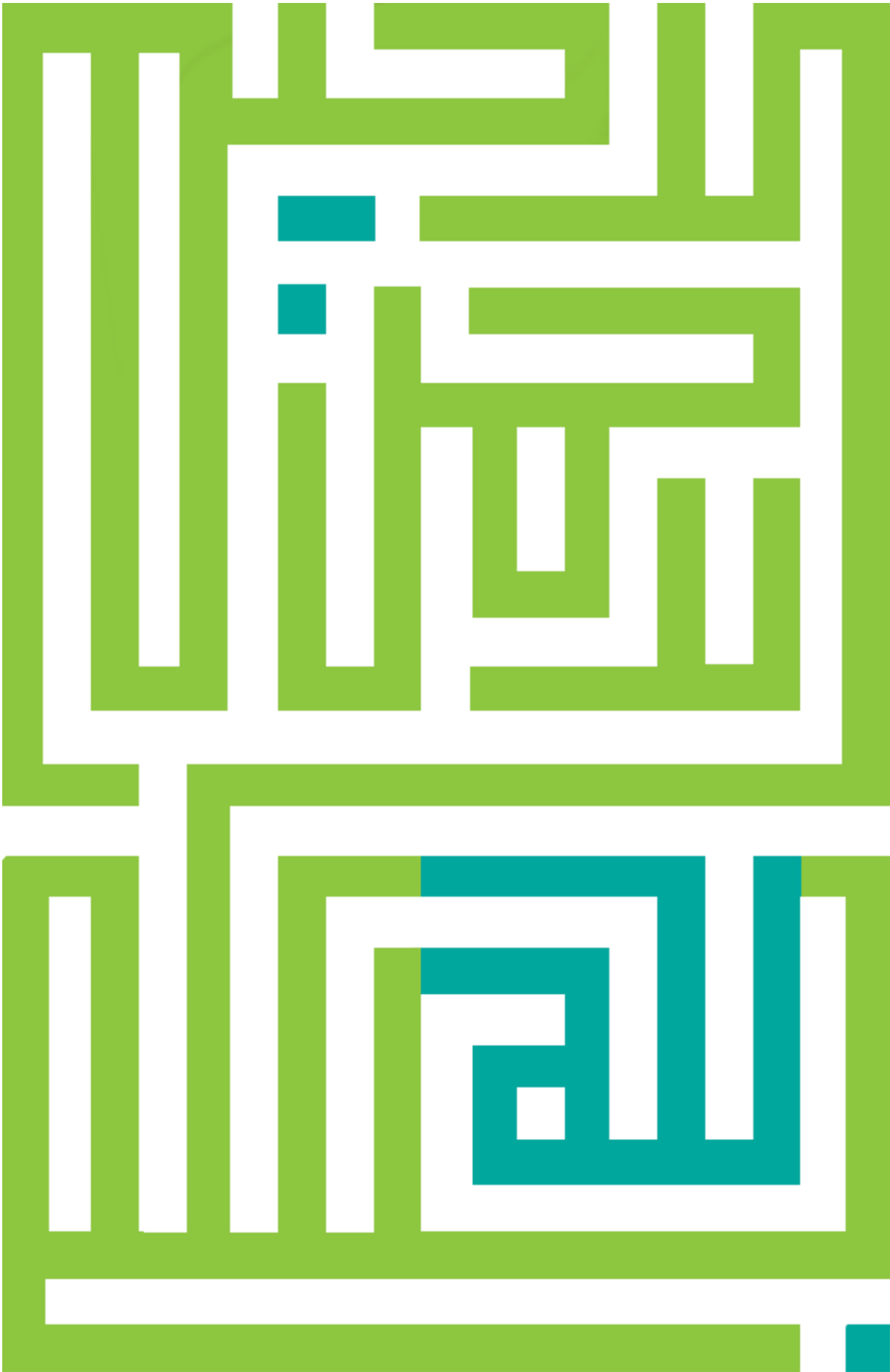


پروپوزال بررسی و ارائه خدمات

مسئله‌شناسی

مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی و فضای
مجازی





فهرست

فهرست	۳
مقدمه	۵
معرفی مرکز پژوهشی بتا	۸
اطلس فضای مجازی جامعه ایران	۹
تلگرام	۹
توییتر	۱۰
اینستاگرام	۱۱
تحلیل مسیر کلان دادهها	۱۲
کلان دادهها، استراتژیها	۱۲
پروپوزال پیشنهادی	۱۵
مسئله‌شناسی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی	۱۶
مسئله‌شناسی:	۱۶
افکارسنجی و رسانه‌سنجی	۱۶
الف) بررسی و مطالعات کیفی	۱۷
ب) مطالعات کمی	۱۹
آمار کلی محتویات انتشار یافته	۲۰
نمودارهای خط زمانی	۲۰
مطالعه و معرفی «ترین‌ها» (The Best) مرتبط با موضوع گزارش	۲۰
بررسی محتویات برتر	۲۱
بررسی محتویات کاربران پرنفوذ	۲۱
فعال‌ترین کاربران یا تولیدکنندگان	۲۲
معرفی پرنفوذترین کاربران	۲۲

ابر کلمات..... ۲۲

جمع‌بندی و پیشنهادات کارشناسان ۲۳

جمع‌بندی..... **Error! Bookmark not defined.**

مقدمه

فراگیری و توسعه سامانه اینترنت، موجب دگرگونی جامعه جهانی شده است. درواقع انقلابی در لایه‌های ارتباطی و اطلاعاتی صورت گرفت و عصر جدیدی در جهان پدیدار شد. امروزه به تدریج فضای مجازی و در امتداد آن شبکه‌های اجتماعی فضاهای واقعی بشر را تسخیر کردند. درحقیقت فضای دو جانبه و منعطف فضای مجازی سبب تولید مضامین و مصرف محتوا گردید. همین امر نشانگر تهدیدآمیز بودن و در عین حال فرصت‌مند بودن فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است.



ویژگی تعاملی و اشتراک‌گذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی سبب کنشگری در عرصه مجازی می‌گردد. درواقع شبکه‌های اجتماعی مدخلی برای شبکه‌سازی پیچیده تعاملات انسانی است. به سخن دیگر فضای سایبری روابط و تعاملات اجتماعی را در سطح جدیدی صورتبندی می‌کند و شکل جدیدی در تعاملات و ارتباطات کاربران در فضای مجازی بر ساخت می‌گردد. درحقیقت تعاملات فراتر از ارتباطات چهره به چهره و به سهولت صورت می‌گیرد. همچنین این ارتباطات بدون محدودیت زمانی و مکانی است.

از سوی دیگر امکان دسترسی در هر زمان (لحظه) و هر مکان به داده‌ها و اطلاعات در شبکه‌ها وجود دارد و امکان انتشار مطالب و مضامین به سهولت و با سرعت بالا درحوزه‌های موضوعی متنوع در شبکه جهان‌گستر فراهم گردیده است. در همین حال بشریت با یک چرخش پارادایمی مواجه گردید و هندسه مفهومی و رفتار اجتماعی جهان به صورت کامل دگرگون گردیده است. در این وضعیت بشر با انفجار و فوران اطلاعات و داده‌ها بدون هیچ‌گونه تعلیقی مواجه گردید. به عبارتی داده‌ها با حجم، سرعت، تنوع و نوسان بسیار در این فضا ایجاد می‌گردد. لذا پاکسازی و پالایش داده‌های خام و تبدیل داده‌های خام به داده‌های ساختاریافته در راستای بکارگیری این کلان داده‌ها به صورت مطلوب لازم و ضروری به نظر می‌رسد. این امر در مواردی نظیر سیستم‌های بانکی، سیستم بهداشت و سلامت، شرکت‌های تجاری و کارخانه‌ها و غیره انجام می‌گیرد.

داده‌های خام در کلان داده‌ها از منابع متعدد و گوناگونی استخراج می‌گردند که شامل متن‌ها، داده‌های عددی، ویدئوها، کامنت‌ها، تصاویر و غیره است. کارکرد داده‌های خام در حوزه‌های متنوعی نظیر

افکارسنجی در حوزه‌های سیاسی، کسب و کار و فرهنگی، نیازسنجی در حوزه اجتماعی

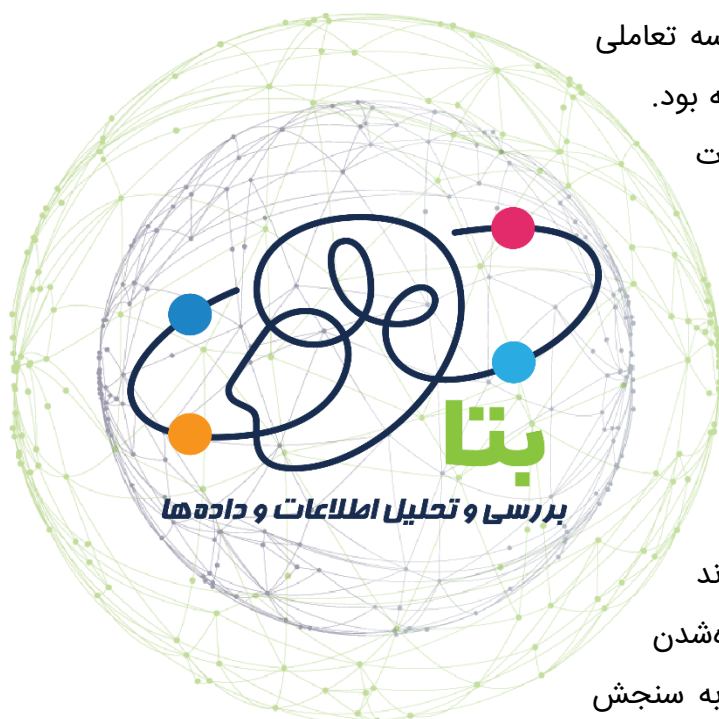
و فرهنگی، آینده پژوهی بازار و برندهای تجاری و مسائل اقتصادی و در نهایت تدوین الگوی مطلوب صورت می‌پذیرد. کلان داده‌ها ابزاری هوشمند و پیچیده‌ای است که برای تحلیل، ادراک و پیش بینی لایه‌ها و حوزه‌های متعدد کاربرد دارد.

به عنوان نمونه خلأها و مسائل موجود در بازارهای تجاری با استفاده از ابزار کلان داده‌ها شناسایی و بررسی می‌گردد. در حقیقت بینش عمیق و چند بعدی در راستای تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی هوشمند برای اندیشکده‌ها، سیاستگذاران سیاسی، تجاری، کسب‌وکارها فراهم می‌گردد. هم‌اکنون جامعه ایران به شیوه‌های مختلف از میدان مجازی استفاده می‌کنند. به عبارتی می‌توان بیان کرد که شهروندان در جریان زندگی روزمره از آن استفاده می‌کنند و یا حداقل با آن مواجه می‌گردند.

فرآیند بررسی و تحلیل کلان داده‌ها



معرفی مرکز پژوهشی بتا: ○



پیش از پیدایش و توسعه اینترنت، هندسه تعاملی جوامع به صورت روابط عمودی شکل گرفته بود. اما هم‌اکنون ظهور اینترنت منادی تغییرات عظیمی در ساحت جامعه گردیده است و سامانه‌ی تعاملاتی جوامع تحت تاثیر قرار گرفته است. درحال حاضر افکار عمومی به نقش آفرینی در نظام اجتماعی می‌پردازند و فضای مجازی بستری برای درک بدنه اجتماعی جامعه است. امروزه ما از شهروندان منفعل فاصله گرفتیم و با شهروندان کنشگری که به ابراز نگرش و خواستار دیده‌شدن است مواجه هستیم. از همین روی نیاز به سنجش

لحظه به لحظه جامعه به امری کلیدی مبدل گردیده است. حلقه‌ی کلیدی برای ادراک جریان‌های جامعه، فهم افکار عمومی و بدنه اجتماعی جامعه است که این امر مبتنی بر شناخت اطلس فضای مجازی است.

هر روز بر گسترش و توسعه سپهر فضای مجازی در جامعه ایران افزوده می‌گردد و تعداد بی‌شماری کاربر در شبکه‌های اجتماعی به تولید و مصرف محتوا و مضامین می‌پردازند. ادراک و شناخت جغرافیای فضای مجازی از الزامات کنونی جامعه ایران به‌شمار می‌آید. با توجه به اشاره ذکر شده می‌توان استنباط کرد که محتواهای کمی و کیفی بی‌شماری از کنشگری کنشگران اجتماعی در سپهر مجازی ایجاد می‌گردد. از همین روی تنها امکان فهم و تحلیل قلب جامعه تنها با شیوه‌ها و روش‌های کلاسیک کارآمد نخواهد بود. لذا لازم و ضروری است برای ادراک و فهم بستر جامعه در حوزه‌های متنوع از شیوه‌های نوین مانند کلان داده‌ها استفاده کنیم. در همین راستا **مرکز پژوهشی بتا** درصدد است تا به رصد و پایش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بپردازد.

این مرکز پژوهشی، به ترکیب استراتژی‌های روشی با الگوریتم‌های علم داده و درنهایت ساختارمند کردن کلان داده‌ها می‌پردازند. هم‌چنین به ایجاد روش‌های نوین برای بکارگیری از کلان داده‌ها اقدام می‌نمایند. از سوی دیگر متخصصان و پژوهشگران در حوزه‌های مختلف علوم اجتماعی، علوم ارتباطات، علوم سیاسی، علم اقتصاد، رشته‌های فنی و مهندسی، آمار و ریاضیات، علوم کامپیوتر و هوش مصنوعی در دپارتمان‌های مختلف با همکاری و مشارکت همدیگر در حال فعالیت هستند. متخصصان این مرکز با بهره‌گیری از کلان داده‌ها در حوزه‌های متنوعی از جمله مسائل سیاسی، اجتماعی، آسیب شناسی و غیره به ارزیابی و تحلیل لایه‌های جامعه می‌پردازند.

اطلس فضای مجازی جامعه ایران

اطلس فضای مجازی نشانگر وضعیت رسانه‌های اجتماعی است که در اینجا به صورت مبسوط تشریح می‌گردد. این رسانه‌های اجتماعی عبارتند از:

تلگرام

تلگرام یکی از پیام‌رسان‌های اجتماعی است که ویژگی‌های منحصر به فرد خود را دارد. این پیام‌رسان از طریق کانال‌های خبری رسمی و غیررسمی و گروه‌های متنوع به تولید، مصرف و انتشار پیام‌ها می‌پردازد. امکانات تلگرام عبارتند از: ارسال پیام، تصویر، فیلم، فایل، کامنت گذاشتن، تماس صوتی و تصویری و غیره. از سوی دیگر امکان تشکیل گروه و سوپر گروه‌ها در تلگرام وجود دارد. البته قابلیت گروه‌ها با سوپر گروه‌ها تفاوت دارند. این تمایزات عبارتند از: تعداد اعضا گروه، سنجاق کردن پست‌های مهم، حذف پیام‌های غیر مرتبط، امکان مشاهده افراد آنلاین توسط مدیر گروه، امکان تبلیغ در سوپرگروه‌ها و غیره. این امر منجر به اقبال عمومی و همه‌گیری این شبکه در جامعه‌ی ایران گردیده است. آمارها حاکی از آن است که این پیام‌رسان ۴۹ میلیون کاربر ایرانی دارد. به عبارتی بیش از نیمی از جمعیت ایران از این پیام‌رسان اجتماعی استفاده می‌کنند. همین امر حاکی از اهمیت این پیام‌رسان اجتماعی در ایران است. همچنین ۵۰۰ میلیون پیام تنها به وسیلهٔ ۲/۸ میلیون کانال فارسی زبان در تلگرام منتشر می‌گردد. لازم به اشاره است که تعداد پست‌های بستر تلگرام در مجموع بیش از ۱۷۰ میلیارد نمایش را به خود اختصاص داده است که این امر بیانگر جایگاه پیام‌رسان تلگرام در میان کاربران ایرانی است.



توییتر ترکیبی از رسانه‌های اجتماعی، وبلاگ‌نویسی و متن محور است. بستر توییتر مبتنی بر فضای خبگانی جامعه شکل گرفته است. ژانرهای این پلتفرم مبتنی بر دادو ستد گفتمان‌ها، اخبار و اطلاع-رسانی‌های سریع سیاسی است. به عبارتی توییتر این امکان را برای کاربران فراهم می‌نماید تا مطالبی درباره بزرگترین اخبار و رویدادهای روز ایجاد گردد. این شبکه اجتماعی با توجه به ویژگی‌هایش در جامعه‌ی ایران جایگاه دارد. آمارها گویای این است که توییتر در ایران بیش از ۳/۲ میلیون کاربر دارد که در طول یک سال حدود ۷۹۰ میلیون توییت منتشر می‌کنند که از این تعداد ۲۰۰ میلیون ریتوییت انجام می‌شود. همچنین بیش از ۲/۱ میلیارد لایک نسبت به توییت‌های هم صورت می‌گیرد. این رسانه اجتماعی کاربران محدودتری از تلگرام دارد با این وجود تعداد پیام‌ها و لایک‌های این رسانه اجتماعی با این تعداد کاربر نشانگر اهمیت داشتن این رسانه اجتماعی است.

آمارهای شبکه اجتماعی توییتر در ایران



اینستاگرام

دنیای اینستاگرام با دنیای تلگرام و توییتر متفاوت است. لازم به اشاره است که مختصات هر شبکه اجتماعی منحصر به فرد است. به عبارتی با وجود اشتراکات موجود در شبکه‌های اجتماعی، ژانرهای هر شبکه‌ی اجتماعی با شبکه‌های دیگر متفاوت است. صفحه اینستاگرام با افکار عمومی مردم و زندگی روزمره مرتبط است. فهم و درک چشم‌انداز کلی مردم جامعه به‌وسیله ارزیابی این فضا میسر می‌گردد. ژانرهای اینستاگرام عبارتند از: عکاسی، آشپزی، طرفداران سلبریتی‌ها، اینفلوئنسرها، انگیزشی و غیره. همچنین اینستاگرام قابلیت متعددی دارد که شامل: هشتگ زدن (برچسب‌گذاری پست‌ها)، جست‌وجو و کشف مطالب و تصاویر، منشن (اشاره کردن)، کالکشن، کامنت، کپشن، لایو، استوری و غیره. آمارها بیانگر این است که ۴۸ میلیون کاربر ایرانی در این شبکه به کنشگری می‌پردازند. درحقیقت بیش از نیمی از جمعیت جامعه ایران در اینستاگرام عضو هستند این درحالی است که شبکه اجتماعی اینستاگرام برای تحلیل افکار عمومی مردم کاربرد دارد. همچنین در شبکه اجتماعی اینستاگرام کاربران با بیش از ۵۰ صفحه با دنبال کننده بیش از ۳ میلیون کاربر و بیش از ۱۰۰۰ صفحه با دنبال کننده بیش از یک میلیون به فعالیت می‌پردازند. به عبارتی از مجموع ۴۸ میلیون کاربر، برخی از پیج‌های اینستاگرام (با وجود پیج‌های متنوع در اینستاگرام) بیش از ۳ میلیون دنبال کننده دارند. افزون بر این لازم به اشاره است که کاربران این شبکه اجتماعی در طول یک سال بیش از یک میلیارد محتوا تولید می‌کنند که در قیاس با شبکه اجتماعی تلگرام و توییتر رقم قابل توجهی است.

آمارهای شبکه اجتماعی اینستاگرام در ایران



○ تحلیل مسیر کلان داده‌ها

فرآیند تحلیل کلان داده‌ها بیانگر شیوه‌ها و تکنیک‌هایی است که به پردازش و تحلیل داده‌های خام در مقیاس وسیع می‌پردازد. داده‌های خام به صورت‌های مختلف در مجرای فضای مجازی موجود است که با برچسب زدن، تحلیل و بررسی امکان ادراک و مطالعه آنان فراهم می‌گردد. در همین راستا ابتدا نرمال‌سازی داده‌های خام صورت می‌گیرد. درواقع این مرحله اقدام به یکدست‌سازی داده‌ها در فضای مجازی می‌پردازد. به عبارتی کلیه داده‌های مرتبط با مسئله در فضای مجازی مورد پردازش قرار می‌گیرد و در انتها نیز گزینش داده‌ها صورت می‌گیرد. این گزینش به شیوه‌های مختلف انجام می‌گیرد که عبارتند از تحلیل محتوا، تحلیل شبکه، تحلیل کاربر، تحلیل احساسات، تحلیل جریان و غیره.

○ کلان داده‌ها، استراتژی‌ها

در جهان پیرامون ما همواره داده‌ها و اطلاعات زیادی در دسترس قرار داشت با این حال مورد استفاده قرار نمی‌گرفت. با ظهور و بروز علم داده، داده‌های خام در فضای مجازی در محوریت قرار گرفت و تحلیل‌ها و ارزیابی‌های گوناگون سبب بهره‌برداری و بهینه‌سازی از این داده‌ها گردید.

تحلیل محتوا: درواقع این استراتژی کیفی درصدد است تا با بهره‌گیری از متون منتشر شده در فضای مجازی به تجزیه و واکاوی بینش کاربران در مورد مسئله‌ی پژوهش بپردازد. به عبارتی نگرش افکار عمومی در حوزه‌های مختلف عمومی در نسبت با مسئله مشخص و تعیین می‌گردد. درواقع نگاهی جهان شمول با استفاده از این استراتژی به رخدادها و جریان‌های سیاسی، اجتماعی و تجاری جامعه ایجاد می‌گردد.



تحلیل شبکه: تحلیل شبکه‌های اجتماعی (Social Network Analysis) که برخی اوقات به اختصار به آن SNA هم گفته می‌شود بیانگر منظومه‌ای از خطوط ارتباطی متصل به یکدیگر است. تحلیل شبکه یکی از شیوه‌های نوین برای تحلیل کلان داده‌ها در شبکه اجتماعی است. تحلیل شبکه هشتگ‌ها، شبکه کلمات کلیدی، شبکه انتشار محتوا و تحلیل شبکه کاربران از جمله تحلیل‌هایی است که این دسته قرار می‌گیرد. اهمیت استفاده از شبکه، مدل‌سازی دقیق داده‌ها به صورت همه فهم و آسان است.



تحلیل کاربر: از شیوه‌های دیگر برای تحلیل کلان داده‌ها، تحلیل کاربر است که شامل تحلیل کنش کاربر و تحلیل گرایش کاربر است. انبوه داده‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی از طریق کاربران فضای مجازی تولید می‌شود به همین سبب برای تحلیلگران این امکان فراهم می‌گردد تا از طریق ارزیابی و واکاوی مضامین و تم‌های تولید شده، کنش‌ها و گرایش‌های کاربران ادراک گردد. این شیوه در واقع مبتنی بر سنجش افکار کاربران فضای مجازی است. به عبارتی می‌توان بیان کرد که در این بخش افکار سنجی صورت می‌گیرد.



تحلیل احساسات: در این تحلیل، احساسات کاربران فضای مجازی مورد مطالعه و ارزیابی قرار می‌گیرد. ارزیابی کلی احساسات کاربران فضای مجازی از قبیل غم، اندوه، شادی و غیره مورد واکاوی قرار می‌گردد و افزون بر این احساسات کاربران در نسبت با رخدادها و مسائل مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرد.



تحلیل جریان‌ها (جریان‌شناسی): نگاه همه جانبه و همچنین دسترسی به حجم انبوه داده‌ها این امکان را برای تحلیلگران فضای مجازی فراهم می‌نماید تا لایه‌ها و سطوح مختلف جامعه را شناسایی نمایند. به عبارتی کلان داده‌ها ابزاری متمم و جانشین ابزار کلاسیک برای مطالعه جامعه در حوزه‌های مختلف است.



آینده‌پژوهی: هم‌اکنون آینده‌پژوهی علم نوظهوری است که کارکردهای کثیری در جامعه‌ی جهانی دارد. آینده‌نگاری به معنای دوراندیشی در مورد خلأها، چالش‌ها و جریان‌ها مبتنی بر کلان داده‌ها است. اهمیت این امر در این است که چشم‌انداز کلان نسبت به مسئله ایجاد می‌گردد و در عین حال در تصمیم‌گیری‌های سخت و هوشمند برای برنامه‌ریزان موثر است. به عنوان نمونه با بهره‌گیری از کلان داده‌ها شناسایی مسائل و مشکلات در حوزه آسیب‌های اجتماعی منجر به ایجاد بصیرت و آگاهی و در نهایت اتخاذ تصمیم مطلوب می‌گردد.



الگوی تجویز: در الگوی تجویز، ارائه پیشنهاد در مورد مسئله پژوهش صورت می‌گیرد. این ارزیابی به وسیله مقایسه ویژه و خاص با مورد پژوهش به اصطلاح حریف/ رقیب سنتی و با زمینه‌ی کلی مورد پژوهش صورت می‌گیرد. در الگوی تجویز، نقاط قوت و ضعف در مورد موضوع بررسی می‌گردد و این امر این امکان را فراهم می‌نماید که پیشنهاد عملیاتی مبتنی بر مزایا و معایب موضوع مورد مطالعه تدوین گردد.



انواع استراتژی‌های کلان داده‌ها



تحلیل محتوا

تجزیه و واکاوی متون در فضای مجازی و فهم افکار عمومی نسبت به مسئله مورد مطالعه



تحلیل شبکه

تحلیل شبکه‌های مختلف هشتگ‌ها، کلمات کلیدی، انتشار محتوا و کاربران



تحلیل کاربر

سنجش افکار کاربران فضای مجازی بر اساس تحلیل کنش و گرایش آن‌ها



تحلیل احساسات

ارزیابی احساسات کاربران نسبت به رخدادها و مسائل



تحلیل جریان‌ها (جریان‌شناسی)

نگاهی همه جانبه به جریان‌های جامعه از طریق کلان داده‌ها



آینده‌پژوهی

چشم انداز کلان نسبت به مسائل و دوراندیشی در مورد خلاءها، چالش‌ها و جریان‌های جامعه



الگوی تجویز

ارزیابی نقاط قوت و ضعف در خصوص موضوع مورد مطالعه و ارائه پیشنهاد عملیاتی بر اساس مزایا و معایب بررسی شده



فصل اول

پروپوزال پیشنهادی

مسئله‌شناسی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی

مسئله‌شناسی: چالش‌ها و آسیب‌ها از خلال مسائل مختلفی جاری در جامعه ایجاد می‌گردد. از همین رو شناسایی و اقدام در راستای رفع آن از اصلی‌ترین دغدغه‌های جوامع است.

مشکلات متعددی در زمینه‌های مختلفی وجود دارد و در سطح اجتماعی مطرح هستند. علل مختلف مسائل و مشکلات را می‌توان از جنبه‌های مختلف فردی، اجتماعی و غیره مورد بررسی قرار دهد. شبکه‌های اجتماعی بستری مناسب برای تحلیل و بررسی مشکلات و مسائل جامعه است. داده‌های متنوعی در حوزه‌های گوناگون جریان دارد که با مطالعه و بررسی آن‌ها می‌توان علل و راهکار مسائل و مشکلات جامعه را ادا کرد.

افکارسنجی و رسانه‌سنجی

با هدف سنجش نگاه کاربران در بسترهای پرفشار از نظر حضور کاربران فارسی زبان و دوسویه-broadband (افکار عمومی) یعنی توییتر و اینستاگرام و سنجش نگاه رسانه‌ها به برند شرکت‌ها/سازمان‌ها/ نهادهای مورد مطالعه در دو بستر تلگرام و رسانه‌های خبری انجام می‌شود. در این فصل به جزئیات ذیل خواهیم پرداخت:



الف) بررسی و مطالعات کیفی

تحلیل کیفی Qualitative Analysis شیوه‌ای نظام‌مند برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده در روش تحقیق کیفی می‌باشد. این روش داده‌های گردآوری شده از نوع داده‌های کیفی‌اند، البته ممکن است داده‌های تجربی کمی نیز باشند، در این صورت باید از این داده‌ها طبق منطق تحلیل کیفی استفاده کرد.

تحقیق کیفی روشی است برای درک عمیق‌تر از هر آنچه که در حال تحقیق درباره آن هستید. این روش به شما درک درستی از وقایع، داده‌های مربوط به گروه‌های انسانی یا اجتماعی و الگوهای گسترده در پشت پدیده‌ای که در حال تحقیق درباره آن هستید، می‌دهد.

مزایای تحقیقات کیفی

- تحقیقات کیفی برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد شرایط پیچیده مفید است.
- تحقیقات کیفی اجازه می‌دهد تا یک دیدگاه انسانی و درون‌گرایانه در تحقیقات گنجانده شود.

- داده‌های کیفی جمع‌آوری شده بر اساس جهان‌بینی شرکت‌کننده است و نه جهان‌بینی ایجاد شده توسط یک محقق.
- از داده‌های کیفی می‌توان برای تفسیر نحوه تعامل افراد با سازه‌هایی مانند ضریب هوشی یا ترس استفاده کرد.
- تمرکز مطالعه تحقیق کیفی را می‌توان در صورت لزوم از میانه راه متناسب ساخت.

رویکرد کلی افکار عمومی نسبت به مسئله مورد پژوهش چگونه است؟ (شامل رویکردهای مثبت، انتقادی، تخریبی، مطالبه-طرح سوال و خنثی)

* دلیل رویکرد افکار عمومی (احصا شده مبتنی بر مطالعه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی) نسبت به سازمان مورد مطالعه :

* ویژگی‌های مسئله مورد مطالعه چیست؟

* چه سوالات و ابهامات در افکار عمومی پیرامون مسئله مورد مطالعه وجود دارد؟

* مسئله مورد مطالعه با چه صفاتی و القابی در بسترهای مختلف شناخته می‌شوند؟

* بررسی و مطالعه موجودیت‌های معنادار محتویات انتشار یافته در شبکه‌های اجتماعی:

- نگرش افکار عمومی نسبت به مسائل جامعه (رویکرد مثبت/ انتقادی، تخریبی و خنثی).
- ارزیابی عملکرد دولت/ سازمان‌های مربوطه پیرامون مسائل جامعه بر اساس مطالعه افکار عمومی.
- ارائه ابهامات و سؤالات حاکم در افکار عمومی نسبت به مسائل جامعه.
- شخصیت‌های مسئول پیرامون مسائل جامعه بر اساس فراوانی در شبکه‌های اجتماعی مختلف.
- ارائه قابل ملاحظه‌ترین مسائل جامعه بر اساس فراوانی.
- تحلیل و بررسی مدیریت کلان بر اساس نظرات و انتقادات مخاطبان.
- مطالعه تطبیقی درخصوص مدیریت کلان در قیاس با سایر مدیران کلان با توجه به عملکرد.
- تحلیل سیاست‌های کلان نظام بر اساس محتواهای منتشر شده در رسانه‌های رسمی.
- ارائه فرآیند زمانی محتواهای منتشر شده در فضای مجازی پیرامون مسائل کلان (ارائه بازده زمانی محتواهای منتشر شده)
- تعیین کاربران یا رسانه‌های فعال در حوزه مسائل و مشکلات اقتصادی، فرهنگی و...

- ارائه رویکرد افکار عمومی نسبت به مسائل سایر کشورها.
- تعیین میزان محتوای منتشر شده پیرامون مسائل.
- چرایی رویکرد منفی پیرامون مسائل بر اساس نظرات کاربران.
- ارزیابی نگرش کاربران پیرامون هر مسئله.
- نمایش شبکه ارتباطی کاربران فعال در حوزه مسائل و مشکلات.
- ارائه پرتکرارترین سازمان‌ها و شخصیت‌های پیرامون مسائل و مشکلات مطرح شده.

ب) مطالعات کمی

تجزیه و تحلیل کمی (QA) روشی است که به دنبال درک رفتار با استفاده از مدل سازی ریاضی و آماری، اندازه گیری و تحقیق است. تحلیلگران کمی قصد دارند یک واقعیت مشخص را از نظر ارزش عددی نشان دهند.

تجزیه و تحلیل کمی ابزارهایی را برای تحلیل و تحلیل رویدادهای گذشته، جاری و پیش بینی شده در اختیار تحلیلگران قرار می‌دهد. هر موضوعی که شامل اعداد باشد قابل تعیین است. بنابراین بسیاری از زمینه‌ها وجود دارد که در آن از تجزیه و تحلیل کمی استفاده شده و سودمند است.

* حجم داده‌ها پیرامون مسئله مورد مطالعه در بسترهای مختلف چقدر است؟

* کدام پست‌ها درباره مسئله مورد مطالعه توانسته‌اند بیش از دیگران مورد توجه کاربران و مخاطبان کانال‌ها قرار بگیرند؟

* کدام کاربران (توییت‌ر و اینستاگرام)، کانال‌های تلگرامی و رسانه‌های خبری بیشترین تولید محتوا را درباره مسئله داشته‌اند؟

* چه موج‌هایی پیرامون مسئله مورد مطالعه در فضای مجازی وجود داشته است؟

* دلیل ایجاد هر موج در فضای مجازی پیرامون مسئله مورد مطالعه چه موضوعی بوده است؟

* رویکرد کاربران در هر موج نسبت به مسئله مورد مطالعه چگونه بوده است؟

* کدام پست‌ها پیرامون مسئله توانسته‌اند بیش از دیگران مورد توجه کاربران و مخاطبان کانال‌ها قرار بگیرند؟

* کدام کاربران یا رسانه‌ها بیشترین فعالیت پیرامون مسئله مورد مطالعه را در موج ایجاد شده داشته‌اند؟

آمار کلی محتویات انتشار یافته

شامل تعداد کل محتوا، میزان کاربران فعال، میزان محبوبیت و تماشا و انواع جزئیات آماری که مطابق با نوع بستر مورد مطالعه متفاوت و قابل سفارش خواهد بود. (شبکه‌های اجتماعی توئیتر، تلگرام، اینستاگرام و منابع خبری)

* میزان محتوای منتشر شده پیرامون مسئله به چه میزان است؟
* بیشترین محتوا نسبت به مسئله مورد مطالعه در شبکه‌های اجتماعی حول چه موضوعی است؟

نمودارهای خط زمانی

پراکندگی انتشار مطالب و محتویات مرتبط با موضوع در بازه‌ی زمانی درخواست شده. طبق

حجم تولید محتوا، میزان اینتراکشن کاربران و ... (قابل سفارش)

به انضمام تحلیل تمامی قله‌ها و تحرکات قابل بررسی در تولید و جذب کاربران نسبت به موضوع در بسترهای مختلف توئیتر، تلگرام، اینستاگرام و منابع خبری

* بیشترین محتوا نسبت به مسئله مورد مطالعه در شبکه‌های اجتماعی در چه بازه زمانی بوده است؟

* نمودار خط-زمان تولید پست درباره مسئله مورد مطالعه چگونه بوده است؟ (توئیتر، اینستاگرام، تلگرام و رسانه‌های خبری)

مطالعه و معرفی «ترین‌ها» (The Best) مرتبط با موضوع گزارش

* معرفی و بررسی برترین محتویات انتشار یافته در بسترهای مختلف شبکه‌های اجتماعی مورد مطالعه گزارش (توییت، پست و کامنت‌های اینستاگرامی، گزارشات منابع خبری، پست‌های کانال‌های تلگرامی و ...) طبق متغیرهای متنوع: محبوبیت، میزان لایک دریافتی محتویات انتشار یافته، میزان شدن مطابق با ویو دریافتی پست‌ها، میزان فوروارد شدن محتویات انتشار یافته و ...

* معرفی و بررسی برترین کاربران و تولیدکنندگان محتوا در بسترهای مختلف شبکه‌های اجتماعی مورد مطالعه گزارش (توییت، پست و کامنت‌های اینستاگرامی، گزارشات منابع خبری، پست‌های کانال‌های تلگرامی و ...) طبق متغیرهای متنوع: تعداد فالوور، تعداد ممبر کانال‌های تلگرامی، جریان‌شناسی‌های سیاسی، میزان فعالیت از جنس تعداد محتوایی که در بستر مجازی منتشر کرده‌اند و مطابق با نیاز و سفارش مشتری

بررسی محتویات برتر

پیر واضح است که در شبکه‌های اجتماعی محتوایی موفق‌تر است که اقبال بیشتری به آن شده باشد و لذا در بسترهای مختلفی چون توییت، کانال‌های تلگرامی، اینستاگرام و منابع خبری محتویاتی که متناظر با جزئیات هر بستر اقبال بیشتری را کسب کرده است با جزئیات معرفی خواهد گردید.

- ارائه فرآیند محتوای منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی پیرامون کمپین.

* محتواهای ویژه و برتر منتشرشده نسبت به مسئله مورد مطالعه بر اساس نگرش کاربران و مخاطبان چیست؟
* تعیین پست‌های مربوط به مسئله مورد مطالعه بر اساس نگرش مخاطبان چیست؟

بررسی محتویات کاربران پرنفوذ

در این بخش محتویات مرتبط با موضوع که توسط کاربران پرنفوذ و تأثیرگذار (بر اساس میزان نفوذ کاربر که در هر بستر مورد مطالعه جداگانه محاسبه می‌گردد) منتشر شده‌اند، ارائه می‌شود.

*ویژگی مشترک کاربران پرنفوذ نسبت به مسئله مورد مطالعه بر اساس محتوای منتشر شده چیست؟

فعال ترین کاربران یا تولیدکنندگان

فعال ترین تولیدکنندگان یا کاربرانی هستند که بیشترین تعداد محتوا مرتبط با موضوع گزارش را منتشر نموده‌اند. در بسیاری از موارد همچون در بررسی بستر کانال‌های تلگرامی این کاربران در جایگاه یک رسانه نمایان می‌گردند.

- * ویژگی مشترک کاربران فعال نسبت به مسئله مورد مطالعه چیست؟
- * نگرش‌ها و نظرات کاربران فعال نسبت به مسئله مورد مطالعه چیست؟
- * نگرش‌های کاربران فعال نسبت به مسئله مورد مطالعه چیست؟

معرفی پرنفوذترین کاربران

در این بخش به معرفی کاربران، تولیدکنندگان یا رسانه‌هایی پرداخته می‌شود که بیشترین نفوذ را مطابق با ویژگی‌های شبکه اجتماعی یا بستر مورد مطالعه داشته و در موضوع گزارش، مطلبی منتشر کرده است.

- * ویژگی مشترک کاربران پرنفوذ نسبت به مسئله مورد مطالعه چیست؟
- * نگرش‌ها و نظرات کاربران پرنفوذ نسبت به مسئله مورد مطالعه چیست؟
- * نگرش‌های کاربران پرنفوذ نسبت به مسئله مورد مطالعه چیست؟

ابرکلمات

در این بخش گراف ابرکلمات برترین محتویات مرتبط با موضوع نمایش داده می‌شود. این گراف پر تکرارترین کلمات موجود در مطالب را نشان می‌دهد. هر چقدر کلمه بزرگ‌تر باشد یعنی دفعات تکرار آن بیشتر و در نتیجه مهم‌تر بوده است. معیار انتخاب کلمات توییتهایی است که بیشترین لایک و ریتوییت را گرفته‌اند.

جمع‌بندی و پیشنهادات کارشناسان

مسئله‌شناسی برای افراد و همچنین برای سازمان‌ها مهم است. چرا که به سازمان‌ها و افراد توانایی اعمال کنترل بر محیط را می‌دهد. افزون بر این مسئله‌شناسی به نوآوری، خلاقیت و مطلوب‌تر کردن محیط‌مان اطرافمان کمک می‌کند. درک‌لیت مسئله‌شناسی فرصت شناسایی محیط و در پی آن کنترل آینده را فراهم می‌کند.

*معضلات مهم اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی چیست؟

*پیشنهادهای عملیاتی پیرامون مسائل مبتنی بر نظرات مخاطبان چیست؟



بررسی و تحلیل اطلاعات و داده‌ها

خیابان کریم‌خان، خیابان خردمند جنوبی، کوچه ملکیان، پلاک شانزده، طبقه چهارم

۰۲۱-۲۸۴۲۵۸۱۳