

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ELEKTROTEHNIKE I RAČUNARSTVA

SEMINAR

Obrasci korištenja društvenih mreža u Hrvatskoj

Marin Zidar

Voditelj: *Doc. dr. sc. Vedran Podobnik*

Zagreb, svibanj, 2015.

Sadržaj

1. Uvod.....	2
2. Društvene mreže u svijetu	3
3. Društvene mreže u Hrvatskoj	5
4. Demografija društvenih mreža	7
5. Zaključak.....	9
6. Literatura.....	10
7. Sažetak	11

1. Uvod

Društvene mreže su vrste internetskog servisa, najčešće u obliku platforme ili web-stranice koje služe za međusobno povezivanje korisnika.

Prvi oblici društvenih mreža se pojavljuju 90-ih godina 20. stoljeća, u obliku općih zajednica na internetu kao što su *Theglobe.com*, *Geocities* ili *Tripod.com*. Krajem 90-ih godina središnja značajka društvenih mreža postaju korisnički profili i liste prijatelja koje su korisnici mogli stvarati. Primjeri takvih društvenih mreža su *SixDegrees.com*, *Hubculture* i *Friendster*.

Početak 21. stoljeća sve veća dostupnost i brzina pristupa Internetu u svijetu pomažu većoj popularizaciji društvenih mreža koje se probijaju u opću kulturu (*mainstream*). Pojavljuju se mreže kao što su *MySpace*, *LinkedIn* i *Facebook*. Facebook je u početku zamišljen kao društvena mreža sveučilišta u Harvardu, kasnije se širi na druga sveučilišta, a danas korisnički račun na Facebooku ima gotovo 80% korisnika Interneta.

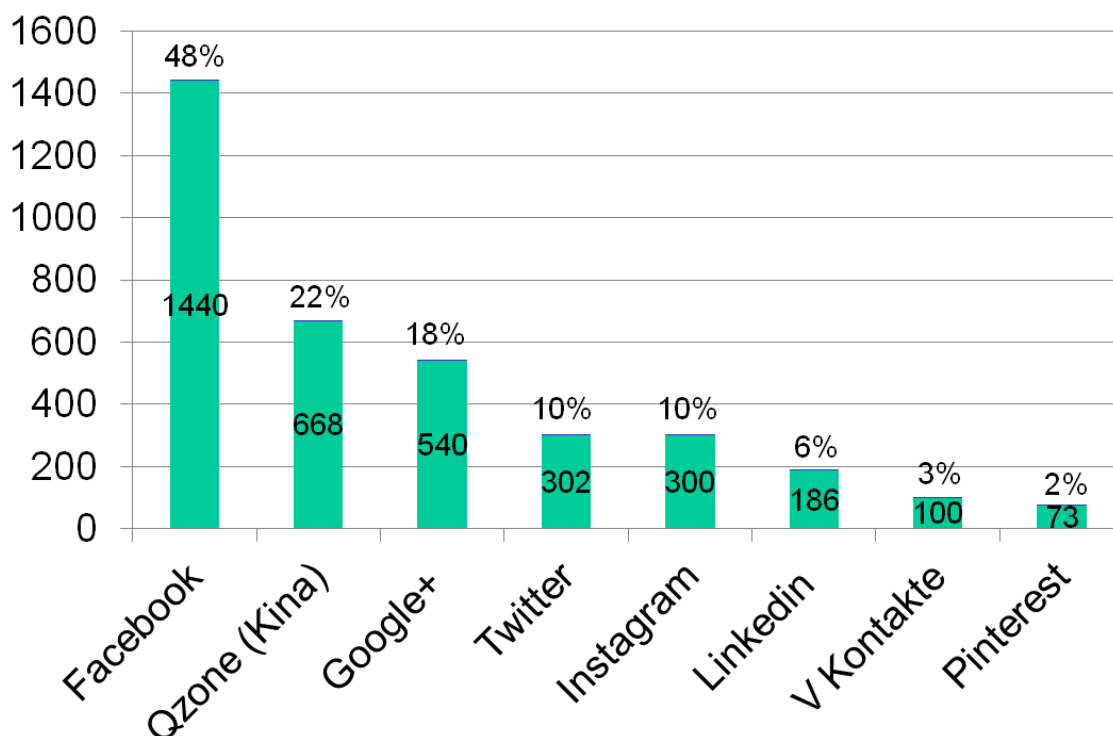
Servisi društvenih mreža stalno se poboljšavaju, dajući nove mogućnosti korisnicima. Pojavljuju se i nove društvene mreže s novim mogućnostima. Ovakve mreže, pored prvobitne uloge komunikacije, imaju i ulogu marketinga, promovirajući druge web-stranice i niz različitih usluga.



Slika 1: Logotipovi popularnih društvenih mreža

2. Društvene mreže u svijetu

U ukupnoj populaciji 42% ljudi aktivno koristi Internet, a čak 29% ili preko 2 milijarde ima aktivan korisnički račun na nekoj od društvenih mreža. Preko pokretnih uređaja društvenim mrežama pristupa 23% ukupne populacije ili 1,68 milijardi korisnika. [1]

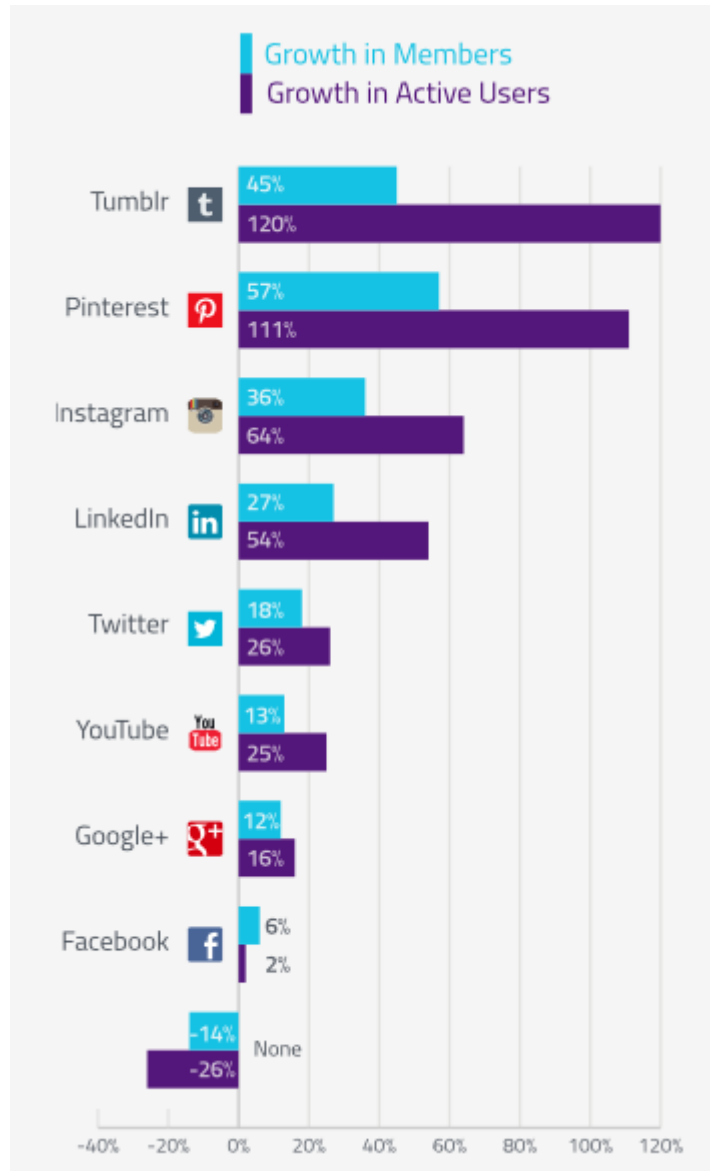


Slika 2: Popularne društvene mreže; izvori[2][3][4][5][6]

Na slici 2 možemo vidjeti broj aktivnih korisnika (u milijunima) te postotak korisnika pojedine mreže od svih aktivnih korisnika Interneta nekolicine najpopularnijih društvenih mreža.

Facebook je najpopularniji u velikoj većini država sa ukupnim udjelom od 48% aktivnih korisnika Interneta, no postoje iznimke. U Kini je internet zatvoren i reguliran te postoji više kineskih vlastitih društvenih mreža od kojih je najrašireniji Qzone sa 668 milijuna aktivnih korisnika [2]. U Rusiji i sadašnjim te bivšim državama Ruske federacije najpopularniji je V Kontakte koji ima oko 100 milijuna aktivnih korisnika po novijim podacima.

Od ostalih mreža popularnih u zapadnom svijetu po broju aktivnih korisnika slijede Google+, Twitter, Instagram i LinkedIn. Za Google+ brojke su najvjerojatnije precijenjene zbog male aktivnosti korisnika u odnosu na ostale popularne mreže. Prema jednom izvještaju iz 2013. godine broj minuta provedenim na Google+ po korisniku je bio samo 7 minuta mjesečno. (dok je Facebook u istom istraživanju imao 7 sati po aktivnom korisniku. [7])

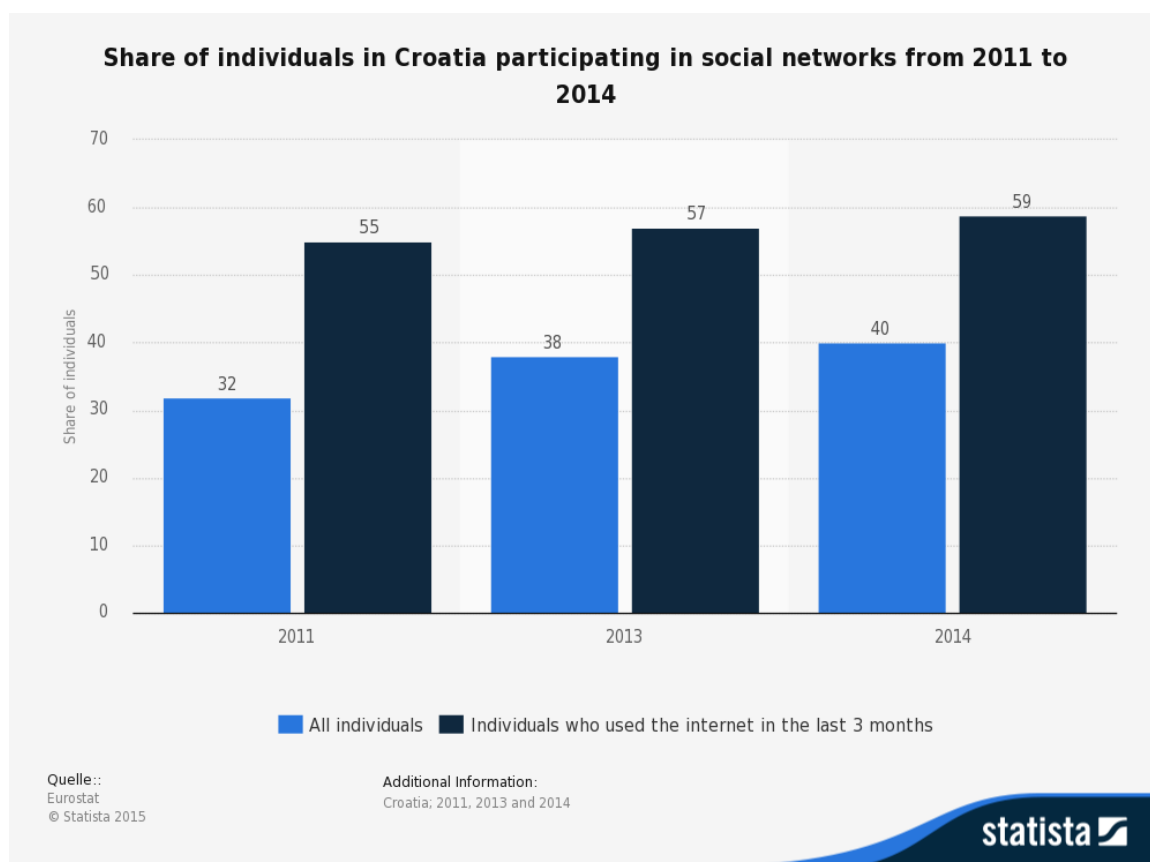


Slika 3: Trendovi rasta društvenih mreža u broju (aktivnih) korisnika
(izvor www.globalwebindex.net)

Zanimljiva je situacija ako promotrimo trendove rasta broja korisničkih računa te aktivnih korisnika kod najpopularnijih društvenih mreža. Listu predvode novije mreže Tumblr, Pinterest, Instagram, a značajan porast imali su i LinkedIn, Twitter te Google+.

Vodeća društvena mreža Facebook ostvarila je rast korisnika ali u mnogo manjem postotku od najvećih konkurenata. Logično s obzirom na to da je Facebook već univerzalno raširen dok se novije mreže još probijaju na tržište. Zasad vlasnici Facebooka još nemaju razloga za zabrinutost, posebno zbog činjenice da je jedna od najbrže rastućih mreža Instagram u vlasništvu Facebook-a. No povijest nas uči kako se stvari brzo mijenjaju, npr. Myspace sredinom prošlog desetljeća vodeća društvena mreža godinama gubi utjecaj i (aktivne) korisnike.

3. Društvene mreže u Hrvatskoj

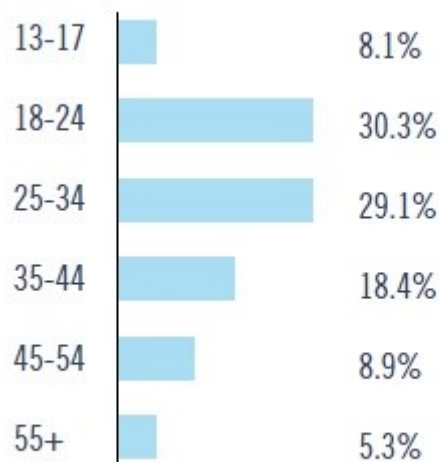


Slika 4. Postotak korisnika društvenih mreža u Hrvatskoj [8]

Broj korisnika društvenih mreža je u Hrvatskoj je u stalnom porastu te trenutno iznosi oko 40% populacije ili 59% pojedinaca koji aktivno koriste Internet.

Slično kao i u ostatku svijeta najpopularniji je Facebook sa oko 1,7 milijuna korisnika ili 40% populacije. Od toga je najzastupljeniji kod populacije starosti 18-34 godine, te neznatno više korisnika su muškog spola (51%).

Ostale društvene mreže su u porastu u Hrvatskoj, no daleko su po broju korisnika od vodećeg Facebooka. Npr. Google+ ima oko 250 tisuća korisnika, a za Twitter se procijenjuje nešto više od 50 tisuća korisnika u Hrvatskoj. (istraživanje agencije drap iz 2013. godine)



Slika 5. korisnici Facebooka u Hrvatskoj [9]

Na slici 5 je prikazana dobna raspodijela korisnika Facebooka u Hrvatskoj. Najzastupljenije su dobne skupine 18-24 i 25-34 godina života. Neznatno je više korisnika muškog spola (51.2%).

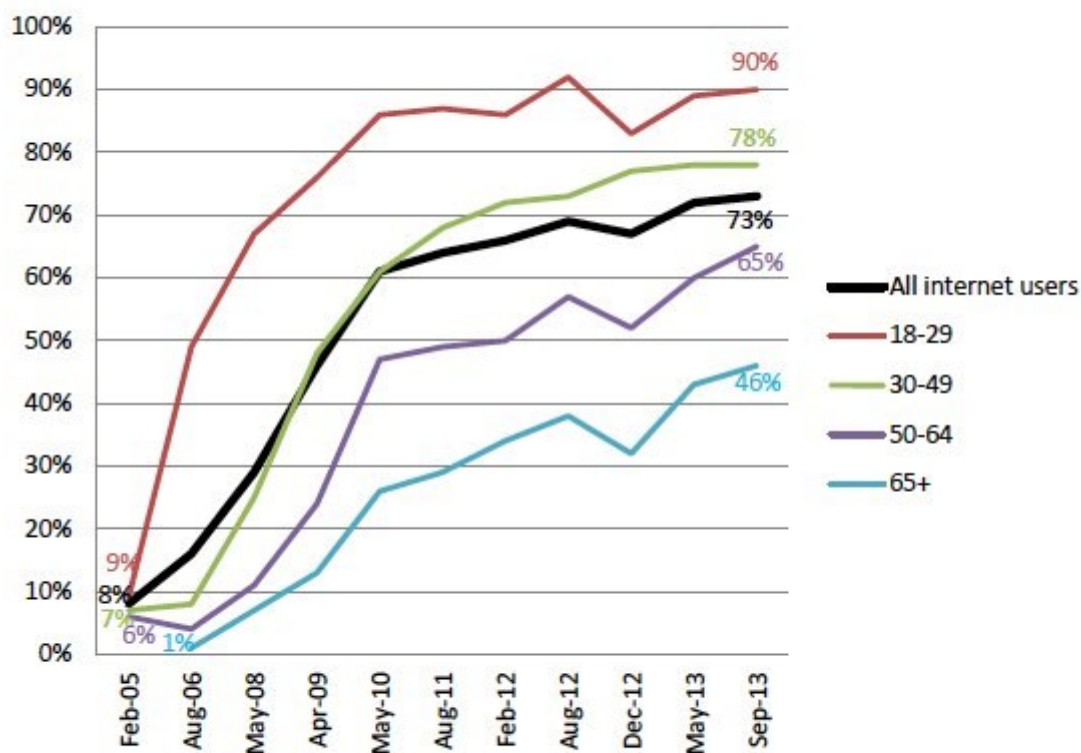
U odnosu na obrasce korištenja društvenih mreža Hrvatska je dosta slična ostatku Europe/Sjevernoj americi. Primjetna je slabija zastupljenost Twittera koji je u svijetu u vrhu poretka društvenih mreža (ispred ili iza Instagrama, ovisno o izvorima podataka), a u Hrvatskoj je neznatno zastupljen u odnosu na npr. Facebook.

U Hrvatskoj su bili i pokušaji domaćih ili lokaliziranih inačica društvenih mreža, primjerice Netopolis, Tulumarka i Iskrice. Međutim nisu uspjeli ostvariti značajan udio na tržištu. Uzroci su najvjerojatnije nedostatak originalnosti te već zasićeno tržište i veliki utjecaj zapadne kulture u Hrvatskoj.

4. Demografija društvenih mreža

Social networking site use by age group, 2005-2013

% of internet users in each age group who use social networking sites, over time



Source: Latest data from Pew Research Center's Internet Project Library Survey, July 18 – September 30, 2013. N=5,112 internet users ages 18+. Interviews were conducted in English and Spanish and on landline and cell phones. The margin of error for results based on internet users is +/- 1.6 percentage points.

Slika 6. Postotak korisnika društvenih mreža po starosnim grupama[10]

Graf na slici 6 prikazuje kretanja broja korisnika društvenih mreža kroz godine prema istraživanjima *Pew Research Center-a*. Primjećuje se kako su mlađe starosne grupe najbrže prihvatile društvene mreže i dostigle visoku zastupljenost još 2010. godine.

S druge strane društvene mreže sporije su rasle kod starijih korisnika Interneta, no i dalje su u stalnom porastu.

4.1. Facebook

- 38,6% populacije svijeta koristi Facebook
- Preko 6 milijardi 'like'-ova dnevno
- Najzastupljenija starosna skupina je 25-34 godina života
- 53 % korisnika je ženskog spola

4.2. Google+

- 22% korisnika Interneta ga bar jednom mjesečno koristi
- prosječno vrijeme provedeno na servisu je 7 minuta mjesečno
- 540 milijuna aktivnih korisnika

4.3. Twitter

- 288 milijuna aktivnih korisnika
- Od osnutka mreže poslano je preko 300 milijardi poruka, dnevno preko 500 milijuna
- Prosječno vrijeme koje korisnik provede mjesečno na Twitteru je 170 minuta
- Zastupljeniji kod mlađih starosnih skupina te kod obrazovanijih ljudi
- Preko 88% korisnika twitteru pristupa mobilnim uređajima

4.4. Instagram

- najzastupljeniji kod mlađih starosnih skupina
- oko 300 milijuna aktivnih korisnika
- Dnevno se postavi preko 60 milijuna novih fotografija, ukupno postavljeno preko 20 milijardi fotografija

5. Zaključak

U zadnjih desetak godina društvene mreže su postale dio opće kulture i dosegle broj korisnika koji iznosi gotovo 2 milijarde [1]. Od 2009. godine najpopularniji je Facebook, koji je popularan u svim starosnim i demografskim skupinama. Unatoč velikoj popularnosti, kod Facebook-a je primjetna stagnacija rasta, a po nekim izvorima i pad aktivnih korisnika u 2014. Uz to prema anketama među najmlađim korisnicima društvenih mreža (13-19 godina) najveći postotak je izabrao Instagram kao njima najvažniju društvenu mrežu. [11]

U Hrvatskoj su trendovi i poredak popularnosti društvenih mreža dosta slični kao i u ostatku zapadnog svijeta (ne ulazeći u analizu u odnosu na primjerice Kinu koja je specifična i ima svoje vlastite mreže). Facebook je dominantan na Hrvatskom tržištu, a npr. globalno popularni Twitter ili Instagram u Hrvatskoj još nisu dosegli veliki postotak korisnika. Bilo je i pokušaja domaćih inačica društvenih mreža, no nisu ostvarile značajan udio na tržištu. U Hrvatskoj je primjetan konstantan rast ukupnog broja korisnika, a najveći udio korisnika društvenih mreža imaju mlađe dobne skupine (18-29).

6. Literatura

- [1] <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>; svibanj 2015.
- [2] <https://newsroom.fb.com/company-info/>; svibanj 2015.
- [3] <http://tencent.com/en-us/content/ir/news/2015/attachments/20150513.pdf>; svibanj 2015.
- [4] <http://googleblog.blogspot.com/2013/10/google-hangouts-and-photos-save-some.html>; svibanj 2015.
- [5] <https://about.twitter.com/company>; svibanj 2015.
- [6] <https://instagram.com/press/>; svibanj 2015.
- [7] <http://mashable.com/2013/05/10/google-has-20-million-u-s-monthly-mobile-users-report-says/>; svibanj 2015.
- [8] <http://www.statista.com/statistics/384406/social-network-penetration-in-croatia/>; travanj 2015.
- [9] http://www.allin1social.com/facebook/country_stats/croatia, svibanj 2015.
- [10] <http://www.pewinternet.org/fact-sheets/social-networking-fact-sheet/>; travanj 2015.
- [11] <http://blog.digitalinsights.in/social-media-users-2014-stats-numbers/05205287.html>; svibanj 2015.

7. Sažetak

Društvene mreže su vrste internetskog servisa, najčešće u obliku prozora, platforme ili web-stranice koje služe za međusobno povezivanje korisnika. Servisi društvenih mreža stalno se poboljšavaju, dajući nove mogućnosti korisnicima. Pojavljuju se i nove društvene mreže s novim mogućnostima. Ovakve mreže, pored prvobitne uloge komunikacije, imaju i ulogu marketinga, promovirajući druge web-stranice i niz različitih usluga.

Facebook je najpopularniji u velikoj većini država sa ukupnim udjelom od 48% aktivnih korisnika Interneta, no postoje iznimke. U Kini je internet zatvoren i reguliran te postoji više kineskih vlastitih društvenih mreža od kojih je najrašireniji Qzone sa 668 milijuna aktivnih korisnika. U Rusiji i sadašnjim te bivšim državama Ruske federacije najpopularniji je V Kontakte koji ima oko 100 milijuna aktivnih korisnika po novijim podacima.

Od ostalih mreža popularnih u zapadnom svijetu po broju aktivnih korisnika slijede Google+, Twitter, Instagram i LinkedIn. Za Google+ brojke su najvjerojatnije precijenjene zbog male aktivnosti korisnika u odnosu na ostale popularne mreže. Prema jednom izvještaju iz 2013. godine broj minuta provedenim na Google+ po korisniku je bio samo 7 minuta mjesečno. (dok je Facebook u istom istraživanju imao 7 sati po aktivnom korisniku).

Zanimljiva je situacija ako promotrimo trendove rasta broja korisničkih računa te aktivnih korisnika kod najpopularnijih društvenih mreža. Listu predvode novije mreže Tumblr, Pinterest, Instagram, a značajan porast imali su i LinkedIn, Twitter te Google+. Vodeća društvena mreža Facebook ostvarila je rast korisnika ali u mnogo manjem postotku od najvećih konkurenata.

Broj korisnika društvenih mreža je u Hrvatskoj je u stalnom porastu te trenutno iznosi oko 40% populacije ili 59% pojedinaca koji aktivno koriste Internet.

Slično kao i u ostatku svijeta najpopularniji je Facebook sa oko 1,7 milijuna korisnika ili 40% populacije. Od toga je najzastupljeniji kod populacije starosti 18-34 godine, te neznatno više korisnika su muškog spola (51.2%).