

رمزگشایی از جنجال‌های اخیر سحر قریشی

سحر قریشی طی روزهای گذشته در کانون اخبار فضای مجازی قرار گرفته است. این بار نه از بابت اظهارنظری منتسب به او، بلکه انتشار عکسی از او که با قرار گرفتن در کنار یک تصویر دیگر، شائبه‌هایی را در مورد ازدواج این بازیگر رقم زده است. اینکه این دو عکس چگونه در کنار یکدیگر قرار گرفته و چه فرد یا افرادی در پشت پرده انتشار آن قرار دارند، موضوع بحث این گزارش نیست. موضوع مهم‌تر اما دلیل این فضا سازی‌هایی است که هرچند وقت یک‌بار برای برخی از سلبریتی‌هایی که به خارج از کشور می‌روند، پیش آمده و آنها را به ترند اینترنت تبدیل می‌کند.

به گزارش سایت خبری پرسون، یک زمانی «مهراد جم»، یک وقت دیگر «ریحانه پارسا» و الان هم «سحر قریشی». جالب‌تر آنکه این فضا سازی‌ها، زمینه کاری و فکری این چهره‌ها را شامل نشده و بیشتر روی سبک زندگی آنها و افق به اصطلاح روشنی که برایشان رقم خورده است، تاکید دارد و البته یک کلیدواژه مشترک برای تمامی این چهره‌ها وجود دارد: «ترکیه» اینکه چطور این سلبریتی‌ها که عمدتاً از تمکن مالی خوبی برخوردار هستند به جای حضور در کشورهای اروپایی و آمریکایی یا حتی امارات که تفاوت هزینه‌ای چندانی با ترکیه ندارد، به این کشور پناه برده و زندگی جدید خود را در این کشور آغاز می‌کنند، خود محل گمانه‌زنی‌های فراوانی است که در ادامه به آنها خواهیم پرداخت.

البته که در مورد «سحر قریشی» طبق گفته «محمدحسین فرحبخش»؛ تهیه‌کننده کهنه‌کار سینمای ایران، وی حدود ۳ ماه پیش به قصد ازدواج از کشور خارج شده و احتمالاً مهاجرتی در کار نبوده و وی به ایران باز خواهد گشت. اما حداقل قضیه این است که قریشی تا به اینجا کار، در همان مسیری قدم گذاشته که سلبریتی‌های دیگر برداشته بودند و از این‌جا به بعد است که نشان می‌دهد وی تا چه اندازه، با نیت آن سلبریتی‌ها، از کشور خارج شده و در ترکیه سکنی گزیده است.

فاز اول: رسیدن به منابع درآمدی ثابت

چهره‌های شناخته‌شده سینما و موسیقی کشور در تمام این سال‌ها روی این گزاره صحه گذاشته‌اند که از وضع مالی افسانه‌ای برخوردار نیستند. آنها به زعم مردم جامعه و البته آمارها، درآمدهای خود را مکفی ندانسته و شرایط مالی و اقتصادی خود را قابل قیاس با سلبریتی‌های فعال در سینما و موسیقی دیگر کشورها نمی‌دانند.

به همین دلیل، بسیاری از آنها در سودای کسب درآمدهای بالا از شهرت و محبوبیت خود در میان مردم هستند. بنابراین در نخستین گام، آنها باید از پایگاه مردمی خوبی برخوردار باشند تا بتوانند به عنوان گام نخست، در مسیر ثروت‌اندوزی از شهرت خود قرار بگیرند.

یکی از بهترین راه‌های شناخت اندازه‌های پایگاه‌های مردمی سلبریتی‌ها، صفحه اینستاگرام آنها است. صفحه‌ای که در یک دوره، سبب پذیرش آنها در پروژه‌های سینمایی می‌شد اما با شکست تجاری آن پروژه، این غائله هم چندان مورد تایید سینماگران و البته مردم قرار نگرفت.

در این چند سال، سوپاپ اطمینان بالا رفتن فالوئرهای اینستاگرام یک سلبریتی، پرداختن به حواشی بود. با هر حاشیه، جمع بسیاری از مردم، به صفحات این سلبریتی‌ها هجوم برده و آن را دنبال می‌کردند. در میان حواشی هم سطح‌بندی‌هایی وجود داشت. شاید اغراق نباشد اگر عنوان کنیم مهم‌ترین حاشیه‌ای که سبب جذب صدها هزار نفر به صفحه مجازی این چهره‌ها می‌شود، موضوع مهاجرت آنها به کشورهای همسایه است.

اتفاقی‌هایی که عموماً از زبان افراد دیگری غیر از سلبریتی‌ها عنوان شده و مردم که گویا فاتح موضوع مکشوفی شده‌اند، به صفحه این سلبریتی‌ها هجوم برده و جویای جدیدترین اخبار آنها می‌شوند. در این میان یک اصل بسیار مهم وجود دارد و آن، عدم اطلاع‌رسانی دقیق و درست است. این کار، تشنگی مخاطبان را برای یافتن حقیقت بیشتر می‌کند. اینکه چه اتفاقی افتاده که سلبریتی محبوب آنها برای چند روز است که هیچ نوشته یا تصویری منتشر نکرده. این کار، دز هیجان مخاطبان را بالا برده و سبب شکل گرفتن شائبه‌ها و شایعه‌های فراوانی می‌شود. شائبه‌ها و شایعه‌های فراوانی که خود به جذب فالوئرهای بسیار انجامیده و این روند تا زمان رسیدن به آمار موردنظر آن سلبریتی‌ها ادامه دارد.

مثلاً «مهراد جم» یک سلبریتی حوزه موسیقی بود که قبل از خروج از ایران، حدود ۸ میلیون فالوئر داشت، اما به محض انتشار خبر رفتن او به ترکیه و سکوت چند روزه که پیش‌مقدمه آغاز یک جریان بود، تعداد فالوئرهای او مرز ۱۱ میلیون نفر را درنوردید.

این، قاعده یکسان و ثابتی است که تقریباً تاکنون برای تمام کسانی که به این شیوه از ایران خارج شده و شائبه‌هایی در مورد آنها مطرح است، وجود داشته و با یک فرمول زمان‌بندی مشخص نیز به جلو حرکت می‌کند.

فاز دوم: ایجاد روابط ساختگی

فاز دوم این جریان به اطلاعات قطره‌چکانی برمی‌گردد که کنج‌کاوای مردم را بیشتر برانگیخته می‌کند. اگرچه این سوژه طی دهه‌های قبلی در چهارچوب‌های سیاسی و عموماً ضدنظام خود را نشان می‌داد، اما اینک روی مقوله رابطه و ازدواج خلاصه است.

این روابط که تجربه نشان داده موقت و عموماً ساختگی است، با عطش سیرایی‌ناپذیری از سوی دنبال‌کنندگان این سلبریتی‌ها مواجه می‌شود. با هر پست و انتشار هر تصویر، ده‌ها شائبه و شایعه در مورد آن شخصیت به‌وجود آمده و فضای مجازی را ملتهب می‌کند. ساختار بحث به شیوه‌ای پیش می‌رود که اگر اخبار ساعتی آن سلبریتی را دنبال نکنید، انگار از مقوله عقب افتاده و چیز مهمی را از دست داده‌اید.

و اینچنین می‌شود در پشت‌پرده، قواعد بازی به همان ترتیبی پیش می‌رود که صحنه‌گردان‌ها از هفته‌ها پیش ترسیم کرده بودند و خوشحال از اینکه این پارادایم مصنوعی، با قدرت درحال پیشروی به‌سوی خواست و میل آنها است. در همین فضا دقت کنید که موضوع ازدواج «مهراد جم» با یک مدل اینستاگرامی تا چه اندازه حساسیت به‌وجود آورد و به بحث اول فضای مجازی تا هفته‌ها تبدیل شد. در مورد «ریحانه پارسا» نیز ببینید که موضوع رابطه و بحث‌هایی که درمورد ازدواج احتمالی او شکل گرفت تا چه اندازه حساسیت ایجاد کرد و فالوئرهای بسیاری را به‌سمت صفحات متعدد او گسیل داشت. حالا این پارامتر درمورد «سحر قریشی» درحال تکرار شدن است. چهره‌ای که هر از چند گاه به‌واسطه اظهاراتی که به زبان می‌آورد، دامنه نگاه‌ها را به‌سمت خود معطوف می‌کرد و حالا با بحث ازدواج آن‌هم با یکی از چهره‌های سرشناس موسیقی که طرفداران بسیاری دارد، مدتی است که ذهن بسیاری از مردم را متوجه خود کرده است. جریان‌سازی فوق‌العاده‌ای که فعلاً در بخش جذب هوادار به‌سر برده و بسیار بعید است که به این زودی‌ها در این زمینه، رمزگشایی‌هایی صورت بگیرد. فعلاً تا زمانی که جا دارد، باید مخاطبان به صفحه اینستاگرام این بازیگر رفته و جذب آن شوند تا در مرحله بعدی، فرآیند اطلاع‌رسانی قطره‌چکانی آغاز شود. صفحه اینستاگرام قریشی هم‌اکنون نزدیک به ۱۰ میلیون فالوئر دارد و نزدیک به سه‌هفته است که هیچ پستی در آن بارگذاری نشده است. می‌بینید، شرایط به همان ترتیبی درحال پیشروی است که برای اسلاف گذشته این بازیگر رقم خورده بود.

فاز سوم: جذب به‌ظاهر دلسوزانه مردم

تا اینجا، دو مرحله از پازل نه‌چندان پیچیده سلبریتی‌های به خارج رفته، سپری شده و در مرحله سوم، بازی کمی جدی‌تر می‌شود. البته که تا اینجا، بیشتر شکل سرگرمی کار بود. آن سلبریتی در محیط جدید یک کشور دیگر مشغول تفریحات اولیه و سرخوش از جذب فالوئرهای است که در شرایط عادی نمی‌توانست تا این میزان جذب کند و مردم هم دلخوش به ارضای میل کنجکاوی خود از طریق ده‌ها و صدها صفحه هواداری که برای چهره‌ها ساخته شده و هر روز، اخبار ضدونقیضی را منتشر می‌کنند تا دامنه التهاب‌ها را بیشتر کنند.

پس از تمام شدن این ماه عسل، رویه اصلی ماجرا خود را نشان می‌دهد. در شرایط چندساله کنونی، تقریباً محال به‌نظر می‌رسد که یک سلبریتی، با خبرسازی‌های متعدد، برای مدتی ساکن ترکیه شده باشد و درگیر سایت‌های شرط‌بندی و قمار نشده باشد.

طبق اطلاعاتی که به خبرنگار «فرهیختگان» رسیده، عده‌ای از این چهره‌ها با همین نیت، تهران را به مقصد استانبول ترک می‌کنند. در مقابل، برخی دیگر از چهره‌ها هستند که دربرابر چنین پیشنهادی مقاومت می‌کنند و تنها شرط خود را برای پیوستن به این کمپین، فارغ از انگیزه‌های مالی، ناشناس ماندن خود عنوان می‌کنند. به این ترتیب که از تصویر آنها به‌شکلی مستقیم برای این تبلیغات بهره برده نشود تا مشکلاتی در زمینه میزان محبوبیت آنها و حتی در راه بازگشت دوباره به ایران ایجاد نشود.

از آن طرف، بنگاه‌های شرط‌بندی نیز با موافقت این پیش‌شرط، از درصد دستمزد آن چهره‌ها کاسته و به فنون مختلف می‌پذیرند که از آن سلبریتی به شکلی غیرمستقیم در عرصه شرط‌بندی و قمار استفاده کنند.

البته که در مواجهه با انتشار این اخبار، برخی چهره‌ها خود را از این قضیه مبرا و برخی دیگر نیز وفاداری خود را به این‌گونه سرمایه‌گذاری‌ها اعلام می‌کنند. مثلاً «ریحانه پارسا» بارها اعلام کرده که «فعلاً» قصد راه‌اندازی سایت‌های شرط‌بندی را ندارد و ترجیح می‌دهد امورات خود در ترکیه را از طریق گرفتن آگهی برای صفحات مجازی خود بگذرانند.

نکوهش این حرکت که به مثابه خالی کردن جیب هواداران این چهره‌ها محسوب می‌شود به اندازه‌ای است که بسیاری از فعالان این حوزه، هیچ‌گاه با صراحت اعلام نمی‌کنند که وارد چنین کارزاری شده‌اند. مثلاً «ساسی مانکن» و «امیر تتلو» را درنظر بگیرید. دو تن از فعال‌ترین چهره‌های سرشناسی که هرکدام آنها بالغ بر ۵ سایت شرط‌بندی و قمار را مدیریت می‌کنند، اما تاکنون حتی یک‌بار به شکل مستقیم به هواداران‌شان اعلام نکرده‌اند که مدیریت چنین گروه‌ها و صفحاتی را برعهده دارند. این چهره‌هایی که در موزیک‌ویدئوها و در دیوار سالن کنسرت‌هایشان مملو از تبلیغات سایت‌های شرط‌بندی است و ده‌ها نفر به این حقیقت اعتراف کرده‌اند، هیچ‌گاه حاضر نشده‌اند اعلام کنند که در چنین پایگاه‌هایی فعالیت داشته و علت اصلی کم‌کاری آنها در عالم هنر، بی‌نیازی مالی و سرگرم بودن با این سایت‌ها و پایگاه‌ها است.

فاز چهارم: گردش مالی میلیاردی

در فاز چهارم این بازی، که از پیش طراحی شده، دامنه‌های اینترنتی اجاره‌ای به این سلبریتی‌ها واگذار می‌شود و این چهره‌ها با استخدام مشاورانی که در این حوزه تبحر فراوانی دارند، مقوله بازاریابی و توسعه این سایت‌های قمار و شرط‌بندی را فراهم می‌کنند.

سخت‌ترین جای این بازی زمانی است که این چهره‌ها باید برای سرمایه اولیه این سایت‌ها، چیزی در حدود ۲۰ تا ۳۰ هزار دلار اختصاص دهند. درواقع، این سلبریتی‌ها نیز به‌مانند مردم، در ابتدای امر، از بالادستی‌های دومینووار خود تیغیده می‌شوند و تا زمانی که این مبلغ را به‌عنوان سرمایه اولیه وارد گردونه سایت شرط‌بندی خود نکنند، سیستم عضوگیری و بازی‌های قمار که می‌تواند پیش‌بینی نتیجه فوتبال، والیبال و بسکتبال یا جدیداً نتایج سیاسی نظیر احتمال حمله روسیه به اوکراین یا موضوع برجام باشد، راه‌اندازی نشده و درنتیجه گردش مالی هم اتفاق نمی‌افتد.

آنچه بهره‌برداری مافیای شرط‌بندی و قمار از این سلبریتی‌ها به حساب می‌آید، آن است که سرشاخه‌های این سایت‌ها، به قربانیان خود اطمینان می‌دهند که هیچ کاسه‌ای زیر نیم‌کاسه نیست و فلان سلبریتی، مدیریت این سایت را برعهده دارد. به همین منظور و برای جلب اعتماد بیشتر، قربانیان

به کلابی دعوت می‌شوند که در همان ابتدا، هرگونه وسایل ارتباط جمعی نظیر موبایل، بلوتوث و... از آنها گرفته شده و آنها رودررو با سلبیتی خود مواجه شده و دیگر مطمئن می‌شوند که دلیل اینکه سلبیتی مذکور در ترکیه چنین سابتی راه‌اندازی کرده، دور زدن قوانین ایران و ممنوع بودن این‌گونه فعالیت‌ها در ایران است. به همین دلیل جذب این سایت‌ها شده و خیلی راحت سرمایه خود را در اختیار این بازی‌ها و پیش‌بینی‌ها قرار می‌دهند. سرمایه‌ای که بابت هر واریز آن، درصدی مابین ۵ تا ۱۲ درصد، برای آن سلبیتی منظور شده و به همین دلیل سودده‌تر آن است که تعداد نفرات بیشتری وارد این گردونه شده تا گردش مالی بیشتری نصیب این چهره‌ها شود.

درواقع همه بازیگران این چالش، به‌نوعی قربانی هستند. چه آن مردمی که به‌خیال اینکه ایران اجازه چنین فعالیت‌هایی را نمی‌دهد، می‌پذیرند که فلان سلبیتی برای درآمدزایی بیشتر همشهریان خود، دست به تاسیس این سایت‌ها زده، غافل از اینکه نمی‌داند چه افکاری پشت‌پرده این حرکت سلبیتی است. هم آن سلبیتی که تصور می‌کند با مدیریت او، یک چارت درست و منطقی از درآمد میان او و برندگان واقعی تقسیم شده و درنتیجه همه چیز فردی نشده و بنا بر شایسته‌سالاری و طبق‌الگوریتم شانس و توانمندی، نصیب هر فرد می‌شود، غافل از اینکه نمی‌داند در بالادست خود، مدیران بسیاری دارد که از بابت هر میزان واریزی‌ای که به نام آن سلبیتی صورت می‌گیرد، خیلی راحت، درصدهایی را نصیب خود می‌کنند. و البته همین گردانندگان، یک عمر در بیم دستگیر شدن و مجازات سنگین به سر می‌برند به همین دلیل است که تا جایی که امکان دارد، از رسانه‌ای کردن خود و فعالیت‌هایشان و البته پیش آمدن پرونده‌های قضایی در نتیجه شکایت مالباختگان خودداری می‌کنند.

اینکه چرا ترکیه را برای این هدف خود انتخاب کرده‌اند به‌دلیل نزدیکی به ایران و ارزانی بیشتر پول آن در مقایسه با امارات است. نهضت خانه‌دار شدن در ترکیه نیز یکی از پازل‌های این معادله است که طبق آن ایرانی‌های بسیاری به مهاجرت فراخوانده می‌شوند تا با حضور در یک کشور آزاد! خیلی زود به‌عنوان یک از پرزنت‌های این سایت‌های شرط‌بندی و قمار تبدیل می‌شوند. افرادی که یا خود وارد گوی بازی و رقابت شده و سرمایه وارد می‌کنند یا با معرفی بازیگران جدید، پورسانت خود را دریافت کرده و بیشتر مشتاق می‌شوند که ایرانیان دیگر را وارد این چالش کثیف کنند.

فاز پنجم: بازگشت با خیال راحت

پنجمین و آخرین فاز این بازی، بازگشت به منافع قبل و پوشاندن ماسک فرهنگی به خود است. برخی از این سلبیتی‌ها، درنتیجه تهدید از سزای این کار خود، تصمیم می‌گیرند که از جایی به بعد، به این فعالیت‌های خود خاتمه داده و به همان میزان درآمدی که به‌دست آورده‌اند، قانع باشند و راه ایران را در پیش می‌گیرند مانند بسیاری از افرادی که طی این سال‌ها به کشور بازگشته‌اند.

تعدادی دیگر نیز منافع را در این می‌بینند که به ایران بازگشته و فعالیت‌های خود را به شکلی مویرگی، از داخل کشور ادامه دهند که این عمل، ریسک بالایی دارد.

متاسفانه هر دو گروه از این سلبیتی‌ها، اگرچه با سرمایه مردمی به این جایگاه رسیده‌اند، اما جیب مردم را نشانه گرفته و تلاش کرده‌اند تا با خالی کردن آنها، به ثروتی بادآورده برسند.

مثلاً در مورد «امیر تتلو» گفته می‌شود زمانی که در ایران بود، پول اجاره‌خانه او و حتی پول خورد و خوراکش را دوستانش تامین می‌کردند چون هیچ سرمایه‌ای نداشت. زمانی که قصد ورود به سایت‌های شرط‌بندی را داشت، با پیش‌شرط واریز ۳۰ هزار دلاری مواجه شد. یک آهنگ تولید کرد و از هوادارانش خواست تا برای انتشار این آهنگ به حساب او پول واریز کنند. در کمتر از یک شبانه‌روز، حدود یک‌ونیم میلیارد تومان پول برای او جمع شد و وی خیلی راحت با این پول و پول‌هایی که از راه کنسرت به‌دست آورده بود، جواز تاسیس این سایت را به‌دست آورد تا امروز که در آستانه تاسیس ششمین سایت شرط‌بندی و قمار خود به‌سر می‌برد.

هرچند او از محل درآمدزایی این پول‌ها، یک واحد آپارتمان و یک ویلا در ترکیه خریداری کرده و حالا درصدد است با شهروند شدن در یکی از کشورهای مدرن اروپایی، یک واحد آپارتمان هم در آن کشور خریداری کند. همین چهره‌ای که در ایران، توان درآمدزایی هزار تومانی را نداشت حالا و در کمتر از ۳ سال به چنین داشته‌هایی دست یافته است.

یا مثلاً «شادمهر عقیلی» که مدتی است موزیک‌ویدئوهای او رنگ‌وبوی تبلیغات سایت‌های شرط‌بندی را گرفته و خیلی بیشتر از گذشته در اروپا و ترکیه دیده می‌شود نیز یکی از طراحان اصلی این سایت‌های شرط‌بندی، قمار و خالی کردن جیب مردم است.

برخی سایت‌های فارسی‌زبان که آهنگ‌های جدید این خواننده را منتشر کرده‌اند، با تعبیر مختلف، مخاطب را به‌سمت خود جلب کرده و پس از پخش بخشی از آهنگ، از مخاطبان خود می‌خواهند که برای نقش‌آفرینی بیشتر در این سایت‌ها و حضور در پیش‌بینی‌هایی که ممکن است آنها را یک‌شبه پولدار کند، پول واریز کنند. نکته جالب‌توجه اینکه این سایت‌ها برای واریز پول، از درگاه‌های قانونی داخل کشور اقدام کرده و مخاطب را ترغیب می‌کنند تا به شیوه‌ای معمول، آشنا، راحت و در دسترس، خیلی زود، فاصله خود را با پولدار شدن و زندگی رویایی، کم کنند.

موردی که متاسفانه در خلأ نظارت‌های دقیق، کار را برای این قماربازها آسان‌تر کرده و علی‌رغم وجود هزاران پرونده مالباخته در دواير قانونی کشور، اما همچنان فضا برای توسعه فعالیت‌های نامشروع گردانندگان این سایت‌ها در داخل و خارج از کشور فراهم است.

اینها سلسله‌مراتبی است که تاکنون برای هنرمندان به ترکیه رفته ما اتفاق افتاده است. در این میان، امیدواری بسیار از آن بابت است که با توجه به روشنگری‌هایی که در این مدت شده و البته آگاهی بسیاری از مردم، دیگر شاهد پیوستن هنرمند دیگری به این کمپین نباشیم. چون اگر دقت کنیم می‌بینیم که گردانندگان اصلی این سایت‌ها (که گمنام هستند)، افرادی را برای این منظور استخدام کرده‌اند که دیگر برای همیشه، بازگشت به ایران را فراموش کرده‌اند؛ مانند ساسی مانکن یا امیر تتلو. به همین دلیل معادلات جور در نمی‌آید که بپذیریم سلبیتی‌های هنرمند ما بپذیرند که در ازای دریافت پول بیشتر به نسبت فعالیت‌های قانونی خود در داخل کشور، برای همیشه جلای وطن را پذیرفته و محبوبیت سالیان خود را این‌چنین برای

ثروت‌اندوزی عده‌ای گمنام، به خطر بیندازند.

روزنامه فرهیختگان