

بیو و بادو

دکتر بهاره بخشی، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دماوند، تهران، ایران

(نویسنده و عهده دار مکاتبات) b.bakhshi@gmail.com

مریم طاهریان، کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دماوند، تهران، ایران

مریم خرسند، کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران مرکزی

چکیده:

ما در عصری زندگی می‌کنیم که فناوری ارتباطات و اطلاعات به عنوان ابزار توانمندسازی اندیشه و در امتداد فکر انسان‌ها هر لحظه در حال تولید و توزیع اطلاعات و برقراری ارتباطات است. فناوری‌های ارتباطی به مرور زمان پیشرفت کرده و راه‌های به اشتراک گذاشتن اطلاعات با دیگران نیز دستخوش تغییر و پیشرفت شده‌است. شبکه‌های مبتنی بر وب موسوم به شبکه‌های اجتماعی دنیای برقراری ارتباط مجازی را متحول کرده‌اند. شبکه اجتماعی متشکل از افرادی است که به وسیله وابستگی‌های خاصی به یکدیگر مرتبط شده‌اند. هر شبکه اجتماعی، فرهنگ ارتباطی خاص خود را دارد. آشنایی با ساختار و عملکرد این شبکه‌ها کمک بسیار زیادی به کاربران می‌کند تا شبکه مورد نیاز خود را جستجو نموده و برای رسیدن به اهداف خود از این شبکه‌ها کمک بگیرند. کاربران در این شبکه‌ها می‌توانند، نظرات، علاقه‌مندی‌ها و در یک کلام محتوا ایجاد و با دوستان و سایرین به اشتراک بگذارند. عوامل جذاب در شبکه‌های اجتماعی گاهی باعث ربایش مخاطب به سوی آن شبکه می‌شود. شبکه اجتماعی بیو با "شعار بلاگ شوید، همیشه بلاگ شوید" و شبکه اجتماعی چند زبانه بادو از جمله شبکه‌های اجتماعی هستند که شرایطی را فراهم می‌کنند تا افراد با ویژگی‌های مشابه در گروه‌های مختلف بتوانند با هم ملاقات کنند. آشنایی با عملکرد و ساختار این شبکه‌ها می‌تواند راه‌های رسیدن به اهداف را برای افراد آسانتر کند.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی. مخاطب. بیو. بادو

مقدمه

وبسایت‌ها و ابزارهای دنیای مجازی که روزگاری موضوعی جدید و حاشیه‌ای محسوب می‌شدند حال به پدیده‌ای فراگیر تبدیل شده‌اند. این ابزارها که تحولات شبکه‌های ارتباطی در گسترش آنها نقش داشته‌اند این‌روزها از طریق «اینترنت همراه» هم به‌سادگی قابل دسترس هستند. به گروهی از رسانه‌های آنلاین که در این فضای جدید متولد شده‌اند عنوان رسانه‌های اجتماعی داده شده است. رسانه‌های اجتماعی را می‌توان در هفت گروه دسته‌بندی کرد. شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، پادکست‌ها، فروم‌ها، کامیونیتی‌های محتوایی و میکروبلگ‌ها هفت نوع رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند.

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی عموماً سرویس‌های مبتنی بر وب هستند که به اعضای‌شان اجازه ساخت صفحات شخصی و برقراری ارتباط و شبکه‌سازی با دوستان آنلاین را می‌دهند.

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، 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. در تعریف ساده‌ی شبکه‌های اجتماعی با چند کلید واژه روبرو هستیم. شبکه اجتماعی متشکل از گره‌هایی (افراد) است که به وسیله وابستگی‌های خاصی به یکدیگر مرتبط شده‌اند. این وابستگی‌ها می‌تواند اهداف، آرمان‌ها، مسائل مادی و همین‌طور مسائل دینی باشد. نوع ارتباط نیز به میزان زیادی به این وابستگی‌ها و همچنین افراد وابسته متکی است. افراد وارد این ارتباط شده و تاثیر متقابلی در این ارتباط دارند. شخصیت و هویت افراد همان‌طور که در ارتباط گروه تاثیر دارد، به مقدار قابل توجهی تاثیر پذیری نیز از خود نشان می‌دهد. آشنایی با ساختار و عملکرد این شبکه‌ها کمک بسیار زیادی به کاربران میکند تا شبکه مورد نیاز خود را جستجو نموده و برای رسیدن به اهداف خود از این شبکه‌ها کمک بگیرند.

اهداف تحقیق (کلی و ویژه):

- ۱- بررسی نوع شبکه اجتماعی
- ۲- معرفی موسسان و افراد کلیدی هر شبکه
- ۳- شناسایی حوزه کاربران
- ۴- بررسی امکانات موجود در شبکه‌های اجتماعی
- ۵- بررسی تعداد زبانهای رایج در شبکه

پرسش‌های تحقیق:

- ۱- آیا شبکه‌های اجتماعی توسط افراد و سازمان‌های خصوصی اداره می‌شوند یا افراد دولتی؟
- ۲- آیا حضور تصویر و فیلم باعث جذب مخاطبان شده است؟
- ۳- آیا میزان زبانهای رایج در یک شبکه اجتماعی باعث رشد آن شده است؟

روش تحقیق: توصیفی تحلیلی

نوع مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای است و اطلاعات جمع‌آوری شده با توجه به اعتبار درونی و بیرونی ارزشیابی می‌شوند. متون و مقالات متعددی از سایت گوگل جمع‌آوری شده است.

مراحل اجرا:

۱. تعریف و بیان مسئله
۲. بیان هدف

۳. جمع آوری اطلاعات

۴. ارزش یابی اطلاعات

۵. تهیه گزارش پژوهش

جامعه آماری

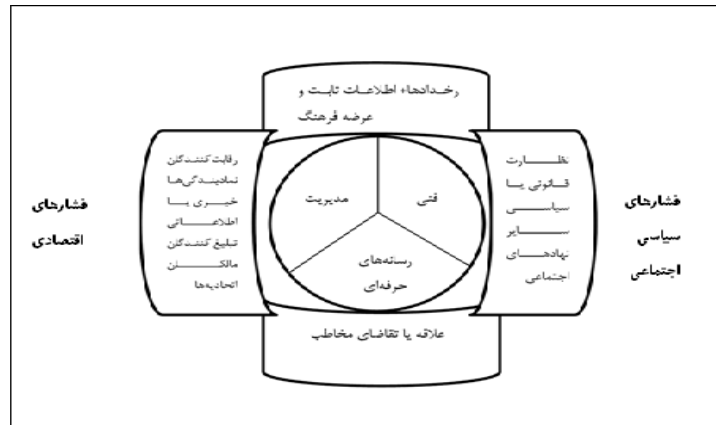
از بین شبکه‌های اجتماعی مجازی مرتبط به ارایه تصویر، عکس و فیلم شبکه‌های اجتماعی بیو به عنوان یکی از پرمخاطب‌ترین شبکه‌های تصویری ۲۰۱۲ انتخاب شده و در نمونه آماری قرار گرفته‌اند.

مفاهیم نظری

رسانه به مثابه نهاد اجتماعی

رسانه‌ها بیش از مکانیسمی ساده برای پخش اطلاعات هستند. رسانه‌ها سازمان‌هایی پیچیده و نهاد اجتماعی مهم جامعه هستند. مک‌کویل رابطه‌های اصلی رسانه‌ها را ارائه کرده که در شکل زیر نشان داده شده است.

در این شکل رسانه‌ها در مرکز نشان داده شده‌اند، و دربرگیرنده کاربرد مدیریت، پرسنل حرفه‌ای و وجه فنی است. در این شکل رسانه‌ها به گونه‌ای نمایش داده شده‌اند که با مخاطب با سازمان‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و حوادث و اتفاقات در جامعه به طور وسیع، در تعامل است. بدیهی است که رسانه‌ها در برخورد ایدئولوژیک نقش اصلی



دارند. ایدئولوژی‌های مسلط به وسیله رسانه‌ها گسترش می‌یابد. اکثر نظریه‌های ارتباط انتقادی به خاطر قدرت بالقوه رسانه‌ها برای اشاعه ایدئولوژی‌های جایگزینی و متضاد به طور اساسی با رسانه‌های گروهی مرتبط هستند.

جامعه شبکه‌ای

شبکه مجموعه‌ای از نقاط اتصال یا گره‌های بهم پیوسته است. نقطه اتصال یا گره نقطه‌ای است که در آن یک منحنی خود را قطع می‌کند. این که نقطه اتصال چه چیزی است به طور مشخص به نوع شبکه‌های مورد نظر بستگی دارد. شبکه جریان مالی جهانی از نقاط اتصال بازارهای بورس و مراکز خدمات جانبی پیشرفته آنها تشکیل شده است و... توپولوژی‌ای که شبکه‌ها تعریف می‌کنند این نکته را مشخص می‌سازد که اگر دو نقطه اتصال به یک شبکه تعلق داشته باشند در آن صورت اتصال فاصله (یا شدت و فراوانی تعامل) بین آن دو نقطه (یا جایگاه اجتماعی) کوتاه‌تر (یا فراوان‌تر، یا شدیدتر) از زمانی است که این دو نقطه به یک شبکه تعلق نداشته باشند. از سوی دیگر، در درون یک شبکه خاص فاصله‌ای میان جریان‌ها وجود ندارد و یا فاصله بین نقاط اتصال یکسان است. بنابراین، فاصله‌ی (فیزیکی، اجتماعی،

اقتصادی، سیاسی، فرهنگی) یک نقطه یا جایگاه از صفر (برای هر یک از گره‌های شبکه) تا بی‌نهایت (برای هر نقطه‌ی خارج از شبکه) متغیر است. حضور در شبکه یا حذف از آن و معماری روابط بین شبکه‌ها که توسط تکنولوژی‌های اطلاعات که با سرعت نور عمل می‌کنند انجام می‌گیرد، پیکربندی فرآیندها و کارکردهای مسلط جوامع ما را تعیین می‌کنند.

شبکه‌ها ساختارهای باز هستند که می‌توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند و نقاط شاخص جدیدی را در درون خود پذیرا شوند تا زمانی که این نقاط توانایی ارتباط در شبکه را داشته باشند یعنی مادام که از کدهای ارتباطی مشترک استفاده کنند. یک ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه، سیستم باز و پویایی است که، بدون این که توازن آن با تهدیدی روبه رو شود، توانایی نوآوری دارد. شبکه‌ها ابزار مناسبی برای فعالیت‌های مختلف هستند: برای اقتصاد سرمایه‌داری، برای کار، کارگران، و شرکت‌ها، برای حکومت‌ها، و برای سازمان‌های اجتماعی. از آنجا که شبکه‌ها چندگانه‌اند، کدها و کلیدهایی که بین شبکه‌ها عمل می‌کنند به منابع اصلی شکل‌دهی، هدایت، و گمراه ساختن جوامع تبدیل می‌شوند. هم‌گرایی تکامل اجتماعی و تکنولوژی‌های اطلاعات، در سرتاسر ساختار اجتماعی شالوده مادی جدیدی برای فعالیت‌ها ایجاد کرده‌اند. این شالوده مادی، که در درون شبکه‌ها جای دارد، فرآیندهای اجتماعی مسلط را مشخص می‌کند و بدین ترتیب، ساختار اجتماعی را شکل می‌دهد.

شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند، و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشم‌گیری در عملیات و نتایج فرآیندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. در حالی که شکل شبکه‌ای سازمان اجتماعی در دیگر زمان‌ها و مکان‌ها نیز وجود داشته است، پارادایم نوین تکنولوژی اطلاعات بنیان مادی گسترش فراگیر آن را در سرتاسر ساختار اجتماعی ایجاد می‌کند. این منطق شبکه‌ای عزمی اجتماعی ایجاد می‌کند که مرتبه آن از سطح منافع اجتماعی به خصوص که از طریق شبکه‌ها بیان شده‌اند فراتر است: قدرت جریان‌ها از جریان‌های قدرت پیشی می‌گیرد. غیبت یا حضور در شبکه و پویایی هر شبکه در برابر دیگر شبکه‌ها، منابع حیاتی سلطه و تغییر در جامعه ما هستند: جامعه‌ای که به این ترتیب می‌توان آن را به درستی جامعه شبکه‌ای نامید که ویژگی آن برتری ریخت اجتماعی بر کنش اجتماعی است. (کاستلز، ۱۳۸۵، ۵۴۴-۵۴۵)

جامعه فرا صنعتی یا جامعه اطلاعاتی

کتاب «جامعه فرا صنعتی آینده»، تألیف دانیل بل، متفکر مشهور معاصر، معمولاً به عنوان مهم‌ترین اثر علمی در بررسی و ارزیابی مفهوم جامعه اطلاعاتی شناخته می‌شود. این جامعه شناس آمریکایی در کتاب مذکور، که در سال ۱۹۷۳ انتشار یافت، با استناد به اطلاعات آماری گردآوری شده از طریق «سازمان همکاری و توسعه اقتصادی» و منابع دیگر، برتری رو به فزون معرفت‌های علمی و تکنیکی در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی را مطرح کرده و بر اساس آن، فرا رسیدن جامعه فرا صنعتی را که در آثار بعدی او جامعه اطلاعاتی خوانده شده، مورد تأکید قرار داده است. (معمدنزاد، ۱۳۸۹، ۵۱)

ویژگی‌های جامعه فرا صنعتی مورد نظر دانیل بل

«دانیل بل در کتاب جامعه فرا صنعتی آینده، درباره تفاوت آن با جامعه صنعتی، چنین خاطر نشان ساخته است: ... جامعه فرا صنعتی بر خلاف جامعه صنعتی، که بر اساس «تکنولوژی ماشینی» پایه گذاری شده، بر مبنای «تکنولوژی فکری» شکل دهی گردیده است. همچنین در حالی که سرمایه و کار، عناصر ساختاری عمده جامعه صنعتی را تشکیل می‌دهند، اطلاعات و معرفت، دو عنصر ساختاری اساسی جامعه اطلاعاتی به شمار می‌آیند...

یکی از مهم‌ترین نکات مورد نظر دانیل بل درباره تمایز دو نوع جامعه مذکور توجه خاص او به چگونگی انتقال از مرحله جامعه صنعتی به مرحله جامعه فرا صنعتی و به عبارت دیگر، تبدیل جامعه مبتنی بر تولید کالاها به یک جامعه مبتنی

بر تولید و عرضه خدمات است. این جامعه خدماتی در مفهوم سازه‌های بعدی وی، به عنوان جامعه اطلاعاتی معرفی شده است.

وی در کتاب جامعه فرا صنعتی آینده، پنج ویژگی مهم برای جامعه فرا صنعتی برشمرده است:

۱- بخش اقتصادی: در جامعه فرا صنعتی، اقتصاد مبتنی بر تولید کالاها به اقتصاد خدماتی تبدیل می‌شود.

۲- توزیع اشتغال: در چنین جامعه ای، طبقه شاغل در فعالیتهای حرفه‌ای و تکنیکی، از لحاظ چگونگی اشتغال افراد، بر طبقات دیگر برتری می‌یابد.

۳- اصل محوری: در جامعه فرا صنعتی، معرفت (دانش) نظری به منزله منبع نوآوری و سیاست سازی جامعه، نقش کانونی و محوری پیدا می‌کند.

۴- روند آینده: در جامعه یاد شده، گرایش به کنترل تکنولوژی و ارزیابی تکنولوژی برای آینده بهتر رو به افزایش است.

۵- تصمیم‌گیری: در جامعه فرا صنعتی یک تکنولوژی فکری نوین، در جهت کمک به تصمیم‌گیری ایجاد می‌شود. با بررسی دقیق این ویژگیها و به مخصوص با توجه بیشتر به دو ویژگی نخست، می‌توان نسبت به جامعه فرا صنعتی مورد نظر دانیل بل شناخت عمیق تری بدست آور. «(معمدنژاد، ۱۳۸۹، ۵۲-۵۳)

یافته‌ها:

Bebo - بیو

تاریخ تاسیس	ژانویه ۲۰۰۵
اداره مرکزی	سانفرانسیسکو، کالیفرنیا
موسس	میشائیل بیرچ، زوجی بیرچ
کارکنان	۵۶ نفر
زبانهای قابل دسترسی	انگلیسی، فرانسه، آلمانی، ایتالیایی، اسپانیایی، هلندی
شعار سایت	زود بلاگ شوید، همیشه بلاگ شوید
آدرس وب سایت	bebo.com
نوع وب سایت	شبکه اجتماعی
مالک	ادم لوین

بیو (BEBO) یک وب سایت شبکه اجتماعی می‌باشد که در ژوئیه ۲۰۰۵ راه اندازی شد. در حال حاضر توسط Criterion Capital Partners اداره می‌شود. تا ماه ژوئن سال ۲۰۱۰ این وب سایت در اختیار AOL بود.

نام سایت مخفف *Blog Early, Blog Often* می‌باشد. کاربران یک صفحه پروفایل شخصی دارند که در آن آنها می‌توانند وبلاگ‌ها، عکس‌ها، موسیقی، فیلم‌ها را پست کنند و پرسشنامه‌هایی را که کاربران دیگر ممکن است پاسخ دهند ارسال کنند. علاوه بر این، کاربران ممکن است دیگران را به عنوان دوست اضافه کنند و به آنها پیام ارسال کنند. پروفایل شخصی خود را به روز رسانی و به دوستانشان در مورد خودشان اطلاع رسانی کنند. بیو بسیار شبیه به سایر سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، خصوصاً فیس بوک می‌باشد.

شبکه اجتماعی بیو توسط مایکل بیرچ و همسرش زو کیبیرچ در ژانویه ۲۰۰۵ در سانفرانسیسکو تاسیس شد. در تاریخ ۱۳ مارس ۲۰۰۸ توسط AOL به مبلغ ۸۵۰ میلیون دلار خریداری شد، درحالیکه سهم مشترک ۷۰ درصدی بیرچ سودی ۵۹۵ میلیون دلاری را از این قرارداد نصیبش کرد. با این حال بنیانگذاران و مدیران اجرایی بیو اعلام کردند که هدف نهایی آنها فروش بیو به یک شرکت بزرگتر می‌باشد، چرا که آنها به خوبی از ناپایداریهای پلت فرم سایت آگاه بودند. بسیاری میگویند که AOL برای بیو پول زیادی را پرداخت کرده، به خصوص که تبلیغات به دلیل بحران مالی

دچار رکود شد. علاوه بر AOL تمایلی به سرمایه‌گذاری و گسترش ببو نداشت به طوری که بتواند قابل رقابت با فیس بوک باشد.]

در آوریل ۲۰۱۰، AOL اعلام کرد که قرار است ببو را یا به فروش برساند و یا تعطیل کند. [10] در تاریخ ۱۷ ژوئن ۲۰۱۰ ببو به مبلغ نامعلومی که بنا به گزارش‌ها کمتر از ۱۰ میلیون دلار بود به Criterion Capital Partners واگذار شد.

بی‌بی‌سی گفت که خرید ببو توسط "AOL یکی از بدترین معاملات انجام شده بوده که در اینترنت صورت گرفت [13] و هزینه زیادی برای مدیر عامل AOL داشته است.

وب سایت

هر کاربر ببویک پروفایل دارد که باید شامل دو بخش خاص باشد، در بخش اول دیگر کاربران می‌توانند نظرشان را در قالب یک پیام بگویند و بخش دوم که شامل یک لیست از دوستان کاربر است. کاربران می‌توانند بخش‌های بسیار دیگری را برای اضافه کردن انتخاب کنند. به طور پیش فرض، زمانی که یک حساب کاربری ایجاد می‌شود پروفایل به صورت خصوصی در می‌آید، که محدودیت دسترسی به پروفایل برای دوستان اضافه شده را ایجاد می‌کند. کاربر ممکن است گزینه "پروفایل عمومی" را انتخاب کند به طوری که مشخصات این پروفایل برای اعضای یک مدرسه که ممکن است به این شبکه پیوسته باشند قابل دیدن خواهد بود. پروفایل ممکن است توسط یک طرح تمپلت شخصی شود که این طرح تمپلت به عنوان پیش زمینه پروفایل کاربر بحساب در می‌آید. پروفایل ممکن است شامل این موارد باشد: کوئیزهایی چند گزینه‌ای، نظر سنجی برای دوستان خود و اظهار نظر در مورد آنها، آلبوم عکس که به کاربر اجازه می‌دهد تعداد نامحدودی عکس را با حداکثر ۹۶ عکس به ازای هر آلبوم آپلود کند، وبلاگ‌ها از بخش نظرات، فهرستی از گروه‌های موسیقی که کاربر طرفدار آنهاست و یک لیست از گروه‌هایی که کاربر عضو آنهاست تشکیل شده است. همچنین یک باکس ویدیو ممکن است به آن اضافه شود، که این ویدئو ممکن است یک لینک از یوتیوب باشد یا به طور مستقیم از طریق Motionbox در سرورهای ببو آپلود شود و یا کپی شده از صفحه دیگری در ببو باشد.

کاربران می‌توانند تغییرات اخیری را که دوستانشان در 'صفحه اصلی شان' بوجود آورده‌اند از طریق منوی خانه مشاهده کنند. این تغییرات می‌تواند شامل عکس ارسال شده، فلش باکسهای به روز شده و فیلم‌ها و دوستانی باشد که به تازگی اضافه شده‌اند. به روز شدن صفحات دوستان در فیس بوک، توئیتر، فلیکر نیز قابل مشاهده است، اگر آن دوستان حساب کاربریشان را به پروفایلشان در ببو لینک کرده باشند. تنظیمات حریم خصوصی هم وجود دارد که در آن شما می‌توانید مواردی را از مشخصات خود و دوستانتان را که قرار است در آنجا قرار دهید مثل عکسها، نوشته‌ها، نظرات و غیره کنترل کنید. کاربران معتقدند که صفحات ببو بیش از حد شلوغ است و گرافیک زیبایی ندارد. اما ببوبه این انتقادات با به روز رسانی کل صفحه و اضافه کردن برخی از ویژگی‌های جدید و همچنین بهبود برخی دیگر از ویژگی‌هایش پاسخ داده است.

ببو موبایل

ببونسخه موبایل سایت را در اوایل سال ۲۰۰۶ راه اندازی کرد و دسترسی کاربران را به ببو از طریق تلفن همراه فراهم نمود. در سال ۲۰۰۷ و ۲۰۱۰، سایت تلفن همراه برای مطابقت با طراحی و ویژگی‌های سایت به روز شد. ببو در سال ۲۰۰۹، یک برنامه رایگان در فروشگاه اپل ارائه کرد و به کاربران اجازه دیدن ببو را بر روی آیفون وای پاد لمسی تحت نظارت AOL داد. در آوریل ۲۰۱۱، برنامه‌های ببو از فروشگاه اپل برداشته شد و در حال حاضر در مرحله طراحی دوباره و به روز رسانی است.

نویسندگان بیو

در تاریخ ۲۲ فوریه ۲۰۰۷، بخش نویسندگان بیوکه به نام کتابهای بیو هم شناخته میشوند، راه اندازی شد. در این بخش از سایت، نویسندگان می‌توانند فصلهایی از کتاب خود را آپلود و بخواهند که آنها مورد بررسی قرار گیرند.

گروه‌های بیو

در تاریخ ۱۰ ژوئیه ۲۰۰۷، "بخش گروه" به صفحات اضافه شد. این بخش این امکان را فراهم میکند تا افرادی را که قبلاً به یک گروه پیوسته‌اند مشاهده شوند. بیو همچنین گزینه‌ای را برای تبدیل نویسندگان یا گروههای موسیقی موجود به گروه مستقل ایجاد کرده است. انجام این تبدیل ۲۴ ساعت طول می‌کشد چون پروفایلها باید به صورت دستی توسط کارکنان بیو تغییر کند. صفحات گروه، گزینه‌ای را برای کاربران ایجاد میکند تا به چیزهایی که برای آنها جالب بنظر میرسد، بپیوندند. این گروه‌ها اغلب می‌توانند آموزشی باشند.

ورود گروه سوم بیو

کاربران می‌توانند با حساب کاربریشان در فیس بوک (با استفاده از سرویسی که اتصال به فیس بوک نامیده می‌شود) حساب کاربریشان در AIM (مسنجر AOL)، و یا سایتهای دیگر در بیو حساب کاربری ایجاد کنند.

بیو چت

سرویس جدیدی به نام بیو چت به همراه چندین اپدیت دیگر در سال ۲۰۱۱ آغازبکار کرد، که اجازه می‌دهد تا کاربران با سایر کاربران با استفاده از میبو چت پلاگین اما با نام تجاری بیو چت کنند. کاربران همچنین می‌توانند نوشته‌های خود را به روز رسانی کنند و وضعیت در دسترس بودن خودشان را نشان دهند و همچنین دسترسی به لینک‌های دیگر در صفحات بیو را داشته باشند. این سرویس همچنین یک لینک را برای کاربران برای بازدید از صفحه طرفداران بیو در فیس بوک ایجاد کرده، که در آنجا می‌توانند صفحه خود را لایک و به روز رسانی کنند.

در ۱۳ نوامبر، ۲۰۰۷ اعلام شد Bebo's Open Media Platform پلت فرمی است برای شرکت‌ها تا مطالب شرکت را در جامعه بیو توزیع کنند. کسانی که این مطالب را فراهم میکنند میتوانند مدیاپلیر خود را به بیو بیاورند و از آگهی‌های درون آن پول بدست آورند. بسیاری از شبکه‌ها مثل BBC, Ustream.tv, SKY, CBS, و Last.fm در اینجا عضو هستند.

امنیت و حریم خصوصی

بیو سه سطح حفظ حریم شخصی ارائه می‌دهد: عمومی، خصوصی و کاملاً خصوصی. پروفایل‌های عمومی توسط هر کاربر دیده می‌شود. البته پروفایل کاربران زیر شانزده سال که تنها با ورود کاربران دیده می‌شود. پروفایل‌های خصوصی تنها توسط دوستان و اعضای مدرسه یا کالجی که عضو آن هستند دیده می‌شود. پروفایل‌های کاملاً خصوصی آنهایی هستند که فقط دوستان مستقیم می‌توانند آنها را ببینند. اگر یک کاربر گزینه عمومی را انتخاب کند همچنین می‌تواند محدودیت‌های سنی را برای کسانی که میخواهند با او تماس بگیرند ایجاد کند. محدودیت سن برای دوستان مستقیم صدق نمی‌کند. بیو همچنین اجازه می‌دهد تا کاربر عکس‌های خود را به صورت محرمانه قرار دهد، بطوریکه فقط دوستان می‌توانند آنها را ببینند و دیگران نمیتوانند این عکسها را کپی کنند. اکثر کاربران محیط حریم خصوصی بیو را دوست نداشتند و علاقمند بودند تا حریم خصوصی بیو مانند فیس بوک باشد.

بسته شدن احتمالی و فروش

در هفتم آوریل سال ۲۰۰۷ اعلام شد AOL می‌خواهد وب سایت را بفروش برساند یا کلاً آنرا تعطیل کند. دلیل این امر بخاطر کاهش تعداد کاربران بود. در حقیقت کاربران در حال پیوستن به فیس بوک و توئیتر بودند. AOL اعلام کرد ببودر حال حاضر توان رقابت با شبکه‌های اجتماعی دیگر را ندارد و این دلیل اصلی برای فروش است در حقیقت آنها نمیتوانستند ببو را در رقابت با دیگر شبکه‌های اجتماعی نگه دارند. گزارش شد که بودجه AOL در حال کاهش یافتن بود.

در ۱۶ ژوئن ۲۰۱۰ گزارش شد که AOL برای جلوگیری از ضرر و زیان احتمالی ببو را به Criterion Capital Partners فروخته است. در تاریخ ۱۷ ژوئن ۲۰۱۰ این خرید تأیید شد.

ترمیم دوباره

در ۱۷ فوریه ۲۰۱۱، ببو با یک طرح کاملاً جدید راه اندازی شد. این طراحی جدید شامل یک هدر مدرن تر، یک هوم پیج جدیدتر و یک طرح بندی جدیدتر برای یک پروفایل بود. علاوه بر این، کاربران میتوانند بفهمند چه کسی پروفایلشان را دیده است (این ویژگی در تنظیمات قابل تغییر بود). ببو در ماه آوریل همان سال، یک سیستم اطلاع رسانی جدید، مشابه آنچه در فیس بوک است، را اضافه کرد. این سیستم کاربران را از پیام‌های جدید در صندوق پستی، فعالیت لایف استریم و چیزهای دیگر مطلع می‌سازد. این یکی از ویژگی‌هایی بود که بشدت در فیس بوک هم مورد تقاضا بود.

کاربرد

ببو در بالاترین سطح محبوبیتش توانست از مای اسپیس هم پیشی بگیرد و در میان سایر شبکه‌های اجتماعی انگلیس به وب سایتی تبدیل شود که از همه بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد و ۱۰ میلیون و ۷۰۰ هزار کاربر منحصر به فرد در آن ثبت نام کردند. این وب سایت در بریتانیا هم دچار همان گرفتاریها و مشکلاتی شد که مای اسپیس در امریکا و دیگر کشورها دچار آن شده بود.

Badoo - بادو

تاریخ تاسیس	نوامبر ۲۰۰۶
اداره مرکزی	لندن
موسس	آندره اندروف
کارکنان	۲۰۰ نفر
زبانهای قابل دسترسی	پرتغالی، روسی، اسپانیایی، سوئدی، اسلواکی، چک
آدرس وب سایت	Badoo.com
نوع وب سایت	شبکه اجتماعی
مالک	پاتریشن چمبرز، لیماسول، قبرس

بادویک وب سایت شبکه اجتماعی چند زبانه است که از طرف سوهو (Soho) که دفتر مرکزی آن در لندن است اداره می‌شود اما متعلق به یک شرکت در قبرس است که بوسیله کارافرین روسی اندری اندروف مدیریت می‌شود. در سپتامبر ۲۰۱۱، اکونومیست در مقاله ایی توضیح داد که چگونه بادودر تلاش برای تبدیل شدن به یکی از شرکت‌های اینترنتی پیشرو در اروپا است و به نظر می‌رسد بادو یک بازار بزرگ جدید را پیدا کرده است.

اگر چه این سایت در بسیاری از نقاط جهان در دسترس است، اما این سایت در آمریکای لاتین، اسپانیا، ایتالیا و فرانسه فعالیت بیشتری دارد. بر اساس آمار الکسا اینترنت (Alexa Internet) بادو به عنوان پنجاه و دومین سایت محبوب در فرانسه و صد و هفده امین سایت محبوب در سطح جهان شناخته می‌شود. در جولای ۲۰۱۱، Badoo.com رتبه ۵۹

وب سایتهای با بیشترین بازدیدکننده در جهان با ۴۶ میلیون بازدید کننده منحصر به فرد در هر ماه را بدست آورد که این میزان بیشتر از CNN.com می باشد که در جایگاه ۶۰ است. در مطالعه ایی در سال ۲۰۰۹، این وب سایت کمترین نمره را برای حفظ حریم خصوصی در میان ۴۵ سایت مربوط به شبکه های اجتماعی مورد بررسی بدست آورد. این سایت توسط آندره اندروف که یک کارآفرین است تاسیس و در لندن در نوامبر ۲۰۰۶ راه اندازی شد. در ژانویه ۲۰۰۸، سرمایه گذار روسی به نام فینام ۳۰ میلیون دلار برای ۱۰ درصد از سهام بادو پرداخت کرد. این بودجه برای ایجاد بادو در روسیه مورد استفاده قرار میگیرد، که در آنجا بازار شبکه های اجتماعی شروع به رشد کرده است. از سال ۲۰۰۹ تا کنون فینام مالکیت ۲۰ درصد از بادو را در اختیار گرفته است. آدر نوامبر ۲۰۱۰ فوربز در مورد شایعه ای گزارش داد که بر اساس آن این سایت ممکن است در سال ۲۰۱۱ شناور شود و سهامش را بفروش رساند. از نوامبر ۲۰۱۱ بادو ادعا می کند که بیش از ۱۳۰ میلیون کاربر ثبت شده دارد. در قسمت سوالات متداول وب سایت بادو ادعا می کند که بیش از ۲۰۰ نفر را در سطح بین المللی به استخدام در آورده است. در آوریل ۲۰۱۱ بادو توسط فیس بوک تهدید شد که اگر برنامه های کاربردی فیس بوک که در آن سایت وجود دارد همچنان مخرب باشد فیس بوک میزبانی اش حذف خواهد شد.

پذیرش رسانه ای

در سال ۲۰۰۸، بادو در وبلاگ پی دی ای گاردین پرفایل شد. بر اساس ده بررسی ویژه بادو "مانند یک اتاق چت، سایت دوستیابی و سایت طبقه بندی تصاویری باشد که ظاهر یک سایت شبکه اجتماعی را دارد." بادوسی ندارد تشریحی را فراهم کند که افراد با ویژگیهای مشابه در گروههای مختلف بتوانند با هم ملاقات کنند. از آوریل ۲۰۱۱ این سایت در امارات متحده عربی و جاهای دیگر سانسور می شود. تچکرانچ گزارش می دهد که از ژانویه ۲۰۱۰، دسترسی به بادو در ایران توسط دولت ایران مسدود شده است. مطابق بارتبه بندی هایی که بر اساس میزان اعتماد به یک سایت انجام گرفته وب سایت بادو به عنوان یک سایت قابل اعتماد شناخته می شود که البته در معرض خطر اسپم و فیشینگ قرار دارد.

منبع باز

بادو چندین نرم افزار تحت لیسانس وارد بازار کرده، از جمله تکمیل برنامه نویسی به زبان پی اچ پی، سرور آمار پینبا، وموتور تمپلت (قالب) بلیتز میشل کندی، رئیس قانونی بادو، اظهار داشت: "در طول شش تا ۱۲ ماه آینده تغییرات در کوکی ها کار اصلی ما خواهد بود. فیس بوک این امکان را می دهد تا الگوهای رفتاری مردم را بتوان چک کرد، اما ما بیشتر نگران امنیت کاربران هستیم."

درآمد

درآمذایی بادو اینگونه است که اجازه می دهد تا کاربران برای برجسته کردن بیشتر پروفایلشان در سایت برای یک دوره زمانی محدود هزینه ایی را پردازند. در پایان سال ۲۰۰۷ اعلام شد ۲۰٪ از ۲۲ میلیون کاربر بادو به این ویژگی برای یک بار در ماه دسترسی داشتند. لوید پرایس، مدیر بازاریابی برای بادو، اظهار داشت: "ما انتظار داریم به آمار ۱۴۰ میلیون کاربر تا پایان سال ۲۰۱۱ دست یابیم، و همچنان به درآمد ۱۰۰ میلیون دلار ناخالص به ازای هر سال دست پیدا کنیم و این سایت را در سراسر دنیا گسترش دهیم" [۲۷]

نتیجه گیری

این اواخر استفاده از اینترنت دستخوش تحول شده است و در همه جای دنیا یکی از کارهای روزمره مردم شده است؛ به نظر می‌رسد دلیل اصلی آن، این است که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای در فضای مجازی قدرت بیشتری یافته‌اند و امروز با گسترش وب سایت‌های شبکه‌های اجتماعی همانند فیس بوک، مای اسپیس، اورکات و... تجهیزات وب سایت‌هایی مانند آمازون، ای بای و... با امکانات شبکه‌های اجتماعی همه به این نتیجه رسیده‌اند که تمام خدماتی که روابط عمومی الکترونیک ارائه می‌دهد در قالب شبکه‌های اجتماعی نیز قابل عرضه است. شبکه‌های اجتماعی نه تنها استفاده از اینترنت را همه گیر و جذاب نموده‌اند بلکه حالا جزیی از اعمال واجب روزانه افراد متعددی شده است. در حال حاضر در سراسر جهان، جنبش شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته است، یعنی بیش تر وب سایت‌ها امکانات و زیرساخت‌های شبکه اجتماعی را در خود جای داده‌اند. طبق آمارها هر کاربر اینترنتی فقط سه ثانیه را صرف بازدید از یک وب سایت می‌کند که وجود امکانات شبکه‌های اجتماعی باعث ماندگاری بازدیدکنندگان و کاربران وب سایت‌ها می‌شود و در نهایت ارتباطی پویا و دایمی بین مخاطب و سرویس دهنده برقرار می‌کند. حضور در شبکه یا حذف از آن و معماری روابط بین شبکه‌ها که توسط تکنولوژی‌های اطلاعات که با سرعت نور عمل می‌کنند انجام می‌گیرد، پیکر بندی فرآیندها و کارکردهای مسلط جوامع ما را تعیین می‌کنند. این که نقطه اتصال چه چیزی است به طور مشخص به نوع شبکه‌های مورد نظر بستگی دارد.

این شبکه‌های اجتماعی در عین حالی که فضایی جهت پیدا کردن دوستان جدید است افراد می‌توانند با دوستان قدیمی خود که در جریان تغییرات زندگی شان قرار داشته‌اند، ارتباط برقرار کنند. مکان‌هایی برای تبادل نظر هستند که در آن‌ها جوانان عقاید و نظرات خود را با هم به اشتراک می‌گذارند. هر چند روابط کاربران فضای مجازی رابطه‌ای با واسطه‌است و نه رو در رو، بسیاری از مطالعه کنندگان اینترنت تمایل دارند از اصطلاح «اجتماع» برای اشاره به جمع کاربران استفاده کنند. در این میان تلاش‌های متعددی در حال انجام است تا حوزه و دامنه معنایی کاربردهای جدید این اصطلاح را برای اشاره به تجمعات کاربران فضای مجازی، روشن سازد. استفاده از امکان بارگذاری فیلم و عکس، سبب شده تا مخاطبان بتوانند تعامل بیشتری برقرار کنند و دلستگی بیشتری نسبت به شبکه‌های اجتماعی داشته باشند. خیلی از نهادهای مختلف جهانی و اینترنتی با اهداف گوناگون که مهم‌ترین آنها تجاری و تبلیغاتی است، دست به راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی زده یا درصدد خرید سهام مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی دنیا هستند؛ مثل رقابت اخیر گوگل و مایکروسافت بر سر سایت مای اسپیس و فیس بوک. وجود زبانهای مختلف در شبکه‌های اجتماعی این امکان را برای تمام مردم جهان به وجود آورده تا با زبان و هویت ملی خود با دیگران به تعامل بپردازند. این امکانی که شبکه‌های اجتماعی در اختیار مردم قرار داده‌اند سبب جذب بیشتر مخاطبان به این گونه سایت‌ها شده است.

همانطور که نظریه جامعه اطلاعاتی مبحث، روند آینده و تصمیم گیری را مد نظر قرار داده است و در جامعه اطلاعاتی، گرایش به کنترل تکنولوژی و ارزیابی تکنولوژی برای آینده بهتر رو به افزایش است و در جامعه یاد شده یک تکنولوژی فکری نوین، در جهت کمک به تصمیم گیری ایجاد می‌شود؛ به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی در اینترنت، در آینده بیش از این هم اهمیت پیدا می‌کند. این شبکه‌ها هم‌اکنون روز به روز محبوب تر می‌شوند. با شبکه‌های اجتماعی، دیگر افراد برای پیدا کردن همفکران خود در موارد گوناگون تنها نیستند. حدود ۴ سال پیش بود که مفهوم شبکه‌های اجتماعی به طور گسترده با حضور اورکات در میان کاربران ایرانی رواج پیدا کرد و در مدت کوتاهی آن قدر سریع رشد کرد که پس از برزیل و آمریکا، ایران سومین کشور حاضر در اورکات شد.

در حال حاضر نوع کاربری و کاربرد شبکه‌های اجتماعی تغییر کرده است، علاوه بر مردم عادی که به نوعی در این وب سایت دارای حساب هستند سیاسیون هم در این شبکه عضو شده‌اند و در جهت تبلیغات سیاسی خود یا حزب خود تلاش می‌کنند، در جریان انقلاب‌های کشورهای عربی، کاربران با انتشار عکس و فیلم از صحنه‌های مردمی انقلاب به نوعی درصدد تغییر نوع استفاده از این شبکه‌ها برآمدند.

با توجه به نظریه جامعه شبکه‌ای گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشم‌گیری در عملیات و نتایج فرآیندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. در حالی که شکل شبکه‌ای سازمان اجتماعی در دیگر زمان‌ها و مکان‌ها نیز وجود داشته است، پارادایم نوین تکنولوژی اطلاعات بنیان مادی گسترش فراگیر آن را در سرتاسر ساختار اجتماعی ایجاد می‌کند. با این وجود، واقعیت این است که بسیاری از شبکه‌های اجتماعی برای انجام امور خاصی ایجاد شده‌اند و فقط تعدادی از آنها مشابه یکدیگر هستند.

- <http://www.vivannews.com>
- <http://www.magiran.com>
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Badoo> <http://http://>
- <http://en.wikipedia.org/wiki/BeBoo>
- www.newsiran.com, accessed
- www.khabaronline.ir.
- www.khabarnet.info
- www.leader.ir