



## اهداف و کارکردهای شبکه های اجتماعی

پایگاه‌های شبکه‌های اجتماعی بیش از هر رسانه دیگری می‌توانند با پیشرفت فناوری و توسعه جوامع به برتری‌های رسانه‌هایی همچون تلویزیون خاتمه دهند.

### تبلیغات هدفمند اینترنتی

شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از منابع مهم برای کسب درآمد از راه تبلیغات به شمار می‌آیند چرا که اعضای شبکه‌های اجتماعی در صفحات مربوط به خود دربارهٔ علاقه‌هایشان صحبت می‌کنند و این به شرکت‌های تبلیغاتی اجازه می‌دهد براساس همین علاقه‌ها، برای آن‌ها آگهی بفرستند. علاوه بر این، بسیاری از شرکت‌ها با ایجاد حساب کاربری و صفحات شخصی در شبکه‌های معروف، با سایر کاربران و مشتریان خود و نیز سایر شرکت‌ها ارتباط برقرار می‌کنند و امور تجاری خود را پیش می‌برند.

### آموزش

شبکه‌های اجتماعی، به دلیل امکاناتی که در اختیار کاربرانشان قرار می‌دهند؛ امکان بازتاب و تولید دانش جدید را فراهم می‌کنند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در آموزش و یادگیری بسیار به شکل‌های گوناگون نوآوری در آموزش را افزایش می‌دهد. شبکه‌های مجازی در آموزش می‌توانند در بهبود روند انتقال بهتر و مؤثرتر دانش از طریق فضای مجازی مؤثر باشند.

به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم به شرکت در فعالیت‌های واقعی در زندگی اجتماعی تحریک و تشویق می‌شوند. تأثیرگذاری قابل توجه شبکه‌های اجتماعی بر میزان و کیفیت مشارکت اجتماعی در جوامع گوناگون به حدی بوده است که تعداد قابل توجهی از شبکه‌های اجتماعی، به‌طور دقیق با هدف توسعه مشارکت اجتماعی مردم در زمینه‌های خاص ایجاد شده‌اند.

یکی از رویکردهای اصلی شبکه‌های اجتماعی، به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌های کاربران شبکه با یکدیگر است. این موضوع در شبکه‌های اجتماعی از چنان اهمیتی برخوردار است که می‌توان گفت، بدون آن شبکه اجتماعی معنا نخواهد داشت. هدف از این کار آن است که هر یک از کاربران بتواند دغدغه‌های خود را مطرح کند و در جریان دل‌مشغولی‌های دیگران نیز قرار گیرد. همچنین، از طریق این ویژگی شبکه‌های اجتماعی، کاربران می‌توانند به آسانی به بسیاری از نرم‌افزارهایی که سایر کاربران به اشتراک گذاشته‌اند، دسترسی داشته باشند.

### ایجاد محتوا توسط خود اعضا

برخلاف سایر رسانه‌ها که مخاطبان آن‌ها چندان تعاملی در تولید محتوا و انتخاب محتوای دلخواه خود ندارند، در وب‌سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، کاربران می‌توانند تولید کننده، تأثیرگذار و دارای قدرت انتخاب و بهره‌برداری از تنوع بیشتری باشند. با توجه به این ویژگی،

رقابت شبکه‌های اجتماعی در محتوای تولید شده توسط کاربران و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و اورکات، سایت‌های در میان گذاشتن تصویرهای ویدیویی مانند یوتیوب، عرصه جهان‌هایی مجازی مانند زندگی دوم و انجمن‌های آن‌لاین قرار ملاقات، نمایش‌دهندهٔ صنعتی متنوع و با رشد بسیار سریع‌اند. شبکه‌های اجتماعی مجازی در طول فعالیت خود کارکردهایی دارند و اهدافی را دنبال می‌کنند که در این بخش آن‌ها را معرفی می‌کنیم (سلطان‌پور، ۱۳۸۹):

### سازمان‌دهی انواع گروه‌های اجتماعی مجازی

همان‌گونه که فلسفه وجودی شبکه‌های اجتماعی واقعی، تشکیل و پیوند گروه‌های اجتماعی بر محور مشترکات اعتقادی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است، بسیاری از شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز با انگیزه سازمان‌دهی گروه‌های اجتماعی مجازی با تکیه بر اشتراکات شکل می‌گیرند. پیداست که اعضای این اجتماع‌های مجازی، در پیوندهایی که با یکدیگر دارند، در مجموع به دنبال رسیدن به یک هدف مشترک در دنیای واقعی هستند که غالباً سیاسی، اجتماعی یا فرهنگی است.

### توسعه مشارکت‌های اجتماعی

در شبکه‌های اجتماعی اعضای شبکه همواره