

FACEBOOK,
MIȘCĂRI SOCIALE
ȘI CONSTRUCȚIA UNUI
SPAȚIU PUBLIC ALTERNATIV

CĂTĂLINA GRIGORAȘI

Tehnoredactor: OLGA MACHIN

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin Editurii COMUNICARE.RO.

Editura COMUNICARE.RO este departament în cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative, Facultatea de Comunicare și Relații Publice.

Editura COMUNICARE.RO

SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice

Str. Povernei, nr. 6, sector 1

010643 București

România

Tel.: 021.310.07.18

www.edituracomunicare.ro

E-mail: editura@comunicare.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

GRIGORAȘI, CĂTĂLINA

Facebook, mișcări sociale și construcția unui spațiu public alternativ /

Grigorași Cătălina. – București: Comunicare.ro, 2017

Conține bibliografie

ISBN 978-973-711-562-1

Cuprins

Mulțumiri speciale / 9

Introducere / 11

PARTE ÎNTÂI. Facebook: câmp de luptă pentru activiști

I. Sfera publică și *contrapublicuri* în mediul virtual / 19

1.1. Spațiul public / 19

1.1.1. Spațiul public burghez / 20

1.1.2. Solidaritate și reciprocitate / 26

1.2. Direcții critic-reflexive / 29

1.2.1. Discursul ca formă de putere / 29

1.2.2. Democrația deliberativă ca model normativ / 31

1.2.3. Accesul la spațiul public / 33

1.2.4. Rețele sociale online și formarea opiniei publice / 33

1.3. *Contrapublicurile* / 35

1.3.1. Spațiul public proletar / 37

1.3.2. Rolul emoțiilor și al comunicării afective / 39

*1.3.3. *Publicurile* marginalizate / 40*

1.3.4. Mass-media tradiționale și media alternative / 42

1.4. Concluzii / 47

II. Mișcările sociale și activismul civic *online* / 49

2.1. Conceptul de mișcare socială / 49

2.1.1. Despre conflict și schimbări sociale / 49

2.1.2. Noi teorii legate de mișcările sociale / 53

2.2. Teorii despre activismul civic *online* / 56

2.2.1. Activismul cultural, social și politic / 56

2.2.2. Mobilizare și coeziune / 58

2.3. Repertoriul acțiunilor de protest *online* / 63

2.4. Modele de mișcări sociale / 71

2.4.1. Zapatista / 72

2.4.2. Primăvara arabă / 73

2.4.3. 15-M sau Indignados / 74

2.5. Cercetări actuale despre activismul civic *online* / 76

2.6. Concluzii / 80

III. Rețele sociale online și identități virtuale / 83

3.1. Despre rețeaua socială online / 83

3.2. Formarea publicurilor prin intermediul Facebook / 86

3.2.1. *Spațiul privat și intimitatea* / 87

3.2.2. *Status online* / 88

3.2.3. *Status în online, identități virtuale și contestarea normelor sociale* / 90

3.3. Facebook și construcția identităților virtuale / 91

3.4. Concluzii / 98

PARTEA A DOUA: Construcția unui spațiu public alternativ prin intermediul Facebook

I. Facebook, analizat ca dispozitiv socio-comunicațional / 103

1.1. Sintetizarea demersului de cercetare / 103

1.2. Despre dispozitiv / 105

1.3. Corpusul investigației / 114

1.4. Instrumentul de cercetare / 119

1.5. Limitele *designului* metodologic / 122

II. Spațiul deliberativ construit prin intermediul paginii

Piața Universității / 125

2.1. Istoricitatea paginii / 125

2.2. Repertoriul de protest și construcția identităților virtuale / 130

2.2.1. *Evoluția revendicărilor protestatarilor* / 140

2.3. O tipologie a utilizatorilor paginii / 143

2.4. Scena vizuală / 146

2.4.1. *Coperta – o strategie specifică* / 146

2.4.2. *Secțiunile și funcționalitatea paginii* / 147

2.5. Practici de dezbatere / 148

2.6. Reprezentări despre protestatari / 154

2.7. Concluzii / 156

III. Identități virtuale formate prin pagina *Roșia Montană in UNESCO World Heritage* / 159

3.1. Evoluția rețelei de activiști / 159

3.2. Imagini generate despre protestatari / 161

- 3.3. Identități fluide și lipsa cadrajului ideologic / 167
- 3.4. Elementele vizuale și efectele generate / 168
 - 3.4.1. *Coperta: diversitate, solidaritate, rezistență* / 168
 - 3.4.2. *Construcția vizuală a paginii* / 170
- 3.5. Interacțiune și acțiuni de mobilizare / 170
 - 3.5.1. *Acces, control și relații de putere* / 172
 - 3.5.2. *Construirea responsabilității colective* / 173
- 3.6. Identități discursive și strategii de legitimare / 176
- 3.7. Concluzii / 178

VI. Concluzii finale ale cercetării / 183

Bibliografie / 193

I. Sfera publică și contrapublicuri în mediul virtual

1.1. Spațiul public

În această secțiune discut cele mai importante perspective teoretice referitoare la sfera publică și prezint relevanța acestui concept în relație cu activismul civic *online*. Nu-mi propun o analiză exhaustivă, ci voi sublinia conceptele care îmi vor folosi ulterior pentru a înțelege noile mișcări sociale și rolul lor într-un spațiu public virtual.

Spațiul public și influențele noilor media asupra societății au avut și continuă să dețină un loc însemnat pe agenda cercetătorilor din domeniul științelor sociale și reprezintă importante teme de dezbateră pentru intelectuali. Preocupările s-au axat, în principal, pe măsura în care conceptul de spațiu public este unul operațional în societatea postindustrială de azi, unde funcțiile antrenate de sistemul media – pentru a stabili un cadru de dezbateră transparent și a permite accesul liber și egal al cetățenilor – sunt atrofiate prin consumerism și tendința accentuată spre divertisment. În același timp, cercetările academice dezbate modul prin care acest concept ar putea contribui la un proiect democratic, având promisiunea de a remedia insuficiențele sistemelor de guvernământ (Dahlgren, 2001; 2005; 2009). Conform unui astfel de proiect, punctele de vedere ale cetățenilor ar putea fi mai bine reprezentate, iar forma de guvernământ ar oferi o deschidere mai mare, o diversitate culturală accentuată și o structură mai fluidă, ceea ce ar fi în beneficiul democrației (Dahlgren, 2005). În acest context, se pune întrebarea: care ar fi influența noilor media asupra sistemului democratic actual, avantajele și dezavantajele la nivel macrosocial? (Dimaggio, Hargittai, Neuman & Robinson, 2001).

Ascensiunea noilor media și, în special, a rețelelor sociale ca resurse comunicaționale importante generează noi practici de comunicare și de interacțiune și alt mod de vizibilitate a temelor de discuție. Prin lucrarea de față este investigat impactul noilor media asupra spațiului public: cum anume influențează noile media condițiile de producere a spațiului public și formele de manifestare alternative; cum se institue publicurile *subalterne*, mai exact cele care *contracarează*, vin să conteste discursurile dominante și poziția ocupată în cadrul societății de către actorii sociali cu acces la resurse. Discursurile dominante reproduc o anumită viziune despre lume creată și transmisă mai departe cetățenilor de actorii sociali ce dețin puterea. În acest mod, ei își legitimează statutul și propun o anumită abordare a lucrurilor, considerată a fi în interesul întregului public. Aceste discursuri garantează perpetuarea formelor de putere deja instituite în societate și asigură o poziție de putere pentru anumite categorii sociale (Bernal, 2005; Russell, 2005; van Dijk, 1996). Totuși, ca să putem discuta despre spațiul public, este necesar să fie asigurată condiția accesului egal, transparentă în procesul de luare al deciziilor la nivel oficial și lipsa constrângerilor privind participarea la formarea acestui cadru de dialog. Într-o democrație, un grup minoritar de indivizi ar trebui să poată lansa în dezbatere publică o problemă specifică lui. Altfel, acest grup ar fi discriminat, poate ar suferi chiar o *enclavizare*. Însă, ca să pot discuta despre publicurile de tip *enclavă*, ar trebui să fi clarificat mai înainte de toate ce este spațiul public.

Într-o primă etapă, mă voi referi la lucrările lui Jürgen Habermas și Hannah Arendt, autori fondatori pentru înțelegerea noțiunii de spațiu public. Pe această bază aprofundez problematica *accesului la spațiul public* (Habermas, 1991; 1992) și conceptul de *spațialitate* (Arendt, 1958).

Ulterior, voi aduce în discuție cele mai importante poziții critice din jurul conceptului și relevanța lor pentru lucrarea de cercetare de față. Există totodată un anumit context tehnologic și comunicațional care nu ar trebui neglijat într-o cercetare despre sfera publică virtuală. Ascensiunea noilor media și în special a rețelelor sociale a reanimat dezbaterele legate de posibilele contribuții și implicații sociale ale utilizării unor noi mijloace de comunicare.

1.1.1. *Spațiul public burghez*

Spațiul public este un concept controversat, în special prin modelul normativ al lui Habermas criticat pentru faptul că ar fi dificil de aplicat în societatea postindustrială de azi, care a suferit multiple transformări

(la nivelul sistemului politic, mediatic, social, economic etc.). Alte probleme ridicate în jurul conceptului de spațiu public sunt următoarele:

- dacă media mai pot să-și păstreze aceleași funcții de vreme ce sfera politicului și cea a economicului se întrepătrund în multiple moduri;
- măsura în care noile media asigură o formă de mediere între opiniile diferitor publicuri, astfel încât să se ajungă la formularea și asumarea unor probleme publice;
- contribuția noilor mijloace de comunicare la democratizarea societății sau, dimpotrivă, la *tribalizarea* ei (Maffesoli, 1996; McLuhan, 1997). Prin *tribalizare*, Maffesoli se referă la procesul de fragmentare și izolare pe care l-ar suferi individul în postmodernitate.

Pentru că se confruntă cu o nevoie accentuată de a forma conexiuni de ordin emoțional cu alți actori sociali, acesta își dorește să devină membru unor comunități diverse și este cumva depersonalizat, interesele lui particulare scăzând ca importanță în comparație cu aspirațiile grupului. Individul renunță la valorile lui pentru că nevoia lui de apartenență este resimțită foarte puternic în comparație cu propriile aspirații. Din această perspectivă, spațiul public ar evolua înglobând influențe provenite din procesul de tribalizare. Ca urmare, când sunt gestionate probleme de interes comun, rolul rațiunii este diminuat și devin mai importante sentimentele.

Înainte de toate, ar trebui specificat faptul că spațiul public nu trebuie confundat cu un *cadru comunitar de acțiune*. Prin acest concept fundamental pentru științele sociale, voi înțelege spațiul comun în care se întâlnesc actorii sociali având aceleași valori și simboluri identitare pentru a se mobiliza și a întreprinde împreună anumite acțiuni (Beciu, 2011; Wolton, 1998). În schimb, în spațiul public coexistă cetățeni cu identități și interese diversificate (Habermas, 1992; Robbins, 1993).

Direcțiile de cercetare care acordă un interes deosebit mediatizării evenimentelor la distanță susțin ideea că publicul comunitar este format din spectatori sau utilizatori ce reacționează la informațiile legate de comunitatea de apartenență (din zona lor de proximitate) și îi afectează în mod direct, în timp ce publicul cosmopolitan rezzonează cu evenimente aflate în zone îndepărtate și nu depind neapărat de grupul de proveniență (Chouliaraki, 2008a; 2008b). Publicul cosmopolitan mobilizează principii și argumente cu valoare universală și resimte suferința celorlalți, chiar dacă aceștia se află la o anumită distanță spațială și nu aparțin aceleiași comunități (Chouliaraki, 2008a; 2008b). O posibilă problemă care rezultă din înțelegerea conceptelor de spațiu comun și

spațiu public ar fi natura ansamblului format din resursele cu valoare comunicațională disponibile pe rețeaua socială *online* Facebook. Îmi propun să urmăresc, prin investigarea modului de interacțiune din mediul virtual, temele și argumentele introduse în dezbateri, dacă utilizatorii dețin identități și interese diversificate sau este vorba mai degrabă despre un spațiu de omogenizare.

Diversitatea publicurilor și a intereselor lor este o problemă centrală pentru înțelegerea conceptului de spațiu public. În viziunea lui Jürgen Habermas (1991; 1992), acest concept este descris ca fiind un mod de comunicare și de interacțiune prin intermediul căreia se caută acordul și înțelegerea, făcându-se apel la argumente de tip rațional. În plus, este important să rezulte o formă de mediere și să genereze formularea unei probleme relevante pentru întreaga societate. Deoarece viața socială a devenit din ce în ce mai complexă, publicurile trebuie să coexiste, iar rolul spațiului public este de a oferi acestora un cadru propice dezbaterii. Potrivit lui Habermas, spațiul public ar trebui să medieze între diferite sfere de activitate: politică, privată, administrativă sau ce aparține societății civile (Habermas 1998; 2006). În contextul lucrării de față, conceptul de mediere este esențial pentru înțelegerea spațiului public oficial, dar și a formării unui spațiu alternativ. Se pune problema dacă sfera publică alternativă permite medierea între diverse publicuri, dar și între variate domenii de activitate. Cu alte cuvinte, îmi propun prin acest demers de cercetare să observ în ce măsură poate fi considerat cadrul de comunicare și interacțiune de pe rețeaua socială *online* Facebook o *contrasferă publică* și cum devine aceasta funcțională.

Cele mai multe poziții teoretice legate de conceptul de spațiu public se referă la lucrarea lui Habermas *Sfera publică și transformarea ei structurală*, publicată prima dată în 1962 și tradusă în engleză abia în 1989. Habermas explică spațiul public de sorginte burgheză care apare în Franța, Marea Britanie și Germania și antrenează schimbări sociale și politice importante. Probleme relevante pentru comunitate erau aduse în discuție de către o elită culturală reprezentând un număr restrâns de cetățeni, însă totul era dezbătut într-o manieră critică (argumentele relevante erau cele de ordin rațional). În epoca modernă, circulau numeroase publicații, surse de informare pentru membrii comunității, dar dialogurile la care luau parte erau private. Conținutul conversațiilor începe să aibă un caracter tot mai public, pentru că era în interesul unui număr considerabil de persoane (Habermas, 1991). În acest mod, se formează publicul presei scrise.

Puterea și influența acestui nou public provine din dezbaterile și ideile care circulă și se fac auzite mai departe. Participanții sunt indivizi

cu un anumit prestigiu în grupul lor social. Ceea ce era discutat în sfera publică poate fi difuzat și preluat mai departe de către redactorii de la diverse publicații. Presa reprezenta o sursă de informare ce alimenta debaterile, însă, rolul ei nu se oprește aici. Jurnaliștii preiau ideile prezente în spațiul public (Habermas, 1991; Habermas, 1992; Calhoun, 1992; Dahlgren, 2005). Astfel, ceea ce se discută despre problemele de interes comun va avea o influență ulterioară, prin intermediul ziarelor, asupra cititorilor care, la rândul lor, vor purta alte dialoguri în cadrul familiei sau al grupului de prieteni. Informația circulă pe orizontală și pe verticală în societate, creând o presiune de ordin social. Transparența informațiilor și accesul liber al tuturor membrilor societății sunt condiții esențiale pentru formarea spațiului public. Dacă aceste condiții nu sunt respectate, discutăm despre grupuri de putere cu o influență prea mare într-o colectivitate, iar, pe de cealaltă parte, vor rămâne în afara arenei publice de dezbatere ceilalți cetățeni, cei discriminați. Sfera publică nu ar trebui să fie acaparată de nici un grup social. Într-o democrație, este necesar ca toți membrii societății să aibă acces la discuțiile legate de problemele de interes comun. Pentru a înțelege mai bine acest fapt, este necesar să explic modul de formare al spațiului public.

Sfera publică se dezvoltă între sfera privată și cea a autorității publice. În timp ce ultima desemnează statul și clasa conducătoare, sfera privată cuprinde societatea civilă în care este inclus domeniul schimbului de mărfuri și piața muncii. Prin spațiul public, punctele de vedere și viziunile cetățenilor sunt aduse la cunoștința reprezentanților puterii. Acest spațiu este conceput ca fiind unul distinct de stat, deoarece aici este produs și pus în circulație un discurs care poate deveni critic la adresa guvernanților (Dahlgren, 2009; Habermas, 1991; Nash, 2010). Cu alte cuvinte, în sfera publică actorii sociali discută teme care îi preocupă și pot ajunge să aibă idei și soluții diferite de cele oferite și împărtășite de clasa conducătoare. În acest context, m-aș putea referi la funcția critică a opiniei publice. Astfel, spațiul public legitimează actorii politici sau, din contra, le atribuie o lipsă de legitimitate. Problema se complică în momentul în care introducem în discuție grupurile marginalizate, periferice, având identități și interese diferite. În acest caz, nu mai este vorba despre o singură sferă publică.

Problema care se studiază la ora actuală în literatura de specialitate este dacă spațiul public trebuie tratat ca o singură entitate (Habermas, 1991) sau este alcătuit mai degrabă dintr-o diversitate de publicuri (Dayan, 2005; Dahlgren, 2001; 2005; Eley, 1992; Fraser, 1990; 2014; Garnham, 1992; Habermas, 1992; 2009). Însuși Habermas a admis în introducerea scrisă în 1989, cu ocazia republicării lucrării sale principale, o sferă publică secundară, pe care a numit-o *plebee*. Filosoful german consideră că aceasta