

KARTOGRAFIRANJE KIBERNETIČKOG PROSTORA I DRUŠTVENI MEDIJI

Časopis *Cartography and Geographic Information Science* posvetio je broj 2 iz 2013. godine temi Kartografiranje kibernetičkog prostora i društveni mediji (*Mapping Cyberspace and Social Media*). Sedam članaka objavljenih u tom broju osvjetljava napredak metodologije kartografiranja kibernetičkog prostora u području geoinformacijskih znanosti, kartografije, pretraživanja informacija, računalne lingvistike, statistike i analize društvenih medija.

Služeći se pametnim telefonima, osobnim računalima i drugim mobilnim uređajima koristimo se društvenim medijima da bismo napučili kibernetički prostor, ali i bilježili naš svakodnevni život u realnom svijetu. Dijeljenje mrežnog sadržaja i društvenih medija olakšava snažnu vezu između kibernetičkog i stvarnog prostora.

Digitalizacija društvenih medija i korisnički generiranog sadržaja (Facebook, Twitter, Flickr, Instagram, Pinterest, YouTube i Picasa) transformirala je naše društvo u dva međusobno povezana svijeta. Geoznanstvenici mogu sada pratiti i kartografirati širenje društvenih pokreta, protesta, epidemija, prirodnih opasnosti, izbora, političkih kampanja, itd., u kibernetičkom prostoru digitalnim prikupljanjem sadržaja društvenih medija.

Razvojem algoritama za rudarenje podataka, vizualizacijskih alata i statističkih metoda znanstvenici i istraživači mogu otkriti nove obrasce i nova znanja iz vrlo velikog broja poruka i ljudskih komunikacijskih mreža (društvenih mreža).

Kartografiranje i analiziranje sadržaja društvenih medija zahtijeva inovativne i metode vizualizacije i algoritme za prostorne analize. Geografi i kartografi suočeni su s problemom kako prikazati te nove vrste informacija. Poruke društvenih medija opisuju pojave kibernetičkog i realnog prostora te se mogu odmah kopirati i distribuirati tisućama korisnika u različitim dijelovima svijeta i različitim virtualnim zajednicama. Za tu novu disciplinu u nastajanju, koja proučava međusobno povezane prostorne obrasce i odnose između kibernetičkog prostora i stvarnog svijeta u kojem živimo, predlaže se naziv kibernetička geografija. Budući da je važan dio te discipline vizualizacija, predlažem za tu vrstu vizualizacije naziv kibernetička kartografija.

Navodimo naslove sedam objavljenih članaka:

- L. Li, M. F. Goodchild, B. Xu: Spatial, temporal, and socioeconomic patterns in the use of Twitter and Flickr, 61-77.
- J. D. Kent, H. T. Capello Jr.: Spatial patterns and demographic indicators of effective social media content during the Horsethief Canyon fire of 2012, 78-89.
- D. Ghosh, R. Guha: What are we 'tweeting' about obesity? Mapping tweets with topic modeling and Geographic Information System, 90-102.
- C. Xu, D. W. Wong, C. Yang: Evaluating the "geographical awareness" of individuals: an exploratory analysis of twitter data, 103-115.
- A. Stefanidis, A. Cotnoir, A. Croitoru, A. Crooks, M. Rice, J. Radzikovski: Demarcating new boundaries: mapping virtual polycentric communities through social media content, 116-129.
- J. Crampton, M. Graham, A. Poorthuis, T. Shelton, M. Stephens, M. W. Wilson, M. Zook: Beyond the geotag: situating 'big data' and leveraging the potential of the geoweb, 130-139.
- O. Kounadia, T. J. Lampoltshammer, M. Leitner, T. Heistracher: Accuracy and privacy aspects in free online reverse geocoding services, 140-153.

Literatura

- Tsou, M.-G., Leitner, M.: EDITORIAL – Visualization of social media: seeing a mirage or a message? *Cartography and Geographic Information Science*, 2013, 2, 55-60, <http://www.tandfonline.com/loi/tcag20>, (11. 5. 2015.).