



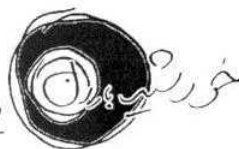
شبکه‌های اجتماعی

مؤلف‌ها:

محمد آزادنیا - محمد علی زنجانی

سرشناسه	آزادنيا، محمد، ۱۳۴۱ -
عنوان و نام پديد آور	شبكه‌هاى اجتماعى / مولف‌ها محمد آزادنيا، محمد علي زنجاني.
مشخصات نشر	تهران: خورشيد باران، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهري	۴۰۲ ص.: مصور، جدول، نمودار؛ ۲۹×۲۲ س.م.
شابك	978-600-8511-11-3
وضعت فهرست نويسي	فيا
داشته	کتابنامه.
موضوع	شبكه‌هاى اجتماعى
موضوع	Social networks
موضوع	شبكه‌هاى اجتماعى -- ايران
موضوع	Social networks -- Iran
شناسه افزوده	علي زنجاني، محمد، ۱۳۷۰ -
رده بندي کنگره	۱۳۹۵ ش ۲ / آ۴ HM۷۴۱
رده بندي ديويي	۳۰۲
شماره کتابشناسي ملي	۴۴۰-۸۱۴

نشر خورشيد باران



تهران - صندوق پستی: ۱۱۹-۱۳۴۶۵
تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۰۷۲۷۶
دورنگار: ۰۲۱-۸۹۷۷۱۲۱۲
وبگاه: www.khorshidbaran.ir
پيام‌نگار: khorshidbaran@gmail.com

شبكه‌هاى اجتماعى

نويسندگان: محمد آزادنيا، محمد علي زنجاني
نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۵ / شمارگان: ۱۰۰
قيمت: ۴۰۰۰۰۰ ريال

Isbn: 978-600-8511-11-3

شابك: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۱۱-۱۱-۳

کليه حقوق اين اثر محفوظ است

فهرست مطالب

ل	فهرست شکل‌ها
ف	فهرست جدول‌ها
ر	پیشگفتار
خ	مقدمه
۱	فصل اول: شبکه‌های اجتماعی
۲	۱-۱- تعاریف
۲	۱-۱-۱- تعریف شبکه اجتماعی
۵	۱-۱-۲- شبکه اجتماعی بر خط
۵	۲-۱- تاریخچه
۹	۳-۱- ایجاد روابط، اساس شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی
۱۰	۴-۱- فواید شبکه‌های اجتماعی
۱۱	۵-۱- تفاوت وب سایت با یک شبکه اجتماعی
۱۱	۱-۵-۱- تفاوت در هدف
۱۱	۲-۵-۱- تفاوت در میزان رشد نسبت به زمان
۱۱	۳-۵-۱- تفاوت در نحوه‌ی ایجاد و انتشار اطلاعات
۱۲	۴-۵-۱- تفاوت در هزینه‌های نگهداری
۱۳	۵-۵-۱- تفاوت در روش‌های حفظ امنیت
۱۳	۶-۵-۱- اهمیت زمان در مدیریت
۱۳	۶-۱- شبکه‌های اجتماعی و تفاوت‌های نسلی
۱۴	۱-۶-۱- نسل جنگ جهانی دوم
۱۴	۲-۶-۱- نسل انفجار جمعیتی

۱۵	۱-۶-۳- نسل ایکس (X).....
۱۶	۱-۶-۴- نسل وای (Y).....
۱۶	۱-۶-۵- نسل زد (Z).....
۱۸	۷-۱- بررسی انواع شبکه اجتماعی.....
۱۸	۱-۷-۱- انواع شبکه‌های اجتماعی بر مبنای نوع ارتباطات.....
۲۰	۱-۷-۲- انواع شبکه‌های اجتماعی بر مبنای نوع فعالیت.....
۲۲	۱-۷-۳- انواع شبکه اجتماعی بر مبنای سطح پوشش.....
۲۳	۱-۷-۴- انواع شبکه اجتماعی بر مبنای نحوه توزیع افراد در شبکه.....
۲۴	۱-۷-۵- انواع شبکه‌های اجتماعی بر مبنای باز یا بسته از منظر نحوه عضویت اعضا.....
۲۵	۱-۷-۶- انواع شبکه اجتماعی بر مبنای پیاده سازی‌اش بروی نرم افزارهای متن باز یا متن بسته.....
۲۸	۱-۷-۷- انواع شبکه اجتماعی بر مبنای شناس بودن یا ناشناس بودن افراد در محیط کاربری آن.....
۳۲	۱-۷-۸- انواع شبکه اجتماعی بر مبنای حیطه‌ی فعالیت.....
۳۳	۸-۱- نمونه‌های شبکه اجتماعی.....
۳۴	مراجع.....

فصل دوم: مطالعه تطبیقی شبکه‌های اجتماعی

۳۶	۲-۱- شناسایی و بررسی شبکه اجتماعی در سطح جهان.....
۳۷	۲-۱-۱- ارائه فهرستی از مطرح‌ترین شبکه‌های اجتماعی خارجی.....
۴۹	۲-۲- شناسایی و بررسی شبکه‌های اجتماعی در ایران.....
۵۰	۲-۲-۱- مطرح‌ترین شبکه‌های اجتماعی ایرانی.....
۵۴	۲-۲-۲- ارزیابی شبکه‌های اجتماعی در ایران چگونه صورت می‌گیرد؟.....
۵۵	۲-۳- بررسی مقدماتی و مقایسه شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی.....
۵۵	۲-۳-۱- دسته بندی شبکه‌های اجتماعی خارجی.....
۵۶	۲-۳-۲- دسته بندی شبکه‌های اجتماعی ایرانی.....
۵۸	۲-۳-۳- شناسایی شبکه‌های متناظر داخلی و خارجی.....
۶۰	۲-۴- مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی سایر کشورها.....
۶۱	۲-۴-۱- شبکه اجتماعی در چین.....
۷۳	۲-۴-۲- شبکه اجتماعی در کشور ژاپن MIXI.....
۷۶	۲-۴-۳- شبکه اجتماعی هند Bigadda.....

۷۷	۴-۴-۲- شبکه اجتماعی کانادا Nexopia
۷۸	۵-۴-۲- شبکه دوست یابی روسیه Odnoklassniki
۷۸	۶-۴-۲- شبکه دوستی در یونان Z00.gr
۷۹	مراجع

۸۱ فصل سوم: بررسی شبکه اجتماعی تلفن همراه

۸۲	۱-۳- سیستم عامل تلفن همراه
۸۳	۱-۱-۳- انواع سیستم عامل ها
۹۰	۲-۳- شبکه اجتماعی سیار
۹۱	۳-۳- نرم افزار تلفن همراه
۹۱	۱-۳-۳- لاین
۹۳	۲-۳-۳- وایبر
۹۷	۳-۳-۳- وی چت
۹۹	۴-۳-۳- واتساپ
۱۰۰	۵-۳-۳- اسکایپ
۱۰۲	۶-۳-۳- اینستاگرام
۱۰۲	۷-۳-۳- تانگو
۱۰۴	۸-۳-۳- تلگرام
۱۰۵	مراجع

۱۰۹ فصل چهارم: تحلیل فنی شبکه های اجتماعی

۱۱۱	۱-۴- تحلیل فنی شبکه های اجتماعی از منظر ویژگی های شبکه
۱۱۱	۱-۱-۴- اهداف تحلیل شبکه های اجتماعی
۱۱۱	۲-۱-۴- تعاریف اولیه
۱۱۴	۳-۱-۴- استخراج گراف ارتباطی کاربران شبکه
۱۱۴	۴-۱-۴- نحوه نمایش و ذخیره شبکه های اجتماعی
۱۱۶	۵-۱-۴- زمینه های پژوهشی مطرح در تحلیل شبکه های اجتماعی
۱۲۴	۶-۱-۴- معیارهای مرتبط با تحلیل در شبکه های اجتماعی
۱۲۵	۷-۱-۴- نرم افزارهای تحلیل شبکه های اجتماعی

- ۱۲۸-۴-۱-۸- کاربردهای تحلیل شبکه‌های اجتماعی در حوزه‌های مختلف.....
- ۱۲۹-۴-۲- چارچوب‌ها در شبکه اجتماعی.....
- ۱۲۹-۴-۱-۲- OpenSocial.....
- ۱۴۹-۴-۲-۲- سایر چارچوب‌ها.....
- ۱۵۰-۴-۳- پروتکل‌ها در شبکه اجتماعی.....
- ۱۵۰-۴-۱-۳- DSNP: پروتکل شبکه‌های اجتماعی توزیع شده.....
- ۱۵۳-۴-۴- استانداردهای شبکه‌های اجتماعی.....
- ۱۵۳-۴-۱-۴- FOAF.....
- ۱۵۶-۴-۲-۴- XFN.....
- ۱۵۷-۴-۱-۴- hCard.....
- ۱۵۷-۴-۴-۴- PeopleAggregator.....
- ۱۵۹-۴-۵- مسائل مرتبط با طراحی یک شبکه‌ی اجتماعی.....
- ۱۵۹-۴-۱-۵- مشخص کردن زمینه‌ی.....
- ۱۶۰-۴-۲-۵- هدف‌گذاری.....
- ۱۶۰-۴-۳-۵- مشخص کردن محدوده.....
- ۱۶۰-۴-۴-۵- مشخص کردن باز یا بسته بودن شبکه، از لحاظ اعضا.....
- ۱۶۱-۴-۵-۵- مشخص کردن جمعیتی که شبکه تحت پوشش قرار می‌دهد.....
- ۱۶۱-۴-۶-۵- مشخص کردن بستر روابط.....
- ۱۶۱-۴-۷-۵- مشخص کردن بستر فرهنگی-اجتماعی.....
- ۱۶۲-۴-۸-۵- مقیاس‌پذیری مکانی.....
- ۱۶۲-۴-۹-۵- پیش‌بینی نمودار رشد شبکه.....
- ۱۶۲-۴-۱۰-۵- برآورد مالی ایجاد و نگهداری از یک شبکه.....
- ۱۶۳-۴-۱۱-۵- پیش‌بینی سودآوری در زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی.....
- ۱۶۳-۴-۱۲-۵- پیش‌بینی سودآوری مالی شبکه.....
- ۱۶۴-۴-۱۳-۵- پیش‌بینی از میزان توسعه‌پذیری.....
- ۱۶۴-۴-۶- الگوهای طراحی شبکه‌های اجتماعی.....
- ۱۶۴-۴-۱-۶- خط زمان عمومی.....
- ۱۶۴-۴-۲-۶- دنبال کردن نامتقارن.....

- ۱۶۵..... ۳-۶-۴ خوراک سایت
- ۱۶۵..... Re-blogging ۴-۶-۴
- ۱۶۵..... ۷-۴ مسائل مرتبط با مدیریت یک شبکه‌ی اجتماعی
- ۱۶۵..... ۱-۷-۴ تاثیر مدیریت صحیح بر میزان تعامل افراد با شبکه
- ۱۶۷..... ۲-۷-۴ سطوح مختلف دید مدیر از سطوح جزئی گرفته تا سطوح کلی
- ۱۶۷..... ۳-۷-۴ نیازهای دینفعان و مسائل مرتبط با دانشی که در شبکه تولید می‌شود
- ۱۶۸..... ۴-۷-۴ میزان قدرت مدیریت در تصحیح یا تغییر اطلاعات
- ۱۶۸..... ۵-۷-۴ نقش سیاست‌های مدیریتی در جهت‌گیری شبکه
- ۱۶۸..... ۸-۴ مسائل مرتبط با محتوای شبکه‌های اجتماعی
- ۱۶۸..... ۱-۸-۴ حجم الزامی اطلاعات تولید شده و مسائل مدیریت اطلاعات
- ۱۶۹..... ۲-۸-۴ روش‌های انتشار اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی
- ۱۶۹..... ۳-۸-۴ روش‌های تأییدگذاری در شبکه از راه محتوا
- ۱۷۰..... ۴-۸-۴ کیفیت اطلاعات
- ۱۷۱..... ۵-۸-۴ امنیت اطلاعات
- ۱۷۲..... ۶-۸-۴ حیطه‌ی جستجو در سطح مدیر
- ۱۷۳..... ۷-۸-۴ حیطه‌ی جستجو در سطح اعضا
- ۱۷۳..... ۹-۴ مسائل فنی تولید شبکه‌های اجتماعی
- ۱۷۳..... ۱-۹-۴ معماری شبکه
- ۱۷۴..... ۲-۹-۴ میانگین زمان صرف شده برای هر عضو در سایت
- ۱۷۵..... ۳-۹-۴ برآورد متوسط درخواست‌ها برای هر نفر در زمانی که در سایت حضور دارد
- ۱۷۵..... ۴-۹-۴ برآورد متوسط تعداد افراد حاضر در سایت
- ۱۷۵..... ۵-۹-۴ تعداد مشاهده صفحات برای هر نفر
- ۱۷۵..... ۶-۹-۴ تضمین کیفیت سرویس برای متوسط تعدادی کاربر خاص در شبکه
- ۱۷۶..... ۱۰-۴ نگهداری شبکه‌های اجتماعی
- ۱۷۶..... ۱-۱۰-۴ آزمایش شبکه
- ۱۷۷..... ۱۱-۴ معیارهای قابل اندازه‌گیری برای میزان موفقیت و شکست یک شبکه‌ی اجتماعی
- ۱۷۷..... ۱-۱۱-۴ تعداد اعضا
- ۱۷۸..... ۲-۱۱-۴ میزان تاثیرگذاری شبکه

۱۷۸..... ۴-۱۱-۳- دانش تولیدشده.....
مراجع..... ۱۷۹.....

فصل پنجم: بررسی نیازمندی‌های شبکه‌های اجتماعی

- ۱۸۲..... ۵-۱- تحلیل شبکه‌های اجتماعی از منظر نیازمندی‌های فنی.....
۱۸۴..... ۵-۱-۱- روش تحلیل و چارچوب آن.....
۱۸۴..... ۵-۱-۲- منظر کاربر.....
۱۹۹..... ۵-۱-۳- منظر کسب و کار.....
۲۰۴..... ۵-۲- تحلیل نمونه شبکه‌های برتر با استفاده از چارچوب معرفی شده.....
۲۰۴..... ۵-۲-۱- منظر کاربر.....
۲۱۱..... ۵-۲-۲- منظر کسب و کار.....
۲۱۵..... ۵-۳-۳- دسته‌بندی شاخص‌های ارزیابی موفقیت.....
۲۱۸..... ۵-۳-۳- بررسی و مطالعه اسناد بالادستی.....
۲۱۹..... ۵-۳-۱- اسناد بالادستی.....
۲۲۱..... ۵-۳-۲- فرهنگ سازی و جاه‌گیری از نفوذ و تهاجم فرهنگ بیگانه.....
۲۲۲..... ۵-۳-۳- ایجاد خدمات مناسب در شبکه‌های اجتماعی بومی.....
۲۲۲..... ۵-۳-۴- تحلیل شبکه‌های اجتماعی توسعه یافته.....
۲۲۲..... ۵-۳-۵- کسب و کار گروهی، کارآفرینی، رونق‌بخش اقتصادی.....
۲۲۳..... ۵-۳-۶- مشارکت جمعی و همکاری نهادها در جهت حمایت از شبکه‌های اجتماعی بومی.....
۲۲۳..... ۵-۳-۷- جلوگیری از سوء استفاده از اطلاعات شخصی کاربران به هدف افزایش استفاده از شبکه اینترنت.....
۲۲۴..... ۵-۳-۸- اطلاع رسانی عمومی و آموزش همگانی.....
۲۲۴..... ۵-۴- تجزیه و تحلیل پرسشنامه.....
۲۲۴..... ۵-۴-۱- نیازمندی‌های شبکه اجتماعی.....
۲۳۴..... ۵-۴-۲- راهبردهای شبکه اجتماعی.....
۲۴۲..... ۵-۴-۳- رقبا؛ فیس بوک، توییتر و ...؟.....
۲۴۷..... ۵-۴-۴- شبکه‌های اجتماعی ایرانی موجود.....
۲۵۰..... ۵-۴-۵- نقش دولت.....
۲۵۳..... ۵-۴-۶- ریسک یا مخاطره.....

۵-۵- استخراج نیازمندی‌ها ۲۵۵

مراجع ۲۵۹

فصل ششم: کسب و کار در شبکه‌های اجتماعی ۲۶۱

۶-۱- مفاهیم مرتبط با مدل کسب و کار ۲۶۲

۶-۱-۱- مفهوم مدل کسب و کار ۲۶۳

۶-۱-۲- تعاریف مدل کسب و کار ۲۶۴

۶-۱-۳- اجزای مدل‌های کسب و کار ۲۶۵

۶-۱-۴- معرفی و طبقه‌بندی مدل‌های کسب و کار ۲۶۶

۶-۲- مطالعه و بررسی شبکه‌های اجتماعی ۲۹۳

۶-۲-۱- انواع شبکه‌های اجتماعی ۲۹۴

۶-۲-۲- بازار شبکه‌های اجتماعی ۲۹۴

۶-۲-۳- مطالعه موردی: ایجاد یک شبکه اجتماعی در سازمان‌ها ۳۰۴

۶-۲-۴- آینده شبکه‌های اجتماعی ۳۱۱

۶-۳- مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی: مدل‌های کسب و کار ۳۱۸

۶-۳-۱- مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی: ایران ۳۱۸

۶-۳-۲- مدل کسب و کار فیس‌بوک ۳۱۸

۶-۳-۳- استراتژی‌های بکار رفته برای مدل کسب و کار شبکه‌های اجتماعی ۳۲۰

۶-۴- نگاشت مدل‌های کسب و کار با انواع شبکه‌های اجتماعی ۳۲۳

۶-۴-۱- روش تحقیق ۳۲۴

۶-۴-۲- نگاشت مدل‌های کسب و کار و شبکه‌های اجتماعی ۳۲۹

مراجع ۳۶۰

فصل هفتم: جمع‌بندی ۳۷۳

شبکه‌های اجتماعی سامانه‌های پیچیده، متشکل از تعدادی موجودیت هستند که در یک اجتماع گرد هم آمده و با هم تعاملات اجتماعی دارند. این موجودیت‌ها می‌توانند یک زنبور، یک مورچه، یک انسان، یک کامپیوتر و یا یک وب‌گاه باشند. تعاملات اجتماعی می‌توانند روابط دوستی، دشمنی، اعتماد، رأی، مشورت، همسایگی، همکاری، مراوده مالی، ارتباط مخبراتی، ارتباط رایانامه و ... باشند. شبکه‌های اجتماعی که بر پایه وب ۲ در اینترنت به وجود آمده‌اند از این روی که در دنیای مجازی تشکیل می‌شوند به شبکه‌های اجتماعی مجازی معروفند هرچند که این دنیای مجازی متأثر از بنیان واقعی است و همین دنیای مجازی تأثیرگذار بر دنیای واقعی است.

در کشور ما، تحقیق در حوزه شبکه‌های اجتماعی به بقیه چندانی ندارد و از عمر آن کمتر از ده سال می‌گذرد. متأسفانه دانشگاه‌های اندکی، بیشتر متمرکز در تهران، در این حوزه به فعالیت می‌پردازند در حالی که نیاز به متخصصین این حوزه در تمام وزارتخانه‌ها، نهادها و مراکز دولتی، خصوصی و اقتصادی، فرهنگی، بهداشتی، ارتباطاتی و نهادهای امنیتی و انتظامی و بیش از همه در تصمیم‌گیرندگان استراتژیک کشور احساس می‌شود.

در این کتاب ابتدا به تبیین تعریف و مفهوم شبکه‌های اجتماعی از جنبه‌های مختلف پرداخته شده است پس از آن پس ذکر فواید شبکه‌های اجتماعی تفاوت آن‌ها با وب سایت‌ها مورد بررسی قرار گرفته و در ادامه شرح مختصری از نسل‌های این شبکه‌ها آورده شده است. در ادامه به بررسی و شناخت انواع شبکه‌های اجتماعی و تقسیم‌بندی آن‌ها از جنبه نوع ارتباطات، نوع فعالیت، سطح پوشش، نحوه توزیع اعضا و نحوه عضویت در آن‌ها توجه شده است. شبکه‌های اجتماعی متن‌باز موضوع دیگری است که در ادامه کتاب تشریح گردیده و در خصوص ویژگی‌های کیفی و ریسک‌های آن‌ها بحث شده است. در ادامه به بررسی شبکه‌های موجود خارجی و داخلی و ویژگی‌های آن‌ها توجه و متناسب با اهدافشان در دسته‌بندی‌های قرار داده شده‌اند. در بخشی بعدی کتاب، شبکه‌های اجتماعی از جنبه فنی و ویژگی‌های ساختاری آن‌ها با هدف طراحی و پیاده‌سازی مورد

مطالعه قرار گرفته‌اند و پروتکل‌ها، الگوها و استانداردهای ایجاد این شبکه‌ها، ذکر خصوصیات و مقایسه آن‌ها نیز به عنوان بخشی از ویژگی‌های فنی مورد توجه بوده است. یکی از مسائل مهم در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی اندازه‌گیری میزان موفقیت آن‌ها می‌باشد که معیارها و شاخص‌های آن معرفی گردیده‌اند. بخشی دیگر از این کتاب به بررسی اسناد بالادستی مرتبط با شبکه‌های اجتماعی تخصیص داده شده است زیرا لحاظ نمودن آن‌ها برای طراحی و ایجاد و به کارگیری شبکه‌های اجتماعی داخلی از ضروریات می‌باشد. در ادامه مدل‌های کسب و کار مختلف و استراتژی‌های مطرح شبکه‌های اجتماعی بررسی و تشریح گردیده‌اند؛ و در نهایت نیز تحلیلی برای پیش‌بینی آینده شبکه‌های اجتماعی و آرایه راه‌حلی برای بقای این شبکه‌ها آورده شده است.

در خاتمه لازم می‌دانم از کلیه همکاران پژوهشکده فناوری اطلاعات و دوستانی که در تهیه این کتاب به هر طریق همکاری داشته‌اند و در واقع این کتاب خلاصه و جمع‌بندی مطالعات و زحمات آن‌ها است تشکر و قدردانی داشته باشم.

محمد آزادنی

مردادماه ۱۳۹۵

به نام کونده توانا

شبکه‌های اجتماعی اخیراً مورد توجه بسیاری از مراکز تحقیقاتی دنیا واقع شده‌اند و با توجه به اینکه در دنیای آینده شبکه‌های مجازی نقش مهمی خواهند داشت، تحقیقات بیشتر در این زمینه ضروری می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی که در زیرشاخه عام شبکه‌های پیچیده مورد بررسی و پژوهش قرار می‌گیرند به شبکه‌هایی اطلاق می‌شوند که از ارتباطات تک‌تک افراد جامعه با هم نشأت می‌گیرند و قابل تعمیم به لایه‌های بزرگ‌تری همچون گروه‌های مردمی، کشورها و حتی اشیاء می‌باشند. این ارتباطات اجتماعی می‌تواند دوستی‌ها، تأثیرگذاری فرهنگی، روابط اقتصادی، روابط کاری و ... را در برگیرد. ارتباطات در شبکه می‌تواند یک‌طرفه یا دو طرفه بوده و دارای شدت و حدت باشند. شبکه‌های اجتماعی به مدل‌سازی توپولوژی ارتباطات و روند دینامیکی شکل‌گیری و تکامل این توپولوژی در زمان می‌پردازند. این شبکه‌ها از تعداد زیادی واحد دینامیکی (افراد، کامپیوترها، شرکت‌ها، حسگرها) متصل به هم تشکیل شده‌اند. خصوصیت مهم این شبکه‌ها، تعداد زیاد نودها و دینامیک موجود در آن‌ها است. همین امر سبب می‌شود اجتماع شکل شده از این واحدها حتی با قوانین ساده تعامل فردی، رفتارهای پیچیده‌ای از خود بروز دهند که در اجتماعات کوچک مشاهده نمی‌شود. این گونه رفتارها از ساختار ارتباطی نودها و نحوه برهم‌کنش واحدها ناشی می‌شود. شبکه‌های اجتماعی بستر مهمی برای گسترش سریع اطلاعات، قدرت محاسباتی بالا و استخراج اطلاعات آماری هستند. دلیل قدرت بالقوه‌ای که در این شبکه‌ها وجود دارد می‌توان از آن‌ها برای دستیابی به ارزش افزوده بهره‌برد و به همین دلیل روی آن‌ها سرمایه‌گذاری کرد.

با توجه به نبود منبعی جامع و کاربردی در زمینه شبکه‌های اجتماعی برای بررسی و پژوهش محققان و دانشجویان بر خود لازم دانستیم در این زمینه منبعی جامع و کامل با منابع و مستندات قوی و قابل اعتماد ارائه دهیم. کتاب پیش روی منبعی جامع در زمینه شبکه‌های اجتماعی می‌باشد که تحت هفت فصل به بررسی شبکه‌های اجتماعی از منظرهای همچون

بررسی مفاهیم اولیه در زمینه شبکه اجتماعی

مطالعه تطبیقی شبکه‌های اجتماعی

بررسی سیستم عامل‌های تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی که بر بستر تلفن همراه پیاده‌سازی شده‌اند

تحلیل شبکه‌های اجتماعی

بررسی نیازمندی‌های شبکه اجتماعی

بررسی کسب و کار در شبکه‌های اجتماعی

می‌پردازد و پس از مطالعه فصول به مخاطبان خود دیدی جامع در زمینه شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌کند. آنچه اینجانب را خشنود می‌کند نظرها، پیشنهادها و انتقادهای اصلاحی می‌باشد. بدین جهت شما خواننده عزیز می‌توانید از طریق آدرس alizanjani.mohammad@gmail.com با بنده ارتباط برقرار کنید. در پایان جا دارد از آقای ابراهیم نعمت‌پور که مسئولیت صفحه آرای و ویرایش کتاب و از آقای علی داودی که مسئولیت طراحی جلد کتاب را متقبل شدند و تمامی دوستانی که ما را در به سرانجام رساندن این مهم یاری نمودند صمیمانه تشکر کنم.

محمد علی زنجانی تابستان ۱۳۹۵

استفاده از خدمات شبکه‌های اجتماعی، روزبه‌روز محبوبیت بیشتری پیدا می‌کند. هم‌اکنون سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، بعد از تال‌های بزرگی مثل یاهو، MSN یا موتورهای جستجو مثل گوگل، تبدیل به پراستفاده‌ترین خدمت اینترنتی شده‌اند. بسیاری از نهادهای مختلف جهانی و اینترنتی با اهداف گوناگون که مهم‌ترین آن‌ها تجاری و تبلیغاتی است، به راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی زده یا درصدد خرید سهام مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی دنیا هستند. مثل رقابت اخیر گوگل و مایکروسافت بر سر سایت مای‌اسپیس^۱ و فیس‌بوک^۲. در رقابت مای‌اسپیس، پرکارترین سایت شبکه اجتماعی دنیا گوگل و در رقابت بر سر فیس‌بوک مایکروسافت برنده شد. ضمن اینکه یاهو هم بعد از راه‌اندازی نه‌چندان موفق ۳۶۰ درجه، به دنبال راه‌اندازی یک شبکه اجتماعی دیگر به اسم مش^۳ است. ناسا هم برای جذب جوانان علاقه‌مند به موضوعات هوافضا، یک شبکه اجتماعی را بر پایه استانداردهای نسل آینده وب و تنظیمات سایت خود راه‌اندازی کرد. این شبکه اجتماعی جدید که مای ناسا^۴ نام دارد، بخش‌های بسیار پیشرفته‌ای دارد که کاربران می‌توانند از طریق آن‌ها تصاویر و تفکرات خود را درباره موضوعات فضایی با سایر کاربران به اشتراک بگذارند. مای ناسا یک نمونه بسیار مهم از شبکه‌های اجتماعی است و یک محیط مجازی را می‌سازد که در آن کاربران می‌توانند تمام موضوعات و مقولات مورد نظر و شخصی خود را جمع‌آوری کنند. کاربران می‌توانند در این شبکه اجتماعی جدید برای خود وبلاگ درست کنند و از وبلاگ‌هایی نظیر وبلاگ یکی از مدیران ناسا که روایت بسیار شگفت‌انگیزی را از ماموریت‌های فضایی خود نقل کرده است، استفاده کنند. شبکه‌های اجتماعی، به‌خصوص آن‌هایی که کاربردهای معمولی و غیرتجاری دارند، مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم خود را به‌طور خلاصه معرفی می‌کنند و امکان برقراری ارتباط بین خود و همفکرانشان را در زمینه‌های مختلف مورد علاقه فراهم می‌کنند. البته در

1. MySpace
2. Facebook
3. Mesh
4. MyNASA

بعضی از این موارد مثل مای ناسا سمت و سوی اصلی این علایق (فضا) مشخص است. به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی در اینترنت، در آینده بیش از این هم اهمیت پیدا کند. این شبکه‌ها هم‌اکنون هم روزبه‌روز محبوب‌تر می‌شوند. با شبکه‌های اجتماعی، دیگر افراد برای پیدا کردن همفکران خود در موارد گوناگون تنها نیستند؛ یک دوست آرژانتینی برای تحلیل بازی‌های بوکاجونیورز، یک دوست سوئدی برای صحبت در مورد فناوری اطلاعات، یک دوست فرانسوی برای صحبت در مورد فیلم‌های سینمای مستقل یا یک دوست مصری برای بحث در مورد مسائل خاورمیانه. مسلماً در دنیای حقیقی هیچ‌گاه افراد علاقه‌مند، موضوعات موردعلاقه خود را به این گستردگی نمی‌یافتند. این دلیل و شاید دلایل مشابه این، سرویس‌های شبکه‌های اجتماعی را به یکی از مهم‌ترین ارکان اینترنت در دو، سه سال اخیر تبدیل کرده است.

شبکه‌های اجتماعی اخیراً مورد توجه بسیاری از مراکز تحقیقاتی دنیا واقع شده‌اند و با توجه به اینکه در دنیای آینده شبکه‌های مجاز، نقش مهمی خواهند داشت، تحقیقات در این زمینه ضروری می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی که در زیرشاخه علم شبکه‌های پیچیده مورد بررسی و پژوهش قرار می‌گیرند به شبکه‌هایی اطلاق می‌شوند که از ارتباطات تک‌تک افراد جدا می‌شوند و با هم نشأت می‌گیرند و قابل تعمیم به لایه‌های بزرگ‌تری همچون گروه‌های مردمی، کشورها و حتی سیاه‌چال‌ها می‌باشند. این ارتباطات اجتماعی می‌تواند دوستی‌ها، تاثیرگذاری فرهنگی، روابط اقتصادی، روابط کاری و ... را در برگیرد. این ارتباطات می‌تواند یک‌طرفه یا دوطرفه بوده و دارای شدت وحدت باشند. شبکه‌های اجتماعی به مثال بازی توپولوژی ارتباطات و روند دینامیکی شکل‌گیری و تکامل این توپولوژی در زمان می‌پردازند. این شبکه‌ها از تعداد زیادی واحد دینامیکی (افراد، کامپیوترها، شرکت‌ها، حسگرها) متصل به هم تشکیل شده‌اند. خصوصیت مهم این شبکه‌ها تعداد زیاد نودها و دینامیک موجود در آن‌ها است. همین امر سبب می‌شود اجتماع تشکیل شده از این واحدها حتی با قوانین ساده تعامل فردی، رفتارهای پیچیده‌ای از خود بروز دهند که در اجتماعات کوچک مشاهده نمی‌شود. این گونه رفتارها از ساختار ارتباطی نودها و نحوه برهم‌کنش واحدها ناشی می‌شود.

پردازش‌هایی که بر روی شبکه‌های اجتماعی انجام می‌گیرد متنوع و دارای کاربردهای متعدد است. شناسایی افراد موثر و مهم شبکه از منظر پارامترهای گوناگون می‌تواند نودهایی که برای انجام وظیفه خاصی نیازمند توجه و سرمایه‌گذاری بیشتری هستند را پیدا نماید. تشخیص شبکه‌های محلی که زیرگروه متحد یا انجمن نیز نامیده می‌شوند به شناسایی ساختار کلی شبکه و خلاصه کردن آن کمک زیادی می‌کند. تحلیل پایداری ساختاری باعث شناسایی نقاط تنش‌زای شبکه شده و در پیش‌بینی شکل آینده ارتباطات در شبکه کمک شایانی می‌نماید. تحلیل هم‌ارزی ساختاری نیز از طریق تحلیل ساختار شبکه محلی اطراف فرد به شناسایی نقش نودها در شبکه پرداخته و نودهایی را که از نظر ساختاری نقش‌های یکسانی دارند معرفی

می‌نماید. در صورت موجود بودن اطلاعات مربوط به ساختار یک شبکه اجتماعی در زمان‌های مختلف می‌توان تحلیل دینامیک ساختار بر روی شبکه انجام داد و تغییر و تحول شبکه و قوانین حاکم بر نحوه رشد یا تغییر ساختار شبکه را استخراج نمود. این نوع تحلیل نیز اطلاعات ارزشمندی برای پیش‌بینی آینده شبکه تولید خواهد نمود. نوع دیگری از تحلیل دینامیکی زمانی امکان‌پذیر است که مدلی برای برهم‌کنش نودهای شبکه وجود داشته باشد. در این حالت دینامیک فرایند انتشار در شبکه قابل شبیه‌سازی و تحلیل و پیش‌بینی است. انتشار اطلاعات، اقتباس فناوری و گسترش بیماری از جمله فرایندهایی هستند که مدل‌های مختلفی را برای توضیح نحوه انتشار آن‌ها در ادبیات شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌نمایند. در نتیجه با در دست داشتن شبکه اجتماعی ملی می‌توان این‌گونه مسائل را به راحتی حل کرد.

کتاب پیش روی منبعی جامع در زمینه شبکه‌های اجتماعی می‌باشد که تحت هفت فصل به بررسی شبکه‌های اجتماعی از منظرهای مختلف می‌پردازد و پس از طی فصول به مخاطبان خود دیدی جامع در این زمینه ارائه می‌کند. فصل اول تحت عنوان شبکه‌های اجتماعی به بررسی مفاهیم اولیه در زمینه شبکه اجتماعی می‌پردازد. فصل دوم به مطالعه تطبیقی شبکه‌های اجتماعی اختصاص یافته است. در فصل سوم به بررسی سیستم عامل‌های تلفن همراه، شبکه‌های اجتماعی که بر بستر تلفن همراه پیاده سازی شده‌اند می‌پردازد. در فصل چهارم تحلیل شبکه‌های اجتماعی را به نظر قرار گرفته است. هدف از فصل پنجم بررسی نیازمندی‌های شبکه اجتماعی می‌باشد. فصل ششم کاربردهای شبکه‌های اجتماعی و کسب و کار در شبکه‌های اجتماعی اختصاص یافته است و در فصل هفتم به بررسی و جمع‌بندی فصول قبلی پرداخته‌ایم.