

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ELEKTROTEHNIKE I RAČUNARSTVA

SEMINARSKI RAD

DRUŠTVENE MREŽE U HRVATSKOJ

Anja Knih

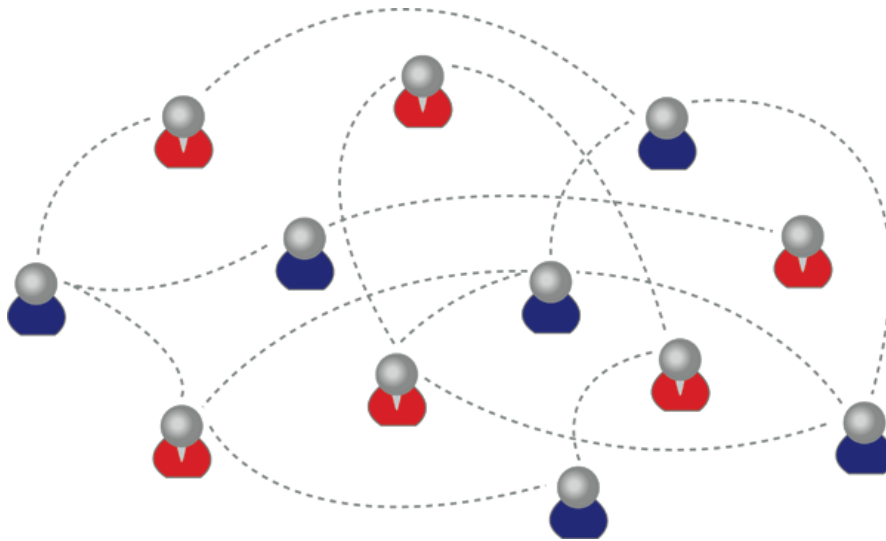
Mentor: Dr. sc. Vedran Podobnik

Zagreb, svibanj 2011.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Facebook	2
2.1. Facebook u Hrvatskoj.....	3
3. Twitter	4
3.1. Twitter u Hrvatskoj	6
4. Domaće društvene mreže	8
Zaključak	10
Literatura	11
Sažetak	12

1. Uvod



Slika 1. Povezani korisnici društvenih mreža

Društvene mreže (Slika 1.) su besplatne *online* usluge koje korisnicima pružaju razne vrste komunikacije sa svijetom i mogućnost vlastite prezentacije. One predstavljaju pristupačne Internet usluge koje kombiniraju tehnologiju i društvenu interakciju. Društvenim mrežama danas se koriste stotine milijuna ljudi, a osim onih generalnih, postoje i servisi s određenom namjenom glede sadržajnog fokusa i profila korisnika.

Većina korisnika služi se društvenim mrežama zbog jednostavnog društvenog kontakta, grupiranja po interesima, dijeljenja fotografija te masovnog komuniciranja dok nekima predstavlja odličan poslovni potez. Društvene mreže imaju svoju ulogu u marketingu te služe za web promociju i oglašavanje koje se smatra društveno odgovornim i izrazito ekološkim jer se ne troši papir i otpadom ne zagađuje priroda. Zasnovane su na internetskim i pokretnim tehnologijama te se za njih svakodnevno razvijaju nove aplikacije i dodaci za zabavu.

U svijetu postoje brojne društvene mreže, ovisno od zemlje do zemlje, no najpoznatije su *Facebook* i *Twitter*, koje su osvojile i Hrvatsku.

Istraživanja pokazuju da Hrvati koriste i domaće društvene mreže poput *Iskrice*, *Trosjeda*, *Tulumarke* i sličnih. [1]

2. Facebook



Slika 2. Logo društvene mreže Facebook

*Facebook*¹ (Slika 2.) je internetska društvena mreža koju je 2004. godine osnovao Mark Zuckerberg. U svojim počecima, Facebook je bio namijenjen samo studentima sveučilišta na Harvardu koji su tim putem mogli međusobno komunicirati i razmjenjivati informacije.

Koncept Facebooka je da se putem Interneta povežu ljudi koji se već poznaju u stvarnom životu. On omogućuje korisnicima povezivanje i socijalizaciju s prijateljima ili rodbinom te s ljudima koji su im bliski.

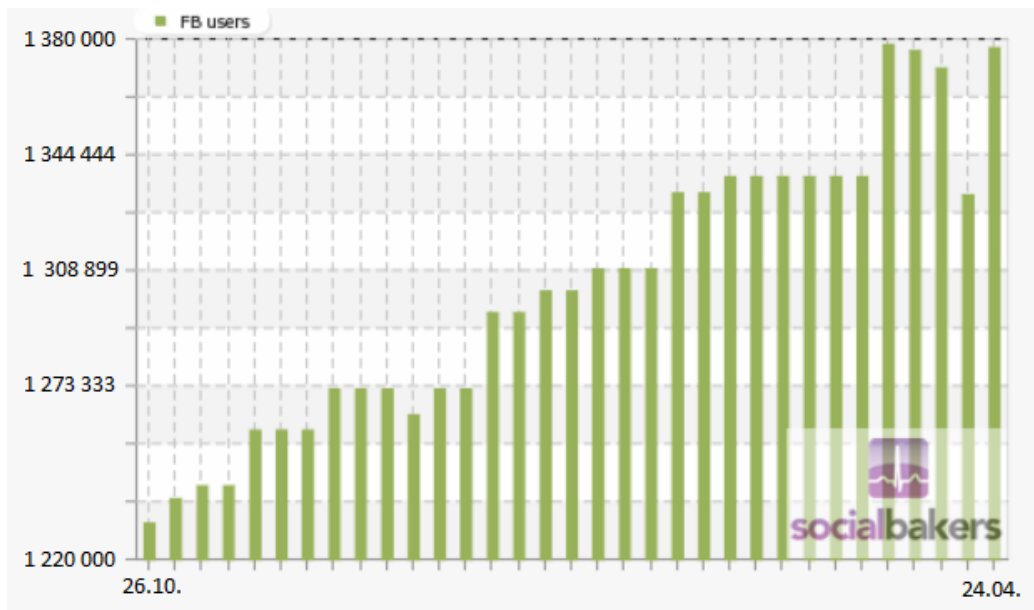
Da bi se korisnik registrirao, treba imati valjanu e-mail adresu. Nakon registracije može uređivati svoj profil i priključiti se regionalnoj mreži gdje upoznaje ljude iz svoje okoline. Korisnik koji više ne želi biti član, svoj profil može obrisati naredbom te on bude uklonjen za 14 dana. Glavna posebnost Facebooka su brojne aplikacije – moguće je imati virtualne kućne ljubimce, primiti virtualne darove i čestitke, rješavati kvizove te igrati videoigre. Facebook nudi mogućnost kontrole privatnosti pa korisnik prema vlastitim željama može sakriti svoj profil i fotografije te se zaštititi nepoznatih ljudi.

Ova web usluga je potpuno besplatna za sve korisnike, a prihode ostvaruje od sponzora i oglašavanja putem reklama koje se pojavljuju uz svaki profil.

Profili s pravim imenom i prezimenom te autentične informacije o pojedinim korisnicima razlozi su planetarne popularnosti Facebooka. Danas ova web stranica ima više od 500 milijuna aktivnih korisnika. Facebook je ujedno najpopularnije mjesto za objavljivanja fotografija, s više od 14 milijuna novih dodanih fotografija dnevno. [2]

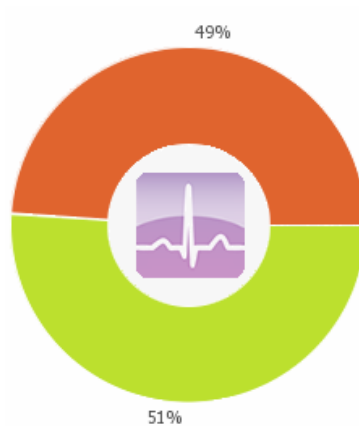
¹ www.facebook.com

2.1. Facebook u Hrvatskoj



Slika 3. Rast broja korisnika Facebook-a u Hrvatskoj kroz posljednjih 6 mjeseci

Facebook u Hrvatskoj broji 1 377 120 korisnika, odnosno 30.69% populacije što čini znatno veći broj od korisnika ostalih društvenih mreža (Slika 3.). Broj punoljetnih korisnika prešao je 900 000.



Slika 4. Grafikon spolne raspodijeljenosti korisnika

Statistički podaci pokazuju da Facebook u Hrvatskoj koristi otprilike jednak postotak muškaraca i žena (Slika 4.) između 18 i 35 godina. Ipak, hrvatski korisnici Facebooka su gotovo najmlađi na svijetu - niži prosjek godina imaju samo oni iz Indonezije.

Najveći broj korisnika ovu društvenu mrežu koristi za zabavu, a manji broj za posao. [3]

3. Twitter



Slika 5. Logo društvene mreže Twitter

*Twitter*² (Slika 5.) je najpopularnija pokretna društvena mreža, a s više od 190 milijuna korisnika druga je najveća društvena mreža na svijetu. Od svojih početaka inzistirajući na korištenju SMS-a te pokretnog Interneta, Twitter se razvio u sveprisutno društvenu mrežu.

Osnivači Twittera Jack Dorsey, Ewan Williams i Biz Stone radili su u Odeu, tvrtki koja je željela iskoristiti tada sve popularniji trend *podcastinga*, odnosno audio i video emisija na Internetu. Jack Dorsey smislio je koncept servisa kojim ste putem SMS-a mogli javiti manjim skupinama svojih prijatelja ili poznanika čime se bavite u određenom trenutku. Dorsey je svom timu naveo jednostavan primjer: ukoliko je bio u dobrom klubu, putem servisa mogao bi javiti svojim prijateljima gdje je. Tako je 15. srpnja 2006. godine pokrenut *Twtrr*. Izvorni naziv „twtrr“ inspiriran je tadašnjim *online* servisom za pohranu slika i video sadržaja – *Flickr* i činjenicom da se američki SMS-kod sastojao od 5 znakova. Projekt se razvijao mjesecima u potpunoj tajnosti zbog konkurenata poput sad već zatvorene društvene mreže *Dodgeball*, čiji je osnivač stvorio i lokacijsku društvenu mrežu *Foursquare*. Twitter je najlakše zamisliti kao SMS oglasnu ploču: korisnik napiše kratku tekstualnu poruku od 140 znakova i to zatim može vidjeti cijeli svijet. U početku ograničenja znakova nije bilo, no to se promijenilo zbog niza bugova te sve većeg računa za obavijesti koje je Twitter slao SMS-om za sve korisnike koje ste pratili. Ograničenje od 140 znakova dopustilo im je uključivanje cijele poruke u SMS uz korisničko ime. Prvi privatni profili stvoreni su nakon što su obitelj i prijatelji osnivača, koji su do tada koristili Twtrr, spomenuli kako im je čudno da ih „prate“ ljudi koje ne poznaju. Twitter je postao javno dostupan na rođendan Ewana Williamsa, 31. ožujka 2006. godine, a pokrenuta je i tvrtka Obvious Corp posvećena isključivo novom projektu, odnosno Twitteru.

² www.twitter.com

Nakon što su korisnici počeli koristiti znak „at“ odnosno @ za obraćanje jedni drugima, Twitterov tim je spomenutu mogućnost i službeno prihvatio. Korisnici su počeli koristiti poveznice u svojim porukama pa su nastali servisi za skraćivanje poveznica. Situacija se ponovila s fotografijama i servisom Twitpic.

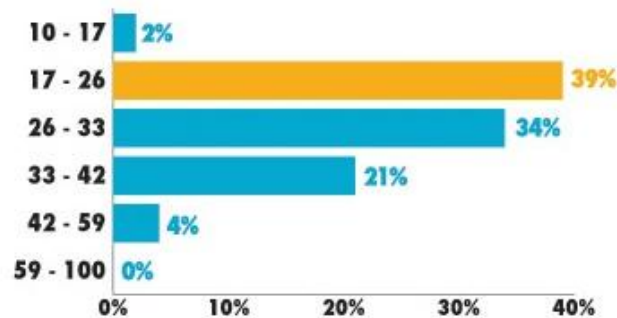
Društvene mreže omogućavaju korisnicima brzu reakciju i komunikaciju koja donosi informacije bitne za aspekte marketinga i poslovanja pa se Twitter počeo upotrebljavati i u poslovne svrhe jer je slovio kao najbrža društvena mreža na svijetu, idealna za pružanje i traženje podrške te prodaje. [4]

3.1. Twitter u Hrvatskoj

U početku su Twitter prihvatili samo američki korisnici, no kako se dobar glas brzo širi, proširio se i na Europu pa tako ova društvena mreža većinu hrvatskih korisnika dobiva 2008. i 2009. godine.

Twitter, na žalost, ne daje podatke o broju korisnika po državama, jer je polje za unos lokacije slobodno. U njega možete upisati Hrvatska, Croatia, Zagreb ili nešto treće. Nema jedinstvenih kategorija, tako da je nemoguće znati koliko ima „tviteraša“ u Hrvatskoj ili bilo kojoj drugoj susjednoj zemlji.

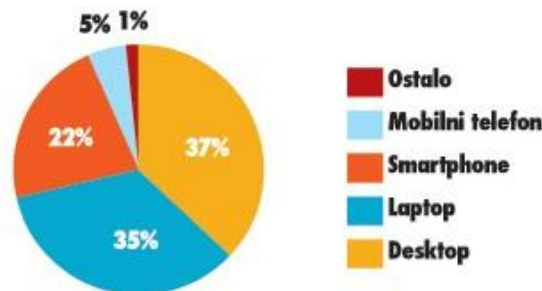
Koliko godina imate?



Slika 6. Grafikon starosti korisnika

Ankete provedene na web stranicama pokazuju da Twitter u Hrvatskoj koriste pretežno mlade osobe od 17 do 26 godina (Slika 6.), većinom su fakultetski obrazovani i služe se društvenom mrežom zbog posla i zabave.

Za korištenje Twittera koristite najčešće...



Slika 7. Pristup Twitteru

Pristup Twitteru najčešći je s pokretnog telefona ili pametnog telefona (eng. Smartphonea) (Slika 7.). Uzimajući u obzir broj ljudi koji prate medije te popularne „tviteraše“, možemo pretpostaviti kako u Hrvatskoj ima između 6 i 10 tisuća korisnika Twittera. Na Twitteru se mogu naći pravi „*opinion makeri*“, od vodećih hrvatskih novinara i blogera, do saborskih zastupnika i direktora zanimljivih tvrtki. Twitter im dopušta da prate druge korisnike i brendove, olakšavajući vam komunikaciju s njima. Tako je 1. srpnja 2009. godine ostavka hrvatskog premijera Ive Sanadera bila „prvi hrvatski tviteraški *breaking news*“, a od siječnja 2010. godine počinje se „tvitati“ i iz Hrvatskog sabora [5].

4. Domaće društvene mreže

Domaće društvene mreže slabije su razvijene, pružaju manje od onih stranih i zato imaju manje korisnika.



Slika 8. Logo društvene mreže Iskrica

Jedna od prvih domaćih društvenih mreža je *Iskrica*³ (Slika 8.). Osnovana je 2002. godine kao portal za upoznavanje te je pokrenula tadašnju tabu temu - upoznavanje preko Interneta.



Slika 9. Logo društvene mreže Tulumarka

*Tulumarka*⁴ (Slika 9.) je prva društvena stranica o izlascima na kojoj se nalaze različite rubrike i najave iz kojih se mogu saznati mnoge zanimljivosti vezane za razna događanja. Najave su popraćene raznim video zapisima i galerijama slika.



Slika 10. Logo društvene mreže Trosjed

Krajem 2007. predstavljen je *Trosjed*⁵ (Slika 10.), prva hrvatska društvena mreža zasnovana isključivo na Microsoftovim tehnologijama. Tada je pokrenut i *Netopolis*⁶, koji je među

³ www.iskrica.com

⁴ www.tulumarka.com

⁵ www.trosjed.net.hr

⁶ www.netopolis.hr

domaćim korisnicima slovio za „hrvatski *MySpace*“, no ta je ideja vrlo brzo propala zbog slabe posjećenosti.



Slika 11. Logo društvene mreže Teen.hr

Nedavno je pokrenut i *Teen.hr*⁷ (Slika 11.), društveni portal namijenjen prvenstveno mlađoj populaciji, koji objedinjuje forum, blog i chat usluge, omogućuje objavu slika, filmova i događaja.

Broj domaćih korisnika prisutnih na stranim servisima, ponajviše na Facebooku, u značajnom broju premašuje broj registriranih na domaćim društvenim mrežama

⁷ www.teen.hr

Zaključak

Društvene mreže najpopularnije su web stranice i njima se danas koriste stotine milijuna ljudi. U Hrvatskoj su zastupljenije strane mreže poput Facebooka i Twittera, dok Hrvati manje koriste one domaće. Predviđa se razvoj domaćih društvenih mreža, no stručnjaci misle da one nikada neće doživjeti sudbinu Facebook-a ili Twittera.

Literatura

- [1] http://www.vidipedija.com/~vidipedi/index.php?title=Dru%C5%A1tvene_mre%C5%BEe
- [2] <http://hr.wikipedia.org/wiki/Facebook>
- [3] <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/croatia>
- [4] <http://hr.wikipedia.org/wiki/Twitter>
- [5] <http://www.tweetokracija.com/o-nama>

Sažetak

Društvene mreže su besplatne *online* usluge koje korisnicima pružaju razne vrste komunikacije sa svijetom i mogućnost vlastite prezentacije. Društvenim mrežama danas se koriste stotine milijuna ljudi zbog jednostavnog društvenog kontakta, grupiranja po interesima, dijeljenja fotografija te masovnog komuniciranja dok nekima predstavlja odličan poslovni potez. Društvene mreže imaju svoju ulogu u marketingu te služe za web promociju i oglašavanje.

Facebook je internetska društvena mreža koju je 2004. godine osnovao Mark Zuckerberg te je u svojim počecima bio namijenjen samo studentima sveučilišta na Harvardu. Koncept Facebook-a je da se putem Interneta povežu ljudi koji se već poznaju u stvarnom životu.

Facebook u Hrvatskoj koristi 30.69% populacije i hrvatski korisnici su gotovo najmlađi na svijetu - niži prosjek godina imaju samo oni iz Indonezije.

Twitter je najpopularnija pokretna društvena mreža, a s više od 190 milijuna korisnika druga je najveća društvena mreža koja se počela upotrebljavati i u poslovne svrhe jer je slovila kao najbrža na svijetu, idealna za pružanje i traženje podrške te prodaje.

U Hrvatskoj ima između 6 i 10 tisuća korisnika Twittera. Ankete provedene na web stranicama pokazuju da Twitter u Hrvatskoj koriste pretežno mlade osobe od 17 do 26 godina, većinom su fakultetski obrazovane i služe se društvenom mrežom zbog posla i zabave.

Domaće društvene mreže slabije su razvijene, pružaju manje od onih stranih i zato imaju manje korisnika. Neke od tih mreža su Tulumarka, Iskrice, Trosjed i sl.