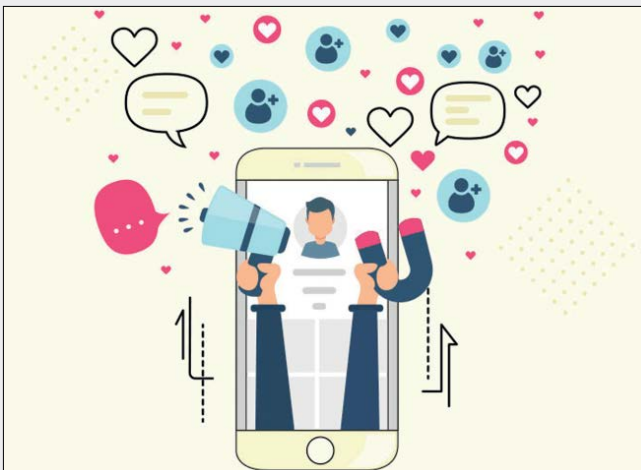


هانیه ملک محمدی  
مدال آور المپیاد  
سواد رسانه‌ای

## سوداگران توجه



نوشته باشی. حتی لازم نیست که بین مردم محبوب باشی. تنها لازم است نگاه مردمان را به خود جلب کنی؛ و چه کسانی بهتر از یک بازیگر، خواننده، بازیکن فوتبال و... که در معرض توجه قرار دارند؟ صفحه شخصی یکی از بازیگران را باز می‌کنم. تعداد دنبال‌کنندگان بازیگر، از مرز یک میلیون گذشته است. معلم با صدایی بلندتر از قبل به سخنانش ادامه می‌دهد: «انسان‌ها از گذشته‌های

دور، به دنبال جلب توجه مردم بوده‌اند. اصلاً بعضی از تحلیلگران گفته‌اند که این علاقه به مشهوریت، ریشه در میل انسان به جاودانگی دارد؛ یعنی می‌خواهیم یادی از ما در بین آیندگان باقی بماند؛ اما چه کسی فکرش را می‌کرد که در طول تاریخ، زمانه‌ای برسد که مشهور بودن، خود یک شغل باشد؟! آن هم یک شغل درآمدزا؟! اما مهم‌ترین چیزی که ما باید بدانیم این است که ...»

اینجا بود که به خاطر نت ضعیف از کلاس به بیرون پرت شدم. یعنی معلم چه می‌خواست بگوید؟ چشمم به تلویزیون افتاد که در حال پخش سخنرانی رئیس جمهور آمریکا، دونالد ترامپ بود. چند ثانیه به تصویر نگاه کردم. با خودم فکر کردم که معلم شاید می‌خواست کلامش را این‌گونه به پایان برساند: «سلبریتی، چیزی نیست مگر انسانی که ارزش خود را از نگاه و توجه ما مردم می‌گیرد و از لایک‌ها و بازدیدهای ما اعتبار کسب می‌کند؛ اما آن زمان که تبدیل به یک فرد مشهور و سلبریتی شد، بر زندگی ما و فرهنگ ما تأثیر می‌گذارد و سبک زندگی خود را بین ما تبلیغ می‌کند. حتی گاهی می‌تواند جریان‌ساز باشد و از این سرمایه اجتماعی که همان نگاه مردم است، استفاده کند. می‌تواند میلیون‌ها نفر را با خود همراه کند تا یک کار خیر انجام دهند و یا این‌که آشوب بیافرینند... آری، دنیای ما با دنیای سلبریتی‌ها پیوند خورده است. حواس‌مان باشد که نگاه‌های خود را خرج چه کسی می‌کنیم.... زیرا همین فرهنگ سلبریتی در عصر حاضر، باعث به وجود آمدن پدیده‌ای به اسم ترامپ شد.»

## رمزورازهای اینفلوئنسرها



محمدطه انصاری محسنی  
مدال آور المپیاد  
سواد رسانه‌ای

می‌تونستم این جوری شروع کنم: اینفلوئنسر کسی است که ...

اما دیدم صبح‌هایم این‌طوری شروع نمی‌شوند و شاید چنین متن‌هایی با زندگی من تطابق ندارند، پس دوباره این‌طور آغاز می‌کنم:

شب، قبل از خواب تلفن همراهم را روشن کردم و مثل همیشه وارد اینستاگرام شدم؛ اما با یک تفاوت جزئی. این بار قرار بود برای معلم درس سواد رسانه‌ای ام تحقیق کنم؛ آن هم درباره تفاوت صفحات اینستاگرامی با هم.

اولین چیزی که به چشمم خورد پستی از رونالدو بود که شش میلیون نفر آن را دیده بودند. عدد بزرگی بود، وقتی فهمیدم ۲۴۲ میلیون نفر او را دنبال کرده‌اند، حسابی تعجب کردم و سرم سوت کشید. سریع وارد نوت گوشی شدم و شروع کردم به یادداشت برداری؛ شش میلیون، ۲۴۲ میلیون، ۳۰۰۰ پست ...

پست‌ها شامل عکس‌هایی از بازی، رونالدو، خانواده‌اش، خانه و خودروها و... می‌شد.

پست بعدی مربوط به یکی از مجری‌های تلویزیون بود که برنامه‌اش را تماشا می‌کردم و ۴۰۰ هزار نفر دنبال‌کننده داشت، هر پست ۵۰۰۰ لایک داشت و ۳۰ هزار نفر آن را می‌دیدند؛ جالب بود.

از اینجا‌ی داستان حدود نیم‌ساعتی را سانسور می‌کنم چون وقتی سراغ استوری‌ها رفتم، کاملاً از هدف دور شدم و مشغول دیدن آخرین تحولات دوستان و آشنایان شدم.

### برگردیم به اصل داستان

بعد از مدتی رسیدیم به صفحه یک منجم حرفه‌ای که ۸ هزار نفر دنبال‌کننده داشت که هر پستش را ۴۰۰ نفر لایک کرده‌اند و طبیعتاً مقدار بیشتری هم آن را دیده‌اند. یک صفحه پر از عکس از ستاره‌ها و سیارات، تلسکوپ‌ها و آخرین اخبار نجوم. اعداد را یادداشت کردم و با حس این‌که شرلوک هلمز شدم، خوابیدم.

صبح، وقتی به مدرسه رسیدم یک ضرب سراف معلم‌مان رفتم و اعداد و ارقام را نشان دادم.

بعد از به قلمپ‌چای، معلم‌مان کاغذی آورد و شروع کرد به توضیح دادن:

بین طاه‌ها، به کسانی که پیداشون کردی میگن اینفلوئنسر (Influencer) - حالا برگشتیم سرخونه اول. اینفلوئنسر کسی است که بتونه از طریق فضای مجازی روی آدم‌ها تأثیر بذاره؛ توی علایق و سلیقه‌ها، خریدها یا حتی اطلاعاتی که در ذهنشون دارن؛ اما این تأثیرگذاری مهمه.

اینفلوئنسرهار بر اساس تعداد افرادی که روی اون‌ها اثر دارن به چهار دسته تقسیم میشن

### ۱- مگا اینفلوئنسرها (Mega-Influencers)

مگا اینفلوئنسرها روی میلیون‌ها نفر تأثیر می‌ذارن مثل فوتبالیست‌ها، خواننده‌ها و بازیگرها.

### ۲- ماکرو اینفلوئنسرها (Macro-Influencers)

ماکرو اینفلوئنسرها دامنه تأثیرگذاری پایین‌تری دارن و دامنه تأثیرشون بین ۴۰ هزار تا یک میلیون نفره مثل همین مجری تلویزیونی که پیدا کردی.

### ۳- میکرو اینفلوئنسرها (Micro-Influencers)

میکرو اینفلوئنسرها محدوده کوچک‌تری را پوشش می‌دهند و مخاطبان‌شون بین هزار تا ۴۰ هزار نفره مثلاً خبرنگاران، منجمین و...

### ۴- نانو اینفلوئنسرها (Nano-Influencers)

دسته آخر که مخاطبان‌شان از همه دسته‌ها پایین‌تر است اما با این حال تأثیرگذاری بالایی روی آنها دارن مثل صفحه خود من که درباره سواد رسانه‌ای مطلب می‌ذارم و دانش آموزانم از آنها استفاده می‌کنند.

اما طاه‌ایادت باشد که خاصیت اینفلوئنسرها تأثیرگذاری است. مراقب باش چه کسی چه تأثیری روی تو می‌گذارد.

این جمله‌شان با زنگ کلاس همراه شد و من هم بعد از تشکر کردن و خدا حافظی، سمت کلاس رفتم تا از زنگ اول جانمونم...



رسانه

ضمیمه نوجوان

شماره ۳۷ ■ ۶ آذر ۱۳۹۹

نوجوانان  
جامع