

پایگاه خبری insider با انتشار گزارشی به نقش عربستان سعودی در استفاده سیاسی از اینفلوئنسرها پرداخته است

پول می‌گیرم استوری سیاسی می‌گذارم!

مدتی قبل، پایگاه خبری اینسایدر فاش کرده بود که دولت عربستان سعودی با پرداخت پول به چهره‌های معروف و پرطرفدار اینستاگرام از آنان برای پیشبرد پروژه‌های رسانه‌ای خود کمک گرفته است. اینفلوئنسرهای مشهور جهان بابت هر پست یا استوری که می‌گذارند مبالغ هنگفتی دریافت می‌کنند. تفاوتی نمی‌کند که این استوری‌ها در ظاهر انسان دوستانه به نظر برسد یا اینکه تبلیغ کالای کمپانی‌های تجاری باشد؛ آنها در حقیقت به نوعی با همه چیز معامله می‌کنند. بنابراین برخی گزارش‌ها بخشی از اینفلوئنسرهای خارجی که در آشوب‌های اخیر از اغتشاشگران حمایت کرده‌اند یا علیه ایران مطالبی سیاسی در قالب پست یا استوری منتشر کرده‌اند، در ازای آن مبالغ هنگفتی از برخی نهادهای مداخله‌گر بین‌المللی همچون ستکام، رسانه‌های وابسته به خاندان سعودی و جریان‌های آشوب‌طلب و سلطنت‌طلب داخلی دریافت کرده‌اند. بخش‌هایی از جامعه به دلیل نگاه خوشبینانه‌ای که دارند، تصور می‌کنند که این افراد دغدغه‌های انسان دوستانه دارند؛ غافل از اینکه آنچه منتشر می‌شود، تنها یک معامله تجاری با سود کلان است و پس یک اینفلوئنسر معمولاً مخاطبان زیادی دارد که به‌طور دائم با او در تعامل هستند بنابراین رسیدن به اینفلوئنسر یعنی دستیابی به مخاطبان او.

اینفلوئنسرهای غیرسیاسی برای کنشگری سیاسی جذاب‌ترند

با توجه به اینکه اینفلوئنسرهای غیرسیاسی مخاطب‌های متنوع‌تری را پوشش می‌دهند، استفاده از آنها برای اهداف سیاسی را می‌توان به‌عنوان یک استراتژی تلقی کرد. این استراتژی به‌منزله بازاریابی سیاسی عمل می‌کند، زیرا آنچه ارائه می‌دهند تصویری مهندسی شده از هدف مورد نظر در برابر افکار عمومی جهت غلبه بر آن است. آنها به‌صورت تصاعدی کاری را انجام می‌دهند که خبرگزاری‌ها و سرویس‌های خبری نمی‌توانند در قالب خود آن را انجام دهند، زیرا شبکه‌های اجتماعی نفوذ بیشتری در زندگی افراد داشته و موجب شده که آنها همواره در معرض عموم بوده، در دسترس‌تر و سهل‌الوصول باشند. تولید محتوا با ماهی‌می که به‌صورت موج و خارج از چهارچوب موضوعات عمومی اینفلوئنسرها توسط آنها ارائه می‌شود، حساسیت موضوع را در مخاطب ایجاد کرده و فرایند القای محتوای جعل و ساختگی را آسان می‌کند.

به کارگیری اینفلوئنسرهای بین‌المللی که دارای مخاطب جهانی هستند تأثیر این هدف‌گذاری را بیشتر کرده و مزایای بیشتری به آن اضافه می‌کند، زیرا آنها قابلیت به‌چالش کشیدن موضوع در دیگر ملیت‌ها را دارا هستند

اینفلوئنسرهای سیاسی به‌رغم نامی که دارند در رهبری و جریان‌سازی سیاسی به اندازه اینفلوئنسرهای اجتماعی چندان موفق نخواهند بود، چرا که به‌طور موضوعی انتخاب شده و دارای مخاطب خاص هستند و هر محتوایی که در معرض دید بگذارند در قالب فکری موجود دیده می‌شود. بنابراین استفاده از اینفلوئنسرهای اجتماعی که دارای مخاطب عام و خاص هستند کارکرد بهتری است.



اینفلوئنسرها بر چه اساسی اقدام به انتشار محتوای سیاسی می‌کنند؟

شماره سؤال	سؤال	پاسخ
اول	آیا بابت انتشار محتوای سیاسی و اجتماعی به من پولی می‌دهند؟	اگر بله، پس منتشر می‌کنم اگر خیر، انتشار آن بستگی به پاسخ سؤال دوم دارد
دوم	آیا می‌توانم از انتشار محتوای سیاسی و اجتماعی به طور غیرمستقیم درآمد کسب کنم؟	اگر بله، پس منتشر می‌کنم اگر خیر، انتشار آن بستگی به پاسخ سؤال سوم دارد
سوم	آیا دنبال‌کنندگان من انتظار دارند که محتوای سیاسی و اجتماعی منتشر کنم؟	اگر بله، پس منتشر می‌کنم اگر خیر، انتشار آن بستگی به پاسخ سؤال چهارم دارد
چهارم	آیا انتشار محتوای سیاسی و اجتماعی به اعتبار برند من کمک می‌کند؟	اگر بله، پس منتشر می‌کنم اگر خیر، انتشار آن بستگی به پاسخ سؤال پنجم دارد
پنجم	آیا انتشار محتوای سیاسی و اجتماعی به افزایش تعداد دنبال‌کنندگان من کمک می‌کند؟	اگر بله، پس منتشر می‌کنم اگر خیر، انتشار آن بستگی به پاسخ سؤال ششم دارد
ششم	آیا انتشار محتوای سیاسی و اجتماعی از کاهش تعداد دنبال‌کنندگان من جلوگیری می‌کند؟	اگر بله، پس منتشر می‌کنم اگر خیر، انتشار آن بستگی به پاسخ سؤال هفتم دارد
هفتم	آیا انتشار محتوای سیاسی می‌تواند بر اساس الگوریتم‌های اینستاگرام، بازدیدهای صفحه من را بیشتر کند؟	اگر بله، پس منتشر می‌کنم اگر خیر، انتشار آن بستگی به پاسخ سؤال هشتم دارد
هشتم	آیا انتشار محتوای سیاسی به ارتقای جایگاه اجتماعی من به‌عنوان یک اینفلوئنسر کمک می‌کند؟	اگر بله، پس منتشر می‌کنم اگر خیر، پس منتشر نمی‌کنم

نگران نداشتن لیدر اجتماعی نیستیم؛ چون اینفلوئنسر داریم!

اینفلوئنسرهای توانمند روزنه پیاپی‌سازی اهداف سیاسی در جامعه باشند و به‌طور نیابتی از آن، نقش لیدر را برای مردم بازی کنند. مخاطبان که عموماً غیرسیاسی بوده و دارای فقدان اطلاعات در مورد مسأله هستند وقتی در ریچه اینفلوئنسرها و پیش‌زمینه مقبولیت آنها با موضوع برخورد کنند، به راحتی آن را می‌پذیرند. علاوه بر این، این روشی بلامنازع است زیرا هنگامی که از آنها خواسته می‌شود

در مورد هدف سیاسی صحبت کنند، دولت یا نهاد سیاسی در استتار کامل قرار گرفته و موضوع از میدان واکنش مخاطب و قضاوت جهت‌دهی سیاسی دور مانده می‌شود؛ زیرا بیان مستقیم ممکن است به همان دلایل به راحتی مورد پذیرش قرار نگیرد. از این‌رو با شیوه متقاعدسازی می‌توان تصویری مورد نظر را در طیف‌های مختلف افکار عمومی قالب کرد. از طرفی اینفلوئنسرها با پشتوانه مخاطب خود و اعتبار خود تلویحاً به سیاستگذار موضوع، اعتبار می‌بخشند. اینک طیف‌های مختلفی

با اینفلوئنسرها در ارتباط هستند و در تمام طبقات جامعه وجود دارند، استفاده از آنها می‌تواند نه یک قشر خاص بلکه تا حدودی جهت‌دهی سیاسی دور مانده می‌شود؛ زیرا برای جریان‌سازی سیاسی و تحت‌تأثیر قرار دادن افکار عمومی است. کثرت‌گرایی محتوا همواره یکی از مهم‌ترین اقدامات مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی است. از آنجایی که محتوای اینفلوئنسرها همواره مورد اشتراک‌گذاری بین مردم قرار می‌گیرد، امکان انشعاب موضوع در همان ساختار وجود دارد که بر اساس گزاره قبل،

این اشتراک‌گذاری نیز تقریباً در بین گروه‌های مختلف مردم تأثیرگذار خواهد بود. بنابراین با این شیوه، محتوا به راحتی و به‌طور گسترده در بین جامعه جهانی منتشر می‌شود.

اینفلوئنسرها برای بقا، به واکنش گرفتن از کاربران نیاز دارند

الگوریتم‌های اینستاگرام به گونه‌ای است که هر چه تعداد لایک‌ها و اشتراک‌گذاری‌های یک پست سیاسی بیشتر شود، آن پست جلوتر می‌رود و افراد بیشتری را جذب می‌کند و بر آنها تأثیر می‌گذارد. پس واکنش گرفتن از مخاطبان، یک عامل کلیدی برای اینفلوئنسرهای اینستاگرامی محسوب می‌شود. طرح سؤال به‌منظور دریافت پاسخ مخاطبان در قالب کامنت‌های بی‌شمار، طراحی قلاب در محتوا برای درگیر ساختن ذهن مخاطب و واکنش نشان دادن او (اعم از مخالفت یا موافقت) از جمله روش‌هایی هستند که اینفلوئنسرهای اینستاگرامی حیات خود را در آنها جست‌وجو می‌کنند. مضاف بر آن، اشتراک‌گذاری فرایندی سرعتی است و در کوتاه‌ترین زمان، افراد زیادی در معرض آن قرار می‌گیرند. این کار، برون‌سپاری دومینووار و خودجوش انتشار موضوع مورد نظر برای پیشبرد مقاصد سیاسی در جهان است که بدون زحمت و نیاز به ایجاد بستری برای به بار نشستن، به جامعه تزریق شده و آن را به آیدمی تبدیل می‌کند.

همراه شدن با اینفلوئنسرها در موضوعات سیاسی، می‌تواند به کاربران کمک کند تا بهتر دیده شوند. فضای رسانه‌های اجتماعی به دنبال جذب مخاطب و بالا بردن تعداد پیوندها است. در مسیر قرار گرفتن با اینفلوئنسرها و یکی برداری از آنها، شیوه رسیدن به این خواسته است. بنابراین این فرایند برای مخاطب هم متمرکز خواهد بود و بستری برای جذب فالوور یا مخاطب را که مهم‌ترین خواسته آنها است، فراهم می‌کند؛ چراکه موضوعیت جدید، کاربران جدیدتری را دربر خواهد داشت. اینفلوئنسرها امروزه آنچنان از جایگاه تأثیرگذاری برخوردار هستند که مانند سفیر یک برند عمل می‌کنند. آنها توانایی رهبری افکار عمومی را دارند. یعنی می‌توانند موضوعی را برای ایجاد یک روند ملی یا جهانی شروع کنند که باعث ایجاد ترافیک قابل‌توجهی از کاربران در برچسب‌ها یا هشتگ‌هایی می‌شود که برای اندازه‌گیری نفوذ خود در شبکه‌های اجتماعی ایجاد می‌کنند.

اینفلوئنسرهاه تعقل را بر جامعه می‌بندند

تجمع‌گرایی اینفلوئنسرها باعث هم‌افزایی

بیشتر شده و به‌هدف، اصالت بیشتری می‌دهد و ذهن پرسشگر را خاموش می‌سازد. از طرفی، با ایجاد چنین موجی به راحتی می‌توان بر افکار عمومی چیره‌گشت و آن را هدایت کرد. در این استراتژی، اگر حتی اینفلوئنسری بخواهد مخالفت کند و موضع دیگری داشته باشد، برای اینکه موقعیت خود را از دست ندهد عقب‌نشینی کرده و در بهترین وضعیت جبراً سکوت اختیار می‌کند.

از طرفی، موقعیت ایجاد شده در مخاطبان می‌تواند به‌طور خودجوش الگویی را طراحی کند که در مقابل هر نوع اطلاعات خلاف محتوا، موضع تدافعی داشته باشند.

این استراتژی می‌تواند هم حس در اکثریت بودن را برای معترضان و اغتشاشگران ایجاد کند و هم حس حمایت جهانی را برای آنها به همراه داشته باشد و آنها را در صحنه حفظ کند. در آشوب‌های اخیر، سلبریتی‌ها به‌دو شکل توانسته‌اند از این موقعیت منافع خود را به پیش بزنند؛ نخست با انتشار مطالب در ازای دریافت هزینه‌های کلان؛ دوم، با انتشار مطالب بدون دریافت پول؛ اما سؤال اینجا است که این کار چه مزایایی برای آنها دارد؟ مهم‌ترین مزیت آن کسب وجهه‌های اجتماعی در راستای همراه کردن بیشتر مخاطبان با خود است. در حقیقت این دسته از سلبریتی‌ها حتی اگر سیاسی هم نباشند و علاقه‌ای به دنبال کردن موضوعات سیاسی نداشته باشند، به‌این خاطر که نگرانند با سکوت درباره مسائل و عدم همراهی با دنبال‌کنندگان‌شان نادیده گرفته شده و طرد شوند، علی‌رغم میل خود و نداشتن آگاهی سیاسی لازم، اقدام به انتشار مطالبی می‌کنند تا اتهام را از خود برطرف کنند؛ همه این کارها به این خاطر صورت می‌گیرد که آنها کسب‌وکار خود را در خطر می‌بینند و از این طریق تلاش می‌کنند از نابودی آن جلوگیری کنند. در غائله اخیر در کشور، دولت‌ها و رسانه‌های معاند در لوای این دست اقدامات و تبلیغاتی کردن آن، به شوراندن بیشتر معترضان روی آورده و حمایت خود را از اغتشاشگران اعلام می‌کنند. این عمل با خدشه‌دار کردن احساسات و تحریک عواطف انسان‌دوستانه مردم ملل در برابر یک نسخه جعلی از واقعه صورت می‌گیرد. آنها در تلاش هستند نه تنها در داخل کشور، بلکه با هدف قرار دادن اذهان ملت‌ها در برابر کشور، آنها را با خود همراه کرده و به تجمیع افکار عمومی در تقابل با جمهوری اسلامی برسانند؛ سیاستی که در کارنامه‌های چهار ساله کشور و در مقاطع زمانی متعدد به‌وضوح دیده می‌شود. این اقدامات ضمیمه همان پروژه ایران‌هراسی در جهان است که سعی می‌شود با ابزارهای مختلف به‌خورد افراد داده شود.

برخی سلبریتی‌هایی که به دریافت پول برای تبلیغ سیاسی معروفند



خابی لیم

صدف بیوتی

کیم کارداشیان

کایلی جنر

جی جی حدید

آنتونلا روکوزو

Khaby Lame

خابی لیم یک شخصیت رسانه‌ای سنگالی-ایتالیایی ۲۲ ساله است که در تیک‌تاک و اینستاگرام فعالیت دارد. خابی فعالیت خود را در آوریل ۲۰۲۰ در دوران همه‌گیری کرونا شروع کرد. معروفیت او به خاطر کلیپ‌هایی بود که در صفحه خود منتشر کرد. او در ویدیوهای کوتاه کم‌دی خود با حالت چهره خاصی که دارد، به افرادی اشاره می‌کند که بی‌دلیل کارهای ساده را به شکل پیچیده انجام می‌دهند. وی در فیس‌بوک نیز عضو است، شمار دنبال‌کنندگان حساب تیک‌تاک او بیش از ۱۴۳ میلیون نفر است و در اینستاگرام نیز بیش از ۸۰ میلیون نفر دنبال‌کننده دارد. خابی در مصاحبه‌ای به نشریه fortune گفته بود که می‌تواند تا ۷۵۰ هزار دلار برای هر ویدیویی که در شبکه‌های اجتماعی می‌گذارد، درآمد داشته باشد و پیش‌بینی کرده بود که در سال ۲۰۲۲ حدود ۱۰ میلیون دلار از این طریق درآمد خواهد داشت.

Sadaf Beauty

«صدف مسائلی» کسی است که به واسطه حرفه و تخصص خود در دنیای مجازی با نام «صدف بیوتی» شناخته شده است. در میان اینفلوئنسرها با بلاگرهای ایرانی، صدف بیوتی با حدود ماهی ۱۲ میلیارد تومان، در رده اول درآمدزایی اینفلوئنسرهای ایرانی قرار دارد. او که در حال حاضر ۴ میلیون دنبال‌کننده در اینستاگرام دارد، در روزهای اخیر با انتشار مطالبی در صفحه خود از اغتشاشات اخیر حمایت کرده بود. وی پیشتر نیز در مسائلی مانند ساماندهی به فضای مجازی و اتفاقات سیاسی نظیر آن، اقدام به انتشار مطالبی سیاسی نموده بود.

Kimberly Kardashian

کیم کارداشیان مدل، شخصیت تلویزیونی واقع‌نما، بازرگان و بازیگر اهل امریکا است. کارداشیان در طول سال‌ها حضورش صدها میلیون دنبال‌کننده در توئیتر و اینستاگرام دارد. عمده شهرت او مربوط به دلیل انتشار محتوای مربوط به مدلینگ با رویکرد نیمه برهنه‌گرایی است. در روزهای اخیر او مطلبی را در قالب استوری با کاربران فضای مجازی به اشتراک گذاشت که در آن از ایرانیان دعوت به مبارزه کرده بود تا ایران را پس بگیرند! کیم کارداشیان در حال حاضر ۳۳۱ میلیون دنبال‌کننده در اینستاگرام دارد. خواهر او کورتنی کارداشیان، سلبریتی امریکایی با بیش از ۱۹۸ میلیون دنبال‌کننده در اینستاگرام هم در روزهای اخیر چند استوری در صفحه اینستاگرامی خود منتشر کرده است که در آنها مطالب سیاسی تند را علیه نظام جمهوری اسلامی مطرح کرده است. میزان درآمد کارداشیان بین ۱ تا ۱٫۵ میلیون دلار برای هر پست برآورد شده است.

Kylie Jenner

کایلی جنر شخصیت رسانه‌ای، مدل و بازرگان امریکایی است. گفته می‌شود کایلی جنر در سال ۲۰۱۸ میلادی برای به اشتراک گذاشتن هر یک پست تبلیغی در اکانت اینستاگرام خود، تا سقف یک میلیون دلار از شرکت‌های مختلف گرفته است. در حال حاضر تعداد فالوورهای جنر، ۳۷۰ میلیون نفر است و میزان درآمد اینستاگرامی کایلی جنر بین ۱٫۵ تا ۲ میلیون دلار برای هر پست برآورد شده است. گفته می‌شود که او یکی از ۱۰ نفری است که در شبکه اجتماعی اینستاگرام بیشترین دنبال‌کننده را دارد.

Gigi Hadid

جلینا نورا مشهور به جیجی حدید، یک مدل امریکایی هلندی است. این سوپرمدل امریکایی نیز از دیگر سلبریتی‌هایی بود که در روزهای اخیر با انتشار استوری‌هایی از اغتشاشگران در ایران حمایت کرد و علیه جمهوری اسلامی اتهامات را وارد نمود. او در حال حاضر ۷۶ میلیون فالوور دارد. خواهر او بلا حدید نیز مدل مشهوری است که در نمایش لباس بسیاری از برندهای مطرح جهان همچون ژوانوشی، شانل، گوچی، الکساندر ووتیه، الکساندر وانگ، فندی، کارولینا هرا، ورساچه و میومو ظاهر شده است. بلا حدید نیز با داشتن بیش از ۵۵ میلیون فالوور با نشر استوری‌هایی علیه ایران و با دروغ‌پراکنی درباره ماجرای مروهه مهسا امینی از دیگر سلبریتی‌هایی است که شانه دریافت پول در ازای نشر این استوری‌ها درباره وی مطرح است.

Antonela Rocuzzo

آنتونلا روکوزو یکی از مدل‌های اهل آرژانتین است که بیشتر از مدل بودنش، به خاطر آنکه همسر فوتبالیست مشهور روکوزو در روزهای اخیر با انتشار یک استوری اینستاگرامی، بی‌خبر از اینکه در ایران دقیقاً چه اتفاقاتی در حال رخ دادن است و آنچه که رخ داده، نه اعتراض که اغتشاش و آشوب بوده، به‌زعم خود از اعتراضات ایران حمایت کرده است. او در این استوری خود به انگلیسی و فارسی و از زبان اغتشاشگران نوشته بود که صدای ما باشد.