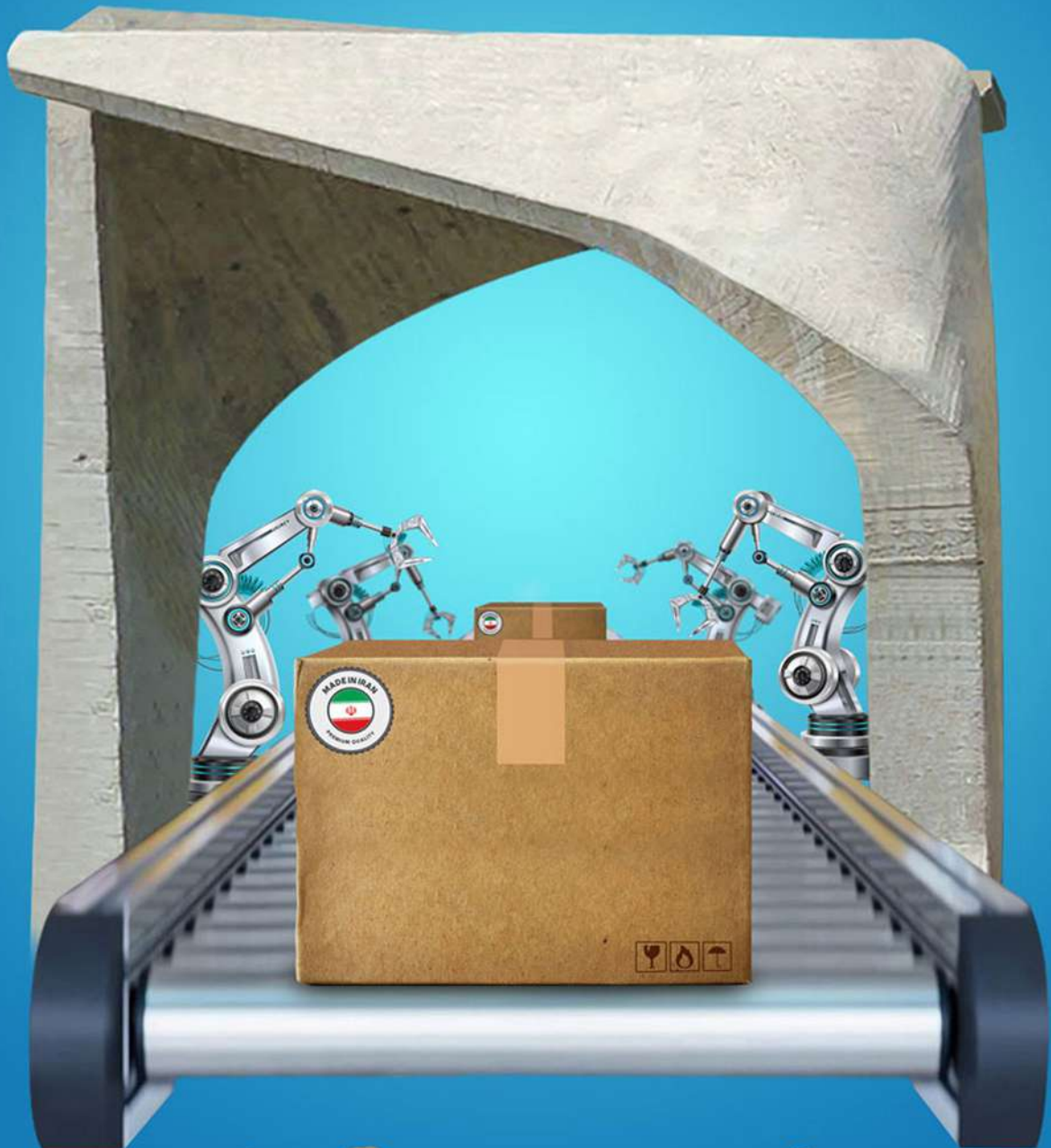


خلاق  
زیست‌م

ماهنامه - اردیبهشت ۱۴۰۱

موسسه  
دانش‌نیان ۱۴ سال  
اشتغال‌آفرین

معرفی خانه خلاق و نوآوری راه ابریشم



معرفی موسسه متحرک سازی آینده نگار

وقتی از اقتصاد دانش بنیان صحبت می‌کنیم به این معنی است که دانش و فناوری پیشرفته در همه عرصه‌های تولید و جامعه بتواند نقش آفرینی کند، این موضوع مزیت‌هایی برای کل جامعه و اکوسیستم فناوری دارد زیرا باعث ارتقای رقابت پذیری تولیدات داخلی، افزایش کیفیت محصول، افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه تولید می‌شود.

برای توسعه اقتصاد دانش بنیان و خلاق، توانمندسازی سرمایه انسانی و ارتقای زیست‌بوم را از طریق ایجاد شتاب‌دهنده‌ها، مراکز نوآوری، خانه‌های خلاق و نوآوری و کارخانه‌های نوآوری انجام می‌دهیم. این کار برای حمایت از شرکت‌های دانش بنیان و خلاق انجام می‌شد تا آن‌ها بتوانند چالش‌ها و نیازمندی‌های ملی را رفع کنند.

## خانه‌های خلاق و نوآوری

معرفی خانه خلاق و نوآوری ملایر

## مقاله دوم

چه کسانی مجذوب هنرهای دستی و صنایع هنری می‌شوند؟

## تریبون دوم

معرفی شرکت ابنیه سازان ستاوند

## فهرست مطالب

۴..... یادداشت سردبیری

۶..... کارگروه خلاق

۱۲..... معرفی خانه خلاق و نوآوری راه ابریشم

۱۴..... معرفی خانه خلاق و نوآوری ملایر

۱۶..... تربیون اول معرفی موسسه متحرک سازی آینده نگار

۱۸..... مقاله اول، واقعیت مجازی پدر متاورس

۲۰..... کتابخوان

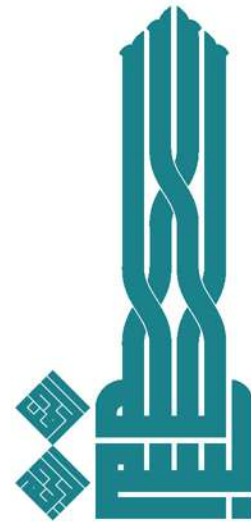
مقاله دوم، چه کسانی مجذوب هنرهای دستی و صنایع  
هنری می‌شوند؟..... ۲۲

راهنمای طراحی انسان محور(انسان در جستجوی معنا) ... ۲۴

تربیون دوم، مصاحبه شرکت ابنیه سازان ستاوند ..... ۲۶

ویترین..... ۲۸

۱۰ مهارت مهم طراحی مد برای آینده..... ۳۰



ستاد فناوری های نرم و توسعه صنایع خلاق  
معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

### همکاران این ویژه نامه:

سید محمدرضا حسینی لواسانی

### تهیه کننده:

دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

### دبیر کارگروه:

پرویز کرمی، دبیرستاد توسعه فناوری های نرم و هویت ساز

## نام‌گذاری سال جدید شگفتانه‌ای برای زیست بوم فناوری و نوآوری



پرویز کرمی  
مشاور معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری  
دبیر کارگروه برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق

تولید؛ دانش بنیان، اشتغال آفرین عنوانی بود که در ابتدای قرن جدید بارقه امید را در زیست بوم فناوری کشور ایجاد کرد. مفهوم این نام‌گذاری برای سال ۱۴۰۱ از سوی مقام معظم رهبری نقشه راهی را برای اقتصاد کشور تعیین کرد که تولید باید با محوریت شرکت‌های دانش بنیان با هدف اشتغال زایی شکل بگیرد.

تأکید بر پرهیز از خام فروشی و همچنین تبدیل انرژی و مواد اولیه طبیعی به محصولات و فرآورده‌هایی که ارزش آوری و اشتغال را در پی دارد، می‌تواند آمارهای خرد و کلان اقتصادی را در پایان ۱۴۰۱ دستخوش تغییرات قابل توجهی کند. این در حالی است که سیاست گذاری‌های همسو و تغییر رویکردهای سنتی به منظور حمایت‌های بجا لازمه تحقق این هدف‌گذاری است. تا پایان ۱۴۰۰ تعداد شرکت‌های دانش بنیان به ۶۶۰۸ شرکت رسید و از آنجا که این شاخص قابلیت سنجش و اندازه‌گیری دارد، در پایان ۱۴۰۱ می‌توان گزارشی روشن از عملکرد دولت در این حوزه بر اساس گردش مالی، تعداد شرکت‌ها و تنوع محصولات و دیگر پارامترها مشاهده کرد.

**نام‌گذاری سال ۱۴۰۱ و شگفتانه‌ای برای فعالان زیست بوم نوآوری**

وقتی از اقتصاد دانش بنیان صحبت می‌کنیم به این معنی است که دانش و فناوری پیشرفته در همه عرصه‌های تولید و جامعه بتواند نقش‌آفرینی کند، این موضوع مزیت‌هایی برای کل جامعه و اکوسیستم فناوری دارد زیرا باعث ارتقای رقابت پذیری تولیدات داخلی، افزایش کیفیت محصول، افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه تولید می‌شود.



### هدف گذاری چگونه محقق می شود؟

ایجاد خانه های خلاق و نوآوری و صادرات ایران در سایر کشورها، شکل دهی به پابویون های صادراتی، اعطای مجوزهای معافیت از تشریفات قانون برگزاری مناقصات، اعطای معافیت های مالیاتی به مجریان فعالیت دانش بنیان در شرکت های بزرگ و اعطای معافیت های بیمه ای به مجری فعالیت دانش بنیان در شرکت های بزرگ باید در دستور کار قرار بگیرد و پیگیری شود. یعنی تا شرکت های بزرگ در بهره گیری از دانش بنیان ها پیشقدم نشوند و با جدیت ورود نکنند، تولید دانش بنیان شکل نمی گیرد. به عبارت دیگر، زمانی که تولید دانش بنیان ها شکل گرفت، بازارهای هدف و بازارهای جدید صادراتی باید وجود داشته باشند تا این تولیدات در آن ها عرضه شوند.

اکنون موقعیت کشور به واسطه بالا رفتن قیمت انرژی های نفت و گاز و نایب موقعیتی بی نظیر محسوب می شود، هزینه انتقال کالا از چین به خاورمیانه اکنون ۲ برابر هزینه سال های قبل شده است. بنابراین الان بهترین اتفاق این است که تولید و صادرات از ایران به کشورهای همسایه که اتفاقاً بازار چینی ها بوده در اختیار ما قرار بگیرد.

با راه اندازی پابویون اسباب بازی در ترکیه طی روزهای ابتدایی سال ۱۴۰۱ با مشارکت تولیدکنندگان اسباب بازی و کمک ستاد فناوری های نرم معاونت علمی برای نخستین بار در تاریخ کشور تبدیل به صادرکننده اسباب بازی شده ایم و این اتفاق مبارک می تواند در سایر حوزه های صنایع فرهنگی و خلاق تکرار شود.

### سیاست گذاری ها و رویکردهای جدید

کار بزرگ دوم را که از سوی مجلس انجام شده، تصویب قانون جهش تولید دانش بنیان می داند که اکنون در شورای نگهبان است و به زودی ابلاغ خواهد شد. کاری که کشور و به طور خاص دولت می تواند انجام دهد این است که وزارتخانه های مربوطه مانند کار، جهاد کشاورزی، نفت، نیرو، صمت و البته معاونت علمی امکانات لازم برای توسعه شرکت های دانش بنیان را تأمین کنند.

توسعه اقتصادی کشور را نباید به تحریم ها گره بزنیم تا شعار سال عملیاتی شود و در حد یک راهبرد باقی نماند. پرهیز از پول پاشی و حمایت مالی بدون ملاحظه ثبات تولید را برهم می زند؛ اختصاص بودجه بر مبنای برنامه، اصلاح قوانین و مقررات در راستای ایجاد شرکت های دانش بنیان و توجه به کنترل های راهبردی و نظارت های پیوسته از دیگر مواردی است که عنوان لوازم تحقق شعار بایستی در نظر گرفته شود.

همچنین نشست سال گذشته مقام معظم رهبری با کارآفرینان حوزه فناوری و تأکید ایشان بر حرکت کشور و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به سمت تولید و تبدیل شرکت های بزرگ به دانش بنیان است.

### قابل سنجش بودن شاخص ها

اکنون این کار از سوی دولت به صورت جدی در سال ۱۴۰۱ آغاز شده است، برای توسعه اقتصاد دانش بنیان و خلاق، توانمندسازی سرمایه انسانی و ارتقای زیست بوم را از طریق ایجاد شتاب دهنده ها، مراکز نوآوری، خانه های خلاق و نوآوری و کارخانه های نوآوری انجام می دهیم. این کار برای حمایت از شرکت های دانش بنیان و خلاق انجام می شد تا آن ها بتوانند چالش ها و نیازمندی های ملی را رفع کنند.

معاونت علمی خوشه های اولویت دار را برای خود تعریف و کار را شروع کرده بود. مانند حوزه سلامت که شامل تجهیزات و ملزومات پزشکی، داروهای پیشرفته و سلامت هوشمند است. یا در حوزه حمل و نقل هوشمند پروژه اتوبوس برقی، قطار ریلی برقی و موتورسیکلت برقی را در دستور کار قرار دادیم.

تا زمانی که نهادهای اصلی مانند وزارتخانه های مربوطه پای کار نمی آمدند، کاری از دست دانش بنیان ها بر نمی آمد. در واقع تعدادی کار شاخص انجام می شد، اما تبدیل به تولید و اقتصاد نمی شد. اما الان با این هدف گذاری و به تعبیر من با این فرمان که اتفاقاً قابل سنجش و اندازه گیری است، این مطالبه رهبری باید تبدیل به مطالبه جامعه هم بشود. در پایان سال ۱۴۰۱ می توان این پرسش را مطرح کرد که شاخص های تعیین شده از سوی رهبری اکنون در چه وضعیتی است.

پیشنهاد افزایش ۳۰ درصدی شرکت های دانش بنیان از سوی معاونت علمی و تأکید رهبری بر ۲ برابر شدن این شرکت ها اگرچه این میزان با حفظ کیفیت و شاخص های دانش بنیان ها دشوار است، اما اگر همه وزارتخانه های مرتبط پای کار بیایند این هدف گذاری قابل تحقق است.

ما زمانی می توانیم از اقتصاد نفتی جدا و صادرات محور شویم که حجم و تعداد پروژه های بار اول افزایش یابد.

تا پایان سال ۱۴۰۰ میزان فروش شرکت های دانش بنیان ۳۵۰ هزار میلیارد تومان بوده است. پس این میزان در پایان سال ۱۴۰۱ باید قابل رصد و اندازه گیری، پایش و مطالبه باشد و حداقل به ۷۰۰ تا ۸۰۰ هزار میلیارد تومان برسد. این موضوع نمی تواند محقق شود مگر اینکه میزان فروش شرکت های دانش بنیان فعلی افزایش یابد و به تعداد شرکت های جدید اضافه شود. این کار هم باید از طریق توسعه بازار، توسعه محصول و ایجاد بازارهای جدید صادراتی انجام شود.



## آمار شرکت‌های خلاق برحسب حوزه فعالیت تا پایان فروردین ۱۴۰۱



تعداد مبادی: ۱۱۳

تعداد شرکت‌ها: ۱۵۰۲

تعداد خانه خلاق و نوآوری: ۴۴

## شورای نظارت بر اسباب بازی، مبادی شرکت های خلاق را برعهده می گیرد



رئیس اجرایی سازی نقشه سند ملی توسعه فناوری های فرهنگی و نرم عنوان کرد: خوشبختانه این نمایشگاه که با ابتکار کانون برگزار می شود، هرساله با خلاقیت، نوآوری و رشد همراه بوده است. خوشحالم که امسال هم با همت دوستان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان نمایشگاه برگزار شد و تقریباً اولین نمایشگاهی است که پس از ۲ سال همه گیری ویروس کرونا، مردم توانستند در آن حضور داشته باشند.

**نمایشگاه اسباب بازی را به شهرهای دیگر ببریم**

پرویز کرمی گفت: در این نمایشگاه تولیدکنندگان و عرضه کنندگان اسباب بازی هم حس خوبی دارند زیرا بازار خود را در حال رونق می بینند. ما باید بدانیم که اسباب بازی، سرگرمی و بازی، ضمن اینکه یک کار فرهنگی و هویت ساز برای کودکان و نوجوانان ما است، از طرفی یک صنعت اشتغال آفرین و درآمدزا است، به طوری که امروزه صد میلیارد دلار گردش مالی اسباب بازی در دنیاست و متأسفانه ما دیر به این حوزه ورود پیدا کرده ایم. کرمی با بیان اینکه عمده ورود شرکت های دانش بنیان و خلاق باید به حوزه اسباب بازی های تعاملی باشد، گفت: در حوزه اسباب بازی های تعاملی دچار فقدان هستیم و تولیدکنندگان ما در این عرصه کم هستند. ما باید در این عرصه مشوق ها و تسهیلات خوبی بگذاریم تا شرکت های دانش بنیان در حوزه های مختلف وارد کار شوند. او درباره گسترش نمایشگاه در شهرهای دیگر گفت: نمایشگاه اسباب بازی حتماً باید در سطح کشور بچرخد زیرا ایران فقط تهران نیست و خود این نمایشگاه باعث بروز و ظهور خلاقیت هم میان مربیان و معلمان ما و هم دانشجویان و دانش آموزان می شود. ما با کمک خانه های خلاق و نوآوری در استان ها به برگزاری مشارکتی این نمایشگاه کمک می کنیم.

### تمامی بخش ها زمینه توسعه شرکت های خلاق و دانش بنیان را فراهم کنند

آرا شاوردیان عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی با بیان این که توسعه فعالیت شرکت های خلاق و دانش بنیان و تجلی کسب و کار های نوین در جامعه نیازمند حمایت واقعی از جوان ها و میدان دادن به آنها است گفت: دولت باید با برچیدن بساط انحصار گرایی، بستر فعالیت شرکت های خلاق و دانش بنیان را فراهم کند. با توجه به شرایط اقتصادی کشور، لازم و ضروری است در سال جاری با توجه به تاکید مقام معظم رهبری به موضوع شرکت های دانش بنیان و حرکت های علمی و فناورانه در کشور بیش از پیش توجه شود. این شرکت ها با ارائه مدل های نوین بسیاری از خدمات را برای مردم آسان تر می کنند اما توسعه این فعالیت ها و تجلی کسب و کار های نوین در جامعه نیازمند حمایت واقعی از جوان ها و میدان دادن به آنها است.

### شرکت ها در حوزه فناوری های نرم و صنایع خلاق توسعه می یابد

شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان به عنوان نخستین سازمان موسس مراکز رشد و پارک های علم و فناوری در کشور، با هدف حمایت از ایجاد و توسعه شرکت های دانش بنیان و خلاق و تولید ثروت از علم، راه اندازی شد.

این شهرک که در مساحت ۵۲۰ هکتاری واقع شده، مشتمل بر ۶۱۰ شرکت دانش بنیان، هسته های فناور و شرکت های خلاق نوپا است. از این تعداد، ۳۲۰ شرکت، دانش بنیان و خلاق هستند. یک پنجم از شرکت های مستقر در این شهرک، در حوزه آی سی تی فعالیت دارند. حدود ۳۵ شرکت نیز مربوط به حوزه های هنر، گردشگری و صنایع خلاق هستند. از دیگر حوزه های فعالیتی در این شهرک می توان به صنایع فولاد، امنیت غذایی، معدن، مخابرات و الکترونیک، کشاورزی، آب و محیط زیست، الکترواپتیک و فتونیک، نفت و گاز، تجهیزات پزشکی و... اشاره کرد.

هم اکنون بالغ بر ۷۸۶۰ نفر به عنوان نیروهای شاغل در این مجموعه ها مشغول فعالیت هستند. گردش مالی این شهرک در سال ۱۴۰۰، حدود ۱۴ هزار میلیارد تومان بوده و سهم صادرات سال گذشته نیز ۵۴ میلیون دلار بوده است.

جعفر قیصری رئیس شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان می گوید: در تلاش هستیم تا برای سال جاری، ارتباط پررنگی میان صنایع بزرگ و طرح های توسعه عظیم استان و کشور با شرکت های دانش بنیان و خلاق برقرار کنیم و تعداد این همکاری ها را بیشتر کنیم.

ایجاد و توسعه زمینه برای پذیرش شرکت های حوزه فناوری های نرم و صنایع خلاق، از مهم ترین برنامه های این شهرک در سال جاری است. این شهرک از سال گذشته، آئین نامه پذیرش این شرکت ها را بر اساس دستورالعمل معاونت علمی و فناوری تغییر داد و درصدد است تا با پذیرش شرکت های جدید و اضافه کردن ساختمانی جدید به این حوزه، به توسعه این شرکت ها کمک کند.



## فعالیت های نوروزی خانه خلاق و نوآوری نقلی کاشان

خانه خلاق و نوآوری نقلی کاشان در راستای گردشگری، هنر و صنایع دستی در ادامه ی فعالیت های خود در نوروز ۱۴۰۱ و همزمان با آغاز سده نو نمایشگاه محصولات خود را که شامل تولیدات استارتاپ های سفال، قلم زنی، معرق، منبت کاری، رزین و سفال لعاب دار بود در حیاط خانه خلاق و به صورت زنده برگزار نمود؛ همچنین در بخش هنر هر شب هنرمند نقال نقلی از شاهنامه برای مهمانان مجموعه نقلی اجرا نمود و هنرمندان نقاش خانه خلاق و نوآوری نقلی آثار خود را به نمایش گذاشتند. در بخش گردشگری مهمانان همه روزه از مجموعه بازدید و در بخش اقامتی این بنای تاریخی اقامت داشتند.

خانه خلاق و نوآوری نقلی خود را برای ایام گلاب گیری و برگزاری مجدد نمایشگاه آماده کرده است و در حال طراحی کارگاه های آموزشی همزمان با روز و هفته ی صنایع دستی از ۱۷ تا ۲۲ خرداد ۱۴۰۱ می باشد.



## برگزاری نوروزگاه کاخ گلستان، توسط خانه خلاق و نوآوری «ب»

خانه خلاق و نوآوری «ب» در نوروز ۱۴۰۱ با برگزاری نوروزگاهی در مجموعه میراث جهانی کاخ گلستان، و برپایی غرفه های متعدد صنایع دستی، به معرفی صنایع دستی خلاقانه از سرتاسر کشور و همچنین احیای مراسم آیینی اعم از شاهنامه خوانی و نقالی و رقص اقوام مختلف آذری و کردی و لری و گیلکی کرمانجی و ... پرداخت. هدف از برگزاری این نوروزگاه، معرفی فرهنگ اقوام مختلف به گردشگرانی بود که از سرتاسر ایران به کاخ گلستان می آمدند تا در کنار جشن و پایکوبی و تقدیم لحظاتی شاد، آن ها را با انواع مراسم آیینی و فرهنگ های کمتر دیده شده در گوشه و کنار میهن آشنا شوند و همچنین با خرید سوغاتی از غرفه های صنایع دستی، اصالت فرهنگ و زیبایی را به خانه های خود ببرند.



## نخستین برنامه مهارت افزایی و ایجاد اشتغال در خانه خلاق و نوآوری نیتک

خانه های خلاق و نوآوری، با حمایت ستاد فناوری های نرم و توسعه صنایع خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بستری برای توسعه شرکت های خلاق هستند که زمینه ساز ایجاد اشتغال، خلق ارزش افزوده، توسعه بازار و رونق اقتصاد خلاق می شوند.

خانه خلاق و نوآوری محتوای دیجیتال نیتک که با رویه ای جدید در نوآوری، به دنبال رشد محصولات و کسب و کارهای محتوایی و توسعه بازار برای تولیدات

محتوای دیجیتال است، نخستین برنامه مهارت افزایی و ایجاد اشتغال خود را برگزار می کند.

### آموزش صدا، بازیگری و دوبلاژ

این رویداد شامل آموزش صدا، بازیگری و دوبلاژ است و بزرگان دوبله و گویندگی در این برنامه ها، تدریس و نظارت دارند. استودیو نیتک با ایجاد بستر آموزشی در هر یک از حوزه های صدا، به هنرجویان، آموزش لازم را خواهد داد تا بتوانند آموخته های خود را به شکل عملی به کار گیرند تا در ادامه بتوانند از این مسیر، کسب درآمد داشته باشند. به گفته حمیدرضا بحرینی مدیرعامل خانه خلاق و نوآوری محتوای دیجیتال نیتک، برنامه ریزی لازم برای برگزاری دوره های آموزشی این استودیو انجام شده تا یک دوره جامع صدا و بازیگری همراه با ارائه مجوز از اداره فنی و حرفه ای برگزار شود. علاقه مندان می توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر، به بخش آکادمی وبسایت نیتک [nitechpark.com/academy](http://nitechpark.com/academy) مراجعه کنند.



## راه‌اندازی پلتفرم جامع آموزش و یادگیری

خانه خلاق و نوآوری راه ابریشم با همکاری دبیرخانه کارگروه آموزش و یادگیری سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم در نظر دارد با تقویت زیست بوم آموزش و یادگیری کشور و ایجاد ساختار یکپارچه و منسجم با دعوت از فعالان، صاحب‌نظران و تصمیم‌گیران در این حوزه پلتفرم جامع آموزش و یادگیری را راه‌اندازی کند. این پلتفرم در حوزه آموزش و یادگیری برای ارائه خدمات و محصولات آموزشی به کلیه گروه‌های مخاطب خود از جمله کودکان، نوجوانان، خانواده‌ها، دانشجویان، فرهنگیان، کارکنان دولت، مادران و پدران، مراکز آموزشی (مهدکودک، مدارس، دانشگاهیان و سایر مراکز و موسسات آموزشی) و هر فردی که برای افزایش دانش خود نیاز به محتوای آموزشی دارد پوشش خواهد داد.

این پلتفرم میزبان همه تولیدکنندگان نرم‌افزارهای آموزشی، محتوای آموزشی، کتب و انواع اقلام و محصولات آموزشی و کمک آموزشی است. هدف از این اقدام هم‌رسانی عرضه‌کنندگان و تولیدکنندگان در زیر یک سقف است، از طرفی توسعه این زیست بوم نیاز به نوآوری و فناوری دارد که از طریق ایجاد هم‌افزایی میان فعالان این حوزه اثربخشی بیشتری خواهد داشت. به همین منظور هم‌زمان با INOTEX زیست‌بوم نوآوری و فناوری کشور از اولین پلتفرم و هم‌رسان آموزشی رونمایی خواهد کرد.



دبیرخانه کارگروه آموزش و یادگیری سند ملی توسعه فناوری‌های نرم و هویت ساز پس انتشار فراخوان محصولات و خدمات حوزه صادرات محتوای مکتوب، دیجیتال، اپلیکشن، دوره‌های آموزشی در نمایشگاه دائمی فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی و خلاق بیش از ۱۰۰ عنوان را دریافت کرد.

در این نمایشگاه به منظور تسهیل و بسترسازی صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان و خلاق و ارائه به متقاضیان خارجی، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نسبت به برگزاری نمایشگاه دائمی محصولات دانش‌بنیان و خلاق صادراتی در خانه نوآوری و فناوری ایران (IHIT) "ایران‌ساخت"، در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران در سال ۳۷۸ اقدام کرده است. در همین راستا شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان حوزه آموزش و یادگیری ضمن معرفی محصولات و خدمات خود از فرصت ایجاد شده در مسیر تسهیل صادرات استفاده نمایند.

در این نمایشگاه بروکرهای منتخب در هر حوزه، محصولات و خدمات آن حوزه را در معرض دید بازدیدکنندگان و هیئت‌های تجاری قرار می‌دهند.

در همین راستا "کارگروه آموزش و یادگیری سند توسعه ملی فناوری‌های فرهنگی و نرم" به عنوان متولی بخش آموزش و یادگیری مسئولیت معرفی و نمایش محصولات این حوزه را بر عهده دارد تا فرصت صادرات را با متقاضیان سراسر ایران به گونه‌ای تقسیم کند تا هر کس در مناطق کشور عزیزمان که در این زمینه محصول و یا خدمات ارزشمندی خلق می‌کند، فرصت صادرات در عرصه جهانی را داشته باشد.

### حوزه‌های پذیرش در این نمایشگاه:

- محتوای مکتوب
- محتوای دیجیتال
- پلتفرم‌های آموزشی
- دوره‌های آموزشی

### معیارها جذب:

- قابل ارائه به زبان انگلیسی یا عربی
- امکان پشتیبانی فنی و محتوایی
- مستندات تبلیغاتی به جهت معرفی به زبان انگلیسی و عربی



به منظور غنی سازی محتوا در رسانه های زیست بوم خلاق و استفاده از دانش و ظرفیت اساتید، محققین، دانشجویان، مدیران و کارشناسان شرکت های خلاق و دانش بنیان در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی دعوت میگردد تا در صورت تمایل مقالات، گزارش ها و اطلاعات مناسب برای عرضه در رسانه های مرتبط را در موضوعات زیر ارسال نمایند.

همچنین شرکت های خلاق و دانش بنیان حوزه صنایع فرهنگی و خانه های خلاق و نوآوری و نیز تیم های فعال در این حوزه ها می توانند گزارش عملکرد و اقدامات خود را برای انتشار ارائه نمایند.

قابل ذکر است مقالات و گزارش ها به نام تدوین کننده منتشر خواهد شد. همچنین در صورتی که مقالات سابقه انتشار نداشته باشند، حق التألیف نیز پرداخت می گردد.

#### موضوعات مدنظر:

- اقتصاد خلاق در ایران، منطقه و جهان
- سرمایه گذاری در صنایع خلاق
- نقش صنایع خلاق در اشتغال زایی
- بررسی وضعیت صنایع خلاق و فرهنگی در نظام آموزشی کشور
- راهکارهای توسعه بازار در صنایع خلاق
- پویانمایی و فیلم
- آموزش، یادگیری
- بازی ویدئویی و موبایلی
- بازی، اسباب بازی و سرگرمی
- رسانه های صوتی و تصویری
- صنایع دستی، گردشگری و میراث فرهنگی
- نوآوری اجتماعی
- طراحی، معماری و ساختمان
- کتاب، تولید محتوا، چاپ و نشر
- گیاهان دارویی و طب سنتی
- مالی، سرمایه گذاری، بیمه
- مد و پوشش
- هنرهای تجسمی و نمایشی
- غذا و نوشیدنی
- سلامت

نشانی ایمیل برای ارسال آثار: [ircreative.articles@gmail.com](mailto:ircreative.articles@gmail.com)

## ورود فرهنگ نوآوری و فناوری به گروه های سنی دانش آموزان در «سیکاپ»

# INOTEX ICUP

یاسر قرایی دبیر برگزاری رویداد سیکاپ در خصوص ضرورت برگزاری چنین رویدادی گفت: یکی از بزرگترین جامعه آماری ما دانش آموزان هستند که نیاز است تا فرهنگ نوآوری و فناوری در این گروه های سنی ورود پیدا کند. یکی از بزرگترین جامعه آماری ما دانش آموزان هستند که نیاز است تا فرهنگ نوآوری و فناوری در این گروه های سنی ورود پیدا کند. علاوه بر دانش آموزان افرادی مانند کارآفرینان، مدیران و مربیان مراکز آموزشی نیز در حوزه آموزش نقش دارند. این رویداد شامل ۵ قسمت مختلف است: یک بخش شامل نمایشگاه که دستاوردهای مربیان و دانش آموزان را معرفی می کند. بخش دوم پروتایپ است که مربیان دانش آموزان و مراکز آموزشی می توانند مستندات پروتایپ خود را برای ما ارسال کنند تا در نهایت در بخش سرمایه در بحث تجاری سازی آن ها کار کنیم. بخش سوم مربی برتر نام دارد که به شناسایی روش های تدریس خلاقانه و نوآورانه می پردازد. بخش چهارم بخش کارآفرینی است که سرمایه گذاران و مدیران مراکز آموزشی از سراسر کشور به این رویداد دعوت می شوند تا از نمایشگاه بازدید کنند و با روش ها و محصولات نوآورانه آموزشی آشنا شوند و با آن ها ارتباط برقرار کنند. بخش پنجم توانمندسازی مدیران مراکز آموزشی است که در آن با روش های دسترسی به نوآوری ها و فناوری، چگونگی ایجاد مدارس خلاق در دوران پساکرونا و نحوه سرمایه گذاری در حوزه نوآوری و فناوری در آموزش آشنا می شوند. دبیر برگزاری رویداد سیکاپ با اشاره به رویداد دانش آموزی این نمایشگاه گفت: در این بخش از سیکاپ تلاش می شود در مباحث آموزشی هیجان ایجاد شود و ارزیابی دانش آموزان به این صورت است که هرکس با توجه به استعدادها و توانایی خود سنجیده می شود. تاریخ برگزاری ۲۰ تا ۲۳ اردیبهشت ماه می باشد.

# سند ملی

## توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم

### بخش پنجم

این سند که در جلسه ۸۱۰ مورخ ۰۹/۰۴/۱۴۰۰ شورای عالی انقلاب فرهنگی و براساس مصوبه جلسه ۴۶ ستاد راهبری اجرای نقشه جامع علمی کشور به تصویب رسیده است، به شرح ذیل برای اجرا ابلاغ می‌شود:

- راهبرد ۳:** حمایت از کارآفرینی، تجاری‌سازی و صادرات محصولات فرهنگی بومی و فناوری‌های نرم با محوریت بخش غیر دولتی و فعالیت‌های مرتبط با تولید، بازاریابی، عرضه، فروش، تبلیغات و بسته‌بندی در بازار ملی، منطقه‌ای و جهانی
- ۱- راه‌اندازی و حمایت از مسیرها و مراکز نوآوری، تجاری‌سازی، شکوفایی، شتاب‌دهی، مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری و نهادهای داوری و میانجی به‌منظور رشد شرکت‌ها، سمن‌ها و گروه‌های فعال در فناوری‌های فرهنگی، نرم و نوآوری اجتماعی با هدف گسترش و بهره‌گیری از ظرفیت‌های اسلامی - ایرانی؛
- ۲- طراحی و ترویج برنامه‌ها و رویدادهای صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم با محوریت فرهنگ بومی در بازارهای هدف با بهره‌گیری از ظرفیت مناسب، شعائر و آیین اسلامی؛
- ۳- ایجاد ساز و کارهای اجرایی، حقوقی و فناورانه برای حمایت از مالکیت فکری آثار و محصولات فرهنگی بومی از قبیل فناوری‌های پنهان‌نگاری و سازمان جمعی پدیدآورندگان آثار؛
- ۴- ساماندهی شبکه منسجم توزیع، تبلیغات و بازاریابی محصولات و خدمات صنایع فرهنگی بومی و فناوری‌های نرم در سطح ملی و بین‌المللی با تأکید بر توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات؛
- ۵- راه‌اندازی، حمایت از و توسعه شهرک‌های تخصصی و بنگاه‌های کوچک و متوسط، مناطق ویژه بخشی، چند بخشی، فناورانه و ملی در صنایع و محصولات فرهنگی و فناوری‌های نرم؛
- ۶- تقویت فعالیت‌های تحقیقاتی مشترک و همکاری‌های فنی میان صاحبان صنایع و مؤسسات تحقیقاتی داخلی و خارجی با تأکید بر فناوری‌های کلیدی، نوین و نوظهور در حوزه فناوری‌های فرهنگی و نرم؛
- ۷- برگزاری نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی جهت معرفی و ایجاد بازار در حوزه‌های مختلف صنایع فرهنگی و نرم؛
- ۸- ایجاد جایزه ملی نوآوری اجتماعی و چالش‌های نوآوری باز برای حل مسائل اولویت‌دار اجتماعی در کشور.
- راهبرد ۴:** ایجاد و توسعه صنایع و محصولات فرهنگی دانش‌بنیان و فناوری‌های نرم
- ۱- توسعه ایده‌پردازی و تشکیل هیأت‌های اندیشه‌ورزی در مراکز طراحی و نوآوری تولید محتوا و محصولات و صنایع فرهنگی و فناوری‌های نرم و اتصال آن با شبکه فعالان صنایع فرهنگی و نوآوری اجتماعی؛
- ۲- حمایت از شرکت‌های طراحی و تولید محصولات فرهنگی، هنر‌بنیان و فرهنگ‌بنیان در قالب قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق؛
- ۳- حمایت از بازاریابی و بازاریابی در قالب ایجاد ایده بازارها، مؤسسات ثبت و بازاریابی ایده و نهادهای میانجی در سطح ملی و بین‌المللی؛
- ۴- طراحی و اجرای ساز و کار خریدهای دولتی از فناوری‌ها، محصولات و خدمات صنایع فرهنگی بومی و بهره‌برداری از آنها توسط دستگاه‌های دولتی و عمومی؛
- ۵- حمایت از تحقیقات کاربردی برای توسعه فناوری و نوآوری صنایع فرهنگی دانش‌بنیان، فناوری‌های نرم و نوآوری اجتماعی؛
- ۶- حمایت از صنایع و کسب و کارهای خرد و خانگی با به رسمیت شمردن آنها به‌عنوان واحدهای تولیدی خویش‌فرما؛
- ۷- تشویق سرمایه‌گذاری در حوزه مسئولیت اجتماعی توسط شرکت‌ها در مسائل اولویت‌دار اجتماعی کشور.



# معرفی خانه خلاق و نوآوری راه ابریشم

## و گفت و گو با آقای یاسر قرایی

**SILKROAD**  
خانه خلاق و نوآوری راه ابریشم

خانه خلاق و نوآوری راه ابریشم از سال ۱۳۹۰ تأسیس و در ابتدای فعالیت خود توسعه دهنده سیستم های آموزشی بین المللی بوده و تا سال ۱۳۹۳ به فعالیت خود به این شکل داده است. از سال ۱۳۹۴ با توجه به اینکه اکوسیستم استارت آپی کشور در حال شکل گیری بود اقدام به تغییر حوزه فعالیت خود از توسعه سیستم های بین المللی به توسعه ایده های داخلی در سطح کشور و در نهایت سطح بین المللی نمود. در همین راستا با تصمیم اعضای هیئت مدیره و تغییر مأموریت خود اقدام به اخذ مجوز شتاب دهنده در حوزه تخصصی نوآوری و فناوری آموزشی نمود.



مترمربع میزبان ۱۰ تیم را در اختیار دارد و در آینده امکان توسعه آن تا ۵۴۰ را نیز داریم.

**نحوه پذیرش در خانه خلاق راه ابریشم به چه صورت می باشد؟**

با توجه به اینکه راه ابریشم همواره تلاش نموده است که از ایده تا بازار در کنار تیم ها باشد، به همین منظور نیاز داشت تا جعبه ابزار آموزشی را طراحی کند. در این مدل مشتریان محصولات تیم ها می تواند تنوع محتوایی را که یک بسته کامل بدون تکرار باشد را ارائه دهد. شرط اول برای پذیرش این است که محصول حتماً نوآور بوده و برای رفع نیاز باشد و دوم جای خالی آن در سبد آموزشی ما خالی باشد.

در حال ارزیابی و جواب تیم های جدید هستیم.

**آیا در حوزه تخصصی فعالیت می کنید؟**

بله: حوزه تخصصی نوآوری و فناوری آموزشی است و اولویت اصلی ما در نوآوری است. نوآوری در محتوا، تألیفات و شیوه های یادگیری است.

**ظرفیت خانه خلاق راه ابریشم چقدر است و**

**چه میزان از آن در حال استفاده است؟**

خانه راه ابریشم در ۵۴۰ مترمربع فضا در اختیار دارد که در حال حاضر فقط از ۲۸۰

از طرفی با توجه به اینکه حوزه آموزش و یادگیری با زیست بوم فناوری و نوآوری فاصله داشت در ابتدا با صرف وقت و انرژی بسیار در ایجاد ادبیات مشترک آموزش یادگیری و فناوری و نوآوری و همچنین دیربازده بودن حوزه آموزش و یادگیری و ایجاد نوآوری در آموزش زمان زیادی را می برد مه البته از مواردی است که در طول این سال ها دغدغه ما در راه ابریشم بوده است. پس از گذر از این بخش پیرو گزارش ها منظم ارائه شده و ارزیابی صورت گرفته در بازدید که آقای دکتر ستاری از راه ابریشم داشتند در تاریخ ۱۴۰۰/۰۸/۰۸ راه ابریشم مجوز خانه خلاق و نوآوری را کسب نمود و ماهیتی تخصصی تر به حوزه خود گرفت و در حال توسعه است.

**فعالیت خانه خلاق راه ابریشم به چه صورت است؟**

فعالیت راه ابریشم در قالب تا پایان ۱۴۰۰ به صورت استارت آپ استودیو فعالیت داشت. این مدل فعالیت به ۲ دلیل بود، ایجاد یک زنجیره تأمین خدمات و محصولات بود و همچنین ایجاد اعتماد بین فعالین حوزه آموزشی و یادگیری که می تواند بر اساس یک فعالیت خوب و پیشرفت قابل اندازه گیری متقاضیان در این حوزه وارد شوند و از سال ۱۴۰۱ با انتشار اولین فراخوان عمومی



پیشنهاد شما برای حمایت از شرکت‌های خلاق و خانه‌های خلاق و نوآوری چیست؟ انتظار ما در دو بخش است: افزایش اعتبار و جایگاه خانه‌های خلاق در نهادهای دولتی و حمایت از فعالیت آن‌ها و دوم حمایت مالی در توسعه تیم‌ها و فعالیت‌های آموزشی زیرا دیرباز ده است ولی بسیار شیرین.

می‌گیرد خدمات شامل مشاوره ای، اختصاص فضا، تجهیزات اداری و حتی استودیو، شبکه بازاریابی و فروش و تبلیغات. برنامه توسعه ای شما برای آینده خانه خلاق و نوآوری راه ابریشم چیست؟ توسعه عموماً با بزرگ شدن تیم‌ها قابل تعریف است هدف ما این است که بتوانیم تیم‌هایی که عضو خانه هستند را حمایت کنیم تا محصولات و خدمات خود را در اختیار متقاضیان بیشتری قرار دهند، فروش و افزایش سهام آن‌ها باعث افزایش اعتبار خانه خواهد شد و در نهایت تبدیل خانه راه ابریشم به عنوان مرجعی معتبر، قابل اتکا شود.

بزرگ‌ترین چالشی که تجربه کردید چه بوده است؟ چالش عمده در این حوزه وجود دارد دیر بازه بودن حوزه آموزشی انرژی زیادی را برای متقاعد کردن تیم‌ها برای ماندن و تلاش کردن در اکوسیستم می‌برد، دوم بخش جذب سرمایه گذاری و سوم اخذ مجوز است. زیرا برای اخذ مجوز از دستگاه‌های مربوطه هزینه‌های زیادی را دارند.

خانه خلاق و نوآوری راه ابریشم چه امکان و تجهیزاتی را فراهم کرده است؟ یک استارت آپ نیازهای مختلفی دارد که در قالب خدمات خانه های خلاق و نوآوری جای

### راه های ارتباطی :

#### وبسایت :

[www.silkroad.ir](http://www.silkroad.ir)

#### اینستاگرام :

[silkroad\\_ir](https://www.instagram.com/silkroad_ir)

#### ایمیل :

[info@silkroad.ir](mailto:info@silkroad.ir)

#### آدرس :

اتهران، پاسداران، میدان هروی، گلستان پنجم، مکران جنوبی، بین یاس و شاهین، پلاک ۲۰/۱





# معرفی خانه خلاق و نوآوری ملایر و گفت و گو با آقای مهرداد رشیدیان



خانه خلاق و نوآوری ملایر فعالیت‌های علمی و فنی خود را در قالب گروهی از دانشجویان برق، کامپیوتر و مکانیک بسیج دانشجویی دانشگاه ملایر و بوعلی سینای همدان با تمرکز بر حوزه‌های تخصصی مرتبط با بازی و انیمیشن رایانه‌ای آغاز کرد و به‌مرور فعالیت‌های خود را به سایر حوزه‌های محتوای دیجیتال توسعه داد.



روند پذیرش نفرات و مجموعه ها در خانه خلاق و نوآوری ملایر به سه دسته کلی تقسیم می‌شود:

**نوع اول ورود آموزش محور:** در این مدل از ورود افراد در دوره‌های تخصصی برگزار شده در خانه خلاق و نوآوری شرکت می‌کنند و افراد برتر در قالب گروه‌های تخصصی و تیم‌های اجرایی سازمان‌دهی می‌شوند و در صورت نداشتن ایده، از سبد ایده مجموعه یک مورد به تناسب نیاز خانه خلاق و استعداد نفرات برگزیده می‌شود و فرایند شتاب‌دهی آغاز می‌شود.

**نوع دوم ورود تخصص محور:** در این مدل شخص بر اساس تخصص اولیه خود به یکی از تیم‌های مستقر اضافه می‌شود و یا خود اقدام به شکل‌دهی یک تیم همکار می‌کنند و مراحل شتاب‌دهی را طی می‌کنند.

**نوع سوم ورود ایده محور:** شخص یا تیم بر اساس یک ایده از پیش تعریف شده یا نمونه اولیه محصولی که پیش‌تر توسعه‌یافته است به

**ظرفیت خانه خلاق و نوآوری ملایر چقدر است و چه میزان از آن در حال استفاده است؟** خانه خلاق و نوآوری ملایر در ساختمان سه طبقه به مساحت ۱۲۰۰ متر مربع و در موقعیت بسیار مناسب در سطح شهرستان که با توجه به موقعیت‌های مکانی اطراف، امکان توسعه نیز دارد.

در حال حاضر و با توجه به ادامه عملیات تجهیز و تعمیر ساختمان، ۳۰۰ متر از فضا در حال استفاده است و باقی فضا نیز در حال تعمیر و توسعه است که ان شاء الله تا پایان فصل تابستان هم‌زمان با توسعه بستر اجرایی خانه خلاق و نوآوری، تمامی ساختمان و محوطه مورد بهره‌برداری قرار خواهد گرفت.

**نحوه پذیرش در خانه خلاق و نوآوری ملایر به چه صورت انجام می‌شود؟**

**آیا در حوزه‌ی تخصصی فعالیت می‌کنید؟**

بله، حوزه تخصصی فعالیت خانه خلاق ملایر به دلیل تمرکز قریب به ده‌ساله در حوزه اقتصاد محتوای دیجیتال، در حال توسعه یک اکوسیستم اقتصاد محتواست که به‌صورت یکپارچه رشد کند، به این معنی که این زیرساخت یک زیست‌بوم یکپارچه تشکیل دهد تا توسعه هر بخش منجر به توسعه بخش دیگر شود و اجزاء به‌صورت متناسب رشد کنند و محصولات و دانش فنی خلق شده از یک بخش به حوزه دیگر سرریز گردد.

به عنوان مثال حوزه مدل‌سازی و انیمیشن شاید در نگاه اول به حوزه مبل و منبت کاری ارتباط چندانی نداشته باشد اما وقتی با نگاه یکپارچه محتوای دیجیتال را به عنوان یک زمینه فنی ببینیم، مدل‌سازی و پرداخت مدل سه بعدی برای حوزه مبل و منبت نیز قابل بهره‌برداری است و محصولی که اختصاصاً برای یک حوزه توسعه داده شده، به سادگی به حوزه دیگر تسری می‌یابد.

سیکل شتاب دهی وارد می‌شوند.

**بزرگ‌ترین چالشی که تجربه کرده‌اید چه بوده است؟**

مهم‌ترین چالش‌های این حوزه را می‌توان در دو بخش اشاره کرد:

اول اینکه در بسیاری از موارد مسئولین، به ویژه در سطح شهرستان‌ها با ادبیات حوزه فناوری و نوآوری آشنا نیستند و در بسیاری از موارد، کمک به مسیر نمی‌کنند هیچ در مسیر راه اندازی و توسعه مانع‌تراشی نیز می‌کنند.

دوم آن که در حوزه تأمین مالی، مجموعه‌ها با مشکلات عدیده‌ای رو به رو هستند که البته این اعداد چندان بزرگ هم نیستند که در صورت اتصال خانه‌های خلاق به صندوق نوآوری و شکوفایی به سادگی قابل حل است.

**۳. خدمات حقوقی و ثبت:** ارائه کد پستی اختصاصی جهت انجام عملیات ثبت شرکت، پلمپ دفاتر، خط تلفن و آدرس اختصاصی هم جهت انجام امور پشتیبانی از یک‌سو انجام آگهی‌های تغییرات و ... با همراهی یک مشاوره زبده ثبت شرکت‌ها در استان همدان برای اعضای مستقر و همکار خانه خلاق و نوآوری ملایر صورت می‌پذیرد.

**۴. خدمات منتورینگ:** در حوزه منتورینگ بسته به نوع فعالیت مجموعه مستقر یا همکار، خدماتی در حوزه تدوین طرح سرمایه گذاری، Comfar, FS, BP و ... ارائه می‌گردد تا در صورت تولید MVP و انجام تحقیقات بازار، مجموعه به سرعت به قابلیت جذب سرمایه یا فروش مناسب نزدیک شود.

**۵. خدمات آموزشی و برگزاری رویداد:** در کنار

فعالیت‌های توسعه‌ای در دو حوزه: فنی و زیرساختی از یک‌سو و توسعه فضای مکانی برنامه‌ریزی شده است که:

**۱. در حوزه فنی و زیرساختی:** تا پایان فصل تابستان توسعه نسخه ۱ پلتفرم پایه محتوا، به عنوان زیرساخت توسعه فنی تمامی فعالیت‌ها در سطح استان و کشور پایان می‌یابد که این بستر زنجیره محتوایی قریب به ۴۰ کسب و کار متفاوت را فراهم می‌کند که هر یک منجر به توسعه کسب و کار دیگر می‌شود و این موضوع یک اکوسیستم اقتصاد محتوای کم نظیر در سطح کشور را شکل خواهد داد که هر یک منجر به توسعه دیگری خواهد شد و به درآمدزایی یکدیگر کمک می‌کند و با ظهور انواع جدید محتوا و کسب و کارهای جدید حوزه محتوا نیز صنایع وابسته به محتوا را توسعه می‌دهد.

**۲. توسعه فضای مکانی نیز با همکاری سازمان اوقاف و امور خیریه و الحاق زمین مسطح جنب ساختمان خانه خلاق و نوآوری و بهره‌گیری از ظرفیت‌های پارک محصور جنب ساختمان اصلی با همکاری شهرداری ملایر، صورت خواهد گرفت و مجموعه با عنوان رسمی "دهکده نوآوری و صنایع خلاق مرحوم سیف‌الدوله" افتتاح خواهد شد.**

**پیشنهاد شما برای حمایت از شرکت‌های خلاق و خانه‌های خلاق و نوآوری چیست؟**

برگزاری جلسات در سطوح استان‌ها جهت توجیه مسئولین استانی و شهرستانی جهت رفع موانع راه‌اندازی و توسعه خانه خلاق و نوآوری از یک سو و مرتفع شدن مشکلات استارت‌آپ‌های این حوزه از سوی دیگر، گسترش خدمات مربوط به نظام وظیفه در بستر خانه‌های خلاق و نوآوری جهت حفظ انسجام نیروی انسانی مجموعه‌ها و افزایش خدمات تسهیلگری در حوزه مالیات و بیمه ویژه خانه‌های خلاق و استارت‌آپ‌های مستقر در آن‌ها.

### آدرس:

همدان، ملایر، میدان دکتر بابک، جنب مقبره مرحوم سیف‌الدوله، خانه خلاق و نوآوری شهرستان ملایر (پژوهشگاه اوقاف).



**خانه خلاق و نوآوری ملایر چه امکان و تجهیزاتی را فراهم کرده است؟**

خانه خلاق و نوآوری ملایر در سه سطح به ارائه خدمات می‌پردازد:

**۱. خدمات فنی و زیرساختی:** تأمین سرور، زیرساخت، محتوای پژوهشی، API و ... توسعه سرویس‌ها، که به کاربران این امکان را می‌دهد تا در سریع‌ترین زمان ممکن به توسعه محصولات خود بپردازند.

**۲. خدمات تجهیز:** ارائه تجهیزات مرتبط با کسب و کار به فراخور نیازمندی مجموعه و توان خانه خلاق، از قبیل تجهیزات رایانه‌ای، تصویربرداری و ... و تجهیزات تخصصی مرتبط با کسب و کارهای اختصاصی با همکاری سایر مجموعه‌های طرف تفاهم در سطح شهرستان و استان.

موارد فوق‌الذکر، مجموعه‌ای از رویدادها و دوره‌های آموزشی تخصصی برای سطح شهرستان، استان و در برخی موارد در سطح ملی تدارک دیده شده است که برخی با همکاری نهادهای شهرستانی نظیر آموزش و پرورش، اوقاف، دانشگاه آزاد، دانشگاه سراسری، فرمانداری و سپاه برگزار شده و یا در حال برگزاری است و برخی دیگر نیز برای آینده برنامه‌ریزی شده است.

**۶. خدمات تجاری سازی و سرمایه‌گذاری:** در حوزه خدمات تجاری‌سازی، مجموعه با ارائه سرمایه‌گذاری، تأمین پروژه و برگزاری رویداد و ارائه به سرمایه‌گذار، فروش و جذاب سرمایه‌گذار را برای مجموعه‌ها تسهیل می‌کند.

**برنامه‌های توسعه‌ای شما برای آینده چیست؟**



## تریبون اول این شماره اختصاص دارد به معرفی موسسه متحرک سازی آینده نگار با تولید انواع انیمیشن های کوتاه و بلند و گفتگو با آقای مصطفی مزرعتی

دنبال تولید کار سینمایی رفتیم و در اواخر سال ۱۳۹۵ استارت تولید انیمیشن سینمایی بنیامین زده شد و در سال ۱۳۹۷ به پایان رسید و بعد از آن کاری که الان مشغول تولید آن هستیم انیمیشن سینمایی رویا شهر هست که امیدواریم در سال جاری آماده اکران و عرضه به مخاطبان عزیز باشد.

### انیمیشن های شما چه تمایز یا نوآوری هایی با سایر نمونه های مشابه دارد؟

تفاوت انیمیشن های که در موسسه آینده نگار به طور کلی در کشور تولید می شود با انیمیشن های خارجی به خصوص انیمیشن های هالیوودی نوع بیان مسئله و هدف از تولید اون اثر هست که با توجه به نوع دیدگاه و آداب و فرهنگی که در این مرز و بوم وجود دارد معمولاً آثاری که در ایران تولید می شود آثار بسیار همسوتر با آداب و فرهنگ کشورمان است نسبت به آثار تولید شده در کشورهای غربی و البته بعضاً انیمیشن های در سطح جهان تولید می شود که نه تنها با آداب و فرهنگ ما همسو نیست بلکه مخالف و مقابل آن است و از نظر تربیتی و فرهنگی آثار مخربی نیز دارد که امیدواریم با تولید بیشتر انیمیشن در کشور در مؤسسات مختلفی که در حال فعالیت هستند این معضل تولید محتوا برای مخاطب کودک و نوجوان ما حل بشود و روزی بیاید که کودکان و نوجوانان کشورمان و فرا تر از آن کودکان و نوجوانان غیر ایرانی بتوانند آثاری ببینند که سالم باشه و همسو با فرهنگ و آداب اسلامی و اخلاقیات جامعه بشری.

### مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟

چه بازخوردهایی تاکنون از آنان داشته اید؟  
مخاطبان انیمیشن های ما معمولاً کودکان و نوجوانان و بعضاً خردسالان هستند که از این محصولات ما استفاده می کنند و بازخوردهای مختلف و متفاوتی در مکان های متفاوتی از این مخاطبان گرفتیم به خصوص بازخورد های بسیار زیادی برای انیمیشن سینمایی بنیامین به ما رسید که بسیار مهم بود که حقیقتاً باعث دلگرمی و انگیزه بیشتر برای تولید محصولات

استودیو آینده نگار از سال ۱۳۹۱ فعالیت خودش را در جمع خانوادگی چهار نفره شروع کرد و با گذشت زمان و افزایش تجربه و اضافه شدن افراد مستعد پیشرفت های چشم گیری کرد. تعداد افرادی که در حال حاضر در موسسه در حال فعالیت هستند بالغ بر ۳۰ نفر است که جهت تولید انیمیشن های سه بعدی در این موسسه فعالیت می کنند. این موسسه ابتدا چند کار کوتاه تولید کرد و بعد از تولید چند کار کوتاه تصمیم به تولید انیمیشن سینمایی بنیامین گرفت.

از جمله جوایز کسب شده توسط انیمیشن سینمایی بنیامین می توان به دریافت جایزه تجلی اراده ملی از جشنواره فیلم فجر و دریافت جایزه بهترین انیمیشن سینمایی کشور در جشنواره بین المللی کودک و نوجوان اصفهان و همچنین جوایز مختلف بین المللی در جشنواره های از نیویورک تا کره جنوبی و جشنواره های متعدد خارجی کسب نموده.



باشه و مناسب برای کودکان و نوجوانان کشورمان و کودکان و نوجوانانی که در اقصی نقاط جهان علاقه به آداب و فرهنگ اسلامی دارند.

### یک معرفی کلی از محصولات بفرمایید.

محصولات تولید شده در موسسه آینده نگار عبارت است از چند کار کوتاه به نام مباحثه که سال ۱۳۹۲ تولید شد، در سال ۱۳۹۳ انیمیشن کوتاه امام را صدا کن، در سال ۱۳۹۴ انیمیشن کوتاه مسجد جمکران و در سال ۱۳۹۵ انیمیشن کوتاه پسر مهزیار تولید شد و بعد از اون ما به

### هدف شما از ایجاد این کسب و کار چه

بوده است؟

با توجه به دغدغه ای که در ما وجود داشت و عدم دسترسی محتوای سالم برای کودکان و نوجوانان که به عنوان اصلی ترین مخاطبین ما محسوب می شوند و دسترسی نداشتن به آثار کودک و نوجوان مناسب و همسو با فرهنگ آداب کشورمان، باعث شد ما تصمیم بگیریم وارد حوضه تولید انیمیشن بشویم تا بتوانیم هرچند کم اما آثاری را تولید کنیم که متناسب با آداب و فرهنگ کشورمان



برای مخاطبین داره مخصوصاً مخاطبین داخل کشور و این پیشرفت به وضوح قابل مشاهده است که انیمیشن ایران از سال های قبل بسیار با کیفیت تر شده است محصولات بسیار با کیفیتی در کشور در حال تولید است و ما



بعدی شده و بعضاً انتقادات و پیشنهادهای بسیار خوب و راهگشا که باعث پیشرفت و نزدیک شدن به ذائقه مخاطب شده است. با توجه به استقبال از کارهای ما به لطف خدا که بسیار خوب بوده و به ویژه در انیمیشن سینمایی بنیامین که در زمرة پرفروش ترین انیمیشن های تاریخ سینمای کشور قرار دارد این اتفاق، اتفاق بسیار بزرگی بود که برای ما رقم خورد که علاوه بر فروش در سینماها و vod و تلویزیون بسیار مهم و قابل ذکر بود است.

### برای آینده چه برنامه ای دارید؟

ما بعد از انیمیشن سینمایی بنیامین به تولید انیمیشن سینمایی رویا شهر پرداختیم که تقریباً در مراحل پایانی آن هست و امیدواریم در سال جاری اکران بشود

### چه موفقیت هایی یا تجربیات موفق در موسسه آینده نگار به دست آورده اید؟

به طور کلی دیدگاه ما در موسسه آینده نگار این موضوع است که بتوانیم در سال های آینده به سمتی برویم که علاوه بر مخاطبین داخل کشور مخاطبین بیشتری را از کشورهای مختلف به سمت خود جذب کنیم و امیدواریم در سال های آینده این ادعا را داشته باشیم که مخاطبین جهانی برای محصولات خود داریم و امیدواریم این اتفاق با یاری خداوند متعال رقم بخورد.



### آیا تولیدات انیمیشن شما در دنیا قابل رقابت و عرضه هست؟

انیمیشن بنیامین اتفاقات مثبت بسیار زیادی برایش اتفاق افتاد که از جمله درخشیدن در جشنواره فیلم فجر و نامزد دریافت سیمرغ بلورین این جشنواره و دریافت تندیس تجلی اراده ملی و بعد از اون در جشنواره بین المللی کودک و نوجوان اصفهان به عنوان بهترین

انیمیشن سینمایی کشور انتخاب شد و بعد از آن هم در جشنواره های متعدد خارجی از جمله جشنواره کینگ استون، جشنواره نیویورک، جشنواره انیمیشن سئول و جشنواره های متعدد دیگر بین المللی تونست شرکت کنه و جایزه بهترین کاراکتر و بهترین انیمیشن در جشنواره کووتو تونس کسب کنه که این موفقیت ها برای اولین محصول سینمایی موسسه آینده نگار بسیار مهم بوده است.



### چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب و کار شما بوده و یا هست؟

در بحث رقابت موضوعی که شاید به عنوان اصلی ترین موضوع مطرح میشه بحث بودجه انیمیشن هست که این اختلاف تولید انیمیشن در ایران و خارج از کشور بسیار زیاد و بالاست و بعضاً تولید یک انیمیشن سینمایی در هالیوود هزار برابر بیش از تولید یک انیمیشن سینمایی در کشور بودجه داشته باشه که اختلاف بسیار زیادی است اما از نظر کیفیت قطعاً این اختلاف وجود ندارد انیمیشن های ما کیفیت قابل قبولی

امیدواریم در سال های آینده اختلاف آثار ما نسبت به انیمیشن های خارجی و به خصوص انیمیشن های اروپای کمتر و کمتر بشود تا ما شاید در چند سال آینده بتوانیم انیمیشن های تولید کنیم که با انیمیشن های تولید شده در اروپایی از نظر کیفیت اختلافی نداشته باشه و در گام بعدی بتوانیم به سطحی برسیم که با انیمیشن های هالیوودی رقابت کنیم.

### انتظارات شما در خصوص حمایت های دولتی مانند برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق چیست؟

انتظارات ما انتظارات متعددی هست که معمولاً هم برآورده نمی شود اما یک سری اتفاقاتی است که قطعاً می تواند رقم بخورد و این اتفاقات باعث پیشرفت تولید انیمیشن در کشور خواهد شد مانند حمایت ها در بحث اکران های داخل کشور و اکران های بین المللی و عرضه ای که می تواند اتفاق بیفتد و اینکه اگر قرار باشد انیمیشن هایی که در کشور تولید می شوند با فیلم های سینمایی بزرگ سال رقابت کنند در اکران قطعاً به ضرر فیلم های انیمیشن خواهد بود.

حمایت های بین المللی و حضور در جشنواره های متعدد و رایزنی با کشورهای مختلف جهت عرضه این محصولات در اقصی نقاط جهان که اتفاق بسیار مهمی می تواند باشد و علاوه بر آرزوری که وجود دارد باعث قوی شدن بنیه ی تولید انیمیشن در کشور خواهد شد البته بعضی از سازمان ها و نهاد ها اقداماتی در این راستا انجام داده اند که امیدواریم قوی تر و محکم تر پیگیری کنند

### اینستاگرام:

ayandenegar.studio



## واقعیت مجازی پدر متاورس (قسمت دوم)



### کاربرد در تولید:

تولید کنندگان با محدودیت های بسیاری دست و پنجه نرم می کنند. تکنولوژی واقعیت مجازی می تواند به آن ها در اجرای این فرآیند کمک شایانی بکند. مشکلات مختلف در صنعت باعث شده که صنعت همواره به دنبال راهکارهایی باشد تا بتواند سیستم های تولیدی خود را به سرعت تغییر دهد. تولید دستگاه های مختلف ارزان قیمت هدف اصلی صنایع تولیدی امروزی هستند. در این زمینه واقعیت مجازی یکی از بخش های اصلی چرخه تولید است زیرا این تکنولوژی در طراحی و تأیید محصولات مختلف نقش اساسی دارد. تغییر پروسه ساخت به طور معمول از سطوح مختلفی تشکیل شده است و تغییر جزئی در پروسه تولید می تواند در دیگر بخش ها نیز تأثیرگذار باشد. تقاضا برای محصولات جدید در سال های اخیر بیشتر و بیشتر شده است در نتیجه تغییر سریع و کارآمد خطوط تولید نقش مهمی را در صنعت بازی می کنند. به منظور استفاده از این تکنولوژی در پروسه ساخت و تولید استفاده از کارخانه های مجازی ضروری است. کارخانه های مجازی در حقیقت مدل های سه بعدی از یک کارخانه هستند که در آن فعالیت ها و طریقه عمل کارخانه شبیه سازی شده است. این تکنولوژی می تواند درگاهی مستقیم به سوی بررسی رفتار سیستم های درون کارخانه و شبیه سازی نحوه فعالیت آن داشته باشد که می توان از آن برای بهبود و یا طراحی مجدد فرآیند تولید استفاده کرد. در راستای شبیه سازی فعالیت کارخانه، واقعیت مجازی می تواند در سطوح مختلف کارخانه را شبیه سازی کند و در هر سطح به بررسی فعالیت کارخانه بپردازد. استفاده از این تکنولوژی باعث می شود بتوان در کارایی کارخانه

زبان مدل سازی واقعیت مجازی: (VRML) توسعه مداوم زبان مدل سازی واقعیت مجازی در وب اغلب همچنان انگیز است. علاوه بر این در HTML یا همان زبان نشانه گذاری ابر متن که یک ابزار استاندارد برای تألیف و ایجاد صفحات خانگی است، VRML یک دنیا سه بعدی با لینک یکپارچه در فضای وب فراهم می کند. چیزی شبیه HTML است. برخی آن را HTML سه بعدی دانسته اند، استاندارد جدیدی برای توصیف دنیا و اشیاء سه بعدی. خوشبختانه از ابتدای کار این زبان استاندارد بود. این زبان به عنوان یک تکنولوژی برای نمایش گرافیک سه بعدی مورد پذیرش قرار گرفته است زیرا راه قابل دسترس و راحت برای دنیای تعاملی است. VRML در حقیقت یک زبان پویانمایی تعاملی است و اجازه می دهد سازنده های صفحات وب با آن فضای سه بعدی بسازند و اشیاء

بهبودهای چشمگیری ایجاد کرد. همچنین با استفاده از این تکنولوژی میزان توقف کار کارخانه به منظور تغییر در خط تولید و یا بهبود آن به طور چشمگیری کاهش می یابد. تغییرات مهندسی در کارخانه ها همواره ضروری است. تعداد تغییرات مهندسی لازم برای تولید محصولات جدید با پیچیده شدن پروسه ساخت و تولید آن ها بیشتر می شود. واقعیت مجازی می تواند محیطی را در اختیار ما قرار دهد که برای طراحی و ارزیابی تغییرات مهندسی ضروری است. در این زمینه می توان از پایگاه های داده ای هم استفاده کرد که در آن ها الگوریتم هایی برای طراحی نیز وجود دارد. در این صورت برنامه واقعیت مجازی می تواند مدلی را طراحی، ارزیابی و در صورت تأیید، در دنیای واقعی استفاده کرد تغییرات مختلف استفاده کرد.



نیست و هیچ کس نمی‌داند که آینده این علم به کجا می‌رود. برخی بر این باورند که با پیشرفت شبیه سازی و کاهش هزینه‌ی آن دیگر کسی میل به ترک دنیای خیالی خود نخواهد کرد و بنابراین شاید این پدیده آخرین اختراع بشر باشد اما باید پذیرفت که واقعیت مجازی در زندگی بشر وارد شده و به طرز خیره کننده‌ای در حال پیشرفت است. دنیای آینده دنیای VR است.

یکی از مهم‌ترین زمینه‌های استفاده از واقعیت مجازی وجود نرم افزارهای مناسب و قوی است که برای این کار سرمایه‌گذاری لازم است. در ایران ساخت کنسول و شبیه ساز هواپیما از کاربردهای اصلی واقعیت مجازی است که نیاز دارد زیر ساخت های این امر تقویت شود تا واقعیت مجازی در ایران هم گسترش یابد.

**نتیجه‌گیری:**

آینده‌ی واقعیت مجازی به طور دقیق مشخص

سه بعدی در وب را ببینند. در آن home page تبدیل به space home می شود. VRML به عنوان نوعی زبان متنی این امکان را می‌دهد که دنیای مجازی همراه با اشیاء و اشکال سه بعدی با تمام رنگ‌ها و بافت ها، منابع نور، مه، سایه، انیمیشن و حتی جلوه های صوتی به منظور واقعی جلوه دادن به آن‌ها با استفاده از دستورات عمل‌های ساده به راحتی ایجاد شوند. VRML یک ابر فضای سه بعدی را پدید می آورد که با فشردن کلیدهای روی کامپیوتر می توان در این جهان سه بعدی به هر سو رفت. مهم ترین وظیفه VRML این است که مشخص کند چگونه یک صحنه سه بعدی در دنیای مجازی ساخته شود. اگر بخواهیم تخصصی‌تر بگوییم، VRML یک زبان صحنه پردازی است هدف این بود که راه حلی آسان مثل HTML برای این کار ارائه شود که قابلیت توسعه نیز داشته باشد.

**واقعیت مجازی در ایران:**

پیشینه واقعیت مجازی در ایران تقریباً ۱۰ سال است که در مقایسه با برخی کشورها در این زمینه نوظهور است و در این مدت تنها کارهای کوچک و جزئی انجام شده است و این فن آوری در ایران تا حدودی ناشناخته است این درحالیست که برپایه نمایشگاه‌هایی چون رسانه های دیجیتال تا حدی توانسته کاربردهای این تکنولوژی را به مردم نشان دهد و با شناخت قابلیت‌ها و کاربردهای آن می‌توان دامنه استفاده از واقعیت مجازی در ایران را گسترش داد.



**تحقیق و نگارش:**

دکتر علیرضا شفیق زاده  
دکتر سندس کاشانی خطیب



## برنامه‌ریزی به روش بولت ژورنال



نویسنده: رایدر کارول  
مترجم: زهرا نجاری  
ناشر: انتشارات کتاب کوله پستی

کتاب برنامه‌ریزی به روش بولت ژورنال اثر پرفروش رایدر کارول، ابتدا روش‌های علمی ثابت شده‌ای را برای برنامه‌ریزی مناسب معرفی کرده، سپس به شما می‌آموزد که چگونه از دفتر بولت ژورنال به عنوان ابزاری برای به دست آوردن فرصت‌ها و کنار گذاشتن حواس‌پرتی‌ها استفاده کنید.

روش بولت ژورنال راه حلی است برای تمام کسانی که تلاش می‌کنند جای خود را در عصر دیجیتال پیدا کنند. این روش با ارائه ابزارها و تکنیک‌های ساده به شما کمک می‌کند تا زندگی خود را ساماندهی کنید. این ابزارها می‌توانند وضوح، جهت‌گیری و تمرکز را به روزهای زندگی شما تزریق کنند. هر چقدر که سر و سامان دادن به زندگی حس خوبی داشته باشد، بازهم فقط یک لایه‌ی سطحی از چیزی عمیق‌تر و با ارزش‌تر است.

رایدر کارول در این کتاب نشان می‌دهد که روش بولت ژورنال از دو بخش تشکیل شده است: سیستم و عملکرد. ابتدا با سیستم آشنا می‌شویم تا یاد بگیریم چگونه دفترمان را به یک ابزار ساماندهی قدرتمند تبدیل کنیم. سپس عملکرد را بررسی خواهیم کرد. عملکرد در حقیقت ادغام سنت‌های گوناگونی است که چگونگی یک زندگی قصد آگاه (زندگی‌ای که هم هدفمند و هم پربار است) را تعریف می‌کند. مأموریت بولت ژورنال این است که به شما کمک کند تا از دو منبع ارزشمند زندگی‌تان یعنی وقت و انرژی به‌صورت آگاهانه بهره ببرید.

خرید کتاب از وبسایت:  
[www.ketabrah.ir](http://www.ketabrah.ir)

## نقطه‌ی عطف



نویسندگان: مالکوم گلدول  
مترجم: فریبرز آذرنیا  
ناشر: انتشارات روزبهان

اگر از شما بپرسند بیماری‌مُسر چه نوع بیماری‌ای است، شما به سرماخوردگی، آنفلوانزا یا شاید به بیماری‌های خطرناک تری مثل ایدز یا ایبولا فکر خواهید کرد. هرکدام از ما از دید بیولوژیکی، درباره‌ی بیماری‌های مُسر تصویر خاصی در ذهن

داریم، ولی اگر جرم یا مُد بتواند به افراد سرایت کند، در آن صورت باید چیزهای دیگری هم وجود داشته‌باشد که بتواند مانند ویروس به افراد سرایت کند؛ برای مثال آیا هیچ‌گاه درباره‌ی خمیازه‌کشیدن فکر کرده‌اید؟ خمیازه کشیدن به خودی‌خود حرکت پر قدرتی است. همین‌که خواننده، کلمه‌ی خمیازه را، که در جمله‌ی قبلی و این جمله چند بار به آن اشاره شد، ببیند، ممکن است در چند دقیقه شروع به خمیازه کشیدن کند.

کتاب «نقطه‌ی عطف» با تکیه بر اصل همه‌گیر شدن، به این نکته اشاره دارد که تغییرات بزرگ بسیاری اوقات از حوادث کوچک ناشی می‌شوند، و این تغییرات ممکن است به‌طور ناگهانی و با سرعت رخ دهد. اصل سرعت، اساس و مرکز ثقل ایده‌ی نقطه‌ی عطف است. نقطه‌ی عطف نقطه‌ای است که یک تغییر در جامعه شروع به نمودار شدن می‌کند؛ مثلاً در دهه ۷۰ مهاجرت رنکین‌پوستان به محله‌های سفیدپوست‌نشین شهرهای شمال شرقی آمریکا زمانی که به ۲۰ درصد رسید، جامعه دچار تحول شد. در واقع، لحظه‌ی بازگشت یا عطف در جامعه، به لحظه‌هایی گفته می‌شود که افراد به نقطه‌ی بحرانی یا آستانه و یا نقطه‌ی جوش برسند. این نقطه‌ی عطف در تمام دگرگونی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی وجود دارد.

مالکوم گلدول در این کتاب اصول و قوانین همه‌گیر شدن و شرایط مختلف برای بروز و ظهور آن را بررسی کرده و این موضوع را در چند مطالعه موردی نیز برای مخاطب تجزیه و تحلیل و شفاف‌سازی کرده است.

گلدول نویسنده‌ی پر سر و صدایی است. تعداد کتاب‌هایی که نوشته‌ی زیاد نیست اما همه‌ی کتاب‌هایش پرفروش بوده‌اند. نظریه‌هایی که در این کتاب‌ها مطرح کرده جالب و به قول خودش معمولاً بر خلاف نظرات عموماً پذیرفته‌شده بوده است. مطالعه این اثر برای پژوهشگران حوزه علوم اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و هر کس که دغدغه جامعه و فرهنگ را دارد و به دنبال پاسخ دادن به این پرسش است که «جهان امروز رو به کدام سو می‌رود؟» بسیار سودمند و بی‌نهایت جذاب خواهد بود.

خرید کتاب از وبسایت:

[taaghche.com](http://taaghche.com)

## کتاب صوتی هنر خوب زندگی کردن

نویسنده: آدام گرانت  
مترجم: تیم ترجمه نشر نوین



بر اساس تعاریف مرسوم، هوش همان قابلیت تفکر و یادگیری است. تصور غالب این است که هر چقدر باهوش‌تر باشید، توانایی حل مسائل پیچیده‌تری را دارید و سریع‌تر از دیگران به راه‌حل می‌رسید. اما در دنیای پیچیده امروزی، مجموعه دیگری از مهارت‌های شناختی وجود دارد که شاید بیشتر از هوش اهمیت داشته باشند: قابلیت تجدیدنظر، فکر کردن دوباره و فراموش کردن آموخته‌های پیشین. گرانت می‌گوید فرض کنید همین الان سوالات یک آزمون چندگزینه‌ای را تمام کرده‌اید و نسبت به یکی از پاسخ‌هایتان تردید دارید. هنوز مقداری وقت هست، آیا باید روی نظر اولیه خود بمانید یا جوابتان را تغییر دهید؟

حدود سه‌چهارم از محصلان اعتقاد دارند که تجدیدنظر درباره پاسخ، به ضررشان خواهد بود. کاپلان که یک کمپانی آموزشی بزرگ است، چنین توصیه‌ای داشت: «در هنگام تغییر پاسخ، بسیار احتیاط کنید. تجربه نشان می‌دهد خیلی از محصلانی که جواب‌هایشان را تغییر می‌دهند، در نهایت پاسخ اشتباه را برمی‌گزینند». با تمام احترامی که برای آموزه‌های تجربی قائلم، اما دقت شواهد را ترجیح می‌دهم. یک گروه سه‌نفره از روانشناس‌ها پس از بررسی جامع بر روی ۳۳ مطالعه تحقیقاتی، به این نتیجه رسیدند که اکثر تجدیدنظرها در تک‌تک این مطالعات، به حذف پاسخ غلط و انتخاب پاسخ صحیح ختم شدند. این پدیده را اشتباه حدس اولیه می‌نامند.

این کتاب با شما از ارزش تجدید نظر حرف می‌زند. درباره به‌کارگیری نوعی انعطاف‌پذیری ذهنی شما را از موقعیت‌های بحرانی نجات می‌دهد. هدف گرانت این کتاب، بررسی رویکردهای تجدیدنظر است. او به دنبال متقاعدکننده‌ترین شواهد و تعدادی از ماهرترین تجدیدنظرکننده‌های دنیا رفته است. تمرکز اولین بخش کتاب بر باز کردن ذهن مان است. همچنین در این بخش خواهید فهمید که چرا یک کارآفرین آینده‌نگر در دام گذشته گیر می‌کند، چرا یک کاندیدای مناصب دولتی سندرم ایمپاستر (یک پدیده روانی است که در آن افراد نمی‌توانند موفقیت‌هایشان را بپذیرند) را مزیت می‌بیند، چگونه یک دانشمند برنده جایزه نوبل از اشتباه کردن لذت می‌برد، چگونه بهترین پیش‌بینی‌کنندگان جهان دیدگاه‌هایشان را به‌روز می‌کنند، و چگونه یک فیلم‌ساز برنده اسکار مبارزات سازنده‌ای دارد. دومین بخش به بررسی راهکارهای تشویق سایر افراد به تجدیدنظر می‌پردازد.

دریافت و شنیدن [www.nashrenovin.ir](http://www.nashrenovin.ir)

## کتاب صوتی قانون ۱۰ برابر: بین موفقیت و شکست فقط یک تفاوت وجود دارد

نویسنده: گرنت کاردون  
مترجم: گروه مترجمان  
گوینده: دادیه دادمهر  
ناشر صوتی: سبکتو



بین موفقیت و شکست فقط یک تفاوت وجود دارد.

گرنت کاردون

دریافت و شنیدن :

[www.ketabrah.ir](http://www.ketabrah.ir)

گرنت کاردون راهنمای عملی ساده‌ای پیش روی شما گذاشته که با کمک آن می‌توانید موفقیت خود را تضمین کنید. او عقیده دارد برای رسیدن به اهداف بزرگ و دور از دسترس باید تلاش بیشتری کرد؛ حتی تا ده برابر بیشتر از اهداف دیگر باید سعی کرد تا به آن‌ها رسید. این نویسنده در کتاب قانون ۱۰ برابر (The 10x Rule) تاکید می‌کند که همه افراد یک جامعه باید این قانون شکست‌انگیز را در زندگی خود پیاده کنند. درواقع برای چشیدن مزه یک زندگی شیرین و مرفه باید با تلاشی ده برابر بیشتر از حد معمول به دنبال تحقق اهداف و آرزوهایتان باشید. این قانون با ایجاد سطح مناسبی از اقدامات لازم، موفقیت را برایتان تضمین می‌کند و شما می‌توانید در این سطوح به زندگی حرفه‌ای خود ادامه دهید. با یادگرفتن این قانون، ترس شما برطرف می‌شود و به دنبال آن شجاعت و اعتمادبه‌نفس‌تان نیز افزایش پیدا خواهد کرد.

شنیدن کتاب قانون ۱۰ برابر، حس ناامنی را در ذهنتان کم می‌کند و به شما احساس هدفمندی می‌دهد. این قانون طلایی درواقع یک اصل واحد را در برمی‌گیرد که همه مدیران ارشد و افراد موفق در سراسر جهان در تمام مراحل زندگی‌شان می‌توانند از آن استفاده کنند. مهم نیست موفقیت از نظر شما چه معنی دارد؛ این کتاب راه دستیابی به هر آنچه که می‌خواهید را برایتان فراهم می‌سازد.



## چه کسانی مجذوب هنرهای دستی و صنایع هنری می‌شوند؟

با توجه به آمار و علایق مشتریان مورد هدف، می‌توان ارتباطات و تعاملات را بیشتر کرد و در نتیجه میزان فروش را ارتقا داد. بیشتر افراد کالاهای تولید شده بازاری را به صنایع هنری یا هنرهای اصیل ترجیح می‌دهند. شاید مشتریان، خرید از یک مال و یا به صورت آنلاین از برندهای معروف را ترجیح بدهند، اما جای نگرانی نیست زیرا این افراد مشتری شما نیستند و نباید نگران‌شان بود. لذا تمرکز و بازاریابی شما بر روی مشتریانی خاص است.

خرید این اثر هنری در واقع دستیابی به بخشی از یک خلاقیت و دیدگاه هنری است. وقتی آن‌ها با دیگران درباره‌ی خریدهایشان صحبت می‌کنند، غالباً به این نکته اشاره می‌کنند که خالق اثر را نیز دیدار کرده‌اند. آن‌ها درباره‌ی زندگی هنری خالق اثر صحبت می‌کنند و از ریشه الهامات و منابعی که ایشان برای خلق آثار خود الهام گرفته است سخن می‌گویند. این امر برای کلکسیونرها خیلی حائز اهمیت است و بخشی از تجربه مهم یک کلکسیونر به حساب می‌آید.

### شناسایی مشتری خود:

با نگاهی دقیق‌تر، نمایه‌ای از مشتریان خود تهیه کنید. به این طریق بهتر می‌توان برای جذب مشتریان خود طراحی کرد. به‌طور مثال می‌توان میزان جذابیت اثر خود را در یک نمایشگاه یا یک همایش هنری و یا هر رویداد مرتبط دیگر که امکان رویارویی مستقیم وجود دارد، مورد بررسی قرار داد. به این ترتیب شما می‌توانید از مشتریان مطالب زیادی بیاموزید، لذا سؤال پرسید و به سخنان آنان به دقت گوش دهید. چه کسانی به هنر شما بها می‌دهند، آن‌ها را در دست می‌گیرند و یا اگر پوشیدنی‌اند آن‌ها را حاضرند که بر تن کنند؟

اند، اما بجای اینکه خود به خلق این هنرها بپردازند، با تهیه و خرید این آثار، به ابراز و ارائه خود می‌پردازند. این افراد، به مقوله‌ی زیبایی شناختی، اصالت، اعتبار و اخلاق حرفه‌ای که در این صنایع نهفته است بسیار اهمیت می‌دهند. آن‌ها سبک زندگی، استقلال سلیقه‌ی هنرمند خالق اثر را نیز تحسین می‌کنند. جالب است بدانید که خیلی از افراد علاقه‌مندند که از هنرمندانی حمایت کنند که آثارشان مسائل جهانی را منعکس می‌کند.



از طرفی دیگر، مشتریان زیادی هستند که مشخصاً خواهان و مجذوب هنرهای دستی و صنایع هنری هستند و به خوبی ذوق و استعداد خالق این صنایع را درک می‌کنند و خلاقیت به کار رفته در جز به جز این آثار را می‌پسندند. این افراد در هنگام خرید بسیار با دقت‌اند زیرا آن‌ها به دنبال کالاهایی هستند که به‌طور انبوه تولید نشده‌اند، رایج نیستند و به سهولت در دسترس همگان قرار ندارند. آن‌ها همیشه خیلی هنرمندانه کالاهای منحصر به فرد و متفاوت را انتخاب می‌کنند. این امر نشان می‌دهد که این افراد به خوبی ارزش‌ها را می‌شناسند.

### آن‌ها به دنبال چه می‌گردند؟

به این طریق می‌توان مطالب زیادی را در مورد این مشتریان فهمید. اینکه از خودشان چه درکی دارند و دیگران در موردشان چه فکر می‌کنند. این افراد وقتی از صنایع هنری به‌عنوان هدیه استفاده می‌کنند، گیرنده این هدیه سلیقه و سخاوتمندی فرد هدیه دهنده را لمس می‌کند و به این موضوع پی می‌برد که چقدر این ارتباط و صمیمیت برایش مهم بوده است.

افرادی که هنرهای دستی و صنایع هنری را می‌پسندند و خریداری می‌کنند غالباً از تحصیلات عالی برخوردارند. همچنین با استعداد و خلاق



### آن‌ها اهل کجا هستند و چرا هنر شما برای آن‌ها جذاب است؟

برای طراحی یک نمایه از مشتری‌ها، بایستی تا حد امکان در مورد آن‌ها اطلاعات جمع‌آوری کنید. اطلاعاتی که به شناسایی مشتریان کمک می‌کند.

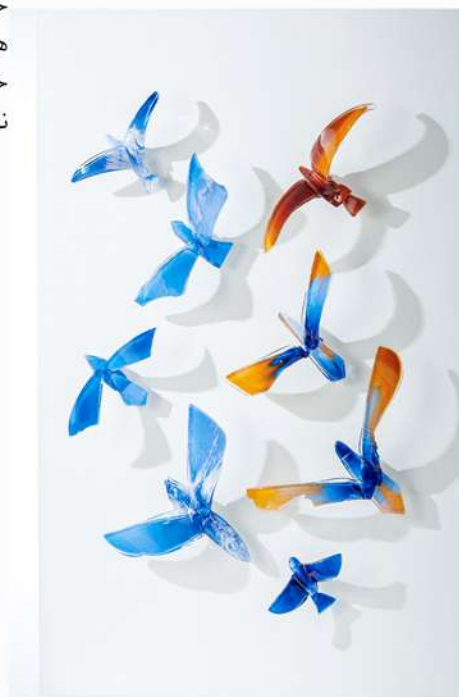
این اطلاعات شامل موارد زیر است:

- گروه سنی
- میزان تحصیلات
- درآمد تقریبی خانوار
- اولویت‌های سبک زندگی
- محل زندگی، نظیر شهر، خارج شهر یا روستا
- دین
- وضعیت تأهل

درباره‌ی سلیق و سبک زندگی‌هایشان گفتگو کنید.

به این طریق آن‌ها احساس خواهند کرد که خرید آثار هنری شما خیلی ویژه و مختص آن‌ها است و شما را قادر می‌سازد که تعاملات خود را با مشتریان ویژه خود گسترش داده و در نتیجه تجارت خود را با آن‌ها ادامه دهید.

خرید جواهرآلات می‌کند و از سرویس‌های جواهرسازان خاصی که به‌خوبی می‌شناسد و می‌پسندد خرید می‌کند.



همچنین می‌توان درباره‌ی خلق و خو، علایق، سرگرمی‌ها، عادات و ارزش‌های مشتریان نیز اطلاعاتی جمع‌آوری کرد. به این اطلاعات **نمودار روانی** می‌گویند که لازمه تکمیل و جمع‌بندی نمایه‌ی مشتریان است.

به نمایه‌ای که یکی از هنرمندان صنایع جواهرسازی از مشتریان خود ترسیم کرده است توجه کنید. او به‌وضوح به تیپ خاص افرادی که به جواهرآلات خاص علاقه‌مندند دست‌یافته است.

"مشتری مورد نظر من زنی حدوداً ۴۰ ساله است که در شهر زندگی می‌کند. او تحصیلات عالی و درآمد بالا دارد. تحصیلات او در زمینه علم حقوق است و به سبب شرایط شغلی خود، دائماً در حال سفر است و لذا درآمدش رو به افزایش است.

این خانم به تنهایی کار می‌کند، احتمالاً مطلقه است و از هیچ کودکی سرپرستی نمی‌کند. درآمدش خالص و پس از کسر مالیات و بیمه به حساب می‌آید. او به خاطر سبک خاص لباس پوشیدن و استفاده از جواهرات و زیورآلات منحصر به فرد مورد توجه همگان است؛ اما خودش هنوز به دنبال تیپ کلاسیک و همه‌جایی می‌گردد.

این خانم به امور خیریه و مسائل زنان بسیار علاقه‌مند است و مایل است که خیلی منحصر به فرد جلوه کند.

وی در مراسم‌های فرهنگی زیادی شرکت می‌کند، عاشق زندگی شهری است و از پوشاک طراحی شد برای میان‌سالان استفاده می‌کند. ایشان به‌طور تقریبی، حدود ۱۷۵ دلار صرف

او همیشه برای خرید سرویس‌های مجلل‌تر برنامه‌ریزی می‌کند. همچنین از لباس‌ها و کیف‌های دست‌دوز استفاده می‌کند و علاقه‌مند است که با هنرمندان و افراد خلاق که خیلی نیز آن‌ها را قبول دارد معاشرت کند."

وقتی مشتری مورد پسند خود را شناختید، حال می‌توانید برای آن‌ها برنامه‌ریزی کنید. به طور مؤثر و به راحتی و با صمیمیت با آن‌ها

منبع: [www.artsyshark.com](http://www.artsyshark.com)

مترجم: شهرزاد - اشرف سمنانی



# راهنمای طراحی انسان محور (انسان در جستجوی معنا) (قسمت سوم)



محصولات اپل استفاده می‌کنند و چه معنایی برای نسل جدید جذاب‌تر از تافته جدا بافته بودن.

از این دست مثال‌ها در کتاب بسیار است مانند ارتباط بین مخاطبین اپلیکیشن راه یابی ویز waze و اعلام ترافیک یا پلیس‌های میان راه برای کمک به دیگران، جایگاه خرده فرهنگ‌ها همچون اهمیت احترام به بزرگ‌تر و ... در ایجاد معنا و بسیاری نکات دیگر که پیشنهاد می‌شود حتماً آن‌ها را بخوانید.

## مکانیک بازی در ایجاد معنای حماسی

قبل از برشمردن اصلی‌ترین مکانیک‌های بازی در ایجاد معنا باید این نکته را برشمرد که این مکانیک‌ها ابزارهایی در خدمت مفاهیم هستند و شما نباید به عنوان طراح تمرکز خود را بر روی استفاده از آن‌ها بگذارید بلکه همچون جواهرسازی ریزبین بهترین ابزارها را برای ساختن زیباترین جواهر خود که همان عناصر هشت‌وجهی هستند استفاده کنید.

## ۱. داستان‌سرایی Narrative

اهمیت داستان‌سرایی در یک محصول این است که توانایی بالایی در پاسخ دادن به این سؤال دارد که مخاطب چرا باید محصول ما را انتخاب کند، داستان هر چقدر که قدرتمندتر

های موجود در مورد سایت ویکی‌پدیا و تعداد زیاد کاربرانی که به‌صورت رایگان زمان خود را صرف اصلاح داده‌های اشتباه آن می‌کنند استناد می‌کند، به واقع چه چیزی جز اعتقاد به اصلاح دانش بشری و نشر آن و تأثیرگذاری بودن در آن می‌تواند باعث این حجم از تلاش کاربران ویکی‌پدیا شود، آن‌ها معنای تلاش خود را یافته‌اند و برای آن تلاش می‌کنند. علاوه بر این آمار نشان می‌دهد که افراد فعال در ویکی‌پدیا ۳۰ درصد بیشتر از سایرین هزینه‌های این وب‌سایت را پرداخت می‌کنند.

آنچه که این مشارکت‌کنندگان بی‌نام را ترغیب می‌کند تا بدون اینکه حتی نامشان برده شود و کسی آن‌ها را بشناسد این چنین خود را وقف این سایت کنند تنها همان هدف اصلی است، توسعه و اصلاح دانش بشری به‌صورت رایگان برای تمامی افراد، و این دقیقاً همان Epic meaning یا معنای حماسی است.

## The Crazy ones

یوکایچو در ادامه مثال دیگری از فرآیند ورود کمپانی اپل به بازار ابزارهای دیجیتال می‌زند و اینکه مغز متفکر استیو جابز چگونه به سادگی و تنها با ایجاد یک شعار متفاوت این مفهوم را ایجاد کرد که تنها آن‌هایی که متفاوت‌اند از

ویکتور فرانکل در کتاب مشهور خود انسان در جستجوی معنا پس بیان خاطرات عجیب و باورنکردنی از تجربیاتش در اردوگاه‌های آلمان نازی به این نتیجه می‌رسد که انسان‌ها برای زندگی کردن در هر شرایطی و برای فائق آمدن بر سختی‌ها نیازمند تکیه به چیزی فراتر هستند. او علت زنده ماندن خود در اردوگاه را نه نیرو و قدرت بدنی که باور به معنا و هدفی برای زنده ماندن می‌داند و معتقد است قوی‌ترین نیروی محرکه آدمی آن چیزی است که باور و ذهن او می‌گذرد. و معتقد است هرچه این معنا در ارتباط جمعی با دیگران و منفعت عمومی باشد قدرت و تأثیرگذاری بیشتری خواهد داشت.

## جایگاه معنا در طراحی

یوکای چو برای نشان دادن اهمیت معنا در طراحی آن را در رأس هشت وجهی خود قرار داده است و معتقد است قدرت تأثیر آن از تمامی عناصر دیگر بیشتر بوده و می‌تواند عمیق‌ترین تغییرات را ایجاد کند.

## دایره‌المعارفی به وسط جهان

نویسنده کتاب گیمیفیکیشن کاربردی برای مشخص کردن قدرت معنا به عنوان یک محرک یا Motivation بسیار قدرتمند به داده





### باور پذیری

در کنار تمام مکانیک‌های و نکاتی که در مورد ایجاد معنا مطرح شد آنچه اهمیت بسیار زیادی دارد این است که کاربر شما باور کند که آن اتفاقات در حال رخ دادن است، کاربران اپلیکیشن Waze باور می‌کنند که اعلام ترافیک در یک مسیر به فرد دیگری کمک خواهد کرد و همان مثال تو نیکی می‌کن و در دجله انداز ... در آینده نیز دیگری ترافیک را به آن‌ها اطلاع خواهد داد و این چرخه ادامه پیدا می‌کند. داستانی که برای مخاطبان خود در حال نقل آن هستید باید باور پذیر باشد در غیر این صورت عمل نخواهد کرد.

به عنوان یک تمرین بسیار خوب سعی کنید از میان محصولات و بازی‌هایی که انجام می‌دهید معنا و مفهوم استخراج کنید و بررسی کنید که چرا شما یا دیگران از آن محصول استفاده می‌کنند.

نویسنده: محمد صادق ترابی

تعریف برای این عبارت مفهوم خرده جامعه باشد، محصولی طراحی کنید که کاربران آن بتوانند خرده جامعه‌ای برای خود داشته باشند، مانند طرفداران یک تیم فوتبال که با رنگ و پرچم‌های خاصی توانند یکدیگر را پیدا کنند، عناصر و نمادهایی طراحی کنید تا طرفداران شما بتوانند به واسطه آن‌ها خود را وارد جامعه طرفداران شما کنند، مثال دیگر این موضوع کلاه‌های طرفداری، شبکه‌های اجتماعی و شعارهای تبلیغاتی همچون شعار اپل (the crazy ones) است.

### ۴. شانس تازه کاری و اولیه Free lunch and beginners Luck

این دو مفهوم بسیار نزدیک به هم هستند و هدف اصلی آن‌ها ایجاد احساس مهم بودن در کاربر است، کاربر اگر در همان استفاده‌های اولیه‌ای از محصول شما بتواند به راحتی آن را یاد گیرد و از امکانات آن استفاده کند و بازخورد مناسب بگیرد ناخودآگاه احساس می‌کند که او توانایی خوبی در کار کردن با آن محصول را دارد، در مثال دیگر اگر شما به راحتی مراحل ابتدایی یک بازی را برنده شوید احساس می‌کنید که می‌توانید ادامه دهید و اگر جوایز خوبی هم به شما بدهند این احساس دو چندان می‌شود، پس همواره در روزهای اول استفاده سعی کنید تجربه خوبی برای کاربر ایجاد کنید.

باشد توانایی کشش بالاتری خواهد داشت، بسیاری از شما تجربه بازی‌های کامپیوتری را داشته‌اید که در اولین صحنه‌های آن شما را مخاطب قرار داده اند و وظیفه خطیر حفظ بشريت را به شما واگذار کرده‌اند.

ساختن دنیای فانتزی، ایجاد گره‌های داستانی متناظر با گام‌های مسیر پیشرفت کاربر، شخصیت‌پردازی صحیح برای بر عهده گرفتن مسئولیت در دنیای جدید از مهم‌ترین خصوصیات یک داستان خوب است، کتاب بهترین قصه‌گو برنده است از نشر اطراف یکی از بهترین منابع در بست جایگاه داستان در مسیر رشد یک محصول است که پیشنهاد می‌کنم مطالعه کنید.

### ۲. قهرمان سازی

سعی کنید در داستانی که پرورش می‌دهید مخاطبان شما هرکدام به تنهایی توانایی قهرمان شدن را داشته باشند، به عنوان مثال در اپلیکیشن waze وقتی شما محل ایستادن پلیس را به دیگران اطلاع بدهید شما قهرمان آن گروهی می‌شوید که از آن مسیر عبور می‌کنند. داستان شما باید قابلیت ایجاد قهرمان داشته باشد.

### ۳. خرده جامعه Elitism

Elitism یا نخبه پروری با تعریف معمول نخبه متفاوت است، شاید بهترین



## تریبون دوم این شماره اختصاص دارد به معرفی شرکت ابنیه سازان ستاوند با «طراحی معماری با تکنولوژی VR» گفتگو با آقای امید علیزاده



ابنیه سازان ستاوند

ساخت و ساز از گوشی های آیفون استفاده می کنند و ما در معرض تحریم های شرکت اپل قرار می گیریم، نسخه تحت وب (PWA) را هم در حوزه نرم افزاری توسعه دادیم. در حوزه سخت افزاری ما قطعات متعددی ساختیم که بعضی از آن ها تجاری شدند و برخی هم در حال تجاری سازی هستند و برخی دیگر نیز در حال ساخت و تکمیل نمونه اولیه MVP هستند که از جمله می توان؛ ردیاب هوشمند، کلاه هوشمند، دستبند هوشمند، رطوبت سنج هوشمند، مقاومت سنج بتن، کنترلر ها و سوئیچ های هوشمند و دوربین های هوشمند را نام برد.

### محصول شما چه تمایز یا نوآوری هایی با سایر نمونه های مشابه دارد؟

همان گونه که عرض شد، در ایران هنوز ساخت و ساز هوشمند شکل نگرفته است، ما اولین پلتفرمی هستیم که در حوزه ساخت و ساز هوشمند وارد می شویم که



همین مورد، وجه تمایز بزرگی هست. همچنین تلاش ما در این مجموعه افزایش کیفیت موارد، قطعات و محصولات است و در ضمن ما تنها پلتفرم مجتمع خدمات و امکانات مبتنی بر اینترنت اشیا در حوزه ساخت و ساز هستیم.

### مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟ چه بازخوردهایی تا کنون از آن داشته اید؟

مخاطبان ما کلیه افراد شاغل در حوزه ساخت و ساز هستند و مهندسین رکن اصلی پلتفرم را تشکیل می دهند.

سال ۱۳۸۹ بنده به همراه دو تن از دوستان- از دانش آموختگان دانشکده فنی دانشگاه تهران- تصمیم گرفتیم شرکتی در حوزه مهندسی عمران با نام ابنیه سازان ستاوند تأسیس کنیم که این موضوع در تاریخ ۱۳۸۹/۱۲/۲۲ میسر شد. از همان سال تا به حال در زمینه مهندسی عمران چه در خصوص طراحی و چه در خصوص اجراء، مشاوره و نظارت فعالیت داشته ایم. در طول این مدت با توجه به سابقه آکادمیکی که همکاران عزیز ما و مدیران داشتند توانستیم مجموعه ای را راه-اندازی کنیم که ضمن انجام کارهای کلاسیک و متداول مهندسی عمران در خصوص نوآوری های جدید در این حوزه هم فعالیت داشته باشیم. یکی از مواردی که ما در شرکت ابنیه سازان ستاوند به دنبال آن هستیم، ساخت و ساز هوشمند است.

ساخت و ساز هوشمند کارگاه تو برای افزایش بهره وری، هم زمان با افزایش ایمنی طراحی شده است.

در دنیا، ساخت و ساز هوشمند شروع شده است که فرآیند ساخت و ساز را به صورت هوشمند مدیریت کنند. در ساخت و ساز هوشمند سعی می کنیم فرآیند ساخت ساختمان را هوشمند کنیم که باعث افزایش بهره وری، هم زمان با افزایش ایمنی می شود. پلتفرم کارگاه تو جزء دستاوردهای شرکت ابنیه سازان ستاوند در حوزه ساخت و ساز هوشمند است.

### هدف شما از ایجاد این کسب و کار چه بوده است؟

با توجه به این که سابقه فعالیت شرکت ابنیه سازان ستاوند و مدیران این مجموعه در حوزه ساخت و ساز است و با توجه به خلأ ها و مشکلاتی که در حوزه ساخت و ساز در ایران داریم، تصمیم گرفتیم که مشکل و مسئله همیشگی اتلاف زمان و طولانی شدن زمان تکمیل پروژه ها و افزایش هزینه های ساختمان سازی را حل کنیم. در این راستا با کمک اینترنت اشیا وارد فضای ساخت و ساز هوشمند شدیم و سعی کردیم پلتفرمی به نام کارگاه تو را ارائه دهیم تا این خلأها را برطرف کنیم. پلتفرم

شعار ما در این پلتفرم: " آرامش داشته باشید، پروژه ها در حال اجرا هستند"

### یک معرفی کلی از پلتفرم بفرمایید.

پلتفرم کارگاه تو شامل دو بخش سخت افزاری و نرم افزاری است. در بخش نرم افزاری، اپلیکیشن کارگاه تو را ارائه دادیم که به راحتی توسط وبسایت هایی که اپلیکیشن ها را عرضه می کنند قابل دانلود و جستجو است. همچنین با توجه به ماهیت فرآیند ساخت و ساز و اینکه بعضی از مهندسین صنعت



### در چه شهرهایی از کشور فعالیت دارید؟

در حال حاضر در سطح استان تهران و استان البرز فعالیت داریم و اخیراً استان اصفهان را هم هدف قرار داده ایم.

### پیشنهاد شما برای کسانی که قصد ورود به این حوزه کسب و کار را دارند چیست؟

با توجه به اینکه این حوزه، حوزه بکری است. دوستان در حوزه ایمنی ورود کنند و این پلتفرم ها را در حوزه صنایع دیگر مانند؛ صنایع پتروشیمی، صنایع پالایشگاهی، صنعت حمل و نقل، صنعت کشاورزی توسعه دهند و هوشمند سازی یک پارچه ای را بین این اجزاء ایجاد کنند. ما از هر مجموعه ای که در سایر حوزه ها فعالیت می‌کند، استقبال می‌کنیم تا در سطح API بتوانیم با یکدیگر تبادل خدمات داشته باشیم.

### انتظارات شما در خصوص حمایت های دولتی مانند برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق چیست؟

خدماتی که زیست بوم شرکت های خلاق ارائه می‌دهد واقعاً عالیست، من یک درخواست هم دارم و اینکه تا جایی که از دست مسئولین بر می‌آید بتوانند در حوزه معافیت‌های مالیاتی و رفع موانع مالی و مالیاتی کمک کنند و گام‌های مؤثری برداشته شود.

راه‌های ارتباطی:

سایت: [www.setavandco.com](http://www.setavandco.com)

کارگاه را از داخل اپلیکیشن تأمین کنند. به عنوان مثال یکی از مزایای استفاده از اپلیکیشن و توسعه اپلیکیشن در سطح شهر این است که دیگر میدان های کارگری را در سطح شهر نخواهیم دید و کارگران برای اینکه سرکار بروند مجبور نیستند در محیط های شهری به سختی حضور داشته باشند همین‌طور داخل اپلیکیشن امکان مدیریت پروژه، تأمین مصالح، تأمین ماشین آلات و تأمین نیروی انسانی گنجانده شده و از محصولات سخت افزاری که در حال تجاری سازی آن هستیم می‌توانم به ردیابی ماشین‌آلات ساختمانی توسط کارفرما و یا توسط ذینفع اشاره کنم.



در ساخت و ساز هوشمند سعی می‌کنیم فرآیند ساخت ساختمان را هوشمند کنیم که باعث افزایش بهره‌وری، هم‌زمان با افزایش ایمنی می‌شود. پلتفرم کارگاه تو جزء دستاوردهای شرکت ابنیه سازان ستاوند در حوزه ساخت و ساز هوشمند است.



### چه موفقیت هایی یا تجربیات موفق به دست آورده‌اید؟

توسط همین پلتفرم کارگاه تو که یک پلتفرم ساخت و ساز هوشمند بر پایه اینترنت اشیا است، موفق شدیم عضو پارک علم و فناوری دانشگاه تهران شویم. توانسته ایم عضو شرکت های خلاق دسته‌بندی شویم و در مسابقات متعدد از جمله مسابقات و رویدادهای استارت آپی که شهرداری منطقه ۲۲ برگزار کرد، یا کنفرانس اسمارت گرید که جزو کنفرانس های بین‌المللی است و در تبریز برگزار شد و مسابقات متعددی که داخل وبسایت ما قابل مشاهده است شرکت کردیم و خوشبختانه توانستیم جزو استارت آپ های برگزیده باشیم و مفتخریم که توانسته ایم در حوزه کیفیت، گواهی ISO داشته باشیم و همچنین استاندارد CE برای برخی از قطعاتمان بگیریم.

سرپرستان کارگاه، مدیران شرکت های ساختمانی و همین‌طور سازندگان و تأمین کنندگان مصالح و کالاهای ساختمانی از دسته افراد دیگر هستند تاکنون ما تجاری سازی برخی از محصولات خود را شروع کرده ایم. در حوزه بتن آماده و در حوزه صنعت فولاد که در ساختمان سازی به شدت مورد استفاده قرار می‌گیرد، پلتفرم را معرفی و تجاری سازی نموده‌ایم.



### چه تعداد نیروهایی در مجموعه شما و با چه تخصص هایی مشغول کار هستند؟

در حال حاضر نزدیک به ۱۱ نفر نیرو در پلتفرم کارگاه تو مشغول هستند که به صورت مستقیم در چهارچوب قراردادهای مختلف فعالیت می‌کنند اما نیروهایی که به صورت غیر مستقیم از بابت توسعه و فروش این محصولات درگیر هستند بالغ بر ۳۰ نفرند. افرادی که در این حوزه شاغل و در مجموعه کارگاه تو مشغول به کار هستند: مدیر برنامه ریزی و اجرایی، مدیر ارشد و راهبر، مدیر برنامه‌نویسی و مدیر سخت افزاری، کارشناسان تحقیق و توسعه و کارشناسان مربوط به هرکدام از این حوزه ها هستند.

### تعدادی از محصولاتتان و خدمات را معرفی کنید.

به‌عنوان مثال؛ اپلیکیشن حال حاضر این امکان را دارد که مهندسين کارگاه های ساختمانی بتوانند به راحتی نیروی انسانی



## کوئیزینو



این روزا اگه میخواهید به چالش کوئیزی جالب و با گیم پلی جدید تجربه کنید این بازی رو امتحان کنید.

با بیش از هزاران سوال متنوع متنی در موضوعات مختلف از جمله اطلاعات عمومی، هوش، لوگو، سینما، موسیقی و...

برای پیشرفت تو بازی باید سریع عمل کنید و سوالات رو درست پاسخ بدید هرکدمو آخر هر راند تعداد سوالات بیشتری پاسخ بده برنده است.

این بازی دوئله اگه به موقع و درست پاسخ صحیح رو انتخاب نکنی رقابتو باختی یه بازی آنلاین رقابتی در سبک دانستنی ها با کلی چالش هیجان انگیز با جوایز نقدی نفیس

می تونید تو چت دوستای جدید پیدا کنید و اونها رو به رقابت دعوت کنید یا حتی با سه نفر از دوستات تو دوره می یه مسابقه خصوصی راه بندازی و کاملا رایگان موضوع سوالات مورد علاقتو انتخاب کنی و رقابتو آغاز کنی.



سایت: [www.quizino.ir](http://www.quizino.ir)

## اپلیکیشن روندا

روندا اپلیکیشن کاملاً بومی اهواز مخصوص سفارش از رستوران، سوپرمارکت و میوه است. در حال حاضر روندا مجهز به انباری بزرگ بیش از ۳۰۰۰ تنوع کالایی است که سفارشات سوپرمارکتی و میوه شما را در اسرع وقت بدستتان خواهد رساند. روندا با بیش از ۲۰۰ رستوران آماده به سفارش در اپلیکیشن خود، بزرگترین سامانه سفارش غذا را برای اهوازی ها به ارمغان آورده است.

برخی خدمات روندا:

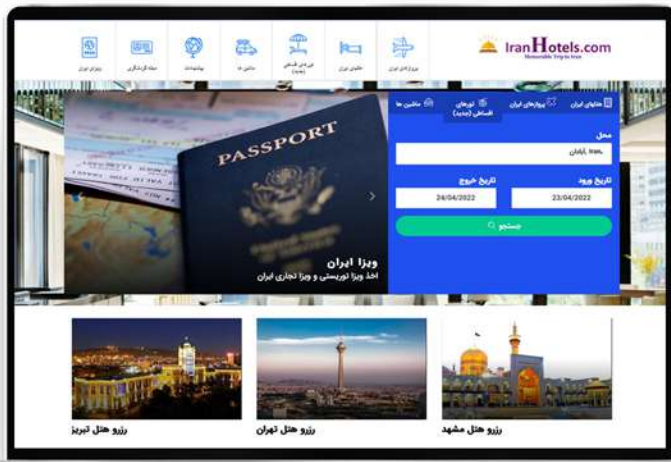
- انتخاب غذا از منوهای عکس دار
- تضمین کیفیت غذا
- استفاده از پیک vip روندا: box+
- شرکت در کمپین های مختلف روندا در مناسبت های مختلف
- تخفیف بر روی محصولات هایپرمارکت و غذاهای رستوران های مختلف
- پشتیبانی و مرکز تماس از ساعت ۸:۳۰ صبح تا ۱۲:۳۰ شب



سایت: [www.ronda24.ir](http://www.ronda24.ir)

## ایران هتلز

IranHotels.com  
Memorable Trip to Iran



وب سایت ایران هتلز با هدف تسهیل در رزرو هتل های ایران برای توریست ها و مسافری از ایران و سراسر دنیا در سال ۱۳۹۵ آغاز به کار کرد و هرساله چند هزار رزرو اتاق را برای مسافری داخلی و خارجی با همکاری رزرواسیون هتل های شهرهای مختلف ایران داشته است.

در توسعه گردشگری هر کشوری بخش های مختلف به ویژه شرکتهای آی تی می توانند نقش مهمی در معرفی پتانسیل های آن کشور ایفا کنند.

### ویژگی ها:

- امکان جستجو، مقایسه قیمت، موقعیت روی نقشه و رزرو آنلاین اتاق در بیش از ۷۰۰ هتل در ایران برای مسافری ایرانی و خارجی
- معرفی هتلها و جاذبه های گردشگری ایران به ۲۵ زبان زنده دنیا در گوگل
- امکان پرداخت با کارتهای شتاب، ویزا و مسترکارت برای مسافری داخلی و خارجی
- معرفی و تبلیغات جاذبه های گردشگری ایران از طریق شبکه های اجتماعی، وبلاگ ها و مطالب وب سایت در ایران و کشورهای دیگر

سایت: [www.iranhotels.com](http://www.iranhotels.com)

## کارتک



اپلیکیشن کارتک یک پلتفرم چند منظوره برای خرید و فروش آنلاین، تبلیغات، بازاریابی و ارائه خدمات به کاربران است که توسط شرکت کار، توسعه، کیفیت چهلستون طراحی و امتیاز برند و لوگوی آن در تمام مراجع قانونی ثبت گردیده است.

برنامه کارتک به منظور ایجاد فضایی مناسب برای توسعه کسب و کار، معرفی و تبلیغ محصولات و خدمات کاربران خود، صرفاً با تعاریف و شرایطی که در این سایت آمده است، طراحی شده و به کاربران خود تاکید می کند تا بر همین اساس، نوع فعالیتی که مایلند را انتخاب نمایند.

### امکانات کارتک

فروشگاه: یک فروشگاه آنلاین با کلی محصول متنوع و تخفیفات و هدایای نقدی فراوان  
پنل های همکاری: با داشتن یکی از این پنل ها می توانید با کارتک همکاری کنید و پاداش بگیرید.

امتیازات کارتکی: مثل یه بازی ساده موبایلی، با انجام فعالیت های متنوع، امتیاز بگیرید، با این تفاوت که اینجا امتیازات تبدیل به پول و جایزه میشن و ...

سایت: [www.kartaak.com](http://www.kartaak.com)





# ۱۰ مهارت مهم طراحی مد برای آینده (قسمت دوم)

مهارت های گفتگو با سازندگان و عرضه کنندگان، مجاب کردن مجموعه برای مخاطب هدف و رساندن پیام به مشتری را داشته باشید. وقتی مهارت های ارتباطی شما قوی شد، تلاش هایتان برای راه اندازی برند مد یا مدیریت یکپارچه مجموعه تان آسان تر خواهد شد.

توانایی کامل دست پیدا کنید، چون وقتی ما از طرح CAD دو بعدی به خلق محصول سه بعدی و ابزارهای نرم افزاری اضافی حرکت می کنیم، شما باید مهارت و توانایی استفاده از این ابزارها را در این فرآیند گذر به دست آورده باشید.

## ۳- مهارت های بصری عالی

هر چه مهارت های بصری تان بهتر باشد، در تبدیل ایده هایتان به واقعیت، موفق تر عمل خواهید کرد. دستیابی و کامل کردن مهارت های بصری، شما را قادر خواهد کرد تا محصول نهایی را قبل از ساخت آن مشاهده کنید و ایده ها را بر روی کاغذ به گونه ای پیاده سازی کنید تا دیگران بتوانند به خوبی آن ها را درک کنند. اگر شما در حال طراحی برای مردان، زنان و کودکان هستید، باید توانایی مشاهده حتی یک چهارم اینچ از یک جزء را داشته باشید و باید مشکلات آینده را در طرح های خودتان نیز پیش بینی نمایید.

## ۴- ترسیم و طراحی دیجیتالی

از طریق ترسیم و طراحی دیجیتالی، تجسم ذهنی طرح تان نسبت به گذشته آسان تر می شود. بیش از ۲۰ سال است که در صنعت مد از ابزارهای دیجیتالی مانند Adobe Illustrator و Photoshop استفاده می شود. این ابزارها در هنگام تهیه تصاویر تخت و طرح ها به عنوان مهارت اصلی برای هر طراحی در نظر گرفته می شوند. این طرح های دیجیتالی، اطلاعات مهمی درباره پوشاک، مانند نوع الگو، اندازه، مشخصات، طرح و جزئیات دیگر دارند که نمی توان آن ها را از طریق طرح دستی توضیح داد. بسیاری از شرکت ها قبلاً در این تکنیک ها اعمال نفوذ کرده اند، بنابراین طرح را به آسانی می توان اصلاح و تصحیح کرد و آن را می توان دوباره مورد استفاده قرار داد. وقتی کل صنعت مد به سمت دیجیتالی شدن پیش می رود، مهم است که شما در این مهارت ها و ابزارها به



## ۵- مهارت های ارتباطی قوی

جهان پراکنده مد بر روی همکاری و ارتباط تکیه می کند. شما باید قادر به ارتباط با خریداران، عرضه کنندگان، دیگر طراحان و اعضای گروه باشید. قبل از اینکه خط تولید یک محصول مد شروع شود، شما باید طرح ها را برای اعضای گروه تان توضیح دهید و به سؤالات آن ها پاسخ دهید. شما ممکن است در مورد سبک، پارچه و ساخت پوشاک با سازنده ارتباط داشته باشید، بنابراین مطمئن شوید که تمامیت طرح محصول تان حفظ شده است و در تولید قابل اجراست. شما باید

## ۶- توانایی انجام همزمان چند کار

وظایف یک طراح مد فقط به رسم کردن طرح ها یا انتخاب پارچه و مواد محدود نمی شود. از طراحان مد انتظار می رود که در یک زمان واحد در زمینه های مختلفی مانند تولید، روابط عمومی، تبلیغات، رخدادهای فروشندگی و موارد دیگر همکاری و دخالت داشته باشند. در نتیجه مهم است که شما بتوانید هر موضوعی را به درستی مدیریت کنید و جهت به دست آوردن بهترین نتایج، سازمان دهی خوبی داشته باشید.



کسب و کار های موفق و ماندگار، آنهایی هستند که از تصمیم درست مبتنی بر بینش های حقیقی که از طریق داده ها و اطلاعات بازار استخراج می شود، استفاده می کنند. اطلاع از جهت گیری اطلاعات و توانایی درک انتظارات و نیازهای مخاطبان و مشتریان بر اساس داده های رفتاری از اهمیت زیادی برخوردار است. خلاقیت شما به اطلاع از داده ها همراه با منابع سنتی بسیاری از الهامات که طرح های شما را تقویت خواهد کرد، نیاز خواهد داشت. شما به داشتن مهارت برای شناسایی سریع رقبای جدید، تشخیص دقیق گرایشها در مقابل مد زود گذر و تغییرات عمده در صنعت نیز نیاز دارید تا بتوانید با به کار بردن طرح هایتان در بازار باقی بمانید.

#### آماده شدن برای آینده و تقویت مهارت های طراحی مد

ما در این مقاله به این موضوع اشاره کردیم که چگونه یک طراح موفق مد به فعالیت در چندین جنبه تحول در هنگام انجام فعالیت های حرفه ای خودش نیاز دارد. بدون توجه به اینکه شما یک طراح مد حرفه ای هستید یا تازه وارد فعالیت در زمینه طراحی مد شده اید، باید به افزایش مهارت های خودتان اقدام کنید. منابع زیادی برای افزایش مهارت ها وجود دارند، اما شما دانش کلی خودتان را با خواندن این مقاله، توجه به کنفرانس ها یا تماشا کردن برنامه های خودآموز می توانید تقویت کنید. به یاد داشته باشید که شما در این مسابقه تنها نیستید، به دیگر طراحان گوش دهید و تجربیاتتان را با آن ها به اشتراک بگذارید.

منبع: [www.motif.org](http://www.motif.org)

از طریق پلتفرم های اجتماعی دارای روابط بسیار خوبی است، باعث شده است تا این همکاری سبب افزایش توجه به برند و زیاد شدن تعداد مشتریان جدید این شرکت شود. بنابراین وقتی شما می خواهید تا مجموعه جدیدتان را تبلیغ کنید یا طیف جدیدی از مخاطبین را به دست آورید، به مهارت در تکنیک های رسانه های اجتماعی و انجام بهترین روش ها مانند پست گذاری به موقع، قالب بندی محتوا و استفاده از هشتگ ها نیاز دارید تا بتوانید استراتژی بازاریابی خودتان را به صورت مؤثر پیاده سازی کنید.

#### ۹- تحلیل داده های بزرگ

قدرت اینترنت سبب است تا ما بتوانیم از طریق روش های مختلفی با مشتریانمان ارتباط برقرار کنیم. توانایی تحلیل داده های مشتریان و مشارکت دادن این اطلاعات در زمان تولید محصولات جدید به عنوان یک مهارت اساسی برای طراحان امروزی شناخته می شود. شما باید با دارا بودن خلاقیت و قدرت تحلیل بتوانید روش و حالتی از مد را تحویل دهید که بتواند در این بازار بسیار رقابتی، قابلیت فروش و عرضه را داشته باشد.

#### ۱۰- توسعه هوش تجاری

شما برای پیشرفت کردن در دنیای مد باید شَم اقتصادی قوی داشته باشید. شما به هوش تجاری برای مدیریت مسائل مالی گروه تان، فروش محصولات مد یا تصمیم در مورد استراتژی قیمت گذاری برای مجموعه تان یا بودجه بازاریابی نیاز خواهید داشت. داشتن این هوش به بصیرت و مهارت های اصلی مالی مربوط می شود.

#### ۷- اهمیت به جنبه های زیست محیطی و اجتماعی مد

اینک همگان به این موضوع اذعان دارند که صنعت مد یکی از آلوده کننده ترین صنایع است و مشارکت بالایی در گرمایش کره زمین دارد. سابقه نادرست و بدون اشکال این صنعت در زمینه های کاری و اخلاقی نیز بر کسی پوشیده نیست. با این حال این صنعت در حال برداشتن گام هایی به سوی پایداری است. داشتن توانایی جهت گنجاندن استراتژی های پایداری در صنعت پوشاک، و طراحی مجموعه و توسعه در هر گام از فرآیندها باعث می شود تا در ضمن ایجاد یک تأثیر مثبت بر روی جهان، در این صنعت نیز باقی بمانید. با استفاده از دوره های آنلاین پایداری در مد می توانید یاد بگیرید که چگونه پایداری می تواند یک سرمایه برای کسب و کارتان ایجاد نماید.

#### ۸- مهارت در زمینه شبکه های اجتماعی و اینفلوئنسری

پلتفرم های پیشگام رسانه های اجتماعی، مانند اینستاگرام، فیسبوک و پینترست به عنوان محیط و مجرای بازاریابی برای صنعت مد عمل می کنند. کار کردن با اینفلوئنسرهای حقیقی می تواند مجموعه و خطوط تولید شما را نسبت به رسانه های سنتی با سرعت بیشتری در معرض دید تعداد زیادتری از مخاطبان قرار دهد. به عنوان مثال، برند محبوب مد، یعنی تامی هیلفیگر (Tommy Hilfiger) در سال ۲۰۱۶، جیجی حدید (Gigi Hadid) را به عنوان سفیر برند جهانی برای کل مجموعه هایش در آن سال انتخاب کرد. چون این مدل بسیار مشهور است و با طرفدارانش در سراسر جهان

# ملاقا زیست‌م

 [aparat.com/ircreative](https://aparat.com/ircreative)

 [ircreative@isti.ir](mailto:ircreative@isti.ir)

 [@ircreative.ir](https://www.instagram.com/ircreative.ir)

 [@ircreative](https://twitter.com/ircreative)

 بخش پذیرش: ۰۲۱-۸۳۵۳۲۴۷۵

 بخش خدمات: ۰۲۱-۸۳۵۳۲۴۷۴