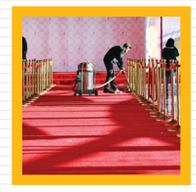


از ظهور سلبریتی‌ها تا سقوط ستاره‌ها

چگونه دست سلبریتی‌ها در مرجعیت جعلی و فیک، رو شد؟

۱۸

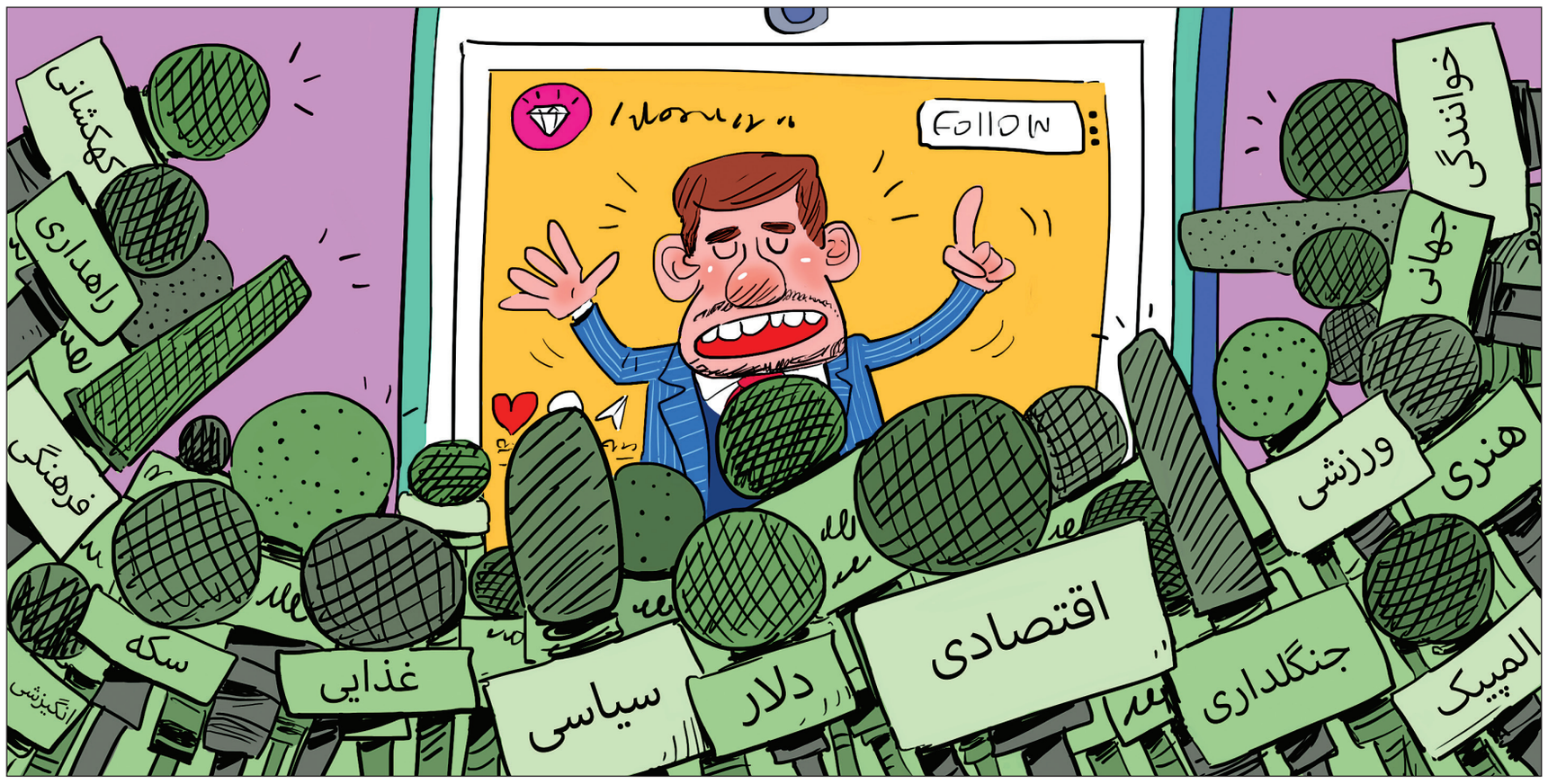
وقتی در و تخته جور درمی‌آید

نکته‌هایی جسته گریخته از ماجرای سلبریتی‌ها در غرب

۲۰

چهارشنبه ۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۲ ■ ۱۹ شوال ۱۴۴۴ ■ سال سی‌ویکم ■ شماره ۸۷۶۸

همشهری اجتماعی



صاحب‌نظران معتقدند مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها در حال افول است

ریزش اعتماد به سلبریتی‌ها

گزارش
گروه جامعه

در وقایع اخیر که پس از فوت مهسا امینی رخ داد و حتی ماه‌ها و سال‌ها پیش از این ناآرامی‌ها، آنقدر حرف‌ها، رفتار و حتی پیام‌های چند کلمه‌ای آنها در پیام رسان‌های اجتماعی، گوش‌های فراوانی برای شنیدن و چشم‌های بی‌شماری برای دیدن پیدا کرده بود که انگار گستره بازی و بازیگری آنها از مستطیل‌های سبز و پرده‌های نقره‌ای تا کوچه و خیابان‌های شهر گسترده شده بود. در هر اتفاق و حادثه خوش و ناخوشی، به‌گونه‌ای عکس‌العمل آنها نقل محافل غیررسمی و حتی رسمی می‌شد و عده‌ای در نقش مقلد و ارادتمند ظاهر می‌شدند که از تصور و انتظار خودشان هم فراتر بود. اما چه شد که بازیگران و بازیکنان عرصه هنر، ورزش و موسیقی و به تعبیری سلبریتی‌ها در نقش طلایه‌داران و نظریه‌پردازان وقایع اجتماعی، سیاسی و حتی اقتصادی ظاهر شدند؟ چه شد سلبریتی‌هایی که در عرصه هنرنمایی خاص خود از چارچوب کلمات فیلمنامه و نمایشنامه یا تاکتیک‌های تعیین شده توسط مربی و صاحبان باشگاه‌های ورزشی پا را فراتر نمی‌گذارند، یکباره به مرجع رفتارهای اجتماعی توده جامعه تبدیل شدند؟ این مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها که به قول بسیاری از صاحب‌نظران رو به افول گذاشته و هر روز کمرنگ‌تر از گذشته می‌شود، دلایل و اما و اگرهای بسیاری دارد. نادر صادقیان و مصطفی آب‌روشن که از جمله این صاحب‌نظران و جزو جامعه‌شناسان و استادان دانشگاه هستند، در نوشتار زیر به دلایل پیدایش و افول مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها پرداخته‌اند.

خلأ تشکل‌های رسمی

نخبگان، متخصصان، آکادمیسین‌ها و محققان کمتر از سایر اقشار جامعه تحت‌تأثیر واکنش‌ها و موضع‌گیری‌های سلبریتی‌ها قرار می‌گیرند. نادر صادقیان در این باره می‌گوید: «تبدیل شدن سلبریتی‌ها به گروه مرجع در حوزه کار و تخصص‌شان یک حق بدیهی محسوب می‌شود که در دنیا هم پذیرفته شده است، اما در ایران به‌دلیل فقدان احزاب سیاسی و نهادینه نشدن ساختارهای تعامل و رقابت سیاسی و حزبی، ضعف جامعه مدنی و نبود تشکل‌های رسمی سازمان یافته سلبریتی‌ها در سایر عرصه‌ها هم برجسته شده‌اند.» این استاد دانشگاه و پژوهشگر اجتماعی نهادینه شدن نهادهای حزبی، سندیکایی و اتحادیه‌ای را سبب قرار گرفتن سلبریتی‌ها در جایگاه طبیعی‌شان می‌داند و توضیح می‌دهد: «در خلأ سازمان‌ها و ساختارهای نظام‌مند مدنی، سلبریتی‌ها در عرصه‌هایی که اصالت و فراگیری مرجعیت ندارند، با یک حرف ساده، یک کامنت، یک پست و یک توییت تأثیرات قابل توجهی ایجاد می‌کنند.»

اظهارنظرهای غیر تخصصی

صادقیان به تعریف سلبریتی در باور عمومی جامعه اشاره می‌کند: «معمولاً کسانی را به‌عنوان سلبریتی می‌شناسیم که از نفوذ، تحرک و تعامل در عرصه‌های هنری و ورزشی به شهرت رسیده‌اند و محققان، پژوهشگران و متفکران، آکادمیسین‌ها، نیروهای شناخته شده و مسلط حزبی و سیاسی را مصداق سلبریتی تلقی نمی‌کنیم.»

او به تفاوت گرایش سیاسی و فعالیت سیاسی اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: «داشتن گرایش‌های سیاسی و فعالیت‌های اجتماعی حق سلبریتی‌ها و همه افراد جامعه است، اما صاحبان گرایش‌های سیاسی و علاقه‌مندان به فعالیت‌های مدنی را نباید با کادرهای متخصص سیاسی و اجتماعی که تجربه و تشکیلات، برنامه و ایدئولوژی دارند یکسان پنداشت. سلبریتی‌ها را به‌دلیل اینکه توانمندی آنها به زمینه فعالیتشان محدود می‌شود و در چارچوب‌های ایدئولوژیک و فکری حوزه سیاست و مسائل اجتماعی علم و تخصصی ندارند، نمی‌توان مصداق کادرهای متخصص سیاسی و اجتماعی تلقی کرد و امکان خطا و اشتباه در این افراد دور از انتظار نیست.»

بزرگ‌نمایی مرجعیت سلبریتی‌ها

صادقیان فضای رسانه‌ای حاکم بر جامعه را موجب بزرگ‌نمایی نقش‌های اجتماعی سلبریتی‌ها می‌داند و تأکید می‌کند: «این گروه‌های اجتماعی صاحب شهرت، باید مانند سایر شهروندان از حق تحرک و تعامل اجتماعی برخوردار باشند، ولی برجسته کردن و مرجعیت دادن به آنها در سایه این فضای رسانه‌ای، در بلندمدت آسیب‌هایی به همراه دارد که در شرایط کنونی هم شاهد آن هستیم. مثلا هنرمندی مشهور که عموم جامعه از حاشیه‌ها و مسائل مختلف زندگی او اطلاع دارند، در شبکه‌های اجتماعی ۱۳-۱۲میلیون نفر دنبال‌کننده پیدا می‌کند که اصلا یک امر طبیعی نیست و در سایه خلأ یک نظام حزب‌گرا و فضای رسانه‌ای موجود شکل گرفته است.» این جامعه‌شناس تهییج و تقویت عواطف و هیجانات عمومی جامعه را که توسط سلبریتی‌ها اتفاق می‌افتد، ریشه‌دار، پایدار و بلندمدت نمی‌داند و می‌گوید: «این تقویت و تهییج عواطف که بر پایه تفکری عمیق و دقیق و تخصصی بنا نشده، تأثیرگذاری محدودی دارد.»

تأثیرگذاری انقلاب رسانه‌ای

به‌گفته صادقیان خلأ احزاب سیاسی در ایران حکایت تازه‌ای نیست و سابقه فقدان یا کم‌تحرکی احزاب سیاسی به پیش از سلطنت پهلوی اول برمی‌گردد، اما در سال‌های اخیر انقلاب رسانه‌ای این خلأ را به بستری برای اوج‌گیری مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها تبدیل کرده است. او توضیح می‌دهد: «در گذشته رسانه‌ها به چند شبکه تلویزیونی محدود بودند و به این اندازه فراگیری و نفوذ نداشتند. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی هم اساسا وجود نداشت و تعداد نشریات محدود بود. در فضایی که در جهان و بالطبع در ایران ،انقلاب رسانه‌ای رخ داده، شاهد هستیم که سیستم رسانه‌ای داخل کشور هم برای به حاشیه راندن سایر جریان‌های فکری و سیاسی، با تبلیغات پروگاندایی و تجاری‌سازی عرصه‌های هنر و ورزش، جایگاه سلبریتی‌ها را در عرصه‌های خارج از توانمندی و تخصص این طیف قوت می‌بخشد.» صادقیان تأثیرگذاری روانی تبلیغاتی را مهم‌ترین کارکرد مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها ذکر می‌کند و ادامه می‌دهد: «از آنجا که این جایگاه مبتنی بر یک تفکر نهادینه خاص سیاسی اعتقادی نیست، معمولا سلبریتی‌ها بر حسب جریان‌ها، اخبار و رویدادهای روز، مواضعی می‌گیرند که بر برنامه و تفکر و آرمان مشخص و ساختاریافته‌ای مبتنی نیست. این مواضع در مقاطعی شکل و شمایل سیاسی به‌خود می‌گیرند، ولی به‌دلیل اینکه در سازماندهی عملیاتی اجرایی، توان و تشکیلات و برنامه و هدف و تجربه و تخصص ندارند، در مرجعیت و هدایت اجتماعی نمی‌توانند نقش آفرینی پایدار و مؤثری داشته باشند.»

افکار عمومی آگاه شده است

مصطفی آب‌روشن، عضو انجمن جامعه‌شناسی آموزش و پرورش ایران هم معتقد است؛ «در گذشته سلبریتی‌ها تأثیر فراوانی بر افکار عمومی داشتند، اما به‌دلیل وجود تکنولوژی‌های ارتباط جمعی و شبکه‌های اجتماعی، سواد رسانه‌ای وسواد سیاسی جامعه به تراز بالاتری ارتقا پیدا کرده و سلبریتی‌ها نمی‌توانند افکار عمومی را مانند گذشته تحت‌تأثیر قرار دهند.»

او در این‌باره توضیح بیشتری می‌دهد و می‌گوید: «با توجه به آگاهی‌رسانی فعالان اجتماعی و ایجاد کمپین‌های فراوان در شبکه‌های اجتماعی، افکار عمومی به این باور رسیده که سلبریتی‌ها نه‌تنها نباید در حوزه سیاست و مدیریت شهری ورود پیدا کنند، بلکه گرایش سیاسی آنها نیز مانند گذشته، مقبولیت اجتماعی نخواهد داشت. زیرا افزایش آگاهی و سواد سیاسی جامعه به افکار عمومی آموخته به برنامه‌ها و تخصص افراد توجه کنند و توصیه‌های تبلیغاتی افراد مشهور محور تصمیمات آنها قرار نگیرد.»

تیغ دولبه

آب‌روشن، اقبال عمومی جامعه به هنرمندان، ورزشکاران و دیگر سلبریتی‌ها را یک پدیده جهانی ذکر می‌کند و می‌گوید: «این ارتباط مؤثر و احساسی بین این افراد و توده مردم به‌طور بالقوه دارای پیامدهای مثبت و منفی است. یکی از کارکردهای مثبت سلبریتی‌ها ایجاد کمپین و تشویق جامعه به مشارکت‌های مدنی است و نمی‌توان نقش ممتاز برخی از هنرمندان را در بسیج افکار عمومی و شکل‌دهی به کمپین کمک‌های مردمی نادیده گرفت. در واقع اکثر سلبریتی‌ها با هر شکل و انگیزه‌ای از مشارکت در امور خیریه، تمایل دارند اقدامات خیرخواهانه‌شان را در حوزه اجتماعی منتشر کنند تا هم طرفداران خود را به‌کار خیر تشویق کنند و هم در میان شهروندان اعتبار مضاعفی به‌دست آورند.»

این جامعه‌شناس درباره عملکرد منفی سلبریتی‌ها در حوزه مرجعیت اجتماعی توضیح می‌دهد: «این واقعیت تلخ وجود دارد که این گروه اجتماعی گاهی ابزار دست سیاست‌بازان می‌شوند، به‌طوری که سیاست‌بازان، این گروه اجتماعی را تطمیع می‌کنند تا محبوبیت‌شان را در راستای اغراض سیاسی آنها خرج کنند، زیرا به‌نظر می‌رسد اگر نظر مثبتی را در رابطه با عملکرد سیاست‌بازان انتشار بدهند از سوی طرفداران شنیده خواهد شد. این شیوه از رفتار، نه‌تنها شایسته سلبریتی‌ها نیست، بلکه استفاده ابزاری سیاست‌بازان از قشر مشهور جامعه، تئوری سیاست منهای اخلاق را به ذهن متبادر می‌کند و از منظر اخلاق حرفه‌ای ناپسند و عوام فریبانه تلقی می‌شود، زیرا تجربه ثابت کرده سوءاستفاده از اشتهار و روی کار آمدن افراد با جاذبه‌های احساسی و به دور از عقلانیت سیاسی و کارکردی، جامعه را دچار رکود می‌کند و در دراز مدت به نارضایتی‌های اجتماعی دامن می‌زند.»

مکث

افول مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها

«جامعه به سمتی حرکت کرده که مرجعیت نیروهای سیاسی و حزبی بر مرجعیت روانی رسانه‌ای و تبلیغی غالب شده‌اند.» این نکته را نادر صادقیان، استاد دانشگاه و پژوهشگر اجتماعی می‌گوید و در این باره توضیح می‌دهد: «در مقاطعی سلبریتی‌ها توانستند روی بخش‌هایی از جامعه به‌ویژه نوجوانان و جوانان که از جریانات سیاسی، نخبگی، تخصصی، آکادمیک و روشنفکری تجربه و شناخت کمتری داشتند، تأثیرات هیجانی، روانی و تبلیغی بگذارند، ولی فضای اجتماعی جامعه به سمتی می‌رود که نیروهای سیاسی و حزبی، مرجعیت غالب را در حوزه روانی رسانه‌ای و تبلیغی هدایت می‌کنند.» صادقیان گسترده‌تر شدن فضای فعالیت نخبگان، احزاب، جامعه مدنی و سندیکایی را برای نظام‌مند شدن مرجعیت‌های اجتماعی ضروری عنوان می‌کند و می‌گوید: «اگر این فضا توسعه پیدا نکند، ممکن است تحرک و تأثیرگذاری سلبریتی‌ها با یک رویداد خبرساز منفی هیجانی مخرب دوباره شعله‌ور شود و جلوه پیدا کند. البته در چنین شرایطی هم این تأثیرگذاری به‌صورت سینوسی، سیکلی و مقطعی خواهد بود و باز به‌تدریج افول می‌کند.»

مکث

پایان مرجعیت‌های غیرعلمی

«هنرمندان بخشی از نخبگان جامعه هستند و تأثیر آنها در شکل‌دهی به افکار و حساسیت‌های جامعه، به‌دلیل اینکه با احساسات و عواطف توده‌های مردم سر و کار دارند، بارزتر و سریع‌تر است. » مصطفی آب‌روشن، استاد دانشگاه با بیان این مطلب درباره فرایند ایجاد مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها می‌گوید: «آنچه در سال‌های اخیر به مقبولیت این قشر افزوده، به‌طور قطع تعاملات شکل گرفته در شبکه‌های اجتماعی است. از آنجا که مبنای ارتباط مردم و سلبریتی‌ها عموماً احساس است و احساس سطحی‌ترین تراز ارتباطی به شمار می‌آید، این گروه‌های اجتماعی از مقبولیت بیشتری نسبت به روشنفکران سیاسی، اجتماعی و علمی برخوردارند.» آب‌روشن کاهش اعتماد اجتماعی را که از سرمایه‌های مدنی جامعه محسوب می‌شود، در پررنگ شدن راهبری و مرجعیت سیاسی و اجتماعی سلبریتی‌ها در وقایع اخیر مؤثر می‌داند، اما بر این باور است که در ادامه این جریانات شاهد رشد عقلانیت، افزایش سواد سیاسی و ارتقای آگاهی عمومی جامعه هستیم که تأثیرگذاری و مرجعیت سلبریتی‌ها در حوزه‌های غیرتخصصی این قشر را تضعیف می‌کند.

اصل ماجرا

اصل ماجرای سلبریتی‌زدگی در ایران

اصل ماجرای سلبریتی‌ها در ایران از کجا شروع شد؟ البته باید به خیلی قبل‌تر برگردیم ، به دهه‌های ۴۰و ۵۰ شمسی. زمانی که هنرهایی مثل موسیقی، سینما و... همچنین عرصه‌هایی چون ورزش در ایران پا گرفتند. پا گرفتن رسانه‌ها در ایران هم مزید بر علت شد تا عملا طبقه‌ای به‌نام سلبریتی‌ها ظهور کنند، گروهی که شهرتی به هم می‌زدند و نزد بیشتر مردم شهره می‌شدند. خاصه در عرصه موسیقی، سینما، فوتبال، مد و... این فرایند با شدت بیشتری ظهور و بروز پیدا کرد.

انقلاب اسلامی ایران که به پیروزی رسید، سلبریتی زدگی هم خاموش شدند. چرا که اساسا در اتمسفر فکری انقلاب اسلامی، چنین چیزی تعریف نشده بود و لزومی نداشت که بخشی از مردم، مشهورتر از بقیه مردم باشند. یکی از دلایل اوج گرفتن سینمای ایران در دهه ۶۰ و تولد یک سینمای مولف و صاحب سبک در جهان را هم همین می‌دانند؛ اینکه اساسا سینمایی داشتیم که دیگر ستاره‌محور نبود و باید قصه‌محور و دغدغه‌محور می‌بود. همین‌ها باعث شد تا خلاقیت‌های بیشتری شکل بگیرد.

از ابتدای دهه ۷۰ بود که دوباره فرایند سلبریتی یا ستاره‌سازی در ایران شکل گرفت؛ به‌طور ویژه با تولید و نمایش فیلم «عروس». ابوالفضل پورعرب و نیکی کریمی، به واقع نخستین سلبریتی‌ها یا ستاره‌های ایران در چنین روزهایی بودند که بقیه را هم به این صرافت انداختند تا به سمت ستاره‌سازی بروند تا به نوعی فروش آثارشان را تضمین کنند. اتفاقی که بعدها به تلویزیون هم سرایت کرد و البته به شبکه نمایش خانگی. شیوع رسانه‌ها و تولد اینترنت و شبکه‌های اجتماعی هم که عملا بنزینی بود بر آتش چهره‌سازی.

رفته‌رفته چهره‌ها و سلبریتی‌ها در ایران چنان اوج گرفتند که انگار هر کاری که می‌خواستند، می‌توانستند انجام بدهند. از تبلیغ محصولات گرفته تا نصیحت کردن جوانان و نوجوانان در قالب مصاحبه و برنامه‌های مختلف گرفته تا حتی گاه دخالت‌هایی که در انتخابات می‌کردند تا مثلا ما را دعوت کنند به فلان کس رأی بدهیم یا ندهیم. گسترش صنعت تبلیغات و سرگرمی و... در ایران هم باعث شد تا وضع مالی غالب این سلبریتی‌ها هم تکانی اساسی بخورد.

تصور کنید: طبقه‌ای که شهرت دارد، ثروت دارد، قدرت نفوذ در افکار عمومی دارد و به طرز عجیبی هم نه نقد می‌شود و نه کنترل. فکر می‌کنید انتهای این مسیر چه خواهد بود؟ انتهایش این بود که این طبقه، کم‌کم احساس کردند یک سر و گردن از دیگران بالاترند و لابد نباید قانون و دیگر رویه‌های اجتماعی درباره‌شان، دست‌کم به شکل و شمایل دیگر مردم، اجرایی شود.

در ناآرامی‌های سال گذشته، سلبریتی‌ها تصور کردند که از حاشیه امن بالایی برخوردار هستند، پس شروع کردند به گفتن هر حرفی که می‌خواستند. بخشی از این مواضع باعث شد بخشی از طرفداران این طیف نیز دچار مشکلاتی بشوند و لابد تصور می‌کردند هر چیزی که این افراد بگویند، درست است. صرفا به این دلیل که شهرت بالایی دارند.

اما نفی و تکذیب غالب ادعاهای این افراد، باعث شد تا شهروندان به این درک برسند که اساسا شهرت، مساوی با صحت یا حاشیه امن نیست. به واقع بعد از سال ۱۴۰۱، دیگر این نگاه را نداریم که برخی آدم‌مشهورها می‌توانند حتی در حوزه‌های غیرتخصصی هم نظر بدهند....

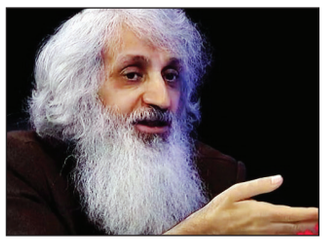
یادداشت

ابراهیم فیاض
عضو هیات‌علمی دانشگاه تهران

غرب‌زدگی، مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها

گروه‌های مرجع در احساس نیاز جامعه به انتخاب سبک زندگی پدید می‌آیند و سبک زندگی، جامع‌ترین مفهومی است که با تأثیرپذیری از گروه‌های مرجع شکل می‌گیرد و چهارچوب‌های کلان زندگی افراد جامعه را تشکیل می‌دهد. مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها هم تحت‌تأثیر این نیاز به‌وجود آمد اما وقتی به غرب‌زدگی و غرب‌گرایی دچار شد، بر سبک زندگی ایرانیان تأثیرات نامطلوبی باقی گذاشت که آثار آن را در ناآرامی‌های اخیر دیدیم. سلبریتی‌ها از اواخر دهه ۶۰ جریانی را طی کردند که به گروه مرجع اجتماعی تبدیل شدند و اوج مرجعیت این گروه را در سال‌های اخیر شاهد بودیم. این جریان پس از دوران دفاع‌مقدس آغاز شد و سلبریتی‌ها در دوره سازندگی در مسیر تبدیل‌شدن به مرجع اجتماعی قرار گرفتند. در این دوره فوتبالیست‌هایی که از نظر حرفه‌ای برجستگی‌هایی داشتند و به‌عنوان لژیونر به کشورهای اروپایی رفتند، از سویی باعث مطرح‌شدن ایران در ساختار فرهنگ جهانی و حضور کشور در رقابت‌های بین‌المللی ورزشی شدند و از سوی دیگر با صعود تاریخی به جام‌جهانی در میان مردم همبستگی اجتماعی به‌وجود آوردند که به فوتبالیست‌ها مرجعیت اجتماعی همراه با بعد حماسی بخشید.

با اوج‌گیری هنر هفتم در دهه ۷۰سلبریتی‌های هنری وارد گروه‌های مرجع شدند و در نتیجه حضور آنها، گروه‌های مرجع سلبریتی‌ها از حالت حماسی خارج و به بعد تفکری و هنری سینما نزدیک شد. هنر هفتم، همه هنرهای پیش از خود را در خودش جمع کرده بود و اندیشه‌پردازی گروه مرجع سلبریتی‌ها از این زمان شروع شد. از آنجا که سینما آزمایشگاه تفکر و علوم انسانی است و باعث شکل‌گیری و تجسم علوم انسانی می‌شود، جامعه برای رشد فرهنگی و پویایی خود به این گروه مرجع مجال ظهور و بلوغ داد. سینماگران نیز مانند فوتبالیست‌ها در عرصه‌ها و جشنواره‌های خارجی حضور پررنگی داشتند و سینمای مولف مورد توجه واقع شد. در این سینما فقط هنرپیشه‌ها و بازیگران مورد اقبال قرار نمی‌گرفتند و کارگردانان و نویسندگان سینما به‌شدت مهم شدند. در این فضا امثال ابراهیم حاتمی‌کیا و رضا میرکریمی که کارگردانان بعد از انقلاب هستند، اوج گرفتند.

بعد از این مرحله، هنر موسیقی کشور در مسیر بلوغ قرار گرفت و موزیسین‌ها و خوانندگان هم به گروه‌های مرجع سلبریتی‌ها راه پیدا کردند. موسیقی، هنری است که در بستر آن فکر و فلسفه شکل می‌گیرد. این هنر به‌دلیل اینکه با حس شنوایی سر و کار دارد، بلافاصله قدرت تخیل و تفکر را اوج می‌دهد و بر همین اساس موسیقی به‌شدت تفکرساز است.

ساختار واقعی گروه‌های مرجع سلبریتی‌های ایرانی در این جریان ارزشمند شکل گرفت اما با تلاش‌ها و زمینه‌سازی غربی‌ها این گروه مرجع به بستری برای ورود غرب‌گرایی به فرهنگ کشور تبدیل شد. ژان کازنو در کتاب «جامعه‌شناسی ارتباطات جمعی» از اصطلاح شخصیت‌های انتقالی استفاده کرده است. این شخصیت‌ها فرهنگ غرب را به کشورهای غیرغربی منتقل می‌کنند. در میان سلبریتی‌ها طیفی غرب‌گرا وجود داشتند که در جریانات اجتماعی و فرهنگی، نقش شخصیت انتقالی را ایفا کردند؛ مثلا تعدادی از لژیونرهایی که با زندگی در کشورهای اروپایی گرایش‌های غرب‌گرایانه پیدا کرده بودند، در مرجعیت اجتماعی خود اشاعه‌دهنده همین فرهنگ بودند. در سینما نیز عده‌ای هویت ایرانی خود را به بدترین شکل ممکن دستمایه مطرح‌شدن در جشنواره‌های خارجی قرار دادند. این فیلمسازان با ساخت و نمایش آثاری که کاملا ضدتمدن و مدنیت ایرانی بود و سیمای جامعه ایرانی را عقب‌افتاده، بحران‌زده، فقیر و خشونت‌طلب نشان می‌داد، در خدمت غرب و ترویج فرهنگ ضدایرانی قرار گرفتند. در عرصه هنر، موسیقی کشور فرانسه برای ایجاد گرایش‌های غربی در هنرمندان این عرصه، سرمایه‌گذاری زیادی کرد که اعطای نشان شوالیه به موزیسین‌های ایرانی حرکتی در همین راستا بود. البته در همه عرصه‌های هنری و ورزشی سلبریتی‌هایی بودند که فرهنگ خود را حفظ کردند و زیر بار غرب‌گرایی نرفتند. اما تعدادی از سلبریتی‌ها هم نتوانستند از غرب‌گرایی دور بمانند و نه‌تنها خودشان به این فرهنگ دچار شدند بلکه به‌عنوان مرجع اجتماعی به اشاعه و ترویج فرهنگ بیگانه پرداختند. پس از ناآرامی‌های اخیر که بعد از فوت مهسا امینی رخ داد، غرب‌گرایی رو به زوال گذاشت و مرجعیت اجتماعی سلبریتی‌ها هم در حال فروپاشی است. در این ناآرامی‌ها مردم مشاهده کردند که بر اثر غرب‌گرایی دولت‌های گذشته، کشور به اندازه‌ای دچار تورم انفجاری و از هم‌گسیختگی فرهنگی شده که دولت فعلی هم با وجود تغییر نگاه و پرهیز از غرب‌گرایی در کاهش آثار دولت‌های گذشته دچار مشکل شده است. مردم دیدند همان کشورهای بیگانه که ناآرامی‌ها را هدایت می‌کردند سعی می‌کنند در جامعه ایرانی ناامیدی و التهاب ایجاد کنند.