

کار آفرینی را فراهم می کند و کار آفرینانی را که عمدتاً عادت به مشورت با خانواده و دوستان دارند، به میدان مشورت و نظرسنجی و تشخیص نیازهای ضروری تشکیل شده در شبکه های اجتماعی اینترنتی رهسپار می کنند تا تصمیمات آنها دقیق تر و با نااطمینانی کمتری همراه باشد.

دومین اثر توسعه ای شبکه های اجتماعی اینترنتی، توانمند شدن شهروندان و احیای اقتدار آنها بوده است. مردم با تکیه بر این شبکه ها و مشارکت و همدلی که پیامد استفاده از آن است، بیش از هر زمان دیگری به هماهنگی رسیده و نشان داده اند که به دور از تعارفات مسئولین، واقعا ولی نعمت مدیران هستند. موفقیت نسبی کمپین هایی مثل "نه به خرید خودروی ایرانی"، "قطره قطره"، "هستمت"، "باید ایران را ببینی" و ... نشان داد شهروندان می توانند از اقتدار خودشان برای پیشرفت اهدافشان استفاده کنند. دیگر مثل گذشته نیست که یک گروه سخنگو باشد و بقیه صرفاً شنونده و دریافت کننده های منفعل باشند. دو طرفه شدن این گفتمان، زیربنای تقویت دموکراسی و مطالبه گری است که در تحقیقات زیادی نشان داده شده است که می تواند فرایند توسعه اقتصادی را تسریع کند.

سومین اثر را می توان ایجاد اجبار به حرکت به سوی شفافیت بیشتر در مجموعه حاکم نسبت داد. فارغ از بهره برداری های سیاسی که از زد و خورد نماینده مجلس با خبرنگار یا مساله حقوق های نجومی و ... انجام شده است، بایستی اذعان کرد که قوای سه گانه تشکیل دهنده حاکمیت، امروز به خوبی می دانند که انحرافات از مأموریت ها و نقصان در عملکرد و گاف های سیاسی و عملکردی به راحتی در اندک زمانی از طریق این شبکه اجتماعی به سمع و نظر گروه زیادی از مردم می رسد. انگار که جامعه مدنی که همیشه فعالان حقوق مدنی آرزوی تحققش را داشتند امروز به ساده ترین و در دسترس ترین و کارآمدترین شکل ممکن فراهم شده است. اکنون همه مدیران و مسئولین تیغ تیز نظارات جامعه را بر عملکردشان حاضر می بینند. این درک مسئولین، قاعدتاً بایستی زمینه ساز حرکت مسئولین به سمت شفافیت و گفتگوی مستقیم با مردم و ابهام زدایی از چرایی و نحوه اجرای اقدامات و استراتژی هایشان باشد. در نتیجه این پایش زمینه ساز بهبود عملکرد مدیران همه سطوح، به عنوان ریل گذاران توسعه است.

چهارمین حوزه متاثر از گسترش شبکه های اجتماعی، ایجاد نیروی اصلاح کننده بر ضد نقطه ضعف تاریخی ما ایرانیان یعنی عدم اعتقاد به کار گروهی و مشارکت در فعالیتهای تیمی برای تحقق یک هدف ملی یا اجتماعی یا اقتصادی است. کلیدواژه تکراری و آژادنده "عزم ملی" که همیشه برای تغییر و تحولات مشکل و طاقت فرسا توسط گروه های مختلف سیاسی فریاد زده شده است و جز در موارد اندکی هرگز عملی نشده است، امروز بیش از هر زمان دیگری می تواند به تحقق نزدیک شود.

واقعیت این است که مملکتی که هنوز پله های زیادی از نردبام توسعه را در پیش دارد و بالا رفتن از این پله ها ناخواسته ممکن است بخش هایی از جامعه را با شرایط سختی روبه رو کند جز با تکیه بر عزم ملی به دست نمی آید. از سوی دیگر عزم ملی هم با بازی با کلمات و حرف و تبلیغات تلویزیونی محقق نمی شود. تصمیم به پذیرش مشارکت در گذر از گذرگاههای صعب العبور توسعه اقتصادی تابعی از این است که تحلیل هزینه و منافع تحمل مشقات راه را تأیید کند. حس مشارکت و همراهی با یک حرکت اجتماعی چه با انگیزه دستیابی به هدف بلندمدت رفاه اقتصادی و چه دستیابی به هدف کوتاه مدت حس تعلق به یک گروه بزرگ همراه، قطعاً کمک می کند که کفه منافع سسنگین تر شده و همراهی در این زمینه دستیابی به هدف را محتمل تر نماید.

می دانیم وقت گرانبها و محدود ما می تواند صرف مطالعه شود، صرف تمرکز بر کار تخصصی که منبع درآمد ماست شود، می تواند به دیدار آنان که دوستان داریم بگذرد و ... می دانیم ایرانیان در استفاده از هر تکنولوژی سرگرم کننده دچار سندروم افراط هستند. می دانیم فرصت ما برای پیوستن به کاروان سریع السیر توسعه یافتگی محدود است. با این بینش، همه ما این روزها که در وسایل نقلیه عمومی، در مجامع خانوادگی، در محل کار و در فضاهای آموزشی مشاهده می کنیم اکثریتی متشکل از هر قشر و سن نگاه خود را به صفحات موبایل دوخته اند، ممکن است از بهبود وضعیت جامعه خود ناامید شویم. از هدر رفتن وقت جوانان جامعه به ستوه آییم و جای خالی بزرگترهای به دام تکنولوژی افتاده خود را، در معدود فرصت های گفتگوی اعضای خانواده یا یکدیگر، حس کنیم. بله این طبیعی است؛ مثل داروهای درمانی، هیچ ابداع بشری از ابتدای تاریخ بدون عوارض جانبی نبوده است. اما ما مشاهده تغییرات بطنی و تدریجی ساختار فکری جامعه امروز که بخش قابل ملاحظه ای از آن مدیون آغاز عصر جدیدی در مناسبات اجتماعی بشر است، می توانیم امیدوار باشیم عصر تکنولوژی به مدد آیدمی شبکه های اجتماعی اینترنتی، حداقل به طور ناخودآگاه و غیر مستقیم، چنان تغییر و تحول ساختاری در بدنه جامعه ما به وجود آورد که در میان مدت، زمینه رشد و توسعه و شکوفایی ظرفیت های بی بدیل ما را نوید دهد.

* دانشجوی دکتری دانشگاه تربیت مدرس تهران

اکنون بازار محصولات تکنولوژیک، موبایل های هوشمند را در نظر بگیرد. فروشنده و خریدار وارد مبادله می شوند. تنوع محصولات این بازار پر رونق در ایران، باعث شده است تقریباً تمام طبقات و اقشار توان خرید گوشی های هوشمند را داشته باشند. زمانی که موبایلی هوشمند خریداری می شود به اعضای این شبکه های اجتماعی اینترنتی عضو اضافه می شود و این اضافه شدن عضو جدید، دایره ارتباطی را وسیعتر و در نتیجه کارکرد این شبکه ها را ارتقا می دهد و این همان اثر خارجی مثبت این خرید و فروش موبایل است. مصرف کنندگان ایرانی معمولاً بلافاصله اقدام به نصب و استفاده از اپلیکیشن های اجتماعی اینترنتی می کنند. برآورد شده است که تعداد کاربران ایرانی تلگرام ۲۴ میلیون نفر و تعداد کاربران ایرانی واتساپ اینستاگرام به ترتیب ۱۴ میلیون و ۱۳ میلیون باشند. استانداردهای جهانی به ما می گوید که روزانه ۵ برابر کل جمعیت ایران پیام های الکترونیکی در فضای شبکه های اجتماعی اینترنتی رد و بدل می شود.

نگارنده اعتقاد دارد که اثر مثبت خارجی مثبت و هم راستا و تقویت کننده با اهداف توسعه اقتصادی از طریق به کارگیری این شبکه های اجتماعی متجلی می شود. واقعیت این است که اقتصاد جدید بدون شبکه های یارانه ای قابل تصور نیست. محیط کسب و کار در حال تبدیل به محیطی دیجیتالی است. چنین اقتصادی را گاه اقتصاد شبکه ای نیز خوانده اند. بنا بر این هم پیوندی توسعه اقتصادی و گسترش شبکه های اجتماعی اینترنتی دور از انتظار نیست. به نظر می رسد که مصادیق زیادی از این هم پیوندی قابل ارائه است. در این زمینه چهار کانال اثر گذاری شبکه های اجتماعی بر توسعه قابل ارزیابی است:

توسعه اقتصادی در درجه اول به انسانهای توسعه طلب دارد. ما این انسان ها را کار آفرین می نامیم. آنها با وجوه سرمایه گذاران و به کارگیری ترکیب بهینه عوامل تولید، اقدام به تولید و ایجاد ثروت می کنند. اولین اثر شبکه های اجتماعی اینترنتی بر توسعه اقتصادی را می توان در تسهیل فرایند کار آفرینی دانست. چگونه؟ تشخیص فرصت، یک عنصر محوری در فرایند کار آفرینی بوده و بخش عمده ای از پژوهش های کار آفرینی به این پرسش اختصاص دارد که چگونه افراد فرصت های ایجاد کسب و کار را تشخیص می دهند. فرصت ها در مراحل اولیه شکل گیری، همان نیازهای مبهم بازار یا منابع و قابلیت هایی هستند که به خوبی از آن ها استفاده نشده است. عوامل زیادی در تشخیص فرصت های کار آفرینی موثرند که یکی از مهمترین آن ها شبکه های اجتماعی است. زیرا دسترسی به اطلاعات مربوط به ترجیحات مصرف کنندگان و شرایط تولید کنندگان حاضر نقش اساسی در تشخیص فرصت ها دارد و افرادی که دسترسی بیشتری به اطلاعات برای کشف فرصتها دارند، نسبت به افراد محروم از اطلاعات به احتمال بیشتری فرصت را کشف می کنند.

روابط اجتماعی شکل گرفته خواه اینترنتی و خواه غیر اینترنتی، یک منبع مهم در تشخیص فرصت است. شبکه های اجتماعی اینترنتی زمینه بحث و تبادل نظر و تحلیل فرصت های

