

Social Media pe înțelesul tuturor

Sam Hinton, Larissa Hjorth, *Understanding Social Media*,
(Sage Publications Ltd., Londra, 2013)

Camelia GRĂDINARU*

De curând apărută la Sage (iunie 2013), *Understanding Social Media* se dorește a fi o lectură de referință, care să ofere o perspectivă interdisciplinară, interculturală și critică asupra unui fenomen relativ recent, dar care a căpătat o intensă utilizare și, în consecință, o relevanță socială aparte. În acest sens, lucrarea mizează atât pe claritatea explicațiilor, pe indicarea conceptelor cheie care conturează evoluția și practicile aferente social media, cât și pe ilustrarea acestora prin intermediul unor studii de caz. De asemenea, interpretarea social media se realizează pe un fundal mai extins, alcătuit atât din diferite medii de comunicare aflate în permanentă schimbare, cât și din anumite date culturale care influențează imaginea de ansamblu. Social media reprezintă, de altfel, un compozit de dimensiuni și de practici – individuale, politice, economice, comunitare, ideologice, culturale – care s-au „infiltrat” în viața cotidiană și care contribuie la modul nostru de a înțelege realitatea, de a experimenta medierea online și de a relaționa cu prietenii, familia sau colegii.

Prezența social media în mediile noastre familiare este dată și de multitudinea de platforme care îi asigură suportul și care o integrează fără a pune în scenă un ritual distinct (calculatoare, telefoane mobile, tablete etc.). Conectarea la rețea se face astfel aproape instantaneu, pe fundalul unor alte activități, asigurând o asimilare veritabilă în firul cotidian al existenței. De asemenea, caracteristicile web 2.0 au dus și la estomparea distincțiilor dintre online – offline, public – privat. Vocabularele rortyene ale autocreației și realizării de sine sunt la lucru în interiorul social media, dar redefinirea sferei publice și a celei private, a momentului în care „se sfârșește munca și începe viața” (p. 1) sunt din ce în ce mai dificil de realizat. Pentru utilizatorii constanți, social media devin semnificative și în experiența alterității, a prezentării de sine, a participării, a simțului critic sau a comunității. Pentru cercetători, social media au reprezentat

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

unul dintre subiectele de discuție care au dat naștere polarizării opiniilor. Pentru unii dintre ei, social media stau la baza culturii participative, a conținutului generat de către utilizatori și a libertății de exprimare (autorii îi citează, pentru această perspectivă, pe Jenkins sau Bruns, de pildă). Pentru alții (de exemplu, pentru Andrejevic sau Lovink), munca gratuită a utilizatorilor este folosită în beneficiul corporațiilor, intrând în jocul economiei capitaliste și neavând nimic a face cu filosofia construirii sinelui sau a brandingului personal. În acest sens, „*Understanding Social Media* încearcă să abordeze câteva dintre aceste dezbateri complexe în legătură cu definițiile social media. Reflectăm asupra diferențelor dintre SNS (*social networking sites*) și social media și asupra modului în care apariția dispozitivelor de tipul smartphone și a serviciilor media locale precum Facebook Places, Google Maps și Foursquare schimbă țesătura social media. Recunoaștem că social media transformă în mod curent definițiile date atât pentru «social», cât și pentru «media»” (p. 2).

Astfel, autorii acestei cărți își alcătuiesc întreaga expunere pe patru piloni reprezentând patru teme recurente: delegarea puterii/control, online/offline, rolul dimensiunii locale/culturale (mai ales în cazul contextelor non-anglofone) și cotitura intimității („intimacy turn”). Argumentația autorilor intenționează să depășească explicarea modalităților prin care diferite contexte modifică înțelesul anumitor concepte sau al utilizării lor și să privească și în sens invers, la modurile în care practicile culturale implică ele însele presupuziții și cunoaștere tacită.

Fără a-și însuși pretenția exhaustivității, ci mai degrabă pe cea a clarității, și asumând dinamica de necontestat a fenomenului abordat, autorii își structurează demersul în șase capitole, flancate de introducere și concluzii, glosar, bibliografie și index. Cele șase capitole se intitulează „What is Web 2.0?”, „Social Network Sites”, „Participation and User Created Content”, „Art and Cultural Production”, „Social Media Games” și „Social, Locative and Mobile Media”. Prin subiectele alese și prin stilul analitic abordat, *Understanding Social Media* poate pune bazele comprehensiunii acurate a unui fenomen actual, complex și aflat într-o schimbare continuă.

Cine se face „vinovat” de această apariție editorială? Lucrarea a fost elaborată de către Sam Hinton și Larissa Hjorth, ambii pasionați de new media. Mai exact, Sam Hinton este specialist în media, predând cursul „Media Arts and Graphic Design” la Universitatea din Canberra. Domeniile sale de interes sunt aspectele sociologice ale jocurilor pe calculator, interfețele culturale, social media, vizualizarea datelor

interactive, filosofia și istoria tehnologiei și a rețelelor, grafica 3D. Utilizarea calculatorului ca un instrument creativ și cultural se află în centrul preocupărilor sale și reunește, în ansamblu, traseul lui de cercetare. Larissa Hjorth este artist, etnograf digital, profesor la Universitatea RMIT (Royal Melbourne Institute of Technology), precum și co-director al Digital Ethnography Research Centre. A publicat *Mobile Media in the Asia-Pacific: Gender and the Art of Being Mobile* (Routledge, 2009), *Games & Gaming: An Introduction to New Media* (Berg, 2010), *Online@AsiaPacific: Mobile, Social and Locative Media in the Asia-Pacific Region* (în colaborare cu Michael Arnold, Routledge, 2013). A co-editat patru antologii la Routledge, *Gaming Cultures and Place in Asia – Pacific* (împreună cu Dean Chan, 2009), *Mobile Technologies: from Telecommunication to Media* (cu Gerard Goggin, 2009), *Studying Mobile Media: Cultural Technologies, Mobile Communication, and the iPhone* (cu Jean Burgess și Ingrid Richardson, 2012) și *Mobile Media Practices, Presence and Politics: The Challenge of Being Seamlessly Mobile* (împreună cu K. M. Cumsikey). În calitate de artist, Larissa Hjorth a primit prestigioase premii și a avut numeroase expoziții.

În concluzie, *Understanding Social Media* este destinată în special studenților și cercetătorilor din domeniul media, dar și tuturor celor interesați de descifrarea tendințelor culturii contemporane și a relaționării dintre tehnologie și viața cotidiană.