

ریشه‌های گسترش برنامه‌های بی‌ضابطه در پلتفرم‌ها چیست؟

ابهام در مرز نظارت و آزادی

نیایش احمدی | بازداشت هفت نفر از عوامل

تولید یک برنامه مجازی با محتوای «خلاف شئونات اخلاقی» بار دیگر بحث نظارت بر تولیدات برخط را به صدر گفت‌وگوهای عمومی آورد. برنامه‌ای که با حضور تماشاگران ضبط و در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شد، تنها پس از انتشار چند قسمت و جلب توجه کاربران، مسیرش به دستگاه قضایی افتاد؛ مجری و عوامل بازداشت شدند و فعالیت برنامه متوقف شد. این اتفاق نمونه‌ای تکراری از چرخه‌ای است که هر چند وقت یک بار خیرساز می‌شود: تولیداتی غیررسمی بدون مجوز و گاه با محتوای مسئله‌دار در پلتفرم‌ها منتشر می‌شوند، توجه جلب می‌کنند و تازه پس از شکل‌گیری جنجال، نهادهای مسئول وارد داستان می‌شوند.

پرسش اساسی این است که چرا چنین برنامه‌هایی به سادگی شکل می‌گیرند و در مدت کوتاهی مخاطبان زیادی پیدا می‌کنند؟ واقعیت این است که ساختار رسانه‌ای رسمی کشور به ویژه در حوزه سرگرمی با خلأ جدی مواجه است. مخاطبی که نیاز به محتواهای سرگرم‌کننده دارد، زمانی که گزینه‌های رسمی محدود، کنترل شده و کمتر به ذائقه او نزدیک باشند، به‌طور طبیعی به سمت محتوایی می‌رود که در فضای آزادتر پلتفرم‌ها تولید می‌شود؛ فضایی که چارچوب‌های آن، نه بر اساس قانون، بلکه بر اساس توجه و جذب بازدید تعریف می‌شود.

در چنین فضایی، سازندگان محتوا به سمت جذابیت‌های زودبازده حرکت می‌کنند به عنوان نمونه کنجکاوی برانگیختن، شکستن تابوها، استفاده از شوخی‌های جنسی یا رفتاری که در چارچوب رسمی امکان نمایش ندارد. این فرمول ساده، بازدید را تضمین می‌کند؛ بازدید بیشتر به معنای درآمد بیشتر از تبلیغات، حامی مالی، یوتیوب

یا پلتفرم‌های داخلی است. بنابراین ابتدال نه هدف، بلکه ابزار است؛ ابزاری برای دیده شدن و کسب درآمد. پرسش دیگری که این روزها تکرار می‌شود همین است: «چگونه گروهی بدون هیچ مجوز یا نظارتی دست به تولید برنامه می‌زنند؟».

برای پاسخ باید به چند نکته توجه کرد: نخست اینکه قواعد نظارت بر فضای مجازی هنوز تعریف یکپارچه‌ای ندارد. شبکه‌های اجتماعی خارج از چارچوب تلویزیون و شبکه نمایش خانگی، عملاً «حوزه خاکستری» نظارت محسوب می‌شوند. قوانین رسمی کشور عمدتاً برای رسانه‌های سنتی نوشته شده‌اند؛ اما تولید محتوا در یوتیوب، اینستاگرام و تیک‌تاک نه زیر ساخت رسمی دارد و نه در قوانین به‌طور مشخص تفکیک شده است. بنابراین بسیاری از فعالیت‌ها در وضعیتی قرار می‌گیرند که نه ممنوع‌اند و نه مجاز؛ نه می‌توان آن‌ها را متوقف کرد و نه می‌توان بر آن‌ها نظارت واقعی اعمال کرد.

دوم؛ نظارت نهادهای مسئول عموماً به طوری است که پس از انتشار و ایجاد حساسیت وارد ماجرا می‌شوند. همین موضوع موجب می‌شود تولیدکنندگان برنامه‌ها عملاً با احتمال کمی برای برخورد مواجه باشند. آن‌ها تا زمانی که جنجالی نشود، بدون مانع فعالیت می‌کنند. سوم؛ نظارت واقعی نیازمند شفافیت قانونی و ابزاری است. در حالی که اکنون بسیاری از پلتفرم‌ها خارج از دسترس نهادهای داخلی قرار دارند اگر برنامه‌ای غیرقانونی تشخیص داده شود، امکان حذف آن از بستر مبدأ وجود ندارد و برخورد معمولاً محدود به عوامل داخلی است، آن هم پس از جنجال عمومی.

انتشار کتابی برای علاقه‌مندان به تاریخ روسیه

زمانیان | رمان «خیابانی دنج در قلب مسکو» نوشته میخائیل آسارگین که با ترجمه آبتین گلکار به تازگی وارد بازار کتاب شده؛ روایتی است از مصائب روشنفکران روس در سال‌های پرآشوب و دوران‌ساز انقلاب روسیه، هنگامی که روشنفکران مردم‌شادی‌ها و سختی‌های مشترکی را تجربه می‌کردند. رمان «خیابانی دنج در قلب مسکو» تاریخ بزرگ روسیه را از خلال روزمره‌های خانه‌ای کوچک در گذر سیفتنیسف وراژک روایت می‌کند. جنگ، انقلاب و روزهای پرآشوب حکومت تازه بلشویکی در بیرون جریان دارد، اما رمان نشان می‌دهد چگونه همین رویدادهای مهیب در دل زندگی روزمره این خانواده و همسایه‌ها معنا پیدا می‌کند.

رمان روایتی است از مصائب روشنفکران روس در سال‌های پرآشوب و دوران‌ساز انقلاب روسیه، هنگامی که روشنفکران و مردم عادی در هم آمیخته بودند و شادی‌ها و سختی‌های مشترکی را تجربه می‌کردند؛ روایتی گاه از زبان یک موش، یک پرستو، یا اشیای بی جان. این رمان برجسته و بسیار که‌توجه شده درباره جنگ، انقلاب، جنگ داخلی و سال‌های آغازین حکومت بلشویکی، نخستین بار در سال ۱۹۳۰ با عنوان «خیابان آرام» به زبان انگلیسی منتشر شد.

فرهنگ و هنر

ساتراو مسئله‌مسئولیت‌گریزی

یکی از محوره‌های انتقاد در چنین پرونده‌هایی ساتراست؛ نهادهی که طبق ساختار موجود، متولی صدور مجوز و نظارت بر تولیدات صوتی و تصویری در فضای مجازی است، اما چرا معمولاً زمانی وارد ماجرا می‌شود که برنامه خیرساز شده و چرا در ابتدا تکلیف برنامه‌ها روشن نمی‌شود؟ نخست باید گفت ساترا در عمل تنها بر محتوای پلتفرم‌های دارای مجوز رسمی نظارت می‌کند؛ یعنی VODها و سامانه‌هایی که ساختار مشخص دارند. در مقابل، بخش عظیمی از محتوا در شبکه‌های اجتماعی خارجی یا کانال‌های شخصی تولید می‌شود که خارج از حوزه سنتی نظارت ساتراست. این خلأ موجب شده هر بار برنامه‌ای در این فضا مطرح می‌شود، ساترا دیربنگام موضع‌گیری کرده و در بسیاری موارد نیز با اعلام اینکه «برنامه مجوز نداشته» مسئولیت را از خود دور کند. این در حالی است که افکار عمومی انتظار دارند پیش از بروز مسئله، شفافیت و اطلاع‌رسانی وجود داشته‌باشد؛ اگر برنامه غیرمجاز است، چرا از ابتدا اعلام نمی‌شود؟ اگر نیازمند مجوز است، چگونه امکان ضبط و انتشار پیدا کرده‌است؟

با وجود اعتراض‌های عمومی نسبت به محتوای مبتذل یا غیراخلاقی، مردم در عین حال از بی‌عملی و دیر واکتش نشان دادن نهادهای مسئول گلیاه دارند. در سوی دیگر، دولت نیز نسبت به پیامدهای فرهنگی و اجتماعی این محتواها ابراز نگرانی می‌کند. پس چرا چرخه تولید چنین برنامه‌هایی قطع نمی‌شود؟

پاسخ را شاید باید در سه حوزه جست‌وجو کرد: نخست، فقدان قانون‌گذاری شفاف در فضای مجازی و نبود چارچوب قانونی مشخص سببی می‌شود تولیدکنندگان محتوا، میان خطوط مبهم حرکت کنند و نهادهای نظارتی نیز نه

امسکان شفاف برخورد داشته باشند و نه ابزار کافی برای پیشگیری دوم، محدودیت‌های محتوای رسمی و نبود جذابیت در برنامه‌سازی رسمی که وقتهی بخش رسمی سرگرمی کند، محافظه‌کار و فاصله‌دار

با نیازهای نسل جوان باشد، طبیعی است که مخاطب و تولیدکننده هر دویه سمت فضای آزادتر حرکت کنند. سوم اقتصاد جذاب پلتفرم‌ها و درآمد‌های دلاری یوتیوب یا درآمد‌های گسترده تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی که انگیزه‌ای بسیار قوی‌تر از ریسک احتمالی برخورد‌های قانونی ایجاد می‌کند.

پرونده اخیر تنها یک نمونه است؛ مسئله اصلی بسیار گسترده‌تر و عمیق‌تر است. در جهانی که رسانه از انحصار خارج شده و هر فرد ممکن است یک شبکه مستقل باشد، سیاست‌گذاری سنتی دیگر کارآمد نیست. نه می‌توان تنها برخورد پس از وقوع داشت و نه می‌توان با بی‌عملی فضا را به سمت ابتذال رها کرد.

برای خروج از این وضعیت، کشور نیازمند چارچوب قانونی روشن و ابزار نظارتی متناسب با عصر دیجیتال به‌ویژه شفافیت در اعلام مسئولیت‌هاست. تنها در چنین شرایطی است که می‌توان میان آزادی در تولید محتوا و حفظ ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی توازن ایجاد کرد.

در غیر این صورت، این چرخه ادامه خواهد یافت: برنامه‌ای در سکوت تولید می‌شود، ناگاهن جنجالی می‌شود، مسئولان دیر وارد می‌شوند و باز هم پرونده‌ای دیگر شکل می‌گیرد؛ چرخه‌ای که نه‌به‌نفع مردم است و نه به‌نفع سازندگان محتوا و نه به‌نفع نهادهای نظارتی.

زهره کهندل | رونق گرفتن بازار تاک‌شوهای اینترنتی، کار رسانه‌های رسمی را سخت‌تر کرده است نه فقط از این بابت که مخاطب بیشتری را جذب کنند بلکه به دلیل رایج شدن خرید و فروش اطلاعات یا طرح مسائل نامتعارف و ممنوعه برای اینکه برکنند تا درآمد بیشتری کسب کنند.

به نظر می‌رسد در این بازار مکاره هر چه اطلاعات جنجالی‌تر و حاشیه‌سازتر باشد، قیمت بالاتری دارد! آنچه عیار اطلاعات را می‌سنجد نه واقعیت و صحت آن که درجه هیجان آفرینی و سرگرم‌کنندگی‌اش است، به همین خاطر حرف‌ها و قصه‌های سلبریتی‌ها هر چقدر پر آب و تاب، سوزناک یا خنده‌دار باشد همسو با فرمول‌های وایرال شدن است حتی بدنامی در این جهان بهتر از گمنامی است. مثلاً چندی پیش حرف‌های فریبا نادری درباره زندگی تجملاتی و شوخی‌های نابجایش از تحقیر پولدار بودنش اگر چه منجر به خودتخریبی او شد اما بار دیگر نام او را بر سر زبان‌ها انداخت. این باز یگر نه به خاطر حرفه و توانایی‌اش که برای حرف‌های پر حاشیه و تنش‌زایی که در این شرایط سخت اقتصادی زد و کم هم فحش نخورد، بی‌قدر شد اما وقتی پای پول در میان است، آبرورنگ می‌بازد. نه فقط برای میهمان که سازندگان هم سعی می‌کنند با دعوت از چهره‌های جنجالی و پر حاشیه از این آب گل آلود ماهی بگیرند. این ماجرا فقط به سخنان جنجالی سلبریتی‌ها هم ختم نمی‌شود، گاهی گنجاندن موقعیت‌های نامتعارف و غیر اخلاقی هم سبب دیده شدن یک اثر می‌شود همان کاری که عوامل «نصف شب» از آن، نام و نان درآوردند.

■ غفلت از مسئولیت اجتماعی

ماجرای فقط به گنجاندن سکانس‌های غیر اخلاقی و نامتعارف از عادی‌سازی ممنوعه‌های عرفی و شرعی مثل طرح شرب خمر یا مصرف مواد مخدر خلاصه نمی‌شود، بلکه برای دیده شدن بیشتر، لات‌ها هم قدر می‌یابند؛ مثلاً مجید و اشقانی در یکی از قسمت‌های برنامه «رک» هانی کرده که شهره به شرارت بود را دعوت کرد و به او تریبون داد در حالی که این برخلاف مسئولیت اجتماعی اهالی رسانه است؛ چرا که چنین برنامه‌هایی قبح خلاف‌کاری را می‌ریزند و بدتر از گناه، قبح‌شکنی آن است یعنی عمومی‌سازی آن عمل زشت؛ به بیان دیگر این اتفاق مصداق عادی‌سازی رفتارهای ناهنجار اجتماعی است. البته واکنش‌های منفی مردم و تذکر فرمانده فراجا موجب شد این قسمت از صفحه یوتیوب برنامه حذف شود اما ماجرا اینجا است که آب رفته به جوی بازمی‌گردد و تبری که از چله کمان رها شود، رفته است. از این رو انتظار می‌رود چهره‌هایی که از نردبان تلویزیون بالا رفتند و دیده شدند، حالا که رسانه شخصی خودشان را در یوتیوب دارند و عملاً نظارتی بر آن‌ها نیست به جز تذکر، خودشان بار سنگین مسئولیت اجتماعی را بر شانه‌هایشان احساس کنند و به خط قرمزهای عرفی و اخلاقی جامعه پایبند باشند.

همان طور که اشاره شد آنچه در این میان فراموش شده، مسئولیت اجتماعی سازندگان این برنامه‌هاست که افرادی را با وجود حاشیه‌های غیر اخلاقی به چهره‌ای رسانه‌ای تبدیل

نگاهی به تغییر مناسبات دعوت از چهره‌ها در برنامه‌های گفت و گو محور

درآمد دلاری آن‌ها و زمان بی‌قیمت ما



وقتی اندیشمندان و متفکران در کنج عزلت‌اند و تریبون دست‌گندلات‌های خیابانی و شاخ‌های مجازی می‌افتد، چه انتظاری می‌رود که برنامه‌های مبتذل و بی‌مقدار، پر بازدید نشوند؟

■ ۱۱٫۶ میلیارد تومان درآمد ماهانه

یکی از دلایل پررونق شدن تاک‌شوهای اینترنتی که چهره‌های طرد شده از تلویزیون را به بازی در این زمین کشانده، درآمد‌های میلیارد تومانی از محل تعداد بازدید در یوتیوب است که سبب تغییر مناسبات در دعوت از میهمانان هم شده

است. مهدی خرمدل، فعال رسانه‌ای در صفحه ایکس خود مدعی شده بود که «تاک‌شوهای پر بیننده فارسی داخلی که در یوتیوب بارگذاری می‌شوند «تا» ۱۰ هزار دلار به میهمانان پرداخت داشتند. به خاطر همین تغییر مناسبات، بسیاری از هنرمندان دیگر حاضر نیستند با رسانه‌ها بدون دریافت پول مصاحبه کنند!» اما مگر این تاک‌شوهای یوتیوبی چقدر درآمد دارند که چنین ارقامی به میهمانانش می‌پردازند؛ یعنی

برای یک ساعت مصاحبه، یک میلیارد تومان به میهمان پرداخت می‌کنند. البته که سهم زیادی از این دیده شدن به خاطر میهمان برنامه است و معمولاً بخشی از درآمد این معامله دو سر برد باید به جیب او هم برود. به گفته امیر صالح زارع که یک یوتیوبر است، ویدئویی که ۲/۵ میلیون بازدید داشته باشد تا ۱۵ هزار دلار درآمد دارد مثلاً ویدئوی گفت‌وگوی امیر حسین قیاسی با مهرداد صدیقیان که بیش از ۳/۵ میلیون بازدید در یوتیوب داشته فقط از محل بازدید بیش از ۳۰ هزار دلار درآمد کسب کرده است و با توجه به الگوریتم‌های پرداختی یوتیوب که زمان پخش هم در ارقام پرداختی اثرگذار است، سازندگان سعی می‌کنند بیشترین زمان برنامه به بحث‌های جنجالی و پر حاشیه بگذرد تا مخاطب دقایق بیشتری را صرف تماشای برنامه کند. برنامه امیر حسین قیاسی که هفته‌ای دو روز پخش می‌شود و هر قسمت آن معمولاً یک تا ۲ میلیون بازدید دارد، با یک حساب سرانگشتی دست‌کم هفته‌ای ۲۵ هزار دلار به جیب سازندگان‌ش می‌ریزد و احتمالاً درآمد چنین برنامه‌ای از یوتیوب در هر ماه به ۱۰۰ هزار دلار می‌رسد! یعنی ماهانه حداقل ۱۱/۶ میلیارد تومان! که البته از این خزانه پر پول، بخش قابل توجهی خرج تبلیغات این برنامه

در پلتفرم‌های مختلف می‌شود و حتماً پشت ماجرای «شبا، قلب، مبلخ» یک گروه تبلیغاتی بزرگ بوده که آن را وایرال کند تا مخاطب تشنه تماشای این برنامه در یوتیوب شود. حالا ضرب‌المثل «وقت طلاست» عینیت مادی پیدا می‌کند و زمان، تعیین‌کننده تعداد صفرهای ارقام پرداختی می‌شود

اثری از داستایوفسکی مراکشی در بازار کتاب

داستان بلند یا نولوی دهان‌های گشاد نوشته محمد زفزاف، نویسنده شهر مراکشی یکی از آثار درخشان ادبیات عرب است. نزدیک به اروپا و فرهنگ اروپایی و استعمار، کشور مراکش را تحت تأثیر قرار داد، ادبیات این کشور را ساخت و نویسنده‌های مهمی را به دنیا معرفی کرد. زفزاف که تحصیل‌کرده رشته فلسفه بود آثارش را با دغدغه‌های اجتماعی و سیاسی نوشت. پیرنگ داستان پیرامون نویسنده‌ای می‌گردد که معشوقه‌اش از او می‌خواهد کتاب بنویسد؛

چرا که به نوشته‌های او ایمان دارد و می‌داند می‌تواند خوب بنویسد. نویسنده اما در ذهن و فکر خود یک درگیری بزرگ دارد: او حتی نمی‌داند چه باید بنویسد. اینجا است که تجربه‌ای جذاب برای خواننده شکل می‌گیرد: ما در جایگاه نویسنده می‌ایستیم تا خیال او، مأموریت او و ذهن پرماجرایش را درک کنیم. در دهان‌های گشاد، شخصیت‌ها از اینکه زاپیده ذهن نویسنده باشند فراتر می‌روند؛ آن‌ها می‌اندیشند، می‌پرسند و به نویسنده برای نوشتن ایده می‌دهند. در حقیقت روابان این کتاب بخشی از ذهن و افکار



نویسنده را بیان می‌کنند و انگار نوعی جدل نویسنده با خودش را در یک روایت داستانی می‌خوانیم و وارد جهان بینی‌اش می‌شویم. محمد زفزاف، نویسنده معاصر اهل کشور مراکش (۱۹۴۵-۲۰۰۱) از برجسته‌ترین نویسندگان این کشور به شمار می‌رود، کتاب‌های او از پرخواننده‌ترین کتاب‌های نویسندگان مراکش در جهان عرب هستند. موضوعات داستانی زفزاف اغلب حاوی مضامینی اجتماعی و مشتمل بر مصائب مردمان تهی‌دست جامعه است. از ویژگی‌های رمان‌های زفزاف حضور شخصیت‌های فرهیخته و درس‌خوانده و غالباً سرخورده و پوچ‌گراست که از ناپسانمائی‌های اجتماعی مراکش در دوران پس از استقلال انتقاد می‌کنند. رمان‌های او اغلب رمان‌هایی چندصدایی‌اند و زاویه دید راوی مدام در آن‌ها تغییر می‌کند. زفزاف را «شاعر الروایه المغربیه» (شاعر داستان مغربی، آنکه داستان را می‌سراید) و «داستایوفسکی الأدب المغربی» (داستایوفسکی ادبیات مغرب) نامیده‌اند. دهان‌های گشاد را سرمد اغوالی از زبان عربی به فارسی ترجمه کرده است. این کتاب با ۸۴ صفحه و قیمت ۱۱۵ هزار تومان به تازگی توسط نشر افق به بازار کتاب آمده است.

تازه های نشر