



از هر طرف که به ماجرا اینفلوئنسرها نگاه کنیم، بازی خورده این رزم، ما مخاطبان و کاربران و مردم هستیم. کسانی که ناخواسته چیزهایی در فرهنگ عامه برایمان مهم و ضروری شده که پیش از این به آن حتی نیاز هم نداشتیم

اثر اینفلوئنسرها بر فرهنگ عامه

رزم پربزم یک تنه با خودی ها

می کند. رزم خواستن! رزم مصرف کردن و رزم شبیه او شدن. سیستم رسانه های اجتماعی بر مبنای شبکه ای بودن چیده شده است. شما که صفحه شخصی اینفلوئنسر را ببینید، ببینید و زمان بیشتری در پیچش باشید و او را دنبال کنید، بدون اینکه شما بخواهید به دوستان و دنبال کنندگان شما هم همان اینفلوئنسر، پیشنهاد می شود و اینطوری اینفلوئنسرها، دنبال کنندگان بیشتری خواهند داشت و پس انگیزه و امید بیشتری در این رزم پیدا می کنند؛ فعالیت های حرف های اخلاقی و غیر اخلاقی برای جذب دنبال کنندگان (ویدئو دروغین خودکشی یکی از همین افراد را به خاطر بیابورید). بیشتر و به تبع، انجام تبلیغات بیشتر استراتژی کلی آنها برای رسیدن به ثروت بیشتر خواهد شد. این در حالی است که فرد اینفلوئنسر اعتبارش را از مردم، از فرهنگ عامه و از گفت و گو و تولید محتوا درباره مردم و برای مردم گرفته بود، اما عملاً اغلب در مسائلی که برای مردم مهم است ورود نکرده و به تبلیغات خودش ادامه می دهد. شوربختانه مسأله ورود یا عدم ورود آنها به مسائل مردم و موضوع های فرهنگ عامه نیست که مهم است؛ بلکه تخصص، دانایی و دانش نداشته آنها نیز مهم است. یعنی مردم لزوماً به این نیاز ندارد که اینفلوئنسرهایی که دنبال می کنند، حتماً درباره همه چیز نظر بدهند و یا راهبری کنند؛ بلکه به یک متخصص متعهد در هر حوزه نیاز دارند. به هر حال، از هر طرف که به این ماجرا نگاه کنیم، بازی خورده این رزم، ما مخاطبان و کاربران و مردم هستیم. کسانی که ناخواسته چیزهایی در فرهنگ عامه برایمان مهم و ضروری شده که پیش از این به آن حتی نیاز هم نداشتیم. لطفاً مثال هایی که در پاراگراف قبل زدیم را دوباره بخوانید.

در سبدهای پر از پرفرو با عروسک های حیوانات متنوع دورش؛ زنی با سبکی خاص از روسری بسته شده به سرش که دارد درباره یک مسأله در جامعه نظرش را می گوید؛ مردی با پوشش و چهره ای معمولی که رستوران های مختلف می رود و غذاها را می خورد و با شما درباره طعم و کیفیت غذاهایی که خورده، حرف می زند؛ خانواده ای که در یک خانه با سبک ساخت مدرن، اما بسیار بزرگ و با وسایل متنوع و خاص در حال تماشای تلویزیون هستند؛ تصویر مراسم تماشای جهیزیه (راستش نمی دانم نام این رسم چیست) یک نوع عروس با انواع وسایل نو؛ تصویر مراسم تولد ۳۷ سالگی دختر مجرد در میان دوستان و در فضایی خاص با نورپردازی، وسایل و آرایش های متفاوت و بسیاری دیگر از تصاویر، همان بزم اغراق آمیزی است که برای کاربران میلیونی یا چند صد هزار و چند ده هزار نفره ایست که چیده شده و با انتشارش همچون یک دومینوی ذهنی، فکر، تصور، خیال، باور و رفتار مخاطبان را در لحظه، به مرور و در تکرار درباره مفاهیم مختلفی مانند زندگی، ازدواج، فرزندآوری، تربیت فرزند، ثروت و رفاه و غیره تحت تأثیر قرار می دهد. سبکی از بارداری، دوران شیردهی، دوران نوزادی و تربیت فرزند که همگی متعلق به فرهنگ عامه هستند، به واسطه یک تصویر از یک فرد، تغییر یافته و رنگ و شکل جدیدی می گیرد که البته نمی خواهیم بگوییم همیشه بد است؛ اما می خواهیم بررسی و اثرگذاری این رزم پربزم یک تنه تأکید کنیم.

دنبال کننده بزم هستیم؛ شکست خورده رزم!

قطعاً این انتشار تصویر و تولید محتوا فقط باعث تماشای بزم موجود در آن نمی شود؛ بلکه آدم ها را به یک رزم دعوت

شاید پیش از این درباره سبک زندگی فردی و اثر رسانه های جمعی بر «فرد» زیاد گفت و گو کرده باشیم یا نوشته باشیم، اما چیزی همانند یک جرعه در ذهنم، توجه من را به مسأله فرهنگ جمع، فرهنگ کلی یک جامعه یا فرهنگ عامه جلب کرد؛ اینکه تا الان درباره این فکری کردیم که رسانه «ها»، که رسانه های «جمعی» و رسانه «ها» و شبکه «های» اجتماعی روی زندگی فرد اثرگذارند. عامدانه پیشوندهای جمع را در گیومه گذاشتم که بگویم پیش از این فکری شد که یک لشکر چند هزار نفره در رسانه است که هر قدر هم مخاطب و کاربر، فعال یا پیشرو باشد، به هر حال مقابل این لشکر تسلیم است. هر چند درستی این گفته به قوت خودش باقی است، اما به بلوغ رسیدن رسانه ها و شبکه های اجتماعی، یک لشکر یک تنه با عنوان «سلبریتی» یا «اینفلوئنسر» خلق کرد که یک تنه می تواند فرهنگ عامه یک جامعه را تحت تأثیر قرار داده و تغییر دهد. اینجا دیگر درباره تغییرات فردی حرف نمی زنیم. از اثر یک فرد به واسطه رسانه روی یک جمع کلان می گوییم.

خود می کند و این اتفاق، تغییراتی دوسویه دارد؛ یعنی هم روی مخاطبان اثرگذار است و هم روی جهت دهی و ادامه فعالیت خود اینفلوئنسر. حتماً با بسیاری از اینها در رسانه های اجتماعی مانند اینستاگرام مواجه شده اید. کودکان این افراد در میان صاحب نظران و متخصصان رسانه های جدید اغلب به عنوان کودکان کار مجازی شناخته می شوند. علت اینکه چرا مشخصاً به «پست» و «استوری» اشاره کردم این است که سلاح اصلی این لشکر یک تنه، محتوای «تصویری» است. از طرفی، در سبک زندگی جمعی با مجموعه ای از رفتارهای قابل مشاهده مانند انتخاب خوراک، پوشاک، فیلم و در مجموع مصرف مواجیم؛ همان چیزی که در فرهنگ عامه به آن اشاره کردم و گفتم بخشی از فرهنگ عامه مد نظرمان است که قابل مشاهده و ملموس است؛ هر چند همین رفتارها نیز برآمده از مجموعه ای از اعتقادات، باورها و نگرش ها هستند. بنابراین، عکس، فیلم و مجموعه

فرهنگ عامه: زندگی واقعی توده مردم

وقتی از فرهنگ عامه حرف می زنیم، منظورمان کلیه مفاهیم و ویژگی های زندگی است که از بدو تولد زندگی همه ما در یک جامعه و کشور را در بر می گیرد. از زمان بارداری یک زن، تا نوزادی کودکش، بازی ها، مسائل رشد، خوراک، پوشاک، مسکن، نحوه بیان و کلام و گفت و گویش، تحصیلاتش، ازدواج و رسم و رسوماتش، جشن ها و مناسبات دیگرش و مسکن و کمیت و کیفیت آن و غیره همه جزو فرهنگ عامه یک کشور است. فرهنگ عامه برگرفته از تجربه های موجود در آن جامعه است. مثلاً نوع ساختمان سازی در مناطق گرمسیری با ساختمان سازی در مناطق سردسیر تفاوت دارد.

اگرچه فرهنگ عامه شامل باورها، عقاید و مجموعه اندیشه های برگرفته از ادبیات و فرهنگ کهن و اسطوره های دره ملت نیز می شود؛ اما در اینجا بیشتر با بخشی از فرهنگ عامه کار داریم که قابل مشاهده و لمس است، البته باید به این نکته اشاره کرد که مردم و ملتی که در یک کشور زندگی می کنند چیزی به جز آرزوها، عواطف، احساسات و خواست های یکسان نیستند؛ هر چند در لایه های زیرین و تغییرات نسلی تفاوت هایی دیده می شود.

آن لشکر یک تنه چه کسی است و سلاحش کدام است؟

اینفلوئنسر (influencer) یعنی کسی که اثرگذار است و این اثرگذاری جمعی است. در واقع یک فرد به مثابه یک رسانه در میدان اثرگذاری، عمل می کند. کسی که لزوماً تخصص خاصی ندارد، اما با فعالیت در فضا مجازی، تولید محتوا در صفحه شخصی و به اشتراک گذاشتن پست و استوری های عامه پسند از زندگی شخصی و کاریش، توجه مخاطبان زیادی را جذب



شما که صفحه شخصی اینفلوئنسر را ببینید، ببینید و زمان بیشتری در پیچش باشید و او را دنبال کنید، بدون اینکه شما بخواهید به دوستان و دنبال کنندگان شما هم همان اینفلوئنسر پیشنهاد می شود و اینطوری اینفلوئنسرها، دنبال کنندگان بیشتری خواهند داشت

اگر میدان ندهیم، رزم برچیده می شود

تغییرات فرهنگ کلی جامعه یا همان فرهنگ عامه، یکی از مسائلی است که در حوزه سبک زندگی جمعی مهم است. اینترنت خانه و تلفن همراه را خاموش می کنم. می خواهم یک آزمایش فردی انجام بدهم؛ که بدون اینترنت و تمام محتوا و محصول موجود در آن، من چه هستم، چطور و چرا زندگی می کنم، چه چیزی را چه زمانی، چقدر و چطور و چرا مصرف می کنم، درباره مسائل مختلف چطور، چقدر، تا کی و چرا فکری کنم. بله، به طور فردی بسیاری از مسائل مختلف زندگی من متأثر از اینترنت و فضای مجازیست. انواع نیازهای من از پوشاک گرفته تا خوراک، کتاب و فیلم و رزرو بلیت سینما و تئاتر، از طریق فضای مجازی برطرف می شود. اما

دارم می بینم که از ابتدا ورودم به این فضا حتی یک سلبریتی را در شبکه های اجتماعی دنبال نمی کنم. برای من نوعی، «آورده» یک فرد در انتخاب او برای دنبال کردنش مهم است. تجربه فردی من نمونه خوبی برای مفهوم سازی اثر اینفلوئنسرها بر فرهنگ عامه نیست؛ هر چند بارها پیش آمده که ناچاراً به این بزم کشیده شده ام. بنابراین امید دارم که این سبک در میان مردم عمومیت پیدا کند و صرف برطرف کردن نیازهای واقعی، با دقت و توجه به زمان و هزینه، به رسانه ها مراجعه کنند؛ نه اینکه به عنوان یک امر روزمره آن هم در بازه های زمانی مکرر و طولانی و برای تأیید و گسترش فعالیت و ثروت اینفلوئنسرها، در این فضا حضور داشته باشند.

