



فصل نامه تخصصی فرهنگ عمومی
مهرماه ۱۴۰۴

شراب و خشونت؛ نمایش خانگی چگونه تابوشکنی می کند



درباره ریالیتی شوی پربازدید این روزها و مخاطبان میلیونی اش

درویلای عشق ابدی چه می گذرد؟

«رئنا مقیسه: در اکسپلور اینستاگرام، در توییتر، در کانال های تلگرامی، در سایت ها، خبرگزاری ها، روزنامه ها یا در بین گفتگوهای آدم های کوچه و خیابان، احتمالا اسمی از «عشق ابدی»، مجری اش یا حتی یکی از شخصیت هایش شنیده باشید. یک ریالیتی شوی ۱۰۰ قسمتی که از ۱۸ اردیبهشت پخشش را در یوتیوب آغاز کرد، توانست بازدیدهای عجیب و غریبی بگیرد، جنجال به پا کند و در بین اقشار مختلف جامعه فراگیر شود.

«درویلای «عشق ابدی» چه خبر است؟

«عشق ابدی» در واقع نسخه فارسی یک ریالیتی شوی دوست یابی یا به قول امروزی ها پارتنریابی با اجرای پرستو صالحی است. برنامه ای که ایده ای کپی شده از برنامه های خارجی دارد و ردپایش را می توان از سال ۲۰۰۵ میلادی و برنامه «جزیره عشق» یا love island در انگلستان دنبال کرد.

در هر فصل ۱۰۰ قسمتی از این برنامه که در یک ویلای لوکس مشرف به دریا در منطقه بودروم ترکیه و با سرمایه یک اسپانسر ترک فیلم برداری شده، بیننده شاهد زندگی یک ماهه پنج دختر و پنج پسر در این ویلاست. دخترها و پسرهایی که باید برای رسیدن به جایزه ۳۰ هزار دلاری، یک رابطه واقعی بسازند. این جایزه بر اساس نتیجه رای گیری پایان فصل، به واقعی ترین زوج تعلق خواهد گرفت. زوجی که بیشترین شرکت کنندگان رابطه آن ها را واقعی و نه برای رسیدن به جایزه بدانند. برنامه با پنج دختر و پنج پسر آغاز می شود. اول دخترها حق دارند از بین پسر ها دو نفر را انتخاب کنند و بعد از صحبت با هر کدام، یک نفر را برای آغاز رابطه انتخاب کنند. حق انتخاب در صورتی به پسر های رسد که دخترها انتخابی نداشته باشند. با این فرآیند شرکت کننده ها وارد رابطه می شوند و در پایان هر هفته هر کس که نتوانسته باشد رابطه ای شروع کند (یا به قول خودشان کاپل شود!) از برنامه حذف می شود.

در طول این یک ماه با حذف هر شرکت کننده، دخترها و پسر های دیگری به ویلا می آیند تا فرآیند دوست یابی ادامه داشته باشد! در طول برنامه با ورود شرکت کنندگان جدید یا به خاطر عدم تفاهم، این پارتنرها مدام تعویض می شوند. هر دو نفری که با هم به تفاهم نرسند، کات می کنند و با نفرات دیگری که آن ها هم با یار اولیه به تفاهم نرسیدند وارد رابطه می شوند تا در نهایت اگر به یار واقعی رسیدند، برنده جایزه ۳۰ هزار دلاری شوند.

مخاطب های میلیونی یا شرم نیابتی؟

فصل اول «عشق ابدی» هفته آخر شهریور

«عشق ابدی» را مبتذل، زرد، سطحی، غیر اخلاقی و... توصیف می کنند و حتی بابت دیدنش دچار عذاب وجدان می شوند! فضا تا جایی پیش رفته که اذعان به دیدن این برنامه برای کاربران شبکه های اجتماعی به نوعی کسر شان به حساب می آید. البته هستند افرادی که این برنامه را یک سرگرمی وقت پرکن یا نماینده افکار و سبک زندگی گروهی از جامعه می دانند اما با یک سرچ کلی می شود فهمید که واکنش های منفی به حمایت ها می چربد. با این وجود آمار بازدیدها و مخاطبان حرف دیگری دارد و می شود پرسید: چرا نمی توانیم از عشق ابدی چشم برداریم؟ و پاسخ ساده است: گرافتادن در تله جنجال و وسوسه.

■ هر چند به نظر می رسد اتفاقات در عشق ابدی در لحظه اتفاق می افتد، اما واقعیت این است که این سناریوها هستند که وقایع برنامه را پیش می برند و سناریوها بر پایه

غیر رسمی دارد! پیش از آغاز این برنامه یک نسخه ترکی و یک نسخه عربی از آن در همین ویلا، با همین روند و توسط یک اسپانسر ثابت ساخته شده بودند و جالب است که نسخه ترکی با نام «Adasi ask» و نسخه عربی به نام «قسمه و نصیب» هم تقریبا وضعیت مشابهی دارند. عجیب تر اینکه نسخه عربی این برنامه بیشترین استقبال را داشته و بیش از ۲ میلیون و ۷۰۰ عضو فقط در کانال یوتیوب دارد. برنامه های مشابه دیگری مثل «جهنم سینگلی» و «عشق پس از طلاق» در کره جنوبی یا برنامه «کدبانوهای واقعی بورلی هیلز» در آمریکا هم همین وضعیت را دارند.

■ با این وجود در شبکه های اجتماعی که بگردید واکنش های جالبی نسبت به «عشق ابدی» به چشمتان می خورد. اغلب مخاطبان نه به شرکت کننده ها واکنش مثبتی دارند و نه به برنامه!

به پایان رسید. فصلی که قسمت اول آن فقط در یوتیوب بیش از ۹ میلیون بازدید داشته است! جالب تر اینکه هر قسمت این برنامه به طور میانگین ۳ میلیون مخاطب داشته و صفحه رسمی برنامه در اینستاگرام بیشتر از ۲ میلیون فالوور دارد. این البته فقط آمار بینندگان و دنبال کنندگان رسمی برنامه است و بسیاری از افراد برنامه را نه از یوتیوب که از صفحه های اینستاگرامی غیر رسمی دنبال می کنند.

کلیپ های جنجالی این برنامه بعد از پخش هر قسمت به سرعت در اینستاگرام پخش می شوند و بازدیدهای چند هزار تایی می گیرند و صفحات پر مخاطب زیادی برای صاحبان این فن پیج ها به وجود آورده اند.

یک گشت و گذار در این صفحه ها و یک محاسبه سرانگشتی از میزان بازدیدهای پست هایشان می گوید هر قسمت این برنامه چیزی بین ۱۲۰ تا ۲۵۰ هزار بازدید

هرچند سازندگان تلاش کرده‌اند که دیالوگ‌های شرکت‌کنندگان، پسر خیانت‌کننده و یار جدیدش را منفی جلوه دهد اما در قسمت‌های بعد دختر خیانت دیده با همان کسی که پسر بخاطرش به او خیانت کرده رفیق می‌شود و طرفداری‌شان را می‌کند! شرکت‌کنندگان به راحتی درباره تعویض پارتنر صحبت می‌کنند... حتی در جایی یکی از پسران به پسر دیگری پیشنهاد می‌کند اگر می‌خواهد به پارتنرش پیشنهاد دوستی بدهد! دخترها هم از بازی دور نیستند و حتی وقتی با پسری رابطه دارند درباره پسرهای دیگر فکر می‌کنند. زوج دیگری با هم قرارداد می‌بندند که به دروغ تا پایان با هم بمانند و زیر آب دیگران را بزنند تا روزی که بتوانند جایزه را بینشان تقسیم کنند.

■ دعوای عجیب، کلمات رکیک، توهین‌های بی حد و مرز، دروغ‌ها، دوبه‌هم‌زنی‌ها، تهمت‌ها، تیم‌کشی‌ها و تخریب کردن‌ها در هر قسمت از عشق ابدی جریان دارد. همه‌همدیگر را برای پول می‌فروشند! تباهی در این برنامه به جایی می‌رسد که برای رسیدن به جایزه، دوست‌رابه‌دشمن‌ودشمن‌رابه دوست تبدیل می‌کنند و تا مرز جنون و حیوانیت پیش می‌روند!

■ «عشق ابدی» و نمایش این حجم از بی‌تعهدی و بی‌ارزشی انسان‌ها و ارزش‌های انسانی شاید تأثیراتی منفی در نوجوان‌هایی بگذارد که هنوز نگرش درستی نسبت به مفهوم عشق و روابط انسانی ندارند اما همین اتفاقات می‌تواند به تأثیری عکس نیز منتهی شود!

مخاطب عشق ابدی افول انسانیت برای رسیدن به پول، بی‌ارزشی عشق در برابر پول و فشار و ناراحتی و به‌جنون رسیدن کاراکترها در فضایی تباه، پراز دورویی، دروغ و دوبه‌هم‌زنی را هم می‌بیند. نگاه قشری که این شرکت‌کنندگان نمایند آن هستند به عشق، زندگی و ارزش‌های انسانی را هم می‌بیند، و شاید همین محتوای زرد فضایی برای رشد و حداقل فکر کردن درباره این مسائل را برای مخاطب خودش به همراه داشته باشد، البته برای کسانی که می‌اندیشند.

جنجال و حاشیه نوشته می‌شوند. درواقع «عشق ابدی» توانسته با ساختن درام‌های سطحی و زد و خوردها و کشمکش‌ها بر سر به دست آوردن پسرها یا دخترهای شرکت‌کننده مخاطب را با خود همراه کند و باز دیدهای میلیونی بگیرد.

در همه این برنامه‌ها اغلب فراخوان‌هایی برای شرکت‌کنندگان هر فصل منتشر می‌شود اما معمولاً کسانی حضور پیدا می‌کنند که به دنبال دیده شدن بیشتر در فضای مجازی هستند. در نسخه کره‌ای این برنامه با نام «جهنم سینگلی»، دختر و پسرهایی حضور دارند که مدل‌های اینستاگرامی و یوتیوبر هستند. در «عشق ابدی» هم ماجرا همین است. اکثر شرکت‌کنندگان یا مدل، اینفلوئنسر و بلاگرند یا دوست دارند باشند! اتفاقی که این برنامه به خوبی می‌تواند رقم بزند و همه شرکت‌کنندگان را به اینفلوئنسرهایی با فالوورهای زیاد تبدیل کند که با لایو یا پست‌هایی با موضوع افشاگری درباره پشت‌صحنه برنامه یا روابط بین شرکت‌کنندگان و زندگی شخصی آن‌ها خارج از برنامه و یوهای میلیونی بگیرند!

پست‌ها و لایوهای که در تمام طول انتشار برنامه از یوتیوب در اینستاگرام تمام شرکت‌کنندگان جریان داشت و به بخشی مهم از حواشی برنامه تبدیل شده بود که از قضا به دلیل افشاگری و بر ملا کردن اطلاعات پشت‌صحنه و پشت پرده از زندگی و زد و بندهای شرکت‌کنندگان طرفدارهای زیادی داشت و دارد! اساساً بخشی از باز دیدهای برنامه به دلیل این حواشی شکل می‌گیرد و صفحه‌های شخصی شرکت‌کنندگان بخشی از بار جذب مخاطب برنامه را بر عهده دارند! عدو شود سبب خیر اگر خدا خواهد!

■ «عشق ابدی» مبتذل است. پسرها و دخترهایی در آن حضور دارند که چندان شبیه عرف جامعه ایرانی نیستند و طبق فرهنگ ایرانی هم رفتار نمی‌کنند. البته که همگی از مهاجران ایرانی به ترکیه هستند و شاید بتوانند جامعه مهاجر را نمایندگی کنند اما مسئله اساساً این نیست. درواقع عشق ابدی فضایی نمی‌سازد که بتواند جوان و نوجوان متعلق به خانواده‌های مذهبی و سنتی ایران را ترغیب به روابطی کند که در آن جریان دارد. حتی احتمالاً نمی‌تواند در نگرش و سبک زندگی کسانی که با اصالت خانوادگی ایرانی و نه صرفاً تعلقات مذهبی، بزرگ شده‌اند تغییری ایجاد کند. بنابراین ضدیت با اسلام و فرهنگ ایران شاید وجه کمتر مهم این برنامه باشند.



پشت پرده «زن پوشی» به بهانه طنز؟

بررسی محتوا، فرم و کیفیت طنز در اینستاگرام فارسی



«ریشه‌های تاریخی زن پوشی به کجا
برمیگردد؟»

زن پوشی در ایران سابقه‌ای طولانی دارد. در تعزیه و سیاه بازی، مردان نقش زنان را ایفا می‌کردند زیرا حضور زنان روی صحنه محدودیت‌های اجتماعی داشت. این اجراها نه تفننی، بلکه هنرمندانه و دقیق بودند و هدف‌شان ارائه تجربه‌ای باورپذیر و واقعی برای مخاطب بود. زن پوشی سنتی نمادی از احترام به جنسیت و حفظ حرمت اجتماعی بود. بازیگران با دقت و ظرافت، نقش‌ها را اجرا می‌کردند

بازی می‌کنند. این بلاگرها گاهی در قالب یک ناخن‌کار، پرحرف، گاهی منشی‌ای پرجنب و جوش یا حتی زنی خانه‌دار که درگیر حسادت با جاری‌اش است یا با مادر شوهرش کل‌کل می‌کند، ظاهر می‌شوند.

این اجراها، که اغلب با طنز همراه‌اند، مخاطبان بسیاری را به خود جذب کرده‌اند. اما آیا این نمایش‌های مجازی که صرفاً تقلیدی سطحی برای جلب توجه هستند، ذره‌ای به‌اثر تولید چنین محتوایی بر جامعه فکر میکنند؟

از این حربه برای تولید محتوا استفاده میکنند. اما زن پوشی و تمسخر زنان با این حجم در اینستاگرام نتایج اجتماعی و فرهنگی غیرقابل جبرانی خواهد داشت که در این گزارش به برخی از این آثار اشاره کرده‌ایم اما مهمترین اثر فرهنگی محتوای طنز با استفاده اغراق شده از پوشش زنانه و اخلاق زنانه، از دست رفتن اعتماد به نفس زنان در پوشیدن لباس‌هایی چون مقنعه و مانتو و چادر نماز است. اما بیشتر در این زمینه شاهد مردانی هستیم که با لباس‌ها و آرایش زنانه، نقش زنان را

معصومه زاهدی: صفحات اینستاگرام را که باز میکنیم، با انبوهی از پیج‌های طنز مواجه می‌شویم که اغلب آنها محتوای سخیف، جنسی و بی ارزش را دستمایه دیده شدن و پول درآوردن کرده‌اند. تا جاییکه اغلب این محتواهای طنز به دلیل تولید بالای محتوا و کمبود سوژه به سراغ زن پوشی رفته‌اند! زن پوشی در اینستاگرام تبدیل به یک مفهوم برای دیده شدن بیشتر شده و اتفاقاً از طرف بلاگرهای خانم هم مورد استفاده قرار می‌گیرد و به این معنی نیست که صرفاً مردان



تا مخاطب تجربه واقعی حضور زنانه در صحنه را دریافت کند.

طنز مردانه در اینستاگرام: از شوخی تا تحقیر

امروزه، در اینستاگرام، مردانی را می بینیم که با پوشیدن روسری و چادر، نقش زنان را بازی می کنند. این اجراها، که اغلب با اغراق و بزرگ نمایی همراه اند، به نظر می رسد به تحقیر جنسیت زن می پردازند. این نوع محتوا نه تنها ارزش هنری ندارد، بلکه با پایین آوردن سطح سلیقه مخاطب، به فرهنگ عمومی آسیب می زند. در فضای مجازی، زن پوشی اغراق آمیز و سطحی شده است. مردان باروسری، چادر و گریم های رنگارنگ شخصیت هایی کلیشه ای خلق می کنند: زن پر حرف و حسود که مدام درباره زندگی شخصی خود با دیگران حرف می زند، منشی تند و طنز آمیز که با مشتری ها و همکاران درگیر است، زن خانه دار که اختلاف های خانوادگی خود را با لحن اغراق آمیز نشان می دهد. این اجراها می توانند تجربه واقعی زنان محجبه را تحت تأثیر قرار دهند و احساس شرم یا تحقیر ایجاد کنند. طنز مردانه در قالب زن پوشی اغراق آمیز، مخاطب را به مقایسه تجربه خود با تقلید سطحی و اغراق آمیز وادار می کند.

تأثیر منفی بر زنان محجبه و پوشش زنان یکی از پیامدهای منفی این نوع طنز، تأثیر منفی بر زنان محجبه است. زنانی که با پوشش اسلامی در جامعه حضور دارند، ممکن است با دیدن این نوع محتوا احساس تحقیر و تمسخر کنند. این نوع شوخی ها می تواند به کاهش اعتماد به نفس و احساس بی احترامی در زنان محجبه منجر شود.

نمونه های اینگونه اجرا در اینستاگرام:

برخی از ریلزهای محبوب و پر بازدید شامل صحنه هایی هستند که مردان نقش زن

خانه دار یا مادر بزرگ را بازی می کنند. آرایش غلیظ، لباس های رنگارنگ و حرکات اغراق آمیز، باعث شده این شخصیت ها به شکل یک کاریکاتور زنانه دیده شوند. برای مثال: مردی که با چادر و روسری در نقش مادر شوهر ظاهر می شود و به شوهر و عروسش ایراد می گیرد. مردی که نقش دختر نوجوان بالحن پر حرف و واکنش های اغراق آمیز بازی می کند. مردی که نقش زن خانه دار حسود را دارد و لحظه ای با لباس رنگارنگ و صدای زنانه به نمایش درمی آید. این مثال ها نشان می دهد طنز اغراق آمیز می تواند به سادگی مرز بین سرگرمی و تحقیر را از بین ببرد. از طرفی ممکن است زنانی که مخاطب این پست ها هستند بابت پوشش خود احساس شرم داشته باشند. در واقع مخاطبان محجبه ممکن است این اجراها را توهین آمیز تلقی کنند و احساس شرم یا نارضایتی نسبت به جنسیت خود داشته باشند.

تحلیل روانشناسی و فرهنگی

طنز اغراق آمیز مردانه در نقش زن، اثرات روانشناسی متفاوتی دارد:

- تضعیف اعتماد به نفس زنان محجبه: وقتی زنان محجبه شخصیت های اغراق آمیز و مسخره را می بینند، ممکن است تجربه خود را کمتر ارزشمند تصور کنند.
- کاهش حس احترام به حجاب و فرهنگ پوشش: تقلید اغراق آمیز حجاب و رفتارهای زنانه می تواند باعث شود برخی مخاطبان، پوشش و رفتار محجبه ها را موضوع طنز ببینند.
- تأثیر بر نوجوانان و جوانان: نوجوانان در حال شکل دهی به هویت اجتماعی هستند و مشاهده تقلید اغراق آمیز می تواند نگرش آنان نسبت به جنسیت و نقش زنانه را تغییر دهد. فراتر از تأثیر فردی، این طنز سطحی پیامدهای فرهنگی دارد؛ تصویر

زنان محجبه به شکل تحقیر آمیز باز نمایی می شود و ممکن است به تضعیف احترام عمومی به نقش زنان منجر شود.

- پیامدهای اجتماعی و رسانه ای: وقتی بازیگر طنز با پوشیدن مقنعه شخصیت خود را خنگ و کم فهم نشان می دهد این رفتار پرتکرار در اینستاگرام نه تنها اثر روانشناختی دارد، بلکه پیامدهای اجتماعی و رسانه ای نیز به دنبال دارد.

- باز نمایی نادرست زنان محجبه: اغراق آمیز تصویر واقعی زنان محجبه را مخدوش می کند و برداشت اشتباه از نقش های اجتماعی آنان ایجاد می کند.
- تضعیف ارزش های فرهنگی و اجتماعی: وقتی طنز با توهین همراه شود، احترام به هنجارهای فرهنگی کاهش می یابد.

- تأثیر روی مخاطب عمومی: مخاطبان ممکن است مرز میان طنز سالم و تحقیر را تشخیص ندهند و برداشت نادرستی از زنان و رفتارهای آنان داشته باشند. این پیامدها نشان می دهد که طنز مردانه با زن پوشی، اگر بدون تحلیل و احترام تولید شود، می تواند باعث آسیب های جدی فرهنگی و روانی شود.

دلایل فراگیری زن پوشی

چند عامل اصلی باعث گسترش زن پوشی در فضای مجازی شده اند:

- دسترسی آسان و رایگان به محتوا.
- تولید سریع و انتشار گسترده.
- فقدان آموزش و تجربه هنری در تولیدکنندگان محتوا.
- جایگزینی تولیدکنندگان تازه کار به دلیل تعطیلی های دوره ای تئاتر و سینما.

این شرایط باعث شده زن پوشی اغراق آمیز و تقلید سطحی به یک پدیده فراگیر تبدیل شود.

راهکارهایی برای ارتقای کیفیت محتوا

برای کاهش اثرات منفی طنز و ارتقای سطح فرهنگی محتوا، اقدامات زیر لازم است:

- آموزش درست در حوزه تئاتر و نمایش سنتی

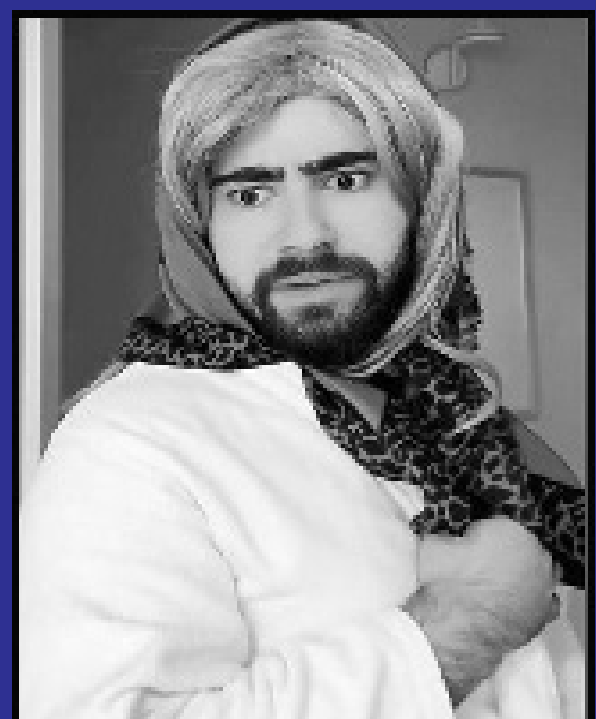
- تولید محتوای خلاقانه و محترمانه.
- اطلاع رسانی به مخاطبان درباره تفاوت طنز سالم و تقلید اغراق آمیز.
- تولید محتواهای محترمانه (که باعث حفظ احترام به زنان، سرگرمی مخاطب و ارتقای فرهنگ عمومی می شود).

جمع بندی تحلیلی:

زن پوشی در فضای مجازی، برخلاف ریشه های تاریخی خود، اغلب به تقلید سطحی و تحقیر آمیز تبدیل شده است. طنز مردانه باروسری و چادر می تواند احساس شرم و تحقیر در زنان محجبه ایجاد کند و احترام به جنسیت را کاهش دهد. با آموزش، پژوهش و تولید آثار با کیفیت، زن پوشی می تواند به یک هنر تأثیرگذار و طنز سالم تبدیل شود. در این صورت، هم احترام به زنان حفظ می شود، هم مخاطب سرگرم می شود و هم ارزش های فرهنگی ارتقا می یابد. در پایان، باید گفت که طنز مردانه در اینستاگرام، زمانی می تواند به هنری آگاهانه و تأثیرگذار بدل شود که از دایره تمسخر و کلیشه عبور کند و به درک عمیق تری از جنسیت، جامعه و روایت برسد. تنها در این صورت است که می توان از دل خنده های سطحی، اثری ساخت که هم به زنان احترام بگذارد، هم مخاطب را بخنداند و هم جایگاهی در فرهنگ عمومی داشته باشد.

چرا طنزهای ایرانی اینستاگرامی تا این اندازه خالی از معنا شده اند؟

در سال های اخیر، طنز در فضای اینستاگرام به یکی از محبوب ترین انواع محتوا تبدیل شده است. با این حال، بسیاری از کاربران



و خودباوری در مخاطبان منجر شود.

به بی معنی شدن طنز می انجامد.

■ تأثیرات اجتماعی و فرهنگی

۲. ترویج رفتارهای نادرست
طنز می تواند ابزاری مؤثر برای آموزش و ترویج رفتارهای مثبت باشد. با این حال، شوخی های سطحی و بی محتوا می توانند رفتارهای نادرست را ترویج دهند. به عنوان مثال، استفاده از شوخی های توهین آمیز نسبت به گروه های مختلف اجتماعی می تواند به تقویت تبعیض ها و نابرابری ها منجر شود.

طنز اینستاگرامی نه تنها بر مخاطبان، بلکه بر فرهنگ عمومی نیز تأثیر می گذارد. شوخی های سطحی و بی محتوا می توانند نگرش های منفی نسبت به مسائل اجتماعی و فرهنگی ایجاد کنند و باعث ترویج کلیشه ها و تصورات غلط شوند. به عنوان مثال، استفاده از کلیشه های جنسیتی در طنز می تواند به تقویت stereotypes و تبعیض های جنسیتی منجر شود.

۳. آسیب به هویت فرهنگی

طنز می تواند ابزاری برای حفظ و تقویت هویت فرهنگی باشد. با این حال، استفاده از شوخی های بی محتوا و سطحی می تواند به تخریب هویت فرهنگی منجر شود.

به عنوان مثال، استفاده از کلیشه های نادرست درباره فرهنگ های مختلف می تواند باعث سوء تفاهم و تفرقه شود.

پیامدهای بی معنی شدن طنز اینستاگرامی

۱. کاهش اعتماد به نفس در مخاطبان
محتوای طنز اغلب بر اساس شوخی های بی محتوا و سطحی ساخته می شوند. این امر می تواند باعث شود که مخاطبان احساس کنند که برای خنداندن دیگران باید خود را به شکل های اغراق شده و غیر واقعی نشان دهند. این فشار برای تطابق با استانداردهای غیر واقعی می تواند به کاهش اعتماد به نفس

سوق پیدا کنند. در نتیجه، طنز از ابزاری برای تفکر و نقد اجتماعی به ابزاری برای سرگرمی زودگذر تبدیل می شود.

■ فقدان آموزش و تخصص در تولید محتوا
در زمینه های مختلفی مانند روان شناسی، جامعه شناسی و هنرهای نمایشی است. بسیاری از تولیدکنندگان محتوا در اینستاگرام فاقد چنین آموزش هایی هستند و به همین دلیل، محتواهای تولیدی آن ها فاقد عمق و معنا هستند. این فقدان تخصص باعث می شود که طنز به ابزاری برای تمسخر و تحقیر تبدیل شود.

■ فشار برای تولید مداوم محتوا
الگوریتم های اینستاگرام به گونه ای طراحی شده اند که محتواهای جدید و پربازدید را بیشتر نمایش می دهند. این امر باعث می شود که تولیدکنندگان محتوا تحت فشار قرار گیرند تا به طور مداوم محتوا تولید کنند. این فشار برای تولید سریع و مداوم، کیفیت محتوا را کاهش می دهد و

و منتقدان احساس می کنند که این طنز به شدت بی معنی و سطحی شده است. در این تحلیل، به بررسی علل این روند و پیامدهای آن می پردازیم.

■ تکرار و استفاده از کلیشه ها

یکی از دلایل اصلی بی معنی شدن طنز اینستاگرامی، استفاده مکرر از کلیشه ها و فرمول های ثابت است. بسیاری از تولیدکنندگان محتوا، به جای خلق ایده های جدید، به سراغ موضوعات و شخصیت های تکراری می روند. این امر باعث می شود که مخاطب پس از مدتی، از مشاهده چنین محتواهایی خسته شود و جذابیت اولیه آن ها کاهش یابد.

■ تمرکز بر جذب لایک و فالوور

در فضای رقابتی اینستاگرام، بسیاری از تولیدکنندگان محتوا تنها به دنبال جذب لایک و فالوور هستند. این تمرکز بر کمیت به جای کیفیت، باعث می شود که محتواهای طنز به سمت شوخی های سطحی و بی محتوا



راهکارهایی برای بهبود وضعیت طنز اینستاگرامی

■ آموزش و ارتقای سطح آگاهی برای بهبود کیفیت طنز اینستاگرامی، ضروری است که تولیدکنندگان محتوا آموزش‌های لازم را در زمینه‌های مختلف دریافت کنند. این آموزش‌ها می‌توانند شامل دوره‌های تخصصی در زمینه‌های روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و هنرهای نمایشی باشند. همچنین، ارتقای سطح آگاهی مخاطبان درباره اهمیت طنز با محتوا و معنا می‌تواند به بهبود وضعیت موجود کمک کند.

■ تشویق به خلاقیت و نوآوری برای جلوگیری از تکرار و استفاده از کلیشه‌ها، ضروری است که تولیدکنندگان محتوا به خلاقیت و نوآوری تشویق شوند. این امر می‌تواند از طریق برگزاری مسابقات و چالش‌های خلاقانه در فضای اینستاگرام

و ارائه جوایز به بهترین محتواهای طنز با کیفیت، محقق شود.

■ حمایت از محتواهای باکیفیت برای ارتقای کیفیت طنز اینستاگرامی، ضروری است که محتواهای باکیفیت و دارای معنا مورد حمایت قرار گیرند. این حمایت می‌تواند از طریق معرفی این محتواها در صفحات رسمی اینستاگرام، ارائه جوایز و تقدیر از تولیدکنندگان محتوا، و ایجاد فرصت‌های همکاری با رسانه‌های معتبر، انجام شود.

■ ترویج طنز با مسئولیت اجتماعی تولیدکنندگان محتوا باید مسئولیت اجتماعی خود را در نظر بگیرند و از طنز به عنوان ابزاری برای نقد اجتماعی و فرهنگی استفاده کنند. این امر می‌تواند از طریق پرداختن به مسائل مهم جامعه، مانند حقوق بشر، برابری جنسیتی و عدالت اجتماعی، در محتواهای طنز، محقق شود.

نتیجه‌گیری

طنز اینستاگرامی در سال‌های اخیر به یکی از محبوب‌ترین انواع محتوا تبدیل شده است. با این حال، روند بی‌معنی شدن آن نشان‌دهنده نیاز به بازنگری در تولید و مصرف محتواهای طنز است. با آموزش و ارتقای سطح آگاهی تولیدکنندگان و مخاطبان، تشویق به خلاقیت و نوآوری، حمایت از محتواهای باکیفیت، و ترویج طنز با مسئولیت اجتماعی، می‌توان به بهبود وضعیت طنز اینستاگرامی و بازگرداندن معنا و محتوا به آن کمک کرد. ظاهراً یکی از کشورهایایی که بر اساس نتایج پژوهش‌های داخلی و خارجی بیشترین آمار کاربران در اینستاگرام را دارد، ایران است و در میان ایرانیان نیز طنز در اینستاگرام بیشترین اقبال را دارد. اما به خاطر مسائلی همچون الگوریتم‌های اینستاگرام، ماجرایی اصلی صرفاً ویو گرفتن و دیده شدن محض است. دیده شدن به هر قیمتی و با هر سطحی از محتوا.

در این میان عده‌ای از بلاگرهای حوزه طنز به خاطر راحتی و سهل الوصول بودن طنز برگرفته از زنانه پوشی، سراغ پوشش زنانه برای طنز رفته‌اند و در این میان با پوشیدن چادر و اغلب مقنعه برای گرفتن ویو و فالوور بیشتر جلوی دوربین می‌روند. آنچه عجیب به نظر می‌رسد این است که بخشی از این بلاگرهای طنز که با استفاده از پوشیدن چادر و مقنعه به دنبال گرفتن ویو و فالوور هستند نیز خود زن هستند! آنچه به عنوان اثر منفی این اتفاق بسیار خودنمایی میکند، اثر ایجاد شرم از پوشش چادر و مقنعه در زنان و دختران خواهد بود و این اتفاق به تدریج و کم‌کم اثر روانی خود را بر مخاطب نشان خواهد داد. آنچه در این میان اهمیت دارد صرفاً تغییر ذائقه مخاطب در طنز نیست بلکه ایجاد احساس شرم در زنان و دختران بابت پوشش آنهاست. وقتی مقنعه پوشی با خنگ‌انگاری یکی میشود، فرهنگی را تولید میکند که مانع شخصیت دادن به زنان محجبه و با پوشش چادر و مقنعه است.

تحول معارف دانشگاهی با نگاه نوین

پاسخ به دغدغه دانشجویان معاصر در کتب معارف جدید

گفتگو با دکتر زمانیان عضو گروه تدوین و بازنگری کتب معارف اسلامی



مینا فرقانی: بسیاری از دانشجویان امروز وقتی سر کلاس معارف می‌نشینند، این سؤال در ذهنشان نقش می‌بندد که «این درس چه ارتباطی با رشته تحصیلی و حتی زندگی من دارد؟» دغدغه‌ای که سال‌هاست تدریس معارف را به چالشی جدی تبدیل کرده است. حالا گروهی از اساتید با یک طرح تحول بنیادین، قصد دارند پاسخ تازه‌ای به این پرسش بدهند.

در دوران پس از پیروزی انقلاب اسلامی، درس‌های معارف اسلامی در دانشگاه‌های کشور همواره از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده‌اند؛ اما چالش اصلی این است که چگونه می‌توان این دانش غنی را به زبان و شیوه‌ای ارائه داد که برای نسل امروز جذاب، کاربردی و اثرگذار باشد.

تجربه تدریس، پاسخگویی به پرسش‌های دینی و پژوهش‌های میدانی نشان می‌دهد که مخاطب امروز دغدغه‌ها و نیازهایی متفاوت دارد و روش‌های سنتی انتقال دانش، دیگر پاسخ‌گوی این نیازها نیست. در چنین بستری، پروژه «طرح تحول کتب معارف» شکل گرفت؛ طرحی جامع که با بازنگری علمی محتوا، توجه به نیازهای واقعی دانشجویان، تغییر ادبیات و بهره‌گیری از شیوه‌های نوین آموزشی، قصد دارد پلی میان آموزه‌های عمیق دینی و زندگی روزمره دانشجویان برقرار کند.

گفت‌وگوی مجله رسان با دکتر «زمانیان» عضو گروه تدوین و بازنگری کتب معارف دانشگاهی، فرصتی است برای آشنایی با انگیزه‌ها، دغدغه‌ها و رویکردهای نوآورانه‌ای که پشت نگارش این کتاب‌های جدید قرار دارد؛ رویکردی که می‌کوشد دین را نه صرفاً به عنوان یک دانش نظری، بلکه در قالب تجربه‌ای عملی و معنابخش برای زندگی به دانشجوی امروز منتقل کند.

حاصل این تلاش، کتاب‌هایی است که قرار است شکل و زبان معارف دانشگاهی را تغییر دهد، از متنی خشک و دور از زندگی، به تجربه‌ای زنده، ملموس و کاربردی. این گفت‌وگو مسیر این تحول را روشن می‌کند.

۱. شما مشغول تألیف کتاب جدید برای درس عمومی و معارف دانشگاه هستید. درباره کارتان توضیح دهید.

ما مشغول تدوین کتب معارف در قالب «طرح تحول» هستیم؛ طرحی که بیش از یک سال است از سوی نهاد رهبری پیگیری می‌شود. این طرح چهار شاخص دارد: بازنگری علمی محتوا، کاربردی‌تر شدن عبرت‌آموزی و

بر همین اساس، تدوین متون جدید با رویکردی نو در دستور کار قرار گرفت.

۳. این کتاب چه تفاوت‌های اساسی با منابع قبلی درس معارف دارد؟

کتاب‌های معارف پیشین بسیار ارزشمندند و جامعه ما بخش مهمی از دینداری خود را مدیون همان آثار و استادانی است که آن‌ها را تدریس کرده‌اند. هدف ما نقد یا کم‌رنگ کردن جایگاه آن‌ها نیست؛ بلکه می‌خواهیم گامی تازه بر پایه همان میراث برداریم. تفاوت‌های اصلی کتاب‌های جدید با متون گذشته چنین است:

۱. رویکرد ترکیبی علمی-عاطفی: اگر در گذشته رویکرد غالب صرفاً علمی بود، امروز علاوه بر استدلال، از تحریک احساسات، داستان، و حتی تصویر بهره گرفته‌ایم. الگوی ما قرآن است که با داستان‌گویی،

بعد نظری پرداخته‌اند. متن علمی صرف ممکن است ذهن را قانع کند، اما الزاماً به عمل منجر نمی‌شود. قرآن الگویی است که علم و برهان را با عاطفه و دعوت به عمل درهم آمیخته است؛ کتاب‌های معارف هم باید چنین باشند. بسیاری از چالش‌های اعتقادی به تمایلات افراد بازمی‌گردد؛ ابتدا چیزی را می‌خواهند، سپس برای آن استدلال می‌تراشند؛ چیزی که ما «استدلال پوششی» می‌نامیم. مثل دانشجویی که احادیث را رد می‌کند نه از سر دلیل علمی، بلکه برای رهایی از محدودیت‌های دینی. ظاهر پرسش علمی است، اما ریشه در تمایل دارد؛ بنابراین صرف برهان کافی نیست. این بررسی‌ها ما را به این نتیجه رساند که باید تحولی در کتاب‌های معارف ایجاد شود؛ توجه عمیق‌تر به ریشه‌های پرسش‌ها و استفاده از روش‌های تازه در پاسخگویی.

این بازنگری در هشت درس در حال انجام است. آنچه بر عهده بنده است، عضویت در گروه تدوین «اندیشه اسلامی ۱» و سرگروهی در «اندیشه اسلامی ۲» است.

۲. چه دغدغه‌ای باعث شد سراغ تدوین این کتاب‌ها بروید؟ هدف اصلی شما از این کار چیست؟

هرکسی که تجربه تدریس درس معارف را داشته باشد، این دغدغه را حس کرده است؛ دانشجویان غالباً می‌گویند «درس معارف کارآمدی لازم را ندارد». در حالی که این درس ارزشمندند، اما باید بیش از پیش متناسب با نیاز روز باشند؛ به گونه‌ای که دانشجو کاربرد آن را در زندگی‌اش ببیند. برای نمونه، مشکل دانشجویان امروز در «توحید نظری» نیست، بلکه در «توحید عملی» است. با این حال کتاب‌های پیشتر به

سوق می دهد تا مخاطب هم ساده و روان بیاموزد و هم با عکس و کلیپ ارتباط عاطفی برقرار کند .

۹. چقدر با دنیای ذهنی، دغدغه ها و تمایلات دانشجویان امروز آشنا هستید؟ این شناخت چطور در نگارش کتاب به شما کمک کرده است؟

بسیاری از ما خود استاد معارف هستیم و سال ها تجربه تدریس و پاسخگویی به پرسش های دینی و اعتقادی داریم. این تجربه، شناخت عمیقی از دغدغه ها و سؤالات مخاطبان به دست داده است .

گاه دانشجویان پرسش هایی مانند «این موضوع چه فایده ای برای ما دارد؟» مواجه می شد که نشان می داد برخی مباحث، هر چند مهم، دغدغه روز او نیست یا حتی برایش «حل شده» محسوب می شوند .

شناخت ما از مخاطب بر پایه منابع و تجربه های متعدد شکل گرفته است: پرسش های پرتکرار مراکز پاسخگویی، بازخورد دانشجویان در طرح پرسش محور، و کتاب «نیازهای معارفی دانشجویان» که با همکاری اساتید و نهاد تدوین شد .

برای تهیه این کتاب، بیش از ۹۰ جلسه برای گردآوری پرسش ها و جلسه با کارشناسان برگزار شد تا ریشه های سؤالات شناسایی شود. بسیاری از پرسش ها، حتی اگر به ظاهر استدلالی بودند، در واقع ریشه در تمایلات داشتند. تلاش ما این بود که این دغدغه ها و تمایلات پنهان را شناسایی و در کتاب های جدید معارف وارد کنیم. این مسیر، نتیجه تجربه فردی و کار تیمی متخصصان در حوزه معارف است .

۱۰. فکر می کنید چه عواملی باعث می شود دانشجویان نسبت به محتوای دروس معارف بی انگیزه شود و شما در این کتاب چه راهکارهایی برای رفع آن پیشنهاد کرده اید؟

مهم ترین عامل بی انگیزگی دانشجویان نسبت به کتاب های معارف، احساس بی نیازی است؛ وقتی دانشجویان کتاب چه ارتباطی با دغدغه هایش دارد، از آن فاصله می گیرد. حتی پرسش منطقی «چرا باید معارف بخوانیم؟» باید در متن کتاب پاسخ داده شود، نه صرفاً به صورت توضیح شفاهی .

کتاب باید کارآمد باشد و نیاز واقعی مخاطب را حل کند؛ مثلاً درس خانواده، اخلاق یا اندیشه اسلامی باید به مسائل ملموس زندگی دانشجویان پیوند بخورد. مشکل کتاب های علمی محض، پرداخت صرف به مباحث نظری است که دانشجویان با درد واقعی اش روبه رو نمی کنند .

لازم است دین و مفاهیم معارفی به صورت عملیاتی و کاربردی ارائه شود، تا دانشجویان بفهمند دین چگونه آرامش می آورد و چرا همین دینداری حداقلی برخی از ما بر ایمان آرامش به ارمغان نمی آورد. این سؤال مهمی برای مخاطب است. چون آرامش، گمشده نسل امروز است و وقتی کتاب معارف این نیاز را پوشش دهد، انگیزه مطالعه به طور طبیعی ایجاد خواهد شد. بنابراین راهکار اساسی، نگارش کتاب های معارفی ملموس و کاربردی است .

مخاطب و به کارگیری ادبیات و محتوای تازه، پاسخگویی آن ها را ارتقا دهیم .

۶. فکر می کنید چه بخش هایی از محتوای فعلی نیاز بیشتری به بازنگری و به روز رسانی دارد؟

تحول ایجاد شده در دروس اندیشه اسلامی ۱ و ۲ بنیادین است. پیش تر در اندیشه ۱ «مبدأ و معاد» و در اندیشه ۲ «نبوت، امامت و دین» مطرح می شد. اما در ساختار جدید، مباحث ایجابی مانند توحید، نبوت و امامت به اندیشه منتقل شده و اندیشه ۲ بر «موانع دین گرایی» متمرکز است. پرسش اصلی این است: چرا کسانی که اعتقاد دارند، در عمل پایبند نیستند یا حتی به باورهای خودشان حمله می کنند؟ پاسخ در موانعی چون ضعف سواد رسانه، خودکم بینی در برابر غرب، قدرت تمایلات و عوامل عاطفی نهفته است. برای نمونه، به بحث سواد رسانه ای دو درس اختصاص داده ایم تا دانشجویان در برابر موج شبهات واکسینه شود، نه اینکه صرفاً پاسخ آماده دریافت کنند. همچنین بر «توحید عملی» تأکید ویژه شده است؛ مشکل امروز کمبود موجدان عملی است، نه نظری. هدف این است که دانشجویان صرف باور ذهنی فراتر رود و به توحید در عمل برسد .

۷. در تدوین این کتاب جدید از چه شیوه ها یا ابزارهای تازه ای برای ارائه محتوا استفاده کرده اید؟

در ادبیات درس های معارف بازنگری جدی انجام شده است. ساختار استدلالی حفظ شده، اما ابزار انتقال تغییر یافته و از زبان روان و نزدیک به دانشجویان، همراه با گرایش و مثال های ملموس استفاده شده است .

برای مثال، در بحث معاد، تمثیل «جنین و بند ناف» کمک می کند تفاوت ارزش های دنیا و آخرت بهتر درک شود. این شیوه مشابه سبک بیان استادانی چون آیت الله حائری شیرازی و حاج آقای قرائتی است که با تمثیل و گرایش مؤثر، تحول ایجاد می کردند .

علاوه بر این، با همکاری روان شناسان و اساتید سواد رسانه، مباحثی چون خطاهای شناختی و تأثیر رسانه بر باورها تقویت شده تا کار غنی تر و اثرگذارتر شود .

۸. آیا روش های آموزشی و ارتباطی خاصی را در نظر گرفته اید که دانشجویان بتوانند راحت تر با مباحث ارتباط برقرار کنند؟

ما با رویکرد «مهندسی معکوس» بررسی کردیم که مخاطب امروز از چه مسیرهایی بیشترین تأثیر را می گیرد. مثلاً اینستاگرام به خاطر محیط تصویری و اغلب طنزش، جذابیت زیادی دارد. در حالی که گاهی تصور می کنیم معارف باید صرفاً با ادبیات جدی و سنگین منتقل شود. تغییر ذائقه مخاطب نشان می دهد که باید از ظرفیت های جدید بهره برد. مانند سینمای ایران که پر فروش ترین آثارش اغلب طنز هستند .

بنابراین در کتاب های معارف از ادبیات روان و تصویر استفاده کرده ایم و در آینده حتی فیلم را هم به آن می افزاییم؛ به گونه ای که با QR کد، دانشجویان بتواند فیلم مرتبط را مشاهده کنند .

این مسیر، کلاس های معارف را به سمت رسانه ای شدن

برانگیختن عاطفه، حقیقت را منتقل می کند. رسانه و تصویر در این مسیر اثرگذارند؛ یک عکس می تواند هزاران برابر بیشتر از یک جمله، مخاطب را متأثر کند .

۲. تمرکز بر پرسش ها و نیازهای واقعی؛ با نگاه آماری به پرسش های پرتکرار دانشجویان، موضوعات را کاربردی تر انتخاب کرده ایم. به جای تأکید یک سویه بر «توحید نظری»، مباحثی مانند توحید عملی یا نقش تمایلات در اعتقادات را برجسته کرده ایم. همچنین رابطه ایمان و عمل را بازخوانی کرده ایم؛ زیرا بسیاری از انحرافات نه از برهان، بلکه از تمایلات فردی بر می خیزند .

۳. ادبیات دانشجویی و روان: زبان کتاب ها ساده تر، روان تر و نزدیک تر به ذائقه امروز دانشجویان است. در فضایی که مخاطب با متن های کوتاه، جذاب و حتی طنزآمیز در شبکه های اجتماعی انس گرفته، متون سنگین و فلسفی کمتر جذب کننده اند. البته این سادگی به معنای کاستن از شأن علمی و قلم فاخر نیست، بلکه هم سویی با اقتضای مخاطب امروز است .

۴. بازنگری در استدلال ها: برخی برهان ها و استدلال های کتاب های گذشته تقویت و شفاف تر شده اند تا اقناع بیشتری برای مخاطب ایجاد شود .

۴. آیا در فرآیند نگارش کتاب از تجربه ها و بازخوردهای دانشجویان هم استفاده کرده اید؟

ما در طرح های کوتاه مدت پیشین، چه پرسش محور، چه مبتنی بر نظرخواهی از اساتید و مراکز پاسخگویی، و چه در نظر سنجی های پایان ترم، بازخوردهای ارزشمندی از دانشجویان دریافت کردیم. همچنین نتایج تحقیقات نهاد نیز در اختیار ما قرار گرفت .

طرح تحول فعلی نیز بر اساس همین بازخوردها طراحی شد؛ گرچه دیگر پرسش محور نیست، اما همچنان از تجربه های گذشته بهره می گیرد. این درس هنوز تدریس نشده تا بازخورد مستقیم داشته باشیم، اما به طور غیرمستقیم از نتایج گذشته استفاده شده است. بدیهی است در ویراست های بعدی و پس از تدریس آزمایشی، بازخوردهای تازه را هم لحاظ خواهیم کرد .

۵. به نظر شما محتوای کتاب ها و منابع موجود در حوزه دروس معارف دیگر پاسخگوی نیاز دانشجویان نیست؟ اگر بله، دلیل اصلی ناکارآمدی چیست؟

در ارزیابی کتاب های معارف نباید نگاه صفر و صدی داشت. آثار گذشته بخشی از نیاز دانشجویان را برطرف کرده اند، اما کافی نبوده اند. ما این دروس را فرصتی استثنایی می دانیم؛ وقتی دانشجوی ۱۴ یا ۱۵ جلسه در کلاس حاضر می شود، فرصت عظیمی است که باید از آن حداکثر بهره را برد. هدف ما رساندن میزان «کاربردی بودن» به بالاترین حد است. مثلاً در بحث معاد، مشکل امروز دانشجویان کار آن نیست، بلکه غفلت از نقش معاد در زندگی و نظام ارزش گذاری است؛ او باور دارد، اما در عمل دنیا را اصیل تر می بیند. بنابراین نیاز اصلی، اصلاح ارزش گذاری هاست نه صرفاً اثبات عقلی معاد .

از این رو کتاب های موجود پاسخگو هستند، اما در سطح مطلوب قرار ندارند؛ ما می کوشیم با شناخت دقیق نیاز

پشت پرده هنجارشکنی‌های نمایش خانگی

شراب و خشونت؛ نمایش خانگی چگونه تابوشکنی می‌کند؟

را تحت تأثیر قرار می‌دهد. (ج) آسیب به بنیان خانواده: در فرهنگ ایرانی-اسلامی، خانواده به عنوان رکن اصلی اجتماع، با ارزش‌ها و هنجارهایی تعریف می‌شود. بازنمایی مصرف شراب در آثار خانوادگی، به ویژه زمانی که مخاطب در قالب سریال‌های خانوادگی با آن مواجه می‌شود، به تدریج منجر به کاهش حساسیت خانواده‌ها نسبت به چنین موضوعاتی می‌شود و می‌تواند در تضعیف بنیان فرهنگی و اخلاقی خانواده اثرگذار باشد.

شراب‌خواری ابزاری برای فروپاشی بنیان‌ها
تأکید و تکرار چنین صحنه‌هایی که به تدریج به تابوشکنی و قبح‌زدایی از شراب‌خواری می‌انجامد، می‌تواند پیامدهای طولانی مدتی

عمیقی در خانواده و جامعه دارد که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:
الف) شکستن قبح شراب‌خواری: نمایش مکرر صحنه‌های مصرف مشروبات الکلی، به تدریج قبح و تابو بودن این رفتار را در جامعه می‌شکند. این امر باعث عادی‌سازی مصرف الکل و تغییر نگرش عمومی نسبت به آن می‌شود، به خصوص در بین جوانان که حساسیت فرهنگی کمتری نسبت به این مسائل دارند.

ب) ترویج رفتارهای پرخطر: شراب‌خواری در کنار سبک زندگی‌های پرخطر و ضد ارزش که در برخی آثار نمایش داده می‌شود، می‌تواند به ترویج مصرف الکل و سایر رفتارهای پرخطر منجر شود. این روند، در بلندمدت سلامت روانی و جسمی جامعه

بدون پرداخت به پیامدها و آسیب‌های اخلاقی، اجتماعی و روانی مصرف الکل ارائه می‌شوند. در مواردی حتی این رفتار به عنوان یک رفتار عادی یا نماد آزادی و سبک زندگی مدرن تصویر می‌شود. این روند، بخشی از استراتژی «حاشیه‌سازی» و افزایش «وایرال شدن» محتوای پیش‌تر در فضای شبکه نمایش خانگی شکل گرفته است. در این فرآیند، شکستن خطوط قرمز و نمایش صحنه‌های جنجالی به ابزاری برای جذب مخاطب و افزایش فروش اشتراک تبدیل شده است.

آسیب‌هایی که نادیده انگاشته می‌شوند
نمایش شراب‌خواری در آثار سینمایی و سریال‌ها آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی

مینا فرقانی: شبکه نمایش خانگی و برخی آثار سینمایی ایران طی سال‌های اخیر، به شدت درگیر بازنمایی صحنه‌های شراب‌خواری شده‌اند. این موضوع نه صرفاً یک عنصر بصری در روایت داستان، بلکه پدیده‌ای فرهنگی و رفتاری است که پیامدهای اجتماعی گسترده‌ای دارد. به ویژه در شرایطی که این آثار مخاطبان گسترده‌ای، به خصوص جوانان و خانواده‌ها دارند.

رسان: بررسی محتوای سریال‌ها شبکه نمایش خانگی و فیلم‌های سینمایی ایرانی نشان می‌دهد که تقریباً در اغلب این آثار، صحنه‌هایی شامل مصرف شراب و مشروبات الکلی وجود دارد. این بازنمایی‌ها اغلب



را با هدف بیشتر دیده شدن و فضاسازی تبلیغی و وایرال شدن خلق می‌کند که در شأن ایشان نیست!

عجیب اینکه درباره سریالی مثل «سووشون» و بسیاری دیگر از سریال‌های نمایش خانگی، صحنه‌های نامناسب و دون مایه، بیش از خود سریال دیده می‌شود.»

حرف آخر...

آنچه از بررسی محتوای سریال‌ها و فیلم‌های شبکه نمایش خانگی و سینمای ایران آشکار می‌شود، یک روند ساختاری و نظام‌مند در تولید محتواست که نه تنها به عادی‌سازی مصرف مشروبات الکلی و شکستن تابوهای اخلاقی دامن زده، بلکه به صورت جدی سلامت فرهنگی، اجتماعی و خانوادگی جامعه را تهدید می‌کند.

بازنمایی مکرر شراب‌خواری بدون پرداخت به پیامدهای آن، درکنار نمایش خشونت، روابط نامتعارف و رفتارهای ضدارزش، نه تنها به تغییر نگرش نسل‌های جوان نسبت به ارزش‌های فرهنگی و دینی منجر می‌شود، بلکه بنیان خانواده و انسجام اجتماعی را نیز تضعیف می‌کند.

این وضعیت محصول ترکیبی از ضعف ساختاری شبکه نمایش خانگی، فشارهای اقتصادی و سیاسی، و سلطه منافع تجاری بر فرهنگ است. وقتی تجارت و جذب مخاطب بر هنر و مسئولیت فرهنگی اولویت پیدا می‌کند، تولید محتوایی که صرفاً بر حاشیه‌سازی و عبور از خطوط قرمز مبتنی باشد، به امری عادی تبدیل می‌شود. نتیجه این مسیر، از دست رفتن هویت فرهنگی، تحریف سبک زندگی ایرانی-اسلامی و تضعیف نقش سازنده هنر در تربیت اجتماعی و اخلاقی جامعه است.

اگر این وضعیت اصلاح نشود، شبکه نمایش خانگی به جای ایفای نقش مکمل و ارزش‌آفرین برای صداوسیما، به ابزاری برای تولید و ترویج ارزش‌های ضدفرهنگی تبدیل خواهد شد که در بلندمدت آسیب‌های جدی بر اخلاق، فرهنگ و سلامت جامعه خواهد داشت.

این هشدار جدی است برای مسئولان فرهنگی و رسانه‌ای که باید با اتخاذ سیاست‌های تنظیم‌گری مؤثر، بازگشت به تولید محتوای باکیفیت، هنری و مطابق با ارزش‌های ملی و خانوادگی را در دستور کار قرار دهند.

پخش می‌شوند هم دیده نمی‌شود.»

هتک حرمت خانواده در شبکه نمایش خانگی

این روزنامه‌نگار و منتقد سینما می‌افزاید «نکته مهم این است که این عرصه با نام شبکه نمایش «خانگی» نام‌گذاری شده است و محور آن هم سریال است که در ایران یک خوراک فرهنگی خانوادگی محسوب می‌شود. یعنی از دیرباز در بین مردم مارسم بوده که سریال‌ها را به صورت خانوادگی تماشا می‌کرده‌اند. اما این روزها خوراکی برای این رفتار فرهنگی ما از سوی سکوها ارائه می‌شود که چندان با آداب و رسوم خانوادگی ما تناسب ندارد و به همین دلیل هم تماشای خانوادگی سریال‌ها در خیلی از خانواده‌هایی که دارای اصالت و پایبندی فرهنگی بیشتری هستند، در حال از بین رفتن است.»

او سریال «شغال» را مثال می‌زند که در آن یک جوان فاسد که اقدام به هتک حرمت یک دختر و رفتاری ضدانسانی کرده، تطهیر می‌شود و تصویری مثبت دارد. در حالی که در گذشته سریال‌ها به خاطر ترسیم درام‌های گرم و غنی از فراز و نشیب‌های داستانی مورد توجه قرار می‌گرفتند. اما در شبکه نمایش خانگی، ضعف در فیلمنامه‌نویسی و به‌کارگیری نویسندگان کم‌بنیه برای طراحی و نگارش داستان سریال‌ها و همچنین ضعف کارگردانان در ایجاد جذابیت واقعی و هنری و خلاقانه، و فشارهای مالکان پلتفرم‌ها برای خلق موقعیت‌های حساس و بحث‌برانگیز که در شبکه‌های اجتماعی و سایت‌ها وایرال می‌شوند، باعث می‌شود که برای نیل به این اهداف، ساده‌ترین روش یعنی شکستن هنجارها و بازی با خطوط قرمز در دستور کار قرار بگیرد.

فهمیم در انتها تصریح می‌کند «به همین دلیل می‌بینیم برخی از فیلمسازان که در سینما و صداوسیما آثار قابل توجه و ارزشمندی تولید می‌کردند، امروز در شبکه نمایش خانگی نه تنها دچار افت فاحش و ضعف در تولید اثر شده‌اند، بلکه محتوایی نازل و زرد و ضدفرهنگی را بازنمایی می‌کنند. مثل خانم نرگس آبیاری که با فیلم دفاع مقدسی و شهدایی «شیار ۱۴۳» شهرت و محبوبیت یافت. اما در همکاری با پلتفرم‌ها، صحنه‌هایی

و سریال‌های عرضه شده در این حوزه نیز چند برابر شد.

او توضیح می‌دهد «ما چرا از این قرار بود که دولت وقت و برخی از فعالان سیاسی که از دیرباز در پی راه‌اندازی تلویزیون خصوصی در ایران بودند، مجالی برای عملی ساختن آمال خودشان یافتند. به این ترتیب، دولت حسن روحانی، پیگیر گسترش شبکه نمایش خانگی شد و سکوها، آنقدر قدرت یافتند که علاوه بر نمایش آثار، خودشان هم تولیدکننده برنامه و سریال شدند.» اما هدف اصلی چه بود؟ فهمیم می‌گوید «اولا صدا و سیما تضعیف شود و ثانياً، نوعی از فرهنگ و ذائقه به مخاطب منتقل شود که مماس با منافع سیاسی برخی از جریانات خاص باشد.»

چگونه پای پول‌های آلوده به نمایش خانگی باز شد

فهمیم با بیان اینکه برای جذب سلبریتی‌ها و قطع همکاری کارگردان‌های توانمند و افراد صاحب سبک در سریال‌سازی با صداوسیما، نیاز به بودجه زیادی بود، توضیح می‌دهد «به همین دلیل برخی از صاحبان سرمایه‌های مشکوک و آلوده از جمله چند نفر از اختلاسگران و مفسدان اقتصادی هم برای پولشویی یا بهره‌گیری از قدرت تبلیغی سریال‌ها پای تولید آمدند و فضای خاص و غیرقابل‌کنترلی در شبکه نمایش خانگی غالب شد.»

از جمله عواقب چنین ساختاری، غلبه تجارت و تمنیات مالی و سیاسی بر فرهنگ بود. چرا که پلتفرم‌ها نیاز داشتند فروش اشتراک را بالا ببرند و همچنین آگهی جذب کنند.

پس باید کاری می‌کردند که ضریب نفوذ آثاری بین مردم، به‌ویژه جوانان افزایش یابد و وایرال شدن آثار را بالا ببرند. در نتیجه به سمت حاشیه‌سازی از طریق عبور از خطوط قرمز و هنجارشکنی رفتند!

در واقع همان فرمول «بدنامی بهتر از گمنامی است» اتخاذ شد که نتیجه‌اش بازتولید و پمپاژ گسترده صحنه‌های مسئله‌دار مثل سیگار کشیدن، مصرف مواد مخدر و مشروبات الکلی، رقاصی، روابط ناسالم و آلوده و خشونت مفرط است. تا جایی که این حجم از خشونت که در سریال‌های نمایش خانگی دیده می‌شود، حتی در خیلی از سریال‌های هالیوودی که برای خانواده‌ها

هم در بر داشته باشد. از جمله:

الف) ضعف ارزش‌های فرهنگی و دینی: عادی‌سازی مصرف شراب و تضعیف تابوهای اخلاقی باعث کاهش جایگاه ارزش‌های فرهنگی و دینی در نسل‌های جدید می‌شود.

ب) افزایش آسیب‌های اجتماعی: مصرف الکل با آسیب‌هایی چون خشونت خانگی، فروپاشی خانواده و افزایش جرایم مرتبط همراه است.

ج) تحریف هویت فرهنگی: بازنمایی مکرر رفتارهایی که مغایر با سبک زندگی اسلامی و ایرانی است، موجب فاصله‌گیری جامعه از هویت فرهنگی و اخلاقی خود می‌شود.

نمایش خانگی، ساختاری که بیمار متولد شد

«آرش فهمیم» روزنامه‌نگار و منتقد سینما، در گفتگو با مجله رسان؛ ریشه اصلی این گونه محتویات در آثار شبکه نمایش خانگی را در بیمار بودن حیات و فعالیت این عرصه تحلیل می‌کند. او معتقد است «شبکه نمایش خانگی در نظام فرهنگی و رسانه‌ای ما بیمار متولد شد و بیمار هم به فعالیت خودش ادامه داد و با وجود تأسیس نهاد نظارتی ساترا و مصوبات مربوط به آن و اعمال تنظیم‌گری، وضعیت نمایش خانگی بهبود پیدا نکرد.»

فهمیم می‌گوید «قرار بود نمایش خانگی مکمل صداوسیما باشد و آنچه به خاطر برخی کمبودها و محدودیت‌ها امکان پرداخت در رسانه ملی را ندارد یا کمتر مورد توجه و تأمل قرار می‌گیرد، از سوی نمایش خانگی پوشش داده شود. اما در عمل، اکثر فضا و ظرفیت این عرصه به بازتولید محتویات هنجارشکن شبکه‌های ماهواره‌ای تبدیل شد. از روابط نامتعارف و مرام و رفتار متضاد با سبک زندگی اسلامی و ایرانی گرفته تا ترویج خشونت، مصرف مواد مخدر و مشروبات الکلی، و...»

صداوسیما و فرهنگ، هدف مطامع سیاسی

به گفته این منتقد، یکی از ابعاد بیماری‌زا در شبکه نمایش خانگی، فرایندهای سیاسی و اقتصادی در این عرصه است. از سال‌های میانه دهه ۹۰ که پای پلتفرم‌های پخش بر خط فیلم و سریال به گوشه‌های همراه مردم ما باز شد و پخش اینترنتی جایگزین سی‌دی و دی‌وی‌دی شد، مسائل و آسیب‌های فرهنگی و محتوایی برنامه‌ها

لوت باکس ها، مرز بازی و قمار: مرور شواهد روان شناختی، اقتصادی و حقوقی بازی ها

مريم داوردان: هدف از اين گزارش، ارائه مجموعه ای از اطلاعات مبتنی بر شواهد در مورد مسئله لوت باکس ها در بازی های ویدئویی است. این مکانیسم ها که بخشی از تجربه سرگرم کننده بازی ها هستند، به دلیل شباهت های احتمالی با قمار، موضوع بحث های جهانی شده اند. این گزارش با گردآوری داده های علمی و حقوقی، به بررسی جنبه های روان شناختی، مالی و قانونی لوت باکس ها می پردازد تا آگاهی اساتید، دانشجویان و پژوهشگران را افزایش دهد. با استفاده از منابع معتبر جهانی و محلی، این نوشتار تلاش می کند دیدگاهی متوازن از فرصت ها و چالش های مرتبط با لوت باکس ها ارائه دهد، بدون قضاوت قطعی در مورد ماهیت آن ها. لوت باکس ها (loot boxes) به عنوان یکی از مکانیسم های درآمدزایی در صنعت بازی های ویدئویی، بحث های گسترده ای به دلیل



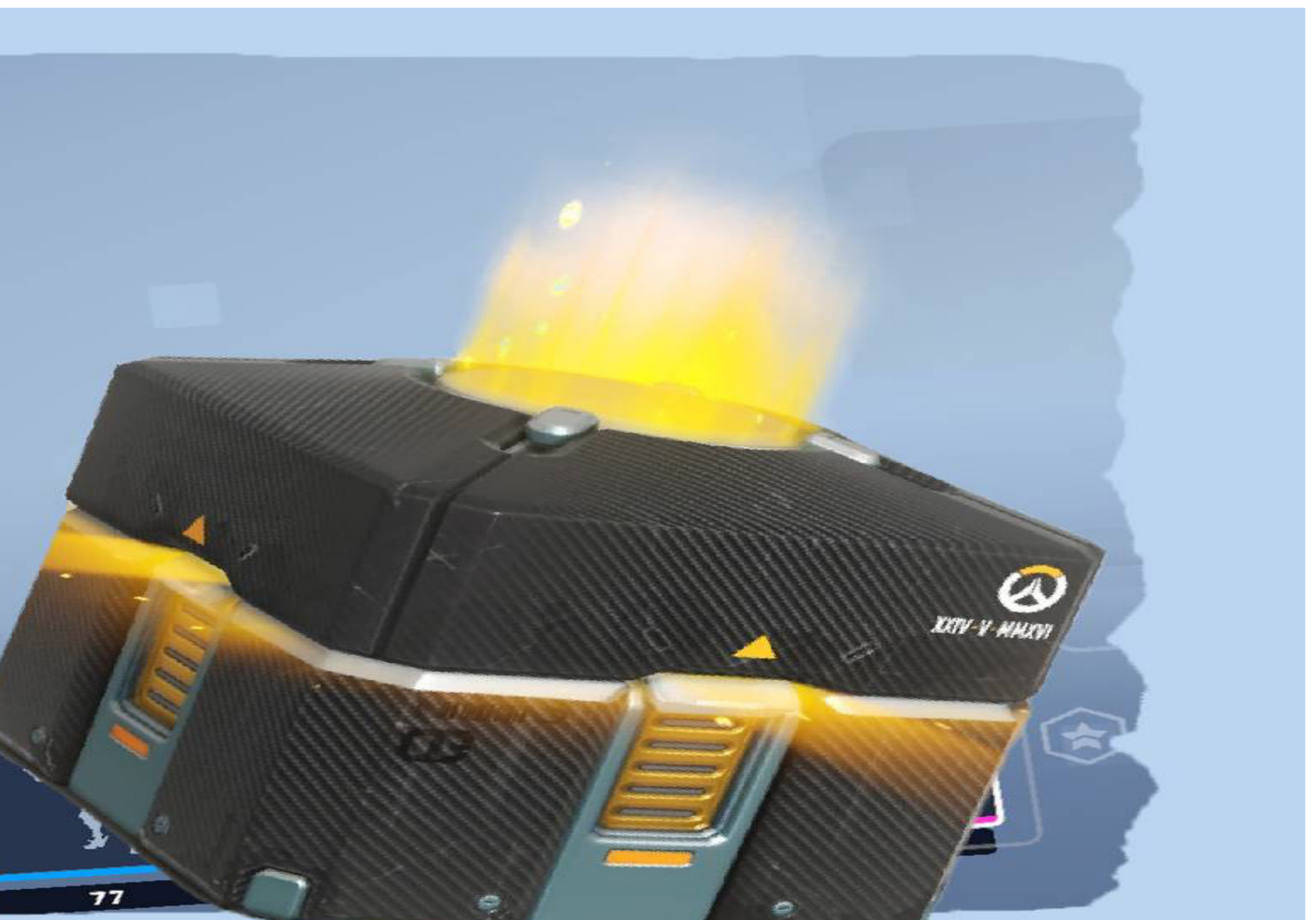
لوت باکس ها دارای ای های مجازی در بازی های ویدئویی هستند که بازیکنان می توانند با پول واقعی یا ارزهای درون بازی خریداری کنند و می تواند حاوی جوایز تصادفی مانند اقلام زیبایی شناختی (اسکین ها و اکسسوری ها)، سلاح ها، شخصیت ها یا مزایای رقابتی واقعی باشند. این ویژگی ها از بازی های رایگان آسیایی در دهه ۲۰۱۰ سرچشمه گرفته و به عناوین AAA (بازی های ویدئویی با بودجه بالا و کیفیت تولید برتر) مانند فیفا و فورتنایت گسترش یافته اند. ویژگی های قمار مانند

فرا تر رود. لازم به ذکر است در بسیاری از بازارها، بخش بزرگی از بازی های پردرآمد موبایلی (اغلب بیش از ۸۰٪) از این سازوکار استفاده می کنند. این گسترش، مرز میان سرگرمی و مخاطرات بالقوه استثماری را کمرنگ کرده است. این گزارش برای اساتید دانشگاه تدوین شده تا ضمن برجسته سازی ریسک ها، بر ضرورت سیاست گذاری متوازن به منظور حفاظت از بازیکنان به ویژه کودکان و نوجوانان تأکید کند.

لوت باکس ها

شباهت های ساختاری و روان شناختی با قمار ایجاد کرده اند. این گزارش، با ترکیب مطالعه GambleAware (۲۰۲۰)، گزارش کتابخانه مجلس عوام بریتانیا (۲۰۲۴)، و مقالات علمی معتبر ۲۰۲۴-۲۰۲۵، پرو فایل های روان شناختی خریداران، انگیزه های خرید، ریسک های مرتبط مانند فشار مالی و کاهش رفاه و قوانین جهانی را بررسی می کند.

با توجه به برآوردهای بازار، پیش بینی شده درآمد جهانی ناشی از لوت باکس ها در سال ۲۰۰۵ می تواند از ۲۰ میلیارد دلار



مقاله پژوهشی نظام مند متعدد حاکی از وجود همبستگی با اندازه اثر کوچک تا متوسط میان نمره بالاتر PGSI و میزان هزینه کرد برای لوت باکس ها است؛

تأکید می شود که این شواهد عمدتاً مقطعی بوده و بنابراین دلالت علی قطعی ندارند. علاوه بر این، همپوشانی معناداری میان درگیری افراطی با بازی و تعامل با لوت باکس ها گزارش شده و برخی پیگیری های طولی کوتاه مدت در نوجوانان نشان داده اند مواجهه با لوت باکس می تواند با افزایش احتمال گرایش به قمار سنتی در ماه های بعد همراه باشد؛ هر چند تعداد این مطالعات محدود و نتایج نیازمند تکرار مستقل اند. در زیربخش های خاصی از مصرف کنندگان به ویژه خریداران پرتکرار سطوح بالاتری از پریشانی روان شناختی و فشار مالی مشاهده شده است. همچنین الگوهای جمعیت شناختی گزارش شده (از جمله مرد بودن، سن پایین تر و تحصیلات کمتر) باریسک بالاتر مشارکت پر هزینه در لوت باکس ها همبسته اند. بر مبنای این شواهد، از منظر سیاست گذاری و عمل حرفه ای، اتخاذ تدابیر احتیاطی همچون شفافیت بیشتر درباره احتمالات دریافت آیتم ها، ابزارهای محدود سازی زمان / هزینه و پایش پیامدهای رفتاری و مالی توصیه می شود، با این ملاحظه که نتیجه گیری های علی مستلزم مطالعات طولی و آزمایشی دقیق تر است.

نشان دهنده تأثیر روانی مانند Endowment effects و لنگر قیمت بر خرید است.

قمار مشکل دار و بازی ویدئویی مشکل دار

همان طور که گفتیم لوت باکس به عنوان سازوکار «پاداش تصادفی» در بازی های ویدئویی تعریف می شود که در آن کاربر با پرداخت پول واقعی یا ارز درون بازی بسته ای با محتوای نامعلوم دریافت می کند؛ ویژگی احتمالی / تصادفی این سازوکار شباهت های ساختاری با قمار دارد. «بازی ویدئویی مشکل دار» به وضعیتی اطلاق می شود که الگوی بازی کردن از کنترل فرد خارج شده و به حوزه هایی نظیر خواب، عملکرد تحصیلی / شغلی، روابط بین فردی یا وضعیت مالی آسیب می زند. «قمار مشکل دار» نیز زمانی رخ می دهد که فرد نتواند رفتار قمار را مهار کند و پیامدهایی چون تلاش مکرر برای جبران باخت ها، بدهی، تنش خانوادگی و فشار روانی را تجربه نماید. شدت مشکلات قمار معمولاً با شاخص شدت قمار مشکل دار (problem Gambling Severity Index; PGSI) سنجیده می شود که بر مبنای پرسش های استاندارد نمره ای را از «بدون نشانه» تا «خطر پایین»، «خطر متوسط» و «مشکل شدید» اختصاص می دهد. بدنه شواهد موجود، با نقطه آغاز برجسته در مطالعه Cairns و Zendle و تأیید در

آن ها (پرداخت برای نتایج نامطمئن) توجه جهانی را جلب کرده، به ویژه در مورد تأثیر بر جوانان.

انگیزه های خرید

انگیزه های خرید لوت باکس ها بر اساس مقالات اخیر (۲۰۰۴-۲۰۰۵) فراتر از شانس رفته و شامل عوامل روان شناختی، اجتماعی و گیم پلی است. مطالعه ای در نوامبر ۲۰۰۴ بر نقش میکروترانزکشن ها (مانند لوت باکس ها) در میانجی گری بین انگیزه های بازی (مانند پیشرفت و رقابت) و قمار مشکل دار تأکید کرد، و نشان داد که انگیزه های اجتماعی مانند کسب جایگاه و هیجان گروهی خرید را افزایش می دهد. مقاله ای در اوت ۲۰۰۵ رفتار تکانشی، افسردگی و اضطراب را به عنوان تعدیل کننده های خرید لوت باکس ها شناسایی کرد، جایی که افراد با سطوح بالاتر رفتار تکانشی بیشتر به دلیل FOMO (ترس از دست دادن) خرید می کنند. تحقیق دیگری در مه ۲۰۰۵ بر افزایش تعامل کاربران در محتوای یوتوب مرتبط با لوت باکس ها اشاره کرد که انگیزه های رفتاری مانند هیجان و اعتیاد را تقویت می کند. مقاله ژانویه ۲۰۰۴ مکانیسم های قمار مانند صدا و انیمیشن را به عنوان محرک های خرید توصیف کرد که تجربه ای IMMERSIVE ایجاد می کند. در مجموع، مقالات ۲۰۰۵





نقش ها و اقدامات پیشنهادی کوتاه

- قانون گذار/ناظر: چارچوب «افشای احتمال استاندارد»+ منع الگوهای فریبنده+ حمایت خردسالان (رضایت والدین/سقف هزینه)؛ سازوکار بازپرداخت در تخلف.
- پلتفرم ها: الزام «برگه احتمال» قبل از خرید، داشبورد هزینه کاربر/خانواده، سوئیچ سنی، گزارش شفافیت فصلی.
- ناشران: طراحی مسئولانه (شفافیت پیتی/ریت آپ، خاموش کردن تایمرهای کاذب)، آزمون های اثر بر خردسالان، پشتیبانی بازپرداخت.
- انجمن های صنفی: ممیزی مستقل دوره ای، لیست تطابق اعضا، «نام بردن از ناقصین» برای فشار همتایان.
- والدین/مدارس: آموزش احتمال/سوگیری های شناختی، توافق نامه استفاده، فعال سازی کنترل ها.
- NGO ها/حمایت مصرف کننده: تست میدانی تبلیغات و نرخ ها، خطوط راهنمای شکایت و حقوق کاربران.
- پژوهشگران: مطالعات طولی و ارزیابی سیاست (قبل/بعد)، اشتراک الگوهای تحلیل برای بازتولید.

قوانین لوت باکس در مناطق مختلف جهان: (مقررات و مقایسه)

در اروپا:

در اتحادیه اروپا، هیچ قانون هماهنگ فدرال برای لوت باکس ها وجود ندارد و مقررات براساس قوانین ملی قمار و حفاظت مصرف کننده اعمال می شود. بلژیک از سال ۲۰۱۸ لوت باکس ها را به عنوان قمار ممنوع کرده و فروش آن ها را غیرقانونی می داند، مگر اینکه بدون عنصر تصادفی باشند. هلند آن ها را مجاز می داند؛ اما تحت قوانین حفاظت مصرف کننده (مانند افشای شانس ها و محدودیت های سنی) تنظیم می کند. در سال ۲۰۰۵، دستورالعمل های جدید اتحادیه اروپا بر شفافیت قیمت گذاری و اطلاعات دیجیتال تمرکز دارند، اما کشورهای مانند اسپانیا و فنلاند لایحه های پیشنهادی برای ممنوعیت یا محدودیت دارند. طبق گزارش Nurton rose fulbright در اوت ۲۰۰۵، اروپا بر قوانین ملی تکیه دارد و خطر جریمه های سنگین برای عدم رعایت وجود دارد.

در آمریکا:

ایالات متحده فاقد قانون فدرال خاص برای لوت باکس هاست و تنظیمات عمدتاً ایالتی یا از طریق کمیسیون تجارت فدرال (FTC) انجام می شود. در ژانویه ۲۰۰۵، FTC

توسعه دهنده گنشین ایمپکت (یک بازی RPG چینی) را به جریمه ۲۰ میلیون دلاری محکوم کرد و فروش لوت باکس به نوجوانان زیر ۱۶ سال بدون رضایت والدین را ممنوع اعلام کرد. در سطح ایالتی، لایحه A۰۹۰۴۴ نیویورک (سپتامبر ۲۰۰۵) لوت باکس ها را محدود می کند و ممنوعیت محتوای نقدی، کریپتو یا امتیازهای قابل باز خرید را اعمال می کند.

قوانین لوت باکس ها در آفریقا:

مقررات لوت باکس در آفریقا هنوز در مراحل ابتدایی است و بیشتر در سطح ملی و موردی پیگیری می شود. آفریقای جنوبی غالباً به عنوان کانون بحث مطرح است: بر پایه چارچوب های موجود (مانند National Gamble ACT ۲۰۰۴)، اگر یک سازوکار دارای عنصر شانس و ارزش پولی قابل تبدیل باشد، ممکن است ذیل قواعد قمار تفسیر شود؛ اما سیاست واحد و صریحی که «لوت باکس» را به طور جامع قمار بداند، تثبیت نشده است. در ادبیات حقوقی داخلی نیز پیشنهادهایی مانند ممنوعیت برای خردسالان و افشای احتمال/هشدارهای سنی مطرح شده است. در سطح قاره، چارچوب هماهنگ وجود ندارد و بسیاری از کشورها (مثل نیجریه و کنیا) به قوانین عام حمایت از مصرف کننده یا مقررات قمار موجود اتکا می کنند، بی آنکه ممنوعیت خاص و مستقلی برای لوت باکس ها داشته باشند. گزارش های مشاوره ای بین المللی نیز معمولاً آفریقای جنوبی را به سبب زیرساخت های حقوقی قمار، پیشرو در بحث و ظرفیت تنظیم گری می دانند - نه لزوماً دارای «ممنوعیت صریح».

قوانین لوت باکس ها در شرق آسیا:

شرق آسیا رویکردی عمدتاً «شفافیت محور»+ حمایت از خردسالان» دارد، اما جزئیات در هر کشور فرق می کند:

چین:

«ممنوعیت عام» وجود ندارد. از ۲۰۱۷/۷۲۰۱ افشای احتمال اقلام تصادفی برای بازی های آنلاین الزام قانونی است. در ۲۰۲۳-۲۰۲۴ پیش نویس هایی برای سخت گیری بیشتر (محدود سازی پاداش های تشویقی، کنترل خرج کرد) منتشر شد اما بعداً این محدودیت ها بازبینی شد. سیاست های عمومی حمایت از خردسالان (هویت حقیقی/ضد اعتیاد) نیز برقرار است. به طور خلاصه می توان گفت محور اصلی «الزام افشای شانس» و «حفاظت از خردسالان»،

نه ممنوعیت لوت باکس.
ژاپن:

در ۲۰۱۲ «کومپوگاچا» (Gacha Kumpo Complete) توسط «آژانس امور مصرف کننده» غیرقانونی اعلام شد؛ اما خود «گاچا/لوت باکس» به طور کلی ممنوع نیست و بیشتر با قوانین تبلیغات همراه کننده و خود تنظیمی صنعت مدیریت می شود. انجمن صنعت (JOGA) راهنمای افشای احتمال و اقدامات محافظتی برای خردسالان دارد.

کره جنوبی:

بر اساس اصلاحیه «قانون ارتقای صنعت بازی»، از ۲۷ فوریه ۲۰۲۳ و با اجرای کامل از سال ۲۰۲۴، افشای احتمالات آیتم های تصادفی در بازی های ویدئویی به صورت قانونی الزامی شده است. نقض این قانون می تواند به حبس تا ۲ سال یا جریمه ای تا ۲۰ میلیون وون (تقریباً ۱۵۰۰۰ دلار) منجر شود. در سال ۲۰۲۵، الزامات تکمیلی مانند تعیین نماینده محلی برای شرکت های خارجی معرفی شد و گزارش ها از بهبود نرخ انطباق با افشای شانس ها حکایت دارند. نتیجه: رویکردی متمرکز بر شفافیت اجباری با اجرای نسبتاً مؤثر.

قوانین لوت باکس ها در غرب آسیا (خاورمیانه):

در خاورمیانه/غرب آسیا هنوز چارچوب هماهنگ منطقه ای برای لوت باکس ها وجود ندارد. کشورها عمدتاً به ممنوعیت یا محدودیت عام قمار، فیلترینگ، و قواعد حمایت از مصرف کننده تکیه می کنند و وضعیت لوت باکس ها معمولاً به صورت موردی تحت همین قواعد تفسیر می شود.

امارات متحده عربی (UAE):

از سپتامبر ۲۰۲۳ مرجع فدرال تنظیم بازی های تجاری (GCGRA) ایجاد شده که مرجع انحصاری تنظیم، صدور مجوز و نظارت بر گیمینگ/گمبلینگ تجاری در امارات است. این نشانه گذار به نظام مجوزدهی رسمی است، نه یک ممنوعیت مطلق. در عین حال، مطابق قانون جزای فدرال ۲۰۲۱/۳۱ (ماده ۴۶۰)، قمار بدون مجوز جرم است (حبس/جریمه). یعنی تا وقتی چارچوب های GCGRA اجازه نداده اند، فعالیت های قمارگونه، از جمله موارد آنلاین، ممکن است مشمول ممنوعیت یا پیگیری قانونی شوند.

عربستان سعودی:

قمار به طور کلی ممنوع است (بر مبنای شریعت و قواعد کیفری اعمال شده)، و با فیلترینگ گسترده آنلاین همراه است. مقرر خاص «لوت باکس» منتشر نشده،

اما هر سازوکار شبیه قمار می تواند ذیل ممنوعیت عام قرار گیرد.

ترکیه:

طبق تحلیل های حقوقی معتبر، قانون اختصاصی برای لوت باکس ها وجود ندارد؛ با این حال، چارچوب های عام قمار و تبلیغات همراه کننده/حمایت از مصرف کننده ممکن است بسته به طراحی و ارزش اقتصادی پاداش ها اعمال شوند.

قوانین لوت باکس ها در ایران:

در ایران، هیچ قانون صریح و اختصاصی برای تنظیم لوت باکس ها در بازی های ویدئویی وجود ندارد. قوانین موجود، مانند قانون تجارت الکترونیک (مصوب ۱۳۸۲) و ماده ۷۰۵ قانون مجازات اسلامی (مربوط به جرم انگاری قمار)، به طور کلی به معاملات الکترونیکی و فعالیت های قمارگونه اشاره دارند، قانون، معاملات غرری (عدم تشخیص سود و زیان به دلیل جهل به مورد معامله) را باطل اعلام کرده است اما لوت باکس ها را به صورت خاص هدف قرار نداده اند.

بنیاد ملی بازی های رایانه ای، به عنوان نهاد ناظر بر محتوای بازی ها، صرفاً مطالعاتی در زمینه تأثیرات روان شناختی و اقتصادی این مکانیسم ها انجام داده و هیچ سیاست رسمی برای طبقه بندی لوت باکس ها به عنوان قمار ارائه نکرده است. از منظر فقهی، مراجع تقلید مانند آیت الله سیستانی، معاملات غرری را حرام می دانند، اما این دیدگاه به قانون الزام آور تبدیل نشده است. فقدان قانون گذاری مشخص در این حوزه، ضرورت تدوین مقررات شفاف با تمرکز بر افشای شانس ها، محدودیت های سنی، و حفاظت از مصرف کنندگان، به ویژه کودکان و جوانان، را برجسته می کند.

نتیجه گیری

شواهد علمی از مطالعات مستقل و گزارش های سیاستی نشان دهنده ارتباط خرید لوت باکس ها با افزایش ریسک قمار مشکل دار و پریشانی روان شناختی است، هرچند اثبات رابطه علی نیازمند تحقیقات بیشتر است. از منظر مقررات، رویکردهای جهانی به سمت شفافیت و حمایت از کودکان در حرکت است؛ کره جنوبی با الزام افشای احتمالات و اجرای قوی، و اقدامات کمیسیون تجارت فدرال (FTC) در آمریکا، مانند پرونده HoYoverse در ژانویه ۲۰۲۵ که منجر به جریمه ۲۰ میلیون دلاری و ممنوعیت فروش لوت باکس به خردسالان بدون رضایت والدین شد، نمونه های برجسته ای

انجمن‌های صنعت یا پلتفرم‌ها تعیین می‌کنند؛ مثلاً الزام‌نمایش احتمال، سقف خرید برای خردسالان.

تفاوت با قانون: الزام حقوقی مستقیم ندارد، اما برای اعتبار ناشر و جلوگیری از دخالت قانون‌گذار مهم است.

تبلیغات گمراه‌کننده:

(Misleading Adversiting)

هر نوع ارائه/تبلیغ که مصرف‌کننده را فریب دهد: درصدهای نادرست/مبهم، القای تضمین دریافت آیت‌م کمیاب، تایمر کمبود ساختگی، یا پنهان کردن هزینه واقعی. پیامد: در بسیاری کشورها قانوناً ممنوع است و می‌تواند به جریمه/دستور اصلاح منجر شود.

برخی منابع

■ loot Boxes Themselves in Video games can lead to higher risk of Excessive game play (Resaerch Gate 2025 May)

■ Physical Card Pack and Especialy video game lootbox spending (Researchgate; AUG 2025)

■ The Realationship between loot box buying gambling internet gaming and mental health

آیت‌م‌های تصادفی خاص را جمع‌آوری کنند تا به پاداش اصلی (مانند آیت‌م کمیاب یا شخصیت ویژه) دسترسی پیدا کنند. این روش در ژاپن از سال ۲۰۱۲ به دلیل شباهت به قمار و تشویق هزینه‌های بیش از حد، به‌ویژه برای خردسالان، غیرقانونی اعلام شد.

پیتی:

(Pity/Guaranteed Afternpulls)

مکانیکی که می‌گوید بعد از تعداد معینی خرید ناموفق، شانس دریافت آیت‌م کمیاب زیاد می‌شود یا تضمین می‌شود.

مثال: بعد از ۹۰ بار بازکردن جعبه شانس، حتماً یک آیت‌م ۵ ستاره می‌گیرید.

ریت آپ (Rate-Up):

رویداد/دوره‌ای که در آن احتمال به‌دست آوردن یک یا چند آیت‌م خاص افزایش می‌یابد.

PGSI:

شاخص شدت قمار مشکل‌دار؛ پرسشنامه استاندارد که با چند سؤال، سطح ریسک قمار را از بدون نشانه تا مشکل شدید نمره‌دهی می‌کند.

کاربرد در گزارش: سنجش ارتباط خرید لوت باکس با خطر قمار مشکل‌دار.

خودتنظیمی:

(Regulation Industry Self)

قواعد صنفی/راهنماهای داوطلبانه که

هستند. اروپا نیز با راهنمای cpc ۲۰۲۵ بر

شفافیت در بازی‌های دیجیتال تأکید دارد.

اکوسیستم لوت باکس‌ها شامل ذی‌نفعان

متعددی است که هر یک نقش و منافع

دارند. قانون‌گذاران و نهادهای نظارتی،

مانند پارلمان‌ها و رگولاتورهای قمار، بر

کاهش آسیب‌های مالی و روانی تمرکز

دارند، اما با چالش مرزبندی بین سرگرمی

و قمار مواجه‌اند. پلتفرم‌ها (مانند اپل،

گوگل و استیم) با ابزارهای کنترل والدین

و شفافیت، به اعتماد کاربران و کاهش

ریسک حقوقی اهمیت می‌دهند، هرچند با

فشارهای درآمدی و تفاوت قوانین کشورها

روبه‌رو هستند. ناشران و استودیوها، مانند

توسعه‌دهندگان بازی‌های AAA، به درآمد

پایدار و حفظ بازیکنان وابسته‌اند، اما

تاکتیک‌های فریبنده می‌توانند اعتبارشان

را تهدید کند. انجمن‌های صنفی (مانند

JOGA در ژاپن) خودتنظیمی را ترویج

می‌کنند، اما اغلب از نظر نهادهای عمومی

ناکافی تلقی می‌شوند. نهادهای حمایت

از مصرف‌کننده و NGOها بر کاهش آسیب

و آموزش تأکید دارند، در حالی که والدین

و بازیکنان (به‌ویژه کودکان) با ابزارهای

پیچیده و فشارهای اجتماعی دست‌وپنجه

نرم می‌کنند. رسانه‌ها و استریم‌رها نیز با

ترویج لوت باکس‌ها، گاه رفتارهای پرخطر

واژه‌نامه سریع

لوت باکس:

(LootBox)/گاچا (Gacha)

جعبه/قرعه درون بازی که با پول واقعی

یا ارز بازی خریده می‌شود و محتوای

تصادفی می‌دهد (مثلاً اسکین، قهرمان،

آیت‌م کمیاب).

نکته: اگر آیت‌م‌ها قابل تبدیل به ارزش

اقتصادی باشند یا «شانس» نقش اصلی

داشته باشد، بحث‌های شبیه قمار پررنگ

می‌شود.

کومپوگاچا:

(Gacha Kompu/Complete)

نوعی مکانیسم گاچا در بازی‌های ویدئویی

که در آن بازیکنان باید مجموعه‌ای از

منطقه	رویکرد کلی	ممنوعیت/محدودیت‌ها	الزامات کلیدی	سطح اجرا در ۲۰۲۵
اروپا	عمدتاً مقررات ملی، بدون هماهنگی کامل اتحادیه	بلژیک: برخورد شبیه ممنوعیت برای لوت باکس پولی؛ هلند: ممنوعیت «کامل» نیست و به طراحی وابسته است	افشای شانس، حمایت مصرف‌کننده ورده‌بندی سنی (کشور به کشور متفاوت)	متوسط بین کشورها متغیر
آمریکا	پراکنده و ایالتی؛ قانون فدرال خاص وجود ندارد	برخی ایالت‌ها محدودیت/طرح‌ها؛ اقدام‌های FTC ناظر بر حمایت مصرف‌کننده نه ممنوعیت خاص	حفاظت از کودکان مثل COPPA، شفافیت خرید درون برنامه‌ای	پایین تا متوسط ایالت محور
آفریقا	مرحله اولیه و موردی؛ اتکا به قوانین عام قمار/مصرف‌کننده	آفریقای جنوبی: طبقه‌بندی صریح و یکنواخت قطعی نیست	افشای شانس و الزامات سنی در صورت شمول قوانین موجود	پایین محلی و نامنسجم
شرق آسیا	شفافیت محور با ممنوعیت‌های هدفمند	چین: الزام افشای احتمال؛ ممنوعیت عمومی نه؛ ژاپن: ممنوعیت «کمپوگاچا»؛ کره جنوبی: الزام قانونی افشای احتمال	افشای شانس، کنترل/گزارش تخلف، گاهی سقف هزینه	بالا اجرای قوی
غرب آسیا	مبتنی بر ملاحظات فرهنگی/اسلامی و قوانین عام	عربستان: ممنوعیت کلی قمار؛ ترکیه: قانون خاص لوت باکس ندارد	فیلترینگ/نظارت محتوایی، قواعد عام حمایت مصرف‌کننده	متوسط (فرهنگی)
ایران	فاقد قانون اختصاصی برای لوت باکس؛ اتکا به قوانین عام و نظارت محتوایی	قانون تجارت الکترونیک و ماده ۷۰۵ ق.م.ا به‌طور کلی؛ بنیاد ملی بازی‌ها مطالعه پژوهشی داشته؛ ولی سیاست رسمی طبقه‌بندی لوت باکس به‌عنوان قمار ارائه نشده؛ دیدگاه‌های فقهی (مثل حرمت غرر) به قانون الزام‌آور تبدیل نشده	پیشنهاد‌های سیاستی مطلوب؛ افشای شانس‌ها، محدودیت‌های سنی، حفاظت از مصرف‌کننده (به‌ویژه کودکان/نوجوانان)	متوسط (فرهنگی)

بسته فرهنگی

روزگار جنگ و پسا جنگ در عرصه هنر چگونه گذشت؟

هنر زیر سایه جنگ و جنجال



فیلم سال تبدیل شود. رکوردی که در سال های صدرنشینی کمدی ها ارزشمند به حساب می آید. آخرین بار در سال ۹۸ بود که یک فیلم اجتماعی (متری شش و نیم) توانسته بود بالاتر از کمدی ها بفروشد. این صدرنشینی البته چندان ادامه دار نبود اما اگر پیرپسر بتواند رتبه اول جدول فروش را حفظ کند به اولین فیلم غیر کمدی یک دهه اخیر تبدیل می شود که توانسته سلطه کمدی های ضعیف بر سینمای ایران را بشکند. با وجود این پیرپسر در همین اکران سه ماهه

داشت، اعلام شد که این فیلم بدون ممیزی و فقط با در نظر گرفتن رده بندی سنی، پس از چهار سال به نمایش درخواهد آمد و پس از کش و قوس ها و تغییر زمان اکران و اعتراض های کارگردان، بالاخره چند روز مانده به آغاز جنگ دوازده روزه، پیرپسر روی پرده سینما رفت. این فیلم علی رغم اکران شدن در زمان جنگ با استقبال مردم روبه رو شد و توانست با عبور از فروش ۱۷۲ میلیاردی بالاتر از کمدی های پرفروشی مثل دایناسور، مرد عینکی و صدام بایستد و به پرفروش ترین

۱/ جنجال تمام نشدنی «پیرپسر» از پرده
سینما تا صحن مجلس

«پیرپسر» ساخته اکتای براهنی که بعد از قریب به چهار سال بالاخره در بخش ویژه جشنواره فیلم فجر سال گذشته به نمایش درآمد، یکی از جنجالی ترین فیلم های چند سال اخیر سینمای ایران بوده است. فیلمی که از مضمون تا کارگردانش همگی مسئله برانگیز بوده اند. پس از نمایش فیلم در بخش ویژه جشنواره فیلم فجر که تمجید و نظر مثبت بسیاری از منتقدان و اهالی سینما را در پی

عرصه فرهنگ و هنر در ماه های گذشته روزهای پرتلاطمی به خود دید. از پیش از جنگ دوازده روزه و آغاز اکران فیلم هایی که تا پیش از آن با اصطلاح توقیفی از آن ها یاد می شد، تا روزهای جنگ و واکنش ها و تولیدات اهالی محبوب هنر و اتفاقات پسا جنگ که اغلب با جنجال و کشمکش همراه بودند. در این بسته مروری خواهیم داشت به مهمترین اخباری که در این مدت در حوزه سینما، نمایش خانگی و موسیقی منتشر شد و واکنش های عمومی را برانگیخت.

جلوگیری از شکل‌گیری نمادهای جمعی که می‌توانند به نوعی وحدت یا اعتراض ضمنی تبدیل شوند را علت پنهان این اتفاق دانستند.

بخش دیگری از تحلیل‌ها هم علت این مسئله را در کم‌کاری وزارت ارشاد می‌دانند و معتقدند این اجرا بدون تایید نهادهای اجرایی و امنیتی و صرفاً توسط معاونت هنری وزارت ارشاد در حال پیگیری بوده و در نهایت نیز هیچکس مسئولیت برگزاری آن را بر عهده نگرفته است. این شرایط در حالی بوده که همایون شجریان در هماهنگی با ارشاد تصور می‌کرده همه چیز طبق روال در حال انجام است و در نهایت وقتی با مخالفت ورود تجهیزات گروهِش به میدان آزادی مواجه شده، متوجه عدم برگزاری این اجرا شده است. این تحلیل زمانی پررنگ تر شد که نادره رضایی، معاون هنری وزیر ارشاد چندی بعد از لغو این کنسرت برکنار شد و برخی خبرنگاران کنسرت شجریان را یکی از دلایل عزل او دانستند.

در نهایت فارغ از این تحلیل‌ها وقتی می‌شد با مدیریت درست و به موقع مسؤلان وزارت ارشاد و با یک اقدام جهادی که بارها برای برنامه‌های دیگری انجام شده بود، با در نظر گرفتن مصالح کشور و مسائل فرهنگی امنیتی جمعیتی میلیونی از مردم را در روزهای پساجنگ در میدان آزادی یا در هر جای مناسب دیگری دور هم جمع کرد و موسیقی سنتی ایرانی در مدح وطن و همصدا با یک خواننده پر مخاطب خواند و این تصویر را به دست دشمنان رساند که ایران و مردمش پس از پشت سر گذاشتن همه آن انفجارها و از دست دادن‌ها و در میان دست و پنجه نرم کردن با همه شرایط سخت داخلی و خارجی، استوار، متحد و یکصدا و شاد در کنار یکدیگر ایستاده‌اند و می‌ایستند و خواهند ایستاد.



بازیگر پیرپسر این انتخاب را «سر بریدن پیرپسر» نامید. بسیاری از منتقدان نیز از انتخاب نشدن این فیلم شکایت کردند. پیرپسر می‌تواند فیلم مهمی در سینمای ایران به حساب بیاید و دوران جدیدی برای فیلم‌های اجتماعی آغاز کند اما باید دید این حواشی تاکی و البته تا کجا ادامه خواهند داشت.

حواشی کنسرت خیابانی همایون شجریان

کنسرت خیابانی همایون شجریان و لغو آن شاید مهمترین خبری بود که در چند هفته اخیر منتشر شد. شجریان اخیراً از برگزاری کنسرتی رایگان در میدان آزادی خبر داده که آرزوی چند ساله او بوده و با هماهنگی‌های انجام شده قرار است چهاردهم شهریور برگزار شود. کنسرتی که قرار بود با تم ملی و در روزهای پساجنگ توسط این هنرمند در مهمترین و نمادین‌ترین میدان ایران برگزار شود و همه مردم بتوانند در آن از ایران بخوانند. این کنسرت که گفته می‌شد هماهنگی‌های برگزاری آن انجام شده و حتی نشست خبری همایون شجریان درباره جزئیات آن نیز برگزار شد، به یکباره لغو شد. این خبر جنجال و حواشی زیادی به همراه داشت و هر چند از ابتدای مطرح شدن برگزاری این کنسرت در میدان آزادی، برخی از ظرفیت کم‌این میدان برای جمعیتی که برآورد می‌شد به میدان بیایند می‌گفتند اما با اعلام رسمی لغو کنسرت توسط شجریان، حواشی این عدم برگزاری رسانه‌ها را پر کرد. هر چند شهرداری تهران علت این عدم برگزاری را ناهماهنگی و عدم برنامه‌ریزی وزارت ارشاد اعلام کرد و خبر داد که حاضر است در زودترین زمان ممکن با هماهنگی دستگاه‌های مسئول این کنسرت را در فضایی مناسب و در خور شأن مردم یعنی ورزشگاه آزادی برگزار کند اما رسانه‌ها تحلیل‌های مختلفی در این باره منتشر کردند.

بهمن بابازاده، خبرنگار موسیقی نوشت: شهرداری در دوروز باقی مانده تا برگزاری کنسرت، همکاری لازم را نکرده، امکانات شهری را تسریع نکرده و پاسخگو نبوده‌اند. برخی رسانه‌ها نیز با همین برآورد، شهرداری را به صورتی هدفمند و عمدی مقصر این عدم برگزاری دانستند. تعدادی از رسانه‌ها اما موضوع را اختیار صرف شهرداری تهران بالاتر بردند و علت لغو کنسرت را ناشی از ترس نهادهای قدرت از تجمع مردم و تاثیرات اجتماعی-سیاسی آن ارزیابی کردند. این رسانه‌ها نگرانی از تجمع مردم در خیابان

در جلسه سوال از وزیر ارشاد در صحن علنی مجلس، فتح‌الله توسلی نماینده مردم کبودرآهنگ در بخشی از صحبت‌هایش با لحنی تند به این فیلم واکنش نشان داد و خطاب به وزیر گفت: «متأسفانه بسیاری از این فیلم‌ها منجر به بروز طلاق در کشور شده است، این چه فیلم‌هایی ست پر از صحنه‌های فساد و مشروب خواری و... خبر دارید به خاطر این فیلم چه طلاق‌هایی در حال رخ دادن است و چه بر سر جوانان می‌آورد.» پایان این جلسه با نشان دادن کارت زرد به وزیر ارشاد همراه بود که می‌توان پیرپسر را یکی از دلایل این اتفاق به حساب آورد!

حواشی پیرپسر اما به همینجا محدود نشد. در یکی از قسمت‌های برنامه هفت که ۲۴ مرداد پخش شد بهروز افخمی مدعی شد که حمید نعمت‌الله کارگردان سینما در تماسی مطرح کرده که اکتای براهنی پیش از ساخت فیلم «پیرپسر» فیلم «قاتل و وحشی» را دیده و این فیلم قبل از اینکه به نمایش در بیاید راه ساخت فیلم‌های ترسناک را در سینما باز کرده است. براهنی اما واکنشی شدید به این ادعا نشان داد و تماشای فیلم نعمت‌الله پیش از پایان فیلمبرداری پیرپسر را منکر شد و قاتل و وحشی را فیلمی دست‌چندم دانست که می‌خواهد برای موفقیت خودش راه پیرپسر سنجاق کند. موضوعی که با انتشار مطلبی از احسان افشاریان، صداگذار فیلم‌های «قاتل و وحشی» و «پیرپسر»، مشخص شد صحت ندارد و اکتای براهنی ادعای کذبی داشته است. این کشمکش با واکنش‌های بامداد نعمت‌الله نسبت به اکتای براهنی ادامه پیدا کرد تا جنجال‌های پیرپسر تمام نشود.

جدیدترین حاشیه این فیلم هم به انتخاب نماینده ایران برای اسکار برمی‌گردد. در نشست شورای عالی سینما که برای انتخاب نماینده سینمای ایران در اسکار برگزار شد پیمان جبلی رئیس سازمان صداوسیما بدون بردن اسمی از پیرپسر از اعضا خواست در انتخاب‌شان دقت بیشتر و مجددی داشته باشند تا فیلمی که عناصر فرهنگی جامعه ایرانی را نادیده می‌گیرد انتخاب نشود. این موضوع واکنش نسبتاً تند همایون اسعدیان، کارگردان سینما را در پی داشت که جبلی را به خط دادن به کمیته منتخب متهم کرد. در نهایت فیلم «علت مرگ: نامعلوم» برای شرکت در اسکار انتخاب شد و موج جدیدی از واکنش‌ها به راه افتاد که در مهمترینش حامد بهداد،

حواشی زیادی داشته است. برخی مخاطبان و منتقدان در حالی این فیلم را شاهکار بی‌بدیل سینمای ایران می‌دانند که عده دیگری معتقدند فیلم به هیچ وجه خوب نیست و یادداشت‌های دو طرف در فضای مجازی هر روز رد و بدل می‌شود. همین دوگانه‌ها پای این فیلم را حتی به صحن علنی و کمیسیون فرهنگی مجلس هم باز کرد. ماجرا از اینجا آغاز شد که سید امیر سیاح معاون اقتصادی و تنظیم مقررات مرکز ملی فضای مجازی در اعتراض به اکران فیلم پیرپسر، اسپویل فیلم را در پیچ توئیتر و اینستاگرامش منتشر کرد تا فیلم لو برود و ضرر کند!

حسین دهباشی؛ روزنامه‌نگار نیز با ادبیاتی بسیار عجیب و غریب و با استفاده از واژگانی چون «پفیوز»، «گوساله»، «استفراغ»، «لجن» و... از وزارت ارشاد انتقاد کرد که چگونه مجوز پخش چنین فیلمی را صادر کرده است.

بعد از این اظهارات سخنگوی کمیسیون فرهنگی اعلام کرد پرونده این فیلم قرار است در این کمیسیون بررسی شود. او گفته بود: «این هفته در کمیسیون فرهنگی، ضوابط رعایت شده درباره فیلم «پیرپسر» بررسی و تطبیق داده خواهد شد. اگر این ضوابط رعایت نشده باشد، شورای اکران باید پاسخگوی تصویب این اثر باشد.»

حمید رسایی، نماینده تهران و نایب رئیس اول کمیسیون فرهنگی مجلس هم در یادداشتی نوشت: «فیلم پیرپسر را در سینما تماشا کردم. برخی تماشاگران حاضر نیز نسبت به محتوای آن اعتراضاتی داشتند. توضیح دادم که به دلیل بررسی این فیلم در کمیسیون فرهنگی، برای دیدن آن به سینما آمده‌ام. به نظر می‌رسد مهم‌ترین هدف فیلم، زیر سؤال بردن ولایت پدر و مفهوم خانواده باشد. به همین دلیل، پرونده آن برای بررسی به کمیسیون ارجاع شده است.»

پس از این نظرات موجی از واکنش‌ها نسبت به این اظهارات به پا شد و یکی از منتقدان سینما در اعتراض به این جبهه‌گیری نوشت: «تعداد تماشاگران فیلم پیرپسر با وجود اکران وسط جنگ و موشکباران و خلوتی شهر و... از تعداد آرای حمید رسایی و بقیه اعضای کمیسیون فرهنگی مجلس بیشتر است.» این آغاز کشمکشی بود که با بیانیه کانون کارگردانان سینمای ایران و واکنش برخی منتقدان، کارگردانان و حتی سخنگوی دولت در حمایت از این فیلم ادامه یافت.



علاج در روزگار غم

آنچه گذشت و آنچه می‌گذرد

فاطمه خوش‌نما

شماره قبلی مجله رسان را در بهمن ماه سال گذشته بستیم و آن را تقدیم نگاه پرمهر شما اساتید برجسته کردیم. از شماره قبل تا این نسخه فعلی که در دستان شماست، به لحاظ عدد و رقم و روز و زمان و هفته و ماه، چیز زیادی نمی‌گذرد، شاید حدود ۷۱_۸ ماه. اما آنچه این مدت بر کشور ما، فضای فرهنگی و جو غالب در جامعه گذشت، بسیار فراتر از تصور همه ما بوده است. در چند ماه گذشته جنگ و شرایط عجیب و غریب تجاوز نامردانه آمریکا و اسرائیل را از سر گذراندیم و روزهای تلخی را تجربه کردیم.

اما جنگ ۱۲ روزه در کنار همه تلخی‌هایی که با خود به همراه داشت، نتایج و دستاوردهای عجیب و شیرینی هم بر جای گذاشت. در فضای فرهنگی کشور، همراهی خوانندگان، هنرمندان و سلبریتی‌های فضای مجازی را با مردم و حکومت شاهد بودیم و دیدیم که چگونه این افراد پای دفاع از تمامیت ارضی ایران و پای این خاک ایستاده‌اند. مفاهیم زیادی نیز بعد از جنگ ۱۲ روزه در ذهن مردم تغییر کرد، مفاهیمی همچون وطن، غیرت به میهن و میهن دوستی، صلح و دشمنی. مادر این شماره به خاطر حجم عظیم سوژه‌های فرهنگی و اجتماعی، فرصت و ظرفیت پرداختن به همه آن‌ها را نداشته‌ام اما در این میان چند سوژه مهم‌تر را که اولویت بیشتری داشتند برای این شماره از مجله انتخاب کردیم. در بخش سینمایی یک گزارش کامل از فیلم سینمایی پیر پسر تهیه کردیم. به این دلیل که این فیلم فارغ از محتوای کنایی و سیاسی خاصی که دارد، جزو معدود فیلم‌هایی است که از جشنواره فیلم فجر سال گذشته تا هم‌اکنون درگیر حاشیه و در صدر اخبار حوزه فرهنگی ست. شاید به جرات بتوان گفت که در یک دهه گذشته سابقه نداشته که نمایندگان مجلس فیلمی که روی پرده سینماها در حال اکران است را به صحن مجلس ببرند و درباره محتوا و مجوز آن فیلم از وزیر ارشاد سوال ببرند. اتفاقی که درباره پیر پسر افتاد. در حوزه موسیقی هم حواشی آهنگ علاج محسن چاوشی که در روزهای جنگ با عجله ساخته و منتشر شد، در این شماره مجله مورد بررسی قرار گرفت. در بخش فایش‌خانگی هم به سراغ فیلم‌هایی رفتیم که از تصاویر رواج شراب‌خواری در فیلم استفاده می‌کنند و آن‌را مورد بررسی قرار دادیم. اما به نظر حقیر که سردبیر این مجله هستم، می‌توانم بگویم که مهم‌ترین مطلب این مجله، بررسی بازی‌های دیجیتالی قمارگونه است که بسیار در بین نوجوانان و جوانان رواج پیدا کرده است. از آنجایی که در کشور ما موضوع بازی‌های دیجیتال و حوزه گیم اصلاً حوزه مورد توجه مسئولین و مدیران نیست، تلاش کردیم تا با ارائه گزارشی کامل از اوضاع رواج بازی‌های قمارگونه و نوع آن‌ها و شیوه مدیریت این بازی‌ها در بقیه کشورها، اهمیت توجه به این حوزه را یادآوری کنیم.

ان‌شاءالله و به امید خدا در تلاشیم که تا آخر سال ۱۴۰۴ و به همت مدیریت امور دروس معارف اسلامی، اداره سنجش و ارزیابی محتوای دروس معارف هر ماه یک شماره از مجله رسان را به دست شما اساتید بزرگوار دانشگاه‌ها برسانیم. اگر نقد، پیشنهاد یا موضوعی برای درمیان گذاشتن با ما دارید، حتماً آن را از ما دریغ نکنید



چون اون نمی‌دونه که محسن بیشتر پولی که درمیاره کجا هزینه می‌کنه... که اگر خرج خودش کرده بود الان توی یه خونه ۹۰ متری معمولی مستأجر نبود.»

با همه این‌ها این موسیقی بارها در شب‌ها و روزهای سخت جنگ در خانه‌ها و ماشین‌ها و رادیو و تلویزیون پخش شد و تلاش کرد مرهمی باشد بر زخم‌ها.

محسن چاوشی همانطور که در تمام سال‌های فعالیتش نشان داده به حواشی فکر نمی‌کند. به مشکلات و مسائل کشور توجه می‌کند، درد مردم و میهن را با چشم باز می‌بیند و بی‌چشم داشتن به قضاوت‌ها و مرده‌باد و زنده‌بادها، هرچاکه حس کند باید باشد، خالصانه و نه از سرریا می‌ایستد. همانطور که به بهمنی گفته بود: «کاظم! مردم! خطاب به مردم بنویس! بگو هر چی بزنی ما هم جواب می‌دیم یه چی بگو دلشون قرص شه، بگو نترسن؛ این سر و صداها بیشتر برا نفوذیاس! بگو خدا هوامونو داره...»

قطعه متهم کرد. کاظم بهمنی در پاسخ به این ادعا خاطره‌ای از شب ساخته شدن این موسیقی در صفحه اینستاگرامش منتشر کرد و گفت: «شب داشتیم با هم قدم می‌زدیم بعد از کلی حرف، به شوخی بهش گفتم: تو هم ترسیدی یا؟ گفت: ذره‌ای نمی‌ترسم؛ ما جنگ زده‌ایم اما خیلی از این مردم با مقوله جنگ غریبه‌اند، باورم نمی‌شه دوباره به خاک مون تجاوز شده. برگشتیم خونه‌اش؛ ساعت ۱۰:۳۰ شب بود، صدای پدافند قطع نمی‌شد. یه ملودی که از قبل ساخته بود رو برام پخش کرد، گفت: رو همین خط بنویس.»

بهمنی نوشته که محسن چاوشی تا صبح با اصرار بیدار نگهش داشته تا شعر این موسیقی تمام شود و نهایتاً ۸ صبح این قطعه را ساخته. در انتهای همین خاطره، شاعر در پاسخ به ادعای خطیبی درباره دستمزد چاوشی نوشت: «امروز دیدم یه نفر نوشته که چند میلیارد پول بابت علاج گرفته! ای کاش واقعاً حرفش درست باشه!

در روزهایی که جنگ ۱۲ روزه موجی از اضطراب، ترس، ناامنی و غم برای از دست دادن دانشمندان، فرماندهان و مردم غیرنظامی برای کشورمان به همراه آورده بود و مخالفان نظام جمهوری اسلامی در کنار دشمن در حال تحت فشار گذاشتن مردم بودند، بسیاری از هنرمندان مطرح کشور دست‌کم با انتشار مطالبی در فضای مجازی تجاوز به خاک کشورمان را محکوم کردند و در کنار مردم ایستادند. با وجود این اما محسن چاوشی در همان روزها به این بسنده نکرد و دست به ساخت قطعه‌ای زد که به سرعت در بین مردم فراگیر شد. قطعه‌ای که انگار علاجی بود برای مردم ایران در آن روزها. پس از انتشار قطعه «علاج» به خوانندگی و آهنگسازی محسن چاوشی و با شعر کاظم بهمنی اما حاشیه‌هایی برای این خواننده محبوب ساخته شد. اشکان خطیبی بازیگر سابق و اپوزیسیون فعلی، چاوشی را به گرفتن ۳۰۵ میلیارد تومان دستمزد از حوزه هنری برای ساختن این