

# IT'S FUN, FUN, FUN

Fenomen sodobnega časa – 130 milijonov uporabnikov je najmočnejša »živa« mreža na svetu. | mag. Natalija Postružnik

**P**ribežališče samotarjev in zalezovalcev ali nova kategorija t.i. zavedanja okolja? Je morebiti osnova za odlično prodajno strategijo podjetja? Ali le kratkočasnik, namesto TV ali iPod? Morda dopolnilna izobrazba Googlu? Zakaj hate-page Kresalove ali zgodba o tem, kje preživite 20 minut vašega življenja na dan? Kakšen dobiček ustvarja? Kdo je registriral ta pravo domeno ali zakaj ste izpustili posel svojega življenja iz rok? Kakšna so mnenja uporabnikov ali zakaj 75.000 Slovencev in Slovenk visi 'gor'? Ali že veste, za kaj gre? Morda bo v pomoč – Obama je menda zmagal tudi z njegovo pomočjo. Uporabljajo ga zato, da nalagajo fotografije. Da so obveščeni o tem, kje se potepa, recimo, Benka Pulko. Ali kako je bilo na Unicefovi misiji v Ruandi.

**Real time.**

**Zdaj.**

**24 ur na dan.**

**Po vsem svetu.**

**Brez zasebnosti.**

**Brez zadržkov.**

Tako je. Predstavljamo novo orodje upravljanja z množicami. Se opravičujem, toda ni samo to; je tudi največje mesto prijateljev, znancev in sodelavcev. Največji vir informacij in nasvetov. Ali drugače – organska mreža, ki živi v virtualnem svetu. Predstavljamo Facebook.

**Knjiga obrazov?**

Začelo se je v študentski sobi. Kot ideja. Knjiga obrazov, Facebook, je vse več kot samo to. Je socialno spletno mesto (t.i. organska mreža, družabno omrežje), ki omogoča mreženja: zasebno, poklicno, versko, študijsko, interesno ... Morda se je njen ustanovitelj Mark Zuckerberg nekega jutra zbudil in si rekel: Zakaj pa ne bi imel vseh študijskih prijateljev v kampusu kar na internetu (začelo se je namreč na harvardski univerzi)? Nato se je razširil na t.i. Ivy League, potem na vse študente, pa dijake ... dokler danes ni dosegel zavidanja vrednih 130 milijonov aktivnih registriranih uporabnikov po vsem svetu.

V čem je fenomen? Kljub kar nekajkratnim povabilom (ki sem jih vztrajno ignorirala) mojega profila do nedavnega ni bilo na Facebooku. Izguba časa. Če se že hočem družiti, se družim osebno. Če iščem informacije, »googlam« ali vprašam prijatelje, ki se na to spoznajo. Če hočem verski nauk, se družim z versko skupnostjo, ki mi je blizu. Pri službenih obveznostih, družini, konjičkih in vsem ostalem, kar zapolnjuje mojih prekratkih 24 ur na dan, res ne vem, zakaj bi »visela« nekje v neki sferi, kjer bi vsi prebrali vse o meni.

**»Facebookamo« vsi**

V ZDA in v drugih državah so v podjetjih omejili dostop do Facebooka, saj je dokazano zmanjševal produktivnost. V nekaterih državah so ga celo prepovedali (Sirija, Irak). Kar nekaj bivših sošolcev toži Zuckerberga zaradi pravnih vprašanj – trdijo, da so jim preko Facebooka vdrli v njihov IP, ukradli intelektualno lastnino. Sama ideja (in realizacija) o družabnem omrežju je nastala sicer že leta 1993 pri podjetju Atlantic Media Corporation, ki jo je ponujala kot del svoje programske opreme.

**Facebook zmanjšuje produktivnost zaposlenih do te mere, da so ga v ZDA omejili, v Siriji in Iraku pa celo prepovedali.**

Ali ima Facebook sploh konkurenco? Da, MySpace. Kot je poročal comScore, je imel v opazovanem obdobju Facebook okrog 15 milijonov več obiskovalcev kot MySpace. To je odlična platforma za oglaševalce, za ponudnike storitev, različnih izdelkov ... mogoče je odlično segmentiranje; vsak, ki bi dostopal do baze podatkov o uporabnikih, bi imel najmočnejši CRM. Če je enostavno ukrasti identiteto že s kopijo osebne izkaznice, si predstavljate, kaj vam lahko storijo, če imajo vse podatke o vas, vaši družini, izobrazbi, prijateljih, hobijih, zaposlitvi, formalni in neformalni izobrazbi.

Ne oziraje se na to, pa so na Facebooku tako rekoč vsi. Politiki: od dr. Danila Türka, Boruta Pahorja, Janeza Janše, nekateri imajo celo svoj »hatepage« (sovražna spletna stran) - na primer Katarina Kresal; gospodarstveniki (teh je še najmanj), recimo Janez Škrabec, mag. Dejan Turk, do praktikov s področja komunikacijskega managementa (tako rekoč vsi), tudi oblikovalci, arhitekti, naravovarstveniki (mag. Vida Wagner Ogorelec), popotniki (Benka Pulko), umetniki. Facebook ima še eno čudovito funkcijo – napišeš lahko, kaj počneš prav v tistem trenutku in tako slediš aktivnostim znanih osebnosti ali prijateljev skozi ves dan. Ali ni idealno: v roki BlackBerry, »postaš« (pošiljaš sporočila: sem na sprehodu ali na seji občinskega sveta), sem naložil video ... (vsa so realna sporočila znanih Slovencev in Slovenk zadnjih 48 ur).

Mag. **Dejan Turk**, predsednik uprave Simobila, pravi: »Nad Facebookom sem navdušen, pomaga mi biti na nekoliko bolj neformalen in zabaven način v stiku s sodelavci in prijatelji, obenem pa sem opazil, da se je število elektronskih sporočil z intenzivno uporabo Facebooka zmanjšalo. Med nedavnim humanitarnim obiskom Ruande pod okriljem Unicefa pa sem prav preko Facebooka obveščal vse, ki jih je zanimalo, kaj se mi trenutno dogaja.«

### Kdo obrača denar?

Domeno facebook.com so v letu 2004 prodali za 200.000 dolarjev; kupil jo je Zuckerberg. Vse ostalo je zgodovina ali ameriška zgodba o gazeli. Vlagatelji so se kar sami ponujali: (leta 2004) 500.000 dolarjev Paypal; (leta 2005) 12,7 milijonov dolarjev Accel Partner; (leta 2007) 246 milijonov dolarjev Microsoft. Ponudbo neznanega ponudnika za 2 milijardi dolarjev pa so v Facebooku zavrnil.

Mimogrede – zelo usmerjeno lahko nagovorite že kar 75.000 slovenskih članov te skupnosti. Tako imam jaz, ki sem na Facebooku tako rekoč 'nič časa', že preko sto prijateljev. V nekaj dneh. Skupnost je torej pravi virus (se hitro širi in okuži). Kar polovica vseh uporabnikov Facebooka se vrača nanj vsak dan; dnevno porabijo povprečno kar 20 minut. Obstaja 6 milijonov aktivnih skupin in preko 55.000 regionalnih mrež: študijskih, družabnih, delovnih. Je tudi na prvem mestu glede fotografij – julija 2007 je bilo naloženih že skoraj 3 milijarde fotografij; dnevno jih naložijo več kot 14 milijonov. Uporabljeni sta tudi funkciji »povabilo na dogodek« in »video« ...; uporabniki lahko kreirajo svoje spletno mesto, povabijo prijatelje (fans) ..., lahko »chatajo«, lahko komentirajo na »wall« ...; praktično ni omejitev.

»Spoznanje, da je Facebook tudi za podjetja verodostojna in utemeljena oblika družabnega medija, je prvi korak. Odpiranje korporativnih predstavitev vsebin na Facebook pa je postopek s



Foto: Dreamstime

*Knjiga obrazov, Facebook, je socialno spletno mesto, ki omogoča raznolika mreženja: zasebno, poklicno, versko, študijsko, interesno itd. Poraja pa se pomislek, kaj se bi zgodilo s temi mrežami, če bi zmanjkalo elektrike?*

tipičnimi prvimi oglaševalskega pristopa. Kljub temu je svežina platforme očiten fenomen in najboljše prakse so še v fazi izoblikovanja. Na Facebook zasledimo številne uspešne oglaševalske projekte, po večini gre za zlitje različnih prvin od klasičnih PR nastopov do konkretnih, izvernih formatov,« pravijo na spletnem mestu Interactive.agency, ki ponuja oglasni prostor na Facebooku.

### Alienacija ali socializacija

Tudi politiki vedo, zakaj so »gor«. »Toplo priporočamo, da na Facebook vzpostavite profil kandidata, kot tudi oblikujete skupino, ki bo aktivno udeležena pri kampanji. Slednje omogoča uporabnikom Facebooka, da se v znak podpore tej skupini pridružijo. S tem ko postanejo člani, prejemajo sporočila, novice o kampanji, sodelujejo v spletnih diskusijah in pošiljajo video posnetke prijateljem. Najpomembnejše pa je, da podporo in pripadnost vidijo vsi njegovi prijatelji na Facebooku, ko se uporabnik pridruži kakšni skupini. Naš cilj je, da zmagate,« je recept za zmago politikom ponudil **Josh Rahn**, direktor prodaje pri Facebooku.

**Dušan Vrban**, Kainotoo, nagrajenec Marketinški up 2008 s strani Društva za marketing Slovenije, je na vprašanje za MQ, zakaj Facebook, odgovoril, da gre za zadovoljitev potreb po družbenju in po pripadnosti. »Obe potrebi sta pač zelo slabo zadovoljeni v sodobnih družbah.« Različni avtorji, tako sociologi kot psihologi, ugotavljajo, da mnogi danes nimajo časa ustvarjati realne socialne mreže in se zato podajo v virtualni svet – veliko ljudi se počuti srečnejše, bolj potešene. Nekateri pravijo, da na ta način ne izgubijo stika z nikomer, ki so ga poznali. Sociologi pravijo, da se s tem vračamo v zgodovino človeštva, ko smo vsi poznali svoje prijatelje vse življenje.

### Brez potrebe po fizičnem kontaktu

Drugi se bojijo, da bodo ljudje kmalu aktivno zavzeti v digitalnem svetu brez potrebe po fizičnem kontaktu ali sploh interakciji. Avatarji (osebe v Second life – virtualnem vzporednem svetu) se bodo spoznavali, socializirali in »twitali« (večkrat dnevno v stavku ali dveh na internetu napisali, kaj se jim dogaja, na primer: Sem prehlajen; iščem nove pnevmatike itd.) o tem, kar v digitalnem svetu počnejo; ljudje bodo postali pasivni opazovalci vsakdanjika. **Lawrence Ferlinghetti** je v pogovoru z Deborah Solomon v letu 2005 najbolje opisal moj odziv na ta trend: »Kar imenujemo dominantna kultura, bo zbledelo v tistem trenutku, ko bo zmanjkalo elektrike.«

Torej: če se uporabniki pridružijo zato, ker najdejo prijatelje, informacije, potešijo svojo radovednost, so na tekočem, enostavno zadovoljijo svojo osnovno potrebo po socializaciji v prvi fazi in po info-tainmentu v drugi (namesto na TV pač na novem mediju, recimo), politiki, da so izvoljeni, podjetja zato, da prodajo, kaj pa imajo od tega ustanovitelji Facebooka? Promet bo v stotinah milijonov dolarjev in bo s tem kar krepko presešel 150 milijonov, ki jih je podjetje prisluzilo lani.

Gre torej za posel. Se mu boste pridružili? ■

It's fun, fun, fun je odgovor Mateja Kušarja, GVO, uporabnika Facebooka, na vprašanje avtorice članka za MQ o tem, kakšna je korist Facebooka in zakaj sploh biti »na njem«.

---

*Mag. Natalija Postružnik, Zavarovalnica Maribor, združuje znanja računalniškega programerja, pedagoga, novinarja in lingvista.*

---