سنجش قابلیت‌های شیک‌های اجتماعی
تخصصی وی به فارسی و ارائه راهکارهای
مناسب برای بهینه‌سازی این شیک‌ها در ایران

چکیده:
این پژوهش به هدف سنجش قابلیت‌های شیک‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی و ارائه راه‌کارهای مناسب برای بهینه‌سازی آنها بوده است. روش پژوهش، کاربردی و ارزیابی بوده و جامعه پژوهش شامل 10 شیک اجتماعی تخصصی وی فارسی بوده است. این پژوهش داده‌ها، سیاه واسی شاخص مهورین ابیاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های شیک‌های اجتماعی است که براساس مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی شیک‌های اجتماعی موفق و مصاحبه با متقاضیان هنی شده است. قابلیت‌های شیک‌های اجتماعی با توجه به پنج‌بعد اصلی شاخص برند شرکت‌سازی، امید، قابلیت‌های شبکه‌سازی، خلاقیت و رایگانی فنی-پشتیبانی و 44 مؤلفه مربوط بررسی گردید و براساس انتخاب‌ها متحصص شد که شیک‌هایی کلی‌تر، محتوایی‌تر ایران و در پایان با توجه به اباد و مؤلفه‌های سیاه وارسی و ارائه پژوهش، راه‌کارهای برای بهینه‌سازی قابلیت‌های شیک‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی، ارائه گردید.

کلیدواژه‌ها: شیک‌های اجتماعی، شیک‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی، قابلیت‌های شیک‌های اجتماعی، وب‌10، اینترنت

نگا حرمی

دانش‌پژوهشگاه علم و فناوری اطلاعات ایران
نامه‌نگاری: 2410/1400
لیست اسناد: 4
URL: http://jipm.irandoc.ac.ir

دریافت: 28/2/1390
پذیرش: 28/9/1391

#nadjlahariri@gmail.com
1. amirmehdi.anbari@gmail.com
1. مقدمه و بیان مسئله

ویژگی بارز تحول فناوری گونه علاوه بر افزایش میزان محوریت دانش و اطلاعات، کاربرد فناوری در تولید، پردازش و انتقال اطلاعات در یک جرخه بازخورد قراقد، میان نوآوری و کاربردهای نوآوری است. انتشار گستره و آسان اطلاعات بر سر نوآوری امرزو، کاربرد را قادر به تسریع و پیش تعریف آن می‌نماید، سپس تقویت وی و وضعیت دانش و اطلاعات می‌شود. فناوری‌های جدید اطلاعات، هن فقط از ارائه‌های برای کاربرد، بلکه فاصله‌ای می‌گذرد. گستردگی سطح دید باعث شده و به این ترتیب، کاربران می‌توانند کنترل فناوری را به‌دست بی‌گیرند و این همان انتخاب است که در مورد اینترنت روی داده است. تبادل اطلاعات علمی و تخصصی میان افراد جامعه با هدف ایجاد پوپن، میان توأم‌نامی‌های دستی متخصصان و فراهم آردن امکان بهره‌گیری از خرد جمعی، به‌طور بالقوه ظرفیت تولید دانش را افزایش می‌دهد. گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی که امکان دستیابی به نحوه جدیدی از برقراری ارتباط و به استراتفیک‌گذاری محیط‌ها در اینترنت فراهم آورده‌اند، شبکه‌های اجتماعی وی به‌هم‌بسته‌اند.

شیکه‌ها اجتماعی وی در طی دهه گذشته با گسترش سریع و پیشرفت ۲۰۰۰ روز زبان در بین Al Falahi, Atif, and Elnaffar (2011). نکته هامیون و دیگران گزارش کرده‌اند، این شبکه‌ها به‌سرعت در بین مخاطبان خود جای بان نموده‌اند و امروزه به خصوص جدایی‌بندی زندگی بیشتر کاربران خود را می‌کنند. تعداد استفاده کننده‌گان شبکه‌های اجتماعی بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ تندیستی به ویژه در برابر شده است و جمعیت کاربران این شبکه‌ها به‌سرعت در حال افزایش است. ۲۴ درصد از بزرگسالان آمریکایی از اینترنت استفاده می‌کنند که در این آزمایش، میزان توقف برای این اینترنت‌ها به ۳۷ درصد و ۵۹ درصد از استفاده کننده‌گان اینترنت‌دهی کننده در سه شبکه اجتماعی عضویت دارند. این عدد زیادی به دو برابر رقمی است که در سال ۲۰۱۰ برای این کاربران اعلام شده بود. در این آزمایش، میانگین سنی کاربران نیز از سال ۲۰۰۸ به ۴۰ سال در سال ۲۰۱۰ تغییر یافته است. نتیجگر به ۵۴ درصد این کاربران را زبان تشکیل می‌دهند و ۹۲ درصد کاربران عضو شبکه فیس‌بوک هستند (Hampton et al. 2011).

1. Technologic
2. social media
3. content sharing
شیکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای با قابلیت‌ها و امکانات خود نه تنها تأثیر عمیقی بر جنبه‌های اجتماعی کاربران در جوامع گوناگون گذاشته، بلکه در زمینه‌های مختلف به عنوان مثال، آموزش و پرورش، پزشکی، تجارت، و قانون، کاربرد فراوانی یافته است. به‌نظر می‌رسد که در این جهان استفاده از اطلاعات، بررسی‌های ماهیت، نحوه فعالیت و اثرات و همچنین مسائل اخلاقی و فرهنگی و اجتماعی مربوط به شیکه‌های اجتماعی، امری ضروری است. (Hillstrom 2009).

در ایران، ایجاد شیکه‌های اجتماعی طی سال‌های اخیر رشته چند گروهی داشته است. به‌ویژه در عرصه مباحث تخصصی، گروه‌های بحث و سایت‌های متفاوتی با اهداف گوناگون - به‌خصوص اشتراک‌دات و اطلاعات تخصصی علمی و تجاری - وجود آمده‌اند. به‌طوری که ون‌ر، پایگاه خبری و سایت‌های ایرانی از سال ۱۳۸۵ تا سال ۱۳۹۰ سه‌بار اقدام به برگزاری جشنواره برخط و سایت‌های ایران نموده است. این پایگاه بخشی از مسئله را به شیکه‌های اجتماعی اختصاص داده است.

درین سال‌های ۱۳۸۴ و ۱۳۸۵، مفهوم شیکه‌های اجتماعی به‌طور گسترده‌ای حضور اورکات، در میان کاربران ایرانی رواج پیدا کرد و رشد مشاکت در این شیکه‌ها به‌گونه‌ای بود که ارائه در مدت گوتن، پس از برزیل و آمریکا، مهم‌ترین نماینده پرکاربر در اورکات‌ها نمایند. در همان تاریخ، شاخصی منتشرسی گوگل (گرندنده اورکات) به اطلاعات شخصی، علماق، نظرات، و ارتباطات خصوصی افراد مطرح گردید. و پس از مدتی شیکه‌های دیگری مانند فیس بک، کاربران ایرانی را به سه‌سوم جوابگویی نمودند. اما ایرانیان به‌طور گسترده به سراغ شیکه‌های اجتماعی میان افراد محبوب کنترل و حتی شیکه‌های اجتماعی ایرانی تغییر مسیر دادند (روزنامه ایران، ۱۳۸۵/۱۳۸۶، ۱۵). چنانچه اکبری تار (۱۳۹۰) در مطالعه شیکه‌های اجتماعی دوره و ۲۴/۵/۱۳۹۰ اشاره می‌کند، مصاحبه شیکه‌های اجتماعی در ایران نیز نیزی نیست از نظر سایر سایت‌های دیگر پوست و با وجود فیلتر بودن برخی از این شیکه‌ها، آمار مراجعه به آنها همچنان قابل توجه است. نمونه‌های ایرانی شیکه‌های اجتماعی توسط «گلوب» در کشور ما مورد اقبال بسیار افزایش استفاده کنندگان اینترنت قرار گرفته است.

1. http://webna.ir/
2. اورکات، اپک سایت شیکه اجتماعی متعلق به گوگل است که برای استفاده کاربران جهت ایجاد ارتباطات اجتماعی و ردیابی دوستانتی پیاده طراحی شده است. نام این شیکه از ابتدا کننده آن اورکات بوکام گوگل استفاده شده است (Orkut Büyükkökten).
باوجود توجه کاربران ایرانی به شبکه‌های اجتماعی و استقبال آنها از این شبکه‌ها، ناکون
پژوهش در مورد قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی و بی‌پی‌زمینه فارسی انجام گرفته است.
پژوهش حاضر بر آن است که ابتدا با شناخت ابتدای و مولفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی، شبکه‌های فارسی را با استفاده از این موارد ارزیابی کند. بر اساس یافته‌ها و با
شناختی نقاط قوت و ضعف این شبکه‌ها، راهکارهای مناسب جهت بهبود آنها ارائه نماید.
لازم به اشاره است معیارهای بصیری، کیفیت صفحات وب، سرعت بارگذاری سایت، و سابر
معیارهای سنجش وب‌سایت‌ها در این پژوهش مدت نظر بوده است و شبکه‌ها فقط به عنوان یک
شبکه اجتماعی و براساس قابلیت‌های اختصاصی شبکه‌سازی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

2. سوالات پژوهش
1. ابعاد و مولفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی تخصصی و بی‌پی‌زمینه است؟
2. وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی و بی‌پی‌زمینه توجه به ابعاد و مولفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی چگونه است؟
3. راهکارهای مناسب برای بهبود اجتماعی شبکه‌های اجتماعی تخصصی و بی‌پی‌زمینه کدام هستند؟

3. چاجرخوب نظری پژوهش
شبکه‌های اجتماعی و وب، نسل جدیدی از امکانات وب هستند که امروز در کانون توجه کاربران اینترنت در ایران می‌باشد. این‌گونه سایت‌ها برای کسانی نشکل اجتماعات برخط فعالیت می‌کنند و در کاملاً دسترسی از کاربران اینترنت را به دارای علاقه‌ی به‌زنگی‌های مشترک هستند گزینه‌های آئورند. این‌گونه شبکه‌ها در واقع نویسی رسانه‌های اجتماعی هستند که شیوه جدیدی از برقراری ارتباط و اشتراک اطلاعات را در اینترنت امکان‌پذیر کرده‌اند. صدای میلیون‌های گزار
کاربران اینترنت عضو صدایی شیب‌های اجتماعی مختلف هستند و به‌خشن از فعالیت برخط روزنامه‌نگاران در این سایت‌ها می‌گذرد. طبق آمار ارائه‌شده توسط برایس، نمایشگر به 61/1 درصد
از کاربران وب در سراسر دنیا روزانه به شبکه‌های اجتماعی مراجعه می‌کنند. در این آمار، شبکه
اجتماعی فیس بوک به 31/9 درصد آرا برخی از تاکید شیب‌های اجتماعی لقب گرفته است

(Price 2010)

شبکه‌های اجتماعی، از نظر عملکرد، به چهار دسته کلی تقسیم‌بندی می‌شوند: ملاقات:
1. Web Social Networks
جدول ۱. فهرست ۱۵ شرکت اجتماعی پرکاربر دنیا به ترتیب عدد کاربر-شکله‌های با بیش از ۷۰ میلیون کاربر (List of social networking websites 2010)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Alexa</th>
<th>رتبه جهانی</th>
<th>کاربران لب (میلیون)</th>
<th>تاریخ آغاز فعالیت</th>
<th>توصیف و کانون نوه</th>
<th>نام</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>۱۲۷۵۵۰۷</td>
<td>۷۰۰</td>
<td>فوریه ۲۰۰۴</td>
<td>عمومی - به زبان چینی</td>
<td>Face Book</td>
</tr>
<tr>
<td>۲</td>
<td>۱۰۰۰۰۰۰۰</td>
<td>۲۰۰</td>
<td>ژانویه ۲۰۰۴</td>
<td>عمومی - به زبان چینی</td>
<td>Qzone</td>
</tr>
<tr>
<td>۳</td>
<td>۱۷۵۰۰۰۰۰</td>
<td>۱۷۵</td>
<td>ژوئیه ۲۰۰۴</td>
<td>عمومی - میکروپلاگ و خبررسانی</td>
<td>Twitter</td>
</tr>
<tr>
<td>۴</td>
<td>۸۵۳۵۰۰۰۰</td>
<td>۸۵۳۵</td>
<td>ژانویه ۲۰۰۵</td>
<td>عمومی - نوگان</td>
<td>Habbo</td>
</tr>
<tr>
<td>۵</td>
<td>۱۳۰۰۰۰۰۰</td>
<td>۱۳۰</td>
<td>آگوست ۲۰۰۳</td>
<td>عمومی - بریتانیایی</td>
<td>MySpace</td>
</tr>
<tr>
<td>۶</td>
<td>۱۱۷۰۰۰۰۰</td>
<td>۱۱۷</td>
<td>جولای ۲۰۰۵</td>
<td>عملی - به زبان انگلیسی</td>
<td>Bebo</td>
</tr>
<tr>
<td>۷</td>
<td>۲۲۴۴۴۴۴۴</td>
<td>۲۲۴۴۴۴</td>
<td>سپتامبر ۲۰۰۶</td>
<td>عمومی - به زبان روسی</td>
<td>Vkontakte</td>
</tr>
<tr>
<td>۸</td>
<td>۱۰۰۰۰۰۰۰</td>
<td>۱۰۰</td>
<td>ژانویه ۲۰۰۴</td>
<td>عمومی</td>
<td>Orkut</td>
</tr>
<tr>
<td>۹</td>
<td>۹۰۰۰۰۰۰۰</td>
<td>۹۰۰</td>
<td>دسامبر ۲۰۰۵</td>
<td>عمومی</td>
<td>Friendster</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۰</td>
<td>۸۰۰۰۰۰۰۰</td>
<td>۸۰۰</td>
<td>می ۲۰۰۳</td>
<td>عمومی - به زبان ایتالیایی</td>
<td>Badoo</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۱</td>
<td>۸۰۰۰۰۰۰۰</td>
<td>۸۰۰</td>
<td>تصویری سه بعدی</td>
<td>عمومی - به زبان انگلیسی</td>
<td>LinkedIn</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۲</td>
<td>۸۰۰۰۰۰۰۰</td>
<td>۸۰۰</td>
<td>می ۲۰۰۴</td>
<td>تجاری و شکله متصدی</td>
<td>Hi5</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۳</td>
<td>۷۰۰۰۰۰۰۰</td>
<td>۷۰۰</td>
<td>ژوئیه ۲۰۰۵</td>
<td>عمومی</td>
<td>Tagged</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۴</td>
<td>۶۳۱۰۰۰۰۰</td>
<td>۶۳۱</td>
<td>ژانویه ۲۰۰۴</td>
<td>عمومی</td>
<td>Netlog</td>
</tr>
</tbody>
</table>

دوست‌پیایی، موضوعی خاص، و دانش‌گاهی/تجاری، پژوهشگران عقیده دارند که امکان اشتراک دانش و تعاملات بین افراد در تمامی انواع شیک‌های اجتماعی وجود دارد، ولی به اطلاع بالقوه قابلیت اشتراک دانش در شیک‌های دوست‌پیایی، موضوعی خاص، و دانش‌گاهی/تجاری، به‌ویژه در دو مورد از نظر ترسیم است. نتایج این انجام شیک‌های اجتماعی موضوعی و دانش‌گاهی/تجاری می‌تواند به‌کاری‌های لازم برای تبادلات دانش را در جامعه به‌ویژه سازمان‌ها و دانش‌گاه‌ها و مراکز پژوهشی فراهم سازد. (مریزایی‌پور و عباسپور، ۱۳۸۸). با توجه به تعداد کاربران ۱۵ شرکت اجتماعی پرطرفدار دنیا (جدول ۱) میزان تأثیر گذاری این شکله‌ها به‌ویژه شرکت‌های «Facebook» و «Twitter»، به‌ویژه در مجموع دارای بیش از دو میلیارد و چهل و دو میلیون کاربر هستند. (۲۰۱۰).
لازم به اشاره است که جدول 1 برای سمت کاربران ثبت شده، به ترتیب توزیع مرتب شده است. در فهرست کامل در سایت داشتابند برخی ویژگی‌ها نمایش نمی‌شود (n.d.). در این فهرست، تعداد کاربران و رتبه کلوب آن‌ها شده است، اما برای اطلاعات سایت‌ها، (Alexa Web Information n.d.) در آن‌جاکه ناگهان در ایران پژوهشی که به‌رنگ آن را به‌عنوان در ارتباط با ارزیابی قابلیت‌های شیکه‌های اجتماعی تلقی کرد، انجام نشده است، فقط می‌توان بی‌ربط پژوهش که به موضوع کلی شیکه‌های اجتماعی یک راه‌اندازی اشاره نمود. از جمله این پژوهش‌ها، بررسی نسبت شیکه اجتماعی شکل گرفته در بین کارکنان مراکز مخابرات شیراز در اشتراک دانش است که توسط فلیجان (1388) انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که ماهیت مفروض ماموریت‌های داخل سازمان و نوع ادارات و تخصص‌ها در سازمان مخابرات شیراز، از روی منجر به این امر می‌شود که برخی کارمندان در یک بخش با کارمندان بخش دیگر هیچ ارتباطی نداشته‌باشند و خودبه‌خودی میزان تراکم ارتباطی کاسته شود. از طرف دیگر، با توجه به پژربی شیکه مورد بررسی، در واقع نیز لزومی ندارد که کارمندان با تأمین افراد سازمان در نماس باشنده و فرصت این کار نیز در عمل وجود ندارد.

1. www.cloob.com
اجتماعی شرکت و چه روابط اجتماعی برقرار می‌کنند؟ نتایج حاکی از آن بود که این شبکه‌ها
دارای هسته‌های مرکزی از روابط اجتماعی هستند.
بررسی پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد که مطالعه جنبه‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی
در ایران چندان مورد توجه نبوده و به ارزیابی شبکه‌های داخلی پرداخته نشده است.
در خارج از ایران برخی پژوهش‌ها به بررسی جنبه‌های شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. که
به مواردی از آنها اشاره می‌شود. بودن و افسانه در ایران می‌تواند موجب می‌شود بررسی
در ایران شبکه‌های اجتماعی شدکت و به روابط اجتماعی پرداخته، این مطالعات می‌تواند
به ارتقاء اقتصاد و توسعه ایران در این ارتباط باشد. به چنین بازدهی می‌تواند به
آتیف، و انفرادی اشاره به چالش‌های پیش روی شبکه‌های اجتماعی، مطالعات اجتماعی
که شبکه‌های اجتماعی را میان کنش‌پذیری، شبکه‌های تجاری (مانند استفاده از آگهی‌های تجاری و
یا دریافت حق اشتراک) مسائل مربوط به محرمانگی و همیاری افراد، و ایجاد اعتماد می‌دانند.
(Al Falahi, Atif, and Elnaifar 2010).
به طور کلی، از پیشنهاد مطرح‌شده، چنین برداشت می‌شود که پیشرفت ایران و
فاقدی‌های اینترنت، شبکه‌های اجتماعی را از قالبی پیک ایرانی تفکری و روزمره نتیجه بیه به
ایزاردی جهت تعاملات متقابل نموده است. پژوهش‌هایی که در این زمینه انجام شده است،
برخی مانند پژوهش‌های زانو و دیگران به نقش همبستگی که شبکه‌های اجتماعی در دنیای امروز ایفا
می‌نمایند، به ویژه نقش آنها در ساختار تعاملات اجتماعی، اشاره نموده‌اند (2009) و
پژوهش‌های معدودی مانند بوده ایلیون و الیسون و الیسیون، آتیف، و انفرادی به برخی ویژگی‌های مطرح
Boyd and Ellison 2007; Al-Falahi, Atif, and Elnaifar 2010
و چالش‌های شبکه‌ها بدون بیان جزئیات پرداخته‌اند. (2010).
در بررسی پیشنهاد پژوهش در ایران فقط مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی
داخلی در پژوهش‌های ایرانی (1389) مورد توجه بوده است و پژوهش‌های دیگر در این زمینه
انجام نشده است. با توجه به اینکه باید وجود روال روزافزون شبکه‌های اجتماعی، پژوهش‌های
اولین بهترین ها در این زمینه گسترده‌گی چندانی ندارد، اما با پژوهش حاضر می‌تواند به حصول اطلاعات سودمندی در مورد قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی فارسی نمایند.

4. روشهای پژوهش

در این پژوهش، از روشهای کتابخانه‌ای و ارزیابی‌های استفاده شده است. در تحقیق سیاسی واریسی مورد استفاده در پژوهش، ابتدا به بررسی مقالات و گزارش‌ها و متن‌های مرتبط پرداخته شد. سپس 10 شرکت اجتماعی برتر خارجی (فیس بوک، تی‌وی‌سی‌پس، یو‌تی‌وی، فرانس‌تو، های‌فو، ورک‌کات، پرفیپسات، زورپیا، است‌کات، های‌فو) و همچنین لاوی اسپوتن، توتی‌ر، و تِگُی بررسی گردید. علاوه بر آن، به‌وسیله 10 سوال برتر نیز که قابلیت‌های این شبکه‌ها را به‌طور مناسب و ارزیابی کرده است (Top 10 Reviews 2010)، به‌عنوان منبع دیگری برای تهیه سیاست‌های وارسی مورد استفاده قرار گرفت. علاوه بر راهنماهای موجود در شبکه‌های اجتماعی اشاره شده، از منابع داخلی این مؤسسات نیز استفاده شد. که به‌دست‌آمده منابع اسنادی را در کار کرده و ارزیابی‌های اجرایی کرده در منابع داخلی این شبکه‌ها را به‌عنوان منبع و ارزیابی کرده است. مقصود نیز جهت اطمینان از روابط ابزار، سیاست وارسی به‌عنوان تأیید برخی متخصصان حوزه شبکه‌های اجتماعی و مدیران این شبکه‌ها رسید. متخصصان نیز سیاست‌های وارسی و روابط آن را مورد تایید قرار دادند. (1) مهندس‌شرکی (2) کارشناس نرم‌افزار و مدیریت ارشد و مشاوران شبکه‌های اجتماعی (3) مهندس سلیمانی (4) کارشناس ارشد نرم‌افزار و مدیریت ارشد پیاده‌سازی شبکه اجتماعی (5) مهندس سلیمانی (6) و انجمن مدیریت ارشد نرم‌افزار و مدیریت پیاده‌سازی شبکه اجتماعی (7) مشاورین ایرانی (8) و مدیران نرم‌افزار و مدیریت پیاده‌سازی شبکه اجتماعی (9) جامعه مجازی متخصصان؛ همیند.

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، شبکه‌های اجتماعی محصل وی فارسی هستند. نام‌های شناسه‌های متخصص اقدام به شبکه‌های اجتماعی وی فارسی نموده و فقط به‌صورت پراکنده به برخی از آنها با صفحه‌وب سایت گلوب در برخی متن‌یابی اشاره‌هایی از جمله منبع (Wikipedia) و List of social networking websites (10) در نیژه‌ی در

1. Facebook (12) Myspace
2. Friendster (13) Bebo
3. Hi5 (14) 6. Orkut
4. PerfSpot (15) 9. Netlog
6. Twitter (17) 11. LinkedIn
18. info@nofa.ir
این پژوهش، شبکه‌ها با جستجو از طریق موتورهای کاوش و علاوه بر آن، سایت وی بنا به عنوان
به عنوان پایگاه خبری و سایت‌های ایران و جشنواره‌ای که به مدت سال است توسط این
سایت بر گزار می‌شود (جشنواره پرخ و وب ایران، ۱۳۸۹) شناسایی گردیده. به این ترتیب،
براساس اطلاعات به دست‌آمده، ۱۰ شبکه‌ای که به عنوان شبکه‌های اجتماعی تخصصی و بی
فارسی در این پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرند، به این شرح شناسایی شدند: شبکه کلوب،
شبکه دانشجویان و استادان ایران، سایت مرجع متصاص ایران، شبکه اجتماعی
متصاص ایران، یو، ۱۴۳، جامعه مجازی متصاصان، نوفا، ورزش، پردیس من، جامعه مجازی
کودکان و نوجوانان ایران، جامعه مجازی موسیقی ایرانیان، و جامعه مجازی ایرانیان برای
پایان دوران قدیمی، یک تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی استفاده شده است و
ترم‌های آماری مورد استفاده در تحلیل داده‌ها، نسبت ۱۶ ترم آماری است. اس. است.

۵. پاسخ‌های پژوهش

سوال اول: اعداد و مولفه‌های سنجش قابلیت‌های سنجش شکه‌های اجتماعی کدام هستند؟
در پاسخ به سوال اول پژوهش، اعداد و مولفه‌های سنجش قابلیت‌های شکه‌های اجتماعی
به دست‌آمده از مطالعات مدون و منابع، مصاحبه‌ها و نظر متصاصان و همچنین، مطالعه دقیق
قابلیت‌های ۱۰ شبکه اجتماعی برتر و موفق دنیا در جدول ۱ ارائه شده است. سایه واردی
حاینی، شام بی‌پایان اقیال از جمله پرودرای شرکتی، امین، قابلیت‌های شکه‌های اجتماعی، جستجو،
و راه‌هایی فی/ پیشگامی است و هر یک از این اعداد دارای مولفه‌هایی هستند که در جدول ۲
آورده شده‌اند.

جدول ۱: اعداد و مولفه‌های سنجش قابلیت‌های شکه‌های اجتماعی

<table>
<thead>
<tr>
<th>تفاوت</th>
<th>Profiles</th>
<th>پرونده شخصی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ورایشگری خاص درون‌مند</td>
<td>Profile editor (WYSIWYG)</td>
<td>پرونده شخصی</td>
</tr>
</tbody>
</table>
| امکان استفاده از پوست‌های طراحی شده توسط کاربر | Custom skins | شخصیت سازی پوست محیط
| امکان شخصیت سازی برای استفاده از اطلاعات شخصی | Customize code (HTML Or CSS) | شخصیت سازی کدهای شبکه |

<table>
<thead>
<tr>
<th>عنوان</th>
<th>توضیحات</th>
</tr>
</thead>
</table>
| Personalized URL | نام دام شناسی گوگل مایسپس
http://myspace.com/yourname |
| Photos | عکس‌ها |
| Max. Photo Size | حداکثر اندازه پیوست عکس |
| Post comments | درج نظر درباره پست‌ها و اعلان‌ها |
| Friends | دوستان |
| Blog / Journal | وبلاگ و دفتر وقایع روژنوند |
| Applications | موارد کاربردی و ابزارهای ارزشمند |
| Security | امنیت |
| Privacy Settings | تنظیمات حفظ سروری |
| Block Users | مشخص کردن کاربران |
| Report Spam | گزارش موارد باشگاه‌ها و هزینه‌هایی به مدیر بخش نشریه |
| Report Abuse | گزارش سوء استفاده چهارم |
| Networking Features | قابلیت‌های شبکه‌سازی |
| Chatrooms | اتصالات گفتگو |
| Instant Messaging | پیام‌رسانی نوری |
| Tags | برچسب‌های غیرمعناداری عکس‌ها، متن و...
| Bulletins | اخبارهای نویزی از اعضا و بانیان اخبار |
| Groups | گروه‌ها |
| Groups (Number of Category) | تعداد گروه‌های حذف پستی در گروه‌های خاص |
| Create a Group | ایجاد یک گروه |

1. Report Spam  
2. Report Abuse
جدول 3: ابعاد و مؤلف‌های سنجش فاصله‌های شبکه‌های اجتماعی

<table>
<thead>
<tr>
<th>سنجش فاصله‌های شبکه‌های اجتماعی</th>
<th>مجال اجتماع عمومی (فورم)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>بیمارستان‌های جهت بیماران و بیماران نتراکند</td>
<td>Forums</td>
</tr>
<tr>
<td>تابلو اطلاعات مخصوص به کاربران در قالب نامه</td>
<td>Mail</td>
</tr>
<tr>
<td>امکان تهیه انواع ویژه و اشتراک</td>
<td>Grab / Copy / Share Photos</td>
</tr>
<tr>
<td>تهیه نسخه اضافی و اشتراک</td>
<td>عکس‌ها</td>
</tr>
<tr>
<td>نسخه‌ای سطح استفاده بر روی گوشی‌های مختلف هر مسیر</td>
<td>Mobile</td>
</tr>
<tr>
<td>امکان درج آگهی‌های فروش، اجاره ...</td>
<td>Music</td>
</tr>
<tr>
<td>امکان درج آگهی‌های فروش، اجاره ...</td>
<td>Music Videos</td>
</tr>
<tr>
<td>امکان اطلاع‌رسانی و اشتراک ویژه و زنده‌ی نویسندگان ...</td>
<td>Commercial Videos</td>
</tr>
<tr>
<td>گزارش دیجیتال کارکرد وتو حاوی کتاب‌های ایرانی‌زبان</td>
<td>Personal Videos</td>
</tr>
<tr>
<td>بلاگ‌های رایگانه‌ارائه‌شده در شبکه</td>
<td>Games</td>
</tr>
<tr>
<td>آگهی‌ها</td>
<td>Classifieds</td>
</tr>
<tr>
<td>وقایع و رویدادها</td>
<td>Events</td>
</tr>
<tr>
<td>کتاب‌های</td>
<td>Books</td>
</tr>
<tr>
<td>جستجو</td>
<td>Search</td>
</tr>
<tr>
<td>تعیین</td>
<td>By name</td>
</tr>
<tr>
<td>براساس نام</td>
<td>براساس شناسایی رایانهای</td>
</tr>
<tr>
<td>جستجو براساس شناسایی رایانه</td>
<td>براساس محیط محیط ...</td>
</tr>
<tr>
<td>جستجو براساس شناسایی رایانه</td>
<td>براساس محل تحصیل و مدیری ...</td>
</tr>
<tr>
<td>جستجو براساس نهایی ...</td>
<td>براساس اطلاعات ها ...</td>
</tr>
<tr>
<td>جستجو براساس کلمات ورد ...</td>
<td>براساس کلمات ورد ...</td>
</tr>
<tr>
<td>جستجو براساس کلمات ورد ...</td>
<td>براساس کلمات ورد ...</td>
</tr>
<tr>
<td>امکان مرور کتاب‌هایی که اخبار مرور سنین داده‌اند</td>
<td>راهنمایی قبیل / پیش‌بینی</td>
</tr>
<tr>
<td>جستجو براساس جهت بیماران</td>
<td>Technical Help / Support</td>
</tr>
<tr>
<td>جستجو براساس هزینه سایت‌های</td>
<td>راهنمایی قبیل / پیش‌بینی</td>
</tr>
<tr>
<td>جستجو براساس هزینه سایت‌های</td>
<td>نشانی رایانه</td>
</tr>
<tr>
<td>جستجو براساس کلمات ورد ...</td>
<td>بررسی بیماران</td>
</tr>
</tbody>
</table>

465
سوال دوم: وضعیت شیوه‌های اجتماعی تخصصی وی‌بی‌فارسی با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های سنجش شیوه‌های اجتماعی چگونه است؟
در پاسخ به سوال دوم پژوهش، ۱۰ شکل‌های اجتماعی تخصصی وی‌بی‌فارسی با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های استخراج‌شده در سیاه وارسی مورد بررسی و سنجش قرار گرفت و تابعی حاصل از تطابق با علم کنترل قابلیت‌های این شیوه‌ها با ابعاد و مؤلفه‌های مورد نظر در جداول ۳ و ۴ نمودار ۱ نشان داده شده است.

جدول ۳: وضعیت شیوه‌های اجتماعی تخصصی وی‌بی‌فارسی بر حسب رعایت مؤلفه‌های بعد پروردگان شخصی

<table>
<thead>
<tr>
<th>شیوه‌های اجتماعی تخصصی وی‌بی‌فارسی</th>
<th>مؤلفه‌های پروردگان شخصی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Cloob</td>
<td>Doreh</td>
</tr>
<tr>
<td>☒</td>
<td>☒</td>
</tr>
<tr>
<td>☒</td>
<td>☒</td>
</tr>
<tr>
<td>☒</td>
<td>☒</td>
</tr>
<tr>
<td>☒</td>
<td>☒</td>
</tr>
<tr>
<td>☒</td>
<td>☒</td>
</tr>
<tr>
<td>☒</td>
<td>☒</td>
</tr>
<tr>
<td>☒</td>
<td>☒</td>
</tr>
<tr>
<td>☒</td>
<td>☒</td>
</tr>
<tr>
<td>☒</td>
<td>☒</td>
</tr>
<tr>
<td>☒</td>
<td>☒</td>
</tr>
</tbody>
</table>

وباسستاری پروردگان شخصی

شیوه‌سازی پوسته محیط شیوه

شیوه‌سازی کد‌گذاری شیوه

نام دامنه شخصی عدسه‌ها

جدول نزدیک‌الدیده، پایش عدس‌ها

درج نظر بر روی اعلام‌های فهرست دست‌بام

بلاگ و دفتر واقع روزه‌ان

مولد کاربردی و ابزارها

درصد ۸۸/۸۸ ۵۵/۵۵ ۴۴/۴۴ ۲۲/۲۲ ۴۴/۴۴ ۷۷/۷۷ ۵۵/۵۵ ۵۵/۵۵ ۴۴/۴۴

۴ واحده اعاده است.
در بعده بروندشه شخصی، شبکه‌های کلوب و وب‌پزشک بیشترین میزان مطاومت با مسئولیت‌ها را دارا هستند. در عین حال، قابلیت‌های ویرایشی بروندشه شخصی و فهرست دوستان، نه مسئولیت‌های بین‌دسته که در تمامی شبکه‌ها رعایت شده‌اند (جدول ۳).

جدول ۱: وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی بر حسب رعایت مسئولیت‌های بعده امیت

<table>
<thead>
<tr>
<th>شبکه‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی</th>
<th>مسئولیت‌های بعده امیت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Cloob</td>
<td>x</td>
</tr>
<tr>
<td>Doreh 24</td>
<td>x</td>
</tr>
<tr>
<td>Internet</td>
<td>x</td>
</tr>
<tr>
<td>Webzzz</td>
<td>x</td>
</tr>
<tr>
<td>Mypardis</td>
<td>x</td>
</tr>
<tr>
<td>IEK</td>
<td>x</td>
</tr>
<tr>
<td>Noteshang</td>
<td>x</td>
</tr>
<tr>
<td>Iran20</td>
<td>x</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| تنظیمات حقوق دسترسی | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| محدود کردن کاربران | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| گزارش موارد نااکام/_ه و هرزنده | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| گزارش سوء استفاده | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| پیمان‌کشی امیتی | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| درصد | 100 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |

در بررسی بعده امیت، مشاهده شد که شبکه‌های کلوب و وب‌پزشک مطمئن ۱۰۰ درصد با مسئولیت‌های بی‌بی دارا هستند. در عین حال، از بین مسئولیت‌های بعده امیت، گزارش سوء استفاده‌ها تطهیش مورد اشتیاق که در تمامی شبکه‌ها پایه‌سازی شده است (جدول ۴).
جدول 5. وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی ویی فارسی بر حسب رعایت مولفه‌های بعد شبکه‌سازی

<table>
<thead>
<tr>
<th>شبکه‌های اجتماعی تخصصی ویی فارسی</th>
<th>مولفه‌های بعد شبکه‌سازی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Cloob</td>
<td>Doreh</td>
</tr>
<tr>
<td>انتقال های گفتگو</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>پیام‌سنجی فوری</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>برجسپری</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>آگاهی‌گیری و تابلوی اعلامات</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>گره‌ها</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>نقشه‌برداری</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>استانداردهای</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>قابل پیش‌بینی</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>ایجاد یک گره‌ها</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>محل اجتماع عموم</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>(فوروم)</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>نامه‌ای الکترونیک</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>تهیه نسخه اضافی، اشتراک عکس‌ها</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>تلفن همراه</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>موسیقی</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>نامه‌گذاری</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>ویدئوهای تبلیغاتی</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>ویدئوهای شخصی</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>پارتی‌ها</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>آلبوم‌ها و درخواست‌آلبوم</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>وقایع و ویدئو‌ها</td>
<td>×</td>
</tr>
<tr>
<td>کتاب‌ها و کتابخانه</td>
<td>×</td>
</tr>
</tbody>
</table>

در بعده شیک های اجتماعی، شیکه «کلب» به‌شیرین میزان متقابل با مولفه‌ها را دارد. در عین حال، مولفه‌های «آگاهی‌ناپذیری و تقابل اعلامات»، «گروه‌ها»، «یادگیری گروه» و «نامه الکترونیک» موردی هستند که در تمامی شیک‌ها پایدارسازی شده است (جدول ۵).

جدول ۶: وضعیت شیک‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی در بسط رقابت مولفه‌های بعده جستجو

<table>
<thead>
<tr>
<th>شیک‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی</th>
<th>مولفه‌های بعده جستجو</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Cloob</td>
<td>Doreh</td>
</tr>
<tr>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
</tr>
<tr>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
</tr>
<tr>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
</tr>
<tr>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
</tr>
<tr>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
</tr>
</tbody>
</table>

در بعده جستجو، نتایج نشان می‌دهد، شیکه «کلب» به‌شیرین میزان متقابل با مولفه‌ها را دارد. در بین مولفه‌های بعده جستجو، «جستجو براساس نام» تنها موردی است که در تمامی شیک‌ها پایدارسازی شده است (جدول ۶).

جدول ۷: وضعیت شیک‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی در بسط رقابت مولفه‌های بعده راهنمایی فنی

<table>
<thead>
<tr>
<th>شیک‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی</th>
<th>مولفه‌های بعده</th>
<th>راهنمایی فنی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Cloob</td>
<td>Doreh</td>
<td>U24</td>
</tr>
<tr>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
</tr>
<tr>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
</tr>
<tr>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
</tr>
<tr>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
</tr>
<tr>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
<td>⬤</td>
</tr>
</tbody>
</table>

درصد

469
در بررسی بعین پنجم، به‌عنوان «rahnamai fi» مشخص شد که شیکه «کلوب» در کنار شیکه «منتخبان» ایران ۱۰۰ درصد با مولفه‌های مورد سنجش مطابقت دارد. در این بعین رایانه‌ای پشتبانی‌ی هن و موردی است که در تمامی شیکه‌ها پاده‌سازی شده است (جدول ۷).

جدول ۸ وضعیت شیکه‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی برحسب مطابقت با هر یک از اعداد

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص</th>
<th>Cloob</th>
<th>Doreh</th>
<th>U24</th>
<th>IreneXpert</th>
<th>Nofa</th>
<th>Webzzz</th>
<th>Mypardis</th>
<th>IEK</th>
<th>Noteahang</th>
<th>Iran20</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>پرونده شخصی</td>
<td>۷۷/۴۲</td>
<td>۷۷/۴۲</td>
<td>۷۷/۴۲</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۶۸/۵۸</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۶۸/۵۸</td>
</tr>
<tr>
<td>امتی</td>
<td>۸۵/۷۱</td>
<td>۷۱/۴۲</td>
<td>۸۵/۷۱</td>
<td>۵۸/۷۱</td>
<td>۶۲/۴۵</td>
<td>۶۲/۴۵</td>
<td>۶۲/۴۵</td>
<td>۶۲/۴۵</td>
<td>۶۲/۴۵</td>
<td>۶۲/۴۵</td>
</tr>
<tr>
<td>قابلیت‌های شبکه‌سازی</td>
<td>۷۷/۴۲</td>
<td>۷۷/۴۲</td>
<td>۷۷/۴۲</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۶۸/۵۸</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۶۸/۵۸</td>
</tr>
<tr>
<td>پشتبانی</td>
<td>۶۷/۵۱</td>
<td>۶۷/۵۱</td>
<td>۶۷/۵۱</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۶۸/۵۸</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۶۸/۵۸</td>
</tr>
<tr>
<td>درصد کل</td>
<td>۶۷/۵۱</td>
<td>۶۷/۵۱</td>
<td>۶۷/۵۱</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۶۸/۵۸</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۵۵/۵۵</td>
<td>۶۸/۵۸</td>
</tr>
</tbody>
</table>

در بررسی شیکه‌ها با توجه به کل اعداد و ۴۴ مولفه‌های مورد بررسی چنان که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، شیکه «کلوب» با رایانه‌ای ۹۱/۴۶ درصد ابعاد و مولفه‌ها، پیشتبینی میزان رعایت و شیکه «نوفرام» با ۴۳/۴۲ درصد، کمترین میزان رعایت را داشته است. نمودار ۱ نشان می‌دهد. به‌دست آمده از بررسی وضعیت شیکه‌های داخلی و رتبه‌بندی کلی آن‌ها را را را از چپ به راست نشان می‌دهد.
نمودار 1. توزیع درصد فراوانی هزاران تطابق قابلیت‌های شیکه‌های داخلی با اجاع و مول poate‌های شیکه

نتیجه‌گیری
بررسی وضعیت شیکه‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی با در نظر گرفتن 44 مؤلفه مورد بررسی نشان داد که شیکه کلوب ۲/۲۶ درصد، شیکه متخصصان ایران ۴/۷۵ درصد، شیکه دوره ۵/۵۴ درصد، شیکه ویژه‌زه ۶/۲۶ درصد، شیکه پو (۲۰) درصد، شیکه پو (۲۰) درصد، شیکه پو (۲۰) درصد، شیکه‌های مجازی کودک و نوجوان ۲/۲۶ درصد و شیکه تفاوت ۳۵/۶۴ درصد با مؤلفه‌های مورد نظر متقلت دارند.

به چنانکه مشاهده می‌شود، ۸ مورد از ۱۰ شیکه مورد بررسی، بیش از ۶۰ درصد میزان راهکارهایی را رعایت کرده‌اند و در مجموع، از کیفیت قابل قبولی در ارائه خدمات پرهمت هستند. با این حال، برخی از مؤلفه‌ها مانند موارد کاربردی و ابزارهای برجسته‌های کاربردی و ابزارهای اجتماعی هنگامی در سایر از شیکه‌های مورد بررسی به‌جای نمی‌آیند. توجه به کلیات اجتماعی راهکارهایی باید به‌هم‌سازی قابلیت‌های شیکه‌های اجتماعی وی فارسی در ادامه مطرح می‌شود.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر و با در نظر گرفتن امکانات و قابلیت‌های لازم برای شیکه‌های اجتماعی، راهکار مناسب برای شیکه‌های اجتماعی تخصصی وی فارسی، رعایت تمام مواردی است که در سیاهه پژوهش حاضر مورد اشاره قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش
حااضر که حاکی از مطابقت بیش از ۵۰ درصد در ۸ شبکه از ۱۰ شبکه مورد بررسی با قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی بود، نشان داد که شبکه‌های مورد بررسی در پیروه حااضر که از نرم‌افزارهای طراحی‌شده احترام باشند، اجابة شبکه‌های اجتماعی بستگی دارند، از قابلیت‌های لازم در حالت بالاتر از متوسط برخورد می‌باشند. با توجه به این باتبیه، می‌توان نتیجه گرفت که در حال حاضر ابزارها و امکانات فراوانی در برای اجابة شبکه‌های اجتماعی به صورت پیش‌فرض و با ساختار کد بار در اینترنت وجود است (به عنوان مثال: ابزار بلاگ ترویکس، ابزار ایجاد شبکه اجتماعی)، باید پرس (ابزار که باز اجابة شبکه اجتماعی و سوشیال انجین) ابزار ایجاد شبکه اجتماعی با ساختار و زیربانی مناسب که توسط خود متخصصان از اینجا تحلیل و طراحی شده باشد، می‌تواند اقدام مناسبی در نظر گرفته شود. اما در هنگام راستا، متخصصان باید در این‌دی‌اى امر را، به هدف گذاری مشخص، نوع جامعه، میزان تخمینی حجم جامعه مخاطب، ابزارها و امکانات و برنامه‌های توزیع خود را بر آورد و بر این اساس، ابزار مناسب نرم‌افزاری و ساختاری مد نظر انتخاب نمایند. در مراحل رشد و توسعه شبکه با مشکل‌های مرحله نشانیده. همچنین، ابزار از امکانات و قابلیت‌های محیط و پرطرفدار در این شبکه‌ها نیز رعایت سادگی در استفاده از این امکانات، به رشد و توسعه شبکه کمک شایانی می‌نماید.

به طور کلی، شبکه‌های اجتماعی باید توجه ویژه به ابزار و مؤلفه‌های زیر داشته باشند که

- «برونده شرکت:» الزامی برای شخصی سازی پوسته یا کدگذاری شبکه وجود ندارد، اما فضای وربراتوری برنا بر شخصی، امکان درج عکس و اطلاعات کامل شخصی، شغلی و تحصیلی و همچنین، وجود نشانی یکتا در مسر شبکه جهت اطلاعرسانی به بی‌گران حائز اهمیت است. طبق نظر پژوهش (مندرج در جدول ۳) تعدادی به ۹۰ درصد شبکه‌ها داخلی به بحث شخصی سازی پوسته می‌پذیرند و شخصی سازی کدگذاری توجه می‌شود.

- فهرست دوستان: این قابلیت، جزء جداول نیز ظاهر یک شبکه را از نموده‌های مرتبط می‌تواند مورد مطالعه بیشتر بهبود یابد. مهمترین مشخصه این شبکه‌ها از نموده‌های مثالی مانند گروه‌های بی‌خان‌نشته یا میکروباگ‌هاست. اضافه نمودن امکان نمایش دوستان مشترک در بخش فهرست

2. Buddypress: http://buddypress.org/
3. Social Engine: http://www.socialengine.net/
دوستان نیز قابلیت است که افزایش آن با شکفه می‌تواند در بیشینه‌سازی آن سودمند باشد. در حال حاضر (در زمان انجام این پژوهش)، هیچ یک از شکفه‌های مورد بررسی این امکان را فعال نکرده بود.

- بلاگ و دفتر وصیع روزانه: وجود این قابلیت به کمک خدمت شکفه کمک فراوان و کاربر را از استفاده از وب‌گاه‌های خارج از محیط شکفه بهره‌مند می‌نماید. فقط ۵۰ درصد شکفه‌های مورد بررسی این جنبه را رعایت کرده‌اند، در حالی که پیش‌سازی این امکان نفس‌سازی در ابزار علاقه‌مند کاربران به شکفه‌های اجتماعی دارد.

- موارد کاربردی و ابزارهای وجود این امکانات در شکفه اجتماعی به عنوان مختلف اعم از تفکری و علمی و تبیین، ابزار علائم و انجیره می‌نمایند. در این زمینه، در بررسی نمونه‌های خارجی، فیسبوک به عنوان موقعیت‌برنده اجتماعی در سطح دنیا بخش بزرگی از پیشرفت خود را می‌پذیرد ابزارها و امکانات پیاده‌سازی انواع برنامه‌ها در محیط عملیاتی شکفه خود می‌دانند. در حقیقت، کاربران می‌توانند با استفاده از ابزارهای موجود در خود این شکفه، موارد کاربردی و ابزارهای مانند آزمون‌ها و نظرسنجی‌ها، بازی‌ها، و ترم‌افزارهای میز کار مانند تشکیل را به‌سادگی مورد استفاده قرار دهند. براساس یافته‌ها، ۹۰ درصد شکفه‌های دایرکت مورد بررسی به این امکان توجهی نکرده‌اند، در حالی که به عنوان یک راهکار ویژه، استفاده از این امکان بسیار توصیه می‌شود.

امینی: از مهم‌ترین امکاناتی است که یک شکفه موفق یاد بتواند به‌طور کامل از آن برخوردی باشد. تظیمات حقوق دسترسی به منظور گرفتن‌های تغییرات سطح و سایر کاربران به‌طور مستقیم به کاربران جهت ورود به محیط شخصی کاربر از همه فراوانی برخوردی است. با استفاده از این امکان می‌توان مشخص نمود چه افرادی با چه سطح دسترسی به چه بخش‌های از اطلاعات کاربر دسترسی داشته باشند.

در سطح مصدود کردن کاربران نیز باید این امکان وجود داشته باشد تا کاربری که به هر نحوی ایجاد مزاحمت نموده با یک قابل اعتقاد است، به عنوان کاربر خطاط کار به شکفه معرفی گردد. گزارش موارد ناخواسته و هرگونه نیز به کاربر این امکان را می‌دهد خود را از مزاحمت اطلاعات ناخواسته و نتایج کاربران به‌طور خلاص‌نمایی بیان کند. نکته ایمنی در یک شکفه ایمن‌الآل به کاربر کمک می‌نماید تا در صورت عدم اطلاع از توانمندی‌های شکفه در ام‌سازی محیط کاری خود از این امکانات مطلع و به‌پهلوین نحوه راهنمایی شود. در این
پژوهش مشخص شد ۶۰ درصد شیکه‌های مورد بررسی، به‌طور تقریبی حقوق دسترسی را رعایت نموده‌اند و این نتایج نشان دهنده این بود که تعدادی از این امکانات به‌هیله‌ی طرح‌های مختلف ممکن است بهترین شکل ممکن مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

قابلیت‌های شیکه‌سازی امکانات این بهنوع مناسب مورد استفاده قرار گیرد. بر اعتبار و مجدبیت شیکه می‌اندازد. انتقال‌های گفتگو، در صورت استفاده صحیح کاربران نیاز فراوانی در اشتراک و تبادل اطلاعات دارد. میزان رعایت قابلیت‌های شیکه‌سازی در بین ۱۰ شیکه مورد بررسی در این پژوهش، با توجه به داده‌های مربوط در جدول ۸ فقیح در ۶۰ درصد بالاتر است.

وجود کتابخانه‌ای امکان اشتراک کتاب‌ها و مقالات الکترونیک از قابلیت‌های کاربردی در شیکه‌های اجتماعی محصول می‌شود. در کشور ما بی‌دلیل مشکلات دسترسی به برخی از پایگاه‌های معتبر علمی و نیز رایگان نیز سن بسیاری از این امکانات، وجود کتابخانه‌ی دیجیتال و امکان اشتراک کتاب و مقاله برای کاربران، بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد. ۷۰ درصد شیکه‌های مورد بررسی فاقد این امکانات هستند.

برچسب‌ها در دنیای شلوغ شیکه‌های اجتماعی نقش پرداختن در پیش‌بینی اطلاعات مورد نظر ایفا می‌کنند. این امکانات بخصوصاً در آن برخورد باشد.

۸۰ درصد شیکه‌های مورد بررسی این قابلیت را رعایت نکرده‌اند.

در مورد امکانات انتقال همخوانی از انجایی به‌اهمیت انتقال همخوانی اجتماعی معتبر، دنبال نسخه مخصوص تلفن همخوانی را با کیفیت مناسب و با حجم قابل اجرا بر روی تلفن همخوانی نیمه‌نمونه‌ای نام‌داند. نام‌دان‌های ۶۰ درصد شیکه‌ها امکانات مربوط به تلفن همخوانی را پیدا کرده‌اند. به نظر می‌رسد با توجه به گستردگی استفاده از تلفن همخوانی و امکان حمل و دسترسی بسیار ساده به این افزوده‌های موجود است که نسخه مربوط به تلفن همخوانی را نیز در اختیار کاربران خود قرار دهد. ابتدا با توجه به محدودیت سختی به اینترنت، طریق شیکه‌های مخلوط و عدم وجود شیکه‌های بی‌سیم جهت دسترسی به اینترنت، برخی شیکه‌های داخلی جداگانه ساخته کرده‌اند. این امکانات به‌کاربران این می‌دهند اطلاعات مورد نظر را در قالب آگاهی سانسوری جاری و یا پیام‌رسانی فوری از طریق ارسال برای پایگاه تلفنی شیکه ارسال و از این طریق، متن خود را بر روی صفحه شخصی خود
سنجد گروهی مناسب برای جستجوی یک شبکه اجتماعی اگرست که در آن کاربر امکان انجام جستجوی ساده و تخصصی را داشته باشد. در این جستجو، کاربر باید یک جواب صحیح در شبکه موجود است. این اعمال از کاربران و دستاکنده، گروه‌ها، روبودها و ماناب را در این اجتماعی اطلاعاتی ویژه‌های اطلاعاتی منبع جستجو نماید. امکان مورور کاربرانی که عضو نیستند، قابلیتی است که کاربر امکان می‌دهد به‌روش کاربران در عضویت در سایت با کاربران موجود در سایت و بخش محدودی از اطلاعات آن‌ها شود. این امکانات می‌تواند کمک زیادی به‌کاربر در تصمیم‌گیری جهت عضویت در شبکه نماید. ۴ نمونه از پرطرفدار ترین انواع جستجو (شامل: جستجو براساس نام رایانه، براساس نام محل تحمیل، براساس علائم، مشخصه‌ها و مرور بدون عضویت) در شهرهای اجتماعی به‌طور دینامیک: فردیت با، لینک‌ها، منابع، سایت‌ها، اورکان، و فردیت را تعریف می‌کند. فقط ۴۰ درصد شهرهای مورد بررسی ذکری داشتند. در ساخت آن‌ها بکار رفته است. پیشنهاد می‌گردد شبکه‌های داخلی آزاد این قابلیت‌ها را به‌امکانات جستجوی خود در برنامه‌های آنی خود لاحظ نمایند.

راهنمایی فنی و پیشینی: شبکه ایده آل شهرهای است که همواره با‌سخگویی کاربران در جهت حل مشکلات فنی باشد. وجود پیش‌بان اس‌پروت رایانه‌ای، تلفنی، یا برخی مشکلات فنی را نشان دهند. وجود پیش‌بان به کاربران در استفاده از امکانات شبکه با در زمان بروز مشکل کمک نماید. همچنین، با کمک پریش و پاسخ‌های مشابه در یک شبکه سیاپی از سوالات و مشکلاتی که مدل نظر کاربران است، باعث می‌شود. وجود پیش‌بان به کاربران در زمان موارد فنی و پیشینی نیز سبب می‌شود کاربران با کمک گرفتن از تجربیات یکدیگر نیازهای خود را رفع نمایند. این امکانات می‌تواند نشان دهد که از كاری نیم پیشینی شبکه را نیز
کاوش دهد. در حال حاضر، ۴۰ درصد شبکه‌های مورد پرسی امکان پرست و پاسخ‌های منداول را در سایت خود فراهم نموده و امکان فورورنیم کاوریان فقط در ۲۰ درصد این شبکه‌ها پایدار می‌باشد. در حالی که انتظار می‌رود به‌منظور رفع نیاز کاوریان این موارد به‌طور قطع در یک شبکه موفق و جدی راه‌حل یافته باشد.

dر پایان، در پاسخ به سؤال سوم پژوهش می‌توان گفت راهکار پیشنهادی و قابل‌تحلیلی یک شبکه اجتماعی با خصوصیات منفرشی چه جهت استفاده در کشور ما شبکه‌ای است که تولید به نسبت توان و اهداف خود، ترکیبی از موارد پیش‌برد در حالی را در بهترین کیفیت ارائه نماید.

۷ ملاحظات


آگری‌نیکار، علی‌اکبر. ۱۳۹۰. مطالعه شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی دووه و بیو2. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.


جشنواره وب‌سایت‌های ایران، پایگاه خبری و وب‌سایت‌های ایران و وب. (دسترسی در: http://irannewspaper.com) (۱۳۸۸/۱۱/۲۱).

فلیچ، عصمت. ۱۳۸۸. استفاده از شبکه اجتماعی به‌منظور اشتراک دانش و مدیریت دانش. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه شیراز.

مرادی، شیما. ۱۳۸۸. بررسی نقش سیستم‌های وبگی در مدیریت دانش. در مدیریت دانش و علوم اطلاعات: پیوندها و برهم‌گسترش. نشر کتاب‌دار.

میرزایی، مهدیه، جواد عابدی‌پور. ۱۳۸۸. شبکه‌های اجتماعی وب و اشتراک دانش. در مدیریت دانش و علوم اطلاعات: پیوندها و برهم‌گسترش. نشر کتاب‌دار.


Alexa Web Information Companay, Site Information for cloob.com.


Evaluation of Persian Professional Web Social Networks' Features, to Provide a Suitable Solution for Optimization of These Networks in Iran

Nadjla Hariri*
Associate Professor in Knowledge and Information Science, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Amir Mahdi Anbari1
Master in Knowledge and Information Science, Executive manager, Pars Azaraksh co.

Abstract: This study aimed to determine the status of Persian professional web social networks' features and provide a suitable solution for optimization of these networks in Iran. The research methods were library research and evaluative method, and study population consisted of 10 Persian professional web social networks. In this study, for data collection, a check list of social networks important tools and features was used. According to the results, “Cloob”, “IR Experts” and “Doreh” were the most compatible networks with the criteria of social networks. Finally, some solutions were presented for optimization of capabilities of Persian professional web social networks.

Keywords: social networks, Persian professional web social networks, Web 2.0, Internet

*Corresponding author: nadjlahariri@gmail.com
1. amirmehdi.anbari@gmail.com