

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.7.17>

Зубков Николай Андреевич

МЕТАКОММУНИКАЦИЯ ВИРТУАЛЬНОСТИ: ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с особенностями метакоммуникативных сообщений виртуального пространства и их влиянием на познавательные процессы субъекта. Описывается история появления дефиниции метакоммуникации и ее трансформации в контексте различных социально-гуманитарных дисциплин. Выделяются и анализируются три группы метакоммуникативных сообщений, разделенные по принципу источника их формирования: техника, интерфейс, виртуальные коммуникативные связи. Исследуется влияние метакоммуникативных виртуальных сообщений на познавательные процессы субъекта.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/9/2019/7/17.html

Источник

Манускрипт

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 7. С. 88-92. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/9.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/9/2019/7/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

Онтология и теория познания

Ontology and Epistemology

УДК 165.1:316.77

Дата поступления рукописи: 19.04.2019

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.7.17>

В статье рассматриваются вопросы, связанные с особенностями метакоммуникативных сообщений виртуального пространства и их влиянием на познавательные процессы субъекта. Описывается история появления дефиниции метакоммуникации и ее трансформации в контексте различных социально-гуманитарных дисциплин. Выделяются и анализируются три группы метакоммуникативных сообщений, разделенные по принципу источника их формирования: техника, интерфейс, виртуальные коммуникативные связи. Исследуется влияние метакоммуникативных виртуальных сообщений на познавательные процессы субъекта.

Ключевые слова и фразы: эпистемология; коммуникация; виртуальность; сеть; Интернет; метакоммуникация.

Зубков Николай Андреевич

МИРЭА – Российский технологический университет, г. Москва

Zubkov.official@gmail.com

МЕТАКОММУНИКАЦИЯ ВИРТУАЛЬНОСТИ: ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Введение

Виртуальное пространство Интернета в современном мире становится едва ли не главным пространством коммуникации, и в немалой степени этому способствует виртуализация всех сфер общественной жизни. Исследование эпистемологических особенностей виртуальной коммуникации, в частности, исследование проблемы зависимости познавательных процессов, осуществляющихся в виртуальном коммуникативном пространстве Интернета, от особенностей виртуальной метакоммуникации становится **актуальным** в условиях интенсивного развития цифровых технологий и становления общества знаний. В процессе всеобщей компьютеризации общества постепенно формируется «смешанный, человеко-машинный познавательный инструментарий» [14, с. 95], и это актуализирует философские проблемы познания.

Целью работы является анализ и выделение основных типов виртуальных метакоммуникативных сообщений и описание их влияния на процесс познания.

Достижение цели предполагает решение ряда **задач**: 1) проведение сравнительного анализа дефиниции метакоммуникации в различных научных дисциплинах и прежде всего в психологии, лингвистике, социологии; 2) выделение основных групп виртуальных метакоммуникативных сообщений на основании источника их продуцирования; 3) анализ и описание особенностей метакоммуникативных сообщений, присущих виртуальной коммуникации.

В социально-гуманитарном знании изучались различные аспекты влияния виртуальной коммуникации на познание. В частности, известны теории автомодерна (auto-modernity) [21] и диджимодерна [18]. Автомодерн описывает влияние автономных и автоматических технологий, связанных Интернетом на познавательные процессы субъекта. В концепции диджимодерна значительное место отводится феномену виртуальной реальности как ключевому фактору развития культуры. М. Кастельс, обосновывая свою концепцию власти через коммуникационный контроль дискурса, выделял три формы коммуникации: межличностную, массовую и массовую самокоммуникацию [11, с. 102]. Именно последний вид, по мнению М. Кастельса, реализуется в виртуальном пространстве. В ряде работ на основании анализа обширного эмпирического материала описывается существенное влияние виртуальных коммуникаций на социальную сферу, приведшее к значительным изменениям в социальном познании. В частности, произошла «твиттерная революция» (твиттер-революция) [19]. Более того, некоторые исследователи рассматривают сеть как главный компонент социальной организации современного общества, трактуя виртуальные коммуникации как средство социального группирования субъектов [17]. Данные исследования внесли значительный вклад в развитие концепций виртуальной коммуникации и её влияния на субъекта познания. Тем не менее философско-методологические вопросы влияния метакоммуникации на познание практически не рассматривались. И на начальном этапе необходимо выделить и актуализировать эту проблему из общего исследования виртуальной коммуникации,

что позволит более точно раскрыть влияние виртуальной метакоммуникации на познание в условиях коммуникативного пространства Интернета.

Метакоммуникация: подходы и определения

В социально-гуманитарных дисциплинах существует множество трактовок коммуникативного процесса, и в обобщенном виде они могут быть репрезентированы следующим определением: «...коммуникация – это связанный с отношениями процесс создания и интерпретации сообщений, которые вызывают определенную реакцию» [9, с. 37]. Вместе с тем необходимо дополнить, что важным и неотъемлемым элементом коммуникации является *канал коммуникации* как совокупность условий, средств и методов передачи сообщения. Именно канал коммуникации является источником метакоммуникативных сообщений и способен влиять на содержание коммуникации. Неслучайно М. Маклюэн писал: «...средство коммуникации есть сообщение» [13, с. 10]. В контексте данной работы Интернет будет рассматриваться именно как канал межсубъектной коммуникации¹. Особенности данного канала коммуникации значительным образом влияют на познавательные способности субъекта, на процесс познания, поскольку виртуальность продуцирует особые метакоммуникативные сообщения.

Термин «метакоммуникация» в научный дискурс ввел Г. Бейтсон в работе «Теория игры и фантазии» в 1955 г. [3]. Метакоммуникация, или метакоммуникативные сообщения (приставка «мета» в данном контексте означает «о самом себе»), по Г. Бейтсону, – это те условия, которые предопределяют характер, тип и вид коммуникативной ситуации. Ученый, описывая свой опыт наблюдения за животными в зоопарке Флейшхакера в Сан-Франциско, пришел к выводу о том, что игра млекопитающих, не обладающих сознанием, по содержанию действий (прикусывание, наскоки, удары лапами и проч.) не отличается от действий, которые являются содержанием драки. Игра животного имитирует поединок, но таковым не является. По Г. Бейтсону, животные с помощью определенных сигналов выводят поединок на иной «уровень абстракции» [Там же], а именно на уровень игры.

Животные, используя разнообразные конкретные сигналы, способны транслировать партнеру сообщение о смысле разворачивающейся ситуации: будет ли она игрой или поединком. Именно возможность изменять смысл абстракции передаваемой информации Г. Бейтсон определяет как метакоммуникацию. То, как одни и те же действия, сигналы, смысловые сообщения по-разному интерпретируются партнером (в зависимости от условий и обстоятельств пространства коммуникации), и есть суть концепта метакоммуникации.

В качестве рабочего прием определению метакоммуникации как совокупности условий (языковых, социальных, пространственных, временных), благодаря которым субъект способен интерпретировать контекст коммуникативного процесса, влияющий на характер и смысл транслируемых коммуникативных сообщений. Метакоммуникативное сообщение может принимать как вербальную, так и невербальную форму, и субъект сознательным или интуитивно-эмоциональным образом в первую очередь декодирует именно метакоммуникативные предпосылки, и только потом – содержательную часть сообщения. Более того, от адекватной интерпретации субъектом метакоммуникативных импульсов (сообщений), исходящих от условий коммуникаций, будет зависеть адекватность восприятия субъектом содержательной части сообщения.

Эвристический потенциал концепта метакоммуникации оказался значительным и получил развитие в психологии, социологии и лингвистике. Так, психиатра Г. Бейтсона метакоммуникация интересовала как модель, объяснявшая невозможность поддержания адекватного процесса коммуникации индивидом с психическим расстройством (шизофрения). По мнению Г. Бейтсона, при данном заболевании страдает часть сознания субъекта, ответственная за процесс интерпретации метакоммуникативных сообщений. В дальнейшем этот концепт развивает группа психотерапевтов П. Вацлавик, Дж. Бивин и Д. Джексон, которые трактуют конфликты между субъектами как конфликты вербального и метакоммуникативного уровней: конфликт контекста и содержания сообщения [7].

Другая линия развития данного концепта связана с микросоциологией (социология повседневности) и именем И. Гофмана. В данной дисциплине концепт метакоммуникации коррелирует с концептом фрейма, который И. Гофман заимствовал из теории Г. Бейтсона [6, с. 68] и некоторым образом трансформировал его смысл. Для И. Гофмана фреймами являются «определения ситуации, основанные на управляющих событиями принципах организации и вовлеченности в события» [8, с. 43]. Таким образом, метакоммуникация трактуется как организация события (предметная, социальная, пространственная и проч.), в которое вовлечен социальный субъект.

Третья линия развития концепта метакоммуникации – лингвистическая. В лингвистике естественной является дифференциация письменной и устной речи, соответственно, метакоммуникация в лингвистике разделяется на такие же виды [15]. Предметом анализа лингвистики, абстрагирующейся от социальной ситуации, в которой действует субъект, и, тем более, от его психологического состояния, становятся «метакоммуникативные вставки» [10, с. 20] т.е. те части диалога, будь то письменная или устная речь, которые не передают смысл сообщения, но направлены на поддержание самого процесса коммуникации.

Субъект в своей жизнедеятельности постоянно пребывает в различных социальных, физических, темпоральных и пространственных условиях, которые, как правило, безошибочно считывает: формальная, неформальная, деловая, личностная, публичная, приватная коммуникация и т.д. В любом коммуникативном процессе будут

¹ На современном этапе, как представляется, нельзя ограничивать понимание субъекта только антропо-социальными онтологическими категориями. В определенной степени информационно-коммуникативные технологии, сочетающие способы передачи информации и обеспечивающую данный процесс технику, также содержат субъектность в снятом виде, т.е. обладают способностью означивать информацию и, более того, продуцировать её. Однако в данном контексте мы абстрагируемся от непосредственных информационно-коммуникативных технологий и не включаем их в категорию субъекта.

имплицитно присутствовать метакоммуникативные сообщения, предопределяющие процесс передачи информации. Фактически мы говорим о том, что метакоммуникативные сообщения являются столь же значимым источником познания, как и сама коммуникация. Соответственно, если мы допускаем, что Интернет является самодостаточным коммуникативным пространством и обладает рядом самостоятельных свойств и особенностей, мы должны допустить существование уникальных метакоммуникативных компонентов виртуальной коммуникации. Обратимся к изучению этих компонентов.

Метакоммуникация виртуальной реальности

Коммуникативные процессы виртуального пространства имеют общие характеристики с иными видами коммуникации. Таким же образом обстоит дело и с метакоммуникативными сообщениями. Наша задача состоит в том, чтобы описать именно те метакоммуникативные сообщения, которые характерны исключительно для коммуникативного пространства Интернета.

Все виртуальные метакоммуникативные сообщения, которые будут задавать модус виртуальной коммуникации, мы можем подвергнуть процедуре таксономии и разделить на три типологические группы по принципу их источника:

- 1) метакоммуникативные сообщения технических объектов;
- 2) метакоммуникативные сообщения интерфейса;
- 3) метакоммуникативные сообщения виртуальных связей.

В первую очередь необходимым условием виртуальной коммуникации будет использование специальных технических средств (стационарный компьютер, ноутбук, смартфон и проч.), которые и будут обеспечивать доступ в Интернет. Соответственно, любая виртуальная коммуникация представляет собой обязательный процесс взаимодействия техники и субъекта коммуникации. Именно взаимодействие субъекта и техники будет являться первичным и базисным метакоммуникативным сообщением, предопределяющим весь процесс сетевой коммуникации.

Все технические средства можно разделить на две группы по принципу их использования: стационарные (требующие специальных условий эксплуатации, а также не имеющие автономного источника питания) и динамические (имеют независимый источник питания, обладают эргономичной формой).

Стационарные объекты статичны и «сцеплены» со специфическими устройствами эксплуатации и ввода информации. Взаимодействие субъекта с такого рода объектами предполагает достаточно строгий сценарий и контекст их использования и обработку больших блоков информационных единиц. Таким образом, сама коммуникация, которую позволяют реализовывать данные технические объекты, будет носить более строгий, деловой характер и предполагает более «глубокое» вовлечение в коммуникативный процесс.

В свою очередь, динамические объекты, благодаря самой конфигурации устройства, позволяют субъекту в любой момент «переключаться» между объективной и виртуальной реальностью, и, соответственно, их использование не предполагает строгого коммуникативного сценария. Разноплановое и ситуативное использование динамических технических объектов в совокупности с их эргономичным форматом приводит к тому, что коммуникация при помощи данной техники не имеет строгого, регламентированного характера.

В конечном итоге, мы можем сделать вывод о том, что сам объект является главным источником метакоммуникативных сообщений и задает сценарий собственного использования – статичный или динамичный, а соответственно, и характер коммуникации. Метакоммуникативные сообщения, продуцируемые статическим объектом, предопределяют взаимодействие субъекта с большими информационными кластерами и позволяют реализовать более глубокое «погружение» субъекта в сам процесс коммуникации. В свою очередь, динамический объект позволяет субъекту «переключаться» между реальностью объективной и виртуальной, создавая тем самым специфическую *мерцающую (прерывную) модель познания*.

Естественно, что кроме самой техники субъект взаимодействует с разными программными интерфейсами (программным обеспечением), позволяющими реализовывать виртуальную коммуникацию, которые также будут являться источниками различных метакоммуникативных сообщений. Если мы попытаемся произвести демаркацию сайтов по принципу их целевого использования, то мы увидим следующие виды: социальные сети, информационные сайты компаний или организаций, корпоративные сайты, новостные порталы СМИ, промо-сайты, сайты интернет-магазинов, тематические сайты, персональные сайты или личные блоги и другие [1].

Очевидно, что само назначение того или иного интерфейса предполагает разную коммуникацию, поскольку они транслируют субъекту разные метакоммуникативные сообщения. К примеру, социальная сеть предполагает общение персонифицированных пользователей, в то время как новостной или тематический сайт подразумевает данную возможность в значительно меньшей степени. Сайт компании или организации, а также сайт интернет-магазина допускают весьма строгий фрейм взаимодействия типа «продавец/владелец – покупатель/клиент» со всеми вытекающими последствиями деловой коммуникации. Таким образом, само предназначение той или иной платформы изначально является метакоммуникативным сообщением о характере коммуникации, реализуемой в контексте её пределов.

Метакоммуникативные сообщения, транслируемые интерфейсом виртуальной коммуникации, являются по своему онтологическому статусу наиболее приближенными к метакоммуникативным сообщениям реальной (face-to-face) коммуникации. Взаимодействуя с интерфейсом, мы можем наблюдать, как виртуальность мимикрирует под реальную коммуникацию, точнее, создает «символическую мимикрию» [16, с. 18]. Виртуальные метакоммуникативные условия, вовлекая субъекта в определенную ситуацию, создают для него иллюзию присутствия и взаимодействия с объектом в реальном физическом пространстве. Виртуальная

имитация магазина, фотография и подробное описание товара, сетевая коммуникация, которую в состоянии поддерживать обслуживающий персонал, – этого более чем достаточно для того, чтобы субъект воспринимал интерфейс программы как магазин, который, в строгом смысле, таковым не является. Наблюдая растущий разрыв линии «субъект – метакоммуникация – взаимодействие – объект», мы вынуждены констатировать, что современный индивид, благодаря воздействию коммуникативно-сетевых технологий, в большой степени может довольствоваться имитацией метакоммуникации для удовлетворения его познавательных потребностей.

Последний кластер метакоммуникативных сообщений продуцируется самим характером виртуальных связей, которые имеют определенные характеристики. Во-первых, наиболее важной особенностью метакоммуникативных сообщений виртуального пространства является его особая темпоральность: «...в виртуальной реальности свое время, пространство и законы существования» [12, с. 121]. Любой субъект подчиняется определенным временным условиям своего существования: биологическим, социальным, личным, психологическими и проч. Такие условия создают ритмы и порядки, вокруг которых строится бытие человека, в том числе его коммуникация. В свою очередь, виртуальная коммуникация субъектов предполагает отсутствие привычных нам временных рамок взаимодействия, и виртуальное время определяется как «тип нефизического времени» [4]. Именно отсутствие времени как привычного онтологического условия коммуникации в виртуальном пространстве становится главной метакоммуникативной предпосылкой. Беспрерывный процесс сетевой коммуникации обуславливается во многом тем фактом, что темпоральность виртуальности совершенно отлична от реальности объективной.

Во-вторых, виртуальное взаимодействие субъектов предполагает использование технических объектов, интерфейсов, которые обеспечивают *внетелесность* коммуникативного процесса. В частности, в юридической науке правовой статус таких внетелесных отношений обеспечивается категорией «виртуальное лицо», «логин» или «никнейм» [2, с. 253-254]. В любой реальной коммуникации субъект интерпретирует множество метакоммуникативных сообщений, определяющих характер коммуникативного процесса: статусный и ролевой набор, национальная, половая и государственная принадлежность, место, время, условия коммуникации и многое другое. Сетевое коммуникативное пространство Интернета подменяет субъект коммуникации виртуальным лицом, «освобождая» субъекта от многих метакоммуникативных сообщений объективной реальности. Так, Ж. Е. Вавилова, рассматривая виртуальное пространство как карнавал репрезентации субъектов, справедливо отмечала, что «так, выбирая себе образ для аватара, субъект освобождается от внешних, непринадлежащих ему, навязанных извне качеств, иерархических преград, запретов и норм» [5]. Именно данная *внетелесность* создает метакоммуникативное условие гомогенности виртуальных коммуникаций, девальвируя понятия вертикальных и горизонтальных связей – сеть создает коммуникацию без четкой иерархии.

В-третьих, виртуальное коммуникативное пространство обладает потенциальной бесконечностью и, как следствие, хаотичностью. Именно хаос как отсутствие структуры времени, телесности, места, информационного объема виртуальной коммуникации создает ещё одну метакоммуникативную предпосылку, связанную с *неравновесным, неустойчивым состоянием* виртуального коммуникативного пространства, в котором происходят процессы самоорганизации. Виртуальность не требует осмысленной, целеполагающей коммуникации: в ней происходит обмен информацией ради самой информации. Соответственно, в виртуальной коммуникации известный семиотический треугольник: знак (значение), смысл и объект [20] – существенно деформируется. Виртуальная коммуникация совершенно не предполагает, что объект и знак, продолжающие находиться в плотной сцепке, имеют суггестивный или явный смысл. Объекты и знаки виртуальности создаются ради самих объектов и знаков, сам смысл которых – в продуцировании и потреблении.

Заключение

Виртуальное пространство обладает рядом особенностей, которые позволяют определить и сформулировать те метакоммуникативные условия, которые характерны исключительно для данного типа коммуникации, что и составляет **новизну** исследования. В работе сформулированы и описаны три основных типа данных метакоммуникативных сообщений, по-разному влияющих на процессы коммуникации и, как следствие, познания.

Выделяя виртуальность в качестве особого коммуникативного пространства, мы тем самым описываем и трактуем его как специфический познавательный инструмент. Метакоммуникативные сообщения, которые продуцируются сетевыми связями субъекта, во многом предопределяют то, как данный познавательный инструмент действует и какие знания как конечный продукт познавательной деятельности мы извлекаем из виртуальности. Таким образом, метакоммуникативные сообщения следует рассматривать как трансцендентальную характеристику виртуальной коммуникации и познавательных процессов.

Список источников

1. **Алексеев Г. В., Ивлева Е. Н.** Некоторые особенности обеспечения эффективного интернет-сервиса [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-osobennosti-obespecheniya-effektivnogo-internet-servisa> (дата обращения: 02.11.2018).
2. **Андрюшенко Е. С.** Виртуальные интернет-отношения // Эволюция государственных и правовых институтов в условиях развития информационного общества: сборник научных работ. М.: ИГП РАН; ЮРКОМПАНИ, 2012. С. 252-257.
3. **Бейтсон Г.** Экология разума: избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии [Электронный ресурс]. URL: http://www.dragondreaming.org/ru/wp-content/uploads/sites/11/2016/04/Bateson_Ekologia_razuma.pdf (дата обращения: 02.11.2018).

4. **Боровкова О. В.** Особенности виртуальной реальности [Электронный ресурс]. URL: <http://synergy-journal.ru/archive/article1650> (дата обращения: 02.11.2019).
5. **Вавилова Ж. Е.** Виртуальный карнавал как пространство знаковой репрезентации субъекта [Электронный ресурс]. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/a35e1b7fd2dea9f844257e06004e57d8> (дата обращения: 02.11.2018).
6. **Вахштайн В. С.** Фреймы классичности. Ирвинг Гофман как «неудобный классик» социологии // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 2. С. 59-84.
7. **Вацлавик П., Бивин Д., Джексон Д.** Прагматика человеческих коммуникаций: изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия / пер. с англ. А. Суворовой. М.: Апрель-Пресс; ЭКСМО Пресс, 2000. 320 с.
8. **Гофман И.** Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / пер. с англ.; под ред. Г. С. Батыгина и Л. А. Козловой; вступ. ст. Г. С. Батыгина. М.: Институт социологии РАН, 2003. 752 с.
9. **Гриффин Э.** Коммуникация: теории и практики / пер. с англ. Х.: Гуманитарный Центр; Науменко А. А., 2015. 688 с.
10. **Зайдес К. Д.** Метакоммуникативные вставки в русской устной спонтанной речи на родном и неродном языке // Коммуникативные исследования. 2016. № 3 (9). С. 19-35.
11. **Кастельс М.** Власть коммуникации: учеб. пособие / пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А. И. Черных. Изд-е 2-е, доп. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 591 с.
12. **Кирик Т. А.** Онтологическая специфика виртуальной реальности // Вестник Курганского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». 2012. Вып. 8. С. 120-123.
13. **Маклюэн М.** Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. М. – Жуковский: Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2003. 464 с.
14. **Никитина Е. А.** Субъект познания, когнитивная культура личности и образования как Ni-hume // Ценности и смыслы. 2011. № 7 (16). С. 94-108.
15. **Остапенко Д. И.** К трактовке понятия «метакоммуникация» // Вестник Воронежского государственного университета. 2013. № 1. С. 32-35.
16. **Щукин Д. А.** Интерпретация виртуальности в контексте мифологических структур // Вестник Пермского университета. Серия «Философия. Психология. Социология». 2015. Вып. 4 (24). С. 16-21.
17. **Dijk J. A. G. M. van.** The Network Society [Электронный ресурс]. URL: http://www.forschungsnetzwerk.at/download/pub/The_Network_Society-Jan_van_Dijk.pdf (дата обращения: 03.09.2018).
18. **Kirby A.** Digimodernism. How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture. N. Y. – L.: Continuum, 2009. 288 p.
19. **Micek D., Whitlock W.** Twitter Revolution: How Social Media and Mobile Marketing Is Changing the Way We Do Business & Market Online. Las Vegas: Xeno Press, 2008. 257 p.
20. **Ogden C. K., Richards I. A.** The Meaning of Meaning. N. Y.: Harcourt, Brace & World, Inc., 1923. 363 p.
21. **Samuels R.** Auto-Modernity after Postmodernism: Autonomy and Automation in Culture, Technology, and Education [Электронный ресурс]. URL: <https://www.issuelab.org/resources/820/820.pdf> (дата обращения: 12.01.2019).

METACOMMUNICATION OF VIRTUALITY: EPISTEMOLOGICAL ASPECTS

Zubkov Nikolai Andreevich

MIREA – Russian Technological University, Moscow

Zubkov.official@gmail.com

The article deals with the issues related to the peculiarities of metacommunicative messages of virtual space and their influence on a subject's cognitive processes. The history of the metacommunication definition emergence and its transformation in the context of various social disciplines and the humanities is described. The author singles out and analyses three groups of metacommunicative messages divided according to the principle of their formation source: technology, interface and virtual communication links. Metacommunicative virtual messages' influence on a subject's cognitive processes is analysed.

Key words and phrases: epistemology; communication; virtuality; network; Internet; metacommunication.