

سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی و ارائه راهکارهای مناسب برای بهینه‌سازی این شبکه‌ها در ایران

نجلا حریری*

دانشیار،

گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی،

واحد علوم و تحقیقات تهران

کارشناس ارشد،

امیرمهدی عنبری^۱

علم اطلاعات و دانش‌شناسی، مدیر اجرایی، شرکت پارس آذرخش

دریافت: ۱۳۹۰/۰۴/۲۵ | پذیرش: ۱۳۹۰/۰۷/۱۹

فصلنامه علمی پژوهشی
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
شاپا(چاپی) ۸۲۲۳-۲۲۵۱
شاپا(الکترونیکی) ۸۲۳۱-۲۲۵۱
نمایه در SCOPUS، LISA و ISC
<http://jipm.irandoc.ac.ir>
دوره ۲۸ | شماره ۲ | صص ۴۵۵-۴۷۷
زمستان ۱۳۹۱

نوع مقاله: پژوهشی

- *nadjlahariri@gmail.com
1. amirmehdi.anbari@gmail.com
2. <http://cloob.com>
3. <http://irexpert.ir>
4. <http://doreh.ir>

چکیده: این پژوهش با هدف سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی و ارائه راهکارهای مناسب برای بهینه‌سازی آنها به اجرا درآمده است. روش پژوهش، کتابخانه‌ای و ارزیابانه بوده و جامعه پژوهش شامل ۱۰ شبکه اجتماعی تخصصی وبی فارسی بوده است. ابزار گردآوری داده‌ها، سیاهه واری شامل مهم‌ترین ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی است که براساس مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی شبکه‌های اجتماعی موفق خارجی و مصاحبه با متخصصان تهیه شده است. قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی با توجه به پنج بُعد اصلی شامل پرونده شخصی، امنیت، قابلیت‌های شبکه‌سازی، جستجو، و راهنمای فنی - پشتیبانی و ۴۴ مؤلفه مربوط، بررسی گردید و براساس یافته‌ها مشخص شد که شبکه‌های کلوب^۲، متخصصان ایران^۳، و دوره^۴ به ترتیب بیشترین میزان مطابقت را با ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های یک شبکه اجتماعی دارا هستند. در پایان، با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های سیاهه واری و سایر یافته‌های پژوهش، راهکارهایی برای بهینه‌سازی قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی، ارائه گردید.

کلیدواژه‌ها: شبکه اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی، قابلیت‌های شبکه اجتماعی، وب ۲/۰، اینترنت

۱. مقدمه و بیان مسأله

ویژگی بارز تحول فناورانه^۱ کنونی، علاوه بر افزایش میزان محوریت دانش و اطلاعات، کاربرد فناوری در تولید، پردازش، و انتقال اطلاعات در یک چرخه بازخورد فزاینده میان نوآوری و کاربردهای نوآوری است. انتشار گسترده و آسان اطلاعات در بستر فناوری امروز، کاربران را قادر به تصرف و بازتعریف آن می‌نماید، سبب تقویت بی‌وقفه قدرت دانش و اطلاعات می‌شود. فناوری‌های جدید اطلاعات، نه فقط ابزارهایی برای کاربرد، بلکه فرایندهایی هستند که مستلزم بسط و توسعه‌اند. در این فرایندهای اطلاعاتی، کاربر و پدیدآورنده ممکن است هر دو یکی باشند و به این ترتیب، کاربران می‌توانند کنترل فناوری را به‌دست بگیرند و این همان اتفاقی است که در مورد اینترنت روی داده است. تبادل اطلاعات علمی و تخصصی میان افراد جامعه با هدف ایجاد پیوند میان توانمندی‌های ذهنی متخصصان و فراهم آوردن امکان بهره‌گیری از خرد جمعی، به‌طور بالقوه ظرفیت تولید دانش را افزایش می‌دهد. گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی^۲ که امکان دستیابی به نحوه جدیدی از برقراری ارتباط و به اشتراک گذاری محتوی^۳ را در اینترنت فراهم آورده‌اند، شبکه‌های اجتماعی وبی هستند.

شبکه‌های اجتماعی وبی در طی دهه گذشته با گسترش سریع وب ۲/۰ رواج زیادی در بین کاربران پیدا کرده است و میلیون‌ها نفر در این شبکه‌ها عضویت یافته‌اند (Al Falahi, Atif, and Elnaiffar 2010). چنانکه هامپتون و دیگران گزارش کرده‌اند، این شبکه‌ها به‌سرعت در بین مخاطبان خود جای باز نموده‌اند و امروزه به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بیشتر کاربران خود بدل گشته‌اند. تعداد استفاده‌کنندگان شبکه‌های اجتماعی بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ نزدیک به دو برابر شده است و جمعیت کاربران این شبکه‌ها به‌سرعت در حال افزایش است. ۷۹ درصد بزرگسالان آمریکایی از اینترنت استفاده می‌کنند که در این، بین به‌تقریب نیمی از بزرگسالان (۴۷ درصد) و یا ۵۹ درصد از استفاده‌کنندگان اینترنت دست‌کم در یک شبکه اجتماعی عضویت دارند. این عدد نزدیک به دو برابر رقمی است که در سال ۲۰۰۸ برای این کاربران اعلام شده بود. در این بین، میانگین سنی کاربران نیز از ۳۳ سال در سال ۲۰۰۸ به ۳۸ سال در سال ۲۰۱۰ تغییر یافته است. نزدیک به ۵۶ درصد این کاربران را زنان تشکیل می‌دهند و ۹۲ درصد کاربران عضو شبکه فیس‌بوک هستند (Hampton et al. 2011).

چنانکه هیلستروم بیان می‌کند، پیشرفت در فناوری اطلاعات راه و روش انسان را در ثبت و ضبط تاریخ تغییر داده است؛ این تغییر بر نحوه تعامل افراد با یکدیگر نیز تأثیر گذار بوده است.

1. Technologic

2. social media

3. content sharing

شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین این ابزارها، با قابلیت‌ها و امکانات خود نه تنها تأثیر عمیقی بر جنبه‌های اجتماعی کاربران در جوامع گوناگون گذارده، بلکه در زمینه‌های مختلف به‌عنوان مثال، آموزش و پرورش، پزشکی، تجارت، و قانون، کاربرد فراوان یافته است. به‌منظور حرکت بهتر در این جهان وابسته به اطلاعات، بررسی ماهیت، نحوه فعالیت، ابزارها، و همچنین مسائل اخلاقی و فرهنگی و اجتماعی مربوط به شبکه‌های اجتماعی، امری ضروری است (Hillstrom 2009).

در ایران، ایجاد شبکه‌های اجتماعی طی سال‌های اخیر رشد چشم‌گیری داشته است. به‌ویژه در عرصه مباحث تخصصی، گروه‌های بحث و سایت‌های متفاوتی با اهداف گوناگون - به‌خصوص اشتراک دانش و اطلاعات تخصصی علمی و تجاری - به‌وجود آمده‌اند، به‌طوری که وبنا^۱، پایگاه خبری وب‌سایت‌های ایران، از سال ۱۳۸۶ تا سال ۱۳۹۰ سه بار اقدام به برگزاری جشنواره برخط وب‌سایت‌های ایران نموده است. این پایگاه بخشی از مسابقه را به شبکه‌های اجتماعی اختصاص داده است.

در بین سال‌های ۱۳۸۴ و ۱۳۸۵، مفهوم شبکه‌های اجتماعی به‌طور گسترده با حضور اورکات^۲ در میان کاربران ایرانی رواج پیدا کرد و رشد مشارکت در این شبکه‌ها به‌گونه‌ای بود که ایران در مدت کوتاهی، پس از برزیل و آمریکا، سومین کشور پرکاربر در اورکات شد. در همان تاریخ، شایعاتی مبنی بر دسترسی گوگل (گرداننده اورکات) به اطلاعات شخصی، علائق، نظرات، و ارتباطات خصوصی افراد مطرح گردید و پس از مدتی شبکه‌های دیگری، مانند فیس‌بوک، کاربران ایرانی را به‌سمت خود جذب نمودند. اما، ایرانیان به‌تدریج به سراغ شبکه‌های اجتماعی با میزان محبوبیت کمتر و حتی شبکه‌های اجتماعی ایرانی تغییر مسیر دادند (روزنامه ایران ۱۳۸۷/۹/۵، ۱۵). چنانکه اکبری‌تبار (۱۳۹۰) در مطالعه شبکه‌های اجتماعی دوره U24 اشاره می‌کند، جذابیت شبکه‌های اجتماعی در ایران نیز بیشتر از بسیاری سایت‌های دیگر بوده و با وجود فیلتر بودن برخی از این شبکه‌ها، آمار مراجعه به آنها همچنان قابل توجه است. نمونه‌های ایرانی شبکه‌های اجتماعی نظیر «کلوب» در کشور ما مورد اقبال بسیار افراد استفاده‌کنندگان اینترنت قرار گرفته است.

۱. <http://webna.ir/>

۲. اورکات (Orkut) یک سایت شبکه اجتماعی متعلق به گوگل است که برای استفاده کاربران جهت ایجاد ارتباطات اجتماعی و ردیابی دوستان قدیم طراحی شده است. نام این شبکه از ابداع‌کننده آن اورکات بویوک‌کوکتن (Orkut Büyükkökten) گرفته شده است (Orkut n.d.).

باوجود توجه کاربران ایرانی به شبکه‌های اجتماعی و استقبال آنها از این شبکه‌ها، تاکنون پژوهشی در مورد قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی وبی تخصصی فارسی انجام نگرفته است. پژوهش حاضر بر آن است که ابتدا با شناخت ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی، شبکه‌های فارسی را با استفاده از این معیارها ارزیابی کند. براساس یافته‌ها و با شناسایی نقاط قوت و ضعف این شبکه‌ها، راهکارهای مناسبی جهت بهینه‌سازی آنها ارائه نماید. لازم به اشاره است معیارهای بصری، کیفیت صفحات وب، سرعت بارگذاری سایت، و سایر معیارهای سنجش وب‌سایت‌ها در این پژوهش مد نظر نبوده است و شبکه‌ها فقط به‌عنوان یک شبکه اجتماعی و براساس قابلیت‌های اختصاصی شبکه‌سازی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

۲. سؤالات پژوهش

۱. ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی کدام هستند؟
۲. وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی چگونه است؟
۳. راهکارهای مناسب برای بهینه‌سازی شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی کدام هستند؟

۳. چارچوب نظری پژوهش

شبکه‌های اجتماعی وب^۱، نسل جدیدی از امکانات وب هستند که امروزه در کانون توجه کاربران اینترنت قرار گرفته‌اند. این گونه سایت‌ها بر مبنای تشکیل اجتماعات برخط فعالیت می‌کنند و هر کدام دسته‌ای از کاربران اینترنت را که دارای علائق یا ویژگی‌های مشترک هستند گرد هم می‌آورند. این گونه شبکه‌ها در واقع نوعی رسانه اجتماعی هستند که شیوه جدیدی از برقراری ارتباط و اشتراک اطلاعات را در اینترنت امکان‌پذیر کرده‌اند. صدها میلیون نفر از کاربران اینترنت عضو صدها شبکه اجتماعی مختلف هستند و بخشی از فعالیت برخط روزانه‌شان در این سایت‌ها می‌گذرد. طبق آمار ارائه شده توسط پرایس، نزدیک به ۶۱/۱ درصد از کاربران وب در سراسر دنیا روزانه به شبکه‌های اجتماعی مراجعه می‌کنند. در این آمار، شبکه اجتماعی فیس‌بوک با ۳۱/۹ درصد آرا، پرمخاطب‌ترین شبکه اجتماعی لقب گرفته است (Price 2010).

شبکه‌های اجتماعی، از نظر عملکرد، به چهار دسته کلی تقسیم‌بندی می‌شوند: ملاقات،

1. Web Social Networks

دوست‌یابی، موضوعی خاص، و دانشگاهی/تجاری. پژوهشگران عقیده دارند که امکان اشتراک دانش و تعاملات بین افراد در تمامی انواع شبکه‌های اجتماعی وجود دارد، ولی به‌طور بالقوه قابلیت اشتراک دانش در شبکه‌های دوست‌یابی، موضوعی خاص، و دانشگاهی/تجاری، به‌ویژه در دو مورد اخیر بیشتر است. بنابراین ایجاد شبکه‌های اجتماعی موضوعی و دانشگاهی/تجاری می‌تواند هر چه بیشتر زمینه لازم برای تبادلات دانش را در جامعه به‌ویژه سازمان‌ها و دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی فراهم سازد (میرزاییگی و عباسپور ۱۳۸۸). با نگاهی به تعداد کاربران ۱۵ شبکه اجتماعی پرطرفدار دنیا (جدول ۱)، میزان تأثیرگذاری این شبکه‌ها به‌راحتی مشاهده می‌شود. این شبکه‌ها در مجموع دارای بیش از دو میلیارد و سیصد و سی و پنج میلیون کاربر هستند (List of social networking websites 2010).

جدول ۱. فهرست ۱۵ شبکه اجتماعی پرکاربر دنیا به‌ترتیب تعداد کاربر - شبکه‌های با بیش از ۷۰ میلیون کاربر
(List of social networking websites 2010)

نام	توصیف و کانون توجه	تاریخ آغاز فعالیت	کاربران ثبت شده (میلیون)	رتبه جهانی Alexa
Face Book	عمومی	فوریه ۲۰۰۴	۵۰۰	۲
Qzone	عمومی - به زبان چینی	ذکر نشده	۲۰۰	۳۷۵۵۰۷
Twitter	عمومی - میکرو بلاگ و خبررسانی	جولای ۲۰۰۶	۱۷۵	۱۰
Habbo	عمومی - نوجوانان	ذکر نشده	۱۶۲	۸۶۳۵
MySpace	عمومی	آگوست ۲۰۰۳	۱۳۰	۶۰
Win. Live Spaces	بلاگینگ	ذکر نشده	۱۲۰	۹۳۶۴۲۲۷
Bebo	عمومی	جولای ۲۰۰۵	۱۱۷	۱۸۶۹
Vkontakte	عمومی - به زبان روسی	سپتامبر ۲۰۰۶	۱۱۱	۴۱۷۲۴۴
Orkut	عمومی	ژانویه ۲۰۰۴	۱۰۰	۱۰۴
Friendster	عمومی	ذکر نشده	۹۰	۸۹۵
Badoo	عمومی	ذکر نشده	۸۶	۱۲۹
LinkedIn	تجاری و شبکه متخصصین	می ۲۰۰۳	۸۰	۱۹
Hi5	عمومی	۲۰۰۳	۸۰	۱۹۹
Tagged	عمومی	ذکر نشده	۷۰	۲۳۹
Netlog	عمومی	ذکر نشده	۷۰	۳۳۱

لازم به اشاره است که جدول ۱ براساس ستون تعداد کاربران ثبت شده، به ترتیب نزولی مرتب شده است. در فهرست کامل در سایت دانشنامه برخط ویکیپدیا، نام شبکه اجتماعی فارسی کلوب^۱، به عنوان تنها شبکه اجتماعی فارسی دیده می شود (List of social networking n.d). در این فهرست، تعداد کاربران و رتبه کلوب آورده نشده است، اما براساس اطلاعات سایت الکسا^۲، شبکه کلوب دارای رتبه جهانی ۹۴۹ و رتبه ۹ در ایران است (Alexa Web Information ... n.d.). از آنجا که تاکنون در ایران پژوهشی که بتوان آن را به نوعی در ارتباط با ارزیابی قابلیت های شبکه های اجتماعی تلقی کرد، انجام نشده است، فقط می توان به چند پژوهش که به موضوع کلی شبکه های اجتماعی پرداخته اند، اشاره نمود. از جمله این پژوهش ها، بررسی نقش شبکه اجتماعی شکل گرفته در بین کارکنان مرکز مخابرات شیراز در اشتراک دانش است که توسط قلیجان (۱۳۸۸) انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که ماهیت متفاوت مأموریت های داخل سازمان و تنوع ادارات و تخصص ها در سازمان مخابرات شیراز، لزوماً منجر به این امر می شود که برخی کارمندان در یک بخش با کارمندان بخش های دیگر هیچ ارتباطی نداشته باشند و خود به خود از میزان تراکم ارتباطی کاسته شود. از طرف دیگر، با توجه به بزرگی شبکه مورد بررسی، در واقع نیز لزومی ندارد که کارمندان با تمام افراد سازمان در تماس باشند، و فرصت این کار نیز در عمل وجود ندارد.

اکبری تبار (۱۳۸۹) در پژوهشی به بررسی فعالیت گروهی کتاب محور در شبکه اجتماعی ایران «یو ۲۴»^۳ پرداخت. یافته ها نشان داد که از میان ۱۹۴۱ گروه فعال در شبکه اجتماعی متخصصان ایران «یو ۲۴»، هشت گروه در ارتباط با کتاب فعالیت داشته اند. از میان این گروه ها، براساس شاخص تعداد اعضا و تعداد پیام ها و میانگین فعالیت گروه (میانگین زمان به روز شدن)، گروه داستان کوتاه، بیشترین و گروه ترجمه، کمترین تعداد اعضا را دارا بوده اند. اکبری تبار (۱۳۹۰) همچنین در پژوهش دیگری با عنوان «مطالعه شبکه های اجتماعی مجازی؛ مطالعه موردی شبکه های اجتماعی دوره ۴ و یو ۲۴»، با روش تحلیل شبکه به بررسی این موضوع پرداخت که افراد با عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی مجازی در چه ساختار ارتباطات

۱. www.cloob.com

۲. Alexa سازمانی است که رتبه ترافیک شبکه ها را با در نظر گرفتن تعداد بازدید کنندگان و صفحات مشاهده شده،

محاسبه و اعلام می کند. این سایت با این نشانی قابل دستیابی است: <http://www.alexa.com>

۳. <http://u24.ir/login.aspx?ReturnUrl=%2fhome.aspx>

۴. <http://www.doreh.com/>

اجتماعی شرکت و چه روابط اجتماعی برقرار می‌کنند؟ نتایج حاکی از آن بود که این شبکه‌ها دارای هسته‌ای 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. بوید و الیسون ضمن معرفی و بررسی شبکه‌های اجتماعی برخط به بررسی ساختار شبکه‌ها، سرعت دوست‌یابی، و مدیریت اثرگذاری پرداخته و بحث امنیت را به‌عنوان یک شاخص و قابلیت مهم در شبکه‌ها مورد تأکید قرار می‌دهند (Boyd and Ellison 2007). ژائو و دیگران در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی، ارزش‌های فردی و خلاقیت: شاهی بر تأثیرات تعاملی و منحنی خطی» به بررسی میزان نفوذ شبکه‌های اجتماعی در بین کارکنان و افزایش میزان خلاقیت در آنان در استفاده از این ابزار و افزایش دیدگاه تعاملی پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که بین میزان، تعداد، و کیفیت روابط تعاملی کاربران و افزایش خلاقیت و قوه استدلال آنان رابطه خطی وجود دارد و شبکه‌های اجتماعی در افزایش این تعاملات نقش بسزایی بازی می‌کنند (Zhou et al. 2009). الفلاحی، آتیف، و النفر ضمن اشاره به چالش‌های پیش روی شبکه‌های اجتماعی، چهار چالش اصلی شبکه‌های اجتماعی را میان‌کنش‌پذیری، شیوه‌های تجاری (مانند استفاده از آگهی‌های تجاری و دریافت حق اشتراک)، مسائل مربوط به محرمانگی و هویت افراد، و ایجاد اعتماد می‌دانند (Al Falahi, Atif, and Elnaffar 2010).

به‌طور کلی، از پیشینه‌های مطرح‌شده، چنین برداشت می‌شود که پیشرفت ابزارها و فناوری‌های اینترنت، شبکه‌های اجتماعی را از قالب یک ابزار تفریحی و روزمره تبدیل به ابزاری جهت تعاملات متقابل نموده است. پژوهش‌هایی که در این زمینه انجام شده است، برخی مانند پژوهش ژائو و دیگران به نقش‌هایی که شبکه‌های اجتماعی در دنیای امروز ایفا می‌نمایند، به‌ویژه نقش آنها در ساختار تعاملات اجتماعی، اشاره نموده‌اند (Zhou et al. 2009) و پژوهش‌های معدودی مانند بوید و الیسون و الفلاحی، آتیف، و النفر به برخی ویژگی‌های کلی و چالش‌های شبکه‌ها بدون بیان جزئیات پرداخته‌اند (Boyd and Ellison 2007; Al-Falahi, Atif, and Elnaffar 2010). در بررسی پیشینه پژوهش در ایران فقط مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی داخلی در پژوهش اکبری‌تبار (۱۳۸۹) مورد توجه بوده است و پژوهش‌چندانی در این زمینه انجام نشده است. با توجه به اینکه باوجود رواج روزافزون شبکه‌های اجتماعی، پژوهش‌های

انجام شده در این زمینه گستردگی چندانی ندارد، یافته‌های پژوهش حاضر می‌تواند به حصول اطلاعات سودمندی در مورد قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی فارسی منجر شود.

۴. روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، از روش‌های کتابخانه‌ای و ارزیابانه استفاده شده است. در تهیه سیاهه واری مورد استفاده در پژوهش، ابتدا به بررسی مقالات و گزارش‌ها و متون مرتبط پرداخته شد، سپس راهنماهای ۱۰ شبکه اجتماعی برتر خارجی (فیس‌بوک^۱، مای‌اسپیس^۲، بی‌بو^۳، فرندستر^۴، های‌فایو^۵، اورکات^۶، پرفاسپات^۷، زورپیا^۸، نت‌لاگ^۹، هابو^{۱۰}، لینکد این^{۱۱}، ویندوز لایو اسپیسز^{۱۲}، تویتتر^{۱۳}، و تگد^{۱۴}) بررسی گردید. علاوه بر آن، وب‌سایت ۱۰ مرور برتر نیز که قابلیت‌های این شبکه‌ها را فهرست و ارزیابی کرده است (Top 10 Reviews 2010)، به‌عنوان منبع دیگری برای تهیه سیاهه واری مورد استفاده قرار گرفت. علاوه بر راهنماهای موجود در شبکه‌های اجتماعی اشاره‌شده، از مستندات داخلی این مؤسسات نیز استفاده شد که به‌دلیل مسائل امنیتی، رقابتی و کاری اجازه خارج کردن این مستندات و استناد به آنها برای پژوهشگر مقدور نبود. جهت اطمینان از روایی ابزار، سیاهه واری به تأیید برخی متخصصان حوزه شبکه‌های اجتماعی و مدیران این شبکه‌ها رسید. متخصصانی که سیاهه واری را بررسی و روایی آن را مورد تأیید قرار دادند (۱ مهندس شاکری^{۱۵}، کارشناس نرم‌افزار و از مدیران ارشد و مشاوران شبکه‌های اجتماعی «یو ۲۴ و دوره»،^{۱۶} ۲ مهندس سلیمانی‌نیا^{۱۷}، کارشناس ارشد نرم‌افزار و مدیر ارشد پیاده‌سازی شبکه اجتماعی «یو ۲۴» و طراح و مدیر سایت «دوره»،^{۱۸} ۳ مهندس شریفی^{۱۹}، کارشناس ارشد نرم‌افزار و مدیر پیاده‌سازی شبکه اجتماعی «متخصصین ایران» و ۴ مهندس مددی^{۲۰}، کارشناس نرم‌افزار و مدیر پیاده‌سازی شبکه اجتماعی «جامعه مجازی متخصصان» هستند.

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی هستند. ناخرسندانه تاکنون منبع مشخصی اقدام به شناسایی و معرفی شبکه‌های اجتماعی وبی فارسی ننموده و فقط به‌صورت پراکنده به برخی از آنها به‌خصوص به سایت «کلوب» در برخی متون اشاره شده است (به‌عنوان مثال، List of social networking websites و Wikipedia). در نتیجه در

- | | | |
|---|--------------|---|
| 1. Facebook | 2. Myspace | 3. Bebo |
| 4. Friendster | 5. Hi5 | 6. Orkut |
| 7. PerfSpot | 8. Zorpia | 9. Netlog |
| 10. Habbo | 11. LinkedIn | 12. Windows live spaces |
| 13. Twitter | 14. Tagged | 15. http://www.cloob.com/name/shakeri |
| 16. http://u24.ir/mohammad.soleimani.nia | | |
| 17. http://www.irexpert.ir/Webforms/Contact/Contactus.aspx | | |
| 18. info@nofa.ir | | |

این پژوهش، شبکه‌ها با جستجو از طریق موتورهای کاوش و علاوه بر آن، سایت وبنا^۱ به عنوان به عنوان پایگاه خبری وبسایت‌های ایران، و جشنواره‌ای که به مدت سه سال است توسط این سایت برگزار می‌شود (جشنواره برخط وب ایران^۲، ۱۳۸۹) شناسایی گردید. به این ترتیب، براساس اطلاعات به دست آمده، ۱۰ شبکه‌ای که به عنوان شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی در این پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرند، به این شرح شناسایی شدند: شبکه کلوب^۳، شبکه دانشجویان و اساتید ایران، دوره^۴، سایت مرجع متخصصان ایران^۵، شبکه اجتماعی متخصصان ایران، یو ۲۴^۶، جامعه مجازی متخصصان، نواف^۷، وبزرز^۸، پردیس من^۹، جامعه مجازی کودکان و نوجوانان ایران^{۱۰}، جامعه مجازی موسیقی ایرانیان^{۱۱}، و جامعه مجازی ایرانیان برای یافتن دوستان قدیمی^{۱۲}. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی استفاده شده است و نرم‌افزار آماری مورد استفاده در تحلیل داده‌ها، نسخه ۱۶ نرم‌افزار آماری اس.پی.اس.اس. است.

۵. یافته‌های پژوهش

سؤال اول: ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی کدام هستند؟

در پاسخ به سؤال اول پژوهش، ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی به دست آمده از مطالعات متون و منابع، مصاحبه‌ها و نظر متخصصان و همچنین، مطالعه دقیق قابلیت‌های ۱۰ شبکه اجتماعی برتر و موفق دنیا در جدول ۲ ارائه شده است. سیاهه واریسی حاصل، شامل پنج بُعد اصلی از جمله پرونده شخصی، امنیت، قابلیت‌های شبکه‌سازی، جستجو، و راهنمای فنی / پشتیبانی است و هر یک از این ابعاد دارای مؤلفه‌هایی هستند که در جدول ۲ آورده شده‌اند.

جدول ۲. ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی

تعاریف	Profiles	پرونده شخصی
ویرایشگرهای خاص درون متنی	Profile editor (WYSIWYG)	ویراستاری پرونده شخصی
امکان استفاده از پوسته‌هایی طراحی شده توسط کاربر	Custom skins	شخصی سازی پوسته محیط شبکه
امکان شخصی سازی با استفاده از تغییر کدهای برنامه نویسی	Customize code (HTML Or CSS)	شخصی سازی کدهای شبکه

←

- | | | |
|------------------|-----------------------------------|---------------------|
| 1. www.webna.ir | 2. http://iranwebfestival.com/fa/ | 3. www.cloob.com |
| 4. www.doreh.com | 5. www.irexpert.ir | 6. www.u24.ir |
| 7. www.nofa.ir | 8. www.webzzz.ir | 9. www.mypardis.com |
| 10. www.iek.ir | 11. www.noteahang.com | 12. www.Iran20.com |

جدول ۲. ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی

نام دامنه شخصی	Personalized URL	نشانی دهی مجازی که به کاربر اجازه می‌دهد نام کاربری خود را در ادامه نام سایت شبکه در اختیار داشته باشد. مانند: http://myspace.com/yourname
عکس‌ها	Photos	امکان بارگذاری و به اشتراک گذاری عکس در صفحه شخصی
حداکثر اندازه پذیرش عکس	Max. Photo Size	
درج نظر درباره پست‌ها و اعلان‌ها	Post comments	اعلام نظر دوستان درباره صفحه شخصی کاربر پیام، اعلامیه ...
دوستان	Friends	نمایش فهرست دوستان کاربر بر روی صفحه شخصی وی
وبلاگ و دفتر وقایع روزانه	Blog / Journal	امکان درج وقایع روزانه و بلاگ بر روی صفحه شخصی کاربر
موارد کاربردی و ابزارها	Applications	این ابزارها را می‌توان از یک خبرخوان تا فال و تقویم روزانه دسته‌بندی نمود.
امنیت	Security	تعریف
تنظیمات حقوق دسترسی	Privacy Settings	امکان تنظیم دسترسی همگانی یا خصوصی
مسدود کردن کاربران	Block Users	امکان منع کاربران خاص از دسترسی به صفحه شخصی
گزارش موارد ناخواسته و هرزنامه‌ها ^۱	Report Spam	امکان گزارش موارد ناخواسته و هرزنامه‌ها به مدیر شبکه
گزارش سوء استفاده ^۲	Report Abuse	امکان گزارش تجاوز یک فرد یا گروه به حریم (دسترسی غیرمجاز)
ذکر نکات امنیتی و ایمنی	Safety Tips	شامل بخش‌های آموزشی، پاسخ به سؤالات متداول و ...
قابلیت‌های شبکه‌سازی	Networking Features	تعریف
اتاق‌های گفتگو	Chartrooms	اتاق‌های گفتگوی بین کاربران براساس موضوعات گوناگون
پیام‌رسانی فوری	Instant Messaging	امکان گفتگوی سریع بین کاربران فهرست دوستی
برچسب‌ها	Tags	امکان برچسب‌گذاری عکس‌ها، ویدئوها و ...
آگاهیه‌ها و تابلوی اعلانات	Bulletins	بخشی جهت به اشتراک‌گذاری اعتقادات، نظرات و ...
گروه‌ها	Groups	محیطی برای به اشتراک‌گذاری اخبار، اطلاعات و دانش و ...
تعداد گروه‌های قابل پشتیبانی	Groups (Number of Category)	تعداد گروه‌های ایجادشده توسط فرد خاص
ایجاد یک گروه	Create a Group	امکان ایجاد یک گروه توسط کاربر شبکه

1. Report Spam

2. Report Abuse

جدول ۲. ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی

محل اجتماع عموم (فوروم)	Forums	محل‌های جهت بحث و تبادل نظر و اشتراک نظر و دانش
نامه الکترونیک	Mail	امکان ارسال پیام‌های خصوصی به کاربران در قالب نامه
تهیه نسخه اضافی و اشتراک عکس‌ها	Grab / Copy / Share Photos	امکان تهیه نسخه اضافی و به اشتراک گذاشتن عکس‌ها
تلفن همراه	Mobile	نسخه‌ای جهت استفاده بر روی گوشی‌های تلفن همراه
موسیقی	Music	امکان به اشتراک‌گذاری و گوش دادن به موسیقی درون شبکه
نماهنگ	Music Videos	امکان به اشتراک‌گذاری و تماشای ویدئو درون شبکه
ویدئوهای تبلیغاتی	Commercial Videos	امکان نمایش فیلم‌های تخصصی تبلیغاتی یا شبکه‌های تلویزیونی
ویدئوهای شخصی	Personal Videos	امکان به اشتراک‌گذاری ویدئوهای آماتور
بازی‌ها	Games	بازی‌های رایانه‌ای ارائه‌شده در شبکه
آگهی‌ها	Classifieds	امکان درج آگهی‌های فروش، اجاره ...
وقایع و رویدادها	Events	امکان اطلاع‌رسانی و اشتراک وقایع و رخدادها خاص ...
کتاب‌ها	Books	کتابخانه دیجیتال کوچک حاوی کتاب‌های الکترونیکی
جستجو	Search	تعریف
براساس نام	By name	جستجو براساس نام
براساس نشانی رایانامه	By email address	جستجو براساس نشانی رایانامه
براساس نام محل تحصیل	By school	جستجو نام محل تحصیل، مدرسه، و ...
براساس شهر / کد پستی	By city / zip code	جستجو براساس شهر / کد پستی یا منطقه
براساس علاقه‌مندی‌ها	By interests	جستجو براساس علاقه‌مندی‌ها
براساس کلیدواژه	By keyword	جستجو براساس کلید واژه خاص
مرور بدون عضویت	Browse without membership	امکان مرور کاربرانی که اجازه مرور شدن را داده‌اند
راهنمای فنی / پشتیبانی	Technical Help / Support	تعریف
رایانامه پشتیبانی	email support	نشانی رایانامه جهت پاسخگویی به سؤالات کاربران
پرسش و پاسخ‌های متداول	FAQ	بخشی جهت ارائه پاسخ به سؤالات رایج
فوروم‌های کاربران	User Forums	بخش‌های پاسخگویی به سؤالات کاربران که توسط خود آنها مدیریت و روزآمد می‌شود.

سؤال دوم: وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های سنجش قابلیت‌های سنجش شبکه‌های اجتماعی چگونه است؟

در پاسخ به سؤال دوم پژوهش، ۱۰ شبکه اجتماعی تخصصی وبی فارسی با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های استخراج شده در سیاهه واری مورد بررسی و سنجش قرار گرفت و نتایج حاصل از تطابق یا عدم تطابق قابلیت‌های این شبکه‌ها با ابعاد و مؤلفه‌های مورد نظر در جداول ۳ تا ۸ و نمودار ۱ نشان داده شده است.

جدول ۳. وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی برحسب رعایت مؤلفه‌های بُعد پرونده شخصی

شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی										مؤلفه‌های پرونده شخصی
Cloob	Doreh	U24	Irexpert	Nofa	Webzzz	Mypardis	IEK	Noteahang	Iran20	
☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	ویراستاری پرونده شخصی
☒	x	x	x	x	☒	x	x	x	x	شخصی سازی پوسته محیط شبکه
x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	شخصی سازی کدهای شبکه
☒	☒	☒	☒	x	☒	☒	☒	☒	x	نام دامنه شخصی
☒	☒	x	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	عکس‌ها
150	500	x	4000	50	2000	50	50	نامشخص	نامشخص	حداکثر اندازه پذیرش عکس*
☒	☒	☒	x	☒	☒	☒	x	x	x	درج نظر بر روی اعلامیه‌ها
☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	فهرست دوستان
☒	x	x	x	x	☒	x	☒	☒	☒	بلاگ و دفتر وقایع روزانه
☒	x	x	x	x	x	x	x	x	x	موارد کاربردی و ابزارها
۸۸/۸۸	۵۵/۵۵	۴۴/۴۴	۴۴/۴۴	۴۴/۴۴	۷۷/۷۷	۵۵/۵۵	۵۵/۵۵	۵۵/۵۵	۴۴/۴۴	درصد

* واحد اعداد KB است.

در بُعد پرونده شخصی، شبکه‌های «کلوب» و «وبزوز» بیشترین میزان مطابقت با مؤلفه‌ها را دارا هستند. در عین حال، قابلیت‌های «ویراستاری پرونده شخصی» و «فهرست دوستان» تنها مؤلفه‌هایی هستند که در تمامی شبکه‌ها رعایت شده‌اند (جدول ۳).

جدول ۴. وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی برحسب رعایت مؤلفه‌های بُعد امنیت

شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی										مؤلفه‌های بُعد امنیت
Cloob	Doreh	U24	Irexpert	Nofa	Webzzz	Mypardis	IEK	Noteahang	Iran20	
☒	x	x	x	x	☒	x	x	☒	☒	تنظیمات حقوق دسترسی
☒	☒	☒	☒	x	☒	☒	x	x	x	مسدود کردن کاربران
☒	☒	☒	☒	x	☒	☒	x	☒	☒	گزارش موارد ناخواسته و هرزنامه‌ها
☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	گزارش سوء استفاده
☒	☒	☒	☒	x	☒	☒	☒	☒	x	بیان نکات امنیتی
۱۰۰	۸۰	۸۰	۸۰	۲۰	۱۰۰	۸۰	۴۰	۸۰	۶۰	درصد

در بررسی بُعد امنیت، مشاهده شد که شبکه‌های «کلوب» و «وبزوز» مطابقت ۱۰۰ درصد با مؤلفه‌های این بُعد را دارا هستند. در عین حال، از بین مؤلفه‌های بُعد «امنیت»، «گزارش سوء استفاده» تنها موردی است که در تمامی شبکه‌ها پیاده‌سازی شده است (جدول ۴).

جدول ۵. وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی برحسب رعایت مؤلفه‌های بُعد شبکه‌سازی

شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی										مؤلفه‌های بُعد شبکه‌سازی
Cloob	Doreh	U24	Irexpert	Nofa	Webzzz	Mypardis	IEK	Noteahang	Iran20	
☒	☒	x	x	x	☒	x	x	x	☒	اتاق‌های گفتگو
☒	☒	☒	☒	x	☒	☒	☒	x	☒	پیام‌رسانی فوری
☒	x	☒	x	x	x	x	x	x	x	برچسب‌ها
☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	آگاهینامه‌ها و تابلوی اعلانات
☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	گروه‌ها
مشروط	مشروط	مشروط	مشروط	مشروط	مشروط	مشروط	مشروط	مشروط	مشروط	تعداد گروه‌های قابل پشتیبانی
☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	ایجاد یک گروه
☒	x	x	☒	☒	x	☒	☒	☒	☒	محل اجتماع عموم (فوروم)
☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	نامه الکترونیک
☒	☒	x	x	☒	☒	x	x	x	x	تهیه نسخه اضافی، اشتراک عکس‌ها
☒	☒	☒	☒	x	x	x	x	x	x	تلفن همراه
x	☒	x	x	x	☒	☒	☒	☒	☒	موسیقی
x	☒	x	x	x	☒	☒	☒	☒	☒	نماهنگ
☒	x	x	x	x	x	x	x	x	x	ویدئوهای تبلیغاتی
x	☒	x	x	x	☒	☒	☒	☒	☒	ویدئوهای شخصی
☒	x	x	x	x	x	x	x	x	x	بازی‌ها
☒	x	☒	☒	☒	x	☒	☒	☒	☒	آگهی‌ها و درخواست آگهی
x	☒	☒	☒	x	x	x	x	x	x	وقایع و رویدادها
x	☒	x	☒	x	x	x	x	☒	x	کتاب‌ها و کتابخانه
۷۲/۲۲	۷۲/۲۲	۵۰	۵۵/۵۵	۳۸/۸۸	۵۵/۵۵	۵۵/۵۵	۵۵/۵۵	۵۵/۵۵	۶۱/۱۱	درصد

در بُعد «شبکه‌سازی»، شبکه «کلوب» بیشترین میزان مطابقت با مؤلفه‌ها را داراست. در عین حال، مؤلفه‌های «آگاهینامه‌ها و تابلوی اعلانات»، «گروه‌ها»، «ایجاد یک گروه» و «نامه الکترونیک» مواردی هستند که در تمامی شبکه‌ها پیاده‌سازی شده است (جدول ۵).

جدول ۶. وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی برحسب رعایت مؤلفه‌های بُعد جستجو

شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی										مؤلفه‌های بُعد جستجو
Cloob	Doreh	U24	Irexpert	Nofa	Webzzz	Mypardis	IEK	Noteahang	Iran20	
☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	براساس نام
☒	☒	☒	x	☒	x	x	x	x	x	براساس نشانی رایانامه
☒	☒	☒	☒	x	x	x	x	x	x	براساس نام محل تحصیل
☒	☒	☒	☒	x	☒	☒	☒	x	☒	براساس شهر / کد پستی
☒	☒	☒	☒	x	x	x	x	☒	x	براساس علاقه‌مندی‌ها
☒	☒	x	☒	x	☒	☒	☒	☒	☒	براساس کلیدواژه
☒	x	x	☒	☒	☒	x	x	x	x	مرور بدون عضویت
۱۰۰	۸۵/۷۱	۷۱/۴۲	۸۵/۷۱	۴۲/۸۵	۵۷/۱۴	۴۲/۸۵	۴۲/۸۵	۴۲/۸۵	۴۲/۸۵	درصد

در بُعد «جستجو» نتایج نشان می‌دهد، شبکه «کلوب» بیشترین میزان مطابقت با مؤلفه‌ها را داراست. در بین مؤلفه‌های این بُعد، «جستجو براساس نام» تنها موردی است که در تمامی شبکه‌ها پیاده‌سازی شده است (جدول ۶).

جدول ۷. وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی برحسب رعایت مؤلفه‌های بُعد راهنمایی فنی

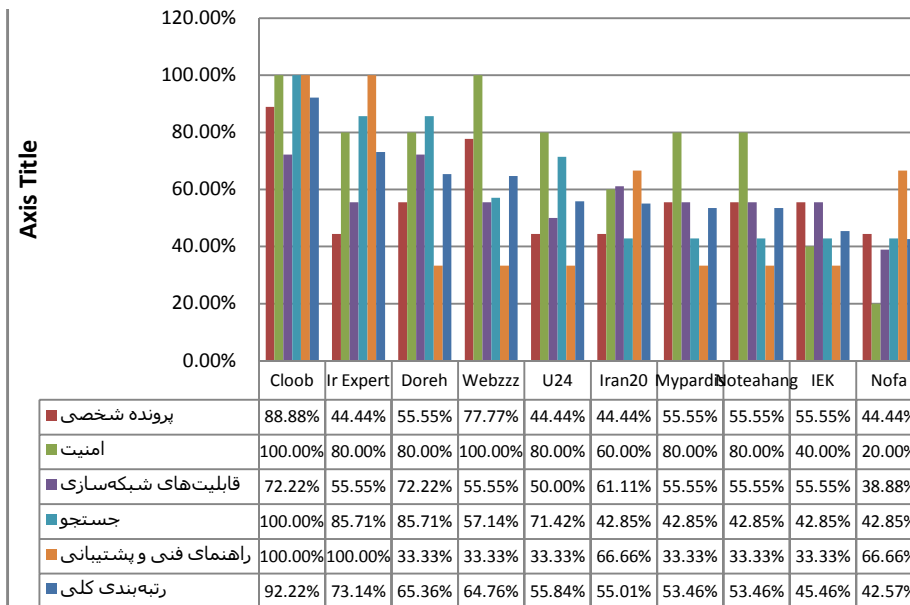
شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی										مؤلفه‌های بُعد راهنمایی فنی
Cloob	Doreh	U24	Irexpert	Nofa	Webzzz	Mypardis	IEK	Noteahang	Iran20	
☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	☒	رایانامه پشتیبانی
☒	x	x	☒	☒	x	x	x	x	☒	پرسش و پاسخ‌های متداول
☒	x	x	☒	x	x	x	x	x	x	فوروم‌های کاربران
۱۰۰	۳۳/۳۳	۳۳/۳۳	۱۰۰	۶۶/۶۶	۳۳/۳۳	۳۳/۳۳	۳۳/۳۳	۳۳/۳۳	۶۶/۶۶	درصد

در بررسی بُعد پنجم، یعنی «راهنمایی فنی» مشخص شد که شبکه «کلوب» در کنار شبکه «متخصصان ایران» ۱۰۰ درصد با مؤلفه‌های مورد سنجش مطابقت دارد. در این بُعد، «رایانامه پشتیبانی» تنها موردی است که در تمامی شبکه‌ها پیاده‌سازی شده است (جدول ۷).

جدول ۸. وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی برحسب مطابقت با هر یک از ابعاد

درصد مطابقت هر یک از ابعاد در شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی										ابعاد
Cloob	Doreh	U24	Irexpert	Nofa	Webzzz	Mypardis	IEK	Noteahang	Iran20	
۸۷/۵	۶۲/۵	۵۰	۵۰	۵۰	۸۷/۵	۶۲/۵	۶۲/۵	۶۲/۵	۵۰	پرونده شخصی
۱۰۰	۸۰	۸۰	۸۰	۲۰	۱۰۰	۸۰	۴۰	۸۰	۶۰	امنیت
۷۲/۲۲	۷۲/۲۲	۵۰	۵۵/۵۵	۳۸/۸۸	۵۵/۵۵	۵۵/۵۵	۵۵/۵۵	۵۵/۵۵	۶۱/۱۱	قابلیت‌های شبکه‌سازی
۱۰۰	۸۵/۷۱	۷۱/۴۲	۸۵/۷۱	۴۲/۸۵	۵۷/۱۴	۴۲/۸۵	۴۲/۸۵	۴۲/۸۵	۴۲/۸۵	جستجو
۱۰۰	۳۳/۳۳	۳۳/۳۳	۱۰۰	۶۶/۶۶	۳۳/۳۳	۳۳/۳۳	۳۳/۳۳	۳۳/۳۳	۶۶/۶۶	راهنمای فنی / پشتیبانی
۹۱/۹۴	۶۶/۷۵	۵۶/۹۵	۷۴/۲۵	۴۳/۶۸	۶۶/۷۰	۵۴/۸۵	۴۶/۸۵	۵۴/۸۵	۵۶/۱۲	درصد کل

در بررسی شبکه‌ها با توجه به کل ابعاد و ۴۴ مؤلفه مورد بررسی چنان‌که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، شبکه «کلوب» با رعایت ۹۱/۹۴ درصد ابعاد و مؤلفه‌ها، بیشترین میزان رعایت و شبکه «نوبا» با ۴۳/۶۸ درصد، کمترین میزان رعایت را داشته است. نمودار ۱ نتایج به‌دست‌آمده از بررسی وضعیت شبکه‌های داخلی و رتبه‌بندی کلی آنها را از چپ به راست نشان می‌دهد.



نمودار ۱. توزیع درصد فراوانی میزان تطابق قابلیت‌های شبکه‌های داخلی با ابعاد و مؤلفه‌های سنجش

۶. نتیجه‌گیری

بررسی وضعیت شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی با در نظر گرفتن ۴۴ مؤلفه مورد بررسی نشان داد که شبکه کلوب ۹۲/۲۲ درصد، شبکه متخصصان ایران ۷۳/۱۴ درصد، شبکه دوره ۶۵/۳۶ درصد، شبکه ویزرز ۶۴/۷۶ درصد، شبکه یو (۲۴) ۵۵/۸۴ درصد، شبکه ایران (۲۰) ۵۵/۰۱ درصد، شبکه پردیس من ۵۳/۴۶ درصد، شبکه نت آهنگ ۵۳/۴۶ درصد، شبکه مجازی کودک و نوجوان ۴۵/۴۶ درصد، و شبکه نوا ۴۲/۵۷ درصد با مؤلفه‌های مورد نظر مطابقت دارند. البته چنانکه مشاهده می‌شود، ۸ مورد از ۱۰ شبکه مورد بررسی، بیش از ۵۰ درصد معیارها را رعایت کرده‌اند و در مجموع، از کیفیت قابل قبولی در ارائه خدمات بهره‌مند هستند. با این حال، برخی از مؤلفه‌ها مانند موارد کاربردی و ابزارها، برجسب‌ها، و اتاق‌های گفتگو در بسیاری از شبکه‌های مورد بررسی به میزان کمی مورد توجه قرار گرفته‌اند. با توجه به کل یافته‌ها، راهکارهایی برای بهینه‌سازی قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی وبی فارسی در ادامه مطرح می‌شود.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر و با در نظر گرفتن امکانات و قابلیت‌های لازم برای شبکه‌های اجتماعی، راهکار مناسب برای شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی، رعایت تمام مواردی است که در سیاهه پژوهش حاضر مورد اشاره قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش

حاضر 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 پژوهش حاضر که از نرم‌افزارهای طراحی شده اختصاصی در ایجاد شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اند، از قابلیت‌های لازم در حد بالاتر از متوسط برخوردارند. با توجه به این یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت، هر چند که در حال حاضر ابزارها و امکانات فراوانی برای ایجاد شبکه‌های اجتماعی به صورت پیش فرض و با ساختار کد باز در اینترنت موجود است (به عنوان مثال، ابزار بلاگ ترونیکس^۱ (ابزار ایجاد شبکه اجتماعی)، بادی پرس^۲ (ابزار کد باز ایجاد شبکه اجتماعی) و سوشیال انجین^۳ (ابزار ایجاد شبکه اجتماعی))، ایجاد یک شبکه اجتماعی با ساختار و زیربنایی مناسب که توسط خود متخصصان از ابتدا تحلیل و طراحی شده باشد، می‌تواند اقدام مناسبی در نظر گرفته شود. البته در همین راستا، متخصصان باید در ابتدای امر با هدف گذاری مشخص، نوع جامعه، میزان تخمینی حجم جامعه مخاطب، ابزارها و امکانات و برنامه توسعه خود را برآورد و بر این اساس، ابزار مناسب نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مد نظر را انتخاب نمایند تا در مراحل رشد و توسعه شبکه با مشکل مواجه نشوند. همچنین، استفاده از امکانات و قابلیت‌های محبوب و پرتعداد در این شبکه‌ها و 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 ابعاد و مؤلفه‌های زیر داشته باشند که در حال حاضر در شبکه‌های داخلی کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند:

- پرونده شخصی: الزامی برای شخصی سازی پوستر یا کدهای شبکه وجود ندارد، اما فضای ویراستاری پرونده شخصی، امکان درج عکس و اطلاعات کامل شخصی، شغلی و تحصیلی و همچنین، وجود نشانی یکتا در مسیر شبکه جهت اطلاع رسانی به دیگران حائز اهمیت است. طبق نتایج پژوهش (مندرج در جدول ۳) نزدیک به ۹۰ درصد شبکه‌های داخلی به بحث شخصی سازی پوستر محیط شبکه و شخصی سازی کدهای شبکه توجه نداشته‌اند که رعایت و اجرای آن می‌تواند بسیار مفید واقع شود.
- فهرست دوستان: این قابلیت، جزء جدایی ناپذیر یک شبکه اجتماعی و در بسیاری موارد، مهم ترین شاخص تشخیص این شبکه‌ها از نمونه‌های مشابه مانند گروه‌های بحث یا میکرو بلاگ‌هاست. اضافه نمودن امکان نمایش دوستان مشترک در بخش فهرست

1. Blogtronix: <http://www.blogtronix.com/>

2. Buddypress: <http://buddypress.org/>

3. Social Engine: <http://www.socialengine.net/>

دوستان نیز قابلیت است که افزایش آن به شبکه می‌تواند در بهینه‌سازی آن سودمند باشد. در حال حاضر (در زمان انجام این پژوهش)، هیچ یک از شبکه‌های مورد بررسی این امکان را فعال نکرده بود.

- بلاگ و دفتر وقایع روزانه: وجود این قابلیت به کیفیت خدمات شبکه کمک فراوان و کاربر را از استفاده از وبلاگ‌های خارج از محیط شبکه بی‌نیاز می‌نماید. فقط ۵۰ درصد شبکه‌های مورد بررسی این جنبه را رعایت کرده‌اند، درحالی‌که پیاده‌سازی این امکان نقش بسزایی در ایجاد علاقه‌مندی کاربران به شبکه‌های اجتماعی دارد.

- موارد کاربردی و ابزارها: وجود این امکانات در شبکه اجتماعی به‌عنوان مختلف اعم از تفریحی و علمی و تبلیغاتی، ایجاد علاقه و انگیزه می‌نماید. در این زمینه، در بررسی نمونه‌های خارجی، فیس‌بوک به‌عنوان موفق‌ترین شبکه اجتماعی در سطح دنیا بخش بزرگی از پیشرفت خود را مدیون اشتراک ابزارها و امکانات پیاده‌سازی انواع برنامه‌ها در محیط عملیاتی شبکه خود می‌داند. در حقیقت، کاربران می‌توانند با استفاده از ابزارهای موجود در خود این شبکه، موارد کاربردی و ابزارهایی مانند آزمون‌ها و نظرسنجی‌ها، بازی‌ها، و نرم‌افزارهای میز کار مانند تقویم را به‌سادگی مورد استفاده قرار دهند. براساس یافته‌ها، ۹۰ درصد شبکه‌های داخلی مورد بررسی به این امکان توجهی نکرده‌اند، درحالی‌که به‌عنوان یک راهکار ویژه، استفاده از این امکان بسیار توصیه می‌شود.

- امنیت: از مهم‌ترین امکاناتی است که یک شبکه موفق باید به‌طور کامل از آن برخوردار باشد. تنظیمات حقوق دسترسی به‌منظور گروه‌بندی فهرست دوستان و سایر کاربران جهت ورود به حریم شخصی کاربر از اهمیت فراوانی برخوردار است. با استفاده از این امکان می‌توان مشخص نمود چه افرادی با چه سطح دسترسی به چه بخش‌هایی از اطلاعات کاربر دسترسی داشته باشند.

در سطح مسدود کردن کاربران نیز باید این امکان وجود داشته باشد تا کاربری که به هر نحوی ایجاد مزاحمت نموده یا غیر قابل اعتماد است، به‌عنوان کاربر خطا کار به شبکه معرفی گردد. گزارش موارد ناخواسته و هرزنامه نیز به کاربر این امکان را می‌دهد خود را از مزاحمت اطلاعات ناخواسته و پست‌های الکترونیکی تبلیغاتی خلاص نماید. بیان نکات امنیتی در یک شبکه ایده‌آل به کاربر کمک می‌نماید حتی در صورت عدم اطلاع از توانمندی‌های شبکه در امن‌سازی محیط کاری خود، از این امکانات مطلع و به بهترین نحو راهنمایی شود. در این

پژوهش مشخص شد ۶۰ درصد شبکه‌های مورد بررسی، بحث تنظیمات حقوق دسترسی را رعایت ننموده یا در ساده‌ترین و ابتدایی‌ترین حالت آن را به کار گرفته‌اند. به عنوان یک اصل مهم در امنیت و اعتماد کاربران، لازم است این امکانات به بهترین شکل ممکن مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

- قابلیت‌های شبکه‌سازی: امکانات این بخش در صورتی که به نحو مناسب مورد استفاده قرار گیرد، بر اعتبار و محبوبیت شبکه می‌افزاید. اتاق‌های گفتگو، در صورت استفاده صحیح کاربران تأثیر فراوانی در اشتراک و تبادل اطلاعات دارند. میزان رعایت قابلیت‌های شبکه‌سازی در بین ۱۰ شبکه مورد بررسی در این پژوهش، با توجه به داده‌های مندرج در جدول ۸، فقط در ۳ شبکه از ۶۰ درصد بالاتر است.
- وجود کتابخانه یا امکان اشتراک کتاب‌ها و مقالات الکترونیک از قابلیت‌های کاربردی در شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. در کشور ما به دلیل مشکلات دسترسی به برخی از پایگاه‌های معتبر علمی و نیز رایگان نبودن بسیاری از این امکانات، وجود کتابخانه دیجیتال و امکان اشتراک کتاب و مقاله برای کاربران، بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد. ۷۰ درصد شبکه‌های مورد بررسی فاقد این امکانات هستند.
- برچسب‌ها در دنیای شلوغ شبکه‌های اجتماعی نقش بسزایی در بازیابی اطلاعات مورد نظر ایفا می‌کنند. این امکانی است که یک شبکه معتبر باید از آن برخوردار باشد. ۸۰ درصد شبکه‌های مورد بررسی این قابلیت را رعایت نکرده‌اند.
- در مورد امکانات تلفن همراه، از آنجایی که امروزه تلفن همراه نقش بسزایی در تعاملات اجتماعی برعهده دارد، بسیاری از شبکه‌های اجتماعی معتبر دنیا نسخه مخصوص تلفن همراه را با کیفیتی مناسب و با حجم قابل اجرا بر روی تلفن همراه تهیه نموده‌اند. ناخرسندانه ۶۰ درصد شبکه‌ها امکانات مربوط به تلفن همراه را پیاده‌سازی نکرده‌اند. به نظر می‌رسد با توجه به گسترده‌گی استفاده از تلفن همراه و امکان حمل و دسترسی بسیار ساده به این ابزار، شبکه‌ای موفق است که نسخه مربوط به تلفن همراه را نیز در اختیار کاربران خود قرار دهد. البته با توجه به محدودیت دسترسی به اینترنت از طریق شبکه مخابرات و عدم وجود شبکه‌های بی‌سیم جهت دسترسی به اینترنت، برخی شبکه‌های داخلی با سفرهای کردن این امکان، به کاربران امکان می‌دهند اطلاعات مورد نظرشان را در قالب آگاهی‌رسانی جاری و یا پیام‌رسانی فوری از طریق اس‌ام‌اس برای پایگاه تلفنی شبکه ارسال و از این طریق، متن خود را بر روی صفحه شخصی خود

ارسال نمایند. همچنین، امکان ارسال رزومه و کارت ویزیت الکترونیک از طریق پیامک و رایانامه بر روی برخی شبکه‌ها فعال شده است که قابلیت جالب و کاربرپسندی به‌شمار می‌رود.

- از آنجا که ۶۰ درصد شبکه‌های داخلی فاقد قابلیت اتاق‌های گفتگو، ۶۰ درصد فاقد امکان اشتراک عکس، ۹۰ درصد فاقد امکانات ویدئوهای تبلیغاتی و بازی‌ها، و ۷۰ درصد فاقد قابلیت ثبت وقایع و رویدادها هستند، پیاده‌سازی این گونه امکانات نیز به‌عنوان قابلیت‌های تأثیرگذار در پذیرش شبکه‌های اجتماعی نزد کاربران، پیشنهاد می‌شود.

- جستجو: الگوی مناسب برای جستجوی یک شبکه اجتماعی الگویی است که در آن کاربر امکان انجام جستجوی ساده و تخصصی را داشته باشد. در این جستجو، کاربر باید بتواند هر آنچه در شبکه موجود است اعم از کاربران و دوستان، گروه‌ها، رویدادها و منابع را به‌راحتی و از طریق انواع فیلترها و فیلدهای اطلاعاتی متنوع جستجو نماید. امکان مرور کاربرانی که عضو نیستند، قابلیت است که به کاربر امکان می‌دهد پیش از عضویت در سایت با کاربران موجود در سایت و بخش محدودی از اطلاعات آنان آشنا شود. این امکانات می‌تواند کمک زیادی به کاربر در تصمیم‌گیری جهت عضویت در شبکه بنماید. ۴ نمونه از پرمخاطب‌ترین انواع جستجو (شامل: جستجو براساس نشانی رایانامه، براساس نام محل تحصیل، براساس علاقه‌مندی‌ها، و مرور بدون عضویت) در شبکه‌های اجتماعی برتر دنیا (مانند فیس‌بوک، لینکدین، مای‌اسپیس، اورکات، و فرندستر)، فقط توسط ۴۰ درصد شبکه‌های مورد بررسی داخلی رعایت شده و در ساختار آنها به کار رفته است. پیشنهاد می‌گردد شبکه‌های داخلی افزودن این قابلیت‌ها را به امکانات جستجوی خود در برنامه‌ریزی‌های آتی خود لحاظ نمایند.

- راهنمای فنی و پشتیبانی: شبکه ایده‌آل شبکه‌ای است که همواره پاسخگوی کاربران در جهت حل مشکلات فنی نیز باشد. وجود پشتیبان به‌صورت رایانامه، تلفنی، یا برخط می‌تواند به کاربران در استفاده از امکانات شبکه یا در زمان بروز مشکل کمک نماید. همچنین، بخش پرسش و پاسخ‌های متداول در یک شبکه بسیاری از سؤالات و مشکلاتی را که مد نظر کاربران است، پاسخ می‌دهد. وجود فوروم کاربران در زمینه موارد فنی و پشتیبانی نیز سبب می‌شود کاربران با کمک گرفتن از تجربیات یکدیگر نیازهای خود را رفع نمایند. چنین امکاناتی می‌تواند فشار کاری تیم پشتیبانی شبکه را نیز

کاهش دهد. در حال حاضر، ۴۰ درصد شبکه‌های مورد بررسی امکان پرسش و پاسخ‌های متداول را در سایت خود فراهم نموده و امکان فوروم‌های کاربران فقط در ۲۰ درصد این شبکه‌ها پیاده‌سازی شده است، در حالی که انتظار می‌رود به‌منظور رفع نیاز کاربران این موارد به‌طور قطع در یک شبکه موفق وجود داشته باشد.

در پایان، در پاسخ به سؤال سوم پژوهش می‌توان گفت راهکار پیشنهادی و قابلیت‌های یک شبکه اجتماعی با خصوصیات سفارشی جهت استفاده در کشور ما، شبکه‌ای است که بتواند به نسبت توان و اهداف خود، ترکیبی از موارد بیان‌شده در بالا را در بهترین کیفیت ارائه نماید.

۷. منابع

- اکبری تبار، علی اکبر. ۱۳۸۹. فعالیت گروهی کتاب‌محور در شبکه‌های اجتماعی مجازی. <http://www.ircap.com/magentry.asp?id=9577> (دسترسی در ۱۳۹۰/۲/۱۴).
- اکبری تبار، علی اکبر. ۱۳۹۰. مطالعه شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی دوره و یو. ۲۴. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- پایگاه خبری وبسایتهای ایران، وبنا. قابل رویت در: <http://webna.ir> (دسترسی در ۱۳۸۹/۱۱/۲۱).
- جشنواره وبسایتهای ایران، پایگاه خبری وبسایتهای ایران، وبنا. <http://iranwebfestival.com/fa> (دسترسی در ۹۱/۹/۲۹).
- قلیجان، عصمت. ۱۳۸۸. استفاده از شبکه اجتماعی به‌منظور اشتراک دانش و مدیریت دانش. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه شیراز.
- مرادی، شیمیا. ۱۳۸۸. بررسی نقش سیستم‌های ویکی در مدیریت دانش. در مدیریت دانش و علوم اطلاعات: پیوندها و برهم‌کنش‌ها. تهران: نشر کتابدار.
- میرزاییگی، مهدیه، و جواد عباس پور. ۱۳۸۸. شبکه‌های اجتماعی وب و اشتراک دانش. در مدیریت دانش و علوم اطلاعات: پیوندها و برهم‌کنش‌ها. تهران: نشر کتابدار.
- نقشینه، وحید. ۱۳۸۷. شبکه‌های اجتماعی. روزنامه ایران ۱۵، ۱۳۸۷/۹/۵. <http://www.iran-newspaper.com> 1387/870905/html/ internet.htm (دسترسی در ۱۳۹۰/۷/۵).
- Al Falahi, K., Y. Atif, and S. Elnaffar. 2010. Social networks: Challenges and new opportunities, in: *Green Computing and Communications (GreenCom), 2010. In IEEE/ACM Int'l Conference on & Int'l Conference on Cyber, Physical and Social Computing (CPSCom), 2010*, 804–808.
- Alexa Web Information Company, Site Information for cloob.com. http://www.alexa.com/search?q=cloob.com&r=home_home&p=bigtop (accessed 26 Sep. 2011).
- Boyd, D. M., and N. B. Ellison. 2007. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 210–230. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> (accessed 3 Nov. 2010).

- Hampton, K. N., L.S. Goulet, L. Rainie, and K. Purcell. 2011. Social networking sites and our live: How people's trust, personal relationships, and civic and political involvement are connected to their use of social networking sites and other technologies. Pew Research Center's Internet & American Life Project. Washington, D.C. 20036. June 16, 2011. <http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2011/PIP%20-%20Social%20networking%20sites%20and%20our%20lives.pdf> (accessed 2011 Sep. 10).
- Hillstrom, L. 2009. Online social networks. detroit: Gale.
http://books.google.com/books?id=LmVUPgAACAAJ&dq=online+social+networks&hl=en&ei=HfcaTsDOYew8gPlougS&sa=X&oi=book_result&ct=result&esnum=1&ved=0CDQQ6AEwAA (accessed 17 Oct. 2010).
- List of social networking websites, n.d. Wikipedia online encyclopedia.
https://secure.wikimedia.org/wikipedia/en/wiki/List_of_social_networking_websites (Accessed: 4 Dec. 2010).
- Orkut. n.d. Wikipedia online encyclopedia. <http://en.wikipedia.org/wiki/Orkut> (accessed 12 July 2011).
- Price, D. 2010. Poll: 60 percent of web users visit social networks. PC Advisor.
<http://www.pcadvisor.co.uk/news/index.cfm?newsid=3238832> (accessed 13 Oct. 2010).
- Top 10 Reviews. 2010. Social networking website review (2010). <http://social-networking-websites-review.toptenreviews.com/> (accessed 13 Feb. 2010).
- Zhou, J., S. J. Shin, D. J. Brass, J. Choi and, Z. X. Zhang. 2009. Social networks, personal values, and creativity: Evidence for curvilinear and interaction effects. Journal of Applied Psychology. American Psychological Association. V94. <http://psycnet.apa.org/psycinfo/2009-21033-013> (accessed 3 Nov. 2010).