تغییر مرجعیت رسانه‌ای در عصر اینفلوئنسرها چطور اتفاق افتاد؟

ناشناخته برای پدران، ستاره برای پسران

تأملی بر تجمع غیرمنتظره نسل آلفا در یکی از مراکز تجاری به دعوت یک یوتیوبر

مطالعات فرهنگی
زهره ساعی
استاد مطالعات فرهنگی

فراخوان یکی از چهره‌های پرمخاطب شبکه‌های اجتماعی برای دیدار با دنبال‌کنندگانش در یکی از مراکز تجاری تهران، به گردهمایی هزاران نوجوان انجامید؛ تجمعی که به دلیل ازدحام جمعیت از کنترل خارج شد و فعالیت این مجموعه را برای ساعاتی مختل کرد. آنچه این رخداد را به موضوعی فراتر از یک خبر شهری تبدیل کرد، صرفاً شمار حاضران نبود، بلکه شگفتی بسیاری از بزرگسالان و حتی ناظران فرهنگی از این واقعیت بود که فرد دعوت‌کننده، با وجود برخورداری از میلیون‌ها دنبال‌کننده در فضای مجازی، برای بخش بزرگی از جامعه و رسانه‌های رسمی چهره‌ای ناشناخته است.

این اتفاق بار دیگر این پرسش را پیش کشید که مرجعیت اجتماعی و فرهنگی در جامعه امروز چگونه دگرگون شده و نسل آلفا یا دهه نودی‌ها، اعتماد و الهام خود را از چه منابعی کسب می‌کنند. یادداشت پیش رو تلاشی است برای اندیشیدن به این دگرگونی؛ نه از منظر داوری درباره یک چهره یا یک رویداد، بلکه از منظر تحولی عمیق‌تر در سازوکار شکل‌گیری مرجعیت در عصر شبکه‌های اجتماعی.

گاهی یک رویداد روزمره، بیش از آنکه خبر باشد، نشانه است؛ نشانه تغییری که سال‌ها در حال وقوع بوده اما تنها در لحظه‌ای خاص خود را آشکار می‌کند. گردهم‌آمدن هزاران نوجوان دهه نودی به دعوت یک چهره فعال در شبکه‌های اجتماعی را نیز می‌توان از همین جنس دانست. اهمیت این رخداد نه در نام دعوت‌کننده است و نه حتی در شمار حاضرانش؛ اهمیت آن در این پرسش است که در دنیای امروز چه کسی و چگونه مرجع می‌شود؟

نسل آلفا؛ بی‌تفاوت به مرجعیت‌های کلاسیک

جامعه معاصر دیگر با الگوی کلاسیک مرجعیت اداره نمی‌شود. زمانی مرجعیت فرهنگی عمدتاً از نهادهای رسمی، رسانه‌های فراگیر، دانشگاه‌ها، احزاب، روحانیون، روشنفکران یا چهره‌های شناخته‌شده هنری و ادبی برمی‌خاست. این نهادها دروازه‌بانان عرصه عمومی بودند؛ تعیین می‌کردند چه کسی دیده شود، چه سخنی شنیده شود و چه موضوعی به گفت‌وگوی عمومی راه یابد. اما انقلاب دیجیتال این انحصار را به‌تدریج از میان برد. امروز مرجعیت بیش از آنکه به جایگاه نهادی وابسته باشد، به «توانایی برقراری رابطه» بستگی دارد. دلیل این دگرگونی را باید در منطق ارتباطات شبکه‌ای جست‌وجو کرد؛ جایی که الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی، محتوا را بر اساس میزان تعامل، مشارکت و توجه کاربران توزیع می‌کنند. در چنین فضایی، «اقتصاد توجه» به یکی از مهم‌ترین منابع قدرت تبدیل شده است؛ یعنی، هر آن که بتواند به‌طور مستمر مخاطب را درگیر کند، شانس بیشتری برای تبدیل شدن به مرجع خواهد داشت. این الگوریتم‌ها همچنین با تغذیه هر کاربر از محتوای هم‌سو با علایقش، «حباب‌های اطلاعاتی» یا «اتاق‌های پژواک» می‌سازند که در آنها کاربران عمدتاً با دیدگاه‌ها و چهره‌های آشنا روبه‌رو می‌شوند. نتیجه آنکه، چهره‌های محبوب یک نسل، به‌سادگی در فضای معاشرتی نسل دیگر دیده نمی‌شوند و همین امر، چندپارگی عرصه عمومی را تشدید می‌کند.

از سوی دیگر، استمرار ارتباط روزمره، نوعی احساس صمیمیت و آشنایی میان مخاطب و تولیدکننده محتوا ایجاد می‌کند؛ رابطه‌ای که پژوهشگران رسانه از آن با عنوان «روابط شبه‌اجتماعی» یاد می‌کنند. این احساس نزدیکی، حتی بدون تماس مستقیم، می‌تواند اعتماد و اثرگذاری قابل‌توجهی ایجاد کند. از این رو، نسلی که بخش بزرگی از زندگی روزمره خود را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذراند، طبیعی است که مرجعیت را نیز در همان زیست‌جهان جست‌وجو کند. این پدیده، گواهی بر تغییر سازوکار نفوذ اجتماعی در عصر دیجیتال است.

قواعد نفوذ اجتماعی در قبیله‌های دیجیتال

در چنین شرایطی، ناشناخته بودن یک چهره برای نسل‌های دیگر، حکایت از چندپارگی عرصه عمومی دارد. همان‌گونه که مانوئل کاستلز در توصیف «جامعه شبکه‌ای» نشان می‌دهد، شبکه‌های ارتباطی جدید موجب شده‌اند گروه‌های مختلف در مدارهای ارتباطی متفاوتی زندگی کنند و هر یک منابع اطلاعات، نمادها و چهره‌های مرجع خود را داشته باشند. به همین دلیل، ممکن است فردی برای میلیون‌ها نفر مرجع فرهنگی باشد، بی‌آنکه در زیست‌جهان نسل یا گروهی دیگر شناخته شده باشد. این وضعیت، بیانگر تکثر عرصه عمومی و تنوع فزاینده فضاهای ارتباطی در دنیای امروز است.

این پدیده، مختص به ایران نیست. در سال‌های اخیر، تجمعات پرشور و گاه شلوغِ طرفداران چهره‌هایی چون «مستر بیست» در آمریکای لاتین، یا «لوگان پال» و «کی‌اس‌آی» در اروپا و آمریکا، بارها خبرساز شده و ناظران را شگفت‌زده کرده است. این رخدادهای فراملی نشان می‌دهد که تغییر الگوی مرجعیت، یک تحول جهانی و ساختاری است و ریشه در منطق تازه‌ای دارد که زیست‌بوم دیجیتال بر همه جوامع تحمیل کرده است.

البته باید به این نکته هم آگاه باشیم که از نگاه محققان مطالعات فرهنگی، هر تغییری در مرجعیت الزاماً به معنای افول کیفیت نیست. همان‌گونه که روزگاری گسترش مطبوعات، رادیو و تلویزیون نظم پیشین انتقال فرهنگ را دگرگون کرد، امروز نیز شبکه‌های اجتماعی قواعد تازه‌ای برای تولید و توزیع نفوذ اجتماعی پدید آورده‌اند. در هر دوره، فناوری‌های ارتباطی تازه، صورت‌بندی جدیدی از اقتدار فرهنگی را شکل داده‌اند.

البته این تحول، پرسش‌های مهمی نیز به همراه دارد. مرجعیت شبکه‌ای از آنجا که در بستری رقابتی و مبتنی بر جلب توجه شکل می‌گیرد، هم می‌تواند امکان دیده شدن صداهای تازه و متنوع را فراهم کند و هم خطر غلبه محتوای هیجان‌محور، سطحی یا زودگذر را افزایش دهد. پاسخ این چالش، انکار یا حذف این فضا نیست؛ بلکه ارتقای کیفیت حضور در آن است. همان‌گونه که رسانه‌های سنتی در طول زمان قواعد حرفه‌ای و اخلاقی خود را شکل دادند، زیست‌بوم دیجیتال نیز نیازمند تقویت سواد رسانه‌ای، مسئولیت‌پذیری تولیدکنندگان محتوا و افزایش توان انتقادی مخاطبان است.

از سوی دیگر، استقبال گسترده نوجوانان از چنین فراخوان‌هایی را نباید صرفاً به جذابیت یک چهره فروکاست. این حضور، نشانه نیاز نسلی است که در جست‌وجوی تجربه مشترک، احساس تعلق و دیده شدن است. شبکه‌های اجتماعی این نیاز را مریی می‌کنند، اما آن را خلق نمی‌کنند. اگر امکان مشارکت اجتماعی، فعالیت فرهنگی و تجربه‌های جمعی معنادار را برای این نسل فراهم نکنیم، طبیعی است که این نیاز در قالب‌هایی تازه و گاه پیش‌بینی‌نشده بروز یابد.

اگر نهادهای فرهنگی، دانشگاه‌ها، رسانه‌ها و روشنفکران احساس می‌کنند از نسل جدید فاصله گرفته‌اند، شاید مسأله آن نباشد که نسل جوان مرجعیت را کنار گذاشته است؛ بلکه مرجعیت، میان بازیگران بیشتری توزیع شده و از الگویی عمدتاً عمودی به الگویی شبکه‌ای، افقی‌تر و تعاملی‌تر تغییر یافته است

ناشناخته بودن یک چهره برای نسل‌های دیگر، حکایت از چندپارگی عرصه عمومی دارد. همان‌گونه که مانوئل کاستلز در توصیف «جامعه شبکه‌ای» نشان می‌دهد، شبکه‌های ارتباطی جدید موجب شده‌اند گروه‌های مختلف در مدارهای ارتباطی متفاوتی زندگی کنند و هر یک منابع اطلاعات، نمادها و چهره‌های مرجع خود را داشته باشند

راز سوپراستارهای دیجیتال

برش

در دنیای امروز، «مرجع بودن» دیگر به معنای سخن گفتن از جایگاهی بلند و انتظار برای شنیده شدن نیست؛ بلکه به معنای توانایی ساختن رابطه، فهمیدن زبان مخاطب و حضور در زیست‌جهان اوست. فناوری‌های ارتباطی نه مرجعیت را از میان برده‌اند و نه آن را بی‌اهمیت کرده‌اند؛ بلکه سازوکار تولید و توزیع آن را دگرگون ساخته‌اند. اگر نهادهای فرهنگی، دانشگاه‌ها، رسانه‌ها و روشنفکران احساس می‌کنند از نسل جدید فاصله گرفته‌اند، شاید مسأله آن نباشد که نسل جوان مرجعیت را کنار گذاشته است؛ بلکه مرجعیت، میان بازیگران بیشتری توزیع شده و از الگویی عمدتاً عمودی به الگویی شبکه‌ای، افقی‌تر و تعاملی‌تر تغییر یافته است. فهم این منطق تازه، اولین گام برای گفت‌وگو با جامعه‌ای است که دیگر با نقشه‌های دیروز قابل خوانش نیست.

آگهی مزایده عمومی به‌شماره ۰۱-۱۴۰۵

موضوع مزایده: فروش ضایعات و سرباره‌های تولید

شرکت صنایع مس شهید باهنر

شرکت صنایع مس شهید باهنر
Bahonar Copper Industries Co.

شرکت صنایع مس شهید باهنر (سهامی عام) به‌شماره ثبت ۱۶۴۹۸ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۹۴۱۴۷۳ در نظر دارد **ضایعات و سرباره‌های تولید خود شامل مذاب جداسازی FB (سرباره)، زیر سرندی FB (سرباره)، اکسید مس، کیک فیلتر پرس و نسوز حاوی مذاب** خود را به‌فروش برساند. کلیه اشخاص و شرکت‌های واجد شرایط می‌توانند براساس شرایط ذیل، در این مزایده شرکت نمایند:

مشخصات مزایده

۱- موضوع مزایده:
فروش ضایعات و سرباره‌های تولید براساس مشخصات و میزان مندرج در اسناد مزایده.

۲- محل تحویل اقلام مزایده:
انبار شرکت صنایع مس شهید باهنر واقع در شهر کرمان بعد از شهرک صنعتی خضراء.

۳- مدت زمان اجرای قرارداد:
۶۰ روزکاری پس از واریز وجه اقلام مزایده.

۴- نحوه دریافت اسناد مزایده:
از روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۰۷ می‌توانند جهت دریافت اسناد به آدرس ذیل مراجعه و یا اسناد را مستقیما از طریق سایت به نشانی www.csp.ir دریافت نمایند.

۵- نحوه تحویل پیشنهادها:
متقاضیان می‌بایست پاکات پیشنهاد خود را در سه پاکت مجزا (الف: تضمین شرکت، ب: اسنادمزایده، ج: پیشنهاد مالی) لاک و مهر شده، حداکثر تا ساعت ۱۴ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۵ به دبیرخانه محرمانه حراست تحویل دهند.
درج شماره مزایده بر روی پاکات الزامی است.

۶- مبلغ تضمین شرکت در مزایده:
میزان تضمین شرکت در مزایده براساس جدول مندرج در اسناد مزایده می‌باشد که می‌بایست به‌صورت ضمانت‌نامه معتبر بانکی یا واریز نقدی به حساب شرکت، مطابق با مشخصات مندرج در اسناد مزایده باشد.

۷- شرایط شرکت‌کنندگان:
- ثبت‌نام در نظام امور مالیاتی کشور و ارائه شناسه ملی/کد ملی به‌همراه ارائه کد اقتصادی برای همه مزایده‌گرها الزامی است و پیشنهادات فاقد کد اقتصادی بررسی نخواهند شد.

۸- سایر توضیحات:
- شرکت در مزایده و تحویل پیشنهادات، به منزله قبول کلیه شرایط مندرج در اسناد مزایده است.
- به پیشنهادهای ناقص یا فاقد تضمین ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- شرکت در رد یا قبول پیشنهادات مختار است و شرکت‌کنندگان حق هیچ‌گونه اعتراضی نخواهند داشت.

برای دریافت اطلاعات بیشتر، با شماره ۳۱۲۲۷۱۵۴-۰۳۴ تماس حاصل فرمایید.
نشانی: کرمان، کیلومتر ۱۲ بزرگراه آیت ا... هاشمی رفسنجانی، شرکت صنایع مس شهید باهنر.

IRAN DAILY
1877
www.newspaper.iran-daily.com

آگهی مفقودی

برگ سبز و کارت خودرو (زیل کمپرسی)
رنگ: آبی روغنی مدل: ۱۹۷۴ شماره انتظامی: ۴۶ ایران ۳۴۲ ع ۲۶
به‌شماره موتور: ۴۸۲۱۶۵ به‌شماره شاسی: ۸۵۵۹۰۸
به مالکیت: محمد احمدی کوزه گرانی
فرزند: احمد شماره ملی: ۲۶۶۹۴۷۹۲۲۷
مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

آگهی مناقصه عمومی

شهرداری کرج

شهرداری کرج در نظر دارد برابر بودجه مصوب شورای اسلامی شهر، پروژه‌های مندرج در جدول ذیل را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط که دارای گواهی تعیین صلاحیت و رتبه‌بندی ۱ تا ۳ شرکت‌های خدماتی، پشتیبانی و فنی مهندسی از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی می‌باشد، واگذار نماید.

ردیف	شرح پروژه	شماره آگهی	مبلغ برآورد پایه سالیانه به ریال	مبلغ سپرده به ریال
۱	انجام امور خدمات شهری منطقه ۱	۲۰۰۵۰۰۵۲۶۵۰۰۰۰۶۰	۹۰۹.۲۰۴.۵۱۴.۷۲۶	۴۵.۴۶۰.۲۲۵.۷۴۰
۲	انجام امور خدمات شهری منطقه ۲	۲۰۰۵۰۰۵۲۶۵۰۰۰۰۶۱	۹۵۵.۷۴۰.۱۰۹.۷۹۹	۴۷.۷۸۷.۰۰۵.۴۹۰
۳	انجام امور خدمات شهری منطقه ۳	۲۰۰۵۰۰۵۲۶۵۰۰۰۰۶۲	۹۱۶.۲۵۶.۶۴۶.۱۶۲	۴۵.۸۱۲.۸۳۲.۳۱۰
۴	انجام امور خدمات شهری منطقه ۴	۲۰۰۵۰۰۵۲۶۵۰۰۰۰۶۳	۱.۰۴۶.۴۵۹.۴۰۷.۷۴۱	۵۲.۳۲۲.۹۷۰.۳۹۰
۵	انجام امور خدمات شهری منطقه ۵	۲۰۰۵۰۰۵۲۶۵۰۰۰۰۶۴	۱.۱۶۳.۱۲۳.۲۶۹.۳۸۴	۵۸.۱۵۶.۱۶۳.۴۷۰
۶	انجام امور خدمات شهری منطقه ۷	۲۰۰۵۰۰۵۲۶۵۰۰۰۰۶۵	۱.۱۱۱.۵۰۷.۸۱۲.۱۱۳	۵۵.۵۷۵.۳۹۰.۶۱۰
۷	انجام امور خدمات شهری منطقه ۸	۲۰۰۵۰۰۵۲۶۵۰۰۰۰۶۶	۸۶۱.۸۳۳.۳۰۱.۶۰۷	۴۳.۰۹۱.۶۶۵.۰۰۰
۸	انجام امور خدمات شهری منطقه ۹	۲۰۰۵۰۰۵۲۶۵۰۰۰۰۶۷	۸۱۹.۶۴۱.۷۳۱.۳۲۱	۴۰.۹۸۲.۰۸۶.۵۷۰

۱- سپرده شرکت در مناقصه به یکی از روش‌های ذیل ارائه گردد:
ضمانت‌نامه بانکی معادل مبلغ فوق که به مدت ۹۰ روز اعتبار داشته و قابل تمدید باشد و یا واریز فیش نقدی به مبلغ فوق به‌حساب ۷۰۰۷۸۶۹۴۴۸۶۲۳ بانک شهر
۲- برندگان نفر اول و دوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.
۳- مبلغ ۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال به‌عنوان هزینه خرید اسناد به‌حساب ۷۰۰۷۸۵۳۱۳۷۹۵ به‌نام شهرداری کرج از طریق سامانه الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir می‌بایست واریز گردد.
۴- متقاضیان می‌توانند از تاریخ انتشار آگهی تا ساعت ۱۳:۰۰ تاریخ ۱۴۰۵/۵/۱۴ جهت خرید اسناد مناقصه به سامانه الکترونیک دولت (ستاد) مراجعه نمایند.
۵- شرکت‌کنندگان می‌بایست ضمن بارگذاری ضمانت‌نامه شرکت در مناقصه در سامانه ستاد، نسبت به تحویل اصل ضمانت‌نامه تا ساعت ۱۳:۰۰ تاریخ ۱۴۰۵/۵/۲۴ به آدرس کرج - میدان توحید - بلوار بلال- امور قراردادها و پیمان‌ها شهرداری کرج واقع در طبقه هفتم اقدام نمایند.
۶- درصورت بروز هرگونه تناقض در موارد مندرج در آگهی با سامانه ستاد، ملاک عمل سامانه ستاد خواهد بود.
۷- پیشنهادات رسیده در مورخ ۱۴۰۵/۵/۲۵ در کمیسیون عالی معاملات شهرداری کرج مطرح و پس از بررسی و کنترل، برنده مناقصه اعلام خواهد شد. لازم به‌ذکر است شرکت‌کنندگان مجاز به حضور در جلسه بازگشایی پاکات خواهند بود.
۸- هزینه چاپ آگهی به‌عهده برنده مناقصه می‌باشد.
جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۹۱۲۳۱۳۸۷۸۵ تماس و یا به سایت www.karaj.ir مراجعه نمایید.

اداره امور قراردادها و پیمان‌ها - شهرداری کرج

آگهی تجمیعی مزایده

۲۰ تن ضایعات نایلونی و ۲۰ تن روغن ضایعاتی نوبت اول

شرکت پتروشیمی ایلام به استناد مجوز صادره از کمیسیون معاملات، مزایدات زیر را به‌صورت مزایده عمومی یک‌مرحله‌ای به‌شرح ذیل برگزار می‌نماید:
۱- فروش ۲۰ تن ضایعات نایلونی شامل شیرینک و کیسه‌های FFS ضمانت‌نامه شرکت در مزایده به میزان ۷۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال (هفتصد میلیون ریال) ILPC-A-05-011
۲- فروش ۲۰ تن روغن ضایعاتی/ضمانت‌نامه شرکت در مزایده به میزان ۲۵۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال (دویست و پنجاه میلیون ریال) ILPC-A-05-008
لذا بدین‌وسیله از شرکت‌های واجد شرایط دعوت می‌گردد در صورت تمایل به شرکت در این مناقصات، از تاریخ ۱۴۰۵/۰۵/۰۶ به آدرس سامانه کمیسیون معاملات پتروشیمی ایلام https://dargah.ilampetro.ir مراجعه و نسبت به دریافت اسناد مزایده اقدام و حداکثر تا ساعت ۱۶:۰۰ مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۱۸ اطلاعات را در سامانه مذکور بارگذاری نمایند.
- تهران، میدان شیخ بهایی، پلاک ۱۸، ساختمان رایان ونک، طبقه پنجم، واحد ۵۰۸، واحد کمیسیون معاملات
- ایلام - چوار- نرسیده به روستای آبزا - مجتمع پتروشیمی ایلام - دبیرخانه کمیسیون معاملات
سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مزایده آمده است. درصورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر مزایده‌گران می‌توانند با شماره همراه ۰۹۹۱۲۰۵۳۷۵۶ یا شماره تلفن: ۰۸۴-۳۸۳۹۰۰۰۰ داخلی ۴۲۱۵ - ۲۲۱۳ تماس حاصل فرمایند.
آدرس: ایلام - چوار - نرسیده به روستای آبزا- مجتمع پتروشیمی ایلام
تارنمای شرکت: www.ilampetro.ir /بخش کمیسیون معاملات/ زیر بخش مزایدات
تلفن: ۰۸۴۳۸۳۹۰۰۰۰ داخلی ۴۲۱۵-۲۲۱۳ **فکس:** ۰۸۴۳۲۷۲۳۹۴۸ **کدپستی:** ۶۹۳۶۱۵۹۷۰۰
روابط عمومی شرکت پتروشیمی ایلام (سهامی خاص)