



الگوریتم اینستاگرام

مانند توییت

بر اساس زمان بندی

است و پست‌ها طبق

زمان اولویت بندی

می‌شوند

مطالب کاربرانی که بیشترین شبکه را با افراد مرتبط

با حوزه کاری خود دارند بیشتر دیده می‌شود.

مطالبی که تبلیغی هستند بیشتر دیده می‌شوند.

الگوریتم توییت

وقتی توییت برای اولین بار در سال ۲۰۰۶ منتشر شد، توییت‌ها را بر اساس جدول زمانی رتبه‌بندی می‌کرد، بنابراین به جای کیفیت محتوا، بر روز و ساعت تمرکز داشت. امروزه، الگوریتم توییت پیچیده‌تر از گذشته شده است و به جای توجه به زمان ارسال، به ارتباط کاربران با آن محتوا اهمیت بیشتری می‌دهد. اولویت‌های اصلی الگوریتم

توییت موارد زیر هستند:

تعهد و درگیری کاربر

میزان فعالیت اکانت منتشرکننده محتوا

نازگی محتوا

نوع محتوا (به عنوان مثال داشتن عکس)

توییت همچنین پست‌ها را طوری دسته‌بندی می‌کند که اگر کاربری آن را از دست داد، بعداً بتواند آن توییت را ببیند. به طور کلی می‌توان گفت الگوریتم این شبکه اجتماعی تعامل را به دیگر ویژگی‌ها ترجیح می‌دهد.

الگوریتم اینستاگرام

الگوریتم اینستاگرام نیز مانند توییت بر اساس زمان‌بندی است و پست‌ها را بر اساس زمان اولویت‌بندی می‌شوند. این الگوریتم‌ها با توجه به عوامل زیر، پست‌ها را دسته‌بندی می‌کنند:

علاقه کاربر به موضوع پست

رابطه اکانت منتشرکننده با کاربر

دنبال شدن صفحه منتشرکننده توسط کاربر

مقدار زمان مشاهده پست توسط کاربران

زمان پست شدن مطلب

در اینستاگرام، پست‌هایی که حاوی چند عکس یا فیلم باشند سه برابر بیشتر از انواع پست‌های دیگر به کاربران نمایش داده می‌شوند. استوری‌ها نیز بازدید فراوانی دارند. اگر قصد دارید مطالب ارسالی شما در اینستاگرام بیشتر دیده شود باید از ویژگی‌های جدید این اپلیکیشن بیشتر استفاده کنید.

الگوریتم پینترست

پینترست یکی از بزرگ‌ترین شبکه‌های اجتماعی در دنیاست که تمرکزش روی تصاویر است. با این حال الگوریتم‌های آن باعث شده‌اند با اینستاگرام کاملاً متمایز باشد. الگوریتم پینترست بر چهار عامل کلیدی استوار است:

مرتبط بودن موضوع

کیفیت یک پین

کیفیت دامنه

کیفیت مطالب پین‌کننده

الگوریتم این شبکه اجتماعی داده‌های جمع‌آوری شده از تعاملات محتوای گذشته را برای تشویق به پیوندهای جدید استفاده می‌کند. برای مثال، اگر قبلاً مدل موی عروسی را مشاهده کرده‌اید، پینترست احتمال بیشتری دارد دفعه بعد که وارد شوید، مدل‌های بیشتری را به شما نشان دهد.



الگوریتم شبکه‌های اجتماعی چطور کار می‌کند؟

الگوی رشد در سال جدید



رضا کریمی

خبرنگار فناوری

شبکه‌های اجتماعی امروزه به بخش مهمی از زندگی افراد تبدیل شده‌اند و روی جامعه اثرات فراوانی می‌گذارند. شاید ابتدا تصور می‌شد این شبکه‌ها فقط سایت‌ها یا اپلیکیشن‌هایی سرگرم‌کننده هستند اما امروزه تبدیل به نوعی منبع درآمد نیز شده‌اند. حتی برندهای بزرگ نیز از این شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند تا پیام خود را به گوش مخاطبان برسانند. یکی از بزرگ‌ترین علت‌های افزایش اثرگذاری این شبکه‌های اجتماعی، توانایی مالکان آنها در بهبود خدمات است. الگوریتم‌هایی که شبکه‌های اجتماعی به کار می‌برند روزبه‌روز پیچیده‌تر و دقیق‌تر می‌شود. در این ادامه قصد داریم مروری بر این الگوریتم‌ها داشته باشیم تا ببینیم این شبکه‌های اجتماعی چطور باعث می‌شوند کاربران فعالیت بیشتری داشته باشند.

در ادامه مروری بر الگوریتم‌های این شبکه‌های اجتماعی خواهیم داشت.

الگوریتم فیس‌بوک

تعامل معنادار مشتری، اولویت اصلی الگوریتم فیس‌بوک است. الگوریتم‌های این شبکه اجتماعی برای تشدید اهمیت و افزایش بازدید پست‌های اکانت‌های شخصی، خانوادگی و دوستانه به جای پست‌های تجاری طراحی شده‌اند. چهار مورد زیر اولویت‌های اصلی الگوریتم فیس‌بوک هستند:

- محبوبیت: نوع محتوا ارتباط نازگی
- در طول سال‌های اخیر تغییرات زیادی در الگوریتم فیس‌بوک ایجاد شده است تا کاربران بیشتر پست‌هایی را ببینند که به آنها علاقه دارند. نکات کلیدی که شکل اجرای الگوریتم را مشخص می‌کنند عبارتند از:
- هر قدر دو اکانت بیشتر با هم در ارتباط باشند، بیشتر محتوای دیگر را می‌بینند.
- واکنش به پست‌ها بسیار مهم هستند و محتوایی که واکنشی بیشتر از لایک می‌گیرند بیشتر در این شبکه اجتماعی فراگیر می‌شوند.

- استوری‌ها در فیس‌بوک مهم هستند و الگوریتم‌های این شبکه اجتماعی وزن زیادی برای این نوع محتوا ایجاد می‌کنند.
- ویدئوی زنده (لایو) بسیار برای الگوریتم‌های فیس‌بوک مهم هستند.
- مقدار اعتبار یک پست می‌تواند در میزان دیده شدن آن اثر بگذارد.

الگوریتم لینکدین

لینکدین که بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی فعال در حوزه کاری است، یک پلتفرم است که شبکه‌سازی را مهم‌تر از ایجاد دنبال‌کنندگان برای کاربران می‌داند. این سایت یک الگوریتمی مبتنی بر اتصال و تعامل ایجاد کرده است، بنابراین محتوای قوی و مرتبط کلید موفقیت در لینکدین است. هدف این الگوریتم، ارتقای تعامل و اولویت‌بندی محتوای مرتبط است. اولویت‌های اصلی الگوریتم لینکدین موارد زیر هستند:

- پست‌های با هشتگ را بیشتر به کاربران دیگر نشان می‌دهد.
- محتوای ویدئویی را بیشتر از دیگر محتواها به کاربران نشان می‌دهد.
- نظرات (کامنت‌ها) مهم‌تر از لایک یا به اشتراک‌گذاری هستند.
- مدت زمانی که شخص صرف تماشا یا خواندن پست می‌کند مهم است.

چرا الگوریتم‌ها اهمیت دارند؟

الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی را می‌توان مجموعه قوانینی برای مرتب‌سازی پست‌ها بر اساس شکل ارتباط کاربران دانست. این الگوریتم‌ها بررسی می‌کنند کاربران چه نوع محتوایی را دوست دارند تا همان نوع محتوا به صورت خودکار در معرض دیدشان قرار بگیرد. وقتی به میلیون‌ها کاربر شبکه‌های اجتماعی نگاه می‌کنیم متوجه می‌شویم اهمیت الگوریتم‌ها چقدر زیاد هستند. البته اطلاعات دقیقی از برخی الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی معروف در دست نیست اما با بررسی عملکرد این شبکه‌های اجتماعی می‌توان تصویر روشنی از این الگوریتم‌ها به دست آورد.

چرا الگوریتم‌ها تغییر می‌کنند؟

تغییرات فراوان الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی علت‌های زیادی دارد. شرکت‌های مالک این شبکه‌ها مداوم رفتار کاربران ارزیابی می‌کنند تا به الگوی بهینه‌تری برای فیلترکردن محتواها برسند. این مساله زمانبر است و به همین دلیل سرعت تغییر این الگوریتم‌ها زیاد است. گاهی نیز تغییر رفتار و علایق کاربران یک شبکه اجتماعی در طول چند سال باعث می‌شود شبکه‌های اجتماعی تغییر کنند.

انواع الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی

الگوریتم هر شبکه اجتماعی با دیگر شبکه‌های اجتماعی متفاوت است. بنابراین می‌توانید آن را بر اساس برند تقسیم کنید. شبکه‌های اجتماعی اصلی فیس‌بوک، پینترست، لینکدین، توییت و اینستاگرام بیشترین بازدید را در سراسر جهان