



## شنبه‌های چالشی صبا،

تربیتی آزاد برای اهالی فرهنگ و هنر

# نقش سلبریتی‌ها

# در افکار عمومی

## چیست؟

ندا روزبه

گفت و گو

رسانه نقش پررنگی در سبک زندگی شهروندان در دنیای مدرن ایفا می‌کند و شبکه‌های اجتماعی، تغییرات بنیادینی در سبک زندگی و فرهنگ جوامع ایجاد کرده‌اند. امروزه کارکرد اجتماعی سلبریتی‌ها، به یکی از مهم‌ترین و تاثیرگذارترین منابع در جهان مدرن تبدیل شده است. در این میان جاذبه سلبریتی‌ها زمانی شکل می‌گیرد که می‌توانند احساس برقراری ارتباطی انحصاری و صمیمانه را در مخاطبان خود برانگیخته و به آنان (دنبال‌کنندگان) بفهمانند که آنقدر محرم هستند که سلبریتی بخش‌های اصیل، دست نخورده و غیر قابل دسترس زندگی خود را با آنان در میان می‌گذارد. همچنین انتشار مداوم لحظات زندگی، راهی برای ایجاد صمیمیت آنلاین است. در واقع این استراتژی بخش جدایی‌ناپذیر در فرآیند خودپرندسازی و خرده سلبریتی است. یکی از مهم‌ترین مزایای فعالیت لحظه‌ای در رسانه‌های اجتماعی، آگاهی همیشگی از حال و هوای دیگران و گسترش صمیمیت دیجیتال است. انتقال اطلاعات، شایعات، مکالمات کوتاه و خبرهای بیهوده نقش مهمی در ایجاد ارتباط عاطفی میان مخاطبان شبکه‌ای شده داشته است. تاثیر سلبریتی‌ها در زندگی فردی و اجتماعی را می‌توان از جهات مختلفی بررسی کرد. آنها می‌توانند باعث ایجاد تاثیر مثبت باشند و یا با تاثیر منفی و مخرب سبب ایجاد فضای ناسالم برای دنبال‌کنندگان گردند. برخی از سلبریتی‌ها که فاقد هنر و تخصص هستند و صرفاً به خاطر هنجار شکنی‌ها و یا نمایش زندگی لوکس خود معروف شده‌اند را می‌توان از دسته افرادی دانست که تاثیر منفی و مخربشان امروزه مشکلات زیادی را گریبانگیر زندگی ساده و واقعی دنبال‌کنندگان آنها کرده است. دنبال‌کنندگان جوان و بی تجربه‌ای که تنها به ظاهر زندگی این سلبریتی‌ها توجه می‌کنند و بی‌خبر از فضای واقعی، زمانی که دست به مقایسه زندگی واقعی خود با زندگی تزئین شده و مجازی آنان می‌زنند، نتیجه‌ای جز عقب ماندگی خود پیدا نمی‌کنند و مدام خودشان را سرزنش می‌کنند. دسته‌ای دیگر از سلبریتی‌ها، اما می‌توانند تاثیراتی مثبت بر افراد جامعه داشته باشند. آنها می‌توانند یک زندگی سالم و شیوه‌های صحیح برخورد با مسائل مختلف را در صفحه مجازی خود ارائه دهند و بر دنبال‌کنندگان خود تاثیر عمیق و مثبت بگذارند. روزنامه صبا در این شماره و چالش این هفته خود موضوع تاثیر سلبریتی‌ها در اذهان عمومی را مورد توجه قرار داده است که محمدرضا حیاتی گوینده و مجری پیشکسوت و محمود گبرلو روزنامه نگار، نویسنده، مجری و منتقد سینما دو میهمان ویژه روزنامه صبا این چالش را در یک گفت‌وگوی رودر رو و صمیمانه مورد بحث و نظر قرار داده‌اند که در ادامه از نظر می‌گذرانید:

### محمود گبرلو:

#### نباید به راحتی اعتماد مردم را از دست داد

میهمانان ویژه صبا در این روز محمدرضا حیاتی و محمود گبرلو هستند. محمود گبرلو نویسنده، روزنامه‌نگار، مجری تلویزیون، منتقد و کارشناس سینماست که بیشتر او را به عنوان منتقد سینما می‌شناسند. محمدرضا حیاتی روزنامه‌نگار، مجری و گوینده خبر که بیشتر به عنوان گوینده خبر شناخته شده است. دو پیشکسوت رودر رو هم نشست‌اند و بحث از زبان محمود گبرلو از این منظر که «چهره‌های مشهور چه قدر می‌توانند در افکار عمومی نقش داشته باشند؟» آغاز می‌شود.

**محمود گبرلو:** خیلی دوست دارم با شما که شخصیت محبوب و مشهوری در بین افکار عمومی هستید، در خصوص این سوژه بکر «نقش چهره‌های مشهور در افکار عمومی» گفت‌وگو داشته باشم.

**محمدرضا حیاتی:** شما خودتان یک متخصص چهره در رسانه‌اید، قطعاً از میزان بالای تاثیرگذاری چهره‌ها بر مخاطبان مطلع هستید. تاثیرگذاری چهره‌های مشهور بر مخاطبان بدون شک می‌تواند یکی از موثرترین عوامل در تصمیم‌گیری‌ها باشد، به ویژه چهره‌هایی که مردم آن‌ها را دوست دارند و از نظر جایگاه اجتماعی و محبوبیت، برایشان دارای جایگاه ویژه‌ای هستند. طبعاً تصمیم‌گیری‌ها، نظرات و موضع‌گیری‌های آن‌ها در زمینه‌های مختلف می‌تواند بر مردم، بسیار تاثیرگذار و موثر باشد.

**گبرلو:** ما چهره‌های مشهور زیادی در دنیا داریم، برخی از این افراد مشهور، محبوب هستند و برخی منفور.

**حیاتی:** طبیعی است، هر مشهوری نمی‌تواند محبوب باشد. خیلی از چهره‌های مشهور دنیا، به‌هیچ‌وجه محبوب نیستند. محبوبیت در واقع

پیوند نگاه و دل مخاطب است با آن سلبریتی، هنرمند، آن چهره در هر جایگاهی که هست. این پیوند را در حقیقت افکار، اندیشه، نوع برخورد، نگرش، اخلاق و منش آن چهره، برای مخاطب تعیین می‌کند.

**گبرلو:** به عبارتی می‌توان گفت افرادی که در افکار عمومی به عنوان چهره‌های مشهور شناخته می‌شوند اما رفتار و عملکردی برضد مردم دارند، به جای محبوبیت به چهره‌های مشهور منفوری تبدیل می‌شوند که مردم نمی‌توانند با آن‌ها ارتباط نزدیک برقرار کنند.

**حیاتی:** (تایید می‌کند) ارتباط که برقرار نمی‌کنند هیچ، به‌نظر من برعکس هم می‌شود. مثلاً اگر چنین چهره‌های معروفی که مردم آن‌ها را پس می‌زنند و به‌هیچ‌وجه قبول شان ندارند در مورد یک مسئله‌ای نظر بدهند؛ مردم برعکس آن نظریه، عمل می‌کنند.

**گبرلو:** به نظر من افراد چهره گاهی اوقات باید برای پایدار و ماندگار ماندن شهرت و محبوبیت‌شان، کارهایی انجام دهند، چرا که با تبدیل شدن به یک چهره مشهور و محبوب، دیگر فردی عادی نیستند، در قبال افکار عمومی و مخاطبین‌شان یک احساس تعهد می‌کنند و لازمه آن احساس تعهد این است که دانش، آگاهی و تحلیل خودشان را بالا ببرند تا بتوانند افکار عمومی را اغنا کنند.

**حیاتی:** (تایید می‌کند) بله صددرصد.

### محمدرضا حیاتی:

#### هیچ چهره‌ای یک روزه ساخته نمی‌شود

**گبرلو:** چون در این ایام بحث «کمپانی کوروش» مطرح شده، این مثال را می‌زنم. گاهی اوقات یک سوژه‌ای را برای تبلیغ دست‌مایه قرار می‌دهند. مثلاً یک کالا و یک چهره محبوبی می‌آید و برای کالایی تبلیغ می‌کند اما بعد از مدتی متوجه می‌شویم که آن کمپانی، کمپانی ناسالمی بوده و این جاست که آن چهره محبوب خیلی می‌تواند نقش کلیدی داشته باشد. پس خیلی باید مراقبت کند. یعنی همه جوانب را بسنجد تا بتواند به ترویج یک افکار یا اندیشه‌ای درست بپردازد.

**حیاتی:** البته پیرو این صحبت شما باید بگویم فراموش نکنیم که

هیچ چهره‌ای یک روزه ساخته نمی‌شود. فردی که محبوبیت پیدا کرده و عنوان سلبریتی را روی او می‌گذارند، یک دفعه صاحب این عنوان نشده بلکه برای رسیدن به آن سال‌های سال زحمت کشیده. حالا در میان همان سلبریتی‌ها، افرادی را هم داریم که به قول شما محبوب نیستند و شاید در بین مردم منفور هم باشند و جایگاه والایی نداشته باشند. حال اگر فردی که چهره محبوبی شده و مردم دوستش دارند، در انتخاب چنین کارهایی مثلاً «کوروش کمپانی» که شما به آن اشاره کردید، شرکت و تبلیغ آن کار را کرده، طبعاً خیلی از مردمی که آن چهره را دوست دارند و او را در آن جایگاه قبول دارند، به خاطر آن چهره مثلاً رفته‌اند و سرمایه خود را آن‌جا گذاشته‌اند و سرمایه‌شان هدر رفته است. به طبع افرادی که در این جایگاه هستند، قبل از انجام چنین کاری باید دقیقاً بسنجند که مثلاً چرا یک آدمی باید محصولش را به نصف قیمت بازار عرضه دهد؟ و این کار را انجام ندهند، چرا که ممکن است من به خاطر چهره‌ای که دوستش دارم، قبولش دارم و به اصطلاح برایم قابل اطمینان است، بروم و سرمایه‌ام را در کاری که او تبلیغ می‌کند، به کار گیرم و بعد هم اتفاقاتی این چنینی بیفتد.

**گبرلو:** بحثی که همیشه در پی چنین مسائلی به میان می‌آید، بحث اعتمادی است که زیر سوال رفته و مسئله نگران‌کننده، مسئله جوان‌هایی است که چه قدر می‌توانند به این سلبریتی‌ها و چهره‌های محبوب اعتماد کنند؟ از همه بدتر این است که ذهن خیلی‌هایمان ممکن است درگیر این شود که اصلاً از ابتدا اطمینان و اعتمادی وجود داشته؟...

**حیاتی:** اتفاقاً من فکر می‌کنم اغلب افراد به‌ویژه جوان‌ها به سلبریتی‌ها خیلی اعتماد می‌کنند. اگر به‌همین اتفاق تامل کنیم، می‌بینیم که واقعاً مردم و به‌ویژه قشر جوان خیلی اعتماد کرده‌اند، به‌همین چهره‌ها، به چهره‌های ورزشی، هنری، سلبریتی در عرصه‌های مختلف، در واقع مردم به آن‌ها اعتماد کرده‌اند و گرنه آن شرکت را که نمی‌شناختند. اگر رفتند و سرمایه خودشان را در آن زمینه به کار گرفتند، دلیلش اعتمادی بود که به آن چهره‌ها کردند.

**گبرلو:** به‌نظر من بعضی مواقع کمپانی‌های تجاری از چهره‌های