

Julie Lardon

LUMI VIITOARE

Rețelele sociale

Ilustrații: Marie-Anne Wachnicki

Traducere: Gina Belabed



Cuprins

Introducere	7
Apariția internetului	9
O invenție majoră	10
„Web 2.0”	20
O comunicare revoluționară	23
Primele rețele sociale	24
Facebook: o poveste de succes	28
Era microbloggingului	32
Supremația imaginii	34
Puterea videoclipurilor	38
Rețelele sociale chineze	40
Mari progrese sau adevărate pericole?	45
Un progres social	46
Viața privată, sub semnul întrebării	52
O provocare pentru democrație	62
Viitorul rețelelor sociale	72
Concluzii	84
Pentru a afla mai multe...	86

Introducere

Facebook, TikTok, Instagram sau Weibo: de aproape 20 de ani, „rețelele sociale” sunt omniprezente în viața utilizatorilor de internet din întreaga lume. Potrivit unui studiu efectuat în 2021 de către companiile Hootsuite și We are social, peste 4,5 miliarde de persoane din toată lumea (adică 57,5% din populația mondială) erau active în acel an pe rețelele sociale, pe care le accesau, în medie, timp de 2 ore și 27 de minute pe zi.

Pentru sociologi însă, rețelele sociale au existat dintotdeauna, iar aceasta chiar înainte de apariția internetului. Inițial, prin această sintagmă ei desemnau toate legăturile pe care oamenii le pot avea între ei și cu grupurile pe care le formează (prietenii, familia, colegii, membrii unei asociații...). Expresia „rețea socială” a apărut pentru prima oară în anul 1954, datorită unui an-

tropolog australian, John Arundel Barnes. De atunci, pentru sociologi, ea a devenit un subiect de studiu în sine.

Dezvoltarea internetului schimbă situația mai ales în anii 1990, odată cu crearea de noi „rețele sociale”, care îmbină relațiile sociale cu tehnologia. Aceste noi rețele, uneori numite și „social media”, permit conectarea virtuală între oameni.

Prin intermediul lor, membrii acestor rețele pot face schimb de informații, dar obiectivele variază în funcție de rețeaua socială: unele sunt specializate pentru facilitarea întâlnirilor amicale sau amoroase, altele pentru gestionarea carierei profesionale, altele pentru sporirea vizibilității artistice sau, pur și simplu, pentru împărtășirea, într-o comunitate, a unor opinii, reacții, fotografii sau videoclipuri.



„Web 2.0”

La începutul secolului XXI, în anii 2000, internetul devenise deja accesibil întregii populații occidentale, iar utilizatorii World Wide Webului erau extrem de numeroși. În zece ani, utilizările sistemului web au evoluat mult, iar în 2003, un specialist în informatică, Dale Dougherty, a inventat termenul „Web 2.0” pentru a descrie această evoluție.

La începutul dezvoltării World Wide Webului, utilizatorii de internet nu puteau decât să consulte informațiile prezente pe web, nu să le și editeze. Însă, de-a lungul timpului, progresul tehnologic a permis, de asemenea, utilizatorilor să devină creatori de web. De aceea, „Web 2.0” se mai numește și „web participativ”.

Din anii 2000, orice internaut poate consulta o pagină web, dar, în același timp, poate să-i adauge conținut (texte, imagini...) sau chiar să-i modifice conținutul. Așa s-a întâmplat, de pildă, în momentul apariției blogurilor sau a site-urilor colaborative (care le permit utilizatorilor să colaboreze și să contribuie la partea de conținut) de tip wiki.

Webul nu mai este doar o sursă de informații, ci devine, încetul cu încetul, o platformă, alimentată de mii de utilizatori.

Prin urmare, toată lumea poate contribui cu propriile cunoștințe din domeniul său pentru a îmbogăți informațiile disponibile pe web.

Wikipedia, cel mai cunoscut site colaborativ

În 2001, a fost creată enciclopedia Wikipedia de către omul de afaceri Jimmy Wales și informaticianul Larry Sanger. Fiind o enciclopedie gratuită, oricine o poate accesa pentru a citi diverse articole, dar și pentru a le scrie.

Rapid, Wikipedia a devenit un site colaborativ foarte utilizat, cu aproximativ 500 de milioane de vizitatori pe lună. Enciclopedia numără astăzi peste 30 de milioane de articole și este disponibilă în aproape 300 de limbi. Versiunea în limba engleză este cea care are, în prezent, cel mai mare număr de articole, în jur de șase milioane.





Supremația imaginii

Începând cu anii 2010, rețelele sociale nou-apărute ofereau tot mai multă importanță imaginii, în detrimentul textelor. În 2011, Snapchat, creat de doi studenți americani, în cadrul unui proiect universitar, a răsturnat din nou codurile stabilite până atunci de rețelele sociale existente.

Originalitatea sa: trimiterea către contacte a unor fotografii efemere, „snap”-uri, care se autodistrugeau după câteva secunde – un timp care în 2017 a fost prelungit la un minut. Membrii rețelei puteau crea, de asemenea, un „story” (o poveste), o mică prezentare de fotografii sau de filmulețe care

rămâneau vizibile online doar 24 de ore pentru persoanele care le urmăreau profilul. Mai multe funcții permiteau modificarea acestor fotografii, prin aplicarea unor filtre de culoare sau a unor „lenses”, lentile sau măști de realitate augmentată.

Snapchatul era popular mai ales în rândul tinerilor, îndeosebi al celor între 18 și 34 de ani, dintre care 73% dețineau un cont pe această rețea, conform Pew Research Center, un centru de cercetare american.

În lume, rețeaua numără în prezent peste 540 de milioane de utilizatori activi, care trimit zilnic peste 3,5 miliarde de snap-uri.

#CORGI#DOȘ#CĂINE
#HEU&#CĂINELEMEU
#ORĂȘĂLAȘ
#LOVE#KIKI

#MUSCHI#BICEPȘI#HEU
#TIPSUPERTARE
#CORPOEVIS#MĂTUBESC
#PĂRDEBĂRBAT

#FLORI#VISĂTOARE#STIL
#FASHION#MODĂ#GÂNDESC
#FRUMUȘETE#NATURALĂ#HEU

#BOB#MEGASTILAT
#CLASĂ#TIPSUPERTARE
#ÎNȚOLITLARĂTRUACE
#MUSTATĂ

#TIPSUPERTARE
#WESTCOAST
#STIL#FANMUZICĂ
#IOQ#HEU#POLO



Realitatea augmentată

Rețelele sociale se bazează foarte mult pe progresul tehnologic pentru a inventa funcții noi și a atrage tot mai mulți membri. Unele dintre aceste tehnologii care există deja ar trebui îmbunătățite și implementate în următorii ani: acesta este și cazul realității augmentate.

Scopul acesteia este de a genera pe calculator elemente care se suprapun peste realitatea existentă. Acest procedeu este deja folosit de multe rețele sociale, precum Snapchat sau Instagram, care permit aplicarea unor filtre pe chipurile oamenilor.

Astăzi, aceste filtre sunt chiar personalizabile: oricine își poate crea propriul filtru pentru a-l integra în caracteristicile unei rețele sociale.

Numeroase firme se folosesc, de asemenea, de aceste filtre în campaniile lor de publicitate pe rețelele sociale. În 2019, de exemplu, casa de modă Dior a creat filtre pe Instagram care le permiteau utilizatorilor să „probeze” practic ochelarii și bentițele de păr din noua sa colecție.

Pentru a concura cu Snapchat și Facebook, platforma TikTok a decis, de asemenea, în

august 2021, să-și lanseze propriile instrumente de realitate augmentată. Deocamdată, TikTok Effect Studio este în curs de testare de către utilizatori voluntari.

Unele rețele pariază în totalitate pe realitatea augmentată pentru a se lansa. Este cazul lui Octi, care a apărut în ianuarie 2020 și care funcționează pe baza tehnologiei recunoașterii faciale. Este suficient să deschizi aplicația și să „ațintești” camera asupra persoanei din fața ta: dacă aceasta este

înregistrată pe Octi, pe ecranul telefonului vor apărea chipul ei, filmat de cameră în timp real, iar în jurul ei, elemente de realitate augmentată, cum ar fi melodia pe care o ascultă sau un videoclip pe care persoana respectivă l-a distribuit recent.

Ideea acestei aplicații, care se adresează celor mai tineri, este să le creeze dorința de a se întâlni în lumea reală, dat fiind că utilizatorii trebuie să se afle față în față pentru a putea folosi aplicația.



DAR CE ARTIST
E MIHAI ĂSTA!