

جاده بازکن متحجرها نباشید

عکس یادگاری باضد فرهنگ

محمّدحسین سلطانی
خبرنگار گروه فرهنگ

حدود ۹ سال قبل و در پاییز ۹۴، رضا رشیدپور، یک هفته قبل از گفت‌وگوی مشهورش با سحر قریشی، گفت‌وگوی جنجالی دیگری داشت. مصاحبه‌ای با الهام چرخنده؛ اولین گفت‌وگویی که چرخنده پس از تغییر حجابش انجام داد. در همان ۲۰ دقیقه ابتدایی گفت‌وگوست که رشیدپور یک سؤال کوتاه‌از چرخنده می‌پرسد: «مردم به خاطر کارهای شما دچار شک شده‌اند یا شوک؟» رشیدپور چند ماه پس از آن سلسله‌گفت‌وگوهای «دید در شب»، به دوران اوج حرفه‌ای خود رسید و «حالا خورشید» را اجرا کرد؛ حدود دو سال، می‌شود گفت حالا خورشید در آن دوران، مهم‌ترین برنامه صبحگاهی تاریخ تلویزیون بود. از جایی به بعد، میانه رشیدپور و تلویزیون شکر آب می‌شود. با این حال، سال ۹۷ او به عنوان یکی از چهار مجری برتر تلویزیون در کنار احسان علیخانی، محمد دلاوری و رامبد جوان قرار می‌گیرد.

رشیدپور بعد از حالا خورشید دیگر رشیدپور سابق نشد. سال ۱۳۹۹ «سیم آخر» را به راه انداخت، اما هیچ چیز مثل سابق نشد. رشیدپور افول کرد و انگار همه منتظر بودند با یک برنامه دیگر بتواند کارنامه کاری خودش را احیا کند. کار رشیدپور و تلویزیون هم به جاهای باریک کشیده شد. از سال ۱۴۰۰ تا پس از جنگ ۱۲ روزه، رشیدپور تغییر چهره داد. او گمان می‌کرد باید تصویری جدید از خود بسازد؛ تصویری که همراه با تغییرات نسلی باشد. با این حال، هنوز عده‌ای رشیدپور را به عنوان یک مجری توانمند و یکی از صاحب‌سبک‌ها به

شمار می‌آورند. با همه این احوالات، این اتفاقات را بگذارد کنار فعالیت‌های چند وقت اخیر رشیدپور. حالا وقت آن است که از او بپرسیم «مردم به خاطر کارهای شما دچار شک شده‌اند یا شوک؟»

رشیدپور پیش از جنگ، آخرین گفت‌وگوی رودرویش را با عایشه گل جوشکن می‌گیرد، به این امید که بتواند برنامه‌ای را در یوتیوب بالا بیاورد. با این حال، تداومی در کار نیست و همه چیز دوباره متوقف می‌شود. به موازات این اتفاقات، رشیدپور خودش را بدل به چهره‌ای توییتری می‌کند. چهره توییتری رشیدپور، مواضع بحث‌برانگیزی می‌گیرد و خودش را در میانه اخبار نگه می‌دارد. رشیدپور تمام بسترهای رسانه‌ای را برای باقی ماندن امتحان کرده، اما آنچه از او خاطره ساخته، تلویزیون است و آنچه او را نگه داشته، توییتر.

جنگ اتفاق می‌افتد. او در توییتر اعلام می‌کند می‌خواهد به تلویزیون بازگردد و برنامه‌ای اجرا کند. همه‌چیز برای اجرا آماده می‌شود. این معامله‌ای برد-برد برای رشیدپور و تلویزیون است؛ هم چهره رشیدپور احیا می‌شود و هم تلویزیون می‌تواند در میانه جنگ، برنامه‌ای پرریننده داشته باشد. در لحظات آخر، همه چیز به هم می‌خورد. رشیدپور فعالیتش را به پلتفرم می‌برد تا حضور در نمایش خانگی را هم به کارنامه‌اش اضافه کند. اولین برنامه مربوط به جنگ نمایش خانگی با حضور رشیدپور به راه می‌افتد. تکه‌هایی از برنامه در شبکه‌های مجازی ویرال می‌شود. او شدیداً به اینترنشنال، رجوی و پهلوی می‌تازد. همین اقدامات باعث می‌شود نام رشیدپور به عنوان یکی از هنرمندان تولیدکننده در ایام جنگ گنجانده شود. با این حال، برنامه رشیدپور یعنی «شرایط خاص» قرار نیست خیلی ادامه داشته باشد. شرایط خاص با ۵ قسمت تمام می‌شود.

حالا رشیدپور می‌ماند و فعالیت‌های توییتری.

رشیدپور دوباره همان نقاب بحث‌برانگیز بودن را ادامه می‌دهد. از طرفی می‌گوید می‌خواهم با ترامپ گفت‌وگو کنم و در تویییتی دیگر، موضع‌گیری‌های سیاسی میهم و فاقد موضوعیت دارد. رشیدپور تمام تلاشش را برای موضع‌گیری‌های تند می‌کند و سعی می‌کند روی دور بماند. حالا آن مجری موفق سال ۹۷ به یک بلاگر تبدیل شده است. حالا چهره مطرح روزهای گذشته تلویزیون، کنار شرکت‌کنندگان برنامه ترکیه‌ای می‌ایستد و با آن‌ها عکس دسته‌جمعی می‌گیرد؛ مسابقه‌ای که به‌طور مشخص به جنگ با خطوط قرمز عرفی جامعه رفته.

رشیدپور که تا دیروز مدافع عرف اجتماعی و همبستگی ملی بود، حالا گمان می‌کند در شرایط فعلی باید پا را فراتر بگذارد و خطوط دیگری را رد کند تا دیده شود. چهره‌ای که تا دیروز به عنوان یکی از مبتکران حوزه اجرا به حساب می‌آمد و به گفت‌وگوهای چالشی‌اش معروف بود، خودش به چالش افتاده و باید پاسخ‌گویی این سؤال باشد که «مردم به خاطر کارهای شما دچار شک شده‌اند یا شوک؟»

رشیدپوری که همان ابتدای جنگ، روی می‌آورد به کنش جهادی و برای مردم وارد میدان می‌شود و از مواضع کشور دفاع می‌کند، حالا با شخصیت‌های ترکیه‌ای عشق ابدی در یک قاب قرار می‌گیرد. مردم باید در شوک این قاب عکس بمانند یا باید شک در نیت‌های رشیدپور را نتیجه بگیرند؟

کسی که درباره گفتمان‌سازی همبستگی ملی صحبت می‌کند باید بداند که همبستگی هم وجه سسلبی دارد و هم وجه ایجابی. اینکه رشیدپور نخواهد صرفاً به‌خاطر تعداد بازدیدکنندگان فلان برنامه پیویویی، با تصویری خودش

را به آن‌ها نزدیک نشان بدهد، درست در نقطه مقابل همبستگی ایرانی است. لازمه گفتمان‌سازی از ملیت، فهم عمیق ارزش‌های آن جامعه است. وقتی او کنار نمایندگان ضدفرهنگ در جامعه ایرانی قرار می‌گیرد، هم درست در مقابل آن گفتمان ایستاده است و هم امیدهایش در بازگشت به رسانه‌های اصلی از دست می‌دهد. از طرفی، راه را هم باز می‌کند برای آنانی که چندان دل خوشی از همبستگی ملی در جامعه ایران ندارند و دنبال بهانه‌ای هستند تا انسجام رقم‌خورده میان مردم را دچار استحاله نشان دهند.

واقعیت این است که رشیدپور باید فکری به حال چهره رسانه‌ای خود کند. اینکه او بخواهد سابقه خود را در تلویزیون با چند اقدام رادیکال تخریب کند، مشخصاً او را در مسیری قرار می‌دهد که بسیاری پیش از این آن را امتحان کرده‌اند و نتیجه‌ای جز افتادن به ورطه تکرار و فراموش شدن نداشته است. کسی که همین چند سال قبل به عنوان یکی از اصلی‌ترین سرمایه‌های تلویزیون بدل شده بود، حالا مثل کودکی ششده است که در پی ماجراجویی رفته و دارد برای ساخت چهره‌ای جدید از خودش تلاش می‌کند. با این حال، این چهره جدید بیش از آن‌که روی صورت او بنشسیند، دارد خاطراتی را تخریب می‌کند که سال‌ها، از مدیران سابق تلویزیون گرفته تا خود رشیدپور، برای ساخته شدنش تلاش کرده‌اند. او بدل به برند تلویزیون شده بود و تولیداتی داشته که هنوز هم از آن الگوها در تلویزیون استفاده می‌شود. به جای آنکه بخواهد همان چهره‌ای را که تاکنون ساخته، حداقل به عنوان یک فعال رسانه‌ای حفظ کند، دارد تصویری را می‌سازد که هر روز ما را در شک و شوک فرو می‌برد. مشکل اینجاست: چهره‌های فروخته در شک و شوک چندان عمری نمی‌کنند.

شود که همه حوزه‌های محتوایی، از جمله حوزه‌های غیرترافیک‌محور مانند کتاب دیجیتال و محتوای آموزشی، بازی‌های موبایلی، انیمیشن و... را به‌طور متوازن تحت پوشش قرار دهد. مرکز ملی فضای مجازی، به‌عنوان نهاد ناظر، باید با همکاری بخش خصوصی، فرآیندهای شفاف و کارآمدی را طراحی کند که از فساد و انحصار جلوگیری کرده و به توسعه بازار منجر شود.

مقایسه با الگوهای جهانی

تجربه‌های جهانی نشان می‌دهد که حمایت دولت‌ها از تولید محتوا امری رایج و ضروری است. در کشورهایی مانند چین، روسیه و برخی کشورهای اروپایی و آسیایی، دولت‌ها با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فرهنگی، به توسعه اقتصاد محتوا کمک می‌کنند. این سند نیز می‌تواند با الگوبرداری از این تجربه‌ها، زیست‌بوم محتوای کشور را تقویت کند. نمونه‌ای از این برنامه‌های حمایتی که به توسعه بازار محتوای این کشورها منتهی شده را در جدول می‌بینید.

این حمایت‌ها به شکل‌گیری زیست‌بوم محتوای بومی کشورها کمک کرده است. نمونه‌هایی مانند بریتانیا در انیمیشن، کانادا در محتوای کودکان و بازی‌ها، و کره جنوبی در انیمیشن، نشان‌دهنده موفقیت این سیاست‌ها در تقویت صنایع خلاقانه و هویت فرهنگی هستند. با این حال، طراحی مناسب این سیاست‌ها برای جلوگیری از انحصار و فساد ضروری است.

نتیجه‌گیری

سند تسهیم درآمد محتوا، با وجود حساسیت‌هایی که در ابتدای امر ایجاد کرده است، پتانسیل بالایی برای تحول در اکوسیستم محتوای ایران دارد. این سند می‌تواند با حمایت از تولیدکنندگان محتوای بومی، به رشد اقتصاد دیجیتال، اشتغال‌زایی و تقویت هویت فرهنگی کشور کمک کند. با برنامه‌ریزی دقیق، شفافیت در فرایندها و مشارکت فعال بخش خصوصی، این سند می‌تواند به نقطه‌عطفی در توسعه اقتصاد محتوای ایران تبدیل شود.

نگرانی شرکت‌های تولید فیلم و سریال را هم باید جدی در نظر گرفت و با مشارکت دادن بخش خصوصی و نهادهای مدنی و تشکل‌های این حوزه در تدوین شیوه‌نامه اجرایی این سند، باید این نگرانی‌ها را رفع کرد.

نامه‌ای سرگشاده اعلام کرده‌اند که این سند نه تنها به رشد صنعت محتوا کمک نمی‌کند، بلکه به زیان آن خواهد بود. آن‌ها طراحی پیچیده سسند و احتمال ایجاد رانت و انحصار را از نقاط ضعف اصلی آن می‌دانند و خواستار توقف کامل اجرای آن شده‌اند. بررسی گذشته این شرکت‌ها نشان می‌دهد که برخی از آن‌ها از مدل‌های درآمدی غیررسمی و غیرقانونی در همکاری با اپراتورها، مانند محاسبه ترافیک داخلی به‌صورت تمام‌بها برخلاف مصوبه شورای عالی فضای مجازی، سودهای کلانی (بین ۳۰ تا ۶۰ هزار میلیارد تومان در ۷ سال گذشته) کسب کرده‌اند؛ که البته بیشتر این مبلغ هم به اپراتورها تعلق گرفته است. این سند با حذف این سازوکارهای غیرشفاف، قصد دارد فرآیند توزیع درآمد را عادلانه و شفاف کند. بنابراین، مقاومت برخی از این شرکت‌ها ممکن است ناشی از نگرانی

از دست دادن منافع پیشین باشد تا نگرانی واقعی از فساد. با این حال، نگرانی‌های مطرح‌شده درباره فساد و انحصار قابل اعتنا هستند و باید جدی گرفته شوند. برای رفع این نگرانی‌ها، پیشنهاد می‌شود: شفافیت کامل در فرایندها: فرایند ثبت‌نام، تخصیص منابع و گزارش‌های مالی باید به‌صورت عمومی منتشر شوند تا امکان نظارت مردمی فراهم شود.

نظارت چندلایه: نهادهای نظارتی مستقل، شامل نمایندگان بخش خصوصی و جامعه مدنی، باید بر فرآیند توزیع درآمد نظارت کنند. مشارکت ذی‌نفعان: آیین‌نامه‌های اجرایی باید با همکاری فعالان بخش خصوصی، از جمله پلتفرم‌های دیجیتال و انجمن‌های صنفی و فرهنگی و اتحادیه نشر محتوا، تدوین شوند.

دیجیتالی‌سازی فرایندها: استفاده از فناوری برای خودکارسازی فرایندهای توزیع درآمد و کتی شدن شخاص‌های ارزیابی می‌تواند دخالت‌های انسانی و احتمال فساد را کاهش دهد.

نقش بخش خصوصی در اجرای سند

یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت این سند، مشارکت فعال بخش خصوصی در فرایندهای اجرایی و نظارتی است. انجمن‌های نشر دیجیتال، که بیش از ۲۰۰ ناشر و تولیدکننده محتوا را نمایندگی می‌کنند، خواستار مشارکت در تدوین آیین‌نامه و شیوه‌نامه‌های اجرایی شده‌اند تا از تبعیض و تمرکز منابع جلوگیری شود. این مشارکت می‌تواند به طراحی سازوکارهایی منجر

مسئولیت نظارت بر اجرای سند و مدیریت فرآیندهای جمع‌آوری و توزیع منابع مالی آن را بر عهده دارد.

فرصت‌های سند تسهیم درآمد محتوا

این سند فرصت‌های متعددی برای اکوسیستم محتوای دیجیتال ایران فراهم می‌کند.

۱. حمایت از تولید محتوای بومی: با تخصیص منابع مالی و حمایت از تولیدکنندگان محتوا، این سند انگیزه‌ای قوی برای تولید محتوای باکیفیت و متناسب با فرهنگ ایرانی ایجاد می‌کند. این امر، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند محتوای کودکان و بازی‌های موبایلی که بیش از ۹۰ درصد آن از منابع خارجی تأمین می‌شود، اهمیت ویژه دارد.

۲. رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی: تزریق ۱۰ تا ۱۵ هزار میلیارد تومان به بازار محتوا، با پتانسیل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی تا ۳۰ هزار میلیارد تومان، می‌تواند فرصت‌های شغلی جدیدی در حوزه‌های مختلف محتوایی ایجاد کند.

۳. کاهش هزینه‌های تولید و توزیع: افزایش مقیاس تولید محتوا به صرفه‌جویی در هزینه‌ها منجر می‌شود و دسترسی مخاطبان به محتوای باکیفیت را با هزینه کمتر ممکن می‌سازد.

۴. توسعه صادرات محتوا: با افزایش کیفیت و حجم تولید محتوای داخلی، ایران می‌تواند در بازارهای جهانی حضور پررنگ‌تری داشته باشد و فرهنگ ایرانی را به مخاطبان جهانی معرفی کند.

۵. شفاف‌سازی بازار محتوا: این سند با جایگزینی مدل‌های غیررسمی و غیرشفاف قبلی (مانند توافقات پنهان بین اپراتورها و برخی پلتفرم‌ها) با یک سازوکار قانونی، می‌تواند به کاهش فساد و توزیع عادلانه‌تر منابع کمک کند.

چالش‌ها و انتقادهای مطرح‌شده

با وجود این فرصت‌ها، اجرای این سند با چالش‌هایی مواجه است که باید به‌دقت مدیریت شوند.

۱. خطر فساد و رانت: بیش از ۳۰ شرکت فعال در حوزه پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه نمایش خانگی، در نامه‌ای سرگشاده به رئیس جمهور، این سند را به دلیل طراحی «نادرست و پیچیده» مورد انتقاد قرار داده‌اند. آن‌ها معتقدند که انتقال درآمد به صندوق‌های دولتی و تخصیص سلیقه‌ای منابع می‌تواند به رانت و فساد منجر شود.

۲. خطر انحصار: علی سسرتپی، مدیرعامل پلتفرم فیلم‌نت، هشدار داده که این سند ممکن است به نفع شرکت‌های بزرگ عمل کند و پلتفرم‌های کوچک‌تر را به حاشیه براند؛ که این امر رقابت و نوآوری را کاهش می‌دهد.

۳. عدم شفافیت در سازوکار توزیع: آیین‌نامه‌های اجرایی سند هنوز نهایی نشده‌اند و این عدم شفافیت، نگرانی‌هایی درباره نحوه توزیع منابع ایجاد کرده است.

۴. تأثیر بر هزینه‌های مصرف‌کنندگان: برخی منتقدان نگران‌اند که تخصیص درآمد اپراتورها به صندوق‌های تسهیم درآمد، هزینه‌های اینترنت را برای کاربران افزایش دهد. اگرچه با کاهش ۵۰ درصدی سهم دولت از درآمد اپراتورها، این تأثیر جبران خواهد شد و هزینه اینترنت مردم افزایش نمی‌یابد و حتی می‌تواند کاهش پیدا کند.

پاسخ به منتقدان

مخالفان سسند، از جمله پلتفرم‌هایی مانند فیلمو، نماوا و فیلم‌نت، در

علی محمدپور
عضو هیئت‌مدیره اتحادیه تولید و نشر محتوا در فضای مجازی

سند «سیاست‌ها و الزامات تعرفه‌گذاری ترافیک شبکه و تسهیم درآمد محتوا» که در بهمن‌ماه ۱۴۰۳ توسط شورای عالی فضای مجازی تصویب و اخیراً توسط رئیس جمهور ابلاغ شده، یکی از مهم‌ترین ابتکارات برای تقویت اقتصاد محتوا در ایران است. این سند با هدف حمایت از تولیدکنندگان محتوای بومی و کاهش وابستگی به محتوای خارجی طراحی شده و قرار است بخشی از درآمد حاصل از ترافیک اینترنتی را به تولیدکنندگان محتوا تخصیص دهد. با این حال، این سند با واکنش‌های متفاوتی مواجه شده است؛ برخی آن را تحولی در زیست‌بوم محتوای دیجیتال می‌دانند و برخی دیگر آن را زمینه‌ساز فساد و انحصار می‌خوانند. در این یادداشت، ضمن بررسی فرصت‌ها و چالش‌های این سند، به نقد‌های مطرح‌شده توسط مخالفان پاسخ داده و راهکارهایی برای اجرای موفق آن پیشنهاد می‌شود.

زمینه و اهمیت سند

سسند تسهیم درآمد محتوا در پاسخ به چالش‌های دیرینه تولید محتوای بومی در ایران تدوین شده است. غیر از حوزه تولید سریال که موفقیت‌هایی کسب کرده است، بقیه حوزه‌های محتوایی کشور هنوز توان پاسخگویی به نیاز کاربران ایرانی را ندارند. در حال حاضر، بیش از ۹۰ درصد محتوای دیجیتال مصرفی در حوزه‌هایی مانند محتوای کودکان از منابع خارجی تأمین می‌شود؛ که این امر به تضعیف هویت فرهنگی و زبانی کشور منجر شده است. علاوه بر این، رشد کند حوزه‌هایی مانند بازی‌های موبایلی، کتاب دیجیتال، آموزش برخط، سروس‌های حوزه کودک و نوجوان، میکرورسانه‌ها و... بر مرجیت تولید و نشر محتوا را در اختیار تولیدکنندگان و ناشران غیرایرانی قرار داده است.

این سند با هدف توزیع عادلانه درآمد حاصل از ترافیک اینترنتی، به‌ویژه از طریق اخذ عوارض از ترافیک بین‌المللی، می‌کوشد منابع مالی قابل‌توجهی (بین ۱۰ تا ۱۵ هزار میلیارد تومان) را به اکوسیستم محتوا تزریق کند. این منابع می‌توانند با جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، تا ۳۰ هزار میلیارد تومان افزایش یابند و اندازه بازار محتوا را چند برابر کنند. این سند همچنین به دنبال اصلاح ساختار ناعادلانه قبلی است که در آن، بخش عمده درآمد محتوای ترافیک اینترنتی به اپراتورها اختصاص می‌یافت و تنها بخش کوچکی (حدود ۲ تا ۳ هزار میلیارد تومان از حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان) به تولیدکنندگان محتوا می‌رسید. با اجرای این سند، قرار است کل درآمد حاصل از سهم محتوای ترافیک به اکوسیستم محتوا وارد شود؛ که این امر می‌تواند به رشد حوزه‌های مختلف محتوایی، از جمله فیلم و سریال، بازی‌های موبایلی، پادکست، کتاب دیجیتال و محتوای آموزشی و... کمک کند.

نقش شورای عالی فضای مجازی

شورای عالی فضای مجازی، به‌عنوان مرجع عالی سیاست‌گذاری در حوزه فضای مجازی، وظیفه تدوین سیاست‌های کلان برای توسعه زیست‌بوم دیجیتال کشور را بر عهده دارد. یکی از مأموریت‌های اصلی این شورا، تقویت تولید محتوای بومی و کاهش وابستگی به محتوای خارجی است؛ که این سند به‌طور مستقیم در راستای این هدف قرار دارد و اولین اقدام این شورا در حوزه محتوا است که می‌تواند به‌صورت مستقیم به توسعه این بازار منجر شود. مرکز ملی فضای مجازی، به‌عنوان بازوی اجرایی این شورا،