

نفر طبق گزارشی که در سال ۲۰۱۷ از سمت اینستاگرام اعلام شده، در این شرکت کار می‌کرده‌اند. طبق این گزارش در سال ۲۰۱۷، اینستاگرام ۴۵۰ نفر کارمند داشته که با حساب تعداد کاربران در آن سال به معادله «به ازای هر ۳ و نیم میلیون کاربر، یک کاربر» می‌رسیم.



اخیرا شرکت یوتیوب در خبری اعلام کرد یک صندوق ۱۰۰میلیون دلاری را برای تولیدکنندگان محتوا و کاربران سرویس جدیدش اختصاص داده است. سرویس جدید یوتیوب پلتفرمی است برای به اشتراک‌گذاری ویدئوهای کوتاه ۱۵ثانیه‌ای و در قالب یک نرم‌افزار موبایل ارائه می‌شود. کارشناس‌ها می‌گویند یوتیوب این اپلیکیشن را برای رقابت با اپلیکیشن «تیک‌تاک» به‌راه انداخته و فعلا آن را به‌طور آزمایشی در هند در اختیار کاربران هندی قرار داده است. حالا این که برای چه می‌خواهد با تیک‌تاک رقابت کند بحث ما نیست! این که چرا در هند این اپلیکیشن را امتحان می‌کند، به‌خاطر جمعیتش است یا چون فیلم هندی دوست دارد، هم بحث ما نیست! بحث ما این است که حتی با دلار ۲۰هزار تومانی، ۱۰۰میلیون دلار می‌شود



علیرضا زافری  
روزنامه‌نگاری که  
در اینستاگرام اقبال  
نداره و اینستاگرام‌ها را  
نقد می‌کند

حکومت‌های خودمختار شبکه‌های اجتماعی  
با دنیای ما چه می‌کنند؟

## ۱۰۰میلیون دلار ناقابل



بچه‌ها این گلاره است. مثل گلاره نباشید!

## بیبی ایزلودینگ...

سونوگرافی بسنده کرده! او در دو هفته‌ای که گذشت برای انتخاب اسم فرزندش نظرسنجی گذاشت اما به فراخور اتفاقات روز اسم پیشنهادی «عباس بوعمار» گوی سبقت را از سایر اسم‌ها ربوده! اما در نهایت گلاره به دلیل عدم تطابق اسم پیشنهادی با جنسیت فرزند و برای اذیت‌ندادن امتیاز این مرحله اسم «کلارا» را انتخاب کرد؛ اسمی که «نه م داره نه ح داره فقط به دونه ر داره» درست مثل عباس بوعمار!

گلاره می‌گوید با کلارا قرار است توی صفحه‌اش آموزش زبان داشته باشند، دایسمش بگذارند، آشپزی کنند، لباس پرنسس‌ها را بپوشند و جلوی دوربین با بیسکویت مادر ماماشیک درست کنند؛ از آن ماماشیک‌ها که آن قدر پشت فریم‌های عکاسی منتظر خواهد ماند که جای مادر مرز عمه خواهد داد. کلارایی که انگار قرار نیست به‌همد بچگانگی با لباس‌های خاک‌وخالی چه شکلی می‌شوند؟!

سالاد سزارهای بدون عکس و نماسیده چه طعمی خواهند بود؟! و گپ‌زدن‌های بی‌دغدغه با رفقا پشت میز کافه‌ها چه حالی خواهد داشت؟! دخترچه‌ای که هنوز به دنیا نیامده از مادرانگی‌های عالم مجازی همین یک جمله را به ارث برده «عوضش ببین چه لایکی می‌خوره!»

سالاد سزار ساده سفارش دهید آن قدر از زوایای مختلف عکس می‌گیرد و پست می‌گذارد که غذا و حرف‌هایتان با هم از دهان می‌افتد و روی دل‌تان می‌ماسد. او مامور این است که جوری از سالاد سزار پست و استوری بگذارد که انگار امپراتور خرد کرده‌اند توش! گلاره همه این کارها را می‌کند تا فقط به یک جمله پیروزمانده برسد «عوضش ببین چه لایکی می‌خوره!»

گلاره قرار است چند ماه دیگر مادر شود. او اولین پروژه دوران بارداری‌اش را در راستای رسیدن به جمله «عوضش ببین چه لایکی می‌خوره!» کلید زد؛ می‌پرسید چطور؟!

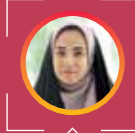
رفتن به آتلیه و پست کردن عکس‌های مادرانه جوری که فالوورها به این یقین برسند که گلاره از زمان هبوط آدم بر روی زمین اولین آدمی است که تجربه ۹ماه بارداری را پشت سر گذاشته و الباقی بچه‌ها تا به امروز به سبک فیتوپلانکتون‌ها با تقسیم سلولی به دنیا آمده‌اند.

گلاره حالا پیشاپیش برای بچه‌اش صفحه اینستاگرامی باز کرده تا او هم در آینده‌ای نه‌چندان دور به کشف این جمله برسد که «عوضش ببین چه لایکی می‌خوره!» مخاطبان پیچ فرزند گلاره هم می‌دانند که در این صفحه به‌زودی یک بچه سبز خواهد شد. برای همین توی بیو هم نوشته «بیبی ایزلودینگ!»... فعلا برای عکس پروفایل هم به عکس سه‌ماهگی

«عوضش ببین چه لایکی می‌خوره!» این جمله همیشگی گلاره است، دوست دوران دبیرستانم. او از همان‌هایی است که در عصر وبلاگ‌نویس‌ها پای هر پست کامنت می‌گذاشت «وبلاگ خوب و تاپسی داری به منم به سر بزنی».

از همان‌هایی که وقتی دنبالش می‌کنی، می‌توانی با تعجب از خودت بررسی که چطور می‌شود با فالوئرهای دورقمی در یک صفحه پرایوت فرارسیدن کریسمس را به جهانیش تیریک گفت؟! گلاره از همان‌هایی است که توی چت، آدم را صدا می‌زند «گلم!»، توی بیوی صفحه‌اش می‌نویسد «او من شر جاسدا! اذا حسدا» و هفته‌ای سه مرتبه استوری می‌گذارد «کسای که پشت سرم حرف می‌زنن جاشون همون جاست... دقیقا پشت سرم!» آن هم به انضمام هشتک «مخاطب خاص!»

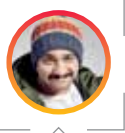
استهلاک دوربین گوشی گلاره به اندازه استهلاک مینی‌بوس قرمزهای خط پیچ‌شیرمان - دوربین خودمان است؛ همان قدر کارکرده و همان قدر خسته! گلاره از همان‌هایی است که اگر در یک کافه جمع شوید و یک



رویا سادات هاشمی  
خبرنگار رسانه‌های  
نوک مدتی است از  
رسانه‌های کاغذی  
فاصله گرفته اما  
رسانه‌های کاغذی از او  
فاصله نمی‌گیرند

جواد خواجوی می‌گوید برنامه‌ریزی عجیب و غریبی برای رشد اینستاگرامش نداشته و صرفا کاری را که علاقه داشته، انجام داده است

## ویدیوها را پشت فرمان ضبط می‌کنم



جواد خواجوی  
بازیگر و بنیانگذار  
مکتب «دیشدیری»  
دیرین ماشالا!  
که در اینستاگرام  
۳/۵ میلیون  
دنبال‌کننده دارد

اولین پولی که از راه تبلیغات اینستاگرامی به حسابم آمد، حسابی شگفت‌زده‌ام کرده بود. یک جور شگفت‌زدگی که از سر خوشحالی نبود. من اصلا توقع نداشتم که می‌شود از این راه درآمد داشت. برنامه‌اش را هم نداشتم. از طرفی زندگی‌ام هم آن سال‌ها طوری پیش می‌رفت که پول در آن خیلی پررنگ نبود. به کارهای هنری خودم مشغول بودم و گذران زندگی‌ام با چرخ ماشین می‌چرخید. با ماشین کار می‌کردم اما همیشه خودم را متعلق به بازیگری و تئاتر می‌دانستم و مطمئن بودم هیچ‌وقت قرار نیست در زندگی‌ام کاری جز این داشته باشم.

هنرجوی هنرستان بودم و مثل همه هنرجوهای که در آن سن و سال و فضا هستند، شوری در سرم بود که من را به تلاش وا می‌داشت. تلاش در مسیری که هیچ‌وقت به شهرت و درآمد عجیب و غریب از آن فکر هم نمی‌کردم. برایم مهم بود همان کاری که به آن علاقه دارم را انجام بدهم و انجام می‌دادم. در همان دوران که دیپلم سینما گرفته بودم و از رشته تئاتر در دانشگاه انصراف داده بودم، فیلم کوتاه ساختم، فیلم مستند ساختم، تئاترهای خیابانی زیادی را خودم نوشتم و خودم کارگردانی کردم و خودم بازی کردم و دلم با همین کارها خوش بود. به نظر خودم، همان کاری بود که باید. آن روزها خیلی روحیه‌ام تناتری بود و حتی نمی‌توانستم فضای مجازی را تحمل کنم. این باعث می‌شد در مقابل تقاضای دوستانم برای عمومی کردن صفحه اینستاگرام، فقط لیخن بزنم و بگذرم.

قصه صفحه اینستاگرام من خیلی ساده‌تر از این است که فکرش را بکنید. اواخر سال ۹۶ این صفحه را راه انداختم که صفحه‌ای شخصی بود و گاهی از همین صداگذاری‌هایی که به نظر خودم جالب می‌آمد، می‌ساختم و به اشتراک می‌گذاشتم. البته آن موقع صفحه‌ام خصوصی بود و فقط ۱۰۰۰ نفر از دوستان و آشنایانی که صفحه را دنبال می‌کردند، می‌توانستند آن محتواها را ببینند. ماجرای کلیپ‌های صداگذاری هم از خیلی پیش از راه‌اندازی صفحه اینستاگرام شروع شده بود. یک جورهایی برای من تمرین بازیگری بود. خیلی وقت‌ها با دوستان‌مان که جمع می‌شدیم تا فیلم ببینیم، صدای فیلم را قطع می‌کردم و جای کاراکترها حرف می‌زدیم. بعدها به یک اپلیکیشن تلفن‌همراه

برخوردم که با آن می‌شد صدای روی ویدئوهای کوتاه را برداشت و به جایش صدا گذاشت. بعد از راه‌اندازی صفحه اینستاگرام چند بار این کار را انجام دادم و در صفحه منتشر کردم. دوستانم که این ویدئوهای صداگذاری برایشان جالب بود، مدام می‌گفتند صفحه‌ات را از حالت خصوصی خارج کن که بتوانیم این ویدئوها را برای دیگران هم بفرستیم. در کشاکشی که با حال و هوای خودم داشتم به این نتیجه رسیدم که نمی‌شود کنج‌خانه ماند و فقط غر زرد. بالاخره اگر کسی می‌تواند کاری را بکند باید انجام بدهد و تصمیم گرفتم صفحه را عمومی کنم. همین حالا هم دوستانی از اهالی هنر هستند که می‌گویند ما هم اگر بخواهیم می‌توانیم چنین کاری را بکنیم. جواب من همیشه این است: انسانی که می‌تواند کاری بکند، اگر نکند به خودش ظلم کرده است. کم‌کم صفحه‌ای که عمومی شده بود مورد استقبال مخاطب قرار گرفت. همان موقع هم رویه صفحه فقط همین ویدئوهای صداگذاری شده نبود. راستش را بخواهید من اصلا به این چیزها فکر هم نمی‌کردم که الان استراتژی صفحه‌ام باید چه باشد و برای رشد و افزایش دنبال‌کننده چه کارهایی بکنم. کم‌کم اقبال مردم به ویدئوهای صداگذاری شده، خط ادامه فعالیت صفحه را مشخص کرد و رفته‌رفته بر لطف و استقبال مردم اضافه شد تا اینجا که حدود سه و نیم میلیون نفر به من و این صفحه که صاحب اصلی‌اش خودشان هستند، لطف دارند و دنبال می‌کنند. من هیچ‌وقت برای رسیدن به سه و نیم میلیون دنبال‌کننده برنامه‌ریزی نکردم. فقط داشتم کار خودم را می‌کردم. روزهای اولی که صفحه عمومی شده بود، وقتی ویدئوها به ۲۰۰۰ بازدید می‌رسیدند، من و دوستانم جشن می‌گرفتیم. الان اصلا نمی‌توانم ۲۰۰۰ بازدید را ببینم و ویدئو را که به اشتراک می‌گذارم تا می‌آیم نگاه کنم، ۱۰هزار بازدید را هم رد کرده است. البته همین حالا هم کار شگفت‌انگیزی برای تولید محتوا نمی‌کنم. خیلی‌ها فکر می‌کنند من تیم نویسنده و استودیو دارم ولی واقعیت این است خیلی از این ویدئوها را داخل ماشین، شیشه‌ها را می‌دهم بالا و ضبط می‌کنم و پشت چراغ قرمز بعدی کامنت می‌خوانم.

اما حالا که سه و نیم میلیون نفر این صفحه را دنبال می‌کنند وظیفه خودم را خیلی خطرتر از گذشته می‌دانم. حالا دیگر خیلی حواسم هست هر محتوایی را منتشر نکنم. همیشه حواسم هست محتوایم طوری باشد که صفحه‌ام را خانواده‌ها بتوانند کنار هم ببینند. همیشه وقت تولید محتوا به برادر کوچک‌تر خودم فکر می‌کنم که قرار است آن را ببیند. خط قرمز من، خط قرمز خانواده است. به نظر من حساب کسانی که با هنرشان تولید محتوا می‌کنند و روی بستر اینترنت قرار می‌دهند با کسانی که بی‌هیچ هنری فقط دنبال‌کننده دارند، جداس. کسانی که بدون هنر دنبال‌کننده زیادی دارند، در واقع مخاطب ندارند. مردم دوست دارند فقط از زندگی شخصی آنها سردرپیروند و اسم این را نمی‌شود گذاشت مخاطب. اما هر کسی که با هنر و تلاش خودش تولید محتوا می‌کند، فارغ از این که چه تعداد دنبال‌کننده داشته باشد، از نظر من کار ارزشمندی انجام می‌دهد و محترم است.



## چگونه از کودک خود فالوئر به دست آوریم؟



- آب لیمو ترش را به کودک بی زبان بدهید و از واکنشش ویدئو بگیرید. بسیار پربازدید خواهد بود.
- کودک را مجبور کنید کلمات سخت و جملاتی که یک ادیب هم نمی‌تواند درست بیانش کند را جلوی دوربین بگوید و از تلفظ اشتباهش ویدئو بگیرید و به اشتراک بگذارید.
- چند ساعت نگذارید بچه بخوابد. بعد که حسابی گیج خواب شد، یک بستنی عروسی در حال آب شدن را بدهید دستش و مجبورش که کند که نخوابد و بستنی بخورد. از بستنی آلودگی‌اش ویدئو بگیرید. لایک‌خورش خیلی بالاست.
- البته شاید گاهی کامنت دلسوزی دریافت کنید و کسی به شما بگوید که بچه گناه دارد. شما توجه نکنید. کامنت را پاک کرده و به کار خود ادامه دهید. این روزها مردم بچه‌هایشان را تکه تکه می‌کنند، دیگر این کارها که چیزی نیست.

