



ایران در آستانه
انتخابات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شورای اجتماعی کشور

جستارهایی در
ایران در آستانه انتخابات

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

آبان ۱۳۹۴

جستارهایی در

ایران در آستانه انتخابات

به سفارش شورای اجتماعی کشور

رصد فرهنگ و اجتماع - ۳

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

آبان ماه ۱۳۹۴

جستارهایی در ایران در آستانه انتخابات / [تهیه و گردآوری] پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات،
رصد فرهنگ و اجتماع؛ [برای] شورای اجتماعی کشور. - تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات،
۱۳۹۴.

۳۶۶ ص.؛ جدول، نمودار. - (رصد فرهنگ و اجتماع؛ ۳)

موضوع: ۱. ایران. مجلس شورای اسلامی - انتخابات - مقاله‌ها و خطابه‌ها ۲. ایران. مجلس شورای
اسلامی - انتخابات - جنبه‌های جامعه‌شناختی ۳. انتخابات - ایران
شناسه افزوده: الف. ایران. وزارت کشور. معاونت اجتماعی. شورای اجتماعی کشور ب. فروست

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴ ج. ۵ / الف / ۱۷۱۶ DSR

رده بندی دیویی: ۰۸۴۴/۹۵۵

جستارهایی در ایران در آستانه انتخابات

شورای اجتماعی کشور؛ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

نوبت چاپ: آبان ۱۳۹۴

فهرست مطالب

مقدمه / سیدمرتضی میرباقری _____ ۷

■ ■ ■ انتخابات و ملاحظات اجتماعی فرهنگی

- ۱۱ _____ پیچیدگی جامعه و کنش جمعی مردم در ایران / محمد آقاسی
- ۲۱ _____ نگاهی به رابطه روحانیت و مجلس، از مشروطه تا امروز؛ استغنائی سازمان روحانیت از مجلس / حسن اجرایی
- ۳۳ _____ انتخابات پارلمانی، هویت جمعی و امر سیاسی / ریحانه اصلان زاده
- ۴۱ _____ سازمان‌های رفاهی، کنترل سیاسی، شهروندی / رضا امیدی
- ۴۷ _____ تأملی بر مشارکت طبقه متوسط در انتخابات پیش‌رو / یاسر باقری
- ۵۷ _____ پیامدهای نگاه اصلی به جای نگاه آلی به انتخابات در ایران / محمدرضا جوادی یگانه
- ۷۱ _____ اقوام و انتخابات / ابراهیم حاجیانی
- ۸۳ _____ بررسی هویت مورد نظر گفتمان جمهوری اسلامی ایران در قبال زنان / سید محمدمهدی خوبی
- ۹۷ _____ وندالیسم انتخاباتی؛ تخریب اموال عمومی یا تخریب افکار عمومی؟ / محمدمهدی رحمتی
- ۱۰۳ _____ اقتصاد انتخابات مجلس / علی سرزعیم
- ۱۱۱ _____ لنینی شدن فرایند / علیرضا شجاعی زند
- ۱۲۳ _____ امتناع وعده‌های انتخاباتی در سطح ملی / عباس عبدی
- ۱۳۱ _____ مجلس شورای اسلامی و سرمایه اجتماعی / غلامرضا غفاری
- ۱۴۱ _____ تحلیل پیامدهای اجتماعی و فرهنگی انتخابات؛ از منظر منازعات کلامی / محمد جواد غلامرضا کاشی
- ۱۵۱ _____ الزامات مجلس دهم برای بقا و ارتقای ایران / محمد فاضلی
- ۱۶۳ _____ گذار به مردم‌سالاری مستقیم / ناصر فکوهی
- ۱۷۱ _____ دروغ‌گویی در انتخابات؛ اشکال، سطوح، و پیامدها / حسن محدثی گیلوایی
- ۱۹۵ _____ احزاب شه‌ساخته دوره پهلوی و انتخابات / رضا مختاری اصفهانی
- ۲۰۳ _____ انتخابات فرصتی برای انشقاق یا ائتلاف / احمد میدری
- ۲۱۵ _____ ملاحظات درباره انتخابات در ایران / جواد میری
- ۲۲۳ _____ انتخابات و فرهنگ شهرت؛ مشاهیر ورزشی و هنری (سلبریتی‌ها) و انتخابات در ایران / راضیه یاسینی

■ ■ ■ انتخابات و مطالبات

- ۲۳۹ _____ انتخابات و مطالبات زنان / شیرین احمدنیا
- ۲۴۹ _____ انتخابات و مطالبات رأی اولی‌ها / سمیه توحیدلو
- ۲۶۳ _____ انتخابات، آموزش عمومی و مسئله آب / جبار رحمانی

- ۲۷۳ _____ مطالبات در حوزه گاز طبیعی و آینده ایران / مجید عباسی
- ۲۸۱ _____ انتخابات و اقلیت‌های مغفول: صدا و ژئوپلیتیک قومی-دینی / مهرداد عربستانی
- ۲۹۳ _____ رصد اقتصاد هنر ایران در آستانه انتخابات مجلس شورای اسلامی / محمدرضا مریدی

■ ■ ■ انتخابات و رسانه‌ها

- ۳۰۱ _____ رویکرد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای به انتخابات ایران / عبدالله بیچرانلو
- ۳۰۹ _____ استفاده از ظرفیت پیام‌رسان‌های موبایلی در انتخابات / شادی ضابط
- ۳۱۹ _____ آن‌لاین بدون ایمیل / محمد معماریان
- ۳۳۱ _____ الگوی تبلیغات رسمی انتخابات در ایران با تأکید بر صداوسیما / نوح منوری
- ۳۳۹ _____ ناآرامی در نهاد ناپایدار شبکه همراه / فرشاد مهدی‌پور
- ۳۴۷ _____ رفتار انتخاباتی با نگاهی به مصرف رسانه‌ای / عباس نعمتی
- ۳۵۷ _____ اهمیت ویدئوهای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی مجازی در آستانه انتخابات مجلس دهم / حسین یزدان‌شناس

■ ■ ■ انتخابات و فرهنگ شهرت؛

مشاهیر ورزشی و هنری (سلبریتی‌ها) و انتخابات در ایران

راضیه یاسینی

عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

۱. مقدمه

مجلس شورای اسلامی ایران نهاد قانون‌گذار کشور است که ورود به آن می‌تواند متضمن مشارکت در سهمی از قدرت سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشور در عرصه قانون‌گذاری‌های مربوط به آن گردد. گروه‌ها و احزاب گوناگون با گرایش‌های متفاوت و بعضاً متضاد یکدیگر، عقاید مختلفی درباره نحوه قانون‌گذاری در ایران دارند؛ قوانینی که بتواند جریان مدیریت کلان را در نظام جمهوری اسلامی ایران در شرایط پراشتهاب کنونی تاریخ، به نحوی هدایت کند که بر ثبات سیاسی نظام در جهان و بر قوام آن در درون ایران بیفزاید. در جوامع دموکراتیک، که نظام‌های سیاسی داعیه مردم‌سالاری را سرلوحه کار خود دارند، انتخابات کاملاً آزاد تلقی می‌شود و تلاش بر آن است تا با

فراهم‌آوری سازوکارهای قانونی تعریف‌شده برای داوطلبان ورود به مناصب سیاسی کشور، تبلیغات سالم و آزادانه بستر سالمی معرفی گردد که آحاد مردم را در انتخاب اصلح خود یاری می‌کند.

اما، نه‌تنها در ایران، بلکه در تمامی عرصه‌های انتخاباتی جهان، تلاش گروه‌های سیاسی گوناگون برای کسب پیروزی در انتخابات مختلف، توسل به شیوه‌هایی بسیار پیچیده‌تر از آن است که ذکر آن رفت؛ شیوه‌هایی که مبتنی بر علوم ارتباطات اجتماعی و دانش جامعه‌شناختی، با دقت و ظرافت می‌تواند با ورود به فرایند تصمیم‌گیری نهایی افراد در این مسیر مداخله کند و رأی آنان را از سمتی به سمت دیگر متمایل سازد، به نحوی که این رأی مصادره به مطلوب شود.

انتخابات پیش روی مجلس شورای اسلامی و نیز خبرگان رهبری در ایران نیز از این قاعده مرسوم مستثنا نبوده و تابعی از همین رویه رایج در موضوع انتخابات تلقی می‌گردد. شناخت و تبیین انواع مختلف این رویه‌ها می‌تواند به ارتقای دانش اجتماعی جوامع در این خصوص فزونی بخشد و بستری را فراهم کند تا جامعه در مواجهه با رویه‌های تبلیغاتی گوناگون، با برخورداری از «سواد تبلیغاتی» مکفی، در نهایت به رأی حقیقی خود اشعار یابد و به «انتخاب درست» تری برسد.

این نوشتار می‌کوشد تا به تحلیل یکی از رویه‌های مرسوم در انتخابات پیردازد که در آن بهره‌مندی از «فرهنگ شهرت»، امکان مداخله در فرایند انتخاب نامزدهای انتخاباتی توسط رأی‌دهندگان و متمایل شدن آرای عمومی به سمتی خاص (مشاهیر فرهنگی، هنری، ورزشی و...) را فراهم می‌کند.

۲. فرهنگ شهرت و قدرت رسانه‌ای آن

«رسانه» در جهان معاصر قدرت بی‌رقیبی محسوب می‌شود که مولود علم ارتباطات است. نظریه جبرگرایانه‌ای در عرصه فناوری رسانه‌ای و علم ارتباطات وجود دارد که نخستین بار مک لوهان ارائه کرده است. وی بر آن بود که فناوری رسانه‌ای تعیین‌کننده افکار، احساسات و در نهایت ادراک از جهان پیرامون و رفتارهای مردم است. بدین ترتیب، به طرز ناخودآگاه، مردم از احساسات، نظریات، دیدگاه‌ها و در نهایت انتخاب‌هایی برخوردار می‌شوند که با پیام‌های حاصل از فناوری تکنولوژیکی است که رسانه‌ها آنها را منتقل

می‌کنند.

اکنون رسانه‌ها دائماً در حال انتقال پیام بر مخاطبان خود هستند و در این فرایند، نیازمند عوامل مؤثری می‌شوند که میزان تأثیرگذاری هر پیام را به نحو مطلوبی افزایش دهد و اقتصاد خبری مقرون به صرفه‌تری را رقم زند.

در این فرایند، رسانه‌ها توجه مخاطبان خود را با تمسک به یک واسطه مهم به سمت موضوعی هدایت می‌کنند که برایشان مطلوبیت دارد؛ واسطه‌ای به عنوان «ستاره» یا «سلبریتی» (Celebrity) که نزد مردم محبوبیت دارد. این سلبریتی‌ها از آن رو شهره شده‌اند که به مثابه الگوهای مقبول، رفتارهایشان تقلید و تکرار می‌شود؛ بنابراین، رسانه‌ها می‌توانند با بهره‌مندی از این قابلیت الگوپذیری، توجه مخاطب را به پیام خود معطوف کنند.

شهرت مفهوم «آشکارشدن، معروف‌گردیدن، معروفیت» (فرهنگ معین) را با خود به همراه دارد و صد البته «شهره‌شدن» در جهان مدرن، مستلزم تجمیع برساخت‌های گوناگون رسانه‌های مختلف در خصوص مشاهیر نیز هست؛ بدین معنی که ویژگی‌های مشاهیر الزاماً خصوصیات حقیقی فردی و درونی آنان نبوده و در فرایند شهره‌شدن آنان، عوامل بیرونی گوناگونی مداخله کرده‌اند که مهم‌ترین آنها را می‌توان «رسانه» قلمداد کرد.

سلبریتی‌ها (مشاهیر) قهرمانان امروز جهان تلقی می‌شوند که دیگر قدرت آنان در قابلیت‌های درونی‌شان نیست. ماکس وبر بر آن بود که «قدرت کاریزماتیک قهرمانان در نقش اجتماعی مشروع نهفته نیست، بلکه در ویژگی‌های خارق‌العاده‌اش به مثابه یک فرد، در عطیه خدادادی‌اش و در قابلیت او برای مداوماً در معرض نمایش و آزمون قراردادن این عطیه نهفته است» (فدرستون، ۱۳۸۶: ۱۷۱)، حال آنکه امروزه رسانه‌ها، در فرایندی بده‌بستانی، هم قدرت خود را از قهرمانان می‌گیرند و هم با نمایش آنها به عنوان موجوداتی برتر و شگفتی‌آور، به آنان قدرت نیز می‌بخشند. مکرر دیده‌شدن در رسانه‌ها، عامل اصلی در شکل‌گیری سلبریتی‌ها (مشاهیر) و ستاره‌شدن است.

ریچارد شیکل در سال ۱۹۵۹ برای نخستین بار در کتابی که در آن بیش از ۲۰۰۰ چهره معروف معرفی شده‌بود، به تبیین مفهوم سلبریتی در زمینه‌های مختلف سیاست، هنر، ورزش، علوم و... پرداخت و نشان داد که این افراد

چگونه شهرتشان را مدیون رسانه‌ها بودند و نه فقط به واسطه توفیقاتشان در عرصه فعالیت‌های خود (Leslie, 2011).

از قرن بیستم به این سو، رسانه‌ها با تحولات فراگیر و روزافزون خود نقش مهمی در تولد و دوام فرهنگ سلبریتی در جهان داشته‌اند؛ فرهنگی که به تدریج از کشورهای غربی به ویژه آمریکا شکل گرفت و کم‌کم جای خود را در دیگر کشورها از جمله ایران نیز باز کرد. قرن بیستم دوره آغاز شکل‌گیری منظره‌های رسانه‌ای بود. سیاست، اقتصاد، مسائل اجتماعی و زندگی روزمره، همگی به منظره‌هایی برای رسانه‌ها تبدیل شدند؛ قتل‌ها، پرونده‌های فساد، مد، اختلافات و تعارض‌های سیاسی، جنگ، بیماری و مرگ، رسوایی‌های جنسی و... همگی به عنوان نمایش‌هایی پرزرق و برق و چشم‌نواز بر روی صفحه‌های نمایش قرار گرفتند که این صفحه‌های نمایش عبارت بودند از: بیلبوردها، بنرها، پوسترها، تلویزیون، سینما و رسانه‌های چاپی. اطلاعات و سرگرمی در اینفو تینمنت (infotainment) (اطلاع - سرگرمی) با هم ترکیب می‌شدند؛ جایی که سرگرمی کانون اصلی تمرکز پوشش تلویزیونی و گزارش‌های خبری مطبوعاتی است. اما امروز، رسانه‌های نوین نقش یاد شده را بر عهده گرفته‌اند. منظره چیزی است که باید دیده شود و مخاطب باید ببیند. به عبارت دیگر، منظره تماشایی مستلزم تولید چیزی بر روی صفحه نمایش و مصرف آن توسط مخاطب است. امکانات گسترده ناشی از همگرایی رسانه‌ای، به صفحات نمایش تنوع و تکثر بسیاری بخشیده است؛ صفحات کامپیوتر، تبلت، موبایل و... .

در فرایند امروزین ستاره و گاه اسطوره‌شدن، که بخشی از فرهنگ شهرت است، رسانه‌ها نقش اساسی را بر عهده دارند؛ اگر رسانه‌ها به یک فرد مطرح در عرصه‌های مختلف هنری، ورزشی، سیاسی و... به قدری نپردازند که او را به ستاره تبدیل کنند، او ستاره نمی‌شود.

البته، باید به یاد داشت که در جهان امروز، فرایند شکل‌گیری شخصیت «سلبریتی‌ها» بدون حضور مردم کامل نمی‌شود. رسانه‌ها گرچه عامل مهمی در شکل‌گیری این گروه هستند، خیال مردم که با این مشاهیر احساس هم‌ذات‌پنداری و نوعی صمیمیت تخیلی دارد، سبب آن است که گمان کنند آنان را به درستی شناخته و به آنها باور یافته‌اند. از همین رو است که یک

سلبریتی در اذهان مردم اهمیت و قدرت می‌یابد و گاه تجسم آرزومندی‌های تحقق نیافته آنان می‌شود و از این طریق، هدایت با واسطه بخشی از زندگی مردم را در دست می‌گیرد. امروزه، بر اساس نظریه مک‌لوهان، رسانه‌ها با بهره‌مندی از قدرت کاربزماتیک سلبریتی‌ها به انتقال پیام‌های مدنظر خود - از جمله تبلیغ یک موضوع - می‌پردازند تا تأثیر آن را دوچندان کنند.

فرد «شهره‌شده» یا سلبریتی، شخص مشهور و محبوب با طرفداران بسیار در یک جامعه است. هنرمندان، بازیگران، خواننده‌ها و ورزشکاران را می‌توان از جمله سلبریتی‌های هر جامعه دانست که متناسب با گرایش‌های فرهنگی و اجتماعی آن، با اقبال مردم مواجه شده و به مثابه شخصیت محبوب آن جامعه پذیرفته شده‌اند.

همچنین، فرهنگ شهرت قواعد و ویژگی‌هایی دارد؛ از جمله اینکه در این فرهنگ ستاره‌ها منظره‌هایی هستند که دید تماشاگران را مصروف خود می‌کنند و از جانب آنها تحسین می‌شوند و تماشاگران به خیال‌پردازی در مورد آنها می‌پردازند؛ به عنوان نمونه، هنگامی که یک خواننده بر روی صحنه اجرا می‌رود، صرفاً یک خواننده به شمار نمی‌آید که بر روی صحنه قرار دارد و باید یک عمل هنری را اجرا کند و تمام، بلکه او در تخیل مخاطبش تحسین و تمجید می‌شود و هاله‌ای از احترام و شکوه به حول او کشیده می‌شود. در چنین وضعی است که خرید بلیت کنسرت او به هر قیمتی، گرفتن امضا از او، داشتن عکس یادگاری با او و موارد مشابه بسیار دیگری معنا پیدا می‌کنند.

هنگامی که ستاره بر روی صحنه پدیدار می‌شود، تماشاگران نگاهی همراه با بهت و حیرت و شادی و شغف به صحنه‌های اجرای او دارند و این صحنه‌های اجرا مشاهیر را به مناظری تماشایی برای توده‌ها تبدیل می‌سازند. حتی، طرفداران سلبریتی‌ها آیین تشییع پیکر و خاکسپاری این افراد (مانند مرحوم پاشایی) را هم با حس بهت و حیرت و به مثابه منظره مربوط به یک ستاره می‌بینند (تماشا می‌کنند). اگر این منظره یعنی آیین تشییع و خاکسپاری مربوط به یک فرد عادی باشد، مردم طبیعتاً بسیار عادی با آن مواجه می‌شوند و منظره برای آنها چندان تماشایی نخواهد بود.

۳. سلبریتی‌ها و انتخابات

یکی از مهم‌ترین روش‌های تبلیغی رسانه‌ای، تأیید یک محصول، موضوع و

رخداد توسط یک سلبریتی است. سلبریتی‌ها در خیال و ذهن مردم مقبول و پذیرفته شده‌اند، بنابراین به هر آنچه آنان تأیید کنند، باور یافته و در بزنگاه‌های تصمیم‌گیری خود، متمایل به انتخاب آن می‌شوند. این تمایل به‌ویژه برای مردمی که زادگاه مشترک با یک سلبریتی دارند، افزایش می‌یابد. از همین رو است که رسانه‌ها برای انتقال هر نوع پیام، بر این قهرمانان کاریزماتیک در اجتماعات محلی آنان (ایالت یا استان و...) متمرکز می‌شوند. نظری بر حضور مؤثر سلبریتی‌ها در انتخابات گوناگون کشورهای مختلف نشان می‌دهد که چگونه فرایند یاد شده می‌تواند در بزنگاه تصمیم‌گیری مردم در انتخابات و رأی‌دادن به یک فرد یا یک حزب یا جریان سیاسی تأثیرگذار باشد.

۳.۱ پیشینه موفقیت سلبریتی‌ها در انتخابات دیگر کشورها

جدول ۱. سلبریتی‌های غیرایرانی فعال در عرصه سیاسی

| نام | منصب سیاسی | زمینه فعالیت |
|--|--|---|
| رونالد ویلسن ریگان (Ronald Wilson Reagan, امریکا، 1911-2004) | چهلمین رئیس‌جمهور امریکا (۱۹۸۱-۱۹۸۹) سی‌وسومین فرماندار کالیفرنیا (۱۹۶۷-۱۹۷۵) | هنرپیشه رادیو، سینما و تلویزیون |
| آرنولد آلویس شوارتزنگر (Arnold Alois Schwarzenegger)، امریکا | فرماندار کالیفرنیا در سال ۲۰۰۳ | مدل، تهیه‌کننده، کارگردان، تاجر، سرمایه‌گذار، نویسنده، نیکوکار، سیاستمدار، بازیگر و بدن‌ساز اتریشی - امریکایی، برنده جایزه گلدن گلوب در بازیگری |
| جورج کلونی (George Timothy Clooney)، امریکا | نامزد فرمانداری ایالت کالیفرنیا | بازیگر، فیلم‌نامه‌نویس، تهیه‌کننده و کارگردان امریکایی برنده جایزه اسکار و گلدن گلوب |
| آمیتاب باچان (Amitabh Bachchan)، هند | نماینده پارلمان هند در سال ۱۹۸۴ | بازیگر، تهیه‌کننده، خواننده و مجری تلویزیون و سینما |
| جایا بهادری، هند | عضو حزبی سیاسی در هند | هنرپیشه سینما |

این جدول نشان‌دهنده حضور چند سلبریتی برجسته در عرصه جهان

سیاست است که البته محدود به این موارد نیست. عناوین مطرح شده نشان می‌دهد که فرهنگ شهرت چگونه می‌تواند زمینه انتقال حضور یک فرد مشهور را از یک عرصه دیگر به جهان سیاست فراهم آورد.

«رونالد ریگان» در سال‌های فعالیت هنری خود، در بیش از پنجاه فیلم بازی کرده و این امر سبب شهرت او شده بود. ریگان پس از کسب مقام فرمانداری ایالت کالیفرنیا، برای نامزدی حزب جمهوری خواه در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال‌های ۱۹۶۸ و ۱۹۷۶ کوشید، اما شکست خورد تا آنکه در سال ۱۹۸۱ توانست در این انتخابات پیروز گردد و تا سال ۱۹۸۹ دو دوره در این مقام باقی ماند.

«آرنولد شوارتزنگر» با ملیت اتریشی - امریکایی، با برخورداری از سال‌ها فعالیت در عرصه ورزش و بازیگری، توانست با ورود به عرصه سیاست در سال ۲۰۰۳ به فرمانداری ایالت کالیفرنیا برسد. شوارتزنگر در همین سال به عنوان بهترین و محبوب‌ترین سیاستمدار سال انتخاب شد، درحالی که می‌کوشید به شیوه‌های مختلف اقبال عمومی را به خود جلب نماید؛ از جمله اینکه حقوق سالانه ۱۷۵ هزار دلاری خود را بابت فرمانداری به سازمان‌های خیریه اهدا کرد. نقل است که مردم از او به عنوان فرشته نجات کالیفرنیا نام می‌بردند که همانند ترمیناتور با مشکلات مبارزه می‌کرد (۲۰۱۳، پیچ سیکس).^۱

«جرج کلونی» سینماگر معروف امریکایی و برنده جایزه اسکار و گلدن گلوب است که در سال ۲۰۰۸ از سوی سازمان ملل متحد به عنوان یکی از سفیران صلح این سازمان برگزیده شد (۲۰۰۸، بی‌بی‌سی نیوز)^۲ او یک ایرلندی - امریکایی است که با برخورداری از گرایش سیاسی متمایل به دموکرات‌ها و به توصیه اوباما (۱۳۹۴، جام نیوز)^۳، تصمیم دارد در نامزدی انتخابات فرمانداری ایالت کالیفرنیا در سال ۲۰۱۸ میلادی شرکت کند.



نقش تأثیرگذار سلبریتی‌ها در تاریخ انتخابات آمریکا همواره مورد توجه بوده،

به نحوی که تحقیقات نشان می‌دهد تأثیر سلبریتی‌های سینمایی در عرصه انتخابات امریکا، تأثیری انکارناپذیر و جدی است. یک نظرسنجی که در سال ۲۰۰۶ شبکه سی‌بی‌اس انجام داد، نشان می‌دهد که ۴۷ درصد پاسخ‌دهندگان معتقدند چهره‌های هالیوود می‌توانند دیدگاه‌های تازه‌ای در سیاست عرضه کنند. نخبگان هالیوود از سال‌های دهه ۱۹۳۰ در پی تأثیرگذاری بر فعالیت‌های سیاسی ملی بوده‌اند (۱۳۸۶، همشهری آن‌لاین)؛^۴ به عنوان نمونه، در رقابت بر سر فرمانداری کالیفرنیا در سال ۱۹۳۴ که در آن «آپتون سینکلر» نویسنده در برابر «فرانک مریام» معاون فرماندار و نامزد مورد حمایت حزب جمهوری‌خواه قرار گرفت، سلبریتی‌ها در تعیین نتیجه انتخابات نقش مؤثری داشتند. سینکلر برنامه انتخاباتی توده‌گرایانه‌ای داشت. در این میان، لویی بی‌مایر به استودیوی خود، متروگلدوین‌مایر، با هدف شکست سینکلر در انتخابات، ساخت فیلم مستندی را درباره این رقابت سفارش و ترتیبی داد تا این فیلم در صدها سینما در سراسر این ایالت به نمایش درآید. این فیلم فقرایی را نشان می‌دهد - نقش آنان را هنرپیشه‌های حرفه‌ای بازی کردند - که در اوج دوران رکود بزرگ امریکا به کالیفرنیا می‌آیند تا از جنبش «فقر را در کالیفرنیا پایان دهید»، که سینکلر سردمدار آن بود، به نان و نوایی برسند. برخی از صحنه‌های فیلم از قطعاتی بود که استودیوی برادران وارنر ساخته بود. این استودیو نیز در پی آن بود که سینکلر را در این رقابت ناکام کند. در آن زمان که خبری از اینترنت و تلویزیون نبود، فیلم متروگلدوین‌مایر کاری کرد که در پی آن بود، با آنکه مریام، که عملاً فعالیت انتخاباتی چندانی نکرده بود، سینکلر را شکست داد. رونالد براونستین (Ronald Braunstein)، نویسنده روزنامه لس‌آنجلس تایمز، در کتاب خود به نام قدرت و زرق‌وبرق: رابطه هالیوود - واشنگتن که در سال ۱۹۹۱ منتشر کرد، نوشت: «رقابت فرمانداری کالیفرنیا در سال ۱۹۳۴ تمرین سیاست گول‌ها بود... سخت، عاقلانه، خودکامانه و مهم‌تر از همه اجباری بود». این سرآغاز حضور رؤسای استودیوها در جهان سیاست بود که دیگر هرگز از آن عقب ننشستند.

برخی دیگر از سلبریتی‌های هالیوود که با استفاده از شهرت خود به دنیای سیاست نزدیک شدند عبارت بودند از: «گاه‌گان داگلاس» هنرپیشه که در دهه ۱۹۴۰ به عضویت کنگره رسید؛ «اورسون ولز» که در سال ۱۹۴۸ در صدد

شرکت در انتخابات کنگره برآمد؛ «جورج مورفی» که توانست در سال ۱۹۶۴ در انتخابات سنا پیروز شود؛ اکنون نیز موفقیت‌های هنری «فرد تامپسون» باعث شده است تا گمانه‌هایی در مورد امکان نامزدی وی در انتخابات ریاست‌جمهوری مطرح شود (۱۳۸۶، همشهری آنلاین).

سلبریتی‌ها همچنین با حضور در جوار سیاسیون نیز به نحوی موجب جلب آرای مردمی می‌شوند. حضور سلبریتی‌ها در برنامه‌های انتخاباتی اوپاما، پیش از انتخاب در دور دوم ریاست‌جمهوری‌اش، از این دست است. در این انتخابات، بیل کلینتون، رئیس‌جمهور اسبق امریکا، در مراسمی همراه چند تن از ستاره‌های هالیوودی در ویرجینیا، از برنامه‌های اوپاما حمایت کرد. در این مراسم «دیو متیو»، خواننده مشهور امریکایی، کلینتون را همراهی می‌کرد و خواستار حمایت مردم این ایالت از اوپاما شد. گفته می‌شود سینماگران برای تبلیغات باراک اوپاما حدود ۳ میلیون دلار هزینه کردند. از مهم‌ترین حامیان سینمایی اوپاما می‌توان به «ویل اسمیت» و «اپرا وینفری» بازیگر و مجری سیاه‌پوست امریکایی اشاره کرد؛ همچنین، «جورج کلونی» نیز با جمع‌آوری ۱۵ میلیون دلار، از اوپاما در انتخابات حمایت کرده است (۱۳۹۴، آوا).^۵

در هند نیز تجربه‌هایی برای حضور سلبریتی‌ها در عرصه انتخابات وجود دارد. «آمیتاب باچان»، ستاره مشهور فیلم‌های بالیوود که بیش از سه و نیم میلیون هوادار در توئیتر دارد، در نظرسنجی سال ۱۹۹۹، ملقب به «بازیگر هزاره» شد و به «پدر سینمای هند» نیز مشهور گشت. او در سال ۱۹۸۴ با هدف حمایت از دوست خانوادگی و قدیمی خود، راجیو گاندی، وارد دنیای سیاست شد. در آن سال، او به موافقت با سیاست‌های گاندی پرداخت و با رأی بسیار بالایی برنده انتخابات پارلمان شد و با اکتساب ۶۸٫۲ درصد از آرا روی کرسی پارلمان نشست. باچان سه سال بعد استعفا داد، اما همسرش «جایا بهادری»، که او نیز از هنرپیشگان سرشناس سینمای هند است، فعالیت‌های سیاسی او را ادامه داد. جایا بهادری هم‌اکنون عضو یکی از احزاب سیاسی هند است (ویکی‌پدیا).^۶

۲.۳ حضور سلبریتی‌ها در انتخابات ایران

گذری بر تاریخ حکومت در ایران نشان می‌دهد که در اعصار متأخر، نشانه‌هایی از حضور مؤثر مشاهیر در مناصب حکومتی دیده می‌شود. صدارت قائم‌مقام

فراهانی در عصر قاجار، نمایندگی ملك الشعراى بهار در مجلس دوران مشروطه، حضور محمدعلی فروغی و پرویز ناتل خانلری در ارکان حكومت پهلوی و حضور علی موسوی گرمارودی در جمهوری اسلامی را می‌توان از آن جمله دانست. اما، باید توجه داشت که این مشاهیر را نمی‌توان با سلبریتی‌ها مرادف دانست، زیرا شخصیت‌های مذکور بیش از آنکه به واسطه قدرت رسانه‌ای معروفیت یافته و بدین واسطه به دنیای سیاست راه یافته باشند، به دلیل شخصیت اثرگذار خود مطرح بوده‌اند. اما در ایران کنونی، مدتی است که با وقوف به تأثیر حضور سلبریتی‌ها در آرای مردمی، حضور ستارگان، به‌ویژه ستارگان هنری و ورزشی، در عرصه انتخابات پررنگ‌تر شده است. نامزد شدن این چهره‌ها برای مناصب سیاسی واکنش برخی مسئولان را نیز برانگیخته و وادار به اظهار نظر کرده است،^۷ چراکه تصمیم‌گیری در سطوح مختلف سیاسی به تجربه، درایت و دانش‌هایی نیاز دارد که برخی از مشاهیر عرصه‌های هنری و ورزشی واجد آن نیستند و این مسئله ممکن است پیامدهای نامطلوبی را در عرصه‌های مدیریتی داشته باشد.

جدول ۲. سلبریتی‌های ایرانی فعال در عرصه سیاسی

| نام | منصب سیاسی | زمینه فعالیت |
|----------------|---|-------------------------------------|
| بهروز افخمی | نماینده مردم تهران در دوره ششم مجلس ششم شورای اسلامی | کارگردان سینما |
| سعید ابوطالب | نماینده مردم تهران در دوره ششم مجلس ششم شورای اسلامی | مستندساز |
| امیررضا خادم | نماینده مردم تهران در دوره هفتم مجلس شورای اسلامی | ورزشکار، کشتی‌گیر |
| علیرضا دهقان | نماینده مردم ایذه و باغملک در دوره هشتم مجلس شورای اسلامی | خبرنگار و مجری اخبار ورزشی تلویزیون |
| بیژن نوباوه | نماینده مردم تهران در دوره هشتم و نهم مجلس شورای اسلامی | خبرنگار و مجری برنامه‌های تلویزیونی |
| عباس مقتدایی | نماینده مردم اصفهان در نهمین دوره مجلس شورای اسلامی | مجری برنامه‌های تلویزیونی |
| محمدحسین حقیقی | نماینده اولین دوره شورای شهر تهران | کارگردان سینما |

| | | |
|---------------------|--|--------------------------|
| ورزشکار، تکواندوکار | نماینده سومین دوره شورای شهر تهران | هادی ساعی |
| ورزشکار، کشتی‌گیر | نماینده سومین و چهارمین دوره شورای شهر تهران | علیرضا دبیر |
| ورزشکار، وزنه‌بردار | نماینده چهارمین دوره شورای شهر تهران | حسین رضازاده |
| آهنگساز و خواننده | نماینده دوره چهارم شورای شهر تهران | سید عبدالحسین مختاباد |

«محمدحسین حقیقی» مستندساز در سال ۱۳۷۷ به نمایندگی اولین دوره شورای اسلامی شهر تهران رسید.

«بهروزافخمی» پیش از ورود به عرصه انتخابات، در کارنامه هنری خود کارگردانی فیلم‌ها و سریال‌های موفق مانند سریال تاریخی کوچک جنگلی، فیلم‌های سینمایی عروس، روز فرشته، روز شیطان، شوکران و فراموش‌خانه را داشت. وی توانست پس از حضور در ستاد تبلیغاتی سید محمد خاتمی، رئیس‌جمهور دولت هفتم و هشتم، و ساختن فیلم‌های تبلیغاتی وی (۱۳۹۴، دولت بهار)^۸، نامزد انتخابات مجلس شورای اسلامی گردد و کرسی نمایندگی مجلس ششم را به دست آورد.

«سعید ابوطالب» مستندسازی بود که پس از حمله آمریکا به عراق در رأس یک گروه فیلمبرداری به این کشور رفت و همراه یکی دیگر از اعضای گروه توسط نیروهای امریکایی بازداشت شد و حدود چهار ماه در زندان بود. پوشش پیوسته رسانه‌ای اخبار مربوط به این موضوع توسط رسانه‌های گوناگون، به‌ویژه صداوسیما به‌تدریج او را به شهرت رساند.

«سید عبدالحسین مختاباد»، آهنگساز و خواننده مشهور موسیقی سنتی ایران، با شرکت در انتخابات شورای اسلامی شهر تهران توانست در سمت عضو اصلی چهارمین دوره این شورا برگزیده شود. او بیشترین شهرت خود را با خواندن ترانه‌های تمنای وصال و شبانگهان (بازخوانی ترانه به خاطر تو) به دست آورد.

«علیرضا دهقان» مجری اخبار ورزشی بود که در سمت نماینده هشتمین دوره مجلس انتخاب شد.

«عباس مقتدایی خوراسگانی» نیز مجری برنامه‌های زنده تلویزیونی

هفتگی با نام «پاسخ» و «بازتاب» در شبکه اصفهان بوده است (۱۳۹۴). سایت شخصی^۹ که با شرکت در انتخابات توانست نمایندگی مردم اصفهان را در نهمین دوره مجلس به دست آورد.

«بیژن نوباوه»، نماینده مردم تهران در دوره هشتم و نهم مجلس، در دوران دفاع مقدس در زمینه تهیه مستند و گزارش‌ها و همچنین عکاسی بسیار فعال بود و از این رو چهره شناخته شده‌ای به شمار می‌رفت. او با اجرای برخی برنامه‌های سیاسی در تلویزیون و سپس فعالیت به عنوان خبرنگار واحد مرکزی خبر در امریکا به شهرت لازم برای شرکت در انتخابات رسید.

«امیررضا خادم» کشتی‌گیر سابق کشتی آزاد است. او توانست دو نشان برنز در المپیک ۱۹۹۲ بارسلونا و المپیک ۱۹۹۶ آتلانتا به دست آورد. خادم نخستین ورزشکار حرفه‌ای است که در سال ۱۳۸۲ نماینده مردم تهران در مجلس هفتم شد.

«هادی ساعی» با به دست آوردن دو مدال طلا و یک مدال برنز تکواندو، پرافتخارترین ورزشکار ایرانی در تاریخ بازی‌های المپیک در سال ۱۳۸۵، در سومین دوره انتخابات شورای شهر تهران در فهرست ائتلاف اصلاح‌طلبان قرار گرفت و به شورای شهر تهران راه یافت.

«حسین رضازاده»، عضو سابق تیم ملی وزنه‌برداری ایران، دارنده دو مدال طلای المپیک، نماینده چهارمین دوره شورای شهر تهران است.

«علیرضا دبیر»، کشتی‌گیر آزادکار ایرانی دارای نشان طلای المپیک سیدنی در سال ۲۰۰۰ و چندین مدال طلا و نقره جهانی دیگر، عضو دوره سوم شورای شهر تهران بوده و در انتخابات چهارمین دوره شورای شهر تهران هم به عنوان عضو شورا انتخاب شد.

«عباس جدیدی» کشتی‌گیر آزادکار سابق و مربی کنونی است. او یک مدال طلای قهرمانی جهان در سال ۱۹۹۸ و دو مدال برنز در سال‌های ۱۹۹۵ و ۱۹۹۹ در اختیار دارد. جدیدی در فینال المپیک ۱۹۹۶ آتلانتا، مدال نقره المپیک را به دست آورد. جدیدی در رقابت‌های جهانی تورنتو ۱۹۹۳ قهرمان جهان شد، اما به دلیل استفاده از داروی نیروزا مدال او پس گرفته شد. وی عضو چهارمین دوره شورای شهر تهران است و در انتخابات این دوره در فهرست زاگرسیان ایران اسلامی قرار داشت (۱۳۹۲، آفتاب).^{۱۰} وی در یک مصاحبه گفته است:

«اگر خدا بخواهد برای دوره بعد هم در شورای شهر تهران کاندیدا می‌شوم، اما برای مجلس شورای اسلامی فعلاً تصمیمی برای ورود ندارم» (۱۳۹۴، ایسنا).^{۱۱}



پوستر تبلیغاتی عباس جدیدی

۴. افزایش حضور سلبریتی‌های داوطلب در عرصه انتخابات

در چهارمین دوره شورای اسلامی شهر تهران، بیش از همه دوره‌های پیشین، شاهد تمایل سلبریتی‌های ایرانی برای حضور در انتخابات این شورا بوده‌ایم. «امید زندگانی»، بازیگر و مجری تلویزیونی، در گفت‌وگو با خبرنگار تلویزیون برنا گفته است: «وقتی به پیشنهاد یکی از اعضای شورای مصلحت نظام، به کاندیداتوری در شورای شهر ترغیب شدم، سعی کردم این موضوع را مورد بررسی قرار دهم و بعد از مدتی تصمیم گرفتم تا به عنوان کاندیدا در انتخابات شورای شهر شرکت کنم» (برنا، ۱۳۹۴).^{۱۲} «افسانه بایگان» نیز ضمن مصاحبه با خبرنگار «خبرگزاری مهر» اظهار کرد که از سوی «دفتر نهاد ریاست جمهوری» در انتخابات شوراها شرکت کرده است (۱۳۹۲، صراط).^{۱۳}

به هر روی و با هر انگیزه‌ای، حضور سلبریتی‌ها در دوره چهارم از انتخابات شورای شهر پرنرگ‌تر از دوره‌های پیشین بوده است. از جمله ثبت‌نام‌کنندگانی که نتوانستند در انتخابات شرکت کنند و یا به شورا راه‌یابند، می‌توان به سلبریتی‌هایی در زمینه‌های هنری ورزشی و رسانه‌ای اشاره داشت:

جدول ۳. هنرمندان و فعالان هنری

| | |
|------------------|--------------------|
| تهیه‌کننده سینما | حبیب‌الله کاسه‌ساز |
| بازیگر | امید زندگانی |

| | |
|----------------|---------------|
| امین زندگانی | بازیگر |
| افسانه بایگان | بازیگر |
| محمد سلوکی | مجری |
| دانیال عبادی | بازیگر |
| محمد رضا عیوضی | خواننده |
| الهه رضایی | مجری تلویزیون |

جدول ۴. ورزشکاران

| | |
|-----------------|------------|
| رسول خادم | کشتی‌گیر |
| آرش میراسماعیلی | جودوکار |
| یوسف کرمی | تکواندوکار |
| حمید استیلی | فوتبالیست |

پیش‌بینی می‌شود در دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی نیز شاهد حضور سلبریتی‌های عرصه‌های مختلف در انتخابات، چه در قالب نامزدی (کاندیداتوری) در انتخابات و چه در قالب حمایت از نامزد، حزب یا جناح خاصی در انتخابات باشیم. این نقش‌آفرینی به‌ویژه با توجه به گرایش‌های سیاسی گوناگون سلبریتی‌ها می‌تواند موجب هدایت آرای مردمی به‌خصوص در شهرهای بزرگ و نیز زادگاه این ستاره‌ها به سمت نامزدی خاص یا جریان سیاسی خاصی گردد. به نظر می‌رسد فرایند رسانه‌ای شدن هرچه بیشتر فضای جامعه ایران، که متأثر از افزایش اقبال به استفاده از گوشی‌های هوشمند همراه و شبکه‌های موبایلی است، و نیز روند اجتماعی شدن و سیاست‌زدایی در این فضا به تدریج به حضور پررنگ‌تر مشاهیر هنری و ورزشی و اقبال بیشتر به آنها و نقش‌آفرینی بیشتر آنها در انتخابات کمک خواهد کرد.

پی‌نوشت

1. <http://pagesix.com/2013/10/18/schwarzenegger-mounting-legal-challenge-to-run-for-president/>.
2. UN gives actor Clooney peace role. BBC.
3. <http://www.jamnews.ir/detail/News/506813>.
4. <http://www.hamshahrionline.ir/details/26668/cinema/worldcinema>.

به نقل از: www.politico.com، پیوند هالیوود و سیاست.

5. <http://avapress.com/vdciqqaw.t1azz2bcct.html>
6. https://fa.wikipedia.org/wiki/آمیتاب_باچان
۷. تمدن استاندار تهران گفت: برخی‌ها در جایگاهی که هستند مانند یک هنرمند، ورزشکار و یا استاد دانشگاه محبوب و مورد قبول جامعه هستند، اما معلوم نیست اگر کسی در پیچیدگی‌های کار جامعه قرار بگیرد، بتواند از پس آن مسئولیت به‌خوبی برآید. در:
<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=13920217000648>.
۸. گفتگو با بهروز افخمی؛ از نمایندگی در مجلس ششم تا زندگی در کانادا و سرانجام فیلم «روباه»، در:
<http://www.dolatabahar.com/view/39472/>.
9. <http://www.moghtadaie.com/Main/Biography.aspx?ID=2>.
۱۰. اصلاح‌طلبان و حامیان قالیباف شورای شهر تهران را در اختیار گرفتند، شکست مطلق دولتی‌ها، در:
<http://aftabnews.ir/fa/news/197683>.
۱۱. از خزانه تا بهشت با عباس جدیدی، در:
<http://www.isna.ir/fa/news/94052513530/>.
۱۲. بخش اخبار ۱۱۸۹۳۳/۶ کاندیداتوری هنرمندان حزبی جناحی، در:
<http://www.bornanews.ir/>.
۱۳. چرا کاندیداتوری هنرمندان در شورای شهر تجویز می‌شود، در:
<http://www.seratnews.ir/fa/news/110337/>.

منابع

- فدرستون، مایک (۱۳۸۶). «زندگی قهرمانی و زندگی روزمره»، ترجمه‌هاله لاجوردی، /رغنون، ش ۱۹: ۱۷۱.
- Leslie, L. Z. (2011). *Celebrity in the 21st Century: A Reference Handbook*, Santa Barbara, Calif: ABC-CLIO.