

## Социални медии и/или социални мрежи

Гл.ас.д-р Стойко Петков

*По време на протестите в Кайро, един активист обяснява, защо дигиталните медии са толкова важни за организацията на политическите протести и последвалите от тях размирици, по следния начин: "Ние използваме Facebook, за тиражиране на графика и местата на протестите, Twitter за да ги координираме и YouTube да ги покажем на света".<sup>1</sup>*

Социални медии и/или социални мрежи. Колко са различни тези понятия? Имат ли области на припокриване? Дали едното не е част от другото?

Част от идеите, които ще споделя, представих преди 2 години на една научна конференция, но динамиката на процесите ни дава достатъчно нови примери от медийната практика за продължаване на дебата.

Социални мрежи и социални медии са две от най-модерните понятия в областта на Интернет в днешно време. И въпреки, че привидно са сходни по характер и функция, те имат своите различия.

### Социалните медии

За да се изведе определение за социални медии, първо е необходимо да се обяснят две концепции, които често се свързват с тях: Web 2.0 и съдържание генерирано от потребители.

Уеб 2.0 е термин, който е използван за първи път през 2004 г. за да се опише по нов начин Световната мрежа, в която софтуерните разработчици и крайните потребители започнаха да използват мрежата като платформа, за споделяне на съдържание, вече разработено и публикувано от частни лица.

Ако Web 2.0 представлява идеологическата и технологична основа, то Съдържание генерираното от потребители (UGC) може да се разглежда като сбор от всички начини, по които хора се възползват от социалните медии. Според Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР, 2007 г.), то трябва да отговаря на три основни изисквания: първо, да е публикувано или в достъпен за широка аудитория сайт или в социалните мрежи, на второ място, съдържанието трябва да показва определени творчески

---

<sup>1</sup> Philip N. Howard, The Arab Spring's Cascading Effects, <http://www.miller-mccune.com/politics/the-cascading-effects-of-the-arab-spring-28575/> март 2011

усилия, и накрая, е необходимо то да е създадено извън професионалната работа и практика на автора.

Въз основа на тези разяснения на Уеб 2.0 и Съдържание генерирано от потребители, сега е лесно да се даде по-детайлна дефиниция за това какво имаме предвид под социални медии.

Социалните медии, по функция са близки до тази на комуникационен канал в смисъла на традиционната медия. Те са една система, която разпространява информация "към" другите, но използват уеб-базирани и мобилни технологии, за да превърнат съобщението в интерактивен диалог.

Това са уеб-страници, които се зареждат със съдържание от самите потребители. За разлика от традиционните медии, в които имаме назначени на работа създатели на съдържания (журналисти и редактори), които публикуват информация, в социалните медии това се прави от потребителите. Социалните медии са блоговете, форумите, сайтовете за подкаст, видео и др. Тук следва да се каже още, че по самия си замисъл проектът Web 2.0 предвижда в края на комуникационната верига да стоят професионални комуникатори, което не може да се разбира по друг начин, освен като предпоставка и възможност за редакторска намеса, при която избирателно се пропуска през 'входа' информацията от потребителите преди нейното публично излъчване.

Джей Роузен, говори и за "PRO-AM" журналистика - хибридна форма, в която професионални журналисти и потребители (аматьори) работят заедно за създаването на висококачествени съдържания<sup>2</sup>.

При социалните медии Дайън Хинчклиф очертава следните тенденции:

- реализира се диалог, а не монолог;
- участниците са личности, а не организации;
- основните ценности са честност и прозрачност;
- съдържанието се „издърпва“, а не се „избутва“<sup>3</sup>
- имаме разпръснатост вместо централизация и контрол.

---

<sup>2</sup> Jay Rosen, From "write us a post" to "fill out this form:" Progress in pro-am journalism., <http://pressthink.org/2011/06/from-write-us-a-post-to-fill-out-this-form-progress-in-pro-am-journalism/> юни 2011

<sup>3</sup> Доставянето на онлайн текст до потребителя зависи както от технологическите настройки на сайта, така и от модела на възприемане на информацията от страна на он-лайн рецепиента. В първия случай онлайн съдържанието може да се „издърпва“ (когато читателите следват хипер връзки към много източници с архиви), или да се „избутва“ (когато сайтът изпраща предварително заявената от потребителя информация), а е възможна и комбинацията от двете.

В по-широк смисъл, социални медии можем да наричаме всички онлайн технологии, която позволяват на хората да публикуват, разговарят и споделят съдържание онлайн.

Социалните медии и социалните мрежи имат някои сфери на припокриване, но те наистина не са едно и също нещо. Едно от схващанията е, че може социалната мрежа да бъде платформа за социални медии. Социалните мрежи са насочени към общности, а социалните медии са избраният от тях метод за комуникация.

Друго твърдение гласи, че социални медии се развиват в интернет страници, които включват елементи от социалните мрежи, превръщайки се в Страници за социално общуване (SNS), като например Flickr и YouTube.<sup>4</sup>

### **Какво е социална мрежа?**

Да започнем със социалния аспект на мрежата ... ако нямаше Интернет и ви попитат какво е социална мрежа, какво бихте отговорили? Мисля, че името казва всичко, но все пак нека отбележим, че тя може да се определи като група (мрежа) от хора, които общуват помежду си, на базата на общо образование, работа, интереси и всеки участник в групата е мост към други хора, които могат да бъдат допуснати в групата в ролята на приятел или познат. Как онлайн медиите се намесиха тук? Като очертаха тези връзки и възли и като предоставиха тази карта за вас и вашите връзки на целия свят.

Можете да се твърди, че има и други нови моменти, като например разпространяването на съдържания, които преди са били до известна степен лични. Или многократното увеличаване на скоростта за установяване на контакт, без географското положение на контактуващите да е от рашаващо значение за качеството на връзката.

Дана М. Бойд определя онлайн социалните мрежи като: "уеб-базирани услуги, които позволяват на хората (1) да изградят свой публичен или публично-частен профил в рамките на ограничена система, (2) да създадат списък с други потребители, с които те да споделят връзки, и (3) да преглеждат списъка от връзки, създаден от други потребители в системата."<sup>5</sup>

При социалните мрежи целта е опознаване, създаване и поддържане на контакти или работа по определена кауза. Типични социални мрежи са Facebook, LinkedIn, MySpace и др.

---

<sup>4</sup> Danah M. Boyd, Nicole B. Ellison, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> март 2011

<sup>5</sup> Пак там

Проблемът е, че социалната мрежа няма никаква стойност, докато към нея не се присъединят участници, а участниците искат да се присъединят само когато социалната мрежа има някаква стойност. Въпросът е, как да стигнем до тези първи потребители, преди групата да е наистина сформирана? Има различни решения на този проблем, които няма да обсъждаме тук, но е достатъчно да се каже, че едва след като преминем през този проблем, можем да имаме работеща социална мрежа.

### **Още прилики и разлики**

Това, което е общо при социалните медии и социалните мрежи, е способността им да достигат до широка публика. В замяна на това, те имат редица явни различия, особено по отношение на това как се предава информацията. При социалните мрежи фокусът е върху акта на участие, чрез който хората с общи интереси могат да взаимодействат помежду си и по този начин да изграждат връзки с други членове на общността.

Социалните медии са начин да се предава, или да се споделя информация с широка аудитория. Всеки има възможност да създава и да разпространява съдържание.

Според Лон Коен „Социални медии можем да наречем стратегията за разпространение на съдържания, а социалната мрежа е инструмент за свързване с други хора.”<sup>6</sup>

Дейвид Ливайн твърди, че социалните медии позволяват на всеки да излъчва съдържание, което някой друг може да открие, да сподели и коментира, а социалните мрежи позволяват на хората да се свържат и да споделят общи интереси.<sup>7</sup>

Мат Годард, нарича социални мрежи "какво", а социалните медии "как"<sup>8</sup>. Според него социалните мрежи са изградени от съмишленици, които търсят и дават съвети, за да стигнат до по-добри решения. Изследователите на социалните мрежи твърдят, че хората които дават най-много съвети в мрежата имат най-голямо влияние. Тези хора се наричат лидери на мнение. Социалните мрежи използват традиционните методи за свързване, като разговорите лице в лице, но също и нови подходи, като например блогове, синдикирани видеа, социални отметки, и др., които наричаме социални медии.

---

<sup>6</sup> Lon S. Cohen, Is There A Difference Between Social Media And Social Networking?, <http://lonscohen.com/blog/2009/04/difference-between-social-media-and-social-networking/> (октомври 2010)

<sup>7</sup> David Levine, Famous LinkedIn Profiles - Social Media vs. Social Networking, <http://artofbuildingsoftware.blogspot.com/2011/05/famous-linkedin-profiles-social-media.html> (май 2011)

<sup>8</sup> Matt Goddar, SOCIAL NETWORKING VS. SOCIAL MEDIA, [http://www.r2integrated.com/pdf/Social\\_Networking\\_vs\\_Social\\_Media.pdf](http://www.r2integrated.com/pdf/Social_Networking_vs_Social_Media.pdf) (октомври 2010)

Социалните медии обхващат всички онлайн социални разговори. Това е нова среда, в която общуват хора и компании. Социалните мрежи са социални структури, състоящи се от отделни лица или организации, известни като "възли". Тези възли са свързани помежду си чрез приятелство, общи интереси и сходни убеждения и казуси.

Заедно с предимствата е добре да се отбележи, че колкото по лесно става публикуването и споделянето, толкова повече се увеличава „информационния шум“. Споделянето е лесно, но намирането на качествено и конкретно съдържание става все по-трудно. Именно тук се намесват лидерите на мнение, които „препоръчват“ съдържание чрез социалните мрежи.