

در برابر ۶ از منظر اخلاق اجتماعی سیاست هنری و حقوق کودک موسیقی مبتذل

گزارش رصد فرهنگی: ۵۷: آذر ۱۴۰۲



مسئله اصلی سیاست موسیقی کشور، فقدان تنظیم‌گری متناسب با وقایع، روندها و ضرورت‌های وضع موجود است. گزارش پیش‌روی از سه منظر، سیاست موسیقی را با تمرکز بر موسیقی مبتذل مورد بررسی قرار داده است؛ ابتدا از منظر تحلیل فرهنگی، برای توضیح موسیقی مبتذل (از جنبه هنری و اخلاقی)، برخی از ترانه‌های مبتذل پرشنونده تحلیل فرهنگی شده. سپس از منظر چرایی رواج این نوع موسیقی و علاقه بخش قابل اعتنایی از جامعه به این نوع موسیقی‌ها، از منظر سیاست هنری و موسیقی ایران بحث شده است. در گام سوم، از منظر حقوقی و قانونی، محتوای غیراخلاقی در آهنگ‌ها در آمریکا، انگلیس و ایران مورد بررسی قرار گرفته و در نهایت، سیاست‌های پیشنهادی مطرح شده است.



مرکز رصد فرهنگی کشور
www.ir.cud.ir

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

عنوان: موسیقی مبتذل؛ از منظر اخلاق اجتماعی، سیاست هنری و حقوق کودک

مدیر طرح: محمد اصغری

پژوهشگران: اسماعیل غلامی پور، سیدعلی حسینی، امیرحسین گنجی آزاد

ویراستاران: قمر نکاوران، شیمادادادی

صفحه‌آرایی: حسین آذری

طراح جلد: رضا زکی پور

نوبت چاپ: اول. پاییز ۱۴۰۲

شمارگان: برای مخاطبان خاص

این نسخه به سفارش دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور تهیه شده است.

همه حقوق این اثر برای مرکز رصد فرهنگی کشور محفوظ است.
در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
صندوق پستی: ۶۲۷۴ - ۱۴۱۵۵. تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳. دورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶. www.ircud.ir

گزارش رصد فرهنگی

(۵۷)



در برابر هویتی مبتذل

از منظر اخلاق اجتماعی، سیاست

هنری و حقوق کودکان

مرکز رصد فرهنگی کشور

آذر ۱۴۰۲

فهرست مطالب

طرح مسئله.....	۱
تحلیل فرهنگی آهنگ برادران لیلا.....	۳
میزان استقبال از ترانه برادران لیلا.....	۳
محتوای موزیک ویدئو.....	۱۰
دال مرکزی: امر جنسی.....	۱۴
شادی و هیجان.....	۱۷
استفاده از ترندهای رسانه‌ای.....	۱۹
مبتذل ساختن فرهنگ مصرفی.....	۲۰
تبیین پدیده فرهنگی.....	۲۲
تغییر ذائقه موسیقی.....	۲۴
بی‌سوادی موسیقایی.....	۴۰
عوامل و زمینه‌ها.....	۴۴
موانع بوروکراتیک.....	۴۵
موانع ایدئولوژیکی.....	۴۹
موانع اقتصادی.....	۵۱
روندهای پیش رو.....	۵۴
غلبه اقتصاد بازار بر حکمرانی فرهنگی.....	۵۴
عدم حفاظت از موسیقی ایرانی.....	۵۷
محتوای غیراخلاقی از منظر قوانین و حقوق کودکان.....	۵۹
نظام حقوقی آمریکا.....	۶۰
قانون حفاظت از حریم خصوصی آنلاین کودکان.....	۶۱
قانون حفاظت از اینترنت کودکان.....	۶۱
قانون نزاکت ارتباطات.....	۶۲
قانون طراحی متناسب با سن کالیفرنیا.....	۶۲

۶۵.....	نظام حقوقی انگلیس
۶۶.....	قانون حمایت از کودکان
۶۶.....	قانون کودکان و نوجوانان (نشریات مضر)
۶۷.....	قانون ارتباطات
۶۷.....	قانون حفاظت از داده‌ها
۶۷.....	آیین‌نامه طراحی متناسب با سن
۶۸.....	قانون اقتصاد دیجیتال
۶۸.....	قانون ایمنی آنلاین
۶۹.....	مسئولیت کیفری نماهنگ ساسی مانکن در قوانین موضوعه ایران
۷۰.....	الف: تحلیل مسئولیت کیفری خواننده و یوتیوبر
۷۵.....	ب: تولید دایسمش از نماهنگ ساسی مانکن
۷۶.....	آزار کودک با در دسترس قراردادن محتوای مبتدل
۷۷.....	اقدامات حمایتی از کودک
۷۸.....	آسیب‌ها و خلأهای حقوقی ایران در مدیریت محتوای مضر
۷۸.....	لزوم تنظیم‌گری و کنترل مؤثر
۸۰.....	عدم بسترسازی ارائه‌دهندگان برای فعالیت قانونی
۸۳.....	در دسترس بودن فیلتر شکن
۸۵.....	تقنینی بودن موضوع کنترل محتوا در فضای مجازی
۸۶.....	نتیجه‌گیری
۸۸.....	پیشنهادهای سیاستی
۸۸.....	پیشنهادهای فرهنگی - اجتماعی
۹۰.....	پیشنهادهای هنری
۹۴.....	پیشنهادهای حقوقی و قانونی
۹۷.....	فهرست منابع

فهرست جدول‌ها

- جدول ۱: مضامین نماهنگ برادران لیلا..... ۱۲
- جدول ۲: مقایسه فراوانی مجوزهای صادرشده در بخش تک آهنگ به تفکیک گونه‌ی موسیقایی..... ۲۵
- جدول ۳: مصرف موسیقی در سال ۱۳۹۸..... ۲۶
- جدول ۴: توزیع فراوانی سبک موسیقی محبوب بین مردم در سال ۱۳۹۸..... ۲۷
- جدول ۵: توزیع پاسخگویان بر حسب سبک مورد علاقه موسیقی (اسفند ۱۴۰۱)..... ۳۰
- جدول ۶: توزیع گوش دهندگان به موسیقی بر حسب سبک مورد علاقه به تفکیک متغیرهای زمینه‌ای..... ۳۱
- جدول ۷: توزیع پاسخگویان بر حسب روش گوش دادن به موسیقی..... ۳۲
- جدول ۸: توزیع گوش دهندگان به موسیقی بر حسب روش گوش دادن به موسیقی به تفکیک متغیرهای زمینه‌ای..... ۳۳
- جدول ۹: توزیع فراوانی سبک موسیقی مورد علاقه نوجوانان تهران (خرداد ۱۴۰۲)..... ۳۴
- جدول ۱۰: توزیع فراوانی نظر نوجوانان در مورد میزان علاقه به گروه‌های موسیقی نوظهور (خرداد ۱۴۰۲)..... ۳۵
- جدول ۱۱: نسبت شعرو موسیقی تولیدشده در مجوزهای صادرشده (۱۳۸۱-۱۴۰۰)..... ۳۶
- جدول ۱۲: سهم هریک از هنرها در بودجه سال ۱۳۹۹..... ۴۸
- جدول ۱۳: مواد قانونی اشاعه فساد و فحشا در قانون مجازات اسلامی..... ۷۴
- جدول ۱۴: مقایسه ابعاد سیاست جرم‌انگاری و تنظیم گری..... ۸۰
- جدول ۱۵: تعداد کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی خارجی..... ۸۳

فهرست نمودارها

- نمودار ۱: جستجوی آهنگ جنتلمن در گوگل توسط کاربران..... ۴
- نمودار ۲: جستجوی آهنگ دکتر در گوگل توسط کاربران..... ۴
- نمودار ۳: جستجوی آهنگ تهران- توکیو (نرو سمیه) در گوگل توسط کاربران..... ۵
- نمودار ۴: جستجوی نام سلبریتی ها و مقایسه آن با نام ساسی مانکن توسط کاربران..... ۵
- نمودار ۵: مقایسه فراوانی جستجوی آهنگ مامان منو ببخش با مطالب ترند دیگر..... ۶
- نمودار ۶: روند انتشار مطالبی که به قطعه برادران لیلا پرداخته اند در اینستاگرام..... ۷
- نمودار ۷: احساسات مثبت و منفی نسبت به پست های در مورد ترانه برادران لیلا..... ۸
- نمودار ۸: هشتگ های منتشر شده در اینستاگرام در دو هفته حول ترانه برادران لیلا و مطالب مرتبط با آن..... ۸
- نمودار ۹: ابر کلمات مهم و پرتکرار در مورد آهنگ برادران لیلا در تلگرام..... ۹
- نمودار ۱۰: احساسات مثبت و منفی کاربران به ترانه برادران لیلا در تلگرام..... ۹
- نمودار ۱۱: مقایسه اجراهای صحنه ای در چهارگونه ی موسیقایی در سال های ۱۳۸۷-۱۳۸۸-۱۳۸۹..... ۲۵
- نمودار ۱۲: نسبت افرادی که موسیقی گوش می کنند در سال ۱۳۹۸..... ۲۶
- نمودار ۱۳: اولویت اول سبک موسیقی محبوب بین کسانی که موسیقی گوش می کنند- سال ۱۳۹۸..... ۲۸
- نمودار ۱۴: اولویت دوم سبک موسیقی محبوب بین کسانی که موسیقی گوش می کنند- سال ۱۳۹۸..... ۲۹
- نمودار ۱۵: توزیع فراوانی سبک موسیقی مورد علاقه نوجوانان تهران (خرداد ۱۴۰۲)..... ۳۴
- نمودار ۱۶: توزیع فراوانی نظر نوجوانان در مورد میزان علاقه به گروه های موسیقی نوظهور (خرداد ۱۴۰۲)..... ۳۵

خلاصه گزارش

از جنبه فرهنگی و اجتماعی، گزارش حاضر حاوی نکات مهم زیر است:

– نماهنگ‌های ساسی مانکن با مایه‌های امر جنسی، شادی و هیجان ریتمیک، اشارات سیاسی، استفاده از ترندهای رسانه‌های داخل ایران و بازاریابی تعاملی در اینستاگرام، چندین بار موج‌های مقطعی اجتماعی ایجاد کرده است. از نظر فرهنگی، این آهنگ می‌تواند به عنوان یک نمونه از فرهنگ عامه در نظر گرفته شود که با استفاده از ملودی‌های ساده و ریتمیک، با استفاده از زبانی عامیانه و اصطلاحات خاص جوانان در مقابل اصطلاحات فرهنگ رسمی، نشان از برخی تغییرات فرهنگی در ایران دارد. اگرچه این نوع آهنگ‌ها به طور مقطعی مورد استقبال بخش‌هایی از جامعه قرار می‌گیرد، اما نباید در مورد اثرگذاری آن‌ها بر فضای اخلاقی جامعه و خانواده ایرانی اغراق کرد.

– آهنگ برادران لیلا (۱۴۰۲) که با دال مرکزی امر جنسی، در مقایسه با آهنگ‌های سابق ساسی مانکن موج اجتماعی کمتری ایجاد کرده است. خصوصاً در مقایسه با تهران- توکیو (نرو سمیه) باتوجه به حضور یک پورن استار معروف در موزیک ویدئو و آهنگ دکتر، به دلیل شرایط اجتماعی انتشار آن و همچنین پرترفداری آهنگ جنتمن که پیش از آن منتشر شده بود، این آهنگ بازدید کمتری به خود اختصاص داده است. البته اگرچه میزان بازدید این قطعه از قطعات قبلی کمتر است، اما به هر حال نباید نادیده گرفت که این نوع موسیقی‌ها، در فضای رسانه‌ای کشور اثرگذار بوده‌اند و مورد توجه حداقل بخش مهمی از کاربران قرار گرفته است که باید مورد بررسی و ریشه‌شناسی قرار گیرد.

– با وجود استقبال کمتر آهنگ برادران لیلا نسبت به ترانه‌های

قبلی، نکته مهم این است که احساسات بیشتر کاربران (۵۵/۴۳ درصد) نسبت به پُست های مربوط به ترانه برادران لیلا در اینستاگرام مثبت بوده است. اما احساسات مثبت کاربران در تلگرام به طور محسوسی کمتر از کاربران در اینستاگرام بوده است (۴۲ درصد مثبت و بقیه، دیدگاه منفی و یا خنثی داشته‌اند).

– دلایل و عوامل زیادی در رواج و استقبال از این نوع آهنگ‌ها وجود دارد که عبارت است از: ضعف تولید موسیقی هنری و اخلاقی خوب برای کودکان، ابهام و سردرگمی در سیاست‌های موسیقی در ایران که موجب ابتذال‌گرایی در موسیقی در بین بخش‌های زیادی از جامعه شده است، تغییر ذائقه موسیقی مردم به سمت موسیقی پاپ و کم‌توجهی به موسیقی‌های اصیل و نواحی (هرچند در پیمایش‌ها و نظرسنجی‌ها درصد افراد زیادی هم هستند که به موسیقی که به موسیقی سنتی گوش می‌کنند؛ اما جوان‌ترها خواهان گوش دادن به سبک‌های موسیقی مدرن هستند)، ضعف در نظام آموزشی موسیقی در کشور و رواج بی‌سوادی موسیقایی، غلبه اقتصاد بازار بر حکمرانی فرهنگی و عدم حفاظت از موسیقی ایرانی. در نظرسنجی خرداد سال ۱۴۰۲ از نوجوانان شهر تهران، موسیقی پاپ بیشترین طرف‌دار (۵۴/۶ درصد) را به خود اختصاص داده است؛ موسیقی رپ با ۲۵/۱ درصد، سنتی با ۱۴/۱ درصد، محلی با ۵/۴ درصد و دعا، نوحه، مداحی و عزاداری با ۰/۸ درصد در رتبه‌های بعدی قرار داشتند.

– رواج موسیقی پاپ که به اعتقاد متخصصین موسیقی در پی سیاست‌های حذف آموزش موسیقی و محدودیت‌های اعمال شده به‌صورت قابل توجهی از کیفیت آن کاسته شده است، نشان‌دهنده عدم توفیق سیاست‌های سلبی و تغییر ذائقه فرهنگی و موسیقایی بوده و از این لحاظ حایز اهمیت است. آنچه در مسئله استقبال از

موسیقی‌هایی مانند آهنگ ساسی مانکن مشاهده می‌شود در واقع از تأثیرات این فرایند تغییر موسیقایی جامعه است.

– همگام با رشد موسیقی پاپ که روندی جهانی و مصرف‌گرایانه است، سیاست‌های فرهنگی دولت‌ها، حمایت از موسیقی ملی و نواحی به‌عنوان میراث فرهنگی است. همچنین حمایت‌های گسترده از موسیقی کلاسیک به‌عنوان موسیقی ژانری که ارزش‌ها و اصول موسیقایی در نوازندگی، آهنگ‌سازی و اجرا، در آن به حد اعلاایی وجود دارد، به‌عنوان شاخص بالندگی فرهنگی در عرصه موسیقی شناخته می‌شود. از این رو، رشد روزافزون موسیقی پاپ در ایران، هم به معنای تغییر ذائقه عمومی علی‌رغم سیاست‌های فرهنگی در عرصه موسیقی است و هم به معنای از دست دادن ارزش‌های متعالی فرهنگی در این عرصه و در حقیقت تأثیر معکوس سیاست‌های فرهنگی پس از انقلاب بر گروه هدف موسیقی سنتی ایرانی، نواحی و کلاسیک بوده است بدون آنکه روند تجاری و جهانی رشد موسیقی پاپ را کند کرده یا متوقف کند.

– در فضایی که آموزش رسمی موسیقی برای کودکان اساساً وجود ندارد، آموزش تخصصی چنان محدود و موردی است که جزاقلیتی محدود، در دسترس دیگران قرار نمی‌گیرد و بخش خصوصی، با هر کیفیت ممکن، جایگزین آموزش رسمی می‌شود، نمی‌توان انتظار سواد موسیقایی از کودکان و نوجوانانی را داشت که در معرض موسیقی هیجانی با کلام نامناسب قرار می‌گیرد.

– مسئله اصلی سیاست موسیقی کشور، فقدان تنظیم‌گری متناسب با وقایع، روندها و ضرورت‌های وضع موجود است. عدم دسترسی برنامه‌ریزی‌شده به همراه وجود نیاز به مصرف موسیقی در جامعه و برطرف کردن این نیاز از طریق مبادی غیررسمی سبب شده است که «سطح پایین سواد موسیقایی جامعه» مهم‌ترین

پیامد سیاست انفعالی و بازدارنده در چند دهه اخیر باشد. شرایط فعلی نشان‌دهنده این است که سیاست‌های بازدارنده، موسیقی را از زندگی مردم خارج نمی‌کند؛ بلکه فقط با کاهش سطح سواد موسیقایی جامعه، راه را برای مصرف بی‌اندازه و یکه‌تازی موسیقی پاپ به عنوان یک گونه موسیقایی بازکرده است. موسیقی پاپ به دلیل دسترسی آسان از طریق وسایل ارتباطی جدید و نیازداشتن این نوع موسیقی به ذائقه موسیقایی پرورش یافته مورد اقبال جامعه‌ای قرار گرفته است که سطح سواد موسیقایی پایینی دارند. در نتیجه شرایط برای حضور گونه‌های دیگر موسیقی مانند موسیقی سنتی که رابطه نزدیک‌تری با هویت فرهنگی مردم دارد، سخت شده است. دغدغه این است که موسیقی بخشی از هویت و سرمایه نمادین مردم است و فقدان شناخت از موسیقی ملی، به تدریج توانایی لذت‌بردن از این نوع موسیقی را از بین می‌برد. علاوه بر عدم توانایی لذت‌بردن از موسیقی ملی، در آینده‌ای نه‌چندان دور شاهد کاهش تعداد نوازندگان سازهای ایرانی خواهیم بود. این پیامد می‌تواند نتیجه عدم نمایش ساز در رسانه ملی دانست. شرایط کنونی ما را نیازمند بازنگری در سیاست موسیقایی می‌سازد، بایستی سیاستی تدوین شود که با واقعیت اجتماعی مصرف موسیقی در ایران و حساسیت‌های حاکمیتی تعادل برقرار سازد. سیاستی با این پیش‌زمینه که در فضای رسانه‌ای جدید حذف و نهی موسیقی نه تنها نمی‌توان جلو مصرف موسیقی را سد کند، بلکه مشخصه عدم شناخت کافی از شرایط پیرامونی است.

از جنبه حقوقی و قانونی، گزارش حاضر نکات اصلی زیر را دارد:

– علی‌رغم تصویری که در خصوص مصونیت پلتفرم‌های آنلاین در کشور آمریکا وجود دارد، نظام قانون‌گذاری فدرال و ایالتی این کشور

با استفاده از قوانین حفاظت از داده کودکان، ارائه سرویس از سوی پلتفرم به کودکان را محدود می‌نماید. علاوه بر این اختیار اعمال هرگونه سانسور و حذف و مسدودسازی به پلتفرم واگذار گردیده است که این بستر امکان خودتنظیمی پلتفرم در حذف و مسدودسازی محتوای مضر علیه کودکان را فراهم می‌کند. همچنین با ابتکار عمل ایالت کالیفرنیا در تصویب قانون ایالتی طراحی متناسب با سن، جریان‌های گسترده در سایر ایالت‌ها برای قانون‌گذاری کنترل محتوای مضر علیه کودکان به وجود آمده است.

– قوانین کشور انگلستان جامع‌ترین و سخت‌ترین قواعد حقوقی را برای حفاظت از کودکان در برابر محتوای مضر الزام‌آور نموده است. قواعد قانون ایمنی آنلاین، انتشار محتوای مضر علیه کودکان را اساساً از حیث فنی و با استفاده از اختیارات تنظیم‌گری آفکام کنترل می‌کند.

– تولید و انتشار محتوای مضر علیه کودکان همچون ناهنگ ساسی مانکن، مستوجب مجازات تشویق مردم به فساد یا فحشا موضوع بند (ب) ماده ۶۳۹ قانون مجازات اسلامی است. اساساً این مجازات در خصوص محتوا علیه کودک نیست و همچنین رسیدگی و اجرای مجازات در خصوص تولیدکنندگان ناهنگ ساسی مانکن، به دلیل سکونت آنان در خارج از ایران صعب‌الحصول است.

– مطابق قانون اطفال و نوجوانان عمل والدین و مربیان و اطرافیان کودک که محتوای مضر را در اختیار او گذاشته و وی را تشویق به تولید دابسمش می‌کنند، مستوجب مجازات است.

– ظرفیت‌های قانونی ایران برای کنترل محتوای مضر علیه کودکان محدود به جرم‌انگاری و تعیین مسئولیت کیفری است که همین امر ریشه انفعال نظام حکمرانی کشور در آسیب‌های

فضای مجازی علیه کودک محسوب می‌شود. اتخاذ رویکردهای تنظیم‌گری به‌منظور پیشگیری از تولید، توزیع و انتشار محتوای مضر ضروری است.

– اهمال و تسامح مجریان قانون در کنترل و مجازات فیلترشکن، ریشه در فیلترینگ وسیع شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار خارجی دارد. آسیب‌هایی که حاکمیت با مسدودسازی شبکه‌های اجتماعی به دنبال کنترل آن‌ها بود، با فراگیر شدن استفاده از فیلتر شدن، خود سبب تشدید آن آسیب‌ها و وقوع چالش‌های بزرگ‌تری شده است که استفاده وسیع کودکان و نوجوانان از فیلترشکن و دسترسی به شبکه جهانی اینترنت بدون هرگونه محدودیتی، سبب وقوع بحران‌های جدی‌تری می‌شود.

– اجازه فعالیت قانونی به برخی از شبکه‌های اجتماعی خارجی همسو با سیاست‌های ایران، می‌تواند در کنترل محتوای مضر علیه کودکان مؤثر باشد. اما در حال حاضر با خلأهای جدی در قوانین و در نتیجه عدم امکان حضور شرکت‌های خارجی مواجه هستیم.

– تجربه چندساله سندنویسی و سیاست‌گذاری در عرصه محتوای فضای مجازی و سالم‌سازی محتوای کودک، نشان داد که قانون حلقه گمشده نظام حکمرانی فضای مجازی در کشور است. قانون مصوب مجلس به پشتوانه قانون اساسی از ظرفیت‌های منحصر به فردی برخوردار است و حکمرانی محتوا در فضای مجازی که اساساً ماهیت محدودسازی و قهری دارد، بنا به اصول قانون اساسی، تنها از طریق قانون قابل تحقق است.



طرح مسئله

انتشار نماهنگ‌هایی مانند «برادران لیلا» که دلالت‌های جنسی و جنسیتی فراوان دارند، نشان از این دارد که مرز سنی در معرض قرارگرفتن افراد مختلف در فضای آنلاین از بین رفته است. به عبارت دیگر در نظام دانایی امروزی، به سبب اتفاقاتی که در دنیای ارتباطات و توسعه اتفاق افتاده است، کودکان بسیار سریع‌تر از دورهٔ مدرن، کودکی خود را پشت سر می‌گذارند و وارد دنیای بزرگ‌سالی می‌شوند (کرمانی و صادقی، ۱۳۹۹). نیل پستمن، در کتاب «نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوران کودکی»، از زوال معنای کودکی و موجودیتی به نام کودک صحبت می‌کند. مقصود او از زوال کودک توسط رسانه‌های تصویری، از بین رفتن مرز میان کودکی و بزرگ‌سالی است که به‌ویژه تلویزیون (و امروزه رسانه‌های آنلاین) موجبات آن را فراهم می‌کند. امروزه کودک در حالی به تماشای برنامه‌های تلویزیون می‌نشیند و در فضای مجازی می‌چرخد که در برنامه‌ها و محتوای آن، تفاوتی میان کودک و بزرگ‌سال وجود ندارد. خشونت، آدم‌ربایی، سرقت، برهنگی و سکس، ناهنجاری‌های اخلاقی

و ... همگی پیوسته در معرض دید کودک و بزرگسال به‌طور یکسان قرار دارد. ثمره این وضع، اختلال و تزلزل دوران کودکی و عدم سپری شدن این مرحله از زندگی به‌صورت طبیعی خواهد بود. به نظر نیل پستمن، «صنعت چاپ و رسانه‌های نوشتاری موجب بیداری و موردتوجه قرارگرفتن مقوله «کودکی» در غرب شد اما ظهور رسانه‌های تصویری باعث زوال و انقراض پرشتاب این دوران شد» (پستمن، ۱۳۹۵).

وضعیت حاضر تا حدودی تأیید ایده پستمن است و در پس‌زمینه حاشیه‌های ترانه‌های ساسی مانکن، از میان‌رفتن این مرز دیده شد. این نوع موسیقی نمونه مناسبی برای توصیف موسیقی مبتذل هم از جنبه هنری و هم از جنبه اخلاقی به‌ویژه اثرات نامناسبی است که بر کودکان و نوجوانان دارد. آهنگی که مشخصاً برای مخاطب کودک تولید نشده است؛ اما اگر نگوییم بیش از بزرگسالان، دست‌کم به‌اندازه بزرگسالان موردتوجه کودکان قرار می‌گیرد. این گزارش در مورد موسیقی مبتذل است و ترانه‌های ساسی مانکن را مدنظر دارد؛ اما این به معنای هنری بودن بسیاری از آهنگ‌های پاپ نیست که امروزه تولید و منتشر می‌شوند؛ اما چون آهنگ‌های ساسی مانکن، محتوای جنسی آشکاری دارند، بیشتر موردتوجه جامعه بوده‌اند. آهنگ‌های «جنتلمن» (۱۵ اسفند ۱۳۹۷)، «دکتر» (۱۴ اسفند ۱۳۹۸)، «تهران- توکیو» یا «نرو سمیه» (۱۳ اسفند ۱۳۹۹)، «مامان منو ببخش» (۱۳ اسفند ۱۴۰۰) و «برادران لیلا» (آذر ۱۴۰۲)، محتوای جنسی واضحی دارند و در ایران هم مورد استقبال بخش‌های از جامعه و هم موجب انتقاد شدید قرار گرفته‌اند.

در این گزارش از سه منظر، موسیقی مبتذل و به‌عنوان نمونه، آهنگ‌های ساسی مانکن مورد بررسی قرار می‌گیرد؛ ابتدا از منظر تحلیل فرهنگی، برای توضیح موسیقی مبتذل (از جنبه هنری و اخلاقی)، برخی از ترانه‌های خواننده معروف به ساسی مانکن را تحلیل فرهنگی می‌کنیم. سپس از منظر چرایی رواج این نوع موسیقی و علاقه بخش زیادی از جامعه به این نوع

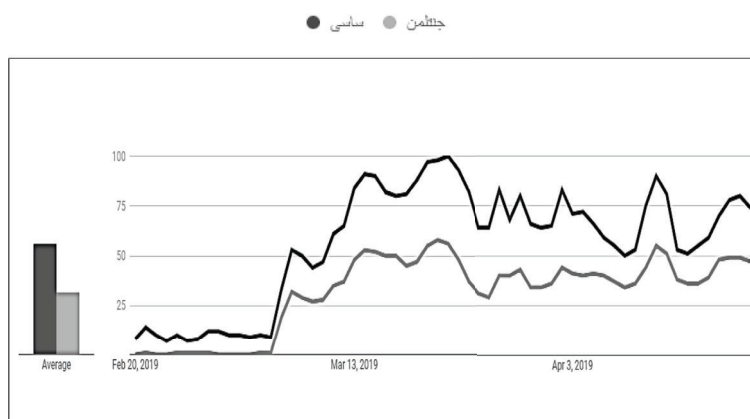
موسیقی‌ها، از منظر سیاست هنری و موسیقی ایران بحث خواهد شد. در گام سوم، از منظر حقوقی و قانونی، محتوای غیراخلاقی به‌مانند آهنگ‌های ساسی مانکن در آمریکا، انگلیس و ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد. درنهایت، سیاست‌های پیشنهادی مطرح می‌شود.

تحلیل فرهنگی آهنگ برادران لیلا

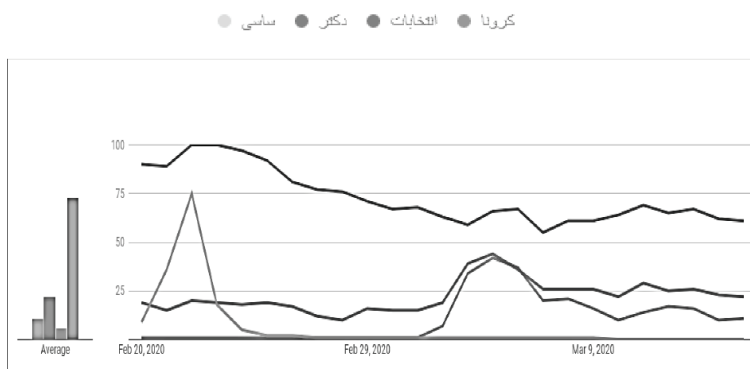
در این بخش برای توضیح و توصیف موسیقی مبتذل (از جنبه هنری و اخلاقی)، مضامین ترانه‌های ساسی مانکن (خواننده ساکن آمریکا) به‌ویژه ترانه برادران لیلا تحلیل فرهنگی می‌شود. موسیقی او نمونه مناسبی برای توصیف موسیقی مبتذل هم از جنبه هنری و هم از جنبه اخلاقی به‌ویژه اثرات نامناسبی است که بر کودکان و نوجوانان دارد. در ترانه‌ها و ویدئوکلیپ‌های او، نمادها و دلالت‌های جنسی و جنسیتی (محتوای غیراخلاقی جنسی و جنسیتی) فراوان است. اولین اثر این خواننده در سال ۱۳۸۵ منتشر شد و در این سال ها آهنگ‌های متعددی از او منتشر شده است اما در ۵ سال گذشته آهنگ‌های چه پسری (۱۳۹۷)، جنتلمن (۱۳۹۷)، دکتر (۱۳۹۸)، تهران- توکیو (۱۳۹۹)، مامان منو ببخش (۱۴۰۰) و برادران لیلا (۱۴۰۲) بیش از سایر آهنگ‌ها شنیده شده و هنجارشکنی و حاشیه‌های بیشتری داشته است. در اینجا به بررسی ترانه برادران لیلا که در آذرماه منتشر شد می‌پردازیم.

میزان استقبال از ترانه برادران لیلا

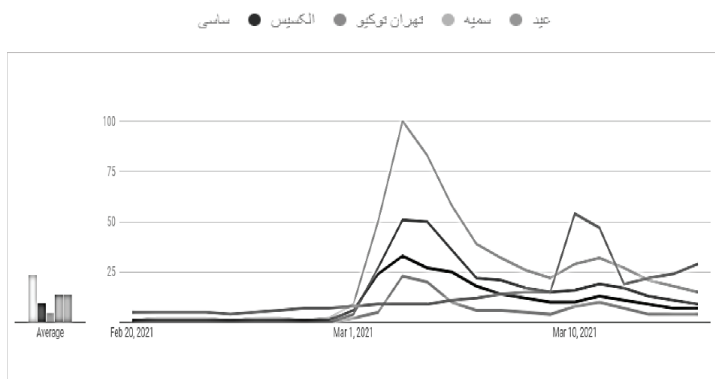
اگر چه آمارهای جستجوی آهنگ‌های این خواننده در گوگل هنگام انتشار آهنگ به‌صورت تصاعدی صعود می‌کند، اما لازم است آن را در کل فرایند رسانه مشاهده کنیم و با ترندهای روز مقایسه کنیم. در ادامه میزان سرچ کاربران در گوگل در تاریخ انتشار هر اثر را مشاهده می‌کنید. در هر نمودار سعی شده است یکی از موضوعات داغ همان ایام نیز در نمودار قرار گیرد.



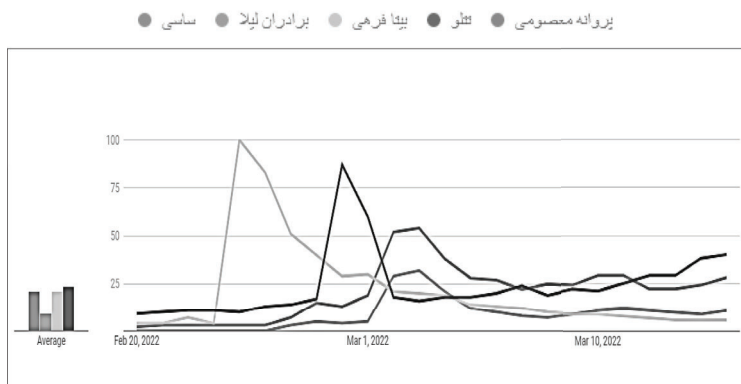
نمودار ۱: جستجوی آهنگ جنتمن در گوگل توسط کاربران



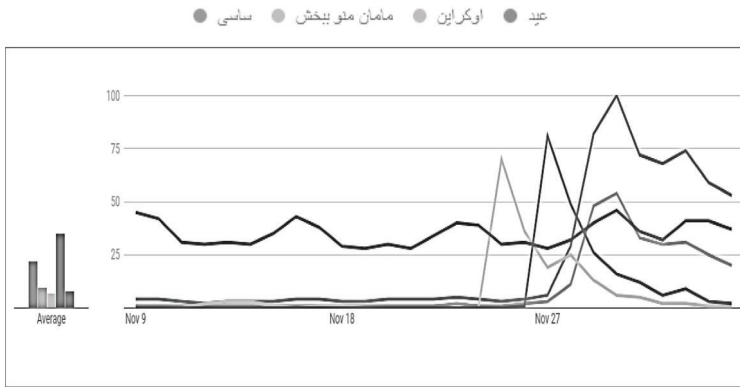
نمودار ۲: جستجوی آهنگ دکتر در گوگل توسط کاربران



نمودار ۳: جستجوی آهنگ تهران- توکیو (نرو سمیه) در گوگل توسط کاربران



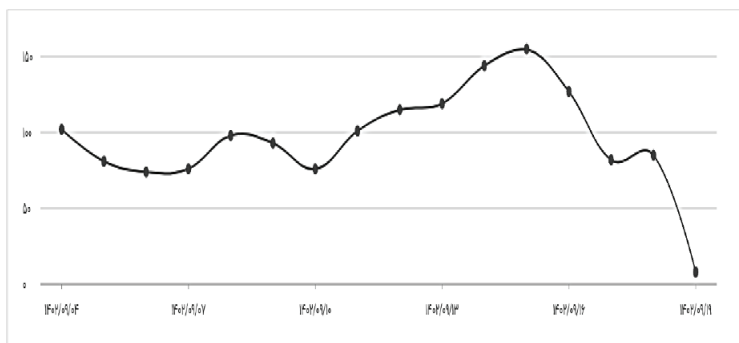
نمودار ۴: جستجوی نام سلبریتی ها و مقایسه آن با نام ساسی مانکن توسط کاربران



نمودار ۵: مقایسه فراوانی جستجوی آهنگ مامان منو ببخش با مطالب ترند دیگر

همان گونه که در نمودارها مشاهده می شود، به نظر می رسد آهنگ اخیر در مقایسه با آهنگ های سابق موج اجتماعی کمتری ایجاد کرده است. خصوصاً در مقایسه با آهنگ تهران- توکیو (نرو سمیه) باتوجه به حضور یکی از پورن استارهای معروف در موزیک ویدئو و آهنگ دکتر، به دلیل شرایط اجتماعی انتشار آن و همچنین طرفداری آهنگ جنتلمن که پیش از آن منتشر شده بود، این آهنگ بازدید کمتری را به خود اختصاص داده است. علی رغم اینکه طبق معمول ساسی مانکن سعی کرد قبل از انتشار آهنگ، با ایجاد حاشیه توجه رسانه ها را به خود جلب کند. حدود یک ماه پیش از انتشار این قطعه، ساسان حیدری به دروغ خبر از هم بازی شدن با ترانه علیدوستی در یک فیلم مشترک داد که با واکنش های رسانه ای متعدد و تکذیب خود ترانه علیدوستی مواجه شد و همچنین این خواننده در پیج اینستاگرامی خود استوری هایی از مداحی ها و هیئت ها منتشر کرد به طوریکه برخی اخبار مبنی بر هک شدن پیج وی پخش شد؛ اما با انتشار موزیک ویدئوی مذکور، مشخص شد همه این حواشی صرفاً جهت جلب توجه رسانه ای و مخاطبان بود. اگرچه میزان بازدید این قطعه از قطعات قبلی کمتر بوده است، اما به هر حال نباید نادیده گرفت که موسیقی های مذکور،

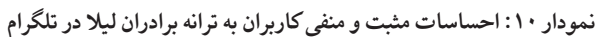
تأثیر گسترده‌ای در فضای رسانه‌ای و مجازی ایران گذاشته است و مورد توجه حداقل بخش مهمی از کاربران ایرانی قرار گرفته است. لازم به ذکر است این موسیقی در شرایطی منتشر شده است که تتلو به ایران منتقل شد و بازداشت شد، اما بازهم این موسیقی در سرچ کاربران ایرانی پررنگ بود. در نمودار ۶، روند انتشار مطالبی که به قطعه برادران لیلا در اینستاگرام پرداخته اند مشاهده می‌شود. به‌طور کلی حدود ۱۵۰۰ پُست در رابطه با این موضوع در فاصله بین ۴ آذر تا ۱۸ آذر ۱۴۰۲ منتشر شده است و بیش از ۲۳ هزار کامنت به این مطالب اختصاص پیدا کرده است. البته این آمار مربوط به پست‌ها و کامنت‌هایی است که از کلماتی مانند ساسی، برادران لیلا و ... استفاده کرده‌اند و مربوط به پیج کاربران است. در حالی که تعداد بازخوردهای فضای مجازی بیش از این اندازه است تا جایی که فقط برخی از پست‌های ساسی ماکن در اینستاگرام بیش از سی هزار کامنت دریافت کرده است در صورتی که ویدیوی برادران لیلا در یوتیوب که در حساب کاربری خود ساسی مانکن و رادیو جوان منتشر شد بیش از یک میلیون و سیصد هزار بار مشاهده شده است و در اپلیکیشن رادیو جوان نیز حدود دو میلیون بار تماشا شده است که البته نسبت به ویدیوهای قبلی این خواننده، کمتر مشاهده شده است.



نمودار ۶: روند انتشار مطالبی که به قطعه برادران لیلا پرداخته اند در اینستاگرام

[illegible]

می‌توان گفت احساسات کاربران در تلگرام منفی‌تر از اینستاگرام بوده است که تحلیل این احساسات را در نمودار زیر مشاهده می‌نمایید:



محتوای موزیک ویدئو

از نظر فرهنگی، این آهنگ می‌تواند به‌عنوان یک نمونه از فرهنگ عامه در نظر گرفته شود که با استفاده از ملودی‌های ساده و ریتمیک، با استفاده از زبانی عامیانه و اصطلاحات خاص جوانان در مقابل اصطلاحات فرهنگ رسمی، نشان از برخی تغییرات فرهنگی در ایران دارد. موزیک ویدئو با تصویرپردی آغاز می‌شود که نوۀ خود را نصیحت می‌کند و به آن‌ها تأکید می‌کند از اینستاگرام استفاده نکنید و درس بخوانید. سپس برای آنها داستان خاله لیلا را ذکر می‌کند. موسیقی دارای ریتمی شاد و رقص‌آور است. پس از آن تصویر وارد محیط یک گردهمایی می‌شود که پادشاهی وارد جمعیت شده و ترانه با جمله The king is back آغاز می‌شود. لباس پادشاه، تداعی‌گر فیلم سینمایی دیکتاتور است که اشاره به پادشاهی شهوت‌ران متعلق به یکی از کشورهای مسلمان داشت. هنگام ورود پادشاه، جمعیت پلاکاردهایی در دست دارند که حاوی جملات اعتراضی به پادشاه است و به وی توهین و ابراز انزجار می‌کنند (در ویدئو کلیپ، پادشاه خود خواننده است) اما در عین حال با آهنگ‌های وی می‌رقصند.

اولین جملات ترانه با کلیشه‌های جنسی و اندام‌های جنسی آغاز می‌شود. در اطراف پادشاه دختران نیمه‌برهنه قرار دارند و خواننده با نگاه به آنها، در ترانه خود بر روابط جنسی حیوانی، کوتاه‌مدت و شهوانی تأکید می‌کند و طرفداران مذهبی پادشاه که ظاهری مذهبی و حزب‌اللهی- بسیجی دارند در پاسخ به جملات خواننده با حالت رقص، ترجیع‌بند ترانه را ذکر می‌کنند که می‌گوید: بگو آمین یا رب العالمین؛ پس از آن تصویر وارد مراسم فرش قرمز می‌شود که خود خواننده در آن قرار دارد و عکاسان در حال تصویربرداری از وی هستند و شریک جنسی وی در کنارش قرار دارد و او را می‌بوسد. یکی از جملاتی که در این بخش اظهار می‌شود، دلالت بر آشکار بودگی روابط جنسی و پرهیز از پرده‌پوشی آن است. در تصویر بعدی

خواننده در میان چند زن برهنه نشسته است که لباس زیر زنانه بر گردن وی است. در موزیک ویدئو دائماً کلیشه‌های جنسی که توسط صنعت پورن و در رسانه‌های مدرن به عنوان الگو و نماد زیبایی و جذابیت مطرح می‌شوند به تصویر کشیده می‌شوند و در بخش‌هایی از متن نیز به این مؤلفه‌ها اشاره می‌شود. در ادامه تصویر به برنامه تلویزیونی نقد سینمایی منتقل می‌شود و به عناصری مثل مستی و از خود بیخود شدن اشاره می‌کند و با بردن نام برادران لیلا تصویر وارد صحنه جنگ می‌شود و رزمنده‌ای که ظاهری مذهبی دارد و سریند برادران لیلا روی سر دارد و در صحنه جنگ نیز خواننده لباس فرمانده به تن دارد و مجدداً اطراف وی دختران برهنه قرار دارند و در صحنه جنگ وی با این دختران در حال نوشیدن شراب و مستی است و فردی که شیه ترانه علیدوستی است وارد صحنه شده و به وی تیراندازی می‌کند. صحنه بعدی صحنه یک مهمانی بزرگ است و خواننده در حال صحبت با شریک جنسی خود است و پس از آن در حال نگاه جنسی با زن دیگری در حضور زن خود؛ و زن نیز در جمله بعدی همچنان به شوهر خود افتخار می‌کند (آقامون جنتلمنه). دال مهم بعدی که در تصویر وجود دارد مقایسه الکسیس و الهام چرخنده که حجاب و چادر وی به نوعی فراگیر شده بود. در تصویر بعد، خواننده در فضایی دیسکومانند در حال خواندن است و زنان نیمه برهنه در حال رقص و همراهی وی هستند و پشت سر وی نیز تبلیغ یک سایت شرط‌بندی است و از این تصویر به هیئتی منتقل می‌شود که افراد در آن به رقص مشغول‌اند و تصویر چندباره بین این دو بخش منتقل می‌شود. در بخش بعدی یکی از پرحاشیه‌ترین تصاویر پخش شده از این موزیک ویدئو ظاهر می‌شود که تصویر اشاره به برنامه‌های کودک دارد که خواننده در نقش عمو قناد (ساسی قناد) و مجری زن برنامه خاله لیلا نام دارد و در حال رقص‌اند و البته این رقص و حرکات به گونه‌ای است که شبیه به حرکات عمو قناد در برنامه فیتله است و حجاب مجری زن به تمسخر گرفته می‌شود. از پیام‌های مهمی که در این صحنه منتقل می‌شود،

پوشش خاله لیلا در دبی و خارج از برنامه است که نیمه‌برهنه است و در برنامه تلویزیونی کاملاً باحجاب است و در ترانه گفته می‌شود (خاله یه اسم دیگه هم داره بهش میگن خاله سهیلا) و تصویری که از وی نشان داده می‌شود تداعی گر تبلیغات فاحشه است. پس از آن تصویر ساسی مانکن در مصاحبه‌ای از شبکه خبر پخش می‌شود که شبیه به مصاحبه پیرمرد تبریزی است و اشاره به وایرال شدن وی دارد و فرد مورد خطاب در متن ترانه (خاله لیلا) از این نظر با وی مقایسه می‌شود. در همین صحنه زیرنویس شبکه خبر، بیان تمسخرآمیز شعارهای انقلاب اسلامی است. صحنه بعدی مجدداً یکی از صحنه‌هایی است که کلیشه‌های جنسی ذکر می‌شود و در متن ترانه گفته می‌شود و سپس تصویر خواننده با مادر همان شخص در رختخواب نشان داده می‌شود. پس از آن در متن ترانه یکی از محتواهای وایرال شبکه‌های اجتماعی ذکر می‌شود و به آرایش جنسی کاراکتر زن اشاره می‌شود و در بخش آخر صحنه‌های مختلفی که در ترانه ذکر شد پشت‌سرهم تکرار می‌شود. مضامین حاصل از تحلیل مضمون متن کامل ترانه در ادامه ذکر می‌شود:

جدول ۱: مضامین نمادنگ برادران لیلا

ردیف	مضامین
۱	نفاق و دورویی مذهبیون و افراد با شعارهای مذهبی متصل به قدرت
۲	شکاف میان قرائت رسمی و واقعیت فرهنگی جامعه
۳	قدرت ساسی مانکن در ایجاد جریان اجتماعی
۴	کلیشه‌های جنسی
۵	ارضای نامشروع میل جنسی
۶	مستی و شراب‌خواری
۷	تمسخر اصطلاحات و نمادهای مذهبی
۸	تمسخر شعارهای انقلاب اسلامی
۹	نفاق و دورویی مذهبیون و افراد متصل به قدرت

ردیف	مضامین
۱۰	مورد نفرت بودن افراد مذهبی
۱۱	همراهی و تمایل به بی‌بندوباری علی‌رغم شعارهای ضد آن
۱۲	برهنگی و ولنگاری جنسی
۱۳	استفاده از جذابیت جنسی در تصویر
۱۴	پرهیز از پوشیدگی روابط جنسی
۱۵	غرق‌شدگی در امور جنسی
۱۶	وجود ولنگاری جنسی حتی در باطن تلویزیون و حاکمیت
۱۷	تفاوت ظاهر و باطن و رسوخ میل جنسی در همه امور و شرایط
۱۸	فساد جنسی مقامات حاکمیتی
۱۹	رقص و مستی و شراب‌خواری
۲۰	استفاده از جذابیت‌های جنسی
۲۱	بی‌غیرتی
۲۲	بی‌بندوباری جنسی
۲۳	بی‌تعهدی به شریک جنسی
۲۴	روابط جنسی حیوانی و کوتاه‌مدت
۲۵	استفاده از شخصیت‌ها و جریان‌ها و ترندهای مشهور و وایرال
۲۶	ارضای شهوانی و حیوانی میل جنسی
۲۷	بی‌بندوباری جنسی
۲۸	نمایش برهنگی و ولنگاری جنسی
۲۹	ولنگاری جنسی و بی‌تعهدی
۳۰	قمار و شرط‌بندی
۳۱	استفاده از جذابیت‌های جنسی
۳۲	تمسخر پوشش مذهبی و نفاق و دورویی
۳۳	رسوخ امر جنسی در همه لایه‌های اجتماع
۳۴	زبان جنسی و شهوانی

دال مرکزی: امر جنسی

یکی از مهم‌ترین هویت‌های انسان، هویت جنسی و عمل جنسی است و در عصر مدرن خودآگاهی جنسی افراد افزایش پیدا کرده است و نیاز جنسی بخش مهمی از فکر افراد را به خود اختصاص داده است و عدم ارضای صحیح این نیاز باعث مسائل اجتماعی و فرهنگی و روانی متعددی می‌شود. ارضای صحیح این نیاز ارضای متعهدانه‌ای است که با عشق و انسانیت آمیخته است و در مقابل آن صرفاً ارضای میل جنسی به‌صورت حیوانی یا افسارگسیخته یا خالی از احساسات انسانی یا عدم ارضا و سرکوب میل جنسی قرار دارد. میل جنسی ارتباط مستقیم و مستحکمی با اخلاق اجتماعی دارد و در صورتی که در جامعه به‌درستی ارضا نشود کنش‌های اخلاقی نیز به انحراف کشیده می‌شود (فیاض، ۱۳۸۹). در جامعه مدرن و مصرفی که رسانه‌های اجتماعی در آن دائماً به ذائقه‌سازی و جهت‌دهی به مصرف و سبک زندگی می‌پردازند، رابطه جنسی مصرفی پررنگ می‌شود و رابطه جنسی انسانی از صحنه خارج می‌شود و لذا خانواده نیز اهمیت خود را از دست می‌دهد و نهاد خانواده در جامعه ضعیف می‌شود. در صورتی که زیست جنسی سالم در جامعه فراهم شود، جامعه و افراد آن امکان شکوفایی و رشد بیشتری دارند. افراد در جامعه گذشته امکان کنترل‌گریزه بیشتری داشتند اما امروزه این مسئله ممکن نیست لذا بروز آسیب اخلاقی و اجتماعی در نسل جدید جدی‌تر است و همان‌گونه که می‌بینیم در فضای رسانه‌ای کالای فرهنگی بیشتری حول این دال مرکزی مصرف می‌کند. امر جنسی در جامعه امروزین هم هدف است و هم وسیله و هم دارای ابعاد اقتصادی و هم دارای ابعاد فرهنگی گشته است و در فراغت، سرگرمی و برنامه‌های زندگی خود را نشان می‌دهد و در متن و حاشیه موجود است. بخش عمده‌ای از رفتارهای انسان مدرن در حوزه رفتار اقتصادی توسط تبلیغات جنسی تعیین می‌شود و سکس تبدیل به ابزاری اقتصادی شده است. در حال حاضر صنعت

سکس آخرین حلقه گردش مالی نظام اجتماعی و اقتصادی جامعه مدرن در نسخه آمریکایی است و در واقع جاذبه جنسی یکی از عواملی است که چرخ صنعت فرهنگی و توسعه را می چرخاند و ارضای میل جنسی را از حالت انسانی خارج کرده و به ارضای حیوانی می کشاند (کشفی، ۱۳۸۹). یکی از مختصات جامعه مدرن، جنسی شدن زیست جهان افراد است. گسترش عناصر و دلالت های جنسی در ساحت نمادین فرهنگ و وجوه عینی سبک زندگی انسان امروزی از نشانه های چنین واقعیتی است. امروزه امر جنسی در رأس مسائل جامعه مصرفی قرار دارد و به نحو چشمگیری تعیین کننده دال ارتباطات جمعی شده است. هرچه برای دیدن و شنیدن عرضه می شود، به گونه ای آشکار رنگ و بوی جنسی به خود گرفته است (بودریار، ۱۳۸۹). در جامعه ایران نیز همین وضعیت وجود دارد. تبلیغات، معماری، رسانه، فضای مجازی، پوشش جنسی زنان و... از عناصر جنسی در ساحت نمادین و عینی فرهنگ و سبک زندگی ایرانی محسوب می شود. این امر تا آنجا پیش رفته است که حتی بسیاری از شعارهای ماجرای زن، زندگی، آزادی در سال ۱۴۰۱ نیز حاوی اصطلاحات رکیک جنسی بود. درحالی که گفتمان تربیت جنسی با محوریت اخلاق جنسی در ایران، همواره بر عفت، زنانگی و مردانگی، خویشتن داری و هدایت غریزه جنسی، ازدواج و... شکل گرفته است. در مقابل گفتمان تربیت جنسی لیبرالی (صادقی فسایی، اقبالی، ۱۳۹۹). امر جنسی در جامعه ایرانی امروز تبدیل به یک کنش نمایشی گشته که روی صحنه و پشت صحنه آن متفاوت است و افراد به صورت جنسی خود را عرضه می کنند تا تأثیر خود را بر دیگران مدیریت کنند. افزایش روابط جنسی نامشروع از جمله تأثیرات چنین زیست جهانی است؛ اما امر جنسی در فضای سیاست گذاری جامعه ایران بسیار مغفول و مورد بی توجهی واقع شده است و سیاست گذاران بیشتر به پیامدها و زمینه های این امر پرداخته اند و رویکرد سلبی اتخاذ نموده اند (غمامی، ۱۳۹۲). گرچه نمایش مسائل جنسی و هرزه نگاری تاریخچه ای طولانی دارد،

اما بدون شک هیچ دوره‌ای از نظر تنوع، میزان دسترسی و گسترده‌ی توزیع و گروه‌های مختلف مصرف‌کننده با اوضاع کنونی قابل‌مقایسه نبوده است. از نظر بودریار هرزه‌نگاری یک بعد به فضای جنسیت اضافه می‌کند و امری واقعی‌تر از واقعی می‌گردد و قوه تخیل را مسدود می‌کند. وی هرزه‌نگاری را بخشی از انهدام امر واقعی و یک وانمود می‌داند که در آن جلوه‌ای حقیقی، عدم وجود حقیقت را پنهان می‌کند و این سبک زندگی جنسی شده، در نهایت به اعتیاد جنسی یا ماجراجویی جنسی، کنش‌های جنسی رسانه‌ای شده و برخی انحرافات جنسی منجر می‌شود (ژیانپور، ملک احمدی، ۱۳۹۴).

آنچه که در آخرین تولیدات ساسی مانکن به‌وضوح خودنمایی می‌کند شهوت نه به‌عنوان یک نیاز؛ بلکه ابزاری شدن میل جنسی است. امر جنسی و سکس دال مرکزی این آهنگ‌هاست به‌طوری‌که هم در شعر و هم در ویدئوها استفاده از کلمات جنسی، کنش‌های جنسی صریح، تکیه کلام‌های جنسی، زنان نیمه‌برهنه به‌وفور به چشم می‌خورد تا جایی که وی در آهنگ تهران توکیو از یکی بازیگران پورن که در ایران یکی از نمادهای صنعت پورن است استفاده کرد. در آهنگ «مامان منو ببخش» تأکید بر قرارهای پنهانی، توصیفات جنسی، مستی و... به سبک زندگی جنسی شده و ماجراجویی جنسی مهر تأیید می‌زند. در موسیقی برادران لیلا نیز این امر بیش از آثار قبلی به چشم می‌خورد. اصطلاحاتی مانند شاسی‌بلند، سکسی، هشتاد و پنج، داف، اصطلاحات رکیک جنسی، خاله لیلا، توصیفات جنسی کلیشه‌ای شده و نمادین شده، نمایش کنش‌های جنسی و زنان نیمه‌برهنه، بی‌غیرتی و ولنگاری جنسی، شوخی‌های جنسی و... از این دسته‌اند. در واقع موسیقی برادران لیلا یا در محتوا و ترانه یا در تصویر، در هر لحظه در حال به نمایش گذار امری جنسی است و نوع نمایش آن به نوع نمایش جنسی که در جامعه مصرفی و رسانه‌ای صرفاً جنبه حیوانی و ابزاری

به خود گرفته است منطبق است و بی‌غیرتی، شهوت‌رانی، ولنگاری جنسی و روابط نامشروع به‌وفور همراه با ریتمی شاد و حسی مثبت همراه می‌شود. وی حتی در این زمینه با به‌تصویر کشیدن افرادی که ظاهر مذهبی دارند؛ اما بی‌بندوبار هستند به برخی جریان‌های اجتماعی اخیر مانند ادعاهای فساد جنسی برخی از مسئولین، اشاره دارد.

این امر توسط خود ساسی مانکن نیز آگاهانه مورد استفاده قرار گرفته است. چنانچه در فضای مجازی کاربران از همسر ساسی مانکن پرسیدند آیا به فرزند خود اجازه می‌دهی چنین آهنگی گوش کند؟ وی در پاسخ علاوه بر جواب مثبت، بر این امر تأکید کرد که این مسائل در بسیاری از نقاط دنیا مورد استفاده قرار می‌گیرد و جنبه فان و جذاب دارد. یا در پیامی که بین عموپورنگ و خواننده ردوبدل شد و توجه زیادی در فضای مجازی به خود جلب کرد، ساسی مانکن در پاسخ به عموپورنگ نوشت: «اگر من به اندازه تو فرصت در اختیار داشتم... وقتی می‌گفتم بشنید کل بچه‌های دنیا می‌نشستند... یه بودجه از صدا و سیما بگیر بده خودم یه آهنگ برات بسازم صدا و سیما رو بترکونی؛ مثلاً تک تک اردک، اردک با شورتک». در واقع خود این خواننده نیز از این مسئله آگاهی دارد که با عناصر و محتوای جنسی یا سطحی در حال جذب مخاطب است.

شادی و هیجان

اگرچه آثار تولید شده به لحاظ کیفیت و محتوای موسیقی چندان حرفی برای گفتن ندارند اما در قطعاتی مانند جنتلمن و دکتر استفاده از ریتم به شکل بهتری اتفاق افتاده است و مخاطب تا حدی می‌تواند با ملودی ارتباط بگیرد و آن را در ذهن خود حفظ کند؛ اما به‌طور کلی آثار مذکور، ریتمیک و شاد هستند. ریتم شش و هشت این موسیقی‌ها به‌گونه‌ای است که مناسب مجالس دورهمی و رقص است و برای ایجاد هیجان و شادی در مخاطب، مورد استفاده قرار می‌گیرد. کارکرد

این نوع موسیقی نه مانند موسیقی ایرانی، تفکر و اندیشه بخشی؛ بلکه لذت و در لحظه زیستن است و مخاطب برای فرار از تنش‌های روزمره و مشکلات به‌سوی این نوع موسیقی گرایش پیدا می‌کند. بنا بر گفته «اسولیوان» نظریه‌پرداز عرصه ارتباطات، اصولاً موسیقی زمینه‌ای را تدارک می‌بیند که مردم از آن برای گریختن و یا انحراف از تنش‌ها از آن استفاده می‌کنند. مثلاً گریز از مسائل کاری و مجموعه گوناگونی از مشکلاتی که پیش رویشان قرار گرفته است و آنان را در تنگنا قرار می‌دهد نمونه‌ای از رفتارهای افراد برای فرار از استرس‌هاست. موسیقی با این کار، امکان خلاصی و برخورداری از آرامش روحی و روانی را از چنگال این قید و بندهای دیگر - هرچند به طور موقت - فراهم می‌کند. در واقع جوانان با مصرف این سبک از موسیقی نیازهای خود را ارضا می‌کنند. گریز از تنش یکی از عواملی است که جوانان را به سمت موسیقی‌های پاپ سوق می‌دهد. به عبارتی با وجود انواع تنش در جامعه کنونی ایران یکی از مفرهای گریز از تنش و رسیدن به فراغت، بهره‌گیری و لذت‌بردن از موسیقی پاپ است. در سال‌های اخیر سبک‌های شاد موسیقی پاپ به دلیل قدرت تحریک جوانان توانسته جایگاه ویژه‌ای در مقایسه با سایر سبک‌های موسیقی به خود اختصاص دهد. موسیقی علاوه بر اینکه برای لذت‌بردن و اوقات فراغت مورد استفاده قرار می‌گیرد وسیله‌ای برای ارضای نیازها و احساسات فرد است و امکان گریز از تنش را فراهم می‌کند (هاشمی، غلامزاده نظنزی، ۱۳۹۱). از آنجا که در جامعه مصرفی، موسیقی نیز همانند بسیاری از کالاهای فرهنگی جنبه مصرفی دارد، گرایش به این موسیقی‌ها خودبه‌خود افزایش پیدا می‌کند و تبدیل به عنصری مهم در پر کردن اوقات روزانه می‌شود. به عقیده آدورنو، هدف اصلی چنین موسیقی‌هایی ارائه یک راه گریز موقت از آگاهی نسبت به ناکامی‌هاست و برای توده‌ها به منزله تخلیه هیجان است؛ اما تخلیه

هیجانی که بیشتر منجر به تخدیر فرد می‌شود و وابستگی اجتماعی را افزایش می‌دهد. موسیقی برادران لیلا هم در ترانه، هم ریتم موسیقی و هم در تصویر، دارای نمادها و نشانه‌های گوناگونی است که مخاطب را به سمت رقص، دورهمی‌ها و مهمانی‌های مبتذل و شادی‌ها و هیجان‌های این‌چنینی سوق می‌دهد.

استفاده از ترندهای رسانه‌ای

موسیقی برادران لیلا از اخبار، ترندها و رویدادهای مهم شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده است هم پرمخاطب و هم پربیننده بوده‌اند. مطالبی که در سال گذشته دلالت‌های مذهبی، سیاسی و اجتماعی داشته‌اند و توسط افراد زیادی دیده شده است. این امر به دلیل این است که این موسیقی صرفاً برای مصرف روز و دیده‌شدن و شنیده‌شدن تولید شده است فلذا دارای جنس و محتوایی هستند که از طریق همین رسانه‌ها فراگیر شده است و مد شده است و الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی به فراگیر شدن آن کمک می‌کنند. کلمه ترند نیز اولین بار در صنعت مد مورد استفاده قرار گرفت. منظور از ترند، روندهایی است که به سرعت فراگیر می‌شوند و توجه بسیار زیادی را به خود جلب می‌کنند و معمولاً پس از مدتی تکراری شده و فراموش می‌شوند یا ترند دیگری جای آنها را می‌گیرد. در تحلیل شبکه‌های اجتماعی ترندها نقش مهمی ایفا می‌کنند و افراد زیادی نیز از طریق آنها به شهرت رسیده‌اند و عده زیادی نیز از این روش کسب درآمد می‌کنند. از آنجا که رسانه‌های اجتماعی دسترسی و انتشار فوری نظرات، ایده‌ها و اطلاعات را فراهم کرده‌اند، به بستری برای اشتراک‌گذاری و تبادل سریع احساسات تبدیل شده و این سرعت به حدی زیاد است که این پیام‌ها به‌ندرت مورد بازبینی یا حتی بررسی منطقی و واقعیت قرار می‌گیرند. لذا گاهی اوقات حتی ممکن است امری که صرفاً شایعه است، تبدیل به ترند شود.

استفاده از اسم شخصیت سمیه در فیلم ابد و یک روز و یا شخصیت لیلا در فیلم برادران لیلا که هرکدام از آنها به نوبه خود در ایران شهرت دارند، از جمله شگردهای ساسی مانکن برای جذب مخاطب بوده است. در آهنگ برادران لیلا، به دفعات از ترندهای شبکه‌های اجتماعی استفاده شده است؛ از جمله ترندهای جنسی، الکسیس، الهام چرخنده، مداحی‌ها و هیئت‌هایی که در یک سال گذشته ترند شدند، تفاوت پوشش مجریان صداوسیما و همچنین افرادی که به عنوان مدافعان حجاب در رسانه‌ها ترند شدند اما تصویرهای بی‌حجاب آن‌ها در رسانه‌ها وایرال شد، مسئله حجاب و پوشیدگی، کلیپ پیرمرد تبریزی، مصاحبه تلویزیونی و... پس از انتشار نیز، طبق روال گذشته، ساسان حیدری بازخورد مخاطبان و لباهنگها و هم‌خوانی‌هایی که در توسط مخاطبان در فضای مجازی منتشر شده است را بازنشر می‌کند و نکته قابل توجه در این میان بازنشر هم‌خوانی نوجوانان است که در واکنش رسانه‌ای خود وی، ادعا کرده بود مخاطب این آهنگ، این افراد نیستند.

مبتذل ساختن فرهنگ مصرفی

از آنجا که موسیقی عنصری اساسی از نظام فرهنگ به شمار می‌رود تا حد زیادی می‌تواند تعیین کننده برخی از جهت گیری‌های کلی فرهنگ و تغییرات فرهنگی باشد. در واقع موسیقی نوعی کنش خلاقانه بامعنا تلقی می‌شود که قدرت انتقال بین ذهنی فراوانی دارد و تجربه موسیقی در سیستم معنای کنشگران اجتماعی تفسیر می‌شود (ایمان و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۷). مصرف موسیقی یکی از جلوه‌های مصرف است و بنا بر نظریه بوردیو، انتخاب نوع موسیقی، ناشی آن چیزی است که تمایل افراد را شکل می‌دهد. افراد باتوجه به اینکه از چه فرهنگ و اجتماع و پایگاه اقتصادی باشند مصرف موسیقایی متفاوتی خواهند داشت و مصرف موسیقی از اشکال مهم گذران اوقات فراغت جوانان است. موسیقی پاپ و شاد به دلیل برخورداری از

نوعی صبغه اعتراض و مقاومت و تحرک و هیجان، با اقبال بیشتری مواجه است (صمیم و قاسمی، ۱۳۸۸: ۲۴۶). محصولات موسیقایی در بستر جامعه و توسط اعضای جامعه تولید می‌شود؛ بنابراین مختصات هر جامعه‌ای در آن منعکس می‌شود (فیشر، ۱۳۸۵). نباید دور از نظر داشت که آنچه در این موسیقی‌ها بازنمایی می‌شود به نوعی بخشی از واقعیت سطح زندگی جوانان ایرانی است. جوانان موسیقی‌ای را مصرف می‌کنند که تا حدی بازتاب احساسات آنهاست (هاشمی و غلامزاده نظنزی، ۱۳۹۱).

لذا نوع مصرف موسیقی جامعه و خوراک موسیقی که در اختیارش قرار می‌گیرد بیش از پیش اهمیت می‌یابد و صرفاً نباید به آن به دید محصولی زودگذر نگاه کرد. بلکه باید به خاصیت انباشتی فرهنگی آن توجه کرد. چرا که در مصرف فرهنگ و کالاهای فرهنگی، تبدیل به فعالیت روزمره شده است که به واسطه آن فرهنگ تولید و بارور می‌شود. در مصرف فرهنگی است که هم خلاقیت افراد در ساختن فرهنگ و هم تعلقات آن‌ها به صنایع فرهنگی نشان داده می‌شود و سبک خاص زندگی را شکل می‌دهد. موسیقی به عنوان کالای فرهنگی و هنری، بخشی از مصرف فرهنگی انسان را تشکیل می‌دهد. اهمیت موسیقی و مصرف آن در زندگی انسان امروزی از آن جهت بسیار مهم است که می‌توان گفت بیش از هر کالای فرهنگی دیگری انسان در معرض شنیدن و در نتیجه مصرف آن قرار دارد. همچنین در بسیاری از موارد افراد اجباری به خرید آن ندارند و می‌توانند بدون پرداخت وجه به صورت رایگان آن را مصرف کنند. از طرف دیگر موسیقی تأثیر عمیقی بر روح و روان و احساسات و رفتار افراد دارد (قاسمی، سپیدنامه و هاشمی، ۱۳۹۹). به عقیده نابلوچ و ماندروف (۲۰۰۵) موسیقی به شدت در زندگی درآمیخته و بر خلاقیت، احساسات مثبت و منفی و بیماری‌های روانی و کنش‌های آسیب‌شناختی، رفتارهای جنسی و بسیاری از امیال انسانی و مقولات اجتماعی مؤثر است. مصرف

موسیقی سطح پایین و عوامانه (تک خواری) منجر به شکل‌گیری فرهنگ مبتذل و سطحی می‌گردد (سپیدنامه، ۱۳۹۴).

طبق اصل پیش‌پاافتادگی پارکینسون، در دنیای امروز مردم به موضوعات مبتذل و پیش‌پاافتاده ارزش بیشتری می‌دهند. در واقع در دنیای امروز موسیقی‌های سطحی یا مبتذل به دلیل ساده فهم بودن و مصرفی بودن و برای فرار از عمیق‌نگری نقش مهمی در مصرف فرهنگی افراد پیدا کرده است و هرچه این مصرف بیشتر گردد، جامعه به ابتذل فرهنگی و سطحی بودن بیشتری دچار می‌شود و از کمالات انسانی فاصله بیشتری می‌گیرد (قاسمی، سپیدنامه و هاشمی، ۱۳۹۹)؛ بنابراین ذائقه مصرف موسیقایی یک جامعه باید مورد توجه و تأکید سیاست‌گذار قرار گیرد؛ موسیقی‌های ساسی مانکن را می‌توان مصداق بارز موسیقی مبتذل دانست که سطحی و سخیف است. تأکید بیش از اندازه بر مسائل جنسی، استفاده از ترندهای رسانه‌ای پرطرفدار، ترویج مطالب ضدفرهنگی و ضداخلاقی و... از عناصری است که در این موسیقی‌ها به چشم می‌خورد.

تبیین پدیده فرهنگی

در اینجا پرسشی اساسی مطرح می‌شود: چرا این نوع موسیقی از سوی بخشی از جامعه از جمله بخشی از کودکان و نوجوانان استقبال می‌شود؟ «ضعف تولید موسیقی هنری و اخلاقی خوب برای کودکان» یکی از پاسخ‌های مهم است. نه تولید آهنگ‌هایی مانند برادران لیلا و نه استقبال از آن پدیده عجیبی نیست بلکه رخداد درونماندگار وضعیت تولید موسیقی در ایران است. این آهنگ در صورتی یک محصول استثنایی می‌شد که نه تنها نمونه‌های مشابه متعددی نداشت، بلکه رقبای بیشماري داشت که می‌توانستند جایگزین‌های برحق آن باشند اما واقعاً چنین نمونه‌هایی وجود دارند؟ در سال‌های اخیر چند اثر فاخر و مناسب کودک تولید شده است که بتوان آن را از هر منظر، شایسته مصرف کودک

دانست؟ با تمرکز بر یک یا چند رویداد اینچنینی و برجسته کردن چند واقعه خرد در یک مقطع زمانی کوتاه، این سیر نادیده گرفته شده و مسئله در سطح باقی خواهد ماند (کلهر، ۱۳۹۹).

در چنین وضعیتی، نهادها از کارکردهای خود تهی شده و کارکرد پیدا می‌کنند. اگر امروز تلاش مدارس و خانواده‌ها برای آموزش، پرورش و تربیت کودکان با چنین آهنگ‌هایی به خطر می‌افتد، از قدرت این خواننده‌ها نیست. لازم است بیش از توان خواننده‌ها و سایر سلبریتی‌ها و چهره‌ها و اینفلوئنسرها، به ناتوانی نهادهایی اعتراف کنیم که سال‌هاست با درک ناکافی، با روش‌هایی نامناسب و گویی در خلأ فعالیت می‌کنند. اکنون زمان مناسبی برای بازنگری در ایده‌هایی است که آموزش مدرسه‌ای را بهترین راه تربیت کودک می‌دانند. فرصت خوبی است که والدین دریابند آموزش صرفاً از طریق مدرسه و کلاس‌های آموزشی مختلف انجام نمی‌گیرد. سبک زندگی، شیوه مصرف، رفتار و عملکرد افراد در جهان پیرامون کودک از مهم‌ترین منابع آموزشی و هویت‌یابی کودک است. کودک از سبک زندگی، الگوی مصرف و مختصات زندگی افراد پیرامون خود تأثیر می‌پذیرد؛ محیطی که صرفاً محدود به خانه، مدرسه، جمع همسالان و آشنایان نیست، بلکه یک محیط جهانی را شامل می‌شود. عده‌ای قائل به آن‌اند که این مسئله با نظارت والدین رفع شدنی است و نظارت در کنار آموزش می‌تواند در امر تربیت کودک مؤثر باشد؛ اما به نظر می‌رسد باید دور ایده‌های نظارتی و کنترلی را هم خط بکشیم چرا که جهان امروز کودک آن‌چنان گسترده است که نمی‌تواند کاملاً تحت نظارت والدین باشد (کلهر، ۱۳۹۹).

مرکز رصد فرهنگی کشور در سال ۱۳۹۹، گزارشی با عنوان «سیاست‌های موسیقی کشور» منتشر کرد که اتفاقاً زمینه اصلی تولید آن گزارش، انتشار آهنگ جنتمن و رقص کودکان با این آهنگ در مدارس و حاشیه‌های به وجود آمده پس از آن بود. «ضعف سیاست‌های موسیقی در ایران» و دلالت و عوامل دیگر، از زمینه‌های ابتدال‌گرایی در موسیقی در بین بخش‌های زیادی از جامعه قلمداد شده است.

باید به زمینه‌ها و عواملی بپردازیم که به زوال ذوق موسیقی در بخش‌های مهمی از جامعه منجر شده است. در ادامه به توصیف وضعیت مصرف و آموزش موسیقی در ایران می‌پردازیم که رویدادهایی مانند استقبال از ترانه‌های مبتذل را پدیدآورده است:

تغییر ذائقه موسیقی

اولین پیمایش مصرف فرهنگی که موسیقی نیز بخشی از آن بود در سال ۱۳۷۸ انجام شد (پیمایش رفتارهای فرهنگی ایرانیان، موج اول، ۱۳۷۸). این پیمایش در دو موج دیگر در سال‌های ۱۳۸۲ و ۱۳۹۸ نیز تکرار شد. سنجش وضعیت مصرف موسیقی و ژانرهای گوناگون آن به طور خاص در سال ۱۳۸۹ توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان (ایسپا) و پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات انجام شد. نتایج این نظرسنجی از افراد ۱۵ تا ۳۵ سال در شهر تهران که در مهرماه ۱۳۸۹ انجام شده نشان داد که بیشتر نوجوانان و جوانان (۷۹/۹) به موسیقی علاقه دارند و گوش دادن به موسیقی جزئی از برنامه‌ی ثابت روزانه‌ی آنان است؛ «موسیقی از عناصر اصلی گذران وقت و پرکننده‌ی اوقات روزانه‌ی آن‌هاست». میزان مصرف افراد به طور متوسط هفته‌ای ۱۲ ساعت و چهل دقیقه بود و حتی ۲۴ درصد افراد نیز هفته‌ای ۲۱ ساعت به موسیقی گوش می‌دادند؛ میانگین سن شروع به گوش دادن موسیقی ۱۰ سالگی بود و تنها ۲/۸ درصد افراد اصلاً علاقه‌ای به موسیقی نداشته‌اند (بنکدار، ۱۳۹۰، فاضلی، ۱۳۸۶، علیخواه و خانی، ۱۳۸۵). نتایج مطالعات انجام شده، شباهت زیادی به هم دارد و همگی موید این هستند که بین ۷۰ تا ۸۰ درصد افراد جامعه علاقه زیادی به موسیقی دارند و درصد افرادی که اصلاً به موسیقی علاقه ندارند زیر ۵ درصد است (آزاده فر، ۱۳۹۰).^۱ آزاده‌فر (۱۳۹۰) به صورت آماری، این

۱. آزاده‌فر، محمدرضا، ۱۳۹۰، اقتصاد موسیقی: فایند تولید، بازاریابی و فروش محصولات (به همراه بررسی نظام اقتصاد موسیقی ایران)، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

تغییرات ذائقه‌ای را در طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۹ به تصویر کشیده است، بدیهی است که این تغییرات با گذشت زمان شدت بیشتری یافته است و رویدادهای مانند استقبال از نماهنگ‌های جنتلمن، دکتر و برادران لیلا، مؤید شدت گرفتن این تغییرات است. در این قسمت نمودارهای مقایسه‌ای مربوط به ذائقه مصرف موسیقی در کشور آمده است:

جدول ۲: مقایسه فراوانی مجوزهای صادرشده در بخش نک آهنگ به تفکیک گونه‌ی موسیقایی

سال	پاپ	سنتی	کلاسیک	محلی	تلفیقی	کودک	سایر	جمع
۱۳۹۲	-	-	-	-	-		-	-
۱۳۹۳	۹	-	-	-	-	-	-	۹
۱۳۹۴	۸۸	۶	۱	۰	۳	-	۱	۹۹
۱۳۹۵	۳۰۲	۴۶	۱	۱۰	۸	-	۴	۳۷۱
۱۳۹۶	۱۰۷۰	۵۸	۱۰	۱	۱۲۸	-	۱	۱۲۶۸

منبع: داده‌های مأخذ از دفتر موسیقی (تیر ۱۳۹۹)



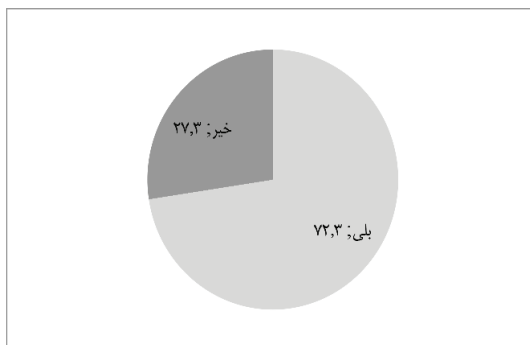
نمودار ۱۱: مقایسه اجراهای صحنه‌ای در چهارگونه‌ی موسیقایی در سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۸۸-۱۳۸۹

منبع: آزاده‌فر، محمدرضا، ۱۳۹۰، کتاب اقتصاد موسیقی

در سال ۱۳۹۸، سومین موج پیمایش مصرف فرهنگی انجام شد و داده‌های مربوط به بخش موسیقی آن در اینجا مورد بررسی قرار می‌گیرد. همان‌گونه که در جدول ۳ مشخص است، اغلب افراد (۷۲/۳ درصد) به موسیقی میل دارند و گوش می‌کنند. دسته تا ۱ ساعت نیز بیشترین فراوانی را در خصوص بیشترین زمان گوش دادن به موسیقی در شبانه‌روز به خود اختصاص داده و میانگین گوش دادن به موسیقی در کل جمعیت ۶۸ دقیقه و بین کسانی که علاقه‌مند به موسیقی هستند و گوش می‌کنند ۹۸ دقیقه بوده است.

جدول ۳: مصرف موسیقی در سال ۱۳۹۸

درصد	فراوانی	مصرف موسیقی	
۷۲/۳	۱۱۲۵۲	بلی	گوش دادن به موسیقی
۲۷/۳	۴۳۱۰	خیر	
۱۰۰/۰	۱۵۵۶۲	جمع	
۲۶/۹	۲۸۸۳	تا نیم ساعت	میزان گوش دادن به موسیقی در شبانه‌روز
۳۳	۳۵۴۷	تا ۱ ساعت	
۲۲/۱	۲۳۷۰	تا ۲ ساعت	
۱۸	۱۹۳۶	بیش از ۲ ساعت	
۱۰۰/۰	۱۰۷۳۶	جمع	
۶۸ دقیقه		میانگین	



نمودار ۱۲: نسبت افرادی که موسیقی گوش می‌کنند در سال ۱۳۹۸

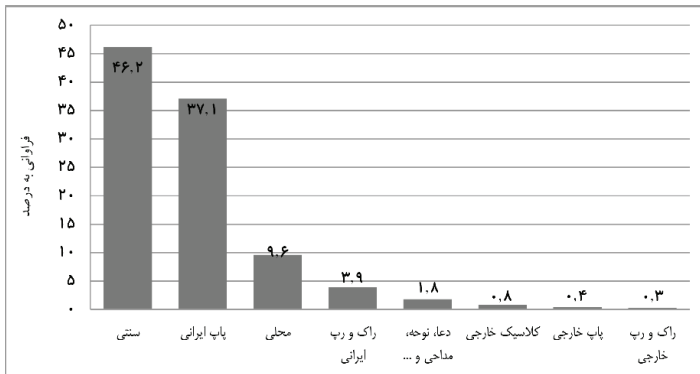
به طور خلاصه در این پیمایش، فراوانی مردانی که به موسیقی گوش می کنند بیشتر از زنان است، اما میانگین وقتی که هر دودسته علاقه مند به موسیقی برای گوش دادن اختصاص می دهند تقریباً یکسان است. هر چه سن پایین تر باشد میزان علاقه مندی به موسیقی و همچنین میزان زمان اختصاص داده شده برای گوش دادن به موسیقی بیشتر بوده است و با افزایش تحصیلات، علاقه مندی به موسیقی و همچنین زمان اختصاص داده شده به موسیقی بیشتر بوده است. همچنین افراد «دارای درآمد بدون کار» و «خانه دار» کمتر و افراد «بیکار» بیشتر از دیگر گروه های فعالیتی، موسیقی گوش می دهند.

در سؤالی دیگر از مخاطبان موسیقی در مورد سبک موسیقی مورد علاقه شان پرسیده شده که «بیشتر به چه سبک موسیقی ای گوش می کنید؟». در اولویت اول، ۴۶/۲ درصد مخاطبان موسیقی گفته اند که بیشتر به موسیقی سنتی گوش می دهند، ۳۷/۱ درصد نیز بیشتر به پاپ ایرانی، ۹/۶ درصد موسیقی محلی، ۳/۹ درصد راک و رپ ایرانی و در مراحل بعدی به ترتیب به موسیقی کلاسیک خارجی، پاپ و راک و رپ خارجی گوش می دهند. این ارقام در جمعیت نمونه از ۳۳/۱ درصد برای موسیقی سنتی تا ۰/۳ درصد برای راک و رپ خارجی در تغییر است.

جدول ۴: توزیع فراوانی سبک موسیقی محبوب بین مردم در سال ۱۳۹۸

مقدار / سبک موسیقی	اولویت اول (به درصد)	اولویت دوم (به درصد)
سنتی	۴۶/۲	۰/۷
پاپ ایرانی	۳۷/۱	۳۴/۲
راک و رپ ایرانی	۳/۹	۱۲/۷
محلی	۹/۶	۳۳/۷
کلاسیک خارجی	۰/۸	۳/۸
پاپ خارجی	۰/۴	۵/۱
راک و رپ خارجی	۰/۳	۲/۲
دعا، نوحه، مداحی و...	۱/۸	۷/۵

در اولویت دوم، پاپ ایرانی پرطرفدارترین نوع موسیقی است. در میان مخاطبان موسیقی، موسیقی پاپ ایرانی با ۳۴/۲ درصد و موسیقی محلی با ۳۳/۷ درصد بالاترین شنونده را دارد. پس از آن‌ها به ترتیب، موسیقی راک و رپ ایرانی با ۱۲/۷ درصد، پاپ خارجی با ۵/۱ درصد، کلاسیک خارجی با ۳/۸ درصد، راک و رپ خارجی با ۲/۲ درصد و سنتی ایرانی با ۰/۷ درصد شنونده قرار دارد. این ارقام در جمعیت نمونه از ۱۲/۱ درصد برای پاپ ایرانی تا ۰/۲ درصد برای موسیقی سنتی (در اولویت دوم) ایرانی تغییر می‌کند.

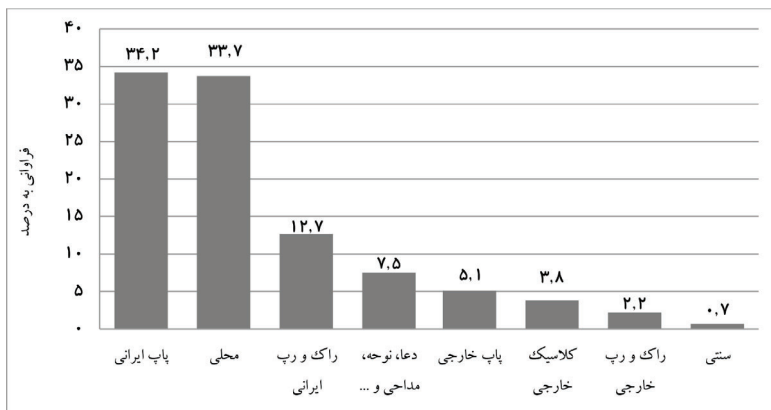


نمودار ۱۳: اولویت اول سبک موسیقی محبوب بین کسانی که موسیقی گوش می‌کنند - سال ۱۳۹۸

با افزایش سن، گوش دادن به موسیقی سنتی، محلی و نواهای مذهبی افزایش یافته و گوش دادن به موسیقی پاپ و راک و رپ ایرانی، کلاسیک و پاپ و راک و رپ خارجی، کاهش می‌یابد. جوان‌ترها خواهان گوش دادن به سبک‌های موسیقی مدرن هستند. مردان بیشتر از زنان موسیقی سنتی، راک و رپ ایرانی و خارجی و کمتر از آنان موسیقی پاپ ایرانی و نواهای مذهبی گوش می‌دهند. دانش‌آموزان و دانشجویان، کمتر از دیگر گروه‌های فعالیت سبک‌های موسیقی سنتی و محلی ایرانی و نواهای مذهبی و بیشتر از دیگران، سبک‌های پاپ

و راک و رپ ایرانی، کلاسیک و پاپ و راک و رپ خارجی را گوش می‌دهند. افراد دارای درآمد بدون کار بیشتر از دیگران، موسیقی سنتی ایرانی و محلی و کمتر از دیگران، سبک پاپ و راک و رپ ایرانی و انواع سبک‌های خارجی را گوش می‌دهند. خانه‌دارها نیز بیشتر از دیگران طرفدار نواهای مذهبی هستند.

با افزایش سطح تحصیلات، شنیدن سبک‌های موسیقی سنتی، محلی و نواهای مذهبی کمتر می‌شود و شنیدن سبک‌های موسیقی پاپ و راک و رپ ایرانی و کلاسیک و پاپ خارجی افزایش می‌یابد. با افزایش منزلت شغلی، شنیدن سبک‌های موسیقی کلاسیک و رپ خارجی و پاپ ایرانی افزایش پیدا می‌کند و موسیقی محلی کاهش می‌یابد. با افزایش پایگاه اقتصادی، گوش دادن به سبک‌های موسیقی سنتی و کلاسیک خارجی افزایش پیدا می‌کند و سبک‌های محلی و مذهبی کاهش می‌یابد.



نمودار ۱۴: اولویت دوم سبک موسیقی محبوب بین کسانی که موسیقی گوش می‌کنند - سال ۱۳۹۸

اگر بخواهیم به وضعیت سلیقه موسیقی در زمانی نزدیک‌تر بپردازیم، باید به نظرسنجی یک مؤسسه معتبر افکارسنجی در اسفند ۱۴۰۱، در سطح ملی با نمونه افراد بالای ۱۵ سال توجه کنیم. در این

نظرسنجی، از افرادی که مخاطب موسیقی بوده‌اند خواسته شده است که بگویند بیشتر مصرف چه سبکی از موسیقی را ترجیح می‌دهند. داده‌های جدول ۵ نشان می‌دهد که ۳۳/۴ درصد پاسخگویان موسیقی سنتی، ۳۲ درصد موسیقی پاپ ایرانی و ۱۴/۲ درصد موسیقی محلی را انتخاب کرده‌اند.

جدول ۵: توزیع پاسخگویان بر حسب سبک مورد علاقه موسیقی (اسفند ۱۴۰۱)

ژانرهای موسیقی	درصد بر حسب کل	درصد بر حسب افرادی که موسیقی گوش می‌دهند.
سنتی	۲۵/۷	۳۳/۴
پاپ ایرانی	۲۴/۷	۳۲/۰
محلی	۱۱/۰	۱۴/۲
راک و رپ ایرانی	۶/۴	۸/۳
کلاسیک خارجی	۲/۳	۳/۰
پاپ خارجی	۱/۹	۲/۵
راک و رپ خارجی	۱/۶	۲/۱
سایر	۲/۷	۳/۵
نمی‌دانم، بی‌پاسخ	۰/۷	۱/۰
مشمول نمی‌شود	۲۳/۰	-
جمع	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰

اگرچه موسیقی سنتی و پاپ ایرانی بیش از سایر سبک‌ها بین افرادی که به موسیقی گوش می‌دهند طرفدار دارد، اما این میزان بین گروه‌های مختلف اجتماعی مشابه نیست. طبق نتایج آزمون‌های آماری، موسیقی پاپ ایرانی بین زنان (۳۸/۱ درصد) بیش از مردها طرفدار دارد و مردها (۳۶ درصد) بیش از زنان به موسیقی سنتی علاقه دارند. همچنین ۶۱/۲ درصد افراد گروه سنی ۵۰ سال و بیشتر که موسیقی گوش می‌دهند به سبک سنتی بیشتر علاقه دارند و این میزان بین جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال ۱۴/۹ درصد است و ۳۹/۷ درصد جوانان

سبک پاپ ایرانی و ۱۷/۴ درصد سبک راک و رپ ایرانی را ترجیح می‌دهند. ۳۸/۶ درصد افراد با تحصیلات کمتر از دیپلم که موسیقی گوش می‌دهند، بیشتر سبک سنتی گوش می‌دهند و این میزان بین افراد با تحصیلات دانشگاهی ۳۰/۷ درصد است و ۴۱/۹ درصدشان پاپ ایرانی را ترجیح می‌دهند (جدول ۶).

جدول ۶: توزیع گوش دهندگان به موسیقی بر حسب سبک مورد علاقه به تفکیک متغیرهای زمینه‌ای

ژانرهای موسیقی	جنسیت		سن			تحصیلات	
	مرد	زن	۲۹- ۱۵ سال	۴۹- ۳۰ سال	۵۰ سال و بیشتر	کمتر از دیپلم	دانشگاهی
سنتی	۳۶/۰	۳۱/۳	۱۴/۹	۳۷/۲	۶۱/۲	۳۸/۶	۳۰/۷
پاپ ایرانی	۲۶/۹	۳۸/۱	۳۹/۷	۳۴/۸	۱۳/۰	۲۱/۰	۴۱/۹
راک و رپ ایرانی	۱۰/۸	۵/۸	۱۷/۴	۴/۳	۰/۹	۸/۹	۶/۹
محلی	۱۵/۲	۱۳/۴	۱۰/۱	۱۴/۸	۲۱/۳	۲۱/۶	۷/۸
کلاسیک خارجی	۲/۹	۳/۱	۵/۲	۲/۲	۰/۷	۲/۷	۳/۶
پاپ خارجی	۲/۱	۲/۹	۴/۸	۱/۶	۰/۰	۱/۸	۳/۰
راک و رپ خارجی	۲/۹	۱/۳	۴/۶	۱/۰	۰/۲	۲/۲	۲/۳
سایر	۳/۲	۳/۹	۳/۳	۴/۲	۲/۷	۳/۱	۳/۸
جمع	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰
معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
ضریب	۰/۱۵۳	۰/۳۳۴	۰/۱۶۳	۰/۱۶۳	۰/۱۶۳	۰/۱۶۳	۰/۱۶۳

در همین نظرسنجی برای بررسی «بسترهای رسانه‌ای مصرف موسیقی»، از گروه نمونه پرسیده شده است «بیشتر از چه طریقی موسیقی گوش می‌کنید یا ویدئوکلیپ و نماهنگ می‌بینید؟». داده‌های جدول ۷ نشان می‌دهد که ۵۱/۱ درصد

افرادی که موسیقی گوش می دهند (و ۳۹/۳ درصد کل پاسخگویان) گفته اند بیشتر به موسیقی هایی گوش می کنند که در تلفن همراهشان ذخیره کرده اند. سیما جمهوری اسلامی (۱۱/۴ درصد)، شبکه های اجتماعی مجازی (۱۰ درصد) و سایت های اینترنتی (۷/۶ درصد) در دهه های بعدی قرار دارند.

جدول ۷: توزیع پاسخگویان بر حسب روش گوش دادن به موسیقی

درصد بر حسب افرادی که موسیقی گوش می دهند	درصد بر حسب کل	بسترهای رسانه ای
۵۱/۱	۳۹/۳	موسیقی ذخیره شده در موبایل
۱۱/۴	۸/۸	تلویزیون داخلی
۱۰/۰	۷/۷	شبکه های اجتماعی مجازی
۷/۶	۵/۹	سایت های اینترنتی
۶/۷	۵/۱	ماهواره
۶/۲	۴/۸	سی دی، دی وی دی و ...
۵/۹	۴/۵	رادیو داخلی
۰/۹	۰/۷	سایر
۰/۲	۰/۲	بی پاسخ
—	۲۳/۰	مشمول نمی شود
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	جمع

اما همان طور که داده های جدول ۷ نشان می دهد، ۵۱/۱ درصد افرادی که موسیقی گوش می دهند، بیشتر موسیقی های ذخیره شده در موبایلشان را می شنوند، اما این میزان بین گروه های مختلف اجتماعی مشابه نیست. طبق نتایج آزمون های آماری، زنان بیش از مردها به موسیقی ذخیره شده در موبایل گوش می دهند و مردها بیشتر از زنان از سی دی و دی وی دی و سایت های اینترنتی برای گوش دادن به موسیقی استفاده می کنند. ۳۲/۸ درصد افراد گروه سنی ۵۰ سال و بیشتر که موسیقی گوش می دهند از طریق تلویزیون داخلی گوش می دهند و این میزان بین جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال تنها

۳ درصد است و ۶۳/۱ درصد جوانان از طریق موسیقی ذخیره شده در گوشی موبایل و ۱۳/۸ درصدشان از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی موسیقی گوش می‌دهند. ۴۵/۳ درصد افراد با تحصیلات کمتر از دیپلم که موسیقی گوش می‌دهند از طریق گوشی موبایل و ۲۰/۴ درصدشان از طریق تلویزیون داخلی موسیقی گوش می‌دهند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای گوش دادن به موسیقی بین افراد با تحصیلات دیپلم و دانشگاهی در رتبه دوم بعد از استفاده از آهنگ‌های ذخیره شده در گوشی موبایل است.

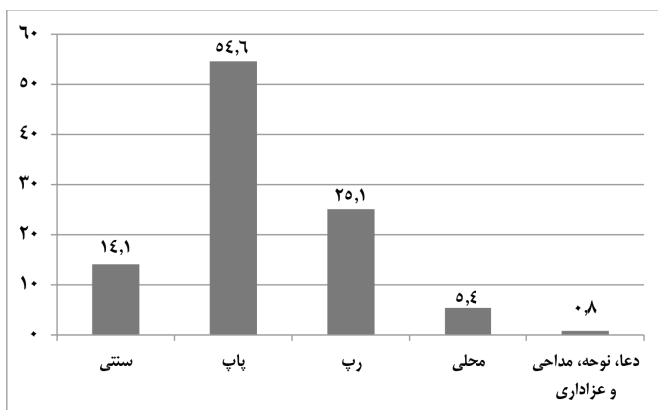
جدول ۸: توزیع گوش دهندگان به موسیقی بر حسب روش گوش دادن به موسیقی به تفکیک متغیرهای زمینه‌ای

جنسیت		سن			تحصیلات		بسترهای رسانه‌های
مرد	زن	۲۹- ۱۵ سال	۴۹- ۳۰ سال	۵۰ سال و بیشتر	کمتر از دیپلم	دیپلم دانشگاهی	
۱۰/۴	۹/۷	۱۳/۸	۹/۴	۴/۴	۶/۹	۱۰/۶	شبکه‌های اجتماعی مجازی
۵/۷	۷/۷	۳/۵	۸/۳	۹/۱	۶/۸	۶/۲	ماهواره
۸/۸	۶/۳	۱۱/۹	۶/۵	۲/۰	۵/۴	۷/۵	سایت‌های اینترنتی
۸/۸	۳/۵	۲/۸	۸/۱	۸/۶	۷/۲	۶/۲	سی‌دی، دی‌وی‌دی و...
۴۷/۹	۵۴/۶	۶۳/۱	۵۱/۶	۲۷/۵	۴۵/۳	۵۴/۳	موسیقی ذخیره شده در موبایل
۱۰/۵	۱۲/۴	۳/۰	۹/۰	۳۲/۸	۲۰/۴	۸/۴	تلویزیون داخلی
۶/۸	۴/۸	۱/۲	۶/۱	۱۴/۳	۷/۳	۵/۹	رادیو داخلی
۰/۹	۰/۹	۰/۵	۱/۱	۱/۲	۰/۷	۱/۰	سایر
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	جمع
۰/۰۰۰		۰/۰۰۰			۰/۰۰۰		معناداری
۰/۱۴۰		۰/۳۳۳			۰/۱۶۲		ضریب

در نظر سنجی مصرف فرهنگی نوجوانان تهران در خرداد ۱۴۰۲ (دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، به سفارش دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران) با جمعیت آماری سنین ۱۲ تا ۲۰ سال ساکن شهر تهران (۳۸۳ نفر)، نوجوانان شهر تهران، ۲ ساعت و ۲۱ دقیقه در شبانه‌روز به موسیقی گوش می‌دهند. موسیقی پاپ بیشترین آمار (۵۴/۶ درصد) را به خود اختصاص داده است؛ موسیقی رپ با ۲۵/۱ درصد، سنتی با ۱۴/۱ درصد، محلی با ۵/۴ درصد و دعا، نوحه، مداحی و عزاداری با ۰/۸ درصد در رتبه‌های بعدی قرار داشتند.

جدول ۹: توزیع فراوانی سبک موسیقی مورد علاقه نوجوانان تهران (خرداد ۱۴۰۲)

موارد پاسخ		درصد نسبی	درصد معتبر
۱	سنتی	۱۳/۱	۱۴/۱
۲	پاپ	۵۰/۷	۵۴/۶
۳	رپ	۲۳/۲	۲۵/۱
۴	محلی	۵	۵/۴
۵	دعا، نوحه، مداحی و عزاداری	۰/۸	۰/۸
۶	بی پاسخ	۷/۳	—
جمع		۱۰۰	۱۰۰

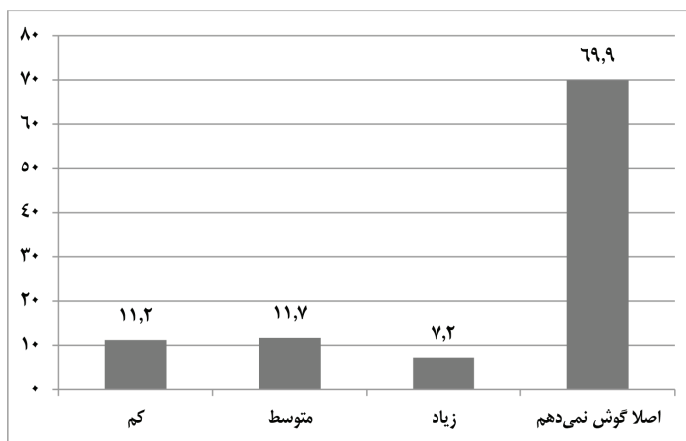


نمودار ۱۵: توزیع فراوانی سبک موسیقی مورد علاقه نوجوانان تهران (خرداد ۱۴۰۲)

در مورد علاقه به گروه‌های موسیقی مانند گروه‌های موسیقی کی پاپ و بی تی اس و...، ۱۱/۲ درصد به میزان کم، ۱۱/۷ درصد به میزان متوسط و ۷/۲ درصد به میزان زیاد به این نوع موسیقی گوش می‌دهند و ۶۹/۹ درصد اصلاً به این گروه‌ها گوش نمی‌کنند.

جدول ۱۰: توزیع فراوانی نظر نوجوانان در مورد میزان علاقه به گروه‌های موسیقی نوظهور (خرداد ۱۴۰۲)

میزان موافقت	درصد نسبی	درصد معتبر
کم	۱۱	۱۱/۲
متوسط	۱۱/۵	۱۱/۷
زیاد	۷	۷/۲
اصلاً گوش نمی‌دهم	۶۸/۷	۶۹/۹
بی‌پاسخ/نمی‌دانم	۱/۸	—
جمع	۱۰۰	۱۰۰



نمودار ۱۶: توزیع فراوانی نظر نوجوانان در مورد میزان علاقه به گروه‌های موسیقی نوظهور (خرداد ۱۴۰۲)

داده‌های مربوط به مصرف موسیقی، علاوه بر اینکه مصرف بالای موسیقی در کشور را تأیید می‌کند، همچنین اطلاعات مهمی دربارهٔ

ذائقه مصرف دارد. توجه به این موضوع اهمیت دارد که موسیقی پاپ در لغت مخفف کلمه Popular به معنای محبوب و عمومیت یافته است، بنابراین این واقعیت که این ژانر موسیقی در همه جهان به عنوان پرمخاطب‌ترین گونه موسیقی مطرح شود امری معمول و عادی است اما آنچه رواج بیش از حد موسیقی پاپ در ایران را به ذائقه موسیقی نسبت می‌دهد، نتیجه‌ای است که در پی عدم حمایت درست از موسیقی حاصل می‌شود. در آینده عدم ترویج موسیقی، محدودیت‌های موردنظر بیش از هر چیز موسیقی پاپ ایرانی یا آنچه موسیقی لس‌آنجلسی و مبتذل نامیده می‌شد، هدف قرار گرفته بود. رواج موسیقی پاپ که به اعتقاد متخصصین موسیقی در پی سیاست‌های حذف آموزش موسیقی و محدودیت‌های اعمال شده به صورت قابل توجهی از کیفیت آن کاسته شده است، نشان‌دهنده عدم توفیق این سیاست‌ها در حذف موسیقی مدنظر و تغییر ذائقه فرهنگی و موسیقایی بوده و از این لحاظ حایز اهمیت است. از سوی دیگر، یکی از مشخصات موسیقی پاپ، شعرهای بسیار ساده و قابل بخاطر سپاری است. جدول زیر آمار مربوط به رشد مجوزهای شعر صادر شده و نسبت آن با موسیقی تولید شده نشان می‌دهد که حاکی از ارائه و تصویب اشعار، به نسبتی بسیار بیش از تولیدات موسیقی شده است:

جدول ۱۱: نسبت شعر و موسیقی تولید شده در مجوزهای صادر شده (۱۳۸۱-۱۴۰۰)

سال	آثار صوتی	اشعار موسیقی
۱۳۸۱	۳۲۱	-
۱۳۸۵	۲۴۴	۵۶۵۸
۱۳۹۰	۴۱۸	۶۹۷۱
۱۳۹۱	۳۷۸	۵۹۹۰
۱۳۹۲	۵۱۹	۸۰۲۲
۱۳۹۳	۴۲۵	-

سال	آثار صوتی	اشعار موسیقی
۱۳۹۴	۵۷۴	۱۱۱۱۷
۱۳۹۵	۴۸۵	۱۳۰۱۹
۱۳۹۶	۵۴۵	۱۵۴۵۰
۱۳۹۷	۵۴۸	۱۹۶۲۳
۱۳۹۸	۳۵۷	۲۳۶۰۰
۱۳۹۹	۳۷۷	۱۳۴۳۰
۱۴۰۰	۳۸۳	۱۱۹۶۰

منبع: سالنامه آماری فرهنگ و هنر

برای نمونه در سال ۱۳۹۷، نزدیک به ۲۰ هزار شعر مورد تصویب قرار گرفته در حالی که تنها ۵۴۸ مجوز برای آثار صوتی در این سال صادر شده است. در سال ۱۴۰۰، حدود ۱۲ هزار شعر تولید شده و ۳۸۳ مورد مجوز گرفته است. یکی از کارشناسان موسیقی در این باره می‌گوید: «اشعار مصوب مربوط به موسیقی پاپ هستند، در حالیکه هنوز اشعار مولانا یا حافظ برای موسیقی سنتی با سختگیری و ممیزی همراه است» (مصاحبه نگارندگان). چنانچه در جدول ۱۱ نمایان است، در سال‌های اخیر حمایتی ضمنی از رشد این موسیقی و رفع موانع ممیزی مربوط به اشعار روی داده است، همین امر یکی از عوامل موثر بر کاهش کیفیت این ژانر از موسیقی در ایران بوده است. از سوی دیگر، همگام با رشد موسیقی پاپ که روندی جهانی و مصرف‌گرایانه است، سیاست‌های فرهنگی دولت‌ها، حمایت از موسیقی ملی و نواحی به‌عنوان میراث فرهنگی است، هم‌چنین حمایت‌های گسترده از موسیقی کلاسیک به‌عنوان موسیقی ژانری که ارزش‌ها و اصول موسیقایی در نوازندگی، آهنگ‌سازی و اجرا، در آن به حد اعلایی وجود دارد، به‌عنوان شاخص بالندگی فرهنگی در عرصه موسیقی شناخته می‌شود. از این رو، رشد روزافزون موسیقی پاپ در ایران، هم به معنای تغییر

ذائقه عمومی علی‌رغم سیاست‌های فرهنگی در عرصه موسیقی است و هم به معنای از دست دادن ارزش‌های متعالی فرهنگی در این عرصه و در حقیقت تأثیر معکوس سیاست‌های فرهنگی پس از انقلاب بر گروه هدف موسیقی سنتی ایرانی، نواحی و کلاسیک بوده است بدون آنکه روند تجاری و جهانی رشد موسیقی پاپ را کند کرده یا متوقف کند. در پژوهش مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری نیز مسئله مصرف موسیقی بدین ترتیب مورد تحلیل قرار گرفته است که همان نتایج اکنون نیز قابل تکرار است و می‌توان پدیده‌ی همخوانی آهنگ ساسی مانکن در مدارس را با نتایج این تحلیل مطابقت داد:

«سیاست «عدم ترویج موسیقی» به‌عنوان سیاست رسمی سبب کم‌رنگ‌شدن و تضعیف آموزش موسیقی، سیاست رسانه‌ای مبهم و انفعالی و تضعیف فعالیت بخش خصوصی در عرصه موسیقی و نهایتاً محدودشدن راه‌های دسترسی جامعه به موسیقی در جامعه از طریق رسمی شده که در نگاه اول نتیجه مطلوب سیاست «عدم ترویج موسیقی» در جامعه است؛ اما نگاهی عمیق‌تر به سیاست‌ها می‌تواند پیامد منفی پایین‌بودن سواد موسیقایی^۱ جامعه در درازمدت را روشن‌تر سازد. عدم دسترسی برنامه‌ریزی شده به همراه وجود نیاز به مصرف موسیقی در جامعه و برطرف کردن این نیاز از طریق مبادی غیررسمی سبب شده است که «سطح پایین سواد موسیقایی جامعه» مهم‌ترین پیامد سیاست انفعالی و بازدارنده حکومت در چند دهه اخیر باشد. شرایط فعلی نشان‌دهنده این است که سیاست‌های بازدارنده، موسیقی را از زندگی مردم خارج نمی‌کند بلکه فقط با کاهش سطح سواد موسیقایی جامعه، راه را برای مصرف بی‌اندازه و یکه‌تازی موسیقی پاپ به‌عنوان یک‌گونه موسیقایی باز کرده است. شرایط پیش‌آمده

۱. سواد موسیقایی به معنای داشتن دانشی درباره‌ی عناصر اصلی موسیقی و انواع موسیقی است که قدرت انتخاب موسیقی را فارغ از ابعاد هیجانی آن به افراد می‌دهد.

پس از مرگ مرتضی پاشایی شاهی بر یک‌تازی موسیقی پاپ در جامعه است. موسیقی پاپ به دلیل دسترسی آسان از طریق وسایل ارتباطی جدید و نیازداشتن این نوع موسیقی به ذائقه موسیقایی پرورش یافته مورد اقبال جامعه‌ای قرار گرفته است که سطح سواد موسیقایی پایینی دارند. در نتیجه شرایط برای حضور گونه‌های دیگر موسیقی مانند موسیقی سنتی که رابطه نزدیک‌تری با هویت فرهنگی مردم دارد، سخت شده است. دغدغه این است که موسیقی بخشی از هویت و سرمایه نمادین مردم است و فقدان شناخت از موسیقی ملی، به تدریج توانایی لذت‌بردن از این نوع موسیقی را از بین می‌برد. علاوه بر عدم توانایی لذت‌بردن از موسیقی ملی، در آینده‌ای نه‌چندان دور شاهد کاهش تعداد نوازندگان سازهای ایرانی خواهیم بود. این پیامد می‌تواند نتیجه عدم نمایش ساز در رسانه ملی به دلیل تبعیت از سیاست عدم ترویج موسیقی دانست... شرایط کنونی ما را نیازمند بازنگری در سیاست موسیقایی می‌سازد، بایستی سیاستی تدوین شود که با واقعیت اجتماعی مصرف موسیقی در ایران و حساسیت‌های حاکمیتی تعادل برقرار سازد. سیاستی با این پیش‌زمینه که در فضای رسانه‌ای جدید حذف و نهی موسیقی نه‌تنها نمی‌توان جلو مصرف موسیقی را سد کند، بلکه مشخصه عدم شناخت کافی از شرایط پیرامونی است» (تقی‌زادگان، ۱۳۹۵).

چنانچه داده‌های جدول ۵ نشان می‌دهد، موسیقی پاپ در سال‌های اخیر به سرعت در حال گسترش و فراگیر شدن است، آنچه در مسئله استقبال از موسیقی‌هایی مانند آهنگ ساسی مانکن مشاهده می‌شود در واقع از تأثیرات این فرایند تغییر موسیقایی جامعه است. در دهه‌های گذشته، رواج افراطی موسیقی پاپ در میان جوانان و نوجوانان به صورتی که ذائقه موسیقایی آنان را تحت تأثیر جدی قرار می‌دهد، مورد انتقادات بسیاری قرار گرفته است. زاده محمدی در پژوهشی،

جاذبیت‌های اجتماعی و احساسی موسیقی پاپ ایرانی - غربی را دلیل مصرف بالای آن در ایران معرفی می‌کند که به نظر وی ریشه‌ها و تأثیرات این انتخاب نگران‌کننده است (زاده محمدی، علی، ۱۳۸۷)^۱ از پی‌داده‌ها و تحلیل‌های موجود درباره تغییر ذائقه موسیقایی جوانان و نوجوانان ایرانی به دلیل اصلی آن یعنی عدم آموزش موسیقی می‌رسیم که در قسمت بعد به آن خواهیم پرداخت (آذری، ۱۳۹۹).

بی‌سوادی موسیقایی

نوع و شیوه مصرف موسیقی در میان جوانان و نوجوانان از همان جایی نشأت می‌گیرد که در آن حضور یافته است - از مکان آموزش عمومی و فقدان آموزش موسیقی در آن. یکی از زمینه‌های استقبال از موسیقی مبتذل، عدم شناخت موسیقی و تبعیت از ریتم هیجانی است. در نبود برنامه‌های پخش موسیقی با ارزش فرهنگی بالا به صورت رسمی در مدارس، در فقدان آموزش موسیقی و سنجش و پایش سواد موسیقایی در بین دانش‌آموزان، آنچه جایگزین می‌شود عادت به نبود موسیقی در مدرسه و در میان کودکان نیست - چنانچه حذف موسیقی از فضای جامعه نیز ممکن نشد و تنها به تنزل سطح آن انجامید - بلکه پیامد طبیعی آن، پیروی و همراهی کودکان از موسیقی با ریتم ساده و مهیج، بدون توجه به کلام غیراخلاقی آن است. مهم‌ترین آسیب‌های نظام آموزش رسمی از نظر آموزش موسیقی و آسیب‌های آموزش موسیقی در فضای خارج از فضای رسمی آموزشی در موارد زیر آمده است:

- در بخش آموزش به طور رسمی آموزش موسیقی در هیچ یک از بخش‌های وزارت آموزش و پرورش وجود ندارد و هنرستان‌های موسیقی هم تنها اساسنامه‌شان باید به تأیید آموزش و پرورش برسد. اخیراً در

۱. زاده محمدی، علی، ۱۳۸۷، بررسی تأثیرات روانشناختی انواع موسیقی عامه‌پسند ایرانی (بر اساس پایگاه اجتماعی و اقتصادی در دانشجویان دانشگاه‌های جامع شهر تهران)، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات اسلامی، نسخه مخاطبان خاص.

بخش‌هایی از کتاب‌های درسی پایه ششم و هفتم دبستان مباحثی برای آشنایی کودکان با مبانی موسیقی گنج‌انیده شده است، اما به دلیل عدم تأمین آموزگاران آشنا به این مباحث، عملاً کاربردی نیافته است.

– با حذف موضوع آموزش موسیقی، تنها ارتباط وزارت آموزش و پرورش با موسیقی مدارس در بخش پرورشی و به برنامه «سرود مدارس» محدود می‌شود. هدف از اجرای این برنامه، رسانیدن پیام‌های تربیتی انقلابی و اسلامی در قالب سرود و موسیقی بوده است. اجرای سرودهای مدرسه در قالب مناسبت‌هایی مانند دهه پیروزی انقلاب اسلامی و روز دانش‌آموز تعریف شده است، مناسبت‌های دیگر مذهبی چون ایام ولادت و شهادت ائمه معصومین و یا جشن تکلیف نیز در برخی موارد گنج‌انیده می‌شود. در برخی از مدارس معدود، مناسبت‌هایی مانند نوروز نیز شامل برنامه‌های سرود جمعی می‌گردد. به این ترتیب در این برنامه، یک «روند دایمی» برای آموزش تنها شکل آوازی موسیقی به صورت محدود نیز وجود ندارد. شیوه‌ای که برنامه‌های سرود مدارس برگزار می‌شود به نحوی است که برخی معتقدند سرود مدارس نه تنها باعث آشنایی کودکان با موسیقی نمی‌شود، بلکه درک نادرستی و شناخت اشتباهی از موسیقی به آن‌ها می‌دهد، استفاده از مریبان نابلد، در برخی موارد باعث مشکلاتی در حنجره و صدای کودکان می‌شود.

– به دلیل عدم آموزش رسمی موسیقی در کشور، آموزشگاه‌های موسیقی در شهرهای مختلف کشور با روند روبه‌رشدی روبرو بوده است. آموزشگاه‌های خصوصی موسیقی به عنوان حلقه‌های واسطه و مهره‌های جایگزین نظام آموزش موسیقی کشور مطرح شده‌اند، اما چالش‌های پیشروی این نوع آموزش نیز کم نیستند که برخی از آن‌ها در موارد زیر آمده است:

فقدان قابلیت ارزیابی کیفیت آموزشی: آموزشگاه‌های موسیقی اگرچه از نظر کمی، رشد روزافزونی در شهرهای بزرگ داشته‌اند و حتی گاهی در روستاهای کوچک نیز پدید آمده‌اند اما از نظر کیفیت، روند

مشخص و معیارهای قابل ارزیابی برای آن‌ها وجود ندارد، بنابراین تأیید کیفیت عملکرد آن‌ها ممکن نیست. رتبه‌بندی آموزشگاه‌های موسیقی، بر اساس شاخص‌های کفایت مدیرمسئول و نوع فعالیت‌های آن صورت می‌گیرد و جایگاه آموزشگاه‌ها در سه رتبه (درجه ۱، درجه ۲ و درجه ۳) تقسیم‌بندی می‌شود. با وجود این، به عقیده کارشناسان این حوزه، این رتبه‌بندی برای ارزیابی عملکرد آموزشی این آموزشگاه‌ها کافی نبوده و نیازمند نظارت بر محتوای آموزشی و کیفیت آموزش هستند.

تحمیل هزینه‌های بالا بر والدین و هنرجویان: مرکز آموزش و توسعه فعالیت‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مودی تعیین شهریه برای آموزشگاه‌های آزاد هنری است. در حال حاضر، آخرین شیوه‌نامه اخذ و استرداد شهریه از سوی این مرکز در سال ۱۳۹۱ تعیین شده و از آن سال تاکنون تغییری نیافته است. بررسی‌های صورت‌گرفته نشان می‌دهد که آموزشگاه‌های موسیقی طبیعتاً در انتظار تغییر این شیوه‌نامه نمانده‌اند و در نبود این شیوه‌نامه، به صلاحدید خود و با نیم‌نگاهی به میزان ظرفیت جامعه هدف برای پرداخت شهریه‌ها، سالانه مبلغی را برای کلاس‌ها در نظر می‌گیرند. این مبلغ با توجه به معیارهایی چون منطقه شهری محل آموزشگاه، میزان شهرت و محبوبیت اساتید و نام و نشان شناخته‌شده آموزشگاه و مدیریت آن متغیر است. گذشته از این «عدم تعیین شهریه معنی‌دار» از سوی معاونت مربوطه، هزینه‌های آموزش موسیقی نیز مانند بسیاری از حوزه‌های هنری دیگر کاملاً قابل کنترل و یا پیگیری نیست.

وجود تنوع شیوه‌های آموزشی و عدم وجود رویه معین آموزشی: آموزشگاه‌های آزاد موسیقی در کشور از نظر آموزشی رویه‌های مشخص خود را دنبال می‌کنند و نه تنها روش معینی برای آنان وجود ندارد، بلکه یکی از شیوه‌های جذب هنرجو برای آنان تأکید بر «خاص بودن روش‌های آموزشی» است. این در حالی است که سایر آموزشگاه‌های هنری و یا رشته‌های غیر

هنری (مثلاً زبان‌های خارجی)، روش‌های مرجعی را در نظر گرفته و تلاش می‌کنند تا به آن نزدیک شوند، برای مثال آزمون‌های سراسری داخلی و خارجی را هدف قرار می‌دهند. البته این نابسامانی ظاهری از سوی برخی از کارشناسان در حوزه آموزش موسیقی امری نامطلوب نیست و می‌بایست به آزادی در عمل آموزشگاه‌های خصوصی و حق انتخاب از سوی هنرجویان یا والدین آن‌ها تعبیر گردد (آذری، ۱۳۹۵). نوع دیگری از آموزش موسیقی در کشور، از سوی هنرستان‌های موسیقی صورت می‌گیرد. وضعیت حاکم بر این هنرستان‌ها نیز اینگونه توصیف می‌شود:

«در کل استان تهران، تنها دو هنرستان موسیقی وجود دارد. تنها هنرستان موجود برای دختران و پسران، فضای آموزشی ناچیزی است که نمی‌توان انتظار تخصصی‌شدن رشته‌ها، گرایش‌های آموزشی (شفاهی و مکتوب) و نوازندگی سازهای ایرانی و جهانی را در نظر داشت. با وجود این، هنرستان‌های موسیقی دختران و پسران در تهران، ایده‌آل‌ترین شکل آن در کل کشور است، همین حداقل در سایر شهرها و استان‌های کشور تبدیل به آرزویی برای علاقه‌مندان موسیقی و استعدادهای درخشان شده است. بدین ترتیب بخش آموزش موسیقی در شهرستان‌ها عملاً در حالت نیمه‌تعطیل قرار دارد و موضوع عدم رعایت عدالت آموزشی در نظام آموزش رسمی کشور غیرقابل چشم‌پوشی است. موضوع کمیت آموزشی به‌تنهایی نشانگر تبعیض شدید آموزشی در زمینه جنسیت، قومیت و شهرنشینی است که پیامدهای نامطلوب فراوانی را بر عرصه فرهنگی کشور تحمیل می‌نماید.»

در فضایی که آموزش رسمی موسیقی برای کودکان اساساً وجود ندارد، آموزش تخصصی چنان محدود و موردی است که جز اقلیتی محدود، در دسترس دیگران قرار نمی‌گیرد و بخش خصوصی، با هر کیفیت ممکن، جایگزین آموزش رسمی می‌شود، نمی‌توان انتظار سواد موسیقایی از دانش‌آموزانی را داشت که در معرض موسیقی هیجانی با کلام نامناسب قرار می‌گیرد. در بخش بعدی تلاش کرده‌ایم، علت‌های این درجамاندگی سیاستی را جستجو کنیم.

عوامل و زمینه‌ها

مسئله اصلی سیاست موسیقی کشور، فقدان تنظیم‌گری متناسب با وقایع، روندها و ضرورت‌های وضع موجود معرفی شده است. یکی از زمینه‌های استقبال از موسیقی بی‌ارزش هنری و غیراخلاقی، «درجاماندگی سیاست‌گذاری موسیقی» است (آذری، ۱۳۹۹) بدین معنا که سیاست‌های کلان توجه کافی و متناسبی به روندهای اجتماعی و فرهنگی کشور در زمینه موسیقی ندارد و در مقابل تغییرات ایستادگی می‌کنند یا لاقابل‌تلاشی برای ایجاد این تغییرات نمی‌کنند. سه علت بنیادین بوروکراتیک، ایدئولوژیک- و اقتصادی را در این زمینه شناسایی کرده و به آن‌ها پرداخته‌ایم. نکته قابل‌توجه اینکه اگرچه تصور می‌شود مسئله اصلی موسیقی ریشه در احکام و ممنوعیت‌های فقهی در این زمینه دارد و با وجود اهمیت غیرقابل‌انکار این موضوع در ایجاد مسئله سیاستی موسیقی در ایران اما باید در نظر گرفت که مجموعه این عوامل در ارتباط پیچیده‌ای که با یکدیگر دارند، مسئله را شکل داده و مانع از حل و بهبود آن می‌شوند. بدین معنا که مناسبات اقتصادی حاکم بر موسیقی کشور، منافع بزرگی را برای افرادی فراهم می‌آورد و لذا رسیدگی به سایر بخش‌ها یا تغییرهای سیاستی در جهت منافع عمومی را دچار تعارض منافع می‌سازد، از سوی دیگر، ساختار کوچک و غیرتخصصی دفتر موسیقی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اجازه تشریح وضعیت و زمینه‌سازی برای تغییر آن در بخش‌های اصلی حاکمیتی را فراهم نمی‌آورد، این‌ها در پیوند با یکدیگر معنا پیدا می‌کنند و تمرکز بر یکی از این گروه‌ها بدون در نظر گرفتن سایرین، درک ما را از شناخت پدیده‌های مربوط به آن دچار آسیب می‌سازد. در این بخش تلاش می‌کنیم، علت‌های این آسیب شناسایی شده را برشمرده و تا حد ممکن و به‌صورت خلاصه توضیح دهیم:

موانع بوروکراتیک

عدم توفیق سازمان‌های فرهنگی کشور در ارتقای صنعت و فرهنگ موسیقی کشور را باید در هم‌راستایی عوامل زیر جستجو کرد:

- عدم تخصص مدیران موسیقی
- عدم تخصیص بودجه متناسب به دفتر موسیقی و سایر نهادهای متولی
- عدم هماهنگی بین دستگاهی برای پیشبرد اهداف و پروژه‌های موسیقی در کشور

در این قسمت از گزارش، به تشریح هریک از این عوامل، در پیوند با یکدیگر خواهیم پرداخت:

اگر پهنه سیاست‌گذاری کشور را به دو بخش دولت و حاکمیت تقسیم کنیم، در بخش دولت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مسئولیت هدایت و راهبری بخش موسیقی کشور را بر عهده دارد. در این وزارتخانه، نهادی با نام «دفتر موسیقی» به‌عنوان زیرمجموعه معاونت امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی فعالیت می‌کند. این دفتر که کوچکی عنوان و جایگاه سازمانی‌اش نیز تردیدهایی جدی در توانایی آن برای هدایت بخش مهم فرهنگی کشور به وجود می‌آورد، به‌عنوان متولی سیاست‌گذاری‌های کلان حوزه موسیقی کشور شناخته می‌شود. شاخص‌ترین وظایف ستادی، هدایتی و حمایتی این دفتر، ۱۵ مورد است در اساسنامه‌ی آن آمده و برخی از مهم‌ترین موارد آن عبارتند از:

- تدوین سیاست‌های اجرایی، هدایتی و حمایتی برای اعتلای موسیقی ایرانی
- ارائه راهکارهای واقع‌بینانه برای شیوه تعامل با فرهنگ موسیقایی غیرایرانی
- مطالعه و بررسی تکنولوژی‌های نوین در صنعت موسیقی جهان
- تلاش برای پالایش ذوق زیبایی‌شناسی و سلیقه موسیقایی عامه

در جهت درک و استقبال از موسیقی‌های سنتی و کلاسیک

- برخورد فعال با موسیقی‌های متداول و جاری در سطح جامعه به گونه‌ای که ضمن رعایت شاخص‌های موسیقایی حداکثری از قالب‌های رایج برای ترویج ارزش‌های ایرانی و اسلامی استفاده شود

- حمایت از برگزاری جشنواره‌های تخصصی و تلاش برای افزایش وجهه هنری آنها
- شناسایی و معرفی جشنواره‌های معتبر خارجی و حمایت از اعزام گروه‌های موجه به این جشنواره‌ها.
- انجام امور نظارتی بر اجرای آثار صحنه‌ای و تولیدات موسیقی برای صیانت از هویت فرهنگ ایران اسلامی و جلوگیری از انحطاط فرهنگی.
- تدوین مقررات مشخص و شفاف برای اجرای آثار صحنه‌ای و تولیدات موسیقایی و صدور مجوزهای موردنیاز
- حمایت از گروه‌های موسیقی با استفاده از امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری

با نگاهی به موارد فوق که در مورد اهداف دفتر موسیقی آمده مشخص است که این نهاد می‌بایست سازمانی تخصصی در حوزه موسیقی کشور باشد و مدیریت آن نیز به دست افرادی سپرده شود که هم از تخصص لازم برای اداره این سازمان و هم از مشروعیت لازم در میان اهالی موسیقی برخوردار باشند. بدیهی است که عملکرد افراد را نمی‌توان به تخصص و سوابق دیگر آنان فروکاست اما آن‌چنان که بررسی‌ها در مورد سوابق مدیران این دفتر نشان می‌دهد در انتخاب مدیران به‌طور کلی، شاخص تخصص، کمتر مورد توجه بوده است.

مدیران کوتاه‌مدت موسیقی: زمان کوتاه تصدی مدیران بر دفتر موسیقی، از آسیب دیگری در عرصه موسیقی حکایت می‌کند که عدم تعهد و تضمین برای اجرای برنامه‌های طولانی مدت توسعه‌ای و اصلاحی در این حوزه است. اساساً مدیران موسیقی، خود را مدیران کوتاه‌مدت می‌دانند که تنها می‌توانند برای مدیریت عرصه‌های اجرایی برنامه‌ریزی کنند. آن‌ها فرصت آشنایی، برنامه‌ریزی و عمل نمی‌یابند و به همین نسبت هم این مدیران در جایگاه پاسخگویی نمی‌توانند به‌صورت مؤثری مورد نقد و ارزیابی قرار بگیرند.

فقدان سیاست‌گذاری یکپارچه و ملی: علاوه بر نهاد متولی موسیقی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سایر نهادهای مرتبط نیز از سهم خود‌شانه خالی می‌کنند برای مثال وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، حمایت‌های محدودی از جشنواره‌های موسیقی نواحی می‌کند و بررسی‌ها نشان داده که این وزارتخانه تاکنون متولی برگزاری هیچ یک از این جشنواره‌ها نبوده است، درحالی که نصیب بخش گردشگری از عواید مالی این جشنواره‌ها بسیار زیاد است و علاوه بر این، حفاظت از موسیقی نواحی به عنوان یکی از وظایف این وزارتخانه در حراست از آثار فرهنگی ناملوس کشور است.

سازمان مؤثر دیگر در این زمینه، سازمان صداوسیما است؛ این سازمان با نقض مکرر حق مؤلف در پخش آثار موسیقی^۱، نسبت اهالی موسیقی را با رسانه ملی پرچالش ساخته، همکاری با این سازمان را غیرشفاف نموده و موجب خسران مالی برای فعالین این حوزه شده است. علاوه بر این، عدم پاسخگویی این سازمان در مورد مسائلی که گفته شد، باعث شده است که سازمان صداوسیما از زیر مسئولیت فرهنگی خود در حوزه موسیقی نیز شانه خالی کند. در این سازمان، موسیقی مورد استفاده نه تنها از نظر مالی تعهدات مبهم و غیرشفافی دارد بلکه هزینه نمودن این سازمان در جهت اهداف فرهنگی در حوزه موسیقی را نیز خارج از منطق مالی این سازمان و بلانسبت ساخته است. عدم تأثیرگذاری دفتر موسیقی در هماهنگی دستگاه‌ها با یکدیگر، به جایگاه این دفتر در مجموعه حکمرانی فرهنگی کشور نیز مربوط می‌شود. این جایگاه را از نظر بودجه‌بندی نیز می‌توان مورد مقایسه و مذاقه قرار داد. بودجه سال ۱۳۹۹، مقیاسی برای مقایسه جایگاه موسیقی کشور در بودجه فرهنگی آن فراهم می‌آورد^۲:

۱. صدا و سیما تنها حق پخش فیلم‌های سینمایی را می‌خرد اما در ازای پخش موسیقی به صاحبان آن‌ها پولی نمی‌دهد.

۲. آمار برگرفته از گزارش هنر امروز، ۱۷ آذر ۱۳۹۸،

<http://www.honarmrooz.com/%D8%A8%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-2/1169-%D8%B3%D9%87%D9%85-%D9%87%D9%86%D8%B1-%D8%A7%D8%B2-%D8%A8%D9%88%D8%AF%D8%AC%D9%87-%D8%B3%D8%A7%D9%84>

جدول ۱۲: سهم هریک از هنرها در بودجه سال ۱۳۹۹

عنوان	بودجه	فعالیت‌ها
هنرهای تجسمی	۳۳ میلیارد و ۹۲۵ میلیون تومان	حمایت از آموزش، ترویج و حفظ آثار بومی و قومی ایران اسلامی: ۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان حمایت از مؤسسات، انجمن‌ها، مراکز و تشکل‌های صنفی هنرهای تجسمی: ۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان نظارت بر فعالیت‌های تجسمی: ۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان حمایت از حضور بین‌المللی هنرمندان تجسمی: ۸ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان کمک به تقویت آرشیوهای هنر بومی: یک میلیارد تومان کمک و حمایت از برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های هنری تجسمی: ۱۱ میلیارد و ۲۵۰ میلیون تومان فعالیت‌های موزه هنرهای معاصر: ۲ میلیارد تومان صدور مجوز برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی هنرهای تجسمی، تأسیس نگارخانه‌ها، ورود و خروج آثار هنری، نصب مجسمه و یادمان و علائم و نشانه‌ها: ۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان
موسیقی	۵۵ میلیارد و ۹۰۷ میلیون	ایجاد آرشیو ملی موسیقی ایران: ۵۰۰ میلیون تومان حمایت از برگزاری جشنواره‌های موسیقی: ۳ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان حمایت از تولید، ساخت و اجرای موسیقی صحنه‌ای: ۱۸ میلیارد تومان حمایت از حفظ و اشاعه موسیقی نواحی و آئینی ایران: ۲ میلیارد و ۱۰۰ میلیون نظارت بر فعالیت‌های حوزه موسیقی: ۳ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان حمایت از حضور بین‌الملل موسیقیدانان و گروه‌های موسیقی: یک میلیارد تومان کمک به مؤسسات، مراکز، انجمن‌ها، کانون‌ها و تشکل‌های صنفی موسیقی: ۲ میلیارد و ۹۰۷ و ۸۰۰ هزار تومان حمایت از ارکسترهای ملی و سمفونیک: ۱۴ میلیارد تومان کمک به خانه موسیقی و موزه موسیقی: ۲ میلیارد تومان کمک به بنیاد فرهنگی هنری رودکی: ۵ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان صدور مجوز انتشار آثار موسیقی، اجرای موسیقی، پروانه تأسیس و فعالیت مراکز موسیقی: ۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان

عنوان	بودجه	فعالیت‌ها
هنرهای نمایشی	۸۴ میلیارد و ۱۱ میلیون تومان	حمایت از برگزاری جشنواره‌ها و همایش‌های مربوط به نمایش حمایت از تولید و اجرای نمایش‌های صحنه‌ای، سنتی و آیینی و توزیع در شبکه نمایش خانگی نظارت بر فعالیتهای نمایشی صدور مجوز کمک به فعالیتهای تئاتر موزه عروسکی کمک به مؤسسات مراکز، انجمن‌ها، کانون‌ها، تشکل‌های صنفی وابسته و خانه تئاتر
امور سینمایی	۲۱۰ میلیارد تومان	برگزاری جشنواره فیلم فجر: ۱۷ میلیارد تومان صیانت از آثار سینمایی و جلوگیری از تکثیر غیرمجاز آن‌ها: ۷۰۰ میلیون تومان حمایت از صنعت انیمیشن: ۱۲ میلیارد تومان

چنانچه در ارقام آمده در جدول ۱۲ مشاهده می‌شود، حوزه موسیقی با همه وسعت و آسیب پذیری آن، نسبت به مثلاً حوزه سینما که استقلال مالی بیشتری نیز دارد، بسیار کوچکتر است. این در حالی است که منطق سیاستی حاکم بر موسیقی کشورها، اصولاً حمایتی و هزینه‌ای است و در بخش سینمایی، به جز حوزه محدود سینمای تجربی و مستند، منطق درآمدی حاکم است، با این وجود، ارقام تخصیص یافته، تناقضی آشکار با چنین رویکردی دارد. همین امر، هم نشان از ناچیز شمردن اهمیت موسیقی در سپهر سیاست گذاری فرهنگی دارد و هم علت‌العلل بسیاری از ناکارایی‌های مدیریتی در این عرصه است.

موانع ایدئولوژیکی

مسائل فقهی در تمام مراحل چرخه تولید و مصرف موسیقی در کشور و پس از انقلاب اسلامی، بیش از هر متغیر دیگری تأثیر گذارده است. با این وجود چنانچه پیشتر نیز گفته شد، اقتصاد سیاسی ملازم با این وضعیت و ساختار کوچک و غیرتخصصی دفتر موسیقی به عنوان

عامل حاکمیتی را نیز باید در پیوند با این مسئله موردنظر قرار داد، بدین ترتیب که گاهی تعارض منافع یا ناکارای تخصصی سیستم دولتی، در معرفی این بُعد به عنوان مقصر اصلی مسائل موجود، تأثیر بیشتری بر درک واقعیت دارد تا سهم واقعی این بخش از عوامل بنیادین مسئله. تأثیر این وضعیت به صورت خلاصه در عرصه سیاست گذاری فرهنگی در موارد زیر خلاصه می شود:

– **فقدان گفتمان مشترک میان فقه و موسیقی:** چارچوب محدودکننده سیاست گذاری موسیقی در تعریف فقهی از مفهوم «غنا» خلاصه می شود. از آنجایی که احکام مربوط به موسیقی به تعریف مفهوم «غنا» مربوط به متخصصان دینی است و امکان مشارکت و حضور سایر ذی نفعان در این مباحث در نتیجه عدم توجه کافی به مسئله فقه پویا و موضوع شناسی متناسب با آن، وجود ندارد، شکاف گفتمانی عمیقی در این زمینه پدید آمده است که امکان بحث در باب واقعیت های اجتماعی درباره مصرف موسیقی و واقعیت های علمی و تخصصی درباره انواع موسیقی در آن وجود نداشته یا به اندازه ای نبوده است که توافقی پایدار در این زمینه را پدید آورد؛ بنابراین آنچه بیش از پیش در این عرصه می بینیم، نوعی قهر و جدایی میان هنرمندان و اهالی موسیقی با سیاستمداران و حتی سیاست گذاران است که موجب تعمیق شکاف های فرهنگی در عرصه تولید و مصرف موسیقی در جامعه نیز شده است.

– **تعدد نهادهای حاکمیتی و فقدان اعتبار مجوزها:** علاوه بر منابع رسمی که احکامی را در باب موسیقی صادر می کنند و از طریق نهادهای رسمی، مجوزهای مورد نیاز برای هرگونه فعالیت موسیقایی در کشور را اعطا می کنند، نهادهای غیررسمی، غیردولتی و حکومتی نیز وجود دارند که مانع برخی فعالیت هایی می شوند که پیش تر از نهادهای رسمی و باتوجه به مسائل فقهی آن را مجاز دانسته می شود. این مسئله به ویژه در مورد اجراهای صحنه ای

موسیقی به‌نوعی آشفتگی و عدم قطعیت دامن زده است. این عدم قطعیت شاید در عرصه فرهنگی امری رایج و تا حدودی پذیرفتنی باشد اما در عرصه سرمایه‌گذاری اقتصادی ایجاد ناامنی شدیدی می‌کند و فرصت‌های اقتصادی در عرصه موسیقی را از میان می‌برد. همین امر، مانع اقتصادی مهمی برای ارتقای سیاست‌گذاری در حوزه توسعه اقتصاد موسیقی ایجاد می‌کند.

موانع اقتصادی

بررسی مسئله موسیقی ایران از منظر اقتصاد سیاسی اهمیت حیاتی در درک این مسئله و شناخت آن دارد. برآورد می‌شود گردش مالی صنعت موسیقی کشور^۱ حدود ۳۰۰ میلیارد تومان باشد^۲. در یک گزارش اینگونه آمده است که «خواننده‌های پرتیر و بسیار مشهور تا ۴۲ میلیون برای هر سانس اجرا از تهیه‌کنندگان درخواست پول کرده‌اند. با احتساب اجرای سه شب کنسرت به‌طور متوسط یک خواننده ۱۲۰ میلیون تومان درآمد حاصل می‌کند^۳». گردش مالی این صنعت اگرچه منطبق با ظرفیت‌های آن نیست اما همچنان رقم قابل توجهی است، آیا این عدد نسبتاً بالای گردش مالی را به‌عنوان یک خبر خوش برای موسیقی کشور در نظر آوریم؟ پاسخ منفی است. واقعیت این است که صنعت موسیقی نسبت به گذشته رشد زیادی داشته است تا حدودی پول‌ساز شده و شغل‌ساز هم شده است اما این به معنای پویایی و شکوفایی موسیقی کشور نیست.

برای توضیح این موضوع، به یک مثال توجه کنیم؛ در بازه سال‌های ۶۵ تا ۸۹، حدود ۳۰ شرکت موسیقی ثبت شده است و از سال ۱۳۹۰ تا به امروز، ۴۰۰ شرکت جدید به این آمار اضافه شده است، یعنی تعداد شرکت‌های نشر موسیقی ۱۳ برابر شده است. این در حالی است

۱. از آنجایی که مراجع مربوط به آموزش موسیقی، فروش ادوات موسیقی، تبلیغات و غیره متفاوت است، به صورت دقیق‌تر باید اشاره کرد که ارقام مورد اشاره تنها به اجراهای صحنه‌ای مربوط است.

۲. مصاحبه با الهیاری مدیر دفتر موسیقی، تیرماه ۱۳۹۹

۳. پول‌نیز، گزارش فهمیه اکبری صحت،

که میزان تولیدات آثار صوتی از سال ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۷، ۷۰ درصد رشد داشته است و از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۷ این رشد، ۳۰ درصد بوده است. در حقیقت شرکت‌هایی وارد عرصه موسیقی می‌شوند که هدفشان تولید آثار موسیقی نیست یا تعداد تولیدات آن‌قدر کم است که به زحمت‌های شرکت‌داری نمی‌ارزد، اتفاقی که افتاده این است که شرکت موسیقی داشتن نوعی سرمایه‌گذاری فرهنگی یا اقتصادی برای افراد خاص شده است، پول‌هایی از خارج از حوزه موسیقی وارد این عرصه شده است که نه با مناسبات تولید و عرضه موسیقی رشد می‌کند و نه باعث ترقی آن می‌شود. بسیاری از کارشناسان و متخصصان موسیقی از ورود پول‌های سیاه، کثیف و غیرشفاف به این عرصه فرهنگی کشور گلایه می‌کنند که اساساً خروجی آن‌ها ضد فرهنگی است.

باید در نظر داشته باشیم که صنعت موسیقی از حیث اقتصادی عرصه رقابت بین انواع موسیقی در عرصه اجراهای صحنه‌ای است. از آنجایی که بیشترین درآمد در این صنعت در اجراهای صحنه‌ای حاصل می‌شود، برنده رقابت اقتصادی در این میدان، آن نوع موسیقی است که می‌تواند سالن‌های کنسرت را با بیشترین قیمت بلیت فروخته شده، پُر کند. مسلم است که در این میان هیچ نوع موسیقی توان رقابت با موسیقی پاپ را ندارد. از آنجایی که این رقابت به همین شکل در همه دنیا جریان دارد، یکی از وظایف اصلی دولت‌ها در سیاست‌گذاری فرهنگی، حمایت از انواع غیرتجاری موسیقی به منظور حمایت از میراث فرهنگی و سرمایه‌های فرهنگی ملی است.

از نظر منطق حمایتی و توسعه‌ای دولت‌ها در قبال موسیقی، فاصله سیاست‌های ما با چنین رویکردی مشخص می‌شود، حال پرسش اینجاست که سرسپردگی موسیقی کشور به منطق بازار و سودآوری اقتصادی، بدون وجود حمایت‌های جدی در این زمینه، چه پیامدهایی در عرصه فرهنگی و اقتصادی برای کشور داشته است؟ و چگونه، توفیق

این منطق موجب ایجاد منافع اقتصادی ویژه برای افرادی شده است که متعلق به پهنه فرهنگی موسیقی نبوده‌اند و صرفاً برای سرمایه‌گذاری سودآور به این صنعت روی آورده‌اند؟

فقدان سیاست‌گذاری فرهنگی در حوزه موسیقی به دلیل موانع فرهنگی، باعث شده است تا منطق اقتصادی بازار موسیقی، نقش تعیین‌کننده‌تری در تعیین مسیر، رویکرد و روش پیشبرد این حوزه داشته باشد. چنین وضعیتی، کالایی‌شدن موسیقی را به‌نوعی مانعی جدی در برابر تغییرات ضروری تبدیل کرده است؛ بنابراین باید گفت صنعت موسیقی کشور به دو بخش درآمدزای پاپ و غیردرآمدزا، نحیف و روبه‌زوال کلاسیک، سنتی و نواحی تقسیم می‌شود. در بخش اول، سود زیادِ اجراهای صحنه‌ای باعث جذب سرمایه‌گذاران شده است و همین حضور سرمایه تا اندازه زیادی، این صنعت را هدایت می‌کند و مانع تغییرات اساسی و ایجاد اصلاحات در عرصه موسیقی می‌شود.

در مورد موسیقی غیردرآمدزا یا انواع دیگر تولیدات موسیقی (به‌غیر از اجراهای صحنه‌ای)، مشکلات اقتصادی در سال‌های اخیر تحت‌تأثیر تحریم‌های اقتصادی و نوسانات نرخ ارز نیز قرار گرفته است. تحریم‌ها باعث زیان اقتصادی زیادی در حوزه موسیقی می‌شود. امروزه یکی از روش‌های درآمدزایی در موسیقی فروش آثار در پلتفرم‌های موسیقی است که عمدتاً آمریکایی هستند. تحریم‌ها سبب شده است که این ارز به‌صورت غیرمستقیم و از طریق شرکت‌های ثالث انجام شود. این امر باعث از بین رفتن درآمدی ۵۰ درصدی برای ناشر اصلی می‌شود. همچنین از دیگر آسیب‌ها عدم امکان فروش موسیقی به محصولات تصویری خارجی^۱ است که استاندارد جهانی این عدد برای تولیدی معادل ۲۰ هزار قطعه در سال (تولید سالانه موسیقی ایران) در حدود ۴ هزارم است درحالی‌که با تحریم‌ها این عدد در بسیاری از سال‌ها

۱. Synchronization. خریداری موسیقی برای محصولات تصویری مانند کلیپ‌ها یا سایر ویدئوها

صفر است. این فروش عموماً به‌ازای هر قطعه چند ده برابر هزینه تولید یک آلبوم موسیقی است که طبیعتاً صنعت موسیقی ایران به دلیل تحریم و عدم توان در بازاریابی از کانال‌های ثالث از این درآمد هم محروم است. اجراهای زنده خارج از کشور هم عمدتاً به دلیل ترس کشورهای دیگر از تحریم‌های آمریکا، در حدود ۱۵۰ سانس اجرا در سال است درحالی‌که با پتانسیل موسیقی ایران شمال موسیقی سنتی و پاپ این عدد می‌بایست بالای ۱۰۰۰ تا ۱۲۰۰ سانس باشد. طبیعتاً این هم بخش از مضرات تحریم برای صنعت موسیقی ایران است.

در حوزه داخلی، تحریم‌ها و نوسانات ارزی باعث بالا رفتن قیمت مواد اولیه تولیداتی همچون سی دی و کتاب می‌شوند. به دلیل ظرفیت مشخص و محدود خرید آثار فرهنگی این‌چنینی، با بالاتر رفتن قیمت مصرف‌کننده، تیراژ سقوط می‌کند. به‌عنوان مثال فروش آثار غیرتجاری در حدود ۱۰ سال برای هر اثر حدود ۱۰۰۰ نسخه بوده است اکنون این عدد به سالی ۱۰۰ نسخه سقوط کرده است. بدین ترتیب، اقتصاد بیمار و رهاشده موسیقی کشور که در آن پول‌های هنگفتی نصیب افراد کم‌شمار می‌شود، خود به‌عنوان یکی از علت‌های بنیادین مسئله موسیقی شناخته می‌شود. اگرچه، این صنعت نسبت به ظرفیت‌های درآمدزای خود کوچک مانده است و در عرصه جهانی جایگاهی ندارد اما در عین حال با اتکا به همین خلل سیاستی موجب پدیدار شدن منافع اقتصادی شده است که به‌عنوان مانعی برای اصلاح و بهبود عمل می‌کند.

روندهای پیش‌رو

غلبه اقتصاد بازار بر حکمرانی فرهنگی

در ذیل این عنوان روند اقتصادی‌سازی موسیقی کشور و آسیب‌های فرهنگی آن، به‌عنوان یکی از روندهای پیش‌رونده در سال‌های پیش‌رو معرفی می‌شود: این عبارتی از گزارش یک رسانه داخلی درباره بازار

موسیقی ایران است: «قطعاً موسیقی و کنسرت برای عده‌ای سود داشته و دارد که سال‌هاست در همین حوزه فعالیت می‌کنند و البته همیشه هم می‌نالند که موسیقی در کشور ما مظلوم است و به آن توجهی نمی‌شود. تعداد کنسرت‌گذاران، خوانندگان و تهیه‌کنندگان روزبه‌روز بیشتر می‌شود و گردش مالی آن هم بیشتر. این نوایی است که نان‌های فراوانی سر سفره‌ها آورده است و هنوز عده‌ای ناشکری می‌کنند»، این روایت، چکیده‌ای از آسیبی است که می‌توان با عنوان «جایگزینی اقتصاد با فرهنگ» در عرصه موسیقی آن را بازشناسی کرد. موسیقی همچنان سودآور است اما اعداد نمی‌توانند روایت‌های واقعی را بازنمایی کنند. در مصاحبه با تعدادی از اهالی نشر موسیقی، واقعیت‌های زیر عیان می‌شود که آمارهای رسمی نیز آن‌ها را تأیید می‌کند اما از چنین روایتی طفره می‌روند:

– در میان ناشران روبه‌افزایش تصاعدی در حوزه موسیقی، هیچ ناشری را نمی‌یابیم که بتواند موسیقی سنتی، مقامی و نواحی را منتشر کند. این نوع موسیقی، توجیه اقتصادی ندارد.

– آمار کنسرت‌های موسیقی به تفکیک انواع موسیقی منتشر نمی‌شود، واقعیت آن است که بر اساس یک تخمین، از حدود ۱۰ هزار کنسرت برگزار شده در سال ۱۳۹۷، کمتر از ۲۰ تای آن‌ها مربوط به موسیقی نوع دیگری غیر از پاپ تجاری است.

– لوییس چکناواریان، آهنگ‌ساز و موسیقی‌دان برجسته کشور می‌گوید: «تشکیل ارکستر سمفونیک حداقل به پنجاه سال زمان نیاز دارد. بچه‌ها باید از شش یا هفت سالگی نواختن را شروع کنند و در ۲۰ سالگی وارد ارکستر شوند و در ۳۰ سالگی نوازنده‌ای خوب برای ارکستر شوند»^۱. کمیت و کیفیت ارکسترهای موجود در کشور، گویای وضعیت نامناسب آموزش، مدیریت و در مجموع، سیاست‌گذاری و سرمایه‌گذاری در سطح کلان کشور در حوزه موسیقی است که با

واقعیت‌های آماری درباره درآمدزایی عرصه موسیقی همخوانی ندارد. همه این‌ها نشانه‌های احتضار فرهنگ موسیقی کشور است حتی اگر از بُعد اقتصادی از مزایای بسیاری که توسعه پایدار و درست این صنعت برای کشور دارد، چشم‌پوشی کرده باشیم و فعالیت اقتصادی عده‌ای در این صنعت را نشانه‌ای از پویایی آن بدانیم. پیامدهای چنین وضعیتی در موارد زیر آمده است:

– سرریز سرمایه‌های مالی از بخش‌های دیگر به بخش موسیقی که خود را در افزایش شدید تعداد شرکت‌های موسیقی و افزایش شکایت‌های مربوط به این ناشران نوپدید و ناآشنا در دادسرای فرهنگ و رسانه نشان می‌دهد.

– کوچک، محدود، غیرفعال یا غیرحرفه‌ای بودن ویژگی ارکسترهای تهران، ایران و شهرستان‌های کشور است که باعث شده انگیزه‌ای برای حرفه‌ای شدن نوازندگان وجود نداشته باشد و اغلب نوازندگان، به حرفه تدریس روی می‌آورند. این موضوع، در یکی از مصاحبه‌ها این‌گونه بیان شده است: «موسیقی‌دان حرفه‌ای ما یا باید برود درس بدهد که ذائقه آهنگ‌سازی‌اش را از دست می‌دهد یا باید ذائقه کاری‌اش را تغییر بدهد، مثل این می‌ماند که یک رمان‌نویس ادبی، کتاب آشپزی بنویسد».

بدین‌سان، اگرچه در نمایی اقتصادی، بازار موسیقی کشور دوران رو به رونقی را از حیث موسیقی پاپ و اجراهای صحنه‌ای طی می‌کند اما نه از نظر اقتصادی جایگاهی متناسب با ظرفیت‌های خود دارد و نه از نظر فرهنگی به معنای حال خوب این شاخه مهم فرهنگی کشور است. چنانچه به اذعان یکی مصاحبه‌شوندگان، «الان شناسه موسیقی ایرانی در جهان خیلی افت کرده است، پنج سال دیگر اصلاً شناسه‌ای نخواهیم داشت و می‌رویم زیرمجموعه موسیقی عرب».

عدم حفاظت از موسیقی ایرانی

روند از دست رفتن بخش‌هایی از موسیقی که به‌عنوان میراث فرهنگی و تاریخی کشور در حوزه موسیقی شناخته می‌شود و به‌طور کلی از دست رفتن موسیقی ایرانی و جایگزینی آن با موسیقی غیرایرانی و غیراصیل، آن هم از نوع بی‌کیفیت، روندی است که در سال‌های پیش‌رو گریبان‌گیر این حوزه بوده و ادامه خواهد یافت:

فراهم نبودن بسترهای لازم برای فعالیت و عدم حمایت دولت و نیز مشکلات نظام آموزش موسیقی و نقض گسترده حق نشر موسیقی هنری را به‌طور مضاعف تضعیف کرده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد تقاضا برای موسیقی در کشور بالا است؛ اما تقاضای قابل توجهی که برای موسیقی در کشور وجود دارد از کانال‌های رسمی به‌خوبی پاسخ داده نشده است. حال سؤال این است که این تقاضای موسیقی، از چه منابع دیگری پاسخ داده می‌شود؟ یک پژوهش نشان می‌دهد که در فهرست بیست نفری که بیشترین جوانان شهر تهران آن‌ها را به‌عنوان اولین خواننده‌ای نام برده‌اند که در زندگی به او علاقه‌مند شده‌اند، ۱۰ نفر از خوانندگان لس‌آنجلسی‌اند. همین تحقیق نشان می‌دهد هنرمندان موسیقی‌ای که به نوعی نمایندگان هنر فرهیخته‌اند در بین جوانان کمابیش ناشناخته‌اند. یافته دیگری نشان می‌دهد که گرایش جوانان به آموزش نوازندگی سازهای غیرایرانی بیشتر از سازهای ایرانی است؛ به این اندازه که ۶۰/۶ کسانی که دست‌کم یک بار در کلاس نوازندگی شرکت کرده‌اند، سازهای خارجی را برای یادگیری انتخاب کرده‌اند. این تحقیق چنین استدلال می‌کند که علاقه‌مندی به موسیقی‌های هنری و فرهیخته و بهره‌گیری از آن‌ها - برخلاف موسیقی پاپ - به سرمایه فرهنگی یا پرورش ذائقه خاصی نیاز دارد لذا در غیاب آموزش‌های عمومی و کار رسانه‌ای مصرف موسیقی‌های هنری پایین می‌آید (فاضلی، ۱۳۸۶) روشن است که با وجود تقاضای بالا،

موسیقی پاپ است که جاهای خالی موسیقی‌های هنری را پُر می‌کند (سلیمی مقدم، ۱۳۹۴، به نقل از آذری، ۱۳۹۹). افت سطح کیفی آثار تولیدی و اجراها به طور کل شامل تمام گونه‌های موسیقی است؛ یعنی استandarدهای موسیقی‌های مورد پسند عامه نیز افت می‌کند. چنین موسیقی‌ای توان رقابت زیادی با تولیدکنندگان خارجی موسیقی ندارد و قادر نیست در بیرون از مرزهای کشور مشتری و شنونده بیابد (همان). نتیجه‌ای که از این فرایند حاصل می‌شود به معنای ازدست‌رفتن عناصر اصیل موسیقی ایرانی در طی زمان است و آنچه بیش از هر چیزی در چنین فرایندی مؤثر است، عدم آموزش همگانی موسیقی برای کودکان ایرانی است. آموزش موسیقی مختص طبقه‌ای خاص است که امکان آموزش موسیقی برای کودکانشان را در آموزشگاه‌های موسیقی فراهم می‌آورد و این امر به ناعدالتی آموزشی گسترده در آموزش موسیقی منجر شده است. چنین روندی، نوعی محرومیت از آموزش اولیه موسیقی را برای کودکان کشور رقم زده است که نتیجه آن در عدم شناخت موسیقی باکیفیت از موسیقی بدون کیفیت حاصل کرده است. هم چنین، کلام مهیج غالب بر موسیقی، بدون توجه به ارزش موسیقایی، به‌تنهایی موجب جذب مخاطب می‌شود.

درحالی‌که یونسکو در ۵ حق موسیقی که برای همه مردم جهان بر می‌شمارد، به حق آموزش زبان و مهارت موسیقی برای همه افراد بشر تأکید می‌کند، بسیاری از متخصصان موسیقی شیوهی رایج استفاده از کلام و پس زمینه‌ی موسیقی که فاقد ارزش‌های کلامی و موسیقایی است برای کودکان را با تعابیری مانند فساد شنوایی نقد می‌کنند. عدم شناخت کافی از موسیقی نزد عامه‌ی مردم و فقدان توانایی برای تشخیص آن باعث شده تا نوعی از موسیقی و شعر به‌عنوان موسیقی ایرانی ترویج شود و عده‌ای در این میان به سودجویی پردازند.^۱ یک

۱. نگاه‌کنید به مصاحبه با میدیا فرج نژاد، آهنگساز و موسیقی‌دان ایرانی در خبرگزاری ایلنا

مدرس موسیقی نیز چنین می‌گوید: «ده سال پیش وقتی یه گلی سایه چمن را درس می‌دادم، هنرجوها خوشحال می‌شدند که بالاخره به این آهنگ رسیدیم اما بچه‌های الان اصلاً تا به حال این آهنگ به گوششان نخورده است». به این ترتیب با روندی مواجه هستیم که از یک‌سو به از دست دادن ذائقه موسیقی ایرانی و از سوی دیگر به از دست دادن مفاخر و میراث موسیقی ایرانی منجر خواهد شد.

محتوای غیراخلاقی از منظر قوانین و حقوق کودکان

در این‌جا از جنبه حقوقی و قانونی با انتشار محتوای غیراخلاقی که برای کودکان و نوجوانان مضرات اخلاقی دارد بحث می‌شود. قوانین کشورهای انگلیس و آمریکا تشریح می‌شود و بسترها، خلأها و چالش‌های قانونی در مدیریت محتوای مضر علیه کودکان در ایران نیز مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. گفته شد که بررسی ویدئوکلیپ‌های ساسی مانکن در سال‌های اخیر حاکی از آن است که مخاطب اصلی این ویدئوها اطفال و نوجوانان هستند. محتوای شعر و ویدئوهای این خواننده حاکی از کودکانه بودن فضای کلی آثار تولیدی است. علاوه بر این از حیث بازخورد نیز بیشترین فراگیری و استقبال از ویدئوها در میان کودکان و نوجوانان بوده است. ویدئوهایی که از همخوانی و اجرای دابسمش آهنگ‌های این خواننده در مدارس و توسط کودکان و نوجوانان پس از انتشار ویدئوهای این خواننده، حاکی از این موضوع است؛ بنابراین انتشار محتوایی که تا این حد برای کودکان مضر و آسیب‌زننده محسوب می‌شود، بار دیگر اهمیت موضوع حکمرانی و مدیریت محتوا در فضای مجازی را ذهن دغدغه‌مندان این عرصه برانگیخت. سؤال اصلی این است که حاکمیت وظیفه خود در حفاظت از کودکان در برابر محتوای زیان‌آور را چگونه و با چه

ابزارهایی باید ایفا کند؟ ممنوعیت محتوای مضر علیه کودکان، یکی از اصولی است که در تمامی نظام‌های حقوقی نسبت به آن اتفاق نظر وجود دارد. بسیاری از کشورها محتوای زیان‌آور علیه کودکان را با استفاده از ابزار قانون‌گذاری کنترل نموده و در قوانین خود وظایف و مسئولیت‌های کنشگران حوزه محتوای فضای مجازی را اعم از ارائه‌دهندگان سرویس، تولیدکنندگان محتوا و والدین، از حیث قانونی تعیین نموده‌اند؛ اما انفعال و انزوای حاکمیت در مواجهه با فراگیری و انتشار محتواهای زیان‌آوری همچون نماهنگ‌های ساسی مانکن خود گویای خلأها و کاستی‌های نظام حقوقی ایران در حفاظت از کودکان در مقابل محتوای زیان‌آور فضای مجازی است. در این نوشتار ابتدا قوانین مرتبط با حفاظت از کودکان در برابر محتوای مضر در دو کشور آمریکا و انگلستان بررسی می‌گردد. سپس ضمن بررسی ظرفیت‌های حقوقی موجود برای پیگیری جرائم تولیدکنندگان محتوای زیان‌آور علیه کودکان، با نگاهی کلان به موضوع، ضعف‌ها و خلأهای نظام‌های حقوقی ایران در حکمرانی حوزه محتوای فضای مجازی بررسی و نهایتاً پیشنهادات سیاستی ارائه می‌گردد.

نظام حقوقی آمریکا

بررسی وضعیت نظام حقوقی آمریکا از حیث قواعد حفاظت از کودکان در برابر محتوای مضر از این منظر حائز اهمیت است که این کشور محل تأسیس و فعالیت بسیاری از غول‌های فناوری و شبکه‌های اجتماعی است. این تصور که در کشور آمریکا، پلتفرم‌ها و ارائه‌دهندگان سرویس‌های آنلاین با مصونیت فعالیت می‌کنند، حداقل در خصوص محتوای زیان‌آور علیه کودک به کلی اشتباه است. این موضوع با بررسی قوانین کشور آمریکا در موضوع یادشده، روشن می‌شود:

قانون حفاظت از حریم خصوصی آنلاین کودکان

این قانون در سال ۱۹۹۸ تصویب شد^۱ و اولین قانون فدرال است که جمع‌آوری آنلاین اطلاعات شخصی کودکان زیر ۱۳ سال را قاعده‌گذاری نمود. مطابق این قانون کلیه وبسایت‌ها و سرویس‌های آنلاین که اطلاعات شخصی کودکان مانند نام، آدرس، آدرس ایمیل و شناسه آنلاین را جمع‌آوری می‌کنند، باید ابتدا رضایت والدین کودک را اخذ کنند. این قانون تکلیف نموده است که سرویس‌های آنلاین مشمول قانون، باید شیوه‌های جمع‌آوری داده‌های خود را برای والدین افشا کنند و به والدین امکان بازبینی و حذف اطلاعات شخصی فرزندان‌شان را بدهند. اگرچه در نگاه اول موضوع اصلی قانون فوق، حریم خصوصی و داده‌های شخصی کودکان است، ولی این قانون در مرحله اجرا دارای آثاری برای حفاظت از کودکان در برابر محتوای زیان‌آور است. توضیح اینکه در توزیع محتوا برای هر شخصی از سوی ارائه‌دهنده سرویس، حداقلی از اطلاعات از کاربر دریافت و جمع‌آوری می‌شود. کمیسیون تجارت فدرال (FTC) نظارت مستمر و سختگیرانه‌ای را در خصوص اجرای قواعد پردازش اطلاعات کودکان در سرویس‌های محتوایی دارد. ارائه‌دهندگان سرویس‌ها، به‌منظور اجتناب از جریمه‌های سنگین و مجازات‌های این قانون در خصوص پردازش‌های غیرمجاز محتوای کودکان، ارائه سرویس به اشخاص زیر ۱۳ سال را به‌شدت محدود نموده‌اند.

قانون حفاظت از اینترنت کودکان

قانون CIPA^۲ مدارس و کتابخانه‌هایی را که برای دسترسی به اینترنت یا اینترنت بودجه فدرال دریافت می‌کنند، ملزم به رعایت تکالیفی در خصوص تضمین ایمنی اینترنت کرده است. الزامات ایمنی شامل مسدودکردن کلیه

1.Children's Online Privacy Protection Act 1998 (COPPA)

2.Children's Internet Protection Act 2000

محتوای زیان‌آور علیه کودکان در مدارس و مؤسسات آموزشی است. مدارس و مؤسسات ملزم به نصب نرم‌افزار مسدودسازی دسترسی به محتوای اینترنتی زیان‌آور اعم از محتویات مبتذل و هرزه‌نگاری می‌شود.

قانون نزاکت ارتباطات

بخش ۲۳۰ قانون CDA^۱ به پلتفرم‌های آنلاین در قبال محتوای ارسال‌شده توسط اشخاص ثالث، مصونیت اعطاء می‌کند، اما درعین حال به آن‌ها اجازه می‌دهد تا مشروط به «حسن نیت»^۲، اقداماتی را برای حذف و مسدودسازی محتوایی که زیان‌آور برای اطفال و نوجوانان است، اتخاذ کنند. بخش ۲۳۰ این قانون، این امکان را برای ارائه‌دهندگان سرویس‌های تعاملی فراهم می‌آورد تا مطابق سایر قوانین و مقررات (مانند قوانین ایالتی که دسترسی به محتوای زیان‌آور را محدود می‌کند) و همچنین براساس خط‌مشی‌ها و شروط استفاده از سرویس خود^۳، انواع محتوای زیان‌آور به کودکان را حذف و مسدود نمایند. برهمین اساس پلتفرم‌ها برای اجتناب از محکومیت کیفری و جریمه‌های سنگین انتشار و توزیع محتوای زیان‌آور علیه کودکان، با استفاده از الگوریتم‌ها و فناوری‌های تشخیص محتوا، حجم وسیعی از محتوای مضر را پالایش می‌کنند (Szabo, 2020, last seen 2023/12/8).

قانون طراحی متناسب با سن کالیفرنیا

قانون AADC^۴ در سپتامبر ۲۰۲۲ توسط مجلس ایالتی کالیفرنیا تصویب شد و از ابتدای جولای ۲۰۲۴ لازم‌الاجرا خواهد شد. این قانون به‌منظور حفاظت از کودکان، محدودیت‌های قابل‌توجهی را برای فعالیت ارائه‌دهندگان سرویس‌های آنلاین وضع نموده است. به‌طوری‌که الزامات این قانون به‌طور قابل‌توجهی فراتر از قوانین فدرال

1. Communications Decency Act 1996

2. Good faith

3. Terms of Service

4. California Age-Appropriate Design Code Ac 2022

مشابه همچون قانون COPPA است. این قانون «طراحان فناوری‌های تعاملی دیجیتال»^۱ را مکلف می‌کند که اقتضائات سنی و رشد کودکان را در تولید و انتشار اطلاعات رعایت کنند (Steeves, 2022). نکته جالب توجه اینکه قانون فوق، هر محتوایی را عموماً مورد توجه کودکان قرار می‌گیرد، ولو آنکه محتوا یا سرویس برای کودک طراحی نشده باشد، شامل می‌شود (Collinson and Persson, 2022, 139).

قانون طراحی متناسب با سن کالیفرنیا دو وجه امتیاز مهم نسبت به قانون فدرال COPPA دارد. اولاً برای نخستین بار تکالیفی را بر عهده سرویس‌های آنلاین جهت کنترل و ارزیابی میزان زیان‌آور بودن سرویس برای کودک ایجاد نموده است. ثانیاً تکالیف سخت‌گیرانه‌تری را برای کنترل جمع‌آوری و پردازش داده‌های شخصی کودکان بر عهده سرویس‌ها می‌گذارد. لذا نکته‌ای که در خصوص تأثیر غیرمستقیم الزامات حفاظت از داده برای محفظه کاری سرویس‌ها در ارائه محتوا به کودکان در ذیل بند مربوط به قانون COPPA ذکر شد، به موجب این قانون قوت می‌یابد. نکته دیگر اینکه، اگرچه قانون مورد بحث یک قانون ایالتی است، ولی باید توجه نمود که ایالت کالیفرنیا دره سیلیکون ولی را در خود جای داده است که مرکز اصلی اغلب غول‌های فناوری است. لذا آثار احکام این قانون که مرحله طراحی و توسعه سرویس آنلاین را مورد هدف قرار داده است، قطعاً فراتر از مرزهای ایالتی خواهد رفت. به این ترتیب در پی همین قانون‌گذاری متهورانه مجلس کالیفرنیا، قانون طراحی سن متناسب در سایر ایالت‌ها نیز در حال تصویب است. پس از تصویب قانون توسط کالیفرنیا، تاکنون ایالت‌های نوادا، نیومکزیکو، ایلینویز، کانکتیکات، مریلند، مینسوتا، نیوجرسی، نیویورک، اورگان و تگزاس تصویب لایحه قانون سن متناسب را در دستور مجالس ایالتی خود قرار داده‌اند (Zhang et al, 2023). در ادامه محورهای اصلی تکالیف و الزامات مندرج در این قانون اجمالاً

1. Designers of interactive digital technologies

بررسی می‌شود (Grace et al, 2023, 290):

– انجام ارزیابی تأثیر حفاظت از داده‌ها: ارائه‌دهندگان سرویس‌های آنلاین مشمول این قانون بایستی قبل از ارائه سرویس، میزان مخاطرات ناشی از جمع‌آوری و پردازش داده‌های کودکان را شناسایی و طبق زمان‌بندی مشخصی آن مخاطرات را حذف نمایند. موضوع ارزیابی، وجود یکی از نتایج ناشی از محتوای زیان‌آور در سرویس است که شامل احتمال در معرض محتوای زیان‌آور قرارگرفتن^۲ کودک، مورد هدف قرارگرفتن^۳ او به‌وسیله محتوای زیان‌آور، مشارکت کردن^۴ او در یک رفتار زیان‌آور، مورد سوءاستفاده قرارگرفتن^۵ او به‌وسیله یک محتوا یا رفتار مضر و آسیب‌دیدن^۶ او به‌وسیله یک محتوا یا رفتار مضر می‌شود.

۲- ارائه اطلاعات واضح و قابل فهم به کودکان و والدین: ارائه‌دهندگان سرویس‌های موضوع این قانون باید اطلاعات واضح و مختصر در مورد نحوه جمع‌آوری، استفاده و اشتراک‌گذاری اطلاعات شخصی کودکان را به والدین و خود آنان ارائه دهند. این اطلاعات باید به‌گونه‌ای ارائه شود که برای سن و درک کودک مناسب باشد.

۳- اعطای اختیار کنترل داده‌های کودکان به والدین: کسب و کارها باید به والدین ابزارهایی با کاربرد آسان برای کنترل نحوه جمع‌آوری، استفاده و اشتراک‌گذاری داده‌های فرزندانشان را ارائه دهند. این الزام شامل ابزارهایی برای محدود کردن جمع‌آوری داده‌ها، انصراف از تبلیغات هدفمند^۸ و حذف داده‌های کودکان می‌شود.

1. The Data Protection Impact Assessment

2. Expose

3. To be targeted

4. Participate

5. Exploit

6. Harm

7. Providing clear and understandable information to children and parents

8. Targeted advertising

۴- محافظت از کودکان در برابر محتوای مضر^۱: ارائه‌دهندگان سرویس باید اقداماتی را برای محافظت از کودکان در برابر محتوای مضر انجام دهند، مانند محتوایی که از نظر جنسی و سوسه‌انگیز^۲، خشونت‌آمیز^۳ یا تبعیض‌آمیز^۴ است. این الزام شامل استفاده از فیلترها و ابزارهای تأیید سن باشد.

۵- استفاده از کنترل‌های والدین^۵: ارائه‌دهندگان سرویس مکلف‌اند کنترل‌های شفاف و آسانی را در اختیار والدین به‌منظور نظارت بر و مدیریت زیست فرزندان در فضای آنلاین ارائه دهند.

۶- طراحی برای ایمنی کودکان^۶: ارائه‌دهندگان سرویس باید سرویس خود را به‌گونه‌ای طراحی کنند که ایمن بوده و مناسب سن کودکان باشد. این الزام شامل ممنوعیت استفاده از تکنیک‌هایی برای افزایش زمان استفاده کودکان از سرویس می‌شود. همچنین سرویس‌هایی که داده‌ها را به‌طور غیرضروری و بیش از میزان لازم جمع‌آوری می‌کنند.

۷- ضمانت اجرا: دادستان کالیفرنیا در صورت تخلف ارائه‌دهندگان سرویس از الزامات این قانون تا سقف ۷۵۰۰ دلار در ازای هر کودک آسیب‌دیده، می‌تواند متخلف را جریمه کند.

نظام حقوقی انگلیس

انگلستان بدون تردید، کشوری پیشگام در زمینه قانون‌گذاری حمایت از حقوق کودک محسوب می‌شود (حسینی اکبرنژاد، جواهری آراسته، ۱۳۹۹: ۱۰۹). به سبب همین تقدم، قوانین قدیمی انگلستان جراثمی را که در بستر رسانه‌های جمعی سستی مانند رادیو و تلویزیون، مطبوعات، حامل‌های فیزیکی

1. Protecting children from harmful content

2. Sexually suggestive

3. Violent

4. Discriminatory

5. Using parental controls

6. Designing for child safety

دیجیتال و عکس و نگاتیو می‌شود، تعریف و جرم‌انگاری نموده است. در سال‌های اخیر با اصلاح قوانین سنتی و تعریف جرائم جدید علیه کودک در انواع رسانه‌های آنلاین، سیاست‌گذار تقنینی این کشور نشان داد که کماکان رویکرد حمایت از کودک را با استفاده از ابزارهای جرم‌انگاری و تنظیم‌گری دقیق و نظارت‌پذیر تعقیب می‌کند. این قوانین دسته‌های مختلف و طیف وسیعی از رفتارهای مضر علیه کودکان را جرم‌انگاری نموده‌اند. دسترسی کودکان به محتوای مضر^۱، مورد آزار و اذیت یا سوءاستفاده قرارگرفتن^۲ و قلدری اینترنتی^۳، انواع آزار و اذیت آنلاین^۴ و... از آن جمله‌اند.

قانون حمایت از کودکان

این قانون^۵ توزیع محتوای مستهجن^۶ یا مبتذل^۷ به کودکان زیر ۱۶ سال را جرم تلقی می‌کند. همچنین تهیه یا نگهداری عکس‌ها یا فیلم‌های مستهجن از کودکان زیر ۱۶ سال نیز به موجب این قانون جرم محسوب می‌شود. البته این قانون با قوانینی که در ادامه ذکر می‌شود، نسخ گردیده است.

قانون کودکان و نوجوانان (نشریات مضر)

این قانون^۸ توزیع یا نمایش دادن محتوای مضر^۹ برای رشد جسمی یا اخلاقی کودکان زیر ۱۸ سال را ممنوع می‌کند. محتوای مضر به موجب این قانون شامل محتوای دارای خشونت، محتوای جنسی و هرگونه رفتاری است که اعمال غیرقانونی یا مضر را ترویج می‌کند.

1. Accessing harmful content

2. Being groomed or abused

3. Cyberbullying

4. Online harassment

5. The Protection of Children Act 1978

6. Indecent material

7. Obscene material

8. The Children and Young Persons (Harmful Publications) Act 1998

9. Harmful material

قانون ارتباطات

ابتکار قانون ارتباطات^۱ (۲۰۰۳) ایجاد نهاد تنظیم گر آفکام بود که از ادغام ۵ نهاد سابق تأسیس یافت. تأسیس آفکام نقطه عطفی در تنظیم مقررات رسانه و مخابرات در انگلستان محسوب می‌شود؛ زیرا این نهاد دارای اختیارات وسیعی در تنظیم و صدور استانداردهای رسانه و ارتباطات بوده و وضع جریمه‌های مؤثر علیه تخلفات رسانه‌ها را در صلاحیت خود دارد. آفکام به موجب اختیارات ناشی از قانون ارتباطات ۲۰۰۳ استانداردهای متعددی را در خصوص حفاظت از کودکان در برابر محتوای مضر در انواع سرویس‌های دیجیتال مانند ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی و انواع رسانه‌ها مانند برودکست عمومی، رسانه‌های تقاضامحور و سرویس‌های اشتراک‌گذاری محتوا صادر نموده است. (Ofcom, 2018)

قانون حفاظت از داده‌ها

قانون حفاظت از داده^۲، در انطباق با مقررات عمومی حفاظت از داده شخصی اروپا (GDPR) به تصویب پارلمان انگلستان رسید. این قانون در خصوص پردازش داده‌های کودکان، احکام سخت‌گیرانه‌تری را وضع نموده است. به نحوی که ارائه‌دهندگان سرویس‌های آنلاین بایستی برای کسب رضایت پردازش داده اشخاص زیر ۱۶ سال، رضایت والدین آنان را اخذ نمایند. همچنین به کودکان حق دسترسی به داده‌های شخصی جمع‌آوری شده توسط رسانه‌های آنلاین و اصلاح آن‌ها در صورت نادرست بودن داده‌ها، حذف داده‌های جمع‌آوری شده، پس گرفتن رضایت پردازش و... اعطا گردیده است.

آیین‌نامه طراحی متناسب با سن

این آیین‌نامه^۳ موضوع تکلیفی بود که به موجب بخش (۱۲۳) قانون

1. Communications Act 2003

2. Data Protection Act 2021

3. Age Appropriate Design Code 2020

حفاظت از داده‌ها در سال ۲۰۱۸ وظیفه تهیه و تدوین آن برعهده دفتر کمیسیونر اطلاعات^۱ قرار گرفت و از سال ۲۰۲۱ نیز لازم‌الاجرا شد. این آیین نامه (https://www.gov.uk last seen: 2023/8/12) قانون طراحی متناسب با سن در کالیفرنیا مصوب ۲۰۲۲ از همین آیین نامه انگلستان اقتباس شده است و به دلیل اینکه در بخش پیشین توضیحاتی راجع به مفاد آن ارائه شد، از تکرار صرفنظر می‌کنیم.

قانون اقتصاد دیجیتال

الزامات اخلاقی این قانون^۲: الزام وبسایت‌های هرزه‌نگاری برای استفاده از فناوری تأیید سن^۳ با نظارت یک نهاد تخصصی، الزام ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی (ISP) برای مسدودکردن دسترسی به وبسایت‌های پورنوگرافی غیرقانونی^۴ ارزیابی‌های منظم مخاطرات سرویس‌هایی که به کودکان سرویس محتوایی ارائه می‌دهند، الزام پلتفرم‌های آنلاین برای حذف محتوای مضر و امثالهم ازجمله احکام حمایتی این قانون در خصوص کودکان در فضای مجازی محسوب می‌شود.

قانون ایمنی آنلاین

طرح این قانون^۵ پس از انتشار دو سند تفصیلی «کاغذ سبز استراتژی امنیت اینترنت»^۶ در سال ۲۰۱۷ و «کاغذ سفید آسیب‌های آنلاین»^۷ در سال ۲۰۱۹ انجام پذیرفت که دو سند سیاستی اخیر، مشتمل بر خط‌مشی‌گذاری آسیب‌های سرویس‌های آنلاین محتوا بود. قانون ایمنی آنلاین در تاریخ ۲۳ اکتبر ۲۰۲۳ به تصویب پارلمان انگلستان

1. Information Commissioner's Office (ICO)

2. The Digital Economy Act 2017

3. Age verification technology

4. Extreme pornography

5. Online Safety act 2023

6. Internet safety strategy Green Paper

7. Online Harms White Paper

رسید. دولت انگلستان اعلام نموده است که این قانون بریتانیا را به «امن‌ترین مکان برای آنلاین بودن»^۱ تبدیل خواهد نمود (<https://www.gov.uk> last seen 12/8/2023). اساساً هدف اصلی این قانون جامع، حفاظت از (اطفال) اشخاص زیر ۱۸ سال در برابر دسترسی به محتوای مضر (مانند هرزه‌نگاری، خودکشی، سوءتغذیه و...) است (<https://theconversation.com> last seen 12/8/2023). به‌موجب بخش دوم^۲ و سوم^۳ قانون ایمنی آنلاین، قلمرو شمول قانون شامل «سرویس‌های کاربری‌کاربر» و «سرویس‌های جستجو» محسوب می‌شود. با توجه به تعریفی که در ماده (۱) قانون از این دو عنوان ارائه گردیده است، می‌توان دریافت که تمامی سرویس‌های محتوای آنلاین اعم از شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌ها، سامانه‌های ویدئو درخواستی، پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری ویدئو و غیرهم مشمول این قانون هستند. همانطوری که در عناوین بخش دوم و سوم قانون تصریح گردیده است، سرویس‌های کاربر محور دارای تکالیف قانونی مراقبتی علی‌الخصوص در ارتباط با کودکان هستند؛ این تکالیف بسیار گسترده، پیشگیرانه، دقیق، جامع و سختگیرانه^۴ است.

مسئولیت کیفری نمانگ ساسی مانکن در قوانین موضوعه ایران

تحلیل حقوقی ابعاد مجرمانه نمانگ ساسی مانکن با استفاده از ظرفیت‌های حقوقی ایران، موضوع این بخش است. با بررسی قوانین موضوعه ایران می‌توان دریافت که موضوع نمانگ از دو بعد مسئولیت کیفری تولیدکنندگان نمانگ ساسی مانکن و مسئولیت والدین و مراقبان کودک در تولید دابسمش از آهنگ‌ها قابل تحلیل است.

1. Safest place to be online

2. Chapter 2: Providers of User - to - User Services: Duties of Care

3. Chapter 3: Providers of Search Services: Duties of Care

4. Zero-tolerated

الف: تحلیل مسئولیت کیفری خواننده و یوتیوبر

در تحلیل حکم جرم یا جرائم ارتكابی خواننده (ساسی مانکن) و یوتیوبر (کانال رادیو جوان) مقدمات زیر مفروض است:

۱- بر اساس تعریفی که در قوانین موضوعه کشور از محتوای مستهجن ارائه شده است^۱، نماهنگ‌های مورد بحث فاقد محتوای مستهجن بوده و لذا از شمول احکام مربوطه در قوانین کشور مانند بند «الف» ماده (۳) قانون نحوه مجازات اشخاصی که در امور سمعی و بصری فعالیت‌های غیرمجاز می‌نمایند مصوب ۱۳۸۶، ماده (۷۴۲) کتاب تعزیرات قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲ و بند «۶» ماده (۱۰) قانون حمایت از اطفال و نوجوانان مصوب ۱۳۹۹ خارج است.

۲- بر اساس تعریفی که از محتوای مبتذل در تبصره ۱ ماده (۷۴۲) بخش تعزیرات قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲ و همچنین بند «ح» ماده (۱) قانون حمایت از اطفال و نوجوانان ۱۳۹۹ بیان گردیده است، محتوای نماهنگ‌ها دارای صحنه‌ها و صور قبیحه بوده و از این حیث محتوای مبتذل محسوب می‌گردد؛ اما باید بین تولید و انتشار محتوای مبتذل با صرف نظر از نتیجه آن با انتشار محتوای مبتذل که آثار سوء گسترده‌ای را در جامعه ایجاد می‌کند تفکیک قائل شد.

با در نظر گرفتن مقدمات فوق، جرم ارتكابی در تولید و انتشار نماهنگ‌های ساسی مانکن را در پرتو قوانین ایران از دو حیث می‌توان بررسی نمود:

از حیث رفتار

در قوانین موضوعه ایران، احکامی که برای تولید و انتشار محتوای مبتذل در فضای مجازی بیان گردیده است، صرفاً ناظر به رفتار

۱. ن. ک به:

- بند «خ» ماده ۱ قانون اطفال و نوجوانان مصوب ۱۳۹۹.

- تبصره «۴» ماده ۷۴۲ کتاب تعزیرات قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲.

- تبصره «۵» بند «الف» ماده ۳ قانون نحوه مجازات اشخاصی که در امور سمعی و بصری فعالیت‌های غیرمجاز می‌نمایند مصوب ۱۳۸۶.

مجرمانه بوده و نتیجه و اثر جرم ارتكابی را در وضع جرم مورد توجه قرار نداده است. ماده ۷۴۲ کتاب تعزیرات (الحاقی قانون مجازات جرائم رایانه‌ای ۱۳۸۸) قانون مجازات اسلامی در خصوص مسئولیت تولید محتوای مستهجن و مبتذل بیان نموده است:

«هرکس به وسیله سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا حامل‌های داده محتویات مستهجن را منتشر، توزیع یا معامله کند یا به قصد تجارت یا افساد تولید یا ذخیره یا نگهداری کند، به حبس از نود و یک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵,۰۰۰,۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰,۰۰۰,۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

تبصره ۱ - ارتكاب اعمال فوق در خصوص محتویات مبتذل موجب محکومیت به حداقل یکی از مجازات‌های فوق می‌شود. محتویات و آثار مبتذل به آثاری اطلاق می‌گردد که دارای صحنه‌ها و صور قبیحه باشد. در تطبیق ماده فوق با تولید نماهنگ ساسی مانکن، بخشی از رفتار ارتكابی با جرم موضوعه در ماده منطبق است. خصوصاً اینکه در تبصره ماده ۳ ماده قانون فوق تولید محتوای مستهجن یا مبتذل نیز با تشدید مجازات روبرو گردیده است:

«تبصره ۲ - چنانچه مرتكب اعمال مذکور در این ماده را حرفه خود قرار داده باشد یا به طور سازمان‌یافته مرتكب شود چنانچه مفسد فی الارض شناخته نشود، به حداکثر هر دو مجازات مقرر در این ماده محکوم خواهد شد.»

با بررسی کانال یوتیوبی رادیو جوان می‌توان دریافت که علاوه بر نماهنگ‌های ساسی مانکن، سایر آثار منتشره از خوانندگان دیگر در این کانال، حاوی محتوای مبتذل و انواع دیگر از محتوای غیراخلاقی مانند ترویج همجنس‌بازی است. لذا جرم تولید و انتشار محتوای مبتذل در کانال رادیو جوان که به صورت سازمان‌یافته و حرفه‌ای انجام می‌پذیرد، مشمول تبصره ۳ ماده ۷۴۰ خواهد بود.

آنچه در تحلیل مسئولیت کیفری نماهنگ‌های مورد بحث باید مدنظر

قرار داد، آثار و نتایج زیان بار گسترده آن در سطح عمومی در میان کودکان و نوجوانان کشور و البته سوءنیت و انگیزه تولیدکنندگان این آثار در فرم و محتوا برای استقبال کودکان و نوجوانان از این نماهنگ‌ها است. با در نظر گرفتن این موضوع، باید اذعان داشت ماده ۷۴۰ کتاب تعزیرات که تولید و انتشار محدود و کم دامنه محتوای مبتذل را مدنظر قرار داده است، انطباق چندانی با اثر و نتایج جرم موضوع بحث ندارد. از حیث اثر

در بخش پیشین بیان گردید که جرم ارتكابی، صرفاً رفتار تولید و انتشار محتوای مبتذل نبوده و برای تحلیل دقیق مسئولیت کیفری باید سایر اجزای عنصر مادی یعنی نتیجه و آثاری که از جرم ایجاد گردیده است، مورد توجه قرار گیرد. لذا ماهیت، ویژگی‌ها و آثار نماهنگ‌های ساسی مانکن به اجمال مرور می‌شود:

۱- مخاطب اصلی این ویدئوها اطفال و نوجوانان^۱ هستند. اولاً محتوای شعر و ویدئوها حاکی از کودکانه بودن فضای کلی آثار تولیدی است. ثانیاً از حیث بازخورد نیز بیشترین فراگیری و استقبال از ویدئوها در میان کودکان و نوجوانان بوده است. ویدئوهایی که از همخوانی و اجرای دابسمش آهنگ‌های این خواننده در مدارس و توسط کودکان و نوجوانان پس از انتشار ویدئوهای این خواننده، حاکی از این موضوع است.

۲- موضوع جرم صرفاً تولید و انتشار محتوای مبتذل نیست و ترویج و تبلیغ مجموعه‌ای از ارزش‌های ضداسلامی مانند ترویج استفاده از مشروبات الکلی، ایفای نقش پورن استار در ویدئو و ترویج غیرمستقیم محتوای مستهجن، ترویج بی‌بندوباری (این موضوع در متن شعر که دلالت بر روابط نامشروع بی‌قیدوبند دارد و هم در متن ویدئوها که خواننده دائماً با تعدادی از دختران نیمه‌عریان احاطه شده

۱. مطابق تعریف مذکور از طفل و نوجوان به ترتیب در بند های «الف» و «ب» ماده ۱ قانون حمایت از اطفال و نوجوانان مصوب ۱۳۹۹

است، نمایان است) و... در نماهنگ‌های این خواننده دیده می‌شود. بر اساس مقدمات فوق در بیان موضوع جرم، جرم ارتكابی صرفاً تولید و انتشار محتوای مبتذل نبوده و به همراه رفتار فوق، آثار و نتایج آن که متوجه کودکان و نوجوانان گردیده است، دارای اهمیت به سزایی در تعیین مسئولیت کیفری تولیدکنندگان نماهنگ ساسی مانکن است. در بررسی قانون مجازات اسلامی، «اشاعه فساد و فحشاء» یکی از عناوین مجرمانه‌ای است که انطباق زیادی با رفتار مجرمانه مورد بحث دارد. فحشا عرفاً بر روابط نامشروع و اعمال منافی عفت مانند زنا، لواط، مساحقه و امثالهم دلالت دارد. فساد متضاد صلاح و به بیرون رفتن چیزی از حد اعتدال تفسیر شده است (هاشمی شاهرودی، ۱۳۸۷: ۲۳۶) و به تعداد زیادی از ناهنجاری‌های اخلاقی و اجتماعی اعم از شرب خمر، قمار، استعمال مواد مخدر و امثالهم دلالت دارد (رهبرپور و نورمحمدی، ۱۳۹۷: ۲۲۶).

چالشی که ممکن است مطرح شود، لزوم حاکمیت احکام قانون جرائم رایانه‌ای بر نماهنگ مورد بحث به خاطر انتشار آن در فضای مجازی است. توضیح آنکه قانون جرائم رایانه‌ای متأخر از سایر احکام کتاب تعزیرات قانون مجازات اسلامی بوده و در موضوع مورد قانون خاص محسوب می‌شود (خاص لاحق)؛ اما با توجه به تحلیلی که ارائه شد، رفتار ارتكابی دارای ابعاد مختلفی است که با احکام مورد بررسی در قانون مجازات اسلامی قابل انطباق نیست. قانون جرائم رایانه‌ای چنین شرایطی را پیش‌بینی و تعیین مسئولیت کیفری جرائم ارتكابی در فضای مجازی با سایر قوانین را مورد پذیرش قرار داده است. ماده ۷۸۰ کتاب تعزیرات قانون مجازات اسلامی در همین خصوص بیان می‌کند:

«در مواردی که سامانه رایانه‌ای یا مخابراتی به عنوان وسیله ارتكاب جرم به کاررفته و در این قانون برای عمل مزبور مجازاتی پیش‌بینی نشده است، مطابق قوانین جزائی مربوط عمل خواهد شد.»

اشاعه فساد و فحشا در قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲، حسب مورد دارای دو حکم قانونی است:

جدول ۱۳: مواد قانونی اشاعه فساد و فحشا در قانون مجازات اسلامی

ماده قانونی	توضیحات
ماده ۲۸۶	هر کس به طور گسترده، مرتکب جنایت علیه تمامیت جسمانی افراد، جرائم علیه امنیت داخلی یا خارجی کشور، نشر اکاذیب، اختلال در نظام اقتصادی کشور، احراق و تخریب، پخش مواد سمی و میکروبی و خطرناک یا دایر کردن مراکز فساد و فحشا یا معاونت در آن‌ها گردد به گونه‌ای که موجب اختلال شدید در نظم عمومی کشور، ناامنی یا ورود خسارت عمده به تمامیت جسمانی افراد یا اموال عمومی و خصوصی، یا سبب اشاعه فساد یا فحشا در حد وسیع گردد مفسد فی الارض محسوب و به اعدام محکوم می‌گردد. تبصره- هرگاه دادگاه از مجموع ادله و شواهد قصد اختلال گسترده در نظم عمومی، ایجاد ناامنی، ایراد خسارت عمده و یا اشاعه فساد یا فحشا در حد وسیع و یا علم به مؤثر بودن اقدامات انجام شده را احراز نکند و جرم ارتكابی مشمول مجازات قانونی دیگری نباشد، باتوجه به میزان نتایج زیانبار جرم، مرتکب به حبس تعزیری درجه پنج یا شش محکوم می‌شود.
ماده ۶۳۹ کتاب تعزیرات	ماده ۶۳۹- افراد زیر به حبس از یک تا ده سال محکوم می‌شوند و در مورد بند «الف» علاوه بر مجازات مقرر، محل مربوطه به‌طور موقت با نظر دادگاه بسته خواهد شد: الف- کسی که مرکز فساد یا فحشا دایر یا اداره کند ب- کسی که مردم را به فساد یا فحشا تشویق نموده یا موجبات آن را فراهم نماید.

در خصوص شمول ماده ۲۸۶، بایستی بیان داشت که:

اولاً باتوجه به اینکه دایر کردن مرکز فساد یا فحشاء به‌عنوان رفتار فیزیکی جرم مطرح است، این جرم قابل انتساب به کانال یوتیوبی خواهد بود و نه به خواننده. باتوجه به ماده ۷۸۰ قانون مجازات اسلامی کتاب تعزیرات، دایر کردن مرکز فساد یا فحشا بر تأسیس کانال در فضای برخط نیز می‌شود.^۱ ماده ۷۸۰- در مواردی که سامانه رایانه‌ای یا مخابراتی به‌عنوان وسیله ارتکاب جرم به‌کاررفته و در این قانون برای عمل مزبور مجازاتی پیش‌بینی نشده است، مطابق قوانین جزائی مربوط عمل خواهد شد.

۱. ماده ۷۸۰- در مواردی که سامانه رایانه ای یا مخابراتی به عنوان وسیله ارتکاب جرم به کار رفته و در این قانون برای عمل مزبور مجازاتی پیش‌بینی نشده است، مطابق قوانین جزائی مربوط عمل خواهد شد.

ثانیاً اساساً جرم افساد فی الارض، جرمی مقید به حصول نتیجه است و در خصوص اشاعه فساد یا فحشا، تحقق نتیجه مطابق ذیل ماده ضروری است. در خصوص محتوای مجرمانه مورد بحث، اینکه اشاعه فحشا به تبع نماهنگ‌های مورد بحث رخ داده است یا خیر، مستلزم ارجاع به کارشناسی جهت پیمایش دقیق و انجام مطالعات کمی از تأثیر جرم ارتكابی است.

در صورتی که حصول نتیجه جرم موضوع ماده ۲۸۶ منتفی باشد، بند «ب» ماده ۶۳۹ قانون مجازات اسلامی بر جرائم ارتكابی خواننده و مدیر مسئول کانال یوتیوب حاکم است. موضوع بند «ب» یک جرم مطلق است و قدر متیقن در رفتار ارتكابی خواننده و کانال یوتیوب در نماهنگ‌های منتشر شده، تشویق به فساد یا فحشا محسوب می‌شود.

ب: تولید دابسمش از نماهنگ ساسی مانکن

در سال‌های اخیر یکی از اتفاقاتی که پس از انتشار نماهنگ‌های ساسی مانکن شاهد بودیم، انتشار حجم زیادی از دابسمش کودکان و نوجوانان از آهنگ‌های ساسی مانکن است. برخی از همخوانی‌ها در مدارس و با حضور معلمان و تعداد زیادی از آن‌ها با همکاری و تشویق والدین ضبط گردیده است. علی‌رغم اینکه والدین، سرپرستان و کلیه اشخاصی که وظیفه مراقبت از کودکان را برعهده دارند، به سوءاستفاده از آنان برای یادگرفتن یک محتوای مضر برای کودکان به‌منظور پسند خوردن و جذب فالوور می‌پردازند. اخیراً مقاله‌ای در به بررسی آسیب‌های روان‌شناختی اجرای دابسمش از نماهنگ‌های ساسی مانکن پرداخته است و تحلیل روان‌شناختی، حاکی از آسیب‌های مختلف ذهنی و شخصیتی به کودکان است (روزنامه خراسان، شماره ۲۱۳۷۵).

همان‌طور که قبلاً نیز بیان شد، مطابق قانون کودکان و نوجوانان ۱۹۸۸ انگلستان، توزیع یا نمایش دادن محتوای مضر برای رشد جسمی یا اخلاقی کودکان زیر ۱۸ سال جرم است. محتوای مضر به‌موجب این

قانون شامل محتوای دارای خشونت، محتوای جنسی صریح و هرگونه رفتاری است که اعمال غیرقانونی یا مضر را ترویج می‌کند. لذا اینکه والدین یا معلمان کودک را تشویق یا مجبور به نگاه کردن به محتوای مضر و حفظ کردن شعر و آهنگ آن نموده و سپس دابسمش کودک را ضبط کنند، مطابق قانون فوق در انگلستان جرم محسوب می‌شود. علاوه بر این رفتار والدین یا مربیان کودک در تسهیل دسترسی کودکان به محتوای نماهنگ‌های ساسی مانکن، مشمول مجازات مندرج در ماده ۷۴۳ کتاب تعزیرات قانون مجازات اسلامی نیز محسوب می‌شود:

«هرکس از طریق سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا حامل‌های داده مرتکب اعمال زیر شود، به ترتیب زیر مجازات خواهد شد:

الف) چنانچه به‌منظور دستیابی افراد به محتویات مستهجن، آنها را تحریک، ترغیب، تهدید یا تطمیع کند یا فریب دهد یا شیوه دستیابی به آنها را تسهیل نموده یا آموزش دهد، به حبس از نود و یک روز تا یک سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵,۰۰۰,۰۰۰) ریال تا بیست میلیون (۲۰,۰۰۰,۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد. ارتکاب این اعمال در خصوص محتویات مبتذل موجب جزای نقدی از دومیلیونی (۲,۰۰۰,۰۰۰) ریال تا پنج میلیون (۵,۰۰۰,۰۰۰) ریال است.»

آزار کودک با در دسترس قرار دادن محتوای مبتذل

در قوانین موضوعه ایران نیز ماده (۱۰) قانون حمایت از اطفال و نوجوانان ارتکاب آزار یا سوء استفاده جنسی علیه کودک را جرم‌انگاری نموده است. ماده ۱۰ بیان می‌کند: «هرکس نسبت به طفل یا نوجوان مرتکب آزار یا سوء استفاده جنسی شود، در صورتی که مشمول مجازات حد نباشد با در نظر گرفتن شرایطی مانند وضعیت بزه دیده، شرایط مرتکب و آثار جرم، به ترتیب زیر مجازات می‌شود». از حیث عنصر مادی، جرم مقید به نتیجه نیست و قید مندرج یعنی با در نظر گرفتن شرایطی مانند وضعیت بزه دیده، شرایط مرتکب و آثار جرم، شرایط

اوضاع و احوال ارتکاب جرم را مدنظر قرار داده است که کلی بودن آن نیز بدین معنا است که منوط به ارزیابی قاضی رسیدگی کننده خواهد بود. بند «۶» ماده (۱۰) یکی از موارد سوء استفاده جنسی را «در دسترس قرار دادن یا ارائه محتوا یا اثر مستهجن یا مبتذل به طفل یا نوجوان» ذکر نموده است که مجازات آن یک چند مجازات درجه هشت تعزیری قانون مجازات اسلامی است.

باتوجه به اینکه نماهنگ‌های ساسی مانکن محتوای مبتذل محسوب گردیده و حاوی ترویج اعمال منافی عفت و بی بندوباری است، در صورتی که مشخص گردد هریک از اطرافیان کودک نماهنگ‌های مذکور را در دسترس کودک قرار داده و برای ضبط دابسمش وی را تشویق به دیدن و حفظ کردن شعر آن نموده‌اند، عمل ارتكابی والدین، مربیان یا هریک از اطرافیان مرتکب حسب مورد مرتکب مشمول یک یا هردو عنوان مجرمانه ذیل خواهد بود:

۱. مجازات بند «۶» ماده (۱۰) قانون حمایت از اطفال و نوجوانان در خصوص در دسترس کودک قرار دادن نماهنگ ساسی مانکن^۱
۲. مجازات بند «۷» ماده (۱۰) قانون فوق در خصوص استفاده از کودک برای تهیه و تولید دابسمش از نماهنگ.

اقدامات حمایتی از کودک

والدینی که از کودک به منظور تولید دابسمش از محتوای مبتذل نماهنگ‌های ساسی مانکن، «بهره‌کشی» می‌کنند، به موجب بند «ژ» ماده (۳) قانون حمایت از اطفال و نوجوانان، وضعیت مخاطره‌آمیز محسوب شده و موجب مداخله و حمایت قانونی از طفل و نوجوان

۱. ماده ۱۰ قانون حمایت از اطفال و نوجوانان مصوب ۱۳۹۹: «هرکس نسبت به طفل یا نوجوان مرتکب آزار یا سوء استفاده جنسی شود، در صورتی که مشمول مجازات حد نباشد با در نظر گرفتن شرایطی مانند وضعیت بزه دیده، شرایط مرتکب و آثار جرم، به ترتیب زیر مجازات می‌شود:

۶- در دسترس قرار دادن یا ارائه محتوا یا اثر مستهجن یا مبتذل به طفل یا نوجوان به یک یا چند مجازات درجه هشت قانون مجازات اسلامی

۷- استفاده از طفل و نوجوان برای تهیه، تولید، توزیع، تکثیر، نمایش، فروش و نگهداری آثار سمعی و بصری مستهجن یا مبتذل، حسب مورد به میانگین حداقل و حداکثر تا حداکثر مجازات مقرر در قانون مربوط؛»

می‌شود. به همین منظور اجرای مواد فصل چهارم قانون فوق‌الذکر مانند مداخله مددکار اجتماعی و انجام تحقیقات از والدین و کودک و حضور در محل زندگی (ماده ۳۲)، خروج طفل و نوجوان را از محیط خطر و انتقال او به مکانی مطمئن و امن مانند مراکز بهزیستی (ماده ۳۵) و سایر اقدامات این فصل حسب مجری خواهد بود.

آسیب‌ها و خلأهای حقوقی ایران در مدیریت محتوای مضر

در بخش قبلی طرح مسئولیت کیفری نماهنگ‌های ساسی مانکن و مسئولیت‌های والدین و اطرافیان کودک در ترویج این نماهنگ‌های مبتذل و منافی عفت بحث شد. نتیجه این بررسی حاکی از آن بود که بسترهای قانونی نظام حقوقی کشور تنها در دو بعد محدود، کنترل محتوای مضر همچون نماهنگ ساسی مانکن را فراهم می‌کند. همین امر نشان می‌دهد که بحث از حکمرانی بر محتوای آنلاین و حمایت از حقوق کودک در فضای مجازی، دارای ابعاد عمیق‌تر و پیچیده‌تری است که خلأها و چالش‌های نظام حقوقی ایران را در این خصوص نمایان می‌سازد. در این بخش با نگاهی کلان و با رویکردی سیاستی، آسیب‌ها و چالش‌های نظام حقوقی کشور در مدیریت محتوای مضر علیه کودکان در فضای مجازی ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد.

لزوم تنظیم‌گری و کنترل مؤثر

مجازات کیفری شدیدترین ابزار حقوقی برای کنترل روابط اجتماعی است. مجازات علی‌رغم اینکه شدیدترین محدودیت‌ها علیه حقوق و آزادی‌های مجرم تحمیل می‌کند، لیکن به‌عنوان یک واکنش پسینی و منفعل به رفتارهای نامطلوب مطرح است. لذا قابلیت تنظیم کلان اهداف و برنامه‌های عمومی را تأمین نمی‌کند. به همین دلیل امروزه نظام‌های حقوقی مرقی از ابزارهای تنظیم‌گری جهت نیل به اهداف

و سیاست‌های عمومی بهره می‌برند. تنظیم‌گری در حوزه‌ها و صنایع مختلف به‌عنوان یک راهکار اجرایی در ابعاد مختلف اصول و قواعد حقوقی متنوعی را تضمین و تأمین می‌کند.

محتوای فضای مجازی و حفاظت از کودکان در برابر محتواهای مضر نیز از جمله موضوعاتی است که نیل به اهداف آن در گرو ایجاد سازوکارهای تنظیمی مناسب است. در بررسی رویکرد سیاست‌گذاری ایران در خصوص فضای مجازی، روشن است که غلبه با جرم‌انگاری بوده است. اندک قوانین مصوب در موضوع محتوای فضای مجازی غالباً دارای ماهیت کیفری و قضائی است. قانون مجازات جرائم رایانه‌ای ۱۳۸۸، قانون نحوه مجازات اشخاصی که در امور سمعی و بصری فعالیت‌های غیرمجاز می‌نمایند مصوب ۱۳۸۶، برخی از مواد قانون حمایت از اطفال و نوجوانان مصوب ۱۳۹۹، سه قانون شاخص در موضوع محتوای فضای مجازی است که هر سه قوانین کیفری فارغ از جنبه‌های تنظیم‌گری هستند. دولت به‌جای ایفای نقش یک نهاد پویا در کسوت تنظیم‌گر و تصویب و صدور استانداردها، نظارت فعال و دائمی، ارزیابی و درجه‌بندی محتوا، حمایت فعال از حقوق مصرف‌کننده، کنترل رفتارهای ضدرقابتی و ...، سرنوشت فضای مجازی را به رسیدگی‌های قضائی محول نموده است. رسیدگی قضائی به جرائم فضای مجازی، لازم و ضروری لیکن آخرین مرحله در نظام حکمرانی فضای مجازی است. نگاهی به قابلیت‌های تنظیم‌گری در مقایسه با رسیدگی قضائی در نظام‌های حقوقی، ضرورت بازنگری در رویکرد سیاست‌گذاری نظام محتوای فضای مجازی در کشور را روشن می‌کند:

جدول ۱۴: مقایسه ابعاد سیاست جرم‌انگاری و تنظیم‌گری

ویژگی	رسیدگی قضائی	تنظیم‌گری
منشأ فعالیت	مجازات باید به‌موجب قوانین کیفری و مستند به قانون باشد.	تنظیم‌گر به‌موجب قانون تأسیس و چارچوب صلاحیت‌ها و اختیارات آن را قانون تعیین می‌کند. تنظیم‌گر یک نهاد اداری است علاوه بر قوانین اداری، از انواع آیین‌نامه‌ها و ضوابط و دستورالعمل‌ها در فعالیت خود تبعیت می‌کند. همچنین خود می‌تواند حسب مورد دارای اختیارات قاعده‌گذاری باشد.
هدف	ارعاب، اصلاح مجرم، سزادهی، جلب رضایت مجنی علیه و ناتوان‌سازی مجرم	حفظ ایمنی شهروندان، کنترل ورود به بازار، حمایت از حقوق مصرف‌کننده، رقابت و منع انحصار و... ازجمله اهداف تنظیم‌گری است.
قلمرو	شامل جرم و مجرمین است.	شامل تمامی رفتارهای اقتصادی و اجتماعی می‌شود.
اجرا	توسط دادگاه‌های دادگستری به ارتکاب جرم رسیدگی می‌شود.	توسط نهادهای تخصصی دولتی، صنفی و حتی به‌صورت خودتنظیمی قابل اجرا است.
هزینه	رسیدگی به جرائم در قوه قضائیه بدون اخذ هزینه دادرسی است. علاوه بر هزینه مالی افزایش حجم پرونده‌های قضائی در سال‌های اخیر سبب ایجاد چالش‌های فراوانی در محاکم دادگستری ایران شده است.	هزینه تنظیم‌گری کم و اغلب در غالب حق مجوز، کارمزد تنظیم‌گری و امثالهم از فعالان بازار قابل تأمین است.
پویایی و اثربخشی	به‌صورت انفعالی بوده و اثر آن به‌سختی قابل ارزیابی است.	به‌صورت فعال و پیشگیرانه است و اثر آن به دلیل دسترسی تنظیم‌گر به داده‌های ارائه‌دهندگان سرویس به‌راحتی قابل ارزیابی است.

(Sarat and Douglas and Umphery, 2011: 2-19)

عدم بسترسازی ارائه‌دهندگان برای فعالیت قانونی

یکی از چالش‌های عمده ضعف در کنترل و مدیریت محتوا در ایران،

عدم ظرفیت‌سازی برای فعالیت قانونی پلتفرم‌های خارجی در کشور است. سیاست‌گذاری فعلی در کشور، رویکردی سلبی را نسبت به ارائه سرویس‌های آنلاین خارجی اتخاذ نموده و اقدام به مسدودسازی اغلب پلتفرم‌های خارجی بنا به انواع دلایل امنیتی و اخلاقی می‌نماید. مغایرت برخی از شبکه‌های اجتماعی خارجی با اهداف امنیتی و ارزش‌های اسلامی و ضرورت مسدودسازی آن‌ها غیرقابل انکار است؛ اما با توجه به خلاف اصل بودن محدودسازی رسانه و مغایرت فیلترینگ با حق آزادی بیان و دسترسی آزاد مردم به اطلاعات، ضروری است مسدودسازی پلتفرم‌های خارجی با در نظر گرفتن اصول کلی حقوق عمومی همچون تناسب، عقلانی بودن، اصل ملاحظات مرتبط و امثالهم انجام پذیرد (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۳۰).

برخی از شبکه‌های اجتماعی خارجی نشان داده‌اند که با کشورهای مختلف جهت حذف و مسدودسازی محتوای خلاف قوانین کشورهای مختلف همکاری‌های مفیدی به عمل می‌آورند. نتیجه تحقیقی نشان می‌دهد که ایکس (توییتر سابق) از ۲۷ اکتبر سال ۲۰۲۲ تا ۲۶ آوریل ۲۰۲۳، تعداد ۹۷۱ تقاضای حذف و مسدودسازی دولت‌ها و دادگاه‌های کشورهای مختلف ۸۰۸ مورد را به‌طور کامل اجرا، در ۱۵۴ مورد بخشی از درخواست حذف و مسدودسازی را اجابت نموده و تنها در ۹ مورد هیچ اقدامی اتخاذ نکرده است (https://restofworld.org: last seen: 12/9/2023).

در صورتی که امکان فعالیت قانونی آن دسته از پلتفرم‌های خارجی منطبق با سیاست‌های امنیتی و فرهنگی کشور در ایران فراهم شود، تنظیم‌گر ملی می‌تواند دستورات لازم را برای پالایش محتوا مطابق با قوانین کشور صادر نماید. تنظیم‌گر می‌تواند فعالیت پلتفرم خارجی را منوط به اخذ پروانه و معرفی نماینده قانونی و همچنین اخذ تضامین لازم نماید. پلتفرم نیز ملزم خواهد بود سرویس خود در داخل ایران را در چارچوب پروانه اعطایی ارائه نماید. تاکنون کشورهایی همچون

هند به موجب قانون فناوری اطلاعات^۱ ۲۰۰۸، ترکیه به موجب قانون اصلاحی سال ۲۰۲۲ و اندونزی به موجب قانون اطلاعات و تجارت الکترونیک مصوب ۲۰۰۸^۲ پلتفرم‌های خارجی به همکاری و اخذ مجوز ملزم نموده‌اند. همچنین در صورت فعالیت قانونی پلتفرم‌های خارجی، امکان جریمه و تعقیب کیفری آنان در صورت ارتکاب تخلف یا جرم، مطابق قوانین کشور فراهم می‌شود. به عنوان نمونه در روزهای اخیر سازمان تنظیم مقررات ارتباطات ایتالیا (AGCOM)، پلتفرم‌های یوتیوب، متعلق به گوگل و توییچ، متعلق به آمازون را به اتهام نقض قوانین ممنوعیت تبلیغات قمار در این کشور جریمه کرد^۳ (<https://www.reuters.com>, Last seen: 2023/12/14).

اما حضور پلتفرم‌های خارجی در ایران و اخذ مجوز و معرفی نماینده قانونی در کشور، مستلزم بسترهای حقوقی لازم برای اطمینان خاطر آنان از ثبات فعالیت و ارائه سرویس است. در شرایطی که حتی پلتفرم‌های داخلی با انواع چالش‌های حقوقی و تنظیم‌گری مواجه هستند، پلتفرم‌های خارجی انگیزه‌ای برای فعالیت قانونی در ایران نخواهند داشت. تعدد نهادهای تنظیم‌گر حوزه محتوا در کشور و ابهام در صلاحیت‌های قانونی و میزان اختیارات آنان، خلأ قوانین در موضوعاتی همچون مالکیت فکری محتوای آنلاین، تبلیغات تجاری، حقوق کاربران، مسئولیت‌های حقوقی، کیفری و صنفی سرویس‌های واسطه‌ای^۴ و... سبب ریسک بالای فعالیت قانونی در ایران خواهد بود. به این ترتیب فرصتی را که کشور برای مدیریت محتوا در پلتفرم‌های خارجی دارد، از دست می‌دهد.

1. Information Technology Act, 2008: Retrieved at: https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/15386/1/it_amendment_act2008.pdf

2. ELECTRONIC INFORMATION AND TRANSACTIONS 2008, retrieved at: http://www.flevin.com/id/Igso/translations/JICA%20Mirror/english/4846_UU_11_2008_e.html

۳. یوتیوب و توییچ به ترتیب محکوم به پرداخت ۲,۲۵ میلیون و ۹۰۰ هزار یورو جریمه شدند.

4. Intermediary Services

در دسترس بودن فیلترشکن

یکی دیگر از چالش‌های اصلی مدیریت محتوا در ایران، فراگیری استفاده از فیلترشکن در میان کاربران ایرانی است. امروزه اغلب ایرانیان یک یا چند برنامه فیلترشکن در گوشی هوشمند یا رایانه خود دارند. مسدود بودن شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های پرطرفدار در ایران، یکی از علل فراگیری استفاده از فیلترشکن است.

آمار غیررسمی که از تعداد کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی خارجی مسدود منتشر شده است، تأمل برانگیز است (راجیان اصلی و دیگران، ۱۴۰۲: ۲۹۳):

جدول ۱۵: تعداد کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی خارجی

شبکه اجتماعی	تعداد کاربران ایرانی
واتس‌آپ	۴۷ میلیون
تلگرام	۴۰ تا ۴۵ میلیون
اینستاگرام	۲۴ میلیون
فیس‌بوک	۲ میلیون و ۴۰۰ هزار
توییتر	۲ میلیون

باتوجه به اینکه دسترسی به هریک از شبکه‌های اجتماعی فوق نیازمند استفاده از فیلترشکن است، نگاهی به آمار فوق نشان می‌دهد که تا چه اندازه استفاده از فیلترشکن در میان ایرانیان شایع است. این در حالی است که مطابق ماده ۷۲۹ کتاب تعزیرات قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲، دسترسی غیرمجاز به سامانه‌های رایانه‌ای حفاظت‌شده مانند شبکه‌های اجتماعی مسدودشده جرم محسوب می‌شود^۱. لذا مطابق ماده فوق میلیون‌ها ایرانی مجرم محسوب می‌شوند. وقوع چنین وضعیتی سبب متروک شدن قانون

۱. ماده ۷۲۹- هرکس به طور غیرمجاز به داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی که به وسیله تدابیر امنیتی حفاظت شده است دسترسی یابد، به حبس از نود و یک روز تا یک سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵,۰۰۰,۰۰۰) ریال تا بیست میلیون (۲۰,۰۰۰,۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

و عدم قابلیت اجرای آن است. لیکن فراگیری فیلترشکن به معنای تسهیل دسترسی کودکان به آن و در نتیجه تسهیل دسترسی به انواع محتوای مضر مستهجن، خشونت‌آمیز، نفرت‌پراکنی، بهره‌کشی جنسی، تروریسم و ضد امنیتی و... است که فارغ از نظارت حاکمیت و اولیای کودک در دسترس وی قرار می‌گیرد. وقوع این آسیب اجتماعی در سطح گسترده در خصوص نسل دهه هشتادی‌ها و نودی‌ها، علاوه بر آسیب‌های فردی که یک نسل با آن مواجه است، سبب وقوع شکاف فرهنگی و انواع بحران‌های اجتماعی می‌شود. بحران پاییز ۱۴۰۱ نشان داد، نسلی در ایران ظهور یافته است که از حیث فرهنگی فاصله زیادی با هنجارها و ارزش‌های ایرانی و اسلامی حاکم بر کشور دارد.

کنترل و جلوگیری از فراگیری فیلترشکن مستلزم جلوگیری از تولید، توزیع و انتشار و خرید و فروش آن است. مطابق بند «ج» (۷۵۳) قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲، «انتشار یا در دسترس قرار دادن محتویات آموزش دسترسی غیرمجاز، شنود غیرمجاز، جاسوسی رایانه‌ای و تخریب و اخلال در داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی» جرم محسوب می‌شود. بر همین اساس خرید و فروش فیلترشکن مطابق بند قانونی اخیر، جرم‌انگاری گردیده است. کارگروه تعیین مصادیق مجرمانه نیز، در تعیین مصداق جزء قانون اخیر، «انتشار فیلترشکن‌ها و آموزش روش‌های عبور از سامانه‌های فیلترینگ» را به‌عنوان محتوای غیرمجاز ذکر نموده است؛ اما نکته قابل توجه این است که علی‌رغم جرم‌انگاری انتشار و دسترسی فیلترشکن در ایران، این حکم نیز متروک گردیده است. به نحوی که حتی خرید و فروش فیلترشکن توسط شرکت‌های مختلف بدون هیچ‌گونه محدودیتی در حال جریان است. به نظر می‌رسد که کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه، محاکم دادگستری و سیاست‌گذار فضای مجازی در کشور به‌صورت ضمنی خرید و فروش و استفاده از فیلترشکن را مورد پذیر قرار داده‌اند. شاید دلیل

چنین رویکردی، مقاومت و اصرار مردم برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی خارجی است که در بالا، آمار خیره‌کننده آن ذکر شد. در این صورت این نقد وارد است که مسدودسازی گسترده و غیرضروری پلتفرم‌های خارجی خود سبب وقوع آسیب بسیار جدی‌تر دسترسی آسان به فیلترشکن در میان مردم ایران و ازجمله کودکان گردیده است. لذا به نظر می‌رسد که هدفی که سیاست‌گذاران کشور از فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی به دنبال آن بوده‌اند، نتیجه زیان‌بار به مراتب خطرناکتری را در پی داشته است.

تقنینی بودن موضوع کنترل محتوا در فضای مجازی

حکمرانی صحیح بر موضوع محتوا در فضای مجازی از مسیر قانون‌گذاری در مجلس شورای اسلامی قابل تحقق است؛ زیرا اغلب موضوعات مدیریت محتوای فضای مجازی از جنس ایجاد محدودیت و مداخله در حقوق و آزادی‌ها است. به موجب اصل ۲۲ قانون اساسی «حیثیت، جان، مال، حقوق، مسکن و شغل اشخاص از تعرض مصون است، مگر در مواردی که قانون تجویز کند». لذا ایجاد قواعد آمره و ایجاد حقوق و تکالیف عمومی صرفاً باید به موجب قانون باشد. ایجاد محدودیت و تعیین تکلیف در خصوص ۴۹ موضوع در قانون اساسی کشور، به قانون واگذار گردیده است. از آن جمله آزادی مطبوعات و نشریات (اصل ۲۴)، حق بر حریم خصوصی، وضع جرم و رسیدگی به آن (اصل ۳۶) و... حدود موضوعات تقنینی را صرفاً مجلس شورای اسلامی می‌تواند در قالب تصویب قانون ترسیم کند و دخالت هر نهاد دیگری در موضوعات مذکور خلاف اصل ۸۵ قانون اساسی در خصوص غیرقابل تفویض بودن امر قانون‌گذاری محسوب می‌شود (کلخدایی و آقایی طوق، ۱۳۹۱: ۷۸ و ۸۶). سایر نهادها در قاعده‌گذاری و مقرره‌گذاری باید در چارچوب قوانین مصوبات مجلس عمل کنند (فلاح زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۱۵).

علی‌رغم اینکه مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی

فضای مجازی به دلیل جایگاه آنان در نظام حقوقی کشور، برای مجلس شورای اسلامی لازم‌الاتباع است، لیکن شوراهای مذکور صلاحیت سیاست‌گذاری و خط‌مشی‌گذاری را برعهده دارند و مصوبات آنان نباید جایگزین قانون انگاشته شود. نهایتاً سیاست‌ها زمانی امکان اجرایی شدن خواهد یافت که به پشتوانه صلاحیت مجلس شورای اسلامی، تبدیل به قواعد آمره با ضمانت اجراهای قانونی شود.

تحقق ایمنی و حفاظت از کودک در فضای مجازی نیز ضرورتاً به‌وسیله قانون قابل‌دستیابی است. در سال‌های اخیر سیاست‌های جامع و ارزشمندی همچون سند ملی حقوق کودک و نوجوان توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۴۰۰ و سند صیانت از کودکان و نوجوانان در فضای مجازی توسط شورای عالی فضای مجازی در سال ۱۴۰۱ به تصویب رسید؛ اما بی‌اثر بودن و به‌فراموشی سپرده شدن اسناد در مدت کمی پس از تصویب آن‌ها، نشان داد تا زمانیکه اهداف و سیاست‌های مذکور تبدیل به قواعد آمره حقوقی و هنجارهای قانونی به همراه تضامین مناسب نگردد، ابتر و بی‌نتیجه خواهد ماند. نتیجه بررسی دو کشور آمریکا و انگلستان نیز نشان داد که دو کشور موضوع حمایت از کودک در برابر محتوای مضر را قالب قوانین متعددی به تصویب رسانده‌اند. در کشور انگلستان علی‌رغم اینکه سند کاغذ سفید و کاغذ سبز سیاست‌ها، چالش‌ها و اهداف ایمنی فضای مجازی از حیث محتوا را تعیین نموده بود، لیکن نهایتاً قاعده‌گذاری مفاد آن اسناد در قالب قانون ایمنی آنلاین به تصویب پارلمان رسید (Online Safety Act, 2022).

نتیجه‌گیری

از خلال این نوشتار نتایج زیر حاصل گردید:

- ۱- کشورهای مورد بررسی یعنی انگلستان و آمریکا موضوع حفاظت از کودکان در فضای مجازی را از طریق قانون‌گذاری و راه‌حل‌های تنظیم‌گری محقق نموده‌اند.

۲- قوانین فدرال در آمریکا، حفاظت از کودکان را به‌طور جدی از طریق قوانین حفاظت از داده‌های شخصی کودکان و اثر غیرمستقیم آن در محدودکردن ارائه محتوا از طریق ارائه‌دهندگان سرویس به کودکان پیگیری می‌کنند. از سوی دیگر اعطای اختیارات گسترده به پلتفرم‌ها جهت خود تنظیمی محتوای مضر و اجتناب پلتفرم‌های از جریمه‌های سنگین کمیسیون تجارت فدرال و کمیسیون ارتباطات فدرال، پالایش گسترده محتوای مضر برای کودکان در شبکه‌های اجتماعی را محقق نموده است. علاوه بر این در سال اخیر، با ابتکار عمل ایالت کالیفرنیا در تصویب قانون ایالتی طراحی متناسب با سن، جریانی گسترده در سایر ایالت‌ها برای قانون‌گذاری کنترل محتوای مضر علیه کودکان را به وجود آورده است.

۳- قوانین کشور انگلستان جامع‌ترین و سخت‌ترین قواعد حقوقی را برای حفاظت از کودکان در برابر محتوای مضر الزام‌آور نموده است. قواعد قانون ایمنی آنلاین، انتشار محتوای مضر علیه کودکان را اساساً از حیث امکان فنی و با استفاده از اختیارات تنظیم‌گری آفکام کنترل می‌کند.

۴- تولید و انتشار محتوای مضر علیه کودکان همچون نماهنگ ساسی مانکن، مستوجب مجازات تشویق مردم به فساد یا فحشا موضوع بند (ب) ماده ۶۳۹ قانون مجازات اسلامی است. اساساً این مجازات در خصوص محتوا علیه کودک نیست و همچنین رسیدگی و اجرای مجازات در خصوص تولیدکنندگان نماهنگ ساسی مانکن، به دلیل سکونت آنان در خارج از ایران صعب‌الحصول است.

۵- مطابق قانون اطفال و نوجوانان عمل والدین و مربیان و اطرافیان کودک که محتوای مضر را در اختیار او گذاشته و وی را تشویق به تولید دابسمش می‌کنند، مستوجب مجازات است.

۶- ظرفیت‌های قانونی ایران برای کنترل محتوای مضر علیه کودکان محدود به جرم‌انگاری و تعیین مسئولیت کیفری است که همین امر ریشه

انفعال نظام حکمرانی کشور در آسیب‌های فضای مجازی علیه کودک محسوب می‌شود. اتخاذ رویکردهای تنظیم‌گری به‌منظور پیشگیری از تولید، توزیع و انتشار محتوای مضر ضروری است.

۷- اهمال و تسامح مجریان قانون در کنترل و مجازات فیلترشکن، ریشه در فیلترینگ وسیع شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار خارجی دارد. آسیب‌هایی که حاکمیت با مسدودسازی شبکه‌های اجتماعی به دنبال کنترل آن‌ها بود، با فراگیرشدن استفاده از فیلتر شدن، خود سبب تشدید آن آسیب‌ها و وقوع چالش‌های بزرگ‌تری شده است که استفاده وسیع کودکان و نوجوانان از فیلترشکن و دسترسی به شبکه جهانی اینترنت بدون هرگونه محدودیتی، سبب وقوع بحران‌های جدی‌تری می‌شود.

۸- اجازه فعالیت قانونی به برخی از شبکه‌های اجتماعی خارجی همسو با سیاست‌های ایران، می‌تواند در کنترل محتوای مضر علیه کودکان مؤثر باشد؛ اما در حال حاضر با خلأهای جدی در قوانین و در نتیجه عدم امکان حضور شرکت‌های خارجی مواجه هستیم.

تجربه چندساله سندنویسی و سیاست‌گذاری در عرصه محتوای فضای مجازی و سالم‌سازی محتوای کودک، نشان داد که قانون حلقه گمشده نظام حکمرانی فضای مجازی در کشور است. قانون مصوب مجلس به پشتوانه قانون اساسی از ظرفیت‌های منحصر به فردی برخوردار است و حکمرانی محتوا در فضای مجازی که اساساً ماهیت محدودسازی و قهری دارد، بنا به اصول قانون اساسی، تنها از طریق قانون قابل تحقق است.

پیشنهادهای سیاستی

پیشنهادهای فرهنگی - اجتماعی

گفتگوی رسانه‌ای در باب کودکی: پیش از هر اقدامی باید بپرسیم که «کودکی چیست» و «کودک کیست؟» با توجه به وضعیت کودکی و ویژگی‌های کودکان امروز، احتمالاً به بازتعریفی از کودکی خواهیم رسید؛

با یک تعریف تازه، به شناخت جدیدی از کودک می‌رسیم و متناسب با شرایط جدید می‌توانیم راهکارهای تازه‌ای ارائه کنیم. رویکردهای بازنگری شده می‌تواند پرسش‌های جدیدی طرح کند؛ پرسش از چگونگی رشد کودک، چگونگی هویت‌یابی‌اش، ضرورت آموزش به او، لزوم جامعه‌پذیری و پرورش کودک، الگوهای یادگیری‌اش، تأثیرپذیری کودک از رسانه، فعال یا منفعل بودن او در برابر رسانه، حقوق کودک در جامعه و...؛ بازنگری در تعاریف و رویکردها علاوه بر طرح این پرسش‌ها می‌تواند پاسخ‌های به‌روزتری را نیز ارائه کند (کلهر، ۱۳۹۹).

ارتقای سواد رسانه‌ای: نیل پستمن پس از توضیح چگونگی دنیای فاقد مرز سنی (بین کودکان و بزرگسالان) به دلیل گسترش رسانه‌ها، راهکاری برای مواجهه با این وضعیت ارائه نمی‌کند اما با توجه به مطرح‌شدن مباحث جدیدی در حوزه مطالعات رسانه طی سال‌های اخیر، به نظر می‌رسد مباحث مربوط به «سواد رسانه‌ای» بتواند در رویارویی با این وضعیت راهگشا باشد. به این معنا که به کمک سواد رسانه‌ای بتوان مواجهه مناسبی با وضعیت کنونی داشت. همان‌طور که به قول پستمن، مرز مواجهه کودک و بزرگسال با رسانه از میان رفته است، بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای هم محدود به بازه سنی خاصی نمی‌شود و می‌تواند هم برای کودک و هم برای بزرگسال مفید باشد. البته سواد رسانه‌ای در معنای دقیق این حوزه مدنظر است؛ نه آنچه کودکان به نام سواد رسانه‌ای در مدارس با آن مواجه می‌شوند که بیشتر خوانشی خاص، محدود و ایدئولوژیک از سواد رسانه‌ای است (کلهر، ۱۳۹۹). جیمز پاتر، سواد رسانه‌ای را تلاشی است برای توضیح عملکرد ذهن انسان هنگام برخورد با جریان پیام‌های رسانه‌ای در فرهنگی اشباع شده از این نظریه نشان می‌دهد که مردم در برابر هزاران پیام رسانه‌ای که هر روز با آن روبه رویند چگونه باید تصمیم بگیرند؛ چه واکنشی نشان دهند و چگونه از آن پیام‌ها مفاهیم خود

را بسازند. راهبردهای سواد رسانه‌ای به دنبال فعال کردن مخاطب در مواجهه با رسانه‌ها، ایجاد تفکر انتقادی در او و شکل دادن مهارت‌های تحلیلی در مقابل رسانه‌هاست است. اگر بتوان سواد رسانه‌ای را با این ویژگی‌ها و برای رسیدن به این اهداف به کودکان ارائه کرد، احتمالاً می‌توان تأثیرگذاری رسانه بر آن‌ها را کنترل کرد و کودکان را به مخاطبان آگاه و ماهر رسانه تبدیل کرد (پیشین).

پیشنهادهای هنری

بازنگری در سیاست‌های هنری

۱- احیاء گروه‌های سرود و نماهنگ‌ها: آموزش و تربیت صرفاً از طریق مدرسه و کلاس‌های آموزشی مختلف انجام نمی‌گیرد. سبک زندگی، شیوه مصرف، رفتار و عملکرد افراد در جهان پیرامون کودک از مهم‌ترین منابع آموزشی و هویت‌یابی کودک است. کودک از سبک زندگی، الگوی مصرف و مختصات زندگی افراد پیرامون خود تأثیر می‌پذیرد؛ محیطی که صرفاً محدود به خانه، مدرسه، جمع همسالان و آشنایان نیست، بلکه یک محیط جهانی را شامل می‌شود؛ بنابراین اینکه کودکان از چه نوع موسیقی استفاده می‌کنند در هویت‌یابی و سبک زندگی آن‌ها اثرگذاری عمیقی دارد. پس از انقلاب اسلامی، تقویت گروه‌های سرود کودکان و نماهنگ‌های فرهنگی- مذهبی یکی از سیاست‌های فرهنگی نظام بود. ایده این بود که تولید نماهنگ‌های مذهبی و تربیتی، هویت مذهبی کودکان و نوجوانان را تقویت می‌کند. نماهنگ (Music Video) به‌مثابه رسانه، اثرگذاری زیادی دارد چرا که تقریباً تمام هنرها را در خود جمع کرده و در کوتاه‌ترین زمان، پیامی را به کودکان منتقل می‌کند. نماهنگ، یک فیلم کوتاه است که آهنگ را با تصویر تلفیق می‌کند ترکیبی از دوربین و بازی و رنگ و شعر و موسیقی و... است. تولید نماهنگ‌ها به‌تدریج کاهش پیدا کرد

و آن‌ها که تولید می‌شد هم به لحاظ مضمون، شعر، فرم موسیقی، تصویر و... کاهش کیفیت شدیدی پیدا کرد؛ یکی از کارشناسان در این زمینه می‌گوید: «یک زمانی بود در دهه شصت و ابتدای انقلاب که ما سرودهای انقلابی داشتیم. سرودهایی که هویت‌بخش بود. آن‌قدر این سرودها تکرار شد در دهه هفتاد و دهه هشتاد که ناگهان یک گسست بزرگ برای تولید سرود داشتیم چون دیگر کسی سرود تولید نکرد. دیگر بچه‌ها وقتی می‌خواستند در مدارس سرود بخوانند باید سراغ سرودهای قبلی می‌رفتند. سطح سرود خیلی پایین آمد. سرود داشت فراموش می‌شد. حضرت آقا دستور دادند سراغ سرود بروید. سرود را زنده کنید. سرود را به‌روزرسانی و احیا کنید.» مقام معظم رهبری در سال ۱۳۹۵ در زمینه سرود فرمودند: «سرود مثل هوای تازه، مثل هوای بهاری نفوذ می‌کند؛ هیچ لازم نیست وادار بشوند کسانی که آن را ترویج کنند، تقریظ بنویسند، شعر بگویند؛ نه، خود سرود وقتی که خوب تنظیم شد [اثر می‌کند]. ما این را امروز کم داریم؛ امروز به نظر می‌رسد که ما به این احتیاج داریم و مرحوم حمید سبزواری (رضوان‌الله‌علیه) در این زمینه بهترین بود» (بیانات در دیدار شاعران ۱۳۹۵/۰۳/۳۱). همچنین ایشان در سال ۱۳۸۷ در زمینه ترانه و سرود بیان کردند: «ترانه و سرود، یک بخش لازم و یک شعبه لازم در زمینه هنر شعری است و خیلی هم تأثیر می‌گذارد؛ ترانه و سرود واقعاً تأثیرگذار است. ما در موارد بسیاری دیده‌ایم که مثلاً یک شعری در زبان جوان، نوجوان و افراد مختلف - دانشجو، دانش‌آموز و غیره - جریان دارد که خود این شعر موجب حرکت است، موجب نشاط است، موجب جهت‌دهی است. الان در این زمینه انصافاً ما کم داریم و کم گذاشته‌ایم؛ در زمینه ترانه و در زمینه سرود، سرودهای خوب کم است. جامعه ایرانی با شعر آمیخته است و این خیلی نقطه قوت بزرگی است... از این فرصت، از این تمنای موجود و تقاضای

موجود در جامعه برای شعر باید استفاده کرد و مفاهیمی را که مردم احتیاج دارند آن‌ها را بدانند یا روش‌های عملی‌ای را که مردم احتیاج دارند با آن‌ها آشنا بشوند، در زبان شعر به مردم منتقل کرد» (بیانات در دیدار جمعی از شاعران و اهالی فرهنگ و ادب ۱۳۹۷/۰۳/۰۹). ایشان همچنین در مورد ساختن نماهنگ (ترکیب بدیع شعر و صدا و آهنگ) می‌فرمایند: «سرود یکی از ظرفیت‌های هنری گران‌بها برای گسترش ارزش‌های معرفتی و عملی است. ترکیب بدیع شعر و صدا و آهنگ در اجرای دستجمعی، راز اثرگذاری استثنائی سرودهای مذهبی و ملی در همه جای جهان است و بحمدالله ذوق و سلیقه و هنر ایرانی، در این بخش هم توانسته است کشور عزیز ما را در شمار سرآمدان قرار دهد (پیام رهبر انقلاب به اولین جشنواره ملی و بین‌المللی سرود فجر، ۱۴۰۱/۴/۲۱). تولید نماهنگ‌های سرودمحور با مخاطب‌شناسی متنوع می‌تواند سیاستی مؤثر در این زمینه باشد.

۲- ضرورت ایجاد نظام اطلاعات، برنامه‌ریزی و پایش موسیقی: بازنگری در ساختار دفتر موسیقی به‌نحوی که با ایجاد یک نظام ملی جمع‌آوری، ثبت و ذخیره‌سازی داده‌های مرتبط با فعالیت‌های حوزه موسیقی کشور، شناسایی بخش‌های آسیب‌پذیر موسیقی ایرانی ممکن بوده و با ارائه گزارش‌های موردی و دوره‌ای به مراجع بالاتر، امکان شناخت بهتر این عرصه و تغییرات ضروری در آن را فراهم آورد.

۳- ایجاد سازوکار حمایتی برای گونه‌های موسیقایی غیرتجاری: بازنگری در ساختار دفتر موسیقی به‌نحوی که بودجه لازم برای حمایت از موسیقی سنتی و نواحی ایرانی، ممکن شده، استفاده از متخصصین هریک از این حوزه‌ها و برنامه‌ریزی توسط ایشان برای حمایت از بخش‌های مرتبط امکان‌پذیر گردد و ایجاد و تقویت ارکستر ملی ایران و ارکستر سمفونیک شهرهای کشور در دستور کار قرار گیرد. سازوکارهای استفاده از ظرفیت نهادهای دولتی و عمومی برای اجراهای صحنه‌ای

موسیقی سنتی و نواحی ایرانی و همچنین استفاده از ظرفیت‌های وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در حراست از میراث معنوی موسیقی ایرانی بررسی و راهبردهای مشخص تعیین و اجرایی شود. راهبردهای مؤثر برای تشویق سرمایه‌گذاری و حمایت از انتشار آثار موسیقی سنتی و نواحی تعیین و اجرایی شود.

۴- ایجاد و ارتقای زیرساخت‌های فنی لازم برای بالابردن کیفیت اجرا و تولید موسیقی: از طریق ساخت، بازسازی و فعال کردن تالارها و مراکز هنری و بهره‌گیری از امکانات موجود و جلب مشارکت اشخاص حقیقی و حقوقی، دولتی و غیردولتی در توسعه فعالیت‌های موسیقایی ضروری است.

۵- توانمندسازی دفتر موسیقی: ساختار دفتر موسیقی می‌بایست به صورتی توانمند گردد که قدرت و مشروعیت لازم برای اعمال سازوکارهای حقوقی مربوط به حق تألیف و نشر برای تولیدکنندگان آثار موسیقی با همکاری نهادهای صنفی پدید آورد. همچنین این نهاد می‌بایست روندهای مجوزدهی به آثار موسیقی در بخش‌های سنتی و نواحی را به نحو مطلوب تغییر دهد و مجوزهای بلندمدت صادر نماید.

۶- ارتقای اعتبار مجوزهای اعطا شده: در حال حاضر مجوزهای تأیید شده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای اجراهای صحنه‌ای توسط سایر نهادهای حاکمیتی مرتباً لغو می‌شود و دولت توانایی لازم برای اعمال قوانین سراسری در همه شهرهای کشور در مورد اجراهای صحنه‌ای ندارد. این امر زمینه‌ای برای فساد مالی در بخش‌های دولتی و خصوصی پدید می‌آورد که افرادی با استفاده از رانت‌های موجود، اعتبار مجوزها را ارتقا می‌دهند. بهبود این وضعیت از طریق مذاکره و توافق در سطح حاکمیتی ممکن می‌شود.^۱

۷- آموزش همگانی موسیقی با در نظر گرفتن دغدغه‌های مذهبی

۱. مصاحبه با مسئولین دولتی حاکی از فقدان عزم و اراده برای چنین مذاکره‌ای تاکنون بوده است.

و حاکمیتی: آموزش مبانی موسیقی به صورت همگانی باهدف ارتقای سواد موسیقایی، متفاوت از امر ترویج موسیقی است که می‌بایست در دستور کار مذاکرات گسترده با مراکز آموزش دینی به‌ویژه در مقاطع عالی قرار گیرد. جلب همکاری مراکز هنری وابسته به حوزه برای تبیین ضرورت آموزش همگانی موسیقی و همچنین تهیه یک سیاست اقتصادی برای استفاده از ظرفیت آموزش همگانی موسیقی در اشتغال‌زایی ضروری است. اجرای این سیاست‌ها یا سیاست‌های مشابه می‌تواند فرصت‌های نوپدید یا فرصت‌های نهایی را برای حوزه‌های زیر پدید آورد که چشم‌پوشی از آن‌ها مغایر با منافع ملی است:

– بهره‌مندی از فرصت‌های اقتصادی و اشتغال‌زایی با توسعه بخش فرهنگی در زمینه آموزش همگانی موسیقی به‌ویژه هم‌راستا با اصول اقتصاد مقاومتی

– بهره‌مندی از ظرفیت‌های موسیقی نواحی و تقویت بخش گردشگری فرهنگی

– بهره‌مندی از آخرین فرصت نجات بخشی موسیقی نواحی از نابودی کامل

– بهره‌مندی از فرصت حفاظت از موسیقی ایرانی در برابر انواع

عامه‌پسند موسیقی ایرانی و خارجی که از ارزش موسیقایی و فرهنگی کمتری برخوردارند با ایجاد ذائقه موسیقایی مبتنی بر آموزش و آگاهی.

پیشنهادهای حقوقی و قانونی

از جنبه حقوقی و قانونی، باتوجه به محتوای حقوقی گزارش حاضر، ریشه اصلی چالش حکمرانی محتوای فضای مجازی در ایران، خلأ قانون‌گذاری است. به همین منظور تصویب قوانین حمایت از کودک در برابر محتوای مضر بایستی در دو فاز کوتاه‌مدت و بلندمدت بایستی در دستور کار مجلس شورای اسلامی قرار گیرد:

اقدامات فوری: کاهش آثار سوء محتوای مضر علیه کودک مستلزم قانون‌گذاری فوری در موضوعات زیر است. پیشنهاد می‌شود لایحه

یا لوایح مربوط به محورها زیر به صورت یک فوریتی یا دوفوریتی در دستور کار مجلس شورای اسلامی قرار گیرد:

۱ - قانون ساماندهی طراحی، اصلاح، توسعه، خرید و فروش، عرضه و انتشار فیلترشکن (VPN) در زیر محورها:

a. تکالیف اداری و حرفه‌ای: تکالیف وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، شرکت ارتباطات زیرساخت، وزارت اطلاعات، کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه و اپراتورهای ارتباطی کشور در پایش و پالایش اتصال به شبکه اینترنت از طریق فیلترشکن.

b. مسئولیت کیفری: تشدید مسئولیت‌های کیفری فروش، عرضه و انتشار فیلترشکن.

c. رفع انسداد کلی یا جزئی مراکز و اشخاص مجاز به استفاده از فیلترشکن در سطح IP و سرویس اینترنت.

۲ - قانون تولید محتوا توسط کودکان در فضای مجازی در زیر محورها:

a. ضوابط تولید محتوا توسط کودک و نوجوان در فضای مجازی

b. ضوابط فعالیت اقتصادی و کسب درآمد کودکان در فضای مجازی

c. مسئولیت‌های والدین، مربیان و مراقبان کودک در خصوص انواع بهره‌کشی اقتصادی، بی‌توجهی و سهل‌انگاری و سوءاستفاده از کودک در تولید محتوا. انتشار عکس‌ها و فیلم‌های کودکان توسط والدین در فضای مجازی می‌تواند تبعات زیان‌بار برای کودکان داشته باشد که عبارت است از: استفاده این عکس‌ها و فیلم‌ها در سایت‌های با محتوای جنسی و تبلیغاتی، شرمساری کودک از دیدن تصاویر در آینده و قراردادن کودک در معرض توهین و تمسخر دیگران و...

۳ - قانون رده‌بندی سنی محتوا

a. تعیین چارچوب استانداردهای اختصاصی ارائه سرویس به

کودک مانند تنظیمات حریم خصوصی، مکان‌یابی، عدم استفاده از تکنیک‌های منجر به اعتیاد کودک به سرویس و امثالهم

b. شفافیت سرویس و نظارت والدین بر ارائه سرویس به و جمع‌آوری داده از کودک

اقدامات بلندمدت: کم‌کاری مجلس در قانون‌گذاری در حوزه فضای مجازی، سبب عدم شکل‌گیری صنعت بومی و داخلی محتوا در ایران و همچنین عدم انگیزی سرمایه‌گذاری خارجی و فعالیت قانونی پلتفرم‌های خارجی در ایران گردیده است. به‌منظور بسترسازی برای نیل به این مهم، تصویب قوانین زیر در دستور کار مجلس قرار گیرد: ا. صوت و تصویر فراگیر فضای مجازی: تعیین صلاحیت تنظیم‌گری، انواع سرویس‌های محتوایی تحت نظارت، ضوابط ممیزی و پالایش محتوا.

ب. احراز هویت در فضای مجازی

ج. حفاظت از داده‌های شخصی و تعیین مسئولیت‌های ناشی از پردازش داده‌های کودک و نوجوان.

د. مالکیت فکری محتوا در فضای مجازی.

ه. تبلیغات در فضای مجازی

و. اخبار جعلی و اطلاعات نادرست

ز. کنترل و نظارت والدین بر کودکان در فضای مجازی

ح. تکالیف و مسئولیت‌های ارائه‌دهندگان خدمات واسطه‌ای و سکوها برخط

ط. بازی‌های آنلاین

فهرست منابع

- پستمن، نیل (۱۳۹۵) نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوران کودکی. ترجمه صادق طباطبایی، نشر اطلاعات
- پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، دفتر طرح های ملی (۱۳۷۸) رفتارهای فرهنگی ایرانیان، موج اول
- پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، دفتر طرح های ملی (۱۳۸۲) رفتارهای فرهنگی ایرانیان، موج دوم
- پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، دفتر طرح های ملی (۱۳۹۸) پیمایش مصرف کالاهای فرهنگی، موج سوم
- کرمانی، علی رضا و سهیلا صادقی فسایی (۱۳۹۹) رویکردگفتمانی به زایش کودکی در دنیای مدرن. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال بیست و یکم، شماره ۵۲، صص ۳۰۹-۳۲۸
- آذری، نرگس (۱۳۹۹) سیاست موسیقی در ایران باتوجه به رویدادهای سال ۱۳۹۸؛ مرکز رصد فرهنگی کشور
- کلهر، هانیه (۱۳۹۹) مسئله کودکی در یک نمایی لانگ شات. وب سایت Problematicaa.com
- حسینی اکبرنژاد، هاله و جواهری آراسته، محسن. (۱۳۹۹). حمایت کیفری از کودکان درمقابل سوءاستفاده در فضای مجازی در قوانین ایران و انگلیس و اسناد بین‌المللی. پژوهشهای حقوقی،

- رایجیان اصلی، مهرداد و رحیمی نژاد، اسمعیل و رزم آوربناب، رضا. (۱۴۰۲). سیاست‌گذاری جنایی تقنینی در آینه جرم‌شناسی فرهنگی: با رویکردی انتقادی به نمونه‌هایی از چالش‌های آن در ایران. پژوهش‌های حقوق جزا و جرم‌شناسی، ۱۱ (۲۱)، ۲۰۵-۲۳۲.
- رهبرپور، محمدرضا، & نور محمدی، حسین. (۱۳۹۷). چالش‌های حقوقی - قضایی جرم افساد فی الأرض در قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲. فصلنامه پژوهش حقوق کیفری، ۶ (۲۲)، ۷۷-۹۹.
- کدخدایی، عباسعلی و آقایی طوق، مسلم. (۱۳۹۱). تبیین مفهوم اصل عدم تفویض قانون‌گذاری در پرتو اصل برتری قانون اساسی؛ نقدی بر رویه شورای نگهبان. پژوهش حقوق عمومی، ۱۴ (۳۸)، ۹۹-۷۷.
- فلاح زاده، علی و جمعی از نویسندگان (۱۳۹۱)، تفکیک تقنین و اجرا؛ تحلیل مرزهای صلاحیت تقنینی در روابط مقننه و مجریه، تهران: مرکز تحقیقات شورای نگهبان.
- امامیان، سیدمحمدصادق و جمعی از نویسندگان. (۱۳۹۷) گزارش کارشناسی «نظام ملی تنظیم گری؛ مفهوم تنظیم گری و ارتباط آن با نظام حکمرانی»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- Zhang, Jenna & Tonsager, Lindsey & Lee, Diana & Salinas, Madeline & Leeds, Priya. (2023). State, Federal, and Global Developments in Children's Privacy. Retrieved at: <https://www.insideprivacy.com/childrens-privacy/state-federal-and-global-developments-in-childrens-privacy-q1-2023/>
- Sarat, Austin & Douglas, Lawrence, & Umphrey, Martha Merrill. (2011). On The Blurred Boundary Between Regulation and Punishment; Law as Punishment / Law as Regulation. Stanford University Press.
- Steeves, V. 2022. Regulating children's privacy: the UK Age Appropriate Design Code and the pitfalls of the past. Parenting for a Digital Future.
- Collinson, J. and Persson, J. 2022. What does the 'best Interests of the child' mean for protecting children's digital rights? A narrative literature review in the context of the ICO's Age Appropriate Design Code. Tolley's Communications Law. 27, 3 (Sep. 2022), 132-148.
- Grace, T. D., Abel, C., & Salen, K. (2023). Child-Centered Design in the Digital World: Investigating the Implications of the Age-Appropriate Design Code for Interactive Digital Media. Proceedings of the 22nd Annual ACM Interaction Design and Children Conference, 289-297. <https://doi.org/10.1145/3585088.3589370>
- Ofcom (2018) Addressing harmful online content; A perspective from broadcasting and

- on-demand standards regulation: available at: https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0022/120991/Addressing-harmful-online-content.pdf
- <https://www.gov.uk/government/news/uk-children-and-adults-to-be-safer-online-as-world-leading-bill-becomes-law>, last seen: 2022/12/9
- <https://theconversation.com/online-safety-bill-why-making-the-uk-the-safest-place-to-go-online-is-not-as-easy-as-the-government-claims-214290> last seen: 2022/12/11
- <https://www.gov.uk/government/publications/explanatory-memorandum-to-the-age-appropriate-design-code-2020-2020/explanatory-memorandum-to-the-age-appropriate-design-code-2020-2020>, last seen: 12/8/2023.
- The California Age-Appropriate Design Code Act, (2022). Retrieved at: <https://legiscan.com/CA/text/AB2273/id/2606836>. last seen: 2022/12/11
- <http://www.khorasannews.com/newspaper/page/21375/1/798536/0>. last seen: 2022/12/10
- <https://restofworld.org/2023/elon-musk-twitter-government-orders>. Last seen: 2022/12/10

اسناد و قوانین

- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- قانون نحوه مجازات اشخاصی که در امور سمعی و بصری فعالیت های غیرمجاز می نمایند مصوب ۱۳۸۶/۱۰/۱۶
- قانون حمایت از اطفال و نوجوانان مصوب ۱۳۹۹/۲/۲۳
- کتاب پنجم قانون مجازات اسلامی- تعزیرات و مجازات های بازدارنده مصوب ۱۳۷۵/۳/۲
- سند ملی حقوق کودک و نوجوان مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۴۰۰/۶/۲۰
- سند صیانت از کودکان و نوجوانان در فضای مجازی مصوب شورای عالی فضای مجازی ۱۴۰۰/۴/۲۳
- Children's Online Privacy Protection Act 1998
- Children's Internet Protection Act 2000
- Communications Decency Act 1996
- California Age-Appropriate Design Code Ac 2022
- The Protection of Children Act 1978
- The Children and Young Persons (Harmful Publications) Act 1998

- Communications Act 2003
- Data Protection Act 2021
- Age Appropriate Design Code 2020
- The Digital Economy Act 2017
- Online Safety act 2023