



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Erasmus+

SMM4WIN Project: “Social media marketing skills for fostering the inclusion and employability of young people with disabilities”, n° 2019-2-PL01-KA205-066133

**Training program “SMM: Social media marketing”
for young people with disabilities**

Pamatlīmenis

3.tēma – 1.daļa

“Sociālo mediju būtiskākās lietas: Facebook”



3.tēmas struktūra

**1.daļa Facebook: darbības principi,
loma mūsdienu dzīvē un iespējas**

2.daļa Personu Facebook izmantošana

**3.daļa Facebook izmantošana
organizācijai un biznesam**



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



1 Daļa

Facebook:

**Darbības principi, loma
mūsdienu dzīvē un iespējas**



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook ir...

- ❑ sociālo tīklu pakalpojums, kuru izveidoja 2004. gadā Hārvardas Universitātes students- Marks Cukerbergs
- ❑ Sākotnēji tas tika izstrādāts kā rīks Hārvardas studentiem, taču tas strauji kļuva populārs starp citu iestāžu studentiem, tad 2006. gadā tas beidzot tika atvērts sabiedrībai
- ❑ Facebook ir sociālais tīkls un tāda paša nosaukuma uzņēmums (Facebook Inc.), kam tas pieder.



Marks Cukerbergs



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



No Hārvardas universitates līdz pasaulei

- 2004. gadā 19-gadīgs Hārvardas students Marks Cukerbergs kopā ar dažiem kursabiedriem, izveidoja nelielu mājaslapu ar nosaukumu **Thefacebook**.



The screenshot shows the original Thefacebook website. At the top left is a pixelated profile picture of Mark Zuckerberg. The header features the logo "[thefacebook]" in blue, with "login register about" links below it. A navigation bar contains "Welcome to Thefacebook!". The main content area is titled "[Welcome to Thefacebook]" and includes the following text: "Thefacebook is an online directory that connects people through social networks at colleges. We have opened up Thefacebook for popular consumption at **Harvard University**. You can use Thefacebook to:" followed by a bulleted list: "• Search for people at your school", "• Find out who are in your classes", "• Look up your friends' friends", and "• See a visualization of your social network". Below this, it says "To get started, click below to register. If you have already registered, you can log in." with "Register" and "Login" buttons. On the left side, there is a registration form with "Email:" and "Password:" labels, input fields, and "register" and "login" buttons. At the bottom, there are links for "about contact faq terms privacy", the text "a Mark Zuckerberg production Thefacebook © 2004".

Email:

Password:

[register](#)

[login](#)

Welcome to Thefacebook!

[Welcome to Thefacebook]

Thefacebook is an online directory that connects people through social networks at colleges.

We have opened up Thefacebook for popular consumption at **Harvard University**.

You can use Thefacebook to:

- Search for people at your school
- Find out who are in your classes
- Look up your friends' friends
- See a visualization of your social network

To get started, click below to register. If you have already registered, you can log in.

[Register](#) [Login](#)

[about](#) [contact](#) [faq](#) [terms](#) [privacy](#)

a Mark Zuckerberg production
Thefacebook © 2004

No Hārvardas Universitātes līdz pasaulei

- ❑ “Facebook ir tiešsaistes direktorijs, kas savieno cilvēkus, izmantojot sociālos tīklus koledžās.”
- ❑ Sākotnējā tīmekļa vietne toreiz sveicināja savus apmeklētājus, paskaidrojot, ka tā viņiem ļaus "meklēt cilvēkus jūsu skolā, uzzināt, kas mācās jūsu klasē, meklēt draugu draugus un redzēt jūsu sociālā tīkla vizualizāciju".
- ❑ Sākotnēji tīmekļa vide bija domāta Hārvardas studentiem, taču ātri kļuva populāra starp citām koledžām.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook turpina augt

- ❑ Līdz 2004. gada beigām Thefacebook jau bija vairāk nekā 1 miljons reģistrētu lietotāju.
- ❑ Jaundibinātais uzņēmums pārcēlās uz Silīcija ieleju un ieguva 500 000 USD ieguldījumu no PayPal līdzdibinātāja- Pītera Tīla.
- ❑ Vieni no ievārojamākajiem vietnes izaugsmes stāstiem ir: kad 2005.gadā mainīja nosaukumu uz tagad pazīstamo “Facebook”, kad sociālais tīkls tika atklāts plašākai sabiedrībai 2006.gadā
- ❑ 2012. gadā tas kļuva par pirmo šāda veida tiešsaistes vietni, kuras aktīvo lietotāju daudzums viena mēneša laikā pārsniedz 1 miljardu.
- ❑ Neņemot vērā, ka Facebook ir apvijies strīdos par lietotāju privātās informācijas nepareizu apstrādi, tas turpina augt.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook ir...

□ vadošais sociālais tīkls pasaulē

2.7 miljardu

Ikmēneša aktīvo
FB lietotāju

68%

Sociālā mēdija
lietotāju
apmeklējumi

80 miljoni

Mazie uzņēmumi,
kas izmanto FB
lapas

58.5 min

Lietotāja iztērētais laiks
dienas laikā FB vietnē

78%

Amerikāņu patērētāji
pērk
mazumtirdzniecības
produktus,
izmantojot Facebook

Only 1.7 sec.

Lietotāji tērē, lasot
vienu publikāciju



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook pieejamība

- Piekļuve Facebook vietnei ir iespējama gan no datora, gan ar mobilo aplikāciju, kas pieejama visās operētājsistēmās.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook tīkls ir...

- ❑ Sociālajā tīklā lietotāji sazinās, dalās zināšanās un pieredzē, apmainās ar ziņām, fotogrāfijām, video.
- ❑ Turklāt, Facebook ir platforma preču, pakalpojumu reklamēšanai un pārdošanai.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook turpina augt

Number of monthly active Facebook users worldwide



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



Facebook kā kompānija ir...

...viens no visvērtīgākajiem zīmoliem pasaulē 2020.gadā



1 Apple
\$241.2 Bn



Microsoft

3 Microsoft
\$162.9 Bn



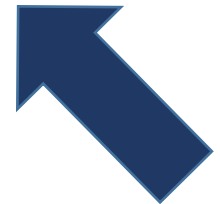
5 FacebookInc.
\$70.3 Bn



2 Google
\$207.5 Bn



4 Amazon
\$135.4 Bn



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook kompānijas produkti

- ❑ Kad cilvēki domā par Facebook kā par kompāniju, tad lielākoties tiek ņemts vērā tikai pati Facebook saite, taču Facebook kompānija ir kas vairāk.
- ❑ Uzņēmumam pieder četri no pasaulē lielākajiem sociālo mediju pakalpojumiem.



Facebook
(sociālais tīkls)



**Facebook
Messenger**



WhatsApp



Instagram



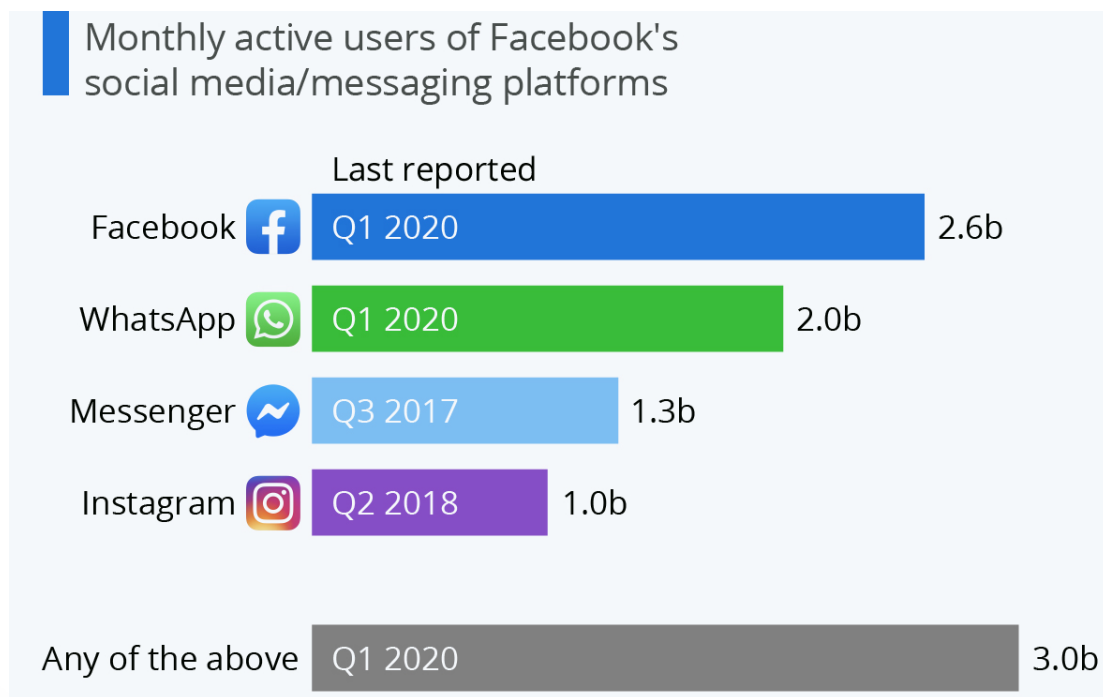
Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook Inc. ziņoja par “palielinātu iesaistīšanos, cilvēki visā pasaulē izmantoja viņu produktus” 2020. gadā

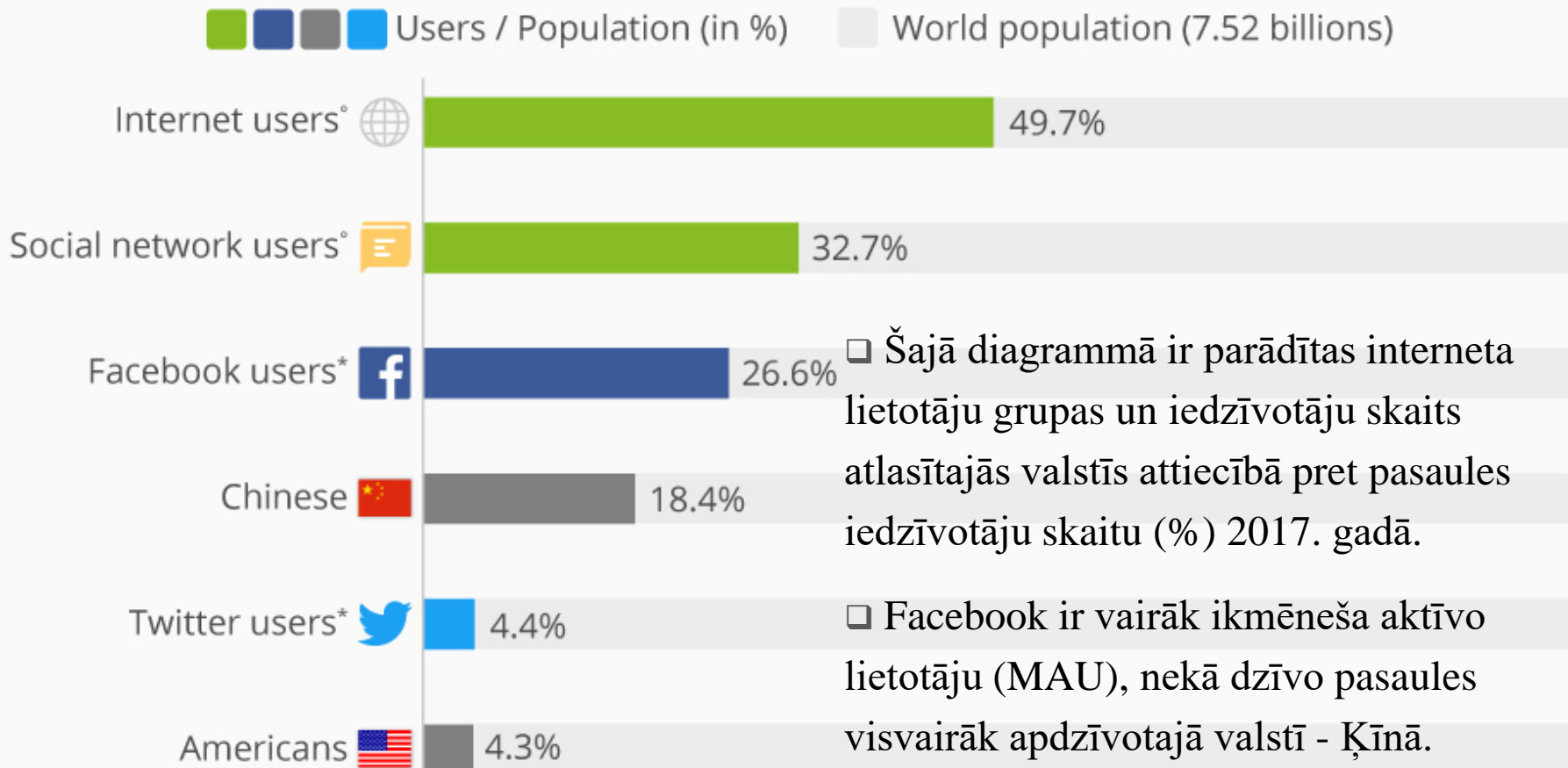
□ Uzņēmumam ir 3 miljardi "ikmēneša aktīvo cilvēku". Tie ir reģistrēti un pieteikušies Facebook lietotāji, vismaz viena no Facebook aplikācijām tiek izmantota 30 dienu laikā kopš mērījuma datuma.

□ Facebook sociālā platforma joprojām ir Facebook sociālo tīklu / ziņojumapmaiņas rīku līderis.



Facebook “populācija” ir lielāka nekā Ķīnā

Internet user groups and inhabitants of selected countries in relation to the world population



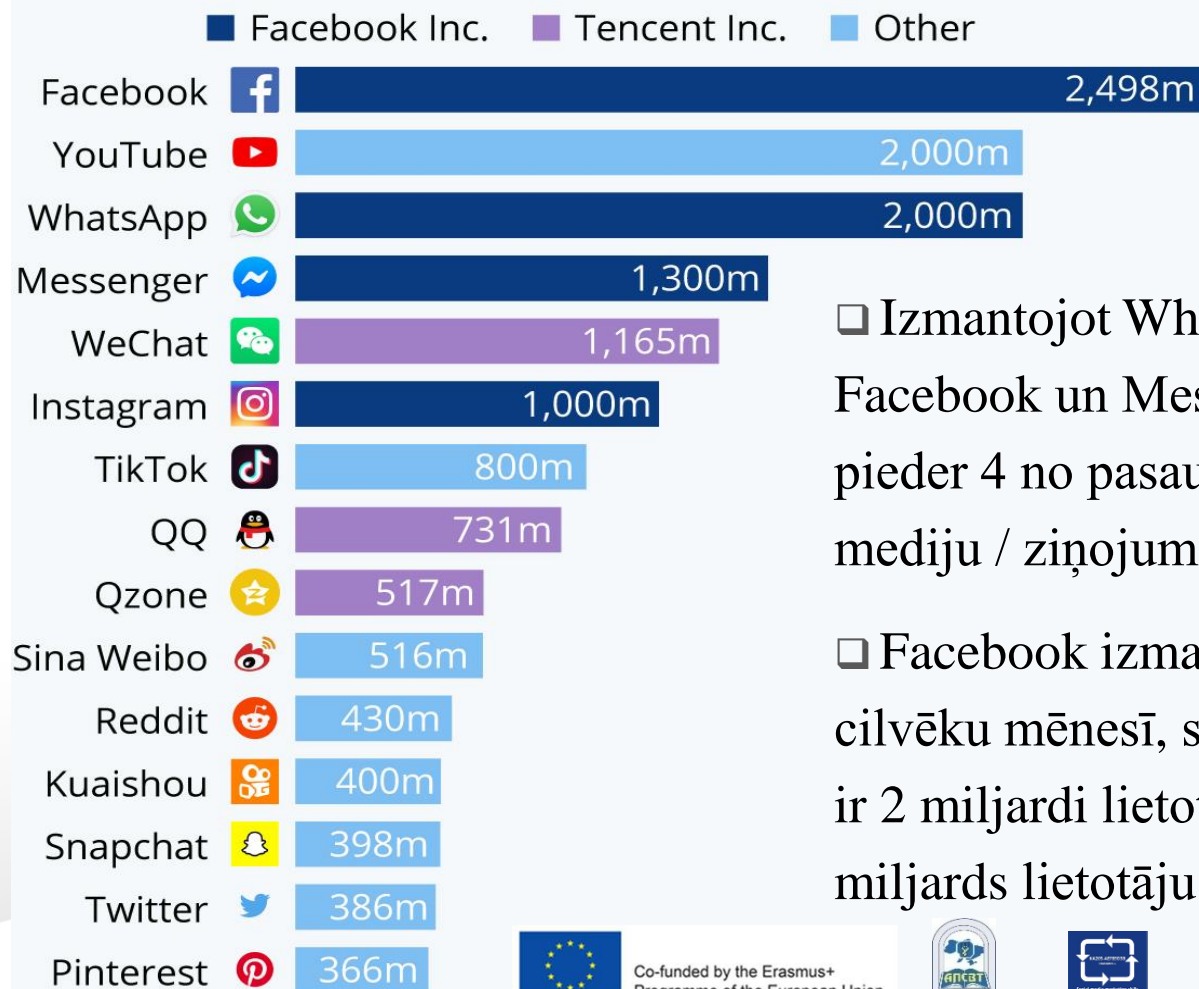
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



www.statista.com

Facebook Inc. dominē starp sociālajiem medijiem 2020. gadā

Monthly active users of selected social networks and messaging services*



- Izmantojot WhatsApp, Instagram, tā paša Facebook un Messenger, uzņēmumam pieder 4 no pasaulē lielākajiem sociālo mediju / ziņojumapmaiņas pakalpojumiem
- Facebook izmanto gandrīz 2,5 miljardi cilvēku mēnesī, savukārt WhatsApp mēnesī ir 2 miljardi lietotāju, bet Messenger 1 miljards lietotāju.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



www.statista.com

Facebook iespējas



Komunikācija ar draugiem, darba partneriem, organizācijām.



Izveidot savu Facebook lapu, pievienot draugus un kopīgot personiskos jaunumus un fotogrāfijas



FB kā biznesa attīstības platforma



Sava brenda reklamēšana/ attīstīšana

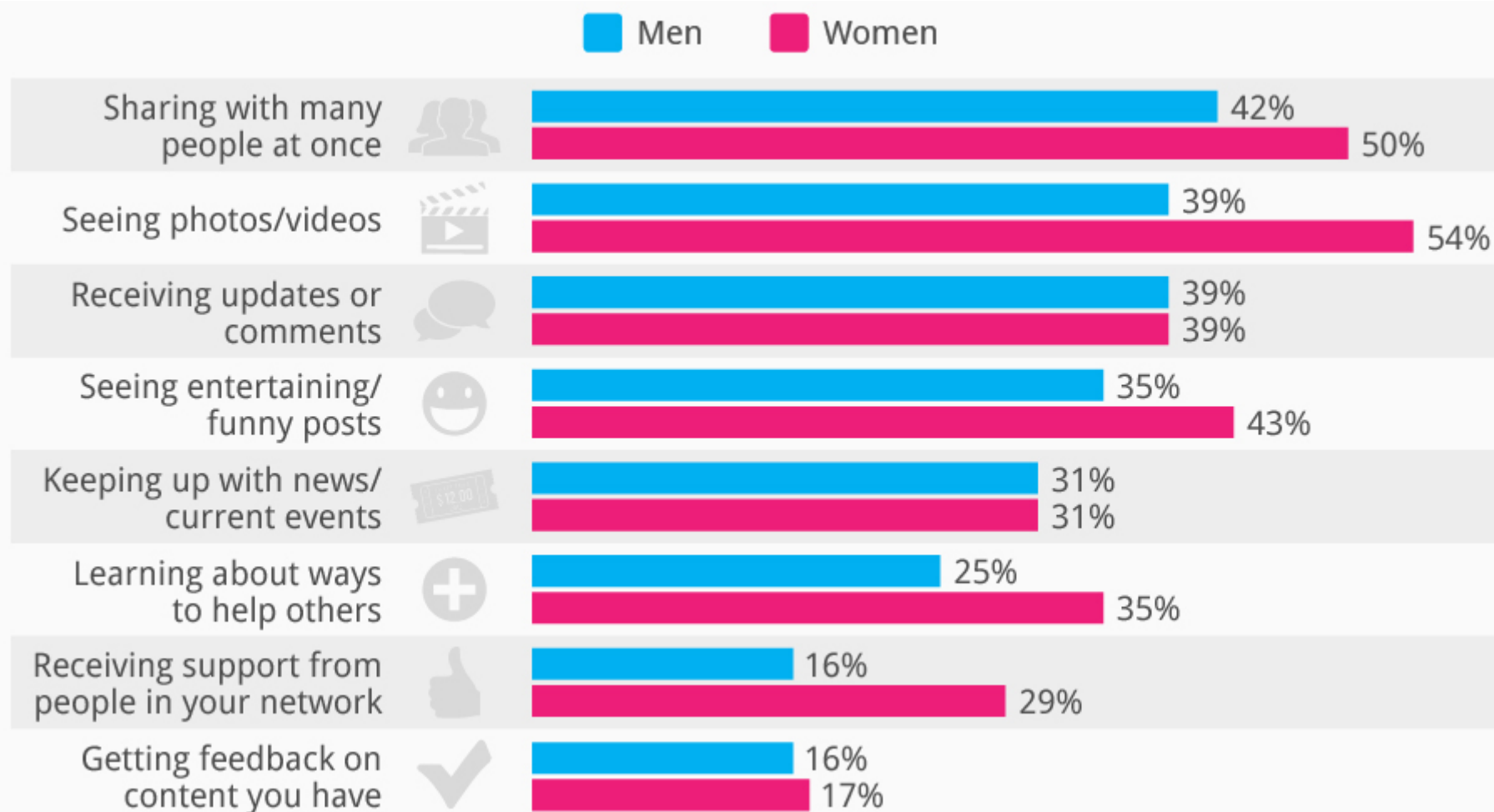


Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



Kādam nolūkam cilvēki izmanto Facebook?

Procentuāli vīriešu/sieviešu Facebook lietotāju, kuri kā "galvenos iemeslus" FB izmantošanai piemin:



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



“patīk” poga Facebook aplikācijā

- ❑ Facebook patīk poga bija izveidota, lai uzlabotu ieteikumus un atskauksmes draugiem
- ❑ Lietotāji var izteikt, ka viņiem patīk vai tie atbalsta noteikto saturu.
- ❑ FB like poga ir veidota kā roka, kas dod "īkšķi augšup". Sākotnēji tika runāts par to, ka tā varētu būt zvaigzne vai plus zīme, un izstrādes laikā šī funkcija tika saukta par "lieliski", nevis "patīk".
- ❑ Poga Patīk tagad ir integrēta gandrīz visās lielākajās vietnēs.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Citas pogas FB tīklā

- 2016. gadā Facebook ieviesa jaunas reakcijas: "Mīlu", "Haha", "Oho", "Bēdīga" vai "Dusmīgs".
- Covid-19 pandēmijas dēļ Facebook pievienoja reakciju "Atbalsts".



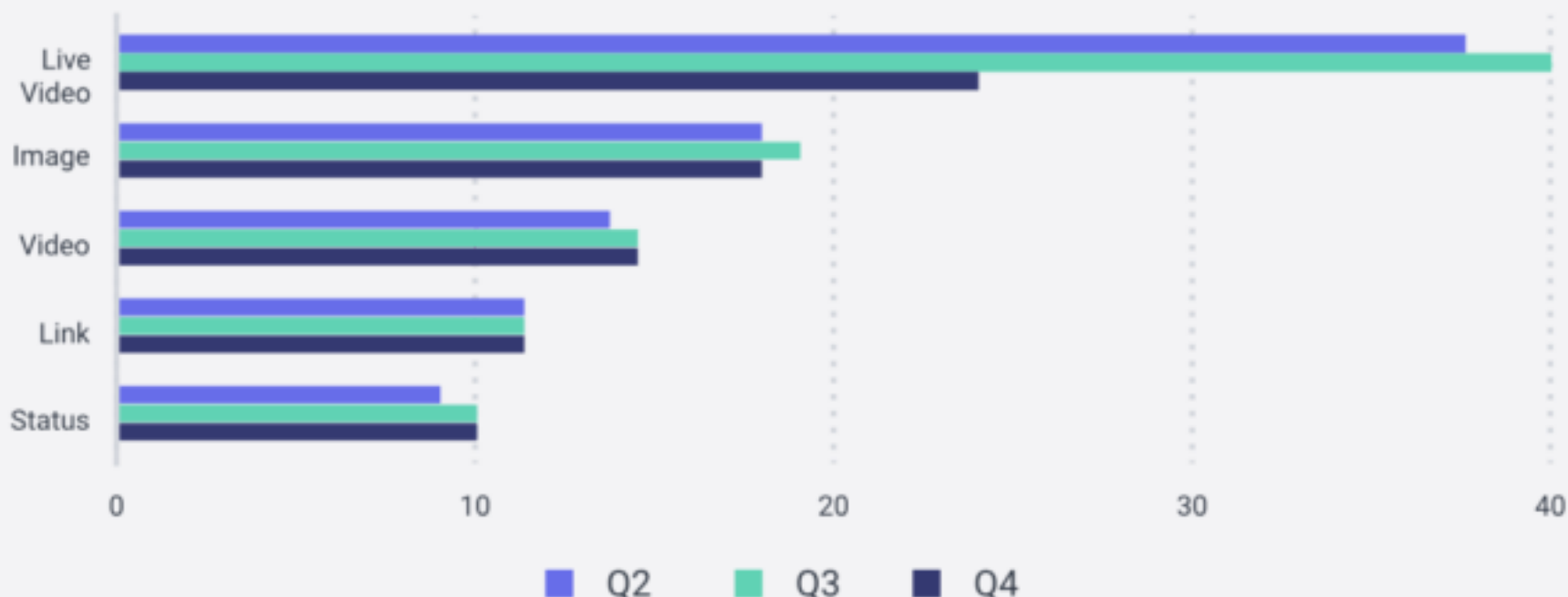
Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Kā patērētāji mijiedarbojas ar dažādiem ziņu formātiem sociālajos medijos?

- ❑ Pareiza veida vizuālie materiāli un video ir efektīvāki, lai piesaistītu.
- ❑ Facebook Live joprojām bija vispievilcīgākais ierakstu veids platformā, kam sekoja attēls (17,5) un video (14).

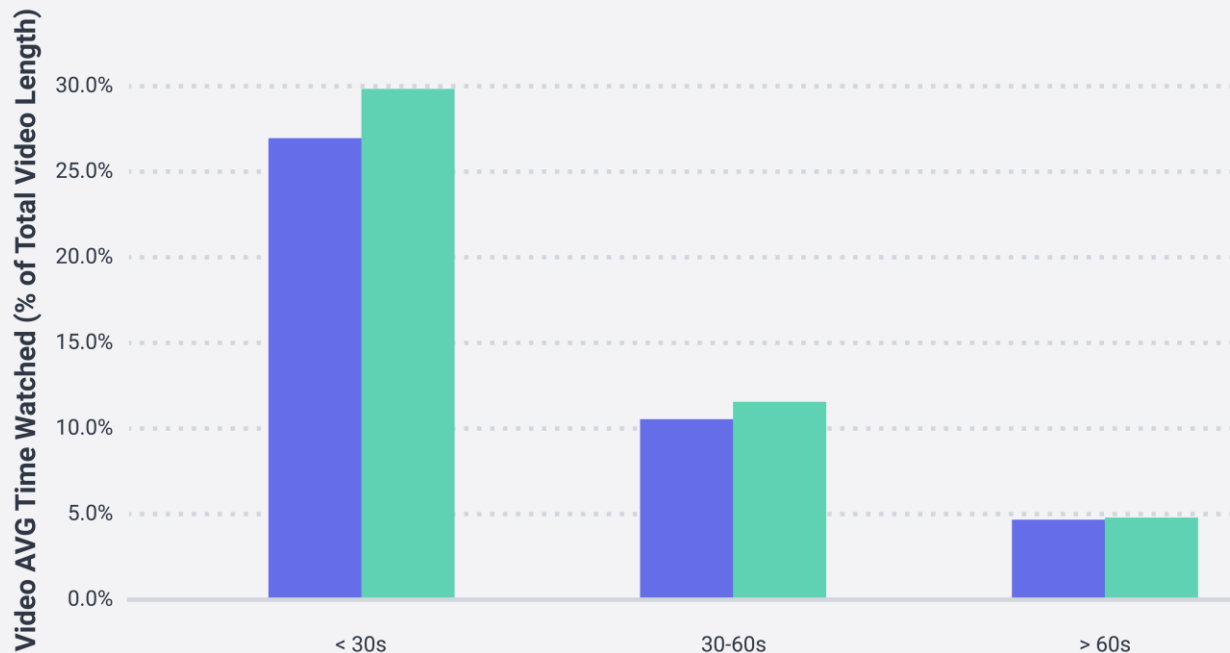
Facebook Organic Interactions by Post Type



Video Facebook saitē

AVG Time Watched (% of Total Video Length)

Horizontal vs. Vertical Videos



- ❑ Pareizs video garums ir svarīgs efektivitātei.
- ❑ Viewers in Q4 2019 completed a higher percentage of short videos than medium and long ones. Skatītāji 2019. gada 4. ceturksnī veidoja procentuāli vairāk īsu videoklipu nekā vidēju un garu.
- ❑ Ir grūti noturēt skatītāju uzmanību.
- ❑ Videoklipi, kas ilgst vairāk nekā vienu minūti, daudziem cilvēkiem bija pārāk gari, jo skatītāji tos izturēja mazāk nekā 5%.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

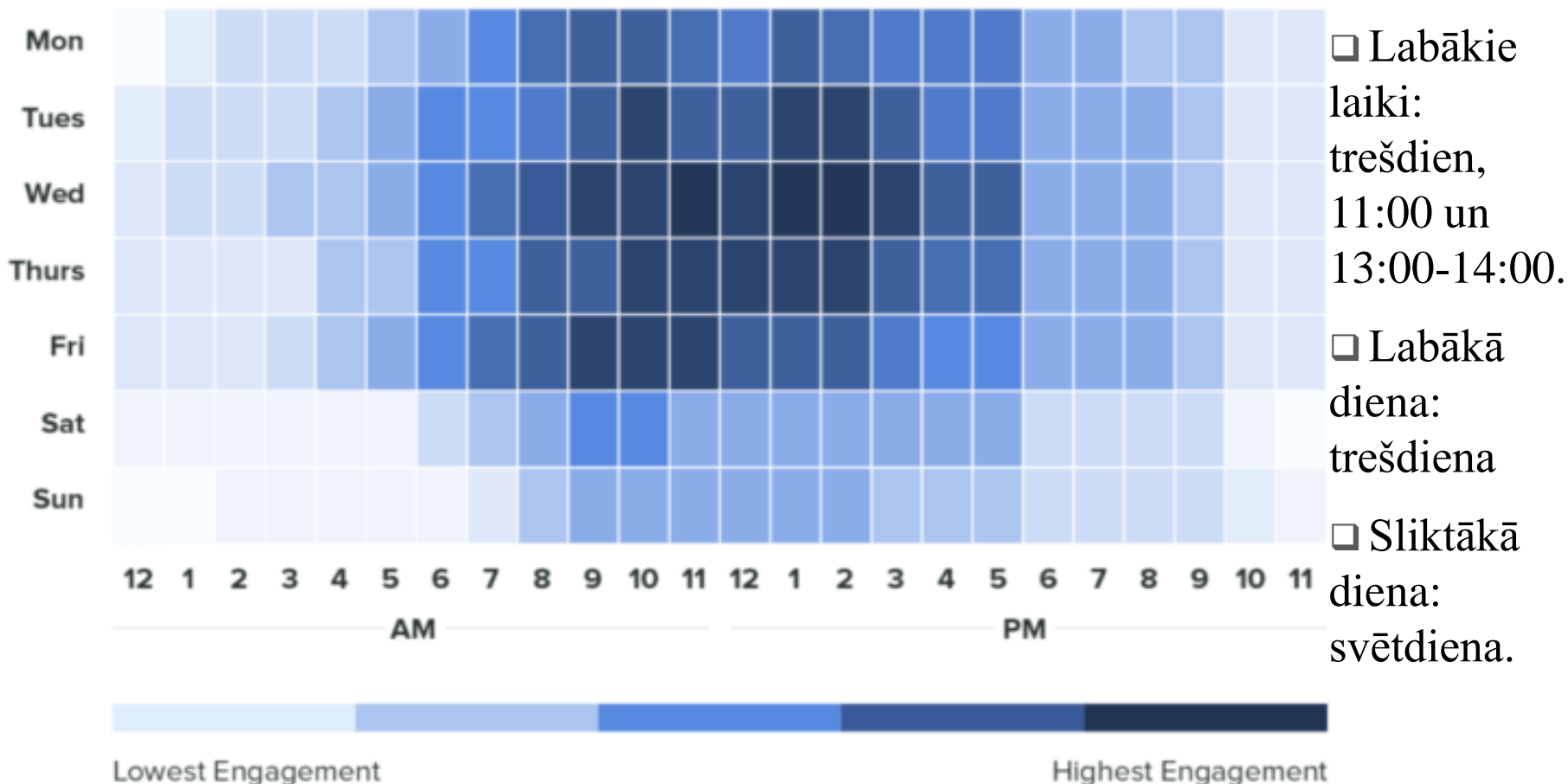


www.socialbakers.com

Labākais laiks, lai publicētu Facebook

Facebook Global Engagement

sproutsocial



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



www.smartinsights.com

Slikts saturs pakalpojumā Facebook

- ❑ Facebook definīciju sauc par “proaktīvo rādītāju” dažāda veida pārkāpumiem, t.i., pārkāpuma satura procentuālo daļu, ko uzņēmums identificēja, pirms kāds par to ziņoja.
- ❑ Viens no galvenajiem izaicinājumiem, ar ko saskaras pasaulē lielākais sociālais tīkls, cenšoties uzturēt savu platformu tīru no satura pārkāpumiem.
- ❑ Mākslīgajam intelektam ir ļoti viegli identificēt attēlus, kas ietver kailuma attēlojumu vai grafisku vardarbību, kā arī filtrēt klaju surogātpasta ziņojumus..
- ❑ Ir daudz grūtāk noteikt naida runu, iebiedēšanu vai uzmākšanos, kas bieži prasa kontekstu un cilvēka izpratni par niansēm..



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



www.statista.com

Kā Facebook regulē saturu?

- ❑ Facebook galvenā problēma bija tā satura regulēšana, kas pārkāpj tā noteikumus un nosacījumus.
- ❑ Šis jautājums ir saistīts ar jautājumu par vārda brīvību, jo Facebook darbojas kā publisks forums.
- ❑ Facebook aizliedz vardarbīgu, seksuāli izteiktu un kopumā aizskarošu materiālu. Lietotāji manuāli atzīmē šo saturu, un darbinieki to pārskata, nosakot, vai ziņa ir pārkāpusi konkrētos uzņēmuma politikas noteikumus.
- ❑ 2009. gadā, kad tīklā bija tikai 120 miljoni aktīvo lietotāju mēnesī, tajā strādāja tikai 12 personas, lai regulētu katra lietotāja atzīmētā ziņojuma saturu. Tagad uzņēmums nodarbina aptuveni 15 000 darbinieku – satura moderatoru, lai skatītu vardarbīgu, seksuāli izteiktu un aizskarošu saturu internetā un atbrīvotos no tā.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



www.statista.com

Kā Facebook regulē saturu?

Annual pay for content moderators  \$1,404 to \$28,800 

Median pay package for salaried Facebook employee  \$240,000

In 2009 there were...



12
content moderators



120 million
monthly active users

In 2018 there were...



15,000
content moderators

2.3 billion
monthly active users*



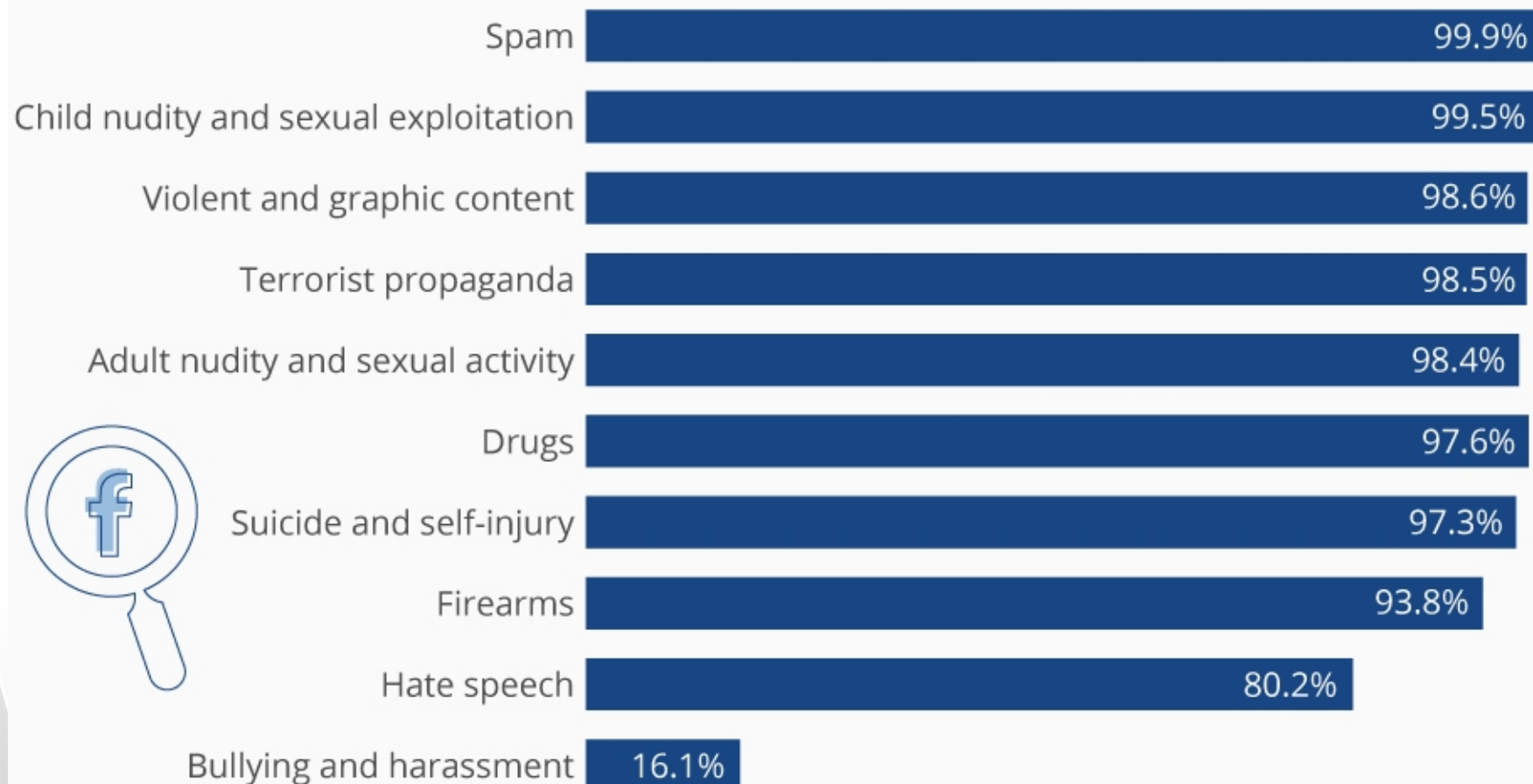
Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



www.statista.com

Cik efektīvs Facebook ir slihta satura atklāšanā?

% of violating content detected by Facebook before users reported it in Q3 2019



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



www.statista.com

Par autoriem



Liudmyla Hulciaieva

Associate Professor,
ACADEMY OF LABOUR, SOCIAL
RELATIONS AND TOURISM (Ukraine)
14 + Years' experience in teaching in leading
Ukrainian HEIs, consulting activities.
PhD (Economic Sciences).
glp2002@ukr.net



Yaroslav Golovko

Associate Professor, Vice-rector,
ACADEMY OF LABOUR, SOCIAL
RELATIONS AND TOURISM (Ukraine)
18 + Years' experience in teaching in leading
Ukrainian HEIs, consulting activities.
PhD (Economic Sciences).
yaroslav.golovko@gmail.com



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union

