

بررسی تأثیر سلبریتی‌های مجازی در اعتلا یا انحطاط تمدن نوین اسلامی از منظر اخلاقی و راهکارهای مواجهه با آن

امیرعباس رکنی

دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری

amir.roknni@gmail.com

چکیده

رسانه‌ها، ابزارها و ساختارهای ارتباطی از زمان شکل‌گیری ابتدایی خود همواره یکی از ارکان اساسی تمدن بشری بوده‌اند. در مسیر توسعه و تحول پرشتاب تمدن‌های مطرح بشری، رسانه و ارتباطات خصوصاً بعد از انقلاب صنعتی نقش کلیدی در ظهور و بروز دگرگونی‌های اجتماعی داشته‌اند. با پیشرفت فناوری‌های عرصه ارتباطات و رسانه، امروزه شاهد ظهور نسل جدیدی از رسانه‌ها هستیم که با فراهم کردن بسترهای مختلف، به هر کاربر میز خطابه‌ای برای عرضه تفکرات و نظرات شخصی در سطح وسیعی داده است. در این میان، عده‌ای از افراد که با عنوان سلبریتی شناخته می‌شوند، فعالیت بیشتری در شبکه‌های اجتماعی دارند. مخاطبین این افراد عموماً نسل جوان جامعه را تشکیل می‌دهند که

وظیفه اصلی اعتلا و توسعه تمدن نوین اسلامی را بر عهده دارند. با توجه به اینکه سلبریتی‌ها سطح تأثیرگذاری عمیقی بر روی افکار و رفتار مخاطبان خود دارند و به‌نوعی به مرجع‌های اجتماعی تبدیل شده‌اند، رفتارها و گفتارهای آنها در عرصه‌های مهمی نظیر اخلاق و فرهنگ عمومی جامعه در شکل‌گیری الگوی‌های رفتاری نسل جوان بسیار مؤثر است. از آنجاکه این عرصه‌ها از مهم‌ترین عناصر سازنده تمدن نوین اسلامی است، لذا سلبریتی‌ها در این خصوص دارای مسئولیت اخلاقی سنگینی هستند. پژوهش حاضر در مقام تبیین این مسئولیت، با استفاده از روش تحقیق کتابخانه‌ای و ارائه و تدوین توصیفی و تحلیلی، در مقام پاسخگویی به این پرسش که «سلبریتی‌ها در اعتلا و انحطاط تمدن نوین اسلامی چه تأثیری دارند»، به این نتیجه رسید که شهرت سلبریتی‌ها به‌عنوان ابزار اصلی اثرگذاری ایشان نیازمند مدیریت کارکردی است و چنانچه نادیده انگاشته شود یا به‌شکل صحیح مدیریت نشود، می‌تواند به‌عنوان یک تهدید مؤثر زمینه انحطاط تمدن نوین اسلامی را فراهم کند؛ اما یک مدیریت صحیح و هوشمندانه، شهرت سلبریتی‌ها را وسیله اعتلای تمدن نوین اسلامی قرار می‌دهد.

کلیدواژگان: تمدن، تمدن نوین اسلامی، سلبریتی، مسئولیت اخلاقی، شبکه‌های اجتماعی.

مقدمه

۶۸

سلبریتی‌ها می‌توانند یکی از ملزومات مهم اعتلای تمدن نوین اسلامی باشند. مدیریت صحیح شهرت و اثرگذاری ایشان بر مخاطبین، قابلیت ایجاد یک جاذبه بسیار مؤثر، خصوصاً برای نسل جوان جامعه دارد. توجه به این واقعیت که در جهان امروز سلبریتی‌ها بیش از هر زمان دیگری دارای عمق نفوذ بر افکار عمومی جامعه هستند، باعث خواهد شد تا ضمن پذیرش اثرگذاری سلبریتی‌ها، درصدد آموزش و سازمان‌دهی مناسب سلبریتی‌ها و مخاطبین برآییم و از این فرصت به‌نحو احسن در راستای اعتلای سواد رسانه‌ای مخاطب، شخصیت سلبریتی و مجموعه تمدن نوین اسلامی استفاده کنیم.

تمدن نوین اسلامی از مؤلفه‌های گوناگونی تشکیل شده است. مسئله سرنوشت‌ساز برای هر تمدن، استمرار و بازتولید مؤلفه‌های تمدنی است. در فرایند استمرار و بازتولید نیز آنچه از نقش اساسی برخوردار است، افرادی هستند که دست به این اقدام می‌زنند. در طول تاریخ تمدن، این رسالت همواره بر عهده افراد عالم و اندیشمندی بوده است که به تناسب زمینه‌های فعالیت خود از شهرت و اثرگذاری برخوردار بوده‌اند. تمدن اسلامی نیز مبتنی بر همین رویه و با توجه بسیار بیشتر، بر اهمیت نقش مبلغ و شخصیت او تأکید کرده است.

توسعه و گسترش سریع دانش بشری تحولات بدیعی در همه عرصه‌های زندگی انسان پدید آورده است. این تحولات در فرایند ظهور و سقوط، اعتلا و انحطاط تمدن‌ها بسیار مؤثرند. یکی از عرصه‌های مهمی که با پیشرفت فناوری دستخوش تغییر شده، ابزار تبلیغ است. در گذشته، ارزش‌ها، باورها، دستاوردها و چشم‌اندازهای تمدن‌های بشری با نگارش آثار ارزشمند علمی و خطابه‌های تأثیرگذار صورت می‌پذیرفت. با توسعه صنعت چاپ و ظهور رسانه، روزنامه‌ها به موارد ذکرشده افزوده شدند و نقش بسیار مهمی را ایفا کردند. میزان اثرگذاری روزنامه‌ها به قدری بود که از همان ابتدا حاکمیت‌ها با وضع قوانین و مقررات سعی در ایجاد نوعی انحصار در این رسانه نوظهور کردند. پس از آن‌ها، دگرگونی جدیدی در امر تبلیغات تمدنی پدید آمد و رفته‌رفته ابزارهای پیشین کم‌رنگ‌تر شد. با ایجاد فضای مجازی و پیدایش شبکه‌های اجتماعی متعدد و متنوع مبتنی بر بستر آن، عملاً انحصار تبلیغ شکست و امکانی مهیا شد تا هر فردی بتواند تفکرات و نظرات شخصی خود را در سطح وسیعی مطرح کند. دگرگونی در ابزارهای تبلیغ و رسانه منجر به دگرگونی در مبلغین گردید و شخصیت‌های جدیدی به‌عنوان سلبریتی پا به میدان گذاشتند. «سلبریتی» عموماً به شخصی گفته می‌شود که به دلیل فعالیت در زمینه‌های هنری، ورزشی و سرگرمی به شهرت رسیده است. سلبریتی‌ها یا همان شخصیت‌های مشهور، از مبلغان جدیدی هستند که ارزش‌های تمدنی خود را تبلیغ می‌کنند. اساساً رابطه بسیار نزدیکی میان سلبریتی و تبلیغ وجود دارد. سلبریتی‌ها شخصیت‌های مشهوری هستند که دارای محبوبیت بالایی در میان مخاطبان خود هستند و از تأثیرگذاری قابل توجهی بر مخاطبان خود برخوردارند. همین امر سلبریتی‌ها را به مرجع‌های اجتماعی

تبدیل کرده است که در یک طیف گسترده با کنش‌ها و واکنش‌های خود نسبت به امور مختلف الگوسازی می‌کنند. در تمدن غربی، که صنعت خلق سلبریتی‌ها را احداث کرده است، سلبریتی کارکردی معین و تعریف شده دارد: شخصی که با فعالیت در زمینه سرگرمی و انجام تبلیغات کالاهای متعدد، متناسب با سبک زندگی غربی، اقدام به گرداندن چرخ‌های سرمایه‌داری می‌کند.

اهمیت سلبریتی‌ها برای یک تمدن با رویکرد مادی‌گرایانه، بسیار متفاوت با اهمیت و نقش آنها در تمدنی با جهان‌بینی اسلامی است. این دغدغه از آن روی مطرح می‌شود که اکثر مخاطبان سلبریتی‌ها را نسل جوان که وظیفه تمدن‌سازی را بر عهده دارد، تشکیل می‌دهد. وارد کردن سلبریتی با همان کارکردهای غربی به تمدن اسلامی، که با انقلاب اسلامی اولین گام را در مسیر حرکت به سوی تمدن نوین اسلامی برداشته است، تبعاتی دارد که به انحطاط تمدن نوین اسلامی منجر می‌شود.

۱. کلیات و مفاهیم

۱-۱. تمدن

اصلی‌ترین معنای تمدن را می‌توان شهرنشینی دانست. علامه علی‌اکبر دهخدا در معنای تمدن این‌گونه می‌نویسد: تخلق به اخلاق اهل شهر و انتقال از خشونت و همجیه و جهل به حالت ظرافت و انس و معرفت؛ و به نقل از صاحب غیاث اللغات، آن را به معنای «در شهر بودباش کردن و انتظام شهر نمودن و اجتماع اهل حرفه» بیان کرده است و به نقل از ناظم الاطباء، تمدن را به معنای تربیت دانسته و تمدن داشتن را برخلاف بربریت ذکر کرده است (دهخدا، ۱۳۷۳: ص ۶۱۰۹). دکتر معین در فرهنگ فارسی در معنای تمدن بیان می‌کند: تمدن به معنای همکاری افراد یک جامعه در امور اجتماعی، اقتصادی، دینی، سیاسی و... است (معین، ۱۳۸۳: ص ۱۱۳۹). دکتر لنگرودی در معنای تمدن ابراز می‌کند: تمدن مجموعه آداب و رسوم و دانش‌ها و فرهنگ و سازمان‌های اجتماعی و فنون و صنایع است که در طول قرون بر قوم یا ملتی حاکم شده باشد (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۸: ص ۱۴۱۶). فرهنگ لغت آکسفورد نیز در ذیل لغت تمدن، آن را به مرحله‌ای برای تحول به سوی جامعه سازمان‌یافته، و «تمدن شدن»

را تغییر یا پیشرفت از مرحله توحش یا بدوی جامعه انسانی به جامعه‌ای پیشرفته‌تر معنا می‌کند (oxford, 2010: P.264). با توجه به معانی ارائه‌شده از سوی لغت‌دانان، تمدن را باید فرایند گذار از زندگی غیراجتماعی و نامنسجم به زندگی اجتماعی و منسجم با قید وجود ویژگی‌ها و مؤلفه‌هایی دانست.

تعریف جامعی که از تمدن می‌توان ارائه کرد و با موضوع نوشتار حاضر نیز در تناسب است، تعریف آلن بیرو در کتاب فرهنگ علوم اجتماعی است. او تمدن را این‌گونه تعریف می‌کند: تمدن مجموعه پیچیده‌ای از پدیده‌های اجتماعی قابل انتقال، حاوی جهات مذهبی، اخلاقی، زیبایی‌شناختی، فنی یا علمی و مشترک در همه اجزای یک جامعه وسیع یا چندین جامعه مرتبط با یکدیگر است (بیرو، ۱۳۷۰: ص ۴۷). مزیت تعریف یادشده در آن است که تمدن را محدود به یک ملت خاص نکرده؛ بلکه آن را پدیده‌ای اجتماعی دانسته است که می‌تواند میان چند جامعه مشترک باشد؛ و این ویژگی در خصوص تمدن اسلامی که دارای وجوه مشترک میان ملل اسلامی است، صادق و حائز اهمیت است. ازسوی دیگر، تأکید بر وجوه معنوی قابل انتقال در مقوله تمدن بسیار مهم است، که تعریف یادشده از این ویژگی نیز برخوردار است. در بخش‌های بعد در خصوص تأثیر وجوه معنوی و خصوصیات شخصیت‌های مؤثر در این فرایند، توضیحات بیشتر داده خواهد شد.

۱-۲. تمدن نوین اسلامی

تمدن نوین اسلامی از جمله مفاهیم مهمی است که در اندیشه متعالی مقام معظم رهبری، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، مطرح شد. با توجه به اینکه انقلاب شکوهمند اسلامی تمدن نوین اسلامی را از قوه به فعل تبدیل کرد، تعریف و مؤلفه‌های این تمدن نوین را باید در منویات معظم‌له جست‌وجو کرد. ایشان به‌ظرافت نقشه راه را ترسیم کردند و در این خصوص می‌فرمایند: «امروز وظیفه امت اسلامی تنها این نیست که به یادبود ولادت پیغمبر یا بعثت پیغمبر جشن برپا کند. این کار کوچک و کمی است نسبت به آنچه وظیفه اوست. دنیای اسلام امروز وظیفه دارد مثل خود اسلام و مثل خود پیغمبر، روحی در این دنیا بدمد؛ فضای جدیدی ایجاد کند؛ راه تازه‌ای را باز کند. ما به

این پدیده‌ای که در انتظار آن هستیم، می‌گوییم تمدن نوین اسلامی» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۷/۱۰/۰۸).

همچنین ایشان همواره تأکید دارند که وظیفه ساخت تمدن اسلامی اختصاص به طیف و گروه خاصی ندارد. «باید همه احساس کنند که مسئولیت ایجاد تمدن اسلامی نوین بر دوش آنهاست؛ و یکی از حدود و ثغور این کار، مواجهه با تمدن غرب است؛ به صورتی که تقلید از آن انجام نگیرد» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳). حال مسئله مهم با توجه به بیانات معظم‌له این است که این وظیفه همگانی چگونه باید همانند فعالیت شخص پیامبر اکرم ﷺ روحی تازه در دنیا بدمد و فضای جدیدی ایجاد کند؟ آنچه مدنظر ایشان است، استفاده از الگوی رفتاری پیغمبر اسلام ﷺ در تبلیغ است. پس این‌گونه می‌توان نتیجه گرفت که تمدن نوین اسلامی نیازمند برپایی اردوگاهی برای معرفی اهداف، دستاوردها و مؤلفه‌های خود به مخاطبان جهانی خویش است. سیره عملی پیامبر ﷺ در تبلیغ و استفاده از اشخاص برجسته در رساندن پیام اسلام به گوش جهانیان، به‌خوبی بیانگر آن است که اهمیت رسانه، محتوای تبلیغ و شخصیت مبلغ تا چه اندازه در ساخت تمدن اسلامی در طول تاریخ ۱۴۰۰ ساله اسلام مؤثر بوده است. از ابتدای تشکیل حکومت اسلامی در مدینه، مسجد و منبر مهم‌ترین رکن پیام‌رسانی و تبلیغ بوده است و در کنار آن، خطیبان بلیغ همچون امیرالمؤمنین علیؓ و نگارش آثار متعدد اسلامی در راستای حفظ سنت و سیره شخص پیامبر اسلام ﷺ و حضرات ائمهؑ و نگهداری این مکتوبات گران‌بها، ولو به‌قیمت جان مسلمین در ورطه‌های طوفانی حوادث تاریخ، هدف رساندن پیام دین مبین اسلام به گوش جهانیان و اعتلای تمدن اسلامی را به‌خوبی محقق ساخت؛ اما امروز ابزارهای جدید بر مبنای فناوری، شیوه‌های نوین را در اختیار بشر قرار داده است که تمدن نوین اسلامی برای تمدن‌سازی باید با درک اهمیت، کارکرد، تهدیدات و توانایی‌های آن، به‌خوبی از آن بهره‌برداری کند. از همین‌رو مقام معظم رهبری می‌فرمایند:

مسئله رویش‌های نوبه‌نو در نظام جمهوری اسلامی، یکی از اساسی‌ترین و مهم‌ترین مسائل است. اگر هر انقلابی و هر حرکت و نهضتی در عالم، رویش‌های نوین و پی‌درپی نداشته باشد، محکوم به زوال و فناست... تمدن

نوین، متناسب با نیازها و ظرفیت‌های امروز بشریتی که از حوادث گوناگون قرن‌های اخیر زخم‌خورده است، مجروح است، غمگین است و نسل‌های جوان آن دچار یأس و نومیدی و افسردگی‌اند، اسلام می‌تواند این نسل‌ها را به آفاق جدیدی برساند؛ دل‌های آنها را شاد کند و آنها را آن‌چنان‌که متناسب و شایسته کرامت انسان است، کرامت ببخشد. تمدن نوین اسلامی یعنی این (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۳/۲/۳۱).

روزآمدی ابزار تمدن‌سازی مسئله مهمی است که باید به‌جد مورد توجه قرار گیرد. در جهان کنونی، رسانه اصلی‌ترین ابزار تمدن‌سازی است؛ زیرا کارکردهای اصلی آن مبتنی بر مؤلفه‌های مهم آموزش و تبلیغ است. امام خمینی علیه السلام بنیان‌گذار انقلاب اسلامی با زمان‌شناسی و درک عمیقی که از مقتضیات زمان خویش داشتند، در خصوص استفاده از ابزارهای نوین رسانه چنین می‌فرمایند: «...اهمیت رادیو تلویزیون بیشتر از همه است. این دستگاه‌ها دستگاه‌های تربیتی است. باید تمام اقشار ملت با این دستگاه‌ها تربیت بشوند. یک دانشگاه عمومی است. دانشگاه‌ها دانشگاه‌های موضعی است؛ این یک دانشگاه عمومی است؛ یعنی دانشگاهی است که در تمام سطح کشور گسترده است...» (موسوی خمینی، ۱۳۸۹، ج ۶: ص ۳۹۹). با توجه به تأکید مقام معظم رهبری بر رویش‌های نوین در تمدن‌سازی و تأکید حضرت امام خمینی علیه السلام بر اهمیت آموزشی و تبلیغی به‌روزترین ابزار رسانه‌ای زمان خویش، امروز فضای مجازی همان حکم را خواهد داشت؛ ابزاری که تمدن نوین اسلامی در راستای اعتلای خویش باید از آن بهره‌برد و کارکرد آن باید به‌مثابه یک دانشگاه عمومی باشد. مسلم آن است که ابزار نوین، کارور نوین می‌طلبد. هنگامی که فضای مجازی محل اصلی آموزش و تبلیغ تمدن نوین اسلامی باشد، مبلغین نیز به‌تبعیت از مقتضیات زمان و ابزارها، شکل نوینی به‌خود خواهند گرفت و علاوه بر وظایف اولیه خود، وظایف جدید و متناسبی نیز بر عهده خواهند داشت؛ اما مسئله مهم این است، افرادی که چنین وظیفه‌ای بر عهده دارند، چگونه باید در راستای اعتلای تمدن نوین اسلامی عمل کنند تا فضای مجازی بستر مناسب رشد و ترقی تمدن باشد، نه قتلگاه ذهن تمدن‌سازان و ابزار انحطاط تمدن نوین اسلامی.

۱-۳. سلبریتی

واژه سلبریتی (celebrity) در اصل به معنای شهرت است (oxford, 2010: P.233)؛ و اصطلاحاً به فردی گفته می‌شود که به واسطه مهارت و فعالیت در عرصه‌ای خاص، توسط جامعه و رسانه شناخته شده است و شهرت فراگیر دارد. در عصر مدرن و حاکمیت فضای مجازی بر زندگی انسان، عموماً فعالین عرصه هنر نظیر بازیگران و خوانندگان موسیقی و همچنین ورزشکاران، بخش اصلی سلبریتی‌ها را تشکیل می‌دهند. از آنجایی که ماهیت شبکه‌های اجتماعی بر اساس تبلیغ و سرگرمی شکل می‌گیرد، قشر نخبگانی جامعه، نظیر دانشمندان، یا در شبکه‌های اجتماعی فعالیت ندارند یا اگر دارند، از اقبال گسترده‌ای برخوردار نیستند. دلیل اصلی پیدایش این تحول نیز به ماهیت شهرت برمی‌گردد. شهرت از پیامدهای اصلی گسترش فرهنگ سرمایه‌داری و مصرف‌گرایی است. در مقابل، نظر دیگری مطرح می‌شود که بر این باور استوار است که فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نقش بسیار پررنگی در مطرح شدن سلبریتی‌ها دارند (Choi and Berger, 2010: P.313-318). فضای مجازی مسیری هموار را برای سلبریتی‌ها مهیا می‌کند تا بیشتر مشهور شوند؛ اما به نظر می‌رسد که نتیجه این اختلاف نظرها، در واقع به یک نقطه مشترک منتهی می‌شود و آن عبارت از این است که چه حمایت سرمایه‌داران و چه فضای مجازی، سلبریتی‌ها را برای منافع کلان مالی مطرح و مشهور می‌کند.

سلبریتی‌ها با تبلیغ محصولات شرکت‌های تجاری و استفاده از شهرت خویش، به آنها مهر تأیید می‌زنند و طرفداران خود را متقاعد می‌کنند که به این کالاها نیازمندند و هرچه بیشتر و بیشتر باید مصرف کنند. شهرت سلبریتی‌ها آنها را به عنصر مهم بازاریابی مدرن تبدیل کرده است؛ فرایندی که طی آن، مفهوم مصرف‌گرایی از سلبریتی به یک محصول و از محصول به مصرف‌کننده منتقل می‌شود (McCracken, 1989: P.310). مشاهده سیر رفتاری سلبریتی‌ها از قرن بیستم میلادی به بعد، به وضوح بیانگر تأثیر و اهمیت پیوند عناصر شهرت و رسانه در صنعت تبلیغات است.

فرد اینگلز^۱، استاد مطالعات فرهنگی دانشگاه شیفلید انگلستان، در کتابی با عنوان

1. Fred Inglis.

تاریخچه کوتاهی از شهرت^۱ به‌خوبی به این مسئله اشاره می‌کند. از نظر او، شهرت یکی از ویژگی‌های زندگی مدرن است که همچون آینه‌ای منعکس‌کننده بدترین و بهترین جنبه‌های زندگی امروزی است. او در این کتاب سیر تغییر کارکرد شهرت از سوی سلبریتی‌های امروزی را به‌تصویر می‌کشد و با این استدلال که شهرت باعث گردش پول و قدرت در جهان می‌شود، چرایی هموار کردن و دموکراتیزه شدن مسیر سلبریتی‌ها را در غرب بازگو می‌کند. وی معتقد است در جهان غرب که ساختارهای اجتماعی تحت فشار دنیای دیجیتال و جهانی شدن در حال از بین رفتن است، سلبریتی‌ها به‌عنوان یک چسب اجتماعی مهم عمل می‌کنند (Ingilis, 2010: P.4). این تفکر، متناسب با نگاه مادی غرب، کارکرد شهرت و یک فرد سلبریتی را تعریف می‌کند. ابزارهایی که برای درآمدزایی در خدمت صنعت سرگرمی و صنعت تبلیغات‌اند، الهه‌هایی هستند که توسط هواداران‌شان پرستیده می‌شوند و با دور نگه داشتن مردم از مسائل مهم سیاسی و اجتماعی، چیزی را که آنها می‌خواهند، به آنها می‌دهند و از سرمایه‌داری محافظت می‌کنند. ماشینی شدن جوامع و افزایش اوقات فراغت نیروی کار، خلأ سرگرمی را ایجاد می‌کند. این خلأ در یک جامعه مادی به‌وسیله سلبریتی‌ها باید پر شود. در یک نگاه مادی و غیرتوحیدی به انسان و جهان، محوریت با فرد است و آنچه او می‌خواهد، باید به او داده شود. با توجه به کارکرد سرمایه‌داری شهرت در جوامع غربی، می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که برخورداری از شهرت در این رویکرد، مبتنی بر عوامل زیر است:

- برخورداری از زیبایی ظاهری و جذابیت‌های جنسی؛
 - توانایی ایجاد ارزش افزوده حداکثری از ظرفیت‌های جسمانی؛
 - پتانسیل انجام هرگونه رفتار به‌منظور جذب بیشتر مخاطب بیشتر بدون توجه به حسن و قبح آن؛
 - قدرت اثرگذاری بالا در هواداران به‌منظور هدایت به مجاری صنعت سرگرمی.
- چنین دیدگاهی در تضاد با دیدگاه توحیدی و فطرت خداجوی انسان قرار دارد و واردات و نهادینه کردن چنین فرهنگی در جامعه اسلامی اصلی‌ترین عامل انحطاط

1. A Short History of Celebrity.

تمدن نوین اسلامی خواهد بود. در جهان‌بینی اسلامی، هنگامی که سخن از شخصیت‌های برجسته و انسان طراز به‌میان می‌آید، ملاک‌هایی به جامعه اسلامی معرفی می‌شود که هیچ کدام از آنها اولاً و بالذات با اهداف مادی‌گرایانه طراحی و انتخاب نشده‌اند؛ هرچند به‌کارگیری آنها موجب سعادت و برخورداری از مواهب دنیوی نیز خواهد شد. در قرآن کریم، اصلی‌ترین و کامل‌ترین الگو برای تمامی انسان‌ها در طول تاریخ، در آیه ۲۱ سوره احزاب معرفی شده است. این آیه مبارکه می‌فرماید: «لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا؛ همانا برای شما در (سیره) رسول خدا الگو و سرمشقی نیکوست؛ (البته) برای کسانی که به خدا و روز قیامت امید دارند و خدا را بسیار یاد می‌کنند». با تأمل در این آیه شریفه مشخص می‌شود که اسلام معرفی الگو را یکی از اصلی‌ترین شیوه‌های تربیت می‌داند و با معرفی پیامبر اسلام ﷺ به‌عنوان یک الگو سبب می‌شود تا افراد به‌دنبال الگوهای بدلی نروند.^۱

۱-۳-۱. سلبریتی مجازی

بنا بر مطالب پیش‌گفته، لازم به توضیح است که وقتی درباره سلبریتی‌های مجازی صحبت می‌کنیم، دقیقاً در خصوص چه کسانی صحبت می‌کنیم؟ طبیعتاً نمی‌توان درباره متعلق چیزی صحبت کرد که خود آن چیز مجازی و غیرواقعی باشد. منظور از سلبریتی‌های مجازی دو دسته از افرادند: دسته اول، فعالیت‌های خود را در جهان واقع انجام می‌دهند و با استفاده از امکان شبکه‌های اجتماعی بر شهرت خود می‌افزایند. این دسته، گرچه در دنیای واقعی نیز مشهور و شناخته‌شده‌اند، اما با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، خصوصاً آن دسته از شبکه‌های اجتماعی که بر مبنای جاذبه‌های بصری ساخته شده‌اند، نظیر اینستاگرام و یوتیوب، بیشتر به شهرت می‌رسند و به‌نوعی سلبریتی رسمی‌اند؛ اما دسته دیگر، از ابتدا فعالیت خود را در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی آغاز می‌کنند و به شهرت می‌رسند. در خصوص این طیف، اغلب اصطلاح «میکروسلبریتی» به‌کار می‌رود (شاه‌قاسمی، ۱۳۹۸: ص ۱۴). اینها حتی ممکن است هویت

۱. برای اطلاعات بیشتر در خصوص تفسیر این آیه شریفه، رک: محسن قرائی، تفسیر نور، ج ۹، تفسیر آیه ۲۱ سوره احزاب.

شناخته شده‌ای هم نداشته باشند و کارکرد شهرت و عواید مالی آن برایشان مهم باشد. صرف ایجاد سرگرمی و جذب مخاطب و تبلیغ، برای بعضی از افراد این گروه کافی است؛ اما عده‌ای دیگر نیز در این طیف هستند که با هویت واقعی به فعالیت می‌پردازند و حتی از یک ستاره سینمایی مشهورترند. این گروه را سلبریتی‌های غیررسمی باید نامید.

۴-۱. مسئولیت اخلاقی

یکی از مهم‌ترین مسئولیت‌های افراد در زندگی اجتماعی که به دلیل ماهیت خود در بسیاری از موارد دارای ضمانت اجرای قطعی و لازم‌الاجرا، خصوصاً در زندگی دنیوی نیست، مسئولیت اخلاقی^۱ است. دلیل قائل بودن به چنین مسئولیتی برای سلبریتی‌ها، اهمیت اخلاق در ساختار تمدن نوین اسلامی است. همان‌گونه که در جهان‌بینی علامه طباطبائی^۲ مطرح می‌شود، اخلاق شأن دینی، اجتماعی و فلسفی دارد. اخلاق بعد از توحید در درجه دوم اهمیت قرار دارد و دومین پایه اسلام را تشکیل می‌دهد (حبیبی و اکبری، ۱۳۹۳: ص ۹). مطابق با آیات قرآنی و روایات، مسئولیت اخلاقی در سه قلمرو مطرح می‌شود: مسئولیت در برابر حق تعالی؛ مسئولیت در برابر خود؛ و مسئولیت در برابر سایر مخلوقات؛ چراکه در اسلام، هر فرد علاوه بر آنکه باید مصالح خویش را تأمین کند، در قبال هم‌نوعان خود نیز وظایفی دارد (فره‌مندپور و معماری، ۱۳۹۰: ص ۱۱۶).

مسئولیت اخلاقی را باید مجموعه وظایفی دانست که به موجب نظام اخلاقی حاکم بر جامعه بر عهده یک شخص قرار دارد و در قبال آن مورد بازخواست و سؤال قرار می‌گیرد. این پاسخگویی در ساحت خداوند متعال و جامعه انجام خواهد گرفت و ارتباطی مستقیم با جایگاه اجتماعی فرد دارد. به عبارتی، مسئولیت اخلاقی در عرصه اجتماعی، در تناسب با موقعیت اجتماعی فرد جلوه می‌کند. در نتیجه، مسئولیت اخلاقی یک سلبریتی عبارت است از مجموعه تکالیف و وظایفی که به دلیل برخورداری از شهرت و اثرگذاری بر افهام و اذهان مخاطبان، بر دمه او تعلق می‌گیرد و به موجب آن، در قبال خداوند و جامعه باید پاسخگوی کنش‌ها و واکنش‌های خود در عرصه جامعه باشد.

1. moral responsibility.

جنس این مسئولیت از جنس مسئولیت‌های فرد در قبال اجتماع است و بر اساس قرارداد اجتماعی^۱ و رابطه متقابل فرد و اجتماع و جهان‌بینی اخلاق اسلامی شکل می‌گیرد.

۲. مؤلفه‌های تمدن

در طول تاریخ بشریت، هر تمدنی برای پیدایش و شکل‌گیری نیازمند برخی ضروریات است. ایجاد ساختارهای سیاسی و نهادهای حاکمیتی، نظام اقتصادی، آداب و رسوم، دستگاه اخلاقی و تلاش در راستای کسب مهارت‌های علمی، هنری و فنون زیبایی‌شناختی، از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های تمدنی هستند. چنانچه این ضروریات فراهم نباشند یا به شکل ناقص تأمین و ایجاد شوند، آن تمدن شکل نخواهد گرفت یا در اثر فرسایش‌های عارضی زمان مضمحل خواهند شد و از بین خواهند رفت. از آنجاکه نوشتار حاضر به بررسی نقش سلبریتی‌ها و تأثیر ایشان بر تمدن نوین اسلامی می‌پردازد، مسلماً نیازی به ذکر و شرح و بسط دقیق یک‌یک این ضروریات نیست و از همین‌رو مرتبط‌ترین مؤلفه‌های تمدنی که نقش و تأثیر سلبریتی‌ها در آن قابل تعریف و شناسایی است، بررسی خواهد شد.

۲-۱. ایجاد آداب و رسوم و دستگاه اخلاقی

انسان موجودی است که مدنیت در طبع او نهفته است؛ اما همواره در یک جامعه، مدنیت به شکل صحیح استقرار نمی‌یابد؛ زیرا کسانی هستند که بنا بر بسیاری از دلایل، میل به تخطی و آشوب دارند. از طرفی، دخالت حاکمیت و ضمانت اجرای قدرت او در تمام روابط انسانی سبب تقلیل و کاهش اقتدار آن می‌شود. در نتیجه به ابزار دیگری نیاز است تا روابط میان انسان‌ها را تنظیم کند؛ درحالی‌که الزام و مقبولیت خود را نه از حاکمیت، بلکه از جامعه بگیرد. در این زمان، آنچه شکل می‌گیرد، آداب و رسوم نام دارد. آداب و رسوم در هر تمدنی مختص به خود است و با تبدیل شدن به عرف مسلم در هر جامعه، ضمانت اجرایی قوی پیدا می‌کند؛ زیرا هیچ قدرتی فراتر از قدرت مردم نیست. این مردم‌اند که همدیگر را مجاب می‌کنند تا به ارزش‌ها و آداب رسوم تمدن خود احترام

1. Social contract.

بگذارند؛ آنها را نقض نکنند و در صورت چنین کاری، ناقضین سزاوار سرزنش و حتی مطرود شدن باشند؛ اما شکل‌گیری آداب و رسوم ارتباط مستقیمی با پذیرش اجتماعی آن از سوی افراد جامعه دارد. در این خصوص، نقش شخصیت‌های مرجع و مشهور بسیار حائز اهمیت است. عموماً افراد یک جامعه در سیر و سلوک خود، به شخصیت‌های برجسته و مشاهیر خود توجه می‌کنند. رفتار آنها نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری و نهادینه کردن آداب و رسوم دارد. فردی که از شهرت برخوردار است، حتی در مقاطعی از زندگی اجتماعی قابلیت تأیید یا رد یک رسم و شیوه اجتماعی را می‌تواند داشته باشد. شخصیت‌های مشهور که در عصر حاضر تحت عنوان سلبریتی شناخته می‌شوند، به‌عنوان شخصیت‌هایی که در وهله اول بر هواداران خود اثرگذارند و ممکن است دامنه اثرگذاری آنها بسیار وسیع‌تر از طیف هواداران آنها شود، نقش پررنگی در تأثیرگذاری بر آداب و رسوم و سبک زندگی حاکم بر یک تمدن دارند. در کنار آداب و رسوم، مفهوم دیگر که ضرورتی اساسی در هر تمدن است، اخلاق است.

اخلاق به‌عنوان دستگاهی از عقاید جاری در یک جامعه بایدها و نبایدهای رفتاری را مشخص می‌کند. یک دستگاه اخلاقی منسجم متناسب با عقاید مذهبی و دینی اعضای یک جامعه، تمدنی متعالی پدید می‌آورد و جلو بسیاری از کژروی‌ها و توسل به زور و نیاز ورود حاکمیت به تمامی شئون اجتماعی را می‌گیرد؛ چراکه اخلاق و آداب و رسوم بر قلب‌های مردم جامعه حکومت می‌کنند. انسان فطرتاً میل به خوبی دارد و از بدی‌ها گریزان است؛ اما همواره این خوبی و بدی برای همگان مشخص نیست و از طرفی بنا بر نظر بسیاری از علمای علم اخلاق، ثابت و ایستا نیست. با توجه به این نکته مهم که حکم عمل اخلاقی در بسیاری موارد برای افراد مشخص نیست، رجوع به الگوهای رفتاری شخصیت‌های مشهور خصوصاً از سوی نسل جوان برای تشخیص حسن و قبح بسیاری از اعمال، بدیهی به نظر می‌رسد. تأثیر اعمال و رفتار شخصیت‌های مشهور، با توجه به اقبال اجتماعی گسترده‌ای که دارند، می‌تواند تأثیر بسزایی در اخلاقی یا غیراخلاقی شناخته شدن یک عمل داشته باشد.

۲-۲. تلاش در راستای کسب مهارت‌های علمی، هنری و فنون زیبایی‌شناختی

بشر هرگاه از معاش و امنیت خود که در یک جامعه متمدن به‌وسیله ایجاد نهاد

حاکمیت آسودگی خاطر پیدا کند، نیاز به فرهیختگی در او پدیدار می‌شود. زمانی که احساس امنیت در یک جامعه انسانی در سطوح مقدماتی آن فراهم شود، فرایند کسب دانش و مهارت برای غلبه بر مشکلات ذاتی زندگی در طبیعت و غلبه بر آن برای آسودگی بیشتر و یافتن راه‌حل‌های مشکلات عارضی زندگی اجتماعی، شروع می‌شود. ابداع خط نوشتاری و ابزار نگارش را باید اولین قدم در راه تلاش‌های علمی تمدن‌ساز بشر دانست؛ لکن کسب دانش به‌تنهایی کافی نیست و باید به‌وسیله ابزارهایی دستاوردها برای نسل‌های بعدی حفظ و به دیگران آموزش داده شود. این امر مهم، فکر ساخت مدارس و آکادمی‌ها را در بشر ایجاد کرد. در این فرایند، مسئله مهم دیگری که بشر در راه تمدن‌سازی در مسیر آن گام برمی‌دارد، خلق آثار باشکوه به‌عنوان نماد قدرت تمدن و باقی گذاشتن میراث فرهنگی برای آیندگان خویش است. از همین رو بسیاری از تمدن‌های بزرگ تاریخ با آثار معماری باشکوهی که از خود به‌جای گذاشته‌اند، شناخته می‌شوند. این آثار، همگی در تناسب با آداب و رسوم و فرهنگ و مذهب حاکم بر تمدن ساخته و پرداخته شده‌اند.

انسان که آمیخته از جسم و روح است، همواره دغدغه رفع نیازهای روحی و یافتن زبانی برای بیان حالات روحی خویش را داشته است. این می‌تواند تعبیر ظریفی از هنر باشد که هنر، زبان بیان حالات روحی بشر است که به‌دست جسم خاکی او مجسم می‌گردد. هنر جزء جدانشدنی هر تمدنی است. حتی با سیری در تاریخ، از این فراتر هم می‌توان رفت و دید که انسان‌های نخستین نیز بنا بر یافته‌های باستان‌شناسان، آن زمان که تمدنی وجود نداشت، دست به خلق آثار هنری می‌زدند؛ اما زندگی در لباس یک تمدن سبب پیدایش پیشه‌های گوناگون می‌شود و بسیاری از افراد، هنر را پیشه زندگی خود قرار می‌دهند. هنر نیز از جمله مؤلفه‌های مهم تمدنی است که در راستای ارزش‌های حاکم بر تمدن تکامل می‌یابد. شعر را باید از نخستین هنرهای بشری دانست که در تاریخ تمدن بشری، ایرانیان از پیشگامان آن بوده‌اند؛ همین‌گونه است هنرهای نمایشی که در تمدن یونان باستان بسیار مورد توجه بود و درخشش خود را نیز از آنجا آغاز کرد و همچنین مجسمه‌سازی و نقاشی، که یونانیان، چینیان، رومیان، مصریان و ایرانیان آنها را به منتهای تعالی خود رساندند. در این میان سه نکته بسیار حائز اهمیت است:

میزان مهارت و توانایی همه تمدن‌های بشری در خلق آثار هنری یکسان نبوده است و هر یک در بعضی فنون مهارت بیشتری داشته‌اند.

همواره در طول تاریخ، هنر به‌عنوان یک ارزش متعالی شناخته می‌شد و هر کسی جسارت متصف شدن به چنین وصفی را به خود نمی‌داده است. اصولی بر هنر و فنون جمیله حاکم بود که پیش از هرکس هنرمند به‌عنوان معمار هنر می‌بایست آن را رعایت می‌کرد. اهمیت این نکته زمانی هویدا می‌شود که می‌بینیم تقریباً همه هنرمندان بزرگ تمدن‌های تاریخ افرادی عالم و فرهیخته‌اند که سرآمدان اخلاق و ادب در جامعه زمان خویش بوده‌اند و نه تنها با تربیت شاگردان هم‌تراز خویش و نسل جوان بر غنای هنر تأکید می‌کردند، بلکه با هنر، تمدن خویش را اعتلا بخشیده، سبب ماندگاری آن در تاریخ شدند و بر این اعتقاد بوده‌اند که ارزش هنر به زیبایی و لطافت آن است، نه منفعت و ارزش مالی آن.

در طول تاریخ هنر، اکثر هنرمندان در روزگار خویش از شهرت زبانزدی برخوردار بوده‌اند و به‌عنوان یک سلبریتی مورد توجه هنرآموزان، هنردوستان و تمامی اعضای جامعه که ذوق و رایحه هنر بر مذاق ایشان خوش می‌آمد، بوده‌اند. این میزان از معرض توجه بودن برای مشاهیر هنر، سبب ایجاد مسئولیت‌های حرفه‌ای و اجتماعی برای ایشان در قبال مخاطبین آنها شده است.

۳. ملزومات تحقق تمدن نوین اسلامی

با شناخت مؤلفه‌های مهم تمدنی، جایگاه مهم شخصیت‌های برجسته و برخوردار از شهرت در سیر تطور یک تمدن و حرکت به‌سوی کمال مدنی مشخص می‌شود. بهره‌مندی از شهرت و جایگاه اجتماعی سبب تأثیرگذاری بر مسیر حرکت تمدن می‌شود و شخصیت مشهور، در قبال این ودیعه ارزشمند اجتماعی، دارای وظایفی می‌گردد؛ به عبارت دیگر، برای تحقق تمدن نوین اسلامی، هر یک از شخصیت‌های حقیقی و حقوقی جامعه وظایف و مسئولیت‌هایی دارند. شناخت مسئولیت و انجام وظیفه به‌شکل صحیح از سوی هر یک از این اشخاص، سبب تحقق تمدن نوین اسلامی خواهد شد. در ادامه، در ضمن بررسی ملزومات تحقق تمدن نوین اسلامی مشخص خواهد شد که

مفاخر و مشاهیر تمدن اسلامی از گذشته با درک صحیح و عمیق از مسئولیت خود، چگونه در راستای اعتلای تمدن اسلامی گام برداشته‌اند. سلبریتی‌ها نیز امروز به‌عنوان قشر تأثیرگذار بر جامعه و تمدن اسلامی باید با درک صحیح از مقتضیات تمدن نوین اسلامی، اهمیت برخورداری از شهرت و شخصیت مشهور در هر تمدن را بشناسند.

۳-۱. حفظ مؤلفه‌های اساسی تمدنی

حفظ مؤلفه‌های اساسی تمدن، ضامن بقای هر تمدنی است؛ چراکه این مؤلفه‌های اساسی، همانند شناسنامه هویت یک تمدن، معرف ویژگی‌های مادی و معنوی آن تمدن است. در نتیجه در فرایند گذار از تمدن اسلامی به تمدن نوین اسلامی، متولیان اجرایی و نظریه‌پردازان، بر صیانت از این مؤلفه‌های اساسی باید اهتمام ویژه‌ای داشته باشند. مسائل مهمی همچون روزآمدی ابزارها و روش‌ها به‌هیچ‌وجه به‌معنای تغییر مبانی اساسی و تقلید کورکورانه از نمادها و شیوه‌های تمدن‌سازی دیگر ممالک نیست. همان‌گونه که مقام معظم رهبری بارها تأکید کرده‌اند، از تقلید باید پرهیز شود؛ چراکه تقلید مؤلفه‌های اساسی تمدن اسلامی را مضمحل می‌کند و از یادها می‌برد. ایشان در این خصوص می‌فرمایند:

ما برای ساختن تمدن نوین اسلامی به‌شدت باید از تقلید پرهیز کنیم. تقلید از آن کسانی که سعی دارند روش‌های زندگی و سبک و سلوک زندگی را به ملت‌ها تحمیل کنند. امروز مظهر کامل و تنها مظهر این زورگویی و تحمیل، تمدن غربی است... فرهنگ غربی فقط هواپیما و وسایل آسایش زندگی و وسایل سرعت و سهولت نیست. اینها ظواهر فرهنگ غربی است، که تعیین‌کننده نیست. باطن فرهنگ غربی عبارت است از همان سبک زندگی مادی شهوت‌آلود گناه‌آلود هویت‌زدا و ضد معنویت و دشمن معنویت. شرط رسیدن به تمدن اسلامی نوین، در درجه اول این است که از تقلید غربی پرهیز شود. ما متأسفانه در طول سال‌های متمادی یک چیزهایی را عادت کرده‌ایم تقلید کنیم (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳).

۳-۲. بسط و بازتولید مؤلفه‌های تمدنی

هم‌زمان با حفظ مؤلفه‌های اساسی تمدن در راستای ایجاد و توسعه تمدن نوین اسلامی،

یکی دیگر از مهم‌ترین ملزومات، بسط و بازتولید مؤلفه‌های تمدنی است. سکون و ایستایی سبب کهنگی هر تمدنی می‌شود. از همین رو در مرحله گذار از تمدن اسلامی به تمدن نوین اسلامی باید مشخص شود که چه مؤلفه‌هایی نیازمند بسط و گسترش‌اند؟ چه مؤلفه‌هایی نیازمند بازتولیدند؟ و در هر حوزه، چه کسانی صلاحیت این فعالیت‌ها را دارند؟

در خصوص پاسخ به این پرسش‌ها، یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌هایی که نیازمند بسط و گسترش است، سبک زندگی اسلامی است. مقام معظم رهبری در این خصوص می‌فرمایند: «اصل قضیه، درست کردن سبک زندگی است؛ رفتار اجتماعی است؛ اخلاق عمومی است؛ فرهنگ زندگی است. باید در این بخش ما پیش برویم؛ باید تلاش کنیم. تمدن نوین اسلامی که ما مدعی‌اش هستیم و دنبالش هستیم و انقلاب اسلامی می‌خواهد آن را به‌وجود بیاورد، بدون این بخش تحقق پیدا نخواهد کرد» (همان). سبک زندگی اسلامی یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های تمدن نوین اسلامی است. سبک زندگی اسلامی به مجموعه موضوعات ارزشمند مورد قبول اسلام در زندگی اشاره دارد که مطلق و دائمی است؛ نه تاریخمند و مربوط به زمانی خاص (مصباح یزدی، ۱۳۹۲: ص ۸). در جایی که سبک زندگی و فرهنگ عمومی تحت تأثیر تقلید و الگوهای اخلاقی و رفتاری غیراسلامی قرار بگیرد، تمدن نوین اسلامی با انحطاط روبه‌رو خواهد شد. در این خصوص، مهم‌ترین مسئله لازم به ذکر آن است که در برهه کنونی نیازمند بسط و توسعه سبک زندگی اسلامی در فضای مجازی هستیم؛ چراکه تأثیرات آن بر ایجاد سبک زندگی اسلامی یا تغییر کامل آن و تبلیغ و تثبیت یک سبک زندگی غیراخلاقی، حقیقتی انکارناپذیر است.

در خصوص آنکه چه مؤلفه‌هایی نیازمند بازتولیدند، باید قائل بر این بود که در زمینه آموزش‌های همگانی و عمومی و همچنین آموزش و پرورش نسل جوان و تمدن‌ساز، به‌شدت نیازمند بازتولید محتوایی، گفتمانی و عملی هستیم. نسل جوان به‌عنوان مهم‌ترین بخش از عنصر جمعیتی تمدن باید با استفاده از شیوه‌هایی نوین، تحت چنان آموزشی قرار گیرد که اهمیت رسالت اعتلای تمدن نوین اسلامی را به‌خوبی درک کند. چنانچه آموزش و پرورش و دانشگاه‌ها در این راستا درست قدم بردارند و چنین محتوایی برای

عرضه نداشته باشند، به سرعت الگوهای اخلاقی و رفتاری انحطاط‌آمیز جایگزین آن خواهند شد. در عرصه کلان‌تر، زمانی که سخن از آموزش عمومی و همگانی به میان می‌آید، ابتدا محل آموزش باید مشخص شود. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی امروزه به‌عنوان یک دانشگاه عمومی عمل می‌کنند و همگان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. جهت‌دهی به افکار، ذائقه‌سازی و مصرف‌گرایی، ویژگی‌های اصلی شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی‌اند. خالی گذاشتن چنین عرصه خطیری یا فقدان برنامه جامع و بلندمدت برای آن، نه تنها هدف سبک زندگی اسلامی را محقق نمی‌سازد، بلکه تمدن نوین اسلامی را در مسیر انحطاط قرار خواهد داد.

نهایتاً در خصوص پاسخ به این پرسش که چه کسانی صلاحیت بسط و بازتولید مؤلفه‌های تمدنی را دارند، باید گفت: مهم‌ترین بخش از فرایند بسط و بازتولید مؤلفه‌های تمدنی را باید شخصیت افرادی که دخیل در این امر مهم‌اند، دانست. در طول تاریخ تمدن بشری، همواره این وظیفه مهم را اندیشمندان، عالمان و نظریه‌پردازان هر تمدن بر عهده داشته‌اند. این امر مهم به‌وسیله نگارش آثار مهم علمی، خلق آثار هنری و تولید نظریه‌های جدید و احیاناً ترمیم آسیب‌دیدگی‌ها و فرسودگی‌های مبانی نظری و عملی صورت می‌پذیرفت. در کنار ایشان، خطیبان و سخنرانان ماهر و بلیغ این دستاورها را به فراخور حال مخاطب توضیح می‌دهند و با نهادینه کردن گفتمان تمدن، نقشه راه تمدن را برای مردم ترسیم می‌کردند. این سیر تاریخی بیانگر آن است که شخصیت فردی که مسئولیت راهبری بخش‌های مختلف تمدن را بر عهده دارد، علاوه بر علم و دانش کافی، باید متصف به صفات نیکو و پسندیده اخلاقی باشد. هرگز نمی‌توان پذیرفت سخنان فردی که خود دچار رذیلت‌های اخلاقی و رفتاری است، قابلیت تمدن‌سازی و تربیتی دارد.

تا مدت زمان مدیدی، کتاب‌ها و خطابه‌ها اصلی‌ترین ابزار رسانه‌ای تمدن‌ها بودند؛ تا آنجا که اندیشمندان و عالمان را با آثار علمی و خطابه‌های تأثیرگذار آنها در طول تاریخ می‌شناختند. در تمدن اسلامی نیز مسجد و منبر به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین ابزارهای رسانه‌ای تمدن‌سازی، اهمیت بسیاری داشتند و همچنان دارند. به تدریج با توسعه صنعت چاپ، جراید و مطبوعات به ابزار رسانه‌ای اضافه شدند و اهمیت بسزایی یافتند؛ اما با

توجه به میزان بالای تأثیر مطبوعات بر افکار عمومی و درک حاکمیت‌ها از اهمیت نقش این ابزار رسانه‌ای مدرن، قوانین خاص و ویژه‌ای در خصوص نشر و توزیع وضع گردید و می‌توان گفت به‌نوعی انحصار در پیام‌رسانی به‌وجود آمد. بعد از روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون به‌عنوان مؤثرترین ابزار رسانه‌ای اختراع شدند و راه‌های جدیدی را برای تبلیغ و توسعه تمدن پیش روی بشر قرار دادند.

در عصر حاضر، توسعه علم و فناوری تحولات بسیار عمیقی در این فرایند ایجاد کرده است. در طول قرن‌های گذشته، شاید هر کسی مجال ترویج هر فکر و اندیشه‌ای را نداشت و امکان سخنرانی و پیام‌رسانی برای همگان مهیا نبود؛ اما امروزه فضای مجازی و خصوصاً شبکه‌های مجازی در بستر آن، در اختیار هر کاربر، میز خطابه اختصاصی قرار داده‌اند. در این میان عده‌ای از افراد که با عنوان سلبریتی شناخته می‌شوند، فعالیت بیشتری در شبکه‌های اجتماعی دارند. عمق نفوذ سلبریتی‌ها بر افکار عمومی آنها را به‌نوعی به مرجع‌های اجتماعی تبدیل کرده است. رفتارها و گفتارهای آنها در عرصه‌های مهمی نظیر اخلاق و فرهنگ عمومی جامعه در شکل‌گیری الگوی‌های رفتاری نسل جوان بسیار مؤثر است. از آنجاکه این عرصه‌ها از مهم‌ترین عناصر سازنده تمدن نوین اسلامی‌اند، سلبریتی‌ها در این خصوص مسئولیت اخلاقی سنگینی دارند.

۴. تأثیر سلبریتی‌ها بر تمدن نوین اسلامی

۴-۱. سلبریتی‌ها و اعتلای تمدن نوین اسلامی

سلبریتی‌ها به‌عنوان شخصیت‌های مشهور و شناخته‌شده می‌توانند از عناصر بسیار سازنده و مهم در مسیر اعتلای تمدن نوین اسلامی باشند. اکثر آنها در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی فعالیت روزمره دارند و اکثر مخاطبان آنها را نسل جوان و تمدن‌ساز تشکیل می‌دهد. آنها با استفاده از همین نفوذ اجتماعی می‌توانند به الگوهای رفتاری و اخلاقی مناسبی برای مخاطبان خویش تبدیل شوند. از مهم‌ترین کارکردهای شهرت سلبریتی‌ها در اعتلای تمدن نوین اسلامی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۴-۱-۱. ایجاد الگوهای اخلاقی و رفتاری مبتنی بر تمدن نوین اسلامی

با توجه به توضیحات ارائه شده درباره اهمیت شخصیت مبلغ تمدن، مشخص شد که اساس اثرگذاری بر روی دیگران، حسن اخلاق و رفتار است. الگوگیری نسل جوان از سلبریتی‌ها امری ثابت شده است. از ظاهر و نحوه آرایش و پیرایش یک سلبریتی تا ادبیات گفتاری و شیوه رفتاری او، برای مخاطب تبدیل به الگو می‌شود. این الگوگیری، بر اساس ایجاد حس عاطفی میان یک هوادار و شخصیت محبوبش و همچنین میزان فراگیر بودن شهرت اوست. یک شخصیت مشهور با درک دقیق از این میزان تأثیرگذاری، باید مسئولیت اخلاقی خود در قبال مخاطب و هوادار را در نظر بگیرد؛ رفتارهای خود را متناسب با سبک زندگی اسلامی و ایرانی تنظیم کند و آنگاه تأثیرات مثبت خود بر روی مخاطبان را مشاهده خواهد کرد.

۴-۱-۲. سازمان‌دهی پویش‌های مؤثر

سرمایه اصلی یک سلبریتی هواداران او هستند؛ چراکه یکی از خاصیت‌های اصلی شهرت، جذب افراد جامعه به سمت فرد مشهور است. هواداران سلبریتی‌ها صرفاً از ظاهر و رفتارهای آنها تقلید نمی‌کنند و حقیقت امر آن است که حرف‌های آنها نیز اثرگذار است و این امکان را مهیا می‌کند تا به مراجع اجتماعی تبدیل شوند. در دنیای رسانه، راه‌اندازی پویش‌های عمومی توسط سلبریتی‌ها بسیار رایج است و نتایج این امر نیز قابل رؤیت و تأیید است. سلبریتی‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی خود که همان طرفداران و مخاطبان هستند، پویش‌های مؤثری در راستای اعتلای تمدن نوین اسلامی به راه اندازند. پویش‌هایی برای تشویق به مطالعه و افزایش سطح آگاهی مخاطبان، فرزندآوری و حفظ کیان خانواده، پایبندی به موازین اسلامی و اخلاقی، حفاظت از محیط زیست و میراث فرهنگی، و بسیاری موارد دیگر، که تحقق هر کدام با ایجاد فرهنگ‌سازی، به اعتلای تمدن نوین اسلامی کمک می‌کند. لازم به ذکر است که این پویش‌ها می‌باید هماهنگ با قوانین حاکمیت و در مسیر نقشه راه معین شده برای تحقق تمدن نوین اسلامی باشند.

۴-۱-۳. مبارزه با شهرت کاذب و بداخلاقی

شاید حمایت از همکاران در هر حرفه‌ای امری رایج باشد؛ اما یک سلبریتی با حس

مسئولیت اخلاقی در قبال جامعه خویش باید در صف اول مبارزه با شهرت‌های کاذب و سلبریتی‌های بد اخلاق باشد. استفاده از شیوه نقد درون‌تشکیلاتی در مرحله اول و بعد از آن در صورت نیاز، عمومی کردن آن توسط خود سلبریتی‌ها سبب برچیده شدن الگوهای انحطاط‌آمیز و جلوگیری از بدنام شدن خود سلبریتی‌ها و بدگمان شدن جامعه به آنهاست. افرادی که با استفاده از رانت و رابطه و بدون داشتن هیچ استعدادی به شهرت کاذب می‌رسند، به دلیل آنکه خوب ساخته و پخته نشده‌اند، عموماً از مسیر اخلاق خارج می‌شوند و به عنصرهایی تبدیل می‌شوند که سرمست از شهرت، بی‌اعتنا به ارزش‌ها و آرمان‌های جامعه اسلامی، دست به هر اقدامی می‌زنند. امر به معروف و نهی از منکر در این زمینه، از جمله مسائل مهمی است که هم منافعش عاید خود سلبریتی‌ها می‌شود و هم به اعتلای تمدن نوین اسلامی و حفظ کرامت هنر کمک می‌کند.

۴-۲. سلبریتی‌ها و انحطاط تمدن نوین اسلامی

همان‌گونه که گفته شد، شهرت می‌تواند کارکردهای انحطاط‌آمیز هم داشته باشد. شهرت در حد ذات خودش امری است که نه خوب است و نه بد. آنچه تعیین‌کننده خوبی و بدی آن است، صاحب شهرت و رفتار آن است. سلبریتی‌ها همان‌گونه که در کسوت اهالی هنر می‌توانند به اعتلای تمدن نوین اسلامی کمک کنند، با فاصله گرفتن از موازین شرع و اخلاق، شهرتشان جنبه انحطاط‌آمیز می‌یابد و سیر تعالی تمدن نوین اسلامی را با مشکلات جدی روبه‌رو می‌کند. موارد متعددی از رفتارهای انحطاط‌آمیز حاصل از شهرت را می‌توان برشمرد که برخی از مهم‌ترین آنها به شرح ذیل‌اند:

۴-۲-۱. تغییر سبک زندگی

سبک زندگی الگو یا مجموعه‌ای از رفتارها، وضع‌ها و دارایی‌هایی است که ناشی از سلیقه است (مهدوی کنی، ۱۳۸۶: ص ۲۲۵). سبک زندگی به معنای هویت یک تمدن است و گرچه همواره در طول دوره زمانی حیات یک تمدن ثابت و ایستا نمی‌ماند، اما چنانچه تمدنی در هدف‌گذاری‌های خود خواستار اعتلای خویش باشد، باید با استفاده از الگوسازی‌های مناسب، میزان انحراف از معیارهای اساسی سبک زندگی را کنترل کند. سبک زندگی آن قدر مهم است که همواره تمدن‌های بزرگ در طول تاریخ سعی بر

صادرات، و در موارد متعددی با استفاده از تهاجم فرهنگی و جنگ‌های نرم و سخت، سعی بر تحمیل سبک زندگی خویش بر دیگر تمدن‌ها دارند. تغییر در سبک زندگی افراد جامعه امری است که به تدریج اتفاق می‌افتد و اثرات خود را در بلندمدت نشان می‌دهد. جابه‌جایی ارزش‌ها، دگرگونی در باورها و اعتقادات و استحاله اصول اخلاقی و فرهنگی، از مهم‌ترین عوارض تغییر در سبک زندگی است.

امروزه مهم‌ترین ابزار تغییر در سبک زندگی مردم جهان، فضای مجازی و سلبریتی‌ها هستند. یکی از راه‌هایی که سلبریتی‌ها به وسیله آن کسب شهرت می‌کنند، متفاوت بودن است. سلبریتی‌ها با خرق عادات و آداب جامعه، جذابیت بیشتری برای مخاطبان خود پیدا می‌کنند. در طرف مقابل نیز مخاطبان، مشاهده‌گر سبک و سیاق زندگی سلبریتی‌ها هستند. عطش الگوبرداری و پیگیری زندگی سلبریتی‌ها را رسانه‌ها در مخاطبان ایجاد می‌کنند. در این خصوص نکته مهمی که قابل ذکر است، استناد سلبریتی‌ها به حق حریم خصوصی است. عموماً مشاهده می‌شود که سلبریتی‌ها با علم به اینکه رفتارهای ایشان سبک زندگی اسلامی را به مخاطره می‌اندازد و با ایجاد الگوهای رفتاری فرایند جایگزینی سبک زندگی غربی را اشاعه می‌دهد، مدعی می‌شوند که زندگی خصوصی ما به خودمان مربوط است و سبک زندگی خود را داخل در حریم خصوصی خود می‌دانند.

در این خصوص لازم به یادآوری است که حریم خصوصی افراد به فراخور جایگاه اجتماعی ایشان مشخص می‌شود. اشخاصی که در انظار و توجه عمومی قرار دارند، به‌ویژه هنگامی که با خواست خویش خود را در منظر توجه عمومی قرار داده باشند، همچون اشخاص مشهور، نمی‌توانند همانند یک شهروند عادی انتظار برخورداری از حریم خصوصی داشته باشند (انصاری، ۱۳۹۵: ص ۱۴۲). در نتیجه یک سلبریتی هنگامی که ثانیه‌به‌ثانیه زندگی خویش را در معرض نمایش قرار می‌دهد، نه تنها در قبال اشاعه یک سبک زندگی بیگانه و نهادینه کردن آن نمی‌تواند به حق حریم خصوصی استناد کند، بلکه در قبال جامعه مسئولیت اخلاقی دارد.

۴-۲-۲. تشویق به مصرف‌گرایی

یکی از اصلی‌ترین آفت‌های سبک زندگی اسلامی، مصرف‌گرایی است. تولید بیش از

حد نیاز بسیاری از کالاهای غیراساسی به منظور درآمدزایی، از ویژگی‌های اصلی سبک زندگی غربی است. ایجاد احساس نیاز به مصرف کالاهای جدید، نیازمند مشوق‌ها و محرک‌هایی است. تبلیغات و رسانه‌ها ابزارهای مهمی هستند که مصرف‌گرایی را ترویج می‌کنند. با گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی، شیوه‌های جدیدی در تبلیغات پدیدار شده است. «بازاریابی تأثیرگذار»^۱ از مهم‌ترین شیوه‌هایی است که به کمک مصرف‌گرایی آمده است. سلبریتی‌ها به عنوان اشخاص تأثیرگذار، با تبلیغات روزانه در صفحه‌های شخصی خود در شبکه‌های اجتماعی، مخاطب را متقاعد می‌کنند که به کالای تبلیغی نیاز دارند و این کالا بهترین گزینه برای رفع نیاز آنهاست؛ به عبارت دیگر، اگر در گذشته کارایی، کیفیت و تأییدیه‌ها و استانداردهای مراجع معتبر برای مصرف‌کنندگان معیار خرید یک کالا بود، امروز برعکس گذشته ملاک مصرف، تأیید سلبریتی است.

مصرف‌گرایی دارای تأثیرات بسیار منفی بر روی سبک زندگی فردی و اجتماعی است که با ایجاد یک احساس نیاز کاذب در مخاطب، به وسیله تبلیغ توسط سلبریتی آغاز می‌شود. کمتر سلبریتی‌ای را می‌توان دید که تبلیغ نکند و مخاطب را به مصرف کالاهای جدید تشویق ننماید. در این حوزه، برخی سلبریتی‌ها صرفاً کالاهای کمپانی‌های خاص و برخی هر کالایی را تبلیغ می‌کنند. در این میان، عده‌ای نیز هستند که با ایجاد «نمانام»^۲های شخصی و استفاده از ظرفیت نفوذ بر روی طرفدار، محصولات شخصی خود را تبلیغات می‌کنند. سلبریتی غافل از تبعات مصرف‌گرایی، با در نظر گرفتن منفعت شخصی خود، تبلیغ می‌کند. ایجاد احساس نیاز برای مصرف، نوعی ذائقه‌سازی است که اغلب مبتنی بر سبک زندگی غربی است و تمدن نوین اسلامی را در مسیر انحطاط قرار می‌دهد.

۴-۲-۳. کاهش سرمایه اجتماعی تمدن نوین اسلامی

سرمایه اجتماعی شبکه‌ای از روابط اجتماعی است که با هنجارهایی مانند اعتماد و

1. Influencer marketing.

2. Brand.

مشارکت مدنی و اجتماعی سنجیده می‌شود. سرمایه اجتماعی به عنوان عامل پیونددهنده عوامل اجتماعی سبب استفاده حداکثری از منابع فیزیکی و انسانی در جهت رشد، توسعه و تعالی جامعه است (چاوش‌باشی، ۱۳۹۲: ص ۳۲۷). سرمایه اجتماعی برای اعتلای هر تمدنی مهم است. نهاد حاکمیت که یکی از مؤلفه‌های تمدنی است، برای آنکه بتواند جامعه را به درستی اداره کند، نیازمند آن است که از سطح بالایی از اعتماد عمومی برخوردار باشد و اعضای جامعه در کنار همدیگر و در یک راستا در زمینه سیاست‌های عمومی مشارکت فعالی داشته باشند. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، سلبریتی‌ها برای کسب شهرت راه‌های گوناگونی را می‌آزمایند و انتخاب می‌کنند. طیف معلوم‌الحالی از سلبریتی‌ها هستند که با شکل و شمایل یک شخصیت به ظاهر مطالبه‌گر و مخالف با سیاست‌های عمومی حاکمیت، خود را به عنوان یک مخالف و شخص ناسازگار مشهور می‌کنند. این نوع از سلبریتی‌ها ابتدا با ایجاد فضایی خاکستری، مخاطب را در بهترین حالت ممکن به یک فرد ممتنع تبدیل کرده، او را از هم‌راستایی و مشارکت منصرف می‌کنند. موارد متعددی قابل اشاره است که عده‌ای از سلبریتی‌ها با تحریم انتخابات، دعوت به تجمع و مواردی از این قسم، اعتماد عمومی مردم به حاکمیت را از بین می‌برند و سبب تقلیل سرمایه اجتماعی می‌شوند. این دسته از سلبریتی‌ها بی‌توجه به رسالت اجتماعی و مسئولیت اخلاقی خویش به عنوان عضوی تأثیرگذار و مشهور در جامعه مدنی، از روی جهل خویش یا بعضاً تعمد، به جای آنکه با انتقادات سازنده و تشویق جامعه و خصوصاً نسل جوان به مشارکت و فعالیت اجتماعی در راستای اعتلای تمدن نوین اسلامی، مسیر غلط تخریب را در پیش می‌گیرند و مخاطبان خود را از حرکت در مسیر ارزش‌ها بازمی‌دارند.

۴-۲-۴. تأثیر منفی بر امنیت روانی جامعه

اول شرط تعالی و توسعه هر جامعه و تمدنی امنیت است. در سایه امنیت، پیشرفت تحقق می‌یابد و یک تمدن شکوفا می‌شود. اندیشمندان حوزه علوم امنیتی برای امنیت ابعاد گوناگونی تعریف کرده‌اند. امنیت روانی به عنوان یکی از مهم‌ترین ابعاد امنیت، به وضعیتی گفته می‌شود که در آن روح و ذهن آدمی احساس امنیت می‌کند (روستایی

صدرآبادی و دیگران، ۱۳۹۶: ص ۱۵۷). امنیت روانی از ابعاد درونی امنیت است و به حالات و احساسات فردی برمی گردد. هر رفتار و عملی را که در یک فرد ایجاد احساس اضطراب، ترس، بی اعتمادی، عدم امنیت و نظایر آن کند، می توان تهدیدی برضد امنیت روانی دانست.

متأسفانه یکی از معضلات جدی که امروز در شبکه های اجتماعی رایج شده است و امنیت روانی جامعه را به خطر می اندازد، اظهارنظرهای غیراصولی و غیرکارشناسانه و بعضاً بی پایه و اساس از سوی سلبریتی ها و ایجاد حس اضطراب در مخاطبان، و در نگاهی کلان تر، کل جامعه است. یک سلبریتی با بیان یک خبر غیرموثق یا راه اندازی پوشش های به اصطلاح حمایتی از حقوق کودکان، زنان، محیط زیست و امثال آن، با نمایه سازی تصاویر و اظهارنظر در خصوص آن، امنیت روانی مخاطب خود را بهای بالا بردن آمار بازدید و شهرت قرار می دهد. به عبارت دیگر، هنگامی که از سوی یک سلبریتی در خصوص یک مسئله اجتماعی یا بهداشتی اظهارنظری صورت می گیرد که طبیعتاً خارج از حیطه تخصص اوست، امنیت روانی مخاطب به گروگان گرفته می شود و با ایجاد حس ناامنی در او، موجی از اضطراب و تشویش، آرامش و حس امنیت روانی او را تهدید می کند. هنگامی که یک سلبریتی خبری را که توسط مراجع رسمی و رسانه ملی پخش می شود، تکذیب می کند و به مخاطبان خود توضیحاتی خلاف واقع در شبکه های اجتماعی ارائه می دهد، موجی از بی اعتمادی و اضطراب را در اذهان مخاطبان ایجاد می کند و این بی اعتمادی، هم بر روی سرمایه اجتماعی و هم بر روی امنیت روانی تمدن نوین اسلامی اثری انحطاط آمیز دارد.

نتیجه گیری

اعتلای تمدن نوین اسلامی نیازمند شناخت فرصت ها و تهدیدها در همه عرصه های تمدنی است. سلبریتی ها که امروزه با توسعه شبکه های اجتماعی در فضای مجازی اثرگذاری بالایی پیدا کرده و به مرجع های اجتماعی الگوساز برای نسل جوان تبدیل شده اند، یکی از مهم ترین ارکان تبلیغی تمدن های نوین هستند. شهرت سلبریتی ها به عنوان ابزار اصلی اثرگذاری ایشان، نیازمند مدیریت کارکردی است و چنانچه نادیده

انگاشته شود یا به شکل صحیح مدیریت نشود، می‌تواند به عنوان یک تهدید مؤثر، زمینه انحطاط تمدن نوین اسلامی را فراهم کند؛ اما یک مدیریت صحیح و هوشمندانه شهرت سلبریتی‌ها را وسیله اعتلای تمدن نوین اسلامی قرار می‌دهد. کارکرد شهرت سلبریتی‌ها متناسب با ارزش‌ها و اهداف تمدن‌های نوین تعریف می‌شود. توجه به این نکته که اساساً مفهوم سلبریتی آفریده جهان سرمایه‌داری غرب است و کارکردهای متناسب با ارزش‌های تمدن غربی را دارد، مشخص می‌کند که نادیده انگاشتن اثرگذاری سلبریتی‌ها یا سوءمدیریت در خصوص نحوه کارکرد شهرت ایشان، به پیامدهای زیان‌باری خواهد انجامید که به بخشی از آنها اشاره شد. تمدن نوین اسلامی نیازمند آن است تا کارکرد سلبریتی‌ها را متناسب با ارزش‌ها و اهداف خود تعریف کند. تجربیات گذشته در خصوص ورود بسیاری از عناصر فرهنگی غربی به جامعه اسلامی بیانگر آن است که عدم برنامه‌ریزی و تعریف متناسب کارکردها، در درازمدت تأثیرات عمیقی بر اخلاق و فرهنگ جامعه اسلامی می‌گذارد.

توسعه پرشتاب و ظهور انواع گوناگون ابزارهای توسعه‌دهنده تمدنی ایجاب می‌کند که تمدن اسلامی از آنها بهره‌مند شود و با استفاده از مزیت‌های آنها تهدیدها را به فرصت تبدیل کند. انزوا و عدم تأمین اقتضائات به‌روز تمدن نوین اسلامی آفتی بسیار خطرناک‌تر از استحاله اخلاقی و ارزشی توسط سلبریتی‌هاست. در نتیجه، با توجه با آنچه در این نوشتار گفته شد، در مقام جمع‌بندی می‌توان این‌گونه گفت که تأثیرگذاری سلبریتی‌ها بر تمدن نوین اسلامی امری انکارناپذیر است؛ لکن مسئله مهم در مواجهه با ایشان آن است که باید توجه کرد سلبریتی‌ها نیز همانند دیگر اعضای تمدن نوین اسلامی عضوی از این تمدن‌اند و ریشه‌های ارزش‌ها و آرمان‌ها در همه آنها وجود دارد. عده‌ای متأسفانه از روی جهل دست به اقداماتی می‌زنند که به انحطاط تمدن نوین اسلامی منجر می‌شود و تعداد اندکی نیز در این میان وجود دارند که تعمداً و از روی سوءنیت سعی در انحطاط تمدن نوین اسلامی دارند. در هر حال آنچه در خصوص برخورد با سلبریتی‌ها مهم است، مدیریت صحیح و هوشمندانه است.

راهکارهای پیشنهادی که در ادامه مطرح خواهد شد، می‌تواند برای مقابله با تأثیرات منفی سلبریتی‌ها نتایج بسیار مثبتی داشته باشد و بدون ایجاد کمترین هزینه‌ای برای نهاد

حاکمیت و تمدن نوین اسلامی، اثرات منفی را خنثی کند. آنچه تمدن نوین اسلامی در قبال سلبریتی‌ها به آن نیازمند است، آموزش سلبریتی و آگاه ساختن وی دربارهٔ مسئولیت اخلاقی خویش در قبال مخاطب و تمدن نوین اسلامی، آموزش مخاطب و افزایش سواد رسانه‌ای او، ایجاد رویه‌ای واحد در خصوص برخورد با تأثیرات منفی سلبریتی‌ها به‌شیوه‌ای ایجابی و منطقی، و برنامه‌ریزی بلندمدت برای برطرف ساختن تأثیرات منفی حادث‌شده، خصوصاً در مقوله‌های مهم سبک زندگی و مصرف‌گرایی است که از تأکیدات مقام معظم رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی خطاب به ملت ایران است.

پیشنهادهای و راهکارهای مقابله با تأثیرات منفی سلبریتی‌ها در فضای مجازی

مقابله با تأثیرات منفی سلبریتی‌ها بر تمدن نوین اسلامی که تحت عنوان موارد انحطاط‌آمیز مورد بررسی قرار گرفت، نیازمند شناخت و درک صحیح موقعیت مقابله است: از یک سو عرصه تأثیرگذاری ایشان، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است که دارای اقتضائات خاص خود است؛ و از سوی دیگر تأثیرات منفی ایشان تمام ارکان جامعه و مؤلفه‌های تمدنی را درگیر می‌کند. در نتیجه، اتخاذ تدابیر هوشمندانه و مؤثر در خصوص مقابله با این تأثیرات، بسیار حائز اهمیت است. با توجه به اثرگذاری شخصیت سلبریتی بر عوامل مادی و معنوی تمدن‌سازی، راهکارهای زیر به‌منظور تقلیل عوارض منفی و انحطاط‌آمیز به پایین‌ترین حد ممکن، ارائه می‌شود.

الف) تأکید بر افزایش سواد رسانه‌ای مخاطب

اولین راهکار در مقابله با این تأثیرات منفی آموزش همگانی و افزایش سواد رسانه‌ای مخاطب است. مخاطب باید بداند که وجود او دلیل اصلی شهرت یک سلبریتی است و بدون مخاطب، شهرت یک سلبریتی عملاً کارایی خود را از دست می‌دهد. در نتیجه دنبال کردن هر سلبریتی و هواداری از او، به ایجاد یک شهرت کاذب منجر می‌شود که اثرات آن در مرحله اول به خود مخاطب برمی‌گردد. افزایش سطح سواد رسانه‌ای مخاطب سبب آن می‌شود تا جایگاه واقعی خود را بداند و آگاه شود که صرفاً یک مشاهده‌گر نیست؛ بلکه تحت تأثیر شهرت، در حال ابتلا به تغییر و تحولات عمیق رفتاری و اخلاقی است.

ب) رویکرد پیشگیرانه در مبارزه با تأثیرات منفی سلبریتی‌ها

راهکار بعدی در مسیر مقابله با تأثیرات منفی سلبریتی‌های معارض با روح تمدن نوین اسلامی، اتخاذ یک رویکرد آفندی و ایجابی است. آفندی از آن جهت که در ساحت مقدس فرهنگ و تمدن اسلامی نباید منتظر اقدام بود تا سپس واکنش نشان داد. صرف هزینه‌های مادی و معنوی هنگفت در مسیر مقابله باید به‌خوبی راهنمای تمدن نوین اسلامی باشد که در جهان دیجیتال و فضای مجازی، همان‌گونه که انتقال محتوا سریع صورت می‌گیرد، تأثیرات آن نیز سریع و گسترده است. پیشگیری توسط نهادهای مسئول فرهنگی و اجتماعی در کنار امر آموزش، این توانایی را ایجاد می‌کند که با تربیت یک مخاطب فهیم و آگاه، یک فکر مسموم یا مخرب قبل از آنکه توسط کارکردهای شهرت شکل بگیرد، از عرصه به‌در شود. همچنین برخوردها باید ایجابی باشد. برخوردهای سلبی نتایج معکوسی به‌دست می‌دهند؛ زیرا با کنجکاو شدن مخاطب، نه‌تنها توجه‌ها بیشتر به‌سوی سلبریتی معطوف می‌گردد، بلکه اثرگذاری محتوای انحطاط‌آمیز بیشتر می‌شود. همان‌گونه که مقام معظم رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب فرمودند: «اخلاق و معنویت با دستور و فرمان به‌دست نمی‌آید؛ پس حکومت‌ها نمی‌توانند آن را با قدرت قاهره ایجاد کنند؛ اما اولاً خود باید منش و رفتار اخلاقی و معنوی داشته باشند و ثانیاً زمینه را برای رواج آن در جامعه فراهم کنند و به نهادهای اجتماعی در این‌باره میدان دهند و کمک برسانند؛ به شیوه معقول بستیزند و خلاصه اجازه ندهند جهنمی‌ها مردم را با زور و فریب، جهنمی کنند» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۷: ص ۳۸). اقداماتی نظیر سانسور و فیلترینگ، نتایج مورد انتظار را برآورده نکردند و صرفاً پاک کردن صورت‌مسئله بودند. یک رویکرد ایجابی سبب بصیرت‌افزایی مخاطب و آگاه ساختن شخص سلبریتی می‌شود. نگاه بدبینانه به تمام سلبریتی‌ها و سنجیدن همه ایشان با یک سنگ محک، امری غیراخلاقی و غیرشرعی است. بسیاری از افراد هستند که با جهل اقدام به عملی می‌کنند و چه‌بسا دارای حسن نیت نیز هستند. چنین افرادی را باید آگاه ساخت و به مسیر اعتلای تمدن نوین اسلامی برگرداند و با اقدامات نسنجیده نباید آنها و مخاطبان‌شان را به مخالفان تعالی این مسیر تبدیل کرد.

ج) تدوین منشور اخلاقی برای سلبریتی‌ها

در آخر، راهکار مهمی که تا کنون مورد غفلت قرار گرفته، تدوین یک منشور اخلاقی متناسب با اهداف تمدن نوین اسلامی برای سلبریتی‌هاست. سلبریتی‌ها باید متوجه مسئولیت اخلاقی خود در قبال مخاطبان و تمدن اسلامی باشند؛ ارزش‌ها و ضدارزش‌ها را بشناسند و با پایبندی به اخلاق، از شهرت خود در هر زمینه‌ای استفاده نکنند. مزیت اصلی نهفته در تدوین یک منشور اخلاقی آن است که سلبریتی‌ها را آگاه می‌کند و دیگرکسی نمی‌تواند با طرح ادعای جهل به تبعات اعمالش، از زیر بار مسئولیت شانه خالی کند. همچنین از آنجایی که بخشی از رفتارهای انحطاط‌آمیز سلبریتی‌ها جنبه مجرمانه ندارد، جامعه به‌عنوان مخاطب اصلی می‌تواند قدرت مطالبه‌گری در خصوص بد اخلاقی‌های یک سلبریتی پیدا کند. بهترین راه در تدوین یک منشور اخلاقی آن است که هنرمندان خود پیشگام شوند و برای صیانت از آستان هنر و ارزش‌های آن و استفاده اخلاقی از شهرت، اقدام کنند.

منابع

۱. انصاری، باقر. ۱۳۹۵. **حقوق رسانه**. ج ۷. تهران. سمت.
۲. بیرو، آلن. ۱۳۷۰. **فرهنگ علوم اجتماعی**. مترجم: باقر ساروخانی. ج ۲. تهران: کیهان.
۳. جعفری لنگرودی، محمدجعفر. ۱۳۷۸. **مبسوط در ترمینولوژی حقوق**. جلد دوم. تهران: کتابخانه؛ گنج دانش.
۴. چاوش باشی، فرزانه. ۱۳۹۲. «سرمایه اجتماعی در مقایسه با سایر سرمایه‌ها». **مجموعه مقالات سرمایه اجتماعی**. تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام. گروه پژوهشی و فرهنگی.
۵. حبیبی، سلیمان و رضا اکبری. ۱۳۹۳. «تبیین فلسفی مسئولیت اخلاقی از دیدگاه محمدحسین طباطبایی». **پژوهش‌های فلسفی کلامی**. دوره ۱۶، ش ۲. پیاپی ۶۲. اسفند. ص ۳۰-۷.
۶. دهخدا، علی‌اکبر. ۱۳۷۳. **لغت‌نامه دهخدا**. ج ۴. تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۷. روستایی صدرآبادی، حمید و دیگران. ۱۳۹۶. «تأثیر اصل صحت بر امنیت روانی فرد و جامعه». **حکومت اسلامی**. سال ۲۲، ش ۱. پیاپی ۸۳. بهار. ص ۱۶۱-۱۳۹.
۸. شاه‌قاسمی، احسان. ۱۳۹۸. **سلبریتی‌های مجازی**. پژوهشگاه مرکز ملی فضای مجازی - گروه مطالعات فرهنگی و اجتماعی. گزارش شماره ۲.
۹. فرهمندپور، فهیمه و مرضیه معماری. ۱۳۹۰. «جایگاه عقل در مسئولیت اخلاقی زنان با تکیه به منابع روایی». **فصلنامه زن در فرهنگ و هنر**. دوره ۳، ش ۱. پاییز. ص ۱۱۵-۱۳۳.
۱۰. مصباح یزدی، محمدتقی. ۱۳۹۲. «سبک زندگی اسلامی؛ ضرورت‌ها و کاستی‌ها». **معرفت**. ش ۱۸۵. اردیبهشت. ص ۱۲-۵.
۱۱. معین، محمد. ۱۳۸۳. **فرهنگ فارسی**. ج ۱. تهران: امیرکبیر.
۱۲. مقام معظم رهبری. ۱۳۹۷. **بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی**. تهران: انتشارات انقلاب اسلامی.
۱۳. _____ . ۱۳۹۱/۰۷/۲۳. بیانات در دیدار جوانان استان خراسان شمالی.
۱۴. _____ . ۱۳۹۳/۰۲/۳۱. بیانات در دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع).
۱۵. _____ . ۱۳۹۴/۱۰/۸. بیانات در دیدار مسئولان نظام و میهمانان کنفرانس وحدت اسلامی.
۱۶. مهدوی کنی، محمدسعید. ۱۳۸۶. «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی». **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**. دوره ۱، ش ۱. اردیبهشت. ص ۲۳۰-۱۹۹.
۱۷. موسوی خمینی، سیدروح‌الله، ۱۳۸۹. **صحیفه امام**. ج ۵. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ع).
18. Choi, Chong Ju and Ron Berger. 2010. "Ethics of Celebrities and Their Increasing Influence In 21St Century Society". **Journal of business ethics**. 91. 3.
19. Inglis, Fred. 2010. **A Short History of Celebrity**. Princeton University Press.

20. McCracken, Grant. 1989. "who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process". **Journal of Consumer Research**. Volume 16, Issue 3.
21. **Oxford advanced learners dictionary**. 2010. new York. Oxford university press. Eight edition.

