FILOSOFIA DISCURSULUI COMUNICATIV ÎN MEDIUL VIRTUAL

THE PHILOSOPHY OF COMMUNICATIVE DISCOURSE IN THE VIRTUAL ENVIRONMENT

Sorin GURAGATA, ORCID: 0000-0001-8009-4155
Universitatea de Stat din Moldova

CZU: 1:659.3:004

e-mail: sorin.guragata@gmail.com

„Oamenilor le place să păstreze anumite distanțe între ei și alți oameni sau lucruri. Iar această bulă invizibilă a spațiului care constituie «teritoriul» fiecărei persoane este una dintre dimensiunile cheie ale societății moderne” [1].

Internetul a creat o comunitate globală între oamenii de diferite viziuni și forme de gândire, inclusiv a celor interesați în filosofie care se adaptează secolului în care se află, astfel că în epoca comunicațiilor digitale este firesc ca discursul filosofic să cerceteze tematica specifică acestei perioade de timp.

Evoluția relațiilor în acesta conjunctură a noii societăți numită digitală, comunicațională, informațională ar presupune necesitatea explorării relațiilor dintre teoria comunicării și domeniile tradiționale ale filosofiei, cum ar fi ontologia, filosofia limbajului, epistemologia, filosofia socială, filosofia politică și etica. Sub acest aspect, e nevoie de reflecție filosofică asupra comunicării din perspectiva științelor comunicării, care poate duce la noi interogări și practici care ar putea elucida dezbaterile deschise și gândirea critică, în primul rând, în mediul virtual online, reflectându-se în realitatea obiectivă cotidiană, prin aceasta descoperind noi orizonturi de gândire și reflecție.

Discursul este un anumit eveniment comunicativ de tip verbal sau scris articulată de obiectivare a conținutului conștiinței, determinată de tipul de raționalitate dominant într-o „tradiție semnificativă în interacțiunea socioculturală” (Teun A. van Dijk) ale unei anumite comunități [2].

Menționăm că spațiul comunicativ modern se caracterizează printr-o diversitate deosebită asociată cu coexistența multor sfere comunicative, precum, de exemplu, sfera politică, medicală, pedagogică, științifică etc., este oportun să se evidențieze un set de tipuri discursive care să demonstreze trăsăturile lor specifice unice. Tipul de discurs este determinat de participanții la comunicare, scopurile comunicative, atitudinile și mediul comunicativ în care funcționează. Discursul este o unitate complexă a practicii limbajului și a factorilor externi acesteia, fiind semnificativi și care se manifestă în forme accesibile percepției senzoriale necesare înțelegerii textului, adică oferă o idee despre agenții comunicării, atitudinile și scopurile acestora fiind condiție pentru producerea și perceperea mesajului. Discursul, în primul rând, este vorbirea cufundată în viață, într-un context social; din acest motiv, conceptul de discurs este rar folosit în raport cu textele antice.

Filosofia discursului este înțeleasă ca un set complex de practici lingvistice implicate în formarea ideilor despre obiectul pe care acestea îl implică. În căutările „arheologice" și „genealogice" ale lui Foucault, discursul acționează ca un fel de instrument de cunoaștere, reprezentând o abordare foarte neconvențională a analizei culturii [3]. Foucault nu este interesat de sensul denotativ al enunțului, ci, dimpotrivă, de scăderea în discurs a acelor sensuri care sunt subînțelese, dar rămân neexprimate, ascunzându-se în spatele fațadei „deja spusului", în legătură cu aceasta, problema analizării „evenimentului discursiv" se pune în contextul condițiilor extralingvistice pentru apariția discursului economic, politic și al altora care l-au asistat, deși nu i-au garantat apariția.

Spațiul „practicilor discursive" este condiționat de capacitatea de a potrivi în vorbire evenimente cu diversă temporalitate, trecând din puterea identificării culturale, reproducând dinamica realului. În discurs, Foucault descoperă o putere specifică de pronunțare, înzestrată cu puterea de afirmație. A vorbi înseamnă a avea puterea de a vorbi. În acest sens, discursul lui Foucault este asemănător cu orice altceva în societate – este același obiect al luptei pentru putere.

Realizarea discursului după anumite reguli de sintaxă și semantică formează un câmp semantic, adică o categorie care cuprinde toate cuvintele ce acoperă domenii apropiate destinat transmiterii anumitor semnificații, vizează o acțiune de comunicare cu propria pragmatică.

În acest sens, discursul este un „limbaj în limbaj", am putea spune metalimbaj, adică un anumit vocabular, semantic, pragmatic și sintactic în actele de comunicare verbală și textuală.

Discursul este privit nu numai ca o secvență coerentă de unități ale structurii lingvistice care după volum depășește propoziția, ci ca un set integral de unități organizate funcțional pentru transmiterea contextelor și conotațiilor sensurilor.

În același timp, contextul include parametri lingvistici, extralingvistici și pragmatici: mediul fizic al textului, situația, contextul, intertextul și participanții la comunicare. Tipul de discurs este determinat de participanții la comunicare, scopurile comunicative, atitudinile, mediul comunicativ care este un tip de interacțiune activă între obiecte de orice natură, implicând schimb de informații.

Realitatea modernă se caracterizează printr-o varietate de mijloace tehnice de comunicare (comunicații telefonice, comunicații mobile, mesaje SMS etc.), însă Internetul este cel mai multidimensional, oferind o gamă largă de oportunități de comunicare care sunt „virtuale".

Termenul de „virtual" este proprietatea unei entități de a emita forma și unele trăsături foarte apropiate sau chiar identice cu cele ale unui obiect real.

Comunicarea în discursul virtual este tratată ca anonimă, ceea ce este asigurat de nereprezentarea fizică a comunicanților pe Internet. Trebuie remarcat faptul că anonimatul nu este inerent tuturor genurilor de discurs virtual. De exemplu, e-mail-ul sau unele forumuri presupun comunicarea unor comunicanți care sunt personal cunoscuți în realitate. Cu toate acestea, anonimatul, cel puțin potențial, este caracteristic tuturor genurilor de discurs virtual, de vreme ce cel care comunică poate schimba porecla, adresa de e-

mail etc. Anonimatul drept caracteristică a discursului virtual este deosebit de pronunțat în chat și impune anumite caracteristici specificului comunicării prin chat.

Cu referință la autorii Jean Baudrillard, Albert Borgmann, Daniel J. Boorstin, Neil Postman și Umberto Eco care au cercetat Hiperrealitatea, care este o incapacitate a conștiinței de a distinge realitatea de o simulare a realității, în special în societățile post-moderne avansate din punct de vedere tehnologic [4].

Hiperrealitatea este văzută ca o condiție în care ceea ce este real și ceea ce este virtual sunt combinate perfect, astfel încât să nu existe o distincție clară între ele. Hiper-realitatea permite combinarea realității fizice cu realitatea virtuală și a inteligenței umane cu inteligența artificială – combinația acestora formează o realitate augmentară.

În cadrul conceptului de hiperrealitate, dezvoltat de Baudrillard, se constată o „schimbare radicală a relației dintre istorie și viața de zi cu zi, între sfera publică și cea privată”.

Concluzie: Filosofia discursului comunicativ este înțeleasă ca un set complex de practici lingvistice implicate în procesul de transmitere și recepționare a informațiilor. Fiind încapsulată într-un mediu virtual care creează la interlocutori o formă adaptivă de recepționare (un adaos la realitatea obiectivă senzorială), o condiție în care ceea ce este real și ceea ce este virtual sunt combinate perfect. Această hiperrealitate denumită re-alitate augmentară ca un produs de comunicare tehnologizat reprezintă un fenomen care se manifestă prin o „schimbare radicală a relației dintre istorie și viața de zi cu zi, între sfera publică și cea privată”.

Referințe:

1. HALL, Edward T. *The Hidden Dimension.* Anchor Books, 1990. ISBN 0-385-08476-5.
2. Ван ДЕЙК, Т.Д. *Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск*. ЗАО Типографкомплекс, 2000. ISBN 5-80157-202-3.
3. FOUCAULT, Michel. *Arheologia cunoașterii*. București: Univers, 1999. ISBN 973-34-061505.
4. BAUDRILLARD, Jean. *Simulacre si simulare*. Cluj-Napoca: IDEA Design & Print, 2008. ISBN 978-973-7913-74-6.