



تلگرام در ترکیه فیلتر می‌شود؟

به نظر می‌رسد مقامات کشور ترکیه روی فعالیتهای شبکه‌های اجتماعی در این کشور حساس شده باشند. ۱۲ مردادماه بود که ترکیه اعلام کرد اینستاگرام را در این کشور مسدود کرده، زیرا پست‌های کاربران برای ترور اسماعیل هنیه را با محدودیت مواجه کرده است. هر چند با مذاکراتی که میان متا و مقامات ترکیه صورت گرفته، ۲۰ مردادماه دسترسی به این شبکه اجتماعی دوباره برقرار شد. حالا هم ترکیه تهدید کرده که تلگرام را فیلتر خواهد کرد. به گزارش پیوست، ترکیه مدعی ارتکاب فعالیت‌های مجرمانه در تلگرام از جمله فروش مواد مخدر و تبلیغ فحشا شده است و قصد دارد دسترسی به این پیام‌رسان را مسدود کند. دلیل ترکیه برای این تصمیم، بی‌پاسخ ماندن هشدارهای مکرر به دفتر مرکزی تلگرام در بریتانیاست. به دنبال این هشدارها، ترکیه تهدید کرد که اگر تلگرام در مدت‌زمان کوتاهی اقدامی نکند، ممکن است دسترسی به آن در ترکیه مسدود شود. تلگرام در ترکیه حدود ۸ میلیون کاربر فعال دارد.



بازگشت ترامپ به ایکس

قبل از اینکه توییتر توسط ایلان ماسک خریداری شود و نام آن به ایکس تغییر کند، صاحبان این پلتفرم، دسترسی دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور سابق آمریکا را به این پلتفرم مسدود کرده بودند. ماسک حساب مسدودشده را به حالت قبلی برگرداند، اما به نظر می‌رسد این سیاستمدار پرسروصدا علاقه‌ای به بازگشت به این پلتفرم و فعالیت در آن را ندارد. اما ترامپ در روزهای اخیر با انتشار یک ویدئوی تبلیغاتی در حساب کاربری خود، فعالیتش را در این پلتفرم مجدداً آغاز و اعلام کرد در اسپیس مشترک به گفت‌وگو با ماسک درباره انتخابات و موضوعات دیگر می‌پردازد. به گزارش پیوست، حساب کاربری ترامپ در پی حمله طرفداران او به ساختمان مجلس آمریکا در ۶ ژانویه ۲۰۲۱ از سوی مدیریت سابق توییتر مسدود شد. ماسک این محدودیت را در پی یک نظرسنجی از کاربران برطرف کرد، اما ترامپ با وجود تقدیر از این اقدام فعالیتش روی این پلتفرم نداشت و پیام‌های متنی خود را از طریق تروث‌سوشال، شبکه اجتماعی خود، منتشر می‌کرد.



انودیا و آموزش هوش مصنوعی در کالیفرنیا

هوش مصنوعی از آن دست فناوری‌هایی است که همه کشورها برای توسعه آن به متخصصان بیشتر نیاز دارند و با کمبود نیروی متخصص در این حوزه مواجه‌اند. به همین سبب نیز شرکت انودیا که یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های نرم‌افزاری چندملیتی در آمریکا و واقع در کالیفرنیا، با همکاری فرمانداری کالیفرنیا دوره‌های آموزشی هوش مصنوعی برگزار می‌کند. به گزارش دیجیاتو، این ابتکار که با حمایت گاوین نیوسام، فرماندار کالیفرنیا و جنس هوانگ آغاز شده، به دنبال ایجاد فرصت‌های شغلی و ترویج نوآوری است. این تلاش شامل برنامه‌ای برای آموزش کارکنان دولتی نیز می‌شود. طبق بیانیه‌ای از فرمانداری کالیفرنیا، در این مشارکت ۱۰۰ هزار دانشجوی، استاد دانشگاه، توسعه‌دهنده و دانشمند داده آموزش می‌بینند تا بتوانند از این فناوری برای حل مشکلات روزمره استفاده کنند. این همکاری بخشی از تلاش‌های اخیر کالیفرنیا برای تقویت موقعیت خود در جایگاه مرکز پیشگام در فناوری‌های نوین است. سیتامبر گذشته، نیوسام فرمانی اجرایی امضاء کرد که به موضوعاتی مانند استفاده مسئولانه از این فناوری و بررسی بهترین کاربردهای آن توسط نهادهای دولتی می‌پرداخت.



مواجهه بدون روتوش

نگاهی به فرصت‌های نمایشگاهی به بهانه برگزاری نمایشگاه صنعت مالی

دارند و به‌شکل مؤثر اجرایی می‌کنند. مثلاً در حالی که در سالی همایش و گفت‌وگو در جریان است، به‌صورت موازی در سالی کارگاهی آموزشی در حال برگزاری است و در سالن دیگر نیز نمایشگاه برقرار است. در واقع انگار آن طرف زمان را به بهترین شکل مدیریت می‌کنند تا بتوانند یکسری ارتباطات را شکل دهند. اتفاقاً نمایشگاه‌ها در کشورهای منطقه و به‌طور خاص، امارات فرصتی هستند برای بستن یکسری قراردادهای سرمایه‌گذاری‌های جدی که به تغییر سرنوشت یکسری از کسب‌وکارها منجر می‌شود. یا رقبای جدی تنها جایی که در کنار هم قرار می‌گیرند همین نمایشگاه‌هاست. جایی که حتی نیروی متخصص فنی و بچه‌های تیم‌های تکنولوژی هم می‌توانند با یکدیگر ارتباط بگیرند. مدیران کسب‌وکار تعاملات بیزینسی شکل می‌دهند و در نهایت فضایی ایجاد می‌شود که شرکت‌ها در کنار هم پیام یک صنعت یا یک صنف را منتقل می‌کنند.»

او بزرگ‌ترین تفاوت را در همین رساندن یک پیام واحد می‌بیند. پیامی که برنامه‌های نمایشگاهی ذیل آن تعریف می‌شوند و شرکت‌ها بر مبنای آن فعالیت‌های خود را در طول برگزاری نمایشگاه شکل می‌دهند. خسروی معتقد است: «در این نمایشگاه‌ها گویی همه شرکت‌ها ذیل پرچمی، پیامی را منتقل می‌کنند اما ما انگار جزیره‌های جدا افتاده هستیم و هر کدام مسیر خود را دنبال می‌کنیم. به‌نظرم این موضوع در همین نمایشگاه هم قابل رؤیت بود و حتی شاید در ال‌کامپ هم چنین باشد. گویی هر کدام از ما آمده‌ها تا اهداف کسب‌وکاری و سایر هدف‌های طراحی‌شده خود را دنبال کنیم. در اینجا هدف صنفی یا هدف اکوسیستمی نداریم تا ذیل یک نمایشگاه آن را پی بگیریم و ببینیم اثر آن ظرف و مظهر روی اکوسیستم‌مان چه بوده است. در صورتی که نمایشگاه‌ها یا جشنواره‌ها و رویدادهای بزرگ در دنیا تحت یک پیام مرکزی شکل می‌گیرند و همه چیز را به آن وصل می‌کنند. پیش از برگزاری در انجمن‌ها و گروه‌های صنفی و کارگروه‌ها این پیغام را تصویب می‌کنند و همه بر سر آن هم‌صفحه می‌شوند. به‌نظرم فقدان کار جمعی و اکوسیستمی در نمایشگاه‌های ما به‌شکل پررنگی مشاهده می‌شود. حداقل می‌توانم بگویم مشاهداتم چنین چیزی را تأیید می‌کند و در صنف ما این‌طور است.»

لزم فراگیری سواد مالی در جامعه‌ای تحت فشار تورمی
جامعه ما سال‌هاست تحت فشار تورم روزگار می‌گذراند و تحریم‌های خارجی و نابسامانی‌های

شکل برنامه‌ریزی‌شده پیش ببرند، اما همین امر سبب می‌شود مخاطب چهره‌ای بدون روتوش از کسب‌وکارها ببیند و ارتباط عمیق‌تری با آنها ایجاد کند.

حدیث خسروی، مدیر ارتباطات و روابط عمومی پلتفرم تبادل رمزارز نوبیتکس که اولین بار است به‌شکل جدی در نمایشگاه صنعت مالی حضور یافته، فرصت نمایشگاهی را به ظرفی تشبیه می‌کند که می‌تواند محتوای مختلفی را در خود جای دهد و درباره ارتباطات انسانی به‌واسطه حضور در نمایشگاه می‌گوید: «ما در طول سال امکان برگزاری رویدادهای مختلف را داریم و می‌توانیم افراد انتخاب‌شده را دعوت کنیم و محتوا و کنداکتور را کاملاً برنامه‌ریزی کنیم. ولی در نمایشگاه نمی‌توان همه چیز را برنامه‌ریزی کرد و هر شرکتی در مدت‌زمانی کوتاه خود را در معرض مواجهه با گروه‌های مختلف مردم قرار می‌دهد. این به‌نظرم شرایط تمرینی برای کسب‌وکار است که خود را بی‌واسطه با مخاطبش ببیند. در نمایشگاه همه چیز زنده و پویاست و در لحظه اتفاق می‌افتد. به‌نوعی انگار نمی‌توانیم خود واقعی‌مان را پنهان کنیم و بهترین جا برای نشان دادن خود واقعی یک کسب‌وکار بدون هیچ واسطی به مخاطبانش در هر دسته‌ای است. ما نمایشگاه صنعت مالی را امسال این‌طور دیده‌ایم و معتقدیم فرصت نمایشگاهی، بیش از هر چیز، زمان خوبی برای برداشتن مرزهاست.»

ظرف نمایشگاهی و بهره‌مندی از فرصت‌ها
آیا ظرف نمایشگاه‌ها می‌تواند مظهری جز «ارتباط انسانی» را نیز در خود جای دهد؟ برای دستیابی به اهداف بزرگ‌تر در نمایشگاه‌ها، همکاری شرکت‌ها و ارکان مختلفی که در برگزاری یک نمایشگاه سهیم هستند، لازم است؛ تفکری که فرصت نمایشگاهی را بزرگ‌تر ببیند و برایش از قبل برنامه‌هایی چیده باشند. احتمالاً از دل این همکاری و تعامل است که می‌توان برای این ظرف، مظهرهای مختلفی را در نظر گرفت. این مسئله‌ای است که خسروی به آن اشاره می‌کند و معتقد است فقدان چنین برنامه‌هایی سبب شده تا شرکت‌ها پس از برگزاری هر نمایشگاهی، تنها دستاوردهای شخصی داشته باشند و نتوانند از این فرصت برای رشد اکوسیستمی استفاده کنند. او در این باره و در مقایسه نمایشگاه‌های موفق خارج از کشور و نمایشگاه‌های داخلی توضیح می‌دهد: «اگر نگاهی به نمایشگاه‌هایی که در کشورهای هم‌جوار چون ترکیه و امارات برگزار می‌شود، ببینیم، متوجه می‌شویم برای زمان نمایشگاه، برنامه‌های فشرده و متنوعی در نظر



امیرا حسینی
خبرنگار گروه فناوری

در همین روزهایی که رئیس‌جمهور جدید، فهرست کابینه احتمالی خود را منتشر کرده و دولت چهاردهم در حال تشکیل است، نمایشگاه صنعت مالی کار خود را ۱۹ مردادماه در محل نمایشگاه بین‌المللی تهران آغاز کرد و ۲۲ مردادماه نیز به کارش پایان داد. اگر در این روزها از خیابان جنوبی نمایشگاه عبور کرده باشید، باید نگاهی تیزبین داشته باشید تا متوجه شوید این نمایشگاه در کنار نمایشگاه لوازم خانگی برگزار شده است. تمام این خیابان پر از بنرهایی است که مقدم بازدیدکنندگان را به نمایشگاه لوازم خانگی خوشامد می‌گویند و تبلیغ جاروبرقی و یخچال و ظروف بلور می‌کنند.

هرچند نمایشگاه صنعت مالی امسال به‌نوعی غریب‌افتاده و کم‌سروصدا برگزار شد، اما نکته مهمی در خود داشت و آن هم حضور برخی شرکت‌های فعال در حوزه رمزارز در این نمایشگاه است. کسب‌وکارهایی که با وجود فقدان سیاست‌گذاری مناسب از سوی حاکمیت، آن‌قدر جاذبه داشته‌اند که توانسته‌اند مخاطبان را با خود همراه کرده و به‌عنوان یکی از پایه‌های صنعت مالی کشور حضور خود را در نمایشگاه اعلام کنند.

اما کارکرد و هویت چنین نمایشگاه‌هایی چه هستند؟ در شرایطی که کشور با کاهش قدرت خرید مردم و کاهش توان سرمایه‌گذاری این افراد مواجه است، نمایشگاهی با عنوان صنعت مالی چه دردی را دوا خواهد کرد؟

اهمیت شکل‌گیری ارتباطات انسانی
شکل‌گیری «ارتباط انسانی» شاید یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های کارکرد نمایشگاه‌ها باشد. جایی که عموم مردم می‌توانند بی‌واسطه با شرکت‌هایی که از خدمات محصولاتشان استفاده می‌کنند، ارتباط برقرار کنند. از سویی دیگر این «ارتباط انسانی» بی‌واسطه در ارتباط با سیاست‌گذاران و تنظیم‌گران و حتی شرکت‌های رقیب هم خود را نشان می‌دهد. هرچند شرکت‌ها به‌دلیل مؤلفه‌های متعددی که مدیریت آن از عهده‌شان خارج است، نمی‌توانند همه چیز را در نمایشگاه‌ها به



حدیث خسروی
مدیر ارتباطات و روابط عمومی پلتفرم تبادل رمزارز نوبیتکس

رویدادهای بزرگ در دنیا تحت یک پیام مرکزی شکل می‌گیرند و همه چیز را به آن وصل می‌کنند. پیش از برگزاری در انجمن‌ها و گروه‌های صنفی و کارگروه‌ها این پیغام را تصویب می‌کنند و همه بر سر آن هم‌صفحه می‌شوند. به‌نظرم فقدان کار جمعی در نمایشگاه‌های ما به‌شکل پررنگی مشاهده می‌شود