

## ИСТОРИЯ НА СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

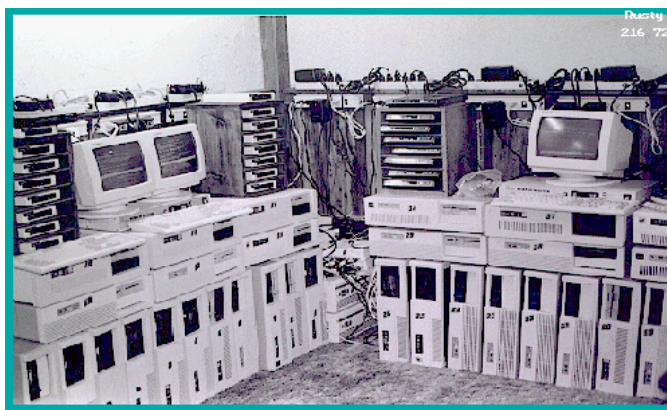
АВТОР: ЦВЕТА КАЛЕЙНСКА

### Предговор

За да достигнат социалните медии мащаба, който имат днес, те извървяват дълъг път. Стартирали като канал за трансфер на информация, те се превръщат бързо в средищна точка на социалното взаимодействие, предоставяйки възможности, които никога друг информационен канал не може да предложи.

Самите компютърни мрежи достигат първоначалния си разцвет още през 70-те години, когато компютърните връзки представляват военно-ориентирана схема за контрол и командване. В последствие се разширяват отвъд привилегированите няколко центъра и хъбове, а с това и се ражда и идеята, че ако имаш няколко компютъра, свързани помежду си може да ги използваш като канал за дискутиране на сходни теми, обновяване на познанията и изграждане на такива с други хора извън твоя кръг. Началото обаче е трудно и е поставено основно от ентузиаста, решили да преборят съществуващия по това време стереотип, че

пред клавиатурата седят само хора без социални умения да общуват в реалността. В този период основно технолюбителите се осмеляват да пробват, но разширявайки бързо обхвата на социалните медии, превръщайки ги във всеобщия културен феномен, в който се влюбваме 40 години по-късно.



### Първите крачки

Всичко започва с BBS (от английски Bulletin Board System или система/място за бюлетини). Това представляват онлайн места за среща, където чрез независимо качени линкове, информация и постове потребителите ефек-

тивно комуникират с централна система, от където могат да смъкват игри, програми или да си пишат с други потребители. По това време, връзката с интернет става чрез телефонна линия и модем<sup>1</sup>. Администраторите на BBS обикновено са потребители на самите бордове или заинтересовани от специфичните теми доброволци. В този период остановяването на връзка на дълги разстояния е проблемно, което стимулира създаването на множество по-малки общества според района на потребителите. Това развитие на онлайн комуникациите дава началото на една от най-важните обществени трансформации на века - превръщането на антисоциалните хора във виртуално социални. BBS обществата от малки групи с единици потребители бързо се разрастват, като през 80-те и 90-те години стават едно от най-популярните занимания и преопределят Интернет революцията.

Друг вид място за интерактивност е CompuServ. Тази услуга стартира през 1970-та като бизнес ориентирана опция за комуникации. CompuServe предлага две нови функции на своите потребители: възможност да споделят

файлове помежду си и връзка в реално време с хора; нещо, което никой не е предлагал дотогава. Така на потребителя се предоставя възможността не само да изпраща съобщения до приятели по вече наложената електронна поща, но и да се присъедини към хиляди дискусии, стартирани от други CompuServe членове. Именно тези форуми са популяризирали използването на Интернет и създали възможността за модерната интерактивност, която познаваме днес.

Ако трябва обаче да посочим предшественик на днешните социални мрежи, то това би бил чадърът на AOL (Америка Онлайн). По много начини и за много хора, AOL е равностойно на Интернет преди Интернета, а създадените там членски общества са може би най-вероятните иновации, поставили основите на днешния дигитален свят. През средата на 90-те години на XX век, Yahoo отваря първият онлайн магазин, последван от Амазон, в началото, посветен изцяло на продажбите на книги. В този период състезанието колко компютъра ще има във всяко домакинство тече с пълна пара.

<sup>1</sup> Модемът е периферно устройство за компютър, което позволява той да се свърже с други компютри, оборудвани с модем, чрез телефонната мрежа. /деф. Уикипедия/. Той не трябва да се бърка с рутер, макар визуално да си приличат. Рутерът е самостоятелно устройство, което е част от компютърните мрежи и служи за управление на разпределянето на трафика информация между различни мрежи или различни сегменти от дадена мрежа, т.е. компютри чрез кабел или безжично. /деф. Уикипедия/



## Интернет бумът

Въпреки, че е различен по структура от съвременните социални сайтове, американският сайт Classmates.com със създаването си през 1995 година доказва идеята, че виртуалните срещи са възможни. При зараждането на сайта потребителите не могат да създават профили, а само да търсят познати от гимназията в предварително публикувани списъци на випуските и да се свържат с тях. Сайтът бързо става популярен и остава такъв и до днес с повече от 540 милиона регистрирани потребители.

Веднага възникват и други подобни сайтове, които набират популярност през 90-те, като SixDegrees.com и AsianAvenue.com. С появата си през 1997 година SixDegrees.com разширява значително модела на социалните мрежи като въвежда принципа на разделението на контактите на “социални кръгове” в логиката на медиите. Идеята произтича от популярна в периода теория за Шестте степени на разделение. Тази теория гласи, че всеки е на шест или по малко стъпки /запознанства/, от всеки друг в света, т.е. че тръгвайки по веригата “приятел на приятел” всеки може да се запознае с всеки с максимум шест междинни запознанства. Сайтът SixDegrees.com бива затворен през 2001 и отворен отново, но само за настоящите към този момент членове без възможност за нови регистрации.

С нарастването на броя на сайтовете пазарът налага таргетиране на предлаганите услуги и по-тясното им спе-

циализиране. Така например през късните години на 90-те се създават специални сайтове за връзка с потребители от Афро-американски произход - BlackPlanet.com, а през 2000 и такъв за латино потребителите - MiGente.com. Всички сайтове, съществуват и до днес, като на най-голям успех се радва BlackPlanet.com. Според компанията, откупила сайта през Април 2008, към момента BlackPlanet.com има 3 милиона уникални посетителя на месец.



## Разрастването на бизнеса: LinkedIn, MySpace и Facebook

През 2002-ра, общуването по социални мрежи, каквито ги познаваме и днес, започва с първия по рода си сайт - Friendster. Friendster използва концепцията за разделение на SixDegrees.com, като потребителите на услугата могат да си избират кръг от “приятели” и да сортират кого допускат в профила си чрез специални филтри. Сайтът промотира идеята, че голямо и устойчиво онлайн общество може да съществува само при наличието на интерперсонални връзки, като тези между приятели. Това, което спомага за бързото развитие на сайта е специ-

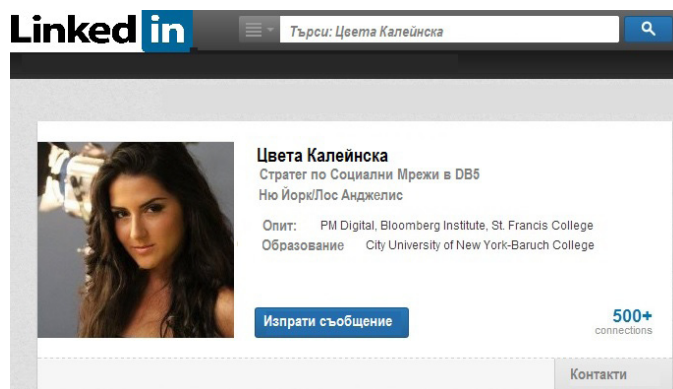
фичният му интерфейс, наподобяващ сайт за запознанства. Само година след старта си, Friendster може да се похвали с повече от 3 милиона регистрирани потребители и огромен инвеститорски интерес. Услугата обаче преодолява много технически трудности и съмнителни решения от управителните органи на компанията-собственик, които постепенно водят до спад на активността на потребителите в Северна Америка. Сайтът обаче успява да запази силни позиции в Азия, и предимно Филипините, което подпомага популярността му и до днес.

Сайтът за познанства в професионалната сфера, LinkedIn бива публикуван през Декември 2002 и е официално открит през Май 2003. Директор на компанията е Джеф Уайнър, който преди това е имал ръководна позиция в Yahoo! Inc., а самата компания е основана от Рейд Хофман и екипи от PayPal and Socialnet.com. С желанието да бъде повече от поле за приятели от гимназията и просто киберпространство, LinkedIn си поставя за цел да се наложи като ресурс за контакти, бизнес познанства и начин да се свържеш с хора от индустрията, в която работиш или от която си заинтересован. Сайтът поддържа изцяло различен интер-

фейс, базиран на спецификата на бизнес комуникациите. Самият профил на потребителите следва логиката на формата за представяне на професионална автобиография. Познанствата в сайта се наричат “връзки”. През Юни 2013 LinkedIn съобщава, че има повече от 225 милиона потребители в повече от 200 страни.

Също през 2003-та е представен и популярният младежки сайт MySpace. Въпреки, че вече не е сред сайтовете в категоризация на социални, той остава сравнително популярен в САЩ. Главните му атрибути са с музикална насоченост - клипове, трейлъри, и плейлисти които привличат младежка публика.

Истинският бум на социални мрежи започва с възникването на Facebook. Първоначално той е основан като много други сайтове за социални мрежи за специфична аудитория. Направен от студенти за студенти през 2004, сайта се позиционира като нова онлайн младежка организация само за елитния американски университет Харвард. Цели две години функционира за затворения кръг преди официално да отвори за широката публика през 2006. Сайтът запазва вече утвърдените успешни модели и структури на предшествениците като добавя нова интерактивна функционалност. До тази година, Фейсбук вече е установен като един от най-големите онлайн бизнеси, с десетки милиона инвестиции. Тайната на успеха на сайта (който има почти 1 милиард потребители) не може едностранно да бъде определена. Няколко неща, които потребите-





към своите табла. Връзките в тази социална мрежа променят своята роля и се наричат “последователи”, т.е. хора, които следят за новите публикации на таблото. Социалната мрежа съобщава за около 70 млн. активни потребителя на месец.

## Google +

Осъзнавайки силата на социалните мрежи, през 2011 година Google също създава своя такава, наречена Google+. За разлика от Facebook и Twitter тази социална мрежа не е самостоятелен сайт, а социален слой на предлаганите към момента услуги на компанията. Google + стартира изключително силно, като само през първите си 4 седмици събра повече от 25 милиона уникални посетители. До голяма степен това се дължеше на напълно функционалното приложение за безплатни видеочатове заедно с неограничен брой онлайн приятели, не толкова развито в останалите социални мрежи към момента.

## Библиография:

<http://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-socialnetworking/#ixzz2i5vbOASu>

<http://www.inquisitr.com/830664/the-history-of-social-media-when-did-it-really-begin-you-may-be-surprised-infographic/>

<http://visual.ly/complete->

[history-social-media](http://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/)

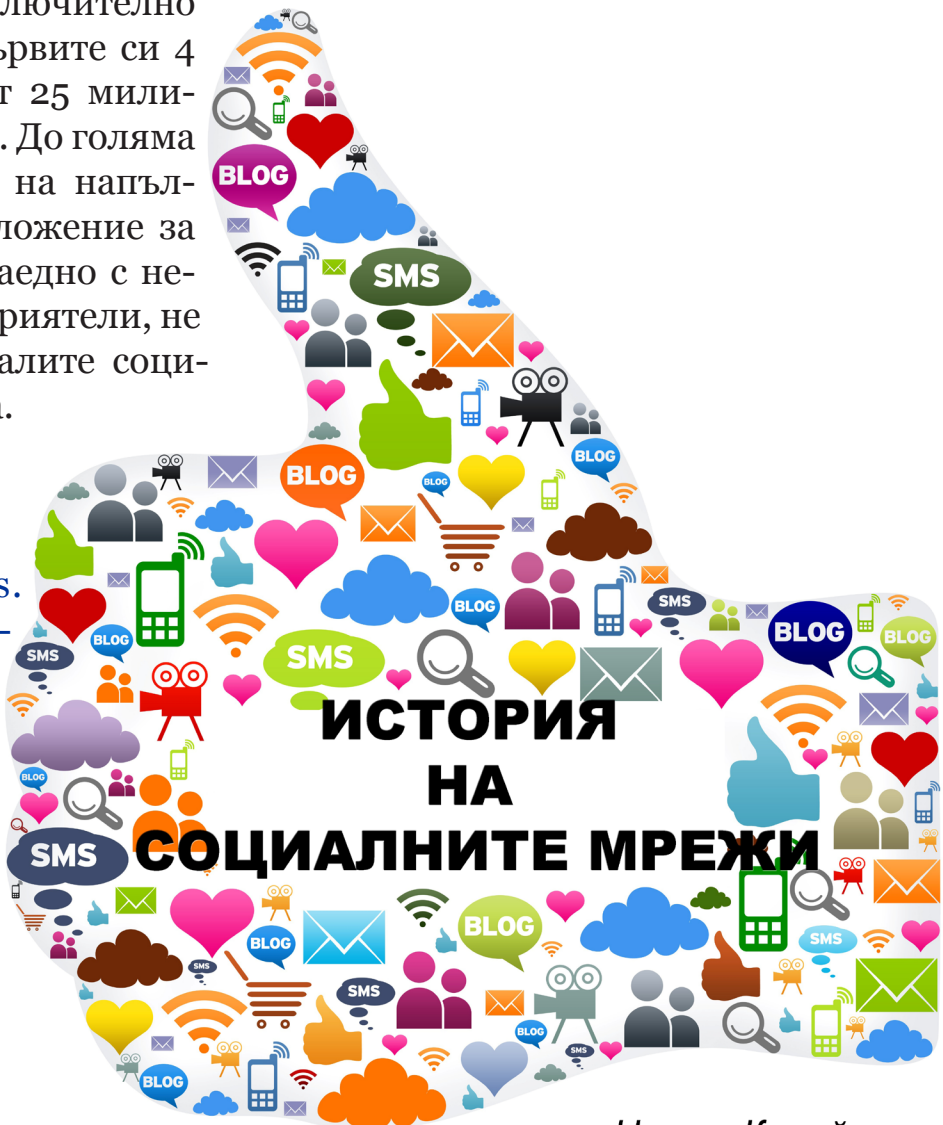
<http://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/>

<http://smallbiztrends.com/2013/05/the-complete-history-of-social-media-infographic.html>

<http://mashable.com/2011/01/24/the-history-of-social-media-infographic/>

[http://www.mediabistro.com/alltwitter/social-media-1969-2012\\_b45869](http://www.mediabistro.com/alltwitter/social-media-1969-2012_b45869)

<http://www.mediabistro.com/>



автор: Цвета Калейнска

[alltwitter/the-history-of-social-media-b48350](http://alltwitter/the-history-of-social-media-b48350)

За автора

**Tsvetta** е консултиращ стратег по социалните мрежи за корпорацията **db5** в Ню Йорк. Родена е във Велико Търново и през 2008 се премества в САЩ за да получи висше образование. През 2012, Tsvetta завършва колежа "Св. Франциск" с дипломи по Маркетинг Мениджмънт, Международен Бизнес и Икономика. По настояще е студентка в Градския Университет на Ню Йорк в кампуса Барух, където учи магистратура. През 2010 е коронясана за Мис България Диаспора САЩ и започва кариерата си на модел, въпреки 165 сантиметровия си ръст. Пред камерите или зад кулисите на големи социално мрежови кампани, Tsvetta е доказана сензация зад океана. Българското гуру в онлайн индустрията в Америка има опит с големи компании като филмовото студио Парамаунт, Тойота, НАСКАР и Сони. Бившата моделка се изявява като филантроп в българската общност като се концентрира над обучаването на жени лидери. Владее свободно 5 езика.



сп. "Българска Наука", брой 61