



Tradiții, tradiționalizări și e-tradiții în telecomunitățile virtuale

Autor: **Adrian C. STOICESCU**

Lucrare realizată în cadrul proiectului "Cultura română și modele culturale europene - cercetare, sincronizare, durabilitate", cofinanțat din FONDUL SOCIAL EUROPEAN prin Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013, Contract nr. POSDRU/159/1.5/S/136077.

Titlurile și drepturile de proprietate intelectuală și industrială asupra rezultatelor obținute în cadrul stagiului de cercetare postdoctorală aparțin Academiei Române.

* * *

*Punctele de vedere exprimate în lucrare aparțin autorului și nu angajează
Comisia Europeană și Academia Română, beneficiara proiectului.*

DTP, complexul editorial/redacțional, traducerea și corectura aparțin autorului.

Descărcare gratuită pentru uz personal, în scopuri didactice sau științifice.

Reproducerea publică, fie și parțială și pe orice suport,
este posibilă numai cu acordul prealabil al Academiei Române.



ISBN 978-973-167-343-1

Cuprins

Table of Contents	5
Lista figurilor.....	7
Lista tabelelor	7
INTRODUCERE	8
0.1. Două axiome	8
0.2. Ce nu este această lucrare și ce încearcă să fie.....	11
0.3. Provocările terminologiei	15
PERSPECTIVE ASUPRA TERENULUI	18
1.1. Internetul ca obiect de studiu – trei abordări.....	19
1.1.1. Cercetarea cu internetul	22
1.1.2. Cercetarea în internet	24
1.1.3. Cercetarea internetului.....	25
1.2. Discipline <i>specializate</i> și metodologii de cercetare.....	29
1.2.1. Etnografia virtuală.....	30
1.2.2. Netnografia	32
1.2.3. Antropologia digitală	34
1. 3. Internetul – un metaetnograf neprofesionalizat	36
COMUNITĂȚI ȘI TELECOMUNITĂȚI	40
2.1 Comunitatea: o reinterpretare bibliografică a modelelor	40
2.2 Comunități digitale.....	44
2.3 Comunități generatoare de conținuturi: <i>prosumption, produsing și craft consumer</i>	50
2.4 Organizarea holonică.....	54
2.5. Telecomunități mediate digital.....	56
TRADIȚII, TRADIȚIONALIZĂRI ȘI E-TRADIȚII.....	59
3.1. Pornind de la etimologie	61
3.2. Tradiția ca proces și obiect.....	63
3.3. Tradiții inventate	69
3.4. Tradiționalizări și e-tradiții	71
3.4.1. Neo-tradiții și fabricare	72
3.4.2. e-tradiții și e-manufacturing	74
3.4.2.1. Hipertextul	76
3.4.2.3 Hipermedia	80
3.4.2.3. Hiperlinkul.....	86
3.4.2.4. Folcsonomiile	87

3.5 E-tradiții între Web 1.0, Web 2.0 și Web 3.0 și <i>crowdsourcing</i>	89
E-TRADIȚII ÎN TELECOMUNITĂȚI.....	95
BIBLIOGRAFIE	99

Table of Contents

Picture list

Table list

Introduction

0.1 Two postulates

0.2 What this paper is not and what it tries to be

0.3 Challenging terminologies

The Field

1.1 The Internet as a field of study – three approaches

1.1.1. Research with the Internet

1.1.2. Research in the internet

1.1.3. Research of the Internet

1.2 Specialised fields of study and research methodologies

1.2.1 Virtual Ethnography

1.2.2 Netnography

1.2.3 Digital Anthropology

1.3 The Internet – a non-professional meta-ethnographer

Communities and tele-communities

2.1 Community – a bibliographic modelling reinterpretation

2.2. Digital communities

2.3 Content generating communities – prosumption, produsing and craft consumer

2.4 Holonic organisation

2.5 Digitally mediated communities

Traditions, traditionalising and e-traditions

3.1. Starting from etymology

3.2. Tradition as process and object

3.3 Invented traditions

3.4 Traditionalising and e-traditions

3.4.1 Neo-traditions and manufacturing

3.4.2 e-traditions and e-manufacturing

3.4.2.1 Hypertext

3.4.2.2 Hypermedia

3.4.2.3 Hyperlink

3.4.2.4 Folksomies

3.5. E-traditions among Web 1.0, web 2.0, Web 3.0 and crowdsourcing

E-traditions in tele-communities

References

Lista figurilor

Fig. 0_1	Bibliografii online	pagina 12
Fig. 1_1	Utilizarea emoticonului standard	pagina 24
Fig. 1_2	Utilizarea emoticonului standard	pagina 24
Fig. 1_3	Simbol de status al utilizatorului de forum	pagina 26
Fig. 1_4	Simbol de status al utilizatorului de forum	pagina 26
Fig. 1_5	Coordonarea interacțiunii online cu cea de tip față în față în colectarea datelor	Pagina 31
Fig. 2_1	Activități ale comunității de practici	Pagina 41
Fig. 2_2	Posibilă modelare a procesului inițiativ	Pagina 45
Fig. 2_3	Tipuri de utilizatori	Pagina 46
Fig. 2_4	Holarhiile, holonul H în structura S	Pagina 53
Fig. 3_1	Forumul ca ofertă expusă	Pagina 70
Fig. 3_2	Forumul ca ofertă generată	Pagina 70
Fig. 3_3	Hipertext autoritar	Pagina 75
Fig. 3_4	Hipertext apropiat	Pagina 76
Fig. 3_5	Diferențe rezultate căutare google vs. bing	Pagina 78
Fig. 3_6	Rezultate comparative hipermedia de tip IR, căutare generală	Pagina 79
Fig. 3_7	Rezultate comparative hipermedia de tip IR, căutare particularizată	Pagina 80
Fig. 3_8	Rezultate condiționate comercial	Pagina 81
Fig. 3_9	Sistemul folclonomiei structurate construite în colaborare	Pagina 84
Fig. 3_10	Modelul web 2.0	Pagina 86
Fig. 3_11	Crowdsourcing	Pagina 86

Lista tabelelor

Tabel 3_1	Rezultate căutare cu motoare și browsere diferite	Pagina 77
-----------	---	-----------

INTRODUCERE

0.1. Două axiome

Două sunt axiomele generale care caracterizează orice demers etnografic (sau etnologic ori antropologic, depinzând de școala la care se face raportarea): etnograful ia contact cu terenul cercetat prin privire (Madden 2010:99) și „ethnographic truths are thus inherently partial – committed and incomplete” (Clifford 1986:7), ambele axiome având un rol hotărâtor asupra textului produs ca urmare a unei cercetări etnografice.

Privirea etnologică, fundamental inclusă în tehnicile observației sau ale observației participative, ar putea oferi cea mai bună metodă de acces la materialul supus cercetării. Numai că orice privire este o *privire viciată*.

Cauzele vicierii sunt multiple și, deși comportă grade diferite de apropiere a obiectului privit, ele au drept rezultat un decupaj al obiectului și nu un obiect în integralitatea sa. O primă cauză a vicierii, cel mai adesea ușor de evitat de către cercetătorul cu un grad înalt de profesionalizare, este abandonarea obiectivității. Se presupune însă, ca un fundament al deontologiei cercetării, că privirea trebuie obiectivată în vederea unei percepții cât mai apropiate de model a formei pe care o are obiectul privit.

O a doua cauză a vicierii privirii etnologice este intrinsec determinată de formarea cercetătorului. Observarea unui teren, fie el clasic, geografic, mărginit și palpabil, fie el în lumea digitală, cu varianta sa virtuală, are loc după o cercetare bibliografică a reperelor pe care cercetătorul urmează să le identifice spre a le observa din perspectiva eventualelor mutații survenite în raport cu datele deja accesibile acestuia. Cu alte cuvinte, demersul său poate fi jalonat de alt set de priviri viciate, convertite în texte, despre acele obiecte privite. Pe un alt palier, cercetătorul căutând informații despre faptele culturale de interes în grupuri în care întreprinde cercetarea pentru prima dată este condamnat la vicierea privirii tocmai prin lipsa de repere.

O a treia cauză a vicierii privirii este vicierea datorată unui tip de privire integrator. Instantaneele, poate fotografice, asupra obiectului cercetat sunt recompuse cu scopul obținerii imaginii de ansamblu. Numai că integrarea într-o imagine unitară, dorită ca un descriptor fundamental obiectiv al obiectului cercetat, este, și ea, viciată prin simplul proces de compunere al imaginilor de detaliu, caracterizate și ele de aceleași de vicieri.

O formă de deșablonare a perspectivei privirii viciate poate fi oferită, doar în aparență însă, de tipul culturii investigate. Probabilitatea vicierii privirii poate fi redusă în cazul în care terenul investigat este acela al culturii proprii cercetătorului, situație în care acesta are acces la sistemul cultural nemijlocit. Numai că un asemenea tip de teren din perspectiva observației

participative este și el problematic din punctul de vedere al privirii neviciate. Terenul în propria cultură corespunde întrucâtva confortului familiarității, deziderat specific primelor cercetări profesionale din antropologia culturală, nu dobândit prin transplantul fizic, propus de Malinowski în inima geografică a terenului, deci conviețuirea cu cercetatul, ci prin mult mai îndelungata conviețuirii în grupul din care însuși cercetătorul face parte. Un cercetător în propria cultură este pus în fața studierii identicului și nu a diferitului, deci, principial, ar trebui, prin dubla calitate de producător și consumator al propriei culturi, să nu necesite acomodarea în teren. Dar însuși faptul că cercetătorul începe să își observe identitatea, căci în cele din urmă la atât se reduce demersul său etnografic, viciază privirea, cum identitatea de grup este alcătuită din identitățile congruente ale membrilor săi. Numai că fiecare membru, la nivelul său individual, așa cum se va vedea în capitolul dedicat tradiției, este o reuniune dintre o latură a identității grupului și o alta a jucării individuale a acestei identități, cu grade diferite de conformitate și conflict, care în esență se poate constitui ca alteritare în raport cu acea cultură a întregului grup. Cercetătorul care observă aproapele cultural este, așadar, involuntar prizonierul acestui dublu pe care îl presupune identitatea individuală, care conduce, așadar, către aceeași problemă a vicierei. Mai mult chiar, momentul abandonului statutului de simplu membru al culturii proprii și asumarea rolului de cercetător presupun o schimbare a înălțimii de la care se realizează privirea, în sensul abandonului privirii de la nivelul propriei înălțimi și recurgerii la un tip de privire de sus – locul cercetătorului – către în jos – locul cercetatului. Astfel, și acest tip de privire etnografică devine viciată.

În mod absolut identic, cercetarea culturii mediate conectivitatea la online presupune vicierea privirii cercetării întreprinse în propria cultură, de vreme ce cultura online jalonează, recunoscut și asumat sau nu, culturile fiecărui trăitor în lumea contemporană, fără îndoială, manifestând rezervele construite de conectivitățile împiedicate de lipsa accesului la tehnologie.

În cel de-al patrulea și ultimul rând, privirea obiectivă, instruită, corectă deontologic, detașată prin efort de prejudecățile cu care cercetătorul pleacă pe teren, este determinată de insuficiența fiziologiei percepției. Privirii *îi scapă* detalii, mai mari sau mai mici, constituente ale imaginii obiectului privit și, astfel, devine esențial mărginită.

Conștient de limitarea și vicierea privirii, cercetătorul recurge la un complement adjuvant pentru încercarea depășirii acestui neajuns: interviul, întrucât:

„there are distinctive advantages in combining a participant observation with interviews: in particular, the data from which can be used to illuminate each other” (Atkinson și Hammerly 2007:102).

Dar și întrebările utilizate în interviu pun o serie de probleme, nu atât în sensul acoperirii parțiale a obiectului care se încearcă a fi identificat, decupat și, mai apoi, analizat. Pe baza unei

documentări bibliografice anterioare solide, dar și pe baza observării obiectului decupat – cu limitările prezentate anterior – cercetătorul poate realiza un set de întrebări pe cât se poate de acoperitoare, precise, pertinente și relevante. Dar, atât bibliografia parcursă, cât și, mai ales, medierea privirii sunt supuse principiului vicierii, bibliografia pentru că și aceste texte sunt realizate parcurgând același sistem de pași, iar observația, pentru setul de argumente produse anterior.

Prin urmare, pe baza unei bibliografii, urmate de observație și interviuri, cercetătorul se poate afla în fața unui material cuprinzător pe care urmează să îl prelucereze, de această dată deschizând o poartă către un alt sistem de dezechilibre între principiile obiectivității și cele ale subiectivității. Subiectivitatea nu trebuie, din nou, înțeleasă drept o manipulare a materialului adunat pentru a încerca încadrarea lui în tipare epistemologice. Subiectivitatea trebuie percepută ca pornind și constituindu-se în limitările produse de formația cercetătorului, de viziunea bibliografică asupra temei și, nu în ultimul rând, de imaginea dezvoltată de observație și interviuri, puternic contextualizate momentul celor două întreprinderi.

Urmează ultimul pas, acela al producerii textului prin care obiectul suspus analizei ia formă în discurs, fără îndoială că și acesta coagulat tot în jurul principiilor obiectivității științifice. Dar, conform lui Clifford (1986:4), etnografiile sunt înzestrate cu calități literare, cercetătorului atribuindu-i-se un stil particular. Tocmai aceste stil, prin care produce o ficțiune asupra obiectului cercetat este cel care legitimează discursul asupra textului etnografic ca parțial, incomplet și, într-o oarecare măsură, subordonat. Astfel, prezentarea obiectului decupat transcende *prezentarea* și se convertește în *reprezentare* a obiectului prezentat, accentul deplasându-se de pe text către principiile producerii acestui (Clifford 1986:13).

Așadar, nu doar etapa inițială a demersului etnografic, identificarea obiectului cercetat, laboratoarele prin care aspectele acestui obiect sunt trecute pentru a fi analizate, observația și interviurile, sau materialele rezultate în urma procedurilor de laborator, clasificări, comparații, interpretări, ci și finalitatea, compunerea reprezentării în text, toate acestea sunt supuse principiilor „specificățiilor discursurilor din etnografie”, reprezentate de:

„Who speaks? who writes?, when and where? with or to whom? Under what institutional and historical constraints?” (Clifford 1986:13)

Ca rezultat, convertirea unui obiect cu valoare în cercetarea etnografică într-un text reprezentare a acestuia, etnografia însăși, în totalitatea sa, ajunge să se supună exact acelorași principii care îi guvernează existența obiectului. Într-un alt loc (Stoicescu 2007), se identificau contextele de producere și de actualizare ale obiectelor care fac parte din terenul etnografiei – contextul genetic și contextul generic – cu scopul unei aproprieri mai precise a materialului studiat. Pe principiile comparației însă, nu doar obiectul etnografiei este unul puternic

contextualizat, ci și finalitatea acesteia, textul, trebuie, de asemenea, integrată deopotrivă contextului genetic care îl generează și contextului generic în care este actualizat. Cum însă contextele generice se multiplică, deopotrivă orizontal și vertical, și textul etnografic își produce undele de autoritate similar efectului Doppler. Cu cât textul rezonază mai puternic contextului generic, în proximitatea acestuia, cu atât amplitudinea acestor unde este mai mare. Integrat însă într-un traseu elicoidal ca mai toate textele produse de etnografie, amplitudinile slăbesc, pentru ca ulterior să se remodeleze, prin redescoperiri, la alte valori.

Aceste două axiome trebuie avute în vedere ca elemente fundamentale de construire a etnografiei din acest text dedicat *e-tradiției* (în diverse forme de manifestare și înțelegere a acesteia) manifestate în formele asociative digitale, reprezentate de *telecomunități*.

Ficțiunea nu trebuie, în cele din urmă înțeleasă drept o formă de mistificare voluntară a unor informații care se degajă pe baza bibliografiei și a observației, ci în sensul unui construct care *reprezintă* o realitatea cu semnificație de natură etnografică.

0.2. Ce nu este această lucrare și ce încearcă să fie

Unul dintre evaluatorii anonimi ai proiectului depus în vederea obținerii finanțării în cadrul prezentului contract de cercetare postdoctorală nota, în formularul de evaluare transparent pus la dispoziție de entitatea finanțatoare, la un punct dedicat evaluărilor specifice „inclusiunea în monografiile riturilor de trecere a formelor de manifestare în lumea virtuală”. Acest fapt se datorează cu precădere, deși titlul proiectului nu o anunță, probabil observației conform căreia raportul dintre diversele forme ale tradiției în manifestarea lor online, circumscrisă formelor de grupare de tip telecomunitar, sunt cercetate aplicat pe formele în care tradiția obiceiurilor de nuntă se negociază în mediile online ale forumurilor circumscrise tematic.

Numai că înțelegerea demersului acestui studiu prin limitare la riturile de trecere, monografiile acestora și, eventual, manifestările lor digitale, ratează pe deplin scopul major al acestei lucrări.

Este evident faptul că, analiza structurilor forumurilor inevitabil se construiește prin referentul informațional care, în situația de față, este reprezentat de o practică inclusă în treceri, și că o parte a acestor informații reprezintă o posibilitate de a observa cum se construiește azi ceremonialul, într-o mai mare sau mai mică formă de coliniaritate cu un model *tradițional* regăsit în bibliografia nunții. Numai că acest aspect este unul secundar. Scopul acestei lucrări este reprezentat de încercarea de căutare a unor forme de practică de tip cultural prin care online-ul și offline-ul să poată fi citite în raporturi de cogenerare a unor sisteme întretăiate.

Recuperarea informației tradiționale din discursul celor care încarcă informații în interiorul forumurilor de discuții poate reprezenta un studiu de sine stătător, care să poată oferi o imagine generală asupra felului în care nunta este (re)gândită în peisajul cultural contemporan.

Dar miza acestui studiu este însă construită pe un principiu de interpretare și a tradiției total diferit. Capitolul al 3-lea aduce în discuție diverse accepțiuni pe care tradiția le-a avut de-a lungul timpului, diversele sale instrumentări sau perspective. Unificată, perspectiva asupra tradiției presupune însă, indiferent de tipul de abordare a sa din punct de vedere analitic, un simplu binom al raportului de autoritate între individ și grup. Tradiția este un element de legare de relații, de legitimare de apartenență și, nu în ultimul rând, un barometru al gradului de coeziune al grupului în care se materializează. Tradiția este primită din și în grup.

Mutarea analizei asupra elementului tradițional în online, așa cum se va putea observa ulterior, presupune o regândire a statului tradiției. Pentru *homo digitalis*, căutarea pare să fie principiul constructiv al demersului de afirmare identitară în ceea ce privește un demers integrabil în logica ceremonialului care definește viața offline. Se poate degaja aici o particularizare a tradiției, pe care studiul de față o identifică drept e-tradiția, compusă pe de o parte de tradiția negociată, ca o prelungire a offline-ului în online și un recul ulterior al acesteia în offline, iar pe de alta, o ritualică profană a tocmai acestei negocieri a tradiției în interiorul mediului digital, dublată de construirea unor practici de legitimare tocmai în online.

Tradițiile, tradiționalizările și e-tradițiile compuse ca elemente de structurare a telecomunității specifice mediului online sunt așadar forme noi de înțelegere a dimensiunii relaționale pe care tradiția offline o incumbă.

Rețeta metodologică și înscrierea disciplinară utilizate pentru acest demers construiesc și ele particularizări. În primul rând, este vorba de particularizările disciplinei, în sensul utilizării etnografiei virtuale, așa cum este ea descrisă în liniile sale esențiale, în primul capitol, în limitele delimitării de alte forme pe care discursul socio-uman l-a aplicat analizei mediilor digitale. În al doilea rând, deopotrivă de semnificativ, este impactul pe care mediul îl are asupra conținutului transmis. Poate că mult mai puternic devine acum conceptul cheie al lui McLuhan conform căruia mediul este mesajul, aplicat noii forme de mediu și nu aceleia inițial, mediul online ființând cu o triplă valoare pentru o cercetare de tipul celei de față, materializată în trei tipuri de abordări identificate drept *cercetarea cu internetul*, *cercetarea în internet* și *cercetarea internetului*.

Aplicarea succesivă a celor trei tipuri de abordare presupune un impact semnificativ la nivelul rezultatului formelor e-tradițiilor, funcționând, cu fiecare aplicare, la dezvoltarea, așa cum se va putea observa, a unui strat nou de forme și de sens degajat de multe ori tocmai din

natura mediului și nu direct, din trăsătura acestuia de gazdă a conținuturilor generalizate de utilizator.

Acestea din urmă deschid discuția unui nou statut pe care utilizatorul mediului digital îl deține, cu un rol semnificativ asupra construirii și jucării e-tradițiilor: rolul de *prosumer*, de *produser* și *fabricant de cerere*, reverberate la nivelul tradiției digitale înțelese ca un motor de *crowdsourcing*.

E-tradiția construită drept crowdsourcing presupune însă o delimitare conceptuală la nivelul grupului în care aceste tradiții se manifestă. Acesta este motivul pentru care titlul analizei de față se oprește asupra termenului de *telecomunitate*, înțeles diferit de acela al comunității spațiale, dar și de acela al comunității digitale, virtuale sau de tip cyber, conform diverselor adjectivizări pe care le-a primit termenul pentru a se încadra mediului online. Din nefericire, titlul conservă o prestabilire terminologică pe care dezvoltarea proiectului nu o poate înlătura din această etichetare, întrucât ar echivala destructurării intenției anunțate și enunțate de proiect.

Este necesară o scurtă divagației pentru a înțelege capcana în care a căzut titlul acestui proiect materializat prin studiul de față.

Un loc însemnat al discursului asupra formelor în care se coagulează societatea contemporană la nivel identitar este raportul pe care individul și grupul din care acesta face parte îl are în raport cu istoria sa recentă. Sunt analizate mecanismele și procesele de selecție a evenimentului trecut care merită rememorat, fie prin importanța generală, la nivelul întregului grup, fie prin importanța subiectivă, la nivelul individului, dar care, prin impactul emoțional generează atitudine emoțională grupală. De cealaltă parte a mecanismelor memoriei se situează mecanismele uitării, printre cele șapte cauze care influențează obnubilarea socială, enumerate de Paul Connerton, numărând-se uitarea prin *anulare*.

„A third type of forgetting might be called annulment. This is a positive response to a surfeit of information. Paradoxically we live in a throwaway society and in one where memory is archival. No epoch has deliberately produced so many archives as ours, with our museums, libraries, depositories and centres of documentation.” (2011:38)

Uitarea ca anulare are două puncte de convergență cu studiul de față. Primul este de natura evidentului, cum în memoria grupului sunt incluse două instanțe complementare ale acesteia: memoria evenimentului și memoria practicilor culturale, cea din urmă găsimu-și locul în principiile fondatoare ale e-tradițiilor, cum se va putea observa. Cel de-al doilea punct este unul al subsidiarului, relaționându-se nu atât de uitare ca anulare, ci de cauza acesteia, *excesul de informații*.

Excesul de informație produce efecte nu doar la nivelul agenților culturali, ci și la acela al cercetătorului. Două scenarii sunt posibile, primul pe care lucrarea de față îl identifică drept o precauție, cel de-al doilea, o cauză care determină acum discutarea însăși a selecției din titlul *telecomunități virtuale*.

Precauția este dată de ceea ce Rogers (2008:5) identifica prin *scooping*. Împrumutat din jurnalism și sociologia științei, termenul desemnează în sintagma *being scooped*, situația în care altcineva publică înainte rezultatul unei cercetări realizate simultan de mai mulți cercetători în mod independent unul față de celălalt. Problema care apare aici, relaționată puternic cu *excesul de informație*, se dezvoltă în esența originalității rezultatului științific. Pentru comunicarea mediată de computer, analiza terenului ales este, pe de o parte sufocată bibliografic, pe de alta supusă unor cercetări similare multiple, necunoscute de cercetătorii care analizează același teren simultan.

Un exemplu este edificator în acest. Christine Hine (2005:3), pe fundalul raportului dintre inovație și anxietatea care îl caracterizează pe cel care recurge la cercetarea bibliografică a metodologiei de cercetare a mediilor digitale, exemplifică *excesul de informație* prin orientarea privirii asupra listei bibliografice pe tema practicilor de *web surveying*. Autoarea, apelând la pagina de web <http://websm.org>, identifică 1032 de referințe până la finalul lui 2002. Accesarea aceleiași pagini la momentul scrierii acestui volum conduce la aflarea unui rezultat descumpănitor pentru un cercetător care ar dori să realizeze o examinare exhaustivă a temei. Pagina menționată înregistrează un număr de 7448 de titluri.

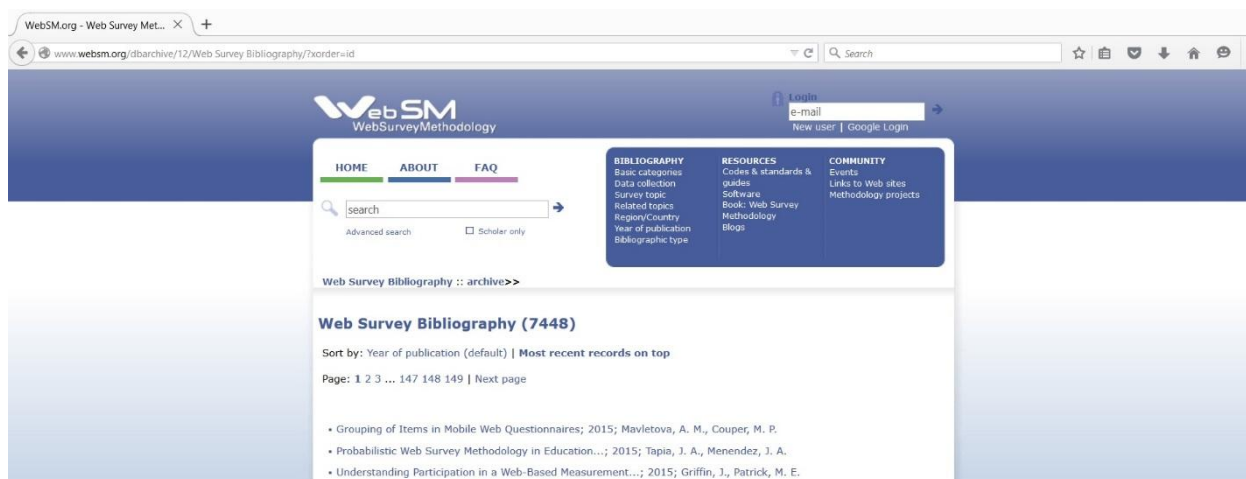


Fig. 0_1 Bibliografii online

(<http://www.websm.org/dbarchive/12/Web%20Survey%20Bibliography/?xorder=id>, accesată la 23.08.2015, 10:00)

Orientarea într-o astfel de bibliografie este cu totul descumpănitoare, iar șansele dublării involuntare a unei concluzii la care o altă cercetare să fi ajuns deja se multiplică aproape exponențial.

Cel de-al doilea aspect al *excesului de informație* pe lângă *scooping* este capcana insuficienței, materializată în titlul pe care lucrarea de față îl perpetuează, chiar și la finalul

prezentării ei. Explicația unei asemenea posibile erori este dată de o cvasisinonimie pe care analiza mediilor digitale, termen pe care lucrarea de față îl va exploata în conjuncție cu mediu online, o perpetuează în diverse grade.

Motivul formulării acestor două precauții mai este determinat și de explicarea improprietății semantice a titlului, salvate prin recurs la etimologie, cum se va putea vedea în cele urmează. La momentul propunerii proiectului al cărui rezultat este acest volum, sondarea bibliografică anterioară acestui moment s-a lovit de principiul excesului amintit mai devreme, întrucât, sursele consultate până la acel moment nu ofereau cu o claritate deosebită, posibilul traseu bifurcat pe care conceptul *virtual* îl poate urma în raport cu celelalte cuvinte cu valoare de determinant.

0.3. Provocările terminologiei

Comunicarea mediată de computer este realizată în exclusivitate prin intermediul dispozitivelor conectate la internet, iar acest tip de comunicare particular reprezintă o modalitate de configurare a identității individuale și de grup strict dependentă de mediu, de conținuturile generate în interiorul acestuia și gradul de dependență a vieții offline de conectivitatea prin intermediul obiectului tehnologic. Mergând pe liniile de demarcare pe care cei trei factori le pot determina la nivelul constructului identitar, triumghiul terminologic pe care *cyber*, *virtual* și *digital* îl realizează necesită o nuanțare specială pentru evitarea unor sinonimii înșelătoare din punctul de vedere ale realităților pe care fiecare dintre acești termeni ajunge să le definească.

Conotații atribuibile contextualizat atât la raportul cu mediul conectat, cât și la cel cu studiile primelor forme de conectare produc o distanțare a obiectului identitar ca entitate cyborgică (Stoicescu 2015), chiar dacă, conform analizei lui Strate (1999) cyberspațiul tinde să reprezinte o denumire unificatoare, cel puțin în deceniul anterior schimbării mileniului, caracterizat de o repoziționare a obiectului cercetat în corpusul de studii dedicate.

O poziție particulară în tot angrenajul de utilizări terminologice o ocupă însă adjectivul *virtual*. Cel mai adesea asociat cu *lumile virtuale* (Boellstroff 2008, Boellstroff 2011, Pannicke și Zarnekow 2009, Atkinson 2010, Guthrie, Phelps și Downey 2011, Shumar și Wesley 2013, Golub 2014, Gu și Mahler 2014) sau *comunitățile virtuale* (Rheingold 1993, Feenberg și Bakardjieva 2004, Jegathesan 2014), ambele subsumate *realității virtuale*, termenul *virtual* ajunge să desemneze o realitate simulată,

„a new kind of environment, created by human perceptions triggered or mediated by a video computer technology” (Rheingold 1994:122),

o realitate descrisă drept

„three-dimensional, immersive graphical environments through which individuals and groups can interact in real time, through 'avatars' or animated characters that move through 3D virtual spaces” (Jegathesan 2014:122).

O restrângere semantică poate fi așadar impusă numai pentru acest tip de realitate online care presupune o asumare a unei identități dublet, condiționate de existența unui avatar și de jocul de rol într-o existență simulată.

Din acest punct de vedere, al asumării unei identități care poate sau nu să contrasteze cu aceea a offline-ului, dar mai ales prin tehnicile de simulare, alegerea formulei *telecomunității virtuale* poate fi una problematică.

Pe de altă parte însă, utilizarea termenului *virtual* tinde să cuprindă o ramură aparte a studiilor etnografice, cum se va putea vedea în capitolul dedicat etnografiei virtuale. Această imprecizie aparentă a sensurilor și, mai ales, lipsa unui consens asupra unei terminologii edificatoare mai poate fi explicată și de diferența obiectului de studiu.

„The difference in ‘objects of study’ that ethnographers bring to the discussion is very important as it starts to give us a sense of the range of social groupings, interactions and identities and ways to conceptualise field locations.” (Shumar și Madison 2013: 265)

Astfel, modalitățile particulare de figurare a terenurilor în care se desfășoară aceste etnografii sunt măsura în care devine legitimă utilizarea unuia sau altuia dintre termeni. O posibilă cauză a glisării între planurile acoperite de *virtual* poate fi oferită de semantica etimologică, sensul medieval al latinescului *virtualis* desemnând decorporalizarea fizică, lipsa de conținut material (Filip, Ciurea et al. 2015: 454). Din acest punct de vedere devine posibilă acceptarea termenului *virtual* atât pentru lumi, existențe și comunități – private de existența unei componente fizice, cât și pentru o ramură a etnografiei, privată și ea de un teren fizic prin care își legitimează însăși dimensiunea proprie ca știință.

Cu scopul evitării unor suprapuneri uneori ambiguizante, lucrarea de față va evita utilizarea termenilor *cyber* și *virtual*, cu excepția situațiilor clar definibile, preferând, poate la fel de discutabilul *digital*, doar în componenta de producere și stocare a materialului generat de utilizatorii conectați sau mai cuprinzătorul *online*.

Online-ul ca mediu de producere și transmitere a informațiilor poate fi astfel interpretat atât ca o realitate culturală independentă, dar, mai ales, ca un construct teoretic dual, la ambele niveluri realizat printr-o reuniune de două medii complementare, cu trăsături și practici proprii, *virtualul* și *digitalul*.

În cele din urmă, poate cel mai semnificativ aspect care trebuie menționat aici, ține de felul în care trebuie citit acest studiu. Citit pe fragmente, el poate oferi înțelegeri trunchiate ale

conceptelor sau, chiar, anulări ale unor tradiții semantice ale terminologiei. Tradiția, comunitatea și practica trebuie privite integrator, de vreme ce pentru mediile digitale, semnificația acestora, pe fundalul accelerării ritmului vieții, devin ele însele schimbătoare, dar, mai presus de orice, cu un potențial mutagen exacerbat.

*

* *

În cele din urmă, prezentul studiu trebuie citit drept o încercare de definire a *e-tradițiilor* devenite coerente atât în interiorul *telecomunităților*, cât și migrând dinspre online către offline, unde o componentă a acestora se materializează, definire obținută prin intermediul celor trei abordări asupra mediului online, cu instrumente specifice studiilor etnografice. Totodată, el trebuie privit și ca un argument pentru care comunitățile cu localizare digitală se convertesc, din perspectiva e-tradițiilor în telecomunități digitale, ca element grupal cadru în care se manifestă orice formă de reglementare a vieții culturale.

PERSPECTIVE ASUPRA TERENULUI

Discutând în gradul cel mai mare de generalizare, studiile asupra mediilor digitale se înscriu pe două axe tematice fundamentale, aflate într-un raport de incluziune evident care nu permite tratarea individuală, deși asemenea demersuri există, ci numai în perspectiva influențelor reciproce. Una dintre axele tematice este reprezentată de interacțiunea dintre om și computer (HCI – *human computer interactions*) care analizează dispozitivele de comunicare, conectate sau nu, fie din perspectiva culturii materiale (Miller 1998, Horst și Miller 2006), fie sub aspectul în care aceste dispozitive construiesc practici culturale de interacțiune în lumea conectată sau în cea offline (Turkle 2005 [1984], Filip 1995, Turkle 1997 [1995], Bromberg 1996, Turkle 2011). Cea de-a doua axă tematică este orientată pe conținuturile regăsite în lumea conectată, analizate din perspectiva generării lor de către utilizatori și, generic, incluse în comunicarea mediată de computer (CMC – *computer-mediated communication*).

Mult mai viguros constituită ca obiect de cercetare, analiza conținuturilor generate de utilizator în mediul online a fost încorporată în discursul științific al antropologie culturale, comunicării, etnografiei, marketingului, studiilor media, studiilor politice, psihologiei sau sociologiei cu scopul analizei produselor culturale generate aici, dar, mai ales, a formelor de asociere și a construcțiilor identitare, consonante sau disonante cu mediul offline, pe care le presupune generarea de conținuturi în mediul online.

În acest moment al prezentării analizei conținuturilor generate de utilizator sunt mai puțin importante detalii asupra temelor cercetare, ci rețin atenția aspectele metodologice ale acestor demersuri.

Un loc comun al discursului analitic asupra cercetării comunicării mediate de computer este, surprinzător sau nu, tocmai concentrarea asupra lipsei de metode specifice de investigare a mediilor online și a împrumutul acestora de la științele înrudite. O posibilă explicație a acestui fapt este redată indirect de Rogers care, vorbind despre metodologii pe fundalul constatării „sfârșitului virtualității”, constată asimilarea formelor online drept continuări ale offline-lui, prin metafora convertirii cernelii în biți (2009:1). Pe lângă plasticitatea formulării însă, ideea lui

Rogers este una mult mai profundă prin care sugerează abandonul perspectivei anterioare, a privirii mediului digital drept o convertire a mediului deconectat. Totodată, metafora trimite și către metodologia de cercetare a formelor culturale generate în mediul conectat.

Rogers utilizează, mai apoi, un sistem de opoziții între digital și digitizat, cu scopul nu neapărat al unei taxonomii aride, ci pentru a introduce distincția de la nivelul „obiectelor, conținuturilor, dispozitivelor și mediilor” (2001:1). Sistemul de diferențiere aparținând lui Rogers fusese anticipat parțial, prin utilizarea altor sisteme de etichetare, de Prensky (2001:1) pentru care este notabilă diferență fundamentală între „nativul digital” și „imigrantul digital”, care pot fi interpretați ca finalitate a celor două procese diferite descrise de antropologia culturală în relație cu învățarea culturilor, enuculturația, pentru individul nativ, și aculturația, pentru emigrant.

Numai că Rogers dublează sistemul de opoziții și la nivelul metodelor, distingând între acele instrumente împrumutate din cercetarea offline și digitizate și cele digitale propriu-zise, construite în interiorul mediului digital și care nu beneficiază de un dublet în mediul deconectat, propunând astfel ideea „mutării mai departe a simplului studiu al culturii online” (2009:5)

Sistemul acesta de gândire a opoziției digital / digitizat produce un impact notabil asupra cercetării mediilor online, atât prin căutarea acelor forme culturale, cât și prin exploatarea metodelor digitale. (Niederer și van Dijk 2010, Gerlitz și Helmond 2013)

1.1. Internetul ca obiect de studiu – trei abordări

Există multe definiții ale internetului ca mediu, fie ca sistem de conținuturi, fie, integrativ, ca o reunire a celor două, fie din perspectiva acestuia ca producător de informații, fie din aceea ca depozit al acestora, pe principiile cumulative, ale acumulării de informații sau pe principiile asociative, ale grupării informațiilor sau a practicilor de acces la aceste informații la care utilizatorii recurg.

O definiție aparte a internetului este însă aceea ca rețea. Burnet și Marshall figurează acest tip de rețea prin „nodes, gateways and computer centers using the TCP/IP protocol” conectate la nivel global (2003:206). Numai că, cel puțin sincron momentelor de debut ale analizei, aceste perspective asupra internetului ca rețea luau în discuție principiul uniformității și al egalității în interiorul mediului și nu formele de acces la informație din exteriorul rețelei. Acest demers poate reprezenta, de fapt, o reducere utilă din perspectiva anulării demersul teleologic pe care multe dintre studiile dedicate internetului în general sau formelor de realizare a acestuia în componentele virtuale, în particular, le-au presupus.

Astfel, pentru Mathieu O’Neil, internetul reprezintă:

„a network, a collection of nodes, connected by ties. Any node on the internet is accessible from any other node, and there are no differences between the ties that connect the nodes: all hyperlinks are equal. In liberal democracies, this many-to-many structure and the informality of the online social relations are taken to mean that cyberspace allows people to freely engage in social and political exchange with others who share common interests. Though inequalities of access persist, goes this argument, the Internet has become prime avenue for spontaneous expression and organisation.” (2009:1)

Această definiție a internetului ca sistem de relații este utilă din mai multe puncte de vedere. În primul rând, definiția propune înțelegerea internetului nu doar ca un mediu de depozitare a informațiilor, similar unei enciclopedii sau unei arhive, ci și modul prin care aceste informații sunt legate între ele printr-un instrument de accesibilizare propriu mediului online. În al doilea rând, utilizarea nehotărâtului *oricare* împreună cu negarea *nu există diferențe* presupune un demers al permisibilității maxime, care elimină ierarhizările, discontinuitățile și valorizările *ad hoc*, fie acestea ale anumitor noduri, fie ale anumitor legături. În al treilea rând, spre deosebire de analiza rețelelor sociale, unde raportul dintre noduri și legături, ca un element al discursului analitico-descriptiv, se dezechilibrează în favoarea legăturilor, definiția lui O’Neil are avantajul de a lărgi perspectiva asupra internetului ca rețea printr-un demers de reechilibrare, legăturile amintite de acesta fiind, de fapt, legăturile dintre diversele noduri informaționale și nu legăturile dintre utilizatorii generatori de informații. În al patrulea și în ultimul rând, definiția de mai sus este utilă mai ales din punctul de vedere al interpretării nodurilor nu ca produse, ci ca procese care presupun, astfel, un demers integrator adhocratic al producerii de conținuturi și al relaționării dintre acestea.

Fără îndoială că această definiție, prin raportare la stadiul actual de cercetare a conținuturilor web, pare una depășită. Însuși autorul o va nega prin recalificarea uniformității legăturilor. Motivul pentru care însă definiția este una mai mult decât utilă aici este dat de perspectiva ideală pe care o propune și prin care lasă locul (re)interpretării componentelor sale: nodurile și legăturile, care sunt, de fapt, miezul oricărei cercetări a conținuturilor de pe internet, indiferent de momentul în care se situează față de studiul lui O’Neil. Totodată, acest tip de definire oferă și posibilitatea de trecere în revistă a metodelor de cercetare a internetului fie acestea împrumutate, fie special create pentru analiză, de vreme ce fiecareia dintre componentele identificate îi corespunde un sistem particularizat de metode de investigare.

Internetului ca o reuniune de noduri interrelaționate într-un sistem de legături, deschide, pe de altă parte, o perspectivă binară asupra acestuia, care, după Christine Hine, trebuie înțeles deopotrivă ca o „cultură de sine stătătoare” și ca un „artefact” (2000:14). Internetul înțeles drept

o cultură în sine ar reprezenta „o cultură performată la nivel discursiv”, de vreme ce internetul ca obiect cultural devine sinonim cu „textul tehnologic” (Hine 2000:39). Această distincție a autoarei, pe lângă rolul de a deschide discuția asupra analizei internetului din perspectivă dublă, și semnalarea unei stadiu curent al cercetării, se concentrează în special asupra înțelegerii internetului ca o cultură de sine stătătoare.

Prima categorie asupra căreia autoarea se oprește în rezumatul propus asupra analizelor informației conținute de internet este subsumată înțelegerii internetului drept o cultură de sine stătătoare, reductibilă la comunicarea mediată de computer. Demersul etnografic propriu-zis realizat prin intermediul interviurilor atât față în față, cât și online, al schimburilor de mailuri și întrebărilor postate în interiorul grupurilor de utilizatori, are drept rezultat studiul asupra acelor practici prin care comunitatea devine purtătoare de sens și se relevă participanților în sensul percepției acesteia de către utilizatorii implicați drept o comunitate coerentă (Hine 2000:21).

La celălalt pol al interpretării binomiale a internetului se situează citirea acestuia ca un bun cultural individual, ca un artefact, integrat într-un sistem mai amplu care îi reglementează existența, și obținut, după cum arată autoarea, ca o imagine cadru obținută ca urmare a informațiilor colectate de la diverșii actori cu roluri în crearea de conținuturi în mediul digital.

În linii generale, dacă interpretarea internetului drept o cultură în sine presupune analiza conținuturilor generate, a formelor de interacțiune ale diverselor conținuturi, a raporturilor individului cu formele generate de utilizator sau a raporturilor dintre indivizi prin și cu ajutorul conținuturilor generate, internetul ca artefact se degajă, exterior mediului digital, ca sistemul de imagini, noțiuni sau categorii pe care utilizatorii îl dezvoltă în mediul digital, despre mediul digital.

Internetul devine astfel un strat al negocierilor dintre utilizatori și conținuturi sau dintre conținuturi, iar, pe de altă parte, un strat al așteptărilor de la acestea, prin „existența unor procese sociale în existență și producere” (Hine 2000:39).

Numai că perspectiva autoarei, generată de discursul etnografic constant asumat, este una limitativă. Accentul analizei sale cade pe conținuturi și mai puțin pe tehnicile prin care aceste conținuturi interrelaționează sau, mai precis, cu excepția limitării la grupurile de știri, omite din analiză etnografică a platformelor în interiorul cărora se generează conținuturile. Acestea sunt, poate în aceeași măsură cu informațiile însele, deopotrivă de importante pentru analiza conținutului generat de utilizator.

Din acest punct de vedere, deopotrivă de semnificative, este nu doar întrebarea *ce* tipuri de informații găzduiește internetul, ci și *cum* găzduiește aceste informații și *de ce* sunt aceste informații generate și consumate de utilizatori în acest mediu.

Fără îndoială că aceste întrebări au fost încorporate, în diverse forme, în discursurile analitice asupra mediului digital, însă ce interesează acum este dacă aceste trei interpretări complementare ale internetului generează, în măsuri diferite, trei abordări științifice diferite, care corespund inegal însă celor trei întrebări de mai sus în sensul că răspunsurile date la fiecare dintre aceste întrebări nu corespunde până la suprapunere unui anumit tip de abordare.

Aceste abordări științifice identificabile aici sunt *cercetarea cu internetul*, *cercetarea în internet* și, în cele din urmă, *o cercetare a internetului*. Cu scopul realizării trecerii în revistă a acestor trei aspecte asupra modalității particulare de figurare a cercetării, nu se va avea în vedere locul particular pe care virtualul îl are în cadrul general al mediilor digitale, așa cum a fost acesta decupat în capitolul introductiv pentru simplul motiv că toate aceste trei abordări sunt regăsisibile nediscriminatoriu la nivelul tuturor formelor de interacțiune din mediile digitale.

Nu trebuie însă înțeles că această împărțire în trei tipuri de abordări reprezintă trei segmente între care suprapunerile sunt imposibile. În același sens, nu trebuie privite nici ca singurele posibilități de clasificare a demersurilor analitice care au drept teren internetul. În cele din urmă, acesta clasificare nu are pretenția de generalizare, ci decurge bibliografic din studiile care privesc internetul din perspectivă etnografică sau dintr-o perspectivă științifică înrudită cu etnografia.

1.1.1. Cercetarea cu internetul

Total diferită de celelalte două tipuri de abordări este *cercetarea cu internetul*. Fundamentată de Rogers, cercetarea cu ajutorul internetului presupune în primul rând o distincție clară între instrumentele de cercetare digitale și cele digitizate sau, mai precis, observarea diferențelor de rezultat la care se ajunge prin investigarea unui anumit obiect sau fenomen prin aplicarea succesivă o dată a metodelor digitizate, iar a doua oară a celor digitale. Aplicarea celor două calupuri de metode se realizează însă nu general, ci numai pe „obiecte, dispozitive, spații ale mediului, precum și platforme” (2009:7), ceea ce legitimează o fractură la nivelul metodologiei.

Teoria împrumuturilor de metode și teorii dinspre și înspre offline este în cazul aplicării metodelor digitale practic imposibilă întrucât acestea corespund în exclusivitate ca aplicabilitate formelor de reglementare a conținuturilor regăsisibile numai online. Metodele digitale sunt circumscrise exclusiv mediului în dublu sens, atât ca obiect asupra cărora sunt aplicate, cât și ca modalitatea de construire și de utilizare. Astfel, metodele digitale care „urmăresc mediul” mută accentul de pe o ontologie a mediului pe o epistemologie a acestuia (Rogers 2009:24) în tratarea elementelor constitutive ale mediului virtual: linkul, websitul, motorul de căutare și sferile,

rețelele, rețelele sociale și postdemografia și, în cele din urmă, „networked content” (2009:18). Toate acestea pot fi supuse analizei prin metode digitizate, dar și prin metode digitale, reprezentate de „dispozitivele” digitale. În linii generale, analiza prin metode digitale corespunde unei analize automate, realizate prin intermediul unui software de căutare și ordonare a materialelor în interiorul arhivei pe care internetul o reprezintă.

Linkul analizat cu metoda automată, de tip digital, precum motorului de căutare, conduce la construirea „impactului și reputației ” (2009:8). *Websitul*, în mod similar, ridică probleme de conservare în constituirea unei arhive a websiturilor, accesibile ulterior pentru a analiza formele de modificare a acestora. Instrumentul digital presupune, așadar, stocarea „istoriei websiturilor” (2009:11). *Motorul de căutare* ca dispozitiv digital este analizat, mai apoi, din perspectiva selecției, dar mai ales, din perspectiva ordonării pe care o realizează, pe baza anumitor criterii, atunci când întoarce rezultatele căutării. Relevanța analizei motorului de căutare din această perspectivă a automatizării și tratării sale ca un instrument digital care permite realizarea unei cercetări cu internetul este semnificativă cu atât mai mult cu cât fiecare motor de căutare în parte este programat să recupereze și să ordoneze datele accesibile după anumite criterii, ceea ce are drept rezultat obținerea, pentru aceleași cuvinte cheie ale căutării, de rezultate care pot diferi. S-ar putea aduce în discuție, pe de altă parte, eliminarea din căutare a anumitor linkuri care contravin unui set de norme exterioare logicii webului, precum principiile morale, chestiunile religioase, discriminările, constrângerile politice etc. Pe de altă parte însă, dacă accentul este mutat de pe principiile includerii și excluderii pe acelea ale ordonării, devine relevantă decizia sistemului automat asupra relevanței conținuturilor ordonate, materializată prin analiza *sferelor*, adică a acelor sisteme automate care măsoară *page rankingul* siturilor. Astfel, instrumentul digital devine factor de decizie asupra distanțării dintre zonele centrale (primele rezultate întoarse în căutare) și cele periferice (distanțate de primele poziții) (2009:14). Analiza rețelei sociale, din perspectiva metodelor digitale, presupune administrarea multitudinii de informații conținute în paginile de profil, denumită generic postdemografie, prin intermediul căreia autorul semnalează, din nou, o deplasare de accent, de pe ceea ce el identifică drept „bio-politică” („the traditional demographics of race, ethnicity, age, income, and educational level – or derivations thereof such as class”), pe „info politică” („tastes, interests, favourites, groups, accepted invitations, installed apps and other information that comprises an online profile and its accompanying baggage”) (2009: 16). În cele din urmă, *network content* se referă la instrumentul digital de păstrarea a conținuturilor generate de către utilizatori printr-o componentă umană și cu ajutorul unui software care semnalează modificările de conținut.

Pentru Rogers, internetul nu trebuie interpretat numai drept locul culturii online și a utilizatorilor acesteia, ci drept instrumentul de acces la produsele culturale și sociale.

1.1.2. Cercetarea în internet

Cercetarea în internet presupune observarea lumilor conectate drept un spațiu depozit în care sunt regăsite informații caracterizate de principiul acumulării. Din punctul de vedere al circumscrierii obiectului de studiu cercetat unei arii tematice de interes, cum teoretic nu există compartiment al vieții independent de construcția unui dublet în mediul digital, nu există nici posibilitatea ca vreo formă a analizei culturii umane să se dezvolte independent de internet. Din acest punct de vedere, al ubicuității dublului digital, o descriere a conținutului este, în esență, utopică din două puncte de vedere: vastitatea informației și complexitatea legăturilor dintre nodurile informaționale (Cavanaugh 2007:59).

Totuși, oricât de diverse ar fi informațiile prin integrarea lor unor arii de interes ale disciplinelor socio-umane și oricât de complicat ar fi sistemul prin care informațiile și consumatorii și producătorii acestora ar relaționa, pot fi distinse patru axe tematice extrem de largi care devin obiect de analiză: tehnologia, informația, relația și mediul. Degajarea acestor patru arii tematice nu trebuie privită ca un element constitutiv al cercetării în internetului, ca o jalonare a discursurilor, ci numai ca o posibilă modalitate prin care este înlesnit accesul la cantitatea impresionantă de studii care dublează vastitatea informațională amintită anterior.

În același timp, cercetarea în internet nu poate fi realizată independent de cercetarea internetului decât, eventual, pentru nevoie punctuale, de poziționare în raport cu informațiile deja deținute despre un obiect cercetat offline.

În acest sens devine edificatoare distincția pentru terenul pe care lucrarea de față și-l propune ca studiu de caz: construcția identitară prin intermediul e-tradițiilor. Perspectiva asupra internetului ca arhivă în care sunt depozitate informații dintre cele mai diverse poate reprezenta locul derulării unei cercetări în internet. Blogurile, vlogurile, forumurile de discuții, platformele de tipul youtube sau dailymotion, siturile construite ca manuale *ad usum delphini* pentru cele mai diverse aspecte care variază de la repararea unui obiect de uz casnic sau instalarea unui soft sau utilizarea unei funcționalități a acestuia până la construcția unei bombe sau utilizarea unei arme chimice, siturile de prezentare a instituțiilor sau practicilor culturale, lista putând continua, toate reprezintă locurile de derulare a unei cercetări în internet. În linii generale cercetarea în internet corespunde numai axei tematice reprezentate de popularizarea unor idei în interiorul unor *sciencelore* sau *practicelore*, prin care conținutul online capătă un fel de relevanță pentru mediul deconectat.

În momentul în care perspectiva asupra conținutului se deplasează de pe componenta utilitar-practică pe aceea relațională, cercetarea devine o cercetare a internetului.

1.1.3. Cercetarea internetului

Acest al treilea tip de abordare, studiile care sunt centrate pe internet, nu reprezintă un corpus metodologic construit coerent, ci reprezintă mai degrabă o imagine desprinsă din studiile despre lumile virtuale și realitățile simulate, imagine care, odată dislocată, poate servi drept o modalitate adiacentă de figurare obiectului de studiu mai amplu al existențelor în spațiile de comunicare mediate de computer.

Tom Boellstorff, consacrat prin analizele asupra lumilor virtuale prin metoda observării participative, el însuși construindu-și un avatar prin intermediul căruia viețuiește în Second Life, utilizează metoda etnografică în spiritul etnografic al transplantării cercetătorului în mediul cercetatului, asimilând mediul virtual al acestor lumi drept „legitimate sites of culture” (Boellstorff 2008:61).

Această interpretare permite în același timp aducerea în discuție a contextelor generatoare de practici culturale, dar și a acelor de actualizare a practicilor culturale *cerute* de anumiți stimuli. Aceste două tipuri de contexte cărora li se integrează practicile culturale formează într-un anume sens o logică a relaționărilor de tip sistemic prin care este legitimată existența a „a relatively enduring cultural logic shared in some way by those who participate in Second Life, though their stances toward this cultural logic differ” (Boellstorff 2008:64)

Pe fundalul observării degajării unor constante care reglementează, dar, mai ales, legitimează comunicarea mediată, s-ar putea dezvolta, ca un set de elemente de tip submulțime, care devine regășibil la nivelul redus al lumilor simulate de tip virtual sau la cel extins al întregii comunicări mediate de computer, un tip particular de epi-reglementare a cărei observare, descriere și analiză ar putea fi circumscrie cercetării internetului. În acest sens, doar informația ar putea reprezenta ceea ce anterior era identificat drept o cercetare în internet, de vreme ce practicile legate de producerea și consumul acestor informații, sistemele prin care acestea se compun, logica internă a mediului în tratare a acestor informații prin dispozitivele digitale pe care le comenta Rogers sau, în cele din urmă, construirea identității individuale sau de grup sau a rolurilor sunt tot atâtea obiecte de cercetare a internetului și nicidecum în internet. În același timp, realizările acestora fără utilizarea unui instrument automat le delimitează și de cercetarea cu internetul.

Există, practic, o multitudine de exemple care pot legitima această disociere, neexistând vreo formă de conținut comunicată care să nu permită acest tratament dublu. O întrebare legitimă în acest punct este integrată sferei utilității acestui tip de disociere. Două exemple sunt edificatoare în acest sens, unul cu caracter general, iar cel de-al doilea particularizat la tema

prezentei propunerii de analiză a ritualității: utilizarea emoticonului în mesajul mediat de computer, al doilea construirea prestigiului personal în forumuri.

În comunicarea mediată de computer, realizarea verbală a mesajelor a fost în mod constant caracterizată de o dezbatere asupra caracterului redus al indicilor prin care transpar elementele sociale ale limbii, pe baza comparației cu acel timp de comunicare în care atât emițătorii cât și receptorii sunt prezenți față în față (Mantovani 1994, Crystal 2001, 2005, Danet, 2001).

Acest tip de discuție asupra limbii utilizate în comunicarea mediată de computer relevă o abordare de tip cercetare în internet, care are drept rezultat nu o fractură metodologică, ci un demers constant comparativ, în sensul căutării de echivalențe între realizarea produsului cultural în mediile offline și realizările aceluiasi produs în online.

O perspectivă a cercetării internetului și nu în internet, abandonează perspectiva comparativă și încearcă o înțelegere a funcționării acestui tip particular de limbă, pe care altundeva o numeam limbă digitală, în interiorul mediului care o generează. Un asemenea exemplu este emoticonul. Interpretat dinspre offline, acesta reprezintă o formă de punctuație a textului mediat (Provine et al. 2007), într-o înțelegere exclusiv din punctul de vedere al studiilor limbii. Pe de altă parte însă, discutat din perspectiva mediului digital, emoticonul integrat contextual devine o practică socio-culturală care capătă semnificație numai în internetul înțeles ca un artefact (Danet și Herring 2007, Garrison și Remley 2011).



Fig. 1_1 Utilizarea emoticonului standard

(https://www.facebook.com/?_rdr=p, accesat 15.08.2015, 15:00)



Fig. 1_2 Utilizarea emoticonului standard

(https://www.facebook.com/?_rd=1 accesat 15.08.2015, 15:00)

Cu alte cuvinte, codificarea și decodificarea emoticonului ca purtător de sens în mesajul mediat, este posibilă numai în „contextele interpretative comune” (Danet 2001:24) care presupun practici specifice ale utilizării: selectarea unui anumit emoticon pentru relevanța contextuală, locul de utilizare a acestuia în interiorul mesajului, cantitatea de emoticoane utilizate, utilizarea lor singulară sau multiplicată, dublarea prin sensul standardizat al emoticonului a mesajului sau, din contră, atribuirea particulară a unui sens nestandardizat de pictogramă.

Toate aceste observații, convertite în întrebări la care cercetătorul încearcă să obțină un răspuns legitimează așadar un demers specific unei cercetări a internetului și nu în internet.

Cel de-al doilea exemplu este legat de practicile culturale de construire a statului în mediul digital. Statutul personal, identificat fie prin avatar, ca în cazul identității virtuale sau a comunicării mediate de utilizarea softurilor de comunicare instant, etc, fie transparent, în sensul trimiterii către realitatea offline, ca în cazul blogurilor sau al forumurilor, spre exemplu, poate fi analizat din perspectiva încorporării unui set de elemente cu valoare de simbol de statut, reprezentând o modalitate de cercetare a internetului și nu o cercetare în internet.

Interpretat fie în tradiția lui Weber, pentru care statutul, alături de puterea politică și clasă sau venituri, construiește discontinuitate socială, propunând deci o abordare relațională, fie în cea a lui Linton, pentru care statutul este de natură pozițională și reprezintă un set de practici culturale asociate, de obligații sau drepturi, precum și integrarea într-un set de așteptări dinspre și înspre grupul în interiorul căruia acesta se construiește, statutul în mediul digital (incluzând aici și mediul virtual) este caracterizat de o logică proprie a construirii dar, la fel de semnificativ, de simboluri de statut care au coerență numai în interiorul mediului.

La începutul acestui capitol, utilizarea definiției internetului ca sistem de legături între noduri, propunea o perspectivă de relativă uniformitatea asupra acestuia, atrăgând totuși atenția asupra discontinuității pe care o presupune acesta.

„In reality, *authority* runs rife on the Internet. Online self-organisation and self-expression, in order to avoid an incoherent Babel, require participants to exercise

quality control over their work and the membership of their groups” (O’Neil 2009:1)

Asociind, în conturarea discontinuității mediilor digitale, ideea de autoritate, trebuie căutate acele practici care conduc spre construirea rolurilor autoritare în deja contestata uniformitate și egalitate pe care ar fi presupus-o internetul. Nu este aici vorba despre rolul hackerului, învestit de O’Neil cu autoritatea supremă în mediile digitale, ci despre rolurile care presupun conformarea la regulile digitalului și nu ocolirea acestora. Pentru aceasta, rolul luat în discuție este acela al moderatorului unui forum, deși, pentru construirea statului, și alte roluri devin deopotrivă de semnificative, precum acela al bloggerului sau al individului producător de informație în teritorii digitale asupra cărora nu își extinde prerogativele generate de producerea informației.

Analiza statutului digital presupune două perspective, una a creării, iar ce de-a doua a asumării. Statutul creat este un statut legitimat de grupul în interiorul căruia acesta se fundamentează, fiind un statut conferit de grup și nu impus din afara acestuia. Este un statut dublu determinat, pe de o parte cantitativ, rezultat din cuantificarea automată, deci cu ajutorul unui instrument digital în sensul lui Rogers, a postărilor realizate de un anumit utilizator. Cu cât numărul postărilor, inițiale sau răspuns, este mai mare, cu atât statutul utilizatorului devine mai important, situație marcată, în mod automat, la depășirea anumitor praguri prestabilite, prin adăugarea de etichete în dreptul numelui. Această practică reprezintă marcarea simbolului de statut.

Lista de membri > jackie1985

jackie1985 Membru

Gaseste toate mesajele
Gaseste toate subiectele inchepute
Vezi articole

Inregistrat: 08.04.2013
Ultima activitate: 23.04.2014 22:03:37

Ultimii vizitatori

Ultimii 4 vizitatori ai acestei pagini au fost:
alex_c, ana_c, Cupid, mariaalexandra24
Aceasta pagina a avut 118 vizite

Despre mine

Informatii de baza

Despre jackie1985

Tara:	Romania
Localitate:	bucuresti
Data nuntii:	10/05/2014
Restaurant:	Restaurant
Biserica:	nestabilit
Ora Biserica:	16:30
Rolul in cadrul nuntii:	Miresică

Contact

Aceasta pagina: <http://www.miresici.ro/member.php?u=104245>

Statistics

Total mesaje

Total mesaje:	16
Mesaje pe zi:	0,02

Informatii generale

Ultima activitate:	23.04.2014 22:03:37
Inregistrat:	08.04.2013
Referinte:	0

Fig. 1_3 Simbol de status al utilizatorului de forum

(<http://www.miresici.ro/forum/member.php?u=104245>, accesat la 12.08.2015, 15:30)

Jackie
 Membru Junior



 Gaseste toate mesajele
 Gaseste toate subiectele incepute
 Vezi articole

Inregistrat: 24.04.2008
 Ultima activitate: 09.04.2010 18:33:19
 Avatar: 

Ultimii vizitatori
 Ultimii 0 vizitatori ai acestei pagini au fost:
 Aceasta pagina a avut 240 vizite

Despre mine

Informatii de baza
Despre Jackie
 Tara: Romania
 Localitate: Cluj
 Data nuntii: 6/09/2009
 Restaurant: Turda
 Biserica: Ortodoxa din Campia
 Ora Biserica: 14:00
 Rolul in cadrul nuntii: Miresică

Contact
 Aceasta pagina: <http://www.miresici.ro/member.php?u=23988>

Statistics
Total mesaje
 Total mesaje: 11
 Mesaje pe zi: 0,00

Informatii generale
 Ultima activitate: 09.04.2010 18:33:19
 Inregistrat: 24.04.2008
 Referinte: 0

Fig. 1_4 Simbol de status al utilizatorului de forum

(<http://www.miresici.ro/forum/member.php?u=104245>, accesat la 12.08.2015, 15:30)

Cel de-al doilea tip de statut, acela al asumării, este coagulat în jurul rolului moderatorului. Dacă în cazul anterior, statutul este construit prin autoritatea informației (fie ea și numai la cantitativ), în cazul moderatorului statutul este determinată în raport cu informația și cu ajutorul acesteia. Dictatorial, moderatorul decide asupra informației, în ambele instanțe pe care aceasta le presupune, aceea de conținuturi și aceea de emitere.

Sigur că discuția asupra acestor roluri este una mult mai amplă, putând fi reluată ulterior în raport cu conținuturile relevante pentru tema ritualității, însă în acest moment al discuției, scopul introducerii acestor roluri este acela de a aduce un nou argument în favoarea existenței unei cercetări a internetului, diferențiată de cercetarea în internet.

Lăsând la o parte cercetarea cu internetul, care presupune o metodologie proprie așa cum a fost identificată ea anterior, celelalte două modalități de cercetare sunt tributare digitizării metodelor, adică transpunerii acestora din mediul deconectat în cel online.

1.2. Discipline specializate și metodologii de cercetare

Înainte de a trece la enumerarea propriu-zisă a instrumentelor utilizate în cercetarea mediului digital, în oricare dintre cele două abordări posibile, exceptând cercetarea cu internetul, pentru care, așa cum s-a putut observa deja, există un sistem propriu de instrumente, trebuie făcute două precizări.

În primul rând, trebuie constata că studiul sistematic al formelor de realizare a stocării și recuperării de informații, practicile culturale construite în jurul acestora sau sistemele de

interacțiune din interiorul rețelei digitale nu fac obiectul unitar al unei discipline de studiu, cu obiect clar delimitat, cu aparat conceptual propriu și o metodologie a cercetării specifică.

Există o încercare, relativ singulară, de fundamentare a unui domeniu științific, inaugurată în 2005, prin construirea unui termen care, pe principiul copierii structurilor, propune webologia ca fiind:

„a new science concerned with the study and theory of the Web phenomenon. *Webology* encompasses all studies of web-related phenomena. In other words, *Webology* is the study of the Web including its structure, organization, topology, functions, characteristics, interconnections, and development.” (Noruzi 2004)

Această propunere, la mai bine de un deceniu de la utilizarea compusului webology, cu excepția revistei online omonime nu a produs o acceptare generală nici ca disciplină de studiu, nici ca referință către un domeniu de cercetare coerent. Probabil, tăcerea care caracterizează utilizarea termenului este generată de mult prea ambițioasa încercare de reunire sub un singur nume a multor preocupări din domenii mult prea largi și, adesea, mult prea îndepărtate.

În al doilea rând, deopotrivă de semnificativ, strict referitor la metode de această dată, studiul mediului digital, din perspectiva științelor socio-umane, este caracterizat de o adaptare a instrumentelor de cercetare la mediul cercetat. Cum într-o foarte mare măsură, studiul culturii digitale presupune relaționarea dintre utilizatori în raport cu conținutul informațional, un loc comun al cercetării devine comunitatea, în diverse forme de reprezentare și construire, iar aparatul metodologic este, astfel, împrumutat din domeniile etnografiei, antropologiei culturale sau sociologiei. Disciplinele acestea devin însă un fel de gen proxim al cercetării, care, prin adaptare la constrângerile pe care le presupune mediul digital, se dimensionează în așa fel încât să poată integra demersului lor noul teren. Trei astfel de particularizări sunt relevante pentru studiul de față: etnografia virtuală (Christine Hine), netnografia (Robert V. Kozinetz) și antropologia digitală (Tom Boellstorff).

1.2.1. Etnografia virtuală

Etnografia virtuală, ca o ramură distinctă atât prin obiectul de studiu, cât și prin adaptarea metodelor de cercetare, este fundamentată de Cristine Hine, pentru care acest demers corespunde unei faze experimentale a particularizării etnografiei. Autoarea propune un decalog de principii prin care legitimează discursul etnografiei virtuale, compus prin raportarea la etnografia offline (Hine 2000:63-66).

În primul rând, etnografia virtuală este orientată către interpretarea internetului drept modalitatea de comunicare, un obiect în interiorul vieții oamenilor și un loc al organizării în

grupuri care mimează comunitatea. Totodată, interactivitatea deschide perspectiva asupra interacțiunii în interiorul locului, figurat nu prin desprindere de lumea reală, ci prin integrarea acesteia în contexte diferite, în care componenta tehnologică devine chintesențială. În al treilea rând, de vreme ce formele culturale sunt construite pe principiul medierii, fundamentul etnografei care știință intrinsec realizată spațial (sau „multi-sited ethnography” în sensul lui Marcus) trebuie regândită ca o știință a interacțiunii mediate. Decurgând din înlocuirea spațialității cu medierea, terenului în sens etnografic i se substituie fluxurile și conectivitatea. Totuși, limitele nu sunt eliminate din discursul etnografic, ci reconsiderate în virtualitate nu ca stări preexistente, ci ca procese de negociere constante. Limitările ca procese și realizările de conexiuni sunt scopul etnografiei virtuale, al cărei obiect se reformulează constant. Dislocarea spațială însă este dublată de o dislocare temporală, ceea ce califică demersul etnografiei virtuale drept unul interstițial. Cel de-al șaptelea principiu al noii etnografii este acela al reformării interacțiunii dintre cercetător și cercetat prin însuși principiul medierii pe care online-ul îl presupune. Mai apoi, dezideratul etnografiei de a oferi o descriere integrală a unei culturi este imposibil de realizat în digital, demersul reorientându-se de pe „reprezentarea fidelă a realităților obiective” pe „ideea relevanței strategice”. Cel de-al nouălea fundament al etnografiei virtuale derivă tot din regândirea timpului și a spațiului, noile tehnologii permițând substituția prezenței fizice a informatorului cu prezența sa digitală, cercetarea devenind și ea una mediată.

În cele din urmă, etnografia virtuală reprezintă o etnografie adaptativă atât la nivelul terenului cât și la nivelul metodelor, în care virtualitatea este percepută în sens dual, după cum însăși autoarea va remarca în ce de-al zecelea principiu:

„Virtual ethnography is not only virtual in the sense of being disembodied. Virtuality also carries a connotation of 'not quite', adequate for practical purposes even if not strictly the real thing (although this definition of virtuality is often suppressed in favour of its trendier alternative). Virtual ethnography is adequate for the practical purpose of exploring the relations of mediated interaction, even if not quite the real thing in methodologically purist terms. It is an adaptive ethnography which sets out to suit itself to the conditions in which it finds itself. ”
(2000:65)

Odată cu formularea acestui al zecelea principiu, Hine, practic, s-ar putea afla în perspectiva negării celorlalte principii formulate. Soluția însă a acestui ultim principiu care paradoxal le neagă pe celelalte, dar care reprezintă principiul fundamental al etnografiei virtuale, este tocmai natura adaptării disciplinei la obiectul de studiu și nu reciproc, a eliminării unui teren care nu se conformează regulilor științei. Etnografia, fundamental determinată de existența terenului, își construiește metoda adaptându-se acestuia. Cu fiecare nou teren, așadar, etnografia

își modifică abordarea, finalitatea acesteia însă rămânând aceeași: o descriere asupra unui obiect observat.

Pe de altă parte, credibilitatea, autenticitatea și utilizarea acestui text ca producție a etnografiei sunt condiționate de coprezența spațio-temporală a cercetătorului și cercetatului.

„Face-to-face interaction, and the rhetoric of having travelled to a remote field site, have played a major part in the presentation of ethnographic descriptions as authentic.” (2000:10)

Numai că pentru o etnografie virtuală, autenticitatea este conferită tocmai de abolirea acestei retorici a călătoriei și înlocuirea acesteia cu una a medierii.

1.2.2. Netnografia

Venită dinspre teritoriul marketingului și a studiilor practicilor de consum, netnografia ca disciplină înrudită cu etnografia este fundamentată de Kozinets și funcționează ca un complement al etnografiei offline cu care împărtășește același aparat metodologic. Proveniența autorului din alt domeniu decât acela al etnografiei conduce însă la afirmații cel puțin discutabile.

„Many methods are complementary with netnography. Netnography, like its older sibling, ethnography, is promiscuous. It attaches itself to and incorporates a vast variety of different research techniques and approaches. Thus comparison and contrast are not necessarily a sign of competition.” (Kozinets 2010:42)

Deși contestabilă în special din punctul de vedere al afirmării amestecurilor de metodologii și abordări, dar, mai ales, din perspectiva „varietății vaste” a metodologiei, deși el enumeră, de fapt, numai patru metode, poziția lui Kozinets este utilă din prisma comparației pe care o realizează cu etnografia. Totodată, un alt avantaj major al demersului autorului este acela că prin enumerarea metodelor, acesta oferă o analiză coerentă a adecvării uneia sau alteia dintre metode la un anumit tip de cercetare.

Enumerarea și calificarea fiecărei metode în parte, lăsând la o parte identificarea analizei rețelelor sociale ca metodă, deopotrivă regăsită, discutabil, de Kozinets în etnografie și netnografie, aduce ca element diferențiator între cele două perspective doar elementul esențial al coprezenței spațio-temporale.

Destul de neclară este și poziția pe care autorul o are atunci când dorește să evidențieze metodologia specifică a etnografiei cu scopul de a compara cu nou creată netnografie:

„ethnography is thus an inherently assimilative practice. It is interlinked with multiple other methods. We give these other methods that it is linked to names:

interview, discourse analysis, literary analysis, semiotics, videography.”
(2010:59),

perspectivă care ar putea conduce la ideea că etnografia ar reprezenta și ea o metodă, chiar dacă anterior preciza dubla semantică a termenului drept „the act of doing ethnographic fieldwork” (2010:58) și „the representations based on such study” (2010:59).

Pe de altă parte, afirmarea naturii adaptabile a etnografiei în funcție de teme și locurile cercetare plasează simplu netnografia ca fiind un caz particular de etnografie mutată din offline în online. Deși citează extensiv din studiul Christinei Hine, Kozinets doar enumeră precauțiile semnalate de acesta, fără integrarea lor în discursului propriu asupra netnografiei, care, până la contopire nu pare a fi altceva decât o etnografie a online-ului în realizarea căreia metodologia de cercetare se mută și ea în online.

Lăsând la o parte dificultatea presupusă de căutarea de diferențe între cele două tipuri de cercetare între care pendulează cu scop disociativ autorul, reține atenția contextualizarea cercetării la formele asociative de tipul comunității. Autorul face aici o distincție importantă între două forme de comunități online. Primele sunt acele comunități analizate din perspectiva integrării acestora în cadrul mai larg al culturii online înțeleasă ca formă de comunicare mediată. Cercetarea acestora presupune identificarea și analiza unui sistem de coduri proprii, regăsite în exclusivitate în mediul digital. De cealaltă parte, ce-a de-a doua formă de comunitate online este reprezentată de prelungirea în mediul digital a unor practici din viața deconectată.

Aceste două perspective asupra comunității („online communities” și „communities online” după cum le califică autorul (2010:63-65)) dezvoltă și două tipuri generale de implicare în cercetare a demersului etnografic. Astfel, cercetarea netnografică este modul principal de analiză al acelui tip de comunitate regăsită exclusiv online, de vreme ce netnografia devine secundară în cazul acelor comunități digitale devenite proiecții în realitatea mediată (2010:65)

În cele din urmă, începând să clarifice lucrurile prin atribuirea unei semantice mai clare distincției dintre cele două forme de abordare științifică a unui teren, Kozinets enumeră trei seturi de elemente opuse pe care cercetătorul ar trebuie să le aibă în vedere atunci când decide asupra unei analize etnografice, netnografice sau a unui amestec între cele două: integrare vs. separare în lumile sociale, observare vs. verbalizare a datelor relevante, respectiv identificare vs. performare la nivelul membrilor (2010:66).

În cele din urmă, deși este de acord cu problemele puse de cercetare pură în mediile virtuale pe care o discutase Hine, autorul realizează o diagramă de împărțire a aplicării metodologiilor specifice în funcție de tipul de comunitate investigat.

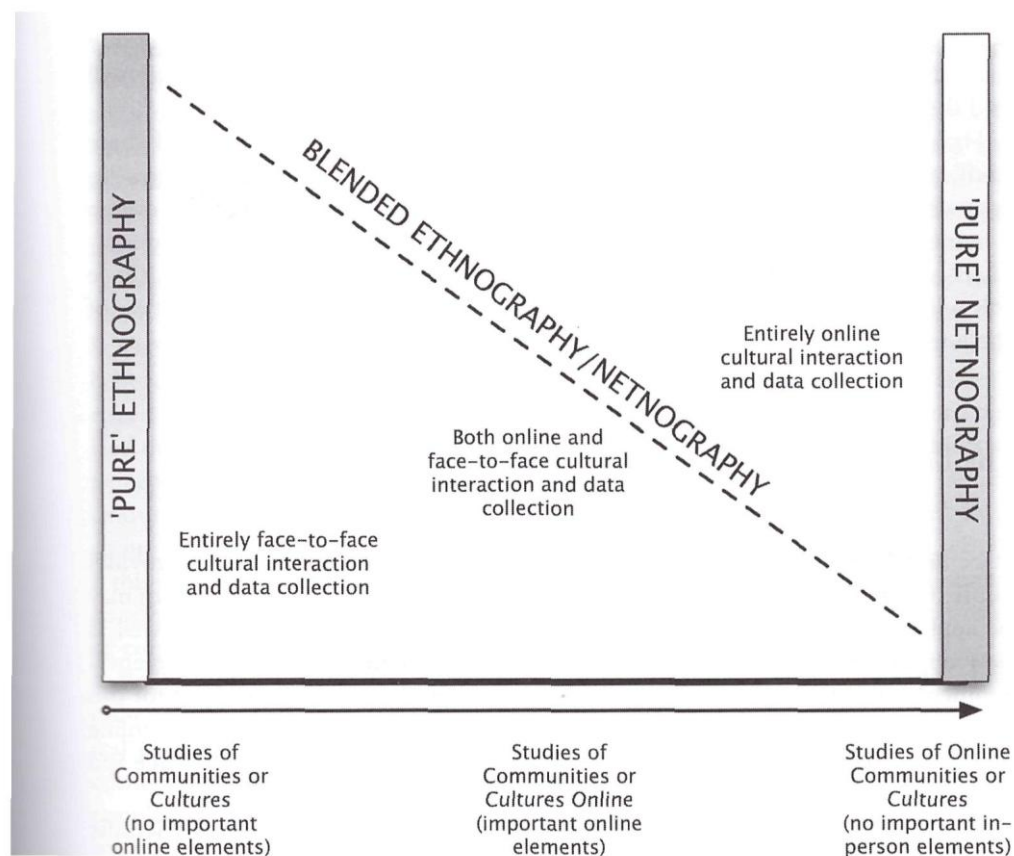


Fig. 1_5 Coordonarea interacțiunii online cu cea de tip față în față în colectarea datelor (Kzinets 2010:67)

1.2.3. Antropologia digitală

Terminologia specifică științelor care analizează formele culturale produse în mediile conectate la internet include termenul *digital* aproape în exclusivitate pentru a desemna modalitatea particulară de realizare și stocare a informațiilor (de cele mai multe ori fotografii și filme), trimitând în subsidiar către combinațiile de biți prin care informația este codificată. Utilizarea adjectivală a termenului este una relativ nesemnificativă ca pondere terminologică în sensul identificării unui mediu prin care se face accesul la informație, iar formele culturale modelate de acesta sunt analizate fără a aduce în discuție modelările pe care digitalul le realizează asupra informației.

Există câteva excepții notabile de la regula „tăcerii teoretice profunde” (Boellstorff 2012:39) care caracterizează utilizarea termenului *digital* în studiile noilor media. În linii mari, aceste studii exploatează cvasisinonimia dintre *digital* și *virtual*, *cyber* sau *online* sau care utilizează termenul doar pentru a desemna suportul conținuturilor, realizând o etnografie canonică, de tip tradițional offline mutată în comunicarea mediată de computer (Dicks et al. 2005, Murthy 2008, Sava 2011, White 2009, Underberg și Zorn 2013). Chiar dacă, însă, unii dintre autori recurg la o analiză a conținuturilor generate de mediul virtual și nu prin acesta (Dick

et al. 2005:69) studiile ulterioare acestora par să nu fie interesate de marcarea unui nou tip de abordare, plasându-și discursurile fie în exclusivitate pe online sau offline, fie pe formele pe care un mediu le generează asupra celuilalt.

O schimbare de paradigmă în ceea ce privește utilizarea termenului digital are loc relativ recent, odată cu studiul lui Tom Boellstorff, care se depărtează de tendințele prin care mediul digital reprezintă un simplu mediu de stocare a informației, sub multiplele sale forme. În același timp, observând utilizarea în sinonimie între digital și mediat de computer, autorul, marcând derivatul acestei sinonimii la nivelul numelui disciplinei de studiu, consideră că orice antropologie devine digitală cum o etnografie deconectată este aproape imposibil de realizat astăzi.

Boellstorff, vorbind despre lumile virtuală, deci acel tip de realitate simulată din mediile digitale care corespunde unei ficțiuni interactive pe care individul și-o construiește mediat și în care ulterior poate interacționa cu alți participanți cu statut similar, propune o schimbare de perspectivă asupra digitalului, integrându-l nu câmpului de investigare, ci metodologiei prin care etnograful are acces la acest teren:

„The linchpin of my analysis will be an argument for treating the digital not as object of study, but as a methodological approach, *founded in participant observation*, for investigating the virtual and its relations to the actual. [...] Digital anthropology is a technique, and thus a domain of study indirectly.”
(2012:40)

Apoi, în argumentarea necesității reșezării terminologice a digitalului, autorul aduce în discuție o dezbatere începută odată cu nașterea comunicării mediate de computer, relația dintre online și offline, cu precădere însă în formele ei cele mai recente care tind să estompeze până la unificare diferențele dintre acestea. Pentru clarificarea suprapunerilor care tind să devină periculoase în discursul științific, Boellstorff împrumută conceptul de semn indexical din filosofia lui Peirce, pe filiera lui Levinson pentru a defini linia de fractură pe care cercetătorul trebuie să o aibă în vedere, de vreme ce

„the gap between the online and the offline is culturally constitutive, not a suspect intellectual artefact to be blurred or erased.” (2012:50)

Astfel, preluând din antropologia lingvistică a lui Alessandro Duranti contextualizarea pe care o presupune indexicalitatea, Boellstorff este de părere că, de vreme ce relaționarea socială depășește limitele spațio-temporale ale lumii fizice, digitalul poate fi considerat semnul indexical a relației dintre virtual și actual (real), relație neestompată în sensul tradiției cercetărilor anterioare.

În mod similar, așa cum metodele presupun un grad mare de adaptare a cercetătorului la terenul studiat, digitalul, după Boellstorff, reprezintă, strict ca metodologie, cercetarea care presupune observația participativă, de vreme ce investigarea prin discurs, oricât de bine orientat și condus, conduce doar la reprezentări ale faptelor culturale discutate.

În rezumat, termenul *digital* devine deopotrivă index al relației dintre online și offline, dar și al observației participative ca metodă de cercetare digitizată (Rogers 2009:1), termen prin care sunt evitate absolutizările infertile care au caracterizat o parte a discursului etnografiei internetului:

„Digital anthropology as a framework can provide tools to avoid this conceptual cul-de-sac [estomparea a ceea ce Rogers (2009) înțelege prin „digital divide”] via a theoretical attention to indexical relationships that link the online and offline through similitude and difference and by a methodological focus on participant observation.” (Boellstorff 2012:57)

Spre deosebire, așadar, de Rogers (2009) pentru care digitalul opus digitalizatului reprezenta un sistem prin care metodele „urmăresc” mediul și „învață” de la acesta, Boellstorff propune doar trăirea mediului în observația participativă.

1. 3. Internetul – un metaetnograf neprofesionalizat

Activitatea etnografului presupune, în gradul cel mai mare de generalizare, două clase mari de activități în raport cu terenul său: culegerea materialului și prelucrarea acestuia. Dintre cele două aspecte ale cercetării de tip etnografic, internetul privit ca mediu, în forma actuală de configurare, poate acoperi integral partea de culegere a materialului și, într-un grad redus, anumite aspecte ale prelucrării datelor astfel obținute. Interpretarea internetului drept un metaetnograf nu are în vedere situațiile de cercetare mediată de calculator în care cercetătorul (nu doar etnograful, ci și sociologul, specialistul în marketing, etc), cu scopul abolirii problemelor presupuse de deplasarea în mediul cercetatului, realizează cercetarea prin intermediul e-mailului, a sondajelor, chestionarelor, focus grupurilor, chatului organizat (James și Busher (2006), Kozinets 2010, Poynter 2010), ci se orientează asupra informațiilor încărcate spontan ca necesitate de clarificare a unor practici culturale sau ca răspunsuri la acestea.

Depozitarea conținuturilor generate de utilizatori, practic sub toate cele trei forme pe care etnograful contemporan le utilizează în terenurile sale – fotografia, filmul și textul –, acoperă integral activitatea de culegere. Pe de altă parte, de exemplu în interiorul forumurilor, organizarea specifică a mediului digital în *threaduri* tematice poate reprezenta un prim pas în prelucrarea informațiilor pe care internetul le *culege*, iar relativ constanta prezență a informațiilor

pe paginile care le găzduiesc ar putea fi interpretată drept ultima etapă a demersului etnografic, aceea de diseminare a informațiilor culese și interpretate către un public potențial.

Însă, demersul calitativ pe care îl presupune cercetarea de tip etnografic transcende binomul simplu în raport cu informația disponibilă, prezentat anterior, alterând interpretarea internetului drept un etnograf în sensul autentic al cuvântului. După Madden (2010:16) orice etnograf își articulează studiul pe observarea interacțiunii persoanelor în „circumstanțe tipice”, convertite în rutină sau devenite ritualice. Ca metodologie, observarea este aproape întotdeauna dublată de interviul cu funcție clarificatoare asupra instanțelor culturale la care etnograful a avut acces ca rezultat al observației fenomenului cultural studiat. În cele din urmă, odată cu distanțarea spațială de cercetat și mediul acestuia, textul (produs ca urmare a interviului), imaginea și filmul sunt revizitate cu scopul producerii unui nou tip de text, în grade diverse de ficționalizare, despre acea practică observată.

Reducând la maximum etapele presupuse de demersul etnografic, se poate observa că, în conținuturile generate de utilizator în mediul digital, partea de colectare a informațiilor este similară aceleia realizate de un etnograf în terenul investigat, însă departe de a se suprapune total acesteia.

La nivelul textului cules, instrumentul specific etnografului, interviul, cu cele trei forme de realizare a acestuia, directiv, semi-directiv și non-directiv (Știucă 2007:56), este dublat de o a doua formă de acces la informație prin intermediul discursului, conversația, metodă catalogată de autoare drept „mai lejeră [...] supunându-se doar rigorilor sociabilității” (Știucă 2007: 60). Ambele forme de interacțiune dintre cercetătorul-etnograf și individul cercetat, care presupun proximitatea spațio-temporală, se pot regăsi în mediul virtual, însă cu o modificare de statut a intervievatorului. Internetul, în acest sens, nu poate fi interpretat drept culegătorul materialului *per se*, ci mediul acestei culegeri în interiorul căruia rolul cercetătorului este succesiv preluat de diverși utilizatori generatori de conținuturi care, căutând informații despre practicile culturale de interes, formulează seturi de întrebări cu rol clarificator.

Pe de altă parte, în interiorul *threadurilor* tematice, interviul, prin succesiunile de întrebări și multitudinea de răspunsuri pe care le poate primi fiecare dintre aceste întrebări de la diverși alți utilizatori, capătă forma unei dezbateri, în care gradul de conformitate la informația solicitată de întrebare este discutabil. Similar dinamicii presupuse de normă, abatere și greșeală în teritoriul limbilor, informația despre practicile culturale găzduită de forumuri este și ea supusă unei normări și, eventual, sancționări.

Norma și abaterea de la ea sunt reglementate diferit la nivelul informației purtătoare de semnificație etnografică din mediul digital. În primul rând, etnograful care încearcă să acceadă la informația purtătoare de sens cultural va fi preocupat de caracterul de normă, deci de acceptarea

și utilizarea generalizată a acesteia în interiorul grupului cercetat, cântărind în mod constant autenticitatea formelor culturale cu care se confruntă (Atkinson și Hammersley 2007[1985]:97) și funcționând astfel ca o voce autoritară prin care formele culturale sunt acceptate sau respinse. Conținuturile generate de utilizator, deși putând fi analizate din perspectiva autenticității practicilor culturale convertite în discurs, nu pot fi astfel reglementate de principiile autenticității. Ele sunt totuși supuse unei forme de control din perspectiva unui sistem de normare, privit fie din perspectiva adevărului emis asupra practicii culturale, fie din aceea a conformării la tema discuției. Din acest punct de vedere, interviul sau conversația, de vreme ce ambele forme de culegere a datelor sunt prezente, sunt reglementate binar, pe de o parte de un administrator al paginii respective de internet, care poate decide ștergerea sau mutarea unei postări pe principiile relevanței acesteia, pe de alta, de restul grupului de utilizatori, fie prin ratinguri negative atribuite comentariilor, răspunsurilor sau intervențiilor, fie prin secțiunea de tip verbal, prin construirea unei poziții de delimitare, sancționare sau negare a conținuturilor unei postări anterioare.

Similar, discuția se poate extinde și asupra celorlalte două instrumente de cercetare etnografică, fotografia și filmul (Madden 2010, Pink 2004), incluse în ceea ce generic este interpretat drept privirea etnografică. Diferența substanțială dintre fotografia și filmul realizate de etnograf și acelea încărcate de utilizatorii generatori de conținuturi este reprezentată de perspectivă. Dacă în cazul etnografului, fotografiile și filmele realizate au drept scop probarea sau informarea ipotezelor de lucru, în cazul celor aparținând utilizatorilor, perspectiva nu mai este una delimitată de principiul relevanței pentru teren. Fără îndoială că în ambele seturi de mărturii vizuale ale practicilor culturale principiul selecției cadrelor este supus unor tipuri particulare de subiectivitate a privirii, însă, în mod similar ambelor, relevanța pentru temă este aceea care primează.

Ar putea fi pus în discuție, și de această dată, statutul de metaetnograf al internetului, a cărui simplă *misiune* este, și de această dată, colectarea nediscriminatorie a unor conținuturi, fără realizarea unui proces de selecție a elementului relevant. Ca și în cazul textului conținut, și în cazul practicilor culturale ipostaziate vizual, în cadrul internetul cenzura irelevantului operată de etnograf este substituită de formele de cenzură exercitate fie de către administrator, fie de către ceilalți utilizatori.

În al doilea rând, trecând către etapa a doua a cercetării de tip etnografic, prelucrarea materialului cules prin diversele tehnici disponibile, internetul nu permite analiza propriu-zisă a conținuturilor identificate și *culese* în etapele anterioare, însă, este caracterizat de o tendință clară de clasificare tematică a conținuturilor, fie în domenii web distincte, fie în pagini integrate unor anumite astfel de domenii. Odată încărcate în maniera organizată a clasificărilor impuse de structura paginilor, informațiile devin accesibile întocmai colecțiilor de date etnografice,

caracterizate fiind însă de grade diferite de persistență la diseminare și de diferitele modele de clasificare.

În cele din urmă, observarea acestor etape similare cercetării de tip etnografic ridică problema măsurii în care internetul devine un metaetnograf, fără îndoială însă numai pe compartimentele deja enumerate ale cercetării etnografice.

Aspectul asupra căruia trebuie realizată o clarificare este acela al calității de mediu prin și în care sunt disponibile informațiile. Dacă în cercetarea mediată de computer internetul reprezintă numai un canal prin care cercetătorul, prin intermediul diverselor instrumente, are acces la un informator și la informațiile deținute de acesta, interpretarea mediului digital în sensul metaetnografiei presupune o schimbare de perspective. Chiar dacă în continuare, atât la nivel teoretic, cât și, mai ales, la nivel practic, internetul are doar funcție de mediator, inexistența unui etnograf care să ghideze cercetarea și substituția în rolului acestuia fie a individului generator de conținut, fie a administratorului, transformă internetul într-un metaetnograf neprofesionalizat, cu roluri întrucâtva similare celor ale etnografului specializat. Rolul metaetnografic al internetului este particularizat de o funcție coalescentă a colectării care decurge tocmai din posibilitatea unei multitudini de răspunsuri la întrebările formulate pe un forum, răspunsuri care transcend granițele spațiale care îngăduiesc demersul etnografului în sensul clasic al cuvântului. Nu în ultimul rând, o altă diferențiere majoră față de activitatea etnografului este reprezentată de sistemul relativ permisiv al mediului digital care face metaetnograful să aibă acces la set mult mai amplu de date relevante pentru tema cercetată decât în cazul unui teren propriu-zis în care sistemul de cenzuri asupra informației funcționează mult mai amplu.

*

* *

În rezumat, o etnografie a informației pentru care mediul digital reprezintă un arhivator de desprinde de fapt în cel puțin trei forme de etnografie distincte. În primul rând, se poate identifica o etnografie a mediului digital, interesată de analiza formelor de practici culturale care capătă coerență în exclusivitate în mediul digital, prin construirea identităților, prin formele în care sunt organizate conținuturile informaționale în interiorul mediului digital, prin raportul pe care individul independent sau ca parte a unei forme de grup constituite în mediul digital îl dezvoltă fie cu informațiile de aici, fie cu alți indivizi sau grupuri constituite. În al doilea, s-ar putea decupa o etnografie al cărei obiect de îl reprezintă informațiile *găzduite* de internet, spre a utilizat un cuvânt specific terminologiei websiturilor, care transformă internetul într-un fel de arhivă cercetabilă pentru a analiza fenomenele ale offline-ului. În al treilea și ultimul rând, un alt tip de etnografie ar putea fi reprezentat de acea etnografie interesată de formele de pe care

tehnologia le dezvoltă în offline, atât din perspectiva raportului individului cu tehnologia materializată ca obiect prin care se realizează conectarea, dar și din punctul de vedere al transferului identitar dinspre online spre offline.

COMUNITĂȚI ȘI TELECOMUNITĂȚI

2.1 Comunitatea: o reinterpretare bibliografică a modelelor

Definirea comunității este un demers care depășește cu mult deopotrivă pretențiile și miza acestei lucrări, cu atât mai mult cu cât nici o definiție unitară și nici un consens asupra modului în care realitățile grupale din spatele termenului se coagulează nu par să fie degajabile în

literatura de specialitate care a avut și continuă să aibă comunitatea drept subiect de cercetare. Pe de altă parte, utilizarea acestuia în contexte dintre cele mai variate și cu sensurile cele mai diverse a condus la o oarecare desemantizare, consecință directă a supralicitării utilizării, sau, dimpotrivă, la o „dispersie semnatică” (Bonte și Izard 2007:163). Din aceste puncte de vedere, aceste pasaje dedicate circumscrierii conceptului unui cadru teoretic vor reține numai acele aspecte relevante ca preambul pentru comunitățile din mediile digitale.

Raymond Williams (1983 [1976]:75-76), neamutilizând metoda etimologiei pentru căutarea sensurilor unor concepte cheie în domeniul analizei culturii, cu o va face, după cum se va putea vedea în capitolul următor dedicat tradiției, recurge la atestările termenului *comunitate* în istoria limbii engleze, identificând, astfel, patru sensuri pe care termenul le-a deținut începând cu secolul al XIV-lea:

„(i) the commons, or common people, as distinguished from those of rank; (ii) a state or organised society, in its later uses relatively small, (iii) the people of a district; (iv) the quality of holding something in common, as is community of interest, community of goods; (v) a sense of common identity or characteristic.” (1983 [1976]:75, s-au extras din textul original referințele la secolele primelor atestări ale fiecăruia dintre sensurile enumerate).

În utilizarea contemporană, unul dintre sensurile asupra căruia stăruie Williams este acela care face trimitere la definirea prin comunitate a unui set de relații, sens pe care, de fapt, termenul îl va dobândi în sociologie sau antropologie, le va conserva în mod constant.

În înțelegerea generală, comunitățile au fost definite drept „organisme sociale” (Barnard și Spencer 2012:143) în interiorul cărora, dintr-o perspectivă holistă, membrii „trăiesc pentru și prin ea” (Bonte și Izard 2007:163). Comunitățile, în sensurile degajate de abordările din perspectiva studiilor de antropologie culturală, sunt caracterizate de trei elemente dominante: interesele comune dintre membrii acestora, cospațialitatea și împărtășirea unei structuri sociale comune. (Barnard și Spencer 2012:143).

Problema cospațialității este una de un interes deosebit pentru tema acestei lucrări cu atât mai mult cu cât formele de asociere din mediile digitale în înțelegerea lor comunitară au fost comentate tocmai din perspectiva aspațialității.

Pentru Minar și Greger (citați de Barnard și Spencer) „concentrarea fizică”, deci elementul fundamental al conviețuirii, presupune, ca element cheie, împărțirea aceleiași teritoriu. Teritoriul pe de altă parte este evidențiat de existența delimitărilor spațiale, la fel de important ca spațiul ocupat de o comunitate fiind granițele acesteia, cu atât mai coerent configurate de un peisaj urban. Bauman (2006 [2000]:94) nota în acest sens, într-un stil rezumativ:

„Community defined by its closely watched borders rather than its contents; `defence of community` translated as the hiring of armed gatekeepers to control the entry; stalker and prowler promoted to the rank of public enemy number one, paring public areas down to `defensible` enclaves with selective access; separation in lieu of the negotiation of the life in common, rounded up by the criminalization of residual difference – these are the principal dimensions of the current evolution of the urban life.”

Astfel, comunitatea este fundamental regândită într-un sens aproape distopic, al unei dictaturi materializate în construcția unor frontiere cu structuri inexpugnabile. Nu semantica vieții prin care sunt împărtășite experiențele unor forme de practici culturale comune este elementul fundamental al noii forme de comunitate, nici ocuparea *per se* a unui spațiu în interiorul căruia se desfășoară existența comunității, ci fortificarea limitei prin care sunt circumscrise alteritățile unei vieți neo-comunitare, consolidate prin negociere culturală, dar mai ales demonizarea alogenului exterior acestor frontiere. Senzația lăsată de acest nou mod de figurare a comunității urbane, întrucâtva similară și formelor actuale de rurbanitate, dar diferită de unele formele remanente ale ruralității, este aceea că apartenența identitară la acestea este conferită doar prin localizare fizică în interiorul frontierelor și interpretarea identității ca proces de negociere a diferențelor. Din toate aceste puncte de vedere, pentru Bauman s-ar putea interpreta definirea comunității dintr-o perspectivă a perpetuării unei forme doar, în care conținuturile însă sunt resemantizate pe principiile unei adaptări la formele de contexte sociale alterate de modelele și provocările presupuse de societatea contemporană. Totodată, modelelor holiste de figurare teoretică a comunității Bauman le opune un model de atomizare a acestora:

„'Community' is these days the last relic of the old-time utopias of the good society; it stands for whatever has been left of the dreams of a better life shared with better neighbours all following better rules of cohabitation. For the utopia of harmony slimmed down, realistically, to the size of the immediate neighbourhood” (Bauman 2006 [2000]:92)

Sentimentul de insecuritate care generează valorizarea extremă a limitelor spațiului și căutarea un substitut salvator de la pericolul interacțiunii cu alteritatea exterioară granițelor prin consolidarea vecinătății imediate sunt elemente cheie ale noului model teoretic asupra comunității. De fapt, insecuritatea este elementul fundamental de definire a comunității în postmodern, așa cum afirmă Delanty (2010 [2003]:105), prin mutarea accentului de pe grup pe individualitatea membrilor acestuia. Racordată la fluxul de idei specific deconstructivismului, comunitatea devine un concept descoperit în sensul absenței referentului pe care, în epoca modernă, îl deținea:

„Community is experienced only as an absence which can be desired but never achieved. Community is the experience of loss of something that once was possessed” (Delanty 2010 [2003]:107)

Circumscrib discursului postmodern al deconstructivismului, conceptul de comunitate capătă o valoare oximoronică (Blackshaw 2010:40) prin reorientarea atenției de pe grupului formator al comunității pe individualitățile care îl compun, în alți termeni spus, de pe structuri pe elementele componente ale acestora.

Mai apoi, util în acest preambul teoretic construit pentru introducerea în discuției a formelor de grupuri pe care existența mediilor digitale conectate le facilitează este conceptul *comunităților imitate*, introdus de Benedict Anderson (1991 [1983]). Pentru Anderson, care analizează naționalismul integrat diverselor sisteme politice se naște o întrebare referitoare la legitimitatea identitară a unui asemenea discurs circumscrib unei formațiuni etnice. Autorul, pe baza observațiilor care decurg din înțelegerea conceptului de comunitate, definește ideea de *națiune* drept „an imagined political community – and imagined as both inherently limited and sovereign”, iar caracterul imitat al comunității rezidă esențial în incapacitatea tuturor membrilor acesteia de a cunoaște reciproc (1991 [1983]:6). Suplimentar, s-ar putea adăuga că nu doar principiul familiarității membrilor comunității este esențial în identificarea comunității, ci mai de grabă, recunoașterea acestor membri ca parte a unui discurs comun generat din interiorul grupului și nu din afara acestuia, de către o suprastructură cu rol în formarea identității.

Recitindu-l pe Andersen, Blackshaw propune o dezechilibrare a celor doi termeni din formula lui Anderson, prin care imaginarea deține un rol mai semnificativ în interpretare:

„What this suggests is that there is more ‘imagined’ than ‘community’ in these communities, which makes the idea of ‘imagined communities’ something of an oxymoron; that is, it is a conceptual contradiction in terms because it is difficult to tell what is ‘real’ and what is not, and what is swinging in the hammock of imaginative supposition strung between the two parts” (Blackshaw 2010:120).

Contestabilă prin brevitatea argumentației, teoria asupra imaginării ideii de comunitate este una care anticipează întrucâtva un posibil traseu de analiză a altor forme de comunitate regăsite odată cu modificarea sistemelor de raportare, ideea de națiune, precum și discursul naționalist modificându-se în funcție de stimulii politici exteriori. Cu alte cuvinte, nu necunoașterea membrilor comunității între ei poate favoriza interpretarea comunității drept emanație a imaginației, ci procesele constante de decorporalizare și recorporalizare identitară presupuse de lumile contemporane, după cum indică Blackshaw citându-l pe Giddens (2010:121). În același sens al validării conceptului de comunitate imitată, textul lui Anderson este citit de Delanty

(2010 [2003]:xii) în termenii unei interpretări a comunității ca structură cognitivă și simbolică și nu drept intimitatea socială a conviețuirii în același spațiu.

Din aceste puncte de vedere, multe, dacă nu toate formele de modelare a comunității, devin susceptibile unei analize drept comunități imaginate, și cu atât mai mult formele de grupare din interiorul mediilor digitale.

În cele din urmă, un concept cheie pentru analiza formelor de grupare din mediile digitale conectate este acela al comunității de practici. Utilizată pentru prima dată de Lave și Wenger în 1991, sintagma este definită ca „groups of people who share a concern or a passion for something that they do and learn how to do it better as they interact regularly” (Wegner-Trayner 2015:1). Deși construită ca un element specific învățării colective, comunitatea de practici devine extrem de utilă în analiza interacțiunii mediate digital, fiecare dintre cele trei elemente pe care autorii le consideră ca fiind definatorii pentru comunitatea de practici, regăsindu-se și în formele grupale constituite pe internet (Wegner-Trayner 2015:2). Astfel, comunitatea de practici este definită de existența unei identități comune care rezultă din domeniul de interes și față de care membrii grupului manifestă devotament. Apoi, comunitatea este coagulată în jurul domeniului de interes, iar membrii acesteia se implică în activități și discuții cu scop de întraajutorare și de diseminare de informații. În cele din urmă, comunitatea de practici se diferențiază de comunitatea de interese, în care principiul coagulant este reprezentat de interesul pe care membrii acestui fel de comunitate îl afișează. Membrii comunității de practici sunt practicanți ai elementelor în raport cu care diseminează informațiile, ceilalți, doar observatori ai acestor informații.

Activitățile pe care le presupune existența unei comunități de practici sunt rezumate, în cele de urmează, de figura 2_1.

Problem solving	"Can we work on this design and brainstorm some ideas; I'm stuck."
Requests for information	"Where can I find the code to connect to the server?"
Seeking experience	"Has anyone dealt with a customer in this situation?"
Reusing assets	"I have a proposal for a local area network I wrote for a client last year. I can send it to you and you can easily tweak it for this new client."
Coordination and synergy	"Can we combine our purchases of solvent to achieve bulk discounts?"
Building an argument	"How do people in other countries do this? Armed with this information it will be easier to convince my Ministry to make some changes."
Growing confidence	"Before I do it, I'll run it through my community first to see what they think."
Discussing developments	"What do you think of the new CAD system? Does it really help?"
Documenting projects	"We have faced this problem five times now. Let us write it down once and for all."
Visits	"Can we come and see your after-school program? We need to establish one in our city."
Mapping knowledge and identifying gaps	"Who knows what, and what are we missing? What other groups should we connect with?"

Fig. 2_1 Activități ale comunității de practici (Wegner-Trayner 2015:3)

2.2 Comunități digitale

Analiza mediilor digitale conectate din perspectiva formelor de grupare în comunități este scindată întocmai în modulul în care analiza mediului online se poate separa în cercetarea lumilor virtuale, pe de o parte, și a restului formelor de manifestare online pe de alta. Astfel,

studiul comunităților se coagulează în studiul comunităților virtuale (Rheingold, 1993, Biocca și Levy 1995, Hakken 1999, Hillis 1999, Strate 1999, Boelstroff 2008, Boelstroff, Nardi et al. 2012, Boelstroff 2012), de cealaltă parte fiind comunitatea online în general (Hakken 1999, Strate 1999, Danet 2001, Wilson și Peterson 2002, Hakken 2003, Danet și Herring 2007), comunitățile de interese, ca în cazul listelor de mail (Wilson și Peterson 2002), comunitățile producătorilor de imagini video (Bukingham și Willet 2009), lista putând continua.

Pe de altă parte, pentru studiul de față cel puțin, dar mai ales pentru stadiul actual al cercetării mediilor digitale conectate, în general, și a comunicării mediate de computer, în particular, opozițiile constatăte dintre online și offline și modurile în care online-ul devine un complement al identității offline vor fi lăsate la o parte în mod deliberat, pentru că în ceea ce privește e-tradițiile aceste tipuri de influențe sunt inutile.

Studiile asupra comunității ca formă de realizare în mediul digital încep cu reprezentarea formelor specifice realității virtuale, Howard Rheingold fiind cel creditat deopotrivă cu inventarea sintagmei *comunități virtuale*, dar și cu prima definire a acestora drept:

„*Virtual communities* are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace” (Rheingold 1993).

Lăsând deoparte plasările în sfera vagului pe care definiția lui Rheingold le presupune – suficiente sentimente și discuții publice suficient de lungi – acesta are meritul de a duce în discuție trei elemente fundamentale, care vor fi reluate de toate formele de definire ale grupurilor din mediile digitale: caracterul social grupal, contextualizarea mediată a discuțiilor și construcția de relații personale.

Pentru Delanty (2010:134-135) comunicarea mediată de tehnologie (nu de computer) este responsabilă de o serie de modificări la nivel social, printre care de

„new kinds of social groups, which are polymorphous highly personalised and lifestyle-oriented, but they can also take more traditional forms restructuring families and rural areas and even political movements. In this communities, which are often acted out in global context, belonging has been radically reshaped leading many to question the very possibility of belonging as it disappear into the flow of communication”

Polimorfismul care caracterizează grupurile sociale din abordarea Delanty se materializează sub diverse forme, la nivelul conținutului tematic fiind caracterizate de o extrem de mare variabilitate care se prelungește, pe de altă parte, și interiorul unor asemenea forme tematice, în sensul în care *ofertele* pentru construirea unor comunități de practici în mediile digitale conectate sunt și ele

caracterizate de multiplicitate. Astfel, un singur exemplu este edificator în acest sens, forumurile tematice, care sunt un semn al polimorfismului la nivelul global al mediilor digitale, dar și un element de consacrare a alternativelor, în sensul că aceeași temă poate fi găzduită în diverse forumuri. Acest aspect are o semnificație aparte, așa cum se va putea observa în paginile următoare, asupra unui comportament particular pe care îl deține utilizatorul căutător de informații în înțelegerea integrabilității sale holonice în structuri și suprastructuri specifice holarhiilor. Acest tip de modelare în sensul koestlerian poate fi un adjuvant semnificant pentru ceea ce autorul identifica, în finalul paragrafului citat, ca aducerea în discuției a principiilor apartenențelor.

Principiile relaționării, cu forma lor particulară a interrelaționării presupun și o modificare de paradigmă în ceea ce privește interpretarea comunității online drept o comunitate de tip rețea, în sensul pe care Castells îl conferă conceptului de *networked community*. Pe fondul consolidării utilizării mediilor digitale conectate, determinate în principal de dezvoltarea tehnologiilor care înlesnesc utilizarea, dar, mai ales, de diminuarea limitării accesului la conectivitate din lipsa infrastructurii (diminuarea a ceea ce studiile identifică prin *digital divide*), determină posibilitatea reinterpretării tiparelor de sociabilitate care decurg din utilizarea tehnologiei (Castells 2001:117). Racordat la discursul sociologiei urbanului, Castells consideră în continuare că modelul comunitar bazat pe spațialitate este înlocuit parțial de un neo-model bazat pe integrarea într-o rețea construită pe baza afinităților, pe fundalul unei societăți contemporane care își multiplică modurile de apropiere dintre indivizi și nicidecum nu migrează către o uniformizare a tiparelor (2001:126).

O reinterpretarea a ideii de comunitate în contextul medierii digitale conectate presupune, prin urmare, menținând subsidiarul multiplicării tiparelor de relaționare, „de-emphasizing its cultural component (al comunității, n.m.), emphasising its supportive role to individuals and families, and de-linking its social existence from a single material support” (Castells 2001:127), traductibilă, după cum menționa autorul, în dezrădăcinarea relațiilor din sensul lor comunitar și integrarea acestora în logica rețelelor.

În cele din urmă, un punct de interes fundamental pentru ceea ce se menționa anterior referitor la posibilitatea de integrare a indivizilor în diverse sisteme de comunități specifice mediilor digitale conectate în modelare holarhică, este reprezentat prin modelarea Castells de posibilitățile de integrare în grupurile digitale: „since people may easily belong to several of this networks, individuals tend to develop their ‘portfolios of sociability’ by investing differentially, at different points in time, in a number of networks with low entry barriers and low opportunity costs” (2001:132). Acest tip de modelare a migrației individuale între diverse forme de comunități din mediile conectate deschide, într-o oarecare măsură, și posibilitatea spre o

apreciere deconstructivistă asupra problemelor generate de comunitate în sensul acceptării rolului sinelui identitar în algoritmica relației de tip comunitar (care, spre exemplu, a fost exploatată de Papacharissi 2011, pentru mediile digitale).

În cheie rezumativă, formele de relaționare din mediile digitale conectate preiau din inventarul de trăsături pe care comunitatea din realitatea fizică le deține.

Pentru Bauman, comunitatea era identificabilă prin granițele care cântăresc mai mult decât conținuturile din motive de securitate. Modelul securității poate funcționa și pentru comunitățile de tip digital, în situația în care s-ar resemantiza securitatea ca rezultat a apărării unei forme asumate de identitate. Securitatea ar trebui percepută aici drept o formă de apărare împotriva eventualelor factori perturbatori ai echilibrelor instituite în interiorul formelor de comunitate digitală, indiferent de modelarea acestora, în sensul comunității de practici, *networked community*, ș.a.m.d.. Frontierele trasate sunt și ele, la rândul lor, materializate în mediul digital ca un dublet al aceloră din lumile fizice, printr-un fel de reglementare a pătrunderii în *teritoriul* comunității prin intermediul numelui de utilizator și al parolei. Acestea funcționează ca un element control al accesului alogenui în interiorul grupului. Întocmai ca în comunitatea din lumea reală, păzirea frontierelor și verificarea accesului are un dublet în comunitățile online, în care administratorii de tot felul ai diverselor situri care presupun interacțiunea mediată verifică, acordă sau resping accesul unui potențial utilizator pe baza unui set de reguli care funcționează ca factor ordonator în interiorul grupului. Conformarea la tiparele interacționale este verificată și ulterior accesului în teritoriu, de către aceeași administratori înzestrați cu abilitățile de punere în aplicare a unor norme prin care pot decide excluderea unuia sau altuia dintre utilizatorii membri în eventualitatea nerespectării regulamentelor acceptate la momentul creării conturilor de acces.

Sentimentul acesta al siguranței, la nivelul cauzelor care îl determină, poate fi interpretat ca o retragere într-o zonă de confort identitar negociat, determinată de o subțiere sau o dispariție definitivă a unor repere din zona spațiului fizic. Așa cum Delanty identifica prin comunitate valoarea unei substituții, identic formele de grupare socială din mediile digitale conectate pot servi drept complementul substituit al pierderilor identitare din viața reală. Comunitățile online centrate de e-tradiții devin terenul în care se coagulează o funcție recuperativă – prin căutarea unor repere – prin care să se legitimeze un tip de interacțiune offline din perspectiva construcției identitate. Astfel, comunitățile ajung să se identifice deopotrivă cu sensul informațional, dar și cu cel de practici așa cum au fost acestea identificate anterior.

Însă traseul firesc al continuităților dinte mediile conectate și cele neconectate, specific momentelor de început ale conectivității, dar continuate și în formele prezente, se realizează pe linia offline către online. Conectivitatea mediată permite o liberare mai mare de acțiune, eliberată

fiind de presiunile sociale care îngrădesc exercițiul identitate individual în offline. Conectarea funcționează pe principiile supapei sociale care eliberează de cenzuri individul prin trecerea în online.

Într-o simetrie în oglindă însă, traseul între offline și online funcționează tocmai pe principiul inversării transferurilor. Fără îndoială că în cazul comunităților de practici principiul cenzurilor nu mai funcționează. Locul acestuia este luat de un mecanism total opus, al deschiderii în vederea consolidării practicilor culturale. Funcția cenzurii este una limitativă, de vreme ce funcția deschiderii capătă sensuri inițiatice în scop identitar, inițierea realizându-se nu principiile clasice prin care asupra unui neofit, un guru – individual sau colectiv – performează o serie de practici sau îl supun pe acest neofit unei serii de probe pentru dobândirea unui statut. Pentru e-tradiții, ambele stataturi se modică în sensul că rolul nofitului se restrânge numai la componenta activă a depășirii probelor inițiatice – care în acest caz particular sunt reprezentate de formele căutărilor identitare, de vreme ce rolul inițiatorului, întotdeauna colectiv, este modificat într-unul fundamental expozitiv, prin postările anterioare care reprezintă bazinul informațional din care neofitul extrage acele elemente pe care le consideră definatorii în constructul lui identitar.

Chiar dacă scopul inițial al diagramei din figura 2_2 nu a fost conceput pentru a justifica un proces inițiativ la nivelul unor e-tradiții, modelul propus de Kozinets pentru a marca etapele progresive ale participării la culturile online, poate fi asimilat etapelor presupuse de inițierea neofitului în e-tradiții.

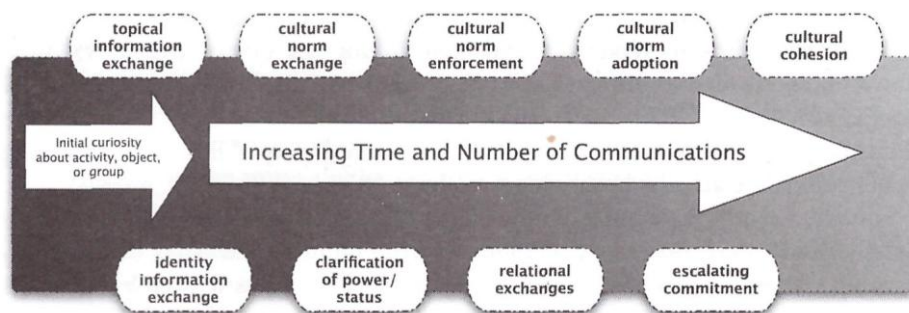


Fig. 2_2 Posibilă modelare a procesului inițiativ în e-tradiții

(Kozinets 2010:28)

Din acest punct de vedere, al unei înscrierii într-un traseu simbolic al practicii, comunitățile digitale îmbracă forma unor comunități imaginate în sensul lui Anderson. Chiar și argumentul necunoașterii membrilor comunității între ei funcționează în cadrul comunităților digitale întărind astfel și mai puternic statutul imaginat al acestor comunități.

Cunoașterea membrilor unei comunități, pe de altă parte, este determinată dual, prin statutul dobândit odată cu accesul în acea comunitate, dar și prin constantele interacțiuni intracomunitare, pe de alta. Însă comunitatea digitală permite existența, printre multele modele

de profil identificate, a unor tipare interacționale din perspectiva generării de conținuturi, dar și a stabilirii de relații, cum se poate observa din figura 2_3.

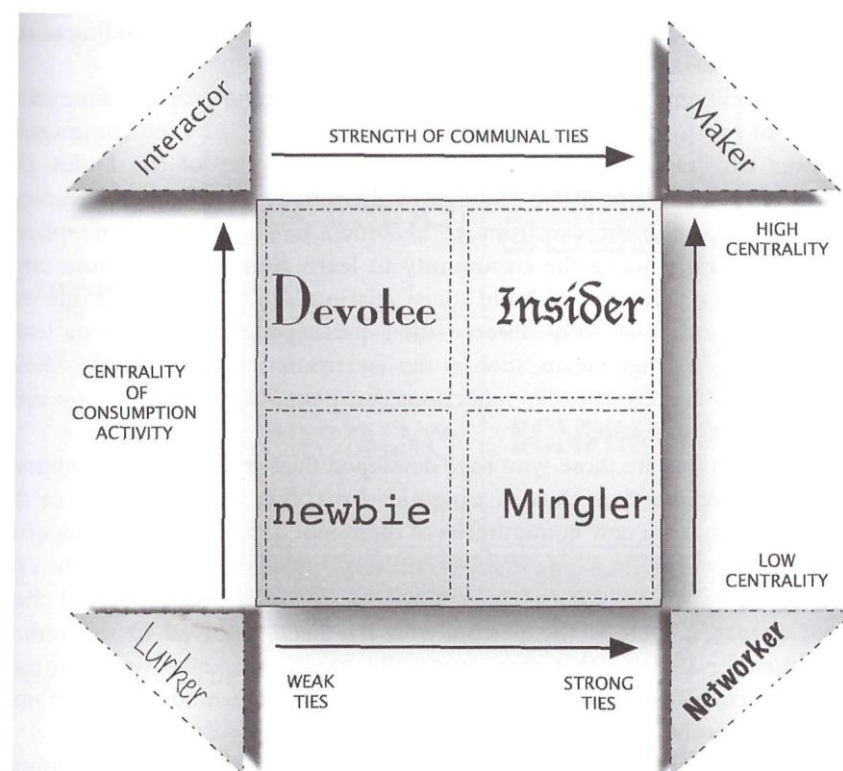


Fig. 2_3 Tipuri de utilizatori
(Kozinets 2010:32)

Profilul *lurker*, identificat de autor drept un observator activ care dobândește informații despre site prin observarea acestuia, este definită ca

„The lurker has the potential, over time to become a newbie, a neo or a neophyte a new member who is using the community to learn about the core consumption activity or to reach out and build social relationships. Lurkers feed into the community. We cannot actively observe their participation...” (Kozinets 2010:34)

Acest statut, chiar dacă presupune ca la un anumit moment în evoluția sa să migreze către celelalte categorii de utilizare, este edificator din perspectiva anonimatului comunitar. Deși parte a comunității, accesul la informațiile din interiorul forumurilor este permis integral numai membrilor care au conturi pe acele platforme, utilizatorul de tip *lurker* nu face parte din comunitatea respectivă și la nivel interacțional sau generator de informații. Acesta este parte a culturii grupului numai din perspectiva observării acesteia, cultură pe care, eventual, o poate sau nu rejuca social în mediile deconectate. Astfel, prezența unui asemenea tip de participant presupune, în sensul de bază a definiției lui Andersen, legitimarea statului imaginat al comunității digitale.

În cele din urmă, comunitatea a fost interpretată drept comunitate de practici, în sensul degajat anterior. Dacă în figura 2_1 prezentată anterior întrebările indicate de autori în partea

dreaptă a tabelului ar fi recontextualizate practicilor culturale specifice e-tradițiilor atunci sensul comunității digitale din forumuri ar fi perfect integrabil conceptului de comunitate de practici. Petru rolul de *lurker* însă, comunitatea nu se figurează ca o comunitate de practici, ci rămâne la statutului de comunitate de interese în sensul Wilson și Peterson (2002) prin participarea doar la nivel de observare.

Interogarea, căutarea de răspunsuri la întrebări, principiul căpătării experienței e-tradiționale în vederea constructului identitar, negocierea elementelor cu substrat identitar și recompunerea acestora într-o sintaxă a identității individuale, pe de altă parte modifică statutul deopotrivă al informațiilor, dar și a constructului identitar și, în general, întreaga paradigmă a conținuturilor generate de utilizator din perspectiva interpretării acestora ca finalitate a proceselor de *produsing* sau *produmption*.

2.3 Comunități generatoare de conținuturi: *prosumption*, *produsing* și *craft consumer*

Campbel (2005) identifică două tipuri de imagini emblemă construite de literatura științelor socio-umane prin care sunt analizate practicile de consum. Teoriile economice identifică un consumator caracterizat drept un „active, calculating, and rational actor, someone who carefully allocates scarce resources to the purchase of goods and services in such a manner as to maximise the utility obtained”(2005:23). Cel de-al doilea model identificat de această dată de studiile asupra societății de masă, caracterizează consumatorul ca fiind un „passive, manipulate and exploited subject of market forces someone who as a consequence, is largely constrained to consume in the way they do.” (2005:24)

Discuția însă nu este întotdeauna plasată la unul sau celălalt dintre cei doi poli ai practicilor de consum, ci și pe un palier intermediar, care propune un model al combinării între cele două. Un prim astfel de demers este acela al lui Alvin Toffler care, în deceniul al șaptelea al secolului XX, propune un termen compus, *prosumer*, pentru a legitima un timp de practică de consum care influențează procesul de producție.

Bruns (2013) înregistrează elementele fundamentale pe care semantica asociată de Toffler termenului *prosumer* o dezvoltă. Astfel termenul conotează un raport activ pe care consumatorul îl deține în raport cu producerea obiectului pe care urmează să îl consume

„the consumer not merely providing the specs but punching the button that sets this entire process into action, will become as much a part of the production process as the denim-clad assembly line worker was in the world now dying” (Toffler 1980:274 citat de Bruns 2013:2).

pentru ca, mai apoi, în 1990, să fie definit drept:

„producer and consumer, divorced by the industrial revolution, are reunited in the cycle of wealth creation, with the customer contributing not just the money, but market and design information vital to the production process. Buyer and supplier share data, information, and knowledge, Someday, customers may also push buttons that activate remote production processes. Customer and producer fuse into a ‘prosumer’” (Toffler 1990:239 citat de Bruns 2013:2).

Deși la momentul fundamentării teoriilor, ideile lui Toffler nu au produs un efect deosebit, analiza contemporană a practicilor de consum redescoperă în teoria prosumerismului ca un punct de raportare pentru interpretarea producerii și consumului de bunuri culturale. În al doilea rând, Riter (2014:4) justifică invizibilitatea care caracterizează practicile prosumeriste pe seama banalului activităților în care se materializează și multitudinii de teritorii în care acestea capătă formă. Cu toate acestea, prosumerismul își găsește o serie destul de amplă de dublete conceptuale, care îl orientează, fie mai pronunțat pe latura producerii, fie pe aceea a consumului, însă păstrând subsidiarul inoperativității analizei exclusive a producerii sau a consumului. Ritzer (2014, 2015) trece în revistă diversele modificări terminologice și de conținut pe care modelul propus de Toeffler îl comportă, fie prin raportarea directă la acesta, fie prin decupajul independent de acesta. Astfel, el identifică modelele: *putting customers to work* (Ritzer 1993), *Pro-Ams*, amatorul profesionist (Leadbetter și Miller 2004), *co-creation* (Prahalad și Ramaswamy 2004), *service-dominant logic* (Vargo și Lusch 2004), *craft consumption* (Campbell 2005), *commons-based peer production* (Benkler 2006), *wikinomics* (Tapscot și Williams 2006), *do-it-yourself* (Watson și Shove 2008), *crowd- and open sourcing* (Hove 2009), *collapse of production into consumption* (Zwick și Knott 2009), *productive consumption* și *produser* (Bird 2001, Bruns 2005, 2008), *collaborative capitalism* (Cova, Dalli și Zwick, 2011)

Spre exemplificare unui posibil traseu, Campbell decupează o nișă substanțială, identificată pe baza raportării la producătorul artizanal, pe care o atribuie unui *craft consumer*, definit prin detașare de modelele anterioare identificate prin referire la Slater care le denumea *the hero* și *the dupe*.

Tipul *craft consumer* neagă deopotrivă tipologia „actorului rațional” și pe aceea a „nătărăului incurabil”, plasându-se pe poziția „self-conscious manipulator of the symbolic meanings that are attached to products, someone who selects goods with the specific intention of using them to create or maintain a given impression, identity or life style” (2005:24). Tehnicile utilizate pentru atingerea acestui scop sunt apropierea, personalizarea și adaptarea, nu în sensul în care un vânzător sau un producător al obiectului de serie o poate face pentru clientul care îi cumpără produsele, ci în sensul în care adaosurile sunt deopotrivă autodeterminate și autorealizate. Pe lângă acestea, acest tip de consumator este definit și de practicile de asamblare

a obiectelor (2005:33) consumând astfel produse de tip „ensemble style” realizate DIY, toate acestea însă integrate ritualurilor de posesie.

Tipologia *craft consumer* se circumscrie însă în cadrul mai larg al teoriilor asupra practicilor de consum asociate culturii materiale (Miller 1987, 1998). Numai că demersul lui Campbell este util și prin depășirea granițelor culturii materiale, putând fi lesne integrat cadrului general al participării și activităților consumatorului în practica generală de consum (Beer și Burrows 2010:4), dar, mai ales, în culturile web, siturile sociale, blogging, microblogging, în procedeele specifice folcsonomiilor sau siturile de tip crowdsourcing, precum YouTube, în care în mod particular frontierele dintre activitățile de producere și de consum și, implicit dintre producător și consumator, devin opace.

În mod evident, tipologia *craft consumer* este anterioară dezvoltărilor de funcții pe care web 2.0 le presupune, însă tipologia se poate aplica formelor de cultură participative din mediile digitale.

Ritzer (2015) propune trei tipuri de perspective asupra prosumerimului. Prima îl tratează ca pe un proces primar, care a definit întotdeauna umanitatea, caracteristic rolului de vânzător-culegător, care își consumă hrana pe care și-o produce. O a doua, interpretează prosumerimul drept un *proces evolutiv*, care nu presupune o reîntoarcere constantă la un model anterior, ci care se construiește în prelungirea dezvoltărilor recente construite pe modelul anterior, figurat de un magazin online de tip amazon.com construit de pe modelul offline al mallului. Cea de-a treilea perspectivă este construită în sensul unei noi lumi a prosumerismului, circumstanțiată lumii digitalului conectat, cu observația că distincțiile realizate între cultura materială și mediul digital sunt realizate numai pentru evidențierea existenței lor ca două domenii distincte, de vreme granițele dintre acestea din perspectiva strictă a prosumerismului nu mai sunt atât de evidente.

Autorul, printr-o radiografie a economiei noilor forme, analizează prosumerismul din punctul de vedere al economiei forței de muncă, în sensul câștigării sau pierderii locurilor de muncă, al impactului acestora asupra veniturilor angajaților, a valorii plătite, în general, din perspectiva unei dimensiuni capitaliste. Numai că, în continuarea analizei prin prisma unui model al economiei capitaliste, descoperă o nișă, devenită în lumea contemporană, a societății informației, informatizării și a conectării, din ce în ce mai puternic coagulată, a „the commodification of the big data being collected on the internet” (2015:11).

Deși repoziționarea discursului în lumile conectate mediate digital se reduce, din nou, numai la aspectele fundamentale ale economiei reale și deloc asupra economiei simbolice a schimbului de bunuri culturale care nu produce și transferuri pecuniare, afirmația lui Ritzer conform căreia

„the ideas of producers who consume and consumers who produce implies, at least theoretically, greater agency than the ideas of producers or consumers alone” (2015:17),

dezvoltă un cadru teoretic coerent pentru analiza producerii și consumului de bunuri culturale denudate de o valoare convertibilă material.

Discuția referitoare la mediile digitale este cu precădere fundamentată odată cu dezvoltarea web 2.0, când introducerea noilor funcționalități digitale, permite ca rolul webmasterului din web 1.0 să fie dublat de rolul utilizatorului de medii digitale care, astfel, are posibilitatea de generare de conținuturi în mediile mediate electronic. Exemplele tipice de manifestare fără echivoc a funcției prosumeriste pe care generarea de conținuturi digitale le presupune sunt reprezentate de platformele de tip YouTube, siturile de tip rețea socială ca Facebook sau dubletele lui profesionale LinkedIn sau Xing, blogurile, de tipul Wordpress, wiki-urile, în cazul Wikipedia, microbloggingul, precum în cazul Twitter.

Dusi (2015:80) consideră că o analiză a mediului digital din perspectiva prosumerimului este justificată de o sumă de comportamente pe care fiecare utilizator al mediului electronic conectat le realizează în două seturi distincte de practici, pe de o parte individuale, pe de alta relaționale, fie în forma utilizator-utilizator, fie în cea utilizator-firmă (producătorul propriu-zis al produselor). Indiferent însă de tipul de relație, rolul pe care consumatorul presupune este: „not only generations and revisions of content or software development, but every single activity in digital worlds” (Dusi 2015:88).

Abordarea web 2.0 ca spațiu de manifestare a prosumerismului este însă mai largă decât simpla identificarea a unui mod de consum a unui produs la crearea căruia consumatorul a participat, în stilul mash-upurilor găzduite de YouTube. Astfel, din punctul de vedere al administrării conținuturilor generate de utilizator, Collins (2010) aduce în discuție problemele legate de drepturile de autor pe care le presupune prosumerismul, Fuchs (2014) discută prosumerismul din perspectiva asupra organizării capitaliste a timpului în media sociale de tip corporate, Fuchs (2011) contextualizează prosumerismul practicilor de supraveghere pe care le necesită administrarea volumul de informații din web 2.0. De cealaltă parte, prosumerismul este analizat din punctul de vedere al conținuturilor produse, Zajc (2015) prosumerismul ca formă de manifestare a subiectivității în rețelele sociale sau Recuber (2012) prosumerismul din punctul de vedere al colectării memoriei colective a evenimentelor traumatice din istoria recentă.

În cele din urmă, un loc aparte în teoriile mai noi dezvoltate din etimonul prosumerismului propus de Toeffler îl ocupă teoria produserului, dezvoltată de Axel Bruns (2013, 2014). Utilizând modelul pe care conținutul generat de utilizator în îmbrăcată în modelul colorării care conduce la formarea Wikipedia, autorul identifică un model de raportare la

practicile de producere și consum interdependente, care presupun, în definirea *produsage*-ului „collaborative and continuous building and extending content in pursuit of further improvement” (2014:8). Conectate mediilor sociotehnice, practicile de produsage, precum și comunitățile în interiorul cărora aceste practici se materializează, continuă autorul, sunt construite independent de realitatea prosumeristă care caracterizează epoca industrială și se diferențiază de aceasta prin renunțarea la drepturile pe care le-ar putea revendica asupra proiectului acestor bunuri create. Totodată, un element definitoriu fundamental în raport cu celelalte modele care regândesc prosumerismul este reprezentat de statutul de artefact nefinalizat pe care procesul de produserim îl presupune, în colectarea continuă de informații de la utilizatori în grade diferite de contribuție. (2013:4). Totodată, produsingul ca practică de producere și consum, este determinat de *participare deschisă* și *evaluare comună* în raport cu informațiile generate în sisteme *ierarhice fluide* și *grile meritocratice* ad hoc. Acestea presupun că, deși contribuțiile nu sunt egale ca pondere, ele dețin implicit o valoare potențială egală în economia completă a informației generate. În cele din urmă, produserismul este construit pe principiile *proprietății comune* asupra bunurilor produsibile, în sensul că odată create, produsele devin utilizabile online de către toți utilizatorii comunității în interiorul căreia au fost create.

Indiferent însă de numele pe care una sau alta dintre modalitățile de modelare conceptuală le conferă procesului de produmption, realitatea aceasta descrisă compoasă o semnificație aparte în contextului practicilor de producere și de consum specifice mediilor digitale. Utilizarea acestui concept conferă formelor asociative din mediile digitale un statut aparte din punctul de vedere al figurării acestora drept grupuri de diverse dimensiuni ținute laolaltă nu atât de mult prin *locuirea*, fizică sau simbolică, a unui același teritoriu, cât mai ales printr-un raport particular manifestat la nivelul conținuturilor particulare generate. Comunitatea digitală este, din perspectiva conținuturilor pe care le generează, determinată fundamental de practicile de prosumerism care nu trebuie interpretate într-un sens al economiei autarhice, ale autosuficienței, ci într-un context mult mai larg și mai complicat, care presupune un raport privilegiat pe care producerea și consumul îl presupun ca elemente de marcă identitară forte și nu ca forme de subzistență identitară, așa cum se va putea observa în capitolul următor în care este prezentată detaliat componenta informațională a e-tradiției telecomunitare.

2.4 Organizarea holonică

Bruns sugerează în studiile sale de modelare a procesului de producere și consum a informației culturale ca element definitoriu, pe lângă contextualizarea exclusivă a practicilor în mediile digitale, structurile ierarhice și confirmările meritocratice ale aportului indivizilor în

comunitate, însă egalitarismul valoric al aportului disonant de dimensiunea cantitativă al acestuia este mai complicată decât o arată textele acestuia.

Atât informațiile rezultate din modelele prosumerismului / produsage-ului, cât și indivizii în interiorul grupurilor în care se manifestă aceste tipuri de practici pot fi analizați și din perspectiva raportului dintre parte și întreg, în sensul că acele componente care ar deține o valoare unitară indivizibilă nu funcționează independent, ci integrate unui întreg, care, la rândul său, face parte dintr-un alt întreg, în modelajul conceptual propus de Koestler, în 1967, în *The Ghost in the Machine*, al holonilor.

Pentru Koestler, holonul, etimologic construit din gr. *holos*, cu sensul de *întreg* și sufixul *on*, cu sensul de particulă sau parte, este modelabil după următoarea schemă:

„Parts and wholes in an absolute sense do not exist in the domain of life [...] The organism is to be regarded as a multi-levelled hierarchy of semi-autonomous sub-wholes, branching into sub-wholes of a lower order, and so on. Sub-wholes on any level of the hierarchy are referred to as *holons*. Biological holons are self-regulating open systems which display both the autonomous properties of wholes and the dependent properties of parts. This dichotomy is present on every level of every type of hierarchic organization, and is referred to as the Janus Effect [...] The concept of holon is intended to reconcile the atomistic and holistic approaches (Koestler 1967 citat de Mella 2009:1).

Scopul creării unei asemenea remodelări, conform propriei afirmații, este acela de a elimina sistemul de opoziție între elementul component și entitatea din care acesta face, iar mobilul acestei *reconcilieri* este reprezentat de holon prin proprietățile fundamentale pe care acesta le deține:

„the dual tendency to preserve and assert its individuality as a quasi-autonomous whole; and to function as an integrated part of a larger whole. This polarity between the Self-Assertive and Integrative tendencies is inherent in the concept of hierarchic order; a universal characteristic of life” (Koestler 1967 citat de Mella 2009:4)

Structura holonului după Koestler este definibilă printr-un paradox al sistemelor de dublete antagonice, integrate de Mella (2009:4) opozițiilor autonimei / dependență și autosuficiență / interactivitate subsumate normate în sens lax de reguli de comportamente. Astfel, dominantă *autonomiei* este explicată drept stabilitatea prin care holonului îi este permisă supraviețuirea în condițiile în care în mediul din care face parte apar perturbări, de vreme ce *dependența* este reprezentată de formele de control exercitate de structura superioară. *Autosuficiența* este construită de capacitatea holonului de a manifesta forme de control asupra

unităților pe care le include și, în același timp, de a nu necesita forme de autorizare din partea structurii din care face parte, de vreme ce *interactivitatea* presupune dubla legătură dintre *întregul* din care face și *partea* pe care o conține. Mai apoi, *regulile* sunt reprezentate de seturile de constrângeri care modelează mișcarea holonică, generate de dublul statut al holonului de parte și de întreg, realizate în simultaneitate.

În cele din urmă, cum orice holon este caracterizat de imaginea emblemă a unui Janus bicefal, cu dubla capacitate a privirii în interior și în exterior, holonul este integrat în sisteme ierarhice, denumite holarhii, figurate prin structuri arborescente răsturnate (Mella 2009:17), ca în fig. 2_4.

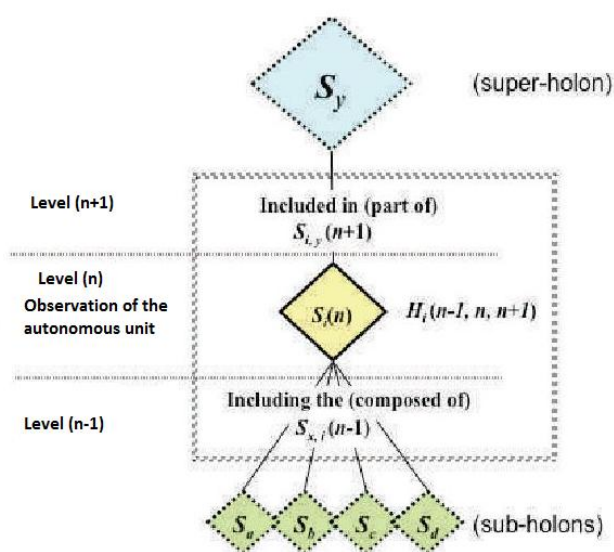


Fig. 2_4 Holarhie, holonul H în structura S
(Mella 2009:10)

2.5. Telecomunități mediate digital

Denumirile sub care au fost etichetate formele de agregare socială din mediul online a fost determinate de modul de percepere a mediului conectat (comunitățile virtuale), de tipul de raport cu informațiile conținute (comunități de interese sau comunități de practici) sau de tipul de relație stabilit (*networked communities*).

Comunitățile online construite în forumurile pe tema tradițiilor sau a e-tradițiilor ar putea fi integrate oricăreia dintre formele enumerate anterior, mai puțin comunităților virtuale, însă oricare dintre aceste denumiri ar reprezenta numai o aproximare semantică a acestora. S-ar putea propune pentru acestea sintagma de telecomunități mediate digital, fiecare dintre termeni necesitând o clarificare suplimentară.

Medierea digitală în primul rând, evidentă în toate formele de comunitate online, presupune însă înțelegerea termenului digital în componenta s-a conectată, și nu doar aceea de mediu de stocare de date, ca în fotografia digitală, spre exemplu.

Termenul telecomunitate este, pe de altă parte, ceva mai problematic. În primul trebuie evidențiat faptul că un asemenea nume readuce în discuțiile legate de comunitate ideea spațialității, pe care tipul particular al comunităților construite pe tema tradițiilor nu o pot neglija. Cu excepția acelor forme de e-tradiții construite numai în online, celelalte tipuri de practici culturale se materializează în exclusivitate în offline, corespunzând întrucâtva tradițiilor în sensul clasic, etnologic, al acestora. Acestor tradiții însă le corespunde ca element constitutiv fundamental spațialitatea drept context situațional fie de performare, în sensul ritualic, sau de actualizare în sensul neritualic, deși distincția ca atare nu face parte din discursul etnologic prin care fiecare act tradițional actualizat presupune performarea și nu simpla actualizare. Însă cospațialitatea la nivelul proceselor de consolidare a profilului identitar prin crowdsourcing este inexistentă, ceea ce ar anula statutul tradiției, chiar și forma acesteia de e-tradiție. Din acest motiv e-tradițiile, așa cum acestea vor fi definite în capitolul următor, legitimează un discurs asupra comunității ca telecomunitate. Telecomunitatea ar mai putea fi acceptată ca termen etichetă și pentru comunitățile diasporice, spre exemplu, în raport cu teritoriul de acasă sau din perspectiva caracterului transfrontalier al disporicului. Numai că practicile culturale ale disporicului sunt numai în parte spațializate, fie în raport cu teritoriul matern, fie cu cel adoptiv.

Telecomunitățile mediate digital, pe de altă parte, nu reprezintă un concept care să definească o realitate unică decât din perspectiva formării cadrului asociativ pe principiile afinităților determinate de e-tradiției. În rest, acestea se supun logicii pe care toate forumurile le presupun.

Dintre aceste trăsături comune mai tuturor formelor de comunitate digitală una necesită un comentariu detaliat, reprezentarea holonică a membrilor comunității, în sensul că aceștia păstrează propria individualitate în interiorul întregilor cvasiautonomi. În acest sens, sistemele de organizare a forumurilor sunt interpretabile drept holarhiile în care holonii de tip utilizator se pot integra după cum autonomia lor le-ar putea-o cere. Statutul de utilizator nu este intim legat de integrarea într-o anumită comunitate de tip forum. Un utilizator care nu găsește răspunsurile care să concorde cu propria individualitate se desprinde din holarhia acestui forum spre a se reintegra într-un altul mai potrivit. Spre deosebire de un model al unei tradiții în sensul clasic al cuvântului, purtătorii e-tradiției au libertatea de conservare a propriei autonomii și, astfel, intergabilitatea multiplă. Holonul în acest caz particular funcționează pe principiile nomadismului determinat cultural. Statutul cvasiautonomiei de care vorbește Koestler se poate traduce, în continuare, printr-un raport intim dintre o identitate grupală și una personală care

conduce la performarea identității publice. Astfel, utilizatorul prodsumist este implicat în mișcări de integrare multiple, mai ales poate fi generatorul unei noi holarhii în sensul inițierii unui nou thread tematic sau al postării unei întrebări. Auto-afirmarea propriei identități, care funcționează ca un fel de hârtie de turnesol pentru constructul identitar și mai apoi posibilitățile combinatorice, deci integrative, multiple definesc statutul individului generator de conținuturi.

Pe de altă parte, nu doar statutul identitar nomad funcționează în interpretare holonică, ci și asumarea propriu-zisă a identității. Odată construită coalescent și pe baza negocierii, identitatea este rezultatul unui proces similar privirii de tip bicefalic în sensul efectului lui Janus identificat aici de Koestler.

Cu alte cuvinte, nomadismul determinat de propria identitate, construcția pe principiile autoafirmării propriilor trăsături în contextul integrării în diverse contexte identitare și, mai ales, jucarea noii identități de tip e-tradițional sunt tot atâtea argumentele prin care holonul utilizator prosumerist de integrează în holarhiile identificabile de forumuri.

Nu doar utilizatorul este însă unul de tip holonic, ci, așa cum se va putea observa, în ultimul capitol, informația pe care o manevrează poate fi supusă sistemului holarhiilor.

TRADIȚII, TRADIȚIONALIZĂRI ȘI E-TRADIȚII

În istoria termenilor supuși constantelor redefiniri, generate fie de modificarea contextelor sociale, culturale, politice, tehnice, fie de întretăierile dintre acestea, *tradiția* este unul dintre termenii relativ dificil de tratat din perspectiva unei definiții unitare. Alături de la fel de complicat de definit termeni precum *cultură*, *comunitate*, *identitate* și *modernitate (inovație)*, cu ai căror referenți inevitabil se intersectează, generează un set de intersecții care formează spații de (re)semantizare contextualizate temporal.

Trebuie avut în vedere, pe de altă parte, că acest concept începe să fie utilizat, este definit și adaptat în interiorul disciplinelor care analizează culturile de tip popular, denumite și tradiționale, devenind atributul formelor estetice textuale, al practicilor ritual-ceremoniale, al obiectelor utilizate în spațiile în care grupurile trăiesc, al alimentelor preparate, precum și al vestimentației. Fără îndoială că utilizările și redefinirile transcend granițele culturilor de tip popular, după cum se va putea vedea în continuare, însă începuturile și o mare parte a studiului tradiției se circumscriu acestui teritoriu.

Privite în diacronie, sensurile atribuite termenului se pot încadra în două tipuri de abordări care figurează tradiția, pe de o parte ca pe un *obiect*, pe de alta ca pe un *proces*, însă, în sensul analizei unei practici culturale cele două dimensiuni devin inseparabile. În același timp, discursul asupra tradiției, indiferent care dintre cele două perspective asupra sa sunt actualizate, reprezintă un concept construit exclusiv prin *raportare*. Tradiția ca semnificat, deși strict cronologic vorbind se situează în anterioritate temporală față de modernitate, este din perspectiva semnificantului contemporană acesteia (Zheng 2012:110). Acest raport temporal nu trebuie citit în limitele evidentului așa cum decurge din lingvistica saussuriană, întrucât termenul nu comportă aici un tratament specific științelor limbii, ci din perspectiva generală a științelor care construiesc terminologia sincron identificării referentului. Identificarea, deci, prin compararea obiectului sau a practicii culturale în forma actuală (actualitatea fiind specifică fiecărui moment de analiză) cu o formă preexistentă, este cea care legitimează atât decuparea unei diferențe, cât și consolidarea unei imagini asupra a ceea ce este anterior.

Tradiția devine evidentă abia în momentul apariției unor elemente diferite, contrastante în raport cu paradigmele culturale aflate în formare. Este, astfel, necesară observarea contrastului pentru ca discursul științific să încorporeze terminologic un concept care trimite către o realitate

fundamental preexistentă. Cu alte cuvinte, constatarea sistemului de opoziții binare, survenită odată cu modernitatea, fundamentată din acest punct de vedere pe judecarea adecvării formelor tradiționale, este cauza care conduce tocmai în modernitate, la includerea în discursul asupra culturilor a termenului de tradiție.

Pe aceeași linie, tradiția, în sensul nou construit, este acea care, paradoxal din punctul de vedere al dublei raportări, legitimează un discurs asupra modernului, în timpul căruia i se conștientizează existența. Tradiția și modernitatea (inovația) sunt astfel două constructe analitice care se definesc unele prin celelalte, întocmai cum *identitatea* și *alteritatea* sau *comunitatea* și *individualitatea* se definesc printr-un sistem de reciprocitate. Toate cele trei seturi de realități evidențiate prin dubletele conceptuale anterioare compun, așadar, un tablou al concurenței lumilor aflate în contact, supuse unor mișcări constante și ordonate de respingeri și de acceptări, de structurări și destructurări de sisteme, dar cel mai important, de resemnificări contextuale. Din acest punct de vedere, dubletele conceptuale anterioare nu sunt dublete antagonice, ci sunt dublete care se construiesc complementar, iar complementaritatea comportă aici sensul particular al *negocierilor*. Astfel, vorbind despre tradiție în mod particular, Bronner îi recunoaște statul aparte, ca fiind „even protean and individualised” (2000a:96), diametral opus definițiilor contemporane cu momentul încorporării în discurs a tradiției. Pentru acel moment, tradiția era sinonimă unor forme arhaice, iar accesul la acestea presupunea în exclusivitate un demers arheologic, de căutare în profunzime, de degajare a elementelor adăugate ulterior, deci întrucâtva, de identificare de urme conservate în anumite forme încă observabile.

În altă ordine de idei, complementul tradiție este identificabil conceptual printr-un nou dublet, format din *modernitate* și *inovație*. Chiar dacă sensul originar la *modernității* trimite către epoca istorică, preservarea termenului în discursul asupra tradiției trebuie înțeleasă drept sinonimă inovației, cu atât mai mult cu cât adjectivul acesteia, *modern*, capătă astăzi, în aproape toate tipurile de discursuri, sensul diferențierii față de ceva deja afirmat, sensul unei depășiri culturale.

Din acest punct de vedere, pe parcursul acestui capitol, utilizarea celor doi termeni se realizează în sinonimie. Mai trebuie precizat și faptul că utilizările contemporane ale termenului sunt decontextualizate de exclusivitatea semanticii terminologice a analizei culturilor de tip popular. Tradițiile sunt un teren investigabil indiferent de locul în care acestea se manifestă, de tipul de culturi sau subculturi analizate sau de momentul din evoluția acestora la care sunt discutate. În același timp, după cum se va putea observa, paradigma asocierii tradiției cu acele elemente cu caracter arhaic va fi în mod constant depășită, întrucât nici formele culturale contemporane în majoritatea lor, nici terenul acestui studiu de caz nu mai sunt orientare aproape deloc către privirile înapoi, cu excepția, poate, a acelor situații în care tradiția se înscrie în

practici culturale de legitimare identitară, care îmbracă o varietate de forme și care pot fi generate, într-o multitudine de exemple, tendințe de conformare la presiunea sistemului social al grupului în care practicile sunt actualizate.

3.1. Pornind de la etimologie

O posibilă analiză a semanticii complicate pe care termenul o are urmează pista etimologică (Williams 1983 [1976], Merlan 2006, Oring 2003, Noyes 2009). În definirea terminologică a tradiției este relevant sensul pe care verbul latinesc *tradere* îl deținea. Williams (1983 [1976]:318), căutând sensurile utilizării termenului *tradiție* în engleza medievală și recurgând la etimonul latinesc, enumeră patru sensuri pe care derivatul *traditionem* le deținea: livrare; transmitere intergenerațională de cunoștințe; transmiterea unei doctrine și, în cele din urmă, predarea sau trădarea.

O definiție generală a tradiției, așa cum rezultă ea dintr-un dicționar general al conceptelor fundamentale ale științelor etno-antropologice, valorifică semantica originară.

„Tradiția este definită, în mod obișnuit, ca fiind ceea ce se păstrează din trecut în prezent, fiind transmisă și rămânând activă și acceptată de către cei care o primesc și care, la rândul lor, o transmit de-a lungul generațiilor.” (Bonte și Izard 2007:673)

Cu alte cuvinte, sensul păstrat, acela al transmiterii verticale, în diacronie, este completat cu două noi dimensiuni. Tradiția, conform acestui tip de definire, reprezintă nu doar receptarea, ci și retransmiterea, tot verticală, dublată de adeziunea receptorilor la formele primite, păstrând subsidiarul autorității în modelarea comportamentelor culturale pe care tradiția o deține sau acela al unui factor ordonator la nivelul grupurilor în care se manifestă. Această perspectivă a transmiterii în descendență, legitimează interpretarea lui Raymond Williams pentru care tradiția este asociată *procesului* de conectare a trecutului la prezent ca un act de supraviețuire.

Mergând tot pe linia semanticii etimologice, Merlan identifică însă un alt posibil traseu care provine pe linia lat. *traditum*, care presupune *obiectul* care este transmis, figurat în „consecvență și identitate” (2006:88). Cu alte cuvinte, dacă *traditio* trimite către procesul complicat de transmitere, care presupune negocierile privind acceptarea și încorporarea, *traditum* corespunde elementelor care fac obiectul procesului de transmitere. *Traditio* și *traditum*, în cele două sensuri identificate aici, corespund așadar semnificației pe care tradiția o deține în înțelesul actual.

În cele din urmă, spre a construi acest preambul simetric, din nou o definiție de dicționar, cu un grad de generalizare deosebit, este utilă și pentru o circumscriere a obiectului pe care tradiția îl desemnează:

„Dar ce se transmite? Ceea ce se cuvine să știi și să faci în cadrul unui grup, care în acest fel își recunoaște sau își proiectează o identitate colectivă durabilă, justificarea rațională a obligației fiind mai puțin importantă decât faptul (de a crede) că i te conformezi în mod concret: povestirea unor mituri așa cum au fost auzite, revendicarea unei istorii așa cum a fost învățată, însușirea unor felurite idei care sunt tot atâtea păreri preconcepute. Și cum ar putea să fie altfel? Acest ansamblu, mai mult sau mai puțin coerent, este ceea ce se numește cultură. Orice cultură este tradițională. Chiar dacă ea se crede nouă, ruptă de trecut, chiar dacă se vrea și chiar este născută în prezent, ea urmărește să se perpetueze, să devină o tradiție, înscriindu-se astfel în definiția inițială” (Bonte și Izard 2007:673-674)

Manifestând reținere față de afirmația ultimă conform căreia cultura pare a fi deținătoare de acte volitive proprii, se poate reține mai mult decât îndreptățit, pe lângă obiectul reprezentat, tendința de *tradiționalizare* manifestată la nivelul culturilor.

Din acest punct de vedere, utilă înțelegerii tradiției este disocierea pe care Silviu Angelescu (1999) o face între cele două tipuri de culturi identificabile din punctul de vedere al raportului la opoziția tradiție / modernitate.

„Astfel, culturile tradiționale au la bază *modele repetitive* ce presupun valorizarea *tradiției*; exponenții unei culturi tradiționale întrețin raporturi directe, personale, forma de comunicare fiind preponderent orală; inerția ca urmare a rolului urmat de tradiție, are drept urmare procese evolutive lente.

Culturile moderne în schimb, au la bază *modele cumulative*, ce presupun valorizarea *inovației*; exponenții culturii moderne întrețin raporturi indirecte, realizate prin relee și coduri forma de comunicare fiind preponderent scripturală; acceptarea noului are drept procese evolutive rapide.” (sublinierii sunt din textul original) (Angelescu 1999:6)

Opoziția trasată de profesor nu trebuie înțeleasă însă în termenii stricți ai unei excluderi, în sensul că acele tipuri de culturi identificabile ca fiind moderne se construiesc pe un model tradițional, față de care manifestă diverse grade de conformare și pe care îl încorporează sub diverse forme. De o semnificație fundamentală este însă modalitatea de transmitere care facilitează, în cadrul culturilor de tip modern, transformări accelerate.

Viteza acceptării, transformării, fundamentării și, mai ales, a diseminării constructelor culturale este un cu precădere semnificativă, cu cât formele contemporane trăiesc în contextul a

ceea ce Nora identifica drept „accelerarea istoriei” (1989:7), definind cadrul general sau, pentru mediile digitale, ceea ce Baudrillard identifica, drept abolire a distanței și condensarea timpului, „information superhighways will have the same effect as our personal highways and motorways” (2002:58).

Cu alte cuvinte, mai mult decât în *modernitățile* anterioare, apariția mediului digital, caracterizat în cel mai înalt grad de diseminarea instantanee a produselor culturale, permite cea mai mare accelerație a transferului în autostrăzile informaționale construite într-un mediu care fundamental este caracterizat de abolirea reperelor spațiale.

3.2. Tradiția ca proces și obiect

Este inutilă pentru acest demers trecerea în revistă a istoricului definițiilor date tradiției de-a lungul istoriei conceptului, mai utilă fiind prezentarea unor încercări de unificări de abordare asupra tradiției care, sub etichetele emblemă ale unor reuniri condensează viziunile asupra tradiției.

O definiție esențializată, dar deloc sumară, care deschide și pentru autor un teren al polemicii, este aceea conform căreia

„Tradition is the past that is preserved in modern people’s memories, words, and actions, so it is the past functioning in today’s world.” (Zheng 2012:107)

definiție care ridică o serie de puncte care necesită nuanțări.

În primul rând, tradiția este *trecutul*. Fără îndoială, totalitatea elementelor culturale, indiferent de momentul la care sunt încorporate sistemului de practici umane, se formează pe baza unui sistem preexistent de practici, coduri, relații, semne sau subsisteme. Pe de altă parte, focalizarea atenției în exclusivitate pe trecut anulează o componentă majoră a înțelegerii tradiției, *tradițiile orizontale* (doar sincrone în sensul nerecuperativ al trecutului). Acestea sunt sistemele de practici culturale adoptate odată cu crearea unui nou sistem care să înlesnească schimbul de informații, ca în situația comunicării mijlocite de dispozitive mobile conectate la internet.

Ele pot fi deopotrivă interpretate drept tradiții orizontale ca obiect, cât și ca proces. Perspectiva asupra acestor practici din punctul de vedere al unei verticale temporale poate fi una utilă, în sensul că practicile sociale pe care acestea le mijlocesc în prezent nu reprezintă o invenție contemporană cu apariția tehnologiei. Utilitatea acesteia presupuse însă nimic mai mult decât marcarea unei continuități în practicile de relaționare. Modul însă de materializare a practicilor sociale devine incompatibil cu orice formă tradițională de înțelegere a acestora, de vreme ce comunicarea mediată în cazurile de coprezentă spațială nu cunosc vreun precedent pe care să îl dublice.

În altă ordine de idei s-ar putea legitima aici o întrebare, justificată într-o oarecare măsură, anume în ce sens această practică a comunicării cospațiale mediate, aceea în care persoanele interacționează cu ajutorul dispozitivelor conectate, chiar dacă fizic acestea de află în același loc, reprezintă o tradiție, de vreme ce orice practică modernă reprezintă o încorporare modificată a unei existente anterior. Această formă este o tradiție în măsura în care orice formă de practica de tip cultural se manifestă iterativ, e acceptată într-un foarte înalt grad în interiorul grupului care le utilizează și, mai ales, funcționează ca factor identitar ordonator, de includere sau excludere membrilor grupului. Formele de teleprezență codifică o succesiune ordonată de pași și acte similară aceleia pe care o comportă ritualitatea profană.

Însă nu numai contextul practicii comunicării cospațiale mediate este relevant pentru definirea acestei tradiții orizontale, ci și modul de relevare a prezenței sau de generare de conținuturi care reprezintă „the grounds of creation of rituals in networked environments” (Hills 2009:2). Aceste forme de rit profan, precum și tradițiilor orizontale vor căpăta o exemplificare specifică formelor de comunicare mediate în capitolul al IV-lea al prezentului studiu, în care se va prezenta sintetic e-tradiția telecomunitară. Totodată, aceste forme fac obiectul tradiționalizării și al e-tradițiilor asupra cărora se va insista în interiorul acestui capitol.

În al doilea rând, tradiția este un trecut conservat, așa cum o arată definiția de mai sus, în amintiri, cuvinte și acțiuni. Persistența trecutului sub forma amintirilor necesită, din nou, tratarea precaută. O tradiție rămâne tradiție numai în măsura în care aceasta este încă încorporată în practicile cotidiene sau în obiectele utilizate. Este necesară o asemenea distincție pentru clarificarea unei piste false spre care poate conduce afirmația din definiția citată. O formă culturală a trecutului, inactivată și doar accidental rememorată nu reprezintă o tradiție. E drept, poate fi integrată unei tradiții a rememorării sau a trecerii acesteia în discurs printr-o tradiție a povestirii, însă acest tip de tradiție reprezintă tradiție numai în sensul înțelegerii sale ca obiect arheologic. Cu alte cuvinte a rememora sau a povesti despre un fapt trecut, fie el practică de tip cultural generalizată și normatoare în interiorul unui grup sau un obiect integrat culturii acelui grup este cu totul altceva decât menținerea vie a unei practici sau a unui obiect în prezent, care legitimează integrarea în tradiție.

În al treilea și ultimul rând, afirmația asupra funcționării trecutului în prezent trebuie și ea tratată cu aceeași precauție sau, mai precis, trebuie supusă unui proces de îngrădire semantică prin care se evită capcană căutării unui trecut nealterat, de tip survivență arhaică, în termenii lui Thoms, creator, la 1846, a compusului folklore, sinonim până într-un punct cu tradiția. Este de netăgăduit că unele forme ale trecutului supraviețuiesc în prezent după cenzura aplicată de membrii grupului, însă problema care se ridică este aceea a cărui trecut. Aceste evenimente trecute din definiția de referință par a fi interpretate ca niște elemente cu structură imuabilă, care

asemenea unor fosile își fac cunoscută pre existența, după extincția lor, ca expodate într-un muzeu, sau ca elemente incluse într-un text oral și el fără circulație sau în vreo colecție sau studiu. Or tocmai aici trebuie căutat elementul de distincție, întrucât tradițiile sunt acele forme ale trecutului modificat și adaptat contextelor modernităților în care sunt încorporate.

Chiar dacă circumscrie discursului folcloristic, definirea lui Bronner prin care tradiția este

”both invented and inherited, individual and social, stable and changing, oral and written, of past and present, of time and space, about both authority and freedom”
(2000a:96)

operează o deschidere de orizonturi extrem de utilă, care poate funcționa și dincolo de teritoriul închis al creației orale de tip estetic.

Aducerea în discuție a tradiției atât ca moștenire, cât și ca invenție este edificatoare din mai multe puncte de vedere. Moștenirea presupune orientarea către trecut, fără îndoială, însă acceptarea inventării ca element funcțional în crearea tradiției produce distanțarea accentului pus pe încorporarea trecutului și îl reorientează către ceea ce mai sus era identificat prin tradiția orizontală. Din nou, trebuie avută în vedere axioma conform căreia tradițiile inventate nu sunt creații *ex nihilo*, în maniera în care culturile primitive creau primele forme culturale fără să dețină vreun model la care să se poată raporta, prin procese de delimitare sau de aliniere, ci invenția trebuie căutată în raport cu un model deja constituit.

Modelele tradiției inventate, pe de altă parte, presupun cel puțin două interpretări distincte. Una ar fi aceea propusă de Hobsbawm (2000 [1983]) care va face obiectul unei prezentări detaliate în următoarele pagini ale acestui capitol. Cel de-al doilea sens ar putea fi acela conotat de Zheng (2012) care identifică existența unor practici, nou constituite în raport cu tradiția pe care o dublează, cu scopul, eventual, al unei echilibrări în interiorul grupurilor.

Astfel, autorul identifică două procese prin care modernitatea inventează tradiții: reconstrucțiile și neo-construcțiile (Zheng 2012:110), ambele forme raportate la un etimon tradițional. *Reconstrucțiile* corespund, de fapt, modului în care tradiția este adaptată în modernitate astfel încât să poată corespunde noului model de valori pe care grupul le deține. Se poate afirma că tradițiile reconstruite reprezintă tradițiile supuse unor mutații de formă, de conținut și, nu în ultimul rând, de funcție, această ultimă trăsătură fiind cea care le jalonează pe celelalte două. *Neo-construcțiile*, de cealaltă parte, corespund tot unui sistem de raportare la tradiție, însă într-o manieră total diferită, încorporând principiile echilibrării socio-culturale a grupului, în situațiile în care modernitatea creează un dublet al unei tradiții deja existente, dezvoltând o funcție compensatorie. Dacă însă tradițiile din modernitate sunt înțelese în

exclusivitate ca forme reconstruite, atunci neo-construcțiile reprezintă, de fapt, adaosuri de practici cu rol compensator la aceste reconstrucții.

Pe de altă parte însă, racordând analiza de aici la alte două dublete din definiția lui Bronner, „individual” și „social”, precum și „autoritate” și „libertate”, pe fundalul existenței tradițiilor reconstruite și al neo-tradițiilor, ar trebui adus în discuției pragul masei critice ca element declanșator în inventarea tradițiilor.

Problema tradiției individuale în raport cu aceea socială se direcționează pe două paliere pe cât se poate de distincte. Astfel, raportul dintre grup și individ la nivelul tradiției se reduce la raportul dintre reglementat și reglementator, în care mișcarea culturală a individualului este normată și controlată de grupul din care acest individ face parte.

Pentru anumite compartimente ale formelor culturale, acelea care sunt determinate de o componentă estetică în principal, formula reglementării și a conformării se dezechilibrează din punctul de vedere a autorității grupale. În acest sens, Pop și Ruxăndoiu introduc în discuția despre tradiție și inovație un nou dublet, acela al colectivității și individului, prin care argumentează că elementul individual este agentul alterării tradiției prin originalitatea inovației, în joc socio-cultural cu un aspect paradoxal la o primă privire, în sensul că elementul de originalitate poate fi încorporat în tradiție, depinzând de validarea acestuia de către grup. Astfel:

„pentru ca inovația, ca manifestare a originalității, să fie acceptată de colectivitate și să capete valoare de circulație, trebuie să se integreze ea însăși tradiției: ea devine expresie folclorică numai în măsura în care, cu timpul, devine ea însăși tradiție.” (Pop și Ruxăndoiu 1978:72)

Validitatea unui asemenea tip de afirmație, de netăgăduit, tratează numai o parte a realității pe care termenul tradiție o acoperă, și anume acel tip de tradiție prezentă cu un discurs identificabil ca retro-orientat, din interiorul comunităților pentru care principiul de funcționare este reprezentat de perpetuarea unui model de hipevalorizare a anteriorului.

Perspectivile sunt așadar multiplicate. Dacă inițial tradiția în primele sensuri ale sale căuta să identifice formele osificate ale unor arhaisme culturale care încă ființau sub o semantică de cele mai multe ori aproximată, ulterior tradiția retro-orientată ar putea fi așadar definită ca un tip de abordare a resemantizării în prezent a formelor care la momentul raportării la tradiție încă mai comportă o semnificație în interiorul grupului.

Raportul tradiției cu individualitate nu trebuie înțeles însă numai ca o abatere temperată de la modelul tradiției, pe care aceasta îl poartă accepta și, eventual, încorporează. Individul poate fi interpretat și ca purtător al unor tradiții proprii, integrate în subgrupurile unei culturi etnice, față de care s-a construit discursul asupra tradiției. Depășind modelul acesta, perimat pe alocuri, al etnocentrismului din etnologii care construiesc identități naționale, sensul tradiției trebuie

căutat într-un registru al minorului. Nu este aici vorba de minor în sensul nesemnificativului, ci de minor în sensul ponderii. Grupurile sau subgrupurile purtătoare de cultură proprie, înscrise sau nu în forma culturii în registrul majorului, teritorializată geografic în limitele granițelor naționale, beneficiază, regândit în ceea ce Bronner identifica drept un ultim dublet al definirii tradiției ca libertate și autoritate. Individualul din interiorul grupurilor și subgrupurilor desprinse din abordarea unificatoare a tradiției în sensul etnologiilor naționale, devine un negociator al normelor impuse de tradiții sau un agent de construire a acestor norme. Cu cât grupul este mai redus, cu atât raportul dintre autoritate și libertate se dezechilibrează în favoarea libertății, cel puțin din punctul de vedere al posibilității negocierii reglementării.

Problema existenței unui sistem de tradiții, la care sunt raportate practicile noi, moderne sau inovative, conduce inevitabil spre evidențierea unui element de legitimare, chiar în interiorul tradiției, *autenticitatea*. Poate la fel de dificilă de definit ca însăși tradiția pe care încearcă să o legitimeze, autenticitatea este privită ca un șablon prin care sunt trecute faptele culturale cu scopul identificării conformării lor un fapt originar. Disfuncționalitatea metodologică a unui asemenea proces, un loc comun al ortodoxiei etnologiilor naționale, este marcată pe mai multe paliere. În primul rând autenticitatea, fundamental construită din afara culturii căreia i se aplică, este inutilă în aplicare întrucât eventual numai grupul în care se manifestă dialectica dintre tradiție și inovare are posibilitatea unei astfel de decizii. Or, cum s-a putut vedea anterior, ceea ce este total alogen este respins de tradiție. Din acest punct de vedere, o analiză aplicată unei culturi de către un specialist căutător de forme autentice este un demers similar unui pat procustian în care cercetătorul, ca un satrap bine instruit în prejudecățile cu care pleacă să își cerceteze terenul, taie ceea ce nu corespunde acestui șablon.

O cercetare a autenticității este posibilă numai în contexte, perimate de decenii însă, în care conform lui Baudrillard

„in order for ethnology to live, its object must die, by dying, the object takes its revenge for being discovered and with its death defies the science that wants to grasp it.” (apud. Bendix 1997:9)

În caz contrar, pe cât de inutil este acest demers, pe atât de aproximative sunt rezultatele sale. O asemenea inutilitate prin excelență este demonstrată mai ales de perspectiva critică coagulată până aici tradiției ca forme imuabile. Cum o tradiție este *incorporativă*, ea nu poate muri odată cu sistemul cultural din care face parte, pentru că tocmai sensul tradiției este antiextincțional. Așadar acordarea în discurs a chestiunilor legate de autenticitate este total inutilă, pentru că autenticul tradiției ar deforma tradiția prin fractalizare, fiecare aspect al său păstrând forma întregului sau din contră, ar înscrie-o în izometria unei transformări euclidiene în care fiecare

obiect își menține forma și dimensiunile. Or, din nou, culturile se supun cu greu, dacă se supun vreodată, unui model matematic al mișcărilor.

Din aceste puncte de vedere, autenticitatea în tradiție este o dominantă incompatibilă cu demersurile etnografiilor / etnologiilor contemporane, întrucât orice element cultural acceptat la nivel de grup, beneficiind astfel de girul acestuia și de compunerea sa în practici culturale specific, prin simplul fapt al existenței angrenate, nu legitimează un discurs extern, asupra autenticului. Din acest motiv,

„removing authenticity and its allied vocabulary is one useful step toward conceptualizing the study of culture in the age of transculturation.” (Bendix 1997:9).

Eliberată astfel de retro-privire asupra unui trecut dispărut și adaosuri inutile precum autenticitatea, tradiția funcționează astfel ca un element definitoriu pentru cercetarea practicilor culturale în mediile digitale.

În cele din, cu scopul de a oferi o imagine cât adecvată asupra tradiției, modelările comparative pe care Yadgar (2013) le realizează: *tradiția ca limbă*, *tradiția ca narațiune* și *tradiția ca orizont*, furnizează un teren extrem de fertil pentru interpretarea particulară a e-tradițiilor.

Interpretând limba ca pe o precondiție a abilității de a gândi (2013:458) și, în același timp, de vreme ce fiecare individ ne naște în interiorul unei limbi, tradiția care, în mod similar cu limba, se construiește pe principiile practicării este figurată ca un element din sfera implicitului constitutiv:

„while we cannot conceive of a conscious person who does not have a (public) language, we can at the least conceive of a viable person who is nevertheless so ignorant of her tradition” (Yadgar 2013:458).

În continuare Yadgar consideră că atât limba, cât și tradiția, prin existențele lor istorice, devin depozitele experiențelor și ale semnificațiilor transmise intergenerațional și suspuse unui proces al conservării, în forme variate, a unor straturi din existențele lor. Pe de altă parte, similar limbilor moarte, odată scoasă din circuitul practicării, tradiția se muzeifică în sensul în care limbile moarte își continuă existența doar în tratate și în obiectul de studiu al specialiștilor care le mai pot vorbi. Limbile și tradițiile vii însă, instituționale și organizaționale, fac posibil un prizonierat al individului în

„the web of meanings weaved by tradition (as manifested in our practice, our way of life, that ‘given’ or ‘taken for granted’ medium in which we conduct ourselves), and that we—bearers of tradition—are also its interpreters, who not only maintain it but also constantly reshape it” (2013:461-462).

Tradiția ca narațiune presupune interpretarea primeia drept povestea din care fiecare persoană face parte, materializată sub forma unei

„narrative of a certain practice or profession, of a certain ethnicity or nationhood, a certain religion, a certain moral philosophy, and so on” (2013: 462)

Numai că aceste narațiuni, așa cum menționa Yadgar, sunt narațiuni „deschide” în sensul inexistenței vreunei forme de deznodământ, astfel tradiția fiind asimilabilă unei narațiuni constant modificabile și fundamental dinamice.

În cele din urmă, tradiția figurată ca orizont se construiește pe principiul geografic al linie orizontului mărginitoare a privirii, deci a capacității de percepție și, de aici, a capacității de înțelegere a lucrurilor în afara acestei limitări. Recurgând și în acest caz la sondarea bibliografică, Yadgar interpretează tradiția ca orizont în contextul aceluiasi dinamism caracteristic proceselor vii, prin care individul este deopotrivă caracterizat de libertate și constrângere, care împreună construiesc cadrele precondiției subiectivității (2013:467).

3.3. Tradiții inventate

Tradițiile reprezintă, mai presus de toate, un element ordonator, o rețea de sensuri, coduri și practici care izbăvește un grup de la o existență în mișcare browniană. Tradițiile sunt așadar ubicue (Plant 2008:176), regăsite pe oricare dintre palierele vieții culturale și în oricare moment al existenței acesteia.

Mai presus de toate însă, tradițiile, văzute din perspectiva asimilării lor drept constructe culturale, sunt în *integralitate* inventate, mai devreme sau mai tardiv în evoluția culturală a unui grup. Conceptul însă de *tradiție inventată*, devenit și el tradițional, prin utilizarea atât în discursul istoriografic, în care își are originea, cât și în cel antropologic, reprezintă un adaos clasicizat de cei aproape 30 de ani scurși de la prima utilizare, la ceea ce până în acest moment al prezentării terminologice a fost identificat prin tradiției de tip retro-privire.

Eric Hobsbawm, pornind de la aura distinctă a practicilor specifice monarhiei britanice, ale căror origini sunt identificate în ultima parte a secolului XIX și începutul secolului XX, resimte un decalaj între ceea ce ar reprezenta o tradiție a vechiului și o tradiție a noului, pe acesta din urmă identificând-o drept *tradiția inventată*. El include în acest nou decupaj două categorii de tradiții, unele construite și instituite formal, iar altele, databile și ușor identificabile care sunt într-un proces de impunere. Indiferent însă de categoria căreia îi aparțin, tradițiile inventate reprezintă, pentru societățile netradiționale:

„a set of practices, normally governed by overtly and tacitly accepted rules and of a ritual or symbolic nature, which seeks to inculcate certain values and norms of

behaviour by repetition which automatically implies continuity with the past.”

(Hobsbawm 2000 [1983]:1)

Lăsând la o parte exemplele pe care autorul le instrumentează în sfera politicului, istoricului sau a juridicului ceremonializate, sunt reținute, în scopul acestei lucrări, numai delimitările cu caracter teoretic operate de textul lui Hobsbawm. Pentru autor, tradițiile inventate sunt disonante în raport cu tradițiile devenite sinonime obiceiurilor din culturile de tip tradițional, precizarea acestuia realizând un prin pas de dezambiguizare. Scăderea forței obiceiului conduce la crearea teritoriului afirmării inventării tradiției. În același timp, tradiția inventată se delimitează de „convenție și rutină”, cărora lipsa valențelor simbolice sau ritualice le anulează statutul de tradiție.

Relevantă pentru apariția paradigmei tradițiilor inventate este și caracterizarea pe care autorul o face asupra imposibilității modelelor tradiționale de a ține pasul cu mișcările accelerate ale societății, inflexibilitatea și inadaptabilitatea condiționate temporal eliberând locul noilor constructe cu rol simbolic sau ritualizat. Întrucâtva, dacă s-ar păstra subsidiarul paradoxului tradiției încorporând inovația, descrisă anterior, s-ar putea înțelege inventarea tradiției drept o modalitate de recalare a modelului. Din contră însă, inadaptabilitatea și inflexibilitatea totale conduc la eliberarea acestui spațiu de reglementare și crearea posibilității instituirii unui nou sistem normativ, reprezentat, și de această dată, de o altă formă de tradiții inventate.

În cele din urmă, schimbarea de paradigmă care permite fundamentarea conceptului de tradiție inventată deschide posibilitatea a trei tipuri de realizări a acestor forme:

„a) those establishing or symbolising social cohesion or the membership of groups, real or artificial communities, b) those establishing or legitimising institutions, status or relations of authority, and c) those whose main purpose was socialisation, the inculcation of beliefs, value systems and conventions of behaviour” (Hobsbawm 2000 [1983]:9)

Ecourile unei asemenea teorii sunt divergente, îmbrăcând deopotrivă forme ale discursului contestatar, dar și afirmator. Ce este semnificativ de reținut totuși din acest tip de abordare a tradițiilor este locul decupat la nivelul realității culturale pentru discontinuitățile sistemelor de normare. Astfel, Otto Pedersen (2006:14) consideră că valoarea funcțională a acestora primează ca organizator al coerenței grupurilor, factorul liant de simbolizare și ritualizare devenind un element care transcende spectacularul, înscriindu-se în practici pe cât de generale, pe atât de diverse (Trumpbour 2007:325).

Pe o altă poziție însă se situează Plant (2008:179), pentru care sistemul tradițiilor inventate născut din nevoia de tradiția manifestată de grup și, astfel, de o situație a contemporanului în coliniaritatea trecutului este dublat o prezentare mai adecvată a formelor noi,

din perspectiva constructivistă asupra tradiției. Citându-i pe Handler și Linneki, Plant oferă drept o contrapondere relativistă a tradițiilor inventate acele forme de tradiție contemporană existente în societatea prezentă. Acest tip de abordare elimină din discurs antonimul tradiției inventate reprezentat de tradițiile *genuine*, identificabile pe baza argumentului istoric al autenticității, deja contestat anterior. Principiul *dezistoricizării* se continuă așadar în definirea tradiției drept procesul constant de recreare a realității.

În termeni rezumativi, perspectiva asupra tradiției poate fi descrisă drept dublu orientată. Există o formă de figurare a acesteia drept *retro-tradiție*, cu un accent deosebit plasat pe valoarea osificată a tradițiilor, percepute ca imuabile și fosilizate de discursul științific și, de principiu, unanim acceptate ca definiție de acesta. De cealaltă parte, s-ar putea, construind un termen simetric, *neo-tradițiile*, asupra cărora aplecarea specialistului este mai puțin armonioasă ca set de abordări. Fie că sunt interpretate drept neo-construcții, reconstrucții, tradiții inventate sau tradiții orizontale, acestea se definesc printr-o raportare diferită la profilul cultural contemporan al grupului, însă, spre deosebire de ceea ce se identifica prin *retro-tradiție*, *neo-tradițiile* sunt practicile nu doar vii, ci și pline de semantică de tip cultural și, astfel, puse în practică nu la presiunea sistemului grupului în care se materializează, ci dintr-o conștiință normatoare de sine stătătoare. Este mai puțin relevant dacă *neo-tradițiile* se dezvoltă pe un principiu al *retro-privirii*, pentru că și această formă este posibilă, cum s-a putut observa până aici, sau al *sincrono-privirii*, ci relevante devin principiile acceptării individuale și performările în interiorul grupului.

3.4. Tradiționalizări și e-tradiții

Neo-tradițiile, așa cum au fost acestea identificate aici, ca elemente dinamice și alterabile la nivelul formelor și al conținuturilor, permit tocmai prin statutul lor flexibil, integrarea de obiecte și practici noi în sistemul repetabil și încărcat cu valențe simbolice și ritualice. Finalitatea acestei deschideri către integrarea unor noi forme în sistemul tradițiilor este reprezentată de tradiționalizare (da Silva 2012:41-42), iar tradiționalizarea permite includerea în neo-tradiții deopotrivă a elementelor specifice *retro-tradițiilor* (situație posibilă însă cu anumite limitări), dar și fondarea noilor practici culturale, cu noi obiecte culturale incluse.

În categoria extrem de largă a neo-tradițiilor, în forma de conceptualizare teoretică propusă anterior, un loc aparte îl ocupă e-tradițiile, caracterizate disonant în raport cu celelalte forme de neo-tradiții, în primul rând, dar și cel mai semnificativ, de mediul în care sunt construite și în care funcționează.

Propunerea acestui nume, e-tradiții, se înscrie și ea într-un model tradiționalizat deja, care a generat o întreagă serie de termeni complement prin care obiectul existent anterior într-un

mediu specific se convertește în noi forme funcționale prin trecerea în mediul electronic al conectivității: e-mail, e-commerce, e-procurement, e-manufacturing, e-science, e-learning, e-business ș.a.m.d.. Utilizarea acestui grafem unificator deține funcționalitate hiperonimică însă, în sensul că, indiferent de cât de variate sunt obiectele pe care le unifică, elementele pe care aduce prin repoziționarea în mediul digital, înscriu obiectele într-o dimensiune a uniformității, a cărei dominantă fundamentală este determinată de interpretarea acestora drept un proces integrat unui sistem pe o platformă. În același timp, grafemul trimite implicit către o serie de caracteristici extrinseci care modelează obiectul transplantat în mediul digital.

3.4.1. Neo-tradiții și fabricare

E-tradiția ca neo-tradiție presupune, în sensul celor arătate anterior, un proces repetitiv cu o valoare simbolică sau ritualică, cu grade diferite de generalizare la nivelul unui grup, cu sursă exclusivă în mediul digital sau tangențială acestuia. E-tradiția este o formă de conținut generată de utilizator, însă în același timp este și procesul de generare a acestor conținuturi, în sens prosumerist.

Un exemplu e-tradiție ca proces îl poate reprezenta căutarea în mediul digital a informațiilor referitoare la o practică specifică offline-ului, spre exemplu informații despre cum ar trebui desfășurate trecerile din societatea contemporană. Spre edificare, s-a ales terenul forumurilor pe tema nunții, fiecare *thread* din interiorul acestuia, precum și forumul în integralitatea sa, exemplificând e-tradiția ca proces de fabricare.

Modelarea practicii ca proces de fabricare nu trebuie înțeleasă în sensul în care fabricat este sinonimul contrafacerii, a construcției false, ci trebuie înțeleasă în perspectiva generală a e-tradiției ca o formă de conținut generat de utilizator, cu o greutate culturală integrată grupului digital similară aceleia pe care grupul offline o reglementează.

În sens empiric, fabricarea este procesul prin care se intervine asupra unor materii prime printr-un set de procedee specifice pentru a obține un produs cu o utilitate imediată, justificat de existența unei cereri sau, eventual de fabricarea acestei cereri. Similar, fabricarea produsului cultural corespunde aceluiași algoritm, în interiorul căruia materiile prime sunt reprezentate de elementele culturale deja existente, produsele specifice, de practicile de evidențiere, augmentare, diminuare, reluare, respingere sau semnificare, iar produsul finit, de bunul cultural generat de existența unei cereri reprezentate de legitimarea apartenenței la grup.

Utilizatorul căutător al informației cu relevanță pentru e-tradiție ar putea corespunde, în acest model al comparației, formulării cererii asupra obiectului, procesul de producție este sistemul reprezentat de forumuri, iar produsul finit își justifică existența prin valorizarea fie în

interiorul mediului conectat, fie în afara acestuia. Suplimentar însă, nu doar forumul cu practicile și trăsăturile sale specifice reprezintă procesul de fabricație, ci și consumatorul produsului finit devine un factor în sine prin diferitele staturi asumate.

Forumul căruia i se adresează însă poate fi modelat în două componente ale sale: ca *ofertă expusă* sau ca *ofertă generată* ambele purtătoare de semnificații aparte din punctul de vedere al e-tradițiilor.

Forumul ca *ofertă expusă* poate corespunde sistemului de dicționar, în care intrările sunt definite într-o ordine prestabilită, în interiorul căreia utilizatorul care își caută practicile de legitimare în grup. Spre deosebire însă de dicționar, unde elementele definite sunt rezultatul unei voci cu autoritate în domeniu, forumul în componenta sa de *ofertă expusă* este rezultatul vocilor non-autorității, al vocii celorlalți consumatori producători și consumatori de forme tradiționale.

Forum > Nunta > Biserica si cununia religioasa > Biserici		
+ Subiect nou		
Pagina 1 din 5 1 2 3 ... Ultimul		
Subiectul 1 - 20 din 82		
Forum: Biserici		
Biserici		
Optiuni forum Cauta in acest forum		
Titlu / Subiect inceput de	Răspunsuri / Vizualizări	Ultimul mesaj de
Permanent: Recomandari BISERICI Inceput de corinel1, 06.02.2006 00:00:00 1 2 3 ... 83	★★★★★ Răspunsuri: 658 Vizualizări: 1.335.636	iohana 11.08.2015 13:02:06
Permanent: Poze Cu Biserici In Bucuresti Inceput de buretica, 31.08.2009 14:31:38 1 2 3 ... 26	★★★★★ Răspunsuri: 207 Vizualizări: 87.135	Alinuzzza1986 01.08.2014 09:17:24
Publicitate		
Permanent: Biserici din Bucuresti - lista Inceput de razedosoare, 04.07.2006 14:30:31 1 2 3 ... 16	★★★★★ Răspunsuri: 124 Vizualizări: 81.059	Aurora123 20.01.2014 20:55:24
Biserica Sf. Mina Inceput de anonymous, 08.11.2005 00:00:00 1 2 3 ... 10	★★★★★ Răspunsuri: 74 Vizualizări: 460.916	Suzka 10.08.2015 14:18:44
Biserica Sf. Grigore Palama - Politehnica Inceput de Luc, 21.02.2007 20:14:33 1 2 3 ... 13	★★★★★ Răspunsuri: 96 Vizualizări: 16.191	Alyop 18.06.2015 16:08:15
Biserica Alba Inceput de ivanka, 06.07.2008 12:39:54	★★★★★ Răspunsuri: 34 Vizualizări:	cctis25 17.06.2015 22:03:31

Fig. 2_1 Forumul ca ofertă expusă

(<http://www.miresici.ro/forum/forumdisplay.php?f=191>, accesat la 25.08.2015, ora 15)

Forumul ca *ofertă generată* este construit pe principiul dialogului interactiv, în care utilizatorul căutător de informație nu este implicat în selecția relevantului pentru sine, ci în solicitarea acestuia, pe principiul simplu al formulării cererii de informare, ca în comunitățile omonime.

Forum > Inainte de nunta > Tortul miresei > Cu cat timp inainte comandam tortul???

Raspunde la acest subiect

Subiect: Cu cat timp inainte comandam tortul???

Pagina 1 din 16 1 2 3 11 ... Ultimul

Rezultate de la 1 la 8 din 124

Prinut mesaj recent

joaninka
Prințesă

Inregistrat: 17.04.2007
Localitate: Bucuresti
Data nasterii: 20/10/2007
Biserica: B. Domneasca
Restaurant: Campulung
Mesaje: 362

Cu cat timp inainte comandam tortul???

Timpul... ma omoara! Cu cat timp inainte trebuie sa comandam tortul. Oare ar trebui sa facem un tort micut inainte sa vedem daca e ok. Ce conteaza daca e frumos daca nu se poate manca.

allyy
Regină

Inregistrat: 24.08.2006
Localitate: Milano
Data nasterii: 09/09/2007
Biserica: Sf. Trei Ierari
Restaurant: Galati, Ierovana
Mesaje: 2.676

Re: Cu cat timp inainte comandam tortul???

Postat de joaninka

Timpul... ma omoara! Cu cat timp inainte trebuie sa comandam tortul. Oare ar trebui sa facem un tort micut inainte sa vedem daca e ok. Ce conteaza daca e frumos daca nu se poate manca.

Cred ca cel mai bine ar fi sa te hotarasti din timp cam ce fel de tort ai vrea si in functie de asta sa te interesezi la ce cofetarie ai vrea sa il faci. Odata decise aceste lucruri, e bine sa mergi si sa intrebi la cofetarie cu cat timp inainte trebuie sa rezervi suportul de tort si sa dai comanda finala.

In general, cam cu 2 saptamani inainte ar trebui sa te decizi pentru compozitia pe care o va avea tortul. Pentru asta, este indicat sa faci comanda de un tortulet in miniatura (doua, trei - daca sunt mai multe compozitii si/sau modele). Asa esti sigura ca lese frumos pe exterior si bun pe interior, exact asa cum ti-l doresti!

Fig. 2_2 Forumul ca ofertă generată

(<http://www.miresici.ro/forum/showthread.php?t=4863>, accesat şa 25.08.2015, ora 15)

Similar prototipului, construit pentru o nevoie punctuală şi care ulterior ajunge la producţiile de masă, şi cele două forme de forum se circumscriu modelului, în sensul că forumul de tip ofertă generată devine, pentru un utilizator ulterior forum ca ofertă expusă.

Această comparaţie relativ neobişnuită pentru un discurs din perspectiva ştiinţelor socio-umane are însă drept scop nu propunerea unui nou model de înţelegere a formării bunurilor culturale şi, integrativ, de înţelegere a tradiţiei, ci o deschidere care să permită înţelegerea e-tradiţiilor din perspectiva mediului conectat, dar mai ales a impactului ce care mediul îl are asupra acestor forme culturale înţelese ca procese.

3.4.2. e-tradiţii şi e-manufacturing

Vorbind despre e-manufacturing, Cheng şi Bateman (2008) consideră că aceste procese sunt caracterizate de: digitizare, globalizare, mobilitate, activitate de tip colaborativ şi caracter imediat, toate acestea putându-se realiza la momentul la care internetul atinge etapa volumelor industriale, după cum menţiona Marco Annunziata (2013). Epoca *internetului industrial* aduce însă nu doar supremaţia volumelor, ci, mai ales, a accesibilizării lor.

Privit din acest punct de vedere, e- trebuie interpretat ca un gen proxim, prin aceasta înţelegând că un set de trăsături devine recognoscibil la nivelul tuturor obiectelor identificate cu ajutorul compuşilor neologici cu acesta. Cu scopul justificării acestei valori şi pentru că e-tradiţiile nu sunt un concept care să beneficieze deja de un construct ştiinţific propriu, o încercare a definirii acestora propune un traseu al comparaţiei cu un model deja fundamentat teoretic.

Acest model care funcţionează pe principiul revelatorului este modelul *e-manufacturing*, ales nu arbitrat, ci pentru că obiectele culturale, în general, şi tradiţia în particular, se circumscriu unui proces de producţie în etapele anterior identificate.

Modelul *e-manufacturing*, destul de simplu în esenţa sa, „is to enable real-time decision making among product designers, process capabilities, and suppliers” (Koç et al. 2014:3) cu scopul optimizării randamentului economic, a reducerii timpilor pierduţi în procesele de fabricare şi, în cele din urmă, maximizarea câştigurilor obţinute.

Utilizând acest model, întrebarea la care se va căuta un răspuns în cele ce urmează este dacă formele de e-tradiţii corespund modelului de optimizare pe care un proces de *e-manufacturing* îl presupune, atât ca finalitate, cât şi ca formă.

Din punctul de vedere al finalității, interpretarea e-tradiției drept un proces de *e-manufacturing* aduce în discuție principiul eficienței. Diferența la nivelul finalității constă numai într-un simplu mecanism al substituției, prin care eficienței economice, cu rezultanta sa imediată de natura pecuniară, îi corespunde o eficiență a capitalului simbolic pe care orice formă de punere în scenă a unor structuri cu valențe tradiționale, indiferent de sensul acestora, o vizează fie ca obiectiv principal, fie ca subsidiar.

La nivelul formei prin care procesul de producție de transformă în *e-manufacturing* trebuie căutate acele elemente care presupun optimizările și care, într-o formulă generică, sunt identificate drept *cyber physic systems* (Verl et al. 2102, Kao, Jin et al. 2015). În sens general, un sistem cyber fizic este „different manufacturing process, including design, simulation, control and verification.” (Kao, Jin et al. 2015:93), care reunește o componentă computațională și o alta fizică în vederea ducerii la îndeplinire a scopului.

Detaliile despre modul în care sunt realizate tehnic aceste sisteme care reprezintă fundamentul proceselor de e-manufacturing, despre puterea lor de anticipare a evenimentelor potențiale și funcțiile reglatoare, nu sunt însă relevante pentru discuția asupra e-tradițiilor, interesând, de fapt, dacă la nivelul optimizărilor propuse de formuri există vreun echivalent al acestor sisteme cyber fizice care să preia funcționalitatea acestora din *e-manufacturing*.

Interpretându-le drept elemente cu funcție autoreglatoare automată, rolul acestor sisteme este preluat în interiorul mediilor digitale prin ceea ce generic s-ar putea identifica drept interfață, cu tot eșafodajul de elemente din spatele acesteia. Văzută drept o formă de *umanizare* a tehnicului, interfața nu reprezintă însă numai un interpus cu rol de adaptor, ci trebuie interpretată drept un element de coeziune între medii cu rol ordonator.

Este drept că puncte de convergență între cele două forme de producție pot fi identificate, este la fel de justificat și actul identificării punctelor în care congruențele se diluează. Dar, dacă în cazul proceselor de producție optimizarea prin e-manufacturing este una mai mult decât evidentă, întrebarea legitimă care se naște aici este legată de necesitatea existenței unor procese de optimizare a producției de bunuri culturale specifice e-tradițiilor.

Răspunsul care legitimează nu doar abordarea e-tradiției ca e-manufacturing, dar și procesul de optimizare a căutărilor identitare nu are legătură cu teorii sau sisteme socio-tehnice, nici cu unele cybertenice în mod direct, ci fundamental relaționează cu contextul de formare și actualizare a acestor practici, în evidențierea sincronă a acestor contexte.

Se identifica, în *Introducerea* la acest studiu, profilul accelerării istoriei și creșterea vitezelor de deplasare a informațiilor. Este necesară acum o închidere a cercului pentru a justifica nevoia de optimizare a construcțiilor culturale. Opusul culturilor accelerate, ar putea fi, construind antinomic, culturile decelerate. Acestea din urmă nu sunt numai culturile tradiționale,

ci toate acele forme de cultură caracterizate de un ritm *lent* al relaționărilor. Un indice al acestei stări este tocmai reglementarea neo-tradiției, ale cărei repere sunt recuperate prin social. Cutumele sunt deprinse social prin expunerea la acestea a membrilor grupului, dar mai ales prin practicare continuă.

Prin contrast, culturile accelerate sunt caracterizate de o minimă expunere conjuncturală și nu contextuală la social. Depinderea normelor devine astfel nu doar anevoioasă, ci și trunchiată, iar practicarea neo-tradițiilor deficitară. Totuși, perceperea apartenenței la un grup necesită demersul conformării la model și, altfel, justifică nevoia căutării propriei culturi.

Numai că sincopile adunate sistemic în complexul tradițiilor, precum și lipsa reperului grupal, pe de o parte, precum și abundența de forme contemporane cu potențial pentru propriul construct identitar, pe de alta, necesită un element de orientare.

Poate părea paradoxală identificarea abundenței informației culturale în interiorul grupurilor caracterizate de culturi accelerate în care relaționarea socială directă devine un element secundar. Complementul tradiției dobândite prin relaționare se construiește în aceste culturi caracterizate de *infobesity* (Oostendrop și Aggarwal 2015:1) prin relaționarea mediată care tinde să sufere, din ce în ce mai puternic, de uitare ca *anulement* (Connerton 2011:38), întrucât memoria practicilor se diminuează direct proporțional cu accelerarea vieții.

Mediul digital devine astfel un salvator arhivă în care sunt depozitate, în maniera fragmentată, bucăți de practici culturale, mai mult sau mai puțin uniforme, din care de poate selecta *materia primă* a neo-tradiției individuale. Dar multitudinea de elemente arhivate de mediul digital presupune un efort cronofag pentru identificarea, în vederea construirii, a neo-tradițiilor, timp de care culturile accelerate nu dispun și pe care îl suplinesc prin procese de optimizare a căutării, necesare tocmai din cauza paradoxului fundamental al mediului digital ca arhivă construit prin inaccesibilitatea prin volum.

Acest element de orientare este tocmai ceea ce anterior era identificat ca elementul de optimizare a căutării. Din acest punct de vedere, atât la nivelul formei și procesului, cât și la acela ar rațiunii producției optimizate, e-tradițiile sunt conforme procesului de e-manufacturaring și, prin urmare, interfața se justifică drept dubletul sistemelor cyber-fizice.

Interfața, din perspectiva optimizării, presupune analiza elementelor sale componente, care înlesnesc procesul: hipertextul, hipermedia, hiperlinkul și folcsonomiile.

3.4.2.1. Hipertextul

Inventat că termen în 1965 de către Nelson, *hipertextul* ca referent îl precedă cu două decenii în modelul vizionar propus de Vannevar Bush în *As We May Think*, în 1945.

„Consider a future device for individual use, which is a sort of a mechanised private file and library [...] in which an individual stores all his books, records, communication, and which is mechanised so that it may be consulted with exceeding speed and flexibility. It is an enlarged intimate supplement to his memory. [...] A special button transfers him immediately to the first page of the index. Any given book of his library can thus be called up and consulted with far greater facility than if it were taken from a shelf. As he has several projection positions, he can leave one item in the position, while he calls up another. He can add marginal notes and comments [...]” (citat în Nelson 1965:85-86)

Nelson remarca faptul că la acel moment, deși partea de hardware exista, un asemenea sistem înlesnirea organizării informației nu fusese încă dezvoltat și că un asemenea organizator sau „dream file” cum îl denumește, ar trebui să conțină:

„every feature a novelist or an absent-minded professor could want, holding everything he wanted in just the complicated way he wanted it held, and handling notes and manuscripts in as subtle and complex ways as he wanted them handled.” (Nelson 1965:85)

Modelul pe care Nelson îl propune pentru a facilita organizarea unor materiale diverse și în diverse stadii de finalitate ar trebui, în termeni rezumativi să permită *un număr nelimitat de categorii*, identificabile prin *indexare dinamică*. Aceasta presupune posibilitatea reținerii *diferitelor versiuni*, având deci o funcționalitate de conservare a *evoluției*. Conservarea evoluției unui element trebuie însă realizată într-o manieră facilă care să permită combinarea informației în moduri diverse, prin intermediul *listelor fermoar* compuse, la rândul lor, din *elemente de intrare* (text, șiruri de simboluri, imagini) organizate în *liste*, în care poziționarea este la libera alegere a utilizatorului, și conectate printr-o *legătură*. La rândul lor, aceste liste pot fi legate de altele.

Modelul Nelson nu este reprezentat însă numai la nivelul morfologic, ci și la acela al fiziologiei integrării într-un sistem. Astfel, *elementele de intrare* pot fi create în orice moment, pot fi combinate sau separate, pot fi integrate *listelor*, care la rândul lor pot fi parte a unor alte liste. Succesiunea acestora este și ea liberă în sensul alegerii de către utilizator. *Legăturile* pot fi și ele create între oricare *elemente* ale *listei*, copiate și, în cazul copierilor de elemente în liste diferite aceste legături vor fi conservate.

Iar dacă protomodelul lui Bush a fost numit memex, ca un compus între *memory* și *index*, modelului lui Nelson a fost botezat de acesta drept hipertext, din nou ca un compus de această dată mai transparent, în care *hiper-*, similar sensului din hiperspațiu, reprezintă „o extensie și o generalitate” (1965:98), iar definiția pe care acesta o dă este

„the body of written or pictorial material interconnected in such a complex way that it could not conveniently be presented or represented on paper” (1965:96).

Trebuie remarcat că traseul pe care îl urmează conceptul și teoriile asociate acestuia cunoaște o materializat extrem de puternică în sfera narativului, probabil și datorită faptului că accentul fundamental este plasat componenta textuală. Un domeniu deloc de neglijat a studiilor hipertextului vizează producțiile ficționale sau actul recepției acestora (Murray 1998, Pope 2006, Bolter 2009, Solway 2011), însă teritoriul cu care perspectiva prezentului studiu are cele mai multe de intersecție este acela hiperspațiului în jurnalismul perceput ca producător de informații, indiferent de forma sub care acestea sunt produse atât timp cât sunt mediate digital (Steensen 2011, DeMayer 2012, Doherty 2014).

În înțelegerea sa generală, hipertextul reprezintă o organizarea neliniară a unui grup de texte într-un mediu digital (Steensen 2011:313) într-o definiție cu un caracter tehnic, model asupra căruia va reveni și Nelson (2003) identificându-l cu „non-sequential writing” (citată de De Mayer 2012:125), sau „nodes of information connected by links” (Doherty 2014:125).

Alte definiții mizează pe o funcționalitate practică a organizării informației și rolul de voce autoritară a creatorului de hipertext, conform lui Goerge Landow pentru care hipertextul oferă o posibilitate de regândire a centrului și a marginii după un principiu individual, „anyone who uses hypertext makes his or her own interests the de facto organising principle” (Landow citat de Solway 2011:342), sau pe principiul modelelor comparative prin care hipertextul dublează caracterul asociativ al gândirii umane (Ruotsalainen și Heinonen 2015:4). Pornind de la natura asociativă, continuă cei doi autori, hipertextul contrastează în raport cu textul în sensul depășirii modelului unghiului unic asupra realității asupra căreia face referire, instalându-se în modelul părții din *viziunea totală*.

Indiferent de domeniul abordărilor, de tipurile de definiție care au fost date hipertextelor sau criticile sau laudele aduse acestora din perspectiva facilitării accesului la informație, o discuție cu totul particulară, cel puțin din punctul de vedere al scopului e-tradițiilor în reprezintă orientarea analizei deopotrivă pe producerea hipertextelor, dar și pe consumul acestora, cu precădere datorită rolului de producător și consumator de informație pe care utilizatorii îl au cu precădere în raport cu e-tradițiile.

Pe palierul producerii hipertextului, paginile de tip forum sunt caracterizate de două subtipuri cu grade diferite de *oficializare*. Primele sunt *hipertextele autoritare* care sunt acele hipertexte cu structură creată și impusă de proprietarul domeniului. Acestea sunt hipertexte cu grad redus sau relativ redus de modificare de către utilizator, prezintă o structură relativ statică și permit un număr limitat de categorii de informații care pot fi încărcate. Cel de-al doilea tip, ar putea fi denumit *hipertextul apropiabil*, caracterizat de o liberare mare a informațiilor încărcate,

atât sub aspectul formatului, cât și al conținutului, și pentru care funcționează două tipuri de condiționări: unele de natură formală, impuse de arhitectura paginii, și altele de natura conținutului, reglementate de *condițiile* impuse fiecărui utilizator odată cu crearea contului.

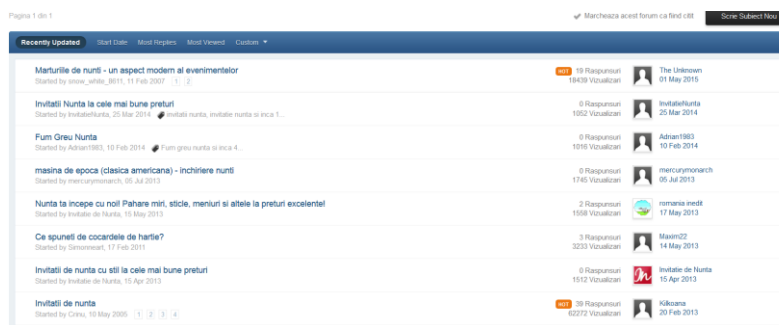


Fig. 2_3 Hipertext autoritar

(<https://www.roportal.ro/discutii/forum/283-decoratiuni-de-nunta/>, accesat la 25.08.2015, ora 10:00)

Exemplul de hipertext autoritar din fig. 2_3 este elocvent pentru aspectul general pe care îl au paginile de acest tip: o listă de linkuri ordonate, care corespund *threadurilor* tematice și paralele cu acestea identitatea utilizatorului care a creat *threadul*, data creării acestuia și, în multe situații, numărul de vizualizări și cel de răspunsuri. În același timp, hipertextul autoritar conține și o bară de meniuri fixe, care se vor regăsi pe oricare dintre paginile din structura arborescentă a forumurilor și care conțin diverse operații de optimizare realizate la nivelul conținuturilor, precum sortarea sau căutarea.

În același timp, aceste hipertexte, deși conțin, după cum se poate observa din fig. 2_3, și elemente vizuale, precum acelea care dublează linkul către numele unui utilizator nu funcționează ca imagini în sensul propriu al cuvântului, ci sunt asimilabile unor simboluri, de cele mai multe ori de tipul avatarului prestabilit, trăsătură care face ca acest tip de hipertext să nu se convertească în hipermedia.

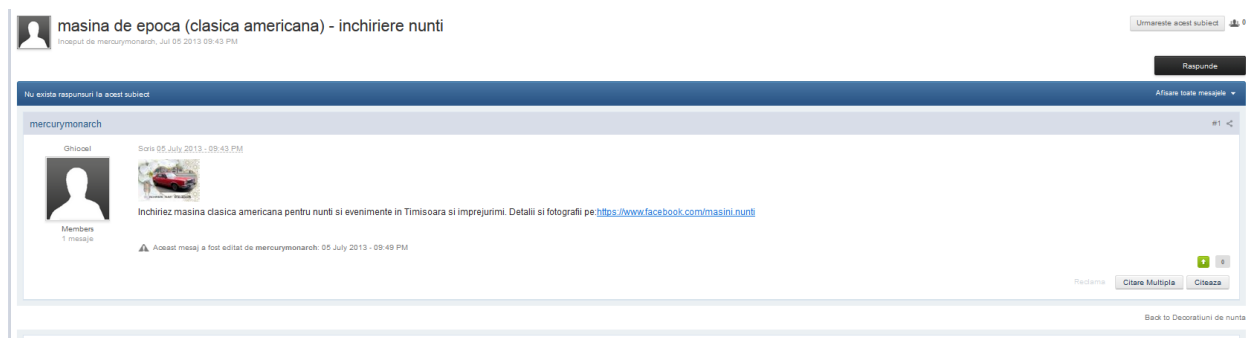


Fig. 2_4 Hipertext apropiat

(<https://www.roportal.ro/discutii/topic/105222-masina-de-epoca-clasica-americana-inchiriere-nunti/>, accesat la 25.08.2015, ora 10:00)

Hipertextul apropiat este caracterizat de posibilitatea sa de conversie în hipermedia. Hipermedialitatea acestui text, exemplificată de fig. 2_4, este atinsă prin conținutul generat de utilizator care are libertatea de a alege formatul propriilor informații ca link textual, imagine, postare video sau audio.

3.4.2.3 Hipermedia

În sensul cel mai larg cu putință, *hipermedia*, interpretată ca o formă de multimedia, este definită ca fiind o reuniune de text, imagini statice sau dinamice și sunet într-un stil de compunere neliniar în care legăturile dintre aceste elemente se realizează prin intermediul hyperlink-urilor. Brusilovsky (2001) distinge între două categorii de forme de hipermedia condiționate tehnologic: *hipermedia statice*, în care este furnizat conținutul unei pagini unice prin același set de link-uri către toți utilizatorii, și *hipermedia adaptabile*, care presupun adaptarea conținuturilor la nevoie specifice ale fiecărui utilizator individual.

Indiferent însă de forma lor din punctul de vedere al raportului dintre conținut și utilizator, acestea îmbracă alte două forme din perspectiva posibilității conectării la internet. Pentru analiza prezentă, sunt utile numai acele forme de hipermedia care presupun conectarea la internet, iar acestea sunt legate de sistemele de *information retrieval (IR)*, de vreme ce aceste procese sunt integrate analizei optimizărilor care au loc la nivelul e-tradițiilor din mediul digital. Hipermedia adaptabile de tipul căutării sunt clasificate, la rândul lor de Brusilovski (2001:93), în *search-oriented systems* și *browse oriented system*, diferite prin fundamental prin principiul condiționării adaptării. Deși scopul ambelor forme de IR este producerea unei liste de linkuri pe principiul relevanței acestora în raport cu elementele cheie ale căutării, cele două modele de recuperare a rezultatelor diferă fundamental. Sistemele orientate pe căutare funcționează întrucâtva statistic, selectând în ordinea relevanței acele răspunsuri care reflectă „a long-term / short-term model of users' interests” (2001:93), de vreme ce, sistemele orientate pe navigare, prin utilizarea sistemelor de ghidaj adaptat, elimină principiul ponderii statistice prin substituția acestuia cu principiul relevanței pentru utilizator pe baza istoricului căutărilor sale.

Cu scopul verificării acestor date referitoare la condiționările căutării și afișării rezultatelor, s-a realizat următorul experiment. S-au realizat șase căutări după aceleași cuvinte cheie, „tortul miresei”, utilizând Internet Explorer și Mozilla Firefox și motoarele de căutare google.ro și bing.com. Au fost utilizate cele două browsere pentru că de pe computerul de pe care s-a realizat căutarea este utilizat numai Mozilla, internet Explorer neavând vreun istoric al navigării sau cookies activate. Față de aceste patru căutări, au mai fost realizate, cu aceleași motoare căutare, dar cu opțiunea InPrivate Browsing de la Internet Explorer activă. Rezultatele obținute au fost diferite, validând caracterul general al condiționărilor.

Primele diferențe remarcate se manifestă la nivelul numărului de rezultate pe care fiecare căutarea în parte l-a furnizat. Conform datelor enumerate în Tabelul 3_1, diferențele s-au

înregistrat la nivelul motoarelor de căutare, google.ro întorcând un număr semnificativ mai mare, dar și utilizând motoare diferite în browsere diferite.

Metoda	Google cu Mozilla	Bing cu Mozilla	Google cu Explorer	Bing cu Explorer	Google cu Explorer InPrivate	Bing cu Explorer InPrivate
Număr de rezultate	Aproximativ 254.000	22.800	Aproximativ 254.000	16.500	Aproximativ 254.000	22.800

Tabel 3_1 Rezultate căutare cu motoare și browsere diferite.

În al doilea rând, ambele motoare de căutare sunt echipate cu funcția *auto complete*, care constă în oferirea de sugestii de completare a spațiului destinat cuvintelor cheie pe măsură ce succesiunea de caractere tastate conduce către posibilitatea unei căutări deja realizate, fie în interiorul propriului browser, fie pe baza statistică a căutărilor deja realizate utilizând acel browser dar de la alte IP-uri. În cazul particular al căutărilor realizate aici, funcția *auto complete* s-a manifestat uniform cu excepția căutării utilizând bing.com în InPrivate Internet Explorer, unde sugestia inițială a fost „torturi miresei lux”.

În ce de-al treilea rând, diferențele cele mai notabile se regăsesc pe palierul link-urilor propriu-zise oferite ca rezultat în căutărilor amintite. Ambele motoare permit realizarea căutării prin aplicarea de filtre suplimentare, referitoare nu la conținutul propriu-zis, cu la formatul pe care informația căutată trebuie să îl aibă, prezentate în aceeași succesiune utilizatorului: *web*, *images*, *videos*, *news* etc. Deși în toate cele șase situații, căutarea s-a realizat cu ajutorul setării implicite, *web*, cu excepția bing.com sub Mozilla, toate celelalte au întors și un număr de imagini relevante. Diferențele constante nu sunt justificate de browser, ci de motorul utilizat.



Fig. 3_5 Diferențe rezultate căutare google vs. bing

Nu doar rezultatele imagine sunt diferite în funcție de motorul utilizat cu și link-urile răspuns oferite de acestea. Vor fi analizate comparativ rezultatele de pe prima pagină de link-uri furnizată de motorul de căutare, considerate ca fiind cele mai relevante în căutarea realizată de acesta și cuprinse în fig. 3_6. Astfel, bing.com, indiferent de browser recuperează același număr de zece rezultate, fără a include vreun rezultat de tip reclamă, de vreme ce google.ro afișează unsprezece rezultate, din care două sunt link-uri reclamă, cu marcator special, cu o singură diferență, situată pe poziția a opta. Situația devine fundamental diferită dacă se realizează comparația între cele două motoare de căutare diferite. Astfel, analiza comparativă a rezultatelor furnizare identifică o singură poziție comună, ultima în cadrul primei pagini, ocupată în rezultatele ambelor motoare de un link către un site specializat de tip forum pe teme legate de nuntă, www.miresici.ro, particularizat către un *thread* legat de tema căutării. Punctele de divergență totală constau, în primul rând, în selectarea de către bing a unui număr de două pagini cu domenii înregistrate cu extensia .md, pe prima și a treia poziție. Nu este clar, însă, din cauza unei lipse totale a marcatorilor în acest sens, dacă cele două domenii sunt sau nu comerciale, în sensul promovării lor, sau dacă sunt alese pe principiul statistic.

Pe de altă parte, având exemplul unei căutări relativ vagi, fără prea multe amănunte care să nuanțeze căutarea, rezultatele sunt, în ambele situații de căutare pe cât se poate de diverse ca arie de contextualizare a cuvintelor cheie, variind de la link-uri către youtube, la link-uri către paginile unor ofertanți de produse sau, ca în cazul căutării cu bing, către un site de film specializat.

Reține totuși atenția faptul că google oferă ca rezultat și un al doilea link către un forum specializat, probabil, pe criterii statistice.

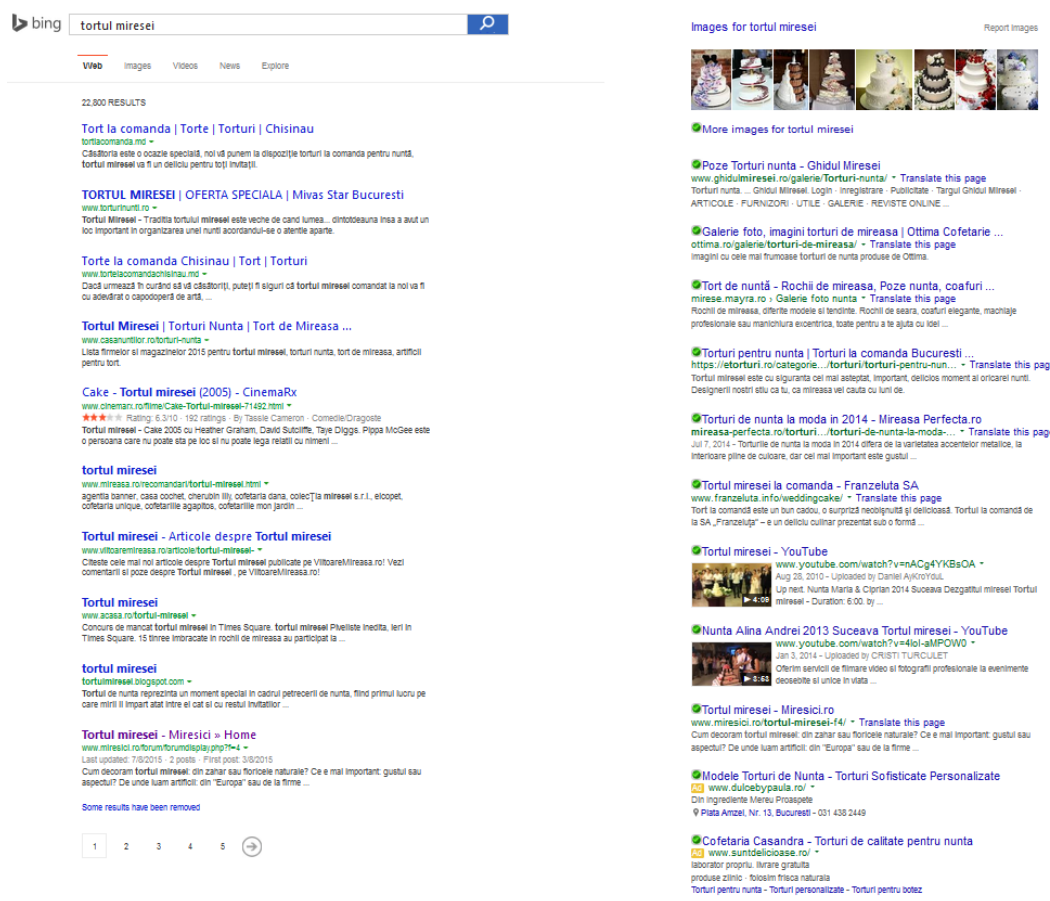


Fig. 3_6 Rezultate comparative hipermedia de tip IR, căutare generală

Dacă se modifică însă cuvintele cheie ale căutării în „tortul miresei forum”, cu scopul personalizării căutării în terenul neo-tradițiilor, rezultatele se modifică, așa cum o arată fig. 3_6. Atât bing cât și google, oferă ca rezultat numai link-uri către alte pagini decât cele de tip forum și ambele întorc pe prima poziție www.miresici.ro. Recuperarea la căutare a acestei pagini poate fi justificată de două argumentele, al mărimii și al activității, forumul, înființat în 2005, fiind constant activ, ultima postare fiind înregistrată la data ultimei accesări, 26.08.2015. Diferența la nivelul rezultatele întoarse caracterizează căutarea cu ajutorul google printr-o tendință către precizie mai mare, în sensul că în cadrul link-ului principal de răspuns la căutare include, sub formă de sublink-uri, și un set de informații particularizate. Principiile particularizării sublink-urilor sunt gradul de identitate între cuvintele cheie ale căutării și titlul threadului și ultima postare în interiorul unui thread identificat drept relevant. Pe de altă parte, numărul de răspunsuri pe care o întrebare îl generează pare a nu fi unul dintre criteriile relevante atunci când se produce selecția sublink-urilor.

În cele din urmă, se poate remarca și o situația inversă față de rezultatele generate la căutarea după primul criteriu, în sensul că de această dată google este motorul care recuperează un domeniu înregistrat ca .md.

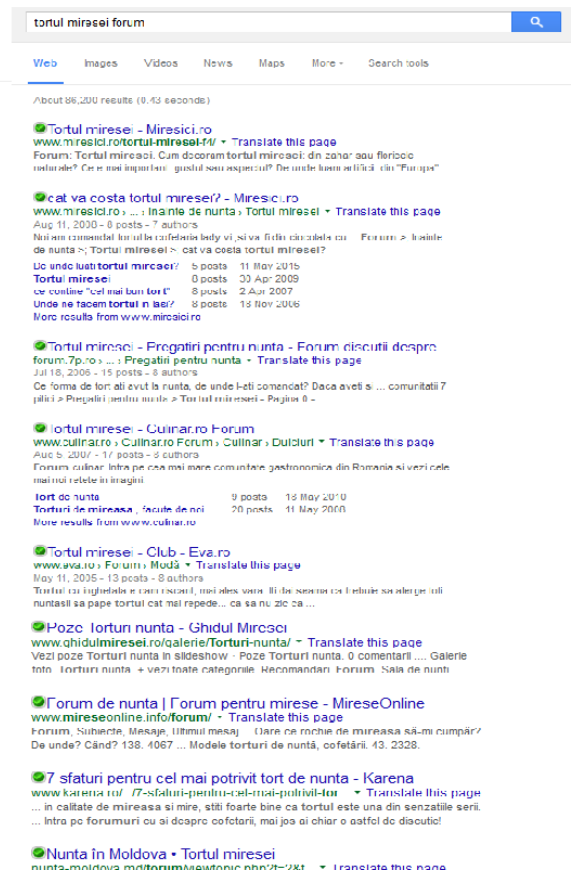
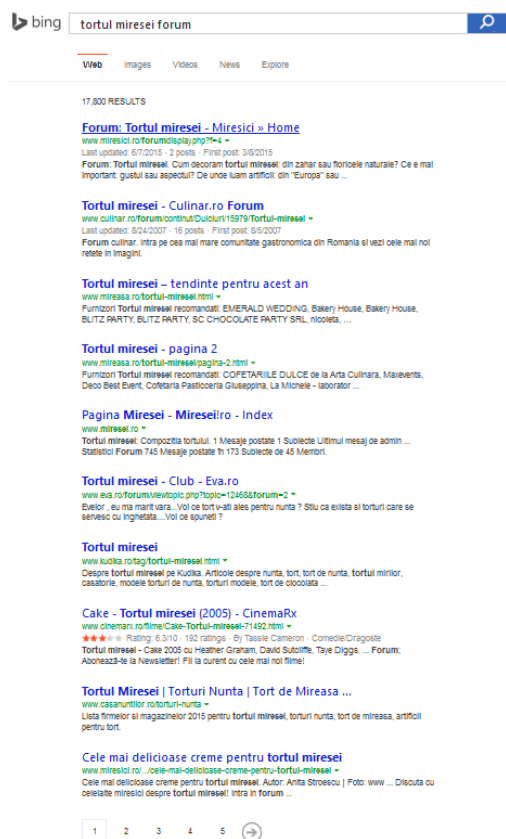


Fig. 3_7 Rezultate comparative hipermedia de tip IR, căutare particulară

Această analiză a avut drept scop identificarea principiului optimizării la nivelul căutărilor, prin compararea rezultatelor furnizate de două motoare de căutare diferite utilizând browsere diferite, concluzia la care se ajunge fiind aceea că personalizarea căutării este determinată fără posibilitate de contestare de natura motorului, privit aici ca parte a proceselor definitorii pentru e-tradiții.

Ce nu apare însă în clasificarea propusă de autor este un al treilea sistem de condiționare, exterior orientării către utilizator sau utilizatori, ca în cazul celor două modele anterioare, condiționarea de instrumentele de marketing, care poate altera semnificativ rezultatele oferite. Nu este vorba despre acele căutări orientate către o finalitate comercială, de tipul căutărilor de servicii sau de produse, ci de căutări exterioare acestora, dar care, pe baza similitudinilor cuvintelor cheie și a reclamelor plătite, furnizează rezultate care conduc către un anumit potențial furnizor. Acest tip de hipermedia marketizate poate sau nu semnala acest tip de practică, motoare de căutare de tipul google marcând distinctiv aceste tipuri de rezultate, prin eticheta *ad* sau prin plasarea într-un loc diferit al paginii de întoarcere a rezultatelor căutării. Poziționarea comercială se realizează fie în primele sau ultimele link-uri din pagină, fie în partea dreaptă a acesteia, ca o coloană distinctă de link-uri, după cum o arată și fig. 3_8.

Google rochia de mireasă

Web Images Videos News Maps More Search tools

About 1,070,000 results (0.51 seconds)

Rochii De Mireasa - Aliexpress.com
www.aliexpress.com/
 Latest Collections are Available at Cheapest Prices. Buy Now & Save!

Images for rochia de mireasă Report images



More images for rochia de mireasă

Rochii Mireasa Maya Fashion
www.mayafashion.ro/ Translate this page
 Bucura-te de confort, naturalete si relaxare in ziua nuntii! Maya Fashion: un real succes in alegerea rochiei de mireasa!

Lichidari de stoc 50%-70%
www.alice-design.ro/
 Lichidari de stoc rochii de mireasa si rochii seara in luna August.
 Calea Moşilor 100, Bucureşti
 0763 999 950

Promotie Rochii Mireasa
www.athenaphilip.ro/
 50% Discount pentru colectia 2015
 100 de modele Athena Philip in stoc

Rochii mireasa Vera Sposa
www.vera-sposa.ro/rochii-de-mireasa
 Reprezentanta oficiala in Bucuresti
 Modele 2015 colectii internationale

Rochii Mireasa 2015 Vara

Fig. 3_8 Rezultate condiționate comercial

(https://www.google.ro/?gws_rd=cr,ssl&ei=iq7dVfS3H-i7ygO3hKmAACA#q=rochia+de+mireas%C4%83, accesat la 24.08.2015, ora 13:00)

Aceste particularizări ale genericului hipermedia readuc în discuție o problemă a optimizării prin intermediul sistemelor cyber-fizice. Până aici, întreg sistemul de argumente a fost unul de natură restrictivă, punând în discuție doar o jumătate a sistemului de optimizare, componenta cyber. Componenta fizică a sistemului de această dată este materializată prin prezența, cel mai adesea, a unor elemente de citire a unor parametri de funcționare, generic identificați prin senzori, și care, pe baza rezultatelor identificate determină componenta computațională să ia în mod automat deciziile cu rol optimizator.

Deși lipsite de substanțialitate fizică, cele două modele de recuperare a informației în căutare funcționează identic citirilor unor senzori. Citirile lor nu sunt ale mărimilor fizice standardizate, ci sunt citiri ale standardizării relevanței, grupale sau individuale, după cum fiecare orientare din model o presupune. *Mărimile fizice* identificate sunt, așa cum s-a putut observa anterior, popularitatea căutării, istoricul de navigare individual, componenta comercială a informației sau o reuniune a tuturor acestora. Din acest punct de vedere, modelul optimizării prin sistemele cyber-fizice se poate regăsi identic și procesele de e-manufacturing în cele de e-tradiții.

Pe de altă parte, întreg procesul de optimizare realizat prin intermediul formelor de hipermedia se realizează prin intermediul unei alte unelte funcționale specifice mediilor digitale, hyperlink-ul, discutat la rândul său ca element de formare a hipertextului.

3.4.2.3. Hiperlinkul

Dezvoltarea non-liniară pe care o presupune conținutul informațional din mediile digitale și care se materializează în hipertext sau hipermedia nu poate fi prezentată fără elementul constitutiv fundamental reprezentat de hyperlink.

Într-un strat de suprafață hyperlink-ul poate fi privit numai ca un element de legătură între polurile informaționale, fără o semnificare deosebită prin ele înseși. Hiperlinkurile pot reprezenta, la nivel potențial însă, capacitatea intrinsecă a mediilor digitale prin care oricare pol sau nod informațional poate fi legat de un oricare altul dintre acești poli, organizați pe principiile citărilor de tip bibliografic (Ingwersen 1998), într-un alt sistem de organizare decât cea liniară, dezvoltând o logică proprie.

Sistemele de interconectare a informației au fost analizate din perspectiva informației privite drept generare în colaborare (Kenekayoro et al. 2014), din aceea a dublării spațialității fizice prin spațialitatea digitală (Krysztow 2015), a îmbunătățirii aspectului știrilor în jurnalismul online (De Mayer 2012, Steensen 2001) sau a analizei clickstreamurilor (Wu și Ackland 2014).

Pe de altă parte, un discurs cu totul diferit asupra hyperlinkului ca modalitate de organizare a informației *inventate* odată cu interconectarea mediată digital este acela al perspectivei istorice asupra acestui într-un demers de tip comparativ, care neagă noutatea absolută a acestui principiu de organizare (Zimmer 2009). Hiperlinkul și *renvoi-ul* inventat de *Encyclopédie*, în secolul al XVIII-lea, de Diderot și d’Alambert, prin care destinatarul informației

„relinquish their position as passive receivers of pre-organized information, to subvert traditional knowledge structures and hierarchies and to become active and integral participants in the production of knowledge” (2009:96-97).

Ambele forme de organizare, circumscrise unor cadre de prezentare a informației și, în același timp, de înlesnire a cunoașterii, se construiesc în propriile lor logici de consolidare a ceea ce Zimmer identifică drept „trails of thought” (2009:107).

Așadar sensurile nu sunt degajate numai de polii informaționali, ci și de modalitățile particulare prin care aceștia se combină într-o sintaxă specială ordonatoare a mesajului conținut și a semnificației acestuia. Din acest punct de vedere, Dick, Mason et al. (2005:172-173) sunt de părere că o modalitate de interpretare a linkurilor se poate înscrie într-o logică a *retoricii* acestora, în care sensul originar al linkului de *și* sau *apoi* trebuie completat de sensurile complementare în interpretarea acestora drept conectori cu sensurile: *de exemplu, suplimentar* sau *totuși*, reintegrând, s-ar putea afirma, funcționalitatea expozitivă a hyperlinkului, într-o paradigma de tip argumentativ.

O evidențiere mai clară a funcției retorice deținute de hiperlikuri, degajată din analiza literaturii în mediile digitale, este realizată de Nicholas C. Burbules (citată de Dick, Mason et al. 2005:175), care identifică trei tropi ca fiind relevanți în analiza hiperlinkurilor care dezvoltă o funcționalitate metaforică („invite the reader to see one thing as another”), o funcție metonimică („invite the reader to see an association between two things not because of their similarity but through their contiguity – their sharing of relationships in practice”) și, în cele din urmă, o funcționalitate de sinecdocă („often take the form of category inclusion”).

Deși poate mai puțin observabile în procesul coalescent pe care e-tradițiile îl presupun funcțiile identificate anterior pot deține o oarecare pondere în procesul de construcție identitară prin intermediul e-tradițiilor însă dintr-o perspectivă implicată a relaționării polilor informaționali prin intermediul hiperlinkurilor.

Dintre cele trei funcții identificabile, poate că cel mai coerent realizată la nivelul e-tradițiilor este funcția metonimică. Hiperlinkul de tip imagine încărcată de utilizator oferă o posibilitate de asociere de componente identitare pe cât se poate de diverse, alăturare din care pe baza decupajelor subiective ale individului în căutarea de tipare identitare se poate reconstrui o imagine pe care acesta o poate juca social. Contiguitatea fragmentelor identitare, conținute și diseminate de mediul digital devine astfel, prin procesul de identificare metonimică, o epitomă a practicilor culturale din care se realizează selecția în procesul de construcție identitară.

3.4.2.4. Folcsonomiile

Alături de hiperlink, principiul *taggingului* este al doilea element ordonator fundamental la nivelul conținuturilor generate de utilizator în mediul digital conectabil (Yoo et al. 2013:593). Principiul acesta al *taggingului* funcționează fundamental ca factor de delimitarea între web 1.0 și web 2.0, în sensul că dacă în prima vârstă a mediului digital conectat principiul fundamental era acela al directoarelor generatoare de taxonomii, internetul de vârstă a doua presupune *inventarea* *taggingului* generator de folcsonomii, taxonomiile generate de utilizator, care reorientează principiile ordonării (O'Reilly 2005b). Folcsonomiile devin, din punctul de vedere al substituției dintre taxonomia extrinsecă utilizării și aceea internă conținutului prosumerist, canale de accesibilizare a „vocilor alternative” (Cocq 2015:274), prin care utilizatorul generator de conținuturi depășește paradigma simplă a generării și o comută în modelul complex al clasificărilor *ad hoc*.

Totodată, folcsonomiile funcționează nu numai ca element de clasificare a informației, ci mai ales ca principii emice de filtrare și de recomandare a informației generate de utilizator (Cocq 2015:282)

Yoo et al. (2013) identifică două tipuri de folcsonomii rezultate din cercetările anterioare ale principiile taggingului: „folcsonomiile plate” în care

”users are free to attach a tag (or tags) to their web content (e.g. documents, web pages, bookmarks, images, videos) according to their own needs; indeed, no pre-defined tags exist to categorize the content” (2013:594)

opuse structurii „folcsonomiilor structurate”, prin care sunt eliminate ambiguitățile și prin care utilizatorii:

„individually and manually define the meaning of their own tags by linking each tag to a term in a pre-defined hierarchy of vocabularies or to a concept that appears in ontologies” (2013:594).

Cele două modele de folcsonomii sunt însă caracterizate de un set de limitări însă, ceea ce conduce la construirea unui al treilea tip, pe care autorii îl denumesc drept „folcsonomiile structurate construite în colaborare”. Acest model, care capitalizează capacitatea folcsonomiilor structurate de augmentare a semnificativității taggingului și organizarea acestuia în sisteme de structuri ierarhice, aduce în plus posibilitatea utilizării taggingului prin cuvinte sau sintagme care nu fac parte din vocabularul prestabilit, eliminându-se astfel constrângerile din folcsonomia structurată din modelul anterior. Autorii propun și o modelare grafică a arhitecturii noului model de folcsonomie, construite pe principiile apartenenței tagurilor la categorii, prin care semantica acestor taguri devine specifică, utilitatea acestui sistem dovedindu-se în situațiile în care tagurile sunt polisemantice (2013:598).

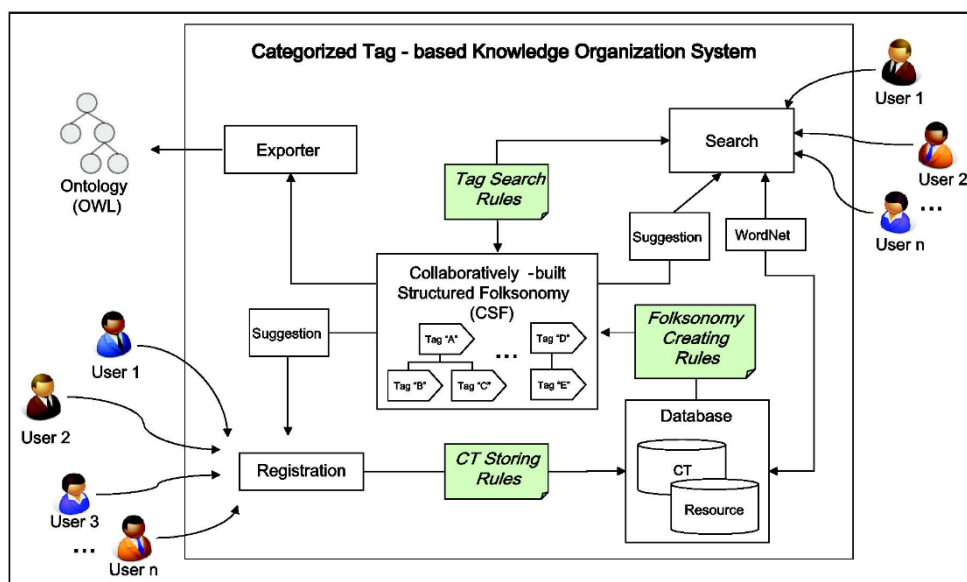


Fig. 3_9 Sistemul folcsonomei structurate construite în colaborare (Yoo, 2013:598)

Detașarea de sistemele prestabilite de tagging din inventarele de cuvinte și sintagme preexistente și includerea ca element de bază al folcsonomiilor structurate construite în colaborare a principiului preferinței individuale asupra elementului utilizat ca tag deschide

discuția, pe de altă parte, asupra raportului dintre preferințele personale și influența comunității (Sen și Reidl 2011:98). Autorii comentează principiul selecției elementului de tagging pe baza principiilor competenței lingvistice individuale și a gradului de familiarizare a utilizatorului cu acest sistem prin care se poate legitima ideea că diferitele vocabulare de tagging pot funcționa ca principiu identitar, separator de situri în care sunt găzduite conținuturi cu valoarea de referent similar.

3.5 E-tradiții între Web 1.0, Web 2.0 și Web 3.0 și *crowdsourcing*

Nu doar transformările de natură tehnică influențează comportamentul cultural (Turkle 1984, 1995, 2011), ci și, poate cu aceeași putere, noile funcționalitățile pe care le încorporează mediul digital. Wu și Ackland (2014:1) identifică cele trei stadii în transformarea structurii și funcționalității internetului din perspectiva modificării rolurilor construite în două dimensiuni de raportare: raportarea la producerea conținuturilor și raportarea la utilizarea sau consumul acestora, care se modifică în evoluția webului. Modificările nu trebuie înțelese ca forme de anulare a unor raporturi existențe și substituția lor prin unele nou formate, ci trebuie privite prin modificările de pondere pe care acestea le dețin în raport cu conținutul informațional. Din acest punct de vedere, dezvoltarea web 2.0 presupune în raport cu varianta precedentă anularea diferențelor dintre webmaster și utilizator din punctul de vedere al conținuturilor produse, de vreme ce web 3.0 se definește ca fiind „more machine readable”. Din perspectivă holistă, web 1.0 este *webul documentelor*, web 2.0, *webul datelor*, iar web 3.0 *webul semnatic*.

Din punctul de vedere al producerii conținuturilor, web 2.0 este spațiul culturii de tip participativ (Beer și Burrow 2010), definite de O'Reilley (2005a) ca fiind:

„Web 2.0 is the network as platform, spanning all connected devices; Web 2.0 applications are those that make the most of the intrinsic advantages of that platform: delivering software as a continually-updated service that gets better the more people use it, consuming and remixing data from multiple sources, including individual users, while providing their own data and services in a form that allows remixing by others, creating network effects through an “architecture of participation”, and going beyond the page metaphor of Web 1.0 to deliver rich user experiences.”

Continuând, O'Reilley (2005b) este de părere însă că, similar multor altor concepte, web 2.0 nu poate fi caracterizat de granițe solid definibile, ci mai degrabă de un nucleu gravitațional și un set principii și practici care normează existența meme-urilor, după cum o poate justifica următoarea modelare grafică.

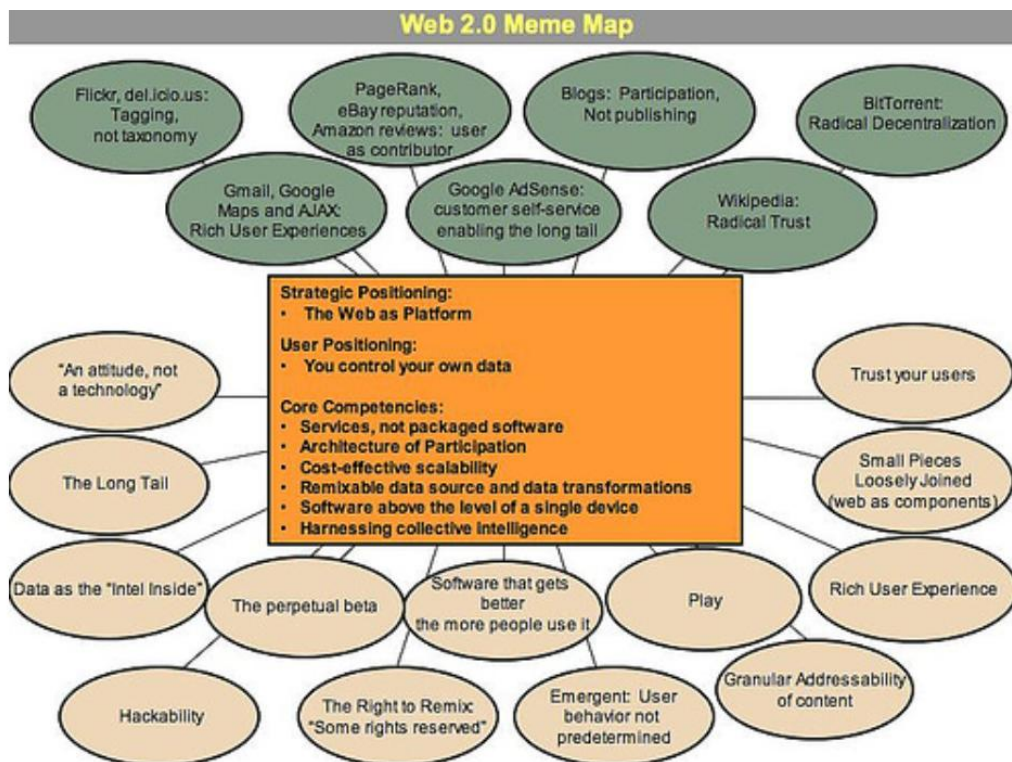


Fig. 3_10 Modelul web 2.0 (O'Reilly 2005b)

Dacă web 2.0 este definit prin conținuturile pe care le generează utilizatorii în sisteme de colaborare în cultura de tip *participative web culture*, atunci acesta nu pot fi analizat fără referire un concept care, din nou, este împrumutat din lumea mediului de afaceri, crowdsourcing.

Definiția conceptului, care, în linii generale, nu suferă mutații semnificative de la momentul primei utilizări a termenului de către Jeff Howe în 2006,

„Crowdsourcing is defined as the act of outsourcing tasks originally performed inside an organization, or assigned externally in form of a business relationship, to an undefinably large, heterogeneous mass of potential actors” (Hammon și Hippner 2012:163).

ridică o serie de aspecte care necesită comentarii din perspectiva posibilității depășirii granițelor mediului de afaceri și posibilității aplicării acestui concept și alor realități decât cele de natură economică, mai precis celor de natură culturală sub forma e-tradițiilor, relevante pentru conținutul acestui studiu.

În primul rând, conceptul de externalizare presupune, într-o înțelegere pe cât se poate de largă, contractarea unui terț pentru prestarea unui serviciu pe care o companie decide să nu îl realizeze cu resursele umane proprii. La o primă privire, tradițiile par total incompatibile cu această modelare pe care o presupune sensul economic al externalizărilor. *Serviciile* pe care le-ar putea presupune tradiția sunt reprezentate de practicile specializate pe care, în interiorul grupului, le pot realiza numai unii dintre membri, *specializați* în anumite roluri. Nimeni din afara grupului respectiv nu deține codurile culturale pentru a putea duce la îndeplinire *misiunile* specifice unuia

sau altuia dintre roluri. Lipsa aceasta a posibilității outsiderului de a performa cultural în interiorul altui grup decât acela din care el însuși face parte este tocmai esența tradiției privite ca element integrator grupal. În al doilea rând, grupurile sunt închise din punctul de vedere al practicilor circumscrise de tradițiile proprii, prin urmare folosirea pentru un rol grupal tradițional a unei persoane din afara grupului devine de neconceput înainte de a se pune problema competenței acestei persoane din punctul de vedere al rolului pe care urmează să îl îndeplinească.

Îl al doilea rând, atribuirea sarcinilor unui grup eterogen, indefinibil de mare, de potențiali actori este incompatibilă cu tradiția însăși prin tocmai negarea caracterului omogen pe care aceasta îl presupune.

Pe de altă parte, dacă se deplasează accentul de pe ideea rolurilor pe ideea conținuturilor, datele problemei nu se modifică în sensul unei posibile întrezăriri a unor punți de legătură, ci se modifică în sensul adâncirii și mai mari a spațiului dintre cele două. Niciun grup exterior grupului în care tradiția este coerentă nu poate deține suficiente informații, coduri sau norme astfel încât să poate suplini rolului tradiției.

Crowdsourcingul mai poate fi interpretat, în termenii obținerii de informații, ca modalitate similară focus grupurilor organizate online (Schweitzer et al. 2015). Deși, în elementele lor fundamentale, cele două funcționează pe principii similare, din punctul de vedere strict al valabilității și eficienței economice a informațiilor colectate, cele două modalități comportă o serie de diferențe. În primul rând, un prim element de contrast este reprezentat de numărul participanților, crowdsourcingul evidențiindu-se printr-o acumulare mult mai amplă de participanți, însă procentul celor care devin activi prin răspunsurile pe care le oferă este net în favoarea focus grupurilor. O chestiune cu un impact semnificativ asupra rezultatelor pentru demersurile de acest tip contextualizate economic este însă istoricul individual al participanților, cunoscut integral în focus grupuri, unde principiul funcționează ca element de includere, dar numai parțial în cazul crowdsourcingului.

Această ultimă distincție poate avea un impact și asupra tratării crowdsourcingului ca modalitate de construcție a tradiției, pe de o parte, și a e-tradiției pe de alta, în ceea ce generic este identificabil în cercetarea etnologică drept raportul dintre anonimat și paternitate. Acest raport este relevant pe cel puțin două paliere: crearea și ființarea actelor culturale și cercetarea acestora.

Pe palierul creației și ființării, problema istoricului individual din crowdsourcing, tradusă în discursul etnologic de analiză a culturilor tradiționale prin problema paternității, trebuie interpretată din perspectiva utilității unei asemenea dimensiuni. Pentru crowdsourcingul orientat economic, identitatea utilizatorului generator de informație este relevantă din punctul de vedere al valabilității informațiilor oferite, de vreme ce însă pentru tradiții și e-tradiții, actul de

legitimare al acestora nu este dependent de identitatea individuală. Informația culturală este *cântărită* din punctul de vedere al validității acesteia la nivelul grupului, așa cum s-a arătat anterior, care reprezintă factorul decident al acceptării sau respingerii. Istoricul individual nu reprezintă nici pe departe un factor determinant în validarea bunurilor culturale astfel obținute. Situați se modifică parțial în cazul e-tradițiilor pentru care factorul validator nu mai este reprezentat de grup, ci de individul care își construiește identitatea prin crowdsourcing. Cum identitatea aceasta rezultată din și în e-tradiții presupune jucarea individuală, iar procesul de construcție este determinat de principiul selecției individuale de această dată, istoricul personal al individului generator de informații poate funcționa ca un factor cu semnificație, din mai multe puncte de vedere. Astfel, în interiorul unui forum, în care utilizatorii sunt identificați, așa cum se arăta anterior, și prin intermediul unor simboluri de statut coagulat online, este posibil, pe de altă parte, neputându-se preciza și cât de probabil, ca o informație provenită de la un utilizator cu grad de senioritate mai mare să fie o informație mai puternic valorizată și, astfel, mai ușor acceptată. Pe de altă parte însă, elementele care construiesc identitatea e-tradițională sunt supuse unui set de constrângeri individuale, posibil și extrinseci asumării și jucării identității, determinate de imposibilitatea acceptării unei forme culturale pe motive de economie a acestora: financiar, contextual (inaccesibilitatea contextului pentru punerea în practică a formei e-tradiționale), grupal (inadecvarea unei forme obținute prin crowdsourcing la nevoile individuale ale jucătorului identitar). Așadar, problema istoricului sursei în crowdsourcing presupune tratamente diferite pe palierele diferite ale tradiționalizării.

De cealaltă parte însă, a cercetării unor forme culturale degajate prin procese de crowdsourcing, istoricul individual deține o pondere semnificativă în procesul de analiză a datelor astfel colectate. Pentru cercetarea formelor de tradiții devenite accesibile prin crowdsourcing istoricul individual este relevant pentru cercetarea etnografică în sens clasic, nu atât de mult pentru analiza autenticității (față de care s-au manifestat rezerve), ci pentru circumscrierea unor anumite practici din perspectiva variabilității acestora. Pentru e-tradiții însă, cercetarea poate fi interesată de istoria individuală numai în măsura în care se încearcă particularizări ale fenomenelor, altfel, acest factor devine un colateral irelevant procesului analitic.

În continuare, o altă problemă care poate apărea din perspectiva utilizării principiilor crowdsourcing în analiza modelărilor tradițiilor, în special, și a e-tradițiilor, într-un sens mai larg, este determinată de utilizarea termenului *crowd* (mulțime), mult prea imprecis pentru a îl putea contextualiza formelor tradiționale, indiferent de tipul acestora. Existența tradițiilor, așa cum s-a putut observa anterior, este condiționată de un grupul structurat coerent, structură pe care o formă asociativă de tipul mulțimii îl respinge, pe fundalul construcției sale pe principiul

diversității extreme. La celălalt pol, se situează e-tradițiile, pentru care legitimarea comunitară, în grupul coerent coagulat, devine ceva mai laxă.

O soluție asupra caracterului relativ destructurat al mulțimii este oferită de Lebraty și Leobre-Lebraty (2013:19-21) care, propun disocierea între conceptul de comunitate și acela de comunitate de practici, aceasta din urmă: „implies a certain homogeneity of ways of attitudes and thinking which tend to reduce the diversity” (2013:20). În același sens, în ciuda diferențelor fundamentale dintre indivizii care se regăsesc în mulțime, un alt factor de coeziune este dat de sentimentul de prezență generală în raport cu spațialitatea, în principal datorat posibilității crowdsourcingului de a reuni persoanele indiferent de locul în care s-ar afla.

În cele din urmă, regândind caracterul eterogen presupus de mulțime și depărtând discursul de contextualizarea economică a acestuia, definiția Hanei Shepherd (2012:11) deschide orizontul aplicării principiilor crowdsourcingului în diverse domenii de interes:

„Crowdsourcing is an innovative way of structuring certain tasks that harnesses the power of many people towards multiple possible ends.”

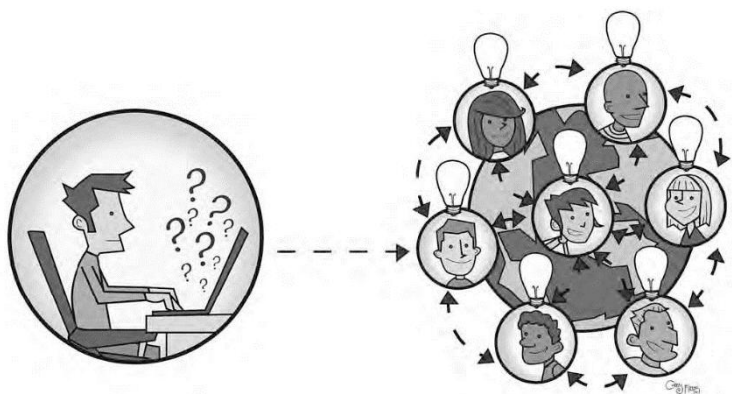


Fig. 3_11 Crowdsourcing (în Shepherd 2013:10)

ceea ce permite și posibilitatea înțelegerii constructului identitar individual drept finalitate a proceselor de crowdsourcing.

Privit însă în detaliile *sourcingului* pe care îl presupune, Lebraty și Leobre-Lebraty identifică posibilitatea particularizării termenului, propunând o serie de mai mulți termeni pentru a realiza o delimitare mai coerentă a domeniului: *crowdjobbing* (compus din sarcini de rutină, variabile și multiple sau, dimpotrivă, sarcini singulare, cu aplicabilitate specifică), *crowdwisdom* (model construit pe căutarea de răspunsuri la întrebările formulate), *crowdfunding* (construite pe principiul colectelor), *crowdauditing* (reprezentat de analiza datelor cu scopul de a identifica probleme sau oportunități), *crowdcontrol* (modelul de asigurare a siguranței persoanelor și bunurilor), *crowdcuration* (clasificarea de date, informații și cunoștințe) și *crowdcare* (protecția și sănătatea indivizilor), cărora li se adaugă *forecasting* (modelul construit pe așteptare), *innovation* (formă prin care se gestionează prin răspunsuri chestiunile legate de probleme tehnice

sau conceptuale) și *authenticity* (modelul prin care o organizație dorește să își înțeleagă propriul mediu), care corespund, într-o lectură de tip integrativ, trăsăturilor pe care crowdsourcingul le poate avea, pentru fiecare dintre acestea autorii propunând un sistem de analiză în patru puncte cheie: ce reprezintă, cum funcționează, care îi sunt limitările și cum i se prevede viitorul conceptual.

E-TRADIȚII ÎN TELECOMUNITĂȚI

Se menționa în capitolul introductiv al acestui studiu că acest text ar trebuie citit integral ca o definiție a e-tradițiilor și că fiecare capitol și subcapitol de până aici reprezintă o comentare a trăsăturilor, a modurilor de constituire a componentelor identității dobândite online și performate offline, a principiilor ordonatoare a conținutului informațional care funcționează ca element constitutiv al identității sau a modurilor de selecție și respingere a informației materie primă. Este acum momentul încercării unei definiții prin care toate cele de mai sus să fie încorporate.

E-tradițiile reprezintă forme de neo-tradiție orizontală, constituite prin procese de crowdsourcing prosumerist optimizat realizate în medii digitale conectate în interiorul unor telecomunități digitale.

Neo-tradițiile erau definibile ca forme construite pe baza sincrono-privirii asupra societății contemporane, prin care individul se legitimează ca aparținător al unui grup în interiorul căruia trăiește. Sincrono-privirea, opusă ca modalitate de raportare retro-privirii, este instrumentul prin care viețuitorul lumilor contemporane este intim legată de tradițiile orizontale. Prin acestea erau identificate acele fapte culturale – practici sau obiecte – cu circulație în prezent. Sincrono-privirea, deopotrivă identificabilă în tradiție și e-tradiții, prezintă în cazul particular al e-tradițiilor o orientare specială asupra rezultatelor proceselor de tip crowdsourcing.

Înțeles în cel mai larg sens drept un proces de adunare organizată de date, mediat de mediile digitale conectate, crowdsourcingul funcționează particularizat în cazul e-tradițiilor. În primul rând, procesul de căutare specific e-tradițiilor se raportează în două moduri particulare la informațiile generate de aceste procese de sourcing, din punctul de vedere al disponibilității informației. Pe de o parte, crowdsourcingul este anterior practicilor de căutare de către utilizator, în sensul că într-un forum, informațiile materie primă pe care un utilizator le poate căuta în vederea autoconstrucției identitare sunt preexistențe căutării realizate de acesta. În al doilea rând, opus acestui model de crowdsourcing neorientat, utilizatorul, care funcționează ca un neofit aflat într-un proces inițiativ al construcției proprii identități, poate genera el însuși un nou proces de adunare de informații, prin metode interogative, într-un tip de crowdsourcing orientat de această dată, similar modelului pe care procesul îl are în mediile business, pe o nevoie punctual manifestată. În același timp, în prima categorie a procesului, se pot găsi, în interiorul mediilor digitale conectate, informații provenite din formele orientate de reclamă. Acest tip particular de crowdsourcing comercial are un impact potențial la nivelul utilizatorului implicat prosumerismului său identitar, în sensul că reclama poate conține trimiteri către un set de obiecte sau practici pe care individul ulterior le poate încorpora în propriul compus identitar.

Dacă se deplasează accentul de pe procesul de adunare a informațiilor prin crowdsourcing pe procesul de orientare în interiorul acestei materii prime, atunci e-tradiția materializată prin construcția identitară performată offline este construită pe principiile regândirii prin asumarea individuală a informațiilor centrale și marginale în constructul identitar. Acest proces de reorientare, delimitat ca trăsătură fundamentală a hipertextelor și folcsonomiilor, este un principiu fundamental în construirea identității individuale în raport cu o identitate a grupului. Regândirea centrului și a marginii în e-tradiții este relevantă de raportul pe care individul din societățile accelerate. Dacă în societatea decelerată, centrul și marginea sunt reglementate grupal, în cele de tip accelerat, reglementarea, deși păstrează ca element constitutiv validarea grupală, principiul individual funcționează mult mai puternic decât cel colectiv.

Problema este însă ceva mai complicată de atât. Construirea identității prin e-tradiții se realizează prin e-tradiție tocmai dintr-o nevoie de integrare într-un grup, resimțindu-se lipsa comunității spațiale din societățile accelerate. Paradoxul fundamental al e-tradiției, care anulează întrucâtva principiile comunității, este tocmai resimțirea unei nevoi a unei forme de stabilitate grupală. Cu alte cuvinte, e-tradiția legitimează, la nivelul unui prim palier al observației, o nevoie de conformare la model, materializată în căutările în materialul furnizat de procesele de crowdsourcing. La un nivel de adâncime însă, dezideratul conformării se traduce în materializare conflictului în raport cu acesta. Cum constructul identitar obținut prin e-tradiție reprezintă însă, prin procesul de selecție a informațiilor și nu de acceptare tacită a acestora ca în cazul tradiției, o înscriere în prosumerism, amprenta individuală, fie ea resimțită și numai la nivelul selecției, o abatere de la norma grupală. Astfel, ceea ce ia naștere ca deziderat al conformării la nivelul e-tradițiilor se manifestă în deformare a modelului și de reformare a acestuia prin supralicitarea componentei individuale. Conformarea de fapt se convertește în detașare în performarea identității în interiorul grupurile construite multi și transcultural. Chiar și în situația retro-privirii, care fundamental se construiește ca retrospectivă asupra tradiției, integrarea în performarea identității rezultate din e-tradiției a elementelor tradiționale funcționează mai repede ca principiu de detașare decât de integrare întrucât aceste elemente sunt pentru grupul contemporan mai mult alteritare decât identitare.

E-tradiția se dezvoltă așadar ca un proces tipic de căutare telecomunitară, construcție și mai apoi performare comunitară a noului construct identitar. Din acest punct de vedere, e-tradiția se opune fundamental tradiției în sensul că aceasta din urmă nu presupune intersectarea mediilor diferite pe linia consolidare și punere în practică a elementelor culturale. Din acest punct de vedere, e-tradițiile sunt intermediale în sensul că procesul integral de formare a acestora începe în online, prin crowdsourcingul, iar performarea este exclusiv offline. Ulterior, prin asumarea

unui nou statut în telecomunitate, constructul identitar performat poate fi reintegrat în mediul online al teelcomunității, într-un nou proces de crowdsourcing.

Așadar e-tradiția se dezvoltă în două elemente complementare cu integrare telecomunitară și offline. Spre deosebire de alte forme de comunicare mediată digital a conținuturilor generate de utilizator, e-tradițiile sunt supuse unei duble intermediarității pe linia online-offline și mai apoi, nu în toate situațiile însă, offline-ul anterior performat reciclat prin crowdsourcing într-un nou proces online.

Intermedialitatea validează acum principiile holarhiilor. Nu doar utilizatorii din mediile telecomunităților sunt holarhici în constituire, ci și informațiile însele permit un tratament similar tocmai prin păstrarea individualității și posibilitățile de integrare multiple.

Se mai afirma anterior că e-tradițiile sunt specifice societăților accelerate, ceea ce legitimează o interpretare a acestora, prin comparație cu procesele de e-manufacturing. Căutarea materiei prime pentru construirea profilului identitar jucat offline, cum se afirma anterior, necesită, pe fundalul cronofagiei incompatibile cu societățile accelerate, apariția unor procese de optimizare a căutării, identificate la nivelul interfețelor.

Un singur element al acestora necesită o comentare suplimentară aici, în acest rezumat al e-tradiției, folclsonomiile. Se identificau anterior, în procesele de tagging utilizările fie ale vocabularelor prestabilite, fie ale celor utilizate *ad hoc*. Extinzând acum procesul de crowdsourcing de la nivelul forumurilor la nivelul general al mediului digital, rețele sociale sau de microblogging, *hashtagul* nu comportă numai o semnificație din punctul de vedere al posibilității clasificării, ci și din acela al sensului. Cuvântul cheie care etichetează informația multimedia reprezintă o alegere subiectivă și, astfel, funcționează în același timp ca un interpretant al informației încărcate. El semnalizează și nu doar o semnalizează.

În cele din urmă, e-tradițiile pot fi interpretate și numai în componenta online a acestora, delimitându-se astfel de intermedialitate. În raport cu prosumerimul informațional, utilizatorul devine parte a unor practici culturale materializabile numai în mediile digitale conectate. Un prim exemplu a fost deja prezentat și comentat anterior atunci când s-a adus în discuției construirea statutului. Un al doilea exemplu, mai puțin vizibil, ține de reintroducerea în mediul telecomunității elemente din performarea offline. Se au în vedere aici imaginile, fotografice sau video, realizate în timpul nunții, indiferent de conținutul acestora.

Într-un strat de suprafață, acest proces poate fi interpretat în cheia anterioară, ca element de crowdsourcing reintrodus în circuitul de e-manufacturing ca materie primă identitară, întrucâtva similar tratamentului dialecticii dintre tradiției și inovație, cum aceasta a fost prezentată anterior în grila lecturii comunităților tradiționale.

Pe de altă parte însă aceste încărcări succesive pot fi interpretate într-un alt tip dialog cu o semnificație mai puțin evidentă sau poate chiar involuntară din punctul de vedere al utilizatorului care încarcă astfel de imagini. Aceste practici pot fi integrate, fără îndoială, resemantizat, într-un sistem economic de schimb de daruri specific potlatch-ului, prin care se păstrează totuși formele de afirmare și consolidare, din nou a statului, de această dată dinspre offline. Offline-ul devine acum sursa din care performarea identitară convertită în instantanee migrează către online unde se înscrie într-o competiție, subsidiară și mai mult tacită decât afirmată, de construire a staturilor.

În sens original, potlatch-ul presupunea schimbul de daruri ca formă de consolidare sau de destructurare a autorității. În sensul acesta resemantizat, dezgolit de semantica autorității, schimbul funcționează ca negociere a statului prin acceptarea grupală și ranking conversațional.

*

* *

În final, se resimte nevoia reafirmării precauțiilor semnalate de capitolul introductiv, însă, poate și mai puternic, formularea unei noi precauții. Textul acesta trebuie citit din perspectiva primei aplicări a acestui sistem de modelare a tradițiilor în mediile digitale conectate. El reprezintă o lectură posibilă al cărei punct central trebuie căutat cu precădere în decuparea referentului.

BIBLIOGRAFIE

Anderson, Benedict (1991 [1983]), *Imagined Communities. Reflections on the Spread of Nationalism*, Verso, London, New York.

Angelescu, Silviu (1999), *Mitul și literatura*, Ed. Univers, București.

Annunziata, Marco (2013), *Welcome to the Age of Industrial Internet*, conferință TED, disponibilă la: http://www.ted.com/talks/marco_annunziata_welcome_to_the_age_of_the_industrial_internet, accesată la 25.08.2015, ora 10.

Atkinson, Paul și Hammersley, Martyn (2007[1985]), *Ethnography. Principles in practice*, 3rd edition, Routledge, London and New York.

Atkinson, Tom (2010), „Virtual Worlds” în Hirumi, Atsui (ed.), *Playing Games in School. Video Games and simulations for Primary and Secondary Education*, International Society for Technology in Education, Eugene Oregon, Washington DC, pp. 381-408.

Barnard, Aland și Spencer, Jonathan (2012) *The Routledge Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*, Ediția a 2-a, Routledge, New York.

Bauman, Zygmund (2006 [2000]), *Liquid Modernity*, Polity, Cambridge.

Baudrillard, Jean (2002), *Screened Out*, trad. de Chris Turner, Verso, London, New York.

Beer, David și Burrows, David (2010), „Consumption, Prosumption and Participatory Web Cultures. An Introduction” în *Journal of Consumer Culture*, Vol. 10, Nr. 1, pp. 3-12.

Bendix, Regina (1997), *In search of Authenticity. The formation of folklore Studies*, The University of Wisconsin Press, Madison, Wisconsin.

*Benkler, Y. (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale University Press, New Haven.

Biocca, Frank și Levy, Mark R. (ed.) (1995), *Communication in the Age of Virtual Reality*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, Hove.

*Bird, S.E. (2011), „Are we all producers now?” în *Cultural Studies*, Vol. 20, pp. 502–516.c

Blackshaw, Tony (2010), *Key Concepts in Community Studies*, Sage, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC.

Boellstorff, Tom (2008), *Coming of Age in Second Life. An Anthropologist Explores the Virtually Human*, Princeton University Press, Princeton and Oxford.

Boellstorff, Tom, Nardi, Bonnie et al. (2012), *Ethnography and Virtual Worlds. A Handbook of Method*, Princeton University Press, Princeton, NJ.

Boellstorff, Tom (2012) „Rethinking digital anthropology” în *Digital Anthropology*, Heather A. Horst și Daniel Miller (editori), Berg, London, New York, pp. 39-60.

Bolter, Jay David (2009 [2001]), *Writing Space: Computer, Hypertext, and the Remediation of Print*, Tylor & Francis E-Library.

Bonte, Pierre și Izard, Michel (coord.) (2007), *Dicționar de etnologie și antropologie*, trad. de Smaranda Vultur și Radu Răutu (coord.), Ed. a II-a, Polirom, Iași

Bromberg, Heather (1996), „Are MUDs communities? Identity, belonging and consciousness” în Robert Shields (ed.) *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies*, Sage, London, pp. 143-152.

Bronner, Simon J. (2000a), „The Meanings of Tradition: An Introduction” *Western Folklore*, Vo, 59, Nr. 2, pp. 87-104.

Bronner, Simon J. (2000b), „The American Concept of Tradition: Folklore in the Discourse of Traditional Value” în *Western Folklore*, Vol. 59, Nr. 2, pp. 143-170.

*Bruns, A. (2005) *Gatewatching: Collaborative Online News Production*, New York Peter Lang, New York.

*Bruns, A. (2008) *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond: From Production to Produsage*, Peter Lang, New York.

Bruns, Axel (2013), „From Prsumption to Produsage” în Towse, Ruth și Hanke, Christian (ed.) *Handbook on the Digital Creative Economy*, Edward Elgar, Cheltenham, pp. 67-78, capitol consultat în varianta disponibilă online la <http://snurb.info/files/2014/From%20Prosumption%20to%20Produsage.pdf>, 25.08.2015, ora 14:30.

Bruns, Axel (2014), „Beyond the Producer/Consumer Divide: Key Principles of Produsage and Opportunities for Innovation” în Michael A. Peters, Tina Basley et al. (ed.), *The New Development Paradigm: Education, Knowledge Economy, and Digital Futures*, Peter Lang, New York, capitol consultat în varianta disponibilă online la <http://snurb.info/files/2014/Beyond%20the%20Producer-Consumer%20Divide.pdf>, 25.08.2015, ora 14:30.

Bukingham, Davis și Willet, Rebekah (ed.) (2009), *Video Cultures Media Technology and Everyday Creativity*, Palgrave MacMillan, New York.

Burnett, Robert și Marshall, David P. (2003), *Web Theory: An Introduction*, Routledge, London.

Castells, Manuel (2001), *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*, Oxford university Press, Oxford.

Campbell, Colin (2005), „The Craft Consumer Culture, craft and consumption in a postmodern society” în *Journal of Consumer Culture*, Vol. 5, Nr. 1, pp. 23-42.

- Cavanaugh, Allison (2007), *Sociology in the Age of Internet*, Open University Press, MacGraw Hill, Maidenhead.
- Cheng, Kai și Bateman, Richard J. (2008), „e-Manufacturing: Characteristics, applications and potential” în *Progress in Natural Science*, Vol. 18, Nr. 11, pp. 1323-1328, disponibil online la: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1002007108002864>, accesat 25.08.2015, ora. 9:25
- Clifford, James (1986), „Introduction: Partial Truths” în Clifford, James și Marcus, George S. (ed.), *Writing Culture: The poetics and Politics of Ethnography*, University of California Press, Berkley, Los Angeles, London, pp. 1-26.
- Cocq, Copp  lie (2015), „Indigenous Voices on the Web: Folksonomies and the Endangered Language” în *Journal of American Folklore*, Vol. 128 (509), pp. 273-285.
- Collins, Steve (2010), „Digital Fair. Prosumption and the fair use defence” în *Journal of Consumer Culture*, Vol. 10, Nr. 1, pp. 37-55.
- Connerton, Paul (2011), *The Spirit of Mourning. History, Memory and the Body*, Cambridge University Press, Cambridge.
- *Cova, B., Dalli, D. și Zwick, D. (2011) „Critical perspectives on consumers’ role as “producers:” Broadening the debate on value co-creation in marketing processes” în *Marketing Theory*, Vol. 11, pp. 231–241.
- Crystal, David (2001), *Language and the Internet*, Cambridge University Press.
- Crystal, David (2005), *Txting. The gr8 db8*, Oxford University Press, Oxford.
- Curtis, Pavel (1992), „Mudding: Social Phenomena in Text-Based Virtual Realities” în Kiesler, Sara (ed.) *Culture of the Internet*, Laurence Erlbaum Associates, Mahwah, New Jersey.
- Danet, Brenda (2001), *Cyberpl@ay: Communicating Online*, Berg, Oxford.
- Danet, Brenda și Herring, Susan C. (2007), *The Multilingual Internet: Language, Culture, and Communication Online*, Oxford University Press.
- Delanty, Gerard (2010), *Community*, Second Edition, Routledge, London and New York.
- De Mayer, Juliette (2012), „The Journalistic Hyperlink. Prescriptive discourses about linking in online news” în *Journalism Practice*, Vol. 6, Nr. 5-6, pp. 692-701.
- Dicks, Bella, Mason, Bruce et al. (2005), *Qualitative Research and Hypermedia: Ethnography for the Digital Age*. SAGE, London Thousand Oaks, New Delhi
- Doherty, Skye (2014), „Hypertext and Journalism” în *Digital Journalism*, Vol 2, Nr. 2, pp. 124-139.
- Dusi, Davide (2015), „Digital Environments and the Fading of the Production-consumption Dichotomy: Prosumption as Comprehensive Approach” în *Innovative Issues and Approaches in Social Science*, Vol. 8, Nr. 1, pp. 77-94.

- Feenberg, Andrew și Bakardjieva, Maria (2004), „Virtual community: no `killer implication`” în *New Media & Society*, vol. 6, Nr. 1, pp. 37-43.
- Filip, F. G. (1995) „Towards more humanised real time decision support systems” în Camarinha-Matos, Luis și Afsarmanesh, Hamideh (ed.) *Balanced Automation systems. Arhitecture and Desing Methods*, Chapman&Hall, London, glasgow, Weinhein, New York, tokyo, Melbourne, Madras, pp. 230-237.
- Filip, Florin Gheorghe, Ciurea, Cristian et al. (2015), „Cultural heritage and modern information and communication technologies” în *Technological and Economical Development of Economy*, Vol. 21, Nr. 3, pp. 441-453.
- Fuchs, Christian (2011), „Web 2.0, Prosumption, and Surveillance” în *Surveillance & Society*, Vol. 8, Nr. 3, pp. 288-309.
- Fuchs, Christian (2014), „Digital presumption labour on social media in the context of the capitalism regime of time”, în *Time and Society*, Vol 23, Nr. 1, pp. 97-123.
- Garrison, Anthony și Remley, Dirk (2011), „Conventional Faces: Emoticons in Instant Messaging Discourse” în *Computers and Composition*, Vol. 28, p. 112-125.
- Gerlitz, Carolin și Helmond Ana (2013), „The like economy: Social buttons and the data-intensive web” în *New Media & Society*, Vol. 15, Nr. 8, pp. 1348-1365.
- Golub, Alex (2014), „The anthropology of Virtual Worlds: World of Warcraft” în *Reviews in Anthropology*, Vol. 43, Nr. 2, pp. 135-149.
- Gu, Ning și Maher, Mary Lou (2014) *Designing Adaptive Virtual Worlds*, De Gryuter Open, Wasaw, Berlin.
- Guthrie, Kathy L, Phelps Kirstin, Downey, Steve (2011), „Virtual Words: a Development Tool for Leadership Education” în *Journal of Leadership Studies*, Vol. 5, Nr. 2, pp. 6-13.
- James, Nalita și Busher, Hugh (2006), „Credibility, authenticity and voice: dilemmas in online interviewing” în *Qualitative Research*, vol. 6, nr. 3, pp. 403-420.
- Jegathesan, Jegatheva Jay Jay (2014), „Pilot Study: Breaking the Virtual Boundary and Forging Communities of Practice through Virtual Worlds” în *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol 4, Nr. 2, pp. 122-127.
- Hakken, David (1999), *Cyborgs@cyberspace? An Ethnographer Looks to the Future*, Routledge, New York, London.
- Hakken, David (2003), *The Knowledge Landscapes of Cyberspace*, Routledge, New York & London.
- Hammon, Larissa și Hippner, Hajo (2012), „Crowdsourcing” în *Business & Information Systems engineering*, Vol. 4, Nr. 3, pp. 163-166.

- Hewson, Claire, Yule, Peter et al. (2003) *Internet Research Methods: A Practical Guide for Social and Behavioural Sciences*, Sage, London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Hillis, Ken (1999), *Digital Sensation. Space, Identity, and Embodiment in Virtual Reality*, University of Minnesota Press, Minneapolis, London.
- Hillis, Ken (2009) *Online a Lot of the Time: Ritual, Fetish, Sign*, Duke University Press
- Hine, Christine (2000), *Virtual Ethnography*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Hine, Christine (2005), „Virtual Methods and the Sociology of Cyber-Social-Scientific Knowledge” în Hine, Christine (ed.), *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*, Berg, Oxford, New York, pp. 1-16.
- Hobsbawn, Eric (2000 [1983]), „Introduction: Inventing Tradition” în *The Invention of Tradition*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 1-14.
- Howe, Jeff (2006), „The Rise of Crowdsourcing” în *Wired*, Vol. 14, Nr. 6, pp. 134-145, disponibil și online la http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html?pg=1&topic=crowds&topic_set
- *Howe, J. (2009), *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*, Crown Business, New York.
- Horst, Heather A și Miller, Daniel (2006), *The Cell Phone. An Anthropology of Communication*, Berg, Oxford, New York.
- Ingwersen, Peter (1998), „The calculation of Web impact factors” în *Journal of Documentation*, Vol. 54, Nr. 2, pp. 236-243.
- Kao, Hung-An, Jin Wenjing et al. (2015), „A Cyber Physical Interface for Automation Systems – Methodology and Examples” în *Machines*, Nr. 3, pp. 93-106, disponibil online la <http://www.researchgate.net/publication/277918242>, accesat la 20.08.2015, ora 17:45.
- Kenekayoro, Patrick et al. (2014), „Hyperlinks as inter-university collaboration indicators” în *Journal of Information Science*, Vol. 40, Nr. 4, pp. 514-522.
- Koç, Muammer et al. (2014), *Introduction to e-Manufacturing*, disponibil online la http://www.researchgate.net/profile/Jay_Lee10/publication/238973352_Introduction_to_e-Manufacturing/links/0046352e1307764f43000000.pdf, accesat la 25.08.2015, ora 14
- Kozinets, Robert V. (2010), *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*, Sage, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC.
- Krysztuf, Janc (2015), „Geography of Hyperlinks – Spatial Dimensions of Local Government Websites” în *European Planning Studies*, Vol. 23, Nr. 5, pp. 1019-1037.
- *Leadbetter, C și Miller P. (2004) *The Pro-Am Revolution*, Demos, London.

- Lebraty, Jean-Frabrice și Lobre-Lebraty, Katia (2013), *Crowdsourcing. One Step Beyond*, ISTE, London, John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey.
- Madden, Raymond (2010), *Being Ethnographic: A Guide to Theory and Practice of Ethnography*, Sage, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC.
- Manotvani, Giuseppe (1994), „Is computer-mediated communication intrinsically apt to enhance democracy in organisations?” în *Human relations*, Vol. 47, Nr. 1, pp. 45-62.
- Mella, Piero (2009), *The Holonic Revolution: Holons, Holarchies and Holonic Networks. The Ghost in the Production Machine*, Pavia University Press, Pavia
- Merlan, Francesca (2006), „Beyond Tradition” în *The Asia Pacific Journal of Anthropology*, Vol. 7, Nr. 1, pp. 85-104.
- Miller, Daniel (1986), *Material Culture and Mass Consumption*, Blackwell, Oxford.
- Miller, Daniel (ed.) (1998), *Material Cultures. Why Some Things Matter*, University of Chicago Press
- Murray, Janet Horowitz (1998), *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, MIT Press, Cambridge, Massachusett.
- Murthy, Dhiraj (2008), „Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research” în *Sociology*, Vol. 42, Nr. 5, pp. 837-855.
- Nelson, T.H. (1965), „A File Structure for the Complex, the changing and the Indeterminate” în Winter, Lewis (ed.), *Proceedings of ACM 20th National Conference*, New York, pp. 84-100.
- Niederer, Sabine și van Dijck, José (2010), „Wisdom of the crowd or technical content? Wikipedia as sociotechnical system” în *New Media & Society*, vol. 12, nr. 8, pp. 1368-1387.
- Nora, Pierre (1989), „Between Memory and History: Les Lieux de Mèmoire” în *Representations*, Nr. 29, Special Issue: Memory and Counter-Memory, pp. 7-24.
- Noruzi, Alireza (2004), „Introduction to Webology” în *Webology*, Vol. 1, Nr. 1, accesibil online la <http://www.webology.org/2004/v1n1/a1.html>, consultat la 13.08.2015, 8.30
- Noyes, Dorothy (2009), „Tradition: Three Traditions” în *Journal of Folklore Research*, Vol. 46, Nr. 3, p. 233-268.
- Oostendrop van, Herre și Aggarwal, Sonal (2015), „Modeling and Supporting Web-Navigation” în *Journal of Interaction Science*, Vol. 3:3, disponibil la <http://www.journalofinteractionscience.com/content/pdf/s40166-015-0008-9.pdf>, accesat la 25.08.2015, ora 10.00.
- O’Neil, Mathieu (2009), *Cyberchief: Autonomy and Authority in Online Tribes*, Pluto Press, New York.
- O’Reilly, Tim (2005a), „Web 2.0: Compact definition?” disponibil online la <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html>, accesat 20.08.2015, ora 08.20.

O'Reilly, Tim (2005b), „What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation Software”, disponibil online la adresa: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>, accesat 20.08.2015, ora 08.20

Oring, Elliott (2003), „Thinking through Tradition” în Blank, Trevor J. și Howard, Robert Glenn (ed.) *Tradition in the Twenty-first Century: Locating roles of The Past in the Present*, Utah State University Press, Logan.

Otto, Ton și Pedersen, Poul (2006), „Disentagling Traditions Culture Agency and Power” în Otto, Ton și Pedersen, Poul (ed.), *Tradition and Agency. Tracing cultural continuity and invention*, Aarhus University Press, Aarhus, pp. 11-50.

Pannicke, Danny și Zarnekow, Rüdiger (2009), „Virtual Worlds” în *Business and Information System engineering*, Vol. 1, Nr. 2, pp. 6-13.

Papachrissi, Zizi (ed.) (2011), *A networked Self: Identity, culture, and Community on Social Network Sites*, Routledge, New York and London.

Pink, Sarah (2004), „Visual methods” în *Qualitative Research Practice*, Clive Seale, Giampietro Gobo, Jaber F. Gubrium, David Silverman (editori), Sage, London, pp. 361-376.

Plant, Byron King (2008), „Secret, Powerful, and the Stuff of Legends: Revisiting Theories of Invented Tradition” în *The Canadian Journal of Native Studies*, Vol. 28, Nr. 1, pp. 175-194.

Pop, Mihai și Ruxăndoiu, Pavel (1978), *Folclor Literar românesc*, Editura Didactică și Pedagogică, București

Pope, James (2006), „A Future for Hypertext Fiction” în *Convergence*, Vol. 12, Nr. 4, pp. 447-465.

Poynter, Ray (2010), *The Handbook of Online and Social Media Research: Tools and Tehcniques for Market Reasearch*, Wiley.

*Prahalad, C.K. and Ramaswamy, V. (2004) *The Future of Competition: Co-Creating Unique Value With Customers*, Harvard Business School Press, Cambridge, Massachusetts.

Prensky, Marc (2001) „Digital Natives, Digital Immigrants Part 1”, în *On the Horizon*, vol. 9, Nr. 5, 2001, p. 1, 3-5.

Provine et al. (2007), „Emotional Expression Online: Emoticon Punctuate Website Text Message” în *Journal of Language and Social Psychology*, Vol. 26, Nr. 3, p. 299-307.

Recuber, Timothy (2012), „The Prosumption of Commemoration: Disasters, Digital Memory banks, and online collective Memory” în *American Behavioral Scientist*, Vol. 56, Nr. 4, pp. 531-549

Rheingold, Howard (1993), *Virtual Communities. Homesteading on the electronic Frotier*, Summit books, New York, disponibilă online la <http://www.rheingold.com/vc/book/>.

- *Ritzer, George (1993) *The MacDonaldisation of Society*, Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- Ritzer, George (2014), „Prosumption: Evolution, revolution, or return to the same?” în *Journal of Consumer Culture*, Vol. 14, Nr. 1, pp. 3-24.
- Ritzer, George (2015), „The ‘New’ World of Prosumption: Evolution, ‘Return to the Same’, or Revolution” în *Sociological Forum*, Vol. 30, Nr. 1, pp. 1-17.
- Rogers, Richard (2008), *The End of the Virtual – Digital Methods*, text prepared for the Inaugural Speech, Chair, New Media & Digital Culture, University of Amsterdam, 8 May 2008, disponibil online at http://www.govcom.org/rogers_oratie.pdf, accesat pe 20 iulie 2015, 8:45.
- Ruotsalainen, Juho și Heinonen, Sirkka (2015), „Media ecology and the future ecosystemic society” în *European Journal of Future Research*, Vol. 3, Nr. 1, pp. 1-10.
- Sava, Eleonora (2011), „Digital Etnography” în *Revista Română de Jurnalism și Comunicare*, Anul VI, Nr. 3, pp. 52-56.
- da Silva, Francisco (2012), „Tradition without End” în Bendix, Regina și Hasan-Rokem, Galit (ed.), *A Companion to Folklore*, Wiley-Blackwell, Malden, Oxford, Chichester, pp. 40-54.
- Schweitzer, Fiona Maria, Buchinger, Walter et al. (2015) „Crowdsourcing. Leverage Innovation through Online Idea Competitions” în *Research-Technology Management*, Vol. 55, Nr. 3, pp. 32-38.
- Sen, Shilad și Reidl, John (2011), „Folksonomy Formation” în *Computer*, Vol. 44, Nr. 5, pp. 97-101.
- Shepherd, Hana (2012), „Crowdsourcing” în *Contexts*, vol. 11, Nr. 2, pp. 10-11.
- Shumar, Wesley și Madison, Nora (2013), „Ethnography in a virtual world” în *Ethnography and Education*, Vol. 8, Nr. 2, pp. 255-272.
- Solway, David (2011). „On Hypertext, or back to Landau” în *Academic Questions*, Vol. 24, Nr. 3, pp. 341-350.
- Steensen, Steen (2011), „Online Journalism and the promise of new technology”, în *Journalism Studies*, Vol. 12, Nr. 3, pp. 311-327.
- Stone, Allcuquére Rosanne (1991), „Will the Real Body Please Stand Up?” în Benedikt, Michael (ed.) *Cyberspace: First Steps*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, pp. 81-118
- Stoicescu, Adrian (2007), „Textul oral între textualism și contextualism” în Fruntelată, Ioana, Stoicescu, Adrian și Zane, Rodica (ed.) *Centenar Mihai Pop 1907-2007. Studii și Evocări*, Editura Universității din București, 2007, pp. 207-218.
- Strate, Lance (1999), „The Varieties of Cyberspace: Problems in Defining and Delimitations”, în *Western Journal of Communication*, vol. 63, Nr. 3, pp. 382-412.

- Stoicescu, Adrian (2015), „Homo Digitalis – in Search of a Patterned Usage Identity” în *Informatică economică*, Vol. 19, Nr. 3, pp. 68-79.
- Știucă, Narcisa (2007), *Cercetarea etnologică de teren, astăzi*, Editura Universității din București.
- *Tapscott D. și Williams A.D. (2006), *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*, Portfolio, New York.
- Trumbour, Robert C. (2007), „Rituals, Invented Traditions, and Shifting of Power. The Role of Communication in the History of Stadium Construction” în *Journal of communication Inquiry*, Vol. 31, Nr. 4, pp. 310-330.
- Turkle, Sherry (2005 [1984]), *The Second Self> Computer and the Human Spirit*, Twentieth Anniversary Edition, The MIT Press, Cambridge Massachusetts, London, England.
- Turkle, Sherry (1997 [1995]), *Life on Sccreen: Identity in the Age of Internet*, Touchstone, New York.
- Turkle, Sherry (2011), *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, Basic Books, New York.
- Underberg, Natalie M și Zorn, Elayne (2013), *Anthropology, Narrative, and New Media*, University of Texas Press, Austin.
- *Vargo, S.L. și Lusch, R.F. (2004) „Evolving to a new logic for marketing” în *Journal of Marketing*, Vol 68, pp. 1–17.
- Verl, Alexander et al. (2012), „Glocalised cyber physical production systems” în *Production Engineering. Research and Development*, Vol. 6, Nr. 6, pp. 643-649.
- *Watson, M. și Shove, E. (2008) „Product, competence, project and practice: DIY and the dynamics of craft consumption” în *Journal of Consumer Culture* Vol. 8, Nr. 1, pp. 69–89.
- Wegner-Trayner, Etienne, și Wegner-Trayner, Beverly (2015), *Communities of practice a brief introduction*, disponibil online la <http://wenger-trayner.com/wp-content/uploads/2015/04/07-Brief-introduction-to-communities-of-practice.pdf>, accesat la 18.10.2014, ora 16.00
- White, M. L. (2009), „Ethnography 2.0: writing with digital video” în *Ethnography and Education*, Vol. 4, Nr. 3, pp. 389-314
- Williams, Raymond (1983 [1976]) *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*, Oxford University Press, NY.
- Wilson, Samuel M. și Petersom, Leighton C. (2002), „The Anthropology of Online Communities” în *Annual Review of Anthropology*, Vol. 31, pp. 449-467.
- Wu, Lingfer și Ackland, Robert (2014), „How Web 1.0 fails: the mismatch between hyperlinks and click streams” în *Social Network analysis and Mining*, Vol. 4, Nr. 1, pp. 1-10.

Yadgar, Yaacov (2013), „Tradition” în *Human Studies*, Vol. 39, Nr. 4, pp. 451-470.

Yoo, Donghee et al. (2013), „Building and evaluating collaboratively built structured folksonomies” în *Journal of Information Science*, Vol. 39, Nr. 5, pp. 593-607.

Zajc, Melita (2015), „Social media, presumption, and dispositives: New mechanism of the construction of subjectivity” în *Journal of Consumer Culture*, Vol. 15, Nr. 1, pp. 28-47.

Zheng, Hangsheng (2012), „On Modernity's Changes to `Tradition`: A Sociological Perspective” în *History and Theory*, Vol. 51, Nr. 4, pp. 105-113.

Zimmer, Michael (2009), „*Renvois* of the past, present and future: hyperlinks and the structuring of knowledge from *Encyclopédie* to web 2.0” în *New Media & Society*, Vol. 11, Nr. 1&2, pp. 95-114.

*Zwick, D. și Knott, J.D. (2009) „Manufacturing customers: The database as new means of production” în *Journal of Consumer Culture* Vol. 9 pp. 221–247.

* aceste titluri fac trimerile către conceptele cheie din clasificarea Ritzer (2015), indicate ca sursă de autor pentru diferitele etape ale evoluției teoriei prosumersimului și neconsultate ca sursă primară a acestei lucrări.