

**Universitatea Babeș-Bolyai**  
**Facultatea de Sociologie și Asistență Socială**  
**Școala doctorală Sociologie**

# **Structura și dinamica sistemelor online de networking social de succes**

**Doctorand: Radu-Mihai Meza**

**Coordonator: prof. univ. dr. Traian Rotariu**

**Februarie 2012**

## Cuprins:

<b>Introducere .....</b>	<b>7</b>
<b>I Studiul rețelelor sociale .....</b>	<b>13</b>
I.1 Aspecte structurale ale studiului relațiilor umane.....	13
I.2 Precursori ai analizei rețelelor sociale.....	15
I.2.1 Preocuparea pentru abordările structurale în secolul XIX .....	15
I.2.2 Pareto și „principiul 80-20” în studiul sistemelor complexe.....	16
I.2.3 Jacob Moreno și sociometria .....	18
I.2.4 Nașterea analizei rețelelor sociale la Harvard.....	21
I.2.5 Merton, Lazarsfeld și abordările structuraliste.....	22
I.3 Talcott Parsons, funcționalismul structural și influențele ciberneticii .....	24
I.4 Milgram și cele șase grade de separație .....	26
I.5 Granovetter și tăria legăturilor slabe.....	27
I.6 Niklas Luhmann și societatea ca sistem de comunicare .....	28
I.7 Analiza rețelelor sociale.....	29
I.7.1 Metode ale analizei rețelelor .....	31
I.7.2 Specificul rețelelor .....	33
I.8 Concluzii.....	34
<b>II Comunicarea mediată de computer .....</b>	<b>36</b>
II.1 Computerul personal ca bun de larg consum .....	36
II.1.1 Intel inside .....	36
II.1.2 IBM PC și viziunea „un computer în fiecare casă”.....	37
II.1.3 Software și hardware .....	37
II.2 Internetul .....	39
II.2.1 Comunicarea în rețelele locale (LAN – local area network).....	42
II.2.2 Transformarea Internetului într-o rețea accesibilă publicului larg.....	43
II.3 World Wide Web .....	43
II.4 Perspective teoretice în sociologie aplicabile în studiul CMC.....	46
II.5 Perspective teoretice în studiul comunicării mediate de computer (CMC) .....	49
II.5.1 Teoria noilor media.....	49
II.6 Comunicarea mediată de computer.....	54
II.6.1 Abordarea „cues-filtered-out”.....	55
II.6.2 Cercetarea avatarurilor.....	56
II.7 Preistoria comunicării mediate de computer.....	56
II.8 Forme de comunicare mediată de computer asincronă.....	58

II.8.1	E-mail .....	58
II.8.2	De la BBS la forumuri și grupuri de discuții .....	60
II.9	Forme de comunicare mediată de computer sincronă.....	65
II.9.1	MUD/MOO.....	65
II.9.2	IRC.....	70
II.9.3	Sistemele de mesagerie instantanee / Instant Messaging (IM) .....	74
II.10	Studiul rețelelor sociale stabilite prin intermediul computerului în anii 1990.....	79
II.11	Concluzii.....	83
<b>III</b>	<b>Comunicarea mediată de computer și paradigma Web 2.0 .....</b>	<b>85</b>
III.1	Sistemele online de la Web 2.0 la „social media” .....	85
III.2	Servicii asociate cu termenul Web 2.0.....	86
III.2.1	Bloguri.....	87
III.2.2	Wiki-uri .....	88
III.2.3	Multimedia sharing.....	89
III.2.4	Tagging și social bookmarking .....	91
III.2.5	Newsfeed-uri, sisteme RSS și servicii de agregare de conținut.....	91
III.2.6	Servicii de podcasting .....	92
III.2.7	Mash-up-uri .....	93
III.2.8	Reproducerea unor aplicații desktop ca servicii online .....	93
III.2.9	Content Management Systems (CMS) .....	93
III.2.10	Site-uri de tip rețea socială sau rețele de socializare online.....	94
<b>IV</b>	<b>Site-urile de tip rețea socială.....</b>	<b>97</b>
IV.1	Definiții.....	97
IV.2	Clasificare .....	98
IV.2.1	SNS de socializare.....	99
IV.2.2	SNS de networking.....	100
IV.2.3	SNS de navigare (socială) .....	100
IV.3	Clasificarea uzurilor și utilizatorilor site-urilor de socializare online.....	103
IV.4	Un scurt istoric al site-urilor de tip rețea socială.....	105
IV.4.1	1985 - WELL.....	105
IV.4.2	1994 – Geocities.....	105
IV.4.3	1995 – Classmates.com .....	105
IV.4.4	1995 – Match.com și site-urile de anunțuri matrimoniale .....	106
IV.4.5	1997 – Sixdegrees.com.....	106
IV.4.6	1999 – Cyworld .....	107
IV.4.7	AsianAvenue, BlackPlanet și MiGente .....	108

IV.4.8	2002 – Friendster.....	108
IV.4.9	2003 – MySpace.....	109
IV.4.10	2003 – LinkedIn.....	113
IV.4.11	2003 – Gaia Online.....	116
IV.4.12	2003 – hi5.....	117
IV.4.13	2004 – Orkut, Google Buzz, Google Friend Connect, Google +.....	119
IV.4.14	2004 – Facebook.....	124
IV.4.15	Alte servicii de socializare populare de interes.....	131
IV.5	Abordări și metodologii în studiul sistemelor de socializare online.....	131
IV.5.1	Studii cantitative pe seturi de date de mari dimensiuni extrase automat.....	131
IV.5.2	Studii calitative ale profilurilor și mesajelor din site-urile de socializare online.....	134
IV.5.3	Studii asupra utilizării site-urilor de socializare online.....	135
IV.5.4	Studii folosind metode combinate.....	136
IV.6	Concluzii.....	140
<b>V</b>	<b>Preferințele de consum media și rețelele personale pe Facebook.....</b>	<b>142</b>
V.1	Design-ul cercetării.....	142
V.2	Rețeaua de profile Facebook.....	145
V.3	Analiza preferințelor de consum mediatic manifestate la nivelul rețelei studiate.....	151
V.4	Preferințele de consum mediatic în raport cu structura rețelei.....	155
V.4.1	O scurtă introducere în metoda analizei conceptelor formale.....	158
V.5	Discuție.....	165
<b>VI</b>	<b>Prăbușirea contextelor și critica publică a esteticii și valorilor subculturale.....</b>	<b>167</b>
VI.1	Satira.....	168
VI.2	Design-ul cercetării.....	169
VI.3	Cocalari și prințese.....	170
VI.4	Pițipoancele.....	177
VI.5	Discuție.....	182
<b>VII</b>	<b>Concluzii.....</b>	<b>186</b>
VII.1	Convergența comunicării mediate de computer în site-urile de socializare.....	186
VII.2	Preferințele media și structura rețelelor sociale din site-urile de socializare.....	187
VII.3	Prăbușirea contextelor și conflictele de valori.....	189
VII.4	Concluzii referitoare la metodologie și aspecte de originalitate ale lucrării.....	190
VII.5	Limitări, avantaje și posibilități de extindere a cercetării.....	191
VII.6	Considerații finale.....	192
	<b>Bibliografie.....</b>	<b>194</b>

**Cuvinte cheie:** comunicare mediată de computer, Internet, Web 2.0, sisteme de socializare online, Facebook, analiza rețelelor sociale, preferințe de consum media, auto-prezentare

## **Introducere**

Lucrarea de față este fundamentată pe aspecte teoretice și întrebuințează metodologii aparținând mai multor domenii științifice, prin urmare constituindu-se ca un demers interdisciplinar amplu.

Una dintre mizele principale ale acestei lucrări este aceea de a explora metodologii interdisciplinare în studiul sistemelor online de networking social, aplicând concepte din mai multe domenii – atât ale științelor sociale, cât și ale științelor reale

### **I. Studiul rețelelor sociale**

Primul capitol din lucrare face o scurtă trecere în revistă a dezvoltării interesului sociologilor pentru studiul structurilor sociale la nivel macro și micro, iar apoi descrie dezvoltarea metodelor asociate analizei rețelelor sociale. Sunt trecute în revistă contribuțiile lui Jacob Moreno, Robert K. Merton, Paul Lazarsfeld, Stanley Milgram ("small world") și Mark Granovetter ("țăriile legăturilor slabe").

Începând cu ierarhiile și relațiile diverse instituite în panteoanele mitologiilor religiilor majore și până la descendența genealogică utilizată ca formă de legitimare a status quo-ului, organizarea și documentarea relațiilor sau a jucat un rol important în societatea umană.

Abordarea structurală a studiului relațiilor interumane a devenit un punct central de interes pentru părinții sociologiei moderne, în special sub influența paradigmei evoluționiste lansate de Darwin. Este de înțeles preocuparea primilor sociologi (Comte, Spencer, Tönnies, Durkheim) sau teoreticieni ai economiei politice (Marx, Weber) pentru punerea schimbărilor sociale ample și complexitatea crescândă a societăților vestice în contextul teoriilor evoluționiste care ofereau o paradigmă aparent universal aplicabilă și în unele cazuri se mulau peste conceptualizări mai vechi ale societății ca organism. Influența pozitivistă a primilor sociologi și-a pus amprenta asupra abordărilor structurale ale relațiilor interumane. La începutul secolului XX identificăm primele tentative de a modela matematic fenomenele ce comportă caracteristici ale sistemelor complexe – principiul lansat de economistul italian Vilfredo Pareto sub influența ideilor unor precursori ca Marx și Spencer care au avut ca interes major teoretizarea inegalității sociale.

Sociometria, una dintre cele mai importante contribuții la dezvoltarea metodei analizei rețelelor sociale din prima parte a secolului XX îi aparține psihiatrului Jacob Moreno care pune eșecul multor soluții la probleme sociale apărute de-a lungul timpului și eșecul a multor doctrine pe seama lipsei preocupării pentru studiul sistematic al structurii societății. În consecință studiile sale s-a concentrat pe colectarea de date despre opțiunile emoționale pozitive și negative și despre ce indivizi se cunosc între ei, observarea modelelor de interacțiune ce conectează indivizii, discutarea relațiilor de rudenie, examinarea rolurilor sociale. Cea mai importantă inovație a lui Moreno este introducerea sociogramei ca metodă reprezentare a proprietăților formale a configurațiilor sociale prin utilizarea unor diagrame în care indivizii erau reprezentați prin puncte, iar relațiile sociale prin linii.

Linton C. Freeman conchide că deja în 1938 Moreno, cu ajutorul lui Jennings și Lazarsfeld atinsese cele patru aspecte definitorii ale analizei rețelelor sociale așa cum o cunoaștem în momentul de față:

- Analiza rețelelor sociale e motivată de o intuiție structurală bazată pe legături între actori sociali
- E susținută de date empirice colectate sistematic
- Utilizează din plin metode de reprezentare grafică
- Se bazează pe modele matematice sau computaționale

De asemenea, cercetările lui Mayo și Warner găzduite de Universitatea Harvard la finalul anilor 1920 s-au apropiat foarte mult de standardele actuale în analiza rețelelor sociale, întrunind trei din cele patru aspecte definitorii menționate mai sus.

Colaborarea destul de îndelungată dintre Robert K. Merton și Paul Lazarsfeld la Universitatea Columbia a influențat puternic sociologia americană, dându-i direcții structuraliste. Succesul eseului lui Merton „Structură socială și anomie”, apărut în 1938, revizuit în 1949 și extins opt ani mai târziu, considerat de mulți autori drept cel mai citat articol din istoria sociologiei, e datorat unei formulări structuralist-funcționaliste. În explicarea anomiei și comportamentului deviant, Merton se concentrează nu pe individ ci mai degrabă pe ordinea socială.

Paul Lazarsfeld împreună cu Elihu Katz au lansat modelul în doi pași al comunicării de masă (*two-step flow*) încercând să introducă elemente ce țin de studiul relațiilor inter-umane, de

rolurile jucate de indivizi în grupurile din care fac parte și influența unor indivizi asupra altora, așadar elemente asociate studiului rețelelor sociale într-o nouă teorie a comunicării de masă.

După al doilea război mondial Talcott Parsons a sprijinit teoria funcționalismului structural, inspirată de avântul ciberneticii, iar concepția sa asupra sistemelor ca structuri presupunea că acestea erau ierarhice și decompozabile în module, cu fiecare componentă funcționând după propriile principii intrinseci și fiecare fiind influențată de alte componente doar în puncte bine definite prin diverse input-uri.

Stanley Milgram și-a adus contribuția la teoriile ce vizează rețelele sociale prin conceptul cunoscut astăzi sub numele de „six degrees of separation” (șase grade de separație) care se referă la faptul că între oricare doi indivizi din cadrul unei populații oricât de mari sunt separați unul de altul de un lanț de legături sociale cu un număr relativ mic de verigi. Această descoperire a lui Milgram mai este numită și *fenomenul lumii mici* generat de faptul că societatea este de fapt o rețea foarte densă dacă luăm în calcul toate relațiile sociale ale fiecărui individ în parte.

Mark Granovetter este un alt cercetător din anii 1960 a cărui contribuție la domeniul studiului rețelelor sociale nu poate fi omisă. Lucrând la un studiu pe tema felului în care oameni își găsesc slujbe, Granovetter și-a centrat cercetarea pe felul în care oamenii își folosesc rețeaua socială sau legăturile sociale pentru a-și găsi slujbe. În mod surprinzător, rezultatele studiului lui au arătat că legăturile slabe, cunoștințele și nu legăturile puternice, respectiv prietenii apropiați, sunt mai importante în identificarea unor oportunități de angajare și în angajarea propriu-zisă.

Albert Barabasi apreciază că Granovetter descrie un nou model al structurii societății – o societate structurată în clustere foarte conectate, sau grupuri de prieteni foarte încheiate, în care toată lumea cunoaște pe toată lumea.

Din ultima parte a anilor 1980 până la începutul anilor 1990, sociologul german Niklas Luhmann s-a concentrat pe integrarea sociologiei cu cercetările desfășurate în domeniul științelor cognitive și ciberneticii de Humberto Maturana și Francisco Varela care deveniseră foarte influenți în zona studiului complexității. În acest context, Luhmann susține că societatea poate fi conceptualizată ca un sistem de comunicare auto-generant, complex, emergent, auto-organizant, structural deschis, organizațional închis, dinamic, capabil de adaptare, în continuă evoluție și autonom.

În ultima parte a primului capitol am trecut în revistă câteva dintre aspectele metodologice cheie ale analizei rețelelor sociale, descriind tipurile de date, metode de colectare a datelor folosite preponderent, precum și o serie de concepte matematice folosite ca măsuri ale structurii rețelelor.

## **II. Comunicarea mediată de computer**

În continuare, în capitolul II, pentru a explica succesul rețelelor de socializare online în momentul de față și pentru a putea contextualiza cercetările făcute în domeniul rețelelor sociale virtuale, au fost trecuți în revistă pe scurt o serie de factori determinanți ce au condus la dezvoltarea comunicării mediate de computer pe scară largă și au influențat specificul acestui tip de comunicare. Facem referire la o serie de momente cruciale din istoria dezvoltării tehnologiei informaționale pentru a explica comunicarea mediată de computer în primele sale perioade și direcțiile sale de dezvoltare ulterioare: impunerea arhitecturii x86 ca standard, impactul economic și socio-cultural al IBM PC, viziunile fondatorilor Microsoft – ”un computer în fiecare casă” și ”software separat de hardware”, trecerea multor companii producătoare de hardware de la un model de integrare verticală la un model de integrare orizontală a producției, cu notabila excepție a companiei Apple.

Lucrarea descrie începuturile rețelei Internet, insistând asupra concepției arhitecturale a acesteia și asupra trăsăturilor care o diferențiază de alte rețele de comunicații și asupra introducerii protocoalelor care au determinat tipurile de comunicare mediată de computer. Dincolo de aspectul tehnologic, dezvoltarea Internetului și World Wide Web-ului sunt puse și în context economic, punându-se în discuție precondițiile dezvoltării afacerilor online în 1995(deschiderea Internetului pentru trafic comercial, numărul în creștere de utilizatori conectați la Internet, creșterea World Wide Web, dezvoltarea unor browsere Web performante), fenomenul ”internet bubble”, crahul bursier subsecvent și apariția termenului Web 2.0.

O parte a celui de-al doilea capitol tratează perspectivele teoretice aplicabile studiului comunicării mediate de computer și trece în revistă câteva dintre direcțiile științifice explorate în anii 1980 și la începutul anilor 1990 de către pionierii cercetării comunicării mediate de computer (CMC) și rețelelor virtuale: Henry Jenkins, George Gilder, Nicholas Negroponte, Howard Rheingold, Mark Poster, Sherry Turkle. Una dintre ideile centrale din discursul acestor teoreticieni este convergența media, in extenso convergența mai multor tipuri de tehnologii



media într-una singură – computerul – conectat la Internet transmițând și primind orice informație în format digital. Lucrarea face referire și la o serie de autori ca Brian Winston, Carolyn Marvin, Lisa Gitelman, Geoffrey Pingree, James Carey, Stephen Kern sau Armand Mattelart care au încercat să tempereze entuziasmul exagerat legat de uzul noilor media și efectul acestora asupra societății și comunicării, arătând prin tratări preponderent istorice ale inovațiilor apărute în tehnologia media în ultimii 200 de ani că multe dintre schimbările pe care le atribuim Internetului și media digitale apăruseră la sfârșitul secolului XIX și începutul secolului XX o dată cu răspândirea telegrafului de pildă – prima tehnologie care separa comunicarea de transport producând o compresie fără precedent a spațiului și timpului, dechizând calea spre comunicare globală rapidă și constituind prima instanță a ceea ce aveam să numim mai apoi cyberspațiu.

Pentru a trata dezvoltarea rețelelor sociale virtuale și studiul acestora se discută dezvoltarea diverselor forme de comunicare mediată de computer și felul în care aceste forme au oferit suportul tehnologic, mediul, pentru crearea unor rețele sociale prin intermediul Internetului.

Distingând între forme de comunicare mediată de computer asincrone (e-mail-ul, message board-ul sau bulletin board system) și sincrone (MUD, IRC, IM), sunt inventariate trăsăturile și funcționalitățile acestora în raport cu potențialul de a susține apariția și dezvoltarea unor rețele sociale în mediul virtual. În capitolul III, site-urile de socializare online ca Facebook sunt prezentate ca un corolar al mai multor tipuri de comunicare mediată de computer.

O dată cu răspândirea pe scară largă a serviciilor de socializare online sau a site-urilor de tip rețea socială (Friendster, MySpace, LinkedIn, Facebook și mai recent Google + pentru a numi doar câteva dintre cele mai cunoscute), atât cercetătorii din domeniul sociologiei, cât și cei din domeniul informaticii s-au reorientat spre a profita de o ocazie nemaiîntâlnită, posibilitatea de a studia rețele sociale declarate explicit de utilizatorii acestor sisteme, rețele sociale legate între ele în structuri gigantice, globale cu milioane, zeci de milioane sau chiar sute de milioane de noduri. Studiul acestora implică bineînțeles o serie de probleme noi cu care toți cercetătorii, indiferent de domeniu, se confruntă în continuare – de la probleme de etica cercetării sau legale ridicate de posibilitatea tehnică de a colecta informații despre utilizatori fără acordul explicit al acestora până la probleme metodologice ridicate de dificultățile studiului structurii de ansamblu a acestor rețele complexe.

### **III. Comunicarea mediată de computer și paradigma Web 2.0**

Capitolul III ia în discuție o serie de tehnologii de comunicare pe World Wide Web asociate termenului Web 2.0. Este subliniată similitudinea dintre principiile directoare ale acestei noi paradigme și ideile inițiale propuse de Tim Berners-Lee în 1990. Sunt prezentate și definite pe scurt: blog-urile, wiki-urile, sistemele de multimedia-sharing, servicii de tagging și social bookmarking, newsfeed-uri, servicii de podcasting, mash-up-uri, sisteme de management de conținut și în cele din urmă site-urile de tip rețea socială sau rețelele de socializare online.

Am detaliat descrierea rețelelor de socializare online care în momentul de față se manifestă ca un punct de convergență pentru mare parte din celelalte tehnologii de comunicare mediată de computer, prezentând caracteristici, funcționalități și uzuri variate.

Tot mai multe studii au în vedere sistemele de networking social din paradigma Web 2.0 (cele mai cunoscute sunt Hi5, Facebook, MySpace) folosind metode de cercetare specifice. Dat fiind succesul acestor sisteme sociale virtuale, atât în România cât și în restul lumii, se impune studierea structurii și dinamicii lor de funcționare și mai ales potențialul lor de a deveni baze de date conținând informații fructificabile de companiile de marketing, de sociologi, de distribuitori media pentru a profila grupuri de consum mediatic, bazate pe etichetele auto-aplicate utilizate în astfel de sisteme, pe scară largă.

Dacă media sunt extensiile omului așa cum teoretiza McLuhan acum mai bine de 40 de ani (în sensul de extensii ale simțurilor), iată că acum ne confruntăm în noile media cu o serie de profile, avataruri ce interacționează între ele în spații virtuale concretizând extensia mediatică la nivelul unei prezențe dramatice a individului într-un spațiu public, văzută de teoreticianul canadian ca o punte peste spațiu-timp creată de ființa umană în adevărate proiecții (în sensul cel mai matematic cu putință) ale ființei umane în planuri de coordonate definite de etichete specifice Web 2.0.

### **IV. Site-urile de tip rețea socială**

În prima parte a capitolului IV sunt tratate definițiile și clasificările site-urilor de socializare, precum și o serie de clasificări ale categoriilor de uzuri și utilizatori.

În continuare am descris preponderent cronologic dezvoltarea rețelelor de socializare online, concentrându-ne pe cele mai populare dintre acestea sau pe cele care au marcat puncte cheie în configurarea acestui tip de sisteme online:

- 1985 – WELL;
- 1994 – Geocities;
- 1995 – Classmates.com;
- 1995 – Match.com și site-urile de anunțuri matrimoniale (“dating sites”)
- 1997 – Sixdegrees.com;
- 1999 – Cyworld, AsianAvenue, BlackPlanet și MiGente;
- 2002 – Friendster;
- 2003 – MySpace;
- 2003 – LinkedIn;
- 2003 – Gaia Online;
- 2003 – hi5;
- 2004 – Orkut, Google Buzz, Google Friend Connect, Google +;
- 2004 – Facebook.

Funcționalitățile cheie au fost puse în discuție în încercarea de a explica succesul larg sau limitat al acestor sisteme și impunerea la nivel mondial în cele din urmă a sistemului Facebook. Pentru a justifica alegerea Facebook ca subiect al cercetării, am inventariat diversele funcționalități puse la dispoziție de acest serviciu utilizatorilor săi de-a lungul celor 7 ani de activitate și rolul său de corolar al tehnologiilor de comunicare mediată de computer.

Ultima parte a capitolului IV este dedicată trecerii în revistă a unor abordări și metodologii folosite în studiul sistemelor de socializare online, distingând între:

- studii cantitative pe seturi de date de mari dimensiuni extrase automat,
- studii calitative ale profilelor și mesajelor din site-urile de socializare online,
- studii asupra utilizării site-urilor de socializare online,
- studii folosind metode combinate.

Definirea și clasificarea site-urilor de tip rețea socială în contextul ultimilor ani, în care uzul acestora s-a impus global în rândul adolescenților și tinerilor în special, preocupă un număr tot mai mare din membrii comunității științifice. Atât cercetătorii din domeniul științelor reale, cât și cei din domeniul științelor sociale par să se orienteze spre metodologii de cercetare ce profită de disponibilitatea unor cantități mari de date făcute publice pe aceste site-uri.

O parte semnificativă din cercetările pe seturi de date de dimensiuni mari explorează diverse strategii de prelucrare automată a informațiilor din profilele construite de utilizatorii site-urilor de tip rețea socială în raport cu structura de rețea configurată între acestea în scopul eventualei fructificări a acestor informații.

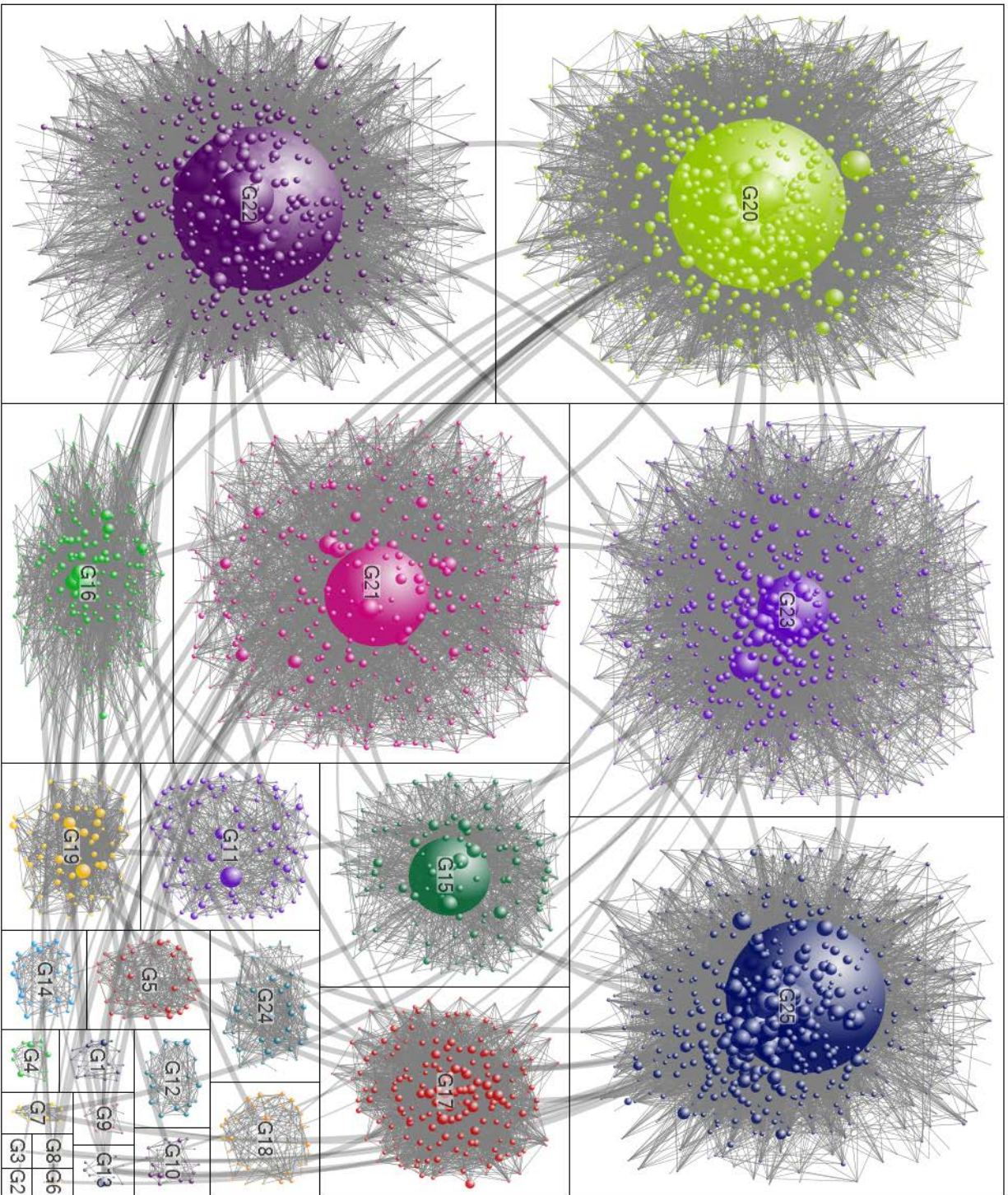
## **V. Preferințele de consum media și rețelele personale pe Facebook**

Capitolul V a avut în vedere studiul rețelelor sociale online din sistemul popular Facebook. S-a vizat colectarea automată de date din paginile-profil ale utilizatorilor din acest sistem folosind unelte specializate ca NodeXL. Această metodă permite colectarea unor rețele egocentrice asociate unor conturi de utilizatori (cu acordul acestora). Variabilele avute în vedere pentru fiecare profil sunt: sexul, vârsta, filme preferate, seriale preferate, piese muzicale preferate, cărți preferate, lista de prieteni/legături. În total am analizat informații din peste 4200 de profile conectate.

Prelucrarea și analiza datelor a fost realizată utilizând metodele analizei rețelelor sociale bazată pe teoria grafurilor pentru a identifica clusterelor structurale folosind datele de tip relațional (lista de legături) cât și analiza conceptelor formale - FCA (formal concept analysis), metodă bazată pe teoria mulțimilor, ce permite definirea coroborată a unor clusterelor și ierarhii conceptuale în baza datelor de tip atributiv (atât cele demografice cât și cele ce țin de consumul mediatic), relevând astfel tipologii de consum mediatic asociate unor categorii demografice printre profilele identificate ca fiind cele mai importante din porțiunea de rețea studiată (conform scorurilor PageRank).

Analizând structura pe comunități sau clusterelor a porțiunii de rețea colectate, am descoperit conformarea unor clusterelor structurale definite de contexte sociale comune de mari sau mici dimensiuni (de la cohorte de colegi de școală sau facultate, la grupuri mai mici de rude, prieteni din copilărie sau co-participanți la contexte definite spațio-temporal – cunoștințe din vacanță, de la workshop-uri sau școli de vară). Clusterelor de mari dimensiuni observate în porțiunea de rețea studiată indică existența unor utilizatori foarte implicați în acest tip de comunicare care leagă între ele mai multe comunități – aceștia sunt noduri cu scoruri PageRank mari și sunt preponderent comunicatori publici – bloggeri sau profile personale construite pentru a reprezenta instituții media locale, încălcând astfel regulile de utilizare a Facebook. Acești utilizatori își

configurează un număr mare de legături, folosind conexiunea de prietenie mai degrabă pentru a-și constitui un public în rețea ce devine automat abonat la toate mesajele pe care aceștia le fac publice.



Caazul 1 - Rețeaua de legături dintre profile structurată pe grupuri

Creat cu NodeXL

## **VI. Prăbușirea contextelor și critica publică a esteticii și valorilor subculturale**

Al șaselea capitol prezintă un studiu al discursului satiric construit pe site-uri de tip pamflet, pornind de la fotografiile publicate pe paginile profil ale unor site-uri de socializare online de succes. Sunt analizate tacticile de autoprezentare asociate subculturilor denumite *pițipoance* și *cocalari*. De asemenea avem în vedere mijloacele de realizare a discursului satiric și consolidarea unor stereotipuri legate de aceste subculturi ale tinerilor prin selectarea și scoaterea din contextul site-urilor de socializare a unor imagini ce prezintă anumite trăsături specifice.

Am folosit analiza calitativă și instrumentele analizei semiotice a unor documente publicate pe site-urile *cocalari.com* și *pitzipoanca.org*.

Site-urile de socializare online populare facilitează apariția conflictelor explicite de valori, permițând întâlnirea în cadrul acelorași sisteme a unor persoane ce provin de medii sociale diferite – fenomenul fiind cel al așa-zisei prăbușiri a contextelor. Spațiul egalitar al sistemelor în sine și forțarea asumării identității reale în cadrul acestor site-uri controlează practicile agresive, impunând participanților la interacțiune un comportament relativ civilizată. Din acest motiv, satira socială violentă are loc preponderent în contexte externe cum sunt site-urile de tip blog analizate aici, dar și o mulțime de alte inițiative similare inspirate de succesul primelor. Scoaterea din context a imaginilor desprinde practicile culturale criticate de restul conținutului profilului, facilitând dezumanizarea sau mai degrabă caricaturizarea subiecților, judecarea lor în raport cu niște stereotipuri consolidate.

## **VII. Concluzii**

Această lucrare a trecut în revistă dezvoltarea comunicării mediate de computer cu scopul de a descrie sistemele de networking social online de succes ca Facebook sau Google+ ca puncte de convergență a mai multor tendințe în comunicarea în cadrul rețelelor virtuale.

Metodologia folosită în studiul Facebook îmbină metodele specifice analizei de rețea cu metode de data mining în vederea prelucrării listelor de preferințe de consum mediatic, cu analiza conceptelor formale ca metodă de clusterizare ierarhică a datelor atributive din profilele Facebook și cu metode ale analizei semiotice. Acest tip de abordare metodologică este una inovatoare, având potențiale aplicații în studiile sociologice, în special în studiile de marketing. Abordarea interdisciplinară constituie un prim aspect de originalitate al cercetării prezentate aici.

În plus, folosirea unor unelte software lansate recent și relativ accesibile cercetătorilor din științele sociale (ca NodeXL, extensia Social Network Importer, extensia pentru analiza conceptelor formale sau Google Refine) constituie un demers unic în cercetările sociale din România de la această oră.

În ceea ce privește studiul site-urilor de tip blog (pitzipoanca.org și cocalari.com) ce satirizează tacticile de autoprezentare ale unor utilizatori ai sistemelor de networking social de succes, metodologia folosită nu este una inovatoare, dar subiectul cercetării este unul puțin abordat până în prezent în cercetările sociologice din România în pofida succesului considerabil al acestor site-uri.

Pe site-urile de socializare, toate relațiile, experiențele și evenimentele sunt trăite simultan producând un *”prezent personal”*, în același fel în care, potrivit lui Marshall McLuhan, epoca electronică – în special radioul și televiziunea – au produs un *”prezent global”*.

Viziunea de nivel macro propusă de Castells poate fi folosită pentru a explica reconfigurarea spațiului și timpului personale sau publice în cadrul site-urilor de socializare online de succes, secvențele temporale care defineau experiențe sau evenimente suprapunându-se într-un *”prezent veșnic”*, contextele sociale definite de spații diferite de interacțiune diferite (*”acasă”*, *”la școală”*, *”la muncă”*, *”în oraș”*) prăbușindu-se unul într-altul datorită faptului că în mediile virtuale definite de platformele ca Facebook acestea se află întotdeauna la un click distanță.

Înțelegerea site-urilor de socializare ca sisteme de comunicare, în sensul folosit de Niklas Luhmann, și definirea tuturor elementelor din acestea, tuturor elementelor profilului, a tuturor postărilor (mesaje status, link-uri, imagini) și conversațiilor în thread-uri, tuturor relațiilor între profile sau între profile și alte entități, tuturor mesajelor private sincrone și asincrone ca instanțe de comunicare pare mai puțin contra-intuitivă decât înțelegerea societății umane reale în acest sens. Dacă înțelegem apariția acestei forme de comunicare mediată de computer ca un sistem interior apărut în mediul comunicării sociale în general prin reducerea complexității acestuia (definind tipuri de relații simple), prin delimitarea inerentă între mediul online și *”mediul offline”*, studiul comunicării în cadrul acestor sisteme online (în care instanțele de comunicare sunt persistente) poate duce spre o mai bună înțelegere a societății ca sistem de comunicare în

paradigma propusă de Luhmann, în același fel în care un model simplificat al sistemului solar poate duce la o mai bună înțelegere a interacțiunii dintre corpurile cerești.