

قرار بود یک دیدار ساده و صمیمی میان یک یوتیوبر و مخاطبانش برگزار شود؛ دیداری که برگزارکنندگان آن تلاش می‌کردند کنترل همه چیز را در دست بگیرند. اما ظهر جمعه (دوم مرداد)، ایران‌مال به صحنه یکی از پرحاشیه‌ترین تجمع‌های هواداری سسال تبدیل شد؛ از حامی که نه تنها برنامه را نیمه‌تمام گذاشت، بلکه بار دیگر سسّوالات مهم و اساسی درباره تغییر الگوهای شهرت، رفتار جمعی و تأثیر فضای مجازی بر نسل نوجوان و جوان را به میان آورد.

■ ■ ■

ماجرای ایران‌مال، شاید بیش از هر چیز، فرصتی باشد تا بار دیگر به دنیای نسل جدید نگاه کنیم؛ نسلی که عمدتاً با شبکه‌های اجتماعی بزرگ شده، بخش مهمی از الگوها و علایقش را در همین فضا شکل می‌دهد و تجربه‌های روزمره‌اش نیز بیش از گذشته با آن گره خورده است. اتفاقی که در ایران‌مال رخ داد، اگرچه تنها چند ساعت طول کشید، اما همین چند ساعت، تصویری واضح از تغییرات تدریجی در سبک زندگی، سلیقه و علایق بخشی از نوجوان امروز را پیش چشم جامعه قرار داد.

■ مرجعیت در حال جابه‌جایی

۵هزار بلیت رایگان، در مدت کوتاهی رزرو می‌شود. ظهر جمعه، هزاران نوجوان از شهرهای مختلف خود را به ایران‌مال می‌رسانند تا یوتیوبری را ببینند که بسیاری از بزرگ‌تراها حتی نامش را نشنیده‌اند. اما از دحام جمعیت، برنامه را نیمه‌تمام می‌گذارند، مراسم لغو می‌شود، پای نیما رضایی، معروف به «تکدو»، در شلوغی آسیب می‌بیند و بسیاری از نوجوانان، بدون دیدن او به خانه بازمی‌گردند.

در نگاه اول، اما فقط یک خبر پربازدید در شبکه‌های اجتماعی بود؛ اما آنچه اهمیت بیشتری دارد، اتفاقی است که پشت این تصاویر جریان دارد. نسل جدید، بخش قابل توجهی از زمان خود را در فضای مجازی می‌گذرانند، با یوتیوبرها و اینفلوئنسرهای نتایج می‌گیرند و الگوهایش را بیش از گذشته در همان فضا پیدا می‌کند؛ چهره‌هایی که گاه برای والدین، معلمان و حتی فعالان رسانه‌ای نیز ناشناخته‌اند.

نکته قابل تأمل اینجاست که بسیاری از این چهره‌ها در پلتفرم‌هایی فعالیت می‌کنند که فیلتر است و دسترسی به آنها با محدودیت همراه است با این حال، این محدودیت‌ها مانعی برای مخاطبان نوجوان نبوده است. استقبال گسترده از این رویداد، بیش از آنکه درباره یک یوتیوبر باشد، از تغییر الگوهای مرجعیت در میان نسل جدید خبر می‌دهد.

البته این بار اول نیست که یک چهره یا رویداد، جمعیت بزرگی از نوجوانان را به خیابان می‌کشاند؛ از تشییع پیکر مرتضی پاشایی تا تجمع‌های گسترده در کوروش‌مال و گردهمایی اسکیت‌بازان در شیراز. نشانه‌هایی از تغییر سلیقه، الگوها و شیوه‌های کنش نسل جدید دیده شده است. با این حال، به نظر می‌رسد این تغییرات هنوز آنگونه که باید، در سیاستگذاری‌های فرهنگی، آموزشی و اجتماعی جدی گرفته نشده‌اند.

■ **آنگاه متفاوت**

چند ساعت پس از انتشار تصاویر ازدحام نوجوانان در ایران‌مال، واکنش‌ها تنها به خود رویداد محدود نماند. صفحه نیما رضایی، معروف به «نیما تکدو»، با دستور قضایی از دسترس خارج شد و اندکی بعد، کارزاری برای رفع محدودیت از صفحه اینستاگرام و کانال یوتیوب با شکل گرفت، اتفاقی که البته روی دیگری هم داشت. در یک سو، گروهی از کاربران معتقد بودند نیما تکدو

دنیای نوجوانان، چند کلیک آن طرف تر

نسلی که آنلاین الگومی گیرد



پدر یک دختر دبیرستانی نیز نگران‌اش را از تغییر الگوهای فرزندش این‌گونه بیان می‌کند: «وقتی از او می‌پرسم شغل مورد علاقه‌اش چیست و دوست دارد در آینده چه کاره شود، کمتر از شغل‌های معمول حرف می‌زند و بیشتر می‌گوید که دوست دارم یوتیوبر یا اینفلوئنسر شوم؛ به گمانم فکر می‌کند که می‌تواند از این راه، هم معروف می‌شود و هم درآمد خوبی به دست آورد».

مادر دیگری نیز با اشاره به تغییر اوقات فراغت پسر ۱۶ساله‌اش می‌گوید: «قبلاً بیشتر کتاب می‌خواند و به یاد گرفتن علاقه داشت، اما حالا بیشتر وقتش صرف دیدن ویدئوهای شبکه‌های اجتماعی می‌شود. حتی حوصله دیدن یک فیلم کامل را هم ندارد، همه چیز را فوری و در چند دقیقه می‌خواهد. نگران‌کننده‌تر اینکه وقتی با دوستانش دور هم جمع می‌شوند هم گوشی از دستشان نمی‌افتد و بیشتر درباره همان ویدئوها حرف می‌زنند.»



نسل جدید، بخش قابل توجهی از زمان خود را در فضای مجازی می‌گذرانند، با یوتیوبرها و اینفلوئنسرهای نتایج می‌گیرند و الگوهایش را بیش از گذشته در همان فضا پیدا می‌کند؛ چهره‌هایی که گاه برای والدین، معلمان و حتی فعالان رسانه‌ای نیز ناشناخته‌اند

روایت این والدین، اگرچه تجربه‌هایی شخصی است، اما نقطه مشترکی دارد؛ اینکه فرزندشان بخش قابل توجهی از زمان، سرگرمی، الگوها و حتی آرزوهایش را در فضای مجازی جست‌وجو می‌کند؛ تغییری که به باور بسیاری از خانواده‌ها، گفت‌وگو در خانه را کمتر و فاصله میان نسل‌ها را بیشتر کرده است.

■ **مسئله اصلی چیز دیگری است**

حال اگر واکنش کاربران و روایت والدین را کنار هم بگذاریم، تصویری روشن از یک تغییر اجتماعی نمایان می‌شود؛ تغییری که به گفته کارشناسان، نباید آن را به یک چهره یا یک رویداد تقلیل داد.

حسین حق‌پناه، پژوهشگر رسانه، معتقد است تمرکز بر یک چهره مجازی، ما را از دیدن اصل ماجرا دور می‌کند. او می‌گوید: «بنیاد تکدو را مسئله اصلی دانست؛ او تنها بخشی از پدیده بزرگ‌تری به نام فرهنگ یوتیوبی و تغییر الگوهای مرجع در میان نوجوانان است.»

به گفته او، نخستین اشتباه در مواجهه با چنین پدیده‌هایی، نگاه مع‌گیرانه به نوجوانان است: «به جای آنکه آنها را به خاطر علاقه به یک یوتیوبر یا اینفلوئنسر سرزنش کنیم، باید از خودشان بپرسیم چه چیزی در این محتوا برایشان جذاب است، چه نیازی را پاسخ می‌دهد و چرا چنین افرادی برایشان به مرجع تبدیل شده‌اند.» حق‌پناه معتقد است آنچه در ایران‌مال دیده شد، اتفاقی ناگهانی نیست: «سال‌هاست این تغییر در حال شکل‌گیری است؛ از تجمع هواداران خوانندگان و اینفلوئنسرها گرفته تا دوره‌های اسکیت‌بازان و یوتیوبرها. باید مسئله اصلی را کشف کنیم و ببینیم.»

این پژوهشگر رسانه، فضای مجازی را صرفاً ابزاری برای سرگرمی نمی‌داند و می‌گوید: «برای نوجوان امروز، شبکه‌های اجتماعی بخشی از زیست اجتماعی است؛ جایی که هویت، دوستی‌ها، علایق و الگوهای رفتاری او شکل می‌گیرد.»

■ **نسلی که باید شنیده شود**

حق‌پناه، راه مواجهه با این تغییر را نه در محدودسازی و برخورد‌های سلبی، بلکه در شناخت دقیق‌تر نسل جدید می‌بیند: «مسئله، حذف یا ممنوعیت فضای مجازی نیست؛ مسئله، گسست میان نسل‌هاست. امروز والدین و نوجوانان، کمتر از گذشته زبان و دنیای یکدیگر را می‌فهمند.» به اعتقاد او، خانواده، مدرسه و نهادهای فرهنگی باید بیش از گذشته بر آموزش سواد رسانه‌ای تمرکز کنند: «سال‌ها درباره سواد رسانه‌ای حرف زده‌ایم، اما آیا واقعاً به نوجوانان یاد داده‌ایم چگونه محتوای فضای مجازی را تحلیل کنند یا نگاه انتقادی به اینفلوئنسرها بنگرند و صرفاً مصرف‌کننده نباشند؟»

این پژوهشگر به نقش خانواده نیز اشاره می‌کند و می‌گوید: «والدین باید بدانند فرزندشان چه محتوایی می‌بیند، چرا آن را دوست دارد و بتوانند درباره آن با او گفت‌وگو کنند، نه اینکه فقط تعیین کنند چه چیزی را ببیند و چه چیز را نبیند.»

او معتقد است حمایت از تولیدکنندگان محتوای حرفه‌ای و سالم نیز بخشی از راه‌حل است: «وقتی اقتصاد پلتفرم‌ها بر پایه تعداد بازدید و دنبال‌کننده شکل گرفته، طبیعی است برخی به سمت تولید محتوای هیجانی بروند. اگر می‌خواهیم این وضعیت تغییر کند، باید از تولیدکنندگان مسئول حمایت کنیم.»

حق‌پناه در پایان هشدار می‌دهد: «نگاه صفر و صدی و مبتنی بر بغیر و ببند، پاسخگوی این تغییرات نیست. امروز بیش از هر زمان دیگری باید نوجوانان را بشناسیم، با آنها گفت‌وگو کنیم و برای دنیایی که در آن زندگی می‌کنند، برنامه داشته باشیم.»

معیا حبیبی

یادداشت

نزدیک اما دوریم، فرسنگ‌ها دورتر!

را نیز فراموش کرد! گاه ارزش‌هایشان درست‌مثل دنیایی که در آن زندگی می‌کنند، برای ما نه قابل دیدن است و نه لمس، و زمین تا آسمان با آنچه ارزش می‌دانستیم و می‌دانیم تفاوت دارد. سال‌ها پیش، برای ما ایستادن در صف خرید روزنامه جهت پیدا کردن نام‌مان در بین قبولی‌های کنکور افتخار بود؛ حالا برای آنها صف کشیدن برای لحظه‌ای دیدن یک اینفلوئنسر یا یوتیوبر، چیزی که اصلاً در فهم ما نمی‌گنجد. اما ارزش‌های‌مان دقیقاً همین اندازه با یکدیگر متفاوت‌اند. شاید همین دلیل هم است که نمی‌توانیم فاصله‌ای که بین ما و نسل به اصطلاح ز با الفا یا حتی بتا ایجاد شده را کاهش دهیم. شاید چون ما نسل صبر و حوصله بودیم و آنها صرفاً نتیجه‌گرا، به همین دلیل ما ساعت‌ها زمان می‌گذاریم برای جا افتادن قلم‌سبزی، اما آنها فست‌فود را ترجیح می‌دهند؛ یعنی نتیجه در کوتاه‌ترین زمان ممکن! البته کاهش زمان صرفاً تنها چیزی نیست که بدان می‌اندیشند؛ در واقع برای آنها خاص و متفاوت بودن هم مسئله حائز اهمیت است. به همین دلیل خواهر می شود «سیسی» و بهترین، «بستی»! کلماتی به متفاوت‌ترین شکل ممکن که صرفاً خودشان می‌توانند با آن ارتباط برقرار کنند و صدا بکنند؛ اینکه نسل قبیل را متعجب می‌کنند. همان تعجبی که رضایتی شیطنت‌بار را میهمان چهره‌هایشان می‌کند.

در یک شهر زندگی می‌کنیم، حتی گاهی زیر یک سقف، اما فاصله بین‌مان گاهی زمین تا آسمان است. آنقدر زیاد که در می‌مانیم از کم‌کردنش. یاد زمانی می‌افتیم که بزرگ‌تراها به اشکال خاص با یکدیگر حرف می‌زدند، به مدلی که بچه‌ها از آن سر در نیاورند، یا «زیر زبانی» یا «زگرگی» یا هر ترغند دیگری که بلدش بودند. امروز با همان صحنه‌ها مواجه هستیم با این تفاوت که این بار ما بزرگ‌تریم، اما همچنان گیج و سردرگم کلماتی که هیچ شناختی از معنای آن نداریم!

بارها و بارها سراغ اینترنت و گوگل رفتیم، اما سود چندانی نداشت؛ چراکه یادگرفتن این زبان نه آکادمیک که تجربی است؛ یعنی دقیقاً باید ببینید؛ بشنوید و مدام تکرار کنید تا بدانید از کدام‌شان در کدام موقعیت استفاده کنید. در غیر این صورت حتماً مورد تمسخر قرار می‌گیرید. آن‌هم از سوی کسانی که سال‌ها از شما کوچک‌ترند، و چه بسا مسئولیت آموزش‌شان را به عهده دارید، اما شریاط به گونه‌ای پیش رفته که ارتباط برقرار کردن با آنها کار ساده‌ای نیست.

بسیاری از خانواده‌ها برای کم‌کردن این فاصله سعی در به‌روز کردن خود دارند؛ از حضور در میان جمع فرزندان و دوستان‌شان گرفته تا گیم بازی کردن و بسو بدو کردن در پارک، اما پای برای فعالیت مسئولانه، تقویت تولید محتوای رقیب معتبر و ارتقای سواد رسانه‌ای نوجوانان است. اگر این سه ضلع هم‌زمان تقویت شود، می‌توان امیدوار بود که نسل جدید به‌جای دنباله‌روی هیجانی به سمت انتخاب آگاهانه و نقادانه حرکت کند.»

صرفاً تولیدکننده محتوای سرگرمی است و مسدود شدن صفحات او، مخاطبانش را از محتوایی که به آن علاقه دارند محروم کرده است. یکی از کاربران نوشت: «بابا برای چی پیچشو بستن؟ مگه چیکار کرده بود؟ یک نفر بود تو این اوضاع که یکم حالمون خوب کنه، همون پیچشو بستن.»

در مقابل، عده‌ای بودند که مسئله را نه محدود شدن یک صفحه، بلکه کیفیت محتوای تولیدشده و چرایی استقبال گسترده نوجوانان از آن می‌دانستند. یکی از کاربران پس از دیدن چند ویدئو از این بلاگر نوشت: «شوخی‌های بی‌مزه و سطح پایین...واقعاً جطور چنین محتوایی میلیون‌ها دنبال‌کننده دارد؟ حیف اینترنت و برق وقتی که صرف این چیزها می‌شود.» کاربر دیگری نیز در واکنشی کوتاه نوشته بود: «نیم‌سلبریتی نسل زد...»

واقعاً متأسفم.» با این حال، شاید مهم‌ترین نکته در میان این دو نگاه، چیز دیگری باشد؛ اینکه هر دو گروه بیشتر درباره نیما تکدو صحبت می‌کنند، در حالی که مسئله اصلی، نوجوانانی هستند که الگوها، سرگرمی‌ها و مرجعیت خود را بیش از هر زمان دیگری در شبکه‌های اجتماعی جست‌وجو می‌کنند. شاید سؤال اصلی این نباشد که یک صفحه چرا بسته شد، بلکه این باشد که چرا یک چهره مجازی توانسته تا این اندازه بر نسل جدید اثر بگذارد.

■ **دغدغه والدین**

تصاویر ایران‌مال برای بسیاری از خانواده‌ها غافلگیرکننده نبود؛ والدینی که می‌گویند مدت‌هاست تغییر الگوهای رفتاری، علایق و آرزوهای فرزندشان را در خانه لمس می‌کنند.

در همین رابطه، مادر یک نوجوان ۱۴ساله می‌گوید: «قبلاً وقتی پسرم از مدرسه برمی‌گشت، درباره اتفاقات ورزش حرف می‌زد، اما حالا بیشتر وقتش با گوشی می‌گذرد. اگر هم صحبت کند، بیشتر درباره آدم‌هایی می‌گوید که در فضای مجازی دنبال می‌کند. اسم‌هایی که من تا حالا حتی نشنیده‌ام!»

ضرورت بازنگری در سیاست‌های رسانه‌ای در گفت‌وگوی «جوان» با مدرس دانشگاه

رسانه‌های رسمی زبان نسل جدید را از دست داده‌اند

ارتباطی چندمنبعی و پرشتاب زندگی می‌کند. او هم‌زمان از مدرسه، خانواده، شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های ویدیویی، بازی‌ها، بلاگرها و اینفلوئنسرها پیام دریافت می‌کند. در چنین فضایی، دیگر نمی‌توان با زبان دستوری و بدون افتناع، انتظار همراهی داشت. یکی از سوءداشت‌های رایج این است که اگر نوجوان به بلاگر یا یوتیوبر توجه می‌کند، الزاماً دچار سطحی‌نگری یا انحراف شده است، در حالی که در بسیاری از موارد، او صرفاً به دنبال زبان قابل‌فهم، روایت جذاب، هویت‌یابی و احساس دیده‌شدن است؛ چیزهایی که گاه در رسانه‌های رسمی کمتر پیدا می‌کند.»

این مدرس دانشگاه معتقد است که مسئله اصلی این نیست که چرا نوجوانان در فضای مجازی حضور دارند؛ مسئله این است که چرا ما نتوانسته‌ایم در این فضا مرجعیت ارتباطی معتبر، جذاب و قابل‌اعتماد ایجاد کنیم. او می‌گوید: «وقتی رسانه رسمی نتواند به پرسش‌های نسل جدید با زبان خودش پاسخ دهد، این خلأ به‌طور طبیعی از سوی اینفلوئنسرها، بلاگرها و تولیدکنندگان محتوای غیررسمی پر می‌شود. بنابراین ریشه مسئله را باید نه فقط در نفوذ فضای مجازی، بلکه در ضعف مادر گفت‌وگو، روایت‌پردازی و بازنمایی واقع‌بینانه نسل نوجوان جست‌وجو کرد.»

کارخانه همچنین در پاسخ به این پرسش که اگر اختیار تدوین یک سیاست برای مواجهه با اینفلوئنسرهای پرمخاطب و نسل نوجوان وجود داشته باشد، اولین تصمیم او چه



نسل نوجوان امروز دیگر صرفاً در یافت‌کننده پیام‌های رسانه‌ای نیست؛ او در میان انبوهی از روایت‌ها، پلتفرم‌ها و تولیدکنندگان محتوا دست به انتخاب می‌زند. پیام‌ها را باز تفسیر می‌کند و گاه خود نیز به تولیدکننده محتوا تبدیل می‌شود. در چنین شرایطی، تکیه بر رویکردهای یک‌سویه و محدودکننده نه تنها به تقویت مرجعیت رسانه‌های رسمی کمک نمی‌کند، بلکه فاصله آنها با نسل جدید را نیز افزایش می‌دهد. باز تعریف رابطه رسانه با نوجوانان، پذیرش واقعیت زیست‌رسانه‌ای جدید و تقویت سواد رسانه‌ای، از مهم‌ترین

پیش‌نیازهای برقراری ارتباط مؤثر با این نسل به شمار می‌رود. احمد کارخانه، مدرس دانشگاه و کارشناس رسمی دادگستری در حوزه خبرنگاری و روزنامه‌نگاری، در پاسخ به این پرسش که بزرگ‌ترین سوءبرداشت رسانه‌ای درباره نسل جدید چیست، می‌گوید: «به‌نظر من، بزرگ‌ترین خطای تحلیلی ما درباره نسل جدید این است که نوجوان امروز را صرفاً مصرف‌کننده منفعل پیام فرض می‌کنیم، در حالی که او در واقع یک کششگر فعال در محیط رسانه‌ای است. نسل جدید فقط در یافت‌کننده محتوا نیست، بلکه دائماً در حال انتخاب، بازنشر، تفسیر، مقایسه و حتی بازآفرینی پیام‌هاست. بنابراین اگر با همان الگوهای سنتی نصیحت‌محور، یک‌سویه و از بالا به پایین با او مواجه شویم، طبیعی است که ارتباط مؤثر شکل نگیرد.»

او ادامه می‌دهد: «رسانه‌های رسمی و حتی بخشی از نظام آموزشی، هنوز درک کاملی از این واقعیت ندارند که نوجوان امروز در یک زیست‌بوم

