

یادداشت

از تعلیق تا توازن

همکاری با چین و روسیه می‌تواند فشار اقتصادی و پیامدهای اجتماعی آن را کاهش دهد، اما به تنهایی قادر به حل ناترازی‌های عمیق اقتصادی نیست. این واقعیت نشان می‌دهد که سیاست خارجی هوشمند، متوازن و هم‌زمان با توسعه داخلی، شرط لازم برای کاهش فشارها و افزایش تاب‌آوری است. در داخل کشور هرچند هماهنگی میان قوای سه‌گانه قابل قبول بوده، اما عبور دولت از کارآمدی به اسم وفاق بهانه را برای مجلس جهت استفاده از ابزار استیضاح فراهم می‌کند و نشانه‌های این رویکرد نیز آشکار شده است. در فضای بین‌المللی نیز تکیه بر سیاست صبر راهبردی یا انتظار برای تغییر در دولت آمریکا، تضمینی برای بهبود اوضاع نیست. ایران باید ظرفیت‌های مدیریتی، اقتصادی و صنعتی خود را تقویت کند تا زمان از یک فرصت بالقوه به عاملی منفی تبدیل نشود. قدرت دفاعی ایران، هرچند حیاتی است، اما به تنهایی قادر به برقراری توازن امنیتی نیست، به‌ویژه در شرایطی که تحرکات اسرائیل و فشارهای منطقه‌ای با شدت ادامه دارد. در این میان، استفاده از زیرساخت و توان دریایی ایران به دلیل ویژگی‌های راهبردی‌اش می‌تواند در سطوح اقتصادی، موازنه را تا حدی به نفع کشورمان تغییر دهد و همچنین بستر لازم برای چانه‌زنی و همراه‌سازی کشورهای منطقه در مدیریت تنش را فراهم کند. با این حال، انتظار اینکه چین یا روسیه بر این حوزه به‌صورت مستقیم و موازنه‌ساز دخالت کنند، واقع‌بینانه نیست؛ چراکه نه از نظر فنی چنین امکانی وجود دارد و نه اراده سیاسی محکمی برای آن مشاهده می‌شود. استفاده از ظرفیت جبهه مقاومت نیز به دلایل مختلف، به‌ویژه شرایط حساس حزب‌الله لبنان، با محدودیت‌هایی جدی روبه‌رو است. در چنین وضعیتی، حفظ جایگاه سیاسی حزب‌الله از طریق ابتکارات دیپلماتیک ضرورت دارد؛ زیرا هر آسبیی به محور مخالفت جهان اسلام با رژیم صهیونیستی می‌تواند روایت ایران ضعیف را تقویت کند. بی‌عملی در این حوزه نیز ممکن است کشور را با پیامدهایی غیرقابل پیش‌بینی مواجه کند. ایران برای خروج از وضعیت تعلیق، ناگزیر است برنامه‌ای سه‌محوری را به‌صورت هم‌زمان پیش ببرد: نخست، افزایش تاب‌آوری اقتصادی و اجتماعی؛ دوم، رفع تحریم‌ها با حفظ روابط اقتصادی با چین و شرق آسیا و هم‌زمان تنش‌زدایی با غرب و ایجادنکردن منافع اقتصادی برای کاسبان تحریم؛ و سوم، تقویت توان دفاعی بر پایه رویکردهای هوشمند سیاسی و عملیاتی. بحران‌های امروز ایران مجموعه‌ای از مسائل درهم‌تنیده و هم‌زمان هستند، بحران سرمایه اجتماعی و شکاف میان دولت و ملت، بحران حکمرانی و ضعف شایسته‌سالاری، ناترازی‌های عمیق اقتصادی و کمبود زیرساخت‌های توسعه، بحران دیپلماتیک و نبود متحدان مؤثر و البته بحران فقر و کوچک‌شدن طبقه متوسط. حل هر یک از این بحران‌ها مستلزم رعایت تقدم و تاخر در اقدامات است؛ زیرا هر اصلاح جزئی، اگر بدون هماهنگی با سایر عرصه‌های راهبردی انجام شود، می‌تواند نتیجه‌ای متعکوس و حتی تشدیدکننده بحران‌ها داشته باشد. برای عبور از وضعیت کنونی، پنج اقدام اساسی باید به‌صورت هم‌زمان پیش برده شود: نخست، ارتقای سرمایه اجتماعی از مسیر تقویت همبستگی با پذیرش تذکر فرهنگی و اجتماعی، امنیتی‌زدایی، توانمندسازی جامعه و ایجاد امید و چشم‌انداز روشن برای مردم. دوم، بازنگری در کارآمدی نهادهای با استفاده از متخصصان داخلی و خارجی، اصلاح نظام انتصابات، شایسته‌سالاری و ششده‌شدن درهای حکمرانی به روی نیروهای کارآمد. سوم، سرمایه‌گذاری جدی در زیرساخت‌ها، رفع موانع سرمایه‌گذاری خارجی، واقعی‌سازی درآمد و هزینه در حوزه انرژی و توجه مؤثر به محیط زیست. چهارم، کاهش تنش‌های بین‌المللی، تعریف منافع برد-برد با شرکای شرقی، تقویت همکاری‌های منطقه‌ای و گسترش ارتباط با کشورهای خلیج فارس. پنجم، پیشبرد سیاست‌های رفاهی و اقتصادی واقعی، ازجمله ارتقای آموزش، بهداشت و بیمه، تعیین دستمزدهای متناسب با نوع، حمایت از تولید داخلی، ایجاد فرصت‌های شغلی و فراهم‌کردن امکان حضور گسترده زنان تحصیل‌کرده در عرصه اقتصاد. اجرای این اقدامات زمانی نتیجه‌بخش خواهد بود که هم‌زمان و هماهنگ پیش بروند. تمرکز بر یک یا دو محور و نادیده‌گرفتن دیگر عناصر این پنج‌گانه، نه‌تنها بهبود ایجاد نمی‌کند، بلکه می‌تواند فشارها و نارضایتی‌های اجتماعی را افزایش دهد. در چنین شرایطی، حاکمیت باید با نگاهی کلان و استراتژیک، دستورالعملی منسجم برای پیشبرد هم‌زمانی این محورها تدوین کند تا زمینه اصلاحات واقعی، پایدار و قابل اتکا فراهم شود. ایران امروز در نقطه‌ای ایستاده است که هر اقدام خردمندانه باید هم‌زمان چند بحران را هدف بگیرد و بر پایه نگاهی جامع به توسعه اقتصادی، اجتماعی و دیپلماتیک شکل گیرد. در این مسیر، الگوی حکمرانی آیت‌الله‌هاشمی‌فسنجانی در دوران سازندگی -الگوی مبتنی بر عقانیت، توسعه‌محوری، تعامل‌گرایی و پیوند میان اصلاحات داخلی و تنش‌زدایی خارجی- می‌تواند الهام‌بخش باشد. تنها در چارچوب چنین رویکردی است که کشور قادر خواهد بود از وضعیت تعلیق راهبردی خارج شود، تاب‌آوری ملی را افزایش دهد و مسیر یک توسعه پایدار و قابل پیش‌بینی را هموار کند.

افقی:

۱- دوربین نجومی- عموم مردم- لنکه بار
۲- درخت زبان‌گنجشک- از امراض چشمی-
فرآورده‌های شیری ۳- چهره- نمادی یونانی که در ریاضی نشانه عملگر جمع است- ارابه
۴- آلوده به ننگ- استان- سرسرا ۵- پندارها-
از تیم‌های فوتبال بوندس‌لیگای آلمان
۶- خشمگین- بازپرداخت ۷- چند رای- کلرید آمونیوم- برشته‌شده ۸- ذکر حاجیان در مراسم حج- پایان، انتها- چوب سوزاندنی ۹- افترا- از تنقلات ترش‌مزه- پاسخ مثبت ۱۰- دربرگیرنده- کشور آفریقایی که مستعمره فرانسه بود
۱۱- حرکتی در شطرنج- تحقیق و پژوهش درباره موضوعی ۱۲- چه بسیار- الله‌اکبرگفتن- اتاق کوچک ۱۳- دست به دامن‌شدن- تشویق‌کردن- از ملزومات ماهیگیری ۱۴- بیماری- پیرو دین حضرت عیسی(ع)- رخساره ۱۵- پول ژاپن- خبرگزاری قرآنی ایران- پوشش ساقی پای فوتبالبست‌ها

عمودی:

۱- اسب سرکش- چیره و مسلط- شناکردن
۲- بنیان‌گذار اتحاد جماهیر شوروی- برخورد ناگهانی- زنان عرب ۳- از واحدهای اندازه‌گیری حافظه کامپیوتر- جواب ۴- مادر اسفندیار در شاهنامه- ویرگول- پرچم ۵- سمت‌وسو- مخفی- گردهمایی- ضمیری انگلیسی ۶- بخشی از زمان- ژانری در سینما- شیوه جنگ‌آرایی ۷- رباعی‌سرای ایرانی دوره سلجوقی- روضه‌خوان ۸- همه با هم- رواج- تاراج ۹- بیماری واگیردار که پشه آن‌فول منتقل می‌کند- اسکله ماهیگیری

یوتیوب، پلتفرمی که تاکنون برای برخی از فارسی‌زبان‌ها و مخصوصا نسل Z با وجود همه محدودیت‌های اقتصادی و سیاسی به منبع درآمد دلاری تبدیل شده بود، حالا در آخرین روزهای سال ۲۰۲۵ چهره‌ای متفاوت از خودش نشان داده است: پیاده‌سازی سیاست‌های جدید الگوریتمی و درآمدزایی که حالا هوشمندتر از همیشه کاربران ایرانی را تشخیص می‌دهد و سهم تولیدکنندگان محتوا از درآمد تبلیغاتی روی این پلتفرم را عملا به صفر می‌رساند. اتفاقی که در ترکیب با تحریم‌های مالی، فیلترینگ داخلی و کیفیت پایین اینترنت به بحرانی بدل شده که سازندگان محتوا و مخاطبان فارسی‌زبان را به‌طور هم‌زمان تحت فشار قرار داده است.

آینده تیره یوتیوب در ایران

یوتیوب در روزهای پایانی سال ۲۰۲۵ تلاش می‌کند محتوای «غیراصیل، تکراری یا ماشینی» را از جریان درآمدزایی حذف کند و فقط به محتوای واقعی و باارزش پاداش تبلیغاتی بدهد؛ تغییری جهانی که حتی تولیدکنندگان حرفه‌ای را به چالش می‌کشد، اما برای فارسی‌زبانان با پیامدهای اقتصادی گسترده‌تری همراه شده است. این وضعیت نه یک تغییر جزئی، بلکه بازتعریف اقتصاد یوتیوب است؛ جایی که دیگر فقط نمایش ویدئو و داشتن بازدید بالا برای درآمدزایی کافی نیست، بلکه کیفیت، اصالت و موقعیت جغرافیایی مخاطب تعیین‌کننده است. این تغییر الگوریتم باعث شده است بسیاری از بازدیدهای فارسی‌زبان، حتی اگر واقعی و انسانی باشند، به‌عنوان «داده فیک» ثبت شوند. این تغییر در حالی رخ داده که یوتیوب در ماه‌های اخیر سیاست‌های خود را در حوزه کیفیت ترافیک، اصالت مخاطب و ارزش تبلیغاتی بازدیدها به‌طور محسوسی سخت‌گیرانه‌تر کرده است. تمرکز جدید این پلتفرم بر بازارهایی با تبلیغ‌دهندگان قدرتمندتر، باعث شده محتوایی که بخش عمده مخاطبانش از کشورهای تحت تحریم یا با اتصال‌های غیرمستقیم (VPN) دیده می‌شود، در اولویت پایین‌تری برای نمایش تبلیغات پردرآمد قرار بگیرد. نتیجه این تصمیم ساده اما مهیب، این است که هزاران کانال فارسی‌زبان که پیش‌تر درآمدی دلاری داشتند، اکنون بخش عمده‌ای از بازدیدها و درآمدشان را از دست داده‌اند. آمار دقیقی از میزان کاربران فارسی یوتیوب و درآمد تولیدکنندگان این پلتفرم در ایران وجود ندارد، اما شاخص درآمد به ازای هر هزار بازدید (RPM) که پیش از نوامبر ۲۰۲۵ برای کانال‌های فارسی‌زبان به‌طور میانگین بین سه تا هشت دلار بود، اکنون در دسامبر ۲۰۲۵ به ارقام ناچیز ۰.۲ تا یک دلار سقوط کرده است. انتشار خبر آپدیت جدید یوتیوب که تمرکز ویژه‌ای بر تشخیص دقیق‌تر موقعیت جغرافیایی کاربران و نحوه اتصال آنها دارد، از روز گذشته (۲۵ آذر) زلزله بزرگی در وب فارسی ایجاد کرده است. بسیاری از یوتیوبرها ویدئوهای کوتاهی در کانال‌های یوتیوب خود منتشر کرده و می‌گویند درآمدشان با شیب تندی کاهش داشته و حتی برخی خبرها از کاهش درآمد یوتیوبرهای فارسی تا ۸۰ درصد حکایت دارد. بخشی از یوتیوبرها این تغییرات را به معنی ازدست‌رفتن یک ستون اصلی درآمد خود در شرایط اقتصادی ایران که هر ریا ل و هر دلار برای سازندگان محتوا حیاتی است، تعبیر کرده‌اند و برخی دیگر اما اعلام کرده‌اند این تغییرات جدید نیست و پیش از این هم به دلیل استفاده کاربران فارسی از فیلترینگ، یوتیوب آنها را تشخیص می‌داده و درآمد کمی از تبلیغات نصب یوتیوبرهای فارسی می‌شده است.

آریا کنوکسر، از یوتیوبرهای قدیمی، روز گذشته در یک ویدئو از کاهش چشمگیر درآمد خود خبر داد. او اعلام کرد درحالی‌که پیش‌تر درآمد برخی ویدئوها به ازای هر هزار بازدید ۱۱ دلار می‌رسید، این رقم اکنون به حدود یک دلار کاهش یافته است. به گفته او، ویدئوئی با ۴۰۰ هزار بازدید که در گذشته می‌توانست هزاران دلار درآمدزایی کند، اکنون تنها حدود ۴۰۰ دلار درآمد داشته است.

سقوط درآمد یوتیوبرهای فارسی: تشخیص VPN. تحریم با هر دو؟

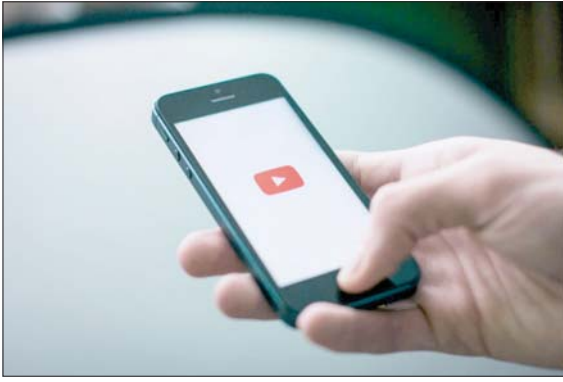
در نگاه اول شاید به نظر برسد فیلتر یوتیوب باعث شده که کاربران فارسی این شبکه اجتماعی با این دردرسر بزرگ روبه‌رو شوند، اما وقتی کمی از بالاتر به این موضوع نگاه کنید، متوجه می‌شوید که در کنار فیلترینگ، تحریم هم در قرارگرفتن تولیدکنندگان محتوای فارسی این پلتفرم در این فشار نقش دارد.

علی فرخی، مشاور یوتیوبرهای ایرانی، در گفت‌وگو با «شرق» توضیح می‌دهد که یوتیوب از سال‌ها قبل می‌توانسته کاربران داخل ایران را تشخیص دهد، حتی اگر آنها با VPN متصل باشند. به گفته او، تشخیص از طریق لوکیشن موبایل، ایمیل و رفتارهای تماشا به یوتیوب اجازه داده بوده تا بفهمد بازدیدکننده‌ها واقعا کجا قرار دارند؛ چیزی که نه امروز، بلکه سال‌ها پیش هم ممکن بوده است: «یوتیوب می‌فهمیده که آی‌پی روی ایران است، حتی وقتی از VPN می‌آمد. قبل از جنگ و اتفاقات اخیر هم می‌شد این آی‌پی را تشخیص داد؛ اما آنچه تازه است، دقت و هوشمندی بیشتر تشخیص در آپدیت جدید است: «قبلا یوتیوب شاید تشخیص می‌داد اما سطح آن طوری بود که ترافیک بازارش‌تر محسوب می‌شد. حالا دیگر شرایط متفاوت است». به گفته او در عمل، حتی اگر

فیلترینگ، اینترنت بی کیفیت و تحریم، محتوای فارسی را در تنگنا قرار داده است

زلزله در یوتیوب فارسی

سونیتا سراب‌پور



بازدید برای یوتیوبر ظاهر شود، درآمدی که از تبلیغ به تولیدکننده محتوا می‌رسد، به شکل چشمگیری کمتر می‌شود؛ چون یوتیوب به تبلیغ‌دهندگان می‌گوید «این ترافیک ارزش اقتصادی کمتری دارد».

حالا سؤال این است که چرا این همه مانع برای مخاطب VPN وجود دارد؟ فرخی پاسخ می‌دهد که تبلیغ‌دهندگان بزرگ ترجیح می‌دهند تبلیغ‌هایشان را به شهروندان اروپایی یا آمریکایی نشان دهند، نه مخاطبانی که در کشوری با قدرت خرید پایین هستند. براساس توضیحات او، تا پیش از این، وقتی مخاطب ایرانی با VPN به‌عنوان مخاطب اروپایی نمایش داده می‌شد، تبلیغ‌دهندگان از این بازدید سود می‌بردند؛ اما حالا که یوتیوب تشخیص دقیق‌تر می‌دهد، این بازدیدها به‌عنوان «کم‌ارزش» طبقه‌بندی می‌شود و عملا آژانس‌های تبلیغاتی کمتر حاضر به پرداخت برای آن هستند.

آن‌طور که به نظر می‌رسد، این محدودیت فقط برای تولیدکنندگان فارسی در داخل کشور نیست و سخت‌گیری‌های یوتیوب دامان تولیدکنندگان فارسی در خارج از کشور را هم می‌گیرد. فرخی در این مورد توضیح می‌دهد: «کسی که در خارج از ایران زندگی می‌کند و محتوا تولید می‌کند، اگر مخاطبانش آی‌پی ایران داشته باشند، این موضوع برایش اثر منفی دارد. حتی اگر سازنده از آمریکا یا اروپا محتوا بسازد، وقتی درصد زیادی از مخاطب او از ایران و با VPN دیده می‌شوند، همان اثر کاهش درآمد رخ می‌دهد». او با صراحت اعلام می‌کند: «اگر کسی می‌خواهد برای مخاطب فارسی در ایران تولید کند، باید طوری تنظیم کند که ویدئوها برای آی‌پی ایران نمایش داده نشود، وگرنه درآمدش می‌سوزد».

رفع فیلتر هم کار ساز نیست

برخی کاربران خشمگین از محدودیت‌هایی که استفاده از فیلترشکن برایشان ایجاد کرده، در شبکه‌های اجتماعی اعلام می‌کنند که اگر فیلتر یوتیوب برداشته شود، حداقل درآمد دلاری آنها در این شرایط سخت اقتصادی باقی می‌ماند؛ اما واقعیت تلخ این است که با وجود رفع فیلتر، ایران همچنان در فهرست تحریم‌های بین‌المللی قرار دارد. علی فرخی می‌گوید حتی اگر فیلترینگ برداشته و یوتیوب آزاد شود، این مشکل حل نخواهد شد؛ چون تحریم‌ها و محدودیت‌های اقتصادی همچنان پابرجاست: «یوتیوب ایران را در برنامه‌های درآمدزایی (Monetization) در فهرست کشورهای پشتیبانی‌شده قرار نمی‌دهد. این یعنی حتی اگر همه از VPN استفاده نکنیم، هنوز کشور ایران به‌طور رسمی تحریم و درآمد‌های تبلیغاتی برای آی‌پی‌های ایرانی صفر است». به باور فرخی یوتیوب فارسی دیگر جایی برای کسب درآمد مستقیم نوجوانان و تولیدکنندگان کوچک نیست. از سوی دیگر، بسیاری از مخاطبان ایرانی هرگز به

اندازه مخاطبان اینستاگرام به یوتیوب علاقه‌مند نبوده‌اند؛ حتی پیش از این افت. او پیشنهاد می‌دهد که به جای تکیه بر درآمد مستقیم از یوتیوب، تولیدکنندگان باید به اسپانسرینگ، فروش محصول و مدل‌های درآمدی جایگزین فکر کنند: «یوتیوب برای محتوای فارسی زنده است، اما مدل اقتصادی‌اش دیگر مانند قبل نیست... و این برای جامعه تولیدکنندگان محتوا یک چالش اساسی بلندمدت است». میلاد نوری، برنامه‌نویس و تولیدکننده ویدئوهای آموزشی در یوتیوب، اما نگاه دیگری دارد. او معتقد است در کنار فیلترینگ و تحریم، عامل دیگری که مانع رشد استفاده از یوتیوب و افزایش درآمد یوتیوبرهای فارسی از این پلتفرم می‌شود، کیفیت بد اینترنت است.

او در گفت‌وگو با «شرق» تاکید می‌کند که حتی اگر یوتیوب رفع فیلتر شود، باز هم مشکل کامل حل نمی‌شود: «حتی اگر تحریم‌ها نبود و فیلترشکن‌ها کنار گذاشته می‌شد، بسیاری از کاربران ایرانی به دلیل هزینه بالای اینترنت و حجم بسته‌های محدود، تمایلی به دیدن ویدئوهای بلند و باکیفیتی یوتیوب ندارند. بنابراین سه عامل تحریم، فیلترینگ و کیفیت پایین اینترنت باید هم‌زمان حل شوند تا شرایط درآمدزایی بهبود یابد».

تغییراتی که برای همه یکسان نیست

موضوع مشخص این است که یوتیوب بیشتر از همه برای نسل Z و بعد از آن جذاب است و عمده اعتراض‌ها به سیاست‌های جدید یوتیوب نیز از سمت این گروه شنیده می‌شود. یوتیوب به کاربران این امکان را می‌دهد که علاقه‌مندی‌های خود را دنبال کنند. از ویدئوهای آموزشی تا نقد بازی و تحلیل تکنولوژی و در عین حال با الگوریتم‌های هوشمند، تجربه‌ای شخصی سازی‌شده داشته باشند؛ چیزی که در شبکه‌های مبتنی بر فید کوتاه کمتر دیده می‌شود. همین ترکیب محتوای بلند، تخصصی و قابل انتخاب، یوتیوب را برای نسل Z در ایران به یک «خانه دیجیتال» واقعی تبدیل کرده و باعث شده این نسل حتی در شرایط فیلترینگ و محدودیت اینترنت، با استفاده از VPN را راهکارهای دیگر، به این پلتفرم وفادار بماند.

محسن وفانژاد، هم‌مؤسس رسانه ویجیاتو که به‌صورت تخصصی در حوزه گیم فعالیت می‌کند و کانال موفقی هم در یوتیوب دارد، در گفت‌وگو با «شرق» اعلام می‌کند که سیاست‌های جدید یوتیوب روی تمام کانال‌های فارسی به‌طور یکسان تأثیر منفی نگذاشته است. او توضیح می‌دهد که یوتیوب پیش‌تر حدود ۱۰ تا ۲۰ درصد مخاطبان را به‌عنوان ایرانی شناسایی می‌کرد، ولی اکنون با الگوریتم‌های هوشمندتر و تحلیل دقیق داده‌ها، ۷۰ تا ۸۰ درصد مخاطبان فارسی‌زبان را ایرانی تشخیص می‌دهد. به گفته او این تغییر باعث شده است درآمد حاصل از بازدیدهای ایرانی، برای یوتیوبرها عملا صفر لحاظ شود. آن‌طور که او می‌گوید، اساس واقعی سابسکرایب‌ها در کانال‌های فارسی بین سه تا پنج برابر چیزی است که نمایش داده می‌شود. برای مثال، کانال ویجیاتو با ۲۶۷ هزار سابسکرایبر، در واقع نزدیک به یک میلیون مخاطب واقعی دارد.

یکی دیگر از چالش‌های یوتیوبرها، نوسان عدد RPM به درآمد به ازای هر هزار بازدید است. وفانژاد اشاره می‌کند که این عدد برای برخی کاهش یافته و برای برخی دیگر ثابت مانده است: «به‌طور معمول، در اواخر سال میلادی، RPM به دلیل افزایش تبلیغات و فصل خرید و فروش بالا می‌رود. اما اکنون، حتی گاهی کاهش داشته است. این تغییر تنها مختص ایران نیست و جزء روند کلی یوتیوب محسوب می‌شود». وفانژاد تاکید می‌کند که یوتیوبرها نباید تنها به درآمد یوتیوب وابسته باشند: «تجربه کانال‌های بزرگ خارجی مانند LineStick که کارشان را در یوتیوب شروع کرده‌اند، نشان می‌دهد که فقط ۱۱ درصد درآمدشان از یوتیوب است و بخش اعظم از طریق فروش محصول و فعالیت‌های جانبی تأمین می‌شود». او ادامه می‌دهد: «برای تیم‌های بزرگ، این تلاطم فرصتی است تا بتوانند اسکیل‌آپ کنند و یوتیوب را به شکل یک بیزینس واقعی ببینند. بسیاری از کانال‌های کوچک ممکن است در این شرایط دچار مشکل شوند، اما تیم‌های حرفه‌ای می‌توانند روش‌های جدید درآمدزایی را تست کنند و خود را با شرایط جدید وفق دهند». وفانژاد با اعلام اینکه تولیدکنندگان محتوا در این پلتفرم باید به سمت اسپانسر ی بروند، توضیح می‌دهد: «قبلا نگاه بدی به اسپانسر در برنامه‌ها وجود داشت، اما الان هم مخاطب و هم یوتیوبرها به این عادت می‌کنند که این اصلا چیز بدی نیست. در تمام دنیا بزرگ‌ترین یوتیوبرها اسپانسری قبول می‌کنند و این کار را انجام می‌دهند. حتی مدل نمایش تبلیغاتی روی یوتیوب نوعی تبلیغ محسوب می‌شود و ایرادی ندارد که هرکدام از ما به نحوی این روش را پیش ببریم». او تاکید می‌کند که یوتیوب جایی است که مخاطب وفادار دارد که دنبال محتوای درست و طولانی است و به همین دلیل جای بسیار مناسبی برای تبلیغ و اسپانسری است.

گرفزای ناتمام کاربران فارسی زبان

بحران یوتیوب فارسی تصویری واضح از مشکلات ساختاری و تحریمی در ایران است. محدودیت‌های اینترنت، کیفیت پایین شبکه، تحریم‌های اقتصادی و سیاست‌های ناکهانی پلتفرم‌های جهانی، شرایطی خلق کرده‌اند که کاربران و سازندگان محتوا در یک چرخه تنگنا و تلاطم گیر افتاده‌اند. یوتیوب فارسی که می‌توانست برای بسیاری از کاربران و تیم‌ها فرصتی برای درآمد دلاری و رشد حرفه‌ای باشد، اکنون در حال تجربه کاهش شدید درآمد و اختلال در جریان دسترسی است. بسیاری از کانال‌های کوچک و متوسط، با کاهش بازدید و درآمد مواجه شده‌اند و تنها تیم‌های حرفه‌ای و بزرگ می‌توانند مسیرهای جایگزین را طراحی و اجرا کنند. در نهایت، این بحران بیش از هر چیز نشان‌دهنده ضعف‌های زیرساختی و فرهنگی فضای دیجیتال در ایران است؛ جایی که محدودیت‌ها، تحریم‌ها و تصمیمات خارجی، هر روز یک فرصت اقتصادی و فرهنگی را از کاربران و سازندگان ایرانی می‌گیرد و آنها را در شرایطی بسیار شکننده و پرخطر قرار می‌دهد.

سودوکو سخت ۴۲۱۸

زمان پیشنهادی: ۴۰ دقیقه

قانون‌های حل جدول سودوکو

۱- در هر سطر و ستون باید اعداد یک تا ۹ نوشته شود. بدیهی است که هیچ عددی نباید تکرار شود.
۲- در هر مربع ۳×۳ اعداد یک تا ۹ باید نوشته شود و در نتیجه هیچ عددی نباید تکرار شود.

سودوکو ساده ۴۲۱۸

زمان پیشنهادی: ۲۰ دقیقه

سودوکو Sudoku یک واژه ترکیبی ژاپنی به معنای عدد‌های بی‌تکرار است و امروزه به جدولی از اعداد گفته می‌شود که به عنوان یک سرگرمی رایج در نشریات کشورهای مختلف به چاپ می‌رسد.

حل سودوکو ۴۲۱۷

۶	۷	۱	۳	۸	۲	۱	۵	۴
۲	۳	۵	۱	۴	۶	۸	۹	۷
۸	۱	۴	۵	۷	۹	۲	۶	۳
۵	۶	۲	۸	۳	۷	۱	۹	۴
۷	۴	۸	۹	۲	۱	۶	۳	۵
۱	۹	۷	۶	۵	۴	۳	۸	۲
۳	۶	۴	۳	۷	۹	۵	۸	۱
۴	۸	۱	۶	۵	۳	۹	۷	۲
۹	۵	۷	۲	۱	۸	۳	۴	۶

۳	۴	۱	۲	۷	۸	۶	۵	۴
۷	۵	۲	۶	۳	۸	۹	۴	۱
۱	۸	۶	۹	۵	۴	۷	۳	۲
۶	۱	۷	۴	۵	۲	۹	۳	۸
۳	۸	۵	۲	۱	۹	۶	۷	۴
۲	۹	۷	۳	۸	۶	۱	۵	۴
۹	۲	۱	۵	۷	۳	۴	۸	۶
۵	۶	۴	۸	۹	۲	۳	۱	۷
۷	۳	۴	۶	۱	۵	۲	۹	۸

حل جدول ۵۲۲۱

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱	۴	۵	۱	۲	۳	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۲	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
۳	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹
۴	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰
۵	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱
۶	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲
۷	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳
۸	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴
۹	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵
۱۰	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶
۱۱	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷
۱۲	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸
۱۳	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹
۱۴	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰
۱۵	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱