






Opportunity or threat the positions of the artists (celebrities) on the Internet towards the affairs of the country with emphasis on the teachings of Critical Criminology

Seyed Mohammad Reza Mousavi Fard , Assistant Professor, Department of Criminal Law and Criminology, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran (Corresponding Author), Email: mousavifard136394@gmail.com

Farokh Hodaie , Assistant Professor, Department of Criminal Law and Criminology, Andimeshk Branch, Islamic Azad University, Andimeshk, Iran, Email: hodaie-jaza@yahoo.com

Farshid Bahador , PhD Student in Political Sociology, Allameh Tabatabaee University, Tehran, Iran, Email: f.bahador1996@gmail.com

Extended Abstract

Background/Introduction: In recent decades, the emergence and growing power of social media in shaping public opinion have led to the phenomenon known as “celebrity culture.” This phenomenon has developed through the active presence of famous individuals in cyberspace, who often comment on various social and political issues. These individuals, despite their lack of expertise or direct responsibility, act as social references due to their public fame, posing significant challenges to modern societies. Celebrities, leveraging their communicative power, sometimes contribute to public awareness and constructive criticism, while at other times, they provoke social anomie and organize anarchic behaviors through irresponsible interventions. Therefore, studying this phenomenon and analyzing its effects on social and political systems is of particular importance.

Research Objective: This study aims to examine the influence of celebrities on public mobilization and social issues in cyberspace from the perspective of critical criminology. The central question of the research is whether the influence of celebrities in cyberspace is a threat to social and political systems or an opportunity for raising awareness and promoting public management. Additionally, the study seeks to identify key factors shaping celebrity behavior and their interactions with society.

Methodology: This research adopts a descriptive-analytical approach, utilizing documentary and library sources. Data collection focuses on theories of critical criminology and analyzes the behaviors of celebrities in social and political contexts. This methodology enables a comprehensive understanding of celebrity behaviors and their implications for social and political systems.

Key Findings: The study reveals that the influence of celebrities on



public mobilization is dual in nature. Depending on their intentions and behaviors, it can be considered either an opportunity or a threat. Findings indicate that when celebrities use their fame for irresponsible comments or attention-seeking behaviors, they can create social crises and exacerbate disorder within society. Such actions are often a result of their lack of expertise in critical social and political issues. On the other hand, the positive role of celebrities in raising public awareness and fostering constructive criticism cannot be overlooked. This positive impact can manifest in strengthening social values, promoting public freedoms, and combating injustices. Furthermore, expanding freedom of expression, fostering a culture of political critique, and enhancing collaboration between governments and professional groups can contribute to better management of this phenomenon.

Conclusion: Celebrities have become one of the most influential social groups in the era of social media, playing a crucial role in shaping public opinion and driving social mobilization. This study underscores the necessity of managing their influence through intelligent policymaking, constructive engagement, and the protection of freedom of expression. Specifically, governing systems can leverage the potential of celebrities to advance social goals, provided that irresponsible and harmful behaviors are effectively controlled and guided using democratic and practical methods. Key strategies in this regard include promoting a culture of critique and public education, which can reduce social tensions and maximize the positive potential of this group. Additionally, avoiding repressive measures and focusing on constructive interaction can assist political systems in managing the challenges arising from celebrity activities. Ultimately, this study concludes that while the influence of celebrities on society and politics can pose certain threats, it also offers opportunities for social and political transformation. Constructive interaction, the expansion of freedom of expression, and utilizing celebrities as tools for public awareness represent fundamental steps toward better management of this phenomenon and the realization of a more democratic society.

Keywords: Celebrities, critical criminology, social media, public mobilization.





فرصت یا تهدید موضع‌گیری‌های اصحاب هنر (سلبریتی‌ها) در شبکه‌های مجازی نسبت به امورات مملکتی با تأکید بر آموزه‌های جرم‌شناسی انتقادی

سیدمحمد رضا موسوی فرد^۱، فریخ هدائی^۲، فرشید بهادر^۳

چکیده

در دنیای امروز، رسانه‌ها و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی نقشی کلیدی در شکل‌دهی به افکار عمومی ایفا می‌کنند. سلبریتی‌ها، به‌عنوان افرادی که به‌واسطه شهرت خود در قانون توجه قرار دارند، با موضع‌گیری‌های خود در فضای مجازی می‌توانند بر تحولات اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار باشند. این امر گاه موجب بسیج اجتماعی در جهت حمایت از مسائل عمومی و آگاهی‌بخشی شده و گاه منجر به بروز آتومی اجتماعی و رفتارهای اعتراضی سازمان‌یافته می‌شود. پژوهش حاضر با رویکردی توصیفی تحلیلی و بهره‌گیری از روش اسنادی و کتابخانه‌ای، به بررسی این پرسش می‌پردازد که مواضع سلبریتی‌ها در فضای مجازی از منظر آموزه‌های جرم‌شناسی انتقادی تا چه اندازه می‌تواند به‌عنوان یک فرصت یا تهدید برای حاکمیت سیاسی تلقی شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تأثیرگذاری این افراد می‌تواند دوگانه باشد؛ در مواردی که این تأثیرگذاری مبتنی بر تحلیل سازنده و آگاهی‌بخشی عمومی باشد. فرصتی برای بهبود شفافیت و تقویت گفت‌وگوهای اجتماعی خواهد بود. در مقابل، اگر این موضع‌گیری‌ها بر اغراض شخصی و سیاسی غیرمنصفانه استوار باشد، می‌تواند تهدیدی برای ثبات اجتماعی محسوب شود. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که اتخاذ رویکرد تعاملی از سوی حاکمیت، افزایش آزادی بیان و ترویج فرهنگ نقدپذیری می‌تواند به مدیریت و تعدیل تأثیرات مثبت و منفی سلبریتی‌ها کمک کند و از پیامدهای مخرب احتمالی جلوگیری نماید.

واژگان کلیدی

سلبریتی، جرم‌شناسی انتقادی، حاکمیت سیاسی، شبکه‌های مجازی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۳/۰۱

۱. استادیار گروه حقوق کیفری و جرم‌شناسی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران (نویسنده مسئول).
mousavifard136394@gmail

۲. استادیار گروه حقوق کیفری و جرم‌شناسی، واحد اندیمشک، دانشگاه آزاد اسلامی، اندیمشک، ایران.
hodaie-jaza@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
f.bahador1996@gmail.com

مقدمه

در دنیای معاصر، سلبریتی‌ها دیگر تنها چهره‌هایی در عرصه‌های هنری، ورزشی و فرهنگی نیستند، بلکه به کنشگرانی تأثیرگذار در تحولات اجتماعی و سیاسی تبدیل شده‌اند. ظهور و گسترش رسانه‌های اجتماعی، بستری را فراهم کرده است که در آن افراد مشهور می‌توانند مستقیماً با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده و بر افکار عمومی تأثیر بگذارند. این تأثیرگذاری گاه در جهت افزایش آگاهی اجتماعی و مطالبه‌گری مدنی قرار می‌گیرد و در مواردی نیز به تهییج هیجانی افکار عمومی، دامن زدن به تنش‌های اجتماعی و حتی شکل‌گیری آنومی منجر می‌شود. ستاره‌ها و سلبریتی‌ها فردی با حرفه عمومی است که در رشته خود به موفقیت‌هایی دست یافته است، در میان اقشار مختلف مردم به طور گسترده‌ای شناخته شده است و توجه تلویزیون و مطبوعات را به خود جلب می‌کند. نوعاً با توسعه رسانه‌ها، افراد خلاق فرصت‌هایی را برای انتقال اطلاعات در مورد خود و نتایج خلاقیت خود به عموم مردم افزایش دادند. ظهور اینترنت و شبکه‌های اجتماعی برای افراد مشهور از اهمیت خاصی برخوردار بود. پیش از این، تصاویر عمومی تا حد زیادی توسط خود سلبریتی‌ها شکل نمی‌گرفت، بلکه توسط غول‌های کسب‌وکار نمایش شکل می‌گرفت، اما اکنون خود افراد مشهور به نوعی رسانه تبدیل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی همچنین تعداد زیادی از افراد بانفوذ را به وجود آورده‌اند که عمدتاً در اینترنت شناخته شده‌اند. با گذشت زمان، سیاسی‌شدن افراد مشهور افزایش یافت و در پایان قرن بیستم آن‌ها شروع به پیروزی در انتخابات در مناصب مختلف سیاسی کردند. برای مثال، رونالد ریگان، بازیگر محبوب سینما، رئیس‌جمهور ایالات متحده شد. مجری برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، کشتی‌گیر حرفه‌ای جیمز جورج یانوش که با نام مستعار جسی ونتورا شناخته می‌شود و بازیگر مشهور سینما آرنولد شوارتزنگر فرماندار ایالت‌ها (به ترتیب مینه‌سوتا و کالیفرنیا) شدند، بازیگر فیلم کلینت ایستوود شهردار شهر کارمل در کالیفرنیا. حمایت پیش از انتخابات از «ستاره‌ها» به یکی از اجزای مهم مبارزات انتخاباتی تبدیل شده است. به عنوان مثال، در سال ۲۰۰۸، حمایت مجری مشهور تلویزیونی اپرا وینفیری از کمپین انتخابات ریاست جمهوری باراک اوباما به طور قابل توجهی بر نتایج انتخابات تأثیر گذاشت طبق برخی برآوردها، بیش از یک میلیون رأی برای اوباما به ارمغان آورد (Aleksandrovich, 2020: 68). شهرت مجازی در دسترس مردم معمولی‌ای قرار گرفته است که به انتشار تصاویر شخصی، متون دوستانه و ویدیوهای سرگرم‌کننده می‌پردازند و «توجه» سایر کاربران را به خود جلب می‌کنند. پژوهشگران فرهنگ سلبریتی، چهره‌های مشهور مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی را با اسامی مختلفی توصیف کرده‌اند که از میان آن‌ها واژه «خرده سلبریتی» بیشتر از سایرین مورد استناد قرار گرفته است. با ظهور و گسترش رسانه‌های اجتماعی و عضویت میلیون‌ها کاربر ایرانی در آن‌ها، «مورد توجه قرار گرفتن» به کالایی دل‌چسب و خواستنی تبدیل شده است؛ به گونه‌ای که افراد از هر گروه و از هر سنی متقاضی آن

هستند. برخی از این افراد معمولی هم‌اکنون سلبریتی‌های رسانه‌های اجتماعی هستند (اسلامی، موسوی و علیخواه، ۱۳۹۹: ۷۴) در دنیای معاصر، سلبریتی‌ها دیگر صرفاً چهره‌هایی در عرصه‌های هنری، ورزشی و فرهنگی نیستند، بلکه به کنشگرانی تأثیرگذار در تحولات اجتماعی و سیاسی تبدیل شده‌اند. ظهور و گسترش رسانه‌های اجتماعی، بستری را فراهم کرده است که در آن افراد مشهور می‌توانند مستقیماً با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده و بر افکار عمومی تأثیر بگذارند. این تأثیرگذاری گاه در جهت افزایش آگاهی اجتماعی و مطالبه‌گری مدنی قرار می‌گیرد و در مواردی نیز به تهییج هیجانی افکار عمومی، دامن زدن به تنش‌های اجتماعی و حتی شکل‌گیری آنومی منجر می‌شود. با گسترش دسترسی عمومی به فضای مجازی، دامنه نفوذ سلبریتی‌ها فراتر از حوزه‌های تخصصی آن‌ها رفته و به حوزه‌های حساس و حیاتی مانند سیاست، اقتصاد و مسائل اجتماعی نیز کشیده شده است. در بسیاری از موارد، این افراد با استفاده از پایگاه مردمی خود، در مباحث و چالش‌های کلان جامعه مداخله می‌کنند که این امر می‌تواند هم پیامدهای مثبت و هم اثرات منفی به همراه داشته باشد. از یک سو، این حضور می‌تواند به عنوان فرصتی برای تقویت شفافیت و مطالبه‌گری عمومی تلقی شود و از سوی دیگر، ورود غیرکارشناسی و گاه جهت‌دار آن‌ها به مسائل حساس، امکان ایجاد بی‌ثباتی و تشدید بحران‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد.

نقش‌آفرینی سلبریتی‌ها در فضای مجازی، همواره با دو دیدگاه همراه بوده است؛ از یک سو، آن‌ها به عنوان افرادی که دارای جایگاه و مخاطبان گسترده‌ای هستند، می‌توانند نقشی سازنده در ارتقای آگاهی عمومی و گسترش گفتمان‌های انتقادی ایفا کنند. از سوی دیگر، سوءاستفاده احتمالی از این جایگاه، پیگیری منافع شخصی و سیاسی، یا تحریک افکار عمومی به صورت غیرمستند و هیجانی، می‌تواند به تنش‌های اجتماعی و سیاسی دامن بزند. از این رو، پرسش اساسی مطرح می‌شود که مواضع و تأثیرگذاری سلبریتی‌ها در فضای مجازی از منظر جرم‌شناسی انتقادی تا چه اندازه می‌تواند به عنوان یک فرصت یا تهدید برای حاکمیت و نظام سیاسی محسوب شود؟

پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر، پژوهش‌های مختلفی در زمینه نقش و تأثیر سلبریتی‌ها در فضای مجازی، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی آن‌ها و نقششان در تحولات سیاسی انجام شده است که از مهم‌ترین تحقیقات مرتبط در این حوزه عبارت‌اند از:

در پژوهشی با عنوان آسیب‌شناسی اجتماعی میکروسلبریتی‌های ایرانی در اینستاگرام به قلم نقیب‌زاده و دیگران که در سال ۱۴۰۲ در فصلنامه مجلس و راهبرد به چاپ رسیده است در آن معتقدند: در دنیای کنونی، شبکه‌های اجتماعی همانند اینستاگرام به شدت در حال گسترش هستند و این گسترش شبکه‌ها، پیامدهای متعددی به همراه داشته است. یکی از پیامدهای شبکه اجتماعی اینستاگرام، ظهور

میکروسلبریتی‌هاست که باروش‌های متعدد درصدد کسب شهرت هستند. یافته‌های پژوهش پیش رو نشان می‌دهد که میکرو سلبریتی‌ها موجب شکل‌گیری آسیب‌های متعددی در جامعه می‌شوند که می‌توان به تغییر گروه‌های مرجع، ترویج شرط‌بندی آنلاین، گسترش کلیشه‌های جنسی، گسترش مصرف تظاهری، انزوای نخبگان، ازبین بردن ارزش‌های والای اجتماعی، گسترش تبلیغات عمل زیبایی، گسترش فراغت انفعالی و خشونت کلامی اشاره کرد.

در پژوهشی با موضوع تحلیل‌گرایش هواداران به سلبریتی‌ها در میان کاربران ایرانی اینستاگرام به قلم سلیمانی ساسانی و دیگران که در سال ۱۴۰۲ در فصلنامه رسانه به چاپ رسیده است در آن معتقدند: مسئله اصلی مطالعه حاضر، توصیف‌گرایش هواداران به سلبریتی‌ها در فضای اینستاگرام است. تقریباً نیمی از کاربران به سلبریتی‌ها کشش و گرایش دارند؛ به نحوی که علاوه بر علاقه به تعامل فرااجتماعی با سلبریتی‌ها، در بعد انتزاعی به الگوبرداری از ارزش‌ها و نگرش‌های سلبریتی‌ها پرداخته و در بعد رفتاری نیز به پرستش و تقلید سبک زندگی سلبریتی محبوب می‌پردازند. این پژوهش نشان می‌دهد که مهم‌ترین فعالیت سلبریتی‌ها در زمینه تولید محتوا برای مصرف کاربران عبارت از: «اشتراک‌گذاری و ارسال تصویر جالب به روز»، «انتشار فیلم و تصویر از فعالیت حرفه‌ای سلبریتی»، «انتشار دل‌نوشته برای هواداران در قالب تصویر یا پیام» و «انتشار آثار هواداران در صفحه اینستاگرامی خود» است.

در پژوهشی با موضوع مقبولیت سلبریتی‌ها در مشارکت‌های سیاسی از نظر مخاطبان شبکه‌های اجتماعی به قلم حیدری آبادی و دیگران که در سال ۱۴۰۱ در جامعه‌شناسی سیاسی ایران به چاپ رسیده است در آن معتقدند: سلبریتی‌ها تنوع گسترده‌ای از پدیده‌های دیداری را وحدت می‌بخشند؛ از همین رو مطالعات میان‌رشته‌ای فرهنگی، اجتماعی و علم دیجیتال اهمیت دارد. ظاهر اجتماعاً سازمان‌یافته سلبریتی‌ها باید در حقیقت کلی‌اش باز شناخته شود. لذا فرضیه اولیه مقاله این است که سلبریتی‌ها به‌عنوان نخبگان با قدرت و نفوذ جامعه هستند؛ آن‌ها از مقبولیت فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی برخوردارند که قانونی و مشروع نیست؛ بنابراین نباید در حوزه‌های غیرتخصصی‌شان فعالیت داشته باشند. با توجه به اهداف تعیین‌ویژگی افراد تأثیرگذار جهت الگوسازی و نشان دادن قدرت و نفوذ سلبریتی‌ها و کاربرد عملیاتی نتیجه‌ی پژوهش، روش تحقیق، «تحلیل محتوا» است، چراکه تأثیرات متقابل ارتباط جمعی نیاز به این تکنیک خاص دارد. روش گردآوری داده‌ها از سلبریتی‌های منتخب ایران در شبکه اجتماعی اینستاگرام، با استفاده از مشاهده مشارکتی و مشتمل بر خوانش محتوای مجازی است. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش کیفی استفاده شده و برای تبیین رابطه علت و معلولی بین داده‌ها، تأثیر عوامل مختلف بر رفتار سلبریتی‌ها مورد تحلیل قرار گرفته است. بنابراین آنچه در نتیجه تفحص برقرار می‌شود، عدم مقبولیت سلبریتی‌ها در فعالیت سیاسی و اجتماعی است.

در پژوهشی با عنوان فرهنگ شهرت و کنشگری سلبریتی‌ها در اینستاگرام از نظر کاربران ایرانی به قلم سلیمانی ساسانی و دیگران که در سال ۱۴۰۱ به چاپ رسیده است در فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات به چاپ رسیده است در آن معتقدند: فرهنگ شهرت از مفاهیم اساسی برای فهم کنش‌ها در بستر رسانه‌های اجتماعی است. هم‌اکنون، رسانه‌های اجتماعی قابلیت‌های ویژه‌ای در شکل‌گیری فرهنگ شهرت دارند. در این بین، اینستاگرام، به سبب تصویر محور بودن و فراهم‌سازی فضای تعاملی کاربران و سلبریتی‌ها، مورد توجه محققان قرار دارد. هدف مطالعه پیش رو، از یک سو، بررسی فرهنگ شهرت و پیامدهای فرهنگی و اجتماعی آن و از سوی دیگر، بررسی میزان پیگیری صفحات شخصی سلبریتی‌ها از سوی کاربران یا مخاطبان است. این مطالعه نشان می‌دهد که تقریباً ۴۷ درصد کاربران فعال در حوزه سلبریتی‌ها به سلبریتی‌ها گرایش دارند؛ به نحوی که علاوه بر علاقه به تعامل فرا اجتماعی با سلبریتی‌ها، در بعد انتزاعی به الگو برداری از نگرش‌های سلبریتی‌ها و در بعد رفتاری به پرستش و تقلید سبک زندگی سلبریتی محبوب می‌پردازند.

روش پژوهش

این پژوهش با رویکردی توصیفی - تحلیلی انجام شده است که هدف آن بررسی تأثیرگذاری مواضع سلبریتی‌ها در شبکه‌های اجتماعی بر مسائل اجتماعی و سیاسی کشور، با تأکید بر آموزه‌های جرم‌شناسی انتقادی است. برای نیل به این هدف، از روش اسنادی و کتابخانه‌ای بهره گرفته شده است. در این مطالعه، ابتدا مبانی نظری و مفهومی مرتبط با پدیده سلبریتی، جرم‌شناسی انتقادی و تأثیرات اجتماعی و سیاسی آن‌ها در متون علمی بررسی شده است. سپس با تحلیل داده‌های موجود، مطالعات پیشین و مقالات مرتبط، به بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از موضع‌گیری سلبریتی‌ها در فضای مجازی پرداخته شده است. برای گردآوری داده‌ها، منابعی شامل کتب، مقالات علمی، گزارش‌های پژوهشی و داده‌های آماری منتشر شده در نشریات معتبر مورد بررسی قرار گرفته‌اند. روش تحلیل داده‌ها نیز تحلیل محتوا و استنتاج کیفی بوده که از طریق مطالعه دقیق متون و مقایسه آن‌ها با نظریات جرم‌شناسی انتقادی، یافته‌های پژوهش استخراج شده است. به‌طور کلی، این پژوهش از نوع کیفی و نظری است و تلاش می‌کند با استفاده از تحلیل اسناد و متون، نتایجی کاربردی برای مدیریت تأثیر سلبریتی‌ها بر افکار عمومی و سیاست‌های حاکمیتی ارائه دهد.

مبانی نظری پژوهش

بخش مبانی نظری را با چند سؤال شروع می‌کنیم علی‌الاصول دقیقاً چرا ما افراد مشهور و اکنون تعداد زیادی از آن‌ها داریم؟ آن‌ها چه نیازهایی را در فرهنگ و اقتصاد ما و حتی در سیاست ما برآورده می‌کنند؟ اما؛ همچنین، آن‌ها چه نیازهایی را در ما پر می‌کنند؟ چرا ما به‌عنوان به یک فرد به آن‌ها توجه می‌کنیم، در مورد آن‌ها

صحبت می‌کنیم، آن‌ها را تحسین می‌کنیم، یا از آن‌ها متنفریم؟ آن‌ها چه لذت‌هایی به ما می‌دهند و چگونه به تعداد زیادی از افراد مشهور، از جمله «مردم روزمره» که به‌ویژه در قرن بیست و یکم مشهور شده‌اند، کمک کرده است؟ چگونه باید به این پدیده بیندیشیم و آن را معنا کنیم؟ در اینجا ما به این پرسش‌ها می‌پردازیم و کار محققانی را بررسی می‌کنیم که هم تبیین‌های گسترده‌تر جامعه‌شناختی و تاریخی برای ظهور سلبریتی را در نظر گرفته‌اند و هم تحلیل‌های فردی و روان‌شناختی بیشتری از تعامل ما با افرادی که هرگز نخواهیم دید یا نخواهیم شناخت و مهم است که تأکید کنیم که بسیاری از این نظریه‌ها متقابلاً منحصر به فرد نیستند؛ اما می‌توانند با هم کار کنند تا به ما در درک این موضوع کمک کنند که چرا این ویژگی به چنین ویژگی برجسته زندگی مدرن تبدیل شده است. همان‌طور که قبلاً ذکر شد، ظهور سلبریتی از طریق ارتباط فرد با مخاطبان انبوه، عموم مردم امکان‌پذیر می‌شود؛ بنابراین، نقش مخاطب در تولید و حفظ شهرت بسیار مهم است. در واقع، همان‌طور که پی دیوید مارشال استدلال می‌کند، این عموم مردم، «پیروان» سلبریتی هستند که به ساخت خود سلبریتی قدرت می‌بخشند. می‌افزاید: ظهور تاریخی نشانه سلبریتی، منطبق است و با ظهور مخاطب به‌عنوان یک مقوله اجتماعی و اضافه کرد که «سلبریتی تصدیق قدرت عمومی است.» توجه عموم، شیفتگی و تحسین ماست که سلبریتی را به‌عنوان یک پدیده ممکن می‌سازد (McDonnell et al., 2020: 21).

نظریه تولید سلبریتی‌ها چنین فرض می‌کند که هم ظهور افراد مشهور و هم شیفتگی ما به آن‌ها توسط رسانه‌ها شکل می‌گیرد. فرض دیگر این نظریه این است که شهرت یک شخص لزوماً با استعداد یا دستاوردهای آن شخص مرتبط نیست. در عوض، اغلب به روشی بستگی دارد که رسانه‌ها آن شخص را به‌عنوان یک سلبریتی می‌سازند. فرهنگ سلبریتی امروزی نوع خاصی از شهرت را ستایش می‌کند شهرتی که توسط تولید رسانه‌ای ایجاد شده و حفظ شده است. از این رو، روش پرزحمت شخصی‌سازی و کالاسازی در کار وجود دارد. جستجوی اصالت هدف نظریه تولید افراد مشهور نیست. به همین دلیل، این نظریه نمونه‌ای از «نظریه دستکاری» است. این توضیح می‌دهد که چگونه صنایع رسانه‌ای، مخاطبان را از طریق تولید افراد مشهور با میانجی‌گری انبوه دستکاری می‌کنند (Matusitz & Simi, 2021: 129). از دیرباز مفهوم سلبریتی بارها تغییر کرده است، با انواع جدیدی از ستارگان و شخصیت‌ها که در کانون توجه قرار گرفته‌اند که به‌نوعی منعکس‌کننده تغییرات در ارزش‌های اجتماعی و معرفی فناوری‌های جدیدتر است؛ اما به همان اندازه که برخی چیزها تغییر کرده‌اند، برخی دیگر به همان شکل باقی مانده‌اند. با انقلاب در فناوری‌های جدید که بخشی از انقلاب بزرگ‌تر در صنعت بود.

یافته های پژوهش

تأثیرگذاری سلبریتی ها بر جوامع

سلبریتی ها تأثیر قابل توجهی بر جامعه دارند و بر افکار عمومی، روندها و علل تأثیر می گذارند. دیده شدن و دسترسی آن ها اجازه می دهد تا رفتارها را شکل دهند و توجه را به موضوعات مختلف جلب کنند. مردم اغلب به آنچه افراد مشهور می گویند و انجام می دهند اهمیت می دهند، بسیاری از افراد رفتار آن ها را تقلید می کنند یا از دلایلی حمایت می کنند که آن ها را تأیید می کنند. صنعت سلبریتی نه تنها ارزش های اخلاقی را ترویج می کند، بلکه شخصیت های برون گرا را نیز پرورش می دهد و از ایده های شریفی مانند ارزش های اخلاقی، آموزش و برنامه های اجتماعی حمایت می کند. با این حال، در حالی که بت کردن افراد مشهور اثرات مثبتی دارد، مانند افزایش آگاهی در مورد مسائل اجتماعی و ایجاد امید از طریق داستان های شخصی، جنبه های منفی نیز وجود دارد. برخی از افراد مشهور ممکن است با عادی سازی رفتارهایی مانند سوء مصرف مواد یا ارسال پیام های مضر، به ویژه برای جوانان، بر جامعه تأثیر منفی بگذارند. در نهایت، نفوذ افراد مشهور فراتر از سرگرمی به عرصه های سیاسی و دیپلماتیک جهانی گسترش می یابد و بر جنبه های مختلف جامعه در قرن بیست و یکم تأثیر می گذارد (Choi & Berger, 2009: 313).

رفتار منفی سلبریتی ها می تواند تأثیر قابل توجهی بر جامعه، به ویژه در میان جوانان داشته باشد. سلبریتی هایی که رفتارهای مضر مانند مصرف مواد مخدر، خشونت یا سوء مصرف مواد انجام می دهند می توانند الگوی بدی برای طرفداران خود و مردم باشند. این می تواند منجر به افزایش رفتارهای مشابه در بین پیروان آن ها شود، به ویژه در میان نوجوانانی که اغلب افراد مشهور را بت می دانند و آرزو دارند از اعمال آن ها تقلید کنند. علاوه بر این، رفتار منفی سلبریتی ها می تواند ارزش های ناسالمی مانند مادی گرایی و سطحی نگری را ترویج کند و به جامعه ای مادی تر و سطحی تر کمک کند. علاوه بر این، زمانی که افراد مشهور رفتار منفی انجام می دهند، می توانند حواس را از اخبار و مسائل مهم منحرف کند و اطلاع رسانی در مورد مسائل مهم را برای عموم دشوار کند (Virtualsimm, 2023).

این روزها همه منابع رسانه ای پر از اخبار مربوط به سلبریتی های مختلف است. آن ها در مجلات، روزنامه ها، تلویزیون و اینترنت ظاهر می شوند. این قرن با نوآوری های مختلف در رسانه های جمعی و پرورش فرهنگ افراد مشهور مشخص شده است. چندین دهه پیش، بیشتر کودکان می خواستند مهندس، خلبان یا پزشک شوند. با این حال، این روزها اولویت های آن ها به شدت تغییر کرده است. بسیاری از کودکان رؤیای تبدیل شدن به هنرپیشه ها، خواننده ها یا شومن های مشهور را در سر می پروراندند. علاوه بر این، بزرگسالان نیز تحت تأثیر صنعت سلبریتی توسعه یافته قرار می گیرند. معروف نشان دهنده یک سبک زندگی آسان است که برای افرادی که

برای کسب درآمد و حمایت از خانواده خود باید سخت کار کنند بسیار جذاب به نظر می‌رسد؛ بنابراین، اهداف افراد و راه‌های رسیدن به آن‌ها را تغییر می‌دهد. علاوه بر این، بسیاری از افراد شخصیت خود را نادیده می‌گیرند و سعی می‌کنند از رفتار افراد مشهور تقلید کنند. اهداف اصلی این مقاله نشان دادن این است که افراد مشهور به عنوان الگو برای بسیاری از افراد معمولی عمل می‌کنند و بر رفتارهای آن‌ها و کل فرهنگ جوامع مدرن تأثیر منفی می‌گذارند و دلایلی را که منجر به رشد سریع صنعت سلبریتی شد، مورد بحث قرار می‌دهند. این همان تأثیرات منفی می‌تواند باشد.

در تحقیقات دیگر آمده است متأسفانه، بیشتر جوانان افراد مشهور را بت می‌دانند و می‌خواهند؛ مانند آن‌ها باشند؛ بنابراین، هنگامی که افراد مشهور «موفق» را در حال مصرف مواد مخدر یا مشروب می‌بینند و سوسه می‌شوند که از این روش پیروی کنند. مطالعه‌ای که توسط دانشگاه پیتسبورگ انجام شد نشان داد که جوانانی که دوست دارند به موسیقی گوش دهند و به ماری جوانا ارجاع می‌دهند به طور مثبت از آن استفاده می‌کنند و بیشتر از کسانی که به چنین موسیقی‌هایی گوش نمی‌دهند، استفاده می‌کنند. سلبریتی‌ها اغلب با ارسال پیام‌هایی که به جامعه آسیب می‌زند از قدرت خود سوءاستفاده می‌کنند. به عنوان مثال، جی ایزی خواننده رپ در بین جوانان مشهور است؛ زیرا در مورد پول، مواد مخدر و رابطه جنسی می‌خواند. او همچنین درباره غم و اندوه و عشق رپ می‌کند، موضوعاتی که نوجوانان بیشتر دوست دارند. این خواننده رپ به دلیل تلاش برای حمله و نگهداری کوکائین دستگیر شد اما با قرار وثیقه آزاد شد. با وجود این، جوانان اکنون او را به عنوان یک قهرمان می‌بینند و می‌خواهند از کاری که او انجام می‌دهد الگوبرداری کنند. در مجموع، جوانان در هر جایی که به افراد مشهور مربوط می‌شود نیاز به راهنمایی دارند. هر فرد بزرگسال باید در حصول اطمینان از تقلید فقط جنبه‌های مثبت افراد مشهور توسط جوانان و اجتناب از جنبه‌های منفی نقش داشته باشد (Siddique, 2024). در بحث‌های اخیر در مورد اهمیت روزافزون سلبریتی در جامعه و فرهنگ، تعدادی از محققان شروع به استفاده از اصطلاحات غالباً درهم‌آمیخته «تجلیل» و «مشهورسازی» کرده‌اند. این مقاله ابتدا با تمایز و تعریف واضح هر دو اصطلاح و به‌ویژه با ارائه یک مدل مفهومی چندبعدی از مشهورشدن برای اصلاح رویکردهای یک‌جانبه فعلی که پیچیدگی نظری و تجربی آن را مبهم می‌کند، به این بحث‌ها کمک می‌کند. در اینجا «سلبریتی‌سازی» تبدیل افراد عادی و شخصیت‌های عمومی به افراد مشهور را به تصویر می‌کشد، درحالی‌که «سلبریتی‌سازی» به عنوان فرآیندی مفهوم‌سازی می‌شود که طبیعت در حال تغییر و همچنین تعبیه اجتماعی و فرهنگی سلبریتی را درک می‌کند که می‌توان از طریق آن مشاهده کرد (Driessens, 2012: 614).

موج سواری موج سلبریتی‌ها بر وقایع جامعه

سلبریتی‌ها یا همان چهره‌ها و ستاره‌های مشهور در دنیای بازیگری، موسیقی، ورزش،

سیاست و... عکس‌های اینستاگرامی رنگارنگشان را با کودکان کار، کمپ معتادین و زندانیان در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند؛ اما آیا وضعیت این معضلات اجتماعی بعد از این عکس‌ها بهتر می‌شود؟ کودکان کار همچنان کار می‌کنند و کتک می‌خورند، معتادین قربانی می‌شوند و زندانیان در غم فراق خانواده می‌سوزند، با نگاه کردن به این عکس‌ها و فعالیت‌های حاشیه‌ای بسیاری از سلبریتی‌ها به خوبی می‌توان مهم‌ترین ویژگی آن‌ها را در عرصه اجتماعی متوجه شد. فرهنگ شهرت به طرز عجیبی با ساده‌سازی مفاهیم مختلف عجین شده است. رسانه‌های عمومی معمولاً به پدیده بزرگ‌سازی سلبریتی‌ها دامن بزنند و در تاک شوهای تلویزیونی از یک بازیگر یا فوتبالیست دعوت کنند تا در زمینه مسائل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی که هیچ تخصصی در آن ندارند صحبت کند و بعد از آن از او سوءاستفاده شود. در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی ناشی از جایگاه مشهور ضروری است، زیرا اعمال و اظهارات آن‌ها می‌تواند تأثیر عمیقی بر جامعه داشته باشد. تشخیص نفوذ افراد مشهور بر جامعه و اینکه چگونه انتقادات آن‌ها می‌تواند گفتمان عمومی و هنجارهای اجتماعی را شکل دهد بسیار مهم است (<https://iusnews.ir/fa/news-details/445065>).

موضوع سوءاستفاده از افراد مشهور در جامعه بسیار ابهام‌برانگیز است. وضعیت سلبریتی می‌تواند شکل منحصربه‌فردی از محافظت برای سوءاستفاده‌کنندگان فراهم کند و به دلیل تفاوت‌های قدرت و هنجارهای اجتماعی، صحبت کردن را برای قربانیان چالش‌برانگیز می‌کند. مورد جیمی ساویل نشان می‌دهد که چگونه قدرت سلبریتی می‌تواند باعث سوءاستفاده و جلوگیری از افشای اطلاعات شود. تحقیقات نشان می‌دهد که سلبریتی‌ها از مرتکب سوءاستفاده مصون نیستند، زیرا عواملی مانند تحریف‌های شناختی و خودشیفتگی به طور بالقوه بر رفتار آن‌ها تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، سوءاستفاده آنلاین نسبت به افراد مشهور یک نگرانی فزاینده است که بر رفاه و درک عمومی قربانیان تأثیر می‌گذارد. انگ و ترس مرتبط با خشونت خانگی می‌تواند بر توانایی قربانیان برای کمک گرفتن تأثیر بگذارد و افراد مشهور که در مورد تجربیات آن‌ها صحبت می‌کنند می‌توانند به افزایش آگاهی و کاهش شرم ناشی از چنین آزاری کمک کنند. سلبریتی‌ها به طور فزاینده‌ای از پلتفرم‌های خود برای انتقاد از مسائل اجتماعی و دعوت به تغییر استفاده می‌کنند. افراد مشهور از پلتفرم‌های خود برای انتقاد از نژادپرستی، رفتار ناعادلانه رسانه‌ای، رهبران سیاسی و مسائل اجتماعی استفاده می‌کنند. طرفداران همچنین این قدرت را دارند که وقتی افراد مشهور رفتار مضر انجام می‌دهند، صدا بزنند و تأثیر آن‌ها را تشخیص دهند. این نشان می‌دهد که چگونه افراد مشهور به طور فزاینده‌ای به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از گفتمان سیاسی دیده می‌شوند (Brillon & Suarez, 2022).

استفاده از افراد مشهور به عنوان سخنگوی سازمان‌های خیریه یا اهداف گاهی اوقات می‌تواند منجر به بحث و جدل شود، مانند انتقاداتی که سازمان‌هایی مانند

Comic Relief به دلیل نمایش «ناجی‌های سفید» با آن مواجه می‌شوند. همچنین شک و تردید سالمی در رابطه با تأثیر تأیید افراد مشهور بر تلاش‌های خیریه وجود دارد و برخی این سؤال را مطرح می‌کنند که آیا افراد مشهور واقعاً موضوعاتی را که از آن‌ها دفاع می‌کنند درک می‌کنند یا اینکه مشارکت آن‌ها بیشتر خودخواهانه است. در خصوص این افراد تمرکز بر شهرت و موقعیت مشهور می‌تواند صدای فعالان و کارشناسان محلی را که درک عمیق‌تری از موضوعات مورد بحث دارند، تحت الشعاع قرار دهد. این می‌تواند منجر به تحریف روایت و فقدان بازنمایی برای کسانی شود که مستقیماً تحت تأثیر بی‌عدالتی‌های اجتماعی هستند. منتقدان استدلال می‌کنند که درحالی‌که افراد مشهور ممکن است به دلایل مهم توجه کنند، دخالت آن‌ها گاهی اوقات می‌تواند سطحی باشد یا بیشتر به دلیل تبلیغات باشد تا تعهد واقعی برای ایجاد تغییر پایدار است. افراد مشهور اغلب بستری برای بیان نظرات خود در مورد مسائل اجتماعی دارند و برگفتمان عمومی تأثیر می‌گذارند. آن‌ها می‌توانند توجه به علل مهم را جلب کنند و به دلیل پیروان زیاد خود پشتیبانی را بسیج کنند. با این حال، منتقدان استدلال می‌کنند که افراد مشهور ممکن است فاقد تخصص برای درک کامل مشکلات پیچیده اجتماعی باشند. مهارت‌های مورد نیاز برای موفقیت در دنیای افراد مشهور ممکن است به درک عمیق درگیری‌های جهانی تبدیل نشود. برخی معتقدند که تأثیر افراد مشهور می‌تواند سطحی باشد و بیشتر بر جذابیت عاطفی تمرکز کند تا درک ظریف است. این می‌تواند منجر به ساده‌سازی بیش از حد مسائل پیچیده و به‌طور بالقوه غلط اطلاع‌رسانی عمومی شود. علی‌رغم این انتقادات، افراد مشهور همچنان نقش مهمی در افزایش آگاهی و حمایت از تغییرات اجتماعی ایفا می‌کنند. مشارکت آن‌ها می‌تواند توجه به مسائل مهمی را که در غیر این صورت ممکن است مورد توجه قرار نگیرند، جلب کند. تأیید و تلاش‌های مدافع آن‌ها می‌تواند بر درک عمومی تأثیر بگذارد و بر رفتار تأثیر بگذارد.

هدف جلب توجه سلبریتی‌ها از سوی مردم

سلبریتی‌ها اغلب برای حفظ نمایه‌های عمومی و مرتبط ماندن، رفتارهای جلب توجه می‌کنند. سلبریتی‌ها به عنوان «تله‌های توجه» عمل می‌کنند و «گره‌هایی» را در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهند که جنبه‌های کلیدی جامعه و فرهنگ را متراکم می‌کند. منطق اصلی سلبریتی، ایجاد و مدیریت توجه در سراسر جامعه است شناخته شدن و داشتن ظرفیت جلب توجه شکل ارزشمندی از «سرمایه توجه مردمی» است. بسیاری از سلبریتی‌ها به جای هر موفقیت یا شایستگی، تنها به شهرت و ثروتی که با موقعیت سلبریتی همراه است، آرزو می‌کنند. آن‌ها از کنجکاو و مشارکت عمومی برای حفظ حرفه خود سوءاستفاده می‌کنند، زیرا از مصرف‌کنندگان می‌خواهند که زندگی و شخصیت آن‌ها را خریداری کنند. نمونه‌هایی از افراد مشهوری که رفتارهای شدید یا عجیب و غریبی برای جلب توجه انجام می‌دهند عبارت‌اند از پاریس جکسون

که بنا به گزارش‌ها اقدام به خودکشی برای جلب‌توجه کرده است (Ani, 2013). با این حال، برخی از افراد مشهور نیز از پلتفرم‌ها و نفوذ خود برای اهداف مثبت اجتماعی و بشردوستانه استفاده می‌کنند. برخی نهادهای سیاست‌گذاری با همکاری سلبریتی‌ها برای جلب‌توجه به مسائل مهم و ایجاد تغییر استفاده می‌کنند. بسیاری از سلبریتی‌ها به دلیل تمایل به توجه و مرتبط بودن هدایت می‌شوند و آن‌ها را به رفتارهای جلب‌توجه، مثبت و منفی سوق می‌دهد. موقعیت مشهور ایشان به آن‌ها بستری برای جلب‌توجه عمومی می‌دهد که اغلب از آن برای حفظ شهرت و حرفه خود سوءاستفاده می‌کنند. در تحقیقات آمده است دیدگاه استاندارد حمایت از سلبریتی‌ها بر توانایی افراد مشهور برای کمک به ایجاد اخبار و جلب‌توجه عموم متمرکز است. با تکیه بر تحلیلی از تلاش‌های حمایتی و موفقیت در خبرسازی صدها سلبریتی، استدلال می‌کنیم که دیدگاه استاندارد حمایت از سلبریتی‌ها به طور قابل‌توجهی توانایی‌های خبرسازی افراد مشهور در عرصه سیاسی را اغراق می‌کند. ارزیابی ما از تاکتیک‌های حمایت از افراد مشهور که توسط پنجاه‌وسه گروه محیطی استفاده می‌شود، نشان می‌دهد که افراد مشهور در عوض نقش روبه‌رشدی را به عنوان بخشی از استراتژی در حال ظهور برای حمایت سیاسی ایفا می‌کنند (Thrall et al. 2008: 362). منطق اساسی فرآیند تولید افراد مشهور قبلاً توسط معاون اول و رئیس‌جمهور دوم ایالات متحده جان آدامز در اوایل قرن هجدهم توضیح داده شده بود. آدامز نوشت: «راز بزرگ» این است که تمام فعالیت‌هایی که باعث ایجاد شهرت می‌شوند، آن‌هایی هستند که «به‌زور توجه جهان را به خود جلب می‌کنند و پیشرفت بهتری در زندگی به دست می‌آورند». آدامز انگشت خود را روی چیزی گذاشته بود که همیشه کلید فرآیند تولید سلبریتی بوده است: ایجاد و مدیریت توجه در سراسر جامعه و فرهنگ است. تاریخچه سلبریتی تا حد زیادی در مورد روش‌های هدایت توجه در طول زمان بوده است (See: Celebrity Is Power, 2024).

نوعاً سلبریتی‌ها با توجه به نمایه‌های عمومی و شناخته شده خود می‌توانند راحت‌تر توجه‌ها را به خود جلب کنند. آن‌ها می‌توانند از رسانه‌های اجتماعی برای تقویت بیشتر این توجه استفاده کنند. این قشر معمولاً سلبریتی‌ها با به اشتراک گذاشتن محتوای شخصی و بدون فیلتر در مورد زندگی، پروژه‌ها و افکارشان به دنبال‌کنندگان خود یک «گذر از پشت‌صحنه» می‌دهند. این باعث ایجاد حس صمیمیت و ارتباط می‌شود. آن‌ها معمولاً به نظرات، اشاره‌ها و پیام‌های مستقیم پاسخ می‌دهند و تعامل دوطرفه با مخاطبان خود را تقویت می‌کنند. این به حفظ ارتباط و محبوبیت آن‌ها کمک می‌کند. به سرعت از روندها و ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی نوظهور، مانند ویدئوی زنده، استفاده می‌کنند تا در خط مقدم محتوای جذاب باقی بمانند. برخی از سلبریتی‌ها از پلتفرم‌های خود برای جلب‌توجه به موضوعات مهم اجتماعی و بشردوستانه استفاده می‌کنند که می‌تواند نمایه عمومی آن‌ها را نیز افزایش دهد. در برخی موارد، افراد

مشهور در تلاش برای مرتبط ماندن و جلب توجه به اقدامات تکان دهنده یا نامناسب متوسل می‌شوند، اگرچه این می‌تواند نتیجه معکوس داشته باشد. معمول بر این است که افراد مشهور به طور استراتژیک از رسانه‌های اجتماعی برای حفظ «سرمایه توجه» و ارتباط عمومی خود، از طریق ترکیبی از تعامل معتبر، محتوای نوآورانه و حتی گاهی تاکتیک‌های بحث‌برانگیز استفاده می‌کنند. ظهور فرهنگ سلبریتی جدایی‌ناپذیر از تحولات فناورانه بود که آن را ممکن ساخت (Samuel, 2019).

انتظارات جامعه و مردم از سلبریتی‌ها در برابر دولت

انتظارات جامعه و مردم از سلبریتی‌ها از دولت تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله نقش پخش عمومی در سوگیری رسانه‌ای و تأثیر هنجارشکنان بر هنجارهای اجتماعی است. این عوامل می‌توانند نحوه درک و پاسخ مردم به افراد مشهوری را که قدرت دولتی را به چالش می‌کشند، شکل دهند. در زمینه پخش عمومی، نقش رسانه‌ها در شکل دادن به افکار عمومی بسیار مهم است. تحقیقات نشان می‌دهد که مردم به دلیل انتظاراتشان از بی‌طرفی، کمتر به اطلاعات جانب‌دارانه از پخش‌کننده‌های عمومی اعتماد می‌کنند. این انتظار از بی‌طرفی ریشه در این ایده هنجاری دارد که رسانه‌های عمومی باید پوشش متعادل و بی‌طرفانه‌ای را ارائه دهند که به ویژه در کشورهایی که رسانه‌های عمومی نقش مرکزی در روند دموکراتیک دارند، اهمیت دارد. این انتظار می‌تواند منجر به تأکید بیشتر بر نقش بی‌طرفی رسانه در ارزیابی پوشش شود، به ویژه زمانی که انحراف از این هنجار تشخیص داده شود. از سوی دیگر، برداشت افراد مشهوری که اقتدار دولتی را به چالش می‌کشند، می‌تواند تحت تأثیر نحوه تلقی دیگران از آن‌ها باشد. تحقیقات نشان داده است که افرادی که هنجارها را زیر پا می‌گذارند اغلب به عنوان قدرتمند تلقی می‌شوند که می‌تواند منجر به اعطای قدرت و نفوذ واقعی شود. این پدیده را می‌توان در مورد افراد مشهوری مشاهده کرد که برای ایجاد تغییر قوانین را زیر پا گذاشته‌اند، مانند نلسون ماندلا که علیه آپارتاید در آفریقای جنوبی مبارزه کرد و وانگاری ماتای که یکی از چهره‌های کلیدی جنبش کمربند سبز در کنیا بود. این افراد به رغم مواجهه با چالش‌های مهم و حتی زندان، توانستند از بسترهای خود برای حمایت از تغییر استفاده کنند و در نهایت به تأثیرات اجتماعی و سیاسی قابل توجهی دست یابند. انتظارات جامعه در مورد افراد مشهوری که اقتدار دولت را به چالش می‌کشند نیز تحت تأثیر بافت فرهنگی و اجتماعی گسترده‌تر است. به عنوان مثال، فیلم «باربی» (۲۰۲۳) صنعت اسباب‌بازی و نقش‌های جنسیتی را نقد می‌کند، اما پیام آن ممکن است به دلیل به تصویر کشیدن شخصیت‌های مرد مبهم تلقی شود. این تصویر را می‌توان به عنوان تقویت‌کننده کلیشه‌های منفی در مورد مردان دانست که می‌تواند به واکنش متفاوتی از سوی مخاطبان منجر شود. تلاش این فیلم برای پرداختن به مسائل اجتماعی مرتبط با جنسیت و تقسیم طبقاتی، در حالی که توسط یک شرکت بزرگ تأمین مالی می‌شود، می‌تواند به عنوان تفسیری بر پیچیدگی‌های تغییرات اجتماعی و نقش

شرکت‌ها در شکل‌دهی گفتمان عمومی تلقی شود. نتایج یکسری تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد شهروندان جوان عموماً با احتیاط در مورداستفاده سیاست‌مداران و افراد مشهور از رسانه‌های اجتماعی مثبت هستند، اما احساس می‌کنند که اگر می‌خواهند اعتماد و اعتبار را بازسازی کنند، باید یاد بگیرند که از آن به درستی استفاده کنند (Loader et al. 2015p400) به نظر می‌رسد تأثیر دیدگاه‌های سیاسی سلبریتی‌ها نیز دارای شکاف حزبی است، به طوری که کسانی که به ترامپ رأی داده‌اند، احتمالاً آن را برای افراد مشهور نامناسب می‌دانند که روی مسائل سیاسی اهمیت دهند. درحالی‌که برخی افراد مشهور را صداهای سیاسی معتبرتر و قابل‌اعتمادتر می‌دانند، بخش بزرگی از مردم نسبت به نفوذ سیاسی سلبریتی‌ها بدبین هستند و خطرات واکنش منفی برای افراد مشهوری که مواضع حزبی قوی اتخاذ می‌کنند وجود دارد. تأثیر کلی به نظر می‌رسد مخلوط و در امتداد خطوط حزبی تقسیم شده است. سلبریتی‌ها می‌توانند طیف وسیعی از مردم را در مقیاس جهانی بسیج کنند. لئوناردو دی کاپریو در سخنرانی خود برای دریافت جایزه اسکار از مخاطبان بین‌المللی خود خواست تا برای مبارزه با تغییرات آب‌وهوایی به طور جمعی کار کنند (Partzsch, 2018.p229).

اغراض سیاسی سلبریتی‌ها

نفوذ افراد مشهور در سیاست، همچنین به عنوان «سیاست سلبریتی» یا «قدرت ستاره سیاسی» شناخته می‌شود، عمل یک فرد برجسته است که از شهرت خود به عنوان بستری برای تأثیرگذاری بر دیگران در موضوعات سیاسی یا ایدئولوژی استفاده می‌کند (Natalie 2000, 141) & (April, 2011:1331).

به گفته آنتونی الیوت، سلبریتی یک نقطه ساختاری مرکزی در هویت‌یابی خود و اجتماعی است، زیرا نقش مهمی را در چارچوب‌بندی‌های خود، خودتصویر، تجدیدنظر در خود و بازتاب خود ایفا می‌کند. افراد بانفوذی که افراد مشهور در نظر گرفته می‌شوند، می‌توانند هر کسی باشند که طرفداران عمده‌ای مانند ورزشکاران حرفه‌ای، بازیگران/ بازیگران، شخصیت‌های تلویزیونی یا موسیقیدانان دارند. سلبریتی‌ها نوع قدرت خاص دارند: توانایی روشن کردن مسائل و متقاعد کردن مخاطبان است. رسانه‌های اجتماعی یکی از رایج‌ترین حوزه‌هایی است که افراد مشهور درباره موضوعات خاص یا رویدادهای جاری که سیاسی می‌شوند، بحث می‌کنند. افراد همچنین ممکن است در انجمن‌های عمومی مانند برنامه‌های گفتگوی تلویزیونی، رویدادها، یا در طول اجراهای پرمخاطب خود صحبت کنند (Xenos et al, 2016: 400).

در ایالات متحده، اکثر سلبریتی‌ها به دلایلی که توسط روان‌شناسان اجتماعی مورد بحث قرار می‌گیرد، به عقاید سیاسی لیبرال تمایل دارند. با این حال، نگرانی‌هایی نیز وجود دارد که مشارکت افراد مشهور در سیاست می‌تواند منجر به درک نادرست از مسائل سیاسی شود، زیرا افراد مشهور ممکن است تخصص یا صلاحیت لازم برای صحبت معتبر در مورد موضوعات پیچیده را نداشته باشند. همچنین این خطر

وجود دارد که تمرکز بر روایت‌های شخصی افراد مشهور و تصویرسازی، معیارهایی را که بر اساس آن سیاستمداران مورد قضاوت قرار می‌گیرند، از مهارت‌های رهبری و موقعیت‌های سیاسی خود دور کند. روش‌های صنعت سلبریتی‌ها برای ساختن هویت عمومی ممکن است برای پاسخگویی دولت‌ها به شیوه‌ای ثمربخش مناسب نباشد. تمایل سلبریتی‌ها به رقابت برای جلب توجه عمومی می‌تواند مکانیسم‌های شایسته‌سالارانه برای انتخاب نخبگان سیاسی را نیز تضعیف کند. باز هم تأکید می‌کنیم درحالی‌که نفوذ سلبریتی‌ها در سیاست می‌تواند جنبه‌های مثبتی داشته باشد، همچنین نگرانی‌های معتبری را در مورد نخبه‌گرایی دموکراتیک، کیفیت گفتمان عمومی و نقش مناسب شهرت در حوزه سیاسی ایجاد می‌کند. مثلاً ظهور سیاستمداران مشهوری مانند دونالد ترامپ و ولادیمیر زلنسکی، نظریه‌پردازان و مفسران سیاسی را نگران کرده است که نقش تخصص در سیاست‌های دموکراتیک تضعیف شده است؛ زیرا افراد مشهور دارای درجه قابل توجهی از قدرت معرفتی (قدرت تأثیرگذاری بر آنچه مردم باور دارند) دارند که به تخصص مناسب ارتباطی ندارد. این مسئله هم برای نظریه‌های مشورتی و معرفتی مشروعیت دموکراتیک که این شکل از قدرت را نادیده می‌گیرند و هم برای دموکراسی‌های واقعی موجود که تلاش می‌کنند استانداردهای مشروعیت تعیین شده توسط این نظریه‌ها را برآورده کنند، مشکل ایجاد می‌کند (Archer & Cawston, 2021: 33).

برخی از افراد مشهور از سطح نفوذ نامتناسب خود برای خوبی استفاده کرده‌اند و در یک موضوع خاص متخصص می‌شوند و از شهرت خود برای حمایت از این هدف استفاده می‌کنند. لئوناردو دی کاپریو یک مدافع صریح برای حفاظت از محیط زیست است و بنیاد لئوناردو دی کاپریو در بیش از هفتاد پروژه در سراسر جهان مشارکت دارد. افراد مشهور مانند مریل استریپ، گرین دی و لیدی گاگا از پلتفرم‌های خود برای اظهارات سیاسی استفاده کرده‌اند و به مسائلی مانند تنوع، مهاجرت و مطبوعات آزاد پرداخته‌اند. مشارکت افراد مشهور در گفتمان سیاسی سؤالاتی را در مورد مسئولیت‌های افراد مشهور و مخاطبان آن‌ها در شکل دادن به افکار عمومی و ارتقای مشارکت مدنی مطرح می‌کند. با این حال، اکثر سلبریتی‌ها در جایی وسط قرار می‌گیرند. برخی به صراحت برای خود محدودیت‌هایی تعیین می‌کنند. به عنوان مثال، تیلور سوئیفت، عمداً در مواضع سیاسی خود مبهم بوده است و سطح نفوذ نامتناسب با دانش او در مورد مسائل را ذکر می‌کند. دیگران با شور و اشتیاق وارد جدال می‌شوند، بدون ترس از به اشتراک گذاشتن نظرات خود با مخاطبان گسترده‌ای که می‌توانند به آن دسترسی پیدا کنند. این به ما به عنوان آن مخاطب بستگی دارد که به مواضع آن‌ها نگاه کنیم و نظرات خود را ایجاد کنیم. منطقی است که سلبریتی‌ها در مورد مسائل سیاسی صحبت کنند. به هر حال، سلبریتی‌ها درحالی‌که از بسیاری ممتازترند هنوز مردم هستند و این سیاست‌ها بر مردم تأثیر می‌گذارد (Jlpp, 2017).

اهداف خیرخواهانه و نقد منصفانه جامعه

سلبریتی‌ها نقش مهمی در دفاع از اهداف خیرخواهانه و رسیدگی به مسائل اجتماعی دارند. آن‌ها از نفوذ خود برای افزایش آگاهی، حمایت از اهداف بشردوستانه و ترویج تغییرات مثبت استفاده می‌کنند. افراد مشهوری مانند لئوناردو دی کاپریو و آنجلینا جولی به ترتیب به طور فعال در حفاظت از محیط‌زیست و کارهای بشردوستانه شرکت می‌کنند و از پلتفرم‌های خود برای تقویت مسائل مهم استفاده می‌کنند. باین‌حال، در کنار حمایت از آن‌ها، سلبریتی‌ها نیز با انتقاد منصفانه روبرو هستند. منتقدان بر اهمیت اصالت، عمق و حساسیت فرهنگی در تأییدها و اقدامات خود تأکید می‌کنند و بر نیاز به تعهد واقعی به اهداف اجتماعی تأکید می‌کنند. این رویکرد متوازن هم تأثیر مثبت تلاش‌های حمایتی افراد مشهور و هم اهمیت مسئول دانستن آن‌ها برای اعمال و تأثیرشان بر جامعه را تأیید می‌کند. در برخی منابع آمده است سلبریتی شخصی به یکی از منابع مهم و موردعلاقه در دنیای مدرن تبدیل شده است که در کنار قدرت و ثروت خطوط اصلی نابرابری را در یک جامعه ایجاد می‌کند. معتقدند در اکثر مواقع این نخبگان شامل کارکنان برتر رسانه‌های جمعی می‌شود. کارگران هنر، تئاتر، ادبیات، سینما؛ نمایندگان تجارت نمایش و مد؛ ورزشکاران و غیره. ویژگی مشترک این مردم ناهمگون این است که از محبوبیت خود سوءاستفاده می‌کنند و آن را به درآمدهای هنگفت پولی، پست‌ها، ارتباطات و مزایای مختلف تبدیل می‌کنند (Grinin, 2011, p. 126). اینجاست که نگارنده معتقد است برخلاف نظریه ارائه شده مذکور اهداف خیرخواهانه سلبریتی‌ها حتی با اهداف و اغراض نمایش خیرخواهانه باشد می‌تواند در نوع خود ضمن برقراری تناسب بین مراتب فوق‌الذکر منجر به گسترش خیر عمومی در جامعه با اهداف بشردوستانه و نوع‌دوستانه گردد. نوعاً گفتمان معاصر احساسات اصیل را در اولویت قرار می‌دهد و نوع‌دوستی پررنگ را بر تعهد به علت پرورش می‌دهد. برخی در خصوص سلبریتی‌ها معتقدند گفتمان‌های انسان‌دوستانه آن‌ها وظیفه اخلاقی را باسیاست قدرت، حفظ هژمونی غرب و ساختارهای قدرت جهانی ترکیب می‌کند (Chouliaraki, 2012: 1-12).

امروزه حمایت از سلبریتی‌ها به بخش مهمی از راه‌هایی تبدیل شده است که سازمان‌های غیردولتی توسعه (NGO) و به‌طورکلی مؤسسات خیریه برای دستیابی به اهداف اجتماعی و اجتماعی تلاش می‌کنند. تغییر سیاسی باین‌حال، تحقیق در مورد اینکه چگونه مخاطبان مختلف به چنین حمایتی واکنش نشان می‌دهند، امری نادرست است. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد حمایت از افراد مشهور پدیده‌ای محبوب نیست، اما همین است. به‌طور گسترده اعتقاد بر این است که چنین است؛ بنابراین، حمایت از سلبریتی‌ها به‌طور محکم در پسا‌دموکراتیک ریشه دوانده است. سیاست و بخشی از بیگانگی عمومی از سیاست که این اصطلاح توصیف می‌کند. باین‌وجود، زیرا حمایت از افراد مشهور همچنین با نخبگان سیاسی و تجاری به خوبی

کار می‌کند و ممکن است همچنان وسیله خوبی باشد. معمول این است افراد مشهور در فعالیتهای مختلفی برای حمایت از اهداف مانند جمع‌آوری کمک مالی، شرکت در تجمعات و امضای دادخواست، تحت چتر حمایت از افراد مشهور هستند. حمایت از افراد مشهور به عنوان راهی برای ایجاد تغییر، لابی و جمع‌آوری پول برای سازمان‌های درگیر در مسائل نقد اجتماعی و نقد سیاسی... شناخته می‌شود. برخی از افراد مشهور مانند بونو، جولی و گلدوف به دلیل دستاوردهای خود به عنوان مدافع مورد تأیید قرار گرفته‌اند که نشان می‌دهد حمایت از افراد مشهور می‌تواند در پیگیری اهداف خیرخواهانه مؤثر باشد. منتقدانی مانند کاپور استدلال می‌کنند که انسان‌گرایی افراد مشهور ممکن است توسط بی‌عدالتی‌های جنبش بشردوستانه آلوده شود و نابرابری ساختاری را تداوم بخشد. منتقدان دانشگاهی اغلب نگرانی‌هایی را در مورد حمایت از افراد مشهور ابراز می‌کنند که به طور بالقوه توجه را از علل اساسی نابرابری و بی‌عدالتی اقتصادی منحرف می‌کند. برخی از منتقدان بر لزوم رسیدگی به نابرابری‌های اقتصادی که خود افراد مشهور بخشی از آن هستند تأکید می‌کنند که گاهی اوقات توسط طرفداران مشهور (سلبریتی‌ها) نادیده گرفته می‌شوند (Brockington & Henson, 2014: 341). آنچه در نظریات متعدد در خصوص اهداف افراد مشهور یا همان سلبریتی‌ها مشهود است تشکیک در اهداف و نیات آنان در قالب اقدامات خیر عمومی و نوع دوستانه است که در اکثر نظریه‌پردازی‌ها مورد تردید جدی قرار گرفته است و حتی در حوزه نقد سیاسی و اجتماعی مسائل نیز در برخی منابع نیت خیرخواهانه آن‌ها مورد تردید واقع شده است. ما معتقدیم چنین نگاهی صرف به دور عدالت و انصاف است.

نتیجه‌گیری

در دنیای امروز، شبکه‌های اجتماعی به بستری قدرتمند برای شکل‌دهی به افکار عمومی تبدیل شده‌اند و در این میان، سلبریتی‌ها نقش پررنگی در تأثیرگذاری بر مسائل اجتماعی و سیاسی ایفا می‌کنند. این تأثیرگذاری می‌تواند دو وجه متفاوت داشته باشد؛ از یک سو، می‌توان آن را ابزاری برای افزایش آگاهی عمومی، تقویت گفتمان انتقادی و حمایت از حقوق اجتماعی دانست و از سوی دیگر، در مواردی می‌تواند به ایجاد آنومی اجتماعی، تحریک نارضایتی عمومی و حتی انحراف افکار از مسائل اساسی منجر شود. نقش سلبریتی‌ها در فضای مجازی، فراتر از حوزه‌های تخصصی آنان گسترش یافته و ورود آن‌ها به مسائل حساس اجتماعی و سیاسی، گاه باعث شکل‌گیری تغییرات مثبت و گاه منجر به بحران‌های اجتماعی شده است. اظهارنظرهای احساسی و غیرکارشناسی، استفاده ابزاری از افکار عمومی برای منافع شخصی و ایجاد موج‌های هیجانی در فضای مجازی، از جمله چالش‌های جدی در این زمینه است. در عین حال، مشارکت آگاهانه سلبریتی‌ها در طرح مسائل اجتماعی، می‌تواند به تقویت فرهنگ مطالبه‌گری و افزایش شفافیت در جامعه کمک کند.

در چنین فضایی، مواجهه حاکمیت و سیاست‌گذاران با این پدیده نباید صرفاً در قالب کنترل و محدودیت باشد، بلکه تعامل سازنده و سیاست‌گذاری دقیق، راهبردی مناسب برای مدیریت این تأثیرگذاری است. یکی از راهکارهای اساسی در این زمینه، تقویت فرهنگ نقدپذیری و افزایش آزادی بیان در چارچوب‌های منطقی است. همچنین، افزایش سواد رسانه‌ای جامعه می‌تواند به مردم کمک کند تا میان آگاهی بخشی واقعی و بهره‌برداری‌های غیرمسئولانه از افکار عمومی تمایز قائل شوند. تعامل نهادهای دولتی با سندیکاهای حرفه‌ای سلبریتی‌ها و تعریف مسئولیت‌های اجتماعی برای آن‌ها نیز می‌تواند در جهت‌دهی مثبت این تأثیرگذاری مؤثر باشد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که حضور سلبریتی‌ها در فضای مجازی یک پدیده غیرقابل انکار است که بسته به نحوه مدیریت آن، می‌تواند به‌عنوان یک فرصت برای تقویت انسجام اجتماعی و پیشبرد اصلاحات، یا به‌عنوان یک تهدید برای ثبات جامعه عمل کند. رویکردهای تعاملی و سیاست‌های حمایتی مبتنی بر آگاهی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، می‌توانند این پدیده را به‌گونه‌ای هدایت کنند که در راستای توسعه پایدار اجتماعی و سیاسی قرار گیرد.

در جهان معاصر هم‌ظهور افراد مشهور و هم‌شیفتگی ما به آن‌ها توسط رسانه‌ها شکل می‌گیرد. فرض دیگر این نظریه این است که شهرت یک شخص لزوماً با استعداد یا دستاوردهای آن شخص مرتبط نیست. در عوض، اغلب به روشی بستگی دارد که رسانه‌ها آن شخص را به‌عنوان یک سلبریتی می‌سازند. فرهنگ سلبریتی امروزی نوع خاصی از شهرت را ستایش می‌کند شهرتی که توسط تولید رسانه‌ای ایجاد شده و حفظ شده است. از دیرباز مفهوم سلبریتی بارها تغییر کرده است، با انواع جدیدی از ستارگان و شخصیت‌ها که در کانون توجه قرار گرفته‌اند که به‌نوعی منعکس‌کننده تغییرات در ارزش‌های اجتماعی و معرفی فناوری‌های جدیدتر است؛ اما به همان اندازه که برخی چیزها تغییر کرده‌اند، برخی دیگر به همان شکل باقی مانده‌اند. با انقلاب در فناوری‌های جدید که بخشی از انقلاب بزرگ‌تر در صنعت بود. دیده شده سلبریتی‌ها با رویکردها و نیات مختلف به سیل بسیج توده‌ها می‌پیوندند یا خود آغازگر آن می‌شوند بسیج توده‌ای روشی است که از طریق آن یک سازمان سیاسی متمرکز تلاش می‌کند تا تغییرات گسترده‌ای را در یک جامعه اعمال کند. هدف این روش ایجاد وضعیت و مداخله سیاسی در روند زندگی عادی روزمره یک جامعه به‌منظور ارتقای استاندارد زندگی و ملت‌سازی یا برخی از مواقع مقاصد و نیات غیرخودخواهانه توصیف کرد. نفوذ افراد مشهور در سیاست، همچنین به‌عنوان «سیاست سلبریتی» یا «قدرت ستاره سیاسی» شناخته می‌شود، عمل یک فرد برجسته است که از شهرت خود به‌عنوان بستری برای تأثیرگذاری بر دیگران در موضوعات سیاسی یا ایدئولوژی استفاده می‌کند. سلبریتی‌ها می‌توانند با اعمال نفوذ خود برای جلب توجه به علل مهم و بسیج حمایت عمومی، نقش مهمی در حمایت از جنبش‌های اجتماعی ایفا کنند. آن‌ها می‌توانند

رویدادهای محرک، مانند رسوایی‌های سیاسی یا بی‌عدالتی‌های اجتماعی را تشدید کنند، مردم بیشتری را به اعتراضات گسترده بکشانند. آن‌ها می‌توانند با نقش الگو، افزایش آگاهی در مورد مسائل اجتماعی، ترویج تصویر بدنی مثبت و مشارکت در حمایت و فعالیت، تأثیر مثبتی بر جامعه بگذارند. آن‌ها می‌توانند افراد جوان را برای انتخاب‌های مثبت، پذیرش تنوع و اقدام برای اهداف مهم ترغیب کنند. با این حال، افراد مشهور همچنین می‌توانند تأثیرات منفی و ارسال پیام‌هایی که ممکن است برای جامعه، به‌ویژه برای جوانان مضر باشد، داشته باشند. این رویکرد آسیب‌های جدی بر روند دموکراسی می‌تواند داشته باشد؛ مثلاً تمایل سلبریتی‌ها به رقابت برای جلب توجه عمومی می‌تواند مکانیسم‌های شایسته‌سالارانه برای انتخاب نخبگان سیاسی را نیز تضعیف کند. یا اینکه مثلاً ظهور سیاستمداران مشهوری مانند دونالد ترامپ و ولادیمیر زلنسکی، نظریه پردازان و مفسران سیاسی را نگران کرده است که نقش تخصص در سیاست‌های دموکراتیک تضعیف شده است. چونکه افراد مشهور دارای درجه قابل توجهی از قدرت معرفتی (قدرت تأثیرگذاری بر آنچه مردم باور دارند) دارند که به تخصص مناسب ارتباطی ندارد. وجوه دیگر دخالت سلبریتی‌ها می‌تواند رویکردهای مثبتی به همراه داشته باشد مثلاً نقد دموکراسی بخش کلیدی دموکراسی، کارکردها و توسعه آن در طول تاریخ بوده است. افلاطون به طور معروف با دموکراسی مخالف بود و برای «دولتی با بهترین شرایط» استدلال می‌کرد. سیاستمدارانی همچون وینستون چرچیل خاطرنشان کرد که هیچ‌کس تظاهر نمی‌کند که دموکراسی کامل یا عاقلانه است، پس چنین نقدهایی می‌تواند باعث توسعه و تکمیل دموکراسی‌ها گردد. یا در مقابل ظلم و بی‌عدالتی‌ها دستگاه حاکم در نقش حداقلی آگاهی بخشی عمومی ایفای نقش سازنده کنند. می‌طلبند حاکمیت‌ها در روش‌های کاملاً دموکراتیک و معقولانه تنها این وضعیت را مدیریت نه سرکوب کنند پس پیشنهاد می‌شود:

تعامل دستگاه حاکمیتی با سندیکاهای حرفه‌ای حوزه‌های سلبریتی‌های مختلف یکی از راه‌های مدیریت وضع موجود است.

از منظر آموزه‌های جرم‌شناسی انتقادی و آسیب‌شناسی اجتماعی قابل اثبات است به‌نوعی گسترش آزادی بیان و نقدپذیری حاکمیت سیاسی فرصت جولان در میدان‌های سیاسی و اجتماعی را از برخی سلبریتی‌ها غیر منصف و مغرض را خواهد گرفت.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع و مآخذ

- اسلامی، الهه، موسوی، سیدهاشم و علیخواه، فردین (۱۳۹۹). سلبریتی‌های مجازی؛ غریبه‌های آشنا در عصر رسانه‌های اجتماعی. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۶ (۵۹)، ۴۵-۷۴.
<https://doi.org/10.22034/jcsc.2019.35296>
- اسماعیلی، محمدجواد، حیدرآبادی، ابوالقاسم و پهلوان، منوچهر (۱۴۰۱). مقبولیت سلبریتی‌ها در مشارکت‌های سیاسی از نظر مخاطبان شبکه‌های اجتماعی. *ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۵ (۱۰)، ۱۱۹۵-۱۲۰۹.
<https://doi.org/10.30510/psi.2022.323561.2932>
- سلیمانی ساسانی، مجید، شهبازی، مهدی و قربانی، سینا (۱۴۰۱). فرهنگ شهرت و کنشگری سلبریتی‌ها در اینستاگرام از نظر کاربران ایرانی. *فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۲۳ (۵۷)، ۳۴۱-۳۷۴.
<https://doi.org/10.22083/jccs.2022.330160.3554>
- سلیمانی ساسانی، مجید و شهبازی، مهدی (۱۴۰۱). تحلیل گرایش هواداران به سلبریتی‌ها در میان کاربران ایرانی اینستاگرام. *فصلنامه رسانه*، ۱۰ (۱)، ۷۱-۹۹.
<https://doi.org/10.22034/bmsp.2023.380128.1833>
- شریعتی شیری، محمدتقی و نقیب‌زاده، احمد (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی اجتماعی میکروسلبی‌تی‌های ایرانی در اینستاگرام. *مجلس و راهبرد*، ۳۰ (۱۱۶)، ۱۷۷-۲۰۴.
<https://doi.org/10.22034/mr.2022.5223.4995>
- Esmaeili, M. J., Heydarabadi, A., & Pehlavan, M (2022). The popularity of celebrities in political participation from the perspective of social media users. *Monthly Journal of Political Sociology of Iran*, 5(10), 1195-1209. <https://doi.org/10.30510/psi.2022.323561.2932> [In Persian]
- Islami, A., Mousavi, S. H., & Alikhah, F (2020). Virtual celebrities: Familiar strangers in the age of social media. *Cultural Studies and Communication*, 16(59), 45-74. <https://doi.org/10.22034/jcsc.2019.35296> [In Persian]
- Shariati Shiri, M. T., & Nagibzadeh, A (2023). Social pathology of micro-celebrities in Iran on Instagram. *Majles and Strategic Studies*, 30(116), 177-204. <https://doi.org/10.22034/mr.2022.5223.4995> [In Persian]
- Soleimani Sasani, M., & Shahbazi, M (2023). Analyzing followers' tendencies towards celebrities among Iranian Instagram users. *Media Journal*, 10(1), 71-99. <https://doi.org/10.22034/bmsp.2023.380128.1833> [In Persian]
- Soleimani Sasani, M., Shahbazi, M., & Ghorbani S. (2022). Celebrity culture and activism of celebrities on Instagram from the perspective of Iranian users. *Journal of Cultural Studies and Communications*, 23(57), 341-374. <https://doi.org/10.22083/jccs.2022.330160.3554> [In Persian]
- Ani. (2013, June 7). Paris Jackson's "suicide attempt was to seek attention." *Business Standard*. https://www.business-standard.com/article/news-ani/paris-jackson-s-suicide-attempt-was-to-seek-attention-113060700157_1.html
- Archer, A., & Cawston, A. (2021). Celebrity politics and democratic elitism. *Topoi*, 41(1). <https://doi.org/10.1007/s11245-021-09763-0>
- Biccum, A. (2011, August 1). Marketing development: Celebrity politics and the 'new' development advocacy. *Third World Quarterly*, 32(7). <https://doi.org/10.1080/01436597.2011.600107>
- Brillon, C. A., & Suarez, G. M. (2022, July 3). How fans turned to social media to criticize and demand action from celebrities. *Rappler*. <https://www.rappler.com/entertainment/how-fans-turned-social-media-criticize-demand-action-celebrities>

- Celebrity is power. (2024, January 5). IAI TV - Changing How the World Thinks. <https://iai.tv/articles/celebrity-and-the-struggle-for-attention-auid-1997>
- Choi, C. J., & Berger, R. (2009). Ethics of celebrities and their increasing influence in 21st century society. *Journal of Business Ethics*, 91(3). <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0090-4>
- Chouliaraki, L. (2012). The theatricality of humanitarianism: A critique of celebrity advocacy. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/14791420.2011.637055>
- Critical criminology - Criminology theories - IResearchNet. (2023, March 4). *Criminal Justice*. <https://criminal-justice.iresearchnet.com/criminology-theories/critical-criminology>
- Disadvantages and criticisms of government intervention. (n.d.). FasterCapital. <https://faster-capital.com/topics/disadvantages-and-criticisms-of-government-intervention.html>
- Driessens, O. (2012). The celebritization of society and culture: Understanding the structural dynamics of celebrity culture. *International Journal of Cultural Studies*, 16(6). <https://doi.org/10.1177/1367877912459140>
- Erdoğan, B. Z. (1999). Celebrity endorsement: A literature review. *Journal of Marketing Management*, 15(4). <https://doi.org/10.1362/026725799784870379>
- How do celebrities influence society? Positive and negative effects of celebrity culture. (2023, February 18). IvyPanda. <https://ivypanda.com/essays/celebrity-culture-positive-effects>
- Jaishankar, K. (2023, December 24). Critical criminology simplified - Prof K. Jaishankar - Simplified Series 10. <https://www.linkedin.com/pulse/critical-criminology-simplified-prof-k-jaishankar-10-jaishankar-8t9jc>
- Jlpp. (2017). Celebrities, politics, and our duty to listen responsibly. *Harvard Civil Rights-Civil Liberties Law Review*. <https://journals.law.harvard.edu/crcl/celebrities-politics-and-our-duty-to-listen-responsibly>
- Kurzman, C., Anderson, C., Key, C., Lee, Y. O., Moloney, M., Silver, A. M., & Van Ryn, M. W. (2007). Celebrity status. *Sociological Theory*, 25(4). <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2007.00313.x>
- Grinin, L. E. (2011). Celebrities as a new elite of information society. *Social Evolution & History*, 11(1). https://www.sociostudies.org/journal/files/seh/2012_1/124-153.pdf
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2015). Performing for the young networked citizen? Celebrity politics, social networking, and the political engagement of young people. *Media, Culture & Society*, 38(3). <https://doi.org/10.1177/0163443715608261>
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2016, April 1). Performing for the young networked citizen? Celebrity politics, social networking, and the political engagement of young people. *Media, Culture & Society*, 38(3). <https://doi.org/10.1177/0163443715608261>
- Long, M. A. (2015). Critical criminology. In *The Encyclopedia of Crime and Punishment*. <https://doi.org/10.1002/9781118519639.wbecpx148>
- Yar, M. (2015). Critical criminology, critical theory, and social harm. In *New Directions in Criminological Theory* (pp. 1-12). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203117866-5/critical-criminology-critical-theory-social-harm-majid-yar>
- Meyer, D. (2014, March). Resisting hate crime discourse: Queer and intersectional challenges to neoliberal hate crime laws. *Critical Criminology*, 22(1). <https://doi.org/10.1007/s10612-013-9228-x>
- Partzsch, L. (2018). Take action now: The legitimacy of celebrity power in international relations. *Global Governance*, 24(2). <https://www.jstor.org/stable/44861216>
- Richards, S. C., & Ross, J. I. (2003, March). A convict perspective on the classification of

prisoners. *Criminology & Public Policy*, 2(2). <https://doi.org/10.1111/j.1745-9133.2003.tb00122.x>

Samuel, A. (2019). With social media, everyone's a celebrity. *JSTOR Daily*. <https://daily.jstor.org/with-social-media-everyones-a-celebrity>

Siddique, M. M. I. (2024, April 8). How do celebrities affect society positively and negatively? <https://www.linkedin.com/pulse/how-do-celebrities-affect-society-positively-siddique>

Thrall, A. T., Lollo-Fakhreddine, J., Berent, J., Donnelly, L., Herrin, W., Paquette, Z., Wenglinski, R., & Wyatt, A. R. (2008). Star power: Celebrity advocacy and the evolution of the public sphere. *The International Journal of Press/Politics*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/1940161208319098>

Turner, G. (2010). Approaching celebrity studies. *Celebrity Studies*, 1(1). <https://doi.org/10.1080/19392390903519024>

Uggen, C., & Inderbitzin, M. (2010). Public criminologies. *Criminology & Public Policy*, 9(4), 725-749. <https://doi.org/10.1111/j.1745-9133.2010.00666.x>

Virtualsmm. (2023, September 12). The impact of celebrity reputation on society. *Social Media Marketing | Online Reputation Perception Company*. <https://www.virtualsocialmedia.com/the-impact-of-celebrity-reputation-on-society>

Wood, N. T., & Herbst, K. C. (2007, August 8). Political star power and political parties. *Journal of Political Marketing*, 6(2-3). https://doi.org/10.1300/j199v06n02_08



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.