کد خبر: ۲۹۴۵۴۷
شنبه ۶ تیر ۱۴۰۵ ۱۵:۴۰

گزارش رصد فرهنگی (۹۸)

پدیده لبوبو به مثابه یگ آینه فرهنگی: کالبدشکافی اقتصاد عاطفی، قبایل دیجیتال و آینده صنایع خلاق ایران

گزارش حاضر از تحلیل پدیده «لفوفو» به‌مثابه ابزاری تشخیصی بهره می‌برد تا مداخلات سیاستی مشخصی را برای اصلاح این زیست‌بوم و هم‌راستاسازی آن با اهداف کلان فرهنگی کشور پیشنهاد دهد این گزارش پدیده «لفوفو» که در مهر سال ۱۴۰۴ در مرکز رصد فرهنگی کشور تولید شده است را نه یک انحراف، بلکه نشانه‌ای دقیق از منطق زیست‌جهان دیجیتال نسل جدید و آینه‌ای برای کالبدشکافی نقاط قابل‌بهبود در زیست‌بوم خلاق کشور می‌داند.

طی ماه‌های کنونی، بازار سرگرمی و کالاهای مد روز در ایران شاهد ظهور پدیده‌ای انفجاری بود که تحت عنوان «لبوبو» شهرت یافت. بااین‌حال، نخستین گام برای یک تحلیل راهبردی، تمایز گذاری دقیق میان دو واقعیت متفاوت است: «لبوبو» به‌عنوان یک فرآورده اصلی، یک اسباب‌بازی هنری کلکسیونی است که توسط شرکت چینی «پاپ‌مارت» تولید می‌شود. اما آنچه در ایران به‌شکل گسترده رواج یافته، پدیده‌ای ثانویه به نام «لفوفو» است. یک کالای تقلبی که به‌طور عمده کارکرد «اکسسوری مد» را یافته است. این تمایز، تنها یک نکته فنی نیست، بلکه کلید درک ماهیت واقعی این موج در بستر ایران است که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

درحالی‌که برخی گزارش‌های رسانه‌ای اولیه، با اتکا به دیده‌های میدانی، از فروش میلیونی این عروسک سخن می‌گفتند، تحلیل‌های داده محور تصویری دقیق‌تر و درعین‌حال هشداردهنده را ترسیم می‌کنند. برآوردهای کارشناسی مبتنی بر داده‌های فروش جهانی و تحلیل بازار داخلی نشان می‌دهد که حجم واقعی این پدیده در ایران حدود دویست هزار عدد عروسک تقلبی با ارزشی بالغبر یک‌صد میلیارد تومان است. این رقم، اگرچه برخلاف ادعاهای رسانه‌ای مبنی بر فروش میلیونی (برحسب تعداد) است ولیکن از منظر سیاست‌گذاری فرهنگی و اقتصاد فرهنگ همچنان اهمیتی شایان دارد. زیرا گواهی بر وجود یک تقاضای عظیم و برآورده نشده در داخل کشور است که توسط یک بازار غیررسمی، غیرشفاف و آسیب‌زا تأمین می‌شود. ازاین‌رو، این «آینه فرهنگی» و سیگنال راهبردی را می‌توان بازتاب‌دهنده دینامیک‌های عمیق‌تری در حوزه اقتصاد عاطفی، هویت‌یابی دیجیتال نسل جدید، و ضعف‌های ساختاری صنایع خلاق کشور تلقی کرد. این پدیده، یک «آزمون تنش» بی‌واسطه برای کلان‌سیاست‌های فرهنگی کشور و یک فرصت کم‌نظیر برای رصد فاصله میان «عرضه فرهنگی‌رسمی» و «الگوهای مصرف واقعی» دانست. البته اینکه پدیده «لفوفو» توانسته است بدون حمایت، به‌چنین نفوذ فرهنگی و اقتصادی دست یابد، این پرسش بنیادین را برای نهادهای متولی همچون «ستاد فناوری‌های نرم و توسعه صنایع خلاق» و یا «شورای نظارت بر اسباب‌بازی» مطرح می‌سازد که چرا باوجود تدوین اسناد بالادستی مانند «سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم» و برگزاری رویدادهایی نظیر «جشنواره فیروزه»، زیست‌بوم فرهنگی کشور در خلق روندهای مشابه و پاسخگویی به ذائقه نسل جدید توفیق مورد انتظار را نداشته است.

پرسش از چرایی این چالش ساختاری-باوجود اسناد و نهادهای متعدد-و ریشه‌یابی دقیق آن، خود می‌تواند موضوع پژوهش‌های آینده باشد. اما تمرکز اصلی این گزارش، بر تحلیل پیامدهای این شکاف است. درواقع، این گزارش پدیده «لفوفو» را نه یک انحراف، بلکه نشانه‌ای دقیق از منطق زیست‌جهان دیجیتال نسل جدید و آینه‌ای برای کالبدشکافی نقاط قابل‌بهبود در زیست‌بوم خلاق کشور می‌داند. در جهانی که با بحران‌های معنایی مواجه است، فرآورده‌های چون لبوبو به «خرده روایت‌هایی» برای هویت‌سازی بدل می‌شوند و ناکامی در ارائه

جایگزین‌های جذاب داخلی با منطق تجویزی (مانند تجربه «دارا و سارا»)، این فضا را برای نفوذ نمونه‌های خارجی باز می‌گذارد.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارش راهبردی اخیر خود در خصوص عروسک «لبوبو» اشاره می‌کند، یک روزنامه ادعا کرده بود بیش از یک‌میلیون عروسک لبوبو در ایران به فروش رفته است. رقمی که اگر درست می‌بود، از نفوذ چشمگیر فرهنگی و اقتصادی حکایت داشت. بااین‌حال، گروه سیاست‌پژوهی و تحلیل داده نمافر، با نگاهی اقتصادی و با تخمین ارزش بازار در حدود ۱۰۰ میلیارد تومان و لحاظ کردن قیمت‌های متوسط، برآورد متفاوتی ارائه داد که به فروش تقریبی ۲۰۰ هزار عدد اشاره داشت. این تفاوت جالب‌توجه در آمار، بیش از هر چیز، گویای پیچیدگی بازار ایران، فقدان داده‌های قابل‌اتکا و نقش برجسته بازارهای غیررسمی است. درواقع، ادعای فروش میلیونی لبوبو در ایران باتوجه‌به آمار فروش کلی شرکت تولیدکننده اصلی (پاپ‌مارت) که برای تمام منطقه اروپا، خاورمیانه و آفریقا در همان بازه زمانی حدود ۱.۱ میلیون عدد بوده است، چندان محتمل به‌نظر نمی‌رسد.

مقصود از «آزمون تنش» این است که پدیده لفوفو به‌مثابه یک فشار غیرمنتظره عمل کرده و کارآمدی و ظرفیت واقعی سیاست‌ها و نهادهای فرهنگی رسمی کشور را در پاسخ به روندهای نوظهور و تقاضای بازار آشکار می‌سازد.