

DOI

[https://doi.org/
10.18690/um.feri.3.2024.15](https://doi.org/10.18690/um.feri.3.2024.15)

ISBN

978-961-286-864-2

PIXELFED

SARA PLOJ, LUKA OGRIZEK, NINA GANGL, GAL KUMER

Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, Maribor,
Slovenija

sara.ploj@student.um.si, luka.ogrizek@student.um.si, nina.gangl@student.um.si,
gal.kumer@student.um.si

Prispevek je analiza in opis decentraliziranega družbenega medija Pixelfed, vključuje informacije o njegovem nastanku in razvoju vse do danes. Pixelfed je decentralizirana alternativa Instagram-u, kar pomeni, da osnovne funkcije sovpadajo, prav tako pa sta si platformi zelo različni. Za razliko od Instagram-a je Pixelfed bolj uporabniško prijateljski (user-friendly), saj uporabnikom omogoča večjo zasebnost in kontrolo nad svojo deljeno vsebino in podatki, zato pa ni tako dobičkonosna. Medij gradi veliko metrik, kot so všečki, komentarji, najpomembnejši cilji povezav ter stopnja in čas odzivnosti, ki nam povedo priljubljenost, uporabnost in učinkovitost delovanja platforme. Platformo sestavlja veliko raznih instanc (strežniki), ampak na žalost še slovenska instanca ne obstaja, nam najbližja je italijanska. Instance prav tako niso razdeljene po tematiki, kar pomeni, da lahko v vsakem najdemo več raznih tematik.

Ključne besede:

Pixelfed,
decentraliziran medij,
zasebnost,
Instagram,
instanca (strežnik)

1 Uvod

Pixelfed se uveljavlja kot decentralizirana alternativa Instagramu, ki poudarja zasebnost, nadzor uporabnikov nad svojimi podatki in odprtokodno naravo. Platforma se razvija od leta 2018 in je do danes pridobila na priljubljenosti, čeprav še ni dosegla množične uporabe.

Analiza konceptov družbenega medija Pixelfed nam razkriva, da gre za platformo, ki omogoča ustvarjanje identitete, vzpostavljanje odnosov, pogovarjanje, deljenje vsebin in sodelovanje v skupinah. Pixelfed poudarja tudi zasebnost uporabnikov, kar je pomembno v času, ko se veliko pozornosti namenja varovanju osebnih podatkov.

Pregled razvoja Pixelfeda nam kaže na nenehno izboljševanje uporabniške izkušnje in dodajanje novih funkcionalnosti. Med pomembnejšimi mejniki so dodajanje funkcij "všečkaj" in komentiranja, možnosti dostopnosti, slikovnih filtrov ter drugih izboljšav.

Primerjava Pixelfeda in Instagrama razkriva različne koncepte, ki zaznamujejo vsako platformo. Pixelfed se osredotoča na odprtost, decentralizacijo in zasebnost, medtem ko je Instagram centraliziran, enostaven za uporabo in ima večje število aktivnih uporabnikov.

Analitika Pixelfeda zajema metrike vključenosti, ki merijo aktivno sodelovanje uporabnikov, ter metrike pretvorbe, ki ocenjujejo učinkovitost platforme pri doseganju določenih ciljev. Pomembne metrike vključenosti so všečki in komentarji, medtem ko metrika najpomembnejših destinacij povezav ponuja vpogled v obiskane zunanje spletne strani preko Pixelfeda.

Celotna analiza Pixelfeda ponuja vpogled v razvoj, koncepte in analitiko te decentralizirane družbene platforme. Platforma se razvija v smeri, ki poudarja uporabnikovo zasebnost, hkrati pa prinaša inovacije, kot so efemerne vsebine. Prihodnost Pixelfeda je odprta, saj se bo verjetno nadaljeval razvoj in prilagajanje uporabniškim potrebam.

2 Pojav in razvoj družbenega medija

Pixelfed je odprtokodna in združena platforma za izmenjavo fotografij in videoposnetkov. Kot del Fediverse uporablja protokol ActivityPub za komunikacijo z drugimi zveznimi platformami. V Pixelfedu lahko uporabniki gostijo svoj primerek, ki je

samostojen strežnik v omrežju, kar omogoča večji nadzor nad izkušnjo deljenja slik in videa.

2.1 Pojav

Platforma je bil ustanovljena z namenom, da zagotovi decentralizirano alternativo družbenim omrežjem, kot je Instagram. Razvoj družbenega medija je pospešila želja po ohranitvi zasebnosti in lastniške kontrole nad vsebinami ter želja po večji etičnosti v družbenih medijih (FediDB, 2023).

2.2 Časovnica PixelFed-a

PixelFed je bil prvič predstavljen javnosti leta 2018:

- 2018: Začetna izdaja PixelFed-a. Platforma je bila zasnovana kot zvezna in odprtokodna alternativa Instagramu.
- 2018 – 2019: V tem času je PixelFed dodal funkcije »všečkaj« in komentiral objave, kar je omogočilo večjo interakcijo med uporabniki.
- 2019: PixelFed je začel ponujati možnosti dostopnosti, kot so alternativni napisi za slike, ki uporabnikom z okvaro sluha pomagajo pri interakciji s platformo.
- 2020: Platforma je predstavila slikovne filtre in druge funkcije, ki izboljšujejo uporabniško izkušnjo pri deljenju fotografij in videoposnetkov.
- 2021 - 2022: V tem obdobju se je PixelFed še naprej osredotočal na stalno izboljševanje uporabniškega vmesnika in dodajanje novih funkcionalnosti za izboljšanje uporabniške izkušnje (FediDB, 2023).

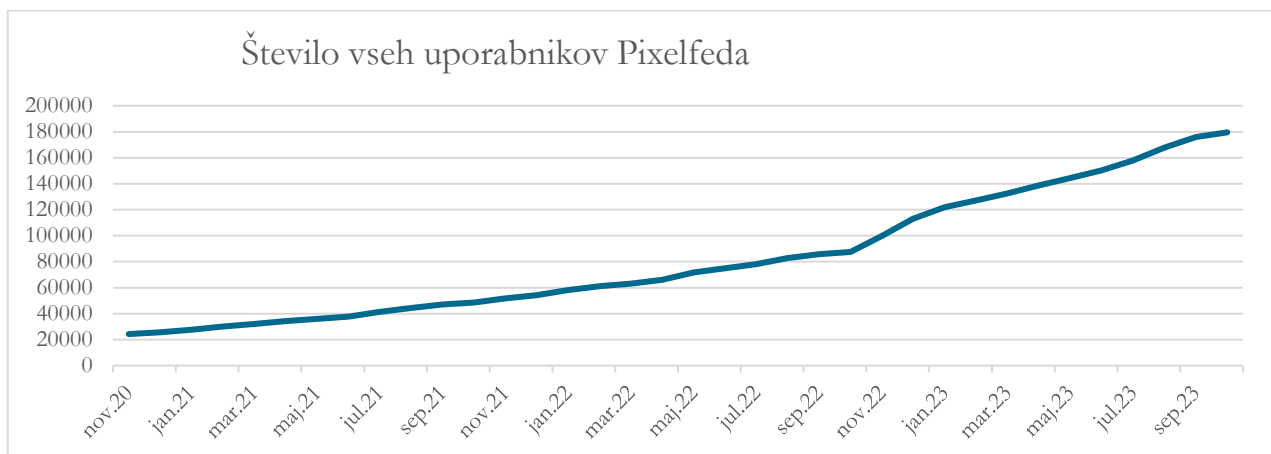
2.3 Priljubljenost medija

Priljubljenost PixelFed-a se je postopoma povečala, saj je ponudil alternativo centraliziranim družbenim omrežjem... Ljudje so se začeli zanašati na PixelFed zaradi potrebe po nadzoru nad svojimi podatki in večji zasebnosti. Na sliki 1 je prikazana rast uporabnikov po mesecih v obdobju zadnjih nekaj let (Johnson, Booksaresocial, 2017).



Slika 1: Logotip Pixelfed

Vir: [4]



Graf 1: Število vseh uporabnikov skozi opazovani čas.

Vir: lastnen, povzeto po [3].

2.4 Uporabniška izkušnja

Pixelfed je doživel številne spremembe vmesnika (angl. *User Interface*), vključno s prehodi na novejšje oblikovalske smernice in izboljšanimi uporabniškimi izkušnjami. Njihov logotip je od leta 2018 ostal nespremenjen, so pa že na začetku ustvarili več verzij le tega za različne načine uporabe, njihov logo lahko vidimo na sliki 2 [1, 2].

Njegov uporabniški vmesnik zelo spominja na Instagram (brez oglasov, zgodb in kolotov). Alternativa za Instagram je morda zabavna in koristna, če ima uporabnik večšine in željo vzpostaviti svoj strežnik Pixelfed. Najbolj popularen strežnik je `pixelfed.social`, s kar 54 200 uporabniki [1].

3 Analiza konceptov družbenega omrežja Pixelfed

3.1 Osnovni koncepti

Kot ostali družbeni mediji tudi Pixelfed temelji na implementaciji osnovnih konceptov, ki so: identiteta, prisotnost, razmerja, pogovori, skupine, sloves in deljenje. V tem poglavju se osredotočamo na obliko njihove prisotnosti v izbranem decentraliziranem družbenem mediju.

3.1.1 Identiteta

Identiteta se na tej platformi ustvari znotraj posameznega strežnika, ki si ga vsak uporabnik poljubno izbere glede na svoje zahteve in želje. Identiteta Pixelfed-ovih uporabnikov je eksplicitno sestavljena iz njihovega imena, uporabniškega imena, e-mail naslova in profilne fotografije. Uporabniki morajo biti stari tudi 16 let ali več, da se lahko pridružijo zelenemu strežniku. Implicitno pa lahko uporabniki kažejo svojo identiteto z objavljanjem fotografij, deljenjem svojih objav ali objav drugih uporabnikov. Pod objavami uporabnikov lahko pustijo tudi komentar s svojimi mislimi [3, 4].

3.1.2 Pogovori

Uporabniki se na tem mediju lahko tudi med sabo pogovarjajo, ti pogovori so lahko zasebni ali pa tudi javni npr. pogovarjanje v komentarjih objave. Komuniciranje v Pixelfed-u ima podobno obliko elektronskim poštam, posledično je vrsta pogovora zamaknjen pogovor. Predel za zasebno sporočanje je sestavljen iz prejetih sporočil, poslanih sporočil in prošenj neznanih uporabnikov za sporočanje [3, 4].

3.1.3 Deljenje

Znotraj strežnikov lahko uporabniki delijo zelene vsebine z drugimi uporabniki, ki so tudi del le tega. Objekt deljenja pa so v Pixelfed-u fotografije in posnetki, te pa predstavljajo medij s pomočjo katerega se vzpostavljajo odnosi. Torej, ko uporabnik deli fotografijo z nekim sporočilom, se lahko ostali uporabniki v komentarjih odzovejo. Objave lahko uporabniki oblikujejo v portfelj s katero se lahko bolj profesionalno predstavijo na mediju. Neprimerne objave niso odstranjene, ampak pridejo z opozorilom. Tako se uporabnik odloči sam če hoče videt vsebino. Graf 2 prikazuje število objav po določenih mesecih [3, 4].



Graf 2: Število objav skozi opazovan čas
Vir: lasten, povzeto po [3].

3.1.4 Prisotnost

Pixelfed ne prikazuje aktivnost oziroma prisotnost uporabnikov v mediju, ko je uporabnik prisoten v aplikaciji to ni naznanjeno s temu primerno oznako npr. zelenim krogcem. Na objavah tudi ni možnosti označevanja lokacije in s tem njihove prisotnosti na nekem mestu. Dejstvo, da Pixelfed tega ne omogoča, je razlog za bolj varno in zasebno spletno okolje [3, 4].

3.1.5 Odnosi

Uporabniki lahko v tem družbenem mediju vzpostavijo odnose na različne načine. Odnosi lahko nastanejo z objavljanjem vsebin, komuniciranjem preko zasebnih sporočil ali v komentarjih, lahko pa se sklepajo tudi prijateljstva in pridobivajo oboževalci. Odnosi so manj formalni, uporabniki si sporočajo preko direktnih sporočil. Pixelfed, še nima nekih znanih vplivnežev, glede na to da je dokaj novo in ni osredotočeno toliko na njih [3, 4].

3.1.6 Skupine

Večje skupine se ustvarjajo v obliki serverjev, manjše pa tudi znotraj njih. Izbira serverjev temelji na jeziku, ki se uporablja v njih, kot tudi interesih oziroma tematikah, ki prevladujejo v njih. Bolj okvirno pa lahko opredelimo skupine v dve glavni. Omenjeni serverji predstavljajo obliko klubov. Skupine znotraj njih pa predstavljajo prijateljstva, ki jih uporabniki sklenejo med seboj [3, 4].

3.1.7 Sloves

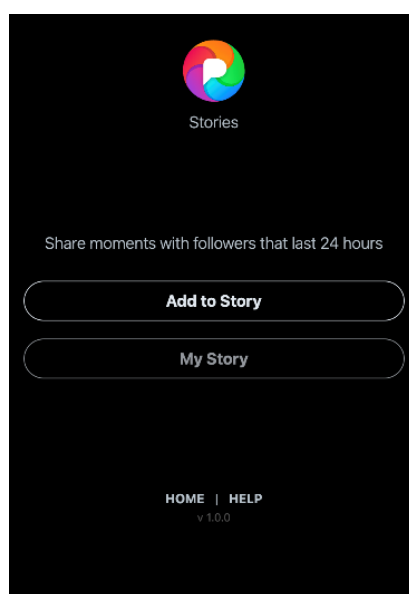
Kot tudi pri drugih decentraliziranih in centraliziranih družbenih medijih se sloves na PixelFed-u meri v več metrikah. Tri glavne so število sledilcev, všečkov in deljenja objave. Čim večje je ena iz med teh matrik, večji je sloves in vpliv uporabnika [3, 4].

3.2. Napredni koncepti

Platforma PixelFed ne vsebuje samo osnovnih konceptov. Ampak tudi nekatere, ki jih lahko smatramo kot napredne.

3.2.1 Efemerne vsebine

Znotraj tega medija lahko zaznamo veliko naprednih konceptov. Eden iz med takih so efemerne vsebine oziroma tako imenovani »story-ji«. Gre za kratko trajno vsebino, ki je časovno omejena (v tem primeru na 24 ur). Te vrste vsebin zelo pritegnejo uporabnike, saj omogočajo veliko količino objav in pri tem ne nasitijo uporabnika. Trenutno je ta odsek šele v razvojni fazi in ima možnost objave fotografije in kratkih video vsebin. Lahko pa primerjamo z znanimi centraliziranimi mediji, kot sta Instagram in Facebook, ki imata na podoben način prikazano vsebino. Le-ta pa imata to funkcijo zelo nadgrajeno. Omogočata še dodatne možnosti kot so: dodajanje komentarjev, smeškov, uporaba obogatene resničnosti, itd. Spodnja slika ilustrira kako dodajamo efemerne vsebine [3, 4].



Slika 6: Dodajanje efemernih vsebin.

Vir: [4].

3.2.2 Boj proti lažnim novicam

Sovražni govor, golota, napačne informacije in podobno so bili vedno pristni pri centraliziranih medijih. Tudi Pixelfed se ne razlikuje od teh. Pri analizi se je pokazalo, da je moderacija dokaj učinkovita, vendar pa ima kar nekaj pomanjkljivosti. Izkazalo se je, da veliko objav ni dosegalo pravih uporabnosti Pixelfeda. Te vsebine so bile objavljene na javnem strežniku, ki je moderiran in ponuja možnost, da neprimerne objave uporabnik prijavi. Medij pa tudi omogoča časovnico, ki pa ni moderirana in povezuje vse strežnike skupaj na eno skupno časovnico [3, 4].

3.2.3 Video vsebine

Omrežje Pixelfed temelji na deljenju medijskih vsebin. Ponuja možnost različnih video vsebin. Naj pogosteje sta to dva tipa. Prvi kot tak je objava kratkih in dolgih video vsebin, kot objave. Pri vsaki objavi lahko objavimo največ 10 različnih video vsebin. Obstaja pa tudi druga možnost, ki pa je kot objava tako imenovanih zgodb [3, 4].

3.2.4 Kratke video vsebine

Sam medij ne ponuja možnosti prikazovanja kratkih video vsebin na uporabnikovi časovnici. Vendar pa lahko tretiramo Pixelfed-ove kolaže objav kot kratke video vsebine, saj ponuja možnost deljenja vsebin, ki so bile narejene izven medija [3, 4].

3.2.5 Napredne funkcionalnosti

Ena iz med najbolj zanimivih funkcionalnosti je možnost prenosa in integracija obstoječega uporabnika na Instagramu na Pixelfed. S tem je zagotovljen neopazni prehod iz centraliziranega omrežja [3, 4].

V primerjavi z kakšnim drugim centraliziranim omrežjem pa lahko pri Pixelfedu opazimo, da ima dokaj majhen izbor naprednih funkcionalnosti. Nekatere funkcionalnosti, ki so pogrešane so obogatena in virtualna resničnost, oddajanje v živo, sponzorirane objave in še bi lahko našteali. Ker je omrežje del odprto kodne sheme je posledično manj poudarka na razvoju le-teh funkcionalnosti. Možnost pa obstaja za integracijo v bližnji prihodnosti.

4 Primerjava Instagram

Medtem ko je Instagram postal eden najbolj priljubljenih družbenih medijev, Pixelfed predstavlja odprtokodno decentralizirano primerjavo. Izvedli bomo primerjalno analizo Pixelfeda in Instagrama na več vidikih, da bi razumeli njune podobnosti in razlike [4].

4.1 Koncept

Pixelfed je odprtokodna, decentralizirana platforma, ki deluje na protokolu ActivityPub, protokol v skupni rabi, ki uporabnikom omogoča komunikacijo, brez shranjevanja podatkov uporabnikov na osrednjem strežniku. Uporabnikom omogoča večjo kontrolo nad svojimi podatki. Je brezplačna ter namenjena izmenjavi fotografij. Razvil jo je Dansup.

Instagram je centralizirana družbena platforma za deljenje fotografij in videoposnetkov. Vse uporabniške profile gosti in nadzira podjetje Facebook, kar pomeni, da gre za zaprt sistem. Uporabniki imajo omejen nadzor nad svojimi podatki in profilom, saj so odvisni od določenih pravil. Razvijalca sta Kevin Systrom in Mike Krieger [6, 7].

4.2 Vsebina

Obe platformi sta namenjeni deljenju vizualnih vsebin, kot so fotografije in videoposnetki. Prav tako v obeh primerih uporabniki ustvarjajo svoje osebne profile, kjer objavljajo svojo vsebino, urejajo svoje podatke in komunicirajo z drugimi.

Pixelfed daje poudarek na varnosti in zasebnosti, kar omogoča uporabnikom več nadzora nad njihovo vsebino oziroma podatki. Osredotoča se na osnovno funkcionalnost deljenja fotografij. Instagram je bolj usmerjen v ustvarjanje osebnega profila z dodatnimi funkcijami, kot so Stories, IGTV, filtri in drugi dodatki, ki razširijo izkušnjo uporabnikov [5].

4.3 Uporabniška izkušnja in zasebnost

Pixelfed nudi dobro prilagodljivost profila, saj uporabniki lahko določijo ozadje, svojo profilno sliko in dodajo dodatne informacije po svoji izbiri. Ker sami gostijo svoj profil na lastnih strežnikih, to omogoča večjo kontrolo, torej se sami odločajo o politiki zasebnosti. Dovolj, da se posamezniki odločijo, ali bodo njihove objave javne ali vidne

samo sledilcem. Pixelfed ima manjšo skupnost (190 tisoč) v primerjavi z Instagramom, kar pomeni manjšo interakcijo in manj sledilcev, vendar tudi bolj intimno izkušnjo.

Instagram ponuja uporabnikom prijazen vmesnik, torej enostaven in intuitiven. Uporabniki se hitro naučijo kako objavljati slike, zgodbe in uporabljati različne funkcionalnosti. Enostavno ustvarijo račun in začnejo objavljati vsebine brez potrebe po tehničnem znanju. Dodatne funkcionalnosti uporabnikom omogočijo veliko bolj raznoliko izkušnjo. Zaradi omejitev zasebnosti in uporabe algoritmov za prikazovanje vsebin je zelo kritiziran, saj vpliva na vidljivost in prikaz objav. Podatki uporabnikov se zbirajo za namene oglaševanja in personalizacije. Instagram ima ogromno aktivno uporabniško bazo (2,35 milijarde), kar pomeni, da uporabniki lahko dosežejo večjo pozornost in interakcijo s svojimi sledilci [7, 8].

4.4 Monetizacija (možnost pridobivanja dobička)

Tabela 1: Primerjava družbenih medijev.

VIDIK	PIXELFED	INSTAGRAM
Koncept	Odprtokodna Decentralizirana Protokol v skupni rabi	Centralizirana Zaprt sistem
Vsebina	Vizualne vsebine Osebni profil Osnovna funkcija deljenja	Vizualne vsebine Osebni profil Dodatne funkcionalnosti
Uporabniška izkušnja	Prilagodljivost profila Samolastništvo Manjša skupnost = intimna izkušnja	Uporabnikom prijazen vmesnik Enostavnost Omejitev zasebnosti in uporaba algoritmov Velika aktivna uporabniška baza = večja interakcija
Zasebnost in varnost	Poudarek na zasebnosti in varnosti Nadzor nad podatki	Kritiziran zaradi zasebnosti in osebnih podatkov
Monetizacija	Brez prodaje podatkov	Oglaševanje in sponzorirane vsebine Nakupovalna funkcija

Vir: lasten.

Ker je platforma Pixelfed odprtokodna in decentralizirana, ni centraliziranega načina za monetizacijo. Pri vsakem strežniku se to razlikuje, vendar pa se za dobiček običajno ne zanašajo na prodajo podatkov o uporabnikih.

Instagram glavni prihodek je oglaševanje in sponzorirane vsebine. Ima pa tudi nakupovalno funkcijo, kjer lahko uporabniki kupijo izdelke neposredno preko aplikacije. Iz tabele 1 lahko izberemo podobnosti in razlike med Pixelfed-om in Instagram-om [7, 8].

Družbeni medij PixelFed in Instagram ponujata različne uporabniške izkušnje in koncepte, čeprav imajo tudi nekatere podobnosti. PixelFed se osredotoča na decentralizacijo, odprtost in daje poudarek na zasebnost. Uporabniki imajo večjo prilagodljivost pri oblikovanju svojih profilov in nadzor nad svojimi podatki. Ključne prednosti PixelFed-a vključujejo lastno gostovanje in nadzor nad zasebnostjo, ima pa manjšo skupnost in ni tako funkcionalno bogat kot Instagram.

5 Analitika PixelFed-a

5.1 Metrike koncepta vključenosti

Udeležba na družbenih medijih zajema vse oblike aktivnega sodelovanja uporabnikov s vsebino na različnih družbenih platformah. To sega vso do preprostega izražanja všečka ali sledenja in vključuje raznolike načine, s katerimi se posamezniki odzivajo na objave: od pisanja komentarjev, deljenja vsebin, ponovnega deljenja sporočil, izražanja reakcij s čustvenčki, vključevanja omenjanj drugih uporabnikov ter neposrednega komuniciranja prek zasebnih sporočil. Gre za širok spekter interakcij, ki odražajo aktivno vključevanje in zanimanje občinstva za določeno vsebino ali profil.

Ta koncept je pri PixelFedu izražena z sledečimim metrikami vključenosti:

Všečki: Podobno kot pri Instagramu, PixelFed uporabnikom omogoča, da všečkajo fotografije, kar pomeni, da cenijo ali odobravajo vsebino.

Komentarji: uporabniki lahko sodelujejo z objavami tako, da pustijo komentarje, spodbujajo pogovor in interakcijo okoli skupnih fotografij.

Formula za ta koncept: $\text{Skupna vključenost} = \frac{\text{število vseh všečkov in komentarjev}}{\text{število vseh sledilcev}} * 100\%$

V bistvu se angažiranost na PixelFedu vrti okoli spoštovanja fotografij, pogovora prek komentarjev, deljenja vsebine in spodbujanja občutka skupnosti skozi interakcijo. Prispeva k splošni izkušnji uporabnikov na platformi in določa doseg in vpliv skupne vsebine znotraj skupnosti PixelFed.

5.2 Metrike koncepta pretvorbe

Metrike pretvorb so ključne za ocenjevanje učinkovitosti spletne platforme pri spreminjanju obiskovalcev v stranke ali pri doseganju določenih ciljev. Tukaj je ena izmed ključnih kazalnikov koncepta pretvorbe:

5.2.1 Najpomembnejše destinacije povezav

Ta metrika nam pove, katera spletna mesta so največkrat obiskana preko spletne povezave (linka) na strani pixelfed.social (x). Metrika je izražena v odstotkih, katere dobimo z delitvijo uporabnikov, ki so kliknili na povezavo do določene spletne strani (a) in številom vseh klikov do katerekoli spletne strani (b), to številko še pomnožimo s 100, da dobimo odstotke. Uporabljamo podatke zadnjih treh mesecev, oz. od avgusta 2023 do oktobra 2023.

$$\frac{a}{b} \times 100\% = x \%$$

Na podlagi teh podatkov, največ uporabnikov klikne na povezave do spletnega mesta Digital Ocean Spaces, in sicer kar 21 %. Ta metrika je namenjena predvsem skrbnikom, saj tako dobijo pregled nad povezavami, oz. spletnimi mesti, ki jih uporabniki najbolj obiskujejo (Similar Web, 2023).

5.3 Metrika koncepta zavedanja

Metrika koncepta zavedanja v družbenih medijih, zlasti v primeru Pixelfed-a, se osredotoča na število prikazov objav. Ta metrika je ključnega pomena za razumevanje, kako široko je določena vsebina dosegla uporabnike na platformi.

Naziv metrike je "Število prikazov objav" (Impressions). Meri, kolikokrat je bila določena objava prikazana uporabnikom. Koncept metrike je, da meri stopnjo izpostavljenosti določene vsebine. Vsakič, ko se objava prikaže na zaslonu uporabnika, se šteje kot en prikaz. To interpretiramo kot; višje število prikazov označuje večjo izpostavljenost določene vsebine. To pomeni, da je več ljudi videlo objavo, kar je ključno za ustvarjanje prepoznavnosti in širjenje vsebine. Metrika je namenjena predvsem ustvarjalcem vsebine, ki želijo oceniti kako dobro so njihove objave vidne občinstvu, uporabna pa je tudi za marketinške strokovnjake, ki želijo oceniti učinkovitost svojih kampanj.

5.4 Koncept “skrb za stranke”

Ta koncept lahko v PixelFed-u prepoznamo kot čas, ki ga uporabnik porabi za odziv na sporočila kot tudi vsebino sporočila in trud, ki je vložen vanj. Tu sta torej prisotni dve metriki odzivni čas (povprečen čas odgovarjanja na sporočila) in stopnja odziva (število odgovorov v določenem obdobju)

Enačba stopnja odzivnosti: $SO = \left(\text{število odzivov} \div \text{število unikatnih uporabnikov} \right) \times 100$

Enačba čas odzivnosti: $\check{C}O = \text{čas porabljen za odziv}$

Torej čim hitreje in na čim več sporočil odgovori uporabnih, tem boljše skrbi za svoje stranke oziroma uporabnike.

6 Primeri in dobre prakse uporabe PixelFeda

PixelFed vsebuje mnogo različnih serverjev, globalno dostopnih vsem uporabnikom. Ti se med seboj razlikujejo v uporabljenih jezikih in državah, v katerih so bili ustvarjeni. Lokalno serverja ni mogoče analizirati, saj še slovenski server ne obstaja. Najbližja instanca omenjeni državi pa bi bila italijanski, katero bi lahko potencialno uporabljali obmejni Slovenci iz italijanske manjšine, ki poznajo italijanščino [4].

Posledično tudi niso razdeljeni glede na interese in vsaka instanca vsebuje mešanico vseh vsebin. Kljub temu pa lahko vsebino opredelimo na bolj sproščeno. Uporabniki na strežnikih večinoma ne iščejo služb in resnih tematik, ampak bolj objavljajo svoje hobije in dejavnosti prostega časa [4].

6.1 SWOT analiza

V tabeli 2 je predstavljena SWOT analiza PixelFeda. Notranje prednosti vključujejo decentralizirano platformo brez oglasov ter možnost prenosa vsebine iz Instagrama. Kljub temu pa se pojavljajo notranje slabosti, saj primanjkuje mobilne aplikacije, in še veliko funkcij se nahaja v razvojni fazi. Na zunanji ravni se odpirajo priložnosti za boljše povezovanje uporabnikov med strežniki. Vendar pa se pojavljajo tudi grožnje, kot je pomanjkanje učinkovite moderacije, kar lahko pripelje do več eksplisitne vsebine. Tabela

2 jasno prikazuje pozitivne in negativne vidike, ki vplivajo na uspeh tega socialnega omrežja.

Tabela 2: Prikaz SWOT analize.

Notranje	Prednosti: Decentralizirano socialno omrežje Brez oglasov Prenos vsebine iz Instagrama	Slabosti: Pomanjkanje mobilne aplikacije Veliko stvari v razvojni fazi
Zunanje	Priložnosti: Boljše povezovanje uporabnikov med strežniki	Grožnje: Pomanjkanje moderacije in s tem več eksplicitne vsebine
	Pozitivno	Negativno

Vir: lasten.

6.2 Omejitve uporabe družbenega medija

PixelFed je združena platforma družbenih medijev, zgrajena na protokolu ActivityPub, njegova zasnova pa uporabnikom omogoča povezovanje z drugimi prek različnih strežnikov, ne glede na njihovo geografsko lokacijo. Vendar pa imajo lahko posamezni primerki PixelFed lastna pravila in pravilnike, ki lahko vključujejo omejitve glede na lokacijo [4].

6.3 Priljubljene instance družbenega medija

Trenutno je aktivnih 970 instanc PixelFed omrežja, na katerih je aktivnih kar 210.000 uporabnikov. Najbolj obiskan server je »pixelfed.social«, ki beleži 102.000 uporabnikov. Gre za prvotno instanco, ki jo upravlja sam ustanovitelj PixelFed.

Kot druge najbolj popularne pa so instance, ki se geografsko nahajajo v Nemčiji, na Japonskem in Nizozemskem. Vse pa so spločnega namena in nimajo posebne usmeritve oziroma tematike [4].

7 Sklepne ugotovitve in bodoči trendi

Prispevek se osredotoča na analizo PixelFed, inovativno platformo za deljenje fotografij. Raziskali smo ključne značilnosti PixelFed, ki ga ločujejo od tradicionalnih platform, in predstavili njegovo evolucijo od ustanovitve do trenutnega stanja. Analizirali smo osnovne in napredne koncepte ter naredili primerjavo s centralizirano različico medija. Analizirali smo medij in ugotovili katere metrike so zanj pomembne.

Ugotovili smo, da Pixelfed predstavlja svež pristop k družbenim medijem, s poudarkom na decentralizaciji, varnosti in uporabniški zasebnosti. Njegova odprtokodna narava in povezava s konceptom federacije omogočata uporabnikom več nadzora nad lastnimi podatki.

Prispevek ima pomembne implikacije za uporabnike družbenih medijev, razvijalce platform ter skupnost raziskovalcev. Uporabniki lahko izboljšajo svojo digitalno zasebnost in nadzor nad vsebinami, razvijalci pa lahko najdejo navdih za razvoj inovativnih rešitev na področju družbenih medijev.

Bralce opozarjamo na omejitve naše analize, kot so omejen časovni okvir in omejen dostop do nekaterih podatkov. Kljub temu pa smo si prizadevali za celovito razumevanje Pixelfeda in njegovega vpliva.

Za nadaljnje raziskave priporočamo podrobnejšo analizo uporabniških izkušenj na Pixelfedu, raziskovanje morebitnih varnostnih izzivov ter oceno širše sprejetosti tehnologije v družbenih medijih.

Glede na trenutne razvojne trende v družbenih medijih lahko pričakujemo večjo pozornost in sprejetost decentraliziranih platform, kot je Pixelfed. Naraščajoča skrb uporabnikov glede zasebnosti bo verjetno spodbudila razvoj podobnih inovacij v prihodnosti.

Literatura

- [1] FediDB, „Pixelfed,“ November 2023. [Elektronski]. Dostopno na: <https://fedidb.org/software/pixelfed>. [Poskus dostopa 8 november 2023].
- [2] M. Johnson, „Booksaresocial,“ 2017. [Elektronski]. Dostopno na: <https://www.booksaresocial.com/timeline-social-media-2017/#lightbox/0/>. [Poskus dostopa 3 10 2022].
- [3] D. Morley, „Fediverse Observer,“ Poduptime, [Elektronski]. Dostopno na: <https://pixelfed.fediverse.observer/stats>. [Poskus dostopa 23 November 2023].
- [4] Pixelfed, „Pixelfed,“ 2023. [Elektronski]. Dostopno na: <https://pixelfed.org/>. [Poskus dostopa 7 November 2023].
- [5] D. Ruby, „Demandsage,“ 7 avgust 2023. [Elektronski]. Dostopno na: <https://www.demandsage.com/instagram-statistics/>. [Poskus dostopa 8 november 2023].
- [6] Similar Web, „pixelfed.social Website Performance,“ avgust - oktober 2023. [Elektronski]. Dostopno na: https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/*/999/3m?webSource=Total&key=pixelfed.social. [Poskus dostopa 14 november 2023].
- [7] G. Polančič in S. Kuhar, Ured., *Sodobne komunikacijske rešitve v luči poslovne uporabnosti : zbornik referatov*, Maribor: Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, 2011.
- [8] J. Kietzmann, K. Hermkens, I. P. McCarthy in B. Silvestre, „Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media (November 5., 2014),“ *Business Horizons*, Izv. Vol. 54, p. 11, 2011.
- [9] Framasoft, „Framalibre,“ 4 september 2018. [Elektronski]. Dostopno na: <https://framalibre.org/notices/pixelfed.html>. [Poskus dostopa 31 januar 2024].
- [10] Clovyr Team, „Clovyr,“ 18 april 2023. [Elektronski]. Dostopno na: <https://blog.clovyr.io/instagram-vs-pixelfed/>. [Poskus dostopa 8 november 2023].

