از سوی رئیس جمهوری صورت می گیرد

محدودیت های جدید برای شبکه های اجتماعی در برزیل

میترا جلیلی
خبرنگار

رئیس‌جمهوری برزیل که خود را برای انتخابات سال ۲۰۲۲ این کشور آماده می‌کند و تاکنون اخبار اشتباه زیادی درباره کووید ۱۹ منتشر کرده، قصد دارد با اعمال محدودیت‌هایی برای شبکه‌های اجتماعی محبوب در این کشور، قدرت این پلتفرم‌ها برای حذف حساب‌های کاربری و محتوای آنها را کاهش دهد.

■ **حذف پست‌های رئیس جمهوری**

«ژایر بولسونارو» رئیس‌جمهوری برزیل که مدت‌هاست به‌دنبال تغییر قوانین اینترنت بوده، در ۹ آگوست از تلاشش برای ارائه لایحه‌ای خبر داد. بر اساس این وعده که حالا ظاهراً به آن عمل کرده است، پلتفرم‌هایی با بیش از ۱۰میلیون کاربر در برزیل، از حذف محتوا بدون دستور قضایی منع می‌شوند.

رئیس‌جمهوری برزیل فرمان تغییر مقررات اینترنت برای مبارزه با «حذف خودسرانه» حساب‌ها، مشخصات و محتوا را امضا کرد و هدف از آن را افزایش شفافیت سیاست‌های پلتفرم‌ها و محدود کردن اختیارات شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی برای لغو یا تعلیق حساب‌ها و حذف محتوا دانست.

وی یادآورشد به مردم این حق را می‌دهد تا مطالب ممنوعه در شبکه‌های اجتماعی را مجدداً ارسال کنند که این موضوع، نگرانی‌هایی را در زمینه احتمال افزایش گردش اخبار و اطلاعات فیک به‌دنبال داشت. ازسوی دیگر وی ادعا دارد این شبکه‌های اجتماعی، حق آزادی بیان او و پیروانش را نادیده گرفته یا محدود کرده‌اند. این درحالی است که وی تاکنون دست به سانسور و مسدود کردن اکانت بسیاری از خبرنگاران و منتقدانش زده و به‌طور مشخص دستی در انتشار اخبار جعلی دارد.

به‌عنوان مثال فیس بوک و اینستاگرام در ماه مه یکی از ویدیوهای رئیس‌جمهوری برزیل را که هیدروکسی کلروکین(درمانی برای مالاریا) را درمان کرونا دانسته بود، حذف کردند و برخی توئیت‌های وی نیز به‌دلیل ادعاهای مشابه و همچنین انتقاد از فاصله‌گذاری اجتماعی حذف شد.

در جولای امسال نیز یوتیوب ۱۵ویدیوی موجود در یک کانال متعلق به رئیس‌جمهوری برزیل را به‌دلیل انتشار اخبار جعلی درباره کووید ۱۹ حذف کرد. وی همچنین حامیان خود را تشویق می‌کند تا در پلتفرم‌های تلگرام و پارلر به او بپیوندند. ازسوی دیگر وی بسیاری از پست‌های خود را حذف یا پنهان کرد و پس از انتقاد مکرر از این پلتفرم‌ها قول داد با آنچه احساس می‌کند آزادی بیان او را تهدید می‌کند مبارزه خواهد کرد و سرانجام هم آن را عملی کرد.

به موجب این لایحه که برای تبدیل شدن به یک قانون جدید و اجرای فوری باید ابتدا توسط کنگره تصویب شود، شبکه‌های اجتماعی موظف خواهند بود قبل از اقدام برای حذف کاربران، حساب‌ها یا محتوا، کاربر مورد نظر را مطلع کرده و پس از ذکر دلایل آن، اقدام کنند. با این تغییرات، پلتفرم‌ها نمی‌توانند پست‌ها را به‌طور کامل یا جزئی حذف کنند، مگر در مواردی که علت و انگیزه آن کاملاً مشخص باشد. حساب‌هایی که توسط روبات‌ها اداره می‌شود و برای شبیه‌سازی فعالیت انسان در توزیع محتوا ایجاد شده و همچنین محتوای مخالف با قوانین حمایت از کودکان، برهنگی، نمایش صریح یا ضمنی اعمال جنسی و ترویج یا تشویق به جنایات و انتشار ویروس یا بدافزار از مواردی است که پس از اجرای این قانون، پلتفرم‌ها همچنان می‌توانند درباره حذف محتوای آن سریع‌تر تصمیم بگیرند. شبکه‌های اجتماعی ۳۰روز فرصت دارند تا خط مشی خود را تنظیم کنند. در صورت عدم رعایت، مجازات پلتفرم‌ها از ۱۰درصد درآمد شرکت در برزیل گرفته تا تعلیق موقت فعالیت‌ها متغیر خواهد بود.

در برزیل، اقدامات موقت ابزارهایی هستند که می‌توانند در موارد فوری برای تصویب یک قانون، توسط رئیس‌جمهوری حداکثر تا ۶۰ روز استفاده شوند. آنها می‌توانند یکبار تمدید شوند و پس از تأیید کنگره ملی به قانون تبدیل شوند. البته مخالفان می‌توانند برای جلوگیری از اعمال تغییرات، در دادگاه عالی شکایت کنند.

■ **یک رئیس‌جمهوری پرحاشیه**

گفتنی است رئیس‌جمهوری برزیل علاوه بر موضع‌گیری اغلب بحث برانگیز خود درباره کرونا، در جریان مبارزات انتخاباتی خود در انتخابات ۲۰۱۸ هم از شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر و واتس اپ استفاده کرده و متهم به اتهامات مربوط به تاکتیک‌های تبلیغاتی غیرقانونی با استفاده از سرویس‌های پیام رسان شده بود.

وی که در توئیتر حدود ۷میلیون، در فیس‌بوک ۱۴میلیون و در اینستاگرام بیش از ۱۸ میلیون دنبال کننده دارد، تاکنون حساب بسیاری از افرادی را که نظراتی مخالف با وی داشته‌اند، مسدود کرده است اما به‌دلیل عدم شفافیت نمی‌توان از تعداد دقیق آن مطلع شد. در آوریل و ژوئن دیده بان حقوق بشر پیام‌هایی را در حساب‌های توئیتر، فیس بوک و اینستاگرام خود در برزیل منتشر کرد که از کاربران می‌پرسید آیا رئیس‌جمهوری بولسونارو آنها را مسدود کرده است که بیش از ۴۰۰ نفر پاسخ مثبت دادند و بیشتر آنها کاربر توئیتر بودند. از این تعداد، ۱۷۶نفر اسکرین شات‌هایی ارائه کردند که نشان از مسدود شدن آنها توسط حساب رئیس‌جمهوری داشت که پس از انتشار نظرات انتقادی، مسدود شده‌اند.

انجمن روزنامه نگاری تحقیقی برزیل نیز ۱۳۵خبرنگار را که توسط مقامات ارشد دولتی بویژه رئیس‌جمهوری برزیل مسدود شده‌اند شناسایی کرده است. در همین راستا کنگره برزیل در حال بررسی لایحه‌ای است که می‌تواند مقامات منتخب و ارشد را از مسدود و بلاک کردن دنبال کننده‌ها در حساب‌های رسانه‌های اجتماعی که به طور رسمی نقش آنها را نشان می‌دهد، منع کند.

■ **جمعیت بزرگ کاربران شبکه های اجتماعی**

برزیل بزرگ‌ترین کشور امریکای لاتین با ۱۶۰،۱میلیون کاربر و ضریب نفوذ ۶۸،۱درصدی شبکه‌های اجتماعی، دارای پنجمین جمعیت بزرگ کاربران شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان است. همچنین پس از امریکا، دومین جمعیت بزرگ خارج از آسیا محسوب می‌شود. چنین بازار وسیعی نشان دهنده سرزمین فرصت‌ها برای شبکه‌های اجتماعی است. این درحالی است که پیش‌بینی شده تعداد کاربران برزیلی بین سال های ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۵ افزایش ۱۳درصدی داشته باشد و این رقم به بیش از ۱۸۰میلیون نفر برسد.

مجموعه شبکه‌های اجتماعی که در مالکیت مارک زاکربرگ قرار دارند صنعت رسانه‌های اجتماعی را در برزیل رهبری می‌کنند. فیس‌بوک به همراه واتس اپ و اینستاگرام، برترین اپلیکیشن‌ها در بین کاربران تلفن‌های هوشمند برزیلی محسوب می‌شوند اما تناقض‌هایی نیز در این میان دیده می‌شود. در طول سال ۲۰۲۰، سهم بازار اینستاگرام در مقایسه با سال قبل تقریباً ۶۶درصد افزایش یافت اما فیس بوک با کاهش۱۵ درصدی مواجه شد.

واتس‌اپ هم به یک ویژگی مشترک در سبک زندگی اکثر کاربران برزیلی تبدیل شده و با فراتر رفتن از حوزه پیام‌رسانی و شبکه‌های اجتماعی، وارد تجارت الکترونیک شده است. تیک تاک نیز روند صعودی دارد اما یوتیوب هنوز غالب است. بین سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۰، تعداد کاربران تیک تاک در برزیل بیش از ۱۴،۳درصد افزایش یافت. این برنامه که توسط ByteDance مستقر در پکن اجرا می‌شود، بسرعت به یک بستر برای افراد مشهور وهمچنین افراد ناشناس تبدیل شد. با وجود این بسیاری از برزیلی‌ها ویدیوهای طولانی‌تر را ترجیح می‌دهند.

بر اساس برآوردها تعداد کاربران یوتیوب در برزیل در سال ۲۰۲۱ به حدود ۱۴۹ میلیون نفر می‌رسد که بیش از ۳۵برابر تعداد کاربران تیک تاک در همین زمان خواهد بود. باید دید آیا این تازه وارد چینی در نهایت از پلتفرم اشتراک‌گذاری ویدیو که از سال ۲۰۰۶ توسط گوگل کنترل می‌شود پیشی خواهد گرفت یا خیر. همچنین در برزیل ۷۶درصد از کاربران هرروز از اینترنت استفاده می‌کنند و این رقم به طور متوسط به ۵ساعت در هفته می‌رسد که البته در تعطیلات آخر هفته، ۴،۵ ساعت است. کاربران بیشتر مدت زمان حضور در اینترنت را در شبکه‌های اجتماعی سپری می‌کنند و مدت زمان حضور آنها دراین پلتفرم‌ها به ۳،۸ ساعت در هفته می‌رسد.

خبر

وزیر ارتباطات:

برای رایگان بودن شبکه «شاد» تلاش می‌کنیم

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: تلاش می‌کنیم امسال نیز استفاده از شبکه شاد رایگان باشد اما باید نحوه تأمین منابع آن مشخص و سازوکار جدیدی برای تداوم آن دیده شود.

به گزارش ایرنا در دیدار وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و سرپرست وزارت آموزش و پرورش برای بررسی وضعیت برنامه شاد، بر توسعه این شبکه و افزایش کیفیت تجربه خوب کاربری در این فضا برای سال جدید تحصیلی تأکید شد.

در این جلسه وزیر ارتباطات با اشاره به راه‌اندازی و استفاده از شبکه شاد در دوران کرونا گفت: راه‌اندازی شبکه شاد کار بسیار بزرگی بود و متخصصان کشور تهدید کرونا را تبدیل به یک فرصت برای نظام آموزشی کشور کردند.

وی با تأکید بر اینکه شبکه شاد باید تقویت شود و توسعه یابد، افزود: این شبکه باید به صورتی توسعه یابد که حتی یک نفر نیز از تجربه کار با آن ناراضی نباشد و برای کاربر تجربه مثبتی در استفاده از این شبکه ایجاد شود.

وزیر ارتباطات تصریح کرد: اینکه همزمان حدود ۲.۵ میلیون نفر کاربر از محتوای چند رسانه‌ای در یک پلتفرم داخلی استفاده کنند تاکنون سابقه نداشته است.

وی با تأکید بر اینکه باید فضای رقابتی و اکوسیستم در این حوزه شکل بگیرد، افزود: باید طوری تدبیر کنیم که فضای رقابت در حوزه پلتفرم‌ها و خدمات آموزش الکترونیکی با مدل اقتصادی مشخص در این حوزه شکل بگیرد؛ در غیر این صورت با این شکل حمایت‌ها امکان ادامه مسیر دشوار است و زیست بوم آموزش الکترونیک کشور با چالش جدی روبه‌رو می‌شود.

وی به حرکت جهادی در دوره قبلی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برای توسعه دسترسی روستاها به اینترنت پرسرعت اشاره کرد و افزود: درباره هوشمندسازی مدارس نیز اولویت ما توسعه زیرساخت‌ها و افزایش پهنای باند است که البته باید منابع آن در بودجه سال آینده در نظر گرفته شود.

نرم افزار آنلاین

برترین هدفون های سال

صهبا ملک- امروزه هدفون‌ها به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از مردم بویژه جوانان تبدیل شده‌اند و درواقع برای برخی، تحمل شرایط سختی همچون ترافیک و... تنهابا کمک این وسیله امکانپذیر است. مجله خبری زد دی نت در گزارشی برترین هدفون‌های سال را از نظر شاخص‌های مختلف معرفی کرده است.

Bose Frames Tempo: این محصول دوکاره هم عینک آفتابی و هم هدفون است.درواقع وقتی عینک آفتابی را می‌زنید، هدفون درجای درست قرار می‌گیرد و با کمترین دردسر می‌توان به موزیک مورد علاقه گوش داد. فریم آئرودینامیک عینک و پدهای سیلیکونی روی بینی آن هم استفاده از این وسیله را بسیار راحت کرده است. این هدفون دوکاره تا ۸ساعت هم می‌تواند بدون نیاز به شارژ مجدد کار کند و قیمت آن نیز ۲۴۹دلار است.

AfterShokz Aeropex: این هدفون که برترین نمونه از نظر هدایت جریان موسیقی ازطریق استخوان‌های گوش محسوب می‌شود می‌تواند کمک کند تا در فضاهای شلوغ و پرسروصدا هم براحتی موزیک مورد علاقه خود را گوش کنید. در ساخت این هدفون از نسل هشتم فناوری bone conduction و بلوتوث۵،۰ استفاده شده است.

این هدفون که باتری آن تا ۸ساعت نیاز به شارژ ندارد، چندان ضدآب نیست پس نمی‌توان هنگام شنا ازآن بهره گرفت. سبکی این هدفون ۱۶۰دلاری یکی دیگر از مزایای آن به شمارمی رود.

Apple AirPods Pro:برترین هدفون برای ازبین بردن سروصدای محیطی هنگام گوش دادن به موسیقی محسوب می‌شود. درواقع اپل این بار فناوری Automatic Adaptive EQ را با تراشه H1اپل ترکیب کرده تا میزان تأخیر پخش موسیقی به حداقل برسد.در ساخت این هدفون که تاحدودی ضدآب است، ۲میکروفون به کار رفته و با دستیار صوتی اپل یعنی Siri هماهنگ است. البته طول عمر باتری این هدفون ۴۲دلاری تنها ۵ساعت است که بسیاری، آن را یک ضعف می‌دانند.

Dr. Dre PowerBeats Pro: اما اگر یک دونده هستید بهترین گزینه هدفون برای شما همین نمونه است که طراحی آن کاملاً با فرم گوش سازگاری دارد و هم با دستگاه‌های اندرویدی و هم ios سازگار است. در این هدفون هم از تراشه H1اپل استفاده شده و در برابر آب مقاومت نسبتاً خوبی دارد.

این هدفون در رنگ‌های متنوعی همچون صورتی و آبی و قرمز هم به بازار ارائه شده و طرفداران زیادی دارد. باتری این هدفون ۱۸۹دلاری هم تا ۹ساعت نیازی به شارژ شدن ندارد که امتیاز بزرگی محسوب می‌شود.

Bose SoundSport: این محصول، بهترین نمونه هدفون سیمی به شمارمی رود و در سه رنگ به بازار ارائه شده است. باتری لیتیوم-یونی آن تا ۶ساعت می‌تواند بدون وقفه کار کند اما هربار برای پرشدن شارژ باتری، به دوساعت زمان نیاز دارد. بلوتوث این هدفون ۱۲۹ دلاری هم با وسایل اندرویدی و هم با ios سازگار است و با کمک فناوری Tile، می‌توانید هرجا آن را گم کردید دوباره پیدا کنید.

سازماندهی فعالیت های روزانه

بسیاری از مردم زندگی کاری پیچیده‌ای دارند و ممکن است قرار ملاقات‌ها، نمایشگاه‌هایی که علاقه‌مند به حضور در آنها هستند و... را فراموش کنند. اینجاست که برخی نرم افزارهای ساده می‌توانند بهترین نقش کمکی را برای شما بازی کرده و عملاً به منشی خصوصی بدون حقوق تبدیل شوند.

یکی از این نرم افزارها EssentialPIM است که در مجموعه نرم افزارهای سازماندهی فعالیت‌های روزانه قرار می‌گیرد. دسته‌بندی همه فعالیت‌های روزانه از قبیل قرار ملاقات‌ها، یادداشت‌ها، کارهای پیش رو و ... از خدمات این نرم افزار محسوب می‌شود. این نرم افزار نیز مانند تمام نمونه‌های مشابه، به شما کمک می‌کند تا از برنامه‌های خود عقب نمانید و با مدیریت درست، فعالیت‌های خود را به بهترین بازدهی ممکن برسانید.

ازسوی دیگر این نرم افزار قادر است تا لینک‌های موجود را در هر پوشه یا در پوشه‌های خود ذخیره کند که این امتیاز بزرگی به‌شمارمی رود. از ویژگی‌های نرم افزار EssentialPIM می‌توان به نمایش‌های سفارشی و همچنین هماهنگ‌سازی با گوگل اشاره کرد. هماهنگ‌سازی Outlook، دسترسی همزمان چند کاربر به پایگاه داده‌ها و نیز هماهنگ‌سازی با ویندوز موبایل از دیگر مزایای این نرم افزار به شمار می‌رود. با کمک این نرم افزار می‌توانید هر آیتمی را به ایمیل ارسال

کنید و همچنین گروه‌های مختلف مخاطب‌تان را هم دسته‌بندی کنید. سلسله مراتبی کردن فعالیت‌های پیش رو و نیز مشخص کردن کارهای واگذار شده به دیگران برای انجام، هم از دیگر قابلیت‌های این نرم‌افزار محسوب می‌شود. از دیگر ویژگی‌ها هم می‌توان به قابلیت دسته‌بندی با توجه به وظایف و رویدادها اشاره کرد.

گفتنی است که این نرم افزار دارای نسخه اندروید رایگان (قابل دانلود از گوگل پلی) با قابلیت سینک شدن با نسخه نصب شده روی ویندوز است که قابلیت بسیار مناسب و پرطرفداری به حساب می‌آید. اگر شما هم علاقه مندید که این نرم افزار را در اختیار داشته باشید می‌توانید آن را به‌طور رایگان از وبسایت P30world.com بارگذاری کنید.

قاب فناوری

ورزش هوشمند با یک کفی فناورانه

علیرضا احمدی- مربیان فوتبال همیشه به‌دنبال راهی هستند تا در هر شرایطی از وضعیت بازیکنان خود مطلع شوند. حالا یک استارتاپ هلندی با سیستمی به‌نام Jogo system به این نیاز پاسخ داده تا مربی بتواند ازطریق کفش‌های بازیکنان، درهر لحظه از وضعیت تمرینی و آمادگی بدنی آنها مطلع شود.

استارتاپ SportsTalentVision، این سیستم را مشتمل بر ۳بخش طراحی کرد: یک کفی که در کف کفش ورزشکاران قرار می‌گیرد، مدل‌های سنسور ضدآب که از زیر به کفی‌ها متصل می‌شوند و همچنین یک اپلیکیشن برای دستگاه‌های اندرویدی و ios که بتوان اطلاعات و دیتای جمع‌آوری شده را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. وقتی سنسورها به کفی مخصوص کفش متصل می‌شوند می‌توانند تا زمانی که باتری مدل‌ها شارژ دارند، در کفش باقی بمانند.حتی یک فضا در سطح هریک از کفی‌ها وجود دارد که می‌تواند درآینده به جایگاه شارژر مغناطیسی تبدیل شود. درباره سنسورها هم باید گفت که هریک از سنسورها که گفته می‌شود تنها ۴گرم وزن دارند، می‌توانند هزار بار در دقیقه دیتا را ثبت کنند و درحال حاضر تا ۳۰ساعت نیازی به شارژ مجدد ندارند.

این سنسورها می‌توانند مواردی همچون متوسط سرعت ورزشکار، شتاب یا کاهش سرعت، میزان دفعاتی که پای ورزشکار با توپ در تماس است و حتی تعداد پاس‌هایی که هر ورزشکار می‌دهد یا دریافت می‌کند را به دقت ارزیابی کرده و بر صفحه سیستم اندرویدی یا ios به‌نمایش درآورند. از دیگر مواردی که مربی با کمک این کفی هوشمند می‌تواند بر آن نظارت داشته باشد قدرت شوت‌های بازیکن و میزان قدرت هریک از پاها در زمان شوت زدن است. مجموعه این اطلاعات ازطریق بلوتوث به اپلیکیشن ارسال شده و درنهایت، هم مربی و هم بازیکن می‌توانند نتایج ارزیابی را روی صفحه نمایش دستگاه خود ببینند و با رفع نقاط ضعف و تأکید بر نقاط قوت، ورزشکار به طور جدی‌تر در مسیر حرفه‌ای خود گام بردارد. یکی دیگر از موارد جالب سیستم، این است که مربی می‌تواند عملکرد بازیکنان مختلف را در زمین مسابقه یا هنگام تمرین مورد بررسی قرار داده و این نتایج را با همدیگر مقایسه کند. این سیستم که اکنون در سایت کیک استارتر پیش فروش می‌شود و عملاً درمرحله جمع‌آوری سرمایه برای تولید انبوه قراردارد با بهای ۸۴یورو حدود ۱۰۰دلار امریکا برای هرکیت به فروش می‌رسد.

نگاه

چرا جهان اکوسیستم استارتاپی ایران را نمی‌شناسد؟

شهره ناصری
معاون سیاستگذاری و اعتباربخشی فناوری اطلاعات

چندی پیش مؤسسه مشاوره «استارتاپ‌بلینک» رتبه‌بندی سالانه خود را در زمینه اکوسیستم‌های استارتاپی شهرها و کشورهای جهان را منتشر کرد. در این گزارش نام کشور ما ایران در فهرست «کشورهای رتبه‌بندی‌نشده» آمده و تهران نیز (در میان ۱۰۰۰ شهر بررسی شده از ۱۰۰ کشور جهان) با سقوط ۱۷۴ پله‌ای نسبت به سال قبل، در رتبه ۵۱۲ قرار گرفت. بد نیست نگاهی به رتبه‌های نزدیک تهران نیز بیندازیم: یانگون از کشور میانمار (۴۹۲)، کاراکاس از کشور ونزوئلا (۵۲۷) و آبیجان از ساحل عاج (۶۱۳).

در این رتبه‌بندی، تهران در کنار شهرهایی قرار گرفته که احتمالاً اسم آنها هم برایمان چندان آشنا نیست و کشور ما نیز اساساً در رتبه‌بندی ۱۰۰ کشور برتر لحاظ نشده است اما آیا حقیقت زیست‌بوم استارتاپی ایران این است؟ با توجه به جایگاه ایران از نظر ضریب نفوذ تلفن همراه هوشمند و اینترنت باند پهن موبایل، زیرساخت‌های دیجیتال مالی و بانکی و همچنین استارتاپ‌های رشدیافته با بیش از ۴۰ میلیون کاربر، به نظر می‌رسد در این گزارش داده‌های کافی منظور نشده است. اما چگونه این اتفاق می‌افتد؟ و گزارش‌های اکوسیستم چگونه تدوین می‌شوند؟

دولت‌ها در سراسر جهان برای «برندسازی» برای اکوسیستم استارتاپی خود، در عرصه‌های مختلف بین‌المللی حاضر می‌شوند و با نهادهای بین‌المللی همکاری می‌کنند. از مهم‌ترین ابزارهای دولت‌ها در زمینه برندسازی اکوسیستم می‌توان به راه‌اندازی پورتال‌های استارتاپی چندزبانه، شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و همچنین انتشار گزارش‌های رسمی با همکاری نهادهای بین‌المللی اشاره کرد.

گزارش‌های تحلیل اکوسیستم معمولاً از سوی سه دسته از نهادها منتشر می‌شوند: شرکت‌های مشاوره، نهادهای اقتصادی و صنفی بین‌المللی و سازمان‌های دولتی. این گزارش‌ها، مشروط بر اینکه از اعتبار کافی برخوردار باشند، یکی از مراجع اصلی برای تحلیل و تصمیم‌گیری درباره سرمایه‌گذاری‌های خارجی بشمار می‌روند. در واقع کشورها با انتشار اطلاعات درباره اکوسیستم کارآفرینی خود، در جذب سرمایه و استعدادهای خارجی می‌کوشند. از این‌رو نهادهای دولتی در تلاش هستند تا اطلاعات موثق و روزآمد را در اختیار پژوهشگران و مؤسسات مشاوره‌ای قرار دهند و از انتشار چنین گزارش‌هایی حمایت‌های مادی و معنوی می‌کنند.

اما درباره استارتاپ‌بلینک و گزارش سالانه آن باید گفت که استارتاپ‌بلینک، یک شرکت خصوصی مشاوره در حوزه کارآفرینی و استارتاپ است و خود را نیز یک استارتاپ معرفی می‌کند. این شرکت از سال ۲۰۱۷ یک گزارش ارزیابی جامع از اکوسیستم‌های کارآفرینی در سراسر جهان منتشر می‌کند که هدف اصلی آن، برندینگ این شرکت در زمینه همکاری‌های اکوسیستمی است. این شرکت خدماتی نظیر پورتال‌های استارتاپی، تحلیل اکوسیستم و توسعه اکوسیستم ارائه می‌دهد.

استارتاپ‌بلینک در بخش روش‌شناسی این گزارش، منابع مختلفی ازجمله ۱۰۰ شریک اکوسیستمی که عمدتاً نهادهای دولتی هستند را بر می‌شمارد و پورتال‌های استارتاپی را به‌عنوان یکی از منابع اصلی داده‌های خود معرفی می‌کند اما به گفته همین مؤسسه، داده‌های مورد استفاده در آن حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد از نهادهای فعال استارتاپی در سراسر جهان را پوشش می‌دهند. طبیعی است که در شرایط تحریم، فرض را بر این بگیریم که احتمالاً اکوسیستم کشور ما در سطح بسیار پایین‌تری از پوشش داده‌ای قرار گرفته است.

یکی از مشکلات مهم در مسیر انتشار داده‌های اکوسیستم ایران، این است که استارتاپ‌های ایرانی به علت‌های مختلفی اطلاعات خود را در پلتفرم‌های بین‌المللی ثبت نمی‌کنند؛ ممکن است پلتفرم در ایران در دسترس نباشد، ممکن است بواسطه تحریم، اشخاص حقیقی و حقوقی ایرانی را نپذیرد و در نهایت بنا به مشکلات متعدد، ثبت‌نام در آنها فایده‌ای برای استارتاپ‌های ایرانی نداشته باشد.

در نتیجه، در فقدان داده‌های صحیح و دقیق، شاهد این هستیم که اکوسیستم ایران در ارزیابی‌های مختلف بسیار ضعیف ارزیابی می‌شود. در این موقعیت دو راه پیش روی ماست: یا آن‌طور که هستیم، خود را به جهان معرفی کنیم یا دیگران آن‌طور که بخواهند ما را معرفی می‌کنند و انتشار گزارش استارتاپ‌بلینک، هشدار روشنی برای اکوسیستم کارآفرینی ایران است.

اما چه باید کرد؟ در پاسخ باید گفت که در سال‌های گذشته، نگاه سازمان فناوری اطلاعات این بود که یک شریک بین‌المللی معتبر در مسیر برندسازی اکوسیستم برای خود انتخاب کند. با بررسی‌های گسترده‌ای که صورت گرفت، سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) به‌عنوان این شریک انتخاب شد. این سازمان علاوه بر آنکه بر مبنای تجارب موفق پیشین خود، اعتبار خوبی در زمینه تحلیل اکوسیستم‌های کارآفرینی دارد، بنا به ماهیت سازمان ملل متحد، در شرایط تحریم نیز همکاری خود را با ایران ادامه می‌دهد.

هم‌اکنون، اولین گزارش یونیدو در زمینه تحلیل اکوسیستم کارآفرینی ایران و مستندسازی تجارب موفق آن در آستانه انتشار است. در این گزارش، تلاش بر این بوده تا تصویری واقع‌بینانه از آنچه امروز در ایران در جریان است، ارائه شود. این گزارش به‌صورت مشترک ازسوی سازمان فناوری اطلاعات و یونیدو به زبان انگلیسی منتشر خواهد شد. همچنین اقدام‌هایی مانند هاب بین‌المللی چندزبانه، مشارکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و... برای استارتاپ‌های ایرانی در نظر گرفته شده است.

امید است که یکایک نهادهای دولتی و خصوصی فعال در اکوسیستم استارتاپی ایران، به اهمیت همکاری‌های بین‌المللی برای رشد و بالندگی این اکوسیستم توجه داشته باشند و در راستای آن تلاش کنند.