

طغیان سلبریتی خودساخته

سلبریتی‌ها آمده‌اند که تمام قواعد نهادهای مدرن و سنتی را بر هم بزنند. سازمان به مثابه نهاد مدرن و ارتباطات سازمانی به‌عنوان قواعد و اصول سازمان‌ها، یکی از چالش‌های خود را در رویارویی با سلبریتی‌ها می‌بیند.



به گزارش پایگاه خبری [پارسیان خیر](#) به نقل از [شبکه اطلاع رسانی راه دانا](#)؛ ریچارد شیکل، مورخ و نویسنده آمریکایی، جامعه غربی را متوجه فرآیندی کرد که خود از آن به «سلبریتیزه شدن فرهنگ» یاد می‌کرد. منظور از این مفهوم برساخته، سازوکاری است که تمام نتایج به پدیده سلبریتی‌ها ختم می‌شود و آنان هستند که نقش عاملیت را برای فرهنگ ایفا می‌کنند. آنچه برای ما بیم‌آورده، شباهت بسیاری به مفهوم خاص ریچارد شیکل دارد و البته با توسعه معنایی آن می‌توان از «سلبریتیزه شدن صدا و سیما» سخن گفت. سلبریتی‌هایی که در تقسیم‌بندی کریس روجک، جامعه‌شناس آمریکایی، در گروه سلبریتی‌های اکتسابی قرار می‌گیرند و شامل کسانی می‌شوند که شهرت را خودشان در طول سال‌های متمادی به دست آورده‌اند. عادل فردوسی‌پور با این حساب در همین تقسیم‌بندی قرار می‌گیرد. او با انباشت تجربه ژورنالیسم تلویزیونی ورزشی برنامه ۹۰ توانست آنچه سلبریتی‌های اکتسابی دارند، یکجا داشته باشد.

سلبریتی‌ها آمده‌اند که تمام قواعد نهادهای مدرن و سنتی را بر هم بزنند. سازمان به مثابه نهاد مدرن و ارتباطات سازمانی به‌عنوان قواعد و اصول سازمان‌ها، یکی از چالش‌های خود را در رویارویی با سلبریتی‌ها می‌بیند. سلبریتی‌ها قوانین خاص خودشان را طلب می‌کنند و توقع دارند ذیل هر قانونی، تبصره‌ای نیز به نفع آنان نگاشته شود، اما این درحالی است که در ارتباطات سازمانی، تفاوتی میان سلبریتی و غیرسلبریتی وجود ندارد و طبق همین قواعد تنظیم شده است که اگر کارمندی از اصول سازمان تخطی کند، خیانت به سازمان و اهداف آن

شمرده شده و لاجرم به خروج وی از سازمان منتهی خواهد شد. عادل فردوسی‌پور به‌عنوان دانش‌آموخته رشته مدیریت رسانه که حوزه اصلی آن نیز همین ارتباطات سازمانی است، از اصل ارتباطی-مدیریتی سر باز زده و به واسطه سلبریتی بودنش توقع دارد که یکی از همان تبصره‌های خیالی را برای او نیز تصویب و لحاظ کنند.

آنچه پر واضح است، اینکه عادل فردوسی‌پور سلبریتی سازمان است و خارج از سازمان، وی سلبریتی محسوب نمی‌شود. همانند سلبریتی اینستاگرامی که بدون اینستاگرام اصلاً وجود خارجی نخواهد داشت. تجربه شکست کاری فردوسی‌پور در خارج از سازمان صدا و سیما و در فضای مجازی هم موید همین مطلب است. عادل فردوسی‌پور به‌عنوان کسی که در دانشگاه، ارتباطات خوانده، خوب می‌داند که هنوز هم تلویزیون محبوب‌ترین رسانه جمعی است و او نیز مانند هرکس دیگری خواهان حضور در آن است. می‌توان نمونه رضا رشیدپور را به یاد آورد که از تلویزیون با منتهی وصف ناشدنی رفت و با تکرار اصرارهای ملال‌آوری توانست به سازمان صداوسیما برگردد، زیرا کسب‌وکار سلبریتی تلویزیونی «فقط» در تلویزیون است. از این حیث، این قول عادل فردوسی‌پور را باید صادق شمرد که خود را فرزند صداوسیما می‌داند، اما همین فرزند سلبریتی شده می‌خواهد پدرکشی کند، در صورتی که نمی‌داند حیات و ممت رسانه‌های خود را وابسته به تلویزیون است.

این مساله را نیز باید در نظر گرفت که سازمان صداوسیما فرزندی به بار آورده است که برای پدر خود گستاخی و تهدید کرده و تعیین تکلیف می‌کند. به غیر از تنبیه و تنبه این فرزند چموش چه کاری از این پدر بر می‌آید؟! فارغ از مساله به وجود آمده برای عادل فردوسی‌پور، سازمان صداوسیما سه استراتژی را برای پیشگیری از این رخدادها می‌تواند اتخاذ کند. اول اینکه در لگولاتوری این سازمان بازنگری شده تا امکان تخطی برای کارمندان کاهش یابد و در صورت وقوع، جریمه‌های سنگینی برای آن در نظر گرفته شود. راهبرد دوم آن است که تکتک متن قراردادهای سازمان با تهیه‌کنندگان، مجریان، تکنسین‌ها و... با اهداف کلی آن مطابقت و هم‌سویی داشته باشد. این مورد می‌تواند جلوی سلبریتی از جاده بیرون زده را تا حدودی بگیرد. در نهایت نیز می‌توان گفت که سازمان صداوسیما به مثابه پدری خوب و البته پدری سختگیر رفتار کند تا فرزندان سلبریتی شده فکر کژ رفتاری را به اذهان خود راه ندهند. جدای از این تحلیل اسطوره‌شناسانه، باید متذکر شد که در میانه درگیری پدران و پسران، این مخاطب است که بیشترین ضرر را می‌بیند و بیشترین سود و فایده نیز نصیب لاشخورهای بیرون از میدان و رسانه‌های بیگانه خواهد شد که از تماشای دعوی خانوادگی رقیب، حظ و بهره‌ای فراوان خواهند برد.

سازمان نه برای پسرانی مانند فردوسی‌پور و نه پدرانی مانند مدیران است، چراکه مدیر عوض می‌شود و سلبریتی حذف خواهد شد. این چارت و سلسله مراتب سازمانی است که بر سازمان حکمرانی می‌کند و هرکس که آن را مراعات نکند، محکوم به اخراج خواهد بود. حال، این فرد

میخواهد مدیر باشد یا سلبریتی، برای قانون تفاوتی نخواهد داشت. این وظیفه سازمان صداوسیماست که هر روز به سلبریتی‌های خودساخته‌اش مانند عادل فردوسی‌پور یادآوری کند که اگر من نباشم، شما نیز نخواهید بود.