

## آپلود یا دانلود؟ مسئله این است



کاربر اینترنت در عرف جهان کسی است که در طول هفته حداقل یک ساعت به اینترنت وصل باشد. البته این شاخص در برخی کشورها سختگیرانه‌تر محاسبه می‌شود اما هیچ ملاکی برای اندازه‌گیری این شاخص که کاربر اینترنت در محیط سایبر چه کاری انجام می‌دهد وجود ندارد؛ به عبارت دیگر از این لحاظ که این کاربر بیشتر دانلود می‌کند یا آپلود، تفاوتی از نظر تعداد و میزان کاربران اینترنت وجود ندارد.

کاربر اینترنت در عرف جهان کسی است که در طول هفته حداقل یک ساعت به اینترنت وصل باشد. البته این شاخص در برخی کشورها سختگیرانه‌تر محاسبه می‌شود اما هیچ ملاکی برای اندازه‌گیری این شاخص که کاربر اینترنت در محیط سایبر چه کاری انجام می‌دهد وجود ندارد؛ به عبارت دیگر از این لحاظ که این کاربر بیشتر دانلود می‌کند یا آپلود، تفاوتی از نظر تعداد و میزان کاربران اینترنت وجود ندارد.

دانلودکنندگان اطلاعات و محتوا عمدتاً مصرف‌کنندگان اطلاعات هستند. برای دانلود کردن زحمت چندانی نباید کشید؛ فقط اگر سرعت اینترنت کافی باشد و کاربر نیز وقت، توان و مهارت کافی داشته باشد می‌تواند روزانه ده‌ها مگابایت اطلاعات دانلود کند، فرقی هم نمی‌کند این اطلاعات و محتوا، تکست، فیلم، عکس، نرم‌افزار یا مولتی‌مدیا باشد. اما آپلودکنندگان اطلاعات عمدتاً تولیدکننده اطلاعات و محتوا هستند. کسی که آپلود می‌کند یعنی حرفی برای گفتن در محیط وب دارد. این آپلود ممکن است محتوای وبلاگی، مقاله، کتاب، فیلم یا تصویر باشد یا حتی نرم‌افزار یا اپلیکیشنی که خود تولید کرده است. بگذریم از اینکه برخی آپلودکنندگان محتوا، خود به نوعی بازنشرکننده هستند نه تولیدکننده؛ یعنی تولیدات دیگران را نشخوار یا بازنشر می‌کنند.

آپلود اطلاعات و محتوا، هزینه، زمان، سرمایه، تخصص و انرژی نیاز دارد. این محتواها ثمره تحقیقات، دانش، آموخته‌ها، مهارت‌ها یا یافته‌های و تجربیات تولیدکنندگان هستند. متأسفانه فضای سایبر ایرانی اغلب فضای دانلود اطلاعات یا حداکثر بازنشر اطلاعات دیگران است. عده معدود و محدودی اطلاعات و محتوا تولید کرده و ده‌ها و صدها سایت دیگر، این اطلاعات را بازنشر می‌کنند. به آپلودکنندگان مرجع، منابع اولیه می‌گویند و به بازنشرکنندگان منابع ثانویه. منبع اولیه کسی است که صاحب و مالک اطلاعات و محتواست و حق نشر متعلق به اوست. مراکزی که صاحب اطلاعات و محتوا هستند عمدتاً دانشگاه‌ها، مراکز علمی و تحقیقاتی، مراکز تحقیق و توسعه، حوزه‌های علمیه، مراکز فرهنگی، دستگاه‌های دولتی، کتابخانه‌ها و مؤسسات عمومی، رسانه‌ها، نشریات و خبرگزاری‌ها و وبلاگ‌های مرجع هستند.

در سال‌های اخیر کنسرسیومی با عنوان تولید محتوا در ایران تشکیل شد که جز یک عکس یادگاری از مدیران آن در روز افتتاحیه، اطلاع دیگری از آنها در دست نیست! بررسی‌ها نشان می‌دهد حجم وب فارسی چیزی در حدود یک هزارم وب جهانی است؛ این یعنی ایران در فضای سایبر، بیشتر واردکننده یا مصرف‌کننده است تا تولیدکننده و صادرکننده. بررسی دلایل این ضعف بزرگ سایبری نیاز به پژوهش و آسیب‌شناسی دقیق دارد. اما همین قدر می‌توان اذعان داشت که ایران برای تولید محتوا در فضای سایبر برنامه مدونی ندارد و در هیچ‌یک از اسناد بالادستی مرتبط با حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، مصوبه‌ای درباره تولید محتوا وجود ندارد. هیچ دانشگاه یا دستگاه دولتی‌ای به طور قانونی، موظف به تولید و انتشار محتوای سایبری نیست. اصل در اغلب این دستگاه‌ها بر عدم‌انتشار اطلاعات است. اگر دستگاهی اطلاعات و محتوای لازم را روی وب‌سایت یا پورتال‌ش منتشر نکند هیچ خطا یا تخلفی انجام نداده است و توسط هیچ دستگاه ناظری مجازات نمی‌شود یا حتی هیچ تذکری نمی‌گیرد. تنها جشنواره مرتبط با حوزه تولید محتوای وب فارسی یعنی تسما، فقط جنبه داوطلبانه دارد و دستگاه‌ها موظف به شرکت در آن نیستند.

اگر استاد یا کارشناسی به تنهایی محتوای قابل توجهی روی وب آپلود کند ریالی از سوی هیچ نهادی دریافت نمی‌کند. هیچ دانشگاهی برنامه مدونی برای تبدیل دروس و محتواهای خود به صورت سایبری ندارد و مشوقی هم برای تولید و انتشار اطلاعات وجود ندارد. وبلاگ‌های فارسی عمده‌ترین تولیدکنندگان محتوای وب فارسی هستند و از هر 10 نتیجه جست‌وجوی کلمات فارسی در موتورهای جست‌وجو، بیش از 5 مورد مرتبط با محتوای وبلاگ‌هاست. اما عجیب این است که دولت و دستگاه‌های دولتی کوچک‌ترین نقشی در این تولید محتوا نداشته‌اند و حتی یک ریال از بودجه‌های رسانه‌های دیجیتال یا بودجه‌های مشابه به بلاگ‌سرویس‌ها داده نشده است. در عوض بیشترین مضیقه‌ها برای این سرویس دهنده‌ها ایجاد شده و وبلاگ‌نویس‌ها نیز با موانع و محدودیت‌های فراوان مواجه هستند؛ در واقع اگر شما به عنوان یک کاربر سرتان به کار دانلود بند باشد هیچ کس با شما کاری ندارد اما اگر محتوایی را تولید کنید و هزاران نفر از آن بهره ببرند در قبال کلمه به کلمه آن مسئول هستید و این در حالی است که در عوض این تولید محتوا یک ریال هم دریافت نمی‌کنید و بر عکس برای به روز نگه داشتن وب‌سایت یا صفحه اینترنتی خود باید هزینه هم بکنید. نتیجه اینکه آپلود اطلاعات و محتوا در ایران مقرون به صرفه نیست، پس بازار دانلود گرم است. در چنین شرایطی قواعد بازی در میدان سایبر همواره به نفع بیگانگان خواهد بود.