



۴۴



گزارش تحلیلی

تحلیلی بر مواجهه سیاستی جریان انقلاب، با موضوع سلبریتیسیم

(پس از حوادث مهر ۱۴۰۱)

کارگروه سیاست‌گذاری فرهنگی پژوهشکده باقرالعلوم 

W W W . R B O . I R

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

به نام خداوند بخشاینده مهربان



گزارش تحلیلی

تحلیلی بر مواجهه سیاستی جریان انقلاب، با موضوع سلبریتیسم
(پس از حوادث مهر ۱۴۰۱)

تحقیق و تدوین: کارگروه سیاست گذاری فرهنگی پژوهشکده باقرالعلوم علیه السلام

آدرس: قم، بلوار نیایش، جنب مصلى قدس،

پژوهشکده تبلیغ و مطالعات اسلامی باقرالعلوم علیه السلام

تلفن: ۰۲۵-۳۷۸۳۴۳۰۴

[Www.RBO.IR](http://www.rbo.ir)

• همه حقوق محفوظ است.

مقدمه

در ایران همچون بسیاری از جوامع، سه دسته عمده وجود دارند که در راستای تحلیل سیاست های حاکمیت فعالیت می نمایند. کارشناسان سازمانی، محققان نهاد علم و حامیان. حامیان در ادبیات فعلی ما با عنوان "جبهه یا جریان انقلاب" یاد می شوند، این جریان مهم ترین پایگاه تولید عقلانیت برای انقلاب اسلامی محسوب می گردد و به همین جهت در پیشامدهای اجتماعی و سیاسی همواره تلاش می نماید در لایه های متعددی، راهبردها و سیاست های جمهوری اسلامی را به چالش کشیده و مورد بررسی قرار دهد.

بررسی رویکردهای سیاستی جبهه انقلاب از چند جهت حائز اهمیت است، اول؛ بخش قابل توجهی از کارگزاران حاکمیتی در این جریان تعریف می شوند. دوم؛ ظرف و بستر ارتزاق راهبردی بسیاری از سیاستگذاران فعلی کشور است. سوم؛ گفتمان حاکم بر فضای رسانه های رسمی کشور وابسته به آن است و چهارم؛ خاستگاه تربیتی تصمیم گیران کشور در آینده خواهد بود.

در جریان حوادثِ پس از فوت خانم مهسا امینی در شهریور ماه سال

جاری، موضوعات اجتماعی متعددی محل بحث محافل نخبگانی و کارشناسی کشور قرار گرفت. یکی از جدی ترین آن ها، مداخله صریح و چشم گیر جامعه هنری و ورزشی در این اتفاقات بود، به نحوی که شاید برای اولین بار در تاریخ پس از انقلاب شاهد رهبری و لیدری اعتراضات توسط بخشی از هنرمندان یا ورزشکاران در نقش مراجع اجتماعی غیررسمی بودیم.

همین مسأله باعث شد تا بار دیگر بسیاری از کارگزاران، تحلیل گران، اندیشه ورزان و کنشگران جریان انقلاب نسبت به سیاست های جمهوری اسلامی در قبال پدیده سلبریتی ها، به اظهار نظر پرداخته و در ضمن آن تحلیل های سیاستی خود را ارائه نمایند. همان گونه که ذکر شد با توجه به نقش نامحسوس و غیررسمی جبهه انقلاب در فرآیند سیاست گذاری کشور، مذاقه در رهیافت های تجویزی این جریان و تلاش برای ارتقای آن از مسیر بررسی های انتقادی ضروری به نظر می رسد.

به همین جهت در گزارش پیش رو تلاش شده است این نظرات در دو لایه رویکردهای تبیینی و تجویزی صورت بندی شده و در ادامه مورد نقد و ارزیابی قرار گیرند. رویکردهای تبیینی اظهار نظرهایی است که عمدتاً به بیان علل و ریشه های موضوع پرداخته و رویکردهای تجویزی ناظر به توصیه ها و الزاماتی است که مورد پیشنهاد قرار گرفته است.

در گزارش حاضر اظهارات و تحلیل های شخصیت حقیقی و حقوقی ذیل مورد بررسی قرار گرفته است:

افراد مورد بررسی	لایه اجتماعی	
غلامحسین محسنی اژه ای / حسین اشری / محمد مهدی اسماعیلی / محمد صالح هاشمی / گلپایگانی / علی عبدالعالی	مدیران یا مسئولان اجرایی	۱
هادی بیگی نژاد / موسی غضنفر آبادی / علی اکبر علیزاده / مرتضی حسینی / اردشیر مطهری / حسینعلی حاجی دلیگانی / علی اکبر علیزاده برمی / غلامرضا مصباحی مقدم	نمایندگان مجلس و اعضای مجمع تشخیص مصلحت	۲
محمد جواد حاجی علی اکبری / احمد خاتمی / عبدالکریم عابدینی / قاسم باقریان / علی حسینی	ائمه جمعه	۳
حسین شریعتمداری / حسن عباسی / علی اکبر رائفی پور / سید حسین مؤمن / ابوالصالح راجی	سخنرانان و مراجع اجتماعی	۴
مهدی جمشیدی / سید حسین شرف الدین / سید حسین شهرستانی / صادق کوشکی / علی اصغر مجتهدزاده	اساتید حوزه و دانشگاه	۵
مهدی گیوه کی / عبدالله گنجی / / حمید رسائی / مهدی مروتی / علی مهدیان / حمیدرضا مقصودی / محمد هادی صحرائی / سارا فرجی / محمداصادق شهبازی / هادی عزیزی / محمد جواد محمودی / سید مقدم حیدری	یادداشت نویسان	۶
مستند تروکاژ / اخبار بخش بیست و سی / برنامه گفتگوی ویژه خبری	صداوسیما	۷
فارس / مهر / کیهان / جام جم / همشهری / نسیم آن لاین / رسالت	خبرگزاری ها و روزنامه ها	۸
مجمع ناشران انقلاب اسلامی / جمعیت ایثارگران انقلاب اسلامی	تشکل ها و مجامع	۹



بخش اول:

صورت بندی رویکردها

نمونه تحلیل ^۱	محور تحلیل	عنوان تحلیل
<p>فضای مجازی بستر اصلی زیست و شهرت سلبریتی‌هاست. متأسفانه امروزه به دلیل گسترش فضای مجازی سلبریتی‌ها به یک مرجع برای شکل‌گیری هویت نوجوانان و جوانان تبدیل شده‌اند.</p>	<p>فضای مجازی</p>	<p>عامل اثربخشی سلبریتی‌ها</p>
<p>عامل شهرت سلبریتی‌ها نظام جمهوری اسلامی است و حمایت‌های نظام و هزینه از بیت‌المال اسباب شکل‌گیری این جریان در کشور بوده است.</p>	<p>حمایت‌های جمهوری اسلامی</p>	
<p>سیاست‌های صدا و سیما در مسیر سلبریتی‌پروری است که بعد از به شهرت رسیدن، اقداماتی را علیه نظام اسلامی انجام می‌دهند.</p>	<p>سیاست‌های صدا و سیما</p>	
<p>مشکل مردم ما عدم آگاهی از ثروت سلبریتی‌ها و یا عشق و علاقه‌ی وافر و پرستش‌وار به سبک زندگی آنان نیست که اکنون بخواهیم با رسواسازی و افشاگری، آنان را از خواب غفلت براهانیم و به مسیر حق بکشانیم! مسئله خیلی ساده‌تر از این حرف‌هاست. سلبریتی‌ها در شرایط حاضر برای مردم نقش یک «تریبون» را ایفا می‌کنند و دلیل آن نیز شهرت و محبوبیت آن‌ها و تعداد بالای فالورهای این قشر در فضای مجازی است. مردمی که صدایشان در رسانه‌ی ملی و خبرگزاری‌های رسمی شنیده نمی‌شود و مجوز دریافت کوچک‌ترین تجمعات مسالمت‌آمیز را هم دریافت نمی‌کنند، راهی به جز پناه بردن به سلبریتی‌ها و بیان حرف دل خود از مجرای پیج‌های پرطرفدار آنان پیدا نمی‌کنند.</p>	<p>فقدان تریبون انتقادی در کشور</p>	

۱. مشروح نظرات در پیوست گزارش ذکر شده است.

<p>حرفه سلبریتی ها نمایش است و هنر به رخ کشیدن خود را دارند و می خواهند نمایشی از روزمرگی زندگیشان ارائه دهند که توجهات جامعه منجر به تولید سرمایه از مسیر شهرت میشود. هنرمند و یا ورزشکاران که به واسطه حضور در رسانه مشهور شده است سلبریتی به شمار می آید. سلبریتی ها موجودات بی مایه، نوکیسه و بی ریشه هستند که فقط دنبال دیده شدن اند.</p>	<p>زیست نمایشی و شهرت پایه</p>	<p>ماهیت سلبریتیسم</p>
<p>منزلت اجتماعی - عرفی سلبریتی مبتنی تولید لذت گرایی پوچ رشد کرده است. منزلت او از راه مشقت (علم، دین) به دست نیامده و یک شبه گنده شده است.</p>	<p>طبقه لذت گرا</p>	
<p>سلبریتی ها در زمینه زندگی شخصی و خانودگی سوابق نفرت انگیزی از برپایی خانه فحشاء، قمار، تجاوز به زنان و دختران و سوء استفاده های کلان مالی دارند.</p>	<p>سبک فسادآلود زندگی</p>	
<p>ظهور پدیده سلبریتی با مختصات ویژه در کل جهان عمدتاً محصول مدرنیته، جهان سرمایه داری بویژه سرمایه داری متاخر، سیطره رسانه های جمعی و فضای مجازی، پدیده صنعت فرهنگ (کالایی شدن محصولات فرهنگی و غلبه ارزش مصرفی بر ارزش سرمایه ای)، غلبه سبک زندگی غربی (با مختصاتی همچون مصرف گرایی، لذت گرایی، فردگرایی، سرگرمی خواهی، تنوع طلبی)، وقوع برخی تحولات و چرخش های اندیشه ای، ارزشی و هنجاری در جهان غرب است.</p>	<p>کالایی سازی فرهنگ</p>	

<p>سلبریتی‌های بی‌هویت و شیفته‌ی غرب همواره با اهداف شوم شبکه‌ی عبری غربی هماهنگ و هم‌سو عمل می‌نمایند و متأسفانه ثمره‌ی وجودی آنان در راستای اهداف شبکه‌ی شیطانی صهیونیسم، منافقین و مرتجعین منطقه ضایع خواهد شد و در دنیا و آخرت جزو زیان‌کاران خواهند بود.</p>	<p>بخشی از شبکه صهیونیسم</p>		
---	------------------------------	--	--

<p>راهبران اصلی شبکه‌های اجتماعی بخصوص اینستاگرام سلبریتی‌ها هستند.</p>	<p>راهبری شبکه‌های اجتماعی</p>	<p>عملکرد سلبریتی</p>	<p>۴</p>
<p>مواضع سیاسی اجتماعی سلبریتی‌ها عمدتاً به سازوکار و دریافت گرین کارت باز می‌گردد که در طی آن فرد متقاضی می‌بایست در عملکرد خود مواضع همسو با سیاست‌های کشوری مثل آمریکا داشته باشد. هنرمندان با سیاه‌نمایی از وضعیت کشور جایزه‌های بین‌المللی را دریافت می‌کنند.</p>	<p>کاسبی گرین کارت</p>		
<p>سلبریتی‌ها لیدر اغتشاشات و جریان اعتراضی اخیر بوده و این سردمداری به واسطه نفوذ دشمن و به خدمت‌گیری صفحات آنها حاصل شده است. مواضع سیاسی و منفی سلبریتی‌ها علیه جمهوری اسلامی به علت فشارهای خارجی است تا بتوانند در اغتشاشات از آنها استفاده کنند. مواضع سلبریتی‌ها تحت تأثیر سرویس‌های جاسوسی و سفارتخانه‌های کشورهای خارجی بوده و در این زمینه آموزش‌های لازم به آنها در قالب برنامه‌های فرهنگی و آموزشی در کشورهای خارجی داده می‌شود.</p>	<p>کنترل سلبریتی‌ها توسط سفارت‌خانه‌های خارجی</p>		

<p>سلبریتی را می‌توان به الگوی هنجار و ناهنجار تقسیم کرد و سلبریتی‌ها ایران بیشتر جنبه ناهنجاری و ساختار شکنی را ایفا می‌کنند.</p>	<p>ساختار شکنی ناهنجاری و</p>		
<p>فرهنگ ایرانی به دلیل آکنده بودن حافظه تاریخی اش از وجود قهرمانان، اسوه‌ها، الگوها و چهره‌های شاخص ارزشی و ظهور پیاپی این چهره‌ها؛ احساس نیاز چندانی به پدیده سلبریتیسم با مختصات غالب غربی آن نمی‌کند. افراد بدون داشتن وجوه کاریزمایی از نوع قدسی و معنوی آن به زحمت می‌توانند در افکار عمومی این جامعه، جایگاه و اقتدار ماندگاری کسب کنند. لذا سلبریتی وقتی احساس مسئولیت اجتماعی و توهم روشنگری داشته باشد، به تخریب سیاست می‌انجامد.</p>	<p>تخریب سیاست</p>		

رویکردهای تجویزی

عنوان تحلیل	محور تحلیل	نمونه تحلیل ^۱
امنیتی - انتظامی	اختصاص گشت ارشاد ویژه	اختصاص گشت ارشاد ویژه برای برخورد با سلبریتی‌ها باعث جامعه پذیرتر شدن قوانین نظارتی و مجازاتی در کشور می شود.
	تخریب سرمایه اجتماعی	می باید نواقص و مفاسد سلبریتی‌ها با نام و نشان در تریبون‌های رسمی کشور نشان داده شود.
اجتماعی	سلب مرجعیت سیاسی	باید به این اجماع عمومی برسیم که سلبریتی جماعت را اثباتا و نفیا وارد ماجرای سیاسی نکنیم.
	ایجاد مطالبه اجتماعی	پوپش‌های گسترده ملی توسط رسانه‌ها برای ایجاد مطالبه اجتماعی برای برخورد با سلبریتی‌ها راه اندازی شود.
	دستاورد‌های نظام آشنایی با	می‌طلبند نظام سلبریتی‌ها پیش را به تور انقلاب گردی ببرد. باید دستشان را گرفت. به پاس شهرت و محبوبیت شان باید توان دفاعی، صنعتی، پزشکی و امنیتی نظام را و خیلی چیزهای دیگر را از نزدیک ببینند و لمس کنند.

۱. مشروح نظرات در پیوست گزارش ذکر شده است.

<p>مسدود سازی پلت فرم هایی که جریان سلبریتی ها راهبری آن را برعهده دارند و فرآیند مشهور کردن خود را در آن دنبال می کنند.</p>	<p>پلت فرم ها مسدودسازی</p>	<p>رسانه ای</p>	<p>۴</p>
<p>عدم نمایش سلبریتی ها در رسانه ملی و ابطال قراردادهای همکاری با آن ها باید در دستور کار قرار گیرد.</p>	<p>عدم نمایش در رسانه ملی</p>		
<p>بایستی آثار هنری و نمایشی سلبریتی های متخلف از تمامی رسانه ها و شبکه های اجتماعی حذف گردد.</p>	<p>حذف آثار نمایشی</p>		
<p>هالیود برای مهار و کنترل سلبریتی و هنرمندان از قراردادهای سفت و سخت قانونی با آنها استفاده می کند که محدودیت هایی در نقش آفرینی سیاسی اجتماعی ایجاد می نماید باید همین قوانین در کشور ما هم اجرا شود.</p>	<p>سیاست های هالیوود الگوگیری از</p>		
<p>بهبتر است جهت جبران خساراتی که به بیت المال و مردم فهیم ایران اسلامی وارد شده است، اموال سلبریتی ها و این شرکت ها مصادره شده و از این محل صرف جبران این خسارات گردد.</p>	<p>جبران خسارت</p>	<p>مالی</p>	<p>۳</p>
<p>تمام توان را به کار خواهیم گرفت تا معافیت مالیاتی سلبریتی ها از قانون بودجه حذف شود.</p>	<p>حذف معافیت مالیاتی</p>		
<p>می باید اموال سلبریتی هایی که در حوادث اخیر دخیل بوده اند ضبط و توقیف گردد.</p>	<p>توقیف اموال</p>		
<p>عدم ارائه مجوز تبلیغ و فروش به برندهایی که برای تبلیغ محصولات خود از سلبریتی ها استفاده می کنند.</p>	<p>لغو مجوز تبلیغات</p>		

<p>تنظیم مقررات ویژه و سخت گیرانه برای برخورد با هنرمندان و ورزشکارانی که موجب به هم زدن فضای عمومی جامعه می شوند.</p>	<p>تنظیم مقررات</p>	<p>تقنینی - قضایی</p>	<p>۵</p>
<p>باید سلبریتی‌هایی که با فضا سازی‌ها خود باعث گسترش دامنه آشوب و جان باختن تعداد قابل توجهی از هموطنان مان شدند مورد محاکمه قرار بگیرند.</p>	<p>محاکمه قضایی</p>		
<p>تصویب قانون برای ایجاد ممنوعیت فعالیت برای هنرمندان و ورزشکارانی که گرین کارت تابعیت کشورهای دیگری را دارا هستند.</p>	<p>ممنوعیت فعالیت دو تابعیتی‌ها</p>		
<p>قوه قضائیه باید جلسات دادگاه‌های سلبریتی‌ها را به صورت علنی برگزار کرده تا میزان عقل و منطق آن‌ها برای مردم آشکار شود.</p>	<p>برگزاری دادگاه‌های علنی</p>		



بخش دوم:

نقد رویکردها



نقد رویکردهای تبیینی

نقد اول:

آیا همه افراد مشهور، سلبریتی هستند؟! در عمده تحلیل‌های صورت گرفته هر فرد مشهوری که بروزات اجتماعی قابل توجهی دارد، سلبریتی شمرده شده است. این رویکرد تقریباً مطابق با فهمی است که امروز در فرهنگ سیاسی - رسانه‌ای کشور مسلط است. در اظهارات و موضع‌گیری‌ها، همه اقسام شهرت تحت عنوان سلبریتی مطرح می‌گردد و این رویه حتی در رسانه و تربیون‌های رسمی نیز بارها و بارها تکرار شده است. در پویشی که در چندماه گذشته توسط برخی جریان‌ها در فضای مجازی با هشتک "سلبریتی دوزاری" به راه افتاد، تقریباً همه شخصیت‌ها و افرادی که به دلیل داشتن برخی ویژگی‌ها و صفات خاص از دیگران متمایز شده و در نزد کثیری از مردم نیز شناخته شده بودند، مورد حمله قرار گرفتند.

این یگانه پنداری موجب شده است بسیاری از تحلیل‌گران

به پیروی از گفتمان حاکم، در مسأله شناسی پدیده سلبریتیسم از مدار موضوع خارج گردند و متعاقب آن در مقام توصیه یا تحلیل سیاست‌ها، به اعوجاج کشیده شوند. روشن است که در ذیل فرهنگ شهرت ما با گونه‌های متنوعی مواجه هستیم که عوامل شکل‌گیری و آثار اجتماعی بسیار متفاوتی دارند. این تفاوت تا جایی است که برخی از این مصادیق وجود و فعالیت شان برای جامعه ضروری بوده و در مقابل برخی دیگر، پیشران‌های مضر برای حیات عمومی به حساب می‌آیند. لذا توجه به این تفاوت‌ها و تمایز قائل شدن میان این گونه‌ها اولین قدم در طراحی سیاست‌هایی است که می‌بایست جامعه و حاکمیت بدان ملتزم باشند.

اما تفاوت میان مشهور بودن و سلبریتی بودن در چیست؟ سلبریتی شکل خاصی از شهرت است که اساساً ماهیتش با اشکال سنتی شهرت متفاوت بوده ولی در عصر حاضر، در حال غلبه بر همه اقسام دیگر است و این در صورتی است که اتفاقی که سلبریتی و فرهنگ آن برای جامعه رقم می‌زند بسیار عمیق‌تر و متفاوت‌تر از سایر موارد مشابه است. سلبریتی به طور کلی واجد ویژگی‌ها متمایزکننده‌ای است که به صورت مختصر ولی با اولویت به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود؛ ویژگی اول؛ شهرت یک سلبریتی لزوماً به جهت تخصص یا حرفه‌ای خاص نیست، برای یک شخص مشهور توجه، زمانی جلب می‌شود که کار یا خدمت قابل توجهی را صورت داده باشد اما سلبریتی‌ها که هدفشان صرفاً جلب توجه است، هیچ دستاورد واقعی در کارشان نیست، بلکه از تمامی فرصت‌ها و ابزارهای ممکن برای جلب توجهات به خودشان بهره می‌گیرند. ویژگی

دوم؛ سلبریتی‌ها پیامبران فرهنگ مصرفی هستند و از این جهت مهم‌ترین پیشران اجتماعی در تغییر سبک زندگی مخاطبین خود محسوب می‌شوند. توضیح این‌که الگوهای مصرف اصلی‌ترین بروز سبک زندگی ماست و سلبریتی‌ها مروجان کلیدی فرهنگ مصرف هستند. در واقع آن‌ها مبلغ محصولات خاصی نیستند بلکه سلبریتی مصرف را تبلیغ می‌کند، آن‌ها نه تنها مشوق مصرف کالاها هستند، بلکه خودشان نیز با سرعت به کالا مبدل شده و قیمت‌های مشخصی و در حال تغییری دارند. ویژگی سوم؛ اشکال قبلی معمولاً به صورت خودجوش و طبیعی به شهرت می‌رسیدند، در حالی که سلبریتی‌ها بدون حضور واسطه‌ها امکان مشهور شدن ندارند. امروز صنعتی در کشور ما شکل گرفته است که صحنه را برای ارائه و برجسته‌سازی چهره‌ها مدیریت می‌نماید و خرده سلبریتی‌ها را به سرعت به سلبریتی‌های بزرگ مبدل می‌نماید. ویژگی چهارم؛ سلبریتی‌ها برخلاف سایر شخصیت‌های مشهور به یک عرصه خاص تعلق ندارند و از جایگاه و موقعیت خود برای تولید سرمایه اقتصادی یا اجتماعی در سایر عرصه‌ها بهره می‌برند. ویژگی پنجم؛ نمایش، ماهیت اصلی زندگی یک سلبریتی است و موضوع نمایش هم روزمرگی آن‌هاست، در صورتی که بسیاری از هنرمندان یا ورزشکاران مشهور هیچ‌گاه ابعاد خصوصی و روزمره خود را در هیچ رسانه‌ای نمایش نمی‌دهند. نمایش روزمرگی یک سلبریتی مهم‌ترین ابزار او برای سرگرم نگاه داشتن مخاطبان و توسعه بخشیدن به خیل کنندگان است. به دلیل کم‌توجهی به این تفاوت‌ها، امروز اقسام متعدد شهرت با سلبریتی‌گری از هم تفکیک نشده است. بخشی از این درهم آمیختگی

شناختی به ماهیت جدید این پدیده در کشور باز می‌گردد اما تداوم این عارضه می‌تواند معضلاتی را برای ما به همراه داشته باشد؛ برای نمونه متأسفانه آثار اجتماعی مخرب سلبریتی‌گری در حال حاضر به پای جمع کثیری از هنرمندان و ورزشکاران مشهور نوشته می‌شود و یا این عدم تمایز موجب شده است بسیاری از جامعه هنری یا ورزشی ما خودشان هم توهم کنند که سلبریتی‌گری تداوم طبیعی مسیر شهرت است لذا با سرعت قابل ملاحظه‌ای به یک سلبریتی کامل مبدل خواهند شد. اما شاید مهم‌ترین آسیب به عرصه سیاست‌گذاری فرهنگی مرتبط شود که در آن راهبردهای رسانه‌ای و مراودات حاکمیتی به صورتی تعیین‌گردد که خود منشأ مصائب جدیدی برای جامعه ما باشد، کما این که در رویکردهای تبیینی فعلی که از سوی تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران به گوش می‌رسد این چنین است.

نقد دوم:



آیا سلبریتی ایرانی محصول جمهوری اسلامی است؟! بسیاری از تحلیل‌گران جبهه انقلاب، سخن گفتن خود از سلبریتی‌ها را با جملاتی آغاز می‌کنند که همگی مشعر به آن هستند که عامل شهرت و برجستگی این جریان، حمایت‌های حاکمیت و نظام اسلامی است. عباراتی چون؛ "سلبریتی‌ها با حمایت این نظام مشهور شدند"، "شما به واسطه پول بیت‌المال و فرصتی که نظام مقدس جمهوری اسلامی برای رشد و نمو در اختیاران قرار داد، به این جایگاه رسیدید"، "سلبریتی‌ها کسانی هستند

نمک خورده و نمکدان را شکسته‌اند و یک لگد هم به سفره زدند"، "این ورزشکاران، هنرمندان و چهره‌ها، هر اعتباری که دارند به برکت خون شهدا و نظام جمهوری اسلامی است". این تبیین از مسأله موجب شده است عمده این افراد تصور نمایند که ریشه شکل‌گیری، بروز و ظهور و اقتدار این جریان به رفتارهای حمایتی حاکمیت مرتبط است لذا در مقام تجویز هم با اتخاذ رویکردهای سلبی، توجه خویش را عمدتاً بر تقویت رفتارهای قهرآمیز نظام متمرکز می‌نمایند.

اما منشأ این رویکرد نادرست از کجاست؟ این برداشت به احتمال فراوان از عدم فهم نظام اجتماعی جدید ناشی می‌شود. واقعیت این است که ساختارهای اقتصادی و اجتماعی امروز ما از یک سو مبتنی بر جهان سرمایه داری مصرفی بوده و از سوی دیگر به شدت در دالان جامعه ای نمایشی سازمان یافته است و سلبریتی‌ها محصول تعامل میان اقتضائات این دو در بازار مصرف‌گرا، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های فراگیر هستند. اصلی‌ترین عامل قوام بخش به رسانه‌های جمعی، جست و جوی لذت و سرگرمی است و سلبریتی کسی است که دقیقاً زندگی او برای مردم سرگرم‌کننده است، بنابراین طبیعی است که سلبریتی‌ها به مهم‌ترین صحنه پردازان رسانه‌های امروز مبدل می‌شوند، به نحوی که برای یک مدیر رسانه ای روشن است که ماهیت رسانه با بازتولید فرهنگ سلبریتی‌گه خورده است. بنابراین سلبریتی یک پدیده جهانی است که در ایران همانند بسیاری از کشورهای دیگر برای کسب شهرت و تولید ثروت هیچ تکیه ای به ساختار حاکمیتی ندارد و این عقلانیت اقتصاد نمایش و رسانه است که به شدت به ترویج فرهنگ شهرت و همکاری با

این چهره ها توصیه می نماید. این رابطه تا حدی تنگاتنگ است که شاید تجویز حذف فرهنگ شهرت و سلبریتی ساز از رسانه به معنای تجویز حذف رسانه قلمداد گردد.

نقد سوم:

سلبریتی خوب کیست؟! منطق تمایز قائل شدن میان سلبریتی مطلوب از نامطلوب، یکی از رویکردهایی است که در میان تحلیل های صورت گرفته زیاد مدنظر بوده است، به خصوص پس از سخنرانی مقام معظم رهبری در تاریخ ۱۱ مهرماه و توصیه به عدم بروز حساسیت نسبت به برخی مواضع اخیر هنرمندان و ورزشکاران و دفاع از کلیت جامعه هنری و ورزشی، بسیاری مواضع خود را در افق تفکیک میان هنرمند خوب و بد تنظیم نمودند.

به صورت طبیعی سؤالی که برای ما مطرح می شود این است که شاخص موجود برای ایجاد این دوگانگی چیست؟ پاسخ تا حدودی واضح است؛ سال های متمادی است که به جهت غلبه رویکرد کارکردگرایانه و ابزاری در میان مدیران و سیاست ورزان کشور، "موضع گیری های سیاسی چهره های هنری - ورزشی" به عنوان ملاک اصلی تعیین شده است. اگر یک بازیگر در یک جشنواره یا فستیوال بین المللی علیه سیاست های جمهوری اسلامی موضعی اتخاذ کند، عنصر ناهنجاری تلقی شده و در صورتی که در یک توثیت یا استوری به نحوی حامی جهت گیری های سیاسی باشد، عنصری ارزشمند و قابل تکریم خواهد بود. این ملاک

سال هاست که به استاندارد رسانه ها و اظهار نظرکنندگان جریان انقلاب مبدل گشته و بعضاً موجبات بروز مواضع متناقضی هم شده است؛ در ماه های اخیراً پرویز پرستویی به جهت بروز رفتاری تند با یکی از عناصر ضد انقلاب در آمریکا قهرمان ملی لقب گرفت اما چند روز بعد به دلیل قرار دادن چند استوری اعتراضی در صفحه اینستاگرامی اش، به عنوان یک سلبریتی حقیر خطاب شد.

تلقی کاربران این شاخص، عموماً این است که موضع گیری سیاسی به روشن ترین وجه نشان دهنده همراهی یا عدم همراهی چهره ها با اراده جبهه حق یا باطل بوده لذا ارزیابی دقیقی برای تعیین نحوه مراد به آن ها برای ما فراهم می آورد. اما تجربه انقلاب به خصوص در دو دهه گذشته نشان می دهد این ملاک نه با نظام ارزشی انقلاب اسلامی همخوانی داشته، نه کارآمد بوده و نه جامعه پذیری دارد. چه عقلانیتی به ما توصیه می کند، شخصیتی که سال های سال با تولید برنامه های متنوعی به عنوان طنز، فرهنگ عمومی کشور را در تراز لودگی قرار داده است به دلیل مواضع نسبتاً همراهش با جمهوری اسلامی همواره مورد تکریم باشد اما به یکباره به دلیل یک درخواست اعتراضی برای عدم پخش برنامه تولیدی اش از رسانه ملی به بدترین وجه مورد هجمه قرار می گیرد؟! به نظر می رسد این رویکرد عمدتاً از گفتمانی ناشی می گردد که پدیده انقلاب اسلامی را به یک حزب سیاسی تقلیل داده است که تنها دغدغه آن حفظ بقاست و لذا نظام حساسیت آن بر حمایت یا عدم حمایت افراد تنظیم شده است و نه انطباق یا عدم انطباق فعالیت های آن ها با افق های تمدنی انقلاب.

نقد چهارم:

آیا سلبریتی‌ها به سفارش سفارت خانه‌ها یا سرویس‌های جاسوسی، لیدری اعتراضات را برعهده می‌گیرند؟! میزان قابل توجهی از قضاوت‌های جریان انقلاب، پیرامون واکنش جامعه هنرمندان و ورزشکاران نسبت به حوادث پس از درگذشت مهسا امینی به سرمایه‌گذاری بلندمدت برخی سفارت خانه‌ها بر روی این افراد اختصاص یافت. برای مثال؛ "دشمن از طریق زبان و صفحات مجازی آنها اغتشاش ایجاد کرد و جوانان را بدین وسیله تحریک کردند که به خیابان‌ها بیایند"، "مشخصاً سرخ‌هدایت جریان سلبریتی‌ها در ایران نیست و دستور از سفارتخانه‌ها می‌رسد"، یا "سلبریتی‌ها نسبت به کشور ثالث متعهد خواهند شد که به منافع آن کشور اهانت نکنند و مواضع کشورهای دیگر را در مسائل سیاسی و اجتماعی ایران اتخاذ کنند" و یا "سلبریتی‌هایی که برای خوشایند سفارتخانه‌های غربی، یا ارباب‌اژه به دست سعودی‌شان، یا فالوورها و دوستان آلبانی‌نشین‌شان مردم را فریب دادند، لایق بخشش نیستند."

واقع امر این است که در کنار وجود برخی ارتباطات امنیتی غیرقابل انکار، اما دلایل طبیعی تری وجود دارد که نادیده انگاشتن آن‌ها ما را به مسیرهای غلطی در تعامل با فرهنگ شهرت خواهد کشاند. در میان زمینه‌های بروز این واکنش‌ها چندین انگاره جدی وجود دارد؛ یک زمینه عدم وجود توازن در ابراز عقائد متنوع در جامعه است، وقتی جریان متمایل به غرب در ساحت رسانه‌ای و سیاسی فاقد تربیون شده طبیعی است که دیدگاه‌های اعتراضی از مسیرهای دیگری چون صفحات اینفلوئنسرها

یا هر مرجع اجتماعی دیگری ظاهر می شود. در این بین به دلیل فقدان تریبون های انتقادی و حاکم شدن فضای تک قطبی در کشور معترضین ناچاراً به رسانه ای به نام سلبریتی ها مراجعه نموده اند، در حالی که اساساً برای آن ها شأن سیاسی مهمی هم قائل نیستند. یا زمینه دیگر این گونه قابل توضیح است که؛ هنرمندان در طبقه ای از اجتماع زندگی می کنند که موضوع حقوق زن و آزادی پوشش جز نظام حساسیت آن هاست لذا بروز چنین واکنش هایی فارغ از دلالت های سیاسی و امنیتی آن برای حفظ جامعه دنبال کنندگان و مخاطبان طبیعی است.

نقد پنجم:



یکی از انگاره هایی که در خصوص زندگی ورزشکاران و هنرمندان وجود دارد، زیست مرفه و فساد آلود این قشر از جامعه است در این نگرش همه سلبریتی ها دارای یک زندگی اشرافی و مسرفانه هستند که بدون زحمت و تلاش به دست آمده است. این در حالی است که مطلعین از فضای هنرمندان در اظهارات خود خلاف این برداشت را بیان کرده اند. بنا بر گفته معاون وزیر ارشاد عده محدودی از هنرمندان و سلبریتیها دارای زندگی مرفه هستند و ۹۵ درصد فعالان صنوف مختلف هنری و سینماگران فاقد فعالیت مستمر شغلی در طول سال هستند و با مصائب بیکاری، فقر، فقدان ثبات اقتصادی و رفاه نسبی دست و پنجه نرم می کنند. علاوه بر این اطلاعات نمایشی از زندگی سلبریتیها که مبنای شناخت و تحلیل کنشگران جبهه انقلاب هست فارغ از واقعیت زندگی آنها بوده و به اذعان

برخی از هنرمندان این عرصه، بسیاری از صحنه های نمایشی در صفحات مجازی و زندگیهای لوکس نشان داده شده اجاره‌ای و فیک می‌باشد و درآمد‌هایی که اغلب هنرمندان دارند و کارهایی که انجام می‌دهند، برای گذران زندگی روزانه‌شان هم ناکافی است. بر این اساس توصیف‌های یک دست از جامعه هنرمندان و ورزشکاران با واقعیت صحنه فاصله بسیار دارد و نمیتوان بر اساس این نگرش سیاست‌های دقیق و مناسبی همچون رفع معافیت مالیاتی از همه آنان را پیشنهاد نمود.

نقد ششم:



یکی دیگر از گزاره های پر تکرار در افواه منتقدین به پدیده هنرمندان و چهره ها، عاملیت صداوسیما در شکل گیری سلبریتی هاست. در بیان یکی از منتقدین چنین آمده است: «پرورش سلبریتی از سیاست های صداوسیمای جمهوری اسلامی است». البته در این دیدگاه سلبریتی به معنای عام، شامل همه هنرمندان و ورزشکاران می شود. باورمندان به نقش رسانه ملی در شهرت و رشد هنرمندان در تجویزهای خود حذف و کنار گذاشتن این قشر از رسانه ملی را مطالبه می کنند. آنچه مشخص است این نوع نگاه ادراکی میان مایه است که بدون در نظر گرفتن مقتضیات زمانه کنونی ارتباط و تبادل بین رسانه و هنرمندان را نادیده می گیرد. این نکته که سلبریتی و رسانه دو مفهوم به هم متصل هستند که حیات و بقای هر کدام به دیگری وابسته است نباید در تحلیل ها مورد بی توجهی قرار گیرد، رسانه بر محور توجه مخاطب شکل گرفته و با قدرت

شهرت هنرمندان جذب مخاطب میکند و رسانه نیز در مقابل زمینه‌ی شهرت و معروفیت بیشتر هنرمندان را فراهم می‌سازد. اساساً شهرت نتیجه‌ی ناگزیر کار رسانه ایست.

نقد هفتم:

یکی از پیش فرض های جبهه انقلابی در نسبت با سلبریتی ها استفاده از ادبیات توهین آمیز و محقرانه می باشد. استفاده از هشتک "سلبریتی دوزاری" و بیان مطالب تحقیر آمیز واکنشهای بسیاری در شبکه های اجتماعی در برداشت. عباراتی چون نوکیسه های بی ریشه، تازه به دوران رسیده های بی اصالت، تاکید بر اتهاماتی چون روابط جنسی بین هنرمندان تاجایی پیش رفت که یکی از نیروهای منتسب به جبهه انقلاب در عباراتی تند اینچنین بیان کرد: "سلبریتی ها نسبت به زن و ناموسشان حساس نیستند (دیوث هستند) سلبریتی ها به روش دیوث ها زنان خود را در اینستاگرام برهنه می کنند". و فرد دیگری چنین گفت: «با توجه به آمار بالای تجاوز و تعرض جنسی در سینما و افشاگری های روزانه این جماعت دوزاری علیه هم! به نظر میاد اگر کسانی که بهشون تجاوز نشده اعلام کنند کاربردی تر باشد». این رویکرد با هدف سلب اعتبار از هنرمندان و سلبریتی ها مورد توجه است اما این تعمیم ها با توجه به بافت مذهبی جامعه ایران بازخوردهای منفی بسیاری داشته و موجب شده است میان قشر عظیم هنرمندان و ورزشکاران با جریان انقلاب شکافی پدیدار گردد.



نقد رویکردهای تجویزی

نقد اول: ↙

یکی از خطاهای مشترک در تجویزهای موجود تکیه و اصرار بیش از حد بر استفاده از ابزار اقتدار حاکمیتی است. یکی از ملاحظات در سیاست گذاری فرهنگی، تعیین وضعیت موضوع در توازن قدرت میان حاکمیت و جامعه است. اگر موضوع از آن دست مسائلی است که میزان دخالت جامعه در آن محدود باشد، موضوع را تحت رهبری دولت دانسته و در صورتی که امکان مداخله گری حاکمیت در آن پائین باشد موضوع تحت تسلط جامعه محسوب می گردد. عموماً در موضوعات تحت تسلط جامعه بهره گیری از ابزارهای قهرآمیز و متصلب نتایج نامطلوبی را به دنبال دارد. با این توضیح موضوع مدیریت سلبریتی ها به جهت پیوستگی بسیار شدیدی که با مناسبات اجتماعی دارد، مقوله مناسبی برای استفاده از روش های اقتدارگرایانه نیست.

نقد دوم:



بسته های پیشنهادی موجود بدون مطالعه پیشینه تعاملات جمهوری اسلامی با مجموعه شهرت مندان یا سلبریتی هاست. ما در ادوار گذشته تجربیات متعددی را در اجرای سیاست های نانوشته داشته ایم که در تجویزهای موجود هیچ اشاره ای به اثربخشی آن نشده است. سیاست گذاری فرهنگی نه یک پروژه بلکه یک پروسه طولانی مدت است، بخش بزرگی از این فرآیند به مسأله ارزیابی سیاست های پیشین و بازنگری در آن ها مربوط می گردد. متأسفانه به دلیل عدم پردازش آن مقاطع، در مجموعه توصیه های موجود اثری از بررسی پیامدهای آن دیده نمی شود. برای مثال یکی از سیاست های فعلی که در میان برخی برنامه سازان یا مدیران صدا و سیما مرسوم بوده این است که در ازای اعطای برخی مواهب کاری از هنرمندان انتظار دارند مواضع سیاسی یا فرهنگی همراه تری از خودشان نشان بدهند. اجرای بلندمدت این رویه موجب شده است تا از سویی در فضای هنرمندان کسانی که بر حسب عقیده می خواهند مواضع همسویی با سیاست های جمهوری اسلامی داشته باشند، مورد اتهام واقع شوند و از سوی دیگر زمینه ای برای کاسبی برخی دیگر از این افراد نیز فراهم گردد. لذا عملاً این رفتار مدیریتی هزینه های محیط را برای همراهی هنرمندان با گفتمان انقلاب بالاتر برده است.

نقد سوم:

ابزارهایی که در این تجویزها به بازی گرفته شده اند محدود و حداقلی است. این نقیصه به این دلیل وجود دارد که تحلیل کاملی از میدان سلبریتی گری ارائه نشده و بازیگران این میدان دقیقاً مورد شناسایی قرار نگرفته اند، زمانی که در یک تصویر نظام مند، شبکه ای از بازیگران مورد توجه باشند، طبعاً ابزارها و مدل های متناسب و متنوعی پیشنهاد می گردد. در تمامی تجویزهای موجود چون یگانه بازیگر میدان خود سلبریتی ها یا هنرمندان هستند، لذا توصیه ها نیز تک ساحتی و یک جانبه گرایانه است. برای مثال یکی از بازیگران مهم این میدان، واسطه ها هستند؛ سلبریتی ها بدون استثناء برای رسیدن به شهرت از مسیر واسطه گرها و دلال ها می گذرند و هیچ سلبریتی ای بدون واسطه های فرهنگی به شهرت دست پیدا نمی کند. این واسطه گرها هستند که صحنه حضور سلبریتی ها در مقابل دیدگان عامه را مدیریت می کنند. معروفترین واسطه ها؛ بازاریاب ها، باشگاه های بدنسازی، فعالان مد و مدیران برنامه های هنری هستند. لذا توجه به منطقی و قواعد این بازار واسطه ای، ایده هایی را برای مدیریت پذیر نمودن آن ها فراهم می آورد.

نقد چهارم:

تجویزها مبتنی بر یک نظریه، سیاست و خط مشی مشخص و روشن نیست. برای نمونه همزمان افرادی که در تبیین پدیده سلبریتیسم آن را بخش مهمی

از جهان سرمایه داری می دانند و به نحو انتقادی آن را تحلیل می نمایند در مقام تجویز خواهان اجرای سیاست هایی مشابه قوانین هالیوودی شده اند. این درحالی است که شکل گیری جریان سلبریتیسم جهانی بخشی از سیاست های هالیوود است و تنظیم مقررات برای محدودسازی و کنترل این جریان خودش راهبردی برای حفظ اثرگذاری آن در حد استاندارد و بهینه است. بنابراین اگر جریان سیاست گذاری کشور با دغدغه جلوگیری از فعالیت پیشران های اقتصاد مصرفی بخواند با فرهنگ شهرت و شهرت طلبان مقابله نماید، نبایست به دنبال اجرای قوانینی باشد که در عمل تثبیت کننده جریان سلبریتی گری در کشور خواهند شد.

نقد پنجم:



یکی از ملاحظات کلیدی برای تحلیل و تجویز عقلانی سیاست ها، بررسی هزینه - فایده می باشد. نکته اساسی در این ملاحظه این است که هزینه های یک سیاست را می توان محاسبه نمود و آن را با منافع حاصل از اجرای آن سنجید. طبعاً اگر گزینه های متعددی وجود داشته باشد در قیاسی میان آن ها، گزینه ای را که دارای حداکثر فایده خالص است را بایستی تجویز نمود. بسیاری از آفت ها و مضراتی که در بیان تحلیل گران جبهه انقلاب پیرامون رفتار و حرفه سلبریتی ها بیان می شود در جای خود صحیح است اما راهکارهای پیشنهادی عمدتاً دارای هزینه هایی است که بدون تراز آن در برابر منافع احتمالی مورد طرح قرار می گیرد. برای نمونه پیشنهاد سلب مرجعیت اجتماعی از سلبریتی ها از طریق

محدود سازی نمایش آن‌ها در برنامه‌های صدا و سیما منافی را در پی خواهد داشت اما همین سیاست مضرات متعددی دارد. یکی از این مضرات خروج چهره‌های مؤثر از صدا و سیما و نقش آفرینی بیشتر آن‌ها در بخش‌های مدیریت ناپدیدتر رسانه‌ای همچون بخش شبکه نمایش خانگی، ویدئو رسانه و آثار سینمایی است که تداوم آن می‌تواند رسانه ملی را به طور جدی با بحران مخاطب روبرو کند.

نقد ششم:

یکی از عناصر اصلی در تحلیل سیاست، بررسی علل پدید آمدن مسأله‌ای است که آن سیاست در جهت ساماندهی به آن شکل گرفته است. بخش قابل توجهی از تجویزهای ذکر شده در این گزارش، فاقد علت یابی هوشمندانه است. در مسیر سیاست گذاری توجه به لایه‌های عمیق‌تر، ساختاری، گفتمانی و اسطوره‌ای باید جایگزین نمودهای سطحی و روئین مسأله شوند. واقعیت این است که سیاست‌هایی که تا به امروز برای تعامل با جریان سلبریتیسم مطرح می‌شود کمتر واجد یک ریشه‌یابی و علت‌سنجی واقع بینانه می‌باشد. برای نمونه یکی از علت‌های احتمالی برای فراگیر شدن ورودهای سیاسی هنرمندان در بزنگاه‌ها، یکدست سازی جریان سیاسی کشور و فقدان تربیون‌های اعتراضی است. زمانی که تنها رسانه برای انتقال رویکردهای انتقادی به سیاست‌های حاکم بر کشور صفحات مجازی است نباید انتظار داشت که چهره‌های محبوب و مورد توجه مردم ورودهای سیاسی یا اجتماعی

نداشته باشند. این در حالی است انگاره بسیاری از تجویزکنندگان این است که علت و انگیزه اصلی برای ورودهای سیاسی این افراد تلاش برای اخذ گرین کارت و دریافت تابعیت از کشورهای دیگر است! زمانی که علت یابی دقیقی صورت نیافته باشد، به دنبال حذف معلول‌ها هستیم در حالیکه علت باقی است و در ادامه این علل خود را در معلول‌ها و آثار و نشانه‌های بدیعی مجدداً بازتولید خواهند نمود.

نقد هفتم:

تجویزهای مطرح شده عموماً غیرفرآیندی و دفعی است. یک سیاست زمانی می‌تواند اثرگذار باشد که بر اساس یک رویکرد آینده‌پژوهانه گام‌های بعدی خود را بر اساس مجموعه بازخوردهای اجتماعی و اقتصادی پیش‌رو تعیین کرده باشد. خطوط اصلی که تا به امروز برای مدیریت جریان سلبریتی در کشور پیشنهاد می‌شود عمدتاً یک خطی است و ماقبل و مابعد آن مشخص نیست. برای نمونه لغو مجوز تبلیغات که چند ماهی است از سوی شهرداری تهران و برخی نهادهای دیگر در دستور کار قرار گرفته است و همچنان هم در برخی نطق‌ها در عداد سیاست‌های قطعی مطرح می‌شود، واجد آثار خاص در عرصه اقتصادی خواهد بود. حال سؤال این است که پیشنهاددهندگان و مجریان در گام بعدی برای کنترل آن چه ایده‌سیاستی داشته و چگونه می‌خواهند آن را اعمال نمایند!؟

نقد هشتم:

سیاست باید منعکس کننده مصلحت یا منفعت عمومی باشد در حالیکه عمده کنشگران و کارگزاران در مقام تحلیلگر سیاستی، تبیین های خود را متوجه مصلحت نظام ساخته اند. ادبیاتی مانند؛ پاسداری از خون شهدا، خنثی کردن توطئه دشمنان، کور نمودن چشم فتنه، مقابله با مزدوران استکبار، دفاع از گفتمان مقاومت و ... کفه تحلیل های پشتیبانی کننده تجویزها را به سمت چشم انداز حفظ نظام سنگین نموده است. این در صورتی است که یک سیاست یا خط مشی ملی برای استقبال فراگیر می بایست مبتنی بر ادبیاتی باشد که نشان دهنده عقلانیتی است که دغدغه حفظ منافع ملی و عمومی را داراست.

نقد نهم:

مجموعه تجویزهایی که به صورت مطلق درخواست ممنوعیت مرجعیت سازی در رسانه ها و به خصوص رسانه ملی را دارند، ذهنیت عمیقی از ماهیت رسانه ندارد. ماهیت و ذات رسانه، مرجعیت ساز است، لذا توصیه به خودداری از مرجع سازی، فرآیند سیاست گذاری را مدیریت ناپذیر می گرداند. در همین حال تلویزیون در این زمینه با تعارضی در منافع خود روبروست، چون صداوسیما از یک سو با مرجع سازی منافع زیادی را از مسیر سرمایه مخاطبین و تبلیغات برای خود فراهم می کند ولی از سوی دیگر با ایجاد این جریان هزینه های بالای سیاسی - اجتماعی را پرداخت می نماید.

نقد دهم:

در تعداد قابل توجهی از رویکردهای تجویزی موجود، اساساً مقوله ای به نام افکار عمومی و جامعه وجود ندارد. یکی از علل ناکام ماندن اجرای سیاست های فرهنگی در ایران بی تفاوتی به اراده عمومی است. قانون فعلی عفاف و حجاب که بخشی از آن توسط پلیس امنیت اخلاقی اجرا می گردد، نمونه واضحی از روحیه اجرای سیاست فارغ از توجه به زمینه روانی آن در جامعه است. در میان تحلیل های بررسی شده تقریباً هیچ پیشنهادی در جهت ایجاد اجماع یا توافق یا حتی توجیه اجتماعی وجود ندارد. پس از شکل گیری حوادث و اغتششات اخیر، بنابر توصیه بسیاری از صاحبان نفوذ و تریبون در جبهه انقلاب، برخی از پیام رسان ها و پلت فرم ها در حالت مسدودی به سر می برند و این در حالی است که افکار عمومی هیچ گونه آمادگی برای پذیرش یکباره این اقدام را ندارد. یکی از تبعات این رویه در فضای سیاست گذاران این است که به مرور اقتدار حاکمیتی برای مداخلات در امور فرهنگی - اجتماعی کاسته خواهد شد. در شرایطی که در دوران حاضر جامعه ایران تحت شدیدترین محاصره تبلیغی رسانه های معاند قرار دارد، اتخاذ هر سیاستی بیش از پیش نیازمند اجرای سناریوهایی است که نتیجه آن اقناع و همراهی جامعه باشد.



W W W . R B O . I R