

PARADIGMS OF PERSONAL IDENTITY IN THE ERA OF DIGITAL SPECTACLE

Florin George Popovici

PhD Student, "Ștefan cel Mare" University of Suceava

Abstract: This text should be considered a laboratory of thought by which I intend to understand the complexity and the impact of digital technologies on the concept of personal identity. Even is already a commonplace to assume that digital technologies have a significant influence on the way we understand ourselves, yet I dare to argue how this phenomenon occurs. I am aware that my approach lies between the two extremes, the one that considers that technology brings a genuine dissolution of our identity and the other that gives us a more optimistic view, talking about enriching the idea of our personal self. We are without any doubt a social and a media construct, a product of a hardware interface. New digital technologies contribute greatly to this construction by allowing us to adopt new and provocative roles and statuses that risk to place us under the sign of unauthenticity. This is the assumption of the present article and the following ideas are a bold attempt to bring consistency to it. I offer the reader the chance to judge to what extent I have managed to accomplish my task.

Keywords: personal identity, social construction, online identity, digital spectacle, media culture

1. Problematika filosofică a identității – sumară propedeutică

Conceptul de *identitate personală* (*personal identity*) se situează în centrul unui vast și totodată deconcertant areal academic, care înglobează filosofia minții, științele cogniției, psihologia socială, sociologia, lingvistica, semiotica, antropologia filosofică, estetica, neurobiologia, studiile culturale și de gen etc., o orchestră cognitivă ce înglobează o multitudine de instrumente, puncte de vedere, articulații argumentative și abordări dintre cele mai eterogene.¹ Textele în care se analizează identitatea personală se vădesc a fi abundente în conținuturi vehiculate, consistente și adesea solicitante în ceea ce privește receptarea și interpretarea. În planul reflecției filosofice, identitatea personală dobândește statutul unei problematice extrem de prolice, înglobând interogații precum: ce fel de entitate sunt eu, ca ființă umană?, ce înseamnă să fii o persoană?, ce semnifică pentru o persoană să traverseze proba timpului, altfel spus, să rămână identică sieși de la un moment la altul?, ce contează cel mai mult în chestiunea identității? ș.a.m.d. Identității personale îi sunt atribuite sensuri și semnificații distincte, de la particularitățile ce-i conferă unicitate unei persoane, până la etichetele contingente și schimbătoare atribuite individului de către societate.

Într-o perspectivă diacronică, problematica identității personale înregistrează o evoluție prolifică de-a lungul istoriei gândirii occidentale, dezvoltare ce include repere valoroase precum

¹o serie de studii clasice sau mai recente care analizează din perspectivă filosofică problematica identității: Eric T. Olson, *What Are We? A Study in Personal Ontology* (Oxford University Press, 2007), Peter V. Zima, *Subjectivity and Identity. Between Modernity and Postmodernity* (Bloomsbury Publishing, 2015), Harold W. Noonan, *Personal Identity* (Routledge Taylor & Francis Group, 1989, 2003), Sydney Shoemaker, *The First-Person Perspective and Other Essays* (Cambridge University Press, 1996), Derek Layder, *Social and Personal Identity. Understanding Yourself* (Sage Publication, 2004), John Perry, *Identity, Personal Identity, and The Self* (Hackett Publishing, 2002), Derek Parfit, *Reasons and Persons* (Oxford University Press, 1984), Raymond Martin & John Barresi, *The Rise and Fall of Soul and Self. An Intellectual History of Personal Identity* (Columbia University Press, 2006) ș.a.

speculația platoniciană despre natura conceptului de *psyche*, reflecțiile filosofiei moderne cu privire la *ego* sau *subiectivitate*² dar, mai ales, abundența de perspective empirice actuale, unele dintre acestea plasate în universul de discurs al eticii aplicate³. Chiar dacă depășesc intenția întreprinderii de față, punctele de vedere evocate pot face, fără îndoială, obiectul unei analize ample. În contextul prezent, consider oportună trecerea în revistă a unora dintre distincțiile operate în literatura de specialitate, din motivul interesului pe care-l prezintă acestea pentru contextul abordării mele. În primul rând, este vorba despre distincția realizată între *identitatea nominală (nominal identity)* și *identitatea ce oferă informații despre sine (self-informative identity)*.⁴ Se au în vedere, în primul caz, caracteristicile conferite unei persoane de către contextul social și multitudinea de interacțiuni care o definesc, particularități pe baza cărora persoana respectivă se diferențiază în raport cu alteritatea sau în raport cu alte entități⁵. În al doilea caz, identitatea personală se traduce printr-un *summum* de informații despre sine, un conglomerat de credințe și convingeri ce formează o adevărată narațiune sau ideologie personală. O a doua distincție necesară în demersul meu este aceea dintre *idem-identitate* sau *conventional identity*, care înglobează aspectele ce determină persoana să adere la grupuri și comunități⁶, și *ipse-identitate* sau *idiosyncratic-identity*, cuprinzând aspectele ce ne diferențiază de ceilalți în interiorul grupului. Între acestea două există un raport complex, dialectic, chiar tensionat.⁷ Atunci când vorbim despre comunitățile online, este firesc să ne întrebăm dacă acestea îmbunătățesc conectivitatea sau, dimpotrivă, o obstrucționează. Pentru ilustrare, se vedește a fi util studiul „Capitalizing on the Net. Social Contact, Civic Engagement, and Sense of Community”⁸ care, pe baza rezultatelor unui sondaj, investighează tocmai condițiile de posibilitate ale unei implicări active în societate prin intermediul manifestărilor din *agora* virtuală: „contactele online fortifică participarea persoanelor în organizațiile voluntare și politice (...) pe măsură ce internetul este încorporat în rutina vieții de zi cu zi, capitalul social se îmbunătățește și devine mai dispersat din perspectivă geografică”.⁹

²o lucrare de referință pentru analiza problemei identității personale, a *eului cognitiv*, a *minții*, *subiectivității* și *conștiinței-de-sine* în perioada modernă este aceea a lui Udo Thiel, *The Early Modern Subject. Self-Consciousness and Personal Identity from Descartes to Hume*, Oxford University Press, 2011.

³se poate consulta, în acest sens, volumul lui David Shoemaker, *Personal Identity. A Brief Introduction*, publicată la Broadview Press, în 2009, lucrare ce conectează conceptul de identitate personală cu responsabilitatea morală, posibilitatea imortalității, conferă legitimitate *criteriului psihologic* și *criteriului biologic* și, nu în ultimul rând, investighează abordarea îndrăznească a „identității narative” (*narrative identity*).

⁴Mark Childs, „Identity: a Primer” în volumul *Reinventing Ourselves. Contemporary Concepts of Identity in Virtual Worlds* (editori: Anna Peachey, Mark Childs), Springer-Verlag, London, 2011, p. 14.

⁵de exemplu, într-un registru actual, monopolul actorilor umani ce populează rețelele de socializare este amenințat de prezența *agenților artificiali (artificial agents)*, „disembodied or even physically embodied intelligent software agents”, capabili de interacțiunea cu utilizatorii umani prin intermediul limbajului natural, totodată autori de conținuturi informaționale afișate și distribuite pe propriile pagini din rețea. (cf. Nikolaos Mavridis, „Artificial Agents Entering Social Networks”, în volumul *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, editat de Zizi Papacharissi, New York and London: Routledge Taylor and Francis Group, 2010, p.291.

⁶tehnologia face posibilă, via Internet, existența comunităților virtuale (*online groups*) care pot, după unii exegeți ai fenomenului, să completeze, să suplinească, sau, dimpotrivă, să erodeze comunitățile face-to-face; indiferent de modalitatea de abordare, unul dintre motivele întemeiate ale prezenței și activității în mediul online (*social cyberspace*) este tocmai nevoia de apartenență la un grup (vezi, în acest sens, „Social Contact, Civic Engagement, and Sense of Community”, articol semnat de Anabel Quan-Haase, Barry Wellman, James C. Witte și Keith N. Hampton, apărut în volumul *The Internet in Everyday Life*, editat de Barry Wellman și Caroline Haythornthwaite (Blackwell Publishing, 2002, pp.291-334).

⁷Anna Peachey, Mark Childs, *Reinventing Ourselves. Contemporary Concepts of Identity in Virtual Worlds*, Springer-Verlag, London, 2011, p.16.

⁸Anabel Quan-Haase, Barry Wellman, James C. Witte și Keith N. Hampton, apărut în volumul *The Internet in Everyday Life*, editat de Barry Wellman și Caroline Haythornthwaite (Blackwell Publishing, 2002, pp.291-334).

⁹*Ibidem*, p.291.

Nu în ultimul rând, se cuvine amintită distincția dintre *identitatea sincronică* (*synchronic identity*) și *identitate diacronică* (*diachronic identity*), un raport la fel de problematic în privința conceptualizării. Distincțiile enumerate conferă legitimitate dimensiunii problematice a conceptului în cauză, totodată interesului crescut pentru articularea unui sistem cognitiv coerent și persuasiv. Un conceptul corelativ este cel de *sine* (*self*), caracterizat însă printr-o evidentă fluiditate și flexibilitate, sinele fiind plasat în miezul numeroaselor experiențe, situații și interacțiuni la nivelul spațiului social sau al ambianței comunitare. Indiferent de universul de discurs în care se situează, conceptul de *identitate personală* (*personal identity*) se construiește la convergența a două dimensiuni esențiale ale existenței, în complexitatea lor incontestabilă: agentul uman și contextul natural sau social.

2.Paradigme ale identității

2.1.Construcția și reconstrucția digitală a identităților multiple

Dezvoltarea accelerată a tehnologiei digitale, „minunea care provoacă un nou Iluminism menit a transforma lumea”¹⁰ plasează conceptul de identitate în fața unor provocări inedite, cum ar fi de pildă raportarea ludică, de tipul „jocului de-a identitatea”¹¹. Metafora teatrului sau a spectacolului de măști, lansată în circuitul discursului academic de către Erving Goffman, își vedește din plin actualitatea în contextul complicat al scenografiei digitale. În măsura în care admitem o corelație între nivelul de dezvoltare cognitivă și asumarea calitativă a unor multiple jocuri de rol, spectacolul identităților virtuale nu prezintă neapărat un dezavantaj net pentru persoană, dimpotrivă, este capabil să-i aducă acesteia o serie de beneficii incontestabile. „(...) este posibil ca această formă de management a impresiilor [pe care le producem celorlalți] să fie de fapt încercarea noastră de a ne dezvolta o identitate reală, autentică, prin inventarea și descoperirea a ceea ce suntem. Prin testarea noilor elemente de personalitate și prin interacțiunea cu ceilalți în contextul răspunsurilor oferite de aceștia, ni se îngăduie să ne dezvoltăm din punct de vedere cognitiv și social.”¹² Utilizatorul testează multiplicitatea lumilor posibile, experimentează o succesiune de identități, adoptă chipuri și roluri, într-un spectacol ludic ce-i permite smulgerea de sub determinismul rigid și condiționările realității. „Poate fi numai o formă de joc, însă unul care nu poate fi trivializat, pentru simplu motiv că este legat indisolubil de formarea identității personale (*self-identity*).”¹³ Apariția termenului de *identitate online* (*online identity*) și înscrierea acestuia în galeria amplă de concepte consacrate evidențiază faptul că „lumile virtuale s-au transformat în laboratoare sociale pentru studiul identității”¹⁴. Aceasta nu lezează autoritatea perspectivelor filosofice consacrate asupra identității, chiar și acelea care se concretizează frecvent în puncte de vedere radicale, distincte sau, dimpotrivă, omogene în privința înțeleșurilor pe care le vehiculează. De pildă, însăși conceptul de *persoană* (*persona, personae*) este eliminat din anumite discursuri, fiind preferat mai curând acela de „stagi” personal sau identitar, înțeles ca o succesiune de „felii” temporale emergente la diferite perioade scurte de timp, agregate sau conglomerate de momente desfășurate între naștere și moarte, „momentary person-stages”¹⁵. Alte abordări sunt ceva mai puțin tranșante, considerând că a fi o persoană înseamnă nimic altceva decât a deține o *perspectivă subiectivă* prin excelență, (*first-person-perspective*) ermetică și intraductibilă în limbajul alterității, a fi capabil să te experimentezi plenar, într-un demers reflexiv desfășurat în absența unei conceptualizări adecvate a trăirilor, gândurilor și emoțiilor specifice. Alfel spus, se postulează

¹⁰Anabel Quan-Haase, Barry Wellman, James C. Witte și Keith N. Hampton, *op.cit.*, p. 4.

¹¹Tamara Wandel, Anthony Beavers, „Playing Around with Identity”, în volumul *Facebook and Philosophy. What's on your Mind?*, D.E. Wittkower (Open Court, 2010), pp.89-96.

¹²D.E. Wittkower, *op.cit.*, p. 90.

¹³*Ibidem.*, p. 91.

¹⁴Anna Peachey, *op.cit.*, p. 2.

¹⁵Raymond Martin, John Baressi (editori), *Personal Identity*, Blackwell Publishing, 2003, p. 3.

existența unei rupturi de netrecut în însăși teritoriul intersubiectivității. Chiar și așa, diferența dintre *perspectiva subiectivă* prin excelență și aceea intitulată *third-person-perspective* este esențială pentru heideggeriana *situare-în-lume*, ca ființare privilegiată. A deține o identitate personală echivalează cu a te concepe diferit față de mediul înconjurător, a fi înzestrat cu diferite stări intenționale: a crede, a dori, a spera, a te teme, a te mira ș.a.¹⁶.

O incursiune fie și sumară în arealul teoretizărilor pe tema identității echivalează cu revelația descoperirii unor articulații conceptuale ce constituie un univers propriu de discurs. De exemplu, Derek Parfit, în articolul „Personal Identity”¹⁷, vorbește despre *limbajul identității*, purtându-și cititorul printr-o succesiune de experimente mentale, de genul celor în care aceeași minte ajunge să existe în două corpuri sau aceeași persoană ajunge să aibă o minte divizată (*divided mind*). Pentru autorul menționat, principiul continuității psihologice constituie criteriul ce garantează identitatea personală, mai mult decât acela al înfățișării sau al prezenței fizice. Într-o paradigmă pe care o putem intitula *paradigma identității digitale*, înfățișarea poate suporta modificări sau artificii tehnologice, iar asta poate afecta implicit continuitatea psihologică. La fel de provocatoare este disocierea operată de Derek Parfit între *sinele ancestral*, (*ancestral self*) și *sinele derivat* sau *produs* (*descendant self*), primul făcând referire la trecutul persoanei, altul la viitorul acesteia. În discursul construit de autorul lucrării *Reasons and Persons*, identitatea personală nu poate fi conceptualizată decât dacă este plasată în același registru cu *moralitatea interesului personal* (*self-interest*) și a *responsabilității*, privite prin prisma consecințelor care rezultă din propriile acțiuni. Actualizând distincția operată de Parfit, putem admite că mediul online tinde să-l privilegieze pe cel din urmă – sinele sau identitatea derivată – în măsura în care, prin construcția și reconstrucția succesivă a unei reprezentări a sinelui, se străduiește să modifice sau să influențeze percepția celorlalți. Această străduință se concretizează de multe în promisiunea dificil sau chiar imposibil de onorat a ceea ce actorul identităților multiple își propune să devină dincolo de scena online.

2.2. Intermezzo - avatarul sau reinventarea corporalității

Deși există partizani fervenți care încearcă să convingă cu privire la faptul că *cyberspațiul* oferă utilizatorilor oportunitatea de a-și explora, prin intermediul avatarului, într-o manieră sigură și constructivă identitatea, totuși nu lipsesc cazurile care infirmă acest lucru.¹⁸ În lumile virtuale, interacțiunea este mediată de adoptarea unui *avatar*, un termen a căror semnificații – dincolo de aceea atribuită la nivelul discursului tehnologic, de „reprezentare grafică a unui utilizator în interiorul mediului, aflată sub directul control al acestuia” – înaintea pe firul istoric până la cultura hindusă. În limba sanscrită, termenul *avatarah* este compus din *ava* (*jos*) și *tarati* (*a trece, a traversa*), particularitate specifică unei divinități de a se încarna sau descinde într-un corp din lumea fizică.¹⁹ În ceea ce privește avatarul online, prin intermediul acestuia ne generăm o identitate, un simulacru ce vine să se substituie identității personale din lumea reală. Dobândim un nume, mai mult decât atât, prin intermediul unor artificii ingenioase de recunoaștere fiziologică, devenim posesorii unui corp spectral, să-i spunem, un *pseudo-corp* înzestrat cu tot felul de particularități mai mult sau mai puțin apropiate de înfățișarea reală. Interesant și deopotrivă intrigant este faptul că „dezvăluirea identității persoanei care folosește avatarul depinde de preferința acesteia, avatarul

¹⁶Lynne Rudder Baker, *Persons and Bodies. A Constitution View*, Cambridge University Press, 2000, p. 91.

¹⁷Articol apărut în volumul *The Philosophical Review*, Duke University Press, vol.80, nr.1, ianuarie 1971, pp.3-27.

¹⁸Kathryn Y. Segovia și Jeremy N. Bailenson relatează, în articolul „Identity Manipulation – What Happens When Identity Presentation is Not Truthful”, din volumul *The Social Net. Understanding our online behavior*, editat de Yair Amichai (Oxford University Press, 2013, p.45), despre cazul „Mr.Bungle”, o poveste ce include un furt de identitate urmat de acte de cruzime în mediul online, având drept consecință însemnate traume de ordin emoțional.

¹⁹Anna Peachey, Mark Childs, *Reinventing Ourselves. Contemporary Concepts of Identity in Virtual Worlds*, Springer-Verlag, London, 2011, pp.1-2.

însuși fiind maleabil în totalitate – aspect eliminat din ceea ce se numește *offline selves*.”²⁰ Adăugăm sau, dimpotrivă, eliminăm detalii, reducem sau amplificăm dimensiuni, într-un spectacol al aglutinării care nu pare să aibă limite. Nu de puține ori, optăm să renaștem virtual din cenușa propriei deziluzii cu privire la realitate, într-un exercițiu de sublimare în care investim credințe, convingeri, aspirații. Totuși, nefiind o interacțiune *face-to-face*, dialogul mediat tehnologic este vulnerabil la tendința de idealizare a sinelui, reprezentarea digitală fiind de prea puține ori suprapusă sinelui real. Saltul ontologic în virtual coincide cu oficializarea discreditării realului. Seduși de ispita avatarului, rezidenții lumilor virtuale (*Second Life*) suportă o dematerializare similară procesului de teleportare, corpul real fiind descompus și, ulterior, reprodus în forma identității fiziologice spectrale. În mod paradoxal, reificarea, mutarea în „corpul” ce locuiește universul secund (*Second Life*), este în măsură să genereze descalificarea, de-corporalizarea identității fiziologice din *First Life*. Există perspective care atribuie identității virtuale mai multă acuratețe sau autenticitate, pe baza faptului că sunt reflecții ale eului sau sinelui mai apropiate de realitate. Obiect al marginalizării și stigmatului social, astfel de indivizi își descoperă în mediul online „adevărata identitate”, *eul offline* pierde astfel bătălia în fața adversarului său robust, *eul online*.

2.3. Spectrul identității narcisiste

Rețelele de socializare sau *Social Networking Sites* (SNSs) – precum Facebook, Instagram, Flickr, YouTube, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Tumblr, MySpace, Google+ ș.a. – constituie astăzi mediul predilect pentru construcția unei presupuse imagini a identității persoanei, totodată pentru exhibarea unui comportament social de multe ori surprinzător. Astfel de rețele sau platforme sociale sunt, pe de-o parte, cadrul adecvat pentru inventarea și reinventarea sinelui, pe de altă parte, contextul potrivit pentru generarea unei vulnerabilități la narcisism. Mediul online exercită seducția pentru a deveni, așa cum o spune titlul unei lucrări, o autentică „fabrică de narcisism”²¹. „Narcisiștii sunt concentrați pe sine și egocentrici într-o mare măsură, se gândesc la ei înșiși într-o manieră extraordinar de favorabilă, resimt nevoia permanentă de a primi atenția și admirația celorlalți, au un simț pregnant al unicității și caracterului lor special, sentimentul puterii, totodată retrăiesc propriile fantezii referitoare la putere, succes și glorie.”²² Printr-un set de artificii, tactici, strategii, tehnici și instrumente specifice, cum ar fi postarea și distribuirea selectivă de informații, fotografii, galerii de imagini, texte, narațiuni, conținuturi audio-vizuale etc., utilizatorii au șanse semnificative de a fi prizonierii tendinței spre exacerbarea eului sau a propriei identități. Aceștia oferă din abundență indicii, sugestii și date cu privire la profesia exercitată, statutul social deținut, sistemul de valori, convingeri și credințe împărtășite, preferințele, interesele și gusturile asumate, tipul de activități întreprinse, locurile frecventate ș.a. Toate conținuturile vehiculate online, grație *gadget*-urilor care ne însoțesc pretutindeni, constituie un mijloc valoros de marketing a propriului sine, în măsura în care ele construiesc o arhitectură digitală complexă, un tablou vivid compus din ingrediente atent selectate și livrat unei comunități de prieteni, membri ai familiei, uneori chiar persoanelor ce aparțin publicului larg. *Cyberspațiul*, în aceeași măsură, suportul său material *gadgetul*, „face parte dintr-o logică sistematică ce cuprinde cotidianul la modul spectacular și, prin ricoșeu, ne face să suspectăm de artificialitate, de trucaj și de inutilitate întregul mediu de obiecte și, prin extensie, întregul mediu de relații umane și sociale.”²³ Spectacolul digital face obiectul a numeroase analize, studii și cercetări de ordin calitativ sau cantitativ, din perspectiva conținuturilor sau mesajelor vehiculate, a

²⁰ *Ibidem*, p.2.

²¹ Teodor Baconschi, *Facebook: fabrica de narcisism*, Editura Humanitas, București, 2015.

²² Yoshihisa Kashima, Margaret Foddy, Michael Platow, *Self and Identity, Personal, Social, and Symbolic*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2002, p. 105.

²³ Jean Baudrillard, *Societatea de consum. Mituri și structuri*, trad. Alexandru Matei, Editura Comunicare.ro, 2005.p.143.

codului utilizat, a formei de expresie, a agenților sau actorilor implicați, subiectelor abordate, a contextelor în care survin etc. *Persoana*, în întreaga ei complexitate, se transformă în *utilizator*, acesta din urmă interpretând cu mai multă sau mai puțină virtuozitate o ingenioasă partitură online cu scopul de a oferi celorlalți o imagine despre sine favorabilă, adeseori distorsionată în mod voluntar, un adevărat *spectacol* sau, cu o expresie consacrată de Erving Goffman²⁴, *performance*, ca formă relevantă de creație simbolică a propriei lumi”²⁵. Este firesc să așezăm sub lentila criticii succesiunea deconcertantă de versiuni ale unor astfel de „identități” construite prin medierea tehnologiei și, mai ales, gradul în care acestea se suprapun sau nu peste identitățile reprezentate în viața reală. Un astfel de scepticism este motivat de asumția că utilizatorii afișează în mediul online conținuturi care sunt mai curând instanțierea unor mitologii vizuale (*visual myths*), mai curând decât o redare neutră sau, mai mult, inocentă a propriei realități personale. „Deși se presupune că oamenii se prezintă pe sine, de fapt ei redau o versiune a lor selectivă în cel mai înalt grad.”²⁶ Cât de apropiate sau, dimpotrivă, de îndepărtate sunt „identitățile” virtuale – rețete distilate cu meticulozitate sau imprudență în creuzetul online – de cele pe care le afișăm în mediul fizic? Răspunsul presupune nuanțări care pot face cu ușurință obiectul a numeroase dezvoltări empirice sau asumții îndrăznețe. Mai mult, sunt îndreptățiți să admit chiar o anumită *divergență identitară*, înțelesă ca o ruptură sau un hiatus între *ceea-ce-este* persoana, pe de-o parte, ca sumă de experiențe ce traversează cu succes testul realității și, pe de altă parte, *ceea-ce-„vinde”* sau performează individul pentru ceilalți, prin intermediul unui vertij digital de imagini, înregistrări și secvențe audio sau video. Granițele dintre lumea fizică și lumea virtuală se estompează în aceeași măsură în care, paradoxal, își conservă auto-consistența, *dezvăluirea sinelui* (*self-disclosure*) și *exprimarea acestuia* (*self-expression*) devenind fețele unui *Janus Bifrons* digital. Astfel, identitatea personală suportă, grație mediului online, modificări substanțiale în ceea ce privește nevoile, dorințele, ambițiile, particularitățile intelectuale și volitive specifice utilizatorilor. Spațiul online transfigurează ritualic felul în care ne percepem pe noi înșine și pe ceilalți, chipul în care gândim și exprimăm ceea ce înseamnă persoană, construcția propriului sine. În oglinzile de multe ori distorsionate ale mediului virtual, eul nostru se multiplică, devine un conglomerat de euri deasupra cărora plutește spectrul schizoid al disoluției. Motivele pentru care se produce o astfel de exhibare a propriilor trăsături sunt numeroase, de la nevoia de a deveni vizibil, de a-ți face cunoscută partitura în marele spectacol al vieții digitale, la aceea de conectare, de acceptare și integrare într-o comunitate, până la reacția compensatorie, sublimată, a unei existențe anodine, circumscrisă în planul imediat al omogenității și alienării.

3. Concluzii

În era spectacolului digital, identitatea personală dobândește prestigiul incontestabil al unui concept ce înglobează particularități problematice, sustrate de cele mai multe oricărei abordări unilaterale sau univoce. Mai mult, sinele actorului digital se situează, nu de puține ori, sub însăși reflectorul deconcertant al paradoxului, în măsura în care „identitatea constituie un concept deopotrivă amorf și dinamic, cu multiple fațete și uneori fragmentat”²⁷. Nu este exclus ca natura sinelui să fie în ea însăși o entitate fluidă, dinamică, spectrală, pe care tehnologiile nu fac decât să o activeze și, eventual, să o potențeze. Credincios accepției consacrate a termenului *persona*, drept „mască”, „rol”, „interpretare”,

²⁴ pentru o analiză amănunțită a termenului de *performance*, a se vedea lucrarea clasică a lui Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, University of Edinburgh, 1956, pp.10-46.

²⁵ Andrew L. Mendelson, Zizi Papacharissi, „Look at us. Collective Narcissism in College Student Facebook Photo Galleries”, în volumul *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, editat de Zizi Papacharissi, New York and London: Routledge Taylor and Francis Group, 2010, p.252.

²⁶ Zizi Papacharissi, *op.cit.*, p.252.

²⁷ Anna Peachey, *op.cit.*, p.16.

îndrăznesc să admit că tehnologia, cu infinitatea inepuizabilă de universuri online, pare să devină un *spectacol al măștilor și interpretărilor*, o suită abundentă de reprezentării pe care fiecare le interpretează pe scena tot mai complexă a lumii virtuale. Privat de orice solemnitate, teatrul de biți și megabiți topește într-o mixtură tehnologică îndistinctă deopotrivă podium și sală, actorii descind în rândurile nesfârșite ale publicului în aceeași măsură în care audiența ocupă cu frenezie nedisimulată scena. Rolurile se amestecă într-un creuzet ce înglobează cvasi- și pseudo-identități, stereotipuri și „efigii folclorice”, eurile virtuale proliferază, se produc și reproduc supraabundent, într-o regie a reciclării perpetue. Rezervația online în care suntem captivi, prin acordul nostru voluntar, ne absoarbe aproape instantaneu identitatea și o reconfigurează în funcție de contextele și rolurile pe care alegem să le jucăm. Însă dincolo de oportunitatea multicoloră a descoperirii și redescoperirii sinelui, întâlnirea dintre *identitatea online* și cea *offline*, dintre *eul virtual* și *eul real*, generează condițiile de posibilitate ale apariției angoasei și tensiunii lăuntrice. Interioritatea subiectului transformat în utilizator riscă să devină, în absența lucidității și responsabilității, un veritabil teatru de confruntări dramatice survenite, pe de o parte, între tendința de a fi consecvent sau fidel coerenței identitare, pe de altă parte, nevoia profundă de a dobândi vizibilitate, apreciere și validare.

BIBLIOGRAPHY

- Baconschi, Teodor. (2015). *Facebook: fabrica de narcisism*, București: Humanitas.
- Baudrillard, Jean. (2005). *Societatea de consum. Mituri și structuri*, trad. Alexandru Matei, București: Comunicare.ro.
- Brinkerhoff, Jennifer M. (2009). *Digital Diasporas. Identity and Transnational Engagement*, Cambridge University Press.
- Buckingham, D. (2008). *Youth, Identity, and Digital Media*, Cambridge: MIT Press.
- Goffman, Erving (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*, University of Edinburgh.
- Hillis, Ken. (1999). *Digital Sensations, Space, Identity, and Embodiment in Virtual Reality*, University of Minesotta Press.
- Kashima, Yoshihisa; Foddy, Margaret; Platow, Michael, ed. (2002). *Self and Identity – Personal, Social, and Symbolic*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Papacharissi, Zizi, ed. (2010). *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, New York and London: Routledge Taylor and Francis Group.
- Peachey, Anna și Childs, Mark (2011). *Reinventing Ourselves. Contemporary Concepts of Identity in Virtual Worlds*, London: Springer-Verlag.
- Poletti, Ana, Rak, Julie. (2014). *Identity Technologies. Constructing the Self Online*, The University of Wisconsin Press.
- Wellman, Barry și Haythornthwaite, Caroline, ed. (2002). *The Internet in Everyday Life*, Blackwell Publishing.
- Wittkower, D.E. ed. (2010). *Facebook and Philosophy. What's on your Mind?*, Chicago: Open Court Publishing Company.