

**Gimnazija “Gjon Buzuku”**

# **Seminarski rad**

**Tema: Društvene mreže  
Informatika**

**Predmet :**

**Profesor:  
Emir Duraki  
Haris Fazlji**

**Učenik:**

# Prizren, Januar, 2015



Y

## Sadržaj

### Y1.Uv

#### **2. Historija I hronologija drustvenih mreza.....4**

2.1. Hronologija drustvenih mreza.....  
.....4

#### **3. Problemi drustvenih mreza.....6**

#### **4.Najpoznatije drusvene mreze.....7**

##### **4.1. Facebook.....7**

4.1.1. Dobre strane Fejsbuka  
.....  
.....6

4.1.2. Loše strane Fejsbuka.....7

##### **4.2. Twitter**

.....  
.....7

##### **4.3. Instagram.....9**

##### **4.4. Youtube**

.....  
.....10

##### **4.5.Myspace.....**

.....	<b>11</b>
<b>4.6.Pinterest</b>	
.....	
.....	<b>12</b>
<b>5. Zaključak.....</b>	<b>14</b>
<b>6. Literatura.....</b>	<b>15</b>

## 1.Uvod

Društvene mreže (social networking siteovi) nešto su noviji fenomen u internetskim sferama. Riječ je o besplatnim online servisima koji korisnicima omogućuju raznovrsne vidove komunikacije sa svijetom i mogućnost vlastite prezentacije. Društvenim mrežama danas se koriste stotine milijuna ljudi, a osim onih neutralnih (opće uporabe) postoje i servisi s određenijom namjenom glede sadržajnog fokusa i profila korisnika. News grupe su s vremenom postale vrlo raširen način komuniciranja među mladima te su one kao takve jedan od prvih oblika Internet druženja i javnih rasprava. Nešto kasnije razvijaju se i populariziraju IM (Instant messaging) klijenti, chat appletti unutar web portala te forumi neznatno drugačiji od današnjih. Već su ti programi i appletti pružali solidne mogućnosti profiliranja korisnika i komunikacije sa svijetom. Međutim, zbog sporih komunikacijskih veza korisnika i tehnoloških ograničenja istinsko virtualno druženje i/ili prezentacija nisu bili izvedivi. Evolucijom spomenutih tehnologija došlo je do rapidnog povećanja interesa korisnika (čiji je broj godina eksponencijalno rastao) koje ni danas ne jenjava. Besplatno postavljanje slika i video clipova, te pisanje blogova i upravljanje sadržajem postali su vjesnici nove korisničke paradigme. Nju određuju oni

web servisi koji su sustavno integrirali sve navedene tehnologije: od blogova i chata do video i foto 'škrinjica' i od spomenutih komponenti napravili kompaktan sustav društvene mreže. Današnje društvene mreže su u najvećoj mjeri besplatne – tek neke od njih naplaćuju dodatne usluge. Jedini preduvjet za njihovo korištenje je (što brža) internet veza, a ponegdje i periferni uređaji poput web kamere ili naglavnih slušalica.

## 2. Historija I hronologija društvenih mreža

Društvene mreže predstavljaju online zajednice koje skupljaju ljude sličnih interesovanja. Igrom slučaja, ljudi njih obično shvataju kao sajtove koji okupljaju ljude koji se inače poznaju, u slučaju facebook-a iz realnog života, međutim, mnogo je šira definicija društvenih mreža, pre svega što postoje brojni sajtovi od ranije koji nisu bili poput facebook-a, recimo kao myspace koji je okupljao ljude koji slušaju istu muziku. Neki začetak društvenih mreža počinje već 1995. godine sa čuvenim sajtom Classmates.com, da bi se kasnije, pojavio Myspace koji je dugo vremena bio najpopularniji sajt tog tipa u svetu, sve do ove godine. Pojavom Myspace 2003. godine društvene mreže dobijaju svoj standardizovani oblik. Taj pojam se zaokružio i počeli su šitom sveta da niču slični sajtovi, da bismo 2006. godine dobili i facebook.

### 2.1 Hronologija društvenih mreža

- 1971. godine je poslata prva imejl poruka. Dva računara između kojih je razmenjen imejl bili su jedan pored drugog.
- 1978. godine je BBS – Bulletin Board System razmenio informacije preko telefonskih linija sa drugim korisnicima. Iste godine se preko Juzneta distribuiraju prvi web-brauzeri.
- 1994. godine je pokrenut jedan od prvih sajtova za društveno umrežavanje Geocities. Ideja vodilja je bila da korisnici kreiraju vlastite veb-sajtove u jednoj od 6 kategorija. Kategorije su nosile naziv jednog od šest gradova poznatih po određenim karakteristikama (Holivud, Volstrit,...).
- 1995. godine theglobe.com je korisnicima dao slobodu da personalizuju svoje onlajn iskustvo tako što im je omogućio objavljivanje vlastitog sadržaja i interakciju sa drugima koji imaju slična interesovanja.
- 1997. godine je lansiran AOL Instant Messenger koji je popularizovao razmenu instant poruka. Iste godine se lansira i Sixdegrees.com koji omogućava kreiranje profila i dodavanje prijatelja.
- 2000. godina - Razvoj i rast Interneta je uslovio pojavu Dot-Com Bubble što dovodi do pada tržišta akcija i propasti mnogih Internet preduzetnika.
- 2002. godine je lansiran Friendster (izgovara se Frendster) koji omogućava onlajn povezivanje prijatelja. Baza korisnika ove društvene mreže je porasla na tri miliona u toku prva tri meseca. To znači da je 1 od 126 tadašnjih Internet korisnika imao nalog na Friendsteru.
- 2003. godine je lansiran Myspace, koji je u početku smatran Friendsterovim klonom. Myspace je pokrenula kompanija za Internet marketing i prva verzija je kodirana navrat nanos za samo 10 dana.
- Tokom narednih godina pokrenuti su mnogi sajtovi za društveno umrežavanje, kao

što su LinkedIn, Tribe.com, Classmates.com, Jaiku, Netlog.

- 2004. godine je lansiran Fejsbuk, prvobitno kao mreža za povezivanje studenata sa američkih fakulteta. Fejsbuk je najpre lansiran na Harvardu, gde je više od polovine od ukupno 19,500 studenata otvorilo Fejsbuk nalog u toku prvog meseca.
- 2006. godine je lansiran Tviter.

Pred kraj fudbalskog meča između Japana i Danske za svetski kup u fudbalu 2010.godine, korisnici Tvitera su objavljivali 3,283 tvita u sekundi.

- 2008. godine Fejsbuk je pretekao Myspace po broju jedinstvenih posetilaca u toku jednog meseca. Oba sajta su mnogo popularnija od originalnog Friendstera. Friendster ima najviše uspeha u Aziji, odakle dobija 90% posetilaca.

### 3. Problemi društvenih mreža

Na društvenim mrežama dogodio se velik broj sigurnosnih incidenata, počevši od brojnih phishing napada pa sve do napada virusima i crvima i sve to vedomo zbog nepažnje korisnika i sigurnosnih propusta u korištenim web preglednicima. Kod phishing napada, napadači su uspjeli otuđiti korisničke profile određenog broja korisnika, te s njihovih profila poslati phishing poruke e-pošte svim korisnicima na listi prijatelja. Poruke e-pošte su sadržavale poveznicu na ilegalne zlonamjerne stranice koje su imale jednaki izgled kao i originalna stranica društvene mreže. Korisnici koji su upisali svoja korisnička imena i lozinke su bili ugroženi, jer su napadači imali nadzor nad krivotvorenim stranicom. Napadi ovakve vrste dogodili su se na Facebook, MySpace, Twitter i LinkedIn mreži. Na Twitteru se dogodio još jedan incident jer dozvoljava postavljanje komentara u obliku HTML koda zbog kojeg korisnicima nije bilo moguće vidjeti svoj profil nekoliko sati, ali na sreću korisnički podaci su sačuvani i Twitter je nastavio sa normalnim radom. Korištenjem društvenih mreža svaki se korisnik zapravo svjesno odriče dijela svoje privatnosti, stoga je važno kvalitetno ocijeniti da li bi ga neki podaci mogli ugroziti na bilo koji način te shodno tome (ne)objavljivati pojedine informacije o sebi na nekoj od društvenih mreža.

## 4. Najpoznatije društvene mreže

### 4.1. Facebook

Facebook (Fejsbuk) je društvena mreža koju je [2004.](#) godine osnovao [Mark Zuckerberg](#), bivši student [Harvarda](#). U svojim počecima, Facebook je bio namijenjen samo studentima univerziteta na Harvardu koji su tim putem mogli međusobno komunicirati i razmjenjivati informacije. Kasnije, mnogi drugi univerziteti, srednje škole i velike kompanije širom svijeta priključile su se mreži. Danas ova [web](#) stranica ima više od 900 miliona aktivnih korisnika. Facebook je ujedno najpopularnije mjesto za objavljivanja [fotografija](#), s više od 14 miliona novih dodanih fotografija dnevno.

Facebook je, prema riječima osnivača Marka Zuckerberga, zamišljen tako da se putem Interneta povežu oni ljudi koji se već poznaju u stvarnom životu, za razliku od sličnih web servisa. Kao što početna stranica Facebooka kaže, on omogućuje korisnicima povezivanje i socijalizaciju s ljudima koji su im bliski i koji rade, studiraju i žive oko njih. Mnogi koriste Facebook upravo kako bi ostali u kontaktu sa svojim prijateljima ili rodbinom. Ovaj internet servis je potpuno besplatan za sve korisnike, a ostvaruje prihode od sponzora i oglašavanja putem reklama koje se pojavljuju uz svaki profil .

Vaš Fejsbuk profil daje drugim članovima ideju o tome tko ste i što vaš interes uključuje. Fejsbuk pretpostavlja da su mnoge osobe s kojima ćete željeti komunicirati ili zaposlene u istoj firmi, išle u istu školu ili žive u istom gradu kao i vi. Da bismo olakšali pronalaženje prijatelja i starih i novih, Fejsbuk prikuplja informacije o vama i o svima ostalima da se stvori gusta mreža kontakata. S jednu stranu biti ćete u mogućnosti vidjeti stare kolege ili suradnike koji su korisnici Fejsbuk računa, a s drugu, svi ostali u toj mreži moći će pronaći vas. Možete izabrati hoćete li odgovoriti na pitanje ili postaviti postavke privatnosti kako bi vas drugi ne bi mogli pronaći, ali to je u suprotnosti s temeljnom idejom društvenih mreža.

#### 4.1.1. Dobre strane Fejsbuka

Dobre strane fejsbuk-a uglavnom su već navedene, a mogu se svesti na dvije stvari: Kontakt sa osobama koje rijetko vidite te sredstvo razmjene fotografija. Više pažnje posvetit ćemo negativnim stranama u nastavku.

#### 4.1.2. Loše strane Fejsbuka

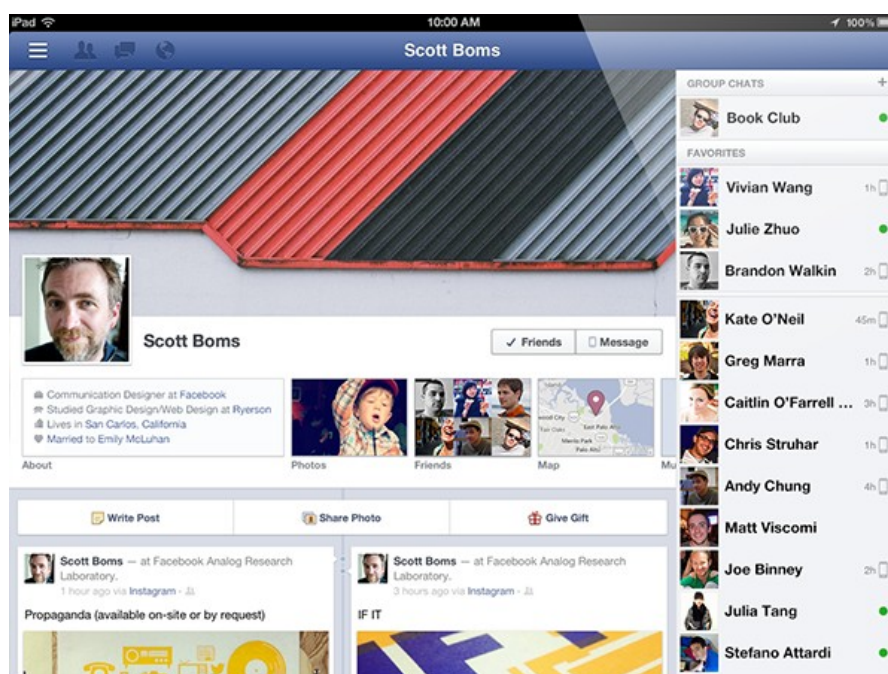
**Gubitak slobodnog vremena**



Fejsbuk je nevjerojatan gutač vremena. Sve se na ovom servisu odvija u stvarnom vremenu, tako da informacije o vašim Fejsbuk prijateljima ne prestaju dolaziti..

### Manja učinkovitost na poslu

Naravno, sve se to mora odraziti i na posao. Osim što ćete naučiti brzo koristiti kombinaciju tipki Alt+Tab kojima možete sakriti prozor u kojem se nalazi Fejsbuk, morat ćete šefovima objasniti manjak produktivnostim i opću bezvoljnost koja će vas snaći.



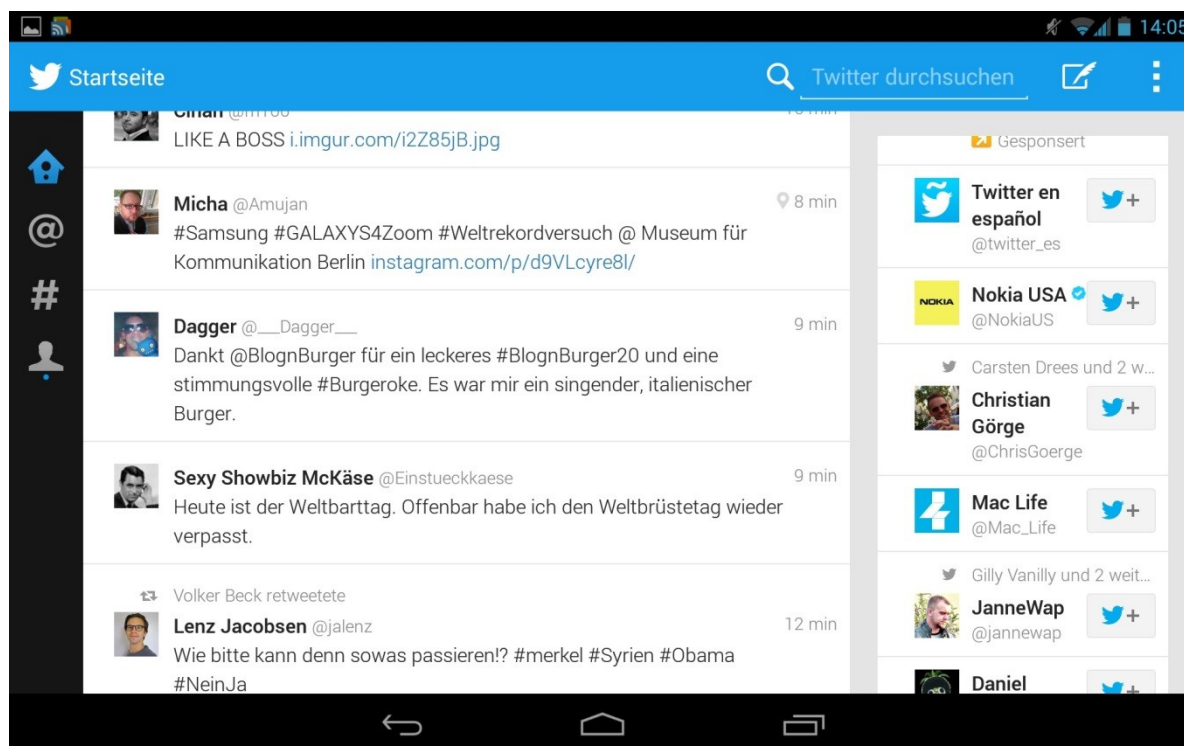
## 4.2. Twitter

**Twitter** je besplatna društvena mreža i mikro-[blog](#) alat koji omogućava svojim korisnicima da čitaju tuđe, i šalju svoje mikro-tekstualne unose, takozvane *tweetove*.

Registrirani korisnici mogu čitati i slati svoje tweetove dok ih oni koji nisu registrirani mogu samo čitati. Korisnici mogu pristupiti servisu putem [web stranice](#), SMS-a ili mobilnih aplikacija. Kompanija Twitter Inc. se nalazi u gradu San Francisco i ima preko 25 ureda širom svijeta.

Twitter je napravljen u martu 2006. godine te je stranica počela sa radom u julu 2006. godine. Servis je brzo stekao međunarodnu popularnost sa više od 100 miliona korisnika koji su u 2012. godini objavili više od 340 miliona tweet-ova dnevno.<sup>[7]</sup> Servis je takođe obradio preko 1,6 milijardi pretraživanja dnevno. U 2013. godini, Twitter je bio jedna od 10 najviše posjećenijih stranica na internetu i često je opisan kao SMS interneta. Prema podacima iz decembra 2014. godine, Twitter ima više od 500 miliona korisnika, od čega je 284 miliona aktivno. Procjene broja korisnika variraju i najčešće se govori o cifri od oko 4 do 5 miliona korisnika. Korisnica, odnosno korisnik Tviter usluga se neformalno naziva tviterašica, odnosno tviteraš..

Twitter je doživio brz rasti. Imao je 400,000 objavljenih tweetova svake fiskalne četvrtine u 2007. godini. Ovaj broj se popeo na 100 miliona tweetova svake četvrtine u 2008. godini. U februaru 2010. godine, korisnici Twittera su slali 50 miliona tweetova dnevno. Već u martu 2010. godine, kompanija je zabilježila preko 70,000 registriranih aplikacija. Od juna 2010. godine, oko 65 miliona tweetova je postavljano svaki dan, što bi bilo oko 750 tweetova poslanih svake sekunde, prema Twitteru. Od marta 2011. godine, broj je opet porastao na 140 miliona tweetova dnevno. Kako je napomenula stranica Compete.com, Twitter je skočio na treće mjesto kao najkorištenija društvena mreža sa prethodnog 22. mjesta u januaru 2009. godine.



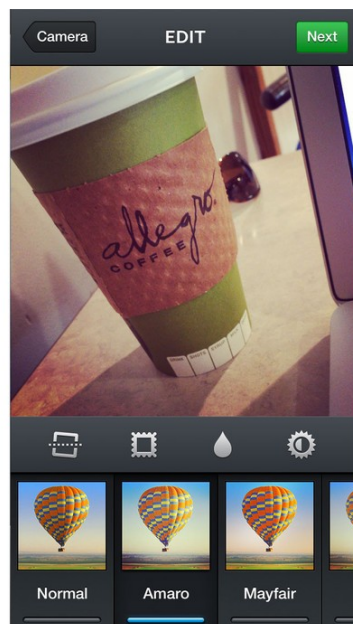
### 4.3. Instagram

Instagram je popularna besplatna aplikacija za obradu i dijeljenje fotografija putem mobilnih telefona (iPhone, Android, Windows Phone) na društvenim mrežama uključujući Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, Flickr i Posterous.

Aplikaciju su osmislili Kevin Systrom i Mike Krieger. Dana 12. januara 2012. Facebook je kupio Instagram za milijardu američkih dolara

Hibrid je društvenog umrežavanja i fotografske usluge. Pokrenut je na iOS uređajima u listopadu 2010. godine. Trenutačno ga rabi oko 14-15 milijuna korisnika. Program može primijeniti različite filtre na snimljenim fotografijama pomoću kamera ugrađenih u pametne telefone. Dodatno se fotografije mogu dijeliti s prijateljima, registriranim na Instagramu. Aplikacija omogućuje jednostavno fotografiranje s raznim retro efektima. U svibnju 2011. godine dodana je opcija koja omogućuje svakom vlasniku profila na Instagramu dodavanje informacija o sebi. Kolaž slike modificiran sa 16 različitih Instagramovih filtara.

Instagram se u službenoj beta inačici sada pojavio na mobilnoj platformi Windows Phone.



### 4.4. Youtube

YouTube je popularni internetski servis za razmjenu video sadržaja gdje korisnici mogu postavljati, pregledavati i ocjenjivati video isječke. Za postavljanje sadržaja potrebna je registracija, dok za pregledavanje nije, izuzev sadržaja koji nije primjeren za osobe mlađe od 18 godina. Prema pravilima korištenja, korisnici mogu postavljati vlastite originalne uratke i uratke za koje imaju dopuštenje vlasnika autorskih prava, a zabranjeno je postavljanje pornografskog sadržaja, nasilja, sadržaja koji podržava kriminalne radnje, sadržaja s ciljem osramoćenja i klevete i reklama. YouTube zadržava pravo na korištenje, preinaku i brisanje postavljenog materijala.

YouTube je kao besplatan medij postao sredstvom promoviranja anonimnih filmskih autora i glazbenika koji su ovim putem stekli popularnost i probili se u tradicionalne medije poput radija i televizije, u svibnju 2007. ponudio je najgledanijim autorima da postanu njihovim partnerima te na taj način dobiju dio zarade od reklama koje s pojavljuju pored njihovih uradaka.



## 4.5. Myspace

„Majspejs“ (engl. Myspace) je internet stranica koja služi kao servis za socijalnu mrežu. Počeo je sa radom u avgustu 2003. Sjedište Majspejsa je u gradu Beverli Hills u Kaliforniji.



Majspejs je u junu 2006. postao najpopularnija socijalna mreža u Sjedinjenim Američkim Državama. i ostao je na tom mjestu sve do aprila 2008, kada ga je prestigao glavni rival Fejsbuk. Vlasnik Majspejsa je kompanija News Corporation.

Sa rastom popularnosti Fejsbuka, Majspejs je počeo da gubi sve više korisnika. Istraživač tržišta, kompanija comScore je procijenila da je Majspejs samo između januara i februara 2011, izgubio 10 miliona korisnika, a da je u proteklih 12 mjeseci broj jedinstvenih korisnika Majspejsa pao sa 95 na 63 miliona.

Septembra, 2012. godine objavljen je novi redizajn što je Majspejs učinilo vizuelnijim, a bio je prilagođen i tabletima. Zajedno sa redizajnom sajta, Majspejs je u potpunosti redizajnirao i mobilnu aplikaciju. Program ima opciju kojom korisnici mogu kreirati i Gif slike i postavljati ih na svoj Majspejs. Aplikacija omogućava korisnicima da puštaju "žive svirke" sa koncerata. Novi korisnici mogu se pridružiti Majspejs-u preko aplikacije, ali i preko Fejsbuka i Tvitera, ili ako se uloguju na mejl.



## 4.6. Pinterest

Pinterest je društvena mreža koja funkcionira kao online oglasna ploča, nešto poput virtualne ploče s pribadačama na koju korisnici dodaju interesantan sadržaj koji su pronašli na internetu. Osnovali su je Ben Silbermann, Paul Sciarra i Evan Sharp, a investicija je došla od male grupe poduzetnika i investitora.

Pinterest je nova zvijezda društvenih mreža koja od kraja prošle godine bilježi četrdeseterostruki rast prometa. Prema statistici comScorea Pinterest mjesečno bilježi 12 milijuna jedinstvenih posjetitelja samo iz Sjedinjenih Država. Do granice od 10 milijuna registriranih članova Pinterest je stigao brže od Facebooka i Twittera. Strelovit rast impresionira i zbog činjenice što se novi korisnici mogu prijaviti samo posredstvom pozivnica. Deset milijuna korisnika Facebook je dostigao nakon 28, Twitter 26, a Pinterest svega devet mjeseci

Pinterest pokriva različite vrste sadržaja, ali dominiraju sljedeće teme : uređenje doma, moda, hrana i ručna izrada predmeta. Tome je možda razlog i to što su 58% korisnika žene u dobi između 25 i 44 godine. Korisnici Pinteresta mogu objavljivati fotografije i sortirati ih, a iste su nazvane "pribadače" (eng. pins), a pojavljuju se grupirane u kolekcije zvane "ploče" (eng. pinboards). Te su ploče podijeljene po općenitim kategorijama tako da postavljene fotografije mogu biti lakše organizirane. Postoji nekoliko načina kako se može registrirati novi Pinterest korisnički račun. Potencijalni korisnici mogu ili primiti pozivnicu od prijatelja koji je već registriran, ili mogu zatražiti pozivnicu direktno s Pinterest stranice. Korisnički račun se može kreirati i tako da se Pinterest poveže s profilom na Facebooku ili Twitteru. Kada korisnici postavne neku tuđu fotografiju na svoju „ploču“, postoji opcija da se o tome pokaže obavijest na

Facebooku ili Twitteru.

Search

Add +About ▾Olivia ▾

Following · Categories ▾ · Everything · Popular · Gifts ▾

Recent Activity

Get Fit Get Life repinned your pin.  
3 weeks ago

melissa Addleman and 13 others repinned your pin.  
8 weeks ago

Denise Fortin and 1 other liked your pin.  
8 weeks ago

Kyleigh Haro repinned your pin.  
11 weeks ago

Stephanie Bucher and 2 others liked your pin.  
12 weeks ago

Iris Dawn and 3 others repinned your pin.  
12 weeks ago

Lupita Obannon and 2 others repinned your pin.  
14 weeks ago

Pamela Smithson repinned your pin.  
15 weeks ago

Saundra Ridgle and 3 others repinned your pin.  
15 weeks ago

Baked pumpkin fettucine alfredo #fall

Trex onto Fall Produce

Peacock styled wedding! Click here to see more.... [www.bradypuryearb...](http://www.bradypuryearb...)

137 likes 3 comments 236 repins

Brady Puryear onto Wedding Inspiration

Lori Menhusen This is SO, Emma.

Roasted Acorn Squash / @jchongstudio on instagram

34 likes 88 repins

Jennifer Chong onto Snapshots

Pumpkin Cream Cheese Cupcake // @jchongstudio on instagram

146 likes 473 repins

Jennifer Chong onto Snapshots

Lunch at 320 Main Seal Beach / @jchongstudio on instagram

40 likes 1 comment 71 repins

Jennifer Chong onto Snapshots

Karen Curtis-Craney Spent time in Seal Beach this summer. Love Main street!

Quince / Dietlind Wolf

40 likes 54 repins

Jennifer Chong via Bakers Royale onto Food Style . Dark

When I saw you I fell in love, and you smiled because you knew.  
- William Shakespeare

1 repin

Gabby Maier via Monica Efman onto Quotes

starting at age 3, every year on their birthday you ask the same questions

Lady Behind The Curtain

to://pinterest.com/pin/46654546110492598/

## 5. Zaključak

Društvene mreže čine svet povezanijim i omogućavaju laku komunikaciju. Internet predstavlja idealan medijum i sredstvo za realizaciju većine postavljenih zahteva. Količina informacija, brzina dostupnosti, vremenska neograničenost njihovog korišćenja, odsustvo geografskih barijera i način dostavljanja su one karakteristike i prednosti koje su nametnule Internet kao logičan izbor za komunikaciono sredstvo i primarni komunikacioni medijum.

Društvene mreže sve su popularniji način za komunikaciju putem interneta, i u sve većoj meri zamenjuju pisanje imejlova.



## 6. Literatura

- <http://www.scribd.com>
- <http://www.wikipedia.com>
- <http://www.google.com>
- <http://www.zika.rs>