

Metaverse sau schimbarea la față a platformelor sociale

Diana PĂTRAȘCU*

Metaverse este un subiect de actualitate și de controversă, care planează asupra noastră zilnic, în mod conștient sau nu. În teorie, *Metaverse* urmează să revoluționeze, din punct de vedere tehnologic și social, asemenea predecesorului său, Facebook, întreaga lume. Momentan, acesta este considerat noul Internet tridimensional.

Metaverse reprezintă un cumul de elemente tehnologice și de platforme online, ce formează un univers virtual. Cuvintele care caracterizează această lume, după spusele creatorului său, Mark Zuckerberg, sunt: prezență, avatare, acasă, „teleportare”, interoperabilitate (abilitatea mai multor aplicații de a se conecta și schimba date), intimitate și securitate, bunuri virtuale și interfețe naturale (interfețe controlate prin gesturi).

Pentru a putea înțelege *Metaverse*, trebuie, însă, înțeles și începutul rețelelor sociale, precum și modul în care ele funcționează.

Facebook a fost lansat pe 4 februarie 2004, primul site web construit cu intenția de a conecta oamenii, de a-i ajuta să socializeze. În filmul său biografic, *The Social Network*, Mark Zuckerberg, interpretat de Jesse Eisenberg, când discută despre construirea platformei, declară: „Nu vorbesc despre un site de întâlniri, ci despre a lua toată experiența socială din colegiu și de a o pune online.” Astfel, el pune pe picioare *The Facebook* (denumirea originală), orientându-se spre interesele sociale ale studenților din jurul său; reușește în acest fel să stimuleze la nivel global nevoile sociale și de apartenență regăsite și în piramida nevoilor a lui Maslow.

Facebook a fost precum o ușă deschisă către noi posibilități și rețelele sociale continuă să evolueze și să facă parte, într-o mare măsură, din viața noastră comună, zilnică. Deși este un subiect controversat de mai mult timp,

* Studentă anul III, Facultatea de Jurnalism, Universitatea „Hyperion” din București

întrebarea „Cât de sigure sunt rețelele sociale?” nu are un răspuns în întregime favorabil.

Jeff Seibert, fost administrator Twitter, vorbește în documentarul Netflix *The Social Dilemma* despre informațiile pe care le punem la dispoziție zilnic prin utilizarea platformelor sociale: „Vreau ca oamenii să știe că tot ceea ce fac online este supravegheat, urmărit și măsurat. Fiecare mișcare pe care o faci este atent monitorizată și înregistrată. Imaginea asupra căreia te-ai oprit, cât timp te uiți la ea. Da. Durata este înregistrată.” Toate acestea se întâmplă cu scopul de a te cunoaște mai bine, pentru ca *feed*-ul tău să aibă un conținut cât mai pe placul tău, lucru care îți sporește dependența de a fi online; cu cât traficul este mai mare, cu atât se vând mai bine spațiile publicitare care constituie baza ce susține financiar aceste companii. În mod clar, dependența este întreținută continuu prin informațiile care ți se oferă, notificările pe care le primești și care te ademenesc să te reconectezi la lumea online și prin multe alte tactici persuasive. Fostul operator manager Facebook, Sandy Parakilas, atrage atenția în același documentar că „Toate informațiile pe care le dăm tot timpul ajung în sisteme, unele dintre ele fără supraveghere umană, și devin tot mai pricepute la emis predicții despre ce urmează să facem și cine suntem.” Nu este acesta cel mai frumos mod de a spune că tehnologia pe care o deții te cunoaște din toate punctele de vedere?

Dacă în 2004 Zuckerberg punea experiența colegială online, astăzi, cu *Metaverse*, își creează propriul univers, propriul Matrix, în care ne invită pe toți. De asemenea, unește multe dintre aplicațiile, site-urile și activitățile noastre sub același acoperiș tehnologic care ne va influența, în mod inevitabil, viața. Iar dacă Facebook a fost o capodoperă creată de studentul Zuckerberg, folosindu-se de ceea ce avea deja la dispoziție, *Metaverse* este un proiect început de compania unuia dintre cei mai bogați oameni din lume, Mark Zuckerberg. Și nu este un proiect început de curând.

Dacă privim imaginea de ansamblu, Zuckerberg a început proiectul de construire a propriului univers cu ani în urmă. În martie 2011, Meta (pe atunci Facebook) cumpără Beluga, companie care le procură astfel tehnologia necesară pentru a construi platforma Facebook Messenger. În luna aprilie, un an mai târziu, Meta cumpără Instagram. În octombrie 2013 achiziționează și Onavo, companie care se ocupă cu analiza web a consumatorilor prin diferite aplicații, pe care o folosește, de asemenea, pentru monitorizarea propriilor platforme în raport cu alți competitori și are impact asupra deciziilor luate în funcție de statisticile făcute pe proprii utilizatori. În același an încearcă să cumpere și Snapchat, însă Evan Spiegel, C.E.O.-ul și fondatorul aplicației, refuză oferta. În februarie 2014, Meta achiziționează aplicația Whatsapp, monopolizând astfel unele dintre cele mai cunoscute și des folosite aplicații. La o lună distanță cumpără Oculus, companie care se ocupă cu realitatea

virtuală și care, în prezent, este responsabilă de crearea produselor cu ajutorul cărora poți intra cu adevărat în lumea *Metaverse*, cum ar fi casca Oculus Quest 2. Și, deși *Metaverse* este departe de a fi un proiect încheiat, situația creată de pandemia de COVID-19 a oferit o oportunitate de neratat pentru lansarea unei astfel de platforme.

În momentul actual, *Metaverse* este cunoscut, în special, pentru noua piață pe care a dezvoltat-o în cadrul său, și anume cea de NFT-uri. *Non-Fungible Tokens* (sau NFT-urile) reprezintă, mai mult sau mai puțin, *token*-uri (sau criptomonede) unice, care nu pot fi înlocuite. NFT-urile pot fi absolut orice lucru care este în format digital, însă explozia de popularitate ține mai mult de vânzarea-cumpărarea artei digitale. De asemenea, succesul acestui *marketplace* este datorat și zvonurilor că ar reprezenta o metodă de a face mulți bani.

NFT-urile nu vor rămâne pentru mult timp unica piață. Mai multe lanțuri de magazine iau în considerare deschiderea propriului magazin virtual de unde îți vei putea face cumpărăturile. Ralph Lauren, creatorul de modă american, este unul dintre primii care au făcut acest pas, deschizându-și un magazin virtual în luna decembrie a anului 2021 și vânzând articole de îmbrăcăminte al căror preț nu trece de cinci dolari. Desigur, acest lucru nu este nemaiîntâlnit până acum, multe branduri de renume, precum Armani și Adidas, au experimentat moda digitală prin intermediul jocului *Second Life*, iar în 2012, Vin Diesel vindea haine și mobilă în *The Sims*.

Crearea acestor spații comerciale este posibilă prin platforma Roblox, care este responsabilă și de platforma Horizon Worlds, unde, în viziunea lui Zuckerberg despre *Metaverse*, oricine își va putea crea o lume indiferent dacă are ca scop gamingul, vânzările, divertismentul sau mediatizarea. În forma sa beta, testerii au realizat show-uri de comedie, nopți de filme sau alte activități sociale. De curând, s-au susținut și concerte, încă neoptimizate complet pentru o experiență VR și care n-au avut, deocamdată, succesul scontat.

Sub acoperișul *Metaverse*-ului, Zuckerberg ne încântă și cu un spațiu familiar – Horizon Home – „care este versiunea noastră de început pentru un spațiu *acasă* în *Metaverse*. Horizon Home este primul lucru pe care îl vei vedea când îți pui casca Quest, spune acesta în videoclipul de prezentare a platformei; și, cum pandemia a reprezentat o adevărată problemă pentru forța de muncă, *Metaverse* unește telemunca cu experiența reală de a avea un job. Horizon Workrooms este un spațiu VR, aflat încă în forma de beta testing, unde poți fi în biroul virtual, alături de colegii tăi, având parte de aceeași interacțiune umană și de sentimentul de prezență, chiar dacă te afli la tine acasă sau în cealaltă parte a Pământului. „Cred că asta poate fi un lucru pozitiv pentru societatea și economia noastră. A facilita accesul la joburi în mai multe locuri, indiferent de locul în care trăiești, va însemna un mare câștig din perspectiva răspândirii oportunităților către cât mai mulți oameni. Scăzând numărul

comutărilor din fiecare zi, înseamnă mai puțin timp petrecut în trafic și mai mult dedicat activităților importante. Și este bun și pentru mediul înconjurător”, spune Zuckerberg în aceeași prezentare.

Numai ideea de ofertă de muncă este un stimulent suficient pentru un public-țintă numeros, având în vedere impactul pandemiei asupra forței de muncă. De asemenea, obținerea unui job prin intermediul *Metaverse* te face complet dependent de aplicație.

Alt public-țintă numeros, căruia această lume VR i se poate adresa cu succes, este reprezentat de persoanele introvertite. Succesul platformelor precum Second Life este incontestabil, mai ales în privința persoanelor nesigure pe ele în viața reală, nu puține fiind, în perioada de glorie a aplicației, cazurile în care de la interacțiunile avatarelor s-a ajuns la căsătorii sau schimbări radicale ale modului de trai din viața fizică. Componenta de gaming în sine provoacă o stare de dependență prin simpla ei existență, problemele cauzate de acest tip de condiționare reprezentând o problemă serioasă, în prezent. *Metaverse* aduce, în același construct, un număr nedefinit de surse ce provoacă dependență sau de care suntem deja dependenți.

Complexitatea acestei platforme este atât de mare, încât, chiar la prezentarea conceptului, se menționează necesitatea imediată a unor norme și măsuri de precauție și noi forme de guvernare. Și, cum *Metaverse* este creat și susținut de compania lui Zuckerberg, cine altcineva să aibă puterea de decizie?

Această putere a fost deja demonstrată în cazul platformelor ce țin de Meta, cel mai bun exemplu fiind oprirea conturilor de Facebook și Instagram ale lui Donald Trump, fostul președinte al SUA. Indiferent de deciziile luate ulterior în vederea președinției lui Trump, momentul dezactivării conturilor a avut o legătură puternică cu ceea ce se întâmpla în America, nu cu postările președintelui. Astfel, platformele au creat o barieră importantă de comunicare între acesta și oamenii pe care, în acel moment, îi conducea. Ce l-ar opri pe Zuckerberg să ia astfel de decizii, în special în propriul său univers?

În ciuda faptului că *Metaverse* este produsul evoluției tehnologice, securitatea și liberul arbitru sunt probleme importante în ceea ce privește viitorul omului, lăsând la o parte imaginea pozitivă în care ne este prezentat potențialul platformei.