



امیرحسین قیاسی

گفت‌وگو با امیرحسین قیاسی درباره حضور در فضای مجازی

فضای مجازی همه چیزش مجازی است

«نامش با «خندوانه» گره خورده و زندگی‌اش بعد از این برنامه شکل و رنگ دیگری به خودش گرفت. امیرحسین قیاسی حالا در برنامه‌های تصویری مختلفی حضور دارد و نشان داده که هم برنامه‌های هنری هم سرگرمی را خیلی خوب می‌تواند اجرا کند. اما صحبت‌های ما اصلاً ربطی به کارهایی که این روزها در تلویزیون انجام می‌دهد، ندارد. پای صحبت‌هایش نشستیم تا این بار از زاویه دیگری زندگی‌اش را بررسی کنیم، زندگی فجای‌اش!

شراره داودی

مجازیست

آقای قیاسی شما پیش از خندوانه چقدر در اینستاگرام فعال بودید؟



نه تنها فعال نبودم که اصلاً برنامه اینستاگرام را نداشتم!

صفحه را که راه انداختم، تقریباً همه پست‌ها مرتبط با خندوانه بود. اما کم‌کم خوشم آمد! آدمی مثل من که تا آن زمان هیچ رسانه‌ای نداشته، ناگهان با جماعت ۳۰، ۴۰ و ۵۰ هزار تایی روبه‌رو می‌شود که دنبالش کردند! برایم جذاب بود که ۱۵ ثانیه استوری منتشر می‌کردم و در لحظه صد هزار نفر آن را می‌دیدند! من تا قبل از آن فقط برای دوستانم حرف می‌زدم و حالا می‌توانستم برای این تعداد آدم محتوا تولید کنم!



این اولین عکس اینستاگرامم است.

واکنش‌ها در روزهای اول بیشتر مثبت بود، درست است؟

بله، دقیقاً. همه تعریف می‌کردند و از سبک شوخی‌ها می‌گفتند و راضی هم بودند.

کجا بود که اولین موج واکنش منفی را از مخاطب‌های صفحه گرفتید؟

ویدئویی از یک اینستاگرامر در صفحه‌ام منتشر کردم که در آن خانم‌ها را مسخره کرده بود و ادای آنها به بدترین شکل ممکن در آورده بود و نسبت به محتوای آن نقد نوشته بودم. واکنش‌های عجیب‌غربیی گرفتم! حسود، لجن یا تو در برابر این هیچی هستی! از حرف‌های‌شان بود. حتی خانم‌هایی هم بودند که فحش می‌دادند!

آنجا بود که فهمیدم آدم‌هایی که فالو می‌کنند، می‌توانند خیلی راحت فحش هم بدهند! می‌توانند مطالبات را دنبال کنند، اما هیچ وابستگی به تو نداشته باشند و همین‌که خلاف میل‌شان حرفی را بزنن، اعتراض خودشان را به بدترین شکل ممکن نشان دهند.

در اینستاگرام تبلیغ هم می‌کنید؟

دوران بعد از خندوانه تبلیغ‌ها شروع شد و هنوز هم تبلیغ را قبول می‌کنم. اما برایم مهم است که هر چیزی را تبلیغ نکنم. اگر این کار را می‌کردم الان میلیون‌بوم!

منظور از هر چیزی چیست، خط قرمزتان چه چیزهایی‌ست؟

یک مثال برای‌تان بزنم، سال گذشته یک برنامه‌ای از من تبلیغ در استوری می‌خواست، سه ماه هر روز استوری می‌خواستند که رقم مجموعه آن بیشتر از ۱۵۰ میلیون تومان می‌شد. اما تبلیغ آنها کاملاً بنیاد خانواده را نشانه گرفته بود و من هم قبول نکردم. با این‌که و سوسه‌انگیز هم بود و از نظر مالی کار ما به شکلی است که این رقم‌ها خیلی به چشم می‌آید، مثلاً تبلیغات شرط‌بندی با اینکه خیلی زیاد است اصلاً انجام نمی‌دهم. برندها و شرکت‌های تبلیغاتی معتبر را فقط قبول می‌کنم. اما می‌دانید این وسط کلاهبرداری هم اتفاق می‌افتد!

چطور کلاهبرداری منظورتان است؟

بسیاری از کسب و کارهای کوچک که بر پایه فضای فعالیت می‌کنند، محلی به جز تبلیغ در همین صفحات با فالوئر بالا ندارند. اما دو موضوع در ارتباط با این صفحات وجود دارد، یکی این‌که خیلی از آنها فالوئر فیک دارند، پس قیمت‌های ۱۰، ۱۵ یا ۲۰ میلیونی که برای استوری می‌گیرند برای همان فالوئر فیک است، این خودش کلاهبرداری است. اما اتفاق بدتری که رخ می‌دهد این است که این آدم‌ها برای صفحاتی که تبلیغ داده‌اند هم فالوئر فیک می‌خرند! این کار کلاهبرداری است، اصلاً این پول که می‌گیرند درست است؟

شما می‌گویید که من آدم اینستاگرامی نیستم، بیشتر توییتری‌ام چه فرقی در این شبکه‌های اجتماعی وجود دارد که با قاطعیت خودتان را اینستاگرامی نمی‌دانید؟

توییتر محلی برای تولید محتوای متنی است، من هم آدم متن محوری هستم تا تصویر محور! برای همین هر چیزی را که در اینستاگرام منتشر می‌کنم، حتی اگر فقط به شکل متن یا صدا هم منتشر کنم، برای مخاطب فرقی نمی‌کند و تصویر ویژه‌ای برای هر نوشته ندارم. توییتر کاملاً متن‌محور است و خیلی از محتواهای آن بعداً به شکل‌های مختلف دست به دست می‌شوند.

در توییتر آدم‌های کاربلدی می‌نویسند و آنقدری که باید به آنها توجه نمی‌شود. به جز بحث سیاسی، طنزنویس‌های خوبی هم داریم که محتوا را تولید می‌کنند، بعد همان محتوا سر از ویدئوهای دیگران درمی‌آورد و بقیه با آن کسب درآمد می‌کنند!

یعنی خیلی از شوخی‌هایی که می‌بینیم در توییتر تولید می‌شوند و بعد در فرم‌های مجازی دیگر می‌بینیم؟

بله، این هست و بدی ماجرا این است که برخی از کسانی که این ویدئوها را می‌سازند، اصلاً خلاقیت و ایده‌ای ندارند و با استفاده از محتوای یک فرد دیگر، برای خودشان دنبال‌کننده جمع می‌کنند و حتی میلیاردری درآمد دارند.



حیف که توییتر حق کپی‌رایت ندارد!

شما هم در اینستاگرام مخاطبان زیادی دارید، به طور کلی مجموعه برخوردها در فضای مجازی چطور است؟

واقعیت این است که نه قریون صدقه‌ها و نه فحش‌های فضای مجازی، هیچ‌کدام واقعی نیست و واقعا همان مجازی است.

مثال‌هایی دارم که خیلی جالب است؛ کسی سه ماه قبل از حرفی که زده‌ام خوشش آمده و تایید کرده، یک ماه قبل به خاطر صحبت دیگری من را لجن صدا کرده و دو روز قبل هم با حرفم خندیده است! می‌گویند.



آدم‌ها در لحظه واکنش نشان می‌دهند و به عاقبت حرفشان فکر نمی‌کنند، از چیزی خوششان می‌آید آن را تایید می‌کنند، از محتوایی خوششان نیاید هرچه بلدند را به طرف می‌گویند.

چه می‌شود که مخاطب‌ها تا این اندازه واکنش‌های متفاوت و بدون ثبات نشان می‌دهند؟

به عقیده من این مخاطب بدون ثبات، همان مخاطبی است که این شبکه‌های اجتماعی پرورش داده، یعنی کسی که انتظار دارد در همان ویدئو یک دقیقه‌ای یا کمی بیشتر فقط بخندد و چیز دیگری برایش اهمیت ندارد. پس اگر جالب نباشد، فحش می‌دهد.

این برخورد‌ها در توییتر و اینستاگرام به شکل یکسان وجود دارد؟

در اینستاگرام شدیدتر است.

آدم‌ها در توییتر بیشتر با هویت خودشان سنجیده می‌شوند، از طرفی برای مثال از بین ۳۰ توییت من فقط یکی از آنها دیده می‌شود و ۲۹ تای دیگر دیده نمی‌شود، مخاطب هم به آنها فحش نمی‌دهد و فقط واکنشی ندارد. اما فضای اینستاگرام به شکلی شده که مخاطب تربیت شده در همان مدت زمان مشخص روده‌پر شود!

چطور تربیتی منظورتان است؟

مخاطب اینستاگرام به خودش حق می‌دهد که فحش دهد! چون به زعم خودش من را دنبال کرده، برایم کامنت می‌گذارد و باعث دیده شدن صفحه من شده و خودش را سرمایه صفحه من می‌داند که روی بُعدهای مالی من هم تأثیر دارد، پس چیزی که می‌خواهد را هم مطالبه می‌کند.

یک تولد

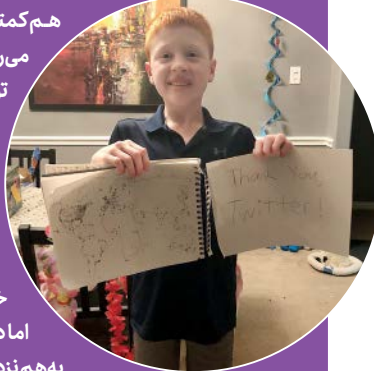
و میلیون‌ها مهمان



«براندن» ۱۲ ساله است که از روز گذشته تبدیل به یکی از چهره‌های محبوب توییتر شده است. او که قرار بود تولد ۱۲ سالگی خود را جشن بگیرد به دلیل شیوع کرونا ناچار بود روز تولدش را تنها در کنار خانواده‌اش باشد، اما یک توییت همه چیز را تغییر داد.

ماجرای آنجا شروع شد که پدر براندن به دلیل این‌که نتوانسته برای پسر خود جشن تولدی را که دوست داشت بگیرد، تصمیم می‌گیرد این موضوع را با فالوئرهای خود درمیان بگذارد و از آنها بخواهد برای براندن پیام تبریک بگذارند. آنها یک نقشه از جهان نقاشی می‌کنند و هر کسی که برای آنها پیام تبریک می‌گذاشت را روی نقشه علامت‌گذاری می‌کردند. طولی نکشید که نقشه دست ساز براندن از جهان، پر شده بود از علامت‌هایی که هر کدام نشان دهنده تبریکی از یک شهرهای مختلف جهان بود. کاربران توییتری بابه اشتراک گذاشتن این توییت برای یکدیگر، به براندن تبریک گفته و محل زندگی خود را اعلام می‌کردند و نام «براندن» در مدت زمان کوتاهی در میان ترین‌های جهان قرار گرفت.

تولدت مبارک براندن، از لندن براندن تولدت مبارک، از ونکوور کانادا تو بی‌نظیری براندن تولدت مبارک؛ اینجا ایران است تا لحظه تنظیم این خبر بیش از ۹۰ هزار پیام تبریک از سراسر جهان برای براندن ارسال شده بود آن هم کمتر از ۱۲ ساعت. به نظر می‌رسد این باشکوه‌ترین تولدی باشد که این پسر بچه می‌توانست در طول عمر خود تجربه کند. شیوع ویروس کرونا گرچه مردم سراسر جهان را خانه‌نشین کرده است، اما دل‌های آنها را روز به روز به هم نزدیک‌تر می‌کند.



مادر است دیگر...

مادرها دست خودشان نیست، هرکجا باشند «مادری» را خوب بلدند. دست و دلشان می‌لرزد وقتی بچه‌ای پا در راه پر خطر می‌گذارد. «مادری» هم یکی از آنهاست. او مادر شهید رحیم سوارسیم است، زنی صبور که هشت‌سال جنگ را با مادادر بوده یا لباس زرمندگان را می‌شسته است. در جریان کرونا هم هزینه مراسم یادبود فرزند شهیدش را که هر سال برگزار می‌کرده، برای مبارزه با کرونا خرج کرده است.



مثل آقای ایزدی نباشید!

روایات هاشمی مجازیست

خاطره این شماره تقدیم می‌شود به کاربری به نام آقای ایزدی یکی از فالوئرهای صفحه‌ای که ادعایش بودم. حضور آقای ایزدی در همه پست‌ها حکم حضور «کریم جانبخش سفید کمر» و «سرهنگ منتظرالمهدی» در تیتراژ همه فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی را داشت.

آقای ایزدی همیشه موفق به کسب عنوان «اولین کامنت» زیر هر پست می‌شد! اما خوب وقتی می‌دیدم جایزه‌ای برای این مقام در نظر نگرفتیم کامنت‌های بی‌تریتی می‌نوشت. آقای ایزدی همیشه با ۱۵۰ فالوئر در صفحه‌اش زیر هر پست برای ما خیلی جدی می‌نوشت «فالو‌یادت نره!» ولی پیج رسمی ما اصلاً فالو‌ینگ نداشت. آقای ایزدی همیشه استوری‌هایش را دایرکت می‌کرد و خیلی جدی می‌خواست لایکش کنیم، ولی خب استوری اصلاً امکان لایک نداشت! آقای ایزدی همیشه عکس خواهرزاده‌اش را می‌فرستاد تا در صفحه‌مان بگذارد، ولی فارغ از شدن یا نشدنش خواهرزاده‌اش به هیچ عنوان ظاهر موچهی نداشت. اینها را گفتم تا بگویم منت بگذارید و در عالم مجازی مثل جناب آقای ایزدی نباشید. رابطه ادمین‌های هر صفحه با فالوئرهای آن شبیه رابطه جمعه و شنبه است؛ یعنی هر اندازه جمعه‌ها به شنبه‌ها نزدیک‌اند ولی شنبه‌ها به جمعه‌ها دورند! یعنی چه؟ یعنی هر قدر که کاربرها در فضای مجازی می‌توانند زیر هر پست با لباس‌های راحتی و مامان دوز دورهمی داشته باشند و به راحت‌ترین شکل ممکن حرف بزنند، قریبان صدقه بروند و بد و بیرام بگویند، عوضش ادمین‌ها به خصوص آنهاپی که صفحات رسمی را می‌چرخاند دست و پایشان بسته است و باید سرسنگین باشند و در نهایت یا جواب ندهند یا اگر هم جواب می‌دهند به رسمی‌ترین شکل ممکن نسبت به موضوعات پاسخگو باشند. در این یک مورد ادمین‌ها خیلی طفلکی‌اند برای همین هم خیلی‌ها معتقدند پشت هر ادمین موفق یک مادر، یک خواهر و یک عمه موفق ایستاده.

