ZENDEGI-SALAM
ضمیمه روزنامه خراسان
چهارشنبه • ۵ آذر ۱۳۹۹
۹ ربیع الثانی ۱۴۴۲ • ۲۵ نوامبر ۲۰۲۰
شماره ۲۰۵۳۲
۱۷۵۲

بهترین زمان مراجعه به پزشک برای کرونا ۲
۷ نشانه قربانیان خشونت خانگی
به بهانه روز جهانی مبارزه با خشونت علیه زنان از علایم خانم‌هایی گفتیم که در معرض چنین مشکلی قرار می‌گیرند ۳
۸ رفتاری که آفت رسیدن به اهداف هستند ۳
شکار دوربین های مداربسته
مروری بر چند فیلم ترسناک و عجیب که دوربین‌های مداربسته ضبط کرده‌اند ۴

سلبریتی‌سازی به سبک سلبریتی‌ها

افراد معروف با کارهای معمولی مانند لباس پوشیدن، رفتن به دندان‌پزشکی یا عکس گرفتن‌شان هم افرادی را تبدیل به سلبریتی می‌کنند

محمدعلی محمدپور | روزنامه‌نگار

پرونده

واژه «سلبریتی» این روزها در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها، به یکی از پرکاربردترین کلمات و اصطلاحات تبدیل شده است. در تعریف امروزی، سلبریتی به کسی می‌گوییم که فرد مشهوری است و افراد زیادی او را می‌شناسند. این کلمه از سده پانزدهم و شانزدهم وجود داشته که ابتدا به معنای «مراسم رسمی» به کار می‌رفته و سپس به معنی «شرایط مشهور شدن» تغییر یافته است. از اواسط قرن نوزدهم این واژه به افراد مشهور اطلاق شده است. اکنون با گسترش ارتباطات و فضای مجازی، سلبریتی‌ها حتی امور روزانه معمولی‌شان هم حسابی در فضای مجازی دیده و خبرساز می‌شود. در همین زمینه سلبریتی‌ها با ارتباطات خودشان اقدام به تولید سلبریتی هم می‌کنند. اگر صفحه اینستاگرامی سلبریتی‌ها را دنبال کرده باشید با افرادی مواجه می‌شوید که در صفحه سلبریتی‌های مختلف عکس و اسم‌شان آورده می‌شود و به طور گسترده تبلیغ می‌شوند. مثلا عکس خانم دندان‌پزشکی که ایستاده و سلبریتی مدنظر در کنارش روی یونیت مطب نشسته و با دندان‌هایی سفید لبخند می‌زند، مسئول امنیت صفحه اینستاگرامی که در بیوی سلبریتی‌های مختلفی معرفی شده، آتلیه‌داری که سلبریتی‌ها برای عکاسی پیشش می‌روند یا بادیگاردی که کنار سلبریتی با کت‌وشلوار فیگور گرفته است، همه این افراد امروز در تعامل با هنرمندان و افراد معروف ضمن درآمدزایی، خود تبدیل به فرد مشهوری در فضای مجازی می‌شوند. صفحات شخصی یا کاری این افراد هم به واسطه تگ و معرفی شدن در صفحات سلبریتی‌ها، از چند صد هزار دنبال کننده فراتر می‌رود. حتی پای بعضی‌شان به سینما و بازیگری یا خوانندگی هم باز می‌شود. به این پدیده می‌توان سلبریتی‌سازی از درون جامعه سلبریتی‌ها اطلاق کرد. در پرونده امروز به چند نفر که به همین روش حسابی معروف شده‌اند، می‌پردازیم و کمی بیشتر با آن‌ها آشنا خواهیم شد.

ژست‌های مانکن‌گونه کنار دندان‌های درخشان

مطبش بیشتر از یک محیط پزشکی به آتلیه عکاسی می‌ماند! آتلیه‌ای که بارها و بارها و بیشتر از هر مطب دیگری بین صفحات مختلف مجازی گشته و لایک شده است. لباس‌هایی که خانم دکتر پای یونیت پوشیده، هیچ شباهتی به لباس دندان‌پزشک‌ها ندارد. بیشتر به این می‌ماند که خانم دکتر برای جلد یک مجله مد عکس می‌اندازد. سخت می‌شود باور کرد او دندان‌پزشکی باشد که تا همین چند دقیقه پیش میان سروصداهای وسایل دندان‌پزشکی بین خون و بزاق مشغول عملیات پزشکی بوده است. رها رادفر، متولد ۳ خرداد ۵۲ در تهران است. مطبش در زعفرانیه تهران واقع است. این روزها آن‌قدر بین هنرمندان، ورزشکاران و سایر افراد مشهور محبوب شده که در بعضی رسانه‌ها آمده که جز سلبریتی‌ها را پذیرش نمی‌کند. شاید بهتر است بگوییم حالا به برندی تبدیل شده که فقط افراد باتوانایی مالی خاصی می‌توانند به او مراجعه کنند و البته او از افراد مشهور مجازی پذیرایی ویژه‌تری هم دارد. خانم دکتر، مدرک دکترای دندان پزشکی دارد، ازدواج کرده و دو فرزند دارد. از هنرمندان مشهوری که با او در فضای مجازی عکس منتشر کرده‌اند می‌توان به پژمان بازغی، کریم باقری، حمید هیراد، داریوش فرهنگ، علی انصاریان، مریم کاویانی و برزو ارجمند اشاره کرد. خودش می‌گوید پیش از اینستاگرام هم پذیرای افراد مشهور بوده و اولین فرد معروفی که به مطبش مراجعه کرده محمد خاکپور، فوتبالیست سابق کشورمان بوده است. یکی از فامیل‌هایشان فوتبالیست بوده و از این طریق فوتبالیست‌های بیشتری به او مراجعه کرده‌اند و همین مسئله زمینه‌ساز حضور سایر سلبریتی‌ها در مطب او شده است. صفحه اینستاگرامی او هم اکنون ۷۰۱ هزار دنبال کننده دارد. البته خانم رادفر در این زمینه تنها نیست و دکترهای دیگری هم هستند که سر از صفحات مجازی درآورده‌اند. از جمله دکتر امین چلبیانلو که او هم دندان‌پزشک است و عکس‌هایش با افرادی مانند لیلا بلوکات، مجید صالحی و امیر جعفری پای یونیت مطبش بارها در فضای مجازی لایک خورده و دیده شده است.

نمایشِ مهم بودن با آدم‌های تنومند

حالا دیگر مشاهده افراد کت‌وشلواری تنومندی که در جلسات رونمایی فیلم‌ها، جشن‌ها، جشنواره‌ها، کنسرت‌ها و ... در کنار سلبریتی‌ها حضور دارند، تصویر غریبی نیست. در حالی که اگر به یک دهه قبل‌تر برگردیم چنین چیزی متداول نبوده است. پیش از این، عمدتا بادیگاردها را کنار چهره‌های معروف سیاسی می‌دیدیم. شاید ظهور بادیگارد برای سلبریتی‌ها را بتوانیم به اوایل دهه ۹۰ نسبت دهیم که با پهن شدن فرش قرمز در مراسم سینمایی، به‌تدریج شاهد این اتفاق بودیم. بادیگاردهایی که بیشتر بازیگر یک نمایش قدرت‌نمایی به‌نظر می‌رسند تا محافظان واقعی از خطرات و حوادث احتمالی. آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی صفحه دارند و عکس‌های خودشان با هنرمندان را به اشتراک می‌گذارند. یکی از بادیگاردهایی که تا کنون با سلبریتی‌های زیادی همراه بوده، سعید ملکی است. او در اینستاگرام حدود یک و نیم میلیون دنبال کننده دارد و به عنوان بادیگارد افراد مختلفی در محافل و مراسم مختلف حضور یافته است. ورزشکار است و حداقل در چهار رشته ورزشی بوکس، دفاع شخصی، بدنسازی و کشتی فعالیت دارد. هیکل تنومندی دارد، یک متر و ۹۷ سانتی متر قد و ۱۱۰ کیلووزن. ملکی ۴-۵ سالی می‌شود که در حرفه محافظت شخصی مشغول است. او گروهی را اداره می‌کند که به عنوان تشریفات به افراد مشهور خدمات می‌دهند. ملکی تا کنون با دیگارد شخصیت‌های بسیاری همچون محمدرضا گلزار، سحر قریشی، امیر قلعه‌نویی، محسن ابراهیم‌زاده و ... بوده است. این بادیگارد مشهور درباره شرایط شغلی خودش در گفت‌وگو با یکی از رسانه‌ها می‌گوید: «ما سلاحی با خودمان حمل نمی‌کنیم. در بحث هنرمندان بیشتر جنبه تشریفاتی دارد و این که در مواقع شلوغی به آن سلبریتی برای حرکت کردن بین جمعیت کمک کنیم. معمولا برای هنرمندان بحث سوءقصد وجود ندارد. برای همین کار خطرناکی به حساب نمی‌آید اما شلوغی‌های خاص خودش را دارد» (منبع: خبر آنلاین).

آرایش و تبلیغات غلیظ

این یکی به طور معمول در صفحات مجازی خانم‌های بازیگر به شکل فراوان دیده می‌شود. خانم‌های بازیگری که میلیون‌ها نفر از طریق صفحات مجازی از یک آرایشگاه رفتن ساده‌شان باخبر می‌شوند. آن‌ها پس از این که توسط آرایشگر مدنظر به شکل و شمایل مورد پسند رسیدند، به جای پرداخت دستمزد، کافی است یک عکس با آرایشگر خودشان توی آینه بگیرند و با انتشار عکس در صفحه میلیونی یا چند صدهزار نفره‌شان و تگ کردن صفحه آرایشگر یا آرایشگاه برای آن‌ها تبلیغ خوبی انجام دهند. در واقع این یک بده‌بستان دوجانبه است هم سلبریتی به ظاهر مدنظر خودش می‌رسد و هم آن مرکز زیبایی یک مدل معروف دارد که می‌تواند به مشتریانش عرضه کند و ضمنا مشتری‌هایی را که از طریق صفحه مجازی سلبریتی به سراغش می‌آیند، جذب کند. مریم رهنما یکی از آرایشگران فعال در فضای مجازی است که حدود ۴۹۸ هزار دنبال کننده دارد و در صفحه‌اش عکس افراد مختلفی مانند الهام حمیدی، بهاره رهنما، نیوشا ضیغمی و ... به چشم می‌خورد. او به اندازه‌ای خودش تبدیل به سلبریتی شده که امیر تشکر را برای امنیت صفحه‌اش به استخدام درآورده است. دیگر آرایشگر معروف سلبریتی‌ها، شیرین مقدم است که یک سالن زیبایی دارد و توسط سلبریتی‌های مختلف در شبکه‌های اجتماعی تبلیغ شده است. این خانم آرایشگر ۳۴۲ هزار دنبال کننده در صفحه اینستاگرام خودش دارد.

شاترهای سلبریتی‌ساز

افراد مشهور از گذشته تا به امروز همواره سوژه‌های خوبی برای ثبت در دوربین‌ها بوده‌اند. امروزه گسترش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی باعث شده، این افراد بیشتر از گذشته مورد توجه باشند و برای باقی ماندن بر سر زبان‌ها و جلوی چشم‌ها به دنبال ثبت عکس‌های بیشتری از خود باشند. به همین دلیل اصولا سلبریتی‌ها نیاز زیادی به عکاس‌ها دارند و بر همین اساس، رابطه خوبی با عکاس‌های خاصی پیدا می‌کنند به گونه‌ای که بعضی اختصاصی به آتلیه‌های ویژه‌ای رفت‌وآمد دارند. در این میان بعضی عکاسان به‌دلیل همین روابط‌شان با افراد مشهور، خودتبدیل به یک سلبریتی می‌شوند. در واقع سلبریتی‌ها به آتلیه آن‌ها می‌روند، عکس می‌اندازند و با انتشار عکس‌ها در صفحات مجازی خودشان برای فرد آتلیه‌دار و عکاس هم تبلیغ می‌کنند. حانیه زاهد عکاسی است که از طریق همین عکس گرفتن‌هایش از سلبریتی‌ها، خودش امروز به یک سلبریتی تبدیل شده است. او هم اکنون در اینستاگرام ۲۱۸ هزار دنبال کننده دارد. به‌واسطه همین روابط، امروز او فرصت‌های شغلی و درآمدی زیادی در اختیار دارد و این فرصت‌ها را به واسطه همین معروف شدن از آن خود کرده است. این در شرایطی است که عکاسان دیگری هم در زمینه عکاسی فعالیت دارند که ممکن است عکاسان بهتری از او باشند اما به واسطه نداشتن این روابط و شناخته نشدن، فرصت‌های شغلی امثال زاهد را ندارند.

حلالان مسئله «چی بپوشم؟»

یکی دیگر از دغدغه‌های سلبریتی‌ها و مشاهیر برای حاضر شدن مقابل دوربین‌ها و انظار عمومی، انتخاب لباس و نوع پوشش است. در سال‌های اخیر، لباس پوشیدن عجیب و غریب سلبریتی‌ها هنگام حضور در محافل و جشن‌ها حسابی خبرساز شده و سوژه فضای مجازی بوده است. لباس‌هایی که با همه عجیب و غریب بودن‌شان طراحانی دارند که احتمالا ساعت‌ها برای دوخت و هماهنگ کردن آن‌ها زحمت کشیده و وقت گذاشته‌اند. در این خصوص چه خانم‌ها و چه آقایان بازیگر پس از انتشار عکس‌شان از طراح لباس خودشان که عموما با اصطلاح استایلیست از آن‌ها نام برده می‌شود، تشکر می‌کنند. خانم آنا ثانی یکی از این طراحان لباس است که لباس سلبریتی‌های زیادی را طراحی کرده است. در صفحه مجازی این طراح لباس که ۱۸۳ هزار دنبال کننده دارد از بازیگرانی همچون مریلا زارعی، آزاده صمدی و مهتاب کرامتی عکس‌هایی وجود دارد که طراحی لباس‌شان بر عهده خانم ثانی بوده است. این طراح لباس ۳۸ ساله که در طراحی لباس فیلم‌های «بادیگارد» و «سینما نیمکت» هم نقش داشته است، درباره نحوه طراحی کردن لباس بازیگران در گفت‌وگویی مطرح کرده: «این‌طور نیست که بگوییم برای همه دوستان طراحی شده است. برای برخی منحصرا طراحی می‌شود، برخی هم از روی رگال انتخاب می‌کنند. برخی هم طی می‌کنند که از طرح لباس‌شان نمونه دیگری نزنیم. برای برخی هم مهم نیست». او که مراجعان زیادی بین سلبریتی‌ها دارد، درباره نحوه درآمدزایی‌اش از این کار می‌گوید: «قیمت لباس‌های من از ۶۰۰ هزار تومان شروع می‌شود و تا یک میلیون و ۷۰۰ هزار تومان ادامه پیدا می‌کند. اگر پروسه کار سخت‌تر شود این ارقام بیشتر می‌شود اما کسی به این فکر نمی‌کند که نهایتا فقط ۲۵ درصد این فروش سود است» (منبع: مهر).

درآمدزایی زیرکانه اینستاگرامی از ناآگاهی سلبریتی‌ها

بعد از انتشار خبر هک شدن صفحه چند تن از سلبریتی‌ها، شاهد اضافه شدن عبارتی به بیوی بعضی صفحات سلبریتی‌ها بودیم با عنوان «مسئول امنیت صفحه». کسی که قرار است آن صفحه مجازی را در مقابل خطرات ناشی از هک شدن مصون کند. مثلا اگر به صفحات بعضی سلبریتی‌ها سری بزنید نام اشخاصی را مشاهده می‌کنید که به عنوان مسئول امنیت صفحه یا حتی مذاکره‌کنندگان دریافت تیک آبی معرفی شده‌اند. سوالی که پیش می‌آید این است که واقعا یک صفحه برای امنیت داشتن، نیاز به مامور امنیت صفحه دارد؟ آیا سلبریتی‌ها برای گرفتن تیک آبی نیاز به مذاکره‌کننده دارند؟ حقیقت این است که در هیچ کجای دنیا سلبریتی‌ها اجازه دسترسی فردی را برای برقراری امنیت صفحه خودشان نمی‌دهند. در واقع افرادی که با عنوان مسئول امنیت صفحه فعالیت می‌کنند هیچ کار خاص یا ویژه‌ای نمی‌کنند. درباره ایمنی صفحه تنها کاری که می‌کنند استفاده از امکانات امنیتی موجود در اینستاگرام است که برای همه کاربران قابل دسترسی است و سلبریتی‌ها به خاطر ناآگاهی یا حوصله نداشتن برای یادگیری‌شان این کار را به این افراد می‌سپارند. این افراد برای برقراری امنیت، ایمیلی را که فقط خودشان به آن دسترسی دارند، وارد اکانت می‌کنند، یک رمز عبور قوی روی آن می‌گذارند، تایید دو مرحله‌ای اکانت را فعال و برای همین کار ساده، مبالغ هنگفتی دریافت می‌کنند. جالب است همین افراد مثلا شب‌ها استوری می‌گذارند با این عنوان که موقعی که شما خواب هستید ما مراقب صفحه‌تان هستیم! البته جالب‌ترین قسمت ماجرا هک شدن مشتری است که ادعا شده است این کار را برخی از همین ماموران امنیت صفحه انجام می‌دهند. این افراد هر چند وقت یک‌بار در یک نیمه‌شب که سلبریتی در خواب خوش به سر می‌برد، تمام پست‌ها را آرشیو می‌کنند، بعد پروفایل حساب را تغییر می‌دهند و در بیو جمله‌ای که نشان هک شدن باشد، قرار می‌دهند. سپس منتظر می‌مانند سلبریتی از خواب بیدار و متوجه موضوع شود. وقتی صاحب صفحه تماس گرفت، آن‌ها مانند یک سوپرمن وارد کار می‌شوند و دوباره وضعیت را به شکل سابق خودش برمی‌گردانند و احتمالا باز پولی از ناآگاهی سلبریتی دریافت می‌کنند. ادعاهایی که این افراد درباره مذاکره برای گرفتن تیک آبی می‌کنند هم بی‌اساس است. هر فردی می‌تواند باوارد کردن اطلاعاتش و گذراندن مراحلی، تاییدلازم را از اینستاگرام بگیرد و تیک آبی را دریافت کند. فقط کافی است کمی زبان انگلیسی‌اش خوب باشد و برای این موضوع وقت بگذارد.