

## Abordări contemporane ale dinamicii New Media

John Hartley, Jean Burgess, and Axel Bruns (eds.),  
*A Companion to New Media Dynamics*  
(Chicester, Wiley-Blackwell Publishing Ltd., 2013)

Camelia GRĂDINARU\*

„Este posibil să mai spui lucruri noi despre New Media?” este interogația care stă la baza lucrării *A Companion to New Media Dynamics*, apărută de curând la Wiley-Blackwell. Răspunsul afirmativ la această întrebare se constituie în motorul unei ample întreprinderi de cercetare, la care au contribuit peste 40 de nume mari din diverse domenii, în dorința de a releva nu doar lucruri „noi” dintr-un domeniu care nu mai este atât de nou, ci, mai ales, de a indica noi direcții de cercetare și abordare ale acestui areal. Deși termenul New Media este utilizat încă din anii ‘60 în mediul cultural american și intră cu „drepturi depline” în canonul academic internațional în anii ‘90, complexitatea și interdisciplinaritatea sa intrinseci încă mai cer clarificări, exemplificări și corelații. La acestea se adaugă și viteza tehnologică cu care se schimbă peisajul „noilor” mijloace de comunicare și care necesită constant aduceri la zi și integrări lămuritoare.

În acest sens, constatarea lui Roger Silverstone rămâne valabilă: „noutatea nu poate fi nici asumată, nici presupusă ca atare. Noutatea în media este atât o problemă de conținut, cât și una de tehnologie și de organizare. Noutatea este, așadar, problema” (Silverstone 1999, 12). Ideologia noului a însoțit permanent acest domeniu, deși întrebări firești de tipul nou în raport cu ce? Până când? Unde este continuitate cu vechile forme, unde apare o schimbare radicală? par a bloca avântul acesteia. „What’s new about New Media?” a fost una dintre dezbaterile în vogă de la sfârșitul secolului trecut, o dezbatere care, de altfel, a reușit să configureze principalele direcții de cercetare ale întregii perioade care a urmat. Primul număr al prestigioasei reviste *New Media & Society* (1999) s-a constituit, de altfel, din articole-răspuns la această interogație semnificativă, fiind și acum un reper al acestei dezbateri, un veritabil „dosar” alcătuit în jurul acestei teme. Imaginarul tehnologic nu este, bineînțeles,

---

\* Universitatea ”AL. I. Cuza” din Iași, Departamentul de Cercetare Interdisciplinar – Domeniul Socio-Uman

singura sursă a neclarităților, deși, după cum a argumentat Patrice Flichy, el se situează în centrul utilizării New Media și, de aceea, trebuie să-și găsească locul binemeritat în această discuție. Sensul psihoanalitic al acestor proiecții colective despre tehnologie, modalitățile în care nemulțumirile legate de viața socială și dorințele legate de îmbunătățirea ei sunt proiectate în tehnologii, nu reprezintă în sine o noutate. El este reiterat, se pare, odată cu orice inovație *majoră*, ducând la confruntarea grupurilor de putere, la anxietate și, în final, la asimilarea ei în comportamentele și ritualurile zilnice. Carolyn Marvin ne reamintește, de pildă, de frica legată de posibila invadare a spațiului domestic de către telefon: „un număr foarte mare de istorioare care exprimau frica de a fi văzut prin telefon ne oferă un indiciu al modului în care noutatea psihologică a conversației telefonice a fost așezată cu dificultate peste procedurile sociale stabilite în mod tradițional” (1988, 91). În relaționarea dintre vechile media și noile media, perspectiva istorică și înțelegerea presupuzițiilor care de regulă influențează percepțiile despre ele devin demersuri necesare. În acest sens, teoriile legate de conceptele de convergență (H. Jenkins) și remediere (J. Bolter, R. Grusin) reprezintă perspective mai nuanțate care pot da seama de această relaționare dintre „old media” și „new media”. La aceste dificultăți se adaugă și problemele de vocabular, termenul „New Media” fiind un termen-umbrelă ce ridică multe probleme, deși, pentru unii autori, el este unul mai potrivit decât alte variante posibile (de pildă, pentru M. Lister et al., acest termen este „non-tehnic și inclusiv”, prin urmare permeabil la utilizări diverse, din moment ce nu se reduce la un concept pur tehnic sau excesiv de specializat).

În acest context general, care este perspectiva distinctivă pe care o propune *A Companion to New Media Dynamics* și unde se află originalitatea sa? Chiar dacă nu este vorba decât de câteva decenii pentru acest concept, literatura de specialitate care s-a constituit în jurul său este impresionantă și unei lucrări din acest domeniu îi revine dificila misiune de a propune o viziune diferită sau de a fi aplicată unor segmente neexplorate suficient până acum. Astfel, autorii acestei noi apariții editoriale au mizat pe o perspectivă diferită, dar care totuși să redea diversitatea și complexitatea New Media. În acest sens, noutatea nu este considerată a fi cea mai importantă caracteristică a noilor tehnologii, ci *dinamismul* lor. Dinamica New Media este, așadar, firul roșu apt să indice un traseu relevant pentru acest areal și nu goana după noutate. În această perspectivă, setul de instrumente conceptuale sunt mult mai flexibile și pot da seama de ciclul alcătuit din inovație și „domesticirea” acesteia. Demersul

astfel construit intenționează să surprindă în mișcare atât perspectiva interdisciplinară, precum și pe cele istorică și critică.

*A Companion to New Media Dynamics* este astfel alcătuită din trei secțiuni mari, intitulate „Approaches and Antecedents”, „Issues and Identities” și „Forms, Platforms, and Practices”. Prima parte, întocmită din 8 capitole, sondează contextul științific, terminologia consacrată a domeniului, precum și istoria New Media, dar și a studiilor dedicate lor. De asemenea, tensiunea vechi/nou este luată în atenție în această dinamică, precum și componenta interdisciplinară a domeniului. Cultura cărții este comparată cu cultura digitală în capitolul 4, intitulat „Literature and Culture in the Age of the New Media” (Peter Swirski). Sonia Livingstone și Ranjana Das iau în atenție problema publicurilor, continuând, emblematic, interogația „New Media, New Audiences?” din primul număr al *New Media & Society*. Problematika științelor umaniste digitale este discutată de către un pionier al acestui domeniu, Willard McCarty, care arată cum încercarea de a proiecta viitorul pornind de la actualele tehnologii este, până la urmă, un efort zadarnic.

Partea a doua este organizată în șase subsecțiuni (și respectiv 12 capitole): *Agency, Mobility, Enterprise, Search, Network, Surveillance*. În prima subsecțiune, Zizi Papacharissi și Emily Easton aplică termenul „habitus” la New Media, pentru a accentua, printre altele, importanța fluentei digitale. În spatele exclamației „Trăiască Wikipedia!”, Andrew Lih găsește de cuviință să analizeze situația la care s-a ajuns în prezent, precum și sarcinile care ar trebui să-i revină în viitorul apropiat (capturarea istoriei orale și a cunoașterii populare în „paginile” sale fiind una dintre ele). Subsecțiunea a doua se ocupă de tehnologiile mobile și modul în care ele conduc către *mobile media* (Gerard Goggin) sau către gaming (Ben Aslinger). Charles Leadbeater deschide subsecțiunea dedicată întreprinderii cu o interesantă clasificare a antreprenorilor din domeniul cultural: cei care îmbunătățesc lucrurile, cei care le întrețin, cei care provoacă șocuri și cei care fac ca lucrurile să se întâmple. Subsecțiunea dedicată căutării accentuează atât impactul motoarelor de căutare, dar pune și problema spinoasă a arhivei în era digitală. „Rețeaua” este dezvoltată atât din perspectiva dinamicii web-ului mobil, cât și din aceea a raportului dintre utilizarea pseudonimelor și utilizarea numelor reale pe platformele actuale. Ultima subsecțiune a celei de a doua părți se concentrează pe spinoasa problemă a controlului și supravegherii, dar și a modului cum sunt resimțite ele prin medierea tehnologiei. În acest sens, Anders Albrechtslund dezvoltă conceptul de „supraveghere participativă” (*participatory surveillance*).

A treia secțiune a cărții explorează conceptele dezvoltate în primele două secțiuni, pentru a le vedea la lucru în interiorul unor domenii considerate a fi exemplare. De asemenea, această ultimă parte este împărțită în „Cultură și identitate”, „Politică, participare și cetățenie” și „Cunoaștere și noile generații”. Aceste organizare încearcă astfel să acopere o plajă importantă de subiecte, considerate a fi emblematice pentru înțelegerea relațiilor dintre New Media și societate, cultură, participare politică și civică sau cunoaștere. Deloc întâmplător, această parte se încheie cu o amplă discuție despre generația Net, care deja pregătește (sau chiar creează) new new media.

*A Companion to New Media Dynamics* realizează, prin cele 34 de capitole ale sale și prin perspectiva pe care o imprimă atât în organizarea materialului, cât și în presuposițiile care o articulează, un adevărat tur de forță prin domeniul New Media și prin cele mai semnificative relaționări ale sale cu alte discipline. Relevanța New Media, dinamismul lor și proiectarea viitoarelor trasee din tehnologie și cercetare arată importanța și vivacitatea lor, precum și provocările în creștere pentru cercetători. Prin vastitatea tematică, profunzimea argumentărilor și punctul de vedere critic mereu prezent, această colecție de texte reprezintă un remarcabil companion pentru studenți, profesori, cercetători și va deveni, în curând, o referință necesară a domeniului.

## Referințe

- LISTER, Martin, DOVEY, Jon, GIDDINGS, Seth, GRANT, Iain and KELLY, Kieran. 2003. *New Media. A Critical Introduction*. London: Routledge.
- MARVIN, Carolyn. 1988. *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*. Oxford: Oxford University Press.
- SILVERSTONE, Roger. „What’s new about new media?”. *New Media & Society* 1 (1): 10-12.