

Transformuota tapatybė: fizinio ir virtualaus pasaulio patirtys

KAROLINA KAČERGYTĖ

Kauno technologijos universitetas, Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas,
Filosofijos ir psichologijos katedra, A. Mickevičiaus g. 37, LT-44240 Kaunas
El. paštas: karolina.kacergyte@ktu.lt

VILMANTĖ LIUBINIENĖ

Kauno technologijos universitetas, Socialinių, humanitarinių mokslų ir menų fakultetas,
Šiuolaikinių kalbų ir tarpkultūrinės komunikacijos katedra, A. Mickevičiaus g. 37, LT-44240 Kaunas
El. paštas: vilmante.liubiniene@ktu.lt

Straipsnyje nagrinėjama prielaida, kad skaitmeniniame amžiuje vis daugiau laiko praleidžiant elektroninėje erdvėje blanksta riba tarp realaus gyvenimo ir gyvenimo internete bei perskyra tarp fizinės ir virtualios tapatybės. Tai reiškia, kad tapatybė skaitmeniniame amžiuje skaidosi ir formuojasi iš naujo. Taigi tapatybės transformacija vyksta ne fiziniame ar virtualiame pasaulyje, bet realizuojama kontinuumo tarp šių dviejų pasaulių. Straipsnyje bandoma pagrįsti, kad tapatybė, veikiami medijų skaitmeninėje kultūroje, tampa transmedijuota ir drauge išsklaidyta, epizodiška ir interaktyvi, kitaip tariant, ji virsta transmedijos produktu.

Raktažodžiai: transformuota tapatybė, virtualumas, skaitmeninė kultūra, medija, transmedija

ĮVADAS

Įsivyravus kompiuterių erai vis daugiau laiko praleidžiama elektroninėje erdvėje. Kyla klausimas, jei internetas toks svarbus mūsų gyvenimui, ar jis formuoja ir mūsų tapatybę? Skaitmeniniame amžiuje svarbu apibrėžti pakitusį gyvenimo būdą, drauge ir kintančią, naujai besiformuojančią tapatumo sampratą. Skaitmeninė kultūra skverbiasi į visas gyvenimo sritis, neaplenkiamas ir asmens tapatybės savivokos lygmuo. Veikiama medijų, tapatybė skaidoma, fragmentuojama ir formuojama iš naujo. Todėl transformuota tapatybė, kaip skaitmeninės kultūros produktas, gali būti laikoma tinkamu tyrimo objektu šiuolaikinėje tinklaveikos visuomenėje.

Tai, kad internetas jau tapo neišvengiama mūsų kasdienybė, rodo ir vis geresnis jo pasiekiamumas. Seniau prieiga prie interneto buvo įmanoma tik interneto kavinėse, darbe ar namų kompiuteryje, o dabar internetas yra visur ir visada. Užtenka turėti mobilųjį telefoną, kad galėtume paskambinti, dabar juo siunčiame ką tik darytą nuotrauką ar skelbiame draugams, kur šiuo metu vakarienujame. Tai rodo, kad riba tarp realaus gyvenimo ir gyvenimo internete, arba perskyra tarp fizinės ir virtualios tapatybės, blanksta. Šio straipsnio

tikslas – išanalizuoti, kaip transformuojama tapatybė šiuolaikinėje skaitmeninėje kultūroje, kurioje asmuo gyvena derindamas fizinio ir virtualaus pasaulio patirtis.

Pirmoje straipsnio dalyje remiamasi F. Hegeliu, J. Lacanu, Ch. Cooley ir kitais autoriais, aptariama tapatybės koncepcija. Antroje dalyje analizuojamos medijų teoretikų ir tyrinėtojų L. Manovichiaus, G. Lovinko, M. Castellso įžvalgos apie tinklaveikos visuomenę ir žmogaus–kompiuterio sąsajas. Paskutinėje straipsnio dalyje, atsižvelgus į J. S. Elwellio idėjas, analizuojama tapatybė, transformuojama naujų medijų – transmedijuota tapatybė.

TAPATYBĖS KONCEPTO VARIACIJOS

Asmens tapatybė šiuolaikinėje visuomenėje yra daugiamatė ir persmelkianti mažiausiai keletą kultūrinės ir socialinės patirties sluoksnių. Todėl ir tapatybės tyrinėjimai priklauso ne vienai apibrėžtai sričiai, o yra plati šiuolaikinės fenomenologijos, analitinės filosofijos, kognityvinių mokslų, naratologijos, kultūros studijų dalis. Šių laikų žmogaus tapatumas nusakomas ne tik sociodemografinėmis charakteristikomis atsižvelgus į lytį, odos spalvą, etniškumą, bet ir pagal socialinius vaidmenis, fizines ar charakterio savybes. Tačiau, jeigu tapatybė būtų sutalpinta į tokius aiškiai apibrėžtus rėmus, ji pasirodytų gana „sausą“ ir neverta gilių apmąstymų. Pasak L. Donskio (2006: 71), „jei tapatybė būtų vien kultūrinės aplinkos, edukacijos ir auklėjimo reikalas, tai šiandien daugelio tautų jau nebebūtų, liktų tik didžiosios tautos ir valstybės, turinčios stipriausius gravitacinius tapatybės laukus“. Nors tapatybė yra savęs suvokimas, tačiau tam neabejotiną įtaką daro ir *Kiti* bei mus supanti aplinka.

Tapatybė – tai kupinas įtampų savęs ir mus supančio pasaulio interpretacijos bei supratimo laukas, kuriame susiduria ir kryžiuojasi ne tik tai, ką apie save galvojame ir kalbame mes patys, bet ir tai, ką apie mus mano kiti. Neatsiejami individo tapatėjimo veiksniai, T. Kačerausko teigimu (2010: 146), yra „perdavimas, palaikymas ir atnaujinimas – sąveikaujantys komunikacijos modusai, kurie įtarpina egzistencijos agento kūrybinius siekius tam tikroje kultūrinėje aplinkoje, kurioje individas ar bendrija įtarpinami kaip ieškantys savo tapatumo“. Prie tapatybės formavimo ir savęs suvokimo prisideda ir norai, kuo mes siekiame būti. Tai leidžia teigti, kad tapatybė yra ne vien jausena, bet ir sąmoninga veikla. Tapatybė yra „minties ir veiksmo konjunkcija, o sykiu ir savo egzistencinės bei socialinės patirties pavertimas su pasaulio išgyvenimo židiniu bei forma“ (Donskis 2006: 71).

Taigi, tapatybė yra pasiekiamą, o ne nustatoma ar pripažįstama, ji yra identifikavimasis su tuo, kas mums egzistenciškai svarbiausia. L. Donskio manymu (2006: 71), „nėra ir negali būti nei normatyvinės teorijos, nei tapatybės ekspertų, kurie pagal objektyvius kriterijus nustatytų, kas yra kas“. Pasak T. Kačerausko (2011: 91), tapatumo ribų klausimas veda prie kultūros ribų klausimo. „Tam tikros kultūros tapatumas, veikiamas filosofinės refleksijos, formuojasi individų tapsmo aplinkoje, kurios tapatumą jie keičia“ (Kačerauskas 2011: 91). Tai reiškia, jog suprasti ir atskleisti tapatybę nėra paprasta. Tam reikalinga sąveika tarp minties ir veiksmo ir, žinoma, komunikacija, ryšys tarp *Aš* ir *Kitas*. Subjektui yra esminga būti atviram *Kitam*. Pasak Dan Zavahi (2010: 78), „subjektyvumas nėra hermetiškai užsklęstas savyje, atskirtas nuo pasaulio ir neprieinamas kitam, veikia kaip tik tai ir yra ryšys su pasauliu“.

Savęs pažinimas ir tapatybės suvokimas, F. Hegelio teigimu (1807), įvyksta būtent per kontrastinį foną su *Kitu*. Kuo dažniau susiduriama su kontrastais, tuo daugiau savyje atrandama tapatybės. Tam reikalingas tarpas tarp savęs ir *Kito*, todėl tik per *Kito įtarpinimą* asmuo pažįsta save. „Tarpininkavimas yra savaime judanti lygybė pačiam sau arba ji yra refleksija į patį save, sau esančio *aš* momentas, grynas negatyvumas arba paprastas tapsmas. Refleksija

yra kaip tik tai, kas tiesą padaro rezultatu, bet kartu ji įveikia priešingybę jos tapsmui“ (Hegel [1807] 1997: 41). Tokiu atveju tas *įtarpinimas* tampa medija, įgalinančia du kraštus.

Tai, kad savo tapatumo formavimui bei suvokimui svarbus *Kitas*, pabrėžia ir J. Lacanas (1997). Tik atsispindėdamas *Kito* žvilgsnyje, subjektas, t. y. savašis Aš, įgyja vientisumo, tapatybės ir tolydumo pojūtį. Skirtingai nei F. Hegelis, J. Lacanas kalba apie veidrodį, kuriame Aš matau savo atvaizdą. Tarpininkaujant veidrodžiui Aš pamatau save iš šalies. Tačiau veidrodis, viena vertus, įgalina ego konstituciją, kita vertus, įdiegia į ją svetimybės, netikrumo momentą – „atvaizdas atlieka ne tiek savęs atpažinimo, kiek klaidingo pažinimo funkciją“ (Lacan 1997: 306). Toks veidrodžio tarpininkavimas gali būti apibrėžtas kaip reprezentacijos būdas, linkęs maskuoti pirminės ego tikrovės ir jos vaizdinio skirtumą bei reprezentuoti jį kaip tariamą tapatybę. Subjektas identifikuoja su savo atspindžiu veidrodyje ir šio išvaizdavimo pagrindu konstatuoja išvaizduojamą tapatybę.

H. Ch. Cooley (1998) įvedė *veidrodinio aš* (angl. *looking glass self*) sąvoką. Veidrodinio atspindžio teorija atskleidžia, kaip kitų nuomonė apie asmenį formuoja jo savivertę. G. Meadas (1934) akcentavo *apibendrintų kitų* (angl. *generalized others*) svarbą asmens savimonės suvokimo ir socializacijos eigoje, Aš vaizdas formuojasi sąveikos su *Kitais* pagrindu. Žmogus gali vertinti savo elgesį taip, kaip *Kiti* žmonės vertina jo elgesį. Individas negimsta visuomenės nariu. P. L. Bergeris ir T. Luckmannas (1999) akcentuoja internalizacijos kaip pagrindo svarbą, padedančios suprasti *Kitus*, pasaulį kaip prasmingą ir kaip socialinę tikrovę. Tuo būdu iš *Kito* perimamas pasaulis, kuriame *Kiti* jau gyvena.

Taigi tapatybę galima suvokti kaip simbolinę konstrukciją, kurioje mes ieškome sąvokų ir reikšmių kontekstų sau ir mus supančiam pasauliui interpretuoti. Tiek F. Hegelio *įtarpinimas*, tiek J. Lacano *veidrodis* ar H. Ch. Cooley *veidrodininis aš atspindys* tampa medijomis tapatybei konstruoti ir suvokti. Todėl tai, kad ir naujoji medija – internetas – veidrodžio principu veikia tapatybės formavimą, neturėtų stebinti. Kaip veidrodis, taip ir internetas subjektui leidžia formuoti pageidaujamą tapatybę.

Iš tikrųjų ilgą laiką nuo interneto atsiradimo buvo įsivyravusi nuomonė, kad internete tik ir skleidžiasi tariamos (išvaizduojamos) tapatybės. Pasak J. S. Elwellio (2014: 234), nieko nestebino netikrų tapatybių kūrimas, tarsi užsidedant kaukę ar kostiumą prisijungus prie interneto ir juos lengvai nusiimant atsijungus – palikus bendravimui skirtą tinklą. Tačiau dabar, kai internetas nebėra speciali vieta, į kurią reikia nueiti tam, kad prisijungtum ir baigus darbą atsijungtum, dabar, kai mobilieji įrenginiai palaiko nuolatinį prisijungimą, realioji tapatybė yra įtraukiama į tą virtualią ar išvaizduojamą erdvę. Taip atsiranda poreikis kalbėti ne tik apie tapatybę apskritai, bet apie jos konstravimą ir suvokimą skaitmeniniame amžiuje.

TAPATYBĖS PAIEŠKOS IR RAIŠKA VIRTUALIOSE BENDRUOMENĖSE

Sparčiai plintant naujoms technologijoms, o drauge ir naujoms bendravimo formoms, gyvenimas iš esmės keičiasi. Internetas tampa tapatybės formavimo įrankiu. Viena vertus, tai fantazijų pasaulis tiems, kurie linkę apsimetinėti, kuo jie iš tiesų nėra, kita vertus, tai laukas, kuriame vartotojui kaip tik leidžiama atskleisti tapatumą į internetinę erdvę įtraukiant vis daugiau savo realaus gyvenimo detalių.

Atsiradus internetui, gyvenimas virtualioje erdvėje tapo kasdienybe. Realus laiko „vaizdai – instrumentai“ (Manovich 2009: 25) mums leidžia tiesiogiai liesti objektus per atstumą ir atitinkamai suteikia lengvo jų sunaikinimo galimybę, ko senosiose medijose negalėjo būti. L. Manovichius (2009: 254–256) kelia klausimą: dalyvavimas per atstumą kur? Iš tikrųjų toks dalyvavimas apima dvi skirtingas situacijas: dalyvavimą virtualioje realybėje ir dalyvavimą

tikroje fizinėje aplinkoje. Vartotojas įgauna galią kontroliuoti dirbtinę realybę. Taip jis valdo kompiuteryje egzistuojantį pasaulį.

Dėl nuotolinio dalyvavimo, išsigalėjusio kompiuterių amžiuje, prasidėjo internetinis komunikavimas – „internetas, turėdamas įvairių esamų ir naujai besiskleidžiančių formų, jau yra universali interaktyvi informacijos amžiaus kompiuterinio komunikavimo medija“ (Castells 2005: 346). Anot autoriaus (2005: 352–356), elektroninėje terpėje formuojasi naujo tipo bendruomenė, telkianti žmones bendrų vertybių ir interesų pagrindu. M. Castellsas kalba apie virtualias bendruomenes, kurios yra nei realios, nei nerealios. Tai bendruomenės, tačiau jos yra ne fizinės, todėl ryšys ir bendravimas jose vyksta pagal kitokius modelius negu fizinėse bendruomenėse. Jos nėra ir nerealios, nes gyvuoja tiesiog kitokiame tikrovės lygmenyje. Šios vartotojų bendruomenės egzistuoja kompiuterinėje, t. y. virtualioje erdvėje. L. Manovichius (2009: 357) tokią erdvę laiko atskirų objektų rinkiniu, o ne tikra erdve; anot jo, kompiuterinėje erdvėje trūksta erdvės kaip terpės – „trūksta aplinkos su joje integruotais objektais ir tų objektų vienas kitam daromo poveikio“.

Interneto vartotojai išilieja į tinklus bei elektroninių pokalbių grupes vedini bendrų interesų ir vertybių, kadangi jų interesai yra daugialypiai, tai toks ir jų dalyvavimas elektroninėje aplinkoje. H. Rheingoldas (1994) taip pat pastebėjo, kad internetas yra nauja vieša sritis, kur virtualūs identitetai gali kartu formuoti virtualias bendruomenes. Kilus klausimui, ar internetas skatina naujo tipo – virtualių bendruomenių plėtrą, ar priešingai, skatina asmeninę izoliaciją, atskirdamas žmones nuo realaus pasaulio, H. Rheingoldas (1994) tvirtino, kad elektroninėje aplinkoje susikūrusios bendruomenės gali išsirutulioti ir į fizinio bendravimo formas. Tai reiškia, kad virtuali bendruomenė ir realioji visuomenė nėra visiškai priešingos viena kitai. Jos veikia viena kitą taip pat, kaip ir asmens tapatybė, formuojama materialiam pasaulyje, sąveikauja su konstruojama virtualiame pasaulyje.

Sh. Turkle (1995), atlikusi vieną pirmųjų interneto vartotojų psichoanalitinių tyrimų, parodė, kad elektroninėje aplinkoje vartotojai simuliuoja savo tapatybes bei vaidmenis. Virtuali erdvė leidžia kurti lankstesnes nei mūsų įkūnytą tapatybę. Tačiau „ši praktika vis dėlto skatina bendruomeniškumo jausmą, nors ir emerfišką, ir veikiausiai teikia šokią tokią paguodą žmonėms, kuriems apskritai trūksta bendravimo ir saviraiškos galimybių“ (Turkle 1995: 267). Vis dėlto tyrime ji priėjo prie išvados, kad žmonės, daug laiko praleidę prisijungę prie interneto, yra ribojami savo fizinių esybės troškimų.

Apibendrinant reikia pasakyti, kad vartotojai, nesvarbu, ar atskleisdami tikrąsias savo tapatybes, ar jas tik formuodami internete, sukuria virtualias bendruomenes, kur ryšiai tarp G. Lovinko (2005) vadinamųjų „tinklintojų“ gali nutrūkti. L. Manovichiaus ir M. Castello bendruomenės, įvardijamas virtualiomis, G. Lovinkas siūlo laikyti organizuotais tinklais – „organizuoti tinklai suvokiami kaip pasiūlymas, skirtas pakeisti problemišką sąvoką „virtuali bendruomenė“, čia bendruomenė – tai idealistinis konstruktas, pabrėžiantis ryšių mezgimą ir harmoniją, kurios dažniausiai tiesiog nėra. Ryšiai tarp vartotojų yra laisvi, „kiekviename tinkle pastebimas ilgas tarpusavio pasyvumo laikas, pertraukiamas interaktyvumo proveržių“ (Lovink 2005). Taigi tarp vartotojų egzistuoja palaidi ryšiai, kuriuos puoselėja ir reprodukuoja tinklas. Neriboto laiko naršymas, skaitymas, laukimas, galvojimas, plepėjimas yra nerašytos interneto gyvenimo taisyklės. Nors M. Castellsas (2005: 354–356) laikosi pozicijos, kad internetas sudaro sąlygas lygiateisio bendravimo principu megzti silpnus saitus su svetimais žmonėmis ir taip gali prisidėti prie socialinių ryšių plėtos ir realioje visuomenėje, tačiau jis pritaria G. Lovinkui (2005), kad tokio bendravimo kaina yra staigus internetinių „draugysčių“ nutraukimas, kai į kokį netikusį sakinį gali būti atsakyta ryšio praradimu visam laikui.

TRANSMEDIJUOTA TAPATYBĖ – SKAITMENINĖS KULTŪROS PRODUKTAS

Žmogus, naršantis internete, priklausydamas virtualioms bendruomenėms, paprastai tame tinklais susietame pasaulyje įvardijamas ne asmeniu, o vartotoju. Vartotojas yra atsakingas už medijos objektą – „žmogaus – kompiuterio sąsajos lygmenyje vartotojui suteikiama galimybė keisti programos pavaldalu esančio medijos objekto funkcionavimą“ (Manovich 2009: 116). G. Lovinko (2005) teigimu, „vartotojas“ vis labiau tampa sąvoka, atitinkanti *savišrados* autokonfigūraciją – „kai kas pasakytų, kad „vartotojas“ tėra eilinis vartotojas, tylus ir patenkintas, kol neprasiveržia pragaras“. Vartotojas – „kontrolės kitomis priemonėmis“ – tapatybė. O N. Baym (1998: 55) iškėlė mintį, kad daugelis socialinių kompiuterinio komunikavimo dalyvių elektroninėje erdvėje susikuria tapatybes, kurios atitinka jų realias tapatybes. Panašu, kad šiandieninis nuolatinis prisijungimas prie interneto tai patvirtina.

Mums nebereikia specialiai eiti prisijungti prie interneto, kad galėtume virtualiai pabendrauti. Žmogus, užsiimdamas tam tikra veikla materialiam pasaulyje, tuo pat metu priklauso ir virtualiam – telefonas priima pranešimus iš socialinių tinklų ir kt. Taip, pavyzdžiui, studentas vienu metu dalyvauja ir čia – paskaitoje, ir ten – „bendravimo kambaryje“. J. S. Ellwellis (2014: 235) tikina, kad tai yra rezultatas trijų dalykų: pirma, mūsų tikrosios tapatybės yra susijusios su virtualiomis socialiniais ir komerciniais būdais, kurie reikalauja vientisumo šioje virtualaus-realaus pasaulio sąsajoje; antra – belaidžių mobiliųjų įrenginių, tokių kaip išmanieji telefonai ir planšetiniai kompiuteriai, įsivyravimas reiškia, kad mes visą laiką esame tik mažu ekranu atskirti nuo savo virtualios tapatybės, ir trečia – visur esanti skaitmenizacija siekia paversti kompiuteriją ir komunikaciją tokia skaidria, kad mes jau gyvename apsupti patogios ir esančios čia pat informacinės aplinkos, sujungiančios fizikines ir kompiuterines infrastruktūras į integruotą sritį. Todėl nebeužtenka sakyti, kad realioji tapatybė yra kažkuo pranašesnė už virtualią ar atvirksčiai.

Vartotojai socialiniuose tinkluose per nuotraukų, vaizdo medžiagos ir statusų atnaujinimus yra kviečiami pasakoti, o tuo pačiu ir kurti savo gyvenimo istoriją – „reprezentuoti savo realųjį gyvenimą per prisijungusios prie interneto tapatybės pasakojimą“ (Elwell 2014: 236). Jau labai daug to, ką mes darome ir jaučiame, yra išreiškiamą ir išsaugoma skaitmenine forma.

Tuo metu virtualaus pasaulio kritikas C. Laschas (1985) pabrėžia, kad silpnėja supratimo būdas, jog tapatybė priklauso nuo ilgalaikio gyvenimo naratyvo kūrimo. Kompiuterių amžiuje naratyvą pakeitė duomenų bazės. Internete turime individualių ir vienodai svarbių elementų rinkinius, o ne nuoseklią istoriją. Apskritai internetas laikomas chaotišku elementų rinkiniu. Tačiau G. Lovinkas (2005) siūlo atsisakyti šio teiginio, argumentuodamas tuo, kad tinklai, kurie slypi internete, būdami kur kas atviresni pokyčiams, „gali panaikinti senąsias valdžios formas, biurokratiją, bet kartu ir įdiegti naują režimą, vadinamąją kontrolės visuomenę“. Tinklai, provokuodami laisvėjimo jauseną, pasiduoda kasdieniam gyvenimui, tapdami idealiomis kontrolės mašinomis. „Tinklas tapo bendrąja forma, kuri apibrėžia būdus, kuriais mes suprantame pasaulį ir savo veiklą jame“ (Lovink 2005).

J. S. Ellwellis (2014: 234) teigia, kad šiuolaikinėje skaitmeninėje kultūroje, kur asmuo yra nuolat veikiamas medijų gausybės, pats tapatybės konstravimas tampa transmedijos produktu. Anot M. Kinder (1991: 2), transmedija – „tai istorijos pasakojimo būdas per kelias medijų formas tam, kad būtų sukurta ištempta istorija-pasaulis, kur kiekvienas naratyvo elementas teikia savitą indėlį į visumą“. Tapatybės formavimo ir suvokimo kontekste transmedija yra procesas, kur senasis „kūrėjo–žiūrovo“ pasakojimo modelis nyksta ir pasiduoda nelinijiniam, save ginančiam ir dialogiškam modeliui, leidžiančiam bendrai kurti. Įvairiausiomis formomis vartotojui leidžiama atskleisti save, o ne tik pasyviai stebėti kitus.

J. S. Elwellis (2014: 244) tokias vartotojų kuriamas transmedijuotas istorijas laiko integruotomis, išsklaidytomis, epizodiškomis ir interaktyviomis. Anot jo, „transmedijos modelis – istorijos pasakojimo ir istorijos–pasaulio konstrukcija, kuri gali būti apibūdinama kelių istorijos elementų, išsklaidytų per kelias medijos formas, sujungimu epizodiškame formate, kuris publikai leidžia sąveikauti kuriant“ (Elwell 2014: 241). Istorija yra nuolat kuriama. Todėl ir patys kūrėjai – vartotojai yra integruoti, išsklaidyti, epizodiški ir interaktyvūs. Kitaip sakant, tokie tapatybės bruožai skleidžiasi šioje kompiuterijos eroje, kur gyvenimas prisijungus (angl. *onlife*) užima vis didesnę svarbą ribotoje erdvėje tarp virtualumo ir realybės.

Jei tapatybė skaitmeniniame amžiuje yra integruota, išsklaidyta, epizodiška ir interaktyvi, tai reiškia, kad į tapatybės kūrimo pasakojimą dabar įtraukiami ne tik istorijos fragmentai, bet ir grafiniai vaizdai. Autobiografiniams naratyvams nebereikia būti tematiškai vientisiems ar nuosekliems bei derėti tarpusavyje. Vis dėlto J. S. Elwellis (2014: 243) tikina, kad naratyvas visomis savo išgalėmis – tiek regimosiomis, tiek lingvistinėmis – nurodo būdą, kaip yra konstruojama, perteikiama ir suprantama asmenybės istorija. Pasak jo, šiandieninėje virtualioje erdvėje tapatybės kūrimas yra transmedijos produktas.

Transmedijos modelis padeda suvokti tapatybės prigimtį ir savęs formavimą naujoje erdvėje: tarp gyvenimo virtualiame – neapčiuopiamame ir realiame – fiziniame pasaulyje. Kalbant apie pirmąjį, J. S. Elwellio (2014: 244) išskirtą transmedijuotos tapatybės bruožą – integruotumą, svarbu pažymėti, kad nors transmedijuota tapatybė yra išsklaidyta ir epizodiška, tačiau naratyvo integracija sukasi aplink žmogaus gyvenimą prisijungus (*onlife*) – veiklą ir pageidavimus. Tai, kas Aš esu gyvenime, ir tai, ką Aš veikiu internete, neabejotai integruojasi, jungiasi. Tai reiškia, kad skaitmeninio amžiaus tapatybė yra integruota ir jungianti tarp techniško ir kūniško – virtualaus ir fizinio tapatumo.

Integracija nurodo vienumą visumoje, o jai priešinga sklaida apima kelias išsibarsčiusias dalis. Būtent transmedijuota tapatybė yra išsklaidyta per kelias medijų formas, iš kurių kiekviena daro tai, ką gali geriausiai, pavyzdžiui, socialinis tinklas *Facebook* rūpinasi dalijimusi, paieškos sistema *Google* – informacijos paieška, vaizdo medžiagos tinklalapis *YouTube* – vaizdo medžiagos transliavimu, vaizdų talpykla *Thumblr* – paveikslėlių dalijimusi. Vartotojas, naudodamas skirtingas medijų formas, iš kurių vienoms svarbiausia tekstas, kitoms – vaizdas, trečioms – vaizdo medžiaga ir t. t., per ilgą laiką sukuria savo asmeninį portfelį. Kiekvienas būsenos atnaujinimas, tekstinė žinutė ar paieška *Google* sistemoje reprezentuoja išsklaidytą mikroistoriją – vieną iš transmedijuotos tapatybės dalių. Taip transmedijuota tapatybė niekada nepasirodo visa ir todėl niekada nėra iki galo gerai pažinta ar suprasta.

Šiame skaitmeniniame amžiuje formuojama tapatybė yra ne tik išsisklaidžiusi, bet ir epizodiška. Tekstinė žinutė, viešas pranešimas *Facebook*’e ar fotografija egzistuoja kaip tapatybės epizodas, lengvai pašalinamas iš kitų artimos praeities ir ateities „savęs epizodų“. Kita vertus, per ilgą laiką šie epizodai tarsi suauga. Kompiuterizacija ir galimybė bet kur ir bet kada prisijungti prie interneto leidžia susieti šiuos epizodus į nuoseklų, laisvai nupasakojamą tapatybės srautą – atskiri epizodai yra paverčiami naratyvine veikla, kurią stebi, tiksliau tariant, seka tam tikra publika.

Viskas, ką vartotojas daro prisijungęs internete, turi auditoriją. Kartais ji yra aiškiai apibrėžta, pavyzdžiui, kai *Facebook*’o paskyros turėtojas paskelbia žinutę kito vartotojo paskyroje, o kartais, pavyzdžiui, dalinantis informacija *Twitter*’yje, kur ji gali būti matoma visiems, publika yra nežinoma. Pats vartotojas yra ir kitų auditorijos dalis. Publika sąveikauja su epizodais, kuriuos kuria kiekvienas vartotojas. Jis komentuoja, rodo savo palankumą ar priešišumą, rašo *blog*’us ne tik tam, kad būtų perskaitytas ar pamatytas, bet pats siekia atsakyti į kažką,

kitaip tariant, vartotojas yra interaktyvus – sąveikaujantis. Reikia pažymėti, kad vartotojų sąveika internete daro įtaką ir jų ryšiams, bendravimui realiame gyvenime, pavyzdžiui, netinkamas draugo iš fizinio pasaulio komentaras virtualioje erdvėje gali tapti ne tik virtualių, bet ir realių santykių nutraukimo priežastimi. Tai rodo, kad skaitmeniniame amžiuje kuriama tapatybė atsiduria tarp to, kas Aš esu realiame pasaulyje, ir to, koks pasirodau virtualiame.

Taigi transmedijuota tapatybė primena interaktyvų pasirodymą, įtraukiantį įvairius veikėjus ir apimančią kelis epizodiškus naratyvus, kurie yra išsibarstę visose medijų platformose ir sujungti tapatybės konstrukcijoje.

IŠVADOS

Išplitus interaktyviems kompiuterių tinklams, su jais atsirado ir naujos bendravimo, darbo, kūrybos, žaidimo ir gyvenimos formos. Dabar, kai internetas nebėra speciali vieta, prie kurios reikia prisijungti ir baigus darbą atsijungti, dabar, kai mobilieji renginiai palaiko nuolatinių prisijungimą, realioji tapatybė yra įtraukiama į virtualią ar išivaizduojamą. Nesvarbu, ar atskleisdami tikrąsias savo tapatybes, ar jas tik formuodami internete, vartotojai sukuria virtualias bendruomenes. Šios vartotojų bendruomenės egzistuoja skaitmeninėje, t. y. virtualioje erdvėje. Virtuali bendruomenė ir realioji visuomenė veikia viena kitą, taip tapatybė konstruojama ne konkrečiai fiziniame ar virtualiame pasaulyje, bet jų terpėje.

Vartotojai socialiniuose tinkluose per nuotraukų, vaizdo medžiagos, statusų atnaujinimus, paieškos sistemose pagal užklausas yra kviečiami pasakoti, o drauge ir kurti savo gyvenimo istoriją. Taigi, tapatybė skleidžiasi iš karto per kelias medijų formas. Taip ji tampa integruota, išsklaidyta, epizodiška ir interaktyvi, kitaip tariant, ji yra transmedijos produktas.

Skaitmeninio amžiaus tapatybė yra integruota ir jungianti terpė tarp techniško ir kūniško – virtualaus ir fizinio tapatumo. Kadangi vartotojas savo naratyvą kuria naudodamas kelias medijų formas, jo identitetas tampa išsklaidytas. Kiekvienas būsenos atnaujinimas, tekstinė žinutė ar paieška *Google* sistemoje reprezentuoja išsklaidytą mikroistoriją – vieną iš transmedijuotos tapatybės dalių. Taip transmedijuota tapatybė niekada nepasirodo visa ir todėl niekada nėra iki galo gerai pažinta ar suprasta. Ši tapatybė sudaryta iš atskirų epizodų, kurie iš pirmo žvilgsnio gali atrodyti visiškai nesusiję, tačiau ilgainiui jie sugula į pakankamai nuoseklų srautą, atskleidžiantį tapatumą. Jam skleisti dar viena būtina sąlyga – interaktyvumas, pasireiškiantis kaip vartotojų sąveika, prisidedant prie kiekvieno iš jų ir savosios tapatybės konstravimo.

Reikia pažymėti, kad tapatybė, kuri skaitmeninėje kultūroje yra transformuota ir transmedijuota, niekada neatsiskleidžia kaip baigtinė visuma ne tik dėl to, kad nėra vienos erdvės, kurioje ji egzistotų (virtuali ir fizinė erdvė vis dar suvokiamos atskirai), bet ir todėl, kad transmediacija yra procesas, nenutrūkstamai vykstantis bemačiame laike.

Gauta 2014 06 10

Priimta 2015 03 02

Literatūra

1. Baym, N. 1998. "The Emergence of On-line Community", in *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-mediated Communication and Community*, ed. S. G. Jones. Thousand Oaks, CA: Sage.
2. Berger, P.; Luckmann, T. 1999. *Socialinis tikrovės konstravimas*. Vilnius: Pradai.
3. Castells, M. 2005. *Tinklaveikos visuomenės raida: informacijos amžius: ekonomika, visuomenė ir kultūra*. Kaunas: UAB „Poligrafija ir informatika“.
4. Cooley, Ch. H. 1998. *On Self and Social Organization*. Chicago: University Of Chicago Press.
5. Donskis, L. 2006. „Globalizacija ir tapatybė: asmeninės pastabos apie lietuviškuosius tapatybės diskursus“, *Sociologija. Mintis ir veiksmas* 2: 69–83.

6. Elwell, J. S. 2014. "The Transmediated Self: Life between the Digital and the Analog", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 20(2): 233–249.
7. Hegel, G. W. F. 1997. *Dvasios fenomenologija*. Vilnius: Pradai.
8. Jung, C. G. 1999. *Psichoanalizė ir filosofija*. Vilnius: Pradai.
9. Kačerauskas, T. 2010. „Kultūros tradicija ir naujybė: prieštaros ir sąveikos“, *Logos* 63: 145–156.
10. Kačerauskas, T. 2011. „Kultūros studijų idėjos ir vardai Lietuvoje“, *Problemos* 79: 90–102.
11. Kinder, M. 1991. "Playing with Power in Movies, Television, and Video Games", in *Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley, CA: The University of California Press.
12. Lacan, J. 1997. *The Seminar, Book XI, The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis*. New York: W. W. Norton & Co.
13. Lasch, C. 1985. *The Minimal Self: Psychic Survival in Troubled Times*. London, UK: Pan.
14. Lovink, G. 2005. „Notworking“ principas: kritinės interneto kultūros koncepcijos. Prieiga per internetą: <http://www.balsas.cc/geert-lovink-notworking-principas-kritines-interneto-kulturos-koncepcijos-1-d/>; <http://www.balsas.cc/geert-lovink-notworking-principas-kritines-interneto-kulturos-koncepcijos-2-d/> [žiūrėta: 2014 05 02].
15. Manovich, L. 2009. *Naujųjų medijų kalba*. Vilnius: VšĮ „Mene“.
16. Mead, G. H. 1934. *Mind Self and Society*. Chicago: University of Chicago Press.
17. Rheingold, H. 1994. *The Virtual Community: Finding Connection in a Computerised World*. London, UK.: Secker & Warburg.
18. Turkle, S. 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.
19. Zahavi, D. 2010. „Anapus empatijos: fenomenologiniai intersubjektyvumo svarstymai“, *Santalka. Filosofija* 1: 69–82.

KAROLINA KAČERGYTĖ, VILMANTĖ LIUBINIENĖ

Transformed identity: experiences of physical and virtual worlds

Summary

This article examines the premise that with the prevailing ubiquitous computing and constant connectivity the line between life online and life off-line and the boundary between physical and digital identity are becoming blurred. This means that the conception of identity in the digital culture transforms into the new transmediated identity which is in the continuous process of formation between the digital and the physical – the virtual and the real. Thus the transmediated identity unfolds in multiple media forms and manifests itself as integrated, dispersed, episodic, and interactive.

Key words: transformed identity, virtuality, digital culture, media, transmedia