

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET ELEKTROTEHNIKE I RAČUNARSTVA

# **DRUŠTVENA MREŽA FACEBOOK**

Dora Petra Mamić

Zagreb, svibanj 2011.



## Sadržaj

Uvod .....	1
1. Razvoj društvene mreže Facebook .....	2
1.1. Ideja nastanka društvene mreže Facebook .....	2
1.2. Razvoj društvene mreže Facebook .....	3
1.3. Tehničke karakteristike društvene mreže Facebook.....	4
2. Izgled društvene mreže Facebook kroz godine .....	5
2.1. Izgled društvene mreže Facebook u razdoblju od 2004.-2005. godine.....	5
2.2. Izgled društvene mreže Facebook 2006.-2007. godine .....	6
2.3. Izgled društvene mreže Facebook 2008. godine .....	8
2.4. Izgled društvene mreže Facebook 2009. godine .....	8
2.5. Izgled društvene mreže Facebook 2010. godine .....	9
3. Najpoznatije aplikacije društvene mreže Facebook .....	11
3.1. We're Related.....	11
3.2. Top Friends.....	11
3.3. Living Social .....	11
3.4. Movies .....	12
3.5. Texas Hold'em Poker.....	12
3.6. Pet Society .....	12
3.7. Mafia Wars .....	12
Zaključak .....	13
Literatura .....	14



## Uvod

Na Internetu su društvene mreže osvojile svijet i u potpunosti promijenile način na koji komuniciramo s ljudima. Što je to točno društvena mreža? Društvena mreža je društvena struktura sastavljena od pojedinaca ili organizacija koji su vezani preko jedne ili više vrsta međuzavisnosti, kao što su prijateljstvo, srodstvo, zajednički interes i sl. Preko društvenih mreža možemo saznati konkretne informacije o nekoj tvrtci, njenoj naravi, vrsti zaposlenja ili jednostavno što nam prijatelji rade. Najpoznatija društvena mreža danas je Facebook. To dokazuje podatak da je Facebook pretekao Google u broju posjetitelja i postao najposjećenija Internet stranica u Americi. Facebook nam omogućava prilično jednostavan društveni kontakt, grupiranje po interesima, dijeljenje fotografija, masovno komuniciranje i još mnogo drugih sitnica koje vesele korisnike, kao što su bockanje prijatelja (engl. *poke*), igre s posebnim tematikama (npr. održavanje farme). Danas Facebook ima preko 600 milijuna korisnika i mnogima od njih život bez Facebooka je nezamisliv.

# 1. Razvoj društvene mreže Facebook

Pojam društvene mreže je nastao puno prije Facebooka. No, Facebook je društvenu mrežu doveo do vrhunca i to u samo par godina postojanja. Na početku je to bio vrlo jednostavan koncept, ali se tijekom godina sve više razvijao i postajao sve privlačniji korisnicima.

## 1.1. Ideja nastanka društvene mreže Facebook

*Facebook* je osnovao Mark Zuckerberg sa svojim cimerima i kolegama s faksa Eduardom Saverinom, Dustinom Moskovitzom i Chrisom Hugesom [1]. Prije nego što je došlo do ideje za nastankom Facebook-a, Zuckerberg je stvorio starnicu *Facemash*. Na toj stranici su se izmjenjivale slike dvije djevojke koje su korisnici mogli ocjenjivati, tj. odlučivati koja bolje izgleda (Slika 1). Da bi to postigao Zuckerberg je provalio ('hakirao') u zaštićena područja harvardske računalne mreže i kopirao identifikacijske slike studenata. *Facemash* je privukao 450 posjetitelja i 22 tisuća pogleda na slike u prva 4 sata rada. Stranica je zatvorena par dana kasnije od strane harvardske administracije [3]. Tijekom idućeg semestra Zuckerberg je počeo pisati kod za novu web stranicu. Rekao je da je bio nadahnut člankom iz studentskog časpoisa 'The Harvard Crimson' o njegovoj stranici *Facemash*. Stranicu *Thefacebook* je pokrenuo 4. veljače 2004. Šest dana nakon što je stranica pokrenuta , tri studenta Harvarda - Cameron Winklevoss, Tyler Winklevoss i Divya Narendra - su optužili Zuckerberga da im je ukrao ideju za stranicu [3]. Oni su tvrdili da su angažirali Zuckerberga da im pomogne graditi društvenu mrežu pod nazivom HarvardConnection.com, a on je koristeći njihove ideje stvorio thefacebook.com. Žalili su se 'The Harvard Crimsonu' i list je pokrenuo istragu, a oni su podnijeli tužbu.



Slika 1 Izgled stranice *Facemash*

## 1.2. Razvoj društvene mreže Facebook

Članstvo je u početku bilo ograničeno samo na studente Harvarda, i unutar prvih mjesec dana, više od polovice dodiplomskih studenata se registriralo na stranicu. U ožujku 2004. godine, The Facebook se proširio na sveučilišta Stanford, Colombia i Yale [1]. To je pridonjelo daljnjem prodiranju The Facebooka na ostala sveučilišta. Ubrzo je The Facebook bio zastupljen na sveučilištima Boston University, New York University, MIT i mnogim drugim sveučilištima u Americi i Kanadi [1]. The Facebooku se u ljeto 2004. pridružio i poduzetnik Sean Parker koji je postao predsjednik tvrtke. U lipnju 2004. godine, The Facebook je preselio svoju bazu operacija u Palo Alto u Kaliforniji. Tijekom tog mjeseca The Facebook je dobio svog prvog ulagača, suosnivača PayPal-a, Peter Thiel [3]. Tvrtka je 2005. godine izbacila 'The' iz svog imena i za 200.000\$ kupila domenu facebook.com [3]. U rujnu 2005. godine lansirana je verzija za srednje škole. Kasnije je Facebook proširio svoje članstvo na zaposlenike nekih tvrtki kao što su Apple i Microsoft

[2]. Od 26. rujna 2006. Facebook je dostupan svima u dobi od 13 godina na više i važećom e-mail adresom. [6]

### 1.3. Tehničke karakteristike društvene mreže Facebook

Facebook koristi razne usluge, alate i programske jezike za izgradnju osnovne infrastrukture. Poslužitelji im rade na stogu LAMP (Linux, Apache, MySQL i PHP) s nadogradnjom Memcache [4]. Operacijski sustav Linux je vrlo prilagodljiv i dobar za sigurnost. Facebook pokreće Linux operacijski sustav na poslužitelju Apache HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) [4]. Apache je besplatan i najpopularniji web-poslužitelj otvorena koda (engl. *open source*). Za baze podataka, Facebook koristi MySQL zbog svoje brzine i pouzdanosti [4]. PHP (*Hypertext Preprocessor*) koristi jer to dobar programski jezik za web-stranice - ima opsežnu podršku i prilagodljiv je brzim ponavljanjima, ali nije optimiziran za velike web-stranice što mu je velika mana [5]. PHP je dinamični upiši/tumači skriptni jezik. Memcache je memorijski sustav koji se koristi za ubrzavanje dinamičke baze podataka što je potrebno stranicama poput Facebooka. Zbog vrlo brzog razvoja Facebooka često dolazi do problema s upitima baza podataka, *cachingom* i spremanjem podataka. Njihova baza je ogromna i uglavnom vrlo složena. Na račun toga Facebook je započeo puno projekata s otvorenim kodom za svoje *backend* usluge. Facebookove *backend* usluge su napisane u različitim programskim jezicima uključujući C++, Java, Python i Erlang [4].

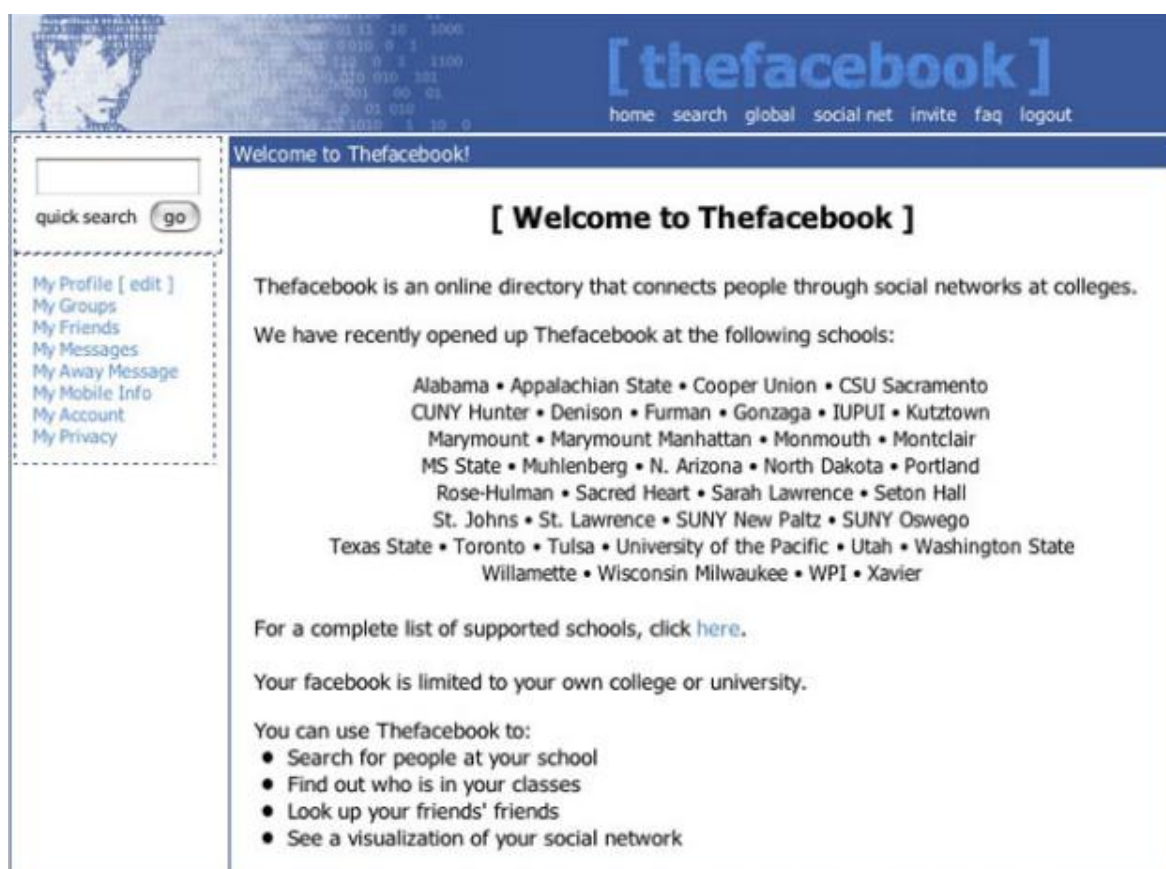


## 2. Izgled društvene mreže Facebook kroz godine

Tijekom godina Facebook je par put mijenjao svoj izgled. Promjene su uglavnom bile pozitivne. Sve većim rastom stranice i mogućnostima koje nudi javljala se potreba za redizajnom stranice. Unatoč svim promjenama Facebook je zadržao svoj vizualni identitet. Glavna karakteristika, plava boja, nikad nije bila mijenjana i time je Facebook zadržao svoju prepoznatljivost.

### 2.1. Izgled društvene mreže Facebook u razdoblju od 2004.-2005. godine

Za korisnike koji nisu bili prijavljeni bilo je moguće vidjeti samo obrazac za prijavu i popis škola koje su podržavale Facebook (Slika 2).



Slika 2 Izgled početne stranice *thefacebooka* 2004. i 2005. godine

Profil je pokazivao osnovne podatke o korisniku, zajedničke prijatelje i odkud je korisnik logiran (Slika 3). Tada je bila dostupna opcija stavljanja reklami na stranicu, kao što je vidljivo na lijevoj strani slike (Slika 3) i opcije *Poke*. Ta opcija je stavljena da bi se olakšalo povezivanje ljudi. Ako se na nečijem profilu pritisne ta opcija korisnik će biti obaviješten da je 'pokean' s vaše strane. Time se povećava interakcija među korisnicima.



Slika 3 Izgled profila korisnika *thefacebooka* 2004. i 2005. godine

## 2.2. Izgled društvene mreže Facebook 2006.-2007. godine

Na profilu su 2006. godine dodane dvije nove značajke - *News Feed* (Slika 5) i *Mini Feed* (Slika 4). *News Feed* se pojavljuje na početnoj stranici, a *Mini Feed* na profilu svake osobe. *News Feed* naglašava što se događa u vašim društvenim krugovima na Facebooku. Tokom dana se na *News Feedu* anžuriraju personalizirane vijesti, npr. tko je postavio nove slike, u koje grupe su se vaši prijatelji učlanili i sl. *Mini Feed* opcija je vrlo slična, osim što

se ti podaci vrte samo oko jedne osobe. *Mini Feed* svake osobe pokazuje što je točno ta osoba promijenila u posljednje vrijeme. Posebnost opcije *Mini Feed* je ta da se podaci mogu uklanjati.



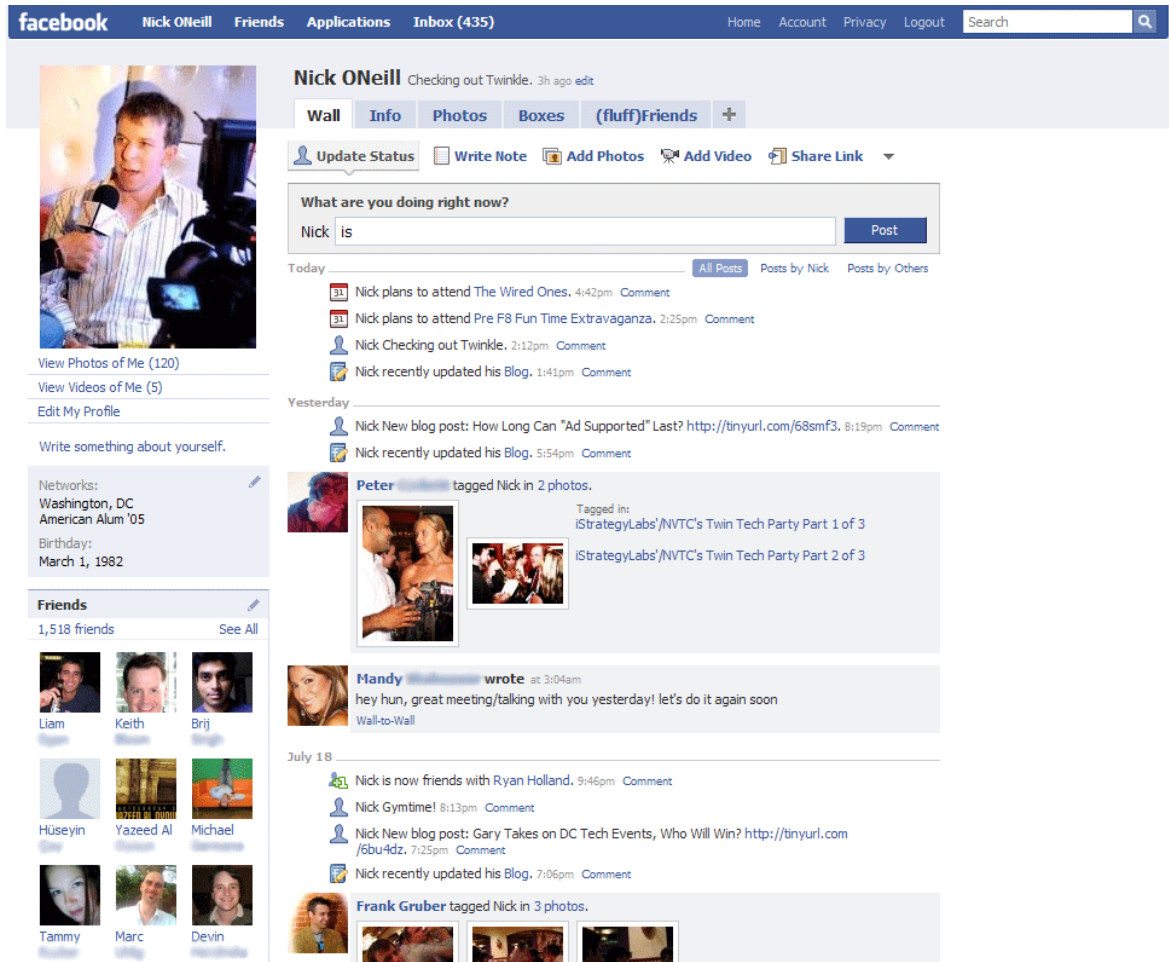
Slika 4 Izgled profila korisnika *Facebooka* 2006. godine



Slika 5 Izgled početne stranice *Facebooka* 2006. godine

## 2.3. Izgled društvene mreže Facebook 2008. godine

Novi profil je bitno izmijenjen od originalne verzije čineći ga vizualno privlačnijim. Da bi se smanjio nered koji bi nastao ako bi se previše aplikacija instaliralo uvedene su 4 kartice ('wall', 'info', 'photos' i 'boxes'). Postojala je još jedna dodatna kartica koja je omogućavala korisnicima dodavanje neograničenog broja svojih omiljenih Facebook aplikacija, od kojih su dvije bile vidljive na karticama (Slika 6).



Slika 6 Izgled profila korisnika *Facebooka* 2008. godine

## 2.4. Izgled društvene mreže Facebook 2009. godine

Facebook 2009. godine lansira opciju *Like* (Slika 8). Pritiskom na gumb *Like* svima dajete do znanja da vam se nešto sviđa. Uveden je i *Live Feed*, koji na početnoj stranici korisnicima pokazuje postove i aktivnosti njihovih prijatelja u realnom vremenu. (Slika 7).





Slika 7 Izgled profila korisnika Facebooka 2009. godine



Slika 8 Gumb Like

## 2.5. Izgled društvene mreže Facebook 2010. godine

S novom promjenom dizajna profila korisniku se omogućava slanje poruka izravno s početne stranice, korištenjem *pop-over* prozora, umjesto posjećivanja nove stranice. Okvir

za pretraživanje je mnogo veći i njemu se pridodaje više važnosti. *Live Feed* i *News Feed* su sada ukomponirani u jedno, s tim da se promjene u realnom vremenu mogu vidjeti pod imenom *Most Recent*, a bitne promjene pod imenom *Top News* (Slika 9).



Slika 9 Izgled profila korisnika *Facebooka* 2010. godine

## 3. Najpoznatije aplikacije društvene mreže

### Facebook

Jedna od najzanimljivijih karakteristika Facebooka su aplikacije, koje se mogu dodati na profil. Tako je moguće imati virtualne kućne ljubimce, slati virtualne čestitke, rješavati psihološke testove i još mnogo toga. Tijekom godina se broj aplikacija povećavao velikom brzinom.

#### 3.1. We're Related

*We're Related* je 2009. bila najpoznatija aplikacija na Facebooku. Tvrtka Familylink je zaslužna za razvoj ove aplikacije. Glavna zamisao ove aplikacije je povezivanje članova obitelji. Korisnici mogu izgraditi obiteljsko stablo i povezati se sa svim članovima obitelji, čak i onima koji žive u drugom gradu ili državi. To je dobar način za ostati povezan s obitelji, zato i ne čudi podatak da ima već preko milijun pretplatnika [7].

#### 3.2. Top Friends

Aplikacija *Top Friends* nam služi za uređivanje i organizaciju profila tj. liste prijatelja. Ona nas izvještava o tome što se događa s prijateljima koje smo uvrstili u tu listu. Nije jedna od uzbudljivih aplikacija, ali je vrlo korisna. Razvila ju je tvrtka Slide Inc., koja je inače zaslužna za mnoge druge aplikacije na Facebooku [7].

#### 3.3. Living Social

Aplikacija *Living Social* nam omogućava da s prijateljima podijelimo svoje interese. Naslovi poput '5 knjiga koje sam zadnje pročitao' koje vidimo na profilu, nam dolaze upravo iz te aplikacije. Ima preko 14 milijuna korisnika [7]. Uz ovu aplikaciju možete podijeliti svoja mišljenja o glazbi, filmovima, hrani, TV emisijama i puno više.

### **3.4. Movies**

Aplikacija *Movies* je orijentirana samo na filmove. Korisnici mogu dijeliti recenzije, što im se sviđelo, a što nije, preporuke i puno više. Također, aplikacija uključuje *Never Ending Movie Quiz*, preko kojeg korisnici mogu ispitati svoje znanje o hollywoodskim produkcijama. Aplikacija je razvijena od strane Flixtera, trenutno je rangirana kao četvrta najpoželjnija aplikacija, te broji gotovo 14 milijuna korisnika [7].

### **3.5. Texas Hold'em Poker**

Aplikacija je usmjerena samo na zabavu, a broji preko 11 milijuna korisnika [7]. Korisnici čipove skupljaju, osim igrajući, tako da se prijavljuju svaki dan i pozivaju svoje prijatelje da im se pridruže.

### **3.6. Pet Society**

Još jedna u nizu aplikacija koje služe samo za zabavu. U *Pet Societyu* korisnik uređuje svoju virtualnu kuću, igra igre i mazi svog virtualnog ljubimca. Popularnost aplikacije pokazuje podatak da ima preko 10 milijuna korisnika [7].

### **3.7. Mafia Wars**

Trenutno 7. najpopularnija aplikacija je *Mafia Wars* [7]. Ova aplikacija korisniku omogućava da stvori svoju vlastitu mafijašku obitelj, kupuje oružje, zajedno s prijateljima počinje kaznena djela i mnoge druge tipične karakteristike za mafijaški način života. *Mafia Wars* je jedna od najzabavnijih i najatraktivnijih aplikacija na Facebooku.



## Zaključak

U ovih par godina postojanja Facebook je doživio uspjeh velikih razmjera. Danas se na Facebook dnevno prijavljuje više od 150 tisuća korisnika i njegov rast je do 3 puta veći nego rast konkurentne društvene mreže Myspace. U pogledu društvenih mreža moglo bi se reći da je Facebook bez konkurencije. To je postalo mjesto inovativnosti i kreativnosti. I jedne od najpoznatijih stranica danas su preuzele neke karakteristike ove društvene mreže. Postavlja se pitanje kakva budućnost očekuje Facebook? U današnjem svijetu, u kojem se tehnologija i Internet svakim danom sve više i više razvijaju, nemoguće je predvidjeti budućnost Facebooka. U prošlosti je bilo mnogo drugih stranica koje su doživjele jednak, ili čak veći uspjeh od Facebooka, a danas ih se više uopće ne spominje. Kako bi Facebook održao svoj uspjeh morati će težiti stalnom razvoju i napretku te držati korak s vremenom. Danas to postiže razvojem novih aplikacija i nudeći sve više mogućnosti svojim korisnicima. Facebook objedinjuje cjelokupnu komunikaciju na Internetu, više nije potrebno slati elektronsku poštu, zvati daljnu rodbinu i sl. Sada je sve to moguće na mnogo lakši način obaviti na Facebooku. Kod društvenih mreža najbitnije je zadržati korisnike zainteresiranim, a kao što je vidljivo, Facebook to s lakoćom čini.

## Literatura

- [1] Kirkpatrick, D. *The Facebook effect*. New York: Simon & Schuster, 2010.
- [2] Shih, C. *The Facebook Era: Tapping Online Social Networks to Build Better Products, Reach New Audiences and Sell More Stuff*. Boston: Prentice Hall, 2009.
- [3] Mezrich, B. *Slučajni milijarderi: Kako je osnovan Facebook*. Zagreb: Znanje, 2010.
- [4] Weaver, A. & Morrison, B. *Social networking*. Los Alamitos: IEEE Computer Society Press, 2008.
- [5] Donath, J. & Boyd, D. *Public displays of connection*. BT Tehnology Journal, Vol 22, No 4, Listopad 2004.
- [6] Boyd, D. & Ellison, N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol 13, No 1, 2007.
- [7] Downing, J. *Top 7 most popular Facebook apps*.  
<https://www.facebook.com/topic.php?uid=2548175922&topic=9548>, 28.4.2011.