

## Интерактивни социални мрежи

Публична лекция, в НБУ на 17.04. 2007г.

Доц. д-р Руси Маринов

В края на 20-ти век се наблюдава един бум в развитието на модерните, ориентирани към потребителя мрежи и съответните ресурси за поддържането и изграждането им. Някои от тези технологии са наречени интерактивни, нови и същевременно социални. По-нататък ще анализираме базовите характеристики на интерактивната комуникация, концепциите в тази сфера и как тези модели се отразяват на развитието на технологиите, иновациите и софтуера. През 2004 г. социалните мрежи се появяват в комуникационното пространство, набират популярност, привличат капитали и започват да оказват значително влияние върху модерното общество.

Социалните мрежи, като изобретение кореспондират с четири основни иновации, направени през втората половина на 20-ти век: концепцията за електронен хипертекст; развиване и усъвършенстване на идеите за интерактивност и съответно интерактивни медии; подобряване технологичните характеристики на мрежите с изкуствен интелект; и осигуряване на по-демократичния достъп на хората/поне от западните страни/ както до нови, технологични идеи, така и до по-качествено съдържание.

Наричани още web 2.0, новите медии или социалните медии въздействат както на съвременната култура, така и на комуникацията между хората. Някои от тях са известни под наименованието blogs, podcast, wikis, RSS, Second life. Всички тези изобретения оказват значително въздействие върху потребителите в Интернет и се превръщат във важен елемент за оценка възможностите на съвременните, мрежови технологии. Експертът по комуникации Шел Холтц в списание "CW magazine" May-June, 2006 изброява три фундаментални принципа, свързани с новата медия, наречена Web 2.0: общност, взаимодействие и креативност.

Другите особености на новите комуникационни технологии са, че хора с общи интереси се обединяват, с цел овладяване на определена, технологична област и активно споделяне на знания. Наблюдава се процес на пристрастяване към определени марки, услуги, т.е онези които създават и продуцират съдържание са обсебени от това, което правят. Казано с други думи произвеждат, публикуват нещо не защото е тяхно хоби, а защото чувстват нещата по този начин. Потребителите, харесващи определени услуги могат сами да ги популяризират. Възниква нов вид маркетинг, наречен "open source marketing", както и появата на нов тип журналистика, а именно "гражданска, социална журналистика". Модерните медии сами насърчават своите почитатели да пишат и създават съдържание, като респективно го публикуват в рубрика "горещи новини".

Podcasts <http://www.podcast.net> е идеално средство за получаване на съобщения, мнение, новини, идеи и музика на сравнително ниска цена. Обикновено е аудиофайл, във формат MP3. Възможни практически приложения:

---записи на обръщения на висшите мениджъри, по важни проблеми на бизнеса;

---седмични новини, свързани с дейността на компанията, които могат да се прослушват по всяко време;

---речи на служители и експерти;

----специални файлове-представящи важни идеи;

---активност и достижения на отделни департамент и бизнес единици;

Wiki е своеобразен уебсайт и всеки потребител може да редактира и да добавя съдържание. Като технология е изобретена от Уорд Кънингам през 1995г. Предимства на тази технология:използване за целите на интерактивното обучение; непрекъснато добавяне на ново знание;разнообразност на информацията и гледните точки;

...участие на професионални групи при развиване на дадена тема и поддържане на актуалността на версията <http://kmrusi.wikispaces.com>.

Интерактивността може да се разглежда в по-широк смисъл като основен термин, който описва потенциала на една медия и предоставя същевременно права на потребителя да окаже влияние върху съдържанието на комуникацията.

*Сфери на интерактивност:*

- активна навигация и манипулиране на информация, с цел по-качествено съдържание;
- избор от менюта или от карта с въпроси за приспособяване на медията към индивидуалните изисквания на потребителя;
- създаване на изцяло динамични текстове, нямат предварително зададена рамка или структурирано съдържание, а само насоки за корекции и интеракция;
- въвеждане на специален код, който да генерира съдържание, в зависимост от предпочитанията на потребителя;
- генериране на изкуствени среди в мултимедиен контекст.

Терминът „хипертекст“ придобива публичност, когато Теодор Нелсън разработва проекта "Xanadu"/1969/ електронна система за публикуване на материали в информационните мрежи.

Основните характеристики на тази система са:

@ метаструктура и взаимодействие между съдържание и текстове;

@ референтна структура и списък на съдържание, и респективно връзки между отделните тематични блокове;

@ изграждане на медийно съдържание.

Концепцията на Нелсън за хипертекстта съдържа някои основни елементи: непрекъснати връзки/links/; защита и запазване на авторските права-цитирането става по определена методика и с разрешение на автора; оригинални връзки между документите- всички цитати и извадки да са свързани с оригинала; двустранни линкове-всеки има право да публикува коментари към отделните страници; сравнение между отделните версии и оригинала на съдържанието; дълбочинна преработка-документът може да се променя, но всяка версия е налична; версиите са под формата на разклонения; непрекъснато публикуване на съдържание, без празни пространства.

### *Проблеми на интерактивността:*

- усложняване на традиционните проблеми, свързани с интерпретация на текстовете;
- значението на текстовете не е равнопоставено и ясно кодирано за всички потребители;
- значението варира, в зависимост от обстоятелствата и аудиторията;
- продуцентите на съдържание няма да имат пълна информация за броя на версиите.

През 2003г. бизнеса в областта на социалните мрежи се разраства, като някои компании постигат значителен успех. Популярност придобиват мрежи от типа на: CopLink; Ecademy; Eliyon Friendster; Govnet.org; Huminity; ItsNotWhatYouKnow; Link Silicon Valley; Linked In; Wallop (Microsoft); Zero Degrees; Tribe Networks. Например, Rize е изградена през 2001г., под формата на website, където потребителите могат да направят свои, профилирани страници и да ги споделят помежду си. Все още възможностите за комуникация са ограничени, контактите се реализират с помощта на "книга за гости". Седмичните информационни е-бюлетини насърчават посещението в различни сайтове като част от мрежата. Феномени като MySpace, Facebook Second Life, Flickr, YouTube/появяват се три години по-късно/ не са обикновено web места, а специални платформи <sup>за взаимодействие, където модерните общности се социализират, учат, общуват, генерират идеи.</sup>

### *Културни последици от разпространение на социалния софтуер:*

1. Основните компютърни умения на следващите поколения ще бъдат на значително по- високо равнище.
2. Комуникационните умения се развиват, но не се променят съгласно очакванията. Например, 1/5 от населението на САЩ, е функционално необразовано от гледна точка на новите медии.
3. Професионалната компетентност става повече достъпна и видима за всички, в зависимост от качеството на вашия „блог“ или анализ на професионалната ви биография от центъра по изучаване на е-биографиии/технологията Zoominfo.
4. Вашият личен живот също е видим- потенциални работодатели могат да направят справка за вашето име, фотоси, партньори, с помощта на софтуер като Riya.
5. Хората стават по-добри и по-умели за изграждане на собствени

социални мрежи.

MySpace е друга популярна интерактивна, социална мрежа, с основни компоненти: персонални профили, блогове, групи, видео, музика, търсещи машини. Създадена е през м.юни, 2003г. от Том Андерсън, Университета в Калифорния, Бъркли. Управлението на компанията се намира в Санта Моника. Съгласно Alexa Internet това е петият най-популярен английски сайт в света. Към септември 2006г. има 106 млн. регистрирани членове. Акции в компанията придобиват InterMix Media, купена от News Corporation през 2005 за US\$580 млн.. MySpace намира голяма популярност във Великобритания.

Основни услуги: форуми, обмяна на музикални и видео файлове, създаване на блог, организиране на събития, покана на приятели, изпращане на е-поща. Само за един

ден се зареждат около 50 000 видео файла. Позволява достъп от мобилна мрежа, обмяна на текстови съобщения, коментари, снимки, филми. Всеки един има следните възможности за комуникация: изгражда собствено пространство с предпочитан дизайн, снимки, блогове, форуми и групи; получава и отговаря на съобщения; изпраща покани към други събеседници по интереси; класифицира най-важната за него информация; индексират на предпочитани страници. Общо в тази мрежа има около 10257 професионални групи в областта на науката и историята и 47 973 групи-професионални организации.

Academici Ltd. е компания регистрирана в Бирмингем, Англия с директор проф. Маркус Винсент. Academici е мрежа, ориентирана към знанието. Това е европейска мрежа, обхващаща преподаватели, студенти, експерти, занимаващи се с медийни, комуникационни проблеми, хуманитарни науки и управление на знанието в модерните институции. Ориентирана е най-вече към всички, които имат желания да обменят информация, знания, идеи и резултати от изследване сред експерти по комуникации в рамките на Европа.

Възможности на мрежата:

& изграждане на личен профил;

& интерактивни контакти с други специалисти в областта;

& обявяване на събития/публични или лични/;

& активни връзки с професионалисти в реално време;

& контрол и изпращане на съобщения, достъпни до всички като част от мрежата; включване в групи по интереси; & търсене на експерти в рамките на Европа; & активно наблюдение в реално време активността в мрежата и насоката на дискусиите;

Secondlife представлява 3-Д виртуален свят, изцяло изграден и поддържан от потребителите. Става публично достъпен от 2003г. и оттогава се разраства стремително. В момента има около 6 милиона жители. Още с влизането си в този свят вие разкривате огромен дигитален континент, изпълнен с дигитални хора, развлечение, предизвикателства. Всеки има възможност да изгради свой виртуален дом, разходката в този свят прилича на интерактивна игра. Основната част от резидентите в тази среда са от САЩ, Канада, Англия. Десетки, световно известни компании създават изграждат свои дигитални офиси в тази реалност. Second Life притежават Dell, BBC, Nissan, Adidas, IBM, Reuters, Sony BMG, General Motors, Toyota, ABN Amro.

Проучване на компанията Clearswift, през м. март 2007 показва, че 46% от 827 интервюирани висши, служители в бизнеса използват ежедневно системите за социални медии за целите на бизнеса.

Изследването демонстрира още, че най-популярните услуги са сайтовете, свързани с web 2.0 технологии/blogging, podcasting/.

51% от анкетираните служители използват инструментите на социалните медии повече от един час на седмица. 13% отговарят, че използват тези медии повече от 5 часа на седмица.