

شبکه‌های اجتماعی

کیوان جعفری فشارکی

خیلی خوشحالم که در جمع شما دوستان مرکز افکار سنجی پژوهشگاه فرهنگ و ارشاد هستم. موضوعی که ما در ارتباط با آن در خدمت شما هستیم، بحث شبکه‌های اجتماعی (social network) است که امروز به آن می‌پردازیم و کارگاهی هم در این مورد داشته باشیم و اصلاً بینیم کارکرد این شبکه اجتماعی در مقوله افکار سنجی چه می‌تواند باشد. البته من آشنای کلی با مجموعه شما دارم و مطالعات اولیه‌ای هم انجام داده‌ام که بدانم مجموعه و به طور خاص واحد شما دوستان چه کار می‌کند. اما می‌خواهم که یکی از شما دوستان معرفی اجمالی از مجموعه و وظایف افراد در قسمت افکارسنجی داشته باشد تا بتوانیم در ادامه‌ی بحث مثال‌های کاربردی‌تر نسبت به وظایف دوستان بزنیم.

محمدحسین ساعی: باید بگویم این مرکز یک مرکز جدیدالتاسیس است. بحثی وجود داشته مبنی بر این‌که که اگر بخواهد تصمیم‌گیری‌های فرهنگی درستی صورت بگیرد اصل این است که یک اطلاعات دقیق و هدفمند از سطح جامعه به عنوان خوراک تصمیم‌گیری برای سیاست‌گذاری فرهنگی کشور جمع‌آوری شده باشد. این بحث حتی فراتر از یک نظر سنجی صرف است. یعنی نظر سنجی ممکن است به صورت مقطعی باشد، عمق کمی داشته باشد یا

نگرش‌ها را بیان نکند و اطلاعات‌ها در طول زمان را نداشته باشد. به همین دلیل تقریباً دو سال پیش چنین مرکزی تأسیس شد برای این‌که بتواند به صورت لحظه‌ای، روندی، عمقی و مقطعی نظرات و مسائل فرهنگی جامعه را در همه حوزه‌ها رصد کند. به طور مثال هدفش این است که بتواند سینما را با انواع روش‌ها رصد کند، تئاتر، موسیقی، فرهنگ عمومی و از جمله فرهنگ کتاب‌خوانی و وضعیت کتاب‌کشور را رصد کند. همه این مسائل بوده و در حقیقت ذهنیت این است که از همه ابزارهای ممکن برای این‌که بفهمیم الان در جامعه ما چه می‌گذرد استفاده کنیم. این اطلاعات یک خوراک خیلی واضح است برای این‌که ما بتوانیم در تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی موثر واقع بشویم.

در اینجا روشی داریم که به عنوان یک روش سریع در حوزه‌های مختلف عمل می‌کند. این است که به اصطلاح روش پیمایشی انجام می‌دهند با تکنیک نظرسنجی تلفنی. یعنی این‌که تلفن‌ها را بصورت تصادفی انتخاب می‌کنند و یک موضوع خاص پرسشنامه‌ای آماده می‌شود، بر اساس آن تلفن زده می‌شود و مصاحبه با مردم صورت می‌گیرد نتایج مصاحبه جمع بندی می‌شود و به شکل گزارش در می‌آید که خانم مغان مسئول آن هستند و خانم باقری مسئول نظرسنجی پیمایشی هستند. همچنین مسائلی مثل تحلیل محتوا و روش‌هایی جدی مثل تحلیل گفتمان و نشانه‌شناسی هم با ایشان است و در این حوزه‌ها فعالیت می‌کنند. خانم ایروانی هم که در حقیقت یک طوری تحلیل‌گر این مجموعه هستند. تا الان این وظیفه به این صورت بوده است که: مسائل یا گزارش‌هایی که نوشته می‌شده سعی می‌کردند که جمع بندی‌های لازم را از آنها آماده کنند. حالا کارهای دیگر یا روش‌های دیگری هم وجود دارد. یعنی از

این زاویه که ما الان تقسیم‌بندی‌هایمان روش مند بوده به این صورت که انواع و اقسام روش‌های تحقیقی و اجتماعی را گرفتیم متناسب با آن اینجا برایش بخش ایجاد کردیم. این حالا یک مسیر بوده یک مسیر این بوده که موضوعی انتخاب می‌کنیم حالا اینها همیشه در حال بحثند، چون مجموعه سنی ندارند هنوز جوانند و به نقطه بلوغ خود نرسیده‌اند. آقایان هم در گروه مطالعات ارتباطی و رسانه‌های جدید فعال هستند. عرض کنم خدمتتان که این آقای به‌پسند هم مسئول دفتر آقای رضوی هستند. حالا ما در این حوزه و در این فضا با این تعریف کلی که داشتیم و با این ظرفیت شناسی که داریم انجام می‌دهیم برای این که ببینیم چه استفاده‌ای می‌توانیم بکنیم. بحث شبکه‌های اجتماعی به نظر من یک مبحثی آمد که آشنایی با آن و دیدی که دوستان نسبت به آن داشته باشند می‌تواند کلاً کار آنها را تحت تأثیر قرار بدهد یک فضایی برای ما ایجاد بکند که شاید با هزینه‌های خیلی کمتر بتوانیم یک شناختی حداقل از یک بخشی از جامعه داشته باشیم این شناخت خودش تبدیل به تصمیم برای ما می‌شود.

جعفری فشارکی: من می‌گویم باز خیلی خوشحالم چون که این موضوع

شبکه اجتماعی را من از پنج، شش سال پیش خودم پی‌گیر بودم و برای خودم شخصاً خیلی جالب بود و خیلی دنبال می‌کردم و دغدغه من شش سال پیش این بود که چرا مسئولین تصمیم‌گیری فرهنگی از این روش و از این ابزار استفاده نمی‌کنند. در سیاست‌گذاری شان آمده‌اند سیاست‌گذاری سلبی را به کار برده‌اند در صورتی که این خیلی می‌تواند کمک کند به ما در گرفتن تصمیمات درست. ولی متأسفانه ۵ سال گذشت و ما از این فرصت که در

اختیارمان بود و می‌توانستیم از آن استفاده کنیم آن طور که باید و شاید استفاده نکردیم. حالا خوشبختانه آمدم در جمع شما و تحقیقاتی که ظرف این پنج-شش سال روی این موضوع انجام داده‌ام را در اختیار شما قرار بدهم که با یک شناخت جدید از این ابزار بتوانید کمک کنید حقیقتاً به سیاستگذاران کشور که تصمیمات بهتری را اخذ کنند. من حالا وارد ادبیات موضوع می‌شوم. یک صحبت اولیه و یک مقدمه ای می‌گویم تا شناخت کلی از ابزار تکنیک و روش‌هایی که هست مطرح شود بعد وارد مصادیق و آمار و روندش در آینده می‌شویم و بعد وارد بحث تخصصی تر می‌شویم. اگر اتصال به شبکه اینترنت هم داشته باشیم اینجا چند موضوع را به صورت عملیاتی نشان می‌دهیم که بتوانیم استفاده کنیم.

در ارتباط با هر موضوعی وقتی که می‌خواهید شروع به مطالعه کنید و تحقیق کنید، شش سوال اصلی را باید جواب بدهید: چه؟ به چه چیز؟ چرا؟ چگونه؟ چه زمانی؟ کجا؟ و توسط چه کسی. این سوالات به شما کمک می‌کند برای درک بهتر آن مفهوم. سوالات خیلی ابتدایی‌اند اما کلیدی و اساسی هستند. در ارتباط با همین موضوع. ما سعی می‌کنیم که به این شش پرسش در طول کارگاه پاسخ بدهیم و خواهش می‌کنم ذهن شما هم درگیر بشود و این مسائل را کاملاً حلاجی بفرمایید. نگاه کنید ما اول از همه باید یک تحلیل پیرامونی کنیم. به تحلیل کلان یک روند زمانی دقت کنید (خطاب به حاضران برای توجه به تصاویرشان داده شده در پرده پاورپوینت) در طول تاریخ مزیت رقابتی کشورها و افراد و شرکت‌ها دائماً در حال تغییر است. سال ۱۹۳۰ میلادی مزیت رقابتی، زمین بود هرکسی که زمین بیشتری داشت از قدرت و

نفوذ بالاتری برخوردار بود. سال ۱۹۴۰ نیروی کار، ۱۹۵۰ سرمایه، ۱۹۶۰ تولید، ۱۹۷۰ کیفیت، ۱۹۷۵ خدمات، ۱۹۸۵ اطلاعات، ۱۹۹۰ آگاهی و دانایی و سال ۲۰۰۷ هم خرد ورزی جمعی. موضوع شبکه اجتماعی از این لحاظ برای ما حائز اهمیت و قابل توجه است که حداقل ۳ شاخص از وضعیت رقابتی دوران را در خودش با هم دیگر و یک جا دارد. بحث اطلاعات را دارد، آگاهی و دانایی را که می‌تواند به آن کمک کند و خرد ورزی جمعی را درون خودش دارد چرا که بحث کالکتیوایی یا بهره هوش جمعی اصلاً در این بسترها مفهوم پیدا می‌کند. من نمی‌دانم دوستان با بحث (دوران‌های تاریخی اعصار آشنایی دارند. ما یک عصری داشتیم به نام عصر کشاورزی، بعد عصر صنعتی، عصر خدمات، عصر اطلاعات و عصر دانش. الان کسی می‌داند ما در چه عصری قرار داریم؟

پاسخ حاضرین: عصر کشاورزی، عصر صنعت

آقای فشارکی: البته نام گذاری‌های مختلفی در مورد عصرها داریم اما عمومی‌ترین این عصرها است که ما الان در عصر مفهوم (کانسپت) هستیم. در صورتی که حالا نگاه کنید که الان وضعیت ایران چگونه است و در کدام یک از این عصرها قرار دارد؟ ما الان بین عصر صنعت و اطلاعات هستیم. چشم انداز سند بیست ساله کجاست و ما قرار سال است در سال ۱۴۰۴ کجا باشیم؟ ما یک جامعه دانش محور یا دانش بنیان باید داشته باشیم. یعنی این که هدف ما در سال ۱۴۰۴ گذار به عصر دانش است. در این عصر حرکت بسوی جامعه‌های مبتنی بر دانش اولویت است. اصلاح واژه مدیریت دانی به موضوعات مختلف. به علت این که ما داریم اقتصاد مبتنی بر صنعت را تبدیل

می‌کنیم به جامعه مبتنی بر دانش، دانش را به عنوان یک منبع ارزشمند در کنار منابعی که قبلاً در اقتصاد مورد توجه بودند مثل کار، زمین و سرمایه که به عنوان یک دارایی پر مایه مطرح می‌گردد...)) (من یک جلسه داشتم حدود ۷۰، ۸۰ نفر با آقای هاشمی‌رفسنجانی بحث می‌کردیم آنجا خود آقای هاشمی هم همین بحث چشم انداز را مطرح کرد بحث جامعه دانش را مطرح کرد ایشان مطرح کرد که ما سالها غافل بودیم از این بحث دانش و این را اصلاً درست بررسی نمی‌کردیم که می‌تواند برای ما یک سرمایه ارزشمند باشد بعد که فهمیدیم آمدیم در سند چشم انداز آن را دخیل کردیم و مطرح کردیم)) ما قبلاً (بادی ورکر) داشتیم یعنی کسانی که با بدنشان کاری را خلق می‌کردند بعد بحث (servis workers, informatinworkers,) مطرح شد. الان بحث دانشکاران مطرح است یعنی ما اگر بخواهیم یک موقعی وارد سند چشم انداز بشویم باید نیروهایی را تعلیم دهیم که کارشان دانشی باشد که البته الان همین مجموعه شما یک نوع تیپ (nolej worker) دانش کار است. اگر بخواهیم این پارامترها را ببینیم به طور مثال عصر کشاورزی با همان پارامترهایش بوده، مثلاً یک کشاورز، حیوانات دامپروری و زمین بوده، بعد عصر صنعتی مطرح می‌شود که یک (wite worker) یقه سفید بوده یعنی کسی که پشت میز اداری می‌نشیند بعد یک مقدار کارهای صنعتی مطرح می‌شود، بحث انرژی، محصولات و کارخانجات و بعد بحث عصر دانش که می‌شود دانشکاران، خود دانش، موسسات تحقیقاتی و پژوهشی و موارد دیگر. امروز در این عصر داده و اطلاعات و دانش چنین شرایطی برایمان رقم می‌خورد. در طول روز انبوهی از داده‌ها، اطلاعات، نوارها، دستگاه‌های ذخیره اطلاعات در اختیار شما قرار می‌-

گیرد. الان‌ها رده‌های کامپیوتر در حد یک ترابایت قرار گرفته که رقم وحشتناکی است. یعنی شما اگر تکنیک‌ها و روش‌ها را بلد نباشید که این اطلاعات و داده‌ها را مدیریت کنید دچار تشدد تفکر می‌شوید. اصلاً ذهنتان بهم می‌ریزد و نمی‌توانید تصمیم بگیرید و دچار سردردهای اساسی و اضطراب خواهید شد. به همین دلیل ما برای این‌که بتوانیم به تصمیم‌گیری برسیم باید سیاست‌گذاری و تصمیم‌سازی کنیم تصمیم‌گیری است. برای همین ما باید یک روند منطقی را طی بکنیم. روند منطقی این است که ما حجم انبوهی از داده‌ها را داریم آیا همه‌ی داده‌ها به درد ما می‌خورند؟ چند درصد این داده‌ها به درد ما می‌خورد، اصلاً داده چیست؟ مفهومش چیست؟ من مثالی را می‌زنم این است که داده‌ها یک سری گزاره‌هایی هستند که خیلی از آنها به درد بخور نیستند. من مثالی که برای دوستان می‌زنم مثل فیلم ماتریکس است که ما باید از دست خیلی از آنها فرار کنیم. اصلاً لزوماً نباید بگذاریم طرفمان بیایند. اینها را کاملاً باید فیلتر شده یعنی آن بخشی را که ما می‌خواهیم، بگیریم و روی آن کار اطلاعاتی انجام بدهیم. یعنی پیام را پردازش کنیم، پیروانیم و به بسته‌های اطلاعاتی تبدیل کنیم. بعد این بسته‌های اطلاعاتی که در کنار هم قرار می‌گیرند پازلی را برای شما شکل می‌دهند که آن دانش رقم می‌خورد که شما می‌توانید از آن دانش برای سیاست‌گذاری و گذار به سوی حکمتی که بتواند برای شما اثر بخش باشد استفاده نمایید. اینجا می‌گوییم سطح بالاتر از دانش، خرد یا حکمت است. حالا به صورت تخصصی‌تر اگر بخواهیم وارد بحث زیر ساخت‌های شبکه اجتماعی بشویم در زمان آقای (tonis) و تلاش او برای مفهوم تجمع‌های انسانی دو تا رویکرد بود یکی اجتماع در مقابل جامعه. چند

تا پارامتر را آمدند مطرح کردند برای این که به این موضوع اطلاق شود. بحث رودرو بودن، محدودیت تعداد و امتناع از روابط عاطفی نه روابط عقلانی که اینها از خصایص بنیادین اجتماع می شود. بعد بحث فضای مجازی که مطرح شد خیلی ها دوست داشتند از این اصطلاح اجتماع استفاده کنند برای فضای مجازی که یک عده موافق بودند و یک عده مخالف. یک سری موارد مطرح شد و نظراتی که توسط اندیشمندان دنیا درباره این موضوع مطرح شد که مهمترین آنها را خانم (shenili ben sherli) ارائه کرده اند که در سایت (u s info) هست که شما می توانید به آنجا مراجعه کنید که تعاریف دقیق تری را در این مورد نوشتند. خود پدیده شبکه اجتماعی این خط زمانی (time line) است یعنی از چه زمانی بحثش در دنیا مطرح شد به صورت رویکرد نوینش و البته بیشتر بستر (Base) آن منظور ما است. از قدیم متفکران مختلفی آمدند این موضوعات بحث جامعه و اجتماع را مطرح کردند اما بعد آمدند نظریه پردازها یک جامعه ایده آلی یا اجتماعی را بیان کردند که خیلی قابل شکل گیری در آن برهه های زمانی نبود. زمان گذشت تا بحث فناوری اطلاعات بوجود آمد و خود بحث فناوری اطلاعات آن قدر به روز شد و تکامل پیدا کرد تا پی ریزی مفهومی مثل شبکه اجتماعی در سال ۱۹۹۰ از ۳ قصه اتفاق افتاد. با شکل گیری سایت هایی مثل (clacc mait) و (six degrit) اینها اولین پیشتازان بحث شبکه اجتماعی بودند اما آن موقع خیلی بحثشان در جهان جدی نبود چون جذابیت های لازم را نداشت. هم سیستم های کامپیوتری از لحاظ نرم افزاری و سخت افزاری آن قدر توسعه پیدا نکرده بود که ما بتوانیم آن مفهوم جامعه و اجتماع را در آن شکل دهی کنیم در سال ۲۰۰۳ - ۲۰۰۵ بود که بحث شبکه

اجتماعی به سرعت مطرح شد و یک باره شیب افزایش محبوبیت شبکه اجتماعی در دنیا مطرح شد که اگر خاطرتان باشد همان موقع بود (orkat) وارد ایران شد و دوستان پیگیر این موضوع بودند.))((سؤال یکی از حاضرین: الان بحث ما در مورد شبکه اجتماعی است. یعنی این که ما یک بحث اجتماعی داریم و یک بحث مجازی و شما در حال حاضر درباره شبکه مجازی بحث می‌کنید؟ **سخنران:** ما از بحث اجتماعی آغاز کردیم و گفتیم که بحث اجتماع در دنیا مطرح شد اما با آن مفاهیمی که نظریه پردازان و اندیشمندان مطرح می‌کردند قابل شکل‌گیری نبود و آن مفهوم و کلام در واقع مدینه فاضله اجتماع‌ها در حالت فیزیکی قابل شکل‌گیری نبود یعنی اندیشمندان نظریه‌ای مطرح کردند که نمی‌توانستند به آن شکل بدهند. از این تاریخ به بعد آنها ایده‌های آرمانی‌شان را در بستر مجازی شکل دادند. الان ما بحثمان مجازی است.))((

در سال ۲۰۰۴ بحث (orkat) مطرح شد که ظرف کمتر از ۶ ماه بیش از ۶۰۰ هزار نفر فقط از ایران عضو این شبکه اجتماعی شدند که بحثش در مجلس مطرح شد که فیلتر کردند. در همین زمان اخیر و بحث انتخابات اگر در جریان باشید یکی از مواردی که مطرح شد بحث شبکه (facebook) بود که بعضی‌ها می‌گفتند از جریان‌ات اصلی بود که تظاهرات خیابانی را راه‌اندازی و مدیریت می‌کرد که گفتند یک سیاست بیرونی دارد. این یک نوع نظریه پردازی است که یک سری از دوستان قائل به این مورد هستند. الان ما وارد بحث (facebook) می‌شویم تا شما قدرت آن را ببینید و متوجه توانایی شبکه‌های اجتماعی خواهید شد. خود شبکه اجتماعی یعنی چی؟ شبکه اجتماعی در واقع

ساختاری اجتماعی است از گروه‌هایی که عموماً فردی و یا سازمانی هستند و توسط رابطه‌های مختلفی به هم وابستگی دارند. یعنی ارتباطاتی برخوردار می‌کنند. حالا می‌تواند این ارتباطات مثل بحث ابهامات، ایده‌ها، تبادلات مالی، دوستی‌ها، خویشاوندی‌ها، تجارت و بحث‌های مختلف دیگر باشد یا خود ملیت‌ها، علایق، سلايق و موضوعات مختلف باشد. یک شبکه اجتماعی یک نقشه از مناسبات مابین افراد و ترسیم مسایل است که بر اساس آشنایی بین آنها وجود دارند. حالا تجزیه و تحلیلی که بتوانیم روی این ارتباطات انجام بدهیم برای ما می‌تواند دیدهای جدیدی در بحث جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، مطالعات سازمان‌ها و موارد دیگری ایجاد کند. خود من یک پیش‌زمینه‌ای بگویم. در غرفه‌ای یک پروژه‌ای بود در شرکت (google) که یکی از کارشناسش در وقت آزادش (part time) این کار را اجرا کرد و توسعه داد. حالا خود جامعه کاربری چیست؟ جامعه کاربری که بعضی‌ها در خود این شبکه به اسم (con miti) از آن نام می‌برند یک حساب کاربری است که عده‌ای بر اساس یک سری سلايق، به دور یکدیگر جمع می‌شوند و در ارتباط با آن موضوع بحث و گفتگو می‌کنند. مثلاً خود کلوپ ما یک جمعیت یک میلیونی می‌آید از این اطلاعات استفاده می‌کند. آن زمان که خود من در آنجا کار می‌کردم نزدیک ۳۰۰ هزار نفر بودند که ظرف این چند سال جمعیت این کلوپ (clope.com) ایران که یک شبکه اجتماعی است به یک میلیون نفر رسیده است. بحث عناصر اصلی معماری شبکه اجتماعی چیست؟ در بستر جدید شبکه اجتماعی بحث فقط در (IT- veb) نیست و در بحث اینترنت و کامپیوتر باقی نخواهد ماند. بحث‌های دیگر مطرح می‌شود، تلویزیون‌ها و

موبایل‌ها هستند. شبکه‌های اجتماعی دارند به بسترهای مخابراتی نفوذ می‌کنند. خود موبایل‌ها که شما از طریق آنها می‌توانید ارتباطاتی را ایجاد و استفاده کنید. در این جا وارد بحث آماری می‌شویم. شبکه‌های اجتماعی در دنیا معروف‌ترینشان (my space و facebook) است که فکر کنم دوستان آشنایی داشته باشند و یا شنیده باشند. بحث شبکه‌ای کامپیوتری در ایران معروف‌ترینش همان (clope.com) با یک میلیون نفر جمعیت است و (Iexpert) که یک مرجع متخصص با حدود ۳۰۰ هزار نفر جمعیت است که شبکه نوپایی است. (farsi clope) که شما می‌توانید با سرچ کلید واژه‌های به نام شبکه اجتماعی و یا جامعه مجازی ایران این سایتها را پیدا کنید. چیزی که قابل توجه است و ضرورت پیدا می‌کند که شما در مورد این موضوع توجه کافی داشته باشید بحث سرعت رشد این شبکه‌هاست. این موضوع از سال ۱۹۹۵ مطرح شد و ظرف ۱۵ سال در دنیا این شبکه‌ها به سرعت ضریب نفوذشان بالا رفته و از سال ۲۰۰۴ با شیب ۴۵ درجه سطح جهان رشد پیدا می‌کند و عضو-گیری می‌کنند. طبق آمارگیری که از سایت (facebook) انجام شده مثلاً کل کاربران اینترنتی فضای دیگری غیر از شبکه‌های اجتماعی ۱۸٪ است.. شبکه‌های اجتماعی ۶۳٪ و خود (facebook) به تنهایی ۶۶٪ وقت کاربران را به خود اختصاص داده است. بیشترین جمعیتی که الان عضو شبکه اجتماعی و فیس بوک هستند بین ۱۸ تا ۴۹ سال دارند. یعنی جامعه فعال اجتماعی. ۲۵ شرکت اول شبکه‌های اجتماعی در دنیا که الان فیس بوک نزدیک به ۶۸ میلیون و ۵۵۷ هزار (universal) در سال ۲۰۰۹ بوده است که در سال ۲۰۱۰ رسیده به ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون جمعیت که نسبت به ۷ میلیارد جمعیت دنیا رقم قابل

توجهی است. یعنی شما نمی توانید چنین شبکه اجتماعی پیدا کنید با ۱۰۰ تا ۳۰۰ میلیون نفر جمعیت به صورت فیزیکی که با هم ارتباط داشته باشند، گفت و گو کنند یا مراوده داشته باشند. مای اسپیس نزدیک ۵۸ میلیون جمعیت دارد. اما بازدید ماهیانه افراد از این شبکه اجتماعی ۱ میلیارد و ۱۹۷ میلیون و ۳۷۳ هزار بازدید است و حالا شما یک حساب سرانگشتی بکنید که هر بازدید کننده یک کلیک می کند. در دنیای سایبر شات یا دیجیتال تک تک کلیک ها معنا پیدا می کند. فرض بگیرید هر کاربر داخل شبکه اجتماعی صد تا کلیک کند این صد تا کلیک رقمش را حساب کنید می شود صد میلیارد کلیک که ما براساس مدل های آنالیزوری که پشت این سایتها داریم اطلاعات گسترده ای می توانیم به دست بیاوریم.

الان تمام شرکت ها و کمپانی های بین المللی مطرح در این موضوع آمده اند سرمایه گذاری های سنگین انجام داده اند (google, yahoo, Microsoft, deell, soni, ...) همه اینها وارد بحث شبکه اجتماعی شده اند و سرمایه گذاری های عظیمی انجام داده اند که حتی بین آنها برای خریدن شبکه هایی چون (tooiter-facebook) درگیری بود.. سال ۲۰۰۴ (facebook) را یک جوان ۲۳ ساله پایه گذاری کرد ثروت ایشان نزدیک به ۹۰۰ میلیون دلار است یعنی او توانست در عرض ۵ سال با راه اندازی یک شبکه اجتماعی ثروتمندترین جوان اینترنتی دنیا شود. که بعدها شرکت و کمپانی بزرگ این شبکه را خریداری کردند. بحث این شبکه هم یک بحث های اطلاعاتی است. یعنی دنیا هنوز در بحث اطلاعات، دانش و مفهوم است و این بسترها هنوز دارند بازی می شوند. کمپانی ها چه کار می کنند؟ آنها با سیستم های گزارشی که پشت این شبکه قرار می دهند تمام

اطلاعات اعضا را آنالیز می‌کنند و مورد و تجزیه و تحلیل قرار می‌دهند و از آن نتایجی را استخراج می‌کنند و آن نتایج می‌شود مبنای سیاست گذاری‌شان. (اشاره به نمودار) این یکی از شبکه‌های اجتماعی است که برای شرکت (dizni) که یک شرکت تجاری است آمده یک شبکه اجتماعی را به صورت رایگان راه اندازی کرده و از روی این برنامه و کارهای اطلاعاتی که انجام می‌دهد محصولات و خدمات آتی‌اش را پیش بینی می‌کند این که چه محصولی را بر اساس نیازهایی که اینجا تشخیص می‌دهد باید تولید کند. این نقشه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در دنیا است که در کشورهای مختلف محبوبیت‌های این شبکه اجتماعی متفاوت است. مثلاً در هر جای دنیا یکی از اینها دارای محبوبیت بیشتری است و ضریب نفوذ بالاتری دارد. من یک اشاره دیگر بکنم چرا ما دوباره داریم مسئله شبکه اجتماعی را مطرح می‌کنیم شاید شما بگویید اصلاً در ایران خیلی‌ها کاربر اینترنتی نیستند و خیلی‌ها فیزیکی و در بستر اجتماع هستند. اما بگذارید من نکته‌ای بگویم ما بحثی داریم به اسم ضریب نفوذ فناوری. ضریب نفوذ یعنی این که چه مدت زمان طول می‌کشد که یک فناوری مورد استقبال همگان قرار گیرد؟ به طور مثال الان ضریب نفوذ رادیو چند سال است، چند سال طول کشید تا رادیو مورد استقبال همگان قرار بگیرد؟ چیزی حدود ۴۰ تا ۵۰ سال طول کشید تا رادیو مورد استقبال ۵۰ میلیون نفر قرار گرفت. تلویزیون نزدیک ۳۰ سال، کامپیوتر ۱۶ سال، اینترنت ۴ سال و موبایل ۱ سال. در حال حاضر موبایل و شبکه اجتماعی بالاترین ضریب نفوذ را دارند یعنی ظرف مدت بسیار کوتاهی تعداد زیادی از مردم از این فناوری استفاده می‌کنند. این همان اهمیت موضوع است که ما داریم به شما

می‌گوییم. به عنوان تیمی که دارد افکار سنجی می‌کند و روی جوامع تحقیق می‌کند ما داریم پیش بینی می‌کنیم در آینده چه اتفاقی می‌افتد. آقای (استیو جات) مدیر عامل (مکین تاش) که بعد از مدت‌ها مصاحبه کرده، می‌گوید: صنعت ما بیش از پیش شبکه‌ای و موبایلی خواهد شد. این چیزی است که اتفاق خواهد افتاد ما از الان شما را داریم با این ادبیات آشنا می‌کنیم شما هم می‌توانید بگویید الان من درگیر کارم و کارم هیچ سنخیتی با این موضوع ندارد. اما شما برای امروز زندگی نمی‌کنید شما برای آینده زندگی می‌کنید ما باید برای آینده برنامه ریزی کنیم. چرا در کشور ما بحران است برای این که ما برای همان زمان مقطعی تصمیم می‌گیریم. برای چه ما آمدیم سند چشم‌انداز تدوین کردیم برای این که برای آینده تصمیم‌گیری کنیم و بحرانها را قبل از اتفاق پیش بینی کنیم. در امریکا می‌آیند ۱۰۰۰ سال جلوتر را می‌بینند. من مقاله‌ای خواندم در مورد دانش آینده پژوهی. «خطاب به حاضران» کسی در اینجا اطلاعاتی در این مورد دارد؟ ما یک دانش داریم به اسم دانش پژوهی. مثلاً در امریکا می‌آیند بر اساس این دانش تا ۱۰۰۰ سال آینده را پیش بینی می‌کنند و براساس آن تصمیم‌گیری می‌کنند. در انگلستان برای ۱۰۰ سال آینده برنامه ریزی می‌کنند یک سیاست‌گذار فقط نباید برای امروز برنامه‌ریزی داشته باشد درست است که امروز را باید دریابد اما برای این که بخواهد مشکلات را حل کند باید برای آینده تصمیم‌گیری کند و این که در آینده چه اتفاقاتی خواهد افتاد. هنر این است که روندها را تحلیل کنیم و آینده را پیش‌گویی کنیم نه بر اساس رمل و اسطرلاب یا مثلاً بیابیم روی هوا یک حرفی زده باشیم. الان در دنیای امروز چون دنیا یک دنیای دیجیتالی و سایبر است تمام حرکات قابل

رصد و پیشگویی است. ما الان می‌خواهیم شما را وارد این ادبیات کنیم. بحث دیگر، شبکه‌های اجتماعی خانوادگی در دنیا است که ابتدا در غرب و الان هم در ایران به صورت تخصصی مطرح شده است. که خانواده‌های ما الان قویترین موضوع خانواده‌های جامعه مجازی است. ما در همین مدت آمدم تجزیه و تحلیل‌هایی روی همین بحثها (اجتماع و جامعه) انجام دادیم. مثلاً جامعه خیلی کوچک جامعه خانواده ما تقریباً ۳۵۰ نفره یک سری کارهای اطلاعاتی و آماری مطالعاتی انجام دادیم و نتایج و خروجی داشت که من در قسمت‌های بعدی به صورت ساده به شما خواهم گفت. در آینده چه اتفاقی خواهد افتاد؟ این شبکه‌ها از بستر کامپیوتری به سمت موبایل‌ها روی می‌آورند. الان در دنیا یک نرم افزاری روی موبایل نصب می‌شود که شاید هنوز در ایران خیلی قابلیت نداشته باشد ولی وجود دارد. اگر شما یک گوشی مدرن داشته باشید گوشی‌هایی چون (htc, aifon) در آنها یک آی‌کون به نام (toiter-facebook) وجود دارد. در ایران چون ما خیلی از آن استفاده نمی‌کنیم شاید برایمان خیلی مفهوم نداشته باشد اما در اروپا راه افتاده و من پیش‌بینی‌ام این است که در ایران هم در ۵ سال آینده مورد استفاده قرار خواهد گرفت. من پیش‌بینی می‌کنم که کلوب ما که الان جمعیتی یک میلیونی دارد به حداقل ۱۰ تا ۱۵ میلیون جمعیت برسد. من الان به عنوان یک کارفرما به شما می‌گویم برای من یک تحقیق اجتماعی انجام بدهید. مثلاً تحقیق در مورد افکار سنجی روی محبوبیت یک محصول. شما روش‌هایتان چیست؟ روش تلفنی را دارید و روش پرسشنامه‌ای و چند روش دیگر. نهایت جامعه آماری را که می‌توانید انجام بدهید چقدر است؟ اگر در سطح کشور باشد حداکثر ۲۰ هزار نفر است در

حالی که ما داریم از چند ده و چند صد میلیون حرف می‌زنیم. الان در دنیا این بحث (آنالیز اجتماعی) به شدت مطرح شده است. یک موسسه تحقیقاتی در دنیا با هزار کارشناس تشکیل شده که فقط دارند بر روی این موضوع که چه اتفاقی دارد می‌افتد تحقیق می‌کنند. یعنی به عنوان یک منبع بسیار مهم اطلاعاتی مورد تحلیل دانشمندان دنیا قرار می‌گیرد. حالا این شبکه موبایل است و بحث تکنولوژی‌هایی مثل جاوا و... که بسیار گسترده تر است. (اشاره به تصاویر) نگاه کنید این یک پیش بینی است یک پیش بینی از آینده (mobail oprator see ten tims more potencial social in networking) یعنی چی؟ می‌گوید کاربران موبایل استفاده‌اشان از شبکه اجتماعی ۱۰ برابر بیشتر خواهد شد. الان از سال ۲۰۰۷ رصد کردند شما ببینید چقدر کم بوده در سال‌های ۲۰۰۸، ۲۰۱۰، ۲۰۰۹. الان سال ۲۰۱۰ هستیم این اتفاقات خواهد افتاد اصلا قابل مقایسه نیست یک اتفاقات فوق‌العاده عجیب و غریب پیش خواهد آمد.

پرسش: حاضرین نسبت به قسمتهای رنگی نمودار از سخنران آنجا بحث دارد می‌گوید در این شبکه بیشتر از چه چیزی استفاده می‌شود. بحث کلیپ‌های صوتی و تصویری و بحث همان شبکه اجتماعی است قسمت دیگر هم بحث یک سری سایت‌هایی که ارتباطات ایجاد می‌کنند.

بحث آنالیز شبکه اجتماعی که بخواهم بگویم در واقع ارتباط نظریات شبکه‌هاست به عنوان یک تکنیک کلیدی در جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، جغرافیا، روانشناسی اجتماعی، علوم ارتباطات، علوم اطلاعات، مطالعات سازمانی، اقتصاد، زیست‌شناسی مدرن و در ارتباط با علوم پایدار مطرح می‌شود. نگاه کنید ما اگر بخواهیم دنبال توسعه پایدار برویم باید تصمیم‌گیری‌های

پایدار و اصولی انجام بدهیم. من مطلبی می‌خواندم در مورد برنامه ریزی برای یک قرن. ما که قرار نیست برای یک سال و دو سال برنامه ریزی کنیم یعنی اگر سیاست‌گذاری است باید برای دو تا سه نسل باشد. در استان خراسان رضوی منابع آب تا ۳۰،۲۰ سال آینده را مطالعه کردند و دیدند بحث آب به مشکل خواهند خورد به طوری که باید فاضلاب را برای شرب تسویه کنند. پس بر اساس این اطلاعات پیش بینی می‌کنند. در کار فرهنگی هم همین است. ما الان می‌گوئیم معضل اجتماعی این اتفاق افتاد، حالا چه کار کنیم؟ این نشد که، ما باید ۱۰ سال بعد را هم ببینیم الان این اتفاق افتاد در ۱۰ سال آینده چه اتفاقی خواهد افتاد؟ زمان انقلاب را هم ببینیم. در زمان انقلاب تا الان چه اتفاقی افتاده الان ما در چه بحث‌ها هنجارها و ناهنجاری‌های فرهنگی هستیم. در ۱۰ سال آینده در چه بحثی خواهیم بود. یعنی شما باید با این رویکردها مطالعات را ساماندهی کنیم.

این بحث فرایند افکار سنجی که من روی آن مطالعه‌ای انجام دادم مرحله اول: بازاریابی و ارتباط با ادارات و نهادهای مختلف که برای شما طرح سؤال می‌کند. مرحله دوم: مشخص کردن طرح تحقیقاتی، بررسی وضعیت موجود و شناخت افکار. مرحله سوم: مشاوره با کارشناسان اجتماعی، مرحله چهارم: البته اگر اشتباه می‌کنم بگوئید تا اصلاح کنم، مطالعات اولیه، بررسی کارهای صورت گرفته، نظریه‌های علمی، تحلیل و تحقیق موضوع نقش جایگاه عمومی است و مرحله پنجم: انتخاب روش تحقیق مناسب با طرح تحقیق می‌شود حالا روش کمی تان تحلیل محتواست، پیمایشی است روش کیفی و غیره پیمایشی. روش کیفی تان، مشاهده مشارکتی و مصاحبه است و دوره ای. مرحله ششم: ابزار

اندازه گیریتان در این ابزار اجرای آزمایشی، پیش قسط و حالا نقشه برداری و نقش ارتباط؟ مرحله هفتم: جامعه مدلی است. معرفی جامعه، روش تحقیق، روش نمونه گیری و خود نمونه. مرحله هشتم: گرد آوری داده‌ها، مشاهده پرسشنامه، انتخاب پرسش گر متخصص بر حوزه کارهای آموزشی، تعیین حوزه کاری اعضاء، نظارت بر حسن انجام کار و مصاحبه. مرحله نهم تحلیل و تفسیر نتیجه گیری داده‌ها و روش‌های آماری توصیفاتی و جداول فروانی، درصد، نمودار روش‌های آمار استنباطی و بررسی استفاده از آنها. مرحله دهم: پیشنهاد راهکارهای عملی. مرحله یازدهم: گزارش کامل، مقاله و گزارش. حالا من یک سؤال از دوستان دارم شما می‌آیید روش پرسشنامه را انتخاب می‌کنید برای نظر سنجی و افکار سنجی. اول این جامعه انتخابی تان چه شکلی است و به چه شکل جامعه هدفتان را انتخاب می‌کنید؟

از بین تلفن شهری تهران یک حجم نمونه ای به دست می‌آوریم ۱۰۶۶ حجم نمونه داریم که به صورت تصادفی از بین شهروندان تهرانی تماس می‌گیریم که به آن ۱۰۶۶ برسیم. البته جنسیت‌ها را هم رعایت می‌کنیم. پس دو پارامتر اصلی را در انتخاب لحاظ می‌کنید. یکی جامعه نرمال دوم جامعه تصادفی که اگر رعایت نشود کل کار زیر سؤال می‌رود. این موارد نظر سنجی تلفنی است. در بحث پرسشنامه ای چه کار می‌کنید؟ پرسشنامه را بر چه قواعدی باید لحاظ کنید؟ سوالاتش و گزینه‌هایش باید درست باشد. حالا شما تمام استانداردها را رعایت کردید و فرم پرسشنامه را آماده و در اختیار آن فردی که باید پرسشنامه را پر کند قرار دادید. آیا باز احتمال دارد که اشتباه داشته باشد؟ پاسخ: بله به همین دلیل یک پرسشنامه پایلوت انتخاب می‌کنیم و

آن قدر روی آن پرسشنامه کار می‌کنیم تا به هدفمان برسیم سخنران: حالا فرض بگیریم ما پرسشنامه را درست کردیم آیا احتمال خطا وجود دارد یا خیر؟ آیا ذهن خودآگاه فرد می‌تواند پرسشنامه را مخدوش کند یعنی جواب سوالات را طوری بدهد که شما به هدف خود نرسید؟ این احتمال وجود دارد. اما در شبکه اجتماعی چه اتفاقی می‌افتد؟ در شبکه اجتماعی هر کس براساس سلايق خودش شروع می‌کند به یک سری اقدامات و حرکات. ما اصلاً به آن فرد نمی‌گوییم که داریم شما را مورد تحقیق قرار می‌دهیم. ما کار آماری خودمان را می‌کنیم، سیستم گزارشی خودمان را انجام می‌دهیم تک تک حرکات و کلیک‌های فرد را بررسی می‌کنیم و مورد آنالیز قرار می‌دهیم. در این جا درصد خطا خیلی پایین می‌آید چون فرض کنید که ذهن خودآگاه فردی می‌خواهد خطا کند. مثلاً شخص می‌خواهد کاری بکند ذهن خود آگاه تا یک مقطعی فعال عمل می‌کند. بعضی اوقات ذهن خود آگاه می‌رود سمت سلايق و نیازها و دغدغه‌های ذهنی خودش زندگی خودش. برای همین در دراز مدت بحث تواتر مطرح می‌شود بحث جامعه آن قدر گسترده می‌شود که قاعده تواتر مطرح می‌شود یعنی فرض کنید که یک عده می‌آیند تا دور هم جمع شوند تا آزمون ما را مورد خدشه قرار دهند در حد صفر است. شخص می‌آید افرادی را انتخاب می‌کند که دوستشان دارد و بیشتر با آنها ارتباط برقرار می‌کند. موضوعاتی را سرچ می‌کند که بیشتر مورد پسندش است. بحثی که ما داریم در اینترنت این است که افراد دنبال دغدغه‌های ذهنی خودشان هستند

پرسش: مشکلی که ما داریم در سطح جامعه این است که شاید شخص به سوالات ما درست جواب ندهد مانند سوال در مورد سیاست یا این‌که در

اینترنت مردی به عنوان زن خود را معرفی کند با این مشکل چگونه می شود کنار آمد. پاسخ سخنران: ما به هویت شخص کاری نداریم ما می خواهیم بدانیم پشت پرده شبکه های اجتماعی چه می گذرد.

بر اساس آمار ۷۵٪ از افرادی که جستجو می کنند از طریق google بوده و بعد yahoo. بعد هم بقیه سایت ها. ما الان ۷ میلیارد جمعیت در دنیا داریم که ۱ میلیارد آن کاربر اینترنت هستند. به خصوص با توسعه این لب تاپ ها که آمده اند سیستم های شبکه ای اینترنتی را گسترش دهند. پیش بینی می شود که گسترشش بیش از اندازه باشد در ایران حدود ۳۵ میلیون سیم کارت همراه اول فروخته و ۱۵ میلیون ایرانسل. و وقتی همراه سوم بیاید عملاً کل جمعیت را پوشش می دهد. در آینده حداقل ۴ تا ۵ میلیارد جمعیت جهان کاربر اینترنتی خواهند شد. از این یک میلیاردی که داریم ۷۵٪ سرچها در گوگل است یعنی ۷۵۰ میلیون سرچ در گوگل اتفاق می افتد. حالا ما وارد این بحث می شویم که گوگل با این اطلاعات چه می کند؟ سایت google یک ابزار دارد به نام (google zjeis) نمی دانم دوستان با آن برخورد کرده اند یا خیر خودش در تعریف می گوید:

search patern terant and sorperaiz یعنی جستجو کنید الگوها و روندها

را و شگفت زده شوید.

ترجمه (زد جیس) هم می شود رویه فکری یک عصر. از سال ۲۰۰۱ گوگل شروع کرد به ارائه گزارش بانک های اطلاعاتی خود. مثلاً الان ۱۰ کلید واژه برجستجو در اینترنت کدامند؟ آیا برای شما تا به حال سؤال پیش آمده که این ۱ میلیارد کاربر یا همان ۵۰۰ میلیون کاربر در اینترنت به دنبال چه هستند.

توجه به این نکته ضروری است که در اینترنت اگر شما به انگلیسی سرچ کردید باز قابل اعتمادند اما اگر بخواهیم در سایت ایرانی‌ها در مورد این مطالب جستجو کنیم باز هم در مورد این مطالب ضعف وجود دارد و قابل اتکاء نیست. باید بگویم مسائل جنسی در ایران اول نیست البته بحثهایی هست اما موضوعات دیگری هم هست که با آنها برابری می‌کند. هر سال آخر سال میلادی از ۲۰۰۱ هم شروع شده است که سایت گوگل در قسمت (گوگل زد جیس) این آمار را ارائه می‌کند که کدام کشور در دنیا و کدام کلید واژه و کدام زبان دنیا.

مثلا برترین زنهای دنیا (top women) چه کسانی هستند. ۱۰ مرد برتر دنیا، ۱۰ محصول برتر دنیا. در سال ۲۰۰۲ کلید واژه ی اول (اسپایدرمن) بود. بعد شکیلا (خواننده)، المیک زمستانی، و... در سال ۲۰۰۱ نوستربه داموس، بن لادن، افغانستان، ۱۱ سپتامبر و... سال ۲۰۰۳ هری پاتر، بکهام، ماتریکس، جنگ عراق و.. که این موارد نشان دهنده این است که تاثیر روانی اجتماع در اینترنت قابل مشاهده است و این که مردم در باره اتفاقات روز سرچ می‌کنند در سال ۲۰۰۳ سایت گوگل برنامه ای بنام هوش مصنوعی گذاشت که می‌توانست تشخیص دهد کلید واژه‌های انگلیسی که سرچ می‌شود معادل زبانهای دیگرش را تشخیص دهد. یعنی عملا در آمارش می‌آورد و می‌گوید که این کلید واژه‌ها در کل دنیا رتبه اش چند است یعنی این کار را هم کرده است البته نمی‌دانم از چه سالی مورد استفاده قرار گرفته است. در ۲۰۰۴ بحث شو و خواننده و رقص مطرح شده است که بوضوح می‌بینیم در سال ۲۰۰۵ چیست؟ (مای اسپیس، اورکات و ویکی پدیا و..). در سال ۲۰۰۵ یک اتفاقی افتاد این که از ده کلید

واژها پر جستجو ۵ مورد آن شبکه‌های اجتماعی است. در ۲۰۰۵ این پنج شبکه وجود داشته. در ۲۰۰۷ از ۱۰ کلید واژها پر جستجو ۸ مورد آن شبکه اجتماعی است. ۲۰۰۸ از ۸ تا کمتر شده است چون الان دیگه مردم با این شبکه‌ها آشنا شده‌اند و حتی کارهای دیگر خود را هم با شبکه اجتماعی انجام می‌دهند حتی برای چک کردن ایمیل‌هایشان هم از شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند. دومین موضوعی که بعد از (زد جیس) می‌خواهیم معرفی کنیم ابزار (گوگل ترنس) است (ترنس) یعنی چه؟ یعنی روندها برای ما که می‌خواهیم مطالعات رصدی انجام دهیم مهمترین بحث برای روندها هستند یعنی چی بوده، چه هست و چه خواهد شد؟

گوگل در بحث اینترنت و جمع‌آوری داده‌ها طرف این چند سال گذشته براساس فرمول‌های پیشگویی (forecasting) که طراحی کرده و به دیتابیس‌های خود وصل کرده، آمارها را از ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۹ و ۲۰۱۰ نشان می‌دهد. حتی پیش بینی آینده را نیز به شما نشان می‌دهد. یعنی می‌گوید روند جستجو در سال آینده به این شکل خواهد بود. شاید در ذهن شما این باشد که اصلاً دانستن این موضوع چه لزومی دارد و به چه درد می‌خورد؟ من مثالی می‌زنم بحث کمپینگ. کمپینگ به معنی اردوگاه است. وقتی شما این کلمه را سرچ می‌کنید نوسانات جستجوی آن دقیقاً پریودیک است. یعنی اگر در ماه ژوئن و جولای سال پیش بالا بوده، امسال نیز در همین دو ماه بالا می‌رود. یعنی روندی کاملاً پریودیک و تکرار شونده دارد. بر همین اساس شما روندهای سال آینده را پیش‌گویی می‌کنید و می‌گوئید در سال آینده در این مقطع زمانی این موضوع محبوبیت پیدا می‌کند و شما برای آن مقطع زمانی هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی

می‌کنید. بعد ما می‌توانیم نسبت به این نوسانات برنامه ریزی برای آینده بکنیم. مثلاً من در سال ۲۰۰۴ در سمیناری در دانشگاه درباره شبکه اجتماعی صحبت می‌کردم هیچ کس متوجه مباحث نمی‌شد و فکر می‌کردم که من اشتباه می‌کنم اما کمتر از ۳ تا ۴ سال بعد انقلابی درباره شبکه اجتماعی در جهان اتفاق افتاد. نگاه کنید که در آن پایین ۱۰ واژه برتر روز را به شما نمایش می‌دهد مثلاً (هات تاپیکز) و (هات سرچها)

در بخش (ترنس) شما می‌توانید واژه را بدهید به شما می‌گوید بر اساس حجم سرچ که در کدام کشور و یا حتی شهر این واژه سرچ شده است موضوع بعدی (گوگل این ساید) است. گوگل در بخش زد جیس تا سال ۲۰۰۲ اطلاعات ایران را هم می‌داد اما بعدها تحریم شد. برای عراق و افغانستان قابل مشاهده است ولی ایران بخاطر بحث تحریم قابل مشاهده نمی‌باشد. ولی می‌توانید ترنند بزیند می‌روید در قسمت (گوگل این ساید) کلید واژه ایران را انتخاب کرده و آمار ایران را مشاهده می‌نمایید. در بحث مطالعات دو دیدگاه وجود دارد یکی مطالعات روندی و دیگری سفری در سطحی از تاریخ. یعنی روندهای فکری را در یک برهه از زمان بررسی می‌کنید. مثلاً سال ۲۰۰۴ در ماه ژوئن و جولای را بررسی کنید این بخش کاملاً دسته بندی شده است. مثلاً موضوع (کالچر) فرهنگ در ایران کدام کلید واژه‌هاست که جستجو شده است. یعنی شما می‌توانید موضوع مورد درخواست خود را دسته بندی کنید که اینجا هنر تحلیلگر است که چگونه سرچ کند و چگونه از این خروجی اطلاعات را تحویل بگیرد. ما اینجا ۹ نفر هستیم که مطمئناً وقتی می‌خواهیم روشی را اجرا کنیم با توجه به کلید واژه هایی که در ذهن مان داریم ۹ روش متفاوت خواهیم

داشت. ما با دانش و توان مندی‌های خودمان کار را انجام می‌دهیم. روش استاندارد یکی است اما روش اجرا متفاوت است. هر کسی قوی‌تر عمل کند و خروجی بهتر بگیرد می‌تواند به هدف و تصمیم برسد. موضوع بعدی همان (گوگل آنالیتیک) است. نمی‌دانم دوستان اینجا خودشان سایت دارند کسانی که سایت دارند خیلی برایشان مهم است که بدانند مراجعینشان از کجا وارد سایت می‌شوند به چه صورت و چه مدت و چه چیزی را سرچ می‌کنند. مثلاً من تمام حرکات کسی که وارد سایت می‌شود را رصد می‌کنم این که چند ساعت در سایت من بوده و چه چیزی را سرچ کرده است. مثلاً من نامه ای برای شخصی در خارج از کشور زدم می‌دانستم کدام کشور است ولی نمی‌دانستم کدام شهر است وقتی که جواب من را داد از طریق همین ابزار گوگل توانستم بفهمم از کدام شهر است و چگونه وارد سایت من شده است. این سایت کارش ارائه آمار با جزئیات است.

الان در ایران سایت‌هایی وجود دارد که یکی (پرشین استیت) و دیگری (وب‌گذر) است که خیلی قوی نیستند و آماری که ما می‌خواهیم را در اختیار ما نمی‌گذارند و فقط یک آمار کلی می‌دهند. الان گوگل به صورت رایگان این اطلاعات را در اختیار ما می‌گذارد اما چرا؟ چون پشت آن بحث‌های اطلاعاتی خیلی قوی قرار دارد. ما دنیای اطلاعات را داریم یعنی شما هر چه بانک‌های قوی‌تر اطلاعات داشته باشید آمارها و نتایج دقیق‌تری می‌توانید بگیرید. هر چه قدر بانک‌های اطلاعاتی شما ضعیف باشد نمی‌توانید تصمیم‌گیری درست کنید. هر چه این گسترده‌تر شود آنالیز آن راحت‌تر است. یعنی اینها براساس سیستم هوشمندی که طراحی می‌کنند آمار دقیق‌تری را گرفته و به انواع و

اقسام گزارش ها می‌رسند. مثلاً نرم افزار (access) نرم افزاری است که شما آن را دیتابیس می‌کنید و برایش تعریف می‌کنید که آمار را برای شما بگیرد. ممکن است شما بگوئید این نرم افزار ضعیف است پس از (مای اسپیس) که قوی تر است استفاده می‌کنیم چرا چون آنجا می‌توان به انواع گزارش های کامل و دقیق تر دست یافت. شما به عنوان یک کارفرما می‌گوئید من می‌خواهم این موضوع با فلان موضوع با هم بررسی شوند و یک گزارش به من بدهد که بر اساس آن به یک نتیجه برسیم. چون بحث روند را مطرح می‌کنیم باید بدانیم الان در دنیا بحث روند خیلی جدی است چون عصر، عصر مفهوم است می‌خواهند ببینند روند تاریخی چه اتفاقی افتاده و پیش بینی کنند که در آینده چه اتفاقی خواهد افتاد. نقش تاریخیچه بررسی شرکت های بزرگ و پیشرفته اجتماعی را است که خانم (آیلی کلی) که آمریکایی است بحث آموزشهای تصویری را انجام داد. ایشان آمدند از سال ۱۸۸۰ تا ۲۰۱۰ میلادی را در آوردند و بازایی کردند که عصرها به چه صورتی است همین عصر کشاورزی بوده، عصر صنعتی، عصر خدمات، عصر اطلاعات، عصر دانش و الان که بحث مفهوم است. چه شد که بحث مدیریت علمی در دنیا اتفاق افتاد و اصلاً جامعه به سمت اجتماع رفت و این که سازمان یک سیستم اجتماعی است و ما باید به صورت اجتماعی عمل کنیم. چه شکلی شد که مردم به این تصمیم رسیدند که مسائل را مطرح کردند که آموزش به سمت انفرادی شدن و چی شد که بعد از آن مقطع زمانی آموزش برای تمام عمر در تمام دنیا مطرح شد. بعد نوآوری مطرح شد نگاه کنید یک بستر فرهنگی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی مطرح شد که این روندها تغییر کردند. اینجا ما دو تا آنالیز بسیار مهمی داریم یکی آنالیز (swot) یعنی

نقاط قوت و ضعف و تهدید و فرصت. در مباحث استراتژیک از مهمترین تجزیه و تحلیل‌هایی است که انجام می‌شود.

دومین آنالیز (تست ماست؟؟) (poletik economist social teknoloji)

است یعنی سیاست، اقتصاد، فناوری و اجتماعی که این چهار نوع روند باید تحلیل شوند. تا ما به چهار تا پارامتر اساسی برسیم. ما مشکلی که در ایران داریم همه بصورت نقطه‌ای عمل می‌کنند مطالعات یکپارچه نیست ما حرف از مدیریت یکپارچه می‌زنیم ولی عمل نمی‌کنیم. یعنی بصورت سیستماتیک ما نمی‌بینیم. یعنی ما فقط اجتماعی می‌بینیم اجتماع تحت تأثیر سیاست، اجتماع، اقتصاد موضوعات فناوری است. اینها هیچکدام عنصر مجزا که نیستند ما باید همه را با هم ببینیم. دوم نقشه‌ای که ما می‌بینیم. آقای دکتر (داگلاس انگل رت) ایشان مخترع یک فناوری هستند که شما با آن آشنایی دارید هر روز در دستتان می‌بینید. ایشان متولد سال ۱۹۲۵ و مخترع موس و ۲۵ فناوری پیشتاز هستند. در واقع خیلی مطرح می‌باشند. حالا آمدند چه کار کردند ایشان یک دغدغه‌ای از سال ۱۹۵۵ داشتند به اسم (کاراکتیو‌آی کی یو) یا بحث هوش جمعی. ایشان مطرح کردند برای این که بتوانیم مسائل پیچیده جهانی را حل کنیم نیازمند آنیم که هوش جمعی آدم‌ها را ارتقاء بدهیم که برای این موضوع ایشان آمدند یک مرکز در دانشگاه MIT که تاپ‌ترین دانشگاه فنی جهان است ایجاد کردند که به این موضوع که ماهیتا موضوعی اجتماعی و انسانی و در بحث روانشناسی و علوم انسانی است می‌پردازند. می‌گویند باید چه کار کنیم؟ باید روندهای فناوری و تحقیقات جهانی را رصد کنیم این موج‌هایی که باعث می‌شود که هوش جمعی انسان ارتقا پیدا کند اینها

را شناسایی کنیم و از آنها استفاده کنیم. موج فناوری و موج پارادایم یا الگوی بعدی را هر چه سریع‌تر کنیم که ما بتوانیم یک موج الگویی جدید ایجاد کنیم و بر اساس آن موج بتوانیم سریع‌تر مشکلات جهانی را حل کنیم. وقتی که می‌آیید انتهای نقشه موج برتر را می‌بینید بعد از آن خورشید آنجا موج فناوری و اطلاعات، ایمیل و بحث کامپیوترهاست که مطرح شدند و بحث بانک‌های اطلاعاتی. بعد که بیایید جلوتر بعد از موج دوم آن قسمت سبز آنجا وقتی که نگاه می‌کنید بستر همه قصه موج بعدی شبکه اجتماعی است (فیس بوک و یوتیوب و...) اینها همه شبکه اجتماعی است یعنی بستر و پارادایم بعدی را عملاً دارد ایجاد می‌کند. شما عملاً با بحث فرهنگی آشنایی دارید که بحث پارادایم‌ها یا الگوهاست در بحث فرهنگی شما چون متصدی امر فرهنگی هستید در نهایت من یک پیشنهاد می‌دهم شما می‌روید یک مطالعاتی انجام می‌دهید گزارشاتان را می‌دهید اگر واقعا شما آدم‌هایی باشید که خود انگیزی، خود جوشی و مسئولیت‌پذیر و متعهد باشید دغدغه‌ای دارید که زحمتی که کشیدید بالاخره یک جایی اثرش را ببینید اما متأسفانه در کشور ما اکثر مطالعاتی که انجام می‌شود می‌گذاریم در طاقچه‌ها خاک بخورد. این هم دلیل دارد یعنی مشکلات فرهنگی داریم مشکلات مطالعه داریم. نرخ مطالعه پایین است، نرخ تفکر پایین است. یک سوال می‌کنم میزان مطالعه در شاهنامه در حال حاضر بیشتر است یا گذشته؟ پاسخ: در گذشته. مطمئنید استدلالتان چیست؟ شما قبول دارید که در گذشته مطالعات اجتماعی بیشتر بوده. حالا من یک مثالی بگویم ما داشتیم بحث می‌کردیم که در گذشته شاهنامه را مطالعه نمی‌کردند. الان شما با پدر یا مادرتان صحبت می‌کنید آنها بیشتر در مورد

داستانهای شاهنامه اطلاعات دارند یا شما؟ من داستانهای شاهنامه را اولین بار از پدرم شنیدم خود من هنوز خیلی شاهنامه خوان نشدم چون در گذشته شاهنامه برایشان نقالی شده و پرده خوانی شده است. من آدم روی این موضوع کار کردم و به این نتیجه رسیدم که در گذشته هم مردم خیلی اهل مطالعه نبودند داستانها را برای عموم جامعه نقالی می‌کردند. یعنی استراتژی تصویری مطالعه. یک نامه ۴۰،۳۰ صفحه ای به مدیر یا کارفرما ندهید نمی‌رسد بخواند به او یک نقاشی بدهید در حد یک صفحه این روند تاریخچه تفکر مردم است. امروز به آن می‌گویند (one page) شما اگر وارد این ادبیات بشوید ایران را جهش کردید و رفتید به ادبیات بین‌المللی چرا چون ما در عصر مفهوم هستیم. این ادبیات عصر حاضر است عملاً ایران باستان این ادبیات را داشته اما ما آن را از بین بردیم. شما می‌توانید با اشل جهانی در ایران کار کنید. برای این‌که باز ممکن است یک عده بگیرند و یک عده نگیرند من در دو سال اخیر مشاور چند کارخانه بودم و اصلاً این ادبیات را حاکم کردم و از این ادبیات استفاده کردم اما حتی مدیرها هم مطلب را نمی‌گیرند مدیرها هم اهل مطالعه نیستند. برای همین آدم تصویر سازی کردم. تاریخچه کارخانه را در یک صفحه بکشیم نقشه ذهنی کارخانه را در یک صفحه، نقشه راه کارخانه را در یک صفحه. این ادبیات تصویری است. بعد از این‌که می‌آیید مطالعه را انجام می‌دهید باید راهکار ارائه دهید ما تا اینجا آسیب شناسی کردیم، هنجار سنجی کردیم، ناهنجار سنجی کردیم. حالا راهکارهای پیشنهادی ما با توجه به اطلاعاتی که به دست آوردیم این موارد است. بعد ترسیم نقشه آینده بکنید. راهکارها باید در بسترهای زمانی محقق شود. مثلاً این سازمانها مسئول هستند

فعالیت هایش هم این موارد است و سنگهای مسافت نما هم این است. و در این مقطع زمانی هم باید اجرا شود. اهدافی هم که ما به دنبال آن هستیم اینها است که در آخر می نویسیم. دوباره بحث برنامه استراتژیکی است یعنی شما آرزویابی می کنید، هنجار سنجی و ناهنجار سنجی می کنید در نهایت باید بیابید یک برنامه استراتژیکی پیشنهاد کنیم یک دورنما و چشم انداز را ترسیم می کنید ماموریت ها و رسالتهایی را تعریف می کنید بعد بیابید چالش ها را مطرح بکنید بحث عوامل موفق و حمايتها و ارزشهای بنیادی را مطرح کنید بعد برنامه استراتژیکی را مطرح کنید. حالا یک سوال داریم که از آقای هاشمی هم کردم این برنامه نوشته شده توسط یکی از سازمانهایی که از ارکان اصلی نظام است. این که شما چه تدبیری برای عمومی سازی ملی و هم افزایی ملی دارید؟ شما آمدید طرح را نوشتید چند نفر از مدیران این طرح را خواندند چند نفر از شما تعریف چشم انداز را حفظ هستید تعریف یک پاراگرافی آن می گوید مثلاً ایران یک کشور مقتدر و... است فکر می کنید چرا نهادین نشده در اجتماع من به شما قول می دهم خیلی از مسئولین و وزرا ی ما هنوز به این مسئله مسلط نیستند چرا چون بصورت جزوه کرده اند و در یک پوشه که خوانده نمی شود گذاشته اند اما اگر می آمدند از استراتژی تصویری استفاده می کردند برای همه بسیار خوب مطرح می شد و درک می کردند. آقای پیتر دانکه پدر مدیریت نوین ایشان در سال ۲۰۰۴ فوت کردند حدود ۴۰،۳۰ کتاب داشتند عضو نهادها، سیاستهای کشورهای آمریکایی بودند ایشان می گفتند مدیران اجرایی برنامه آینده باید کسانی باشند که یادگرفتن را یاد بگیرند ما با اتکاء به دانشی که در دانشگاهها یاد گرفتیم نمی توانیم در عصر دانش قدم بگذاریم شما باید دائماً در

حال یادگیری باشید ایشان یک جمله دیگر گفته اند که من در کتاب مدیریت دانش خوانده‌ام که عصر آینده عصر شبکه‌ها است اما نه شبکه‌های تکنولوژیکی بلکه شبکه‌های انسانی در قالب تکنولوژی نو. عصر آینده تنها عصر هوش مصنوعی و سیستم‌های خبره نخواهد بود بلکه عصر هوشمندی مجموعه انسانی در شبکه جهانی است. این حرفها را در سال ۲۰۰۱-۲۰۰۲ گفت که در آن موقع بحث شبکه‌های اجتماعی خیلی مطرح نبود ایشان با آن سابقه زیادش می‌آید و می‌گوید عصر آینده به این صورت نخواهد بود. عصر شبکه انسانی و هوشمندی مجموعه انسانی است. این هوشمندی مجموعه انسانی را شما در شبکه اجتماعی به وضوح می‌بینید. خود من نتایج را که کسب کردیم بگویم که به خصوص در بسترهای اجتماعی بسیار شگفت‌انگیز بوده است. بحث تکنولوژی می‌گوید بسترهای مخابراتی مثل موبایلها و اینترنت خودشان اصل نیستند اصل ارتباط انسان تحت این بسترهاست. فرق (مدیا) با دیگر شبکه‌های اجتماعی چیست؟ ما چند تیپ شبکه اجتماعی داریم یک شبکه اجتماعی مثل (facebook و my space) بستر، بستر ارتباطات افراد است یعنی ارتباط مستقیم افراد و دوم بستر text face که تستی زده میشود. اما در (ویکی پدیا) چه اتفاقی می‌افتد کسانی که به معارف و تاریخ اهمیت می‌دهند. این بستر یکی از قوی‌ترین دایره‌معارفی است که وجود دارد بعد آمده قواعد مقاله نویسی و مطلب نویسی را لحاظ کرده و مردم را وادار کرده که خودجوش به این قوانین پایدار باشند. من یک موضوعی را در (ویکی مدیا) می‌زنم بعد شما می‌آیی و می‌گویی خلاف این است باید یک سری مراجع و مراتب را نشان دهیم هر کدام از این مباحث اثبات شد آن یکی حذف می‌شود اگر از کتابخانه کتاب

دایره‌المعارف بگیریید با ۵۰۰ صفحه که اگر بخواهند آن را بروز کنند باید کتابی دیگر نوشته شود. اما حالا با استفاده از فناوری در این سیستم خود به خود به روز می‌شود مثلاً بسترهای موبایل در چند سال گذشته وجود نداشته پس باید به دایره‌المعارف اضافه شود پس در این سیستم چند نفر جمع می‌شوند تا یک دایره‌المعارف بسیار به روز و سریع و جهانی را بوجود بیاورند (یوتیوب) چیست؟ یک شبکه اجتماعی است اشتراک گذاری فیلم‌های خود که می‌آیند کلیپ‌های خودشان را می‌گذارند فیلم‌های خودشان را می‌گیرند که الان آن هم فیلتر شده است. روش تحقیق من روش تصویری است به این صورت که من اگر یک کتاب را بخوام ابتدا تصویرهای آن را نگاه می‌کنم. در اینترنت هم تصاویر را سرچ میکنم بیشتر هم به زبان اصلی کار می‌کنم چون واقعا محتوای فارسی ما در اینترنت خیلی کم داریم. چون ما تحریم بودیم اطلاعات به ما نمی‌دادند پس به این طریق تحقیقاتم را انجام می‌دادم الان ادبیات استفاده از شبکه‌های اجتماعی در ایران نیست یعنی باید نهادهای در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی این بستر را جهت دهی آن را درست بکنند یعنی آن را ببرند به یک سمتی که مردم بتوانند استفاده بکنند برای پیشرفت و توسعه کشور حالا من وارد بحث‌های آماری می‌شوم ما از سال ۱۳۸۶ به تیپ شبکه اجتماعی برای خانواده خودمان ایجاد کردیم به اسم شبکه اجتماعی خانوادگی فشارکی. در ابتدا ما یک سایت داشتیم سایت یک بستر ارتباطی یک سویه است اما شبکه اجتماعی یک بستر ارتباطی دو سویه است. یک بسترهای دیگری اتفاق افتاد به نام تالار گفتگو که این هم یک ارتباط دو سویه و یا چند سویه است ما حالا یک تالار گفتگو درست کردیم چون از لحاظ بسترهای تکنولوژی

شبکه‌های اجتماعی ضعف داشتیم مدیری که این سایت را راه اندازی کرده بود متوجه نبود درسته که فوق لیسانس حقوق شناسی داشت اما این چیزها را نمی‌دانست چیست. مشکل ما بی برنامه‌گی است مثلا می‌آیند برنامه اردو آماده میکنند درست در امتحانات بچه‌ها یا. یعنی فکر نمی‌کردند. مثلا ما می‌خواستیم برنامه تفریحی برای بچه‌های عضو شبکه اجتماعی بگذاریم نشستیم دیدیم که چه زمانهایی بچه‌ها بیشتر در شبکه به سر می‌برند تا در آن زمانها برنامه ریزی کنیم چون وقت فراغت آنها زمانی است که در شبکه هستند. ما هم می‌توانیم با همان فرضیه ذهنی برنامه ریزی کنیم. الان حدود ۳۶ ماه است که دارم اطلاعات را ثبت میکنم نتیجه جالب داشته با توجه به نمودار کدام مقطع زمانی مناسب است؟ اسفند ۸۷. آفرین دقیقا اولین گردهمایی بوده برنامه ی فوتبال در اصفهان. اما شما با توجه به این نمودار باز هم نمی‌توانید به سوالات من پاسخ دهید. اطلاعات را همه دارند اما این نوع نگاه کردن است که مشخص می‌کند. این نمودار جواب مرا نمی‌دهد به همین دلیل یک نمودار دیگر رسم کردم از من روندها را خواستند من هم با توجه به زمان این نمودار را رسم کردم تا بدانم در چه زمانی سیر صعودی داشته و در چه زمانی سیر نزولی. اسفند ۸۷ بالاترین آمار آن هم به دلیل یک رویداد مهم. پس رویدادهای مهم باعث بازدید بیشتر می‌شود. در زمانی که سیر نزولی طی می‌شود طراحی برنامه کردن اشتباه محض است. به همین دلیل می‌گویم کار مطالعاتی سخت است مهمترین کار ما داده کاوی، ثبت اطلاعات و بعد مدتی تصمیم‌گیری است. هر چقدر از داده‌هایتان در زمان کوتاه باشد نتیجه خاصی نمی‌توانید بگیرید بلکه باید بگذارید در دراز مدت نتیجه ای که گرفته‌اید را با

توجه به آن آینده را پیش بینی کنید چون در ایران صبر و حوصله وجود ندارد به همین دلیل مردم می‌خواهند در کوتاهترین مدت نتیجه‌ی دلخواه را بگیرند. یک زمان بود که پژوهش گران ۲۰ سال مطالعه می‌کنند راجع به یک موضوع. اما ما بر اساس ۶ ماه مطالعه نتیجه می‌گیریم. بعد دیدم به قول شما شاید نتوانم از این مبتم نتیجه درست بگیرم به همین دلیل آمدم یک روند دیگر انتخاب کردم روند فصلی. در این روند داده‌ها را براساس فصلها قرار دادم. بهار ۸۶ تا بهار ۸۹ مثلاً نگاه کنید از بهار ۸۶ تا تابستان ۸۹ ما دائماً رشد داشتیم. یا رشد تدریجی و یا جهشی. حالا فرض کنید این آمار برای یک سازمان باشد شما کدام سازمان را سراغ دارید که ۱۰ فصل مداوم رشد داشته باشد. حالا رسیدیم به جایی که بالا - پایین داریم این نمودار شبیه کدام نمودار آماری است؟ به این نمودار چرخه عمر می‌گوئیم. تولید محصولات از قاعده چرخ عمر تبعیت می‌کنند یک محصول و یا خدمت این مراحل را طی می‌کند تا بوجود آید.

۱. تولد ۲. رشد ۳. بلوغ ۴. اشباع ۵. نزول - مانند انسان. برای همین در دنیا قبل از این که یک خدمت و محصول چرخه اش تمام بشود در دوره‌ی بلوغ یک محصول جدید بیرون میدهند تا به صورت جهشی شرکت را بالا ببرد. همین باعث میشه که یک گام شرکت بالا بیاید. ما الان با توجه به این نمودار به سطح اشباع رسیدیم پس باید دنبال سیاست گذاری‌های جدیدی باشیم تا بتوانیم این وضعیت را حفظ کرده یا ارتقاء دهیم. یک نمودار دیگر مثلاً نمودار مقایسه‌ی فصل‌ها، مثلاً سال ۸۶ و ۸۷ بهار و تابستان رشد تدریجی داشتیم اما در زمستان و پاییز رشد جهشی. اما در سال ۸۸ روند معکوس بوده

تابستان به پاییز کاهش یافته اما پائیز به زمستان رشد جهشی داشته است. یعنی ما.سه سال پی در پی در زمستان رشد صعودی داشتیم و این بهترین بستر است برای کار در این زمان و تصمیم‌گیری. Google IT را در آگوست سال ۲۰۰۹ بر روی سایت فعالش کردیم. این آمار هم آمار سایت و هم تالار گفتگو است ۴۰ هزار و سی و یک بازدید داشته‌ایم. در تقریباً ۹ ماه یک میلیون ۱۰۷ هزار page بازدید شده و مدت زمان ۲۲ دقیقه بودند. هر بازدید کننده حدوداً نیم ساعت در سایت بوده اند. این بسیار روند خوبی است که می‌شود به عنوان یک فرصت استفاده کرد. ۱۰ کاربر اول ما با محاسبه ای که کردیم بیشتر از چند شرکت بیزنسی در سایت ما کارکردند. ۵۳۲۷ هزار نفر در ۹ ماه از سایت ما بازدید کردند در قسمت پائین می‌گوئیم از چه طریقی وارد سایت ما شدند بیشتر شان به صورت مستقیم وارد شدند. ۲۱٪ از طریق لینک ما از سایت‌های دیگر آمدند. ۱۲/۵٪ توسط موتورهای جست و جو. بر اساس این آمار من می‌توانم تحلیل کنم. ۴۰۰ تا مطلب که هر کدام را بگوئیم ۱۰۰ کلید واژه داشته باشد میشود ۴۰۰۰ کلید واژه و با توجه به این مورد این آمار برای ما کم است و باید این آمار بالاتر رود. از طریق این آمار و با این تحلیل می‌فهمیم که سایت مشکل دارد که باعث میشود من سیاست‌های خود را اصلاح کنم. در یک قسمت نمودار به شما نشان می‌دهد از کدام کشور و شهر دنیا وارد شده است. مرورگرهای اینترنتی شان چه بوده بیشترین مرورگر ما explorer با ۵۵٪ و fairfox با ۳۹٪ و opera با ۴٪. بعد از نوع اتصال به سایت ما از چه طریق بوده adsl,dialup. بیشترین بازدید کنندگان اول از کشور ایران بعد امارات، انگلیس، آلمان، آمریکا، مجارستان، مکزیک، هند و ترکیه بوده است. ما در

سراسر دنیا می‌توانیم بازدید کنندگان را ردیابی کنیم. در بحث (وب) veb مطالعاتی که در دنیا انجام شده خانم‌ها میل کمتری دارند مثلا با تحقیقاتی که انجام شده در دنیا ۶۰ - ۵۵٪ آقایان ۴۰ - ۴۵٪ خانم‌ها به اینترنت دسترسی دارند. در سایت ما هم این اثبات شده یعنی در ازای هر ۲ نفر آقا یک نفر خانم وارد سایت شده است ما از ۱۰ کاربر فعالمان هیچکدام خانم نیستند. از نظر فرهنگی چرا خانم‌ها به این مسئله اهمیت نمی‌دهند یک نظریه ای که من دارم و در نمایشگاه هم مطرح کردم این است که قویترین رکنی که ما در ایران داریم مثلا آمده‌اند در دنیا می‌گویند رشد اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، علمی در قالب چه چیز اتفاق افتاده؟ در قالب بها دادن به مجموعه غیر انتفاعی و احزاب. مثلا می‌گویند در آمریکا دو تا حزب وجود دارد که آن‌جا را اداره می‌کند جمهوری خواه و دموکرات. در صورتی که همچنین چیزی واقعیت ندارد در آمریکا دو تا خانواده به نام‌های راکفلر و مورگان‌ها. انگلستان و فرانسه سرها و کنت‌ها و در آلمان بوربرها. اینها همه مطالعه شده است. آقای دکتر تلوری مطالعه کرده است ما اگر بخواهیم ایران را رشد دهیم به قول آقای پناهیان ما گیر کردیم بین فرهنگ ایرانی، اسلامی و عربی و نمی‌دانیم چه کار کنیم بین زمین و هوا مانده‌ایم. ما در سال فقط ۴۰ میلیون خرج اطلاعات فرهنگی کردیم بدون کمک شرکت‌های دولتی. ۱۰ - ۱۲ میلیون فقط گردهمایی‌های ما بوده خود اسپانسرها داده اند حتی لیگ فوتسالمان که کاملا خانوادگی بود هم خود اسپانسرها پشتیبانی کرده اند ۱۶ تیم داشتیم در ۲ استان. ما عملا بر آبادانی روستاها نظارت داشتیم ما یک مهاجرت ذهنی ایجاد کردیم مثلا جوانان از روستاها مهاجرت کردند حتی بچه‌های ما در خارج از کشور

مثلا دکتر فریدون فشارکی ایشان مشاور کاخ سفید، نفت و غیره بوده و ارتباطاتشان با ایران قطع شده بود ایشان از نخبگان ایران هستند و ما دوباره از طریق این سایت ایشان را جذب کردیم و ارتباطش با ایران را فعال ساختیم ایشان یک سفر به ایران آمدند به روستا بردیم شان آنقدر استقبال کردند که چندین بار دیگر بعد از آن سفر به ایران آمدند در صورتی که ایشان اصلا وقت ندارند یعنی اگر شما بخواهید با ایشان صحبت کنید زمانی که بخواهد مدت یک سال طول می کشد تا پاسخگوی شما باشد و ایشان برای هر دقیقه از سخنرانی شان حدودا ۱۰۰ دلار پول می گیرند از این راه همان فرار نخبگان را می توانیم کنترل کنیم. ما الان بین سه تا فرهنگ گیر کردیم فرهنگ ایرانی اسلامی و غربی ما می توانیم از این تکنیک استفاده بکنیم و یک رکنی را که ما هم در تمدن ایرانی و هم اسلامی داریم زنده کنیم آن رکن خانواده است نه با رویکرد قبیله ای نه با رویکرد نژاد پرستانه ما اگر بتوانیم ۱۰۰ خانواده در ایران را به صورت شبکه خویشاوندی جذب کنیم این خانواده ها می توانند پارادیم های فرهنگی ایران را تغییر بدهند ناخودآگاه شما می بینید که تحول های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی اتفاق خواهد افتاد ما بسترمان را با ۳ سال کار فرهنگی شروع کردیم الان داریم میرویم به سمت بحث سامان دهی مسکن و اقتصاد خانواده. الان من موظف شدم طبق جلسه ای که داشتیم با بچه ها تعاون مسکن را راه اندازی کردیم که بحث مسکن خانواده را ساماندهی کنیم. خود آقای دکتر تلبری بحث جامعه منتظر را که تشریح می کنند چهار تا رساله دارند در مورد جامعه منتظر می گویند یکی از رکن های جامعه منتظر رکن خانواده است و جامعه ای می تواند جامعه مهدوی یا جامعه منتظر باشد که

رکن خانواده را احیا کند به تمام معنا. الان صله رحم قطع شده که در این کشور فاجعه است و من نمی‌دونم چرا. من بچه که بودم همیشه می‌ترسیدم مامانم می‌گفت که کار بدی نکنی‌ها ما خانواده داریم همیشه این تو ذهن من بود و اصلاً جرأت نمی‌کردم اشتباه بکنم ما این رکن رو دوباره باید زنده‌اش کنیم. نگاه کنید ما مثلاً او مدیم تو تهران هیئت فامیلی را دوباره احیایش بکنیم تو اصفهان هنوز پا برجاست ولی تو تهران از سال ۷۲ متلاشی شد دلیل هم داشت مثلاً معضلی به اسم مسافت، به اسم ترافیک و خانه‌های ۵۵ متری وجود دارد. الان از جوانان فامیل که همدیگر را نمی‌شناختند و نسبت فامیلیشان را نمی‌دانستند الان ولی این مشکل کاملاً حل شده است. بعد خود به خود کنترل بحث ناهنجاری‌های فرهنگی ایجاد شد. تو بحث انتخابات اخیر که نتایج خیلی شگفت‌انگیزی داشت که برای خود من هم عجیب بود الان دوست با دوست قهر است همکار با همکار دعوا کرده تو سایت فامیلی ما، ما همه نوع طیف داریم طیف تنوع مذهبی داریم، فرهنگی داریم، سیاسی هم داریم همه اینها با هم گفتگو می‌کنند ما هم اوایل انتخابات یک سری تنشها داشتیم اما به مرور زمان معتدله هر طیف تندروهای طیف مقابل را کنترل کرد. خیلی از ریزش‌هایی که ما تو سایتمان داریم مربوط به بحث انتخابات است. که در همه جای کشور وجود داشت و همه کشور رفت رو هوا! برای خروج از این بحرانها باید یک راه حلی داشته باشیم آقای دکتر تلوری می‌گفت بچه‌های مذهبی می‌آیند دیوار بلند بالایی از یک سری موارد دور خود می‌کشند بچه‌های دیگر از روی دیوار سرک می‌کشند که ببیند چه خبر است او با سنگ آنها را می‌زند در حالی که باید ادبیات تعاملی ایجاد شود.

پرسش: من به این نتیجه رسیدم که ما از این کار فقط می‌توانیم برای سوژه یابی و برنامه ریزی استفاده کنیم اگر بخواهیم رابطه دو تا متغیر را بررسی کنیم چه کار کنیم با توجه به آن هنوز جواب آن خطا رو هنوز من نگرفتم

چگونه یک پارادایم یا الگو شکل می‌گیرد بیشتر الگوی فرهنگی ما دنبال پیاده سازی الگوها هستیم دانشمندان آمدند ۵ میمون رو در قفس گذاشتند که در آن یک نردبان و بالای آن یک موز گذاشتند هر میمونی که می‌خواست از نردبان بالا برود روی سر بقیه آب سرد می‌ریختند پس از مدتی هر میمونی که می‌خواست از نردبان بالا برود سایرین او را کتک می‌زدند و نمی‌گذاشتند تا موز بخورد پس از یک مدتی هیچ میمونی علی‌رغم میلی که داشت از ترس برای خوردن از نردبان بالا نمی‌رفت بعد دانشمندان آمدند یک میمون را خارج و یک میمون جدید وارد کردند بعد مدتی میمون جدید آمد برود بالای نردبان موز بخورد و بقیه میمون‌ها کتکش زدند و دوباره بعد از مدتی خواست همان کار را بکنند دوباره کتک خورد و فهمید که نباید آن موز را بخورد دوباره این کار را دانشمندان تکرار کردند و میمون جدید وارد کردند تا این‌که این ۵ میمون بطور کامل عوض شده و همه جدید بودند اما باز با این‌که روی سر هیچکدام آب سرد ریخته نشده بود باز کماکان هر کدام می‌خواستند موز بخورند بقیه می‌ریختند و او را می‌زدند و هیچکدام به موز دست نمی‌زدند این بحث شکل‌گیری یک پارادایم است یک عده می‌گویند که این پارادایم‌ها در مقطع زمانی نمی‌شود ایجادش کرد و به صورت تدریجی و در بستر زمان باید اتفاق بیفتد. و ما می‌گوییم باید ببایم رصد فرهنگی بکنیم پارادایم‌هایی که

وجود دارد شناسائی کنیم و پارادایم آتی و روش اجرایی آن را پیشنهاد بدهیم (وارد شدن به اینترنت). نگاه کنید الان شما عملاً وارد پوسته کلپ شدید این الان قسمت کلپهایی است که صحبت آن را کردیم. به سمت راست توجه کنید الان آقای دکتر؟؟ آمدند سوال کردند و من گفتم که الان این چه کمکی به ما می‌کند بانک‌های اطلاعاتی که در اختیار ما نیست در اختیار یک سری شرکتهای دیگر است و این که ما چگونه می‌توانیم از آن استفاده کنیم. دو حالت دارد که شما بتوانید از این شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید. یکی این که شما بروید بصورت هوشمندانه اطلاعات را رصد کنید و بیاورید بیرون بعد تحلیل‌هایی که مد نظرتان است را خروجی کنید. چند نوع تحلیل را می‌شود همین طوری کرد و بعضی را نمی‌شود شما باید چه کار کنید؟ باید بروید سراغ همان شرکت‌ها و درخواست گزارش کنید. مثلاً بگویید آقا ما از این موضوع و این موضوع گزارش‌هایی می‌خواهیم ممکن است یک هزینه از شما بگیرند اما معقولش این است که این کار بشود نگاه کنید سمت راست تصویر را ببینید طبقه بندی کلپها مثلاً کلپهای مربوط به سایت (کلپ دات کام) می‌شود ۵۷۷، مدارس، دانشگاهها و فارغ‌التحصیلان ۲۲۹۰، کامپیوتر، اینترنت، الکترونیک ۹۰۸، ادبیات و تاریخ. سؤال آقای ساعی: یک بحثی است حالا راجع به همین مباحث که ایشان گفتند حالا مهمه یک چیزی که در حوزه علوم اجتماعی سالهاست دارند راجع به آن بحث می‌کنند آن این است که تاریخ چطور حرکت کند تغییرات تاریخ چه طوری است مسیری که در تاریخ انسان از آن عبور کرده چه مسیر است خیلی جوابهای مختلفی به این سوال داده شده این که شما بیان کردید عصر کشاورزی، عصر صنعت و عصر خدمات. خود این چه

طوری شکل گرفته. این مبتنی بر یک تعریف از انسان است هویت اصلی انسان و تفاوت انسان با سایر موجودات این است که ابزار می‌سازد این قدرت ابزار سازیش در دوره‌های مختلف این طوری خودش رانشان داده است که الان هم که دانش و مفهومی است که مبتنی و منتهی بر ابزار می‌شود. و حالت کاملاً دایماتیکی دارد اما اولاً مورد قبول همه نیست ثانیاً ضررهایی دارد که به همه تاریخ و همه جوامع قابل تعمیم نیست مثالی که شما زدید آن قدر جوامع انسانی پیچیدگی‌های خاص خودشان را دارند که بر اساس یک روند ساده نمی‌شود پیش بینی کرد مثال می‌زنم ما یک تاریخی داریم که از اینجا شروع کرده رفته و ما باید همین مسیر را برویم یعنی اگر لازم است اول کشاورزی بعد صنعت و.... بحث نسخه‌ی واحد برای جهان از همین جا در آمده یعنی افرادی که آمدند این را نفی کردند حتماً یک دید عمیقی نسبت به جامعه داشتند احساس می‌کردند هر جامعه‌ای با جامعه دیگر فرق می‌کند مسیر تاریخی‌اش فرق می‌کند مسیر حرکتی‌اش فرق می‌کند ابزار قدرتش فرق می‌کند یعنی مثلاً ابزار قدرت آیا ثروت است آیا نیروی نظامی یا اطلاعات است؟ آن وقت ما می‌بینیم در جاهایی، افرادی هستند که هیچکدام از این ابزار را ندارند اما در روند جهانی اثر گذار هستند این نکاتی است که شاید نیاز به یک نگاه اجتهادی تر و عمیق تر داشته باشد. مهندس فشارکی: من الان دفاع نکردم، تایید هم نکردم. ما اگر بخواهیم جو علمی را بگوییم جوی علمی آکادمیکی دانشگاه ما همین ادبیات است شما الان می‌روید جامعه شناسی می‌خوانید روان شناسی می‌خوانید براساس همین ادبیات است ما چون الان جو علمی داریم در مورد ادبیات جهانی بحث می‌کنیم دوم این که آدم یک نقد هم

زدم گفتم آقا الان ادبیات جهانی آمدن در دنیا مطالعه کردند و در دنیا ایرانیان مطالعه کردند یکی از دلایل موفقیت جهان چه بود این که مثلا یکی از دلایل موفقیت جهان چی بود این که بحث احزاب رو تقویت کردند. رهبر آمد چی گفت حضرت آیت الله خامنه‌ای آمد گفت آقا برای ما نسخه غربی شرقی نیچید ما باید نسخه خودمان را بنویسیم من هم این حرف ها را قبول دارم. من هم یک بحثی دارم اینجا این که من با معاون سازمان ملی جوانان جلسه داشتم ایشان گفت این کاری که کردی مباحث اعتقادی و دینی آن کجاست گفتم آقا من متخصص مهندسی هستم در حد اندازه خودم با مباحث دینی آشنا هستم شما به عنوان روحانی به من راهکار این را بدهید شما راهکارتان را بدهید من قبول دارم من یک همچین خوراکی می‌خواهم برای انجام مهندسی این خوراک دینی مذهبی را بدهید، من انجام میدهم. متأسفانه در کشور ما انجام نشده یعنی نمی‌دانند به کدام سمت بروند یعنی خود حوزه علمیه هم بعضی جاها واقعا گیر کرده نمی‌دونند یعنی واقعا نمی‌دونند الان مسیری که ما تعریف بکنیم به کدام سمت برویم کجا باید برویم این را چون نمی‌دانند ما به مشکل برخوردیم. مثلا در نقشه جامع علمی کشور خیلی از اینها را بروید مطالعه بکنید متوجه می‌شوید که گیر و گور کشور در کدام نقطه است ما آمدیم همین بحث مطرح کردیم و این را مطالعه کردیم این ادبیات همین بحث آقای دکتر داگلاس انگل ورت و خانم آیلین کلب اینهایی که نقشه جهانی را کشیدند. من و خواهرم آمدیم یک بحثی را مطرح کردیم خواهرم پژوهشگر قرآنی است یک ایده ای مشترک مطرح شد که تیم آنها دارند پیگیری می‌کنند می‌خواهند تاریخ اسلام را از زمان پیامبر و ائمه معصومین اینطوری نمودارش یا همان نقشه

تاریخی را رسم کنند آمدند یک طبقه بندی را انجام دادند یعنی آمدند گفتند که مثلا تیپ رفتاری مدیریتی این ائمه این طوری بوده براساس این شرایط اجتماعی اقتصادی، سیاسی، یعنی دارند آنالیز تست آن را انجام می دهند. که مثلا این شرایط آن زمان در جامعه حاکم بوده و ائمه آمدن این سیاست را اتخاذ کردند. حالا اینها می خواهند چه کار کنند می خواهند چنین نقشه ای را برای ما ترسیم کنند همش می گوئیم نشده باید یک گروه پژوهشی بیایند و این برنامه را اتخاذ کنند. این فرضی است که این کار را بکنیم. تیم های پژوهشی باید بیایند بحث کنند بگویند دنیا دارد این طوری پیش می رود الان شما سند چشم انداز را می بینید یعنی بالاترین سطوح کشور ما چون هنوز چون نمی داند چی کار کنند مجبورند از همین اطاعت کنند برای این که ما نمی توانیم در جا بزنیم و بایستیم. چون اگر بایستیم حجم تغییرات به شکلی زیاد می شود که ما در آینده به مشکل بر می خوریم. مثلا می آیند نگاه می کنند این قسمت را مثلا داریم دینی اش را انجام دهیم و یا اگر نداریم چاره ای نیست. غربی یا شرقی آن را اجرا کنیم. پژوهشگران و محققان دینی باید انجام دهند که نکردند. حال من یک استراتژیک تعیین می کنم که تقویت بنیان های خانوادگی است و می گویم این به بنیاد فکری و فرهنگی ما نزدیکتر است هم از لحاظ ایرانی و هم از لحاظ اسلامی. یعنی یک رویکرد بومی می شود. من نمی گویم بیایید از احزاب حمایت کنید میگویم خانواده ها را تقویت کنید تا کشور تقویت شود، این یک نظریه است یعنی یک فرضیه گذاشتم و سه سال مطالعه کردم و این نتایج محرز است حالا تیم های دیگر باید بیایند مطالعات را تکمیل تر کنند این فرضیه مثلا به نظریه تبدیل می شود اما رد میشود یا تأیید می شود هنوز در قالب

هنر صغیر است. هنوز در مجمع علمی به بحث و گفت‌وگو گذاشته نشده یک سری صحبت‌ها شده ولی به صورت جدی و عملیاتی مطرح نشده یعنی در حد مطالعات. آقای ساعی: حالا این سوال مطرح است چون مبحث طولانی همیشه نمی‌خواهم زیاد توضیح بدهم اما تفاوت این دو نگاه این می‌شود که آیا یک نسخه واحد برای تمام دنیا می‌توان پیچید یا هر نقطه نسخه خاص خودش را دارد.

آقای فشارکی: شما دارید درباره اعصار صحبت می‌کنید یا ابزار شبکه اجتماعی.

آقای ساعی: این یک مبحث مبنایی کلی برای همه است یعنی اگر شما عقیده داشته باشید که تاریخ یک خط سیر داشته و یک خط سیر در آینده هم خواهد داشت به این نتیجه می‌رسید که یک نسخه استخراج می‌شود. بحث هایی که درباره گوگل انجام دادیم پیچیدگی بیشتری هم دارد یعنی این نیست که فقط این آمار را برای بازاریابی بخواهد اعلام کند. نتیجه‌ی این بر روی شکل دادن افکار عمومی هم مؤثر است و در این سایت درست است که مبتنی بر نظر بینندگان است اما یک سری فرمول‌هایی دسته بندی شده است که بعضی آمار بالاتر برود مثلا در گوگل چیزی را سرچ می‌کنیم یک سری چیزها آشکار است و یک سری چیزها نه. بعضی‌ها معتقدند گوگل سیستم رتبه‌بندی خود را می‌فروشد. وقتی شما را در یک قسمت مجازی قرار می‌دهند این هم یک بازی است افکار عمومی را شاید منتقل کنند اما باید قبول کنیم که دست کاری زیاد می‌شود.

آقای فشارکی: قبول داریم و می‌دونم که گوگل با اف بی آی و سیا قرارداد دارد یک سری از این قراردادها را که دارد و مشخص است ممکنه یک سری دست کاری‌هایی را بکنند اما یک سری موارد که شما وقتی نگاه می‌کنید می‌بینید نمی‌شود و وقتی رو به گزارش‌ها می‌آورید می‌بینید درست است.. و با نظریه‌ی شما می‌بینید که نزدیک به واقعه است. حالا ما داریم یک سری ابزارهای را در دنیا که مورد استفاده قرار می‌گیرند بررسی می‌کنیم می‌شود بومی سازی کرد می‌شود یک سری از اینها را در ایران درست کرد ما باید بحث ادبیات را در ایران بر قرار کنیم چون داریم عقب میافتیم. یعنی موضوعی که در دنیا مطرح شده خوب ما اگر نتوانیم این راه کارها را بچینیم ما به مشکل بر می‌خوریم. این یک سری وقایعی در دنیا اتفاق خواهد افتاد که اینها حتمی است دنیا شبکه ای خواهد شد شما همین الان هم می‌بینید دارد در دنیا اتفاق می‌افتد هر کاری هم بکنیم مثلاً پروژه ی اینترنت داخلی و یک سری قصه‌های دیگر که مطرح می‌شود نمی‌تواند مسیر را به تنهایی عوض کند. این مطالب را که ما گفت‌وگو می‌کنیم به این منوال است که در آینده اتفاق می‌افتد مثلاً موبایلی شدن و شبکه‌ای شدن اتفاق خواهد افتاد. اما این که ما در این بستر چگونه پیش خواهیم رفت این که من می‌گویم بازدید کننده سایت ما کم است چون در اصفهان ۹۰٪ dialup و در تهران ۵۰٪ از adsl استفاده می‌کنند. اگر اینترنت adsl توسعه پیدا کند آیا ما ضریب نفوذیمان بالا نمی‌رود. این اتفاق می‌افتد الان پیش بینی من این است که حتماً اتفاق می‌افتد. البته من روی آن بحث روند کلام با شما موافقم این که تعدد فرهنگ داریم اما ما ناخودآگاه شالوده‌های فرهنگمون دارد از هم می‌پاشد. شما می‌بینید فردوسی در شهر

خودش محجوره چرا ما نظریه پردازانمان نتوانستند این را به روزش بکنند یعنی نتوانستند بیابند فردوسی را نوین کنند فیلم شاهزاده ی ایرانی را دیزنی براساس داستان‌های شاهنامه تولید کرد کشورهای خارجی با توجه به تاریخ باستان ما بازیهای کامپیوتری و موبایلی تولید کردند اما ما نتوانستیم تیم پژوهشی در کشورهای دیگر ۱۵-۲۰ سال روی یک موضوع کار می‌کند اما ما کجا از این پژوهشگرها داریم من شنیدم که یک تیم مطالعاتی ۳۰ سال کار کردند اما ما در ایران چنین چیزی نداریم یعنی در مدت ۵ سال یا ۱۰ سال جمع می‌شوند تازه مستمر هم نیستند. این یکسری از ضعف‌های ماست ما مشکل داریم که اگر بتوانیم حلش کنیم مشکلات حل می‌شود. حالا من یک اشاره ای می‌کنم به بحث آقای انگل ورت که دقیق واردش نشدیم آقای انگل ورت فقط ابزار را مطرح نمی‌کند می‌گوید سیستم‌های انسانی ابزاری است اما عملاً ناخودآگاه با توجه به این که در یک بستر فرهنگی است. عناصر فرهنگی، ابزاری و انسانی بستر خودشان را مطرح می‌کند. این بدیهی است حالا ما اگر بتوانیم چنین تاریخچه‌ای از خودمان رسم بکنیم. روندهای فرهنگی خودمان را رسم بکنیم بعد می‌رویم روند فرهنگی مثلا نقش تاریخچه انقلاب، رویدادهای کلیدی مثلا می‌آید می‌گوید آقا این پارامترها باید ترسیم بشود حالا شما یا این را به عنوان عناصر کلیدی قبول می‌کنید یا قبول نمی‌کنید ۵ تا ۶ مورد عناصر کلیدی را به عنوان پارادایم معرفی می‌کنید می‌گوئید من باید اینها را رصد کنیم در محدوده زمانی ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۹ این روند تاریخی را ما می‌خواهیم مورد مطالعه قرار دهیم مثلا شاخص‌های اقتصادی در سال ۱۳۶۲ چه بوده اینها را مشخص کرده و تأثیر آن را به روی پارامترهای فرهنگی و اجتماعی مطالعه

می‌کنیم. وقتی می‌آید کنار همدیگر، این دیدگاه به وجود می‌آید که ما بیایم از استراتژیکی تصویری استفاده کنیم یعنی به صورت نقطه ای مشخص بکنیم روی چنین نقشه‌هایی و وقتی مشخص شد ناخودآگاه اینها در کنار همدیگر به شما ذهنیت می‌دهد و تحلیل می‌کند آن موقع می‌توانید تحلیل گر را بیاورید روی نقشه و بحث و مناظره بکنید که اگر این رویداد در ۵ سال بعد رخ داد تحت تأثیر پارامترهای اجتماعی بوده یا اقتصادی بوده. اینها باید مطالعه شود. در ایران کسی این کار را نکرده است. (خواندن نقشه درون سیستم)

شما الان به عنوان یک کاوشگر فرهنگی آمدید تا سوالات ذهنی خود را در کشور پاسخ دهید آقای انگل ورت معتقد است که هیچ تحولی در اجتماع رخ نمی‌دهد مگر آنکه چند نفر متفکر دور هم جمع شوند بحث و چالش و تبادل نظر کنند. حالا شما با توجه به این که اینجا آمدید میتوانید تجزیه و تحلیل کنید و برای آینده تصمیم بگیرید روند آینده را تشخیص بدهید و یا حتما راهکار بدهید در فیلم راز یک جمله می‌گوید که هر کس مرکز جهان خویشتن است نقطه در آغاز و پایان‌هاست، هر کس در دنیا ارزشهای خویش را به همراه دارد. و هویت خویش را شکل می‌دهد جهان منتظر ما است تا به آنجایی که می‌خواهیم بکشانیمش کسانی می‌توانند جهان را به آن سمت بکشانند که به این باور رسیده باشند و هدفشان مشخص باشد آمریکا این کار را کرده است روش زندگی خود را مشخص کرده. خیلی از جوانان هستند از این روش زندگی ایرانی و اسلامی خسته شده اند و می‌خواهند بروند. زندگی آمریکایی ایده آل ذهنشان است. شعار استخدامی سایت گوگل می‌گوید ما نمی‌خواهیم که شما یک کار بزرگ داشته باشید ما می‌خواهیم شما یک زندگی بزرگ

داشته باشید. این باعث می‌شود ذهن شما به آن فکر کند، هدف‌گیری زندگی را کرده کار بزرگ هم مهم نیست شما مدیر عامل بزرگ باش این اصلا مهم نیست برای ما مهمه که شما یک زندگی بزرگ داشته باشید. اما ما چه کرده ایم مدل زندگی شیعه و یا مدل زندگی ایرانی ما کجاست که بخواهیم آن را صادر کنیم. آقای عباسی یک الفبای از قصه را مطرح کردن یک هندسه ای از زندگی را شکل دادند روی مدل شیعه کار کرده و یک چیزهایی درآورده این به صورت عملی نیست فقط تئوری طریقه زندگی را به من که یک شیعه می‌خواهم بشوم نشان می‌دهد ولی عملی نیست به صورت تئوری می‌باشد. شما که متولی‌های کشور هستید و الان به دور هم نشست‌اید می‌توانید تصمیم بگیرید که کشور به کدام سمت برود و من می‌گویم راه الان اشتباه است. مثلا می‌گویند چشم انداز بیست ساله ایران تصویب شد. بر چه اساس. یک نکته جالب در این طرح ملی این که حرفی از هویت ایرانی نیست. نوشته ایران کشوری است مقتدر در منطقه خاور میانه اول در عرصه فناوری و اقتصاد با هویتی انقلابی اسلامی. آقا حالا هویت انقلابی اسلامی را ما چه طوری شکلش می‌دهیم آیا درست یا غلط من نمی‌دانم متفکرین و کسانی که در سطوح بالا هستند باید جوابگو باشند ما حال نقد می‌زنیم سوال ایجاد می‌کنیم آیا درست است یا غلط. حالا شاید خیلی حاشیه رفتن شاید این دغدغه‌های ذهنی خودم بود کارهای فرهنگی می‌کردم با تیم آقای دکتر تهرانی ما یک کارگاه مهندسی فرهنگی داشتیم به کارهایی کردیم می‌خواستیم دغدغه‌ها را مطالعه کنند جنگ اقتصادی نداریم جنگ الان جنگ مدل زندگی است. الان شبکه ماهواره ای فارسی وان فقط هدفگیری آن مدل زندگی است. تخریب مدل زندگی شیعه و

تخریب مدل زندگی ایرانی. شما نگاه کنید جومونگ آمد ایران آن قدر استقبال شد انگار مثلا رستم رو دیدیم ناخودآگاه آن می شود مدل زندگی. درست است که شباهتهای فرهنگی وجود دارد اما یک جاهایی هم تداخل دارد که با ادبیات فرهنگی و استراتژیکی ما نمی خواند. ما چه کار کردیم آیا مدل زندگی شیعه ترسیم شده فیلم؟ فیلم لاست همه با هدف گیری ساخته شدند. یک سری افراد مجذوب ابتدالات غرب می شود ولی یک سری مجذوب تفکرشان می شوند ادبیات کار کردنشان خارج از کشور واقعا جذاب است کار کردن تیمیشان واقعا قشنگ است ولی اینجا همیشه غر می زنند ما الان آمدیم روی یک کارخانه مشکلات فرهنگی را حل کنیم که ۲ سال طول کشیده تا الان ما آمدیم برای کارخانه گل یاس یک شبکه اجتماعی خانوادگی راه اندازی کردیم که تأثیرات آن بسیار شگفت انگیز است ما توانستیم در کمتر از دو ماه و نیم نزدیک ۱۶۵ تا عضو بگیریم و خیلی از این ناهنجاریهای فرهنگی توسط این شبکه و همیاری اجتماعی از بین رفت حالا کجا اجرا شد در خرمشهر که اینترنت خیلی جا نیافتاده است جنگ زده است فقیر است شما هم می توانید وارد سایت این شبکه شوید و عضو بشوید این سایت آزاد است. ما می خواستیم این را طرح ملی بکنیم ولی اولین دغدغه ای که داشتیم بحث قومیت ها و قبیله گری ها بود ما دیدیم که خود شبکه اجتماعی آن قدر جالب است بحثش که خودش این مشکل را حل کرده است. رضا شاه آمد کاری کرد که خانواده ها و پاشی کرد، مهاجرت داد حالا ما باید ببینیم اطلاعاتی که از تاریخ به ما داده شده آیا درست است یا نادرست به نظر می رسد اگر ما ساز و کار درستی داشتیم وارد آن بحران نشویم چون بستر زمانی مان فرق دارد بستر زمانی تغییر کرده ادبیات

تغییر کرده در پارامترها زمان بسیار مهم است و آدمها تغییر می‌کنند. در عصرهای مختلف در طایفه فشارکی ها ۵، ۶ طایفه وجود دارد که حتی بین این طایفه‌ها هم اختلاف وجود دارد سالیان سال رنج بردیم سختی کشیدیم تا اینها خودشان آمدند از ما جدا شدند و رفتند بعد از مدتی دوباره برگشتند یعنی فرهنگ ما را هضم کردند عملاً این شبکه را من به طور ملموس حس کردم در گذشته بخاطر پایین بودن سطح دانش، فرهنگ و اعتقادات مذهبی برخوردهایی بین خانواده‌ها بوجود می‌آمد. در حدود ۴ تا ۵ هزار نفر در کل جهان فشارکی وجود دارند که نسبت خانوادگی دارند سالیان سال بزرگان ما فکر می‌کردند این جمع‌های فامیلی عملی نیست ولی ما کارهایی را که آنها در نظرشان غیر عملی بود عملی کردیم مثلاً فوتسال فامیلی که در سال ۵۷ آرزوی بزرگان ما بود ما بوسیله بستر شبکه اجتماعی توانستیم انجام بدهیم خیلی‌ها می‌گفتند دعوا می‌شود اما با این کار دوستی‌ها، ارتباطات، نیز بیشتر شد اما اگر وزارت اطلاعات از این ماجرا باخبر شود فکر می‌کند عده ای که دور هم جمع می‌شوند می‌خواهند خرابکاری بکنند! به همین علت جمع‌شان می‌کنند! در حال حاضر الگوهای جوانان ما الگوهایشان بازیگران، فوتبالیستها هستند ولی ما نخبگان و مفاخر علمی، سیاسی، اقتصادی و اعتقادی که داریم را مطرح می‌کنیم. آقای دزفولی مدیر عامل کارخانه ایرانسِل از ما دعوت کرد برای پیدا کردن راهکار فرهنگی همان بسترهای خدمات ارزش افزوده همان آهنگهای پیشواز، تم‌ها و غیره را انتخاب کنیم قرار شد این کار را انجام بدهیم ۷ ماه مطالعه کردیم یکی از بسترهای مطالعاتی همان کلوپ بود و مطالعه کردم که کدام زمینه کلوپ بیشتری دارد که خود نیازمند تحقیق است. کلوپ خود مدلی

است که کلویی را که بیشترین مراجعه کننده را داشته در تاپ قرار می‌دهند و از طریق این اطلاعات کلوپ می‌توان زیر مجموعه‌های موضوعات مختلف را پی‌گیری کنند و یک جامعه آماری درآورد مثلاً زیر موضوع فرهنگ و هنر چند کلوپ ایجاد شده و هر کدام چند عضو دارد و آن را روی عدد و رقم برد. من خودم یک نمودار پای رسم کردم که مشخص شد این حوزه‌ها الان بیشترین طرفدار را دارند ۱. حوزه عشق و محبت، ۲. حوزه مدارس و... موضوعاتی که جوانان ما دارند مطالعه می‌کنند ۳ کتگوری اصلی است شما وقتی این ۳ را مورد رصد قرار می‌دهید می‌بینید که بالای ۶۰٪ از موضوعات را مطالعه نموده- اید قاعده پاراتو را می‌شناسید این قاعده ۲۰ به ۸۰ است یعنی می‌گوییم ۲۰٪ از مشتریان می‌توانند ۸۰٪ به ما منفعت برسانند یا ۲۰٪ از افراد ۸۰٪ از کار را انجام می‌دهند ما می‌گوییم آقا بیا این کلوپ را بر اساس همین قانون پاراتو مطالعه کنید ۲۰٪ کلیدی کدام اند همان را مورد مطالعه دقیق تر قرار دهید بعد می‌آییم مباحث دیگر را مورد مطالعه قرار می‌دهیم ما دو نگاه داریم تجزیه تحلیلی و تجزیه ترکیبی، در نگاه تحلیلی از یک کل شروع می‌کنیم و به جز می‌رسیم و در نگاه ترکیبی از جز شروع می‌کنیم و به کل می‌رسیم ما کلوپ را می‌توانیم به صورت تحلیلی تجزیه کنیم ما می‌توانیم گزارشی که می‌خواهیم برویم از دانشگاه یا آن مرکز مورد نظر گزارش خود را به صورت تحلیلی یا ترکیبی بگیریم. ما در ایران پلیس کلوپ داریم که وقتی وارد کلوپ می‌شویم به ما همیشه هشدار می‌دهد که این به خاطر وزارت اطلاعات است. بلگفا در سال ۸۶ آخرین آمار را که داد این بود که عضو ما از ۱ میلیون گذشتیم اما ما تازه به ۱۸ هزار نفر رسیده‌ایم این آمار درستی نیست چون فیس بوک ۵۰۰ میلیون

عضو دارد و اورکات طی ۶ ماه در سال ۲۰۰۴ ۳۰۰ هزار عضو از ایران داشته است یعنی الان ایران حداقل ۵۰۰ هزار عضو را دارد. (از طریق سیستم توضیح داده می‌شود) وقتی که یک شخصی معروف می‌شود نا خودآگاه نوع حرکتی و رفتاری او می‌شود یک هنجار. در کلوب‌ها ازدواج و عشق دومین موضوع است که بیشترین کلوب‌ها را دارد هنر و سرگرمی بعدی و غذا، خانه، خانواده ۱۲۹ تا کاربر دارد. با مشاهده برترین افراد معروف می‌فهمیم که اشخاص فرهنگی زیاد در تاپ نیستند ما زمانی می‌توانیم ادعای صادرات فرهنگی بکنیم که شخصیت‌های فرهنگی ما در تاپ وردها باشند من شخصاً کسی بودم که در کودکی تلویزیون را خیلی زیاد تماشا میکردم ولی الان شاید در روز کمتر از ۱۰ دقیقه از آن استفاده نکنم الان از رسانه اینترنتی بیشتر استفاده میکنم چون تمام آن چیزهایی که می‌خواهم از آن استخراج میکنم و پیش بینی می‌شود در چند سال آینده رسانه ای که واقعا جای رسانه‌های دیگر را می‌گیرد رسانه اینترنتی است ما الان می‌آییم کلوبهایی که برای عمره که از لحاظ فرهنگی ما آن را قبول ندارند ایجاد شده و شخصیت‌های دیگر را با هم مقایسه می‌کنیم و می‌گوییم که جوانهای ما سطح فرهنگی شان همین است در صورتی که این از لحاظ دیدگاه فرهنگی ما ضد فرهنگی است ما برای این که ببینیم یک موضوعی هنوز در جامعه ما مطرح است یا نه اول می‌رویم سایت؟ سیولی کا؟ را سرچ می‌کنیم و بعد سایت کتابخانه ملی. حالا می‌خواهیم بدانیم که در بسترهای اجتماعی آیا دغدغه شده یا نشده می‌رویم در کلوب سرچ می‌کنیم. یک قسمت اینجا وجود دارد که پر بیننده‌ترین کلوبها را به شما نشان می‌دهد. در اینترنت سایت‌هایی است که برای خرید وجود دارند مثلاً ۱۰ لبتاپ برتر را نشان

می دهد که ما آن را سرچ می کنیم و دقیقاً قطعات را به ما نشان می دهد. و ما یک قطعه را که خریداری کنیم بعد از استفاده به همان اطلاعاتی که در اینترنت در اختیار ما قرار داده شده می رسیم. ما می توانیم از این طریق مطالعه بکنیم در زمان جام جهانی تأثیر فوتبال بر موضوعات دیگر چگونه بوده است الان اینجا کلوپ دوستانه است می خواهیم ببینیم که در بازه زمانی جام جهانی چه تأثیری در گفتگوهای دوستانه داشته است من خودم به شخصاً از زمانی که شبکه خانوادگی راه اندازی شده است دیگر روزنامه نمی گیرم چون یک سری از بچه ها می آیند اخبار فارس نیوز را برای من می گذارند و برخی بی بی سی و کس من با گذاشتن کنار همدیگر متوجه درست یا غلط بودن آنها می شوم من قبلاً از سایت های خبری اطلاعات می گرفتم که الان دیگر نیازی به آن نیست من اولین مطالعاتی که در مورد شبکه اجتماعی انجام دادم می گفت که مثلاً اورکات از روابط اجتماعی شرطی کردن استفاده می کند. (نشان دادن سایت شبکه اجتماعی خانوادگی فشارکی).

دوستان فکر می کردند که مسائل جنسی سرچش باید بیشتر باشد ولی اینطور نیست خود این الان سوال است که مسائل جنسی الان در تهران بیشتر است، در مشهد یا در قم، اصفهان، شیراز در کدام بیشتر است در شهرهای مذهبی بیشتر است و تهران رتبه ده را دارد. مثلاً قبلاً که اینترنت آمده بود همه جت میکردند ولی الان شبکه اجتماعی جای آن را گرفته است.