

Identiteta in subjektivnost v računalniško posredovani komunikaciji (na primeru diskusijskih forumov in klepetalnic)¹

asist. dr. TADEJ PRAPROTNIK
 ISH-Fakulteta za podiplomski humanistični študij,
 Breg 12, SI-1000 Ljubljana
 Elektronska pošta: praprotnik@ish.si

IZVLEČEK

Članek se ukvarja z vprašanjem identitete na internetu, v tako imenovani virtualni realnosti. 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. Posamezniki in posameznice naj bi namreč spoznali, da so sami konstruirani, da pa lahko v ustreznem internetskem okolju na novo opredelijo svojo individualnost in identiteto. 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 vse 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. Metasporočilo "to je samo igra" je 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" igra na zaslonu. Opozoriti torej želimo, da inherentna igrivost lahko omogoča in sproža zelo realne učinke, saj se posamezniki in posameznice pokažejo tudi brez "maske".

Ključne besede: identiteta, subjektivnost, klepetalnica, diskusijski forumi, internet, računalniško posredovana komunikacija, anonimnost, virtualna osvoboditev

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 računalniško posredovane komunikacije (na primeru diskusijskih forumov in klepetalnic)", ki ga financira Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport Republike Slovenije.

ABSTRACT

IDENTITY AND SUBJECTIVITY IN THE COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION (IN THE CASE OF DISCUSSION FORUMS AND CHAT GROUPS)

This paper discusses several problems concerning the question of identity on the internet, in so-called virtual reality. Internet should enable the individuals to get to know new viewpoints of our own personalities. The potential of virtual reality lies actually in the very process of redefinition of identities itself, which is very typical for this reality. The individuals should find out that they themselves are constructed but that they can redefine again their individuality and identity in the corresponding internet environment. We must emphasize that – as far as idea of "virtual liberation" is concerned – we come across many questions and problems. The first problem concerns the fact that virtual persons are still "the same" persons. The question of creativity is connected to this because it is more and more obvious that the biggest limitation in virtual world are the people themselves. They project into virtual space all that they have learnt and realized in everyday life. Metamessage "this is only a game" can be productively or "therapeutically" very successful function. This metamessage namely – especially if we take into account the inherent anonymity of the user – enables the individual to articulate various hidden truths about himself, because he is aware that he "only plays" a game on the screen. We must point out that inherent playfulness can enable and project very real feelings because individuals also show themselves without the "mask".

Key words: identity, subjectivity, chat groups, discussion forums, internet, computer-mediated communication, anonymity, virtual liberation

Ali v polju virtualne realnosti oziroma s pomočjo računalniško posredovane komunikacije lahko povsem na novo premislimo individualnost ter identiteto? Preden načnemo to vprašanje, se ozrimo na "epistemološki" položaj same identitete. Stuart Hall je nek svoj članek iz leta 1996 simptomatično naslovil v obliki vprašanja: *Who Needs Identity?* Stare fiksne identitete naj bi bile preteklost, kar pomeni fragmentacijo modernega posameznika kot enotnega subjekta. Nekoč "fiksne" in trdne identitete razreda, spola, etničnosti, rase in podobnega, ki naj bi posamezniku zagotavljale zanesljivo "lokacijo", naj bi zajela transformacija, ki hkrati spreminja tudi sam subjekt. Ta izguba stabilnega zavedanja sebe se včasih opredeljuje kot razsrediščenje subjekta samega (Hall 1992, 274 sq).

Po drugi strani naj bi pogosto govorjenje o identitetah kazalo na stanje "povečane ranljivosti" v zvezi z identiteto. Identiteta je (lahko) postala "zanimiv" raziskovalni predmet šele v razmerah, ko je sama zašla v "krizo", torej v razmerah, ko je njen nekdanji "fiksni" značaj zamenjala stalna negotovost. To seveda ne pomeni, da so bile nekoč identitete bolj trdne, ampak pomeni zgolj to, kar ugotavlja na primer Charles Taylor, da v bližnji in bolj oddaljeni preteklosti identiteta ni bila vedno tako problematična in nezanesljiva. Tudi samo prepoznavanje identitete ni vznikalo kot poseben problem, saj je baziralo na socialnih kategorijah, ki so jih vsi sprejemali za samoumevne. Občutek posameznikovega nespremenjenega položaja je bil dejansko del njegovega oziroma njenega doživljanja identitete (Taylor, 1994, 34 sq). Iz postmo-

dernistične perspektive je identiteta postala vse bolj nestabilna, fragmentirana in razpršena. Trenutni diskurzi postmoderne zato problematizirajo sam pojem identitete. Ena od rešitev se ponuja prav v povečani stopnji reflektivnosti; nekateri govorijo o reflektivnem projektu, ki vključuje ohranjanje koherentne, toda stalno revidirane biografske naracije, ki se producira v kontekstu multiplih izbir (Kellner, 1992, 142 sq; Kellner, 1995, 336 sq; Giddens, 1991, 5).

Svobodno planiranje in izbiranje identitet pa po drugi strani deluje 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" osrediščenega subjekta (Jameson, 1991, 15 sq).

Potrošniška družba bazira na ideji, da konstantna transformacija identitet (skozi potrošnjo) vzbuja zadovoljstvo. 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 v principu 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 odločiti. 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 le da frustrirajoča (Žižek, 1996, 126 sq.). Izkušnja nas namreč uči, da preveč svobode, dodatna porcija svobode, v posameznikih in posameznicah povzroči določeno nelagodje, saj ti niso več na "razpotju", ampak na "brezpotju".

Propad omenjene funkcije Gospodarja v sodobnih zahodnih družbah po mnenju Žižka izpostavlja subjekt radikalni dvoumnosti glede njegove želje, saj ga mediji neprestano zasuvajo z zahtevami, da naj izbere, ko se nanj naslavlja kot na subjekta, za katerega se predpostavlja, da ve, kaj res hoče. V tem smislu lahko beremo tudi televizijsko reklamno akcijo za oglaševanje sámo, ki se glasi: "Oglaševanje – pravica do izbire". Toda na osnovnejši ravni novi mediji subjekta radikalno oropajo vednosti o tem, kaj hoče in se naslavlja na popolnoma prilagodljivega subjekta, ki mu je treba ves čas govoriti, kaj hoče. Sámo poimenovanje izbire, ki jo je treba opraviti, performativno ustvari potrebo po objektu izbire.² 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, v kolikor ta ne ve, kaj hoče. Iz tega lahko sklepamo, kaj se zgodi v situaciji, ko Gospodar propade, ko samega subjekta konstantno bombardirajo z zahtevo, da 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 (Žižek, 1996, 130 sq.).

² Kot paradigmatični primer performativnega ustvarjanja želja in potreb lahko dobesedno prepisemo delček tiskane reklame za nov model avtomobila, kjer že sama dikcija dokazuje performativni značaj konstrukcije želje: *Ko se boste usedli 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".*

Zastavlja se 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 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" (Althusser, 1980, 81 sq.)? Althusser namreč ugotavlja, da je tak samega sebe zavedujoč in za svoja dejanja odgovoren subjekt nujen, da se lahko s temi svojimi "lastnostmi" obveže, da se "zavestno" pokorava normam (Althusser, 1988, 380).

Biti on-line: način, s katerim ohranjamo željo "odprto" ?

Možnosti za produkcijo "novih" želja se nedvomno skrivajo tudi v sami naravi internetskega medija. 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 *face-to-face* komunikacija. Računalniško posredovana komunikacija reducira kontekstualne in vizualne vezi, kar naj bi povzročilo, da je ta komunikacija manj osebna in manj prilagodljiva (Parks et al, 1999, 2). 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 ostalim udeležencem v komunikaciji. Na ta način je posameznik – to lahko rečemo – lažje "pogrešljiv" za druge udeležence.

A prav ta manko socialnih in vizualnih vezi je po drugi strani pravzaprav pogoj za razraščanje lastne "domišljije" uporabnikov. Anonimnost naj bi bila namreč del same magičnosti v računalniški komunikaciji. Kot pravi neka udeleženka, sama ne skriva lastne identitete zato, ker se boji kontaktov z ostalimi ljudmi, ampak prav zato, ker je anonimnost del magije same (Baym, 1998, 55). V polju interneta je prišlo do svojevrstnega obrata, saj sama možnost satisfakcije (primer so seksualne igre) šteje za dejansko satisfakcijo. Nekateri akterji trdijo, da bistvo in draž anonimne komunikacije ni v tem, da nekoga spoznaš in z njim nekaj dejansko počneš, ampak da je samo tipkanje in razkrivanje lastnih fantazij samo na sebi velika fascinacija. V tem smislu naj bi sama potencialna možnost že ustvarila dejansko satisfakcijo (Poster, 1998, 191 sq). Tipičen primer je naslednji. Neka ženska je izmenjavala veliko zelo intimnih in seksualno obarvanih *e-mail* sporočil s kolegom iz 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 kontaktih 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. Mogoče ja, mogoče ne. Ali ne moreva samo nadaljevati to najino *e-mail* romanco" (Chenault, 1997, 4)? Se je ta moški 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. Upošteva 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" (Riha, 1997, 4.).

V virtualni realnosti si torej prijatelja ali ljubimca lažje predstavljamo in si ga lažje 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.

Podobno kot je Godot zgolj odsoten, se nekaj podobnega dogaja tudi z internetskimi ljubimci ali prijatelji. Ljudje si včasih bolj želijo ohranjeti idealnega partnerja, kot pa se zopet srečati s "trdo" realnostjo. Prav zato včasih ne težijo k temu, da bi se spoznali "v živo". V tem primeru bi razpadla tudi celotna fantazijska projekcija, ki se je npletla v glavi posameznika. Posamezniki si torej morda ne želijo realnih srečanj prav zato, ker želijo, da tista izbrana oseba še naprej igra točno 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.

Kako napravimo kaj (zgolj) z besedami

Kot protiutež apriornim determinacijam posameznika naj bi se torej ponujal internet. Mark Poster ugotavlja, da virtualna realnost omogoča oblike subjektivnih izkušenj, ki bi lahko "zmotile" oziroma prekinile sodobne oblike dominacije. Menjavanje on-line identitet lahko deluje v smeri denaturalizacije predpostavk o danosti identitet (Cooper, 1997, 103 sq). V kolikor namreč posamezniki, na primer na *Internet Relay Chat-u*, poljubno menjavajo svojo identiteto, ko se grejo 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.

Samokreacija oziroma samoprezentnost naj bi bili novi obliki konstitucije identitete. V vsakdanjem svetu smo namreč posamezniki ter posameznice navajeni na to, da iščemo identiteto v okviru svojega okolja, oziroma verjamemo, da harmoničen odnos obstaja, če posameznik oblikuje identiteto iz svoje "podlage". Internetski prostor pa je sprožil nova razmišljanja, saj so tu posamezniki začeli iskati svojo identiteto na drugačne načine. Vse 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 (Jones, 1997, 32).

Internet je torej postala 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 teksta. Internetske informacije so namreč v veliki meri tekstualne, čeprav je vedno bolj navzoča težnja po uporabi slikovnega materiala in zvoka. Uporabnik je posledično "potopljen" v diskurzivni prostor, ki ga neprestano producirajo številni uporabniki. Ker uporabnika neprestano 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 (Donath, 1999, 1). Interpretacija sporočila je relativno zapleten proces, saj je tudi sama identiteta vprašljiva in zlasti "nekontrolirana", torej poljubna kreacija uporabnika oziroma uporabnice. Če namreč v vsakdanjem svetu obstoja predpostavka, ki vključuje enačbo: eno telo = ena identiteta, pa se v internetnem 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*.

Konvencionalne prezentacije tudi predpostavljajo, da ne moremo spreminjati osnovnih fizičnih elementov naše zunanje podobe. Precej drugačna situacija pa se pojavi v klepetalnicah in forumih, kjer je podoba uporabnika povsem odvisna od informacij, ki jih le-ta predstavi svojim sogovorcem. Tako je možno, da se predstavimo prav taki, kot želimo sami (Reid, 1991, 7).

Ker je komunikacija zgolj pisana, se spreminja tudi sama percepcija nas samih "v očeh" naših sogovorcev. Spreminjajo se pogoji določevanja identitete sogovorcev, saj je tudi sam tip komunikacije spremenjen. Ker gre za pisani tekst, je seznam možnih vidikov oziroma identitetnih "markerjev" pravzaprav zelo omejen.

Vzrok je prav gotovo tudi v tem, da je on-line interakcija vzpostavila nekakšen skupni "žargon", ki je visoko kodiran in specializiran (kratice, smeškoti), in katerega se uporabniki dokaj lahko naučijo, hkrati pa je sam tekstni značaj komunikacije zelo fiksiran (primerjaj z znano frazo Sherry Turkle: *all they see are your words*), tako da markerji identitete pravzaprav ne obstajajo.

Seveda pa svojih sogovorcev ne moremo poljubno "vleči za nos". Tudi samo besedilo, ki ga uporabniki pošiljajo, izraža nekatere jasne indikatorje, ki sprejemnike lahko opozarjajo na nekatere zunajtekstualne značilnosti pošiljatelja. Besedilo namreč vsebuje določene informacije o identiteti pošiljatelja. Med te "pomožne detektorje" lahko uvrstimo zlasti raven pismenosti, leksični izbor oziroma besedni zaklad, sintakso ter stilistiko. Prejemnik si bo zagotovo ustvaril dodatno informacijo o nekom, ki uporablja izraze, ki so znani zlasti v akademski javnosti. Z namernim izborom besed lahko pošiljatelj celo zavaja naslovnika, saj si ta lahko zamišlja radikalno drugačno podobo zgolj na podlagi nekaj besed, ki jih je pošiljatelj "slučajno" 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. Pogovarja se lahko tako predsednik države, hišnik ali pa trener plavalnega kluba. Nihče jih ne sprašuje, ali so kompetentni sogovorniki, saj to 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 ne obstajajo bolj natančni indikatorji, na podlagi katerih bi opredeljevali identiteto sogovorcev, to pomeni hkrati tudi to, da so, austinovsko rečeno, tudi okoliščine izjavljanja pravzaprav vedno ustrezne.

Konstrukcijo identitete v virtualnem prostoru namreč želimo osvetliti tudi skozi koncept performativa. Pri performativu je izvedba izrekanja hkrati tudi cilj izreka (torej reči = storiti), vendar morajo za uspešnost performativa biti 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. Odreditve splošne mobilizacije lahko ukaže samo predsednik države (Austin, 1990, 19 *sqq.*).

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 sogovornu, 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 internetских klepetalnic je torej "vselej že" kompetenten in vselej že so ustrezne tudi same okoliščine, znotraj katerih nekaj natipka. A nas pravzaprav ne zanima ta klasični "pravniški" vidik. Zanima nas, kakšne so posledice odsotnosti različnih klasičnih identitetnih determinant. Eden izmed 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, za konstrukcijo virtualne identitete lahko zapišemo enačbo: natipkati nekaj o sebi = prezentirati svojo identiteto. Ko namreč enkrat svojo identiteto konstruiramo (natipkamo), si je sogovornici ne morejo razlagati na več načinov. Spričo odsotnosti drugih kontekstualnih parametrov le-ti ne morejo vzpostavljati različnih interpretacij, ampak identiteto 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 učinkovitosti komunikacije. V takem primeru bi virtualna skupnost ter komunikacija postala neke vrste skrivalnica za brezplodno igrakanje. 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 ostalih 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 sogovorce ali sogovornice. 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 priskrbijo tudi "čustveno pokritje" oziroma nekakšno varovalno lupino, ki jih brani pred razočaranjem. Računalniško posredovana komunikacija potemtakem vsebuje inherentno igrivost.

Anonimnost

Nekateri pravijo, da je v polju računalniško posredovane komunikacije, kjer se uporabljajo vzdevki, vedno "noč". Ker prevladuje komunikacija na podlagi teksta, posamezniki oziroma posameznice ne morejo videti drug drugega. Tudi osnovne značilnosti, kot so 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 vidike svoje osebnosti, saj lahko 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 vsake toliko časa pozabiti na svojo pravo podobo in si nadeti malo bolj zadovoljujočo masko; na ta način se lahko sprostiš, se rešiš bremena, 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 ne upamo biti. On-line oseba, ki jo ljudje ustvarijo, je namreč lahko "bolj jaz sam" kot pa moja oseba iz "realnega življenja" (moja "uradna" podoba), v kolikor naredi vidne tiste vidike, 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 zapreke, 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 "maškerado" 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 na ta način 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, v kolikor "vemo, da so le igra v virtualni realnosti" (Žižek, 1996, 115 sq.).

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, v kolikor razkazuje svojo napačno podobo (npr. bojazljivec, ki se igra junaka), in simbolne prevare, v kolikor ta kaže resnico o meni pod krinko igre (s tem, ko igrivo sprejemem vlogo agresivne osebe, razkrijem svojo pravo agresivnost) (Žižek, 1996, 117). Potemtakem bi bilo preveč lahko, če bi rekli, da se bojazljivec zateka v sanjarjenje kibernetičnega prostora zgolj zato, da bi ubežal dolgočasnemu 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 (Žižek, 2000, 7).

Vprašanje je namreč, ali ni v tem primeru tisto, kar uprizarjamo v kibernetičnoprostorskem sanjarjenju, na določen način "bolj resnično od resničnosti", torej bližje pravemu jedru naše lastne osebnosti kot pa vloga, ki jo prevzemamo v stikih z resničnimi partnerji (Žižek, 2000, 7). V internetnih igrah in v stikih s sogovorniki 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 je utemeljeno zatiranje družbene realnosti (Žižek, 2000, 7).

Anonimnost oziroma odsotnost širših kontekstualnih vezi pa lahko deloma vpliva tudi na prezentacijo mnenj in stališč, ki jih diskutanti posredujejo v računalniško posredovani komunikaciji. Van Dijk namreč opozarja, da je potrebno 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 zaradi dejstva, ker ljudje večasih 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 siceršnje 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. V kolikor analiziramo interakcijo v on-line forumih, lahko iz vsebinskega vidika že na prvi pogled opazimo, da govorce redkeje kot v "normalnih" komunikacijskih okoliščinah težijo k tako imenovanemu "face keeping", in da – na ravni uporabe jezikovnih sredstev – med možnimi opcijami pogosteje izbirajo take prezentacije stališč, ki odpirajo nove diskrepance v stališčih, hkrati pa so tudi manj pripravljeni prilagoditi svoje stališče in ublažiti nestrinjanje. Tovrsten vtis pa je lahko po drugi strani deloma posledica pomanjkanja kontekstualnih informacij, ki so v vsakdanji interakciji na voljo. 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 nudi 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 je v računalniško posredovani komunikaciji odsoten. 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 nudijo dodatne informacije, kako razumeti določeno informacijo, ali jo bodisi razumeti kot vrednostno sodbo ali kot dejstvo (Van Dijk, 1995, 11-14). 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 gredo tudi nekatere interpretacije, ki skušajo preseči enostavne razlage, po katerih so žalitve striktno in tipično on-line fenomen (O'Sullivan et al, 2001, 5-8).

Perspektive računalniško posredovane komunikacije

Sherry Turkle 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 vse 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 smislu 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 vednostjo 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 zadane tudi v problem njene legitimnosti v očeh ostalih udeležencev. Čeprav manko nekaterih klasičnih kontekstualnih markerjev omogoča posameznikom, da lažje 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 željene nevirtualne identitete 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 (Rheingold, 1993, 49).

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 potrebno vključiti "programa" za identitetno igro.

Ena izmed prednosti naj bi bila torej tudi anonimnost. Ta sicer omogoča "virtualno osvoboditev", toda ne v vseh ozirih. 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 ne prestopajo zamešljajo in predstavljajo drug drugega, da torej skušajo sogovornca "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 sogovornca nekako predstavljamo. Enakopravnost računalniško posredovane komunikacije naj bi bila – kot trdijo nekateri navdušeni internet 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.
- ALTHUSSER, L. (1988): "O Marksu i Frojdu", v: Filozofsko čitanje Frojda (zbornik), Beograd.
- AUSTIN, J. L. (1990) Kako napravimo kaj z besedami, Ljubljana, Studia humanitatis.
- BAYM, N. K. (1998): "The Emergence of On-Line Community", v: *Cybersociety 2.0.; Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, Steven G. Jones (ur.), Thousand Oaks, London, New Delhi, SAGE Publications.
- 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>).
- CHENAULT, B. G. (1997): "Computer-Mediated Communication and Emotion: Developing Personal Relationships Via CMC". (URL: http://alexia.lis.uiuc.edu/~haythorn/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.), London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE Publications.
- 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, Thousand Oaks, London, New Delhi, New Media Cultures, SAGE Publications.
- DONATH, J. S. (1999): "Identity and Deception in the Virtual Community", prepared for: Kollock, P. and Smith M. (ured.), *Communities in Cyberspace*, London, Routledge. (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*, Cambridge, Polity Press.
- HALL, S. (1992): "Cultural identity in question", v: S. Hall, D. Held, T. McGrew (ured.), *Modernity and its Futures*, Cambridge, Polity Press.
- HALL, S. (1996): "Who Needs Identity?", v: S. Hall, P. Du Gay (ured.), *Questions of Cultural Identity*, London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE Publications.
- JAMESON, F. (1991): *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, Duke University Press.
- JONES, S. G. (1997): "The Internet and its Social Landscape", v: *Virtual Culture; Identity & Communication in Cybersociety*, London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE Publications.
- KELLNER, D. (1992): "Popular culture and the construction of postmodern identities", v: *Modernity and Identity*, Scott Lash & Jonathan Friedman (Ur.), Oxford & Cambridge.
- KELLNER, D. (1995): *Media Culture; Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*, London and New York, Routledge.
- O'SULLIVAN, P. B. ; FLANAGIN, A. J. (2001): An Interactional Reconceptualization of "Flaming" and Other Problematic Messages. (URL: <http://www.ilstu.edu/~posull/flaming.htm>).
- 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.), Thousand Oaks, London, New Delhi, SAGE Publications.
- PRAPROTNIK, T. (1999): *Ideološki mehanizmi produkcije identitet; Od identitete k identifikaciji*, ISH-Fakulteta za podiplomski humanistični študij; Ljubljana, ŠOU-Študentska založba.
- 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*, New York, A Willian Patrick Book.
- RIHA, R.; ŽIŽEK, S. (1985): *Problemi teorije fetišizma*, Ljubljana, Analecta.
- 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*, United Kingdom, Princeton University Press.
- TURKLE, S. (1995): *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*, New York, Simon & Schuster.

- 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%Ideologies.htm(26. 11. 2002).
- ŽIŽEK, S. (1996): "Kiberprostor ali neznosna zaprtost bivanja", v: *Problemi*, št. 7-8, letnik XXXIV, Ljubljana, Društvo za teoretsko psihoanalizo.
- ŽIŽEK, S. (2000): Resničnost je za tiste, ki ne vzdržijo sanj; Končna lekcija freudove razlage sanj v: *Delo*, 3. januar 2000, str. 7, Ljubljana.