

پروندهای درباره در آمدزایی عجیب و غریب چهره های بی هنر اما شاخص اینستاگرام

تبلیغ در پیچ شاخ های اینستاگرام چنده؟

الیه توانا- جوانکی است که چهره خاصی دارد و همین قیافه عجیب و غریب باعث شده دنبال کننده های زیادی در اینستاگرام داشته باشد. هر روز هم در صفحه اش تصاویری از گردش های پرخرج منتشر می کند. از این که ناهار را در رستوران فلان رفیقش خورده، برای عصرانه در کافی شاپ آن یکی دوستش حضور داشته و شام را هم در رستورانی میل کرده که میز بیلبارد و موزیک زنده دارد. آخر شب هم سری به باشگاه بدنسازی آن یکی دوستش زده و از قضا از خدمات همه شان به شدت راضی است و به همه ۲۰۰ هزار فالوئرش پیشنهاد می کند حتماً به جاهایی که نام برده سر بزنند. بعضی از ما به خاطر قیافه عجیب و تفریحات پرخرجش صفحه او را دنبال می کنیم و او هم به خاطر مرام و معرفت، فهرست رستوران ها، باشگاه ها و کافی شاپ های خوب را به ما معرفی می کند. اما به نظر می آید یک جای کار می لنگد!

این روزها دیگر فضای مجازی به رسانه های جدی تبدیل شده است؛ آن قدر جدی که خیلی وقت ها در رقابت با رسانه های پابهسن گذاشتهای مثل تلویزیون و مطبوعات، پیروز میدان می شود. «تبلیغات» هم یکی از حوزه هایی است که تا چندوقت پیش در انحصار همین رسانه های قدیمی تر بود و این روزها کم کم دارد تسلیم فضای مجازی می شود. البته این اتفاق، نه دور از ذهن و عجیب و غریب است و نه به خودی خود، ناپسند و قابل انتقاد. دسترسی پذیری دائمی، ارزانی نسبی و جذابیت شبکه های ارتباطی مثل تلگرام و اینستاگرام، دلایلی است که فروشنده را ترغیب می کند تا تبلیغ کالا یا خدماتش را به چنین فضاهایی بسپارد؛ خریدار هم به دلایلی مشابه، دیدن تبلیغ در شبکه های مجازی را به فضاهای دیگر ترجیح می دهد. اما وجه نگران کننده ماجرا و دغدغه ای که باعث نوشتن این پرونده شده، حضور آدم های بی هنر و دانشی است - معروف به شاخ های مجازی - که در این فضا حسابی جولان می دهند و بی هیچ تلاش و زحمتی پول های بادآورده به جیب می زنند؛ به طور مثال معادل حقوق یک ماه برخی از ما را فقط با انتشار یک تصویر در اینستاگرام دریافت می کنند. این افراد که صرفاً به دلیل ظاهر خاص و پوشش متفاوتشان طرفداران زیادی دارند، از فروشنده ها، تولید کننده ها، مجموعه های تفریحی و رفاهی پول می گیرند تا آن ها را به مخاطبان جوان و نوجوانان معرفی کنند. در پرونده امروز، با سبک زندگی تعدادی از «شاخ» ترین های اینستاگرام آشنا می شوید و از منطقه تبلیغ در صفحات آن ها سر در می آورید و در نهایت هم به بررسی نقش و تاثیر تک تک ما در پولدار شدن این آدم های بی هنر می پردازیم.

درباره بچه هایی که بدون آن که بدانند «شاخ» فضای مجازی شده اند و والدیشان را پولدار می کنند

شاخ های کوچولو!

مسئله ای ناراحت کننده تر از اعتبار بخشیدن به آدم های بی هنر و نادان هم وجود دارد؛ وجود افراد بی هنر و نادان تری که همان اندک مایه گروه قبل را هم ندارند تا با اتکا به چهره و ظاهر خودشان پول در بیاورند؛ یعنی پدر و مادری که با درست کردن پیج برای بچه های معصوم و از همه جا بی خبرشان، کسب درآمد می کنند. ظاهر قضیه، بچه خوشگل و خوش لباسی است که مادر و پدر مهریانش مرتب برایش لباس های شیک و هدیه های گران قیمت می خرند؛ دکوراسیون اتاقش را مدام عوض می کنند و برایش جشن تولدهای مفصل می گیرند. در واقعیت اما پدر و مادر کاسب کاری هستند که از فروشگاه های لباس و لوازم کودکان مبالغ هنگفتی دریافت می کنند؛ بچه بیچاره شان را هر روز به رنگ و لعابی درمی آورند و با عکس گرفتن های متعدد در آتلیه ها خسته و کلافه اش می کنند تا عکسی که قرار است نام فروشنده به آن سنجاق شود، خوب از آب در بیاید. در نهایت هم با دریافت کلی لایک و کامنت، برجسب پدر و مادرِ مهربان دریافت می کنند تا ذره ای دچار عذاب وجدان نشوند.

می کنم». بد هم نیست؛ این طوری بچه هم مستقل بار می آید و برای داشتن لباس های قشنگ و رنگ و وارنگ به پدر و مادرش فشار نمی آورد!

■ **پرنسس کوچولو، کمک خرج خانواده**
«نون» هم یکی از پرنسس های کوچک دنیای مجازی است که ۲۴ هزار فالوئر دارد؛ «نون» البته هنوز دو ساله است و می تواند امیدوار باشد وقتی بزرگتر شد دنبال کننده های بیشتری داشته باشد. لباس و تل و تاج و حتی دمنوش و تابلوفرش بعضی از تبلیغات صفحه این دختر دو ساله است. وقتی از تبلیغات صفحه این دخترش می پرسم، مادر درباره هزینه تبلیغ در پیج دخترش می پرسم، می گوید: «برای تبلیغ محصولات بچگانه هزینه ای نمی گیرم». می پرسم به جای پرداخت هزینه تبلیغ در آرای تبلیغ، محصولات را برایتان ارسال نمی کرد؟ جواب می دهد: «در آرای تبلیغ که نه! فقط من چون تبلیغ مستقیم نمی دارم، محصول باید ارسال بشه که عکسش رو با دخترم بذارم». بعد هم بلافاصله شماره همراهش را می فرستد.

■ **بچه های زیبا، والد سوء استفاده گر**
تعداد بچه هایی که این روزها فضای مجازی را فرق کرده اند اگر از شاخ های اینستاگرام بیشتر نباشد، کمتر نیست. همه شان هم «پرنسس» و «شاهخت» و «شاهزاده» و «دردانه»! یکی توی ویدئوها شیرین زبانی می کند، یکی توی آتلیه های بانمکی را می بینید با عکس های معمولی. در پست های بعدی اما مدل خردسالی را می بینید با ژست های حرفه ای که یعنی از یک جایی به بعد پدر و مادر متوجه پتانسیل فرزندشان شده اند و صفحه پر شده است از تبلیغ مزون لباس و تاج و گل سر و طراحی اتاق کودک. به پیچ این مدل کوچولو که توسط مادرش، یا شاید بهتر است بگویم مدیر برنامه اش اداره می شود، دایرکت می دم تا بدانم هزینه تبلیغ یک فروشگاه لباس بچگانه در صفحه اش چقدر است. او جواب می دهد: «من هزینه تبلیغ نمی گیرم. فقط پیج هایی رو که زحمت می کشن واسمون لباس می فرستن معرفی



مدل پنج ساله

صفحه متعلق به دخترک پنج ساله ای است با ۱۲۴ هزار فالوئر. در پست های ابتدایی، دخترک بانمکی را می بینید با عکس های معمولی. در پست های بعدی اما مدل خردسالی را می بینید با ژست های حرفه ای که یعنی از یک جایی به بعد پدر و مادر متوجه پتانسیل فرزندشان شده اند و صفحه پر شده است از تبلیغ مزون لباس و تاج و گل سر و طراحی اتاق کودک. به پیچ این مدل کوچولو که توسط مادرش، یا شاید بهتر است بگویم مدیر برنامه اش اداره می شود، دایرکت می دم تا بدانم هزینه تبلیغ یک فروشگاه لباس بچگانه در صفحه اش چقدر است. او جواب می دهد: «من هزینه تبلیغ نمی گیرم. فقط پیج هایی رو که زحمت می کشن واسمون لباس می فرستن معرفی

تبلیغ در پیچ «شاخ» های مجازی چه قدر آب می خورد؟

تبلیغ لباس و کفش ورزشی و فروشگاه لوازم ورزشی باشد. وقتی از او درباره قیمت تبلیغ در صفحه اش می پرسم، می نویسد: «۹۰۰ هزار تومن برای هر عکس»!

تبلیغ شیر مرغ تا جان آدمیزاد نمی دانم چرا به هرچه شاخ در فضای مجازی برخوردیم، اسامان با حرف «میم» شروع می شد. «میم، جیم» هم دختر جوانی است که انواع عمل های زیبایی را امتحان کرده است و توی عکس هایش با لب های مصنوعی و بینی مصنوعی و گونه های مصنوعی، لبخندهای مصنوعی می زند. «میم جیم» را بیشتر از ۳۰۰ هزار نفر فالو می کنند و از این ظرفیتِ محبوبیتش حسابی استفاده می کند، او برای هر چیزی که فکرش را بکنید تبلیغ می کند، از لنز چشم و اکستنشن مو گرفته تا قهوه خانه و شیرینی فروشی و جراح زیبایی. البته تبلیغات «میم جیم» هم بهرسم بقیه شاخ ها طوری است که انگار صفا را روی رفاقت، برندی را معرفی می کند یا فقط از سر لطف به طرفدارانش، برندهای باکیفیت را به آن ها می شناساند. اما وقتی از او می پرسم می شود یک برند لوازم آرایشی را توی صفحه اش معرفی کند جواب می دهد: «برای یک روز ۱۵۰ هزار تومن هزینه داره».

نون تو بامزه بازیه!
در بین کسانی که بعد از رونق فضاهای مجازی به نان و نوایی رسیده اند، آن هایی که ویدئو کلیپ های فان می سازند کار بهمراتب شرافتمندانه تری دارند؛ به این دلیل که بالاخره خوب یا بد، حرفه ای یا آماتور، بامزه یا بامزه به هر حال درازای دریافت پول، کاری انجام می دهند. یکی از این افراد که اتفاقاً او هم اسمن با «میم»! شروع می شود، پسر جوان و پرطرفداری است با بیش از یک میلیون فالوئر. برای سفارش تبلیغ به «میم»، که در بیوگرافی پیج، خودش را «کمدين» معرفی کرده است، به او ایمیل می زنم. درباره هزینه تبلیغاتش می نویسد: «تبلیغ در این پیج به صورت ساخت ویدئو و طنز و به صورت دائم از ۴ میلیون تومان شروع می شود. شات عکس برای یک ساعت ۸۰۰ هزار تومان، برای یک روز ۱/۵ میلیون و برای دو روز، دو میلیون تومان هزینه دارد. تبلیغات در «استوری» با بیشتر از ۱۰۰ هزار بازدید هم می شود ۵۵۰ هزار تومان».

برای نوشتن این پرونده با تعداد زیادی از این شاخ های مجازی ارتباط برقرار کردیم اما بیشترشان، در ادامه شباهت هایشان با سلبریتی ها، پاسخ دایرکت هایمان را ندادند یا وقتی دادند که نوشتن این پرونده تمام شد بود. یک نفر هم ما را ارجاع داد به مدیر برنامه هایش! خلاصه که سلبریتی شدن، کلی زحمت و سختی دارد اما برای شاخ سلبریتی نما شدن (باور کنید واژه مناسبی که مفهوم را برساند در فرهنگ لغت وجود نداشته)، بیکاری، داشتن ظاهری عجیب و غریب و مقدار قابل توجهی خودشیفتگی کفایت می کند.

پیدا کردن صفحه شاخ های اینستاگرام کار سختی نیست. کافی است چرخي توی فضای مجازی بزنی و از چند بلدره بخواهی چند نفرشان را معرفی کنند. خیلی از این «شاخ» ها درست اندازه سلبریتی ها معروف اند و صفحه بعضی هایشان حتی از آدم های مشهور هم طرفدار بیشتری دارد. البته شباهت «شاخ» ها با سلبریتی ها به همین جا ختم نمی شود؛ ارتباط گرفتن با آن ها هم خیلی سخت و زمان بر است. فکر نکنید قرار بود با این دوستان مصاحبه کنیم که این همه تافچه بالا گذاشتند، آن ها فقط قرار بود به این سوال جواب بدهند: چند می گیری تبلیغ کنی؟

تفریحات لوکس اما رایگان
«میم» و «پ»، یکی از زوج های پرطرفدار اینستاگرام هستند که عکس های پررنگ و لعابشان لایک خور بالایی دارد. «میم» پسر جوانی که نیم میلیون فالوئر دارد و مسلحی بودن و علاقه و نیازش به خودنمایی را از همان نگاه اول به پیشش می فهمیم؛ او در بیوگرافی صفحه اش، قد و محل زندگی اش (یکی از مناطق مرفه نشین تهران) را نوشته است! صفحه «میم» بیش از سیصد پست دارد؛ همه هم عکس و فیلم از رستوران و کافی شاپ و پاساژگردی های دوفره شان و تجربه انواع تفریحات زمینی و هوایی و آبی و کنسرت و ... که تقریباً هیچ کدامش هم بدون تبلیغ نیست؛ و این یعنی زوج خوشبخت برای خوش گذرانی نهنتها نیازی نیست پول خرج کنند که پول هم درمی آورند. از آقای «میم» می پرسم تبلیغ یک مجموعه رفاهی در پیجش چقدر هزینه دارد، جواب می دهد: «برای یک روز کامل ۲۰۰ هزار تومن».

زیبایی خرج داره
خانم «نون» و آقای «الف» هم یکی دیگر از زوج های محبوب اینستاگرام هستند. «نون» دختر جوانی است، حدس زدن سنش اما با آن همه عمل زیبایی که روی صورتش انجام داده و آرایش غلیظش اصلاً کار راحتی نیست. بنابراین طبیعی است که تبلیغات صفحه «نون» مربوط به سالن های زیبایی و لوازم آرایشی باشد. پیج «نون» حدود ۴۰ تا پست دارد و ۲۴۰ هزار فالوئر که با جمله «به پیج من خوش آمدید» در بیوگرافی صفحه، از مخاطبانش استقبال می کند. از او درباره هزینه تبلیغ یک مزون می پرسم که می گوید: «برای ۲۴ ساعت ۲۸۰ و برای ۴۸ ساعت ۳۷۰ هزار تومن».

حقوق ماهانه یک کارگر فقط برای یک عکس!
«میم میم» دختری هفده ساله است با ۳۴۶ هزار فالوئر. در بین حدود ۳۰۰ پست «میم»، که بیشترشان نمایش استایل خاص و لباس های مد روز او است، تک و توک پست های «ورزشی» هم دیده می شود تا دختر جوان را از بقیه «شاخ های بیکار و بی هنر» اینستاگرام کمی متمایز کند. فعالیت های ورزشی «میم» باعث شده بیشتر تبلیغات پیجش هم



درباره نقش و سهم ما در پولدار شدن بعضی ها

کمپین #احق_ها را معروف نکنیم یادتان هست؟ پویشی که در اعتراض به شهرت بی دلیل و حساب تعدادی فعال دنیای مجازی شکل گرفت؛ آدم هایی که نه هنر خاصی داشتند، نه تحصیلاتی و نه تخصصی اما معروف شده بودند و این با تصور ما از شهرت ناهمخوان بود. ما شهرت بازیگری را که سال ها آموزش دیده و مطالعه کرده و پله پله خودش را بالا کشیده است، بی حسرت و حسادت می پذیریم. ما از این که ورزشکار مورد علاقه مان، بعد از سختی ها و تمرین های فراوان در مسابقه ای موفق می شود و نامش در دنیا بر سر زبان ها می افتد، کیف می کنیم. شهرت اهل هنر و ادب و دانش برایمان پذیرفته و پسندیده است اما با معروفیت آدم های بی بهره از این فضیلت ها کنار نمی آیم. برای همین هم هست که کمپین تشکیل می دهیم تا بگویم مسخره بازی و جفنگ گفتن و جلب ترحم و کارهای سخیف دیگر برای دیده شدن نباید به شهرت و محبوبیت منجر شود؛ حتی شهرت منفی، یعنی برای مثال مشهور شدن به نادانی یا لودگی. چون به حال کسی که هر کاری برای جلب توجه می کند، فرقی ندارد به چه عنوان و صفتی شناخته شود و صرف تعداد بالای بازدید و لایک و کامنت برایش کافی است. اما در برابر این آدم، تعداد زیادی مخاطب کم سن و سال وجود دارد. مخاطبی که فضای مجازی، برایش حقیقی و جدی است. تفریح و سرگرمی و عشق و علاقه و عقیده اش را در این فضا جست و جو می کند. بنابراین با پروبال دادن به آدم های ناشایسته، جز این که شهرت و اعتبار به آن ها هدیه می کنیم، از آن ها الگوی شهرت و اعتبار هم می سازیم. یک دسته از کسانی که در فضای مجازی حساسی جولان می دهند و برای خودشان صاحب نام و نشان شده اند، همان گروه مورد نظر ما در این پرونده هستند؛ یعنی «شاخ» های اینستاگرام. ما با بعضی از اعضای این گروه که مشمول کمپین #احق_ها می شوند، کاری نداریم. موضوع بحثمان، بعضی دیگرشان است که اتفاقاً خیلی هم باهوش هستند؛ به شهرت و محبوبیت اکتفا نکرده اند و از این بی دریغیگری مجازی پول درمی آورند. این افراد بدون هیچ تلاشی و تنها با به نمایش گذاشتن جذابیت های ظاهری خودشان و زندگی شان، کسب درآمد می کنند. صرف این که کسانی بی زحمت و بدراحتی، خلاف اکثریت جامعه، پول روی پول بگذارند ناراحت کننده است. اما وجه نادیده ماجرا این است که در برابر این افراد هم مخاطبی وجود دارد؛ چرا که اصلاً کسی باید باشد تا این جلوه گری ها و خودنمایی ها را ببیند؛ کسی باید باشد تا با ابراز احساسات و تحسین اش، آدم های معمولی بیکار را به «شاخ» تبدیل کند؛ حتی کسی باید باشد تا با توهین ها و ابراز تنفر هایش به آدم معمولی «شاخ» شده، احساس متمایز بودن و رشک برانگیز بودن بدهد. مخاطبی که در این بازی، نیاز به دیده شدن دیگری را ارضا می کند، بهره خودش چیزی جز حسرت و احساس بی عدالتی نیست. بنابراین وقتی داریم پست های «شاخ» های اینستاگرامی را تماشا و لایک می کنیم، درواقع به آن ها اجازه می دهیم خودخواهانه سلیقه و ذائقه شان را به خورد ما و دیگران بدهند؛ داریم اجازه می دهیم آن ها مشهور و محبوب شوند و سبک زندگی شان ملاک و معیار عده ای و مایه حسرت عده ای دیگر شود؛ داریم به آن ها اجازه می دهیم پول روی پول های بادآورده شان بگذارند. شاید الان وقت آن رسیده باشد که دیگر #بیکار_ها را پولدار نکنیم.

