

Identifying and Analyzing the Role of Celebrities in the Political Development of Iran (2019–2023)

Seyed Shamsedin Sadeghi 

Associate Professor, Department of Political Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran

Javad Biglari* 

Ph.D Student, Political Sociology, Razi University, Kermanshah, Iran

Masoud Akhavan Kazemi 

Professor, Department of Political Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran

Introduction

Today, with the rapid advancement of information and communication technologies, we are witnessing the widespread presence of social networks and media in various aspects of sociopolitical life. One of the most important features that distinguishes social networks from traditional media is their multimedia nature and free accessibility, allowing users to share their daily lives, preferences, thoughts, and beliefs. In doing so, they present themselves in ways that can influence others, seek recognition, and gain fame. In today's highly-mediated societies, individuals who succeed in attracting large numbers of followers in virtual space and social networks are recognized as celebrities or public figures. While *celebrity* literally means fame and reputation, a broader definition includes individuals who become widely-known figures thanks to platforms such as social networks, television, or cinema. These

* Corresponding Author: biglarijavad@gmail.com

How to Cite: Sadeghi, Sh., Biglari, J & Akhavan Kazemi, M, (2025), "Identifying and Analyzing the Role of Celebrities in the Political Development of Iran (2019–2023)", *Political Strategic Studies*, Vol. 14, No. 54, 1-40.

Doi: [10.22054/QPSS.2024.80375.3424](https://doi.org/10.22054/QPSS.2024.80375.3424).

individuals attract followers to their thoughts, ideas, and behaviors. In Iran, this phenomenon has been particularly noticeable since the mid-2000s, with the introduction of the country's first social network, called *Orkut*, followed by platforms such as Facebook, Twitter, Instagram, and Telegram. These networks have made it easier for prominent figures in sports, the arts, and other fields to share their opinions, express their views, and communicate their ideas and concepts directly to citizens. The emergence and growing influence of celebrities in political, social, cultural, and economic spheres is highly significant and should be examined as an emerging social issue.

With the decline of citizens' political trust in governments and the widening gap between the two, celebrities increasingly gain influence within society. People often look to these figures as benchmarks to evaluate their own behavior and adopt new social patterns. As a result, the widespread influence and acceptance of celebrities make their actions and behaviors a standard for judgment among social actors. Because of their prominence in the public imagination, many celebrities extend their influence into areas outside their expertise (e.g., politics, social sciences, etc.) where they often express non-expert opinions. In particular, the close association between politics and celebrity has given rise to what is known as *celebritization of politics*. A key factor driving this phenomenon is the increasing mediatization of societies. Today, celebrities play a crucial role in setting political agendas, giving political clues, and guiding or redirecting public opinion through social networks. As the celebritization of politics continues, celebrities' involvement in political affairs will become even more prominent. Through their persuasive power and influence, they can capture the attention of the media, organizations, institutions, and the wider public, thereby reshaping the priorities in the evaluative process. In this process, rational choices are often replaced by superficial and emotional ones. The current study aimed to examine the challenges to political development in Iran posed by the involvement of celebrities in politics. The central question is: What obstacles have celebrities created in the path of political development in Iran through their

involvement in politics? The study is based on the hypothesis that by reflecting the superficial and often false needs of society and citizens, celebrities create significant barriers to political development and to the realization of maximum democracy. Focusing on the period 2019–2023, the paper argues that celebrities, in their pursuit of greater popularity, exert a broad influence on political trends by shaping public opinion, particularly through extensive self-promotion and advertising on platforms such as Instagram.

Literature Review

Several studies have explored the challenges of political development in the Islamic Republic, as well as the role of celebrities therein. For example, their article titled “Social Pathology of Iranian Microcelebrities on Instagram,” Shariati-Shiri and Naqibzadeh (2023) examined the rise and influence of microcelebrities on Instagram using a qualitative approach and network analysis. Their findings indicate that microcelebrities can have numerous negative effects on society, including altering reference groups, isolating elites, and increasing verbal violence. In an earlier study titled “Challenges of Democracy in the Age of Celebrityization of Politics,” Naqibzadeh and Shariati-Shiri (2022) used a descriptive–analytical method to address the growing involvement of celebrities in politics. The research suggests that the challenges facing democracy in the age of celebrityized politics can be understood in three stages: 1) the setting of political agendas and distraction tactics, 2) the dramatization of politics and degradation of democratic processes through scandals, and 3) the weakening of the party system and the final decline of political development. Moreover, in “Acceptance of Celebrities in Political Participation From the Point of View of Social Media Audiences,” Esmaili et al. (2023) studied selected Iranian celebrities on Instagram using a qualitative approach. Their analysis concluded that the public generally does not view celebrities as acceptable actors in political or social activities.

Materials and Methods

This research used a descriptive–analytical approach to examine the role of celebrities in the political development of the Islamic Republic of Iran during 2019–2023. It relied on library research to collect the data from various sources. Using Ferdinand de Saussure’s semiotic method, the study analyzed the Instagram posts of six celebrities published during 2019–2023.

Results and Discussion

The analysis yielded several findings. The influence of celebrities has contributed to the polarization of society, interference in policymaking and decision-making processes, and the dramatization of politics. Additionally, celebrities have played a role in the replacement of the monarchy with the Islamic Republic, the diversion of social movements, and the violation of citizens’ rights by encouraging Western countries to impose double sanctions on Iran. Due to their widespread impact on public opinion, celebrities have attempted to intervene in various spheres of society, significantly affecting the processes of democratization and political development. However, as celebrities increasingly seek fame and public attention, their actions have transformed politics into a form of showmanship and turned democracy into a culture of fame.

Conclusion

Celebrities have gained a prominent position due to the appeal of their personal lives, their ideas, and their ability to connect with members of society. At the same time, the gap between the government and the public, along with citizens’ lack of political trust in officials, has created an opportunity for their influence. As a result, celebrities often seek to increase their fame by interfering in political and social affairs, turning political development into a form of showmanship.

Keywords: Political Development, Celebrity, Semiotics, Celebrityization of Politics, Social Networks.



شناسایی و تحلیل نقش آفرینی سلبریتی‌ها در توسعه سیاسی ایران (۱۳۹۸-۱۴۰۲)

سیدشمس‌الدین صادقی  دانشیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

جواد بیگلری *  دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

مسعود اخوان کاظمی  استاد گروه علوم سیاسی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

چکیده

با گسترش شبکه‌های اجتماعی، سلبریتی‌ها به‌عنوان گروه مرجع جدید اقدام به انعکاس دغدغه‌های مختلف مردم از طریق رسانه‌های مذکور نمودند. همین قضیه منجر به تاثیرگذاری این قشر از جامعه در فرایند توسعه سیاسی می‌گردد و موانعی را در این عرصه به‌وجود می‌آورد. پرسش این است که سلبریتی‌ها چه نقش و جایگاهی در توسعه سیاسی ایران داشته‌اند؟ فرضیه این است که با توجه به مرجعیت چهره‌ها و سلبریتی‌زدگی سیاست در جمهوری اسلامی، این گروه می‌تواند موانعی جدی در روند توسعه سیاسی به‌وجود آورد. این مقاله با بهره‌گیری از رویکرد نشانه‌شناسی، پست‌ها و استوری‌های سلبریتی‌ها که به‌صورت هدفمند در سکوی اینستاگرام انتخاب شده‌اند را برای نشان دادن تضعیف روند توسعه سیاسی به دلیل نقش آفرینی سلبریتی‌ها در سیاست ناشی از مرجعیت یافتن آنان در جامعه مورد خوانش قرار داده و با به‌کارگیری روش کیفی از نوع تحلیل محتوا کیفی و با استناد به منابع کتابخانه‌ای، اثرات مداخله ستاره‌ها در روند فرسایش توسعه سیاسی مورد واکاوی قرار گرفته است. هدف این پژوهش نیز نشان دادن نقش سلبریتی‌ها در تضعیف فرایند توسعه سیاسی و سلبریتی‌زدگی سیاست می‌باشد که مداخلات آنها در آینده منجر به نتایجی خواهد شد که روند توسعه سیاسی را مختل خواهد نمود.

واژگان کلیدی: توسعه سیاسی، سلبریتی، نشانه‌شناسی، گروه مرجع، شبکه‌های اجتماعی.

مقدمه

امروزه با پیشرفت روزافزون فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، به‌طور چشمگیری شاهد حضور رسانه‌های فراگیر و شبکه‌های اجتماعی در عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی-سیاسی می‌باشیم؛ یکی از مهم‌ترین کارکرد شبکه‌های اجتماعی که آن را از سایر رسانه‌ها متمایز می‌سازد، چندرسانه‌ای و دسترسی آزاد به آن است که کاربران می‌توانند زندگی روزمره، سلاقی، افکار، اعتقادات و غیره خود را برای تاثیرگذاری بر دیگران از طریق همزادپنداری و کسب شهرت منتشر نمایند. از آنجا که در عصر حاضر جوامع به‌شدت رسانه‌ای شده‌اند، افرادی که توانسته‌اند پیروان زیادی را در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به سمت خود جذب نمایند، با عنوان سلبریتی یا چهره شناخته می‌شوند. سلبریتی در لغت به معنی آوازه و شهرت است؛ اما در تعریفی جامع‌تر می‌توان چنین بیان نمود که سلبریتی به اشخاصی دلالت دارد که رسانه‌های اجتماعی نظیر شبکه‌های اجتماعی، تلویزیون و سینما آنها را به یک چهره معروف و مشهور همچون هنرمندان، ورزشکاران و غیره تبدیل نموده و از این‌رو توانسته‌اند پیروان بسیاری را جذب افکار، ایده‌ها و رفتار خود کنند (اسماعیلی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۱۹۷). در کشورمان نیز تقریباً از اواسط دهه ۸۰ شمسی با حضور اولین شبکه اجتماعی در کشورمان به نام/ورکات و سپس سایر شبکه‌های اجتماعی مختلف و متعدد همچون فیسبوک، توئیتر، اینستاگرام، تلگرام و... باعث سهولت کار چهره‌های شاخص ورزشی، هنرمندان و غیره در ابراز افکار و عقاید و دیدگاه‌های خود و انتقال نظرات و مفاهیم مدنظر خود به شهروندان گردید (بیگلری؛ اخوان کاظمی، ۱۴۰۱: ۷۰).

ظهور و تاثیر سلبریتی‌ها در شئون مختلف زندگی سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... اهمیت فراوانی دارد و باید به آن از دیدگاه یک مسئله اجتماعی نوظهور پرداخت. از این‌رو باید به این نکته اشاره نمود که با توجه به کاهش اعتماد سیاسی شهروندان به حکومت‌ها و ایجاد شکاف میان آنان، نفوذ سلبریتی‌ها در میان آحاد جامعه افزایش می‌یابد و شهروندان برای سنجش و ارزیابی رفتارهای خود، شاخص‌ها و الگوهای جدیدی را که از آن به‌عنوان گروه مرجع یاد می‌شود، انتخاب می‌نمایند. به همین سبب با نفوذ اجتماعی

گسترده و مقبولیت سلبریتی‌ها، رفتار اجتماعی این قشر از جامعه مبنا و معیار قضاوت کنشگران اجتماعی به عنوان گروه مرجع جدید قرار می‌گیرد. با توجه به مرجعیت گسترده چهره‌های شاخص در اذهان عموم جامعه، این قشر اقدام به دخالت در زمینه‌های غیرمرتبط و غیر تخصصی خود از جمله در حوزه مسائل سیاسی، علوم اجتماعی و غیره می‌نمایند و اظهارنظرهای غیرکارشناسی به‌ویژه در حوزه سیاست می‌کنند؛ به گونه‌ای که می‌توان گفت سیاست و سلبریتی در هم تنیده شده‌اند. عجین شدن بیش از پیش سیاست و سلبریتی که ما امروزه شاهد آن هستیم، منجر به سلبریتی‌زدگی سیاست گردیده است؛ مهم‌ترین عامل این امر را می‌توان در رسانه‌ای شدن جوامع جستجو نمود. امروزه افراد نامور از طریق شبکه‌های اجتماعی در تعیین دستورکارهای سیاسی و دادن سرنخ‌های سیاسی، تغییر و هدایت افکار عمومی نقش برجسته‌ای ایفا می‌نمایند. با تداوم سلبریتی‌زدگی سیاست و مرجعیت آنان برای شهروندان، حضور سلبریتی‌ها در امور سیاسی پررنگ‌تر خواهد گردید؛ به شکلی که آنان با استفاده از قدرت نفوذ و اقناع خود می‌توانند توجه رسانه‌ها، سازمان‌ها و نهادها و اکثر شهروندان را به خود جذب نمایند و جایگاه مسائل اصلی و فرعی را در سنجش‌گری‌ها تغییر دهند و انتخاب‌های سطحی و احساسی را جایگزین انتخاب عقلانی نمایند. از این رو نویسندگان بر این باورند که افراد نامور درصدد آن هستند که از طریق هدایت افکار عمومی، به واسطه تبلیغات گسترده در اینستاگرام به دنبال کسب محبوبیت بیشتر و تاثیرگذاری گسترده بر روندهای سیاسی هستند. هدف این پژوهش نیز بررسی چالش‌های توسعه سیاسی در ایران ناشی از نقش‌آفرینی سلبریتی‌ها در سیاست در قالب گروه مرجع جدید می‌باشد؛ زیرا که آنان به دنبال تبدیل سیاست به سیاست نمایشی هستند که همین امر در نهایت منجر به تضعیف روند توسعه سیاسی در ایران خواهد شد. برای این منظور با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، جایگاه سلبریتی‌ها در توسعه سیاسی در جمهوری اسلامی ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد. پرسشی که در اینجا مطرح گردیده آن است که سلبریتی‌ها با نقش‌آفرینی در سیاست چه موانعی را در مسیر توسعه سیاسی در ایران ایجاد نموده‌اند؟ در پاسخ به پرسش فوق، این فرضیه مورد بررسی قرار گرفت که آنها با انعکاس نیازهای کاذب و سطحی جامعه و شهروندان، موانع بزرگی را در مسیر

توسعه سیاسی و فرایند دموکراسی حداکثری ایجاد می‌نمایند. همچنین در این نوشتار از منابع کتابخانه‌ای و اطلاعات سایت‌های معتبر برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است.

پیشینه پژوهش

در این نوشتار با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل محتوای کیفی به بررسی نقش و جایگاه سلبریتی‌ها در ایران از سال ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲ و تأثیرات مخرب حضور آنان بر فرایند توسعه سیاسی و روند تضعیف آن در جمهوری اسلامی ایران پرداخته می‌شود. هرچند در گذشته در قالب مقاله و تحلیل‌های مختصر در باب این موضوع تحقیقاتی صورت پذیرفته، اما هیچکدام به‌طور خاص و در چارچوبی هدفمند، چالش‌های توسعه سیاسی ناشی از مداخله سلبریتی‌ها در سیاست را مورد بررسی قرار نداده‌اند. فلذا از این منظر تحقیق مذکور دارای نوآوری و تازگی و به نوعی تمایز می‌باشد، به‌عنوان نمونه به چند اثر در این زمینه اشاره می‌شود:

نقیب‌زاده و شریعتی شیری (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان «آسیب‌شناسی اجتماعی میکروسلب‌ریتی‌های ایرانی در اینستاگرام» به بررسی رشد میکروسلب‌ریتی‌ها در اینستاگرام پرداخته و کوشیدند با روش کیفی و از تکنیک شبکه‌نگاری، تأثیر آنان بر اینستاگرام و جامعه را مورد خوانش قرار دهند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که میکروسلب‌ریتی‌ها موجب شکل‌گیری آسیب‌های متعددی در جامعه از جمله تغییر گروه‌های مرجع، انزوای نخبگان، خشونت کلامی و غیره می‌شوند.

نقیب‌زاده و شریعتی شیری (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «چالش‌های دموکراسی در عصر سلبریتی‌زدگی سیاست» به موضوع مهم دخالت سلبریتی‌ها در عرصه سیاست با به‌کارگیری روش تحلیل محتوای کیفی می‌پردازند. یافته‌های پژوهش موید آن است که چالش‌های دموکراسی در عصر سیاست سلبریتی‌زده را می‌توان در سه گام بررسی و تحلیل نمود که در این راستا می‌توان به تنظیم دستور کار سیاسی و سیاست حواس‌پرتی، سیاست رسوایی: نمایشی شدن سیاست و فروکاستن دموکراسی و در انتها تضعیف نظام حزبی و افول توسعه سیاسی اشاره نمود.

اسماعیلی و دیگران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «مقبولیت سلبریتی‌ها در مشارکت‌های سیاسی از نظر مخاطبان شبکه‌های اجتماعی» با بررسی سلبریتی‌های منتخب ایران در شبکه اجتماعی اینستاگرام از طریق روش کیفی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها به این نتیجه رسیدند که سلبریتی‌ها در فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی مقبولیتی ندارند.

عباسی و جعفری (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تاثیر کنش‌های اینستاگرامی سلبریتی‌ها بر سبک زندگی کاربران ایرانی» که از طریق پیمایش انجام شده است به این نتیجه رسیده‌اند که کنش‌های سلبریتی‌ها بر سبک زندگی کاربران ایرانی تاثیرگذار بوده و در مجموع ۲۵ درصد از واریانس مربوط به تغییرات سبک زندگی کاربران ایرانی اینستاگرام، از طریق الگو قراردادن رفتارهای سلبریتی‌ها معین می‌گردد.

چارچوب نظری پژوهش

در این نوشتار نویسندگان بر این باورند که سلبریتی‌ها با توجه به مرجعیت یافتن نزد شهروندان و کاهش اعتماد سیاسی مردم به مسئولین، می‌توانند نقش موثری در فرایند توسعه سیاسی داشته باشند. از این رو در این مقاله سعی شد تا چالش‌های توسعه سیاسی ناشی از نقش آفرینی سلبریتی‌ها در مسائل سیاسی - اجتماعی مورد واکاوی قرار گیرد.

الف - نظریه گروه‌های مرجع رابرت مرتن

مرتن^۱ در طرح نظریه گروه مرجع بر این موضوع تاکید دارد که انسان‌ها در رفتار و ارزیابی‌های خود جهت‌گیری‌هایشان را متناسب با گروه‌هایی که به عنوان چارچوب مرجع انتخاب می‌کنند، تنظیم می‌نمایند (Merton, 1957: 282). وی انواع کارکرد گروه‌های مرجع را با عنوان گروه‌های "مرجع هنجاری" و "تطبیقی" معرفی و تامین استانداردها و چارچوب مقایسه لازم برای افراد را کارکردهای اصلی آن‌ها تلقی می‌کند. او سپس مفهوم گروه را تعریف و ملاک‌های عضویت و عدم عضویت در یک گروه را مشخص می‌سازد: «مفهوم جامعه‌شناختی گروه به معنی تعدادی از افراد است که بر اساس الگوهای مشخص با یکدیگر تعامل دارند» (Merton, 1957: 285). از این رو ملاک عضویت در یک گروه

1. Robert Merton

عبارت است از کنش متقابل الگودار، احساس عضویت در گروه و پذیرش عضویت توسط سایرین. البته با توجه به پویایی ساختارها و تغییر شرایط عینی و ذهنی در جامعه؛ یک فرد ممکن است در شرایط مختلف و نیز از جهات مختلف عضو گروه‌های متفاوت تلقی گردد. از سوی دیگر کسانی که عضو یک گروه نیستند وضعیت و شرایط متفاوتی دارند. عدم عضویت در گروه حالات گوناگونی دارد. کسی که عضو گروه نیست ممکن است شرایط و قابلیت عضویت در گروه را داشته یا نداشته باشد. همچنین با فرض بهره‌مندی از شرایط عضویت ممکن است نسبت به گروه، موضع مثبت، منفی یا خنثی داشته باشد. این حالات و نسبت‌ها، روابط گوناگونی بین فرد و گروه برقرار می‌نماید که رویکرد فرد را برای انتخاب گروه به‌عنوان چارچوب مرجع تحت تاثیر قرار می‌دهد. همچنین ویژگی گروه از حیث بسته یا باز و انعطاف‌پذیر بودن نسبت به پذیرش اعضای جدید، قابلیت آن را برای تبدیل شدن به گروه مرجع، تحت تاثیر قرار می‌دهد. بنابراین در صورتی که فرد تمایل به عضویت در یک گروه داشته باشد و گروه نیز نسبت به پذیرش اعضای جدید انعطاف‌پذیر باشد، بیشترین احتمال برای جامعه‌پذیری و تاثیرپذیری فرد از هنجارها و ویژگی‌های گروه مزبور و احیاناً تحرک اجتماعی وی به‌وجود می‌آید. در جوامعی که دارای ساختار اجتماعی باز هستند، انتخاب گروه‌های غیرعضویت گوناگون به‌عنوان چارچوب مرجع افراد محتمل‌تر و در نتیجه امکان تحرک اجتماعی و بروز تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌ها بیشتر است. طبیعتاً میزان ارتباط مستقیم و غیرمستقیم افراد با گروه‌های مختلف و آشنایی با ویژگی‌ها و مزایای آن‌ها نیز در گرایش فرد نسبت به این گروه‌ها تاثیر می‌گذارد.

لازم به ذکر است که مفهوم گروه مرجع در کاربرد کلی آن به گروه‌های اجتماعی به معنای جامعه‌شناختی آن محدود نمی‌شود بلکه شامل «دسته‌های اجتماعی»، «مجموعه‌های اجتماعی» و حتی «افراد» هم می‌گردد. به عبارت دیگر در نظریه گروه مرجع؛ افراد، مجموعه‌ها و دسته‌های اجتماعی نیز ممکن است به‌عنوان گروه مرجع در نظر گرفته شوند. بنابراین فرایند انتخاب گروه مرجع، انتخاب گروه یا افراد به‌عنوان چارچوب مرجع را نیز شامل می‌گردد. حال این افراد یا گروه‌ها ممکن است مربوط به «گروه عضویت» یا «گروه

خودی» باشند یا «گروه‌های غیرعضویت» یا «غیرخودی» (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱: ۱۶۲-۱۶۱).

مسئله مهم در نظریه گروه مرجع این است که چه عواملی باعث می‌شود که فرد، گروه عضویت یا گروه غیرعضویت را به‌عنوان گروه مرجع انتخاب نماید؟ در پاسخ به این پرسش چهار فرضیه در نظریه مرتن عرضه شده که:

الف- انتخاب گروه مرجع تابع توانایی گروه‌ها برای تامین منزلت و پرستیژ اجتماعی بر اساس ساختار نهادی جامعه برای افراد است. بنابراین تامین منزلت اجتماعی، پایه و عامل اصلی انتخاب گروه مرجع است.

ب- اعضای ایزوله و حاشیه‌ای گروه، آمادگی بیشتری برای پذیرفتن ارزش‌های گروه‌های غیرعضویت و انتخاب آن‌ها به‌عنوان گروه مرجع دارند. پیتربلا^۱ با بسط این فرضیه، مصادیق افراد منزوی را مشخص کرده است. از نظر وی افرادی که از لحاظ اجتماعی ستیزه‌جو و اهل درگیری هستند، افرادی که سبک زندگی طبقات با منزلت‌تر از گروه خود را پذیرفته‌اند، اعضای سرخورده گروه نخبگان و بالاخره افرادی که رویکرد سیاسی گروه‌های اقلیت را پذیرفته‌اند، نمونه‌هایی از افراد منزوی محسوب می‌شوند.

الف- در نظام‌های اجتماعی باز که میزان تحرک اجتماعی نسبتاً بالاست، گرایش به انتخاب گروه‌های مرجع غیرعضویت بیشتر است. زیرا در این نوع جوامع؛ انتقال به سایر گروه‌ها و طبقات، رایج‌تر و جامعه‌پذیری پیشینی کم‌هزینه‌تر و پرفایده‌تر است.

ب- پایگاه اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی افراد بر انتخاب گروه مرجع توسط آنان تاثیر دارد.

مرتن پس از طرح فرضیه‌های فوق اذعان می‌دارد که «هنوز تا مرحله دستیابی به فرضیه‌هایی که از نظر تئوریک کامل و از نظر تجربی برای بررسی عوامل انتخاب گروه مرجع غیرعضویت کافی باشند، فاصله زیادی داریم، اما برای انجام تحقیقات میدانی درباره این موضوع اطلاعات کافی به‌دست آورده‌ایم» (Merton, 1957: 306). او همچنین در تبیین عوامل و دلایل انتخاب گروه مرجع از میان گروه‌های عضویت، ویژگی‌های متعددی

1. Peter Bella

برای این گروه‌ها بر می‌شمارد و آن‌ها را به‌عنوان عوامل موثر در انتخاب شدن گروه به‌عنوان گروه مرجع اعضای آن معرفی می‌نماید. برخی از این ویژگی‌ها عبارتند از:

- میزان مشارکت اعضا در گروه؛
 - مدت عضویت در گروه؛
 - مدت تداوم و طول عمر گروه؛
 - حجم گروه از حیث اعضا و اجزا؛
 - باز یا بسته بودن گروه از لحاظ اجتماعی؛
 - کمال گروه یعنی پتانسیل گروه برای جذب اعضای جدید؛
 - درجه تمایز یافتگی و طبقاتی بودن گروه؛
 - میزان همبستگی گروه؛
 - میزان تعاملات درون گروهی؛
 - میزان هم‌نوایی مورد انتظار نسبت به هنجارهای گروه؛
 - نظام کنترل هنجاری در گروه؛
 - استقلال یا وابستگی گروه؛
 - موقعیت مکانی استقرار گروه؛
 - درجه ثبات ساختار گروه.
- طبق نظریه مرتن، میزان بهره‌مندی گروه عضویت از ویژگی‌های برتر در ملاک‌های فوق، شانس آن را برای انتخاب شدن به‌عنوان گروه مرجع اعضا افزایش می‌دهد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱: ۱۶۲).

ب- درآمدی بر نشانه‌شناسی

می‌توان جهان امروز را عصر اطلاعات و ارتباطات معاصر را عصر نشانه‌های با/ بی‌نشان تعریف نمود که فهم و درک آن نیز به غیر از رهگذر علمی با عنوان علم نشانه‌شناسی (تلاش علمی نظام‌یافته برای فهم این مسئله که نشانه‌ها چیستند و چگونه عمل می‌کنند) میسر نمی‌گردد؛ علمی که با تمامی بداعت و تازگی، سرچشمه‌ای در گذشته دور دارد؛ زیرا که از دوران باستان؛ فلاسفه، منطق‌دانان و دستورشناسان به تحقیق و بررسی در

خصوص نشانه‌ها مشغول بوده‌اند و از دوره رمانتیک تا به امروز نیز شاهد تلاش پیگیر زبان‌شناسان، مردم‌شناسان، روان‌شناسان، جامعه‌شناسان و ادبیات‌پژوهان برای تدوین نظریه‌ای منسجم و یکپارچه درباره دلالت در ارتباط و شناخت بوده‌ایم (دینه‌سن، ۱۳۸۰: ۱۱).

از نشانه‌شناسی می‌آموزیم که در جهانی از نشانه‌ها زندگی می‌کنیم و راهی برای فهم چیزها جز از طریق نشانه‌ها و رمزگانی که این چیزها در آن سازمان یافته‌اند، نداریم. با مطالعه نشانه‌شناسی، آگاه می‌شویم که این چیزها و این رمزگان به‌طور معمول شفاف هستند و اعمال ما در خوانش آنان پنهان و مخفی می‌گردد. با زندگی در جهانی که نشانه‌های بصری هر لحظه در آن بیشتر از قبل می‌شوند، لازم است بیاموزیم که حتی واقع‌نماترین نشانه‌ها و نمایه‌ها همان چیزهایی نیستند که نشانمان می‌دهند (چندلر، ۱۳۸۶: ۴۲-۴۱).

نشانه‌شناسی همچنین به ما کمک می‌کند تا از دیدگاهی جدید و متفاوت به بحث در مورد ویژگی ارجاعی و معنایی پدیده‌ها، نفی ذهنیت، رابطه ساختار و کارگزار، بازنمایی واقعیت، متن‌وارگی و تاویل پدیده‌ها، رشد فرهنگ توده‌ای، جهانی شدن، تحلیل طبقات اجتماعی، تفاوت‌ها و شکاف‌های فرهنگی - گفتمانی، سیر تطور و تحول گفتمانی، رابطه جامعه و دولت و غیره بپردازیم. علاوه بر این، نشانه‌شناسی به ما می‌گوید که ساختارها می‌توانند معنادار باشند؛ به عبارت دیگر، ساختارها مبنایی نشانه‌ای دارند و به‌صورت یک نظام عمل می‌نمایند. هدف رویکرد نشانه‌شناسی، کشف اصول کلی‌ای می‌باشد که بر مبنای آنها، نظام نشانه‌شناسی عمل می‌کنند. این اصول کلی جنبه انتزاعی دارند. شناخت این انتزاعات به شناخت واقعیت انضمامی و نظام تولید نشانه‌ها یاری می‌رساند. بدین شکل، نشانه‌شناسی یک موضوع را در کلیت خود بازسازی می‌کند تا بتواند از این مسیر قواعد کارکردی آن موضوع را کشف کند. به عبارت دیگر، هدف نشانه‌شناسی؛ رمزگشایی از محتوای نظام‌های نشانه‌شناختی و جست‌وجوی سطح معنایی ثابت و کلی‌تر در آن است. از زاویه‌ای دیگر هدف نشانه‌شناسی بررسی و درک نظامی از نشانه بدون توجه به ماهیت و محدودیت‌های آن می‌باشد (تاجیک، ۱۳۸۹: ۱۲). بدین صورت، نشانه‌شناسی به

تحقیق در خصوص پدیداری موضوع‌های نشانه‌ای همچون پرستیژ^۱ و شخصیت، فرمانروایی، جاه و جلال و غیره کفایت نمی‌کند؛ بلکه درصدد کشف پویایی اجتماعی این موضوعات از راه تحلیل رمزگان، مناسبات ساختاری و نظام‌های نشانه‌ای آنان و ساختارهای دلالت است. نشانه‌شناسی با نظام‌های مختلف و متفاوت از جمله نظام‌های ارتباطی، معنایی و غیره سر و کار دارد، اما این گفته به معنای آن نیست که کلیت نشانه‌شناختی، یک کلیتی اندام‌وار است و ساختارهای نشانه‌ای نیز جنبه مکانیکی ندارند. در حقیقت نشانه‌شناسی مدلی را برای شناخت و تحلیل این ساختارهای نشانه‌ای در اختیار ما می‌گذارد. به عبارت دیگر، آن‌ها مدل‌هایی برای تبیین دنیایی هستند که در آن زندگی می‌کنیم (معینی علمداری، ۱۳۷۸: ۶۸)؛ به این ترتیب یک نشانه‌شناس، دیگر به «چیز بودن چیزها» بسنده نمی‌کند و برای فهم جهان اجتماعی و فرهنگی به تأمل در محسوسات کفایت نمی‌کند، بلکه به شناخت ساختارهای نمادین و نظام‌هایی رو می‌آورد که در چارچوب آنان معنا خلق می‌شود و جهان انسانی شکل می‌گیرد. از همین دیدگاه است که اسلین نشانه‌شناسی را شاخه‌ای از دانش بشری معرفی می‌کند که موضوع آن نشانه‌ها و نحوه کاربرد آنان برای ارتباط بین انسان‌ها و انتقال معناست (اسلین، ۱۳۷۵: ۱۰).

فردیناند سوسور که از او به عنوان پدر علم نشانه‌شناسی یاد می‌شود، از پیشگامان مطالعات نشانه‌شناختی به شمار می‌رود. سوسور، نشانه را موضوعی فیزیکی و اما در عین حال معنادار می‌پندارد. پدیده‌ای که از ترکیب "دال"^۲ و "مدلول"^۳ تشکیل می‌شود. اندیشه‌های سوسور در باب زبان و نشانه زبانی بر تقابل‌هایی^۴ همچون دال و مدلول، جانشینی و هم‌نشینی متکی می‌باشد.

سوسور تلاش نمود زبان‌شناسی را از قلمرو محدود قرن ۱۹ خارج نماید و چندین مسئله و موضوع را نیز مطرح می‌کند که همچنان در حوزه زبان‌شناسی دارای جایگاه ویژه هستند و آن‌ها عبارتند از: تمایز مطالعه تاریخی و توصیفی، تمایز زبان و گفتار، تمایز رابطه

1. Prestige
2. Signifier
3. Signified
4. Dichotomy

جانشینی و همنشینی، سیستم و ارزش‌ها. وی در این زمینه معتقد است که «بسیاری از دانش‌پژوهانی که با آن [نشانه‌شناسی] برخورد می‌کنند، آن را آشفته و مغشوش می‌یابند و البته بسیاری دیگر آن را خیلی مهیج می‌بینند» (چندلر، ۱۳۸۷: ۲۱).

همچنین در حوزه نشانه‌شناسی، سوسور بر این باور است که «نشانه زبانی نه یک شی را به یک نام، بلکه یک مفهوم را به یک تصویر صوتی پیوند می‌دهد. تصویر صوتی، آوایی مادی نیست که جنبه فیزیکی داشته باشد، بلکه اثر ذهنی این آواست و حواس ما نمایشی از آن را ارائه می‌دهد، نشانه زبانی محسوس است و اگر بر آن شویم آن را مادی بنامیم، تنها به همین معنی و برای تقابل با وجه دیگر تداعی، یعنی مفهوم است که معمولاً مجردتر می‌نماید» (سوسور، ۱۳۷۸: ۹۶).

روش تحقیق

تحلیل‌های کیفی برای آنکه بتوانند اعتبار و پایایی بیشتری داشته باشند، عمدتاً چند روشی هستند. از این رو به کارگیری روش‌های چندگانه تلاشی است مطمئن جهت تعمیق فهم از پدیده‌های مورد مطالعه؛ همچنین از سوی دیگر راهبردی برای افزایش دقت، پیچیدگی، غنا، وسعت و بسط دید و عمق مطالعه می‌باشد. فیسک در خود فرهنگ تلویزیون، رمزگان فیلم را در سه سطح از رمزگذاری به شرح زیر تقسیم نموده است: ۱- سطح واقعیت که شامل رمزهای اجتماعی همچون آداب و رسوم، هویت‌ها، آیین‌ها و نظام قبیله‌ای ۲- سطح بازنمایی که شامل رموز فنی همچون نورپردازی، انتخاب بازیگر و انتخاب صحنه می‌باشد و ۳- سطح ایدئولوژی که شامل رمزهای ایدئولوژیک همچون مدرنیسم، سنت، جنسیت و فردگرایی است (آقاجانی، ۱۳۸۷: ۱۶۶).

در این پژوهش با توجه به هدف آن که مبنی بر خوانش و نشانه‌شناسی پست‌ها و استوری‌های سلبریتی‌ها در بستر اینستاگرام و بررسی نقش و جایگاه ایشان در تضعیف روند توسعه سیاسی می‌باشد، از روش نشانه‌شناسی سوسور در تبیین و تحلیل تصاویر منتخب بهره گرفته شده است. «نشانه‌شناسی ضمن بررسی و تحلیل نشانه‌ها در متون رسانه‌ای در قالب گفتار، نوشتار و تصویر و فهم دلالت‌های صریح و ضمنی نشانه‌ها، سعی در کشف روابط و ساختارهای پنهان و نهفته‌ای دارد که نشانه‌ها ظواهر و باز نمود آن به‌شمار می‌روند»

(مهدی‌زاده، ۱۳۹۲: ۱۰۱-۱۰۰). مطابق نظر کورتین، نشانه‌شناسی با این حقیقت روبرو می‌باشد که ارجاع نه اجتناب‌ناپذیر و نه ضروری است (Curtin, 2009: 52) یا اینکه از نشانه‌شناسی جهت تعیین و بررسی ساخت و تفسیر یک نشانه که همان دستیابی به معنای نهفته در بطن دال‌ها از طریق مدلول‌ها می‌باشد، مورد استفاده قرار می‌گیرد (صادقی و فتحی، ۱۴۰۱: ۱۰۲).

در این نوشتار سعی شده است تا از روش نشانه‌شناسی سوسور برای بیان واقعیت، تفسیر و تبیین ساختار پست‌ها و داستانک‌های مورد بررسی در این پژوهش استفاده شود. از دیدگاه سوسور، نشانه ماهیتی دوگانه دارد که یک طرف آن دال یا تصویر آوایی واژه است و از سوی دیگر مدلول یا تصویر ذهنی و مفهومی آن است. هیچ یک از این دو به تنهایی نشانه نیستند، بلکه رابطه ساختاری متقابل و هم‌بسته آن‌ها که دلالت خوانده می‌شود، نشانه را به وجود می‌آورد؛ رابطه‌ای که اصولاً دلخواه^۱ و قراردادی است و نه طبیعی، ضروری و انگیزه‌بخش^۲.

سوسور معتقد بود که نشانه ترکیبی از دال و مدلول است. دال را تصور آوایی قلمداد می‌نمود و مدلول را تصور ذهنی در نظر می‌گرفت. وی بر این باور بود که دال و مدلول جدایی‌ناپذیرند. همچنین نشانه را الزامی می‌داند؛ به این معنا که رابطه دال و مدلول رابطه لازم و ملزوم است. نشانه‌ها از نظر او منفک و منقطع هستند که خارج از فرایند زبانی هستند. همچنین در مبحث نشانه‌شناسی، مرجع را حذف می‌کند و جایگاهی برای آن در نظر نمی‌گیرد. این نشانه‌شناس مطرح مدعی آن است که کلید فهم و درک نشانه‌ها را باید با توجه به رابطه ساختاری آن‌ها با نشانه‌های دیگر پیدا نمود. اگر سوسور مرجع را از بحث نشانه حذف می‌کند، به دلیل مسائل مربوط به روش‌شناسی مطالعات زبانی است. شناخت از سیستمی که نشانه در آن جای گرفته است، هیچ اطلاعی به ما در خصوص واقعیت آن نمی‌دهد. در واقع کنار گذاشتن مرجع در بررسی نشانه‌شناختی یعنی برای زبان‌شناسی استقلال قائل بودن و در راستای احراز هویت علمی آن قدم برداشتن (سجودی، ۱۳۸۱: ۹۰).

1. Arbitrary

2. Motivated

نشانه‌شناسی سوسوری بر آن است که هر رابطه دلالتی یا به بیان دیگر رابطه دال و مدلولی در هر نشانه، قراردادی است. رویکرد مهم سوسور آن است که وی نشانه‌شناسی را علم بررسی نشانه‌های منفرد تلقی نمی‌کند. نشانه‌شناسی دانش بررسی نظام‌های نشانه‌ای است که پدیده‌های اجتماعی هستند. فلذا نشانه‌شناسی در سنت سوسوری، همیشه دانشی ساختارگرا بوده است. هویت نسبی نشانه‌ها در برابر یکدیگر، اصلی اساسی در ساختارگرایی سوسوری است؛ بدین معنا که یک نشانه آن چیزی است که دیگران نیستند (فکوهی، ۱۳۸۲: ۱۹).

جامعه آماری پژوهش از ابتدای (فروردین) سال ۱۳۹۸ تا پایان (اسفند) ۱۴۰۲ را شامل می‌شود. بر اساس جستجوی صفحات اکثر سلبریتی‌های بازیگر سینما و تلویزیون ایرانی که با انتشار تصاویر اقدام به مداخله در امور سیاسی - اجتماعی نموده بودند، حدود ۵ هزار پست و استوری استخراج و در نمونه آماری، با توجه به روش نشانه‌شناسی و محدودیت‌های آن، ۲۰۰ تصویر به صورت هدفمند انتخاب شدند. همچنین با در نظر داشتن محدودیت حجم مقاله، با مراجعه به ۱۰ نفر از کارشناسان و پژوهشگران علوم سیاسی ۶ تصویر به صورت هدفمند و منطبق با اهداف پژوهش مورد تحلیل قرار گرفتند.

برای تعیین اعتبار ابزار این مقاله، از اعتبار صوری بهره گرفته شد است. همان‌طور که در مباحث فوق‌الذکر اشاره شد، ۲۰۰ تصویر که محتوای سیاسی داشتند در اختیار ۱۰ نفر از صاحب‌نظران قرار گرفت و ۶ پست یا داستانک^۱ با نظر ۸۰ درصد موافق گروه اعتبارسنجی برای تحلیل تصاویر انتخاب شد. برای افزایش پایایی پژوهش از روش مثلث‌سازی استفاده شد به شکلی که هر تصویر پس از تحلیل به صورت جداگانه در اختیار دو نفر از پژوهشگران علوم سیاسی که تصاویر را گزینش نموده و نظر موافق داشتند قرار داده شد و پس از تایید آنان در اختیار یک متخصص زبان‌شناسی قرار گرفت و پس از تایید نهایی آن سه نفر، تحلیل‌های صورت گرفته در پژوهش منظور شد.

روش تحلیل پژوهش، ناظر به اجرای تکنیک تحلیل تصویر می‌باشد تا دلالت‌های معنایی از نمای منتخب استخراج شود؛ بنابراین سعی شد به مدد الگوی نشانه‌شناسی سوسور

1. Story

خوانش تصاویر منتشر شده از سوی سلبریتی‌ها در اینستاگرام و توصیف چالش‌های ایجاد شده توسط آنان در فرایند توسعه سیاسی فراهم شود. با توجه به ماهیت این پژوهش که خود از نوع کیفی و مفاهیم آن برآمده از رویکرد تفسیری می‌باشد، مقاله، ادعای تعمیم‌پذیری نتایج ارائه شده را ندارد و یافته‌ها در محدوده ۶ تصویر منتخب و مورد بررسی، قابل استناد است.

یافته‌های پژوهش

الف- نقش و جایگاه سلبریتی‌ها در مسئله توسعه سیاسی

سلبریتی‌ها به عنوان گروه مرجع جدید با انتشار مطالب در بستر شبکه اجتماعی اینستاگرام درصدد آن هستند تا با انعکاس نیازهای مردم، خود را حامی شهروندان نشان دهند و به محبوبیت خود بیفزایند. اما بیان خواسته‌های مردم منجر به آن می‌گردد که مشاهیر در حوزه‌های مختلف زتدگی سیاسی- اجتماعی که دانش و تخصص کافی در آن زمینه را ندارند، مداخله نمایند؛ همین امر می‌تواند نتایجی به بار آورد که گذار به دموکراسی حداکثری و توسعه سیاسی را با چالش‌هایی جدی مواجه نماید.

* ترویج بیگانگی سیاسی از طریق تعمیق شکاف‌های اجتماعی موجود

یکی از مهم‌ترین و پربازخوردترین کنشگری سیاسی در عرصه فضای مجازی، مربوط به هم‌رسانی تصویری از خانم پروانه معصومی است که توسط یکی از سلبریتی‌های مرد حوزه سینما انجام شده است. در این کنشگری مجازی، این بازیگر سینمای ایران تلاش کرده بود تا همزمان با واکنش به رویداد مرگ یک سلبریتی دیگر، به نقد شخصیت و منش سیاسی او بپردازد، یک جریان سیاسی خاص را مورد نقد قرار دهد و همزمان از طریق نفی کارنامه سیاسی و هنری آن سلبریتی، به نمایش دیدگاه خود بپردازد. به عبارت دیگر از منظر گفتمان زبان‌شناسی، این نفی به مثابه تأیید مستتر می‌تواند در نظر گرفته شود. در این چارچوب ارزش‌های مورد نظر سلبریتی مرد منتشر کننده تصویر پروانه معصومی به صورت مستقیم از طریق دیگرسازی از باورها و ارزش‌های مورد احترام سلبریتی دیگری که تصویر او منتشر شده است برای تأیید مخاطبان در معرض نگاه آنان قرار گرفته است. در اینجا دیگری به

مثابه فردی در نظر گرفته می‌شود که از نظر هویتی در چارچوب گروه ما قرار نمی‌گیرد. دیگری همواره از نظر هویتی، سبک زندگی ارزش‌ها و رویکردها در نقطه مقابل ما قرار می‌گیرد. از همین رو تأکید بر تفاوت و تمایز او نشان‌دهنده آن است ارزش‌های دیگری وجود دارند که باید بر روی آن تأکید داشت. به این ترتیب بازنمایی دیگری، روشی برای رسمیت بخشیدن به هویت و اندیشه‌ای است که از آن «ما» قلمداد می‌گردد.

تصویر ۱- پست اینستاگرام بازیگر مرد ایرانی در واکنش به مرگ یک سلبریتی زن دیگر



در تصویر فوق، سلبریتی تلاش کرده است تا با به نمایش گذاشتن آنچه که در تصویر قرار دارد و نکوهش ضمنی آن از طریق نشانگان تصویری موجود در آن، به تأیید ارزش‌هایی پردازد که در این عکس وجود ندارد. همانگونه که در این تصویر مشخص است هیچ نشانه یا عنصری از «تصویر ما» در این پست اینستاگرامی قابل مشاهده نیست، اما چارچوب تصویر، عکس، چیدمان سوژه در کنار پس‌زمینه و پیش‌زمینه و گفتمان کلامی که در این تصویر به کار برده شده است به مخاطب این پیام را منتقل می‌کند که در حال تماشای یک پیام در مورد «دیگری» است. دقت در توضیح تصویری که از سوی منتشر

کننده تصویر بر روی عکس درج شده است نمایش این تمایز موجود میان «دیگری» و «ما» را برای ما و مخاطب هویدا می‌کند.

به این ترتیب می‌توان گفت که پست اینستاگرام این سلبریتی در هر دو بعد تصویری و کلامی حاوی نشانگانی است که در آن تلاش شده است تا با ارجاع به زیست شهروندی پروانه معصومی، به مثابه فردی یاد شود که مدافع ارزش‌هایی بوده است که متعلق به "ما"ی مورد نظر این سلبریتی مرد سینمای ایران نیست. در اینجا به وضوح می‌توان شاهد خلق یا تبلیغ یک فضای دوقطبی در تصویر و متنی بود که از سوی این سلبریتی منتشر و بر روی آن تأکید شده است. در اینجا شاهد حضور یک قطب به مثابه ما هستیم که در آن ارزش‌های مورد نظر سلبریتی مرد سینمای ایران در تعارض مستقیم با ارزش‌های سلبریتی دیگری است که به تازگی جان خود را از دست داده بود. در اینجا نقطه تمایز اساسی و اصلی که از دیدگاه نشانه‌شناسی سوسور می‌تواند به عنوان عامل تمایز میان ما و دیگری در این تصویر باشد حجاب خانم بازیگر است. به عبارت دیگر این تصویر منتشر شده در صفحه سلبریتی مرد مخالف حجاب اسلامی، گفتمان بازیگر زن در مورد حجاب و کنش اجتماعی او به عنوان نقطه تمایز میان «ما» و «دیگری» همه در قالب یک تصویر نشانه‌شناسانه به نمایش درآمده است. امری که به تعبیر دقیق می‌توان از آن به عنوان کنشی رسانه‌ای برای دوگانه‌سازی میان جامعه یاد کرد. در اینجا دیگرسازی به یاری تصویری که از پوشش حجاب چادر که داوطلبانه از سوی بازیگر زن سینما انتخاب شده است ماهیت نشانه‌شناسانه پیدا کرده و باعث گردیده است که مخاطبان صفحه این سلبریتی مرد سینما واکنش‌هایی را از خود به نمایش بگذارند که نمایانگر و دلیل دیگری برای ایجاد و تعمیق شکاف‌های اجتماعی در جامعه ایرانی است. در نهایت می‌توان به این نکته اشاره نمود که این سلبریتی به دلیل همزادپنداری با شهروندان و به‌ویژه جوانان و بانوان به عنوان گروه مرجع جدید شناخته می‌شود و می‌تواند تأثیرات مهمی را در افکار عمومی برجای گذارد. بنابراین این شخص مشهور با انتشار این پست در صفحه شخصی خود اقدام به ترویج بیگانگی سیاسی از طریق تعمیق شکاف‌های اجتماعی موجود در جامعه نموده است و همین امر در نهایت

می تواند منجر به نتایجی شود که فرایند گذار به توسعه سیاسی و دموکراسی حداکثری را با اختلال مواجه نماید.

جدول ۱- تحلیل دال و مدلول پست اینستاگرام بازیگر ایرانی در مورد مرگ سلبریتی زن ایرانی (پروانه معصومی)

مدلول	دال
در این تصویر سلبریتی زن (پروانه معصومی) در حال سخنرانی با حجاب چادر و در یک دیدار رسمی مشاهده می شود و مخاطب همزمان با خواندن پیام متنی مندرج بر روی تصویر متوجه این نکته می گردند که این سلبریتی زن سینمای ایران از منظر سیاسی، هویتی، ارزشی و سبک زندگی دارای تفاوت هایی فاحش با منتشر کننده تصویر است. به این ترتیب با نكوهش ارزش های منتسب به «دیگری» در این تصویر و تأکید بر عدم فراموشی آنها، مخاطب متوجه حضور یک هویت جایگزین می شود که از سوی سلبریتی مرد برای «ما» تجویز شده است.	پوشش چادر در این تصویر یک دال مرکزی است که به واسطه آن و به یاری متن همراه با تصویر مجموعه ای از نشانگان «ما» و «دیگری» در معرض دید مخاطب قرار گرفته است.

* مداخله در فرایند سیاستگذاری و تصمیم گیری

در شهریور سال ۱۴۰۱ مجموعه ای از اعتراضات شهرهای مختلف ایران را فرا گرفت و به بروز یک بحران سیاسی بزرگ در محیط داخلی کشور منجر گردید. با تداوم اعتراضات، تعدادی از سلبریتی های ایرانی قدم به مسیر اعتراض به سیاست های موجود در کشور برداشتند و خواستار تغییراتی در مسیر حکمرانی شدند. در این میان یکی از سلبریتی های زن که حضور فعالی در سینما دارد در اواسط مهرماه سال ۱۴۰۱ به شکل زیر به اعتراض پرداخت: او با انتشار تصویری از مهسا امینی در متنی بر روی این نکته تأکید نمود که با به طول انجامیدن اعتراضات خیابانی در ایران نهاد ارتش باید مداخله نماید و همزمان نیاز است که بر اساس تعداد معترضان، رفراندوم در کشور برگزار گردد. بررسی های صورت گرفته حاکی از آن است که هیچ کدام از ادعاهای این سلبریتی در زمینه قانون اساسی، رفراندوم و ضرورت دخالت ارتش در مناقشه سیاسی به وجود آمده در کشور ایران صحت

ندارد. اما این سلبریتی سینمایی با توجه به متنی که منتشر کرده نشان داده است که به احتمال زیاد موفق به مطالعه متن قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نشده است و از یک منبع غیرمعتبر برای محتوای بحث خود یاری گرفته است.

از بعد نشانه‌شناسی متن، این امر نشان دهنده آن است که همچون برخی از شهروندانی که انگیزه کافی برای مطالعه و تحلیل ندارند و از رسانه‌های غیرمعتبر به عنوان منبعی برای کسب دانش استفاده می‌کنند، این سلبریتی نیز در نتیجه قطبی‌سازی سیاسی در جامعه ایران به جای استناد به منابع معتبر به سمت پیگیری اخبار از رسانه‌های زرد و منابع نامعتبر رسانه‌های اجتماعی حرکت کرده است. بررسی‌های علمی که توسط محققان مختلف در زمینه اخبار زرد در رسانه‌های اجتماعی انجام شده است نشان دهنده آن است که با شدت یافتن شکاف اجتماعی بر سر موضوعات سیاسی مختلف، گرایش بیشتری از سوی مردم برای پیگیری اخبار از منابع خبری همسو به جای منابع خبری معتبر نشان داده می‌شود (احمدی، ۱۳۹۷: ۱۵۲-۱۵۱).

تصویر شماره ۲- پست اینستاگرامی یک سلبریتی در خصوص اعتراضات سال ۱۴۰۱



19,157 likes

چهل روز گذشت.
طبق قانون اساسی اگر تظاهرات ۳۱ روز صون بخشد
ارتش باید به نفع مردم وارد عمل شود. طبق قانون
اگر ۳/۵ درصد از مردم یک کشور تظاهرات کنند
باید رفراندوم انجام شود - طبق قانون .

به این ترتیب در تحلیل کلی نشانه‌شناسی این پست اینستاگرامی باید گفت که با توجه به محبوبیت سلبریتی‌ها در میان شهروندان به دلیل همسو بودن با افکار و عقاید اکثریت، این قشر از جامعه به‌عنوان گروه مرجع نوین شناخته می‌شود و تاثیر بسزایی در افکار مخاطبان خود دارند. از این رو ایشان درصدد آن هستند در فرایندهای سیاستگذاری و تصمیم‌گیری مداخله نمایند تا هم نیازهای شهروندان را انعکاس دهند و هم بر شهرت خود بیفزایند؛ اما مداخله آنان در این فرایند به دلیل عدم تخصص و دانش کافی در حوزه‌های سیاسی و اجتماعی منجر به افول احزاب، شخصی‌سازی سیاست و در نهایت فرسایش توسعه سیاسی می‌گردد.

جدول ۲- تحلیل دال و مدلول پست اینستاگرامی بازیگر زن سینما در مورد اعتراضات سال

۱۴۰۱

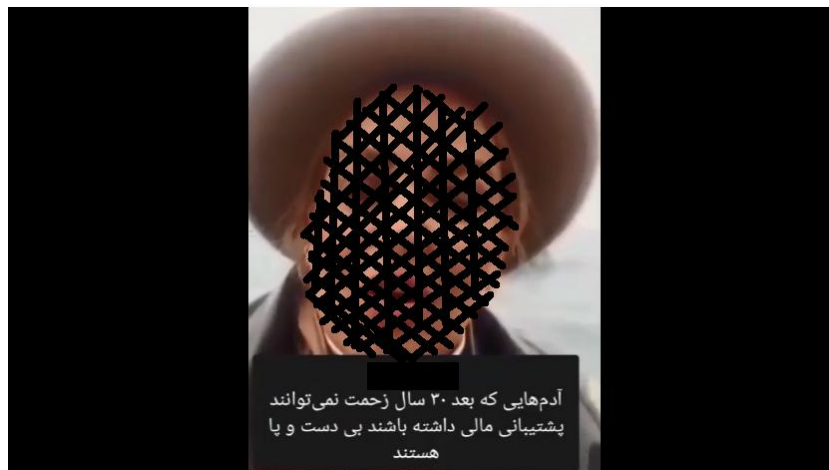
مدلول	دال
فقدان رجوع به رسانه‌های معتبر	خبر جعلی
فقدان سواد رسانه‌ای	بازنشر تحلیل و خبر جعلی
فقدان دانش عمومی در زمینه تاریخ و سیاست	عدم صحت‌سنجی اطلاعات در پست صفحه
تطبیقی	شبکه اجتماعی اینستاگرام
عدم آشنایی کاربران رسانه‌های اجتماعی با	فقدان منبع و سند خبری و تحلیلی
شیوه مطالعه و انتشار اخبار	

* نمایشی کردن سیاست

یکی از سلبریتی‌ها سعی کرد با انتشار پستی از زندگی و تفریحاتش و نمایش زندگی شخصی خود اقدام به تأثیرگذاری در مخاطبانش نماید. وی در توضیح این پست سعی نموده با مقایسه جامعه ایران با چین و توسعه کشور نام‌برده بدون هیچگونه تخصص در حوزه اقتصاد، جامعه‌شناسی، سیاست و غیره اقدام به دیگرسازی نماید. این شخص مشهور تلاش نموده با دیگرسازی نشان دهد که جامعه ایران یک جامعه متفرق، تجزیه شده و بدون تعهد می‌باشد. همچنین از سوی دیگر وی جامعه چین را مثال می‌زند که با تعهد اجتماعی به توسعه دست یافته است ولی با توجه به عدم آگاهی کافی این سلبریتی ما شاهد

آن هستیم که حاصل رشد و تمکن مالی خود را کنش فردی تلقی می‌کند و شهروندان را به بی‌دست و پا بودن متهم می‌نماید. در نهایت می‌توان گفت که کنشگری مجازی این سلبریتی بیش از آنکه موگد، سازنده و مبتنی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی باشد، یک عمل ضد اجتماعی است که باعث می‌گردد نوع نگرش شهروندان به مسئله توسعه سیاسی و اجتماعی تحت تأثیر اقدامات منفی قرار گیرد؛ زیرا که این فرد نامور برخلاف ادعای خود، بر فردگرایی صحنه می‌گذارد و تعهد اجتماعی را نادیده می‌گیرد که این امر در جوامع در حال توسعه باید به صورت همزمان و در هر دو بعد توسعه اقتصادی و سیاسی و به صورت مسئولانه باشد.

تصویر ۳- پست اینستاگرامی بازیگر سینما در مورد اقتصاد و توسعه در جامعه ایرانی



بدین ترتیب با تحلیل کلی نشانه‌شناسی این تصویر به این نتیجه می‌رسیم که با نادیده گرفتن مقتضیات، ویژگی‌ها و شرایط و نحوه گذار به توسعه سیاسی توسط این شخص، وی تنها درصدد آن است تا خود را به عنوان یک الگو و گروه مرجع نشان دهد و سیاست را به سیاست‌نمایی تبدیل نماید. از آنجا که سیاست به نمایش تبدیل می‌شود نه تنها که موجب توسعه در ابعاد سیاسی-اجتماعی خود نمی‌گردد بلکه برانگیزاننده ناامیدی و حتی در مواردی باعث انزجار شهروندان می‌گردد که همین امر می‌تواند روند توسعه سیاسی را متوقف یا کند نماید.

جدول ۳- تحلیل دال و مدلول در پست اینستاگرام سلبریتی سینما در خصوص اقتصاد و توسعه در ایران

مدلول	دال
سلبریتی حاضر در این پست، به یاری نمایش تصویری رفاه و فرصت اقتصادی که از آن برخوردار است تلاش نموده با تأکید بر موفقیت خود در عرصه زندگی اقتصادی و فردی، شادکامی خود را محصول متمایز بودن از ساختارهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی جامعه ایران بداند. جامعه‌ای که به باور این سلبریتی زن عرصه نمایش به سبب فقدان اراده و عرضه نتوانسته‌اند در زندگی شخصی خود به موفقیت مشابهی نظیر این زن دست پیدا کنند، به سبب فقدان تعهد و حمایت اجتماعی شایسته سرزنش هستند و در نهایت همین ضعف‌ها باعث تمایز منفی آنان و در نهایت تبدیل شدن مردم ایران به دیگری در نگاه این سلبریتی شده است.	در این پست اینستاگرامی پوشش آزادانه و غربی بر روی عرشه یک کشتی تفریحی دال تصویری پیام است.

* جایگزینی نظام پادشاهی با جمهوری اسلامی

در هنگام اعتراضات سال ۱۴۰۱ رضا پهلوی طی یک گفتگوی خبری که در تاریخ ۲۶ دی (۱۶ ژانویه) از شبکه من و تو پخش شد، با اشاره به احتمال دیدار و مذاکره با شخصیت‌های سیاسی برای ارائه برنامه یا پروژه به همراه افرادی که او آنان را افراد همسو خواند مدعی شد که اگر او و تیم همراهانش بخواهند کاری کنند نیازمند آن هستند که از یک مبنای مقبولیت و مشروعیت داخلی برخوردار باشند. از این رو برخی از سلبریتی‌ها اقدام به انتشار تصویری از یک شخص نمودند که دست به سینه است و کارزار اینترنتی "من و کالت می‌دهم" را در حمایت از رضا پهلوی به راه انداختند.

تصویر ۴- عکس نمادین منتشر شده در صفحه سلبریتی مرد در مورد نقش‌آفرینی رضا پهلوی



از آنجایی که این اقدام نمایی از روی عدم تخصص و آگاهی کافی این سلبریتی‌ها از دانش سیاست بود می‌توان در نگاه اول به موضوع پی برد که هیچ یک از دموکراسی‌ها و نظام‌های انتخاباتی در جهان، مسئله نمایندگی از طریق اعطای وکالت را قبول ندارند و فقط بر انتخابات آزادانه و رقابت تأکید دارند. دومین مطلب که در اینجا به شدت نمایان است انتخاب یک رهبر به‌عنوان پادشاه و برپایی نظام پادشاهی و سلطنتی به‌جای نظام جمهوری از طریق انقلاب است که این امر در مقابل روند توسعه سیاسی می‌باشد. سومین مطلب که باید بدان اشاره نمود آن است که انقلاب‌ها نیز به دلیل این که از پایین به بالا و از سمت مردم و توده‌ها انجام می‌گیرد، هرچند که در ابتدا تا مدتی باعث توسعه سیاسی و گذار به دموکراسی می‌شوند اما در ادامه در مسیری حرکت می‌کنند که موجبات دیکتاتوری و استبداد و تضییع روند توسعه سیاسی را فراهم می‌کنند و موانعی جدی را در مسیر آن قرار می‌دهند.

جدول ۴- توضیح دال و مدلول پست اینستاگرامی سلبریتی‌ها در خصوص نقش‌آفرینی رضا پهلوی

مدلول	دال
پذیرش رضا پهلوی به‌عنوان رئیس حکومت آینده دوران شکوه از دست رفته ضرورت بازگشت به اقتدار رضاشاهی در ایران تلاش برای نشان دادن انجام خدمت خاندان پهلوی به مردم و از بین بردن مصائب و مشکلات	عکس پیوستن به هشتگ من وکالت می‌دهم لوگوی پرچم شیر و خورشید کراوات و دست به سینه بودن نحوه ادای احترام به شکل دست به سینه

* مشارکت یا رهبری جنبش‌های اجتماعی

ساموئل هانتینگتون^۱ بر این باور است که توده‌ها می‌توانند از طریق تشکیل جنبش‌های اجتماعی و انقلاب‌ها، نظام‌های اقتدارگرا را سرنگون کنند و مقدمات دموکراسی حداقلی را فراهم آورند؛ وی از سوی دیگر به این نکته اشاره می‌نماید که نقش توده‌ها در برابر مصالحه‌نخبگان برای کاهش اقتدار و استبداد حکومت‌ها و گذار به دموکراسی بسیار ناچیز است و در نهایت نیز نظام دموکرات مستقر از طریق انقلاب، جای خود را به اقتدارگرایی می‌دهد (بشیریه، ۱۳۹۸: ۱۵). در این راستا یکی از بازیگران مرد فعال در حوزه سینما و تلویزیون در واکنش به خبر تلاش مجلس شورای اسلامی و دولت جمهوری اسلامی ایران برای تصویب قوانین بازدارنده در زمینه اقدامات هنجارشکنانه برخی از بانوان برای کنار گذاشتن حجاب به انتشار تصویری بدون حجاب از رقص یک دختر ایرانی پرداخته است. در این تصویر که در اصل به‌عنوان یک ویدئو در شبکه اجتماعی اینستاگرام از سوی این بازیگر منتشر شده است شاهد رقص یک دختر جوان هستیم که در پس زمینه آن یک فضای سبز و مشجر (احتمالاً در یک پارک عمومی) قرار دارد. همزمان دختر از پوشش دامن به رنگ قرمز استفاده کرده است که در ترکیب با پس‌زمینه سبز تصویر و موهای افشان این خانم یک نماد از سرزندگی و نشاط نسل جوان می‌تواند باشد. به بیان دیگر،

1. Samuel Huntington

احتمالاً در ناخودآگاه این سلبریتی مرد یک تصویر قراردادی از شادابی و زندگی وجود داشته است که تلاش شده است این تصویر به یاری صحنه رقص این دختر جوان ایرانی به تصویر کشیده شود.

تصویر شماره ۵- واکنش سلبریتی مرد به اخباری در مورد مبارزه با بی‌حجابی



در اینجا شاهد آن هستیم که این فرد نامور برای نمایش رویکرد خود به انتخاب‌های سیاسی‌ای که در جامعه وجود دارد تلاش نموده تا از تصویر زنان بهره گیرد و به این ترتیب به نمایش جهت‌گیری سیاسی خود در برابر دوقطبی ایجاد شده در جامعه ایران در حوزه حجاب و سیاست‌های مرتبط با آن پردازد. از این رو وی از نشانگان فرهنگی، زبانی و تصویری بهره می‌جوید تا نشان دهد که در مواجهه با سیاست‌های تقنینی در حکومت جمهوری اسلامی ایران از یک تمایز با کسانی برخوردار است که حامی حکومت هستند و به نوعی خود را حامی جنبش‌های زنان نشان دهد.

در این داده، این سلبریتی با انتشار پست یک دختر در حال رقص سعی نموده است از یک سو تا با نمایان‌سازی دوگانگی و دوقطبی بودن فضای جامعه ایرانی و تعمیق شکاف

دولت- ملت، خود را در کنار خیل عظیم طرفدارانش قرار دهد و به نوعی خودش را طرفدار آزادی زنان و اختیاری بودن حجاب نشان دهد. همچنین از سوی دیگر می‌توان گفت که این شخص مشهور با انتشار این تصویر درصدد آن بوده تا خود را به‌عنوان طرفدار و حتی به نوعی رهبر جنبش‌های زنان در ایران نشان دهد که یکی از خواسته‌های بسیار سطحی آنان آزادی در انتخاب حجاب است. بنابراین می‌توان در خصوص انتشار این تصویر از سوی سلبریتی مذکور که طرفداران بسیاری نیز در فضای مجازی دارد این‌گونه نتیجه گرفت که وی برای تأثیرگذاری بیشتر در میان شهروندان و به‌ویژه بانوان در ابتدا تلاش کرده تا با نشان دادن دوقطبی بودن جامعه و تعمیق شکاف دولت-ملت، به اختلاف دیدگاه‌ها میان شهروندان و مسئولان دامن زند. از این‌رو با تأکید بر اختیاری نمودن حجاب و مخالفت بانوان با حجاب اجباری، خود را حامی آنان و جنبش‌های زنان و حتی در موارد ناجنبش‌ها نشان دهد.

اما باید به این نکته اساسی توجه نمود که موضوع و مسئله حجاب از خواسته‌های بسیار سطحی جنبش‌های زنان در ایران می‌باشد. این جنبش‌ها خواسته‌های عمیق و معناداری همچون حضانت فرزندان، حق طلاق، حق خروج از کشور را دنبال می‌کنند، اما این سلبریتی مرد درصدد آن است با نشان دادن خواسته سطحی این جنبش‌ها در فضای مجازی و در صورت تحقق این خواسته در جامعه، خود را به‌عنوان قهرمان نشان دهد که به خواسته‌ها و تقاضاهای جنبش زنان جامه عمل پوشانده است؛ اما این در حالی است که هرچند خواسته‌های سطحی این جنبش‌ها حل و فصل می‌شوند اما به دلیل حواس‌پرتی و غفلت از سایر تقاضاهای اصیل، به نوعی به ابتذال کشیده می‌شوند. در نهایت می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که با توجه به مرجعیت یافتن سلبریتی‌ها در نزد عموم جامعه حضور و مداخله این دست از سلبریتی‌ها در سیاست و جنبش‌های مختلف اعم از زنان، کارگران، زیست‌محیطی و غیره، هرچند برخی از خواسته‌های سطحی آنان را برطرف می‌نماید اما سرانجام به دلیل غفلت از خواسته‌های اصیل آنان باعث ابتذال این جنبش‌ها می‌گردد.

جدول ۵- تحلیل دال و مدلول پست اینستاگرام سلبریتی مرد در مورد سیاست دولت در مورد حجاب

مدلول	دال
رویکردهای سیاسی و اجتماعی معاصر در قبال زنان ایرانی	جاهلیت
پیروان رویکردهای اسلامی نسبت به حجاب اسلامی	اعراب
ایران در دوره معاصر	سرزمین جاهلین
رنگ‌های نشاط، زندگی و آزادی در ایران	رنگ‌های سبز و قرمز
آزادی زنان در ایران	موهای افشان دختر
آزادی و شور زندگی در میان جوانان	رقص

* تضییع حقوق شهروندی از طریق ترغیب کشورهای غربی به اعمال تحریم‌های مضاعف علیه ایران

به دنبال خروج ایالات متحده از برجام در سال ۱۳۹۷، تمام تحریم‌هایی که پیش از این در راستای معاهده برجام از سوی آمریکا لغو شده بودند دوباره اجرایی شد و همزمان مجموعه متنوعی از تحریم‌های جدید نیز از سوی دولت آمریکا برای ایجاد تغییر در رفتار سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران تعیین و برای اجرا به نهادهای مختلف زیر نظر دولت آمریکا ابلاغ شد. تأثیرات مخرب تحریم‌ها بر اقتصاد ایران و معیشت شهروندان ایرانی باعث بروز تنش‌ها و اختلافاتی در میان موافقان و مخالفان تحریم‌های آمریکا علیه ایران گردید. در حالی که تعدادی از سلبریتی‌های داخلی و خارجی به شدت با این تحریم‌ها مخالفت کردند و از تأثیر زیان‌بار آن‌ها بر زندگی شهروندان ایرانی سخن گفتند، برخی دیگر از سلبریتی‌های مشهور ایرانی به صورت علنی به پشتیبانی از تحریم‌های آمریکا علیه ایران پرداختند. یکی از این چهره‌ها، بازیگر زن مشهوری بود که حضور فعالی در آثار سینمایی و تلویزیونی در خارج از کشور داشت و از شهرت بسزایی در نزد مخاطبان داخلی و خارجی برخوردار بود. این سلبریتی سینمایی در یک مصاحبه زنده تلویزیونی که فیلم آن در همه رسانه‌های اجتماعی و از جمله در صفحه اجتماعی خودش در اینستاگرام نیز

منتشر شد، به حمایت از تحریم‌های آمریکا جهت کوتاه آمدن جمهوری اسلامی از مواضع خود پرداخت و بر ضرورت گسترش آن‌ها تأکید کرد.

تصویر ۶- فیلم مصاحبه سلبریتی زن سینما در حمایت از تحریم‌های بیشتر علیه ایران



در این تصویر شاهد آن هستیم که این سلبریتی سعی نموده است تا از طریق عادی‌سازی و قبح‌زدایی، تأثیرات منفی و زیان‌بار تحریم‌ها را بپوشاند و به عادی‌سازی آنان بپردازد و آن را به عنوان یک نسخه درمانی برای رشد و شکوفایی و توسعه ایران در همه جوانب خود بیچد. بنابراین می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که این سلبریتی سعی نموده با استفاده از تکنیک ابتذال شر و عادی‌سازی تحریم‌ها، مقامات غربی را مجاب نماید که تحریم‌های بیشتری را به بهانه‌های حقوق بشری، موشکی، هسته‌ای و غیره علیه ایران و شهروندانش تحمیل نمایند تا نظام جمهوری اسلامی سیاست‌های خود در قبال حجاب را تغییر دهد و از این طریق محبوبیت و طرفداران بیشتری بخصوص در میان برخی از بانوان و قشر جوان کسب نماید. هرچند که تحریم می‌تواند آثار مثبتی را در زمینه خودکفایی داشته باشد، اما این فقط یک روی سکه است و روی دیگر آن افزایش هزینه‌ها، مشکلات اقتصادی،

اجتماعی، سیاسی و غیره است که به‌طور کامل در زندگی هر ایرانی قابل لمس می‌باشد. از این‌رو این سلبریتی در تلاش است تا با نشان دادن خود در ظاهر به‌عنوان حامی مردم و بعضی از مخالفان داخلی، نه تنها با اقداماتش حقوق شهروندی مردم را از طریق وضع تحریم‌ها از بین می‌برد، بلکه این تحریم‌ها می‌تواند باعث انزوای ایران در جامعه جهانی گردد.

جدول ۶- دال و مدلول در گفتمان سلبریتی زن در مورد تحریم اقتصادی ایران

مدلول	دال
تحریم اقتصادی	شیمی درمانی
حکومت جمهوری اسلامی	سرطان
شهروندان ایرانی	سلول‌های سالم

* دعوت مردم به اغتشاش از طریق پویش‌های اعتراضی

یکی از سلبریتی‌ها با ارجاع به اعتراض و مباحث مطرح شده در پیرامون بحث حذف یارانه آرد صنعتی در سال ۱۴۰۱ که باعث شد ماکارونی به‌عنوان یکی از پرمصرف‌ترین اقلام خوراکی شهروندان افزایش قیمت ۳۰۰ درصدی را تجربه کند از هشتگ «ماکارونی» استفاده کرد. در تحلیل تصویری که از سوی این سلبریتی منتشر شده است می‌توان گفت که از منظر نشانه‌شناسانه، وی تلاش کرده است تا به شیوه خلاقانه و حتی ساختارشکنانه‌ای برای کنش اعتراضی در صحنه نمایش بهره گیرد. هر چند این رویکرد در برخی موارد می‌تواند تأثیرگذار باشد، اما از نظر نمایشی دقیقاً در نقطه مقابل رویکردهایی قرار می‌گیرد که در صحنه نمایش حاکم است؛ در صحنه‌های نمایش تک‌نفره عموماً تلاش می‌گردد تا پس‌زمینه و پیش‌زمینه صحنه نمایش به رنگ سیاه باشد تا به این ترتیب تمرکز مخاطب بر نقطه کانونی نمایش که با اسپات لایت^۱ مشخص می‌گردد قرار داده شود. این در حالی است که این سلبریتی در کنش اعتراضی خود به سیاست اقتصادی دولت عامدانه از رنگ سفید بهره گرفته است.

1. Spot Light

تصویر ۷- کنش اعتراضی یکی از سلبریتی‌ها نسبت به قطع یارانه دولتی برای تولید ماکارونی



از این رو از آنجا که سلبریتی‌ها در نزد عامه مردم مرجعیت یافته‌اند و سرمایه اجتماعی مجازی عظیمی در شبکه‌های اجتماعی دارند، سعی می‌کنند با راه‌اندازی پویش‌های اعتراضی، این سرمایه اجتماعی مجازی را در بزنگاه‌های مهم سیاسی- اجتماعی به فضای حقیقی جامعه بکشانند. از آنجا که آشوب و اغتشاش در تضاد با توسعه سیاسی و فرایند دموکراتیزاسیون می‌باشد، ملاحظه می‌گردد که این قبیل اقدامات سلبریتی‌ها در ایجاد پویش‌های اعتراضی نه تنها منجر به توسعه سیاسی و گذار به دموکراسی حداکثری نمی‌گردد، بلکه به تعبیر بشیریه، موجبات استبداد و دیکتاتوری را فراهم می‌آورند.

جدول ۷- تحلیل دال و مدلول داستانک یکی از سلبریتی‌ها در خصوص سیاست‌های اقتصادی دولت و افزایش قیمت‌ها

مدلول	دال
تمرکز بر سیاست‌های اقتصادی دولت شهید رئیسی برای کاهش یارانه اقلام خوراکی صنعتی شهروندان ایران.	تصویر ساده و بدون پس‌زمینه سفید رنگ.

همچنین علاوه بر مطالب فوق‌الذکر، در ادامه به برخی از مهم‌ترین دلایل مداخله سلبریتی‌ها در عرصه سیاست‌ورزی ایران اشاره می‌شود:

جدول ۸- برخی دلایل ظهور و بروز سلبریتی‌ها در عرصه سیاست‌ورزی ایران

شماره	عوامل ظهور و مداخله سلبریتی‌ها در سیاست‌ورزی ایران	دلایل مداخله سلبریتی‌ها در سیاست
۱	ناکارآمدی روشنفکران کلاسیک	تغییر گروه‌های مرجع شهروندان
۲	ظرفیت‌های بسیج‌گری	سرمایه اجتماعی مجازی
۳	خستگی جامعه از بحث‌های عمیق و بی‌نتیجه	بازنمایی مسائل اجتماعی
۴	ناکارآمدی نخبگان در قدرت	شناسایی به‌عنوان رهبران فکری جامعه
۵	برآمدن نسل‌ها و مطالبات جدید	همزادپنداری با اقشار مختلف جامعه
۶	ظرفیت‌های توسعه سیاسی از مسیر توسعه اجتماعی	مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حساسیت‌زایی به مسائل مختلف اجتماعی
۷	جهانی شدن	رشد چشمگیر رسانه‌های جمعی در زندگی سیاسی- اجتماعی شهروندان

نتیجه‌گیری

با پیشرفت روزافزون و شگرف فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی شاهد حضور چشمگیر رسانه‌های فراگیر و به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی شهروندان می‌باشیم. از این رو با توجه به رسانه‌ای شدن بیش از پیش جوامع، افراد برای دستیابی به شهرت و تأثیرگذاری بر جنبه‌های مختلف زندگی سیاسی- اجتماعی اقدام به فعالیت گسترده در این رسانه‌ها و به‌ویژه اینستاگرام نموده‌اند تا از طریق همزادپنداری و بیان عقاید و خواسته‌های دیگران بتوانند طرفداران زیادی را به خود جلب نمایند. بنابراین سلبریتی‌ها با توجه به فراهم شدن زیرساخت‌های ارتباطی سعی نمودند تا با همزادپنداری با اقشار مختلف جامعه، خود را به‌عنوان گروه مرجع جدید در افکار عمومی معرفی نمایند.

که با توجه به مقتضیات جامعه این امر اتفاق افتاد و مقبول اکثریت شهروندان نیز قرار گرفتند. از این رو سلبریتی‌ها سعی نمودند با مداخله در ابعاد مختلف زندگی سیاسی- اجتماعی از مجرای شبکه‌های اجتماعی نسبت به قبل بر شهرت خود بیفزایند؛ اما از آنجا که بسیاری از سلبریتی‌ها دانش و آگاهی کافی در حوزه‌های خارج از حیطه تخصصی خود ندارند و از سوی دیگر طرفداران بالقوه زیادی دارند که می‌توانند در مواقع حساس و حیاتی بالفعل شوند، مداخلات آن‌ها در حوزه‌های مذکور نه تنها پیامدهای مثبت و کارآمد برای شهروندان به همراه نداشته است، بلکه منجر به ایجاد موانعی در این مسیر گشته است.

با توجه به مطالب فوق‌الذکر و آزمایش فرضیات در چارچوب الگوی مفهومی مطرح شده و با به‌کارگیری روش نشانه‌شناسی، می‌توان چنین نتیجه گرفت که سلبریتی‌ها از یک سو به دلیل مرجعیت یافتن، جذابیت در نوع زندگی شخصی، تفکرات و همسو بودن با آحاد جامعه و از طرف دیگر به دلیل وجود شکاف میان دولت و جامعه و عدم اعتماد سیاسی شهروندان به مسئولین، جایگاه ویژه‌ای کسب نمودند. اما آنان با توجه به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌هایی همچون مرجعیت یافتن در نزد افکار عمومی و سرمایه اجتماعی مجازی و غیره که دارند، اقدام به مداخله در مسائل غیرتخصصی خود از جمله دخالت در حوزه‌های سیاسی- اجتماعی که دانش و تخصص کافی ندارند، می‌نمایند. مطابق این دیدگاه به این نتیجه می‌رسیم که هدف سلبریتی‌ها از این اقدام، حواس‌پرتی عموم جامعه از پایه‌های اصلی توسعه سیاسی می‌باشد؛ زیرا که آنان در صدد آن هستند با وارونه نمودن و جایگزینی مسائل اصلی گذار به توسعه سیاسی با مسائل سطحی آن همچون آزادی بیان و حقوق شهروندی در سطح حجاب اختیاری و ورود به ورزشگاه و اجرای موسیقی به دنبال آن هستند تا در صورت تحقق، به عنوان قهرمان شناخته شوند. بنابراین می‌توان با کمی تعمق و توجه بیشتر دریافت که این قشر از جامعه به دلیل عطش محبوبیت و شهرت روزافزون و عدم دانش کافی در حوزه‌های مختلف زندگی سیاسی- اجتماعی، مداخله آنان در جنبه‌های مختلف سیاست، نه تنها فرایند توسعه سیاسی در جمهوری اسلامی را تسهیل نمی‌نماید، بلکه موانعی جدی را در این مسیر به وجود می‌آورند. به همین جهت

می‌توان گفت که سلبریتی‌ها به دنبال نمایش افکار و آرا و کسب محبوبیت بیشتر برای خود به هر قیمتی هستند؛ همین قضیه منجر به آن می‌گردد تا آنان جهت دستیابی به منافع خود، سیاست را به سیاست‌نمایی و دموکراسی را به شهره‌پروری تبدیل نمایند تا بتوانند در عرصه‌های مختلف قدرت، سیاست، اقتصاد، فرهنگ، هنر، جامعه و غیره جایگاه ویژه‌ای کسب نمایند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Seyed Shamsedin



<https://orcid.org/0000-0003-2113-1707>

Sadeghi

Javad Biglari



<https://orcid.org/0000-0001-9010-1013>

Masoud Akhavan



<https://orcid.org/0000-0003-4129-9689>

Kazemi

منابع

- احمدی، علی، (۱۳۹۷)، «قطبی‌سازی، هواداری تعصب‌آمیز و انتشار اخبار زرد در شبکه‌های اجتماعی در دوران انتخابات میان دوره‌ای ۲۰۱۸ میلادی آمریکا»، فرهنگ و رسانه، دوره ۱۶، شماره ۲۸، پاییز، صص ۱۴۵-۱۵۸.
- آذرشب، محمدتقی و آسوده، رضا، (۱۳۹۸)، «جایگاه جامعه مدنی در توسعه سیاسی»، فصلنامه راهبرد سیاسی، سال هشتم، شماره ۳، بهار، صص ۹۱-۱۰۵.
- اسلین، مارتین، (۱۳۷۵)، دنیای درام: نشانه‌شناسی عناصر نمایشی در سینما، تلویزیون، تئاتر، ترجمه محمد شهباز، تهران: بنیاد سینمایی فارابی.

- اسماعیلی، محمدجواد؛ حیدرآبادی، ابوالقاسم و پهلوان، منوچهر، (۱۴۰۱)، «مقبولیت سلبریتی‌ها در مشارکت‌های سیاسی از نظر مخاطبان شبکه‌های اجتماعی»، *ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، سال پنجم، شماره ۱۰، صص ۱۲۰۹-۱۱۹۶.
- آقاجانی، زهرا، (۱۳۸۷)، «تحلیل نشانه‌شناختی فیلم بدون دخترم هرگز»، *فصلنامه علمی پژوهشی نقد ادبی*، سال اول، شماره اول، صص ۱۸۹-۱۶۳.
- بشیریه، حسین، (۱۳۹۸)، *گذار به دموکراسی*، تهران: نشر نگاه معاصر.
- بیگلری، جواد و اخوان کاظمی، مسعود، (۱۴۰۱)، «شناسایی تهدیدات و آسیب‌های امنیتی نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی در انتخابات ایران»، *نشریه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی*، سال سیزدهم، شماره ۵۳، صص ۸۹-۶۴.
- تاجیک، محمدرضا، (۱۳۸۹)، «نشانه‌شناسی؛ نظریه و روش»، *فصلنامه پژوهش‌نامه علوم سیاسی*، سال پنجم، شماره ۴، صص ۳۹-۷.
- چندلر، دانیل، (۱۳۸۶)، *مبانی نشانه‌شناسی*، ترجمه مهدی پارسا، تهران: انتشارات سوره مهر.
- دینه‌سن، آنه ماری، (۱۳۸۰)، *درآمدی بر نشانه‌شناسی*، ترجمه مظفر قهرمان، آبادان: نشر پرش.
- سجودی، فرزانه، (۱۳۸۳)، *نشانه‌شناسی کاربردی*، تهران: نشر قصه.
- سوسور، فردیناندو، (۱۳۷۸)، *دوره زبان‌شناسی عمومی*، ترجمه کوروش صفوی، تهران: هرمس.
- صادقی، جواد؛ فتحی، ابراهیم، (۱۴۰۱)، «بازنمایی کرونا در بستر تلگرام شبکه‌های فارسی زبان داخلی و ماهواره‌ای (مطالعه تطبیقی کانال‌های خبرگزاری صداوسیما، صدای آمریکا و من و تو)»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال بیست و نهم، شماره ۱، پیاپی ۱۰۹، صص ۱۲۹-۹۱.
- صدیق سروستانی، رحمت‌الله؛ هاشمی، سیدضیا، (۱۳۸۱)، «گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی با تاکید بر نظریه‌های مرتون و فستینگر»، *علوم اجتماعی*، شماره ۲۰، صص ۱۶۷-۱۴۹.
- معینی‌علمداری، جهانگیر، (۱۳۷۸)، *سیاست نشانه‌ها: نشانه‌شناسی و بازسازی نظریه سیاسی*، پایان‌نامه دکتری، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد، (۱۳۹۲)، *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، چاپ سوم، تهران: همشهری.

References

- Merton, Robert K, (1957), *Social Theory and Social Structure*, New York: Glencoe, IL: Free Press.

In Persian

- Aghajani, Zahra, (2008), "Semiotic Analysis of the Film without My Daughter Never", *Scientific Research Quarterly of Literary Criticism*, First Year, First Issue, pp. 163-189. [In Persian]
- Ahmadi, Ali, (2017), "Polarization, Biased Fandom and the Spread of Yellow News in Social Networks During the 2018 US mid-term Elections", *Culture and Media*, No. 28, Fall. pp. 145-158. [In Persian]
- Azarshab, Mohammad Taghi & Assodeh, Reza, (2018), "The Position of Civil Society in Political Development", *Political Strategy Quarterly*, Year 8, No. 3, Spring. pp. 91-105. [In Persian]
- Bashiriyah, Hossein, (2018), *Transition to Democracy*, Tehran: Negah Moaser Publication. [In Persian]
- Biglari, Javad & Akhavan Kazemi, Masoud, (2022), "Identifying Security Threats and Harms of the Role of Social Networks in Iran's Elections", *Journal of Political and International Research*, Year 13, No. 53, pp. 64-89. [In Persian]
- Chandler, Daniel, (2007), *Basics of Semiotics*, Translated by Mahdi Parsa, Tehran: Sureh Mehr Publications. [In Persian]
- Dinahsen, Anne Marie, (2002), *An Introduction to Semiotics*, Translated by Mozaffar Kahraman, Abadan: Publishing House. [In Persian]

- Ismaili, Mohammad Javad; Heydarabadi, Abulqasem & Pahlavan, Manouchehr, (2022), "The Popularity of Celebrities in Political Participation from the Point of View of the Social Media Audience", *Iranian Political Sociology Monthly*, Year 5, No. 10, pp. 1196-1209. [In Persian]
- Mehdizadeh, Seyed mohammad, (2012), *Media Theories: Popular Ideas and Critical Perspectives*, Third Edition, Tehran: Hamshahri. [In Persian]
- Moini Alamdari, Jahangir, (2000), *The Politics of Signs: Semiotics and Reconstruction of Political Theory*, Ph. D Thesis, Faculty of Law and Political Science, University of Tehran. [In Persian]
- Saussure, Ferdinando, (2000), *General Linguistics Course*, Translated by Kourosh Safavi, Tehran: Hermes. [In Persian]
- Sadeghi, Javad & Fathi, Ibrahim, (2022), "Representation of Corona in the Telegram platform of Domestic and Satellite Persian Language Channels (Comparative Study of the Channels of the TV News Agency, Voice of America and Me and You)", *Communication Research Quarterly*, Year 29, No. 1, Serial 109 , pp. 91-129. [In Persian]
- Seddiq Sarvestani Rahmatullah, Hashemi, Seyed Zia, (2003), "Reference Groups in Sociology and Social Psychology with Emphasis on the Theories of Merton and Festinger", *Social Sciences*, No. 20, pp. 149-167. [In Persian]
- Slaine, Martin, (1997), *The World of Drama: Semiotics of Dramatic Elements in Cinema, Television, Theater*, translated by Mohammad Shahba, Tehran: Farabi Cinema Foundation. [In Persian]

- Sojudi, Farzan, (2005), *Applied Semiotics*, Tehran: Nashr Qaseh. [In Persian]
- Tajik, Mohammadreza, (2011), "Semiotics; Theory and Method", *Political Science Quarterly*, Year 5, No. 4, pp. 7-39. [In Persian]

استناد به این مقاله: صادقی، سید شمس‌الدین، بیگلری، جواد و اخوان کاظمی، مسعود، (۱۴۰۴)، «شناسایی و تحلیل نقش‌آفرینی سلبریتی‌ها در توسعه سیاسی ایران (۱۳۹۸-۱۴۰۲)»، *پژوهش‌های راهبردی سیاست*، دوره ۱۴، شماره ۵۴، ۱-۴۰.

Doi: 10.22054/QPSS.2024.80375.3424



Quarterly of Political Strategic Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License