

Тамара Лепетић

Mia_palomita@yahoo.com

Facebook: како се представљамо у виртуелном простору***Апстракт:**

Преиспитујући употребљивост концепта Ирвина Гофмана и других теоретичара (симболичког) интеракционизма и социјалконструктивизма у анализи феномена виртуелног простора, у раду се бавим питањем креирања виртуелних идентитета и местом (репрезентације) тела у овом процесу. Полазећи од претпоставке да су физичка и виртуелна реалност нераскидиво повезане, Интернет ћу посматрати као симулацију стварности, а не само као њеног виртуелног репрезента. Анализирајући овакав начин (ре)презентације, основни циљ ми је да утврдим како активни потрошачи виртуелног простора и времена доживљавају, користе и представљају своје тело у процесу конструкције виртуелног идентитета.

Кључне речи:

тело, идентитет, киборг, *Facebook*, Интернет простор и време, репрезентација, позорница

Техногенеза: наука и технологија као средство редефинисања концепта тела и идентитета

Као логичан след прогреса технолошких и културних творевина савременог света, Интернет је постао ново место сусрета и успостављања социјалних веза, а развој сајтова за друштвено повезивање, попут *Facebook*-а¹, учинио је лакшим успостављање широких мрежа друштвених односа. „Омогућавајући специфичну друштвену интеракцију милиона људи из читавог света, те стварање виртуелних идентитета, социјалних односа и заједница - компјутерска технологија и комуникација дотакле су основне елементе друштва, показујући у којој мери технологија настала на одређеном ступњу културног развоја може узвратно утицати на развој друштва и културе.“ (Antonijević 2002,1) С тим у вези, наука и технологија се посматрају као неодвојиве од друштвено-историјског и политичког контекста, уводећи упоредно проучавање науке, технике и друштва.

* Текст представља верзију мог дипломског рада, „*Facebook: kako se predstavljamo u virtuelnom prostoru*“, одбрањеног у децембру 2009. године на Одељењу за етнологију и антропологију у Београду.

¹ Енгл. *Facebook* – књига лица (мој превод). Више података о понуђеном садржају *Facebook*-а в. www.facebook.com

Међу бројним начинима на које можемо виртуелним путем осмислити свој „ружичасти свет у малом“, за анализу сам одабрала овај сајт јер сматрам да поседује одређену форму унутар које су интересантно осмишљени садржаји које корисници селективно усвајају како би се представили унутар једне другачије реалности. Прибегивање овој врсти позорнице произилази из потребе корисника да се ослони на другу врсту реалности која је лакше доступна опажању, а у којој се реafirмишемо као извођачи сваког пута када тело запоседне нека нова, другачија енергија маште.

Питање дефинисања и редефинисања тела и идентитета сматрам релевантним антрополошким проблемом с обзиром да је људско тело директно укључено у процес учењавања и ишчитавања значења која рефлектују статус самих тела у одређеном простору и времену. У овом процесу представљања стварности не сме изостати чињеница да се овим путем она изнова ствара, при чему су обе врсте реалности прожете културним облицима свакодневне праксе.² Преиспитујући концепте које је изложила Ен Балсамо у делу „*Virtuelno tijelo u sajber prostoru*“ (Balsamo 2002) покушаћу да укажем на истинитост увреженог мишљења о виртуелној стварности као простору који пружа технолошку подршку за стварање личних стварности ослобођених ограничења („стварних“) идентитета утемељених у телу. Посматрани кроз призму *Facebook*-а, тело и идентитет творе 3Д виртуелни свет у којем фигурирају киборзи, хибриди машине и организма (Nagavej 2002, 309) настали као оруђе за замагљивање граничних линија ова два ентитета. То подразумева да су корисници овог простора, „поверавајући“ своје физичко тело киборгу, у стању да комуницирају из више позиција истовремено, првенствено мењајући свој визуелни приказ. С тим у вези, сложила бих се са Харавејевом када говори о киборгу као делу фикције, али као и делу проживљеног искуства, реферирајући на битност егзистенције у оба домена стварности, реалне и виртуелне. Међутим, овим се истовремено поставља питање утицаја једне реалности на другу, односно да ли је ја у виртуелном свету исто што и ја у физичком свету? Другим речима, „мјења ли виртуелна стварност субјективитет утемељен на тјелесном?“ (Balsamo 2002, 298) Одговор на

² Овде се мисли на то да је виртуелни свет, као и физички, испуњен свакодневним праксама које се односе на улепшавање простора у којем се борави и путем којег се представљамо другима (мисли се на свакодневну „дорату“ *Facebook* профила новим фотографијама, видео клиповима, коментарима, при чему је занимљиво пратити и варијације које се односе на број пријатеља, који је најчешће у порасту, а који говори у прилог самог власника профила), а који се у физичкој реалности најчешће односи на дневну собу, тј. на собу у којој примамо госте. У том смислу в. (Riggins 1994, 101-115).

ово питање истовремено указује на кључ самог рада који се, као што се види из наслова, односи на представљање у другачијој реалности.

Даље, питање које се односи на разлоге присуства корисника у другачијој врсти реланости навело ме је да размишљам на ову тему, истовремено осећајући бојазан да ћу, у најгорем случају, доћи до закључка до којег је дошла Гонзалесова³ у свом тексту „Zamišljajući tijelo kiborga“ (Gonzales 2002). У складу са њеном констатацијом, може се поставити питање: Да ли су наша физичка тела „заказала“, те да ли је, у конкретном случају, *Facebook* постао „простор изражавања тјескоба, жудњи, страхова и надања о идентитетима који се убрзано мјењају?“ (Gonzales 2002, 302)

Сучељавање тела, с једне стране, и машине са којом се налази у опозицији, с друге стране, доводи до проблематизације појама „чистог“ и уопште природности самог тела. Целокупна прича која се односи на редефинисање тела и идентитета путем *Facebook*-а чини се, из моје перспективе, доста песимистична, најављујући „урушавање“ физичких тела и идентитета у замену за сајбер тела која обећавају. Али шта?

Како би даље читање имало смисла, настојаћу да одговорим на питања верујући да ми који поседујемо физичка тела и даље имамо контролу над нама самима, јер: „Машина је ми, наши процеси, један аспект нашег утеловљења. Ми можемо бити одговорни за наше машине; оне нама не владају нити нас угрожавају. Ми смо одговорни за границе; ми смо оне.“ (Haravej 2002, 339)

Све више информација⁴ о овом процесу иде у прилог чињеници да Интернет заузима све већи удео у времену данашњег појединца, а самим тим утиче и на формирање општег система вредности. Међутим, оно што је са антрополошког аспекта значајно испитати јесте у којој мери је технологија укључена као једно од оруђа којим обликујемо тело, те која је улога измењеног тела у технолошки модификованом окружењу? Како се о идентитету промишља у измењеним околностима друштвене реалности, те да ли досадашње поимање идентитета које је владало у научним круговима, а које претпоставља

³ Наиме, реч је о њеној констатацији да прикази киборга фигурирају уместо нас кад физичка тела „закажу“, односно када не одговарају новој парадигми која захтева присуство виртуелног тела.

⁴ Подаци Републичког завода за статистику из 2008. говоре да у Републици Србији 33, 2% домаћинстава поседује Интернет прикључак, док у Београду тај проценат износи 45,5%. У односу на истраживања из претходних година, примећено је повећање броја прикључака - за 6,9% у односу на 2007. и 14,7% у односу на 2006. Разлози због којих домаћинства немају Интернет конекцију код куће су различити, међутим преовлађује недостатак потребе за истим (30,9%). В. <http://webrzs.stat.gov.rs/axd/index.php>

категирије хомогености и непромењљивости, постаје нарушено, при чему примат заузима концепт по коме се идентитет посматра као вишеслојна и промењљива категорија?

Све ове промене које се односе на тело и идентитет навела су антропологе да промисле и преиспитају како однос између антропологије и ширих друштвених и културних процеса, тако и своје класичне формулације о предмету и методу изучавања.

Интернет као терен и место сусрета

Последње деценије двадесетог века обележиле су мењање контекста и предмета у антрополошком изучавању при чему се овај процес наставио и експлицитно одразио на поље теренског истраживања као ознаке „дисциплинарне различитости.“ (Ивановић 2005, 126) Како је указала Ивановић, постмодернистичка критика теренског рада, заснованог на дуготрајном и директном контакту између истраживача и истраживаних, послужила је као основ за редефинисање концепта и схватање терена. Другим речима, „редефинисана идеја „терена“ у савременој антропологији значи диверсификацију места која се сматрају погодним за антрополошко истраживање и развијање антрополошког знања.“ (Ивановић 2005, 138)

Виртуелна стварност се сада посматра као легитимно поље, терен антрополошког истраживања, као „социјални простор у коме долази до интеракције (само)свесних, телесних, емоционалних и душвених субјеката, укључујући истраживаче и истраживане.“ (Ивановић 2005, 139) У складу са описаним контекстом, склона сам да се приклоним испитивању терена виртуелне реалности из перспективе инсајдера, при чему проживљено искуство у самој заједници сматрам нужним, али не и довољним условом за анализу паралелне реалности. На конкретном плану, занимало ме је да откријем како корисници виртуелног простора конструишу ја (*self*) за јавну употребу и којим стратегијама се служе да би изазвали жељени утисак. Односно, на који начин је тело са развојем технологије трансформисано у медиј културног изражавања, технолошки конструисано и манипулисано, те као такво, отежава разумевање тела као ентитета ограниченог на један (физички) простор. С тим у вези, виртуелна етнографија пронашла је своје поље истраживања на граничним тачкама људи и машина, друштва и науке те тако ове две врсте реалности представила као комплементарне облике људског постојања при чему је акценат на оним аспектима стварности која их чини блиским.

Међутим, ако је писање продукт људи и машина, тј. главни узрок томе, ко смо онда „ми“ који пишемо? Одговор на ово питање управо је етнограф виртуелног простора који истражује како Интернет учествује у производњи и репрезентацији различитих облика друш-

твености. „Идеални“⁵ виртуелни етнограф боравећи на терену проблематизује друштвене функције информационих и комуникационих технологија на основу чињенице, која стоји у основи ове врсте терена, о флексибилности и проактивности новог канала којим се преносе поруке. Дакле, као свакодневна пракса милионима људи широм света, виртуелна етнографија је увела поимање виртуелног као новог, другачијег облика друштвености, при чему виртуелно и реално почињу да се доживљавају као два равноправна облика људског постојања и представљања у свакодневном животу.

Као репрезент физичких тела у другачијој реалности у којој материјалност као таква није доступна, киборг фигура као амбасадор паралелне реалности која се налази наспрам оне окарактерисане као „стваран живот“. Појава киборга нужно је редифинисала категорије (чисто, природно, физичко) које се односе на тело и телесност, а које су постепено уводиле нове перспективе које су омогућиле разумевање новог облика тела и телесности. Другим речима, „киборг представља посебан проблем за оне који су били забринути за чистоћу облика, крижање врсти и неприродно мијешање. Метафизичке и физичке опасности за које се мислило да су присутне у умјетним трансплантацијама појавиле су се у пријетим метафорама.“ (Gonzales 2002, 307) Конципиран као хибрид човека и машине, киборг представља мапу на којој су исцртане границе које је претходно уцртао човек, а за које је истовремено и сам одговоран. Гранична линија између физичког и нефизичког је непрецизна, а последње форме људске јединствености загађене. Овако стање ремети установљени образац, доводи до нереда који сам по себи симболизује моћ и опасност. Према концепцији коју је применила Мери Даглас у делу „Cisto i opasno“, а која је употребљива на простор виртуелне реалности и киборг тела која је настајују, „опасност почива у прелазном стању, које није више оно претходно, али још није ни оно наредно, него једноставно неодредљиво.“ (Daglas 1993, 134)

На овај начин виртуелно тело постаје опасно због својих „надљудских“ моћи да мења облик реферишући тако на двосмислен статус своје појавности. Управо недефинисан статус тела киборга доприноси манипулацији (мисли се на подвргавање фотошопу) од стране својих физичких еквивалената у реалном простору који га модификују по „својој мери“. Посматрано из ове перспективе, телу киборга се приписује и категорија рањивог ентитета, погодног за уписивање (промењљивих) значења физичког тела. Међутим, ове резличите врсте граница подједнако ефектно указују на задовољства које се могу извући бркањем граничних линија које исцртавају контуре (виртуел-

⁵ Како би се стекао увид о „дужностима“ етнографа према својој дисциплини, упућујем на текст (Миленковић 2006, 161-172).

ног) простора идеалног за ту врсту доживљаја. Наиме, реч је о различитим облицима задовољства означеним као популарна задовољства (у које спада и време утрошено за креирање профила на *Facebook*-у). У том смислу, моменат прикључивања *Facebook* заједници је еванзиван чин којим се физичко тело „губи“ у виртуелном простору избегавајући тако доминантну идеологију нпр. женскости која васпитава жене да проналазе себе искључиво унутар приватне сфере. Управо такав губитак повезује се са задовољством кроз које она добија могућност да избегне владајуће идеологије. Ово је свакако пример рутинског задовољства које настаје као производ популарне културе, а којим се на тај начин нуди, ако ништа друго, онда контрола над временом, простором, као и контрола над стварањем значења. „Као тијело које поседује моћ, активно унутар својих властитих многобројних себстава, и успркос томе што је плаћеник унутар контекста властите политике“ (Daglas 1993, 308), киборг је легитимна творевина која доприноси спознаји о задовољствима која може пружити, а која се рефлектују на физичку реалност.

Аналоган свету у физичкој реалности, виртуелни простор који киборг настањује, посматра се као нова врста друштвеног простора који производи и нове облике друштвености. Из тог разлога „киберпростору треба приступити као засебном ентитету који поседује сопствене законитости“ (Ђорђевић 2005, 262), а које је нужно истраживати у контексту датог простора другачије конципираног од традиционалног поимања простора.

***Facebook* као систем репрезентације**

Као репрезент физичких тела у другачијој реалности у којој материјалност као таква није доступна, занимало ме да откријем које то технике представљања, својеврсне само киборгу, недостају у физичком простору до те мере да смо осуђени да у једном моменту комуницирамо из другачије перспективе која говори о нама самима више него физичко тело са свом својом способности живог говора, додир, мириса, итд.

Како бих објаснила позицију киборга у оквиру виртуелног простора из којег комуницирамо, преиспитаћу перспективе преузете из дела Гофмана, а које се односе на позоришну представу која се води драматуршким принципима. Размотрићу на који начин појединац, отелотворен у киборгу, представља себе и своје активности другима, начине којима руководи и врши контролу над утисцима које они формирају о њему. Дакле, *Facebook* ћу посматрати као позорницу сачињену од глумаца и публике која представља другог актера интеракције због тога што сматрам да смисао и значење зависе искључиво

од односа поменутих елемена који заједно чине систем репрезентације.

Даље, ослонићу се на језик позорнице који претпоставља „улоге које се играју, фасаде“ (Goffman 2000, 36) које се успостављају, мистификацију позиција из којих се говори, сценско окружење, уопште различите аспекте понашања од којих зависе и утисци које остављамо на оне са којима ступамо у комуникацију или оних који нас једноставно посматрају. Будући да смо индетификовали своје место у виртуелном свету, тело постаје врста „кофера“ у који су садржани сви пропратни елементи који ће, у веома кратком временском року, заоденути нашу појавност, по потреби, разоткрити, прикрити различите друштвене улоге којима располажемо. Дакле, овде је реч о могућности креирања новог идентитета који је понуђен као један од могућих, при чему се пружа нови вид представљања кроз који производимо нова значења у складу са типом позорнице (*Forumi*, *Chat* причаонице, *My space*-ови.“, итд).⁶

На плану *Facebook* -а, ради се о томе да појединац поседује такав профил који комуницира заинтересованост за одређену област те се на тај начин приклања одређеној групи у оквиру нпр. музике коју слуша (*The '80s*), а која га „награђује“ тако што га „снабдева“ хитовима из тог периода. На тај начин, појединац постиже задовољство на личном плану будући да је обогатио своју музичку колекцију, али и постао члан групе чији је *fan*.⁷

С друге стране, група је остварила задовољство на колективном нивоу увећавањем броја чланова као и чињеницом о све већој популарности наспрам других конкурентских група. Постоје и примери када појединац не верује у споствену улогу коју игра, али тај осећај га претерано и не ремети у својој изведби, ма каква она била. То је момент када актер једноставно, сам за себе, ужива у перформансу, маскаради, сопственој банализацији која производи задовољство које се односи на бекство од друштвено признатих садржаја и значења. Сваки од ова два континуума обезбеђује појединцу позицију која поседује самосвојне одбране од нежељеног дејства публике. У том смислу, ту функцију има „фасада“, стандардни експресивни репертоар који појединац користи током наступа. Фасада за собом повлачи и пропратне елементе који су у случају *Facebook*-а нашли своје место у фотографском запису тела. Овај термин се односи на позадинске објекте који творе кулису која у већини случајева служи као подршка самим актерима на сцени тако да одговара њиховом визуелном пред-

⁶ Сајтови интерактивног типа који се разликују од *Facebook*-а по начину комуникације (вербалне и невербалне), правилима којима се воде, по могућности да повежу велики број корисника на једном месту.

⁷ Енгл. *fan* – обожаватељ.

стављању. Управо се на овом месту, иза саме кулисе, фабрикују илузије, целокупни репертоар извођача и њихових поступака који су нераскидиво повезани како би извођење било смислено. Наиме, апликације попут фотографија, видео клипова, пројектују вечну младост од које се корисник, често нежелећи то да призна, све више удаљава. У овом случају, исте те фотографије имају функцију фасаде која је очигледно примењљива на плану виртуелног простора.

Као што је приметила Ђорђевић „непостојање физичке компоненте у виртуелној стварности оставља могућност имагинације, а узрочно-последично са тим и могућност формирања погрешне представе о особама са којима се комуницира.“ (Ђорђевић 2005, 274) Ово за собом повлачи и чинњеницу да се „неки од корисника стиде свог физичког изгледа, а многи се плаше да их због постављене фотографије не „стартују“ или „смарају“ они посетиоци са којима не желе да комуницирају.“ (Ђорђевић 2005, 274)

Поред фасаде, „иза“ позорнице *Facebook*-а, функцију кулисе обављају „предмети подршке“ који креирају жељени утисак код публике. У зависности од утиска који желимо да оставимо, идеализација се промања као средство реafirмације појединца пред другима. „Да никад нисмо покушали да изгледамо мало бољи него што јесмо, како бисмо себе побољшали и усавршили?“ (Gofman 2005, 48)

Из овог питања видимо да постоји напор за константним променама, театралношћу, или било којом другом методом представљања, која има функцију идеализације (путем фотографији и/или текстуалног исказа), а којом појачавамо утисак о непоновљивости перформанса и улоге која се игра. Дакле, како би сами утисци имали идеализоване аспекте, појединци „тајно конзумирају“ садржаје који су такође део њих, неког латентног нивоа који је визуелним путем недокучив. На овај начин се потискују мала задовољства зарад оних већих која се односе на признање у оквиру јавног простора *Facebook* заједнице која је ту да упуту критике и коментаре. За илустрацију примера идеализације на плану *Facebook*-а нужно је и лично познанство са корисницима, који прибегавају овој стратегији представљања, како бисмо уопште могли да стекнемо предству о особи која у виртуелном простору поседује јавно ја, (јавну робу) (Hoskins 1999, 10) које је често контрадикторно са приватним ја.

Од веровања у улогу која се игра, преко фасаде, идеализације, стварности и претварања, долазимо до коначног закључка да су сви ови сегменти представљања били нужни како би се изазвала реакција, односно оставио утисак на публику. Целокупна машинерија производње сопства, уколико добро функционише, произвести ће утиске који ће нас суочити са осећајем стварног, наступ ће тада бити успешан, а извођач задовољан изведбом.

Дакле, идеја о киборгу као систему репрезентације има за циљ да прикаже хетерогеност идентитета који флукутирају позорницом *Facebook*-а која, осим што има функцију суочавања глумца и публике, може да се посматра и као извор утисака који се остављају на друге или које други стичу. Као прво место читавања и ишчитавања значења, тело често фигурира и као рекламно средство путем којег, на невербалном нивоу, желимо нешто да поручимо. Како бих анализира- рала телесне манифестације на фотографијама постављеним на *Facebook*-у, најпре ћу указати на два типа комуникације.

Реч је о „свесно продукованим експресијама и експресијама које одају“ (Gofman 2000, 18), при чему је акценат на неинтенционалном типу комуникације. Фотографије постављене са циљем да произведу (по могућности позитиван) утисак, најчешће одвлаче пажњу од оних момената забележених апаратом који, уколико се уоче, могу да одају ту особу, произведу контрапродуктиван ефекат. Из тог разлога, „искуснији у овој врсти комуникације „живе у виртуелној стварности“, односно пролонгирају сусрет „уживо“ колико год је могуће.“ (Ђорђевић 2005, 275) Уколико преовлада овај други случај, посматрачи и саговорници су у стању да употребе оне аспакте појединчевог невербалног, тј. визуелног изражавања за које се сматра да су ван његове контроле, а у сврху провере веродостојности оног што се експлицитно истиче у први план.

„Кроз ово се испољава и суштинска асиметрија комуникативног процеса: појединац је свестан само једног тока сопственог комуникативног понашања, остали присутни свесни су овог, али и још једног тока.“ (Gofman 2000, 21)

Из овог разлога, визуелне репрезентације никако не смемо узети здраво за готово, односно посматрати их као рефлексiju стварности која је нашла уточиште и исказала свој ослободитељски потенцијал управо у виртуелном простору. С тим у вези, Бодријар примећује да „ми данас доживљавамо стапање свих виртуелних начина изражавања у начину оглашавања, у начину рекламе. Сви првобитни културни облици, сви одређени језици апсорбују се у говору рекламе, јер је он без дубине, тренутан и тернутно заборављен. Сви данашњи облици активности теже ка реклами и већина их се у њој исцрпљује.“ (Bodri- ајаг 1991, 91) Овом његовом тезом желим да укажем на нужност да се анализи подвргну и „рекламне поруке“, тј. коментари који представљају вербални траг власнка фотографије или једноставно утисак оних који су видели фотографију. Уколико је вербална порука присутна, испитује се њен однос према визуелном делу: да ли га потврђује, објашњава, критикује, доводи у питање.

Како по својој природи позорница *Facebook*-а симулира простор у којем је свака игра могућа, тако креативним подухватима свесно или несвесно осмишљавамо маске које „одражавају концепцију коју смо

формирали о себи – улогу у складу са којом тежимо да живимо – маска је наше истинитије ја, ја које бисмо желели да будемо.“ (Gofman 2000, 33)

Истовремено, очигледно је и редефинисање концепта пријатељства које, у интеракцији са виртуелном реалности, доводи у питање пријатељства у физичкој реалности тако претпостављајући нове облике друштвености који померају границе традиционалног поимања овог појма. Да ли је Харавејева у праву када тврди да „машине могу бити протетичка средства, интимне компоненте, пријатељска сопства.“ (Haravej 2002, 338) Да ли смо исцрпели потенцијале физичког пријатељства, те га једноставно заменили одговарајућим виртуелним еквивалентом?

На конкретном плану, занима ме да откријем чији профил (уколико особу не познајемо у физичком свету) има предност при сврставању у категорију пријатеља, те да ли ласкава цифра која указује на бројност пријатеља заиста утиче на наш статус у физичком простору.

На основу разговора са испитаницима на ову тему стекла сам увид у то да се пријатељства која одржавамо у физичком окружењу засигурно рефлектују и у виртуелном, у смислу да су те исте особе наши пријатељи и на *Facebook*-у. У вези са тим једна од испитаница са којом сам разговарала на ову тему истиче: „На *Facebook*-у не комуницирам са особама које нисам упознала лично. Углавном су то колеге са којима се сусрећем на послу, пријатељи, даља родбина.“

Међутим, исто тако блиски су ми примери када су пријатељства у реалном свету озбиљно угрожена због заокупљености оним која се одвијају у виртуелном свету. Реч је о томе да бројност пријатеља на *Facebook*-у у једном моменту почиње да прија, до те мере да ремети однос у физичком свету између двоје пријатеља који су свекодневно заједно. Потврђујући ову констатацију, један од испитаника прокоментарисао је: „Више се и не дружимо. Он по цео дан „виси“ на фејсу са ликовима о којима не зна ништа, тако да сам и престао да га зовем.“

Поменути пример директно се може рефлектовати на плану позорнице где минијатурни пријатељски систем између два извођача доживљава дезорганизацију „упадом“ треће особе која сада (ре)дефинише претходни образац система дајући му нову форму.

Полазећи од претпоставке да разлог нашег присуства на *Facebook*-у одређује бројност и квалитет пријатеља навешћу још пар примера који потврђују ту претпоставку. Наиме, показало се да особе које у свом профилу као разлог присуства на овом сајту наводе забаву, ново познанство, евентуалну везу са особом супротног, истог пола, не придају значај томе кога прихватају за пријатеље (у смислу да ли ту особу већ познају од раније или не) и да ли ће се особе из физичког окружења наћи на списку првих пет-десет пријатеља.

Акценат стављају на број пријатеља који за собом неминовно повлачи и разноврсност профила. У овом случају, бројност итекако фигурира као „статусни симбол“ који је кључно мерило ствари када се представљају другима. Дакле, интерпретиран на овај начин, пријатељ је употребна роба, а бројност исте повећава наш статус (у смислу „омиљености“, популарности) на *Facebook* тржишту. У прилог чињеници да се статус у виртуелном свету директно одражава и утиче на физички свет, говори и скорашњи пример где је једна особа само на основу броја пријатеља на *Facebook*-у (ради се о четвороцифреном броју) била изабрана да учествује у ријалити шоуу под називом „Велики Брат“. Ово за последицу има повратну реакцију у виду утиска (код публике која прати овај шоу) који се стиче о његовим пријатељима, односно оним особама које су га прославили у виртуелном, а потом и у физичком свету, а све то на основу његовог представљања у „Великом Брату“⁸

Овај пример само је још један доказ о преплитању ове две врсте реалности које, једна наспрам друге, стоје у зависном положају.

Насупрот овој врсти профила, на позорници *Facebook*-а егзистирају и корисници који у свом профилу као разлог наводе одржавање пријатељстава на даљину, размену информација са особама које су и уједно колеге на факултету, послу, што директно рефлектује број особа који се налази под категоријом пријатеља. За разлику од претходног, у овом случају корисници воде рачуна кога бирају за пријатеља, односно који критеријум преовладава при избору.

Заправо, све полази од тога у које сврхе користимо овај сајт, односно који циљ желимо да постигнемо; да ли смо креирали профил ради нових познанстава, одржавања старих, популарности на основу провокативних и упадљивих фотографија. Дакле, од наше примарне намере од које полазимо кад приступамо креирању профила зависи ће и то да ли је квалитет или квантитет пријатеља оно што игра значајну улогу при нашем представљању.

Већина испитаника са којима сам разговарала предност је дала особама које познају *in vivo* (ово се односи и на пријатеље и познанике из детињства) и о којима имају већ стечену слику у физичком свету.

С друге стране, репрезентација сопства на *Facebook* позорници захтеве одређене технике које извођач мора поседовати како би обавио задатак „оживљавања лика.“ Претходно изнет садржај ове позорнице чини мноштво техника (апликације које смо сами осмислили, фотографије...) од којих бирамо оне које ће нас представити у најбољем светлу. Међутим, оно што се истиче у први план, када је реч о

⁸ Забележено на насловној интернет страници: <http://www.facebook-wall>, 14.05.2009.

изражавању, јесте одговорност извођача за свој наступ како не би дошло до испољавања „несвесних гестова“ који прете нарушавању наступа.

Тако на *Facebook* сцени представљање може бити угрожено када особа, како би појачала утисак припадности некој од група, „засити“ свој профил елементима карактеристичним за ту групу. Као пример бих навела кориснике чији профил у први план истиче националистичке идеје бројним фотографијама које се хронолишки ређају упоредо са историјом, па све до грбова, данашње химне која се чује када се „уђе“ у профил. Даље, прибегавање сценама, како би се постигао исти ефекат, врло је чест случај и то у ситуацијама када корисник процени да би несклад вероватно нарушио устаљену форму. Реч је најчешће о фотографијама, које извођача издвајају из „масе“, а које су постављене како би комуницирале из несвакидашње перспективе. Овим путем се код публике свесно-несвесно ствара утисак који најчешће одговара првобитној намери од које је корисник пошао при креирању профила.

С друге стране, корисници *Facebook*-а врло често бирају за публику (која се односи на категорију пријатеља којима је дозвољено да читају о догађајима значајним за ту особу, гледају и коментаришу фотографије, итд.) оне особе које нису склоне негативним коментарима профила те су тако погодне за јавно испољавање позитивних ставова на виртуалној позорници. Овај случај је примењив на кориснике који воде рачуна кога прихватају за пријатеље и који као разлог за присуство на овој позорници наводе поменуто одржавање пријатељских веза. У вези са овим примером, извођач ће такође морати да узме у обзир информације које о њему публика већ поседује како би избегао ону врсту перформанса која није у складу са утисцима стеченим у физичком свету. Технике баратања утисцима односе се и на место које заузимају пријатељи, тј, њихове фотографије у *Facebook* албуму друге особе. Реч је о томе да ће првих пар фотографија указати на израз поштовања према особама које су на њима те тако допринети снажнијем (позитивном) утиску код оних који поседују повлаштен положај у профилу друге особе.

Дакле, може се очекивати да ће особа „олабавити фасаду“ када комуницира са онима које познаје од раније, а да ће је се строго држати када се представља особама које не познаје, а са којима кроз комуникацију акцентује забаву, нова познанаства као основни разлог присуства на *Facebook*-у. Корисници који као приоритет нове поменуте разлоге управо зато и не воде рачуна кога стављају под категорију пријатеља како би добили могућност да се изразе кроз улоге које су можда супротне оним у физичкој реалности. Уколико се лажно представља, извођач врло често при свом испољавању поседује нијансу комичних вербалних и невербалних исказа (што је још једна

од техника баратања утисцима) тако да, ако га открију, може да порекне сваку претензију на озбиљност перформанса.

У случају да, поред неистинитог представљања, особа и сама не верује у улогу коју игра, догађа се ситуација која се може описати на следећи начин, а коју сам имала прилику да чујем од својих испитаница које су након виртуелног познанства одлучиле да се састану уживо: „Након што смо провели пар сати у кафићу, пожелала сам да се никада више не састанем са неким ко ме „стартује“ на нету. Нисам више могла да глумим, да се смејем форама које ми нису биле смешне, тако да сам одлучила да одем по цигарете и никада се не вратим... Наравно, и наша комуниција на нету је престала.“

Ово је директан пример баратања утисцима који је из виртуелне реалности примењљив и на физички простор уколико дође и до стварног сусрета. Међутим, ако извори информација ван интеракције представљају једну од случајности коју извођач мора узети у обзир, извори информација који су део саме интеракције представљају другу. У складу са тим, обазрив и свестан своје улоге, извођач мора да усклади технике представљања са типом публике.

Интерпретирана кроз позорницу *Facebook*-а, идеја о производњи утисака фигурира као база сваког профила који има за циљ да суочи публику са другачијим начином представљања и истовремено је убеди у веродостојност истог. Уколико се то заиста и догоди, наступ извођача ће успешно бити приведен крају, док ће у суштини извођача и даље „чучати“ „усамљени играч обузет мучном бригом за своју продукцију.“ (Goffman 2002, 233) Кроз претходно изнете чињенице које се односе на начине представљања у виртуелном (и свакодневном реалном) животу, желела сам да укажем на референтни оквир у коме настају, мењају се другачија тела окарактерисана као киборзи. Представљени као хибриди машине и организама, киборзи фигурирају као сведоци постмодерног доба које захтева другачији облик друштвености која прети да угрози традиционалне облике комуникације и представљања.

Дакле, *Facebook* сам посматрала као нову врсту терена погодног за антрополошку анализу у оквиру које је улога антрополога редефинисана у складу са измењеним телом и телесношћу која се појављује као покретач промена на свим пољима која се тичу сусрета људи и машина. Виртуелни терен условио је и другачије стратегије представљања (фотографије, видео клипови, пријатељске везе, многобројне апликације...), које су понуђене на *Facebook*-у, а на нама је да их применимо при конструисању ја (*selfa*) за јаву употребу. У складу са тим, ово истраживање имало је за циљ да укаже на то како је представљање у виртуелном простору заправо део структуре свакодневног живота која, на једном другачијем нивоу, указује на фрагментарност нашег тела и идентитета, у смислу потребе за изражавањем кроз тех-

нолошки посредовано време и простор. Такође сматрам да је важно уочити како су поменуте технике и стратегије представљања на *Face-book* позорници примењљиве у свакодневном животу који од нас самих захтева познавање и коришћење позоришних трикова. Управо због примењљивости концепата из физичког на виртуелни простор, и обрнуто, мислим да је ово истраживање имало смисла утолико што је скренуло пажњу да „што човека више занима стварност која није доступна опажању, то више мора да усресреди пажњу на привиде.“ (Gofman 2002, 247) На основу те чињенице, значај сусрета човека и машине почива на могућности да, отелотворено у киборгу, тело човека „осети“ другачију врсту стварности која је сада постала доступна опажању. Захваљујући „опасним границама киборга“ и „варљивом“ простору који настањује, антрополозима је осигурана нова врста терена са свим својим вишедимензионалним представама о човеку и друштву.

Литература:

- Antonijević, S. 2002. Sleeples in Belgrade: A Virtual Community during War. *First Monday*, Vol. 7, No.1, January 2002.
- Balsamo, A. 2002. Virtualno tijelo u cyber prostoru, *Treća, Časopis Centra za ženske studije*, br.1, Vol. IV, Zagreb.
- Bodrijar, Ž. 1991. Simulakrumi i simulacija, IP Svetovi, Novi Sad.
- Gofman, E. 2000. Kako se predstavljamo u svakodnevnom životu, Gopoetika, Beograd.
- Gonzales, Dž. 2002. Zamišljajući tijelo kiborga, *Treća, Časopis Centra za ženske studije*, br.1, Vol. IV, Zagreb.
- Daglas, M. 1993. Čisto i opasno, Biblioteka XX vek, Plato.
- Ђорђевић, И. 2005. „Идентитет у виртуелној заједници: случај форума „Знак Сагите“, ГЕИ САНУ ЛП, Београд.
- Ивановић, З. 2005. „Терен антропологије и теренско истраживање пре и после критике репрезентације“, у: *Етнологија и антропологија: стање и перспективе*, Зборник Етнографског института САНУ (ГЕИ САНУ) XXI, Д. Радоичић (ур.), Београд.
- Миленковић, М. 2006. „Идеални етнограф“, Зборник Етнографског института САНУ (ГЕИ САНУ) XXI, Д. Радоичић (ур.), Београд.
- Riggins, S. H. 1994. *Fieldwork in the living room: An autoethnographic essay* у: Stephen Harold Riggins, (ur.), *The Socialness of Things: Essays on the Socio- Semiotics of Object*, New York, Mouton de Gruyter.
- Нарвеј, Д. 2002. Manifest za kiborge: Nauka tehnologija i socijalistički feminizam osamdesetih godina dvadesetog veka, у: В. Анђелковић (приредила), *Uvod u feminističke teorije slike*, Edicija Pogled/Teorija, Centar za savremenu umetnost, Beograd.

Hoskins, J. 1999. *Biographical Objects, How Objects Tell Stories about people's Lives*, Routledge.

Tamara Lepetić

Facebook: how we present ourselves in the virtual space

Reviewing the usability of the concept given by Erving Goffman and other scholars of (symbolic) interactionism and social constructivism in the analysis of the phenomenon of virtual space, the paper deals with the issue of creating virtual identities and the position (of the presentation) of human body in this process. Assuming that the physical and virtual realities are inextricably linked, we will view the Internet as a simulation of reality and not only as its virtual representative. In analyzing this kind of (re)presentation, my main goal is to determine how the active consumers of the virtual space and time experience, use and present their bodies in the process of the construction of their virtual identities.

Key words: body, identity, cyborg, Facebook, Internet space and time, representation, stage