

# REȚELE DE SOCIALIZARE. IMPACT SOCIAL ÎN SPAȚIUL PUBLIC

Răzvan POPOVICI-DIACONU \*

## Abstract

*The paper analyzed social phenomenon of virtual networks in postmodern society. The goal of research is understanding utility and interest for social network of users with different jobs, age, or social classes. The development of human relations in virtual environment had been becoming a new way of life in postmodern society. Which are dimensions of virtual reality? I think the necessity of social identity, education, advertising and interrelation with other people. The meaning effect of social network in public space is accessibility for users, communication and relation between individuals or social groups, and the future of these virtual tools represented, in fact a new order in human history.*

**Keywords:** social network, influence, social group, communication, public space.

### 1.1 Rețelele sociale- componente fundamentale în spațiul virtual

Interconectivitatea spațiului virtual, caracteristică socială și general-umană este o premiză și modalitate de acces și ființare în lumea online. Complexitatea spațiului public virtual, al Internetului determină o multitudine de interacțiuni și reacții de feedback la nivelul componentelor specifice: platforme electronice, bloguri, rețele sociale, etc.

Analiza fiecărei entități virtuale, în mod individualizat conduce la o diferențiere de profil sociocultural în funcție de finalitatea dovedită, sub aspectul utilității sociale. Rețelele sociale dezvoltă efecte sociale transfrontaliere și transdomeniale. Identificăm, din multitudinea de nivele de analiză specifice câmpului social, un număr de variabile, considerate esențiale de către utilizatori în procesul de comunicare și relaționare interumană. În această direcție susținem următoarele:

- În primul rând analizăm componenta identitate socială. Principala rețea de socializare, Facebook, este un instrument util în dezvoltarea și consolidarea relațiilor interumane, în construcția diverselor tipologii de capital social și uman, pentru a parafraza celebrul concept dezvoltat de către Pierre Bourdieu.
- În al doilea rând, analizăm dimensiunea educațională dezvoltată prin intermediul rețelelor sociale. Accesul la informație, la practici sociale contextuale, de exemplu o anumită modă alimentară este tranzacționabil, cu alte cuvinte depășește bariere sociale sau culturale preexistente. De aceea, diversele segmente sau grupuri sociale sunt direct interesate de viața interactivă-online-specifică mediului virtual.
- În al treilea rând, dimensiunea economică este evidențiată în spațiul rețelelor sociale prin intermediul serviciilor de promovare de produse diversificate pentru diverse segmente de public social. Realitățile mediului virtual susțin și fundamentează conceptul de impact social, definitoriu pentru evoluțiile din societatea contemporană.

---

\* Universitatea "Al. I. Cuza" Iași

## 1.2 Dinamica analizelor de profil în cercetarea fenomenului produs de rețelele sociale

Elementul fundamental în configurația unei rețele sociale din mediul virtual este identitatea de profil social a utilizatorului. Ce înseamnă, de fapt, un profil social pentru un utilizator? Primul aspect ce caracterizează un profil de utilizator într-o rețea de socializare este oportunitatea de a transforma în plan social, public, datele specifice de identificare a individului. Componentele reprezentative sunt: vârstă, gen, ocupație, apartenență și poziționare socioprofesională, preferințe socioculturale, stil de viață.

Un al doilea aspect în ceea ce privește configurarea identității de utilizator este gradul de interacțiune socială produs prin accesare. Utilizarea rețelelor sociale înseamnă stabilirea unei liste de priorități specifice, de exemplu dezvoltarea apartenenței la un grup profesional. În aceeași ordine de idei, accesarea informației din mediul virtual, precum și dezvoltarea unor contacte specializate, preferențiale pot fi caracterizate drept facilități specifice mediului rețelelor de socializare (social network ).

Un al treilea aspect esențial pentru înțelegerea modului de funcționare a rețelelor sociale este legat de utilizarea serviciilor interoperabile în timp real, de exemplu aplicația de tip Live Feed. Acest serviciu online permite utilizatorilor să acceseze în timp real informația, serviciile dorite, programele de interes.

Utilitatea acestor instrumente electronice este de interes pentru servicii din sfera marketingului electronic. De altfel în prezent, există un public specializat consumator de social networking. Acțiunile de promovare (promotion) reprezintă un vector social apreciat de utilizatorii de new media. Interesul, cu precădere al segmentului tânăr de public este exprimat prin apartenența identitară la mediul rețelelor sociale. Conceptul de reprezentare socială se materializează prin notorietatea de utilizator în rețea. Practic, vorbim de interacțiuni online între persoane având aceeași apartenență identitară: vârstă, sex, condiție socioprofesională. Exprimarea prestigiului de utilizator virtual este circumscris cu precădere în necesitatea orientărilor personal- vocaționale ale fiecărui membru din comunitățile de tip virtual.

Exemplificăm, analizele anterioare prin prezentarea unor cercetări<sup>1</sup> de profil, realizate în spațiul virtual. În cadrul proiectului Pew Internet Project au fost realizate sondaje de opinie reprezentative în rândul segmentului tânăr de vârstă privind activitatea online. Astfel, avem o reprezentare corespunzătoare a interesului tinerilor pentru activități online, în speță rețele de socializare.

- 73 % - dintre adolescenții cu vârstă cuprinsă între 12- 17 ani folosesc site-urile de socializare;
- 72 % - dintre tinerii cu vârstă cuprinse între 18- 29 ani sunt adepți ai acestor forme de sociabilizare virtuală;

Conform aceluiași studiu, se poate observa un interes din ce în ce mai vizibil pentru activitatea de socializare prin utilizarea rețelelor sociale de către 40 % din intervieuați. În raport cu tipul de profil individualizat, al utilizatorilor, în cazul adulților se observă o distribuție interesantă a opțiunilor acestora pentru diverse rețele de socializare:

- 73 % utilizează Facebook;

---

<sup>1</sup> [http : // pewinternet.org.Reports 2010, Social- Media-anal- Young- A- duet.arpx](http://pewinternet.org.Reports 2010, Social- Media-anal- Young- A- duet.arpx).

- 48 % utilizează MySpace;
- 14 % utilizează LinkedIn;

Dintr-o altă perspectivă de analiză Monica Hesse<sup>2</sup> aprofundează problematica saturației tehnologice, un concept de actualitate în condițiile dezvoltării fără precedent a mediului virtual. La ce ne gândim când analizăm conceptul de saturație tehnologică?

În principiu, utilizarea mediului electronic, în variatele sale modalități de exprimare determină un nivel de accesare, care poate conduce la saturație pentru utilizatorul angrenat în realitatea de tip multimedia. Explicația autoarei conceptului rezidă în complexitatea mediului electronic, unde libertatea de opțiuni a fiecărui utilizator este indiscutabilă. Din această perspectivă, se crează premisele unei supralicitări de oferte virtuale, ceea ce determină consecințe sau efecte nefaste, caracterizate de nereceptivitatea la noutate, preferința foarte comodă pentru media online consacrată. Asistăm, de fapt la dezvoltarea unui interes unidirecțional al utilizatorului pentru o serie de servicii online, în funcție de opțiuni și interese conjuncturale.

În aceeași direcție de analiză, consemnăm pe fond virtual o serie de varietăți prin instrumentele accesibile utilizatorilor online. Exemplificarea cea mai potrivită este dating-ul online.

În ultimii ani acest sistem operațional, new media a devenit pentru diverse categorii de utilizatori un liant al relaționării online, în spațiul cultural nord-american, 1/3 dintre relațiile personale se evidențiază prin această caracteristică<sup>3</sup>. Dimensiunea pragmatică a sistemelor mediei sociale este asumată de rolul educațional al sistemelor virtuale contemporane, canalele de comunicare de masă transmit concepte, valori, modele de interes pentru utilizatori. Sistemele media, în speță media socială, în rândul diverselor categorii de public arată receptivitatea acestuia și reprezintă resortul principal de modelare a opiniilor personale.

În mediul educațional, școli, universități, centre de formare socioprofesională, sistemele new media dobândesc roluri specifice de modelare a opiniei publice. Înțelegerea influenței mediei electronice asupra publicului tânăr se va cristaliza asupra următoarelor direcții de analiză:

---

<sup>2</sup> <http://www.washingtonpost.com/wodyn/content/article/2010/10/18/AR2010>.

<sup>3</sup> *Dating*- sistem operațional virtual, definibil prin crearea unor baze de date interactive, în spațiul Internet.

**a) Modelare informațională**

Dacă ne referim strict la cele două tipuri de medii accesibile și frecvent utilizate de diversele categorii de public, televiziune și Internet constatăm că ambele asigură prin intermediul programelor și opțiunilor prezentate un nivel minimal, prozaic de înțelegere a vieții și societății. În această direcție asistăm la formarea unei culturi sociale a informației publice, accesibilă utilizatorilor din mediul virtual.

**b) Influența culturală**

Media socială, noile media reprezintă un vector social postmodern de transmitere a valorilor contemporane, care înlocuiesc sistemele tradiționale: familie, școală sau biserică. Sistemele mediei electronice însumează componente variate necesare pentru dezvoltarea și afirmarea publicului larg utilizator. Dimensiunea educațională este asigurată într-un site sau rețea de socializare sau la nivelul oricărei platforme electronice prin accesibilitatea și utilitatea informației prezentate, dincolo de bariere culturale, sociale, lingvistice existente în spațiul public.

**c) Socializare – comunicare**

Influența exercitată de media socială asupra comportamentului uman este una din valorile și instrumentele mediului virtual. Noile media reprezintă unul din elementele de comunicare și interacțiune online din societatea contemporană. Interesul pentru această categorie de sisteme mass-media se fundamentează în principal pe rațiuni pragmatice în ceea ce privește interesul general al publicului;

**d) Modelare prin divertisment**

Această direcție de analiză ne conduc la funcția de evadare din cotidian a utilizatorului. Dimensiunea pozitivă este cantonată în planul accesibilității diverselor categorii de public interesat, în același timp, există o latură negativă a mediului rețelelor sociale. În acest caz ne referim la modalitățile de divertisment facil adevărate compensări ale neîmplinirilor și frustrărilor cotidiene. Potențialul de accesibilitate al noilor media arată, în mod concret impactul produs asupra tuturor utilizărilor acestei tehnologii la nivel global. Noile media au desființat vechile bariere ale societăților de tip industrial, deschizând granițele unei societăți de tip informațional, postindustrial, de aceea expansiunea noilor tehnologii la nivel global vizează atât mediile din sfera socioprofesională, cât și cele individuale.

### **1.3. Concluzii**

Rețelele sociale reprezintă nucleul de acțiune al mediei sociale și au devenit în perioada 2005-2013 cele mai frecvente accesate și utilizate sisteme online. Acest mijloc modern de comunicare oferă numeroase beneficii utilizatorilor, fie prin socializarea propriuzisă, fie prin postarea unor informații utile și accesibile clienților din acest mediu virtual. Rețelele de socializare (social network) reprezintă modalitatea cea mai facilă de adresabilitate pentru categorii diverse de persoane, înțelegem prin afirmația anterior prezentată grupuri sau publicuri specializate de clienți fideli ai networking-ului social.

Noile media, în mod special rețelele sociale, modelează și direcționează audiențele, pentru scopuri specializate ale unor decidenți politico-economici, militari, strategici dar și în

vederea testării reacției diverselor categorii de public. În comparație cu media tradițională, în special televiziune, new media este un focalizator al spațiului social permițând interacțiuni complexe, multidimensionale la nivelul receptorilor utilizatori.

Potențialul de interacțiune socială generat de noile sisteme mass-media este un indicator al dezvoltării sociale din lumea contemporană, dincolo de reticențele și limitările la care este supus Internetul în unele state.

Direcția de evoluție a sistemelor mediei sociale ne arată un interes constant al audienței sociale, concretizată în receptivitatea unor categorii eterogene de public pentru rețelele sociale, platforme online, comunități virtuale. Digitalizarea a devenit a doua natură a omului contemporan, o condiție necesară, dar nu și suficientă a vieții sociale.

Remarcăm, numărul tot mai ridicat de domenii, specializări, și segmente de utilizatori care aderă la valorile societății postmoderne, digitalizate. În acest sens viitorul spațiului public și privat este reprezentat de valorile și modelele specifice societății informatizate.

### **Bibliografie:**

1. Balaban, Cristina, Delia, Iancu, Meza; Radu, Ioana. (2009) *Pr., publicitate și new media*, Editura Tritonic, București;
2. Barbosi, Albert, Laszlo. (2000) *The new Science of Networks*, New York, The Penguins Group;
3. Beck, Ulrich. (2003) *Ce este globalizarea*, Editura Trei, București;
4. Castells, Manuel. (1996) *Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell Publisher, Ltd.;
5. Dubey, Gerard. (2001) *Le lien social à l'ere du virtuel*, Presses Universitaires de France, Paris;
6. Robinson, Laura. (2007) *The cyberself, the selfing project goes online, symbolic interaction in the digital age*, New Media and Society, New York;
7. Rotaru Ileana. (2010) *Comincarea virtuală. Impactul noilor tehnologii informaționale și comunicaționale în spațiul educațional contemporan*, Editura Tritonic, București;

### **Site-uri internet consultate**

8. [http : // pewinternet.org.Reports 2010](http://pewinternet.org.Reports%202010), Social- Media-anal- Young- A-duet.arpx.
9. <http://www.washingtonpost.com/wodyn/content/article/2010/10/18/AR2010>.