

به نام خداوند

گزارش سخنرانی علمی
«شخصی سازی و مدلسازی ترجیحات کاربر در ارتباطات سیار»

سخنران: دکتر الهه همایون والا

تاریخ برگزاری: ۱۹ آبان ۱۳۸۹

مکان: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران

تدوین: مانی فرسای

آبان ۱۳۸۹

مقدمه

گزارش حاضر به معرفی پنجمین سخنرانی علمی برگزار شده در پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران می‌پردازد. در انتها نیز نتایج تحلیل کاربرگه‌های ارزشیابی شرکت کنندگان ارائه می‌شود.

الف. معرفی

پنجمین سخنرانی علمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران در سال ۱۳۸۹ با عنوان «شخصی‌سازی و مدلسازی ترجیحات کاربر در ارتباطات سیار» و سخنرانی خانم دکتر الهه همایون‌والا، دکتری کامپیوتر - ارتباطات سیار، از کینگر کالج لندن چهارشنبه ۱۳۸۹/۰۸/۱۹ ساعت ۱۴ تا ۱۶ در تالار اجتماعات پژوهشگاه برگزار شد. در این گزارش، خلاصه‌ای از سخنرانی به همراه نتایج تحلیل کاربرگه‌های ارزیابی شرکت کنندگان ارائه می‌شود.

ب. خلاصه سخنرانی

سخنرانی با تعریف مفهوم شخصی‌سازی آغاز شد و سپس با ارائه مثال از شخصی‌سازی، خاستگاه آن، انواع شخصی‌سازی، چالش‌های پیش روی شخصی‌سازی و کاربرد شخصی‌سازی در ارتباطات سیار ادامه یافت. سخنران شخصی‌سازی را «توانایی شخصی کردن تجربه کاربران از محتوای الکترونیک» تعریف کرد و سپس به بررسی وبگاه «آمازون»، از بزرگ‌ترین فروشگاه‌های برخط، به عنوان مثالی از شخصی‌سازی پرداخت. با مراجعه به این وبگاه و نام‌نویسی در آن افراد قادر خواهند بود صفحه خود را شخصی‌سازی (Personalize) کنند. برای نمونه با فهرست کردن علایق و سلیق خود، وبگاه محصولات نزدیک به علایق کاربر را یافته و «اطلاعات شخصی‌سازی شده» را به وی پیشنهاد می‌کند. خاستگاه این شخصی‌سازی به زمانی بازمی‌گردد که حجم زیادی از اطلاعات بر روی شبکه اینترنت قرار گرفت و نیاز به فیلتر کردن اطلاعات برای هر کاربر احساس شد تا وی تنها به اطلاعات مورد علاقه و نیازش دسترسی یابد. ضمن اینکه این مفهوم در بازاریابی نیز به چشم می‌خورد؛ جایی که بر اساس الگوهای بازاریابی، نیازهای ویژه افراد مورد توجه قرار می‌گیرد تا برای مثال تبلیغات بدان سو سوق پیدا کند.

در مورد چالش‌های پیش‌رو نیز به دو مورد «مدلسازی محتوای مورد استفاده کاربر» و «امکان تطابق» اشاره شد. برای تشکیل «پروفایل کاربر» این دو چالش باید از پیش‌رو برداشته شود. هر «پروفایل کاربر» از دو دسته اطلاعات ثابت (نام و نام خانوادگی، تاریخ تولد، شماره شناسنامه و ...) و متغیر (نیازهای کاربر) تشکیل شده است. یکی از بهترین ساختارها برای مدلسازی ترجیحات متغیر کاربران، «شبکه‌های بیزین»^۱ است که امکان بررسی و مدلسازی نیازها و علایق علی را نیز دارد.

سپس کاربرد شخصی‌سازی در ارتباطات سیار به سه شکل تشریح شد: نخست، W3C یا کنسرسیوم وب جهان‌گستر که قدیمی‌ترین استاندارد شخصی‌سازی محسوب می‌شود که با ارائه استاندارد CCP از شخصی‌سازی حمایت کرد؛ دوم، 3GP که گروهی از مؤسسات ارتباطات سیار است که امکان دسترسی به امکانات محیط شخصی کاربر را در هر کجا و هر زمان برای وی فراهم می‌کند. برای مثال امکان دسترسی کاربر به رایانه شخصی‌اش در خانه، در هر محیط فیزیکی دیگری نیز فراهم می‌شود؛ سوم، WWRP's I-Centric Communications که در واقع تعیین کننده خط‌مشی‌های آینده پژوهی/آینده‌نگاری ارتباطات سیار است. مهم‌ترین مسئله شخصی‌سازی در ارتباطات سیار، «امنیت» اطلاعات کاربر و امکان دسترسی دیگر کاربران به آن است.

^۱ . Bayesian Network

ابعاد شخصی سازی نیز عبارتند از «محتوا، نمایش روی صفحه، ساختار تحویل اطلاعات (تحمیل یا تحویل اطلاعات)، نوع ابزار دریافت کننده اطلاعات، فناوری دسترسی و محتوایی که کاربر در آن قرار می گیرد».

«همایون والا» به این نکته اشاره کرد که به شخصی سازی باید با دید یک میان رشته نگریست. میان رشته ای که از هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی، آمار و احتمالات، داده کاوی و مانند آن تشکیل شده است.

در انتها نیز به جمع بندی و پرسش و پاسخ پرداخته و جلسه در ساعت ۱۵:۴۵ به پایان رسید.

ج. ارزشیابی نشست از دیدگاه شرکت کنندگان

پس از فراخوان سخنرانی ۱۷ نفر به صورت الکترونیکی، برای شرکت در سخنرانی، کاربرگ نام نویسی را تکمیل و ارسال کردند که ۱۵ نفر از آنها در ارزیابی سخنرانی شرکت کردند. ۱۰ نفر از شرکت کنندگان زن و ۵ نفر مرد بودند. جدول ۱ سطح تحصیلات شرکت کنندگان را نشان می دهد.

جدول ۱. سطح تحصیلات شرکت کنندگان

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد
دکتری	۳	۱۷/۶۴
کارشناسی ارشد	۱۰	۵۸/۸۲
کارشناسی	۴	۲۳/۵۲
کاردانی	..	..
مجموع	۱۷	۱۰۰

نتایج تحلیل پرسشنامه های تکمیل شده در جدولهای زیر ارائه می شود:

۱. ارزیابی محتوا

جدول ۲. ارزیابی محتوای نشست

محتوا	بسیار بد	بد	متوسط	خوب	بسیار خوب	مجموع
روشنی هدف ارائه شده	-	-	۱	۸	۵	۱۵
تناسب محتوا با انتظار شما	-	-	۳	۹	۳	۱۵
تناسب محتوا با نیازهای شما	-	-	۵	۷	۳	۱۵
روزآمدی محتوا	-	-	۱	۸	۶	۱۵
قابلیت در افزایش دانش تخصصی	-	-	۳	۹	۳	۱۵
جذابیت موضوع ارائه شده	-	-	۴	۵	۶	۱۴

۲. سخنران

جدول ۳. ارزشیابی سخنران نشست

سخنران	بسیار بد	بد	متوسط	خوب	بسیار خوب	مجموع
تسلط بر موضوع (توان علمی)	—	—	—	۷	۸	۱۵
توانایی انتقال مطالب (قدرت بیان)	—	—	۱	۶	۸	۱۵
پیوستگی در ارائه مطلب	—	—	۳	۵	۷	۱۵
ایجاد انگیزه و علاقه در شرکت کنندگان	—	۱	۳	۹	۲	۱۵
اشتیاق نسبت به یادگیری شرکت کنندگان	—	—	۳	۸	۳	۱۴
گشاده‌رویی و احترام نسبت به شرکت کنندگان	—	—	—	۵	۱۰	۱۵
پاسخ به پرسش‌های شرکت کنندگان	—	—	۲	۴	۷	۱۳
مدیریت زمان	—	—	۱	۶	۷	۱۴

۳. شرایط و تسهیلات

جدول ۴. ارزیابی شرایط و تسهیلات نشست

شرایط و تسهیلات	بسیار بد	بد	متوسط	خوب	بسیار خوب	مجموع
زمان برگزاری	—	۲	۴	۵	۳	۱۴
مکان برگزاری	—	۱	۳	۷	۳	۱۴
امکانات تالار (دیداری، نور، ...)	—	۱	۳	۸	۲	۱۴
پذیرایی	۱	—	۱	۸	—	۱۰

۴. امور اجرایی

جدول ۵. ارزیابی امور اجرایی نشست

امور اداری	بسیار بد	بد	متوسط	خوب	بسیار خوب	مجموع
نحوه اطلاع‌رسانی برگزاری	—	۲	۱	۷	۳	۱۳
ثبت نام	—	۲	۱	۶	۴	۱۳
برخورد کارکنان	—	—	۱	۳	۹	۱۳

۵. نحوه اطلاع رسانی

جدول ۶. نحوه اطلاع رسانی

نحوه آگاهی	فراوانی
وبگاه پژوهشگاه	۳
خبرگزاری های تحت وب	۲
دورنگار	—
سایر موارد	۳
مجموع	۸

۶. پیشنهاد موضوع از سوی پاسخ دهندگان: پاسخ دهندگان موضوع هایی را برای نشست های بعدی پیشنهاد کردند که در جدول ۸ ارائه شده اند:

جدول ۸. پیشنهاد موضوع برای نشست های بعد

ردیف	موضوع نشست
۱	موضوعات مرتبط با فناوری اطلاعات
۲	بازشناسی گفتار - آواشناسی
۳	موضوعاتی که بیشتر مرتبط با مدیریت اطلاعات و فناوری و تبادل اطلاعات باشند
۴	موضوعات تخصصی در زمینه فناوری اطلاعات

۷. پیشنهاد و انتقاد: جدول ۹ پیشنهاد های پاسخ دهندگان برای بهبود برگزاری نشست های بعدی را شرح می دهد.

جدول ۹. پیشنهاد و انتقاد برای برگزاری نشست های بعدی

ردیف	پیشنهاد / انتقاد
۱	متون ارائه شده در سخنرانی در اختیار همگان قرار گیرد
۲	موضوعات مرتبط با گرایشات و موضوعات استراتژیک پژوهشگاه ارائه شوند تا همکاران بیشتری بهره مند شوند
۳	برگزاری کارگاه آموزشی به جای نشست علمی
۴	این نشست برای ایرانیان و فارسی زبانان بود. بهتر بود نمایش آن نیز به زبان فارسی انجام می گرفت
۵	در ابتدای نشست ها مشخص شود که این نشست با کدام یک از اهداف پژوهشگاه مرتبط است