بسم الله الرحمن الرحيم



سلبریتی

Celebrity

ویراست نخست: زمستان ۱۳۹۸

معاونت تربیت و آموزش

سازمان فضای مجازی بسیج

نهضت سواد رسانه ای انقلاب اسلامی

پژوهشگر: مهتاب غلامی

طراحی: مرکزفضای مجازی سپاه فجر فارس


کلیات
بررسی ابعاد
مطالبی که در این پرده نگار می خوانیم
پیشینه تاریخی در جهان و ایران
سیاسی
فرهنگی
اجتماعی
اقتصادی
روانشناسی

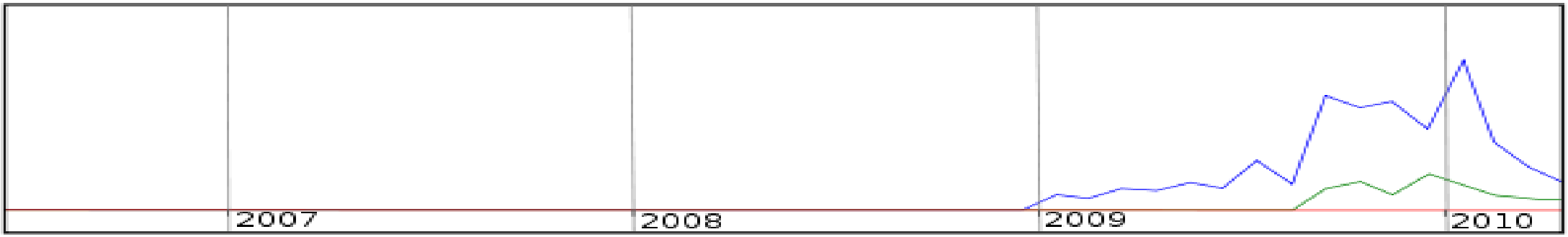
کلیات

سلبريتي چيست؟ به چه كسي سلبريتي مي گويند؟

سلبریتی کسی است که خارق العاده است و یا کارهای خارق العاده انجام می دهد. ممکن است آنها با استعدادترین افراد نباشند، ولی کارهای آنها جلب توجه کرده و متقاعد کننده است.

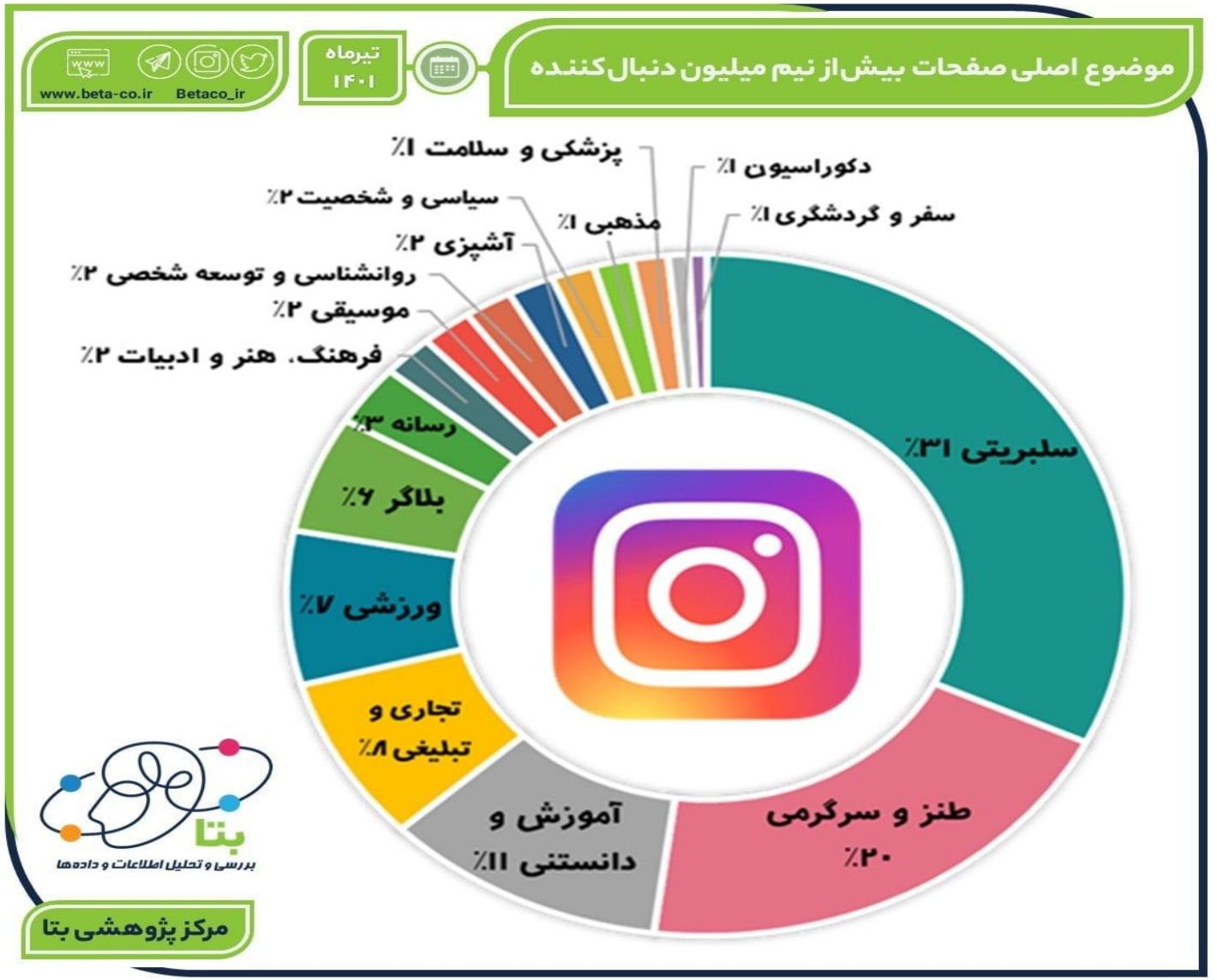


تعریف سلبریتی : آنان مشاهیری هستند که بخش بزرگی از جامعه آنان را میشناسند و ویژگیهای متمایزکننده ای مانند جذابیت و صداقت (قابلیت اعتماد) دارند .
شخص مشهور یا سلبریتی : فردی که شهرت یا شناختی را در جامعه به دلیل ویژگیهای شخصیتی منحصربه فرد به دست آورده باشد.

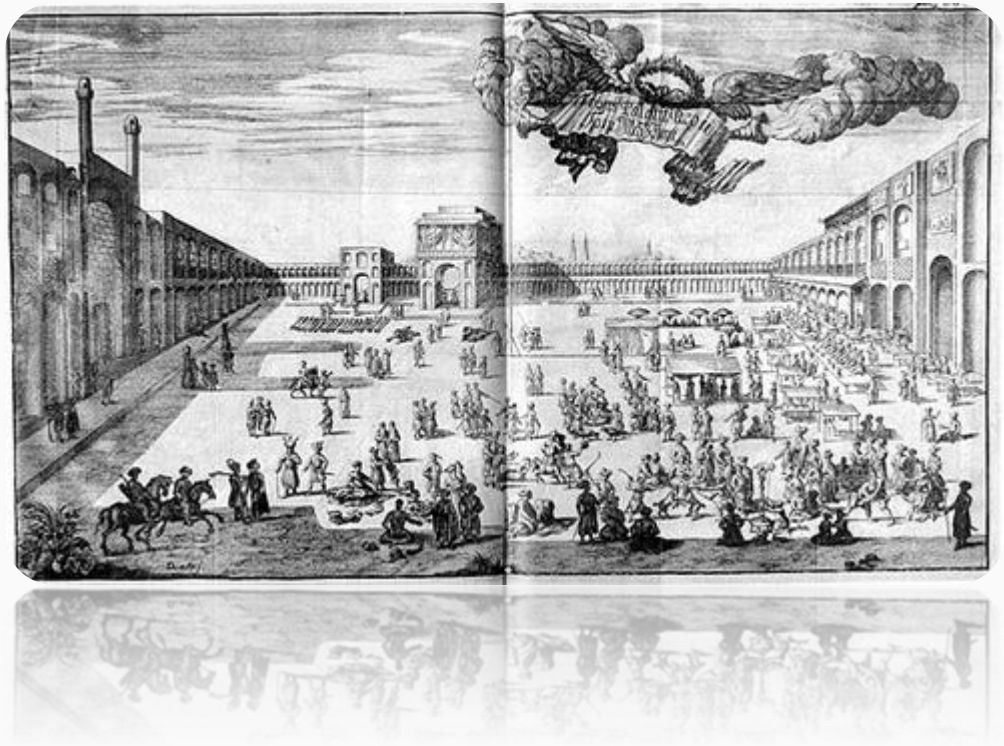


آمار استفاده از کلمه celebrity به معنای چهره و کلمات همخانواده آن تا سال ۲۰۱۰ در گوگل

به روایت آمار



تاریخچه کوتاه سلبریتی‌ها در ایران



1060

کمپفر (EngelbertKaempfer)، جهانگرد آلمانی: مردم اصفهان در قهوه خانه ها جمع می شوند و خوانندگان و موسیقی نوازان مشهور برای آنها آهنگ اجرا می کنند.

تاریخچه کوتاه سلبریتی‌ها در ایران

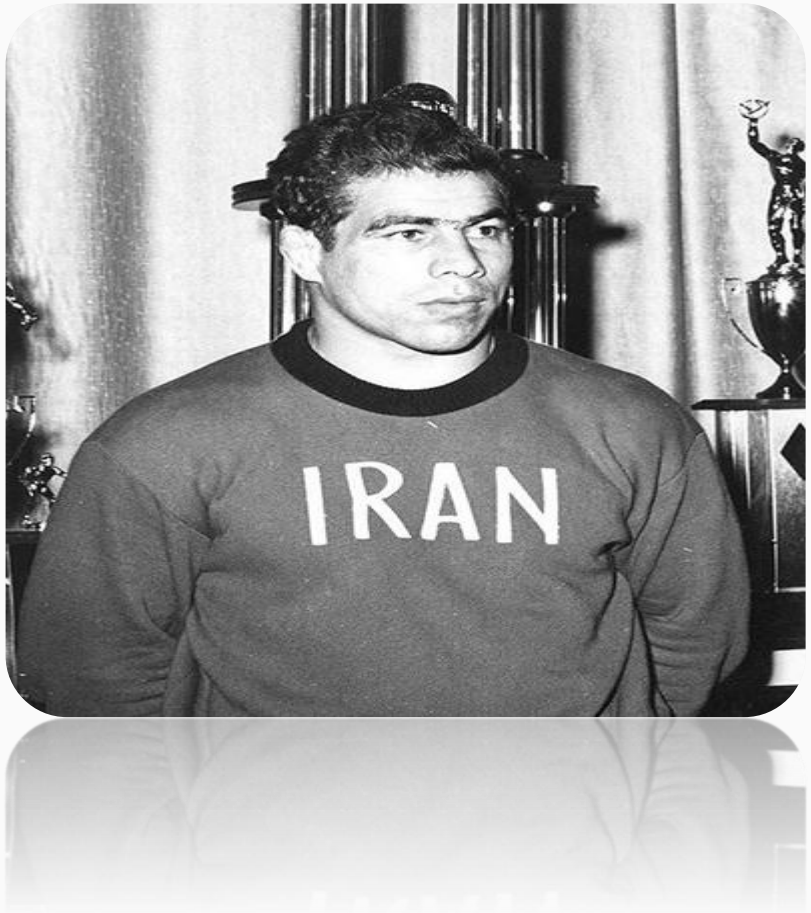
1330

اولین بازیگر زن، اولین بادیگارد برای سلبریتی: روح انگیز سامی نژاد، بازیگر اصلی فیلم «دختر لر» (اولین فیلم ناطق ایران)، پس از 18 سال زندگی در هند و بازی در دو فیلم به ایران بازگشت.

سامی نژاد: هرموقع که از در شرکت می آمدیم بیرون، مجبور بودیم سه نفر مستحفظ داشته باشیم، یک شوفر و دو نفر کمک شوفر که شیشه پرت نکنند. هر جایی هم که می رفتیم باید یک چیزی سرمان می انداختیم تا کسی ما را نشناسد.



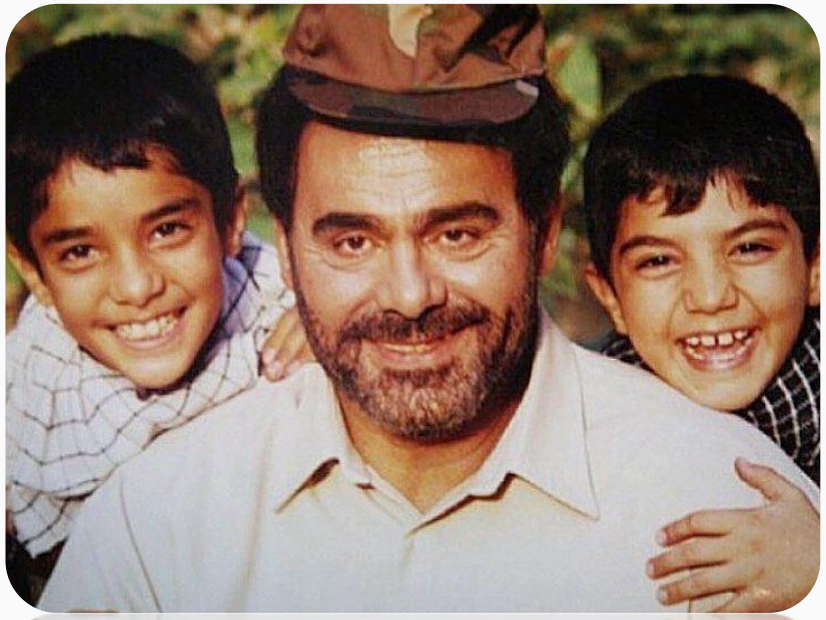
تاریخچه کوتاه سلبریتی‌ها در ایران



1341

سلبریتی محبوب: تختی (کشتی گیر مشهور ایرانی) برای جمع کردن کمک به مردم زلزله زده بویین زهرا با یک صندوق در گردن از پارک ساعی تا خیابان فردوسی پیاده رفت. مردم کمک های بسیاری کردند و ده ها کامیون برای کمک فرستادند.

تاریخچه کوتاه سلبریتی‌ها در ایران

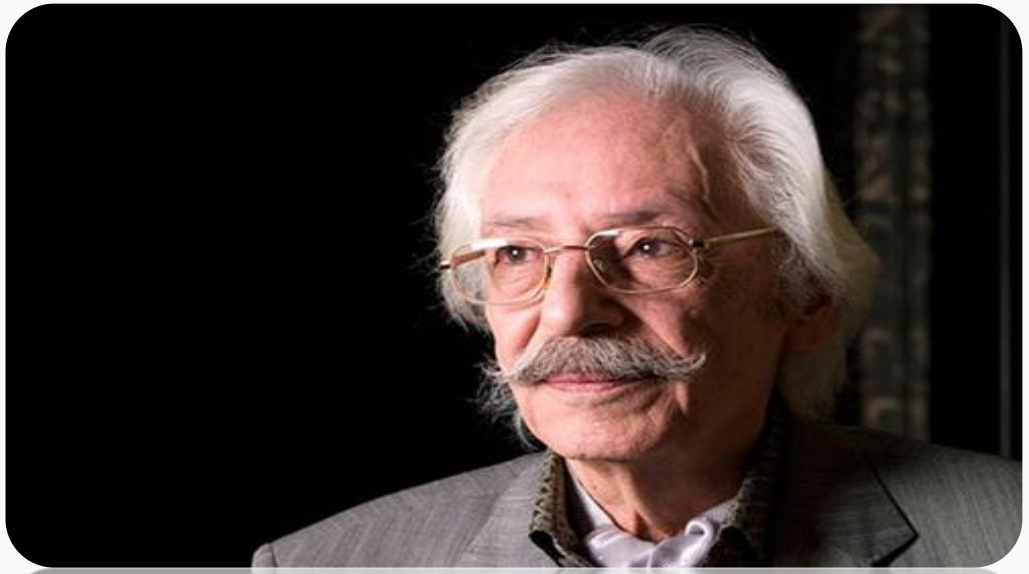




دهه 60

اولین ستاره های سینمای پس از انقلاب: جمشید هاشم پور برای بازی در فیلم های حادثه ای و خسرو شکیبایی برای بازی در نقش روشنفکر در فیلم هامون، ستاره شدند. نیکی کریمی هم یکی از اولین ستاره های زن سینمای پس از انقلاب بود.

تاریخچه کوتاه سلبریتی‌ها در ایران



خـرداد 1381: اولـین حضـور یـک بـازیگر در تبلیغـات پـس از انقـلاب اسـلامی. حضـور جمشـید مشایخی در تبلیغ کولر گازی جنرال.



1376: ورزشکاران در تبلیغات: حضور کریم باقری در تبلیغ محصولات بهداشتی ایرانی داروگر (پس از صعود ایران به جام جهانی 1998 فرانسه).

تاریخچه کوتاه سلبریتی‌ها در ایران





1385: وزارت ارشاد استفاده از چهره ها را در تبلیغات ممنوع کرد.
بهرام رادان: «دی ماه 85 بود... مشاهده کردم چندین نفر در حال کندن تبلیغات من هستند... من خدمت وزیر آن وقت، محمد حسین صفار هرندی رفتم... گفتند ممنوعیت وجود دارد.»

1386: حضور جنجالی حسین رضازاده، وزنه بردار رکورددار جهان در تبلیغ بنگاه املاک رابینسون دوبی. این تبلیغ در شبکه های ماهواره ای (شبکه مهاجر نتورک) پخش و در ایران بسیار جنجالی شد.

تاریخچه کوتاه سلبریتی‌ها در ایران



1388: حمایت زیرزمینی ها از سیاست: ساسان یافته با نام هنری ساسی مانکن (خواننده رپ) از مهدی کروبی (کاندید رییس جمهوری) حمایت کرد. این اولین حمایت یک هنرمند غیرمجاز از یک فرد سیاسی بود.



1390: آقای دوربینی - کامران نجف زاده با فردی به نام حسین نمازی مصاحبه می کند. کسی که در اکثر گزارش های خبری صدا و سیما در بین مردم حضور دارد. او متخصص دیده شدن در دوربین است و به همین دلیل به آقای دوربینی مشهور می شود.

تاریخچه کوتاه سلبریتی‌ها در ایران



مرداد 1394: لیلا اوتادی، بازیگر سینما، در اینستاگرام از تولید عطری به نام خود خبر داد. شهریور 96 هم خبر تولید عطری به نام لیلا حاتمی در فرانسه منتشر شد.



شهریور 1394: رضا رشیدپور، اولین برنامه گفت‌وگو محور اینترنتی را در ایران راه انداخت. او پس از موفقیت در برنامه های گفت‌وگومحور با افراد مشهور در تلویزیون و ایجاد مانع بر سر راه اجرا در صدا و سیما، در کانال آپارات خود برنامه «دید در شب» را راه انداخت و در آن با سلبریتی ها مصاحبه کرد.

تاریخچه کوتاه سلبریتی‌ها در ایران

مهر 1394: اولین حضور یک زوج در تبلیغات (امین زندگانی و الیکا عبدالرزاقی در تبلیغ لباس های ریباک).



6 بهمن 1394: اولین حضور یک زوج در کمپین تبلیغاتی (امین زندگانی و الیکا عبدالرزاقی در تبلیغ لوازم آشپزخانه آلتون).



تاریخچه کوتاه سلبریتی‌ها در ایران



19 مرداد 1394: شهاب حسینی (به عنوان مدیر فرهنگی شهر فرش) حضور در تبلیغات این برند را رد کرد و گفت: «اعتقادی به استفاده ابزاری از عکس بازیگر به عنوان تبلیغات کالا یا برند خاص نداشتم.»

گفته می شود پیشنهاد تبلیغاتی به او ارزش 4 میلیارد تومانی داشته است.

1395- 1396 جولان سلبریتی ها: سلبریتی ها همه جا حضور دارند.
از تمام برنامه های تلویزیونی در موضوعات مختلف؛ از سیاست تا ازدواج و اعیاد مذهبی و ملی گرفته تا روی بیلبوردهای تبلیغاتی برندهای مختلف و شبکه های اجتماعی و سیاست.

سلبریتی ها به چند دسته یا طبقه تقسیم می شوند؟

– انواع سلبریتی‌ها

	قهرمان Hero	ستاره Star	مشهور Seleb	شخصیت Personality	انگشت نما Notorious
تقسیم‌بندی پنفیلد					
تقسیم بندی موناکو	قهرمان Hero	ستاره Star	شبه ستاره QUASAR	—	—
تقسیم بندی روژاک	انتسابی Ascribed	اکتسابی Achieved	انتخابی Seletoid	—	

فیلم | با پدیده سلبریتی آشنا شوید...



تفاوت مشاهیر و سلبریتی چیست؟

دکتر مهدی مالمیر استاد دانشگاه: قهرمانان برای بازه زمانی بلندتر می مانند. استمرارشان در تاریخ خیلی بیشتر از سلبریتی است. آنها مبتنی بر ویژگی ها و خصیصه های درونی هستند؛ اما سلبریتی ها را رسانه می سازد. سلبریتی عنصر متمایزی دارند که دیگران آنرا برجسته می کنند. سلبریتی در مقابل مشاهیر عمر کوتاه مدت‌تر دارد.

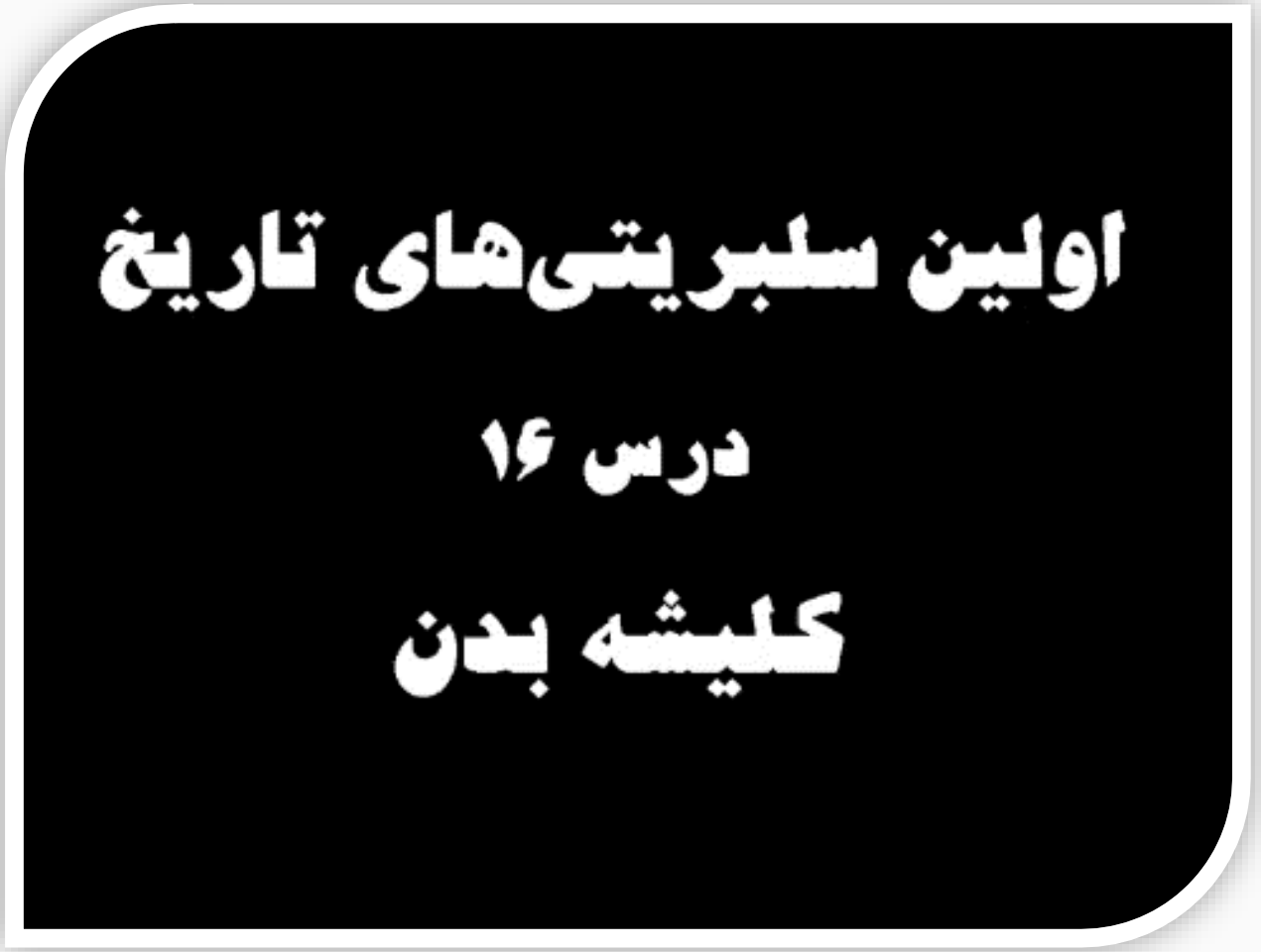


عوامل ظهور یک سلبریتی در جامعه



- اسپانسر
- رسانه
- تبلیغات
- مردم
- عکاس
- روزنامه نگار

فیلم | اولین سلبریتی های تاریخ



فیلم | دنیای سلبریتی ها



مفهوم سلبریتی در چه زمینه ها، بسترها و شرایطی قابل ردیابی است ؟

دکتر مهدی مالمیر استاد دانشگاه: مفهوم سلبریتی زاییده فرهنگ مدرن است. از ابتدای شکل گیری این مفهوم در غرب رویکرد به آن آسیب شناسی و سعی بر این بوده است؛ تا از ترویج و نفوذ آن بکاهند. در رویکرد دیگر، رفتار سلبریتی ها برای‌شان مهم بود. اینکه نشانگان رفتاری آنها چیست؟ رفتارهای انتخاباتی ، اقتصادی آنها چیست؟ رویکرد دیگر این بود که سلبریتی را به مثابه یک کالا تعریف می کردند؛ تحلیل های اقتصادی، فرهنگی به این سمت رفتند؛



اقتصادی



شخصیت های مشهور دارای کیفیت ها و ارزش هایی هستند که دیگران آنها را گرامی داشته و برای آن احترام قائل می باشند.
در دنیای جدید کمپانی‌ها از شیفتگی به سلبریتی ها جیب خود را پر می‌کنند.

سلبریتی ها ابزارای برای تضمین خرید

80درصد تصمیمات منجر به خرید از طریق نمادهای بصری اتفاق می افتد و خریداران نیازمند مرجعی جهت تایید و تضمین خرید خود هستند.یکی از ابزارهای خاص تبلیغاتی بهره گیری از شخصیت ها است که به خاطرمورد توجه عموم بودن ، این شخصیتها از چندین منظر اعتبار بخشی، ترغیب مخاطبان، ایجاد احساس مطلوب و اطمینان خاطرمورد کاربرد قرار میگیرند.



چرا سلبریتی ها به دنبال تبلیغات رفته اند؟

- اهداف سلبریتی ها در تبلیغات
- هدفشان «دیده شدن» است
- هراس از فراموش وکمرنگ شدنشان
- سهل الوصول بودن در آمد تبلیغات
- کوتاهبودن عمر حرفه‌ای سلبریتی‌ها





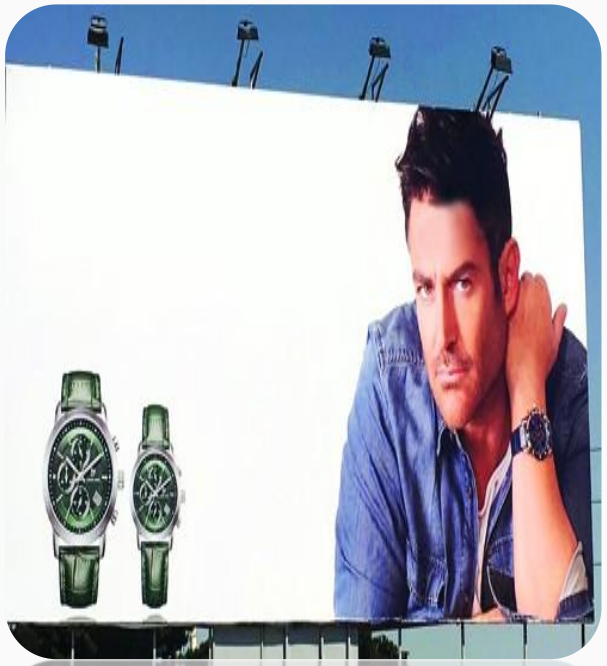


سلبریتی‌ها واسطه اعتماد به برند

اعتبار سلبریتی حامی برند با سه بعد متخصص بودن، جذاب بودن و قابل اعتمادبودن به واسطة اعتماد و تعهد به برند تأثیر معنی دار و مثبتی بر ارزش ویژة برند دارند.







تأثیر تأیید سلبریتی ها در تبلیغات



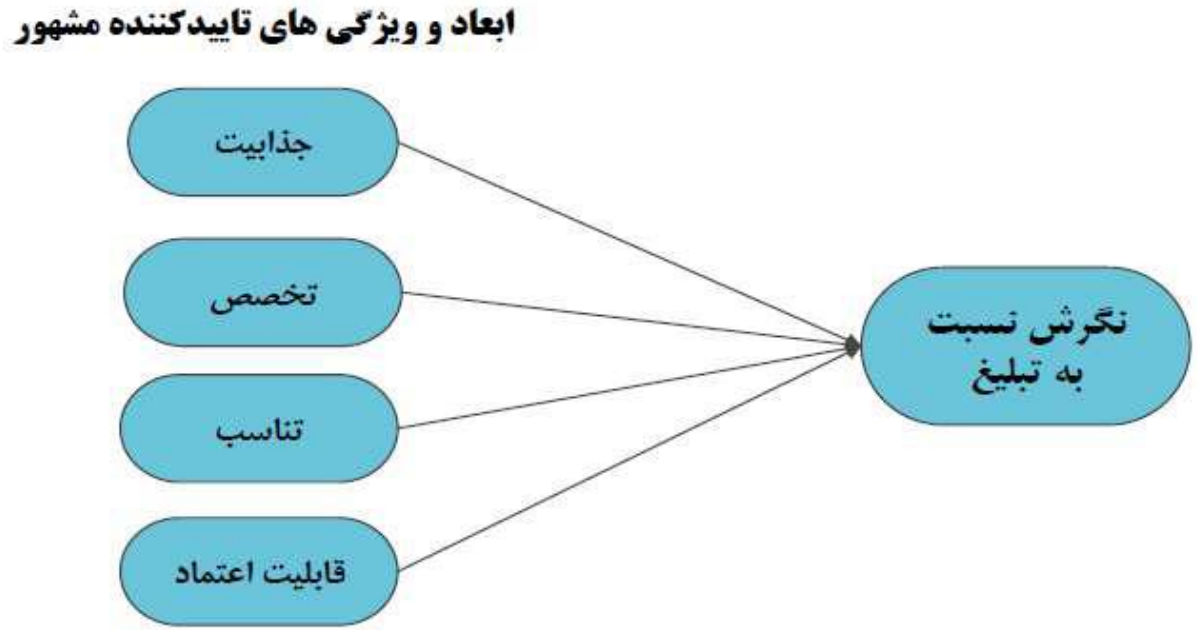


بیشتر مصاحبه کنندگان گفته اند که استفاده از تأییدکنندة مشهور در تبلیغ باعث افزایش آگاهی نسبت به برند، جذب طرفداران فرد مشهور، ترغیب به استفاده و افزایش اعتمادبه نفس خرید می شود.

مهاجم ملی پوش ایرانی آلکمار با توجه به محبوبیتی که نزد طرفداران این تیم پیدا کرده به عنوان مانکن تبلیغاتی اسپانسر البسه باشگاه انتخاب شد.

ابعاد و ویژگی های تایید کننده مشهور

سلبریتی ها، نمونه ای از رهبران ذهنی و عقاید مخاطبان شناخته میشوند و در قالب گروهی مرجع، توانایی هدایت تمایلات و ترجیحات مصرفکنندگان به سوی محصول یا نام تجاری خاص را با خود دارند.



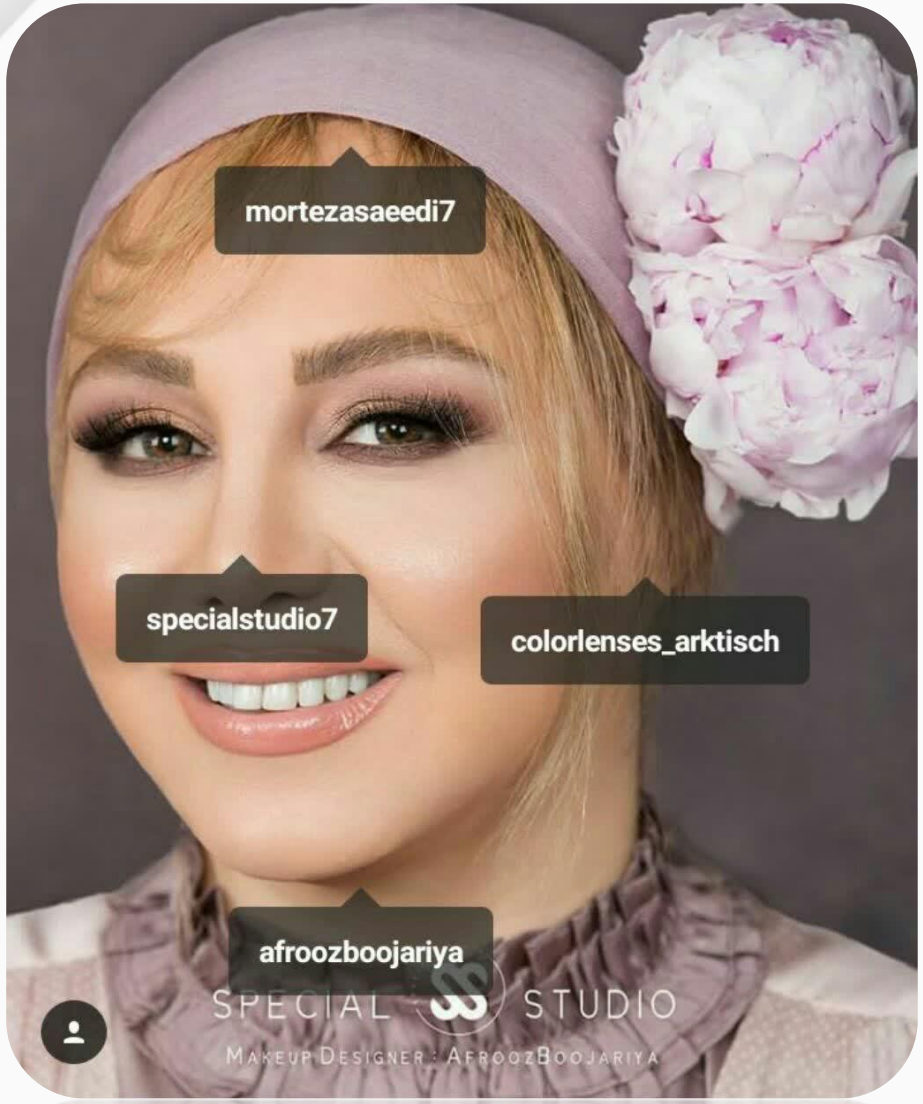
شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

غیر رسمی و بی دردسر

کثرت انواع تبلیغات تجاری در صفحات سلبریتی‌ها و تغییرنوع تعامل آنان با دنبال‌کنندگان صفحات‌شان در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که آنان حالا مخاطبان‌شان را مصرف‌کنندگان بالقوه‌ای می‌دانند که بدون توجه به رسمی یا غیررسمی بودن تبلیغ، به سراغ برندها خواهند رفت و در نتیجه رشد کسب‌وکار این تجارت‌ها، مقادیری هم نصیب تبلیغ‌کنندگان خواهد شد.



ترفند تبلیغ در متن زندگی



«به مناسبت عید فطر برای عزیزانم سورپرایز دارم» و به‌دنبال آن چندبار اضافه کردن شناسه یک «برند جواهرآلات» به همراه عکسی از حضور در فروشگاه این آرم تجاری. چنین پست‌هایی حاوی مقادیر قابل توجهی از همین ترفندها هستند و بهنوش بختیاری یکی از فعال‌ترین سلبریتی‌ها در این حوزه است.

ترفند تبلیغ در متن زندگی



103,552 likes

behnoosh_bakhtiari تقدیم به دوستان نازنینم
عکس از پیام ایرایی رفیق دیرینه و عکاس عالی که عزیزدل همه همکاران و خودمنه...
میکاپ از مریم متقیان دوست گل قدیمی من...پیام عزیز مرسی از انرژی خالصت وهنر ناب خلاقانت....منتظر خبرای خوب کاری باشید....پیش به سوی ورزش....وانرژی مثبت و افکار نیک.....@payameraeeart
#behnooshbakhtiari
@maryammotaghian_makeupartist @payameraeeart
@payameraeear
@payameraeeart
@pandoraleather
@pandoraleather

View all 6531 comments

DECEMBER 3, 2016

فیلم | درآمد سلبریتی ها از تبلیغات

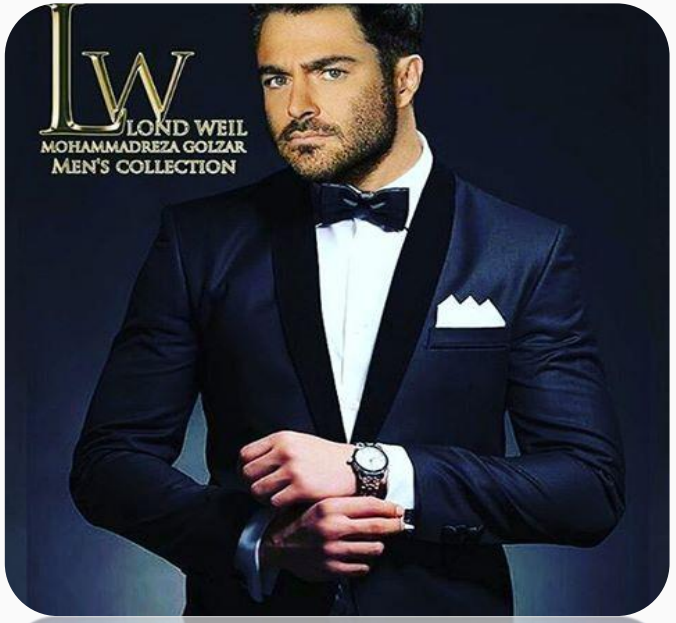


شغل دوم سلبریتی‌های ایرانی

محمدرضا گلزار ابولمشاغل سلبریتی‌ها

او در ابتدای فعالیتش به عنوان نوازنده و بازیگر، فعالیت در حوزه تبلیغات را تجربه کرد و مدل بودن او سبب شد که او یک کلوب زیبایی مخصوص آقایان در خیابان یخچال تهران تاسیس کند.

تولید پوشاک و فعال کردن برندی اختصاصی تاسیس «رستوران انار»





بیشتر علاقه‌مندان برای شنیدن موسیقی او به کنسرت‌هایش بروند، برای ملاقات با او بلیط تهیه می‌کنند.

شغل دوم سلبریتی‌های ایرانی

نام سلبریتی	شغل دوم	نام سلبریتی	شغل دوم	سلبریتی	شغل دوم
ترانه علیدوستی	کافه گالری	نیوشا ضیغمی	مرکز زیبایی	کمند امیرسلیمانی	اتلیه عکاسی
بهرام رادان	کافی شاپ	محمد رضا هدایتی	رستوران لندو	سپند امیر سلیمانی	رستوران
شهاب حسینی	کافه هنر	مهران غفوریان	رستوران داری	اشکان خطیبی	رستوران رعنا
محمد سلوکی	صاحب پیک موتوری وفروشگاه لباس	یوسف تیموری	لوستر فروشی	رضا عطاران	آتلیه عکاسی
جواد عزتی	رستوران	مهتاب کرامتی	مزون لباس	نیکی کریمی	انستیتوی زیبایی و ترجمه کتاب

اجتماعی



بانک ها سلبریتی!

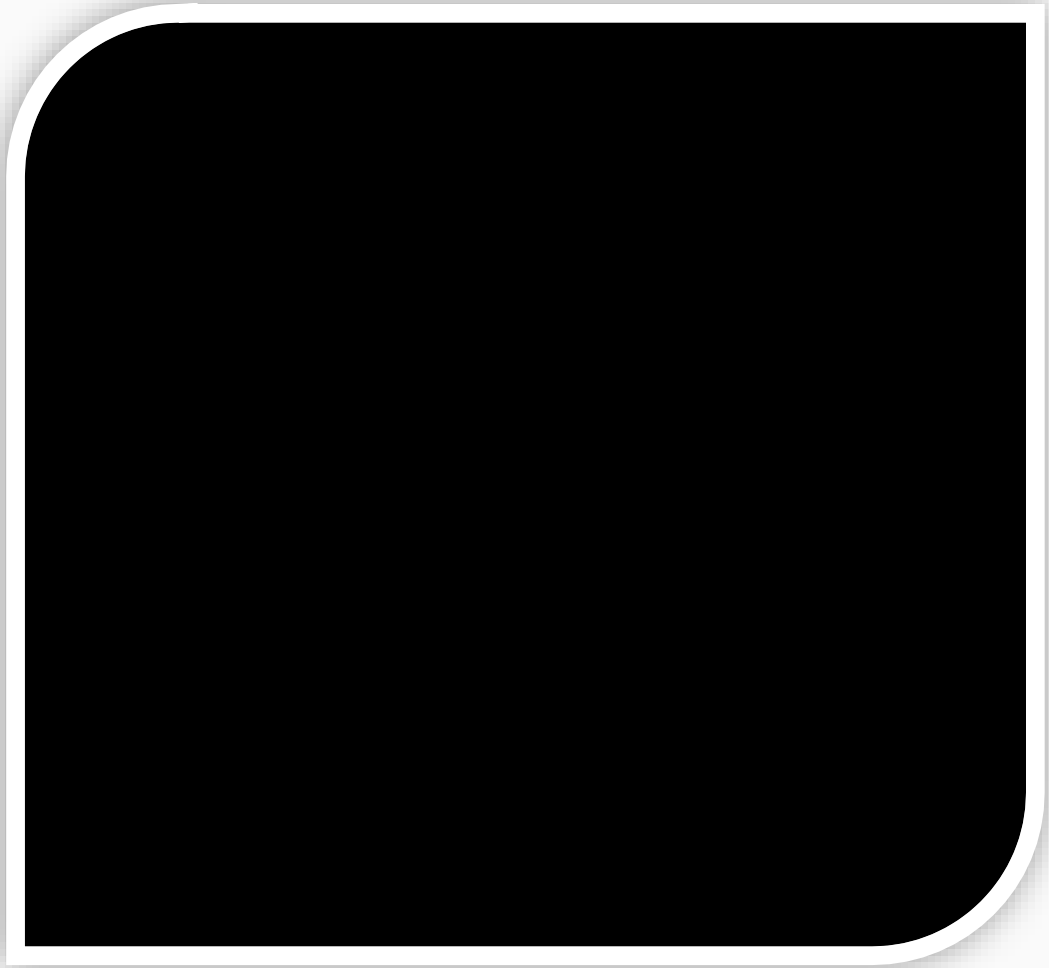
وقتی توجه کمیاب می‌شود بهترین راه کسب ثروت (توجه)، ایجاد بانک‌هایی است که ثروت‌ها را در آن نگه‌داری کنند. سلبریتی‌ها بانک هستند و رسانه‌ها صاحبان این بانک.

سلبریتی‌ها و حیات در اقتصاد توجه



رسانه‌ها برای جلب توجه ما مردم عادی، نیازمند حضور سلبرتی‌های محبوب‌مان هستند و از طرف دیگر سلبریتی‌ها هم نمی توانند یک لحظه فرصت دیده شدن در رسانه‌ها را از دست بدهند. هر دو تشنه هستند، تشنه توجه! پس تا می‌توانند باید توجه ما را به خود "جلب" کنند و "نگه" دارند.

فیلم | ژست های طبیعت دوستی سلبریتی های مجازی



دکتر شاه قاسمی گفت، سلبریتی ها مصرف گرایی را تبلیغ می کنند و این یعنی شما لوازمی را بخرید که به آن ها نیاز ندارید و لوازمی که می توانید از آن ها استفاده کنید را دور بیندازید.

فیلم | الگوگیری از سلبریتی ها



از چه زمانی بی‌استعدادها، سلبریتی شدند؟

تاریخ شهرت به پادشاهان و اشرافیت، حلقه کوچک نخبگان سیاست و مذهب، منحصر بود. تاریخ شهرت به این محدود نماند و جلوتر آمد و شهرت به شدت رسانه‌ای‌تر و تخصصی‌تر شد؛ دورانی که رسانه و البته کمپانی، شهرت را می‌ساختند و حفظ و ویران می‌کردند. در این دوره از تاریخ شهرت، ستاره‌ها، Attributed Celebrities، لزوماً استعدادهای فوق‌العاده‌ای نداشتند، بلکه آن‌ها با داشتن بهره‌ای از کیفیت ستارگیِ تعریف‌شده در زمان، از سوی رسانه‌ها و نهادهای ستاره‌سازی و به طور کلی، از سوی «سیستم ستاره‌سازی» حمایت می‌شدند.

فیلم | پولدار باش، لبخند بزن و ابتذال بفروش



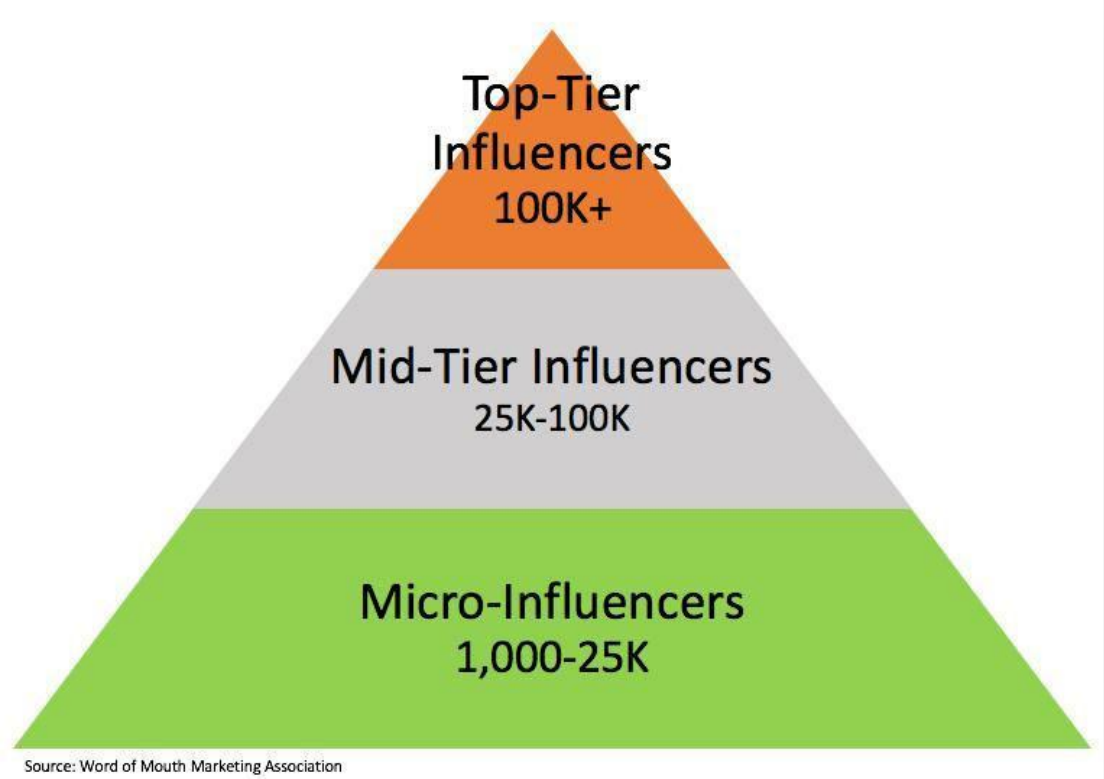
اینفلوئنسر کیست؟



به افراد شناخته شده و تاثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی "اینفلوئنسر" می‌گویند.
شاخص اصلی دسته‌بندی اینفلوئنسرها میزان فالوور آن‌ها است.

با انواع اینفلوئنسرها آشنا شوید

افـرادی کـه تقریبـا بـالای 500 هـزار فـالوور دارند را ماکرو اینفلوئنسر می‌گویند و همچینین بـه کسـایی کـه بـین 10 تـا 500 هـزار فـالوور دارند را میکرو اینفلوئنسر گفته می‌شود.



میکروسلبریتی کیست؟



میکروسلبریتی یک فرد معمولی است که در یک زمینه بخصوص بصورت حرفه‌ای و متمرکز فعالیت می‌کند و این باعث جذب فالوورهای گسترده خارج از دایره دوستان و نزدیکانش برای صفحه شخصی وی می‌شود و همین باعث کسب محبوبیت و شهرت برای آنان می‌شود.

تفاوت سلبریتی ها با میکرو سلبریتی ها چیست؟

سلبریتی
1- معروف شدن بواسطه چهره‌شدن و زیاد دیده شدن با شخصیت حقیقی خود
2-عموما در سطح اجتماعی متفاوت با عامه مردم هستند
3- دریافت هزینه های هنگفت تبلیغات به دلیل شهرت وظرفیت بالای رسانه ای
4- کم اعتنا بودن افراد نسبت به تبلیغاتی که توسط سلبریتی‌ها انجام می‌شود.
5-تمایل به دانستن افراد مختلف جامعه از زندگی شخصی افرادی که در قاب تلویزیون بصورت رسمی ظاهر می‌شوند و آشنایی با زوایای زندگی آن‌ها.
6- نداشتن هدف خاص دنبال‌کنندگان سلبریتی‌ها از دنبال کردن اشخاص مورد علاقه‌ی خود
7- دست به دست شدن پست‌های اینستاگرامی سلبریتی‌ها هر روز در شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های خبری

تفاوت سلبریتی ها با میکرو سلبریتی ها چیست؟

میکرو سلبریتی

1- شناخته شدن در صفحه شبکه اجتماعی‌شان بواسطه فعالیت متمرکز در یک زمینه بخصوص
2- افرادی عادی از جنس خود فالوورها هستند
3-علاقه مندی و تمرکز میکروسلبریتی‌ها به حوزه ای که در آن فعال هستند و بالاتر بودن کیفیت فعالیت‌هایشان
4- ارزش قائل شدن برای تک تک مخاطبان و خواندن نظرات آنها و پاسخ دادن به سوال هایشان،
5- حوزه نفوذی منحصربفرد به ویژه در زمینه سبک زندگی
6- دریافت هزینه بسیارکم بابت تبلیغات
7-گسترده بودن برد تبلیغ بواسطه اعتمادی که افراد به تخصص آنان در آن حوزه مشخص دارند
8-اهمیت قائل شدن برای کیفیت مطالب و اعتبار صفحه‌ی خود ونگاه داشتن دنبال
9- دنبال‌کنندگان میکرو اینفلوئنسرها جامعه‌ای هدفمند را در یک موضوع معین تشکیل می‌دهند.

تأثیر بسیار زیاد میکروسلبریتی‌ها، بر شکل‌دادن به سبک زندگی جامعه



میکروسلبریتی ها بواسطه ارتباط قلبی و اعتمادی که بخاطر ارتباط نزدیک با مخاطب دارند، دنبال‌کنندگانشان سعی می‌کنند خودشان و سبک زندگیشان را به آنان شبیه کنند.

خردەستاره‌ها و استراتژی صمیمیت

کـار خرده‌سـتاره قابـل نمـایش جلـوه دادن زنـدگی روزانه؛ تا جنبه‌های غیرعادی/ جالب/ قابل روایت برای اکثریت کـاربران است و آن‌هـا را بـه تماشـای نمایش زندگی‌اش فرا می خواند.



معروف شدن امیرعباس کچلیک



امیرعباس رجبیان اولین بار با انتشار یک کلیپ طنز در شبکه های مجازی به سرعت محبوب شد و به شهرت خاص رسید .
در این کلیپ طنز او یک مصاحبه انجام می دهد و با صداقت به سوال ها جواب میدهد . مثلا در یک قسمت از کلیپ می گوید شعر بلد نیبستم بخوانم ، به من یاد میدهند اما زود فراموش می کنم .

فیلم | ماجرای درآمد پنجاه میلیون تومانی امیرعباس کچلیک



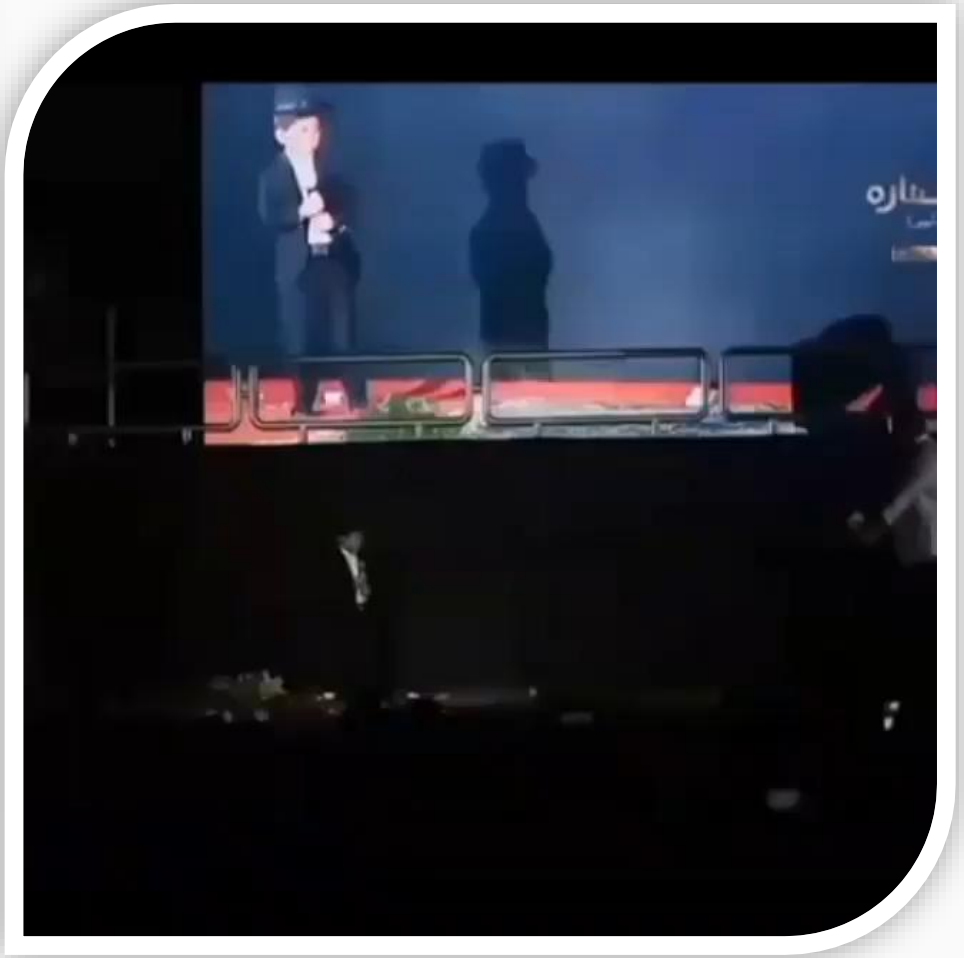
فیلم | ماجرای درآمد پنجاه میلیون تومانی امیرعباس کچلیک





فیلم | مقایسه سلبریتی سازی کمپانی های داخلی و خارجی





فیلم | نقد مردم به کارهای سلبریتی ها





سلبریتی و امور خیریه



در اکثر فرهنگ ها خیرین به ویژه سلبریتی های خیر تلاش می کنند تا اقداماتشان را در بوق و کرنا کنند تا با یک تیر دو نشان بزنند؛ هم نام خود را مطرح کرده و در میان دوستان و آشنایان اعتبار کسب کنند و هم دیگران را به انجام امور خیر تشویق کرده باشند.

راز جوراب‌های عجیب آقای نخست وزیر

جاستین ترودو نخست وزیر جوان همواره در مهم‌ترین نشست‌های خود از جوراب‌هایی استفاده می‌کند که موجب تعجب رسانه‌ها می‌شود. بعد از جریان ساز شدن جوراب‌های رنگی و کارتونی در رسانه‌ها آقای وزیر پرده از راز جوراب‌هایش پرده برداشت. جوراب‌های رنگی رنگی ترودو متعلق به یک پسر جوان مبتلا به سندروم داون است و آقای وزیر می‌خواهد برای رونق گرفتن کسب و کار این پسر جوان جوراب‌هایش را تبلیغ کند.



علت ورود سلبریتی‌ها به مقوله‌هایی مانند جمع‌آوری کمک‌های مردمی برای سیل، زلزله و...



- ضعف اعتماد مردم به برخی از نهادهای مسئول و همچنین شخصیت‌های موثر اجتماعی
- در دسترس بودن سلبریتی ها توسط فضای مجازی، رسانه و تلوزیون و احساس اعتماد و نزدیکی به آنها
- همراه بودن اما و اگر از خروجی عملکرد سازمان ها

علت ورود سلبریتی‌ها به مقوله‌هایی مانند جمع‌آوری کمک‌های مردمی برای سیل، زلزله و...







نرگس کلباسی سلبریتی که از همان روزهای نخست وقوع زلزله وارد کرمانشاه شد و همه فعالیت های خیرانه قبلی خود را به حالت تعلیق درآورد. او تا امروز با ارائه گزارش های مالی هر روزه توانسته علاوه بر جلب اعتماد عموم به خدمت رسانی ادامه دهد.

جشن امضای کتاب‌عادل فردوسی‌پور با هدف کمک به سیل‌زدگان







آیا ایرانیان آن‌قدر به کتاب علاقه دارند که حاضرند برای خرید کتاب ساعتها در صف بایستند؟

فیلم | میزان محبوبیت یک سلبریتی



فیلم | واکنش کیهان به سفر رامبد جوان





حمایت عجیب و تکان دهنده سلبریتی های ایران از مائده هوژبری

مائده هوژبری دختر 17 ساله ورزشکار حرفه ای در زمینه ژیمناستیک و پارکور که رقصنده و شاخ دهه 80 اینستاگرام معروف بود توسط پلیس فتا دستگیر شد.
علت دستگیری او انتشار کلیپ های زیاد از رقص هایش و ترویج کلیپ هایی با محتوای مستهجن و مبتذل عنوان شد. سلبریتی ها در پی بازداشت مائده هژبری فعال اینستاگرام به جرم رقص در فضای مجازی واکنش هایی داشتند.







حمایت آناهیتا همتی از تروریستهای اعدام شده و وابسته به کروهک کومله





افـرادی کـه بـدون هـیچ کارشناسـی بـرای هـر موضوعی خود را مطرح و اظهارنظرمی کنند.





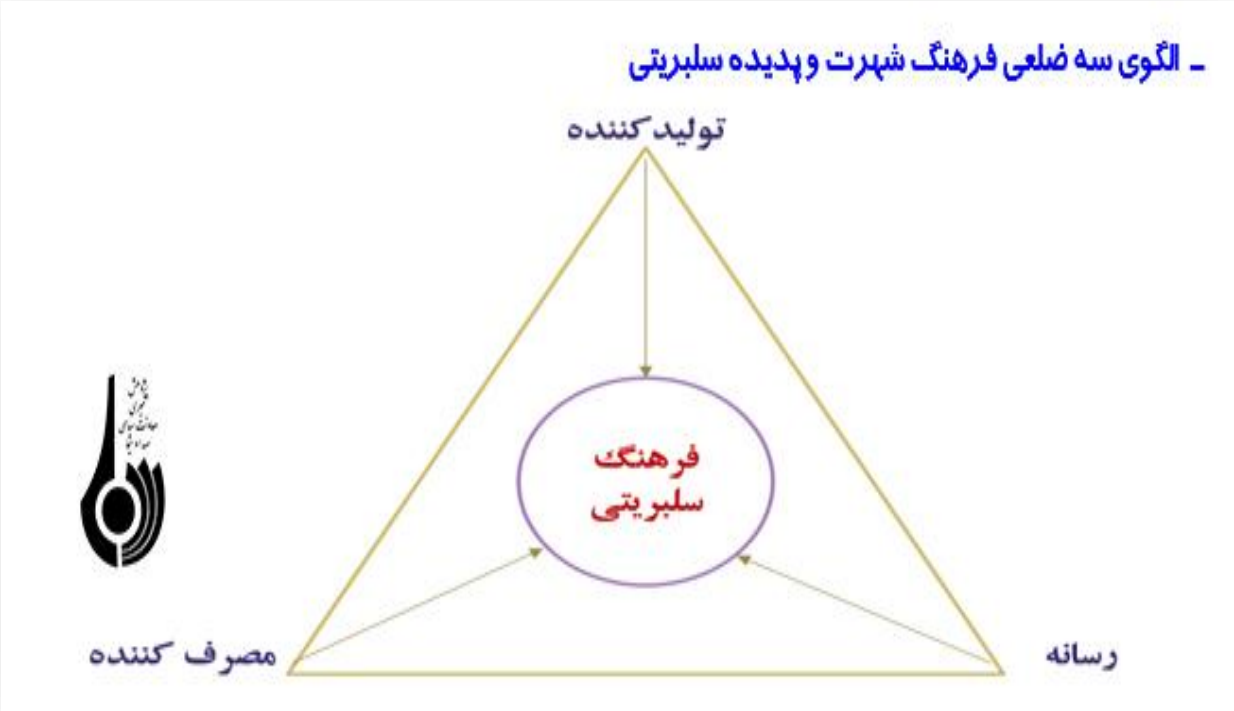
ورود سلبریتی به حوزه ای که تخصص ندارد





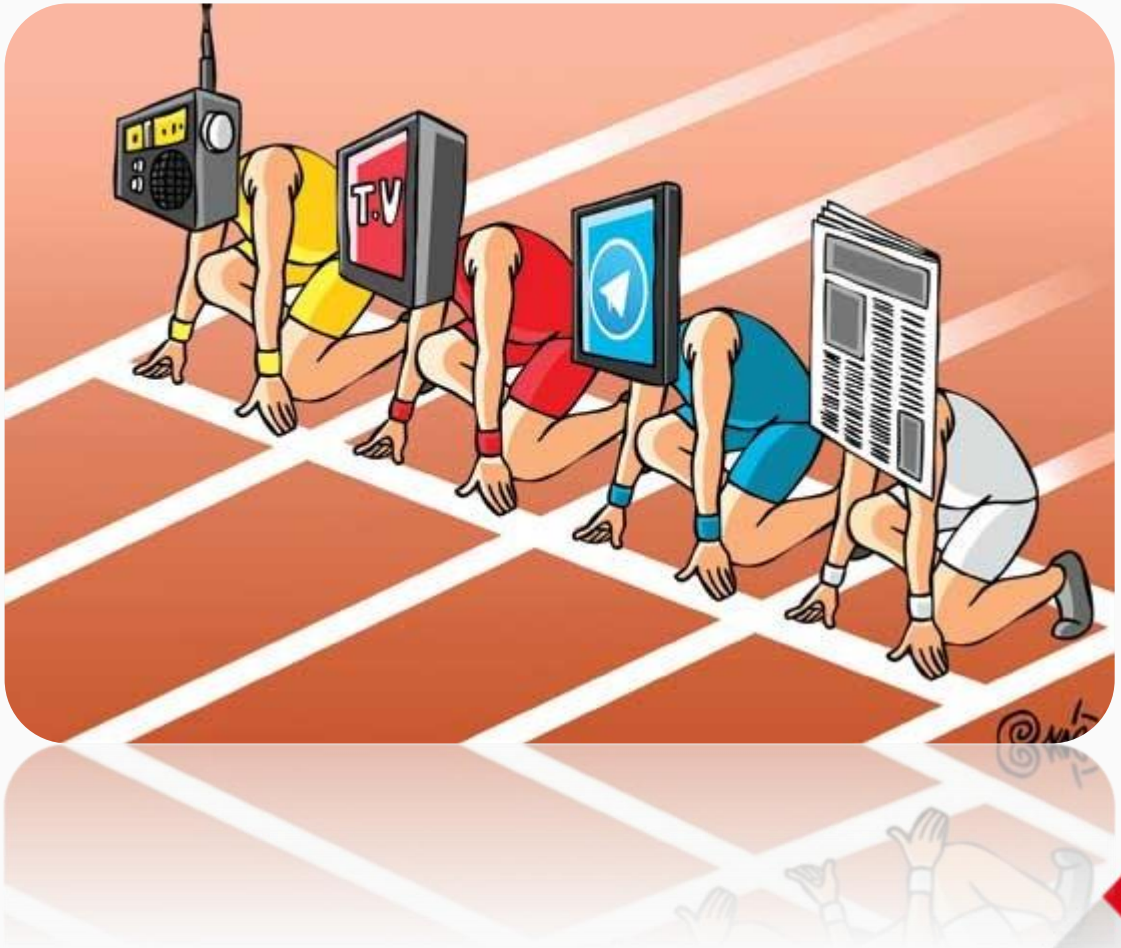
فرهنگی

چگونه سلبریتی‌ها نقش گروه مرجع را ایفا می کنند؟



رسانه ها سلبریتی ساز هستند. رسانه ها با حضور سلبریتی ها، فرهنگ شهرت را گسترش داده اند.
در دنیای سلبریتی ها همه چیز در خدمت شهرت و بالارفتن مقبولیت آن‌ها در میان عامه مردم است.

رسانه ها سلبریتی ساز هستند



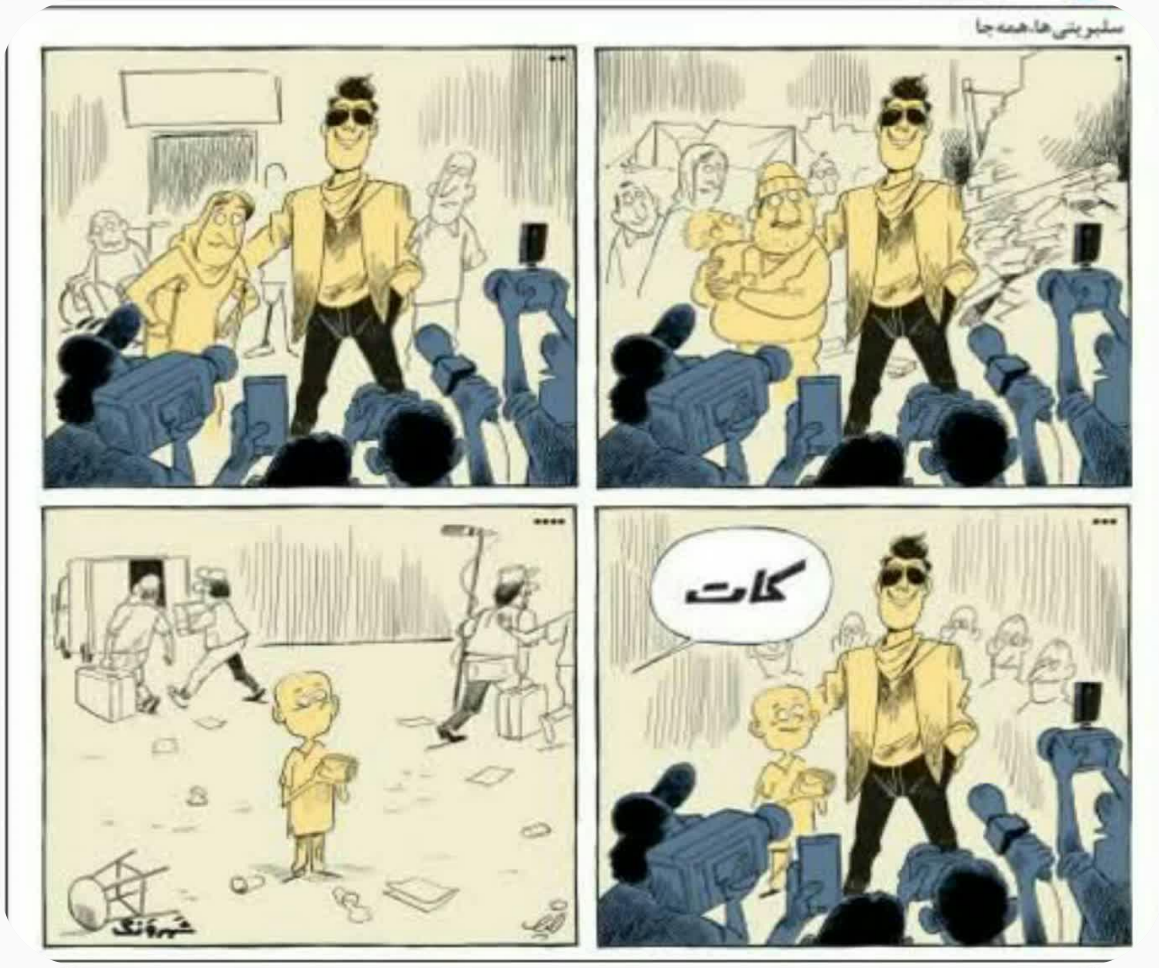
ارزش خبری شهرت، یکی از ابتدایی ترین مبانی خبری است که در تنظیم اخبار رعایت می شود. در همین مسیر است که بسترهای الگوسازی سلبریتی ها ایجاد شده و با بهره گیری از عنصر شهرت رفتاری را رقم می زند که بر مبنای آن چهره های مشهور آن قدر بالا می روند که صاحبان رسانه هم به خاطر آنکه حیات و مماتشان را در جذب مخاطب می بینند، اقدام به انعکاس نظرات این چهره ها می کنند.

چگونه سلبریتی‌ها نقش گروه مرجع را ایفا می کنند؟



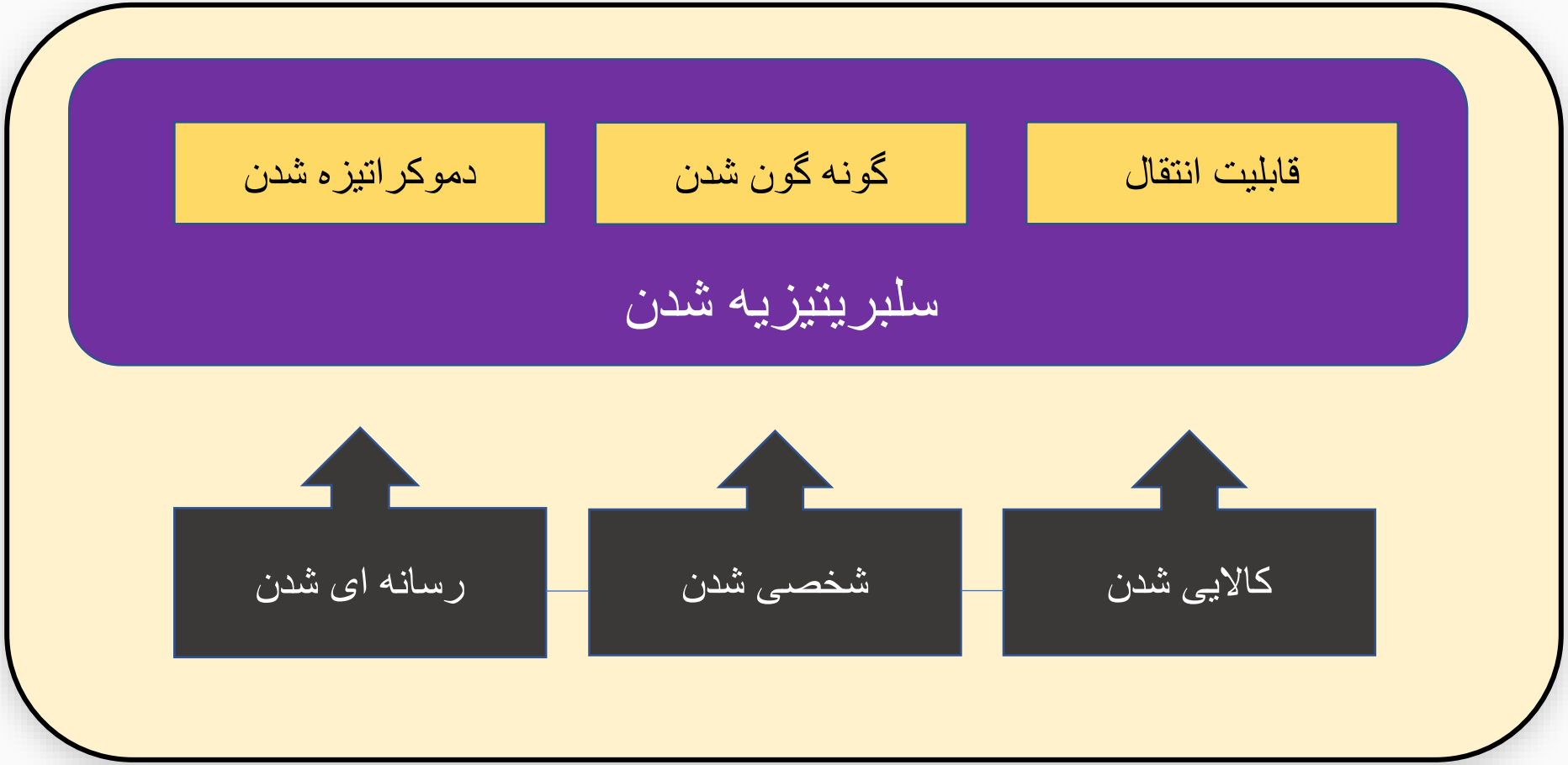
وقتی یک بازیکن فوتبال برند کفشی را بپوشد، این اتفاق در مناسبات اقتصادی ممکن است وزن آن برند را در مقابل برندهای دیگر سنگین تر کند و در بازار از قدرت بالاتری برخوردار شود.

علت مرجع قرار گرفتن سلبریتی‌ها به ویژه هنرمندان چیست؟



- ضعف گروه‌های مرجع در کشور
- نبود شخصیت‌هایی که زبان رسانه و گفتمان مبتنی بر نیازهای جامعه و جوانان را بدانند
- بی‌معنی شدن نقش‌ها و از بین رفتن تمایز نقش‌ها در جامعه و احقاق حق دخالت در هر موضوعی

مدل مفهومی سلبریتیزه شدن جامعه



چگونه سلبریتی‌ها نقش گروه مرجع را ایفا می کنند؟

دموکراتیزه شدن : امکان دستیابی افراد عادی به موقعیت های شهرت و تبدیل شدن به سلبریتی است.

گونه گون شدن: اشاره به تنوع حوزه هایی دارد که سلبریتی از آن بیرون می آید.مانند: ورزش ، تجارت، سیاست

قابلیت انتقال: به امکان تحرک سلبریتی ها بین حوزه های مختلف اشاره دارد.







چگونه سلبریتی‌ها نقش گروه مرجع را ایفا می کنند؟



با این پنج ویژگی امکان گردش فرهنگ سلبریتی فراهم می شود.
فرهنگ سلبریتی آنلاین برآمده از ویژگی چهارم رسانه های اجتماعی؛ یعنی « شکل گیری جماعت های انلاین» است که در اینجا جماعت هایی حول علاقه به سلبریتی ها در قالب هواداران به وجود می آیند.

دکتر ابهری:

تقلید کورکورانه رفتار از سلبریتی‌ها، جامعه را مصرفی می‌کند.

- تغییر سبک زندگی مردم به واسطه افزایش شبکه‌های اجتماعی و اشتراک گذاشتن عکس‌هایی از زوایای آراسته و تجملاتی
- به دلیل علاقه‌ای که مردم به شخصیت‌های مشهور حضورافراد مشهور در تبلیغات پای کالاهای غیرضروری را به زندگی مردم باز می‌کند.
- به دلیل طرفداران بسیار زیاد سلبریتی ها، افراد سبک زندگی آنها را برای خود الگو قرار می دهند که در نهایت منجر به ترویج مصرف گرایی در جامعه می شود .
- چهره‌ها به دلیل جذابیت‌های فیزیکی و ویژگی‌های خاصی که دارند با حضور خود در تبلیغ یک کالا یا خدمات باعث به وجود آمدن پدیده مصرف‌گرایی می‌شوند.
- بیلبوردها نمی توانند در جامعه تاثیر مثبتی داشته باشند، هنرمندان با حضور در تبلیغات می خواهند به مردم داشتن یک زندگی لوکس را نشان دهند.

چگونه سلبریتی‌ها نقش گروه مرجع را ایفا می کنند؟

هارتلی : سلبریتی در جوامعی به وجود می آیند که در آن هویت یک مسئله اجتماعی – فرهنگی و سیاسی است.این ویژگی اغلب جوامع امروزی است که در آن ها صنایع سرگرمی در دهه های اخیر رشد قابل توجهی داشته است.



رفتار یک شخص می تواند رسانه اثرگذار باشد

دانشگاه استنفورد طی تحقیقاتی نشان داده از زمان حضور محمد صلاح، ستاره مصری در آنفیلد توییت‌ها علیه دین اسلام نیز 50 درصد میان کاربران لیورپولی توییتر نسبت به باشگاه‌های بزرگ دیگر در انگلیس کاهش داشته است.



Mo Salah may have caused fall in Islamophobia in Liverpool, says report

► Anti-Muslim tweets from Liverpool fans halved during the Egyptian's spell at Liverpool

Mohamed Salah's public display of his faith were found to counter negative stereotypes of Islam. AFP

اعتراض گرجستانی ها و ایرانی ها به رفتارهای غیراخلاقی تتلو در کنسرت چهارم فروردین 98در تفلیس



تتلو در این کنسرت که با حضور افراد مست، خمار و نشئه ناامن شده بود، آشکارا اقدام به مصرف ماده مخدر کرده و حاضران را نیزتشویق به این کار کرد.
وی این رفتارها را زیر چتر آزادی بیان توجیه کرد.
حرکت این خواننده کاملا بی ادبانه و دور از شان انسانی است و او بارها این حرکات غیراخلاقی را تکرار کرده است.

حمله کیهان به کشف حجاب ستاره اسکندری در ترکیه



بازیگرانی که از بودجه و امکانات عمومی و دولتی ارتزاق می‌کنند و با بودجه بیت‌المال به شهرت رسیده اند نماینده فرهنگ ایرانی محسوب می‌شوند. اما کشف حجاب یا رفتارهای هنجارشکنانه آنها نوعی دهن‌کجی به این فرهنگ وتوهین به ارزش های فرهنگی است

واکنش تند پرستو صالحی به ویدئوی جنجالی «ستاره اسکندری»



«خائن؟! سلبریتی خائن؟!
الان خانم ستاره اسکندری دقیقا به چه چیزی و چه کسی خیانت کرده؟! فقط چون روسری سرش نیست؟! چند نفرتون توی خود هواپیما از مرز ایران که رد میشین روسری‌هاتونو برمی‌دارین؟! شرم کنین. با کسانی هستم که هر بار و هر بار گول این موج‌های تخریبی علیه هنرمندان رو می‌خورن.
با خودتون چند چندین شما که قضاوت می‌کنین؟! و اما اون زنی که با گرفتن این تصاویر دست اختلاس‌گران و دزدان بیت‌المال رو رو کرد، خدا قوت که به همجنس خودت رحم نکردی...
خانواده اسکندری ثابت شده‌اند و هیچوقت هم جانماز آب نکشیدن که حالا خلافش ثابت شده باشه. شرم کنین...اینکه بازیگر تو یه سریال تار موش معلوم نیست ولی بیرون جور دیگه‌ست از ریا نیست. کجای این مساله گنگ و نامفهومه؟»

مرتضی پاشایی، «سلبریتی» محبوبی که میلیون ها نفر به سوگش نشستند



یوسف اباذری، استاد دانشگاه تهران : «دلیل اصلی شکل‌گیری پدیده پاشایی سیاست‌زدایی است که نمود آن میدان دادن به افراد غیر نخبه همچون ورزشکاران، بازیگران، خوانندگان و... در امور سیاسی است.»

سه نام مطرح؛ فائزه‌هاشمی، بهاره رهنما و روزنامه شرق. یکی شناخته شده در عرصه سیاست، یکی در عرصه سینما و تلویزیون و دیگری در عرصه مطبوعات کشور. هر سه مشهور و در مجموع محبوب.



محمد صادق جوادی حصار فعال رسانه‌ای می گوید:

«اینکه سلبریتی‌ها با فضای سیاست بیگانه باشند و بخواهند به صورت زرد با سیاسیون برخورد کنند، هم جایگاه سیاست‌ورزی را تحت الشعاع قرار می‌دهد هم جایگاه آن رسانه‌ای که از این سلبریتی استفاده کرده است و هم جایگاه خود او را.» بهره‌گیری از سلبریتی‌ها به عنوان خبرنگار می‌تواند رسانه مربوطه را به سمت زردنگاری پیش ببرد. زردنگاری یعنی اینکه روزنامه موضوعاتی را که خارج از واقعیت و زندگی مردم است را صرفا به خاطر آنکه گوینده این موضوعات گوینده جذابی است انتخاب می‌کند.»

دومشکل ورود سلبریتی‌ها به حوزه روزنامه‌نگاری:

نصراللهی در گفتگو با آنا:

ورود سلبریتی‌ها در حوزه‌های تخصصی ممنوع است

چهارشنبه ، ۱۰ بهمن ۱۳۹۷ ساعت ۱۱:۰۰ فرهنگ و هنر | سینما و تئاتر



عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی گفت: سلبریتی‌ها مثل سایر افراد حق دارند از ابزار رسانه در اطلاع‌رسانی استفاده کنند، امّا بی‌نیاز از آموزش نیستند.

ورود افرادی است که از اصول، تاکتیک‌ها، سازوکار، فرایند و قوانین و مقررات حوزه رسانه و روزنامه‌نگاری اطلاعی ندارند و به‌همین دلیل علاوه بر ایجاد گرفتاری برای خود، برای مخاطبان و کشور هم مشکلاتی به‌وجود می‌آورند.

وقتی سلبریتی‌ها وارد حوزه رسانه به‌ویژه فضای آنلاین می‌شوند، خودشان را به اطلاع‌رسانی و ابراز نظر و عقیده در حوزه‌ای که در آن تخصص دارند، محدود نمی‌کنند بلکه فراتر از تخصصشان آن‌هم در موضوعات حساس سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و حتی امنیتی کشور زودتر از افراد مرتبط و متخصص اظهارنظر می‌کنند.

از نظر جامعه شناسی تب حضور در شوراهای شهر از سوی خود سلبریتی‌ها، چه دلیلی دارد؟



در سلسله مراتب اجتماعی افرادی که اعتبار و منزلت اجتماعی بالاتری دارند، از اعتماد به نفس بیشتری برخوردارند و حس مقبولیتی که جامعه نسبت به آن‌ها دارد اعتماد به نفس خاصی به این افراد می‌بخشد.

سیاسی

بهره برداري سياسي و استفاده ابزاري از سرمايه اجتماعي برخي سلبريتي ها



رسانه ها به بهانه گفت وگو و مصاحبه و يا ستون اختصاصي دادن به فلان هنرپيشه، آنچه مي خواهند را از دهان آنها مي گويند. آنها خوب مي دانند كه با مخاطب از جايي شروع كنند كه «او مي خواهد» و او را به جايي ببرند كه «خودشان مي خواهند».

نگاه ابزاری به سلبریتی

واقعیت این است که ازسال ۱۳۸۸ فاصله بین دولت و مردم بیشتر شده است وسلبریتی‌ها به‌عنوان میانجی ایفای نقش می‌کنند زیرا مردم سلبریتی‌ها را دوست دارند و این سرمایه اجتماعی می‌تواند یک سری از خواسته‌های حکومت را محقق کند و در عوض آپشن‌هایی را از حکومت می‌گیرد

برای مثال اگر ترانه علیدوستی در صحبت‌های اخیرش به جای توهین به رزمندگان دفاع مقدس وشهدا از آن‌ها خوب می‌گفت برای او دست می‌زدیم و او را تشویق می‌کردیم

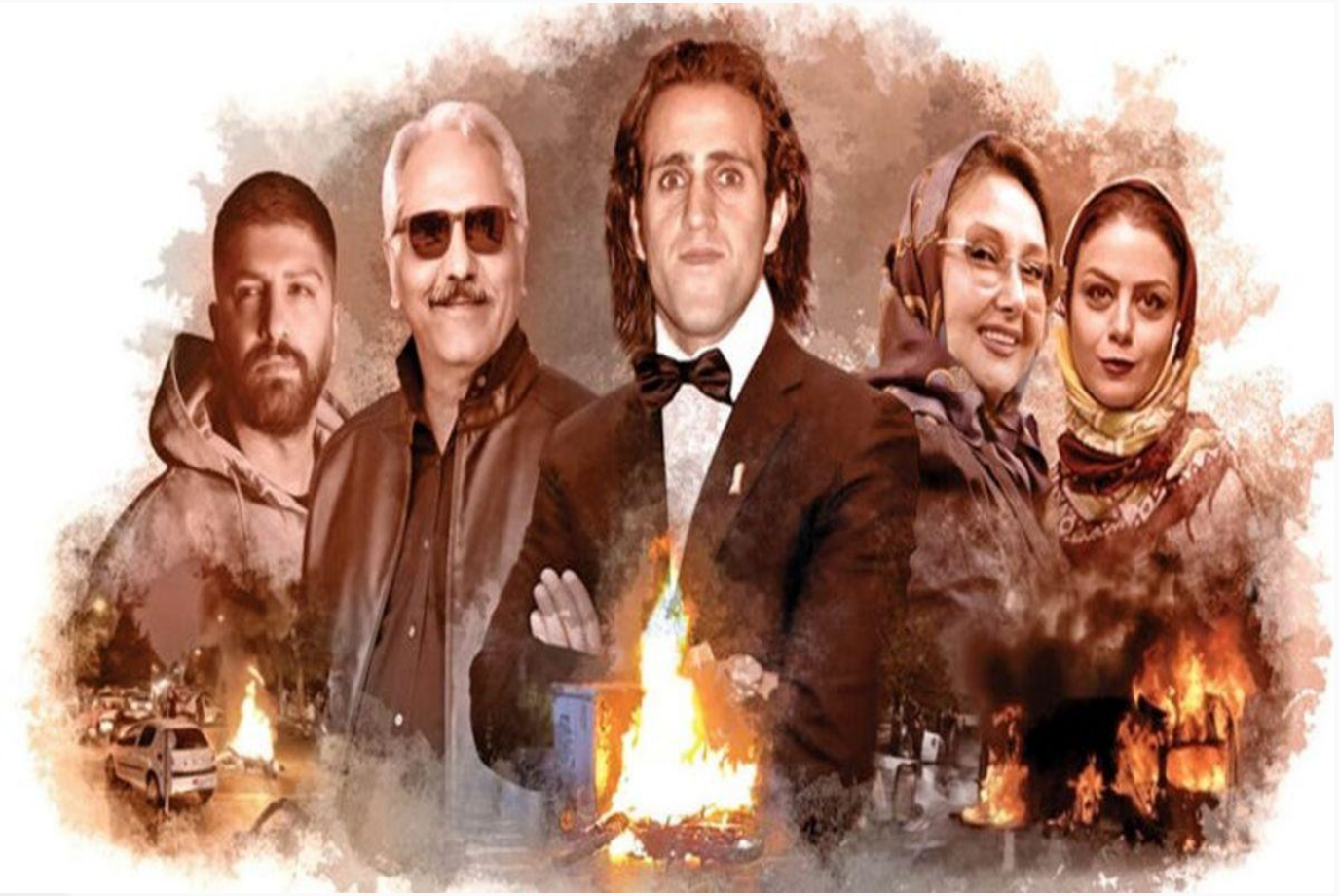
چه جرياني و چرا سلبريتي ها را «تيتر يك» مي كند؟



تيرماه 97 سعيد حجاريان تئوريسين اصلاحات در گفت وگو با روزنامه اعتماد از اصلاح طلبان خواست كه سياست هايشان را با سلبريتي ها در ميان بگذارند و توسط آنان در جامعه منعكس كنند.

چرا سلبریتی‌ها مهم‌اند؟

تکرار خبرها زمانی اثرگذار است که فردی که دارد این اخبار را می‌خواند، ارتباط عاطفی مثبتی با نقل‌کننده خبر داشته باشد در اینجا سلبریتی‌ها نقش مهمی را ایفا می‌کنند بازیگری که در فیلمی نقش خوبی را بازی کرده‌اند و مخاطب با او ارتباط عاطفی گرفته، یا فوتبالیستی که برای مردم خاطره‌سازی کرده، وقتی خبری را منتشر می‌کنند، مخاطب ناخودآگاه به خاطر آن محبوبیت و حس عاطفی مثبت، خبر را در دُز و غلظت بالاتر ازشان می‌پذیرد و برایش محبوب‌تر است



فرهنگ شهرت

- پیرامون ابزاری بودن سلبریتی، هر پدیده‌ای از پس یک زمینه به وجود می‌آید
- عامل‌های پسین و پیشین برای به وجود آمدن هر پدیده را زمینه می‌گوییم
- سلیبریتی در زمینه‌ای به اسم فرهنگ شهرت به وجود آمده است
- این زمینه فرهنگ و شهرت از سال ۱۹۸۰ رسانه‌ها اوج می‌گیرند و اعتماد مردم نسبت به رهبرانشان تضعیف می‌شود و مفهومی به اسم فرهنگ شهرت شکل می‌گیرد و معنای شایستگی را در میان مردم تغییر می‌دهند
- شایستگی در افکار سنتی مردم اینگونه تلقی می‌شود که هر فردی که به واسطه‌ی تلاش بیشتر به نتیجه‌ای می‌رسید از سایر مردم تمایز داده می‌شد و به اصطلاح جز مشاهیر قرار می‌گیرد
- جریان سرمایه‌داری که در رأس آن آمریکا قرار دارد از این عامل سلبریتی در جهت پیشبرد اهداف خودش استفاده می‌کند

سلبریتی‌هایی که به قدرت رسیدند



ترامپ چه تفاوت بنیادینی با نمونه‌های سابق دارد؟



رونالد ریگان هم در زمان خود بازیگر مشهوری بود اما پیش از ریاست‌جمهوری‌اش تجربه فرمانداری ایالت کالیفرنیا را داشت. دونالد ترامپ درزمینه کسب‌وکار تخصص داشت ولی از یک سلبریتی رسانه‌ای مستقیما به رییس‌جمهور تبدیل شد که اتفاق مهمی است.

علت استفاده از وجهه و اعتبار و شهرت سلبریتی در زمینه سیاسی



علت استفاده و حتی سوءاستفاده از وجهه و اعتبار و شهرت سلبریتی در زمینه سیاسی، این است که چنین تلقی یا وانمود می‌شود که فردی که قهرمان وزنه‌برداری یا فوتبال یا خواننده یا بازیگر خوبی است، در امور سیاسی و اقتصادی نیز وارد است یا اگر او از کسی جانبداری می‌کند، مطمئناً نظرش درست است.

سیاست گاهی خشن می شود

سیاست در مواقعی خشن می شود ، پس در مقابل این هجمه و خشونت کم می‌آورند؛ لازمه حضور در سیاست ، مقاومت و پوست کلفتی است اما این‌ها این ویژگی‌ها را ندارند بنابراین بلافاصله چهره‌دیگری از آن‌ها دیده می‌شود و هشتک ما "پشیمانیم" از آن خارج می شود.



مرحوم عزت الله انتظامی در جمع 3 هزارنفری اهالی سینما در وزارت کشور خطاب به بازیگران گفت: «قدر شغلتان را بدانید و خودتان را زیاد خرج نکنید»؛





استفاده از وجهه این افراد در حوزه سیاست تحت عنوان «تلقین وجهه» شناخته می شود، که «تلقین» با «تقلید» فرق دارد. فردی که به او تلقین شده است، عملی را نیندیشیده و ناآگاهانه انجام می‌دهد. تقلید عملی آگاهانه و اندیشیده‌شده است.

چرا حمایت سلبریتی‌ها برای سیاستمداران مهم است؟



وقتی افراد به محل تجمع بروند، تیم آن سیاستمدار می‌تواند وارد تعامل با آنها شود تا سطح حمایت‌شان را افزایش دهد و اگر هم حامی آن نامزد هستند، حاضر شوند وقت بگذارند تا دیگران را ترغیب به رای‌دادن کنند.

سلبریتی‌ها خودشان فی‌نفسه یک شاخص نیابتی هستند که میزان حمایت از آن سیاستمدار را نشان می‌دهند یعنی شبیه یک نظرسنجی عمل می‌کنند.



هدف ویژه؛ مشغول سازی و غافل سازی از اقدامات اصلی دشمن

کنت آلکساندر دو مرانش، که بیش از ده سال ریاست سرویس اطلاعات خارجی فرانسه SDECEرا به دست داشت، در دیداری با دونالد ریگان رئیس جمهور آمریکا، راهکار کم هزینه مقابله با دشمنان غرب راعملیات مسکیتو [Mosquito:پشه مالاریا] پیشنهاد کرد

مرضیه هاشمی



مرضیه هاشمی در جوانی تحت تاثیر شخصیت امام خمینی، مسلمان شد و به ایران مهاجرت کرد. به گزارش پرس تی وی این روزنامه نگار در تهیه یک فیلم مستند درباره جنبش بین المللی Black Lives Matter شرکت دارد که فعالان آن علیه خشونت در حق سیاهپوستان مبارزه می کنند.

دور نگه‌داشتن سلبریتی‌ها از سیاست یکی از وظایف شهروندی ماست



رسانه با فروکاستن سیاست به دل‌مشغولیِ سلبریتی‌ها ما را گمراه و سردرگم می‌کند.

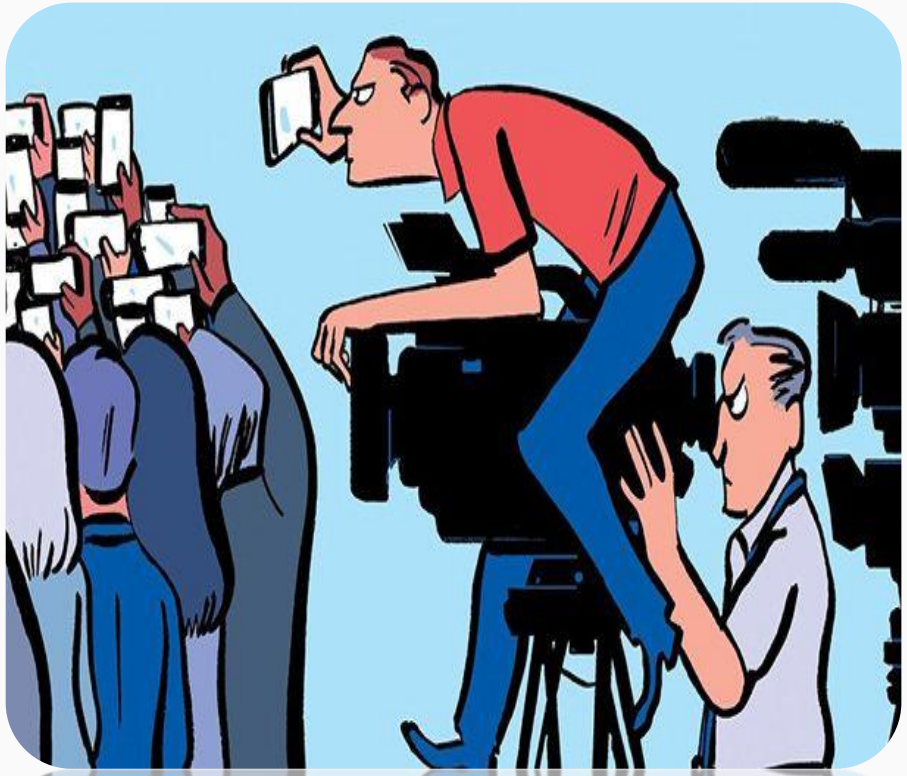
روانشناسی

مکانیزم زیربنایی رفتار سلبریتی‌ها در کل دنیا



مکانیزم زیربنایی رفتار سلبریتی‌ها در کل دنیا یکی است و از نظر آسیب‌شناسی در مفهوم احساس خودشیفتگی طبقه‌بندی می‌شود.
یکی ازدلایل فرهنگی آن ، بحث نوعدوستی و کمک به مردم است که استفاده ابزاری از آن شده واین ویژگی پسندیده خود را در لباس وجدان افراطی نشان می‌دهد؛

علت گرایش مردم به اخبار و صفحات مجازی سلبریتی‌ها



افراد 2 نیاز مهم دارند که در کودکی باید برآورده شود؛

- نیاز به دیده شدن از طرف پدر و مادر و اطرافیان
- نیاز به ایده‌آل‌سازی و بزرگ‌پنداری پدر و مادر

شما شبیه چیزی می شوید که آن را دنبال می کنید



سـندروم «سـلبريتي پرسـتي» و کـاهش سـلامت روانـي مـردم/ در يـك قـدمي «فاشيسـم» و آينـده «خنگ شده»


۲سال گریه کردم
برای سلفی بافرزاد
الانم عکسم خراب شده


poptv.ir

چرا ما «خرده‌ستاره»ها را معروف می‌کنیم؟



خرده‌ستاره‌ها، نیازهایی مشابه با نیازهای طرفداران و تماشاگران رئالیتی‌شوها را پاسخ می‌دهند.
ماهیت رابطه هواداران و دنباله‌روها با این خرده‌ستاره‌ها، Para-social ماهیتی یک‌سویه و بیشتر، در سطحی تخیلی است.

فیلم | شباهت عجیب لباس الهام حمیدی با یک خواننده خارجی در جشن حافظ



امین زندگانی با لباس بلوچ در جشن حافظ





تلاش افراطی برای دیده شدن روی فرش قرمز یک جشنواره، ناشی از چیست؟





سلبریتی

Celebrity

ویراست نخست: زمستان ۱۳۹۸

معاونت تربیت و آموزش

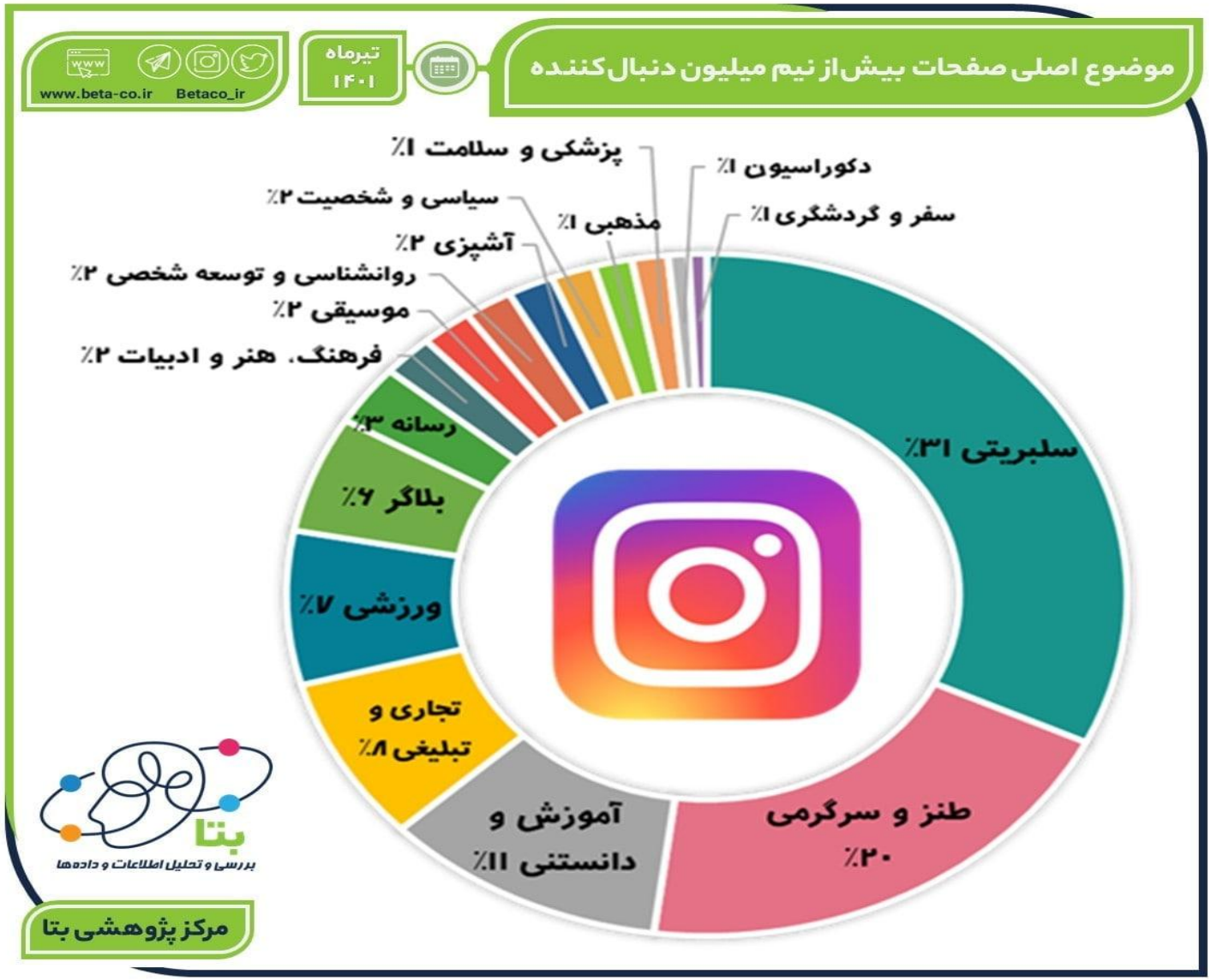
سازمان فضای مجازی بسیج

نهضت سواد رسانه ای انقلاب اسلامی

پژوهشگر: مهتاب غلامی

طراحی: مرکزفضای مجازی سپاه فجر فارس

به روایت آمار



سلبریتی ایرانی؛ ابزاری برای نفوذ فرهنگی آمریکا در ایران

نگاه ابزاری به سلبریتی

وی در ادامه افزود: واقعیت این است که ازسال ۱۳۸۸ فاصله بین دولت و مردم بیشتر شده است و سلبریتی‌ها به عنوان میانجی ایفای نقش می کنند زیرا مردم سلبریتی‌ها را دوست دارند و این سرمایه اجتماعی می‌تواند یک سری از خواسته های حکومت را محقق کند و درعوض آپشن‌هایی را از حکومت می‌گیرد. برای مثال اگر ترانه علیدوستی در صحبت‌های اخیرش به جای توهین به رزمندگان دفاع مقدس و شهدا از آنها خوب می‌گفت برای او دست می‌زدیم و او را تشویق می‌کردیم.

فرهنگ شهرت

پیرامون ابزاری بودن سلبریتی باید بگوییم که هر پدیده‌ای از پس یک زمینه به‌وجود می‌آید عامل‌های پسین و پیشین برای به‌وجود آمدن هر پدیده را اما زمینه می‌گوییم سلیبریتی در زمینه‌ای به اسم فرهنگ شهرت به‌وجود آمده است وقتی شما این زمینه فرهنگ و شهرت را مورد بررسی قرار می‌دهید می‌بینید از سال ۱۹۸۰ رسانه‌ها اوج می‌گیرند و اعتماد مردم نسبت به رهبرانشون تضعیف می‌شود و مفهومی به اسم فرهنگ شهرت شکل می‌گیرد و معنای شایستگی را در میان مردم تغییر می‌دهند شایستگی در افکار سنتی مردم اینگونه تلقی می‌شود که هر فردی که به واسطه‌ی تلاش بیشتر به نتیجه‌ای می‌رسید از سایر مردم تمایز داده میشد و به اصطلاح جز مشاهیر قرار می‌گیرد جریان سرمایه‌داری که در راس آن آمریکا قرار دارد از این عامل سلبریتی در جهت پیشبرد اهداف خودش استفاده می‌کند

خاستگاه سلبریتی

خاستگاه سلبریتی اروپای غربی و آمریکای شمالی است و الگوهای موجود در این منطقه جغرافیایی زیست می‌کنند. یعنی این که سلبریتی ایرانی تمام تلاش خود را می‌کند که به ویژگی‌های سلبریتی این منطقه برسد. سلبریتی ایرانی دائما بنای این را دارد که بچه خودش را در آمریکا به دنیا بیاورد و برای او ویزا و اقامت بگیرد. سلبریتی ایرانی دوست دارد در عین حال که ایران زندگی می‌کند در آمریکا هم حضور داشته باشد.

تقابل اقتصاد فئودالی ایران با فرهنگ نئولیبرالی آمریکا

در نظام سرمایه داری آمریکا اقتصاد در فرهنگ بازتولید می‌شود و این اجازه را به فرهنگ می‌دهد تا وقتی که به نظام سرمایه داری آسیبی وارد نکرده است هرکاری دلش می‌خواهد آزادانه انجام بدهد. مشاهده می‌کنیم که در ایران هم این روند دیده می‌شود و سلبریتی ایرانی از فرهنگ نئولیبرال نمایندگی می‌کند و به دنبال آزادی حداکثری است. وقتی اینستاگرام را باز می‌کنیم مشاهده می‌کنیم که محدودیت هایی که ممکن است برای جامعه باشد برای این‌ها برداشته شده است و این آزادی‌های حداکثری می‌تواند برای حواس پرتی مردم از موضوعات اقتصادی باشد.

فرهنگ نئولیبرالی قصد دارد حواس‌ها را پرت کند. اقتصاد در آمریکا به شکل بازار آزاد است اما در ایران بازار توزیع سرمایه نیست بلکه یک سری از فرصت‌ها است که بعضی‌ها نصیبشون می‌شود و بعضیا نصیبشون نمی‌شود و سلبریتی ایرانی حجابی شده است برای این که کسی متوجه نشود در عرصه‌ی اقتصاد چه اتفاقی رخ می‌دهد و در واقع کارکرد سلبریتی ایرانی برای این است که اتفاقات واقعی اقتصاد که درحال وقوع است را پنهان بکند.

سلبریتی‌ها، اربابان مدرن امروزی



کانت در رساله‌ی شناخت خویشتن خود می‌گوید که افراد در دوران پیش از مدرنیته قادر نبودند که هویت درونی خود را بشناسند و این افراد شناخت خود را به واسطه‌ی یک سری از اربابان و قیمین آن روزگار انجام می‌دادند

از گفته کانت اینگونه برداشت می‌شود که در جامعه‌ی امروز سلبریتی ها درواقع اربابان مدرن امروزی هستند که در جهت پیشبرد اهداف بالا دستی‌های خود یعنی نظام آمریکایی پیش می‌روند

آمریکا و غرب برای همسان سازی فرهنگ خود با دیگر کشورها از نخبگانی به اسم سلبریتی استفاده می‌کنند که با این ابزار می‌تواند این فرهنگ را عرضه کند

سلبریتی مرجع فکری مردم

در دوران قدیم مثلا استعمار انگلستان اگر می‌خواست در جوامع مسلمان اثر بگذارد خیلی کار سختی داشت زیرا می‌بایست چندین کانال بزند و با چند وسطه می‌توانست به صورت غیرمستقیم در مردم اثر بگذارد امروزه کار سلبریتی ها خیلی آسان است و اصلا نیازی به کانال زدن و واسطه قرار دادن ندارد امروزه برای این که غرب و در راس آن آمریکا خوشحال بشود دست به هر کاری می‌زند و خود را بنده آمریکا می‌داند

در نقطه مقابل ایران در آمریکا کنترل شدیدی بر روی سلبریتی ها وجود دارد و آن‌ها اجازه ندارند که هر حرفی را علیه دولت بزنند

جریان امپریالسم غرب به رهبری آمریکا برای اینکه بتواند نظام فرهنگی و حاکم بر ایدئولوژی خود را که فرهنگ مصرفی یا سرمایه‌داری است را بر جامعه و ملل جهان سیطره بدهد از سلبریتی به عنوان یک کاتالیزگر استفاده می‌کند تا با انتشار تفکرهای بتوانند این فرهنگ را در تمامی جهان پوشش بدهند

سلبریتی ایرانی و عرضه فرهنگ غرب

- سلبریتی ایرانی نوعی از فحشای پذیرفته شده را درجامعه ترویج می‌کند و می‌خواهد خیلی از کارهایی که در جامعه پذیرفته نیست را عادی‌جلوبدهد
- ازدواج سفید، خوردن مشروب و خیلی از کارهای دیگر از این نوع هستند
- در واقع سلبریتی ایران برای این که خودش را توجیه کند این اعمال را در بین مردم عادی‌سازی می‌کند
- باید گفت که آمریکا قصد دارد که بگوید مردم ایران نسبت به چیزهایی ناراحت هستند و برای این کار از سلبریتی ایرانی استفاده می‌کند
- وقتی سلبریتی ایرانی در جشواره کن گفت وگو می‌کند آن صحبت‌ها به‌عنوان نماینده افکار عمومی مردم ایران تلقی می‌شود

تغییر معنا با ابزار سلبریتی

سلیبریتی ایرانی کار اصلی را با تغییر معنا انجام می‌دهد و میخواهد معنای شناختی و معنایی که در ذهن فرد شکل گرفته است را تغییر بدهد و بگوید که معنایی که در ذهن خودش عجین و آمیخته شده است درست است

به گفته کشمور در جامعه مدرن امروز فرهنگ مصرفی طبیعی شده است و باعث شده تا تمامی معیارها کمّی و مصرفی بشود

برای مثال داخل اینستاگرام آن صفحه‌ای برای مردم باورپذیرتر است که تعداد مخاطب بیشتری دارد و مردم میزان سنجی و مقبولیت را بر اساس تعداد فالور می‌دانند

آمریکا می‌خواهد با عنصر سلبریتی و فرهنگ شهرت این تغییر معنا را در بین مردم ایجاد کند و مولفه‌های فکری خود را در جهان سیطره بدهد از اینرو مهمترین مولفه‌ای که اکنون سلبریتی ایرانی در جهت سیطره فرهنگ غرب در جامعه انجام می‌دهد همین تغییر معناست که به پیشبرد اهداف آمریکایی برای عرضه به فرهنگ آمریکایی کمک می‌کند

یعنی سبک زندگی و لایف استایل جدیدی را دارند به مردم نمایش می‌دهند که اگر بخواهی در زندگی پیشرفت بکنی باید سبک زندگی مرا انجام بدهی و اگر می‌خواهی در معرض دید و کانون مرکزی توجهات باشی باید کارهایی را انجام بدهی که من انجام می‌دهم