

یادداشت

«اسلام نوآور» در برابر «نوآوری اسلامی»



امیر ناظمی
معاون وزیر ارتباطات

• پیش در آمد

مناسبت‌های مذهبی، فرصت مناسبی برای اندیشیدن درباره موضوع دین است. محرم به واسطه یک رویداد چندبعدی، فرصتی است که ظرفیت طرح موضوعات مذهبی را بیش از هر زمان دیگری به همراه دارد. در این نوشتار یک پرسش و یک حدس طرح شده است که اخیرا با شرکت در یک رویداد استارتاپی فرهنگی – مذهبی برایم شکل گرفت و آن را طرح می‌کنم به امید آنکه متفکران اسلامی برای آن پاسخی ارائه دهند:

تعمیم رابطه تجدد و اسلام

کریستوفر پارتیج در کتاب «سیری در ادیان جهان» در مورد اسلام قرن بیستم دوگانه‌ای از روشنفکران مسلمان را طرح می‌کند؛ دوگانه‌ای که در آن رابطه تجدد و اسلام پایه تقسیم‌بندی است: گروه نخست روشنفکرانی بوده‌اند که خواستار اسلامی‌کردن تجدد هستند و گروه دوم متعلق به روشنفکرانی است که خواستار تجدد اسلام هستند! او معتقد است که روشنفکران مسلمان قرن بیستم بیشتر متعلق به گروه نخست بوده‌اند. بررسی روشنفکران مسلمان با دغدغه اسلام (که شاید این روزها «روشنفکران اسلامی» هم نامیده می‌شوند؛ هر چند با این نام‌گذاری همدل نیستم) مانند شریعتی یا مطهری در چند دهه گذشته تأییدکننده تقسیم‌بندی پارتیج است.

این تقسیم‌بندی پارتیج می‌تواند بذر شکل‌گیری دوگانه‌ای دیگر در حوزه نوآوری باشد: «نوآوری‌های اسلامی» در برابر «اسلام نوآور»؛ به سیاق پارتیج می‌توان ادعا داشت که اکثر پژوهش‌هایی که به رابطه اسلام و نوآوری پرداخته‌اند بیشتر با نگاه اسلامی‌کردن نوآوری‌ها یا همان نوآوری‌های اسلامی بوده است؛ نگاهی که در آن به صورت پیش فرض رویکردی منفعلانه در بطن آن جا خوش کرده است و گویی این هراس را در دل خود پنهان کرده که نوآوری‌های می‌توانند تهدیدی در برابر اسلام باشند و به همین دلیل نیاز به فرایندی به منظور پالایش نوآوری اسلامی از نوآوری‌های غیراسلامی ضرورت می‌یابد!

از بدعت تا ابداع

نوآوری اسلامی در حقیقت مبتنی بر فاصله میان «بدعت» و «ابداع» بنا شده است. بدعت واژه‌ای منفی به معنای تغییری که در تعارض با ماهیت دینی است، معنا می‌یابد و تهدید بدعت‌ها تهدید اساس دین است. به همین دلیل است که چنین نتیجه گرفته می‌شود که متولیان جامعه اسلامی باید مجهز به تشخیص بدعت‌ها از ابداع‌ها باشند؛ بدعت‌ها باید پالایش شده و از ورودشان به دین جلوگیری شود. حال آنکه ابداع‌ها می‌توانند به رونق دین و دینداری بینجامند. استفاده از میکروفن در مجلس خطابه و وعظ یا تلویزیون در گسترش دینداری نمونه‌هایی تاریخی در مواجهه دین با امر نو است. امر نو در ابتدا با تردید مواجه شد، برخی از علمای اسلامی حتی آن را بدعت نامیده‌اند، اما به مدد گذشت زمان، علمایی به‌روزرتر بر نوآوری مسلط شده و آن را تبدیل به ابزاری در جهت اهداف اسلامی می‌کنند. به‌این‌ترتیب است که میکروفن و بلندگو در جلسات گسترش می‌یابد و امروز شاید نشود پیدا کرد مجلس وعظ و عزاداری‌ای که در آن از این ابزارهای دنیای مدرن بهره گرفته نشود.

چالش اسلام نوآور

اما آنچه در این نگاه نوآوری اسلامی با اسلامی‌کردن نوآوری مغفول می‌ماند همان گونه دومی است که پارتیج آن را طرح کرده: اسلام نوآور یا همان نوآورکردن مسلمانان! اینکه چگونه می‌توان به اتکای فقه پویای شیعی با عینک نوآوری به زاویه‌هایی از اسلام پی برد که در آن نوآوری به منایه ارزش یا روش زیست مسلمان فی‌الذات دارای ارزش است. به نظر می‌رسد در پژوهش‌های ۱۵۰ سال اخیر، خصوصا از زمان مشروطه به‌بعد، پرسش روشنفکران مسلمان که دغدغه دین داشته‌اند پیرامون تمییز نوآوری اسلامی از نوآوری غیراسلامی بوده است؛ درحالی‌که احتمالا می‌توان ادعا داشت که پرسش دهه‌های آتی پیرامون «اسلام نوآور» خواهد بود؛ این پرسش البته در لایه ثانویلی (هرمونوتیکی) می‌تواند به تفکر پیرامون قرائت «اسلام نوآور» دامن بزند. درمجموع می‌توان چالش متفکران اسلامی را در روزهای آتی ساختن جامعه‌ای نوآور دانست که نوآوری را به‌عنوان سبک زندگی مورد تأیید خود ترویج خواهد داد؛ سبکی که در آن نوآوری به‌عنوان بعدی از مسلمانی شناخته خواهد شد؛ درست به همان شیوه‌ای که زمانی یادگیری و آموزش تبدیل به بخشی از سبک زندگی مسلمانان شد. باید منتظر ماند و دید این رویارویی به شکل‌گیری چه مفاهیمی در آینده منجر خواهد شد.

استارت‌آپ – ۲۰

شکل‌گیری اکوسیستم نوآوری و کارآفرینی فرهنگی واجتماعی

به بهانه استقبال از رویداد استارتاپی «راه حسین (ع)»



محتوای‌های مذهبی هم مخاطب زیادی دارد و هم باآرود شده دو برابر دیجی‌کالای خودمان به لحاظ اقتصادی ارزش‌گذاری می‌شود؟ و جالب‌تر اینکه چرا واتیکان و شخص پاپ از شتاب‌دهنده‌ای خصوصی حمایت می‌کنند؟ چرا نمونه‌هایی مانند SALAAM BANK به عنوان یک استارت‌آپ بانکداری اینترنتی اسلامی با INVESTROO برای سرمایه‌گذاری‌های اسلامی بدون شبهه در ایران نداریم؟ چرا وقتی این همه جوان توانمند و خلاق فرهنگی داریم، این زمینه‌ها در کشور ما از بسیاری کشورهای اسلامی دیگر فراهم‌تر نیست؟

با این دغدغه‌ها بود که استراتژی اولیه «شفق» را ترویج رویدادهای استارتاپی فرهنگی گذاشتیم تا نوآوری را به سوی زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز سوق دهیم. پس از مدتی و به تدریج تیم‌هایی شروع به قدم‌گذاشتن در این مسیر کارآفرینی مذهبی کردند تا به جای پروژه‌های مقطعی، با خلاقیت به ایجاد کسب‌وکارهای پایدار بپردازند. طبیعتا تیم‌های این حیطه نیز مانند هر استارتاپی، به جذب سرمایه نیاز پیدا کردند. اما سرمایه‌گذاری‌های

مسئولیت اجتماعی و استارت‌آپ‌ها

خدمات عمومی نظیر برق، آب سالم یا گاز شهری ناشی از منابع زیست‌محیطی ایجاد کند؟

در پاسخ به این موارد می‌توان پرسش‌های مثالی زیر را نیز طرح کرد:

– حیوانات شهر و انسان‌ها در معرض تصادف با خودرو هستند. آیا می‌توانید با اجرای طرحی، دقت در رانندگی یا ایمنی عابران (به‌ویژه برای حیواناتی مانند سگ و گربه) را افزایش دهید؟

– در فروشگاه اینترنتی برنامه‌ای برای ضایعات حاصل از بسته‌بندی توزیع خود دارید؟

«مد» شده است. در این میان استارت‌آپ‌ها بهتر از سازمان‌های دیگر می‌توانند از عهده مسئولیت‌های اجتماعی برآیند، زیرا استارت‌آپ‌ها معمولا حاصل نوآوری‌اند؛ راحت‌تر از تجارت‌های دیگر می‌توانند خود را گسترش دهند و اطلاعات معتبری از مشتریانشان را ثبت و ضبط می‌کنند.

استارت‌آپ‌ها، به دنبال طرح سؤالاتی بنیادین هستیم که به استارت‌آپ‌ها برای طراحی مسئولیت اجتماعی مؤثرتر کمک کنند و در انتهای هر مورد، برای تفهیم بهتر، پرسش‌هایی پیشنهادی ارائه می‌شود که برای مثال می‌توانند در سرویس‌های اشتراک‌گذاری خودرو (نظیر اسنپ و تپسی)، فروشگاه‌های اینترنتی و تسهیل‌کنندگان گردشگری (مانند علی‌بابا و فلاپتو) مورد استفاده قرار گیرند.



مرتضی تسخیری
مدیرعامل اندیشکده «معنا»

امروزه با افزایش اهمیت رسانه‌های اجتماعی و کاهش اثر تبلیغات، مسئولیت اجتماعی محملی شده است تا برنده‌ها تصویر خود را از طریق تعاملات و تعهدات اخلاقی – اجتماعی، در میان مخاطبان خود تثبیت کنند؛ به عبارتی اکنون مسئولیت اجتماعی «مد» شده است. در این میان استارت‌آپ‌ها بهتر از سازمان‌های دیگر می‌توانند از عهده مسئولیت‌های اجتماعی برآیند، زیرا استارت‌آپ‌ها معمولا حاصل نوآوری‌اند؛ راحت‌تر از تجارت‌های دیگر می‌توانند خود را گسترش دهند و اطلاعات معتبری از مشتریانشان را ثبت و ضبط می‌کنند.

استارت‌آپ‌ها، به دنبال طرح سؤالاتی بنیادین هستیم که به استارت‌آپ‌ها برای طراحی مسئولیت اجتماعی مؤثرتر کمک کنند و در انتهای هر مورد، برای تفهیم بهتر، پرسش‌هایی پیشنهادی ارائه می‌شود که برای مثال می‌توانند در سرویس‌های اشتراک‌گذاری خودرو (نظیر اسنپ و تپسی)، فروشگاه‌های اینترنتی و تسهیل‌کنندگان گردشگری (مانند علی‌بابا و فلاپتو) مورد استفاده قرار گیرند.

محیط زیست

درباره محیط زیست از خود پرسید تجارت ما...:

– می‌تواند چه معضلی با فرضی را برای زیست طبیعی‌تر، سالم‌تر یا طولانی‌تر، نسل بشر ایجاد کند؟

– می‌تواند چه تأثیری بر پایداری هوا، آب، خاک یا انرژی همگانی داشته باشد؟

– می‌تواند چه معضلی با فرضی را در بهره‌وری

بازار ۴۰ میلیونی

معرفی اپلیکیشن‌های ایرانی

به منظور رشد صنعت بازی و برنامه‌های موبایلی ایرانی هر هفته در این ستون و با حمایت و انتخاب «کافه‌بازار»، فرصتی در اختیار یک اپلیکیشن ایرانی قرار می‌گیرد تا با معرفی خود بتواند در ارائه خدمات و محصولاتش به کاربران فارسی‌زبان فضای مجازی، موفق‌تر عمل کند. ما امید به بالندگی هرچه بیشتر اکوسیستم برنامه‌های موبایلی کشور.

۷. نقشه و مسیر یاب بلد: ایران گردی بلد می‌خواد!

نقشه‌های بومی، به دلیل سرعت و صحت دسترسی به اطلاعات بسیار پرمخاطب هستند. نقشه و مسیر یاب فارسی بلد اولین نسخه اپلیکیشن خود را در سال ۱۳۹۷ در کافه‌بازار ارائه کرد. بلد، پرنصب‌ترین نقشه فارسی با بیش از دو میلیون کاربر فعال است که با نقشه‌ای پر جزئیات، امکان جست‌وجوی کسب‌وکارها و نقاط پرمراجعه و دریافت اطلاعات تماس و ساعت کاری را به کاربر می‌دهد. بیش از ۶۰۰ هزار نقطه ثبت‌شده در ایران بر روی بلد وجود دارد و خودروهای تصویربرداری بلد، تاکنون کسب‌وکارهای تمام معابر و خیابان‌های تهران، مشهد، کرج، قزوین، زنجان، تبریز، مازندران و گیلان را ثبت کرده‌اند. همچنین قابلیت نمایش پلاک



محتوای‌های مذهبی هم مخاطب زیادی دارد و هم باآرود شده دو برابر دیجی‌کالای خودمان به لحاظ اقتصادی ارزش‌گذاری می‌شود؟ و جالب‌تر اینکه چرا واتیکان و شخص پاپ از شتاب‌دهنده‌ای خصوصی حمایت می‌کنند؟ چرا نمونه‌هایی مانند SALAAM BANK به عنوان یک استارت‌آپ بانکداری اینترنتی اسلامی با INVESTROO برای سرمایه‌گذاری‌های اسلامی بدون شبهه در ایران نداریم؟ چرا وقتی این همه جوان توانمند و خلاق فرهنگی داریم، این زمینه‌ها در کشور ما از بسیاری کشورهای اسلامی دیگر فراهم‌تر نیست؟

با این دغدغه‌ها بود که استراتژی اولیه «شفق» را ترویج رویدادهای استارتاپی فرهنگی گذاشتیم تا نوآوری را به سوی زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز سوق دهیم. پس از مدتی و به تدریج تیم‌هایی شروع به قدم‌گذاشتن در این مسیر کارآفرینی مذهبی کردند تا به جای پروژه‌های مقطعی، با خلاقیت به ایجاد کسب‌وکارهای پایدار بپردازند. طبیعتا تیم‌های این حیطه نیز مانند هر استارتاپی، به جذب سرمایه نیاز پیدا کردند. اما سرمایه‌گذاری‌های



متصل کند. این گروه سرمایه‌گذاران فرهنگی_ اجتماعی (Social and Cultural Angel Investors Group) به همت تتی چند از کارآفرینان موفق و خوش‌نام کشور آغاز به کار کرده و رویدادهایی مانند «راه حسین (ع)»، «طلوع برکت» و «رویش» نشان از رو به گسترش بودن این حرکت بزرگ دارد.

در حوزه کارآفرینی اجتماعی یا همان کمک به حل مسائل اجتماعی از طریق راه‌حل‌های کارآفرینانه و پایدار، سوابق هرچند اندکی در کشور وجود دارد. اما استارت‌آپ‌های اجتماعی نیز تازه در حال شکل‌گیری و توسعه‌اند. از آنجا که پیامبر خود رحمه للعالمین‌اند و کمک به همه انسان‌ها رسالت ایشان، انمه اظهار و اولیای دین بوده است، می‌بینیم که حتی احادیث اخلاقی و کمک به دیگران و نیازمندان بعضا از احادیث مناسک اختصاصی اسلامی نیز بیشتر است. سیره بزرگان معاصری همچون امام خمینی و امام موسی صدر هم مؤید این است که رسیدگی به محرومان و حل مشکلات اجتماعی مردم (فارغ از دین و آیینشان) از مهم‌ترین وظایف یک مسلمان مؤمن در پیروی از سیره نبوی است. از این رو و همچنین به دلیل همسانی مدل‌های کسب‌وکار اجتماعی و فرهنگی و شیوه‌های طراحی و ارزیابی تأثیر فرهنگی اجتماعی در آنها، کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی فرهنگی_مذهبی را جدای از هم نمی‌دانیم. بنابراین در موضوعاتی مانند محرومیت‌زدایی، معلولان، خیریه‌ها، آسیب‌های اجتماعی، شادی و امید اجتماعی و... به شتاب‌دهی و حمایت از استارت‌آپ‌های اجتماعی برای حل مسائل اجتماعی ادامه می‌دهیم. از همین‌رو، در رویداد استارت‌آپی «راه حسین(ع)» که شه‌ریور امسال برگزار شد، بیش از ۲۶ تیم به ارائه نوآوری‌هایی در زمینه‌های مختلف از مدیریت هیئت‌ها گرفته تا داستان و بازی‌های فرهنگی و از خدمات محیط‌زیستی تا هزاران تا خدمات اجتماعی پرداختند.

«بنیان‌گذار شتاب‌دهنده فرهنگی – اجتماعی «شفق»

شویم؛ یا به عبارت دیگر تاجران خرد را در زنجیره ارزش خود حفظ کنیم یا بازی دهیم.

– می‌توانیم یک بازیگر محل‌محور با یک درآمد مکفی در استارت‌آپ خود پدید آوریم؟

– بگذارید چند مثال بزنم: جوانان زیادی می‌توانند به هم‌محله‌ای‌های خود در خرید موبایل یا لباس یاری رسانند. می‌توانید پتلی در اختیار ایشان قرار دهید که ایشان یک فروشنده بدون مغازه برای شما شوند؟

– من کن راننده‌ام. می‌توانید کمیسیون مرا برای مسافراتی که از مبدأ یا به مقصد محله مسکونی من تردد می‌کنند افزایش دهید؟ سفر جاب‌تری میان مسافر و راننده خواهد بود.

محسین

خاوند نیز در قرآن کریم دو حق را بیان کرده و آن را بر ذمه خود نگاه داشته است:

– **حق** برای سالن؛ نیازمند کمک عمدتا در سطح خوراک، پوشاک و مسکن.

– **حق** برای **محروم**: مستعدی که به واسطه ظلم، تبعیض، دوری یا فقر محروم مانده است.

برای توجه به این افراد می‌توان روی سؤالات زیر متمرکز بود:

– راننده‌ای بوده که اکنون دیگر کهولت یا مصدومیت توان رانند را از او گرفته است؟

– می‌توانید فرصتی را که برای استخدام در تهران دارید تبدیل به دورکاری متناسب با شهرهای کوچک‌تر کنید؟

– هزاران سؤال دیگر که باید به آنها فکر کنیم. من فکر می‌کنم که حسین ابن‌علی را نیز مانند پدرش شدت عدلش به قتلگاه کربلا فرستاد. عدل در قضا که شرط است؛ منظور از عدل در اینجا شاید عدل در رفتار اجتماعی با اقلیت‌ها بوده است.

مسیر یاب بلد

هشدارهای پلیس و دوربین کنترل سرعت اشاره می‌کند. با استفاده از دستیار صوتی بلد که به زبان فارسی و ترکی مجهز است، نیازی به مشاهده صفحه گوشی در حین رانندگی نیست. در هنگام مسیریابی نیز رابط کاربری و نوشتار خوانای خیابان‌ها و کوچه‌ها استفاده از نقشه را برای کاربر آسان می‌کند. همچنین بلد، مسیریابی در نقشه بلد، محدود به استفاده با خودروی شخصی نمی‌شود. تیرماه امسال مسیر یاب بلد از قابلیت «مسیریابی ترکیبی» رونمایی کرد که امکان استفاده هوشمند از حمل‌ونقل عمومی را به کاربرانش می‌دهد. با استفاده از این قابلیت، کاربران می‌توانند بعد از انتخاب نقطه موردنظر خود، از تب بالای نقشه، پیشنهاد مسیرهایی را که ترکیبی از اتوبوس، مترو، تاکسی و پیاده‌رو هستند مشاهده کنند. قابلیت استفاده از حمل‌ونقل عمومی هم‌اکنون در تهران و به زودی در سایر کلان‌شهرها قابل استفاده خواهد بود.

نقشه آفلاین یکی دیگر از قابلیت‌های بلد است و در مواقعی که دسترسی به اینترنت ممکن نیست، امکان استفاده از نقشه ۳۱ استان کشور در حالت آفلاین امکان‌پذیر است.

یادداشت

باید خودمان پول در بیاوریم!



حجت‌الاسلام والمسلمین محمدرضا زائری*

• زمانی که فکر تأسیس شتاب‌دهنده فرهنگی شفق برای هدایت و حمایت استارت‌آپ‌های دینی و مذهبی مطرح شد، فضای عمومی برای طرح این فکر چندان مناسب نبود. از سویی برخی نگاه‌های افراطی، اصل فعالیت‌های مشارکت‌جویانه و نوگرایانه استارتاپی را تهدید به شمار می‌آوردند و حتی گاه در برخی تحلیل‌ها از افراطی حوزه نفوذ و جاسوسی دشمن برای اشاره به این فعالیت‌ها استفاده می‌شد. از سوی دیگر محیط فرهنگی واجتماعی مخاطبان مذهبی و متدین که اصل استارت‌آپ‌های مذهبی باید در آن محیط شکل می‌گرفت، به دلایل مختلف نسبت به این‌گونه فعالیت‌ها موضع منفی داشت.

ما برای هدایت اکوسیستم به سوی فعالیت‌های اجتماعی و مذهبی بر سه محور اساسی تمرکز داشتیم:

■ **نخست**: توسعه نوآوری و گسترش خلاقیت و ابتکار در حوزه فعالیت دینی و یافتن راه‌هایی جدید برای تبلیغات دینی بود که این رویکرد تقریبا مورد قبول و پذیرش قرار می‌گرفت و غالبا با محور را تأیید می‌کردند و با آن مشکلی نداشتند.

■ **دوم**: استفاده از تکنولوژی و ابزارهای روزآمد و نوین در عرصه فعالیت‌های ترویجی مذهبی که گاهی با مخالفت و موضع منفی روبه‌رو می‌شد، زیرا بعضا این نگرانی و تردید را داشتند که این رویکرد زمینه انحراف‌هایی از اهداف اصلی دین‌گستری و ترویج شاعرن دینی را داشته باشد. به طور طبیعی عادت به روال سنتی و شیوه‌های کهن رایج هم به این مقاومت کمک می‌کرد و حرکت در این مسیر را برای کسانی که می‌خواستند شکل‌ها و قالب‌های جدید را با استفاده از دستاوردهای تکنولوژیک – معمولا غربی – مطرح کنند سخت و دشوار می‌کرد، ولی باز هم کسانی بودند که ضرورت و اهمیت آن را درک می‌کردند و از استفاده از تکنولوژی برای اهداف دینی حمایت می‌کردند.

■ **سوم**: فراهم‌کردن درآمد و توجه به استقلال اقتصادی و گردش مستقیم مالی بود که بیشترین حساسیت‌ها و موضع‌گیری‌ها را موجب می‌شد. غالب مشکلات هم در این حوزه به وجود می‌آمد، چون تا مسئله کسب درآمد و موضوعات مالی در فعالیت استارت‌آپ‌ها مطرح می‌شد، این پرسش مطرح بود که شما می‌خواهید با دین مردم کاسی کنید؟

سال‌ها بود که همه عادت کرده بودند محصولات دینی و خدمات مذهبی به صورت



رایگان عرضه شود و این‌گونه فعالیت‌ها یا – غالبا پیش از انقلاب – از طریق تبرعات (هدیه) مؤمنان ثروتمند یا – پس از انقلاب – به مسیر حمایت‌های حاکمیتی تأمین‌شده می‌شود و به همین دلیل طرح استقلال اقتصادی استارت‌آپ‌های دینی قدری مورد ابهام و تردید بود.

ما معتقد بودیم که باید برخلاف این عادت جاری، فعالیت‌های دینی و مذهبی تا جایی که ممکن است خودگردان باشند تا اولا وابستگی به تغییرات مدیریتی و جریان‌ها و گرایش‌های سیاسی مختلف پیدا نکنند و بتوانند استقلال خود را حفظ کنند و ثانيا از بازار و نیازهای مخاطب فاصله بگیرند، زیرا وقتی تولید یک کالا و محصول هنری یا ارائه یک خدمت فرهنگی از جایی مستقیما مورد حمایت مالی باشد، به طور طبیعی دست‌اندرکاران آن فعالیت توجه چندانی به واقعیت جامعه و تقاضای مصرف‌کننده نخواهند داشت و به همین جهت اگر خودشان بتوانند از طریق ارتباط با تقاضا و نیاز جامعه کسب درآمد کنند کیفیت کارشان هم ارتقا پیدا خواهد کرد. تجربه چندساله شفق نشان داد که آن رویکرد صحیح بوده و به مرور دارد به نتایج و دستاوردهای مطلوب و موردنظر خود می‌رسد و گروه‌های مختلف طلاب و دانشجویان جوان که در نخستین رویدادها و کارگاه‌ها تلاش می‌کردیم آنها را با مفاهیم ابتدایی کسب‌وکار نوآورانه و فناوریانه آشنا کنیم و به تردیدها و نگرانی‌هایشان در این زمینه پاسخ دهیم، پیشنهاد مسیرهایی که استارت‌آپ جری تبدیل شده‌اند که نوآوری‌ها و محصولات کاربردی دارند و بدون اینکه چشم به دست این و آن داشته باشند می‌گویند باید خودمان پول در بیاوریم!

♦ **هم‌بنیان‌گذار شتاب‌دهنده فرهنگی- مذهبی واجتماعی «شفق»**