

Nicolae Sfetcu

Ghid Facebook pentru utilizatori



MultiMedia Publishing

Ghid Facebook pentru utilizatori

[Nicolae Sfetcu](#)

Publicat de Nicolae Sfetcu

Copyright 2015 Nicolae Sfetcu

PREVIZUALIZARE CARTE

Ce este Facebook?

Facebook este, de departe, cea mai cunoscută rețea socială, care permite utilizatorilor înregistrați să își creeze profiluri proprii, să încarce și să partajeze cu prietenii fotografii și clipuri video, să trimită mesaje și să păstreze legătura cu prietenii, familia și colegii, oricât de departe ar fi de aceștia.

Facebook a început în Statele Unite, ca o modalitate pentru studenți să se cunoască mai bine între ei și să rămână în contact atunci când sunt plecați din campus, și a evoluat de atunci pentru a deveni un nou mod de a fi.

Facebook nu mai este, într-adevăr, un site web. Este un alt Internet, dar unul comercial. Utilizând cele mai moderne tehnologii de comunicații, Facebook a schimbat radical felul în care ne conectăm între noi. Facebook este omniprezent. Nu poți merge cinci minute fără a nu fi întâmpinat de marca și însemnele Facebook, atât în media tradițională cât și online. Facebook crează dependență. A țesut o urzeală între viețile noastre care nu mai poate fi destrămată fără implicații majore pentru fiecare din noi. Facebook este magnetic prin angajamentul social pe care îl implică. Facebook operează un sistem de conectare la scară globală fără precedent.

Utilizatorii creează un cont gratuit, care acționează ca un profil pentru fiecare din ei, în care aceștia partajează atât de multe sau puține informații personale câte dorește fiecare. Profilele sunt de obicei create folosind un nume real, deși unii utilizatori aleg să folosească un pseudonim sau poreclă, iar profilele sunt adesea însoțite de o fotografie.

Totul începe cu o simplă înregistrare pe baza unor informații de bază, care îți permite apoi să publici ce dorești și să intri în contact cu oameni online. Regăsești prieteni vechi, îți faci alții noi, găsești oameni sau grupuri de oameni cu interese comune, sau partajezi pozele și clipurile tale de viață cu un prieten din cealaltă parte a lumii - ești atât de limitat pe cât dorești să fii.

Bine ai venit în alt Univers!

Facebook

Istoria

Note

Facebook Note a fost introdus pe 22 august 2006, o caracteristică de blogging care permite etichete și imagini incorporate. Utilizatorii au putut mai târziu să importe bloguri din Xanga, LiveJournal, Blogger, și alte servicii de blogging.

Chat

Pe 7 aprilie 2008, Facebook a lansat o aplicație pe bază de mesagerie instantanee Comet denumită "Chat", care permite utilizatorilor să comunice cu prietenii și este similară în funcționalitate cu mesageria instant folosită de calculatoare.

Gifts (Cadouri)

Facebook a lansat Gifts (Cadouri) pe 8 februarie 2007, permițând utilizatorilor să trimită cadouri virtuale pentru prietenii lor din profil. Cadouri costă 1,00 dolari fiecare, și un mesaj personalizat poate fi atașat la fiecare cadou.

Marketplace

Pe 14 mai 2007, Facebook a lansat Marketplace, care permite utilizatorilor să posteze anunțuri gratuite. Deocamdată Marketplace este suportat doar pentru anunțuri din SUA, Canada, Marea Britanie, Irlanda, India, și Australia. Marketplace a fost comparat cu Craigslist de CNET, care arată că diferența majoră dintre cele două este că anunțurile postate de un utilizator pe piață sunt văzute doar de către utilizatorii din aceeași rețea ca și utilizatorul, în timp ce anunțuri postate pe Craigslist pot fi văzute de către oricine.

Mesaje

O noua platforma de mesagerie, cu nume de cod "Project Titan", a fost lansată pe 15 noiembrie, 2010. Descrisă ca un "concurrent Gmail" de unele publicații, sistemul permite utilizatorilor să comunice direct între ei, prin intermediul Facebook, folosind mai multe metode diferite (inclusiv o adresă specială de e-mail, mesaje text, sau prin intermediul site-ului Facebook sau aplicații mobile) - indiferent de metoda folosită pentru a transmite un mesaj, ele sunt cuprinse în subiecte unice într-un inbox unificat. Ca și la alte caracteristici Facebook, utilizatorii pot seta de la cine pot primi mesaje, doar de la prieteni, prieteni ai prietenilor, sau de la oricine. Serviciul de e-mail a fost reziliat în 2014 din cauza absorbției scăzute.

În afară de site-ul Facebook, mesajele pot fi accesate prin aplicații mobile ale site-ului, sau o aplicație dedicată de Facebook Messenger.

Apeluri vocale

Din aprilie 2011, utilizatorii Facebook au avut posibilitatea de a efectua apeluri de voce în direct prin intermediul Facebook Chat, permițând utilizatorilor să converseze cu alții din întreaga lume. Această caracteristică, care este oferit gratuit prin intermediul noului serviciu Bobsled de la T-Mobile, permite utilizatorului să folosească vocea la actualul Facebook Chat, precum și să poată lăsa mesaje vocale pe Facebook.

Apeluri video

Pe 6 iulie 2011, Facebook a lansat serviciile de apeluri video prin Skype ca partener de tehnologie. Acesta permite apelări bilaterale prin intermediul unui Rest API de la Skype.

Vizualizare video

În septembrie 2014, Facebook a anunțat că sunt 1 miliard de vizualizări video pe zi, și că va permite accesul public la contoarele de vizualizare ale clipurilor video publicate de utilizatori, pagini, și personalități publice. De asemenea, a confirmat că va recomanda videoclipuri suplimentare pentru utilizatori după ce aceștia au vizionat un clip video. 65% din vizualizările video pe Facebook sunt de pe telefonul mobil unde baza de utilizatori Facebook se comută în prezent, vizualizările crescând cu 50 la sută din mai până în iulie, în parte datorită modei virale Ice Bucket Challenge (Provocarea găleții cu gheață) găsirea unui acasă pe Facebook a asociației ALS, care s-a dezvoltat în primul rând pe Facebook.

Servicii anonime Tor

În octombrie 2014, Facebook a anunțat că utilizatorii se pot conecta la site prin intermediul serviciului Tor de protejare a anonimității, folosind un browser Tor pentru protejarea vieții private cu o criptare folosind SSL. Anunțând această caracteristică, Alec Muffett a spus că "extensia .onion a Facebook oferă o modalitate de a accesa Facebook prin Tor fără a pierde protecțiile criptografice furnizate de Tor prin cloud. [...] Oferă comunicare end-to-end, de la browser. direct într-un centru de date Facebook." Adresa sa URL - *facebookcorewwwi.onion* este un bacronim, pentru *Facebook*.

Aspecte tehnice

Culoarea primară a site-ului Facebook este albastru, întrucât Zuckerberg este daltonist, o problemă de care și-a dat seama abia după un test efectuat în jurul anului 2007, după cum a explicat el în 2010: "albastrul este culoarea cea mai bogată pentru mine, eu pot vedea toate nuanțele de albastru." Facebook este construit în PHP care este compilat cu HipHop pentru PHP, un "un transformator de cod sursă" construit de inginerii Facebook, care transformă PHP în C++ . Folosirea HipHop s-a raportat că a redus consumul mediu de CPU pe serverele Facebook cu 50%.

Facebook este dezvoltat ca o aplicație monolit. Potrivit unui interviu în 2012 cu Chuck Rossi, un inginer de la Facebook, Facebook compilează în bucăți binare de 1,5 GB care

sunt apoi distribuite la serverele folosind un sistem personalizat bazat pe BitTorrent. Rossi a declarat că este nevoie de aproximativ 15 minute pentru a construi și 15 minute pentru a le lansa la servere. Procesul de construcție și de lansare este fără întreruperi, și modificări la Facebook sunt lansate zilnic.

Facebook a folosit o platformă combinată bazată pe HBase pentru a stoca date între mașini distribuite. Folosind o arhitectură de decantare, noile evenimente sunt stocate în fișiere jurnal, iar jurnalele sunt puse la coadă. Sistemul rulează aceste evenimente și le scrie în sistemul de stocare. Interfața de utilizator apoi extrage datele și le afișează pentru utilizatori. Facebook se ocupă de cereri ca comportamentul AJAX. Aceste cereri sunt scrise într-un fișier jurnal, folosind Scribe (dezvoltat de Facebook).

Datele sunt citite de la aceste fișiere jurnal folosind Ptail, un instrument construit pe plan intern pentru a agrega date de la mai multe depozite Scribe. Acesta pune la coadă fișierele jurnal și extrage datele (și astfel numele). Datele Ptail sunt separate afară în trei fluxuri astfel încât acestea să poată fi în cele din urmă trimise la propriile clustere în diferite centre de date (impresii plugin, impresii flux de știri, acțiuni (plugin + flux de știri)). Puma este utilizat pentru a gestiona perioadele de flux mare de date (de intrare/ieșire, sau IO). Datele sunt prelucrate în loturi pentru a reduce numărul de dați necesare pentru a citi și a scrie în perioade de mari solicitări (Un articol "fierbinte" va genera o mulțime de impresii și impresii de fluxuri de știri, care vor provoca un uriaș flux de date). Loturile sunt luate la fiecare 1,5 secunde, limitate de memoria utilizată la crearea unui tabel hash.

După aceasta, datele ajung în format PHP (compilat cu HipHop pentru PHP). Backend este scris în Java și Thrift este folosit ca formatul de mesagerie astfel încât programele PHP să poată interoga servicii Java. Soluțiile de caching sunt folosite pentru a face paginile web să fie afișate mai repede. Cu cât sunt mai multe și mai mai datele din cache, cu atât mai puțin utilizat este timpul real. Datele sunt apoi trimise la serverele MapReduce astfel încât să poată fi interogate prin Hive. Acest lucru servește, de asemenea, ca plan de rezervă pentru ca datele să poată fi recuperate de la Hive. Fișierele jurnal brute sunt îndepărtate după o perioadă de timp.

Pe 20 martie 2014 Facebook a anunțat un nou limbaj de programare în sursă deschisă numit Hack. Înainte de lansarea publică, o mare parte din Facebook a fost deja rescris și "testat pe câmpul de luptă" folosind noul limbaj.

Critici

Experimente privind influența asupra utilizatorilor

Cercetătorii universitari și Facebook au colaborat pentru a testa dacă mesajele pe care oamenii le văd pe Facebook pot influența comportamentul lor. De exemplu, în "*Un experiment de 61 milioane persoane privind influența socială și mobilizarea politică*," în timpul alegerilor din SUA din 2010, utilizatorii Facebook au avut posibilitatea să "spună prietenilor lor că au votat", făcând clic pe un buton "*Am votat*". Probabilitatea ca

utilizatorii să apese pe buton a fost cu 2% mai mare dacă acesta era asociat cu prietenii care au votat deja.

Mult mai controversat, un studiu din 2014 despre "*Contagiunea emoțională prin intermediul rețelelor sociale*" a manipulat echilibrul mesajelor pozitive și negative văzute de 689.000 de utilizatori Facebook. Cercetătorii au ajuns la concluzia că au găsit "*ceva dintr-o primă dovadă experimentală pentru a sprijini pretențiile controversate că emoțiile se pot răspândi în întreaga rețea, deși mărimile efectelor datorate manipulărilor sunt mici.*"

Spre deosebire de studiul "*Am votat*", care a avut finaluri prezumtiv pozitive și a ridicat câteva întrebări, acest studiu a fost criticat atât pentru etică cât și pentru metode/pretenții. Ca și controversă despre dezvoltarea studiului, Adam Kramer, un autor principal al ambelor studii și membru al echipei de date Facebook, a apărut cercetarea într-o actualizare pe Facebook. Câteva zile mai târziu, Sheryl Sandberg, COO Facebook, a făcut o declarație în timp ce călătorea în străinătate. În timp ce la un eveniment al Camerei de Comerț și Industrie Indiene din New Delhi ea declara că "*Acesta a fost parte din cercetările permanente pe care companiile le efectuează pentru a testa diferite produse, și asta a fost ce a fost. E vorba de o proastă comunicare și pentru aceasta ne cerem scuze. Nu am vrut niciodată să vă supărăm.*"

La scurt timp după aceea, pe 3 iulie 2014, USA Today a raportat că grup de monitorizare a confidențialității Electronic Privacy Information Center (EPIC) a depus o plângere oficială la Federal Trade susținând că Facebook a încălcat legea atunci când a efectuat studiul pe emoțiile utilizatorilor fără știrea sau acordul lor. În plângerea sa EPIC a susținut că Facebook a înșelat utilizatorii prin efectuarea în secret a unui experiment psihologic privind emoțiile lor. "*La momentul experimentului, Facebook nu afirma în politica de utilizare a datelor faptul că datele de utilizator vor fi utilizate în scopuri de cercetare de către Facebook. De asemenea, nu a reușit să informeze utilizatorii că informațiile lor personale vor fi partajate cu cercetătorii.*"

Dincolo de preocupările etice, alți oameni de știință au criticat metodele și raportarea constatărilor studiului. John Grohol, scriind la PsycCentral, a susținut că, în ciuda titlului și a pretențiilor de "contagiune emoțională," acest studiu nu cercetează deloc emoțiile. În schimb, autorii au folosit o aplicație (numită "Linguistic Inquiry and Word Count" sau LIWC 2007), care pur și simplu a numărat cuvintele pozitive și negative, pentru a deduce sentimentele utilizatorilor. El a scris că o deficiență a funcției LIWC este că nu înțelege negațiile. Prin urmare, expresia "Eu nu sunt fericit" va fi marcată ca fiind pozitivă: "*Având în vedere că LIWC 2007 ignoră aceste realități subtile ale comunicării umane informale, se deformează astfel și cercetările.*" Grohol a ajuns la concluzia că datorită acestor subtilități, mărimea efectului constatărilor este puțin sub un "flash statistic."

"Kramer și colab. (2014) au găsit o scădere de 0,07% - nu de 7 la sută, ci 1/15 dintr-un procent !! - în cuvintele negative în actualizările de stare ale oamenilor atunci când numărul de posturi negative din fluxul lor de știri Facebook scade. Vă dați seama cât de

multe cuvinte ar trebui să citești sau să scrieți, înainte de a scris un singur cuvânt negativ mai puțin din cauza acestui efect? Probabil mii."

Consecințele controverselor sunt în stare de așteptare (fie FTC, fie procedurile judiciare), dar ele au determinat o "exprimare editorială a preocupării" din partea editorului, Proceedings of the National Academy of Sciences, precum și o postare pe blog din partea lui OkCupid cu titlul "*Noi experiment pe oameni!*" În septembrie 2014, profesorul de drept James Grimmelman a susținut că acțiunile ambelor companii au fost "ilegal, imorale, și au alterat starea de spirit" și a depus notificări la Procurorul General Maryland și la Cornell Institutional Review Board.

În Marea Britanie, studiul a fost de asemenea criticat de British Psychological Society, care a spus într-o scrisoare către The Guardian, "*A determinat, fără îndoială, un anumit prejudiciu, multe persoane fiind afectate printr-un nivel crescut de emoție negativă, având drept consecință potențiale costuri economice, creșterea eventualelor probleme de sănătate mintală și o povară pentru serviciile de sănătate. Așa-numita manipulare "pozitivă" este, de asemenea, potențial dăunătoare.*"

Impactul

Impactul mediatic

În aprilie 2011, Facebook a lansat un nou portal pentru marketing și agențiile de creație, pentru a le ajuta să dezvolte promoții de brand pe Facebook. Compania a început să promoveze serviciul prin invitarea unui grup select de lideri de publicitate din Marea Britanie pentru a se întâlni cu directori de top Facebook, la o "summit al persoanelor influente" în februarie 2010. Facebook a fost astfel implicat în campanii pentru *True Blood*, *American Idol*, și *Top Gear*. Agențiile de știri și media precum Washington Post, Financial Times și ABC News, au folosit agregate de date de pe Facebook pentru a crea diverse infografice și diagrame pentru a însoți articolele lor. În 2012, concursul de frumusețe *Miss Sri Lanka Online* s-a desfășurat folosind exclusiv Facebook.

Impactul social

Facebook a afectat viața socială și activitatea persoanelor în diferite moduri. Cu disponibilitatea acestuia pe mai multe dispozitive mobile, Facebook permite utilizatorilor să rămână în permanență în contact cu prietenii, rudele și alte cunoștințe oriunde s-ar afla în lume, atâta timp cât există acces la Internet. Se pot întâlni virtual, de asemenea, oameni cu interese și/sau convingeri comune prin grupuri și alte pagini, și au existat reuniuni ai unor membri de familie și prieteni care s-au regăsit datorită răspândirii pe scară largă a rețelei sociale.

Impactul asupra sănătății

Studii recente au arătat că Facebook produce efecte negative asupra stimei de sine prin declanșarea sentimentelor de invidie, fotografiile din concedii și vacanțe declanșând cele

mai mari resentimente. Alte cauze predominante de invidie includ mesajele de la prieteni despre fericirea familiei și imagini cu persoane frumoase, în cazul oamenilor singuri și nemulțumiți de propriile lor vieți. Un studiu comun de către două universități germane a descoperit că unul din trei oameni au fost mai nemulțumiți de viața lor după utilizarea Facebook, și un alt studiu al Universității Utah Valley a descoperit că studenții se simțeau rău ca urmare a unei creșteri a timpului petrecut pe Facebook.

Potrivit profesorului de psihologie Susan Krauss Whitbourne, deși Facebook ajută persoanele prietenoase, există de asemenea dezavantajul renunțării la prietenie sau a respingerii prieteniei de o altă persoană. Whitbourne se referă la persoanele fără prieteni de pe Facebook ca victime ale înstrăinare. Renunțarea la prietenie este rareori o decizie reciprocă și persoana de multe ori nu știe că a rămas fără prietenul care a renunțat.

Impactul politic

Rolul Facebook în procesul politic american a fost demonstrat în ianuarie 2008, la scurt timp înainte alegerilor de primar al New Hampshire, când Facebook a făcut echipă cu ABC și Saint Anselm College pentru a permite utilizatorilor un feedback direct despre dezbaterile din 5 ianuarie dintre republicani și democrați. Charles Gibson a moderat ambele dezbateri, organizate la Centrul Dana pentru științe umaniste la Saint Anselm College. Utilizatorii Facebook au participat la grupurile de dezbateri organizate în jurul temei specifice, s-au înregistrat pentru votare, și au pus întrebări.

Peste un milion de oameni au instalat aplicația Facebook "US Politics on Facebook", pentru a lua parte la dezbateri, și aplicația a măsurat răspunsurile utilizatorilor la observații specifice formulate de candidații la dezbateri. Această dezbateri a arătat comunității mai largi ceea ce mulți studenți tineri au experimentat deja: Facebook ca o modalitate nouă populară și puternică pentru a interacționa și a transmite opinii. Un sondaj de CBS News, UWIRE și Chronicle of Higher Education au ilustrat modul în care "efectul Facebook" a afectat ratele de tineret la vot, susținerea de către tineri a candidaților politici, și implicarea generală a populației tinere în alegerile din 2008.

În februarie 2008, un grup de pe Facebook numit "Un milion de voci împotriva FARC" a organizat un eveniment în care sute de mii de columbieni au mărșăluit în semn de protest față de Forțele Armate Revoluționare din Columbia, mai bine cunoscute sub numele de FARC (de la numele spaniol al grupului). În august 2010, unul dintre site-urile guvernamentale oficiale din Coreea de Nord și agenția oficială de știri a țării, Urimizokkiri, s-au alăturat Facebook.

În timpul Primăverii Arabe mulți jurnaliști au afirmat că Facebook a jucat un rol major în generarea în 2011 a revoluției egiptene. La 14 ianuarie, pe pagina de Facebook "We are all khaled Said" a fost inițiat de Wael Ghoniem un eveniment pentru a invita poporul egiptean la "demonstrații pașnice" la 25 ianuarie. Potrivit lui Mashable, în Tunisia și Egypt Facebook a devenit principalul instrument pentru conectarea tuturor protestatarilor și a determinat guvernul egiptean al primului-ministru Nazif să interzică Facebook, Twitter și alte site-uri pe 26 ianuarie, apoi blocarea tuturor conexiunilor mobile și de

Internet pentru toți egiptenii la miezul nopții pe 28 ianuarie După 18 zile, revolta a forțat președintele Mubarak să demisioneze.

În 2011, Facebook a depus actele la Comisia Electorală Federală pentru a forma un comitet de acțiune politică sub numele de *FB PAC*. Într-un e-mail pentru *The Hill*, un purtător de cuvânt al Facebook a declarat "Comitetul politic de acțiune Facebook va oferi angajaților noștri un mod de a-și face auzită vocea în procesul politic susținând candidați care împărtășesc obiectivele noastre de a promova valoarea de inovare a economiei noastre oferindu-le oamenilor puterea de a partaja și de a face lumea mai deschisă și mai conectată."

În timpul războiului civil sirian, YPG, o armată de eliberare pentru Rojava, a recrutat occidentali prin Facebook în lupta sa împotriva ISIL. Zeci de persoane au intrat în rândurile sale, din diverse motive, de la religioase la ideologice. Numele paginii de Facebook, "The Lions of Rojava", vine de la un proverb kurd, care se traduce ca "Un leu este un leu, indiferent dacă este o femelă sau un mascul", reflectând ideologia feministă a organizației.

Justin Smith, șeful din Larimer County în Fort Collins, Colorado, folosește Facebook pentru a disemina ideile cu privire la aspecte legate de problemele locale, de stat, și naționale. El mediatizează asemenea infracțiuni, în special cele pe care departamentul său le rezolvă. El are șapte mii de adepți pe mediul social, considerat un număr mare. Smith a spus ca el rareori iese în public "atunci când nu primesc feedback de la oameni. ... Facebook este un instrument interesant pentru că eu cred că are candidați și oficiali aleși mai responsabili. Alegătorii știu unde se află cineva."

.....

Cuprins

Ce este Facebook?

Facebook

- Istoria

- - Note

- - Chat

- - Gifts (Cadouri)

- - Marketplace

- - Mesaje

- - Apeluri vocale

- - Apeluri video

- - Vizualizare video

- - Servicii anonime Tor

- Aspecte tehnice

- Critici

- - Experimente privind influența asupra utilizatorilor

- - Impactul
- - - Impactul mediatic
- - - Impactul social
- - - Impactul asupra sănătății
- - - Impactul politic
- Conectarea la Facebook
- Crearea unui cont
- - Înainte de înregistrare
- - Crearea unui cont nou
- - - Înregistrarea
- - - Conectare sau înregistrare?
- - - Parola
- - - Confirmarea adresei de email și a numărului de telefon
- - Pe scurt:
- Prieteni
- - Adăugarea și solicitarea de prieteni
- - - Oameni pe care Poate îi cunoști
- - Ștergerea din lista de prieteni
- Sfaturi pentru începători
- Conectează-te simultan la mai multe conturi
- - Pentru Chrome:
- - Pentru Mozilla Firefox:
- - - Pentru adăugarea de noi profiluri:
- - - Lansarea de profile multiple:
- Profil și cronologie
- Perete
- Profilul și cronologia
- - Profilul
- - - Fotografia de profil și coperta
- - Cronologia
- Imagini de profil
- - Cele mai folosite tipuri de imagini de profil
- Pagina "Despre"
- Administrarea contului
- Setările contului
- Parola
- Adresa de email
- Adresa de email de la Facebook, @facebook.com
- Setarea limbii
- Întrebarea de securitate
- Schimbarea numelui și a zilei de naștere
- Ștergerea definitivă a contului
- Funcții Facebook
- Evenimente
- Piața
- Locuri

- Platforma
- Întrebări
- Fotografii
- Video
- Facebook Paper
- Opțiuni generale
 - - Credite
 - - telefoane obișnuite
 - - Graph Search
 - - IPv6
 - - Ascultă cu prietenii
 - - Facebook live
 - - Emoticoane (Mood faces)
 - - Telefon
 - - Ciupitura (Poke)
 - - Butonul Follow (Urmărește)
 - - Rețele
- Butonul Like (Îmi place)
 - - Procese
- Grupuri
 - - Crearea unui grup
 - - - Înființarea unui grup
 - - - Pagini și grupuri
 - - Înscrierea în grupuri
 - - Partajarea în grupuri
 - - Ștergerea și părăsirea grupurilor
- Publicarea
 - Fotografii
 - - Aprecieri și comentarii pe fotografii
 - - Fotografii de înaltă rezoluție
 - - Instrumente de vizualizare fotografii
 - - Încărcarea de imagini și poze de profil
 - - - Încărcarea și postarea de imagini
 - - - Fotografia de profil
 - - - Probleme cu încărcarea imaginilor
 - Site-uri web
 - - Publică text cu susul în jos
 - - Publică un text cu decorații sau formatat
- Fluxul de știri (Noutăți)
 - Navigarea în pagina de start
 - - Numerele din meniul din stânga paginii
 - - Lista de favorite
 - - - Adăugarea unui link la lista de favorite
 - - - Rearanja sau eliminarea unui link din lista de Favorite
 - Cum funcționează fluxul de știri
- Mesaje și chat

- Trimiterea unui mesaj
- Citirea și ștergerea mesajelor
- Verifică mesajele ascunse

Facebook mobil

- Integrarea smartphone
- iPhone, iPad și Android
- - Setarea notificărilor pe telefonul mobil sau tabletă
- - Deconectarea de aplicațiile iPhone sau iPad
- - Locația utilizatorului la actualizarea stării pe Facebook
- - Actualizarea contului utilizând un mesaj text (SMS)
- - Instalarea celei mai recente versiuni a aplicației Facebook
- - Solicitarea aplicației Facebook de a accesa caracteristicile Android
- - Dezinstalarea aplicației Facebook
- - Diverse

Aplicații și jocuri

- Adăugarea aplicațiilor și jocurilor
- Afișarea aplicațiilor și jocurilor
- Aplicații în Cronologie
- Afișarea cu derulare pentru aplicații
- Îndepărtarea aplicațiilor și jocurilor

Confidențialitatea și securitatea

- Confidențialitatea
- Setări de confidențialitate
- - Setări și instrumente
- - - Selectarea audienței?
- - Setarea partajărilor
- Securitatea
- - Cont spart sau infestat
- - Spam
- - Cumpărături fără știința ta
- - Activitate nepermisă în contul de publicitate
- Sfaturi privind securitatea
- Blochează opțiunea etichetării tale

Abuzuri și raportări

- Spam
- - Măsuri de protecție împotriva suspiciunilor de spam:
- - Modalități obișnuite de protejare a contului:
- Raportări
- - Reclamații

Sfaturi pentru un profil de succes

- Postări cu cel mai mare succes
- - Fotografii
- - Clipuri video
- - Propoziții neterminate
- - Cine este în imagine?
- - Întrebări

- - Sondaje de opinie
- - - Sfaturi
- - Citate
- - Ce NU trebuie să faci pe Facebook
- - Pagina Facebook necompletată cu toate datele
- - Nerespectarea regulilor pentru imaginea de copertă
- - Nerespectarea regulilor pentru concursuri
- - Postarea excesivă
- - Focalizarea excesivă pe like-uri
- - Prea mult text
- - Postări plictisitoare sau în afara subiectului
- - Ignorarea statisticilor
- - Atitudine mult prea formală
- - Neutilizarea posibilității de reclamă prin serviciul specific Facebook

Povestea Facebook

Referințe

Despre autor

- Nicolae Sfetcu
- - De același autor
- - Contact

Editura

- MultiMedia Publishing

Cartea

Facebook este, de departe, cea mai cunoscută rețea socială, care permite utilizatorilor înregistrați să își creeze profiluri proprii, să încarce și să partajeze cu prietenii fotografii și clipuri video, să trimită mesaje și să păstreze legătura cu prietenii, familia și colegii, oricât de departe ar fi de aceștia.

Facebook nu mai este, într-adevăr, un site web. Este un alt Internet, dar unul comercial. Utilizând cele mai moderne tehnologii de comunicații, Facebook a schimbat radical felul în care ne conectăm între noi. Facebook este omniprezent. Nu poți merge cinci minute fără a nu fi întâmpinat de marca și însemnele Facebook, atât în media tradițională cât și online. Facebook crează dependență. A țesut o urzeală între viețile noastre care nu mai poate fi destrămată fără implicații majore pentru fiecare din noi. Facebook este magnetic prin angajamentul social pe care îl implică. Facebook operează un sistem de conectare la scară globală fără precedent.

Totul începe cu o simplă înregistrare pe baza unor informații de bază, care îți permite apoi să publici ce dorești și să intri în contact cu oameni online. Regăsești prieteni vechi, îți faci alții noi, găsești oameni sau grupuri de oameni cu interese comune, sau partajezi pozele și clipurile tale de viață cu un prieten din cealaltă parte a lumii - ești atât de limitat pe cât dorești să fii.

Bine ai venit în alt Univers!



Ediția MultiMedia Publishing <https://www.setthings.com/ro/e-books/ghid-facebook-pentru-utilizatori/>

- Digital: EPUB (ISBN 978-606-033-005-9), Kindle (ISBN 978-606-033-007-3), PDF (ISBN 978-606-033-006-6)

- Tipărit, Format A5, 210 x 148 x 6 mm, 167 g, 125 pagini (ISBN 978-606-033-116-2)
Data publicării: 20 septembrie 2015

Amazon (Print, Kindle) <https://www.amazon.com/dp/1517449871/>

Smashwords (EPUB): <https://www.smashwords.com/books/view/578881>

Google (EPUB, PDF): <https://books.google.ro/books?id=-GSTCgAAQBAJ>

Facebook: <https://www.facebook.com/Ghid-social-media-pentru-utilizatori-288756644887505/>

Despre autor

Nicolae Sfetcu

Asociat și manager MultiMedia SRL și Editura MultiMedia Publishing.

Partener cu MultiMedia în mai multe proiecte de cercetare-dezvoltare la nivel național și european

Coordonator de proiect European Teleworking Development Romania (ETD)

Membru al Clubului Rotary București Atheneum

Cofondator și fost președinte al Filialei Mehedinți al Asociației Române pentru Industrie Electronica și Software Oltenia

Inițiator, cofondator și președinte al Asociației Române pentru Teleducare și Teleactivități

Membru al Internet Society

Cofondator și fost președinte al Filialei Mehedinți a Asociației Generale a Inginerilor din România

Inginer fizician - Licențiat în științe, Fizică, specialitatea Fizică nucleară. Master în Filosofie.

De același autor

Alte cărți scrise sau traduse de același autor:

- A treia lege a lui Darwin - O parodie reală a societății actuale (RO)
- Ghid Marketing pe Internet (RO)
- Bridge Bidding - Standard American Yellow Card (EN)
- Teleducare (Telework) (RO)
- Harta politică - Dicționar explicativ (RO)
- Beginner's Guide for Cybercrime Investigators (EN)
- How to... Marketing for Small Business (EN)
- London: Business, Travel, Culture (EN)
- Fizica simplificată (RO)
- Ghid jocuri de noroc - Casino, Poker, Pariuri (RO)
- Ghid Rotary International - Cluburi Rotary (RO)
- Proiectarea, dezvoltarea și întreținerea siturilor web (RO)
- Facebook pentru afaceri și utilizatori (RO)
- Întreținerea și repararea calculatoarelor (RO)
- Corupție - Globalizare - Neocolonialism (RO)
- Traducere și traducători (RO)
- Small Business Management for Online Business - Web Development, Internet Marketing, Social Networks (EN)
- Sănătate, frumusețe, metode de slăbire (RO)
- Ghidul autorului de cărți electronice (RO)
- Editing and Publishing e-Books (EN)
- Pseudoștiință? Dincolo de noi... (RO)

- European Union Flags - Children's Coloring Book (EN)
- Totul despre cafea - Cultivare, preparare, rețete, aspecte culturale (RO)
- Easter Celebration (EN)
- Steagurile Uniunii Europene - Carte de colorat pentru copii (RO)
- Paști (Paște) - Cea mai importantă sărbătoare creștină (RO)
- Moartea - Aspecte psihologice, științifice, religioase, culturale și filozofice (RO)
- Promovarea afacerilor prin campanii de marketing online (RO)
- How to Translate - English Translation Guide in European Union (EN)
- ABC Petits Contes (Short Stories) (FR-EN), par Jules Lemaître
- Short WordPress Guide for Beginners (EN)
- ABC Short Stories - Children Book (EN), by Jules Lemaître
- Procesul (RO), de Franz Kafka
- Fables et légendes du Japon (Fables and Legends from Japan) (FR-EN), par Claudius Ferrand
- Ghid WordPress pentru începători (RO)
- Fables and Legends from Japan (EN), by Claudius Ferrand
- Ghid Facebook pentru utilizatori (RO)
- Arsène Lupin, gentleman-cambrioleur (Arsene Lupin, The Gentleman Burglar) (FR-EN), par Maurice Leblanc
- How to SELL (eCommerce) - Marketing and Internet Marketing Strategies (EN)
- Arsène Lupin, The Gentleman Burglar (EN), by Maurice Leblanc
- Bucharest Tourist Guide (Ghid turistic București) (EN-RO)
- Ghid turistic București (RO)
- Ghid WordPress pentru dezvoltatori (RO)
- French Riviera Tourist Guide (Guide touristique Côte d'Azur) (EN-FR)
- Guide touristique Côte d'Azur (FR)
- Ghid pagini Facebook - Campanii de promovare pe Facebook (RO)
- Management, analize, planuri și strategii de afaceri (RO)
- Guide marketing Internet pour les débutants (FR)
- Gambling games - Casino games (EN)
- Death - Cultural, philosophical and religious aspects (EN)
- Indian Fairy Tales (Contes de fées indiens) (EN-FR), by Joseph Jacobs
- Contes de fées indiens (FR), par Joseph Jacobs
- Istoria timpurie a cafelei (RO)
- Londres: Affaires, Voyager, Culture (London: Business, Travel, Culture) (FR-EN)
- Cunoaștere și Informații (RO)
- Poker Games Guide - Texas Hold 'em Poker (EN)
- Gaming Guide - Gambling in Europe (EN)
- Crăciunul - Obiceiuri și tradiții (RO)
- Christmas Holidays (EN)
- Introducere în Astrologie (RO)
- Psihologia mulțimilor (RO), de Gustave Le Bon
- Anthologie des meilleurs petits contes français (Anthology of the Best French Short Stories) (FR-EN)
- Anthology of the Best French Short Stories (EN)

- Povestea a trei generații de fermieri (RO)
- Web 2.0 / Social Media / Social Networks (EN)
- The Book of Nature Myths (Le livre des mythes de la nature) (EN-FR), by Florence Holbrook
- Le livre des mythes de la nature (FR), par Florence Holbrook
- Misterul Stelelor Aurii - O aventură în Uniunea Europeană (RO)
- Anthologie des meilleures petits contes françaises pour enfants (Anthology of the Best French Short Stories for Children) (FR-EN)
- Anthology of the Best French Short Stories for Children (EN)
- O nouă viață (RO)
- A New Life (EN)
- The Mystery of the Golden Stars - An adventure in the European Union (Misterul stelelor aurii - O aventură în Uniunea Europeană) (EN-RO)
- ABC Petits Contes (Scurte povestiri) (FR-RO), par Jules Lemaître
- The Mystery of the Golden Stars (Le mystère des étoiles d'or) - An adventure in the European Union (Une aventure dans l'Union européenne) (EN-FR)
- ABC Scurte povestiri - Carte pentru copii (RO), de Jules Lemaitre
- Le mystère des étoiles d'or - Une aventure dans l'Union européenne (FR)
- Poezii din Titan Parc (RO)
- Une nouvelle vie (FR)
- Povestiri albastre (RO)
- Candide - The best of all possible worlds (EN), by Voltaire
- Șah - Ghid pentru începători (RO)
- Le papier peint jaune (FR), par Charlotte Perkins Gilman
- Blue Stories (EN)
- Bridge - Sisteme și convenții de licitație (RO)
- Retold Fairy Tales (Povești repovestite) (EN-RO), by Hans Christian Andersen
- Povești repovestite (RO), de Hans Christian Andersen
- Legea gravitației universale a lui Newton (RO)
- Eugenia - Trecut, Present, Viitor (RO)
- Teoria specială a relativității (RO)
- Călătorii în timp (RO)
- Teoria generală a relativității (RO)
- Contes bleus (FR)
- Sunetul fizicii - Acustica fenomenologică (RO)
- Teoria relativității - Relativitatea specială și relativitatea generală (RO), de Albert Einstein
- Fizica atomică și nucleară fenomenologică (RO)
- Louvre Museum - Paintings (EN)
- Materia: Solide, Lichide, Gaze, Plasma - Fenomenologie (RO)
- Căldura - Termodinamica fenomenologică (RO)
- Lumina - Optica fenomenologică (RO)
- Poems from Titan Park (EN)
- Mecanica fenomenologică (RO)
- Solaris (Andrei Tarkovsky): Umanitatea dezumanizată (RO)
- De la Big Bang la singularități și găuri negre (RO)

- Schimbări climatice - Încălzirea globală (RO)
- Electricitate și magnetism - Electromagnetism fenomenologic (RO)
- Știința - Filosofia științei (RO)
- La Platanie - Une aventure dans le monde à deux dimensions (FR)
- Climate Change - Global Warming (EN)
- Poèmes du Parc Titan (FR)
- Mecanica cuantică fenomenologică (RO)
- Isaac Newton despre acțiunea la distanță în gravitație - Cu sau fără Dumnezeu? (RO)
- The singularities as ontological limits of the general relativity (EN)
- Distincția dintre falsificare și respingere în problema demarcației la Karl Popper (RO)
- Buclele cauzale în călătoria în timp (RO)
- Epistemologia serviciilor de informații (RO)
- Evoluția și etica eugeniei (RO)
- Filosofia tehnologiei blockchain - Ontologii (RO)
- Imre Lakatos: Euristica și toleranța metodologică (RO)
- Controversa dintre Isaac Newton și Robert Hooke despre prioritatea în legea gravitației (RO)
- Singularitățile ca limite ontologice ale relativității generale (RO)
- Filmul Solaris, regia Andrei Tarkovsky – Aspecte psihologice și filosofice (RO)
- Tehnologia Blockchain - Bitcoin (RO)
- Fizica fenomenologică - Compendiu - Volumul 1 + 2 (RO)
- Causal Loops in Time Travel (EN)
- Chinese Fables and Folk Stories (Fables et histoires populaire chinoises), by (par) Mary Hayes Davis, Chow-Leung (EN-FR)
- Isaac Newton on the action at a distance in gravity: With or without God? (EN)
- Isaac Newton vs Robert Hooke sur la loi de la gravitation universelle (FR)
- Epistemology of Intelligence Agencies (EN)
- The distinction between falsification and refutation in the demarcation problem of Karl Popper (EN)
- Isaac Newton vs. Robert Hooke on the law of universal gravitation (EN)
- Evolution and Ethics of Eugenics (EN)
- Solaris, directed by Andrei Tarkovsky - Psychological and philosophical aspects (EN)
- La philosophie de la technologie blockchain - Ontologies (FR)
- Philosophy of Blockchain Technology - Ontologies (EN)
- Isaac Newton sur l'action à distance en gravitation : Avec ou sans Dieu ? (FR)
- Imre Lakatos: L'heuristique et la tolérance méthodologique (FR)
- Épistémologie des services de renseignement (FR)
- Boucles causales dans le voyage dans le temps (FR)
- Le film Solaris, réalisé par Andrei Tarkovski - Aspects psychologiques et philosophiques (FR)
- Les singularités comme limites ontologiques de la relativité générale (FR)
- Etica Big Data în cercetare (RO)
- Teorii cauzale ale referinței pentru nume proprii (RO)

- La distinction entre falsification et rejet dans le problème de la démarcation de Karl Popper (FR)
- Epistemologia gravitației experimentale – Raționalitatea științifică (RO)
- The Adventures of a Red Ant, by Henri de la Blanchère (EN)
- Big Data (RO)
- Tapetul galben, de Charlotte Perkins Gilman (RO)
- Evolution et éthique de l'eugénisme (FR)
- Imre Lakatos: Methodological Tolerance and Heuristic (EN)
- Gravitația (RO)
- Filosofia contează - Prezentări și recenzii (RO)
- Les aventures d'une fourmi rouge (The adventures of a red ant), par (by) Henri de la Blanchère (FR-EN)
- Big Data Ethics in Research (EN)
- Înțeles, sens și referință în filosofia limbajului și logica filosofică (RO)
- Epistemology of experimental gravity - Scientific rationality (EN)
- Fables et histoires populaires chinoises, par Mary Hayes Davis, Chow-Leung (FR)
- Causal Theories of Reference for Proper Names (EN)
- Last Thoughts, by Henri Poincaré (EN)
- Memories of a Sparrow, by Henri de la Blanchère (EN)
- Les mémoires d'un Pierrot (Memories of a Sparrow), by Henri de la Blanchère (FR-EN)
- De ce (nu) suntem fericiți? (RO)
- Excel - Ghid pentru începători (RO)
- PowerPoint - Ghid pentru începători (RO)
- Epistémologie de la gravité expérimentale - Rationalité scientifique (FR)
- L'éthique des mégadonnées (Big Data) en recherche (FR)
- Théories causales de la référence pour les noms propres (FR)
- Emoțiile și inteligența emoțională în organizații (RO)
- Inteligența emoțională (RO)
- Emotions and Emotional Intelligence in Organizations (EN)

Contact

Email: nicolae@sfetcu.com

Skype: nic01ae

Facebook/Messenger: <https://www.facebook.com/nicolae.sfetcu>

Twitter: <http://twitter.com/nicolae>

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/nicolaesfetcu>

YouTube: <https://www.youtube.com/c/NicolaeSfetcu>

Editura

MultiMedia Publishing

*web design, comerț electronic, alte aplicații web * internet marketing, seo, publicitate online, branding * localizare software, traduceri engleză și franceză * articole, tehnoredactare computerizată, secretariat * prezentare powerpoint, word, pdf, editare imagini, audio, video * conversie, editare și publicare cărți tipărite și electronice, isbn*

Tel./ WhatsApp: 0040 745 526 896

Email: office@multimedia.com.ro

MultiMedia: <http://www.multimedia.com.ro/>

Online Media: <https://www.setthings.com/>

Facebook: <https://www.facebook.com/multimedia.srl/>

Twitter: <http://twitter.com/multimedia>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/multimedia-srl/>