

## СОЦИАЛНИ МРЕЖИ И/ИЛИ СОЦИАЛНИ МЕДИИ (ИЗГУБЕНИ В ПРЕВОДА)

Марнета Борисова Христова

докторант към катедра „Икономическа социология”  
УНСС, София

## SOCIAL NETWORKS AND/OR SOCIAL MEDIA (LOST IN TRANSLATION)

Marieta Borisova Hristova

PhD candidate, department „Economic sociology”  
UNWE, Sofia

**Abstract:** *The creation of new terms can not be avoided, but to be negligent of the new terminology that we use can lead to a situation of confusion rather than consensus and understanding. The purpose of this paper is to outline the nature and main features and to propose a comprehensive definition and delimitation of terms: 1) Internet network, 2) World Wide Web, 3) social web, 4) social networking sites, 5) social media. An attempt is made to show that the content of each subsequent term is derived from the preceding as a major factor for this is the increasing role of connections, relationships and interactions between people.*

**Key words:** *Internet network, World Wide Web, social web, social network, web 2.0., social networking sites, social media.*

„... телефон със социална мрежа”

Из реклама на мобилен телефон по телевизията

Всекидневното говорене омаловажава и променя смисъла и същността на термини като социална мрежа и социална медия. Преминавайки от научния изказ към всекидневния говор, усвоявайки бързото и съкратено говорене характерно за технологичната среда използваме думи с неопределено значение, неправилно използваме научни термини, за да обозначаваме с тях всекидневни дейности.

Създаването на нови термини не може да бъде избегнато, но да сме небрежни към използваната от нас терминология, може да ни доведе до ситуация на объркване отколкото до консенсус и разбиране.

Целта на настоящата статия е да очертае същността и основните характерни черти и да предложи една разбираема дефиниция и отграничаване на понятията:

- 1) интернет-мрежа;
- 2) уеб-мрежа;
- 3) социална уеб-мрежа;
- 4) социални мрежови сайтове, сайтове за свързване в социална мрежа;
- 5) сайтове за социални медии.

Към тази цел добавям задачата да покажа, че съдържанието на всяко следващо понятие произлиза от предходното като основен фактор за това е увеличаващата се роля на връзките, отношенията и взаимодействията между хората.

Изследователските въпроси, на които ще се опитам да дам отговор са:

1. Има ли разлика между интернет и уеб-мрежата, и ако да, каква е тя?
2. Има ли разлика между социални мрежи и социални медии, и ако да, каква е тя?

Основната хипотеза е, че интернет се отнася към мрежата така, както социалните медии се отнасят към социалните мрежи. Първото е по-общо, по-абстрактно като понятие, а второто е елемент, съществена част от него. Първото е „архитектурата“, второто е социалната същност. Първото задава структурата, второто съдържанието.

И още, съществува същностна разлика между анализа на социалната мрежа (analysis of social networks), който е разработен и поддържан от Харисън Уайт, доразвит, наложен и защитаван от Марк Грановетер и Бари Уелман и социалната уеб-мрежа (social web) в аналогия на световната мрежа-паяжина (world wide web) за първи път измислена като словосъчетание от Хауърд Рейнголд.

В същото време „инструментите“, чрез които могат да се създават, развиват, и поддържат реалните социални мрежи са една съществена, развиваща се част от настоящата архитектура на Интернет. В момента, в който те се появяват на бял свят започват да привличат милиони посетители и ползватели, като по този начин превръщат част от уеб-мрежата в социална такава.

Основните понятия, които ще разгледам и, между които търся връзките и отношенията са:

### 1. Интернет-Мрежата (internet)

В Енциклопедия Британика Интернет е дефиниран като публично достъпна компютърна мрежа, свързваща множество по-малки мрежи от цял свят.<sup>[1]</sup> Тази мрежа се ражда в резултат на програма на отбраната на САЩ, наречена APRANET (Advanced Research Projects Agency Network), която е основана през 1969 г. със свързване на компютри в Калифорнийският университет в Лос Анжелис, Станфордския изследователски институт, Калифорнийският университет в Санта Барбара и Университета в Юта. Целта на АПРАНЕТ е била да се проведат изследвания в областта на компютърните мрежи, за да се гарантира устойчива и оцеляваща комуникационна система в случай на война.

През 1971 г. се развива първата програма за изпращане на електронна поща по разпределителна мрежа. До 1973 г. електронната поща представлява по-голямата част от трафика на АПРАНЕТ. Това е и годината когато са направени международни връзки с АПРАНЕТ от страна на Британия и Норвегия. През 70-те год. се развиват пощенските списъци (mailing list), нюзгрупите (newsgroups), бюлетин-бордовите системи (bulletin-board systems), TCP/IP комуникационни протоколи (transmission control protocol/Internet Protocol), които са приети за стандартни протоколи на АПРАНЕТ през 1982-83 г., което довежда до широката употреба на термина Интернет. През 1984 г. е представена системата за имената на домейните (domain name addressing system). През 1988 г. стават възможни разговорите в реално време по мрежата, с помощта на развитието на протоколите Internet Relay Chat. През 1990 г. АПРАНЕТ престава да съществува, като оставя след себе си NSFNET (National Science Foundation Network)<sup>[2]</sup> и първия търговски достъп до Интернет става достъпен.

<sup>1</sup> Internet. (2011). In *Encyclopædia Britannica*. Retrieved from <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/291494/Internet>

<sup>2</sup> Създадена през 1986 г. дистрибутивна мрежа на мрежите от Националната Научна Фондация, способна да се справи с далеч по-голям трафик



## 2. Уеб-мрежата (world wide web)

Годината е 1991 г., когато е създадена *световно разпространената мрежа* – www (World Wide Web). Буквално може да се преведе и като *паяжината*. Наричана е също световната мрежа или само уеб. Представлява взаимно свързани хипертекстови документи, до които може да се достигне чрез компютърната мрежа Интернет.

Тези хипертекстови документи се наричат уеб-страници. Идеята за световната мрежа е предложена през 1989 г. от Тим Бърнърс-Лий, английски инженер, който ръководи и нейната първа реализация в мрежата на Европейската организация за ядрени изследвания в края на 1990 г.

Двете понятия – Интернет-мрежа и уеб-мрежа – често пъти се използват като взаимозаменяеми.

Интернет представлява мрежа от взаимосвързани компютърни мрежи. В центъра на тази мрежа са компютрите, които са новите комуникационни посредници.<sup>[3]</sup> Тя е видима, реална, има форма и структура; представя се чрез фиброоптичните кабели по дъното на океаните, информационните супермагистрала, милионите компютри, свързани посредством сложна система от електронни и оптически мрежови устройства и технологии. Структурата на Интернет е мрежа. Компютрите, които са част от Интернет се наричат хостове (hosts). Обменът на информация се осъществява като се предава информация от един компютър на друг. Компютърът, който получава информация се нарича клиент, а този, който я предоставя – сървър. Това са възлите на мрежата.

Част от мрежата е световната мрежа – уеб, която представлява съвкупността от всички уебсайтове. Тя изпълва със съдържание тези възли.

В своята книга „Weaving the Internet“<sup>[4]</sup> Тим Бърнърс-Лий разказва историята на развитието на световната уеб-мрежа, като разкрива не само историческите факти и събития, които довеждат до това откритие, а и неговото значение за миналото, настоящето и бъдещето на света и човечеството. Неговата цел е хората да разберат какво представлява уеб-мрежата на това ниво, за да могат да разберат какъв може да бъде истинският ѝ потенциал в бъдеще. Идеята, която създателят има за уеб-мрежата е всичко да бъде потенциално свързано с всичко останало. Тази идея, според него, ще предостави на хората нова свобода и ще им позволи да се развиват по-бързо отколкото някога е било възможно.

Това кореспондира и с въведението на Майкъл Дертузо към книгата, в което той споделя вярванията на Лабораторията, в която работят с Бърнърс-Лий<sup>[5]</sup>, а именно, че „технологията е неразделна част от хуманността на човечеството и, за да се получи истински прогрес, двете трябва да се развиват заедно, да ходят ръка за ръка, като нито едната от тях не трябва да бъде като прислужник на другата...“<sup>[6]</sup>

Мечтата на Бърнърс-Лий е уеб-мрежата да е едно общо информационно пространство, в което хората комуникират като споделят информация. Универсалността ѝ като качество е от първостепенно значение. Другата част от мечтата му е свързана с всеобщата употреба на уеб-мрежата – тя да стане реалистичното огледало или всъщ-

<sup>3</sup> Abbate, J. *Inventing the internet*. MIT Press, 2000.

<sup>4</sup> Berners-Lee, T. *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate destiny of world wide web by its inventor*. 1999.

<sup>5</sup> MIT Laboratory for Computer Science.

<sup>6</sup> Пак там. Рр. lx

Според Тим О'Рейли, Уеб 2.0 (Web 2.0) е „бизнес революция в компютърната индустрия породена от преминаването към уеб-мрежата-като-платформа, и от опита да се разберат правилата за успех в тази нова платформа.”<sup>[10]</sup>

Тим Бърнърс-Лий оспорва значението на термина, след като много от технологичните компоненти на уеб 2.0 са били използвани още от създаването на уеб-мрежата. Създавайки уеб-мрежата той я е виждал като „съвместен посредник, място където всички се срещат, четат, пишат.”<sup>[11]</sup>

Въпреки, че терминът подсказва за една нова версия на уеб-мрежата, явлението не се отнася до обновление на интернет-мрежата или на техническите стандарти на световната уеб-мрежа, а на промени в начините, по които тези стандарти се използват.

Гари Шели и Марк Фрайденберг (Gary B. Shelly, Mark Frydenberg) в своята книга „Web 2.0: Concepts and Applications” представят социалните и технологични усъвършенствания, които довеждат до т.нар. уеб 2.0. Според тях уеб 2.0 е резултат от няколко еволюции, които се осъществяват в приблизително един и същи период от време.<sup>[12]</sup> Най-съществената от тях, според мен, е тази, че „обществото възприема тези технологични промени до степен, до която те не само са насърчавани, но и очаквани”.

Една от основните трансформации е начинът, по който хората започват да използват уеб-мрежата. Уеб-сайт 2.0 позволява на потребителите да взаимодействат и да сътрудничат помежду си, в един социален диалог като създатели (просуматори) на създадено от тях съдържание в една виртуална общност, в контраст с уеб-сайтовете 1.0, където юзърите (потребители) имат възможност пасивно да разглеждат съдържание, което е създадено за тях.

От голямо значение за тези уеб-сайтове 2.0 са сътрудничеството, съвместната работа и обмена между потребителите. Примери за уеб-сайтове 2.0 са т.нар сайтове за свързване в социални мрежи (social networking sites), блогове, уикита (wikis), сайтове за споделяне на видео, фото, аудио файлове и др.

#### **4. Сайтове за свързване в социална мрежа (social networking sites).**

Дана Бойд и Никол Елисън дефинират сайтовете за социални мрежи (social network sites) като уеб-базираните услуги, които позволяват на хората да (1) изграждат свои публични или публично-частни профили в рамките на една ограничена система, (2) създават списък с други потребители, с които те да споделят връзка, и (3) преглеждат и преминават през техния списък от връзки и тези, направени от други в

---

<sup>10</sup> O'Reilly, T. What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, p. 30, 2005.

<sup>11</sup> Berners-Lee on the read/write web. BBC News. 2005-08-09. Retrieved 2011-02-06.

<sup>12</sup> Тези еволюции са: 1) развитието на интернет до такава степен, че свързаността е налице почти навсякъде; 2) персоналният компютър се превръща в устройство, което може да бъде открито в домове, училища, и офиси; 3) мобилните телефони се променят в устройства, чрез които могат да се правят не само телефонни разговори, но осигуряват и достъп до уеб-мрежата; 4) уеб-браузъра става широко разпространен и достъпен инструмент, с който да се проучва уеб-мрежата; 5) уеб-базираните приложения се разработват по такъв начин, че да могат да се използват на различни устройства; 6) хората, които разработват новите уеб-технологии използват уеб-мрежата, за да разгръщат нови версии на софтуерните приложения; 7) обществото възприема тези технологични промени до степен, до която те не само са насърчавани, но и очаквани.



рамките на системата.<sup>13</sup> Дана М. Бойд определя онлайн социалните мрежи като: "уеб-базиран услуги,

Докато Бойд и Елисън използват термина „сайт за социална мрежа“ (social network sites), за да опишат този феномен, терминът „социални мрежови сайтове“ или „сайтове за създаване на социални контакти“ (social networking sites) също се появява в публичния дискурс, и двата термина често се използват взаимозаменяемо.

Според тях терминът „създаване на контакти“ (networking) подчертава започването на връзката, често пъти между непознати. И докато създаването на социални контакти е възможно посредством тези сайтове, то не е основната практика на много от тях, нито е това, което ги отличава от други форми на компютърно-опосредствана комуникация.

Това, което прави сайтовете за социални мрежи уникални не е, че позволяват на хората да се срещат с непознати, а по-скоро, че позволяват на потребителите си да се свързват и да правят видими своите социални мрежи. Участниците не е необходимо да създават социални контакти или да се срещат с нови хора, вместо това те основно комуникират с хора, които вече са част от тяхната разширена социална мрежа. По този начин се акцентира върху тази свързана социална мрежа като критична организационна черта на тези сайтове.

Къде се вписва теорията за социалната мрежа на Грановетер и Уелман в тази технологична трансформация на уеб-мрежата?

Най-общо социалната мрежа е социална структура изградена от актьори (били те индивиди, групи, организации) и връзките между тези актьори (връзки като отношения, зависимости или взаимодействия).

Сайтовете за социални мрежи могат да се разглеждат като изследователски инструменти, които в много по-голяма степен могат да изследват тези мрежи. Тези инструменти имат силата да структурират и да правят видими съществуващите онлайн взаимоотношенията, както и да създават нови връзки. Тези сайтове се фокусират върху изграждането и отразяването на социалните мрежи или на социалните отношения между хората, които споделят общи интереси, идеи, дейности, събития в рамките на своите индивидуални мрежи.

Сайтовете за социални мрежи вдъхновяват възникването на т.нар. сайтове за социални медии, които позволяват на хората да споделят новини, обзорни статии, личен опит или любими сайтове с другите.

## 5. Сайтове за социални медии (social media sites or media for social interaction)

Социалните медии включват уеб-базиран и мобилни технологии, които превръщат комуникацията в интерактивен диалог. Социалните медии са такъв широк термин, който обхваща голям брой уеб-сайтове. Общата черта на тези уеб-сайтове е, че този, който ги използва е способен да **взаимодейства със самия уеб-сайт**, или да **взаимодейства с другите посетители** на уеб-сайта. Основната характеристика на тези медии е тяхната интерактивност.

Андреас Каплан и Майкъл Хаенлейн определят социалните медии като „група от интернет-базиран приложения, които възникват въз основа на идеологията и

<sup>13</sup> Виж: Boyd, M., & Ellison, B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11.  
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

технологията на уеб 2.0, позволяват създаването и обмена на съдържание, генерирано от потребителите.”<sup>[14]</sup>

Чрез прилагане на набор от теории в областта на медийните изследвания и социалните процеси, Каплан и Хаенлейн създават схема за класифициране на различни типове социални медии. Според тях има шест такива типа:

- 1) съвместни проекти (например Wikipedia)
- 2) блогове и микроблогове (например Twitter)
- 3) общности според съдържанието (content communities – например YouTube)
- 4) сайтове за социални мрежи (например Facebook)
- 5) виртуални игрови светове (virtual game worlds – например World of Warcraft)
- 6) виртуални социални светове (virtual social worlds – например Second Life).

Технологиите посредством, които се изграждат тези социални медии са: блогове, споделяне на снимки и музика, публикуване на стена, изпращане и получаване на електронна поща, изпращане на мигновени съобщения, и др.

От своя страна Критцман и колектив<sup>[15]</sup> представят рамката, която дефинира социалната медия като използват седем основни градивни елемента: идентичност, разговори, споделяне, присъствие, взаимоотношения, репутация и групи. Услугите на социалните медии определят фокуса върху някои или всичките седем основни градивни елемента, които помагат в разбирането на нуждите от ангажимент на аудиторията на тези социални медии.

В условията на уеб 2.0, сайт за социална медия е сайт, който не само предоставя информация, но и взаимодейства с потребителя докато му предоставя тази информация. Това взаимодействие може да е нещо просто като предоставяне на възможност за коментари или възможност за гласуване по определен начин за някоя статия, или може да бъде нещо по-сложно като препоръка за определени филми на базата на рейтинги на други хора с подобни интереси.

### Вместо заключение

Често пъти виртуалното пространство се третира като изолиран социален феномен, без да се взема предвид съвместяването на взаимодействията в уеб-мрежата и другите аспекти от живота на хората. Уеб-мрежата е само един от начините, по който хората могат да си взаимодействат. Тя (уеб-мрежата) не е отделна, изолирана реалност. Хората, които си взаимодействат в нея, носят своите офлайн характеристики като пол, възраст, раса, етап от жизнения си цикъл, културна среда, социалноикономически статус и своите офлайн връзки с другите.

Това, което уеб-мрежата може да предложи е емоционална подкрепа, приятелство, информация, вземане на решения за осъществяване на определени мерки, предизвикване на чувство на принадлежност. Всичко това са нематериални блага, които лесно могат да се предоставят чрез използването на компютър. Друг е въпросът какво е качеството и ограничеността на подобна подкрепа. Една електронна прегръдка или

<sup>14</sup> Kaplan, A., M. Haenlein. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. In: Business Horizons 53 (1), pp. 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003. ISSN 0007-6813. Retrieved 2010-09-15.

<sup>15</sup> Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I. and Silvestre, B. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. In: Business Horizons 54 (3): pp. 41-251. doi:10.1016/j.bushor.2011.01.005. ISSN 0007-6813. Retrieved 2011-08-23.



целувка изразена с т.н. емотикони не е равна като вложено чувство и физически контакт на физическата такава. Но това не означава, че човек е склонен да замести едното с другото, а по-скоро да **добави** едното към другото.

**Човек не разделя света си на две** – хора, с които се среща лично и хора, с които комуникира онлайн. Валидно е обратното. Често пъти персоналните връзки се пренасят във виртуалното пространство. Важното в случая е взаимоотношението и отношението, а не вида комуникация. Комуникацията започнала под една форма в даден момент, може да продължи под друга форма в друг момент.

### Литература:

1. Abbate, J. *Inventing the internet*. MIT Press, 2000.
2. Appelquist, D., Brickley, D., Carvahlo, M., Iannella, R., Passant, Al., Perey, Ch., Story, H. A Standards-based, Open and Privacy-aware Social Web. W3C Social Web Incubator Group Report 6th December 2010 Report. W3C Incubator Group Report. <http://www.w3.org/2005/Incubator/socialweb/XGR-socialweb-20101206/>. Retrieved 6/8/2011.
3. Berners-Lee, T. *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by its inventor*. Harper Business, 2000.
4. Boyd, M., & Ellison, B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
5. Internet. (2011). In *Encyclopaedia Britannica*. Retrieved from <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/291494/Internet>
6. Kaplan, A., M. Haenlein. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. In: *Business Horizons* 53 (1), pp. 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003. ISSN 0007-6813. Retrieved 2010-09-15.
7. Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I. and Silvestre, B. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. In: *Business Horizons* 54 (3): pp. 41-251. doi:10.1016/j.bushor.2011.01.005. ISSN 0007-6813. Retrieved 2011-08-23.
8. Newman, M. *Networks: An Introduction*. Oxford University Press, USA, 2010.
9. O'Reilly, T. What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, Retrived from <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
10. Participative Web and User-Created Content. Web 2.0, Wikis and Social Networking. OECD, 2007. [http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/science-and-technology/participative-web-and-user-created-content\\_9789264037472-en](http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/science-and-technology/participative-web-and-user-created-content_9789264037472-en)
11. Shelly, G., M. Frydenberg. *Web 2.0: Concepts and Applications*. Course Technology, 2010.
12. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
13. <http://www.w3.org/People/Berners-Lee/ShortHistory.html>

Научен консултант: проф. д.с.н. Теменуга Ракаджийска