

# دنیای عجیب فن پیج ها

گپی با گردانندگان فن پیج های اینستاگرامی علی کریمی، نوید محمدزاده و رضا بهرام، درباره این که طرفداری را چطور معنی می کنند، چقدر وقت می گذارند و آیا درآمدی هم دارند؟

ایله توانا | روزنامه نگار

پرونده

سلبریتی ها در دنیای مجازی، مرکز جهان اند. همه یا سلطان و ستون و عالی جناب اند یا اسطوره و امپراتور و شوالیه. تنها خبر مهم، اخبار کار و زندگی شخصی آن هاست. انگار تنها موضوع مهم، تازه ترین حرف ها و اظهار نظر های آن هاست و تنها سوژه دیدنی، آخرین عکس ها و فیلم هایشان. آن ها گرچه در زندگی واقعی هم توجه بیشتری از دیگران دریافت می کنند اما در نهایت یکی هستند مثل همه؛ با نقایط تاریک در زندگی که نمی تواند سوژه عکس و فیلم باشد و با کاستی ها و ایراد های کوچک و بزرگ که ربط و شباهت شان را به اسطوره ها و شوالیه ها تردید پذیر می کند. با این همه در گوشه ای از حیات مجازی به لطف هوادار هایشان نقطه ثقل جهان اند. پشت این صفحات هواداری که عموماً هم ناشناس هستند، چه کسانی قرار دارند؟ طرفداری را چطور معنی می کنند و حاضرند یا پشت چه کار کنند؟ آن چه در پرونده امروز زندگی سلام می خوانید، قرار است به این سوالات جواب بدهد. ادمین های فن پیج سه سلبریتی درباره علاقه شان می گویند و هزینه ای که بابت این دوست داشتن یک طرفه می پردازند. در پایان هم یک روان شناس، موضوع هواداری را از دید علمی بررسی می کند. در این پرونده قصد داریم به پدیده هواداری، نگاه دقیق تری بیندازیم و توضیحات ما به معنی برچسب زدن به مصاحبه شونده ها و دیگر هواداران نیست. در خور ذکر است این پرونده معطوف به پیج های هواداری است که بحث هواداری دغدغه اصلی آن هاست و با اهداف مالی ایجاد نشده اند.



## این صفحه برایم مثل فرزندم است

**فن پیج کدام باز یگره؟** علی کریمی، مربی فوتبال **تعداد فالوئر؟** حدود ۳۰۰ کا **مشخصات ادمین فن پیج؟** مهدی، ۳۸ ساله، دیپلمه، اهل تهران  
خودش را «مهدی پرسپولیسی» معرفی می کند. خیلی اهل حرف زدن نیست. همه جواب هایش تک کلمه ای است یا در نهایت جمله های یک خطی. از وسط های گفت و گو هم ویس را ترجیح می دهد و با لهجه و لحنی که از به اصطلاح از دانش

مشتی های تهرانی سراغ داریم، خودش را «مهدی پرسپولیسی» معرفی می کند. خیلی اهل حرف زدن نیست. همه جواب هایش تک کلمه ای است یا در نهایت جمله های یک خطی. از وسط های گفت و گو هم ویس را ترجیح می دهد و با لهجه و لحنی که از به اصطلاح از دانش

مشتی های تهرانی سراغ داریم، خودش را «مهدی پرسپولیسی» معرفی می کند. خیلی اهل حرف زدن نیست. همه جواب هایش تک کلمه ای است یا در نهایت جمله های یک خطی. از وسط های گفت و گو هم ویس را ترجیح می دهد و با لهجه و لحنی که از به اصطلاح از دانش

**فن پیج کدام باز یگره؟** رضا بهرام، خواننده **تعداد فالوئر؟** حدود ۱۵ کا **مشخصات ادمین فن پیج؟** زهرا، ۲۰ ساله، دانشجوی روان شناسی، اهل شیراز  
«من یک طرفدارم. یاد گرفته ام بین خستگی ها، به جای شادی خودم طرفدار سلامتی و آرامش هنرمندم باشم و هرگز تنهایش نگذارم. تمام تلاشم را برای شنیده شدن صدا و احساس او به کار ببرم. من یک طرفدارم و وظیفه ام همراهی هنرمندم است چه در روزهای سخت، چه در روزهای خوشی. برخلاف طرفدار نماها برای هنرمندم شایعه نمی سازم و به شایعات پروبال نمی دهم». از زهرای پرسیم به نظر او وظیفه یک هوادار چیست؟ می گوید: جواب این سوال خیلی مهم است و باید به او وقت بدهم. بقیه سوالات را مطرح می کنم و مصاحبه که تمام می شود، متن بالا را در جواب برایم می فرستد.

**چه شد که صفحه هواداری راه انداختی و چقدر برایش زمان می گذاری؟**  
من خیلی اهل فضای مجازی نبودم تا یک سال ونیم پیش که موزیک ویدئوی «دیوانه» رضا بهرام را دیدم و به شدت از صدایش خوشم آمد. به این عقیده رسیدم

و در اینستاگرام هر کی طرفدار علی آقا باشد، این هشتگ را می زند.

**در صفحات تبلیغ هم می کنی؟ قیمت تبلیغات در صفحات هواداری چقدر است و چطور تعیین می شود؟**  
هر کس بر اساس بازدید صفحه اش یک قیمت تعیین می کند. از ۲۰ هزار تومان شروع می شود و نهایتش نامعلوم است. من برای هر پست بین ۵۰ تا ۱۰۰ هزار تومان می گیرم.

**تو هواداری را چطور تعریف می کنی؟ یک احساس ابدی است یا می تواند تغییر کند؟**  
من زمانی از بازی علی آقا خوشم می آمد. وقتی دوران بازی اش تمام شد و رفت برای مربی گری، کارهایی کرد که علاقه من به ایشان ۱۰ برابر شد. ممکن است چهار روز دیگر بیشتر هم بشود، خدای نکرده شاید هم زمانی برسد که کاری بکند و به مزاج من خوش نیاید ولی کلاً ارتباط من با علی آقا قلبی است. البته حضوری زیاد خدمت شان رفتم. پیج هم مفتخر به لایک خود داش علی است و استوری ها را تقریباً می بیند.

**برایت مهم است که دوستان و آشنایان ت با تو در این علاقه شریک باشند؟**  
بله بیشتر نزدیکانم طرفدارش هستند ولی اجباری نیست، هر کس خودش تصمیم می گیرد که طرفدار چه کسی باشد.

## تمام تلاشم شنیده شدن صدای آقا ر ضاست

بله، باید به دور از حاشیه از این افراد حمایت کنیم و از انتشار مطالبی که راضی نیستند، پرهیز کنیم. اصولاً فن پیج ها دو دسته اند؛ آن هایی که نظاهر به فن بودن می کنند و کارهای اشتباه مثل شایعه پراکنی و انتشار عکس های دردسر ساز از شان سر می زند و هوادار های واقعی که این دومی مستلزم شناخت، فکر و آگاهی است.

**یکی از امتیازات صفحات هواداری که در قسمت بیو نوشته می شود، «لایک شده توسط...» است. چرا این قدر مهم است که فرد مدنظر صفحه را لایک کند یا کامنت بگذارد؟**  
خشنودی هنرمند تنها موضوع مهم برای صفحات هواداری است. بالاخره این پیج برای هواداری از فرد محبوب مان است و لایک و کامنت او ما را به این نتیجه می رساند که کارمان را درست انجام داده و رضایتش را جلب کرده ایم.

که هیچ صدایی به قشنگی صدای او نیست. رفته رفته تصمیم گرفتم یک پیج هواداری راه بیندازم و از این صدای بی نظیر و زیبا حمایت کنم. حالا ۵ ساعت در روز برای این صفحه وقت صرف می کنم.

**از این کار درآمد هم داری؟**  
در این مدت تبلیغات زیادی بهم پیشنهاد شد ولی نپذیرفتم چون ترجیح می دهم روی هدفی تمرکز کنم که باتش این صفحه را راه انداخته ام. دنبال کنندگان این صفحه، دوستداران آقای بهرام هستند. دوست ندارم به اسم ایشان از موقعیت سوء استفاده کنم و درآمد داشته باشم.

**چرا فن پیج ها دنبال کننده دارند در حالی که صفحه رسمی سلبریتی ها در دسترس است؟**  
صفحات هواداری معمولاً مطالب گسترده تری از پیج های اصلی افراد می گذارند برای همین دوستداران سلبریتی ها این صفحات را دنبال می کنند. ما عکس ها را از صفحات عکاس ها و اطلاعات را از صفحه خانواده و دوستان سلبریتی ها به دست می آوریم.

**در برابر زمان و هزینه ای که بابت اینترنت صرف می کنی، چه چیزی به دست می آوری؟**  
داشتن صفحه هواداری یک کار دلی است. فکر نمی کنم کسی در قبالش مزد بگیرد یا توقع دیگری داشته باشد. این کار از روی عشق و علاقه است.

**اصول یا خط قرمزهایی در هواداری وجود دارد؟**

ZENDEGI - SALAM

ضمیمه روزنامه خراسان

دوشنبه ۲۰ بهمن ۱۳۹۹  
۲۵ جمادی الثانی ۱۴۴۲ • ۸ فوریه ۲۰۲۱  
شماره ۳۰۵۹۵

۱۸۱۵

## سندر وم سلبریتی پرستی!

نظر علم روان شناسی درباره پدیده طرفداری از افراد مشهور و کارهایی مانند ساختن فن پیج برای آن ها چیست؟



کاوه قادری | روان شناس و مدرس دانشگاه علامه طباطبائی

پدیده طرفداری یا هواداری (Fandomis) سال ها در حیطه مطالعات جامعه شناسان بوده است اما به تازگی روان شناسان هم به بحث درباره این موضوع وارد شده اند. هواداری از یک هنرمند، بازیگر، بازیکن ورزشی و در اصطلاح سلبریتی ها عبارت است از نوعی پیوند هواخواهی بدون این که این افراد را از نزدیک بشناسند. این حس گاهی به حدی شدید است که یک گروه از طرفداران ایجاد می شود که با هم احساس همدلی و دغدغه مشترک دارند و عشق به اشیاء، لباس ها، رفتار ها و سبک زندگی سلبریتی و چه مشترک آن ها می شود. این هواخواهی می تواند بسیار هزینه بر باشد به طوری که طرفداران، انرژی و زمان زیادی از وقت خود را صرف پرداختن به طرفداری از فرد محبوب کنند. اگر چه بیشتر اوقات این علاقه به فرد محبوب ممکن است چندان خطرناک و آسیب زنده نباشد اما در مواردی امکان دارد د سبب بروز مشخصه های اختلال و سواس در افراد شود.

### سندروم پرستش سلبریتی

به تازگی وجه آسیب شناختی و بیمارگونه طرفداری را به عنوان «سندروم پرستش سلبریتی» (Celebrity Worship Syndrome) مطرح کرده اند. در مواردی شدت این طرفداری وقت گذاشتن بیش از حد برای آن در فضای مجازی به افت کارکرد عادی زندگی فرد منجر می شود حتی ممکن است برخی مشخصه های هذیان و تفکر غیرواقعی درباره ارتباط طرفدار با فرد محبوب هم شکل بگیرد. البته تمایز بین دوست داشتن یک فرد محبوب با هواخواهی بیمارگونه باید در نظر گرفته شود. بیشتر افراد ممکن است از کاراکتر یا هنریک فرد استقبال و کارهای او را دنبال کنند اما افراد دچار سندروم پرستش سلبریتی، به شکلی افراطی روزانه بیش از یک ساعت از وقتشان را صرف پیگیری و حمایت از سلبریتی محبوب شان می کنند که این کار امروزه در قالب فن پیج ها صورت می گیرد. اگر چه ممکن است برخی از این فن پیج ها به پیشنهاد خود فرد مشهور یا داغدغه تبلیغات و کارهای مالی ایجاد شده باشند اما در این میان تعداد افراد واجد شیفتگی و سواسی به افراد سلبریتی هم کم نیست. افراد مشمول طرفداری اختلال گونه، بدون انتظار هیچ گونه حمایت مالی، کارکردن روزمره خود را تحت تأثیر فرایند طرفداری قرار می دهند و ممکن است در این راه حتی شغل و تحصیلات خود را از دست بدهند. هواخواهی در نوجوانی و ابتدای سنین جوانی بسیار برجسته تر است چرا که در این سنین افراد در مرحله هویت یابی قرار دارند و در جست و جوی پاسخی برای سوال «من کیستم؟» هستند. اگر در این فرایند الگوییابی و هویت یابی، فرد به طور وسواسی شیفته یک سلبریتی شود، ممکن است فرایند طرفداری با شدت بیشتری ادامه یابد و هویت فرد در قالب هواخواهی از یک فرد سلبریتی شکل بگیرد.

### گریز از واقعیت و پناه بردن به خیال

حال سوالی که پیش می آید این است که افراد در برابر هواداری چه چیزی به دست می آورند که هزینه هایش را به جان می خرند. در این باره تحلیل های مختلفی وجود دارد؛ یکی از آن ها ساز و کار «جبران» است. برخی اوقات طرفدارها با شناختی که از زندگی سلبریتی محبوب خود دارند، آرزوهای دست نیافتنی و دور از دسترس خود را در زندگی فرد محبوب شان دنبال می کنند. در واقع این آمال را در فضایی خیالی جست و جوی می کنند و از دیدن و واجبات شدن آن ها در زندگی سلبریتی خوشحال اند به طوری که گویی برای خودشان رخ داده است؛ در واقع می شود گفت نوعی گریز از واقعیت نسبی و پناه بردن به خیال پردازی. در مواردی شاهد این هستیم که افراد با ویژگی های شخصیت خود شیفته و دارای حالات نمایشی و وسواسی بیشتر وارد این فضاها می شوند چرا که بستری برای شان فراهم می شود تا به طور موقت برخی از نیازها از جمله نیاز به دیده شدن، اهمیت بیش از حد و حس قدرت ناشی از وصل بودن به یک فرد مشهور را برآورده کنند. مسئله دیگر در طرفداری، حس تعلق به گروه است که می تواند برای افراد تقویت کننده باشد چرا که اعضای گروه از همدیگر حمایت و مرز خود را از گروه های دیگر جد می کنند و این حس حمایت القایی ممکن است در شکل گیری طرفداری تأثیر داشته باشد. برای مثال طرفداران یک تیم یا بازیگر در برابر گروه رقیب، با کری خوانی، نیاز به تعلق به یک گروه اجتماعی را ارضا می کنند. متأسفانه تحقیقات حاکی از آن است که اگر فرایند طرفداری به بیماری تبدیل شود، ممکن است با پیامدهای منفی مانند اعتیاد، اعتیاد اینترنتی، و سواس، افسردگی، اضطراب و فرار از واقعیت شدید همراه باشد.

