

Facebook

Iz Wikipedije, proste enciklopedije

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in a white, lowercase, sans-serif font on a dark blue rectangular background.

Facebook je družbena spletna stran, ki je bila ustanovljena 4. februarja 2004 v mestu Cambridge v Massachusettsu in pripada in deluje v okviru zasebnega starševskega podjetja Facebook, Inc. Brezplačen dostop do strani omogoča uporabnikom, da se povežejo na eno ali več omrežij (kot so npr. šola, delovno mesto ali zemljepisno območje) in tako lažje komunicirajo z ostalimi ljudmi iz istega omrežja. Določene ameriške univerze take profile razdelijo novim oz. bodočim študentom in osebju, ki tako (hitreje in uspešneje) spoznajo ljudi na ozemlju univerze.

Ustanovitelj Facebooka je Mark Zuckerberg, ki je spletišče izdelal kot študent na univerzi na Harvardu. Na začetku so lahko bili člani spletnega mesta le študentje harvardske univerze, kasneje pa so lahko člani postali še študenti ostalih univerz, dijaki ter vsi, stari več kot 13 let.

Spletna stran ima po celem svetu več kot 150 milijonov aktivnih uporabnikov. Je tudi najbolj priljubljena spletna stran za nalaganje fotografij - dnevno jih naložijo kar 14 milijonov. Glede na priljubljenost strani se je v svojem kratkem obstoju Facebook že srečal z nekaterimi kritikami in nasprotovanji, predvsem zaradi nezagotavljanja zasebnosti, političnih prepričanj njegovih ustanoviteljev in vprašanj cenzure.

Zgodovina:

2004



Mark Zuckerberg

Mark Zuckerberg je februarja 2004 kot študent harvardske univerze ustanovil »The Facebook«. Člen »the« so opustili ob nakupu domene facebook.com leta 2005 Sprva so člani

lahko postali le študentje s Harvarda in že konec februarja 2004 se je registrirala več kot polovica študentov iz omenjene univerze. Tedaj sta se pri vzdrževanju spletnega mesta Zuckerbergu pridružila še Dustin Moskovitz in Chris Hughes. Facebook se je kmalu razširil še na druge univerze (Stanford, Columbia, Yale. V nadaljnjih dveh mesecih so člani lahko postali še študentje iz nekaterih drugih izobraževalnih ustanov (MIT, Boston University, Boston College, Northeastern University, šole, članice Ivy League). Konec šolskega leta sta Zuckerberg in Moskovitz z Andrejem McCollumom, ki je začel s poletno prakso na Electronic Arts, odselila v Palo Alto v Kaliforniji.

Članstvo so nato 26. aprila 2006 omogočili še zaposlenim v desetih različnih podjetjih (Amazon.com, Apple Inc., Microsoft ...).

Junija je Facebook od podjetja PayPal dobil okoli \$500,000, septembra so Divya Narendra, Cameron Winklevoss in Tyler Winklevoss, lastniki družbene medmrežne internetne strani HarvardConnection, spremenili ime podjetja v ConnectU in vložili tožbo proti Facebooku – trdili so, da je Zuckerberg nelegalno uporabil izvorno kodo, katero naj bi jo uporabil za spletno stran, ki naj bi jo naredil po njihovem naročilu.

2005

Zuckerberg je 2. septembra 2005 razširil dostop do spletnega mesta na srednje šole^[7], a so dijaki sprva morali prejeti povabilo, da so se lahko včlanili. Konec leta 2005 je bilo vključenih že več kot 2.000 fakultet in več kot 25.000 srednjih šol iz sedmih držav, vključno z ZDA, Kanado in Veliko Britanijo.

Maja 2005 se je vrednost Facebooka povečala na \$12.8 milijonov, 23. avgusta 2005 pa je od korporacije Aboutface za \$200,000 kupil ime domene facebook.com (s tem je izpustil besedo »the« v prvotnem imenu). Septembra 2005 je Zuckerberg uvedel povezavo srednjih šol preko Facebooka, kar je bilo pravzaprav že kar logično naslednje dejanje. Večina omrežij srednjih šol zelo hitro ni zahtevala gesel uporabnikov, da so se lahko pridružili določenemu omrežju (vseeno pa je bila registracija na Facebook še vseeno potrebna). Oktobra se je širjenje Facebooka nadaljevalo preko manjših univerz v ZDA, Kanadi, facebook pa se je razširil tudi po enaindvajsetih univerzah v Angliji. Decembra 2005 so bile na Facebook omrežje prav tako dodane univerze v Avstraliji in Novi Zelandiji. S širjenjem Facebooka v države ZDA, Kanado, Meksiko, Anglijo, Avstralijo, Novo zelandijo in Irsko je bilo dodano več kot 2000 univerz ter več kot 25000 srednjih šol.

2006

Facebook je postal dostopen za vsakogar 11. septembra 2006; član potrebuje le veljaven e-poštni naslov ter mora biti star vsaj 13 let.

27. maja leta 2006 je časopis BusinessWeek poročal, da glede potencialne pridobitve spletne strani poteka pogajanje. Facebook naj bi zavrnil ponudbo za 750 milijonov dolarjev, govorilo pa se, da naj bi se cena povzpela na 2 milijardi dolarjev. V aprilu so Peter Thiel, Greylock Partners in Meritech Capital Partners v spletno stran investirali 25 milijonov dolarjev. 26. aprila 2006 so bili dijaki in zaposleni desetih podjetij povabljeni, da se pridružijo. Maja se je Facebookova mreža razirila še v Indijo preko Indijskega instituta za tehnologijo (IIT) ter Indijskega instituta za menedžment (IIM). Promocija faceooka je potekala tudi preko iTunes

– a, preko katerega naj bi člani skupine Apple Students lahko vsak teden do septembra brezplačno dobivali vzorec 25 pesmi. Namen promocije je bil seznanitev in spodbuditev študentov glede ponudbe. Avgusta 2006 je Facebook predstavil »Facebook Notes« - gre za vrsto bloga z lovenjem, vstavljanjem slik in ostalih možnosti; s tem je bilo dovoljeno tudi uvažati bloge iz Xanga, LiveJournala, Bloggerja ter ostalih blogarskih servisev. To novo možnostjo je tudi postalo mogoče, da bralci komentirajo napisane stvari od drugih uporabnikov. Septembra 2006 je postal Facebook odprt za vse uporabnike interneta, dva tedna kasneje pa tudi omogočil registracijo vakega posameznika s pravilnim elektronskim naslovom.

S prodajo družbene mreže MySpaceja podjetju News Corp, so se pojavile govorice o možni prodaji Facebooka nekemu večjemu medijskemu podjetju. Lastnik Facebooka Zuckerberg je trdil, da podjetja ne želi prodati in s tem zanikal govorice. Prav tako je tudi zavrnil ponudbe v do stopnje 975 milijonov dolarjev, tudi ni bilo jasno, kdo bi bil pripravljen plačati še več denarja za to spletno stran - Steve Rosebush, poslovni analist, je imel na sumu podjetje Viacom.

Po 11. septembru 2006 je lahko vsak nad 13 let postal uporabnik spletne strani. Konec februarja so med Facebookom in Yahoo! – jem potekali resni pogovori glede pridobivanja na družbenem omrežju, ki se je takrat povzpelo že na 1 milijardo dolarjev. Oktobra 2007, po Googlovem nakupu video strani YouTube, so se pojavile govorice, da je Google ponudil Yahoo! – ju 2,3 milijardi dolarjev. Peter Thiel, upravni član Facebooka, je naznanil, da se bo vrednost Facebooka do leta 2015 gibala okoli 8 milijard dolarjev.

2007

Maja 2007 je Facebook najavil, da namerava dodati brezplačno oglaševanje na svojo spletno stran in s tem postati konkurent že uveljavljenih spletnim podjetjem, kot je Craigslist. Ta možnost je na spletni strani začela delovati 14. maja 2007. 24. maja 2007 je Facebook uvedel še Facebook platformo, katera priskrbuje okvir za raziskovalce, ki ustvarjajo različne aplikacije na Facebooku. Predstavljen je bil tudi »Facebook markup jezik«, ki se je na začetku uporabljal za preurejanje »poglej in občuti« aplikacij, ki so se takrat razvijale. To je Facebooku omogočilo za uvajanje različnih novih aplikacij, kot so npr. aplikacija »Darila« (uporabniku omogoča, da pošlje drugemu uporabniku virtualno darilo), aplikacija »Marketplace« (uporabniku omogoča, da daje brezplačne oglase), aplikacija »Dogodki« (uporabnik lahko tako informira svoje prijatelje, kdaj se odvijajo določeni dogodki) ter aplikacija »Video« (uporabniki si lahko delijo domače video posnetke).

Julija je Facebook podal prošnjo za razpustitev primera, ki ga je proti njemu vložil ConnectU, in sicer izpostavili so, da naj bi ConnectU-jeve obtožbe bile brez dokazov. Bostonsko sodišče je primer zavrglo. Isti mesec je Facebook najavil svoje prvo pridobitev – nakup Parakey, Inc. Septembra 2007 je Microsoft Facebooku predlagal investiranje, če bo v zameno dobil 5% delež podjetja. Microsoft bi za delež plačal od 300–500 milijonov dolarjev. 24. oktobra je nato Microsoft objavil, da je za 246 milijonov dolarjev kupil 1,6 % deleža Facebooka. Ostala podjetja, med njimi tudi Google, so tudi izrazila željo za nakup njegovega deleža, vendar pa se za to niso odločili, saj ustanovitelj Mark Zuckerberg ni želel, da Facebook izgubi svojo neodvisnost.

Novembra je Facebook najavil »Facebook Beacon«, marketinško pobudo, ki vključuje sistem spletnih strani, katere dovolijo uporabnikom delitev določenih informacij o njihovi aktivnosti z ostalimi prijatelji. Facebook s spoštovanjem privatnosti trdi, da se pri ustvarjanju oglasov ne mora razpoznati nobena osebna informacija uporabnika, prav tako pa naj bi uporabniki videli le tiste informacije, ki so njihovi prijatelji pripravljeni deliti z njimi. 30. novembra je blog »Vse digitalne stvari« (All Things Digital) poročal, da je bilionar Li Ka-shing iz Honk Konga v Facebook investiral kar \$60 milijonov. Po kritiki Facebooka, da zbira več informacij glede uporabnikov za oglaševanje kot na začetku, je Mark Zuckerberg objavil opravičilo glede uporabe Beacon sistema.

2008

Februarja 2008 je comScore pokazal nove javne podatke za Facebook, ki so kazali število ljudi v ZDA, ki so v zadnjih par mesecih začeli uporabljati stran. Maja 2008 je Sheryl Sandberg zapustila Google in zamenjala Owen Van Natta kot šefica operativnega sistema v Facebooku. Po zavrtnjeni obtožbi ConnectUja proti Facebooku iz leta 2007, je le – ta leta 2008 ponovno podal obtožnico zoper Facebook.

Spletna stran:

Uporabniki Facebooka lahko izberejo, v katero omrežje (ali omrežja) se bodo prijavi (npr. šola, mesto zaposlitve, regija, določena družbena skupina). Ta omrežja pomagajo uporabnikom, da se lažje povežejo z ostalimi člani istega omrežja. Uporabniki lahko na svoj profil dodajajo svoje prijatelje in s tem vidijo tudi njihove profile.

Spletna stran je za uporabnike brezplačna in se proizvaja z oglaševanjem. Uporabniki ustvarijo profile, ki pogosto vsebujejo tudi fotografije in seznam interesov, si izmenjavajo osebna ali javna sporočila in se vključujejo skupinam prijateljev. Pregledovanje podrobnega profila je mogoče le uporabnikom znotraj istega omrežja ali pa potrjenim prijateljem. Leta 2006 je podjetje Student Monitor naredilo raziskavo, ki je Facebook uvrstila kot drugo najbolj popularno stvar med študenti (prva je iPod), ki še niso diplomirali, skupaj s pivom in seksom.

Prvovrstnem partner Facebooka za oglaševanje je Microsoft. To pomeni, da Facebook uporablja le tisto oglaševanje, ki obstaja tudi v Microsoftovem oglaševalnem popisu (vsebuje oglase, ki so bili odobreni s strani Microsofta ter med njimi obstaja dogovor o tem). Pri primerjavi z ostalimi internetnimi podjetji, Facebook zbira toliko podatkov od svojih obiskovalcev, kot npr. Google in Microsoft, vendar pa precej manj kot Yahoo!. Zbrani podatki so koristni za prikaz bolj relevantnih oglasov internetnim obiskovalcem.

Značilnosti

Že na začetku je Facebook vključeval različne vsebine, ki tudi danes še vedno obstajajo na strani – pod to se vključuje »zid« - prostor vsakega uporabnika Facebooka, kjer mu lahko njegovi prijatelji pošiljajo sporočila, »drežljaje« - omogočajo uporabniku pošiljanje virtualnih drežljajev drugim uporabnikom, »slike« - uporabniki lahko objavijo fotografske albume in slike ter »status« - s tem uporabnik informira njegove prijatelje kje se nahaja in kaj počne.

Facebook »zid« omogoča uporabnikom da pošiljajo sporočila na profil njihovih prijateljev. Uporabnikov zid (odvisno je sicer od nastavitvev privatnosti) je viden vsem, ki lahko vidijo profil uporabnika. Od julija 2007 je uporabnikom omogočeno na zid pošiljati tudi pripombe, medtem ko je bilo prej mogoče pošiljati le tekste.

Skozi čas je Facebook dodal tudi mnogo novih vsebin. 6 septembra 2006 je bil najavljeno »vzdrževanje novic«, ki se pojavlja na strani vsega uporabnika in kjer lahko uporabnik vidi vse spremembe profilov njegovih prijateljev, prihajajočih rojstnih dnevo prijateljev, napovedi bližajočih se dogodkov in podobno. Prvotno je ta vsebina povzročala nekoliko nezadovoljstva med uporabniki; nekateri so se pritoževali, da je preveč nereda na strani ter preveč nezaželenih informacij, druge pa je skrbelo, da se lahko prehitro vidi, kaj drugi počnejo (npr. spremembe statusa, dogodkov, pogovorov...). Mark Zuckerberg je kot odgovor na to nezadovoljstvo objavil opravičilo. Od takrat lahko uporabniki sami kontrolirajo, katere tipe informacij želijo deliti s svojimi prijatelji (lahko preprečijo, da prijatelji vidijo spremembe profila, sporočila, ki so jih dobili na zid, na novo dodane prijatelje in podobno).

Ena najbolj priljubljenih aplikacij na facebooku je aplikacija Slike, s katero lahko uporabniki naložijo svoje slike in albume, brez omejitve števila slik (v primerjavi z ostalimi servisi, kot sta npr. Photobucket ali Flickr, kjer obstaja največje dovoljeno število slik, ki jih lahko uporabnik naloži). Vseeno pa obstaja neka meja, in sicer v posameznem albumu je lahko največ 60 slik, uporabnik pa lahko tudi pri nastavitvah privatnosti določi, kdo vse lahko te slike vidi (le on, le prijatelji, vsi iz istega omrežja, vsi uporabniki Facebooka). Na aplikaciji fotografij je mogoče tudi »etiketirati« ljudi na sliki. Na primer, če je na sliki uporabnikov prijatelj, ga lahko uporabnik etiketira z njegovim imenom, o tem pa je obveščen tudi ta prijatelj iz slike.

8 februarja 2007 je Facebook dodal aplikacijo »darila«, ki omogoča uporabnikom pošiljanje virtualnih daril prijateljem (ta virtualna darila so nato tudi vidna na profilu prijatelja, kateremu je darilo poslano). Vsako darilo stane \$1.00, poleg njega pa je mogoče pripisati tudi sporočilo. 14 maja 2004 je bila dodana aplikacija »Marketplace«, ki omogoča uporabnikom dodajanje brezplačnih oglasov na spletno stran. Aplikacija je bila primerjana z Craigslist – pokazalo se je, da je glavna razlika med dvema online servisema ta, da so oglasi, ki so jih uporabniki dodali na Facebooku, vidni le tistim iz istega omrežja, medtem ko so oglasi na Craigslistu vidni vsem uporabnikom.

Platforma

24 maja 2007 je Facebook oblikoval Facebook platformo, ki določa okvir za razvijalce programske opreme, ki ustvarjajo aplikacije na Facebooku. Ustvarjene aplikacije vsebujejo tudi šah in igro Scrabble, ki ju uporabniki lahko igrajo s svojimi prijatelji. Igre so asinhrono (neistočasne), to pomeni, da se poteza, ki jo uporabnik v igri naredi, shrani na server, drugi uporabnik pa lahko nato kasneje nadaljuje igro od zadnje narejene poteze njegovega nasprotnika. V nekaj mesecih, od oblikovanja Facebook platforme, so se pojavila vprašanja glede »aplikacijskega spama«, kjer se Facebook aplikacije uporabljajo za spamanje uporabnikov, da bi si določeno aplikacijo namestili k svojemu profilu. Tako spamanje se je smatralo tudi kot eno od možnih razlogov za upad obiskovalcev Facebooka od začetka leta 2008 (od decembra 2007 do januarja 2008 se je zgodil prvi upad obiskovalcev spletne strani od začetka njenega obstoja).

Spornost:

Zaradi svoje popularnosti je bila spletna stran vpletena tudi v spor. Oktobra 2005 je univerza v New Mexicu računalnikom znotraj univerzitetnega območja (kampus) in njene mreže preprečila dostop do Facebooka. Kot razlog za to so navedli kršitev univerzitetnih predpisov glede zlorab računalniških virov, saj naj bi spletno stran univerza uporabljala kot priporočila za dela, ki niso povezana s samo univerzo. Ko je stran situacijo popravila, so prepoved dostopa ukinili. Maja 2007 je vlada kanadske pokrajine Ontario za svoje zaposlene prav tako blokirala dostop do Facebooka, saj naj spletna stran ne bi imela povezave z njihovim delom.

Pomemben stranski učinek družbenih strani, kot je Facebook, je tudi možnost za udeležence, da javno žalujejo, ko neki posameznik umre. Januarja 2008 je spominska skupina na Facebooku objavila identiteto umorjene najstnice iz Toronta (Stefanie Rengel), katere starši takrat še niso dali dovoljenja policiji, da se njeno ime lahko objavi v medijih. Medtem ko so se policija in osebje Facebooka poskušali držati načela zasebnosti in brisali objave, so opazili, da je to težka naloga, saj so posamezni uporabniki ponavljajoče objavljali informacije, ki so bile izbrisane.

Facebook je v medijih (npr. v *The new York Times*) velikokrat primerjan z drugo spletno stranjo MySpace, vendar pa med njima obstaja pomembna razlika – stopnja domačnosti. MySpace svojim uporabnikom dovoli, da si urejajo svoj profil s pomočjo HTMLja in CSS, medtem ko Facebook dovoli le tekstovni vnos. Vseeno pa je veliko uporabnikov priredilo svoje profile s pomočjo hekanja. Za primer, februarja 2006 so uporabniki to naredili tako, da so izkoristili ranljivost skripte na strani profila in ustvarili hitro rastoč računalniški črv, ki je omogočil, da so profili uporabnikov lahko izgledali kot profili na strani MySpace.

Zaradi odprtosti Facebooka je veliko držav onemogočilo dostop do njegove uporabe, med njimi tudi Sirija, Burma, Butan, Združeni Arabski Emirati ter Iran. Sirijska vlada je uporabno strani prepovedala, saj naj bi le-ta promovirala napade na oblast, prav tako pa se je z bala izraelskega prepletanja družbenih omrežij na strani. Državljeni so Facebook uporabljali kot orodje za kritiziranje sirske vlade, zaradi takega prekrška pa je v Siriji mogoča celo zaporna kazen. V Združenih Arabskih Emiratih so Facebook prepovedali, saj naj bi le-ta spodbujal internetne zmenke. V Iranu pa so se z bali, da bodo preko strani začela delovati različna gibanja nasprotnikov oblasti.

Vprašanja varnosti

Nekaj zaskrbljenosti se je pojavilo glede uporabe Facebooka glede njegovega nadzora ter glede podatkovnega rudarjenja. Govorilo se je o možnosti zlorabe Facebooka, zagovorniki privatnosti pa so kritizirali trenutni dogovor strani glede varnosti. Pravilo glede tega pravi, da lahko Facebook uporabi tudi informacije uporabnikov, ki so dobljene iz drugih virov (npr. iz drugih spletnih strani, kot so blogi, časopisi, servisi za neposredno sporočanje...). Facebook je uporabnikom zagotovil, da njihov naslednji dogovor glede privatnosti ne bo vseboval del o zbiranju informacij ter zanikal, da se informacije uporabnikov zbirajo tudi za CIA. Vseeno pa možnost za podatkovno miniranje uporabnikove privatnosti obstaja odprto - kot dokaz pomanjkljivosti na tem področju sta leta 2005 dva študenta s pomočjo avtomatičnega zapisa kot del raziskave glede privatnosti uporabnikov Facebooka uspela prekopirati preko 70000 profilov. Drugi del dogovora, ki je bil tudi deležen kritik, se nanaša na Facebookove pravice,

da lahko proda informacije uporabnikov privatnim podjetjem. Dogovor pravi, da informacije delijo z ostalimi podjetji, med katerimi so zajeta tudi podjetja, s katerimi Facebook posluje.

Zaskrbljenost se je pojavlja tudi zaradi težavnosti, ki jih je imel uporabnik, če je želel zbrisati svoj račun oz. profil s spletne strani. Na začetku je Facebook svojim uporabnikom dovolil le deaktivirati njihove račune, to pomeni, da sicer njihovi profili na spletni strani niso bili več vidni, vendar pa so se spremembe, ki so jih ti uporabniki kasneje naredili na strani, še vedno shranjevale na strežnik. To je motilo uporabnike, ki so želeli svoj račun trajno izbrisati. Februarja 2008 je Facebook spremenil politiko glede brisanja računa uporabnikov – od takrat lahko uporabniki kontaktirajo Facebook in zaprosijo, da se njihov račun trajno izbriše.

vir: Wikipedija