

از صعود برق آسای «نیما تکیدو» تا شلوغی ایران مال و خاموشی کانال

قیچی یک میلیون سابسکرایبر!



فرمول موفقیت

از حدود ۸۲۰ هزار تا نزدیک یک میلیون دنبال کننده و صدها میلیون بازدید نشان می‌دهد او توانسته بود در همین فرمت، به یک اسم بزرگ در یوتیوب فارسی تبدیل شود.

این‌جا دقیقا همان نقطه‌ی حساس ماجراست: شهرتی که روی سکوی لغزانی مثل ترند و هیجان ساخته می‌شود، ممکن است خیلی سریع قد بکشد اما به همان سرعت هم می‌تواند وارد فاز بحران شود؛ چون اغلب، زیر این حجم از توجه، زیرساختی برای مدیریت پیامدها وجود ندارد.

لحظه‌ای و نوعی انرژی کنترل نشده که برای مخاطب نوجوان، هم اعتیادآور است و هم قابل همذات‌پنداری. او از آن جنس تولیدکنندگانی نیست که قرار باشد چیزی را توضیح دهند یا جهان را قابل فهم‌تر کنند؛ کارش بیشتر این است که چند دقیقه‌ای ذهن مخاطب را از هر چیزی خالی کند و او را در معرض ضرب‌آهنگ تند و مداوم سرگرمی بگذارد.

این مدل محتوا شاید از نظر فرهنگی عمیق نباشد اما از نظر فنی کاملاً با منطق پلتفرم سازگار است.

آمارهای منتشرشده در مقاطع مختلف

راز رشد نیما تکیدو را باید در همان جایی جست‌وجو کرد که بسیاری دوست ندارند به آن اعتراف کنند: بخش بزرگی از بازار محتوای امروز، نه با کیفیت کلاسیک، بلکه با توانایی نگه داشتن توجه کار می‌کند. در این زمین بازی، برنده کسی نیست که بهترین حرف را بزند؛ برنده کسی است که اجازه ندهد مخاطب انگشتش را روی صفحه بکشد و رد شود.

تکیدو این سازوکار را خوب فهمید. محتوای او ترکیبی بود از شوخی‌های سریع، چالش‌های گروهی، نمایش رفاقت، هیجان

خبر از دل ازدحام بیرون زد

جمعیت، امنیت و پیش‌بینی تبعات باشد؟ روایت‌های مختلفی از این رویداد منتشر شد؛ از به‌هم‌ریختگی شدید فضا تا ادعاهایی درباره‌ی آسیب‌دیدگی، بی‌حالی برخی حاضران، گم‌شدن وسایل و آشفته‌گی عمومی.

با این حال، بخش مهمی از این موارد در سطح گزارش‌ها و ادعاهای رسانه‌های باقی ماند و همه‌ی جزئیات، تایید رسمی قطعی پیدا نکرد اما حتی بدون تکیه بر روایت‌های اغراق‌آمیز هم اصل ماجرا روشن است: یک ایونت مرتبط با یک چهره‌ی فضای مجازی، چنان از کنترل خارج شد که خود حادثه از صاحب ایونت مهم‌تر شد. این‌جا همان لحظه‌ای است که صنعت سرگرمی بی‌حساب، صورت‌حسابش را نشان می‌دهد؛ با یک سوال ساده و تلخ: اگر این میزان از نفوذ واقعی است، چرا این همه بی‌برنامه؟

سخن پایانی

اتفاق فرمان چندان مجهزی وجود ندارد. شاید فردا نام دیگری جای او را بگیرد و موج بعدی سلبریتی‌های پلتفرمی از راه برسد اما تا وقتی منطق تولید شهرت فقط بر عدد و هیجان استوار باشد، این چرخه تکرار می‌شود: صعود سریع، شلوغی شدید، خطای پرهزینه و سقوط پرسروصد.

نیما تکیدو بیش از آن که فقط یک چهره باشد، علامت هشدار یک صنعت بی‌ضابطه است، صنعتی که ستاره می‌سازد اما بلد نیست با ستاره‌هایش چه کند!

گروه گزارش: در اکوسیستم شلوغ، بی‌در و پیکر و بی‌قاعده‌ی سرگرمی فارسی، بعضی چهره‌ها نه با سابقه می‌آیند، نه با مهارت خارق‌العاده، نه حتی با یک پروژه‌ی جدی. فقط کافی است ریتم را بلند باشند، دوربین را روشن کنند، جمعی از هم‌سن‌وسال‌هایشان را کنار خود بچینند و دقیقا روی نقطه‌ی حساس حوصله‌ی نسل نوجوان دست بگذارند. نیما تکیدو یکی از همین پدیده‌هاست؛ چهره‌ای که در مدت کوتاهی از یک تولیدکننده‌ی محتوای سرگرم‌کننده به نامی پر تکرار در یوتیوب فارسی تبدیل شد و بعد، با یک ایونت جنجالی در ایران مال، ناگهان از فضای فان به متن خبر پرتاب شد. ماجرا فقط درباره‌ی یک یوتیوبر نیست؛ درباره‌ی صنعتی است که با سرعت نور ستاره می‌سازد اما برای مدیریت شهرت، مسئولیت، امنیت مخاطب و تبعات شهرت، تقریباً هیچ سازوکاری ندارد. قصه‌ی نیما تکیدو، قصه‌ی یک صعود سریع و یک سقوط پرسروصد است.

از نیما رضایی تا تکیدو

نیما تکیدو با نام اصلی نیما رضایی، از چهره‌های نسل تازه‌ی یوتیوبرهای فارسی زبان است؛ نسلی که نه از مسیر رسانه‌های رسمی عبور کرده، نه از فیلتر ساختارهای قدیمی شهرت. آن‌ها فرزند مستقیم الگوریتم‌اند؛ محصول دورانی که در آن، جذابیت بصری، سرعت، شوخی، شلوغی و حس رفاقت نمایشی، بیشتر از هر عنصر دیگری کار می‌کند. بر اساس داده‌ها، کانال او در ۱۳ آوریل ۲۰۲۲ راه‌اندازی شد یعنی در دوره‌ای که بازار یوتیوب فارسی برای محتوای سبک، پرتحرک و نوجوان‌پسند حساسی داغ بود. تکیدو خیلی زود فهمید قرار نیست با تحلیل، آموزش یا ایده‌های پیچیده بالا بیاید؛ راه‌آواز دل همان فرمول آشنای سرگرمی می‌گذرد: چالش، شوخی، ولاگ، هیجان جمعی، واکنش‌های تند و فضای پرجنب‌وجوشی که برای مخاطب کم‌حوصله‌ی امروز مثل فست‌فود تصویری عمل می‌کند. او نه اولین نفر در این مسیر بود و نه لزوماً متفاوت‌ترین اما زمان‌بندی‌اش درست بود. در بازاری که مخاطب نوجوان دنبال هیجان فوری می‌گردد، تکیدو توانست خود را به‌عنوان یک برند قابل تشخیص جا بیندازد؛ برندی که شخصیتش بیش از آن که بر عمق محتوا بنا شود، بر انرژی، تکرار، حضور مستمر و حس یکی از خودمان بودن سوار بود. همین فرمول ساده اما موثر، او را از یک اسم معمولی به یک چهره پر بازدید تبدیل کرد.

خاموشی کانال

بعد از موج حاشیه‌های ایران مال، خبر مهم بعدی، از دسترس خارج شدن صفحه‌ی یوتیوب نیما تکیدو بود؛ اتفاقی که بر اساس گزارش‌های رسانه‌ای، با دستور مقام قضایی و از مسیر فراجا انجام شد. گفته شد کاربرانی که به صفحه او مراجعه می‌کردند با پیامی مبنی بر خارج شدن صفحه از دسترس تا اطلاع ثانوی مواجه می‌شدند. این اتفاق، اگرچه از منظر حقوقی و اجرایی نیازمند روایت دقیق‌تری است اما از منظر رسانه‌ای یک پیام روشن داشت: شهرت در پلتفرم، هرچقدر هم پرسروصدا باشد، در برخورد با ساختارهای بیرون از پلتفرم همیشه مصون نیست. کانالی که بنا بر برخی گزارش‌ها نزدیک به ۹۸۰ هزار دنبال‌کننده داشت و یکی از پرمخاطب‌ترین فضاهای سرگرمی فارسی به‌شمار می‌رفت، ناگهان وارد وضعیت تعلیق و ابهام شد.

این‌جا دیگر فقط درباره‌ی یک صفحه‌ی یوتیوب حرف نمی‌زنیم؛ درباره‌ی مدلی از ستاره‌سازی حرف می‌زنیم که در آن همه‌چیز با سرعت ساخته می‌شود، اما برای بحران، هیچ کمربند ایمنی‌ای تعبیه نشده است. مخاطب انبوه جمع می‌شود، پول و توجه سرازیر می‌شود، نام بزرگ می‌شود، اما کافی است یک رویداد از کنترل خارج شود تا همان سازوکاری که دیروز ستاره ساخته بود، امروز تماشاگر خاموشی او شود. در چنین وضعیتی، تکیدو نه فقط یک فرد، بلکه یک نمونه‌ی درشت‌نمایی شده از وضعیت تولید محتوای فارسی است؛ جایی که رشد هست، عدد هست، بازدید هست اما بلوغ نهادی و مسئولیت‌پذیری هنوز عقب‌تر از سرعت شهرت حرکت می‌کند.