

Pathology of Celebrity Culture from the Perspective of the Holy Quran

Mohammad mirii, Member of the Danish Gah Scientific Committee of Tehran, Danish Gah, Knowledge and Islamic Language. Email: m.miri57@ut.ac.ir

Abstract

The Holy Qur'an is an eternal and ever-new truth. So, by keeping the rules and regulations of interpretation, it is possible to seek from it the necessary guidance appropriate to every period and time. For this purpose, using the grounded theory to analyzing the content and in the framework of modern interpretation, this research has referred to the Qur'an to deal with the pathology of celebrity culture, based on the verses of the Holy Qur'an. The result of this study is that five serious harms from celebrities threaten the society: Some celebrities play a role in creating and spreading kinds of material and spiritual corruption on the earth. On the other hand, some of them, just as celebrities themselves have been misled and deceived, seek to mislead and deceive others. Also, they are considered the creators of various unfortunate scenes of "spreading prostitution" in the world. The harm of luxury and aristocratic life is another threat that some celebrities have brought to the society. And finally, the conflict and duality of celebrity culture with the culture of divine guidance has led to the point where some celebrities ridicule the religious foundations and divine beliefs of the society. It should also be noted that today's sociological studies have also paid attention to all these harms.

Keywords

Modern interpretation of Quran, Celebrity, Social Harm

آسیب شناسی فرهنگ شهرت و سلبریتی از نگاه قرآن کریم

محمد میری^۱

چکیده

قرآن کریم، حقیقتی جاوید و همیشه تازه دارد و با حفظ قواعد و ضوابط تفسیری، می‌توان راهنمایی‌ها و هدایت‌های لازم در هر دوره و زمانه‌ای را متناسب با همان دوره و زمانه از آن جویا شد. پژوهش پیشرو بدین منظور، به روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد و در چارچوب تفسیر عصری، به قرآن مراجعه داشته تا به آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی، بر پایه آیات قرآن کریم بپردازد. نتیجه این مطالعه حاکی از آن است که پنج آسیب جدی از ناحیه سلبریتی‌ها جامعه را تهدید می‌کند: برخی از سلبریتی‌ها در ایجاد و گسترش انواع فسادهای مادی و معنوی بر روی زمین، ایفای نقش می‌کنند. از سوی دیگر، برخی از آن‌ها همان‌گونه که خود، گمراه و فریفته‌اند، به دنبال گمراه کردن و فریفتن دیگران نیز هستند. همچنین آن‌ها خالق پرده‌های تأسف بار و گوناگونی از «اشاعه فحشا» در عالم به شمار می‌آیند. آسیب تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری نیز از دیگر تهدیدهایی است که برخی سلبریتی‌ها برای جامعه به بار آورده‌اند و بالأخره تهافت و دوگانگی فرهنگ سلبریتی با فرهنگ هدایت الهی، کار را به آنجا کشانده که برخی سلبریتی‌ها مبانی دینی و اعتقادات الهی جامعه را به ریشخند می‌گیرند. به این نکته نیز باید توجه داشت که مطالعات امروزی جامعه‌شناسی نیز به گونه‌ای، به همه این آسیب‌ها توجه و اشاره داشته است.

واژگان کلیدی

آسیب اجتماعی، تفسیر عصری، سلبریتی، فرهنگ شهرت.

مقدمه

امام صادق علیه السلام فرمودند: «قرآن همچون خورشید و ماه در تمامی دوران در چرخ گردون، جاری است» (بحرانی، ۱۴۱۵، ج ۱: ۴۶). تحولات فزاینده جامعه به گونه‌ای است که هر روز نیازهای معرفتی جدیدی از آن سر برمی‌آورد و هیچ پرسش تازه و یا شبهه نوپدید پیرامون بخش‌های گوناگون سبک زندگی الهی و دینی بشر نبوده، نیست و نخواهد بود؛ مگر آنکه پاسخ روشن آن را می‌توان در قرآن کریم پیدا کرد؛ چنانکه امام صادق علیه السلام فرمودند: «خداوند قرآن را مخصوص زمانی خاص و مردمانی خاص قرار نداده است و به همین جهت است که تا روز قیامت، قرآن کریم برای هر جمعیت و گروهی، نو و تازه است» (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۱۷: ۲۱۳).

از دیگر سو، امروزه اینترنت زندگی ما را دگرگون کرده و جهان‌شناختی نویی پیشروی بشر قرار داده است (Sabzali & el, 2022). این وضعیت در فرهنگ شهرت، چشم‌گیرتر بوده و فرهنگ شهرت در کشورهای ما ابعاد شگفت‌انگیزی پیدا کرده و هر روز میدان همگانی نو، به دست سلبریتی‌ها می‌افتد. شهرت بر گفتمان رسانه‌ها، در همه حوزه‌های زندگی از ورزش و سیاست گرفته تا هنر و محیط زیست چیره شده است. مجلات و وبسایت‌های متمرکز بر اخبار و شایعات سلبریتی‌ها، مانند قارچ در همه‌جا سبز شده‌اند. ستون‌هایی از روزنامه‌ها به این افراد اختصاص یافته و سریال‌های تلویزیونی و سلبریتی‌های حاضر در آن‌ها، در مطبوعات جنجالی، تیتیر شماره یک هستند. امروزه شهرت را نمی‌توان جنبه‌ای ساده از فرهنگ مردم‌پسند دانست؛ بلکه شهرت بخشی از «دی‌ان‌ای» فرهنگ مردم‌پسند است؛ حتی اگر علاقه‌چندانی به سلبریتی‌ها نداشته باشیم، باز آن‌ها را می‌شناسیم. در واقع، ما فقط سلبریتی‌ها را نمی‌شناسیم؛ حتی ممکن است به نحوی در مورد آن‌ها نگر داشته باشیم (شاه قاسمی، ۱۴۰۱)؛ بنابراین یکی از آسیب‌های نسبتاً نوپدید در جامعه امروزی ما (البته به گونه‌ای، در همه دنیا) مسئله «سلبریتی‌زدگی» است. سلبریتی (همان چهره یا ستاره) به شخصی گفته می‌شود که معمولاً در زمینه‌هایی مانند فیلم و رسانه، موسیقی، ورزش، ادبیات و... در یک جامعه یا فرهنگ عامه، سرشناس و مشهور باشد. چنین شخصی به راحتی از طریق مردم به‌ویژه قشر جوان به‌عنوان الگو و ستاره، شناسایی و به رسمیت شناخته می‌شود. برخی سلبریتی‌ها که عمدتاً همه‌وجه و شهرت خود را از توجه مردم به دست آورده‌اند، علیه مصالح عمومی همین مردم و در جهت برهم‌زدن سبک زندگی آن‌ها در بخش‌های گوناگون قدم برمی‌دارند و دانسته یا نادانسته موجبات انحراف

بدنه جامعه از فرهنگ، سنت و باورها و اعتقادات دینی برحق، به سمت سبک زندگی شیطانی و شهوانی فراهم می‌آورند (البته یک سلبریتی می‌تواند اثرگذاری مثبت هم داشته باشد که پرداختن به این مطلب از موضوع محوری این مقاله که سمت و سوی آسیب‌شناسانه دارد، خارج است).^۱

ممکن است برخی چنین تصور کنند چون قرآن هزار و چهارصد سال پیش نازل شده است در خصوص این معضل نوپدید، سخن خاصی ندارد؛ اما همان‌طور که گذشت، قرآن برای هر مسئله‌ای در هر دوره و زمانه‌ای، سفارش و راهکارهایی دارد. به‌همین سبب، قصد داریم تا در این نوشتار، نگاه خداوند متعال به این پدیده را جویا شویم؛ زیرا مطالعه ابعاد شهرت در جامعه ایرانی، نیازی است که تاکنون به خوبی به آن پرداخته نشده است و به‌صورت خاص، پژوهش‌هایی که رویکرد اسلامی دارند، به ندرت روی این میدان انجام شده‌اند.

روش تحقیق

این پژوهش در چارچوب اصلی خود، یعنی در استخراج، تحلیل و تفسیر آیات مرتبط با تعریف و آسیب‌های سلبریتی، از روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد^۲ بهره برده است. برای این منظور، آیات قرآن مورد بررسی قرار گرفته و همچنین مواردی به‌نحوی که ارتباط مستقیم با شخصیت‌شناسی و یا آسیب‌شناسی سلبریتی‌ها داشت، شناسایی و در نرم‌افزار مکس کیودا (MAXQDA) جمع‌آوری و کدگذاری شد. این آیات به روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد، طی چند مرحله، کدگذاری شده و در نهایت، مهم‌ترین مؤلفه‌ها و عناصری که در هویت، شخصیت‌شناسی و همچنین آسیب‌شناسی سلبریتی‌ها از جانب خداوند بر آن‌ها تأکید شده است، مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. «کدگذاری»^۴ فرایندی تحلیلی است که طی آن داده‌ها، مفهوم‌گذاری می‌شوند و به

۱. در اینجا تذکر و تأکید بر این نکته ضروری است که سلبریتی به معنای کسی که به نوعی، الگوی دیگر افراد جامعه قرار گرفته است همیشه الزاماً با کارکرد منفی همراه نیست؛ بلکه در صورت مدیریت درست شرایط، تأثیرگذاری مثبت سلبریتی‌ها هم، دور از انتظار و منفی نیست. البته بررسی تأثیر مثبتی که این قشر می‌توانند بر جامعه داشته باشند، مجال دیگری را می‌طلبد و از حوزه این پژوهش، خارج است. در این موضوع، دکتر هادی خانیکی، مدیر گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی و همچنین دکتر حسین میرزائی استادیار رشته مطالعات فرهنگی دانشگاه علامه طباطبائی نقطه نظراتی را در رسانه تحلیلی دانشگاه علامه طباطبائی بیان داشته‌اند (ر.ک: <https://atna.atu.ac.ir>).

2. Grounded Theory

۳. کارکردهای مثبت روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد در تفسیر قرآن کریم در مقاله «ارزیابی روش شناختی سبک تفسیر موضوعی داده‌بنیاد» نوشته محسن قمرزاده به خوبی تبیین شده است.

4. Coding

هم می‌پیوندند تا در یک‌روند منطقی و منسجم، هرکدام، بخشی از جوانب نظریه را در چارچوب روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد شکل دهند (اشتراوس، آنسلم و جولیت کریبن، ۱۳۹۸: ۱۷).

کدگذاری در نظریه داده‌بنیاد سه مرحله دارد^۱:

۱. کدگذاری باز:

کدگذاری باز قصد دارد تا داده‌ها را در قالب مفاهیم درآورد. به‌همین منظور، ابتدا داده‌ها از هم مجزا می‌شوند. عبارت‌ها براساس واحدهای معنایی دسته‌بندی می‌شوند تا تعلیقات، تحلیل‌ها و مفاهیم به آن‌ها ضمیمه شود. در این مرحله به هر یک از مفاهیم دارای اهمیت، عنوان و برجستگی داده می‌شود. این عنوان که اصطلاحاً به آن «کد» می‌گویند، باید گویای محتوای داده باشد و محقق را به مفهوم داده منتقل کند (فیلیک، ۱۳۸۷: ۳۳۰؛ میلز و هوبرمن، ۲۰۰۲: ۵۱). برای انجام کدگذاری، باز سطر به سطر متن مورد پژوهش، تحلیل می‌شود؛ یعنی با بررسی دقیق و از نزدیک، داده‌ها جمله به جمله و گاه، کلمه به کلمه متن، به‌مثابه یک واحد دارای اهمیت، کدگذاری می‌شود. تحلیل سطر به سطر به‌خصوص در آغاز پژوهش اهمیت دارد؛ زیرا تحلیل‌گر را به تولید سریع مقوله‌ها و پرورش آن‌ها توانا می‌سازد (اشتراوس و کریبن، ۱۳۹۸: ۱۹۶). بدون این نخستین گام تحلیلی، مابقی تحلیل و ارتباطی که پس از آن برقرار می‌شود، نمی‌تواند رخ دهد.

۲. کدگذاری محوری:

فرایند مرتبط کردن مقوله‌ها به مقوله‌های فرعی، «کدگذاری محوری» نامیده می‌شود. این فرایند، مقوله‌ها را در سطح ویژگی‌ها و ابعاد مشترک به یکدیگر مرتبط می‌کند. «کدگذاری محوری» عمل مرتبط کردن مقوله‌ها با زیرمقوله‌ها در راستای ویژگی‌ها و ابعاد بوده و به چگونگی تلاقی مقوله‌ها با یکدیگر و به نحوه اتصال آن‌ها نظر دارد (اشتراوس و کریبن، ۱۳۹۸: ۲۰۰-۲۰۲).

۳. کدگذاری گزینشی:

پس از دستیابی به یک تحلیل جامع و عمیق، همین‌که ما خود را به یک اندیشه مرکزی پایبند کردیم، مقوله‌های اصلی برآمده از «کدگذاری گزینشی» به دست می‌آیند. پس کدگذاری گزینشی فرایند یکپارچه‌سازی و پالایش نظریه است. در یکپارچه‌سازی، مقوله‌ها در حول یک مفهوم اصلی و مرکزی که قدرت توضیح‌دهندگی دارند، مرتب

۱. آقایان امیرحمزه و همکاران در مقاله‌ای که برای تبیین کارکردها و روش‌شناسی نظریه داده‌بنیاد برای تحقیقات اسلامی نوشته‌اند. این مراحل را به خوبی و به شکل مستند، توضیح داده‌اند (ر.ک: امیرحمزه و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳-۱۵).

می‌شوند. مراحل از یکپارچه‌سازی، به تدریج و از نخستین گام‌های تحلیل روی می‌دهد و اغلب تا آخرین مراحل تهیه نوشته نهایی نیز ادامه یافته و به کمال خود می‌رسد (اشتراوس و کریبن، ۱۳۹۸: ۲۵۹).

از سوی دیگر روشن است، هرگونه تحلیل و بررسی آیات قرآن، مبتنی بر گونه‌ای از تفسیر آن است؛ البته تفسیر قرآن کریم نیز، روش‌های گوناگونی دارد که هرکدام از آن‌ها کارایی متفاوت و مناسب خود را شامل می‌شود. در این پژوهش، به اقتضای موضوع خاص خود و به تناسب نوپدید بودن مسئله فرهنگ سلبریتی، از روش «تفسیر عصری» استفاده شده است.

تفسیر عصری و روزآمد به دنبال آن است، متناسب با نیازهای روز، چهره‌ای نو و حقیقتی جدید از حقایق بی‌انتهای قرآن استنباط نماید. آنچه در تفسیر عصری مهم است، اینکه مفسر با رعایت ضوابط، اصول تفسیر، بدون هیچ افراط و تفریطی و بدون هیچ تأویل، تحمیل و تحریفی، دیدگاه‌های اصیل قرآن را نسبت به تحولات روز و دگرگونی‌های نوپدید اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، تبیین کند تا از این رهگذر، نیازهای عصر، ارزش‌ها، بایدها و نبایدهای جامعه کنونی اسلامی در سایه بیانات قرآنی روشن گردد. در این صورت، تفسیر به گونه‌ای شایسته، عصری و روزآمد شده و مفاهیم و آموزه‌های به‌روز، قرآن را آن‌گونه که هست عرضه می‌کند (معرفت، ۱۳۷۹، ج ۲: ۴۵۹-۴۸۱).

در این روش تفسیری که گونه‌ای از تفسیر موضوعی است، مفسر پرسش و مسئله را از متن جامعه دریافت می‌کند و سپس پاسخ آن را از قرآن می‌جوید؛ با این باور که قرآن، همواره پاسخگوی نیازهای روز «و شفاء لما فی الصدور» (یونس/۵۷) است و در واقع، با الهام گرفتن از نیازهای روز متن جامعه، با قرآن به گفتگو می‌نشیند و پاسخ را از قرآن می‌خواهد؛ چنانکه امیر مؤمنان علیه السلام می‌فرماید: «ذلک القرآن فاستنطقوه و لن ینطق؛ و لکن أخبرکم عنه: ألا ان فیہ علم ما یأتی و الحدیث عن الماضی و دواء دایم و نظم ما بینکم» (شریف الرضی، ۱۴۱۴، خطبه ۱۵۸)؛ یعنی: «این قرآن است که در دسترس شماست؛ او را به سخن آورید؛ او خود سخن نمی‌گوید. همانا به شما خبر می‌دهم که در قرآن، دانستنی‌ها برای آینده، فراوان است و از گذشته نیز تجربه‌ها می‌آموزد؛ درمان دردهای شما همواره در آن موجود و راه به هم پیوستن گسسته‌ها در آن مشهود است». امام علی علیه السلام در این حدیث شریف توضیح داده‌اند که چگونه قرآن، روزآمد و پاسخگوی تمامی نیازها و برای همیشه است (صدر، بی‌تا): ۱۹-۲۳؛ (معرفت، ۱۳۷۹، ج ۲: ۵۲۷-۵۲۸).

خلاصه کلام آنکه: در این پژوهش، ابتدا به روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد، آیات مرتبط با شخصیت‌شناسی و آسیب‌شناسی سلبریتی‌ها در قرآن کریم استخراج و کدگذاری شده و سپس با نگاه و اتکا به تفاسیر، به روش تفسیر عصری، نخست نکات مؤثر در تعریف سلبریتی از نگاه قرآن، مورد تحلیل قرار گرفته و سپس آسیب‌های فرهنگ سلبریتی برای جامعه، مورد بررسی قرار گرفته است؛ بنابراین پژوهش پیشرو در چارچوب اصلی خود، یعنی در استخراج داده‌ها از قرآن، از روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد بهره برده و در توضیح و تبیین آیات از روش تفسیر عصری کمک می‌گیرد. چنانکه گذشت، جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش داده‌بنیاد از نرم افزار (MAXQDA) استفاده شد و نمونه‌ای از خروجی این نرم افزار در داده‌های این پژوهش، قابل مشاهده است.

| Segment | کد آزاد | کد محوری | کد گزینشی | Beginning | Other codes assigned to segment |
|--|--|-------------------|--------------------------|-----------|---|
| وَقَالُوا رَبَّنَا إِنَّا أَطَعْنَا سَادَتَنَا وَكِبْرَاءَنَا فَأَضَلُّونَا السَّبِيلَا (احزاب/۶۷) | هواداران از سلبریتی‌ها به خاطر گمراه‌کننده بودنشان شکایت می‌کنند | آسیب گمراه‌کنندگی | آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی | ۴ | هویت سیادت رابطه سلبریتی و سلبریتی‌زده‌ها وضع سلبریتی در قیامت |
| وَقَالَ مُوسَى رَبَّنَا إِنَّكَ آتَيْتَ فِرْعَوْنَ وَمَلَأَهُ زِينَةً وَأَمْوَالًا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا رَبَّنَا لِيُضِلُّوا عَنْ سَبِيلِكَ (يونس/۸۸) | حضرت موسی از گمراه‌کننده بودن ملاء سخن می‌گوید | آسیب گمراه‌کنندگی | آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی | ۱۸ | آسیب گمراه‌کنندگی سوءاستفاده از زینت زمينه‌های شکل‌گیری فرهنگ سلبریتی |
| وَقَالَ مُوسَى رَبَّنَا إِنَّكَ آتَيْتَ فِرْعَوْنَ وَمَلَأَهُ زِينَةً وَأَمْوَالًا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا رَبَّنَا لِيُضِلُّوا عَنْ سَبِيلِكَ (يونس/۸۸) | ملاء، مردم را با زینت و ثروت و تجملاتشان گمراه می‌کنند | آسیب تجمل‌گرایی | آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی | ۱۸ | آسیب تجمل‌گرایی سوءاستفاده از زینت زمينه‌های شکل‌گیری فرهنگ سلبریتی |
| فَخَرَجَ عَلَيَّ قَوْمِهِ فِي زِينَتِهِ قَالَ الَّذِينَ يُرِيدُونَ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا يَا لَيْتَ لَنَا مِثْلَ مَا أُوتِيَ قَارُونُ إِنَّهُ لَذُو حَظٍّ عَظِيمٍ (قصص/۷۹) | قارون نمایش ثروت به راه انداخت | آسیب تجمل‌گرایی | آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی | ۲۸ | دنیابریستی سلبریتی زده‌ها سوءاستفاده از زینت زمينه‌های شکل‌گیری فرهنگ سلبریتی |

مفهوم‌شناسی سلبریتی

سلبریتی، فرد شناخته‌شده و محبوبی است که به‌علت برخی برتری‌ها و ویژگی‌های خاص، در حوزه فعالیت خود از دیگران متمایز شده و به کمک رسانه‌های جمعی، مورد توجه و علاقه طیف گسترده‌ای از افراد جامعه قرار گرفته است. دایره گسترده سلبریتی‌ها، می‌تواند شامل افرادی نظیر بازیگران، موسیقی‌دانان، فوتبالیست‌ها و ورزشکاران، خبرنگاران، سیاستمداران، مذهبیون و... باشد؛ بنابراین سلبریتی، می‌تواند هر شخصی، در هر جایگاه و حوزه‌ای باشد؛ به شرط آنکه او به‌عنوان یک چهره و الگو، توسط رسانه‌های جمعی مانند سینما و تلویزیون، مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی، به شکل متمرکز، بازنمایی شود (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۴۰۰: ب: ۱۲).

آن‌ها بخشی از فرهنگ عامه‌پسند امروزی شده‌اند و قدرت رسانه، آن‌ها را به یکی از نیروهای تأثیرگذار در اجتماع تبدیل کرده است؛ به گونه‌ای که چهره‌های مشهور به‌عنوان داوران سلیقه، ارزش و تفکر، جایگزین خانواده‌ها، مدارس و پایگاه‌های دینی شده و سرمشق تازه‌ای برای هویت‌یابی و الگوهای سبک زندگی، مد و رفتار ایجاد می‌کنند (اردکانی فرد، ۱۳۹۹: ۲۲۰، به نقل از: بنت، ۱۳۸۶: ۱۲۰). سلبریتی‌ها تنها از آن جهت اهمیت ندارند که توسط تعداد زیادی از مردم شناخته می‌شوند؛ بلکه از آن جهت دارای اهمیت می‌شوند که اقدامات سلبریتی‌ها اثرات عاطفی قابل توجهی بر تعدادی از مردم به‌جای می‌گذارد. آن‌ها به دلیل نفوذ اجتماعی^۱ که دارند، نقشی فرهنگی در نظام معنایی جوامع امروزی یافته‌اند. (اردکانی فرد، ۱۳۹۹: ۲۲۵، به نقل از: نایار، ۲۰۰۹: ۴-۵)

آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی از نگاه قرآن

دوگانه سلبریتی و هواداران، کاملاً به هم وابسته‌اند؛ به گونه‌ای که سلبریتی بدون وجود هوادار، هیچ معنایی ندارد؛ اما هواداری از شخصی که تنها به‌سبب زیبایی ظاهری یا مهارت در بازی فوتبال یا هر ورزش دیگری یا مهارت در بازیگری در سینما و... تبدیل به یک سلبریتی شده است؛ اگر به حد الگوبرداری و خط‌گیری از او در باورها، سبک زندگی و احساسات بینجامد می‌تواند بزرگ‌ترین آسیب‌های اجتماعی را به بار آورد. هواداری به این شکل را می‌توان «سلبریتی‌زدگی» نامید؛ و خطر و آسیب سلبریتی‌زدگی، برخی را بر این باور داشته است که «پس از طوفان نوح، سلبریتی بزرگ‌ترین تهدید

۱. مفهوم «نفوذ اجتماعی» در اصطلاح روان‌شناسی اجتماعی آن است که کسی توان تحت تأثیر قراردادن دیگران را چه با گفتار و چه با رفتار خود داشته باشد. به دیگر سخن، نفوذ اجتماعی عبارت است از توان کنترل و هم‌رنگ کردن دیگران با خود (کریمی، ۱۳۷۷: ۱۰۳).

برای تمدن بشر بوده است» (فریس، ۱۴۰۱: ۱۸).

به هر روی، محققان حوزه علوم اجتماعی، هواداری از سلبریتی و عناصر رسانه‌ای را ملازم با عدم بلوغ و کوتاه‌فکری می‌دانند که متأثر از فرهنگ توده‌ای است؛ بدین معنا هواداری و هواخواهی به عوام‌فریبی و استثمار هواخواهان می‌انجامد (روشندل اربطانی، طاهر و همکاران، ۱۴۰۰: ب: ۱۴، به نقل از: مک کوایل، ۱۳۸۸: ۵۵)؛ حتی برخی پژوهشگران که معتقد به نوعی کارکردهای مثبت برای این فرهنگ هستند نیز به این نکته اذعان دارند که آسیب دست‌کاری در باورها و احساسات هواداران و افسون‌زدگی و کنترل، بخش جدایی‌ناپذیر نظام و فرهنگ سلبریتی را تشکیل می‌دهد (روشندل اربطانی، طاهر و همکاران، ۱۴۰۰: ب: ۱۵).

بنابراین فرهنگ سلبریتی، آسیب‌های بسیار جدی و جبران‌ناپذیری را در دامن خود می‌پروراند. خداوند در قرآن کریم نسبت به این آسیب‌های اجتماعی، بی‌تفاوت نبوده و هشدارهای لازم در این باره را داده است. در ادامه، به مهم‌ترین مواردی که قرآن کریم به‌عنوان آسیب‌های دنباله‌روی از سلبریتی‌ها مطرح کرده است، خواهیم پرداخت.

آسیب فسادانگیزی

«الَّذِينَ كَفَرُوا وَ صَدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ زِدْنَاهُمْ عَذَابًا فَوْقَ الْعَذَابِ بِمَا كَانُوا يُفْسِدُونَ» (نحل/ ۸۸) اگر بخواهیم در یک نگاه کلان آسیب‌شناسانه، آفات سلبریتی‌ها برای جامعه را در یک کلمه خلاصه کنیم، باید به همان آسیب فسادانگیزی آن‌ها که مورد تأکید قرآن کریم است، اشاره نماییم. خداوند در آیه فوق، انتقاد می‌کند از کسانی^۱ که مردم را از راه خدا باز می‌دارند و با گمراه کردن و دروغ‌پردازی، فطرت مردم را تباه می‌کنند. برپایه این آیه، گمراه کردن دیگران، گونه‌ای فسادانگیزی است و عذاب مضاعف آن‌ها در قیامت، پیامد همین فسادانگیزی است (مدرسی، ۱۴۱۹، ج ۶: ۱۱۱).

حضرت صالح نیز خطاب به قوم ثمود فرمود: «وَلَا تُطِيعُوا أَمْرَ الْمُشْرِكِينَ» (الَّذِينَ يُفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ وَلَا يُصْلِحُونَ^۲) (شعرا/ ۱۵۲). منظور از مشرکین در این آیه

۱. کسانی که کفر ورزیدند و از راه خدا باز داشتند به [سزای] آنکه فساد می‌کردند عذابی بر عذابشان می‌افزاییم.

۲. قید «الَّذِينَ كَفَرُوا» در صدر این آیه، محتوای آن را منحصر در کافران غیرمسلمان نمی‌کند، زیرا مطابق حدیث امام صادق علیه السلام در لسان قرآن، پنج‌گونه کفر وجود دارد (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲: ۳۸۹) و برخی از این گونه‌ها با اسلام ظاهری هم قابل جمع است و به اصطلاح فقهی، برخی از مصادیق کفر در لسان قرآن، حداکثر موجب فسق است نه کفر و خروج از اسلام (موسوی سبزواری، ۱۴۰۹، ج ۱: ۳۱۷).

۳. و از رفتار رؤسای مسرف و ستمگر پیروی نکنید (۱۵۱)، که آن مردم در زمین همه‌گونه فساد می‌کنند و هیچ‌گونه به اصلاح (حال خلق) نمی‌پردازند (۱۵۲).

آشراف، بزرگان و رؤسای گناهکار جامعه هستند که دیگران نسبت به آن‌ها پیروی و حرف‌شنوی دارند (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۱۵: ۳۰۵؛ فضل‌الله، ۱۴۱۹، ج ۱۷: ۱۴۴؛ طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۷: ۳۱۳). صالح پیامبر، مردمش را از دنباله‌روی از این‌گونه افراد در رفتار و سبک زندگی، نهی فرمود (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۱۵: ۳۰۵)؛ چراکه این افراد، به دنبال فساد و تباهی در زمین هستند و هیچ خیر و صلاحی از آن‌ها امید نمی‌رود. منظور از اسراف، زیاده‌روی و تجاوز از حدود مشخص شده در قانون تکوین و قانون تشریح است. از آنجاکه هر افراطی، موجب فساد و اختلال است می‌توان گفت: اسراف، عامل ایجاد فساد و تباهی است؛ البته اسراف در ادبیات قرآنی معنای گسترده‌ای داشته و شامل گناهان نیز می‌شود (مکارم شیرازی، ۱۴۲۱، ج ۱۱: ۴۳۰).

از سوی دیگر، فساد در ادبیات قرآن در مقابل صلاح و به معنای هرگونه تباهی، نابسامانی و اختلال در نظم و اعتدال شیء است. خداوند متعال در بیش از بیست مورد از آیات قرآن کریم، سخن از «فساد فی الأرض» دارد و دلیل همراه شدن قید «فی الأرض» به «فساد» نظر به جنبه‌های اجتماعی مسئله است و اشاره به این واقعیت دارد که یک فساد اجتماعی بر روی زمین، معمولاً موضعی نخواهد بود و در یک منطقه خاص نمی‌توان آن را محصور ساخت؛ بلکه در سطح اجتماع و در روی زمین گسترش پیدا می‌کند و از یک گروه به گروه دیگر سرایت خواهد کرد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۱۰: ۲۰۱-۲۰۴).

علامه طباطبایی در تفسیر آیه فوق و در توضیح چگونگی ارتباط میان فساد و مسرفان به این نکته اشاره می‌کنند، نوعی اعتدال، هماهنگی و ائتلاف، بر همه نظام هستی حاکم است. از آنجاکه انسان هم جزئی از عالم هستی است، وقتی به غایت سعادت خود می‌رسد که قانون اعتدال و میانه‌روی را آن‌گونه که بر همه عالم، حکم فرما است بر همه اقطار وجودی خود، حاکم نماید و از هر افراط و تفریطی بپرهیزد؛ اما اگر دچار اسراف شده و از حدود اعتدال تخطی کند، اولاً وجود خود را مختل و تباه ساخته و ثانیاً از آنجاکه او جزئی از عالم هستی است، اختلال و تباهی او به مجموعه عالم هم سرایت می‌کند و از این جهت است که خداوند «فساد فی الأرض» را به مسرفان نسبت داده است (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۱۵: ۳۰۶؛ مکارم شیرازی، ۱۴۲۱، ج ۱۱: ۴۳۰-۴۳۱).

پس از تعمق در نکات و ویژگی‌های مورد تأکید در دو آیه فوق، روشن خواهد شد که برخی سلبریتی‌ها از مصادیق نوپدید هردو آیه هستند. آن‌ها مطابق آیه «هستاد و هشتم سوره نحل»، با گفتار و رفتار خود، هوادارانشان را از راه خدا بازمی‌دارند و به علت این فسادانگیزی‌ها، دچار عذاب مضاعف خداوند خواهند شد. همچنین مطابق دو آیه

«۱۵۱ و ۱۵۲ سوره شعرا»، آن‌ها جزء «مفسدان فی الأرض» به شمار می‌آیند، زیرا آن‌ها جلوداران بسیاری از گناهکاران امروزی هستند و هوادارن در انواع انحراف‌ها و کجی‌ها از آن‌ها حرف‌شنوی داشته و پیرو آن‌ها هستند.

افزون‌بر مفاسده‌ای که سلبریتی‌جماعت در ترویج انواع فسادها و گناهان در جامعه دارند، فسادانگیزی آن‌ها در جوامع امروزی بشر و سوءاستفاده‌های ابزاری مستکبران عالم از آن‌ها در جهت پیش‌برد سیاست‌های ضدبشری و خانمان‌سوزشان که از مصادیق بارز «فساد فی الأرض» است^۱، نیز در کارنامه برخی سلبریتی‌های مطرح در سطح جهانی مطرح است. آمریکا بیشترین سوءاستفاده‌ها را از ابزار «دیپلماسی سلبریتی»^۲ در جهت «فساد فی الأرض» داشته است.

نقشی که یکی دو چهره هالیوودی در پیچیده‌تر شدن اوضاع در ناآرامی‌های کنگو در سال ۲۰۱۰ داشتند و نقش مخرب «جورج کلونی» بازیگر سرشناس هالیوود در تجزیه سودان، در سال ۲۰۱۱ برخی از این موارد است. آخرین و بزرگ‌ترین ویرانی که سلبریتی‌ها در زمین به بار آورده‌اند، مربوط می‌شود به نقش ویران‌گر «ولودیمیر زلنسکی» در شعله‌ور شدن آتش جنگ در اوکراین. در همه این موارد، سلبریتی‌ها عامل پیشبرد سیاست‌های آمریکا بوده‌اند (اعرابی، ۱۴۰۲، سرمقاله روزنامه کیهان، ۱۴۰۲/۳/۱). نقش آفرینی «آنجلینا جولی» طی سال‌های اخیر در مسیر اهداف بعضاً نامشروع دیپلماسی آمریکا نیز روشن‌تر از آن است که نیاز به توضیح داشته باشد (ر. ک سایت موعود: دیپلماسی فعال آمریکا با آنجلینا جولی؛ سایت راسخون: مأموریت آمریکا برای سوپرستارهای هالیوودی).

نمونه روشن دیگر از «فساد فی الأرض» که سلبریتی‌ها به بار آورده‌اند نقش مخرب و ویران‌گر برخی^۳ از آن‌ها در اغتشاشات سال ۱۴۰۱ در ایران بود. برخی از آن‌ها ناآرامی‌ها را رهبری کرده و گروهی نیز با تمام توان به تحریک هیجانات مردم برای شورش و اغتشاش و نافرمانی مدنی پرداختند.

۱. اقدام به هر عملی با قصد به فسادکشاندن گسترده جامعه، از مصادیق افساد فی الارض است (گلدوزیان، ۱۳۸۸: ۲۶۴) و تفاوتی ندارد که این مفسده و تباهی، با ایجاد اختلال در نظام اجتماع یا در امنیت جانی مردم باشد و یا در عفت عمومی جامعه باشد (حسین احمدی، ۱۴۰۱: ۷۶۲، به نقل از آیت الله مظاهری).

2. Celebrity diplomacy

۳. البته برخی سلبریتی‌ها نیز نقشی سازنده ایفا کرده و در مسیر آگاهی دادن به مردم و آرام کردن آن‌ها قدم برداشتند.

آسیب‌گمراه‌کنندگی جامعه

قرآن کریم چندین بار نسبت به خطر کسانی که موجبات گمراهی دیگران را فراهم می‌آورند، هشدار داده است. یکی از امروزی‌ترین مصادیق گمراه‌کنندگان مردم، بسیاری از سلبریتی‌ها هستند. در قیامت، هواداران از سلبریتی‌ها به درگاه خداوند شکایت خواهند کرد: «رَبَّنَا اِنَّا اَطَعْنَا سَادَتَنَا وَكُبْرَاءَنَا فَاضْلَمْنَا السَّبِيلَا» (احزاب/۶۷). شکایت آن‌ها به خاطر گمراهی است که به دنبال هواداری از سلبریتی‌ها دامن‌گیرشان شده است. خداوند متعال بارها به گونه‌ای سخن از طرح شکایت در قیامت بر علیه سلبریتی‌ها و هر شخص دیگری که عامل گمراهی دیگران بوده‌اند، داشته است (اعراف/۳۶؛ صافات/۳۲؛ سبأ/۳۱؛ قصص/۶۳؛ فصلت/۲۹؛ ص/۶۱؛ فرقان/۲۹)؛ البته خداوند حکیم، قبل از قیامت در دنیا و در قرآن به همگان هشدار داده است که بسیاری از مردم، براساس هوا و هوس‌های آلوده خود و بدون هیچ علم و آگاهی، دیگران را گمراه می‌کنند «اِنَّ كَثِيْرًا لِّيُضِلُّوْنَ بِاَهْوَائِهِمْ» (انعام/۱۱۹). همچنین هشدار داده است که بیشتر مردم این صلاحیت را ندارند که مورد توجه و پیروی قرار بگیرند؛ و دنباله‌روی از اکثر مردم (بی‌تردید بسیاری از سلبریتی‌ها هم از همین قماش هستند) گمراهی و ضلالت را به دنبال خواهد داشت «وَ اِنْ تَطَعْ اَكْثَرُ مَنْ فِى الْاَرْضِ يَضِلُّوْكَ عَنْ سَبِيْلِ اللّٰهِ» (انعام/۱۱۶).

افزون‌بر واژگانی همچون «اضلال» و «اغوا» که به معنای گمراه‌کردن و فریفتن دیگران است، کلیدواژه «صد» (به معنای بازداشتن) از راه خدا نیز چندین مرتبه در قرآن کریم تکرار شده است و بسیاری از آیاتی که در آن‌ها این کلیدواژه به چشم می‌خورد بر سلبریتی‌ها (از آن جهت که هوادارانشان را از راه خدا باز می‌دارند) قابل انطباق است؛ توضیح آنکه در ادبیات قرآن «صد عن سبیل الله» و بازداشتن از راه خدا به دو طریق، امکان‌پذیر است. قسم نخست از طریق قوه قهریه و زور و اجبار است، مانند کسانی که به زور شمشیر، سد راه مؤمنان برای رفتن به مسجدالحرام می‌شوند (حج/۲۵) یا مانند کسانی که با بهره‌اندختن جنگ در ماه‌های حرام «صد عن سبیل الله» می‌کنند (بقره/۲۱۷). قسم دوم بازداشتن مردم از راه خدا، از طریق فریفتن آن‌ها است؛ چنانکه

۱. این آیه، شکایت از کسانی را حکایت می‌کند که در جامعه خود، به گونه‌ای آفایی، سیادت و بزرگی داشته‌اند و مرجع و مورد توجه مردم بوده و در عین حال، موجب گمراهی مردم و هواداران خود می‌شده‌اند و مضمون این آیه از این جهت، بر سلبریتی‌های امروزی قابل صدق است.

۲. پروردگارا! ما از سران و بزرگان خود اطاعت کردیم و ما را گمراه ساختند!

۳. و بسیاری از مردم، به خاطر هوی و هوس و بی‌دانشی، (دیگران را) گمراه می‌سازند.

۴. و اگر پیروی از اکثر مردم روی زمین کنی تو را از راه خدا گمراه خواهند کرد.

قرآن کریم، دروغ بستن به خدا و کج‌نمایی راه هدایت الهی را از مصادیق «صدّ عن سبیل الله» دانسته و می‌فرماید: «وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا... الَّذِينَ يَصُدُّونَ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ وَيَبْغُونَهَا عِوَجًا» (هود/۱۸-۱۹) و «الَّذِينَ يَصُدُّونَ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ وَ يَبْغُونَهَا عِوَجًا» (اعراف/۴۵؛ ابراهیم/۳). بسیاری از سلبریتی‌ها در قسم اخیر، جای دارند و متأسفانه از بزرگ‌ترین مصادیق امروزی بازدارندگان از راه خدا، با انواع فریب و حيله‌ها هستند. در فرایند کدگذاری آیات مرتبط با سلبریتی، بیش از ده کد در باب اشارات قرآنی بر آسیب صدّ و بازدارندگی آن‌ها از راه خدا شناسایی شد و کدهای اشاره به اضلال و گمراه کردن دیگران نیز از این تعداد هم بیشتر است.

در نهایت، نتیجه می‌گیریم بزرگ‌ترین آسیب و تهدید برای جامعه از سوی سلبریتی‌ها، آسیب گمراه کردن هواداران و بازداشتن آن‌ها از مسیر درست الهی است؛ به‌همین علت، می‌بینیم خداوند متعال نزدیک به سی مرتبه و بلکه (در صورت ضمیمه کردن کدهای نزدیک به این محتوا) بیشتر از این تعداد، به انحاء گوناگون نسبت به این آسیب جدی، هشدار داده است.

به هر روی، سلبریتی همان‌گونه که خود، گمراه و فریفته است به دنبال گمراه کردن و فریفتن دیگران نیز می‌باشد. این واقعیتی است که آن‌ها در روز قیامت به پیشگاه خداوند، به آن اعتراف خواهند کرد: «أَغْوَيْنَاهُمْ كَمَا غَوَيْنَا» (قصص/۶۳). آن‌ها این اعتراف را در مواجهه با طرف‌داران خود نیز خواهند داشت و به هواداران‌شان خواهند گفت: ما شما را فریب دادیم آن‌گونه که خود، گمراه و فریب‌خورده بودیم «فَأَغْوَيْنَاكُمْ إِنَّا كُنَّا غَاوِينَ» (صافات/۳۲)؛ بدین جهت، خداوند هشدار می‌دهد: «وَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ ضَلُّوا مِنْ قَبْلُ وَأَضَلُّوا كَثِيرًا وَ ضَلُّوا عَنْ سَوَاءِ السَّبِيلِ» (مائده/۷۷). این آیه شریفه، ما را نهی می‌کند از دنباله‌روی کردن از کسانی همچون برخی سلبریتی‌ها که گمراه‌اند و در عین گمراهی، مورد پذیرش و احترام جامعه بوده و دیگران مطیع آراء و اوامر آنها هستند. این افراد به‌خاطر دیدگاه‌های باطلشان گمراه‌اند و به‌علت جایگاهی

۱. و در جهان از آنهایی که به خدا نسبت دروغ دادند ستمکارتر کیست؟ آنان بر خدای خود عرضه داشته شوند و گواهان (محشر) گویند: اینان هستند که بر خدای خود دروغ بستند، آگاه باشید که لعن خدا بر ستمکاران عالم است (۱۸)، آن ستمکاران که (بندگان را) از راه خدا باز می‌دارند و سعی می‌کنند که راه حق را کج کنند (و خلق را به راه باطل کشند).

۲. آنهایی که از راه خدا باز می‌دارند و آن را کج می‌طلبند (به شبهه راه راست مردم را کج می‌کنند) و آنها به قیامت ایمان ندارند.

۳. پروردگارا! ما این [عبادت کنندگانمان] را گمراه کردیم؛ [آری] ما آن‌ها را گمراه کردیم همان‌گونه که خودمان گمراه شدیم؛

۴. و ما شما را بدین سبب گمراه کردیم که خود گمراه بودیم.

۵. بگو: ای اهل کتاب، در دین خود به ناحق غلو نکنید و از پی خواهش‌های آن گروه که خود پیش از این گمراه شدند و بسیاری را گمراه کردند و از راه راست دور افتادند نروید.

که دارند، طرف‌دارانشان را نیز به گمراهی می‌کشاند (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۶: ۷۸). این‌دست از سلبریتی‌ها، مصادیق امروزیین آیه «وَإِخْوَانُهُمْ يَمُدُّوهُمْ فِي الْعَيِّ ثُمَّ لَا يُقْصِرُونَ^۱» (اعراف/۲۰۲) هستند. خداوند در این آیه شریفه می‌فرماید: شیاطین جن و انس که یاران انسان‌های گناهکارند، پیوسته آن‌ها را در فرورفتن در گمراهی و انحراف کمک می‌کنند و آن‌ها را به این راه می‌کشاند و پیش می‌برند (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۴: ۷۹۰؛ قطب، ۱۴۲۵، ج ۳: ۱۴۲۰). آن دسته از سلبریتی‌ها که حتی پس از روشن شدن اشتباهاتشان باز هم به گونه‌ای خستگی‌ناپذیر و لجوجانه، طرفدارانشان را به کجی‌ها فرامی‌خوانند، از مصادیق بارز و امروزیین این آیه هستند. امروزه، جامعه‌شناسان نیز در آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی و هواداری از آن‌ها نگران منحرف و گمراه کردن هواداران توسط سلبریتی‌ها هستند.

به‌طور کلی، اشتباه‌گروه‌های مرجع، به دلیل پیروانی که دارند، ممکن است به آسیب و حتی فاجعه تبدیل شود. با این حال، موضوع سلبریتی‌ها حساس‌تر است؛ چون بسیاری از آنان، تخصص چندانی ندارند و اگر هم دارند از برترین‌های تخصص خود نیستند، همچنین بسیاری از آن‌ها ممکن است در مسائلی که با آن‌ها آشنایی کافی ندارند، نظر احساسی بدهند و انبوهی از افراد هم به‌دلیل احساسات مثبت نسبت به آنان، در اثر پیروی از آن‌ها گمراه شوند (حیدرآبادی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۱۹۹).

آسیب‌اشاعه فحشا

«إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ^۲» (نور/۱۹). خداوند در این آیه، کسانی را که به دنبال «اشاعه فحشا» در میان جامعه اسلامی هستند به عذابی دردناک حواله داده است. مفهوم «اشاعه فحشا» در آیه شریفه، گستره وسیعی داشته و هرگونه نشر فساد و گستراندن زشتی‌ها و کمک به توسعه آن در جامعه را شامل می‌شود؛ زیرا «فحشا» در لغت به معنی هرگونه رفتار و گفتاری است که زشتی آن بزرگ باشد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۱۴: ۴۰۳). کسانی که با رفتار و سخنان غیرمسئولانه خود به دنبال به راه انداختن انواع فحشا و فسادها در جامعه هستند تا روحیه ایمانی و معنوی جامعه را هدف قرار داده و فکر، ذهن، اخلاق، سبک زندگی، روابط سالم اجتماعی را به تباهی بکشانند، مصداق این آیه قرار می‌گیرند. هرگونه

۱. و مشرکان را برادرانشان (یعنی شیاطین انس و جن) به راه ضلالت و گمراهی می‌کشند و هیچ کوتاهی نمی‌کنند.

۲. آنان که (چون عبد الله ابی سلول و منافقان دیگر) دوست می‌دارند که در میان اهل ایمان کار منکری اشاعه و شهرت یابد آنها را در دنیا و آخرت عذابی دردناک خواهد بود

سخن‌پراکنی و مطرح ساختن کلمات غیرمسئولانه در جهت به انحراف کشاندن طرز فکر، احساسات و خواسته‌های جامعه از ارزش‌های متعالی الهی، می‌تواند مصداقی از اشاعه فحشاء در آیه فوق به شمار آید (فضل الله، ۱۴۱۹، ج ۱۶: ۲۶۶-۲۶۹).

فقها نیز براساس همین آیه شریفه، اشاعه فحشا را از گناهان کبیره برشمردند (نجفی، ۱۳۶۲، ج ۱۳: ۳۱۵؛ مظاهری، ۱۳۸۹: ۳۸۷) و در برخی نظریات فقهی، انجام دادن علنی گناه جهت ترغیب دیگران به زشتی‌ها و همچنین فراهم آوردن وسائل و مقدمات گناه برای دیگران، جزء مصادیق اشاعه فحشا به شمار آمده است (هاشمی شاهرودی، ۱۳۸۲، ج ۱: ۴۹۸). برخی فقها نیز در نگاهی جزئی‌تر و مصداقی‌تر، بدحجابی و خودنمایی یک زن در جامعه یا انتشار گفته‌های گناه‌آلود و تحریک‌کننده به‌سوی گناه را نیز از نمونه‌های اشاعه فحشا برشمردند (مظاهری، حسین، ۱۳۸۹: ۳۸۷). همانا، پیامبر اکرم فرمودند: «مَنْ أَدَاعَ فَاحِشَةً كَانَتْ كَمُبَدِّلِهَا» (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲: ۳۵۶)؛ یعنی کسی که فاحشه و کار زشتی را نشر دهد، همانند کسی است که آن را در آغاز انجام داده است. روشن است، رفتارهای برخی سلبریتی‌ها به روشنی، مصداق این حدیث شریف و نمونه‌های امروزی اشاعه فحشا در جامعه هستند.

امروزه محتواهای سراسر ابتذال، رفتارهای رکیک، سخنان و کلمات به‌دور از عفتی که از امثال ساسی مانکن و امیرتتلو مشاهده می‌شود، بیشترین اثرات مخرب را بر بنیان‌های فرهنگ، حیا، عفت و پاکدامنی جامعه و خصوصاً جوانان و نوجوانان و حتی کودکان دارد. هدف‌گذاری سبک و سیاق موسیقی آن‌ها و محتوای اشراپ‌شده در آن، اشاعه فحشا در بالاترین سطح است و به‌همین خاطر از مبتذل‌ترین محتواها استفاده کرده و حتی چهره‌های مشهور پورن‌استار را به کمک می‌گیرند تا فحشا را در میان معصوم‌ترین قشر جامعه، یعنی جوانان، نوجوانان و حتی کودکان به بدترین شکل ممکن گسترش دهند. به باور برخی کارشناسان در تحلیل این پدیده شوم باید گفت: کار از «تهاجم فرهنگی» گذشته و امروزه ما با نوعی «تجاوز فرهنگی» مواجه هستیم (پایگاه علمی و تخصصی روانشناسی و بهداشت روان <https://www.migna.ir/news>).

از دیگر پرده‌های تأسفبار و فاجعه‌آمیز اشاعه فحشا که اخیراً در سایه غفلت و تساهل جامعه، توسط برخی سلبریتی‌ها رقم خورده است، ابراز ارادتی است که برخی از آن‌ها از هم‌جنس‌بازان نشان داده‌اند. گویا این جماعت، در هر فحشایی باید جلودار دیگران باشند و با این کار خود می‌خواهند بابتی جدید از فحشا را در جامعه، قبح‌زدایی کنند (سنگ تمام بازیگران ایرانی در حمایت از بازماندگان قوم لوط <https://www.seratnews.com>). این دست

از اقدامات شرم‌آور برخی سلبریتی‌های ایرانی در ادامه حرکتی است که توسط امثال برخی سلبریتی‌های هالیوودی برای اشاعه و گسترش این‌گونه از فحشاها در سطح جهان صورت می‌گیرد (پروژه گسترش انحراف جنسیتی چگونه کلید خورد <https://www.farsnews.ir>).
قصه پرغصه ترویج بی‌حجابی و طرف‌داری عملی و تمام‌قد از کشف حجاب که از سوی برخی سلبریتی‌ها در چند ماهه اخیر، به شکل پیگیر و حساب‌شده دنبال شده است، از دیگر پرده‌های تأسفبار اشاعه فحشا توسط این جماعت است.

آسیب ترویج تجمل‌گرایی

خداوند درباره «قارون» که نماد تجمل‌گرایی در قرآن است، می‌فرماید: «فَخَرَجَ عَلَى قَوْمِهِ فِي زِينَتِهِ قَالَ الَّذِينَ يُرِيدُونَ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا يَا لَيْتَ لَنَا مِثْلَ مَا أُوتِيَ قَارُونُ إِنَّهُ لَذُو حَظٍّ عَظِيمٍ» (قصص/۷۹) قارون هم مانند دیگر افرادی که به دنبال اشرافی‌گری هستند، مبتلا به آفت تجمل‌گرایی و جنون نمایش ثروت بود. چنین افرادی از اینکه ثروت خود را به رخ دیگران بکشند، سوار مرکب راهوار گران‌قیمت شوند و از میان پابره‌ها بگذرند و متکبرانه تحقیرشان کنند، لذت می‌برند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۱۶: ۱۶۳). قدرت و ثروت در دست انسان‌های غافل، سبب فخرفروشی، خودنمایی و تجمل‌گرایی است (قرائتی، ۱۳۸۸، ج ۷: ۹۶)؛ البته این فخرفروشی‌ها و خودنمایی‌ها تأثیر مخرب خود را بر انسان‌های سست‌عنصر و ضعیف‌الایمان خواهد داشت، چنانکه خداوند متعال در ذیل این آیه شریفه اشاره می‌کند کسانی که خواهان زندگی دنیا بودند پس از دیدن نمایش و زندگی تجملاتی قارون آرزو کردند، ای کاش ما هم می‌توانستیم زندگی پر زرق و برقی همچون زندگی قارونی که سرشار از حظوظ و لذت‌ها است داشته باشیم. قارون، ابهت مادی و تجملات خود را به رخ مردم کشاند و به هر حال همیشه هستند، دنیاخواهانی که نهایت سعادت و خوشبختی را در لذت‌های دنیوی خلاصه می‌کنند؛ زینت‌های زمینی، چشمان چنین کسانی را خیره می‌کند و هنگام مشاهده تجملات برخی دنیاداران، پاهایشان سست می‌شود (قطب، ۱۴۲۵، ج ۵: ۲۷۱۳؛ فضل‌الله، ۱۴۱۹، ج ۱۷: ۳۴۲).

شیطان و ایادی او از این نقطه ضعف انسان بیشترین سوءاستفاده‌ها را می‌برند؛ چنانکه حضرت موسی به خداوند عرض کرد: «رَبَّنَا إِنَّكَ آتَيْتَ فِرْعَوْنَ وَمَلَأَهُ زِينَةً

۱. آن‌گاه قارون (روزی) با زیور و تجمل بسیار بر قومش در آمد، مردم دنیاطلب (که او را دیدند) گفتند: ای کاش همان قدر که به قارون از مال دنیا دادند به ما هم عطا می‌شد که او بهره بزرگ و حظ وافری را داراست.

وَأَمْوَالاً فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا رَبَّنَا لِيُضِلُّوا عَنْ سَبِيلِكَ^۱» (یونس/۸۸). مطابق این آیه شریفه، موسی علیه‌السلام در نگاهی آسیب‌شناسانه، سوءاستفاده از دو ابزار «زینت» و «اموال» را از جانب «مَلَأَ»، عامل به‌گمراهی‌کشاندن مردم دانسته است. آن‌ها با به‌نمایش‌گذاشتن ثروت و زینت خود، به‌گمراه‌کردن مردم و تسلط‌یافتن بر آن‌ها می‌پردازند و روح و روان مردم را با اشرافی‌گری و تجملاتی که چشم‌ها را خیره و ذهن‌ها را کور می‌کند، تضعیف و پیرو خود می‌کنند (فضل‌الله، ۱۴۱۹، ج ۱۱: ۳۵۹) و به‌این‌ترتیب، جمال و جلال، فخر و مباهات و انواع ثروت و مکتبی که خداوند به برخی در دنیا عطا می‌کند، مایهٔ تجمل‌گرایی و به‌دنبال آن، گمراه‌کردن دیگران قرار می‌گیرد (ثقفی‌تهرانی، ۱۳۹۸، ج ۳: ۴۰؛ مکارم‌شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۸: ۳۷۲).

همان آسیب‌تجمل‌گرایی و آفت اشرافی‌گری که قارون و «مَلَأَ» در جامعهٔ حضرت موسی به بار آورده بودند را متأسفانه امروزه می‌بینیم که برخی سلبریتی‌ها در جامعهٔ ما به بار آورده‌اند. هر روز در فضای مجازی و احیاناً در برخی مجلات و رسانه‌ها، شاهد مانور تجملات سلبریتی‌ها هستیم. تصاویر و کلیپ‌های بی‌پایانی که از ویلاها، ماشین‌ها و زندگی لاکچری و اشرافی هرکدام از آن‌ها منتشر می‌شود، جلوه‌ای از خودنمایی و نمایش اشرافی‌گری این جماعت است. طبعاً همان‌گونه که بنی‌اسرائیل، قارون و زندگی قارونی را در منتهای و سقف آرزوهای خود قرار می‌دادند، امروزه هم بسیاری، نهایت آرزوهای خود را در شبیه شدن به این جماعت ترسیم می‌کنند.

به‌باور جامعه‌شناسان، سلبریتی‌های ایرانی به‌شدت، مصرف‌گرایی را به‌انحاء مختلف ترویج می‌کنند و در حالی که جامعهٔ ایرانی، یک جامعهٔ زیر فشارهای بین‌المللی اقتصادی است (شاه‌قاسمی، ۲۰۲۱). تبلیغ‌ها و اظهارنظرهای سلبریتی‌ها در خصوص برخی از کالاها، برندها و مارک‌ها، دیدگاه کاربران را در حوزهٔ تناسب‌اندام، سبک تغذیه و مصرف تجملاتی و متظاهرانه، تحت تأثیر قرار می‌دهد و به‌سوی توجه بیش از اندازه به مصرف و تناسب‌اندام جلب می‌کند؛ البته محبوبیت سلبریتی‌ها باعث

۱. بار آنها تو به فرعون و فرعونیان در حیات دنیا ملک و اموال و زیورهای بسیار بخشیدی که -پروردگارا- بدین وسیله بندگان را از راه تو گمراه کنند.

۲. بر پایهٔ تفسیری که مفسران از واژهٔ قرآنی «مَلَأَ» ارائه داده‌اند و براساس توضیحات واژه‌شناسانه «سلبریتی» می‌توان نتیجه‌گرفت که سلبریتی‌ها از مصادیق امروزی «مَلَأَ» در اصطلاح قرآنی هستند. «مَلَأَ» از مصدر «ملء» به معنای «پُر بودن» است و مفسران توضیح داده‌اند که دلیل استفاده خداوند از واژه «مَلَأَ» برای اشاره به بزرگان، اشراف و چهره‌های شاخص جامعه آن است که این گونه افراد، قلب‌های دیگران را پر می‌کنند و همهٔ چشم‌ها به‌سوی آن‌ها خیره است و همه توجهات به آن‌ها برمی‌گردد و لذا خداوند با واژه «مَلَأَ» به بزرگان و سرکردگان جامعه که در مقابل هدایت الهی قیام می‌کنند اشاره دارد (فخررازی، ۱۴۲۰، ج ۱۴: ۲۹۶). برای تحقیق بیشتر درباره وجه تسمیه اشراف و بزرگان جامعه به «مَلَأَ» و تطابق آن با سلبریتی‌ها ر.ک: (طوسی، بی‌تا)، ج ۷: ۳۷؛ طبری، ۱۴۱۲، ج ۱: ۱۳۴؛ و ج ۲: ۱۴۲؛ ۱۳۷۲؛ ج ۲: ۶۰۹ و ۷۹۱).

می‌شود که هواداران از پیام و سبک‌های تبلیغی آن‌ها پیروی کنند (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۴۰۰ الف: ۱۰۶).

مصطفی اجتهادی برخی دیدگاه‌های مرتبط با نقش سلبریتی‌ها در رواج تجمل‌گرایی را به این ترتیب جمع‌آوری کرده است: از نظر مارشال (۱۹۹۷)، فرهنگ سلبریتی، پیامد دو ایدئولوژی مسلط، یعنی فردگرایی و سرمایه‌داری بازار در فرهنگ غربی معاصر است و سلبریتی‌ها، به مثابه نشانه‌هایی عمل می‌کنند که از طریق آن‌ها این گفتمان‌های ایدئولوژیک، به مخاطب منتقل می‌شوند. روجک (۲۰۰۱) نیز معتقد است که فرهنگ سلبریتی، بخشی از نظام معنایی سرمایه‌داری را تشکیل می‌دهد که برای بازتولید کالاها و افزایش میل در مصرف‌کنندگان و انباشت سرمایه برساخته شده است. به زعم موران (۲۰۰۶) سلبریتی‌ها، اشیاء و حامل‌های مصرف هستند. آن‌ها از طریق تأیید محصول به فرهنگ مصرفی اعتبار می‌دهند و آن را تشویق می‌کنند (Moran, 2006: 269). کشمور (۲۰۰۶) نیز بر پیوند میان فرهنگ سلبریتی و کالایی‌سازی، صحه می‌گذارد (ر.ک اجتهادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲۳).

در وبلاگ دکتر پیوسته (<https://myresearch.blogspot.com>)، فریس^۱ و هریس^۲، در کتاب مشترک خود به نام «ستاره‌خیرگی: سلبریتی، سرشناسی و تعامل اجتماعی»^۳ نشان داده‌اند که چگونه سلبریتی‌ها بیش از هر چیز به تجاری‌شدن و تجاری‌سازی، مگامال‌ها و خریدگرددی کمک می‌کنند و چگونه در این فرهنگ، جهان خلاصه شده در سلبریتی‌ها و تماشای مجذوبانه‌ای که یک‌سره به درون فروشگاه‌ها منتهی می‌شود.

آسیب به سخره گرفتن مقدسات دینی

«وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَ يَتَّخِذَهَا هُزُوًا أُولَئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ مُّهِينٌ» (لقمان/۶). خداوند متعال در این آیه، سخرن از کسانی دارد که به دنبال سخنان بیهوده می‌گردند تا با استفاده از آن، دیگران را از راه هدایت الهی گمراه کرده و دین خدا را به سخره بگیرند.

1. Kerry O. Ferris

2. Scott R. Harris

3. «Stargazing Celebrity, Fame, and Social Interaction»

۴. و برخی از مردمان (فاسد فتنه انگیز مانند نضر حارث) کسی است که گفتار و سخنان لغو و باطل را (مانند قصه‌های دروغ و افسانه‌های شهوت‌انگیز مفسد اخلاق و سرود مطرب) به هر وسیله تهی می‌کند تا (خلق را) به جهالت از راه خدا (و آموختن علوم و معارف قرآن) گمراه سازد و آیات قرآن را به تمسخر و استهزا گیرد، این مردمان (فاسد کافر) به عذاب، با خواری و ذلت گرفتار شوند.

«لهو» به معنای هر چیزی است که انسان را از امور مهم، غافل کرده و باز می‌دارد و بدین ترتیب، منظور خداوند از «لهو الحدیث» در این آیه، هر سخنی است که انسان را از خدا و هدایت الهی باز می‌دارد (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۱۶: ۲۰۹)؛ پس «لهو الحدیث» هر سخنی است که قلب انسانی را به بیهودگی کشانده و عمر او را تلف می‌کند و هیچ ثمره و فایده‌ای در رشد و صلاح انسانی نداشته است؛ بلکه معمولاً جهت گمراه کردن دیگران مطرح می‌شود (قطب، ۱۴۲۵، ج ۵: ۲۷۸۴).

امام صادق علیه‌السلام در حدیث شریفی فرمودند: «منظور از این آیه، هرگونه طعنه‌زدن به حق و استهزاء دین و هدایت الهی است، چنانکه ابوجهل (از چهره‌های پرطرفدار و مورد احترام جامعه خود بود)، مردم و قریش را مخاطب قرار داده و به آن‌ها می‌گفت: آیا نمی‌خواهید شما را از «زقوم و غذای جهنمی» که پیامبران شما را از آن انذار می‌کند، اطعام کنم؟! سپس سفره‌ای از کره و خرما فراهم می‌آورد و با زبان تمسخر می‌گفت: این همان زقومی است که پیامبران شما را از آن می‌ترساند و به این ترتیب، آیات الهی را به باد استهزاء می‌گرفت» (حویزی، ۱۴۱۵، ج ۴: ۱۹۴). از این حدیث شریف می‌توان چنین نتیجه گرفت، هر چیزی که انسان را از راه هدایت و اطاعت الهی باز دارد مصداق «لهو الحدیث» است و چنانکه مفسران متقدم همچون عطا، قتاده، کلبی و دیگران اشاره کرده‌اند، شامل هرگونه سخن بیهوده، تمسخرآمیز، دروغ، لغو و لهو و لعب و امثال آن می‌شود (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۸: ۴۹۰ - ۴۹۱).

این تفسیر از آیه شریفه، بر برخی از رفتارهای تمسخرآمیز سلبریتی‌ها در مواجهه با مقدسات دینی، کاملاً منطبق است. عداوت و ضدیت فرهنگ سلبریتی با فرهنگ هدایت الهی و با جریان دین و مذهب، موضوعی است که از چشم پژوهشگران امروزی نیز مخفی نمانده و برخی بر این باورند که اساساً یکی از عوامل موجد فرهنگ سلبریتی، افول دین در جامعه است (اجتهادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲۲، به نقل از روجک، ۲۰۰۱ و گابلر، ۱۹۹۸). ضدیت اساسی میان این دو جریان، کار را به آنجا کشانده که برخی سلبریتی‌ها مبانی دینی جامعه را به ریشخند بگیرند و به گفته خداوند در آیه فوق، با توسل به انواع و اقسام «لهو الحدیث» راه خدا و راه هدایت الهی را به سخره می‌گیرند تا مخاطبان خود را گمراه کنند. امروزه جامعه ما با این آسیب جدی از سوی برخی سلبریتی‌ها مواجه است و بارها شاهد توهین و مسخره کردن مقدسات دینی و اهل بیت علیهم‌السلام و اخیراً قانون الهی حجاب بوده‌ایم (چرا سلبریتی‌ها از بازداشت نوشین جعفری وحشت کردند؟ <https://www.jahannews.com>؛ خشم

مردم ایران از نوشین جعفری به خاطر توهین به اهل بیت <https://www.rokna.net>؛ برخورد قضایی با سلبریتی‌های هتاک مانند صبا کمالی <https://www.farsnews.ir>.

نتیجه‌گیری

از آنجا که قرآن کریم، کتاب هدایت برای همه دوران است و برای همیشه، سخن تازه خود را دارد، بهترین رهنمودها پیرامون سلبریتی‌ها و آسیب‌های اجتماعی آن‌ها را نیز می‌توان از قرآن جویا شد. در این پژوهش، آیات متعدد قرآن کریم به گونه‌ای که ناظر به شخصیت‌شناسی و آسیب‌شناسی سلبریتی‌ها است، جمع‌آوری و تحلیل شده و سپس در چارچوب تفسیر عصری مورد تحقیق و بررسی قرار گرفت. حاصل پژوهش، استنباط پنج مؤلفه از مهم‌ترین آسیب‌های فرهنگ سلبریتی برای جامعه از نگاه قرآن شد. قرآن کریم در یک نگاه کلان آسیب‌شناسانه، آفات سلبریتی‌ها برای جامعه را در یک کلمه با عنوان «آسیب فسادانگیزی» خلاصه کرده است و چنانکه گذشت، کارنامه برخی سلبریتی‌ها در ایجاد و گسترش انواع و اقسام فسادهای معنوی و مادی، بر روی زمین، سیاه است.

خداوند متعال چندین مرتبه، نسبت به خطر «اضلال» (به معنای منحرف کردن دیگران) و «اغوا» (به معنای فریفتن دیگران) و «صدّ عن سبیل الله» (به معنای بازداشتن دیگران از راه خدا) هشدار داده است. فصل مشترك همه این موارد، «گمراه کردن دیگران» است و برخی سلبریتی‌ها از مصادیق بارز آن هستند. «اشاعه فحشا» نیز يك مفهوم قرآنی است و خداوند کسانی را که به دنبال آن هستند، به عذابی دردناک در دنیا و آخرت، حواله داده است. امروزه اما این گناه بزرگ، خود را در پشت چهره جذاب برخی سلبریتی‌ها پنهان کرده و بیشترین سهم چنین گناهی را این جماعت به خود اختصاص داده‌اند. همچنین همان تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری که قارون و «مألاً» در جامعه حضرت موسی به بار آورده بودند، امروزه برخی سلبریتی‌ها در جامعه ما به بار آورده‌اند و بدین منظور، این جماعت، از مصادیق امروزی آسیب تجمل‌گرایی هستند و بالأخره خداوند در قرآن کریم به ما نسبت به آسیب به سخره گرفتن اعتقادات و مقدسات دینی در جامعه هشدار داده است و این آفت نیز متأسفانه از برخی سلبریتی‌ها در بدترین شکل خود، ظهور و بروز می‌یابد.

وجود این آفت‌های نامطلوب در فرهنگ سلبریتی، منشأ بسیاری از آسیب‌های اجتماعی است و از آنجا که قرآن کریم همه آنچه که در هدایت بشر تا روز قیامت مؤثر

بوده را بیان کرده است از اشاره به مهم‌ترین آسیب‌های فرهنگ سلبریتی و هشدار نسبت به آن‌ها نیز فروگذار نکرده است. نکته حائز اهمیت آنکه، مطالعات امروزی جامعه‌شناسی نیز به گونه‌ای، همه این آسیب‌ها را مشاهده کرده و جامعه‌شناسان نیز در تحلیل و بررسی‌های خود به آن‌ها توجه نشان داده‌اند. هم‌سویی یافته‌های روز جامعه‌شناسان با حقایق قرآنی در این باب، نشانگر طراوت و پویایی حقیقت قرآن و نمایانگر جلوهای دیگر از وجوه اعجاز علمی قرآن کریم است که البته ورود تفصیلی در این مسئله، پژوهش و مجال دیگری را می‌طلبد.

با این همه، پس از آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی از نگاه قرآن کریم به این نتیجه می‌رسیم، نباید نسبت به آفات جدی که برخی از این افراد برای جامعه به بار می‌آورند، بی‌تفاوت بود. افزون‌بر یافته‌های جامعه‌شناسان، خداوند متعال در قرآن کریم نسبت به این آفات و آسیب‌ها به خوبی، هشدارهای لازم را داده است.

منابع و مأخذ

قرآن کریم.

اجتهادی، مصطفی، کشفی‌نیا، وحید(۱۳۹۸). بررسی جامعه‌شناختی مخاطبان فرهنگ سلبریتی در اینستاگرام فارسی. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۵(۲۰)، ۱۱۳-۱۴۸.

Doi: <https://doi.org/10.22054/nms.2020.39301.673>

احمری، حسین، یزدانی، علی و پوررجائی، مصطفی(۱۴۰۱). مصادیق افساد فی الارض و محاربه از منظر فقه و حقوق اسلامی. *ماهنامه علمی (مقاله علمی- پژوهشی) جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۵(۳)، ۷۴۹-۷۷۷.

Doi: [10.30510/PSI.2022.301567.2226](https://doi.org/10.30510/PSI.2022.301567.2226)

اردکانی فرد، زهرا، رضوی زاده، ندا(۱۳۹۹). الگوهای «خودبازنمایی» سلبریتی‌های ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۶(۲۲)، ۲۱۹-۲۶۳.

Doi: <https://doi.org/10.22054/nms.2021.32891.503>

اشتراوس، آنسلم، جولیات، کرین(۱۳۹۸). مبانی پژوهش کیفی، فنون و مراحل تولید نظریه‌ی زمینه‌ای، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: انتشارات نشر نی.

اعرابی، سید محمدعماد(۱۴۰۲). *سرمقاله روزنامه*.

بحرانی، هاشم بن سلیمان(۱۴۱۵). *البرهان فی تفسیر القرآن*، قم مؤسسه البعثة، قسم الدراسات الإسلامية.

بنت، اندی(۱۳۸۶). *فرهنگ و زندگی روزمره*، ترجمه لیلیا جوافشانی و حسن چاوشیان. تهران: انتشارات اختران.

ثقفی تهرانی، محمد(۱۳۹۸). *روان جاوید در تفسیر قرآن مجید*، تهران: انتشارات برهان.

حویزی، عبدعلی بن جمعه(۱۴۱۵). *تفسیر نور الثقلین*، قم: اسماعیلیان.

حیدرآبادی، ابوالقاسم و همکاران(۱۴۰۱). مقبولیت سلبریتی‌ها در مشارکت‌های سیاسی از نظر مخاطبان شبکه‌های اجتماعی. *ماهنامه علمی (مقاله علمی- پژوهشی) جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۵(۱۰)، ۱۲۰۹-۱۱۹۶.

Doi: [10.30510/PSI.2022.323561.2932](https://doi.org/10.30510/PSI.2022.323561.2932)

روشندل اربطانی، طاهر و همکاران(۱۴۰۰). تبیین فرهنگ هواداری مجازی در شبکه اجتماعی اینستاگرام: دلایل

و زمینه‌ها (مورد مطالعه: هواداران سلبریتی‌ها). *مطالعات میان رشته‌ای ارتباطات و رسانه*، ۴(۳)، ۳۸-۵.

Doi: <https://doi.org/10.22085/jjiscm.2021.139027>

روشندل اربطانی، طاهر و همکاران(۱۴۰۰). مطالعه دغدغه‌های سلبریتی‌ها در اینستاگرام و پیامدهای آن بر

هواداران. *مطالعات میان فرهنگی*، ۱۶(۴۷)، ۸۹-۱۱۶. Dor: [20.1001.1.17358663.1400.16.47.4.4](https://doi.org/10.1001.1.17358663.1400.16.47.4.4)

شاه قاسمی، احسان(۱۴۰۱). *میدان شهرت در ایران*. تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.

شریف الرضی، محمد بن حسین(۱۴۱۴). *نهج البلاغة (للصحبی صالح)*. قم: هجرت.

صدر، محمدباقر. (بی‌تا). *المدرسة القرآنیة*، بیروت: انتشارات دار التعارف للمطبوعات.

- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۹۰). المیزان فی تفسیر القرآن، بیروت: مؤسسه الأعلمی للمطبوعات.
- طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۷۲). مجمع البیان فی تفسیر القرآن. تهران: ناصر خسرو.
- طبرسی، فضل بن حسن (۱۴۱۲). تفسیر جوامع الجامع. قم: مرکز مدیریت حوزه علمیه قم.
- طوسی، محمد بن حسن (بی تا). التبیان فی تفسیر القرآن. بیروت: دار إحياء التراث العربی.
- فخر رازی، محمد بن عمر (۱۴۲۰). التفسیر الکبیر (مفاتیح الغیب). بیروت: دار إحياء التراث العربی.
- فریس، کری. ا.، روجک، کریس، دریسنز، الیور و دیگران (۱۴۰۱). جامعه شناسی سلبریتی (دیدگاه و نقدها)، ترجمه فردین علیخواه. تهران: انتشارات گل آذین.
- فضل الله، محمد حسین (۱۴۱۹). من وحی القرآن، بیروت: دارالملاک.
- فیلیک، اووه (۱۳۸۷). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
- قرائتی، محسن (۱۳۸۸). تفسیر نور. تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
- قطب، سید (۱۴۲۵). فی ظلال القرآن. بیروت: دار الشروق.
- کریمی، یوسف (۱۳۷۷). روان‌شناسی اجتماعی، تهران: انتشارات ارسباران.
- کلینی، محمد بن یعقوب بن اسحاق (۱۴۰۷). الکافی. تهران: دار الکتب الإسلامیه.
- گلدوزیان، ایرج؛ احمدزاده، ابو الفضل (۱۳۸۸). بررسی تعریف جرم محاربه و افساد فی الارض در فقه و حقوق با رویکردی به لایحه پیشنهادی قانون مجازات اسلامی. فصلنامه حقوق مطالعات خصوصی، ۳۹(۱).
- Dor: 20.1001.1.25885618.1388.39.1.12.6
- مجلسی، محمدباقر بن محمد تقی (۱۴۰۳). بحار الأنوار الجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار. بیروت: دار إحياء التراث العربی.
- مدرسی، محمد تقی (۱۴۱۹). من هدی القرآن. تهران: دار محبی الحسین.
- مظاهری، حسین (۱۳۸۹). رساله توضیح المسائل. اصفهان: موسسه فرهنگی مطالعاتی الزهرا (س).
- معرفت، محمد هادی (۱۳۷۹). تفسیر و مفسران، قم: مؤسسه فرهنگی انتشاراتی التمهید.
- مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۱). تفسیر نمونه. تهران: دارالکتب الإسلامیه.
- مکارم شیرازی، ناصر (۱۴۲۱). الأمثل فی تفسیر کتاب الله المنزل. قم: مدرسه الإمام علی بن أبی طالب (علیه السلام).
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجالی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- موسوی سبزواری، عبدالاعلی (۱۴۰۹). مواهب الرحمن فی تفسیر القرآن (سبزواری). [بی جا]: دفتر سماحه آیت الله العظمی السبزواری.

مهرابی، امیرحمزه، خنیفر، حسین، امیری، علی نقی، زارعی متین، حسن و جندقی، غلامرضا (۱۳۹۰). معرفی روش‌شناسی نظریه داده بنیاد برای تحقیقات اسلامی (ارائه يك نمونه). نشریه مدیریت فرهنگ سازمانی، ۹(۲۳)، ۵-۳۰.

نجفی، محمدحسن (۱۳۶۲). جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام. بیروت: دار إحياء التراث العربی.

هاشمی شاهرودی، سید محمود (۱۳۸۲). فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیهم السلام (جلد ۱). قم: مؤسسه دایره المعارف فقه اسلامی.

Cashmore, Ellis. (2006). *Celebrity Culture*. London, UK: Routledge.

Ferris, Kerry O & Harris, Scott R. (2011). *Stargazing: Celebrity, Fame, and Social Interactio*. Publisher: Routledge. ISBN: 9780203831342

Gabler, Neal. (1998). *Life: The Movie - How Entertainment Conquered Reality*. New York: Vintage books.

Marshall, David. (1997). *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Miles, M. and Huberman, A. (2002). "Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods. Sage London: Beverly Hills.

Nayar, Pramod K. (2009). *Seeing Stras: Spectacle, Society and Celebrity Culture*. SAGE Publications India.

Rojek, Chris. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion Books.

Sabzali, M., Sarfi, M., Zohouri, M., Sarfi, T., & Darvishi, M. (2022). Fake News and Freedom of Expression: An Iranian Perspective. *Journal of Cyberspace Studies*, 6(2), 205-218. doi: 10.22059/jcss.2023.356295.1087

Shahghasemi, E. (2021). Rich kids of Tehran: The consumption of consumption on the internet in Iran. *Society*, 58(5), 398-405.

Ahmari, Hossein; Yazdani, Ali; Purajai, Mustafa. (1401). Examples of corruption in the earth and war-waging in the perspective of Islamic jurisprudence and law. *Scientific Monthly (Scientific-Research Article) of Political Sociology of Iran*. June, 5(3), 749-777. [In Persian] Doi: 10.30510/PSI.2022.301567.2226.

Arabi, Seyyed Mohammad Emad. (1402). Editorial of Keihan newspaper, Keihan newspaper. [In Persian]

Ardakanifard, Zahra; Razavizadeh, Neda. (2019). Self-representation patterns of Iranian celebrities on Instagram social network, *Modern Media Studies*, Summer, 6(22), 219-263. [In Persian] Doi: <https://doi.org/10.22054/nms.2021.32891.50>

Bahrani, Hashem bin Suleiman. (1415). The proof, in Interpretation of Qur'an, Qom. Al-Ba'ath Institute, Section of Islamic Studies. [In Persian]

Bennett, Andy. (1386). Culture and daily life, translation: Leila Joafshani and Hassan Chavoshian. Tehran. Akhtran Publications. **[In Persian]**

.Cashmore, Ellis. (2006). Celebrity Culture. London, UK: Routledge

Makarem Shirazi, Naser. (1421). The exemplary in interpretation of the revealed book of God. Qom. The pious leader Imam Ali bin Abi Talib school. **[In Persian]**

Fadlullah, Mohammad Hossein. (1419). Of revelation of Qur'an, Beirut. The Angels House. **[In Persian]**

Fakhherazi, Muhammad bin Omar. (1420). The Great Interpretation (The Keys of Unseen). Beirut. The Renewal of Arabic Heritage House. **[In Persian]**

Ferris, Kerry O & Harris, Scott R. (2011). Stargazing: Celebrity, Fame, and Social Interactio. Publisher: Routledge.

Ferris, Kerry. O Rojek, Chris; Driessens, Oliver and others. (1401). Sociology of celebrity (perspectives and criticisms), translated by: Fardin Alikhah. Tehran. Gol Azin Publications. **[In Persian]**

Filik, Uwe. (1387). An introduction to qualitative research. Translation: Hadi Jalili. Tehran. Nay Publishing. **[In Persian]**

Gabler, Neal. (1998). Life: The Movie - How Entertainment Conquered Reality. New York: Vintage books.

Goldouzian, Iraj; Ahmadzadeh, Abulfazl. (1388). Examining the definition of the crime of war-waging and corruption-in-the earth in jurisprudence and law with an approach to the proposed bill of the Islamic Penal Code, Private Studies Law Quarterly, 39(1), **[In Persian]**

Hashemi Shahroudi, Seyyed Mahmoud. (1382). The culture of jurisprudence according to the religion of Prophet's Household, peace be upon them (Volume Qom. Institute of Encyclopedia of Islamic Jurisprudence. **[In Persian]**

Hawizi, Abdul Ali bin Juma. (1415). Tafsir Nur al-Saghalain, Qom. Ismailian. **[In Persian]**

Hyderabadi, Abulqasem and colleagues. (1401). The popularity of celebrities in political participation in perspective of social network audiences. Scientific monthly (scientific research article) of Iranian political sociology, fifth year5(10), 1196-1209. **[In Persian]** Doi: 10.30510/PSI.2022.323561.2932.

Ijtihadi, Mustafa; Kashafinia, Vahid. (2018) Sociological investigation of celebrity culture audience on Persian Instagram. New Media Studies. Winter,5(20), 113-148. **[In Persian]** Doi: <https://doi.org/10.22054/nms.2020.39301.673>

Karimi, Yusuf. (1377). Social Psychology, 4th edition, Tehran. Arsbaran Publications. **[In Persian]**

Kolaini, Muhammad bin Yaqub bin Ishaq. (1407). The Sufficient. Tehran. The House of Islamic Books. **[In Persian]**

Majlesi, Muhammad Baqir bin Muhammad Taqi. (1403). The oceans of lights: A complex of pearls narratives of pious religious leaders. Beirut. The Renewal of Arabic Heritage House. **[In Persian]**

Makarem Shirazi, Naser. (1371). Sample interpretation. Tehran. Islamic Books House. **[In Persian]**

- Marefat, Mohammad Hadi. (1379). Interpretation and interpreters. Qom. Al-Tamahid Publishing Cultural Institute. **[In Persian]**
- Marshall, David. (1997). Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Mazaheri, Hossein. (1389). Treatise explaining the issues. Isfahan. Al-Zahra Cultural Studies Institute. **[In Persian]**
- McQuail, Dennis. (1388). An introduction to mass communication theory. Translator: Parviz Ajali. Tehran. Research Institute of Culture, Art and Communication. **[In Persian]**
- Mehrabi, Amir Hamza; Khanifar, Hossein; Amiri, Ali Naghi; Zarei Matin, Hassan; Jandaghi, Gholamreza. (1390). Introducing the methodology of data theory of the foundation for Islamic research (providing an example), Journal of Organizational Culture Management. Spring and Summer, 9(23), 5-30. **[In Persian]**
- Miles, M. and Huberman, A. (2002). Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods. Sage London: Beverly Hills.
- Modaresi, Mohammad Taqi. (1419). Of the guide of the Qur'an. Tehran. The House of Lovers of Hussein. **[In Persian]**
- Mousavi Sabzevari, Abdul A'la. (1409). The graces of the most Merciful, an interpretation of Qur'an (Sabzwari). [n.p.]. The office of Sabzwari, the honorable the great jurisprudence. **[In Persian]**
- Najafi, Mohammad Hassan. (1362). The jewels of words in the explanation of Islamic laws. Beirut. Renewal of Arabic Heritage House. **[In Persian]**
- Nayar, Pramod K. (2009). Seeing Stras: Spectacle, Society and Celebrity Culture. SAGE Publications India.
- Qeraeti, Mohsen. (1388). Interpretation of the Light. Tehran. Cultural Center for Lessons from Quran. **[In Persian]**
- Qutb, Syed. (1425). In the shadows of the Qur'an. Beirut. Sunrise House. **[In Persian]**
- Rojek, Chris. (2001). Celebrity. London: Reaktion Books.
- Roshandel Arbatani, Taher; and colleagues. (1400). Explaining the culture of virtual fandom in the Instagram social network: reasons and contexts (case study: celebrity fans), Interdisciplinary Studies of Communication and Media, Fall, 4(3), 5-38. **[In Persian]** Doi: <https://doi.org/10.22085/jiscm.2021.139027>
- Roshandel Arbatani, Taher; and colleagues. (1400). Study of the concerns of celebrities on Instagram and its consequences on fans. Cross-cultural studies. Summer, 16(47), 89-116. **[In Persian]** Dor: 20.1001.1.17358663.1400.16.47.4.4
- Sabzali, M., Sarfi, M., Zohouri, M., Sarfi, T., & Darvishi, M. (2022). Fake News and Freedom of Expression: An Iranian Perspective. Journal of Cyberspace Studies, 6(2), 205-218. Doi: 10.22059/jcss.2023.356295.1087

Sadr, Mohammad Bagher. (n. d.). Qur'nic School, Beirut. Convention House for Publications. **[In Persian]**

Shah Qasmi, Ehsan. (1401). Fame Square in Iran. Tehran. Research Institute of Islamic Culture and Art. **[In Persian]**

Shahghasemi, E. (2021). Rich kids of Tehran: The consumption of consumption on the internet in Iran. *Society*, 58(5), 398-405.

Sharif al-Rezi, Muhammad bin Hossein. (1414). The Approach of Rhetoric, (Collected by Sobhi Saleh). Qom. Migration. **[In Persian]**

Strauss, Anselm; Juliet, Corbin. (2018). Fundamentals of qualitative research, techniques and stages of producing contextual theory, translated by Ebrahim Afshar. Tehran. Nay Publications. **[In Persian]**

Tabarsi, Fazl bin Hassan. (1372). A Complex of Declaration in the interpretation of Qur'an. Tehran. Nasser Khosrow. **[In Persian]**

Tabarsi, Fazl bin Hassan. (1412). Comprehensive Complex interpretation. Qom. Management Center of Qom Seminary. **[In Persian]**

Tabatabai, Mohammad Hossein. (1390). Touchstone in the Interpretation of the Qur'an, Beirut. Al-Alami Press Institute. **[In Persian]**

Thaghafi Tehrani, Mohammad. (2018). The immortal psyche, in the interpretation of the glorious Qur'an, Tehran. Burhan. **[In Persian]**

Tousi, Muhammad bin Hassan. (n.d). The Clarification in the interpretation of Qur'an. Beirut. Renewal of Arabic Heritage House. **[In Persian]**

Internet sites:

<https://atna.atu.ac.ir> : Analytical media of Allameh Tabatabai University.

<https://fa.mouood.com/news> : Active American diplomacy with Angelina Jolie. **[In Persian]**

<https://myresearch.blogspot.com> : Dr. Payvasta's weblog. **[In Persian]**

<https://rasekhoon.net/news>: America's mission for Hollywood superstars. **[In Persian]**

<https://www.farsnews.ir> : How the project to expand gender deviation was started. **[In Persian]**

<https://www.farsnews.ir> : Judicial dealing with abusive celebrities such as Saba Kamali. **[In Persian]**

<https://www.jahannews.com>: Why did celebrities panic over Noushin Jafari's arrest?. **[In Persian]**

<https://www.migna.ir/news>: Scientific and specialized database of psychology and mental health. **[In Persian]**

<https://www.rokna.net> : Iranian people's anger against Noushin Jafari for insulting the household of prophet. **[In Persian]**

<https://www.seratnews.com> : All Iranian actors support the survivors of the tribe of Loot. **[In Persian]**

سایت‌های اینترنتی:

- <https://fa.mouood.com/news>، سایت موعود: «دیپلماسی فعال آمریکا با آنجلینا جولی».
- <https://rasekhood.net/news>، سایت راسخون: «مأموریت آمریکا برای سوپرستاره‌های هالیوودی».
- <https://www.farsnews.ir>، فارس نیوز: برخورد قضایی با سلبریتی‌های هتاک مانند صبا کمالی.
- <https://www.migna.ir/news>، پایگاه علمی و تخصصی روان‌شناسی و بهداشت روان.
- <https://www.farsnews.ir>، فارس نیوز: پروژه گسترش انحراف جنسیتی چگونه کلید خورد.
- <https://www.jahannews.com>، جهان نیوز: چرا سلبریتی‌ها از بازداشت نوشین جعفری وحشت کردند؟
- <https://www.rokna.net>، سایت رگنا: خشم مردم ایران از نوشین جعفری به‌خاطر توهین به اهل بیت.
- <https://atna.atu.ac.ir>، رسانه تحلیلی دانشگاه علامه طباطبائی.
- <https://www.seratnews.com>، صراط نیوز: سنگ تمام بازیگران ایرانی در حمایت از بازماندگان قوم لوط.
- <https://com.blogsky.myresearch/>: وبلاگ دکتر پیوسته.