

مستقبل العمل

إنستغرام [2/2]

عالم الإنفلوينسرز: هندوبو المبيعات بحلة جديدة

رييم جميله

باحث في علم اجتماع العمل والتكنولوجيا

بخطوات بسيطة يقوم الفرد بتسجيل حياته في صور ومشاركتها عبر منصّة إنستغرام مع معارفه، ويمكن له التوسع نحو الجمهور الأكبر عبر اعتماد سبئي أنواع الوسومات المتوافرة على الشبكة أو اعتماد بعض الوسوم الخاصة به. هكذا يبدأ مستخدمو إنستغرام بالعمل على توسيع دائرة المتابعين من خارج الإصدقاء المباشرين، ويبدل كل فرد فاعل على المنصة جهداً لجذب المتابعين، لكن أيضاً لجذب نوعية محدّدة من المتابعين، وهم المتابعون الفعّالون أو الملتزمون بالتفاعيل الإيجابي عبر التعليق وإبداء الإعجاب. مع الوقت، شكّلت مجموعة من «الإنستغراميين/ات» الذين تمكّنوا من تكوين قاعدة متابعين بشكل فعّال ما مكّنهم/ن من «تقريش» هذه المتابعات - monetization - (المقصود هنا التمكّن من تبديل هذه المتابعات بكمّ من النقد)، وهذا المصطلح يعود للباحث في جامعة بيركلي د. مارتن كيني، الذي كان في طلبعة من إشارات إلى إمكانية «قريش» النشاط الاجتماعي على شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر وإنستغرام). والتحدّي هنا هو في بناء علاقة الثقة ما بين المؤثّر الاجتماعي ومتابعيه، بما يضمن ولاء المتابعين في مقابل جودة وصدقية المادة التي يقدمها

ولا يترك أوبانوا ولا يتصل بنا، بل يظهر على صفحته مُفعّماً بمظاهر الإيجابية والنشاط والالتسامة الدائمة، وتأتي عملية التسويق مقابل. ولا بد من الإشارة إلى أنّ القاعدة الأكبر من المتابعين على إنستغرام تساهم في بناء وتطوير مجّاني لقيمة تبادلية مزدوجة لمنصّة إنستغرام بالدرجة الأولى وللمؤثّرين الاجتماعيين بالدرجة الثانية، وفي كلا الحالتين يأتي التقريش.

برز في الأيام الأخيرة منحنى جديد في عالم التسويق المباشر، فبعد فورة التسويق المباشر عبر البرامج التلفزيونية في تسعينيات القرن الماضي، انتقلنا اليوم إلى فورة تسويقية جديدة تعرف بالـ Influencer marketing، التي تقوم بشكل مباشر

زمن طويل على التسويق المباشر عبر الأفراد ذوي التأثير على المستهلكين واعتمادهم كوسطاء تسويق، إلّا أنّ هذا الأمر ليس بجديد، فشركات التسويق اعتمدت منذ زمن طويل على التسويق المباشر عبر الأفراد. ففي مرحلة سابقة، كمّا نجد أنفسنا أسرى مندوبي المبيعات والتسويق لمختلف السلع من القواميس والموسوعات إلى مستحضرات التجميل وبوالص الخاصين، إذا ما الذي اختلف اليوم؟ والإنفلوينسرز؟ المرافقة بسيطة وهي أنّ ما رفضنا بالأمس على شاكلة مندوبي المبيعات، باتينا اليوم بحلّة جديدة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بعدما تمّ تقديم وظيفة كجزء من النخب المؤثّرة اجتماعياً. فالوسيط التسويقي لا يحمل حقيبة

تشير مجلّة فوربس إلى ارتفاع عدد الوظائف المرتبطة بالتسويق عبر المؤثّرين الاجتماعيين من 77 ألف وظيفة متوافرة على منصّة LinkedIn في كانون الأول/ ديسمبر 2017 إلى نحو 176 ألف وظيفة في كانون الثاني/ يناير 2019، وإن لم يكونوا جميعاً من المتفرّغين كلياً للعمل في هذا الميدان، وتشير البيانات المتّاحة لعام 2018، إلى وجود أكثر من مليون ونصف مليون من حسابات إنستغرام التي تحظى بقاعدة متابعين تتخطّى عتبة 15 ألف متابع، وتصل نسبة الحسابات التي يديرها مؤثّرون

المعلنين لا يخسرون من هذا النوع من الاستثمار، إذ إنّ 25% من إجمالي المعلنين يعلنون عن خسائر في هذا المجال (influencermarketinghub.com). أمّام هذا التخصّص في عالم الإنفلوينسرز برزت بنية تحتية مؤسّساتية لتمكين هذه الشريحة وتأطير العلاقة بينها وبين المعلنين. هكذا ارتفعت أعداد المؤسّسات والمهنّصات والوكالات التي تضمّ الإنفلوينسرز وتؤمّن الدعم، في مقابل الحصول على حصّة من هذه السوق الاعلانية المتضخّمة من نحو 190 عام 2015 إلى 420 عام 2017.

كما المنصة الأم - فايسبوك - انتقلت إنستغرام من كونها وسيلة لتشارك الصور الشخصية إلى واحدة من أبرز أدوات التسويق على المستوى العالمي، وساهمت إلى حدّ كبير، في بروز شكل جديد من أشكال العمل الذي يقوم بشكل رئيسي على بيع قوة إنتاج علاقة الثقة بين المؤثّر الاجتماعي ومتابعيه. فالإنفلوينسر اليوم أصبحت مهنة في طور التبلور والتحوّل المستمر، إلّا أنّها وكغيرها من علاقات العمل المستجّدة لا تقدّم ضمانات أو التزامات للعاملين بها. لا بل تكريس منطق المسؤولية الفردية عن تأمين فرص العمل والتشغيل.

ملاحظة: في سياق إعداد هذا المقال، استفاد الكاتب من الأحاديث التي أجراها مع علي فخري الذي يدير حساباً يعرض اكتشافاته في مجال الماركولات التقليدية في عدد من البلدان، وسيبتنا سليمان التي ساعدت على تكوين فهم لمجتمع الإنفلوينسرز اللبنانيين.

توماس كارليني

خبير اقتصادي في اتحاد نقابات

المقالة السويدي

تراجع حصّة الأجور في العالم مع ارتفاع التفاوت واللامساواة على مدى العقود الماضية. لذلك ثمة حاجة إلى ارتفاع منسّق يبدأ من أوروبا لتغيير الوضع.
يعيد الاقتصاديون والمنظّمات الدولية تقييم الكثير من «الحقائق» الاقتصادية القديمة. فقد استبدلت أفكار بالية، مثل فكرة أنّ التوزيع العادل للأجور يهدّد النمو، بقلق متنامٍ من اتساع الفجوات في الأجور وتداعياتها السلبية على أداء الاقتصاد الكليّ والاستقرار السياسي. ويجب أن يكون واضحاً اليوم للجميع أن انعدام المساواة سيئ للشركات ويتحوّل إلى أرض خصبة للشعوبيين والحمائيين.

الإضرار بدلاً من الاستهلاك أعلى من الدخل الراسمالي منه من الدخل القائم على الأجر. لذلك فإن رفع حصّة الأجور سيكون لها تأثير إيجابي أعلى على الطلب والاستهلاك مقارنةً بحصص ربح أعلى تزيد الدخل القائم على رأس المال بالنسبة إلى المعلنين، والتي لم تسفر عن زيادات مفيدة في الإستثمار. وفي المقابل، فإن أجوراً حقيقية أعلى تعزّز إنتاجية العمّال. وبالتالي، فإنّ الاعتدال» في الأجور يعيق النموّ في معظم الاقتصادات إنّ لم يكن جميعها. ولكن تلك الاقتصادات التي قد تستفيد من كبح الأجور عبر زيادة صافي الصادرات، تعتمد على الطلب المحليّ للاقتصادات الأخرى. فإذا قام شركاؤها التجاريون أيضاً بقمع الأجور فلن تزيد صافي الصادرات. مع إقصاء زيادة الأجور كمحرك للنموّ، ظهرت استراتيجيتان أخريان للنموّ. الأولى تقودها الديون حيث استهلاك الأسر تحركه الديون المتصاعدة، وكذلك الأصول، بما في ذلك العقارات، والثانية تعتمد على التصدير، حيث النموّ يدفعه صافي الصادرات الذي تعزّزه الأجور المحبوبة، ويعتمد على سياسة «التسؤل من الجيران». وتمتثل العواقب في تزايد الاختلالات العالمية وزيادة مخاطر الأزمات المالية.

قد يحاجج المرء بأن استراتيجيا النموّ التي تقودها الأجور والتي تهدف إلى زيادة الاستهلاك، لا تناسب المعركة ضدّ الإنهيار المناخي. بينما الواقع أنه يجب تكيف إنتاج السلع والخدمات ونقلها، مع أهدافنا المناخية، بغض النظر عن استراتيجيا النمو. ولكننا لا نحصي المنافع من خلال السماح للفجوات في الدخل أن تتوسع، وبالتالي نخاطر برفع الدعم للحركات الشعبية، التي غالبا ما تُنكر التغيير المناخي وتريد البقاء خارج التعاون الدولي.

ضعف القدرة على المساومة

تعتبر اقتصاديات التيار السائد أن العولة والتقدم التكنولوجي عاملان رئيسيان وراء انخفاض حصّة الأجور، ما يعني أنه لا يمكننا فعل الكثير لتغيير الوضع. ومن هذا المنظر، سيؤدّي استمرار التكمال الدولي والائمة إلى زيادة الضغط على حصّة الأجور.

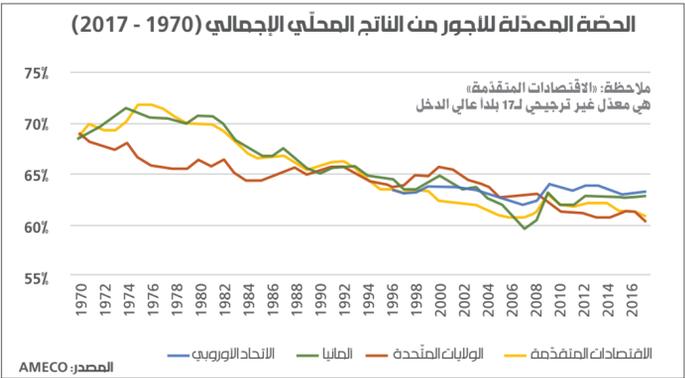
الإخبار راس الحال

الأثنين 11 اذار 2019 العدد 49

قراءات

مقال

أن الألوان لتصحيح حصص الأجور



- حكومات تدعم النقابات العمّالية والتفاوض الجماعي والمفاوضات المنشقة حول الأجور؛
- رفع الأجور الحقيقية على الأقل بما يتماشى مع نموّ الإنتاجية؛
- رفع الحد الأدنى للأجور؛
- جعل التوظيف الشامل وخفض البطالة، الهدف الشامل للسياسة الاقتصادية؛

- تعزيز دولة الرفاه وأمن الدخل لدى العمّال؛
- دعم قدرة العمّال على إيجاد عمل من خلال تدابير تعزيز المهارات؛
- إعادة تنظيم النظام المالي.
إنّ التأثير الإيجابي على النموّ سيكون أكبر في كلّ بلد إذا ما قامت بلدان عدّة بزيادة الأجور لديها. فالريح هنا أكبر من الخسارة للجمع إذا ما حصلت زيادة منسّقة لخصص الأجور. ولكن العديد من البلدان تجد نفسها عالقة في معضلة «السجناء» حيث لا أحد يريد الخروج، أوّلاً خوفاً من خسارة التنافسية والاستثمارات لصالح الآخرين.

لذلك، فإنّ الاقتصادات المتقدّمة الكبرى - يفضّل أن تكون الاتحاد الأوروبي كما حاجج اتحاد النقابات العمّالية الأوروبي - أو البلدان ذات الفائض الكبير في الحساب الجاري، يجب أن تأخذ زمام المبادرة وترفع حصّة الأجور لديها. ويمكن على أوضاعهم، فحتميّ إذا نشامت الفجوات في الدخل أيضاً في السويد، فمرد ذلك ليس تزايد فجوات الأجور. فقد ازدادت الأجور الحقيقية بنسبة 60% على مدى العقود الماضية، وهو أمر استفاد منه جميع العمّال. وقد ازدادت حصّة الأجور، وإن بشكل متواضع، بعد أن انخفضت في البداية مع الاتجاه العالمي، بينما حافظت على مكانة عالية بين أكثر اقتصادات العالم قدرة على المنافسة.

مخووض، بعد أن انخفضت في البداية مع الاتجاه العالمي، بينما حافظت على مكانة عالية بين أكثر اقتصادات العالم قدرة على المنافسة. وتوازى ذلك مع معدل توظيف هو الأعلى في الاتحاد الأوروبي، وهذا أحد الأسباب التي تجعل النقابات السويدية تحبتر العولة والتقدّم التكنولوجي والتجارة الحرة فرصاً وليست تهديدات.

إعادة إرساء التوازن

تعكس الإصلاحات الضرورية المخرسة لذلك: «الصفقة العالمية للمبادرة السويدية»، التي سمّنت الآن إلى منظمة الاقتصاد والتنمية، التي تعزّز الحوار الاجتماعي العمّال. وأهدافها زيادة الإنتاجية والحدّ من عدم المساواة وتمكين الجميع من الاستفادة من العولة.

قد يبدو التنسيق على الصعيد الدولي حول حصّة الأجور «مهمة مستحيلة»، غير أنه منذ عقود تحرك حصص الأجور بشكل متزامن، حتى لو كان اتجاهها انخفاضاً. ولكن إذا تجنّبنا هذا التحدي، فهل نحن على استعداد لقبول الوضع الحالي؟

ترجمة: لمياء الساهلي

Social Europe