

اما مرجعیت هم محدودیت‌های خاص خود را دارد. هیچ مرجعی وجود ندارد که بتواند توجه همه یک جمعیت را به تمامی به خود جلب کند. مرجع‌ها معمولاً هر قدر هم فراگیر جلوه کنند، همواره بر جمعیتی خاص عمل می‌کنند و در میان آن جمعیت اثرگذارند. رابطه مرجع و جمعیت، لزوماً رابطه‌ای از جنس رهبر – پیرو نیست و عام‌تر و پیچیده‌تر از آن است



نگران کرده بود، تغییر «نقطه توجه» مان از «مسائل اصلی» به «زندگی شخصی یک چهره هنری» است. مسأله همین «نقطه توجه» است یعنی آن چیزی که مرجع‌ها می‌توانند آن را به هدف‌ها و علاقه‌های خود معطوف کنند. مرجع لزوماً یک شخص یا چهره نیست بلکه می‌تواند یک سازمان یا حزب، گروهی از افراد، اندیشه یا گفتمانی خاص یا حتی ایده‌ای مبهم باشد. اما هر شکلی داشته باشد، مرجعیت آن کم‌وبیش بلامنازع جلوه می‌کند و در جلب کردن توجه عموم به خود، توانایی‌ای دارد که نادیده گرفته نمی‌شود. اما مرجعیت هم محدودیت‌های خاص خود را دارد. هیچ مرجعی وجود ندارد که بتواند توجه همه یک جمعیت را به تمامی به خود جلب کند. مرجع‌ها معمولاً هر قدر هم فراگیر جلوه کنند، همواره بر جمعیتی خاص عمل می‌کنند و در میان آن جمعیت اثرگذارند. رابطه مرجع و جمعیت، لزوماً رابطه‌ای از جنس رهبر – پیرو نیست و عام‌تر و پیچیده‌تر از آن است.

اهمیت مرجعیت‌ها، بویژه در دوران مدرن ایران، همواره، هم محل منازعه بوده و هم محل شکل‌گیری توهم‌های بسیار. جلال آل احمد براساس توهم نسبت به اهمیت مرجعیتی به نام «روشنفکر» بود که آن ادعای معروف را نوشت. البته که این توهم تا حدی هم آگاهانه بود چرا که او می‌خواست، در منازعه‌ای فرهنگی، علیه آنچه فرهنگ تکنیک‌زده غرب می‌نامید، موضع بگیرد. آن مرجع فراگیر، در ایران مدرن، گاهی روشنفکر فرض شده است، گاهی یک روحانی، گاه سلبریتی‌های مجازی و گاه موجودی انتزاعی‌تر مانند غرب یا شرق. اما تقریباً به روشنی می‌توان نشان داد که اینها هرگز آن چنان که مخالفان و معترضان می‌کوشیدند نشان دهند، مرجعیت تام نداشته‌اند هر چند دست‌بالا گرفتن اهمیت‌شان برای منسجم‌تر کردن جبهه مخالفان و معترضان به کار می‌آمده است.

در نگاه اول به نظر می‌رسد که آنچه در یک دهه اخیر روی داده است، صرفاً «به چشم آمدن بیش‌تر» این مرجع‌های متکثر و پراکنده در شبکه‌های اجتماعی باشد اما چنین نیست. مرجع‌های

اساس است که پاشایی، در مقام ترانه‌خوان عاشقانه‌های احساساتی، از روشنفکری که از ایده‌های انتزاعی و عام سخن می‌گوید، اهمیت بیشتری می‌یابد و می‌تواند توجه فردی شده عموم را به خود جلب کند. به همین دلیل است که روان‌شناسی برای چنین جامعه‌ای بیش از جامعه‌شناسی می‌تواند راهی به زندگی بهتر فرض شود. درواقع با تغییر در گزاره‌ای از مارکس می‌توان گفت که مرجع‌های حاکم بر آن هر جامعه، بازتاب‌های تشخیص‌یافته‌ای از مناسبات حاکم بر آن جامعه‌اند. آنها خرده‌نمایندگان این یا آن بخش از جمعیت‌اند، هر چند تلاش کنند خود را بهترین الگوی عام جا بزنند.

امروز، به واسطه رسانه‌های فردی شده‌ای مانند اینستاگرام و توئیتر، قدرت اعمال قدرت و اثرگذاری شدیدتری نیز پیدا کرده‌اند؛ هر چند، به شکلی پیچیده، این قدرت اثرگذاری از طریق خود مخاطبان، فعالان، دستکاری و تا حدی شخصی می‌شود. نکته دیگری هم روی داده است که به‌نظم اهمیتی قابل توجه دارد. رستگاری فردی، در جامعه‌ای که با قدرت دارد به سمت فردی شدن فزاینده می‌رود، از طریق الگوهای فردی متجسم بهتر می‌تواند برآورده شود تا از طریق الگوهای انتزاعی فکری. این دگرگونی در خود این فرض اساسی را دارد که هر نوع رستگاری‌ای فردی است. بر همین



حتی از بدیهی‌ترین اطلاعات لازم – ولو در حوزه‌های تخصصی خود – برخوردار نیستند کلاه «همه چیز دانی» به سر گذاشته و در کوتاه‌ترین زمان ممکن سعی در انتقال تفکرات خاص خویش دارند چرا که مثل سابق نه جایگاه هدایت فکری در انحصار قشری خاص قرار دارد که با دسترسی به برخی اطلاعات و یافته‌ها و با اتکا به تجربیات سالیان سعی در تحلیل شرایط داشته باشند و نه حتی مخاطبان شان تعداد معدودی از افراد دست چین شده – به نمایندگی از اقشار مختلف – جامعه است که بخواهد در روزهای بعد، از این اندوخته‌ها استفاده کرده و سعی در انتقال شان به اطرافیان داشته باشد. هر چه هست همه در همان سطح اول شکل گرفته، امکان بروز یافته و به پایان می‌رسد. در نتیجه به هیچ عنوان عمق لازم و کافی را نداشته و ماندگار نمی‌شود حتی گاهی خیلی زود در نفی خود وارد عمل می‌شود.

از آنجایی که گروه‌های مرجع پیشین و سنتی قدرت انعطاف‌پذیری بالایی نداشتند به سرعت از سوی جامعه کنار گذاشته شده و گروه‌های مرجع جدیدتری جایگزین شدند و از این وضعیت تازه پدیدار شده، سلبریتی‌ها و افراد مشهور (در حوزه‌های مختلف) کمال استفاده را برده و خود را در جایگاه مرجعیت فکری اجتماعی قرار دادند

برهه‌ای بخصوص از اواسط دهه ۷۰ این رسالت به رسانه‌های مکتوب منتقل شد تا به تیراژهای میلیونی برسند و با یک تیر از فرشته‌ای دیو بسازند و دیو را فرشته جلوه دهند ولی خیلی زود گویی آفتاب جراید غروب کرد تا یک دهه بعد گوشی‌های هوشمند و پیام‌رسان‌های مجازی نصب شده روی آنها به چنان فراگیری برسند که با حذف تمام واسطه‌ها در سریع‌ترین زمان ممکن یک پیام به دست مخاطب رسیده و حتی تک تک این مخاطبان را برای قرار گرفتن در جایگاه یک رهبر فکری تهییج کنند.

از آنجایی که گروه‌های مرجع پیشین و سنتی قدرت انعطاف‌پذیری بالایی نداشتند به سرعت از سوی جامعه کنار گذاشته شده و گروه‌های مرجع جدیدتری جایگزین شدند و از این وضعیت تازه پدیدار شده، سلبریتی‌ها و افراد مشهور (در حوزه‌های مختلف) کمال استفاده را برده و خود را در جایگاه مرجعیت فکری اجتماعی قرار دادند. چرا که مهم‌ترین بستر لازم برای اعمال مرجعیت، استفاده از شبکه‌های مجازی است که این روزها تقریباً برای همگان در دسترس بوده و با استفاده از اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های مختلف به آسانی، نزدیک به زبان همان جامعه هدف، تولید محتوا کرده و با بی‌واسطه‌ترین شکل ممکن آن را با مخاطبان خود به اشتراک گذاشته و صاف‌بندی موافقان و مخالفان را شکل داده و در ادامه با انعکاس موج‌سازی‌های بعدی براحتی می‌توانند در بخش وسیعی از جامعه مؤثر واقع شده و در شکل دهی تفکرات و ذهنیات آنها نقش نخست را ایفا کنند هر چند که افتادن به دام پوپولیسم در این شرایط به‌عنوان مخاطره اصلی پروسه می‌تواند مطرح شود.

در حالی که بمباران اطلاعاتی شبانه روزی در شبکه‌های مختلف مجازی که اکثر قریب به اتفاق مخاطبان را دارای پیش‌زمینه‌های ذهنی و خبری کافی نسبت به اتفاقات پیرامون کرده و انحصار موجود در دهه‌های پیش را از بین برده در نتیجه تک تک این افراد با کنار هم چیدن تمام فرضیات رخدادها به یک نتیجه‌گیری اولیه دست یافته و وقتی با تحلیل‌های ارائه شده از فلان آدم مشهور – که حالا یا مستقیماً به صورت لایو اینستاگرامی یا به صورت نقل قول‌های غیرمستقیم – همذات‌پنداری کرده و به شکل دهی یک جریان فکری هر چند سطح پایین کمک می‌کند و در آن سو سلبریتی‌های نیازمند توجه که گاهی

