

شبکه های اجتماعی علمی

Scientific Social Networks

شبکه های اجتماعی

آیا می دانید که بیش از 43% از مقالاتی که در نشریات ISI به چاپ رسیده هرگز مورد استناد قرار نگرفته اند؟
(nature, 2014)

□ باید گفت اگر در گذشته، انتشار یک مقاله یا کتاب پایان راه یک پژوهش بود، امروزه آغاز راه است و برای دیده شدن و خوانده شدن آن باید حضوری فعال در وب داشت.

□ حجم مقالات منتشره در دنیای امروز به حدی است که پژوهشگران فرصت مرور همه مجلات حوزه تخصصی خود را ندارند و بنابراین بسیاری از مقالات از تیررس مخاطبان بالقوه خود دور می ماند.

□ در بسیاری از پایگاههای معتبر علمی جهت دسترسی به متن مقالات، نیازمند پرداخت هزینه و اشتراک می باشند، هزینه گزاف دسترسی به مقالات نشریات علمی که به حبس علم توسط ناشران تجاری انجامیده است، مانع دسترسی به مقالات علمی شده است.

□ رتبه بندی علمی کشورها و سازمانها و مراکز پژوهشی بر اساس شاخصهای علم سنجی است که تا حد زیادی بستگی به میزان تأثیر پژوهشی آثار منتشر شده آنان دارد و تأثیر پژوهشی نیز بر اساس میزان خوانش و استناد به آثار سنجش می شود.

ابزارهای شبکه های اجتماعی جهت کمک به دیده شدن پژوهشگران و فعالیت های پژوهشی شان به وجود آمده است.

طبقه بندی شبکه های اجتماعی

عموم افراد: فیسبوک، اورکات ؛

متخصصان: لینکدین، ویکی پدیا ؛

دانشمندان: ریسرچ گیت، آکادمیا و مندلی .

مزایای حضور در شبکه‌های اجتماعی

• **ارتقای شهرت علمی:** یکی از اندیشمندان می‌گوید که اگر برای سیاستمداران قدرت و برای تاجران ثروت مهم باشد برای افراد علمی شهرت مهم است. حضور در وب اجتماعی سبب می‌شود که افراد بیشتر دیده شوند و همین کمک می‌کند که شهرت علمی آنها ارتقا پیدا کند .

• **شناخته شدن محققان جوان و تازه کار:** افرادی که در ابتدای کار پژوهشی هستند و هنوز در دنیای علمی خیلی شناخته نشده‌اند می‌توانند با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، خودشان را به دیگر پژوهشگران بشناسانند .

• **داشتن یک رزومه آنلاین:** به طور معمول، در شبکه‌های اجتماعی علمی لازم است اطلاعاتی مانند تحصیلات، تجارب کاری و فهرست آثار را در پروفایل گنجانند. این اطلاعات می‌توانند نقش یک رزومه آنلاین را برای افراد داشته باشند.

• **آگاهی از فرصت‌های شغلی:** یکی از امکاناتی که همه این شبکه‌ها دارند این است که کارفرمایان شغل‌ها را آنجا تبلیغ و آگهی می‌کنند و افراد هم می‌توانند آن شغل‌ها را مورد جست‌وجو قرار دهند و یا خود شبکه‌های اجتماعی علمی با توجه به آن تجارب و مهارت و دانشی که افراد دارند، به آنها شغل پیشنهاد می‌دهند .

• **به روز بودن با حوزه پژوهشی:** حضور در شبکه‌های اجتماعی علمی سبب می‌شود که افراد از جریان شتابان علم عقب نمانند. اگر در گذشته باید مقاله‌ای منتشر می‌شد تا از روندهای جاری علمی اطلاع حاصل شود، امروزه افراد، طرح‌های پژوهشی در حال انجام خود را در شبکه‌های اجتماعی معرفی می‌کنند که سبب می‌شود قبل از انتشار نتایج پژوهش‌ها دیگران بدانند که چه فعالیت‌های علمی در حال انجام است .

مزایای حضور در شبکه‌های اجتماعی

آگاهی از فعالیت های پژوهشی دیگر محققان: اگر در گذشته افراد در کنج اتاق یا آزمایشگاه و در عزلت خود می‌خوانند و می‌نوشتند و پژوهش می‌کردند، امروزه به مدد شبکه‌های اجتماعی می‌توان فعالیت‌های علمی دیگر پژوهشگران در حوزه موضوعی خود را دنبال نمود.

گسترش همکاری علمی: سهولت ارتباط با دیگر پژوهشگران در شبکه‌های اجتماعی علمی سبب گسترش همکاری‌های علمی می‌شود.

رصد خوانش و استناد به مقالات: یکی از امکاناتی که شبکه‌های اجتماعی علمی به افراد می‌دهند این است که رصد کنند که تولیدات علمی‌شان چقدر خوانده، استناد، و یا دانلود شده حتی این‌که چقدر پروفایل‌شان دیده شده است. با اهمیتی که امروزه سنجش فعالیت‌های علمی پیدا کرده برای پژوهشگران مهم است که دائم وضعیتشان را از لحاظ علمی رصد کنند.

پرسش و پاسخ‌های علمی: در شبکه‌های اجتماعی علمی، افراد می‌توانند سوال بپرسند و به سوالات دیگران پاسخ دهند. جالب است که ریسرچ‌گیت به محققان برای این پرسش و پاسخ‌ها امتیاز داده و رتبه آر.جی آنها را ارتقاء می‌دهد.

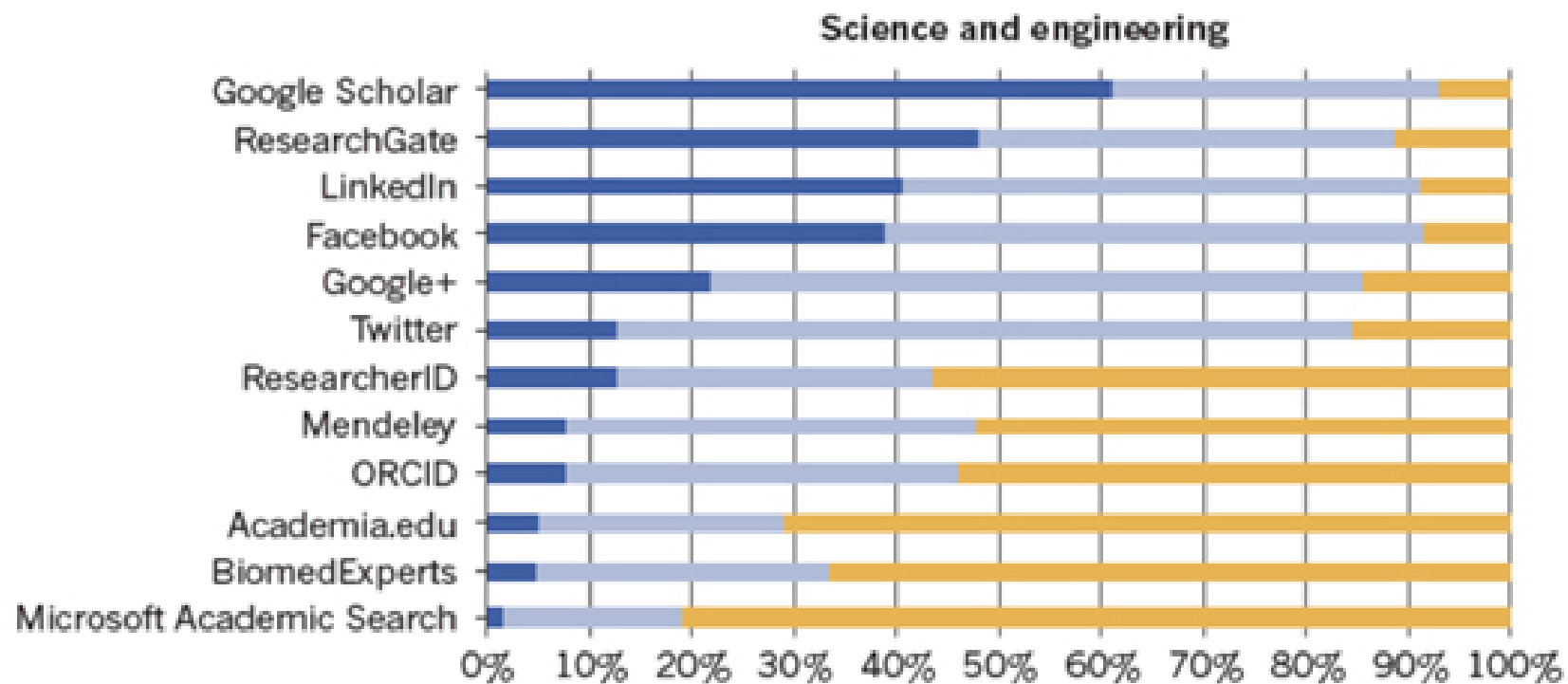
بارگذاری همه انواع تولیدات علمی و حتی مقالات منتشر نشده: در شبکه‌های اجتماعی علمی می‌توان علاوه بر مقالات و دیگر آثار منتشر شده، فیلم، تصاویر، مقالات منتشر نشده، داده‌های پژوهشی، اسلایدهای پاورپوینت، گزارش‌های فنی، گزارش ثبت اختراع و... را نیز قرار داد. این قابلیت به پژوهشگران کمک می‌کند که یک بانک اطلاعاتی از تمام آثار علمی خود در فضای آنلاین داشته باشند و آنها را در معرض دید همگان قرار دهند.

شبکه های اجتماعی در دنیای وب



میزان استفاده از شبکه های اجتماعی علمی بر اساس نتیجه پژوهش نشریه نیچر در سال ۲۰۱۴

- I am aware of this site and visit regularly
- I am aware of this site but do not visit regularly
- I am not aware of this site





Researchgate

as

Scientific Network

Research Gate

در سال ۲۰۰۸ توسط دو پزشک ویروس شناس به نام‌های ایاد مادیش و سورن هاف مایر، و یک متخصص رایانه به نام هارست فیکنشر در بوستون آمریکا راه‌اندازی شد و چندی بعد به برلین آلمان انتقال یافت. هم‌اکنون مرکز آن در بوستون و هانور می‌باشد.

طبق گزارش خود این شبکه، روزانه حدود ۱۰ هزار عضو جدید و ۲ میلیون مقاله به آن اضافه می‌شود.

فقط با ایمیل دانشگاهی یا ایمیل محل کار می‌توان عضو آن شد تا اطمینان حاصل شود شما یک پژوهشگر هستید.

طبق نظرسنجی نشریه نیچر، بعد از گوگل اسکولار دومین شبکه اجتماعی محبوب به شمار می‌رود.

نتیجه یک مطالعه نشان داد که از میان شبکه‌های اجتماعی عمومی، فیس بوک و از میان شبکه‌های اجتماعی تخصصی ریسرچ گیت بیشترین استفاده را در بین محققان برای انجام فعالیت‌های دانشگاهی داشتند.

عضویت در این شبکه رایگان است. اعضای آن از ۱۹۳ کشور دنیا هستند.

وجود رابط و امکان انتقال پروفایل و انتشارات از سایر شبکه‌های اجتماعی مانند فیس بوک و لینکدین به ریسرچ گیت

امکان ایجاد و عضویت در گروه‌های عمومی (topics) و تخصصی (projects)

Research Gate

در ریسرچ گیت همه انواع تولیدات علمی را می توان به اشتراک گذاشت. محققان برای بارگذاری تألیفات در پروفایل خود، هیچ محدودیتی ندارند و علاوه بر مقالات مجلات و کنفرانس ها، قادر هستند تا اطلاعات خام، نتایج منفی پژوهش، همچنین پژوهش های ناتمام را نیز بارگذاری نمایند.

خود ریسرچ گیت به همه تولیدات علمی که فرد در این شبکه بارگذاری می کند یک شماره DOI اختصاص می دهد.

این شبکه توسط بنچ مارک کپییتال پشتیبانی می شود که سرمایه گذاری سایت های ای بای و توئیتر را نیز پشتیبانی می کند.

اکتشاف، ارتباط و همکاری از اهداف اصلی این شبکه اجتماعی است. ریسرچ گیت را در ردیف سایت های آگاهی رسانی پژوهشی دسته بندی نموده اند.

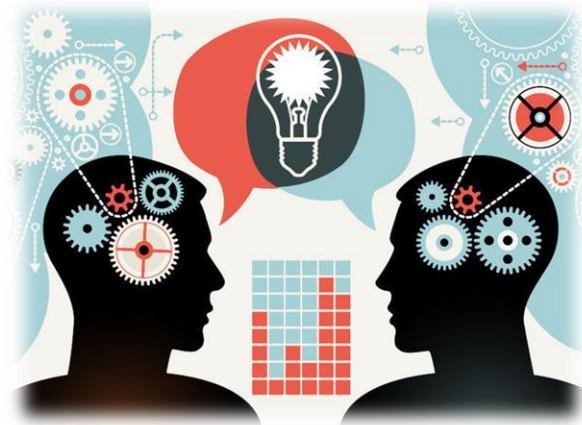
امکان جستجوی مشاغل، کنفرانس ها، همایشها، کارگاهها در موضوعات مورد علاقه

امکان جستجو براساس نام پژوهشگر، نام سازمان، نام مجلات، موضوع و غیره

وقتی در گوگل اسکولار سرچ می کنیم ۱۰٪ از مقالاتی که بصورت تمام متن هستند مربوط به ریسرچ گیت می باشند.

ResearchGate is built by scientists, for scientists

Be
Visible



RESEARCH GATE

- ▶ امکان پرسیدن سوالات تخصصی و پاسخ دادن به سوالات تخصصی سایر افراد
- ▶ امکان لایک کردن، دنبال کردن و نظر دادن در مورد سایر پژوهشگران و انتشارات آنها
- ▶ رتبه بندی افراد و سازمانها براساس رتبه افراد وابسته به آن سازمان (براساس شاخص نمره تأثیرگذاری)
- ▶ امکان تایید فعالیت های پژوهشی دیگران و یا تایید شدن فعالیت های پژوهشی خود از سوی سایر دنبال کنندگان
- ▶ اطلاعات مربوط به تعداد دفعات و افرادی که هر مدرک را بازدید، بارگذاری و استناد کرده اند
- ▶ اطلاعات مربوط به افرادی که دارای تألیف مشترک با هر پژوهشگر بوده اند
- ▶ اجازه جستجوی همزمان در هفت بانک اطلاعاتی بزرگ مانند پاب مد، سایت سیر، ری پک، ناسالایبراری و ... فراهم می کند.
- ▶ رتبه بندی افراد و سازمانها براساس رتبه افراد وابسته به آن سازمان (براساس شاخص ریسرچگیت یا آر. جی)

RESEARCH GATE

▶ در تحقیقی که پیرامون تحولات مشارکتی آزاد صورت گرفته است، شبکه ریسرچ گیت را، نوعی شبکه اجتماعی مشارکتی معرفی کرده است و کارکرد این نوع شبکه را در ۵ گروه شناسایی و شبکه، تعاملات و ارتباطات، اطلاعات محتوا، تمرکز موضوعی و درجه آزادی دسته‌بندی نموده است. هارملن نیز در پژوهشی تحت عنوان «تجزیه و تحلیلی برای درک پژوهش»، شبکه اجتماعی ریسرچ گیت را به عنوان شبکه اجتماعی محققان، معرفی کرده است.

▶ در شبکه اجتماعی علمی ریسرچ گیت همچنین محققان می‌توانند اختیار **خود-آرشیوی** آثار خود را داشته باشند تا برای جامعه علمی وسیعتری، قابل دسترس باشد. طبق الگوی دسترسی باز، اگر سیاست‌های کپی رایت اجازه دهد، محقق می‌تواند نسخه کامل آثار منتشر شده خود را در بخش انتشارات، بارگذاری نماید. در نتیجه ریسرچ گیت به عنوان یک سپردنگاه خود-آرشیوی نیز در نظر گرفته می‌شود. سیستمی که جاده سبز به دسترسی باز نامیده می‌شود.

بارگذاری همه انواع تولیدات علمی در ریسرچ گیت



ریسرچ گیت به همه تولیدات علمی به رایگان یک DOI اختصاص می دهد.

عضویت در Research Gate

▶ برای ورود به شبکه ریسرچ گیت یا از طریق آدرس مستقیم www.researchgate.net و یا از طریق جستجوی عبارت ریسرچ گیت به فارسی یا انگلیسی در گوگل ، وارد می شویم.

شعار ریسرچ گیت:

▶ Advance your research پژوهش خود را توسعه دهید.

▶ دانش علمی را کشف کنید و پژوهش خود را رویت پذیر کنید.

▶ Discover scientific knowledge, and make your research visible

▶ برای عضویت روی Join for free کلیک می کنیم.

▶ بعد از ورود مشخصات اصلی، نوبت به آپلود کردن عکس می رسد. معمولاً پروفایل هایی که عکس دارند ۳ برابر بیشتر از پروفایل های بدون عکس دیده می شوند.


mikrotik hotspot > status × ResearchGate | Find and share | × +

← → ↻ 🏠 🔒 https://www.researchgate.net ⋮ 🛡️ ☆ 📄 🗑️ 🌐 ☰

ResearchGate Log in [Join for free](#)

Discover scientific knowledge and stay connected to the world of science

[Join for free](#)



پروفایل کاربر در ریسرچ گیت

- ▶ **overview**: نمای کلی از پروفایل فرد نمایش می دهد. برای ویرایش هر کدام از آیکن های پروفایل ، می توان در این بخش روی **Edit** کلیک کرد.
- ▶ **Research**: مکانی برای نمایش انتشارات، پرسش از دیگران و پاسخهای ارسالی کاربران
- ▶ **Experience**: تجربیات حرفه ای، آموزشی ، پژوهشی و... با دیگران به اشتراک بگذاریم.
- ▶ **Stats** - با ارائه نمودار، آمارهایی از تعداد مشاهده پروفایل، میزان مطالعه مقالات و میزان استناد به مقالات کاربر را نمایش می دهد.

پروفایل کاربر در ریسرچ گیت

▶ **Scores**: شبکه اجتماعی ریسرچ گیت شاخص ارزیابی به عنوان “RG Score” دارد که به فعالیت داخلی محقق در این سامانه از جمله تعداد مقاله ها و انتشارات محقق، تعداد فالورها، تعداد سؤالها و پاسخهای محقق بستگی دارد.

▶ شاخص **h-index** از دیگر شاخصهایی است که در سامانه ریسرچ گیت می توان مشاهده کرد. این شاخص ابتدا به صورت کلی سپس بدون در نظر گرفتن خود استنادی (**Self-Citations**) محاسبه می شود. در قسمت **scores** دیده می شود و مربوط به خود **Research Gate** است.

▶ **Following**: تحقیقاتی که شما دنبال می کنید. مقالات یا تحقیقاتی که در موضوعات مختلف سرچ کردید و به آنها رسیدید به ترتیب تاریخ از جدید به قدیم مرتب شده اند.

معیار محاسبه رتبه RG محقق

▶ رتبه RG محقق برحسب ۴ فاکتور سنجیده می شود:

▶ ۱- تعداد تالیفات به اشتراک گذاشته شده

▶ ۲- مشارکت محقق در پاسخ به سوالات

▶ ۳- فعالیت محقق در پرسیدن سوال

▶ ۴- دنبال کننده ها و دنبال شوندگان

▶ البته مواردی مثل تعداد دانلود مقالات، تعداد مشاهده مقالات، تعداد استنادها به مقالات نیز موثر است.

▶ اگر فردی با رتبه RG بالا محقق را دنبال کند یا به سوال وی پاسخ دهد رتبه او نیز افزایش می یابد. البته

اگر مشخص شود افراد بصورت از پیش تعیین شده با هم تبادل نظر یا سوال و جواب می کنند، به عنوان تقلب محسوب می شود و حتی ممکن است پروفایل فرد بسته شود. مثلاً اعضای یک موسسه

▶ ۱۰٪ از لینک به مقالات تمام متن در گوگل اسکولار مربوط به ریسرچ گیت است

Export of CV in Reserchgate

The screenshot shows a web browser window with the following elements:

- Step 1:** A red box highlights the address bar containing the URL `https://www.researchgate.net/profile/Hamideh_Aliramezany/info`.
- Step 2:** A red box highlights the 'Info' tab in the navigation menu, which is also selected.
- Step 3:** A red box highlights the 'Export your profile as a CV' button located in the 'Share profile' section.

The profile page content includes:

- Topics (1):** Visual Sociology
- 5 Followers** (with a 'View all' link)
- 35 Following** (with a 'View all' link)
- Advisors**
- Share profile** section with social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, and ResearchGate.
- Contact** section showing 'Location: Iran'.

شبکہ اجتماعی علمی آکادمیا



آکادِمیا

▶ مهمترین شبکه های اجتماعی تحقیقاتی می باشد که در سال ۱۹۹۹ توسط ریچارد پرایس راه اندازی شد اما بصورت رسمی در سال ۲۰۰۸ شروع بکار نمود

▶ دفتر آن سانفراسیسکو، کالیفرنیا قرار دارد .

▶ این شبکه توسط یک فیلسوف دانشگاه آکسفورد، با هدف اینکه نویسندگان را به خوانندگان مقالات وصل کند، ایجاد شد تا خوانندگان بتوانند درباره مقاله چاپ شده نویسنده، از وی سوال بپرسند. در واقع هدف اصلی آن رونق بخشیدن به تحقیقات در جهان ایجاد شده است .

▶ این وب سایت محیطی برای به اشتراک گذاری مقاله های پژوهشی دانشگاهیان فراهم آورده است . محققان می توانند با استفاده از این سایت جهت آنالیز مقالات ارسالی خود و بررسی تعداد بازدیدکنندگان استفاده کنند . این شبکه یکی از ساده ترین روشها را برای ایجاد پروفایل و به اشتراک گذاری مقالات فراهم نموده و امکان ارتباط با میلیونها نفر از محققان در سراسر دنیا را میسر کرده است .

آکادِمیا

- ▶ در سال ۲۰۱۳ پربازدیدترین شبکه اجتماعی علمی بود و بیشتر بازدیدکنندگان آن پژوهشگران علوم اجتماعی و علوم انسانی بودند.
- ▶ یک تحقیق علمی نشان داده است که مقالاتی که توسط نویسندگان در این شبکه اجتماعی آپلود می شوند ۶۹٪ میزان دریافت استناد خود را در یک بازه زمانی مشخص بالا می برند.
- ▶ تعداد اعضای این شبکه بیشتر از **RG** است. دلیل آن اینست که برای عضویت در ریسرچ گیت حتما ایمیل دانشگاهی نیاز است اما در این شبکه با هر ایمیلی می توان عضو شد.
- ▶ بسیاری اوقات وقتی مقاله ای در **Google Scholar** سرچ می کنیم به اکادِمیا یا ریسرچ گیت لینک می دهد که در صورت عضو بودن در این شبکه ها می توانیم متن کامل مقاله را دانلود کنیم یا از نویسنده مقاله درخواست کنیم آنرا برای ما بفرستند.

آکادِمیا

▶ برای ورود به شبکه آکادِمیا:

▶ از طریق سرچ در گوگل یا از طریق آدرس مستقیم Academia.edu

▶ از پسوند **edu** فقط مراکز رسمی علمی آموزشی می توانند استفاده کنند اما در زمانی که آکادِمیا ایجاد شد این محدودیت وجود نداشت.

▶ عضویت در این شبکه نیز رایگان است با این تفاوت که برای استفاده از برخی خدمات آن باید پول پرداخت کرد.

▶ برای اینکه بدانیم چه کسانی مقالات ما را خواندند یا در مقالات خود به مقاله ما استناد کردند یا از چه کشورهایی هستند باید حق اشتراک سالانه بپردازیم. که این مورد در واقع یکی از ضعفهای آکادِمیا است.

mikrotik hotspot > status × Academia.edu - Share research × +


← → ↻ 🏠 🔒 https://www.academia.edu ⋮ 🛡️ ☆ 📄 📁 📷 📱 ☰


ACADEMIA

LOG IN


Join 143,519,149 Academics and Researchers

Academia is the easiest way to share papers with millions of people across the world for free. A [study](#) published in *PLOS ONE* found that papers uploaded to Academia receive a 69% boost in citations over 5 years.

 **GOOGLE SIGN UP**

 **FACEBOOK SIGN UP**

Don't have Google or Facebook? [Sign Up with Email](#)



[About](#) [Press](#) [Blog](#) [People](#) [Papers](#) [Job Board](#) [Advertise](#) [📄 We're Hiring!](#) [📞 Help Center](#)

Find new research papers in: [Physics](#) [Chemistry](#) [Biology](#) [Health Sciences](#) [Ecology](#) [Earth Sciences](#) [Cognitive Science](#) [Mathematics](#) [Computer Science](#)

[Terms](#) [Privacy](#) [Copyright](#) Academia ©2020

آکادمیا

- ▶ پروفایل آکادمیا، علمی محور و شامل اطلاعاتی از قبیل:
- ▶ اطلاعات شخصی و جزئیات تماس، علائق تحقیقاتی، مطالب بارگذاری شده (مقالات، کتب، سخنرانیها، مدارک آموزشی و...، ارتباطات) همکاران، دنبال کردن دیگران و دنبال شدن توسط دیگران و دنبال کردن مقالات دنبال شده، سؤالات دنبال شده و روزآمدسازی آن است.
- ▶ • از جمله قابلیت‌های این شبکه میتوان به موارد زیر اشاره کرد:
- ▶ جستجو بین نام محققان، عنوان مقالات، علائق تحقیقاتی و نام دانشگاه‌های ثبت شده در آکادمیا، اطلاع از آمار مشاهده
- ▶ صفحات محقق، بارگذاری تألیفات، و صفحه مرتبط با مجلات در آکادمیا.

آگاهی رسانی در آکادمیا

- ▶ آکادمیا چند نوع آگاهی رسانی دارد که از طریق ایمیل به ما اطلاع رسانی می کند:
- ▶ هنگامی که فردی نام ما را در گوگل سرچ می کند و به پروفایل ما در آکادمیا می رسد، به ما اطلاع می دهد در پروفایل ما چه اتفاقی افتاده است.
- ▶ در قسمت تنظیمات می توانیم تنظیم کنیم چه ایمیل هایی برای ما بفرستد.
- ▶ مواردی که به ایمیل ما می رسد شامل:
- ▶ - هنگامی که یکی از مقالات ما توسط فردی دیده می شود
- ▶ - ایجاد وب سایت شخصی در آکادمیا
- ▶ - هنگامی که کسی ما را فالو می کند. ما هم می توانیم فعالیت های وی را دنبال کنیم
- ▶ - هنگامی که افراد نام ما را در آثارشان ذکر می کنند.
- ▶ - هنگامی که مقاله جدیدی درباره حوزه های تخصصی مورد نظر ما در آکادمیا وارد می شود.

Export CV in Academia

The screenshot shows a web browser with several tabs. The active tab is 'Academia.edu | Analytics'. The address bar shows the URL: <https://ijhpm.academia.edu/HamidehAlirezany/Analytics/activity/over>. The page header includes a search bar, navigation links for 'ANALYTICS', 'GRANTS', 'MENTIONS', and 'PREMIUM', and buttons for 'UPLOAD', 'mail', and 'notifications'. The main navigation bar contains tabs: 'OVERVIEW', 'PROFILE VISITORS', 'IMP', 'CV', 'COUNTRIES', 'KEYWORDS', and 'EXTERNAL LINKS'. There are also filters for '30 DAYS' and '60 DAYS'. Three blue arrows with numbers 1, 2, and 3 indicate the steps: 1 points to the URL bar, 2 points to the 'OVERVIEW' tab, and 3 points to the 'CV' tab. The 'OVERVIEW' and 'CV' tabs are highlighted with red boxes.

www.linkedin.com



LinkedIn

- ▶ شروع فعالیت این شبکه در سال ۲۰۰۲ بود اما بصورت رسمی در سال ۲۰۰۳ راه اندازی شد.
- ▶ مدیر عامل شبکه یک کارآفرین آمریکایی **Jeff Winer** و مالک آن شرکت **Microsoft** است.
- ▶ در سال ۲۰۱۸ بیش از ۵۶۲ میلیون عضو داشته که ۱۰۶ میلیون آنها فعال بودند.
- ▶ بیش از ۱۱ میلیون کارمند در سراسر دنیا دارد.
- ▶ اعضای آن از ۲۰۰ کشور دنیا هستند. به ۲۴ زبان زنده دنیا خدمات رسانی می کند.
- ▶ بیشتر درآمد آن از طریق فروش اطلاعات اعضای لینکدین به کارفرمایان کمپانی ها است.
- ▶ اکنون سومین شبکه اجتماعی محبوب دنیاست.
- ▶ در این شبکه می توان رسانه های گوناگونی مانند فیلم, تصویر, اسناد, لینک ها, خلاصه ارائه ها و... را وارد کرد
- ▶ . دو حساب برای کاربران دارد:
- ▶ ۱- حساب رایگان ۲- حساب پرمیوم که باید هزینه پرداخت شود (در ایران بسته است)

LinkedIn

- ▶ تمرکز اساسی آن روی موضوعات مشاغل مختلف است و کاربران آن قادرند تا توانایی های ارائه شده خود را با افراد حرفه ای شامل شرکای کسب و کار و یا کارمندان دیگر به اشتراک بگذارند.
- ▶ شبکه لینکدین , در واقع یک شبکه اجتماعی بازاریابی هست و جزء شبکه های علمی محسوب نمی شود.
- ▶ از این شبکه می توان به عنوان یک ابزار بازاریابی استفاده کرد. طبق آمار لینکدین, از هر ۱۱ عضو فعال, ۱ نفر آنان کارفرما است.
- ▶ داشتن راهنمای کامل **روش کار با لینکدین** می تواند به شما و کسب و کارتتان کمک زیادی بکند. لینکدین بزرگترین و همه گیرترین شبکه ای اجتماعی در عرصه ی حرفه ای است. این شبکه کاملاً با فیسبوک متفاوت است، از لینکدین برای حفظ شخصیت حرفه ای و برند استفاده می شود. استفاده های دیگر لینکدین عبارتند از: کاریابی، ایجاد شبکه ی حرفه ای، استخدام کارمندان جدید، فروش و حتی کسب اخبار کسب و کار.
- ▶ هنگام عضویت در لینکدین از ما سوال می شود ۳ حوزه موضوعی مورد علاقه شما چیست؟ بر اساس این ۳ حوزه پیشنهادات بهتری در زمینه شغلی یا افرادی که با آنها ارتباط کاری برقرار می کنیم, به ما می دهد.

347+M

عضو فعال

بزرگترین شبکه اجتماعی تخصصی

لینکدین



200

کشور جهان



27%



28%



کاربران لینکدین در آمریکا

دو عضو جدید

در ثانیه



50,000 پست

در هفته



28% **70%**

کاربران آمریکایی

خارج از آمریکا

سن کاربران: 30-49

تحصیل کرده



44,000

فرصت شغلی
در هر روز



47%

دسترسی از موبایل



39 میلیون دانشجو

و فارغ التحصیل





Join now

Sign in

Welcome to your professional community

ثبت نام و عضویت در لینکدین

در این قسمت می توان افراد و مشاغل گوناگون را جستجو کرد

Jobs People

Search job titles or companies

Kermān, Kerman, Iran

Search Jobs



پروفایل لینکدین

- ▶ پروفایل لینکدین در واقع رزومه کاری فرد و نشان دهنده شخصیت حقوقی فرد است و هرچه کامل تر باشد کارفرما بهتر می تواند فرد را بشناسد در نتیجه در جذب فرد موثر است.
- ▶ بهتر است تصویر مناسب داشته باشد. پروفایل هایی که عکس دارند بهتر و بیشتر دیده می شوند.
- ▶ در صفحه اول پروفایل: مشخصات فرد، عکس فرد،
- ▶ عکس کاور (هدر) که بهتر است:
- ▶ - یک لوگو یا عکس از محل کار ما باشد،
- ▶ - عکسی مرتبط با کار ما باشد،
- ▶ - عکس بهترین نمونه کار ما باشد
- ▶ پس از آنکه در لینکدین ثبت نام کردید، وارد حساب کاربری خود شوید. در این قسمت ، لینکدین از شما می خواهد اطلاعات خود را به طور کامل وارد نمایید. این اطلاعات شامل نام و نام خانوادگی، سوابق تحصیلی، سوابق کاری، محل کار فعلی، عکس، علایق و توضیحاتی مختصری درباره خودتان است.

محل قرار گیری عکس پروفایل



dsbCreative



Daniel Blaho

Owner at DSB Creative

Tulsa, Oklahoma | Marketing and Advertising

Current DSB Creative

Previous Straxis Technology, Signs Now Tulsa

Education Oklahoma State University

نام و نام خانوادگی

شغل فعلی

نوع فعالیت

شغل قبلی

تحصیلات

Complete your profile

Edit

168

connections

آدرس صفحه

www.linkedin.com/in/dblaho/

Contact info

سوابق کاری

تعداد افرادی که در لینکدین با آنها در تماس هستید

People You May Know



Steven Day 2nd

Proprietor at UPPER CRUST

Connect + 15

FedEx Express

Ship a pak using FedEx One Rate[®] for as low as \$7.50.

پروفایل لینکدین

- ▶ در پروفایل هایی که کامل و حرفه ای هستند زیر اسم فرد هم تعدادی اسامی وجود دارد:
- ▶ **First**: افرادی که بصورت مستقیم با آنها **connect** می شویم
- ▶ **Second**: افرادی که از طریق افراد دیگر با آنها **connect** می شویم
- ▶ **Third**: افرادی که با ۲ واسطه با آنها **connect** می شویم
- ▶ در قسمت **Current position** جایگاه شغلی فعلی شما نوشته می شود
- ▶ در قسمت **Education** مدرک تحصیلی و سوابق تحصیلی شما
- ▶ در قسمت **Skills** مهارتهایی که شما دارید بیان می شود. اگر در دوره یا کلاسی شرکت کردید می توان مدرک دوره را اسکن نمود و در این بخش وارد کرد.

بخش های لینکدین

- ▶ ۱- **Home**: قسمت خانه که در آن آخرین پست ها و اخبارهایی که کاربران و گروه ها قرار داده می شود را نشان می دهد.
- ▶ ۲- **Profile**: پروفایل که شامل اطلاعات شخصی شما مانند عکس، خلاصه ای از خودتان، رزومه کاری، مدارکی که دریافت کرده اید، زبان هایی که بلد هستید که به صورت بخش بندی قرار گرفته است.
- ▶ ۳- **My network**: در این بخش می توانید افرادی را که از نظر تخصص شبیه شما می باشند را پیدا کنید و به آن ها درخواست ارتباط دهید. همچنین می توانید دوستان خود را مشاهده کنید و براساس حروف الفبا یا افرادی به تازگی به لیست شما اضافه شده اند، فیلتر و مشاهده نمایید. همچنین درخواست هایی را که برای شما ارسال شده است در این بخش نشان داده می شود.
- ▶ ۴- **Jobs**: در این بخش تمامی شغل های و فعالیت هایی را که براساس شغل شما، تجربیات شما و موقعیت شما پیشنهاد می شود. همچنین می توانید درخواست کار شرکت خود را از قسمت **post a job** قرار بدهید.
- ▶ ۵- **Massaging**: شامل تمام پیام هایی است که شما به دیگران ارسال کرده اید یا برای شما ارسال شده است.

بخش های لینکدین

- ▶ ۶- **notifications**: مانند دیگر شبکه های اجتماعی، **لینکدین** هم دارای این بخش می باشد. در نوتیفیکیشن آخرین اتفاقاتی که نسبت به صفحه شما افتاده است را متوجه شوید مثلا کسی پست جدیدی قرار داده است، پست های شما را لایک کرده یا به اشتراک گذاشته اند و غیره.
- ▶ ۷- **Search**: لینکدین قوی ترین جستجو را بین بقیه شبکه ها دارد و به شما اجازه می دهد بسته به ویژگی های خاص، نتایج مورد نظر خود را سریعاً بدست بیاورید.
- ▶ قسمت های دیگری که در لینکدین وجود دارد، شامل گروه ها که در آن عضو شده اید، صفحه بررسی و تحلیل صفحه شما، قسمت **privacy and setting**، قسمت **help center** که اگر مشکلی برای صفحه شما به وجود می آید را می توانید از این قسمت با مسئولین و پشتیبان لینکدین برای رفع آن در ارتباط قرار بدهید و قسمت زبان که زبان صفحه خود را تعیین می کنید.

ایندورس (endorse)

ایندورس (endorse) کردن به معنای تایید مهارت شما توسط دوستانتان می باشد. دوستان شما براساس تجربه و فعالیت هایی که در صفحه خود قرار داده اید، مهارت شما را ایندورس می کنند و در واقع به **لینکدین** اعلام می کنند که شما یک شخص حرفه ای در کار خود هستید. هر چه میزان ایندورس کردن مهارت های شما بالاتر باشد، رتبه شما بین کاربران تان بالا است و همچنین شانس پیدا کردن کار بین شرکت ها برای افزایش پیدا می کند.

مطالبی که در لیندکین می توانیم اضافه کنیم

- ▶ ۱- انتشار یک پست: مطالب کوتاهی در حد ۵ خط , عکس, فیلم,
- ▶ ۲- انتشار یک مقاله: درباره یک موضوع تخصصی مقاله وارد می کنیم
- ▶ در بالای صفحه هم گزینه مربوط به هر کدام این موارد وجود دارد:

The screenshot shows a web browser window with the LinkedIn feed. The browser tabs include 'mikrotik hotspot > status' and 'Feed | LinkedIn'. The address bar shows the URL 'https://www.linkedin.com/feed/?trk=homepage-basic_signin-form_submit'. The LinkedIn navigation bar includes 'Home', 'My Network', 'Jobs', 'Messaging', and 'Notifications'. The profile of Hamideh Aliramezany is visible on the left. The main content area shows a 'Start a post' button and a 'Write article' button, both highlighted with red boxes. Below these buttons are options for 'Photo', 'Video', and 'Event'. A post by Mahdiye Askari is visible at the bottom.

انتشار Post

- ▶ در بخش **post** بهتر است مطالب مانند آنچه در فیس بوک می گذارید باشند. عنوان پست باید جذاب و گویا باشد
- ▶ ۱- مطلبی در حد ۵ خط
- ▶ ۲- تصویر تا حجم ۵ گیگ
- ▶ ۳- فیلم بین ۳ تا ۱۰ دقیقه
- ▶ اگر صاحب وب سایت هستید می توانید قسمتی از مطلب یا مطالب وب سایت را در بخش **post** قرار دهید و سپس ادامه مطلب را به صفحه اصلی سایت خود لینک دهید.
- ▶ بهتر اینست در پایین مطالب خود از امضای الکترونیکی استفاده کنید.

انتشار مقاله در لینکدین

- ▶ وارد پروفایل شخصی شده و گزینه **Write article** را انتخاب می کنیم
- ▶ عکس اصلی مقاله: در خواننده شدن مقاله بسیار موثر است
- ▶ وارد کردن عنوان اصلی مقاله یا **Headline**
- ▶ با کلیک روی علامت + کنار آن می توان عکس, فیلم, صوت, ... به مقاله اضافه کرد.
- ▶ در بالای صفحه هم امکاناتی مثل فونت, سایز, و... وجود دارد که می توان تنظیم کرد چطور اطلاعات مقاله را وارد کنیم.
- ▶ می توان تعیین کرد قبل از انتشار عمومی مقاله , فرد یا افرادی خاص مقاله را بخوانند و درباره آن نظر بدهند. برای اینکار:
- ▶ در قسمت سمت راست بالای صفحه : **more - share draft** لینکی می آید که می توان این لینک را کپی کرد و برای افرادی که مدنظر داریم بفرستیم تا آن را بخوانند.
- ▶ استفاده از علامت هشتگ در کنار کلیدواژه های مقاله باعث می شود دیگران هنگام جستجو سریعتر و راحت تر به مقاله ما دسترسی پیدا کنند.

نمایش نمونه کار

▶ لینکدین به شما اجازه می‌دهد تا رسانه‌های گوناگونی را مانند فیلم، تصویر، اسناد، لینک‌ها، خلاصه‌های رایج، موارد تحصیلی و تجربه‌های شخصی‌تان را در پروفایل خود قرار دهید. این مورد شما را قادر می‌سازد تا پروژه‌های مختلف و نمونه‌های کاری خود را نمایش دهید و پروفایل لینکدین بهینه‌تری داشته باشید. برای افزودن این موارد کافی است مراحل زیر را طی کنید:

▶ اشاره‌گر را روی پروفایل ببرید و **Edit Profile** را انتخاب کنید .

▶ برای افزودن نمونه دلخواه روی آیکون **Add Media** کلیک کنید.

▶ اگر می‌خواهید رسانه‌ای را در پروفایل یا وبسایت خود نشان دهید تا به مطالب بیشتری با رجوع به سایت دسترسی داشته‌باشند، گزینه آپلود فایل را بزنید.

▶ روی **Save** کلیک کنید. پس از این کار، بروزرسانی‌های لازم روی صفحه اصلی شبکه شما نمایان می‌شود.

دلایل استفاده از لینکدین

ارتباط مجدد با دوستان قدیمی

امروزه دیگر هر کسی که برای خود صاحب کسب و کاری است، یک اکانت در این شبکه اجتماعی دارد. حتما هم دوستان قدیمی در مدرسه یا دانشگاه شما نیز در این شبکه برای خود دارای اکانت هستند. شما می توانید با جستجوی حرفه ای که در آن صفحه قرار داده شده است و فقط با ورود نام، آن ها را پیدا کنید و با یکدیگر ارتباط برقرار کنید.

دیگران شما را پیدا کنند

با توجه به فعالیت و رزومه هایی که قرار داده اید، دیگر شرکت ها یا افرادی که به دنبال تخصص شبیه شما هستند، شما را نیز پیدا کنند و از این رو بتوانید با آن ها همکاری نمایید.

با متخصصین در ارتباط باشید

در لینکدین گروه های زیادی وجود دارد که هر کدام هدف مخصوص به خود را دارند. شما می توانید با پیدا کردن این گروه ها و فعالیت در آنها با متخصصین حوزه کاری خود آشنا شوید و با آنها در ارتباط باشید.

دلایل استفاده از لینکدین

پیدا کردن شغل

بهترین مکان برای پیدا کردن شغل است. البته برای اینکه بتوانید شغل خود را سریعتر پیدا کنید، باید پروفایل خود را حرفه ای نمایید. بعضی از شرکت ها در پست های خود آگهی استخدام قرار می دهند و می توانید برای آنها رزومه خود را ارسال نمایید.

توسعه شغل و بازاریابی

لینکدین، بهترین مکان برای بهینه سازی سایت می باشد. شما در آنجا می توانید پست های سایت خود را به اشتراک بگذارید که از این رو به برندسازی سایت شما کمک می کند.

کمک گرفتن از دیگران

اگر شما در زمینه تخصص خود به مشکلاتی بر بخورید، لینکدین بهترین شبکه است که می توانید در آن اشکالات خود را در یک پست یا به صورت پیام خصوصی از افراد بپرسید.

ارتباط با شرکت های دیگر

تمامی شرکت ها دارای صفحه یا پروفایل خصوصی برای خود هستند. شما می توانید با عضویت در صفحه آن ها یا اضافه کردن اکانت آن ها به دوستان خود، با آن ها در ارتباط باشید و از نحوه فعالیت آن ها در لینکدین آگاه شوید.

شخصی سازی کردن URL پروفایل لینکدین

- ▶ لینکدین به شما امکان می دهد برای پروفایل صفحات خود، یک URL انحصاری انتخاب کنید. پیشنهاد می شود از نام خود در آدرس لینکدین استفاده کنید. برای انجام این کار از سمت چپ صفحه پروفایل خود، گزینه **Edit Public Profile** را انتخاب کنید و از طریق **Customize Your Public Profile URL** آدرس سایت خود را تغییر دهید.
- ▶ در URL شخصی خود از اعداد ، علامتها و سمبلها استفاده نکنید.
- ▶ در قسمت تنظیمات، درباره همه بخشهای LinkedIn توضیح کامل وجود دارد.

چگونه در لینکدین فعال باشیم

▶ ۱- پست گذاری

▶ برای پست گذاری یک برنامه زمانی تعیین کنید. پشت سرهم پست قرار ندهید و حداکثر تعداد پست در روز باید سه تا باشد. سعی کنید در آخر پست لینکی از شبکه های دیگر خود قرار دهید.

▶ ۲- عکس گذاشتن

▶ حتماً برای پروفایل خود عکس قرار دهید. از عکسهای چالش برانگیز استفاده کنید که تعداد کامنتهای شما را افزایش دهد. هر چه کامنت گذاری زیر پست و عکس شما بیشتر باشد، پست شما بیشتر دیده می شود و رتبه شما افزایش می یابد.

▶ ۳- لایک و کامنت گذاری در پست های دیگران

▶ در پست ها و عکسهای دیگران شرکت کنید این کار علاوه بر اینکه باعث افزایش رتبه شما میشود، باعث میشود که شما بیشتر توسط بقیه افراد دیده شوید.

▶ ۴- پروژه های خود را به گوش همه برسانید و تبلیغ کنید

چگونه در لینکدین فعال باشیم

- ▶ ۵- یک گروه لینکدینی بسازید. **Work - groups** در این قسمت هم می توان گروه جدید ساخت, هم گروههای قبلی که عضو آن هستیم را ببینیم, هم در قسمت **Discover Groups** گروه هایی که به علایق ما نزدیک هستند را دید. و در صورت تمایل برای آنها درخواست عضویت فرستاد.
- ▶ ۶- کارمند آینده خود را از طریق لینکدین استخدام کنید . پستی در ارتباط با کسب و کار خود منتشر کنید
- ▶ ۷- از طریق لینکدین کار پیدا کنید. رزومه خود را همراه با توانایی ها و مهارتهایی که دارید منتشر کنید.
- ▶ ۸- دادن پیام به افراد
- ▶ سعی کنید طبق یک برنامه زمانی منظم، پیام های مناسبی مانند تشکر و معرفی خدمات جدید را به افرادی خاص بدهید و از آنها در خصوص خدمات و کار خود نظرخواهی کنید. این کار باعث ارتباط بیشتر شما میگردد.

چگونه در لینکدین فعال باشیم

۹- ارتباط برقرار کردن با بقیه

با افرادی که در زمینه کاری شما فعالیت میکنند، ارتباط برقرار کنید و برای آنها درخواست بفرستید. هر چه میزان ارتباط شما بیشتر باشد، رتبه شما نیز افزایش میابد. هنگامی که با کسی ارتباط جدیدی برقرار کردید، در یک پیام شخصی از آن فرد بابت اینکه درخواست شما را پذیرفته است، تشکر کنید و خوشامد بگویید.

۱۰- محتوای مناسب

حتما در پست‌های خود از محتوای مناسب با عنوان چشمگیر استفاده کنید، زیرا باعث جذب افراد بیشتر می‌شود. همچنین میتوانید اگر وبسایتی دارید ادامه مقاله را در وبسایت خود قرار دهید و مخاطب را تشویق کنید که مقاله شما در حتما وبسایت مطالعه کند و نظر بدهد. آخرین نکته، داشتن فعالیت مستمر و مداوم در لینکدین میباشد. فعالیت شما باید به طور روزانه حداقل ۱۵ دقیقه باشد، اگر فعالیت شما قطع شود رتبه شما کم‌کم نزول پیدا خواهد کرد.

Export of CV in Linkdin

The image shows a browser window displaying a LinkedIn profile. A blue arrow labeled '1' points to the address bar, which contains the URL `https://www.linkedin.com/in/hamideh-aliramezany/`. Below the browser, the LinkedIn navigation bar is visible with icons for Home, My Network, Jobs, Messaging, Notifications, and Me. The profile header includes a blurred profile picture and a banner image. A blue arrow labeled '2' points to the 'More...' menu, which is open and shows options: 'Share Profile via Message' and 'Save to PDF'. The 'Save to PDF' option is highlighted with a red box. Below the profile header, there is a section for 'Add profile section' and a 'Contact info' link. A notification banner at the bottom reads 'to job opportunities—you control who sees this.' with a close button (X).

References

- ▶ 1- <https://seokar.com/news/what-is-linkedin>
- ▶ 2- <https://faradars.org/>
- ▶ 3- <https://sorooshpardaz.com/blog/1394/10/learning-linkedin>
- ▶ 4- <https://www.novin.com/blog/linkedin-hacks-to-grow-network/>
- ▶ 5- <https://www.novin.com/blog/what-is-linkedin-and-how-does-it-affect-your-business/>
- ▶ 6- <https://www.beytoote.com/computer/tarfand-i/linkedin-social2-network.html>
- ▶ 7- <https://digiato.com/article/2017/03/06>
- ▶ 8- بتولی، زهرا (۱۳۹۲). قابلیت‌های شبکه اجتماعی ریسرچ گیت برای پژوهشگران. *گفتمان علم و فناوری*، ۱(۲): ۵۹-۶۸.