



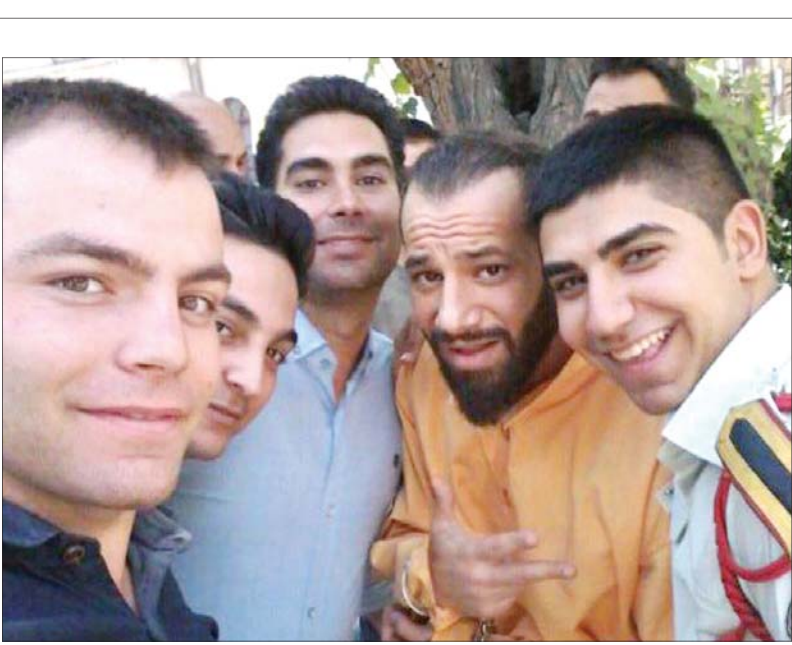
امیرحسین جلالی روان‌پزشک

خبرگزاری دانشجویان ایران گزارش داده که در پی دستگیری امیرحسین مقصودلو، معروف به تتلو، خواننده رپ ایرانی، عده‌ای از طرفداران وی در فراخوانی از طرفداران و دوستداران این خواننده بدون مجوز فعالیت رسمی، دعوت کرده‌اند تا در یک تجمع حمایتی از وی در عصر روز چهارشنبه گذشته در خیابان ۱۵ خرداد حضور یابند.

ایسا در ادامه افزود، با انتشار این خبر در فضای مجازی، مأموران انتظامی تهران با هماهنگی‌های قضائی لازم در محل موردنظر حضور یافته و تعدادی را که قصد برهم‌زدن نظم عمومی داشتند، دستگیر کردند.

تتلو پیش از این با انتشار پیام صوتی کوتاه خطاب به بازپرس خود درحالی‌که وی را با کلماتی نامربوط خطاب می‌کرد تهدید کرد که سر وی را خواهد برید.

نقل شده که خواننده پرهیاهو به مقام قضائی در دادسرا گفته که هوادارانش دادگاه را تعطیل می‌کنند و کسی نمی‌تواند با او کاری کند چون هوادار دارد. تتلو با سه‌میلیون پیگیر (Follower) در اینستاگرام در کنار بهنوش بختیاری، هنرپیشه فیلم‌های کمدی و سریال‌های روتین، از پرطرفدارترین چهره‌های موردقبال کاربران شبکه‌های اجتماعی است. چند روز پیش روزنامه‌نگاری قدیمی که دغدغه‌های عدالت‌خواهانه دارد، با فهرست‌کردن سیاهه‌ای از نابسامانی‌های اجتماعی، گلایه و ابراز تعجب کرده بود که بر سر جامعه چه آمده. تا اینجا یکی به‌نفع و رکشیده و عزم خیابان کرده‌اند. متأسفانه به علت شبکه‌های اجتماعی علیه بازداشت وی راه افتاده، عده‌ای هم در روزگار نهضت‌های لایکی پاشنه ورکشیده و عزم خیابان کرده‌اند. متأسفانه به علت کثرت شواهد قابل‌رویت، در نایهنجاربودن رفتارهای کسی چون تتلو شکّی نیست، اما دقیقاً از همین



نگاهی به پدیده «طرفداری» در گفت‌وگو با مهران غفوریان و احمدرضا عابدزاده

فقط تشویق کردن کافی نیست!

شرق، سعید برآبادی: بهترین تعریف هواداری را می‌توان در این بیت مثنوی پروین اعتصامی یافت: آنجا که دل در برابر اظهار علاقه بلیل، پوزخندی می‌زند و اضطراب آینده این هواداری را نشان می‌دهد: «چونکه فردا شد و پژمرده شدم/کیست آن‌کس که هواخواه من است؟». اما هواداران امروز شبیه دیروز و روزگار پروین نیستند؛ حتی شبیه به عاشقان و طی‌طریق‌کنندگان امثال شعر فارسی هم نیستند؛ آنها گاه به اندازه فردی که هوادارش هستند، هوادار دارند، گاه از او معروف‌تر یا پول‌دارتر، سیاسی‌تر، چهره‌تر و حتی قدرتمندتر هستند. گروه دیگری از این طرفداران، شامل خود را در بزنگاه‌های فرد مورد نظرشان نشان می‌دهند و حمایت صددرصدی او را و تنها راه نشان‌دادن میزان هواخواهی خود می‌دانند. نمونه‌های این رویکرد اجتماعی را کم نداشته‌ایم؛ در حوزه سیاست، هواخواهان اصلاحات بعد از ترور نافرجام سعید حجازیان سعی کردند به هر شکل ممکن، از او حمایت کنند. وقتی که تیم فوتبال ایران دچار مشکل شد و به قول فوتبالی‌ها، سیر نزولی در پیش گرفت، همین هواداران بودند که در سرمای آن سال، ورزشگاه آزادی را پر کردند و درحالی‌که می‌دانستند تیم‌شان خواهد باخت، یک‌صدا دست از تشویق برنداشتند. اما هواداران امروز اندکی پیش‌روتر هم شده‌اند و به هواداری کلاسیک اعتقاد کمتری دارند. کافی است بغل گوش فرد مورد علاقه‌شان اتفاقی بیفتد تا خیلی زود برایش سینه‌چاک کنند؛ نمونه‌اش هم همین ماجرای تتلوست؛ خواننده‌ای زیرزمینی که به خاطر احضارش به دادسرا، حالا هوادارانش دوره افتاده‌اند. بیانیه می‌نویسند، تهدید می‌کنند، تقاضای آزادی او را دارند و بیشتر از اینکه بخواهند آزادش کنند، دنبال این هستند که نشان دهند تنهاپس نمی‌گذارند.

تتلو و هوادارانش

در فرهنگ لغت دهخدا، هوادار و طرفدار، هر دو زیرمجموعه حامی هستند و به‌همین دلیل فردی که دارای این دو صفت باشد، مجبور است «پشت و پناه»، «حمایت‌کننده به عنایت و کرم، «فراع‌کننده» و «زنهاردار» هم باشد. حال سؤال اینجاست‌که هوادار محسوب تا چه حد چنین صفاتی را از طرفداران خود دیده‌اند و آن را درک کرده‌اند؟ تتلو، در چند سال اخیر یک مورد ویژه در میان خواننده‌های زیرزمینی بوده یا سعی کرده خود را این‌طور نشان دهد. اما او همان‌طور که پیش‌بینی می‌شد، سوم شهریور دستگیر شد تا در دادسرای فرهنگ و رسانه به مسائلی پاسخ دهد. تا اینجا هیچ مشکلی وجود ندارد، بسیاری از چهره‌های مطرح حوزه‌های مختلف گاه به دلایلی پایشان به محاکم قضائی باز شده و مجبور به ارائه توضیح یا حتی محاکمه و حبس شده‌اند. در این میان، کم پیش آمده است که وجهه هواداری در چنین مواردی آن‌قدر پررنگ باشد، که هواداران با شدیدترین موضع

نسبت به چنین جلب و احضاری واکنش نشان دهند. اما این اتفاق افتاده و حالا مسئله طرفداران به همان اندازه مسئله افراد مشهور زیر ذره‌بین جامعه قرار گرفته و سؤال اینجاست‌که رابطه افراد مشهور با طرفدارانشان تا چه حد است؟ آیا سلب‌ریتی‌های حوزه‌های مختلف، برنامه‌ای درباره یکپارچه‌کردن و قدرت‌سازی طرفداران خود دارند؟

غفوریان: هنر ما قدردانی از لطف مردم است



روزگار عجیبی شده؛ رسانه به یک ابزار واقعی نبرد بدل شده است آن‌قدر که پس از هر اتفاقی، تصمیم‌گیری رسانه‌ای و مدیریتی آن در اولویت قرار می‌گیرد. اخباری درباره حراج زمین در تهران منتشر می‌شود و خیلی زود، چهره‌هایی که به هر دلیل ممکن است نام‌شان در فهرست دریافت‌کننده‌های ملک قرار گرفته باشد، صفحات فیس‌بوکی، توئیتری و اینستاگرامی خود را می‌بندند. هجوم هواداران قابل مقابله نیست؛ هجوم هواداران شکست‌خورده‌های ورزش، هجوم عاشقان بازی‌خورده‌های اقتصادی و سیاسی و هجوم عاشقان بازیگران و خواننده‌ها. حالا دیگر سخت است تشخیص اینکه چه فرقی میان مخاطب و هوادار وجود دارد. تعاریف مختلف است، مثلاً مهران غفوریان می‌گوید مردمی که کار و هنرشان را دوست داشته باشند، به‌نوعی طرفدار او محسوب می‌شوند و به همین بسنده می‌کند که «مردم این کشور، مردمی هنردوست هستند و همیشه به هنرمندان خود لطف دارند. این لطف را می‌شود خیلی راحت دید؛ وقتی که در خیابان داربد راه می‌روید و می‌بینید مدام می‌آیند و با شما دست می‌دهند و سلام‌وعلیک می‌کنند. خسته نباشید می‌گویند و به زبان خودشان سعی می‌کنند محبت

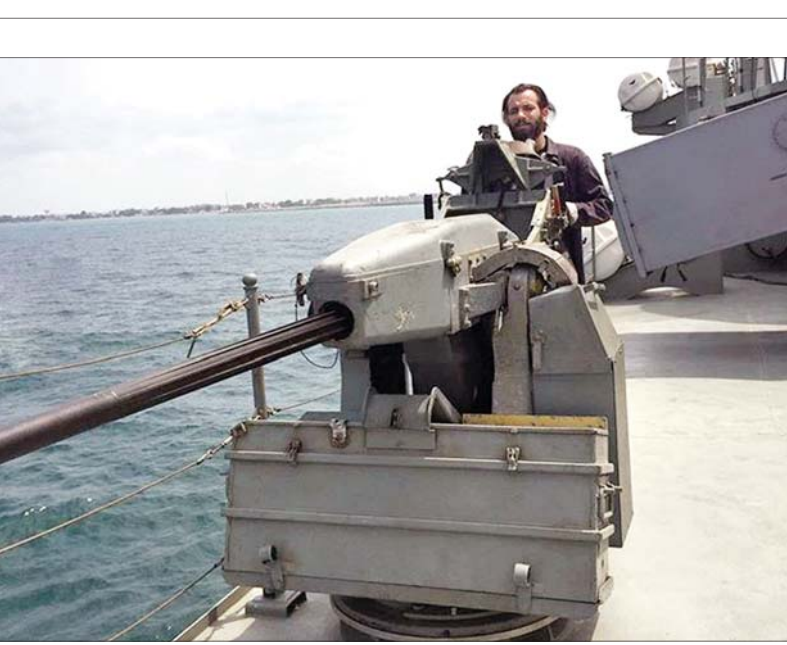
و صفایشان را از ما دریغ نکنند». با چنین تاولی در مفهوم هواداری است که او می‌گوید اگر کاری تا به‌حال انجام داده و توانسته لیبی را به خنده باز کند، به خاطر همین مردم بوده است؛ «طبعا که مسئله همه ما این است که لطف مردم را جبران کنیم و طبعاً منظورم از مردم همه هستند؛ چه آنهایی که من غفوریان را دوست دارم و چه آنهایی که به هر دلیل پای فیلم‌ها یا برنامه‌های تلویزیونی به این تماس‌های تلفنی نمی‌تواند داشته باشد؛ اگر بخوایم فهرستی از جنجالی‌ترین اتفاقات سال‌های اخیر داشته باشیم، به‌ویژه آنها که شبکه‌های مجازی را تسخیر کردند؛ بدون شک در بسیاری موارد پای رودرویی هواداران وسط می‌آید؛ به عبارت دیگر، این چهره‌ها نیستند که با هم سر مسئله‌ای درگیر می‌شوند، بلکه این دسته‌های هواداری هستند که به جان هم می‌افتند

نتیجه‌ای که به دست می‌آورند، قضاوت می‌شوند، ضربه‌های فراوانی از آن خورده‌اند. نمونه‌اش احمدرضا عابدزاده، عقاب آسیا، دروازه‌بانی که بهترین خاطره سنگربانی را برای مردم ایران به تصویر کشیده اما در سال‌های اخیر، رنجیده‌خاطر از رسانه‌های ورزشی، به گوشه‌ای رفته و خیلی تمایلی به مصاحبه ندارد. شاید به این دلیل که اعتقادی به این تماس‌های تلفنی نمی‌تواند داشته باشد؛

هشدارآمیز است. وی مدتی پیش در اینستاگرام، تبلیاتی را ها دعوت کرد برای نشان‌دادن هواخواهی خود بچ‌کنند و عده‌ای دعوت او را لیبک گفته‌اند. سلوک گوسفندی برای همراهی‌کردن نمادین از وضعیت روان‌شناختی دال بر بی‌ارادگی و وادادگی است؛ انفعالی که در دل خود خشم و هیجانی کور انبار کرده است.

دو نکته را در آخر باید یادآوری کنم؛ آنچه به‌عنوان همدلی‌کردن با کسی چون تتلو در این نوشتار اشاره شد، به معنی رفع مسئولیت نیست. رفتار غیرقانونی و اهانت‌آمیز در هر شکلی ناپسند است. تجویز نگاه طبیبانه برای شهروندان به‌جای نگرش تحقیرکننده و طردکننده، به معنی سلب ید از مجاری قانونی نیست.

نقش من شهروند با نقش قاضی و پلیس متفاوت است و الزاماً علیه هم نیست. ثانیاً تتلو آرمان کسی نیست. قهرمان نسل بی‌آرمان است و البته کشش به موسیقی او در حکم هواداری نیست. داستان هواداری، ماجرای تبلیاتی‌بودن منش و روش اجتماعی و نگاه به دنیاست.



یک مفهوم

همه چیز فراموش می‌شود



علی‌اکبر قاضی‌زاده

ما روزنامه‌نگارها آدم‌های بی‌پناهی هستیم. حتی خودمان هم پناه هم نیستیم. خاطره‌ای یادم هست از خیلی وقت‌ها پیش؛ روزگاری که کیهان و اطلاعات تنها روزنامه‌های اصلی کشور بودند و رسانه‌ها در تعدد و تکثر مثل امروز نبودند. آن زمان هنرپیشه‌ای به خبرنگاری توهین کرد و همه خبرنگاران و روزنامه‌نگاران یک‌جا در دفاع از همکارشان آن هنرپیشه را بایکوت خبری کردند. دیگر هیچ خبری از این هنرپیشه در روزنامه‌های کشور کار نشد. کار تا آنجا بالا گرفت که حتی خبرنگاران نام این هنرپیشه را بر زبان و قلم جاری نکردند. بالاخره هنرپیشه مذکور با گریه و تضرع از خبرنگاران عذرخواهی کرد و به این بایکوت خبری پایان داد. نه ما و نه سیاست‌مداران و ورزشکاران و هنرمندان و... نمی‌دانند که این چهره‌ها بدون رسانه هیچ صدایی ندارند و بی‌صدایی در این روزگار یعنی موجودیت‌ناداشتن. ما از کنار این اصل راحت می‌گذریم و با لبخند، توهین‌ها و ضرب‌وشتم‌ها را تحمل می‌کنیم. چندی‌پیش کارگردانی توهین زشتی به روزنامه‌نگاران کرده بود. مطمئناً خیلی‌ها حتی امروز به‌خاطر ندارند آن توهین چه نبود؛ بعد از آن توهین، دو، سه فیلم از آن کارگردان اکران شد و همه مطبوعات هم با اغوش باز به سمت او رفتند. با او مصاحبه کردند و صفحه‌ها تعریف و تمجید و نقد بر کارهایش نوشتند. این همان بزنگاهی بود که باید خودمان را نشان می‌دادیم و



ندادیم. حتی مطمئناً چندی‌دیگر هم «نادر قاضی‌پور»، نماینده مجلس که به تازگی خبرنگار ایران را مورد ضرب‌وشتن قرار داد و هم آن خبرنگار کتک‌خورده، همه چیز را فراموش می‌کنند. وقتی همه چیز این‌قدر راحت است، چه انتظاری از این نماینده مجلس داریم که عذرخواهی کند؟! او دوباره با رسانه‌ها مصاحبه می‌کند و می‌گوید: «شوخی کرده‌ام!». توصیه می‌کنم امروز یک آزمایش ساده انجام دهید؛ امروز موقع برگشت از کار، وسط خیابان با یک راننده تاکسی جویب‌خی صوری راه بیندازید و ببینید نتیجه چیست؟ ما تردید ندارم که چندین راننده تاکسی دیگر در این بحث دخالت می‌کنند و نمی‌گذارند هم‌صنفشان تنها بماند. این حس بین ما روزنامه‌نگاران نیست یا کمرنگ است. دلیلش هم ساده است؛ ما تشکیلی نداریم که در چنین موقعیتهایی از ما بخواهد یا به ما توصیه کند که توهین‌کننده را مجازات خبری کنیم. متأسفم که ما این حس صنفی را نداریم. اما تا آن عمل جمعی شکل نگیرد، نباید انتظار داشته باشیم که آن نماینده عذرخواهی کند. مگر ما چه کرده‌ایم که او فکر کند ماجرا جدی است؟ همین حالا هم رسانه‌های زیادی هستند که با این نماینده مصاحبه می‌کنند و او هم در مصاحبه با آنها همه‌چیز را یک شوخی ساده معرفی می‌کند.

زاویه دید

ستاره‌سازی با یک کلیک

حلیه صبورزاد: یکی از قواعد مهم صنایع فرهنگی، تولید ستاره است. اما ستاره‌سازی در دنیای اینترنت دارای ویژگی‌ها و وجوه تمایزی است که در ادامه به آنها اشاره خواهد شد.

گزینشگری و امکان خلاقیّت بیشتر

تصویر فردی که قیچی به دست گرفته و بخش‌هایی از مجله یا روزنامه را می‌برد، همه را به یاد یک چیز می‌اندازد و آن هم هوادارِیست، اما آیا هواداران امروز هم قیچی به‌دست هستند؟ شاید نه، اما همواره ویژگی مشترک هواداران، تمایل به جمع‌آوری‌کردن چیزهایی مرتبط با ستاره یا ستارگان موردعلاقه‌شان است. در حقیقت هواداران، آرشیداران زبردستی هستند. اینترنت با داشتن آرشیدو در دسترسی که به بی‌نهایت میل می‌کند، خدمت بزرگی به این گروه کرده است. البته این تمام ماجرا نیست. تا پیش از این، هواداران از تلاشی که برای یافتن عکس، اطلاعات و... می‌کردند، لذت می‌بردند؛ لذتی که شاید بیش از هر چیز ناشی از این بود که این تلاش آنها را از غیرهواداران متمایز می‌کرد، اما حالا هواداران با انبوهی از اطلاعات مواجه هستند که به‌سادگی در دسترسند و باید میان آنها دست به گزینش بزنند. حالا فضای دیجیتال، لذت تمایز از راه تلاش برای دست‌یافتن به اطلاعاتی خاص حول ستاره را کاهش داده و درمقابل لذت مشارکت و لذت تولید را به جماعت‌های هواداران اعطا کرده است. هرروز تعداد زیادی تصویر، ویدئو، نوشته و... در شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های هواداری آپلود می‌شود که حاصل کنش‌های خلاقانه هوادارانی است که حالا دیگر آنها هم مخاطبانی برای خود یافته‌اند. این پدیده را می‌توانیم «شکل‌گیری شبکه‌های ستارگی» بنامیم که در آن مخاطبان یک ستاره، خود دارای مخاطبانی هستند و جماعتی را با ستاره پیوند می‌زنند.

تجربه اجتماعی، هیجانی و صمیمیت مجازی

تجربه هیجانی، یکی از محورهای مهم در فعالیت هواداران بوده و هست. به‌همین‌جهت بخش مهمی از جماعت هواداران را نوجوانان تشکیل می‌دهند. می‌توان گفت نوجوانان در فرایند هواداری خود، در حال هویت‌یابی باواسطه‌ای هستند که از جنس رسانه و ستاره موردعلاقه آنهاست. در حقیقت، ستاره برای نوجوانان هوادار، یک محمل برای تجربه اجتماعی باواسطه است که نوجوان تلاش می‌کند تنش‌های خود را در کنار به بزرگ‌سالی و تماس اجتماعی بی‌واسطه از طریق او حل کند. بنابراین می‌توان گفت گرایش نوجوانان به یک ستاره، گویای تناقضات، مسائل و بحران‌هایی است که سازوکارهای تعلیم و تربیت وی از کودکی تا نوجوانی برای وی به وجود آورده‌اند و وی در پی حل‌وفصل آنها از طریق پیوستن به یک خرده‌فرهنگ هواداری است. تجربه اجتماعی هیجانی که هواداری در نوجوانان امروز پدید می‌آورد، متفاوت از نسل‌های پیشین است. یکی از ویژگی‌های اصلی این شکل از هواداری، نتیجه حس مجاورتی است که فضای مجازی به افراد حاضر در آن می‌دهد. به‌این‌ترتیب صمیمیتی مجازی با ستاره و دیگر افراد جماعت هواداری شکل می‌گیرد که این صمیمیت مجازی می‌تواند منجر به درگیری عاطفی و هیجانی بیشتر هواداران شود و از آن سو، حسی شبیه صمیمیت توأم با خودشنیفتگی را در ستاره محبوب تشدید کند.

به‌جالش کشیدن دانش و تخصص

به‌طورکلی هواداران همواره در حال به‌جالش‌کشیدن دانش، تخصص و مهارت بوده‌اند و همیشه ستارگی مترادف با مهارت بیشتر در حرفه، هنر و... نبوده است، اما این ویژگی در فضای اجتماعی رسانه‌ای جدید شدت یافته است. ما هرروزه به صفحات مجازی افرادی برمی‌خوریم که هزاران و حتی میلیون‌ها دنبال‌کننده دارند، اما در دنیای واقعی هنر و حرفه خود به زحمت می‌توان آنها را در شمار متوسط‌ها آورد. اگر تاکنون می‌گفتیم هوادارشدن مردم ستاره‌شدن ستارگان تابعی است از گرایش‌ها و نیازهای مردم و چه‌بسا مردم برای حل‌وفصل آنها، فوری‌ترین و سطحی‌ترین راه را برگزینند و با این گزاره تمایل مردم به ستاره‌های عامه‌پسند را توضیح می‌دادیم، امروز باید متغیرهای دیگری را نیز به عوامل گرایش هواداران به یک ستاره در شبکه‌های اجتماعی بیفزاییم. یکی از مهم‌ترین این متغیرها، به‌کاربردن استراتژی‌های برندسازی شخصی در رسانه‌های اجتماعی است. بنابراین ستاره امروزی، سیاست‌هایی را برای بازنمایی بی‌واسطه خود در فضای مجازی به کار می‌گیرد و با اتکا به به‌شکل‌دادن هم‌زمان به کاربزم و صمیمیت، خود را با هواداران یگانه می‌کند. با این اوصاف دور از انتظار نیست که میزان توجه هواداران چندان رابطه معناداری با مهارت، دانش و تخصص ستاره نداشته باشد و چه‌بسا در جوامعی رابطه‌ای معکوس میان آنها برقرار شود.

کشنگری و قدرت شهروندی

امروزه، فرهنگ‌های هواداری در حال حرکت به سمت فضاهای کشنگری هستند. این مسیربایی دور از انتظار نیست چراکه یکی از ویژگی‌های مهم رسانه‌های اجتماعی، قدرت تسخیرکردن آنهایی که به‌این‌ترتیب فرهنگ‌های هواداری در این سبب فضای رسانه‌ای، فرهنگ‌های هواداری کشنگرانه را پدید می‌آورند. اگر تا پیش از این نهایتاً مخاطبان یک ستاره تلویزیونی با روابطعمومی تماس می‌گرفتند و درخواست می‌کردند زمان برنامه را بیشتر کنند، حالا هواداران، شبکه‌های کشنگری را پدید می‌آورند که این قدرت بیشتری می‌دهد. در حقیقت آنها به‌عنوان «مهرودن- هوادار» دست به حضور اجتماعی و مطالبه‌گری می‌زنند. باید توجه داشت که این قدرت هواداران در بسیاری موارد می‌تواند به طور غیرمستقیم قدرتی برای ستاره محبوب باشد. به همین سبب نمی‌توان گفت که دنیای ستارگی، دنیایی سیاست‌زوده است، ستارگان امروز نه‌تنها از شبکه‌های اجتماعی برای نبل به قدرت نمادین استفاده می‌کنند، بلکه مکانیسم‌هایی را برای مشروع‌کردن این قدرت به کار می‌برند که شرکت در فعالیت‌های بشردوستانه و همراه‌کردن هواداران با خود یکی از آنهاست. این قبیل فعالیت‌ها پیش از ظهور شبکه‌های اجتماعی نیز سابقه داشته است، اما امروز بی‌واسطه‌تر و متمرکزتر انجام می‌شود. نهایتاً آنچه حائز اهمیت است این است که قدرت هواداران و ستارگان، به سبب مقتضیات اجتماعی رسانه‌ای گریزناپذیر است، اما اینکه این قدرت تا چه اندازه موجب کشنگری در فضای اجتماعی غیرمجازی می‌شود، تابع متغیرهای بسیاری از جمله مطالبات اجتماعی، نحوه پاسخ‌گویی جامعه به مطالبات مردم، است میان عقلاّیت و هیجانات در جامعه، شرایط فرهنگی و سطوح هواداری است. جماعت هواداری امروز جایگاه غیرقابل‌انکاری دارند و به خطا رفته‌ایم اگر تصور کنیم این جماعت‌ها را که مقاومت یکی از ویژگی‌های اساسی آنهاست، می‌توان تماماً تحت کنترل گرفت. تلاش در این جهت محکوم به شکست است، اما شناخت دقیق از آنها می‌تواند منجر به شناخت جامعه، شکاف‌ها، نیازها و تعارضات آن شود. داشتن چنین نگاهی موجب می‌شود پیش از تلاش نافرجام برای به‌استخدام‌درآوردن ستارگان برای اجرای سیاست‌های فرهنگی مهم کشور، از خود بیرسیم این فرهنگ‌های هواداری حول کدام تعارضات اجتماعی شکل گرفته‌اند. توجه به این تعارضات و حل‌وفصل نهمادند آنها می‌تواند تأثیرات دیرپایی در فرهنگ عمومی ایجاد کند که با هیچ تیزر و تبلیغاتی و استخدام هیچ ستاره‌ای، دست‌یافتنی نیست.