

Ali virtualna identiteta tudi dehti tako opojno?¹

Identitete niso nekakšne stabilne in večne entitete, saj je za današnji čas značilno spoznanje o odsotnosti kakršnikoli trdnih tal, ki bi omogočala univerzalno identifikacijo. Pri skoraj vseh identitetah prihaja do izraza tako imenovana "lepota skupnosti", ki posamezniku in posameznici daje osmišljenje njegovega/njenega obstoja. Tovrstne mehanizme bi lahko označili tudi kot mite, ki vztrajno ponavljajo zahtevo, da se morajo vsi ljudje prepoznati v svoji "vselej-že" večni sliki. Pomemben je seveda tudi učinek samega prepoznavanja, saj posamezniki oziroma posameznice s svojim prepoznavanjem postanejo to, za kar so se prepoznali, in s tem "za nazaj" potrdijo utemeljenost tovrstnih ideoloških mistifikacij, s čimer želimo opozoriti na performativno razsežnost, ki se skriva v okviru ideoloških ritualov oziroma diskurzov.

V polju identitet ideološko producirano "realnost" spremlja "vselej-že" učinek, s čimer je tisto, kar je posledica navade, predstavljeno kot nedvoumno znamenje narave, kar je hkrati moment samouresničujoče-se prerokbe, pri kateri je zgolj predpostavljeno ideološko verjetje spremenjeno v vednost.

Vse identitete namreč same na sebi nič ne pomenijo oziroma pomenijo zgolj to, kar lahko ekspliciramo s serijo "pozitivnih" oznak. Vsak poskus apriornega določevanja in pripisovanja identitete posamezniku in posameznici je torej v samem temelju neustrezen. Prav zato tudi ideološki mehanizmi pogosto vztrajajo oziroma vodijo v smer esencializma in mističnosti, ki naj tovrstne argumente razoroži. Resnica identitet je zato predvsem v njeni stalni poti redefiniranja in zanikanja, nekakšnega stalnega rezanja gnilega od zdravega, in ni, kot bi pričakovali, nekakšen cilj, ki ga posamezniki in posameznice nekoč lahko dosežejo.²

¹ Članek se nanaša na doktorsko disertacijo *Skupnost, identiteta in komunikacija v virtualnih internetskih skupnostih*, ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij, Ljubljana, in hkrati povzema nekatere rezultate podoktorskega projekta "Značilnosti in perspektive računalniako posredovane komunikacije (na primeru diskusijskih forumov in klepetalnic)", ki ga financira Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport Republike Slovenije.

² Podrobnejšo razlago lahko najdemo v: Praprotnik, *Ideološki mehanizmi produkcije identitet; Od identitete k identifikaciji*, ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij; ŠOU – Študentska založba, Ljubljana, 1999.

In kaj nam obljublja internet? Ali v polju virtualne realnosti lahko povsem na novo premislimo in konstruiramo individualnost ter identiteto? Preden načnemo ta vprašanja, se ozrimo na trenutni "epistemološki" položaj same identitete. Stuart Hall je neki svoj članek iz leta 1996 simptomatično naslovil v obliki vprašanja: *Who Needs Identity?* Spet nekateri drugi trdijo, da so stare fiksne identitete preteklost in da je torej napočil čas za razrast novih identitet. To hkrati pomeni fragmentacijo modernega posameznika/ce kot enotnega subjekta. Nekoč "fiksne" in trdne identitete razreda, spola, etničnosti, rase in podobnega, ki naj bi posamezniku oziroma posameznici zagotavljale zanesljivo "lokacijo", naj bi zajela transformacija, ki hkrati spreminja tudi sam subjekt. Ta izguba stabilnega zavedanja sebe se včasih opredeljuje kot razsrediščenje samega subjekta.³ Po drugi strani naj bi že samo pogosto in nadvse "moderno" govorjenje o identitetah, ki smo mu priča v sedanjem trenutku, nakazovalo oziroma kazalo na stanje "povečane ranljivosti" v zvezi z identiteto. To z drugimi besedami pomeni, da je identiteta lahko postala "zanimiv" oziroma "problematičen" raziskovalni predmet šele v razmerah, ko je sama zašla v "krizo", torej v razmerah, ko je njen nekdanji "fiksni" in "večni" značaj zamenjala stalna negotovost. To seveda ne pomeni, da so bile nekoč identitete bolj trdne in večne kot take, ampak pomeni zgolj to, kar ugotavlja na primer Charles Taylor, da v bližnji in bolj oddaljeni preteklosti sama identiteta ni bila vedno tako problematična in nezanesljiva. Tudi samo prepoznavanje identitete ni vznikalo kot poseben problem, saj je temeljilo na socialnih kategorijah, ki so jih vsi sprejemali za samoumevne. Občutek posameznikovega nespremenjenega položaja je bil dejansko del njegovega oziroma njenega doživljanja identitete.⁴ Prav ta moč institucionalnega in ustaljenega reda, ki je nekoč pritiskala na posameznika in posameznico, je v modernih družbah v precejšnji meri izginila, kar je sprožilo ozaveščanje glede nepopolnega značaja identitete. Spričo tega so se v modernih časih razmahnili ideološki mehanizmi, ki posameznikom in posameznicam skušajo reprezentirati identiteto, saj samo prepoznavanje identitete ni več a priori uspešno.⁵

Tudi sam proces identifikacije, skozi katerega projiciramo sami sebe v polje določenih identitet, je postal bolj odprt in spremenljiv in s tem nujno problematičen. To je privedlo do nastanka tako imenovanega postmodernega subjekta, ki je konceptualiziran kot subjekt brez fiksne, esencialne ali permanentne identitete. Subjekt poseduje različne identitete skozi čas in znotraj njega se zoperstavljajo različne identitete, ki "vlečejo" na različne strani, tako da se posameznikova identifikacija nenehno "preklaplja". Če posameznik oziroma posameznica čuti,

³ Cf. Hall 1992, 274 sq.

⁴ Cf. Taylor 1994, 34 sq.

⁵ Cf. Praprotnik 1999.

da poseduje poenoteno identiteto od rojstva do smrti, to pomeni zgolj to, da je konstruiral/a zajetno "zalogo" naracije o sebi, saj je popolna, varna in koherentna identiteta fantazija.⁶ To seveda ne pomeni, da obstajajo "bolj ali manj" popolne identitete, saj, kot smo poudarili, identiteta posameznika pravzaprav ne obstaja, ampak gre zgolj za proces identifikacije.

Iz postmodernistične perspektive naj bi torej identiteta postala čedalje bolj nestabilna, fragmentirana in razpršena. Znotraj te situacije zato trenutni diskurzi postmoderne problematizirajo sam pojem identitete, pri čemer poudarjajo, da je le-ta mit oziroma iluzija. Mogoče pa seveda je, da namesto "večne" in stabilne identitete obstajajo drugačne "preživetvene strategije". Ena od rešitev se ponuja prav v povečani stopnji refleksivnosti; nekateri govorijo o refleksivnem projektu, ki vključuje ohranjanje koherentne, toda nenehno revidirane biografske naracije, ki se producira v kontekstu multiplih izbir.⁷

Svobodno planiranje in izbiranje identitet pa je po drugi strani videti tudi zelo "potrošniško", kar je morda v skladu z "duhom časa", saj se sedanji čas opredeljuje kot doba potrošniške, medijske, informacijske, elektronske oziroma *high tech* družbe. Postmodernizem "napoveduje" konec različnih dilem, konec stabilnosti in z njo povezane "unikatnosti", konec distinktivnosti, rešenost "anomalij" osrediščene subjekta. Vse to ne pomeni zgolj osvoboditev od takih dilem in z njimi povezane "ranljivosti", ampak pomeni osvoboditev od katerega koli drugega občutka. To ne pomeni, kot nadaljuje Fredric Jameson, da so kulturni produkti postmoderne brez občutkov, ampak to, da so ti občutki sedaj prosto lebdeči in s tendenco, da bo nad njimi dominirala posebna vrsta evforije.⁸

Potrošniška družba temelji na ideji, da konstantna transformacija identitet (skozi potrošnjo) zbuja zadovoljstvo in je polna pomena. V nasprotju s predhodnim, produkcijsko usmerjenim kapitalizmom, ki je poudarjal dane in prav zato omejene potrebe in zahteve, je bistvo potrošniškega kapitalizma v tem, da omogoča in poudarja socialno producirane, in prav zato načeloma neomejene potrebe in zahteve.

Izkušnje kažejo, da takšna konstelacija povzroči dvojno nelagodje, in sicer: po eni strani je "preveč svobode", preveč stvari je odvisnih od mene; namesto da bi se vdal ugodju pripovedi, sem prisiljen, da se moram odločati. Osnova tej frustraciji je prav zahteva po Gospodarju, ki jo lahko formuliramo na primer takole: hočem, da v zgodbi nekdo vzpostavi pravila in prevzame odgovornost za potek dogodkov, kajti pretirana svoboda je kar se da frustrirajoča.⁹ Izkušnja nas namreč uči, da

⁶ Cf. Hall 1992, 277.

⁷ Cf. Kellner 1992, 142 sq; Kellner 1995, 336 sqq; Giddens 1991, 5.

⁸ Cf. Jameson 1991, 15 sq.

⁹ Cf. Žižek 1996, 126 sq.

preveč svobode, dodatna porcija svobode, v posameznikih in posameznicah povzroči določeno nelagodje, saj ti niso več na "razpotju", ampak na "brezpotju". Čeprav bi intuitivno in zdravorazumsko lahko predpostavljali, da je takrat, ko smo popolnoma svobodni (vprašanje pa je, kaj pomeni biti "popolnoma svoboden"), svobode "ravno prav", pa vsakdanje življenje kaže na zanimiv paradoks; da je namreč pretirana svoboda zelo naporna. In da je posamezniki, prav kot tako – torej kot *extra* svobodo – ne doživljajo več kot svobodo. Seveda je to še vedno svoboda nasploh, ni pa več svoboda za posameznika, le-ta je ne čuti več kot svobodo. Položaj je podoben kot v primeru diskurzivne konstrukcije identitete v virtualnem okolju, kjer smo gospodarji svoje lastne identitete, a prav ta vloga je kot taka lahko zelo naporna.

Propad omenjene funkcije Gospodarja v sodobnih zahodnih družbah po Žižkovem mnenju izpostavlja subjekt radikalni dvoumnosti glede njegove želje, saj ga mediji nenehno zasuvajo z zahtevami, da naj izbere, ko se nanj naslavljajo kot na subjekta, za katerega se predvideva, da ve, kaj res hoče. V tem smislu lahko beremo tudi nedavno televizijsko reklamno akcijo za oglaševanje samo, ki se glasi: "Oglaševanje pravica do izbire". Toda na osnovnejši ravni novi mediji subjekta radikalno oropajo vednosti o tem, kaj hoče, in se naslavljajo na popolnoma prilagodljiv subjekt, ki mu je treba ves čas govoriti, kaj hoče. Samo pomenovanje izbire, ki jo je treba opraviti, performativno ustvari potrebo po objektu izbire.¹⁰ Hkrati se moramo zavedati, da je glavna funkcija Gospodarja v tem, da pove subjektu/podložniku, kaj ta hoče, saj potreba po Gospodarju izvira iz odgovora na subjektovo zmedenost, če ta ne ve, kaj hoče. Iz tega lahko sklepamo, kaj se zgodi v situaciji, ko Gospodar propade, ko sam subjekt nenehno bombardirajo z zahtevo, naj da znamenje, kaj hoče. Prav nasprotno namreč od tega, kar bi pričakovali. Ko ni namreč nikogar, da bi ti povedal, kaj v resnici hočeš, in ko je vse breme odločitve na tebi, te veliki Drugi v celoti obvladuje in izbira dejansko izgine oziroma jo nadomesti njen goli videz. Ali če parafraziramo znani Lacanov obrat Dostojevskega: "Če ni boga, potem ni nič dovoljeno." Če torej ni nobene prisilne izbire, ki bi omejevala polje svobodne izbire, izgine sama svoboda izbire.¹¹

Vzpon želje kot take, ki ni več dana in fiksna (in ki se zelo očitno kaže v oglaševanju in marketingu), je razmahnila tudi nekontrolirano produkcijo razlik in identitet oziroma identitet v razliki. Ko je bila želja "izpuščena iz stekleničke", se je povečalo rojevanje povsem nepredvidljivih potreb in zahtev, torej pomenov

¹⁰ Kot paradigmatski primer performativnega ustvarjanja želja in potreb lahko dobesečno prepisemo delček tiskane reklame za nov model avtomobila, kjer že sama dikcija dokazuje performativni značaj konstrukcije želje: *Ko boste sedli v udoben sedež in izza trikrakega športnega volana zagledali pregledno in nemško urejeno armaturno ploščo, vam bo v glavi odzvanjalo samo še eno ...: "Ta avto MORAM imeti."*

¹¹ Cf. Žižek 1996, 130 sq.

in identitet. To pa seveda ne pomeni, da se je povečal odpor proti socialnim reprezentacijam, odpor do vnaprejšnje določenosti posameznika, ampak je brstenje različnih pomenov in identitet v določeni meri samo povečalo negotovost posameznika.¹² Ta spričo na novo ustvarjene negotovosti zopet išče rešitev v novih položajih in novih interpretacijah, v novih (fiktivnih) identitetah. S tem pa kaj kmalu zadenemo v začaran krog, če ne v to, pa vsaj v nenakšno “emotivno inflacijo”.¹³

Tukaj se hkrati zastavlja tudi vprašanje “neproblematičnosti” samega subjekta. Ali je ta še vedno, althusserjevsko rečeno, samoumevno ujet v ideološki diskurz, ali se ideološka interpelacija torej vseeno “vselej že” posreči? Ali je postmoderna kultura s svojo krilatico o “svobodnosti in poljubnosti” identitet in samega subjekta pravzaprav zgolj omogočila, da posameznik oziroma posameznica zgolj z večjim občutkom svobode, z občutkom večje lastne volje odločanja (*svobodno sprejme svojo podrejenost, da potemtakem lahko “kar sam realizira” postopke in dejanja svoje podrejenosti* in da potemtakem posamezniki “funkcionirajo kar sami”)?¹⁴ Althusser namreč ugotavlja, da je tak samega sebe zavedajoč in za svoja dejanja odgovoren subjekt nujen, da se lahko s temi svojimi “lastnostmi” zaveže, da se “zavestno” pokorava normam.¹⁵

So virtualni ljudje nov način, s katerim ohranjamo željo “odprto”?

Možnosti za produkcijo “novih” želja se nedvomno skrivajo tudi v sami naravi internetskega medija. Anonimnost posameznika povečuje odsotnost klasičnih socialnih vezi. Za računalniško posredovano komunikacijo naj bi bila značilna lastnost, ki jo imenujejo *social cues filtered out*. Neverbalne značilnosti, značilne za fizični svet, namreč manjkajo in hkrati ta oblika komunikacije vsebuje manj informacij kot komunikacija *face-to-face*. Računalniško posredovana komunikacija naj bi bila reducirana, kar zadeva kontekstualne in vizualne vezi, kar naj bi povzročilo, da je ta komunikacija manj osebna in manj prilagodljiva.¹⁶ Nekaj podobnega trdi tudi tako imenovana *social presence theory*, ko ugotavlja, da manjše število kanalov oziroma socialnih kodov, ki so dostopni znotraj internetskega medija, zmanjšuje pozornost, ki jo uporabniki namenjajo drugim udeležencem v komunikaciji. Tako je posameznik – to lahko rečemo – laže “pogrešljiv” za druge udeležence. Pomembno pa je še nekaj. Odsotnost klasičnih vizualnih znakov, ki običajno spremljajo komunikacijo *face-to-face* in ki kažejo na socialno-emocionalne reakcije sogovorcev, povzroča, da postanejo uporabniki manj družbeno

¹² Cf. Ang 1996, 177 sqq.

¹³ Cf. Jones 1997, 12.

¹⁴ Cf. Althusser 1980, 81 sq.

¹⁵ Cf. Althusser 1988, 380.

¹⁶ Cf. Parks; Floyd 1999, 2.

občutljivi in včasih tudi bolj grobi do sogovorcev. Lahko uporabljajo zelo agresiven jezik in so hkrati bolj nagnjeni k nesramnosti in žaljivosti, kar v internetskem žargonu imenujemo *flaming*.

Anonimnost ima torej dvojni učinek; znižuje vpliv socialnega pritiska na posameznika, hkrati pa z "osvobajanjem" posameznika včasih zvišuje stopnjo agresivnega oziroma vsaj neprijaznega komuniciranja.¹⁷ A prav ta manko socialnih in vizualnih vezi je po drugi strani pravzaprav pogoj za razraščanje lastne "domišljije" uporabnikov. Anonimnost naj bi bila tudi del same magičnosti v računalniški komunikaciji. Kot pravi ena udeleženka, sama ne skriva lastne identitete zato, ker se boji stikov z drugimi ljudmi, ampak prav zato, ker je anonimnost del magije same.¹⁸ Prav tako nekateri trdijo, da je prišlo v polju interneta do svojevrstnega obrata, saj sama možnost satisfakcije (primer so seksualne igre) šteje za dejansko satisfakcijo. Kot so v pogovorih povedali nekateri aktivni udeleženci seksualnih igrice na znani francoski internetni mreži *Minitel*, bistvo in čar celotne igre ni v tem, da nekoga spoznaš in z njim nekaj dejansko počneš, ampak da je samo tipkanje in razkrivanje lastnih fantazij samo po sebi velika fascinacija. V tem smislu naj bi sama potencialna možnost že ustvarila dejansko satisfakcijo. Sama ideja, da si zmožen nekaj uresničiti, a tega ne narediš, ti daje več zadoščenja kot pa dejanska izvedba. Nikoli ne greš "do konca", ampak zgolj ponavljaš določen tip "igre". Vseskozi napoveduješ, a nikoli ne izvedeš.¹⁹ Tipičen primer je naslednji. Neka ženska je izmenjavala veliko zelo intimnih in seksualno obarvanih *e-mail* sporočil s kolegom s sosednjega oddelka velike korporacije. Vsak dan je postajal njun dialog bolj ekspliciten. Vsakič, ko je na zaslonu zagledala *e-mail* naslov svojega partnerja, ki je napovedoval novo sporočilo, je – kot je pripovedovala – skoraj doživela orgazem. Vendar pa je v medsebojnih realnih stikih na hodnikih te korporacije, kjer sta se srečevala, vse ostajalo popolnoma enako. Pravi, da je sama postala ob teh srečanjih zelo vznemirjena, on pa je ostajal popolnoma "normalen". Ko ji je bilo dovolj te bizarne igre, je nekega dne moškega potegnila v svojo pisarno in ga vprašala, ali bosta tudi realno začela "hoditi skupaj". Njegov odgovor je bil precej presenetljiv: "Ne vem, kaj naj rečem. Morda ja, morda ne. Ali ne moreva samo nadaljevati to najino *e-mail* romanco?"²⁰ Se je torej ta moški česa bal? Se je morda bal, da bodo realni zmenki skazili njegovo podobo, ki si jo je ustvaril? Ali gre za to, da ni želel iti "do konca", da je torej nenehno proizvajal manko oziroma ohranjal manko, ki ga je prav kot tak – torej kot manko dokončne realizacije – še najbolj "osrečeval" in mu pravzaprav zadovoljeval njegove želje.

¹⁷ Cf. Boudourides 1995, 3 sq.

¹⁸ Cf. Baym 1998, 55.

¹⁹ Cf. Poster 1998, 191 sq.

²⁰ Cf. Chenault 1997, 4.

Upošteva je trditev, ki pravi, da sama možnost zadovoljitve igra funkcijo zadovoljitve, lahko trdimo, da posamezniku oziroma posameznici pravzaprav ni toliko do “prave” ljubezni, ki jo čaka. Tesnoba ne nastopi, ker nam objekt, razlog želje, zmerom manjka, kajti “želja ni želja objekta, ampak želja manka objekta, objekta kot manka; je želja najti objekt kot manko”.²¹

Večji problem torej nastane, ko smo v nevarnosti, da bomo izgubili sam manko oziroma “željo želje”. V tistem trenutku bi namreč zadeli ob “realno”, pred katerim pobegnemo v “realnost” – s pomočjo neskončnega čakanja na pravo osebo, ki si jo nenehno ohranjamo “pri življenju”. Konstrukcija idealne ljubezni in idealnega ljubezenskega para je torej mogoča prav tam, kjer manjka celotna podoba tega partnerja. Tako se tudi skupnosti laže idealistično predstavljajo, saj odsotnost realnih elementov omogoča posameznikom lastno zamišljanje. V tem so virtualne skupnosti podobne narodom in njihovem procesu zamišljanja, kjer v mislih vsakega pripadnika od njih živi slika oziroma podoba njihove skupnosti. Posamezniki si torej lahko zamišljajo idealno skupnost prav zaradi odsotnosti informacij. Vsi si lahko zamišljajo določeno romantično skupnost in prav po vsebini te romantične skupnosti (vsi si zamišljajo podobno skupnost) se pripadniki tudi prepoznajo kot pripadniki istega izsanjanega občestva. A vse skupnosti, ki so večje od prvobitnih vasi, v katerih se vsi medsebojno poznajo, so zamišljene.²²

V virtualni realnosti si torej prijatelja ali ljubimca laže predstavljamo in si ga laže konstruiramo, dokler ga ne srečamo v “realnem življenju”. Naš idealni prijatelj ali ljubimec, ki je “prav tak”, kot si ga sami želimo, da bi bil, lahko obstaja zgolj kot anonimnež. To je pogoj njegovega obstoja kot ideala. Samo kot anonimnež je primeren za to, da okoli njegove virtualne fizične in mentalne podobe ovijemo zajetno fantazijsko “štreno”. Ne smemo ga torej realno srečati, saj nam prav on lahko poruši celotno ljubezen in nam hkrati naredi dvojno “škodo”: s svojo pojavitvijo nam uniči “željo želje” – prekine torej naše nenehno proizvajanje manka in nam hkrati poruši tudi našega konstruiranega virtualnega prijatelja ali ljubimca.

V klasičnem modernističnem delu *Čakajoč na Godota* imamo opravka z zelo podobno strukturo zgodbe. Vse dogajanje v omenjeni zgodbi je namreč v tem, da se nič ne zgodi oziroma je strukturirano kot pričakovanje Godota, ko bi se končno Nekaj zgodilo, pri čemer že vnaprej vemo, da je Godot zgolj metafora Niča, da nikoli ne more priti. Modernistični postopek – čeprav da videti, da je Godot zgolj učinek strukture, – s tem, da tega Godota ne pokaže, še vedno na določen način ohranja odprto možnost, da zadevo interpretiramo iz perspektive “odsotnega Godota”. Torej iz perspektive tega, da Godot preprosto manjka.²³ Ta situacija je

²¹ Cf. Riha 1997, 4.

²² Cf. Anderson 1998, 15.

²³ Cf. Riha; Žižek 1985, 131 sq.

podobna Hitchcockovemu suspenzu oziroma "slepemu polju", kjer je prava filmska groza vedno funkcija razmerja med pokazanim in nepokazanim, med (vidnim) poljem in tistim, kar je izključeno iz polja. Neki ogrožajoči objekt je, če ga ne vidimo, še toliko bolj strašen. Prikritost potemtakem še stopnjuje njegovo grozljivost, saj v nas sproži predimenzionirane fantazmatske projekcije (predstavljamo si ga hujšega, kot je "v resnici").²⁴

Podobno kot je Godot zgolj odsoten, se nekaj podobnega dogaja tudi z internetskimi ljubimci ali prijatelji. Ljudje si včasih bolj želijo ohranjati idealnega partnerja, kot pa se zopet srečati s "trdo" realnostjo. Prav zato včasih – kot kaže eden izmed primerov – ne težijo k temu, da bi se spoznali "v živo". V tem primeru bi razpadla tudi celotna fantazijska projekcija, ki se je napletla v glavi posameznika ali posameznice. Posamezniki si torej morda ne želijo realnih srečanj prav zato, ker želijo, da tista izbrana oseba še naprej igra natančno določeno vlogo, ki ji je bila dodeljena v trenutku, ko se je znašla na mestu "izgubljenega partnerja." Svojega lastnega "Godota" potemtakem posamezniki ne smejo nikoli srečati, saj s tem izgine sam Godot. Če pa ga srečajo, na mesto prejšnjega Godota prav gotovo zdrkne nekdo drug.

Virtualna identiteta kot čisti performativ ali kako (končno) **naredimo kaj (zgolj) z besedami** *In this silent world, all conversation is typed. To enter it, one forsakes both body and place and becomes a thing of words alone ...*

(John Perry Barlow, *Crime and Puzzlement: Desperados of the DataSphere*, Whole Earth Review, Sausalito, California, 1990)

Kot protiutež apriornim determinacijam posameznika naj bi se torej ponujal internet. Mark Poster pravi, da virtualna realnost omogoča oblike subjektivnih izkušenj, ki bi morda lahko "zmotile" oziroma prekinile sodobne oblike dominacije. Potencial virtualne realnosti leži v samem procesu, značilnem za virtualno realnost, skozi katerega bi posamezniki in posameznice spoznali, da so oni sami konstituirani in da lahko v ustreznem okolju rekonstituirajo sami sebe in svet. Virtualna realnost torej funkcionira na ta način oziroma njeno funkcioniranje kot tako (menjavanje identitet) lahko deluje v smeri denaturalizacije predpostavk o danosti identitet.²⁵ Če namreč posamezniki, na primer na *Internet Relay Chatu*, poljubno menjavajo svojo identiteto, ko se gredo različne diskurzivne identitetne igre, lahko zelo kmalu ugotovijo, da je identiteta pravzaprav konstrukcija, katero so jim v "realnem" svetu "podtaknili" drugi. V svetu virtualne realnosti pa si jo lahko oblikujejo sami.

²⁴ *Op. cit.*, 130 sq.

²⁵ *Cf. Cooper* 1997, 103 sq.

Samokreacija oziroma samoprezentnost naj bi bili novi obliki konstitucije identitete. V vsakdanjem svetu smo namreč posamezniki in posameznice navajeni, da iščemo identiteto v okviru svojega okolja, oziroma verjamemo, da je resničen harmoničen odnos mogoč, če posameznik oblikuje identiteto iz njegove "podlage". Internetski prostor pa je sprožil nova razmišljanja, saj so tu posamezniki začeli iskati svojo identiteto na drugačne načine. Čedalje bolj so tudi nagnjeni k temu, da manipulirajo s samim internetskim okoljem, ki ga uporabljajo kot orodje za kreacijo lastne identitete. Internet je zares orodje take vrste, saj ne vključuje preeksistenco naravnega okolja. Okolje pravzaprav omogočimo posamezniki sami, in sicer s tem, da si ga izmislimo.²⁶ Internet je torej postal oznaka za elektronski prostor, kjer lahko veliko ljudi prezentira svoje ideje in vzpostavlja novo realnost, ki je vsota različnih mnenj, idej, praks in ideologij. Vse to je prezentirano s pomočjo besedila. Internetske informacije so namreč v veliki meri tekstualne, čeprav je čedalje bolj navzoča težnja po uporabi slikovnega gradiva in zvoka, kar bi dopolnjevalo tekstualno informacijo. Uporabnik je posledično "potopljen" v diskurzivni prostor in je "bombardiran" z veliko množino besedila, ki ga nenehno producirajo številni uporabniki. Ker uporabnika ves čas spodbujajo, da igra aktivno vlogo v produkciji diskurzivne skupnosti, sta tako identiteta kot skupnost oblikovani na podlagi diskurzov, ki so skupni pripadnikom tega virtualnega prostora.

V tovrstnih skupnostih igra pomembno vlogo seveda tudi sama identiteta. V komunikaciji, ki je primarna aktivnost, je poznavanje identitete sogovorcev bistveno za razumevanje in "ovrednotenje" interakcije.²⁷ Res pa je, da je zlasti ovrednotenje tvegano oziroma dvomljivo početje, saj je tudi sama identiteta dvomljiva in zlasti "nekontrolirana", torej poljubna kreacija uporabnika oziroma uporabnice. Če namreč v vsakdanjem svetu obstaja nekakšna predpostavka, ki vključuje enačbo: eno telo = ena identiteta, pa se v internetskem prostoru srečamo s problemom, ki bi mu v skladu s terminologijo komunikacijske teorije in zlasti z vidika radikalne semiotične perspektive lahko nadedli oznako *no necessary correspondence*.

Erwing Goffman je v svojem klasičnem delu *The Presentation of Self in Everyday Life* razlikoval med *expressions given* in med *expressions given off*. Nas zanima zlasti prva vrsta prezentacij. To so namenoma postavljena sporočila, ki indicirajo, kako nekdo želi, da bi bil percipiran, torej indicirajo njegovo željo, kakšen bi želel biti viden v očeh drugih ljudi. Slednja so po drugi strani neintencionalna.

Hkrati naše konvencionalne prezentacije samih sebe predpostavljajo, da ne moremo spreminjati osnovnih fizičnih elementov naše zunanje podobe. Fizične značilnosti, čeprav odprte za kozmetično "popravljanje" in nekatere modne muhe,

²⁶ Cf. Jones 1997, 32.

²⁷ Cf. Donath 1999, 1.

so v pretežni meri nespremenljive. Precej drugačna situacija pa nastane na internetu, na primer v klepetalnicah, kjer je podoba uporabnika povsem odvisna od informacij, ki jih le-ta predstavi svojim sogovorcem. Tako je mogoče, da se predstavimo prav taki, kot želimo sami.²⁸ In ker je komunikacija, kot vemo, zgolj pisana, se spreminja tudi sama percepcija nas samih “v očeh” naših sogovorcev. V klepetalnicah se spreminjajo pogoji določevanja identitete sogovorcev, saj je tudi sam tip komunikacije spremenjen. Glede na to, da gre za pisano besedilo, je seznam vidikov oziroma identitetnih “markerjev” pravzaprav zelo omejen.

Eden od vzrokov je prav gotovo tudi v tem, da je govorjenje v klepetalnicah vzpostavilo nekakšen skupni “žargon”, ki je visoko kodiran in specializiran (kratice, tako imenovani *emoticons*, npr. *smileys*, ki ima naslednjo podobo:-)), katerega se uporabniki dokaj lahko naučijo, hkrati pa je sam tekstni značaj komunikacije zelo fiksiran (primerjaj s trditvijo Sherry Turkle: *all they see are your words*), tako da markerji identitete pravzaprav ne obstajajo.

Seveda pa moramo na tem mestu nedvoumno opozoriti, da svojih sogovorcev ne moremo poljubno “vleči za nos”. Tudi samo besedilo, ki ga uporabniki pošiljajo sogovorcem, izraža nekatere jasne indikatorje, ki sprejemnike lahko opozarjajo na nekatere zunajtekstualne značilnosti pošiljalca. Besedilo, ki ga pošiljalec prenaša drugim, namreč vsebuje določene informacije o identiteti pošiljalca. Med te “pomožne detektorje” lahko uvrstimo zlasti raven pismenosti, leksični izbor oziroma besedni zaklad, sintakso in stilistiko. Prejemnik si bo zagotovo ustvaril dodatno informacijo o nekom, ki uporablja izraze, ki so znani zlasti v akademski javnosti. Z uporabo teh izrazov se bo pošiljalec v očeh naslovnika lahko uvrstil na seznam določene skupnosti z natančno določenimi značilnostmi. Z namernim izborom besed lahko pošiljalec celo zavaja naslovnika, saj si ta lahko ustvari radikalno drugačno podobo zgolj na podlagi nekaj besed, ki jih je pošiljalec po naključju uporabil.

Govorjenje in konstrukcija identitete je v virtualnem prostoru dokaj poljubna izbira. Udeleženci računalniško posredovane komunikacije lahko sodelujejo v interakciji z drugimi udeleženci, kadarkoli želijo. Lahko se pogovarjajo tako, da zraven delajo še kaj drugega, lahko so oblečeni v pižamo, goli. Pogovarja se lahko tako predsednik države, hišnik ali pa trener plavalnega kluba. Nihče jih ne sprašuje, ali so kompetentni sogovorci, saj tega nihče ne more preveriti na prvi “pogled”. Nihče ne more preveriti, ali obstajajo ustrezne in nujne “primerne okoliščine” za pogovor. Ko se uporabnik pridruži določeni klepetalnici, mora “vzeti v zakup”, da so tam vse osebe enako kompetentne in da mora njihovemu “govorjenju” – ker ne obstajajo drugi identitetni indici – verjeti na besedo. Ker

²⁸ Cf. Reid 1991, 7.

ne obstajajo bolj natančni indikatorji, na podlagi katerih bi opredeljevali identiteto sogovorcev, to pomeni hkrati tudi, da so, austinovsko rečeno, tudi okoliščine izjavljanja pravzaprav vedno ustrezne.

Konstrukcijo identitete v virtualnem prostoru namreč želimo osvetliti tudi skozi koncept performativa. Austin je v svoji knjigi *How to Do Things with Words* performative opredelil kot izreke, ki:

A. prav ničesar ne “opisujejo” ali “poročajo” ali konstatirajo, niso “resnični ali neresnični” in

B. izreči stavek je opraviti neko delo ali del nekega dela, ki ga normalno ne bi opisali kot (ali kot “zgolj”) nekaj reči.

Kot zglede Austin ponuja različne izjave; sami bomo postregli samo z eno, že povsem “obrabljeno” izjavo: “*To ladjo imenujem Kraljica Elizabeta*” – kakor izrekajo, ko razbijejo steklenico ob kljunu.²⁹ V navedenem primeru pomeni izreči dotični stavek to napraviti, torej reči = storiti.

Običajno je izrekanje takih besed nosilec celotnega dejanja, saj je izvedba izrekanja hkrati tudi cilj izreka, vendar morajo biti za uspešnost performativa zagotovljene tudi ustrezne okoliščine. Tako je pri imenovanju ladje bistveno, da besede izreka pooblaščen oseba, saj šele ta potencialni performativni izjavi “vdihne življenje”. Austin pravi, da morajo vedno biti okoliščine, v katerih so besede izrečene, tako ali drugače ustrezne, in zelo pogosto mora bodisi sam govorec ali kdo drug izvesti še kakšno drugo delo, naj gre za “fizično” ali “mentalno” delo ali celo delo izrekanja nadaljnjih besed. Poleg izrekanja besed tako imenovanega performativa morajo biti ustrezne tudi okoliščine. Odreditev splošne mobilizacije lahko ukaže samo predsednik države.³⁰

Sedaj se lahko vprašamo, kako “tvegano” je “govorjenje” v virtualnem prostoru. Glede na sam značaj tehnologije, s katero komuniciramo in s katero predstavljamo sami sebe, se dozdeva, da so okoliščine vedno ustrezne. Soudeleženci komunikacije namreč težko dvomijo o sogovorniku, pravzaprav ne morejo razpravljati o tem, ali je nekdo dovolj kompetenten, da nekaj napiše, ali je izpolnil vse pogoje, da lahko izreče določeno izjavo. Uporabnik internetskih klepetalnic je torej “vselej že” kompetenten in vselej so že ustrezne tudi same okoliščine, znotraj katerih kaj natipka. A nas pravzaprav ne zanima ta klasični “pravniški” vidik. Zanima nas, kakšne so posledice odsotnosti različnih klasičnih identitetnih determinant. Eden temeljnih postulatov v internetskem svetu je prav “aksiom” *all they see are your words*. To pomeni, da je vsako tipkanje besedila na internetu vedno posrečeno, pravzaprav lahko rečemo, da za konstrukcijo virtualne identitete lahko zapišemo

²⁹ Cf. Austin 1990, 17 sqq.

³⁰ *Ibid.*, str. 19 sqq.

enačbo: natipkati nekaj o sebi = prezentirati svojo identiteto. Ko namreč enkrat svojo identiteto konstruiramo (natipkamo), si je sogovorniki ne morejo razlagati na več načinov. To seveda ne pomeni, da vsi enako mislijo in dojemajo druge ljudi, ampak pomeni to, da spričo odsotnosti drugih kontekstualnih parametrov le-ti ne morejo vzpostavljati različnih interpretacij, ampak jo lahko "merijo" samo na daljici večjega ali manjšega zaupanja. Da torej bolj ali manj verjamejo zapisanim besedam. Toda to v ničemer ne zmanjšuje posrečenosti performativne konstrukcije posameznikove identitete.

Čeprav je vsaka konstitucija identitete v virtualnem svetu uspešno izvedena, pa to še ne zagotavlja, da jo bodo naslovljenci vzeli zares. Ker identiteta pogosto ni dovolj prepričljivo formirana na podlagi teksta, bi to lahko pomenilo drastično zmanjšanje učinkovitost komunikacije. V takem primeru bi virtualna skupnost in komunikacija postali nekakšna skrivalnica za brezplodno igračkanje. Mislimo pa, da uporabniki teh skupnosti komunikacijo gradijo na nekaterih strategijah, s čimer se izognejo tej "anarhični" situaciji.

Uporabniki namreč v veliki meri verjamejo sogovorncem, toda hkrati ohranjajo držo zunanje distance ter se zavedajo metasporočila "to je samo igra". Ta položaj je torej nekako podoben kot v primeru razkrivanja lastnih libidinalnih in drugih skrivnih želja. Ko se posamezniki pretvarjajo, da so veliki "machoti", ohranijo držo zunanje distance prav na podlagi metasporočila "saj je le igra". Podobno strategijo uporabljajo, ko naletijo na sogovornce ali sogovornke. Tem verjamejo na besedo, saj prav ta vera v sogovornca ohranja "resnost" situacije ter sploh omogoča komunikacijo. Toda hkrati spet ohranjajo "pri sebi" držo zunanje distance z omenjenim metasporočilom. To metasporočilo je nekakšen "varovalni ventil", ki ima dve funkciji. Po eni strani namreč omogoča, da ljudem verjamejo in s tem omogočijo komunikacijo (kar je smisel teh virtualnih skupnosti), hkrati pa si prisrčijo tudi "čustveno pokritje" oziroma nekakšno varovalno lupino, ki jih brani pred razočaranjem. Računalniško posredovana komunikacija potemtakem vsebuje inherentno igrivost.

Tekst kot maska ali šarm anonimnosti teksta oziroma: *On the Internet no one knows you're a dog*³¹

You can be whoever you want to be. You can completely redefine yourself if you want. You can be the opposite sex. You can be more talkative. You can be less talkative ... you can just be whoever you want, really ... You don't have to worry about the slots

³¹ Joseph Walther, strokovnjak na področju raziskovanja računalniško posredovane komunikacije, je v enem svojih novejših prispevkov objavil karikaturu, na kateri vidimo dva psa, ki sta v pisarni ob računalniški mizi. Eden od psov sedi na vrtljivem stolu in pravi drugemu: "On the internet, nobody knows you're a dog". Sporočilo te karikature, t.j. da se v internetsko okolje lahko poda kdorkoli, je tesen približek k popularni ideji "virtualne osvoboditve".

other people put you in as much. It's easier to change the way people perceive you, because all they've got is what you show them. They don't look at your body and make assumptions. They don't hear your accent and make assumptions. All they see are your words.

(Sherry Turkle, *Life on the screen: Identity in the age of the Internet.*, str. 184, Simon...Schuster, New York, 1995)

V takih in drugačnih antropoloških knjigah, v člankih in potopisnih knjigah lahko večkrat zasledimo nadvse privlačne opise domorodskih plesov in pustovanj. Tudi v "našem" materialnem svetu poznamo različna pustovanja, torej priložnosti, ko si (lahko) nadenemo masko. V tem svetu maske in kostumi v času karnevalov in vsesplošnega rajanja "osvobajajo" sodelujoče. V nasprotju z omenjenimi vsakoletnimi maškaradami pa v internetskem svetu sam kratkotrajni in nematerialni medij, torej tipkani tekst in uporaba vzdevkov (nickname), omogoča masko.

Moški se v klepetalnicah s pomočjo signifikantnih (simbolnih) jezikovnih elementov "preoblačijo" v ženske in narobe. Motivacije, ki sprožajo takšno ravnanje, so različne. Ljudi na primer žene radovednost, kako se bodo "počutili" kot ženske oziroma kot moški. Ženske se pogosto želijo izogniti eksplicitnim seksističnim izjavam, namenjenim njim, spet za druge pomeni tovrstna maškarada svojevrstno eksperimentiranje s seksualnostjo. Prav tovrstno eksperimentiranje in z njim povezana maškarada promovira čedalje globljo zavest o problemih spolov in lahko pripomore k daljši destabilizaciji načinov, na podlagi katerih v sedanjem svetu konstruiramo oba spola.³²

Nekateri pravijo, da je v virtualnem svetu vedno "noč". Ker prevladuje komunikacija na podlagi teksta, posamezniki oziroma posameznice ne morejo videti drug drugega. Tudi osnovne značilnosti, kot sta starost in spol, so nevidne. Anonimnost in dinamika, pa tudi sam značaj medija kot "igrišča" imajo močan vpliv na obnašanje. To omogoča posameznikom, da se obnašajo na načine, ki so zelo različni od njihovega predstavljanja v vsakdanjem svetu, da torej izrazijo pred tem zakrite aspekte svoje osebnosti, torej podobno kot na maškaradah. V virtualnih klepetalnicah lahko ljudje postanejo natanko to, "kar želijo biti", oziroma prav to, "kar želijo, da drugi mislijo, da so".

Na internetu hkrati "smo in nismo" in prav ta dvoumnost je ena od privlačnosti tega okolja. Prav zato ta dvoumnost tudi določa, kakšen je naš odnos do naših zaslonskih podob. Po eni strani namreč ohranimo držo zunanje distance, torej igre z lažnimi podobami v smislu: "Vem, da nisem takšen (pogumen, zapeljiv ...), vendar je prijetno od časa do časa pozabiti na svojo pravo podobo in si nadeti malo bolj zadovoljujočo masko; na ta način se lahko sprostiš, se rešiš bremena,

³² Cf. Danet 1998, 129 sq.

da si takšen, kakršen si, da moraš s tem živeti in biti za to povsem odgovoren.” Po drugi strani na internetu tudi “smo”, kar drugače v realnem življenju nismo oziroma si ne upamo biti. Internetska oseba, ki jo ljudje ustvarijo, je namreč lahko “bolj jaz sam” kot pa moja oseba iz “realnega življenja” (moja “uradna” podoba), če naredi vidne tiste aspekte mene samega, ki bi si jih nikoli ne drznil priznati v realnem življenju. Samo dejstvo, da dojemamo svojo virtualno podobo kot čisto igro, nam omogoča, da odmislimo običajne ovire, ki nam preprečujejo, da bi realizirali svojo “temno plat” v “realnem” življenju in da svobodno povnanjimo vse svoje libidinalne potenciale. Šarm anonimnosti je tudi in zlasti v naslednjem: v virtualnem svetu lahko “maškarado” izvedemo, ne da bi to res storili, in se tako izognemo tesnobi, ki je povezana z dejavnostjo v realnem življenju. To lahko storimo, ker vemo, da tega ne počnemo zares. Zadržke in sram torej potisnemo na stran. Skrito resnico o svojih gonih lahko artikuliramo natančno takrat, ko se zavedamo, da zgolj igramo igro na zaslonu. V tej situaciji se torej srečamo z logiko sprejetja skozi utajitev, saj sprejmemo svoje fantazije, če “vemo, da so le igra v virtualni realnosti”.³³

Če želimo razložiti omenjeno dvoumnost bolj konceptualno, bi lahko vpeljali razlikovanje med imaginarno in simbolno prevaro. *Pri imaginarni prevari preprosto predstavim napačno podobo samega sebe, medtem ko pri simbolni prevari predstavim pravo podobo in računam, da jo bodo imeli za laž.* Oseba iz virtualne realnosti, ki jo konstruiramo, lahko tako ponuja primer imaginarne prevare, če razkazuje svojo napačno podobo (npr. bojazljivec, ki se igra junaka), in simbolne prevare, če ta kaže resnico o meni pod krinko igre (s tem, ko igrivo sprejemem vlogo agresivne osebe, razkrijem svojo pravo agresivnost).³⁴ Potemtakem bi bilo preveč lahko, če bi rekli, da se bojazljivec zateka v sanjarjenje kibernetičnega prostora zgolj zato, da bi ubežal dolgotrajnemu in nemočnemu resničnemu življenju. Na podlagi dejanskih virtualnih iger in zlasti glede na način in vsebino, ki se odvija v teh igrah, bi se lahko vprašali, ali niso morda igre, ki jih igramo v virtualnem prostoru, bolj resne, kot pa sami mislimo. Prav v teh igrah namreč lahko artikuliramo agresivno ali pa perverzno jedro svoje osebnosti, ki jih zaradi etično-socialnih omejitev ne moremo izživeti v resničnih odnosih z drugimi.³⁵ Na primer zaradi posameznikove bojazni, da mu lahko zavračanje “samoumevnih”

³³ Cf. Žižek 1996, 115 sq.

³⁴ Cf. Žižek 1996, 117. Žižek navaja tudi simpatičen primer iz vsakdanjega življenja, kjer lahko uporabljamo obe prevari z namenom doseganja istega učinka. *Ker sem nekoliko predebel, imam na voljo dve strategiji, kako zakriti to dejstvo. Lahko si oblečem srajco z navpičnimi črtami, ki me naredi bolj vitkega, ali pa, nasprotno, oblečem srajco z vodoravnimi črtami, računajoč, da bodo ljudje, ki jih bom srečal, (napačno) dojeli mojo debelost kot iluzijo, ki jo je ustvarila neustrezna obleka: “Poglej, ta neumna srajca ga naredi debelega, čeprav v resnici ni tako debel!”*

³⁵ Cf. Žižek 2000, 7.

zdravorazumskih družbenih principov in pravil “lepega vedenja” prinese nevšečnosti, če ne drugače, v Lèvi-Straussovem smislu, ki trdi, da zavračanju družbenega življenja pomeni nastop duševnih motenj.³⁶

Vprašanje je namreč, ali ni v tem primeru tisto, kar uprizarjamo v kiberne- tičnoprostorskem sanjarjenju, na določen način “bolj resnično od resničnosti”, torej bliže pravemu jedru naše lastne osebnosti kot pa vloga, ki jo prevzemamo v stikih z resničnimi partnerji.³⁷ V internetskih igrah in v stikih s soigralci smo torej lahko bolj “pristni” ali “avtentični” kot v realnem življenju. Prav zato, ker se zavedamo, da je virtualna realnost “samo igra”, lahko v njej odigramo tisto, česar si ne bi drznili priznati v “realnih” medosebnih stikih. Prav v tem določenem smislu, kot pravi Lacan, ima Resnica strukturo fikcije: ker se predstavlja pod krinko sanj ali celo sanjarjenja, je včasih skrita resnica, na kateri temelji zatiranje družbene realnosti.³⁸

Skozi vprašanje anonimnosti, ki je pravzaprav “naravno stanje” v RPK, pa ne želimo samo opozoriti, da ta anonimnost omogoča prezentacijo “zakritih” plati osebnosti, ampak želimo poudariti, da odsotnost širših kontekstualnih vezi lahko deloma vpliva tudi na prezentacijo mnenj in stališč, ki jih diskutanti posredujejo v RPK. Van Dijk namreč opozarja, da je treba razlikovati med mnenji kot mentalnimi reprezentacijami, in načini, kako so ta mnenja formulirana v tekstu ali govoru. Obstaja veliko empiričnih raziskav o proučevanju mnenj na podlagi njihovih izrazov ali formulacij v diskurzu. Vendar pa to ne implicira, da lahko ti dve dimenziji, torej diskurzivno in kognitivno, združujemo. Van Dijk meni, da je tovrstno razlikovanje nujno, zlasti, ker ljudje včasih ne izražajo svojih mnenj ali pa izražajo drugačna, in sicer z namenom vljudnosti, ohranjanja prijaznih odnosov, torej zaradi navzočnosti socialnih norm. Ali torej anonimnost RPK spodbuja ljudi k prezentaciji “nemodificiranih” stališč in mnenj? Zdi se, da anonimnost internetskega okolja siceršnjo distinkcijo med kognitivnimi in diskurzivnimi stališči vsaj deloma ukinja. Internetsko okolje je namreč v osnovni ideji okolje, ki vabi ljudi k “svobodni” prezentaciji stališč, pogosto se predstavlja kot sodobna agora, torej mesto prostega prezentiranja mnenj in stališč. Če analiziramo interakcijo v forumih on-line, lahko z vsebinskega vidika že na prvi pogled opazimo, da govorci redkeje kot v “normalnih” komunikacijskih okoliščinah težijo k tako imenovanemu “face keeping”, in da – na ravni uporabe jezikovnih sredstev – med različnimi možnostmi pogosteje izbirajo take prezentacije stališč, ki odpirajo nove diskrepance v stališčih, hkrati pa so tudi manj pripravljeni prilagoditi svoje

³⁶ Cf. Lèvi-Strauss 1996, 237.

³⁷ Cf. Žižek 2000, *ibid.*

³⁸ Cf. Žižek 2000, *ibid.*

stališče in ublažiti nestrinjanje. Tovrsten vtis pa je lahko po drugi strani deloma posledica pomanjkanja kontekstualnih informacij, ki so na voljo v vsakdanji interakciji. Interpretacija namreč običajno vključuje tudi kontekst, razumevanje diskurza torej ni omejeno na diskurzivni pomen, ampak dodatne informacije o določenem sporočilu pridobimo tudi na podlagi kontekstualnega modela, znotraj katerega je umeščeno sporočilo. Kontekst torej daje dodatno možnost interpretacije in opozarja na interakcijske strategije, ki jih mora v interpretacijo sporočila vključiti naslovljenec. Stališča in mnenja pogosto niso toliko izražena na podlagi tega, *kaj* se je povedalo, ampak na podlagi tega, *kako* se je povedalo. Ravno ta element pa v RPK manjka. Svojo ljubljeno osebo lahko naslovimo z zelo obupno ali negativno besedo, vendar pa bo v primernem kontekstu in s pravilno intonacijo naslovitev razumljena kot igrivi kompliment. Intonacija in glasnost na ravni zvočnih struktur diskurza, sintaktične variacije na ravni stavčne strukture pa tudi druge dimenzije stila in retorike dajejo dodatne informacije, kako razumeti določeno informacijo, ali jo bodisi razumeti kot vrednostno sodbo ali kot dejstvo.³⁹ V okoljih računalniško posredovane komunikacije so sporočila pogosteje označena kot agresivna prav zaradi manka konteksta in zaradi nepoznavanja interakcijskih norm, ali pa bodisi zato, ker se komunikacijske norme še niso vzpostavile. V tej smeri grede tudi nekatere interpretacije, ki skušajo preseči preproste razlage, po katerih so žalitve striktno in tipično fenomen on-line.⁴⁰

NAMESTO SKLEPA

You're sitting in front of a large computer screen.

You click on a little picture of an antenna and a window opens up onto a chat channel where everybody knows you as Cosmic Charlie.

You size the window and leave the chat channel open on a corner of your screen.

You click on a picture of a tiny piece of paper and open a document you are composing.

You click on a picture of a little castle and open an electronic window into a MUD where you are ZIx, a trigendered witch of the twenty seventh century.

You click on the Netscape icon and websurf.

Then you cycle for a few hours among your identi-frags. Chat, compose, MUD, surf, chat, compose, MUD, surf.

*You do this all day, every day. For years.*⁴¹

³⁹ Van Dijk, 1995, 11–14.

⁴⁰ O'Sullivan; Flanagan 2001: 5-8.

⁴¹ Cf. Rheingold, 2000, 1.

Howard Rheingold na metaforičen način predstavlja podobo sodobnega uporabnika interneta. Njegova podoba je lahko za nekatere strašljiva, za druge morda ne. Sherry Turkle na primer opozarja, da je zelo simptomatično in tipično za naše mišljenje, da tehnologijo razumemo bodisi kot nekaj, kar moramo v celoti sprejeti ali pa v celoti in nedvoumno zavrniti. Internet naj bi posameznikom in posameznicam omogočal spoznavanje novih vidikov naših lastnih osebnosti. Potencial virtualne realnosti dejansko leži v samem procesu redefiniranja identitet, ki je tako tipičen za to realnost.

Poudariti pa moramo, da – kar zadeva idejo “virtualne osvoboditve” – naletimo na precej vprašanj in problemov. Prvi problem zadeva dejstvo, da so virtualne osebe še vedno “iste” osebe. Na to se navezuje zlasti vprašanje kreativnosti, saj je čedalje bolj očitno, da so v virtualnem svetu največja limitacija prav ljudje sami. Le-ti namreč v virtualni prostor projicirajo vse tisto, kar so se naučili ter spoznali v vsakdanjem življenju. V tem pogledu je internet ter z njim povezana popularna kultura zlasti in predvsem ekstenzija in ne alternativa obstoječe kulture.

Konstrukcija identitete v virtualnem prostoru naj bi bila dokaj svobodna odločitev uporabnika, ki pa je kljub temu determinirana z vedenjem in izkušnjami, ki jih posameznik poseduje. Identiteta je namreč refleksija želja ali stališč, ki so si jih uporabniki in uporabnice pridobili pred vstopom v internet. To zopet kaže na dejstvo in ugotovitev, da identiteta ni svobodna konstrukcija.

Konstrukcija identitete zadene tudi v problem njene legitimnosti v očeh drugih udeležencev. Čeprav manko nekaterih klasičnih kontekstualnih markerjev omogoča posameznikom, da laže predstavijo to, kar želijo biti, pa po drugi strani zadenemo v vprašanje legitimnosti teh predstavitev. Udeležencev namreč nihče ne more prisiliti, da verjamejo določeni predstavljeni identiteti. Ker pa je vsaj do neke mere koherentna oziroma s strani drugih prepoznana identiteta nujna za vzpostavitev “normalne” komunikacije, sogovorniki včasih ohranijo držo zunanje distance in se zavedajo metasporočila “to je samo igra”. Lahko pa posameznik pri predstavitvi svoje identitete uporabi jezikovne specifičnosti zelene nevirtualne identite in izbere tiste jezikovne elemente, ki so v nevirtualnem okolju značilni za to identiteto. Druga vrsta rešitve je v oblikovanju skupnosti, kjer se komunikacija odvija na podlagi realnih imen in realnih identitet. Primer take skupnosti omenja Howard Rheingold in se imenuje WELL.⁴² Ocenjujemo, da njegovo pozitivno vrednotenje te skupnosti izhaja prav iz dejstva, da so posamezniki in posameznice uporabljali realne identitete. To je seveda hkrati pomenilo, da jim v komunikacijo ni bilo treba vključiti “programa” za identitetno igro.

⁴² Cf. Rheingold 1993, 49.

Kar zadeva metasporočilo "to je samo igra", moramo opozoriti, da je ta "varovalni ventil" pravzaprav lahko zelo produktivna oziroma "terapevtsko" uspešna funkcija, ki je lastna temu okolju. To metasporočilo namreč – zlasti če upoštevamo inherentno anonimnost uporabnikov – omogoča, da posameznik različne skrite resnice o njem samem artikulira, saj se zaveda, da "zgolj igra" igro na zaslonu. Opozoriti torej želimo, da inherentna igrivost lahko omogoča in sproža zelo realne učinke, saj se posamezniki pokažejo tudi brez "maske". To jim omogoča prav logika sprejetja skozi utajitev, saj svoje realne fantazije sprejmejo, če vedo, da so "zgolj igra", torej za ceno fetiškega "saj vem, pa vendar".

Ena izmed prednosti naj bi bila torej tudi anonimnost. Ta sicer omogoča "virtualno osvoboditev", toda ne v vseh pogledih. Medsebojni odnos naj bi bil namreč bolj demokratičen oziroma manj diskriminatoren, kar zadeva zunanji videz uporabnikov. In sicer prav na podlagi dejstva, da so posamezniki in posameznice anonimni. Vendar pa prav ti uporabniki priznavajo, da si tudi sami nenehno predstavljajo drug drugega, da torej skušajo sogovorca "fiksirati" v svoj mentalni zemljevid. S tem ni nič narobe, očitno pa dokazuje posameznikovo "naravno" potrebo po vzpostavitvi nekaterih razmerij. In med ta mentalna razmerja sodi očitno tudi fizični videz, ki nas sili, da si sogovorca nekako predstavljamo. Enakopravnost računalniško posredovane komunikacije naj bi bila – kot trdijo nekateri navdušeni internetni uporabniki – prav v enakopravni "odsotnosti" fizične podobe, kar pa v isti sapi dokazuje, da je "podlaga" te enakopravnosti prav fizični videz. Argumenti te vrste dokazujejo, da so vsakdanji realni problemi ljudi v tem virtualnem okolju zgolj prikriti. Da pa se še vedno reproducirajo in ohranjajo naprej. In hkrati potrjujejo ugotovitev, da je internetska kultura zgolj ekstenzija realne kulture in medčloveških odnosov.

LITERATURA

- ALTHUSSER, L. (1980): *Ideologija in ideološki aparati države. Opombe k razpravi*, v: Z. Skušek-Močnik (ured.), *Ideologija in estetski učinek*, Ljubljana, Cankarjeva založba, str. 35–84 ("*Idéologie et appareils idéologiques d'État*", v: L. Althusser, *Positions*, Paris, Éditions sociales, 1970, pages 67–125).
- ALTHUSSER, L. (1988): *"O Marksu i Frojdu"*, v: *Filozofsko čitanje Frojda* (zbornik), Beograd.
- ANDERSON, B. (1998): *Zamišljene skupnosti; O izvoru in širjenju nacionalizma*, *Studia humanitatis*, Ljubljana (Imagined communities; Reflections on the Origin and Spread of Nationalism, Verso, London, 1983).
- ANG, I. (1996): *Living Room Wars; Rethinking media audiences for a postmodern world*, Routledge, London and New York.
- AUSTIN, J.L. (1990) *Kako napravimo kaj z besedami*, *Studia humanitatis*, Ljubljana (How to Do Things with Words (2nd ed.), Oxford University Press, 1976).
- BAYM, N.K. (1998): *"The Emergence of On-Line Community"*, v: *Cybersociety 2.0.; Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, Steven G. Jones (ur.), *New Media Cultures*, SAGE Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi.
- BOUDOURIDES, M.A. (1995): *"Social and Psychological Effects in Computer-Mediated Communication"*, contributed paper at the 2nd Workshop/Conference "Neties'95", Greece, October 12–13, 1995. (URL: [http://www.duth.gr/\(mboudour/mab/csi.html\)](http://www.duth.gr/(mboudour/mab/csi.html))

- CHENAULT, B.G. (1997): *“Computer-Mediated Communication and Emotion: Developing Personal Relationships Via CMC”*.
http://alexia.lis.uiuc.edu/zhaythorn/cmc_bgc.htm
- COOPER, S. (1997): *“Plenitude and Alienation; The Subject of Virtual Reality”*, v: *Virtual Politics; Identity and Community in Cyberspace*, David Holmes (ed.), SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.
- DANET, B. (1998): *“Text as Mask: Gender, Play and Performance on the Internet”*, v: *Cybersociety 2.0; Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, Steven G. Jones (ured.), NMC, New Media Cultures, SAGE Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi.
- DONATH, J.S. (1999): *“Identity and Deception in the Virtual Community”*, prepared for: Kollock, P. and Smith M. (ured.), *Communities in Cyberspace*, Routledge, London. (URL: <http://judith.www.media.mit.edu/Judith/Identity/IdentityDeception.htm>)
- GIDDENS, A. (1991): *Modernity and Self-Identity; Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press, Cambridge.
- HALL, S. (1992): *“Cultural identity in question”*, v: S. Hall, D. Held, T. McGrew (ured.), *Modernity and its Futures*, Polity Press, Cambridge.
- HALL, S. (1996): *“Who Needs Identity?”*, v: S. Hall, P. Du Gay (ured.), *Questions of Cultural Identity*, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.
- JAMESON, F. (1991): *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Duke University Press, Durham.
- JONES, S.G. (1997): *“The Internet and its Social Landscape”*, v: *Virtual Culture; Identity & Communication in Cybersociety*, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.
- KELLNER, D. (1992): *“Popular culture and the construction of postmodern identities”*, v: *Modernity and Identity*, Scott Lash & Jonathan Friedman (Eds.), Oxford UK & Cambridge USA.
- KELLNER, D. (1995): *Media Culture; Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*, Routledge, London and New York.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1996): *“Uvod v delo Marcela Maussa”*, v: M. Mauss, *Esej o daru in drugi spisi*, Studia humanitatis, Ljubljana, str. 227–266 (“Introduction à l’oeuvre de Marcel Mauss”, v: M. Mauss, (9th Edn.), *Sociologie et anthropologie*, Paris, Presses Universitaires de France).
- O’SULLIVAN, P. B.; FLANAGIN, A. J. (2001): *An Interactional Reconceptualization of “Flaming” and Other Problematic Messages*. Dostopno preko URL:<http://www.ilstu.edu/zposull/flaming.htm> / (14. 11. 2001)
- PARKS, M.R.; FLOYD, K. (1999): *“Making Friends in Cyberspace”*, (URL: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/parks.html>)
- POSTER, M. (1998): *“Virtual Ethnicity: Tribal Identity in an Age of Global Communications”*, v: *Cybersociety 2.0; Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, Steven G. Jones (ured.), NMC, New Media Cultures, SAGE Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi.
- PRAPROTNIK, T. (1999): *Ideološki mehanizmi produkcije identitet; Od identitete k identifikaciji*, ISH - Fakulteta za podiplomski humanistični študij; ŠOU – studentska založba, Ljubljana.
- REID, M.E. (1991): *“Electropolis: Communication and Community On Internet Relay Chat”*, University of Melbourne, department of History. (URL:<http://people.we.mediaone.net/elizrs/electropolis.html>)
- RHEINGOLD, H. (1993): *The Virtual Community; Homesteading on the Electronic Frontier*, A William Patrick Book, New York.
- RHEINGOLD, H. (2000): *“Mind to Mind; Howard Rheingold with Sherry Turkle, author of “Life on the Screen”*. (URL: <http://www.well.com/user/hlr/texts/mindtomind/turkle.html>)
- RIHA, R.; ŽIŽEK, S. (1985): *Problemi teorije fetišizma*, Analecta, Ljubljana.
- RIHA, R. (1997): *“Modeli politične subjektivacije – 3”*, pisna različica predavanja na ISH, Ljubljana.
- TAYLOR, C. (1994): *“Multiculturalism and the Politics of Recognition”*, v: *Multiculturalism, Examining the Politics of Recognition*, Princeton University Press, United Kingdom.
- TURKLE, S. (1995): *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*, Simon & Schuster, New York.
- TURKLE, S. (2000): *“Sherry Turkle on The Future of the Internet: Addiction, Stereotypes and Cyborgs, Cybergirl, Voices of Women”*. (<http://www.cybergrl.com/tech/ttopic/art1261/>)
- VAN DIJK, T. (1995): *“Opinions and Ideologies in Editorials”*, Paper for the 4th International Symposium of Critical Discourse Analysis, Language, Social Life and Critical Thought, Athens, 14–16 December, 1995. (URL:<file:///F:/VanDijkOpinions%20and%0Ideologies.htm/> (26. 11. 2002)
- ŽIŽEK, S. (1996): *“Kiberprostor ali neznosna zaprtost bivanja”*, v: Problemi, št. 7–8, letnik XXXIV, Društvo za teoretsko psihoanalizo, Ljubljana.
- ŽIŽEK, S. (2000): *Resničnost je za tiste, ki ne vzdržijo sanj*; Končna lekcija Freudove razlage sanj v: *Delo*, 3. januar 2000, str. 7, Ljubljana.