

خلاق زیستوم

ماهنامه مرداد ۱۴۰۳



معرفی شرکت های خلاق:

شرکت فرم آوران رهروبینش گر نوید با "طراحی و ساخت سفال های دست ساز"

خانه خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی سیستان و بلوچستان

گیمینگ:

چگونه هوش مصنوعی (AI) در سال ۲۰۲۴ صنعت بازی های ویدئویی را متحول می کند؟

بِه نام خدا

کاروان آهنگر زار و دلچ هرده دارد هو در و بلال



اربعین به عنوان یک پدیده فرهنگی، به رشد و توسعه صنایع خلاق بخصوص در حوزه‌های گردشگری مذهبی، هنرهای نمایشی، رسانه‌های دیجیتال، فناوری اطلاعات و ... کمک کرده و به شکل‌گیری استارت‌آپ‌های قوی و ایجاد تجربیات نوآورانه و جذاب منجر شده است. با این حال مراسم اربعین، باوجود عظمت معنوی اش، با مشکلاتی نیز مواجه است که مدیریت و رفع آن‌ها نیازمند برنامه ریزی دقیق و همکاری‌های گسترده است؛ از جمله این مشکلات می‌توان به عدم تأمین مناسب خدمات بهداشتی و درمانی، کنترل تراکم جمعیت، مشکلات زیرساختی، تأمین مسائل امنیتی، مسائل محیط زیستی و... اشاره کرد که مدیریت این چالش‌ها نیازمند همکاری همگانی و استفاده از ظرفیت‌های مردمی و نوآوری اجتماعی است، تا تجربه‌ای امن و معنادار برای زائران فراهم گردد و مشکلات موجود به حداقل برسد.



دکتر حسین افشین، به سمت معاونت علمی رئیس جمهور منصوب شد

خبر

۱۴

مقاله

آینده پژوهی در صنایع خلاق، چرخه‌ای از نوآوری و توسعه پایدار

۲۰



سرباز خلاق

مصاحبه با سرباز امریه در شرکت خلاق

۳۰

فهرست

- یادداشت: ابعاد فرهنگی پیاده روی اربعین..... ۶
- آمار شرکت های خلاق..... ۷
- دبیرخانه واحدهای خلاق (اخبار و اطلاعیه ها)..... ۸
- معرفی خانه خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی
- سیستان و بلوچستان..... ۱۴
- شتاب دهنده: معرفی تیم لیپا، شتاب دهی شده توسط
- خانه خلاق و نوآوری صدرامهر..... ۱۸
- مقاله اول: تغییرات تکنولوژی..... ۲۲
- تربیون اول: گفتگو با نوید یونس پور ماسوله و معرفی
- شرکت فرم آوران رهرو بینش گر نوید ۲۶
- گیمینگ: چگونه هوش مصنوعی (AI) در سال ۲۰۲۴ صنعت
- بازی های ویدئویی را متحول می کند؟..... ۳۰
- کتابخوان..... ۳۴
- تربیون دوم: معرفی شرکت تعاونی درخشش خاک..... ۳۶
- مقاله دوم: آینده پژوهی در صنایع خلاق:
- چرخه های از نوآوری و توسعه پایدار..... ۴۰
- ویتترین..... ۴۴
- سرباز خلاق..... ۴۶
- مقاله سوم: جای خالی نگرش انسجامی به صنایع
- فرهنگی در ایران..... ۵۰



تهیه کننده:

دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم
واحد های خلاق

مدیر دبیرخانه:

• سید مهدی سادات حیاتشاهی

تهیه و تنظیم:

- سید محمدرضا حسینی لواسانی
- مائده پاکیزه



ابعاد فرهنگی پیاده روی اربعین

اربعین حسینی، حرکت عظیم، پدیده بزرگ و نشانه قدرت و اثربخشی یک مکتب و یک پروژه فرهنگی، سیاسی و تمدن ساز است که موجب تقویت هویت اسلامی، همبستگی و همدلی مسلمانان به خصوص شیعیان می شود. پیاده روی اربعین، تجلی اراده مردمی در قالب هویت مشترک و جهانی است. این رویداد عظیم به گواه تاریخ بزرگترین اجتماع هم زمان بشری است که با حضور میلیون ها انسان محب و بصیر با قومیت های متفاوت، در یک جهت و با یک هدف برای احیای هویت شیعی همراه می شوند.

اجتماع عظیم اربعین حسینی حاوی معانی بلند و عمیق اخلاقی، فرهنگی و اجتماعی است که علاوه بر ابعاد دینی، روابط اجتماعی میان شرکت کنندگان را تقویت می نماید.

حضور قشرهای و قومیت های مختلف، مرد و زن، کودک و نوجوان، از آسیا و اروپا، آفریقا و امریکا، تمامی سطوح تحصیلی و ... در پیاده روی اربعین باعث شده است تا همه توجهات به این رویداد عظیم جلب شود، چه انگیزه ای است که موجب انسجام و اتحادی اینچنین حول یک محور شده است؟ امام حسین علیه السلام محور این اجتماع میلیونی جهانی است و هر که با هر اعتقاد و باور و گرایش، این سوال برایش ایجاد شود که هدف این اجتماع بی نظیر کیست؟ نام حسین ابن علی علیه السلام بر تارک این هدف بزرگ می درخشد و این نام به گوش همه جهانیان آشنا خواهد شد. شاید از همین جهت است که سرآغاز ظهور آخرین و یگانه منجی جهان، اینگونه خواهد بود که خود را چنین معرفی خواهد کرد:

أَنَا يَا أَهْلَ الْعَالَمِ إِنِّي جَدِّي الْحُسَيْنُ قَتْلُهُ عَطْشَانًا زیرا که نام حسین برای جهانیان آشنا خواهد بود.

اما این رویداد بزرگ در کنار هدف والای خود، ثمرات بزرگی به همراه دارد. از بزرگترین ثمرات آن همدلی و همراهی در فراهم نمودن ساز و کارها و تمهیدات این اجتماع است. اینکه در مدت زمانی محدود میلیون ها انسان، گردهم می آیند، نیازها و الزاماتی را می طلبد که تامین آن ها از عهده دولت ها و جمعی از مردم بر نمی آید. فراهم نمودن شرایط در زمینه های مختلف حمل و نقل، بهداشت و درمان، تغذیه، امنیت، اسکان، ارتباطات، رسانه و ... برای این گروه انبوه و در زمان و مکان محدود، مستلزم نوآوری و استفاده از فناوری های نوین است.

اربعین به عنوان یک پدیده فرهنگی، به رشد و توسعه صنایع خلاق بخصوص در حوزه های گردشگری مذهبی، هنرهای نمایشی، رسانه های دیجیتال، فناوری اطلاعات و ... کمک کرده و به شکل گیری استارت آپ های قوی و ایجاد تجربیات نوآورانه و جذاب منجر شده است.

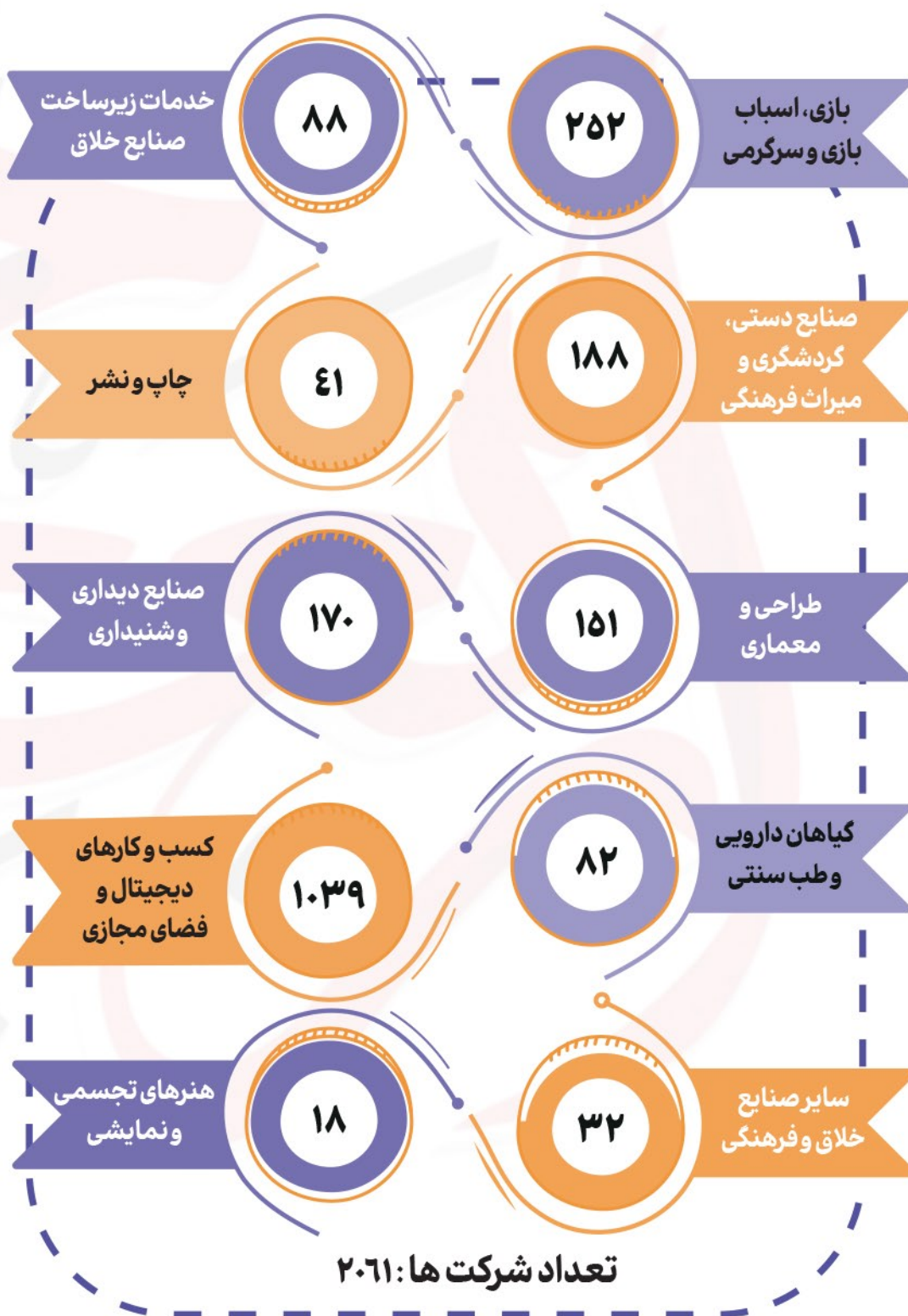
با این حال مراسم اربعین، باوجود عظمت معنوی اش، با مشکلاتی نیز مواجه است که مدیریت و رفع آن ها نیازمند برنامه ریزی دقیق و همکاری های گسترده است؛ از جمله این مشکلات می توان به عدم تأمین مناسب خدمات بهداشتی و درمانی، کنترل تراکم جمعیت، مشکلات زیرساختی، تأمین مسائل امنیتی، مسائل محیط زیستی و... اشاره کرد که مدیریت این چالش ها نیازمند همکاری همگانی و استفاده از ظرفیت های مردمی و نوآوری اجتماعی است، تا تجربه ای امن و معنادار برای زائران فراهم گردد و مشکلات موجود به حداقل برسد.

تجربه بسیار مفید سال های گذشته نشانگر آن است که اربعین با توجه به ابعاد فرهنگی و مذهبی، فرصت های بسیار مناسبی برای ظهور و رشد صنایع خلاق فراهم کرده است که الهام بخشی تولید آثار هنری، فرهنگی و رسانه ای جدید شده و به شکل های مختلف در جشنواره ها، نمایشگاه ها تجلی یافته اند.

برنامه ریزی بلندمدت برای هم افزایی عواملی که به هر جهت می توانند نقشی موثر در شناسایی نارسایی ها، شناخت راه حل ها و طراحی و اجرای ابزارها و خدمات مورد استفاده در رویداد اربعین، می تواند در بهبود شرایط و افزایش مشارکت کنندگان بسیار موثر باشد.

نعیمه فهیم فر / پژوهشگر صنایع خلاق

آمار شرکت های خلاق تا تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۳۰



خانه های خلاق و نوآوری: ۱۱۴

مراجع تشخیص صلاحیت: ۱۰۶



دکتر حسین افشین

به سمت معاونت علمی رئیس جمهور منصوب شد

رئیس جمهور با صدور حکمی حسین افشین را با توجه به مراتب شایستگی، تجارب ارزنده مدیریت و سوابق اجرایی به سمت «معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور» منصوب کرد.

حسین افشین معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی مکانیک دانشگاه صنعتی شریف بوده و چندین مسئولیت علمی در دانشگاه و مرکز پژوهش های مجلس داشته است. وی متولد سال ۱۳۵۹ و در حال حاضر عضو هیات علمی دانشکده مهندسی مکانیک دانشگاه صنعتی شریف در مرتبه دانشجویی است و ریاست پژوهشگاه آب، انرژی و محیط زیست و پژوهشکده علوم و فناوری های انرژی دانشگاه صنعتی شریف را در رزومه کاری خود دارد.

وی همچنین پیش از این معاون پژوهش های زیر بنایی و امور تولیدی مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی بوده است. **حسین افشین** دارای تخصص مهندسی مکانیک - تبدیل انرژی و کتاب «جریان لایه مرزی، تئوری و کنترل» نیز از وی منتشر شده است. براساس اطلاعات منتشر شده در سایت دانشگاه ۱۰۱ مقاله علمی توسط حسین افشین منتشر شده و ۱۳۲۷ مرتبه به مقالات علمی او استناد شده است. او همچنین ۵ مقاله بین المللی منتشر کرده است.



مسعود پزشکیان در حکم انتصاب «حسین افشین» به عنوان معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور تصریح کرده، امید است با اتکال به خداوند متعال و در چارچوب قانون اساسی، اهداف سند چشم انداز و سیاست های کلی مصوب مقام معظم رهبری (مدظله العالی) با رعایت منشور اخلاقی کارگزاران دولت چهاردهم و تعامل با هیئت محترم وزیران در تحقق اهداف دولت و حل مشکلات کشور مجدانه بکوشید.

متن حکم رئیس جمهور به شرح زیر است:

جناب آقای حسین افشین

به استناد اصل یکصد و بیست و چهارم قانون اساسی و با توجه به مراتب شایستگی، تجارب ارزنده مدیریتی و سوابق اجرایی، به موجب این حکم جناب عالی را به سمت «معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور» منصوب می نمایم.

امید است با اتکال به خداوند متعال و در چارچوب قانون اساسی، اهداف سند چشم انداز و سیاست های کلی مصوب مقام معظم رهبری (مدظله العالی) با رعایت منشور اخلاقی کارگزاران دولت چهاردهم و تعامل با هیئت محترم وزیران در تحقق اهداف دولت و حل مشکلات کشور مجدانه بکوشید.

توفیق آن جناب را در انجام شایسته وظایف محوله از درگاه خداوند سبحان خواستارم.

دکتر حسین افشین

مسعود پزشکیان
رئیس جمهوری اسلامی ایران



معاونت علمی و فناوری
و اقتصاد دانش بنیان

آیین تکریم و معارفه معاون علمی رئیس جمهور برگزار شد

آیین تکریم و معارفه معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور سه شنبه ۲۳ ام مرداد و با حضور محمدرضا عارف معاون اول رئیس جمهور در محل معاونت برگزار شد.

محمدرضا عارف، معاون اول رئیس جمهور در این مراسم گفت: ما امروز به جایی رسیدیم که در فناوری پیشرفته جزو مدعیان بزرگ دنیا هستیم، این نتیجه زحمات و تلاش های جوانان پر انرژی و پر شور کشور بوده است که در این چهار دهه وضعیت علمی خوبی را برای کشور ایجاد کردند. وی با بیان این که شاخص های کمی و کیفی نیروی انسانی، یک کمیت و سرمایه معنوی را برای ما به ارمغان آورده است، اظهار داشت: منابع زیرزمینی، ظرفیت بالای دانشگاه و کیفیت آن، مزیت نسبی است که باید در همه برنامه ریزی ها و تلاش ها استفاده شود.

حرف معاونت علمی ریاست جمهوری، حرف علمی رئیس جمهور و دولت است؛ وارد رقابت با هیچ دستگاهی نمی شود. عارف تصریح کرد: معاونت علمی را دستگاه نمی دانیم که در رقابت یا رفاقت با سایر دستگاه ها باشد بلکه یک معاونت ستادی است، حرف معاونت علمی ریاست جمهوری، حرف علمی رئیس جمهور و دولت است لذا وارد رقابت با هیچ دستگاهی نمی شود.

وی افزود: دولت که با خودش رقابت نمی کند؛ دستگاه ها ممکن است رقابتی داشته باشند، بد هم نیست و البته گاهی این رقابت ها به اختلاف تبدیل می شود که دولت و رئیس جمهور باید آن را حل کند؛ علی الاصول مرجع حل اختلاف های علمی دستگاه ها، معاونت علمی و فناوری رئیس جمهور است.

حسین افشین، معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور هم اظهار کرد: با دکتر دهقانی فیروزآبادی هم دوست هستم هم همکار و سخت ترین اتفاقی که در این انتخاب رخ داد این بود که بنده جایگزین ایشان شدم. دکتر دهقانی فردی دانشمند، فریخته، اخلاق مدار و بدون حاشیه هستند.

توجه ویژه به دانش آموزان به عنوان موتور پیشران توسعه کشور:

معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور با اعلام این که یک بخش از معاونت علمی را حتماً به بخش دانش آموزی اختصاص خواهد داد، تصریح کرد: معتقدم دانش آموزان، موتور پیشران نیروی انسانی هستند و توسعه کشور از بخش دانش آموزی می گذرد و خلاقیت از کودکی رشد می یابد و باید به این بخش توجه ویژه ای شود.

معاونت علمی، اتاق فکر دولت و بال پرواز وزارتخانه ها:

افشین با بیان این که سیاست وی این است که معاونت علمی حتی الامکان در هیچ جا تصدی گری نکند و این مجموعه صرفاً کارمند زیست بوم نوآوری کشور خواهد بود، خاطرنشان کرد: از دکتر پزشکیان برای اطمینان به بنده تشکر می کنم و امیدوارم سزاوار این اطمینان باشم. رئیس جمهور در جلسه ای که خدمتشان بودم به بنده تاکید کردند که نگاه فراتری به معاونت علمی داشته و معاونت را بال پرواز وزارتخانه های دولت، اتاق فکر دولت و پیگیر فناوری می دانند که امیدوارم معاونت علمی نیز با قدرت در این مسیر حرکت کند.





برگزاری نشست تخصصی "شاخصه های تعیین اصالت در فرش دستباف" توسط خانه خلاق و نوآوری بهین تاج هنر

موضوع اصالت و سنجش آن از ضرورت های اولیه و اساسی هر اثر هنری و به خصوص فرش دستباف می باشد. در دنیای مدرن و عصر تکنولوژی با بازتولید آثار هنری، مفهوم اصالت دچار دگرگونی شده است. الهام، اقتباس، کپی و از آن خودسازی، اهمیت سنجش اصالت اثر هنری را دوچندان می نماید. نشست تخصصی "شاخصه های تعیین اصالت در فرش دستباف" توسط خانه خلاق و نوآوری بهین تاج هنر، خوشه ی فرش تهران و با همکاری کمیسیون فرش، هنر و صنایع دستی اتاق ایران در تاریخ یکشنبه ۱۴ مرداد ماه در اتاق بازرگانی برگزار شد.

در این نشست، افراد متخصص در حوزه فرش دستباف، هنرمندان طراح، تولیدکنندگان، متخصصین قالیشویی، کارشناسان رسمی فرش، دانشجویان و... حضور پیدا کرده و پیرامون موضوع اصالت سنجی فرش سخنرانی و اظهار نظر کردند. در این نشست سعی بر این بود تا راه حل و شیوه مناسبی جهت تعیین اصالت و صدور شناسنامه اصالت ارائه شود. در شروع نشست، جناب آقای مرتضی میری رئیس کمیسیون فرش، ابتدا خوش آمد گویی و موضوع و مبحث جلسه را مطرح و طرح سوال نموده و اهمیت جایگاه اصالت در

فرش دستباف را مورد توجه قرار دادند. سپس سرکار خانم دکتر احمدی در رابطه با مفهوم اصالت در هنرهای کاربردی و تجسمی از دیدگاه محققین مختلف خارجی و ایرانی و شاخصه های اهمیت دار در تعیین اصالت فرش، جایگاه برند و اصالت در فرش دستباف و سنجش اصالت در فرش دستباف طبق طرح های پژوهشی انجام شده اخیرشان توضیح داده و نظرات و پیشنهادات خود را ارائه کردند.

سپس در ذیل صحبت های ایشان، به صورت پرسش و پاسخ به موضوع اصالت سنجی پرداخته شد و هریک از حضار محترم نظرات و سوالات خود را بیان کردند.

پس از تکمیل توضیحات و شناخت کلی درباره اصالت، آقای دکتر رزاقی عضو هیئت علمی رشته طراحی صنعتی دانشگاه هنر و مترجم کتاب اصالت برند، درباره موضوع کلی اصالت و برندینگ و مباحث حفظ اصالت و تغییر و مدرنیته شدن مطرح نمودند. در ادامه نشست، جناب آقای چمن رخ درباره موضوع نقش دولت در صدور مجوز کارگزاری ها، شناسنامه دار شدن فرش ها و تعیین اصالت، مباحثی را مطرح و به آن پرداختند. آقای مهندس قاسمی از پژوهشگاه استاندارد نیز نقش استانداردهای فرش دستباف در تعیین اصالت را مطرح نمودند.



برای دیدن ویدیو این نشست اسکن کنید



بهره‌مندی مدارس دارای محصول خلاقانه از سبد حمایتی معاونت علمی

نشست خبری اولین جشنواره ملی آفرینو (ابتکارات و خلاقیت های مدارس غیر دولتی) امروز ۱۳ مردادماه باحضور احمد محمود زاده، رئیس سازمان مدارس و مراکز غیر دولتی و توسعه مشارکت های مردمی و مسعود حسنلو، دبیر ستاد توسعه فناوری های فرهنگی و نرم معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری برگزار شد.

در این فضا، نقش و سهم معاونت علمی و به طور مشخص تر ستاد توسعه فناوری های فرهنگی و نرم، در جشنواره ای که برگزار شده، ناظر به حمایت از همین فضا است؛ یعنی، توسعه و توانمندسازی مجموعه هایی که می توانند به صوت فعال و اثربخش فعالیت های خلاقانه و نوآورانه خود به عموم جامعه ارائه دهند. به گفته او، مدارس و معلمانی که می توانند تجربه کاری خود را به یک فرآیند اثربخش یا به عبارتی محصول یا خدمات تبدیل کنند و این محصول و خدمات قابل توسعه و تکثیر باشد، در دایره حمایت عام معاونت علمی قرار می گیرد. **وی همچنین خاطرنشان کرد:** برای این جشنواره ما نشان خاصی را هم در نظر گرفته ایم و شرایط ویژه حمایتی برای مدرسی که حائز رتبه شده اند را ایجاد می کنیم.

مسعود حسنلو، دبیر ستاد توسعه فناوری های فرهنگی و نرم، مسئله و سهم معاونت علمی در اولین جشنواره آفرینو را اتصال و بهمرسانی ظرفیت های مردمی در حوزه های فناورانه دانست و گفت: یکی از مسائلی که بخش خصوصی و بخش غیردولتی می توانند در آن نقش جدی داشته باشند، بحث حوزه آموزش و یادگیری است که البته وزارت آموزش پرورش در این زمینه پیشگام بوده و از ظرفیت مدارس غیردولتی در سال های گذشته استفاده کرده است و طی آن بخشی از تکالیف حوزه تعلیم و تربیت و آموزش و یادگیری توسط خود مردم انجام شده و به نتیجه رسیده است.

وی ادامه داد: در واقع، خدمات و محصولات آموزشی ای که در مدارس غیردولتی تولید شده و به عرصه عمومی وارد می شود نه فقط برای دانش آموزان این مدارس که باید برای دیگر مدارس و عموم جامعه هم دسترس پذیر باشد.



وی ادامه داد: نقش اصلی ما حمایت از شرکت ها و مجموعه هایی است که یک نوآوری و فناوری و ابتکار را در حوزه آموزش و پرورش توسعه می دهند، حال این می تواند در بدنه مدارس یا در بدنه یک شرکت خصوصی باشد و ما این ها در دایره شرکت خلاق و دانش بنیان قرار داده و از آنها حمایت می کنیم و اینها می توانند از رهگذر فراخوان هایی که معاونت علمی اعلام می کند و وارد سبد حمایتی ما شوند.





برنامه جامع «تامین مالی جمعی طرح های حوزه خلاق و فرهنگی»



فراخوان شناسایی علاقه‌مندان

تامین مالی جمعی

برای طرح‌های حوزه خلاق و فرهنگی

| تامین مالی مبتنی بر سود سالانه، پیش‌فروش محصولات و هدیه |



دبیر ستاد توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم از فعال‌سازی زیرساخت‌های حمایتی برای ارتقاء طرح‌ها و کسب‌وکارهای خلاق خبر داد و گفت: برنامه جامع تامین مالی جمعی به‌عنوان یک راهبرد ضروری برای شرکت‌های در مرحله رشد و توسعه محصول شناخته می‌شود، خصوصاً برای آن‌ها که با چالش‌های مالی مواجه‌اند. این رویکرد نه تنها به تجمیع منابع مالی عمده کمک می‌کند، بلکه فرهنگ سرمایه‌گذاری در حوزه‌های فناوری و فرهنگی را نیز تعمیق بخشیده و به ترویج نوآوری عمومی کمک می‌کند.

در راستای حمایت از توسعه اکوسیستم نوآوری و شکوفایی طرح و کسب‌وکارهای خلاق با همکاری صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق، اقدام به برگزاری برنامه جامع تامین مالی جمعی (Crowdfunding) کرده است.

در این برنامه، شرکت‌های واجد شرایط می‌توانند از طریق مشارکت جمعی سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی، به منابع مالی مورد نیاز برای توسعه و تجاری‌سازی محصولات و خدمات خود دست یابند.

حسنلو، جامعه مخاطبان این فراخوان را شرکت‌های خلاق، دانش‌بنیان و کسب‌وکارهای نوپای حوزه فناوری های فرهنگی دانست و تصریح کرد: حوزه فعالیت شرکت‌ها و یا طرح‌ها شامل بازی ویدئویی و موبایلی، سینما و انیمیشن، پی‌نمایی (کمیک استریپ)، رسانه‌های صوتی و تصویری، آموزش، یادگیری، طراحی، بازی، اسباب‌بازی و سرگرمی، صنایع دستی، گردشگری و میراث فرهنگی، هنرهای تجسمی و نمایشی، تولید محتوا، چاپ و نشر، مد و پوشاک، تولید محتوا صوتی و تصویری، نوشت افزار، نوآوری اجتماعی و سایر صنایع خلاق و فرهنگی است.



دبیر ستاد توسعه فناوری های فرهنگی و نرم همچنین خاطرنشان کرد:

این برنامه شامل سه روش تامین مالی است؛

نخست، تامین مالی مبتنی بر سود سالانه (Equity Crowdfunding) است؛ در این روش، سرمایه گذاران در سود سالانه شرکت در آن خدمت و یا محصول سهام می شوند.

دوم، تامین مالی مبتنی بر پیش فروش (Reward-Based Crowdfunding) است؛ در این روش، شرکت ها با پیش فروش محصولات یا خدمات خود، منابع مالی مورد نیاز را جذب می کنند.

سوم، تامین مالی مبتنی بر اهدا (Donation-Based Crowdfunding) است، در این روش، افراد بدون انتظار دریافت بازگشت مالی، در اجرای طرح های مفید که اثرات اجتماعی قابل ملاحظه دارند، کمک های خود را اهدا می کنند.

به گفته وی، بخش اول طرح که بر مبنای سرمایه گذاری مبتنی بر سود است، با همکاری سکوی های تامین مالی جمعی اجرا می شود و طرح های متقاضیان به آنان معرفی خواهد شد و فرایند تکمیل مدارک و ضمانت، تا حد امکان تسهیل خواهد شد. بخش تامین مالی مبتنی بر اهدا با همکاری صندوق پژوهش و فناوری صنایع خلاق پیگیری خواهد شد و این صندوق در حال فراهم کردن شرایط و زیرساخت های اجرایی این طرح است.

گفتنی است شرکت های متقاضی می توانند تا تاریخ ۵ شهریور ۱۴۰۳ فرم ثبت نام خود را تکمیل و به نشانی www.rowd.ir ارسال کنند.



برای ورود مستقیم به سایت اسکن کنید .

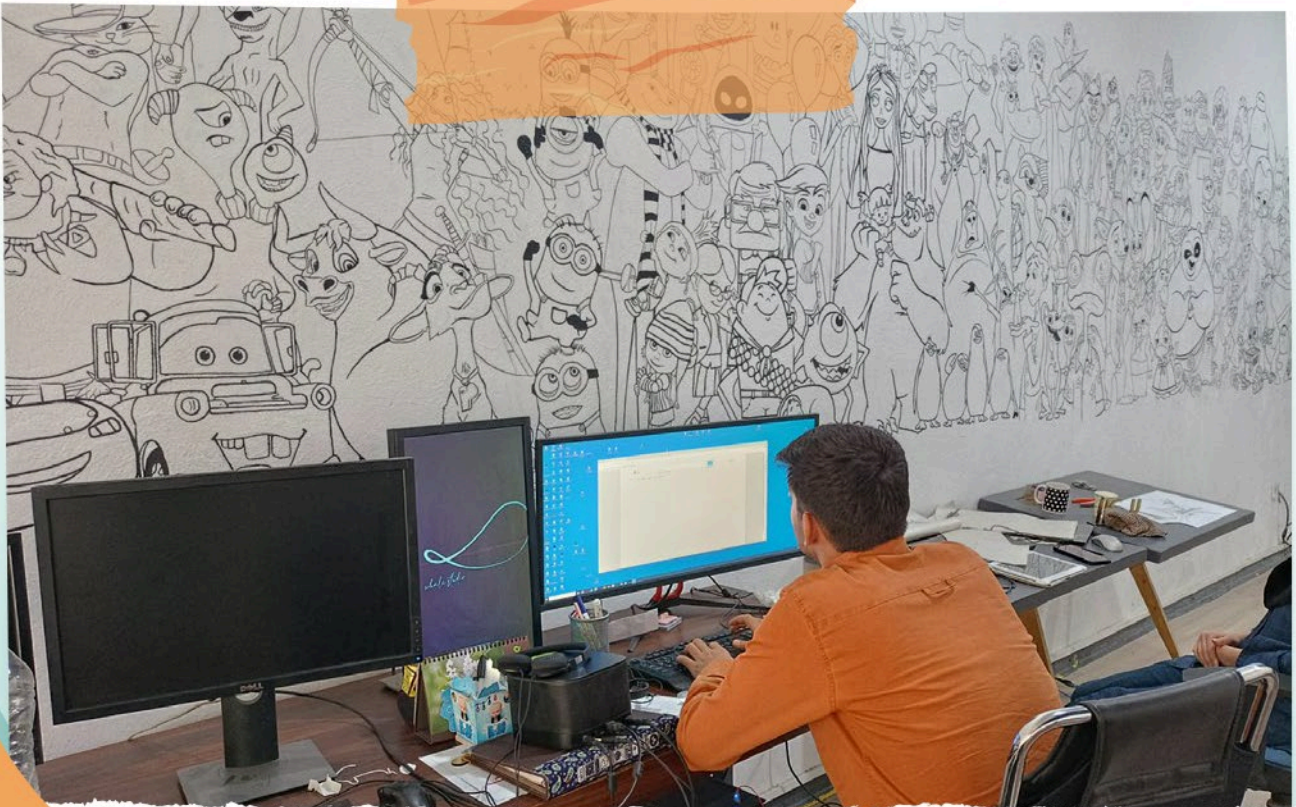


معرفی پویانمایی و بازی سازی سیستان و بلوچستان مصاحبه با خانم مهناز ناروئی



لطفاً تاریخچه کاملی از شکل گیری خانه خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی سیستان و بلوچستان را بیان کنید.

راه اندازی استودیوهای تخصصی طراحی در پارک علم و فناوری منجر به جذب و شناسایی علاقه مندان، فریلنسرها، هسته ها و حتی تیم های کاری فعال در حوزه طراحی و ساخت انیمیشن و بازی سازی شد. باتوجه به برنامه ریزی های صورت گرفته جهت ارائه خدمات توانمندسازی به افراد از سنین پایین تر بالاخص دانش آموزان دوره دوم متوسطه، هنرستان ها و دانشکده های فنی و حرفه ای و ... جهت تیم سازی و جذب افراد توانمند، این موضوع می طلبید که پارک از طریق راه اندازی فضایی تخصصی تر و آکادمیک بتواند به ارائه خدمات تخصصی، ارائه مشاوره، تیم سازی، منتورینگ، کوچینگ جهت شکل گیری هسته ها و تیم های تخصصی اقدام نماید؛ لذا در سال ۱۴۰۱ پیشنهاد راه اندازی خانه خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی مطرح گردید و با پیگیری های صورت گرفته مجوز آن صادر و با حضور جناب دکتر ستاری و مهندس کرمی مورد بهره برداری قرار گرفت.



فعالیت خانه خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی به چه صورت است؟

فعالیت خانه خلاق و نوآوری پارک علم و فناوری سیستان و بلوچستان متمرکز بر پرورش و شناسایی افراد توانمند در دو حوزه تخصصی انیمیشن سازی و بازی سازی می باشد که در قالب موارد ذیل صورت می پذیرد:

دوره های تخصصی داستان سرایی:

اساس هر انیمیشن یا پروژه بازی، داستانی جذاب است. خانه ی خلاق پویانمایی و بازی سازی ما بر توسعه ایده ها، شخصیت ها و روایت های بدیع تمرکز می کند که برای مخاطبان جذاب می شود.

توانمند سازی:

آموزش تکنیک های انیمیشن: خانه نوآوری ما با تکنیک های مختلف انیمیشن مانند 2D، stop-motion، 3D و motion capture آموزش و تجربیات بصری منحصر به فردی ایجاد می کند.

آموزش موتورهای و ابزارهای بازی: برای توسعه بازی، این استودیو اغلب موتورهای بازی پیشرفته مانند Unity یا Unreal Engine را با آموزش می دهد یا از آن ها استفاده می کند. **طراحی و تولید انیمیشن:** شامل ایجاد محتوای متحرک، از جمله مدل سازی، ریگ کردن، بافت سازی، و متحرک سازی شخصیت ها و محیط ها است. همچنین شامل فرآیندهای پس از تولید مانند ترکیب، ویرایش و جلوه های ویژه است.

توسعه بازی: تولید بازی که شامل تمامی مراحل کدنویسی، طراحی سطح، طراحی صدا و تست است. (هدف، ایجاد تجربیات همه جانبه و تعاملی است که برای بازیکنان هم سرگرم کننده و هم چالش برانگیز باشد).

همکاری و کار گروهی:

همکاری بین رشته ای: خانه خلاق هنرمندان، نویسندگان، طراحان، مهندسان و متخصصان صدا را جهت همکاری در پروژه ها و همچنین دانش آموزان، دانشجویان و علاقمندان به این حوزه را جهت آموزش و تربیت و تشکیل هسته های نوآورانه گرد هم می آورد.

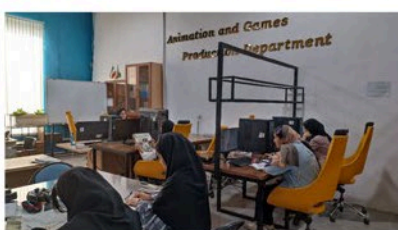
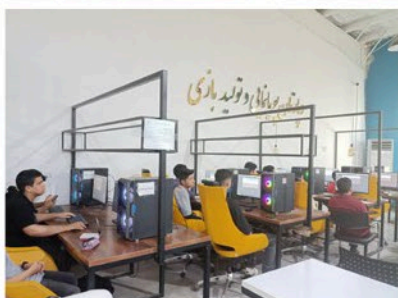
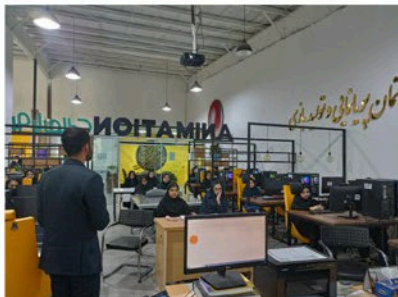
تحقیق و توسعه:

این استودیو در بخش تحقیق و توسعه در تلاش است تا فناوری های نوظهوری مانند واقعیت مجازی (VR)، واقعیت افزوده (AR) و هوش مصنوعی (AI) را در حوزه انیمیشن و بازی سازی به کار گیرد تا از این طریق انیمیشن ها و بازی های جذاب تری ارائه نماید.

بازاریابی پروژه ها:

انتشار استراتژیک: هسته ها و شرکت ها توزیع پروژه های خود را برنامه ریزی می کنند، خواه از طریق انتشار در سینما، پلتفرم های استریم یا کانال های توزیع بازی همانند کافه بازار و گوگل پلی. زمان بندی و استراتژی انتشار می تواند به طور قابل توجهی بر موفقیت پروژه تأثیر بگذارد و در صورتی که افراد و تیم ها تجربه فعالیت هایی از این قبیل را نداشته باشند خانه خلاق ما از طریق مشاوره و همکاری با شرکت های مستقر و فعال این حوزه در پارک این بستر را برای آن ها فراهم می آورد.

به طور خلاصه هدف اصلی خانه خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی سیستان و بلوچستان، پرورش متخصصین حوزه انیمیشن سازی و بازی سازی است تا با توانایی آن ها در ترکیب خلاقیت هنری با فناوری پیشرفته موفق به تولید محصولات نوآورانه و در نهایت تجاری سازی آن محصولات شود.





نحوه پذیرش در خانه خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی به چه صورت انجام می شود؟

مدل پذیرش در خانه خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی براساس ضوابط پارک علم و فناوری می باشد، به این شکل که پس از شناسایی و جذب فریلنسرها، هسته ها و تیم های دارای ظرفیت فرایند پذیرش و استقرار آن جهت تکمیل و نهایی سازی ایده محوری شروع شده و به صورت استقرار در فضای مشاعی و یا شرکتی خانه خلاق مستقر می-گردند.

بزرگ ترین چالشی که تجربه کرده اید چه بوده است؟

شاید بتوان گفت بزرگ ترین چالش های خانه خلاق پویانمایی و بازی سازی موارد ذیل باشد:

- دسترسی و فراهم سازی سیستم های طراحی و رندرینگ قوی.
- متناسب با نیاز تمامی افراد و تیم ها.
- تبدیل فریلنسرها و هسته ها به شرکت های مستقل.
- تداخل برنامه های خانه خلاق و نوآوری با برنامه های درسی جامعه هدف (دانش آموزان و دانشجویان).

خانه خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی چه امکان و تجهیزاتی را فراهم کرده است؟

خانه خلاق پویانمایی و بازی سازی با توجه به امکانات در اختیار توانسته فضاهای مشاعی، فضاهای تخصصی، فضاهای مرتبط با شرکت ها، فضاهای مرتبط با برگزاری دوره های توانمند سازی را فراهم نماید و همچنین تجهیزات مورد نیاز در حوزه طراحی و ساخت انیمیشن و بازی از جمله: میز و صندلی اختصاصی، سیستم های طراحی و گرافیکی، سیستم های پردازشی، سیستم های عمومی، تاج، قلم نوری، اسپیکت، استودیو ضبط، پروژکتور، آب سردکن، کمد و... مستقر شده است.

ظرفیت خانه خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی چقدر است و چه میزان از آن در حال استفاده است؟

شاید بتوان گفت مهم ترین ظرفیت خانه خلاق پویانمایی و بازی سازی نزدیکی و قابلیت دسترسی به قشر جوان، تحصیل کرده و خلاق جامعه به دلیل استقرار فضا در دل پارک علم و فناوری می باشد. با توجه به اینکه در پارک علم و فناوری مراکز، استودیو ها، شرکت ها و افراد مختلفی حضور دارند این امر سبب شناساندن و معرفی این خانه خلاق به سایر افراد می شود و منجر به استفاده از حداکثر ظرفیت فراهم شده در این دو حوزه می شود. خانه خلاق پویانمایی و بازی سازی در فضای به متراژ ۵۰۰ متر مربع در بخشی از پارک علم و فناوری دایر شده است که طبق چیدمان انجام شده تمامی بخش های آن مورد استفاده قرار گرفته است و در بخش اصلی آن که به حوزه برگزاری دوره های توانمند سازی مربوط می شود تجهیزات مورد نیاز در حوزه طراحی و ساخت انیمیشن و بازی از جمله: میز و صندلی اختصاصی، سیستم های طراحی و گرافیکی، سیستم های پردازشی، سیستم های عمومی، تاج، قلم نوری، اسپیکت، استودیو ضبط، پروژکتور، آب سردکن، کمد و... مستقر شده است که تمامی این موارد به جهت اجرای پروژه های این دو حوزه از طریق افراد کاملاً متخصص به شرح ذیل مورد استفاده قرار می گیرند:

در حوزه پویانمایی

انیماتورها: سعید شه بخش، هاشم شهرکی، فاطمه حشمت زاده، باران شهرکی، مهشاد یوسفی، کیارش کیانفر، نرجس میر

نویسندگان: هاشم شهرکی، امیرمحمد امیدیان

طراحان: مهشاد یوسفی، کیارش کیانفر، مریم درانی، نازنین جهانی، نگار اصغری

مهندسان: هاشم شهرکی (مدل ساز)، پرهام پهلوانی (ریگر)، حسینعلی رازه (ریگر)، سعید شه بخش (مدل ساز)، رهام حیدری (مدلساز)

تهیه کنندگان: هاشم شهرکی

در حوزه بازی سازی:

سناریو و کارگردان بازی سازی: عرفان حیدری

آر티ست: هلیا حیدری

دولوپر: عبدالرضا کوهستانی

دولوپر: احمد ریگی

طراح بازی: آرتین شهرکی

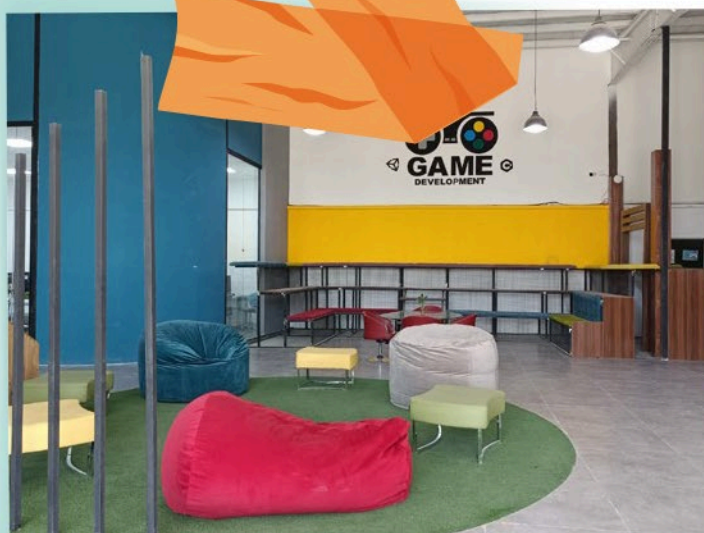
تهیه کنندگان: احمد ریگی، عرفان حیدری

پیشنهاد شما برای حمایت از شرکت های خلاق و خانه های خلاق و نوآوری چیست؟

فراهم سازی بستر لازم حمایتی از حیث کمک های حمایتی مالی، زیرساختی، تجهیزاتی.
فراهم آوردن شرایط لازم جهت برگزاری دوره های تخصصی، منتورینگ، فنون مذاکره، عقد قرارداد و ...
فراهم آوردن شرایط لازم جهت گردهمایی تمامی خانه های خلاق جهت انتقال تجربه
تدوین برنامه های مشترک بین خانه های خلاق که نزدیکی موضوعی دارند و موجب هم افزایی می شوند

برنامه های توسعه ای شما برای آینده چیست؟

• برگزاری دوره های تخصصی و پیشرفته در حوزه های اصلی فعالیت خانه خلاق
• فراهم کردن شرایط لازم جهت حضور اعضا توانمند در ایونت های تخصصی ملی جهت انتقال تجربه
• برگزاری دوره های تخصصی جهت ایجاد هم افزایی، شبکه سازی، تیم سازی و ...
• برگزاری دوره های توانمندسازی جهت شناسایی افراد و تیم های جدید
• برگزاری استارتاپ ویکندهای تخصصی با همکاری نهادهای مرتبط
• برگزاری دوره های تخصصی تابستانه، پاییزه با تاکید بر شناسایی افراد



زاهدان- پارک علم و فناوری سیستان و :
بلوچستان- جنب فاز ۲ کارخانه نوآوری خانه
خلاق و نوآوری پویانمایی و بازی سازی

@pb.noavari

www.sbstp.ir





معرفی تیم لیا، شتاب دهی شده توسط خانه خلاق و نوآوری صدرامهر



لطفاً خودتان را معرفی کنید و کمی از فعالیت تان بگویید؟

"من سیدامیرعباس میرعرفانی هستم، بنیانگذار پلتفرم لیا. لیا یک پلتفرم جامع برای محافظت از محتواهای دیجیتال در مقابل کپی غیر مجاز است. ما با ارائه بستری قدرتمند، با فناوری‌های نوین، به تولیدکنندگان محتوای دیجیتال و تهیه کنندگان سینمای خانگی، مستند سازان و ناشران دیجیتال کمک می‌کنیم تا از آثار خود در برابر کپی‌برداری غیرمجاز و سوءاستفاده محافظت کنند. هدف ما ایجاد یک محیط امن و پایدار برای تولید و توزیع محتوا در فضای دیجیتال است."



لیا

انتشار سریع و بلادرنگ محتوا

حفاظت از محتوای آموزشی در مقابل کپی غیر مجاز

امکان ویرایش سریع محتوا



LYPA.ORG.IR

چه مسئله‌ای باعث شد شما به سمت استارت‌آپ لیپا پلتفرم محافظت از محتوای دیجیتال بروید؟

در دنیای امروز، تولید محتوای دیجیتال به یکی از مهم‌ترین صنایع تبدیل شده است. اما متأسفانه، مشکل کپی‌برداری و سرقت ادبی به شدت گریبانگیر تولیدکنندگان محتوا شده است. این مسئله باعث کاهش انگیزه تولیدکنندگان و در نهایت، ضربه زدن به کیفیت و تنوع محتوا در بازار می‌شود. من به عنوان یک تولیدکننده محتوا، این مشکل را از نزدیک لمس کرده بودم و به همین دلیل تصمیم گرفتم با توسعه پلتفرم لیپا، راهکاری برای حل این چالش ارائه دهم.

چطور تیم سازی کردید؟

"تیم لیپا ترکیبی از متخصصان مختلف در حوزه‌های فناوری اطلاعات، حقوق دیجیتال و بازاریابی است. ما با برگزاری جلسات متعدد و دعوت از دوستان و نزدیکان فعال در حوزه‌های مختلف، توانستیم تیمی با انگیزه و متخصص را گرد هم آوریم. همچنین در مواردی از شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های کاریابی برای جذب نیروی انسانی استفاده کردیم."





نقش خانه خلاق و نوآوری صدرامهر در شتاب دهی شما به چه صورت بود؟

"خانه خلاق و نوآوری صدرامهر نقش بسیار مهمی در شتاب دهی به رشد لیپا ایفا کرد. آن ها با استقرار دادن لیپا در مجموعه خود و با اشتراک گذاشتن امکانات و مشاوره های تخصصی، به ما کمک کردند تا محصول پلتفرم محافظت از محتوای دیجیتال (لیپا) بخشی از خلع های موجود را پوشش دهد. همچنین، حمایت در برنامه هایی مانند برگزاری سمینار و همایش جهت معرفی پلتفرم لیپا و دعوت از لیپا جهت شرکت در نمایشگاه اینوتکس و به اشتراک گذاری غرفه موسسه صدرامهر، باعث افزایش دید ما به بازار و ایجاد ارتباطات ارزشمند با سایر استارت آپ ها و مخاطبان هدفمان شد."

با چه سرمایه ای شروع به کار کردید؟

"در ابتدا، با استفاده از سرمایه شخصی و بوت استری، توانستیم مراحل اولیه توسعه لیپا را آغاز کنیم. پس از آن، با حمایت خانه خلاق و نوآوری صدرامهر و مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی، توانستیم بخشی از کار را پیش ببریم، و همچنین درحال تلاش برای گرفتن تسهیلات و وام هستیم که امیدواریم از ما حمایت شود."

لطفاً معرفی کلی از خدمتی که ارائه می کنید بفرمایید.

"لیپا یک پلتفرم جامع است که به تولیدکنندگان محتوا امکان می دهد تا محتواهای خود را بدون نگرانی از کپی غیر مجاز منتشر نمایند. در بستر امن پلتفرم لیپا، با فناوری های پیشرفته رمزنگاری، ایجاد واترمارک، جلوگیری از اسکرین رکورد و اسکرین شات، جلوگیری از دانلود و جلوگیری از سوءاستفاده های احتمالی از اکانت کاربری محافظت بعمل آمده است. همچنین، لیپا ابزارهایی برای ردیابی و شناسایی موارد نقض حقوق کپی رایت، مدیریت مجوزهای استفاده از محتوا و تحلیل داده های مربوط به عملکرد محتوا ارائه می دهد."



رقبای شما چه کسانی هستند و مزیت رقابتی شما چیست؟

"در بازار ایران و جهان، رقبای مختلفی در حوزه محافظت از محتوا فعالیت می‌کنند که از یک محتوا با فرمت خاص مثلا ویدئو محافظت میکنند. اما مزیت رقابتی لیپا، ارائه یک پلتفرم جامع و کاربرپسند با تمرکز بر نیازهای مختلف تولیدکنندگان محتوای دیجیتال مانند محافظت از انواع محتوا مانند ویدئو، صدا، عکس، متن و pdf است و در فرآیند بازاریابی (مارکتینگ) کاربران خود را حمایت میکند. همچنین، ما از آخرین فناوری های روز دنیا در محصولات خود استفاده می‌کنیم و به طور مداوم در حال توسعه و بهبود آنها هستیم."

آینده بازار خود را چطور ارزیابی می‌کنید؟

"آینده لیپا بسیار روشن است. ما قصد داریم با توسعه ویژگی‌های جدید و گسترش بازارهای هدف، به یک پلتفرم عمومی حوزه محافظت از محتوای دیجیتال تبدیل شویم. همچنین، می‌خواهیم با همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، به پیشرفت دانش و فناوری در حوزه محافظت از محتوا کمک کنیم."

کلام پایانی

"ما در لیپا معتقدیم که محافظت از حقوق مالکیت معنوی تولیدکنندگان محتوا، یکی از مهم‌ترین چالش‌های عصر دیجیتال است. با ارائه راهکارهای نوآورانه و کاربرپسند، امیدواریم بتوانیم به ایجاد یک اکوسیستم سالم و پایدار برای تولید و توزیع محتوا در کشور کمک کنیم."



www.lypa.org.ir

@lipa1.ir





فصل ۱: تغییرات تکنولوژی

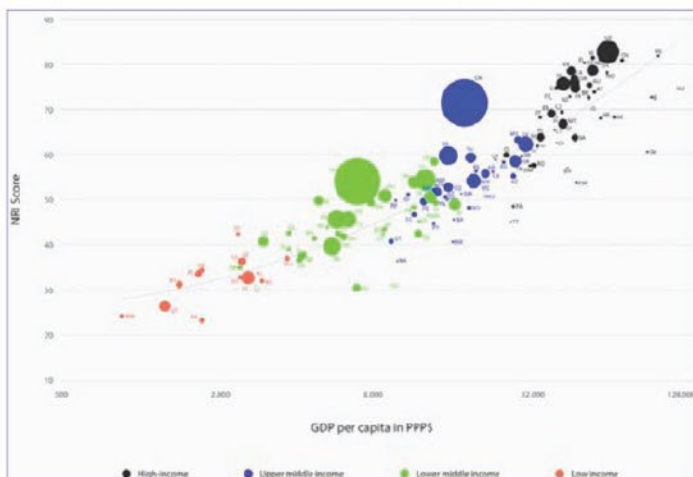
۱۱ روندی که آینده صنایع خلاق را شکل می دهند:
پتانسیل اقتصادی دیجیتالی شدن و موانع انتشار

مقدمه: اقتصاد دیجیتال یکی از مهم ترین عوامل رشد اقتصادی و نوآوری در صنایع خلاق است.

تکنولوژی های دیجیتال فعالیت های اقتصادی را به طور قابل توجهی تحت تاثیر و تغییر قرار داده اند. ارتباطات پیشرفته، هوش مصنوعی، واقعیت مجازی، بلاک چین و ساختار اعتمادسازی دیجیتال، از جمله پیشرفت هایی هستند که هزینه های تراکنش مانند هزینه های جستجو، تکثیر، ارتباطات، ردیابی و تأییدیه گرفتن ها را به شدت کاهش داده اند. اشکال جدید مدیریت سازمان ها و تغییر نوع همکاری های مربوطه و همچنین کاهش چشمگیر هزینه های مصرفی و ارتقا کیفیت و تنوع بیشتر، همه و همه به دلیل کاهش هزینه ها در تراکنش های مالی می باشد. اما بسیاری از کشورها در میانه یک گذار ناقص به اقتصاد دیجیتال قرار دارند. این وضعیت در کاهش بهره وری در کشورهای OECD^۱ منعکس شده است. از سال ۲۰۱۰، رشد سالانه بهره وری نیروی کار به ۰/۹٪ کاهش یافته که تقریباً نصف نرخ رشد دوره ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۷ است. این کاهش بهره وری به دلیل کاهش نرخ انتشار فناوری به بخش های مختلف اقتصاد است و نه کاهش نرخ نوآوری.

چالش ها به ویژه برای کشورهای در حال توسعه شدیدتر است، چرا که نتایج گذشته تأثیر زیادی بر نتایج امروز دارد و از علل گذار کند آن می توان موانع مرتبط با فرایند انتشار تکنولوژی و دانش نام برد. این موانع شامل عواملی مانند ضعف مدیریت، دانش کم در مهارت های فناوری اطلاعات و ارتباطات و عدم تطابق مناسب بین افراد و مشاغل، و عوامل نهادی مانند نبود بستر مناسب رقابتی که انگیزه های سرمایه گذاری را کاهش داده را نام برد. از این میان، برخی دیدگاه شان نسبت به آینده تکنولوژی نسبت به قبل بدبینانه است، اما تاریخ نشان داده است که بسیاری از تکنولوژی های تحول آفرین می توانند دوره های طولانی رشد داشته باشند که ممکن است چند دهه به طول انجامد. شاخص آمادگی شبکه (NRI) عملکرد ۱۳۱ کشور را در چهار بعد آمادگی دیجیتال - تکنولوژی، ملت، دولت و تاثیر آن - با استفاده از ۵۸ شاخص مختلف تحلیل می کند. کشورها بر اساس طبقه بندی درآمدی کشورها توسط بانک جهانی (ژوئیه ۲۰۲۲) گروه بندی شده اند. یک گروه از ۴۴ اقتصاد با درآمد متوسط و پایین در یک یا چند دسته از این چهار بعد آمادگی دیجیتال از سطح توسعه مورد انتظار پیشروتر هستند. چین، هند و رواندا به عنوان تنها کشورهایی که در هر چهار دسته برتر عمل می کنند، بیشتر به چشم می آیند.

^۱ OECD مخفف عبارت "Organization for Economic Co-operation and Development" است که به فارسی به "سازمان همکاری و توسعه اقتصادی" ترجمه می شود.



امتیازات شاخص آمادگی شبکه (NRI) و تولید ناخالص داخلی (GDP) در سرانه به دلارهای بر اساس برابری قدرت خرید (PPP) در سال ۲۰۲۲ (اندازه حساب: جمعیت)

^۲ Network Readiness Index شاخص آمادگی شبکه

^۳ Gross Domestic Product تولید ناخالص داخلی

^۴ PPP مخفف "Purchasing Power Parity dollars" است که به فارسی به معنی

"دلارهای بر اساس برابری قدرت خرید" ترجمه می شود. این اصطلاح به نوعی ارز

است که برای مقایسه قدرت خرید در کشورهای مختلف استفاده می شود.

ابزار ارتباطات پیشرفته، به ویژه فناوری موبایل، موجب کاهش هزینه‌های تراکنش‌ها شده است.

این روند چیست؟

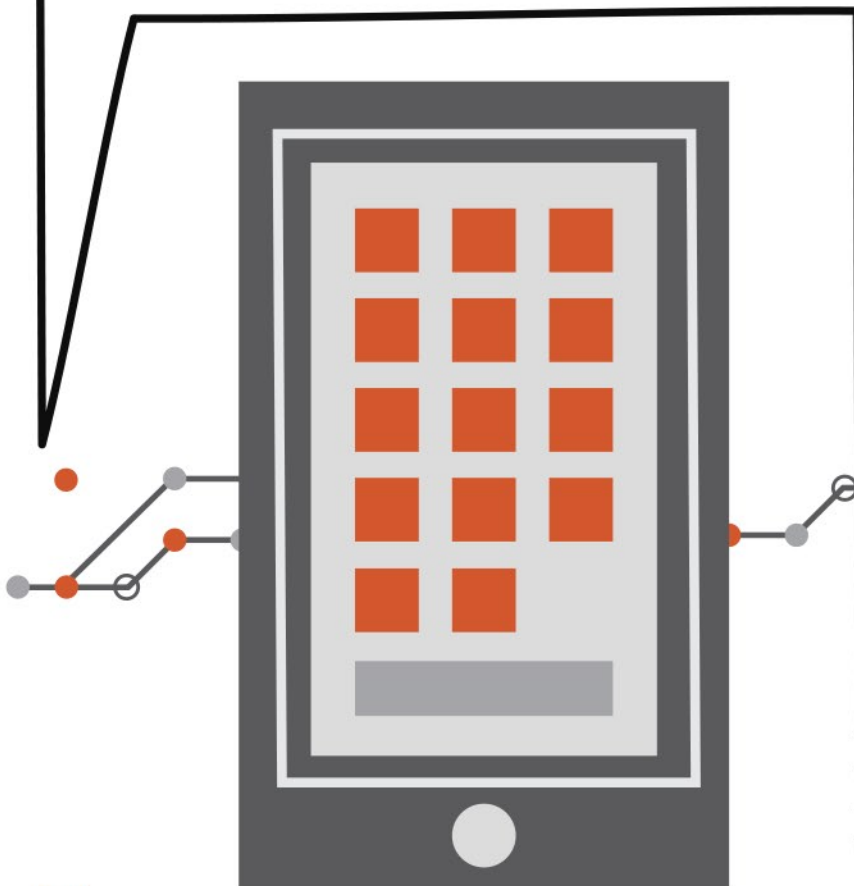
این امر برای کشورهای در حال توسعه که کالاها و خدمات نه تنها به صورت اولیه از طریق موبایل ارائه می‌شوند بلکه تنها از طریق موبایل قابل دسترسی هستند، تحول آفرین بوده است. به عنوان مثال، M-Pesa در کنیا انتقال پول را برای جمعیت‌هایی که دسترسی به بانک ندارند، متحول کرده و دسترسی به روش‌های کارآمدتر مصرف و معامله را فراهم کرده است. همچنین موبایل به عنوان یک ابزار ضروری برای تفریح در بین جوامع کم‌درآمد عمل می‌کند. تحقیقات نشان داده است که انگیزه اصلی استفاده از اینترنت موبایلی برای تفریح است، نه برای کاهش فقر. شایان ذکر است مصرف ویدئو موبایلی به شدت افزایش یافته است و تا سال ۲۰۲۲، تقریباً ۷۹٪ از ترافیک استفاده از اینترنت موبایل‌ها در جهان برای تماشای ویدئوها بوده است. دستگاه‌های موبایل همچنین به عنوان ابزاری برای تفریح و وقت گذرانی مورد استفاده قرار می‌گیرند. لذا این روند می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای رسانه‌های اجتماعی ایجاد کند تا در شرایط رقابت شدید، تعامل بیشتری با مخاطبان داشته باشند و منابع درآمدی متنوعی را کشف کنند.

علاوه بر فناوری‌های موجود (نسل ۵ و ۶ تکنولوژی) شبکه‌های بی‌سیم کم‌مصرف و ماهواره‌های مدار پایین به شبکه‌های دیجیتال کمک می‌کنند تا پوشش جغرافیایی را افزایش دهند، تأخیر را کاهش دهند، مصرف انرژی را کم کنند و کارایی این حیطه را بهبود دهند. میزان استفاده از اینترنت گوشی‌های هوشمند در سال ۲۰۱۹ برای اولین بار از اینترنت ثابت با پهنای باند بالا پیشی گرفت و انتظار می‌رود بین سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۴ سه برابر شود. قدرت محاسباتی گوشی‌های هوشمند امروزه بیشتر از رایانه‌های شخصی و حتی رایانه‌های مریخ‌نورد ناسا است. گوشی‌های هوشمند به نقطه‌ای رسیده‌اند که به عنوان یک پانل کنترل پایه برای یک اکوسیستم^۵ کامل از دستگاه‌ها فعالیت می‌کنند.

چرا این روند مهم است؟

اتصال پیشرفته فاصله دیجیتال را کاهش می‌دهد و ارتباطات موجود را عمیق‌تر کند. تقریباً ۲۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۲۱ به لطف این فناوری‌ها برای اولین بار به اینترنت دسترسی پیدا کردند. فناوری موبایل باعث شکوفایی اقتصادی اپلیکیشن‌ها شده است، به گونه‌ای که برای هر کاربرد قابل تصویری یک اپلیکیشن در دسترس است (مندل و لانگ، ۲۰۲۰).

^۵ اکوسیستم در فضای اینترنت و گوشی‌های هوشمند به مجموعه‌ای از نرم‌افزارها، سرویس‌ها، دستگاه‌ها و فناوری‌هایی اطلاق می‌شود که به طور یکپارچه با یکدیگر همکاری می‌کنند تا تجربه کاربری بهتری را ارائه دهند.





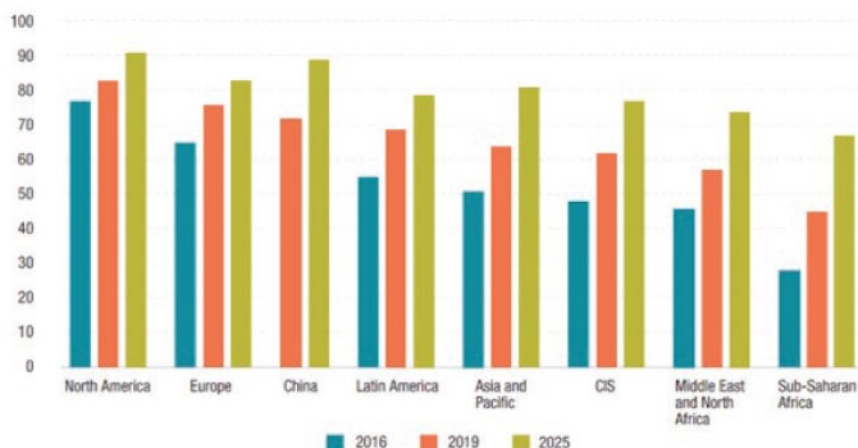
برخی از ریسک‌ها، عدم قطعیت‌ها و مباحث مرتبط با این روند چیست؟

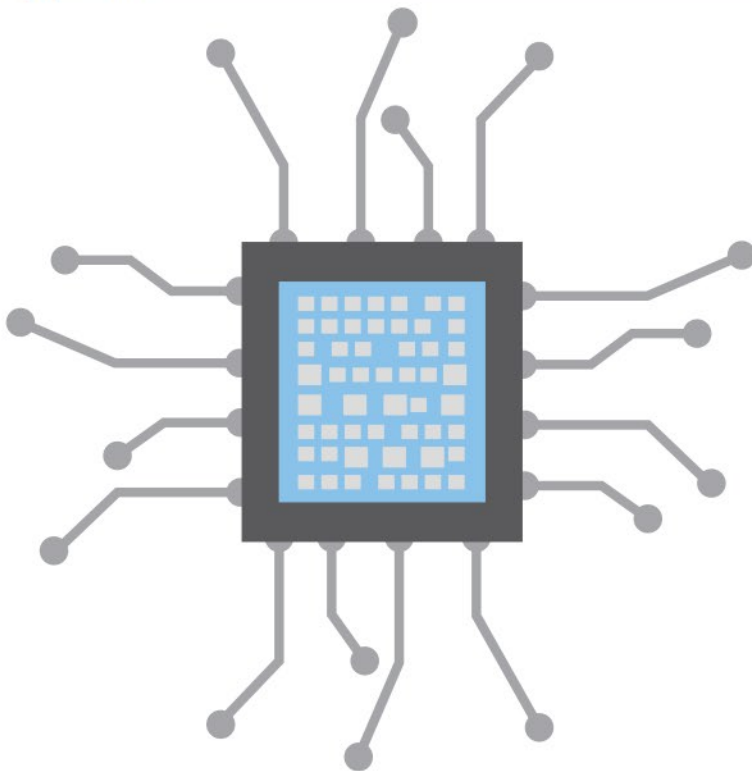
دسترسی گسترده و مقرون به صرفه به اینترنت همچنان یک امر در حال پیشرفت است. در سال ۲۰۲۲، نزدیک به ۳ میلیارد نفر همچنان آفلاین بودند که اکثر آن‌ها (۹۴٪) در کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کردند و با وجود اینکه افراد در مناطقی با پوشش پهنای باند بالا (اینترنت موبایل) زندگی می‌کردند، نزدیک به نیمی از جمعیت جهان (۴۳٪) از اینترنت موبایل استفاده نمی‌کردند که این امر بازتاب‌دهنده موانع مربوط به مهارت و هزینه است.

همچنین در این میان به مضرات استفاده از موبایل، از جمله آزار و اذیت، سرقت، کلاهبرداری، امنیت آنلاین و امکان رفتارهای اجباری و اعتیاد توجه ویژه‌ای نیز شده است. سؤالات گسترده‌تری نیز درباره تأثیر موبایل بر روش‌های ارتباطی، تولید محتوا، مفهوم ارزش و انتظارات کیفی وجود دارد. همانطور که مارشال مک‌لوهان در اثر مهم خود "درک رسانه: توسعه انسان" کشف و بررسی کرد، خود موبایل به عنوان یک وسیله کاربردی، اغلب مهم‌تر از محتوا است. بر اساس این منطق، رسانه‌های اجتماعی بازپیکربندی چاپ هستند، چاپ بازپیکربندی گفتار، رادیو بازپیکربندی چاپ و تلویزیون بازپیکربندی رادیو است، هر کدام با این که محتوای زیربنایی یکسانی دارند، معنای متفاوتی را منتقل می‌کنند.

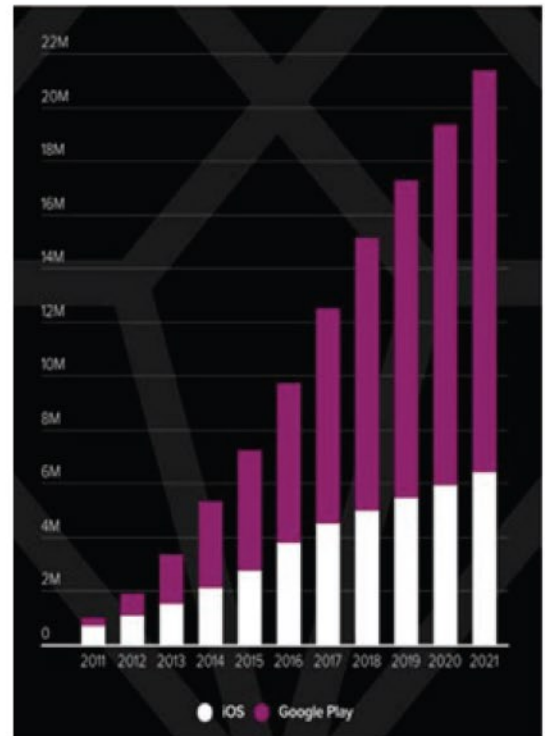
هر رسانه مجموعه‌ای از فرضیات خاص درباره ماهیت دانش را به همراه دارد که می‌تواند ناراحت‌کننده باشد. در یونان باستان، سقراط هشدار داد که نوشتن باعث فراموشی در ذهن کسانی می‌شود که یاد گرفته بودند تا از ذهن و حافظه خود استفاده کنند، زیرا از حافظه خود دیگر استفاده نخواهند کرد و تغییرات اجتماعی و فرهنگی بزرگی که به واسطه اختراع چاپخانه ایجاد شدند مراکز دانش و ارتباطات (چاپخانه‌ها) را به چالش کشیده و همزمان به ظهور اشکال جدیدی از تفسیر و مشروعیت‌بخشی کمک کردند.

نرخ پذیرش گوشی‌های هوشمند، بر اساس منطقه، در سال‌های منتخب (%)

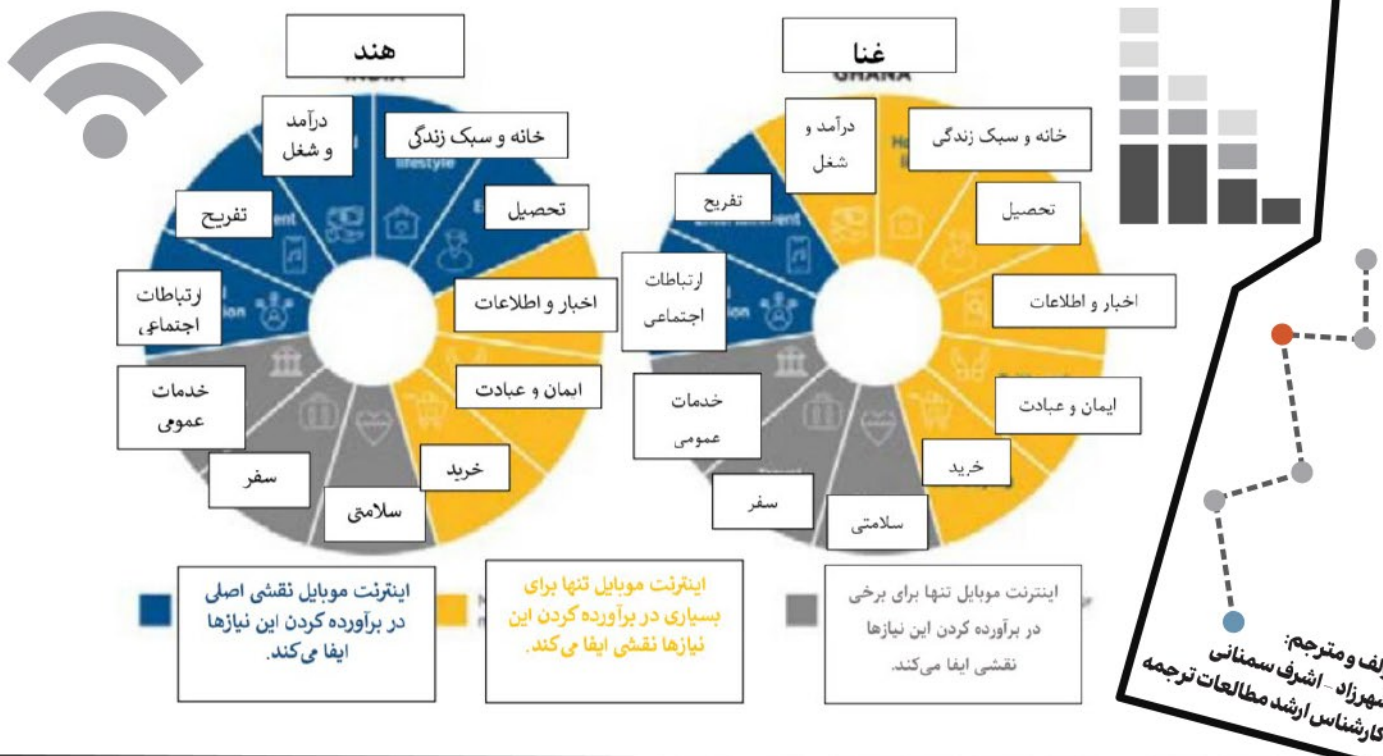




تعداد تجمعی اپلیکیشن‌های منتشر شده توسط فروشگاه

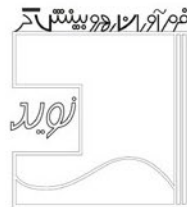


نقش اینترنت موبایل در پشتیبانی از ۱۱ "نیاز زندگی" کاربران در کشورهای هند و غنا





گفتگو با نوید یونس پور ماسوله و معرفی شرکت فرم آوران رهرو بینش گر نوید با "طراحی و ساخت سفال‌های



دست ساز"



لطفاً در این بخش تاریخچه کاملی از مجموعه را بیان کنید.

این مجموعه بیش از بیست سال سابقه هنری دارد و تاکنون در بیش از ده‌ها پروژه عمرانی و ساختمانی (دولتی و غیردولتی) مشارکت داشته است. مجموعه ما متشکل از هنرمندانی خوش ذوق و خلاق و مشاورانی زبده است که با هدف طراحی و اجرای نقوش برجسته و مجسمه های سفالین، از وزارت میراث فرهنگی و صنایع دستی استان تهران مجوز دریافت کرد و با بهره‌گیری از استانداردهای به‌روز و تکنیک‌های نوین فعالیت خود را آغاز کرد. در سال ۱۴۰۰ شرکت خود را ثبت کردیم و پروژه ساخت کاشی‌های دست‌ساز را به پارک علم و فناوری قزوین ارائه دادیم و با دریافت مجوز فناوری وارد مرحله رشد شدیم. سپس در اردیبهشت ۱۴۰۱ موفق به دریافت عنوان شرکت خلاق از معاونت علمی شده و با توجه به پروژه ارائه شده وارد مرحله اجرا شدیم.



هدف شما از ایجاد این کسب‌وکار چه بوده است؟

ایران در زمینه آثار هنری کشوری غنی است و علی‌رغم این‌که هنر اصیل ایرانی قابلیت‌های زیادی برای حضور در بازارهای خارجی دارد، به خوبی به بازار جهانی شناسانده نشده است. در تولید محصولات هنری به‌اندازه کافی به استانداردهای جهانی توجه نمی‌شود که همین مسئله ورود کالای ایرانی به عرصه بازار بین‌المللی را دشوار می‌کند.

هدف ما در ابتدا افزایش سطح کیفیت تولیدات داخلی، استفاده از استانداردهای جهانی در عرصه هنر سفالگری ایرانی و تبدیل محصول هنری-صنعتی ایرانی به کالایی با ارزش بین‌المللی است. در نهایت نیز هدف ما ایجاد اشتغال پایدار و عرضه محصول پیشرو، استاندارد، نوین و خلاقانه در بازارهای جهانی (با توجه به قیمت تمام‌شده) و همچنین ارتقای بازار رقابتی است.



لطفاً یک معرفی از محصولاتى که ارائه مى کنید بفرمایید.

مهم‌ترین محصول شرکت، کاشی‌های دست‌ساز سفالى با طرح‌ها و نقوش ابتکارى و متنوع و ضرایب هندسى مشخص است. این شرکت علاوه بر کاشی، محصولات دست‌ساز هنرى دیگری نیز از جنس سفال تهیه مى‌کند که از جمله آن‌ها مى‌توان به تابلوهای نقش برجسته سفالى، گلدان‌های تزئینى و غیره اشاره کرد.

در ساخت این محصولات هنرى از مواد اولیه داخلى و طرح‌های اصیل، بومی و سنتى استفاده مى‌شود. عمده طرح‌ها و نقوش این محصولات بار مفهومی ایرانی و اسلامى دارد که ارزش افزوده آن در مقایسه با صنایع دیگر با فرایندهای پیشرفته نسبتاً زیاد است.



چه پتانسیل‌ها و فرصت‌هایی در حوزه طراحی و اجرای نقوش و حجم‌های سفالى دیدید که سراغ این کار اومدید؟

سفالگری هنرى به قدمت تاریخ بشر است. در کشورمان ایران نیز از دیرباز این هنر موردتوجه بوده است و همچنان محصولات سفالى از اقبال خریداران برخوردار است. سفال سازگار با محیط‌زیست و یادآور طبیعت است. از این رو همواره طرفداران خاص خود را خواهد داشت.

ماده اولیه عمده مورد استفاده در ساخت آثار سفالى، خاک رس است که در کشورمان ایران به‌وفور یافت مى‌شود و قابلیت‌های جالب توجهی به لحاظ انعطاف، شکل‌پذیری و پلاستیسیته بودن و غیره دارد. همچنین آثار ساخته‌شده با سفال به علت استحکام زیاد، بسیار ماندگارند و به لحاظ عملی و کاربردی قابلیت جانمایی در ساختمان را دارند.

به‌علاوه، تکنیک‌های مختلفی چه در ساخت سفال و چه در رنگ‌آمیزی آن وجود دارد. از ضرایب مشخص هندسى نیز مى‌توان برای ساخت آثاری با نقوش متفاوت استفاده کرد.

در ساخت محصولات سفالى و به‌طور کلی محصولات هنرى و صنایع دستی، مى‌توان بهره‌زى از خلاقیت و نوآوری برد. محصولات هنرى‌ای که هم آمیخته با هنر اصیل ایرانی باشند و هم در تهیه و عرضه آنها از نوآوری و خلاقیت بهره گرفته شده باشد، هم در سراسر کشور و هم در بازار بین‌المللى طرفداران زیادی دارد.

همچنین در رشته‌های مرتبط با این حوزه مانند هنر، معماری، گرافیک و غیره در کشور فارغ‌التحصیلان بسیاری حضور دارند که مى‌توان از مهارت‌ها و توانمندی‌های آنان استفاده کرد و کارگروه ایجاد نمود.



خدمت شما چه تمایز یا نوآوری‌هایی با سایر نمونه‌های مشابه دارد؟

نکته حائز اهمیت در خصوص کاشی‌های ساخت این شرکت، دست‌ساز بودن آن است که چه از نظر قیمت و چه از نظر ارائه در بازار با کاشی‌های تولیدی کارخانه‌ها بسیار متفاوت است. دست‌ساز بودن کاشی‌ها امکان سفارشی‌سازی کاشی‌ها و ساخت طرح دلخواه خریداران را نیز فراهم می‌کند.

همچنین این شرکت در ساخت محصولات هنری خود استانداردهای جهانی ASTM ۱۵۰۵ (C۱-۱۵۰۵) و ASTM ۶۴۸ (C۶۴۸-۰۴) (مقاومت و استحکام کاشی‌ها) و پلاستیسیته را رعایت می‌کند که موجب بهبود چشمگیر کیفیت محصولات می‌شود و آن‌ها را شایسته عرضه به‌عنوان محصول هنری ایرانی باکیفیت در بازار بین‌المللی می‌کند. استانداردهای ASTM درواقع ضوابط و معیارهای انجمن تخصصی آمریکایی در حوزه آزمایش و مواد است که در سطح بین‌المللی از اعتبار زیادی برخوردار است. در ضمن شرکت ما اقدام به ساخت ماشین‌آلات (اکسترودر دوماردونه و کوره‌های برقی و گازی) در فاز ۱ تولید در فازهای اولیه کرده است که به روند تولید سرعت می‌بخشد. تمایز در ترکیبات ساختاری و دانه‌بندی و شرایط ویژه در پخت سفال نیز در مقایسه محصولات این مجموعه با رقبای دیده می‌شود.

مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟ چه بازخوردهایی تاکنون از آنان داشته‌اید؟

تعدادی از ذینفعان پروژه‌های شرکت ما عبارت‌اند از:

سازمان نظام مهندسی (معماران و مهندسان عمران)؛ سازمان‌های دولتی برای جانمایی در بخش عمرانی و طرح‌های داخلی؛ شرکت‌های صادراتی؛ بازارهای صنایع دستی؛ افرادی که در زمینه مرمت عمارت‌ها و بناهای تاریخی فعالیت می‌کنند و شرکت‌های خصوصی در بخش معماری و طراحی داخلی.

به‌طور کلی بخش عمده بازار هدف ما را افراد و مؤسسات فعال در زمینه‌های معماری، طراحی داخلی و صنایع دستی و هنری تشکیل می‌دهند. در تمام نمایشگاه‌هایی که شرکت کرده‌ایم، ویژگی‌های بصری و نمود هنر اصیل و ایرانی-اسلامی در نقوش کاشی‌ها توجه بازدیدکنندگان را به خود جلب می‌کرده است.

ما با حضور در نمایشگاه‌ها و معرفی کالا با تمامی ذینفعان وارد مذاکره شده و درصدد عقد قرارداد و تفاهمنامه‌های فی مابین هستیم.



چه تعداد نیروهای در مجموعه شما و با چه تخصص‌هایی مشغول کار هستند؟

شرکت ما از چند بخش تشکیل شده است که عبارت‌اند از: بخش طراحی: فوق‌لیسانس هنر-بخش تحقیقاتی: فوق‌لیسانس شیمی-بخش مارکتینگ: فوق‌لیسانس فیزیک با گذراندن دوره‌های مرتبط-بخش تولید: فوق‌لیسانس مرمت

برای آینده چه برنامه‌ای دارید؟

از جمله برنامه‌های شرکت برای آینده، تبادل دانش فی مابین شرکت‌ها یا مؤسسات حاضر در خصوص پروژه‌های در دست اقدام، تبادل فنی در خصوص روش‌های تولید (اعم از دانه‌بندی، جذب آب، پخت و ...)، افزایش بهره‌مندی از ظرفیت مشترک دانشگاه و کارگاه به منظور هم‌افزایی در تربیت نیروی انسانی ماهر، هماهنگی با کیوریتورهای داخلی و خارجی و ایجاد یک مکان هنری (artresidence) برای برگزاری ورکشاپ (workshop) از تمامی ذینفعان با فعالان سفال و سرامیک به صورت بین‌المللی است.

چه موفقیت‌هایی یا تجربیات موفق با این خدمت به دست آورده‌اید؟

ما در این شرکت بر ارزش‌های ارتباطی فرهنگ غنی ایرانی اسلامی تمرکز کرده‌ایم و فرهنگ کار تیمی در یک ساختار هنری در راستای ارتقای سطح و کیفیت احساسات مصور را هم‌افزایی کرده‌ایم.

همچنین موفق به اخذ تدابیر مقتضی برای توسعه سبک و کلاس هنری شده‌ایم.

چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب‌وکار شما بوده و یا هست؟

برای ایجاد یک کسب‌وکار نوین، قانونمند و پروژه محور به افزایش آگاهی در سطح جامعه، استفاده از ابزار رسانه‌ای و شفافیت قوانین و هدف‌گذاری‌های آیین‌نامه‌های موجود با نگاه علمی و ملی به توسعه و رشد تولید و صادرات و ارزآوری و ارتقای کیفیت محصول نیاز داریم که این موارد فقط در صورت همکاری و همیاری و خواست تمامی دولتمردان خدمتگذار با مشارکت مردم به حقیقت خواهد پیوست.

پیشنهاد شما برای کسانی که قصد ورود به این حوزه کسب‌وکار را دارند چیست؟

اولین پیشنهاد ما برای این افراد این است که در ابتدا حتماً ایده خود را با توجه به جامعه آماری داخلی و خارجی مصرف‌کننده ارزیابی کنند. در ادامه باید پروژه خود را با زمان‌بندی دقیق تبیین کنند و ریسک را در پروژه لحاظ کنند. بهتر است در پروژه به لحاظ مالی و حقوقی از مشورت مشاوران زبده استفاده کنند. به مارکتینگ، حمل و نقل و بازار مصرف در پروژه به صورت جدی دقت کنند. مسیر را باید با تلاش و صبر و تعامل با رقبا شروع و طی کنند و ساختار مدیریتی را پروژه محور و تیمی و شفاف ببینند.

درمورد کسب‌وکارهای مرتبط با هنر همچنین توصیه می‌شود از خلاقیت و نوآوری غافل نشوند. ما در عصر خلاقیت زندگی می‌کنیم و در دنیای امروز با انبوه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، هر خلاقیتی به سرعت جزئی از زندگی روزمره انسان‌ها می‌شود؛ بنابراین خلاقیت، لازمه ماندن در بازار رقابت است و به عنوان ضرورتی دائمی باید مورد توجه قرار گیرد.

انتظارات شما در خصوص حمایت‌های دولتی مانند برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق چیست؟

با تشکر از تمام حمایت‌ها و زحمات انجام شده و قوانین اجرا شده، تنها خواسته این مجموعه دیدن پروژه‌های هنری و خلاق در جایگاه یک حرفه با ریسک بالا و آسیب‌پذیری فراوان است. درخواست ما این است که هنگامی که این گونه پروژه‌های هنری را جدا از پروژه های صنعتی می‌بینید، فقط این پروژه‌ها را با توجه به مهارت‌های هنری و امکانات اندک و با ارزش‌گذاری بالای محصول در تمام جوامع بین‌المللی بررسی کنید. کار هنری و فرهنگی در تمامی ملل از حمایت‌های خاص و بالایی برخوردار است. ارزش کارهای هنری صرفاً به لذت‌بردن از هنر یا جنبه‌های بصری و زیبایی‌شناختی محدود نمی‌شود. هنر جلوه عواطف و خیال بشر است و از مهم‌ترین ارزش‌های آن معنا و مفهومی است که منتقل می‌کند. هنر روح جامعه را پرورش می‌دهد و اثر آن برای بازماندگان و تاریخ تمدن ما می‌ماند.



@navid_clay



www.navidclay.com



چگونه هوش مصنوعی (AI) در سال ۲۰۲۴ صنعت بازی‌های ویدئویی را متحول می‌کند؟

هوش مصنوعی به تدریج وارد صنعت بازی‌های ویدئویی شده و جنبه‌های مختلفی از طراحی بازی را بهبود بخشیده است. برخی از راه‌هایی که هوش مصنوعی در بازی‌ها استفاده می‌شود عبارتند از: ایجاد شخصیت‌های واقع‌گرایانه و هوشمند، تولید محیط‌های پویا و تطبیقی، بهبود گرافیک و جلوه‌های بصری بازی، و ارتقاء تجربه بازیکن از طریق گیم‌پلی شخصی‌سازی شده و... مدیران صنعت بازی نسبت به آینده هوش مصنوعی در بازی‌ها خوش‌بین هستند و باور دارند که در طی ۵ تا ۱۰ سال آینده، هوش مصنوعی می‌تواند بیش از نیمی از فرآیند توسعه بازی را مدیریت کند. هوش مصنوعی هم اکنون در پیش‌تولید، با برنامه‌ریزی محتوا و ساده‌سازی فرآیندهای توسعه نقش دارد. مدیران صنعت انتظار دارند که در سال‌های آینده، شخصیت‌ها، دیالوگ‌ها و محیط‌های تولید شده توسط هوش مصنوعی نقش بیشتری ایفا کنند.

آیا هوش مصنوعی در بازی می‌تواند جایگزین نقش انسان شود؟

هوش مصنوعی نمی‌تواند به طور کامل جایگزین تجربه، خلاقیت و توجهات انسانی در فرآیند توسعه بازی‌ها شود. کاردهای منحصر به فرد انسانی شامل جنبه‌های مختلفی از خلاقیت هنری، درک عمیق از احساسات انسانی، و توانایی تصمیم‌گیری‌های پیچیده است که هوش مصنوعی قادر به تقلید کامل آن‌ها نیست.

چرا هوش مصنوعی نمی‌تواند به طور کامل جایگزین منابع انسانی در توسعه بازی‌های هوش مصنوعی و ویدئویی شود؟

۱- ساخت روایت‌های جذاب، توسعه شخصیت‌ها و برانگیختن احساسات در بازیکنان، زمینه‌هایی هستند که انسان در آن‌ها برتری دارد. هوش مصنوعی ممکن است در تولید دیالوگ‌ها یا داستان‌ها کمک کند، اما عمق احساسات و روایت‌گری که انسان‌ها می‌توانند ارائه دهند در حال حاضر بی‌نظیر است.

۲- هوش مصنوعی می‌تواند در شناسایی اشکالات کمک کند، اما ارزیابی نهایی

کیفیت بازی اغلب به تست و بازخورد انسانی متکی است. تست‌کنندگان انسانی می‌توانند احساس بازی، زیبایی‌شناسی و تجربه کلی بازیکن را به شیوه‌هایی که هوش مصنوعی نمی‌تواند ارزیابی کند.

۳- هوش مصنوعی می‌تواند تا حدی گیم‌پلی را بر اساس رفتار بازیکن تطبیق دهد، اما طراحان بازی انسانی دارای شهود برای ایجاد تجربیاتی هستند که به اقدامات بازیکن به

شیوه‌ای پویا و جذاب پاسخ می‌دهند. هنر طراحی بازی‌هایی که به طور یکپارچه به انتخاب‌ها و تصمیمات بازیکن پاسخ می‌دهند، همچنان یک فعالیت عمدتاً انسانی است. بنابراین نقش حیاتی انسان‌ها در جنبه‌های خلاقانه و احساسی توسعه بازی‌های همچنان بدون جایگزین است. چراکه ویژگی‌های انسانی مانند خلاقیت، شهود و توانایی درک و انتقال احساسات برای ایجاد بازی‌های جذاب و منحصربه‌فرد ضروری هستند. هوش مصنوعی نمی‌تواند به همان میزان دقت و حساسیت انسانی عمل کند و در نتیجه، انسان و هوش مصنوعی برای دستیابی به بهترین نتایج در توسعه بازی‌ها مکمل یکدیگر است.

شخصیت‌ها، متن‌ها و دنیای ساخته شده توسط هوش مصنوعی

هوش مصنوعی می‌تواند نقش مهمی در خلق شخصیت‌های واقع‌گرایانه با استفاده از یادگیری ماشین و شبکه‌های عصبی ایفا کند. این شخصیت‌ها می‌توانند به طور پویا به بازیکنان واکنش نشان دهند و تجربه بازی را بهبود بخشند. همچنین، هوش مصنوعی می‌تواند انیمیشن‌های واقع‌گرایانه‌تری ایجاد کرده و کیفیت بصری بازی‌ها را افزایش دهد. در زمینه دیالوگ‌ها، الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توانند دیالوگ‌های پویایی تولید کنند که به اقدامات بازیکنان پاسخ می‌دهند و تجربه‌ای مهیج‌تر ایجاد می‌کنند. الگوریتم‌های پردازش زبان طبیعی به هوش مصنوعی امکان می‌دهند ورودی‌های بازیکنان را درک کرده و پاسخ‌های مناسب تولید کنند که در بازی‌های نقش‌آفرینی و داستان‌های تعاملی بسیار مهم است. در نهایت، هوش مصنوعی می‌تواند فرآیند ایجاد دنیاهای بازی را تسریع کند.



ظرفیت‌های هوش مصنوعی در تولید یک بازی

یک هوش مصنوعی می‌تواند از داده‌های موجود محتوای جدید ایجاد کند و در صنعت بازی‌های ویدئویی ظرفیت بسیاری دارد. بسیاری از مدیران صنعتی معتقدند که هوش مصنوعی نیروی انسانی را از وظایف طاقت‌فرسا مانند کدنویسی محتوا آزاد خواهد کرد. این امر منجر به ایجاد محتوای سریع‌تر می‌شود، اما خلایقیت انسانی همچنان منبع اصلی لذت در بازی‌ها باقی خواهد ماند.

بازی‌سازان چگونه از پتانسیل هوش مصنوعی استفاده می‌کنند؟

هوش مصنوعی در حال تحول توسعه بازی‌های ویدئویی است و فرصت‌های جدیدی برای خلایقیت، کارایی و جذب بازیکنان ایجاد می‌کند. توسعه‌دهندگان بازی باید از قدرت هوش مصنوعی استفاده کنند تا رقابتی باقی بمانند. بسیاری از مدیران معتقدند که هوش مصنوعی کیفیت را بهبود می‌بخشد. تولید محتوای رویه‌ای مبتنی بر هوش مصنوعی یک تغییر اساسی برای توسعه‌دهندگان بازی است. این به آن‌ها اجازه می‌دهد تا دنیاها، سطوح و دارایی‌های بازی وسیع، متنوع و جزئیاتی ایجاد کنند. این امکان سبب صرفه‌جویی در زمان شده و اطمینان می‌دهد که بازیکنان در هر بازی با تجربه‌های تازه‌ای مواجه می‌شوند.

ابزارهای انیمیشن مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند حرکات و رفتارهای شخصیت‌ها را بهبود بخشند. ترکیب ضبط حرکت با هوش مصنوعی می‌تواند انیمیشن‌های واقع‌گرایانه و واکنش‌پذیری ایجاد کند که به محیط بازی و ورودی بازیکن واکنش نشان دهند. این فناوری برای ایجاد تجربه‌های بصری خیره‌کننده و غوطه‌ورکننده بسیار ارزشمند است.

درک رفتار بازیکنان برای طراحی بازی و استراتژی‌های کسب درآمد بسیار مهم است. هوش مصنوعی می‌تواند داده‌های بازیکنان را تحلیل کند تا الگوها، ترجیحات و نقاط ضعف آن‌ها را کشف کند. این اطلاعات می‌توانند تصمیمات طراحی را بهبود بخشند و به توسعه‌دهندگان کمک کنند تا تجربه‌های بازی جذاب‌تر و لذت‌بخش‌تری ایجاد کنند. ابزارهای تحلیل مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند بینش‌های ارزشمندی درباره دموگرافی بازیکنان، زمان بازی و رفتارهای درون بازی ارائه دهند. الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توانند دنیاها را به محیط‌های واقعی تطبیق دهند و تجربه‌های یکپارچه و تعاملی ایجاد کنند. در نهایت، ابزارهای تست مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند به شناسایی و گزارش باگ‌ها، اشکالات و مسائل عملکردی کارآمدتر از تست دستی بپردازند. این ابزارها زمان در فرآیند توسعه بازی را صرفه‌جویی می‌کنند و با رسیدگی به مسائل در اوایل توسعه، سطح کیفیت بازی را بالا می‌برند.

تأثیر احتمالی هوش مصنوعی بر بازی

با استفاده از گرافیک‌های تولید شده توسط هوش مصنوعی، استودیوهای کوچک توسعه بازی می‌توانند هزینه‌های تولید خود را کاهش داده و با شرکت‌های بزرگ رقابت کنند. هوش مصنوعی می‌تواند وظایفی مانند تست و رفع اشکالات بازی را خودکار کند که می‌تواند به طور قابل توجهی هزینه‌های توسعه را کاهش دهد. این امر به استودیوهای کوچک‌تر اجازه می‌دهد تا بر ایجاد بازی‌های نوآورانه تمرکز کنند. ادغام هوش مصنوعی در توسعه بازی‌های موبایل می‌تواند به تجربه‌های بازی نوآورانه و جذاب‌تر منجر شود. هوش مصنوعی کامپیوتری می‌تواند به توسعه دهندگان قدرت دهد تا بازی‌های موبایلی جذاب ایجاد کنند که با بهینه‌سازی عملکرد بازی و ساده‌سازی ایجاد محتوا با بازیکنان ارتباط برقرار کنند.

برای پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز هوش مصنوعی تولیدکننده، لازم است رویکردی منظم و فعال اتخاذ شود. با افزایش جو و هیجان حول محور هوش مصنوعی در بازی‌ها، بسیاری از شرکت‌ها بدون استراتژی واضح وارد این حوزه می‌شوند. مدیران باید زمانی را برای توافق بر روی اهداف و رویکرد خود، همراه با قوانین و حکمرانی مناسب، اختصاص دهند تا بازدهی سرمایه‌گذاری را بهبود بخشند و ریسک‌ها را محدود کنند.

هدف نهایی ایجاد بازی‌های سرگرم‌کننده و جذاب است که به نفع بازیکن باشد. در حالی که هوش مصنوعی می‌تواند در بسیاری از جنبه‌ها کمک کند، اتکال بیش از حد به آن نیز می‌تواند مضر باشد. محتوای بیشتر و تعامل بیشتر در یک بازی، تجربه بهتر بازیکن را تضمین نمی‌کند. همان‌طور که در اوایل سال جاری با بازی Forspoken مشاهده شد، توسعه‌دهندگان بازی را تعدیل کردند تا صحبت کردن زیاد شخصیت‌های اصلی را کاهش دهند، پس از اینکه بازیکنان از مقدار زیاد دیالوگ‌ها ناراضی بودند.

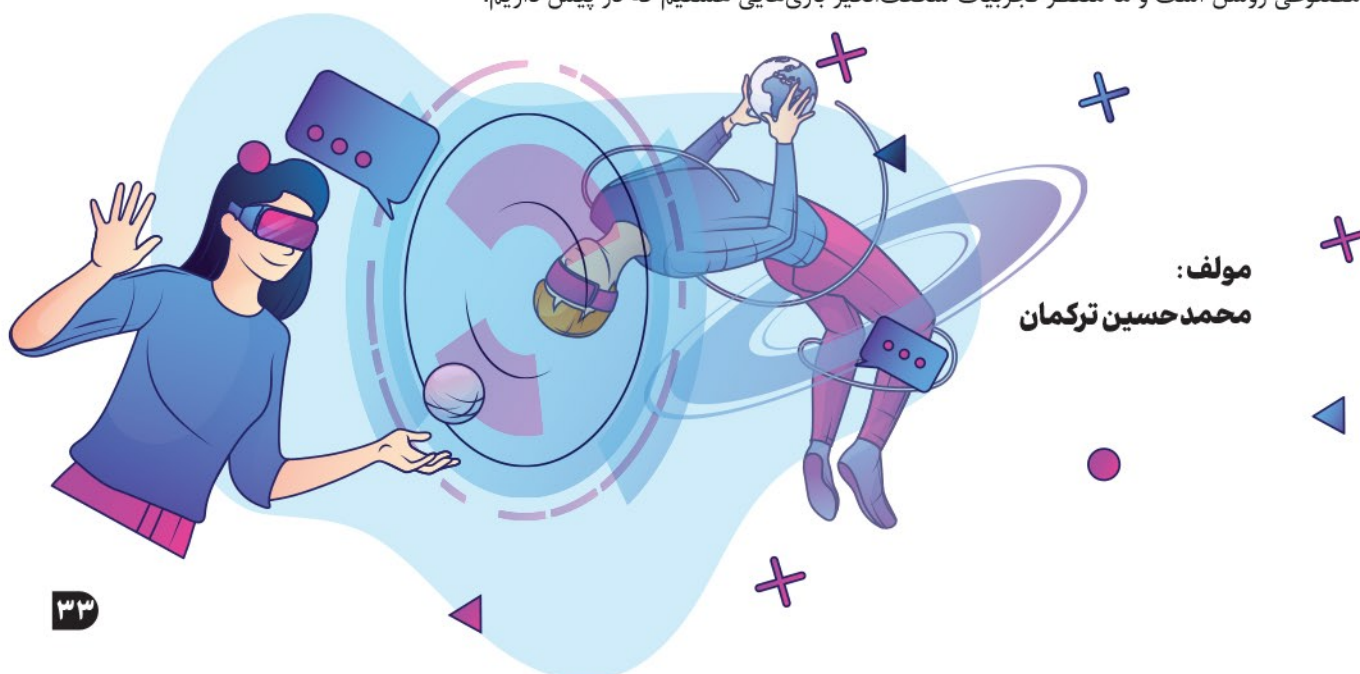
نگرانی‌ها و چالش‌ها

ادغام هوش مصنوعی در صنعت بازی‌های ویدئویی با مجموعه‌ای منحصر به فرد از چالش‌ها و نگرانی‌ها همراه است یکی از نگرانی‌های اصلی، حقوق مالکیت فکری است زیرا محتوای تولید شده توسط هوش مصنوعی مرزهای مالکیت و حقوق را محو می‌کند. برای توسعه‌دهندگان مهم است که تأثیرات محتوای تولید شده توسط هوش مصنوعی بر حفاظت از حقوق کپی و مالکیت را در نظر بگیرند. با این حال، با ایجاد دستورالعمل‌ها و سیاست‌های مناسب، صنعت می‌تواند این نگرانی‌ها را به‌طور مؤثر مدیریت کرده و همچنان از پتانسیل هوش مصنوعی بهره‌مند شود.

چالش دیگر، توسعه استراتژی‌های واضح برای پیاده‌سازی هوش مصنوعی در صنعت بازی است. توسعه‌دهندگان باید تعادل بین ملاحظات فنی و اخلاقی را رعایت کرده و در عین حال نیازهای بازیکنان، بازی‌ها و کسب‌وکارها را برآورده کنند. با رویکردی فعال و منظم، آن‌ها می‌توانند پتانسیل کامل هوش مصنوعی را باز کرده و تجربه بازی را متحول کنند. ورود هوش مصنوعی به عرصه بازی‌های ویدئویی نیز تأثیراتی بر نیروی کار و امنیت شغلی دارد. ممکن است به جابه‌جایی شغلی و تغییر در مجموعه مهارت‌های مورد نیاز منجر شود، اما توسعه‌دهندگان می‌توانند با تطبیق با تغییرات و کسب مهارت‌های جدید مرتبط بمانند. علاوه بر این، ادغام هوش مصنوعی فرصت‌های شغلی جدیدی را ایجاد کرده و پتانسیل برای وظایف و نقش‌های پیشرفته‌تر در توسعه بازی فراهم می‌کند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری:

صنعت بازی‌های ویدئویی در حال تجربه یک انقلاب با ظهور هوش مصنوعی است. هوش مصنوعی امکانات جدیدی را برای توسعه بازی‌ها و بهبود تجربه‌های بازیکنان فراهم می‌آورد و در حال بازتعریف چشم‌انداز سرگرمی دیجیتال است. بازی‌سازان باید برای مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌های ارائه شده توسط هوش مصنوعی، خود را تطبیق دهند و نوآوری کنند تا در صدر این دوران هیجان‌انگیز بازی‌ها باقی بمانند. برای دستیابی به ظرفیت‌های هوش مصنوعی، شرکت‌ها باید فرآیندهای کاری موجود را بازطراحی کرده، فرآیندهای جدیدی ایجاد کنند و استراتژی معماری هوش مصنوعی را توسعه دهند. آن‌ها همچنین باید ملاحظه تأثیرات بعدی، از جمله تأثیر بر نیروی کار را مدنظر قرار دهند. با وجود اینکه بازی‌ها در حال اهمیت بیشتر و هزینه‌های توسعه در حال افزایش هستند، صنعت باید استعدادهای برتر را حفظ کرده و انتظارات فزاینده بازیکنان را برآورده سازد، که شامل تجربیات غوطه‌وری بیشتر و نقش برجسته‌تر در ایجاد این تجربیات است. هوش مصنوعی مولد پتانسیل زیادی برای ارائه مزایای بزرگ به بازیکنان، سازندگان و ناشران دارد، اگر به درستی مورد استفاده قرار گیرد. آینده صنعت با هوش مصنوعی روشن است و ما منتظر تجربیات شگفت‌انگیز بازی‌هایی هستیم که در پیش داریم.



مؤلف:
محمد حسین ترکمان



کتاب خویشتن داری

نویسنده: پیتر هالینز

مترجم: علیرضا خاکساران

ناشر: سمیه قوامی نژاد

خرید کتاب از وبسایت آریانا قلم

www.aryanaghalam.com



هر هدفی بدون خویشتن داری لازم برای محقق شدنش، رؤیا و خیالی بیش نیست. مهم نیست که چه می خواهید بکنید، شاید بخواهید که مدیر عامل شوید یا اینکه فقط برای ترک عادت ثبات قدم تر باشید؛ خویشتن داری از مهم ترین مهارت های زندگی است، چرا که در واقع مهارت انجام دادن و عمل کردن است. با خویشتن داری و نیروی اراده می توان کارهای دشوار و دوست داشتنی را به خاطر اینکه در درازمدت برای شما مفیدند انجام داد؛ در طول این مسیر، انضباط مهارتی ضروری برای هر کاری است که باید انجام دهید تا به اهدافتان برسید و آنها را محقق کنید. زندگی بدون انضباط زندگی سرشار از پشیمانی است، زیرا در آن، کار ارزشمندی به ثمر نمی رسد. پیتر هالینز در این کتاب هدفش این است که خویشتن داری و نیروی اراده را به شکل عادت برای شما در بیاورد و کمکتان کند تا به هدف هایتان برسید.

مطالعه این کتاب به شما کمک می کند تا: خودتان را از بهانه ها، حواس پرتی ها، وسوسه ها و تنبلی برهانید. عادت های سازنده ای در خودتان بسازید تا تمرکزتان را بیشتر کنید، اراده تان را قوی کنید و هرگز از سر کسالت و سرخوردگی تسلیم نشوید. رضایت ناشی از لذت های فوری را کنار بگذارید و انگیزه های مداوم برای خودتان خلق کنید.

کتاب کتاب نوآوری از نان شب واجب تر است.



نویسنده: استفان مارتین

مترجم: فاطمه اسماعیلی

ناشر: شادن پژواک

خرید کتاب از وبسایت کتابراه

www.ketabrah.ir



شاید عنوان کتاب نوآوری از نان شب واجب تر است، بهتر از هر توضیح اضافی، درون مایه اش را آشکار کند. اسکات دی آنتونی در این کتاب از ضرورت نوآوری و پیشرفت از طریق آن صحبت می کند. او با مثال آوردن از زندگی افرادی چون توماس ادیسون و استیو بلنک، ابزارهای لازم را در اختیار مخاطبین قرار می دهد تا به رموزهای بازی نوآوری پی ببرند و این الگو را برای توسعه ی کسب و کار خود به کار بندند. **این کتاب برای کسانی نوشته شده که می خواهند خودشان یا شرکتشان را به منابع نامحدود تولید نیروی نوآوری تبدیل کنند.** مدیران و کارآفرینان از این اثر سود فراوانی خواهند برد.

در بخشی از کتاب نوآوری از نان شب واجب تر است می خوانیم:

کشف خواسته های مشتریان و رفتارهای جبرانی آنها دشوار است. بسیاری از مردم تصور می کنند این نوع اکتشاف مستلزم تحلیل های آماری سنگین از بررسی های سنجش پذیر در زمینه ی طیف گسترده ای از مشتریان است. این نوع تحقیقات جای خود را دارد؛ ولی از سوی دیگر باید مانند مردم شناسی رفتار کنید که به دقت مردم عادی را تحت نظر دارد تا به نیازها و خواسته های ناگفته ی آنها پی ببرد یا رفتارهایی را که انجام می دهند ولی نمی توانند آن را بیان کنند در آنها تشخیص دهد.

کتاب رام کردن ذهن سرکش



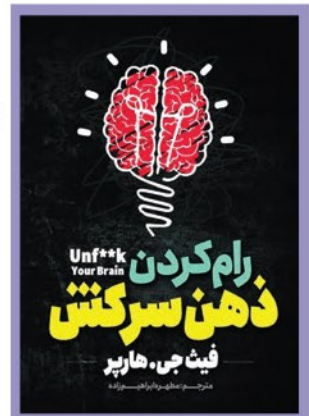
نویسنده: فیث جی. هارپر

مترجم: مطهره ابراهیم زاده

ناشر: انتشارات نگاه آشنا

خرید کتاب از وبسایت کتابراه

www.ketabrah.ir



مغز انسان ساختار پیچیده‌ای دارد و به این سادگی‌ها نمی‌شود از پس تحلیل برخی از رفتارهای مغز برآمد. کتاب رام کردن ذهن سرکش نوشته‌ی فیث جی. هارپر تحلیل عملکرد مغز را به زبانی ساده انجام داده و مخاطب را در جهت آشنایی با واکنش مغز پس از تروما آشنا می‌کند. تصمیم‌های کوچک در زندگی هر انسان حاصل آنالیز کردن برخی از اطلاعات است که مکانیزم مغز وظیفه دارد این تحلیل دقیق را انجام بدهد. تمامی کارهای روزانه‌ی ما تحت نظارت دقیق عناصری قرار دارند که شاید در طول عمر هیچ‌وقت تصویری از آن‌ها را نبینیم. کتاب رام کردن ذهن سرکش (Unfu** Your Brain) در تلاش است تصویری روشن و واضح از ساختمان مغز انسان ارائه کند. البته فیث جی. هارپر در این کتاب به دنبال تشریح تخصصی و پزشکی اعضای بدن نیست. او بیش از هر چیز مسائل روحی و تصمیم‌گیری‌های حسی انسان را مدنظر دارد.

کتاب رام کردن ذهن سرکش یکی از منابع مفید در جهت **شناسایی عملکرد مغز و همین‌طور آگاهی از انواع تروماست**. فیث جی. هارپر ذهن مخاطب کتاب را به سمت این موضوع معطوف می‌سازد که در تشخیص تروما باید دقت کافی را داشت و در تحلیل عناصر مغز به رویدادهای تلخ بهتر آن است که به تحلیلی جامع از کاربرد این عناصر رجوع شود. در این کتاب علاوه بر بررسی مسائل روحی انسان، نمودارها و تصاویر دقیقی به چشم می‌خورد که ارتباط مخاطب را با موضوع کتاب آسان می‌کند.

کتاب خلاقیت و نوآوری اساس کارآفرینی

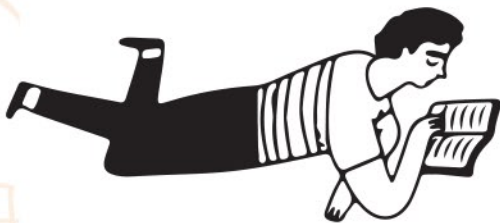
نویسنده: مهرداد بیات | الناز بیات | آرزوبک زاده

مترجم: مهدی رفیعی، محمدرضا رفیعی

ناشر: ادیبان روز، ۱۳۹۵

خرید کتاب از انتشارات ادیبان روز

www.adibanbook.ir



همه سازمانها برای بقا نیازمند اندیشه‌های نو و نظرات تازه‌اند. خلاقیت و نوآوری اساس کارآفرینی است اما ایده‌های خلاقانه و ایده‌های نو چنان به هم درآمیخته‌اند که ارائه تعریف مستقلی از هرکدام دشوار است. خلاقیت، پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو است درحالی که نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و فکر است.

کتاب خلاقیت و نوآوری اساس کارآفرینی حاصل مطالعه بیش از سی سال کار مولف آن در دانشگاه‌ها و موسسات عالی آموزشی و سازمان‌های خصوصی و دولتی و کارخانجات بزرگ صنعتی می‌باشد. مطالعه حاضر نگارنده را به این امر رهنمون گردانید که در عصر فراصنعتی و دنیای سایبرنتیک و نانو و بیوتکنولوژی وجود کارآفرینان و انسان‌های خلاق و نوآور در عصر دانایی و دانش محوری و اینفوکرایی بیشتر آشکار می‌گردد و سازمان‌ها بیشتر به دارایی‌های نامشهود خود که همانا کارآفرینان و مخترعان و مکتشفان هستند، چشم دوخته‌اند.



معرفی شرکت تعاونی درخشش خاک جاوید با " طراحی و تولید انواع صنایع دستی خلاقانه و تبلیغاتی و همچنین طراحی و اجرای دکوراسیون داخلی هنری" گفتگو با محمدامین صعودی مدیرعامل شرکت

من محمد امین صعودی فوق لیسانس مدیریت و پژوهشگر اقتصاد خلاق به همراه جمعی از هنرمندان مجموعه شرکت تعاونی **درخشش خاک جاوید** رو در سال ۱۳۹۹ تأسیس کردیم. قبل از این هم ما حدود ۱۰ سال تحت عنوان یک گروه هنری، با مجموعه‌ای از چند نفر از دوستان هنرمند فعالیت فعالیت‌های هنری خودمون رو پیگیری می‌کردیم.

سه سال در شهر مشهد کارگاه هنری داشتیم، بازارچه هنر و صنایع دستی رو در شاندیز مشهد راه اندازی و در نمایشگاه‌های بین‌المللی شرکت کردیم، در تهران هم سه سال کارگاه هنری داشتیم و در زمینه‌نقش برجسته و سرامیک‌هنری طراحی و تولید داشتیم، با مجموعه‌های مختلفی همکاری کردیم، فعالیت‌های آموزش داشتیم.

بعد از اون وارد حوزه بازاریابی و فروش محصولات هنری و صنایع دستی شدیم و چند سال هم در اون حوزه فعالیت می‌کردیم تا اینکه جمع‌بندی این ۱۰ سال به این رسید که ما اگر بتونیم فعالیت‌های خودمون رو به صورت حقوقی و شرکتي پیگیری کنیم و تمرکز را بزاریم روی برندینگ هم خروجی، سطح کیفیت کارمون میره بالا و هم سینرژی کار جمعی چندین و چند برابر خواهد شد.



هدف شما از ایجاد این کسب‌وکار چه بوده است؟

خوب ظرفیت بسیار جذاب اکوسیستم هنر و صنایع دستی ایران مخصوصاً برای ما که علاقه‌مند به مباحث هویتی هستیم عامل اول بود، همچنین این حوزه یک فرصت خاص دارد برای اینکه تمرکز بذاریم روی توسعه این بازار و ایجاد کسب و کارهای خلاقانه محصولات صنایع دستی، ایجاد طراحی‌های خلاقانه و جدید و تشکیل تیم ورک‌های خیلی خوب از هنرمندهایی که واقعاً پتانسیل بسیار خوبی دارند و بتونیم با یک تیم ورک و کار جدی برند‌های خوبی رو راه اندازی کنیم.

چه پتانسیل‌ها و فرصت‌هایی در حوزه طراحی و تولید انواع صنایع دستی دیدید که سراغ این کار اومدید؟

ببینید ما نزدیک ۲۰۰ رشته تو صنایع دستی داریم که منبع الهام بسیار بالایی در طراح هستند، همچنین پتانسیل بسیار خوبی توی خلق ایده‌های جدید داریم، پتانسیل بسیار خوبی توی تولید و باز تولید محصولات قبلی داریم که می‌تونیم سبک زندگی‌های جذابی برای مردم خودمون چه برای جامعه جهانی و جامعه هدف‌های مختلف در کشورهای مختلف که دنبال نوآوری هستند، دنبال ایده‌های جدید هستند خلق کنیم و این پتانسیل‌ها رو ما باید با تکنولوژی‌های امروز و توان هنرمندان جوان عملیاتی و اجرایی بکنیم.



لطفاً یک معرفی از محصولاتی که ارائه می‌کنید بفرمایید.

ما در مجموعه شرکت درخش خاک جاوید دو تا استارت‌آپ داریم در دو حوزه متمرکز فعالیت می‌کنیم حوزه اول پروژه **تهران گیفت شاپ** که حوزه طراحی و تولید محصولات صنایع دستی هست که یه استارت‌آپی برای این حوزه داریم که محصولات حوزه صنایع دستی رو با طراحی‌های جدید و خلاقانه آماده کردیم.

محصولات اختصاصی طراحی شده با نمادهای تهران که جنبه هدایای ویژه شهر تهران رو داشته باشه و این هدایا بتونه برای گردشگران داخلی و خارجی بسیار جذاب باشه چرا که پتانسیل بسیار بالایی در این حوزه هست و ما از این پتانسیل باید استفاده بکنیم. گیفت شاپ‌ها در سطح دنیا یک جریان بسیار بسیار گردشگر پسند هست و ما توی ایران این مسئله رو کم توجهی کردیم و یه برند اختصاصی برای این موضوع نداشتیم که ما گفتیم که بتونیم این پتانسیل‌ها رو در قالب این برند به مشتری‌ها و علاقه‌مندان معرفی کنیم.

در حوزه دوم **جاوید آرت** پیرامون صادرات صنایع دستی و طراحی و اجرای دکوراسیون هنری هست از اونجایی که ما منبع الهام بسیار خوبی داریم، در نقاشی، طراحی، مجسمه سازی، کاشی‌کاری، منبت کارهای چوبی و طراحی‌ها و تزیینات هنری رو می‌دیم که خوب این هم توی سبک زندگی بسیار الان جذاب هست مردم برای طراحی‌های فضاهای داخلی خنوشون فضاهای اداری فضاهای تجاری دنبال ایده‌های جدید هستند... ما در ایران این پتانسیل‌ها رو داریم، هم پتانسیل ایده پردازی و همچنین بسیار نیروهای جوان و با استعداد هنرمند در حوزه طراحی، در حوزه معماری، در حوزه اجرای این طرح‌های این نقاشی‌های بسیار قابل قابل داریم، مجسمه سازهای بسیار حرفه‌ای، سرامیست‌های بسیار حرفه‌ای که خب این هنرمندها اگر تحت یه برندی بتونن یه بیزینس مدل جدی رو که ما الان تعریف کردیم اجرایی بکنن، خب یه ایده بسیار نوآورانه و سودآور هست.

محصولات شما چه تمایزها و نوآوری‌هایی با سایر نمونه‌های مشابه دارد؟

مزیت رقابتی ما و یا نوآوری‌هایی که ما توی این شرکت داریم در حوزه طراحی هستش که خب ما روی طراحی‌های جدید تمرکز کردیم، هم در مجموعه تهران گیفت شاپ نزدیک ۱۵۰ تا محصول جدید طراحی کردیم و به واسطه این طراحی‌ها شرکت خلاق شدیم و این طراحی‌ها مزیت رقابتی ما هستش بحث بعدیمون تمرکز روی راه اندازی آنلاین شاپ بسیار حرفه‌ای هست که جای خالیست هست.





مخاطبان شما چه گروهی از جامعه است؟ چه بازخوردهایی تاکنون از آنان داشته‌اید؟

مخاطبای پروژه تهران گیت شاپ رو گردشگرای داخلی ایرانی گردشگرهای بین‌المللی و خارجی و تهران دوست‌ها تعریف کردیم. استقبال بسیار جذاب و چشمگیری از این ایده شده چون کارها جنبه هویتی داره براشون خیلی جذاب هست ما به گردشگران کشورهای مختلفی کار فروختیم که براشون خیلی نمادهای تهران جذاب بوده.



چه تعداد نیروهایی در مجموعه شما و با چه تخصص‌هایی مشغول کار هستند؟

نزدیک ۳۰ تیم هنری رو به صورت مستقیم باهاشون کار می‌کنیم و مجموعه خودمونم که هفت نفر از دوستان هستند که کار ستادی رو انجام میدیم.



برای آینده چه برنامه‌ای دارید؟

ما برنامه‌ای که مد نظرمون هست اگر خداوند بخواد بحث برندینگ و فروشگاه آنلاینمون رو به صورت جدی می‌خواهیم راه اندازی کنیم و توسعه بدیم، چرا که یه فروشگاه آنلاین حرفه‌ای دیجیتال مارکتینگ می‌خواد، تیم تولید محتوای و سئو می‌خواد، کمپین تبلیغاتی می‌خواد، یه تیم دیجیتال مارکتینگ بسیار حرفه‌ای می‌خواد و فروشگاه آنلاین فقط تاسیس یک سایت نیست.



چه موفقیت‌هایی یا تجربیات موفق با این خدمت به دست آورده‌اید؟

هنگام ورود به این حوزه جذابیت هنر و ظرفیت بسیار بالای نیروهای جوان و هنرمند و ایده‌های بسیار جذابی رو ما تو این حوزه گرفتیم و فرصت‌های بازاریابی جدیدی که کشف کردیم و پروژه‌های موفق که انجام دادیم در این حوزه‌ها، یک چشم انداز خوبی رو برای ما نمایان کرد.

چه موانع یا مشکلاتی در راه کسب‌وکار شما بوده و یا هست؟

خوب متأسفانه تو بحث اقتصاد دیجیتال بحث فیلترینگ و این اتفاقاتی که افتاد خوب بسیار لطمه جدی به این پروژه‌ها زد، ما تو حوزه اقتصاد دیجیتال بسیار فرصت‌های بالایی داریم که این رو باید با جدیت پیش برد و موانعش رو برطرف کرد، دوم هم نگرش‌های بسیار گذشته نگر و دور از خلاقیت و نوآوری در ساختار وزارت گردشگری و صنایع دستی نسبت به ایده‌های نو و خلاقانه وجود داره که واقعاً باید اون‌ها رو ارتقا داد و نگاه‌های جدید رو آورد.

پیشنهاد شما برای کسانی که قصد ورود به این حوزه کسب‌وکار را دارند چیست؟

پیشنهاد جدی و اکید من این هستش که به صورت تیمی کار رو شروع کنند و اصلاً فردی کارگاه نزنند، فردی تو حوزه تولید وارد نشن، فردی تو حوزه فروش وارد نشن، اگر می‌خوان شروع کنن از یه کار کوچیک شروع کنند بتونن روحیه کار تیمی رو داشته باشند؛ مثلاً ۲۰ تا هنرمند با هم برن یه شرکتی رو تاسیس بکنن یه برندی رو تاسیس کن حتماً از متخصصین فروش بازاریابی استراتژی تبلیغات استفاده کنند.

انتظارات شما در خصوص حمایت‌های دولتی مانند برنامه توسعه زیست بوم شرکت‌های خلاق چیست؟

یک توقعی در حوزه اکوسیستم نوآوری و خلاقیت ایجاد شده ولی این‌ها بیشتر جنبه شروع داشته، جنبه یک دلگرمی ابتدایی داشته و تبدیل به بیزینس‌های جدی، تبدیل به کسب و کارهای جدی و سودآور نشده یا کم شده. نسبت به حجم ورودی افرادی که توی خانه‌های خلاق و نوآوری، شرکت‌های خلاق و اکوسیستم خلاقیت نوآوری ما داشتیم، برنامه عملیاتی که اینها داشتند خروجی‌های بزرگی شکل نگرفته، ما می‌تونیم سهم خوبی در جی دی پی داخل رو اختصاص بدیم به بحث‌های اقتصاد خلاق و شرکت‌های خلاق ایران.





آینده‌پژوهی در صنایع خلاق: چرخه‌ای از نوآوری و توسعه پایدار



مقدمه

صنایع خلاق، شامل هنر، طراحی، رسانه، و تکنولوژی، به عنوان محرک‌های کلیدی توسعه اقتصادی و فرهنگی شناخته می‌شوند. در جهان امروز که تغییرات سریع و ناگهانی عمیق‌تر از هر زمان دیگری رخ می‌دهد، آینده‌پژوهی به ابزاری حیاتی برای درک و مدیریت این تغییرات تبدیل شده است. در این مقاله به بررسی اهمیت آینده‌پژوهی در صنایع خلاق، روندها، چالش‌ها و فرصت‌های موجود پرداخته و راهکارهای لازم برای بهره‌برداری از فرصت‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهیم.



تعریف آینده‌پژوهی:

آینده‌پژوهی یک عرصه تحقیقاتی چند تخصصی است که به بررسی و پیش‌بینی روندها، تغییرات و رویدادهای آینده می‌پردازد. این حوزه شامل بررسی عوامل مختلفی از جمله تکنولوژی، اقتصاد، جوامع، فرهنگ و محیط زیست است که می‌تواند تأثیرگذار بر آینده باشد. آینده‌پژوهی به کمک ابزارها و روش‌های مختلفی از جمله مدل‌سازی، سناریو نویسی، تحلیل روندها و استنباط برای پیش‌بینی آینده استفاده می‌کند. هدف اصلی این حوزه، درک بهتر از آینده و ارائه راهنماها و استراتژی‌هایی برای مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌های آینده است. آینده‌پژوهی نه تنها به ما کمک می‌کند تا بهتر از آینده آگاه شویم، بلکه به سازمان‌ها، سیاست‌گذاران و افراد در اتخاذ تصمیمات استراتژیک و برنامه‌ریزی بلندمدت کمک می‌کند. این حوزه می‌تواند به ما کمک کند تا بهترین راهبردها را برای شکل دادن به آینده مطلوب خود انتخاب کنیم و از فرصت‌ها و چالش‌های آینده بهره‌مند شویم.



آینده پژوهی و اهمیت آن در صنایع خلاق:

در صنایع خلاق، آینده پژوهی می تواند به شناسایی فرصت های نوآوری، پاسخ به چالش های جهانی و ایجاد استراتژی های پایدار کمک کند و می تواند به طرق زیر موثر باشد:



۱- پیش بینی و شناخت روندها

۲- نوآوری و خلاقیت

۳- پاسخ به چالش ها

۴- مدیریت ریسک و چالش ها

۵- تعاملات بین المللی و فرهنگی

۶- توسعه پایدار

۷- تقویت هویت فرهنگی

روندهای کلیدی در

آینده صنایع خلاق:

۱- **تکنولوژی دیجیتال:** ورود فناوری های جدید،

از جمله هوش مصنوعی و واقعیت مجازی، به طرز چشمگیری در حال تغییر شیوه های تولید و مصرف هنر و محتوای فرهنگی است. ایجاد آثار خلاق به کمک این فناوری ها، به ارتقاء تجربه کاربری و جذب مخاطبان جدید کمک خواهد کرد.

۲- **اقتصاد مشترک و دسترسی به محتوا:**

رشد پلتفرم های دیجیتال و مدل های اقتصادی جدید نیز بازار را تغییر داده است. به منظور سازگاری با این تغییرات، صنایع خلاق باید استراتژی هایی برای همکاری و دسترسی به منابع مشترک ایجاد کنند.

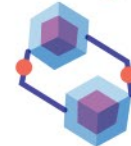
۳- **پایداری و مسئولیت اجتماعی:** تغییرات

اقلیمی و چالش های اجتماعی، هنرمندان و طراحان را به سمت تولید محتوا و آثار پایدار و مسئولیت پذیر سوق می دهد. این رویکرد نه تنها به حفظ محیط زیست کمک می کند، بلکه به ارتقاء تصویر مثبت برندها نیز می انجامد.





چالش‌ها و فرصت‌ها در آینده پژوهی صنایع خلاق:



چالش‌ها:

۱- **حقوق مالکیت معنوی:** یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها در دنیای دیجیتال، حفظ حقوق مالکیت معنوی و مقابله با سرقت آثار است. نیاز به ایجاد چارچوب‌های قانونی و فناوریانه برای حمایت از حقوق خلاقان حس می‌شود.

۲- **تغییرات سریع بازار:** نوسانات بازار و تغییرات ذائقه مصرف‌کنندگان، نیاز به انعطاف‌پذیری و انطباق سریع را افزایش داده است. صنایع خلاق باید به طور مستمر به رصد روندها و تغییرات بپردازند.

۳- **دسترسی و برابری:** سؤالاتی درباره دسترسی برابر به فناوری‌ها و منابع وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد. صرفاً ایجاد محتوا کافی نیست، بلکه باید اطمینان حاصل شود که تمامی گروه‌های جامعه به این منابع دسترسی دارند.

۴- **تغییرات اقلیمی و پایداری:** با افزایش نگرانی‌ها در مورد تغییرات اقلیمی، صنایع خلاق نیز باید به سمت شیوه‌های پایدارتر حرکت کنند. این به معنی استفاده از مواد و روش‌های تولیدی است که کمترین آسیب را به محیط زیست برسانند.

۵- **رقابت جهانی:** در عصر دیجیتال، رقابت برای جلب توجه مخاطبان بسیار شدیدتر شده است. صنایع خلاق باید به طور مداوم خود را باز تعریف کنند و محتوای جدید و جذاب تولید کنند تا بتوانند در برابر رقبا ایستادگی کنند.

۶- **تأثیر فناوری‌های جدید:** ظهور فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، واقعیت افزوده و واقعیت مجازی، راه‌های جدیدی برای خلاقیت و تعامل با مخاطب ارائه می‌دهد. با این حال، نتایج و تأثیرات این فناوری‌ها هنوز به طور کامل بررسی نشده است.



فرصت‌ها:

۱- **همکاری بین فرهنگی:** تعامل و همکاری میان فرهنگ‌های مختلف می‌تواند منجر به خلق آثار منحصر به فرد و تلفیق سبک‌های مختلف شود. این نوع همکاری می‌تواند به گسترش بازارها و افزایش مخاطبان نیز کمک کند.

۲- **استفاده از فناوری‌های نوین:** فناوری‌های نوین مانند بلاک‌چین می‌توانند به حفظ حقوق مالکیت معنوی و پیگیری اصالت آثار کمک کنند. همچنین، واقعیت افزوده و مجازی می‌توانند تجربه‌های تعاملی جدید و جذابی برای مخاطبان فراهم کنند.

۳- **توسعه بازارهای جدید:** با رصد و تحلیل دقیق درخواست‌ها و نیازهای جدید، صنایع خلاق می‌توانند به سمت توسعه بازارهای جدید بروند. بازارهایی که قبلاً نادیده گرفته شده‌اند، می‌توانند با ورود محتوای خلاقانه، به رونق بیشتری دست یابند.

۴- **توجه به مخاطبان جدید:** شناخت و تحلیل نیازهای نسل‌های جدید، به ویژه نسل Z و آلفا و ایجاد محتوا متناسب با سلیقه و انتظارات آنها، می‌تواند به بهبود ارتباط و تعامل با این گروه‌ها کمک کند.



راهکارهای پیشنهادی:

۱- **تحلیل داده‌ها:** استفاده از تحلیل داده‌ها برای شناسایی الگوهای مصرف و ترجیحات مخاطبان به صنایع خلاق کمک می‌کند تا محتوا و محصولات خود را بهینه‌سازی کنند.

۲- **توسعه مهارت‌ها:** سرمایه‌گذاری در آموزش و ایجاد بسترهایی برای توانمندسازی هنرمندان و طراحان در حوزه فناوری‌های نوین، حیاتی است.

۳- **ایجاد شبکه‌های همکاری:** همکاری میان صنایع مختلف (هنر، فناوری، رسانه) می‌تواند به تسریع نوآوری و خلق ارزش‌های جدید منجر شود.



نتیجه‌گیری:

آینده‌پژوهی در صنایع خلاق نه تنها یک ضرورت، بلکه یک فرصت برای خلق، نوآوری و توسعه پایدار است. با شناخت روندها، استفاده از فناوری‌های نوین و تعامل میان‌رشته‌ای، می‌توان به آینده‌ای روشن‌تر و خلاق‌تر در صنایع خلاق دست یافت. با پذیرش چالش‌های موجود و بهره‌برداری از فرصت‌های نوین، این صنایع می‌توانند به عنوان موتورهای محرک توسعه پایدار و فرهنگی در سطح جهانی عمل کنند. دنیای صنایع خلاق با تنوع و نوآوری بی‌پایانی که در آن جریان دارد، جایی است که تخیل به واقعیت تبدیل می‌شود و هر هنرمند می‌تواند داستان خود را با زبانی منحصر به فرد روایت کند. در این راستا، بهره‌گیری از تکنولوژی، تأسیس اکوسیستم‌های حمایتی و ترویج کارآفرینی فرهنگی می‌تواند راهی برای تحول و رشد پایدار باشد. در نتیجه صنایع خلاق نه تنها برای هویت فرهنگی ما اهمیت دارند، بلکه به عنوان پیشران‌هایی برای آینده‌ای بهتر و خلاق‌تر، می‌توانند مسیری نوین برای توسعه اجتماعی و اقتصادی فراهم آورند. بیایید برای حمایت از این صنایع و شکوفایی توانایی‌های خلاقانه خود پیش‌قدم شویم؛ چرا که هر ایده و هر اثر هنری در دنیای امروز، می‌تواند درخشان‌ترین نور برای فردای ما باشد.

حمیدرضا پژوهش / موسس و مدیر ایران استارت‌آپ استودیو





www.cafeanimation.com

سایت کافه انیمیشن

کافه انیمیشن با این هدف راه اندازی شده است که بازار بزرگی برای طراحان گرافیک و مخاطبان باشد،

پلتفرم تخصصی انیمیشن برای فارسی زبانان
دنبال یادگیری و پیشرفت در چه زمینه‌ای
هستی؟



طراحی



انیمیشن



کارگردانی



نویسندگی



تولیدات گرافیکی

استودیو کافه انیمیشن تولید کننده گرافیک های ثابت و متحرک (دوبعدی) است. هنرمندان وابسته به استودیو به صورت حضوری و دور کاری مشغول به فعالیت‌اند. آموزش آنلاین هوشمند. کافه انیمیشن با ایجاد زیرساخت های هوشمند و شخصی سازی شده، در تلاش است که همواره کامل ترین آموزش ها را به مدرن ترین شیوه های روز دنیا به مخاطبین خود ارائه دهد..

قدم اول

رشد در انیمیشن با آموزش های روزانه کافه انیمیشن

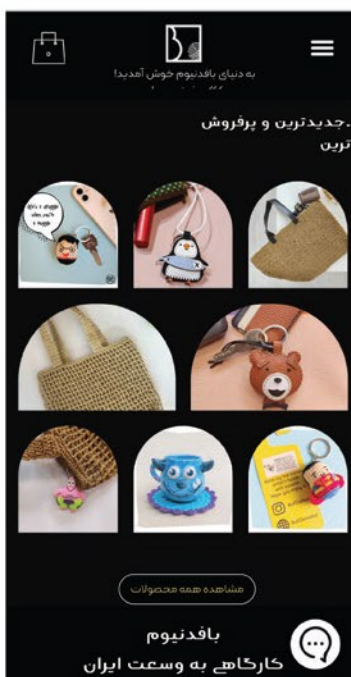
شروع انیمیشن از کجا؟

مراحل یادگیری انیمیشن سازی از صفر

www.bafdanium.ir

سایت بافدنیوم

بافدنیوم با کمک زنان سرپرست و یا کمک خرج خانواده و با تولید بوکمارک های بافتنی با برند چوق الف شروع به فعالیت کرد از همان ابتدا با بازاریابی خوب توانسته، استند فروشگاهی خود را در فروشگاه های معتبر سطح کشور مانند شهر کتاب ها قرار دهد و تا کنون با آنها همکاری داشته است. بافدنیوم با تولید جاکلیدی شروع و شاخه های جدیدی مانند تابلو های بافتنی و عروسک هایی با سایز بزرگ به آن اضافه شد است.





میدیا مجیک سرزمین بازی هاست...

دنیای بازی و سرگرمی از زمان آفرینش و همراه با زندگی انسان بوده است همه افراد سرگرمی را در سبک زندگی خود دارند اما این تفاوت هاست که هر شخصی را مخاطب یک سبک از بازی می کند. در میدیا مجیک، توامان با اصالت و ارزش های ایرانی و با هدف برگرداندن شخص به جمع های خانوادگی و دوستانه به جای بازی های فردی و مجازی بازی های مجیکی در ژانر های مختلف هیجانی، تخیلی، معمایی، خانوادگی، کمک آموزشی و... طراحی و اجرا می شود تا نیاز همه مخاطبان مختلف را بر طرف نماید.



نرم افزار ته حساب

این پلتفرم به طور کامل یک سیستم حسابداری جامع

و کارآمد را در حوزه تخصصی طلا و جواهر

(مناسب برای رسته های سازندگی، ریخته گری، کارخانه، مخراجکاری، فروشندگی طلا و جواهر، بنکداری، فروشندگان سکه و شمش، آبشده فروشی، آبکاری، نقره، پلاتین و ...) فراهم می کند. این پلتفرم را هم در ویندوز و هم در موبایل چه اندروید و چه ios می توان اجرا کرد. همچنین از قفل USB بدون نیاز به نصب درایور پشتیبانی می کند و امکان استفاده بر روی سیستم های مختلف را فراهم می سازد. آموزش های نحوه کار کردن با این پلتفرم، قدم به قدم مراحل در سایت گذاشته شده است تا افراد بتوانند استفاده کنند. علاوه بر آن افراد می توانند در صورت هر گونه ابهام یا سؤال در مورد نحوه کار با پلتفرم، بسته پشتیبانی یک ساله را با قیمتی بسیار به صرفه دریافت نمایند.

ویژگی های نرم افزار:

- ۱- قیمت منصفانه ی نرم افزار (قیمتی غیر قابل رقابت نسبت به خدمات منحصر به فرد این نرم افزار)
- ۲- سادگی کار با برنامه ۳- دارای قفل سخت افزاری (قفل USB بدون نیاز به نصب درایور، استفاده بر روی نامحدود سیستم)
- ۴- نصب و راه اندازی آسان در کمتر از یک دقیقه (از نصب تا اجرای برنامه توسط کاربر)
- ۵- سازگاری کامل با تمامی ویندوز ها و ویندوز سرور

ته حساب
نرم افزار جامع حسابداری طلا و جواهر : ته حساب
Tahesab gold & jewelry accounting software

ته حساب
نرم افزار حسابداری طلا و جواهر

نرم افزار حسابداری طلا و جواهر (مناسب برای رسته های سازندگی، ریخته گری، کارخانه، جواهر، مخراجکاری، فروشندگی طلا و جواهر، بنکداری، فروشندگان سکه و شمش، آبشده فروشی، آبکاری، نقره، پلاتین و ...)

سامانه موبایل

خرید آنلاین

به روز رسانی

نسخه جدید



سربازی در شرکت خلاق چگونه است؟

مصاحبه با آقای احسان یوسفی افراکتی



لطفاً خودتان را معرفی کنید.

بنده احسان یوسفی هستم، هم بنیانگذار و مدیر عامل شرکت راهکار خلاق مهتاب. مدرک کارشناسی من مهندسی کامپیوتر و مدرک ارشد بنده، MBA هست. متولد و ساکن تهران هم هستم در حال حاضر.

از دوره تحصیل در دانشگاه به فکر خدمت سربازی بودید و نسبت به آن دغدغه داشتید؟

نه تنها من، بلکه بسیاری از دوستان نزدیک و افرادی که در چند سال گذشته با آنها همکاری کردم، یکی از مهمترین دغدغه‌های آنها پروسه سربازی و زمانی که در بهترین سالهای زندگی از ما میگیرد بوده. این دغدغه در دو سال اخیر به جهت نزدیک شدن به فارغ التحصیلی برای من خیلی بیشتر بود. با توجه به شناختی که از قوانین مختلف برای انجام سربازی به صورت امریه یا پروژه‌های جایگزین خدمت داشتم، همواره به دنبال بهترین راهکار برای انجام این خدمت به شکلی بودم که بتواند در مسیر شغلی و کاری خودم باشد و همچنین به انجام کاری مفید منجر شود.

شرکتی که کار می‌کنید، شرکت خلاق بود؟

بله شرکت ما جزو اولین شرکت‌های خلاق ثبت شده در معاونت علمی ریاست جمهوری می‌باشد که از سال ۹۷ مجوز خلاق را دارد.

چگونه متوجه شدید که تسهیلات برای مشمولانی که در شرکت‌های خلاق مشغول به کار هستند ارائه می‌شود؟

به صورت کاملاً اتفاقی. من در مورد تسهیلات مختلفی که در اختیار شرکت‌های خلاق در این چند سال قرار می‌گرفت تا حدودی اطلاع داشتم و از بعضی از آنها نیز استفاده کرده بودیم اما در مورد اختصاص سهمیه ویژه‌ای به شرکت‌های خلاق برای امریه سربازی به صورت دقیق اطلاع نداشتم. در سفر تفریحی‌ای که با یکی از دوستانم چند ماه پیش از فارغ التحصیلی از دانشگاه داشتم، زمانی که بحث به سربازی و شرایط مختلف آن کشید، بخشنامه جدیدی که در این خصوص برای شرکت‌های خلاق مشخص شده را به من معرفی کرد و توضیحات لازم را داد. پس از آن سفر، بنده از دبیرخانه شرکت‌های خلاق پیگیری‌های لازم را انجام دادم و با توجه به این که تمام شرایط را داشتم و امتیاز بالایی هم داشتم، فرم‌های لازم را ارسال کردم و بسیار سریع فرم‌ها تأیید شدند و نوبت به آماده سازی پروپوزال شد و پس از آن هم مابقی فرایندها را به همین شکل انجام دادم.





مراحل پذیرش چطور بود؟

خیلی سریع‌تر از چیزی که پیگیری می‌کردم تمام مراحل انجام شد و افرادی که در این پروسه هم در دبیرخانه شرکت های خلاق و هم در بخش دانش‌بنیان معاونت علمی کار می‌کردند، بسیار همراه و منعطف در تمامی بخش‌ها بودند.



تجربه شما به عنوان کسی سربازی خود را در شرکت انجام می‌دهد، بیان کنید.

در دوره آموزشی سربازی، دوستان زیادی که با مدرک کارشناسی ارشد و دکترا سرباز شده بودند، پیدا کردم. برای من بسیار ناراحت کننده بود که بسیاری از این دوستانم که بعضاً از بهترین دانشگاه‌های کشور هم فارغ التحصیل شده بودند، پس از دوره آموزشی باید خود را به پادگان‌های مختلفی در سراسر کشور معرفی می‌کردند و در حوزه‌هایی که تخصصشان نبود مشغول به فعالیت و نگرهبانی می‌شدند. به نظر من نه تنها این موضوع باعث لطمه به این افراد و زمان و جوانی‌شان بود، بلکه اقتصاد کشور می‌تواند منفعت‌های بسیار بیشتری با حضور این افراد در بخش خصوصی ببرد. این که من با اجرای این قانون توانستم در حوزه تخصصی خود همچنان به فعالیت و کارآفرینی در شرکتی که آن را تاسیس کردیم بکنم، بسیار برای من ارزشمند بود.

پیشنهاد شما درباره تسهیلات نظام وظیفه که برای فارغ التحصیلان دانشگاهی در نظر گرفته می شود چیست؟

اصلی ترین پیشنهاد من، تلاش برای بیشتر کردن ظرفیت امریه دانش بنیان و خلاق و همچنین پروژه های جایگزین خدمت می باشد تا تلنت ها و نخبه هایی که می توانند به بهترین شکل توانمندی ها و دانش خود را در راستای پیشرفت بخش خصوصی و اقتصاد کشور به کار بگیرند، بتوانند از این ظرفیت ها استفاده کنند. این موضوع همچنین باعث ایجاد امید بیشتری در نسل های جدید و انگیزه ای برای ماندن و کار کردن در کشور به جای مهاجرت می شود.





جای خالی نگرش انسجامی به صنایع فرهنگی در ایران

زهرا اکبری کارشناسی ارشد جامعه شناسی
و پژوهشگر حوزه صنایع فرهنگی و خلاق



www.namafar.ir



در یک تعریف جامع و مانع، صنایع فرهنگی و خلاق، عبارت‌اند از بخش‌هایی از فعالیت‌های سازمان‌یافته که هدف اصلی آن‌ها تولید یا بازتولید، ترویج، توزیع یا تجاری‌سازی کالاها، خدمات و فعالیت‌های محتوایی است که از ریشه‌های فرهنگی، هنری یا میراثی گرفته شده است (UNESCO, ۲۰۱۸). این صنایع، به سبب برخورداری بودن از ماهیت نرم و فرهنگی و توان‌افزایی اقتصادی، به عنوان یکی از الگوهای پیشران در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و اقتصاد فرهنگ در دنیا شناخته می‌شود. برخورداری از این دو ویژگی به صنایع فرهنگی و خلاق موقعیت ویژه‌ای می‌بخشد، به گونه‌ای که یکی از عرصه‌های مهم تحقق و پویایی توسعه پایدار، محسوب می‌شوند. داده‌ها در دو دهه اخیر اثبات می‌کنند که اقتصاد خلاق به عنوان یکی از بخش‌های با رشد سریع در اقتصاد جهانی از نقش کلیدی در ایجاد درآمد، شغل و صادرات برخوردار است. بنابراین، صنایع فرهنگی و خلاق منبع مهمی برای مشاغل و درآمد بوده و در نتیجه سرریزهای مهمی برای اقتصاد گسترده‌تر ایجاد می‌کنند. در بسیاری از بخش‌ها نظیر صنعت گردشگری علاوه بر اثرات اقتصادی خود، اثرات اجتماعی قابل توجهی چون حمایت از سلامت و رفاه تا ارتقاء شمول اجتماعی و سرمایه اجتماعی بومی برجای می‌گذارند (OECD, ۲۰۲۱).

جایگاه صنایع خلاق در اقتصاد جهان

بر اساس آخرین آمار از یونسکو، حجم بازار صنایع خلاق از تولید ناخالص جهانی ۳۱۰۰ میلیارد دلار و معادل ۳/۱ درصد است که ۶/۲ درصد از کل اشتغال را تشکیل می‌دهد و نزدیک به ۵۰ میلیون شغل در سراسر جهان ایجاد می‌کند (UNESCO, ۲۰۲۳). نکته قابل تأمل آن است که سهم این صنایع در اقتصاد جهانی در قیاس با سایر صنایع بزرگ و پردرآمد نظیر فولاد، نفت و خودرو نسبتاً برابر بوده و این مهم نشان‌دهنده بهره‌وری فزاینده اقتصادی و سودآوری ویژه آن و التفتاتی است که نظام‌های حکمرانی بالاخص در کشورهای پیشگام به این حوزه دارند.

مقایسه سهم صنایع خلاق با سایر اقتصادهای پردرآمد اعم از نفت، خودرو و فولاد



جای خالی صنایع خلاق در اقتصاد ایران

راهبرد ۱: اتصال درون‌زا (هم افزایی صنایع فرهنگی و خلاق)

محرز است که صنایع فرهنگی و خلاق در پیوند با یکدیگر منجر به هم‌افزایی اقتصادی و تسریع انتقال معانی فرهنگی می‌شوند. به طور نمونه، به واسطه توسعه صنعت گردشگری و در صورت بسترسازی مناسب به منظور ترویج صنایع دستی، گردشگران با خرید محصولات، ارزآوری را تقویت کرده و با انتقال محصول به کشور خود، برای ورود سایر گردشگران به ایران، زمینه‌سازی می‌کنند. چنانچه این حلقه اتصال با توسعه زیرساخت‌ها و سیاستگذاری‌های مناسب تقویت شود، توسعه صنعت گردشگری و صنایع دستی دور از انتظار نخواهد بود. از طرف دیگر بخش اعظمی از پویایی و توسعه صنایع فرهنگی و خلاق از قبل بازسازی فرهنگی یا مرچندایزینگ فراهم می‌شود. بازسازی فرهنگی به معنای تجاری‌سازی یا بازاستفاده از یک شخصیت، محتوا و نماد خارج از بستر اصلی خود و خلق ارزش برای آن است. به طور نمونه، چنانچه محتوا یا کارکردی در صنعت انیمیشن در محصولات دیگر صنایع فرهنگی نظیر نوشت‌افزار یا اسباب‌بازی تکثیر و مجدد به کار گرفته شود، فرآیند مرچندایزینگ به فعلیت رسیده است.

در بطن موضوع بازارپردازی فرهنگی، اقسام صنایع فرهنگی را می‌توان به طور کلی در سه دسته تقسیم‌بندی نمود؛ نخست صناعی چون سینما، پویانمایی و پی‌نمایی که خود دست به تولید محتوا و شخصیت می‌زنند. دسته دوم، آن قسم از صنایع فرهنگی و خلاق نظیر اسباب‌بازی و بردگیم که کار ترویج و البته تعمیق کاراکتر تولیدشده را انجام می‌دهند. دسته سوم این تقسیم‌بندی، شامل بخش‌هایی چون نوشت‌افزار و پوشاک است که صرفاً نقش مصرف کننده‌ی یک محتوا را ایفا می‌کنند.

بررسی‌ها، این موضوع را که اطلاعات آماری صنایع فرهنگی و خلاق در ایران، به طور خاص سهم آن از اقتصاد نامعتبر، غیردقیق یا به طور کلی غیررسمی است، تأیید می‌کند. بر این اساس، ناگزیر از اتکاء به برخی تخمین‌ها، سهم اقتصاد خلاق ایران از تولید ناخالص جهانی، ناچیز و حدود ۰/۴۳ درصد بوده است. این درحالی‌ست که در صورت حرکت در روند جهانی، اقتصاد خلاق می‌توانست سهمی معادل ۱۳ میلیارد دلار داشته باشد. کشورهای عضو ۲۰G تا سال ۲۰۳۰ برای اقتصاد خلاق، سهمی به میزان ۱۴ هزار میلیارد دلار و به میزان ۳ درصد هدفگذاری کرده‌اند. در اینجا دو فرض مطرح می‌شود:

(الف) چنانچه با روند ۰/۴۳ درصد (سهم فعلی اقتصاد خلاق کشور از تولید ناخالص جهانی) پیش برویم، تا سال ۲۰۳۰ سهم ایران ۶۰ میلیارد دلار خواهد بود.

(ب) با فرض اینکه جمعیت ایران یک درصد از جمعیت دنیا است، پس اقتصاد آن هم باید یک درصد از اقتصاد دنیا باشد، مطلوب این است که سهم اقتصاد خلاق کشور ۱۴۰ میلیارد دلار معادل ۴ درصد باشد.

طی مسیر صنایع فرهنگی و خلاق در کشور به گونه‌ای بوده است که وابسته به علل عدیده‌ای از یک‌سو به عنوان صنایع پربازده و سودآور در میدان اقتصاد پذیرفته نشده و فاقد جایگاه درخور و مطلوب است و از سوی دیگر نیز در عرصه رقابت‌پذیری بین‌المللی موفق عمل نکرده است

ضرورت نگاه منسجم به صنایع خلاق

بخشی از این مسائل، منبث از نگرشی است که صنایع فرهنگی و خلاق را منفک از سایر صنایع تعریف می‌کند و موجودیت آن را به عنوان قطعه‌ای از پازل بزرگ اقتصادی و فرهنگی در نظر نمی‌گیرد. با این وجود در صورت اهمیت‌بخشی، پر کردن خلاءهای گذشته و فعلی و تسریع حرکت در فرآیند جهانی، همچنان فضا برای توسعه صنایع فرهنگی و خلاق کشور فراهم است. بخش مهمی از تحقق این موضوع وابسته به ایجاد و تقویت نوعی نگرش منسجم و موحد (یک کل واحد) نسبت به صنایع فرهنگی و خلاق است که از طریق اتصال درون‌زا (هم‌افزایی صنایع فرهنگی و خلاق) و اتصال برون‌زا (پیوند صنایع فرهنگی و خلاق به صنایع بزرگ) حاصل می‌شود که در ادامه بحث خواهد شد.

فرآیند زنجیره مرچندایزینگ در صنایع فرهنگی و خلاق،

منبع؛ گزارش تاب‌آوری در صنعت نوشت‌افزار، اندیشکده حرف شریف، ۱۴۰۲

صنایع صرفاً مصرفی

(نوشت‌افزار، پوشاک)

صنایع ترویج و تعمیق محتوا

(اسباب‌بازی، بردگیم)

صنایع تولید محتوا

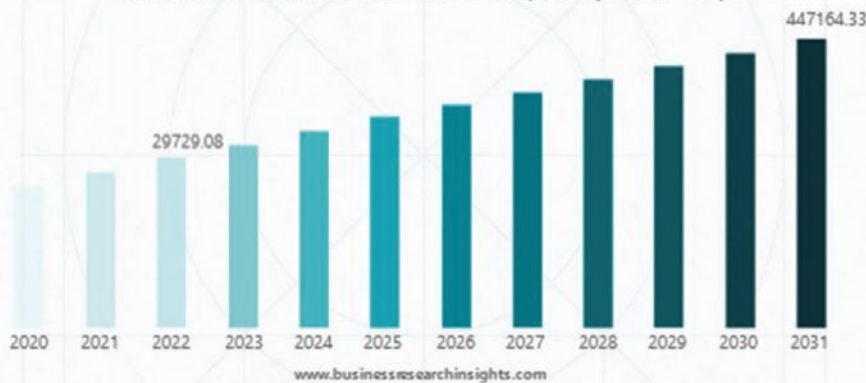
(سینما، پویانمایی)



اندازه بازار مرچندایزینگ

منبع، <https://www.businessresearchinsights.com>

Global Licensed Merchandise Market Size, 2031 (USD Million)



زنجیره مرچندایزینگ برای صنعت مبدا و مقصد و به طور کلی صنایع فرهنگی و خلاق، خالق ارزش است. بخش مهمی از درآمد شرکت‌های بزرگ نظیر مارول، دیزنی، لایسنس گلوبال و پوکمون به واسطه توسعه زنجیره مرچندایزینگ حاصل می‌شود. اندازه بازار جهانی مرچندایزینگ در سال ۲۰۲۲ معادل با ۲۹ میلیارد و ۷۳۰ میلیون دلار بود و پیش‌بینی شده در سال ۲۰۳۱ به ۴۴۷ میلیارد ۱۶۴ میلیون دلار برسد.

فروش زنجیره مرچندایزینگ انیمیشن فروزن، ۴ برابر فروش آن در گیشه (۴۷۷ میلیون دلار فروش در آمریکا و کانادا حدود ۹۷۶ میلیون دلار فروش در بازار خارجی) بوده است. این انیمیشن با هزینه ۱۵۰ میلیون دلاری ساخته شد و در گیشه به میزان ۱/۵ میلیارد دلار و در زنجیره مرچندایزینگ ۶ میلیارد دلار به فروش رفت. این موضوع، اهمیت سودآوری به واسطه توسعه بازاریابی فرهنگی در بازار صنایع را حتی بیش از مدل‌های درآمدی رایج یا روش‌های سنتی نشان می‌دهد. در ایران نیز به ویژه در سال‌های اخیر، کارکترهای انیمیشن‌های محبوب و پرمخاطبی مانند «پسر دلفینی» یا «بچه زرنگ» با ورود به صنعت اسباب‌بازی (عروسک) و صنعت نوشت‌افزار (دفتر، کوله‌پشتی، اقلام تحریری و...) مجراهایی برای خلق ارزش اقتصادی فراهم کردند. هزینه تولید انیمیشن بچه زرنگ حدود ۵۰۰ هزار دلار بوده است و فروش آن در گیشه و زنجیره مرچندایزینگ به ترتیب ۱/۲ میلیارد دلار و ۳۴۰ هزار دلار برآورد شده است. باوجود این نمونه موفق، ملاحظه می‌شود فروش مرچندایزینگ این انیمیشن در قیاس با فروش آن در گیشه، ناچیز است. اما به طور کلی بازار مرچندایزینگ در ایران به دلیل ضعف در کاراکترسازی و ناتوانی تجاری‌سازی، بازار پربرونقی ندارد و چرخه آن معیوب است. علاوه بر آنکه فقر کارکتر داخلی یا عدم دوام و بقای آن خود منجر به ورود محتوای خارجی و تغییر ذائقه مخاطبین شده است، در یک زنجیره مرتبط، سلسله‌وار و هم‌پیوند با سایر صنایع هم قرار نگرفته و در یک کلام به مقوله مرچندایزینگ آن توجه نشده است. به طور مثال، رشد کمی و کیفی صنعتی چون کمیک‌استریپ (پی‌نمایی) در کشورهای موفق و دارای سابقه درخشان، منجر به توسعه مرچندایزینگ و هم‌افزایی صنایع مشتق‌شده از آن مانند انیمیشن، سینما، نوشت‌افزار، اسباب‌بازی و... شده است. این در حالی‌ست که پشتیبانی از آثار کمیک در ایران در کمترین حالت، درون صنعت متوقف شده است. این موضوع تنها منجر به رشد صنعت آن هم در کوتاه‌مدت می‌شود و نمی‌توان چشم اندازی برای توسعه صنعت در بلندمدت متصور شد.

بنابراین زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق کشور از یک‌سو نیازمند ایجاد اتصال عمیق بین صنایع هم‌افزا (صنعت گردشگری با صنایع دستی، طراحی صنعتی با صنعت معماری و...) و از سوی دیگر تسهیل ایجاد و تثبیت زنجیره موازی مرچندایزینگ در صنایع به ویژه در حوزه کودک و نوجوان است. در این صورت می‌توان به توان‌افزایی صادرات کالاها و محصولات فرهنگی و مرزهای ملی و تقویت رقابت‌پذیری بین‌المللی اندیشید.

راهبرد ۲: اتصال برون‌زا (پیوند صنایع فرهنگی و خلاق به صنایع بزرگ)

محصولات فرهنگی و خلاق به ویژه در ابتدای فرآیند زنجیره ارزش -تهیه و تولید- در پیوند وثیق با صنایع بزرگ قرار دارند. مواد اولیه محصولاتی نظیر نوشت‌افزار، اسباب‌بازی، صنایع دستی و... وابسته به صنایعی چون پتروشیمی، نفت و... تولید و تأمین می‌شوند. یکی از مسائل عرصه‌هایی چون صنایع دستی و اسباب‌بازی، ضعف دسترسی به مواد اولیه و گران بودن یا کیفیت ضعیف این مواد است که صنعت را به سمت واردات سوق می‌دهد. همین مسئله می‌تواند برآیند ارتباط ناکارا و نامناسب صنایع فرهنگی با صنایع بزرگ تأمین‌کننده مواد اولیه چون نفت و پتروشیمی باشد. برنامه عملیاتی اتصال صنایع فرهنگی و خلاق به صنایع بزرگ در سه مصادیق اجرایی بخش زیر امکان تحقق دارد:

۱. شکل‌گیری و ایجاد پارک پتروشیمیایی صنایع فرهنگی به منظور استفاده از مزیت‌های صنعت پتروشیمی: تولید:

محصولات فرهنگی و خلاق به ویژه در ابتدای فرآیند زنجیره ارزش -تهیه و تولید- در پیوند وثیق با صنایع بزرگ قرار دارند. مواد اولیه محصولاتی نظیر نوشت‌افزار، اسباب‌بازی، صنایع دستی و... وابسته به صنایعی چون پتروشیمی، نفت و... تولید و تأمین می‌شوند. یکی از مسائل عرصه‌هایی چون صنایع دستی و اسباب‌بازی، ضعف دسترسی به مواد اولیه و گران بودن یا کیفیت ضعیف این مواد است که صنعت را به سمت واردات سوق می‌دهد. همین مسئله می‌تواند برآیند ارتباط ناکارا و نامناسب صنایع فرهنگی با صنایع بزرگ تأمین‌کننده مواد اولیه چون نفت و پتروشیمی باشد. از این‌رو با ایجاد پارک پتروشیمیایی صنایع فرهنگی و بهره‌مندی از مزایای آن نظیر خوارک تضمینی می‌توان جریان سرمایه‌گذاری را به سمت صنایع فرهنگی و خلاق سوق داد.

۲. ایجاد ارتباط بین صنایع فرهنگی و خلاق با صنایع غذایی (سرمایه‌گذاری صنایع غذایی در خط تولید اسباب‌بازی کوچک

مقیاس): سرمایه‌گذاری: کشورهای پیشگام با سرمایه‌گذاری برای ایجاد ارتباط بین صنایع فرهنگی و خلاق با صنایع غذایی، تجربه‌های جدید و متفاوتی را برای مصرف‌کنندگان رقم می‌زنند. این موضوع علاوه بر سرمایه‌گذاری، نیازمند خط تولید جدید و فناوریانه است اما تزریق بازگشت سرمایه بسیاری هم دارد. برخی شرکت‌ها با قرار دادن اسباب‌بازی به همراه محصولات غذایی، شکل نوینی از بازاریابی برای صنعت و درآمدزایی را رقم زده‌اند. از آن جمله می‌توان به شرکت Foodi Forks اشاره کرد که تولیدکننده محصولاتی با ترکیب مواد غذایی و اسباب‌بازی آموزشی و سرگرم‌کننده برای کودکان است که به یادگیری و رشد آن‌ها کمک می‌کند. در راستای ارتباط صنایع فرهنگی و خلاق با صنایع غذایی، می‌توان به این موضوع هم اشاره داشت که برخی کارکترها در محصولات غذایی، قابلیت ترویج از طریق صنایعی چون انیمیشن و سینما را دارند. به طور نمونه کاراکتر «چی‌توز» نه فقط در عرصه تبلیغات محصول بلکه به عنوان یک کارکتر در حوزه ساخت انیمیشن قابلیت پردازش دارد.

۳. ترویج: در راستای ارتباط صنایع فرهنگی و خلاق با صنایع غذایی، می‌توان به این موضوع اشاره داشت که برخی کارکترها در محصولات غذایی، قابلیت ترویج از طریق صنایعی چون انیمیشن و سینما را دارند. به طور نمونه کاراکتر «چی‌توز» نه فقط در عرصه تبلیغات محصول بلکه به عنوان یک کارکتر در حوزه ساخت انیمیشن قابلیت پردازش دارد.

کلام آخر



اگر بخواهیم جایگاه نامناسب صنایع فرهنگی در اقتصاد ایران را آسیب‌شناسی کنیم، انفکاک این صنایع از یکدیگر و همچنین از صنایع غیر فرهنگی، یکی از مواردی است که باید به آن اشاره کنیم. صنایع فرهنگی باید با یکدیگر تعامل داشته باشند. این تعامل شامل همان بازارپردازی فرهنگی یا مرچندایزینگ است که باعث می‌شود محتوای تولیدشده توسط صنایعی همچون سینما، پویانمایی یا پی‌نمایی (کمیک‌استریپ) یا کتاب، در صنایعی همچون پوشاک، نوشت‌افزار و اسباب‌بازی انعکاس یابند. یا تعمیق شوند و یا صرفاً مصرف شوند. باید توجه داشت این همگرایی و انسجام، می‌توان سودی چند برابر سود اولیه یک محتوای مثلاً سینمایی یا انیمیشنی بیافریند. مثلاًش انیمیشن فروزن است که با سرمایه‌ای ۱۵۰ میلیون دلاری تولید شد و در گیشه ۱ میلیارد دلار فروخت. اما از مرچندایزینگ ۶/۵ میلیارد دلار درآمد داشت. صنایع فرهنگی همچنین لازم است با صنایعی همچون پتروشیمی و نفت مرتبط باشند تا بتوانند مواد اولیه خود را باکیفیت و ارزان تهیه کنند. در غیر این صورت صنایع فرهنگی تبدیل به صنایعی وابسته، گران‌قیمت و یا در مواردی بی‌کیفیت می‌گردند.



www.isti.ir

www.ircreative.isti.ir

www.creativehousenet.ir

واحد پذیرش شرکت های خلاق:



۰۲۱_۸۳۵۳۲۴۷۵

خدمات و خانه های خلاق و نوآوری:

۰۲۱_۸۳۵۳۲۴۷۴



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

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



ircreative@isti.ir

info@creativehousenet.ir