



در صفحات ویژه این
رویداد، ببینید
و بخوانید
**در اینوتکس
یازدهم
چه
گذشت؟**

 خبر NEWS پستکس از محصولات جدید خودرو نمایی کرد در گفت و گو با بابک عقیلی نسب عنوان شد ۲	 گزارش REPORT هوش مصنوعی از تخیل تا واقعیت نگاهی به تاریخچه یک فناوری در حال رشد ۱۴	 گفتگو INTERVIEW کلینیکی متفاوت برای روان‌درمانی هیجان‌مدار گفت و گو با سمیرا سادات رسولی ۱۰
--	---	--

سلبریتی جان تو کن سوراخ تبلیغ نکن!

درباره «اسنیکر لاندی» که تمرکز خود را روی کفش‌های کتانی گذاشته است
**گشت و گذار در یک
صنعت ۷۹ میلیارد دلاری**

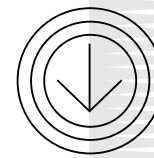
**نوآوری در نشر
شاید وقتی دیگر**
 ویژه‌نامه سی و سومین
نمایشگاه بین‌المللی کتاب




امنیت پشت درهای بسته!

گفت و گو با **بهناز آریا**، مدیرعامل گروه شرکت‌های کهکشان؛ او معتقد است با وجود حساسیت‌های ژئوپلیتیک ایران، آن گونه که شایسته است، به موضوع امنیت اطلاعات توجه نمی‌شود

رگولاتور فین‌تک دست از درآمدزایی بردارد!



آنچه از «بین سطور» نمایشگاه‌هایی چون اینوتکس می‌توان خواند و تحلیل کرد

اکوسیستم آنلاین لاغر شده است

اگر نمایشگاه اینوتکس را به عنوان یکی از مظاهر جلوه‌گری اکوسیستم نوآوری کشور به خصوص در حوزه آنلاین بدانیم که هر سال با تبلیغات و هیاهوی زیادی برگزار می‌شود آن هم در پارک علم و فناوری پردیس که روزگاری سودای سیلیکون‌ولی بودن ایران را داشت؛ شاید بتوان گفت اکوسیستم آنلاین ایران بسیار لاغر شده و نیمه‌جان است.

این نیمه‌جانی هم در کمیت و هم در کیفیت غرفه‌هایی که این کسب‌وکارها برپا کرده بودند هویدا بود. حضور پررنگ دولتی‌ها و بانکی‌ها و خصولتی‌ها نشان می‌داد که بخش خصوصی واقعی حضور قدرتمندی در این نمایشگاه ندارد. این نه ضعف اینوتکس که ناشی از ضعفی عمومی در اکوسیستم است که همه را مبتلا کرده است.

این روزها هم دولتی‌ها و هم بخشی از بدنه بخش خصوصی که راهبری این حوزه را پیش می‌برند آنقدر سردرگم و گیج شده‌اند که درست نمی‌توانند برای مجموعه‌های تحت مدیریت خود تصمیم بگیرند، چه برسد به اینکه بخواهند اکوسیستمی سردرگم را مجدداً منسجم و بالانگیزه کنند.

این مشکل بزرگ این روزهای این زیست‌بوم است. وگرته راه‌اندازی کسب‌وکار و رفتن در مسیر نوآوری چیزی نیست که جاذبه‌های اقتصادی آن فروکش کند و همیشه هستند کسانی که به دنبال فرصت‌سازی و ثروت‌سازی باشند. اما وقتی زیست‌بوم نوآوری نتواند انسجام و شبکه‌سازی درستی داشته باشد، مسیر نهایی آن به عنوان یک کل یکپارچه چندان روشن نخواهد بود. این است که اینوتکسی که دیدیم و چهره‌های کم‌انگیزه و کسب‌وکارهای نه‌چندان امیدوار می‌تواند نگران‌کننده باشد.

بدتر اینکه اگر شرکت‌های تازه‌وارد و تازه‌نفس رزم‌ارزی را از این نمایشگاه و محتواهای آن فاکتور می‌گرفتید، این لاغر شدن اکوسیستم بیش از پیش به چشم می‌آمد. این خطری است برای یک اکوسیستم که همین شش سال پیش پر از ایده و کسب‌وکار و آدم‌های فعال بود، آدم‌هایی که خیلی از آنها یا از این اکوسیستم کنار کشیده اند یا اصولاً

بدرتر اینکه اگر شرکت‌های تازه‌وارد و تازه‌نفس رزم‌ارزی را از این نمایشگاه و محتواهای آن فاکتور می‌گرفتید، این لاغر شدن اکوسیستم بیش از پیش به چشم می‌آمد. این خطری است برای یک اکوسیستم که همین شش سال پیش پر از ایده و کسب‌وکار و آدم‌های فعال بود، آدم‌هایی که خیلی از آنها یا از این اکوسیستم کنار کشیده اند یا اصولاً



رضا جمیلی
سردبیر



@rezajamili

گفت‌وگو با بابک عقیلی‌نسب، مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار پستکس در حاشیه نمایشگاه اینوتکس

لجستیک ایران ظرفیت ۱۰ پستکس دیگر را دارد

و از مبدأ تا مقصد انتقال می‌دهیم و این نمونه‌ها سالم و زنده می‌مانند.

روی سرویس‌های دیگری هم داریم کار می‌کنیم. یکی از آنها امنیت و بحث خرید و فروش امن است. پستکس یار را هم که مخصوص نابینایان است، راه‌اندازی کرده‌ایم، اما می‌خواهیم هوش مصنوعی را هم به آن متصل کنیم تا تمام مراحل به‌صورت هوشمند پیش برود.

این چند محصول و فیچر مشابه داخلی هم دارند؟ اگر مشابه داخلی برای این محصولات وجود دارد، مزیت رقابتی شما چیست؟

در ایران تاکنون ندیده‌ام کسی به‌صورت رسمی خدمات پست سرد را ارائه دهد. در حوزه پستکس یار یا همان ثبت سفارش تلفنی هم هنوز در کشور ندیده‌ام کسی چنین کاری انجام دهد؛ اما در حوزه شاپکس شاید نزدیک‌ترین رقیب به آن را بتوان پادرو دانست.

برای این محصولات جذب سرمایه داشته‌اید؟

با توجه به اینکه پستکس هم خانه خلاق، هم مرکز رشد و هم شتاب‌دهنده است، تاکنون تمام این ماژول‌ها توسط افراد خلاق که در اکوسیستم پستکس هستند و سرمایه‌گذاری مستقیم هلدینگ پستکس راه‌اندازی شده‌اند. ولی احتمالاً به‌زودی در مورد یک سرمایه‌گذاری بزرگ اطلاع‌رسانی می‌کنیم.

در این مدت کوتاه این محصولات چقدر مخاطب و مشتری جذب کرده‌اند؟ استقبال از این محصولات چگونه بود؟

خیلی خوب. من احساس می‌کنم حوزه لجستیک در کشور ما ظرفیت ده‌ها پستکس دیگر را هم دارد. من آرزو می‌کنم زودتر رقبای خود را در بازار ببینیم.

از زمانی که شاپکس راه‌اندازی شده، حدود ۳۰۰ فروشگاه اینستاگرامی به آن اضافه شده است. حدود دو ماه و نیم است که از راه‌اندازی این محصول می‌گذرد و حدود ۱۲۰ هزار ترافیک از آن دریافت کرده‌ایم.

حدود ۲۰ روز از راه‌اندازی پستکس یار می‌گذرد و چون اطلاع‌رسانی زیادی در مورد آن انجام نشده، فعلاً حدود هزار سفارش در آن ثبت شده است، اما همین اعداد هم ما را بسیار خوشحال کرده است.

امنیتو هم مدت‌هاست که به‌طور غیررسمی در بدنه خود پستکس فعال است و عملیات سرویس تکمیلی محسوب می‌شود.

راجع به حضور پستکس در نمایشگاه بگویید. نمایشگاه امسال را چگونه می‌بینید؟

نمایشگاه امسال با طراوت‌تر و حضور مردم پررنگ‌تر است. تعداد بازدیدکننده‌ها بیشتر بود. همچنین امسال ماژول‌های بیشتری را در نمایشگاه به نمایش گذاشته‌ایم؛ مثل ماژول امنیتو و خدمات پست سرد. کوریور سرویس‌های بیشتری به سرویس‌های ما اضافه شده است. خیلی جالب بود که مشتریانی از عراق داشتیم و می‌خواستند از سرویس پست خارجی ما استفاده کنند تا بتوانند از این طریق از دیجی‌کالا خرید کنند. این اولین بار بود که حوزه صادرات خدمات لجستیکی را در این نمایشگاه دیدیم. ما با یک شرکت دانش‌بنیان تفاهم‌نامه‌ای را امضا کردیم. این شرکت دانش‌بنیان روی یک دستیار صوتی کار می‌کند و ما می‌خواهیم این دستیار صوتی را به پستکس یار متصل کنیم. هدف از این کار تسهیل فرایند برای افراد نابینایی است که می‌خواهند کسب‌وکار خودشان را راه‌اندازی کنند. دسترسی به سرویس‌های پستی برای این افراد کار سختی است، اما با استفاده از این سرویس می‌توانند مشخصات بسته پستی خود را از طریق ویس بگویند. در نهایت ما هم بهترین سرویس‌ها را برای آنها ترتیب دهیم و آنها سرویس مورد نظر خود را انتخاب کنند. تمام این مراحل به‌صورت صوتی انجام می‌شود.

راجع به محصولات و فیچرهای جدیدی که در نمایشگاه رونمایی کرده‌اید، بیشتر توضیح دهید.

یکی از مهم‌ترین فیچرها، شاپکس است. شاپکس مخصوص فروشگاه‌های اینستاگرامی و تلگرامی است. ما به فروشگاه‌های اینستاگرامی و تلگرامی که نگران مسدود شدن همیشه‌گی این برنامه‌ها هستند، یک وب‌سایت اختصاصی ارائه می‌دهیم. روی این وب‌سایت سرویس انبارداری و حساب‌داری وجود دارد. همچنین می‌توانند با استفاده از این وب‌سایت ادمین‌ها را کنترل کنند. این فیچر را راه‌اندازی کرده‌ایم و در حال حاضر مشتری از آن استفاده می‌کند. از فیچرهای دیگری که در این مدت راه‌اندازی کردیم، پست سرد یا پست بیولوژیکی است. اساساً در کشور بستر مناسبی برای حمل‌ونقل نمونه‌های آزمایشگاهی بیولوژیکی و پاتولوژی وجود ندارد. قبل از این، باید نمونه‌های آزمایشگاهی را در یک جعبه یونولیتی قرار می‌دادند و در آن یخ یا یخ خشک می‌ریختند و ارسال می‌کردند؛ اما امروز با استفاده از این فناوری ساده و ناوگان پستکس و اتصال این ناوگان به سریع‌ترین سرویس پستی ممکن، نمونه‌های آزمایشگاهی را در دمای ۴- و ۲۰- درجه به ۱۲۸ شهر کشور ارسال می‌کنیم



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



شماره ۴۹ | ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱ | سال دوم | کارنگ؛ هفته‌نامه اقتصاد نوآوری ایران

مدیر هنری: روح‌اله گیتی‌نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه‌آرا: بهناز سعیدی
عکس: حامد کریم‌زاده، پریا امیرحاجلو
سایت: راضیه مینایی
چاپ: هنر سرزمین سبز
نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸
تلفن تحریریه: ۴۶۰۱۲۲۰۴
وب‌سایت: karangweekly.ir

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مینا والی
سردبیر: رضا جمیلی

دبیر تحریریه: المیرا حسینی
تحریریه: مهران امیری، عبدالله مقدمی
لی‌لی اسلامی، سپیده اشرفی، پارسا خاک‌نژاد
ترانه احمد دوست، پریسا امام‌وردیلو
زهره دودانگه





← جذب سرمایه قسطاً از فینووا

استارت‌آپ قسطاً موفق به جذب سرمایه از فینووا شد. قسطاً، یکی از باز بزرگان حوزه لندتک برای دسترسی آسان به منابع مالی است که فعالیت خود را از سال ۱۳۹۷ در دانشگاه شریف آغاز کرده است.



← سرمایه‌گذاری «آن» روی دونگی

صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه «گروه کسب و کارهای نوین آن» روی پلتفرم دونگی که یک پلتفرم تأمین مالی جمعی یا همان کرافاندینگ است، سرمایه‌گذاری کرد.



← دو طرح جدید کارن کراد

سکوی تأمین مالی جمعی کارن کراد هم‌زمان با نمایشگاه اینوتکس برای تأمین دو طرح فلومتر الکترومغناطیسی و تولید کربن فعال گرانول شروع به جذب سرمایه کرد.



← ادعای ۱۵۰ میلیارد تومانی حلال فاند

در نشست خبری حلال فاند اعلام شده حدود ۳۵۰۰ سرمایه‌گذاری در این پلتفرم با مبلغی حدود ۱۵۰ میلیارد تومان انجام شده است!



آمار وزارت ارتباطات درباره پورت‌های اینترنت اصالت ندارد

در نشست خبری سازمان نصر در خصوص افزایش دوباره تعرفه اینترنت مطرح شد

▲ افزایش قیمت فعلی ربطی به کیفیت ندارد

وزیر ارتباطات پیش از این در صحبت‌های خود در خصوص اعلام موافقت با افزایش قیمت اینترنت بارها مطرح کرده که اپراتورها فقط به این شرط مجوز افزایش تعرفه دارند که کیفیت را افزایش دهند، اما توسلی این شرط وزارت ارتباطات را به شکل فعلی قابل تحقق نمی‌داند و می‌گوید: «بحث ما در افزایش تعرفه‌ها موضوع متناسب‌سازی هزینه تمام‌شده با قیمت عرضه‌شده به مصرف‌کننده است. اما افزایش کیفیت یک بحث زیرساختی است و به تأمین منابع مالی بزرگ نیاز دارد که یا با تخصیص بودجه از طرف دولت امکان‌پذیر است، یا با فایننس و جذب سرمایه‌گذار خارجی. دولت نمی‌تواند انتظار داشته باشد در زمینه زیرساخت هزینه‌های مالی را بخش خصوصی تقبل کند. ضمن اینکه بحث افزایش کیفیت و توسعه زیرساخت نمی‌تواند یک خروجی فوری باشد و حداقل به گذشت ۱۰ سال زمان نیاز دارد.»

فرامرز رستگار، دبیر سندیکای مخابرات هم در این نشست توضیح داد: «اپراتورها باید هر سال ۱۵ تا ۲۰ درصد برای توسعه خود هزینه می‌کردند، اما این اتفاق رخ نداد و طی

حسین اسلامی، رئیس نصر تهران در نشست خبری روز یکشنبه، هجدهم اردیبهشت‌ماه با تأکید بر ضرورت افزایش قیمت اینترنت گفت: «همان‌طور که در روزمره همه اقلام از کالاهای اساسی مانند نان و گوشت و لبنیات تا مواردی که به دولت مربوط می‌شود، مانند بنزین افزایش قیمت‌های چندبرابری داشته‌اند، پس انتظار می‌رود که مطابق با آن تعرفه‌های اینترنت نیز افزایش یابد.»

علی توسلی، عضو کمیسیون اینترنت سازمان نصر در نشست خبری این سازمان در این باره توضیح داد: «برای تولیدکننده، باید قیمت عرضه با قیمت تمام‌شده تناسب داشته باشد، اما در حال حاضر چنین چیزی وجود ندارد و به نوعی تنها صنعتی که خودش در حال پرداخت یارانه به مصرف‌کننده است، همین حوزه اینترنت است. این منطق باید تغییر کند. دولت اگر می‌خواهد یارانه به مصرف‌کنندگان این بخش بدهد، خودش باید آن یارانه را پرداخت کند، نه اینکه این یارانه را از جیب تولیدکننده تأمین کند. امروز اگر ما شاهد این هستیم که کارنامه موفق در توسعه اینترنت نداریم، باید به این فکر کنیم که تولیدکنندگان ما سرمایه لازم برای توسعه را نداشتند.»



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



این قرارداد به انتها نرسید و فقط نیمی از این سرمایه جذب شد. در مرحله سوم هم حرکت اول، سرمایه‌گذاری روی همراه‌مکانیک را انجام داد. ما تا قبل از حرکت اول سهام‌دار عمده بودیم، یعنی مثبت ۵۰ درصد، ولی اکنون با حضور حرکت اول بین ۳۰ تا ۴۰ درصد از سهام را در اختیار داریم.»

بر اتحادیه، نایب‌رئیس اول اتحادیه کسب و کارهای مجازی بود. طبق قانون نظام صنفی با استعفای رئیس اتحادیه، نایب‌رئیس اول به‌عنوان رئیس اتحادیه انتخاب می‌شود که در شرایط فعلی نیز فرشاد وکیل‌زاده، نایب‌رئیس اول اتحادیه کسب و کارهای مجازی است، اما هنوز نامه ریاست وی برای اتحادیه صادر نشده است.

حمید محمدی از همان زمان که به‌عنوان رئیس انتخاب شد، اعلام کرد که به‌دلیل مشغله کاری فقط به‌صورت محدود و در یک دوره زمانی کوتاه و برای دو الی سه ماه می‌تواند ریاست اتحادیه کسب و کارهای مجازی را بر عهده بگیرد.

مدیرعامل همراه‌مکانیک می‌گوید بخش آنلاین خودرو کماکان جای رشد زیادی دارد

مهم‌ترین بازیگران بازار آنلاین خودرو

باقری درباره تجربه‌های این کسب و کار در جذب سرمایه از یک صندوق مشترک هم عنوان کرده است: «مهم‌ترین تجربه‌ای که ما در سرمایه‌پذیری به دست آورده‌ایم این بوده که هر گاه درست عمل کرده‌ایم و مسیر درستی را در پیش گرفته‌ایم، در مواجهه با سرمایه‌گذار هم توانسته‌ایم امتیازات بیشتری را نصیب خودمان کنیم و البته بالعکس، هرچا ضعیف‌تر عمل کرده‌ایم مجبور شده‌ایم دست پایین را بگیریم و سهم و امتیاز بیشتری واگذار کنیم. ما در سه مرحله جذب سرمایه انجام داده‌ایم. مرحله اول از طریق صندوق توسعه تکنولوژی و با کمک آقای زرنوخی و آقای کمالو که در مرحله اول کمک‌های بسیار زیادی به ما کردند. در مرحله دوم با ارزش‌گذاری هشت میلیاردی جذب سرمایه از صندوق توسعه تکنولوژی اتفاق افتاد؛ مرحله دوم خودش دو مرحله بود که قرار شد از طریق یک کنسرسیوم جذب سرمایه ۵۰ میلیاردی اتفاق بیفتد، اما

سجاد باقاری از هم‌بنیان‌گذاران همراه‌مکانیک در گفت‌وگویی تأکید کرده بازار خودرو در داخل کشور بازار بسیار بزرگی است؛ چراکه در ایران ۱۷ میلیون خودرو وجود دارد که حداقل هر سه سال یک بار معامله می‌شوند. از این رو به گفته او با حساب سرانگشتی می‌توان فهمید که اندازه این بازار چقدر است. باقاری درباره مهم‌ترین رقیب همراه‌مکانیک و ترکیب بازار هم گفته است: «جدی‌ترین رقیب ما بازار سنتی است. اندازه این بازار آن‌قدر بزرگ است که بخش آنلاین شده آن بسیار ناچیز است؛ از این رو می‌توانم بگویم بزرگ‌ترین رقیب ما بازار سنتی است که عمده سهم بازار را در دست دارد، اما اگر بخواهم از اکوسیستم و استارت‌آپ‌های موجود نام ببرم؛ کارنامه، خودرو ۴۵ و سوئیچ رقبای قابل احترام ما هستند. کارنامه از لحاظ مدل درآمدی به ما شباهت زیادی دارد، ولی آن دو مورد دیگر نه.»

اتحادیه کسب و کارهای مجازی فعلاً رئیس ندارد

این بار استعفای حمید محمدی پذیرفته شد

حمید محمدی، به‌عنوان دومین رئیس اتحادیه کسب و کارهای مجازی، از ریاست این اتحادیه استعفا داد و هیئت‌مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی نیز با استعفای وی موافقت کرده است. اولین درخواست

استعفای حمید محمدی از ریاست اتحادیه در ۷ بهمن‌ماه به این اتحادیه ارائه شده بود، اما از آن زمان به بهانه برگزاری انتخابات دور آتی هیئت‌مدیره، هیئت‌مدیره بررسی این موضوع را به تأخیر انداخته بود.

حال به نظر می‌رسد با نامشخص بودن زمان برگزاری دور دوم انتخابات اتحادیه کسب و کارهای مجازی، هیئت‌مدیره این اتحادیه نیز بررسی این درخواست را در دستور کار خود قرار داده است. حمید محمدی شهر یورما ۱۴۰۰ پس از استعفای محمد کرمی از ریاست اتحادیه کسب و کارهای مجازی به‌عنوان رئیس اتحادیه انتخاب شد. او در زمان ریاست محمد کرمی



لندین برنده نهایی
اینوتکس پیچ نمایشگاه
اینوتکس ۲۰۲۲ شد

نبرد استارتاپی اینوتکس یازدهم

اینوتکس پیچ، یکی از مهم‌ترین و بزرگ‌ترین رقابت‌های بین استارتاپی سراسر کشور برای چهارمین سال متوالی در حاشیه اینوتکس یازدهم برگزار شد؛ یکی از بخش‌های جذاب اینوتکس که معمولاً کسب‌وکارهای نوپای زیادی برای حضور در آن و بردن جایزه نهایی‌اش انگیزه دارند.

این رویداد از مراحل مختلفی تشکیل شده است. در مرحله نخست استارتاپ‌ها به صورت آنلاین داوری شده و از استارتاپ‌های منتخب برای رقابت حضوری در مقابل سرمایه‌گذاران دعوت به عمل می‌آید. این مرحله از رقابت در استان‌های مختلف برگزار و پس از آن از هر شهر دو نفر انتخاب می‌شود.

در ادامه از استارتاپ‌های برگزیده در مرحله مقدماتی به منظور حضور در نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۲ و نیز شرکت در رقابت‌های نیمه‌نهایی و نهایی دعوت به عمل می‌آید.

امسال برای سومین بار رقابت نهایی بین استارتاپ‌ها در قالب نبرد استارتاپی (Battle) اتفاق خواهد افتاد. در اینوتکس بتل، استارتاپ‌ها علاوه بر معرفی محصولات یا خدمات خود، دو به دو به بحث و مناظره با یکدیگر پرداختند تا در نهایت برترین استارتاپ‌ها از دیدگاه داوران و مخاطبان انتخاب شد. امسال استارتاپ لندین قهرمان رویداد اینوتکس ۲۰۲۲ شد.

لندین یک سرویس لندینگ پیچ‌ساز است که طراحی لندینگ پیچ را برای کسب‌وکارها ساده کرده است.

امسال استارتاپ‌های زیادی در این رویداد شرکت کرده بودند که در بین آنها حضور حوزه‌های فین‌تک و زیرساخت کسب‌وکار چشم‌گیرتر بود.



عکس‌ها: نسیم اعتمادی

اینوتکس یازدهم اجتماع ۴۰۰ شرکت و ۱ هیئت تجاری

گفت‌وگو با سجاد عباسی فشمی دبیر اجرایی یازدهمین
نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری اینوتکس

نسبت به سال گذشته افزایش داشته است؟

قطعاً تعداد شرکت‌کننده‌های اینوتکس نسبت به سال گذشته افزایش داشته است. سال گذشته چهار سالن داشتیم، اما امسال تعداد سالن‌ها را افزایش دادیم و شش سالن داشتیم. در واقع نسبت به سال گذشته ۵۰ درصد افزایش ظرفیت داشتیم. با وجود افزایش ظرفیت، تعداد زیادی از شرکت‌ها در لیست انتظار بودند و متأسفانه به دلیل محدودیت فضا نتوانستیم غرفه‌ای در اختیار آنها قرار دهیم. بنابراین امسال استقبال از نمایشگاه به مراتب از سال‌های گذشته بیشتر بوده است. شرکت‌ها و استارتاپ‌های مختلفی، به خصوص کسب‌وکارهای رمزآزنی از نمایشگاه بسیار استقبال کردند و در آن حضور جدی داشتند.

جذب سرمایه‌یکی از مهم‌ترین چالش‌های کسب‌وکارهای نوآور است و اینوتکس با کافه سرمایه سعی در کمک به حل این چالش برخی از شرکت‌ها دارد. کافه سرمایه امسال چه تفاوتی با سال‌های گذشته داشت و فکر می‌کنید چه میزان توانسته

اینوتکس یکی از مهم‌ترین رویدادهای حوزه فناوری و اقتصاد نوآوری است که امسال نیز مانند سال گذشته در پارک پردیس برگزار شد. برگزارکنندگان این رویداد سالانه، در توضیح اهداف خود می‌گویند که برای تسهیل سرمایه‌گذاری روی شرکت‌ها، همکاری کسب‌وکارها با یکدیگر و شبکه‌سازی میان بازیگران اکوسیستم نوآوری، این نمایشگاه را برگزار می‌کنند. در گفت‌وگوی پیش رو سجاد عباسی فشمی، دبیر اجرایی یازدهمین دوره این نمایشگاه، درباره اینوتکس ۲۰۲۲ و تفاوت‌های آن با دوره‌های پیشین توضیحاتی را ارائه داده است.



راضیه مینایی

Raziyeh.minaei995@gmail.com

چند شرکت برای حضور در
نمایشگاه اینوتکس ثبت‌نام کرده بودند؟

امسال بیش از ۴۰۰ شرکت در نمایشگاه حضور داشتند. این شرکت‌ها از کشورهای مختلفی از جمله روسیه، هند، مالزی و... بودند. بیش از ۱۰ هیئت مختلف تجاری هم از نمایشگاه اینوتکس بازدید داشتند.

کدام دسته از شرکت‌ها بیشتر از نمایشگاه
استقبال کرده بودند؟ آیا آمار شرکت‌های حاضر

باشید برای کسب‌وکارهای نوآور، روند جذب سرمایه
را تسهیل کنید؟

یکی از اهداف اصلی و سه‌گانه اینوتکس کمک و تسهیل جذب سرمایه است. برای اینکه استارتاپ‌ها بتوانند سرمایه جذب کنند، برنامه‌ها و کاتالیزورهای مختلفی داشتیم. از جمله این کاتالیزورها می‌توان به کافه سرمایه، رویداد رقابت استارتاپی اینوتکس پیچ و برنامه تأمین مالی جمعی اشاره کرد. رویداد رقابت استارتاپی اینوتکس پیچ در استان‌های مختلف در مقابل سرمایه‌گذار برگزار شد. برنامه تأمین مالی جمعی را امسال برای اولین بار در اینوتکس داشتیم. امسال در خصوص استارتاپ‌هایی که به جذب سرمایه نیاز داشتند، اطلاع‌رسانی انجام شد. از میان استارتاپ‌هایی که ثبت‌نام کردند، بعد از ارزیابی و راستی‌آزمایی، ۳۰ استارتاپ به کافه سرمایه راه یافتند. در طول چهار روز نمایشگاه، بیش از ۴۰۰ جلسه سرمایه‌گذاری برای این استارتاپ‌ها در کافه سرمایه تنظیم شده بود. شروع این جلسات با اینوتکس است، اما ادامه‌دار خواهند بود. نکته بعدی این است که کشور از یکستان سرمایه‌ای را برای استارتاپ‌های ایرانی در نظر گرفته بود. آن دسته از استارتاپ‌های کافه سرمایه که به جذب سرمایه خارجی نیاز دارند و می‌خواهند بازار جهانی خود را گسترش دهند، برای این سرمایه‌پیشنهاد می‌کنیم. جلسات این سرمایه‌گذاری بعد از نمایشگاه ادامه پیدا می‌کند. در تأمین مالی جمعی اینوتکس، پنج استارتاپی که به جذب سرمایه نیاز دارند، حضور داشتند. مخاطبان می‌توانند با سهمیه‌های ۵۰۰ هزار تومانی در تأمین مالی این استارتاپ‌ها کمک کنند و خود نیز سهامی از این استارتاپ‌ها را داشته باشند.

تفاوت نمایشگاه امسال با سال‌های
گذشته در چیست؟ چه بخش‌های جدیدی به
نمایشگاه اضافه شده بود؟

نمایشگاه امسال با سال گذشته در بخش‌های مختلفی تفاوت دارد. در بخش نمایشگاهی، فضای نمایشگاه ۵۰ درصد رشد داشته است. در بخش رویدادی، امسال یک استیج اضافه کردیم و سه استیج داشتیم. استیج سوم، موضوع رگولاتوری و حکمرانی در حوزه دانش‌بنیان بود. دو استیج دیگر مانند سال گذشته بودند که در یکی موضوعات عمومی مطرح می‌شد و در دیگری که ایستگاه آینده نام داشت، موضوعات تخصصی با محور آینده‌پژوهانه بررسی می‌شدند.

از بخش‌های جدید دیگر می‌توان به جینو اشاره کرد. جینو رویدادی در حوزه بازی است. در این رویداد قصد داشتیم استریم‌های (streamer) حوزه گیم را گرد هم آوریم.

بخش جدید دیگر رویداد علمی کنز است که بنیاد مصطفی آن را برگزار می‌کند. پژوهشگران و دانشمندان برتر اسلامی از ۲۵ کشور طرح‌های خود را برای این رویداد ارسال کردند. در نهایت طرح‌های برتر در شش حوزه انتخاب شدند.

سال گذشته شاهد مشکلاتی چون تهویه
نامناسب برخی سالن‌ها و کمبود امکانات رفاهی
بودیم. شما چه مشکلاتی را شناسایی کرده و برای
حل آنها چه جاره‌ای اندیشیده بودید؟

سال گذشته برآورد کرده بودیم که در طول چهار روز، هشت هزار نفر از نمایشگاه بازدید می‌کنند، اما ۲۴ هزار نفر بازدیدکننده داشتیم. این باعث شد تأمین‌کنندگان مواد خوراکی در روز اول نمایشگاه دچار مشکل شوند، اما این موضوع از روز دوم حل شد. امسال تمهیدات لازم را فراهم دیدیم و از تأمین‌کنندگان بزرگ برای حضور دعوت کردیم و به امید خدا مشکلی در جهت تأمین امکانات رفاهی نداشتیم. در مورد دمای هوا هم باید توجه داشت که نمایشگاه در فضای باز برگزار می‌شود و امکان تنظیم دما وجود ندارد؛ اما امسال تلاش کردیم با توجه به طراحی سالن‌ها، کاری کنیم که دما متعادل باقی بماند. از طرفی امسال نمایشگاه را ۱۰ روز زودتر و پیش از آغاز گرما شروع کردیم.



رئیس پلیس فتای استان تهران در بازدید از اینوتکس:

استارتاپ‌ها امنیت را جدی بگیرند

سرهنگ داود معظمی گودرزی، رئیس پلیس فضای تولید و تبادل اطلاعات پایتخت در بازدید از نمایشگاه بین‌المللی اینوتکس ۲۰۲۲ در پارک فناوری پردیس گفت: «پلیس در راستای هوشمندسازی با معیار قرار دادن فرمایشات مقام معظم رهبری (حفظه‌الله) و شعار سال جدید «تولید؛ دانش‌بنیان، اشتغال آفرین» بهره‌گیری و ارتباط راهبردی با شرکت‌های دانش‌بنیان را جزء اولویت‌های اصلی خود قرار داده است.»

او ادامه داد: «در عصر اقتصاد دیجیتال استارتاپ‌ها و کسب‌وکارهای مجازی عموماً حول محور فناوری شکل گرفته و پتانسیل رشد بالایی دارند، به طوری که با تعریف نیازهای جدید، ایده‌های نوپایی نیز جهت رفع این نیاز شکل می‌گیرد که این امر روزبه‌روز بر رشد دارایی‌های سخت و نرم استارتاپ‌ها و کسب‌وکارهای مجازی اضافه می‌کند. مهم‌ترین دارایی‌های این کسب‌وکارها، دارایی‌های نرم آنها هستند؛ چراکه دارایی‌های نرم کسب‌وکارهای نوپا به واسطه ارزش افزوده‌ای که برای مجموعه آنها فراهم می‌کنند، زمینه رشد، اعتبار و ارزش‌گذاری آنها تلقی می‌شود.»

رئیس پلیس فتای پایتخت گفت: «توجه بیش از حد استارتاپ‌ها به توسعه هرچه سریع‌تر ایده‌ها، باعث می‌شود امنیت اطلاعات نادیده گرفته شود. بسیاری از استارتاپ‌ها معمولاً سرمایه کمی دارند و با توجه به هزینه‌های بالا از قبیل توسعه محصول، تبلیغات و... برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها، بخش امنیتی را فاکتور می‌گیرند.» سرهنگ گودرزی در پایان با اشاره به لزوم پیاده‌سازی سیاست‌های حفاظت از داده‌ها گفت: «یکی از مهم‌ترین دلایلی که باعث می‌شود استارتاپ‌ها برای هرکار و مهاجمان سایبری جذاب به نظر برسند، بی‌توجهی آنها به سیاست‌های حفاظت از داده‌هاست، متأسفانه بیشتر استارتاپ‌ها زمانی به این سیاست‌ها توجه می‌کنند که دیگر خیلی دیر شده است و خطر این بی‌توجهی با تغییر مقیاس استارتاپ‌ها بیشتر نیز می‌شود.»



کنیم؛ اما نتایج به‌دست آمده از تحلیل‌های آماری و اقتصادی بخش خصوصی نشان می‌دهد که علم تحلیل داده‌ها می‌تواند در پیشبرد اهداف اقتصادی مجموعه‌ها کمک‌کننده باشد.»

خلق ارزش‌های اقتصادی فقط در حوزه کارآفرینی ممکن است

در این رویداد رادمان ربیعی، مدیرعامل سرمایه‌گذاری فیروزه، فعالیت‌های کارآفرینی و نوآوری را برای تمامی اقشار ضروری خواند و گفت: «ارزش‌آفرینی دیگر به شیوه سنتی امکان‌پذیر نیست و افراد می‌توانند تنها با داشتن امکانات اولیه یک کسب‌وکار کوچک محلی ایجاد کنند.» در ادامه سیدحسین نبوی، بنیان‌گذار و رئیس هیئت‌مدیره ایلیا، یکی از چالش‌های پیش روی مدیران و کارآفرینان را از دست دادن نیروی انسانی خواند؛ موضوعی که رفع آن یکی از چالش‌های شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور کشور است. نبوی گفت: «دومین چالش اساسی نداشتن ارتباط با کشورهای مختلف است و این موضوع باعث محروم شدن کشور از سرمایه‌گذاران خارجی می‌شود و در نهایت باعث از دست دادن نیروی متخصص خواهد شد.»

پردیس و ۱۰ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری جدید

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور در افتتاحیه اینوتکس ۲۰۲۲ خبر داد

رویداد استیج اینوتکس ۲۰۲۲ با اشاره به اهمیت تعامل بین بخش خصوصی و دولتی گفت: «امروز اهمیت سیاست اقتصادی در حوزه کارآفرینی نمود بسیاری پیدا کرده و پیشبرد این موضوع مهم به تعامل بخش خصوصی و دولتی نیاز دارد.» به گفته مهدی صفارنیا هیچ‌کدام از دو بخش خصوصی و دولتی نمی‌توانند به تنهایی عملکرد خوبی داشته باشند و در همین راستا برگزاری چهارمین دوره از رویداد استیج در نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۲، بار دیگر اهمیت این تعامل را به خوبی نشان داد.

اقتصاد ایران، یک اقتصاد دولتی است

در ادامه میلاد صادقی، تحلیلگر اقتصادی به‌عنوان یک فعال بخش خصوصی، سخنرانی خود را با اهمیت مداخله سرمایه‌داری دولتی و عدم رشد کسب‌وکارهای نوپا و خصوصی در کشورمان آغاز کرد و گفت: «رتبه‌سختی آغاز کار در ایران ۱۲۷ است که این رتبه بسیار بالا بوده و کارآفرینی را برای جوانان سخت و ترسناک می‌کند.»

او با تأکید بر اهمیت پردازش اقتصادی و تحلیل داده‌ها در کارآفرینی و کسب اطلاعات مالی افزود: «به‌دلیل کم‌اهمیت‌شمردن این علم نوین (تحلیل آماری داده‌ها) توسط بخش دولتی نتوانستیم ارتباط مؤثری برقرار

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور در مراسم افتتاحیه نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری «اینوتکس ۲۰۲۲» با اشاره به کنترل بیماری کرونا توسط دانش و شرکت‌های دانش‌بنیان گفت: «توسعه اقتصاد دانش‌بنیان راه مقابله با اقتصاد سنتی و نفت‌گراست.» سورناستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور گفت: «زیست‌بوم فناوری پیش از آنکه یک موضوع اقتصادی باشد، موضوعی فرهنگی است و اقتصاد دانش‌بنیان باید به‌صورت یک فرهنگ در جامعه گسترش یابد.» معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور ادامه داد: «شرکت‌های دانش‌بنیان امسال باید در صنایع بزرگ مانند کشاورزی و معادن ورود داشته باشند تا اقتصاد سنتی و بوروکراسی نفتی از اقتصاد کشور خارج شود.» او تأکید کرد: «فناوری اقتدار و پایه توسعه هر کشوری است و ایران هم از این قاعده مستثنی نیست. این نکته را می‌توان در پارک فناوری پردیس که در آن حضور داریم، مشاهده کرد که میزبان بیش از ۱۰ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری جدید بوده است.»

به دنبال گره‌گشایی از تعامل بخش خصوصی و دولتی

همچنین رئیس پارک فناوری پردیس در آغاز برگزاری

در پنل تخصصی «تنظیم‌گری و فین‌تک»

در حاشیه اینوتکس مطرح شد

رگولاتور فین‌تک دست از درآمدزایی بردارد!

یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری اینوتکس در اولین روز خود میزبان سخنرانانی از حوزه فین‌تک بود تا به بررسی چالش‌ها و راهکارهای این حوزه بپردازد. در پنل تخصصی «تنظیم‌گری و فین‌تک» رضا قربانی، رئیس کمیسیون فین‌تک سازمان نصر؛ مصطفی نقی‌پورفر، دبیر انجمن فین‌تک ایران؛ محمد مهدی شریعتمدار، رئیس هیئت‌مدیره انجمن صنفی فناوری‌های نوین مالی ایران (فین‌تک)؛ احمد صالحی، مدیرعامل شرکت اکسیر گلوبال و جعفر مرتضویان، مدیر نوآوری، طرح، تحقیقات و مطالعات راهبردی شرکت ملی انفورماتیک حضور داشتند و رضا جمیلی، سردبیر هفته‌نامه کارنگ نیز مدیریت این پنل را بر عهده داشت و هر یک از مهمانان بخشی از چالش‌ها و راهکارهای پیشنهادی در خصوص بحث تنظیم‌گری و فین‌تک را ارائه دادند. اولین سخنران پنل «تنظیم‌گری و فین‌تک» رضا قربانی بود. قربانی بحث خود را با چالش‌های موجود فین‌تک‌ها در مواجهه با رگولاتور آغاز کرد و گفت: «طی سال‌های اخیر ما از یک دولت شارژ‌فروش به سمت دولت سامانه‌ها حرکت کردیم. به این معنا که دولت شارژ‌فروشی را به‌عنوان خدمت خود تعریف کرده بود و برای ارائه این خدمت انواع روش‌ها را استفاده می‌کرد، حالا چنین دولتی



(در معنای عام آن) به دولت سامانه‌ها تبدیل شده است. به‌عنوان نمونه فقط بانک مرکزی بیش از ۱۰۰ سامانه فعال دارد و در سایر دستگاه‌ها و نهادها هم با انبوهی از سامانه‌ها روبه‌رو هستیم.»

در ادامه جعفر مرتضویان نیز با اشاره به چالش‌های تنظیم‌گری در حوزه فین‌تک عنوان کرد: «در تعاریف کلاسیک فین‌تک ما با چهارچوبی مشخص و محدود مواجه هستیم، اما معتقدم نباید به این تعاریف قائل بود؛ چراکه محدودکننده هستند. همان‌طور که در کشورهای دیگر نیز می‌بینیم، الزاماً از تعاریف کلاسیک تبعیت نمی‌کنند و طبق اقتضائات و مناسبات کشور خود از آن استفاده می‌کنند.» او ادامه داد: «گروه ملی انفورماتیک حوزه‌های مورد نظر بانک مرکزی را پوشش می‌دهد، پس ما مشخصاً نقش تنظیم‌گری نداریم و صرفاً کمک‌دهنده به تنظیم‌گر هستیم. معتقد هستیم در زمانه امروز که گروهی بر حوزه فناوری متمرکز هستند، لاجرم باید در تنظیم‌گری هم کنار بانک مرکزی قرار بگیرند. خوشبختانه بانک مرکزی هم اخیراً در بحث مطالعات تحقیقاتی و کاربردی فعال شده و می‌تواند از نظر کارشناسان استفاده کند.»

محمد مهدی شریعتمدار در تشریح چالش‌های تنظیم‌گری

از دو مسئله کلیدی صحبت کرد که از نظر او این دو مسئله ریشه اصلی وضعیتی است که امروز در حوزه تنظیم‌گری و فین‌تک شاهد آن هستیم. او توضیح داد: «مسئله اصلی این است که ما با نهاد تنظیم‌گری مواجه هستیم که خود یکی از بازیگران بازار است. حالا این بازیگری یا به‌صورت مستقیم از سوی خود رگولاتور است یا توسط شرکت‌های اقماری آن؛ بنابراین از طرفی خود رگولاتور به نوعی رقیب محسوب می‌شود و از طرفی در بحث قانون‌گذاری و مقررات‌نویسی از ابزارهایی می‌تواند استفاده کند که در عرصه رقابت نه منافع بازار، بلکه منافع یک طرف رقابت یعنی خود رگولاتور تأمین شود.» شریعتمدار ادامه داد: «توجه رگولاتور در لزوم ورود به پروژه‌هایی مانند شاپرک و سامانه پایا این است که فقط رگولاتور توانایی انجام آن را دارد، در صورتی که در کشورهای دیگر ما شاهد این هستیم که چنین پروژه‌هایی بدون مداخله رگولاتور شکل گرفته است.»

رئیس هیئت‌مدیره انجمن فین‌تک تأکید کرد: «مادامی که رگولاتور در بازار مشغول به کسب درآمد است و از مقررات‌گذاری به‌عنوان یک ابزار برای رقابت‌پذیرکردن خودش استفاده می‌کند، وضعیت فعلی ادامه خواهد یافت.»

ادامه در صفحه ۶



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



ادامه از صفحه ۵ رگولاتور فین تک دست از درآمدزایی بردارد!

سخنران بعدی مصطفی نقی پورفر بود که با نگاهی انتقادی از چالش‌هایی صحبت کرد که رگولاتور بر سر راه عرصه فین تک می‌گذارد. او توضیح داد: «در ایران ما با ذهنیتی مواجه هستیم که اتحادیه‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد دشمن فرض می‌شوند و از این سرمایه اجتماعی به‌درستی استفاده نمی‌شود. در حالی که هدف اولیه از تشکیل اتحادیه‌ها کمک به رگولاتور بوده است. انجمن ما هم در این راه قدم برداشته و همواره سعی کرده‌ایم به رگولاتور مشورت و در ادامه راهکارهای عملیاتی ارائه دهیم. در مواردی هم البته سیگنال‌های مثبت گرفته‌ایم و در یک نمونه همین تعامل به شکل گیری پرداخت‌یارها منجر شد.»

او ادامه داد: «در خصوص مداخله و به‌کارگیری ابزارهای مربوط به بازار معتقد هستیم هم رگولاتور و هم انجمن‌ها باید رویکردشان خنثی باشد و به جای ابزارسازی نقش تسهیلگر و کمک‌کننده را بازی کنند. ما در حوزه رمز ارز به صورت متعدد سند تهیه کرده و سعی کردیم به رگولاتور پیشنهادهای عملیاتی ارائه بدهیم. هیچ کشوری را سراغ نداریم که در تحول دیجیتال موفق بوده باشد و همکاری خوبی بین استارت‌آپ‌ها و بانک مرکزی آن کشور صورت نگرفته باشد.»

احمد صالحی دیگر سخنران این پنل به چالش‌های خود رگولاتور پرداخت و گفت: «مسئله اصلی رگولاتور ما این است که در خصوص حوزه فین تک نگران است و دغدغه حاکمیتی دارد. از طرفی به رگولاتور گفته می‌شود که استفاده از رمز ارزها می‌تواند امکان‌پذیر باشد. تحریم را برایش فراهم کند، از طرفی رگولاتور به‌درستی می‌بیند اگر این ابزار می‌تواند تحریم‌ها را دور بزند، پس سازمان امور مالیاتی را هم می‌تواند دور بزند. بخش خصوصی باید این گزاره‌ها را به رسمیت بشناسد و به جای انکار این واقعیت‌ها برای کنترل ریسک به رگولاتور راهکار پیشنهاد کند. ما باید توجه کنیم که بدنه رگولاتوری ما یکپارچه نیست و نظرات مخالف و موافق گوناگونی در آن وجود دارد.»



کارنگ



اینوتکس
INOTEX

شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم







چرا کهکشان؟

کشور ما در حوزه آی تی با دو مسئله بزرگ مواجه است؛ یکی نیروی متخصص و کارآمد که این روزها حکم کیمیا دارد و دیگری امنیت اطلاعات. گروه شرکت های کهکشان روی هر دو موضوع دست گذاشته و به صورت جدی در آن فعالیت دارد.

در بخش آموزش که پایه اصلی فعالیت های گروه کهکشان است، بهناز آریا، مدیرعامل مجموعه نکته مهمی را یادآور می شود. اینکه بیشتر دوره های آموزشی مبنای کار خود را بر ارائه گواهینامه معتبر در پایان دوره می گذارند؛ این در حالی است که فرد ممکن است دوره های متنوعی را بگذراند اما همچنان برای قرار گرفتن در موقعیت شغلی مناسب نباشد. بر این اساس، آنها از سال ها پیش تصمیم گرفته اند دوره های آموزشی مدونی را بر اساس موقعیت شغلی بچینند تا هم دانشجو را از سرگردانی نجات دهند و هم شرکت ها خیال شان راحت باشد که فردی که استخدام می کنند، تمام دوره های لازم را طی کرده است.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

در بخش امنیت اطلاعات، آریا به اعلام جهاد در این زمینه معتقد است. جهاد به این معنی که تمام تمرکز حاکمیت و نهاد های بالادستی، به این مسئله معطوف باشد. او می گوید با وجود تلاش های بسیار بخش خصوصی، تا زمانی که اراده حاکمیت بر جدی گرفتن این موضوع نباشد، آنها نیز نمی توانند کار زیادی پیش ببرند.

اما بهناز آریا که مهره کلیدی گروه شرکت های کهکشان است، تمرکز خود را تنها روی کسب و کارش نگذاشته و سال هاست به صورت جدی فعالیت صنفی دارد و رئیس کمیسیون افتاد در سازمان نظام صنفی رایانه ای تهران است. او با تجربه ای که از فعالیت در این نهاد صنفی دارد، دست روی نکات مهمی می گذارد.

فعالیت گروه شرکت های کهکشان و مدیرعامل آن در سه بخش مهم آموزش، امنیت اطلاعات و نهاد صنفی که از اهمیت بالایی در اقتصاد نوآوری برخوردارند، از جمله عواملی بود که سبب شد داستان جلد این شماره کارنگ را به بهناز آریا اختصاص دهیم.



عکس: حامد کریمزاده

امنیت پشت درهای بسته!

گفت و گو با بهناز آریا، مدیرعامل گروه شرکت های کهکشان؛ او معتقد است با وجود حساسیت های ژئوپلیتیک ایران، آن گونه که شایسته است، به موضوع امنیت اطلاعات توجه نمی شود.

گروه فناوری اطلاعات و گسترش ارتباطات هوشمند کهکشان در ابتدا یک مؤسسه آموزشی بود که در برهوت سال ۱۳۷۹، از محدود مکان هایی به حساب می آمد که دوره های آموزش تخصصی در حوزه فناوری برگزار می کرد. اما به گفته بهناز آریا، مدیرعامل گروه شرکت های کهکشان، با پیش رفتن فعالیت ها و نیازی که در بازار مشاهده کردند، به مرور شرکت های دیگری تأسیس شد که کارشان ارائه مشاوره در زمینه امنیت اطلاعات، ارتباط برقرار کردن میان کارجو و کارفرما و... بود. آریا که رئیس کمیسیون افتاد در سازمان نظام صنفی رایانه ای تهران است، در گفت و گو پیش رو از مسیر رشد کسب و کارش می گوید، درباره دو قسمت مهم آموزش نیروی کار و امنیت اطلاعات در ایران توضیح می دهد و با گریزی به وظایف و مسئولیت هایش در سازمان نصر تهران، از مشکلات کار صنفی در کشور صحبت می کند.

بهبتر است برای شروع، بیشتر با گروه شرکت های کهکشان آشنا شویم. شما از چه زمانی فعالیت خود را آغاز کردید؟

فعالیت گروه شرکت های کهکشان، در حقیقت با مؤسسه فرهنگی - هنری کهکشان نور در چهارم مهرماه سال ۱۳۷۹ شروع شد و این مؤسسه اولین شرکت ما بود. محور کاری اش فعالیت های آموزشی بود. ما در آن زمان جزو محدود مؤسساتی بودیم که دوره های آموزش تخصصی فناوری داشتیم و همچنین اولین جایی که در حوزه امنیت اطلاعات آموزش ارائه می دادیم. تا سال ها بعد بیشتر فعالیت های ما معطوف به بخش آموزش بود و حتی در حال حاضر هم ما را بیشتر با این بخش می شناسند.

در ادامه دیدیم پروژه های بسیاری به ما ارجاع می شود و درخواست مشاوره دارند. به همین دلیل تصمیم گرفتیم شرکت «کهکشان مشاور ایمن» را تأسیس کنیم که کارش مشاوره و پیاده سازی پروژه های امنیت اطلاعات و شبکه بود. این شرکت بیشتر در بخش مالی اعتباری فعال است. در لیست مشتریان کهکشان مشاور ایمن، بانک های بزرگ کشور مانند ملت، ملی و تجارت وجود دارد که این شرکت به آنها سرویس های مختلف از جمله مشاوره امنیت ارائه می دهد.

با وجود اینکه آن زمان هنوز کلمه دانش بنیان مطرح نبود، ما عملاً تفکر دانش بنیان داشتیم و پایه فعالیت هایمان نیز بر همین اساس بود. بنابراین بسیار علاقه مند به انجام کارهای

نوآورانه بودیم. به همین دلیل شرکت دیگری را با نام «فناور کهکشان دانا» تأسیس کردیم که کارش ارائه راه حل های فناورانه در حوزه های مختلف فناوری و امنیت اطلاعات بود. این دو شرکت اخیر به عنوان شرکت دانش بنیان به ثبت رسیده اند. در این حوزه ثبت اختراع نیز داریم و وارد بخش تولید محصولات بومی فناورانه به خصوص در بخش امنیت شدیم.

پس از آن شرکت کارسازان اندیشه های نوآفرین «کاران» را ایجاد کردیم که در بخش جذب و استخدام فعالیت دارد. یکی، دو شرکت دیگر نیز در کنار این شرکت ها تأسیس شد. در نهایت دیدیم شرکت های ما ماهیت گروهی دارند و تصمیم گرفتیم این ماهیت را حقوقی کنیم. بر این اساس

گروه شرکت‌های کهکشان ایجاد شد و چشم‌انداز ما تجمیع تمامی فعالیت‌های شرکت‌های مختلف کهکشان در گروه شرکت‌های کهکشان بود تا بتوانیم تمامی چرخه فعالیت‌های مرتبط با فناوری اطلاعات مثل آموزش، مشاوره، ارائه راه حل و هر آنچه که در لبه فناوری، سازمان‌های بزرگ به آن نیاز دارند، ارائه دهیم.



المیرا حسینی



elmirahosseini@gmail.com

◀▶ **ظرف این سال‌ها یکی از بحران‌های سیستم‌های کسب‌وکارها به‌خصوص در حوزه دیجیتال، موضوع امنیت بوده و شاهد از دست رفتن اطلاعات کاربران، پخش این اطلاعات و... بوده‌ایم. مشکل از کجاست؟ آیا نیروی متخصص نداریم؟ تجهیزات مان اندک است؟ یا داریم درباره ضعف امنیتی در کشورمان**

بزرگ‌نمایی می‌کنیم و این در همه جای دنیا اتفاق می‌افتد؟ آیا واقعاً در کشور بحران امنیت اطلاعات داریم؟

ببینید در حقیقت این بحران امنیت اطلاعات در همه جای دنیا وجود دارد. آیا بزرگ‌نمایی می‌شود؟ به نظر من باید بزرگ‌نمایی شود. زیرا آن قدر این موضوع حساس است و دغدغه ایجاد می‌کند که بهترین کار همین بزرگ‌نمایی است. تازه با این وجود، ما هنوز به راه حل‌های درست نرسیده‌ایم. اما واقعاً این بحران جهانی است. زمانی در دنیا جنگ فیزیکی موضوع اصلی بود، اما پیشتر جنگ‌ها در دنیای امروز جنگ سایبری است. قدرتی که ما در دنیا مخصوصاً در سال‌های آینده به آن نیاز داریم، قدرت سایبری است و این اصلاً چیزی نیست که بخواهیم از آن غفلت کنیم یا آن را جدی نگیریم. اینکه چرا حملات سایبری به ما می‌شود و مشکل کجاست، باید بگویم که یکی، دوتا نیست. وقتی رویداد امنیتی اتفاق می‌افتد و نفوذی رخ می‌دهد، چند اقدام لازم است. اول یکسری اقدامات پیشگیرانه است و کنترل‌هایی که ما باید از قبل انجام می‌دایم. پس بخشی اقدامات پیشگیرانه است و هزینه‌هایی که سازمان‌ها و شرکت‌ها می‌باید برای حوزه امنیت اطلاعات بپردازند. اما متأسفانه در همین مرحله مشکلی وجود دارد؛ وقتی صحبت از تجهیزات می‌شود، چون قابل لمس است، راحت برای آن هزینه می‌کنند، در حالی که تجهیزات حوزه امنیت قابل لمس نیست. در نتیجه برای آن کمتر هزینه می‌شود و متوجه اهمیت و تبعات آن نیستیم. اگرچه با اتفاقاتی که افتاده، کم‌کم سازمان‌ها متوجه اهمیت این موضوع می‌شوند که از بین رفتن اطلاعات چه مشکلات و دردسرهایی دارد. در این زمینه اولاً باید فرهنگ‌سازی اتفاق بیفتد، قوانین کاربردی‌تر تدوین شود و ضمانت‌اجرایی داشته باشد. ما در حال حاضر در کشورمان متولیان زیادی در حوزه امنیت داریم؛ متولیبانی که هم ناظر هستند و هم وضع‌کننده قوانین و اتفاقاً قوانین هم وجود دارند، اما بسیاری از اوقات به‌درستی اجرا نمی‌شوند، زیرا بازخواست کارآمدی صورت نمی‌گیرد. این عدم پاسخگویی مسائلی را ایجاد می‌کند. اما مرحله دوم؛ با همه اقدامات پیشگیرانه، ما همیشه می‌گوییم هرگز امنیت ۱۰۰ درصدی وجود ندارد. یعنی اگر شما تمامی تمهیدات را هم در نظر بگیرید، باز هم امکان بروز مشکل هست. حالا که یک اتفاق پیش آمده، چطور آن بحران را مدیریت کنیم؟ فرایندهای این بخش هم باید از قبل تعریف شده باشند. باید پیگیری، پاسخگویی، روش‌های مقابله با بحران و بازیابی وجود داشته باشد که هرکدام از اینها استانداردها و چهارچوب‌های بین‌المللی و ملی خودش را دارد.

قدم سوم اقدامات اصلاحی است. از هر اتفاقی باید درس‌هایی را بیاموزیم که حداقل دوباره از همان نقطه ضربه نخوریم. اما متأسفانه بعضی اوقات برای موضوع امنیت با امنیتی بودن مرزبندی مشخصی تعیین نمی‌شود. یکی از مسائلی که بخش خصوصی خیلی روی آن تأکید دارد، این است که به عنوان بازوی اجرایی دولت، لازم است در جریان یکسری از موارد قرار گیرد تا بتواند در اجرای آنها به دولت کمک کند. اما معمولاً در یک رخداد امنیتی، همه چیز پشت درهای بسته می‌ماند و ما با درخواست‌های فراوان باز هم به نتیجه نمی‌رسیم که مشکل

کجاست و ما کجایم توانیم کمک ارائه دهیم و به عنوان بخش خصوصی چه راه حل‌هایی برای دولت داشته باشیم تا مجدداً این اتفاق نیفتد و درس آموخته‌ها را عملیاتی کنیم. تأکید می‌کنم که ما با طبقه‌بندی اطلاعات و مشکلات و محرمانگی که وجود دارد، کاملاً آشنا هستیم و انتظار اعلام عمومی نداریم.

اما در سطوح طبقه‌بندی شده انتظار تعامل با بخش خصوصی و ارائه راه حل‌های اصلاحی و پیاده‌سازی آنها را داریم. به اشتراک‌گذاری تجربه‌های به‌دست آمده بسیار مسئله مهمی است. البته برای همان اقدام اصلاحی هم باید ضمانت‌اجرایی و پاسخگویی وجود داشته باشد. غیر از اینها، مسئله‌ای که در همه دنیا مطرح است، مسئله فرهنگ‌سازی است. این فرهنگ‌سازی در تمامی لایه‌ها از آحاد مردم تا زیرساخت‌های حیاتی و مدیران ارشد باید

اتفاق بیفتد. بسیاری از مشکلات امنیتی نشئت‌گرفته از خطاهای انسانی و از مهندسی اجتماعی است که با تربیت و آموزش انسان‌ها و ارتقای دانش آنها و فرهنگ‌سازی، می‌توانیم جلوی دسته‌ای از نفوذها را بگیریم. انسان‌ها همیشه ضعیف‌ترین حلقه زنجیره امنیت سازمان‌ها هستند. پس فرهنگ‌سازی و آموزش بسیار مهم‌اند. این فرهنگ‌سازی نیز لازم است از بالا به پایین اتفاق بیفتد. این کار مسئولیت حاکمیت‌ها و دولت‌هاست. تا زمانی که تعهد کافی حاکمیت به فرهنگ‌سازی وجود نداشته باشد، ما در فرهنگ‌سازی مؤثر موفق نمی‌شویم.

مسئله مهم دیگر تخصیص بودجه است. باید امنیت را در سطح مایحتاج اولیه و ضروری ببینیم و همان‌طور که برای خرید تجهیزات مختلف بودجه در نظر گرفته می‌شود، برای امنیت نیز هزینه کنیم. اطلاعات امروز مهم‌ترین دارایی بشر است و ما باید متناسب با اهمیتش با آن رفتار کنیم. اما متأسفانه رفتار مناسبی با اطلاعات نداریم.



نیروها و شرکت‌هایی را که در ایران در حوزه امنیت کار می‌کنند، در چه سطحی می‌بینید؟ در مقایسه با جهان کجا ایستاده‌ایم؟

طبیعتاً از نظر سطح تخصص در سطح جهان نیستیم. تعارف نداریم و این واقعیت است. اما در تلاشیم و شرکت‌ها با وجود شرایط اقتصادی سخت و تحریم و فشارهای مختلفی که به آنها وارد می‌شود، در ارتقای تخصص سعی خود را می‌کنند. می‌دانید که ما در این مورد نمی‌توانیم تعامل و ارتباط چندانی با دنیا داشته باشیم. متخصصان خوبی در کشور داریم. اصل مسلم این است که امنیت مطلوب هر کشوری در سطح زیرساخت‌های حیاتی باید بومی باشد. همه کشورهای دنیا تلاش می‌کنند که در سطوح لازم، به امنیت بومی برسند، حال اینکه چقدر می‌توانند موفق شوند بحث دیگری است. اما وقتی از امنیت اطلاعات حرف می‌زنیم، این را یادمان باشد که یکسری از فناوری‌ها کلاً در اختیار یکسری کشورهای خاص است. ما تلاش خود را کرده‌ایم و می‌کنیم، اما برای شرکت‌ها، بخش خصوصی و نیروی انسانی ما باید بسترها و تسهیلاتی فراهم شود. در نزد متولیان امنیت فناوری اطلاعات کشور این دغدغه بزرگی است. در جلساتی که داشتیم، بحث این بود که باید بودجه بگذاریم و کارهای مختلفی بکنیم. مثال این امر دستاوردهای کشور در زمان جنگ است که در آن زمان ما نتوانستیم کارهای بزرگی را با همت داخلی انجام دهیم. در نهایت به این نقطه رسیدیم که باید برای تحقق امنیت اطلاعات، جهاد اعلام کرد و عملاً نهضت امنیت اطلاعات باید راه‌اندازی شود. وقتی کشوری از لحاظ ژئوپلیتیک تا این حد در موقعیت

حساسی قرار دارد و کشور بزرگی است که گستره بزرگی از صنایع را در اختیار دارد، امنیت اطلاعات اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند. پس باید جهاد امنیت اطلاعات داشته باشیم. جهاد به چه معنا؟ یعنی تمرکز و دغدغه کشور این حوزه باشد. صنعت امنیت اطلاعات جزو اولویت‌های کشور باشد. اما اگر در سطح ملی و حاکمیتی این دیدگاه وجود نداشته باشد، طبیعی است بخش خصوصی تا جایی می‌تواند کار را پیش برد و بیش از آن در توانش نیست. شرکت‌ها در حد توانی که داشتند، به خوبی تلاش و مقاومت کرده‌اند، اما به هیچ‌وجه در سطح بین‌المللی نیستیم و نیازمند همراهی‌ها و تسهیلات بسیاری هستیم که الزاماً مالی نیست. لازم است شرایطی فراهم شود که بتوانیم دانش کشور را در این حوزه بالا ببریم. اگر این اتفاق بیفتد، شرکت‌هایمان و نیروی انسانی و محصولات ما قدرت می‌گیرند و اکوسیستم موفق می‌شود.



شما سال‌هاست در سازمان نظام صنفی رایانه‌ای تهران عضو هیئت مدیره هستید. نهادی صنفی که اتفاقاً در هفته‌های اخیر مشکلاتی با سایر نهاد‌های صنفی دیگر داشته است. آیا این نهاد و سیاست‌های آن را در راستای رشد و توسعه اقتصاد دیجیتال که بخش مهمی از اقتصاد نوآوری را تشکیل می‌دهد، می‌دانید؟ چه مشکلاتی در این نهاد صنفی وجود دارد و نقد شما چیست؟

نقد به این سازمان یعنی نقد به خودم. چون من نظام صنفی را خانه همه بخش خصوصی می‌بینم.



گاهی ممکن است شخصی به خودش هم انتقاد داشته باشد.

بله، اتفاقاً می‌خواهم همین را بگویم که اگر نقدی به نظام صنفی وارد است، به همه ما که اعضای این نهاد هستیم، وارد خواهد بود. من سال‌هاست در این سازمان فعالیت دارم و چند دوره نیز رئیس کمیسیون افتا بوده‌ام و همچنان

هستم. اینکه ما اصناف و تشکل‌های دیگری داریم، در همه دنیا مرسوم و طبیعی است. اما سازمان نظام صنفی رایانه‌ای بزرگ‌ترین تشکل مردم‌نهاد حوزه فناوری اطلاعات است که در تمامی ایران شرکت‌ها و افراد حقیقی و مشاوران را در بر می‌گیرد. نظام صنفی نماینده بخش خصوصی مقابل دولت و حاکمیت به عنوان مطالبه‌گر بخش خصوصی است. اینکه ما درون خودمان همگرایی و انسجام کافی نداشته باشیم، در مطالبه‌گری ما و تعامل‌مان با حاکمیت مسئله ایجاد می‌کند. این انسجام چطور اتفاق می‌افتد؟ در قدم اول با همراهی همه اعضا. اینکه ما بیرون بایستیم و به سایرین بگوییم شما چرا فلان کار را انجام نداده‌اید، درست نیست. این چیزی است که من در تمامی این سال‌ها دیده‌ام. همان قانون ۲۰-۸۰ اینجا هم صدق می‌کند؛ همیشه فقط تعداد خاصی فعال بوده‌اند و سایرین بیرون ایستاده‌اند و انتقاد کرده‌اند و درخواست داشته‌اند. در حالی که اینجا یک سازمان مردم‌نهاد و داوطلبانه است و ما بودجه‌ای از جایی دریافت نمی‌کنیم. خودمان باید برای خودمان کار انجام دهیم و بزرگ‌ترین مسئله اینجا است که به اندازه کافی خودمان را درگیر کار تشکلی و صنفی نمی‌کنیم. انسجام و اتحاد و همگرایی با دغدغه‌مندی خودمان اتفاق می‌افتد.

نکته دیگر این است که در نظام صنفی نیازمند افرادی هستیم که نگاه و اخلاق صنفی داشته باشند و این اخلاق صنفی را درون صنف اشاعه و آموزش دهیم. ما چقدر نگاه و رفتار تشکلی بلدیم؟ باید به طور جدی آن را تمرین کنیم.



این نگاه و اخلاق صنفی شامل چه چیزهایی می‌شود؟

وقتی شما در صنف نشسته‌اید، دیگر کسب‌وکارتان مهم نیست. در صنف شما دارید به نفع همه صنف صحبت می‌کنید. حتی ممکن است جایی به ضرر بخشی از کسب‌وکار خودتان هم باشد ولی در مجموع به نفع صنف است و باید منافع جمعی را در نظر بگیرید، نه منافع شخصی. همچنین اینکه بتوانید همراهی و هم‌اندیشی کنید و بخشی از کار را انجام دهید. درک کنید که تصویر بزرگ وجود دارد و شما جزئی از آن کل هستید و برای اینکه به آن تصویر کلی برسید، باید هرکدام کارتتان را درست انجام دهید. این تمرین می‌خواهد. یکی از مواردی که طی سال‌ها در نظام صنفی تمرین نشده، این رفتار بوده است. ما موفق به جان‌شپین‌پروری کافی نشده‌ایم و نتوانسته‌ایم این اخلاق و نگاه صنفی را آن قدر که باید و شاید تمرین کنیم و برای بسیاری از کسانی که در صنف بودند، ارزش لازم را قائل نشدیم. بسیاری از کسانی که می‌توانستند ستون‌های صنف باشند، دیگر نیستند. اینکه ما بتوانیم افراد مؤثر و کلیدی‌مان را نگه داریم، هنری است که مدل و سیستم خاص خود را می‌خواهد. اما به طور کلی، انجام کار تشکلی بسیار سخت است؛ به‌خصوص در کشوری که کار تشکلی در آن رواج زیادی ندارد. کار صنفی در حوزه فناوری که هر گوشه‌اش یک صنعت جداگانه است، بسیار سخت‌تر می‌شود. در نهادی که بودجه دولتی ندارد، باز هم سخت‌تر خواهد شد. بنابراین ما در جای سختی ایستاده‌ایم که جز همراهی و همدلی خودمان، از کس دیگری نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم. من همیشه در جلسات صنفی می‌گویم ما دو وجه کاری داریم: یکی بیرون صنف و دیگری، درون صنف. در بیرون صنف باید مطالبه‌گری کنیم و چانه بزنیم و... اما درون صنف دست ماست و ما باید برایش کاری انجام دهیم. اگر ما نتوانستیم اینجا کار درست انجام دهیم، بیرون هم بسیاری از موارد درست می‌شود.



به شکل موردی مثالی در ذهن تان هست که بگویید اگر این نگاه صنفی در سازمان وجود داشت، فلان اتفاق نمی‌افتاد؟

یک مثال خیلی ساده، تعرفه نظام صنفی است. نظام صنفی سال‌هاست تعرفه تدوین کرده و خودم هم جزو کمیسیون تدوین تعرفه و کمیسیون ساماندهی بازار بودم. یکی از مشکلات ما در صنف فناوری اطلاعات این است که هر کسی قیمتی می‌داده و خدمات شرح درستی نداشتند. ما تلاش کردیم با کمک کارشناسان دادگستری، یک تعرفه محکم‌ه‌پسند ایجاد کنیم که کاملاً منطبق بر قوانین وزارت کار باشد و قابل دفاع. اما تا زمانی که حاکمیت این تعرفه را به‌عنوان تعرفه مرجع نپذیرد، الزام اجرایی ندارد. ما سال‌هاست این تعرفه‌ها را منتشر می‌کنیم و از اعضای سازمان درخواست می‌کنیم که مبتنی بر این تعرفه قیمت بدهند. اما یکی از بزرگ‌ترین معضلات در مناقصات، دامپینگ است و شکست قیمت و حسشتناکی که باعث می‌شود ارزش خدمات فناوری اطلاعات در کشورمان بسیار پایین باشد. اگر منی که قیمت می‌دهم، خیالم راحت باشد که شرکت‌های عضو صنف هم بر همان مبنای صحیح و با ارزش واقعی قیمت می‌دهند و همه به آن متعهدیم، مسلماً کارفرمانمی‌تواند خلاف آن رفتار کند. اما خودمان کاری کرده‌ایم که مجبور باشیم با کمترین قیمت‌ها بهترین خدمات را ارائه دهیم.



لطفاً درباره کمیسیون افتا بگویید. وقتی صحبت از سازمان نظام صنفی می‌شود، نام یکسری افراد و کمیسیون‌ها را بیشتر می‌شنویم، اما در میان‌شان نام شما و کمیسیون افتا را نمی‌بینیم؛ علت چیست؟

در این حد می‌توانم بگویم که افتا جزو کمیسیون‌های پرکار و کم‌خبر است؛ زیرا حوزه امنیت اطلاعات حساسیت‌هایی دارد که در سایر حوزه‌ها وجود ندارد و همین باعث می‌شود خبر زیادی از فعالیت‌های آن منتشر نشود. البته یکی از اهداف کمیسیون خصوصاً در این دوره این است که روی فرهنگ‌سازی کار کنیم. در این زمینه از ۱۳۰۲ سال پیش سمینارهایی نیز برگزار می‌کنیم. در این دوره قصد داریم فرهنگ‌سازی را به عنوان بخشی از اخبار صنف سازمان بیاوریم تا در مورد مسائل امنیتی که باید رعایت شود، اطلاع‌رسانی صورت گیرد.



درباره آریانا هافینگتون

زنی سرسخت و جسور

«ترس از شکست» یکی از عوامل بازدارنده زنان برای ورود به عرصه‌های بالای مدیریتی است. این عامل در عرصه سیاست بزرگ‌تر و تأثیرگذارتر نیز می‌شود. اما آریانا هافینگتون به سرسختی و نهراسیدن از شکست در عرصه زندگی و کار معروف است. آریانا هافینگتون ستاسیناپولوس در ۱۵ ژوئیه ۱۹۵۰ در آتن به دنیا آمد.

او برای ادامه تحصیل در رشته اقتصاد به دانشگاه کمبریج رفت و تا مقطع کارشناسی ارشد تحصیل کرد. در طول تحصیل، فروشگاه‌های در لندن راه‌اندازی کرد ولی همزمان به نویسندگی نیز پرداخت. در سال ۱۹۷۴ پس از تلاش فراوان برای راضی کردن ناشران، توانست اولین کتاب خود را با نام «The Female Woman» چاپ کند و در سال ۱۹۸۰ به آمریکا مهاجرت کرد. او به صورت منظم به تحلیل‌های سیاسی می‌پرداخت و در تلویزیون برنامه‌های برای دفاع از این عقاید داشت. او شبکه خوبی در بدنه سیاسی محافظه‌کاران برای خود ساخت، ولی بعد از مدتی مواضع خود را تغییر داد و لیبرال شد. او در انتخابات فرمانداری کالیفرنیا شرکت کرد و موفق نشد؛ اما در همان سال یکی از پرفروش‌ترین کتاب‌های سال را نوشت.

شهرت آریانا در جهان بیشتر با کسب و کار تولید محتوا گره خورده است. او بنیان‌گذار هافینگتون پست است که در سال ۲۰۰۸ قدرتمندترین بلاگ جهان معرفی شد. این اتفاق به انضمام ۱۴ نسخه کتاب تأثیرگذار و پرفروش او، باعث شد که او در لیست زنان قدرتمند جهان جای گیرد.

آریانا مادر دو فرزند است و در سال‌های ابتدایی، به صورت افراطی کار می‌کرد تا زمانی که روزی در دفتر کارش از فرط خستگی بیهوش شد و از ناحیه صورت آسیب دید. او از آن روز میلخ نظریه تعادل میان کار و زندگی است، اگرچه کماکان پرتلاش است و اعتقاد دارد انجام همزمان چندین کار، کارایی انسان را تقویت می‌کند.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



عکس‌ها: بهار اصلانی



روان انسان به توجه نیاز دارد

گفت‌وگو با سمیرا سادات رسولی که کلینیک دل‌وین را با رویکرد روان‌درمانی هیجان‌مدار تأسیس کرده و با استقبال خوب مراجعان مواجه شده است

روان‌درمانی فرایندی است که در سال‌های اخیر توانسته مشکلات زیادی را از زندگی پرمشغله امروزی حل کند؛ اما در میان روش‌های درمانی نیز، برخی روش‌های نوآورانه با موفقیت بیشتری مواجه شده‌اند که روان‌درمانی هیجان‌مدار یکی از این روش‌هاست.

سمیرا سادات رسولی متخصص روان‌درمانگری هیجان‌مدار است و کمتر از یک سال پیش، کلینیک دل‌وین را تأسیس کرده است. این زن ۴۱ ساله، دو فرزند دارد و روان‌شناسی سلامت را تا مقطع دکترا ادامه داده است. او علاوه بر اینکه مدیریت کلینیک را بر عهده دارد، در دانشگاه نیز تدریس می‌کند. رسولی می‌گوید روان‌شناسی را بر اساس علاقه شخصی‌اش دنبال کرده، زیرا از بودن در کنار دیگران و ابراز همدلی به آنها انگیزه پیدا می‌کند.

برای شروع، کمی از دل‌وین برایتان توضیح می‌دهید؟

دل‌وین یک کلینیک روان‌درمانی است که با سیستم جدید هیجان‌مدار کار می‌کند. من به همراه همکاران روان‌شناسم در این کلینیک، علاوه بر جلسات درمان فردی و گروهی، دوره‌های آموزشی برای عموم افراد و دوره‌های آموزشی برای متخصصان نیز برگزار می‌کنیم.

درمان هیجان‌مدار به چه معناست و چرا این گرایش روان‌شناسی را انتخاب کردید؟

من چند سالی در حوزه روان‌شناسی فعالیت داشتم و در یافتن بسیاری از روش‌های درمانی حتی وقتی به درستی انجام می‌شوند، مشکل مراجع را به صورت موقت رفع می‌کنند و مراجعه‌کننده پس از مدتی با همان مشکل به صورت قبل با یک شکل جدید باز می‌گردد. این دغدغه من سبب شد تحقیقاتم را برای پیدا کردن راه درمان واقعی و طولانی مدت شروع کنم. در این مسیر با رویکرد هیجان‌مدار آشنا شدم. مطالعاتم را شروع کردم و در دوره‌های بین‌المللی این روش شرکت کردم. این رویکرد همه‌جانبه و همدلانه‌تر است و من درمان‌های بالینی را نیز با این رویکرد انجام دادم و نتیجه مثبتی دریافت کردم. رویکرد هیجان‌مدار بر پایه هیجانات است و هیجانات را سیستم‌های راهنمایی برای وجود ما می‌داند که تغییرات آنها نشان‌دهنده تغییری در حال و هوا و نیازهای ماست. هر هیجانی نشان از تغییری در نیاز ما می‌دهد و این هیجانات مانند چراغ جک یک اتومبیل، آلارم‌های وجودی ما هستند؛ آنها نه تنها علائم مزاحمی نیستند، بلکه به بهزیستی ما نیز کمک می‌کنند و ما را به سیستم ناخودآگاه مان وصل می‌کنند. این روش نسبت به درمان‌های خودآگاه، مؤثرتر و عمیق‌تر است.



کتاب متاورس

مقدمه‌ای بر دنیای شگفت‌انگیز متاورس



مروری برشش اصل اساسی برای عبور همراه با سلامتی از جاده موفقیت

خودتان داستان زندگی تان را بنویسید

فعالیت‌هایی را که شما را از انجام بهترین کارهایی که می‌توانید انجام دهید، دور می‌کند، برون‌سپاری کنید. از دوستان، خانواده و مراکز موجود کمک بگیرید. برای رشد و توسعه خود یک سیستم حمایتی قوی ایجاد کنید تا شما را از نظر عاطفی، ذهنی و معنوی تقویت کند و از مریبان و گروه‌هایی برای توسعه حرفه‌ای کمک بگیرید.

احترام به والدین

به پدر و مادر خود با افزایش سن احترام بیشتری بگذارید. همه ما زخم‌های نبرد زندگی را تا بزرگسالی با خود می‌کشیم. وقتی شما روابط مناسبی با پدر و مادر نداشته باشید و مشکلی حل نشدن تا لحظه مرگ آنان، بین شما باشد، ضربه جبران‌ناپذیری به مسیر شما وارد می‌شود که بهتر است قبل از وقوع، از آن پیشگیری کنید. حل یا بخشش این مشکلات، در نهایت یکی از بزرگ‌ترین هدایایی است که به خود می‌دهید.

احترام به محدودیت‌های انسانی

به محدودیت‌های انسانی خود احترام بگذارید. تعادل یک افسانه است. نمی‌توان همه جنبه‌های زندگی خود را در اولویت قرار داد. همیشه یک چیز بر چیز دیگر ارجحیت دارد. روزها، ماه‌ها یا شاید سال‌ها وجود خواهد داشت که تعهدات خانوادگی جایگزین آرزوها و تعهدات حرفه‌ای خواهد شد. پذیرش مهر بانانه چیزهای غیرمنتظره به ما این امکان را می‌دهد که با واقعیت خود روبه‌رو شویم و انتظارات مان را تنظیم کنیم.

احترام به داستان زندگی خود

زنان هرگز فرصت‌های زیادی برای دنبال کردن رؤیاهای خود و قدم گذاشتن در مسیر بالفعل کردن بزرگ‌ترین ظرفیت‌های خود نداشته‌اند. ما هرگز این قدر قدرت نداشته‌ایم که داستان‌های خودمان را بنویسیم، اما این محدودیت نباید موجب شود صرفاً داستان‌هایی را که دیگران برای ما نوشته‌اند، زندگی کنیم.

در دنیای امروز بسیاری از زنان علاوه بر انجام نقش‌های سنتی، پتانسیل‌های بی‌نظیر خود را در کسب‌وکار و فعالیت اجتماعی نیز بالفعل می‌کنند. گویی همه پشت فرمان خود روز زندگی نشسته و قصد دارند به سلامت و موفقیت به هدف برسند. اما برای سالم رسیدن به هدف، باید از ابتدا تا انتهای مسیر به اصولی احترام گذاشت که تضمین‌کننده موفقیت هستند. در ادامه شش اصل اساسی برای موفقیت در مسیر زنان شاغل را خواهید خواند.

احترام به خود

اگر ماسک اکسیژن خود را محکم نکنید، نمی‌توانید به هیچ‌کس کمک کنید. ایثار کلمه درخشانی است، اما وقتی خود شما کم‌توانید، هیچ فضیلتی ندارد. به خودتان و سلامتی خودتان احترام بگذارید، زیرا هیچ‌کس با ما، محترمانه‌تر از خودمان بر برخورد نخواهد کرد. غربالگری‌ها و بررسی‌های پزشکی را جدی بگیرید تا بدنی سالم برای طی کردن مسیر داشته باشید.

احترام به دوستی

به دوستی‌های خود احترام بگذارید. دوستان شماره نجات‌تان هستند. آنها بدون هیچ هزینه‌ای، بسیاری از دردهایتان را درمان می‌کنند. زنان باید شبکه‌های ایمن برای خود بسازند، پس دوستی‌های قدیمی و جدید خود را تقویت کنید. دوستانی که تاریخ زندگی شما را می‌دانند و به اشتراک می‌گذارند، قیمتی ندارند. با بالا رفتن سن، این دوستان مادام‌العمر شما خواهند بود که شما را با بهترین خاطرات دوران کودکی و بهترین نسخه‌های خود مرتبط نگه می‌دارند. کار همیشه وجود دارد اما دوستی‌ها سرد می‌شوند؛ مگر اینکه آنها را اولویت‌بندی کنید.

احترام به کمک‌خواستن

از کمک‌خواستن از دیگران خجالت نکشید و هرگز از این کار دست نکشید.

سایر درمانگرها، دوره‌های عمومی برای مردم و دوره‌های اختصاصی برای دانشجویان و دانشگاه‌ها برگزار می‌کنند. هشت ماه از فعالیت دل‌بین می‌گذرد و ما به‌تازگی وارد فاز تثبیت شده‌ایم. در حال حاضر فهرست انتظار مراجعان من و بیشتر همکاران برای چهار تا هشت ماه آینده پر شده است؛ چون این روش جدید است و مراجعان نتایج بسیار خوبی از این روش درمانی گرفته‌اند، استقبال از کلینیک نیز روز به روز بیشتر می‌شود.

چه چشم‌اندازی برای کسب‌وکارتان دارید؟

چشم‌انداز ما این است که بتوانیم شعبه‌های متفاوتی از دل‌بین را راه‌اندازی کنیم و افراد متخصصی را برای مدیریت این مجموعه‌ها پرورش دهیم.

این رویکرد شاخه‌های مختلفی دارد و شاخه‌ای که من به آن علاقه مندم و در این زمینه تألیفاتی نیز داشته‌ام، اعتیاد به رابطه عاشقانه است. چون درمان هیجان‌مدار در این زمینه بسیار مؤثر است و ما در ایران مشکلات زیادی در سنین ۱۸ تا ۴۰ سال در این زمینه داریم. به‌علاوه دوست دارم مؤسسه‌های تخصصی این شاخه را در کل ایران گسترش دهم. همچنین درصد گسترش فضایی برای تقویت تحریر درمانگران تازه‌کار هستم تا بتوانند علاوه بر آموزش، تحت نظارت درمانگر ارشد، تجربه جلسات درمانی را نیز داشته باشند.

چه مشکلاتی در این زمینه پیش رو شماست؟

دسته اول مشکلات ساختاری قانون است. قوانین دشواری برای اخذ مجوزهای مؤسسات وجود دارد و با مشکل کلان بیمه مواجهیم. خدمات روان‌شناسی در ایران بیمه نیستند و همین عدم توجه به روان، باعث معضلات جبران‌ناپذیری در جامعه و حتی ضرباتی بر جسم افراد می‌شود.

دسته دوم مشکلات درک و پذیرش اجتماع است. هنوز اهمیت روان‌شناسی بین عموم مردم به صورت واقعی درک نشده است و در مورد رویکرد هیجان‌مدار این شناخت بسیار کمتر است. افراد بر تأثیر مثبت این درمان‌ها واقف نیستند. افراد برای چیزی که تأثیر آن را درک نکرده‌اند، هزینه نمی‌کنند.

دسته سوم خوددرمانی افراد است. بسیاری معتقدند خودشان می‌توانند خود را درمان کنند، مثلاً با کتاب خواندن می‌توانند مشکل را حل کنند و این رویکردها مانع فراگیری درمان‌های مؤثر می‌شود.

من نیاز به این روش درمانی را در مراجعان حس کردم، چون این رویکرد بر اساس همدلی و نوع دوستی شکل گرفته است و اساسش دیده شدن و پذیرفته شدن همه انسان‌ها در هر شرایط و احوالی است. از آنجا که سبک زندگی و تربیت بسیاری از خانواده‌ها در شرایط و مشغله‌های کنونی، موجب نادیده انگاشتن افراد شده است، به نظر من این روش کارآمدتر می‌رسید. در زندگی امروزی کمتر توجهی به روح انسانی افراد می‌شود و اغلب انسان‌ها را با دستاوردهای مطلوب جامعه قضاوت می‌کنند. این روش پاسخ مناسبی برای نیاز دیده‌شده انسانی است.

به نظر شما نوآوری رویکرد هیجان‌مدار در چیست؟

نوآوری این رویکرد در این است که مبتنی بر تجربه لحظه اکنون است؛ یعنی ما تکلیفی به مراجع نمی‌دهیم و هرچه رخ می‌دهد در همان جلسه است. ما به عنوان جراحی روانی از آن یاد می‌کنیم. ضمن اینکه در این مدل از درمان، ممکن است مراجعه‌کننده برای یک مشکل بیاید، اما همه جوانب زندگی او بهبود می‌یابد و برخورد انسانی و هم‌تراز بودن درمانگر با مراجعه‌کننده در طول درمان - به جای دانای کل بودن درمانگر - این روش را متمایز می‌کند. به علاوه دوره‌های گروه‌درمانی و زوج‌درمانی با این روش، بر اساس پژوهش‌هایی که صورت گرفته، بسیار مؤثر هستند.

با چه سرمایه‌ای کارتان را آغاز کردید؟

از ابتدای آشنایی با این رویکرد تصمیم گرفتم یک فضای مملو از آرامش و امنیت برای مراجعان فراهم کنم تا احساس خوبی در آنها ایجاد کند. هزینه اولیه، توسعه فردی و هزینه زمانی بود که برای آموزش‌ها صرف کردم و هزینه مکان کلینیک و تجهیز آن نیز بود. من در ابتدا فقط به فکر تهیه و ساخت یک مکان برای مراجعه افراد بودم و به سودآوری آن نیندیشیده بودم. خوشبختانه توانستم مکانی برای کلینیک بیابم و آن را تجهیز کنم. البته طبق شرط مجموعه، همه همکاران علاوه بر داشتن مدرک این روش، خودشان نیز با رویکرد هیجان‌مدار تحت درمان قرار گرفته‌اند.

در حال حاضر چند نفر در این کلینیک فعالیت دارند و کسب‌وکارتان در چه وضعیتی است؟

اکنون در دل‌بین ۱۵ روان‌درمانگر داریم که علاوه بر پاسخگویی به مراجعان، دوره‌های تخصصی برای



فاطمه طالبی پور



Fatima.pour@gmail.com



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



حالا مادر روزگاری زندگی می‌کنیم که هم ارتباطات بشری لایه لایه شده هم دیگر این طبیعت پاپیده‌های طبیعی نیست که همچون سیاه‌چاله‌ای تشنه رو باروی ماننشسته باشد.

حالا خیالاتی که روزگاری در رمان‌های علمی تخیلی یا فیلم‌های ویرانشهری و آخرالزمانی بر ساخته می‌شد و انگشت حیرت بر دهانمان می‌نشاند، با شتابی باورنکردنی به حقیقت می‌پیوندند و خودمان را در موقعیت‌هایی می‌یابیم که تایک دهه پیش بر ایمان فانتزی و باورنکردنی بودند..



کاهش درآمد های ای بی
با فروکش کردن
شیوع کرونا

تجارت الکترونیک در بحران

شرکت ای بی پیش بینی کرده که در سه ماهه پایانی سال جاری، با کاهش درآمد مواجه شود. روند کاهش درآمد ای بی پس از فروکش کردن قرنطینه های ناشی از همه گیری کرونا آغاز شد و همچنان ادامه دارد. هفته گذشته سهام این شرکت با کاهش ۸ درصدی مواجه بود. این شرکت مستقر در کالیفرنیا هفته گذشته در بیانیه ای اعلام کرد که درآمد سه ماهه منتهی به ژوئن بین ۲/۳۵ تا ۲/۴ میلیارد دلار خواهد بود.

با پایان یافتن رشد سریع بیماری همه گیر، ای بی نیز به عنوان یک شرکت تجارت الکترونیکی، برآوردهای ضعیفی از درآمد ارائه می دهد. با بازگشت خریداران به فروشگاه های فیزیکی و خرید حضوری، سرعت رشد خرید آنلاین کاهش یافته است. البته به گفته مدیر عامل ای بی، حتی اگر درآمدهای کلی حاصل از خرید از سایت کاهش پیدا کند، بخش های بازار یابی و خدمات پرداخت ای بی می توانند سود آور باشند.

آزمون نیز اعلام کرده درآمدش نسبت به زمان اوج آیدمی، پایین آمده است. این شرکت هفته گذشته اعلام کرد که فروش فروشگاه های آنلاین خود در سه ماهه اول نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۳ درصد کاهش یافته است. درآمد ای بی نیز در سه ماهه منتهی به ۳۱ مارس ۵/۹ درصد کاهش یافت و به ۲/۴۸ میلیارد دلار رسید. ای بی در پایان سه ماهه یادشده، ۱۴۲ میلیون خریدار فعال داشت که این تعداد نسبت به سال گذشته ۱۳ درصد کاهش نشان می دهد.

مضاف بر تمام اینها، به دلیل محدودیت نیروی کار و ادامه مشکل زنجیره تأمین، صنعت تجارت الکترونیک شاهد افزایش هزینه های خود در ماه های اخیر نیز بوده است.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

گشت وگذار در یک صنعت ۷۹ میلیارد دلاری

درباره «اسنیکر لاندری» که تمرکز خود را روی صنعت کفش های کتانی گذاشته است

چهار سال پس از اینکه «اسنیکر لاندری» کار خود را در ملبورن راه اندازی کرد، در آستانه افتتاح اولین فروشگاه خود در سیدنی است. این اتفاق پس از افزایش ۹۰۰ هزار دلاری سرمایه اش رخ می دهد؛ سرمایه ای که با مشارکت ۶۸۰ سرمایه گذار در پلتفرم سرمایه گذاری جمعی برچال در ماه مارس جمع آوری شد

یوجین چنگ، مدیرعامل اسنیکر لاندری می گوید: «هدف ما این است که تا پایان سال آینده یک فروشگاه در هر شهر بزرگ استرالیا داشته باشیم.» چنگ می گوید در سال ۲۰۱۷ پس از اینکه نتوانست جایی برای ترمیم کفش هایش پیدا کند و متوجه شد که در بازار خدماتی شکافی وجود دارد، اسنیکر لاندری را راه اندازی کرد.

◀ از خدمات سفارشی تا جعبه های کاربردی صنعت کفش های کتانی که تخمین زده می شود ۷۹ میلیارد دلار در جهان ارزش داشته باشد، بسیار پر رونق است. با توجه به اینکه برخی از سبک های نسخه محدود از لباس ها به اندازه یک خودروی جدید قیمت دارند، جای تعجب نیست که مردم مایل باشند هزینه اضافی پرداخت کنند تا این وسایل را سالم و تمیز نگه دارند.

مشتریان می توانند کفش های خود را حضوری به فروشگاه های اسنیکر لاندری ببرند یا آنها را ارسال کنند؛ در این فروشگاه ها تیمی از افراد آموزش دیده، طیف وسیعی از خدمات نظافت و ترمیم را انجام می دهند؛ از تمیز کردن لکه ها و آلودگی ها گرفته تا از بین بردن بوی بد و ضد آب کردن و رنگ آمیزی. آنها یکسری خدمات سفارشی را نیز انجام می دهند.

چنگ می گوید از زمان آغاز کارشان بیش از ۲۵ هزار کفش را در استرالیا ترمیم کرده اند. قیمت نظافت اولیه ۳۵ دلار است و هزینه بازسازی کامل ۱۵۰ دلار. با توجه به این واقعیت که برخی از کفش های تمیز شده توسط اسنیکر لاندری بیش از ۱۰ هزار دلار ارزش دارند، به نظر نمی آید قیمت هایشان بالا باشد.

اسنیکر لاندری همچنین کیت های تمیز کردن کفش در خانه را با قیمت ۲۹ دلار ارائه می دهند و همچنین لوازم جانبی مانند جعبه های نگهداری کفش ورزشی اکریلیک با نور LED را با قیمت ۵۰ دلار به فروش می رسانند. چنگ در مورد این جعبه ها می گوید: «کلکسیونرها دوست دارند جعبه هایی داشته باشند که از کف تا سقف ارتفاع داشته باشد و بتوانند کفش هایشان را به شکلی مرتب در آن جا دهند. پیش تر کلکسیونرهای قدیمی، کفش های کتانی را در جعبه هایی قرار می دادند که نمی توانستند داخل آنها را ببینند یا یکی را از میان آنها بیرون بکشند. تصور کنید ۱۰ جعبه نایکی روی هم چیده شده باشد؛ اگر بخواهید کفشی را بیرون بیاورید، باید همه آنها را جابه جا کنید. اضافه کردن نور LED به جعبه ها که می توانید با لمس جعبه، آن را روشن و خاموش کنید، فقط برای سرگرمی بود.»

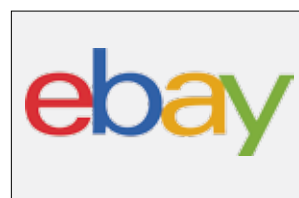
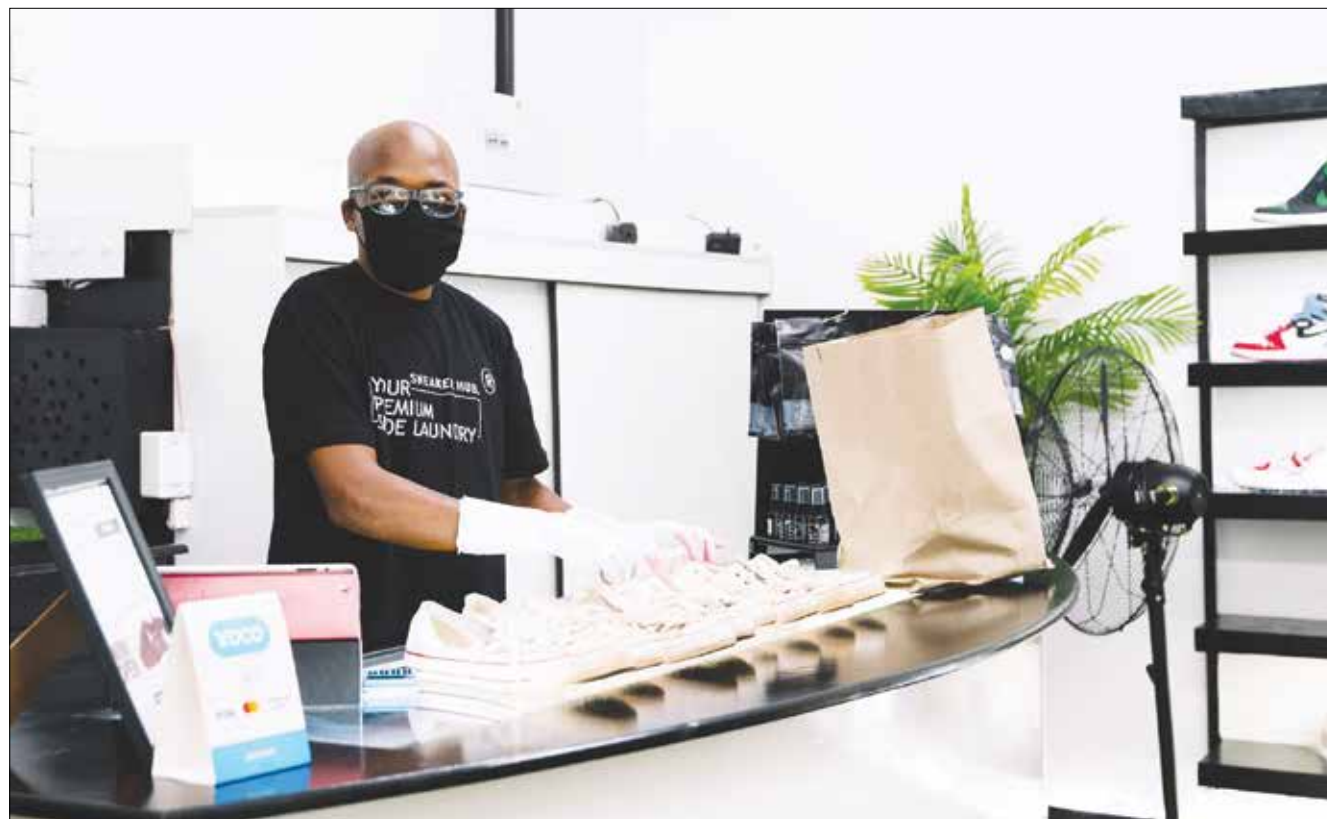
◀ از ملبورن تا بیروت در حالی که چنگ به تازگی شروع به گسترش شبکه فروشگاه اسنیکر لاندری در استرالیا کرده است، پیش تر فعالیت های بین المللی اش را آغاز کرده بود. اولین فروشگاه بین المللی خود را در نوامبر گذشته در لبنان و دومین فروشگاه را اخیراً در عربستان سعودی افتتاح کرد. چنگ یک روز پیامی در اینستاگرام دریافت می کند که

فردی در بیروت از او می خواهد نمایندگی اسنیکر لاندری در بیروت را به او بسپارد و یک فروشگاه نیز در این شهر افتتاح کند. چنگ نیز پیشنهاد او را می پذیرد. او درباره اینکه چرا این پیشنهاد را قبول کرد، توضیح می دهد: «بسیاری از افراد در اینستاگرام به ما پیام می دهند که می خواهند نمایندگی برند ما را در شهرهای مختلف جهان داشته باشند. تفاوت آنها با این مرد در این است که او واقعاً می دانست دارد چه کار می کند. برای من بسیار مهم است که افراد مناسبی نماینده این برند در شهرها و کشورهای گوناگون باشند. می توان قرارداد های عالی بسیاری تنظیم کرد، اما یافتن فرد مناسب کار دشواری است. کسی که فروشگاه ما را در بیروت راه اندازی کرد، همان فرد مناسب بود، زیرا با وجود چالش های راه اندازی یک کسب و کار در لبنان، راه اندازی این فروشگاه آسان بود.»

او می افزاید: «ما مغازه را تجهیز کردیم و کارکنان جدید را در دو هفته آموزش دادیم. من با ۸۰ کیلوگرم چمدان به لبنان پرواز کردم؛ این میزان از وسایل، برای راه اندازی یک فروشگاه کافی بود.»

این تجربه به او اعتماد به نفس حضور در سایر بازارهای بین المللی را داد. چنگ می گوید: «تجربه واقعاً خوبی برای کسب و کار ما بود تا بفهمیم چگونه می توانیم در سطح بین المللی کارمان را گسترش دهیم. بعد از اینکه ایجاد فروشگاه در لبنان با موفقیت انجام شد، متوجه شدم که می توانم در هر جایی از دنیا فروشگاه داشته باشم.»

در صدر فهرست کشورهای میانی که قرار است اسنیکر لاندری در آنها شعبه داشته باشد، بریتانیا، نیوزلند، سنگاپور و مالزی قرار دارند.





چند نکته درباره برند کارفرمایی و اهمیت دیدگاه کاندیداهای فرصت‌های شغلی

آدم‌ها می‌بینند و قضاوت می‌کنند

اشتراک می‌گذارند. راشکا آگراوال، مدیر ارشد منابع انسانی، می‌گوید: «لازم است واقعاً مراقب آنچه در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها منتشر می‌کنید، باشید. مردم شما را می‌بینند و به واسطه برندگان به شما اعتماد می‌کنند. اگر چیزی را منتشر کنید که واقعی نباشد یا نتوانید به آن عمل کنید، خیلی زود در همین فضا دست‌تان رو می‌شود.» متخصصان منابع انسانی معتقدند سازمان‌ها باید در ادعاهای خود صادق باشند و ارزش‌هایی را ترویج کنند که واقعاً در سازمان‌شان اجرا می‌شود. ایبانکار می‌گوید: «مردم به آزادی فرهنگی، برابری جنسیتی و تنوع افراد مشغول در سازمان اهمیت می‌دهند. شما به عنوان یک سازمان نمی‌توانید فقط در مورد این موارد شعار دهید، بلکه باید در عمل نیز اهمیت قائل شدن برای این مسائل را به نمایش بگذارید.» موهانتی نیز در این خصوص می‌گوید: «هر پیامی که شرکت منتشر می‌کند، باید دو پیام در دل خود داشته باشید؛ توضیح آنچه امروز هستید و نشان دادن دورنمایی که ۱۰ سال دیگر در آن نقطه می‌ایستید. حال این پیام می‌خواهد در شبکه‌های اجتماعی منتشر شود، در میان کارکنان تان ترویج شود یا پیغامی است که قرار است به دست سهام‌داران شما برسد؛ فرقی ندارد.»

کارمندان یک برند، سفیران آن هستند
طبق قاعده، هر برندی برای تبلیغات خود باید یک سفیر برند داشته باشد. اما از نظر سازمانی، همه کارمندان، ذی‌نفعان و حتی کاندیداهای فرصت‌های شغلی، نقشی حیاتی در ساختن پایه‌های برند کارفرمایی دارند. آگراوال می‌گوید: «هر سازمانی با ویژگی‌های مختلف می‌تواند کارمندانی با همان ویژگی‌ها را به خود جلب کند. حتی زمانی که در حال انجام مصاحبه شغلی هستید، فردی که روبه‌روی شما نشسته، فرهنگ سازمانی شما را از زیبایی می‌کند و تلاش می‌کند در یابد که آن سازمان می‌خواهد چه چیزی را از خود نمایش دهد.»



افراد برای شغل درخواست می‌دهند و منتظر پاسخ کارفرمایان هستند. گاهی اوقات، آنها به اندازه کافی خوش‌شانس هستند که سطح اولیه پشت سر بگذارند و پاسخی از کارفرمایان برای شرکت در سطح بعدی مصاحبه دریافت کنند و گاهی اوقات پاسخی نمی‌شنوند و تصور می‌کنند انتخاب نشده‌اند. این جایی است که تصویر برند کارفرمایی شما نزد کاندیداهای دریافت یک شغل ساخته می‌شود. اما تصویری که این افراد از برند کارفرمایی یک شرکت دریافت می‌کنند، تا چه میزان اهمیت دارد؟

تجربه کاندیدها؛ نکته قابل توجه
ستیاجیت موهانتی، مدیر ارشد منابع انسانی شرکت کرامپتون گریوز کانسومر الکترونیکالز، بر اهمیت رها نکردن کاندیداهای دریافت شغل در وضعیت نامطمئن تأکید می‌کند و می‌گوید این کاری است که بسیاری از سازمان‌ها به آن توجهی ندارند و نهایتاً از ایمیل‌های خودکار برای پاسخگویی به کاندیدها استفاده می‌کنند. ایبهجیت ایبانکار، مدیر منطقه جنوب آسیا، خاورمیانه و آفریقا در شرکت جاتی پاسیفیک می‌گوید این موضوع در شرکت آنها بسیار اهمیت دارد و سازمان او، هزینه بسیاری می‌کند و زمان زیادی می‌گذارد تا مطمئن شود کاندیداهای فرصت‌های شغلی در مواجهه با این شرکت، تجربه خوبی را از سر می‌گذارند. آنجلی راغوانشی، مدیر ارشد ارتباطات مردمی شرکت رندستاد هند می‌گوید: «یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی که تجربه کاندیداهای فرصت‌های شغلی را در مواجهه با هر شرکت می‌سازد، نحوه پاسخگویی به آنها توسط شرکت است.»

مراقب پیام برند خود باشید
مدیران منابع انسانی تأکید می‌کنند هر ابزاری که شرکت استفاده می‌کند، بر برند کارفرمایی آن تأثیر می‌گذارد. بنابراین سازمان‌ها باید مراقب باشند چه چیزی را در رسانه‌های اجتماعی به



مرخصی طولانی!

شرکت‌های هندی برای کارمندان دارای فرزند شرایط ویژه‌ای در نظر گرفته‌اند

تانیا ماهان، مدیر برند کارفرمایی کرداونیو گفت: «در زمان همه‌گیری و در غیاب مهد کودک‌ها و تعطیلی اکثر مدارس، متوجه شدیم کارمندان در هماهنگی میان انجام وظایف کار و رسیدگی به فرزندان خردسال‌شان با مشکل مواجه شده‌اند. به همین دلیل یک خط تسهیلات ایجاد کردیم که به موجب آن هر کارمند می‌تواند برای مراقبت از کودک خود ۱۵ هزار روپیه، کمک‌هزینه دریافت کند. البته این تسهیلات حداکثر برای دو کودک اعطا می‌شود.» آن دسته از نیروی کار استارت‌آپ زیبایی و گان پلام که همزمان نقش مادر یا پدر را نیز عهده دارند، گزینه‌های کاری‌شان انعطاف‌پذیر است و به حمایت‌های سلامت روان دسترسی دارند. شانکار پرساد، بنیان‌گذار این استارت‌آپ می‌گوید: «کارمندان می‌توانند برای گرفتن مشاوره در مورد مدیریت نقش‌هایشان و مشکلاتی که دارند، از خدمات سلامت روان استفاده کنند و شرکت هزینه آن را می‌پردازد.»

استارت‌آپ سلامتی کارکنان نوا بنفیتس در برابر کارمندانی که صاحب فرزند هستند، انعطاف بیشتری می‌دهد. ساراناش گارگ، یکی از بنیان‌گذاران این استارت‌آپ می‌گوید این شرکت زمان‌بندی کار را متناسب با والدین تنظیم کرده و حتی حجم کار را برای برخی از کارمندان کاهش داده است.

گارگ گفت: «در موج سوم همه‌گیری، کودکانی را دیدیم که مبتلا به کووید یا سایر بیماری‌ها شدند. بنابراین خدمات سلامت و مراقبت از اطفال را در اختیار کارمندان قرار دادیم که به موجب آن می‌توانند هر چند بار که نیاز دارند با پزشک مشورت کنند تا مطمئن شوند بچه‌هایشان در سلامتی کامل به سر می‌برند.»

شرکت ادتک با جواز همچنین مرخصی مراقبت از کودکان دارد. طبق آن، کارکنانی که فرزندان زیر ۱۳ سال دارند، یک هفته مرخصی بیشتر دریافت می‌کنند. در سوییگی نیز کارمندان خدمات مراقبتی سلامت و تا ۱۵ روز مرخصی اضافی دریافت می‌کنند.

در کشور هند، مجموعه‌ای از شرکت‌های جدید مانند کرداونیو، اوکی کردیت، پلام، نوا بنفیتس، سوییگی و باجوز، مرخصی‌های نامحدودی را برای مراقبت از کودکان برای کارمندان خود در نظر می‌گیرند و انعطاف‌پذیری بیشتری در برنامه کاری ارائه می‌دهند، زیرا والدین در دوران شیوع کرونا در غیاب مدرسه و مهد کودک برای مراقبت از کودکان دچار مشکل شده بودند. مشکلی که هنوز هم به طور کامل برطرف نشده و هر لحظه ممکن است با ظهور یک سویه جدید، والدین شاغل را با بحران مواجه کند.

این شرکت‌ها این اقدام را با شروع موج سوم کووید آغاز کردند. زیرا بیشتر نیروهای متخصص مدت‌هاست در خانه امور کاری خود را پیش می‌برند. آنها به کارکنان خود هزینه‌های مراقبت از کودک را می‌پردازند و برای پدران و مادران مرخصی زایمان طولانی مدت در نظر می‌گیرند. چندی پیش استارت‌آپ حسابداری دیجیتال اوکی کردیت مزایای بارداری و پدر شدن را فراتر از استانداردهای صنعت گسترش داد. مادران در این شرکت ۳۲ هفته مرخصی استحقاقی - شش هفته بیشتر از آنچه توسط دولت اجباری شده است - و ۲۸ هفته اضافی کار در خانه خواهند داشت. پدران نیز هشت هفته مرخصی با حقوق و ۲۸ هفته کار در خانه دارند.

ویشال امان گوماداپو، مدیر منابع انسانی اوکی کردیت می‌گوید: «برای کسانی که صاحب فرزند می‌شوند، انعطاف‌پذیری زیادی در تیم‌ها وجود دارد؛ زیرا ما می‌دانیم آنها باید زمان زیادی را به کودک اختصاص دهند. این شرکت یک خط مشی مرخصی نامحدود دارد که به افراد اجازه می‌دهد به اندازه نیاز خود مرخصی بگیرند.»

در کرداونیو، مادران ۲۶ هفته مرخصی زایمان با حقوق طبق قوانین دولت، مرخصی اجباری و ۲۶ هفته مرخصی بیشتر با حقوق جزئی دریافت می‌کنند. پدران هم ۱۰ هفته مرخصی می‌گیرند که می‌تواند آن را به سه قسمت تقسیم کنند و ظرف یک سال پس از تولد نوزاد آن را بگذرانند.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



ماشین‌ها هر روز در حال هوشمندتر شدن هستند
اما آیا فکری برای اخلاق ماشین کرده‌ایم؟

رسوخ مسئله‌دار هوش مصنوعی در زندگی روزمره

رشد و گسترش هوش مصنوعی و حوزه‌های کاربردی آنچنان شتابان بوده که هر روز درباره آن می‌شنویم و با کاربردهای گوناگون آن روبه‌رو می‌شویم. روشن است که هوش مصنوعی یکی از پدیده‌های اثرگذار در هزاره سوم است که راه رسوخ در همه ارکان زندگی بشری را پیدا کرده. این پدیده در چند دهه گذشته رشد کرده و در مسیری قرار گرفته که خواه، ناخواه به بخشی از زندگی روزمره تبدیل می‌شود.

زمان بر مشکلات چیره می‌شود

ما در سال‌های اخیر در نحوه کدنویسی برای هوش مصنوعی هوشمندتر نشده‌ایم، پس چه چیزی تغییر کرده؟ به نظر می‌رسد محدودیت بنیادین در ذخیره‌سازی رایانه‌ها که ۳۰ سال پیش ما را عقب نگه می‌داشت، از بین رفته است. قانون مور که تخمین می‌زند حافظه و سرعت رایانه‌ها هر سال دو برابر می‌شود، سرانجام در بسیاری موارد از نیازهای ما پیشی گرفت و «دیپ بلو» این‌گونه توانست در سال ۱۹۹۷ کاسپاروف را شکست دهد و گوگل با «آلفاگو» در سال ۲۰۱۷ بر Ke Jie قهرمان چینی GO غلبه کرد. ما توانایی‌های هوش مصنوعی را به سطح قدرت محاسباتی (سرعت ذخیره‌سازی و پردازش رایانه) فعلی خود اشیاع می‌کنیم و سپس منتظر می‌مانیم تا قانون مور دوباره فرا برسد.

هوش مصنوعی فراگیر شده

ما در دوره کلان داده‌ها زندگی می‌کنیم؛ دورانی که ظرفیت گردآوری حجم عظیمی از اطلاعات را داریم که پردازش آن برای یک شخص بسیار دشوار است. پیش از این به کارگیری هوش مصنوعی در چندین صنعت مانند فناوری، بانکداری، بازاریابی و سرگرمی بسیار پر بار بوده، حتی اگر الگوریتم‌ها پیشرفت چندانی نداشته

باشند. کلان داده و محاسبات عظیم به سادگی اجازه می‌دهد تا هوش مصنوعی با این نیروی بی‌رحمانه بیاد بگیرد. شاید شواهدی از کند شدن قانون مور بروز کند، اما افزایش داده‌ها هیچ امکانی را از دست نداده است. پیشرفت‌ها در علوم رایانه، ریاضیات یا علوم اعصاب همگی به عنوان دستاوردهای بالقوه از سقف قانون مور عمل می‌کنند.

آینده

برای آینده باید در انتظار چه چیزی بود؟ به نظر می‌رسد زبان هوش مصنوعی رویداد بزرگ بعدی در این زمینه است که در واقع در حال انجام است. بسیاری به یاد ندارند آخرین باری که با یک شرکت تماس گرفته و مستقیماً با یک انسان صحبت کرده‌اند، چه وقت بوده. این روزها حتی ماشین‌ها به کاربران زنگ می‌زنند! می‌توان تعامل با یک سیستم خبره را در یک مکالمه روان متصور شد یا اینکه مکالمه‌ای به دوزبان مختلف در زمان واقعی ترجمه شود. همچنین می‌توانیم (محافظه کارانه) انتظار داشته باشیم که پر شدن جاده‌ها با اتومبیل‌های خودران در ۲۰ سال آینده رخ دهد. هدف درازمدت هوش عمومی است، یعنی ماشینی که در همه کارها از توانایی‌های شناختی انسان پیشی می‌گیرد. این ادامه مسیر ربات حساسی است که ما به دیدن آن در فیلم‌ها عادت کرده‌ایم. گرچه عملی شدن آن در ۵۰ سال آینده غیرقابل تصور است؛ حتی اگر توانایی پیاده‌سازی آن وجود داشته باشد، پرسش‌های اخلاقی مانعی برای به ثمر نشستن چنین برنامه‌ای است. وقتی زمان آن فرا برسد، (گرچه بهتر است پیش از آنکه زمانش برسد) درباره راهبردها و اخلاق ماشین گفت‌وگوهای جدی داشته باشیم، این دو موضوع اساساً مسائلی انسانی است؛ اما در حال حاضر اجازه می‌دهیم هوش مصنوعی به طور پیوسته و دیوانه‌وار در جامعه بهبود یابد.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



هوش مصنوعی از تخیل تا واقعیت

دوره شکوفایی هوش مصنوعی از سال ۱۹۵۷ تا ۱۹۷۴ بود که رایانه‌ها قادر به ذخیره اطلاعات بیشتری شدند، سرعت پردازش افزایش یافت، استفاده از آنها ارزان تر شد و این ابزارهای انقلابی بیش از پیش در دسترس بودند

و تا پیش از سال ۱۹۴۹ پیش نیازهای کلیدی هوشمندی را نداشتند؛ آنها تنها دستورات را اجرا می‌کردند و امکان ذخیره‌سازی اطلاعات نداشتند. به بیان دیگر می‌شد به رایانه‌ها گفت چه کاری را انجام دهند اما نمی‌توانستند آنچه را انجام داده بودند، به خاطر بسپارند. دیگر آنکه پردازش بسیار گران بود. در اوایل دهه ۱۹۵۰ هزینه اجاره رایانه تا ۲۰۰ هزار دلار در ماه می‌رسید. تنها دانشگاه‌های معتبر و شرکت‌های بزرگ فناوری توان پرداخت هزینه گشت و گذار در این دنیای ناشناخته را داشتند. متقاعد کردن صاحبان منابع ارزشمند مالی درباره سودمندی پیگیری هوش ماشینی نیازمند اثبات مفهوم و حمایت افراد سرشناس بود.

داستان‌های علمی - تخیلی در نیمه نخست قرن بیستم جهان را با مفهوم ربات‌های مجهز به هوش مصنوعی آشنا کرد. این ماجرا با مرد آهنی «بی‌قلب» در فیلم جادوگر شهر از آغاز شد و با ربات انسان‌نما که خود را شبیه به شخصیت ماریا در متروپلیس کرده بود، ادامه یافت. دهه ۱۹۵۰ شاهد حضور نسلی از دانشمندان، ریاضی دانان و فیلسوفان بود که مفهوم هوش مصنوعی (AI) در ذهن‌شان رسوخ کرده بود. یکی از این افراد آلن تورینگ، دانشمند جوان بریتانیایی بود که امکان‌پذیری ریاضی هوش مصنوعی را بررسی کرد. تورینگ معتقد بود اگر انسان‌ها از اطلاعات موجود و همچنین عقل برای حل مشکلات و تصمیم‌گیری استفاده



مهران امیری
mehranamiri@gmail.com

می‌کنند، پس چرا ماشین‌ها نتوانند همین کار را انجام دهند؟ مقاله‌ای که او در سال ۱۹۵۰ ارائه داد، بر این چارچوب منطقی استوار بود؛ او ماشین‌های محاسباتی و هوش را برای ارزیابی چگونگی ساخت ماشین‌های هوشمند و آزمایش هوش آنها مورد بررسی قرار داد.

امکان‌پذیر کردن تعقیب و گریز حرف زدن هزینه‌ای ندارد؛ چه چیز مانع انجام کار تورینگ شد؟ نخست آنکه رایانه‌ها نیازمند دگرگونی اساسی بودند

گردهمایی‌ای که نقطه آغاز همه چیز بود اثبات مفهوم هوش مصنوعی پنج سال پس از این توسط آلن نیپول، کلیف شاور و هربرت سیمونز (نظر به پرداز منطقی) شروع شد. برنامه‌نویس به منطبق برای تقلید از مهارت‌های حل مسئله یک انسان طراحی شده، به وسیله شرکت تحقیق و توسعه RAND از آن حمایت مالی می‌شد. بسیاری این را نخستین برنامه هوش مصنوعی می‌دانند. این برنامه در طرح پژوهشی تابستانی دارتموث درباره هوش مصنوعی



ویرایش سوم

راهنمای ورود به دنیای بیت کوین
اتریوم و ارزهای دیجیتال برای مبتدی ها

یک ساتوشی

محمد آذر نیوار / نیما ملک پور

چاپ هفتم



چاپ هفتم منتشر شد

پیشنهادهای دویژه

به مناسبت انتشار چاپ جدید

اولین باری که نام **بیت کوین** را شنیدیم به سادگی از کنار آن رد شدیم تا چند سال بعد همه نگاه‌ها از جمله نگاه **حسرت آمیز** ما دوباره به آن جلب شد. **کتاب یک ساتوشی** تلاشی برای راهنمایی افرادی است که تنها در حد شنیدن واژه بیت کوین یا دنبال کردن قیمت **ارزهای دیجیتال** با این فناوری آشنا هستند. از کوچک‌ترین واحد پولی بیت کوین به پاس خدمات سازنده آن تحت عنوان «**ساتوشی**» یاد می‌شود. یک ساتوشی جزئی از صدمیلیون واحد کوچک دیگر است که در کنار یکدیگر یک واحد بیت کوین را تشکیل می‌دهند. یک ساتوشی نمادی برای سهم شدن در این **انقلاب** است؛ مشارکتی که با کوچک‌ترین واحد پولی آغازگر این انقلاب انجام می‌شود. یک ساتوشی می‌تواند **دارایی ارزشمندی در آینده** باشد.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

ایجاد ارتباط نیازمند دانستن معنای کلمات بسیاری هستیم تا آنها را در ترکیبات مختلف درک کنیم. هانس موراوک دانشجوی دکتری مک‌کارتی در آن زمان گفت: «رایانه‌ها هنوز میلیون‌ها بار ضعیف‌تر از آن هستند که هوش خود را نشان دهند.» در نتیجه بودجه کم شد و پژوهش‌ها به مدت ده سال کند پیش رفتند. هوش مصنوعی در دهه ۱۹۸۰ با تکیه بر گسترش ابزار الگوریتمی و افزایش سرمایه فعال شد. جان هاپفیلد و دیوید روملهارت روش‌های «یادگیری عمیق» را رواج دادند که به رایانه‌ها امکان داد تجربه کنند و یاد بگیرند. همچنین ادوارد فایگنهام سامانه‌هایی عرضه کرد که فرایند تصمیم‌گیری یک متخصص انسانی را تقلید می‌کرد. این برنامه از یک متخصص می‌پرسد که در یک موقعیت خاص چه پاسخی می‌دهد و هنگامی که تقریباً در باره هر موقعیتی آموخت، می‌تواند به افراد غیرمتخصص مشاوره دهد. سامانه‌های خبره کاربردی گسترده در صنایع یافتند. دولت ژاپن سامانه‌های خبره و سایر کارهای هوش مصنوعی را به عنوان بخشی از طرح نسل پنجم رایانه FGCP به شدت حمایت کرد و از سال ۱۹۸۲ تا ۱۹۹۰ با هدف دگرگونی در پردازش رایانه‌ای و پیاده‌سازی برنامه‌نویسی منطقی و بهبود هوش مصنوعی، ۴۰۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری کرد. گرچه بسیاری از اهداف بلند پروازانه به بار ننشست، با این حال اثرات غیر مستقیم FGCP الهام بخش نسل جوان با استعدادی از مهندسان و دانشمندان شد. ولی توقف حمایت مالی FGCP هوش مصنوعی را از کانون توجه خارج کرد. هوش مصنوعی در نبود بودجه دولتی و تبلیغات عمومی رشد کرد و در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ بسیاری از اهداف برجسته آن به بار نشست. گری کاسپاروف، استاد و قهرمان بزرگ شطرنج جهان، در سال ۱۹۹۷ با برنامه رایانه‌ای شطرنج دیپ بلو شرکت IBM شکست خورد که نخستین شکست قهرمان شطرنج جهان در برابر رایانه و گامی بزرگ برای برنامه تصمیم‌گیری مبتنی بر هوش مصنوعی بود. در همان سال نرم‌افزار تشخیص گفتار که در اگون سیستمز توسعه داده بود، روی ویندوز پیاده‌سازی شد. این نیز گام بزرگ و رو به جلوی دیگری در مسیر تفسیر زبان گفتاری بود. گویا مشکلی وجود ندارد که ماشین‌ها نتوانند از پس آن بیاورند و حتی تشخیص احساسات انسانی نیز می‌تواند مناسب باشد؛ ربات کیسنت که توسط سینتیا بریزیل ساخته شد، قادر به تشخیص و نمایش احساسات بود.

DSRPAI ارائه شد که به میزبانی جان مک‌کارتی و ماروین مینسکی در سال ۱۹۵۶ برگزار شد. در این گردهمایی تاریخی مک‌کارتی با این دیدگاه که تلاش مشارکتی بزرگی را شکل دهد، پژوهشگران برتر حوزه‌های مختلف را برای گفت‌وگوی آزاد درباره هوش مصنوعی گرد هم آورد؛ اصطلاح هوش مصنوعی از ابداعات همان رویداد بود. کنفرانس انتظارات مک‌کارتی را برآورده نکرد، با این حال همه شرکت‌کنندگان با تمام وجود حس کردند که هوش مصنوعی دست‌یافتنی است. اهمیت این رویداد نباید نادیده گرفته شود، چرا که موجب شتاب‌گیری پژوهش‌ها درباره هوش مصنوعی برای ۲۰ سال بعد شد.

قطار موفقیت و شکست

دوره شکوفایی هوش مصنوعی از سال ۱۹۵۷ تا ۱۹۷۴ بود که رایانه‌ها قادر به ذخیره اطلاعات بیشتری شدند، سرعت پردازش افزایش یافت، استفاده از آنها ارزان‌تر شد و بیش از پیش در دسترس بودند. در این دوره الگوریتم‌های یادگیری ماشین بهبود یافت و کاربران دریافتند کدام الگوریتم را برای مشکل خود به کار بگیرند. نخستین خروجی‌ها مانند Newell و Simon's General Problem Solver و Joseph Weizenbaum's ELIZA به ترتیب برای اهداف حل مسئله و تفسیر زبان گفتاری ابزارهای امیدوارکننده‌ای بود. دستیابی به این موفقیت‌ها در کنار حمایتی که محققان برجسته ابراز کردند (شرکت‌کنندگان در DSRPAI) توانست سازمان‌های دولتی مانند بنگاه طرح‌های پژوهشی پیشرفته دفاعی (DARPA) را برای پشتیبانی مالی از پژوهش‌ها در حوزه هوش مصنوعی متقاعد کند. دولت آمریکا به‌ویژه علاقه‌مند به ماشینی بود که رونویسی و ترجمه زبان گفتاری را همانند پردازش داده‌ها بتوان عملیاتی بالا انجام دهد. گرچه خوش بینی بالا بود اما توقعات از آن پیشی گرفت. ماروین مینسکی در سال ۱۹۷۰ به مجله لایف گفت: «بین سه تا هشت سال ماشینی با هوش عمومی یک انسان معمولی خواهیم داشت.» با این حال هنوز راه زیادی تا دستیابی به اهداف نهایی پردازش زبان طبیعی، تفکر و شناخت خود باقی مانده بود. با کنار رفتن غبارهای نخستین، کوه مشکلات آشکار شد. بزرگ‌ترین مانع نداشتن قدرت محاسباتی برای انجام هر کار بنیادین بود؛ رایانه‌ها نمی‌توانستند اطلاعات کافی را ذخیره یا با سرعت مناسب پردازش کنند. مثلاً برای



نصایح ایرج میرزا آخر حال بین، عاقبت کار نگر

ایرج میرزا از شاعران برجسته دوران مشروطه خواهی و از پیشگامان نوگرایی در ادبیات فارسی بود. وی که در پاییز سال ۱۲۵۲ (یا ۱۲۵۳) شمسی در تبریز به دنیا آمد، فرزند صدرالشعرا و نتیجه فتحعلی شاه قاجار بود. وی به زبان‌های ترکی، فارسی، عربی و فرانسه تسلط داشت و روسی نیز می‌دانست. اشعار ایرج ساده و روان و گاهی دربرگیرنده واژه‌ها و گفتار عامیانه است که در دوره مشروطیت اثرگذار بود. ایرج میرزا در ۲۲ اسفند ۱۳۰۴ شمسی در پی سکته قلبی در تهران درگذشت و در آرامگاه ظهیرالدوله به خاک سپرده شد.

فکر آن باش که سال دگر ای شوخ پسر
روزگار تو دگر گردد و کار تو دگر
حسن تو بسته به مویی است ز من رنجه
مشو

که ز روز بد تو بر تو شدم یاد آور
نه دگر وصف کند کس سر زلفت به عبیر
نه دگر مدح کند کس لب لعنت به شکر
نه دگر باشد روی تو چو ماه تخرشپ
نه دگر مانند قد تو به سرو کشمر

آن که بر در بود امسال دو چشمش شب
وروز

که تو یاز آیی و بر خیزد و گیردت به بر
سال نو چون به در خانه او پای نهی
خادم و حاجب او عذر تو خواهد بر در
نه کم از موری در فکر زمستانت باش
پیش کاین مو، به رخت چون مور آرد لشکر
گر جوانیست بس، از خوشگذاران نیست
بس است

آخر حال بین، عاقبت کار نگر
وقت را مردم با عقل غنیمت شمرند
اگر عقل بود وقت غنیمت بشمر
تکیه بر حسن مکن در طلب علم بر آری
این درختیست که هر فصل دهد بر تو ثمر
سیم امروز دستت برود تا فردا
بادی باشد چیزی که بود باد آور
کوش کن علم به خود تکیه گهی ساز کنی
چون ببندد حسن از خدمت تو ساز سفر



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

سلبریتی جان! تو کن سوراخ تبلیغ نکن!

بهتر است نه به آن سلبریتی تو کن تبلیغ کن فکر کنم، نه به خر، نه به ما کارونی و نه به نان باگت؛ چشمانم را ببندم و چند لحظه ای بروم توی عالم هیروت و فکر کنم توی دنیایی زندگی می‌کنم که در آن همه چیز عادی اتفاق می‌افتد...

خر در کشور به شدت بالا رفته است. راستش این خبر همین طوری خالی خالی اش هم عجیب است. اما ادامه اش از آن هم عجیب تر است. فرموده اند به خاطر گران شدن جو و یونجه و حتی کاه، خر گران شده است. خب اینجا مشکلی وجود دارد و آن هم این است که اگر کاه و یونجه (که از لوازم اولیه خرداری است) گران شده، قاعدتاً باید خر ارزان شود، پس چرا برعکس شده است؟



عبدالله
مقدمی

@moghaddamy007

راستش نمی‌خواهم زیاد ذهنم را درگیر این ماجراها کنم. اصلاً بهتر است نه به آن سلبریتی تو کن تبلیغ کن فکر کنم، نه به خر، نه به ما کارونی و نه به نان باگت. چشمانم را ببندم و چند

لحظه ای بروم توی عالم هیروت و فکر کنم توی دنیایی زندگی می‌کنم که صبح به صبح در آن همه چیز عادی اتفاق می‌افتد... واقعاً غیر عادی تر از این امکان دارد؟



ظاهراً سهمیه این بنده لوطی خور شده
آمبر بیچارگی هایم به شدت پر شده
بر شکم آجر ببندم، ظاهراً بی ربط نیست
چون بالطف رفیقان نان من آجر شده

۳

چند روز پیش داشتم مجله شماره قبل را ورق می‌زدم که دیدم چند نفر از بازیگران که مشهور شدنشان فقط به خاطر قابلیت‌های شخصی‌شان است و نه مثلاً خدای نکرده ننه و بابایشان، دارند تبلیغ توکن‌های جعلی و سوراخ می‌کنند. با خودم فکر کردم من چقدر آدم خوش شانسی هستم که بی پولم. چون اگر پولی ته حسابم داشتم و می‌خوردم به پست این عزیزان جَدَّاب، سه‌سوته جذب‌شان می‌شدم و هر چه داشتم و نداشتم را می‌ریختم ته چاه دستشویی. اما حالا چه؟ حالا هیچی!

۴

توی این دنیا امثال من خیلی خوشبختیم. چون اگر حتی موقع خرید اشتباهی یک صفر زیادی هم توی دستگاه بزنی، بلایی سرمان نمی‌آید؛ برای اینکه اصلاً آن قدر پول نداریم که از آن چیزی کسر شود. واقعاً اینجاست که معنای شعر آن بزرگوار را می‌فهمم که فرمود: خوشبخت کسی که خر ندارد/ از کاه و جوش خبر ندارد

۵

گفتم خر و کاه و جو، یاد خبری افتادم. فرموده بودند قیمت

۱

این بچه مهمانی یک چیزی می‌دانست که چپ می‌رفت و راست می‌آمد، صحبت ساندویچ ما کارونی اش را می‌انداخت وسط. من چقدر ساده بودم که به سادگی این بچه می‌خندیدم و می‌گفتم: «آخر پسر جان! ما کارونی که ساندویچی نیست. باید توی بشقاب بخوری اش.» نگو این ناقتا داشته پیام مخابره می‌کرده و می‌گفته: «ای کسی که می‌خواهی تا یک ماه دیگر خر مایه دار بشوی! برو و نان ساندویچی و ما کارونی بخر که عن‌قرب گران خواهد شد.»

۲

من که متوجه سیگنال این بچه نشدم و نشستم فقط به فحش‌های زیر پوستی اش خندیدم، اما خدا و کیلی الان هر چه فکر می‌کنم که حالا مثلاً اگر متوجه این سیگنال می‌شدم چه اتفاقی می‌افتاد، به نتیجه‌ای نمی‌رسم. فرض بگیریم آن بچه بی‌ادب که نه، اصلاً یکی از مسئولان مؤدب می‌آمد توی خوابم و می‌گفت: «عزیزم بیا و از رانت اطلاعاتی ما استفاده کن و فلان چیز و بهمان چیز را بخر تا پولدار بشوی.» باز هم فرقی نداشت. چون من اصولاً پولی نداشتم که بتوانم چیزی بخرم. می‌بینید؟ آدم بیچاره در هر اوضاعی بیچاره است.

شب نوشته‌های یک بچه نوآور! (۴۱) قاچاق گسترده فناوری داخلی به کشورهای همسایه

گفت‌وگوهای این روزها با بچه‌ها کمتر به نتیجه رسیده و جلسات یا به شوخی و خنده می‌کشد یا درد دل و این جور حرف‌ها. درست است که خودم هم گاهی بی‌آنکه بخواهم با بچه‌ها همراه می‌شوم، ولی بالاخره کارها را هم باید پیش ببریم. ولی تصمیم‌گیری دشوار قیمت‌گذاری روی محصول باید در جلسه بررسی شود. گرچه سخت‌تر از آن چیزی است که خواننده بودیم و سمیرا می‌گفت که به قول کامیار، بالاخره او مدیر محصول است و یک چیزهایی سرش می‌شود و با مدیر مسئول فرق دارد.

از هشدارهای مدیر محصول واقعاً مسئولان مان که بگذریم، برای همین یک موضوع قیمت‌گذاری و چند



مهران امیری

mehranamiri@gmail.com

تا عدد ناقابل دست‌نیافتنی، چندین هفته گذشته رادر جلسه و گفت‌وگو و بررسی رقبا و خواندن گزارش‌های مالی گذرانده‌ام. تازه به این نتیجه رسیده‌ام که شاید محسن هم درست می‌گفت که به قول بزرگان «کار هر بز نیست خرمن کوفتن / گاونر می‌خواهد و مرد کهن». البته با پی‌نوشت کامیار که بلادرنگ یادآوری می‌کرد منظور شاعر از بز و گاو روشن است و من و دیگران به خودمان نگیریم!

امروز که دوباره برای یک جلسه قیمت‌گذاری با بچه‌ها دور هم می‌نشستیم، به هیچ روی نمی‌دانستم قرار است چه کار کنیم. امیدوار بودم بچه‌ها کمک کنند تا مثل خر توی گل گیر نکنیم. انگار پیش از آن باید مراقب باشم چه جمله‌هایی می‌گویم. از وقتی درگیر خواندن کتاب‌های پند و مثل و حکمت شده‌ام، بین گفت‌وگوها چیزهایی می‌گویم که حتی کامیار را هم به فکر می‌برد!

جلسه شروع شد. نتیجه بررسی‌های روزهای گذشته را به بچه‌ها گفتم. چندتا جدول نشان دادم، نمودار کشیدم و در حال نزدیک شدن به نتیجه پایانی بودم که سامان گفت: «من چه چیزی می‌گم که کار تو تمام کنه!» اگر کامیار بود به حرفش توجه نمی‌کردم و به نظرم شوخی می‌رسید، ولی این سامان بود. فریبا پیش‌تر از من گفت: «منتظر چی هستی؟ زود باش. زیر لفظی

می‌خوای؟» سامان هم مقداری این پا و آن پا کرد و گفت: «فکر می‌کنم بهتره که قیمت‌ها رو دو تا سه برابر کنیم.» سمیرا تقریباً به شکل یک جیغ که دیگر بنفش نبود، پرسید: «چی می‌گی؟ این همه بررسی و ارزیابی و نظرخواهی از کارشناسان و مشتری و فلان و بهمان رو بگذاریم کنار، قیمت رو ببریم بالا، اونم دو یا سه برابر! با کدوم توجیه و منطق؟» سامان خیلی آرام گفت: «اول اینکه از قدیم گفتن کاری که به عقل بر نیاید، دیوانگی اش گره‌گشاید. از اینکه بگذریم، شما این روزها کجا هستید؟ توی همین اتاق‌ها و میون صفحه‌کلید یا سری هم به کوچه و خیابون می‌زنید؟ آرد و نون و دارو همین جور گرون شده. دلیلش هم روشنه، برای جلوگیری از قاچاق به کشورهای همسایه. این رو که من نمی‌گم، مسئولین گرامی به همه زبانی می‌گن: ولی گویا شما هنوز نمی‌فهمید. خب محصول ما توی بازار کشورهای همسایه مشتری داره. پس کسانی هستند که اون رو قاچاق کنند. بالاخره یک محصول فناورانه‌س که کشورهای دور و بر ندارند و ما هم نمی‌خواهیم به اونها بدم. حالا چرا به مشتری گرامی هم میهن نگیم قیمت‌ها به خاطر پیشگیری از قاچاق گسترده فناوری داخلی به کشورهای همسایه افزایش یافت؟ جلسه و بررسی هم نمی‌خواد.»

دگرگ

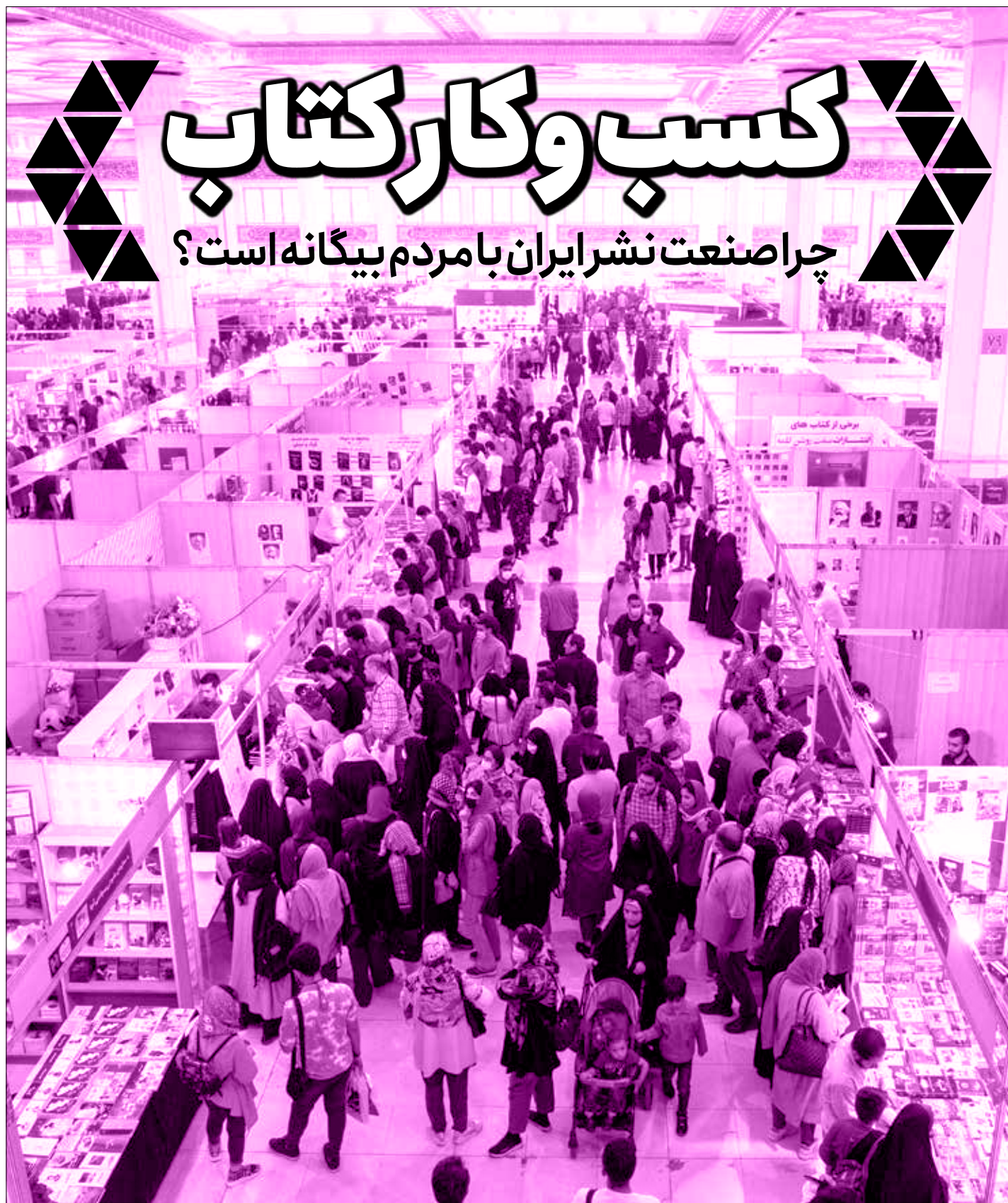
ویژه‌نمایشگاه کتاب

W E E K L Y M A G A Z I N E



گفت و گویا سمیه محمدی
مدیر انتشارات آریانا قلم

**خوب‌ها
ماندگارند
کم کیفیت‌ها
حذف می‌شوند**



کسب و کار کتاب

چرا صنعت نشر ایران با مردم بیگانه است؟



گفت و گویا جعفر همایی
مدیر نشر نی

**بازی در زمین
بی‌قاعده**



گفت و گویا امیر حسین زادگان، مدیر انتشارات فغنوسی

**آسیب‌های مسابقه‌ای
به نام انتشار کتاب!**



گفت و گویا عادل طالبی
مدیر انتشارات برآیند

**مسئله مهم برآیندینگ
در صنعت کتاب**



**بازخوانی نقش
کتاب‌فروشی‌های
جدید در گفت و گویا
مدیران زیتون و مان**



گفت و گویا مدیران طاقچه و فیدیبو

**جای خالی ناشران
کتاب‌های صوتی**



گفت و گویا قاسم سرفرازی

**نگاهی به کارنامه
انتشارات
راه پرداخت**



بایدهای توسعه کسب و کار کتاب چرا صنعت نشر ایران با مردم بیگانه است؟

چاپ می‌کنند، می‌دیدید. در بین ناشرانی که بفرموده فعالیت می‌کنند، تک و توک ناشرانی در بخش عمومی داریم که کتاب‌هایشان از نظر فنی درست هستند و تلاش کرده‌اند چرخه‌های صنعت نشر را تا حد ممکن در نظر بگیرند.

از آن سوانتشارات‌های قدیمی تر بخش خصوصی را داریم که تمرکزشان بر ادبیات است و تلاش می‌کنند خودشان را به آن راه بزنند! همان‌گونه که بعد از حمله مغول‌ها به ایران شاهد رشد گونه‌ای از ادبیات بودیم که سعی می‌کرد خودش را به کوچه علی‌چپ بزند، به نظر می‌رسد حجم انبوه مسائلی که در ایران امروز وجود دارد، ناشران پرکار بخش خصوصی را روانه ندانم‌گرایی کرده است.

ناشرانی که می‌توانستند و می‌توانند منشاء تغییر فرهنگی در جامعه باشند و برای پرسش‌های پرشمار امروز تحلیل‌هایی درست ارائه دهند، ترجیح داده‌اند به ادبیات روسیه و آمریکای لاتین و اروپا و آمریکا و ژاپن بپردازند. این بی‌توجهی به مسائل روز از سوی ناشران بخش خصوصی هم قطعاً دلایل اقتصادی دارد. ناشران بزرگ بخش خصوصی امروز به بنگاه‌های متوسط اقتصادی تبدیل شده‌اند و باید تلاش کنند چرخشان بچرخد و ممیزی‌های گسترده راه را برای فعالیت آنها سخت می‌کند. پاسخ‌دادن به پرسش‌های روز یعنی به استقبال ممیزی رفتن؛ قطعاً این‌گونه نگاه نمی‌کنم که ناشران رسالتی بر دوش دارند و وظیفه‌شان روشننگری است، می‌گویم می‌توانند این کار را بکنند و نسل‌های آینده را بسازند؛ کاری که امروز نمی‌کنند و ترجیح می‌دهند با ادبیات جهان این نسل را سرگرم کنند!

مشکل کجاست؟ مشکل اینجاست که بنگاه‌های اقتصادی قبول می‌کنند بنگاه اقتصادی هستند و مناسبات اقتصادی بر آنها حاکم است؛ نه چریک‌اند، نه مبارز مدنی و نه مدعی اصلاح و اصلاح‌گری.

ادامه در صفحه ۳

کتاب باید به یک کالای مصرفی تبدیل شود؛ سال‌ها برخی تلاش کردند از کتاب قدیس بسازند. امروز برای اینکه آمار کتاب و کتاب‌خوانی افزایش یابد، چاره‌ای جز تقدس‌زدایی از کتاب نداریم. همان‌طور که گندم و نان و آرد کالاهایی برای مصرف هستند، همان‌طور که لباس‌ها کالاهایی برای مصرف هستند، کتاب هم کالایی برای مصرف است؛ بنابراین همه آن قواعد اقتصادی که درباره مصرف و کالاها حاکم‌اند، بر کتاب هم حکومت می‌کنند. مبارزه با بدیهی‌ترین مفاهیم و انکار کردن آنها به همین وضعیتی منجر شده که امروز صنعت کتاب ایران گرفتار آن شده است؛ صنعتی که چندلایه است و از هر طرف که نگاهش کنیم، حالش خوب نیست. راه‌ها هم قیم‌مآبانه و از بالا به پایین است و در نهایت هم به زعم برخی، این مردم هستند که مقصرند و سواد ندارند و کتاب نمی‌خوانند، ولی هیچ‌گاه درست نپرسیدیم که آیا قواعد اقتصادی صنعت نشر درست رعایت شده است؟

فعالان صنعت نشر ایران در سال‌های گذشته مدام از سختی کارشان گفته‌اند و اینکه مثلاً اگر می‌زدند در کار ساخت و ساز به پول بیشتری رسیده بودند و بنابراین کاری که می‌کنند کار انبساط و یک کار فرهنگی و دلی و از روی عشق. در صنعت نشر ایران مفهومی به نام پول به‌طور کل نادیده گرفته شده و پاشنه آشیل صنعت نشر ایران همین رودر بایستی‌ها شده است.

وقتی صنعت نشر ایران را بررسی می‌کنیم، چالش‌ها پرشمار است؛ شاهد آن فزونی روزافزون ارگان‌ها، نهادها و مؤسسات دولتی و عمومی که کتاب هم چاپ می‌کنند. در همین نمایشگاه سی‌وسوم اگر قدم می‌زدید حجم روبه‌رشد این‌گونه نهادهایی را که کتاب هم



رضا قربانی

مدیرمسئول انتشارات راه پرداخت



@mediamanager_ir



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم





ادامه از صفحه ۲

چرا صنعت نشر ایران با مردم بیگانه است؟

صرفاً بنگاه اقتصادی هستند، مانند همه آن کسانی که در چرخه و زنجیره ارزش نان و ماکارونی فعالیت می‌کنند و مانند همه آنها که تلاش می‌کنند لباس‌هایی را که بر تن مردم است، تولید کنند. وقتی بخواهیم ظاهرمان یک چیز باشد و در باطن تابع قوانین اقتصاد، این راهی می‌شود که در نهایت بن بست است. قصه تحریم نمایشگاه را هم از این زاویه می‌بینم؛ ناشران بزرگی که امروز بازارشان را دارند و در چرخه‌های هرچند باسقفی کوتاه‌قادرند امورشان را بگذرانند، حضور در نمایشگاهی مانند نمایشگاه کتاب برایشان بیشتر هزینه است تا درآمد. حالا این جریان‌سازی‌ها برای شرم‌منده کردن آنهاست که در دو سال گذشته به خاک سیاه نشسته‌اند و چنین نمایشگاهی تنها روزنه امید برای برون‌رفت از وضع موجودشان است را چگونه باید تحلیل کرد؟

متأسفانه صنعت نشر ایران را برخی که به چرخه‌های سنتی عادت کرده‌اند و برخی که بیرون‌گود نشسته‌اند و می‌گویند لنگش کن، به زمین زده‌اند. گروهی نمایشگاه را تحریم می‌کنند و گروهی دیگر در خارج از مرزهای ایران نمایشگاه کتاب بدون سانسور برگزار می‌کنند. هر دو گروه به یک اندازه آمار کتاب‌خوانی در ایرانیان را پایین آورده‌اند و در صف اول مدعیان هم نشسته‌اند.

اینان کتاب را عرصه نبردهای خیالی خود یافته‌اند؛ غافل از اینکه کتاب کالایی است مصرفی، نه ابزاری برای مبارزه! مانند لباس؛ البته روی لباس هم می‌توان شعار نوشت و با آن هم پیامی را منتقل کرد، ولی این موضوع صنعت لباس کشور را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد. همان‌گونه که یکی از دوستان ناشرم روی تی‌شرتی که در نمایشگاه پوشیده بود، نوشته بود: «این نیز بگذرد»، من هم معتقدم این نیز بگذرد، ولی هزینه آن بسیار بیشتر از آن چیزی است که تصورش را می‌کنیم. هزینه پشت‌کردن به نوآوری در صنعت نشر ایران را نه نسل امروز که نسل‌های فردا هم به دوش خواهند کشید.

نگاهی به کارنامه انتشارات راه پرداخت

گفت‌وگو با قاسم سرافرازی

انتشارات راه پرداخت یکی از نشرهای فعال در حوزه تخصصی نوآوری از جمله فین‌تک است که در سال‌های اخیر تلاش کرده با توسعه گفتمان و ادبیات تخصصی حوزه مالی و بانکی و فناوری‌های مرتبط با آنها هم به کسب‌وکارها و مدیران فعال در این صنعت یاری رساند و هم برای مخاطبان عام خود منابع معتبر فارسی فراهم کند. آن هم در صنعت و حوزه‌ای که با سرعت زیاد و ساعت‌به‌ساعت در حال تغییر است و به‌شدت تحت تأثیر فناوری‌های دیگر، به‌ویژه که این روزها فناوری‌های مالی مبتنی بر بلاکچین و رمزارزها هم به این وادی اضافه شده و کار را برای کسانی که می‌خواهند توسعه‌دهنده ادبیات موضوعی آن باشند، هم سخت‌تر کرده و هم جذاب‌تر.

قاسم سرافرازی مدیر بخش انتشارات مجموعه راه پرداخت است که این روزها یکی از نشرهای فعال در نمایشگاه سی‌وسوم کتاب است. با او درباره مسیر و رویکرد این نشر و برنامه‌های آن برای کنشگری بیشتر در صنعت نشر کشور صحبت کرده‌ایم.

نخستین حضور انتشارات راه پرداخت در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران چگونه بوده است؟

نخستین حضور انتشارات راه پرداخت در نمایشگاه بین‌المللی کتاب بهانه‌ای شد برای اینکه بتوانیم کمی از راه پرداخت و مسیری که آمده‌ایم صحبت کنیم. هر چند شاید بسیاری از افراد، راه پرداخت را با پایگاه خبری آن بشناسند که دوم اردیبهشت سال جاری یازدهمین سالگرد تأسیس خود را جشن گرفت، اما این مجموعه رسانه‌ای طی سال‌های گذشته در بسترهای مختلفی دست به تولید محتوای زده است.

هر چند سابقه تولید و انتشار کتاب در مجموعه رسانه‌ای راه پرداخت به سال ۱۳۹۲ برمی‌گردد، اما انتشارات راه پرداخت از سال ۱۳۹۷ فعالیت خود را

به‌طور جدی آغاز کرده است. تقریباً از همین سال بود که انتشارات راه پرداخت توانست به تدریج هویت مستقلی نسبت به پایگاه خبری راه پرداخت پیدا کند و جای خود را به‌عنوان یکی از ناشران تخصصی در صنعت نشر کتاب باز کند.

بخش انتشارات راه پرداخت از ابتدای فعالیت خود تاکنون بیش از ۸۰ عنوان کتاب منتشر کرده است. کتاب‌های انتشارات راه پرداخت در زمره اقتصاد نوآوری قرار می‌گیرند و هرچند شاید بسیاری از مخاطبان، پایگاه خبری راه پرداخت را با حوزه فناوری‌های مالی و فین‌تک بشناسند، اما فعالیت انتشارات راه پرداخت در حوزه گسترده‌تری قرار می‌گیرد و شاید اقتصاد نوآوری بتواند عبارت بهتری برای توصیف آن باشد.

چرا کتاب؟

عصر دیجیتال همه‌چیز را به‌سرعت با خود همراه و همگام می‌کند. با این حال ما هم همچنان معتقدیم که کتاب کاغذی به واسطه حس برتری که به خواننده خود می‌دهد، همچنان نسبت به کتاب الکترونیکی جذابیت بیشتری دارد. حتی حضور کتاب‌خوان‌های الکترونیکی نظیر کیندل نیز نتوانسته حس خوبی را که در دست گرفتن کتاب کاغذی به انسان منتقل می‌کند، تداوم دهد. آمار و ارقامی هم که در زمینه تولید چاپ و کتاب در جهان منتشر می‌شود، گویای همین موضوع است. هرچند نمی‌توان اثر کتاب‌های الکترونیکی و پی‌دی‌اف‌هایی را که گهگاه به‌صورت غیرقانونی هم منتشر می‌شود، نادیده گرفت، اما در هر حال تولید و چاپ کتاب‌های کاغذی، به‌ویژه در سال‌های اخیر روند روبه‌رشدی داشته است. به‌طور کلی تصور کلی ما در انتشارات راه پرداخت بر این است که کتاب به‌دلیل ساختار خاص خود تأثیر بیشتری در آموزش و یادگیری دارد. با اینکه راه پرداخت به‌نوعی برآمده از دنیای دیجیتال است، اما فکر می‌کنیم درک دنیای دیجیتال به ابزارهایی نیاز دارد که در سال‌های گذشته به محک آزمون گذاشته شده‌اند.

برای کدام مخاطب کتاب منتشر می‌کنید؟

ما در انتشارات راه پرداخت مخاطبانی را هدف قرار داده‌ایم که همه آنها از یک ویژگی مشترک برخوردار هستند. مخاطبان نشر راه پرداخت افرادی‌اند که به‌دنبال روندها و رویدادهای تأثیرگذار در آینده هستند و تلاش می‌کنند خود را با آخرین روندهای حوزه فناوری، کسب‌وکار و نوآوری تطبیق دهند. از این رو ما همواره خود را مقید می‌دانیم که روندهای روز دنیا را شناسایی کرده و بهترین منابعی را که به تبیین این روندها می‌پردازند، انتخاب و در قالب کتاب منتشر کنیم.

رویکرد و چشم‌انداز راه پرداخت در حوزه نشر چیست؟

نگاه ما در انتشارات راه پرداخت ربه‌جلو و معطوف به آینده است. ما فقط بر آینده تمرکز نکرده‌ایم و تلاش می‌کنیم بخشی از محتواهایمان درباره راهی که تا به امروز آمده‌ایم نیز باشد،

اما در مجموع تلاش می‌کنیم چند گام جلوتر را ببینیم. این نوع نگاه، خود را در نحوه انتخاب کتاب‌ها نشان می‌دهد. فین‌تک، بلاکچین و ارزهای دیجیتال در سال‌های گذشته از جمله روندهای اصلی حوزه فناوری بوده‌اند. نگاهی به کتاب‌های راه پرداخت در سال‌های گذشته نشان می‌دهد که اغلب کتاب‌هایی که منتشر شده‌اند، پیوندی با این حوزه‌ها داشته‌اند.

تمرکز راه پرداخت روی حوزه فین‌تک است یا حوزه‌های دیگر را هم مدنظر دارد؟

در ابتدای فعالیت انتشارات راه پرداخت تمرکز ما بیشتر بر فناوری‌های مالی، بلاکچین، رمزارزها و بانکداری دیجیتال بود، اما در طول این سال‌ها سعی کرده‌ایم حوزه‌های بیشتری را پوشش دهیم و در این راه متن‌های کمتر دیده‌شده و موضوعات کمتر پرداخته‌شده برای ما از اولویت بیشتری برخوردار است. حوزه‌های کسب‌وکاری و همچنین موضوعاتی نظیر هوش مصنوعی، آنالیتیکس و چاپک در یکی، دو سال گذشته بیشتر مدنظر راه پرداخت قرار گرفته و کتاب‌هایی با این موضوعات توسط انتشارات راه پرداخت روانه بازار شده و مورد استقبال مخاطبان فارسی‌زبان نیز قرار گرفته است.

نمایشگاه کتاب را چگونه دیدید؟

حضور در نمایشگاه کتاب برای ما تجربه ارزنده‌ای به‌شمار می‌رود. از مواجهه رودر رو با مخاطبان مان که سال‌ها صرفاً از طریق دیجیتال با آنها در ارتباط بوده‌ایم تا حضور در جمع ناشرانی که سال‌ها تجربه نشر دارند و به‌اصطلاح چهار تا پیرانه از ما بیشتر پاره کرده‌اند، برای ما بسیار ارزشمند است. هرچه روزهای بیشتری از نمایشگاه می‌گذرد و هرچه تعامل بیشتری با مخاطبان داریم، علاقه بیشتری به ادامه این مسیر پیدا می‌کنیم. صادقانه بگویم از اینکه یک دانشجوی مدیریت بگوید من همه کتاب‌های شما را خوانده‌ام و برای خرید کتاب‌های جدیدتان صرفاً به نمایشگاه آمده‌ام، مشغوف می‌شوم. حس نابی است که فقط می‌تواند در نمایشگاه کتاب آن را تجربه کرد.

راه پرداخت در سال ۱۴۰۱ چه برنامه‌هایی دارد؟

کمتر از دو ماه از قرن جدید نگذشته، اما انتشارات راه پرداخت در همین مدت‌زمان نسبتاً کم، کتاب‌های «متاورس»، «راهنمای هویت دیجیتال» و همچنین ویرایش جدید کتاب «یک ساتوشی» را روانه بازار نشر کرده است. همچنین چاپ دوم کتاب «۶۰ الگوی مدل کسب‌وکار» و چاپ سوم کتاب «مبانی بلاکچین» هم در اختیار مخاطبان قرار گرفته است. اما منتظر کتاب‌های جذاب و هیجان‌انگیز دیگری نیز باشید. کتاب‌هایی درباره امور مالی غیرمتمرکز یا همان دیفای، توکن‌های غیرمطلی (ان‌اف‌تی‌ها) و همچنین متاورس در دستور کار انتشارات راه پرداخت قرار دارد. کتاب‌هایی که انتشار هر کدام از آنها می‌تواند خلاء دانشی موجود در این حوزه‌های نوظهور در کشورمان را تا اندازه‌ای برطرف کند. امیدواریم بتوانیم در سال جدید قدمی در راه توسعه اقتصاد نوآوری در ایران برداریم. صمیمانه از همه کسانی که به هر شکلی در این راه به ما کمک کرده‌اند، قدردانی می‌کنیم.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم





نظرمدیر نشرنی درباره
کتاب صوتی و الکترونیکی

جای خالی سرمایه گذاری در بخش های سودآور

کتاب های الکترونیکی و کتاب های صوتی ده سالی است وارد بازار کتاب شده اند. هر کدام در صنعت نشر، نقش خودشان را ایفا می کنند. کتاب های الکترونیک بخشی از تقاضای بازار کتاب را به خود اختصاص داده، ولی هنوز در گردش کار نشر، سهم کمی از فروش را دارد. زمانی که در غرب کتاب های الکترونیکی تازه وارد کار شده بودند، خیلی برای آینده نشر امیدبخش به نظر می رسیدند. در ابتدا انتشار الکترونیکی کتاب ها رشد چشم گیری داشت، ولی اکنون از نقطه اوجش در غرب عبور کرده است. هرچند کتاب های الکترونیکی جای خیلی از کتاب ها را نمی گیرد، اما بازار بزرگی در زمینه کتاب های درسی و دانشگاهی و همین طور کتاب های زرد دارد. کتاب های زرد سهم عمده ای در بازار کتاب آمریکا و اروپا دارند و سهم شان در کتاب الکترونیک هم قابل توجه است. در ایران، ناشران ای بوک، بیشتر متمرکز روی بالا بردن فروش با تخفیف ها و طرح های تشویقی هستند، اما تمرکز خوبی روی بخش های درآمدزای بازار ندارند. بخش کتاب های درسی و دانشگاهی، به دلیل تعداد زیاد مخاطب، می تواند برای ناشران ای بوک بازار خوبی باشد. ناشران کتاب الکترونیک اگر در بخش کتاب دانشگاهی به خصوص در ارتباط با دانشگاه ها و تولید فصول و بخش های کتاب های این حوزه در تناسب با سرفصل های دروس مختلف سرمایه گذاری کنند، با توجه به ارزان تر بودن کتاب الکترونیک نسبت به کتاب های کاغذی، می توانند با افزایش تقاضا روبه رو شوند. در حال حاضر، کتاب های الکترونیک نسبت به کتاب کاغذی فروش چشم گیری ندارند و گرچه بخشی از فروش ناشران هستند، اما سهم آن چندان قابل توجه نیست. سهم کتاب صوتی، از این هم کمتر است. در حوزه شلوغ مدیا، پادکست ها هم نقش های مختلفی دارند. پادکست های حرفه ای می توانند کمک کننده باشند، در صورتی که پادکست های غیر حرفه ای که بدون اجازه، از ابتدا تا انتهای یک کتاب را برای مخاطب می خوانند، به نوعی کتاب صوتی غیرقانونی هستند که طبیعتاً تأثیر مثبتی در صنعت نشر ندارند.



بازی در زمین بی قاعده

گفت و گو با جعفر همایی، مدیر نشرنی؛ او معتقد است برگزاری نمایشگاه های پی درپی با تخفیف های ویژه و یارانه ای، کتاب فروشی های کوچک را از دور خارج می کند

جدی آن است و از ناشران پیگیر در زمینه مبارزه با این بازار. جعفر همایی، مدیر نشرنی، از وضعیت کار نشر، بازیگران آن و چالش های پیش روی این صنعت می گوید.

نشرنی، انتشاراتی اسم و رسم دار بین کسانی است که مخاطب بازار کتاب هستند. در وضعیت امروز بازار نشر، شما بر چه اساسی کتاب انتخاب می کنید؟ پسند مخاطب یا نیاز بازار یا

انتشار کتاب، در زمانه ای که مخاطبان آن، در اقتصادی گرفتار تورم افزایشی، به فکر تأمین نیازهای اولیه جهت بقا هستند، بیش از همیشه با خطر شکست مواجه است. چراکه به ناچار رغبت خریدار در بازار نشر، با توجه به امکانات مالی، کم و کمتر می شود. از طرف دیگر، ناشران نیز با افزایش هزینه های تولید مواجه اند و قیمت تمام شده کتاب بالاتر می رود. این امر احتمالاً به بازار قاچاق کتاب کمک خواهد کرد؛ چیزی که نشرنی، یکی از مطرح ترین ناشران عمومی ایران، از منتقدان

کریپتوکارنسی

پول دیجیتال چگونه می تواند فایننس را متحول کند

ساتوشی ناکاموتو، خالق مرموز و ناشناس بیت کوین، شاید فکرش را هم نمی کرد کمتر از ۱۵ سال بعد از انتشار وایت پیپر بیت کوین، بخش قابل توجهی از مردم جهان و همچنین بسیاری از سرمایه گذاران نهادی و شرکت های بزرگ روی این ایده نوآورانه سرمایه گذاری کرده یا در اندیشه سرمایه گذاری روی آن باشند یا مهم تر از همه اینها یک کشور بیت کوین را به عنوان پول رسمی پذیرفته باشد.

هرچند حالا با کاهش نسبی قیمت بیت کوین در مقایسه با اوج ۶۸ هزار دلاری، این حوزه اندکی از تپ و تاب افتاده، اما مقاومت ۱۵ ساله این ارز دیجیتال

همراهی با بازار جهانی کتاب و جریان روز نشر در دنیا؟

بازار نشر ایران، در حوزه های مختلف، چه در بخش تولید محتوای کتاب - ترجمه و تألیف - چه در بخش های آماده سازی برای چاپ، تبلیغات و بازاریابی فروش هنوز به مرحله ای نرسیده که به شکل دلخواه قابل برنامه ریزی باشد و مثلاً در حوزه ترجمه، کتاب روز دنیا، به سرعت و خوب ترجمه شود و بعد با تبلیغات مناسب به فروش برسد. البته برخی ناشرها کارهای عجولانه ای از این دست انجام می دهند؛ بازارهای جهانی کتاب را رصد می کنند و کتاب های پرفروش یا کتاب هایی را که برنده جوایزی شده اند، انتخاب می کنند. در این فضای رقابتی که برخی مدام روی دست همدیگر بلند می شوند، می بینید که از یک کتاب، به سرعت چندین ترجمه به بازار می آید که اغلب ترجمه های خوبی هم نیستند و خوب هم ویراستاری نشده اند. این کتاب ها با تخفیف و روش های تشویقی دیگر فروش می روند. ما وارد این فضا نمی شویم و قصد نداریم از موقعیت های این چنینی و شکار کتاب های پرفروش استفاده کنیم. در برخی حوزه ها که اصلاً این روش کار نمی کند، یعنی مترجمی چنان دقیق و حرفه ای که کتاب را خوب و سریع ترجمه کند، بسیار کم است.

یک مشکل اساسی دیگر، ممیزی است. وقتی کتاب را نخوانده اید، نمی دانید محتوایش دقیقاً چیست؛ ممکن است گرفتار ممیزی شود یا اصلاً مجوز چاپ نگیرد. همه این دلایل باعث می شود که ما در کارمان این مسیر عجولانه را دنبال نکنیم.

بازیگر اصلی در حوزه صنعت نشر کیست؟ وزارت ارشاد، ناشران، رسانه ها، مخاطبان یا...؟

همه این بازیگرها به شکلی حضور دارند و نقشی بازی می کنند، اما این بازی قاعده مشخصی ندارد. برای مثال، یکی از این قواعد در حوزه ترجمه کپی رایت است که ما الزام قانونی برای رعایت آن نداریم. اگر کپی رایت در کشور الزام قانونی داشته باشد و ناشران ناچار باشند آن را جدی بگیرند، هر کتاب را یک ناشر می تواند ترجمه کند. البته تعدادی از ناشران کپی رایت تعدادی از کتاب ها را گرفته اند ولی این رویکرد نادری است. مسئله دیگر ممیزی است که عموماً بی قاعده و سلیقه ای است، بنابراین تکلیف شما با کتاب مشخص نیست. نمی دانید کتابی که تصمیم گرفته اید منتشر کنید، چقدر قرار است ممیزی شود و اصلاً اجازه چاپ می گیرد یا نه. ابهامات زیادی در این زمینه وجود دارد. بازیگر دیگر، بازار مخاطب است. بازار کتاب گروهی مخاطب خاص دارد؛ کتاب خوان های حرفه ای در حوزه های مختلف که پیگیر انتشار کتاب ها در حوزه های مورد علاقه خود هستند. این گروه، بخشی از مخاطبان را تشکیل می دهند. گروه دیگر از خریداران کتاب هم، لزوماً کتاب خوان نیستند و عموماً تصادفی و به دلایلی که برای ما روشن نیست، کتاب می خرند. یک دسته دیگر از خریداران کتاب هم، در حقیقت مخاطب

در برابر انواع ناملایمی های دولتی و ممنوعیت های گوناگونی که کشورهای مختلفی نظیر چین، هند، ترکیه و... روی آن اعمال داشته اند، حاکی از آن است که ما با مفهومی به شدت نوآورانه و در عین حال سرسخت مواجه هستیم که بنا دارد انقلابی در سیستم های مالی جهان ایجاد کند و روز به روز نیز این ایده طرفداران بیشتری برای خود پیدا می کند.

سال ۲۰۲۱ را می توان سالی رؤیایی برای رمزارزها در نظر گرفت. سالی که تعداد قابل توجهی از مردم کشورمان نیز با این مقوله آشنا شده و بسیاری برای اولین بار روی بیت کوین، اتریوم، دوج کوین و سایر



شماره ۴۹
اردیبهشت ۱۴۰۱
سوم



ظهور صنعت چاپ نقشی کلیدی در پیشرفت بشر داشت صنعت چاپ و نشر؛ ابزار تحقق آرمان شهر

پیش از او، تمام صفحه از یک متن را روی قالب‌های چوبی حکاکی می‌کردند و با استفاده از رنگ‌ها متن را کپی می‌کردند. اما در روش گوتنبرگ، حروف چیده‌شده را سطر به سطر در صفحه چوبی (گارسه) پخش می‌کردند و مجدداً در چیدن صفحات دیگر نیز از آنها استفاده می‌بردند. این اقدام مبتکرانه «صنعت چاپ» را متحول کرد. احتمالاً سرانجام ساخت «حروف متحرک» قابل استفاده در صنعت چاپ زمانی

بین سال‌های ۱۴۴۴ تا ۱۴۴۸ م. توسط گوتنبرگ تکمیل شده است. البته مسئله ساخت جوهری مناسب برای چاپ، کار ساده‌ای نبوده است، ولی تصور می‌شود که بالاخره گوتنبرگ راه حل این مشکل را در ترکیبی از روغن بذر کتان و دوده یافته است. در ضمن، مسلم است که گوتنبرگ از یکی از بستگانش در سال ۱۴۴۸ م. پولی را قرض گرفته تا «صنعت چاپ» خود را راه اندازی کند.

نهایتاً بشریت دیگر دغدغه چاپ و نشر انبوه را ندارد. اکنون رسالت «صنعت چاپ و نشر» در هر کشوری ارائه محتوای ارزشمند و به‌روز است. انتشارات خوب، دیگر تنها بر مبنای تعداد کتاب‌های چاپ‌شده سنجیده نمی‌شود. در واقع در حال حاضر، کیفیت بالای محتواست که مخاطبان را جلب می‌کند. تحقق عینی آرمان شهر اکنون در دستان صنعت چاپ و نشر است تا با نشر محتوای گران‌بهای به‌روز، امکان تربیت سیاستمداران، دانشمندان و جامعه معجز و کارآزموده دارای فضیلت را فراهم کند.

مسیر خروج از تاریکی خرافات به سوی نور عقل هیچ‌وقت ساده نبوده است. هنگامی که «آندریاس وولپوس» (۱۵۱۴-۱۵۶۴ م.) جرئت کرد که نظرات «گالان اهل پرگامون» (۱۳۰۱-۲۰۱ م.)، حکیم و پزشک معروف رومی را در زمینه کالبدشناسی به چالش بکشد، وی را به عنوان یک دروغگو و دیوانه مورد آزار قرار دادند. ادعای «برادران مونگولفیه»، ژوزف و آنتین (۱۷۴۰-۱۸۱۰ م.) درباره امکان پرواز انسان از طریق بالن مورد تردید قرار گرفت. برخلاف «جوردانو بورونو» (۱۵۴۸-۱۶۰۰ م.)، «نیکولا کوپرنیک» (۱۴۷۳-۱۵۴۳ م.) و «گالیلئو گالیله» (۱۵۶۴-۱۶۴۲ م.) هر دو به خاطر ارائه نظریه خورشید مرکزی منظومه شمسی در مخالفت با باورهای تصبیب پذیرفته‌شده کلیسا با اختلاف اندک از چوبه دار و سوزانده شدن در آتش گریختند. خوشبختانه با گسترش «صنعت چاپ و نشر» چراغی پیش روی بشریت روشن شده است که درخشش آن بر زندگی بشری نور افکننده است.

دیرزمانی است که آدمی، آرمان شهری دارای آرامش و آسایش ابدی را آرزو می‌کند. تحقق این آرزو، اندیشمندان و فلاسفه جهان را واداشته است تا از همان نخستین پگه تشکیل جوامع بشری، به فکر معماری و طراحی جامعه مطلوب و آرمانی خود باشند. آنها در رؤیای تحقق این آرمان، هر یک آرمان شهری ذهنی و انتزاعی را طراحی کرده‌اند. افلاطون (۳۴۷-۴۲۷ ق. م.) از نخستین نظریه‌پردازان تئوری آرمان شهر است که در یونان باستان می‌زیست. نظام آرمانی افلاطون دارای مشخصات ویژه‌ای است. به اعتقاد وی، فرمانروایان می‌بایست انسان‌هایی کارآزموده بوده و از استعداد و فضیلت برخوردار باشند.

شاید بتوان گفت آرمان شهر زمانی به حقیقت مبدل می‌شود که توده مردم، انسان‌هایی معجز و کارآزموده بوده و از فضیلت برخوردار باشند. بدیهی است که یکی از مهم‌ترین ابزارهای نیل به این هدف، علاوه بر پرورش اخلاقی و معنوی انسان‌ها، «صنعت چاپ و نشر» است. متحرک»، یکی از ابزارهای کلیدی بود که به آغاز پیشرفت بشری در جهان کمک کرد و به دانشگاهیان فرصت داد تا دستاوردهای علمی خود را به طور گسترده و ارزان با یکدیگر به اشتراک بگذارند. در ضمن، صحنه برای انفجار ایده‌های علمی آماده شد. پس «انتشارات» به عنوان ابزاری برای تعلیم فراگیر توده مردم در راستای نیل به آرمان شهر عمل کرده است.

خوب است که به همین سبب به بررسی مختصر تاریخیچه «صنعت چاپ و نشر» بپردازیم. در برخی منابع، اختراع حروف چوبی به منظور چاپ، در اوایل قرن ۱۴ میلادی به چینی‌ها نسبت داده شده است. برخی تاریخ‌دانان، «یوهان گوتنبرگ» آلمانی (۱۴۰۰-۱۴۶۸ م.) را مخترع «حروف چاپی متحرک» نمی‌دانند و مدعی هستند که «لارنس یانسون کوستر» هلندی (۱۳۷۰-۱۴۴۰ م.) مخترع چاپ بوده است. البته اطلاعات بسیار اندکی در مورد این مرد هلندی در دسترس است و برخلاف گوتنبرگ، هیچ اثر چاپ‌شده‌ای، نام او را زنده نگه نداشته است. البته کاملاً واضح است که گوتنبرگ ایده‌های خود را کاملاً مستقل ارائه داده است. هر چند چاپ با قالب‌های دستی به مدت چندین دهه پیش از ظهور یوهان گوتنبرگ استفاده می‌شد، اما فرایندی دشوار بود. روش «حروف چاپی متحرک» این مخترع آلمانی، برای نخستین بار در تاریخ بشر امکان چاپ انبوه کتاب و نشریات را به صورت مقرون به‌صرفه فراهم کرد.

نبوغ گوتنبرگ آن بود که تک‌حروف سربی را درون قالب‌های موقتی قرار داد.

بیشتری دارند که ممکن است این اتفاق به حذف کتاب‌فروشی‌های محلی و کوچک بینجامد. این اتفاق را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

کتاب‌فروشی‌های بزرگ با شهرکتاب‌ها آغاز شدند. شهرداری فضاها بزرگی را با قیمت ارزان به اشخاص اجاره داد. آن موقع نه آن قدر کتاب بود که پرشان کند و نه اصلاً اداره یک کتاب‌فروشی بزرگ اقتصادی بود. بنابراین این کتاب‌فروشی‌ها روی آوردند به فروش خنزر پنزر. بخشی لوازم التحریر بود و بخشی انواع اسباب‌بازی‌ها و بعدها کالاهای چینی که سود بالایی در فروش‌شان بود. کم‌کم کافه هم به آنها اضافه شد که آن هم سود بالایی دارد. این کتاب‌فروشی‌های بزرگ که سود فروش کتاب برایشان اهمیت چندانی ندارد، مدام به بهانه‌های مختلف تخفیف‌های ۲۰-۳۰ درصدی می‌دهند و این کار کتاب‌فروشی‌های مستقلی را که فقط کتاب می‌فروشند، از دور خارج می‌کند. این مسئله به‌خصوص در شهرستان‌ها بسیار به چشم می‌آید. مغازه‌های بزرگی که در آنها همه چیز پیدا می‌شود، از جمله کتاب، کتاب را در جنب امور تفریحی عرضه می‌کنند. در صورتی که کتاب‌فروشی‌های کوچک که فقط کتاب می‌فروشند، به‌خصوص در شهرستان‌ها، مروجان اصلی فرهنگ هستند. در بالای شهر تهران، تعداد زیادی کتاب‌فروشی بزرگ وجود دارد و در مقابل کتاب‌فروشی‌های مستقل در محلات دیگر کم‌کم تعطیل می‌شوند. کتاب‌فروش‌های حرفه‌ای هم هستند که موفق‌اند و کسب‌وکار پررونقی دارند. مثل کتاب‌فروشی محمدی در شیراز و پردیس کتاب و کتاب‌فروشی امام در مشهد. کتاب‌فروشی‌هایی که فقط کتاب می‌فروشند، فرهنگ‌سازند.

و نظرتان درباره نمایشگاه کتاب؟

برگزاری نمایشگاه‌های پی‌درپی با تخفیف‌های ویژه و یارانه‌ای، کتاب‌فروشی‌های کوچک را از دور خارج می‌کند. زمانی سالی یک بار نمایشگاه بین‌المللی کتاب برگزار می‌شد. این نمایشگاه گرچه تا چند ماه تأثیر منفی بر بازار کتاب داشت، اما به هر حال یک همایش فرهنگی خاص بود و توجه جمعیت زیادی را به خود جلب می‌کرد. این نمایشگاه در مجموع تأثیر مثبتی بر بازار کتاب داشت. همین نمایشگاه، اگر بنا باشد دائم تکرار شود، هم کارکرد مؤثرش را از دست می‌دهد و هم تبدیل می‌شود به معضلی برای حوزه‌های خصوصی فرهنگی. یک کتاب‌فروشی که سرفلی خریدار یا اجاره می‌دهد، باید حقوق پرسنلش را بدهد و هزینه آب و برق و مالیات می‌دهد. مگر روی یک کتاب چقدر درآمد دارد که بخواهد تخفیف هم بدهد؟ وقتی کل هزینه و سود یک کتاب‌فروشی ۲۵ درصد روی هر کتاب است، چطور تخفیف‌های بالا که در نمایشگاه‌های پی‌درپی مجازی و حضوری می‌دهند به خریدار بدهد؟ خریداران عموماً این را نمی‌دانند و تصور می‌کنند کتاب‌فروش باید روی هر کتاب تخفیف بدهد.

کتاب نیستند، بلکه بودجه دولتی یا بخش عمومی است که برای خرید کتاب اختصاص پیدا می‌کند. این بودجه‌ها که به صورت خرید ادواری برای تجهیز کتابخانه‌ها تخصیص پیدا می‌کند، روند مشخصی ندارد که بتوان به‌عنوان بخشی از تقاضای آن حساب کرد. کتاب‌های دیگری هم هستند که قبل از انتشار فروخته شده‌اند. بخش دیگر بازار هم کتاب‌های درسی و دانشگاهی و کنکور هستند که بازار خودشان را دارند. در این میان، بلاگرها و یادگست‌سازها هم نقش ایفا می‌کنند که گاه در تبلیغ و ترویج کتاب است و گاه نیست. فایل پی‌دی‌اف بسیاری از کتاب‌ها به فاصله کوتاهی بعد از انتشارشان در شبکه‌های اجتماعی دست به دست می‌شود. علاوه بر این، کتاب‌ها را می‌توان در بازار غیرقانونی کف خیابان هم پیدا کرد. جدا از قاچاق کتاب و چاپ‌های غیرقانونی، همچنین شاهدیم که ناشرهایی کتاب‌های محبوب را به اسم ترجمه مجدد، بازنویسی و منتشر می‌کنند. بخشی از مخاطبان هم کتاب‌ها را از این بازارهای غیرقانونی یا کتاب‌سازها تهیه می‌کنند. همه در این بازی بی‌قاعده، در حال بازی هستند. بازی‌ای که داور استاندارد می‌ندارد؛ چه در بحث رسیدگی قضایی، چه ممیزی و چه در رابطه با تخصیص بودجه. اگر جایی از این بازی قانون مشخصی هم وجود داشته باشد، لزوماً مطابق با آن عمل نمی‌شود.

می‌گویید بازی در بازار نشر، بی‌قاعده است. جایی که قانون و قاعده وجود دارد، می‌توان بر اساس آنها حرکت کرد و به نتیجه مطلوب رسید، اما در چنین فضایی طبیعتاً کار کردن سخت خواهد بود. بازی فرهنگ در چنین زمینی چه شکلی است؟

صنعت نشر هم یک حوزه اقتصادی است و یک کار تولیدی مثل باقی کارهای تولیدی. مشکل تورم دائمی به ما هم آسیب می‌زند. تورم در این حوزه از دو جهت عمل می‌کند. از طرفی ما با جهش قیمت مواد اولیه و هزینه‌های تولید مواجهیم و از طرف دیگر، تورم وضعیت اقتصادی خانوار را مدام ضعیف‌تر می‌کند و قدرت خریدش را کاهش می‌دهد. کاهش قدرت خرید نیز باعث می‌شود مردم کتاب را از سبد خریدشان حذف کنند. متأسفانه این وضعیت تعدادی از ناشرها را از دور خارج می‌کند و آن بخش بازار قاچاق و غیرقانونی کتاب و ناشرانی که کتاب‌سازی می‌کنند، مدام بزرگ‌تر می‌شود. آنها بسیاری از هزینه‌هایی را که ناشر جدی باید بپردازد، ندارند. بنابراین روند تولید در بازار نشر کاهش پیدا می‌کند. افزایش قیمت‌ها و مشکلات نشر باعث شده است ناشرها تیراژ کتاب‌ها را، یعنی درست‌جایی که سود ناشر و اهل قلم در آن است، کاهش دهند و به‌ناچار با تعدد عنوان کتاب‌ها خودشان را روی آب نگه دارند.

فروش کتاب‌ها به‌مرور در حال خروج از دستان کتاب‌فروشی‌های کوچک است. فروش آنلاین و فروشگاه‌های زنجیره‌ای مثل شهر کتاب‌ها رونق

آلت کوبین‌ها سرمایه‌گذاری کردند.

کتاب «کریپتوکارنسی؛ پول دیجیتال چگونه می‌تواند فایننس را متحول کند» سعی کرده زمینه‌های فلسفی و سیاسی شکل‌گیری بیت‌کوین به‌عنوان اولین ارز دیجیتال را برای خواننده تبیین کند. همچنین به سراغ اتریوم، عرضه اولیه سکه و نیز استیبل‌کوین‌ها رفته و ابعاد مختلف این مفاهیم را واکاوی کرده است.

این کتاب نوشته جیان ولیسلی را انتشارات راه پرداخت با ترجمه محمد رهبان به بازار کتاب عرضه کرده است.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم





نظرمدیرانتشارات
ققنوس درباره حذف
کتاب‌فروشی‌های کوچک

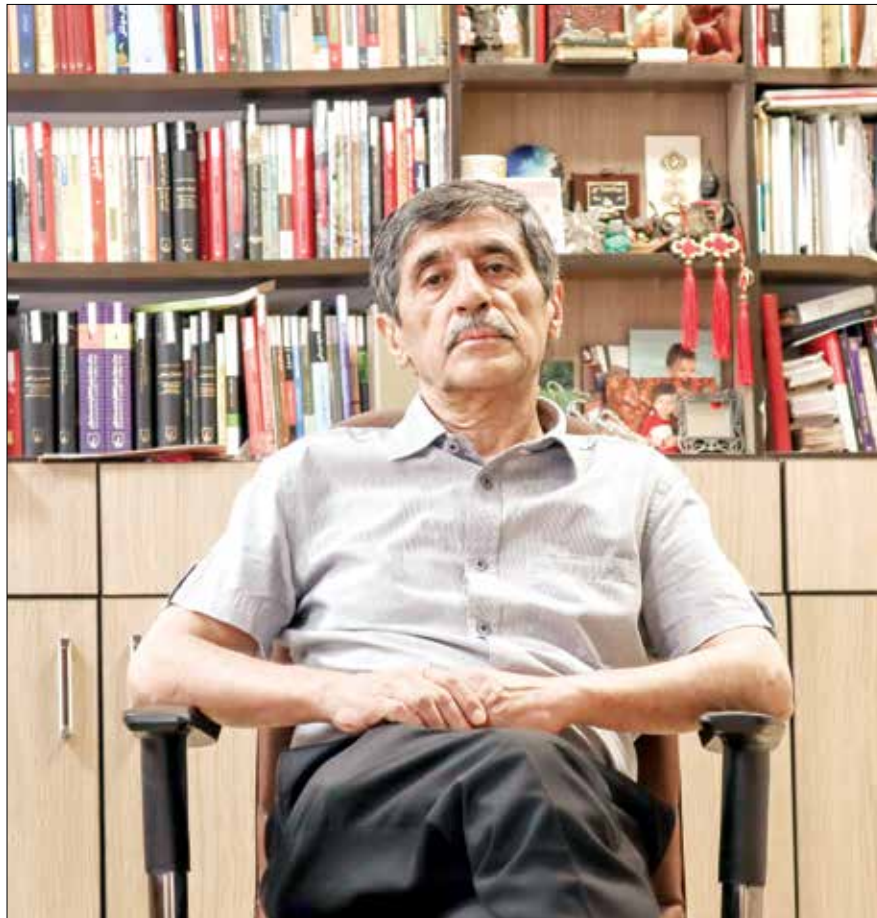
حیف است اما ناگزیر

کسانی که در فضای مجازی مثل اینستاگرام و یوتیوب تبلیغ کتاب می‌کنند و خلاصه کتاب‌ها را می‌گویند، به خصوص در دوران همه‌گیری کرونا طرفداران زیادی پیدا کرده‌اند. امیر حسین زادگان، مدیر انتشارات ققنوس، در پاسخ به این سؤال که آیا این اتفاق را در راستای رونق صنعت نشر می‌داند یا خیر، می‌گوید: «یکی از دغدغه‌های اهالی کتاب حضور و شیوع در جامعه مجازی بود که به نظر می‌رسد به جای اینکه آسیب‌زننده باشد، یاری‌دهنده بود. چون بحث مهم اطلاع‌رسانی است که متأسفانه به دلیل عنوان‌های زیاد، کتاب‌ها معمولاً جایی برای معرفی ندارند و از این نظر صفحات مجازی به معرفی کتاب کمک کرده‌اند. اما این چنین فعالیت‌ها زمانی آسیب‌زننده می‌شوند که بخش زیاد یا کاملی از کتاب را ارائه دهند. مثلاً کل کتاب را بدون اجازه ناشر فایل صوتی کنند و یا از کل کتاب، پادکست تهیه کنند یا اینکه فایل کتاب را به صورت رایگان در سایت یا کانال‌های تلگرام بگذارند. اگر نه، معرفی و نقد کتاب حتی اگر منفی اما سازنده باشد، به صنعت نشر کمک می‌کند.»

حسین زادگان درباره تعطیلی کتاب‌فروشی‌های کوچک به دلیل تعدد فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب و فروش آنلاین، می‌گوید: «جالب است که انتشارات ققنوس هم کار خود را با یک کتاب‌فروشی کوچک در بازارچه کتاب شروع کرد و هنوز هم این کتاب‌فروشی به فعالیت خودش ادامه می‌دهد. هر چند معضلاتی که گفته شد شامل حال ما هم می‌شود و در مجموع اتفاق خوبی نیست، اما فکر می‌کنم ناگزیر از این اتفاق هستیم. همان‌طور که در گذشته مغازه‌های کوچک، میوه‌فروشی، لبنیاتی و بقالی در هر محله‌ای وجود داشته و رفته‌رفته جای خود را به فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ داده است. مهم‌ترین تفاوت در این است که کتاب‌فروش، مخصوصاً کتاب‌فروش کتاب‌شناس و کتاب‌خوانده باید کتاب‌فروشی‌اش را ببندد و به جایش برود به کار نامرتب دیگری بپردازد. حیف می‌شود جایش را کسی در کتابسراهای بزرگ بگیرد که شناختی از کتاب ندارد و فقط یک فروشنده است.»



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



عکس: نیرا امیرحاجلو

آسیب‌های مسابقه‌ای به نام انتشار کتاب!

گفت‌وگو با امیر حسین زادگان، مدیر انتشارات ققنوس؛ او معتقد است مخاطب امروز بیشتر به دنبال کتاب‌هایی است که به او یاد بدهد چگونه در زندگی‌اش تغییرات مثبت ایجاد کند

جنوبی متولد شده است، امروز اعتقاد دارد که گرچه حرکت به سمت کتاب‌فروشی‌های بزرگ و چندمنظوره ناگزیر است، اما حیف می‌شود که جای کتاب‌فروش‌های کتاب‌شناس را فروشنده‌هایی بگیرند که فقط فروشنده‌اند و با دنیای کتاب ناآشنا. امیر حسین زادگان، مؤسس و مدیر انتشارات ققنوس،

انتشارات ققنوس، در سال ۱۳۵۶، با انتشار کتاب‌هایی چون «توراندخت» برتولت برشت با ترجمه رضا کریم‌رضایی و شازده احتجاب هوشنگ گلشیری پا گرفت. در این حدود ۵۰ سال، ققنوس یکی از ناشران مورد اعتماد اهل کتاب بوده است. انتشاراتی که ظاهراً از یک کتاب‌فروشی کوچک در مهرآباد

یک ساتوشی

راهنمای ورود به دنیای بیت‌کوین، اتریوم و ارزهای دیجیتال برای مبتدی‌ها

از زمانی که ساتوشی ناکاموتو در سال ۲۰۰۸ وایت‌پیپر بیت‌کوین را با عنوان «بیت‌کوین: سیستم پول نقد الکترونیک همتا به همتا» منتشر کرد تاکنون که بیش از ۱۳ سال از زمان انتشار آن می‌گذرد، پادشاه ارزهای دیجیتال با چالش‌ها و موانع متعددی روبه‌رو بوده، اما توانسته از این فرازونشیب‌ها جان سالم به در ببرد.

طبق برآوردها، قیمت بیت‌کوین از زمان عرضه تا به حال ۷,۷۴۹,۹۹۹,۹۰۰ درصد رشد کرده؛ رقمی که شاید باورش سخت باشد، ولی حقیقت دارد! همین موضوع باعث شده بسیاری از

کار این انتشاراتی رانه در همراهی کورکوران به بازارهای جهانی، بلکه معرفی نویسندگان مطرحی می‌داند که در جهان شناخته شده، اما در ایران مهجورند.

در حال حاضر عده‌ای معتقدند برای اینکه کتاب‌فروشی‌ها سر پا بمانند، باید به فروش اشیای تزئینی در کنار کتاب روی آورد. انتشاراتی‌هایی که توان مالی نسبتاً خوبی داشته‌اند هم کتاب‌فروشی‌های این چنینی تأسیس کرده‌اند تا درآمدهای خود را بالا ببرند. چه روش‌های دیگری برای افزایش درآمد در این حوزه وجود دارد؟

بله، کتاب‌فروشی هم مانند بسیاری از مشاغل دیگر هویت متفاوتی پیدا کرده و صرفاً نمی‌تواند با فروش کتاب به شکل سنتی در مقابل رقیبان فروش کتاب آنلاین خود باقی بماند و اگر بخواهیم از این موقعیت فرصتی بسازیم، باید کتاب‌فروشی‌ها هم تغییر کنند و به شکل پاتوق‌های فرهنگی دربیایند و در کنار کتاب، به عرضه کالاهای فرهنگی دیگر هم اقدام کنند. کتاب‌فروشی‌های بزرگ در کنار امکاناتی چون کافه و گالری و برگزاری نشست‌ها و مراسم‌های مختلف فرهنگی، می‌توانند اقشار مختلف مخاطب را به خود جلب کنند. هر چند شرایط اقتصادی امروز برای ایجاد این فضاها مساعد نیست، ولی وجود و ضرورت آنها احساس می‌شود. هر چند نباید فراموش کنیم کتاب‌فروشی‌های قدیم حال و هوای فرهنگی خاصی داشتند.

یکی دیگر از اتفاقاتی که در صنعت نشر افتاده، ظهور کتاب‌های صوتی و الکترونیک است. این مدل از کتاب و شرکت‌هایی مانند طاقچه و فیدیبو که عرضه‌کننده آنها هستند، چقدر می‌توانند به رونق اقتصاد انتشاراتی‌ها کمک کنند یا به آن ضربه بزنند؟ مزایا و معایب کتاب‌های صوتی و الکترونیک چیست؟

صوتی و الکترونیک شدن کتاب‌ها کمک کرده که کتاب مخاطب خود را به شکل‌های مختلف پیدا کند و بزرگ‌ترین مزیت وجود این نوع کتاب‌ها، علاقه‌مند کردن بخشی از مخاطبان به خصوص جوانان است که علاقه‌مند به استفاده از کامپیوتر یا گوشی موبایل خود هستند و می‌توانند در فرصت‌های مختلف مثل مترو یا فضا‌های دیگر کتاب را مطالعه کنند و حتی مخاطبانی که علاقه‌مند هستند می‌توانند به جای خواندن، کتاب را بشنوند. فیدیبو و طاقچه و مؤسسات دیگر تولید کتاب الکترونیک هم با عرضه تخصصی و مناسب این کتاب‌ها می‌توانند امنیت کتاب و همچنین اعتماد خواننده را جلب کنند. همچنین مؤسسات تولید کتاب صوتی با تولید باکیفیت کتاب‌های صوتی، مخاطب خاص خود را راضی نگه می‌دارند و این امکان را می‌دهند که افراد به مطالعه علاقه‌مند شوند. هر چند با تمام این مزایا هستند کسانی که همچنان علاقه‌مند کتاب به شکل فیزیکی هستند و دوست دارند کتاب

افراد در سراسر جهان به بیت‌کوین روی خوش نشان داده و به واسطه ماهیت ضد تورمی آن حتی بخشی از سبد سرمایه‌گذاری خود را به آن اختصاص دهند.

با این حال برای ورود به دنیای ارزهای دیجیتال لازم است تا حدودی با ماهیت آن آشنا باشیم؛ چراکه هر چند این دارایی‌های دیجیتال فرصت‌های زیادی در اختیار ما قرار می‌دهند، اما در عین حال ریسک و خطرات زیادی نیز به همراه دارند که می‌تواند گریبانگیرمان شود. کتاب «یک ساتوشی؛ راهنمای ورود به دنیای بیت‌کوین، اتریوم و ارزهای



گسترش فناوری‌های نوظهور، نیاز به ترجمه بهنگام راضوری ترمی کند

دشواری‌های ترجمه تخصصی

دچار تغییرات اساسی در مفاهیم شوند. همچنین هر زبان با ساختارهای فنی و فرهنگی خاص خود، دارای مباحث و قواعد دستوری است که میزان پیچیدگی این قوانین و ساختارها در حوزه‌های نوظهور و میان‌رشته‌ای علم به طور مستقیم به دشواری ترجمه می‌افزاید. به همین خاطر است که مترجمان باید در حوزه علوم نوظهور متخصص و ماهر باشند تا بتوانند یک ترجمه

درست و دقیق علمی ارائه دهند. هدف از ترجمه تخصصی متون علمی، بیان یک نظریه یا پارادایم نوین در علم است تا به وسیله آن بتوان علوم جدید را در جوامع مختلف گسترش داد. پس مترجمان باید ضمن آشنایی با رهیافت‌های نوظهور در علوم، از تفاوت‌های فرهنگی در زبان‌های مختلف آگاه باشند

و به‌درستی آن را بشناسند. در حوزه‌های علوم میان‌رشته‌ای و نوظهور، متخصصان بسیاری خصوصاً در حوزه دانشگاهی، ترجمه‌های زیادی را ارائه داده‌اند که چندان قابل توجه نیستند و عمدتاً با تأخیر زمانی به دست خوانندگان می‌رسند و چون چالش‌های زیادی در این نوع ترجمه‌ها وجود دارد، اثربخشی مناسبی نیز ندارند.

لذا نیاز است برای همگام شدن با دانش روز دنیا و توسعه علمی کشور، از طریق تصویب قوانین و حمایت‌های مادی و معنوی از نخبگان علمی کشور استفاده شود که در دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی دنیا فعالیت می‌کنند و با علوم و فناوری‌های نوظهور در ارتباطند و می‌توانند به‌عنوان مهم‌ترین ظرفیت برای انتقال و ترجمه متون و اسناد علمی در حوزه‌های علوم بین‌رشته‌ای و نوظهور مورد استفاده قرار گیرند.

امروزه با گسترش سریع علوم و فناوری‌های نوظهور، نیاز به ترجمه بهنگام متون تخصصی در حوزه‌های مختلف علم افزایش یافته است. علوم میان‌رشته‌ای از جمله حوزه‌هایی هستند که دانشجویان، محققان و متخصصان نیاز دارند بتوانند دانش خود را با دانش روز دنیا در حداقل زمان ممکن همگام کنند.

یکی از ویژگی‌های ترجمه تخصصی متون میان‌رشته‌ای وجود ادبیات و مفاهیم علمی و اصطلاحات تخصصی جدید است و برای این نوع ترجمه، به سطح بالایی از دانش و مطالعه نیاز است و تسلط بر اصطلاحات مربوطه نیز از مقدمات و الزامات آن. لذا صرف داشتن دانش و تجربه در یک حوزه علمی و آشنایی با مفاهیم پایه امکان یک ترجمه روان را میسر نمی‌کند و یافتن معادل‌های مناسب برای واژه‌های علمی و تخصصی در حوزه‌های نوظهور علمی، امری بس دشوار است و تنها از عهده مترجمان باتجربه و متخصص به علوم جدید برمی‌آید.

تحقیقات مختلف نیز در این زمینه ثابت کرده است که ادبیات و اصطلاحات تخصصی در حوزه‌های نوظهور علمی را نمی‌توان با تجربه جایگزین کردن واژه‌ها در زبان مبدأ به زبان مقصد ترجمه کرد. مترجمان حوزه‌های علوم میان‌رشته‌ای، ضمن داشتن مطالعه و آشنایی کامل با مفاهیم جدید، می‌بایست متن تخصصی را کاملاً درک کرده و بتوانند برای مخاطبان هدف در زبان مقصد، اصطلاحات و لغات علمی در آن حوزه را بازتولید کنند.

زبان علم زبان خاصی است و گاهی اوقات اصطلاحات و مفاهیم تکراری زیادی در متن‌های تخصصی در یک حوزه خاص پیدا می‌شود که ممکن است در علوم میان‌رشته‌ای کاربرد نداشته باشند یا با ترکیب با اصطلاحات سایر حوزه‌های علمی

همان‌طور که گفتید، در صنعت نشر همه اعضای آن به همدیگر گره خورده‌اند. نویسنده محتوایی تولید می‌کند و ناشر بعد از بررسی و پذیرش و طی مراحل تولید، محتوا را تبدیل به کتاب می‌کند، در تیراژی این کتاب چاپ می‌شود و به بخش کتاب سپرده می‌شود. پخش کتاب‌ها را به کتاب‌فروش‌ها تحویل می‌دهد و در نهایت به دست مخاطب می‌رسد. همه اینها زمانی اتفاق می‌افتد که ارشاد مجوز کتاب را صادر کند. این چرخه صنعت نشر است که اگر هر جزء آن دچار اختلال شود، کل چرخه دچار مشکل می‌شود.

مشکل اصلی صنعت نشر راجه می‌دانید؟ برخی به محدودیت‌های وزارت ارشاد اشاره دارند، عده‌ای دست روی قیمت کاغذ و چاپ می‌گذارند و برخی دیگر نیز سرانه مطالعه پایین را مشکل اصلی می‌دانند.

مشکلات صنعت نشر در بخش‌های مختلف نشر و پخش و کتاب‌فروشی وجود دارد، اما چیزی که به شکل عام‌کل جامعه و به‌خصوص صنعت نحیف نشر را دچار کرده، مشکل اقتصادی و بالارفتن بی‌رویه هزینه‌ها در بخش تولید و عرضه است که عرصه را برای نشر کتاب بسیار تنگ کرده است و از طرفی سرانه مطالعه هم با درآمد مردم ارتباط مستقیم دارد. راه‌حلی که به نظر می‌رسد حداقل حمایت دولت و تهیه کتاب‌های جدید برای کتابخانه‌هاست که می‌تواند در سرانه مطالعه تأثیرگذار باشد.

رسانه‌ها را در حل چالش‌های صنعت نشر و تبلیغات کتاب‌ها اثرگذار می‌دانید؟

قطعاً رسانه‌ها می‌توانند یاری دهنده باشند؛ چه در انعکاس مشکلات و چه در اطلاع‌رسانی انتشار کتاب‌ها و تأثیرات مثبت این حرکت فرهنگی واجب، رسانه‌ها را می‌توان دید. به طور مثال تقاضا برای کتاب‌هایی که در برنامه‌های پرمخاطب صداوسیما مثل «کتاب‌باز» مطرح شدند، افزایش داشت. اما متأسفانه این برنامه‌ها مقطعی هستند و معمولاً هم بر عناوین خاصی تمرکز دارند.

در حالی که سرانه مطالعه در کشور پایین است، می‌بینیم برخی از کتاب‌ها با چاپ‌های متعدد مواجه می‌شوند و سودآوری بسیاری دارند. به نظر شما علاقه مخاطب ایرانی در حال حاضر در چه حوزه‌هایی است و جذب چه کتاب‌هایی می‌شود؟

به نظر می‌رسد مخاطب ما، امروزه به دنبال آموختن است و یادگیری‌ای که بتواند از طریق آن تغییرات مثبتی در زندگی‌اش چه در زندگی شخصی و چه در حوزه کاری ایجاد کند؛ از این نظر کتاب‌های روان‌شناسی مخاطبان خوبی دارند و همچنین کتاب‌های موفقیت و انگیزشی. اما پر فروش‌ترین‌های ما در سال گذشته از هر چهار حیطة رمان، تاریخ، فلسفه و ادبیات داستانی بودند.

را لمس کنند و بخوانند و حتی هستند کسانی که با بوی کاغذ و کتاب سرمست می‌شوند.

با گسترش ارتباطات جهانی، فاصله عرضه یک کتاب به زبان اصلی و ترجمه نسخه فارسی آن بسیار کم شده است. مثلاً کتاب میشل اوباما با فاصله کمی از عرضه جهانی آن، در ایران نیز به شکل ترجمه شده یافت می‌شد. از آنجا که به شکل جهانی روی این کتاب‌ها تبلیغ می‌شود، آیا می‌توان گفت چنین کتاب‌هایی هزینه تبلیغات پایین‌تری برای ناشرانش دارند؟ آیا رفتن به سوی ترجمه کتاب‌های این چنینی، به رونق کسب‌وکار نشر منجر می‌شود و نقاط قوت و ضعف آن چیست؟

کتاب‌هایی هستند از نویسندگان شناخته شده یا شخصیت‌های مهم که از قبل مخاطب با آنها آشناست و به محض ترجمه و انتشار، بازار خود را دارد. در نهایت در ایران به علت عدم وجود کپی‌رایت با مسابقه ترجمه و انتشار آنها روبه‌رو هستیم که ممکن است به تعدد ترجمه‌ها و در نهایت مسابقه انتشار این کتاب‌ها منجر شود و در این رقابت بر سر زمان، کیفیت ترجمه و ویرایش آثار پایین می‌آید. علاوه بر این آسیب، یکی از مهم‌ترین اهداف ناشر معرفی نویسنده و آثاری است که در جهان منتشر می‌شود و انتشارات ققنوس طی سال‌ها تلاش کرده وارد این مسابقه نشود و هم و غم خود را به نویسندگان ناشناخته‌ای اختصاص دهد که قلم توانمندی دارند و به نظر ناشر باید به جامعه فرهنگی ایران معرفی شوند؛ مانند مارگارت اتوود، الیف شافاک، بندیکت ولس، رومن پوتورولاس، مازن معروف و... .

تبلیغات کتاب چه مراحل و روش‌هایی دارد؟

فکر می‌کنم اگر تبلیغ را به مفهوم اطلاع‌رسانی در نظر بگیریم، یکی از مهم‌ترین وظایف ناشر باشد. هر چند بهترین تبلیغ برای کتاب، خوانندگان آن هستند. اما برای یافتن مخاطب کتاب باید اطلاع‌رسانی دقیق و درست انجام شود و بعد از آن کتاب سیر طبیعی خود را طی می‌کند. مثلاً شما کتابی را می‌خوانید و از آن خوش‌تان می‌آید، به دوستان یا خانواده‌تان معرفی می‌کنید. حالاً زمانی که کسی که کتاب را معرفی می‌کند، بین مخاطبان شناخته شده باشد و به‌خصوص در موضوع کتاب صاحب‌نظر باشد، دیگران بیشتر به او اعتماد می‌کنند و کتاب را می‌خوانند. برگزاری جلسات مختلف رونمایی و نقد و بررسی یا جشن امضای بیشتر فرصتی است که مخاطب با نویسنده یا مترجم کتاب آشنا شود و به نظر می‌رسد که نوعی قدردانی از پدیدآورنده است.

در صنعت نشر چه بخشی از همه‌اثرگذارتر است و نبض صنعت را در دست دارد؟ ناشر، کتاب‌فروش، توزیع‌کننده، وزارت ارشاد یا...؟ چه کسی نقش اصلی را بر عهده گرفته است؟

دیده‌ام که در حوزه‌های دیجیتال برای مبتدی‌ها «از معدود کتاب‌های تألیفی در حوزه ارزهای دیجیتال است که در کشور منتشر شده و به زبانی ساده و قابل فهم مفاهیم اصلی و بنیادین ارزهای دیجیتال را برای خوانندگان توضیح داده است.

این کتاب با استقبال فوق‌العاده خوانندگان فارسی‌زبان مواجه شده و به چاپ‌های متعدد رسیده است. این کتاب را محمد آذرنیوار و نیما ملک‌پور تألیف کرده‌اند و انتشارات راه پرداخت آن را برای اولین بار در سال ۱۳۹۹ منتشر کرده است.

این کتاب با استقبال فوق‌العاده خوانندگان فارسی‌زبان مواجه شده و به چاپ‌های متعدد رسیده است. این کتاب را محمد آذرنیوار و نیما ملک‌پور تألیف کرده‌اند و انتشارات راه پرداخت آن را برای اولین بار در سال ۱۳۹۹ منتشر کرده است.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم





برشی از صحبت‌های مدیر
انتشارات آریانا قلم

در همه بخش‌ها می‌توان نوآور بود

در حال حاضر سیستم جهانی در هر حوزه‌ای به دنبال نوآوری و افزایش درآمدها از این طریق است. طبیعتاً در ایران هم این روند در حال وقوع است و افراد سعی می‌کنند با نوآوری‌هایی، مدل کلاسیک اقتصاد نشر را به‌روزرسانی کنند.

ایجاد فروشگاه‌های چندمنظوره کتاب که در کنار عرضه کتاب، وسایل تزئینی می‌فروشند، یکی از همین راه‌کارهاست. سمیه محمدی، مدیر انتشارات آریانا قلم در خصوص اینکه چقدر این مدل را برای کمک به بازار نشر قبول دارد و انجام چه نوآوری‌های دیگری را مناسب می‌داند، می‌گوید: «شما را ارجاع می‌دهم به کتاب «ده گونه نوآوری». این کتاب توضیح می‌دهد که شما در هرکدام از بخش‌های کسب‌وکارتان می‌توانید دست به نوآوری بزنید. این نوآوری ممکن است در فرایند تولید باشد، در سیستم محصول، کانال توزیع، برند یا روش کسب سود باشد و نوآوری الزاماً در محصول و آنچه به مشتری عرضه می‌کنیم، نیست.»

محمدی در ادامه توضیح می‌دهد: «مثلاً این فروشگاه‌های چندمنظوره شاید نوعی نوآوری در توزیع و عرضه محصول باشد. می‌توان در حوزه دیگر مثل برندینگ نشر نوآوری کرد؛ به وجود آمدن نشرهای تخصصی، مثل انتشارات راه‌پیدا، به نوعی برندینگ تازه‌ای در صنعت نشر است. این نوآوری شاید در قیمت‌گذاری محصولات مرتبط با کتاب و حتی خود کتاب باشد و همین‌طور در نحوه بازاریابی این محصول.»

در هرکدام از این بخش‌ها، اگر بتوانیم ارزش متفاوتی برای مشتری خلق کنیم - که شاید چندان ملموس هم نباشد، اما باعث شود مشتری حس بهتری به تهیه محصول داشته باشد - نوآوری اتفاق افتاده است.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



عکس: پریا امیرحاجلو

خوب‌ها ماندگارند کم‌کیفیت‌ها حذف می‌شوند

گفت‌وگو با سمیه محمدی، مدیر انتشارات آریانا قلم؛ او معتقد است میزان مطالعه کتاب در سال‌های اخیر روند روبه‌رشدی را طی کرده است

نسبت به همه نوآوری‌ها و اتفاقات جدیدی که در بازار کتاب در حال وقوع است، خوش‌بین است و می‌گوید شاید در کوتاه‌مدت آسیب‌هایی داشته باشند، اما در نهایت بازار کتاب را بزرگ‌تر می‌کنند و این به نفع همه کسانی است که در این بازار فعالیت دارند.

بازار کتاب‌های تخصصی کوچک‌تر از ناشران عمومی است و مخاطبان محدودی نیز دارد. اینکه یک ناشر بتواند در این بازار، تبدیل به یک انتشارات معتبر و نامش‌آشنای ذهن علاقه‌مندان شود، هنری است که انتشارات آریانا قلم موفق به انجام آن شده است. سمیه محمدی، مدیر این انتشارات،

انقلاب خدمات مالی

چگونه بلاکچین
در حال تحول پول، بازار
و بانکداری است

کتاب «انقلاب خدمات مالی؛ چگونه بلاکچین در حال تحول پول، بازار و بانکداری است» دیدگاه حیرت‌انگیزی به خواننده ارائه می‌کند که نشان می‌دهد فناوری بلاکچین چگونه صنعت مالی را عمیقاً متحول می‌کند. تعدادی از بهترین متفکران در زمینه بلاکچین، در این کتاب به بررسی توفان دیجیتال آینده می‌پردازند. آنها در رابطه با مسائلی مثل اینکه چگونه بلاکچین شرایط را برای رقابت یکسان می‌کند، قدرت مالی بیشتری در اختیار افراد می‌گذارد و شفافیت بیشتری در عملیات ایجاد می‌کند، بحث کرده‌اند.

گفته می‌شود سرانه مطالعه در ایران پایین است؛ اما گویا وضعیت در حوزه‌های تخصصی بهتر از حوزه‌های عمومی است. ارزیابی شما در این خصوص چیست؟

دقیقاً نمی‌دانم آمارهایی که از سرانه مطالعه در کشور اعلام می‌شود، چقدر معتبر است. از طرف دیگر، تعریف‌های متفاوتی برای مطالعه وجود دارد. برای محاسبه سرانه مطالعه باید بدانیم دقیقاً چه چیزی را مطالعه به حساب می‌آوریم. آیا این مطالعه فقط کتاب خواندن را در بر می‌گیرد یا چیزهای دیگری هم هست؟ نظر من این است که مطالعه کتاب و اقبال به آن در سال‌های اخیر بیشتر شده و روندی روبه‌رشد داشته است. این ممکن است دلایل مختلفی داشته باشد؛ از جمله تأثیر شبکه‌های اجتماعی و اینکه افراد نیازهایی احساس می‌کنند و در راستای پاسخ‌گویی به این نیاز، به کتاب روی می‌آورند. احتمالاً این هم درباره کتاب‌های تخصصی صادق است و هم کتاب‌های مرتبط با توسعه فردی، روان‌شناسی و... به نظر می‌رسد اشتیاق به کتاب در این سال‌ها بیشتر شده است. البته متغیرهای دیگری چون قیمت کتاب هم در سرانه مطالعه تأثیرگذار است. اما من فکر می‌کنم برآیند همه عوامل مؤثر، در نهایت مثبت بوده است. در حوزه‌های تخصصی، نیازها و مسائلی که افراد در کسب‌وکارهایشان با آن مواجه می‌شوند، آنها را به سمت کتاب سوق می‌دهد. البته موضوع مهم دیگر این است که مردم دنبال افراد آگاه و باتجربه و یادگیری می‌روند و به تبع آن، به کتاب هم می‌رسند. بازار کتاب‌های تخصصی از بازار کتاب‌های عمومی کوچک‌تر است و در نهایت شاید بازار کتاب‌های عمومی پربرونق‌تر باشد.

آیا مارکتینگ کتاب تخصصی روش‌ها و سیستم‌های متفاوتی دارد؟ شما چه اقداماتی در این زمینه انجام داده‌اید؟

کتاب هم مثل هر کالای دیگری دارای مشخصات است و نیز مفهوم و خدمت اصلی و گروه مخاطبان خاص خود را دارد. اگر بخواهیم برای کتابی بازاریابی کنیم، هم باید به ابعاد مختلف محصول، اینکه قرار است چه نیازی را برطرف کند و به چه منظوری به خدمت گرفته شود، توجه کنیم و هم اینکه چه گروهی مخاطبان اصلی آن‌اند و این گروه چه ویژگی‌هایی دارند و چطور می‌توان به آنها دسترسی پیدا کرد. بنابراین، هر کتاب یا مجموعه‌کتابی بازاریابی مخصوص خود را طلب می‌کند و باید بتوان با مخاطب آن ارتباط برقرار کرد. در این راستا باید از همه ابزارهایی که برای پروموشن کتاب‌ها در اختیار داریم، استفاده کنیم تا مخاطب را مطلع یا قانع کنیم که این کتاب نیازش را برطرف می‌کند و به این شکل برنامه بازاریابی آن را تدوین می‌کنیم.

عده‌ای معتقدند برگزاری جلساتی مانند نقد و بررسی و رونمایی و جشن امضا، دون شأن است و ارزش کتاب‌ها را پایین می‌آورد؛ اما برخی

در این کتاب می‌خوانید که بلاکچین چگونه می‌تواند سیستم تشویقی بر اساس توکن ایجاد کند که منافع بازبگرن مختلف در پروژه‌های بزرگ مقیاس را با یکدیگر همسو کند و چگونه می‌تواند با استفاده از مکانیسم‌های نوآورانه‌ای مثل عرضه اولیه سکه، منابع مالی لازم برای راه‌اندازی سازمان‌دهی شبکه‌های جهانی تأمین کند. سیر تحول صنعت مالی بدون شک مقوله پیچیده‌ای خواهد شد، ولی برای افرادی که می‌دانند قرار است چه اتفاقی رخ دهد، فرصت‌های بسیار بزرگی فراهم می‌کند. بلاکچین شرایط یکسانی برای رقابت ایجاد



تأثیر دیجیتال شدن در فرهنگ کتاب و کتاب خوانی

پلتفرم‌ها و بلاگرها را نمی‌توان نادیده گرفت

ایرانی‌ها داشته‌اند است. هر چند کتاب‌خوان‌های کلاسیک اعتقاد دارند که هیچ چیز جای در دست گرفتن یک کتاب و ارتباط نزدیک با ورق‌های کتاب چاپی را نمی‌گیرد، اما کتاب صوتی باعث می‌شود تا وقت‌های مرده‌ای که اتفاقاً در زندگی شهری زیاد هم هستند، زنده شوند. از بسیاری شنیده‌ام که در این سال‌ها در حین ظرف شستن، خیاطی، آشپزی و رانندگی و در حین تردد با وسایل نقلیه عمومی کتاب صوتی گوش می‌کنند. علاوه بر این، کتاب‌های حجیمی را که حجم‌شان برای زندگی پرسرعت و «چکیده» این روزها کمی ترسناک هستند، می‌توان به صورت صوتی قبل از خواب یا در وقت‌های مرده گوش کرد و ادبیات باشکوه و لذت‌بخش‌شان را جرعه‌جرعه نوشید.

بعد از ایجاد پلتفرم‌هایی برای خرید کتاب الکترونیک مثل فیدیبو و طاقچه، پادکست‌هایی هم برای معرفی کتاب ساخته شد؛ چه از طرف خود نشرها و کتاب‌فروشی‌ها

و چه به صورت مستقل. از محبوب‌ترین و پرمخاطب‌ترین پادکست‌های مربوط به کتاب می‌توان به پادکست بی‌پلاس اشاره کرد. بی‌پلاس به قدری در دنیای کتاب مطرح شده که در بسیاری از کتاب‌فروشی‌ها قفسه‌های مختص کتاب‌هایی است که در بی‌پلاس معرفی شده‌اند. در این پادکست علی بندری خلاصه کتاب‌های ناداستان را می‌گوید و از نظر عده‌ای این خلاصه و چکیده تحویل مخاطب دادن و پذیرفتن نقطه نظر گوینده به عنوان اصل، شنوندگان پادکست را از خواندن خود کتاب و تفکر نقادانه‌ای که از خواندن کتاب ناشی می‌شود، بازمی‌دارد. هر چند عده‌ای دیگر معتقدند که این کتاب‌ها پس از معرفی علی بندری پرفروش می‌شوند، پس مخاطب با گوش دادن به این خلاصه‌ها کتاب مورد علاقه و محبوب خود را پیدا کرده و به طور کامل می‌خواند.

پادکست دیگری که پرمخاطب بودنش خبر بسیار خوشحال‌کننده‌ای است، پادکست فردوسی خوانی است. در این پادکست گوینده شعرهای شاهنامه را می‌خواند و داستان‌هایش را با زبان ساده بیان می‌کند و همین باعث نزدیک‌تر شدن فارسی‌زبانان به شاهنامه می‌شود. از دیگر پادکست‌های معرفی کتاب می‌توان به «رادایمان» اشاره کرد؛ پادکست وابسته به فروشگاه کتاب مان که ۱۵ قسمت آن منتشر شده و به معرفی بی‌طرفانه کتاب‌های مختلف می‌پردازد. «رادایو گوشه» رادیویی است که نشر چشمه منتشر می‌کند و «رادایو نردبان» هم کتاب‌های صوتی شده انتشارات کتاب‌های نردبان است که به عنوان قصه شب برای کودکان به صورت رایگان در سایت و تلگرام این نشر موجود است.

اگر همین ده سال پیش، در روزهای نزدیک به نمایشگاه کتاب می‌خواستیم مطلبی درباره بازار کتاب بنویسیم، سهم فضای مجازی و پلتفرم‌ها در آن بسیار ناچیز بود، اما امروز، وقتی صحبت از یک صنعت باشد، نقش این دو فناوری در آن غیرقابل چشم‌پوشی است.

ایران در زمینه کتاب الکترونیک به اندازه دنیا مدرن نشده بود تا اینکه با همه‌گیری ویروس کرونا، ایران هم دوره گذار خود را سریع‌تر طی کرد؛ همزمان با آنلاین شدن کسب‌وکارها و آموزش‌ها، تقاضا برای کتاب صوتی بیشتر شد، پادکست‌ها در همین دو ساله پرمخاطب‌تر شدند و تأثیر فضای مجازی و پدیده اینفلوئنسرها بر هر کسب‌وکاری، از خرد تا کلان بیشتر مطرح شد. در این یادداشت می‌خواهیم درباره نقش پادکست‌ها و بلاگرهای کتاب در بازار کتاب صحبت کنیم. پیشاپیش متأسفم که به‌ناچار از کلمات غیرفارسی زیادی در متن استفاده شده است.

در گذشته به نشر به عنوان یک بنگاه فرهنگی نگاه می‌شد و از آن انتظار بالا بردن سطح سلیقه افراد جامعه و انتشار مطالب فاخر می‌رفت، همان‌طور که فرانکلین و امیرکبیر نشرهایی هستند که نویسندگی‌های خارجی بسیاری را به مخاطب فارسی زبان شناساندند و کتاب‌های ارزشمندی منتشر کردند؛ اما مدتی است که نشرها به عنوان یک بنگاه اقتصادی فعالیت می‌کنند و برگشت مالی در چاپ هر کتاب، حرف اول را می‌زند. هرچند این یک موضوع جهانی است و تنها مختص ایران نیست. از زمانی که آورده مالی هر کتاب، به سایر‌المان‌ها برتری یافت، ناشران راه‌های مختلفی را برای ارائه محصولات فرهنگی خود در نظر گرفتند. اینستاگرام هم در این روزها حداقل در ایران که سایر شبکه‌های مجازی فیلتر هستند و دسترسی به آنها برای مردم عادی سخت است، بهترین بستر برای پروموت محصولات و بالطبع، فروش آنهاست. روش دیگر معرفی کتاب‌ها توسط بلاگرهای کتاب است. این بلاگرها کتاب‌هایی طبق سلیقه خود معرفی می‌کنند و با سلیقه خود به بازار نشر و چاپ کتاب خط می‌دهند و همین باعث می‌شود تا با استفاده از فرمول موفق یک کتاب پرفروش، کتاب‌های بی‌شماری با همان مضمون و در همان سبک منتشر شود و بازار نشر با کتاب‌های پرفروشی که ارزش ادبی و هنری ندارند، اشباع شود. البته این حرف درباره همه بلاگرها و مروجان کتاب صادق نیست اما با نگاهی سراسری به آمار کتاب‌های پرفروش همین یک سال هم می‌شود به تشابه این کتاب‌ها به هم و زرد شدن سلیقه مخاطبان اذعان کرد.

در کنار تأثیر اینفلوئنسرها بر بازار کتاب، می‌توان به استقبال از پادکست‌ها و کتاب‌های صوتی در سال‌های اخیر اشاره کرد که این مسئله از نظر نگارنده تأثیر مثبتی در فرهنگ کتاب و کتابخوانی

بازار تلقی شوند؛ زیرا، همان‌طور که گفتید، وقتی برخی افراد خلاصه‌ای از کتاب را می‌شنوند، ممکن است دیگر سراغ اصل کتاب نروند. البته بسیار به کیفیت محتوایی که کتاب در آن معرفی شده بستگی دارد. بعضی آن‌قدر کتاب را خوب تعریف می‌کنند که شاید هم از تهیه و خواندن آن کتاب احساس بی‌نیازی کرده باشم و این خوب نیست. زمانی مخاطب به یادگیری و فهم عمیق می‌رسد که مطلب را کامل خوانده و دریافت کرده باشد. باز هم فکر می‌کنم در نگاه بلندمدت همه اینها به بزرگ‌تر شدن بازار کتاب و بیشتر شدن استقبال مخاطب از کتاب کمک می‌کند.

باز یگر مهم اکوسیستم کسب‌وکار نشر چه بخشی است و نبض آن را کدام قسمت در دست دارد؟

قاعدتاً همه مؤثرند و نقش مهمی ایفا می‌کنند، اما شاید اصلی‌ترین نقش را در این میان ناشر داشته باشد. اگر ناشر کتاب خوبی به بازار عرضه نکند یا اصلاً کتابی عرضه نکند، قاعدتاً باقی اجزای سیستم نمی‌توانند این امر را جبران کنند و ضعیف می‌شوند. اگر ناشرها را تقویت کنیم و ناشران کارهای خوبی به بازار عرضه کنند، بقیه اجزا هم می‌توانند کمک کنند. با وجود این نمی‌توان نقش باقی اجزا و روندها را هم نادیده گرفت؛ مثلاً هر قدر ناشر تلاش کند، اما وزارت ارشاد همراه نباشد یا نقشش را به خوبی ایفا نکند یا نقشی به غیر از آنچه لازم است، داشته باشد، و به نوعی در مسیر نشر سنگ اندازی کند، این چرخه درست کار نخواهد کرد.

چالش اصلی نشر را چه می‌دانید؟

وضعیت اقتصادی مردم و اقتصاد نشر به نظر من چالش اصلی است. اینکه قیمت‌ها ثابت ندارند و هر بار باید ببینید که قرار است با چه قیمتی کتاب را تولید کنید. چیزی که برای افراد بسیاری مشهود است، مسئله قیمت کاغذ است و البته درباره سایر نهاده‌ها مثل مرکب، چسب و چیزهای دیگر مرتبط با تولید کتاب هم وضعیت همین‌طور است. در بی‌ثباتی قیمت، هم این موضوع هست که هر بار نمی‌دانید با چه قیمتی باید کتاب را تولید کنید و هم اینکه اصلاً نمی‌دانید مواد اولیه مورد نیازتان موجود است یا نه. این به نظر من چالش اصلی است. ما مثلاً وقتی می‌خواهیم کتابی را تجدید چاپ کنیم، متوجه می‌شویم مواد اولیه‌ای که در چاپ قبلی به کار برده بودیم، موجود نیست یا اگر باشد، باید با قیمت‌های بالا تهیه کنیم و این نیاز به محاسبات مجدد دارد. از طرف دیگر، باید در نظر بگیریم که آیا مشتری توان پرداخت چنین هزینه‌ای برای کتاب را دارد یا خیر. این مسئله اقتصادی و بی‌ثباتی قیمت نهاده‌های تولید کتاب چالش اصلی است. درست است که قوانینی که وزارت ارشاد وضع می‌کند و ایجاد محدودیت‌ها و ممیزی‌های کتاب بسیار آزاردهنده است، اما دغدغه اصلی به نظر من مسئله اقتصادی است که البته همه کشور با آن دست به گریبان است.

دیگر آن را روشی کارآمد برای تبلیغ کتاب می‌دانند. نظر شما در این باره چیست؟

همان‌طور که گفته شد، اگر کتاب را نوعی کالا بدانیم، می‌پذیریم که مثل هر کالای دیگر مقتضیات مخاطبان خاص خود را دارد؛ از این رو با توجه به گروه مخاطبان، باید برنامه بازاربایی کتاب را تدوین کرد. در کتاب‌های تخصصی‌تر که مخاطبان خاص‌تری دارند، ممکن است جلسات نقد و بررسی مفید باشد و به برقراری ارتباط اولیه بین کتاب و مخاطبان منجر شود و افراد متوجه شوند که این کتاب پاسخگوی نیازشان است یا نه؛ همین‌طور به مخاطبان این امکان را می‌دهد که در جمعی قرار بگیرند که احتمالاً نیازها و دغدغه‌های مشابهی دارند و به این بهانه ارتباطاتی شکل بگیرد که خود این موضوع نیز از ارزش‌هایی شمرده می‌شود که ما در مقام تولیدکننده ایجاد کرده‌ایم. نگاه من به جلسات نقد و بررسی مثبت است، اما آنچه نمی‌پسندم جشن امضای کتاب در جلساتی است که جنبه نمادین پیدا می‌کند، اما محتوایی در آن جلسات عرضه نمی‌شود.

یکی دیگر از نوآوری‌هایی که در صنعت نشر اتفاق افتاده، حرکت به سوی کتاب‌های صوتی و الکترونیک است. این سیستم و پلتفرم‌های ارائه‌دهنده آن چقدر می‌توانند کمک‌کننده باشند؟ مزایا و معایب آنها چیست؟

در کل، نگاه من به کتاب‌های صوتی و الکترونیک مثبت است و فکر می‌کنم تمام این سیستم‌ها و پلتفرم‌ها باعث بزرگ شدن بازار می‌شوند. کسانی که قبلاً به هر دلیلی امکان تهیه کتاب کاغذی یا میلی به این کار نداشتند، با نسخه‌های الکترونیک به مشتری‌های بازار کتاب تبدیل شده‌اند و این خصوصاً در زمینه کتاب‌های صوتی صادق است. شاید بتوان گفت مخاطبان کتاب‌های الکترونیک و کاغذی در یک دسته قرار می‌گیرند؛ یعنی کسانی که بیشتر طرفدار متن و نوشتارند. اما مخاطبان کتاب‌های صوتی، اغلب کسانی‌اند که تمرکزشان روی متن کمتر بوده است و بیشتر ترجیح می‌دهند بشنوند یا فرصتی برای کتاب خواندن ندارند. این وضعیت، بازار کتاب را بزرگ می‌کند و حتی ممکن است مخاطبانی را از بازار کتاب کاغذی به بازار کتاب الکترونیک و صوتی بکشاند. در کتاب‌های تخصصی، ما شاهد این بوده‌ایم که فرد کتاب صوتی را گوش کرده و به آن علاقه‌مند شده و بعد برای مطالعه عمیق‌تر، سراغ نسخه کاغذی آمده است.

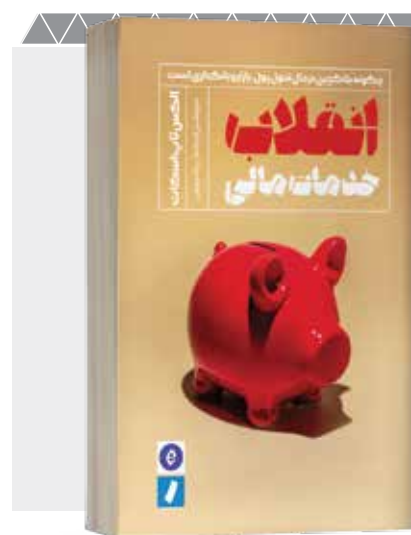
بلاگرهای کتاب، به خصوص در دوران همه‌گیری کرونا، طرف‌داران زیادی پیدا کرده‌اند و ما با ارائه خلاصه کتاب‌ها در صفحات شخصی و پادکست‌ها و... مواجهیم. آیا این اتفاق را در راستای رونق صنعت نشر می‌دانید یا ارائه‌های این چنینی از کتاب را آسیب‌زننده می‌بینید؟

با نگاه کوتاه‌مدت، امکان دارد چنین چیزهایی آسیب‌زننده به

می‌کند، همکاری را نسبت به رقابت در اولویت قرار می‌دهد و شرايطی برای افراد فراهم می‌کند تا به اندازه شرکت‌های امروزی از اختیارات و آزادی مالی بهره‌مند شوند. این کتاب چگونگی اجرای این مسائل را توضیح می‌دهد. این کتاب پنجره‌ای آموخته به آینده است؛ آینده‌ای که در آن، بلاکچین تصور جدیدی از خدمات مالی ارائه می‌کند. کتاب انقلاب خدمات مالی را الکس تاپ اسکات نوشته که انتشارات راه پرداخت در سال گذشته با ترجمه شراره شیل الحکما و پرک نجومی، آن را روانه بازار کتاب کرده است.

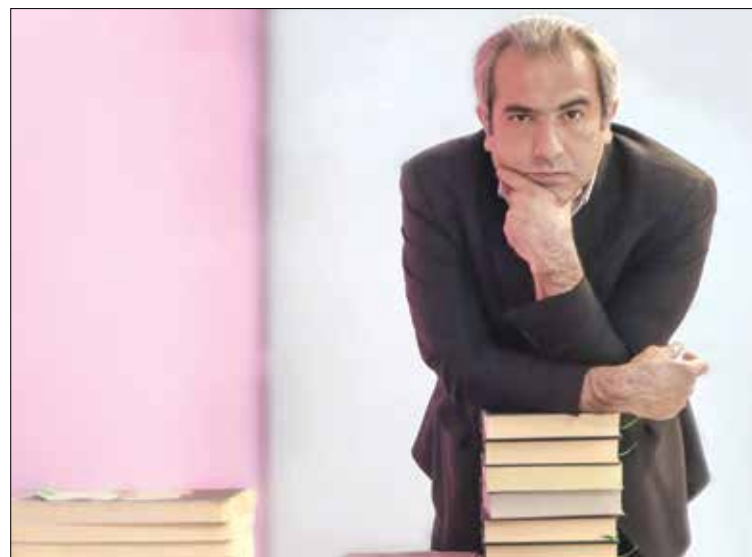


شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم





گفت‌وگو با مرتضی کاردر، مدیر نشر هرمس چرخه کامل و درست صنعت نشر



عکس: پونا امیرحاجلو

ناشر سراغ ترجمه آثاری می‌رود که عنوان منتخب نیویورک تایمز یا رسانه‌های معتبر دیگر را با خود دارد و خود کتاب یا نویسنده‌اش برنده جایزه ادبی مهمی شده‌اند، خودبه‌خود در تبلیغ و فروش کتاب مؤثر خواهد بود. باید به این نکته نیز توجه کنیم که تلاش ناشران برای عقب نماندن از بازار جهانی سبب شده که در حال سبقت گرفتن از یکدیگر باشند و به خاطر این عجله، حتی ترجمه‌های درستی از یک کتاب در بازار پیدا نشود. استقبال جهانی نسبت به یک کتاب، می‌تواند بخشی از بار تبلیغاتی ناشر را به دوش بکشد، اما این نباید سبب شود که از کیفیت آثار منتشرشده به زبان فارسی کاسته شود.

◀ با شیوع کرونا، افراد زیادی در شبکه‌های اجتماعی دست به کار معرفی کتاب زدند و به نوعی بلاگر کتاب شدند. همچنین پادکست‌هایی نیز با موضوع معرفی کتاب منتشر می‌شوند. آیا آنها می‌توانند مخاطب را کتاب‌خوان کنند یا با ارائه خلاصه کتاب‌ها به بازار کتاب ضربه می‌زنند؟

کاری که بلاگرهای کتاب و پادکست‌ها می‌کنند، طبیعتاً در خدمت نشر است. به ویژه پادکست‌های حرفه‌ای مثل پادکست بی‌پلاس که به نظرم خلاصه‌هایی که از کتاب ارائه می‌دهد، دقیق و درست است. این امر بی‌تردید در ترویج کتاب مؤثر است.

کار بلاگرهای کتاب و پادکست‌ها وقتی آسیب‌زننده است که مخاطب که گاهی ممکن است تمایلی به خواندن کتاب نداشته باشد، به همین معرفی‌ها بسنده کند و فکر کند کتاب را خوانده و می‌داند چه محتوایی دارد. حتی بر اساس آنچه شنیده، درباره کتاب حرف می‌زند.

چیزی که بسیاری از ناشران از آن حرف می‌زنند و نسبت به آن گله‌مندند، امتیازات ویژه‌ای است که برخی از ناشران را از نظر دریافت مجوز نشر و کمک‌های مالی و اعتباری از دیگران متمایز می‌کند. اینکه دولت با قوانین و قواعد یکسان با همه برخورد نمی‌کند و بعضی از ناشران صاحب رانت‌هایی هستند که مزیت رقابتی ناعادلانه‌ای در بازار نشر به آنها می‌دهد. از طرفی، ظاهراً برخورد با ناشران کتاب‌ساز و سوءاستفاده‌کنندگان در بازار نشر، هنوز آن قدر جدی نیست و تعدادی از کتاب‌های پرفروش، توسط تعدادی از ناشران، به اسم ترجمه تازه و با هزینه کمتر و طبعاً قیمت پایین‌تر، دوباره منتشر می‌شود و این هم به شیوه دیگری ناشران درگیر مشکلات مالی را گرفتار بازار ناعادلانه می‌کند. مرتضی کاردر، مدیر نشر هرمس، این دو مسئله را از مهم‌ترین چالش‌هایی می‌داند که ناشر حرفه‌ای در بازار کتاب ایران با آن دست به گریبان است.

◀ با گسترش ارتباطات و دسترسی‌های جهانی، فاصله عرضه یک کتاب به زبان اصلی و نسخه فارسی آن بسیار کم شده است. آیا می‌توان گفت این اتفاق به رونق کسب و کار نشر منجر می‌شود؟ نقاط قوت و ضعف آن چیست؟ چه استراتژی‌های دیگری برای فروش کتاب‌ها وجود دارد؟

این زمانی محقق می‌شود که ما بخشی از بازار جهانی کتاب باشیم و الان نمی‌توان گفت که ما بخشی از این بازار هستیم. کپی‌رایت در ایران رعایت نمی‌شود و این کار را سخت می‌کند. در سال‌های اخیر از اتفاق‌های خوب و جالب توجهی که افتاده، این است که برخی ناشران کپی‌رایت کتاب را می‌خرند و ترجمه فارسی کتاب، هم‌زمان با نسخه زبان اصلی منتشر می‌شود. البته وقتی



عکس: پونا امیرحاجلو

مسئله مهم برندینگ در صنعت کتاب

گفت‌وگو با عادل طالبی، مدیر انتشارات برآیند که با وجود نقدهای جدی به عملکرد دولت می‌گوید اگر ناشر کارش را بلد باشد، می‌تواند توجه مردم را به کتاب‌هایش جلب کند

فضا متعادل تر شد. الان دولت در چاپخانه‌های خودش با میلیاردها تومان بودجه به مؤسسات ایدئولوژیک، کار خودش را می‌کند و صنعت نشر در حال حرکت به سوی یک صنعت واقعی و جدی است. در چنین فضایی است که مسئله بازار بای و برندینگ اهمیت پیدا می‌کند. در نمایشگاه کتاب سال ۹۸، به خاطر دارم ناشرانی که روی برندینگ کار کرده و فرصت‌های فضای دیجیتال را شناخته بودند و به ممیزی علمی و فنی پیش از چاپ کتاب‌هایشان اهمیت داده بودند، در تمام روزهای هفته غرفه شلوغی داشتند. البته این ممیزی با ممیزی وزارت ارشاد متفاوت است. به نظر من اینکه یک وزارتخانه بخواهد نظر ایدئولوژیک خودش را روی محتوا ارائه دهد، کاملاً غلط است. ناشر تخصصی باید بتواند بر اساس رویکرد تخصصی خودش، کتاب‌های مناسب و مورد نیاز بازار را انتخاب کند. هر چه ناشرها تخصصی‌تر شوند و اهمیت بیشتری برای برندینگ و بازار بای قائل باشند، صنعت نشر قطعاً پویاتر خواهد شد. درباره سرانه مطالعه هم باید بگویم یک مشکل دوطرفه وجود دارد. یعنی درست است که فضای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، بخشی از وقت و توجه مردم را تصاحب کرده‌اند، اما اگر ناشر کارش را بلد باشد، می‌تواند توجه مردم را جلب کند. ناشرها باید به خودشان بیایند و کتاب‌های خوب با ذائقه مردم تولید کنند. البته یکی از مشکلاتی که شاهدش هستیم و بخشی از کتاب‌نخوان

ناشران تخصصی در بازار امروز نشر، در حال تلاش‌اند تا مخاطبان خود را حفظ کنند و در شرایط دشوار نشر، فضای دیجیتال می‌تواند یک یار کمکی محسوب شود. هرچند عادل طالبی، مدیر نشر برآیند، معتقد است که مشکل عمده این صنعت در حال حاضر، ممیزی‌های وزارت ارشاد است. او می‌گوید در غیاب این ممیزی‌ها، بازار راه سالم خودش را پیدا می‌کند و مخاطبان بیشتری هم به کتاب رو می‌آورند. نشر برآیند که مخاطبان مخصوص خود را دارد، ظاهراً در سال‌های اخیر رشد چشم‌گیری در فروش دیجیتال داشته است و به گفته مدیر این انتشارات، تجربه فروش دیجیتال، حتی بر فروش کتاب کاغذی هم تأثیر مثبت داشته است.

◀ مشکلات کار تخصصی در حوزه کتاب چیست؟ آیا در کتاب‌های تخصصی نیز سرانه مطالعه پایین است؟

دولت سال‌ها به روش‌های مختلفی در صنعت نشر دست برده و با آن بازی کرده است و از این جهت، بحث صنعت نشر اهمیت بسیاری دارد. زمانی، در اوایل انقلاب، دولت ترجیح داد ایدئولوژی خودش را تبلیغ کند و بعد سعی کرد با ابزار یارانه، کنترل جریان فکری را در اختیار بگیرد. از همین جا است که فسادها و سوءاستفاده‌های بسیار در زمینه یارانه کاغذ و چیزهای مشابه به وجود می‌آید. به تدریج



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



ادامه از صفحه ۵۰

چرخه کامل و درست...

هم در اعطای مجوزها و هم در تخصیص اعتبار و کاغذ، قواعد یکسانی وجود داشته باشد. همین‌طور باید قوانین بازارنده‌ای برای سوءاستفاده‌کنندگان در بازار نشر وجود داشته باشد؛ کسانی که بدون هزینه‌های معمول نشر یک کتاب، ترجمه یک ناشر دیگر را بازنویسی و دوباره منتشر می‌کنند. مجموع این قوانین باید در راستای عادلانه کردن بازار باشد، نه اینکه دست و پای ناشران را ببندد.

بازیگر مهم اکوسیستم کسب‌وکار نشر چه بخشی است و نبض آن را کدام قسمت در دست دارد؟

چرخه نشر شامل مؤلف، مترجم، تولیدکننده اثر، ناشر، توزیع‌کننده، کتاب‌فروش و قانون‌گذار است. هر کدام از اینها به نوعی به اندازه خودشان تأثیرگذارند و نمی‌توان گفت کدام‌یک بیش از دیگری، با وجود این در برهه‌ای از زمان، یکی بیش از بقیه اثرگذار می‌شود و آن هم زمانی است که بخشی بیش از اندازه بزرگ شود. فکر می‌کنم هر کدام از اینها اگر بیش از اندازه بزرگ شوند، می‌توانند آسیب‌زننده باشد. گاهی وقتی حتی مترجم از اثر پیشی می‌گیرد، می‌تواند در درآمدت آسیب‌زا باشد. گاهی اگر قدرت توزیع‌کننده بیش از ناشر و کتابفروش باشد، می‌تواند مشکل ایجاد کند. اگر وزارت ارشاد و نهادهای نظارتی هم قدرت‌شان بیش از حد نظارت، حمایت و قانون‌گذاری باشد، به چرخه نشر آسیب وارد می‌شود. چرخه کامل و درست نشر، چرخه‌ای است که همه بازیگران بتوانند در کنار هم کار و به یکدیگر کمک کنند.

برگزاری جلسات جشن امضا و رونمایی کتاب را برخی دوش‌شان کتاب و نویسنده می‌دانند. از طرفی یکی از راه‌های معرفی کتاب و بازاریابی آن محسوب می‌شود. از نظر شما چه قدر روش‌هایی مثل این و اساساً بازاریابی‌های جدی برای کتاب، در رونق بازار مؤثر است؟

کمتر شنیده‌ام چنین کاری را کسی دوش‌شان نویسنده یا ناشر بدانند و حتی خیلی از بزرگان صنعت کتاب و نشر هم چنین جلساتی برگزار می‌کنند و در دنیا نیز البته رایج و مرسوم است. اما گاهی اثر یا مترجم فراتر از اینهاست که با برگزاری جشن امضا یا رونمایی خللی در اعتبار و ترویج اثر ایجاد شود. خیلی وقت‌ها به همین دلیل بسیاری از ناشرها تن به این کار نمی‌دهند و برایش صرفه اقتصادی ندارد. اما مارکتینگ کتاب شامل همه این مراحل است و شما نمی‌توانید نسبت به رونمایی، جشن امضا، توزیع درست کتاب یا تبلیغ و ترویج درست کتاب بی‌تفاوت باشید. بارها شاهد این بوده‌ایم که وقتی برای کتابی بازاریابی خوبی نشده، از نظرها هم دور مانده است.

برخی پادکست‌ها، مثل پادکست بی‌پلاس در هر قسمت تأکید می‌کنند که این معرفی‌ها جای خواندن کتاب را نمی‌گیرد. معرفی کتاب، فقط معرفی است و نباید جایگزین خواندن کتاب شود.

با گسترش فروش آنلاین و فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب، شاهد حذف کتاب‌فروشی‌های کوچک و محلی از این صنعت هستیم. این موضوع چه تأثیری بر صنعت نشر و فروش کتاب در سال‌های آینده می‌گذارد؟

مثل همه بازارهای دیگر، در بازار کتاب هم فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ، فروشگاه‌های کوچک را می‌بلعند. این امر اجتناب‌ناپذیر است. اما کتابفروشی‌های کوچک چه کار باید بکنند که از غافل‌عقب نمانند و مقهور فروشگاه‌های بزرگ کتاب نشوند؟ من فکر می‌کنم بیش از هر چیز، آنها باید روی شیوه‌های تازه‌ای برای بقا و روزآمد کردن خودشان تمرکز کنند. اینکه چه مزیت‌هایی باید نسبت به فروشگاه‌های بزرگ داشته باشند تا بتوانند در این بازار جان به در ببرند. فکر می‌کنم در سال‌های اخیر بعضی از آنها سریع‌تر از بقیه دست به اقداماتی زده‌اند که درخور توجه است. از جمله آن ارسال سریع کتاب یا رایگان، در محدوده محله‌هاست. همین‌طور نوع سفارش گرفتن‌شان را تغییر داده‌اند و سفارش کتاب صرفاً به مراجعه حضوری نیاز ندارد. کتاب‌فروشی‌های محلی می‌توانند زنده بمانند، اگر اقتضائات زمانه را در یابند و متناسب با روز، خودشان را تغییر دهند.

چالش‌های اصلی صنعت نشر را چه می‌دانید؟ محدودیت‌های وزارت ارشاد، وضعیت اقتصادی این صنعت یا سرانه مطالعه پایین؟

فکر می‌کنم مهم‌تر از اینها، مسئله استانداردهای دوگانه در این صنعت مطرح است؛ یعنی بخشی از صنعت نشر سعی می‌کند کاملاً با اتکا به سرمایه‌گذاری خصوصی خودش راسرپانگه دارد و بخش دیگر از صنعت نشر، ناشران دولتی یا ناشران نزدیک به نهادهای حاکمیتی و دولت، بدون توجه به بازار، کارهایشان را ارائه می‌دهند.

از طرفی، بخش دیگری که جزئی از بازار و صنعت نشر است، با سوءاستفاده و عرضه کتاب‌های تقلبی که کپی کتاب‌های ناشران دیگر است، بازار را در دست می‌گیرند؛ به ویژه هدف‌شان آن دسته مخاطبانی هستند که اطلاعی از بازار کتاب ندارند. فکر می‌کنم نکته اصلی این است که این موارد، سامان‌دهی شود و قانون و منطق واحدی حاکم باشد. اگر دولت می‌خواهد کمکی کند، کار اصلی‌اش این است که بازار را منظم کند و البته این قوانین و قواعد برای همه یکسان باشد. یعنی

انتشار کتاب دیجیتال به ضرر کتاب کاغذی نیست. ما متوجه شده‌ایم جوان‌ترها که اغلب مخاطب کتاب دیجیتال هستند، در شبکه‌های اجتماعی درباره کتابی که خوانده‌اند صحبت می‌کنند و این نه تنها ضربه‌زننده نیست، بلکه طبق تجربه ما به بخش فروش کتاب کاغذی کمک هم می‌کند. البته در این زمینه لازم است که قیمت‌گذاری درست انجام شود. بله در فضای دیجیتال هزینه چاپ و صحافی نداریم، اما نباید به شیوه‌ای قیمت‌گذاری انجام شود که عملاً مخاطب را بین این دو قرار دهد. یک مورد دیگر هم که باید به آن اشاره کرد قوانین ماست. متأسفانه در کشور ما برخورد سیستم قضایی با کسانی که کتاب را به شکل دیجیتال کپی می‌کنند، جدی نیست. اگر مثل کشورهای دیگر که قوانین ACMD (Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike) دارند، با کسی که محتوا را می‌دزدد برخورد شود، نگرانی ناشران در زمینه کتاب دیجیتال برطرف می‌شود و این به رشد صنعت کتاب‌خوانی و فرهنگ کمک خواهد کرد.

چالش‌های اصلی صنعت نشر را چه می‌دانید؟ برخی به محدودیت‌های وزارت ارشاد به عنوان تنظیم‌کننده قوانین اشاره دارند، عده‌ای دست روی قیمت کاغذ و چاپ می‌گذارند و برخی دیگر نیز سرانه مطالعه پایین...

نه قیمت چاپ، نه کاغذ و نه هیچ چیز دیگر مشکل اصلی ما نیست. واقعیت این است که مسائل مانع ما نخواهد بود. مهم‌ترین مانع، وزارت ارشاد است. مهم‌ترین مانع ایدئولوژی است و کسانی هستند که می‌گویند نگاه ما باید حاکم باشد بر آنچه مردم می‌خواهند بخوانند و بر همین اساس، به نگاه نزدیک به خود، یارانه و وام و امکانات می‌دهد. در عمل ناشر واقعی و کسی که فهم درستی از بازار دارد، عقب می‌ماند و نمی‌تواند رقابت کند. هر وقت دولت از بازار نشر کنار برود، خودبه‌خود مردم کتاب‌خوان می‌شوند و ناشران کتاب خوب چاپ می‌کنند. ممیزی‌ها و رانت‌ها که حذف شود، خودبه‌خود وضعیت صنعت نشر بهبود پیدا می‌کند.

فروش کتاب به‌مرور در حال خروج از دستان کتاب‌فروشی‌های کوچک است و در عوض کتاب‌فروشی‌های چندمنظوره بزرگ، رشد می‌کنند. این به ضرر بازار کتاب است یا به نفع آن؟

این یک واقعیت است که به هر حال تغییرات در فناوری، باعث تغییرات در کسب‌وکارها هم می‌شود. زمانی بود که برای عکس گرفتن باید برای دوربین‌مان فیلم‌های ۲۴.۱۲ یا ۳۶ تایی می‌گرفتیم و بعد از ظاهر شدن در عکاسی تازه می‌فهمیدیم تعدادی از عکس‌ها سوخته یا بی‌کیفیت است. الان با دوربین‌های دیجیتال یا گوشی موبایل می‌توانیم به راحتی تعداد بالایی عکس بگیریم تا به چیزی که مورد نظرمان است برسیم. طبیعی است که تعداد زیادی عکاسی از کسب‌وکار بازنمانند، اما در عوض راحتی و آسایش و امکانات زیادی به مصرف‌کننده داده شد. به این می‌گویند disruptive technology یا تکنولوژی متحول‌کننده. فضای دیجیتال هم همین است و طبیعی است که تعدادی از کسب‌وکارها در این وضعیت متضرر می‌شوند. اما فراموش نکنیم کتاب‌فروشی‌ها در مقابل تعداد زیادی از کتاب‌هایی که منتشر می‌شوند، و پرتیرین محدودی دارند و تعداد زیادی کتاب به‌ناچار دیده نمی‌شوند. اما فضای دیجیتال و پرتیرین نامحدود در اختیار کتاب‌ها می‌گذارد. برای مخاطب مزیت گسترش دامنه انتخاب و همین‌طور دسترسی به کتاب را دارد، ولی از جمله تبعاتش حذف تعدادی از کتاب‌فروشی‌هاست. البته همه کتاب‌فروشی‌ها از بین نخواهند رفت. بله، مفهوم فروش کتاب به عنوان یک بیزینس در حال تهدید است. اما اگر به عنوان یک فضای فرهنگی به آن نگاه شود، وضعیت فرق می‌کند. مثل باغ کتاب و بعضی شهر کتاب‌ها که فقط کتاب‌فروشی نیستند؛ آنجا کتاب «هم» می‌فروشند، اما فضای فرهنگی و نقطه ارتباطی و در واقع یک community builder هستند. یعنی جایی که افراد در آن ارتباط برقرار می‌کنند.

بودن مردم هم به آن برمی‌گردد، مسئله ممیزی کتاب و برخورد سلیقه‌ای و کاملاً غیرشفاف و جلوگیری از انتشار محتوایی است که مردم می‌پسندند یا به آن نیاز دارند. این یکی از مصیبت‌های صنعت نشر است و اگر کنار برود، من فکر می‌کنم مردم ما کتاب‌نخوان نیستند. مردم ما کتاب‌خوان هستند، اما باید اجازه داده شود کتابی که دوست دارند چاپ شود، نه کتاب‌هایی که بعضی‌ها دوست دارند مردم بخوانند. مشکل اینجاست که یک عده دوست دارند تعیین‌کننده مردم چه بخوانند. اگر این نگاه حذف شود، بدون هرگونه رانت و یارانه، بازار کتاب کار خودش را پیش می‌برد.

آیا مارکتینگ کتاب تخصصی روش‌ها و سیستم‌های متفاوتی دارد؟ شما چه اقداماتی در این زمینه انجام داده‌اید؟

مارکتینگ حتی در یک حوزه می‌تواند برای دو برند متفاوت، فرق داشته باشد. در حوزه FMCG هم مثلاً وقتی شما ما کارونی تولید می‌کنید، ممکن است یک تولیدکننده ما کارونی روی یک مزیت رقابتی تمرکز کند و مشتری خاص خودش را داشته باشد و تولیدکننده دیگر ما کارونی هم مزیت دیگری داشته باشد و بخش دیگری از مردم را هدف قرار دهد. در حوزه نشر هم همین‌طور است. مثلاً کتاب کودک، کتاب درسی، کتاب بزرگسال، کتاب دینی، اینها همه بخش‌های هدف خودش را دارد و ناشر تخصصی مثل ما که در حوزه مدیریت و بازاریابی فعالیت می‌کند، طبیعتاً مخاطبان خودش را خواهد داشت.

ناشر باید ببیند از نظر علمی، توان اجرایی و مالی در چه جایگاهی است و چه گروه مخاطبی را می‌تواند هدف قرار دهد و روی همان کار کند. طبیعی است که به‌هر مجموعه کتابی نیاز به روش‌ها و سیستم‌ها و مارکتینگ خاص خودش دارد که باید متناسب با مخاطب و محصول و محتوای خودش و از کانال‌های مختلفی که وجود و به آن دسترسی دارد، بازاریابی‌اش انجام شود.

الگوی مطالعه در ایران به چه سمتی در حال حرکت است و پسند و انتخاب مخاطب در حال حاضر حول چه محورهایی می‌گردد؟

ما شاهد شکل‌گیری الگوی مشخصی به‌خصوص در مخاطبان جوان کتاب به سمت کتاب‌های دیجیتال و صوتی هستیم. متأسفانه عدد دقیقی ندارم، اما نگاهی به آمار فروش مان از سال ۹۶ تا الان نشان می‌دهد که در بخش دیجیتال تا سه برابر افزایش فروش داشته‌ایم. البته باید در نظر داشته باشید که برآیند انتشارات تخصصی است و کتاب در حوزه‌ای که ما در آن فعالیت می‌کنیم، از گذشته اهمیت داشته است و مخاطبان ما ضرورت مطالعه را درک می‌کنند. از این جهت به‌خصوص با ورود شبکه‌های اجتماعی، ما توانسته‌ایم کانال‌های مستقیم ارتباطی با مشتریان بالقوه و بالفعل ایجاد کنیم که بسیار کمک‌کننده بود. اما من فکر می‌کنم نه‌فقط ما، بلکه هر حوزه‌ای می‌تواند از فضای دیجیتال به نفع خود و در جهت ترغیب مخاطب کتاب استفاده کند. پتانسیل‌های زیادی وجود دارد که اغلب ناشران از آن استفاده مؤثری نمی‌کنند. البته انتشاراتی مثل نشر آموت یا آریانا قلم، خیلی خوب و حرفه‌ای از این فضا استفاده می‌کنند، اما جای بسیاری از ناشران در استفاده از این ظرفیت‌ها خالی است.

یک دغدغه قدیمی وجود دارد که فضای دیجیتال و کتاب‌های الکترونیک به ضرر کتاب‌های کاغذی هستند. این دغدغه چقدر واقعی است؟

تجربه ما در سال‌های اخیر که هم در نشر کاغذی و هم دیجیتال فعالیت می‌کنیم، نشان می‌دهد که اشتراک بین دو دسته افراد مخاطب این کتاب‌ها، کوچک است. یعنی اغلب افراد یا کتاب دیجیتال تهیه می‌کنند یا کتاب کاغذی. بله مشترکاتی هم هست و ممکن است خرید کتاب دیجیتال به‌خصوص با قیمت پایین‌تر باعث شود مردم کتاب فیزیکی نخرند، اما عملاً مخاطبان دو گروه مجزا هستند و در مجموع



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



تاریخچه غریب هرج و مرج طلبان آرمان گرایان و متخصصان فناوری که رمزآرزا را به وجود آوردند پول نقد دیجیتال

کتاب‌های زیادی درباره بیت‌کوین و فناوری قدرت‌دهنده به آن یعنی بلاکچین نوشته شده، اما کمتر کتابی به سراغ تاریخچه ارزهای دیجیتال رفته است؛ اینکه ساتوشی ناکاموتو با چه پشتوانه‌ای در سال ۲۰۰۸ وایت‌پیپر بیت‌کوین را منتشر کرد و خبر از ظهور اولین ارز دیجیتال جهان داد. چه دانش علمی و چه تجربه‌های موفق و ناموفقی تا پیش از این وجود داشته که باعث شده، بیت‌کوین با کمترین نقص در ساختار و مکانیسم خود به وجود بیاید. فین برنتون در کتاب پول نقد دیجیتال تلاش خود را کرده تا به این سؤالات پاسخ بدهد. این کتاب درباره ماهیت و تاریخچه پول دیجیتال است. این کتاب، داستان ناگفته پول دیجیتال و افرادی را تعریف می‌کند که به دنبال ساختن آن بودند. هدف بعضی از آنها زمین‌زدن دولت‌ها و ملت‌ها و ایجاد آرمان‌شهری رمزنگاری شده بود و هدف برخی دیگر این بود که با از میان رفتن نظم جهانی، پاداشی دریافت کنند، برخی نیز می‌خواستند ماشینی را پدید بیاورند که بتوانند با آن تا ابد زندگی کنند.

با مطالعه این کتاب از اجزا، مفاهیم و ایده‌های پول دیجیتال (از آزمایش‌های دهه ۱۹۸۰ گرفته تا ایجاد بیت‌کوین) ذهنیت جامعی پیدا خواهید کرد. همچنین تاریخچه‌ای از پول‌های آزمایشی را خواهید دید که تا نزدیکی موفقیت رفتند، ولی در نهایت شکست خوردند. این کتاب را علی قربان‌زاده ترجمه کرده و انتشارات راه پرداخت سال گذشته به بازار کتاب عرضه کرده است.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



فضای کتاب مان فضای خانه است

گفت‌وگو با حامد رهنما، مدیر کتاب مان

استفاده از ابزارهای نوآورانه در فروش، در روزگاری که بسیاری از کتاب‌فروشی‌ها خطر تعطیلی را از نزدیک حس می‌کنند، می‌تواند یک کتاب‌فروشی را به کسب‌وکاری موفق بدل کند. کتاب مان، یک کتاب‌فروشی نوآور است که برای معرفی کتاب به مخاطبانش پادکست می‌سازد و در شبکه‌های اجتماعی، مسئله تولید محتوا را به صورت جدی پیگیری می‌کند. حامد رهنما، مدیر کتاب مان، معتقد است با ایجاد فضایی با روح خانه در کتاب‌فروشی و همین‌طور استفاده از روش‌های نوین فروش، یک کتاب‌فروشی می‌تواند در بازار جایگاه خود را تثبیت کند.

مسئله درآمد کتاب‌فروشی‌ها در سال‌های گذشته به بحران تبدیل شده است. به همین جهت، کتاب‌فروشی‌ها برای جبران این درآمد پایین، دست به کار فروش وسایل تزئینی شده‌اند. آیا این حرکت تأثیری مثبت یا منفی بر فروش کتاب می‌گذارد؟

حرکت کتاب‌فروشی‌ها به سمت فروش محصولات دیگری در کنار کتاب، از نظر من در فروش کتاب پیش‌برنده است. در کتاب‌فروشی‌های دیگر دنیا هم این اتفاق افتاده است. در کتاب‌فروشی‌های عمومی محصولات دیگری مثل هدایا، نوشت‌افزار، بازی و چیزهایی از این دست در کنار کتاب به فروش می‌رسد و این به جذاب‌تر شدن فضای کتاب‌فروشی برای مردم کمک می‌کند. ما در فروشگاه «کتاب مان»، برای

انتخاب کالایی که قرار است در کنار کتاب به فروش برسانیم، فرهنگی و هنری بودن کالا را به سودآوری آن ترجیح داده‌ایم. مان به معنی خانه است و شعار ما «اینجا مان شماست»، متعهدمان کرده که فضای فرهنگی کتاب‌فروشی را حفظ کنیم. حتی فروشندگان ما هم فروشنده معمولی نیستند، بلکه راهنمایان فرهنگی هستند که به مشتری برای انتخاب کتاب کمک می‌کنند. فروش محصولات دیگر در کنار کتاب، اتفاق خوبی است، اما اضافه کردن این محصولات به این دلیل نیست که کتاب به تنهایی فروش نمی‌رود. ما حتی اگر فروش خوبی در زمینه کتاب داشته باشیم، باز هم این محصولات را در فروشگاه‌مان ارائه می‌دهیم. چرا که همه اینها، محصولاتی مرتبط با فضای فرهنگی است؛ بُرد گیم، هدایا، صنایع دستی و... قوانینی هم برای خودمان در نظر گرفته‌ایم، مثل اینکه در کتاب مان در بخش هدایا چیزی به غیر از آثار تولیدشده دست‌ساز نداریم.

گفته می‌شود علت مرگ کتاب‌فروشی‌های کوچک و محلی، سه عنصر فروش اینترنتی، برگزاری نمایشگاه و فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب است. از بین رفتن این دسته از کتاب‌فروشی‌ها چه تأثیری می‌تواند بر بازار کتاب داشته باشد؟ آیا این اتفاقی ناگزیر است یا می‌توان برایش چاره‌ای اندیشید؟
در غالب کشورهایی که در حوزه کتاب فعالیت جدی دارند،

معمولاً نمایشگاه‌هایی که در حوزه کتاب برگزار می‌شود، نمایشگاه‌های تخصصی هستند. یعنی جایی که نویسندگان، تصویرگران، شاعران، مجموعه‌های چاپ و بسته‌بندی... دور هم جمع می‌شوند، از تجربیات هم استفاده و با هم تبادل نظر می‌کنند. ما اتحادیه کتاب‌فروشان داریم که در کل کشور فعال هستند و بارها این مسئله را یادآور شده‌اند که این ۱۰ روز نمایشگاه کتاب، به فروشگاه‌های کتاب ضربه می‌زند. اگر فروشگاه‌ها را تقویت کنیم، آنها می‌توانند با آرامش بیشتر، کتاب‌ها را به دست مردم بیشتری برسانند. تخصصی‌تر شدن نمایشگاه کتاب، جمع شدن نویسندگان، تصویرگرها، شاعران و... در کنار هم، مفیدتر است تا اینکه هر سال، بدون پیشرفت چندان، به همین شیوه برگزار شود. از نظر من، تغییر مدل برگزاری هم به نفع فروشگاه‌هاست و هم فرهنگ و صنعت نشر.

مخاطب امروزی بیشتر چه کتاب‌هایی را می‌پسندد؟ آیا راهکاری برای شکل دادن به سلیقه مخاطب وجود دارد؟

فروش کتاب‌هایی در زمینه روان‌شناسی، موفقیت و توسعه فردی، چند سالی است که بیشتر شده است. یک نمونه که چند وقت گذشته درباره‌اش با دوستان صحبت می‌کردیم، کتاب «بیداری» بود. شاید حتی یک نفر هم نتواند بگوید این کتاب شاهکار است یا کتاب خیلی خوبی است، در خوش‌بینانه‌ترین حالت یک پلنر عامیانه برای عموم آدم‌هاست؛ ولی میزان فروش این کتاب در یکی دو ماه گذشته، خارق‌العاده بود. این‌طور نیست که بگوییم مخاطب عموم سلیقه عجیبی دارد. در تغییر سلیقه مردم یک کتاب‌فروشی تأثیر چندانی نمی‌گذارد ولی برای مخاطبانی که در شبکه‌های اجتماعی ما را دنبال می‌کنند یا کسانی که برای خرید کتاب به کتاب‌فروشی ما می‌آیند، سعی می‌کنیم کتاب‌های خوب معرفی کنیم. فکر می‌کنم تا امروز در کتاب مان بیش از ۴۰۰ عنوان کتاب معرفی کرده‌ایم که بعضی از ناشران هم تشکر کرده‌اند که بعد از معرفی ما، تماس با نشر بیشتر شده و فروش‌شان افزایش پیدا کرده است. سعی می‌کنیم در فضای کوچکی که درست کرده‌ایم، طوری کتاب را معرفی کنیم که خانواده‌ها برای پیدا کردن کتاب خوب به زحمت نیفتند. چون هم ممکن است تخصصش را نداشته باشند، هم به همه کتاب‌ها دسترسی نداشته باشند.

چه نوآوری‌هایی در حوزه فروش کتاب قابل انجام است؟

بعد از مدتی از شروع فعالیت کتاب مان، رادیو مان را با این توضیح که اولین فرزند کتاب مان است، راه‌اندازی کردیم. رادیو مان، پادکست معرفی کتاب است که تا امروز ۱۵ اپیزود آن منتشر شده و مخاطبان جدی و پیگیری‌ری را از شهرها و روستاهای مختلف کشور و حتی خارج از ایران داریم که با آنها در ارتباط هستیم. در این ۱۵ قسمت، رشد کردیم و حتماً کیفیت قسمت پانزدهم با قسمت اول کارمان متفاوت است. این هم به بیشتر مطرح شدن نام کتاب مان کمک کرد. سعی کردیم در حساب‌های کاربری کتاب‌فروشی در اینستاگرام، آپارات و... به مناسبت‌های مختلف فرهنگی - هنری تولید محتوا انجام دهیم. تیم تولید محتوای کتاب مان، کارش را به طور جدی انجام می‌دهد. ویژگی دیگر ما این است که وقتی کسی وارد کتاب مان می‌شود، ما او را به چشم مشتری و کسی که قرار است در ازای دریافت پول به او کالایی بفروشیم، نگاه نمی‌کنیم. فضا شبیه به فضای خانه است و هر کس می‌تواند ساعت‌ها در کتاب‌فروشی باشد و اگر چیزی نخرید، نگاه‌بدی به او نداریم. هر کس وارد فروشگاه کتاب مان می‌شود، اتفاق خرسندکننده‌ای برای ماست. به‌زودی سایت کتاب مان را رونمایی خواهیم کرد و سعی داریم کار مشورت دادن در زمینه کتاب را آنجا هم پیگیری کنیم. عده زیادی نمی‌توانند به فروشگاه‌ها بیایند و ظرفیت پاسخگویی تلفنی ما محدود است و برای همین محتوای تولیدی مان را به سایت منتقل می‌کنیم که در دسترس مخاطبان بیشتری باشد.



علم هک کردن انسان مهندسی اجتماعی

هک کردن کامپیوترها چند دهه‌ای است که به وجود آمده، اما هک کردن انسان از ابتدای خلقت وجود داشته است. کتاب «مهندسی اجتماعی؛ علم هک کردن انسان» تلاش کرده تا ما را با مفهوم مهندسی اجتماعی آشنا سازد. مهندسی اجتماعی در دوران مدرن و در حوزه امنیت سایبری را می‌توان هنر فریب دادن، سوءاستفاده از نقطه ضعف‌ها و تحت تأثیر قرار دادن فرد برای انجام کاری دانست که به ضرر اوست. هکر یا مهندس اجتماعی از طریق تلفن، پیامک، ایمیل، درایو USB آلوده یا تعامل حضوری و به کمک ترفندهای زیرکانه‌ای موفق می‌شود آنچه را که به دنبالش است، نه به کمک بدافزار و حملات سایبری، بلکه تنها از طریق پرسیدن از فردی که به این اطلاعات دسترسی دارد، به دست آورد. به همین خاطر است که گفته می‌شود در مهندسی اجتماعی این ذهن افراد است که هک می‌شود، نه کامپیوتر. در حمله مهندسی اجتماعی، اطلاعاتی را که فرد قصد فاش کردن آن را نداشته، بدون آنکه متوجه شود، در اختیار مهاجم قرار می‌دهد یا تحت تأثیر آنچه دستکاری روان‌شناختی نامیده می‌شود، تشویق یا وادار به انجام کاری می‌شود که از انجام آن پشیمان خواهد شد. کتاب کرپستوفر هدنجی جوهره مهندسی اجتماعی را بیرون می‌کشد و آن را به نحوی تعریف می‌کند و شکل می‌دهد که همه آن را درک کنیم. این کتاب می‌تواند شما را آماده کرده، از شما محافظت کند و به شما آموزش بدهد که چطور خطرات ناشی از مهندسی اجتماعی را شناسایی کنید، آثارشان را کاهش دهید و از خودتان در برابرشان دفاع کنید. مهندسی اجتماعی را شیرین سجودی و محمد رهبان ترجمه کرده‌اند و انتشارات راه پرداخت در سال ۱۴۰۰ به چاپ رسانده است.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

مرگ کتاب فروشی‌های محلی و کوچک منجر می‌شوند. نظر شما در این رابطه چیست؟ مرگ این کتاب‌فروشی‌ها چه تأییراتی می‌تواند داشته باشد؟

باید بین فروش اینترنتی، برگزاری نمایشگاه و فروشگاه زنجیره‌ای تفاوت قائل شویم، چرا که هر کدام فرصت‌ها و تهدیدهای مخصوص خود را دارند. فروش اینترنتی، امکانی است که کتاب‌فروشی‌ها هم می‌توانند از آن بهره‌مند شوند، همان‌طور که بسیاری از کتاب‌فروشی‌ها فروش اینترنتی دارند و در دوران کرونا بسیاری از همین روش استفاده کردند. ما در روزگار اوج کرونا و تعطیلی‌های طولانی مدت، با همین فروش اینترنتی توانستیم دوام بیاوریم و هنوز هم از آن بهره‌می‌بریم. نمایشگاه کتاب، یک جور فروشگاه خیلی بزرگ است که تقریباً همه ناشرها در آن حضور دارند. البته در سال‌های اخیر تعدادی از ناشران به دلایل مختلف از جمله حمایت از کتاب‌فروشی‌ها، در آن شرکت نمی‌کنند. اما به هر حال نمایشگاه کتاب، فرصتی است با جذابیت‌های زیاد که تهدید نیز هست، اگر مدل نمایشگاه تغییر کند، می‌تواند فرصت‌های بیشتری برای بازار کتاب ایجاد کند. نگرانی ما در رابطه با نمایشگاه کتاب، فقط بابت تعطیلی کتاب‌فروشی‌ها نیست. نمایشگاه هر بار به بازار کتاب شوکی وارد می‌کند و سم مهلکی برای بازار نشر است، چرا که آن را به فروش در بازه زمانی کوتاه وابسته می‌کند. کتاب‌فروش قبل و بعد از نمایشگاه، کتاب‌های کمتری می‌خرد، چون فروش کمی دارد. ناشر در نمایشگاه کتاب می‌فروشد، اما در بقیه سال چه؟ آیا در طول سال نباید فروش معقولی داشته باشد؟ البته که طبق بررسی ما، در سالن ناشران عمومی از ۱۵۰۰ ناشر، حدود ۱۹۰ ناشر آنهایی هستند که کتاب مناسبی برای عرضه به مخاطب دارند. سایر ناشرها، آنهایی هستند که کتاب‌سازی کرده‌اند یا کتاب‌هایی منتشر کرده‌اند که مخاطب خاصی ندارد و به خاطر تعداد بالای بازدید، می‌توانند فروشی هم داشته باشند. سم بودن نمایشگاه کتاب اینجا بیشتر نمود پیدا می‌کند که ناشرانی از این دست رازنده نگه می‌دارد. کتاب‌هایی فروش می‌رود که افراد اهل فنی که در پخش‌های کتاب یا کتاب‌فروشی‌ها هستند، آنها را برای عرضه به مخاطب انتخاب نمی‌کنند. این کتاب‌ها حتی باعث می‌شود مخاطب نسبت به کتاب دل‌زده شود. اما اگر نمایشگاه تبدیل شود به جایی برای معرفی کتاب‌ها، به سبکی که در بسیاری دیگر از کشورهای دنیا برگزار می‌شود، احتمالاً فرصت‌های بیشتری در اختیار بازار کتاب قرار می‌گیرد و تهدیدها هم کمتر می‌شوند.

فروشگاه‌های زنجیره‌ای به مرگ فروشگاه‌های کوچک و محلی منجر نمی‌شوند، چنانچه این فروشگاه‌ها و البته فروشگاه‌های بزرگ تک‌شعبه‌ای بتوانند آن ارزشی را که برای خود تعریف کرده‌اند، در نظر مخاطب حفظ کنند. همان‌طور که می‌بینیم در کشورهای دیگر دنیا هم کتاب‌فروشی‌های کوچک در کنار فروشگاه‌های زنجیره‌ای به بقای خود ادامه می‌دهند.

مخاطب امروزی بیشتر چه کتاب‌هایی را می‌پسندد؟ آیا راهکاری برای شکل دادن به سلیقه مخاطب وجود دارد؟ شما چه کارهایی برای افزایش مخاطب و شکل دادن به سلیقه او انجام داده‌اید؟

امروز ذهن مخاطب بسیار جهت‌دار شده است. من وقتی در کتاب‌فروشی به مخاطب‌ها نگاه می‌کنم، می‌بینم که مردم خیلی دوست دارند کتاب بخوانند، اما نمی‌دانند چه کتابی. بخشی از این کار به عهده کتاب‌فروش است که مخاطب را به روش‌های مختلف به سمت خرید کتاب‌هایی که در نظر دارد، سوق می‌دهد. بخش دیگر از این جهت‌دهی هم توسط اینفلوئنسرها و شخصیت‌های تأثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی اتفاق می‌افتد. ما هم در کتاب‌فروشی، کتاب‌هایی را که خودمان فکر می‌کنیم کتاب‌های خوبی هستند و به درد مخاطب می‌خورند، هر چند که در شبکه‌های اجتماعی معرفی نشده باشند، به آنها پیشنهاد می‌دهیم. در کل اگر همان‌طور که برای کالای مصرفی دیگر تبلیغ می‌شود، برای کتاب هم تبلیغ شود، مخاطب بیشتری به این بازار کشیده می‌شود.



مکس، پریا امیرحاجلو

از تهدیدی به نام نمایشگاه می‌توان فرصت ساخت؟

گفت‌وگو با مجتبی به‌نشان، مدیر کتاب‌فروشی زیتون؛ او می‌گوید مخاطب امروز کتاب علاقه‌مند به مطالعه است اما در انتخاب کتاب سردرگم می‌شود و کمک به این دسته از مخاطبان بر عهده کتاب‌فروشان است

محصولات متنوعی را پوشش دادن. هر دو به این دلیل بوده که فروشگاه‌ها خواسته‌اند کامل تر باشند. به همین دلیل تعدادی از فروشگاه‌ها، محصولات دیگر را هم در کتاب‌فروشی عرضه می‌کنند. تبدیل فروشگاه‌هایی که تنها یک نوع محصول را عرضه می‌کند، به فروشی‌های چندمحصولی، از چند جهت به نفع فروشگاه است؛ چرا که در هر بازه زمانی، کاهش فروش یک محصول را می‌تواند با فروش محصولات دیگر جبران کند. مثلاً در بازه زمانی نمایشگاه کتاب، فروش کتاب در کتاب‌فروشی کم می‌شود و فروشگاه می‌تواند با فروش محصولات دیگر، این ضعف را جبران کند. این تا حدی جلو ضربه‌های اقتصادی را که ممکن است به فروشگاه وارد شود، می‌گیرد. این روش تا الان کارآمد بوده و باعث شده فروشگاه‌هایی که این مدل را درست اجرا کرده‌اند، در بحران‌های مختلف دوام بیاورند. اما به نظر من تأییری بر فروش کتاب ندارد. در فروشگاه، محصولات تزئینی و کتاب هر کدام مشتری خود را دارد و البته اشتراکی هم بین این دو وجود دارد. یعنی مخاطبی که می‌آید کتاب بخرد و در کتاب‌فروشی قدم می‌زند، ممکن است یک وسیله تزئینی یا لوازم‌التحریر هم بخرد. اما کم‌پیش می‌آید مشتری کالای تزئینی، کتابی هم انتخاب کند. هنر کتاب‌فروش است که اینجا به او کتاب هم بفروشد.

گفته می‌شود فروش اینترنتی، برگزاری نمایشگاه و فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب نهایتاً به

آیا فروش اینترنتی کتاب‌ها، نمایشگاه کتاب و فروشگاه‌های زنجیره‌ای، به ضرر کتاب‌فروشی‌های کوچک هستند و اصلاً در بازار امروز کتاب، کتاب‌فروشی‌ها می‌توانند بدون فروش کالاهایی مثل لوازم‌التحریر و صنایع دستی، به بقای خود ادامه دهند؟ مجتبی به‌نشان، مدیر کتاب‌فروشی زیتون، معتقد است که خلق یک ارزش ویژه توسط یک کسب‌وکار، می‌تواند برای نجات آن در برابر بحران‌ها مؤثر باشد.

سال‌هاست درباره بحران درآمدی کتاب‌فروشی‌ها صحبت می‌شود و مدت‌هاست برای جبران فروش، کتاب‌فروشی‌ها به سمت عرضه وسایل تزئینی در کنار کتاب‌ها رفته‌اند. چقدر این روش کارآمد بوده است؟

در چند سال گذشته همه کسب‌وکارها برای اینکه موفق‌تر باشند، به سمت کامل‌تر بودن حرکت کرده‌اند. این کامل‌تر بودن برای هر کسب‌وکار تعریف متفاوتی دارد. برخی کسب‌وکارها سعی کرده‌اند در ارائه محصولات کامل باشند، مثلاً کتاب‌فروشی همه کتاب‌های موجود در بازار را داشته باشد؛ یا حتی در موضوع خاص مثل فلسفه، کسب‌وکار یا داستان، کامل‌ترین کتاب‌فروشی ممکن در بازار باشد یا مدیر کسب‌وکار تصمیم گرفته همه محصولات را که می‌شود در فروشگاه‌ها عرضه کند، داشته باشد. پس یا فروشگاه‌ها تخصصی شده‌اند یا رفته‌اند به سمت هایپرمارکت شدن و





یک راهنمای فنی برای افرادی که می‌خواهند در حوزه فناوری‌های مالی کار کنند

فین تک به زبان ساده

فین تک یا فناوری مالی چند سالی می‌شود که به نقل محافل فعالان صنعت مالی تبدیل شده است. این حوزه جدید هر ساله توجهات بیشتری را به خود جلب می‌کند و حجم سرمایه‌گذاری در آن بیشتر و بیشتر می‌شود. کتاب فین تک به زبان ساده کتابی کاملاً فنی است که تلاش کرده زبرویم و ماهیت فنی این حوزه نوظهور را تا حد امکان روشن سازد. تمام فکر و ذکر فین تک ایجاد نوآوری تحول آفرین و ساختار شکن در خدمات مالی با استفاده از فناوری‌های جدید و نوظهور و تأمین نیازهای مشتری و کسب و کارها از طریق اتوماسیون است. صنعت مالی در سال‌های اخیر تحولات بسیار ساختار شکن و اساسی به خود دیده که اغلب شان به فناوری مربوط می‌شوند. بنا به دلایل مختلف، بسیاری از مؤسسات مالی سنتی خود را برای آینده دیجیتال مجهز نکرده‌اند و احتمال دارد رقیبان زیرک جایشان را بگیرند. با خواندن این کتاب می‌توانید ضمن آشنایی با تحولات صورت گرفته در این عرصه، درباره اینکه چگونه بتوانید به این حوزه وارد شوید نیز مطالبی بیاموزید. خواندن این کتاب به این افراد توصیه می‌شود:

- متخصصان خدمات مالی که می‌خواهند به جای پیشرفت با زبان بازی و تظاهر به چیزی که نمی‌دانند، اطلاعات شان را در زمینه فین تک بالا ببرند؛
- شرکت‌های فین تک که در صدد تعامل با مؤسسات مالی اند؛
- سرمایه‌گذاران خطر پذیر و...



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال ۱۴۰۱



عکس: پریا امیرحاجلو

خطر انحصار

گفت و گو با امیرحسین لطیفی، مدیرعامل طاقچه؛ او می‌گوید سهم کتاب دیجیتال از بازار کتاب اندک، اما آینده روشن است

با وجود اینکه نسخه‌های الکترونیکی و صوتی کتاب‌ها، دسترسی افراد به کتاب را ساده‌تر و گاه خوشایندتر کرده‌اند، همچنان لیست ناقص کتاب‌ها در اپلیکیشن‌ها نشان می‌دهد، به قدر کافی در بازار از آن‌ها استقبال نمی‌شود. یکی از ابزارهای مشهور ارائه دهنده کتاب‌های الکترونیکی و صوتی، اپلیکیشن طاقچه است که تبلیغات گسترده‌ای هم برای شناساندن خود به جامعه هدف انجام داده است که از جمله می‌توان به برگزاری مسابقه کتابخوانی تلویزیونی اشاره کرد. طاقچه که کار خود را از سال ۱۳۹۲ آغاز کرده، یکی، دو سالی است پادکست کتابگرد را هم برای معرفی کتاب‌های گوناگون به مخاطبانش راه‌اندازی کرده و به شکل‌های مختلف سعی دارد مخاطب کتاب را به محصولاتی که ارائه می‌دهد، متصل کند. امیرحسین لطیفی، مدیرعامل طاقچه می‌گوید با اینکه کتاب‌های دیجیتال تنها سهمی به اندازه ۴ تا ۵ درصد از بازار نشر دارند، طاقچه توانسته سرانه مطالعه کشور را در سال ۹۹، ۴/۵ دقیقه افزایش دهد.

شما در به وجود آمدن و رونق پدیده کتاب الکترونیکی چه عاملی را بیش از همه مؤثر می‌دانید؟ مشکلات زیست محیطی، قیمت تمام شده یا...؟

به نظر می‌رسد دسترسی آسان و راحتی مطالعه در رونق کتاب‌های الکترونیکی و صوتی، دو عامل مهم هستند. مخاطب کتاب می‌تواند هر زمانی که می‌خواهد و در همان

دیگر محتوا را برای عرضه دیجیتال آماده می‌کنند، گروهی هم مشکلات مشتری‌بان و ناشران را حل و فصل می‌کنند، عده‌ای برای رسیدن صدای ناشر به گوش مشتری تلاش می‌کنند و... بنا بر این می‌بینیم که هر پلتفرم می‌تواند در عرضه محتوا ارزش‌هایی ایجاد کند و به این طریق نسبت به پلتفرم‌های دیگر، خدمات بیشتری به کتاب‌خوانان بدهد.

پاشنه آشیل این سازوکار، مقوله انحصار است. پیش از توضیح این موضوع، اجازه بدهید مطلب دیگری را باز کنم؛ اگر جذب کاربر از طریق بهبود خدمات پلتفرم صورت بگیرد، هم کتاب‌خوانان و هم ناشران سود می‌کنند؛ چون کتاب‌خوانان هر روز خدمات بهتری می‌گیرند، در نتیجه مزیت‌های کتاب دیجیتال بیشتر نمود پیدا می‌کند، بنابراین شوق کتاب‌خوانان به کتاب دیجیتال بیشتر و این بازار بزرگ می‌شود. بزرگ‌تر شدن این بازار باعث می‌شود ناشر مخاطبان جدیدی پیدا کند. مخاطبانی که به صورت معمول زیاد اهل کتاب کاغذی نبوده‌اند. به این ترتیب (که البته برای بیان بهتر، تا حدی ساده شده است) هم کاربر و هم ناشر سود می‌کنند. حالا اگر پلتفرمی بتواند کاربر را از طریق غیرقابلیت جذب کند، تمام فرایند گفته شده خراب می‌شود. بنابراین هم کاربر و هم ناشر ضرر می‌کنند؛ چون قراردادهای انحصاری پلتفرم با ناشر باعث می‌شود که کاربر ناچار باشد برای دسترسی به محتوایی خاص، به پلتفرمی مراجعه کند که آن محتوا را در انحصار خود دارد. وقتی پلتفرم خیالش راحت باشد که کاربر چاره‌ای ندارد جز رجوع به آن پلتفرم، انگیزه‌ای برای بهبود خدمات خود ندارد. بنابراین تجربه کاربر تضعیف می‌شود، رغبت استفاده از محتوای دیجیتال کم و بازار کوچک می‌شود و در نهایت ناشر مخاطبان زیادی را از دست می‌دهد. به این ترتیب، هم کاربر، هم ناشر و هم پلتفرم‌ها ضرر می‌کنند.

پدیده کتاب الکترونیکی و کتاب صوتی چقدر در دنیا فراگیر است و ما در مقایسه با آمار جهانی کجا ایستاده‌ایم؟

تجربه جهانی نشان داده است که فراگیری کتاب الکترونیکی و صوتی در جهان، از حدی بیشتر نمی‌شود. یعنی گرایش غالب همچنان به کتاب کاغذی است. انواع کتاب‌های دیجیتال حتی وقتی به بیشینه سهم خود می‌رسند، سهمی کمتر از کتاب کاغذی دارند. البته این سهم ممکن است در طول زمان کم یا زیاد شود، اما نهایتاً به یک نقطه تعادل می‌رسد. در ایران گرایش به کتاب‌های صوتی و الکترونیکی هنوز بسیار کم است. پیش‌بینی می‌شود نقطه تعادل نهایی در سهم محتوای دیجیتال در بازار کتاب ایران، کمتر از مقدار جهانی باشد؛ اما در حال حاضر فاصله ما با همان نقطه تعادل نهایی هم بسیار زیاد است. البته در این سال‌ها، سهم محتوای دیجیتال خیلی نسبت به سال‌های قبل تر بیشتر شده، ولی فقط ۴ تا ۵ درصد از بازار کتاب را تشکیل می‌دهد.

آیا این شکل از مطالعه کتاب که با قیمت پایین‌تری نیز عرضه می‌شود، تأثیری در افزایش سرانه مطالعه خواهد گذاشت یا دلایل کتاب‌خواندن یا نخواندن افراد ربطی به فرم عرضه آن ندارد؟ آیا آمار جهانی یا داخلی در این خصوص وجود دارد؟

کتاب‌های الکترونیکی و صوتی نسبت به کتاب‌های کاغذی آسان‌تر در دسترس‌اند و در وضعیت‌های متنوع‌تری می‌توان آنها را مطالعه کرد؛ مثلاً می‌توان به کتاب‌های صوتی در زمان‌های مرده ترافیک یا در حین کارهایی که نیاز به تمرکز زیادی ندارند، گوش داد. بنابراین به نظر می‌رسد با انواع کتاب‌های دیجیتال، شرایط ساده‌تری برای مطالعه فراهم می‌شود و یکی از موانع مهم خواندن کتاب کاغذی برداشته می‌شود. پس منطقی است اگر توقع داشته باشیم که کتاب‌های الکترونیکی و صوتی سرانه مطالعه را افزایش بدهد. طبق آمار که پارسال منتشر کردیم، طاقچه توانسته در سال ۹۹، سرانه مطالعه جمعیت باسواد کشور را ۴/۵ دقیقه در سال افزایش دهد.

وقتی صحبت از صنعت نشر می‌شود، هزینه‌ها و چالش‌های آن مشخص است و از عواملی چون قیمت بالا و کمبود کاغذ، مشکلات نظارتی و رگولاتوری و... حرف می‌زنند، اما کمتر کسی با سازوکار صنعت کتاب الکترونیکی آشنایی دارد و چالش‌های آن را می‌داند. این اکوسیستم چه اعضای دارد و چالش‌ها و پاشنه آشیل آن چیست؟ در مورد کتاب صوتی چطور؟

بخش زیادی از زیست‌بوم کتاب دیجیتال با کتاب کاغذی مشترک است. هر دو در یک سمت، تولیدکننده (اعم از پدیدآورنده، ناشر، ویراستار، صفحه‌آرا و...) و در سمت دیگر، مصرف‌کننده را دارند. آنچه بین کتاب کاغذی و کتاب الکترونیکی متفاوت است، پلی است که تولیدکننده را به مصرف‌کننده وصل می‌کند. در بوم کتاب دیجیتال، پلتفرم کار این اتصال را انجام می‌دهد. البته نقش‌هایی که به صورت جزئی‌تر درون پلتفرم قرار دارند، بسیار متنوع هستند. از جمله گروه‌هایی که این نقش‌ها را برعهده دارند، گروهی هستند که نرم‌افزار و زیرساخت عرضه را مهیا می‌کنند، عده دیگری هم امنیت این زیرساخت را فراهم می‌آورند، گروهی



جایگزینی غیرمتمرکز
برای بانکداری مرکزی

استاندارد بیت کوین

در سال ۲۰۰۸ وقتی برنامه نویسی با اسم مستعار «سیستم پول الکترونیکی جدیدی را که کاملاً همتا به همتا بود و پای شخص ثالثی را وسط نمی کشد» را به گروه کوچکی معرفی کرد، توجه کسی جلب نشد. ده سال بعد، برخلاف اینکه موفقیت او بسیار دور از ذهن بود، این نرم افزار تازه از راه رسیده غیرمتمرکز و خودکار، جایگزین پول رایجی را به بانکهای مرکزی امروزی عرضه کرد که هم بی وقفه تولید می شود و قابلیت دسترسی به آن در سراسر جهان وجود دارد. کتاب «استاندارد بیت کوین» بافتار تاریخی ای را که به ظهور بیت کوین ختم شد، داراییهای اقتصادی ای که به رشد سریع آن دامن زدند و مفاهیم اقتصادی، سیاسی و اجتماعی آن را تحلیل می کند.

بیت کوین اختراع تازه ای در عصر دیجیتال به شمار می رود اما مدعی است که راهکار مشکلی را فراهم می کند که قدمتش به تاریخ بشریت می رسد: انتقال ارزش از زمانی به زمان دیگر و از مکانی به مکان دیگر. سیف الدین آموس، نویسنده کتاب، خواننده را به سفری جذاب در دل تاریخ فناوریهایی می برد که نقشهای پول را ایفا می کردند؛ از سیستمهای بدوی معامله با سنگ و صدف دریایی تا سکه و طلا و وام دولتی امروزی. او با توضیح اینکه چه عاملی به این فناوریها نقش مالی شان را دادند و چگونه برخی از آنها این نقشها را کنار گذاشتند، ایده ای درخور از آنچه پول سالم را می سازد به خواننده می دهد و در مورد پیامدهای پول سالم برای افراد و جامعه، انباشت سرمایه، معامله، صلح، فرهنگ و هنر بحث می کند. استاندارد بیت کوین با ترجمه علیرضا کاظمی نیا توسط انتشارات راه پرداخت در سال ۱۳۹۸ منتشر شده و چاپ دوم آن زمستان ۱۴۰۰ منتشر شد.



شماره ۴۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سوم

نیست. تا جایی که محتوا تأیید و آماده انتشار بشود، هم کتاب چاپی و هم کتاب الکترونیک مسیر مشترکی را طی می کنند. نباید فراموش کرد که بسیاری از هزینه های تولید کتاب، در همین مراحل ایجاد می شوند؛ یعنی قبل از چاپ. هزینه هایی مثل دستمزد نویسندگان، مترجم، ویراستار و البته سهم ناشر از فروش کتاب. بعد از این قسمت است که مسیر کتابهای الکترونیک و چاپی از هم جدا می شود. اما این تصور که کتاب الکترونیک بعد از این هزینه ای ندارد، تصویری نادرست است. شرکت های ارائه دهنده کتاب الکترونیک، شرکت های کاملی هستند که گاه اعضای آن از چندده نفر هم بیشتر می شود. این شرکت ها دپارتمان های متفاوتی دارند؛ دپارتمان های فنی، توسعه و پشتیبانی از جمله این دپارتمان ها هستند. فراموش نکنیم کتاب الکترونیک در ایران، هنوز در ابتدای مسیر قرار دارد و بار اصلی رشد کتاب الکترونیک در ایران، بر دوش شرکت های ارائه دهنده کتاب های الکترونیک است. این خود چالش بزرگی برای این صنعت محسوب می شود.

گفته می شود که در کشورهای توسعه یافته، استقبال از کتاب های الکترونیک و صوتی بیشتر است و البته در این زمینه سابقه آنها هم بیشتر از ماست. اما حقیقتاً چقدر کتاب های الکترونیک و صوتی فراگیر هستند و ما در مقایسه با آمارهای جهانی چه جایگاهی داریم؟

طبق آمارهایی که در دنیا ارائه شده، در کشورهایی که بازار کتاب الکترونیک در آنها به بلوغ رسیده است، سهم کتاب الکترونیک و صوتی، بین ۳۰ تا ۵۰ درصد از کل بازار کتاب است. با در نظر گرفتن این آمار و با این فرض که در سال های آینده بازار کتاب ایران هم چنین واکنشی نسبت به پدیده کتاب الکترونیک داشته باشد، باید گفت که ما تازه در ابتدای این راه هستیم. در حال حاضر سهم کتاب های الکترونیک در ایران، کمتر از ۱۰ درصد از کل بازار کتاب است.

آیا این شکل از مطالعه کتاب که با قیمت پایین تری نیز عرضه می شود، تأثیری در افزایش سرانه مطالعه خواهد گذاشت؟

حتماً کتاب های الکترونیک و صوتی سهمی از سرانه مطالعه کشور را به دوش می کشند. متأسفانه در کشور ما آمار دقیقی از میزان مطالعه وجود ندارد. در مورد آمارهایی که منتشر می شود هم نمی توان مقایسه دقیقی با سایر کشورها داشت، چرا که تعاریف متفاوتی از مطالعه در جهان وجود دارد. بسیاری از کشورها آمار مطالعه اخبار یا هر نوع فعالیت خواندن دیگر را بخشی از مطالعه در نظر می گیرند. در ایران نیز لازم است آمار مطالعه به شکل های مختلف بررسی و منتشر شود. اما چیزی که مشخص است، با توجه به ظرفیت های کتاب الکترونیک و صوتی، می توان برای بالا بردن سرانه مطالعه، حساب ویژه ای روی آن باز کرد.

چه افرادی با چه ویژگی هایی مخاطبان کتاب های صوتی و الکترونیک هستند؟

تجربه چند ساله ما نشان می دهد مخاطب کتاب الکترونیک، تفاوت زیادی با کتاب چاپی ندارد. کتاب های الکترونیک قابلیت هایی دارد که کتاب خوانان حرفه ای حتی اگر انتخاب اول شان کتاب چاپی باشد، می توانند از این قابلیت ها استفاده کنند و فعالیت مطالعه کتاب برایشان تسهیل می شود.

آینده این صنعت به کدام سو می رود؟ شما در فیدبک چه برنامه ای برای هماهنگی با این آینده دارید؟

در حال حاضر کتاب الکترونیک همچنان بازار روبه رشدی دارد. تلاش ما این است که به این رشد سرعت دهیم و همین طور افراد بیشتری از جامعه را با ارزش افزوده کتاب های الکترونیک و کتاب صوتی آشنا کنیم و همین طور آن را به عنوان مکملی برای کتاب های چاپی معرفی کنیم.



مکس، پیرا امیرچاچلو

کتاب صوتی را به رسمیت بشناسیم

گفت و گو با سیدمصطفی میرنوری، مدیر مارکتینگ فیدیبو؛ او می گوید سهم کتاب الکترونیک در جهان حدود ۳۰ تا ۵۰ درصد از بازار نشر است

نسخه الکترونیک کتاب ها مؤثر هستند، اما مهم ترین عامل، محدودیت های کتاب چاپی است. اگرچه هنوز هم نسخه چاپی کتاب ها، انتخاب اول عده بسیاری از کتاب خوان هاست، اما باید بپذیریم که کتاب چاپی محدودیت هایی دارد که نسخه الکترونیک ندارد. کتاب کاغذی را نمی شود همیشه به همراه داشت و همه جا با خود برد. حتی اگر هم کسی بخواهد این کار را بکند، نهایتاً یکی دو جلد کتاب را می تواند همراه خود داشته باشد. کتاب چاپی فضا اشغال می کند، برای مطالعه آن نیاز به نور کافی وجود دارد، اگر به دنبال کلمه، جمله یا چیزی در کتاب هستیم، امکان جست و جو در آن وجود ندارد و... اینها از جمله محدودیت های قابل توجه کتاب چاپی هستند که باعث شده است بسیاری از کتاب خوان ها، علاوه بر تهیه نسخه کاغذی کتاب ها، سراغ نسخه های الکترونیک هم بروند. البته قیمت کمتر کتاب های الکترونیک هم بی تأثیر نیست و همین طور این مسئله که با خواندن کتاب الکترونیک، در مصرف کاغذ صرفه جویی می شود.

با وجود اینکه چند سالی از پا گرفتن صنعت کتاب الکترونیک می گذرد، کمتر درباره چالش های آن می دانیم. این اکوسیستم چه اعضایی دارد و چالش هایش چیست؟ اکوسیستم کتاب الکترونیک جدا از اکوسیستم کتاب چاپی

اپلیکیشن های مطالعه کتاب را شاید بتوان پاسخ قانونی به نیازی دانست که با ورود اینترنت، در میان مخاطبان کتاب شکل گرفت. اگرچه این شیوه ارائه نسخه های الکترونیک کتاب، مسئله قاچاق کتاب را به کلی منتفی نکرده و هنوز هم نسخه های الکترونیک غیرقانونی کتاب های تازه چاپ در فضای وب پیدا می شود، اما امکاناتی که این اپلیکیشن ها ارائه می دهند و همین طور قیمت پایین تر این کتاب ها نسبت به نسخه های چاپی، افراد زیادی را به این بازار قانونی کشانده است؛ بازاری که البته هنوز تا رسیدن به بلوغ فاصله نسبتاً زیادی دارد، اما می تواند در آینده سهم مهمی در فروش ناشران و رونق بازار کتاب داشته باشد. سیدمصطفی میرنوری، مدیر مارکتینگ فیدیبو پیش بینی می کند که در آینده، سهم کتاب های الکترونیک و صوتی در بازار کتاب ایران هم بتواند به ۳۰ تا ۵۰ درصد برسد. فیدیبو نزدیک به ۱۰ سال است در حوزه کتاب الکترونیک فعالیت می کند و میرنوری می گوید قصد دارد روز به روز مخاطبان بیشتری را به سمت بازار کتاب صوتی و الکترونیک بکشاند.

چه عواملی موجب می شود مخاطب کتاب، به جای تهیه نسخه کاغذی، سراغ نسخه الکترونیک برود؟ فکر می کنید قیمت تمام شده کتاب است یا دسترسی آسان مطرح است؟ عوامل متفاوتی در جلب نظر مخاطب کتاب به تهیه



راه پردازاخت

انتشارات

منتظر دیدار شما در غرفه
انتشارات راه پردازاخت هستیم
درب ۵۲- راه ۱۶- غرفه شماره ۲۵
کد غرفه راه پردازاخت در نقشه نمایشگاه: ۴۶۹

انتشارات راه پردازاخت

رهزارد

۱۹

ضمیمه رایگان
هفته نامه
کارنگ در
حوزه رمزارزها
سال دوم
بیست و پنجم
ار د بیست
۱۴۰۱
صفحه ۱۶



تمایل برندهای بزرگ به
استفاده بیشتر از اف تی

محل سوم استارباکس

باید از ابهام عبور کرد!

در نشست تنظیم گری و بلاکچین نمایشگاه اینوتکس مطرح شد



راه اندازی سامانه نیما کریپتو برای تجار تا پایان خردادماه

تکس، حامد کریمزاده



سهم ایران از اقتصاد غیر متمرکز صفر است

ارائه علی آقامیر،
هم بنیان گذار نو بیتکس در
استیج نکستیشن اینوتکس
درباره فرصت های دیفای



تحلیل
ANALYSIS

ماینینگ به کجا کوچ کرده است؟

نگاهی به کشورهایی که
این روزها مقصد ماینرها
شده اند

۱۳



خبر
NEWS

ریزش سهمگین

نگاهی به دلایل سقوط
بیت کوین به زیره ۳ هزار
دلار و قرمز شدن کل بازار

۴



گفتگو
INTERVIEW

پس زدن با دست پیش کشیدن با پا!

آیا بحران اوکراین راهنمای
خوبی برای رگولاسیون
معقول رمزارزهاست؟

۱۴

۱۰

ماجرای عجیب لونا

در یکی از ترسناک ترین سناریوهای
ممکن بازار رمزارزها یکی از توکن های
بالای جدول تقریباً نابود شد!



صرافی های رمزارز ایرانی می توانند الگوی شفافیت باشند و منشاء تغییر

هم آدرس دارند، هم نام و نشان کارآفرینان شان مشخص است



تجربه نمایشگاه کتاب تهران اهمیت ارتباط چهره به چهره با مخاطبان را نشان داد

اهمیت ارتباط رودررو با مردم

به نظرم در کنار تمام کاستی‌ها و نبودهایی که در موضوع کریپتوکارنسی وجود دارد، یک کاستی دیگر عدم ارتباط رودررو با بازیگران اصلی این بازار با مردم عادی است. قطعاً صرافی‌های رمزارز کشور از طریق راه‌های ارتباطی خود با مخاطبان شان در ارتباط هستند، ولی همان‌طور که ما هم در انتشارات راه پرداخت در رویدادهای گوناگون تجربه کرده‌ایم، ارتباط رودررو فرصتی از جنسی متفاوت، ارزشمند و ارتباطی عمیق است.

هفته گذشته نمایشگاه اینوتکس فرصتی ایجاد کرد تا صرافی‌های رمزارز ایران و برخی دیگر از فعالان حوزه بلاکچین و رمزارز کشور با مخاطبان خود ارتباط نزدیکی برقرار کنند که این ارتباط باید پیوسته باشد و در رویدادهای بیشتری شکل بگیرد. نمایشگاه‌هایی مانند نمایشگاه کتاب تهران از نظر تنوع و تعداد مردمی که از آن بازدید می‌کنند، فرصت بهتری است برای این رویارویی. از این نظر که بخشی از مردمی که در آن حضور می‌یابند، آشنایی بسیار محدودی درباره پدیده رمزارزها دارند و دیدار مستقیم با این بخش از جامعه می‌تواند به شناخت درست از آن کمک کند.

در این شرایط فعالان حوزه کریپتوکارنسی که مخاطبان آنها مردم هستند، باید به دنبال فرصت‌هایی باشند تا بتوانند از نزدیک با مردمی که همچون آن مخاطب ما، تشنه دانستن و یاد گرفتن اصولی ورود به بازار رمزارزها هستند، گفت‌وگو کنند. نمایشگاه‌های تخصصی مانند اینوتکس فرصت خوبی برای این رویارویی است، اما باید به دنبال فضایی بود که مردم عادی جامعه دسترسی بهتری به آن داشته باشند.

نمایشگاه کتاب تهران از چهارشنبه پیش در مصلى شروع به کار کرد و ما هم این فرصت را داشتیم و داریم که در این ۱۰ روز از نزدیک مخاطبان کتاب‌های راه پرداخت را ببینیم و با آنها گپی بزینیم. در چند روز اول نمایشگاه که این فرصت را داشتیم که با مردمی که به غرفه می‌آمدند، صحبت کنیم، تنوع کتاب‌خوان‌ها، نوع نگاه و دغدغه‌هایشان موضوع جالبی بود. یک روز آقای بی مقدمه آمد جلوی غرفه و گفت: «یه دونه یک ساتوشی بدین». در حالی که بقیه معمولاً بعد از بررسی کتاب‌ها، توروک آنها و چند سؤال کتابی را انتخاب می‌کنند، این دوست ما که از قبل انتخاب خود را کرده بود، سر اصل مطلب رفت و رفتارشان زمان خرید کتاب مانند کسی بود که به شدت تشنه است و به اولین مغازه‌ای که می‌رسد درخواست آب معدنی می‌کند و برایش هم فرقی ندارد.



مینا والی
مدیرمسئول
@mina_vali

از چه برندی باشد. رفتار این خریدار باعث شد کمی تأمل و باب صحبت را با او باز کنیم و این گفت‌وگو تا جایی پیش رفت که خریدار عزیز با نشان دادن وضعیت کیف پولش، تمام استراتژی‌های خرید کریپتو خود را برایمان تعریف کرد. اینکه این بنده خدا تحت تأثیر توصیه چه کسانی در چه ضرر و زیان‌هایی بود به کنار. بخش جالب ماجرا برایم مواجهه از نزدیک با تنوع بالای مردم علاقه‌مند به بازار کریپتوکارنسی بود؛ از کسانی که بی‌محابا وارد این بازار شده‌اند تا آقای که به دنبال کتاب‌هایی بود تا برای ورود به این بازار به اندازه کافی اقناع شود.



صرافی‌های رمزارز ایرانی می‌توانند الگوی شفافیت باشند و منشاء تغییر

هم آدرس دارند، هم نام و نشان کارآفرینان شان مشخص است



جامعه کریپتوی ایران بار بسیاری از کم‌کاری‌ها را بر دوش می‌کشد. تصور نمی‌کنم در بین حدود ۶۰۰ صرافی ارزی کشور موردی مانند صرافی‌های رمزارز ایرانی بشود پیدا کرد که شفاف باشند و عملیات آنها قابل رصد و ارزیابی. مدیران و صاحبان صرافی‌های ارزی کشور معمولاً ناشناخته هستند و درباره مالکان آنها اطلاعات زیادی وجود دارد. صرافی‌های ارزی کوچک و بزرگ ایرانی تلاش می‌کنند کمترین شفافیت را داشته باشند و با جست‌وجو در اینترنت نمی‌توان به چیز زیادی درباره آنها رسید. از آن سو صرافی‌های رمزارز ایرانی معروف، صاحبان و مدیران شناخته‌شده‌ای دارند، عملیات شان روشن است و اخیراً شروع به انتشار گزارش‌های فوق‌العاده مفیدی کرده‌اند. گزارش سال نوبیتکس تنها یکی از نمونه‌های شفافیت است که در این یادداشت می‌توانم به آن اشاره کنم.

صرافی‌های رمزارز دیگری هم دست به انتشار گزارش‌های سالانه زده‌اند که آن را به فال نیک می‌گیرم و همین‌جا از سایر صرافی‌های رمزارزی شناخته‌شده ایرانی درخواست می‌کنم گزارش‌های عملکرد خود را منتشر کنند. پیش از این کسب‌وکارهای تجارت الکترونیکی ایران این مسیر را شروع کردند که در توسعه این اکوسیستم نقش مهمی داشت.

همین‌جایک سؤال از همه آنها می‌دارم که هرچه در توان دارند، برای از ریشه زدن کسب‌وکارهای ایرانی انجام می‌دهند؛ تا امروز چند صرافی ارزی کشور چنین گزارش‌هایی منتشر کرده‌اند؟ عملکرد کدام‌یک از صرافی‌های ارزی کشور شفاف و قابل رصد و پیگیری بوده است؟ البته ممکن است برخی تحریم را بهانه کنند که قاعدتاً این موضوع با شدت بیشتری درباره صرافی‌های



همین‌جایک سؤال از همه آنها می‌دارم که هرچه در توان دارند، برای از ریشه زدن کسب‌وکارهای ایرانی انجام می‌دهند؛ تا امروز چند صرافی ارزی کشور چنین گزارش‌هایی منتشر کرده‌اند؟ عملکرد کدام‌یک از صرافی‌های ارزی کشور شفاف و قابل رصد و پیگیری بوده است؟ البته ممکن است برخی تحریم را بهانه کنند که قاعدتاً این موضوع با شدت بیشتری درباره صرافی‌های

رمزارز ایرانی هم وجود دارد. در شرایطی که دشمنان این خاک تلاش می‌کنند ما را از کار کردن در این کشور شرم‌زده کنند و کاسبان تحریم داخلی و خارجی هم دست‌به‌دست هم داده‌اند تا ریشه کار و کارآفرینی را بزنند، اگر بخواهیم می‌توانیم شفاف باشیم. قاعدتاً تحریم بد است و هرگز از تحریم استقبال نکرده‌ایم و معتقدیم آنهایی که باعث و بانی تحریم‌اند، در حال ضربه‌زدن به کشورند. ما چاره‌ای جز گفت‌وگو و تعامل سازنده با جهان نداریم. آن قدر این موضوع بدبختی است که رعایت‌نشدن آن در چند ده سال اخیر واقعاً نگران‌کننده است. منتها ما دست‌مان نمی‌رسد و صرفاً می‌توانیم دور و بر خودمان را اصلاح کنیم.



رضاقربانی
@mediamanager_ir

حالا در این شرایط سخت که هر روز سخت‌تر می‌شود و محدودیت‌های داخلی و خارجی نیز بیشتر می‌شود، چه باید کرد؟ به نظرم مهم‌ترین ابزار و سلاح کسب‌وکارهای نوآور در حوزه رمزارزی شفافیت است.

دشمنان صرافی‌های رمزارز ایرانی در چند دسته قرار می‌گیرند: افراد ماکسیمالیستی که هر فعالیتی به جز بیت‌کوین را انحرافی بر فرقه خود می‌دانند؛ کسب‌وکارهای سنتی در حوزه‌های گوناگون که با توسعه ابزارهای نوین بازارشان را از دست می‌دهند؛ و در نهایت برخی که معتقدند هرچه پسوند ایرانی داشته باشد، بد است و هرچه پسوند خارجی داشته باشد، خوب. این گروه به هر قیمتی حاضرند از صدها مانع عبور کرده و با هزینه بسیار از خدمات کسب‌وکارهای خارجی استفاده کنند. البته گروه دیگری هم هستند که دشمنی‌شان از روی ناآگاهی است. برای سه دسته اول

دشمنان صرافی‌های رمزارز ایرانی در چند دسته قرار می‌گیرند: افراد ماکسیمالیستی که هر فعالیتی به جز بیت‌کوین را انحرافی بر فرقه خود می‌دانند؛ کسب‌وکارهای سنتی در حوزه‌های گوناگون که با توسعه ابزارهای نوین بازارشان را از دست می‌دهند؛ و در نهایت برخی که معتقدند هرچه پسوند ایرانی داشته باشد، بد است و هرچه پسوند خارجی داشته باشد، خوب. این گروه به هر قیمتی حاضرند از صدها مانع عبور کرده و با هزینه بسیار از خدمات کسب‌وکارهای خارجی استفاده کنند. البته گروه دیگری هم هستند که دشمنی‌شان از روی ناآگاهی است. برای سه دسته اول



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

راه‌پرداخت

عصر تراکنش

انتشارات راه‌پرداخت

کاراگ

رمزارز





بخش زیادی از باری محتوای پل های تخصصی اینوتکس روی دوش کارآفرینان رمزازی بود پیام رمزازی ها در اینوتکس

یکی از مهم ترین بخش های نمایشگاه اینوتکس پل ها و ارائه هایی بود که با حضور فعالان و کارآفرینان کسب و کارهای رمزازی برگزار شد؛ محتوایی تخصصی و فنی که تأکید اصلی آنها بر ضرورت استفاده از فرصت رمزازها و فناوری های مرتبط با آنها برای اقتصاد کشور بود. نکته جالب توجهی که نشان می دهد در یکی از نمایشگاه هایی که داعیه دار به پیش بردن نوآوری در اقتصاد کشور و با راهبری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است، آنجا که باید از تحول در اقتصاد

صحبت شود از رمزازی ها می خواهند که راهکار

بدهند و تحلیل بکنند. این اتفاق مبارکی است. اینکه برگزارکنندگان اینوتکس هم متوجه شده اند در اقتصاد آینده یکی از مهم ترین بخش ها، همین کسب و کارهای رمزازی خواهند بود. فهم و درکی که اگر بتوان آن را

در بین دیگر تصمیم گیران حاکمیتی و دولتی بسط داد، احتمالاً بتوان به نتایج بهتر و روشن تری برای اقتصاد کشور در سال های پیش رو رسید؛ در سال هایی که دست به دامن فناوری های غیرمتمرکز و اقتصاد مرتبط با آن شدن یک انتخاب ناگزیر است. اینوتکس نشان داد اگر با کسب و کارهای رمزازی از در مفاهیم و با رویکرد یاری گرفتن از دانش و تحلیل آنها برای اقتصاد کشور وارد شویم، احتمالاً دستاوردها و نتایج، بسیار ملموس تر و مفیدتر از آن چیزی است که این روزها شاهدش بوده ایم. یعنی نگاه کردن به حوزه رمزاز و اقتصاد مرتبط به آن به عنوان بخشی در سایه و مشکوک و در معرض اتهام. ذات بازارهای مالی فرازوفرود و ناپیوستایی است. پس چه بهتر که در این بازارها به کارآفرینان داخلی و دارای تحلیل بیش از کسب و کارهای بی نام و نشان فرصت دهیم و برای چنین فرصت دادنی، چه جایی بهتر از نمایشگاه های رسمی که دولت باعث و بانی برگزاری آنهاست.

تراپه مان نشان داد در دنیای رمزازها حتی معتبرترین پروژه ها نیز پریسک هستند

ترا و درس هایش برای ما

اینکه نشان دهد حتی پروژه هایی که اسکم نیستند و تیم قوی ای دارند و جزء پروژه های معتبر هستند هم ممکن است به یکباره به دلیل یک اشتباه فنی کوچک یا یک خط کد نوشته نشده در کنار میلیون ها کد نوشته شده، زمین بخورند و یک شبه خودشان و تمام سرمایه گذاران شان را به خاک سیاه بنشانند!

در ترانه کسی کلاهبرداری کرده، نه کسی از تیم بنیان گذار یک شبه فرار کرده و نه کسی به آینده دار بودن آن از ابتدا شک داشته است! فقط یک اشتباه باعث نابودی و دود شدن بیش از ۳۰ میلیارد دلار شد! حالا با این اتفاق که ضربه محکم و مهلکی هم به اعتبار صنعت رمزازها در دنیا زده، حداقل نیمه پر لیوانش این است که یک نمونه گل درشت در این صنعت خواهیم داشت که در تاریخ ثبت خواهد شد و تا سال ها به ما متذکر خواهد شد که روی هیچ پروژه ای دیوانه وار سرمایه گذاری

نکنیم و اهمیت چیدن سبد بیش از هر زمان دیگری برای ما نمایان شده است. ترا با پوست و استخوان به ما نشان داد حتی کم ریسک ترین پروژه ها در دنیای رمزازها چقدر می توانند پریسک و ویرانگر باشند. بار دیگر که اغفال شدید دیوانه وار روی یک رمزاز سرمایه گذاری کنید، به خودتان متذکر شوید که ممکن است ریسک هایی وجود داشته باشند که هیچ کسی تا امروز آنها را ندیده باشد! همین یک درصد احتمال وجود چنین ریسکی، باعث می شود رفتار منطقی تری از خود نشان دهید.

تعریف ریسک در دنیای رمزازها با تعریف ریسک در تمام حوزه هایی که می شناسید، متفاوت است. خاطر هست در یکی از اولین یادداشت هایم در نشریه رمزاز بر اهمیت شناخت درست ریسک در حوزه رمزازها تأکید کردم و توصیه به تقسیم سبد رمزازها بر اساس ریسک، متوسط ریسک و پریسک! و در همان جا تأکید کردم توجه داشته باشید مفهوم ریسکی که ما اینجا در حوزه رمزاز در خصوصش صحبت می کنیم، اصلاً با همین مفهوم در سایر حوزه ها یکسان نیست و برای مثال سیدی که ما در حوزه رمزاز به عنوان یک سید کم ریسک از آن یاد می کنیم، ممکن است ریسکش همچنان خیلی بیشتر از یک سرمایه گذاری پریسک در حوزه املاک و مستغلات باشد.

با وجود تمام این اخطارها و هشدارها در خصوص ورود معقول و منطقی، همچنان شاهد بوده و هستیم که برخی دیوانه وار یا عاشقانه روی یک یا چند رمزاز خاص سرمایه گذاری می کنند و دل شان به تیم پشتش، سابقه آنها، وایت پیپر آن و خیلی چیزهای دیگر قرص است که البته اشتباه هم نیست، ولی چیزی که اشتباه است، این است که عملکرد فرد با تکیه بر اینها از منطق خارج شود!

اتفاقی که برای شبکه ترا و لونا افتاد که هنوز هم خیلی ها از آن گیج هستند و هنوز نمی دانند که دقیقاً چه شده است، نمونه بسیار دردناک ولی عمیقاً درستی بود برای

کار خاصی نمی توان انجام داد، اما گروه چهارم که اکثریت قابل توجهی هستند، دشمنی شان از روی عنادورزی نیست. آنها نمی دانند و یا دیده شک و تردید به همه چیز نگاه می کنند. اکثریت جامعه هم خاموش اند و نگاه می کنند که کدام گروه جریان اصلی را دست می گیرند.

گسترش شفافیت پاسخ مناسبی به سوالات گروه چهارم است. اگر شفافیت گسترش پیدا نکند و خدای ناکرده شاهد گسترش رقابت های کسب و کاری باشیم، زمینه برای رشد سه گروه اول بیشتر می شود. من به همه مدیران و کسانی که در کسب و کارهای صرافی رمزاز ایرانی فعالیت می کنند، حق می دهم که از دست همه ناملایمتی ها ناراحت و حتی عصبانی باشند. از این همه تعلل در رگولاتوری و به رسمیت نشناختن می توان ساعت ها گله کرد. تقریباً در تمام پل های هم که در زمینه تنظیم گری بلاکچین و رمزاز برگزار می شود، حرف ها تکراری شده است. پس چه باید کرد؛ ناامید شد و گام دیگری برداشت؟

معتقدم شفافیت تنها راه نجات است. کسب و کارهای صرافی رمزاز ایرانی امروز پیشروترین بخش جامعه کریپتوی ایران هستند. وظیفه حفظ و بزرگ کردن جامعه کریپتوی ایران بر گردن صرافی های رمزاز ایرانی سنگینی می کند و من قدر دان همه صرافی های رمزاز ایرانی هستم که بزرگ نگاه می کنند و برای آینده برنامه ریزی دارند.

بازار رمزازها و دارایی های دیجیتال بازار روبه رشدی است که ریسک های بسیاری آینده اش را تهدید می کند. در بین تمام ریسک ها معتقدم اختلافات داخلی و شکل نگرفتن جامعه کریپتوی یکپارچه و متحد بزرگ ترین تهدید است. جریانی که هفته گذشته حول کسب و کار لونا شکل گرفت و تأثیر شدیدی که بر بازار کریپتو گذاشت، ممکن است برای همه کسب و کارهای حوزه کریپتو رخ دهد. خوشحالم که هفته گذشته در رویداد اینوتکس شاهد حضور برجسته صرافی های رمزازی ایران بودیم و امیدوارم با اتحاد رقبا این مسیر با گام های استوارتری طی شود. جامعه کریپتوی ایرانی روزهای سختی را می گذراند، ولی مطمئن هستم پایان شب سیاه سپید است.



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

هشدار: بازار رمزازها یک بازار پریسک و قانون گذاری نشده است. بازاری که ممکن است به دلیل نوسانات آن همه سرمایه خود را در آن از دست بدهید. توصیه می کنیم قبل از هر گونه فعالیت در آن مطمئن شوید اطلاعات کافی درباره آن را دارید.

رمزاز؛ هفته نامه اکوسیستم بلاکچین و رمزاز ایران محصولی از گروه رسانه ای راه پرداخت

اشتراک هفته نامه کارنگ و رمزاز از فروشگاه اینترنتی انتشارات راه پرداخت بخرید

w a y 2 p a y . s h o p



رونمایی رسمی
اینستاگرام از بخش ویژه
ان اف تی

متا چشم به ان اف تی دوخته است

طرح آزمایشی توکن‌های غیرمثلی (NFT) اینستاگرام اولین گام در راستای استراتژی «کسب درآمد تولیدکنندگان محتوا» است. اگرچه این طرح هنوز در مراحل ابتدایی شکل‌گیری به سر می‌برد، اینستاگرام امیدوار است با میلیون‌ها تولیدکننده محتوا و میلیاردها کاربر، بتواند ان اف تی‌ها را به یک منبع درآمد مهم تبدیل کند.

اینستاگرام شبکه اجتماعی متعلق به شرکت متا (فیس‌بوک سابق)، روز دوشنبه هفته گذشته و پس از رونمایی از «کلکسیون‌های دیجیتال» خود اعلام کرد که قصد دارد ان اف تی‌ها را به یک منبع درآمد برای تولیدکنندگان این پلتفرم تبدیل کند که بیش از یک میلیارد کاربر دارد.

اینستاگرام توضیحی درباره چگونگی استفاده از این طرح نداده است. بعد از راه‌اندازی این برنامه، اینستاگرام تنها به تعداد محدودی از تولیدکنندگان محتوا اجازه می‌دهد تا هنر دیجیتالی خود را در این پلتفرم به اشتراک بگذارند. علاوه بر این، هنرمندان نمی‌توانند آثار هنری خود را بفروشند یا آن را معامله کنند و در عین حال کارمزدی هم برای انتشار محصولات خود پرداخت نخواهند کرد.

گفتنی است پس از اتمام دوران آزمایشی، پول [فرایند خریدوفروش] نیز وارد چرخه این طرح می‌شود. اینستاگرام روز دوشنبه آگهی استخدام برای فردی متخصص در زمینه بلاکچین منتشر کرد. بر اساس این آگهی فرد پادشده قرار است در تبیین استراتژی و نقشه‌راه برای ایجاد روش‌های جدید کسب درآمد و مبتنی بر فناوری بلاکچین، به اینستاگرام کمک کند.

«جان ویکتور» (Jon Victor)، استراتژیست استارت‌آپ «کریپتولیز» در زمینه‌های وب ۳ و ان اف تی، گفته است که در حال حاضر میلیون‌ها کاربر در اینستاگرام و سایر پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، کالاها و خدمات تجاری‌شان را در یک چرخه اقتصادی چند میلیارد دلاری به دنبال کنندگان خود می‌فروشند.



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سومال دوم



نگاهی به مهم‌ترین دلایل سقوط بیت‌کوین به زیر ۳ هزار دلار و قرمز شدن کل بازار

ریزش سهمگین

هم‌اکنون بیت‌کوین و بسیاری از رمزارزها در حال تجربه سقوط بی‌سابقه‌ای هستند. بیت‌کوین برای اولین بار از جولای ۲۰۲۱، به زیر ۳۰ هزار دلار رسید و ارزش آن کمتر از نصف پاییز گذشته است. سایر ارزها مانند اتریوم و BNB نیز کاهش مشابهی داشته‌اند، این در حالی است که حجم معاملات در صرافی‌های اصلی نیز کاهش یافته است. برخی کارشناسان اکنون نسبت به زمستان رمزارزها هشدار داده‌اند. در این حالت رشد ارزش رمزارزها با دوره طولانی انقباض جایگزین می‌شود. سقوط فعلی بیت‌کوین و سایر رمزارزها می‌تواند ناشی از ترکیب علل بلندمدت و کوتاه‌مدت از جمله بازارهای مالی بزرگ‌تر و سقوط استیبل‌کوین‌های بزرگ باشد. در ادامه این مطلب به برخی از این عوامل اشاره می‌کنیم.



کسری حسینی



کرونا در مارس ۲۰۲۰ نمونه‌ای از این رویدادها بود. در این دوران ارزش بیت‌کوین تا ۵۷ درصد سقوط کرد. تورم و در پی آن، افزایش نرخ بهره فدرال رزرو و سایر بانک‌ها، افت شدید سهام داو جونز و نزدک، تهاجم روسیه به اوکراین و سایر مشکلات تورم از جمله مشکلات زنجیره تأمین و قیمت نفت، نگرانی‌های زیادی را برای سرمایه‌گذاران در ارتباط با سقوط بیت‌کوین ایجاد کرده است.

نگرانی‌های مربوط به رگولاتوری رمزارزها

همان‌طور که پیش‌تر گفتیم، بازار رمزارزها با تغییر سیاست‌ها متزلزل می‌شوند. به عنوان مثال، ممنوعیت استخراج بیت‌کوین در چین به سقوط آن از ۶۵ هزار دلار در ماه آوریل به ۳۵ هزار دلار در ماه ژوئن منجر شد و سایر رمزارزها نیز به همین ترتیب، افت شدیدی را تجربه کردند. بسیاری از سرمایه‌گذاران نیز با حرکت دولت‌ها به سمت رگولاتوری و همچنین نقص‌های امنیتی از جمله هک ۶۰۰ میلیون دلاری رونین، اعتماد و امید خود را نسبت به این بازار از دست داده‌اند. این رویدادها همچنین تمایل بازیگران تازه‌وارد را متزلزل می‌سازند.

سقوط استیبل‌کوین‌ها

برخی کارشناسان همچنین معتقدند که سقوط UST نقش بزرگی در سقوط بیت‌کوین داشته است.

UST که یک استیبل‌کوین به ارزش یک دلار است در روز دوشنبه به زیر ۷۰ سنت رسید؛ چراکه دارندگان آن دچار وحشت شدند و توکن‌های خود را به صورت انبوه و در یک شب به فروش رساندند. تتر نیز که یک استیبل‌کوین به ارزش یک دلار است، در بامداد روز پنجشنبه به صورت غیرمنتظره‌ای به زیر یک دلار رسید. ارزش استیبل‌کوین‌ها به‌طور دائمی وابسته به یک ارز فیات است و افت ارزش آنها در بازار می‌تواند نشانگر وحشت عظیم سرمایه‌گذاران و دارندگان رمزارزها باشد. شایان ذکر است که UST با الگوریتمی مبتنی بر قرارداد هوشمند و متفاوت از سایر استیبل‌کوین‌ها عمل می‌کند. این الگوریتم با سوزاندن توکن‌های لونا، ارزش توکن UST را روی یک دلار نگه می‌دارد.

فعال‌گسی چیزی نمی‌داند

در نهایت پاسخ این سؤال که آیا این روند ادامه‌دار است یا خیر، مهم است و فقط زمان آن را روشن می‌سازد، اما بسیاری بر این باورند که اوضاع از این هم بدتر خواهد شد و این روند نزولی ادامه خواهد داشت و برخی دیگر نیز معتقدند با سقوط ارزش رمزارزها، خریداران بسیاری وارد بازار می‌شوند و این اقدام قیمت بیت‌کوین و سایر رمزارزها را بهبود می‌بخشد. در حال حاضر قیمت بیت‌کوین ۲۸/۸۳۶ دلار و اتریوم ۲/۰۸۹ دلار است. گفتنی است در این اثنا هیچ ارزی همچون لونا دچار فروپاشی نشده است. لونا در پی افت ارزش UST، سقوط ۹۸ درصدی را تجربه کرد و به حدود یک دلار رسید.



تمایل برندهای بزرگ به استفاده بیشتر از ان اف تی

محل سوم استارباکس

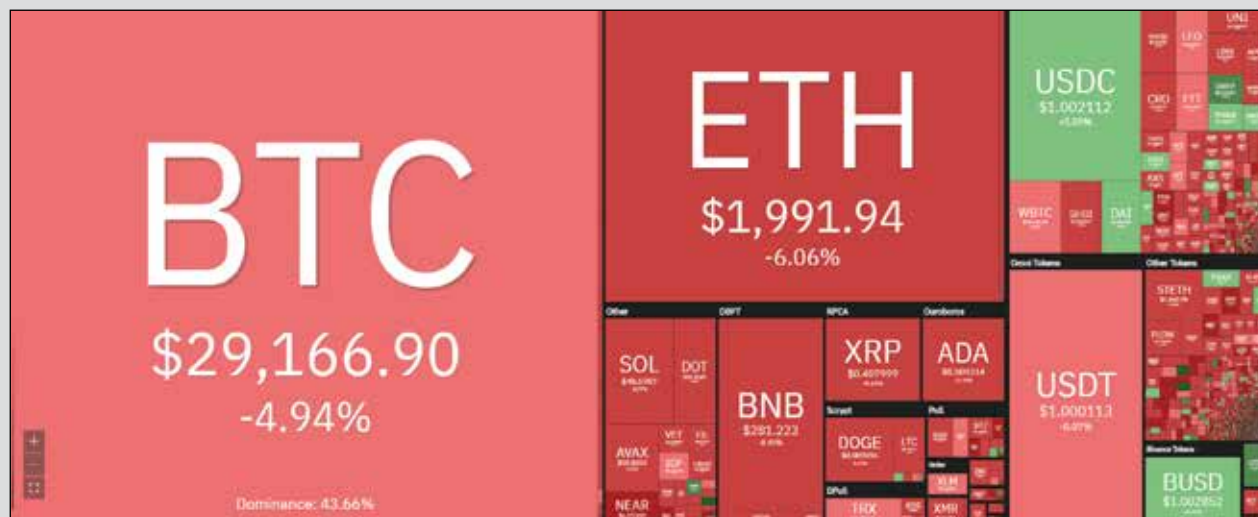
ان اف تی ها در دنیای امروز با سرعت سرسام آوری در حال حرکت هستند و روز به روز افکار بیشتری را به سمت خود جذب می کنند. ان اف تی ها که به نام توکن های غیر قابل معاوضه نیز شناخته می شوند، کارکردی مشابه بیت کوین در بلاکچین اتریوم دارند و نوعی رمزارز هستند، اما تفاوت آنها در اینجاست که هر یک از آنها یک آیتم دیجیتال بی مانند و غیر قابل معاوضه هستند. در حال حاضر بسیاری از کمپانی های مواد غذایی و نوشیدنی فعالیت خود را در فضای ان اف تی ها آغاز کرده اند. کمپانی دیگری همچون «میکرز» اکنون به مشتریان خود این امکان را داده که آثار دیجیتالی درج شده محدود روی بطری های خود را خریداری کنند.



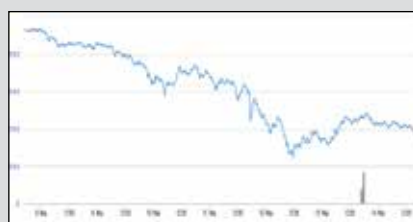
شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

کمپانی Bud Light نیز مجموعه ای از ان اف تی های خود را در بنرهای تبلیغاتی مسابقات سوپر بول به نمایش گذاشت. اکنون به نظر می رسد استارباکس، کمپانی بعدی است که به این جریان می پیوندد. استارباکس قصد دارد از ان اف تی ها برای تبلیغ آنچه «محل سوم» نامیده می شود، استفاده کند. این نام به فضایی اطلاق می شود که خارج از خانه ها و محیط های کاری قرار دارد. در همین راستا استارباکس در تلاش است با استفاده از ان اف تی ها، یک جامعه جهانی دیجیتال راه اندازی کند. جزئیات خاصی در مورد این مجموعه هنوز منتشر نشده، اما تیم استارباکس خاطر نشان کرد که قصد دارد ایده ان اف تی را به عنوان یک «دارایی دیجیتال قابل برنامه ریزی و دارای شناسه که به عنوان یک مجوز نیز عمل می کند»، بپذیرد.

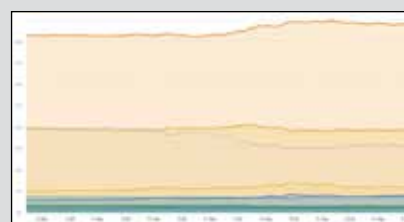
این پلتفرم دیجیتالی می تواند بستر خوبی برای روایت داستان های الهام گرفته از قهوه و تجارب و امتیازات انحصاری برای مشتریان باشد. در حال حاضر توضیح دقیقی درباره این امتیازات و تجارب وجود ندارد، اما انتظار می رود با انجام این اقدامات، دنیای جدیدی از امکانات به روی مشتریان باز شود.



روند ارزش بازار رمزارزها در هفته گذشته



روند ارزش بازار آلت کوین ها در هفته گذشته



روند تغییرات سلطه بیت کوین در هفته گذشته

تحلیل هفتگی بازار رمزارزها سقوط تا اطلاع ثانوی؟

نزدیک ترین حمایت این ارز دیجیتال بین ۲۷,۰۰۰ تا ۳۰,۰۰۰ دلار است که می تواند حرکات قیمت را در طول چند روز آینده تثبیت کند. همچنین روز پنجشنبه، نشانه های کوتاه مدتی روی نمودار بیت کوین ظاهر شد که خلاف روند نزولی آن بودند. این نوع نشانه ها معمولاً باعث می شوند که جهش قیمت محدودی را تجربه کند.

برای مثال، شاخص قدرت نسبی (RSI) در نمای هفتگی بازار بیت کوین به پایین ترین سطح خود در ناحیه اشباع فروش از مارس ۲۰۲۰ (اسفند ۱۳۹۸) رسیده است. با این حال، مقاومت قوی پیش روی این ارز دیجیتال و نشانه های منفی موجود در شاخص های مومنتوم، می توانند روند صعودی احتمالی آن را محدودتر کنند.

۳۳,۰۰۰ و ۳۵,۰۰۰ دلار مواجه باشد. اندیکاتورهای مومنتوم (Momentum) که سرعت تغییرات قیمت را اندازه گیری می کنند، در نمای روزانه، هفتگی و ماهانه بیت کوین همچنان حاوی نشانه هایی منفی هستند؛ اتفاقی که معمولاً نشان دهنده دوره ای با بازدهی کم یا حتی منفی است. علاوه بر این، بر اساس تاریخچه بیت کوین، بازدهی این ارز دیجیتال برای اولین بار از سال ۲۰۱۴ در هفت هفته متوالی منفی بوده است. این عامل هم تأیید می کند که شتاب قیمت بیت کوین در حال حاضر نزولی است.

اکنون بیت کوین در حال نزدیک شدن به حمایت میانگین متحرک ۲۰۰ هفته ای (200MA) خود در نزدیکی ۲۱,۸۰۰ دلار است.

روند قیمت بیت کوین در هفت هفته اخیر نزولی بوده و اشباع فروش در بازار اکنون به اوج خود از زمان سقوط مربوط به همه گیری ویروس کرونا در جهان رسیده است. این موضوع ممکن است شرایط را برای بازیابی قیمت فراهم کند، اما انتظار می رود جهش احتمالی بیت کوین بسیار محدود باشد.

به گزارش کوین دسک، خریداران بیت کوین روز جمعه نسبت به شکل گیری شرایط اشباع فروش در بازار این ارز دیجیتال واکنش نشان دادند و قیمت آن را به بالای ۳۰,۰۰۰ دلار رساندند. با این حال، به نظر می رسد حرکت صعودی احتمالی بیت کوین در ادامه محدود خواهد بود و این ارز دیجیتال با مقاومت هایی در



آشنایی با اصول اولیه یک فناوری پیچیده به زبانی ساده چاپ سوم مبانی بلاکچین روانه بازار شد

انتشارات راه پرداخت چاپ سوم کتاب «مبانی بلاکچین» به قلم دنیل درشر را با ترجمه سیاوش تفضلی و حمایت نوبیتکس منتشر کرد. درشر متخصص بانکداری با سابقه‌ای است که در شماری از بانک‌ها در حوزه امنیت تجارت الکترونیکی سمت داشته و اخیراً بر مباحثی چون اتوماسیون، یادگیری ماشین و کلان‌داده‌ها در بافتار روند امنیتی تمرکز کرده است. او دارای درجه دکتری در اقتصادسنجی و کارشناسی ارشد مهندسی کامپیوتر است.

«مبانی بلاکچین» در سال ۲۰۱۷ منتشر شد، نقدهای مثبتی دریافت کرد و خیلی زود در شمار صد کتاب پرفروش آمازون قرار گرفت. تجربه کاری و دانش مرتبط باعث شده که درشر بتواند در این کتاب بدون استفاده از اصطلاحات کامپیوتری گیج‌کننده مربوط به کدنویسی یا امثال آن و با بهره‌گیری از استعاره و تصاویر ملموس مخاطب را با اصول اولیه فناوری بلاکچین آشنا کند یا به تعبیر یکی از منتقدان، باعث شده «مبانی بلاکچین» همان چیزی باشد که باید باشد.

درشر در ۲۵ بخش مختصر و مفید اصول اولیه بلاکچین را تشریح می‌کند و میان کتاب‌های کاملاً فنی در حوزه بلاکچین یا کاملاً تخصصی حوزه تجارت ربط و پیوندی ایجاد می‌کند. نویسنده با بیان محدودیت‌های سیستم‌های متمرکز شروع می‌کند و با بیان ضرورت طراحی ساختاری توزیع شده ادامه می‌دهد. نمودارهای ارائه شده در کتاب به مخاطب کمک می‌کند هم مطالب را بهتر درک کند، هم بهتر به خاطر بسپارد و به یاد آورد. مخاطب مبتدی با خواندن این کتاب می‌تواند پیچیدگی ساختار بلاکچین را به خوبی درک کند و با چپستی بلاکچین، ضرورت و راهگشایی‌های آن، علت اشتیاق آتشین گروهی به بلاکچین و پتانسیل‌های آن، اجزای اصلی بلاکچین، نحوه کار این اجزا، نحوه تعامل این اجزا آشنا شود. همچنین می‌تواند با سناریوهای کاربردی اصلی این فناوری، محدودیت‌ها، علت این محدودیت‌ها و پیشنهادهایی برای غلبه بر آنها آشنا شود. این ویژگی‌ها «مبانی بلاکچین» را برای همه مخاطبان علاقه‌مند به آگاهی از چپستی، نحوه کار و تغییرات در جریان در سیستم مالی مرسوم بسیار خواندنی و آموزنده می‌کند.

روابط عمومی نوبیتکس در بخش‌هایی از یادداشت حامی کتاب «مبانی بلاکچین» نوشته است: «نباید بلاکچین را به رمزارزها محدود کرد. بلاکچین می‌تواند شروع یکسری تحولات فناورانه باشد که شاید در آینده‌ای نه‌چندان دور، نقشی شبیه نقش آبی یا انفجار اطلاعات داشته باشد. بلاکچین قابلیت‌های بسیاری دارد که انتقال دارایی‌ها تنها یکی از آنهاست. بلاکچین، فناوری آینده است و جهان ما را تغییر خواهد داد. در کتاب پیش رو، در رابطه با

اصطلاحات و مبانی فنی بلاکچین، موارد نیاز به بلاکچین، شیوه کار بلاکچین، محدودیت‌های بلاکچین و راهکارهای غلبه بر آنها و همچنین چشم‌انداز بلاکچین به تفصیل توضیح داده شده است. این فناوری در کشورهای پیشرفته در حال باز کردن جای پای خود است و فعالان اقتصادی بیش از سایر افراد با سازوکار آن آشنا هستند، اما پذیرش آن در کشورهای کمتر توسعه‌یافته با موانعی روبه‌روست که آگاهی بخشی در جهت شناساندن مزایای این فناوری، می‌تواند این موانع را از سر راه بردارد.»

همچنین در بخشی از یادداشت ناشر بر این کتاب آمده است: «در سال‌های گذشته ما مراحل مختلفی از هایپ بلاکچین را پشت سر گذاشتیم. از اینکه بلاکچین قرار است همه مسائل ما، از شیر مرغ گرفته تا جان آدمیزاد را مدیریت کند، گذشتیم. بالا و پایین‌ها را دیده‌ایم و حالا کمی واقع‌بین‌تر به ماجرا نگاه می‌کنیم. نه تصور حل همه مسائل را داریم و نه تصور می‌کنیم بلاکچین یک شوی پوچ و توخالی است. بلاکچین هم مانند همه دست‌ساخته‌های بشری راه خودش را پیدا کرده و ما می‌توانیم برای افزایش کیفیت زندگی روی آن حساب کنیم. بلاکچین را نباید صرفاً محدود به دنیای فناوری ببینیم. بلاکچین شیوه نوینی از نگاه کردن به مسائل را به ما آموزش می‌دهد. ما می‌توانیم با کمک بلاکچین مسائل همیشگی را به شیوه متفاوتی حل کنیم. مسئله اعتماد یکی از اساسی‌ترین مسائل تاریخ بشر است. نهادهای واسطه شکل گرفته‌اند که این مسئله را حل کنند و ما بتوانیم در کنار هم زندگی کنیم. درک بلاکچین که مدعی است می‌تواند جایگزین همه سیستم‌های اعتمادساز شود، برای همه مردم لازم است. قاعدتاً زبان فنی بلاکچین بسیاری را می‌راند و باعث می‌شود نتوانیم با اصل موضوع ارتباط برقرار کنیم. به همین دلیل آزمون شیوه‌های متفاوت برای بیان فلسفه بلاکچین لازم و ضروری است.»



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



مهاجرت بانگیزه رگولاتوری کمتر

نقدهای بنیان‌گذار صرافی FTX به رگولاتورهای
آمریکایی چیست؟

چرا باید هرازگاهی از چارت‌ها
کمی فاصله بگیرید

خطری به نام اعتیاد رمزارزی

اعتیاد به ارزهای دیجیتال چیزی شبیه به اعتیاد به قمار است؛ با این تفاوت که کسی زیاد درباره آن صحبت نمی‌کند. «دی وریز»، مدیرعامل کلینیک بازپروزی «دیاموند ری‌هَب» (The Diamond Rehab) است که سابقه مشارکت در درمان افراد معتاد به ارزهای دیجیتال را دارد. دی وریز می‌گوید اعتیاد به ارزهای دیجیتال معمولاً با اعتیاد دیگری همراه می‌شود و بسیاری از بیماران او علاوه بر ارزهای دیجیتال به الکل یا مواد مخدر هم معتاد هستند. او می‌گوید کلینیک آنها اعتیاد به ارزهای دیجیتال را با روشی شبیه به اعتیاد به قمار درمان می‌کند. به گفته این متخصص ترک اعتیاد، اعتیاد به قمار «بالاترین نرخ خودکشی بین تمام اشکال اعتیاد» را دارد. وب‌سایت کوین‌دسک اخیراً با یک بیمار ناشناس که در گذشته به شدت به ارزهای دیجیتال



تترلند اولین گزارش سالانه خود از بازار رمزارزها را منتشر کرد اعتماد کاربران به صرافی‌های رمزارز داخلی

میان معاملات ریالی نیز ۲۵ درصد مردم با تتر و ۷۵ درصد با سایر رمزارزها معامله می‌کنند.

رشد تمایل معامله‌گران به بازار داخل
داده‌های تترلند نشان می‌دهد گرایش معامله‌گران ایرانی در سال‌های اخیر به بازارهای ایرانی رشد چشم‌گیری داشته است. در این گزارش می‌بینیم در حالی که در سال ۱۳۹۷ تنها هفت درصد معامله‌گران ایرانی از بازارهای داخلی استفاده می‌کردند، در سال ۱۴۰۰ این نسبت بیش از هفت برابر رشد کرده و به بیش از ۵۲ درصد رسیده است.

اوضاع در تترلند چطور است؟
پلتفرم تترلند در این گزارش، آمارهایی از وضعیت فعلی خود نیز ارائه کرده است. بنا بر اعلام تترلند، در حال حاضر تعداد نصب‌های اپلیکیشن این سکو به بیش از ۸۱۶ هزار عدد و تعداد کل نصب‌های فعال به بیش از ۲۳۷ هزار عدد رسیده است.

کاربران در سال ۱۴۰۰، ۲۳ میلیون و ۷۰۰ هزار بار از تترلند بازدید کرده‌اند و تعدادشان نیز نسبت به سال ۱۳۹۹، رشدی ۵۳ برابری را نشان می‌دهد. مطابق انتظار، این صرافی در میان جوانان محبوب‌تر از گروه‌های سنی دیگر است و افراد ۲۵ تا ۳۴ ساله، با نسبتی ۳۹ درصدی، پرشمارترین گروه سنی در میان کاربران تترلند هستند. تترلند می‌گوید آبان، ماهی بود که در این پلتفرم، رکورد حجمی و عددی تراکنش‌های ماهانه در سال ۱۴۰۰ شکسته شد. همچنین حجم تراکنش کاربران در سال ۱۴۰۰، به‌طور میانگین ۶۳۷ تتر بود و تعداد تراکنش‌ها نسبت به سال ۱۳۹۹ در تترلند هشت برابر شد. کاربران تترلند در سال گذشته به‌طور میانگین ۱۰٫۳ تراکنش انجام داده‌اند. آمارهای مربوط به فعال‌ترین کاربران نیز جالب است. یکی از کاربران تترلند در طول سال گذشته، پنج هزار و ۱۶۳ تراکنش انجام داده که به معنی ۱۴٫۱ تراکنش به‌طور متوسط در روز است.

افزایش قیمت بیت‌کوین، آلت‌کوین‌ها و میم‌کوین‌ها، ظهور توکن‌های غیرمثلی (NFT) و استفاده از رمزارزها در دنیای متاورس از عواملی هستند که صرافی تترلند می‌گوید در سال ۱۴۰۰ باعث گسترش روی آوردن مردم به دنیای رمزارزها شده است. داده‌های گزارش سالانه این صرافی ارزش دیجیتال به‌خوبی افزایش محبوبیت رمزارزها در میان ایرانیان را نشان می‌دهد. طبق گزارش این صرافی، ۵۷ درصد از حجم مبادلات رمزارزی در ایران به واسطه سکوهایی رمزارزی انجام می‌شود. تترلند همچنین در این گزارش آورده، در سال ۱۴۰۰ نزدیک به ۲۴ میلیون بازدید از این سکو انجام شده و کاربرانش ۵٫۳ برابر رشد کرده‌اند.

۵۷ درصد حجم معاملات رمزارزی خارج از سکوهاست

تترلند در گزارش خود آورده است ۹۷ درصد تعداد تراکنش‌های رمزارزی در کشور با استفاده از سکوهایی رمزارزی انجام می‌شود و تنها سه درصد معاملات از لحاظ عددی خارج از سکوها صورت می‌گیرد. از سویی دیگر اگر مبادلات را بر مبنای حجم ارزشی تراکنش حساب کنیم، اوضاع متفاوت است. ۵۷ درصد حجم تراکنش‌های رمزارزی کشور از طریق پلتفرم‌ها و ۴۳ درصد خارج از آنها انجام می‌شود. مقایسه این دو عدد نشان می‌دهد معامله‌گرانی که حجم معامله‌هایشان بزرگ‌تر است، تمایل کمتری به استفاده از پلتفرم‌های خریدوفروش ارز دیجیتال دارند. همچنین تعداد تراکنش‌های رمزارزی در ایران بر مبنای تعداد تراکنش ۲۲ درصد از طریق صرافی رمزارزی (OTC) و ۷۸ درصد در بازارهای معاملاتی انجام می‌شود، اما با در نظر گرفتن حجم تراکنش‌ها ۴۷ درصد از آنها به شکل OTC و ۵۳ درصد در بازار انجام می‌شود.

۷۹ درصد از معاملاتی که در سکوهایی رمزارزی انجام می‌شود، با استفاده از تومان و مابقی، ۲۱ درصد، با استفاده از رمزارزهای دیگر است. از

آمریکا، به نظر می‌رسد میان دپارتمان‌های مالی مختلف مانند SEC و فدرال رزرو و همچنین وزارت خزانه‌داری آمریکا نیز تنش قابل توجهی برای تعیین صاحب فرمان نهایی در حوزه کریپتو وجود دارد. بنکمن فرید در این مورد می‌گوید: «در مجلس نمایندگان و سنا، هر کس می‌خواهد اولین کسی باشد که یک لایحه به‌خصوص را به اسم خود ثبت کند و محتوای لایحه و ضربه‌ای که ممکن است به نوآوری‌های مالی زده شود، مهم نیست. مهم تصویب آن لایحه به اسم فلان سناتور است. از طرفی، رئیس‌جمهور یک فرمان اجرایی صادر می‌کند و از همه ارکان اقتصادی می‌خواهد که با هم کار کنند تا امنیت فضای رمزارزی حفظ شود، بدون آنکه حوزه‌های اختیاراتی روشن شود. حالا این سازمان‌ها و وزارت‌های مختلف با هم درگیرند تا روشن شود چه کسی مسئول چیست، همین روند به‌تنهایی عامل بخش عظیمی از بدنامی رگولاسیون رمزارزها در آمریکا است و نمی‌توان هم گفت این بدنامی بحق نیست.»

بنکمن فرید تأکید دارد که او به‌طور بنیادین ضد رگولاسیون نیست و نظر خود را برای بهبود وضعیت چنین بیان می‌کند: «به‌عنوان مدیر صرافی‌ای که برای رگولاسیون کمتر، شرکتش را مهاجرت داده، می‌گویم که شاید در برخی از گوشه‌های تیره و تاریک، رگولاسیون مورد نیاز باشد، اما عموم قانون‌گذاران به جای تمرکز بر مشکلات اندک فعلی، بر مشکلاتی تمرکز دارند که هنوز وجود ندارد و تنها بر اساس ظرفیت احتمالی این مشکلات در آینده، در حال پیشنهاد و تصویب لایحه‌های عجیب‌وغریبی هستند. به‌نظر من قبل از هر چیزی باید نهاد مسئول اصلی در این خصوص تعیین شده یا به‌طور کلی یک کارگروه جدید منحصر برای آن تعریف شود. به‌نظر من همین یک اقدام می‌تواند ۶۰ درصد از مشکلات رگولاسیون در آمریکا را به یکباره حل کند.»

«ران هموند»، مدیر بخش فعالیت‌های دولتی انجمن بلاکچین آمریکا (Blockchain Association) نیز علاوه بر موافقت با گفته‌های بنکمن فرید، باور دارد که مشکل فراتر از دپارتمان‌ها و آژانس‌های دولتی است. او می‌گوید: «کمیته‌های مختلف کنگره به‌طور واضح به ظرفیت‌های کلان رمزارزی پی برده و حالا در پی فراهم کردن منصب‌های مدیریتی و رگولاتوری بر چنین صنعت قدرتمندی هستند. بدون شک داشتن یک لایحه تصویب‌شده به اسم هر کسی امتیاز بزرگی برای انتخاب در چنین منصب‌های بالقوه‌ای محسوب می‌شود.» بنکمن فرید در خصوص آینده رگولاسیون بین‌المللی نیز هشدار می‌دهد: «فکر می‌کنم طی سال‌های اخیر روند قانون‌گذاری رمزارزها به‌طور جهانی در یک برزخ متشکل از عدم اطمینان و دانش مثبت قرار داشته است. حالا این برزخ به‌سرعت در حال متلاشی شدن است. مهم است که سردمداران و مدیران سرشناس کریپتویی پیش از پایان این دوره جهت اطلاع‌رسانی گسترده و درست به قانون‌گذاران اقدام مؤثر انجام دهند.»



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سپتامبر دوم



سم بنکمن فرید یکی از چهره‌های خبرساز این روزهای دنیای کریپتو و بخش رگولاسیون آن است. صرافی معروف او، اف‌تی‌ایکس به‌تازگی اعلام کرده که برای شرایط کار آسان‌تر و گریز از رگولاسیون شدید کشور سنگاپور مقر اصلی خود را به جزیره آنتیگوا منتقل خواهد کرد؛ اتفاقی که مهر تأییدی بر روند موفقیت‌آمیز آمریکایی‌ها در تبدیل شدن به یکی از مقاصد مهاجرت صرافی‌ها و استارت‌آپ‌های کریپتویی بود. بنکمن فرید که خود آمریکایی است حالا به نقد گسترده روند رگولاسیون رمزارزها در کشور خود پرداخته است.

او معتقد است بیش از هر چیز، انگیزه رگولاتورهای آمریکایی نه دغدغه‌های حقیقی برای امنیت فضای مالی این کشور، بلکه استفاده از پدیده رمزارزی به‌عنوان میان‌بری برای تصویب لایحه‌های دارای پرستیژ است؛ روندی که از نظر او به‌خوبی توسط تلاش‌های افرادی از هر دو حزب غالب بر سیاست آمریکا در این راستا مشهود است. اما این همه مشکلات موجود نیست. فرای مجلس نمایندگان و سنای

معتاد بود، مصاحبه کرده است. این شخص ۳۸ سال سن و دو فرزند دارد و صاحب یک شرکت بازاریابی است. او در سال ۲۰۱۶ میلادی و بعد از شنیدن اخباری درباره اتریوم، وارد دنیای ارزهای دیجیتال شد. این بیمار ناشناس گفته است اعتیاد او به‌طور پیوسته و با گذشت زمان رشد می‌کرد و پس از آنکه در جریان یک کیف پول شخصی‌اش تقریباً تمام سرمایه‌اش را از دست داد، وضعیتش وخیم‌تر از قبل شد. پس از این‌ها او تلاش می‌کرد تا فرصتی برای بازگرداندن پول‌های دزدیده‌شده و جبران ضررهای قبلی‌اش پیدا کند. این معتاد به ارزهای دیجیتال گفته کاملاً شیفته و دیوانه اتریوم بوده و پس از مدتی از بانک و حتی دوستان و خانواده خود وام می‌گرفت تا بتواند سرمایه‌گذاری‌اش را بیشتر کند. در نهایت نیز به بهانه تراشی و دروغ‌پردازی روی

می‌آورد تا وام بیشتری دریافت و با آن در ارزهای دیجیتال سرمایه‌گذاری کند. این بیمار گفته است مدام قیمت ارزهای دیجیتال را بررسی می‌کرد، نسبت به ارزهای دیجیتال وسواس ذهنی داشت، تمام وقت آزادش را به تماشای ویدئوهای مرتبط در یوتیوب اختصاص می‌داد و مدام به این فکر می‌کرد که پروژه داغ بعدی بازار ارزهای دیجیتال کدام است. یکی از افراد نزدیک به این بیمار در نهایت او را متقاعد کرد تا برای درمان اعتیادش به ارزهای دیجیتال، کمک بگیرد و وارد یک مرکز توان‌بخشی شود. او در نهایت توانست بر اعتیادش غلبه کند و دیگر سراغ سرمایه‌گذاری در ارزهای دیجیتال نرود، اما طبق گفته‌های خودش، دوری از ارزهای دیجیتال خصوصاً در جریان بازار صعودی اخیر، واقعاً برایش سخت بوده است.





دو کوان جبران می کند

«دو کوان»، بنیان گذار ترا با انتشار مطلبی در وبسایت رسمی بلاکچین اعلام کرده خسارت های وارد شده به هولدرهای لونا، «UST» و همچنین توسعه دهندگان این شبکه را جبران خواهد کرد.



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم



حمله به سایت ها

همزمان با ریزش بازار، وبسایت هایی مثل اتر اسکن، کوین گکو (CoinGecko) و دیفای پالس (DeFi Pulse) مورد حمله هکرها قرار گرفتند.



شکایت از کوین بیس

کاربران کوین بیس اخیراً از این صرافی و صادرکننده استیبل کوین «GYEN» شکایت کرده اند. ارزش این توکن باید برابر با یک یین باشد، اما هنگام خرید قیمت آن هفت برابر بیشتر بوده است.



رکورد جدید سختی بیت کوین

میزان سختی استخراج بیت کوین برای اولین بار در تاریخ از مرز ۳۰ تریلیون گذشته و به اوج جدید ۳۱/۲۵۱ تریلیون رسیده است.



عکس: نسیم اعتمادی

باید از ابهام عبور کرد!

در نشست تنظیم گری و بلاکچین نمایشگاه اینوتکس مطرح شد

«تنظیم گری و بلاکچین» عنوان نشست بود که در سومین روز یازدهمین دوره نمایشگاه بین المللی نوآوری و فناوری اینوتکس ۲۰۲۲ برگزار شد. در این نشست که با مدیریت محمدجواد صمدی راد، مدیرعامل ققنوس برگزار شد، مجتبی توانگر، رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال؛ امیرحسین راد، مدیرعامل نوبیتکس؛ زینب کیشانی، مدیر تحقیق و توسعه اکسکویونو؛ احمد صالحی، مدیرعامل شرکت اکسیر گلوبال و امیرحسین مردانی، مدیرعامل بیت بین حضور داشتند و هر کدام با بررسی چالش های تنظیم گری در حوزه بلاکچین به شرح راهکارها و پیشنهادهایی پرداختند. در این نشست توانگر زمان نهایی شدن سند اجرایی تنظیم گری در حوزه رمزارز را پایان خردادماه اعلام کرد و صالحی به عنوان مشاور سازمان توسعه تجارت از راه اندازی سامانه جامع کریپتو تا پایان خردادماه امسال خبر داد.

در ابتدای این نشست محمدجواد صمدی، مدیرعامل ققنوس با مروری بر روند چندساله کریپتوکارنسی در ایران توضیح داد: «در این سال ها موانع زیادی از سوی حاکمیت و نهادهای دولتی پیش روی رمزارزها بود. به عنوان مثال در سال ۱۳۹۷ شورای عالی پول شویی هر نوع فعالیت رمزارزها را ممنوع اعلام کرد. ظاهراً این اتفاق برای جلوگیری از یکسری خطرات بود. از طرف دیگر بانک مرکزی ایران هم در پیش نویسی هرگونه معامله رمزارز را ممنوع کرد.»

صمدی ادامه داد: «اما در سال ۱۳۹۸ هر نوع معامله رمزارزها و هر نوع ماینینگ به رسمیت شناخته و اعلام شد که برای دورزدن تحریم ها می توان از رمزارزها برای واردات انواع کالا استفاده کرد. در سال ۱۳۹۹ نیز طرح سامان دهی استخراج رمزارزها مورد حمایت قرار گرفت. هرچند مقام معظم رهبری حکم حرام را برای مبادلات رمزارز اعلام کردند، اما اکنون

دیگر این معاملات حرام نیست؛ بنابراین هر نوع معامله رمزارز بعد از ۱۵ سال نقطه قوتی برای اقتصاد کشور است.»

رگولاتور باید به فضای ابهام آلود پایان دهد

در ادامه امیرحسین راد، مدیرعامل نوبیتکس، مهم ترین چالش در حوزه بلاکچین در ایران را فضای ابهام آلود معرفی کرد و توضیح داد: «حوزه رمزارزها و بلاکچین در ایران درگیر یک فضای ابهام آلود است و همین فضای مبهم مانعی جدی برای سرمایه گذاری و توسعه های نوآورانه است. به طوری که فضای موجود باعث کندی سرعت سرمایه گذاری و تحولات این حوزه شده و کسب و کارهای کمتری در زمینه بلاکچین و رمزارزها راغب به فعالیت در این حوزه هستند.»

راد با بیان اینکه «ما هم واقف هستیم که تنظیم گری حوزه رمزارزها موضوع ساده ای نیست و از آنجا که رمزارزها نوعی دارایی به حساب می آیند و با حوزه مالی گره خورده اند، کار سخت تر شده است»، عنوان کرد: «در همه جای دنیا بیشترین سخت گیری رگولاتور در حوزه مالی است؛ بنابراین شاهد حساسیت های بیشتری در این حوزه هستیم. از همین رو انتظار نداریم روند تنظیم گری در این حوزه شیب سریعی داشته باشد، اما باید رفع ابهام از این فضا صورت گیرد.»

او ادامه داد: «با شفاف سازی سیاست ها و روش تنظیم گری، ضمن مدیریت ریسک های پدید می آید نو می توانیم از فرصت های آن نیز بهره مند شویم. چنین چیزی اگر عملی شود، کمک بسیاری به کسب و کارها خواهد کرد. در عین حال باید توجه کنیم که با توجه به سیر تحولات کشورهای توسعه یافته، ایران در این حوزه دچار عقب ماندگی شده است؛ موضوعی که بخشی از آن به علت ابهام و بخشی

دیگر بنا بر شرایط تحریمی و عدم ارتباط با پروژه های روز دنیا است.»

مدیرعامل نوبیتکس در پاسخ به این سؤال که رمزریال بانک مرکزی چه تأثیری روی اکوسیستم بلاکچین خواهد گذاشت، عنوان کرد: «بحث ارزهای دیجیتال بانک مرکزی (CBDC) توسط کشورهای مختلفی دنبال می شود و در دستور کارشان است. این دارایی می تواند ابزار مناسبی برای پرداخت بوده و به کاهش هزینه های دولت منجر شود. اینکه بانک مرکزی ایران نیز تحول روز دنیا را دنبال می کند، پدیده مبارکی است، اما ابهام هایی در این زمینه وجود دارد.»

او با بیان عدم شفافیت و وضوح در دستور کار بانک مرکزی برای راه اندازی رمزریال توضیح داد: «ما هنوز نمی دانیم آیا رمزریال قرار است جایگزین پول نقد شده یا صرفاً یک پول دیجیتالی است. اگر قرار است همان ریال الکترونیکی باشد، فکر نمی کنم گره گشای مشکلات کسب و کارها باشد؛ بنابراین لازم است بانک مرکزی، نظر شرکت های خصوصی فعال در حوزه بلاکچین را برای مشارکت در پروژه رمزریال جویا شود و از این بخش به عنوان مشاور مشارکت بخواهد.»

جرم انگاری کسب و کارهای کریپتوکارنسی بزرگ ترین ضربه است

در ادامه امیرحسین مردانی، مدیرعامل بیت بین به بررسی وضعیت فعلی رمزارزها پرداخت و توضیح داد: «در حال حاضر ما شاهد پرتلاطم ترین دوره رمزارزها هستیم. هرچند باید توجه کنیم که اتفاق خاصی که بازار را تحت الشعاع قرار دهد، رخ نداده است.»

او ادامه داد: «در حوزه تنظیم گری ما با ابهام مواجه هستیم



بازار آن قدر سقوط کرده که بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار سازمانی بیت کوین هم وارد ضرر شده است

شتر ضرر در خانه مایکرواستراتژی!

فروردین) می‌شود. در آن زمان، مایکرواستراتژی ۴٫۱۶۷ بیت کوین را با قیمت متوسط ۴۵٫۷۱۴ دلار و با هزینه کلی ۱۹۰/۵ میلیون دلار خریداری کرده بود. شایان ذکر است که این مؤسسه برای تأمین منابع مالی مورد نیاز برای خرید خود از وام با پشتوانه بیت کوین استفاده کرده بود. در نتیجه، اگر قیمت بیت کوین به زیر ۲۱٫۰۰۰ دلار برسد، مایکرواستراتژی به خاطر ماهیت پشتوانه وام خود در معرض خطر مارجین کال قرار می‌گیرد؛ یعنی به این خاطر که ارزش بیت کوین‌های وثیقه‌گذاری شده برای وام از مبلغ تضمین شده پایین‌تر می‌آید، بانکی که به مایکرواستراتژی وام داده، می‌تواند از آنها بخواهد که مبلغ وثیقه‌گذاری شده را افزایش دهند. اگر این شرکت بخواهد از این اتفاق و فروش بیت کوین‌های خود جلوگیری کند، مجبور است برای حمایت از وام خود، بیت کوین‌های بیشتری را وثیقه‌گذاری کند.

«مایکل سیلور»، مدیرعامل مایکرواستراتژی هم تأکید کرده که آنها هرگز بیت کوین‌هایشان را نخواهند فروخت و اگر لازم شود مقدار بیت کوین‌های وثیقه‌گذاری شده را بیشتر خواهند کرد. علاوه بر مایکرواستراتژی، تسلا، شرکتی که ایلان ماسک آن را رهبری می‌کند هم روی بیت کوین‌های خود ضرر کرده است؛ البته ضرر تسلا قبل از مایکرواستراتژی رخ داد و میانگین خرید آن کمی بیشتر از مایکرواستراتژی است. بر اساس داده‌های وبسایت BitcoinTreasuries.net، تسلا در سال گذشته ۴۳/۲۰۰ بیت کوین را با هزینه کلی ۱٫۵ میلیارد دلار خریداری کرده است. هزینه هر کدام از بیت کوین‌های این شرکت به‌طور متوسط ۳۴/۷۰۰ دلار تمام شده است. به عبارتی دیگر، تسلا تا زمان انتشار این مطلب حدود ۱۰ درصد ضرر تحقق نیافته دارد که کل آن حدود ۱۵۵ میلیون دلار می‌شود. البته هنوز مشخص نیست که این شرکت‌های سهامی عام با این وضعیت که دارایی‌های بیت کوین آنها برای مدتی طولانی با ضرر مواجه می‌شوند، چگونه برخورد خواهند کرد.

همزمان با سقوط بیت کوین به زیر ۳۰٫۰۰۰ دلار، «مایکرواستراتژی» (MicroStrategy) هم در سرمایه‌گذاری‌اش روی بیت کوین وارد ضرر شد. مدیرعامل این شرکت گفته است از آنجا که بخشی از خریدهای مایکرواستراتژی با دریافت وام انجام شده، اگر قیمت بیت کوین به زیر ۲۱٫۰۰۰ دلار سقوط کند، ممکن است مجبور شوند بخش دیگری از بیت کوین‌هایشان را به وثیقه‌گذاری برای وام اختصاص دهند. او تأکید کرده که این شرکت تحت هیچ شرایطی بیت کوین‌هایش را نمی‌فروشد.

مایکرواستراتژی، بزرگ‌ترین هولدر سازمانی بیت کوین، بعد از کاهش قیمت این ارز دیجیتال در روز سه‌شنبه، روی سرمایه‌گذاری کلی خود وارد ضرر شد. این شرکت بیت کوین‌های خود را به‌طور میانگین با قیمت ۳۰/۷۰۰ دلار خریده و سقوط بیت کوین به زیر این سطح باعث شد سرمایه‌گذاری آنها روی این ارز دیجیتال در وضعیت زیان‌دهی قرار گیرد.

بیت کوین در چند هفته گذشته عملکرد خوبی نداشته است. این ارز دیجیتال پس از پایان روند صعودی‌اش در اواخر مارس (اسفند)، در طول ۳۶ روز، ۲۰ درصد از ارزش خود را از دست داد. در هفت روز گذشته قیمت بیت کوین بیش از پیش کاهش یافته و با سقوطی ۱۹/۴۷ درصدی به ۳۰٫۰۰۰ دلار نزدیک شده است.

با این حال آخرین کندل روزانه سرخ‌رنگ بیت کوین، باعث شد مایکرواستراتژی، یکی از بزرگ‌ترین هولدرهای بیت کوین هم وارد ضرر شود؛ چراکه این کندل پایین‌تر از متوسط قیمت خرید این شرکت بسته شد. مایکرواستراتژی که سهام آن در بورس نزدیک معامله می‌شود، بیش از ۱۲۹٫۰۰۰ بیت کوین را با میانگین قیمت ۳۰/۷۰۰ دلار خریداری کرده است. گفتنی است قیمت بیت کوین بامداد امروز (دیروز) در پایین‌ترین سطح و به ۲۹٫۷۰۰ دلار رسیده بود. آخرین خرید این شرکت مربوط به ماه آوریل

گرفته تا بحث سلامت و بیمه روی این فضا خواهد بود که نشان از اهمیت بالای بلاکچین دارد.»

سال ۱۴۰۱ سال تنظیم‌گری بلاکچین خواهد بود

سخنران بعدی نشست مجتبی توانگر بود که خبرهایی در خصوص آخرین تصمیم‌گیری‌ها در حوزه تنظیم‌گری داشت. او در خصوص طرح سامان‌دهی رمزارزها و ماینینگ توضیح داد: «دید ما در کمیته اقتصاد دیجیتال و کمیسیون اقتصادی مجلس به بحث رمزارزها، صرفاً در رابطه با ماینینگ بود. اما به‌مرور و پس از صحبت با کارشناسان و فعالان این حوزه، تصمیم‌گیری درباره تبادل رمزارزها را که آورده بیشتری دارد، با اهمیت‌تر دیدیم.»

او با تأکید بر اینکه لازمه اجرایی شدن یک قانون، اجماع حداکثری است، گفت: «بانک مرکزی و برخی نهادها به‌نوعی مانع این اجماع بودند. از همین رو برای اقناع مسئولان قدم برداشتیم. با روی کار آمدن

دولت جدید و انتصاب محسن رضایی به‌عنوان معاون اقتصادی رئیس‌جمهور، مسیر قانون‌گذاری در این حوزه هموار شد. در حال حاضر نیز سند تحولی تهیه شده که اگرچه اشکالات جدی به آن وارد است، اما یک گام روبه‌جلو به حساب می‌آید.»

به گفته‌ی وی در صورتی که سند تحول دولت در حوزه رمزارزها در آینده‌ی نزدیک به نتیجه نرسد، کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس در خردادماه وارد عمل شده و پیش‌نویس اولیه‌ی برای رگولاتوری رمزارزها تهیه خواهد کرد. او تأکید کرد: «امیدوار هستیم سال ۱۴۰۱، سال تنظیم‌گری بلاکچین باشد و بر اساس شرایط موجود، سند تحول تا خردادماه به نتیجه برسد.»

استفاده از رمزارزها در حوزه تجارت خارجی تا اواخر خرداد

احمد صالحی، مدیرعامل شرکت اکسیر گلوبال نیز در این نشست در مقام مشاور سازمان توسعه تجارت اخباری در خصوص تنظیم‌گری بلاکچین ارائه داد و گفت: «روح حاکم بر سند تحول رمزارزها، این حوزه را به چهار بخش استخراج، مبادله، پرداخت و تجارت خارجی تقسیم کرده است. بخش تجارت خارجی نیز به وزارت صمت و بانک مرکزی سپرده شده که از سه ماه پیش به رویه‌ای واحد رسیده و در مرحله اجرایی شدن است.»

صالحی از راه‌اندازی سامانه‌ای تحت عنوان موقت «نیمه کریپتو» خبر داد و گفت: «بر اساس پیشرفت‌های این پروژه احتمالاً تا اواخر خرداد در دسترس قرار خواهد گرفت. تجاری که تمایل دارند از ارز دیجیتال برای واردات و صادرات استفاده کنند، با مراجعه به سامانه توسعه تجارت و پنجره واحد می‌توانند فرم‌های مربوطه را تکمیل کنند و آماده بهره‌برداری این بازار باشند.»

او اضافه کرد: «طبق سند موجود، رمزازی که برای واردات مورد استفاده قرار می‌گیرد باید قانونی باشد، یعنی یا رمز ارز حاصل از صادرات بوده یا رمزازی باشد که فرایند استخراج قانونی را طی کرده است.»

صالحی در پاسخ به این سؤال که آیا می‌توان امیدوار به پذیرش ابزار کریپتو مبتنی بر تبدیل برای پرداخت از سوی رگولاتوری بود، گفت: «با توجه به اجماع موجود در کشور روی حوزه پرداخت با رمزارز، حداقل تا دو، سه سال آینده به چنین چیزی امیدوار نیستیم.»

و بیشتر از کاربران کسب‌وکارها از این ابهام ضربه می‌خورند. چه‌بسا حتی کاربران در صورت شفافیت و تنظیم‌گری نسبت به این بازار و استفاده از کسب‌وکارهای داخلی در این حوزه حتی دافعه هم پیدا کنند. در پرونده‌های قضایی، کسب‌وکارهای کریپتوکارنسی از اول مجرم شناخته می‌شوند؛ چراکه بدون مجوز فعالیت می‌کنند. نتیجه آن نیز محکومیت، پرداخت جریمه مالی یا زندان است که به تعطیلی کسب‌وکار خواهد انجامید؛ بنابراین نبود رگولاتوری

خوب در حوزه بلاکچین، به ضرر ما کسب‌وکارهاست و بیش از همه ما علاقه‌مندیم تا هرچه زودتر شاهد تنظیم‌گری این حوزه باشیم.»

مردانی با تأکید بر اینکه یک رگولاتور خوب باید درک درستی از موضوع داشته باشد، به پیش‌نویس اولیه سند تحول رمزارزها اشاره کرده و گفت: «در نسخه‌های اولیه این پیش‌نویس مشخص بود که تدوینگر آن به خوبی با حوزه رمزارزها آشنا نبوده است. معتقد هستم نبود تنظیم‌گر از تنظیم‌گری بد بهتر است. زمانی که رگولاتور از دانش کافی بهره‌مند نباشد، خطرات

بسیاری مردم و کسب‌وکارها را تهدید می‌کند؛ زیرا امکان تعامل با آن وجود ندارد و می‌تواند به تصمیم‌گیری‌های نادرست منجر شود.»

مردانی تقویت دانش را برای رگولاتور، ضروری دانست تا طرفین ماجرا به یک ادبیات مشترک رسیده و بتوانند بر سر پدیده‌های نوبت بحث کنند.

به گفته‌ی مردانی بخش خصوصی طی سال‌های اخیر، بیشتر در حوزه صرافی فعالیت کرده و به سایر بخش‌های بلاکچین نپرداخته است. مدیرعامل بیت‌پین علت این موضوع را حساسیت حاکمیت در این حوزه عنوان کرد و گفت: «حوزه بلاکچین به حوزه مالی گره خورده که حساسیت بسیاری درباره آن وجود دارد. بیشتر پروژه‌های بلاکچینی نیز به تولید یک ارزش دیجیتالی منتج شده که با پول‌های کشورهای مختلف رقابت می‌کند و جایگزین آنها می‌شود. از همین رو حاکمیت که حتی در زمینه پرداخت با ارزهای دیجیتال حساسیت نشان می‌دهد، مانعی برای ورود به سایر بخش‌های بلاکچین خواهد بود. از همین رو پروژه‌های حوزه دیفای، ان‌اف‌تی و متاورس در ایران قفل بوده و امکان استفاده از سیستم خلق ارزش آنها وجود ندارد.»

به جای بانک مرکزی، بورس متولی رگولاتوری بلاکچین شود

زینب کیشانی سخنران دیگر این نشست نیز تعامل سازنده و ثبات در قانون‌گذاری را از ویژگی‌های یک تنظیم‌گر خوب دانست و گفت: «به علت خلاء قانون در این حوزه، بسیاری از سرمایه‌داران از صرافی‌های داخلی استفاده نمی‌کنند که این امر به خروج ارز از کشور منجر شده است. برای حمایت از حقوق کاربران به قانون نیاز داریم. رگولاتوری بلاکچین می‌تواند به خروج ارز از کشور کمک کرده و در مقابل با فعالیت در صنعت استخراج و خریدوفروش در صرافی‌های داخلی، درآمد ارزی برای کشور محقق شود.»

کیشانی معتقد است اگر در بحث رگولاتوری، رمزارزها یک کلاس از دارایی دیده شده و سازمان بورس متولی آن شود، روند قانون‌گذاری این حوزه به خوبی تکمیل خواهد شد. او با اشاره به چشم‌انداز بلاکچین و فناوری آن در دنیا، ابراز امیدواری کرد تا با حل چالش‌های دولت و قانون‌گذاری در این حوزه، فرصت‌های فعالیت در بخش‌های مختلف بلاکچین مثل متاورس برای ایرانی‌ها نیز فراهم شود: «آینده دنیا به سمت فناوری بلاکچین حرکت می‌کند، از انتخابات



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم





چگونه یکی از رمز ارز برتر جهان نابود شد! لونا؛ ماه بدی که ستاره سهیل شد!

ژانویه ۲۰۱۸، do kwon و دوستانش (بنیاد لونا) شبکه ترا را ایجاد کردند؛ شبکه‌ای که از همان روزهای اول برای بسیاری از دنبال‌کنندگان دنیای ارز دیجیتال جذاب بود و سریع مورد استقبال قرار گرفت. اکوسیستم بزرگی را (تأکید می‌شود بزرگی!) ساخت که هدفش از همان ابتدای کار ایجاد استیبل کوین‌های غیرمتمرکز بود.

استیبل کوین اصلی شبکه لونا از نوع الگوریتمی است. از دیگر انواع استیبل کوین‌هایی که می‌توان نام برد، استیبل کوین‌های با پشتوانه فیات مانند تتر است که به ازای هر تتر یک دلار در یک حساب واقعی سپرده می‌شود. استیبل کوین‌های با پشتوانه رمز ارز مانند «دای» و مدل آخر که استیبل کوین‌های بدون پشتوانه یا همان الگوریتمی است سعی می‌کنند با مکانیسم کنترل عرضه ارزش کوین را ثابت نگه دارند.

همان‌طور که گفته شد، هدف ترا ایجاد استیبل کوین‌های مختلف بود و در این زمینه هم موفق عمل کرد. استیبل کوین‌های زیادی روی این شبکه تعریف شد که معروف‌ترین آن UST بود.

پیش از توضیح علت فروپاشی، بهتر است کمی در مورد مکانیسم ایجاد استیبل کوین روی شبکه ترا بدانیم. مکانیسم شبکه ترا طوری طراحی شده بود که افراد انگیزه پیدا می‌کردند با

تبدیل استیبل کوین به لونا یا برعکس ارزش استیبل کوین را ثابت نگه دارند که اگر ارزش هر UST از یک دلار بالاتر می‌رفت، افراد ترغیب می‌شدند مثلاً با سوزاندن لونا، UST مینت (خلق) کنند و با عرضه UST خلق شده و عرضه آن، پول بیشتری به دست بیاورند. افزایش عرضه نیز باعث کاهش قیمت می‌شود یا برعکس در صورتی که ارزش UST کمتر از یک دلار شود با سوزاندن UST و مینت لونا موجب کاهش عرضه و افزایش قیمت آن می‌شود.

به همین ترتیب، بنیاد لونا نیز جهت محکم‌کاری، مقدار زیادی بیت‌کوین خرید. در صورتی که توازن بر هم بخورد و ارزش ترا از یک دلار پایین‌تر برود، با فروختن بیت‌کوین و خرید UST عرضه و تقاضا را کنترل می‌کند تا تضمینی بر ثبات قیمت UST باشد.

جذابیت و استقبال عمومی باعث شد ارزش لونا و استیبل کوین UST روزهای خیلی خوبی را تجربه کنند و هر لونا در حدود ۱۲۰ دلار هم معامله شود و UST هم بخش قابل توجهی از حجم استیبل کوین‌ها را به خود اختصاص دهد و جزء ۱۰ ارز اول باشد.

استقبال عمومی و روزهای خوب شبکه ترا و

UST باعث شدند بنیاد ترا مشتری هرروزه بیت‌کوین باشد تا جایی که بنیاد لونا به دومین شرکت از نظر حجم دارایی‌های بیت‌کوین تبدیل شد و اگر بخواهیم به موضوع اصلی یادداشت بپردازیم که چه اتفاقی افتاده که پادشاهی لونا فرو ریخت، باید گفت اگر فردی پیدا شود که اشکال این مکانیسم را پیدا کند، احتمالاً به عدم تعادل عرضه و تقاضا در زمان مناسب (یعنی درست زمان نزولی بازار بعد از تصمیمات اخیر فدرال رزرو که باعث شوک و ریزش سنگین بازار رمز ارز شد)، اشاره می‌کند.

در ابتدا، حجم خیلی زیادی UST عرضه می‌شود و با استیبل کوین‌های دیگر سوآپ می‌کند. عرضه زیاد، باعث می‌شود ارزش UST کاهش پیدا کند. در این شرایط الگوریتم شبکه چگونه عمل می‌کند؟ به این صورت می‌کند که شروع می‌کند به خرید UST، سوزاندن آن و مینت لونا و عرضه آن تا قیمتش به یک دلار بازگردد. ولی حجم عرضه UST و به تبع آن عرضه لونا توسط خود شبکه باعث وحشت بین دارندگان لونا و UST می‌شود و آنها هم شروع به عرضه UST و لونا می‌کنند که هم باعث کاهش ارزش لونا می‌شود و هم کاهش ارزش UST و فشار فروش به حدی زیاد می‌شود که شبکه نمی‌تواند کاری کند. این فاجعه زمانی به اوج خودش می‌رسد که بازار نزولی و فشار فروش به صورت بنیادی زیاد بوده است.

بنیاد لونا هم که می‌بیند نمی‌تواند با الگوریتم قیمت را کنترل کند، شروع می‌کند به هزینه از بیت‌کوین‌هایی که چیزی حدود ۵۰ هزار بیت‌کوین بوده! و به این ترتیب تنها می‌تواند کمی جلوی سرعت فاجعه را بگیرد، اما به بهای از دست دادن بیت‌کوین‌ها و این موضوع خود به خود فاجعه‌ای چند میلیارد دلاری برای دارایی‌های بنیاد لونا است!

همین خبر باعث می‌شود علاوه بر فشار فروش روی لونا، فشار فروش بیت‌کوین هم به این ماجرا ضمیمه شود و قیمت بیت‌کوین هم شروع به ریزش کند و قیمت لونا هم به کمتر از یک دلار سقوط کند. نکته مهم‌تر از آن نرخ برابری UST است که در حال حاضر به ۰/۱۵ دلار می‌رسد و در رسیدن به هدف پروژه به صورت رسمی شکست می‌خورد.

نکته جالب‌تر اینکه آن فرد متوجه شد در زمان عرضه‌های سنگین UST مخصوصاً در بازار نزولی، احتمال پایین آمدن قیمت لونا زیاد است و روی لونا پوزیشن Short می‌گیرد! حتی می‌تواند روی جفت ارز لونا به UST این پوزیشن را بگیرد و تمام UST‌های به دست آمده را مستقیماً عرضه کند و باعث افزایش ریزش لونا شود! و این به معنای یک چرخه باز خورد منفی پر قدرت برای ارزش لونا است!

ادامه در صفحه بعد



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

ماجرای عجیب لونا

در یکی از ترسناک‌ترین سناریوهای ممکن بازار رمز ارزها یکی از توکن‌های بالای جدول تقریباً نابود شد!

است، اما در روزهای اخیر، سقوط ارزش یکی از این استیبل کوین‌ها پرسش‌های زیادی را به وجود آورد. شاید شما هم از خودتان این سؤال را پرسیده باشید:

کارکرد استیبل کوین یا ارز ثابت از نامش پیداست. استیبل کوین نوعی رمز ارز است که برای کاهش نوسانات قیمت بازار ارز دیجیتال طراحی شده



ادامه از صفحه قبل

لونا؛ ماه بدری که ستاره سهیل شد!

اگر فکر می‌کنید داستان تمام شده، سخت در اشتباه هستید. ترالونا در اقدامی کاملاً غیرحرفه‌ای سود ۲۰ درصد را که می‌توان گفت از نوع پانزی است، به استیکینگ UST داد و دیگر فرد یا افرادی را که متوجه اشکال قضیه شده بودند، مطمئن‌تر از قبل کرد که از این اشکال پول خوبی را می‌توان به جیب زد! خرید بیت کوین حتی در قیمت‌های بالای ۴۰ هزار دلار توسط بنیاد لونا و حجم دارایی‌های بنیاد همیشه برای سایر نهنگ‌ها و رقیبان باعث حسادت و دلخوری بوده و سود سالانه بالای ۲۰ درصدی که این بنیاد به افراد استیک‌کننده یا همان نگه‌دارنده‌های لونا می‌داد، باعث نگرانی سایر استیک‌کننده‌ها یا پشتوانه مثل تتر و نگرانی بیشتر حتی دولت آمریکا شده بود مبنی بر اینکه تیمی در کره جنوبی قادر به تولید دلار الگوریتمیک و پرمخاطب شده است. ایده در ظاهر خوب جواب داده بود تا جایی که تیم‌های شبیه ترا مثل ترون و نیر هم به فکر ایجاد استیک‌کننده‌های الگوریتمی خودشان افتادند و حتی مؤسس ترون یعنی «جاستین سان» ادعای سود ۳۰ درصدی کرد که شاید بتوان گفت دلیل افزایش قیمت ترون در این بازار نزولی نیز همین بوده است.

در کنار اینها do kwon در فضای مجازی نیز لفاظی‌های بحث‌برانگیزی را کرده بود؛ شبیه اینکه «dai will die» که کنایه‌ای است به استیک‌کننده‌های الگوریتمی و رقیب‌شان و همچنین اینکه ۹۵ درصد کوین‌ها نابود می‌شوند و در حال حاضر این لوناست که نابود شده است!

البته به نظر می‌آید بنیاد لونا، تمام تلاش خود را می‌کند تا مشکلات را حل کند و در حال تنظیم یک طرح نجات است و امروز بعد از حذف شدن از صرافی بایننس با مذاکراتی که انجام داد، دوباره بایننس این ارز را اضافه کرده، ولی باید زمان بگذرد تا مشخص شود لونا چه مسیری را طی می‌کند. اینکه این بار قرار است یک شبه برگردد یا اینکه سرانجام بمیرد!

چیزی که فعلاً مشخص است اینکه لونا همچنان در حال نفس‌کشیدن است؛ هرچند شبکه‌اش فعلاً غیرفعال شده و ارزش آن یک‌هزارم کمتر از روزهای اوج شده است.



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم

ارزهای دیجیتال دیگر هم با فشار فروش در بازار مواجه شدند و وضعیت بدتری پیدا کردند. سیستم شبکه ترا روی کاغذ به نظر هوشمندانه می‌رسید. البته پیش‌تر هم تلاش‌هایی برای ایجاد یک استیک‌کننده الگوریتمی صورت گرفته بود که شکست خورد. اما به نظر می‌رسید لونا قرار است از این شکست‌ها درس بگیرد. حتی برای اطمینان خاطر خریداران بیش از سه میلیارد دلار بیت کوین و آوالانچ خریداری شد تا ثبات بیشتری برای این پلتفرم فراهم شود.

ترا چوب الگوریتم‌هایش را خورد؟

اکثر منابع و تحلیلگران بازار رمزارز، علت این سقوط را الگوریتمی بودن استیک‌کننده‌ها می‌دانند؛ به نظر آنها این حادثه نشان‌دهنده ضعف استیک‌کننده‌های الگوریتمی است. آنها معتقدند پشتوانه استیک‌کننده‌های الگوریتمی صرفاً جامعه‌ای است که خود از الگوریتم‌های رایانه‌ای استفاده می‌کند که برای حفظ ارزش ارز، معادل یک دلار طراحی شده است؛ بنابراین هیچ تضمینی نیست که یک ارز به این شیوه بتواند پیوند خودش را با ارزش دلار حفظ کند. گفته می‌شود که دلیل ضعف این الگوریتم فرصت آربیتراژی (Arbitrage) در علم اقتصاد به معنای بهره‌گرفتن از تفاوت قیمت بین دو یا چند بازار برای کسب سود است که بین ترا و لونا به وجود آمده است. شما می‌توانید هر ترا را به ارزش یک دلار لونا تبدیل کنید. همین موجب شده که بسیاری ترا را با تخفیف بخرند، به لونا تبدیلش کنند و سپس از طریق فروش لونا کسب سود کنند. یعنی آنها ترا می‌خرند و لونا می‌فروشند. بدین ترتیب، در سایت فوربس نوشته شده که یک کاربر ناشناس ترا یک پوزیشن (position) ۱۰ میلیون دلاری را بست. همچنین نوشته شده در پروتکل «Anchor» که یک برنامه وام‌دهی در شبکه لوناست، بیش از پنج میلیارد دلار ترا خارج شده است و این تغییرات اعتماد کاربران به شبکه را کاهش داده است.

آخرین امیدها هم از دست رفت...

بیزینس تودی، این افت ارزش را به کاهش ارزش دلار در ۹ می ۲۰۲۲ نسبت می‌دهد. قیمت ترا در این روز از یک دلار به ۰٫۶۸ دلار رسید. کاربران ترا آن را با استیک‌کننده‌های رقیبش معاوضه کردند و همین باعث شد که سقوط قیمت ترا سریع‌تر شود. بدین ترتیب ارزش لونا هم که ضمانت و پشتوانه تراست، کاهش پیدا کرد. در مقابل ترا برای کاهش فشار افت قیمت، مجبور شد عرضه (موجودی) لونا را در شبکه بالا ببرد (بر اساس داده‌های کوین‌مارکت‌کپ، مجموع توکن‌های لونا در گردش از ۱/۴۶ میلیارد به بیش از ۶/۵ تریلیون در صبح جمعه افزایش یافته است). در نتیجه ارزش لونا سقوط کرد و البته فرصتی هم برای احیای آن پیش نیامد. بنیاد لونا گارد (LFG) که حامی شبکه استیک‌کننده‌ها است، در تلاش است قیمت ترا را به یک دلار بازگرداند. این بنیاد حتی ذخیره بیت‌کوینی را که به عنوان پشتوانه ترا اندوخته بود، نقد کرده است، اما این تلاش‌ها تاکنون ناموفق بوده و حتی ارزش بیت‌کوین نیز طی این مدت با کاهش قابل توجهی همراه شده است.

کارشناسان بازار رمزارز این حادثه را یک شوک بزرگ می‌دانند. به نظر آنها سرمایه‌گذاران بازار رمزارز باید در سرمایه‌گذاری روی استیک‌کننده‌های الگوریتمی احتیاط کنند. آنها ترا را با استیک‌کننده‌های مثل یواس‌دی‌سی مقایسه می‌کنند که تا به حال توانسته ارزش یک دلار خود را حفظ کند. بسیاری از آنها معتقدند در هفته‌های آینده بازار لونا متلاطم باقی خواهد ماند و قیمت آن به سادگی احیا نخواهد شد.



تفاوت و خلاقانه اما ریسکی

ایده رمزارز ترا (Terra یا UST) در ژانویه ۲۰۱۸ شکل گرفت و شبکه اصلی‌اش در آوریل ۲۰۱۹ شروع به کار کرد. ویژگی منحصر به فرد این شبکه داشتن دو توکن ترا و لوناست.

به ترا استیک‌کننده الگوریتمی می‌گویند. پشتوانه این استیک‌کننده، رمزارز لوناست. یعنی کارکرد لونا در شبکه ترا تثبیت قیمت تراست. به بیان دیگر لونا توکن پشتوانه‌ای است که در شبکه ایجاد می‌شود، اما این توکن تراست که خرید و فروش می‌شود. بین این دو ارز یک الگوریتم رایانه‌ای وجود دارد؛ با بالاتر رفتن قیمت ترا از یک دلار، مقداری ارز لونا سوزانده می‌شود و به جایش ترا ضرب می‌شود. در نتیجه عرضه ترا بالا می‌رود و ارزش آن پایین می‌آید. در مقابل اگر ارزش ترا کمتر از یک دلار شود، مقداری ترا سوزانده می‌شود و به جایش لونا ضرب می‌شود. در نتیجه عرضه ترا کاهش پیدا می‌کند و قیمت آن به یک دلار برمی‌گردد.

اما این ایده فعلاً نقش بر آب شده و ترا (لونا) در روزهای گذشته به صورت باورنکردنی سقوط کرده است. به نظر کارشناسان فشار فروش ترا بیش از آن بود که این الگوریتم آن را تحمل کند و تعادل میان ترا و لونا را نگه دارد. حتی به نظر می‌رسد که سقوط ارزش ترا (لونا) کل بازار رمزارز را تحت تأثیر قرار داد. یعنی بیت‌کوین و

اگر ترا (لونا) استیک‌کننده است و قرار بوده نوسان بازار را کم کند، پس چرا ناگهان بی‌ارزش شد؟ ارزش استیک‌کننده‌ها عموماً به ارزش فیات مثل دلار یا یورو وابسته است. یعنی ذخیره‌ای از ارز فیات که در یک حساب بانکی، خزانه‌داری‌ها و... وجود دارد، پشتوانه ارزش استیک‌کننده است. این وابستگی برای حفظ ثبات قیمت آنهاست.

یعنی هر استیک‌کننده در هر شرایطی قیمت ثابتی دارد. برای مثال تتر (Tether) و یواس‌دی‌سی (USDC) به دلار آمریکا وابسته هستند و هر واحد از آنها معادل یک دلار است.

این وابستگی درست مثل وابستگی پول فیات به ذخیره طلا و نقره است. برای مثال زمانی که ایالات متحده شروع به چاپ دلار کرد، اندوخته‌ای از طلا و نقره را برای حمایت از ارزش دلار ذخیره کرد.

رمزارز ترا (لونا) هم استیک‌کننده‌ای است که قرار بود قیمت آن ثابت باشد؛ اما مکانیسمش تفاوتی اساسی با تتر و یواس‌دی‌سی دارد. ترا بر خلاف استیک‌کننده‌های دیگر به ذخیره ارز فیات متکی نیست. ارزش این استیک‌کننده بر اساس تعادل با یک کوین یا رمزارز دیگر (یعنی لونا) تثبیت می‌شود. برای فهمیدن دلیل سقوط ترا (لونا) باید این مکانیسم را بشناسیم.



صالح آبادی خبر داد آزمایش رمزیال تا چند ماه دیگر

علی صالح آبادی، رئیس کل بانک مرکزی، گفته است تا چند ماه دیگر آزمایش پروژه ارز دیجیتال ملی ایران در برخی مناطق کشور آغاز خواهد شد. به گفته صالح آبادی، قرار است طول این دوره آزمایشی شش ماه باشد.

صالح آبادی در جریان جلسه همفکری رئیس کل بانک مرکزی با صاحب‌نظران و استادان حوزه اقتصاد با محوریت رمزپول بانک مرکزی گفت: «موضوع رمزپول بانک مرکزی از مدت‌ها قبل در نهاد سیاست‌گذار پولی و بانکی مطرح بوده، ولی در این دوره کارگروهی متشکل از کارشناسان اقتصادی، فنی و نشر اسکناس این موضوع را تا مرحله عملیاتی به صورت آزمایشی به سرانجام رساندند.»

رئیس کل بانک مرکزی با بیان اینکه اولویت این سازمان در این مقطع اصلاح نظام بانکی در اضلاع سه‌گانه است، افزود: «موضوعات مهمی که اکنون در سطح جهان نیز مطرح است، از جمله رمزپول ملی، از نظر بانک مرکزی دور نمانده و در این خصوص تصمیمات و اقدامات مهمی انجام شده و در همین راستای ماه‌های آتی شاهد اجرای آزمایشی این طرح در برخی مناطق کشور خواهیم بود.»

رئیس شورای پول و اعتبار با تأکید بر فرهنگ‌سازی و آموزش در این زمینه تصریح کرد: «در کنار عملیاتی کردن این طرح به صورت آزمایشی، حتماً باید آموزش‌های لازم و فرهنگ‌سازی در این زمینه توسط کارشناسان انجام گیرد.» صالح آبادی بازه زمانی آزمایشی بودن این طرح را شش ماه اعلام کرد و گفت: «بعد از این بازه زمانی ضمن آسیب‌شناسی موضوع، گزارش این طرح در اختیار صاحب‌نظران اقتصادی و بانکی قرار می‌گیرد تا از نقطه‌نظرات فرهیختگان در این حوزه بهره‌گرفته شود.»



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سوم



عکس: نسیم اعتمادی

سهم ایران از اقتصاد غیرمتمرکز صفر است

ارائه علی آقامیر، هم‌بنیان‌گذار نوبیتکس در استیج‌نکستیشن اینوتکس درباره فرصت‌های دیفای

چقدر موفق و معتبر بوده است.

شاخصه‌های اقتصاد غیرمتمرکز یا دیفای

- **شفافیت:** اولین و مهم‌ترین شاخصه‌ای که پاسخگوی آرمان‌گرایی مورد نظر باشد، بحث شفافیت است. اطلاعات در بلاکچین به صورت شفاف ذخیره می‌شوند و در دسترس عموم قرار می‌گیرند، اما قابلیت دخل و تصرف در آنها وجود ندارد و حریم خصوصی افراد هم در آن حفظ می‌شود.
- **مجوز:** یکی دیگر از مسائل در این حوزه عدم نیاز به مجوز است. دریافت مجوز که سد بزرگی بر سر راه نوآوری در تمام دنیا است، در این حوزه وجود ندارد.
- **اختیار دارایی:** در این حوزه اختیار دارایی‌های هر شخص، در اختیار خودش است. اختیار این دارایی‌ها در دست شخص ثالث یا نهاد واسط قرار نمی‌گیرد. حق تصمیم‌گیری و فرایند رشد و نوآوری به واسطه اشتراک داده‌ها از بحث‌های دیگر است.

لایه‌های دیفای

لایه‌های متعددی دیفای یا اقتصاد غیرمتمرکز را شکل می‌دهند. لایه زیرین یا لایه صفر دیفای، بستر بلاکچینی است که اقتصاد غیرمتمرکز یا پروژه‌های مالی غیرمتمرکز می‌خواهند در آن فعالیت کنند. لایه دوم نوعی از دارایی است که در بستر بلاکچین قابلیت انتقال دارد. این دارایی می‌تواند کوین بومی آن شبکه یا توکن‌هایی باشد که در آن شبکه قابلیت انتقال

منشاء پیدایش اقتصاد دیجیتال با مفهوم و تعریف فعلی در سال ۲۰۰۸ با وایت‌پیپر بیت‌کوین به‌عنوان بستر و زیرساختی برای ذخیره‌سازی شفاف اطلاعات، شکل گرفت. این وایت‌پیپر پیش‌زمینه‌ای برای نگاه غیرمتمرکز به حوزه اقتصاد شد. سپس در سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۵، با انتشار وایت‌پیپر اتریوم و شروع به کار آن شبکه، مفاهیم مرتبط با اقتصاد غیرمتمرکز نهادینه شدند.

در سال ۲۰۱۶، در پاسخ به انحرافات که در مورد تمرکززدایی ایجاد شده بود، نهادهای واسطی مثل صرافی‌های غیرمتمرکز پا به عرصه وجود گذاشتند. در سال ۲۰۱۷ در پاسخ به نیاز دیگری که بحث دارایی‌های با ارزش ثابت بود، میکرو پروتکل (The Maker Protocol) راهکاری برای عرضه یک استیبل کوین به اسم دای (Dai) ارائه داد. پشتوانه دای، کریپتو است. دای کاملاً غیرمتمرکز است و ارزش آن حدود یک دلار حفظ می‌شود. در سال ۲۰۱۸ شاهد توسعه اکوسیستم دیفای بودیم و مباحث مرتبط با آی‌سی‌اوها بسیار داغ شدند. در واقع توکنایز کردن دارایی عملاً از این نقطه شکل گرفت و امروزه این موضوع به بلوغ رسیده است. در سال ۲۰۱۸، دپ‌هایی (DAPP) به وجود آمدند که خدماتی را به مخاطب‌شان ارائه می‌دادند. در نهایت در سال ۲۰۲۱ ما شاهد اقبال عمومی فعالان حوزه‌های ارز دیجیتال در بحث اقتصاد غیرمتمرکز بودیم و کل ارزش قفل شده به رکوردی بالغ بر ۲۵۰ میلیون دلار در اقتصاد غیرمتمرکز رسید. ارزش قفل شده امروزه یک شاخص مهم است و کمک می‌کند متوجه شویم که یک پروژه

اولین پنل بخش نکستیشن در یازدهمین رویداد اینوتکس ۲۰۲۲، با محوریت علوم پایه و فناوری برگزار شد. در این پنل که در روز اول نمایشگاه برگزار شد، علی آقامیر، هم‌بنیان‌گذار و مدیر توسعه نوبیتکس در مورد دیفای و اقتصاد غیرمتمرکز سخنرانی کرد. آقامیر پس از مروری بر تاریخچه دیفای، شاخصه‌ها، پروژه‌ها، مشکلات، لایه‌ها و سهم ایران از این اقتصاد را بررسی کرد. می‌توانید در ادامه گزیده‌ای از نکات مهم این ارائه را بخوانید.

تاریخچه دیفای

رویکرد تمرکززدایی صیغه جدیدی ندارد و مختص چند سال اخیر و دیفای نیست. این رویکرد یک خواست جمعی و قانون‌گرایی است. زمانی که بشر به مسائلی چون امنیت، نظارت بر حسن اجرای کار و تأمین منافع جمعی نیاز پیدا کرد، نهادهای واسط حاکمیتی ایجاد شدند و در مباحث اقتصادی ورود کردند.

بدون نگاه ماکسیمالیستی به بحث بلاکچین و دیفای، باید این را بپذیریم که امروزه بخشی از این نیازهای بشر را که دلیل به وجود آمدن نهادهای واسط حاکمیتی بود، می‌توان با فناوری پاسخ داد و فناوری می‌تواند جایگزین این نهادها شود.

در کنار این موضوع، باید به این مسئله هم توجه کرد که امروزه بسیاری از نهادهای واسط به‌عنوان منشأ و مبداء بسیاری از مشکلات اقتصادی در اقتصاد کلاسیک مطرح هستند.



نگاهی به کشورهایی که این روزها برای استخراج بیت کوین وضعیت مساعدتری دارند

ماینینگ به کجا کوچ کرده است؟

ایجاد قطب استخراج ارزهای دیجیتال را معرفی می‌کنیم و به بهترین مقاصد استخراج کنندگان در شرایط فعلی نگاهی می‌اندازیم.

روند صعودی ارزهای دیجیتال در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ ثابت کرد که اکنون در میانه تب طلای دیجیتال زندگی می‌کنیم. همان‌طور که در سال ۱۸۴۹ بسیاری در سودای استخراج طلا در ایالات متحده آمریکا به سمت رودخانه‌های کالیفرنیا هجوم بردند، در حال حاضر نیز بسیاری از سرمایه‌گذاران و کارآفرینان آماده سفر به مناطقی هستند تا بتوانند راحت‌تر طلای دیجیتال (بیت کوین) استخراج کنند. این روند پس از ممنوعیت استخراج در چین شدت بیشتری گرفته است. همان‌طور که می‌دانید، شبکه بیت کوین از یک دفترکل توزیع شده و سازوکار اجماع اثبات کار برای پردازش تراکنش‌ها استفاده می‌کند. اثبات کار مبتنی بر فرایندی به نام هشینگ است که حل مسائل پیچیده ریاضی با استفاده از توان محاسباتی بسیار زیاد را شامل می‌شود. ماینرها با استفاده از دستگاه‌های پیشرفته استخراج و مدارهای مجتمع با کاربرد خاص یا آی‌سیک‌ها (ASIC) این مسائل را حل می‌کنند و در مقابل بیت کوین پاداش می‌گیرند. نکته مهم اینکه مصرف برق این دستگاه‌ها زیاد است و تأثیرات مخربی نیز بر محیط زیست می‌گذارند.

همچنین، مناطق اصلی برای استخراج ارزهای دیجیتال مناطقی هستند که بخش زیادی از نرخ هش (Hash Rate) بیت کوین را در اختیار دارند. در سپتامبر ۲۰۱۹، چین ۷۵ درصد از قدرت استخراج شبکه بیت کوین را در اختیار داشت. با وجود این، دخالت‌های دولتی و عوامل دیگر دست‌به‌دست دادند تا قدرت استخراج ماینرهای ساکن در چین تا آوریل ۲۰۲۱، به ۴۶ درصد برسد و پس از ممنوعیت قانونی استخراج در سپتامبر ۲۰۲۱، این میزان تا صفر درصد کاهش پیدا کرد. به دلیل اهمیت چین در این صنعت، هنگامی که دولت این کشور استخراج ارزهای دیجیتال را ممنوع اعلام کرد، سقوط سنگینی را در بازار کریپتو شاهد بودیم. با این حال، ممنوعیت استخراج چین شمشیری دوله بود؛ زیرا این فرصت را برای مناطق صنعتی دیگر ایجاد کرد تا جای خالی آن را بگیرند. علاوه بر این، کوچ کردن ماینرها به خارج از چین برخی نگرانی‌های زیست‌محیطی درباره استخراج بیت کوین را نیز کم‌رنگ‌تر کرد.

پردازش هر تراکنش اندک بیت کوین برای خرید یک فنجان قهوه، حدوداً ۱۷۶ دلار برای استخراج کنندگان اروپایی و آمریکایی هزینه دارد. در واقع، این پردازش به حدود ۱٫۱۷۳ کیلووات ساعت برق احتیاج دارد (معادل برق مصرفی شش هفته یک خانه معمولی در آمریکا). اگر میانگین بهای هر کیلووات ساعت برق ۱۵۰ سنت در نظر بگیریم، بهای برق پردازش هر تراکنش برای ماینرها ۱۷۶ دلار خواهد بود.

با توجه به قیمت انرژی برق، روشن کردن دستگاه استخراج بیت کوین با هزینه برق خانگی در کشورهای اروپایی و آمریکایی کاری نامعقول است. البته نباید از این موضوع نیز غافل شویم که بر اساس گزارش خبرگزاری رویترز، در اواسط ژانویه ۲۰۲۲، هزینه انرژی در کشورهای اروپایی در سال جدید دوبرابر شده است. بی‌شک هیچ استخراج‌کننده‌ای تمایل ندارد به جای کسب سود، هزینه اضافی از جیبش پرداخت کند؛ بنابراین در حال حاضر بسیاری از ماینرها برای اینکه در این صنعت دوام بیاورند، به دنبال پیدا کردن بهترین کشورهای استخراج هستند. ناگفته نماند دولت برخی کشورهای مانند مصر، قطر، ویتنام، پاکستان، مراکش و نپال استخراج را ممنوع اعلام کرده‌اند. با این حال، به نظر نمی‌رسد هیچ ممنوعیتی شبیه به ممنوعیت استخراج در چین به این صنعت شوک وارد کرده باشد. پیش از این ممنوعیت، چین مقصد اول ماینرهای ارز دیجیتال بود. این کشور بیش از ۷۵ درصد از قدرت استخراج را در دست داشت و سالانه شش میلیارد دلار سود نصیب ماینرها می‌کرد. با این حال، دولت چین در سپتامبر ۲۰۲۱ قانونی تصویب کرد که به موجب آن، تمام فعالیت‌های مربوط به حوزه کریپتو از جمله استخراج ممنوع اعلام شد. این تصمیم دولت چین سبب شد ماینرهای بسیاری به سوی مناطق جغرافیایی دیگر روانه شوند؛ مناطقی که هزینه برق ارزان‌تر و قوانین مقبول‌تری دارند.

در واقع، بهشت ماینرها جایی است که هزینه برق ارزان باشد و قانون‌گذاران هم سخت‌گیری چندانی درباره فعالیت‌های استخراج ارزهای دیجیتال نکنند. گفتنی است عوامل دیگری هم در جذب یا دفع ماینرها از مناطق جغرافیایی مختلف مؤثرند. در این مطلب، با استناد به آمار مقاله‌ای از وبسایت کوین مارکت‌کپ، ویژگی‌های مهم در

لینک از اوراکل‌هاست که قاصد انتقال اطلاعات از دنیای بیرون به دنیای داخل بلاکچین است. سینتتیکس (Synthetix) هم به‌عنوان یک انقلاب در بحث ایجاد دارایی‌های مصنوعی شناخته می‌شود. می‌توانید هر چیز با ارزشی را از طریق سینتتیکس به یک دارایی مصنوعی تبدیل کنید. اتریسک (Etherisc) یکی از پروتکل‌هایی است که در حوزه بیمه غیرمتمرکز کار می‌کند. جالب است بدانید که حوزه فعالیت اتریسک از ابتدا بلاکچین نبود. این پروتکل در تضمین زمان پروازها و بیمه محصولات کشاورزی فعالیت می‌کرد.

مشکلات دیفای

باید توجه داشت که این آرمان شهری که ترسیم کرده‌ایم، بدون اشکال نیست. دیفای تقریباً نوپاست و در مسیر رشد قرار دارد و خطرهایی مانند نوسانات بازار متوجه آن است. برای مثال در چند روز اخیر استیبل کوین لونا به واسطه پروتکل خود دچار مشکل شد و قیمت آن به ۰٫۶ دلار سقوط کرد.

از لحاظ فنی هم هنوز مشکلاتی وجود دارد؛ مشکلاتی از جمله: ریسک تراکنش‌ها، به بلوغ نرسیدن قراردادهای هوشمند و مشخص نبودن آدیوور آنها، شناخت ناقص افراد عام از این پروژه‌ها و نحوه تعریف آنها از قراردادهای هوشمند، ثبات اوراکل‌ها، بحث‌های حقوقی و جرائم مالی و ازدیاد راه‌های کلاهبرداری با توجه به جدید بودن این فناوری.

اما تمام این موارد بد نیستند. چون این فناوری متن‌باز است، شناسایی و اصلاح مشکلات به سرعت انجام می‌شود و در نهایت این فناوری به سطحی از ایمنی می‌رسد که سیستم‌های سنتی هیچ‌وقت

تجربه نخواهند کرد. چون سیستم‌های سنتی به این شکل به اطلاعات دسترسی ندارند. در روندهای امسال و سال آینده برای دیفای رگولاتوری جزء مهم‌ترین المان‌هاست. در تمام اسنادی که روندهای دیفای را پیش‌بینی کرده‌اند، بحث رگولیشن مطرح شده است. در اروپا، آمریکا و شرق آسیا سازمان‌های مختلفی به این حوزه وارد شده‌اند. رویکردهای متفاوتی هم در این باره وجود دارد. توسعه خود بلاکچین هم دچار مشکلاتی است. بسترهایی مثل اتریوم همچنان مشکلاتی دارند، اما سعی می‌کنند با آپدیت‌های جدید آنها را رفع کنند. بحث گاورننس توکن‌ها (Governance tokens) هم به‌عنوان یکی از المان‌ها و مفاهیم مهم در دائو مطرح است.

سهام ایران از اقتصاد غیرمتمرکز

سهام اقتصاد مالی در دنیا در سال ۲۰۱۹، حدود ۴۳۰ تریلیون دلار و در سال ۲۰۲۲، ۴۷۰ تریلیون دلار بوده است. در مقایسه، اقتصاد غیرمتمرکز در سال ۲۰۱۹، ۰٫۱۳ تریلیون دلار بوده و امروز در دوران رکود رشد ۱۰ برابری داشته و به حدود ۱٫۷ تریلیون دلار رسیده است. سهم ما به‌عنوان یک بازارساز و بازیگر در اقتصاد غیرمتمرکز صفر است. با اینکه فعالان این حوزه در کشور تجربه فوق‌العاده گران‌بهایی دارند، اما چون تقریباً تمام پروژه‌های اقتصاد غیرمتمرکز خط قرمز حاکمیت هستند، به این عرصه ورود نکرده‌ایم. دیفای فضاها و فرصت‌های فوق‌العاده‌ای می‌توانست برای کشور ایجاد کند، اما متأسفانه در حال حاضر از این فرصت‌ها محروم هستیم.

دارند. برای مثال در مورد شبکه اتریوم، ETH (توکن بومی شبکه اتریوم) و دیگر توکن‌ها و دارایی‌ها در شبکه قابلیت انتقال دارند.

یکی از مهم‌ترین المان‌ها در موضوع اقتصاد غیرمتمرکز، استیبل کوین‌ها هستند که نکات کلیدی برای رشد مفهوم اقتصاد غیرمتمرکز محسوب می‌شوند.

در لایه بالاتر به اپلیکیشن و دپ‌هایی که قرار است به مخاطبان خدمات مالی ارائه دهند، می‌رسیم. امروزه برای تمام حوزه‌های مالی سنتی در بلاکچین یک مابه‌ازا وجود دارد. از پلتفرم‌های وام‌دهی گرفته تا اوراق مشتقه، دارایی‌های مصنوعی و بیمه، حوزه‌هایی هستند که عملاً شاکله اقتصاد متمرکز را دارند. صرافی‌های غیرمتمرکز و سیستم‌های پرداخت هم جزئی از این بخش هستند. لایه بالاتر هوشمندتر است و بهتر می‌توان در آن کار کرد و خلاقیت به خرج داد. این لایه، اگر بیگیتورهای هستند که قرار است یک یا چند پلتفرم را برای مخاطبان به صورت تجمیعی در دسترس قرار دهند و مخاطبان را از مزایایی بهره‌مند کنند. ولت‌های غیرحضانتی هم در این لایه قرار می‌گیرند.

در کنار این موارد المان‌هایی وجود دارند که در اقتصاد غیرمتمرکز نقش پررنگی ایفا می‌کنند. اوراکل‌ها بسترهایی هستند که داده را از خارج یا داخل بلاکچین منتقل می‌کنند. بسیاری از مواردی که در بلاکچین وجود دارند، به داده‌های خارج از آن نیازمندند. اوراکل‌ها وظیفه این نقل و انتقالات را به عهده دارند.

بریج‌ها (bridges) هم وظیفه ارتباط بین شبکه‌ای را بر عهده دارند. بریج‌ها شبکه‌های مختلفی را که دیفای روی آنها تعریف شده، به هم مرتبط می‌کنند.

سرویس‌هایی که برای توکنایز کردن و احراز هویت به وجود آمده‌اند، المان‌هایی هستند که به تکمیل ماهیت اقتصاد غیرمتمرکز کمک می‌کنند.

پروژه‌های دیفای

به نقل از دیفای داما (Defi Dama) که یکی از سایت‌های داده در دیفای است، امروزه که در دوران رکود بلاکچین از حیث بازار هستیم، حدود ۲۳۰ میلیارد دلار دارایی در پروژه‌های دیفای قفل شده است. اگر جزئی‌تر نگاه کنیم، می‌بینیم که در بسترهایی مثل آو (Aave) چندین میلیارد دلار قفل شده است. این مسئله فضا و فرصت‌های بسیار مناسبی برای افراد علاقه‌مند به ورود به این حوزه در داخل کشور فراهم کرده است. برای مثال، آو به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بسترهای وام‌دهی در اقتصاد غیرمتمرکز شناخته می‌شود و مفاهیمی را ایجاد کرده که در اقتصاد سنتی اصلاً وجود نداشته است. «فلش لون» (Flash Loan) یکی از آن مفاهیم است که نیازی به وثیقه ندارد و مهلت بازپرداخت آن سریع است. امروزه از این مفهوم در بازارسازها استفاده زیادی می‌شود.

یونی سوآپ یکی دیگر از بسترهای مهمی است که در حال حاضر نسخه سوم آن هم عرضه شده و فیچرهای متعددی دارد. این بستر به حوزه اقتصاد غیرمتمرکز برای رشد و گسترش کمک می‌کند.

دای هم یکی از پارامترهای مهم اقتصاد غیرمتمرکز و استیبل کوینی است که در طول زمان خود را اثبات کرده و به رشد و توسعه دیفای کمک می‌کند.

نمونه دیگری که از پروژه دیفای می‌توان نام برد، چین



شماره ۱۹
۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱
سال دوم





در حاشیه نمایشگاه
کیتکس

رونمایی چندباره از خودپرداز رمزارزی ایرانی

ابوالحسن فیروزآبادی، دبیر شورای عالی فضای مجازی و رئیس مرکز ملی فضای مجازی ایران به همراه محمدامین آقامیری، معاون فناوری و نوآوری وزارت فناوری اطلاعات و ارتباطات در جریان بازدید از کیتکس ۱۴۰۱ در غرفه خانه بلاکچین ایران از دستگاه خودپرداز رمزارزهای ساخت داخل دیدن کرد.

دبیر شورای عالی فضای مجازی در این دیدار تأکید کرد فضای مجازی به دنبال کاهش نقش دولت‌ها و قدرت حاکمیت ملی در چهارچوب سرزمینی است و ما اگر بخواهیم این پدیده را که در دنیا در حال اتفاق است و شاهد آن هستیم، مدیریت کنیم، باید برای این اکوسیستم که در آن شهروندان زیست می‌کنند و فعالیت اقتصادی، رسانه‌ای، اجتماعی و شبکه‌ای دارند و تابع قواعد و قوانین سرزمینی نبوده و از فضای جهانی مجازی تبعیت می‌کند، تعریف مناسبی داشته باشیم، همچنین شناسایی فرصت‌های جدید در این فضا می‌تواند بهترین و مؤثرترین راهکارهای درآمدزایی و پیشرفت کشورها باشد.

علی پاک‌باخته‌گان زنجانی، مدیر خانه بلاکچین هم ضمن معرفی دستگاه بومی خودپرداز رمزارز بر تسریع قانونمند شدن اکوسیستم رمزارزها تأکید کرد. وی ادامه داد: «بهتر است دولت و مجلس هرچه زودتر نسبت به این موضوع توجه و عنایت لازم را داشته باشند تا بتوانیم با فرهنگ‌سازی مناسب و قانونمند شدن تمام جوانب این حوزه، آگاهی‌های لازم را به مردم بدهیم تا با اشراف کامل به این حوزه وارد شده و فریب نخورند.» وی تصریح کرد: «اکنون ۳۷ هزار و ۴۵۴ دستگاه خودپرداز رمزارز در جهان در حال خدمت‌رسانی است و این دستگاه که ما تولید کرده‌ایم، در واقع نسل سوم دستگاه خودپرداز است که دستگاه‌هایی هستند که به راحتی می‌توانند امکان خرید و فروش رمزارزها را فراهم آورند.»



شماره ۱۹
اردیبهشت ۱۴۰۱
سوم



پس زدن بادست پیش کشیدن با پا!

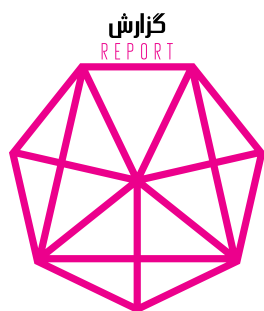
آیا بحران اوکراین راهنمای خوبی برای رگولاسیون معقول رمزارزهاست؟

ظهور فناوری‌های نوآورانه که بافت تمدن را تغییر می‌دهند و تلاش قدرت‌های مرکزی برای کنترل و وضع قانون برای آن داستانی به بلندی نژاد بشر است. با این وجود شاید هیچ فناوری در سال‌های اخیر به اندازه رمزارزها قربانی تلاش‌های بی‌رویه برای رگولاسیون بیپایه نبوده باشد؛ واقعیتی که به خوبی توسط نوآوران فعلی رمزارز نیز بازتاب یافته است. در این مقطع کلیدی در ابتدای دهه ۲۰ قرن جاری، هنگامی که جنگ جاری نشانگر یک بحران جهانی است، می‌توان جنگ پنهان‌تری را هم در پس آن دید؛ روسیه که همواره با رمزارزها جنگ داشته و اوکراینی که در میان اولین کشورهایی بود که پروژه رمزارزهای ملی را با همکاری ریپل در دنیا شروع کرد. در چنین وضعیتی که در آن عموم رگولاتورها به سخره گرفته

می‌شوند و برخی از آینده‌ای که در آن رمزارزها توسط چنین سیاست‌مدارانی قانون‌گذاری شود، در هراس هستند، جنگ فعلی یک سؤال کلیدی را برای ما مطرح می‌کند: آیا جنگ میان روسیه و اوکراین، با همه عواقبش، می‌تواند راهنمایی برای یک روند رگولاسیون معقول باشد؟ برخی این‌طور فکر می‌کنند.

شمشیر دولبه

هر دو طرف به‌طور گسترده از رمزارزها برای پیشبرد اهداف خود در جنگ استفاده می‌کنند. در روز دوم پس از تهاجم روسیه بود که حساب رسمی دولت اوکراین در توئیتر درخواست کمک در قالب بیت‌کوین، اتر و تتر کرد. به گفته



چوبانیان، مدیر صرافی «کونا» که میزبان والت‌های دولت اوکراین است، این حساب‌ها تاکنون در مجموع بیش از ۱۰۰ میلیون دلار کمک برای اوکراین جمع کرده‌اند. برخلاف دیگر روندهای کمکی که با استفاده از ابزارهای مالی معمول صورت گرفتند و هفته‌ها برای رسیدن آنها انتظار کشیده شد، این کمک‌های مالی برای چند دقیقه در اختیار دولت و نیروهای مسلح اوکراین بود. بسیاری از پناهجویان تنها به لطف بیت‌کوین بود که توانستند با سرمایه‌زندی خود از این کشور فرار کنند. با صف‌های طولانی در بانک‌ها، این نسل عموماً جوان‌تر بود که دارایی‌های خانوادگی را به راحتی به رمزارز دلخواه تبدیل کرد و در آن سوی مرزها، در لهستان، رومانی و مجارستان به راحتی توانستند به آن دسترسی داشته باشند.

برخی گزارش‌ها نشان می‌دهد شرکت‌ها در حال خرید بیت‌کوین هستند

سازمانی‌ها می‌خرند؟

بیت‌کوین، به‌عنوان پیشگام ارزهای دیجیتال، همچنان در تلاش است در محدوده ۳۱,۰۰۰ دلار جای خود را محکم و روندی صعودی را آغاز کند. با این حال، داده‌های بازار نشان می‌دهند که با سقوط اخیر قیمت‌ها، سرمایه‌گذاران سازمانی دست‌به‌کار شده‌اند و جریان جدیدی از ورود سرمایه به بیت‌کوین و بسیاری از ارزهای دیجیتال در حال شکل‌گیری است.

۳۰,۰۰۰ دلار کاهش یافته است. کاهش اعتماد به بازار، به افت جریان ورودی و افزایش جریان خروجی در چند هفته گذشته منجر شده است. به نظر می‌رسد با رسیدن قیمت بیت‌کوین به پایین‌ترین سطح خود در سال جاری میلادی، احساسات سرمایه‌گذاران سازمانی نسبت به این دارایی دیجیتال تغییر کرده و همین موضوع باعث شده برای اولین بار در هفته‌های اخیر سرمایه قابل توجهی به بازار ارز دیجیتال وارد شود.

پس از چند هفته خروج پول از بازار بیت‌کوین، بار دیگر این ارز دیجیتال شاهد جریان‌های

بازار ارزهای دیجیتال همچنان در آشفتگی به سر می‌برد؛ زیرا قیمت بیت‌کوین تا نزدیکی



آرژانتین استفاده از رمزارزها در بانک‌ها را ممنوع کرد

همیشه غیر قابل پیش‌بینی!

چرا آرژانتین ضد رمزارز شد؟

در آرژانتین بانک مرکزی توسط پارلمان این کشور کنترل می‌شود. پارلمانی که دوحزبی است و میان جبهه حاکم حزب پرونیست و جبهه مخالفان حزب کمبیروس تقسیم شده است. بانک گالیسیا که به‌تازگی جهت به‌کارگیری رمزارزها برای خدمت‌رسانی اقدام کرده بود، همواره به جناح کمبیروس نزدیک بوده و از حامیان مالی اصلی آن به‌شمار می‌رود. در این بین برخی باور دارند حزب پرونیست که رئیس‌جمهور کشور برآمده از آن است، ولی کنترل قاطعی بر سیاست این کشور ندارد، به شکل فزاینده‌ای از ضرری که رمزارزها می‌توانند به اقتصاد کشور بزنند، در هراس است.

یک اکثریت ضعیف در رأی‌های پارلمانی کافی بود تا با یک تیر، دو نشان زده شود. از سمتی بانک گالیسیا و حزب مخالف تضعیف شدند و از طرفی ظرفیت فرار مالیاتی - حداقل از نظر رئیس‌جمهور آرژانتین - کمتر شد.

چرا این ممنوعیت مهم است؟

دستور صادرشده از سوی بانک مرکزی شاید اولین نمونه از ممنوعیت اعمال شده بر رمزارزها باشد که به‌خوبی می‌توان انگیزه‌های سیاسی درون حزبی یک کشور را در پس آن دید. چنین روندی بدون شک خطرناک است. تصویب چنین سیاست‌هایی که تنها در راستای ارضای نیازهای سیاسی یک حزب است و به‌راحتی هم نمی‌توان آنها را ملغی کرد، به‌خوبی نشان می‌دهد که در بسیاری کشورها یک اکثریت کم‌تعداد در هر پارلمان می‌تواند به‌راحتی ضربه‌ای مهلک به اکوسیستم رمزارزی آن کشور بزند؛ روندی که برخی باور دارند با بافت‌های دوحزبی مشابه در کشورهایمانند انگلستان و ایالات متحده می‌تواند بیش از پیش به سیاسی‌شدن تصمیمات دولتی مربوط به رمزارزها کمک کند.

آیا رمزارزها در آرژانتین مغلوب شده‌اند؟

با توجه به اقتصاد در حال فروپاشی آرژانتین که بیش از ۵۶ درصد نرخ تورم برای سال ۲۰۲۱ را متحمل شد و عدم میل عموم به نگهداری ارز ملی از ترس از دست رفتن ارزش دارایی‌هایشان، بعید است محبوبیت رمزارزها به این زودی‌ها در آرژانتین از بین برود. بدون شک خدماتی که حالا دیگر بانک‌ها نمی‌توانند با رمزارزها ارائه دهند، وارد بخش غیرمتمرکز اکوسیستم رمزارزی آرژانتین خواهد شد و تقاضای رمزارزها برای بقا در این کشور ادامه خواهد یافت.

در حالی که روند قانونی شدن رمزارزها این روزها با پرچم‌داری کشورهایی مانند السالوادور، پاناما و هندوراس به‌طور گسترده در آمریکای لاتین دنبال می‌شود، حالا یکی از قدرت‌های این منطقه تصمیم به سنگ‌اندازی در این راه گرفته است. آرژانتین که از نظر جمعیت، اقتصاد و قدرت نظامی دومین قدرت منطقه پس از برزیل است، از طریق بانک مرکزی خود اولین قدم‌ها برای ممنوع کردن تراکنش‌های رمزارزی را در سیستم مالی خود برداشته است. این ممنوعیت جدید حاصل یک لایحه یا قانون تصویب شده در مجلس این کشور نیست، بلکه یک دستور اجرایی مستقیم از سوی بانک مرکزی آرژانتین است. بر اساس این دستور، همه تراکنش‌های رمزارزی که از روند رگولاتوری جاری در این کشور تبعیت نمی‌کنند، در بانک‌های این کشور ممنوع هستند.

اما عواملی هم هستند که شاید نشان از سیاسی بودن این تصمیم و نقش تنش سیاسی داخلی آرژانتین در این تصمیم داشته باشند.

برای مثال، این تصمیم تنها یک هفته پس از آن اعلام می‌شود که بانک گالیسیا، بزرگ‌ترین بانک خصوصی آرژانتین اعلام کرد تبادل رمزارزها را در بانک‌های خود به‌عنوان یک خدمت ارائه خواهد داد.

در بیانیه بانک مرکزی آرژانتین آمده: «هیچ بنیاد مالی نمی‌تواند به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم برای مشتریان خود خدماتی مانند جابه‌جایی رمزارزها ارائه دهد. هر خدمتی هم که به‌طور غیرمستقیم با سود حاصل از رمزارزها سروکار دارد، ممنوع است.» این بیانیه که روز سه‌شنبه منتشر شد، به‌طور مستقیم ممنوعیت قاطعانه ایجاد می‌کند و برای بسیاری که تا پیش از این کشور آرژانتین را از کشورهای حامی رمزارز می‌دانستند، شوک بزرگی بود.

بانک مرکزی آرژانتین می‌گوید این تصمیم را برای «به حداقل رساندن خطرات برای سرمایه‌گذاران و سیستم مالی به‌طور کلی» گرفته است. در بخش دیگری از بیانیه کنایه‌ای نیز به بانک‌ها زده شده است. بانک مرکزی به سایر بانک‌ها توصیه کرده به جای تلاش‌های «غیرمعمول» در بازارهای «اثبات‌نشده» به فکر راه‌کاری جمعی برای کنترل تورم فزاینده آرژانتین باشند. در این بیانیه همچنین القا شده که این قوانین شامل تبادل با شرکت‌های خارج از آرژانتین نیز می‌شود که دامنه عملیاتی بانک‌ها و سازمان‌های مالی برای تبادل رمزارزها را تا حد زیادی محدود می‌کند.



KARANG



RGO

شماره ۱۹

۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱

سال دوم

دارد، نیست.

خط باریک میان ممکن و غیرممکن

از طرفی اولترهای رمزارزی را داریم که کماکان باور دارند روند رگولاسیون تأثیری بر رمزارزها نداشته و نخواهد داشت، اما واضح است که در بسیاری از زمینه‌ها رگولاسیون تأثیر مستقیمی داشته است. کافی است در عموم کشورها اقدام به ثبت‌نام در یک صرافی رمزارزی کنید تا ببینید که نزدیک به تمام اطلاعات شناسایی شما مطالبه می‌شود. کافی است نگاهی به اخبار رمزارزی ببیند تا مهاجرت استارت‌آپ‌ها را برای گریز از رگولاسیون ببینید. در بسیاری از حوزه‌های قانونی و اختیاری در غرب، از همین حالا نام الیگارشی‌های روسی در فهرست تحریم‌هایی قیده شده که در صورت سرپیچی از آنها، صرافی‌ها با جریمه یا ممنوعیت کار مواجه خواهند شد. در اروپا هر روز لایحه‌های سخت‌تر ارائه می‌شود و در چین و روسیه ممنوعیت‌ها در ابعاد مختلف اعمال می‌شوند. آنچه مورد توجه طرفداران رمزارزی افراطی است (مورد توجه آنهایی که رساله اولیه «هیدئو کوچیما» را تمام و کمال قبول دارند)، این حقیقت است که فرای همه این تلاش‌های رگولاتوری، همیشه می‌توان منفذی برای فرار از این رگولاسیون‌ها یافت. همیشه والت‌های خصوصی و سرد وجود خواهند داشت. همیشه بازار سیاه برای نقد کردن خارج از دره‌بین ناظران وجود خواهد داشت؛ منافذ فراری که به عقیده آنها در بلندمدت به قدر کافی به نظام اقتصادی و رگولاتوری آسیب وارد خواهد کرد تا آنها را تسلیم نظم نوین غیرمتمرکز خود کند.

جنگ، راهنما؟

اینجاست که بار دیگر به جنگ در حال وقوع در اوکراین برمی‌گردیم؛ جنگی که در لایه‌های پیچیدگی خود درس‌های بسیاری را برای آموختن در مورد آینده رگولاسیون دارد. از یک سو دو طرف درگیر، نماینده دو نگرش کاملاً متفاوت به رمزارزها هستند. از طرفی دیگر، در بحبوحه جنگ هر دو اصل‌های بیان شده خود در خصوص رمزارزها را شکسته‌اند. اوکراین طرفدار نوآوری رمزارزها، به‌وفور از صرافی‌ها خواسته تا «تمام» روس‌ها را از سامانه خود بیرون کنند و روسیه که خود بخش‌های بسیاری از صنعت رمزارزی را در کشورش غیرقانونی کرده، هم به استخراج می‌پردازد و هم برای معادلات خود از رمزارزها استفاده می‌کند، در حالی که بانک مرکزی این کشور بارها دلیل ممنوعیت‌های اعمال شده را حفظ ارزش روبل اعلام کرده بود.

اگر این جنگ آن‌طور که بسیاری ادعا می‌کنند، سال‌های طولانی به طول بینجامد، بدون شک اولین میدان آزمایش «اخلاقی» رمزارزها، هم در سطح فرضی و هم عملی خواهد بود؛ میدانی که به‌خوبی تأثیر رگولاسیون فعلی را محک خواهد زد و همچنین به‌عنوان پنجره‌ای برای نظاره جهانی که در آن اتکا به رمزارزها بسیار بالاتر است، عمل می‌کند.

می‌تواند نشان‌دهنده بازگشت احساسات مثبت در میان سرمایه‌گذاران سازمانی باشد.

موقعیت‌های معاملاتی شورت (فروش)

بیت‌کوین نیز روندی مشابه را دنبال کردند که باعث شد رکورد دومین جریان ورودی هفتگی متوالی رقم بخورد. هفته گذشته شاهد ورود چهار میلیون دلار سرمایه به موقعیت‌های شورت بیت‌کوین بودیم و اکنون کل دارایی تحت مدیریت (AUM) این ارز دیجیتال به بالاترین سطح جدید خود، یعنی ۴۵ میلیون دلار رسیده است.

اما توانایی رمزارزها در نجات زندگی‌ها همچنين نیرویی است که به‌راحتی می‌تواند برای اهداف شرورانه‌تر استفاده شود. از زمانی که تحریم‌های شدید اقتصادی بر روسیه وضع شدند، مردم و حکومت این کشور به‌طور مستمر برای مقابله با ارزش در حال سقوط روبل دست به استفاده از رمزارزها زدند. بسیاری معتقدند در غیاب شیوه‌های معمول خرید و فروش، بخش نظامی روسیه با استفاده از رمزارزها در بازار سیاه دست به خرید قطعات مورد نیاز برای بقای ماشین‌های جنگی خود در اوکراین می‌زند. آیا رمزارزها رامنشندنی هستند؟ آیا به‌طور ذاتی بی‌طرف‌اند و نمی‌توان آنها را به سمتی هدایت و قانون‌گذاری کرد؟ اما جواب این سؤالات پیچیده‌تر از یک «بله» یا «خیر» ساده است.

یک سؤال مسموم

برای بسیاری از هواداران رمزارزی، تنها مواجه شدن با این سؤالات مانند سم است و واکنش شدیدی را برمی‌انگیزد. عموم آنها می‌گویند که هرچه نباشد، هدف نهایی فناوری رمزارزها و بلاکچین به پایان رساندن یک روند گسترده غیرمتمرکز است؛ فضایی که در آن هیچ فرد و نهادی را نمی‌توان مسئول وضع قانون و اخلاقیاتی دانست که برای همه قابل قبول باشد. در یک دنیای پست‌مدرن که در آن اخلاقیات از فردی به فرد دیگر متفاوت است، هیچ‌کس توانایی وضع قانون را برای همه ندارد و نخواهد داشت. رمزارزها آینه نهایی شخصیت بشری هستند؛ ابزاری که مانند بسیاری دیگر می‌تواند به‌خوبی یا بدی استفاده شود. همان قدر که بیت‌کوین عزیز خانواده‌ای در حال فرار از جنگ است، همان قدر هم در دل کارتل‌های مواد مخدر و گروه‌های تروریستی جا دارد، اما بر خلاف ابزارهای دیگر، توانایی اعمال قانون بر آن محدود یا غیرممکن است. در این بین حرف رگولاسیون و رگولاتورها چیست؟

نوآوری دو طرفه

یکی از نوآوری‌هایی که بدنه رگولاتوری خلاق تاکنون با ابداع آن کمی ناقصی کار خود را آسان کرده، گروه‌های کاربری بسته است. گروه‌های کاربری بسته در فضای رمزارزی معمولاً بر اساس یک باور یا ایده خاص عضویت خود را گسترش می‌دهند و می‌توانند در جوانب خاصی مؤثر باشند و برای مثال، توکن کلیمبا، بر این باور استوار است که دفع کربن توسط بشر باید فوراً به پایان برسد و در این راستا استفاده از آن نیازمند چنین تعهدی است و استخراج آن نیز از طریق شیوه‌های سبز صورت می‌گیرد. ایجاد چنین توکنی توسط یک ائتلاف بین‌المللی و ارزشمند شدن آن می‌تواند روند رگولاسیون را مؤثرتر و عقلائی‌تر کند. با این حال حتی در چنین شرایطی، باز هم وجود سایر رمزارزهای ارزشمند این امکان را به متخلفان (در این مورد خاص روسیه) می‌دهد تا به‌راحتی تحریم‌های وضع شده را دور بزنند. با این حال شروع ناگواری برای بلوک رگولاتوری که به خرفتی شهرت

ورودی سرمایه است. ورود ۴۵ میلیون دلار سرمایه به بازار بیت‌کوین در هفته گذشته، خبر خوبی برای پیشگام ارزهای دیجیتال تلقی می‌شود. این اتفاق بدان معناست که موضع سرمایه‌گذاران سازمانی که پیش از این پول‌های خود را از بیت‌کوین خارج می‌کردند تا روی آلت‌کوین‌ها سرمایه‌گذاری کنند، تغییر کرده است. این سرمایه‌گذاران نهادی زمانی که شاخص‌ها نشان از روند نزولی داشتند، سرمایه خود را از بیت‌کوین خارج کردند و اکنون بازگشته‌اند تا با خرید این ارز دیجیتال در قیمت‌های پایین، با موج صعودی بعدی همراه شوند. در واقع این موضوع

رمزارز ۲۰



سقوط پس از سقوط. حال و روز بازارهای کریپتو به شدت بد است و به نظر می‌رسد شاهد یک فروپاشی هستیم. آنهایی که برای اولین بار است که با چنین سقوطهایی روبه‌رو می‌شوند ترسیده‌اند؛ قدیمی‌ترها ولی یاد سال‌های قبل افتاده‌اند و یادشان می‌آید که چند باری این بالا و پایین شدن‌ها را دیده‌اند. بازار روزهای بدی را طی می‌کند؛ از یک سو فشارهای رگولاتوری بیشتر شده و از آن سو مشکلاتی که در شبکه لونا رخ داده بسیاری را نسبت به این فضا بدبین کرده است. نه تنها بازار رمزارزها بلکه به نظر می‌رسد بازار تکنولوژی به شدت از چشم افتاده است و روزهای سختی را پشت سر می‌گذارد؛ اینکه بازار این چنین بدون کنترل به سوی سراشیبی برود اتفاق جدیدی نیست ولی هر بار این سقوطها بزرگ‌تر از قبل است و قاعدتاً افراد بیشتری درگیر آن هستند.

آنچه این روزها برای لونا رخ داده هم مثبت است و هم منفی. شفافیت در این فضا به حدی زیاد است که کوچک‌ترین خطایی به شدت رصد می‌شود و با واکنش‌های سریع و هیجانی روبه‌رو می‌شود. از آن طرف همین شفافیت می‌تواند پاشنه آشیل این فضا باشد. چه خواهد شد؟ به نظر می‌رسد کسی نمی‌داند و روزگار سخت شده است. ما در فهرست‌مان شبکه ترا را داشتیم که با توجه به قطع معامله رمزارز لونا در صرافی‌های رمزارز معتبر فعلاً آن را از فهرست خارج کرده و اتریوم کلاسیک را جایگزین کرده‌ایم. شما چه فکری می‌کنید؟



مکانیسم اجماع	ارزش	نوع	بازدهی (هفته)	ارزش بازار (میلیارد دلار)	قیمت (میلیون تومان)	نماد	دارایی	نماد	رتبه
اثبات کار	طلای دیجیتال	ارز	٪۱۹	۵۵۹	۹۱۱ میلیون	BTC	بیت‌کوین		۱
اثبات کار	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	٪۲۵	۲۴۵	۶۳ میلیون	ETH	اتریوم		۲
	پول نقد دیجیتال	استیبل کوین	٪۰	۷۶٫۵	۳۱ هزار	USDT	تتر		۳
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	٪۲۹	۲۱	۱۳ هزار	XRP	ریپل		۴
اثبات سهام	انتشار استیبل کوین	توکن کاربردی	٪۲۵	۲٫۸	۶۳۶ هزار تومان	ETC	اتریو کلاسیک		۵
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	٪۳۸	۱۷	۱٫۶ میلیون	SOL	سولانا		۶
	پول نقد دیجیتال	استیبل کوین	٪۰	۵۱	۳۱ هزار	USDC	یواس‌دی کوین		۷
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	٪۳۳	۱۸	۱۶ هزار	ADA	کاردانو		۸
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	٪۴۳	۹	۱ میلیون	AVAX	آوالانچ		۹
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	پلتفرم نرم‌افزاری	٪۲۶	۱۰	۳۲۹ هزار	DOT	پولکادات		۱۰
قابل سفارشی‌سازی	پرداخت	ارز	٪۲۰	۳	۴ هزار	XLM	استلار		۱۱
اثبات کار	میم‌کوین	ارز	٪۳۰	۱۲	۲٫۸ هزار	DOGE	دوج‌کوین		۱۲
	شبکه اوراکل	پلتفرم نرم‌افزاری	٪۳۵	۳	۲۱۷ هزار	LINK	چین‌لینک		۱۳
اثبات سهام	شبکه لایه ۲	توکن کاربردی	٪۳۷	۵	۲۰٫۶ هزار	MATIC	پلی‌گان		۱۴
اثبات کار	میم‌کوین	ارز	٪۳۸	۶٫۶	۳۸ ریال	SHIB	شیبا اینو		۱۵
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	ارز	٪۳۲	۲	۱۳۸ هزار	ICP	اینترنت کامپیوتر		۱۶
اثبات سهام	اپلیکیشن‌های بین‌زنجیره‌ای	پلتفرم نرم‌افزاری	٪۳۸	۳	۳۲۵ هزار	ATOM	کازموس		۱۷
اثبات کار	طلای دیجیتال	پلتفرم نرم‌افزاری	٪۳۰	۴٫۷	۲ میلیون	LTC	لایت‌کوین		۱۸
اثبات سهام	کامپیوتر جهانی	ارز	٪۳۶	۳	۱۳٫۸ هزار	ALGO	آلگورند		۱۹
		توکن کاربردی	٪۱۷	۲	۳۷ هزار	MANA	دیسنترالند		۲۰