



Jurisprudential-Cultural Pathology of Norm-Breaking Behaviors by Celebrities of Sports and Media Figures in Cyberspace

Seyed Mohammad Reza Mousavi Fard¹, Farokh Hodaie²,
Maryam Forati³, Zahra Mousavi⁴

1. Assistant Professor, Department of Criminal Law and Criminology, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran, (Corresponding Author) ,
Email: mousavifard136394@gmail.com
2. Assistant Professor, Department of Criminal Law and Criminology, Andishmak Branch, Islamic Azad University, Andishmak, Iran. Email:
hodaie-jaza@yahoo.com
3. Assistant Professor, Department of Criminal Law and Criminology, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran. Email:
ma.forati@yahoo.com
4. Master's student in Media Management, Payam Noor University, West Tehran Electronics Branch, Tehran, Iran. Email: moosavi5932@gmail.com

Abstract

In light of certain norm-breaking behaviors and actions by some celebrities and their spouses—which have received significant public attention—this study aims to analyze the consequences of moral and cultural norm violations by the spouses of celebrities (actors and athletes) in society. It explores the impact of such behaviors on the family institution, social values, and role modeling for youth. This study employs a descriptive-analytical approach, utilizing documentary and library methods for data collection and analysis. The research findings indicate that the moral misconduct of celebrity spouses and athletes can serve as inappropriate models for society—particularly for young people—and threaten the ethical foundations of the family. Furthermore, the portrayal of a non-committed lifestyle on social media and in mass media leads to blind imitation and a departure from indigenous and religious norms, thereby exacerbating a cultural identity crisis. On the other hand, the society's mixed reactions—from admiration to rejection—reflect a conflict between modernity and tradition in accepting such norm violations. Additionally, the pressures of living in the public eye sometimes lead to marital conflicts and emotionally driven deviant behaviors. The overall conclusion of the paper suggests that moral and cultural norm-breaking by this group is not merely an individual issue; rather, it has far-reaching societal consequences. It underscores the need for media literacy education, enhanced social responsibility among celebrities,

athletes, and their affiliates, and the formulation of policies to restrict the unregulated display of their private lives.

Key words: Moral norm violation, Spouses of athletes, Celebrity culture, Cyberspace, Social media



Received: 2025/04/15
Revised: 2025/05/04
Accepted: 2025/05/26
Available Online: 2025/06/01

Article Type: Research Paper
Published by: Hazrat-e Masoumeh University
DOI: 10.22034/CJLS.2025.2060877.1043



آسیب شناسی فقهی - فرهنگی رفتارهای هنجارشکنانه چهره‌های مشهور ورزشی و رسانه‌ای در فضای مجازی

سید محمدرضا موسوی فرد^۱، فرخ هدائی^۲، مریم فراتی^۳، زهرا موسوی^۴

۱. استادیار گروه حقوق کیفری و جرم‌شناسی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

(نویسنده مسئول) رایانامه: mousavifard136394@gmail.com

۲. استادیار گروه حقوق کیفری و جرم‌شناسی، واحد اندیمشک، دانشگاه آزاد اسلامی، اندیمشک، ایران. رایانامه:

hodaie-jaza@yahoo.com

۳. استادیار گروه حقوق کیفری و جرم‌شناسی، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران.

رایانامه: ma.forati@yahoo.com

۴. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه پیام نور، واحد الکترونیک تهران غرب، تهران، ایران. رایانامه:

moosavi5932@gmail.com

چکیده

با توجه به برخی هنجارشکنی‌ها و اقدامات برخی از همسران و خود افراد مشهور که در جامعه بازخورد زیادی داشت؛ این پژوهش با هدف تحلیل پیامدهای هنجارشکنی اخلاقی و فرهنگی همسران افراد مشهور (بازیگران و ورزشکاران) در جامعه انجام شده است و تأثیرات این رفتارها را بر نهاد خانواده، ارزش‌های اجتماعی و الگوسازی برای جوانان تحلیل می‌کند. مطالعه حاضر با استفاده از روش توصیفی و تحلیلی و با بهره‌جستن از روش اسنادی و کتابخانه‌ای به جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها پرداخته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که هنجارشکنی‌های اخلاقی همسران افراد مشهور و ورزشکاران می‌تواند به‌عنوان الگویی نامناسب برای جامعه، به‌ویژه جوانان عمل کند و بنیان‌های اخلاقی خانواده را تهدید نماید. همچنین، نمایش سبک زندگی غیرمتعهدانه در فضای مجازی و رسانه‌ها منجر به تقلید کورکورانه و دوری از هنجارهای بومی - مذهبی می‌شود و بحران هویت فرهنگی را دامن می‌زند. از سوی دیگر، واکنش‌های دوگانه جامعه (از تحسین تا طرد)

نشان‌دهنده تضاد بین مدرنیته و سنت در پذیرش هنجارشکنی هاست. علاوه بر این، فشارهای ناشی از زندگی در انظار عمومی، گاه به اختلافات زناشویی و رفتارهای هیجانی هنجارشکن می‌انجامد. برآیند مقاله نشان می‌دهد که هنجارشکنی اخلاقی - فرهنگی این گروه صرفاً یک مسئله فردی نیست، بلکه پیامدهای گسترده‌ای در جامعه دارد و لزوم آموزش رسانه‌ای، تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی افراد مشهور، ورزشکاران و افراد وابسته به آن‌ها و سیاست‌گذاری برای محدودیت نمایش بی‌ضابطه زندگی خصوصی آنان را پیشنهاد می‌نماید.

کلمات کلیدی: هنجارشکنی اخلاقی، همسران ورزشکاران، فرهنگ افراد مشهور، فضای

مجازی، رسانه‌های اجتماعی



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

تاریخ دریافت:	۱۴۰۴/۰۱/۲۶	نوع مقاله:	پژوهشی
تاریخ بازنگری:	۱۴۰۴/۰۲/۱۴	ناشر:	دانشگاه حضرت معصومه (سلام الله علیها)
تاریخ پذیرش:	۱۴۰۴/۰۳/۰۶	:DOI	10.22034/CJLS.2025.2060877.1043
تاریخ انتشار آنلاین:	۱۴۰۴/۰۳/۱۲		

هنجارشکنی اخلاقی و فرهنگی به رفتارهایی اطلاق می‌شود که از هنجارها و ارزش‌های پذیرفته‌شده در یک جامعه تخطی می‌کند. این پدیده در مورد همسران برخی افراد مشهور، به‌ویژه همسر سابق یکی از فوتبالیست‌های سابق، قابل مشاهده است. در بستر اجتماعی - فرهنگی جامعه معاصر ایران، پدیده هنجار گریزی اخلاقی و فرهنگی در میان همسران ورزشکاران و چهره‌های سرشناس به موضوعی قابل تأمل تبدیل شده است. این مسئله اجتماعی که در اشکال مختلف رفتاری و گفتاری نمود یافته، نیازمند بررسی عمیق و همه‌جانبه از منظر علمی و کارشناسی است. جایگاه ویژه ورزشکاران و افراد مشهور به‌عنوان الگوهای اجتماعی، موجب شده است که تمامی ابعاد زندگی شخصی و خانوادگی آنان، از جمله رفتارهای همسرانشان، تحت توجه و ارزیابی جامعه قرار گیرد. این توجه مضاعف زمانی به چالشی اجتماعی تبدیل می‌شود که شاهد بروز رفتارهای مغایر با ارزش‌ها و هنجارهای پذیرفته شده فرهنگی در میان این قشر باشیم.

تحلیل این پدیده نشان می‌دهد که عوامل متعددی در شکل‌گیری و گسترش آن نقش دارند. از یک‌سو، تمایل به خودنمایی و جلب‌توجه در فضای رسانه‌ای و از سوی دیگر تأثیرپذیری از فرهنگ‌های بیگانه و سبک‌های زندگی وارداتی، زمینه‌ساز بروز چنین رفتارهایی شده است. همچنین، ضعف در پایبندی به ارزش‌های اخلاقی و عدم درک صحیح از پیامدهای اجتماعی این‌گونه رفتارها را می‌توان از دیگر عوامل مؤثر بر این پدیده دانست. نقش بی‌بدیل فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در تشدید این مسئله انکارناپذیر است. ویژگی‌هایی چون فراگیری سریع، ناشناس ماندن کاربران و امکان انتشار گسترده محتوا، بستری ایده‌آل برای نمایش و حتی ترویج رفتارهای هنجارشکن فراهم کرده است. این امر نه تنها به عادی‌سازی چنین رفتارهایی کمک می‌کند، بلکه ممکن است به شکل‌گیری الگوهای رفتاری نادرست در میان اقشار مختلف جامعه، به‌ویژه نسل جوان بینجامد. در نهایت، مواجهه سنجیده با این مسئله نیازمند اتخاذ رویکردی جامع و علمی است که هم به ریشه‌یابی علل بپردازد و هم راهکارهای عملی ارائه دهد. این مهم تنها از طریق همکاری نهادهای علمی، فرهنگی و اجرایی و با بهره‌گیری از مطالعات میان‌رشته‌ای محقق خواهد شد. چنین رویکردی می‌تواند ضمن حفظ ارزش‌های اصیل فرهنگی، پاسخگوی نیازهای جامعه در حال تحول ایران باشد.

- روش تحقیق: با نگاهی میان‌رشته‌ای و به‌کارگیری روش تحقیق توصیفی تحلیلی با بهره‌جستن از روش اسنادی و کتابخانه‌ای داده‌ها تجزیه و تحلیل شده است.

سؤال اصلی: علی‌الاصول هنجارشکنی‌های اخلاقی و اجتماعی همسران سابق ستاره‌های سابق سرخابی چگونه قابل‌بحث و بررسی و تجزیه و تحلیل است؟

مفروض اصلی: به نظر می‌رسد بررسی این چالش‌ها نیازمند نگاهی همه‌جانبه و درعین‌حال رویکرد فردی است.

مبانی نظری پژوهش

نظریه شهرت به بررسی پدیده سلبریتی‌ها و تأثیرات چندبعدی آن بر جامعه می‌پردازد. این نظریه ریشه در تحولات تاریخی، رسانه‌ای و اجتماعی دارد و از منظرهای جامعه‌شناسی، روانشناسی و نشانه‌شناسی تحلیل می‌شود. سلبریتی‌ها در عصر مدرن نه تنها به‌عنوان افراد مشهور، بلکه به‌عنوان «متن‌های فرهنگی» عمل می‌کنند که معانی خاصی را در جامعه منتقل می‌سازند. ریشه‌های این پدیده به اوایل قرن بیستم و ظهور رسانه‌های جمعی مانند سینما و تلویزیون بازمی‌گردد، جایی که صنعت فرهنگ با ساخت اسطوره‌های مدرن مانند مریلین مونرو، بنیان‌های فرهنگ سلبریتی را شکل داد. در این دوره، شهرت عمدتاً در انحصار چهره‌های هنری و ورزشی بود، اما با ظهور اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، شهرت دموکراتیزه شد و هر فردی با دسترسی به این پلتفرم‌ها توانست به یک «میکروسلبیتی» تبدیل شود. این تحول، ماهیت شهرت را تغییر داد. فرهنگ سلبریتی معاصر متفاوت از سایر سیستم‌های وضعیت است. (Milner, 2005, p.1)

از منظر روانشناسی اجتماعی، پدیده‌هایی مانند «روابط پاراسوشال» توضیح می‌دهند که چگونه مخاطبان با افراد مشهور احساس صمیمیت می‌کنند، گویی آن‌ها را به‌صورت شخصی می‌شناسند. این رابطه یک‌طرفه می‌تواند به عواقبی مانند کاهش عزت‌نفس در میان طرفداران منجر شود، به‌ویژه زمانی که سبک زندگی اغراق‌شده افراد مشهور معیاری برای مقایسه اجتماعی قرار می‌گیرد. نظریه‌پردازانی مانند کریس روجک با دسته‌بندی سلبریتی‌ها به سه گروه «مشهورشدگان بر اساس دستاورد» «مشهورشدگان بر اساس رسانه» و «مشهورشدگان بر اساس شایستگی یا جنایت» نشان می‌دهند که شهرت در جامعه امروز لزوماً با شایستگی مرتبط نیست. رسانه‌ها نقش کلیدی در شکل‌دهی به این فرهنگ ایفا می‌کنند. در گذشته، تلویزیون و سینما تصویری کنترل‌شده از افراد مشهور ارائه می‌دادند، اما امروز شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و تیک‌تاک این امکان را فراهم کرده‌اند که سلبریتی‌ها به‌طور مستقیم با مخاطبان خود تعامل داشته باشند. این امر اگرچه حس صمیمیت ایجاد می‌کند، اما درعین‌حال منجر به کالایی شدن زندگی خصوصی آن‌ها شده است. سلبریتی‌ها در تبلیغات و برندینگ به ابزارهایی برای تأثیرگذاری بر مصرف‌کنندگان تبدیل

شده‌اند و از این طریق، ارزش‌های مصرف‌گرایی را تقویت می‌کنند. برخی سعی دارند شهرت را به‌عنوان نوعی سرمایه بازتعریف کنند. (Driessens et al, 2013, p. 543)

از سوی دیگر، فرهنگ سلبریتی با انتقادات جدی مواجه است. برخی مانند نیل پستمن معتقدند این فرهنگ به سطحی‌نگری و کاهش تفکر انتقادی در جامعه دامن زده است. علاوه بر این، تمرکز افراطی بر زندگی افراد مشهور می‌تواند مسائل مهم اجتماعی مانند نابرابری یا بحران‌های محیط زیستی را تحت‌الشعاع قرار دهد. حتی در جنبش‌های فمینیستی، بحث‌هایی درباره نقش سلبریتی‌های زن وجود دارد؛ از یک‌سو، برخی از آن‌ها با استفاده از شهرت خود به ترویج برابری جنسیتی کمک می‌کنند.

مختصر پیشینه ادبیات پژوهشی

با موضوع حاضر نظر به اینکه به‌تازگی مقارن در زمان نگارش مقاله حاضر برخی اتفاقات افتاده است تا جایی که ما جستجو کردیم منبعی که مستقیماً بدان پرداخته باشد یافت نشد، ولی به‌رسم آثار علمی کلاسیک به بخشی دیگر از منابع غیرمستقیم مرتبط اشاره می‌کنیم:

ردیف	موضوع منبع	نویسنده و منبع چاپ	یافته‌های تحقیقاتی
۱	بازسازی فرهنگ در نقاط حساس: پیش درآمدی نظری بر تدبیر سلبریتی‌ها	به قلم جمشیدی چاپ‌شده در پاسدار اسلام سال ۱۴۰۲	چشم جامعه سوی کسانی خیره باشد که بهره‌چندانی از کمالات و فضایل ندارند و شایسته دنباله‌روی نیستند.
۲	تحلیل گرایش هواداران به سلبریتی‌ها در میان کاربران ایرانی اینستاگرام	به قلم سلیمانی و دیگران، سال ۱۴۰۲ در رسانه چاپ شده است	مهم‌ترین فعالیت سلبریتی‌ها در زمینه تولید محتوا برای مصرف کاربران عبارت از: «اشتراک‌گذاری و ارسال تصویر جالب به‌روز» در صفحه اینستاگرامی خود است.
۳	نقش رسانه در تاثیرگذاری سلبریتی‌ها بر جامعه ایران از منظر خبرگان همراه با	به قلم صادقی نیا و دیگران در فصلنامه مطالعات کشورها در	آنچه امروز در فضای رسانه‌ای حاکم بر جوامع دیده می‌شود، پیدایش چهره‌های فعال در عرصه

ردیف	موضوع منبع	نویسنده و منبع چاپ	یافته‌های تحقیقاتی
	طراحی مدل مدیریت رسانه‌ای تأثیرات فرهنگی و اجتماعی سلبریتی‌ها	سال ۱۴۰۲ به چاپ رسیده است.	رسانه برای کسب شهرت و جذب هوادار با بهره‌گیری از انواع فعالیت‌های متمایز و خاص است، به طوری که جامعه را به خود جذب کنند.
- بالاخره چند منبع و تحلیل دیگر که به علت رعایت اصل اختصار صرف نظر کردیم.			

۱. زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی این هنجارشکنی‌ها

۱-۱. تأثیر رسانه‌ها بر نابهنجاری

رسانه‌ها به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، امروزه به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی افراد مشهور و خانواده‌هایشان تبدیل شده‌اند. این حضور پررنگ، تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های اخلاقی و روانی آن‌ها گذاشته که هم می‌تواند سازنده باشد و هم مخرب. افراد مشهور به‌عنوان افرادی با نفوذ اجتماعی گسترده، همواره در معرض قضاوت و توجه عموم هستند و همین موضوع مسئولیت آن‌ها را در قبال رفتار و گفتارشان افزایش می‌دهد. از یک‌سو، رسانه‌ها بستری برای بیان ایده‌ها و تأثیرگذاری مثبت فراهم می‌کنند و از سوی دیگر، ممکن است به دلیل انتشار محتوای نادرست یا سطحی، هم به خود فرد و جامعه آسیب بزنند؛ اما می‌توان گفت: شهرت رسانه‌ای یا موقعیت عمومی که از طریق رسانه‌های جمعی به دست می‌آید، نوع خاصی از تمایز اجتماعی است که در اکثر جوامع معاصر ظاهر می‌شود. (Pype, 2009, p.541)

یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی افراد مشهور، ضرورت درک سواد رسانه‌ای است. آن‌ها باید به‌خوبی بدانند که هر پست، استوری یا کامنتی می‌تواند واکنش‌های گسترده‌ای ایجاد کند و حتی گاهی پیامدهای پیش‌بینی‌نشده‌ای داشته باشد. برای مثال، تبلیغ یک محصول بدون تحقیق کافی یا اظهارنظرهای نسنجیده ممکن است نه تنها اعتبار فرد را خدشه‌دار کند، بلکه بر باورها و رفتارهای هزاران نفر تأثیر منفی بگذارد. از طرف دیگر، فعالیت‌های رسانه‌ای افراد مشهور می‌تواند در شکل‌دهی به فرهنگ عمومی نقش داشته باشد. اگر محتوای ارائه‌شده عمیق و آگاهانه باشد، می‌تواند به ارتقای فرهنگی کمک کند، اما اگر صرفاً مبتنی بر جذب مخاطب با روش‌های سطحی باشد، ممکن است به ابتذال و کاهش استانداردهای اخلاقی بینجامد. این درحالی است که براساس نتایج تحقیقات علمی ناشی از نقش رسانه‌ها در رشد معنوی و اخلاقی جامعه مدرن است. (Gaisina et al, 2015)

در کنار این موارد، مسئولیت اجتماعی افراد مشهور نیز موضوعی کلیدی است. آن‌ها به‌عنوان الگوهای جامعه، باید در انتشار محتوا دقت کنند و از ترویج مطالب ضداخلاقی یا شایعات بی‌اساس پرهیز نمایند، زیرا چنین اقداماتی نه تنها بر زندگی شخصی خودشان، بلکه بر افکار عمومی نیز تأثیر می‌گذارد. رسانه‌ها با تقویت نقش آن‌ها به‌عنوان نمونه‌های اخلاقی و درعین حال که آن‌ها را در معرض بررسی شدید قرار می‌دهند، عمیقاً اخلاق معنوی و روانی افراد مشهور و همسرانشان را شکل می‌دهند. این پویایی نیاز به خودتنظیمی اخلاقی دارد تا رفاه شخصی را با انتظارات عمومی متعادل کند. شهرت می‌تواند روابط شخصی و عاملیت اخلاقی را مخدوش کند و منجر به عدم تقارن ناسالم در تعاملات اجتماعی شود. (Maureen Sie et al, 2023, p.340) اما تأثیر رسانه‌ها تنها محدود به خود افراد مشهور نیست، بلکه همسران و خانواده‌های آن‌ها نیز به‌طور مستقیم تحت تأثیر این فضا قرار می‌گیرند. نمایش دائمی زندگی‌های لوکس و به‌ظاهر کامل در رسانه‌ها ممکن است انتظارات غیرواقع‌بینانه‌ای ایجاد کند و باعث شود افراد زندگی خود را با این تصاویر آرمانی مقایسه کنند که نتیجه آن نارضایتی و کاهش رضایت از رابطه است. علاوه بر این، فضای مجازی گاه به‌جای تقویت ارتباط، به عاملی برای فاصله‌گیری تبدیل می‌شود؛ زمانی که افراد ساعت‌ها درگیر شبکه‌های اجتماعی هستند، فرصت گفت‌وگو و ارتباط واقعی کاهش می‌یابد و این مسئله به تدریج صمیمیت را کم‌رنگ می‌کند. همچنین، امکان دسترسی به پیام‌های خصوصی یا تعاملات نامناسب در فضای مجازی، گاه به بی‌اعتمادی و حتی بحران در روابط منجر می‌شود. رسانه‌ها به‌عنوان یک ابزار قدرتمند، تأثیرات گسترده‌ای بر زندگی افراد مشهور و خانواده‌هایشان دارند. اگر این تأثیرات به‌درستی مدیریت نشود، می‌تواند آسیب‌های جبران‌ناپذیری به همراه داشته باشد؛ بنابراین، آگاهی از سواد رسانه‌ای، حفظ حریم خصوصی و تعادل در استفاده از فضای مجازی از جمله عواملی هستند که می‌توانند به افراد مشهور و اطرافیانشان کمک کنند تا از مزایای رسانه بهره ببرند، بدون اینکه قربانی پیامدهای منفی آن شوند.

۱-۲. تأثیر فرهنگ افراد مشهور بر اخلاق خلاف عرف

در جوامع معاصر، فرهنگ افراد مشهور و شهرت به یک ارزش اجتماعی تبدیل شده است. این فرهنگ ممکن است همسران را ترغیب کند تا برای جلب توجه یا تأیید اجتماعی، از هنجارهای اخلاقی و فرهنگی تخطی کنند. فرهنگ افراد مشهور به مجموعه‌ای از ارزش‌ها، رفتارها و الگوهای فرهنگی گفته می‌شود که حول محور افراد مشهور (سلبریتی‌ها) شکل می‌گیرد. این فرهنگ از طریق رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و صنعت سرگرمی گسترش می‌یابد و تأثیرات عمیقی بر سبک

زندگی، عقاید و حتی مصرف‌گرایی در جامعه می‌گذارد. افراد مشهور به دلیل محبوبیت و حضور مداوم در رسانه‌ها، به الگوهایی برای بسیاری از مردم تبدیل می‌شوند و سبک زندگی، مد، رژیم‌های غذایی، ورزش و حتی عقاید سیاسی آن‌ها توسط طرفدارانشان تقلید می‌شود. اینجاست که باید گفت: اگرچه ایده یک فرد مشهور برای مدت طولانی وجود داشته است، جهش آن به یک نیروی مهم فرهنگی یک تحول نسبتاً جدید است. (Furedi, 2010, p.493) در تعریف دیگر از سلبریتی‌ها چنین آمده آن‌ها پدیده‌هایی هستند که رسانه‌های جمعی همچون سینما، تلویزیون و مطبوعات به چهره تبدیلشان کرده و داخل نظام رسانه‌ای شکل و رشد یافته‌اند. (اسدزاده شهیر و دیگران، ۱۴۰۰، ص ۱۹)

یکی از مهم‌ترین عوامل گسترش فرهنگ افراد مشهور، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، توئیتر و تیک‌تاک هستند. این پلتفرم‌ها به افراد مشهور اجازه می‌دهند تا مستقیماً با طرفداران خود ارتباط برقرار کنند و تأثیرگذاری خود را افزایش دهند. از طرفی، زندگی خصوصی افراد مشهور نیز به موضوعی عمومی تبدیل شده است؛ مردم علاقه‌مندند تا درباره روابط، مشکلات و جزئیات زندگی شخصی آن‌ها بدانند. این موضوع باعث می‌شود که افراد مشهور همیشه در مرکز توجه باشند. این فرهنگ به نوعی باعث شده است تبدیل مردم عادی و شخصیت‌های عمومی به افراد مشهور را به تصویر می‌کشد. (Driessens et, 2012, p.461) فرهنگ افراد مشهور از جنبه‌های مختلفی قابل بررسی است. از یک‌سو، می‌تواند تأثیرات مثبتی داشته باشد؛ مثلاً برخی از افراد مشهور با صحبت درباره مسائل مهمی مانند محیط‌زیست، حقوق بشر یا سلامت روان، آگاهی‌های اجتماعی را افزایش می‌دهند و الهام‌بخش دیگران می‌شوند. برخی از محققان این حوزه معتقدند فرهنگ افراد مشهور یک نقطه مهم ارتباط اجتماعی است که با استفاده از رسانه‌ها حفظ می‌شود. (Couldry et al, 2007, p. 403)

از سوی دیگر، این فرهنگ ممکن است باعث ترویج مصرف‌گرایی افراطی، ایجاد استانداردهای غیرواقعی زیبایی و موفقیت، یا حتی کاهش توجه به ارزش‌های عمیق‌تر فرهنگی و اجتماعی شود. بسیاری از مردم، به‌ویژه جوانان، ممکن است خود را با افراد مشهور مقایسه کنند و در نتیجه احساس نارضایتی یا فشار روانی را تجربه کنند. برخی از نویسندگان معاصر معتقدند تحلیل افراد مشهور و فرهنگ آنها یکی از صنایع رو به رشد علوم انسانی و اجتماعی در دهه اخیر بوده است. روانشناسان در مورد خطرات «پرستش سلبریتی» به ما هشدار می‌دهند، جامعه‌شناسان از جوانان در مورد انتظارات شخصی آن‌ها از شهرت بازجویی می‌کنند و حتی رشته‌ای که رابطه ضعیفی با فرهنگ عامه دارد. (Turner, 2010, p. 11)

در بازگشت به بحث باید گفت: علاوه بر این، افراد مشهور اغلب به‌عنوان برنده‌های تجاری عمل می‌کنند و از شهرت خود برای تبلیغ محصولات یا خدمات استفاده می‌کنند. این موضوع باعث می‌شود که فرهنگ افراد مشهور با مصرف‌گرایی گره بخورد و مردم تحت تأثیر تبلیغات، محصولاتی را خریداری کنند که ممکن است واقعاً به آن‌ها نیاز نداشته باشند. نوعاً فرهنگ افراد مشهور به‌عنوان بخشی از فرهنگ عامه (Pop Culture) در جوامع مدرن نقش مهمی ایفا می‌کند. این فرهنگ هم می‌تواند الهام‌بخش و مثبت باشد و هم می‌تواند باعث ترویج ارزش‌های سطحی و ایجاد فشارهای اجتماعی شود؛ بنابراین، مهم است که مردم آگاهانه با این فرهنگ برخورد کنند و تنها جنبه‌های مثبت آن را الگو قرار دهند. با نگاه داخلی به تاریخچه آن می‌توان چنین گفت: دهه ۴۰ و ۵۰ خورشیدی: ظهور فرهنگ افراد مشهور در ایران با گسترش تلویزیون، رادیو و مجلات زرد آغاز شد. افراد مشهور اولیه شامل اعضای خاندان پهلوی، بازیگران سینما، خوانندگان موسیقی و ورزشکاران بودند که از طریق رسانه‌ها به شهرت رسیدند. (توجه شود به: مقاله تحلیلی نظم جهانی، ۱۴۰۱، آنلاین)

در ارائه تحلیلی بر مراتب ذکر شده باید گفت: پس از انقلاب ۱۳۵۷ به بعد این فرهنگ برای مدتی دچار رکود شد؛ بسیاری از چهره‌های مشهور یا کشور را ترک کردند یا به انزوا رفتند؛ اما پس از جنگ ایران و عراق، فرهنگ افراد مشهور دوباره رشد کرد و در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ هجری شمسی به تدریج جایگاه خود را بازیافت. اکنون می‌توان ادعا کرد با وجود شبکه‌های اجتماعی متعدد داخلی و خارجی و تنوع رسانه‌ای که در دسترس است، به نظر می‌رسد این مسئله در نقطه اوج خود قرار دارد.

۲. تأثیر عوامل اقتصادی در بروز نابهنجاری‌های ایشان

۲-۱. نقش استقلال مالی و اقتصادی در بروز این وضعیت

بسیاری از همسران ستارگان ورزشی به دلیل درآمد بالای همسرانشان، از استقلال مالی برخوردار هستند. این استقلال می‌تواند آن‌ها را به سمت رفتارهای ریسک‌پذیرتر سوق دهد و احساس کنند که می‌توانند بدون نگرانی از پیامدها، هنجارها را زیر پا بگذارند. درآمد بالا و رفاه اقتصادی، مانند شمشیری دولبه، عمل می‌کند. به‌صورت خاصه در مورد همسران ورزشکاران معروف و سلبریتی‌ها، این ثروت و شهرت گاهی به‌جای آنکه پایه‌های زندگی مشترک را محکم‌تر کند، به عاملی برای تزلزل و حتی فساد در روابط تبدیل می‌شود. دور از انتظار نیست که شخصیت‌های عمومی به‌عنوان الگو در نظر گرفته می‌شوند و پیامدهای نارسایی‌های اخلاقی آن‌ها را تشدید می‌کنند. (Portmann, 2019)

علی‌ای حال سؤالی که در ذهن پیش می‌آید این است که چرا چنین وضعیتی پیش می‌آید؟ آیا پول و شهرت ذاتاً فساد آور است، یا این انسان‌ها هستند که در مواجهه با این شرایط، راه را گم می‌کنند؟ نوعاً زندگی در کنار افراد مشهور، مانند راه رفتن روی طنابی باریک است. از یک‌سو، توجه بی‌امان رسانه‌ها و افکار عمومی، مانند نورافکنی خیره‌کننده، هر حرکت و سکوت را زیر ذره‌بین می‌برد. این فشار روانی می‌تواند آرامش را از رابطه بگیرد و تنش‌هایی ایجاد کند که گاهی غیرقابل تحمل می‌شوند. از سوی دیگر، سبک زندگی پرزرق‌وبرق و پرتحرک ورزشکاران و افراد مشهور، با برنامه‌های فشرده و سفرهای مکرر، ممکن است فرصت‌های با هم بودن را محدود کند و فاصله‌های عاطفی ایجاد نماید. این فاصله‌ها، اگر مدیریت نشوند، می‌تواند به سردی رابطه و حتی خیانت بیانجامد. هرچند که مشارکت افراد مشهور در فساد می‌تواند اعتماد عمومی را هم به صنعت سرگرمی و هم به نهادهای اجتماعی از بین ببرد. هنگامی که چهره‌های تحسین‌شده رفتار غیراخلاقی انجام می‌دهند، معیارهای اخلاقی مورد انتظار از آن‌ها را به چالش می‌کشد. (Maulidina et al, 2025, p.1)

درآمدهای کلان و دسترسی به امکانات مالی گسترده نیز گاهی مانند دریایی طلائی است که در آن، وسوسه‌های اخلاقی کمین کرده‌اند. برخی افراد، در مواجهه با این ثروت، ممکن است راه افراط را در پیش بگیرند و به دام رفتارهای نادرست بیفتند. این رفتارها، از اسراف و تجمل‌گرایی تا خیانت و فساد، می‌تواند بنیان رابطه را سست کند. هرچند که برخی از نویسندگان معاصر معتقدند قضاوت‌های مربوط به عملکرد فرد مشهور را از قضاوت‌های اخلاقی باید جدا کرد. (Lee & Kwak, 2016, p. 101)

شهرت برخی از افراد مشهور بدون شک در صورت زیر پا گذاشتن قوانین اخلاقی، قانونی و اجتماعی به شدت تحت تأثیر قرار می‌گیرد، درحالی‌که سایر افراد مشهور از اثرات نامطلوب اندکی متحمل می‌شوند. (Gies, 2011, p. 347) علاوه بر این مراتب، عدم تعادل در قدرت بین زوجین که معمولاً به نفع فرد مشهور است، می‌تواند به سوءاستفاده یا بی‌عدالتی در رابطه منجر شود. وقتی یکی از طرفین احساس کند که قدرت و نفوذ بیشتری دارد، ممکن است مرزهای اخلاقی را زیر پا بگذارد. برخی از مواقع مشاهده شده است. نوعاً این افراد جهت منافع اقتصادی تمامی مرزهای اخلاقی را فراموش می‌کنند. (Cross, 2021, p.117) البته یک کلیت وجود دارد که نشان‌دهنده این مسئله است که جایگاه اقتصادی ناشی از وضعیت خاص افراد مشهور و امثالهم در روابط، چه در بین افراد مشهور و چه در جامعه عادی، ممکن است به‌عنوان ابزاری برای سوءاستفاده مورد استفاده قرار گیرد که این امر نوعاً متحمل به نظر می‌رسد که به‌عنوان یک آسیب جدی می‌توان از آن یاد کرد. نگارنده باز سؤالی که مطرح می‌کند چنین است آیا این مشکلات اجتناب‌ناپذیر هستند؟ قطعاً پاسخ خیر

است. بسیاری از ورزشکاران و افراد مشهور هستند که با وجود ثروت و شهرت، روابطی سالم و پایدار دارند. راز موفقیت آن‌ها در چیست؟ شاید در تعهد به ارزش‌های اخلاقی، احترام متقابل و تلاش برای حفظ تعادل در زندگی نهفته باشد. در نهایت، این انسان‌ها هستند که انتخاب می‌کنند چگونه با ثروت و شهرت خود رفتار کنند. پول و شهرت، مانند هر ابزار دیگری، می‌تواند برای ساختن یا ویران کردن به کار رود. انتخاب نهایی، در دستان خود این افراد است.

۲-۲. فرصت‌های شغلی جدید دنیای افراد مشهور و نابهنجاری‌ها

برخی از همسران ممکن است به دنبال ایجاد برند شخصی و فرصت‌های شغلی جدید باشند. این تلاش برای دیده شدن بیشتر می‌تواند منجر به رفتارهای هنجارشکنانه شود. در دنیای امروز، جایی که شهرت و برندسازی به شدت درهم‌تنیده شده‌اند، همسران افراد مشهور یا صاحبان برندهای بزرگ نیز گام‌های بلندی برای خلق هویت مستقل خود برمی‌دارند. این حرکت نه تنها نشان‌دهنده جسارت و بلندپروازی آن‌هاست، بلکه بازتابی از تمایلشان به خروج از سایه همسران مشهور و ساختن نامی جداگانه برای خود است. این پدیده که در سال‌های اخیر بیش از پیش جلوه کرده، از یک سو بیانگر استفاده هوشمندانه از فرصت‌های موجود است و از سوی دیگر، نشان‌دهنده اشتیاق این افراد برای تحقق بخشیدن به رؤیاهای و اهداف شخصی‌شان را در این وضعیت بسازند. هرچند که بسیاری از زوج‌های مشهور بر ایجاد برندهایی با تأثیر اجتماعی مثبت تمرکز می‌کنند. (King, 2022, p. 1)

یکی از اصلی‌ترین انگیزه‌های این افراد، ایجاد هویتی مستقل است. آن‌ها می‌خواهند نه به‌عنوان همراه یا همسر یک چهره سرشناس، بلکه به‌عنوان فردی با توانایی‌ها و دستاوردهای خاص خود شناخته شوند. این تلاش گاهی در قالب راه‌اندازی برندهای مد، زیبایی، یا حتی کسب‌وکارهای نوآورانه تجلی می‌یابد. ایجاد یک برند شخصی متمایز از همسرشان امری رایج است. این شامل استفاده از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی یا راه‌اندازی کسب‌وکارهایی است که منعکس‌کننده علایق و ارزش‌های منحصر به فرد آن‌ها هستند. به‌عنوان مثال، هیلاری تسوی، همسر خواننده ایسون چان، هویت خود را در دنیای مد و درعین حال حفظ یک زندگی خانوادگی خصوصی ایجاد کرد. (Leung et al, 2018, p. 141)

از سوی دیگر، ارتباط با یک فرد مشهور می‌تواند درهای بسیاری را به روی آن‌ها بگشاید؛ از دسترسی به شبکه‌های گسترده‌تر و منابع مالی گرفته تا فرصت‌های تبلیغاتی و تجاری. بسیاری از این افراد از این مزایا به‌عنوان سکوی پرتابی برای آغاز حرکت مستقل خود استفاده می‌کنند. ایجاد یک برند شخصی می‌تواند به‌عنوان منبع درآمدی مکمل عمل کند و وابستگی مالی به همسر را

کاهش دهد. این موضوع نه تنها از نظر اقتصادی حائز اهمیت است، بلکه به آن‌ها احساس استقلال و خوداتکایی بیشتری می‌بخشد. همچنین، برخی از این افراد با علاقه‌مندی به حوزه‌هایی مانند مد، طراحی، زیبایی، یا حتی فناوری، برندهای خود را با اشتیاق و خلاقیت شخصی پیش می‌برند و در این مسیر، موفقیت‌های چشمگیری نیز کسب می‌کنند. اگر بخواهیم به صورت مصداقی اشاره کنیم؛ ویلا فورد از موسیقی پاپ به طراحی داخلی منتقل شد و با موفقیت خود را به‌عنوان یک کارآفرین تغییر نام داد. (Lakritz, 2022) با این حال، این راه پرپیچ‌وخم، خالی از چالش نیست. یکی از بزرگ‌ترین موانع، مقایسه‌ای است که همواره بین آن‌ها و همسران مشهورشان صورت می‌گیرد. این مقایسه‌ها گاهی باعث می‌شود دستاوردهای آن‌ها کمتر دیده شود یا حتی نادیده گرفته شود. فشار رسانه‌ها و انتظارات عمومی نیز می‌تواند بار سنگینی بر دوش آن‌ها بگذارد، به‌ویژه زمانی که هر حرکتشان زیر ذره‌بین قرار می‌گیرد. علاوه بر این، وابستگی برنده مستقل آن‌ها به شهرت همسرشان گاهی به چالشی برای اثبات استقلال و توانایی‌های فردی‌شان تبدیل می‌شود. با وجود تمام این چالش‌های پیش رو، تلاش این افراد برای خلق برندهای مستقل، الهام‌بخش بسیاری از افرادی است که به دنبال تعریف هویت شخصی خود در کنار شرکای زندگی موفق هستند. این حرکت نه تنها نشان‌دهنده جسارت و اراده آن‌هاست، بلکه گامی مهم در جهت تحقق رؤیایها و اهداف شخصی‌شان محسوب می‌شود. درنهایت، این مسیر به آن‌ها امکان می‌دهد تا نه تنها در کنار همسران مشهورشان بدرخشند، بلکه به تنهایی نیز نامی ماندگار از خود به‌جای بگذارند.

۳. نقش فشار اجتماعی و انتظارات در این وضعیت خلاف فرهنگی

۳-۱. فشار جهت جلب توجه در دنیای افراد مشهور

در دنیای ورزش و افراد مشهور، جلب توجه رسانه‌ها و افکار عمومی می‌تواند به یک ضرورت تبدیل شود. این فشار ممکن است باعث شود که همسران برای دیده شدن بیشتر، اقدام به رفتارهایی غیرمعمول کنند. دنیای افراد مشهور، با تمام جذابیت‌ها و درخشش‌هایش، سایه‌هایی از فشار و تنش را نیز به همراه دارد. این فشار برای دیده شدن و جلب توجه، گاهی چنان سنگین می‌شود که می‌تواند سلامت روانی و حتی جسمانی افراد را تحت تأثیر قرار دهد. عموماً افراد مشهور، به‌عنوان افرادی که به واسطه شهرت خود در کانون توجه قرار دارند. (نک به اثر نگارنده: موسوی فرد و دیگر همکاران، ۱۴۰۳، ص ۷) در این فضای رقابتی و پرتلاطم، افراد مشهور همواره در تلاش‌اند تا خود را در مرکز توجه نگه دارند، گویی که گم شدن از صحنه برابر است با نابودی حرفه‌شان. این رقابت نفس‌گیر، استرس و اضطرابی دائمی را به همراه می‌آورد، زیرا آن‌ها احساس می‌کنند که باید پیوسته

در حال تولید محتوای جذاب و به‌روز باشند تا از قافله عقب نمانند. هرچند که در دنیای معاصر ما با ظهور شبکه‌های اجتماعی جدید، سازوکارهای شهرت‌یابی، دستخوش دگرگونی‌های گسترده‌ای شده است. (کوهستانی و دیگران، ۱۴۰۳، ص ۳۱) شبکه‌های اجتماعی، به‌عنوان ابزاری قدرتمند در این عرصه، هم می‌توانند فرصت‌هایی طلایی ایجاد کنند و هم به منبعی از فشار و ناامنی تبدیل شوند. افراد مشهور اغلب احساس می‌کنند که باید دائماً در این فضا حضور فعال داشته باشند، پست‌های جدید به اشتراک بگذارند و با فالوورهای خود تعامل کنند تا ارتباطشان را با مخاطبان حفظ کنند. این نیاز مداوم به حضور و تولید محتوا، گاهی آن‌ها را تا مرز فرسودگی پیش می‌برد و احساس ناامنی و اضطراب را در وجودشان شعله‌ور می‌سازد. معمولاً برخی با انتشار تصاویر شخصی و... سعی دارند «توجه» سایر کاربران را به خود جلب می‌کنند. (موسوی و دیگران، ۱۳۹۹، ص ۴۵)

جامعه و رسانه‌ها نیز با انتظارات و استانداردهای غیرواقعی‌شان، بار دیگری بر دوش افراد مشهور می‌گذارند. از آن‌ها انتظار می‌رود که نه‌تنها در حرفه‌شان بی‌نقص باشند، بلکه ظاهری فریبنده، سبک زندگی ایده‌آل و حتی رفتارهایی نمونه‌وار نیز داشته باشند. تلاش برای برآورده کردن این انتظارات، گاهی آن‌ها را به دام مشکلاتی مانند اختلالات خوردن، اضطراب و افسردگی می‌اندازد. این فشارها، به‌ویژه زمانی که با انتقادات تند و گاهی ناعادلانه‌ی عمومی همراه می‌شوند، می‌توانند عزت‌نفس و سلامت روانی آن‌ها را به‌شدت تحت تأثیر قرار دهند. ترس از فراموش شدن نیز سایه‌ای همیشگی بر سر بسیاری از افراد مشهور است. این ترس که مبادا از صحنه خارج شوند و دیگر کسی به آن‌ها توجه نکند، گاهی آن‌ها را به سمت تصمیم‌ها و اقدام‌هایی سوق می‌دهد که ممکن است به ضرر سلامت و رفاهشان تمام شود. حتی روابط شخصی آن‌ها نیز تحت تأثیر این فشارها قرار می‌گیرد.

۲-۳. انتظارات فرهنگی منشأ نابهنجاری

در برخی فرهنگ‌ها، انتظارات خاصی از همسران افراد مشهور وجود دارد. این انتظارات می‌تواند منجر به هنجارشکنی شود، چراکه آن‌ها تلاش می‌کنند تا با این انتظارات سازگار شوند یا به‌نوعی آن‌ها را زیر سؤال ببرند. زندگی در کنار یک فرد مشهور، به‌ویژه برای همسران آن‌ها، همواره با انتظارات فرهنگی و اجتماعی خاصی همراه است. این انتظارات تحت تأثیر عواملی مانند شهرت فرد، فشار رسانه‌ها، هنجارهای جامعه و حتی فرهنگ حاکم بر صنعت سرگرمی شکل می‌گیرند. همسران افراد مشهور نه‌تنها باید با چالش‌های یک رابطه عادی کنار بیایند، بلکه تحت ذره‌بین عمومی قرار دارند و رفتار، ظاهر و حتی انتخاب‌های شخصی آن‌ها می‌تواند به موضوعی برای

بحث و قضاوت تبدیل شود. از زنان در فرهنگ افراد مشهور انتظار می‌رود که با هنجارهای جنسیتی سنتی مطابقت داشته باشند، ساکت، موافق و حمایت‌کننده از همسران مشهور خود ظاهر شوند. به‌عنوان مثال برخی از مواقع وقتی افراد مشهور با سلامت روانی یا اعتیاد خود مبارزه می‌کنند، سزاوار این هستند که با همدلی از جمله همسرانشان رفتار شوند و به آن‌ها حریم خصوصی داده شود، ولی متأسفانه در واقعیت جوامع کنونی تحت کنترل رسانه‌ها و جو فرهنگی حاکم چنین نیست. (Jekogian, 2023, online) از آنجاکه افراد مشهور بخشی از هویت خود را از طریق تصویر عمومی می‌سازند، همسران آن‌ها نیز ناخواسته به این چرخه وارد می‌شوند. انتظار می‌رود که آن‌ها در رویدادها، مهمانی‌های رسمی و شبکه‌های اجتماعی حضوری فعال داشته باشند و سبک زندگی‌شان متناسب با جایگاه اجتماعی همسرشان باشد. این موضوع گاهی به معنای پوشیدن لباس‌های طراحی‌شده، حضور در جمع‌های خاص و حتی مشارکت در کمپین‌های تبلیغاتی است. درعین حال، رسانه‌ها و طرفداران گاهی به حریم خصوصی آن‌ها نیز احترام نمی‌گذارند. در بسیاری از فرهنگ‌ها، از همسر یک فرد مشهور انتظار می‌رود که در مواجهه با شایعات یا بحران‌های رسانه‌ای، از همسرش دفاع کند و وفاداری خود را به‌صورت عمومی نشان دهد. گاهی این انتظار فراتر رفته و آن‌ها را ملزم می‌کند تا در مصاحبه‌ها یا پست‌های شبکه‌های اجتماعی، عشق و حمایت خود را ابراز کنند. حتی در مواردی، رفتار سرد یا عدم حضور مشترک آن‌ها در جمع‌ها، می‌تواند به شایعاتی درباره مشکلات زناشویی دامن بزند. بر اساس نتایج تحقیقات علمی ناشی از مطالعه زندگی خصوصی افراد مشهور که صورت گرفته است ازدواج افراد مشهور اغلب به دلیل نیازهای شهرت، از جمله قرار گرفتن دائمی در معرض عموم، درگیری‌های شغلی و وسوسه‌ها با مشکل مواجه می‌شود. این عوامل به میزان بالاتر طلاق در میان افراد مشهور در مقایسه با جمعیت عمومی کمک می‌کند. مثلاً چهره‌هایی مانند اما واتسون و جنیفر لارنس از پلتفرم‌های خود برای پرداختن به مسائلی مانند دستمزد برابر و نقش‌های جنسیتی در هالیوود استفاده کرده‌اند. (Hobson, 2022) در یک مصداق دیگر به‌عنوان مثال، همسران زن ممکن است برای تجسم آرمان‌های زیبایی و کمال با فشار روبرو شوند. انتظارات از آن‌ها می‌تواند دوطرفه باشد، ارائه فرصت‌ها درحالی‌که همچنین چالش‌ها و فشارهای قابل توجهی را ارائه می‌دهد. (Clark Ross, 2017, p. 1) برخی از همسران افراد مشهور خودشان شخصیت‌های شناخته‌شده یا صاحبان حرفه هستند، اما حتی در این صورت، گاهی تحت سایه شهرت همسرشان قرار می‌گیرند. جامعه ممکن است از آن‌ها انتظار داشته باشد که همیشه در کنار همسرشان باشند، درحالی‌که برخی تلاش می‌کنند هویت مستقل خود را حفظ کنند. در فرهنگ‌هایی که بر استقلال فردی تأکید می‌شود (مانند جوامع غربی) این فشار کمتر

است، اما در جوامعی که نقش‌های جنسیتی سنتی‌تر هستند، ممکن است همسران افراد مشهور بیشتر به عنوان «همسر وفادار» تعریف شوند تا افرادی با شخصیت مستقلی هستند. این افراد معمولاً هدف شایعات، نقدهای بی‌پایان و حتی حملات اینترنتی قرار می‌گیرند. ظاهر آن‌ها، نحوه تربیت فرزندان‌شان، ارتباطشان با خانواده همسر و حتی تصمیمات شغلی‌شان می‌تواند تبدیل به موضوعی برای بحث شود. در چنین شرایطی، می‌توان چنین مدعی گردید در خصوص این افراد فرهنگ‌عامه بر این باور استوار است که همیشه متین، صبور و دیپلماتیک رفتار کنند، زیرا هر واکنش تندی می‌تواند به بحران رسانه‌ای تبدیل شود.

۴. نقش عوامل روان‌شناختی در تحقق امر

۴-۱. احساس عدم امنیت و سو استفاده برای جایگاه خود

برخی از همسران ممکن است به دلیل قرار گرفتن در سایه شهرت همسرشان، احساس عدم امنیت کنند. این احساس می‌تواند آن‌ها را به سمت رفتارهای هنجارشکنانه سوق دهد تا خود را معرفی کنند و هویت خود را بازتعریف نمایند. در جهانی که شهرت به‌مثابه اکسیری جادویی عمل دمی نماید، زندگی همسران افراد مشهور اعم ورزشی و هنرمند و غیره... به‌مثابه اغلب به تراژدی خاموشی می‌ماند که در پشت پرده‌های براق هالیوودی جریان دارد. این روابط که در نگاه اول رؤیایی به نظر می‌رسند، در عمل می‌توانند به میدان‌های مین‌گذاری شده‌ای تبدیل شوند که هر گام نادرست در آن‌ها به انفجار روانی منجر می‌شود. همسران مشهور اغلب با احساس تحت‌الشعاع قرار گرفتن شریک مشهور خود دست‌وپنجه نرم می‌کنند. توجه دائمی که به افراد مشهور معطوف می‌شود، می‌تواند باعث شود که همسر در درون رابطه احساسی ثانویه یا نامرئی کند. این پویایی زمانی تشدید می‌شود که شریک مشهور به‌طور فعال از نیازهای عاطفی همسر خود حمایت یا تصدیق نمی‌کند. (Hochberg, 2015)

در بازگشت به بحث باید گفت: این نابرابری ساختاری به‌تدریج بستری برای انواع سوءاستفاده‌ها فراهم می‌آورد. افراد مشهور با تکیه بر برند شخصی قدرتمند، شبکه ارتباطی گسترده و امکانات مالی انحصاری، ناخواسته یا آگاهانه همسر خود را در موقعیتی آسیب‌پذیر قرار می‌دهند. در چنین فضایی، کوچک‌ترین اختلاف‌نظر می‌تواند به ابزاری برای تحقیر تبدیل شود، هر استقلال مالی به تهدیدی برای رابطه تعبیر گردد و هر ارتباط اجتماعی خارج از حلقه سلبریتی به‌عنوان خیانت تلقی شود. همسران مشهور ممکن است به دلیل فشارهای مرتبط با شهرت و سبک زندگی شریک زندگی خود، مشکلات روانی را تجربه کنند. به‌عنوان مثال، کریسی تیگن آشکارا در

مورد افسردگی پس از زایمان خود صحبت کرد، درحالی‌که نقش خود را به‌عنوان همسر جان لجنند دنبال می‌کرد و تأکید کرد که چگونه شهرت افراد را از مبارزات عاطفی محافظت نمی‌کند.^۱

رسانه‌ها در این میان نقش تشدیدکننده‌ای ایفا می‌کنند که با بزرگنمایی هر حرکت، فشار روانی بر همسر غیر مشهور را مضاعف می‌سازند. اینجاست که زندگی خصوصی به نمایش عمومی تبدیل می‌شود و فردی که روزی عاشقانه پای این رابطه را امضا کرده بود، امروز خود را در قفسی طلایی اما خفقان‌آور می‌یابد. احساس تنهایی در انبوه جمعیت، اضطراب دائمی از قضاوت شدن و ترس از افشای اسرار شخصی، تنها بخشی از بهای سنگینی است که این افراد پرداخت می‌کنند. در برخی از تحقیقات آمده است برخی از زنان حتی مرد ثروتمند و مشهور را به‌عنوان یک شوهر بالقوه دنبال می‌کنند. اعتقاد بر این است که با ازدواج با خانواده فرد مشهور یا عضویت در آن، دنیای جدیدی باز خواهد شد، دنیایی از زرق و برق، مهمانی‌ها، ثروت و زندگی بی‌پایان از تعطیلات مجلل، خانه‌های مجلل، خدمتکاران و بهترین چیزهاست. (See: Wanis, 2014, online) راه نجات از این چرخه معیوب، پیش از هرچند نیازمند بازتعریف رابطه بر مبنای احترام متقابل است. همسران افراد مشهور باید جسارت آن را داشته باشند که هویت مستقل خود را حفظ کنند، مرزهای سالم تعیین نمایند و در صورت لزوم از کمک متخصصان روانشناسی بهره ببرند. به یاد داشته باشید که هیچ شهرتی، هیچ ثروتی و هیچ محبوبیتی نباید به قیمت از دست دادن کرامت انسانی تمام شود. رابطه ایده‌آل آن نیست که یک ستاره و یک طرفدار با هم زندگی کنند، بلکه آن است که دو انسان کامل، با تمام نقاط قوت و ضعفشان، در کنار یکدیگر رشد کنند. در خصوص برخی ورزشکاران این جدایی فیزیکی می‌تواند پیوندهای عاطفی را تضعیف کند و احساس غفلت یا رها شدن را در همسرانشان ایجاد کند. (Feurman, 1998) به عقیده نگارنده همسران افراد مشهور نیز مانند خودشان تحت نظر رسانه‌ها و طرفداران قرار دارند. این مسئله باعث می‌شود که زندگی شخصی آن‌ها دائماً در معرض قضاوت و بحث عمومی قرار گیرد که می‌تواند منجر به اضطراب و احساس ناامنی شود. چنین افرادی انتظاراتی دارد که گاهی دست‌یافتنی نیستند. این فشار می‌تواند باعث شود که آن‌ها برای تطابق با تصویر غیرواقعی مورد انتظار، دست به تغییرات افراطی در زندگی خود بزنند. همسران افراد مشهور نیز ممکن است از سقوط شهرت و محبوبیت همسر خود هراس داشته باشند. این عوامل می‌توانند منجر به مشکلات روانی مانند اضطراب، افسردگی و استرس مزمن در همسران افراد مشهور شوند، گهگاه چنین رویکردی باعث سوءاستفاده از موقعیت همسر نیز می‌گردد.

1. See: <https://www.everydayhealth.com/pictures/celebrities-who-have-experienced-depression>

۴-۲. از خودبیگانگی و رفتارهای خلاف عرف دنیای افراد مشهور

زندگی در دنیای مشهور ممکن است باعث احساس خودبیگانگی در برخی افراد شود. این احساس می‌تواند آن‌ها را به سمت رفتارهای غیر معمول سوق دهد تا با این احساس مقابله کنند. شهرت، با تمام موهبت‌های ظاهری‌اش، می‌تواند به تدریج فرد را از خود واقعی‌اش دور کند و به‌نوعی از خودبیگانگی (Alienation) منجر شود. این پدیده که ریشه در فشارهای روانی، اجتماعی و فرهنگی دارد، باعث می‌شود افراد مشهور در میان انبوه تحسین‌ها و انتظارات، احساس تنهایی، پوچی و غریبگی با خود را تجربه کنند. بر اساس تحقیقات انجام‌شده افراد مشهور معمولاً قطع ارتباط بین شخصیت‌های عمومی و زندگی خصوصی خود را تجربه می‌کنند که منجر به احساس بیگانگی و تضاد هویت می‌شود. (Archer & Robb, 2022, p.1) شهرت می‌تواند منجر به بی‌اعتمادی و انزوا شود، زیرا افراد مشهور ممکن است احساس کنند که روابط به‌جای ارتباط واقعی، تحت تأثیر موقعیت آن‌ها قرار می‌گیرد. (Giles & Rockwell, 2009, p. 178) در خصوص این افراد زندگی زیر ذره‌بین رسانه‌ها و عموم، اولین عامل این بیگانگی است. وقتی تمام جزئیات زندگی فرد به نمایش گذاشته می‌شود، حریم خصوصی تقریباً از بین می‌رود و او مجبور می‌شود برای حفظ تصویر عمومی‌اش، یک پرسونا (شخصیت نمایشی) خلق کند که لزوماً با هویت درونی‌اش همخوانی ندارد. این دوگانگی به‌مرور زمان باعث می‌شود فرد حتی با خودش نیز احساس بیگانگی کند، گویی همیشه در حال ایفای نقشی است که دیگران از او انتظار دارند. افراد مشهور اغلب احساس می‌کنند مجبورند طرفداران خود را مورد خطاب قرار دهند که نشان‌دهنده تعهد درک شده برای حفظ وضعیت الگوی خود است. (Matheson, 2023) در اینجا باید این نکته را دانست که شهرت علاوه بر مزایا، با مسائل بین فردی در روابط نزدیک نیز مرتبط است. (See: Kakko & Isotalus, 2023, p. 1)

از سوی دیگر، جامعه و هواداران، تصویری ایده‌آل‌شده و غالباً غیر واقعی از فرد مشهور می‌سازند و او را در قالب‌های از پیش تعیین‌شده محبوس می‌کنند. این انتظارات گاهی آن‌قدر سنگین می‌شوند که فرد برای حفظ محبوبیت، مجبور به انکار خواسته‌ها و ارزش‌های شخصی‌اش می‌شود. نتیجه این فرآیند، فقدان اصالت و احساس تهی بودن است، گویی شهرت به‌جای آن‌که آزادی بیاورد، به زندانی نامرئی تبدیل شده است. نوعاً دستیابی به شهرت، اگرچه اغلب پرزرق‌وبرق است، اما بر سلامت روان افراد مشهور تأثیر می‌گذارد. بررسی شدید و از دست دادن حریم خصوصی باعث می‌شود که افراد مشهور و همسران آن‌ها احساس در معرض و تحت فشار دائمی داشته باشند. (Adeima, 2024)

مضاف بر مراتب فوق، روابط نیز تحت تأثیر شهرت دگرگون می‌شوند. بسیاری از افراد مشهور به دلیل سوءاستفاده‌های مالی یا عاطفی اطرافیان، به تدریج به همه شک می‌کنند و حتی در میان جمعیت، احساس تنهایی عمیقی را تجربه می‌کنند. این انزوای ناخواسته، حس تعلق و ارتباط واقعی را از آنان می‌گیرد و بر بیگانگی‌شان از خود و دیگران می‌افزاید. صنعت سرگرمی و شبکه‌های اجتماعی، افراد مشهور را به کالاهایی تجاری تبدیل می‌کنند که ارزش آن‌ها به میزان فروش یا تعداد لایک‌هایشان گره خورده است. این کالایی شدن وجود انسان، به مرور باعث می‌شود فرد مشهور خود را نه به‌عنوان یک انسان با احساسات و نیازهای واقعی، بلکه به‌عنوان یک محصول مصرفی ببیند که همیشه باید مطابق سلیقه بازار تغییر کند. این وضعیت، حس پوچی و بی‌معنایی را عمیق‌تر می‌کند. تأکید می‌کنیم چنین افرادی معمولاً دلیل محبوبیتشان بین هواداران به ادبیات دیگر توسط دیگران از خودبیگانه شده‌اند. (Sari & Setyabudi, 2016, online)

درواقع، شهرت هم می‌تواند فرصت‌های بی‌نظیر خلق کند و هم آدمی را در هزارتوی از خودبیگانگی اسیر سازد. شاید کلید رهایی، آگاهی از این خطرها و تلاش برای حفظ انسانیت در میان تمام هیاهوها باشد. حلقه‌های دوپامینی که با دریافت توجه و تحسین فعال می‌شوند، می‌توانند باعث اعتیاد به شهرت و توجه شوند. این موضوع افراد مشهور را به سمت رفتارهای افراطی و نمایشی سوق می‌دهد تا جایگاه خود را حفظ کنند که این نیز به بیگانگی بیشتر از خود منجر می‌شود. پارادوکس انزوا نیز نقش مهمی در این پدیده دارد. باوجود محبوبیت زیاد، بسیاری از افراد مشهور احساس تنهایی و انزوا می‌کنند، زیرا روابط واقعی و صادقانه را به‌سختی می‌توانند برقرار کنند. این انزوا باعث می‌شود که آن‌ها بیشتر از هویت واقعی خود فاصله بگیرند. فقدان حریم خصوصی و انتظارات غیرواقع‌بینانه از سوی جامعه، فشارهای روانی مضاعفی را بر افراد مشهور وارد می‌کند که می‌تواند به بیگانگی از خود و حتی بروز اختلالات شخصیتی مانند خودشیفتگی منجر شود.

۵. آسیب‌شناسی رفتار خواص از منظر فقه اسلامی

بررسی آسیب‌شناسی رفتار نخبگان و خواص جامعه از منظر فقهی یکی از موضوعات مهم و چالش‌برانگیز در فقه معاصر محسوب می‌شود. بر اساس یافته‌های تحقیق، مهم‌ترین آسیب‌های رفتاری نخبگان شامل مهاجرت و فرار مغزها، عدم تعهد به جامعه اسلامی و کاربرد نادرست استعدادها و توانمندی‌ها است. از منظر فقه سیاسی، نخبگان تکالیف خاصی در قبال جامعه و نظام حاکم دارند که نقض این تکالیف می‌تواند پیامدهای جدی در ساختار اجتماعی و فرهنگی داشته

باشد. این تحقیق نشان می‌دهد که آسیب‌شناسی رفتار خواص نه‌تنها جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی دارد، بلکه ابعاد عمیق فقهی و اخلاقی نیز در برمی‌گیرد که نیازمند توجه ویژه متولیان امر و سیاست‌گذاران است. نوعاً ایجاد وحدت نیازمند پیش‌زمینه فکری و فرهنگی خواهد بود، پس ظرفیت‌های فکری و قابلیت‌های فراوان تصمیم‌سازی در ابعاد مختلف را در وضعیتی قرار داده است که آن‌ها از ارکان توسعه و وحدت تلقی شوند. (طاهری و دیگران، ۱۴۰۱، ص ۱)

از منظر اسلامی، نخبه یا خاص جامعه کسی است که دارای استعداد، نبوغ، توانایی و فضیلت خاصی در یکی از رشته‌های علمی، هنری، ورزشی، جهادی و غیره باشد و این استعداد به فعلیت رسیده باشد، به‌گونه‌ای که جامعه از آن استعداد و نبوغ بهره‌مند شده باشد. این تعریف نشان می‌دهد که صرف داشتن علم و مدرک تحصیلی کافی نیست، بلکه لازم است این استعدادها در خدمت جامعه قرار گیرد. خداوند متعال این استعدادها و توانایی‌ها را به برخی از افراد اعطا می‌کند و نسبت به آن‌ها عنایت خاصی دارد که لازم است چنین استعدادهایی شناسایی، هدایت و حمایت شود تا بتواند به فعلیت برسد. بر اساس اطلاقات قواعد و ادله فقهی از جمله قاعده نفی سبیل و سپیره عقلا و متشرعه، در صورت حمایت حاکمیت و فراهم بودن شرایط رشد در کشور مبدأ جامعه اسلامی نخبگان به‌عنوان تعهد شرعی یا حق اجتماعی، موظف به ارائه خدمات به مسلمانان هستند. (نفر و دیگران، ۱۴۰۲، ص ۷۰)

در نقطه مقابل اما کسی که فاقد ادب معاشرت و اخلاق انسانی و تربیت صحیح اجتماعی است خودش کسری خودش را از این لحاظ نمی‌فهمد، خصوصاً اگر اخلاق زشت وی در روحش رسوخ یافته باشد و به اصطلاح ملکه شده باشد؛ و به‌ویژه اگر آن سبک اخلاق در اجتماع هم معمول و شایع باشد، دیگر در این صورت آن خلق زشت در نظر او مستحسن و قابل دفاع است و همیشه از طرز رفتار خودش و هم‌مسلمانانش حمایت هم می‌کند؛ و از همین قبیل است فقر علمی و فکری. آدم جاهل و کم‌خرد چیزی را که هرگز احساس نمی‌کند همان جهالت و کم‌خردی است. (مطهری، ۱۳۷۷، ص ۱۹۲)

نخبه مطلوب در نگاه اسلامی نه‌تنها باید دارای سطح علمی بالایی باشد، بلکه باید دارای خلاقیت، ابتکار و نظریه‌پردازی در رشته خود نیز باشد. این مسئله اهمیت زیادی دارد زیرا فردی ممکن است حافظه خوبی داشته باشد اما هیچ ابتکار و خلاقیتی در طول عمر خود به انجام نرسانده باشد و صرفاً از یک سطح علمی بالایی برخوردار باشد؛ بنابراین، معیار اصلی نخبگی در اندیشه اسلامی ترکیبی از علم، خلاقیت، ابتکار و خدمت به جامعه است. در نظام اجتماعی اسلام، گروه‌ها و واحدهای مختلفی مشغول به فعالیت هستند که هر یک حقوق و تکالیفی دارند. نخبگان بخشی از این اقشار جامعه اسلامی محسوب می‌شوند که نقش ویژه‌ای در توسعه و پیشرفت جامعه دارند. با پیچیده‌تر شدن جوامع،

تکالیف مکلفین نیز پیچیده‌تر می‌شود که فقه اسلامی وظیفه دارد که به موازات این امر، تکلیف مکلفین را بیان کند. این امر نشان می‌دهد که نخبگان نه تنها حقوقی در برابر جامعه و حاکمیت دارند، بلکه تکالیف خاصی نیز بر عهده آن‌ها قرار دارد. فقر فرهنگی از بنیادی‌ترین عوامل توسعه‌نیافتگی است که با وجود آن، بسیاری از اظهارنظرهای جاهلانه، علمی و صحیح جلوه داده می‌شود که با سیاست‌گذاری‌های غلط و خودسرانه جامعه را سردرگم می‌کند و اختلاف در اهداف را به وجود می‌آورد. فقر فرهنگی و جهل به خودکامگی، انحصار، افزایش سلطه جاهلان و فریب‌کاران، دوری از دانش، جدایی از رشد و پیشرفت، مصرف‌گرایی، خودباختگی، برداشت‌های ناصواب از پدیده‌ها، نبود آینده‌نگری، وابستگی، نظر به مظاهر فریبنده و غلط می‌انجامد. (صفا، ۱۳۸۶، ص ۳۹) آسیب‌شناسی رفتار نخبگان از منظر فقهی نشان می‌دهد که مسائل رفتاری این قشر مهم جامعه دارای ابعاد عمیق دینی و فقهی است که فراتر از جنبه‌های صرفاً اجتماعی و اقتصادی می‌باشد. مهاجرت نخبگان، عدم تعهد به توسعه جامعه و سوءاستفاده از استعدادهای الهی از جمله آسیب‌های اصلی هستند که نیازمند توجه جدی فقهی دارند. راه‌حل این مسائل نیز باید بر اساس اصول و مبانی فقهی و با توجه به تکالیف دوطرفه نخبگان و حاکمیت اسلامی تدوین شود. می‌توان دریافت مثلاً نخبگان، نقشی برجسته در تحولات اجتماعی دارند و در نهج البلاغه نیز به این نقش اشاره شده است. (هاشمی، ۱۳۸۰، ص ۹۵)

توسعه فرهنگ نخبه پروری در تمامی ابعاد آن که نخبگان فرهنگی هنری ورزشی و... که افراد مشهور از این حوزه‌ها می‌باشند، تقویت تعلق به جامعه اسلامی و تبیین تکالیف فقهی نخبگان از جمله راهکارهای مؤثر در این زمینه محسوب می‌شوند. به عقیده ما آسیب‌شناسی رفتار نخبگان از منظر فقهی نشان می‌دهد که مسائل رفتاری این قشر مهم جامعه دارای ابعاد عمیق دینی و فقهی است که فراتر از جنبه‌های صرفاً اجتماعی و اقتصادی می‌باشد. مهاجرت نخبگان، عدم تعهد به توسعه جامعه و سوءاستفاده از استعدادهای الهی از جمله آسیب‌های اصلی هستند که نیازمند توجه جدی فقهی دارند. راه‌حل این مسائل نیز باید بر اساس اصول و مبانی فقهی و با توجه به تکالیف دوطرفه نخبگان و حاکمیت اسلامی تدوین شود. توسعه فرهنگ نخبه پروری، تقویت تعلق به جامعه اسلامی و تبیین تکالیف فقهی نخبگان از جمله راهکارهای مؤثر در این زمینه محسوب می‌شوند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با رویکردی نظام‌مند و همه‌جانبه به واکاوی پدیده هنجارگریزی اخلاقی - فرهنگی در میان همسران چهره‌های سرشناس پرداخته است. یافته‌های تحقیق به روشنی نشان می‌دهد که این پدیده اجتماعی صرفاً یک مسئله فردی نیست، بلکه بازتابی از تحولات عمیق فرهنگی در جامعه

ایران معاصر محسوب می‌شود. در تحلیل نهایی می‌توان این پدیده را محصول تعامل پیچیده‌ای از عوامل مختلف دانست که در سه سطح قابل بررسی است. در سطح خرد، رفتارهای هنجارشکنانه عمدتاً ریشه در نیازهای روان‌شناختی مانند جلب توجه، خودنمایی و کسب موقعیت اجتماعی دارد. این امر با ضعف درک مسئولیت‌پذیری اجتماعی و فقدان مهارت‌های ضروری برای مدیریت شهرت در فضای رسانه‌ای جدید تشدید شده است. در سطح میانی، شاهد کاهش انسجام خانوادگی و ضعف در حفظ حریم خصوصی هستیم که منجر به الگوسازی نادرست برای گروه‌های مرجع جامعه، به‌ویژه نسل جوان شده است. در سطح کلان نیز، این پدیده تحت تأثیر شکاف نسلی، فرهنگ جهانی و ضعف در نظام نظارت اجتماعی غیررسمی شکل گرفته است.

برای مواجهه سازنده با این چالش اجتماعی، مجموعه‌ای از راهکارهای به‌هم‌پیوسته پیشنهاد می‌شود. در بعد فرهنگی - ترویجی، طراحی کمپین‌های هدفمند فرهنگ‌سازی با استفاده از ظرفیت‌های رسانه ملی و توسعه برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای ضروری است. در بعد آموزشی، برگزاری دوره‌های ویژه مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ایجاد مراکز مشاوره تخصصی می‌تواند به ارتقای آگاهی این گروه کمک کند. در سطح سیاست‌گذاری، تدوین منشور اخلاقی، ایجاد نظام رتبه‌بندی اخلاقی و تقویت سازوکارهای نظارت اجتماعی هوشمند در فضای مجازی از جمله اقدامات مؤثر خواهد بود. آنچه در این میان حائز اهمیت است، لزوم اتخاذ رویکردی متوازن و جامع‌نگر است که هم به حفظ ارزش‌های اصیل فرهنگی پایبند باشد و هم تحولات اجتماعی را به رسمیت بشناسد. اجرای نظام‌مند این راهکارها در قالب برنامه‌ای منسجم و با مشارکت تمام نهادهای ذی‌ربط می‌تواند به کاهش پیامدهای منفی این پدیده و هدایت آن در مسیری سازنده بیانجامد. در این مسیر، انجام پژوهش‌های تکمیلی با تمرکز بر ارزیابی اثربخشی راهکارها و بررسی تطبیقی تجربیات سایر کشورها می‌تواند به غنای ادبیات موضوع و تدوین الگوهای بومی مدیریت این چالش فرهنگی کمک شایانی نماید. همانطوریکه در بخش مقدمه نیز تصریح کردیم یافته‌های تحقیقاتی را چنین ترسیم می‌کنیم.

مدیریت آسیب‌شناسی هنجارشکنی اخلاقی و فرهنگی همسران افراد مشهور و ورزشکاران نیازمند رویکردی جامع است که شامل آموزش، حمایت روانی، تقویت هویت مستقل و نظارت قانونی باشد. با اجرای این راهکارها می‌توان به کاهش این پدیده و حفظ هنجارهای اجتماعی و فرهنگی جامعه کمک کرد. سیاست‌گذاری برای محدودیت نمایش بی‌ضابطه زندگی خصوصی آنان را پیشنهاد می‌نماید.

منابع

۱. حسن اسدزاده، شهیر؛ روشندل، طاهر؛ نصر الهی، اکبر و سعدی پور، اسماعیل (۱۴۰۰). مطالعه دغدغه‌های سلبریتی‌ها در اینستاگرام و پیامدهای آن بر هواداران. فصلنامه مطالعات میان فرهنگی، دوره ۱۶، شماره ۴۷، صص ۸۹-۱۱۶.
<https://dori.net/dor/20.1001.1.17358663.1400.16.47.4.4>
۲. موسوی فرد، سیدمحمدرضا؛ هدائی، فرخ و بهادر، فرشید (۱۴۰۳). فرصت یا تهدید موضع‌گیری‌های اصحاب هنر (سلبریتی‌ها) در شبکه‌های مجازی نسبت به امورات مملکتی با تأکید بر آموزه‌های جرم‌شناسی انتقادی. فصلنامه مطالعات هنر، دوره ۳، شماره ۱، صص ۷-۲۹.
<https://doi.org/10.22083/ssa.2025.492442.1052>
۳. اسلامی، الهه؛ موسوی، سید هاشم و علی‌خواه، فردین (۱۳۹۹). سلبریتی‌های مجازی؛ غریبه‌های آشنا در عصر رسانه‌های اجتماعی. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۱۶، شماره ۵۹، صص ۴۵-۷۴.
<https://doi.org/10.22034/jcsc.2019.35296>
۴. کوهستانی، سمانه؛ علی‌خواه، فردین؛ افقی، نادر و حلاج‌زاده، هدی (۱۴۰۳). شهرت در شبکه‌های اجتماعی: پژوهشی درباره‌ی چرایی و پیامدهای مشهور شدن در اینستاگرام. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۱۷، شماره ۲، صص ۳۱-۶۱.
<https://doi.org/10.22035/jicr.2023.3164.3469>
۵. جهانی، فرشته (۱۴۰۱). سلبریتی ایرانی؛ جامعه و سیاست؛ پژوهش‌ها درباره سلبریتی چه می‌گویند؟ مقاله تحلیلی آنلاین منشر شده در مورخ ۱۳ آذر ۱۴۰۱ قابل دسترسی در <https://irna.ir/xjL7VH>
۶. طاهری، احمدرضا و میران، محمد (۱۴۰۱). نقش نخبگان سیاسی در تقویت وحدت بین مذاهب و اقوام در استان سیستان و بلوچستان. چاپ شده در مجموعه مقالات پنجمین کنفرانس بین‌المللی و ششمین کنفرانس ملی حقوق و علوم سیاسی، تهران، <https://civilica.com/doc/1625892>
۷. صفا، احمدرضا (۱۳۸۶). بررسی و مقایسه ملاک‌های توسعه با عصر ظهور، مجموعه آثار سومین همایش بین‌المللی دکترین مهدویت، قم: موسسه آینده روشن ناشر.
۸. مطهری، مرتضی (۱۳۷۷). مجموعه آثار (جلد ۲۳)، قم: نشر انتشارات صدرا.
۹. هاشمی، ضیا (۱۳۸۰). نقش نخبگان در تحولات از نگاه امام علی (علیه‌السلام). فصلنامه علمی روش‌شناسی علوم انسانی، دوره ۷، شماره ۲۶، صص ۹۵-۱۰۷.
۱۰. نفر، زینب؛ افشار، اباذر و احمدی، زهرا (۱۴۰۲). واکاوی فقهی مهاجرت دائمی نخبگان و بایسته‌های قانونی مهار آن از دیدگاه سیاست‌گذاری عمومی. مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۱۳، شماره ۴۹، صص ۷۰-۹۱.
<https://doi.org/10.22034/SSPP.2023.563097.3297>

1. Agustina, D. E., Maulidina, N. M., Putri, Y. O., Andr, M. R. R., & Hayat, M. A. (2025) Dampak Pemberitaan Media Massa terhadap Kasus Korupsi yang Melibatkan Artis di Indonesia. *Religion, Education, and Social Laa Roiba Journal (RESLAJ)*, 7(1) <https://doi.org/10.47467/reslaj.v7i1.5754>
2. Chrissy King (August 19, 2022) 10 Celeb Power Couples Who Make It Work in Both Business and Love: Online access: <https://www.ebony.com/10-celeb-power-couples-who-make-it-work-in-both-business-and-love>
3. Driessens, O. (2012) The celebritization of society and culture: Understanding the structural dynamics of celebrity culture. *International Journal of Cultural Studies*, 6(6), <https://doi.org/10.1177/1367877912459140>
4. Furedi, F. (2010) Celebrity culture. *Society, Celebrity Around the World*, Volume 47. DOI <https://doi.org/10.1007/s12115-010-9367-6>
5. Graeme Turner(2010) Approaching celebrity studies: *Celebrity Studies*, Volume 1, Published online: 17 Mar 2010, <https://doi.org/10.1080/19392390903519024>
6. James Clark Ross (27 February 2017) Celebrity Culture II: Rotten to the Core: The Human Front, Article available at: <https://www.thehumanfront.com/celebrity-culture-part-ii-rotten-to-the-core>
7. Janell Hobson(2022) Celebrity Feminism: More Than a Gateway: Online access: <https://signsjournal.org/currents-celebrity-feminism/hobson>
8. Marni Feuerman(1998) Why Do Celebrity Marriages Fail More Often?: Kessler & Solomiani, LLC, Online access: <https://www.ksfamilylaw.com/why-do-celebrity-marriages-fail-more-often>
9. Mina Hochberg (Mar 9, 2015) Proof That Celebrities Break Up Because of Their Giant Egos A therapist and fame expert explains.: Online access: <https://www.cosmopolitan.com/entertainment/celebs/q-and-a/a37489/why-is-it-so-hard-for-celebrity-couples-to-last>
10. Mugtabarovna Gaisina, Mikhaylovna Mikhaylovskaya, Gafurovna Khairullina, yacheslavovna Ustinova, and et al (2015) The Role of the Media in the Spiritual and Moral Evolution of Society: *Mediterranean Journal of Social Sciences*.6(5) <http://dx.doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n5s2p93>
11. Patrick Wanis (May 18, 2014) Celebrity Psychological Issues No. 14 – Denial & delusions of grandeur: Online access: <https://www.patrickwanis.com/celebrity-issues-14-denial-delusions-grandeu>
12. Portmann, J. (2019) Celebrity Morals and the Loss of Religious Authority. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780429273469/celebrity-morals-loss-religious-authority-john-portmann>
13. Pype, K. (2009) Media Celebrity, Charisma and Morality in Post-Mobutu Kinshasa. *Southern African Studies*, 35(3) ., <http://www.jstor.org/stable/40283276>
14. Tse, T., Leung, V., Cheng, K., & Chan, J. (2018) A clown, a political messiah or a punching bag? Rethinking the performative identity construction of celebrity through social media. *Global Media and China*, 3(3) ., <https://doi.org/10.1177/2059436418805540>
15. Adeima, S. (2024) The Cost of Being a Celebrity on Mental Health. *Qeios*. <https://doi.org/10.32388/m9tp1u>
16. Alfred Archer, Maureen Sie(May 2023) Using Stars for Moral Navigation: An Ethical Exploration into Celebrity: Volume40, Issue2, *Special Issue: Society for Applied Philosophy* 2022 Annual Lecture Symposium, <https://doi.org/10.1111/japp.12637>

17. Archer, A., & Robb, C. M. (2022) Being a Celebrity: Alienation, Integrity, and the Uncanny. *Journal of the American Philosophical Association*.
<https://doi.org/10.1017/apa.2022.28>
18. Bryna Jekogian (Oct 26, 2023) Pop culture and its gendered double-standard: Online access: <https://spec.hamilton.edu/pop-culture-and-its-gendered-double-standard-22c1b591aa60>
19. Couldry, N., & Markham, T. (2007) Celebrity culture and public connection: Bridge or chasm? *International Journal of Cultural Studies*, 10(4) .,
<https://doi.org/10.1177/1367877907083077>
20. Cross, S. (2021) Friends in High Places: Sexual Abuse, Power and the Corruptions of Jimmy Savile. Palgrave Macmillan, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-56444-5_7
21. Driessens, O. (2013) Celebrity capital: redefining celebrity using field theory. *Theor Soc* 42. <https://doi.org/10.1007/s11186-013-9202-3>
22. Gies, L. (2011) Stars Behaving Badly: Inequality and transgression in celebrity culture. *Feminist Media Studies*, 11(3) , Online accessibility.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2010.535319>
23. Giles, D., & Rockwell, D. (2009) Being a Celebrity: A Phenomenology of Fame. *Journal of Phenomenological Psychology*, 40(2)
<https://doi.org/10.1163/004726609X12482630041889>
24. Kakko, K., & Isotalus, P. (2023) Interpersonal dynamics of fame: celebrity discourses in commercial music artist's romantic relationships. *Celebrity Studies*,.
<https://doi.org/10.1080/19392397.2023.2192357>
25. Lee, J. S., & Kwak, D. H. (2016) Consumers' Responses to Public Figures' Transgression: Moral Reasoning Strategies and Implications for Endorsed Brands. *Journal of Business Ethics*, 137(1) .,
<https://doi.org/10.1007/S10551-015-2544-1>
26. Matheson, B. (2023) Fame and redemption: On the moral dangers of celebrity apologies. *Journal of Social Philosophy*. <https://doi.org/10.1111/josp.12510>
27. Milner Jr, M. (2005) Celebrity Culture as a Status System. *Hedgehog review*.7(1)
https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Aged%3A15%3A13826543/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Aged%3A17721027&crl=c&link_origin=scholar.google.com
28. Sari, D. L. W. A., & Setyabudi, T. (2016) Alienation Of Public Figure Reflected In Robert Galbraith's The Cuckoos Calling (2013) A Marxist Approach. <http://eprints.ums.ac.id/46482>
29. Talia Lakritz (Aug 19, 2022) 12 celebrities who worked normal jobs after becoming famous: Online access: <https://www.businessinsider.com/celebrities-who-worked-normal-jobs-after-becoming-famous-2022-8>