

الله الرحمن الرحيم

چشم‌انداز رسانه‌های اجتماعی

پیشینه، انواع، کارکردها

حسین غفاری

تابستان ۱۳۹۷

1970's

1980's

1990's

2000's

2010's

وب به کجا می رود؟

**Internet
0.0**

**Web
1.0**

**Web
2.0**

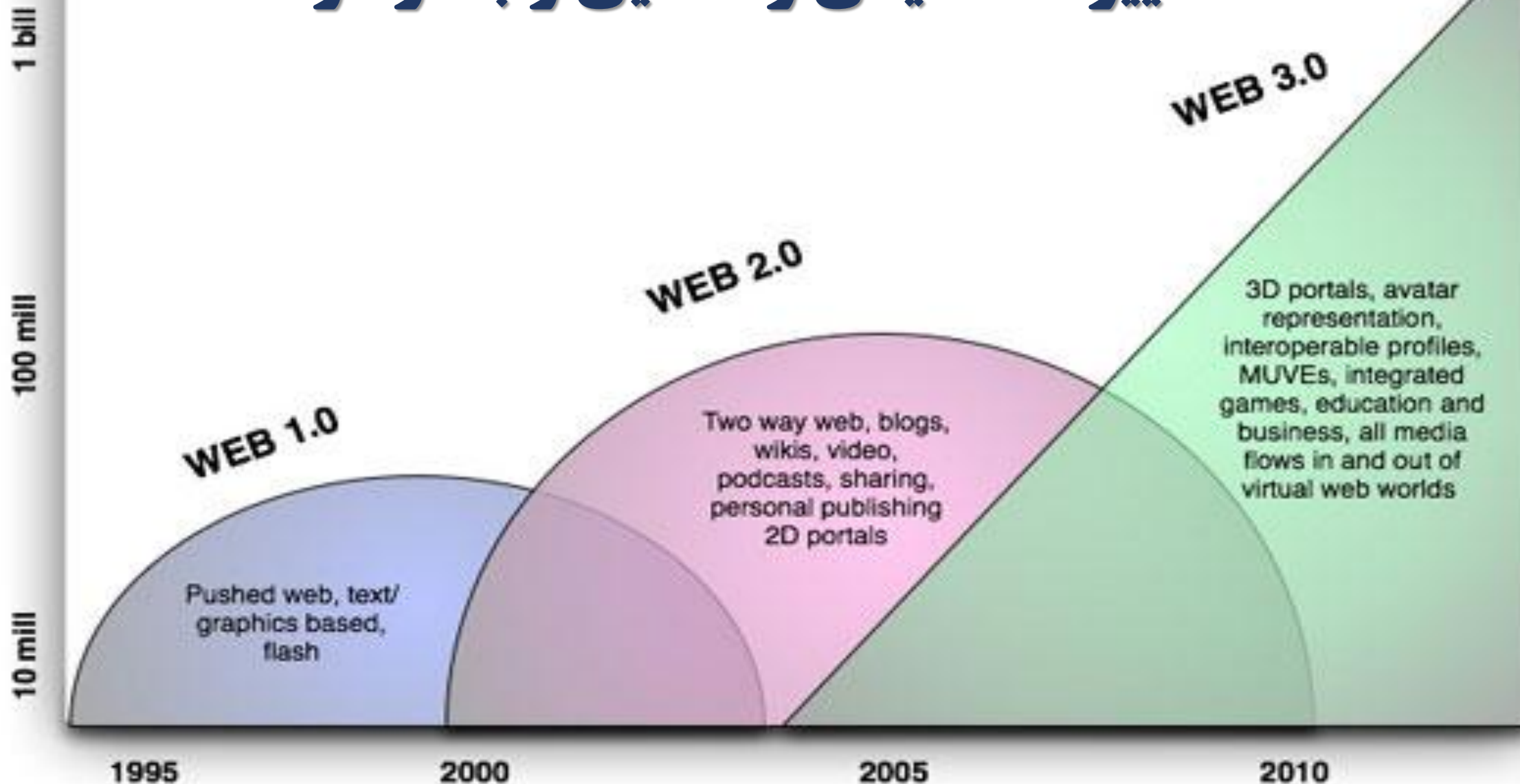
**Web
3.0**

De redes de
conteúdos >

Para redes de
relacionamento >

Para redes de
contextos

تغییرات تکنیکی و معنایی وب در دو دهه



Web 1.0

"the mostly read-only Web"

250,000 sites



45 million global users

1996

Web 2.0

"the wildly read-write Web"

80,000,000 sites



1 billion+ global users

2006

Web 3.0

"the wildly write-read Web"

800,000,000 sites



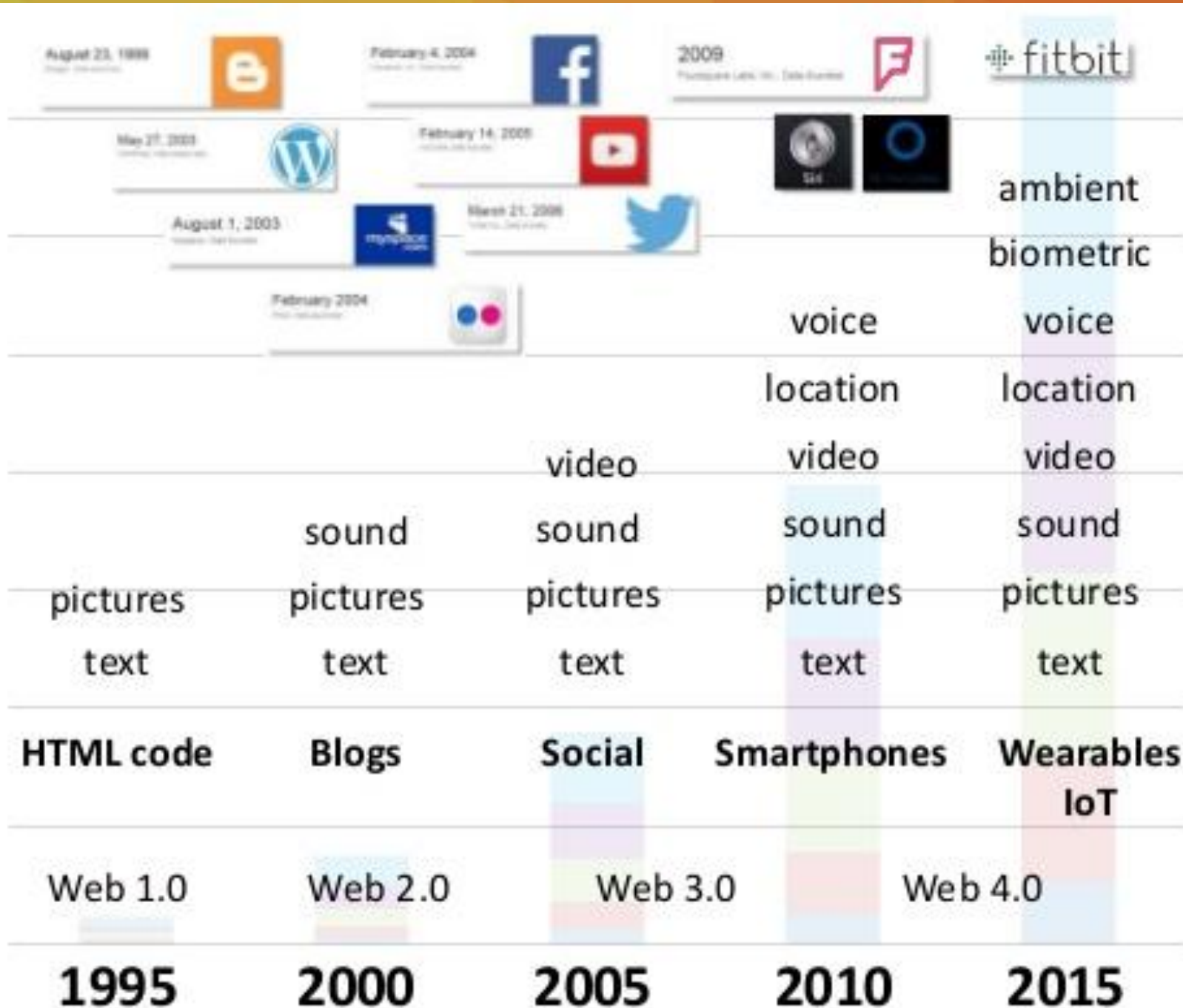
8 billion+ global users

2016

فرایند غنی سازی وب در پست سال

Info Types

Technology



انفجار داده‌ها

	Many users visited big portals	Users visited many blogs (some big)	Users interact wth each other on socnet	Users interact wth each other w/o central site	Info auto-loaded; devices talk with each other
					
Quantity of info	Gigabytes	Terabytes	Petabytes	Exabytes	Yottabytes
Accessible to	10s of '000	100s of '000	millions	billions	10s of billions
Technology	HTML code	Blogs	Social	Smartphones	Wearables IoT
	Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0	Web 4.0	
	1995	2000	2005	2010	2015

آینده پژوهی وب





یکی از مدیران شرکت گوگل
اظهار امیدواری کرده بود که
ما به نقطه‌ای دست خواهیم
یافت که وقتی فردی در حال
حرکت به سمت منزل خود
است با پیامکی از سوی گوگل
مطلع گردد:

«برای خریدن فهرستی که
همسرتان یک ساعت قبل
به شما پیامک کرده بود
اکنون از کنار آخرین
فروشگاه در مسیر رسیدن به
منزل عبور می‌کنید. پس
فرصت را از دست ندهید!»



نگاهی دقیق‌تر به وب ۲

رشد قابلیت‌های وب در وب ۲

Web 1.0



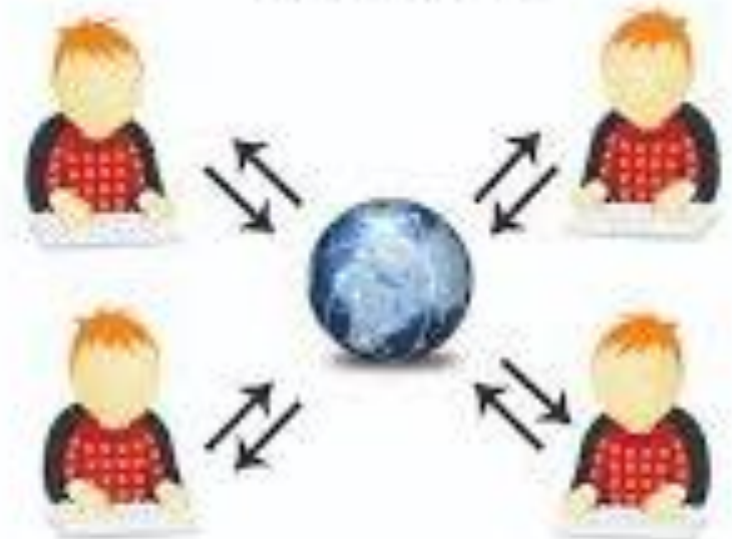
Web 2.0



Web 1.0



Web 2.0



برخی از انواع سایتهای رسانه اجتماعی

Blogs : TypePad , Blogger

Social Networking Sites : Facebook, MySpace, Friendster

Social News : Digg, PopURLs

Social Measuring : Technorati, BlogPulse

Microblogging : Twitter

Social Bookmarking : DeLicious, Diigo

Social Q&A : Answers.com, Yahoo! Answers

Video Sharing : YouTube, Vimeo

Photo Sharing : Flickr, PhotoBucket

Social Search : Google, Yahoo!

Professional Networks : Rolodex, LinkedIn, Plaxo

Comment Communities : Disqus

Social Email : Google Buzz, Darren Rowse

Niche Communities : list of social media niche sites

Regional Social Media Sites

Podcasting Communities: Blubrry.com

Blog Networks : Gawker, buMedia

Blogging Communities : BlogHer, LiveJournal

Presentation-sharing Sites : SlideShare

Content-driven Communities : Wikipedia

Product-based Communities : Ebay, Amazon.com

Review & Recommendation Sites : Shelfari, TripAdvisor

Social Media Sites that Defy Definition: Squidoo, StumbleUpon





کدام رسانه‌های اجتماعی را می‌شناسید؟

JAN
2018

DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2018

KEY STATISTICAL INDICATORS FOR THE WORLD'S INTERNET, MOBILE, AND SOCIAL MEDIA USERS

TOTAL
POPULATION



7.593
BILLION

URBANISATION:
55%

INTERNET
USERS



4.021
BILLION

PENETRATION:
53%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



3.196
BILLION

PENETRATION:
42%

UNIQUE
MOBILE USERS



5.135
BILLION

PENETRATION:
68%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



2.958
BILLION

PENETRATION:
39%

we
are
social



we
are
social



SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; U.S. CENSUS BUREAU; **INTERNET:** INTERNETWORLDSTATS; ITU; EUROSTAT; INTERNETLIVESTATS; CIA WORLD FACTBOOK; MIDEASTMEDIA.ORG; FACEBOOK; GOVERNMENT OFFICIALS; REGULATORY AUTHORITIES; REPUTABLE MEDIA; **SOCIAL MEDIA** AND **MOBILE SOCIAL MEDIA:** FACEBOOK; TENCENT; VKONTAKTE; KAKAO; NAVER; DING; TECHRASA; SIMILARWEB; KEPIOS ANALYSIS; **MOBILE:** GSMA INTELLIGENCE; GOOGLE; ERICSSON; KEPIOS ANALYSIS. **NOTE:** PENETRATION FIGURES ARE FOR TOTAL POPULATION (ALL AGES).

JAN
2018

IRAN

A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL
POPULATION



81.59
MILLION

URBANISATION:
75%

INTERNET
USERS



56.70
MILLION

PENETRATION:
69%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



40.00
MILLION

PENETRATION:
49%

MOBILE
SUBSCRIPTIONS



125.87
MILLION

PENETRATION:
154%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



40.00
MILLION

PENETRATION:
49%

we
are
social



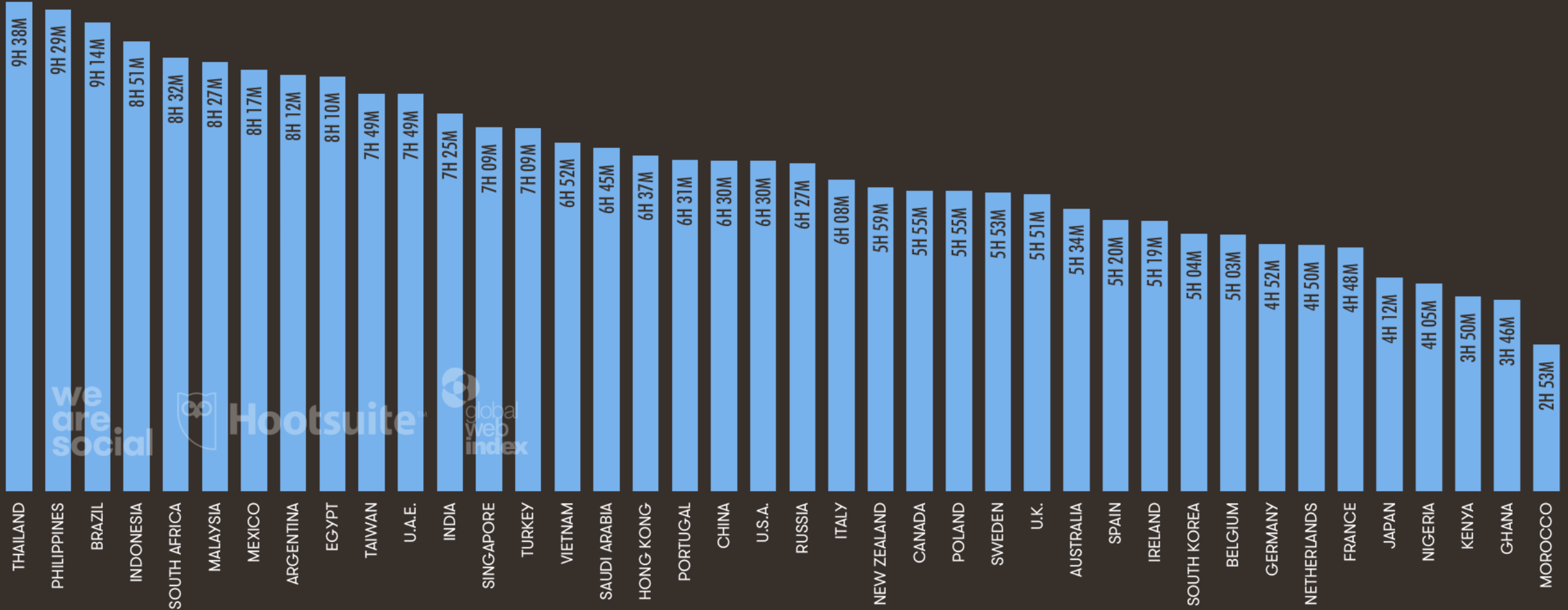
we
are
social



JAN
2018

TIME SPENT PER DAY ON THE INTERNET

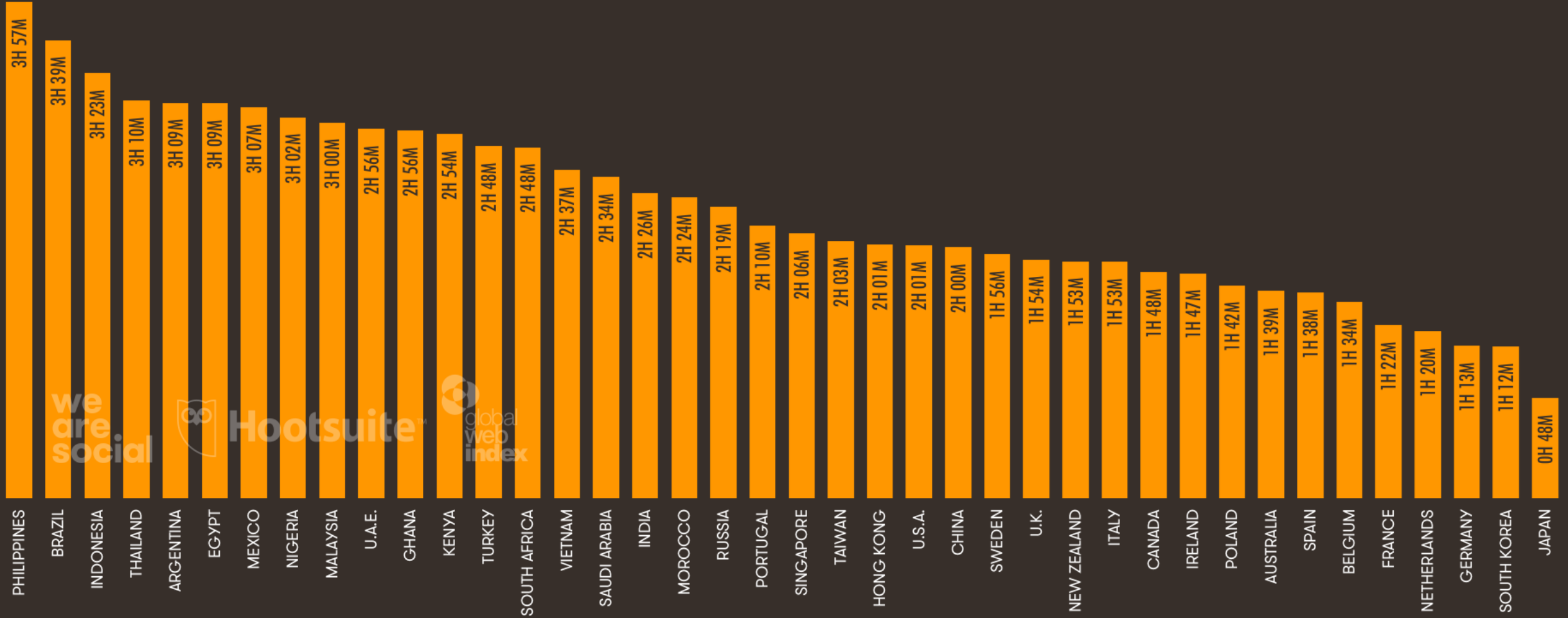
AVERAGE NUMBER OF HOURS SPENT USING THE INTERNET PER DAY VIA ANY DEVICE [SURVEY BASED]



JAN
2018

TIME SPENT ON SOCIAL MEDIA

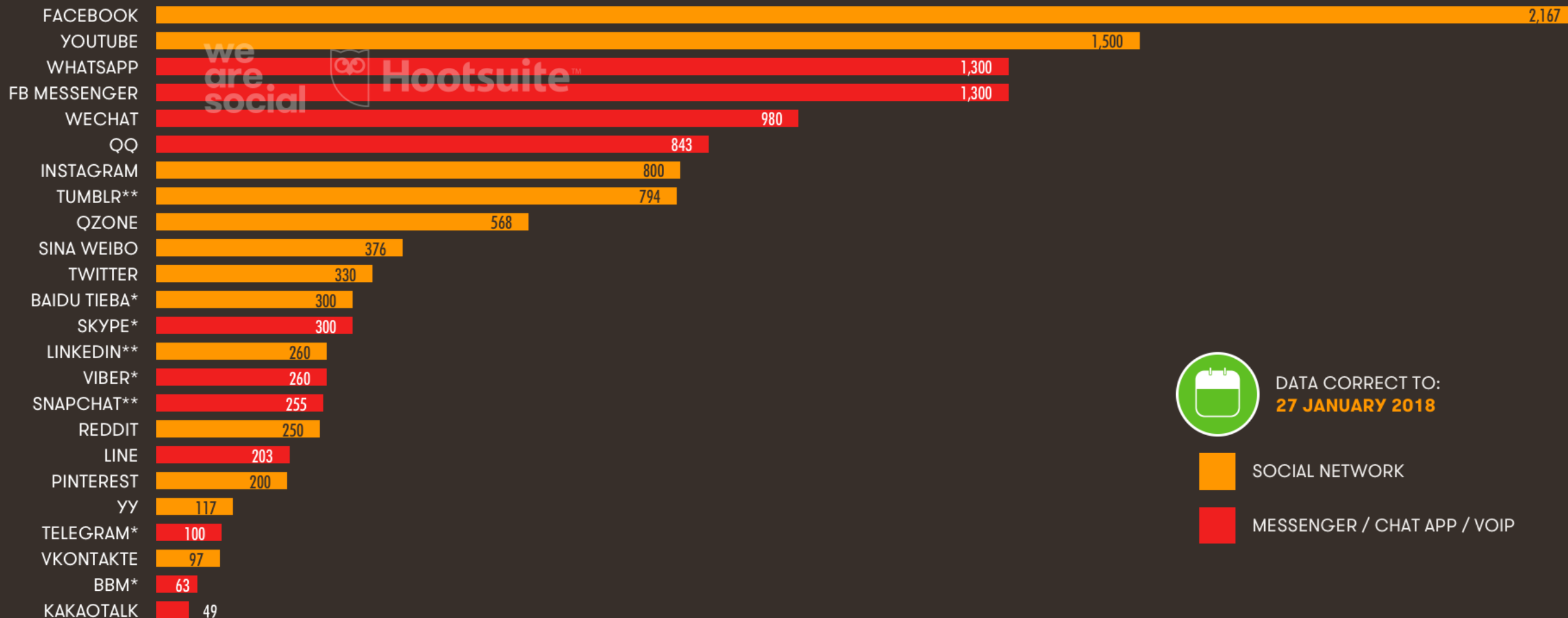
AVERAGE NUMBER OF HOURS THAT SOCIAL MEDIA USERS SPEND USING SOCIAL MEDIA EACH DAY VIA ANY DEVICE [SURVEY BASED]



JAN
2018

ACTIVE USERS OF KEY GLOBAL SOCIAL PLATFORMS

BASED ON THE MOST RECENTLY PUBLISHED MONTHLY ACTIVE USER ACCOUNTS FOR EACH PLATFORM, IN MILLIONS



TOP MESSENGER APPS BY COUNTRY

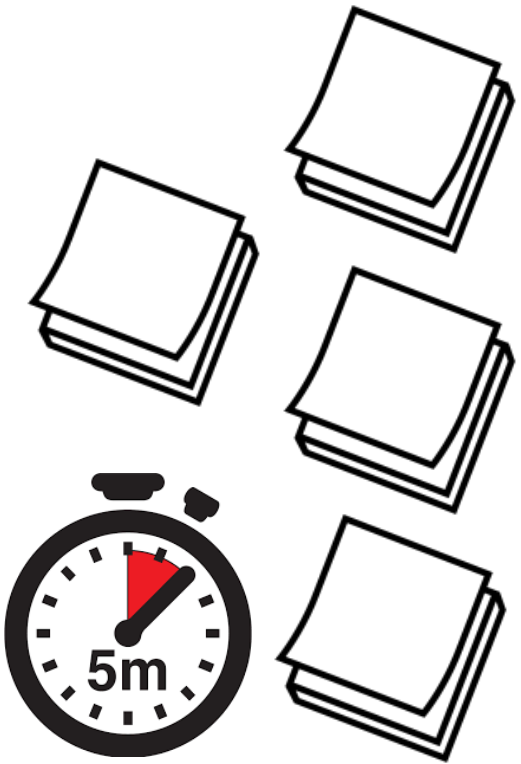
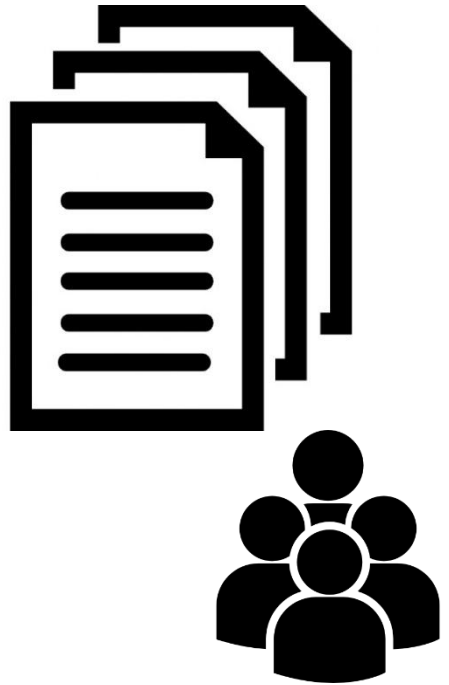
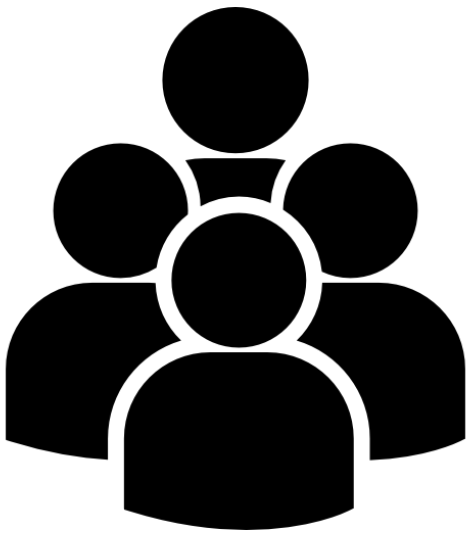
- 50

SOURCE: SIMILARWEB, JANUARY 2018, BASED ON THE GOOGLE PLAY APP STORE RANK FOR DECEMBER 2017. FIGURES IN PARENTHESES IN THE LEGEND REPRESENT THE NUMBER OF COUNTRIES / TERRITORIES IN WHICH EACH PLATFORM IS THE TOP-RANKED MESSENGER APP.

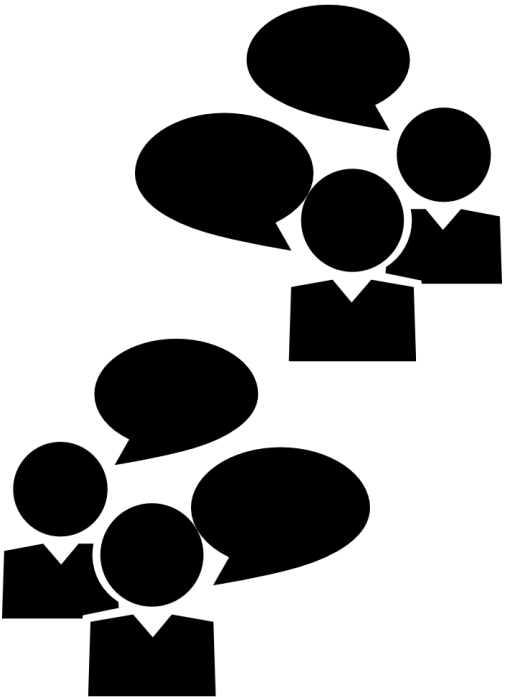
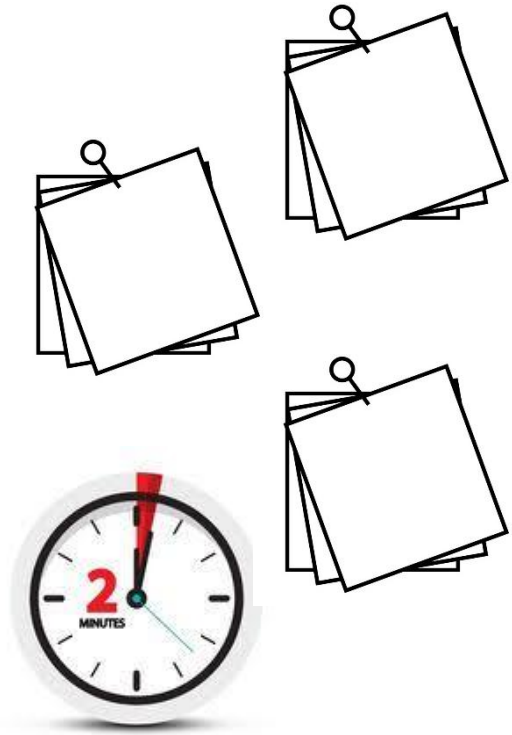


یک تمرین گروهی برای شناخت بهتر رسانه‌های اجتماعی

روش اجرایی کارگاه

۴	۳	۲	۱
			
دسته‌بندی کردن برگه‌ها	مرور گروهی محتوای برگه‌ها	دادن یک بسته ۳۶ برگی به هر گروه	تشکیل گروه چهار نفره

روش اجرایی کارگاه

۸	۷	۶	۵
			
جمع آوری همه برگه‌ها برای ارزشیابی	ارائه‌ی نتایج کار هر گروه به کلاس	جمع‌بندی و نصب برگه‌ها روی دیوار	تکمیل گروهی توضیحات همه برگه‌ها



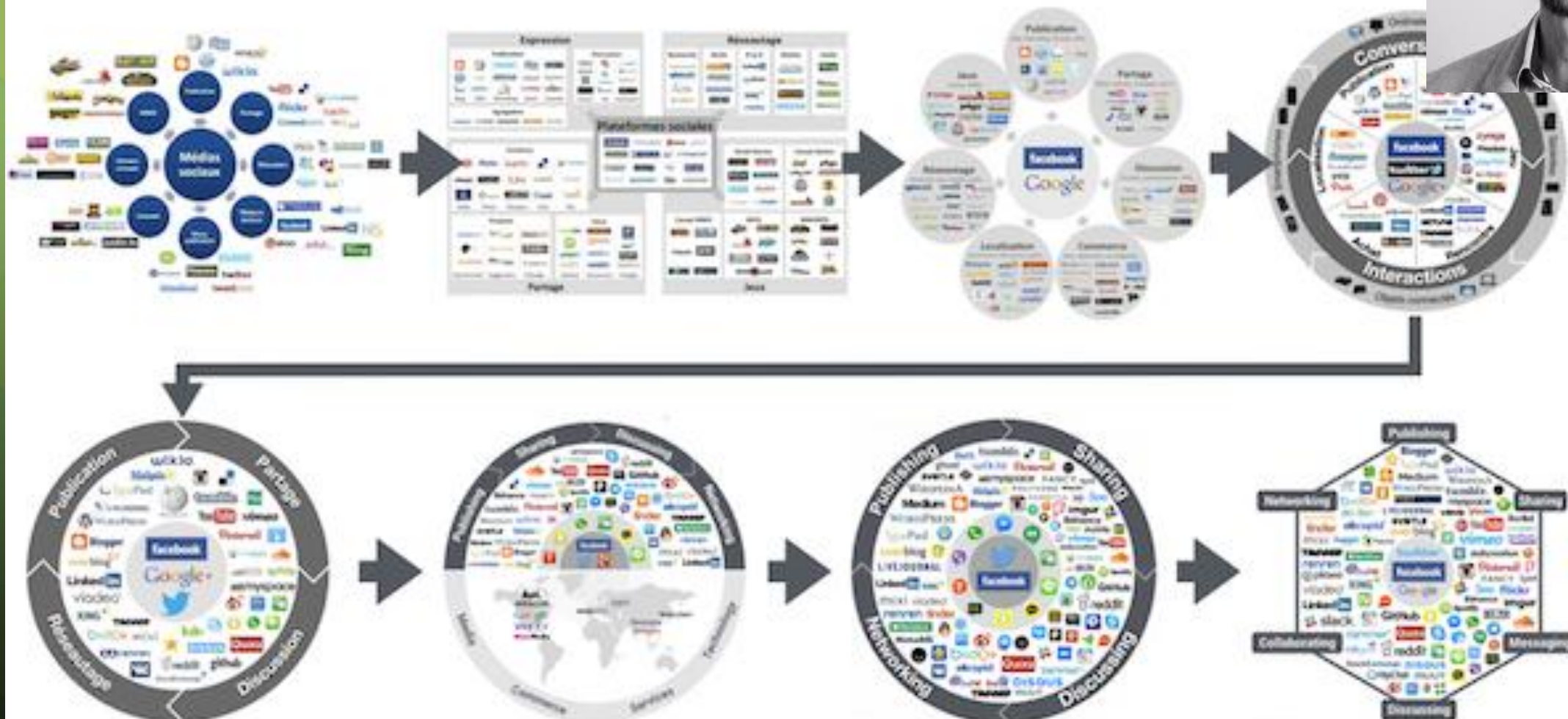
۵ دقیقه
تکمیل توضیحات

۵ دقیقه
دسته‌بندی برگه‌ها

۵ دقیقه
مرور برگه‌ها



تلاش دنباله دار fred cavazza



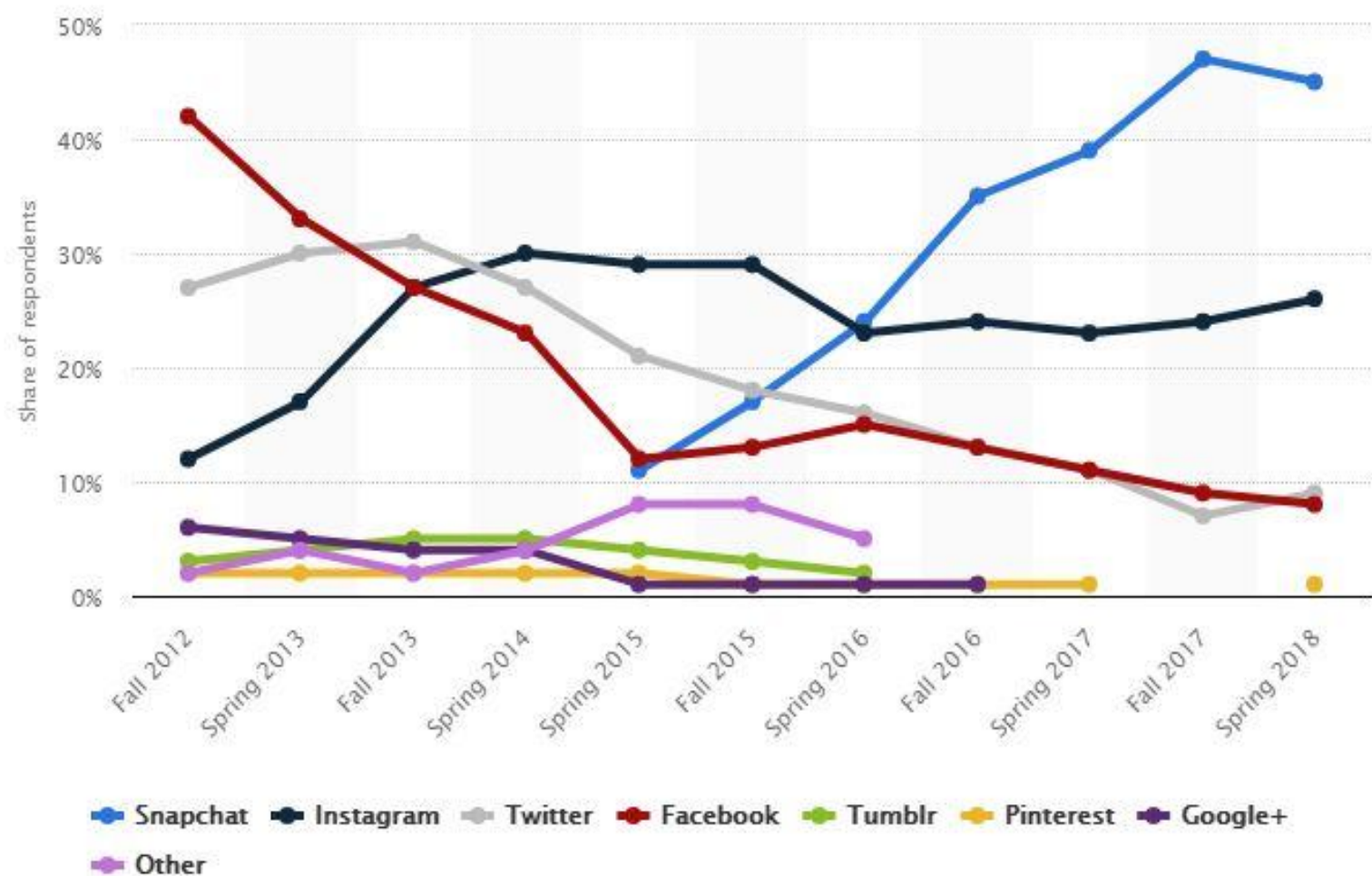
Social Media Landscape 2018



Social Media Landscape 2018



Most popular social networks of teenagers in the United States from fall 2012 to spring 2018



DOWNLOAD SETTINGS SHARE

PNG +

PDF +

XLS +

PPT +

DESCRIPTION SOURCE MORE INFORMATION

Region
United States

Survey time period
fall 2012 to spring 2018

Number of respondents
spring 2018 n = 6,000

Special properties
most recent wave average age 16.4 years

Method of interview
Online survey

Supplementary notes
Values may not add up to 100 percent due to rounding. The source does not provide exact data regarding the age of respondents. No Fall 2014 data regarding the survey question.

حالا این معما را حل کنید

به جهانِ شبکه‌ای خوش آمدید!





AzSarNevesht.ir



@AzSarNevesht_ir



حُسَيْن
غَفَّارِي