سفیر انگلیس و چند کشور دیگر از برگزاری مراسم یلدا چه اهدافی داشتند

دیپلماسی انار در چهارراه استانبول

زهرا طیبی
خبرنگار گروه نقد روز

اگر از آداب و رسوم و فرهنگ یک کشور آگاهی داشته باشید، علایق مردمش را بشناسید، بدانید چه غذاهایی را دوست دارند و به کدام بخش از تاریخ گذشته‌شان افتخار می‌کنند، تقریبا نصف راه برای نزدیک شدن به مردم آن کشور و برقراری ارتباط با آنها را رفته‌اید. این برقراری ارتباط با فرهنگ و مردم یک کشور، امری بوده که برای کشورهای مختلف در کنار تلاش برای برقراری و دوام روابط دیپلماتیک‌شان با کشور هدف مورد توجه قرار داشته است، اما موضوع مهم‌تر این است که ارتباط گرفتن با مردم یک کشور و تاثیرگذاری برآنها باید به چه نحوی صورت بگیرد؟

یکی از شئون مهم حضور سفیر در یک کشور

برای ما ایرانی‌ها همیشه تاریخ، آداب و رسوم‌مان باعث افتخارمان بوده است؛ سنت و تاریخی که اصالت خود را حفظ کردند و با مذهب و اعتقادات ایرانی‌ها هم درآمیخته بودند. امری که اگرچه در سایه برخی غفلت‌ها برای برجسته‌کردن این آداب و رسوم در حوزه‌های مختلف قرار داشته است، اما همواره برای دیگر کشورها از جذابیت قابل توجهی برخوردار بوده است. در همین چهارچوب و ناظر به این آداب و رسوم و سنت‌های متفاوت ایرانی‌ها، در میانه برگزاری جشن شب یلدای ایرانی‌ها، تبریک‌های برخی سفرای کشورهای اروپایی و آسیایی نیز به چشم می‌خورد؛ امری که چندان هم عجیب نیست و اتفاقا یکی از شئون حضور سفیر و نماینده در کشور دیگر نیز این است که ارتباط خوبی با مردم و فرهنگ آنها برقرار کند و درجه اهمیت آن گاهی از برقراری روابط دیپلماتیک با دولت‌ها و مسئولان هم مهم‌تر است.

تبریک یلدایی سفیر انگلیس به سبک صادق بوقی

در میان تبریک‌ها اما تبریک یلدایی سفیر انگلیس در ایران در رسانه‌ها مورد توجه قرار گرفت. سایمون شرکلیف البته به سبکی یلدای ایرانی‌ها را تبریک گفت که انتظار می‌رفت ویدئوی تبریک او با واکنش‌ها و بازنشر همراه شود. صادق بوقی و آهنگی که او در گیلان خواند، حواشی زیادی به همراه داشت و همین هم منجر به مورد توجه قرار گرفتن این آهنگ شمالی شد. سفیر انگلیس نیز از همین فرمت برای تبریک عید یلدا استفاده کرد که البته در رسانه‌ها نیز مورد توجه قرار گرفت. این البته اولین بار نیست که اقدامات اینچنینی از جانب این سفیر در رسانه‌ها بازنشر پیدا می‌کند. تقریبا همه آنچه که به آداب و رسوم ایرانی مرتبط باشد و برای ایرانی‌ها جذاب باشد، تبدیل به محتوایی می‌شود که سفارت انگلیس برای برقراری ارتباط با مردم از آن استفاده می‌کند. البته استفاده از چالش‌هایی که در فضای مجازی به راه می‌افتد نیز یکی از مواردی است که سفارت انگلیس برای بازنشر ویدئوها از آن استفاده می‌کند تا مطمئن باشد حتما مورد توجه قرار می‌گیرد، با این تفاوت که تقریبا حرفی از آداب و رسوم انگلیس و تاریخ این کشور به میان نمی‌آید و حتی سفیر نیز تا حد ممکن با زبان فارسی صحبت می‌کند و تنها از جزئیات، نمادها و زیبایی‌های سنن ایرانی‌ها صحبت می‌شود؛ مثلا در روز جهانی کباب، سفیر انگلیس از کباب ایرانی صحبت می‌کند و آشپز می‌شود و از سختی‌های پخت کباب ایرانی می‌گوید. روزی که مخصوص به فردوسی است از این شاعر بزرگ ایرانی می‌گوید که نوشتن شاهنامه‌اش ۳۰ سال طول می‌کشد و البته تاکید می‌کند که موضوع شاهنامه مبارزه برای آزادی است. فرش ایرانی، عید نوروز و روز بزرگداشت حافظ همه مناسبت‌هایی هستند که مورد توجه سفیر انگلیس قرار می‌گیرد و به نوعی هم از نمادها، جذابیت‌ها و ظرافت‌های فرهنگی ایران صحبت به میان می‌آورد. این فعالیت‌ها البته در شرایطی اتفاق می‌افتد که در سطح دیپلماتیک روابط ایران و انگلیس با چالش‌هایی همراه بوده است. هروقت پای یک ناآرامی در خیابان‌های ایران وسط بود و ترور شخصیت‌ها و خرابکاری در ایران اتفاق می‌افتاد، انگلیسی‌ها وسط میدان بودند. درآخرین نمونه نیز محرز شدن جاسوسی علیرضا اکبری برای انگلیس که در ترور شهید فخری‌زاده نقش داشت، از جمله فعالیت انگلیسی‌ها بود. با در نظر گرفتن این موارد تلاش سفارت انگلیس در تهران برای برقراری ارتباط با مردم ایران و دوستانه کردن روابط و تغییر این نگاه از طریق این اقدامات، قابل توجه است؛ اگرچه در تمام ویدئوهایی که از سفیر انگلیس که ظاهرا با انگیزه همدلی با مردم ایران منتشر می‌شود، طعنه‌ها و کنایه‌هایی دیده می‌شود که مشخص می‌کند تلاش آنها ایجاد نوعی شکاف و دودستگی در جامعه ایرانی است، با این وجود و فارغ از این موارد همه آنچه که سفیر یک کشور باید انجام دهد، برقراری ارتباط با مردم کشوری است که به عنوان نماینده کشورش در آن حضور دارد.

از حافظ‌خوانی سفیر استرالیا تا جشن توجی ژاپنی‌ها

تبریک‌های یلدایی و جذابیت این سنت اصیل ایرانی‌ها از جانب بیشتر کشورهای دنیا امسال مورد توجه بیشتری قرار گرفت. در این میان سفارت ژاپن نیز یلدای ایرانی‌ها را تبریک گفت؛ البته ژاپنی‌ها هم شب یلدا را جشن می‌گیرند، با این تفاوت که به آن «توجی» می‌گویند، مردم غذاهایی حاوی کدوحلوایی و لوبیای آزوکی می‌خورند. نگاهی به فعالیت‌های سفارت ژاپن در ایران نشان می‌دهد که تلاش این سفارت بیشتر به برقراری روابط از طریق همانندسازی آداب و رسوم و غذاهای محلی مشترک ایران و ژاپن استوار است؛ امری که تلاش می‌کند از این طریق روابط میان ایران و ژاپن را تقویت کند. سفیر استرالیا و سفیر آلمان در ایران نیز دیگر افرادی بودند که یلدای ایرانی را به سبک خودشان البته با آیین ایرانی تبریک گفتند. سفیر استرالیا، با شعری از حافظ یلدای ایرانی‌ها را تبریک گفت. به نظر می‌رسد که هرکدام از این کشورها برای نزدیک شدن به مردم ایران تلاش می‌کنند، در این میان اشتراکات میان دو فرهنگ، غذاها، ضرب‌المثل‌ها و لباس‌ها می‌توانند انتخاب خوبی برای برقراری این نزدیکی میان دوکشور باشد؛ برای مثال پخت یکی از غذاهای معروف استرالیایی و درخواست از مردم ایران برای نظر دادن در این رابطه نیز یکی از اقداماتی است که اگرچه کوچک و کم‌اهمیت به نظر می‌رسد اما می‌توان گفت مجموعه آنها در کنار هم موثر واقع خواهد شد؛ در این میان اگرچه این امکان وجود دارد که روابط دیپلماتیک دچار چالش شوند یا حتی در مقاطعی تیره و تار، اما ایجاد ارتباط میان مردم دو کشور امری است که نمی‌توان به راحتی آن را دچار چالش کرد.

تبریک یلدایی اسرائیلی‌ها، جشن شب یلدای وزارت خارجه آمریکا

تبریک‌های ادامه‌دار یلدایی اروپای‌ها البته به سفرای کشورها محدود نماند. ابرام پیلی، نماینده ویژه در امور ایران در وزارت خارجه آمریکا نیز یلدای ایرانی‌ها را اینطور تبریک گفت: «یلدا زمانی برای جشن و شادی است، اما متاسفانه مردم ایران همچنان با سختی‌ها و رنج‌های وصف‌ناشدنی مواجه هستند.» البته وزارت خارجه آمریکا ویدئویی از جشن گرفتن شب یلدا در این وزارت خارجه با حضور مقامات وزارتخانه، منتشر کرد. علاوه‌بر این صفحه فارسی‌زبان نیروی دفاعی اسرائیل نیز ویدئویی از تبریک یلدا توسط سخنگویان فارسی‌زبان ارتش اسرائیل منتشر کرد که البته اقدام تازه‌ای نبود و در میانه جنگ و درگیری‌هایی که در نوار غزه وجود دارد و تهدیدهایی که اسرائیلی‌ها همواره و درطول این مدت متوجه ایران می‌کردند، می‌توان گفت تلاش می‌شود در میانه این جنگ این پروژه اجرایی شود که روابط مردم اسرائیل و ایران متفاوت از سیاست‌های دولت‌هاست. با وجود این تعداد تبریک‌های یلدایی که امسال از جانب چند کشور اروپایی مورد توجه قرار گرفت، از چند زاویه قابل بررسی است.

یک تبریک ساده شب یلدا

چندی پیش بود که خبر تغییر نام شب یلدا در تقویم ایران واکنش‌های زیادی به همراه داشت، مصوبه‌ای که شورای عالی انقلاب فرهنگی آن را تصویب کرد که شب یلدا در تقویم ایرانی به روز ترویج فرهنگ میهمانی و پیوند با خویشان تغییر نام پیدا کند. برداشتی که از این تغییر نام در فضای مجازی و در میان افکارعمومی ایجاد شد، این بود که برخی قصد دارند فرهنگ‌های اصیل ایرانی و سنت‌های ایرانی به فراموشی سپرده شود، موضوعی که اگرچه با واکنش مسئولان همراه و این ادعا تکذیب شد اما همواره و درطول سال‌های مختلف این تلاش از جانب رسانه‌های فارسی‌زبان و برخی شیطنت‌های کشورهای خارجی همراه می‌شد تا شکافی میان آداب و رسوم ایرانی و مذهب و اعتقادات ایرانی‌ها ایجاد کنند. در همین چهارچوب همواره تلاش می‌شد این موضوع القا شود که نظام حکمرانی ایران به‌دنبال نادیده گرفتن یا به فراموشی سپردن آداب و رسوم اصیل ایرانی‌ها هستند؛ امری که البته در سایه برخی تندروی‌ها و اقدامات نسنجیده نیز به این شائبه دامن زده است. در همین راستا همیشه شاهد این بوده‌ایم که برجسته کردن آداب و رسوم ایرانی که با برداشت این کشورها و رسانه‌های فارسی‌زبان جدای از اعتقادات مذهبی ایرانی‌هاست، به‌دنبال ایجاد شکاف میان این دو امر بوده‌اند. درحالی‌که این آداب و رسوم در دوره‌های مختلف تاریخ با اعتقادات مردم درآمیخته بوده و چیزی جدای از اعتقادات نیز نبوده است. بر این اساس به نظر می‌رسد فرامتن تبریک‌های متعددی که برخی سفرا، رسانه‌های فارسی‌زبان و حتی مقامات وزارت خارجه آمریکا و اسرائیلی‌ها منتشر می‌شود، نوعی تلاش برای برجسته‌سازی و جدایی آن از اعتقادات مذهبی ایرانی‌هاست، درحالی‌که واقعیت ماجرا متفاوت از این برداشت‌هاست.

ایجاد شکاف در جامعه ایرانی؟

در سمت دیگر سوالی که به‌وجود می‌آید، این است که چرا تعدد این تبریک‌ها از جانب کشورهایی صورت گرفته که اتفاقا روابط دیپلماتیک چندان صمیمانه‌ای میان آنها و ایران وجود ندارد. واقعیت ماجرا این است اینکه مردم یک کشور درباره موضوعات و مسائل کلان چطور فکر می‌کنند، اهمیت قابل توجهی دارد. اگر بتوانید کنترل افکارعمومی یک جامعه را در دست بگیرید، همه چیز را در اختیار دارید.

این امر چندسالی می‌شود که از جانب کشورهای خارجی مورد توجه قرار گرفته و رسانه‌های فارسی‌زبان نیز در این چندسال تلاش‌های زیادی برای تاثیرگذاری بر افکار عمومی ایران انجام داده‌اند. به همین خاطر یکباره می‌بینیم سفیر انگلیس که سابقه روشنی در اقدام علیه مردم ایران دارند، با ظرافت تلاش می‌کند از طریق ارتباط برقرار کردن با آداب و رسوم و فرهنگ ایرانی، تصویری متفاوت از آنچه در ذهن مردم ایران از انگلیس وجود دارد، ایجاد کند یا آن تصویر را اصلاح کند یا در سمت دیگر در شرایطی که اسرائیل درگیر جنگ در نواره غزه است و فشار افکار عمومی دنیا علیه اقدامات او روزبه‌روز درحال افزایش است، برای ایرانی‌ها و به مناسبت شب یلدا محتوا تولید می‌کند. برداشتی که می‌توان در ادامه این تبریک‌ها داشت، ساخت تصویری از کشور اروپایی و به‌نوعی تفکیک قائل شدن میان مردم و نظام حکمرانی است؛ امری که به‌دنبال تعمیق شکاف‌هاست تا در برهه‌های حساس و بروز ناآرامی‌ها و نارضایتی‌ها خود را نشان دهد و خواست جامعه را مقابل خواست مردم قرار دهد.

نگاهی به این اقدامات و فعالیت‌های اخیر مقامات برخی کشورهای اروپایی نشان می‌دهد مانند گذشته تلاش‌هایی برایی تعمیق شکاف میان مردم و نظام حکمرانی وجود دارد، امری که البته انگیزه اصلی خود را فریاد نمی‌زند اما درست نقطه مقابل سیاست آن کشور در برقراری روابط سیاسی با ایران قرار دارد و این گزاره را تقویت می‌کند که شیطنت‌هایی در این راستا درحال انجام است؛ نکته‌ای که در این میان باید موردتوجه قرار گیرد، هوشمند بودن نسبت به این امر است و میدان ندادن به متحجرانی است که آگاهانه یا ناآگاهانه به این شکاف‌ها دامن می‌زنند و مهر تاییدی بر این امر می‌زنند که انگیزه‌هایی وجود دارد تا فرهنگ و آداب و رسوم ایرانی به فراموشی سپرده شوند.

بالاخره کار سفیر این است

فارغ از این موارد اما باید این نکته را مورد توجه قرار داد که یکی از مهم‌ترین اقدامات و وظایف سفیر یک کشور، برقراری ارتباط با مردم آن کشور و شناساندن آداب و رسوم کشور خود به مردم کشوری است که نماینده آن است و تلاشش برای محکم کردن روابط دیپلماتیک از طریق برقراری این روابط است. اما موضوع مهم این است که این اقدام به چه نحوی صورت بگیرد. داشتن ایده در این رابطه، اجرای دقیق و درست آن در کشور مورد نظر ازجمله موضوعات مهم در این راستاست. اقدامی که از جانب برخی سفرای کشورها در ایران با ظرافت و توجه خوبی درحال اجراست. امری که حالا و در شرایطی که ایران نیز سیاست گسترش ارتباط با همسایگان را دنبال می‌کند، خلأ توجه به آن و مورد توجه قرار دادنش احساس می‌شود. برقراری ارتباط با کشوری که تعاملات سیاسی و اقتصادی با آن وجود دارد، هم به‌نحوی می‌تواند این روابط را مستحکم کند و هم با توجه به ظرفیت‌های قابل‌توجهی که در فرهنگ ایرانی وجود دارد و اشتراکات قابل‌توجهی که میان فرهنگ ایرانی و برخی کشورهای همسایه وجود دارد، امکان انجام این اقدامات مثبت فراهم‌تر است. امری که به‌نظر می‌رسد درجه اهمیت چندانی در سفارتخانه‌های ایران در کشورهای همسایه و کشورهایی که روابط دیپلماتیک خوبی با آنها برقرار است، وجود ندارد.

درباره کیک بودن یک استراتژی رسانه‌ای

ماکاربران هم مقصریم

حسین حق‌پناه
جامعه‌شناس

وقتی از منظر نوجوان دیجیتال به اتفاقات شب یلدای تلویزیون و شبکه ۳ و دعوت از امیر محمد که معروف به جمله «واگعیه یاکیکه؟» نگاه می‌کنیم، چند مساله قابلیت طرح دارد. اولین نکته این است که چه بخواهیم و چه نخواهیم زیست مجازی جدید یا نوجوان دیجیتال دارد خودش را به ما تحمیل می‌کند و گریزی از این نیست. نوجوانی که بخشی از مسیر رشد و موفقیت خودش را در استفاده کردن و کنشگری در فضای مجازی، تعریف می‌کند. برای یکی استریم کردن و تولید محتوا در یوتیوب و یوتیوبر شدن است و برای دیگری، شرکت در چالش‌های اینترنتی و مجازی است و برای یکی دیگر فالوئر گرفتن و استوری شدن توسط سلبریتی مورد علاقه‌اش است و برای طیف دیگر هم حضور در فندوم‌ها و هواداری مجازی است. نادیده گرفتن اینهاست که یک جاهایی خودش را بیرون می‌ریزد و به شکل کاریکاتوری خود را نشان می‌دهد. آن هم جایی است که کسی که در فضای مجازی به خاطر یک شوخی معروف شده است را ما روی آنتن می‌آوریم و به آن ضریب می‌دهیم. بار اول نیست که این اتفاق افتاده است. قبلا هم درمورد کچلیک و آرات و کودکان و نوجوانان دیگر هم این اتفاق افتاده است که خیلی وقت‌ها نه لزوما به دلیل استعداد و توانمندی‌شان بلکه به خاطر یک سوتی یا یک شیرین‌زبانی، مورد توجه رسانه‌ها قرار گرفته‌اند و رسانه ملی ما هم به آن پرداخته است.

نقش خودمان را نادیده نگیریم

نکته اینجاست که بخشی از آن به خود ما برمی‌گردد. ما کاربران شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی هستیم که اینها را معروف کردیم. این نکته را نباید نادیده بگیریم و بار مسئولیت را از دوش خودمان برداریم. ما از شب یلدا تا الان داریم به شبکه ۳ خرده می‌گیریم که چرا این نوجوان را آورده اما کمتر کسی به این موضوع توجه می‌کند که خود ما اینها را از کجا می‌شناسیم و خودمان چقدر این ویدئوها را دست به دست و استوری کرده‌ایم و حتی به سخره گرفته‌ایم. خود ما چه نقشی در به شهرت رسیدن امیر محمدها، گل منو اذیت نکنیدها، ماماسیتا ماماسیا ماماسیتا کالچراو چیزهایی شبیه به این داریم؟ پس خود ما اینها را به شهرت می‌رسانیم و دوست داریم با آنها شوخی کنیم و بیشتر ازشان بشنویم. البته تاریخ انقضای این افراد خیلی زود می‌گذرد و ما دوباره دنبال سوژه جدید، میم یا ترول جدید هستیم که به آن بخندیم و برای ۱۵ ثانیه هم که شده ما را سرگرم کند و خنده روی لب‌هایمان بیاورد. پس این نقش خودمان را هم نباید نادیده بگیریم. آنچه که شب یلدا در قاب تلویزیون دیدیم بازنمایی از رفتار مجازی خود ما کاربران و البته الگوریتم‌هایی که پلتفرم‌های فضای مجازی دارند، بود که در آن کسانی را به شهرت می‌رساند و روی آنها پروژکتور و نور می‌تاباند که همین قدر سطحی و لحظه‌ای و خنده‌دار هستند. چرا یکبار از خودمان نپرسیدیم این همه آدم چهره علمی و تولیدکننده حرفه‌ای و آدم محقق و پژوهشگر در فضای مجازی داریم، اما چرا آنها بیشتر از یک حدی به شهرت نمی‌رسند؟ چرا ویدئوهای آنها دست به دست و وایرال نمی‌شود؟ دلیلش فرهنگ دیجیتالی است که نه‌فقط در کودک و نوجوان بلکه روی همه ما سایه انداخته است و ما در آن غرق شدیم و آن را نمی‌بینیم، چون همه ما را دربرگرفته است و داریم در آن تنفس می‌کنیم. خود ما ها چقدر این افراد عمیق و علمی را در فضای مجازی دست به دست کردیم.

صداوسیما باید تعارضات عملکردش با ادعاهایش را بپذیرد

این فرهنگ شهرت و celebrity culture که رسانه‌های جدید آن را ایجاد کرده‌اند، سوخت آن توجه ما کاربران است که آن را با لایک‌ها و کامنت‌ها و ذخیره و ارسال‌مان تامین می‌کنیم. ازطرفی طبیعی است که تلویزیون بخواهد روی موج شهرت آنها سوار شود. تلویزیون کسی را نمایش می‌دهد که فکر می‌کند ما دوست داریم آن را ببینیم یا ما با آن سرگرم می‌شویم و شاید توقع نداشت که در این دوقطبی‌های سیاسی و انتقاداتی که اخیرا شکل گرفته است، مثل سلبریتی سالم یا رویکردهای تحولی که صداوسیما اعلام می‌کند به صداوسیما نقد شود. به نظر من خود صداوسیما هم توقع چنین انتقادات زیادی را در چندساعت اخیر نداشته است. اولین دلیل همانی است که خود ما آنها را بزرگ کردیم و دومین دلیل تناقض یا فاصله بین ادعاهای تحولی در صداوسیما با واقعیت فرهنگ عمومی ماست که صداوسیما بخواهد یا نخواهد مجبور می‌شود به آن تن بدهد. صداوسیما در رویکرد جدید خود بارها از اینکه می‌خواهد سلبریتی را حذف یا محدود کند سخن گفته است و مدام گفته می‌خواهم عمیق‌تر و عدالتخواهانه‌تر یا فراتهران نگاه کنم. اما گویا فراموش کرده یکی از مولفه‌های اصلی فرهنگ شهرت تا همین چندسال پیش، خود تلویزیون با همین برنامه‌های گفت‌وگومحور و سریال‌های مختلف بوده است. صداوسیما با تار و پود فرهنگ شهرت درهم آمیخته است. پس ناگهان بخواهد شعار بدهد یا چرخش شعاری انجام دهد، با عملکرد خودش حداقل در کوتاه‌مدت در تعارض است و اتفاقا نباید این تعارض را کتمان کند. به نظر من اگر این تعارض را بپذیرد و صادقانه‌تر رفتار کند، مخاطبان هم راحت‌تر این موضوع را خواهند پذیرفت چراکه زندگی خود ما هم پر از این تعارضات و تناقضات است.

همه ما می‌دانیم که باید کتاب بخوانیم و عمیق باشیم و باید الگوها و قهرمانان واقعی را به دیگران معرفی کنیم و آنها را بپذیریم ولی ما هم پر از این تعارضات هستیم و در خلوت خودمان در اینستاگرام به جای ابوعلی سیناها و زکریاهای رازی و پروفسور سمیعی و مریم میرزاخانی‌ها دنبال خواننده‌ها و فوتبالیست‌ها و بیوتی بلاگرهایی هستیم که به آنها علاقه داریم و این تعارضات را در زندگی خودمان پذیرفته‌ایم. اما وقتی در قاب تلویزیون می‌آید و آنجا درباره تحول شعار داده می‌شود ولی در عمل دوباره به همین سطحی بودن می‌رسد، توقع نداریم که این تعارضات وجود داشته باشد چون آنجا شعارهای بزرگ‌تری داده می‌شود. بنابراین من فکر می‌کنم که این تعارضات و تناقضات نه‌فقط در قاب تلویزیون، که در گوشی خود ما هم هست؛ آنجایی که شجریان و تتلو در پلی‌لیست‌هایمان کنار هم قرار می‌گیرند.

وقتی استعداد را فقط چیزی که قابل نمایش باشد تعریف کردیم به این وضع دچار شدیم

یکی از نگرانی‌هایی که وجود دارد و فقط با واگعیه یا کیکه در ویژه‌نامه شب یلدا رخ نداده است، بلکه «عصر جدید» و برنامه‌های استعدادیابی و خیلی از سازوکارهای رسانه‌ای ما آن را تقویت می‌کند، این است که نوجوان خودش را در کجای قاب تلویزیون می‌بیند؟ کدام نوجوان در حال برجسته شدن است؟ درحالی‌که در دهه‌های گذشته که ما نوجوان بودیم، تنها نوجوانانی شایسته توجه و قابل ترویج بودند که کسانی مثل جواد فروغی و سیدمحمدحسین طباطبایی باشند که کاملا از یک زمینه مذهبی و خاص اجتماعی بروز و ظهور می‌کردند اما ما الان به جایی رسیده‌ایم که تنها نوجوانانی شایسته قرار گرفتن در پربیننده‌ترین لحظه‌ها و شبکه‌های سیما هستند که بیش از همه در فضای مجازی کنشگری داشته باشند و این کنشگری بیش از آنکه تولید محتوای حرفه‌ای باشد، یوتیوبر شدن و استریمر شدن و مانند اینهاست. پس نباید توقع داشته باشیم که نوجوان مسیر آموزش حرفه‌ای و مسیرهای سخت را برای موفقیت انتخاب کند. چون چه در عصر جدید دیده است که می‌تواند با کله‌ومعلق زدن و سیرک و دنبال کردن مهارت‌های نمایشی مورد توجه قرار بگیرد، چه در مدرسه یا فامیل یا حتی در فضای مجازی دیده است که با دنبال کردن مهارت‌های بی‌ربط به مسیر رسمی آموزش مثل چرتکه، ضرب ۴ رقم در ۵ رقم و هرآنچه که قابلیت نمایش داشته باشد، می‌تواند مورد توجه قرار بگیرد و این نمایشی شدن استعداد و نمایشی شدن رشد نوجوان است که خطرناک است.

من فکر می‌کنم در مصداقش امیرمحمد اتفاقا خیلی آدم موفقی است. امیرمحمد دانش‌آموز سمپاد در اردبیل است. یعنی یک بچه کاملا تیزهوش است و درسش بسیار خوب است و خانواده خوبی دارد. اما او هیچ‌وقت به خاطر سمپادی بودن و تیزهوش بودن آنقدر مورد توجه قرار نگرفته بود که دیشب مورد توجه قرار گرفت و این خطر سایر بچه‌های تیزهوش، باهوش و توانمند جامعه ما را هم تهدید می‌کند که اگر تو سال‌ها درس بخوانی و تلاش کنی و نمرات خوب باشد ممکن است به نتیجه نرسی اما یک بروز رسانه‌ای می‌تواند حتی به شکل ناخواسته تو را به شهرت برساند. اگر قرار باشد جلوی چیزی را بگیریم، باید جلوی بازنمایی نامنصفانه را بگیریم که هرچه می‌خواهی باش، مشهور شو چون موفق می‌شوی.