

مطالعات تاریخ فرهنگی؛ پژوهش‌نامه‌ی انجمن ایرانی تاریخ
سال سیزدهم، شماره‌ی پنجاهم، زمستان ۱۴۰۰، صص ۵۱-۷۶
(مقاله علمی - پژوهشی)

تشکیل فرهنگ شخص مشهور در ایران و جایگاه اجتماعی و سیاسی آن در دوره پهلوی (۱۳۴۰-۱۳۵۷) حسینعلی قربانی^۱

چکیده

با پدیدآمدن فرهنگ شخص مشهور و پیدایش عنصری به نام ستاره در اواسط سده بیستم میلادی، نیروی پرجاذبه و جدیدی شکل گرفت که در اجتماع و سیاست نقش آفرینی کرد. این پژوهش به این مسئله پاسخ می‌دهد که چگونه در ایران که مرجعیت‌های قدرت محدودی داشت، فرهنگ شخص مشهور شکل گرفت و رشد یافت. برای پاسخ دادن به این مسئله، ضمن واکاوی چگونگی تشکیل عناصر این فرهنگ (مخاطبان، ستاره‌ها و واسطه‌ها) در ایران، جایگاه اجتماعی و سیاسی آن در دوره پهلوی و مناسباتش با گروه‌های مختلف اجتماع و حاکمیت بررسی می‌شود. بر اساس یافته‌های تحقیق، ستاره فقط هنگامی شکل گرفت که واسطه‌ها رشد کردند. رشد واسطه‌ها مرهون گسترش صنعتی‌شدن کشور و افزایش وسایل ارتباط جمعی در اواسط دهه ۱۳۴۰ بود و بدین ترتیب ضلع سوم یعنی، مخاطبان نیز به آن افزوده شد. شخص مشهور یا ستاره به عنوان مهم‌ترین محصول فرهنگ جدید، به علت وجود مخاطبان فراوان، به مرجعیت جدید و تأثیرگذار تبدیل شد. در آغاز، به دلیل نبودن ابزارهای امروزی همچون اینترنت، ارتباط ستاره با مخاطب، به یکی از رسانه‌های دولتی، نیمه دولتی و یا مستقل وابسته بود. این موضوع فرصتی بود برای آنکه حکومت با حمایت از برخی ستاره‌ها، در ترویج ایدئولوژی شاهنشاهی، احیا و تداوم مشروعیت آن و تبلیغ دستاوردهایی همچون انقلاب سفید بکوشد و نیز گروه‌های مخالف و مبارز، برخی از ستاره‌های مستقل را جذب کنند.

واژه‌های کلیدی: ستاره، دوره پهلوی، نشریات، سینما

۱. دانش‌آموخته دکتری تاریخ از پژوهشکده امام خمینی (ره) و انقلاب اسلامی. q.hosein@gmail.com
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۳۰ - تاریخ تأیید: ۱۴۰۱/۱/۱۶

مقدمه

برای درک اهمیت مسئله تحقیق کافی است که گزاره شرطی خلاف واقع^۱ را به کار بست و به این موضوع اندیشید که اگر فرهنگ شخص مشهور، چند دهه زودتر و در آغاز دوره مشروطه شکل می گرفت و گسترش می یافت، چه اتفاقی رخ می داد؟ آیا تأثیری در تغییر وزن نیروهای موافق و مخالف مشروطه به وجود می آورد؟ چنین به نظر می رسد که با توجه به ایجاد مرجعیت جدیدی به نام ستاره و در نتیجه، تکرر بیش از پیش جریان ها و مراجع قدرت، و همچنین استفاده از آن به عنوان پیاده نظام تغییرات اجتماعی و سیاسی حاکمیت و گروه های سیاسی مخالف حکومت، به احتمال زیاد، روند حوادث دگرگون می شد و، یا حداقل اتفاقات منحصر به فردی به صحنه تاریخ مشروطیت می افزود و رویدادها پیچیدگی بیشتری می یافت. با این توضیح، آشکار می شود که تشکیل و گسترش فرهنگ شخص مشهور در ایران، چه میزان مهم است و چه جایگاهی در وقایع و کشاکش های سیاسی دارد. با بیان این مقدمه، به ستاره و فرهنگ شخص مشهور پرداخته و تعریف مدنظر از آنها بیان می شود.

Celebrity معادل لاتین ستاره است که از ریشه celebrem به معنای شهرت و بودن گرفته شده (Rojek, 2004: 9) و در ایران به چهره و، یا شخص مشهور ترجمه شده است (فرهنگ واژه های مصوب، دفتر پانزدهم، ذیل سرواژه چهره). اما شخص سلبریتی و، یا ستاره (که در این تحقیق به جای واژه سلبریتی استفاده می شود) و به تبع آن فرهنگ شخص مشهور (celebrity culture)^۲، با شهرت در اشخاص مشهور تفاوت

۱. این اصطلاح معادل لاتین Counterfactual conditional است. خلاف واقع ها، «آزمایش های ذهنی» اند که با انجام آنها، این امکان فراهم می شود که تاریخ به شکلی نسبتاً متفاوت از آنچه که عملاً وقایع در آن رخ داده اند، تکرار و فرضیات موردی بر اساس شواهد قابل دسترس بررسی شوند (طالبان، ۱۳۸۹). این شرطی ها، اغلب به وسیله تاریخ نگاران برای ارزیابی و، یا تأکید بر یک استدلال و، یا معرفی مورد خاص به کار می روند. برای نمونه گزاره «اگر هیتلر در سال ۱۹۴۰ به انگلستان تجاوز می کرد، آن کشور را فتح می کرد»، گزاره ای است که اغلب در تبیین جنگ جهانی دوم به کار می رود. این نوع شرطی ها در علوم و زندگی روزمره کاربرد فراوانی دارند (گلدمن، ۱۳۷۹).

۲. این اصطلاح از مفاهیم جدید و پر تکرار در جامعه شناسی برای تبیین و توضیح پدیده ستاره است (Cashmor, 2006; holmes & Redmond, 2006; Turner, 2010) به نقل از اجتهادی و کشافی نیا، ۱۳۹۸:

| تشکیل فرهنگ شخص مشهور در ایران و جایگاه اجتماعی و سیاسی آن در دوره پلوی... | ۵۳

چشمگیری دارد. در جوامع گذشته افراد بسیاری همچون پادشاهان، شاعران و دانشمندان بوده‌اند که به انحای گوناگون به شهرت رسیده‌اند، اما هیچ‌گاه ستاره نشده‌اند، چرا که مفهوم ستاره پس از فعل و انفعالات دنیای مدرن، تغییر ماهیت داده است (Rojek, 2004: 9). در قرون گذشته، کسب شهرت عمدتاً انتسابی و موروثی و، یا در مواردی نتیجه تلاش‌های فردی بوده است، اما در دنیای جدید، بخش اعظم ستاره‌ها در محیطی رقابتی به شهرت دست می‌یابند (Ibid, 17). پس از افول گروه‌های مرجع سنتی و با ظهور رسانه‌ها و تبدیل شدن آنها به چیزی شبیه کالا، مفهوم جدیدی از ستاره در دنیای مدرن شکل گرفت (کشمور، ۱۳۹۷: ۵۲). نقش اصلی در ستاره شدن یک شخص، رسانه‌ها ذکر شده است (Giles, 2000: 20) به نقل از کشمور، ۱۳۹۷: ۹). گابلر ستاره را کسی می‌داند که زندگی‌اش برای مردم سرگرم‌کننده باشد و سرگرمی مهم‌ترین مؤلفه یک ستاره است (Gabler, 2001: 5). بنا به گفته گروث، در اوایل قرن نوزدهم میلادی شخصیت‌های استثنایی پدید آمدند که شرایط ساختاری لازم برای تشکیل فرهنگ شخص مشهور تمام‌عیار را تسهیل کردند و با ارائه فهم جدیدی از خویشتن، فرد و فردیت را سامان دادند. فردیت جدید در زندگی‌نامه‌نویسی، پرتره‌ها، خاطره‌نویسی‌ها و گزارش‌های احساسی شخص‌محور، در روزنامه‌ها ظهور یافت (Grout, Celebrity Matters, in: aeon.co). در کنار این تحولات، تعداد زیادی از مردم پس از سوادآموزی، با فروپاشی سلسله‌مراتب‌های قوام‌یافته سیاسی و اجتماعی که قرن‌ها آنها را در حصار خود دربرگرفته و سرمایه‌داری صنعتی که به شهرنشینی گسترده انجامیده بود، قلمروهای حوزه عمومی جدیدی را با استفاده از شیوه‌های جدید ارتباطی شکل دادند (Ibid) و فرهنگ شخص مشهور در چنین تغییر و تحولی پدید آمد. بنابراین انتسابی و موروثی نبودن شهرت، رقابتی‌بودن شهرت، واسطه‌محوری و به سرعت مشهور شدن ویژگی‌های یک ستاره در فرهنگ شخص مشهور است (اجتهادی و کشافی‌نیا، ۱۳۹۸: ۱۲۰-۱۲۲)

برخی معتقدند ستارگان، جزء کوچک و به تعبیری کم اهمیت‌ترین جزء یک فرهنگ شخص مشهورند (کشمور، ۱۳۹۷: ۲). اما عده‌ای دیگر نقش اساسی برای ستاره‌ها قائل‌اند و آنان را پیاده نظام قدرت برای تغییرات فرهنگی در جوامع مختلف می‌دانند

(Bell, 2001: 97). پژوهش پیشرو با در نظر گرفتن همین نقش برای ستاره‌ها یعنی، کالاشدن ستاره، به تحلیل رابطه آنها با جامعه و سیاست می‌پردازد. در یسنز نیز در مقاله‌ای کالایی‌شدن را یکی از فرایندهای ستاره شدن می‌داند (خیامی و دیگران، ۱۳۹۸: ۱۶). منظور از فرهنگ شخص مشهور در این تحقیق، ستاره‌ها، مخاطبان و رسانه‌های واسط است که ستاره‌ها و مخاطبان را به هم ارتباط داده (اجتهادی و کشافی‌نیا، ۱۳۹۸: ۱۱۶) و در کنار هم یک زنجیره را شکل می‌دهد. درباره پیشینه تحقیق باید گفت تاکنون نحوه شکل‌گیری فرهنگ شخص مشهور در ایران و نقش آن بررسی نشده و موضوع تحقیقی نبوده است. در بعضی پژوهش‌ها همچون کتاب محققانه درآمادی بر تاریخ سیاسی سینمای ایران نوشته حمیدرضا صدر، فقط به ستاره‌شدن برخی چهره‌ها در سینما اشاره شده (صدر، ۱۳۸۱: ۱۴۳-۱۴۴) و مقوله فرهنگ سلبریتی و همچنین چگونگی رشد اضلاع این فرهنگ و به تبع آن جایگاه سیاسی و اجتماعی ستاره واری شده است. در بیشتر مقالات جامعه‌شناختی سلبریتی‌ها و فرهنگ سلبریتی در سال‌های اخیر مورد توجه بوده است، اما در هیچ‌یک چگونگی شکل‌گیری این فرهنگ در دوره پهلوی و مناسبات جدیدی که در جامعه ایران پدید آورد، کنکاش نشده است. فقط یکی از پژوهش‌ها در یک بند به شکل‌گیری این فرهنگ در دوره پهلوی اشاره کرده است (اجتهادی و کشافی‌نیا، ۱۳۹۸: ۱۱۶-۱۱۷).

با این توصیف‌ها، در این پژوهش با درپیش گرفتن رویکرد توصیفی - تحلیلی، ضمن بررسی چگونگی شکل‌گیری فرهنگ شخص مشهور در ایران و نقش عناصر اصلی این فرهنگ در ظهور این پدیده، نسبت ستاره‌ها با اجتماع و مردم و گروه‌های سیاسی و حاکمیت واکاوی و نحوه ارتباط آنها با این پدیده نوظهور بررسی می‌شود.

سیر تحول واسطه‌ها

همان‌طور که اشاره شد، فرهنگ شخص مشهور بدون رسانه شکل نمی‌گیرد و به روایتی نقش اصلی در فرهنگ شخص مشهور برعهده رسانه‌هاست. بنابراین نخست نقش رسانه‌ها بررسی می‌شود. سه ابزار اصلی رسانه در این دوره، نشریات، ابزارهای صوتی و تصویری بود. از بین این سه واسطه در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰، نشریات روزانه و

هفتگی، پرنفوذترین نوع وسیله ارتباطی در ایران محسوب می شدند.

۱. نشریات

نشریه «تیاثر» در سال ۱۲۸۷، نخستین کوشش‌ها را برای شناسایی و معرفی سبک زندگی هنرمندان، با بررسی احوالات شخصی آنها شروع کرد. با این حال، این موضوع در دوره پهلوی برجسته شد. اگرچه چندان نمی توان نام ستاره را با ویژگی های پیش گفته به آنها داد، به گمان شروع فرایند ستاره سازی در ایران بوده است. نشریه «سینما و نمایشات» که در ۱۳۰۹ منتشر شد، به تبلیغ چهره های مشهور سینمایی روز دنیا پرداخت و تقریباً برای نخستین بار تصویر ستارگان سینمای جهان همچون نورماتلماج روی جلد آن قرار گرفت و در بخشی از مندرجات آن نیز با معرفی یکی از ستاره های سینمایی دنیا، روند ستاره سازی آغاز شد (رسول اف، ۱۳۸۹: ۳۰۱-۳۰۲) در سال ۱۳۱۷ نشریه «نمایش» و مجله «مهر» این راه را ادامه دادند. «مهر» در گزارشی که از چگونگی ستاره شدن در سینما منتشر کرد (مهر، ۱۳۱۷: ۳۴۳-۳۴۵)، پیش زمینه های ذهنی مخاطبان فرهنگ شخص مشهور را آماده کرد. ورود حرفه ای به ستاره سازی را امیر معزی در سال ۱۳۲۲، با همکاری احمد ابریشمی و ایرج پزشک زاد در مجله «هالیوود» آغاز کرد. آنها با هنرپیشه های آمریکایی تماس گرفتند و به افتخار مسافرت افرادی همچون فردریک مارچ، نلسن ادی و لی لی پونز به ایران، شماره های مخصوص منتشر کردند (برزین، ۱۳۴۹: ۵۵). صاحبان نشریات اقدامات دیگری نیز انجام دادند که در شکل گیری فرهنگ شخص مشهور و آشنایی اذهان مردم با آن مؤثر بود. از آن جمله باید به حضور و استقبال از ستارگان سینماهای دنیا همچون سینمای هند اشاره کرد. در سال ۱۳۳۴ راج کاپور، هنرپیشه معروف هند به ایران آمد که ورود او در مجله «عالم هنر» انعکاس وسیعی یافت (مستغاثی، ۱۳۹۶: ۴۴) حضور هنرپیشه های خارجی در ایران به میزانی گسترش یافت که در سال ۱۳۳۶، کمیسیونی برای رسیدگی به امور آنان تشکیل شد (اسنادی از...، ۱۳۷۹: ۶۵۸-۶۶۰)

در همین دهه، نشریات دیگری کوشش هایی در این باره انجام دادند، اما تعطیل شدن نشریات پس از انتشار یک یا دو شماره، از ناموفق بودن این تلاش ها حکایت دارد، چرا

که هنوز اضلاع دیگر این فرهنگ یعنی، صنعتی سازی و مخاطبان هم پای آنها گسترش نیافته بود. کوشش های نافرجام مجلات «ایران فیلم» متعلق به استودیو ایران فیلم، «هنرپیشگان» ضمیمه روزنامه «یزدان» در اسفند ۱۳۲۴؛ «عالم هنر» در شهریور ۱۳۳۰؛ «عالم سینما» و «جهان سینما» (سرتیپ زاده و خداپرست، ۱۳۵۷: ۱۰۰، ۱۷۳) مؤید ناموزنی اضلاع فرهنگ شخص مشهور بود؛ تا اینکه عده ای از جوانان آگاه به فن سینما و نویسندگی از مجله «جهان سینما» به مجله «ستاره سینما» رفتند و در غیاب ستاره در سینمای دهه ۱۳۳۰ ایران، اکثر صفحات نشریه را به معرفی هنرمندان آمریکایی و اروپایی اختصاص دادند. این نشریه هنگامی که به سینمای ایران می پرداخت، فیلم محور بود؛ چراکه هنوز ستاره های ظهور نکرده بود. برای نمونه در صفحه فیلم های ایرانی به ابعاد کلی فیلم پرداخته می شد (ستاره سینما، ۱۳۳۲: ۷) و در کنار آن هنرمندان شناسانده می شدند (ستاره سینما، ۱۳۳۳: ۹). نخستین بار عکس ناصر ملک مطیعی در فیلم «چهارراه حوادث» روی جلد مجله «ستاره سینما» قرار گرفت (همان، ۱۳۳۳) اما ملک مطیعی در آن تاریخ به ستاره تبدیل نشد و فیلم نیز موفقیت چندانی کسب نکرد. همچنان در آغاز دهه ۱۳۴۰، پرداختن به ستارگان سینمای دنیا در درجه اول اهمیت این مجله قرار داشت و هنوز فرهنگ شخص مشهور تکمیل نشده بود.

با افزایش درآمدهای حکومت پهلوی در اواسط دهه ۱۳۴۰ و به دنبال آن، جهش تولید در وسایل ارتباط جمعی، همچون گسترش سالن های سینما و ساخت و نمایش فیلم ها، فیلم های سینمای ایران و ستارگان آن برجسته شدند. با این اقدامات و بیشتر دیده شدن چهره های ایرانی در پرده سینما، نشریه «ستاره سینما» از سال هفدهم، ترکیب بندی پرداختن به ستارگان ایران و جهان را تغییر داد و از این تاریخ عکس های تمام قد بازیگران سینما، مصاحبه با آنها بخش اعظمی از یک شماره «ستاره سینما» را به خود اختصاص داد. این نشریه نقش مهمی در ستاره سازی ایفا کرد. چنان که از نظر هنری، به ویژه مسائل شخصی و حاشیه ای توجه خاصی به بازیگران داشت (ستاره سینما، س ۱۷، ۷-۱). پیشتازی ستاره سازی با «هنرپیشگان سینما» بود، اما مجله «ستاره سینما»، پرداختن به ستاره ها را در حوزه های دیگر همچون ورزش و موسیقی شروع کرد. این نشریه از سال ۱۳۵۲، با توجه ویژه به ستاره های ورزشی و خوانندگان

موسیقی، اخبار و مسائل حاشیه‌ای آنها را برجسته کرد. در مقایسه با موسیقی سنتی و راک، موسیقی پاپ به این دلیل که از کالاهای جامعه سرمایه‌داری بود و از طریق تبلیغات بر مخاطب تحمیل می‌شد و نیز از ویژگی‌های تجارتي این نوع موسیقی ستاره‌سازی بود (نبوی، ۲۰۱۳: ۳۰-۳۲)، بیشترین توجه مخاطبان را به خود جلب کرد و به تبع آن، خوانندگان این سبک موسیقی، طرفداران و مخاطبان بیشتری یافتند.

مجلات تخصصی دیگری همچون «فیلم و هنر» و «تماشا» به کمک «ستاره سینما» آمدند. «فیلم و هنر» در آغاز دهه ۱۳۴۰ (شعاعی، ۱۳۵۴: ۴۸۵) و «تماشا» در اواخر همین دهه تأسیس شد (مصاحبه با ایرج گرگین، دقیقه ۴۰ از نوار دوم). هر دو نشریه مخاطبان را جذب کرده بود. پس از دیده‌شدن بازیگران در پرده سینما، اکنون نشریات با پرداختن به زوایای مختلف زندگی آنان، به شناساندن آنها اقدام کردند، چنان که مجله «فیلم و هنر» در سال ۱۳۴۹، مقاله‌ای ستایشگرانه درباره فردین با عنوان «فردین یک پدیده استثنایی» نوشت (فیلم و هنر، فروردین ۱۳۴۹). «تماشا» نیز در دومین شماره، مسابقه‌ای با عنوان: «آقای تلویزیون و ملکه تلویزیون» برگزار کرد و طی آن، از مردم خواست چهره تلویزیونی محبوب سال را انتخاب کنند (تماشا، ۱۳۵۰: ۶) در اینجا عنصر دیگر فرهنگ شخص مشهور یعنی، مخاطب درگیر این فرهنگ می‌شود. «تماشا» با پوشش گسترده پخش برنامه‌های تلویزیون، که در آن تاریخ کمتر توسعه یافته بود، در آشنایی مردم با فرهنگ شخص مشهور نقش اساسی داشت. مصاحبه با شخصیت‌های تلویزیونی، یکی از برنامه‌های «تماشا» در جهت افزایش ستاره‌ها بود (تماشا، ۱۳۵۰: ۱۴). ظاهرشدن یک شخص در قامت ستاره و، یا خرده ستاره^۱، بدون پرداختن به حواشی زندگی آنها ممکن نبود، بنابراین تجسس در امور شخصی بازیگران تلویزیون و برجسته‌کردن آن در تیتراها، نمونه دیگری از ستاره‌سازی مجلات از جمله «تماشا» بود: «دختر باهوش و زرنگ سرکار استوار طرفدار داستان‌های چخوف است» (تماشا، ۱۳۵۰: ۱۸).

افزون بر آنها، مؤسسه‌های مطبوعاتی کیهان و اطلاعات که در مجموع، بیشترین شمارگان نشریات را در ایران داشتند؛ نقش زیادی در آشنایی مخاطبان با فرهنگ

شخص مشهور ایفا کردند. برجسته کردن شخصیت‌های ورزشی، یکی از این نمونه‌ها بود. دو نمونه مهم آن، یکی انعکاس گسترده اخبار غلامرضا تختی، کشتی‌گیر معروف ایرانی و دیگری محمدعلی کلی ورزشکار مسلمان آمریکایی بود. تختی پس از درخشیدن در مسابقات جهانی کشتی، همواره در رصد روزنامه‌های «اطلاعات» و «کیهان» بود و حتی زندگی شخصی او از جمله ماه غسل‌اش، یکی از صفحات این روزنامه‌ها را به خود اختصاص داد. افزون بر این، در زمان مرگش نیز تیتراژ یک این روزنامه‌ها، اعلان فوت وی و بازتاب گسترده ناراحتی مردم بود (اطلاعات، ۱۳۴۷: ۱ و ۱۱). اخبار محمدعلی کلی، مشت‌زن مسلمان آمریکایی نیز همواره در صفحه اول انعکاس می‌یافت. دیدگاه مخاطبان ستاره‌ها نیز در صفحات این روزنامه درج می‌شد. برای نمونه در یکی از شماره‌ها، دربارهٔ علاقهٔ بسیار مردم به این مشت‌زن آمریکایی نوشته شد: «یک مسافر که با استفاده از رادیو تاکسی جریان مسابقه را دنبال می‌کرد، پس از پیروزی کلی نفس راحتی کشید و گفت: الحمدلله بالاخره محمدعلی، به حقش رسید. نامردها دفعه قبل او را چیزخور کرده بودند و گرنه کسی یارای مقاومت در برابر قهرمان مسلمان ما را ندارد» (اطلاعات، ۱۳۵۲: ۳). نشریات ادواری «اطلاعات» و «کیهان» به ستاره‌های غربی اهمیت بیشتری می‌دادند و به موشکافی زندگی آنها می‌پرداختند (اطلاعات بانوان، ۱۳۳۷، ۴؛ زن روز، ۱۳۴۳: ۱۲؛ اطلاعات هفتگی، ۱۳۴۳: ۸).

ورود به زندگی خصوصی هنرپیشهٔ سینمای ایران، آن هم در سطح رسانه‌ای و تجسس امور شخصی و خانوادگی او و در معرض عموم قرار دادن آن، ورود به فردیتی است که گروث بیان می‌کند و آن را مشخصهٔ بارز فرهنگ شخص مشهور می‌داند (Grout, Celebrity Matters, in: aeon.co).

۲. رسانه‌های صوتی و تصویری

گسترش صنعت سینما و پس از آن تأسیس تلویزیون در ایران، به تشکیل فرهنگ شخص مشهور سرعت بخشید. سینما نقش زیادی در ساخت ستاره‌ها داشت. دههٔ ۱۳۳۰ را باید دورهٔ ظهور ستاره‌ها - اما نه الزاماً ستاره‌ها - در سینمای ایران دانست؛ چرا

که هنوز سینما و نشریات به عنوان رسانه‌های واسطه، رشد و توسعه نیافته بودند. تا این دهه، برخی مسائل مانع از شکل‌گیری سینمای ستاره‌ساز بود؛ کم بودن تعداد فیلم‌های تولیدشده، به بازیگر فرصت کافی برای خودنمایی نمی‌داد (هرچگانی‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۰۴). کمبود نشریات تخصصی سینما، پایین بودن میزان فروش فیلم‌ها و ناچیز بودن دستمزد بازیگران از عوامل دیگری بود که تا پیش از رفع شدن آن، ستاره در سینمای ایران شکل نگرفت. تا پیش از فیلم گنج قارون در سال ۱۳۴۴، فیلم‌های ایرانی فروش نسبی داشتند و نمی‌توانستند با فیلم‌های دوبله‌شده رقابت کنند. در اهمیت تاریخی این فیلم همین بس که با رونق فیلم و ستاره‌اش، فردین، بیش از ۳۰۰ سالن سینما در کشور افتتاح شد (گلستان، ۱۳۷۴: ۷۱) مقایسه درصد فیلم‌های پرفروش این دهه با دهه‌های دیگر نشان می‌دهد که فیلم‌های فارسی به محبوبیت بیشتری دست یافتند و به همان میزان بازیگران آن همچون بهروز وثوقی و ناصر ملک‌مطیعی رفته‌رفته ستاره شدند (صدر، ۱۳۸۱: ۱۴۹-۱۵۰؛ اجاللی، ۱۳۸۳: ۹۲).

تلویزیون، با وجود اینکه بسیار دیرتر از دیگر رسانه‌ها، در مهر ۱۳۳۷ به عرصه رسانه‌های عمومی راه یافت (اطلاعات، ۱۳ مهر ۱۳۳۷)، کمتر از ده سال یعنی، در سال ۱۳۴۶ با چهارده مرکز تولید و پخش سراسری، هفتاد درصد کشور را در بر گرفت و در اواسط دهه ۱۳۵۰ به با نفوذترین رسانه ارتباطی کشور تبدیل شد (چلکوفسکی، ۱۳۸۸: ۴۴۵). اما تلویزیون تا پیروزی انقلاب، به عللی همچون گران‌بودن آن در مقایسه با رادیو و برخی ملاحظات شرعی متدینان، گسترده‌گی و مقبولیت و عمومیت رادیو را نداشت، بنابراین در آغاز نتوانست هم‌پای رسانه‌های دیگر، مخاطبان وسیعی را جذب کند. رادیو نیز پس از شهریور ۱۳۲۰ به‌طور گسترده، در پخش موسیقی فعالیت کرد. برنامه‌های موسیقی رادیو، بر تعداد مخاطبان افزود و کم‌کم چهره‌های هنری را به جامعه مخاطبان شناساند. افزون بر رادیو، بخش خصوصی نیز در این حوزه فعالیت داشت. برجسته‌ترین نمونه آن، شبکه جام جم و مؤسسه آپولون بود. در آن دهه، این مؤسسه بسیاری از ستارگان پاپ موسیقی ایران را که به تلویزیون ملی نیز راه یافتند، به مخاطبان شناساند. یکی از اهداف آنها از ستاره‌سازی در موسیقی، نشان دادن موسیقی به جای سیاست در میان خانواده‌ها بود (مصاحبه با بی‌بی‌یان، دقیقه ۳۱، نوار اول) مدیر

این مؤسسه از فروش دومیلیون و پانصد هزار نسخه‌ای آهنگ «آمنه» به خوانندگی آغاسی (نعمت‌الله آزموده) خبر می‌دهد که بیشترین فروش تاریخ موسیقی تا آن زمان بود (مصاحبه با بی‌بی‌یان، ۱۳۸۷: دقیقه ۴۰ نوار اول). شهرت آغاسی به اندازه‌ای رسید که با وجود کوچه‌بازاری خواندن او، میزگردهایی درباره‌ی علت مشهور شدن این خواننده برگزار شد (اطلاعات، ۱۳۵۶) و آغاسی، برای پاسخ دادن به نامه‌های طرفدارانش و آنچه در مجلات درباره‌اش می‌نوشتند، به فراگیری سواد پرداخت (اطلاعات جوانان، ۱۳۵۶) به سرعت مشهور شدن، یکی دیگر از ویژگی‌های ستاره در مقایسه با دیگر افراد مشهور است (اجتهادی و کشافی‌نیا، ۱۳۹۸: ۱۲۱) که در مورد آغاسی آشکارا دیده می‌شود.

گسترش مخاطبان و شکل‌گیری فرهنگ شخص مشهور

مخاطبان، یکی از عناصر اصلی فرهنگ شخص مشهور است؛ چنان که در نبود آن، ستاره شهرت خود را از دست می‌دهد (کشمور، ۱۳۹۷: ۹) مخاطبان ستاره‌ها را در ایران، به لحاظ علایق و اهداف، به چند دسته اعم از عامه مردم، جریان‌های روشنفکری غیرحکومتی، مبارزان اسلام‌گرا و کارگزاران حکومت می‌توان تقسیم کرد و نحوه تعامل آنها را با این فرهنگ نشان داد. عامه مردم بی‌اعتنا به گرایش‌های سیاسی و بسته به علایق شخصی‌شان، به گزینش ستاره محبوب خود اقدام می‌کردند. ستارگان فیلم فارسی، ورزشکاران و خوانندگان محبوب توده‌های مردم بودند (بیگدلو، ۱۳۹۶: ۳۹۲؛ کیانیان، ۱۳۹۰: ۵) گزارش‌های منتشرشده از نظریات مردم در مجلات و همچنین فرستادن صدها نامه توسط دختران و پسران جوان مخاطب ستاره‌ها برای روزنامه‌ها و درخواست آدرس هنرپیشه‌های سینما از طریق دفتر روزنامه، بخش کوچکی از نمونه‌هاست (آیندگان، ۱۳۵۶: ۵).

جریان روشنفکری غیرحکومتی همچون مجلات روشنفکری و کانون نویسندگان ایران، مخاطبان ستاره‌های مستقل از حاکمیت بودند. آنها از ستاره‌هایی نفرت داشتند که با حاکمیت همکاری می‌کردند و برای نخستین بار، خط‌کشی و مرزبندی‌های سیاسی را به میان ستاره‌ها بردند. مجله «فردوسی» نشریه نزدیک به این جریان، از کسانی همچون

| تشکیل فرهنگ شخص مشهور در ایران و جایگاه اجتماعی و سیاسی آن در دوره پلوی... | ۶۱

گوگوش و لیلی با عنوان «مادینگان هنر و آواز» گزارشی منفی ارائه داد (فردوسی، ۱۳۵۱: ۶) و در دفاع از ستارگان جریان نو سینمای ایران نوشت: «قیصر کار را تمام کرد» (وثوقی، ۱۳۷). شخصیت قیصر به نماد تمام کسانی تبدیل شد که به وضعیت موجود معترض بودند. او نماد اعتراض سیاسی بود. حتی علی شریعتی، آن را ستود و خواستار ملاقات با کارگردان آن شد (میرمیرانی، ۱۳۸۰: ۷۶).

افزون بر خط‌کشی‌های سیاسی و ایجاد مرز بین ستاره‌ها، در برخی موارد، گردانندگان نشریات با ترفندهای گوناگون، از شهرت ستاره‌هایی که حتی اندک گرایش سیاسی نیز نداشتند، برای مبارزه بهره می‌بردند. در همین رابطه، سردبیر نشریه «فردوسی» درباره استفاده از نام و جایگاه سوسن خواننده معروف، سخن می‌گوید: «ما در آن سالها روی مجله تنها عکس‌های سیاسی می‌گذاشتیم و سوسن از نادر افرادی بود که از دنیای ترانه روی جلد ما آمد. یکی از ترانه‌های او را با مضمون سیاسی آمیخته کردیم و عکسش را گذاشتیم روی جلد...» (تاریخ شفاهی و تصویری ایران، مصاحبه با پهلوان) این موضوع، قدرت ستاره‌ها را در تکتربخشی و ایجاد مرزبندی‌های جدید در کشاکش‌های سیاسی نشان می‌دهد. اقدام گردانندگان مجله «فردوسی» بیان‌کننده آن است که مخالفان حکومت با جذب عده‌ای از ستاره‌ها، از محبوبیت و همچنین ظرفیت موج‌آفرینی آنان استفاده می‌کردند. نکته دیگر اینکه، شخص ستاره به دلیل نبود ابزارهای رسانه‌ای جدید (اینترنت و ابزارهای آن)، تقریباً از ظرفیت موج‌آفرینی‌اش به تنهایی نمی‌توانست استفاده کند. به عبارت دیگر ستاره، رسانه واسطه مستقلی در اختیار نداشت. از این رو، ارتباطش با جامعه مخاطبان، به رسانه‌های واسطه حکومتی (تلویزیون ملی، رادیو، برخی نشریات) و، یا غیر حکومتی (عموماً نشریات) وابسته بود.

گروه‌های مذهبی و روحانیان سیاسی که دیدگاه‌هایشان در نشریاتی همچون «مکتب تشیع»، «درسهای اسلام»، «انتقام و بعثت» منتشر می‌شد، به‌طور کلی با مقوله فرهنگ شخص مشهور و تعامل ستاره‌ها با مخاطبان مخالف بودند. آنها هنرپیشه‌ها و صنعت سینما را خطرناک می‌دانستند. موسیقی و هنرمندان آن نیز در همین دایره قرار می‌گرفتند. گردانندگان مجله «مکتب تشیع» در مطلبی، از این انتقاد کرد که تعداد هواداران ستاره‌های سینما از رؤسای جمهور و، یا مخترعان بیشتر است (مکتب تشیع،

۱۳۳۸: ۸-۹). همچنین صاحبان مجله «درسهایی از مکتب اسلام» با بیان برخی ویژگی‌های ستاره‌ها و مخاطبان فرهنگ شخص مشهور، بدون اینکه از تشکیل و نفوذ این فرهنگ جدید خبری داشته باشند، از رفتارهای جدیدی انتقاد کردند که در میان مردم در حال رخ دادن بود و آنها را به سمت مرجع‌های جدید می‌کشاند: «توسعه روز افزون سینماها و تآثرها و اعتیاد مردم به دستگاه‌های سمعی و بصری کنون (رادیو، تلویزیون، فیلم) کار دنباله‌روی‌های غلط را به جایی رسانده است که آثار نکبت بار آن، در هر کوی و برزن به چشم می‌خورد. در هر کوی و برزن عده‌ای خود را بشکل بیتلها در می‌آورند، گروهی از هیپی‌ها تقلید می‌کنند...» (درسهایی از مکتب اسلام، ۱۳۴۷: ۱۱-۱۲؛ درسهایی از مکتب اسلام، ۱۳۳۹: ۱۵)

روشنفکران غیر مذهبی نیز همانند گروه‌های مذهبی، طرفدار حذف ستاره‌های عمدتاً سینمایی بودند؛ برای نمونه فریدون تنکابنی نویسنده چپ‌گرا و توده‌ای یکسال پس از پیروزی انقلاب، در نوشته‌ای از نبود عکس ستارگان سینما در نشریات اظهار خوشحالی کرد (آرش، ۱۳۵۹: ۱۰۹) در کل، با اینکه ستاره‌های فیلم‌های فارسی و خوانندگان پاپ محبوب توده‌ها بودند، اغلب منتقدان و روشنفکران دید مثبتی به آنها نداشتند (بیگلرلو، ۳۹۲-۳۹۳) و فیلم مورد علاقه آنها ستاره نداشت؛ همچون فیلم گاو به کارگردانی داریوش مهرجویی که بر اساس متنی از غلامحسین ساعدی نوشته شده بود.

کارگزاران حکومتی هم مخاطب ستاره‌ها محسوب می‌شدند و همچون گروه‌های مخالف، از ستاره‌ها برای پیشبرد مقاصد خود استفاده می‌کردند؛ به‌طوری‌که برخی از ستاره‌ها و خرده ستاره‌ها را به عنوان سفیر به کشورهای دیگر می‌فرستادند؛ عده‌ای دیگر برای اجرا به مراسم گوناگون دربار می‌رفتند و، یا هنگام نوروز به خارج از کشور اعزام می‌شدند (مصاحبه با بی‌بی‌یان، ۱۳۸۷: دقیقه ۳۱ نوار اول). حاکمیت غیر از اقدامات ایجابی، به سلسله اقدامات سلبی نیز در قبال فرهنگ شخص مشهور دست زد. برای نمونه پس از استقبال گسترده مخاطبان از فیلم گوزن‌ها ساخته مسعود کیمیایی و روی دست بلند کردن کارگردان و بازیگران آن، دستور داده شد که مطبوعات، اطلاعاتی درباره آن فیلم منتشر نکنند (مصاحبه با مسعود کیمیایی، مجله فیلم).

نگرش منفی و عمدتاً سرزنشگرانه گروه‌های اجتماعی به‌ویژه مخالفان حاکمیت به ستاره‌ها، به قدری گسترده و همه‌گیر شد که واکنش آنها را برانگیخت؛ چنان که ناصر ملک مطیعی در سال ۱۳۵۵ در مصاحبه با روزنامه اطلاعات گلایه‌های خود را از قضاوت‌های مخاطبان فرهنگ شخص مشهور مطرح کرد: «همه فکر می‌کنند این جماعت (هنرمندان) مردم بی‌قیدوبندی هستند که از صبح تا شام مشغول لهو و لعب هستند، می‌زنند و می‌رقصند و شادی می‌کنند، زن طلاق می‌دهند و عروس هزاردامادند» (اطلاعات، ۱۳۵۵). درواقع مصاحبه مفصل وی، که بخش کمی از آن نقل شد، شکل‌گیری عناصر اصلی فرهنگ شخص مشهور در ایران را نشان می‌دهد که ستاره‌ها (در قامت یک گروه با ویژگی‌های مشخص) و همچنین مخاطبان (طرفداران و مخالفان آنها) را شامل می‌شود. این مصاحبه، مشکلات ستاره‌ها را به عنوان بخشی از فرهنگ شخص مشهور به تصویر می‌کشد که مهم‌ترین آن عمومی‌شدن زندگی خصوصی آنها، ستایش و تقلید از یک سو و نگاه منفی به آنها در میان بخشی از مخاطبان از سوی دیگر و در نتیجه قرارگرفتن در معرض قضاوت عمومی، نمونه‌ای از این مشکلات بود.

مهم‌ترین ستاره‌ها

ستاره‌ها مهم‌ترین ضلع فرهنگ شخص مشهور را تشکیل می‌دهند. به‌طورمشخص نمی‌توان گفت چه کسی در ایران نخستین ستاره بود. با این حال، با تفوق سینما بر دیگر گونه‌های هنری، شخصیت‌های ستاره بیشتر در این حوزه پدیدار شدند. در دهه ۱۳۴۰، محمدعلی فردین با فیلم آقای قرن بیستم به جامعه مخاطبان معرفی شد و با فیلم گنج قارون (اجلالی، ۱۳۸۳: ۹۶؛ مهربانی، ۱۳۷۴: ۸۹) در سینمای ایران ماندگار شد و به محبوبیت زیادی در میان مردم رسید (کیانیان، ۱۳۹۰: ۵) پس از او، ناصر ملک مطیعی، بهروز وثوقی، فائقه آتشین (گوگوش) مهم‌ترین ستاره‌های سینمایی بودند. در خوانندگی، افزون بر گوگوش، هنرمندانی که در رادیو و تلویزیون ملی به اجرای برنامه می‌پرداختند، از همه شناخته‌شده‌تر بودند. خوانندگانی همچون ابراهیم حامدی (ابی) و معصومه دده بالا (هایده) از جمله این افراد بودند. در این میان داریوش اقبالی، شهرت بیشتری به دست آورد. نحوه لباس پوشیدن و مدل ریش و موی وی، در میان

مخاطبانش به سرعت همه‌گیر شد. تقریباً همه خوانندگان مرد قبل از داریوش، موهای اصلاح‌شده، کت و شلوار و کراوات و به لحاظ چهره جذاب و خوش قیافه بودند. اما او اغلب با ریش پرپشت، پیراهنی بدون دکمه و شلواری معمولی بود و این‌گونه به یک ستاره محبوب تبدیل شد (نبوی، ۲۰۱۳: ۶۷-۶۸). در ورزش نیز، به جز تک‌ستاره دهه ۱۳۴۰ یعنی غلامرضا تختی، کم‌کم با رونق فوتبال باشگاهی ایران، برخی بازیکنان به ستاره تبدیل شدند که مهم‌ترین آنها، علی پروین و ناصر حجازی، یکباره به شهرت و محبوبیت ستاره‌های سینمایی رسیدند و عکس‌های آنها در کنار ناصر ملک مطیعی و بهروز وثوقی، به مجلات راه یافت (کیهان ورزشی، ۱۳۵۵).

نقش و جایگاه فرهنگ شخص مشهور در دوره پهلوی

پیش از ورود به این موضوع، نقش حاکمیت در توسعه فرهنگ شخص مشهور باید سنجیده شود، چراکه با دانستن این نقش، تأثیرگذاری‌اش بر فرهنگ شخص مشهور و تأثیرپذیری‌اش از آن و اینکه احتمالاً در استفاده از ستاره‌ها در کشاکش‌های و حوادث سیاسی دست بالایی داشته است، مشخص می‌شود. فرهنگ شخص مشهور و عناصر سه گانه آن، بدون زمینه‌سازی نهادی، قابلیت رشد و ارتقا ندارد و نخست باید بسترسازی مناسب در این باره انجام می‌شد تا فرهنگ شخص مشهور رشد کند. بنابراین نقش دولت در توسعه فرهنگ شخص مشهور و اقدامات ساختاری آن حائز اهمیت است. از سال‌های استقرار حکومت پهلوی، به علت شروع جنگ جهانی و تشنجات داخلی، دولت‌های وقت فرصتی برای گسترش نظام ارزشی همسو با فرهنگ شخص مشهور نداشتند. به همین علت اقدامات در این زمینه از سال ۱۳۱۶ تا پس از شهریور ۱۳۲۰ را کد بود. تا اینکه، نخستین نهاد رسمی برای نهادینه‌سازی حوزه تصدی دولت در زمینه تبلیغی - اطلاع رسانی، یعنی اداره کل انتشارات و تبلیغات و [راديو] در سال ۱۳۲۲ تشکیل شد (اکبری، ۱۳۸۲: ۷۸). در وظایف این نهاد، در ارتباط با موضوع ستاره‌ها، مستقیم و غیر مستقیم نکته‌ای بیان نشده است. تا اینکه در سال ۱۳۴۲ با تشکیل وزارت اطلاعات، برابر با قانون، این وزارتخانه مأمور شد تا بر حوزه‌هایی نظارت کند که به موضوع ستاره‌سازی ارتباط داشت (نظارت در امور مربوط به فیلم،

سینما و نمایش، هدایت افکار عمومی و ترویج و تحکیم مبانی دینی و معنوی) و بعضاً به طور مستقیم (اجرای قانون مطبوعات، تهیه و توزیع فیلم‌های مستند و خبری) در کار آنها مداخله کند (همان، ۸۵). در ادامه با قانون تفکیک وزارتخانه، وزارتخانه‌های اطلاعات و جهانگردی و فرهنگ و هنر وظایفی را بر عهده گرفتند. اما در این میان، سازمان جشن هنر که در سال ۱۳۴۹ تشکیل شد؛ نقش بی‌بدیلی در معرفی چهره‌های فرهنگی جهان در ایران ایفا کرد. هدف از تأسیس این سازمان، افزایش سطح هنر در ایران و بزرگداشت ستارگان هنر ایران و شناساندن هنرمندان خارجی بیان شده بود (مجموعه قوانین و مقررات وزارت فرهنگ و هنر، ۴۰۲-۴۰۹).

اکنون با درک ابعاد حضور و توانایی حاکمیت در شکل‌دهی و نفوذ در فرهنگ شخص مشهور، باید گفت که پس از حوادث منجر به ملی شدن نفت تا کودتای ۲۸ مرداد، همان طور که اشاره شد، هنوز فرهنگ شخص مشهور شکل نگرفته بود، بنابراین نقشی هم در اجتماع و سیاست نداشت و رابطه مقامات حکومتی و هنرمندان رابطه معناداری نبود و دعوت آنها به دربار و مراسم گوناگون، بدون بهره‌برداری خاصی انجام می‌شد، چراکه نه این اشخاص ستاره و پر نفوذ بودند و نه جامعه مخاطبانی شکل گرفته بود. برای نمونه در اواخر دهه ۱۳۲۰، هنرمندانی همچون عزت‌الله انتظامی، مرتضی احمدی و پرویز خطیبی به جشن ازدواج محمدرضا شاه و ثریا دعوت شدند (احمدی، ۱۳۹۱: ۶۹). کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ و در پی آن سرکوب گروه‌های سیاسی و دستگیری محمد مصدق، رهبر جنبش ملی شدن نفت، موجی از ناامیدی و یأس در بخشی از جامعه ایران پدید آورد که طی چند سال بعد کم‌کم با انجام اقدامات ساختاری که بدان اشاره شد و تشکیل اضلاع فرهنگ شخص مشهور، این مجموعه جدید شکل گرفت و حاکمیت، نخستین جبهه‌ای بود که برای تأثیر گذاشتن در جامعه از آن بهره برد. مجموعه حاکمیت نخست با ارتباط‌گیری گسترده با مطبوعات همسو کوشید که آلام روحی ناشی از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ را تسکین دهد و مشروعیت از دست رفته شاه و حکومت پهلوی را ترمیم کند. برای نمونه رهاورد مبارزات ایلوش، ستاره و قهرمان فیلم‌های شبه تاریخی، تثبیت حکومت و نیز وحدت ملی بود (صدر، ۱۳۸۱: ۱۲۷) در مرحله بعد، اصلاحات ارضی و انقلاب سفید نیاز به تبیین و تبلیغ

داشت، بدین منظور هم‌زمان با اصلاحات ارضی، حمایت از فیلمنامه‌هایی که قهرمان و ستاره آن، نقش یک روستایی مظلوم را داشت که در برابر ظلم ارباب ایستادگی می‌کرد، در دستور کار قرار گرفت. این نقش بر عهده مجید محسنی، مهم‌ترین و تأثیرگذارترین شخصیت ژانر سینمایی ایران در این دهه بود که در نقش یک روستایی صادق و متعهد ظاهر می‌شد (صدر، ۱۳۸۱: ۱۶۴-۱۶۵) محسنی، خود از کارگزاران نظام بود و دو دوره به نمایندگی مجلس شورای ملی رسید و محمدرضا شاه از او و فیلم پرستوها به لانه برمی‌گردند، تمجید ویژه‌ای کرد (اسنادی از موسیقی...، ۱۳۷۹: ۲۹۹/۱۵-۱۶) بعد از انقلاب سفید نیز برای تبلیغ سپاهیان دانش، فیلم‌هایی ساخته و حمایت شد که نمایان‌کننده بالا رفتن سطح سواد عمومی با کمک سپاهیان دانش بود. نظام فاطمی در سال ۱۳۴۳، در فیلم «دهکده طلایی»، شخصیت سپاه دانشی را با بازی محمدعلی فردین تصویر می‌کند که از خودکشی یک روستایی (گلنار) جلوگیری می‌کند، روستایی دیگر را از سوختن در آتش نجات می‌دهد و به رمالی کار می‌دهد که قصد کشتنش را داشت و جاده‌ای برای روستا می‌سازد. محمدرضا فاضلی نیز در سال ۱۳۴۵، با فیلم «رانندگان جهنم» شخصیت سپاهی دانشی (ابراهیم نادری) را روایت می‌کند که با درگیر شدن با یک قاتل (حسن شاهین) وی را به دام می‌اندازد و به پلیس معرفی می‌کند (کشانی، ۱۳۸۶: ۱۹۶)

به جز موارد پیش‌گفته، کارگزاران حکومتی با دعوت از ستاره‌هایی همچون گوگوش، هاید، ستار، کوروس سرهنگ‌زاده (مسعود انصاری، ۲۰۵) و بهروز وثوقی (وثوقی، ۳۷۹)^۱ به جشن‌های دربار، اهداف سیاسی و فرهنگی خود را دنبال می‌کردند. همچنین اعزام ستاره‌ها به خارج از کشور در ایام نوروز، برنامه‌ای هدفمند برای مقابله با تبلیغات دانشجویان مخالف حکومت خارج‌نشین بود. برای نمونه در یکی از اسناد،

۱. برخی به شهرت رسیدن بهروز وثوقی را به ارتباطش با اشرف پهلوی نسبت داده‌اند، اما در همان گزارش‌هایی که آنها به آن استناد می‌کنند (کشانی، ۱۳۸۶: ۲۴۶-۱۴۷)، وثوقی بعد از فیلم قیصر که در دربار به نمایش درآمد، با اشرف آشنا شد و این یعنی، وثوقی پیش از آشنایی با اشرف به شهرت رسیده بود، اما اشرف پس از دیدن فیلم گوزن‌ها، وثوقی را مورد عتاب قرار داد که این گونه فیلم‌ها نباید نمایش داده شود (وثوقی، ۲۹۰).

نصیری رئیس ساواک در سال ۱۳۴۹، در نامه‌ای به نخست وزیر به صراحت این موضوع را اعلام می‌کند (اسنادی از...، ۱۳۷۹: ۱۰۳۷/۲).

قوام‌یافتن فرهنگ شخص مشهور و افزایش طرفداران ستاره‌ها، با گسترش نارضایتی‌ها از حکومت پهلوی هم‌زمان شد، بنابراین حساسیت و نحوه استفاده از آن از سوی حکومت پهلوی نیز بیشتر شد. کارگزاران دولتی با امکانات گسترده، برای ترویج ایدئولوژی و مشروعیت حکومت کوشیدند و با توجه به سیاسی بودن یا نبودن ستاره‌ها و محصولاتشان، اجازه پخش آثارشان را در تلویزیون ملی و رادیو صادر کردند. برای نمونه به دلیل برخی آثار سیاسی داریوش اقبالی، صدا و تصویرش از رادیو و تلویزیون پخش نمی‌شد (مصاحبه با منوچهر بی‌بی‌یان، ۱۳۸۷: دقیقه ۵۰ نوار اول). این رویه ثابت نبود و گاهی آثار این خوانندگان از سانسور رادیو و تلویزیون می‌گذشت و اجازه پخش می‌یافت. روابط نزدیک صاحبان نشریات فعال در حوزه ستاره با مقامات حکومت پهلوی، دلیل دیگر دست برتر داشتن دولت را در این حوزه و بهره برداری از آن مشخص می‌کند. برای نمونه مجله «ستاره سینما» و صاحب امتیاز آن پانروز گالستان، روابط نزدیکی با دولتمردان داشت (اسناد مجلس...، ۱۳۶۸/۲۳۰) و گردانندگان نشریه نیز فعالیت‌های اعضای خاندان سلطنت همچون بازدیدهای اشرف پهلوی را انعکاس می‌دادند (ستاره سینما، ۱۳۴۴: ۴). کارکرد این رابطه، دو سویه بود و برخی صاحبان مجلات سینمایی، برای حمایت از شروع نشر مجله و، یا ادامه آن نامه‌نگاری‌هایی با مقامات مسئول داشتند (اسناد مجلس...، ۱۳۵۹/۲۳۰). در واقع ارتباط گرفتن سران حکومت پهلوی با عناصر فرهنگ شخص مشهور اعم از واسطه‌ها (نشریات)، ستارگان و ستاره‌های خواننده و بازیگر، یک ابزار مهم سیاسی - تبلیغی بود. دولت، با این فعالیت‌های گسترده و استفاده از شهرت ستاره‌ها موفق شد که حدود یک دهه، در بخشی از جامعه ایرانی تأثیر بگذارد که یا گرایش سیاسی نداشت و، یا به هر نحوی سکوت اختیار کرده بود.

در جبهه مقابل یعنی، مخالفان حکومت پهلوی و، یا افرادی تا حدودی مخالف، بیشترین استفاده را از ظرفیت ستاره‌های مستقل، اعضای کانون نویسندگان، اعضای نهضت آزادی و روشنفکران چپ گرا بردند. احتمالاً نخستین تأثیر مستقیم و موج‌آفرین

ستاره‌های مخالف حکومت، هنگام درگذشت محمد مصدق، رهبر ملی‌شدن صنعت نفت روی داد. در این مراسم غلامرضا تختی، قهرمان کشتی‌گیر ایرانی که به پهلوان تختی معروف شده بود و همان‌طور که اشاره شد از سوی ضلع دیگر فرهنگ شخص مشهور یعنی، رسانه‌ها به شدت تبلیغ می‌شد و شهرت و محبوبیت را یکجا جمع کرده بود، به دلیل گرایش‌های سیاسی نزدیک به نهضت آزادی و جبهه ملی، به احمد آباد رفت. مردم با اطلاع از حضور او در آن مکان، به آنجا سرازیر شدند و مأموران به علت نگرانی از حضور گسترده مردم، تختی را از مراسم خارج کردند (شاه حسینی، ۱۳۹۰). این اتفاق و کمی بعدتر مرگ نابهنگامش، جایگاه او را به عنوان ستاره نزد مخالفان افزایش داد. به گونه‌ای که مرگ او، فرصت مناسبی برای مخالفان سیاسی حکومت بود تا از آن بهره‌برداری کنند. از بین نشریات دهه ۱۳۴۰، مجله «توفیق» با چاپ عکس غلامرضا تختی جمله‌ای نوشت که به سرعت همه‌گیر شد: «مرا خودکشی کردند». روزنامه‌های دیگر شایعه کشته‌شدن تختی را منتشر نکردند (پناهی سمنانی، ۱۳۷۸: ۳۴۹). همچنین جلال آل‌حمد نخستین کسی بود که مرگ تختی را به قتل رسیدن از سوی حاکمیت دانست: «این قهرمان که خاک «خانی‌آباد نو» را خورده بود هرگز به ناامیدی نمی‌اندیشید؛ آخر امید یک ملت بود، ملت ایران... او مبنا و معنی آزادی و بزرگی است...» (آل‌احمد، ۱۳۴۷: ۵-۱۲) سیاهش کسری از اعضای کانون نویسندگان، سروده‌ای حماسی خطاب به غلامرضا تختی آفرید و او را با عنوان «گل امید باز آمده» یاد کرد (کسری، ۱۳۸۶: ۱۶۱).

نویسندگان کانون که بیشترشان چپ‌گرا بودند، ستاره‌های فعال در تلویزیون و سینما را با القاب گوناگون همچون نماینده و نماد سرمایه‌داری و قشر مرفه سرزنش کردند. این فعالان سیاسی در مقابل، به استقبال ستاره‌های خواننده‌ای رفتند که در آثارشان محتوای اجتماعی و انتقادی دیده می‌شد. دو نمونه برجسته این ستاره‌ها، داریوش اقبالی و فرهاد مهراد بودند. داریوش به دلیل ویژگی‌های خاص ظاهری، ناخودآگاه به ستاره محبوب مخالفان حاکمیت تبدیل شد. همین نوع لباس پوشیدن و ظاهر او، نوعی غیریت‌سازی با ستاره‌هایی بود که با تیپ و ظاهر آنچنانی در مجامع حکومتی حضور می‌یافتند. مهم‌تر از آن، خواندن ترانه‌های اعتراضی همچون «پریا» از احمد شاملو،

«خونه» که به بی‌پناهی نسل جوان اشاره داشت، «بوی خوب گندم» که وضع سیاسی کشور را نشانه گرفته بود، «زندونی» که برای نخستین بار به موضوع زندان پرداخت، «علی کنکوری» که به معضل جوانان و دانشگاه پرداخته بود، «بن‌بست» که به نوعی فضای سیاسی اجتماعی کشور را توصیف می‌کرد، همه و همه ترانه‌هایی بودند که داریوش را به عنوان سخنگوی نسلی معرفی کرد که خود را در بن‌بست اجتماعی می‌دیدند. از این رو، داریوش از طرف بخش‌هایی از گروه‌های مخالف و روشنفکران پذیرفته شد و ترانه‌هایش را پخش کردند. چنان که بسیاری از آثارش در نقد سیاسی حکومت پهلوی، از بسیاری از کتاب‌های روشنفکران مخالف اثرگذاری بیشتری داشت (نبوی، ۲۰۱۳: ۷۰-۷۲).

همین رویه برای فرهاد مهراد نیز تکرار شد. مهراد نیز ویژگی‌های منحصر به فردی داشت که او را از ستاره‌های دیگر جدا می‌کرد. احتمالاً او تنها ستاره‌ای بود که با جمع بسیاری از اهالی فرهنگ همچون حسین الهی‌قمشه‌ای، محمدرضا شفیعی‌کدکنی، احمد شاملو و دیگران ارتباط نزدیک داشت. پس از آنکه مهراد، با آثار اجتماعی و منتقدانه‌اش، ستاره معترض شناخته شد، توجه مخالفان حکومت را به خود جلب کرد. چنان که سیاوش کسرای، از اعضای کانون نویسندگان، یکی از شعرهایش را با آهنگسازی اسفندیار منفردزاده، در بحبوحه وقوع انقلاب اسلامی، به فرهاد مهراد سپرد و او نیز آن را خواند. نمونه‌هایی دیگری از این دست همکاری‌ها میان هنرمندان ستاره و فعالان سیاسی برای ساخت سرودهای انقلابی وجود داشت (ر.ک: نامجو، ۱۳۹۷؛ روزنامه خراسان، دی ۱۳۹۸).

با این همه، بی‌طرفی بیشتر ستاره‌ها تا آستانه انقلاب، باعث شد تا آنان به نوعی از همکاران حاکمیت محسوب شوند، چنان که در شب‌های شعر گوته که به همت کانون نویسندگان برگزار شد، به ستاره‌ها نیز غیرمستقیم نقدهایی وارد شد. برای نمونه مصطفی رحیمی روشنفکر برجسته، در سخنرانی‌اش، از نداشتن استقلال و به کارگماشته شدن آنان انتقاد کرد (خسروپناه، ۱۳۹۶: ۸۹).

نتیجه‌گیری

فرهنگ شخص مشهور از مخاطبان، ستاره و واسطه‌ها تشکیل شده است. پیشتازی قدیمی‌ترین و سنتی‌ترین رسانه واسطه، یعنی نشریات، در تبدیل افراد مشهور به ستاره، تا مدتی نافرجام بود، اما این فعالیت‌ها به آمادگی ذهنی مخاطبان و آشنایی آنان با ستاره‌ها منجر شد. تلاش واسطه‌ها فقط هنگامی نتیجه داد که درآمدهای دولت از میانه دهه ۱۳۴۰ افزایش یافت و با سرمایه‌گذاری در حوزه فرهنگی، وسایل ارتباط جمعی همچون سینما، تلویزیون و نشریات رشد چشمگیری کردند. بنابراین نهادهای فرهنگی دولتی نیز به نوعی در تشکیل یا به تعبیر بهتر، توسعه فرهنگ شخص مشهور و ستاره شدن شخصیت‌ها نقش داشتند. با این تحولات، ستاره‌ها و خرده‌ستاره‌های بسیاری از حوزه‌های سینما، موسیقی و ورزش به جامعه مخاطبان عرضه شدند و اقشار گوناگون مردم از آنها و آثارشان استقبال کردند. بدین ترتیب ضلع دیگر فرهنگ شخص مشهور یعنی، مخاطبان شکل گرفت. تشکیل فرهنگ شخص مشهور، عنصر جدید و تأثیرگذاری به نام ستاره را به مناسبات سیاسی و اجتماعی ایران همچون دیگر کشورها افزود که مرجعیت قدرت جدیدی محسوب می‌شد و از توان بالقوه موج‌آفرین برخوردار بود. اما ستاره‌ها به علت نبود رسانه‌های شخصی امروزی همچون اینترنت، توان تأثیرگذاری مستقیم و مستقل را نداشتند و اثرگذاری آنها مشروط به وابستگی به یکی رسانه‌های دولتی، نیمه دولتی و، یا مخالف حکومت بود. به همین دلیل به سرعت مورد توجه نیروهای سیاسی و اجتماعی قرار گرفتند. حکومت پهلوی به علت داشتن دست برتر در این حوزه، با حمایت از ستاره‌ها به ترویج ایدئولوژی شاهنشاهی و تبلیغ اقداماتی همچون اصلاحات ارضی و انقلاب سفید پرداخت. به‌طور کلی هدف حکومت در حمایت از ستاره‌ها، احیا و تداوم مشروعیت بود. گروه‌های مبارز و روشنفکران چپ‌گرا، ستاره‌هایی را بر نمی‌تافتند که در دربار پهلوی برنامه اجرا می‌کردند و آنها را نمادی از فرهنگ سلطنتی و سرمایه‌داری غرب معرفی می‌کردند و ضمن مخالفت با آنان به جذب ستاره‌های مستقل برآمدند. بیشتر گروه‌های مذهبی نیز طرفدار حذف فرهنگ شخص مشهور بودند. حاکمیت این نگرش پس از استقرار و تثبیت جمهوری اسلامی، به حذف بیش از یک دهه‌ای فرهنگ شخص مشهور در ایران انجامید.

منابع

- احمدی، مرتضی (۱۳۹۱)، *من و زندگی*، تهران: ققنوس.
- اجتهادی، مصطفی و وحید کشافی نیا (زمستان ۱۳۹۸)، «بررسی جامعه‌شناختی مخاطبان فرهنگ شخص مشهور در اینستاگرام فارسی»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال پنجم، شماره ۲۰.
- اجلالی، پرویز (۱۳۸۳) *دگرگونی اجتماعی و فیلم‌های سینمایی در ایران جامعه‌شناسی فیلم‌های عامه پسند ایرانی (۱۳۵۷-۱۳۰۹)*، تهران: فرهنگ و اندیشه.
- (۱۳۷۹)، *اسنادی از موسیقی، تئاتر و سینما در ایران (۱۳۵۷-۱۳۰۰ ه.ش)*، جلد ۲، تهیه و تنظیم معاونت خدمات مدیریت و اطلاع رسانی دفتر رئیس جمهور، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- اسناد مجلس شورای اسلامی. شناسه بازیابی: ۳۱۵۹۳/۲۳۰
- اسناد مجلس شورای اسلامی. شناسه بازیابی: ۳۳۶۸۷/۲۳۰
- اکبری، محمدعلی (۱۳۸۲)، *دولت و فرهنگ در ایران (۱۳۰۴-۱۳۵۷)*، تهران: انتشارات روزنامه ایران.
- برزین، مسعود (۱۳۴۵)، *شناسنامه مطبوعات ایران*، تهران: بهجت.
- بیگدلو، رضا (۱۳۹۶) *جریان‌های فرهنگی ایران معاصر*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- پناهی‌سمنانی، محمد (دی و بهمن ۱۳۷۸) «بچه خجولی که رستم شد»، مجله چیستا، شماره ۱۶۴ و ۱۶۵.
- (۱۹۸۵ م.)، *تاریخ شفاهی و تصویری ایران در عصر پهلوی دوم (گفت‌وگو با آقای ایرج گرگین)*، مصاحبه کننده: مهناز افخمی، لس‌آنجلس: بنیاد مطالعات ایران.
- (۲۰۰۹ م.)، *تاریخ شفاهی و تصویری ایران معاصر (گفت‌وگو با منوچهر بی‌بی‌یان، مالک تلویزیون جام جم و شرکت آپولون)*، مصاحبه کنندگان: حسین دهباشی و محمد فرزانه، لوس آنجلس.
- (۲۰۰۹ م.)، *تاریخ شفاهی و تصویری ایران معاصر (گفت‌وگو با عباس پهلوان سردبیر ماهنامه فردوسی)*، مصحح: محمد فرزانه، آمریکا.
- تنکابنی، فریدون (۱۳۴۷) «سال ۱۳۸۸» مجله آرش، دوره دوم، شماره پنجم.
- جعفری، شعبان (۱۳۸۰) *خاطرات شعبان جعفری*، به کوشش هما سرشار، تهران: آبفام.

- خسروپناه، محمدحسین (۱۳۹۶). *شب‌های نویسندگان و شاعران ایران* (انستیتو گوته)، تهران: پیام امروز.
- خیامی، عبدالکریم، علی اسکندری و مرضیه خلقتی (تابستان ۱۳۹۸)، «بازکاوی فرهنگ شخص مشهور گری و تعامل رسانه ملی با چهره‌ها»، فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری، سال ۱۳، شماره ۳۰.
- چلکوفسکی، پیت (۱۳۸۸)، «تفریحات عمومی، رسانه و تحول اجتماعی در ایران قرن بیستم»، تاریخ ایران کمبریج جلد ۷، مترجم تیمور قادری، قسمت ۳، تهران: مهتاب و آبفام.
- رسول اف، رامین (۱۳۸۹)، *نخستین‌های تاریخ روزنامه نگاری ایران*، تهران: جامعه‌شناسان. روزنامه آیندگان، ۱۳۵۶/۹/۲۱، شماره ۲۹۹۴.
- روزنامه شرق، (دی ۱۳۹۰)، «مصاحبه با حسین شاه‌حسینی».
- روزنامه اطلاعات، (پنج‌شنبه ۱۷ بهمن ۱۳۴۷؛ سه‌شنبه ۹ بهمن ۱۳۵۲؛ ۸ دی ۱۳۵۵).
- روزنامه خراسان، (دی ۱۳۹۸)، «ناشنیده‌هایی از زندگی فرهاد مهراد».
- طالبان، محمدرضا (بهار و تابستان ۱۳۸۹). «تحلیل خلاف واقع در تبیین‌های تاریخی علوم اجتماعی»، علوم اجتماعی، شماره ۱، پیاپی ۱۵.
- سرتیپ‌زاده، بیژن و کبری خداپرست (۱۳۵۷)، *فهرست مجله‌های موجود در کتابخانه ملی ایران*، تهران: وزارت فرهنگ و هنر.
- شعاعی، حمید (۱۳۵۴)، *فرهنگ سینمای ایران*، تهران: شرکت تعاونی تهیه و توزیع ناشران و کتاب‌فروشان.
- صدر، حمیدرضا (۱۳۸۱)، *درآمدی بر تاریخ سیاسی سینمای ایران*، تهران: نشر نی.
- علی‌پور هرچگانی زاده، سعید (۱۳۹۱)، *تبارشناسی ستاره‌ای سینمای ایران*، تهران: نشر علم.
- (۱۳۸۹)، *فرهنگ واژه‌های مصوب*، دفتر پانزدهم، تهران: فرهنگستان زبان و ادب فارسی.
- کسرای، سیاوش (۱۳۸۶)، *از آوا تا هوای آفتاب*، تهران: نشر کتاب ناد.
- کشانی، علی اصغر (۱۳۸۶)، *روند تعامل سینمای ایران و حکومت پهلوی*، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- کشمور، الیس (۱۳۹۷) *فرهنگ شهرست*، مترجم احسان شاه قاسمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
- کیانین، رضا (۱۳۹۰) *بازیگری؛ مقالات و یک گفت‌وگو*، تهران: نیلا.
- گلستان، شاهرخ (۱۳۷۴)، *فانوس خیال: تاریخ سینمای ایران به روایت بی بی سی*، تهران:

| تشکیل فرهنگ شخص مشهور در ایران و جایگاه اجتماعی و سیاسی آن در دوره پلوی... | ۷۳

کویر.

گلدمن، نلسون (۱۳۷۴)، «شرطی‌های خلاف واقع»، مترجم رضا گندمی نصرآبادی، مجله نامه مفید، شماره ۲۴.

مستغاثی، سعید (۱۳۹۶)، نیمه پنهان ۶۲ (حکایت سینماتوگراف: واکاوی تاریخ سینمای ایران)، تهران: کیهان.

مجله درسهایی از مکتب اسلام (اردیبهشت ۱۳۴۷)، شماره‌های ۶ و ۵.

مجله مکتب تشیع (خرداد ۱۳۳۹)، سال دوم،

مجله مکتب تشیع (دی ۱۳۳۸)، شماره دو.

مجله مهر (شهریور ۱۳۱۷)، سال ششم، شماره ۴.

مجله اطلاعات بانوان (دوشنبه ۲۰ مرداد ۱۳۳۷)، شماره ۷.

مجله اطلاعات بانوان (دوشنبه ۲۰ مهر).

مجله اطلاعات هفتگی (جمعه ۲۱ آبان ۱۳۴۳)، شماره ۱۲۰۳.

مجله اطلاعات جوانان (۱۲ آذر ۱۳۵۶).

مجله تماشا (۱۲ فروردین ۱۳۵۰)، سال اول، شماره ۲.

مجله تماشا (۷ مرداد ۱۳۵۰)، شماره ۱۹.

مجله تماشا (خرداد ۱۳۵۰)، سال اول، شماره ۱۰.

مجله تماشا (۱۳۵۰)، شماره ۱۵.

مجله تماشا (۱۳۵۰)، سال اول، شماره ۱۱.

مجله ستاره سینما (۱۳۳۲)، شماره ۲.

مجله ستاره سینما (۲۸ مهر ۱۳۳۳)، شماره ۱۶.

مجله ستاره سینما (۱۳۳۳)، شماره ۱۹.

مجله ستاره سینما (سال ۱۳۴۸).

مجله سینما و نمایشات (مرداد ۱۳۰۹)، سال اول، شماره اول.

مجله فردوسی (مرداد ۱۳۵۱)، شماره ۱۰۷۴، سال ۲۴.

مجله فیلم و هنر (فروردین ۱۳۴۹).

(۱۳۵۷)، مجموعه قوانین و مقررات وزارت فرهنگ و هنر، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و هنر.

مسعود انصاری، احمد علی (۱۳۷۱). پس از سقوط: سرگذشت خاندان پهلوی در دوران

- آوارگی (خاطرات احمد علی مسعود انصاری، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای سیاسی.
- میرمیرانی، علی (۱۳۸۰)، *مردان بازیگر سینمای ایران*، تهران: نقش و نگار.
- نامجو، علی (۱۳۹۷)، «فرهاد زندگی غم انگیزی داشت» هفته نامه صدا.
- نبوی، سید ابراهیم، (۲۰۱۳/۱۳۹۲). *آوازه های زیر زمین (تاریخچه موسیقی راک ایرانی)*، لندن: نشر نوگام.
- وثوقی، بهروز (۲۰۰۴). *بهروز وثوقی (زندگی نامه)*، به کوشش ناصر زراعتی، سانفرانسیسکو/ کالیفرنیا: آران پرس.
- Bell, D (2001). *An Introduction to Cybrecultures*, London: Routledge.
- Galber, Neal (2001), *Toward a New Definition of Celebrity*, Normal Lear Center, University of Southern California Annenberg School for Communication.
- Grout, Holly (2019), "Celebrity matters" Published by Aeon on: 16 th July.
- Rojek, chris (2001), *Celebrity*, London: Reaktion Books Ltd.

List of sources with English hand writing

- Ahmadī, Morteżā (2012), *Man va Zendeġī*, Tehran: Qoqnūs.
- Akbarī, Moḥammad ‘Alī (2003) *Government and Culture in Iran (1357-1357)*, Tehran: Enteshārāt-e Rūznāme Iran.
- ‘Alipoūr Herčegānīzādeh, Sa‘eed (2012), *Genealogy of Iranian Cinema Stars*, Tehran: ‘ElmPublishing.
- Āyandegān Newspaper, 9/21/1356, No. 2994.
- Barzīn, Mas‘oud (1345), *Šenāsnāme Maṭbū‘āt-e Iran*, Tehran: Behjat.
- Bīgdeloū, Reżā (2017), *Cultural Currents in Contemporary Iran*, Tehran: Research Institute for Islamic Culture and Thought.
- Cashmore, Ernest (1397), *Celebrity culture*, translated by Eḥsān Šāh Qasemī, Tehran: Research center for Culture, Art and Communication.
- Chelkovsky, Peter (2009), "Public Entertainment, Media, and Social Transformation in Twentieth-Century Iran," *Cambridge History of Iran*, vol. 7, translated by Teīmūr Qāderī, Part 3, Tehran: Mahtāb and Ābfām.
- Cinema Star Magazine Vol. 2, 1332; Vol. 16, 28 Mehr 1333; Vol. 19 1333; 1348.
- Collection of rules and regulations of the Ministry of Culture and Arts (1978), Tehran: Ministry of Culture and Arts Publications.
- Documents of the Islamic Parliament of Iran. Recovery ID: 230/31593
- Documents of the Islamic Parliament of Iran. Recovery ID: 230/33687
- Documents on music, theater and cinema in Iran (1379-1357 AH) (2000), vol. 2, prepared and arranged by the Deputy of Management and Information Services of the President's Office, Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance.
- Ejlālī, Parvīz (2004), *Social Transformation and Cinematic Films in Iran: Sociology of Popular Iranian Films (1307-1309)*, Tehran: Culture and Thought.
- Ejtehādī, Moštāfā and Vahīd Kāšefīnīyā (1398), "A Sociological Study Of Celebrity Culture Audiences In Persian Instagram", *Quarterly Journal of New Media Studies*, Vol. 5, No. 20, Winter.
- Eṭelā‘āt newspaper: Thursday, 17 Bahman, 1347; Tuesday 9 Bahman 1352; 8 Dey 1355.
- Farhang-e Vāzehā-ye Mošavab (2010), Book 15, Tehran: Academy of Persian Language and Literature.
- Ferdowsi Magazine, No. 1074, No. 24, Mordad 1351
- Goldman, Nelson (1374), "The Problem Of Counterfactual Conditionals", translated by Reżā Gandomī Našrābādī, *Mofid Magazine*, Vol. 24.
- Golestān, Šāhrok (1374), *Fanoos-e kīyāl*, *History of Iranian Cinema as narrated by BBC*, Tehran: Kavīr.
- Ja‘farī, Ša‘bān (2001) *Memoirs of Ša‘bān Ja‘farī*, by Homā SarŠār, Tehran: Ābfām.
- Journal of Cinema and Nemāyešāt*, Volume 1, Issue 1, Mordad 1309.
- Journal of Film and Art*, Farvardin 1970.
- Journal of Lessons from the School of Islam*, Vol. 6, May 1347. Vol. 5, Vol. 2, June 1339.
- Journal of Shiite School*, Volume 2, December 1338.
- Journal of Youth Information*, December 3, 1977.
- Kasra‘ī, Sīyāvaš (2007), *Az Āvā tā Havā-ye Āftab*, Tehran: Našr-e Ketāb-e Nād.
- kayāmī, ‘Abdolkarīm, Eskandarī, ‘Alī and Marzīyeh kelqatī, "Analytical Study of Celebrity Culture and of IRIB Interaction with Celebrities", *Journal of Visual and Audio Media*, Vol. 13, No. 30, Summer 1398.

- Kešānī, ‘Alī Aṣḡar (2007), *The Process of Interaction between Iranian Cinema and the Pahlavi Government*, Tehran: Islamic Revolution Documens Center.
- Khorasan newspaper, "Unheard of Farhād Mehrād's life", December 2017.
- Kīmīyā’ī, Mass’oūd (1398), "Mo’amāy-e Gavaznhā / Mass’oūd Kīmīyā’ī: SAVAK changed the end of the film", Iranian History Website.
- Kīyānīyān, Reżā (2011), *Acting; Articles and a Conversation*, Tehran: Nīla.
- kosrūpanāh, Moḥammad Ḥosseīn (1396). *Nights of Iranian Writers and Poets* (Goethe Institute), Tehran: Payām-e Emrooz.
- Mas’oud Anṣārī, Aḥmad ‘Alī (1371). *After the Fall: The Story of the Pahlavi Dynasty during Displacement*, Memoirs of Aḥmad ‘Alī Mas’oud Anṣārī, Tehran: Political Studies and Research institute.
- Mehr Magazine, September 1317, Q6, No. 4.
- Mīrmīrānī, ‘Alī (2001), *Men Actors in Iranian Cinema*, Tehran: Naqš va Negār.
- Mostaḡāsi, Sa’eed (1396), *Nīme-e Penhān* 62; *Cinematographer's story: An analysis of the history of Iranian cinema*, Tehran: Keyhān.
- Nabavī, Seyed Ebrāhīm (2013) *Āvāzhā-ye Zīrzamīnī*; *History of Iranian rock music*. London: Nogām Publishing.
- Nāmjoo, ‘Alī (1397), "Farhad had a sad life" *Hafta Nāme sedā*.
- Oral and Visual History of Contemporary Iran (2009) Interview with Manoūčehr Bībīyān, Owner of jām jām TV and Apollon Company, Interviewers: Ḥosseīn Dehbāši and Moḥammad Farzāneh, Los Angeles.
- Oral and Visual History of Contemporary Iran (2009): Interview with ‘Abbās Pahlavān, Editor-in-Chief of Ferdowsī Monthly, edited by Moḥammad Farzāneh, USA.
- Oral and Visual History of Iran in the Second Pahlavi Era (1985) Interview with Mr. Iraḡ Gorgīn, Interviewer: Mahnaz Afḡamī, Los Angeles: Foundation for Iranian Studies.
- Panāhī Semnānī, Moḥammad (1999), "The shy child who became Rustam", *Chista Magazine*, January and February, No. 164 and 165.
- Rasūl F, Rāmīn (2010), *The Early History of Iranian Journalism*, Tehran: Sociologists.
- Šarq newspaper, interview with Ḥosseīn Šāh Ḥosseīnī, December 2011.
- Sartūpzādeh, Bījān and Kobrā ḡodāparast (1978), *The List of Magazines in the National Library of Iran*, Tehran: Ministry of Culture and Arts.
- Šo’ā’ī, Ḥamīd (1975), *The Culture of Iranian Cinema*, Tehran: Šerkat-e Ta’āvonī-ye Tahīye va Tūzī’-e Nāšērān va Ketābforūšān.
- Tālebān, Moḥammad Reżā (2010), "Using Counterfactual Analysis For Providing Historical Explanations In Social Sciences", *Social Sciences*, Vol. 1 (15), Spring and Summer.
- Tamāšā Magazine, Volume 1, Issue 2, 12 Farvardin, 1350; Issue 19, 7 Mordad 1350; Volume 1, Issue 10, Khordad 1350, Issue 15, 1350, Volume 1, Issue 11, 1350.
- Tonekābonī, Fereydoūn (1347) "Sāl-e 1388" *Arash Magazine*, Volume 2, Number 5.
- Vosouqī, Behrooz (2004). *Behrouz Vosoughi (Biography)*, by Nāšēr Zerā’atī, San Francisco, California: Ārān Press.
- Weekly Information Magazine, Friday, November 12, 1964, No. 1203.
- Women's Information Magazine, Monday, August 11, 1337, Vol. 7; Women's Information, Monday, October 11, 1964