

# Kako s pametnim tehnologijama i što o istima morate znati

Kristina Petljak, HUZP  
Zagreb, studeni 2020.



Ovaj je dokument izrađen uz financijsku podršku Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja. Sadržaj ovog dokumenta u isključivoj je odgovornosti Hrvatske udruge za zaštitu potrošača i ni pod kojim se uvjetima ne može smatrati odrazom stajališta Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja.



**VsITe**

Visoka škola za informacijske tehnologije



# SADRŽAJ

**DRUŠTVENE MREŽE**

**POVIJESNI RAZVOJ DRUŠTVENIH MREŽA**


**NAJPOZNATIJE DRUŠTVENE MREŽE**

**PREDNOSTI I NEDOSTATCI DRUŠTVENIH MREŽA**

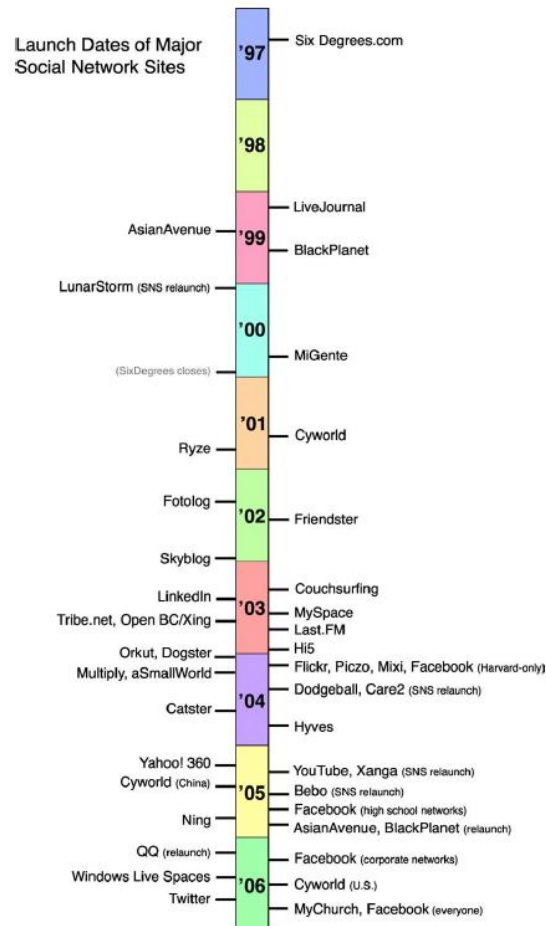


# DRUŠTVENE MREŽE

---

- 63,20% populacije koristi Internet
- popularizacija i upotreba novih medija promijenila je način života
- „umreženost“ dovela do kontinuirane „izloženosti“ velikoj količini informacija
- Društvene mreže omogućavaju korisnicima i poduzećima direktno komuniciranje i dijeljenje stavova i razmjenu iskustva sa prijateljima. 
- glavno obilježje svih društvenih mreža je **zajednički interes**, koji drži grupe ljudi zajedno i samim time daje **popularnost** svim društvenim mrežama danas.
- očekuje se da će broj korisnika društvenih mreža širom svijeta dosegnuti oko 3,02 milijarde mjesečno aktivnih korisnika do 2021. godine

# Povijesni razvoj društvenih mreža




- razdoblje od 1997. do 1999. godine možemo okarakterizirati kao „fazu buđenja“ društvenih mreža
- prva „društvena mreža“ koju možemo nazvati i predstavnikom nove generacije medija je SixDegrees koja je nastala 1997. godine
- između 2000. i 2003. godine - pojavljivanje popularnih društvenih mreža kao što su LinkedIn i MySpace
- između 2004. i 2006. godine - YouTube-u i Facebook
- nekoliko godina kasnije dolazi do pojavljivanja i drugih značajnih društvenih mreža kao što su Twitter, Instagram i Snapchat

# POVIJESNI RAZVOJ DRUŠTVENIH MREŽA

---

- promjena načina komunikacije i informiranja
- razvoj mobilnog interneta i pametnih telefona
- povezivanje korisnika i razmjena multimedijalnog sadržaja
- stvaranje i njegovanje poslovnog odnosa s postojećim kupcima temeljenog na povjerenju, korisno i za privlačenje novih kupaca
- u prosjeku, globalni korisnici interneta dnevno provedu oko 135 minuta surfajući društvenim mrežama
- „nova vrsta korisnika” – **prosumeri**

# NAJPOZNATIJE DRUŠTVENE MREŽE

postoje brojne društvene mreže, a među najpoznatijima su Facebook, Twitter, Instagram,  YouTube, LinkedIn, Snapchat...



# FACEBOOK

- osnovan 2004. godine kao društvena mreža za povezivanje studenata s Harvarda
- jedna od najpopularnijih mreža na svijetu
- služi za druženje, ali je i neizostavni marketinški alat koji marketinški stručnjaci koriste za promociju proizvoda, usluga, marki proizvoda, poduzeća i ostalog
- *target* (ciljano) oglašavanje točno određenim profilima korisnika



## twitter

- druga po redu najpopularnija društvena mreža na svijetu, broji oko 270 milijuna aktivnih korisnika
- brze i ažurne objave koje su kratke, jasne i koncizne te sročene u svega 140 znakova
- učinkovitija za praćenje aktualnih tema i povezanost većeg broja korisnika







# INSTAGRAM

- privatni fotoalbum
- hashtagovi (#) koji se koriste u komunikaciji iznad slika vrlo važan dio objave





# YOUTUBE

- osnovni cilj dijeljenje i reprodukcija video zapisa
- korisnici mogu dodavati vlastite videe te ocjenjivati i komentirati postojeće
- poduzećima nudi ciljno oglašavanje prema ključnim riječima te prema demografskim podacima o ciljnom tržištu





## LINKEDIN

- oblikovan za potrebe poslovnih ljudi i stručnjaka za pojedina poslovna i industrijska područja
- platforma za povezivanje s različitim poduzećima, pronalaženje posla i zapošljavanje



# SNAPCHAT

- mobilna aplikacija za razmjenu poruka i multimedija pokrenuta u rujnu 2011. godine
- stvaranje multimedijских poruka odnosno „snaps“ koje mogu biti fotografije ili kratki video sadržaji te se mogu uređiti dodatno raznim filterima, tekstom, naljepnicama
- slanje poruka i „snaps-a“ najpopularnije su aktivnosti među korisnicima ove društvene mreže
- uglavnom ju koristi populacija mlađa od 25 godina, pretežito tinejdžeri i generacija mladih tzv. „Millennials“



# PREDNOSTI I NEDOSTATCI DRUŠTVENIH MREŽA

---

## PREDNOSTI

- besplatan pristup
- stjecanje novih prijatelja
- mogućnost osnivanja novog posla
- informatičko obrazovanje
- kontaktiranje rodbine/starih prijatelja
- praćenje aktualnih tema
- besplatan marketing

## NEDOSTATCI

- manjak/nepostojanje privatnosti
- lažni identiteti
- stvaranje ovisnosti o društvenim mrežama
- cyber nasilje
- uhođenje (*stalking*)
- gubitak vremena

# Zanimljivosti

---

- **4 od 9** stanovnika u Hrvatskoj koristi Facebook
- **1 od 4** stanovnika u Hrvatskoj koristi Instagram
- na Instagramu je više populacije od **13-17 godina** nego na Facebooku
- na **Facebooku** prevladavaju korisnici starosti **25-34 godine**
- na **Instagramu** prevladavaju korisnici starosti **18-24 godine**