info@payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۲۸۲۶
شنبه / ۸ شهریور / ۱۴۰۴
۶ / ربیع الاول / ۱۴۴۷
30 / August / 2025

صاحب امتیاز: موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: یاسره حیدری
نشانی: کرج، بلوار تعاون، خیابان فرهنگ، جنب کانون کارشناسان رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۳۴۸۳۸-۳۲۵۳۴۴۴۳ -۰۲۶ فکس: ۳۲۵۳۰۱۰۱
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۶۷/۸۰
چاپ: کارگر

امروز با حافظ

امتحان کن که بَسی گنج مرادت بدهند
گـر خرابی چو مرا لطف تو آباد کند
یا رب اندر دلِ آن خسـرو شیرین انداز
که به رحمت گذری بر سرِ فرهاد کند

فال

عمر که بی‌عشق رفت هیچ
حسابش مگیر
آب حیاتست عشق در دل
وجانش پذیر
مولانا

اوقات شرعی

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۴:۰۹	۰۵:۳۷	۱۲:۰۶	۱۸:۲۴	۱۸:۵۳

برگ

بزرگسالی و پختگی زمانی اتفاق می‌افتد که فرد درمی‌یابد، بهتر است به خاطر دلیلی درست رنج بکشد، تا بخاطر دلیلی اشتباه لذت ببرد...

مارک منسن

دیدگاه

روی سیاه یک ویترین جذاب!

تصویر کودک در قاب دیجیتال، چنان درخشان است که ما را می‌فریبد: کودکان اینفلوئنسرهایی با ظاهری شاد، بسته‌هایی از زندگی تجملی و گاه مسئولیت‌هایی زودرس. اما پشت این تصویر، ساعاتی بی‌شمار از کار غیررسمی، فشار والدین، نادیده شدن تحصیل و فقدان حمایت قانونی وجود دارد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از تابناک در گذار از خیابان‌های خاک‌گرفته تا قاب آیتم‌اند: ایستاگرام، چهره کار کودک دنیایی جدید ساخته است: جهانی که در آن، کودکانی خردسال پس از پایان ساعات رسمی درس، به‌جای بازی در کوچه، به‌عنوان اینفلوئنسر یا پیک اجباری در برابر دوربین ظاهر می‌شوند. این چرخش از کار خیابانی به تابیدایی مجازی، نه‌تنها وضعیت اقتصادی آن‌ها را تغییر نمی‌دهد، بلکه پیامدی فرهنگی و حقوقی عمیق را رقم می‌زند: عادی‌سازی بهره‌کشی و تبدیل کودک به نماد مسئولیت‌پذیری. طبق گزارش‌های بین‌المللی، افزون بر ۱۶۵ میلیون کودک کار در جهان وجود دارد و حضور کودکان در مشاغل دیجیتال، روندی فزاینده در این پدیده به‌جا گذاشته است.

در ایران نیز، برآوردها از وجود بیش از یک و نیم میلیون کودک کار حکایت دارند. افزون بر آن، موضوع «kidfluencers» یا کودکان اینفلوئنسر، با میلیاردها میلیون‌ها بورو در تبلیغات، رویه‌رشدی نگران‌کننده نشان داده است. درآمدهایی که بدون چارچوب قانونی، شفافیت مالی یا حمایت از حقوق کودک پرداخت می‌شوند. در چنین فضایی، نه تنها چارچوب‌های حقوق بین‌الملل کودک (مادی ۳۲ کنوانسیون حقوق کودک) نادیده گرفته می‌شوند، بلکه خلأ عینی در همکاری میان نهادهای دولت، ارشاد، ارتباطات، آموزش و رسانه وجود دارد.

روشن است برای مقابله با این چالش، باید نگاه نوآورانه و میان‌رشته‌ای شد: چشم‌انداز روان‌شناختی که آسیب رشد، اضطراب حق بازی و آموزش را بدشناسد؛ مقنن از اجتماعی که پیامدهای نابرابری ساختاری را به تصویر بکشد و حوزه حقوقی که مسئولیت دولت‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال را در جامعه امروز تعیین کند. در روزگاری که مرز میان زندگی واقعی و دیجیتال به‌سرعت محو می‌شود، چهره کار کودک نیز دگرگون شده است. نوپدیدان این عرصه، از پیک‌های موتوری فیزیکی تا «اینفلوئنسر کودک» (kidfluencer) در اینستاگرام و یوتیوب، با روایت‌هایی از مسئولیت‌پذیری زودرس و افتخار فریبنده عرضه شده‌اند. این تغییر نمایشی، از دید رسمی و غیررسمی، توانسته تصویر کار کودک را نامرئی یا جذاب نکند، بلکه آن را به‌نوعی الگوی ترقی در برابر توده‌ها تبدیل کند. اما واقعیت آسیب‌شناسانه این پدیده بسیار ظریف‌تر از تصویر دیجیتال آن است:

۱. طبق گزارش سازمان جهانی کار، بیش از ۱۶۵ میلیون کودک در سراسر جهان دچار کار زیان‌آور هستند.

۲. در ایران نیز برآوردها حاکی از حدود ۱.۶ میلیون کودک کار است، بدون التفات به گونه‌های دیجیتال آن.

۳. اینفلوئنسرهای کودک می‌توانند درآمد قابل توجهی کسب کنند: مستند Netflix با عنوان «روی سیاه جلوه‌ای دیگر از کودکان کار فضای مجازی» فاش کرد که شبکه «The Squad»، با تولید Piper Rockelle، بالغ بر نیم میلیون دلار در ماه درآمد داشت.

با این حال، در اغلب نظام‌های حقوقی، همچون کودکان پاکستانی یا ایرانی فعال در فضای دیجیتال فاقد چارچوب حقوقی مشخص هستند. در سوی مقابل، در کشورهایی مانند فرانسه و قوانین جدید در ایالت‌هایی همچون کالیفرنیا، ایلینوی و میتهسوتا در آمریکا گام‌هایی رو به جلو برداشته شده اما در سایر مناطق همچنان خلأ قانونی آشکار وجود دارد. کنوانسیون حقوق کودک (ماده ۳۲) صراحتا منع بهره‌کشی اقتصادی را در هر نوع کاری فراهم کرده است.

مشاغل اینفلوئنسر کودکان در ایران مشمول قانون کار، بیمه یا حمایت حقوقی نیستند و هیچ حکمی درباره احراز هویت یا سقف درآمد تعریف نشده. کودکی که برای بازدید لایک و دنبال‌کننده تولید محتوای مداوم می‌کند، در معرض اضطراب، پریشانی هویت و اختلال در عزتنفس قرار می‌گیرد. مستند Netflix «گزارش می‌دهد اعضای «Squad» بیش از ۱۲ ساعت در روز فیلمبرداری می‌کردند؛ بدون معلم یا بیمه، و بدون دریافت درآمد شفاف.

شواهد بین‌المللی، مانند ادعاهای ۱۱ نوجوان علیه مدیریت خانوادگی Piper Rockelle مبنی بر آزار جنسی و روحی، تیزبینی انسان‌ها را بر شدت آسیب نشان می‌دهد. تصویر کودک در قاب دیجیتال، چنان درخشان است که ما را می‌فریبد: کودکان اینفلوئنسرانی با ظاهری شاد، بسته‌هایی از زندگی تجملی و گاه مسئولیت‌هایی زودرس. اما پشت این تصویر، ساعاتی بی‌شمار از کار غیررسمی، فشار والدین، نادیده شدن تحصیل و فقدان حمایت قانونی وجود دارد. این وضعیت نه فقط نقض صریح ماده ۳۲ کنوانسیون حقوق کودک و حقوق داخلی کشورهای جهان است، بلکه پایه‌های اخلاقی و اجتماعی ما را به لرزه درمی‌آورد. از منظر روان‌شناختی، کودکی که رفتار و ظاهر خود را در برابر نگاه نامحدود دنبال کنندگان بازنمایی می‌کند، در معرض خودبیگانگی هویتی، اضطراب عمومی، افسردگی و از دست دادن حس شادی کودکانه قرار می‌گیرد.

این نسل، علاوه بر پذیرفتن نابرابری و تقسیم نقش‌های جنسیتی یا درآمدی، در معرض آزمونی فرهنگی قرار دارد که در آن کار کودک نه فقط پذیرفتنی، بلکه الگو معرفی می‌شود. وظیفه دولت‌ها در چنین شرایطی روشن است: آن‌ها باید با تقاضم میان دستگاه‌های آگنوس گذار، آموزشی، فرهنگی و رسانه‌ای، ساختار حمایتی، قانونی و اجرایی جامعی را فراهم کنند. از احراز هویت و سقف سنی برای حضور در پلتفرم‌ها گرفته تا ایجاد بلاک دائم شفاف درآمدهای کودکانه و تخصیص درآمد به حساب‌های تحت نظارت قانونی، همه این‌ها باید در دستور کار قرار گیرد. چنین گامی نه صرفا مایملک حقوق کودک است، بلکه سرمایه‌ای برای آینده جامعه است: آینده‌ای که در آن، کودکی با حق بر رشد، بازی، آموزش و آرامش تعریف شود. نه خاکستری از درآمد. خوشبختانه، و گم‌گشتگی هویتی. اگر امروز راه را برای کودک بازگذاریم تا نماد کار تجمعی‌های درآمد شود، فردا با جامعه‌ای مواجه خواهیم شد که در آن، کرامت و حقوق بتدابین نسل جدید، دروغی شیرین در برابر دوربین‌های فهم‌نابذیر فروخته شده‌اند.

محمدمهدی سیدناصری
حقوقدان و پژوهشگر حقوق بین‌الملل کودکان

گزارش روز

رقابت بی رحمانه؛

وقتی همه‌می خواهند سیندرلا شوند

در فیلم «خواهر ناتنی زشت» الویرا خواهر سیندرلا در رقابتی بی رحمانه با خواهرش انگشتان پایش را می‌برد تا کفش سیندرلا اندازه پایش شود. استعاره‌ای تلخ از واقعیتی که در خیابان‌ها هم می‌توان دید؛ قربانی شدن برای رسیدن به ظرفی از پیش تعیین‌شده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از فرارو، هزینه‌ای که جامعه امروز ایران برای رسیدن به معیارهای زیبایی می‌پردازد چقدر است؟ مانند «خواهر ناتنی زشت» افراد برای رسیدن به استانداردهای از پیش تعیین‌شده مجبور به فدا کردن سلامت و حتی بخشی از هویت خود می‌شوند. این «ظرف‌ها» توسط شبکه‌ای پیچیده شکل گرفته و جامعه را به شکلی وسواسی به سمت زیبایی سوق می‌دهد.

اکنون تهران به پایتخت جراحی‌های زیبایی خاورمیانه تبدیل شده است.

آخرین آمارها نشان می‌دهد که ۹۰-۷ درصد افرادی که برای جراحی‌های زیبایی به کلینیک‌ها مراجعه می‌کنند زن هستند. درواقع رشد بی‌وقفه تمایل به تغییر ظاهر و استانداردهای زیبایی شتاب‌آلوده، زنگ خطری برای سلامت اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران به صدا درآورده است.

زیبایی به شرط چاقو

روند رو به رشد علاقه به جراحی‌های زیبایی در نگاه اول شاید یک «انتخاب فردی» یا حسیک زندگی» به نظر برسد. اما وقتی عمل‌هایی مثل رتیوپلاستی، تزریق چربی و لیفت صورت به بخش ثابتی از زندگی روزمره بدل شدند دیگر نمی‌توان از یک مسئله شخصی سخن گفت.

در این نقطه وسواس برای رسیدن به معیارهای زیبایی شکلی جمعی گرفته است. در این خصوص رئیس انجمن جراحان دهان، فک و صورت ایران گفت: «اگر فرد بعد از جراحی زیبایی، به زندگی عادی و جامعه برگردد هیچ اشکالی ندارد و حتی می‌تواند به اعتماد به نفس فرد کمک کند. اما تخریب صورت با عارضه‌هایی برای فرد و جامعه همراه خواهد شد.» اما دلیل اصرار برای عمل‌های جراحی چیست؟

یک پزشک زیبایی گفت: «برخی بیماران برای جا گرفتن در ظرفی از پیش‌تعریف‌شده، نه‌تنها سلامت، بلکه هویت خود را فریبی می‌کنند.»

گفته شده که تحصیلات بالا، وضعیت تأهل، سن و جنسیت مهم‌ترین عوامل گرایش به جراحی‌های زیبایی‌اند. اما پشت همه این داده‌ها واقعیتی دیگر وجود دارد: زنان برای دیده‌شدن در فضای رقابتی اجتماعی و شغلی، برای شبیه‌شدن به تصاویر اینستاگرامی سلبریتی‌ها یا حتی برای فرار از برچسب‌های منفی فرهنگی، به تیغ جراح پناهنده می‌شوند.

یک فوق‌تخصص جراحی پلاستیک با تأکید بر نقش محیط و توصیه‌های اطرافیان در تصمیم‌گیری افراد برای جراحی زیبایی گفت: «گاهی فرد در ابتدا نیازی به عمل احساس نمی‌کند اما تحت تأثیر پیشنهادها و فشارهای بیرونی دچار وسواس فکری می‌شود و در نهایت به جراحی تن می‌دهد.» برخی روانشناسان نیز معتقدند این موضوع از وسواسه ضعف شخصیت فرد مربوط نیست، بلکه بازتابی از فشارهای اجتماعی و فرهنگی است که معیارهای خاصی از زیبایی را به افراد تحمیل می‌کنند.

همه‌می خواهند سیندرلا شوند

ظرف‌های زیبایی را چه کسی تعیین می‌کند؟ در سطح فردی، شاید هر زن یا مرد تصور کند آزادانه تصمیم گرفته است. اما در واقعیت، این معیارها از سوی شبکه‌ای پیچیده از رسانه‌ها، اینفلوئنسرها، کلینیک‌های زیبایی و حتی صنایع مرتبط با محصولات آرایشی به وجود می‌آیند.

پژوهشی از دانشگاه تهران نشان می‌دهد که بیش از دوسوم زنان ۲۰ تا ۳۰ ساله تهرانی تحت تأثیر تصاویر منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی به جراحی زیبایی فکر کرده‌اند. معیارهایی که غالباً بر اساس مدل‌های غربی و هالیوودی تعریف می‌شوند: بینی کوچک، صورت متقارن، بدن لاغر و بدون چربی. نکته این است که هالیوود نیز در جریان جدیدی قرار گرفته است و در حال اصلاح معیار زیبایی ترویج شده است. به غیر از هالیوود برخی از کشورهایی آسیایی نیز در تلاش هستند الگوی جدیدی برای ظاهر و چهره ارائه دهند.

دکتر مهری موسوی، مشاور خانواده در این خصوص گفت: «در دهه‌های اخیر، اقدامات زیبایی تبدیل به یک ایدیمی و ماپا شده است. اما به لحاظ روانی این موضوع، ریشه‌های مختلفی دارد که از مهم‌ترین آن می‌توان به ضعف و کمبود اعتماد به نفس خصوصا بین خانم‌ها اشاره کرد».

جامعه‌شناسان معتقدند جامعه‌ای که در آن اعتماد به نفس به ظاهر گره خورده، در بلندمدت دچار فرسایش فرهنگی و روانی می‌شود.

در فیلم «خواهر ناتنی زشت» الویرا خواهر سیندرلا در رقابتی بی رحمانه با خواهرش، انگشتان پایش را می‌برد تا کفش سیندرلا اندازه پایش شود. استعاره‌ای تلخ از واقعیتی که در خیابان‌ها هم می‌توان دید؛ قربانی شدن برای رسیدن به ظرفی از پیش تعیین‌شده است.

اشاره

همان بهتر که شکسته شود

کارتی که نتوانَد جلوی قتل سیستماتیک ۳۴۵ خبرنگار و همرستقی را بگیرد همان بهتر که شکسته شود

به گزارش پیام آشنا به نقل از هم میهن، روز اولی که کارت خبرنگاری گرفتم درست مثل «معجزه هزاره سوم» احساس می‌کردم هالهای از نور حول وجودم را فرا گرفته است یک وقت مرا به ندید بدید بودن متهم نکنید به حال و روز امروزمان هم نگاه نکنید یک زمانی این کارت برای خودش بر و بیایی داشت که بیاو ببین. برای آنکه متوجه عرضم شوید باید عرض کنم که آن قدیمها کارت خبرنگاری حکم «علامت مخصوص حاکم بزرگ» داشت.

هر جا که به در بسته می‌خوردی همین که کارت را نشان می‌دادی درهای اتاگر کن که به چشم الکترونیک مجهز باشد خود به خود باز می‌شد. هر جا که احترامت را نگاه نمی‌داشتند همین که از جیب یا کیفت بیرونش می‌آوردی حرمت‌دار می‌شدی. هر جا که توی دلت خالی می‌شد همین که می‌دانستی بر شالت دارای‌اش دلت قرص می‌شد یک چیزی می‌گویم، یک چیزی می‌شنوید اصلاً اش اعتبار این کارت آنقدر شور بود که یک عده کارت خبرنگاری جعل می‌کردند تا کارشان را بدیفتد.

یکی کارت به دست و بدون هماهنگی به فلان وزارتخانه می‌رفت. یکی با همین نکته کافهٔ خودش را وسط می‌انداخت و همه نشدنی‌ها را شدنی می‌کرد. آن یکی با کارت راهش را به خط ویژه و طرح ترافیک باز می‌کرد و... خلاصه آنکه این کارت در حکم چراغ جادویی بود که می‌توانست آرزوی خیلی‌ها را برآورده کند. روز اولی که کارت خبرنگاری گرفتم فهمیدم که آدم دیگری شده‌ام یا خودم عهد کردم که همیشه در دسترس باشم و تا وقتی خبرنگارم شب و روز نشناسم نمی‌خواهم بگویم اعتبار آدم به یک کارت است اما این کارت هر کارتی نبود (اقل برای صدی نود خبرنگارها نبود خیلی از خبرنگارها دست‌کم در تصورشان این می‌گذشت که با داشتن این کارت می‌توانند حق را به حق‌دار برسانند. فکر می‌کردند که به واسطه این کارت سردمدار لشکر مظلومان عالم می‌شوند خیلی‌هایمان یا همین کارت برای یک ملت خاطره خوش ساختیم. شاید عزیزترین دارایی‌مان و تنها پیوند با یک هویت جمعی همین کارت بود. برای همین هم از یک جایی به بعد هر که می‌خواست اذیتمان کند به گرفتن کارت تهدیدمان می‌کرد تا یک زمانی داشتن این کارت به معنی این بود که خبرنگاری گرفتم فهمیدم که آدم دیگری شده‌ام یا خودم عهد کردم که همیشه در دسترس باشم و تا وقتی خبرنگارم شب و روز نشناسم نمی‌خواهم بگویم اعتبار آدم به یک کارت است اما این کارت هر کارتی نبود اگر کسی بخواهد چپ نگاهت کند یک لشکر روی سرش خراب می‌شود.

اما از یک جایی به بعد این کارت هم مثل همه چیزها دیگر کارکرد قبلش را از دست داد از یک جایی به بعد با کارت هم به سراغمان آمدند و صدا از کسی درنیامد. حالا که به عکس کارت شکسته عکاس کاغذایی حواری زینک، نگاه می‌کنم معنی این پیوند نداشتن را بهتر می‌فهمم کاری که واری کرد نه یک اعتراض ساده که یک عشاد به همرستقی‌هایش بود او خواسته یا ناخواسته به رفقای خبرنگارش در همه عالم این پیام را مخابره کرد که کارتی که نتواند جلوی قتل سیستماتیک ۳۴۵ خبرنگار و همرستقی را بگیرد همان بهتر که شکسته‌شود.

امیر جدیدی

برش

طرح کودکانه‌ای که یک متهم را به دام انداخت!

در یک روز مستانی در لانکستر پنسیلوانیا، پلیس برگه‌ای را منتشر کرد که بیشتر شبیه طراحی تمرینی یک دانش‌آموز بود تا ابزاری رسمی برای شناسایی مجرم. خطوط ساده، صورت افراق‌آمیز و جزئیاتی ابتدایی در نگاه اول حتی برای کارپران اینترنت هم خندنبار به نظر می‌رسید اما همین طرح، که به‌سرعت در شبکه‌های اجتماعی دست‌به‌دست شد، سرانجام نام یک مرد را به سطح آورد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دیروزبان، متهمی به نام هانگ فوتک نگوین که سال‌ها به اتهام سرقت تحت تعقیب بود به یاری همین طرح پیدا شد. ماجرای لانکستر نشان داد که گاهی ابزارهای ابتدایی هم می‌توانند در کنار حافظه بصری شاهدان، کارکردی فراتر از انتظار داشته باشند و پلیس را به سمت کشف حقیقت سوق دهند. این روایت واقعی، نمونه‌ای است که نشان می‌دهد در دنیای جرم‌شناسی، حتی ساده‌ترین نشانه‌ها می‌توانند راهگشا باشند.

طرحی ساده که فراتر از کاریکاتور عمل کرد

طرح پلیس لانکستر به قدری ابتدایی بود که بیشتر به نقاشی یک کاریکاتوریست آماتور شباهت داشت. صورت کشیده، لبوهای برنگ و خطوط بی‌قاعده باعث شد بسیاری از کاربران در اینترنت آن را با شوخی‌های تصویری مقایسه کنند. با این حال، نیروی حافظه جمعی در جامعه کوچک لانکستر فعال شد و شاهدانی توانستند چهره فرد را به یاد بیاورند. این پدیده نشان می‌دهد که حتی یک طراحی خام اگر ویژگی‌های بارز چهره را داشته باشد، می‌تواند خاطره بصری را در ذهن افراد زنده کند. چنین نمونه‌ای ارزش روان‌شناختی نقاشی‌های شاهدان را برجسته کرد.

شناسایی یک متهم واقعی به نام هانگ فُوتک نگوین

مردی که در طرح شناسایی شد، هانگ فُوتک نگوین، ۴۴ ساله و از اهالی منطقه بود. او پیش‌تر سابقه‌ای متعددی از سرقت‌های کوچک داشت و پلیس مدت‌ها در جستجوی او بود. نکته مهم این است که انتشار عمومی تصویر و همراهی شهروندان محلی موجب شد سرعت تحقیقات به‌سرعت به‌سمت او هدایت شود. در نهایت، پلیس توانست با اتکا به شهادت‌ها و تأیید بصری افراد، هویت او را تثبیت کند. این ماجرا نشان داد که همکاری بین مردم و نیروهای انتظامی، حتی بر پایه ابزارهای ساده، می‌تواند به نتیجه‌برسد.

واکنش گسترده اینترنت و رسانه‌ها

زمانی که طرح منتشر شد، کاربران اینترنت با موجی از شوخی و طنز واکنش نشان دادند. بسیاری از آن را با نقاشی‌های کودکان یا حتی طراحی‌های سرگرم‌کننده در کلاس‌های ابتدایی مقایسه کردند. اما همین واکنش طنزآمیز باعث شد خبر به‌سرعت جهانی شود و در شبکه‌های اجتماعی وایرال گردد. این بازتاب رسانه‌ای غیرمنتظره، پلیس لانکستر را در موقعیتی قرار داد که علاوه بر شناسایی، مظنون، به نوعی توجه ملی و بین‌المللی دریافت کند. طنز و جذبت در این پرونده به شکلی کمیافته در کنار هم قرار گرفتند.

اثبات نقش حافظه بصری در جرم‌شناسی

ماجرای لانکستر برای پژوهشگران روان‌شناسی و جرم‌شناسی نمونه‌ای ارزشمند بود. این اتفاق ثابت کرد که حافظه بصری انسان می‌تواند حتی با یک تصویر ناقص، چهره واقعی را در ذهن بازسازی کند. در مطالعات «حافظه و بازشناسی»، این نکته اهمیت زیادی دارد زیرا نشان می‌دهد انسان‌ها بیشتر از آنچه انتظار می‌رود به جزئیات ساده واکنش نشان می‌دهند. این مورد خاص یک تأیید عینی بود که حتی طراحی‌های غیرحرفه‌ای می‌توانند به فرایند تحقیقات کمک کنند.

تبدیل یک سند محلی به روایت فرهنگی

اگرچه ماجرا در ابتدا صرفاً یک پرونده پلیسی کوچک در ایالت پنسیلوانیا بود، اما انتشار طرح ساده آن را به پدیده‌ای فرهنگی بدل کرد. رسانه‌ها در آمریکا و دیگر کشورها درباره تناقض میان کیفیت طرح و نتیجه واقعی آن نوشتند. حتی برخی از دانشگاهیان این رویداد را به‌عنوان مثالی از نقش فرهنگ دیجیتال در حل پرونده‌ها بررسی کردند. از این منظر، اسکچ لانکستر تنها یک ابزار شناسایی نبود، بلکه تبدیل به نقطه‌ای شد که نشان داد چگونه دنیای مجازی می‌تواند واقعیت‌های دنیای واقعی را دگرگون کند.

بازتاب در فرهنگ عامه و هنر

مدت کوتاهی پس از وایرال شدن طرح لانکستر، طراحان و کارتونیست‌های مختلف آن را بازسازی کردند. حتی در برخی نمایشگاه‌های طنز تصویری به‌عنوان نمونه‌ای از «هنر ناخواسته» نمایش داده شد. در فرهنگ اینترنتی نیز این طرح به صورت میم در زمینه‌های مختلف، بازتولید شد. چنین بازتابی نشان داد که مرز میان رسانه رسمی و تولیدات فرهنگی در دنیای امروز بسیار باریک است و یک تصویر ساده می‌تواند به نمادی فرهنگی تبدیل شود.

پرسشی درباره آینده فناوری‌های پلیسی

پرونده لانکستر توجه‌ها را به موضوعی مهم‌تر جلب کرد: با وجود پیشرفت فناوری‌های چهره‌نگاری دیجیتال، چگونه یک طرح ابتدایی هنوز توانست مؤثرتر باشد؟ این پرسش باعث شد برخی از کارشناسان پلیس بر ضرورت ترکیب فناوری با حافظه انسانی تأکید کنند. فناوری می‌تواند ابزار دقیقی فراهم کند، اما قدرت خاطره و شهود انسانی چیزی است که نرم‌افزارها هنوز به‌طور کامل بازتولید نکرده‌اند. به همین دلیل، این ماجرا در محافل علمی به‌عنوان نمونه‌ای آموزنده مطرح شد.

سؤالات رایج:

۱- چرا طرح ساده پلیس لانکستر باعث شناسایی متهم شد؟

چون ویژگی‌های شاخص چهره در طرح وجود داشت و حافظه بصری شاهدان فعال شد. ترکیب تصویر و شهادت‌های مردمی به شناسایی سریع مظنون کمک کرد.

۲- متهم اصلی که از طریق طرح شناسایی شد چه کسی بود؟

نام او هانگ فُوتک نگوین بود که ۴۴ سال سن داشت. او به دلیل چندین مورد سرقت در منطقه تحت تعقیب پلیس قرار داشت.

۳- واکنش عمومی به انتشار طرح چه بود؟

کاربران اینترنت ابتدا با طنز و شوخی به تصویر واکنش نشان دادند. همین بازتاب گسترده باعث شد افراد بیشتری تصویر را ببینند و در شناسایی کمک کنند.

۴- این ماجرا چه نکته‌ای درباره تحقیقات پلیسی نشان داد؟

ماجرا ثابت کرد که حتی ابزارهای ابتدایی می‌توانند مؤثر باشند. پلیس با ترکیب حافظه انسانی و داده‌های ساده توانست به نتیجه برسد.

۵- چه تاثیری بر رابطه مردم و پلیس داشت؟

این پرونده حس مشارکت جمعی را در جامعه محلی تقویت کرد. شهروندان دیدند که همکاری آنان می‌تواند به اجرای عدالت واقعی کمک کند.

مکث

یک شبه صاحب قلم شو!

۵ میلیون تومان بده و یک شبه مولف شو: حتی اگر هیچ‌وقت قلم به دست نگرفته باشی یا بازاری پنهان در تلگرام که روی عطش مدرک و ترس از عقب‌ماندن سوار شده و نویسنده شدن را به یک معامله فوری تبدیل کرده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از تبیان، «۵ میلیون تومان نویسنده یک کتاب ۲۰۰ صفحه‌ای می‌شوید. تا پنج نفر هم می‌توانیم اسم اضافه کنیم! مجوز ارشاد و فیپا و شابک هم با ما!»

این جمله را نه از دهان یک نویسنده بااسابقه شنیده‌اید و نه در آگهی رسمی یک ناشر معتبر! این تبلیغ واقعی یک کافال تلگرامی است که در فضای مجازی به راحتی پیدا می‌شود. کتاب‌هایی با عناوینی دانشگاهی و علمی از «یادگیری مشارکتی و تعاملات اجتماعی دانش‌آموزان» تا «هوش مصنوعی و تحول در رهبری آموزشی» در بیترین این کانال به فروش می‌رسند. در پایین تبلیغ، یک گزینه اقتصادی هم گذاشته بودند: «فقط فایل کتابه بدون چاپ و مجوز: ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان». همه‌چیز ساده بود: شما نویسنده می‌شوید، حتی اگر هیچ‌وقت قلم دست نگرفته باشید!

از جلد رنگی تا تحویل درب منزل

شرایط خرید ساده است: ۵۰۰ هزار تومان بیعانه می‌دهید، بعد از طراحی جلد مبلغی را واریز می‌کنید و مابقی را هنگام چاپ می‌پردازید. اگر هم به کارشان اعتماد ندارید مشکلی نیست: کتاب را درب منزل تحویل می‌دهند و به ادعای خودشان تنها ۲۰۰ هزار تومان هزینه اضافی می‌گیرند. حتی نسخه بدون چاپ و بدون مجوز هم موجود است: فقط ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان برای دریافت فایل کامل کتابه.

صدای فروشنده

با صاحب این کافال ارتباط گرفتیم، فروشنده با اطمینان می‌گفت کتاب‌ها تالیفی‌اند با بیش از ۴۰ رفرنس علمی و دانشگاهی و خودش هفت سال است در این کار فعالیت دارد. وقتی صحبت از هوش مصنوعی شد توضیح داد که این فناوری تازه کار است و نهایت می‌تواند ۱۰ رفرنس بیاورد: در حالی که کار آن‌ها جدی‌تر از این حرف‌هاست. در نگاه او، ارزش کار نه در اصالت نوشته، بلکه در شمار رفرنس‌ها تعریف می‌شد!

عطش برای یک «عنوان»

این بازار دقیقا روی همان نیازی دست گذاشته که خیلی‌ها حس می‌کنند: عطش داشتن عنوان «مولف».

دانشجویی که می‌خواهد در مصاحبه دکتری امتیاز بگیرد معلمی که به امید ارتقای شغلی، دنبال سنگین کردن رزومه است. کارمندی که می‌خواهد به چشم مدیران جدی‌تر به نظر برسد و... همه این‌ها مشتریان بالقوه‌اند. در جامعه‌ای که مدرک و عنوان همچنان وزنه‌ای سنگین برای موفقیت اجتماعی است، فروشنده خوب می‌داند که این تبلیغات را چطور درست به هدف بزند.

روان‌شناسی فریب: ترس از عقب‌ماندن

این تجارت روی همان زخمی دست گذاشته که بیشتر ما تجربه‌اش کرده‌ایم: ترس از عقب‌ماندن. کافی است ببینی همکارت در رزومه‌اش سه کتاب دارد حتی اگر دنبالی برای این کتابها فرهای زحمت نکشیده، وسوسه می‌شوی تو هم اسم خودت را روی جلد کتابی به عنوان نویسنده ببینی.

فروشنده‌ها این اضطراب را خوب می‌شناسند. با شعارهایی مثل «موفقیت سریع» «رزومه پربار» «بیست روزه مولف شوید» وعده می‌دهند. اضطراب موقعیت نیاز به دیده‌شدن، و ترس از بی‌اهمیت ماندن، درست همان نقطه ضعفهایی هستند که ذهن مضطرب افراد به آن‌ها آویزان می‌شود.

بی‌اعتبار شدن پژوهش‌ها

اما مسئله فقط رزومه فردی نیست. وقتی عنوان «مولف» به کالای خریدنی تبدیل شود پژوهشگر واقعی هم در همین بازی بی‌اعتبار می‌شود. استادی که ماهها برای چاپ کتاب دنبال ناشر و مجوز دویده، ناگهان اسم و کتابش هم‌ردیف یک کتاب ۲۰ روزه تلگرامی می‌شود. جامعه‌شناسها در این وضعیت می‌گویند: «این روند درست مثل چاپ اسکناس بی‌پشتوانه است. هرچه بیشتر تولید شود، ارزش واقعی پایین‌تر می‌آید. کتاب‌سازی هم همین است: هرچه بیشتر شود، اعتماد به پژوهش واقعی کمتر می‌شود».

از بازار تا بی‌اعتمادی

این تجارت شاید امروز جیب عده‌ای را پر کند و رزومه عده‌ای دیگر را پُرتر نشان دهد. اما در طولانی‌مدت اعتماد عمومی را کمرنگ می‌کند. وقتی کتاب به کالای دلالی تبدیل شود، دانشگاه اعتبارش را از دست می‌دهد. پژوهشگر دلسرد می‌شود و خواننده هم دیگر به آنچه در قفسه کتابخانه می‌بیند اطمینان ندارد. قربانی اصلی در نهایت همه ما هستیم: ما که قرار بود با کتاب یاد بگیریم و رشد کنیم، نه اینکه سهمان از کتاب فقط خرید یک عنوان آماده در تلگرام باشد.

خلأیی به نام نظارت

طبق قانون، چاپ کتاب باید از قبلز وزارت ارشاد بگذرد و شماره شابک داشته باشد. اما در عمل، بسیاری از این کتاب‌ها با قرارداد‌های صوری و اسامی خریداری‌شده به‌راحتی وارد چرخه نشر می‌شوند. برخی ناشران می‌گویند مشکل اینجاست که نظارت‌ها بیشتر روی متن متمرکز است تا روی هویت نویسنده. وقتی اصالت نویسنده بررسی نشود، راه برای سوءاستفاده باز می‌ماند. در چنین فضایی، چند ضعف اساسی وجود دارد: احراز نشدن هویت نویسنده: کسی بیگیری نمی‌کند افرادی که نفسشان روی جلد می‌آید واقعا مولف هستند یا فقط نفسشان خریداری شده است. قرارداد‌های صوری: بسیاری از مؤسسات با یک امضا اسم افراد را به کتاب اضافه می‌کنند بدون هیچ مسئولیت یا تعهدی برای «مولف».

عدم شفافیت مالی: قیمت‌های تلفنی (لاتا ۵ میلیون تومان برای هر عنوان) هیچ نسبتی با هزینه واقعی پژوهش و تولید علمی ندارند و عملاً به «حرفه خریداسم» تبدیل شده‌اند.

چندپرگاری نظارت: وزارت ارشاد، خانه کتاب و ناشران هر کدام بخشی از مسیر را کنترل می‌کنند اما هیچ نهاد مشخصی مسئول بررسی اصالت نویسندگی نیست. همین خلأ باعث شده بازار کتابسازی روزبه‌روز بزرگ‌تر شود.

آخر خط: تجارت علیه فرهنگ و علم

این تجارت شاید امروز جیب عده‌ای را پر کند و رزومه عده‌ای دیگر را سنگین، اما در بلندمدت چیزی جزیی اعتمادی باقی نمی‌گذارد. جامعه‌ای که به جای اندیشه و پژوهش، به خرید و فروش نام عادت کند، دیر یا زود سرمایه اصلی‌اش را از دست می‌دهد: اعتماد به علم.

و همان فروشنده‌ای که امروز وعده داده بود «کتاب را در ۲۰ روز تحویل می‌دهد»، احتمالاً همین حالا مشغول چسباندن چند اسم تازه روی جلد کتابی دیگر است. کتابی که هیچ‌کس حتی یک خطش را نخوانده، اما قرار است در رزومه کسی بدرخشد.