بسم الله الرحمن الرحيم

اندیشکده فرهنگ و رسانه

بررسی روندی تغییرات دیجیتال در دنیا

گزارش سال ۲۰۲۲

اسفند ۱۴۰۱

فهرست مطالب

مقدمه	۴
۱. وضعیت جهانی دیجیتال در سال ۲۰۲۲	۵
۲. توزیع نابرابر در دسترسی به اینترنت	۷
۳. رشد تعداد کاربران اینترنت	۱۴
۴. مدت زمان آنلاین بودن	۱۶
۵. دلایل استفاده از اینترنت	۱۸
۶. وب‌سایت‌های برتر دنیا	۲۷
۷. دستگاه‌های مورد استفاده برای اتصال به اینترنت	۳۰
۸. سرعت اینترنت	۳۲
۹. دسترسی به محتوا	۳۶
۱۰. فعالیت‌های کاربران در شبکه‌های اجتماعی	۴۰
۱۱. بررسی پیام‌رسان -تیک‌تاک-	۴۲
۱۲. بررسی پیام‌رسان -دویین-	۴۴
۱۳. بررسی پیام‌رسان مِتا	۴۵
۱۴. بررسی پیام‌رسان اسنپ‌چت	۴۸
۱۵. بررسی پیام‌رسان فیس‌بوک	۴۹
۱۶. بررسی پیام‌رسان پینترست	۵۰
۱۷. تبلیغات نمایشی شبکه‌های اجتماعی	۵۱
۱۸. شبکه‌های اجتماعی در محیط کار	۵۳
۱۹. شبکه‌های اجتماعی در محیط تجارت	۵۷
۲۰. مرور چند آمار	۶۰

مقدمه

در حال حاضر بیش از ۵ میلیارد نفر از مردم جهان از اینترنت استفاده می‌کنند. یعنی در حال حاضر ۶۳ درصد از جمعیت کل جهان آنلاین هستند و قطعاً در آینده نیز رو به رسد خواهد بود. علاوه بر فراوانی بالای کاربران در فضای مجازی و رشد روزافزون آن، رکوردهای قابل توجه در شبکه‌های اجتماعی، افزایش هزینه‌های تبلیغات در این شبکه‌ها، نقش دیجیتال در محیط کار و تجارت، جهش در مالکیت ارزهای دیجیتال درون اقتصادهای در حال توسعه و ... ضرورت رصد و مونیتورینگ تحولات این حوزه را بیش از پیش ضروری می‌نماید. این نوشتار بر اساس تحقیقات و گزارش‌های مشترک منتشر شده از سوی خبرگزاری جهانی استات شات[1] و خبرگزاری‌های «وی. آر.سوشال»[2] و «هات‌سوت»[3] به قلم «سایمون کِمپ»[4] در آوریل ۲۰۲۲ تنظیم شده است.

1 Statshot
2 We Are Social
3 Hootsuite
4 Simon Kemp

۱. وضعیت جهانی دیجیتال در سال ۲۰۲۲

- **جمعیت کل جهان:** تا آوریل سال ۲۰۲۲ بالغ بر ۷٫۹۳ میلیارد نفر بر روی کره زمین زندگی می‌کنند که ۵۷ درصد آنها شهرنشین هستند.

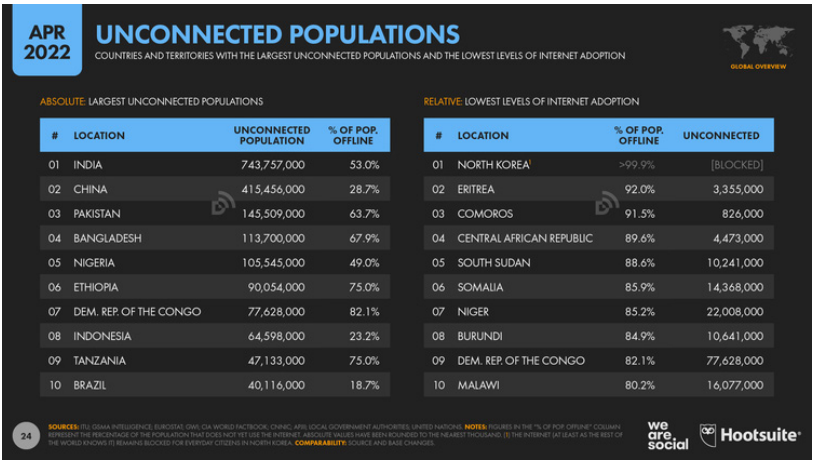
- **کاربران تلفن همراه:** در حال حاضر ۵٫۳۲ میلیارد نفر یعنی ۶۷ درصد از جمعیت کل دنیا از تلفن همراه استفاده می‌کنند. از هر ۵ تلفن همراه کاربران، ۴ مورد گوشی هوشمند است.

- **کاربران اینترنت:** امروزه ۵ میلیارد نفر از جمعیت کل جهان از اینترنت استفاده می‌کنند که در مقایسه با سال گذشته، تقریباً ۲۰۰ میلیون نفر بیشتر شده است. به عبارتی ۶۳ درصد از مردم جهان، آنلاین هستند که البته در کیفیت دسترسی به اینترنت تفاوت‌هایی وجود دارد.

- **کاربران شبکه‌های اجتماعی:** در حال حاضر ۴٫۶۵ میلیارد کاربر شبکه اجتماعی (۵۸٫۷ درصد جمعیت جهان) در دنیا وجود دارد. البته اگر از این عدد کاربرانی را که به سن قانونی ۱۳ سال نرسیده‌اند، حذف کنیم، این مقدار به ۴۵ درصد کاهش پیدا می‌کند.

- **بدون اینترنت‌ها:** با وجود آمار و ارقام جالب بالا، همچنان ۲٫۹ میلیارد نفر در جهان یعنی معادل ۳۷ درصد، از اینترنت استفاده نمی‌کنند. کشورهای

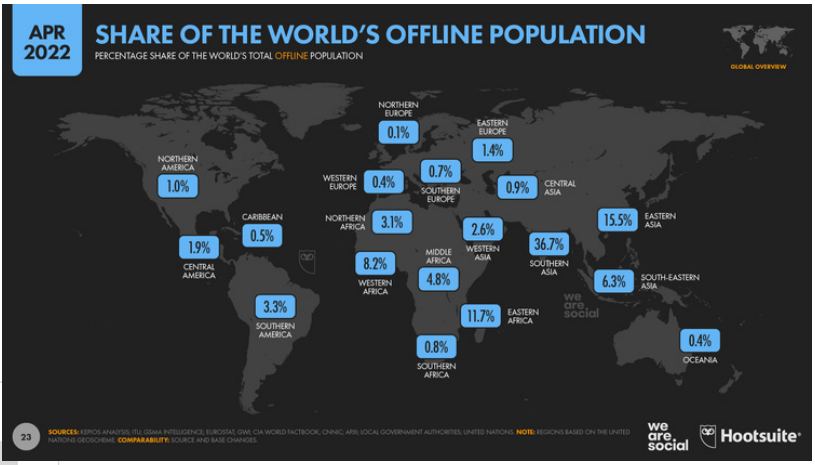
آسیای جنوبی، بیشترین تعداد افراد آفلاین جهان را دارند. ۷۴۴ میلیون نفر از جمعیت هندوستان یعنی ۵۳ درصد جمعیت کل این کشور و بیش از یک چهارم جمعیت کل جهان، از اینترنت استفاده نمی‌کنند. ۶۳٫۷ درصد از جمعیت در پاکستان و ۶۷٫۹ درصد از جمعیت بنگلادش به اینترنت دسترسی ندارند. تعداد کاربران اینترنت در چین، بیش از ۱ میلیارد نفر است، اما همچنان تعداد زیادی از افراد این کشور یعنی ۲۸٫۷ درصد از جمعیت کل چین که ۱۴ درصد از جمعیت کل جهان را شامل می‌شود، از اینترنت استفاده نمی‌کنند.



#	LOCATION	UNCONNECTED POPULATION	% OF POP. OFFLINE
01	INDIA	743,757,000	53.0%
02	CHINA	415,456,000	28.7%
03	PAKISTAN	145,509,000	63.7%
04	BANGLADESH	113,700,000	67.9%
05	NIGERIA	105,545,000	49.0%
06	ETHIOPIA	90,054,000	75.0%
07	DEM. REP. OF THE CONGO	77,628,000	82.1%
08	INDONESIA	64,598,000	23.2%
09	TANZANIA	47,133,000	75.0%
10	BRAZIL	40,116,000	18.7%

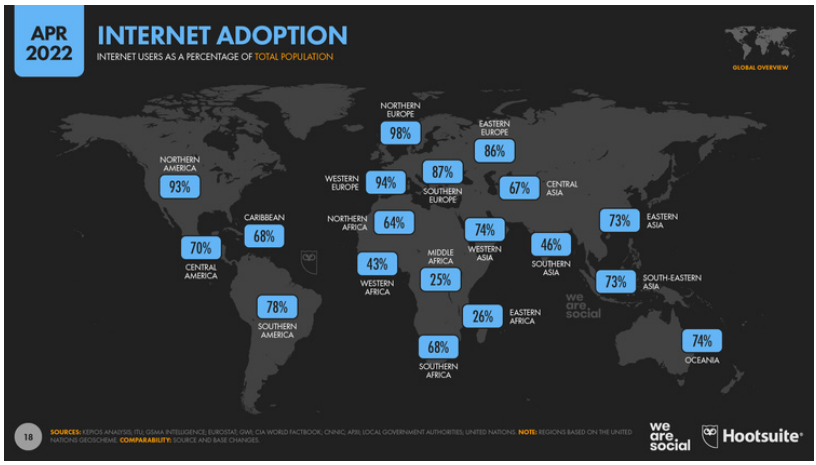
#	LOCATION	% OF POP. OFFLINE	UNCONNECTED
01	NORTH KOREA[1]	>99.9%	[BLOCKED]
02	ERITREA	92.0%	3,355,000
03	COMOROS	91.5%	826,000
04	CENTRAL AFRICAN REPUBLIC	89.6%	4,473,000
05	SOUTH SUDAN	88.6%	10,241,000
06	SOMALIA	85.9%	14,368,000
07	NIGER	85.2%	22,008,000
08	BURUNDI	84.9%	10,641,000
09	DEM. REP. OF THE CONGO	82.1%	77,628,000
10	MALAWI	80.2%	16,077,000

(نمودار جمعیت آفلاین برخی از کشورهای جهان)



(نمودار جمعیت آفلاین در برخی از مناطق جهان)

۲. توزیع نابرابر در دسترسی به اینترنت



(نمودار میزان مصرف اینترنت در برخی از مناطق جهان)

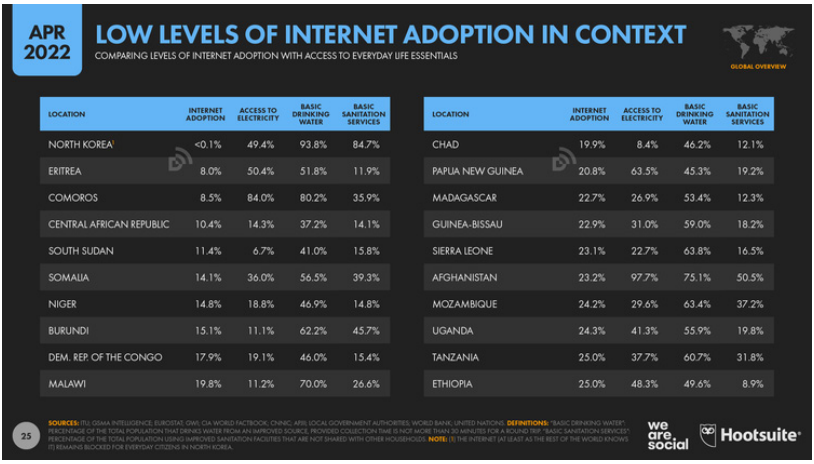
تحقیقات نشان می‌دهد دسترسی به اینترنت در سه کشور «کره شمالی»، «اریتره» و «کومور» کمتر از ۱۰ درصد است. میزان نرخ نفوذ اینترنت در ۱۵ کشور آفریقایی ۳۹٫۹ درصد است.

دلایل پایین بودن درصد وصل به دنیای دیجیتال از طریق اینترنت متفاوت است؛

۲-۱- تصمیمات سیاسی: هر چند اقتصاد و هزینه‌ها، نقش مهمی در تعیین چگونگی دسترسی شهروندان به اینترنت دارد. اما تنها فاکتور نیست. در برخی از کشورها مثل کره شمالی، دلیل اصلی آن تصمیمات سیاسی است که مانع از دسترسی عموم به اینترنت می‌شود.

۲-۲- چالش‌های زیربنایی: برای مثال در ۶ کشور جهان میزان مصرف اینترنت از میزان مصرف برق بالاتر است. بنا به گزارش بانک جهانی در ۶ کشور از ۱۸ کشوری که میزان مصرف اینترنت در آنها کمتر از ۲۵ درصد است، کمتر از نیمی از جمعیت آنها از خدمات آب آشامیدنی بهره‌مندند. همچنین در ۱۶ کشور از ۱۸ کشور، کمتر از نیمی از جمعیت آنها به خدمات ابتدایی و

پایه‌ای بهداشتی دسترسی دارند. با این حال، سطح دسترسی به اینترنت در ۸ کشور از این ۱۸ کشور با سطح دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی و سلامتی برابری می‌کند و یا حتی بیشتر است.



LOCATION	INTERNET ADOPTION	ACCESS TO ELECTRICITY	BASIC DRINKING WATER	BASIC SANITATION SERVICES
NORTH KOREA[1]	<0.1%	49.4%	93.8%	84.7%
ERITREA	8.0%	50.4%	51.8%	11.9%
COMOROS	8.5%	84.0%	80.2%	35.9%
CENTRAL AFRICAN REPUBLIC	10.4%	14.3%	37.2%	14.1%
SOUTH SUDAN	11.4%	6.7%	41.0%	15.8%
SOMALIA	14.1%	36.0%	56.5%	39.3%
NIGER	14.8%	18.8%	46.9%	14.8%
BURUNDI	15.1%	11.1%	62.2%	45.7%
DEM. REP. OF THE CONGO	17.9%	19.1%	46.0%	15.4%
MALAWI	19.8%	11.2%	70.0%	26.6%
CHAD	19.9%	8.4%	46.2%	12.1%
PAPUA NEW GUINEA	20.8%	63.5%	45.3%	19.2%
MADAGASCAR	22.7%	26.9%	53.4%	12.3%
GUINEA-BISSAU	22.9%	31.0%	59.0%	18.2%
SIERRA LEONE	23.1%	22.7%	63.8%	16.5%
AFGHANISTAN	23.2%	97.7%	75.1%	50.5%
MOZAMBIQUE	24.2%	29.6%	63.4%	37.2%
UGANDA	24.3%	41.3%	55.9%	19.8%
TANZANIA	25.0%	37.7%	60.7%	31.8%
ETHIOPIA	25.0%	48.3%	49.6%	8.9%

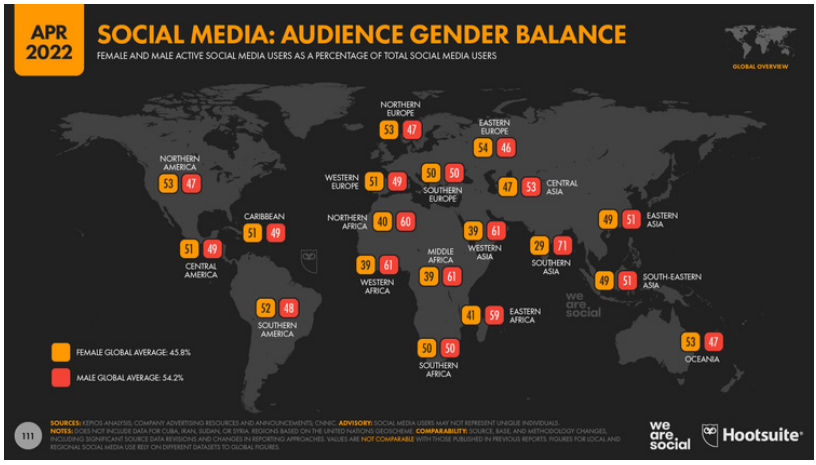
(نمودار سطوح پایین استفاده از اینترنت در برخی از کشورها)

۲-۳- ناآگاهی: بنابر گزارش اتحادیه جهانی تلفن همراه[1]، قریب به یک چهارم بزرگسالان قشر پایین و متوسط جامعه برخی از کشورها هنوز از اینترنت تلفن همراه و مزایای آن مطلع نیستند. به عبارتی، صدها میلیون نفر در کشورهای در حال توسعه حتی نمی‌دانند که چیزی به نام اینترنت وجود دارد.

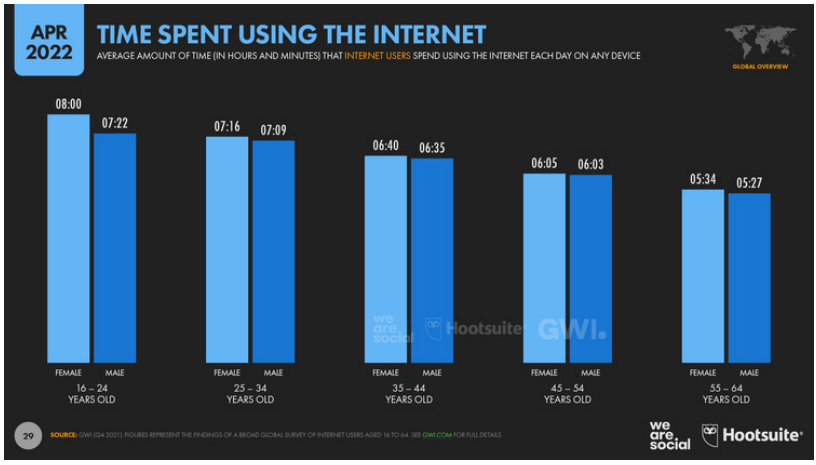
۲-۴- تبعیض‌های جنسیتی: زنان بزرگسال کشورهای فقیر و بی‌سواد دسترسی ناچیزی به اینترنت دارند و این نابرابری جنسیتی در زمینه‌های دیگری نیز کاملاً مشهود است. شاید بتوان گفت این مهم نگران‌کننده‌ترین جنبه توزیع نابرابر دنیای دیجیتال است. سهم مردان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سطح جهانی ۱۸ درصد بیشتر از زنان است و مردان در کشورهای آسیای جنوبی ۲٫۵ برابر بیشتر از زنان از شبکه‌های اجتماعی

1 GSMA

استفاده می‌کنند.



(درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی به تفکیک جنسیت در برخی از کشورها)



(میانگین مدت زمان به ساعت که مردم جهان به تفکیک جنسیت صرف استفاده از اینترنت می‌کنند)

به وضوح مشخص است که توزیع دنیای دیجیتال به معنای واقعی کلمه، کاملاً مردانه است. اگر زنان هم به اندازه مقدار کنونی مردان به اینترنت دسترسی داشته باشند، قابل تخمین است که تعداد کل کاربران اینترنت به

۵٫۴ میلیارد برسد. یعنی معادل ۶۸ درصد جمعیت کل جهان.

محدود کردن دسترسی زنان به اینترنت، منجر به تشدید مشکلات دیگری نیز می‌شود. اتحادیه بین‌المللی مخابرات نقل می‌کند که «دختران و زنان با فناوری اطلاعات و تکنولوژی، از نظر روابط قوی می‌شوند و جوامع بیشتر سود می‌برند. با دسترسی آنها به اینترنت و کسب مهارت در استفاده از دنیای دیجیتال و تکنولوژی، فرصت‌های زیادی برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید بدست می‌آورند و می‌توانند کالا در بازارهای جدید بفروشند و شغل‌هایی با درآمدهای بهتر پیدا کنند. همچنین می‌توانند کسب علم کرده و از خدمات مالی و بهداشتی و سلامتی بهره‌مند شوند، تبادل اطلاعات داشته باشند و در جامعه نقش کامل‌تری ایفا کنند».

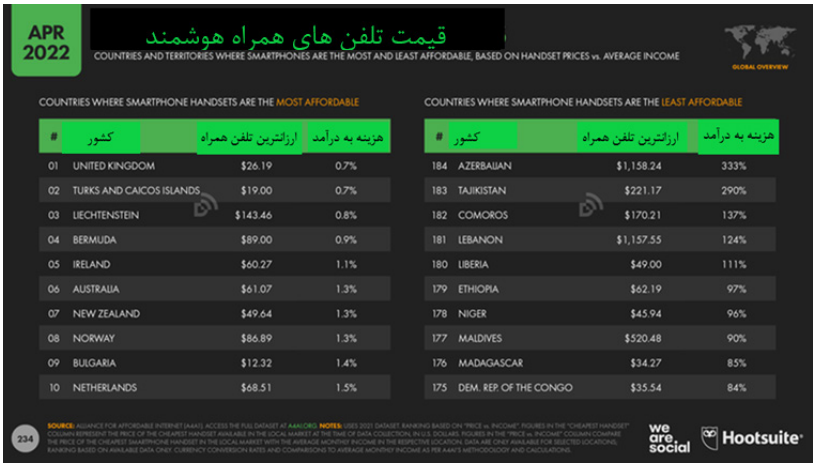
از میان برداشتن موانع جنسیتی توزیع دنیای دیجیتال، نیازمند بودجه‌های مالی زیاد و حتی زیرساخت یا تکنولوژی خاصی نیست. بلکه شرط لازم آن دست برداشتن مردان از محدود کردن دسترسی زنان به دنیای دیجیتال، به ویژه اینترنت است.

۲-۵- مقرون به صرفه بودن دسترسی به اینترنت: «اتحادیه اینترنت مقرون‌به‌صرفه»[1] مجموعه داده‌هایی را منتشر کرده است که جنبه‌های مختلف دسترسی به اینترنت را بررسی و موارد ارزشمندی را در زمینه میزان استفاده از اینترنت در سراسر جهان ارائه می‌دهد؛

اتحادیه علاوه بر ارائه معیارهای کلی، شاخصی از قیمت‌ها ابداع کرده است که مقایسه‌های گسترده بین کشورها را آسان‌تر می‌کند.

- در پنج کشور جهان، قیمت ارزان‌ترین تلفن همراه از درآمد متوسط ماهانه بیشتر است و میزان هزینه به درآمد در ۲۰ کشور جهان بالای ۵۰ درصد است.

1 1.Alliance for Affordable Internet (A4AI)



APR 2022

قیمت تلفن های همراه هوشمند

COUNTRIES AND TERRITORIES WHERE SMARTPHONES ARE THE MOST AND LEAST AFFORDABLE, BASED ON HANDSET PRICES vs. AVERAGE INCOME

GLOBAL OVERVIEW

COUNTRIES WHERE SMARTPHONE HANDSETS ARE THE MOST AFFORDABLE

#	کشور	ارزانترین تلفن همراه	هزینه به درآمد
01	UNITED KINGDOM	$26.19	0.7%
02	TURKS AND CAICOS ISLANDS	$19.00	0.7%
03	LIECHTENSTEIN	$143.46	0.8%
04	BERMUDA	$89.00	0.9%
05	IRELAND	$60.27	1.1%
06	AUSTRALIA	$61.07	1.3%
07	NEW ZEALAND	$49.64	1.3%
08	NORWAY	$86.89	1.3%
09	BULGARIA	$12.32	1.4%
10	NETHERLANDS	$68.51	1.5%

COUNTRIES WHERE SMARTPHONE HANDSETS ARE THE LEAST AFFORDABLE

#	کشور	ارزانترین تلفن همراه	هزینه به درآمد
184	AZERBAIJAN	$1,158.24	333%
183	TAJIKISTAN	$221.17	290%
182	COMOROS	$170.21	137%
181	LEBANON	$1,157.55	124%
180	LIBERIA	$49.00	111%
179	ETHIOPIA	$62.19	97%
178	NIGER	$45.94	96%
177	MALDIVES	$520.48	90%
176	MADAGASCAR	$34.27	85%
175	DEM. REP. OF THE CONGO	$35.54	84%

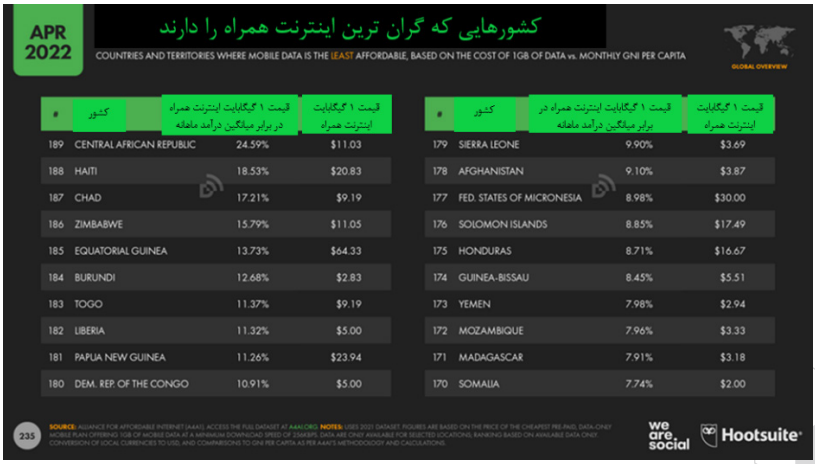
234

SOURCE: ALLIANCE FOR AFFORDABLE INTERNET (A4AI). ACCESS THE FULL DATASET AT A4AI.ORG. NOTES: USES 2021 DATASET. RANKING BASED ON "PRICE vs. INCOME". FIGURES IN THE "CHEAPEST HANDSET" COLUMN REPRESENT THE PRICE OF THE CHEAPEST HANDSET AVAILABLE IN THE LOCAL MARKET AT THE TIME OF DATA COLLECTION, IN U.S. DOLLARS. FIGURES IN THE "PRICE vs. INCOME" COLUMN COMPARE THE PRICE OF THE CHEAPEST SMARTPHONE HANDSET IN THE LOCAL MARKET WITH THE AVERAGE MONTHLY INCOME IN THE RESPECTIVE LOCATION. DATA ARE ONLY AVAILABLE FOR SELECTED LOCATIONS; RANKINGS BASED ON AVAILABLE DATA ONLY. CURRENCY CONVERSION RATES AND COMPARISONS TO AVERAGE MONTHLY INCOME AS PER A4AI'S METHODOLOGY AND CALCULATIONS.

we are social Hootsuite

- هزینه اینترنت همراه در برخی کشورها بسیار گران است. بنابر گزارش اتحادیه، بسته اینترنت یک گیگابایتی که ارزان‌ترین اینترنت همراه است، در بین کشورهایی که میزان مصرف اینترنت آنها کمتر از ۲۵ درصد جمعیت است، بیشتر از ۵ درصد از میانگین درآمد ماهانه آنها قیمت دارد. ۵ درصد میانگین درآمد ماهانه در کشور آمریکا معادل ۲۷۰ دلار است.

- در آفریقای مرکزی، یک گیگابایت اینترنت همراه به اندازه یک چهارم میانگین درآمد ماهانه کشور (۲۴٫۵۹ درصد) قیمت دارد. این در حالی است که قیمت یک گیگابایت اینترنت همراه در سه کشور آمریکا، ماکائو و لیختِن اشتاین ۰٫۷ درصد میانگین درآمد ماهانه است.



APR 2022

کشورهایی که گران ترین اینترنت همراه را دارند

COUNTRIES AND TERRITORIES WHERE MOBILE DATA IS THE LEAST AFFORDABLE, BASED ON THE COST OF 1GB OF DATA vs. MONTHLY GNI PER CAPITA

GLOBAL OVERVIEW

#	کشور	قیمت ۱ گیگابایت اینترنت همراه در برابر میانگین درآمد ماهانه	قیمت ۱ گیگابایت اینترنت همراه
189	CENTRAL AFRICAN REPUBLIC	24.59%	$11.03
188	HAITI	18.53%	$20.83
187	CHAD	17.21%	$9.19
186	ZIMBABWE	15.79%	$11.05
185	EQUATORIAL GUINEA	13.73%	$64.33
184	BURUNDI	12.68%	$2.83
183	TOGO	11.37%	$9.19
182	LIBERIA	11.32%	$5.00
181	PAPUA NEW GUINEA	11.26%	$23.94
180	DEM. REP. OF THE CONGO	10.91%	$5.00

#	کشور	قیمت ۱ گیگابایت اینترنت همراه در برابر میانگین درآمد ماهانه	قیمت ۱ گیگابایت اینترنت همراه
179	SIERRA LEONE	9.90%	$3.69
178	AFGHANISTAN	9.10%	$3.87
177	FED. STATES OF MICRONESIA	8.98%	$30.00
176	SOLOMON ISLANDS	8.85%	$17.49
175	HONDURAS	8.71%	$16.67
174	GUINEA-BISSAU	8.45%	$5.51
173	YEMEN	7.98%	$2.94
172	MOZAMBIQUE	7.96%	$3.33
171	MADAGASCAR	7.91%	$3.18
170	SOMALIA	7.74%	$2.00

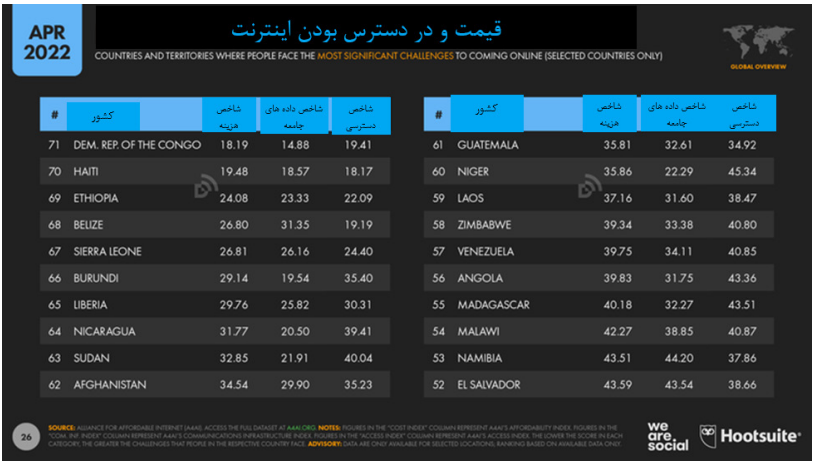
235

SOURCE: ALLIANCE FOR AFFORDABLE INTERNET (A4AI). ACCESS THE FULL DATASET AT A4AI.ORG. NOTES: USES 2021 DATASET. FIGURES ARE BASED ON THE PRICE OF THE CHEAPEST PRE-PAID, DATA-ONLY MOBILE PLAN OFFERING 1GB OF MOBILE DATA AT A MINIMUM DOWNLOAD SPEED OF 256KBPS. DATA ARE ONLY AVAILABLE FOR SELECTED LOCATIONS. RANKING BASED ON AVAILABLE DATA ONLY. CONVERSION OF LOCAL CURRENCIES TO USD, AND COMPARISONS TO GNI PER CAPITA AS PER A4AI'S METHODOLOGY AND CALCULATIONS.

we are social Hootsuite

- کشور کونگو بزرگترین چالش برای متصل شدن به اینترنت را دارد. البته این رتبه‌بندی داده‌های همه کشورها را شامل نمی‌شود.

بنابراین، علی‌رغم پیشرفت‌های امیدوارکننده و دل‌گرم‌کننده در دسترسی به اینترنت، هنوز راه زیادی داریم تا به نقطه‌ای برسیم که تمام افراد دنیا بتوانند از اینترنت استفاده کنند.



#	کشور	شاخص هزینه	شاخص داده های جامعه	شاخص دسترسی
71	DEM. REP. OF THE CONGO	18.19	14.88	19.41
70	HAITI	19.48	18.57	18.17
69	ETHIOPIA	24.08	23.33	22.09
68	BELIZE	26.80	31.35	19.19
67	SIERRA LEONE	26.81	26.16	24.40
66	BURUNDI	29.14	19.54	35.40
65	LIBERIA	29.76	25.82	30.31
64	NICARAGUA	31.77	20.50	39.41
63	SUDAN	32.85	21.91	40.04
62	AFGHANISTAN	34.54	29.90	35.23

#	کشور	شاخص هزینه	شاخص داده های جامعه	شاخص دسترسی
61	GUATEMALA	35.81	32.61	34.92
60	NIGER	35.86	22.29	45.34
59	LAOS	37.16	31.60	38.47
58	ZIMBABWE	39.34	33.38	40.80
57	VENEZUELA	39.75	34.11	40.85
56	ANGOLA	39.83	31.75	43.36
55	MADAGASCAR	40.18	32.27	43.51
54	MALAWI	42.27	38.85	40.87
53	NAMIBIA	43.51	44.20	37.86
52	EL SALVADOR	43.59	43.54	38.66

۲.۶. اتصال معنادار: مطالعات اخیر علمی، تفاوت‌های مهم و جالب‌توجهی را درباره نحوه تجربه مردم جهان از اینترنت نشان می‌دهد. گزارش «اتحادیه بین‌المللی مخابرات» با عنوان «پیشرفت اتصال معنادار» به وضوح نشان می‌دهد که چگونه مشکلاتی نظیر قیمت اینترنت همراه و سرعت آن، می‌تواند بر میزان بهبودبخشی زندگی مردم تأثیر چشم‌گیری داشته باشد؛ «اتصال معنادار برای هر فرد می‌تواند معناهای متعددی داشته باشد؛ مانند دسترسی به اینترنت برای آموزش، انجام کارهای بانکی، خدمات بهداشتی-سلامتی و یا حتی هیچ کدام. اما اتصال معنادار می‌تواند تعیین کند که برنامه‌های دیجیتال‌سازی تا چه اندازه برای جامعه تأثیرگذار است».

این گزارش در ادامه از تفاوت قائل نشدن بین دسترسی اولیه و معنادار به اینترنت انتقاد می‌کند؛ «ما ماهیت واقعی توزیع دیجیتال را می‌پوشانیم که این امر نه تنها موجب می‌شود بین افراد آنلاین و آفلاین جهان، بلکه حتی

بین تمام افراد آنلاین جهان تجربه متفاوتی از دسترسی به اینترنت به وجود آید»

به همین دلیل، باید نگاه را فراتر برد و به جای شمردن تعداد افرادی که در جهان از اینترنت استفاده می‌کنند، روی کیفیت تجربه دسترسی به اینترنت تأکید کرد. لذا این سؤال پیش می‌آید که «اتصال معنادار چیست؟»

اتحادیه «اینترنت مقرون‌به‌صرفه» به این سؤال چنین پاسخ می‌گوید؛

- دسترسی روزانه به اینترنت که تضمین می‌کند اینترنت پیشرفت کاری، تحصیلی و ارتباطات را تسهیل می‌کند.
- دستگاه‌های متصل شده مناسب به ویژه تلفن‌های همراه هوشمند که به افراد امکان می‌دهد تا قدرت کامل اینترنت امروز را تجربه کنند.
- بسته یا طرح اتصالی با داده‌های کافی که ترجیحاً نامحدود باشد و به افراد امکان می‌دهد تا بتوانند در هر زمان و مکان به محتویات مورد نیاز و مرتبط با زندگی آنان، دسترسی داشته باشند.
- اتصال سریع و ثابت تا تجربه خوب و رضایت‌بخشی از اینترنت پرسرعت برای کاربران به ارمغان بیاورد. به ویژه هنگام استفاده از خدمات مهمی مانند آموزش و سلامت.

سازمان تلفن همراه، در گزارش جامع سال ۲۰۲۱ میلادی، این مشکلات را در کنار چالش‌هایی مانند سواد و زیرساخت‌ها بررسی کرد که در آن اشاره شد ۶ درصد از جمعیت جهان یعنی ۴۵۰ میلیون نفر در مناطقی زندگی می‌کنند که زیرساخت‌های لازم برای بهره‌مندی از اینترنت همراه بر روی گوشی‌های موبایل را ندارند.

علاوه بر این، گزارش، شش عامل کلیدی را به عنوان موانع اصلی دسترسی و استفاده معنادار اینترنت معرفی می‌کند؛

- **دانش:** آیا مردم از اینترنت، به ویژه اینترنت همراه و مزایای بالقوه آن آگاه هستند یا خیر.
- **دسترسی:** آیا زیرساخت‌های ضروری شبکه‌ای، برق، کارت‌های

شناسایی رسمی مورد نیاز برای دسترسی به اینترنت و دستگاه‌های کاربر نهایی مرتبط مانند تلفن همراه در دسترس هستند یا خیر.

- **مهارت:** آیا مردم از سطح سواد و آگاهی دیجیتال لازم و کافی برای استفاده بهینه از اینترنت برخوردارند یا خیر.

- **مقرون به صرفه بودن:** آیا هزینه‌های خرید اینترنت، دستگاه‌های قابل اتصال به اینترنت، بسته‌های اینترنتی و سایر هزینه‌های مرتبط با خدمات اینترنتی مقرون به صرفه است یا خیر.

- **مرتبط بودن:** مقداری که مردم میتوانند عناوین مرتبط را پیدا و مصرف کنند، خدمات و همچنین محصولات مرتبطی که می‌توانند درک و نیازهایشان را برطرف کنند.

- **امنیت:** مردم تا چه اندازه نگران خطرات و تجربیات منفی احتمالی هستند که ممکن است با اتصال به اینترنت برای آنها رخ دهد؛ مانند محتواهای مخرب، آزار و اذیت، کلاه‌برداری و محافظت از اطلاعات شخصی.

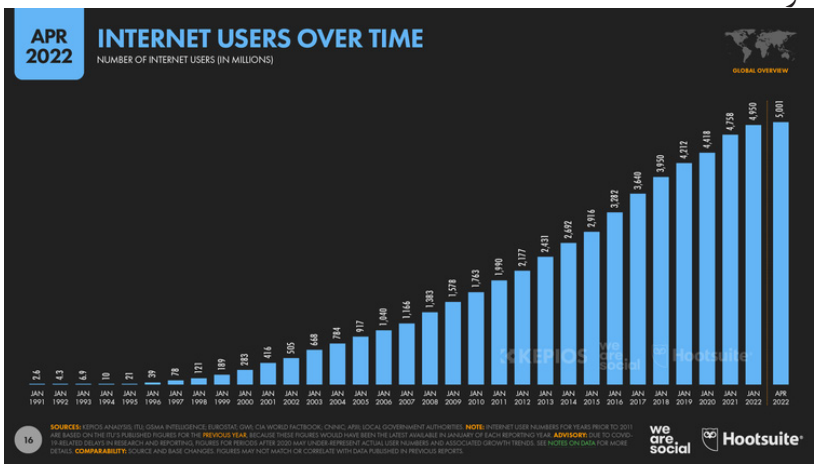
۳. رشد تعداد کاربران اینترنت

تقریباً ۵۰ سال پیش اولین انتقال داده‌ای به واسطه شبکه‌ای شبیه به اینترنت در اکتبر سال ۱۹۵۶ میلادی آغاز شد. پست الکترونیک (ایمیل) هم در اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی به دنبال این انتقال داده‌ای معرفی و روی کار آمد.

اما تقریباً ۲۰ سال بعد از آن، با توسعه وب جهانی از سوی «تیم برنِرز لی»[1] استفاده از اینترنت به طور امروزین شروع شد.

هنگام راه‌اندازی اولین وب‌سایت در آگوست ۱۹۹۱ میلادی، تنها ۴ میلیون نفر در جهان از اینترنت استفاده می‌کردند. در دهه بعد، تعداد کاربران اینترنت به سرعت افزایش پیدا کرد و مجموع کاربران جهانی در سال ۱۹۹۵ میلادی، پس از حذف محدودیت‌های تجاری اینترنت از مرز ۵۰ میلیون نفر عبور کرد و در آغاز هزاره جدید بیش از یک چهارم جمعیت جهان از اینترنت استفاده می‌کنند.

سال ۲۰۰۵ میلادی، تعداد کاربران اینترنت در سراسر جهان یک میلیاردی شد. با گذشت ۶ سال این مقدار دو برابر شد و به ۲ میلیارد رسید. تا اینکه در اوایل سال ۲۰۱۵ میلادی تعداد کاربران اینترنت در جهان از مرز ۳ میلیارد گذشت. به عبارتی در ابتدای سال ۲۰۱۷ دیگر بیش از نیمی از جمعیت کل جهان از اینترنت استفاده می‌کردند. این روند ادامه داشت تا اینکه تعداد کاربران جهانی اینترنت در سال ۲۰۱۸ میلادی از ۴ میلیارد نفر گذشت و حال تنها با گذشت ۴ سال، تعداد کاربران اینترنت از ۴ به ۵ میلیارد افزایش پیدا کرده است.

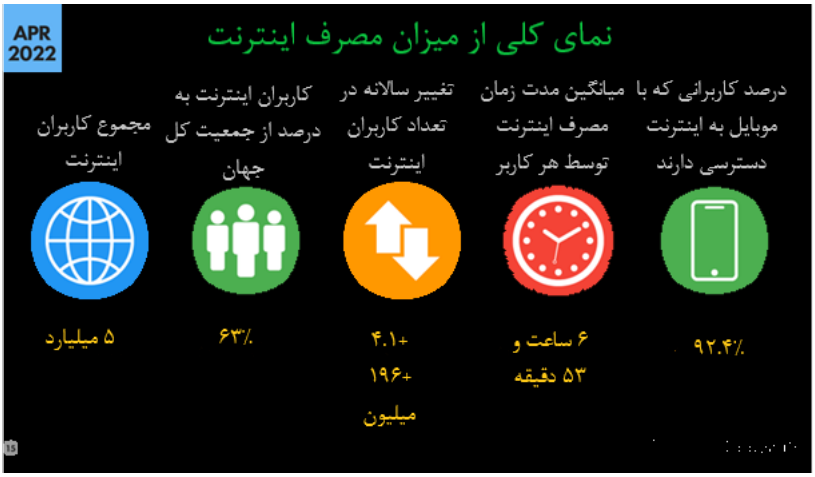


(تعداد کاربران اینترنت در گذر زمان- از ژانویه ۱۹۹۱ تا آوریل ۲۰۲۲)

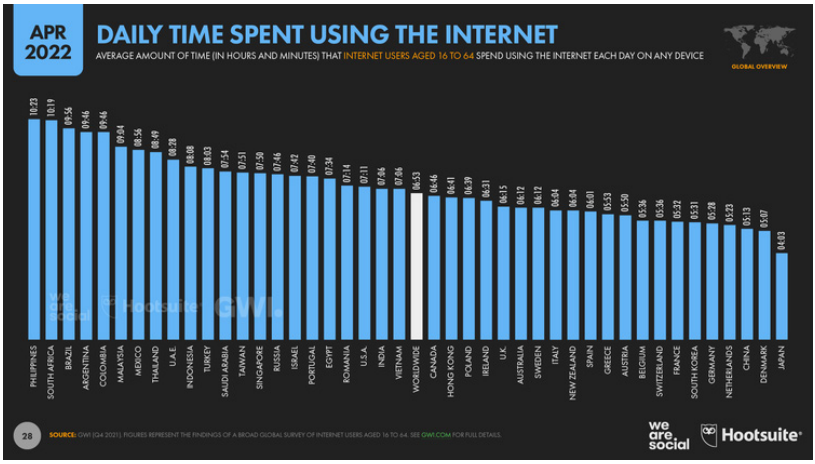
1 1. Tim Berners Lee

این روندها نشان می‌دهد که نرخ رشد کاربران اینترنت در سراسر جهان طی سال‌های اخیر کاهش یافته است. اما همچنان ۶ نفر از هر ۱۰ نفر در جهان به اینترنت متصل هستند و طبق اطلاعات به دست آمده، از ۱۲ ماه گذشته تاکنون تقریباً ۲۰۰ میلیون نفر به کاربران اینترنتی اضافه شده‌اند که نشانگر رشد سالانه ۴ درصدی است. البته این احتمال وجود دارد که بیماری کرونا، مانع انجام تحقیقات بیشتر شده باشد. چه بسا ممکن است تعداد کاربران اینترنت بیشتر از این عددها باشد.

۴. مدت زمان آنلاین بودن



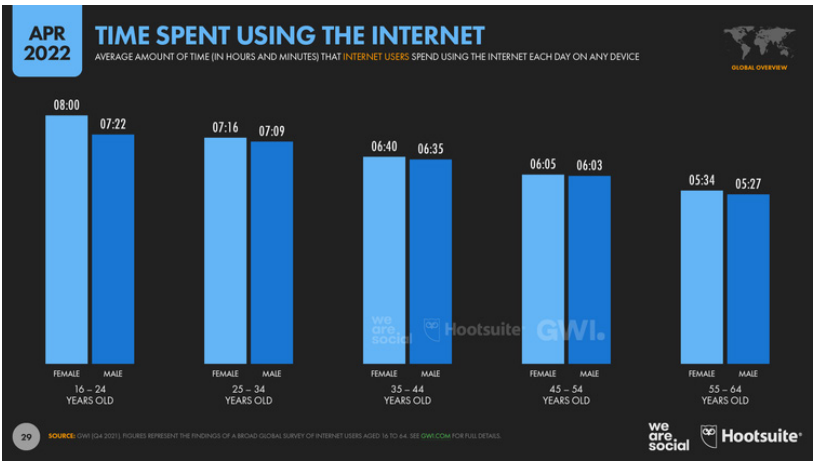
- کاربران اینترنت به‌طور متوسط روزانه ۶ ساعت و ۵۳ دقیقه اینترنت استفاده می‌کنند که در مقایسه با ابتدای سال ۴ دقیقه کاهش داشته است.
- جمعیت ۵ میلیاردی کاربران اینترنت در سراسر جهان، در مجموع بیش از ۲ تریلیون دقیقه در روز از اینترنت استفاده می‌کنند.
- هر کاربر معمولی اینترنت، بیش از ۴۰ درصد از زندگی روزمره خود را به اینترنت متصل است.



- هر کاربر معمولی بیش از ۴۸ ساعت در هفته از اینترنت استفاده می کند.

نمودار مدت زمان روزانه صرف‌شده برای استفاده از اینترنت در برخی از کشورها

- میلیاردها نفر در جهان، مدت زمانی که به اینترنت متصل هستند به‌مراتب بیشتر از مدت زمانی است که صرف کار کردن می‌کنند.
- به طور متوسط، جوان‌تر بیشتر از نسل قدیمی، از اینترنت و فضای آنلاین استفاده می‌کنند.
- زنان جوان، با صرف بیشترین مقدار از زمان خود در رأس کاربران اینترنتی قرار دارند. زنان بین ۱۶ تا ۲۴ سال به‌طور متوسط ۸ ساعت در روز به اینترنت متصل هستند. یعنی زنان بسیاری در جهان بیشتر زمان‌شان را صرف استفاده از اینترنت می‌کنند تا خوابیدن.
- مردانی که بعد از دوران جنگ جهانی دوم (۶۴-۵۵) به دنیا آمده‌اند، روزانه ۵ و نیم ساعت از زمان خود را صرف استفاده از اینترنت می‌کنند که برابری می‌کند با یک سوم از ساعات بیداری آنها در طول شبانه روز.



۵. دلایل استفاده از اینترنت

بر اساس تحقیقات جدید سازمان پژوهشی «جی دابیلیو آی»[1] چند دلیل برای استفاده از اینترنت وجود دارد. البته محدودیت‌های داده‌ای ممکن است اعتبار و روایی نتایج را مخدوش نماید. مثلاً، محدودیت سنی در استفاده از برخی شبکه‌های اجتماعی، اطلاعات کمی در خصوص فعالیت‌های نوجوانان و جوانان به دست می‌دهد و ارزیابی‌های آموزش آنلاین را دشوارتر می‌کند. همچنین، ملاحظات امنیتی و حریم خصوصی ردیابی فعالیت‌های آنلاین مرتبط با خدمات بهداشتی و سلامتی و مالی را سخت‌تر می‌نماید. از سویی انجام هر گونه پژوهشی به ویژه نظرسنجی‌ها هزینه‌بر است لذا تحقیقات عملاً روی کشورهایی متمرکز می‌شود که شرکت‌های آنان قادر به پرداخت هزینه انجام آن هستند. با این حال خوشبختانه داده‌های موجود همچنان دیدگاه‌های ارزشمندی را در خصوص رفتار و نگرش افراد ارائه می‌دهد. همچنین، کمک می‌کند بدانیم چگونه می‌توان انتظار داشت این نگرش و رفتارها در آینده تکامل پیدا کند.

۵-۱- یافتن اطلاعات، دلیل اصلی استفاده از اینترنت است. بیش از ۶ نفر از هر ۱۰ کاربر اینترنت (۶۰٫۲ درصد) در رده سنی بین ۱۶ تا ۶۴ سال، دلیل اصلی

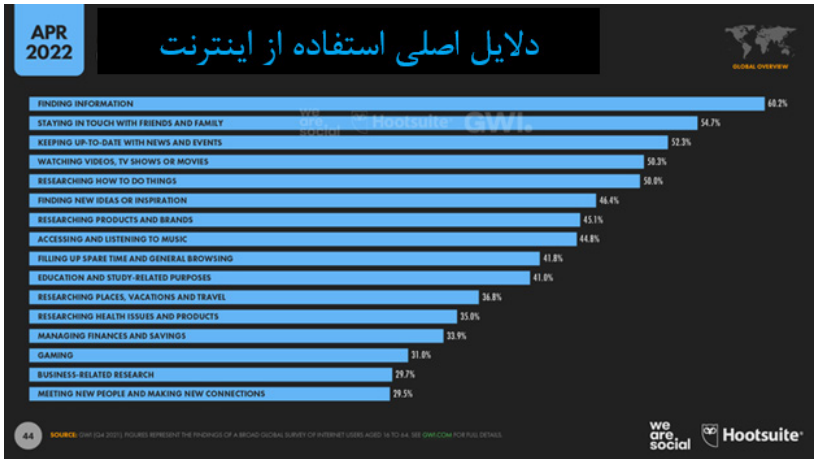
1 GWI

خود برای استفاده از اینترنت را یافتن اطلاعات بیان کرده‌اند.

۵-۲- در ارتباط بودن با دوستان و خانواده با ۵۴٫۷ درصد در رتبه دوم قرار می‌گیرد.

۵-۳- دنبال کردن خبرها با ۵۲٫۳ درصد در جایگاه سوم است.

۵-۴- پیدا کردن ویدئوهای سرگرم‌کننده که بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۰٫۳ درصد) آن را چهارمین دلیل خود در استفاده از اینترنت ذکر کرده‌اند.

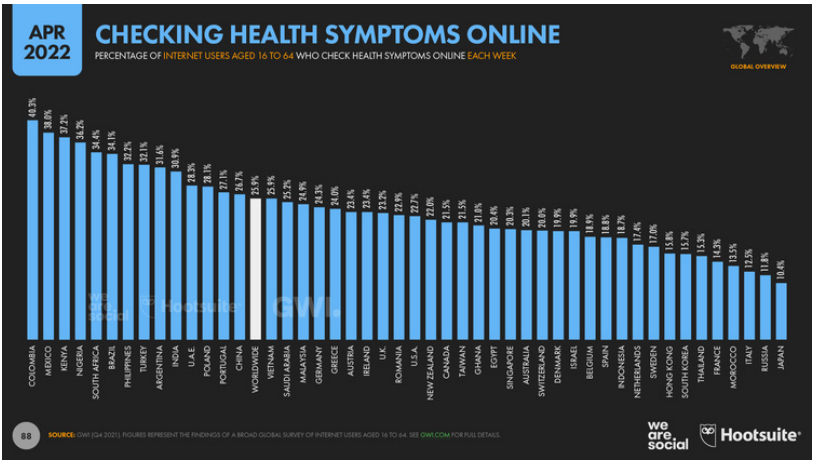


با پیشرفت تکنولوژی‌های اینترنتی و بهبود سرعت اینترنت، استفاده از آن به طور فزاینده‌ای در حال گسترش است و از اهداف اولیه خود که یافتن اطلاعات و برقراری ارتباط بود فراتر رفت. مانند بازی‌های ویدئویی آنلاین و یا استریم کردن ویدئو و صدا. با این حال به نظر می‌رسد نوآوری دیجیتالی در سلامت و بهداشت، آموزش و خدمات مالی بیشترین تأثیر را در تکامل و استفاده از اینترنت داشته باشد.

۵-۵- مراقبت‌های بهداشت و سلامت آنلاین: بنا به نظرسنجی مرکز پژوهشی «جی. دابلیو. آی»، از هر ۳ نفر در بازه سنی ۱۶ تا ۶۴ ، یک نفر جستجوی مسائل و محصولات بهداشتی و سلامتی را دلیل اصلی خود برای

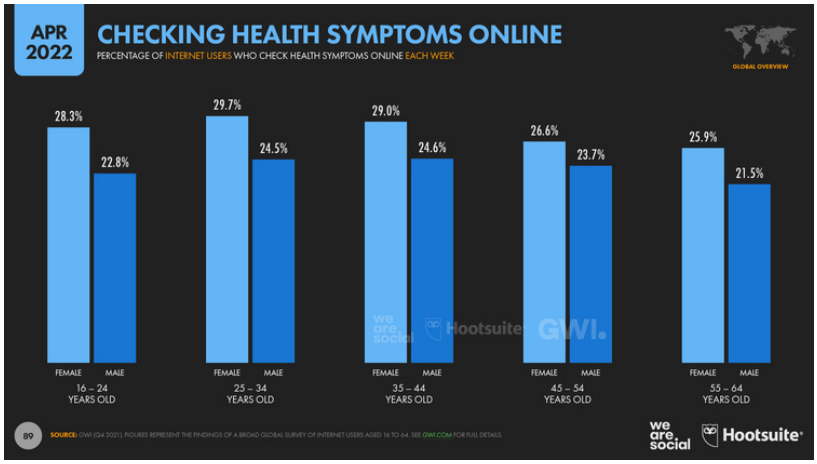
استفاده از اینترنت بیان کرده است. البته این رقم به طور قابل‌توجهی در کشورهای آمریکای لاتین بالاتر است. برای مثال در کلمبیا که بیش از نیمی از کاربران اینترنت آن در سن کار قرار دارند، دلیل اصلی خود برای استفاده از اینترنت را مسائل بهداشتی و سلامتی بیان کرده‌اند.

- بیش از یک چهارم کاربران اینترنتی در سنین کار (۲۵٫۹ درصد) هفته‌ای یک بار علائم سلامتی خود را به صورت آنلاین بررسی می‌کنند که باز هم این رقم در کشورهای آمریکای لاتین و آفریقایی بیشتر است.



نمودار بررسی علائم سلامتی به صورت آنلاین در برخی از کشورهای جهان

- زنان به ویژه گروه سنی جوان آنها میل بیشتری به استفاده از اینترنت برای جستجوی مسائل بهداشتی و سلامتی دارند. این یافته برای سیاست‌گذاران و متخصصان حوزه بهداشت و سلامت به ویژه در بخش ملاحظات مربوط به صحت و درستی اطلاعات و توصیه‌های اینترنتی اهمیت زیادی دارد.



نمودار بررسی علائم سلامتی به صورت آنلاین بر اساس تفکیک جنسیت

استفاده از بررسی سلامت از طریق اینترنت با پیدایش و شیوع بیماری کرونا افزایش پیدا کرد. طبق گزارش مرکز مشاوره سلامتی «باین»[1]، ویزیت و درمان اینترنتی بین سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۱ در کشورهای آسیایی و اقیانوسیه دو برابر شد. این مرکز پیش‌بینی کرده است که تا سال ۲۰۲۴ میلادی از هر ۱۰ نفر، ۷ نفر به استفاده از خدمات درمانی اینترنت‌پایه روی خواهد آورد.

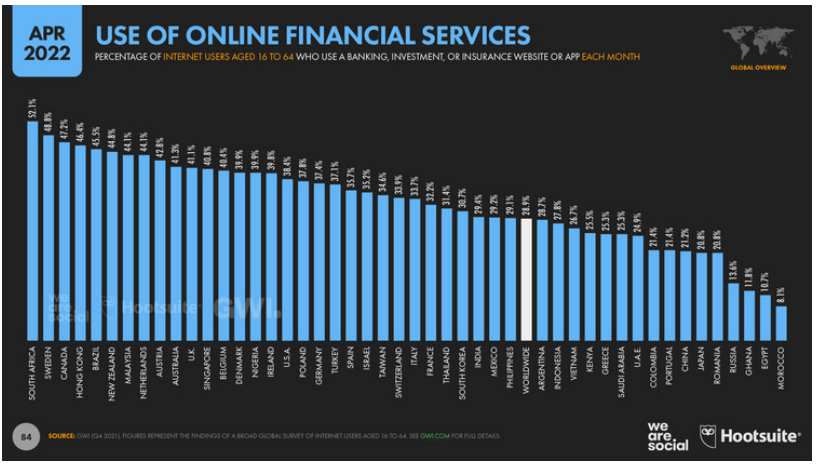
هرچند روند پیشرفت خدمات بهداشت و سلامت در کشورهای افریقایی به کندی پیش می‌رود، با این وجود کشورهای آفریقایی ۱۷٫۶ درصد از جمعیت جهان و ۱۱٫۲ درصد از کاربران اینترنت جهان را تشکیل می‌دهند و تنها ۷٫۶ درصد از جمعیت آنها از خدمات بهداشتی، سلامت، درمان و دارویی اینترنتی استفاده می‌کنند.

۵-۶- خدمات مالی آنلاین: تحقیقات با به چالش کشیدن کلیشه‌های بانکداری آنلاین، بر نقش مهم دستگاه‌های متصل به اینترنت که قادر به انجام امور مالی و بانکی هستند، تأکید دارند.

- یافته‌ها نشان می‌دهد آفریقای جنوبی در بین ۴۷ کشور قاره سیاه، بالاترین نرخ استفاده از خدمات مالی آنلاین را دارد.

1 Bain

- بیش از نیمی از کاربران اینترنت در آفریقای جنوبی (۵۲٫۱ درصد) که در سنین کار هستند، در ۳۰ روز اخیر حداقل یک بار با استفاده از برنامه‌های کاربردی یا از طریق وب‌سایت‌های بانکی، امور بیمه‌ای، سرمایه‌گذاری و ... را انجام داده‌اند که این رقم به طور قابل‌توجهی بالاتر از ارقام ۳۸٫۴ درصدی آمریکا و ۴۱٫۱ درصدی انگلستان است.



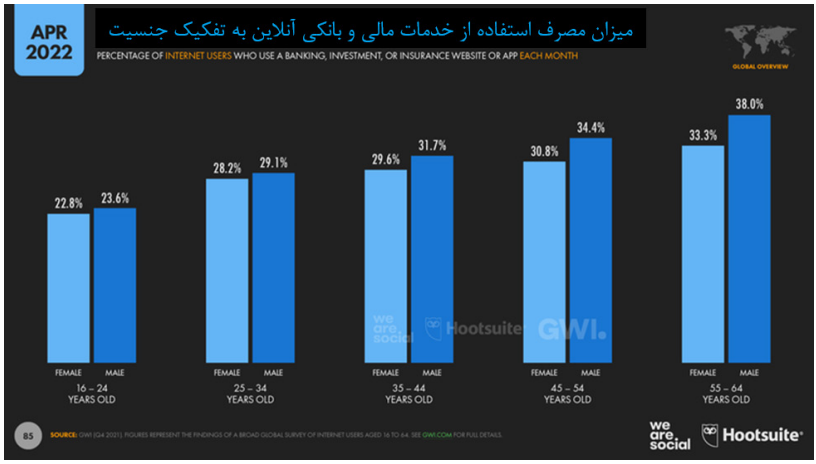
نمودار میزان استفاده از خدمات مالی آنلاین در برخی از کشورهای جهان

- میزان استفاده از اینترنت برای بهره‌مندی از خدمات مالی و بانکداری در آفریقای جنوبی در مقایسه با میزان ۹۲ درصدی آمریکا و ۹۸ درصدی انگلستان، معادل ۷۰ درصد است.

- آفریقای جنوبی تنها کشور در حال توسعه جهان نیست که سطح استفاده اینترنت در آن برای خدمات مالی و بانکداری بیشتر از بزرگترین قطب اقتصادی دنیا است. برزیل با ۴۵٫۵ و مالزی با ۴۴٫۱ درصد نرخ نسبتاً بالایی در استفاده از اینترنت برای امور مالی و بانکی دارند. عوامل متعددی ممکن است در ایجاد این تفاوت‌ها مؤثر باشد. اما داده‌ها به وضوح نشان می‌دهند که اگر زیرساخت‌های ضروری وجود داشته باشد و خدمات مرتبط نیز در دسترس باشند، جایگاه اقتصادی کشور تنها عامل تعیین‌کننده در استفاده شهروندان از خدمات مالی و بانکی

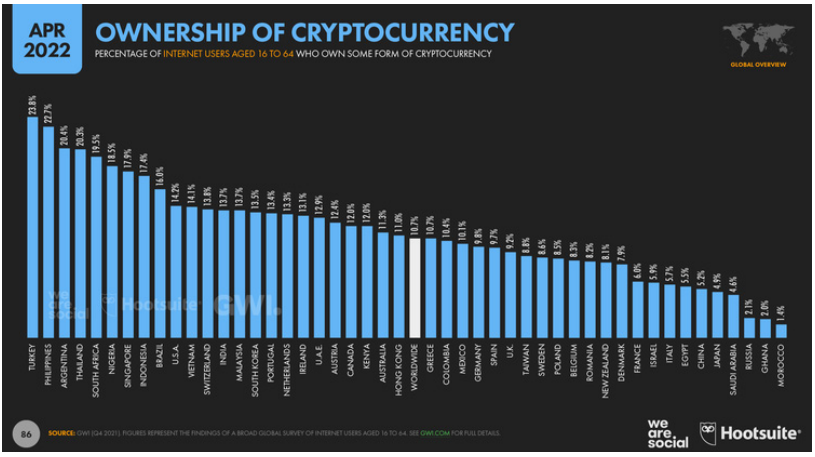
اینترنت پایه و آنلاین نخواهد بود.

- یافته‌ها نشان می‌دهد که کاربران اینترنتی مسن‌تر، بیشتر از خدمات بانکی، سرمایه‌گذاری و بیمه اینترنتی استفاده می‌کنند. بار دیگر تأکید می‌شود که دلایل متعددی برای این تفاوت‌ها وجود دارد. اما یافته‌ها منابع و زمینه ارزشمند و مفیدی را در اختیار سیاست‌گذاران توانمندسازی مالی قرار می‌دهد.



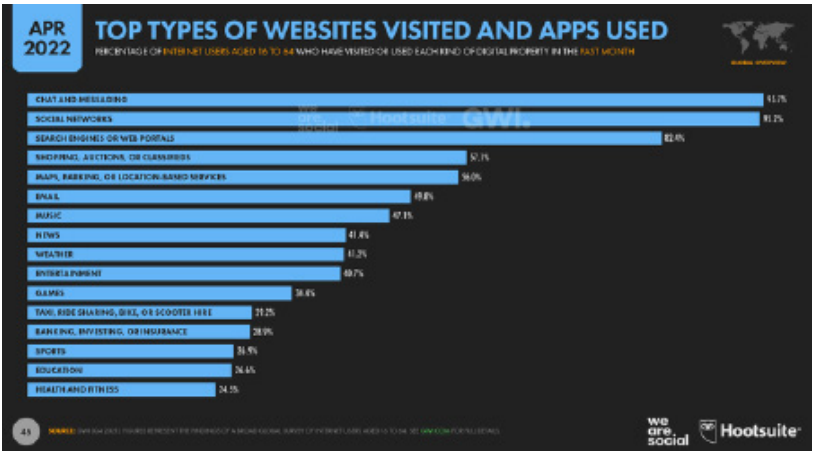
- ارز دیجیتال: با ارائه محصولات مالی نوآورانه، مردم کشورهای در حال توسعه در مقایسه با کشورهایی که اقتصاد توسعه یافته دارند، بیشتر از ارز دیجیتال استقبال می‌کنند. بنا بر گزارش «جی. دابلیو. آی.» ، از هر ۹ نفر کاربر اینترنتی در سنین کار، یک نفر دارای یکی از انواع ارز دیجیتال است که این مقدار در کشور ترکیه ۱ نفر از هر ۴ نفر است. کاهش ارزش پول ترکیه در ماه‌های گذشته ممکن است در این زمینه تأثیرگذار بوده باشد که چطور داشتن ارز دیجیتال در این کشور طی ماه‌های گذشته ۲۸ درصد افزایش داشته است.

- ارز دیجیتال نه تنها در ترکیه که در سراسر آسیای جنوب شرقی نیز محبوبیت زیادی دارد. به طوری‌که از هر پنج کاربر اینترنتی در سنین کار فیلیپینی (۲۲٫۷ درصد) و تایلندی (۲۰٫۳ درصد) یک نفر ارز دیجیتال دارند.



کشورهایی که دارای ارز دیجیتال هستند

- درصد قابل‌توجهی از مردان علاقه زیادی به داشتن ارز دیجیتال دارند. تحلیل داده‌های «جی. دابلیو. آی.» نشان می‌دهد مردان تقریباً ۶۰ درصد بیشتر از زنان ارز دیجیتال دارند.

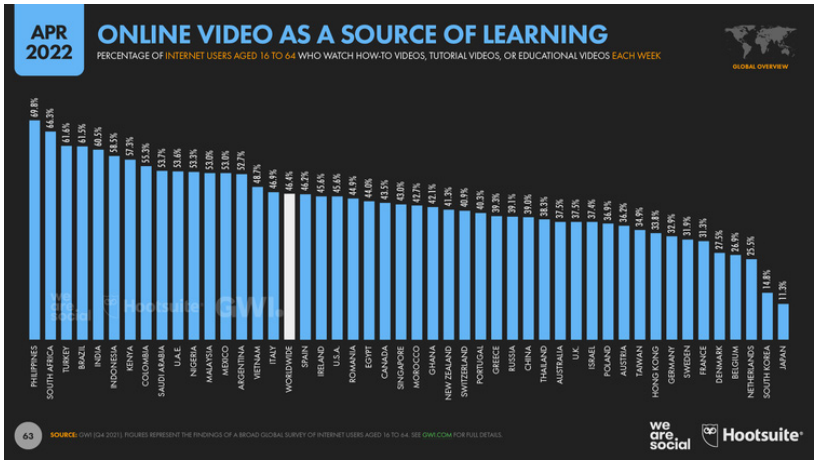


تصاحب ارز دیجیتال به تفکیک جنسیت

۵-۷- آموزش آنلاین: عمده اطلاعاتی که در این گزارش ارائه می‌شود، مرتبط با مخاطبان ۱۳ ساله و بالاتر، به ویژه بزرگسالانی است که در سنین کار هستند. در نتیجه، نمی‌توانیم تصویر دقیقی از نقش دنیای دیجیتال در

آموزش کودکان زیر ۱۳ سال ارائه داد. با این حال، اطلاعاتی در اختیار است که نشان می‌دهد آموزش یکی از دلایل اصلی استفاده از اینترنت در بین بزرگسالان است.

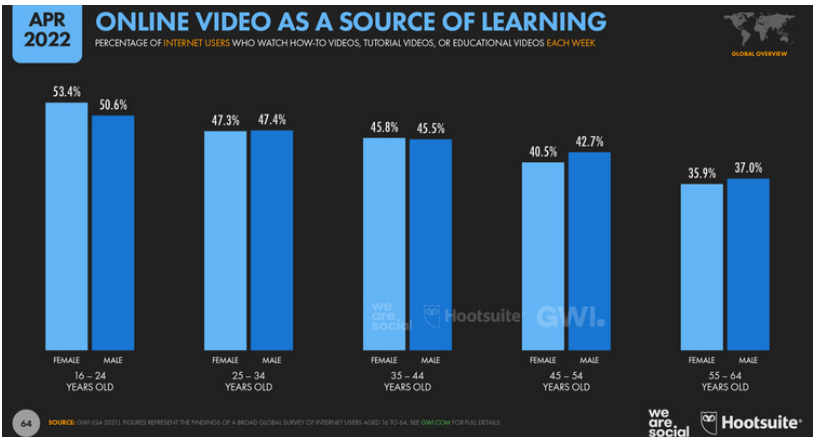
- مطابق گزارش «جی. دابلیو. آی.»، نیمی از بزرگسالان در بازه سنین کاری، به منظور تحقیق در مورد چگونگی انجام امور، به اینترنت وصل شده و از آن استفاده می‌کنند که نشانگر ضرورت یادگیری مستمر کاربران اینترنت در هر زمان و مکانی است.



درصد تماشای ویدئوهای آموزشی آنلاین در برخی از کشورهای جهان

- یادگیری نحوه انجام امور الزاماً به مهارت خاص جدید و یا مدرک دانشگاهی نیاز ندارد. در بسیاری از موارد ممکن است شامل چالش‌های روزمره‌ای مانند نحوه بستن کروات، تعمیر شیر آب و ... باشد که به راحتی و با جستجوی ساده اینترنتی قابل یادگیری است. از این روست که ویدئوهای «چگونه...» در اینترنت محبوبیت زیادی دارد و نشان می‌دهد تا چه اندازه برای یادگیری مهارت‌های روزانه خود به اینترنت متکی هستیم و به آن اعتماد داریم. یافته حکایت از آن دارد که ۴۶٫۴ درصد کاربران اینترنتی بزرگسال در جهان هر هفته به صورت آنلاین ویدئوهای آموزشی «چگونه...» را تماشا می‌کنند.

- کشورهای در حال توسعه بیشتر از کشورهای توسعه‌یافته ویدئوهای آموزشی آنلاین را تماشا می‌کنند. این مقدار در کشور فیلیپین رقم بالای ۷۰ درصد است.
- بیش از نیمی از کاربران اینترنتی نسل زِد[1] مهارت‌ها و دانش خود را هر هفته به صورت آنلاین توسعه می‌دهند.
- زنان جوان به مراتب بیشتر از مردان این کار را می‌کنند.
- بیش از یک سوم کاربران اینترنتی نسل جنگ جهانی دوم به بعد، هر هفته برای یادگیری از اینترنت استفاده می‌کنند که این یافته برای محققین، به ویژه برای پژوهشگران مرتبط با بیماری‌های عصبی و آلزایمر، جالب توجه باشد.



نمودار درصد تماشای آنلاین ویدیوهای آموزشی به تفکیک جنسیت

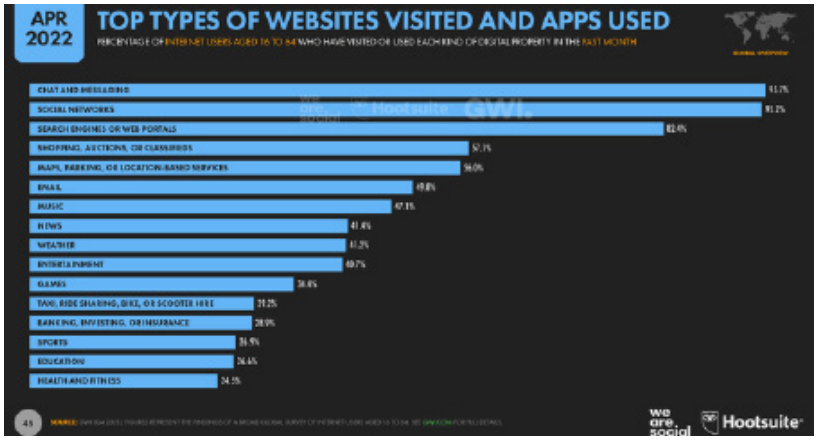
۵-۸- سایر فعالیت‌های آنلاین: به گزارش مرکز پژوهشی «جی. دابلیو. آی.»، حضور در شبکه‌های اجتماعی مثل چت کردن و گشت و گذار در این شبکه‌ها، در رأس فعالیت‌های آنلاین کاربران اینترنتی قرار دارد.

- ۹۵ درصد کاربران بزرگسال (در بازه سنی مشغول کار) در ۳۰ روز گذشته حداقل یکی از نرم‌افزارهای شبکه‌های اجتماعی را استفاده کرده‌اند.
- استفاده از موتورهای جستجو برای جستجو یافتن مطالب در رتبه

[1] . متولدین اواسط دهه ۹۰ میلادی و اوایل دهه ۲۰۱۰ میلادی (Gen Z)

بعدی قرار دارد. از هر پنج نفر چهار نفر اعلام کرده‌اند که حداقل با یکی از موتورهای جستجو کار کرده‌اند.

- ۵۷ درصد از پاسخگویان در ۳۰ روز گذشته خرید اینترنتی داشته‌اند که نشانگر بالا رفتن تجارت اینترنتی برای کاربران است.



نمودار نرم‌افزارها و وب‌سایت‌های برتری که کاربران از آنها استفاده و به آنها سر زده‌اند.

با تحلیل کلی داده‌ها می‌توان نتیجه گرفت که با توجه به تنوع فعالیت‌های آنلاین، استفاده از اینترنت در زندگی روزمره، به یک «باید» تبدیل شده است.

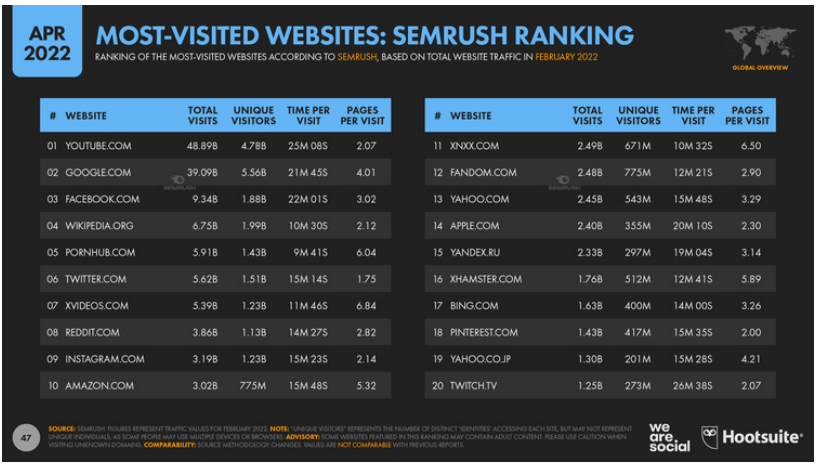
۶. وب‌سایت‌های برتر دنیا

- با وجود اینکه مردم جهان بر روی گوشی‌های تلفن همراه، مدت زمان بسیار زیادی را در برنامه فیس‌بوک[1] صرف می‌کنند، اما همچنان بازدید از وب سایت‌ها عمده فعالیت قابل‌توجه کاربران اینترنتی است.

- به گزارش مؤسسه پژوهشی «سِمراش»[2]، یوتیوب در فوریه ۲۰۲۲ پر بازدیدترین وب‌سایت بود که حتی خود گوگل هم چنین رتبه‌ای را در جدول ترافیک جهانی نداشته است. یوتیوب در ماه فوریه میزبان بیش

1 . Facebook
2 .Semrush

از ۵۰ میلیارد کاربر بود که هر یک از آنها به‌طور متوسط بیش از ۲۵ دقیقه را در آن سپری کردند. به عبارتی مردم جهان فقط در یک ماه بیش از ۲۰ میلیارد ساعت از زمان خود را در یوتیوب گذرانده‌اند که معادل بیش از ۲٫۳ میلیون سال موجودیت مشترک بشر است.



APR 2022

MOST-VISITED WEBSITES: SEMRUSH RANKING

RANKING OF THE MOST-VISITED WEBSITES ACCORDING TO SEMRUSH, BASED ON TOTAL WEBSITE TRAFFIC IN FEBRUARY 2022

GLOBAL OVERVIEW

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITORS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	YOUTUBE.COM	48.89B	4.78B	25M 08S	2.07
02	GOOGLE.COM	39.09B	5.56B	21M 45S	4.01
03	FACEBOOK.COM	9.34B	1.88B	22M 01S	3.02
04	WIKIPEDIA.ORG	6.75B	1.99B	10M 30S	2.12
05	PORNHUB.COM	5.91B	1.43B	9M 41S	6.04
06	TWITTER.COM	5.62B	1.51B	15M 14S	1.75
07	XVIDEOS.COM	5.39B	1.23B	11M 46S	6.84
08	REDDIT.COM	3.86B	1.13B	14M 27S	2.82
09	INSTAGRAM.COM	3.19B	1.23B	15M 23S	2.14
10	AMAZON.COM	3.02B	775M	15M 48S	5.32
11	XNXX.COM	2.49B	671M	10M 32S	6.50
12	FANDOM.COM	2.48B	775M	12M 21S	2.90
13	YAHOO.COM	2.45B	543M	15M 48S	3.29
14	APPLE.COM	2.40B	355M	20M 10S	2.30
15	YANDEX.RU	2.33B	297M	19M 04S	3.14
16	XHAMSTER.COM	1.76B	512M	12M 41S	5.89
17	BING.COM	1.63B	400M	14M 00S	3.26
18	PINTEREST.COM	1.43B	417M	15M 35S	2.00
19	YAHOO.CO.JP	1.30B	201M	15M 28S	4.21
20	TWITCH.TV	1.25B	273M	26M 38S	2.07

47 SOURCE: SEMRUSH. FIGURES REPRESENT TRAFFIC VALUES FOR FEBRUARY 2022. NOTE: "UNIQUE VISITORS" REPRESENTS THE NUMBER OF DISTINCT 'IDENTITIES' ACCESSING EACH SITE, BUT MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AS SOME PEOPLE MAY USE MULTIPLE DEVICES OR BROWSERS. ADVISORY: SOME WEBSITES FEATURED IN THIS RANKING MAY CONTAIN ADULT CONTENT. PLEASE USE CAUTION WHEN VISITING UNKNOWN DOMAINS. COMPARABILITY: SOURCE METHODOLOGY CHANGES, VALUES ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

we are social Hootsuite

پر بازدیدترین وب سایت‌های جهان طبق رتبه‌بندی سمراش

این عدد فقط به فعالیت کاربران در سایت یوتیوب اشاره دارد و زمان استفاده از سایر برنامه‌های کاربردی تلفن همراه را شامل نمی‌شود.

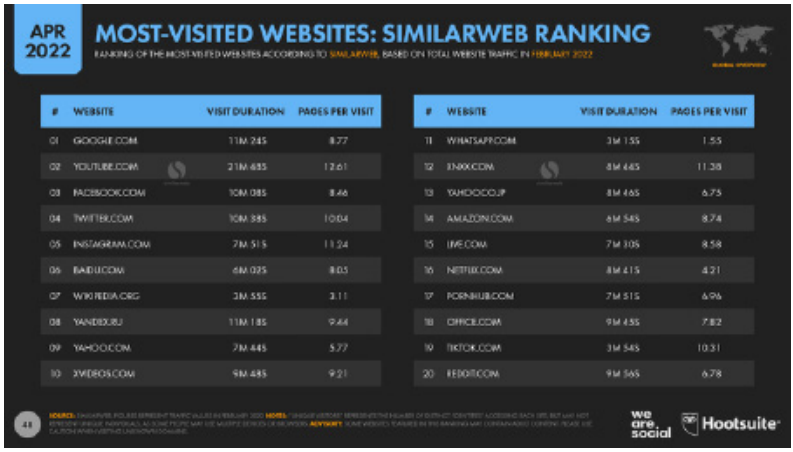
- بنا به این گزارش، گوگل با جذب بیش از ۵٫۵ میلیارد کاربر، همچنان نسبت به سایرین بیشترین تعداد بازدیدکننده را در بین وب‌سایت‌ها دارد.

- وب‌سایت «ویکی پدیا»[1] از دیگر وب‌سایت‌های پر بازدید جهان است که نمایانگر اهمیت نقش جستجوی اطلاعات در فعالیت‌های اینترنتی است.

- با رغبت مردم دنیا به خرید و تجارت اینترنتی، سایت تجاری «آمازون»[2] نیز در ماه فوریه بیش از ۳ میلیارد بازدیدکننده داشته است

1 3.Wikipedia
2 .Amazon

و آن را به عنوان پر بازدیدترین وب‌سایت خرید، در فهرست ۱۰ سایت برتر جای داده است.



رتبه‌بندی پربازدیدترین وب‌سایت‌ها توسط سیمیلار وب

- وب سایت اختصاصی شرکت «اپل»[1] در فوریه ۲۰۲۲ با ۲٫۴ میلیارد بازدیدکننده در بین ۲۰ وب‌سایت برتر قرار گرفت.
- شاید برای خیلی‌ها، به ویژه برای کسانی که به تازگی وارد دنیای دیجیتال شده‌اند، تعجب‌برانگیز باشد که «یاهو»[2] همچنان جزو برترین وب‌سایت‌هاست. «یاهو» همچنان صدها میلیون بازدیدکننده دارد و در فوریه ۲۰۲۲ موفق شد در رده ۱۳ قرار بگیرد.
- چهار وب‌سایت حاوی فیلم و محتویات ویژه بزرگسالان نیز در بین ۲۰ وب‌سایت برتر قرار دارد. این وب‌سایت‌ها در مجموع ۱۵٫۵ میلیارد بازدید داشتند که برابری می‌کند با بیش از ۲٫۸ میلیارد ساعت در ماه که معادل ۳۲۲ هزار سال موجودیت مشترک بشر است.
- مرکز پژوهشی «سیمیلار وب»[3] نیز لیستی از ۲۰ وب‌سایت پربازدید ارائه کرده است که تا حدودی با لیست «سمراش» متفاوت است، اما اکثر

1 . Apple
2 . Yahoo
3 . Similarweb

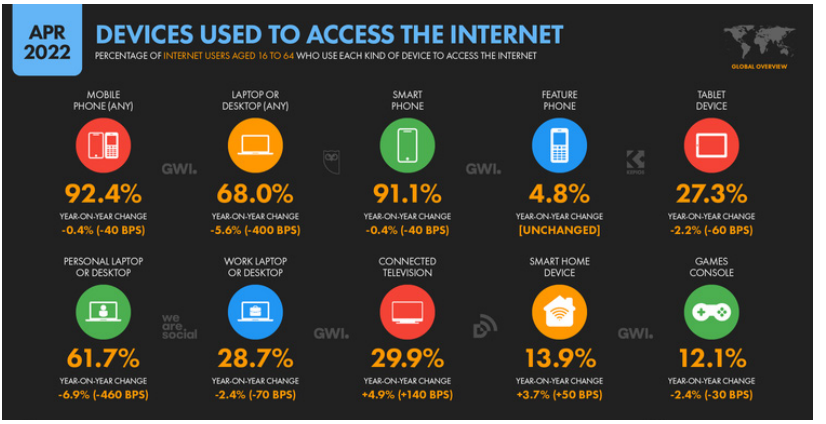
وب‌سایت‌ها در هر دو فهرست مشترک است. تنها تفاوت قابل‌توجه رتبه چهارم توییتر در فهرست سیمیلار وب است. این مرکز برای تیک‌تاک، جایگاه ۱۹ را مشخص کرده است.

۷. دستگاه‌های مورد استفاده برای اتصال به اینترنت

- تلفن همراه پر استفاده‌ترین دستگاه حال حاضر جهان است که طبق گزارش «جی. دابلیو.آی»، بیش از ۹۲ درصد کاربران اینترنت در سن کار، برای اتصال اینترنت از آن استفاده می‌کنند.

- بیش از دو سوم کاربران اینترنت در جهان (۶۸ درصد) با استفاده از لپ‌تاپ و یا کامپیوترهای شخصی به اینترنت متصل می‌شوند که در گذشته ۷۲ درصد بود.

- از هر ۱۰ نفر، ۳ نفر با استفاده از تلویزیون به اینترنت وصل می‌شوند و تعداد این افراد از کسانی که با تبلت به اینترنت می‌پیوندند، بیشتر است.



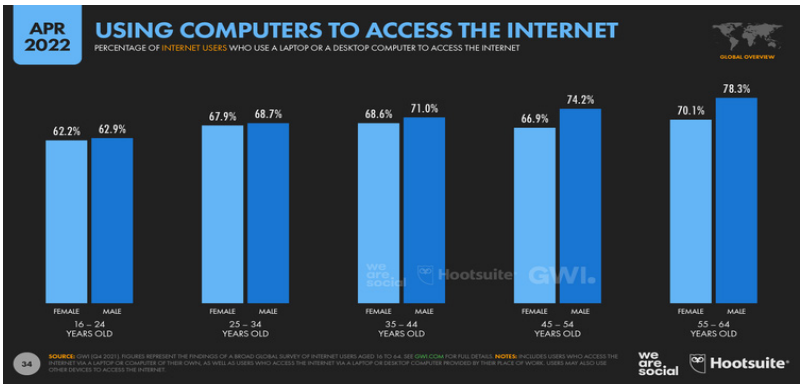
دستگاههای مورد استفاده برای اتصال به اینترنت

- کاربران اینترنتی تقریباً ۵۵ درصد از زمان خود را با استفاده از تلفن همراه به اینترنت متصل هستند که این مقدار در کشورهایی مانند تایلند، اندونزی، چین و هند ۶۰ درصد است. البته سن نقش مهمی در انتخاب دستگاه دارد. برای مثال، کاربران «نسل زد» کمتر از هم‌نسل‌های والدین

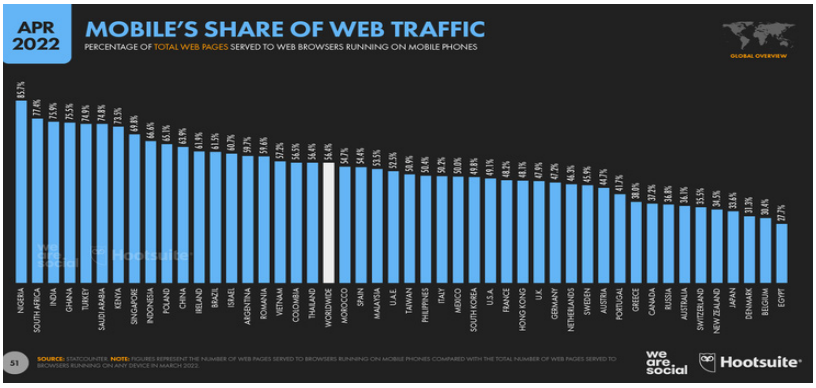
خود برای دسترسی به اینترنت از کامپیوتر استفاده می‌کنند.

- طبق جدیدترین گزارش استات کانتر[1]، بیشترین ترافیک اینترنتی در ۲۰۲۲ با بیش از ۵۶ درصد برای تلفن‌های همراه بود. در حالی که این مقدار در سال گذشته ۵۴ درصد بود.

- سهم تلفن همراه در ترافیک اینترنتی در کشورهای آسیایی و آفریقایی بیشتر است ولی برای کشور نیجریه در سال ۲۰۲۲ عدد ۸۶ درصد ثبت شده است.



درصد استفاده از کامپیوتر برای دسترسی به اینترنت به تفکیک جنسیت و گروه سنی

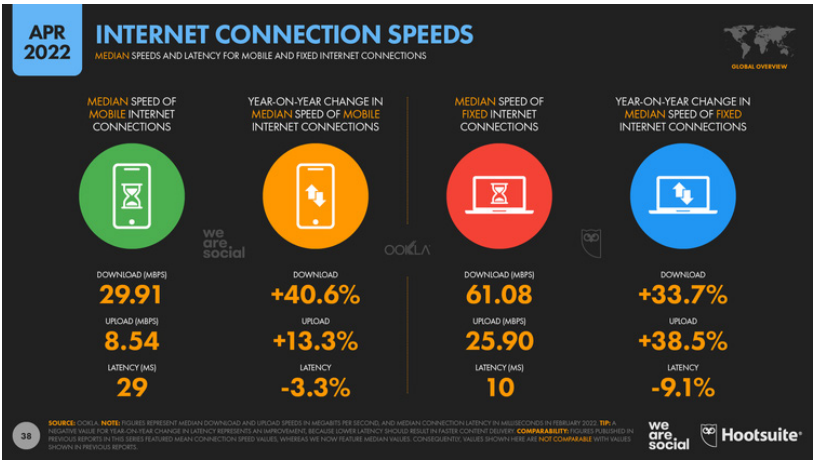


سهم برخی کشورها در استفاده از تلفن همراه برای اینترنت

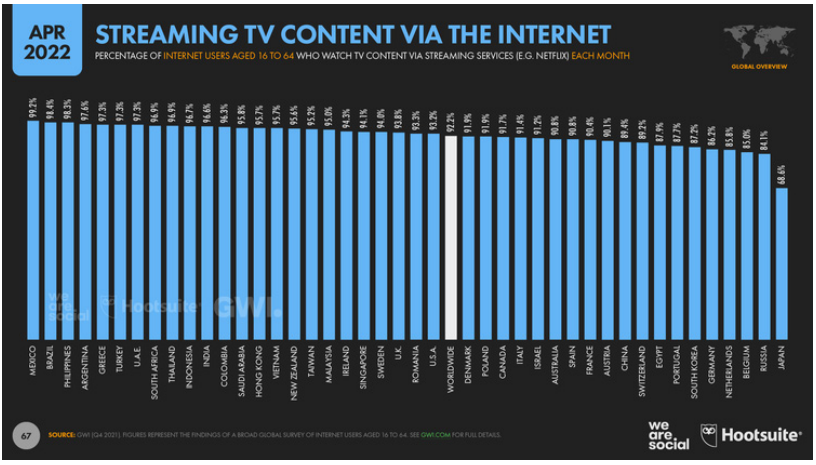
1 . Statcounter

۸. سرعت اینترنت

بنا بر گزارش «اوکلا»[1]، سرعت اینترنت از ۱۲ ماه گذشته افزایش پیدا کرده است.



سرعت اینترنت در دانلود، آپلود و تأخیر



درصد استفاده از اینترنت برای استریم کردن محتویات ویدیویی در برخی از کشورهای جهان

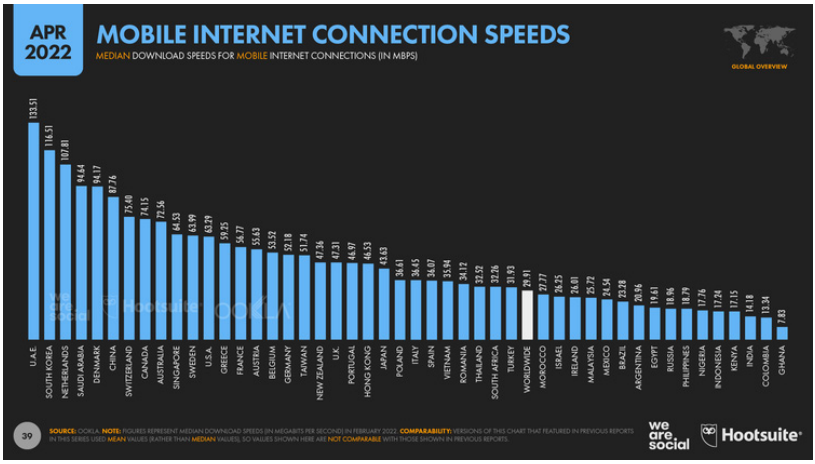
- کاربران اینترنت تلفن‌های همراه جهان از سرعت متوسط دانلود ۲۹٫۹

1 . Ookla

مگ بر ثانیه برخوردار هستند. یعنی بیش از نیمی از کاربران می‌توانند بدون هیچ‌گونه مشکلی نظیر از دست رفتن کیفیت تصویر و یا کندی سرعت، تصاویری با کیفیت ۴k را استریم کنند. مطابق آخرین یافته‌های مرکز «جی. دابلیو. آی.» هم‌اکنون ۹۲ درصد از کاربران در سن کار، برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌ها را به کمک اینترنت استریم می‌کنند.

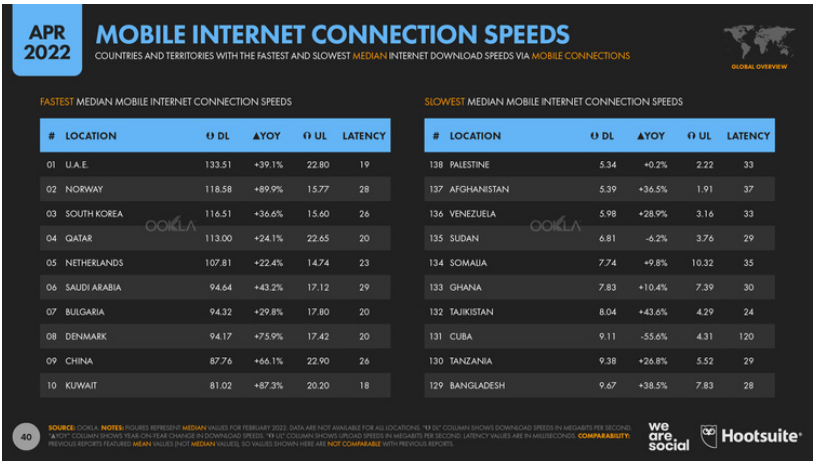
- طبق گزارش «اوکلا»، سرعت اینترنت همراه نسبت به سال گذشته ۴۰ افزایش پیدا کرده است.

- پهنای باند ۸٫۶ مگ بر ثانیه بیشتر از سال پیش همین موقع است.



سرعت اینترنت همراه در برخی از کشورهای جهان

- سرعت اینترنت خانگی تا دو برابر سریع‌تر از اینترنت همراه، داده‌ها را منتقل می‌کند که نیمی از کاربرانی که در حال حاضر این نوع اینترنت استفاده می‌کنند، از سرعتی بیش از ۶۱ مگ بر ثانیه برخوردارند. سرعت اینترنت‌های خانگی نسبت به سال گذشته تا یک سوم افزایش یافته است که در نتیجه، پهنای باند دانلود آن در مقایسه با سال گذشته ۱۴٫۵ مگ بر ثانیه بیشتر شده است. البته که سرعت اینترنت در هر کشوری متفاوت است.



APR 2022

MOBILE INTERNET CONNECTION SPEEDS

COUNTRIES AND TERRITORIES WITH THE FASTEST AND SLOWEST MEDIAN INTERNET DOWNLOAD SPEEDS VIA MOBILE CONNECTIONS

GLOBAL OVERVIEW

FASTEST MEDIAN MOBILE INTERNET CONNECTION SPEEDS

#	LOCATION	DL	▲YOY	UL	LATENCY
01	U.A.E.	133.51	+39.1%	22.80	19
02	NORWAY	118.58	+89.9%	15.77	28
03	SOUTH KOREA	116.51	+36.6%	15.60	26
04	QATAR	113.00	+24.1%	22.65	20
05	NETHERLANDS	107.81	+22.4%	14.74	23
06	SAUDI ARABIA	94.64	+43.2%	17.12	29
07	BULGARIA	94.32	+29.8%	17.80	20
08	DENMARK	94.17	+75.9%	17.42	20
09	CHINA	87.76	+66.1%	22.90	26
10	KUWAIT	81.02	+87.3%	20.20	18

SLOWEST MEDIAN MOBILE INTERNET CONNECTION SPEEDS

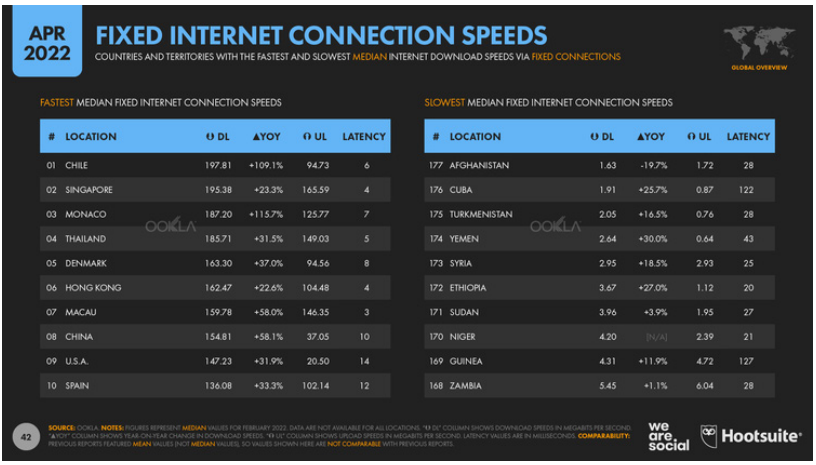
#	LOCATION	DL	▲YOY	UL	LATENCY
138	PALESTINE	5.34	+0.2%	2.22	33
137	AFGHANISTAN	5.39	+36.5%	1.91	37
136	VENEZUELA	5.98	+28.9%	3.16	33
135	SUDAN	6.81	-6.2%	3.76	29
134	SOMALIA	7.74	+9.8%	10.32	35
133	GHANA	7.83	+10.4%	7.39	30
132	TAJIKISTAN	8.04	+43.6%	4.29	24
131	CUBA	9.11	-55.6%	4.31	120
130	TANZANIA	9.38	+26.8%	5.52	29
129	BANGLADESH	9.67	+38.5%	7.83	28

40 SOURCE: OOKLA. NOTES: FIGURES REPRESENT MEDIAN VALUES FOR FEBRUARY 2022. DATA ARE NOT AVAILABLE FOR ALL LOCATIONS. "DL" COLUMN SHOWS DOWNLOAD SPEEDS IN MEGABITS PER SECOND. "▲YOY" COLUMN SHOWS YEAR-ON-YEAR CHANGE IN DOWNLOAD SPEEDS. "UL" COLUMN SHOWS UPLOAD SPEEDS IN MEGABITS PER SECOND. LATENCY VALUES ARE IN MILLISECONDS. COMPARABILITY: PREVIOUS REPORTS FEATURED MEAN VALUES (NOT MEDIAN VALUES), SO VALUES SHOWN HERE ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

we are social Hootsuite

سرعت اینترنت همراه در برخی از کشورها

- تحلیل داده‌های «اوکلا» نشان می‌دهد که امارات متحده عربی با دارا بودن سرعت اینترنت ۱۳۳٫۴ مگ بر ثانیه سریع‌ترین اینترنت جهان را در اختیار دارد.



APR 2022

FIXED INTERNET CONNECTION SPEEDS

COUNTRIES AND TERRITORIES WITH THE FASTEST AND SLOWEST MEDIAN INTERNET DOWNLOAD SPEEDS VIA FIXED CONNECTIONS

GLOBAL OVERVIEW

FASTEST MEDIAN FIXED INTERNET CONNECTION SPEEDS

#	LOCATION	DL	▲YOY	UL	LATENCY
01	CHILE	197.81	+109.1%	94.73	6
02	SINGAPORE	195.38	+23.3%	165.59	4
03	MONACO	187.20	+115.7%	125.77	7
04	THAILAND	185.71	+31.5%	149.03	5
05	DENMARK	163.30	+37.0%	94.56	8
06	HONG KONG	162.47	+22.6%	104.48	4
07	MACAU	159.78	+58.0%	146.35	3
08	CHINA	154.81	+58.1%	37.05	10
09	U.S.A.	147.23	+31.9%	20.50	14
10	SPAIN	136.08	+33.3%	102.14	12

SLOWEST MEDIAN FIXED INTERNET CONNECTION SPEEDS

#	LOCATION	DL	▲YOY	UL	LATENCY
177	AFGHANISTAN	1.63	-19.7%	1.72	28
176	CUBA	1.91	+25.7%	0.87	122
175	TURKMENISTAN	2.05	+16.5%	0.76	28
174	YEMEN	2.64	+30.0%	0.64	43
173	SYRIA	2.95	+18.5%	2.93	25
172	ETHIOPIA	3.67	+27.0%	1.12	20
171	SUDAN	3.96	+3.9%	1.95	27
170	NIGER	4.20	[N/A]	2.39	21
169	GUINEA	4.31	+11.9%	4.72	127
168	ZAMBIA	5.45	+1.1%	6.04	28

42 SOURCE: OOKLA. NOTES: FIGURES REPRESENT MEDIAN VALUES FOR FEBRUARY 2022. DATA ARE NOT AVAILABLE FOR ALL LOCATIONS. "DL" COLUMN SHOWS DOWNLOAD SPEEDS IN MEGABITS PER SECOND. "▲YOY" COLUMN SHOWS YEAR-ON-YEAR CHANGE IN DOWNLOAD SPEEDS. "UL" COLUMN SHOWS UPLOAD SPEEDS IN MEGABITS PER SECOND. LATENCY VALUES ARE IN MILLISECONDS. COMPARABILITY: PREVIOUS REPORTS FEATURED MEAN VALUES (NOT MEDIAN VALUES), SO VALUES SHOWN HERE ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

we are social Hootsuite

سرعت اینترنت خانگی در برخی از کشورها

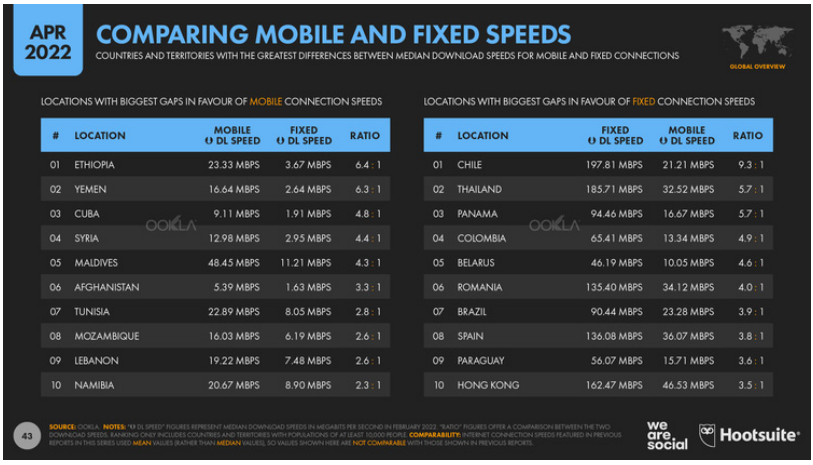
- سرعت اینترنت همراه نیز در این کشور بالاست و متوسط سرعت

دانلود ۳۹ درصد سریع‌تر از مشابه سال گذشته است.

- بنا به یافته‌های این مرکز تحقیقاتی متوسط سرعت دانلود در یازده کشور جهان همچنان زیر ۱۰ مگ بر ثانیه است.

- کاربران اینترنتی فلسطینی کندترین سرعت اینترنت جهان را دارند که پهنای باند متوسط دانلود در این کشور ۵٫۴۳ مگ بر ثانیه بوده است.

- اطلاعات «اوکلا» نشان می‌دهد که شیلی در حیطه سرعت اینترنت خانگی از سنگاپور پیشی گرفته است.



مقایسه سرعت اینترنت همراه با اینترنت خانگی در برخی از کشورها

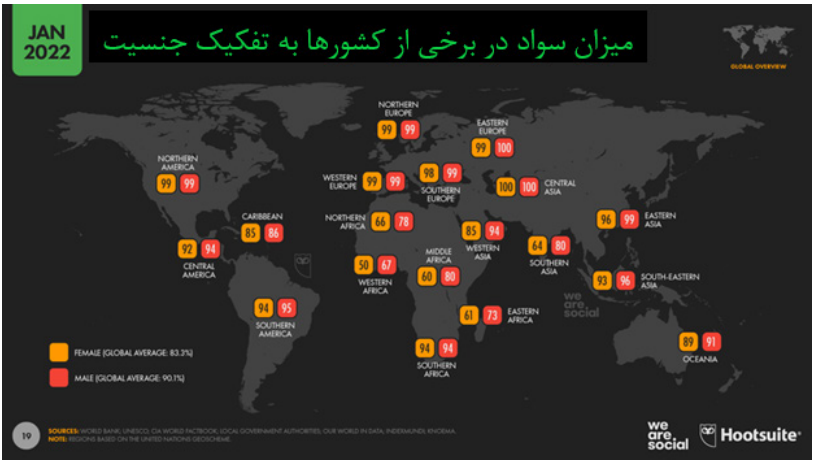
- پهنای باند اینترنت خانگی در چین، طی یک سال گذشته دو برابر شده است و در فوریه ۲۰۲۲ به ۲۰۰ مگ بر ثانیه رسیده است.

- با این حال مشکلات سرعت اینترنت پابرجاست و همه جا، همه چیز مرتب نیست. کاربران اینترنت خانگی ۳۸ کشور جهان همچنان از سرعت متوسط کمتر از ۱۰مگ بر ثانیه برخوردارند که در این بین افغانستان با سرعت دانلود ۱٫۶۳ مگ بر ثانیه در رتبه پایین قرار دارد. جالب توجه اینکه سرعت اینترنت همراه در افغانستان سه برابر سرعت اینترنت خانگی آن است. این شرایط تنها در افغانستان حاکم نیست و در حال حاضر سرعت اینترنت همراه در ۵۱ کشور جهان از سرعت اینترنت خانگی

آنها بیشتر است. بیشترین اختلاف سرعت بین اینترنت همراه و اینترنت خانگی متعلق به اتیوپی است که سرعت اینترنت همراه در آن عملاً ۶ برابر سرعت اینترنت خانگی است. سرعت متوسط دانلود اینترنت همراه در ۱۶ کشور جهان نیز دو برابر سرعت اینترنت خانگی آنهاست.

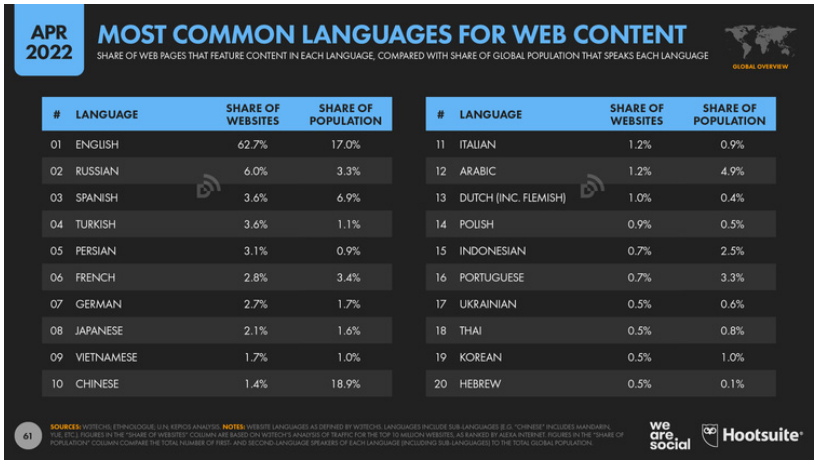
۹. دسترسی به محتوا

علی‌رغم در دسترس بودن برخی محتواها برای کاربران، مسائلی مانند سواد و دانش مانع از دسترسی به برخی از آنها می‌شود. امروزه داشتن سواد در یک زبان بومی برای دسترسی کامل به تمام محتوای اینترنتی کافی نیست و میزان توانایی صحبت‌کردن، خواندن و نوشتن زبان‌هایی به جز زبان مادری در دسترسی به محتوا تعیین‌کننده است. طی چند دهه گذشته سطح جهانی سواد بهبود چشم‌گیری داشته است، اما با این وجود همچنان در ۱۳ کشور کمتر از نیمی از بزرگسالان آنها بی‌سواد هستند. جای نگرانی اینکه درصد بی‌سوادی زنان بیشتر است و کمتر از نیمی از جمعیت زنان ۱۹ کشور جهان بی‌سواد هستند.



داده‌ها نشان می‌دهد از هر ۱۰ وب‌سایت بیش از ۶ سایت به زبان انگلیسی است. در حالی که انگلیسی‌زبانان تنها ۱۷ درصد از جمعیت کل جهان را تشکیل

می‌دهند. زبان‌های دیگری مانند روسی، ترکی و فارسی نیز از زبان‌های اصلی وب‌سایت‌ها محسوب می‌شوند. اما زبان‌هایی همچون اسپانیایی، فرانسوی و چینی علی‌رغم داشتن تعداد زیادی سخنور، کمترین سهم زبان سایت‌ها را برای محتوا دارند.



APR 2022

MOST COMMON LANGUAGES FOR WEB CONTENT

SHARE OF WEB PAGES THAT FEATURE CONTENT IN EACH LANGUAGE, COMPARED WITH SHARE OF GLOBAL POPULATION THAT SPEAKS EACH LANGUAGE

GLOBAL OVERVIEW

#	LANGUAGE	SHARE OF WEBSITES	SHARE OF POPULATION
01	ENGLISH	62.7%	17.0%
02	RUSSIAN	6.0%	3.3%
03	SPANISH	3.6%	6.9%
04	TURKISH	3.6%	1.1%
05	PERSIAN	3.1%	0.9%
06	FRENCH	2.8%	3.4%
07	GERMAN	2.7%	1.7%
08	JAPANESE	2.1%	1.6%
09	VIETNAMESE	1.7%	1.0%
10	CHINESE	1.4%	18.9%
11	ITALIAN	1.2%	0.9%
12	ARABIC	1.2%	4.9%
13	DUTCH (INC. FLEMISH)	1.0%	0.4%
14	POLISH	0.9%	0.5%
15	INDONESIAN	0.7%	2.5%
16	PORTUGUESE	0.7%	3.3%
17	UKRAINIAN	0.5%	0.6%
18	THAI	0.5%	0.8%
19	KOREAN	0.5%	0.8%
20	HEBREW	0.5%	0.1%

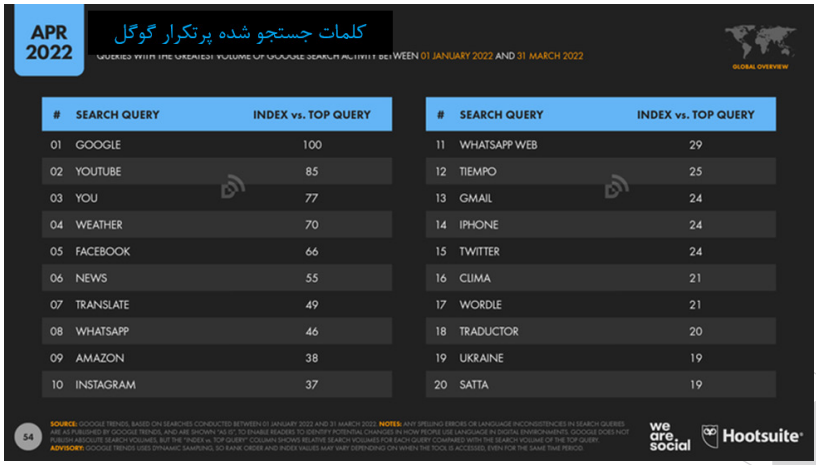
61

SOURCES: W3TECHS; ETHNOLOGUE; U.N. KEPIOS ANALYSIS. NOTES: WEBSITE LANGUAGES AS DEFINED BY W3TECHS. LANGUAGES INCLUDE SUB-LANGUAGES (E.G. "CHINESE" INCLUDES MANDARIN, YUE, ETC.). FIGURES IN THE "SHARE OF WEBSITES" COLUMN ARE BASED ON W3TECH'S ANALYSIS OF TRAFFIC FOR THE TOP 10 MILLION WEBSITES, AS RANKED BY ALEXA INTERNET. FIGURES IN THE "SHARE OF POPULATION" COLUMN COMPARE THE TOTAL NUMBER OF FIRST- AND SECOND-LANGUAGE SPEAKERS OF EACH LANGUAGE (INCLUDING SUB-LANGUAGES) TO THE TOTAL GLOBAL POPULATION.

we are social Hootsuite

رایج‌ترین زبان‌های مورد استفاده در وب سایت‌ها

خبر خوب اینکه به کمک ابزارهای ترجمه در وب‌سایت‌ها، دیگر مشکل خاصی برای بازدیدکنندگان وجود ندارد و آنها می‌توانند به زبان موردنظر خود دسترسی داشته باشند. بنابر اطلاعات گوگل، کلمه «ترجمه» جزو ده کلمه پراستفاده در سه ماه اول ۲۰۲۲ بوده است.



APR 2022

کلمات جستجو شده پرتکرار گوگل

QUERIES WITH THE GREATEST VOLUME OF GOOGLE SEARCH ACTIVITY BETWEEN 01 JANUARY 2022 AND 31 MARCH 2022

GLOBAL OVERVIEW

#	SEARCH QUERY	INDEX vs. TOP QUERY
01	GOOGLE	100
02	YOUTUBE	85
03	YOU	77
04	WEATHER	70
05	FACEBOOK	66
06	NEWS	55
07	TRANSLATE	49
08	WHATSAPP	46
09	AMAZON	38
10	INSTAGRAM	37
11	WHATSAPP WEB	29
12	TIEMPO	25
13	GMAIL	24
14	IPHONE	24
15	TWITTER	24
16	CLIMA	21
17	WORDLE	21
18	TRADUCTOR	20
19	UKRAINE	19
20	SATTA	19

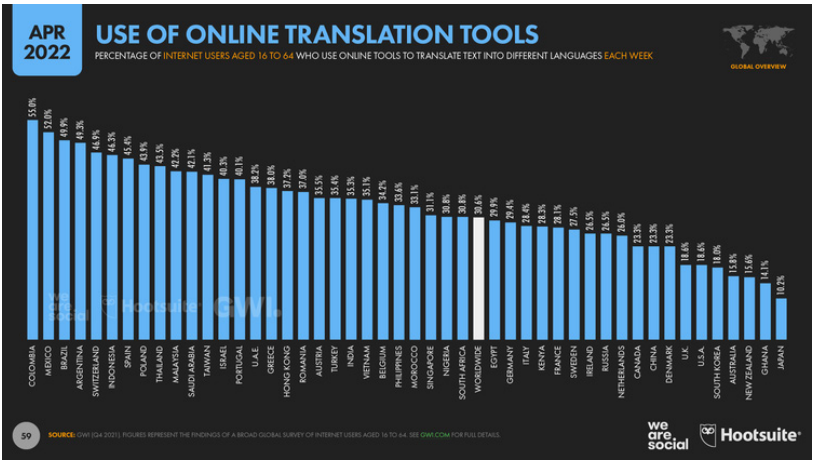
54

SOURCE: GOOGLE TRENDS, BASED ON SEARCHES CONDUCTED BETWEEN 01 JANUARY 2022 AND 31 MARCH 2022. NOTES: ANY SPELLING ERRORS OR LANGUAGE INCONSISTENCIES IN SEARCH QUERIES ARE AS PUBLISHED BY GOOGLE TRENDS, AND ARE SHOWN "AS IS". TO ENABLE READERS TO IDENTIFY POTENTIAL CHANGES IN HOW PEOPLE USE LANGUAGE IN DIGITAL ENVIRONMENTS, GOOGLE DOES NOT PUBLISH ABSOLUTE SEARCH VOLUMES, BUT THE "INDEX vs. TOP QUERY" COLUMN SHOWS RELATIVE SEARCH VOLUMES FOR EACH QUERY COMPARED WITH THE SEARCH VOLUME OF THE TOP QUERY. ADVISORY: GOOGLE TRENDS USES DYNAMIC SAMPLING, SO RANK ORDER AND INDEX VALUES MAY VARY DEPENDING ON WHEN THE TOOL IS ACCESSED, EVEN FOR THE SAME TIME PERIOD.

we are social Hootsuite

نتیجه نظرسنجی مرکز «جی. دایبیلو. آی.» نیز مهر تأییدی بر این یافته‌هاست و نشان می‌دهد که از هر ۱۰ کاربر اینترنت، ۳ نفر هر هفته از ابزارهای ترجمه استفاده کرده‌اند. استفاده از این ابزارها در کشورهای در حال توسعه، به ویژه آمریکای لاتین بیشتر است.

- ساخت ویدئوها و محتوای ویدئویی برای افراد کم‌سواد و حتی افرادی که ناتوانی‌های خاصی دارند، در دسترس‌تر است. به علاوه استفاده از ابزارهای ارتباطات صوتی و تشخیص تصویر که نیازی به تایپ و خواندن هم ندارد، در یافتن محتوا و دسترسی به اطلاعات در اینترنت یاری‌کننده است.

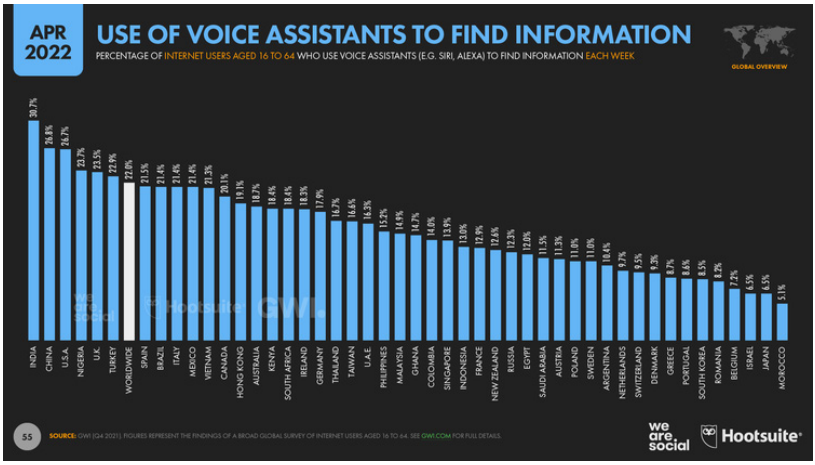


استفاده از ابزار ترجمه در برخی از کشورهای جهان

- با شیوع بیماری کرونا، رشد کاربران شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با میزان رشد کاربران روند کاهشی داشته است. تحلیل داده‌های «کپیوس» نشان می‌دهد از شروع سال ۲۰۲۲ تنها ۳۲ میلیون نفر (۰٫۷درصد) به کاربران شبکه‌های اجتماعی اضافه شده‌اند.

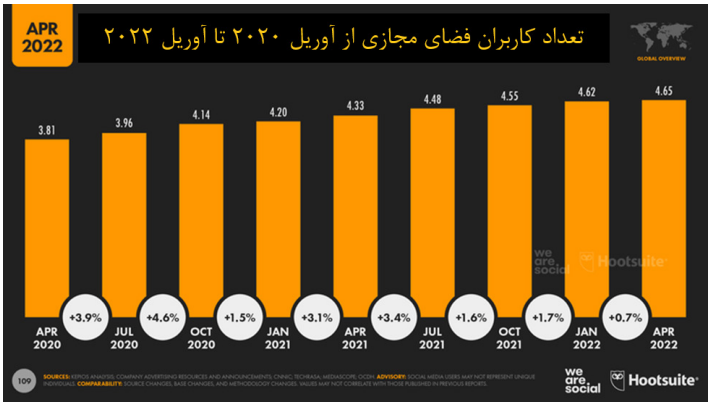
- با این حال، جمعیت کل کاربران شبکه‌های اجتماعی، ۷٫۵ درصد افزایش داشته است. یعنی ۳۲۶ میلیون کاربر جدید طی ۱۲ ماه به جمع آنان اضافه شده است که تعداد جمعیت کل انها را تا ابتدای آوریل ۲۰۲۲

به ۴٫۶۵ میلیارد نفر رسانده است.

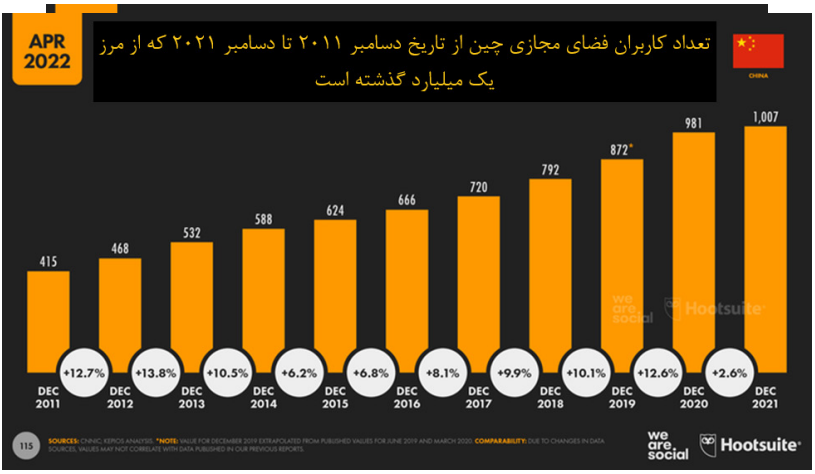


درصد استفاده از ابزارهای ارتباطات صوتی برای یافتن محتوا در برخی از کشورهای جهان

- داده‌ها نشان می‌دهد از هر ۱۰ کاربر شبکه‌های اجتماعی، ۹ نفر ماهانه به این پلتفرم‌ها سر می‌زنند. اگر کاربران دارای سن قانونی ۱۳ سال و بالاتر را در استفاده از این پلتفرم در نظر بگیریم، بیش از سه چهارم مردم روی کره زمین از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و شاید دلیل کاهش سرعت رشد تعداد کاربران همین باشد.



- در آخرین گزارش مرکز اطلاعات و فناوری چین آمده است که در حال حاضر بیش از یک میلیارد چینی کاربر شبکه‌های اجتماعی هستند. بر اساس این گزارش تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی چین طی ۲۰۲۱ رشد ۲٫۶ درصدی داشته و تا پایان سال به ۱٫۰۰۷ میلیارد نفر می‌رسد. به عبارتی ۷۰ درصد از جمعیت کل این کشور به طور منظم از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و ۹۷٫۵ درصد جمعیت آن در شبکه‌های اجتماعی فعال هستند. چین با داشتن ۲۱٫۶ درصد از ۴٫۶۵ میلیارد کاربر شبکه‌های اجتماعی صدرنشین کشورهای جهان است. در مقابل ۴۴۰ میلیون نفر نیز در چین در شبکه‌های اجتماعی فعالیت ندارند و در نتیجه، کماکان امکان رشد کاربران شبکه‌های اجتماعی در این کشور وجود دارد.



۱۰. فعالیت‌های کاربران در شبکه‌های اجتماعی

فعالیت‌های کاربران با توجه به اقتضائات جغرافیایی و جمعیت‌شناختی کاملاً متفاوت است. طبق نظرسنجی «جی. دابلیو. آی.»، بررسی و رصد فعالیت‌های کاربران در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که؛

- از هر ۱۰ کاربر فیس‌بوک، ۷ نفر برای پیام دادن و در ارتباط بودن با دوستان و بستگان از این پلتفرم استفاده می‌کنند که از جمله محبوب‌ترین

فعالیت کاربران است.

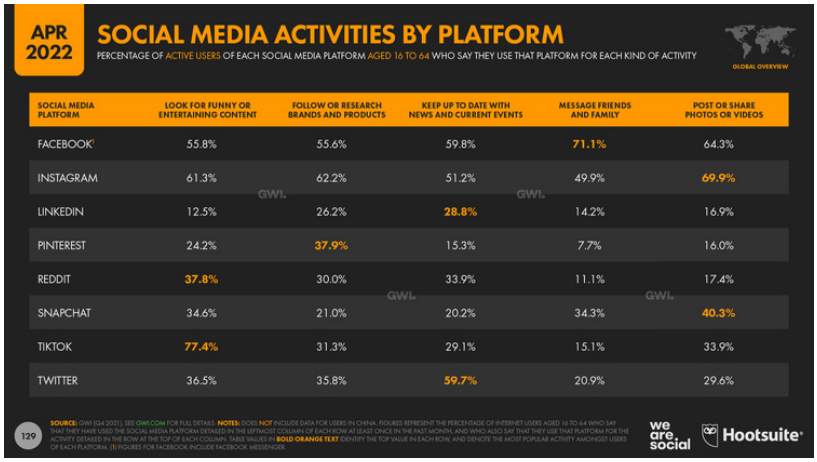
- کاربران اسنپ‌چت و اینستاگرام علاقه فراوانی به تولید و انتشار مطالب و محتوای مربوط به خودشان را دارند که تفاوت‌های اخلاقی کلیدی میان اینستاگرام و تیک‌تاک را نشان می‌دهد.

- از هر ۱۰ کاربر اینستاگرام تقریباً ۷ نفر (۶۹٫۹ درصد) تصاویر و ویدئوهای خود را در آن منتشر می‌کنند.

- قابل توجه تاجران و کاسبان که ۳۷٫۹ درصد کاربران پینترست۱ به طور ویژه مطالب مربوط به برند و مد را پیگیری می‌کنند. آنها از این پلتفرم برای یافتن و یا دنبال کردن برندها استفاده می‌کنند.

- به روز بودن و دنبال کردن رخدادها و رویدادهای روز از فعالیت‌های اصلی کاربران توییتر و لینکداین۲ است.

این یافته‌ها برای برندهایی که به دنبال توسعه و گسترش استراتژی‌های بهتر برای تجارت در شبکه‌های اجتماعی هستند ارزشمند است. چراکه این یافته‌ها زمینه‌ها و انگیزه‌های کاربران هر پلتفرمی را به خوبی نشان می‌دهد.



APR 2022

SOCIAL MEDIA ACTIVITIES BY PLATFORM

PERCENTAGE OF ACTIVE USERS OF EACH SOCIAL MEDIA PLATFORM AGED 16 TO 64 WHO SAY THEY USE THAT PLATFORM FOR EACH KIND OF ACTIVITY

GLOBAL OVERVIEW

SOCIAL MEDIA PLATFORM	LOOK FOR FUNNY OR ENTERTAINING CONTENT	FOLLOW OR RESEARCH BRANDS AND PRODUCTS	KEEP UP TO DATE WITH NEWS AND CURRENT EVENTS	MESSAGE FRIENDS AND FAMILY	POST OR SHARE PHOTOS OR VIDEOS
FACEBOOK[1]	55.8%	55.6%	59.8%	**71.1%**	64.3%
INSTAGRAM	61.3%	62.2%	51.2%	49.9%	**69.9%**
LINKEDIN	12.5%	26.2%	**28.8%**	14.2%	16.9%
PINTEREST	24.2%	**37.9%**	15.3%	7.7%	16.0%
REDDIT	**37.8%**	30.0%	33.9%	11.1%	17.4%
SNAPCHAT	34.6%	21.0%	20.2%	34.3%	**40.3%**
TIKTOK	**77.4%**	31.3%	29.1%	15.1%	33.9%
TWITTER	36.5%	35.8%	**59.7%**	20.9%	29.6%

129

SOURCE: GWI (Q4 2021). SEE GWI.COM FOR FULL DETAILS. NOTES: DOES NOT INCLUDE DATA FOR USERS IN CHINA. FIGURES REPRESENT THE PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THAT THEY HAVE USED THE SOCIAL MEDIA PLATFORM DETAILED IN THE LEFTMOST COLUMN OF EACH ROW AT LEAST ONCE IN THE PAST MONTH, AND WHO ALSO SAY THAT THEY USE THAT PLATFORM FOR THE ACTIVITY DETAILED IN THE ROW AT THE TOP OF EACH COLUMN. TABLE VALUES IN BOLD ORANGE TEXT IDENTIFY THE TOP VALUE IN EACH ROW, AND DENOTE THE MOST POPULAR ACTIVITY AMONGST USERS OF EACH PLATFORM. (1) FIGURES FOR FACEBOOK INCLUDE FACEBOOK MESSENGER.

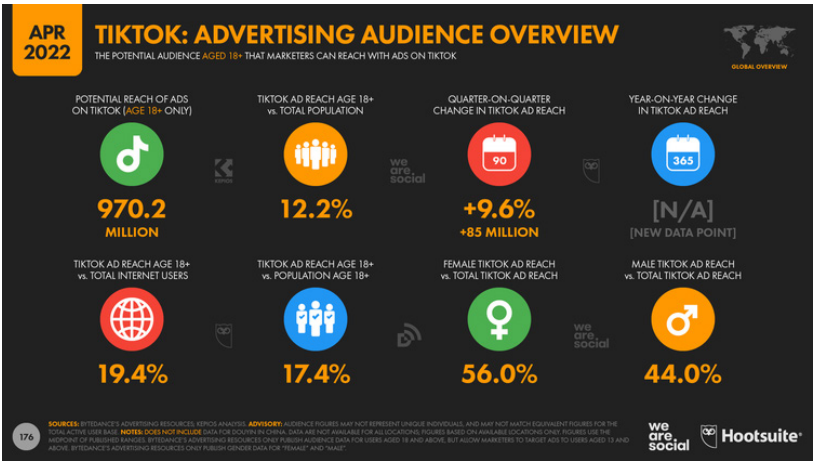
we are social Hootsuite

درصد فعالیت‌های اجتماعی در هر پلتفرم شبکه‌های اجتماعی

1 . Pinterest
2 . LinkedIn

۱۱. بررسی پیام‌رسان -تیک‌تاک-

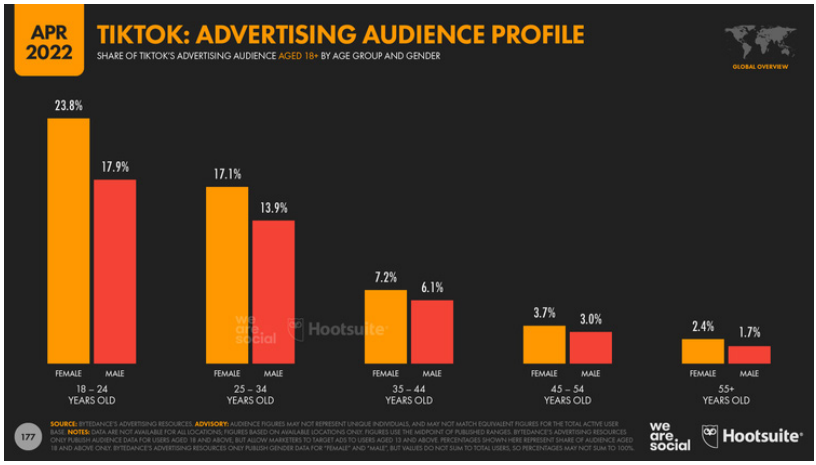
- ۱۵ درصد از کاربران تیک‌تاک، از این پلتفرم برای برقراری ارتباط و پیام‌دادن استفاده می‌کنند.
- ۷۷ درصد از کاربران تیک‌تاک از این پلتفرم برای تماشای محتواهای سرگرم‌کننده و خنده‌دار استفاده می‌کنند.
- از هر ۳ کاربر تیک‌تاک، ۱ نفر (۳۳٫۹ درصد) تصاویر و ویدئوهای خود را در آن منتشر می‌کنند.
- آخرین ارقام منتشرشده در منابع تبلیغاتی بایتِدانس[1] نشان می‌دهد رشد تبلیغاتی تیک‌تاک در سه ماهه اول سال ۲۰۲۲ میلادی سریع‌تر از سه ماهه پایانی ۲۰۲۱ بوده است. بازاریابان می‌توانند تبلیغات خود را در تیک‌تاک به ۹۷۰ میلیون کاربر ۱۸ ساله و بالاتر (۱۰ درصد بیشتر از قبل) ارائه دهند.
- مخاطبان بزرگسال تیک‌تاک با نرخ تقریبی ۱ میلیون نفر کاربر جدید در روز رو به افزایش است.



نمای کلی از مخاطبین تبلیغاتی تیک‌تاک

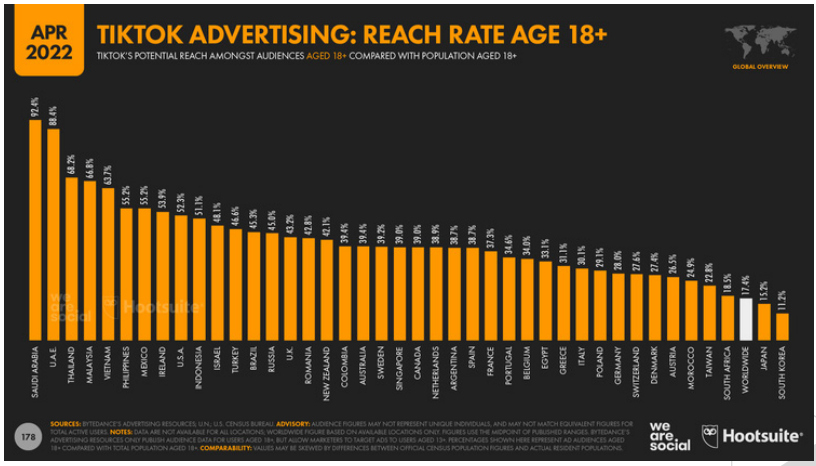
1 . Bytedance

- ابزارهای تبلیغاتی تیک‌تاک این امکان را به بازاریابان می‌دهد تا کاربران ۱۳ ساله و بالاتر را مورد هدف قرار دهند. در حالی‌که در سایر پلتفرم‌ها این ابزارها کاربران ۱۸ سال و بالاتر را پوشش می‌دهد. اگر به نمایه جمعیتی مخاطبان بالای ۱۸ سال نگاه کنیم، متوجه سهم معناداری کاربران زیر ۱۸ سال در پلتفرم می‌شویم. بنابراین می‌توان استنتاج کرد که تبلیغات تیک‌تاکدر مجموع به میزان قابل‌توجهی بالاتر از رقم منتشر شده است.



پروفایل مخاطبان تبلیغاتی تیک‌تاک به تفکیک جنسیت و سن

- تیک‌تاک در خاورمیانه و جنوب غرب آسیا به شدت محبوب است.



نرخ دسترسی سن بالای ۱۸ سال به تیک‌تاک در برخی از کشورهای جهان

- عربستان سعودی و امارات متحده عربی بالاترین نرخ استفاده از تیک‌تاک را در میان بزرگسالان ۱۸ ساله و بالاتر به خود اختصاص داده‌اند. این آمار ممکن است تا حدودی به دلیل تفاوت بین شمارش رسمی سرشماری و جمعیت واقعی ساکن تغییر کند.
- تعداد کاربران تیک‌تاک در حال حاضر برابری می‌کند با دو سوم جمعیت بزرگسال تایلند و مالزی که حتی تعداد کاربران آن در جنوب غرب آسیا، بیش از ۵۰ درصد کل جمعیت این منطقه است.
- آخرین آمار و ارقام بایتدانس نشان می‌دهد بیش از نیمی از بزرگسالان آمریکا هر ماه از تیک‌تاک استفاده می‌کنند.

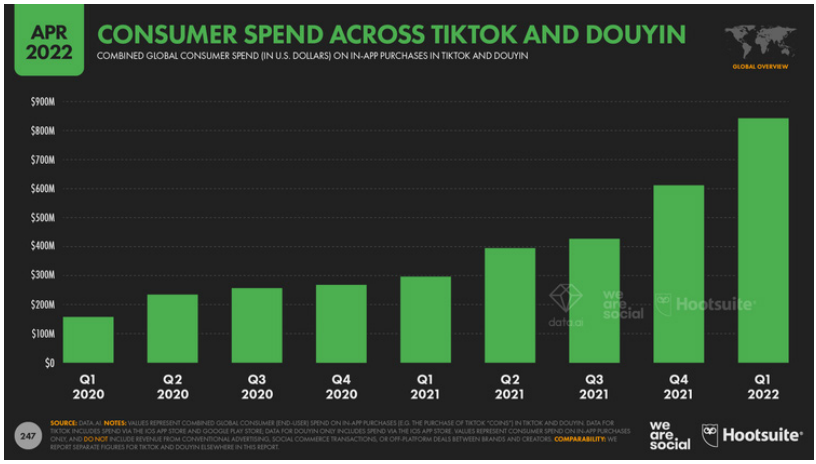
۱۲. بررسی پیام‌رسان -دویین-۱

- کاربران چینی در سه ماه اول سال ۲۰۲۲ میلادی بیش از ۶۲۰ میلیون دلار در تیک‌تاک و ۲۲۰ میلیون دلار نیز به دیگر همتای چینی یعنی «دوییـن» هزینه کرده‌اند. مجموع ۸۴۰ میلیون دلاری این دو برنامه ۴۰ درصد بیشتر از هزینه‌های درون برنامه‌ای پلتفرم‌ها در دوره سه ماهه قبل است و بیشترین مبلغی است که یک برنامه تلفن همراه در دوره سه ماهه از طریق هزینه‌های مصرف‌کننده کسب کرده است. آنچه که این اعداد را قابل‌توجه می‌کند این است که چنین مبلغی تنها از طریق خرید سکه‌های درون‌برنامه‌ای پلتفرم‌ها بدست آمده است و کاربران از آنها برای خرید هدایای مجازی استفاده می‌کنند؛ چیزی شبیه انعام دادن!
- این مبلغ زیاد، شامل هزینه‌های تبلیغات متعارف، تراکنش‌های تجاری مردم و حتی معاملات میان برندهای معروف و بلاگرهای تأثیرگذار فعال در شبکه‌های اجتماعی و ... نمی‌شود.
- آمریکا با صرف هزینه بیش از ۳۱۰ میلیون دلار برای خریدهای آنلاین درون‌برنامه‌ای بین ژانویه و مارچ ۲۰۲۲ در نیمه اول سال جاری بیشترین سهم را در تیک‌تاک داشته است. نکته مهم‌تر اینکه هزینه‌کرد در تیک‌تاک در سه ماه اول سال ۲۰۲۲ میلادی دو برابر شده است و

1 . Douyin

داده‌ها حکایت از رشد ۱۲۵ درصدی سه ماه به سه ماه خریدهای آنلاین درون‌برنامه‌ای کاربران آمریکایی تیک‌تاک دارد. البته به غیر از آمریکا و چین، کاربران کشورهایی نظیر کویت، آلمان و عربستان سعودی نیز در سه ماه اول سال ۲۰۲۲ برای خریدهای درون‌برنامه‌ای این پلتفرم دو برابر قبل هزینه کرده‌اند.

- داده‌ها همچنین نشان می‌دهد کاربران سراسر جهان در حال حاضر نسبت به سال ۲۰۱۴ که دو برنامه تیک‌تاک و دوییـن معرفی شده‌اند، بیش از ۳٫۷ میلیارد دلار هزینه کرده‌اند که بیش از نیمی از این هزینه‌ها مربوط به ۱۲ ماه گذشته است.



درصد هزینه صرف شده در تیک‌تاک و دوییـن از نیمه اول سال ۲۰۲۰ تا نیمه اول ۲۰۲

۱۳. بررسی پیام‌رسان مِتا[1]

تعداد کاربران کنونی برنامه «متا» نشان‌دهنده تأثیرپذیری به‌سزای این برنامه از جنگ اوکراین و روسیه است. هنگام تهیه این گزارش، تعداد کاربران اوکراینی متا در برنامه‌های اینستاگرام، فیس‌بوک و پیام‌رسان‌ها ۱٫۷ میلیون نفر کم‌تر از تعدادی بود که در ژانویه ۲۰۲۲ اعلام شده بود. این موضوع ریزش ۷ درصدی را در شروع سال نشان می‌دهد و گویای این است که ۱٫۴

1 . Meta

میلیون زن اوکراینی (۸۰ درصد) از کاربران این کشور مجبور به ترک کشور خود شده‌اند. هرچند که داده‌های متا نشان نمی‌دهد این افراد کجا ممکن است رفته باشند.

از ژانویه ۲۰۲۲ تاکنون ۵۵۰ هزار (۲٫۳ درصد) کاربر به مجموع کاربران لهستانی متا اضافه شده‌اند که اگر تمامی این کاربران جدید پناهندگان روسی باشند، این رقم تنها یک سوم از مجموع ۱٫۷ میلیون کاربری است که اوکراین را ترک کرده‌اند. در مقابل، تعداد کاربران متا در کشورهای همسایه اوکراین مثل مولداوی، مجارستان، رومانی، اسلواکی و بلاروس افزایش اندک ده‌هزار نفر را نشان می‌دهد.

این موضوع ممکن است به این دلیل باشد که متا موقعیت مکانی کاربران را بر اساس آنچه «خانه» آنها می‌پندارد، ارزیابی می‌کند و در نتیجه، این برنامه ممکن است کاربرانی را که برای مدت زمان مشخصی در کشور دیگری سکنی دارند، جزو جمعیت آن کشورها لحاظ نکند. از طرفی، متا از زمان شروع جنگ اوکراین در اواخر ماه فوریه تاکنون اطلاعات تبلیغاتی کاربران خود در روسیه را برای هر یک از پلتفرم‌های مختلفش هنوز منتشر نکرده است.

اگر یک شرکت تبلیغاتی، روسیه را برای تبلیغات خود انتخاب کند، ابزار آن شرکت چنین پیام خطایی را نشان می‌دهد: «تبلیغات شما شامل مکان‌هایی می‌شود که در حال حاضر محدود است. لطفاً مکان‌های محدود را از تنظیمات مخاطب خود حذف کنید». مشخص نیست تا چه زمانی ممکن است این وضعیت طول بکشد و به نظر می‌رسد در دنیای مجازی متا تنها پلتفرمی است که تبلیغات را به این طریق محدود کرده است. هرچند این محدودیت تأثیر به‌سزایی روی تعداد کل مخاطبان متا داشته است. برای مثال ابزارهای متا در ژانویه ۲۰۲۲ میلادی گزارش داده‌اند که:

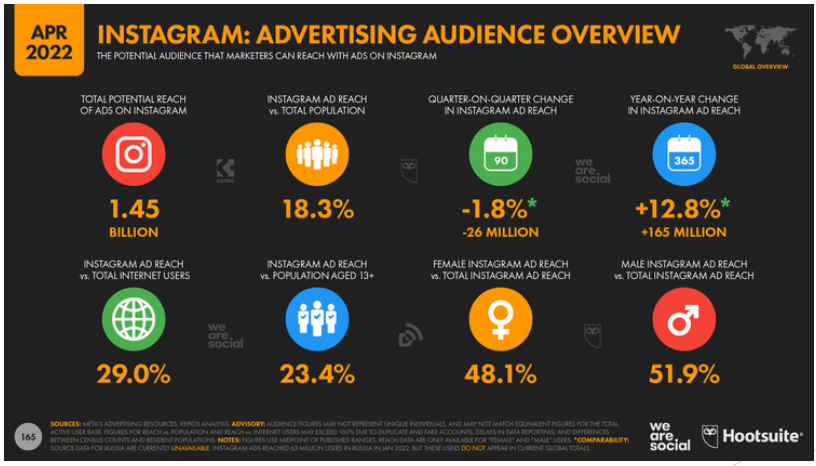
- ارسال تبلیغات به کاربران فیس‌بوک در روسیه به ۸٫۶ میلیون کاربر رسید.
- ارسال تبلیغات به کاربران اینستاگرام در روسیه به ۶۹ میلیون کاربر

رسید.

- ارسال تبلیغات به کاربران پیام‌رسان‌ها در روسیه به ۲۹ میلیون کاربر رسید.

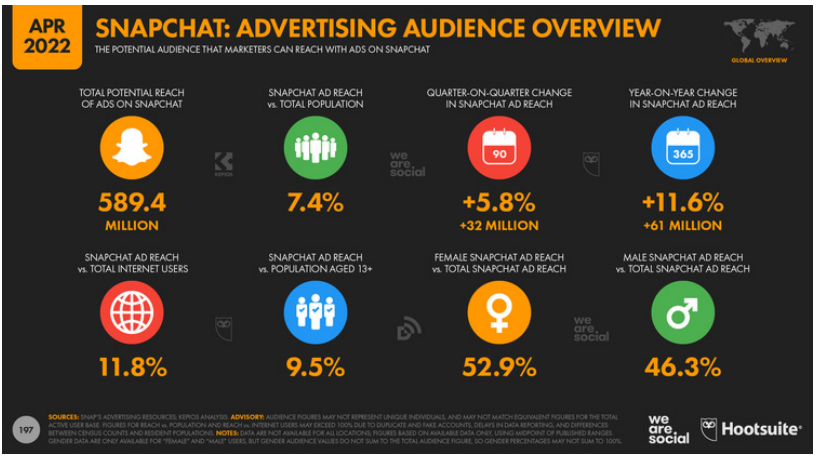
اما هیچ یک از این کاربران در آمار و ارقام مخاطبان متا برای این پلتفرم‌ها حضور ندارند و تأثیر بسیار منفی بر روی آمار کل هر یک از پلتفرم‌ها داشته است. علی‌رغم این تغییرات، جمعیت کل کاربران جهانی فیس‌بوک و برنامه‌های پیام‌رسان همچنان رشد سه ماه به سه ماه را داشته است، اما اینستاگرام در مقابل، شاهد تعدیل قابل توجهی بوده است.

طبق آخرین داده‌ها، تعداد کل کاربران کنونی اینستاگرام ۱٫۸ درصد کمتر از تعدادی است که در ژانویه ۲۰۲۲ میلادی گزارش شده بود؛ به عبارتی کاهش ۲۶ میلیون کاربر اینستاگرام طی سه ماه گذشته. هرچند بعید به نظر می‌رسد که متا تمام این کاربران را از دست داده باشد. این شرکت تنها مانع از ارسال تبلیغات به کاربران روسی خود شده که به احتمال زیاد به دلیل تحریم‌های اعمال شده از جانب دولت آمریکاست. تخمین می‌زنیم اگر چنین محدودیت‌هایی برای کاربران روسی در شبکه‌های اجتماعی وجود نداشت، پیش‌بینی می‌شد بین ۳۸ تا ۴۰ میلیون کاربر (۲٫۶ درصد) به تعداد کاربران جهانی اینستاگرام اضافه شود.



نمای کلی از میزان تبلیغات در فضای اینستاگرام

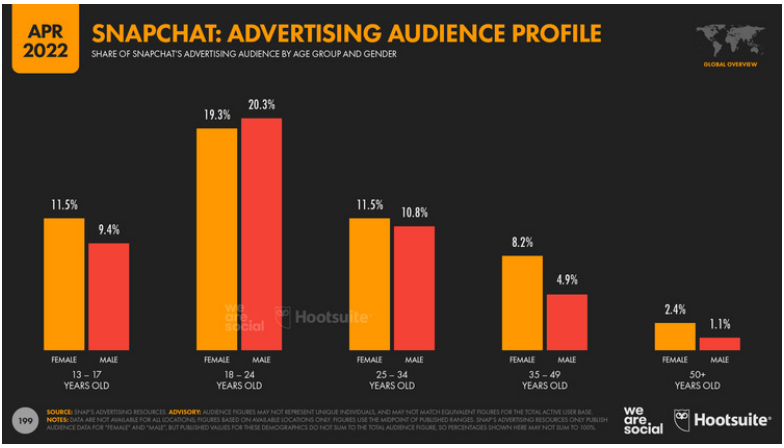
۱۴. بررسی پیام‌رسان اسنپ‌چت



نمای کلی از میزان دسترسی تبلیغات به کاربران اسنپ‌چت

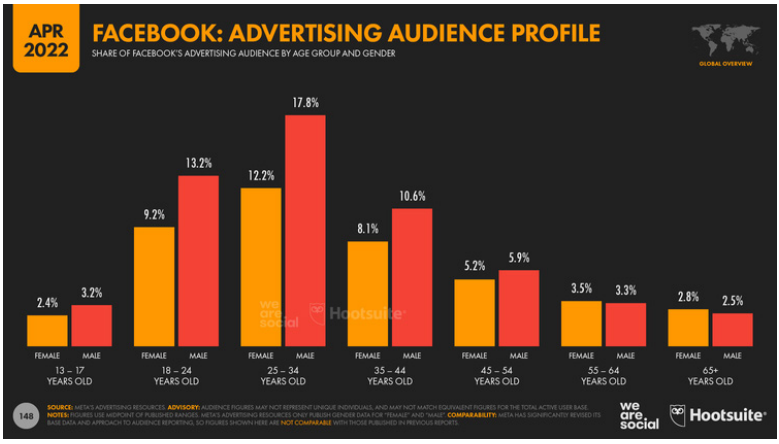
آخرین داده‌های منتشر شده از منابع تبلیغاتی اسنپ‌چت نشان می‌دهد که از سه ماه گذشته ۳۲ میلیون کاربر جدید دیگر به این برنامه پیوسته‌اند که رشد چشمگیر ۶ درصدی دوره‌های سه ماهه را نشان می‌دهد. ابزارهای این برنامه نشان می‌دهد تاجران در حال حاضر به بیش از ۵۸۹ میلیون کاربر اسنپ‌چت دسترسی دارند که ۱۱٫۶ درصد بیشتر از مقداری است که سال گذشته این موقع به آن دسترسی داشتند.

اگر چه عمده کاربران اسنپ‌چت را جوانان تشکیل می‌دهد، اما آمار نشان می‌دهد که این پلتفرم رشد اخیر خود را مدیون کاربرانی است که اکثریت آنان اوایل ۲۰ سالگی را تجربه می‌کنند.



پروفایل تبلیغاتی مخاطبان در اسنپ‌چت

۱۵. بررسی پیام‌رسان فیس‌بوک



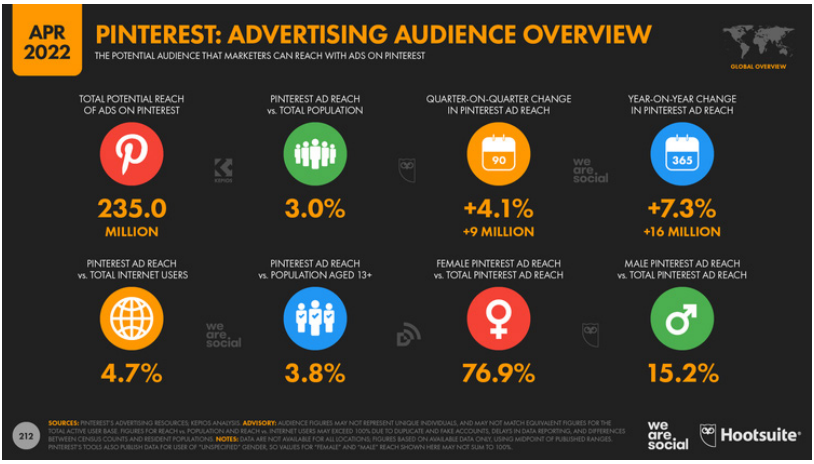
پروفایل تبلیغاتی مخاطبان در فیس‌بوک

متا برای مقابله با گزارش‌های مکرر رسانه‌ها مبنی بر اینکه کاربران جوان‌تر در حال ترک فیس‌بوک هستند، شواهد زیادی ارائه می‌کند. آخرین داده‌های مربوط به مخاطبین جوان این شرکت نشان می‌دهد که شرکت‌های تبلیغاتی در مقایسه با ژانویه ۲۰۲۲ به ۲٫۸ میلیون کاربر نوجوان دیگر این پلتفرم دسترسی دارد که نشانگر رشد سه ماهه ۱٫۳ درصدی در این سرشماری است.

البته این آمار و ارقام بسته به علایق کاربران در هر کشور، ممکن است متفاوت باشد، اما نکته مهمی که شرکت‌های تجاری و تبلیغاتی به خوبی از آن مطلع هستند، این است که علایق کاربران یک منطقه از جهان علی‌رغم متفاوت بودن با علایق سایر کاربران یک منطقه دیگر جهان تأثیر چندانی روی آن ندارد و تنها کاری که باید بکنند این است که داده‌های مربوط به حیطه کاری خود را بررسی کنند.

۱۶. بررسی پیام‌رسان پینترست

با کاهش دسترسی جهانی در اواخر سال گذشته، ابزارهای طراحی و برنامه‌ریزی پینترست توانسته است ضررهای بخش تبلیغاتی این پلتفرم را جبران کند. تعداد تبلیغات این پلتفرم در آوریل ۲۰۲۲ به ۲۳۵ میلیون رسید که نشانگر رشد سه ماهه ۴٫۱ درصدی است.



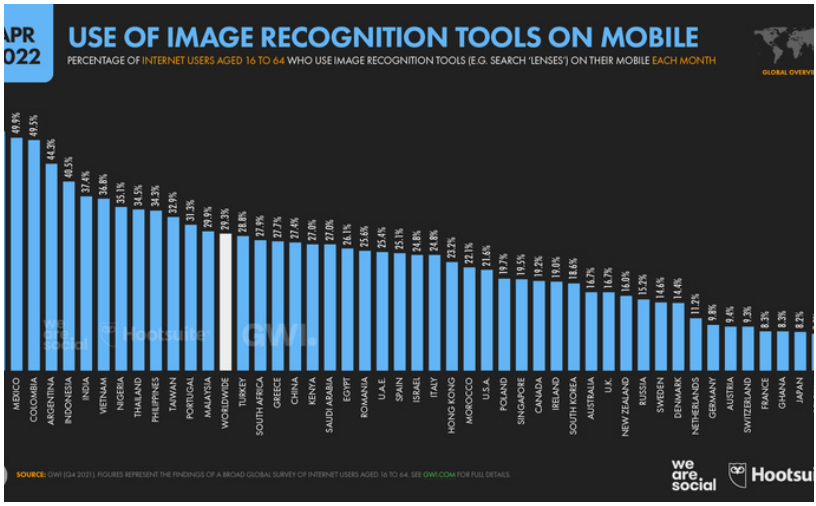
نمای کلی از مخاطب تبلیغاتی پینترست

دیگر داده‌های این نمودار ممکن است برای تاجران و شرکت‌های تبلیغاتی‌ای که علاقمند به فعالیت در پلتفرم پینترست هستند، جالب توجه باشد. به ویژه آنهایی که در حوزه تبلیغات بصری از قبیل مد فعالیت دارند.

به گزارش «جی. دابلیو. آی.» تقریباً از هر ۳ نفر یک کاربر اینترنتی در سن

کار، هر ماه از ابزار تشخیص تصویر استفاده می‌کند. این آمار در برزیل به ۵۰ درصد می‌رسد و در مکزیک و کلمبیا کمتر از ۵۰ درصد است.

برنامه «لنز» پینترست که گزینه‌های متقاعدکننده و مناسبی را برای جستجوی تصویری پیشنهاد می‌کند، فرصت بازاریابی بیشتری را برای این پلتفرم به وجود آورده است.

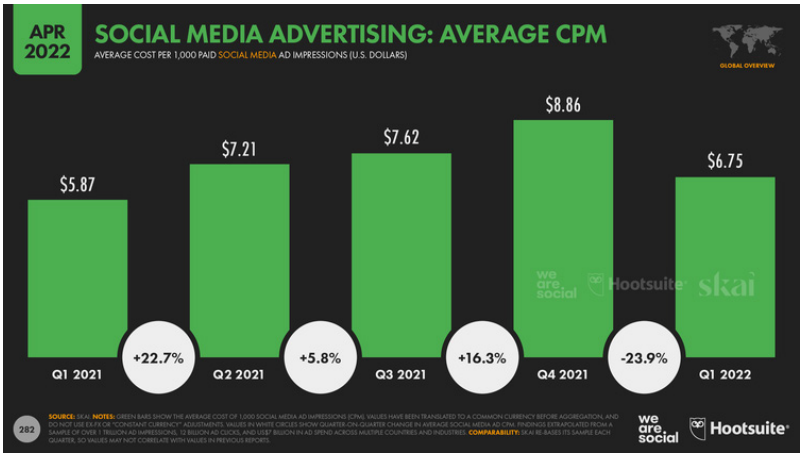


درصد استفاده از ابزارهای تشخیص تصویر در برخی از کشورهای جهان

۱۷. تبلیغات نمایشی شبکه‌های اجتماعی

به گزارش اسکای آی، هزینه نمایش ۱۰۰۰ تبلیغ نمایشی در شبکه‌های اجتماعی بین سه ماهه اول و سه ماهه دوم سال ۲۰۲۲ میلادی، ۱۵ درصد افزایش داشته است. تحلیل داده‌های بیش از یک تریلیون بازدید جهانی تبلیغات نمایشی، نشان می‌دهد که هزینه متوسط آنها در سه ماه اول سال جاری ۶٫۷۵ دلار بوده است. این رقم تقریباً ۲۴ درصد کمتر از میانگین قیمتی است که بازاریابان در سه ماهه چهارم سال پرداخته‌اند. سه ماهه اول سال معمولاً «ارزان‌ترین» ماه‌ها برای هزینه‌های تبلیغاتی است. به‌ویژه در مقایسه با دوره سه ماه تعطیلات که قبل از آن قرار دارد. اگر این روند تا سه ماهه چهارم سال جاری ادامه داشته باشد، بازاریابان باید انتظار پرداخت به طور

متوسط بیش از ۱۰ دلار برای ۱۰۰۰ تبلیغات نمایشی شبکه‌های اجتماعی در فصل تعطیلات سه ماهه چهارم سال را داشته باشند. به این معنا که هر تبلیغ نمایشی در شبکه‌های اجتماعی به طور متوسط ۱ سنت هزینه دارد و این اولین باری است که میانگین تبلیغات نمایشی شبکه‌های اجتماعی از چنین مرزی رد شده است.



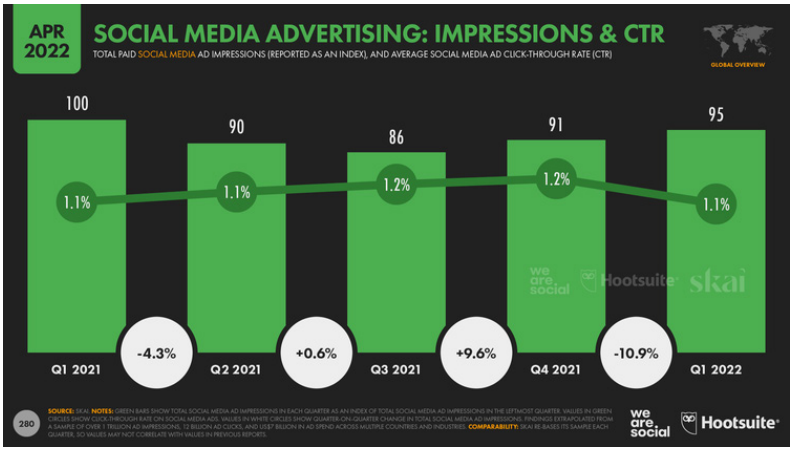
میانگین متوسط تبلیغات نمایشی شبکه‌های اجتماعی از سه ماهه اول ۲۰۲۱ تا سه ماهه اول ۲۰۲۲

با توجه به این داده‌ها و لحاظ افزایش قیمت‌ها، می‌توان گفت که بازاریابان نباید انتظار داشته باشند که اگر مثل همین چند ماه گذشته بیشتر دلار هزینه کنند سود بیشتر و بهتری خواهند داشت. علی‌رغم افزایش ۱۰ درصدی هزینه تبلیغات نمایشی در شبکه‌های اجتماعی در سه ماهه اول ۲۰۲۲ در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، شرکت‌های تبلیغاتی تنها موفق شدند ۹۵ درصد از تبلیغات نمایشی شبکه‌های اجتماعی را که در سه ماهه اول ۲۰۲۱ ارائه کرده بودند ارائه دهند.

نرخ کلیک در شبکه‌های اجتماعی نیز در سه ماه اول سال جاری در مقایسه با سه دوره سه ماهه قبلی به شدت کاهش یافته است. اگرچه تحلیلگران اعتقاد دارند دلیل آن ممکن است به افزایش ترجیح تبلیغات ویدیوئی باشد.

بسیاری از بازاریاب‌ها در هفته‌های اخیر، هزینه‌های رسانه‌های اجتماعی خود را مجدداً تنظیم کرده‌اند تا تأکید کمتری بر تبلیغات «پاسخ مستقیم» داشته باشند و معتقدند که تبلیغات عملکردی به‌دلیل اجرای سیاست‌های ATT اپل به‌طور قابل‌توجهی مقرون به صرفه شده است.

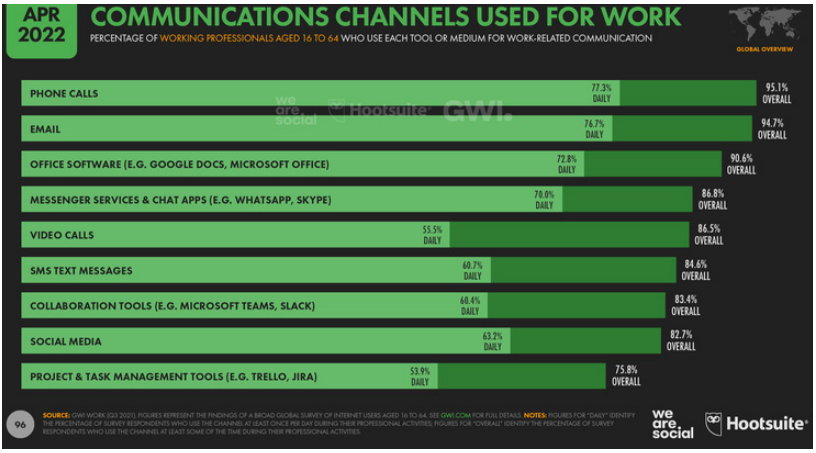
بسیاری از این بازاریابان در حال حاضر بیشتر روی تبلیغات ویدئومحور برندها سرمایه گذاری می‌کنند که معمولاً کمتر به تعامل کاربر (مثلاً کلیک کردن روی وب‌سایت) برای ارائه نتیجه دلخواه وابسته است.



تأثیر و نرخ کلیک تبلیغات شبکه‌های اجتماعی

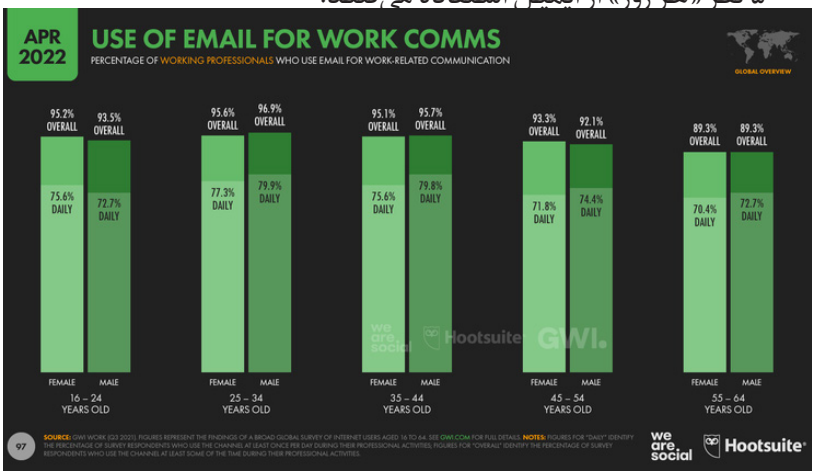
۱۸. شبکه‌های اجتماعی در محیط کار

- با وجود افزایش پلتفرم‌های تماس ویدئویی، پیام‌رسان و ...، همچنان تماس‌های صوتی در رأس رتبه‌بندی پلت‌فرم‌های مورد استفاده برای مکالمات و مکاتبات مرتبط با کار قرار دارند. بیش از ۹۵ درصد از شاغلین بین ۱۶ تا ۶۴ سال، گاهی اوقات در محل کار با تلفن تماس می‌گیرند، در حالی که ۷۷ درصد آنها هر روز این کار را انجام می‌دهند. آمار ایمیل نیز قابل تأمل است. تقریباً ۹۵ درصد از پاسخ‌دهندگان تأیید کرده‌اند که ایمیل همچنان بخش منظمی از زندگی کاری آنها است.



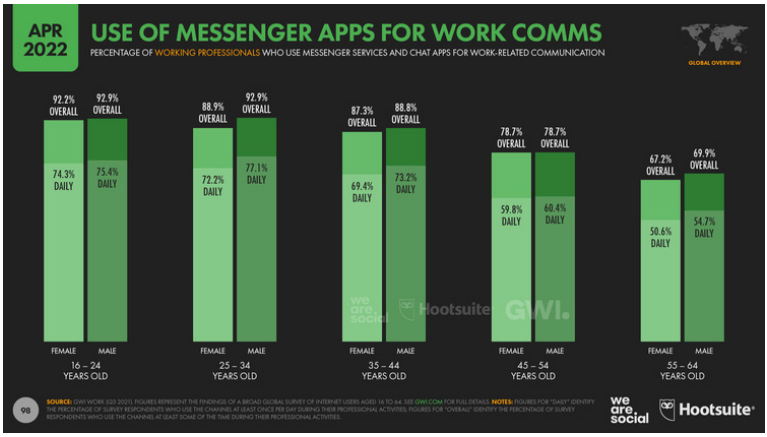
کانال‌های ارتباطی استفاده شده برای کار

- خواندن و نوشتن ایمیل یکی از متداول ترین فعالیت‌های ما در محل کار است. ۷۶٫۷ درصد از کارمندان حرفه‌ای حداقل یک بار در روز از ایمیل استفاده می‌کنند. شگفت‌انگیزتر اینکه افراد جوان‌تر بیشتر از همکاران مسن‌تر از ایمیل برای امور کاری استفاده می‌کنند. در حقیقت کارمندان جوان بین ۲۵ تا ۳۴ سال بزرگترین و اصلی‌ترین کاربران ایمیل هستند. بیش از ۹۶ درصد از این گروه، «در برخی مواقع» و نزدیک به ۴ نفر از هر ۵ نفر «هر روز» از ایمیل استفاده می‌کنند.



درصد استفاده از ایمیل برای مکاتبات کاری بر اساس گروه سنی و تفکیک جنسی

- در حال حاضر سرویس‌های پیام‌رسان مانند واتس‌اپ، در قامت وسیله ارتباطی ترجیحی در محل کار از سایر رقبا پیشی گرفته‌اند، تقریباً ۸۷ درصد از پاسخ‌دهندگان «در برخی مواقع» و از هر ۱۰ نفر ۷ نفر «هر روز» از این پلت‌فرم‌ها استفاده می‌کنند.



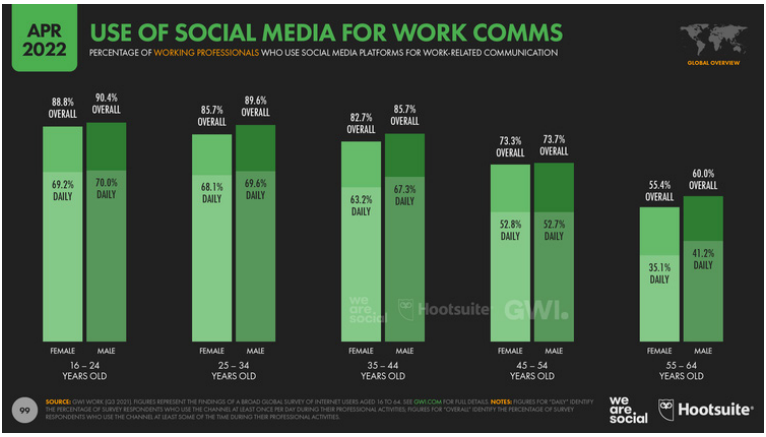
درصد استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان برای ارتباطات کاری بر اساس گروه سنی و تفکیک جنسیت

- کارمندان نسل زد، بیشترین استفاده از برنامه‌های چت را برای کار دارند. بیش از ۹۲ درصد آنها «در برخی مواقع» و تقریباً سه چهارم آنها به صورت روزانه از این نوع برنامه‌ها استفاده می‌کنند. همکاران نسل جنگ جهانی دوم در مقایسه با گروه‌های سنی جوان‌تر در پذیرش این پلت‌فرم‌ها کندتر عمل کرده‌اند. با این وجود، بیش از دو سوم افراد حرفه‌ای ۵۵ تا ۶۴ ساله از پیام‌رسان‌ها برای ارتباطات کاری استفاده می‌کنند.

- شاید با توجه به تأثیر برنامه زوم[1] نقش تماس‌های ویدئویی از زمان شروع همه‌گیری ویروس کرونا به طرز چشمگیری افزایش یافته است. داده‌های «جی. دابلیو. آی.» نشان می‌دهد که ۷۱.۷ درصد از کارمندان حرفه‌ای در پایان سال ۲۰۱۹ تماس‌های ویدئویی داشته‌اند که دو سال

1 . Zoom

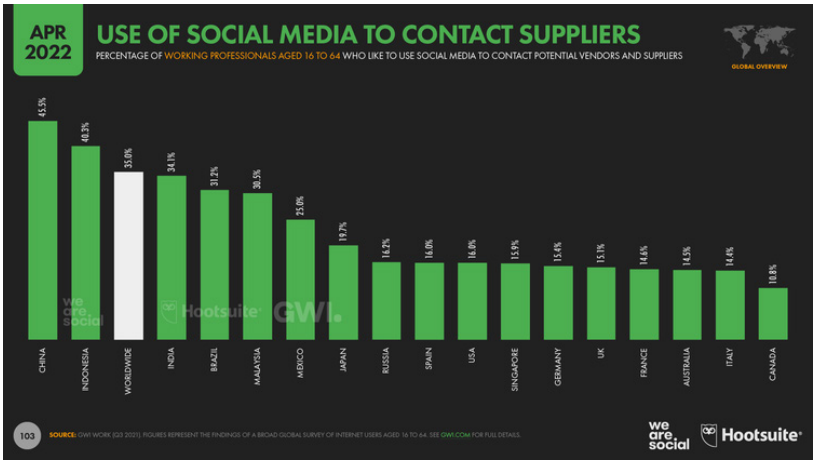
بعد، این رقم به ۸۶.۵ درصد افزایش یافته است؛ یعنی افزایش بیش از ۲۰ درصدی.



استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارتباطات کاری در گروه‌های سنی مختلف و تفکیک جنسیت

- از هر ۵ کارمند ۴ نفر از شبکه‌های اجتماعی برای ارتباطات مرتبط با کار استفاده می‌کنند. پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی از نظر فراوانی استفاده در رتبه‌های نسبتاً بالایی قرار دارند و تقریباً دو سوم (۶۳٫۲ درصد) کارمندان بین ۱۶ تا ۶۴ سال از شبکه‌های اجتماعی برای ارتباطات کاری روزانه استفاده می‌کنند.
- شاید جای تعجب نداشته باشد که نسل‌های جوان بیشتر از شبکه‌های اجتماعی برای ارتباطات حرفه‌ای استفاده کنند. تقریباً از هر ۱۰ شاغل نسل زد، ۹ نفر از استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارتباطات کاری در گروه‌های سنی مختلف و تفکیک جنسیت
- شبکه‌های مجازی برای گفتگوهای کاری استفاده می‌کنند و از هر ۱۰ شاغل نسل زد ۷ نفر هر روز این کار را انجام می‌دهند.
- از هر ۱۰ شاغل نسل جنگ جهانی دوم ۶ نفر از شبکه‌های اجتماعی برای هر نوع ارتباط کاری استفاده می کنند و از هر ۱۰ نفر، ۴ نفر «هر روز» از پلت‌فرم‌های اجتماعی برای ارتباط کاری استفاده می‌کنند.

- استفاده از شبکه‌های اجتماعی در ارتباطات کاری نیز بر اساس موقعیت جغرافیایی کشورها کاملاً متفاوت است. داده‌های «جی. دابیلیو.آی.» نشان می‌دهد که در سطح جهانی از هر ۳ شاغل، یک نفر از شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با تأمین‌کنندگان و فروشندگان خارجی استفاده می‌کند. این رقم در چین به بیش از ۴۵ درصد و در اندونزی به بیش از ۴۰ درصد می‌رسد. در انتهای نمودار، از هر ۹ شاغل کانادایی، یک نفر برای برقراری ارتباط با شرکای خارجی خود از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کند و در سراسر اروپا از هر ۶ نفر یکی به این کار مبادرت دارد.

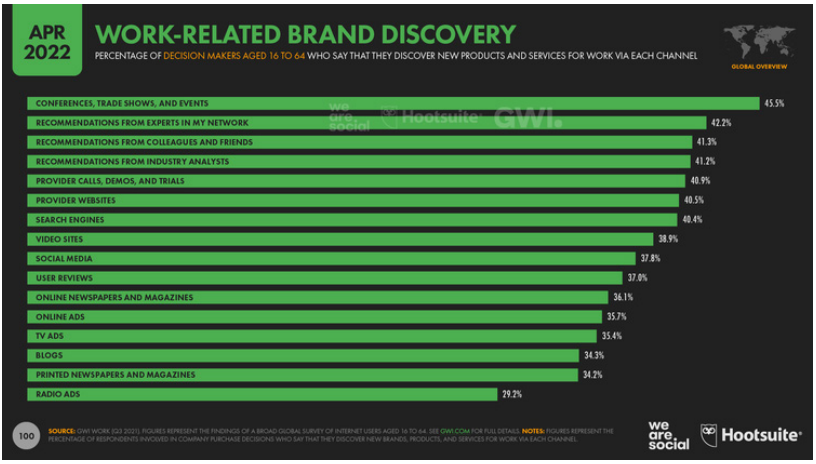


استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباطات
با تأمین‌کنندگان در برخی از کشورها

۱۹. شبکه‌های اجتماعی در محیط تجارت

داده‌های نظرسنجی «جی. دابیلیو. آی.»، بخش ویژه‌ای را به نقش در حال تحول دیجیتال در محیط کار اختصاص داده است. شاید مهمترین نکته آن مجموعه داده‌های تجارت به تجارت (B۲B) است که حرفه‌ای‌ها ترجیح می‌دهند از کانال‌های ارتباطی متنوعی برای فعالیت‌های کاری خود استفاده کنند.

- رویدادها و تبلیغات کلامی رودرو از راه‌های اصلی خرید محصولات و خدمات جدید از سوی خریداران و تاجران یا همان B۲B است. داده‌ها نشان می‌دهد که شاغلین برای اطلاع از پیشنهادهای جدید مرتبط با کارشان، به کانال‌های متنوع دیگری نیز مراجعه می‌کنند. وب‌سایت برندهای تجاری و محصولات کانال‌های حیاتی برای بازاریابی B۲B هستند و از هر ۱۰ تصمیم‌گیرنده B۲B بیش از ۴ نفر برندها و محصولات جدید را از طریق چنین سایت‌هایی پیدا می‌کنند. از سویی ۳۸ درصد از تصمیم‌گیرندگان B۲B محصولات و خدمات جدید مرتبط با کار خود را از طریق رسانه های اجتماعی پیدا می‌کنند.

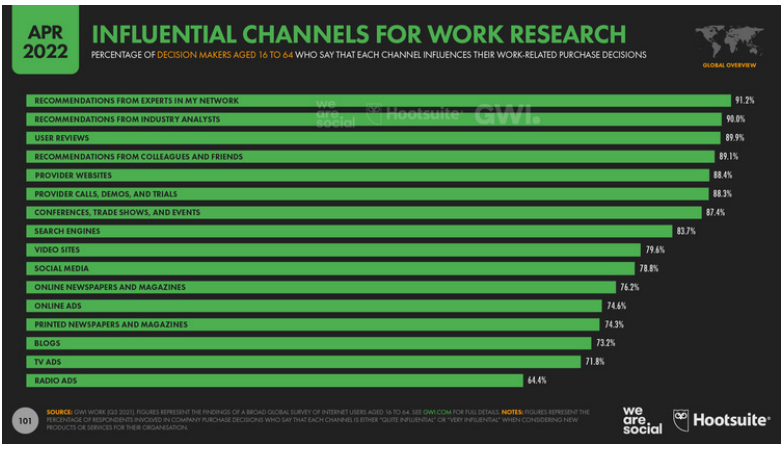


کشف برندهای تجاری مرتبط با حوزه کاری

- خریداران B۲B هنگام تحقیق در مورد خرید هستند، گفتگو با کارشناسان، همکاران و همتایان را منابع اصلی اطلاعات خود بیان کرده‌اند و از هر ۱۰ تصمیم‌گیرنده شرکتی ۹ نفر کانال‌ها را عاملی تأثیرگذار در تحقیقات مربوط به کار خود یاد می‌کنند.

- ۸۸ درصد از تصمیم‌گیرندگان وب‌سایت‌های تأمین‌کنندگان را عاملی تأثیرگذار در ارزیابی آنها از شرکای بالقوه یاد می‌کنند و ان را بالاتر از دموها، آزمایش‌ها و حتی نمایشگاه‌های تجاری قلمداد می‌کنند.

- از هر ۱۰ تصمیم گیرندگان B۲B، ۸ نفر معتقدند شبکه‌های اجتماعی نقش تأثیرگذاری در تحقیقات آنها داشته است. آنها شبکه‌های اجتماعی را به لحاظ تأثیر از رسانه‌های مطبوعاتی و تجاری مانند مجلات آنلاین و آفلاین برترمی‌دانند.



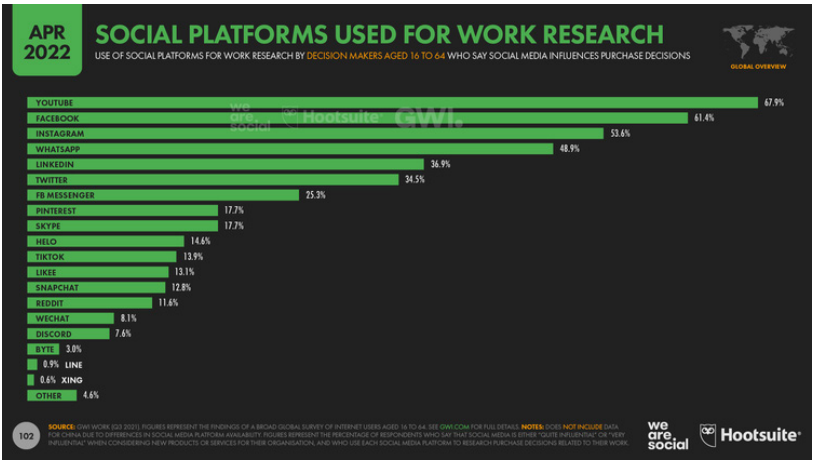
کانال‌های مؤثر برای تحقیقات کاری

- در خصوص تحقیق در مورد تأمین‌کنندگان بالقوه در رسانه‌های اجتماعی، خریداران B۲B به احتمال زیاد به YouTube روی می‌آورند. بیش از دو سوم (۶۷٫۹ درصد) تصمیم گیرندگانی که هنگام تحقیق در مورد شرکای بالقوه از پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، استفاده از پلتفرم‌های ویدئویی را بخشی از تحقیقات خود ذکر کرده‌اند. همین تصمیم‌گیرندگان هنگام تحقیق در مورد تأمین‌کنندگان بالقوه B۲B، بیشتر از فیس‌بوک (۶۱٫۴ درصد)، اینستاگرام (۵۳٫۶ درصد) و واتس‌اپ (۴۸٫۹ درصد) استفاده می‌کنند تا از لینکداین (۳۶٫۹ درصد).

- تیک‌تاک هم با وجود شهرت خود به منزله محلی برای سرگرمی، جایگاهی در دنیای B۲B دست و پا کرده است و در حال حاضر ۱۳٫۹ درصد از تصمیم‌گیرندگانی که از شبکه‌های اجتماعی برای تحقیقات خرید استفاده می‌کنند، اشاره داشته‌اند که برای جستجوی فروشندگان

بالقوه به این برنامه مراجعه داشته‌اند.

- اولویت و نفوذ نسبی پلت‌فرم‌ها بر اساس شرایط جغرافیایی و جمعیت‌شناختی متفاوت است.



پلتفرم‌های مورد استفاده برای جستجو در حوزه کاری

۲۰. مرور چند آمار

- احتمال تبدیل شدن خریداران آنلاینی که از طریق لپ‌تاپ و رایانه رومیزی از وب‌سایت‌های تجارت الکترونیک بازدید می‌کنند، نسبت به خریدارانی که از تلفن همراه استفاده می‌کنند، دو برابر است.

- پست‌های تیک‌تاک با هشتگ «صفحه‌ای برای شما» در مجموع بیش از ۲۲٫۵ تریلیون بازدید داشته است. یعنی افزایشی بیش از ۲۱ درصد (۴ تریلیون بازدید جدید) فقط در سه ماه گذشته.

- «Wordle[1]» یکی از ۲۰ عبارت پر جستجو در گوگل در سراسر جهان در سه ماهه اول سال ۲۰۲۲ بوده است.

- تیک‌تاک یکی از ۱۰ برنامه پر جستجو در یوتیوب در سه ماه اول سال ۲۰۲۲ بوده است.

- کاربران جهانی اینترنت به طور فزاینده‌ای به آب و هوا علاقمندند.

۱. بازی حدس کلمه وُردِل

جستجوی وضعیت آب و هوا در گوگل در طول پنج سال گذشته ۱٫۸۵۰ درصد (۱۹٫۵ برابر) افزایش داشته است. جستجو برای آب و هوای فردا ۱٫۲۵ درصد (۱۳٫۵ برابر) در مدت مشابه افزایش یافته است.

اندیشکده فرهنگ و رسانه