

**Aleksandra Siemieniuk**

Uniwersytet Warszawski

e-mail: a.siemieniuk2@student.uw.edu.pl

## **Tożsamość transwersalna – rzecz o cyfryzacji komunikacji**

### STRESZCZENIE

Funkcje, jakie niegdyś pełniły tradycyjne gatunki użytkowe, takie jak telegram, były stopniowo zastępowane przez usługi oferowane przez telekomunikację (SMS – *Short Message Service*), by ostatecznie zostać niemalże wypartymi przez szereg komunikatorów internetowych (WhatsApp, Messenger i in.). Jednak możliwości, jakie oferują współcześnie media cyfrowe nie sprowadzają się – jak mogłoby to sugerować – do prostej wymiany komunikatów pomiędzy nadawcą a odbiorcą. Zbyt upraszczającym byłoby zatem przeprowadzenie prostej analogii pomiędzy wszystkimi wspomnianymi już formami komunikacji. Mają one bowiem nie tylko niepodważalny wpływ na organizację życia społecznego w wymiarze komunikacyjnym, lecz wpływają również w znaczący sposób na wytwarzanie się tożsamości, zarówno w przypadku nadawcy, jak i odbiorcy. Niegdyś tożsamość pojmowana była jako stworzenie spójnej wizji siebie odróżniającej „Mnie” od „Innego”. Realizowane było to zwykle za sprawą wyboru rekwizytów, przy pomocy których „Ja” dokonywało samodefiniowania. W konsekwencji tożsamość jawiła się jako forma stała, niezmienna – „Ja” określało siebie przy użyciu dokładnie tych samych atrybutów niezależnie od sytuacji, w jakiej się znajdowało. Aczkolwiek obecnie, jak słusznie zauważył Wolfgang Welsch, jeden z czołowych niemieckich filozofów, wytwarzanie tożsamości jest dużo bardziej złożone. Integralność osoby nie jest uwarunkowana przez jej niezmiennność, lecz możliwość „przełączania się”, wyboru „Ja” spośród jego rozlicznych konstrukcji. Tak rozumiana tożsamość, określana przez filozofa mianem transwersalnej, wynika w dużej mierze z układu życia społecznego i istniejących w nim sposobów komunikowania się.

Dotychczas w dyskursie naukowym problem wpływu cyfrowego wymiaru komunikacji na tożsamość użytkowników Internetu nie był poruszany bądź był analizowany dość powierzchownie. Jest to poważne niedopatrzenie, ponieważ odniesienie się do tego zagadnienia otwierałoby wiele perspektyw badawczych w prężnie rozwijających się naukach, takich jak komparatystyka mediów, cyberpsychologia czy w różnego rodzaju badaniach z zakresu medioznawstwa. Odkrycie i zrozumienie zależności między sposobem komunikowania się a tożsamością transwersalną przyczyniłyby się bowiem do bardziej wnikliwych analiz dotyczących procesualnego charakteru działań użytkowników Internetu, niezależnie od tego, jaki typ aktywności miałyby one reprezentować. Pomogłyby one przede wszystkim zrozumieć, dlaczego jeden rodzaj czynności jest preferowany częściej niż inny. W niedalekiej przyszłości pozwoliłoby to zapewne na znalezienie odpowiedzi na pytanie, dlaczego aktualnie twórcy sięgają po inne niż niegdyś środki wyrazu. Byłoby to niezwykle przydatne, zwłaszcza w przypadku badania powieści hipertekstowych bądź innych form literatury eksperymentalnej, w których granica między nadawcą (artystą) a odbiorcą

(czytelnikiem bądź oglądającym) jest płynna. W nich to przecież zarówno artysta podczas aktu tworzenia tekstu (komunikatu), jak i odbiorca podczas jego interpretowania wymieniają się swoimi rolami. Twórca ma za probabilistyczne zadanie stworzenia potencjalnych ruchów czytelnika w obszarze stworzonego przezeń utworu, czytelnik zaś podczas interpretacji próbuje odwzorować intencje autora, na przykład – w hipertekstach – przez stworzenie takiego układu leksji, który w spójny i logiczny sposób snułby narrację danej opowieści. Niniejszy artykuł nie będzie miał jednak na celu znalezienia szczegółowej odpowiedzi na to pytanie. Zostanie w nim podjęta próba zbudowania podłoża dla przyszłych analiz dotyczących komunikacji w nowych mediach. Aby była ona możliwie najpełniejsza, zostaną w niej użyte ustalenia zarówno z obszaru badań literaturoznawczych, jak i psychologicznych.

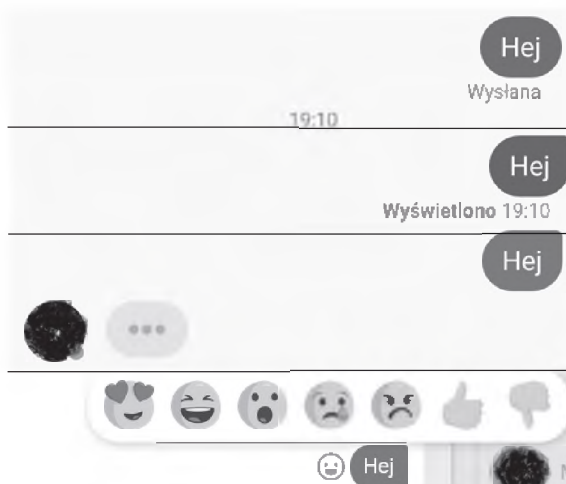
**Słowa kluczowe:** tożsamość transwersalna, komunikacja, kultura, media cyfrowe.

### Zwrot w komunikacji

Tradycyjne gatunki, takie jak list czy telegram, niegdyś ułatwiające komunikowanie się, gdy nadawcę i odbiorcę dzieliła znaczna odległość, obecnie – w konsekwencji postępującej cyfryzacji komunikacji – są wypierane przez mobilne i bardziej intuicyjne odpowiedniki. Telegraficzna forma wypowiedzi została zatem przed dziesięć laty z powodzeniem zastąpiona przez SMS (*Short Message Service*) oferujący dokładnie to samo, co telegraf, z tym że w znacznie krótszym czasie. Możliwość wysłania wiadomości tekstowej bez konieczności udawania się na pocztę, adresowania karty telegraficznej i oczekiwania na dostarczenie komunikatu zmniejszyła dystans pomiędzy odbiorcą i nadawcą. Na odpowiedź nie trzeba było już czekać kilka dni bądź tygodni, a zaledwie – w zależności od dostępności adresata i chęci nawiązania kontaktu w danym momencie – kilka minut lub godzin. Obecnie jednak i te możliwości wydają się być reliktem przeszłości.

Popularne obecnie komunikatory, takie jak WhatsApp, Messenger czy Snapchat, oferują bowiem znacznie więcej. Pozwalają już nie tylko na szybkie przesłanie wiadomości tekstowej, lecz powiązanie jej z danymi ikonicznymi, na przykład zdjęciem, animacją lub filmem. Gwarantują również użytkownikom możliwość sprawowania większej kontroli nad sytuacją komunikacyjną. Odmienne niż w przypadku SMS mogą oni obserwować, czy osoba, do której została wysłana wiadomość, już ją otrzymała, odczytała lub czy już na nią odpisuje. Znakomicie ilustrują to wprowadzone niedawno opcje w Messengerze – komunikatorze powiązany z inną aplikacją, Facebookiem. Na poniższej rycinie doskonale widać, że nadawca komunikatu może zinterpretować aktualny moment sytuacji komunikacyjnej za sprawą informacji wyświetlanych w aplikacji, takich jak: „Wysłana”, „Wyświetlono 19:10” czy graficznego oznaczenia trzech kropek jako sugestii aktualnego tworzenia komunikatu przez odbiorcę wysłanej wiadomości.

W ten sposób tworzy się iluzoryczne wrażenie żywego kontaktu między osobami znajdującymi się po obu stronach ekranu – swoistą teleobecność. Wzmacniają ją dodatkowo inne, wprowadzone stosunkowo niedawno, opcje w Messengerze, które pozwalają na wybranie jednego z siedmiu emotikonów jako reakcji na otrzymaną wiadomość. Tak jak nadawca, tak i odbiorca mogą podkreślić własny przekaz (poprzez oznaczenie emotikonem swojej wypowiedzi) lub graficznie odnieść się do wypowiedzi współroz-mówcy.



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Facebook.

### Transkulturowość

Użycie nowych mediów nie tylko czyni coraz powszechniejszym zbliżenie do siebie ludzi z dwóch krańców globu, lecz za sprawą długotrwałego ich kontaktu ze sobą stopniowo znosi podziały między reprezentowanymi przez nich kulturami. Ciągła wymiana, migracja informacji i atrybutów dla nich charakterystycznych unifikuje je i włącza we wspólnotę internetową, z której każdy użytkownik, niezależnie od miejsca, w jakim się znajduje, może czerpać i dowolnie ją wykorzystywać. Trudno zatem mówić obecnie o podziale na kulturę „Moją” i „Twoją” oraz – w efekcie – byciu jednostek obok siebie bądź ze sobą, jak proponował przed laty Jurgen Bolton<sup>1</sup>. Sugerują one bezsprzecznie rozdział na „Mnie” i „Innego”, tak nieprzystawalny do rzeczywistości wirtualnej. Należałoby ją bowiem rozpatrywać nie addytywnie jako prostą sumę składników wnoszonych przez realizowane w niej kultury, lecz jako zupełnie nową jakość. W niej to przecież mieszanie się rozmaitych doświadczeń stwarza zupełnie nową płaszczyznę komunikacji, w której proste podziały i reguły istniejące w niewirtualnych kręgach społecznych przestają być adekwatne. Analizowanie komunikacji w rzeczywistości wirtualnej wymaga przeto wypracowania całkowicie nowego języka.

Koncepcja zaproponowana dwadzieścia lat temu przez niemieckiego filozofa postmodernizmu Wolfganga Welscha zdaje się przychodzić w sukurs temu zapotrzebowaniu. Bez wątpienia oddaje ona znacznie trafniej istotę dokonujących się przemian kulturowych związanych z globalizacją<sup>2</sup>. Otóż transkulturowość, według tego badacza, jest koncepcją znacznie wykraczającą poza przyjęte dotychczas samo rozumienie pojęcia koncepcja i nie tyle przekracza granice między kulturami<sup>3</sup>, co raczej je znosi. Próżno w niej zresztą

<sup>1</sup> J. Bolton, *Interkulturowa kompetencja*, Poznań 2006, s. 108.

<sup>2</sup> K. Deja, *Transkulturowość: od koncepcji Wolfganga Welscha do transkulturowej historii literatury*, „Wielogłos. Pismo Wydziału Polonistyki UJ” 2015, nr 4 (26), s. 90.

<sup>3</sup> W. Welsch, *Transkulturowość. Nowa koncepcja kultury* [w:] *Filozoficzne konteksty rozumu transwersalnego. Wokół koncepcji Wolfganga Welscha*, red. R. Kubicki, Poznań 1998, s. 208.

szukać dotychczas powszechnego rozumienia kultury jako zbioru wyszczególnionych cech dystynktywnych danej społeczności. Wolfgang Welsch nie pokusił się nawet o wyraźne wyodrębnienie jakichkolwiek podobnych do siebie grup. Podkreśla on nade wszystko rolę pojedynczych jednostek. W ten sposób kultura jawi się jako poddawana nieustającemu procesowi hybrydyzacji sieć mikropowiązań. Jest to wizja niezwykle dynamiczna, gdyż każda, najmniejsza nawet zmiana na jednym jej krańcu bezwiednie powoduje fluktuacje i przekształcenia w każdym miejscu. Jak już zostało wspomniane, transkulturowość nie stara się ujmować różnych kultur świata jako sumy składników, lecz jako niezwykle skomplikowaną sieć wzajemnych powiązań, tworzącą zupełnie nową jakość. Transkulturowa percepcja świata koresponduje zatem z komunikacyjną płaszczyzną rzeczywistości wirtualnej i bez wątpienia może ją uzupełniać.

Pomysł W. Welscha można odnieść nie tylko do kultury rozumianej etnicznie, lecz z powodzeniem rozciągnąć na skalę mikro – percepcję pojedynczej jednostki. Zniesienie podziału na swojskość i obcość będących niegdyś przyczynkiem do rozpoczęcia formowania tożsamości i samookreślenia spowodowało, że jednostka sama dokonuje wyboru z rezerwu-aru cech tych, które najbardziej jej odpowiadają. Nierzadko są to cechy, które uznaje za interesujące bądź oplacalne w danej sytuacji. Obecnie coraz częściej zdarza się, że głównym kryterium wyboru danej tożsamości, zwłaszcza wśród młodych ludzi, są perspektywy, jakie nowa tożsamość może zaoferować. Istotna jest tu perspektywa nowości, nieznanego. Wcześniej tożsamość zwykle wybierana była na podstawie obecności suplementów ją tworzących w kulturze uważanej przez daną osobę za macierzystą. Najczęściej była to ta, w której została ona wychowana. Okres dorastania jest bez wątpienia bardzo ważnym momentem w życiu, w czasie którego wpływy środowiska są nie do przecenienia, zatem to zwykle z miejscem, w jakim przebiegał, niezależnie od ewentualnej późniejszej migracji, wiązana była kultura macierzysta.

Jednostka wybierała głównie te cechy, które doskonale znała. Ich przewidywalność i bezpieczeństwo były nęcące. Mogło to jednak wynikać z braku kontaktu z innymi perspektywami oglądu świata. Coś, co obce i nieznanne, jawić się mogło jako zagrażające. Obecnie ma miejsce zjawisko zgoła odmienne. Szereg filmów i seriali dostępnych powszechnie w Internecie ułatwia kontakt z odmienną kulturą, co więcej – czyni ją znacznie bardziej atrakcyjną niż kultura rodzima. Zwykle bowiem są w nich prezentowane wyizolowane wątki pokazujące idylliczność odmiennego życia. Osoba podczas oglądania tego typu obrazów dokonuje wyboru cech, które tożsamość nowa, nieznaną i zarazem lepszą może zaoferować. Wiąże się z nią nieodzownie perspektywy, jakich jednostka w swoim otoczeniu może nie odnajdywać.

Dosyć dobrze zjawisko to ilustruje przykład wielbicieli seriali koreańskich bądź amerykańskich – są to chyba najprościej dające się wyróżnić subkultury filmowe – którzy adaptują niektóre zachowania ulubionych bohaterów do codzienności. Ułatwia im to możliwość otoczenia się przedmiotami podobnymi do tych, które posiadają wzory osobowe orientujące ich sposób życia. Dostęp do nich czyni przystępniejszym globalizacja zakupów w Internecie, umożliwiającą zdobycie bez konieczności translokacji jakiegoś atrefaktu wytworzonego w innym miejscu na ziemi. Niekiedy upodabnianie się do autorytetu z ogólnonarodowej sceny społecznej ma znacznie większy wymiar. Jednostka może chcieć nie tylko upodobnić swoje otoczenie do tego, które zna z filmowych scenografii, lecz również zmienić samą siebie. Międzynarodowy rynek kosmetyków przeżywający rozkwit dzięki prywatnym importerom nie wymaga już od użytkowników Internetu posiadania konta z możliwością dokonania przewalutowania. Farby do włosów, masażery czy inne produkty pozwalające

na transformację są dostępne na rodzimym rynku i można zapłacić za nie w złotych. Aczkolwiek jeżeli dana osoba chce ujrzeć na swojej paczce adres ze Stanów Zjednoczonych czy Korei, jest to prostsze niż kiedykolwiek. Wystarczy w poleceniu przelewu zmienić opcję z „przelew krajowy” na „przelew zagraniczny SEPA”. Dzięki temu tożsamość przestaje być czymś naddanym, stałym. Jej zmiana w zależności od aktualnego kontekstu i potrzeb jednostki jest nie tyle możliwa, co wręcz potrzebna w dzisiejszym, dynamicznie zmieniającym się świecie. Widać to doskonale choćby na przykładzie aktywności tej samej osoby na różnych tematycznych forach dyskusyjnych. Wylogowując się i logując na inne konto, przyjmuje ona zasób cech aprobowanych przez dany krąg społeczny. Proces ten prowadzi nierzadko do wykroczenia poza stworzenie konstruktów tożsamości realizowanego wyłącznie w Internecie ku tożsamości istniejącej w świecie rzeczywistym, acz modyfikowanej zgodnie z regułami wykształconymi wirtualnie. Obecnie jednostka przelacza się, gdy zmienia krąg znajomych, modyfikuje zachowanie, uwzględniając istotny dla danego otoczenia wzorzec osobowy.

### Plaszczyzna komunikacji elektronicznej

Komunikacja elektroniczna – jak słusznie konstatuje Brian Loader – umożliwia wytworzenie cyberprzestrzeni stanowiącej zupełnie nowy potencjał dla powstawania odmiennych, nieznanych dotąd interakcji społecznych, co – w konsekwencji – prowadzi do konstruowania nowych tożsamości<sup>4</sup>. Przyczyn tego procesu z powodzeniem można upatrywać w zjawisku dyfuzji. Termin ten, początkowo oznaczający przemieszczanie się wskutek zapożyczenia elementów jednej kultury w obręb drugiej, odnosił się głównie do migracji ludzi (tak zwana dyfuzja bezpośrednia) i wędrowania idei (dyfuzja pośrednia)<sup>5</sup>. Nie bezzasadnym jest, mając w pamięci dotychczas poczynione ustalenia, przyjęcie stwierdzenia, że obecnie dyfuzja dotyczyć może również tożsamości.

Według niektórych badaczy globalizację należy wiązać z pojęciem integracji w skali całego globu i – wobec tego – rosnącym poczuciem uzależnienia pomiędzy wszystkimi mieszkańcami świata<sup>6</sup>. Proces ten miałby w efekcie prowadzić do niemal całkowitej unifikacji. Nie budzi już zdziwienia wiążące się z tym zjawiskiem stwierdzenie Mc Luhana, że oddziaływanie mediów powoduje wytworzenie zupełnie nowej, rządzącej się swoimi prawami rzeczywistości, której najbardziej bodaj znaczącym komponentem jest odtworzenie naturalnego poczucia jedności, współprzeżywania i współdoświadczenia wszystkiego, co się dzieje aktualnie w globalnej wiosce<sup>7</sup>. Istnieje jednak grono badaczy wysuwających nieco odmienne propozycje. Wskazują oni, że globalizacji nie można rozpatrywać jako działania prowadzącego do prostej homogenizacji, lecz raczej do wytworzenia nowej różnorodności<sup>8</sup>. Wiąże się to z nieaddytywnością kultur i łatwo może zostać przeoczone. Jak przekonuje James Clifford, łatwiej jest zauważyć zanik tradycyjnych porządków różnicy niż dostrzec

<sup>4</sup> B. Loader, *The Governance of Cyberspace*, New York 1997, s. 14.

<sup>5</sup> K. Deja, op. cit., s. 88.

<sup>6</sup> A. Bąk, *Globalizacja: szansa czy zagrożenie*, „Pisma Humanistyczne” 2001, nr 3, s. 75.

<sup>7</sup> K. Kukielko, *Sztuka w teorii mediów Marshalla McLuhana*, „Media. Kultura. Społeczeństwo” 2009, nr 1 (4), s. 13.

<sup>8</sup> K. Deja, op. cit., s. 89.

pojawienie się nowych<sup>9</sup>, zwłaszcza takich, w których pewne elementy należące do czasu minionego są zachowane, acz w nieco odmienniejszej formie.

Można zatem śmiało powiedzieć, że globalizacja nie prowadzi do skonstruowania jednej, zunifikowanej tożsamości, lecz umożliwia zebranie atrybutów rozmaitych tożsamości z całego świata i wykorzystywanie tego rezerwuaru w zależności od potrzeb „Ja”. Jednostka może w ten sposób dowolnie kreować siebie, interakcyjnie reagując na komunikaty otoczenia. Tak rozumiany akt kreacji nie jest jednak czymś skończonym jak niegdyś, lecz procesem, któremu podlega ona nieświadomie. Użytkownik mediów cyfrowych może bowiem każdorazowo aktualizować swoją tożsamość, nie czyniąc tego w sposób przemyślany, a jedynie bezwiednie wysuwając na pierwszy plan te cechy, które w danej sytuacji komunikacyjnej będą dla niego przydatne. Modyfikację tę wyznacza przede wszystkim grupa innych osób, z jaką w danym momencie się łączy.

### Przełączanie tożsamości

„Ja” nie jest więc ograniczone do jednej tożsamości, ale też do ciągłej jej modyfikacji. Może posiadać więcej niż jeden obraz siebie prezentowany dla różnych grup społecznych, z którymi wchodzi w interakcję. Najprościej pokazać to na przykładzie wspomnianych już forów tematycznych. Użytkownik Anna2210 może korespondować z osobami z forum ogrodniczego, przedstawiając się jako początkująca ogrodniczka, na Facebooku udostępniać informacje wiążące ją z pracą korporacyjną, na swoim blogu zaś opisywać codzienność młodej, bezrobotnej matki pokrzywdzonej przez otoczenie. O ile pierwsza informacja jest spójna z drugą oraz trzecią i z powodzeniem może z nią współwystępować (nie sprawia przecież problemu wyobrażenie sobie matki-ogrodniczki i pracownicy-ogrodniczki), o tyle druga i trzecia są względem siebie wewnętrznie sprzeczne. Niezależnie od tego, jaką definicję „pracy” i „bezrobocia” Anna2210 by przyjęła, nie można jednocześnie mieć pracę i jej nie mieć. Owszem, nie można – w realnym świecie. Rzeczywistość wirtualna pozwala jednak na dowolne kreowanie własnych tożsamości i przełączanie się między nimi.

Związany z nią rozwój mediów doprowadził do powstania szczególnej odmiany komunikacji w ogóle – komunikacji masowej. Wyróżnili ją w fundamentalnej pracy Gamble i Gamble tuż obok komunikacji grupowej, publicznej i osobistej<sup>10</sup>. Według badaczy miałyby się ona różnić od pozostałych typów następującymi cechami:

- wykorzystaniem urządzeń lub przekładników mechanicznych w celu szybkiego i szerokiego rozprzestrzenienia wiadomości do rozproszonych odbiorców;
- anonimowością; nadawca i odbiorca się nie znają osobiście;
- przekazy są przeznaczone dla szerokiej rzeszy odbiorców;
- nadawcy (*mass communicators*) to najczęściej organizacje, sieci; przekazy są zatem efektem działania grupy, a nie pojedynczych osób;
- jest kontrolowana przez odzwierciadlających (*gatekeepers*); zanim przekaz dotrze do odbiorcy, jest wielokrotnie modyfikowany;
- sprzężenie zwrotne jest opóźnione dużo bardziej niż w innych typach komunikacji.

<sup>9</sup> J. Clifford, *Kłopoty z kulturą*, Warszawa 2000, s. 17.

<sup>10</sup> M.W. Gamble, T.K. Gamble, *Introducing Mass Communication*, New York 1986, s. 6–7 [za:] P. Sitarski, *Rozmowa z cyfrowym cieniem. Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Kraków 2002, s. 47.

Powyższe rozpoznania, niezwykle ważne dla teorii komunikacji w rzeczywistości wirtualnej, są jednak nieco przestarzałe i wymagają rewizji. O ile punkt czwarty dotyczący nadawczej roli przyjmowanej zwykle przez organizacje, nie indywidualnych użytkowników, był zasadny w odniesieniu do modelu komunikacyjnego sprzed czterdziestu lat, o tyle obecnie należy on raczej do relikwów przeszłości. Rzeczywistość wirtualna bardzo szybko się zmienia, nawet dwa lata to kamień milowy w jej rozwoju i próba stworzenia siatki pojęciowej adekwatnej w każdym momencie jest niemalże niemożliwa.

Obecnie duża aktywność w mediach społecznościowych spowodowała, że większością nadawców komunikatów nie są organizacje, a pojedyncze osoby. Punkt piąty również wymaga weryfikacji. Funkcję odźwiernych (*gatekeepers*) obecnie pełnią sami nadawcy. To oni mogą zmieniać opublikowany przekaz za pomocą opcji: „Edytuj”, choć jest to uzależnione od właściciela witryny, na której użytkownik opublikował swoją wiadomość. Podobnie punkt szósty jest już nieaktualny. Połączenie wiadomości tekstowej z możliwością reagowania na nią emotikonami, zdjęciem, komentarzem lub transmisją wideo sprawia, że jeśli użytkownik danego komunikatora jest aktywny, może zareagować równie szybko jak w przypadku komunikacji tradycyjnej. Aczkolwiek istnieje tu większa dowolność niż podczas kontaktu osobistego – nie musi on reagować w ogóle. Może działać w trybie niewidzialnym bądź zignorować wysłaną wiadomość. Podobny brak odpowiedzi podczas kontaktu twarzą w twarz w świecie rzeczywistym byłby trudny do zrealizowania.

Wątpliwości budzić może zastosowane przez Gamble'a i Gamble'a rozróżnienie na komunikację publiczną i masową. W obu przypadkach jednostka wypowiada się w obliczu audytorium. Komunikując się publicznie, stoi przed słuchaczami, masowo – zamieszcza post w Internecie. Oba typy komunikacji wydają się do siebie bardzo zbliżone. Jednym z wymiarów, na jakich zasadza się różnica między nimi, jest obraz tożsamości. W komunikacji publicznej jest on integrowany zarówno z treści wypowiedzi, sposobie wypowiadania, jak i fizyczności nadawcy. Tożsamość nadawana jest interlokutorowi ze względu na te trzy elementy. W komunikacji masowej, zwłaszcza tekstowej, wygląda to nieco inaczej. Odbiorcy dostępny jest jedynie komunikat słowny i może on dopowiadać, wyobrażać sobie, jaki jest nadawca, nie jest on zatem dookreślony tak jak w rzeczywistości niewirtualnej. Wyjątek stanowią tu formy przekazu wykorzystujące wizualizację nadawcy. Wówczas komunikacja publiczna i masowa przecina się ze sobą i trudno wyróżnić ich cechy dystynktywne. Wydaje się jednak, że pomimo nowych możliwości mediów cyfrowych (wizualizacji) główna różnica zasadza się na przyporządkowaniu poczucia sprawczości.

W przypadku komunikacji publicznej będzie ono leżeć po stronie odbiorcy – on to przecież jest ostateczną instancją dookreślającą jednostkę nadawczą, przypisującą jej atrybuty podczas tworzenia swojego konstruktów mentalnego będącego sumą cech, jakie przypisuje współrozmówcy. Komunikacja masowa orientuje wektor sprawczości zgoła odmiennie. Pozwala ona przede wszystkim nadawcy na większą ingerencję w wytwarzany w oczach innych obraz „Ja”. Poprzez udział rozmaitych efektów: ustawienia światła, pozycji kamer czy ingerencji programów graficznych jest on w stanie kreować swojego awatara wedle uznania. Odbiorca, oddzielony cyfrowym ekranem, ze względu na ograniczenie zmysłów nie będzie mógł dokonać jego rewizji i pozostanie mu wobec tego jedynie akceptacja wizji narzuconej przez nadawcę.

**„Ja” wirtualne – „Ja” idealne – „Ja” transwersalne**

Na wytworzenie tożsamości wirtualnej duży wpływ mają trzy reprezentacje „Ja” wyróżnione przez Higginsa: „Ja” realne, którego treścią są reprezentacje poznawcze cech, jakimi jednostka aktualnie się charakteryzuje<sup>11</sup>; „Ja” powinnościowe – będące zbiorem powinności, jakie w jej przekonaniu narzucają na nią znaczący „Inni” (bądź ona sama)<sup>12</sup>; oraz „Ja” idealne, w którego zakres wchodzi wszystkie cechy, jakimi chciałaby się ona charakteryzować, wiążące się z jej nadziejami, aspiracjami i życzeniami<sup>13</sup>. Można śmiało powiedzieć, że o ile w świecie realnym to „Ja” powinnościowe ma większy wpływ na wykształcenie się tożsamości „Ja” (jednostka przecież bezustannie obraca się wśród znaczących „Innych”), o tyle w przypadku tożsamości wirtualnej to „Ja” idealne przede wszystkim bierze czynny udział w jej wykreowaniu.

Tożsamość wirtualna ma zresztą właśnie taki charakter – optywiczny. Wszystkie życzenia zawarte w „Ja” idealnym, które pozostają poza zasięgiem jednostki w świecie realnym, w rzeczywistości wirtualnej mogą się ziszczyć. To ona wybiera, kim chce być. Nawet jeżeli cechy, jakimi chce się wyróżniać spośród pozostałych użytkowników Internetu, wzajemnie się wykluczają, dzięki anonimowości jest to niemal niewykrywalne. Trudno jest połączyć Annę2210 z forum ogrodniczego z Mamą1989 z bloga o perypetiach bezrobotnej matki z Miejskim Ośrodkiem Pomocy Społecznej czy z Anną Książyk – wiceprezes znanej firmy korporacyjnej, nawet jeśli w faktycznie jest to ta sama osoba. Obecnie jednak anonimowość jest zawężana. Możliwość połączenia kont na różnych portalach z jedną pocztą Gmailową czy Facebookiem ogranicza tę dowolność. Większości osób łatwiej jest wykonać kliknięcie w pole: „Zaloguj się przy użyciu Facebooka” niż wypełnić szereg rubryk z danymi. W efekcie znacznie szybciej można dotrzeć do tego, że wszystkie trzy Anny to różne tożsamości dokładnie tej samej osoby.

Wobec konieczności pogodzenia różnych wizji „Ja” tworzy się tożsamość transwersalna zapewniająca zupełnie nowy rodzaj spójności. Jej gwarantem nie jest już podporządkowanie się jednej, nadrzędnej zasadzie tożsamości, a lawirowanie między różnymi – pozornie nieprzystawalnymi – „Ja”. Adaptację do kontekstu umożliwia umiejętność przechodzenia między grupami, jednoczenia pochodzących z nich, niekiedy nawet rozbieżnych informacji. Transwersalna struktura tożsamości jawi się w tym wypadku jako przenikalny związek między różnymi aspektami „Ja”. W efekcie trudno jest zdefiniować, czym właściwie tożsamość transwersalna – realizująca się danej kulturze – jest. Nie jest to nawet możliwe na płaszczyźnie istnienia pojedynczej jednostki. Bo o ile w tradycyjnej, solidnie ugruntowanej tożsamości łatwo można było wyodrębnić elementy ją tworzące (i nadrzędne, i podrzędne), o tyle w tożsamości transwersalnej, mogącej zawierać zasadniczo wszystko w dokładnie tych samych proporcjach (aktualizujących się zależnie od aktualnego kontekstu), niemożliwe staje się powiedzenie, co jest w niej istotne. Najprościej byłoby zatem próbować odszukać nie tożsamość samą-w-sobie, lecz koloryt, styl poznawczy ujawniający się nie w bezpośrednich

<sup>11</sup> W. Bąk, *E. Tory Higginsa teoria rozbieżności ja*, „Przegląd Psychologiczny” 2002, tom 45, nr 1, s. 42

<sup>12</sup> M. Młynarczyk, *Ja idealne vs Ja powinnościowe. Analiza emocjonalnych konsekwencji rozbieżności w systemie Ja na podstawie teorii autoregulacji E. T. Higginsa*, „Studia z Psychologii w KUL” 2006, tom 13, s. 191.

<sup>13</sup> W. Bąk, op. cit, s. 42.



wypowiedziach podmiotu (wówczas znacznie prościej o kreację), a sposobie odbioru świata zewnętrznego.

Dobrym pomysłem mogłaby się okazać próba odszyfrowania kolorytu tożsamości transwersalnej podczas lektury elektronicznych powieści hipertekstowych. Poszczególne leksje tworzące hipertekst pozostawiają czytelnikowi pewną dowolność w poruszaniu się po nich i tworzenie narracji (kolejność klikania leksji) przebiega z dala od świadomej aktywności odbiorcy. Nikt podczas lektury hipertekstu nie bierze pod uwagę, że mogłaby być ona źle odczytana przez grupę społeczną, jaką się jednostka otacza, co stanowi duże zagrożenie podczas badań tożsamości transwersalnej z użyciem wypowiedzi zamieszczonych na forach, gdzie osoba taka może odczuwać potrzebę przynależności i chęć dopasowania. Sposób skonstruowania narracji zaś zwykle przebiega w określonej konwencji, stylu poznawczym podmiotu. Z całą pewnością może to być punkt wyjścia dla dalszych badań. Wszak wybór przez użytkownika/czytelnika leksji zgodnie z konwencją bajki z pewnością odróżnia jego styl poznawczy od czytelnika preferującego kryminalny wzorzec lektury.

## Bibliografia

- Bąk A., *Globalizacja: szansa czy zagrożenie*, „Pisma humanistyczne” 2001, nr 3, s. 75–81.
- Bąk W., *E. Tory Higginsa teoria rozbieżności ja*, „Przegląd Psychologiczny” 2002, tom 45, nr 1, s. 39–55.
- Bolten J., *Interkulturowa kompetencja*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2006.
- Clifford J., *Kłopoty z kulturą*, Wydawnictwo KR, Warszawa 2000.
- Deja K., *Transkulturowość: od koncepcji Wolfganga Welscha do transkulturowej historii literatury*, „Wielogłos. Pismo Wydziału Polonistyki UJ” 2015, nr 4 (26), s. 87–107.
- Kukielko K., *Sztuka w teorii mediów Marshalla McLuhana*, „Media, kultura, społeczeństwo” 2009, nr 1 (4), s. 7–21.
- Loader B., *The Governance of Cyberspace*, Routledge, New York 1997.
- Młynarczyk M., *Ja idealne vs Ja powinnościowe. Analiza emocjonalnych konsekwencji rozbieżności w systemie Ja na podstawie teorii autoregulacji E. T. Higginsa*, „Studia z psychologii w KUL” 2006, tom 13, s. 189–206.
- Sitarski P., *Rozmowa z cyfrowym cieniem. Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Rabid, Kraków 2002.
- Welsch W., *Transkulturowość. Nowa koncepcja kultury [w:] Filozoficzne konteksty rozumu transwersalnego. Wokół koncepcji Wolfganga Welscha*, red. R. Kubicki, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 1998.

## SUMMARY

Aleksandra Siemieniuk

**A transversal identity – about the digitalization of communication**

The functions of traditional literary genres, such as the telegram or the telegraph, have gradually been replaced by the telecommunication service (SMS – Short Message Service) to eventually become practically disused because of instant messengers, such as WhatsApp, Messenger, etc. But the possibilities connected with modern digital media are not limited to a mere exchange of communications between the sender and the receiver. So it would be a mistake to limit the research to an analogy between all the existing forms of written communication. They do not only have an unquestionable influence on the organisation of social life, but also they are crucial to the process of creating the identity of both the sender and the receiver. In the past, the identity was perceived as the creation of a coherent vision of ‘Myself’, as opposed to the concept of Otherself. It was usually achieved by choosing attributes that helped ‘Me’ to define ‘Myself’. As a consequence, the identity was described as constant – ‘I’ was described by the same attributes regardless of the circumstances. Wolfgang Iser, one of the most important German philosophers, claims that nowadays the creation of identity is more complicated. Integrity is not preconditioned by its invariability, but by the ability of switching, choosing the proper ‘I’ from a lot of different constructions. This kind of identity, described by the philosopher as a transversal, is a result of the social life plan and the way of communication used in it. So far, the problem of the impact of digital communication on the identity of Internet users has not been discussed in detail in the scientific discourse. But it is still very important because thinking about it could enrich many points of view in a lot of specializations like media comparative studies, cyberpsychology or media studies. The discovery and understanding of the relationship between the way of communication and the transversal identity could contribute to a deeper analysis of the processual character of the activities performed by Internet users, regardless of their nature. Most of all, it would help us to understand why one type of activity is given preference over others. It would be very useful principally in case of hypertext stories or other forms of experimental literature, where the line between the sender and the receiver is not defined and when they are mostly changing their roles. A writer faces the challenge of recreating potential activities performed by the reader and during the process of interpretation the reader has to try and recreate the author’s ideas by creating that kind of hyperlinks which will show him a logical narration. However, the author of this article does not attempt to find the answer to this question. They try to prepare the ground for further analysis of communication via digital media.

**Key words:** transversal identity, communication, culture, digital media.

Data wpływu artykułu: 13.06.2018 r.

Data akceptacji artykułu: 4.12.2018 r.