



پنجشنبه ۱۳ شهریور ۱۴۰۴  
وطن امروز | شماره ۴۴۰۴

## فرهنگ وهنر

### به عبارت دیگران

### هر دورا انجام دهید!

شهید قدوسی از امام خمینی سؤال کردند اگر وقت نماز شب تنگ باشد، انسان نماز بخواند بهتر است یا مطالعه کند؟



امام جواب دادند: هر دو را باید انجام دهید؛ نماز شب وقت چندانی نمی گیرد.

حسن صدری مازندرانی  
نماز عارفان و فرز انگان  
نشر چاف - صفحه ۱۶۱

\*\*\*

### عزت و هویت هر جامعه‌ای وابسته به مجاهدت است

اگر از عوامل معنوی و آنچه خدای متعال وعده آن را به مؤمنان و مجاهدان راه حق داده است هم صرف‌نظر کنیم، بر حسب قوانین عادی زندگی جوامع بشری، هر جامعه‌ای عزتش، قدرتش، آبرو و حیثیتش و هویتش بستگی دارد به مجاهدت و به تلاش، باتصلبی و تن‌آسایی، هیچ ملتی نمی‌تواند مقام شایسته‌ای را در میان ملت‌های عالم یا در تاریخ پیدا کند. آنچه ملت‌ها را هم در تاریخ و هم در دوران خودشان، در میان ملت‌های عالم سربلند می‌کند، مجاهدت است، تلاش است.

هر جاشما تلاش و مجاهدت کنید، مطمئن باشید کمک الهی بالای سر تان است. بله! اگر تنبلی کنیم، کنار بنشینیم، محاسبه بد بکنیم و فریب بخوریم، کمک الهی از ما گرفته خواهد شد، دیگر نباید از خدا شکایت کنیم که چرا به ما کمک نکرد؛ از خودمان باید شکایت کنیم و خودمان را باید ملامت نماییم. کسانی که تلاش‌شان مؤثر است، اگر وارد میدان کار و تلاش شوند و از اراده و فکر و جان و جسم خودشان مایه بگذارند، حتما کمک الهی بالای سر آنها و در اختیار آنهاست. این تلاش، البته شکل‌های گوناگونی دارد؛ هم تلاش علمی، هم تلاش اقتصادی، هم تلاش به معنای تعاون اجتماعی میان افراد، همه لازم است؛ اما در رأس همه این تلاش‌ها، آماجی برای جان‌فشانی است که یک ملت را در میان ملت‌ها سرفراز می‌کند. اگر در میان هر ملتی کسانی وجود نداشته باشند که آماده باشند از جان خود و از راحتی خود، در راه رسیدن به آرمان‌ها صرف‌نظر کنند، آن ملت به جایی نخواهد رسید. کاری که انقلاب برای ما مردم ایران انجام داد، این بود که این راه را در مقابل ماروشن کرد؛ احاد ملت ما فهمیدند و احساس کردند که باید در راه آرمان‌های بلند، مجاهدت کنند و در مقابل دشمنان این آرمان‌ها بایستند و ایستادند. **سیدعلی حسینی خامنه‌ای**

زندگی به سبک جهادی

محمدرستمی

انتشارات شهید کاظمی - صفحات ۷۲ و ۷۳

\*\*\*

### دین، برای وحدت انسان‌ها آمده‌است

دین، برای ایجاد وحدت میان انسان‌ها پدید آمده است، نه برای آنکه گروهی بر سر سفره دیانت بنشینند و لقمه‌های درشت برگیرند. دین، با اعتقاد به حق در خدمت دیگران بودن است، به امید وصول به یکپارچگی خدایی. دین یک نظام است و هر نظام بشری خواهان گرد آوردن انسان‌ها در زیر پرچمی واحد است، با آرزوی آنکه این وحدت، منجر به سعادت انسان شود. بداندید و ببذیرید ای فرزندان برپا خاسته بار بسته من! دین، اگر جز به مفهوم نظم بخشیدن به دوست داشتن حق به شیوه‌های گروهی و اطاعت از فرمان‌های کتاب خدا برای آسوده و عادلانه زیستن در کنار دیگران باشد، دین نیست، ضمایم و مراسمی است که در بهترین صورت باید که در خدمت وحدت بخشیدن به آدمیان باشد، به قصد وصول به آسایش ماندگار و اگر چنین نباشد، بداندید که دیگر، هیچ نیست. **هیچ نادر ابراهیمی**

۳ دیدار با مردی که از فراوسوی باور ما می‌آمد

انتشارات سوره مهر - صفحه ۱۳۶

\*\*\*

**درباره یک ضرب‌المثل غلط**  
فرهنگ حضرت زهر(اس) و سایر اهل بیت(ع) این است که همه چیزشان را حتی هنگام نیازمندی به آن برای رضای خدا بدل می کرده‌اند. ولی به غلط رسم شده است چراغی که برای خانه لازم است به مسجد نمی‌دهیم و این فرهنگ ما است. آری! ضرب‌المثل هر ملتی بیانگر طرز تفکر آن ملت است و این سخن نادرست نه تنها درباره مسجد و حسینیه‌ها، بلکه درباره همه‌سایه‌ها و دیگر افراد هم گفته می‌شود که این منطق غلط ما است. اما اهل بیت(ع) می‌گفتند چراغی که برای مسجد لازم است، ما خانه را با آن چراغ روشن نمی‌کنیم، نانی که دیگران محتاج آنند ما به دهان خود نمی‌گذاریم و این منطق می‌ماند. از این رو قرآن روی این فرهنگ تکیه کرد و فرمود: «وَالَّذِينَ تَبَوَّءُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِنْ قَبْلِهِمْ يَجْعَلُونَ مِنْ هَاجِرٍ إِلَيْنَا وَلَا يَجِدُونَ فِي صُورِهِمْ حَاجَةً مِمَّا أَوْتُوا يُوقُ شَيْخٌ نَفْسَهُ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» و کسانی که پیش از آمدن مهاجران در دیار خود بوده‌اند و ایمان آورده‌اند، آنها را که به سوی‌شان مهاجرت کرده‌اند دوست می‌دارند و از آنچه مهاجران را داده می‌شود در دل احساس حسد نمی‌کنند و دیگران را بر خویش ترجیح می‌دهند، هرچند خود نیازمند باشند و آنان که از بخل خویش درمان مانده باشند رستگارند. (سوره حشر، آیه ۹)

**عبدالله جوادی آملی**  
روابط بین‌الملل در اسلام  
انتشارات اسرا - صفحه ۱۷۴

حضرت امیرالمومنین(ع)؛

هیچ عملی نزد خداوند، محبوب‌تر از نماز نیست، پس هیچ کار دنیایی شما را در وقت نماز به خود مشغول ندارد.

**روزنامه سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی**

صاحب‌امتیاز و مدیرمسئول: محمد آخوندی  
مدیر عامل: رضا شکیبایی  
سردبیر: سید عابدین نورالدینی

نشانی: خیابان انقلاب اسلامی، بین حافظ و خیابان ولیعصر(عج)، کوچه سعید، پلاک ۹  
روابط عمومی: ۶۶۴۱۲۷۹۲ تلفن: ۶۶۴۱۲۷۸۲ شماره: ۶۶۴۱۲۱۲۷  
پيام‌رسان: @vatanemrooz پست الکترونیک: info@vatanemrooz.ir  
چاپ: موسسه چاپ‌مجم برتر پرتا توزیع: نشر گستر امروز: ۶۱۹۳۳۰۰۰

با گسترده‌تر شدن استفاده از یوتیوب، ضرورت‌های جدیدی

در برنامه‌ریزی تولیدات تلویزیونی احساس می‌شود

# یوتیوب؛ رقیب تلویزیون یا مکمل آن؟

جدیدی، مخاطبان قابل توجهی را جذب کرده‌اند. در این نوشتار در پی آن هستیم تا به بررسی این تحول، عوامل شکل‌گیری آن، دلایل موفقیت یوتیوب، چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌رو و پیامدهای آن برای آینده رسانه در ایران بپردازیم و در پایان به این پرسش پاسخ دهیم که آیا این روند لزوماً به زوال کامل تلویزیون منجر خواهد شد؟

از اوایل دهه ۹۰ با موفقیت سریال‌هایی مانند «شهرزاد» در شبکه نمایش خانگی آغاز شد، اکنون در سال ۱۴۰۴ به نقطه اوج خود رسیده و نشان‌دهنده تغییر پارادایم در نحوه تعامل مخاطبان با رسانه است. برنامه‌های گفت‌وگومحور که زمانی تحت سیطره صداوسیما و شبکه‌های ماهواره‌ای بودند، حالا در یوتیوب، با تنوع و امکان‌های

در یک دهه گذشته، رسانه‌های ایران شاهد تحولی عمیق و بی‌سابقه بوده‌اند که نه تنها ساختار تولید و مصرف محتوا را تغییر داده، بلکه بخشی از مرجعیت رسانه‌ای را از نهادهایی مانند صداوسیما و جمهوری اسلامی ایران و شبکه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور به پلتفرم‌های دیجیتال، بویژه یوتیوب، منتقل کرده است. این روند که



آراز مطلب‌زاده

## ۱ داستان از کجا آغاز شد؟

صداوسیما جمهوری اسلامی ایران برای دهه‌ها تنها مرجع رسمی تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی در کشور بود. برنامه‌های گفت‌وگومحور این نهاد، از گفت‌وگوهای «بعد از خبر» در دهه ۷۰ تا برنامه‌هایی مانند «هفت» و «ود»، زمانی مخاطبان گسترده‌ای داشتند. با این حال، از اواسط دهه ۹۰، عواملی که کاهش کیفیت برنامه‌سازی و ناتوانی در پاسخ به نیازهای مخاطبان امروزی تنها بعضی از موارد آن بود، به تدریج کمیت مخاطبان این نهاد را تضعیف کرد. البته به یک معنا این تنها مشکل صداوسیما نبود، بلکه کاهش رسانه‌ای کشور، به تبع از فضای رسانه‌ای جهان داشت تغییر می‌کرد و به طور کل رسانه‌ای به نام تلویزیون در موقعیت چالش قرار گرفته بود.

گواه این موضوع آن است که حتی شبکه‌های فارسی‌زبان خارجی هم بین مخالفان و معاندان جمهوری اسلامی مرجعیت خود را از دست دادند. این موضوع با افزایش دسترسی به اینترنت و گسترش شبکه‌های اجتماعی تشدید شد، زیرا مخاطبان به دنبال منابع جایگزینی برای دریافت اطلاعات و سرگرمی بودند. همزمان با تقویت این احساس که تلویزیون ایران دیگر می‌تواند بی‌رقیب نباشد، شبکه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور مانند «بی‌بی‌سی فارسی»، «هنو تو» و «ایران اینترنشنال» تاش کردند تا خلاهای صداوسیما را پر کنند. این شبکه‌ها با ارائه برنامه‌های گفت‌وگومحور که

## ۲ ناگهان یوتیوب

از اواخر دهه ۹۰، چهارم‌های شناخته‌شده‌ای که پیش‌تر در صداوسیما یا شبکه‌های ماهواره‌ای فعالیت داشتند، به یوتیوب مهاجرت و برنامه‌های گفت‌وگومحور خود را از این پلتفرم رانداندازی کردند. این امر به برنامه‌سازان سابق تلویزیون یا شخصیت‌های سیاسی و علمی فعال در رسانه محدود نماند و حضور کانال یوتیوبی روزنامه همشهری، «سنة تصویر ی آن» نشان‌دهنده این روند هستند که حتی رسانه‌های سنتی نیز به اهمیت یوتیوب پی برده‌اند و در تلاشند تا با این پلتفرم همگام شوند. بخشی از برنامه‌سازان تلویزیون هم به انتشار

## ۳ یوتیوب چگونه به وضعیت فعلی رسید؟

یوتیوب به دلایل متعددی توانسته بخش قابل توجهی از مرجعیت برنامه‌های گفت‌وگومحور را از صداوسیما و شبکه‌های ماهواره‌ای به خود اختصاص دهد. دسترسی‌پذیری آسان از طریق گوشی‌های هوشمند و اینترنت، بویژه در میان نسل جوان که بخش بزرگی از جمعیت ایران را تشکیل می‌دهند، یوتیوب را به رسانه‌ای فراگیر تبدیل کرده است. برخلاف تلویزیون که تماشای آن نیاز به تجهیزات خاصی دارد، یوتیوب با یک کلیک در دسترس همه قرار می‌گیرد و حتی لازم نیست که آن تماشاگر خودش را به خانه‌اش یا هر جایی که آنتن تلویزیون وصل است، برساند. این پلتفرم با قابلیت‌های تعاملی مانند امکان درج نظر، لایک و اشتراک‌گذاری، حس مشارکت را در مخاطبان تقویت می‌کند و به تولیدکنندگان محتوا اجازه می‌دهد بازخوردهای لحظه‌ای دریافت کنند و محتوای خود را بهبود بخشند. تنوع محتوایی در یوتیوب نیز بی‌نظیر است؛ از گفت‌وگوهای سیاسی و اجتماعی گرفته تا برنامه‌های سرگرمی‌محور و ورزشی. این پلتفرم

## ۴ چالش‌ها و فرصت‌ها

با وجود موفقیت‌های قابل توجه، انتقال مرجعیت به یوتیوب با چالش‌هایی نیز همراه است. تحریم‌های بین‌المللی و مشکلات مربوط به نقد کردن درآمد یوتیوب در ایران، تولیدکنندگان محتوا را به استفاده از واسطه‌ها یا حساب‌های بانکی خارجی مجبور کرده است، این موضوع هزینه‌ها و پیچیدگی‌های مالی را افزایش می‌دهد و می‌تواند مانعی برای تولیدکنندگان نوپا باشد. همچنین رقابت فزاینده در یوتیوب نیازمند تولید محتوای باکیفیت و جذب مخاطبان بین‌المللی است تا درآمدزایی پایدار باشد. برخی تولیدکنندگان، همان‌طور که در منابع ذکر شده، مجبورند لوکیشن کانال خود را به کشورهای پردرآمد تبلیغاتی مانند آمریکا تغییر دهند تا درآمد بیشتری کسب کنند، که این خود نیازمند دانش فنی و مدیریت پیچیده است. از سوی دیگر، این روند فرصت‌های

## ۵ آیا یوتیوب آینده را خریده است؟

انتقال مرجعیت برنامه‌های گفت‌وگومحور به یوتیوب، نشانه‌ای از تغییر عمیق در الگوهای مصرف رسانه‌ای در ایران است. در آینده، انتظار می‌رود این روند با گسترش دسترسی به اینترنت پرسرعت و ظهور فناوری‌های جدید شتاب بیشتری هم بگیرد. افزایش پهنای باند اینترنت در ایران، بویژه با توسعه شبکه‌های 5G، دسترسی به یوتیوب را آسان‌تر خواهد کرد و مخاطبان بیشتری را به این پلتفرم جذب می‌کند. با این حال، برای حفظ این مرجعیت، تولیدکنندگان محتوا باید به کیفیت، اصالت و تعامل با مخاطب توجه بیشتری داشته باشند.

رقابت در یوتیوب روزه‌به‌روز سخت‌تر می‌شود و تنها کانال‌هایی موفق خواهند بود که بتوانند

## ۶ آیا تلویزیون پایان پذیر است؟

با وجود تحولات چشمگیر در حوزه رسانه‌های دیجیتال، نمی‌توان ادعا کرد که این روند به زوال کامل تلویزیون منجر خواهد شد. تلویزیون، بویژه صداوسیما، همچنان در برخی مناطق ایران، بویژه شهرهای کوچک و روستاها که دسترسی به اینترنت محدود است، مخاطبان خود را حفظ کرده است. همچنین تلویزیون به دلیل قدمت و نفوذ فرهنگی، همچنان برای گروه‌های سنی بالاتر و افرادی که به رسانه‌های سنتی عادت دارند، جذابیت دارد. برنامه‌های زنده مانند اخبار، رویدادهای ورزشی و مراسم‌های ملی که نیاز به پخش همزمان دارند، همچنان از نقاط قوت تلویزیون است. با این حال صداوسیما برای رقابت با یوتیوب و حفظ مخاطبان خود، نیازمند بازنگری اساسی در سیاست‌های محتوایی و بهبود کیفیت برنامه‌سازی است. اگر صداوسیما بتواند با بهره‌گیری از فناوری‌های جدید و تولید محتوای متنوع و جذاب، خود را با نیازهای مخاطبان امروزی هماهنگ کند، می‌تواند با گسترش دسترسی به اینترنت و افزایش نفوذ پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب، تلویزیون به تدریج به رسانه‌ای حاشیه‌ای تبدیل خواهد شد. از سوی دیگر،

## گزارش چند قتل

داشت. در یکی از صبح‌های سرد آذرماه ۱۳۵۸، آیت‌الله دکتر محمد مفتاح، رئیس دانشکده الهیات دانشگاه تهران از چهره‌های روحانی مبارز و سرپرست کمیته انقلاب اسلامی منطقه ۴، محوطه دانشکده هدف گلوله قرار گرفت. ضارب جوانی به نام کمال یاسینی از اعضای گروهک فرقان بود. ساعت ۸:۴۵ صبح هنگام ورود دکتر مفتاح به دانشکده گلوله‌ها بدنش را شکافت. او را به سرعت به بیمارستان امیراعلم رساندند اما زخم‌ها چنان عمیق بود که اندکی بعد صدای گریه همراهان سکوت بیمارستان را شکست. روز بعد تیر درشت روزنامه‌های کیهان و اطلاعات یکسان بود: «دکتر مفتاح ترور شد». جمله‌ای کوتاه اما سنگین که جامعه دانشگاهی و روحانی را در بهت فروبرد.

در همان روزها، ترور دیگری نیز جامعه مذهبی را تکان داد. در یک صبح زود ساعت ۶ در خانه‌ای در کوچه فرح‌دوس جاده قدیم دکتر سیدمحسن بهبهانی، واعظ و مجری برنامه‌های

حاج‌مهدی انناخت، چندی بعد، خون دیگری بر زمین ریخت. آیت‌الله سیدمحمدعلی قاضی طباطبایی، نخستین امام جمعه تبریز و نماینده امام خمینی(ره) در آذربایجان شرقی پس از نماز مغرب و عشاء در راه بازگشت از مسجد شعبان در کمین فرقه‌ای‌ها گرفتار شد. ضارب مسعود تقی‌زاده، در بازجویی‌هایش گفت با علامت یکی از هم‌دستانش به سوی خودروی قاضی شلیک کرده است. ۳ گلوله رها شد؛ یکی سر، دیگری شانه و سومی قلب او را شکافت. محافظ آیت‌الله تیراندازی کرد اما تارکی و آشفته‌گی مجال اصابت نداد. پیکر نیمه‌جان او را به بیمارستان شیر خورشید بردند اما تلاش پزشکان ثمری نداشت. خبر شهادت «ولین شهید محراب» به سرعت در تبریز پیچید و شهر در ماتم فرو رفت. اعلامیه‌های اکبر گودرزی، رهبر فرقان با فاصله منتشر شده اعلامیه‌هایی که با لحنی پر از توجیه ایدئولوژیک، جنبانی خونین را به نام مبارزه جلوه می‌داد. این ترورها ادامه



جدیدی، مخاطبان قابل توجهی را جذب کرده‌اند. در این نوشتار در پی آن هستیم تا به بررسی این تحول، عوامل شکل‌گیری آن، دلایل موفقیت یوتیوب، چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌رو و پیامدهای آن برای آینده رسانه در ایران بپردازیم و در پایان به این پرسش پاسخ دهیم که آیا این روند لزوماً به زوال کامل تلویزیون منجر خواهد شد؟

بی‌سابقه‌ای را نیز ایجاد کرده است. یوتیوب به عنوان یک پلتفرم جهانی، به تولیدکنندگان ایرانی امکان داده صدای خود را به مخاطبان بین‌المللی برساند و در صحنه جهانی رقابت کنند. این امر بویژه برای برنامه‌های گفت‌وگومحور که به موضوعات جهانی مانند سیاست، فرهنگ و ورزش می‌پردازند، فرصتی استثنایی است. علاوه بر این، ابزارهای هوش مصنوعی و فناوری‌های جدید، مانند نرم‌افزارهای ویرایش ویدئو و تولید محتوای خودکار، هزینه‌های تولید را کاهش داده و امکان رقابت با تولیدکنندگان حرفه‌ای را فراهم کرده‌اند. همچنین یوتیوب به عنوان بستری برای نوآوری، به تولیدکنندگان اجازه داده تا قالب‌های جدیدی از برنامه‌سازی را آزمایش کنند، از جمله گفت‌وگوهای زنده، پادکست‌های ویدئویی و محتوای تعاملی که در رسانه‌های سنتی کمتر دیده می‌شود.

محتوای منحصربه‌فرد و جذاب ارائه دهند. یک نکته قابل توجه دیگر این است که حتی در فضایی مثل یوتیوب هم با اینکه هر شهرنوع معمولی می‌تواند یک کانال تأسیس کند و سراغ جذب مخاطبان برود، همچنان سیطره رسانه‌های بزرگ می‌تواند محسوس باشد. رسانه‌های بزرگ می‌توانند تیم‌های حرفه‌ای را با صرف هزینه‌های متناسب برای تولید محتوا در این پلتفرم گرد هم بیاورند و در چنین فضایی هر حرف غالب و اصلی را بزنند. از این رو بایسته به نظر می‌رسد رسانه‌های داخل کشور هم ضمن حفظ جایگاه کلاسیک خودشان در حوزه‌هایی که از پیش در آن فعالیت می‌کردند، به تولید محتوا در این بستر هم توجه داشته باشند.

شبکه‌های ماهواره‌ای نیز برای بقا باید به سمت تولید محتوای بی‌طرفانه‌تر و شفاف‌تر حرکت می‌کردند که به نظر می‌رسد هرگز به این سمت نخواهند رفت. البته در هر حال رقابت با یوتیوب برای آنها دشوارتر است. در نهایت، آینده رسانه در ایران به تعادل بین رسانه‌های سنتی و دیجیتال بستگی دارد اما در حال حاضر، یوتیوب با سرعت بیشتری در حال تسخیر فضای رسانه‌ای است. انتقال مرجعیت برنامه‌های گفت‌وگومحور به یوتیوب نتیجه طبیعی تحولات فناوری، تغییر نیازهای مخاطبان است که رسانه‌های سنتی نمی‌توانند پاسخگوی تمام آنها باشند. برنامه‌هایی یوتیوبی نه تنها خلاهای رسانه‌ای ایران را پر کرده‌اند، بلکه با ایجاد فضایی متنوع و تعاملی، الگوی جدیدی از ارتباط رسانه‌ای را معرفی کرده‌اند. این تحول، هم چالشی برای صداوسیما و شبکه‌های ماهواره‌ای است و هم فرصتی برای تولیدکنندگان محتوای خلاق تا در صحنه جهانی بدرخشند. در این حال، زوال کامل تلویزیون هیچ‌گاه رخ نخواهد داد؛ چنانکه هرگز رادیو و روزنامه به پایان نرسیدند و اگر انطاف لازم برای انطباق با تغییرات در مدیریت رسانه باشد، آینده‌ای پویا و رقابتی را می‌توان برای آینده رسانه‌های متنوع پیش‌بینی کرد.

مذهبی پیش از انقلاب در رادیو و تلویزیون، زنگ در خانه‌اش را پاسخ داد. مردی موتورسوار که تا آن لحظه هویتی نداشت ناگهان اسلحه کشید و چند گلوله به سوی او شلیک کرد. دکتر بهبهانی همان‌جا جان باخت. گروه فرقان بی‌درنگ مسئولیت این ترور را نیز بر عهده گرفت. این رشته حوادث، همچون زنجیری از خون برده‌ی آدمه یافت. ترورها در تهران، تبریز و دیگر شهرها فضای کشور را در هاله‌ای از ناامنی فروبرد بود اما در دل همین روزهای سیاه تصویری روشن‌تر پدید می‌آمد: هر قطره خون شهید، ملت را مصمم‌تر می‌کرد و هر فقدان، عزم انقلابیون را در حفظ دستاوردهای خود استوارتر می‌ساخت. ایران، هرچند سخت‌ترین ضربه‌ها را خورد اما از این آزمون تاریخی سربلند بیرون آمده کشوری که تجربه نخستین سال‌های انقلاب نشان داد قربانی ترور بود اما تسلیم دشمنان نشد و مسیر بازسازی هویت ملی و دینی خود را با استواری ادامه داد.