

Опорный конспект к лекции № 4. Цифровой этикет

1. Цифровой этикет. Теория.

2. Цифровой этикет и его составляющие.

1. Цифровой этикет. Вопросы теории.

Цифровой этикет определяет правила культуры поведения в Сети на межличностном, групповом и репрезентативном уровнях взаимодействия. Предшественником цифрового этикета был сетевой этикет.

Сетевой этикет или Сетевой этикет 1.0

Сетевой этикет или Netiquette – это правила хорошего тона в виртуальном пространстве. Термин «нетикет» – неологизм, возникший от слияния английского «net-work» – сеть и французского «etiquette» – этикет.

Нетикет появляется в середине 80-х гг. прошлого века в эхоконференциях компьютерной сети FidoNet.

80–90 гг. эксперты определяют как период доинтернетовских сетей. Этот период получил название «Web 0.0» и рассматривается как первые попытки объединения ресурсов в глобальные информационные сети, поэтому в сер. 80-х гг. правила сетевого этикета еще не носили глобальный характер.

Web 1.0. – изобретение британского ученого Тима Бернерса-Ли и его коллеги Роберта Кайо, появившееся на свет в результате их попытки создать надежный инструмент для обмена данными между физиками (1989 г.)

В 1994 году, появилась первая книга, посвященная правилам поведения в сети – «Нэтикет», его автор Вирджиния Ши. Десять ключевых правил Netiket:

- Помните, что вы разговариваете с человеком.
- Помните, где вы находитесь в киберпространстве.
- Уважайте время и возможности других.
- Сохранить лицо (не сообщайте ложную информацию и следите за тем, чтобы ваши сообщения были грамотными, четкими и логичными)
- Уважайте вашу конфиденциальность.
- Научитесь прощать других за их ошибки.

Кодекс поведения для блоггеров или Netiket 2.0

В 2000-х на смену Web 1.0 пришел Web 2.0. Термин, определяющий новые качественные характеристики сети, был предложен в 2005 году Тимом О'Рейли, основателем американского медиахолдинга O'Reilly Media.

В 2007 году Тим О'Рейли совместно с другим своим коллегой, Джимми Уэйлсом, объявили о создании Кодекса поведения блоггеров – Blogger's Conduct. в котором сформулировали основные правила поведения в сети в новой среде. Кодекс состоит из семи правил этического поведения в Интернете, рекомендуя блогерам:

Возьмите на себя ответственность не только за свои собственные слова, но и за комментарии, которые вы допускаете в своем блоге.

Обозначьте свой уровень терпимости к оскорбительным комментариям.

Рассмотрите возможность устранения анонимных комментариев.

Не кормите троллей.

Переведите разговор в автономный режим и говорите напрямую или найдите посредника, который может это сделать.

Если вы знаете кого-то, кто ведет себя плохо, скажите ему об этом.

Не говорите в Интернете ничего такого, чего не сказали бы лично.

Кодекс в Сети часто называют не только моральным кодексом поведения блоггеров, но и Нетикетом 2.0.

Цифровой этикет или Netiket 3.0

Новый Web 3.0 – это высококачественный контент и сервисы, созданные профессионалами на технологической платформе Веб 2.0. Web 3.0 – это взаимодействие Интернета с физическим миром. Новый тип взаимодействия – это еще одно новое явление цифровой революции, его определяют как офлайн/онлайн-взаимодействие или Phygital-взаимодействие. Термин «Phygital» отражает объединение двух реальностей – физической (Physics) и цифровой (Digital). Основная идея состоит в том, чтобы использовать сильные стороны двух измерений и направить их на благо как личности, так и современного общества в целом. В связи с этим актуализируется значение цифровой культуры и, в частности, цифрового этикета.

Новый этикет, отражающий специфику новой Сети, имеет двойственную природу – этическую и технологическую. Новый этикет или неозтикет – это уже не просто набор определенных правил поведения в сети Интернет, носящих в основном этический характер, это сложное системное понятие, которое, с одной стороны, продолжает тему Сетевого этикета – 1.0; 2.0, с другой стороны, определяется технологической природой нового Web и представляет собой Netiquette третьего поколения – цифровой этикет.

2. Цифровой этикет и его составляющие

Цифровой этикет, формируясь на стыке гуманитарных и технологических знаний, выступает как современное междисциплинарное знание, находящееся на стадии своего развития. Однако уже сегодня можно выделить следующие направления его развития:

- общение в сети;
- практика взаимодействия пользователя с гаджетами; а также
- самопрезентация в сети.

Цифровой этикет: общение в Сети

Онлайн-поведение в первую очередь связано с развитием новых технологий и возможностью взаимодействия с этими новыми технологиями. Принцип соблюдения конфиденциальности информации, на котором всегда строилось этикетное общение, в цифровых реалиях не только не теряет своей актуальности, но и значительно возрастает. При этом, говоря о цифровом этикете, речь идет не о строго регламентированных по своей природе нормах, а о советах и рекомендациях относительно культуры поведения в сетях.

В этой связи следует отдельно остановиться на рекомендациях по онлайн-поведению в новых условиях, предложенных Александром Елькиным и Марией Пащенко, создателями проекта «Неоэтикет: новая грамотность в цифровую эпоху». Авторы концепции вводят понятие «неоэтикет» и объясняют его как неологизм, означающий современный этикет, который, по сути, является синонимом цифрового этикета. Авторы проекта подчеркивают, что в команде «человек-машина» активная позиция остается за человеком, поэтому человек должен научиться дружить с техникой, чтобы достойно встречать будущее, а это Неоэтикет, по их мнению, это способ интегрироваться в будущее.

Цифровой этикет: взаимодействие пользователя с гаджетами

Нормы, ограничивающие спонтанные поведенческие практики использования гаджетов в повседневной жизни, еще не выработаны, а проблемы, связанные с интернет-зависимостью, а также разного рода фобиями, обусловленными развитием ИКТ, стоят достаточно остро. Явления зависимости от гаджетов: номофобия, FOMO-фобия и фаббинг.

Номофобия (англ. Nomophobia от no mobile-phone phobia) – боязнь, боязнь остаться без мобильного телефона. Основная причина – страх оказаться беспомощным, т.е. как бы изолированным от привычного мира. Номофобия возникла с появлением в 2007 году смартфона или «смартфона», в котором были заложены возможности стационарного компьютера. Человек, зараженный номофобией, практически перестает общаться с окружающими его

людьми, виртуальное общение становится предпочтительнее живого, все свободное время уходит на прослушивание мелодий, загрузку картинок, игр, изменение настроек и т. д.

FOMO – это аббревиатура от страха пропустить, что буквально означает пропустить что-то новое в сети. Впервые о синдроме FOMO как о коварной «болезни», поработившей сознание современников, заговорили в 2011 году. Эксперты считают FOMO явлением, которое появилось исключительно благодаря социальным сетям.

Фаббинг – еще одно проявление зависимости от гаджетов и интернета. Фаббинг – игнорирование присутствия другого/других в пользу гаджета, громкий разговор по телефону в общественных местах, бесконечные селфи и т.п. Как явление фаббинга, по мнению аналитиков, так же как и номофобии, появляется в 2007 году. По мнению аналитиков, феномен фаббинга проистекает из ряда причин, в том числе психологического характера, в первую очередь – интернет-зависимость, номофобия, FOMO, а также трудности с самоконтролем.

В качестве психологических средств защиты от проявлений интернет-зависимости специалисты предлагают, например, так называемый цифровой детокс, т.е. временный отказ от общения в сети (смартфон, планшет, компьютер) с целью сосредоточиться на реальном общении с родственниками, друзьями, коллегами по работе, а также «цифровая диета», под которой понимается возможность регулировать свое присутствие в Интернете и использование гаджетов.

Номофобия, FOMO, фейбинг и цифровая зависимость в целом – это, прежде всего, самоконтроль и конкретные действия, в основе которых должен лежать, в том числе, главный принцип этикетного общения – приоритет всегда должен отдаваться живому общению.

Повседневные практики цифрового этикета, связанные с использованием гаджетов, постепенно начинают оформляться в определенные правила поведения. Примерами культивирования этих правил в общественном сознании являются книги: «Деловой этикет от Эмили Пост и «Не кладите смартфон на стол. Правила этикета, которые помогут тебе быть на высоте», Д. Джонсон и Л. Тайлер. Каждая из этих книг, вносит свой особый вклад не только в выработку правил этического поведения в обществе, но и в новое общее дело – формирование новых правил этикета, в том числе правил пользования гаджетами. В отечественном впервые на практике правила цифрового этикета собраны и представлены в виде единого свода правил поведения пользователей в интернет-пространстве в книге О. Лукиновой, создателя Telegram-канала

«Цифровой этикет» с очень говорящим названием – «Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в Интернете».

Правила цифровой коммуникации:

- Демонстрация позитивного отношения
- Субординация
- Симметрия
- Соблюдение личных границ
- Удобство и экономия ресурсов
- Конвенциональность при выборе средства, времени и способа коммуникации)
- Не доставляйте неудобств окружающим (звук, вибрация, свет)
- Профилактика зависимости:
- Не использовать устройство в каждую свободную минуту
- Четко отделять рабочее время от нерабочего.
- Убрать все соц.сети и развлечения в конец устройства / Поставить на первый экран только деловые приложения
- Переключить экран в черно-белый режим
- Использовать устройство только по тому поводу, по которому оно было разблокировано
- Не использовать устройства во время еды
- Не использовать устройство сразу после пробуждения
- Выключать устройства за час до сна

Цифровой этикет: самопрезентация в Сети

Цифровая самопрезентация – это самопрезентация в Сети личностного и корпоративного уровней, которая несет в себе не только новые смыслы, отражающие специфику современной цивилизации, но и становится важным инструментом конкурентоспособности и самореализации в условиях глобального рынка и цифровая экономика.

Цифровая самопрезентация обладает всеми свойствами, характеризующими интернет-коммуникацию в новой Web 3.0 и, в частности, функции самоконтроля и самоуправления, расширение функций интерактивности, а также качественно новое наполнение коммуникативной функции. В свою очередь, это означает, что представление «Я-информации» и «Мы-информации» внешнему миру в новых условиях включает в себя как необходимые знания и умения, традиционно составляющие понятие «самопрезентация», так и новые.

в связи с развитием новых и новейших информационных и коммуникационных технологий. Таким образом, цифровая самопрезентация представляет собой новую форму коммуникативного взаимодействия, которая может быть реализована как в Digital (онлайн), так и в Phygital (офлайн/онлайн) режимах. В связи с этим актуальность презентационных навыков актуализируется на личном и корпоративном уровнях самопрезентации.

Сегодня специалисты называют владение презентационными навыками «ключевым навыком XXI века». Среди инструментов формирования этого важнейшего навыка новой реальности особое место занимает этикет в его классическом и цифровом форматах.

Правила видеоконференцсвязи

- Количество участников не более десяти. Всем остальным, кому необходимо узнать о результатах обсуждения и принятых по их позиции решениях, высылается резюме или запись эфира.
- Продолжительность – 30 минут. Если вопросов слишком много, они разбиваются на блоки и планируется несколько отдельных включений.
- Распространение информации. Вместе с приглашением участникам будет выслан план обсуждения и, при наличии, материалы для подготовки.
- Ведущий.
- Время. "Быть пунктуальным. Всегда подключайтесь к конференции за несколько минут до начала»
- Место. Настройте камеру так, чтобы изображение было примерно в центре кадра. Смотреть нужно в камеру, а не на экран.
- Внешний вид. Избегайте одежды в полоску (изображения могут быть размытыми) или слишком ярких цветов.
- Каждый участник перед выступлением представляется, если только все участники не являются.
- Возможность ответить должна быть у каждого.
- Выключите микрофон, если вы не собираетесь говорить, а только слушаете. Не допускайте параллельных разговоров.

Таким образом, технологические характеристики нового типа взаимодействия накладывают отпечаток на коммуникативную, в частности, презентационную составляющую общения в процессе организации и проведения подобных мероприятий.