بررسی جامعه‌شناسی محبوبیت چهره‌های جدید مجازی

نسل جدید، بی‌سواد و سطحی نیست

گزارش

سمیه افشین‌فر
گروه گزارش

هزاران نوجوان برای دیدن یک اینفلوئنسر در یک گردهمایی (ایونت) صف می‌کشند، خیابان‌ها مملو از جمعیت می‌شود، فیلم‌ها در شبکه‌های اجتماعی دست‌به‌دست می‌شود و بحثی داغ درباره چرایی این استقبال شکل می‌گیرد. چند سال قبل نیز میلیون‌ها نفر در مراسم تشییع یک خواننده حضوری کم‌سابقه رقم زدند؛ حضوری که بسیاری از تحلیلگران را شگفت‌زده کرد. در مقابل، کم نیستند نویسندگان، استادان دانشگاه، هنرمندان برجسته و اندیشمندانی که دهه‌ها برای فرهنگ و هنر این سرزمین زحمت کشیده‌اند، اما در سکوت و با حضور افرادی اندک بدرقه شده‌اند. آیا جامعه ارزش‌های خود را تغییر داده است؟ آیا تخصص دیگر اهمیتی ندارد؟

واقعیت این است که مسأله نه این یوتیوبر جوان است، نه مرتضی پاشایی و نه هیچ چهره مشهور دیگری. مصطفی آب‌روشن، جامعه‌شناس و استاد دانشگاه درباره این اتفاق به «ایران» می‌گوید: «امروز شهرت با سرعتی بسیار بیشتر از اعتبار تولید می‌شود و شبکه‌های اجتماعی، کارخانه‌های شبانه‌روزی تولید چهره‌های مرجع شده‌اند. در چنین فضایی، دیگر مدرک دانشگاهی، سال‌ها تجربه یا جایگاه حرفه‌ای، تضمین‌کننده اثرگذاری نیست؛ آنچه تعیین‌کننده است، توانایی جلب توجه است. ما وارد عصر اقتصاد توجه شده‌ایم؛ عصری که در آن، هر کس بتواند نگاه‌های بیشتری را به خود معطوف کند، قدرت اجتماعی بیشتری نیز به دست می‌آورد، حتی اگر از نظر علمی یا تخصصی جایگاه برجسته‌ای نداشته باشد.»

مرز باریک مشهور بودن و صاحب‌نظر بودن

بسیاری از خانواده‌ها حتی با نام این افراد هم آشنایی ندارند و حتی نمی‌دانند که این افراد چه محتوایی را به نوجوانان ارائه می‌دهند. اینکه چرا نوجوانان بیش از هر گروه دیگری جذب این چهره‌ها می‌شوند، سؤالی است که آب‌روشن در مورد آن می‌گوید: «پاسخ را باید در نیازهای نسلی جست‌وجو کرد که بیش از هر زمان دیگری با بحران هویت، تنهایی، اضطراب و نیاز به دیده شدن روبه‌رو است.» این جامعه‌شناس معتقد است نوجوان امروز کمتر به دنبال استاد سخن می‌رود و بیشتر به دنبال کسی است که احساس کند او را می‌فهمد. آب‌روشن بیان می‌کند: «اینفلوئنسرها با زبان ساده، شوخی، هیجان، روایت زندگی روزمره و حضور دائمی در تلفن همراه مخاطب، رابطه‌ای عاطفی می‌سازند؛ رابطه‌ای که بسیاری از نهادها از ایجاد آن ناتوان مانده‌اند. نوجوان برای این چهره‌ها، صرفاً طرفدار نیست؛ احساس تعلق دارد. او خود را عضوی از یک جامعه مجازی می‌بیند که در آن دیده می‌شود، نظر می‌دهد، واکنش می‌گیرد و هویت پیدا می‌کند.

از سوی دیگر، الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی نیز این احساس را تقویت می‌کنند. هرچه فردی بیشتر دیده شود، بیشتر پیشنهاد می‌شود و هرچه بیشتر پیشنهاد شود، محبوب‌تر به نظر می‌رسد. به این ترتیب، محبوبیت نه الزاماً از کیفیت، بلکه از تکرار و دیده شدن تغذیه می‌کند. این چرخه باعث می‌شود نوجوان تصور کند اگر میلیون‌ها نفر فردی را دنبال می‌کنند، پس او مهم‌ترین و معتبرترین چهره جامعه است. در چنین شرایطی، تخصص به‌راحتی زیر سایه جذابیت رسانه‌ای قرار می‌گیرد و مرز میان مشهور بودن و صاحب‌نظر بودن کمرنگ می‌شود.»

از نگاه جامعه‌شناختی، نوجوانان در بستری قرار گرفته‌اند که نهادهای سنتی (خانواده و مدرسه) قدرت تأثیرگذاری سابق خود را تا حدودی از دست داده‌اند. آب‌روشن با بیان این موضوع می‌گوید: «از زاویه‌ای دیگر، این پدیده را باید نشانه‌ای از خلأهای اجتماعی نیز دانست. هر جامعه‌ای برای هدایت افکارعمومی به نهادهای مرجع نیاز دارد؛ خانواده، مدرسه، دانشگاه، رسانه، انجمن‌های علمی، نهادهای فرهنگی و روشنفکران، همگی در گذشته بخشی از این مرجعیت را برعهده داشتند، اما زمانی که این نهادها به هر دلیل از نسل جدید فاصله می‌گیرند یا زبان مشترک خود را با جوانان از دست می‌دهند، فضای خالی به سرعت توسط چهره‌های رسانه‌ای پر می‌شود.

استقبال میلیونی از مراسم خاکسپاری مرتضی پاشایی نیز صرفاً سوگواری برای یک خواننده نبود؛ آن مراسم به فرصتی برای تخلیه احساسات جمعی، همدلی اجتماعی و تجربه یک «ما»ی مشترک تبدیل شد. بنابراین چنین رویدادهایی بیش از آنکه درباره یک فرد باشند، در مورد نیازهای انباشته جامعه سخن می‌گویند.

به همین دلیل نباید محبوبیت یک اینفلوئنسر یا یک هنرمند را صرفاً به حساب توانایی فردی او گذاشت؛ این محبوبیت، محصول شرایط اجتماعی نیز هست. جامعه‌ای که نتواند برای نسل جدید امید، معنا، تعلق و امکان مشارکت خلق کند، ناخواسته این وظیفه را به شبکه‌های اجتماعی واگذار می‌کند.»

این استاد دانشگاه با هشدار درباره برخورد با این پدیده‌ها تأکید می‌کند: «اشتباه بزرگ آن است که این پدیده را با برچسب‌هایی مانند سطحی شدن نسل جدید یا بی‌سوادی نوجوانان توضیح دهیم. چنین قضاوت‌هایی نه‌تنها مسأله را حل نمی‌کند، بلکه شکاف میان نسل‌ها را عمیق‌تر می‌کند. نوجوان امروز الزاماً ضدعلم یا ضدفرهنگ نیست؛ او فقط الگوهای خود را در جایی دیگر پیدا کرده است.

اگر یک استاد دانشگاه، یک نویسنده، یک پژوهشگر یا یک هنرمند نتواند با زبان امروز با مخاطب ارتباط برقرار کند، طبیعی است که میدان را به کسی واگذار می‌کند که این مهارت را دارد.»

نخبگان از رسانه‌های نوین فاصله نگیرند

آب‌روشن ادامه می‌دهد: «واقعیت تلخ این است که بسیاری از نهادهای فرهنگی هنوز با منطق قرن گذشته فعالیت می‌کنند، در حالی که نسل جدید در جهان الگوریتم‌ها، ویدیوهای کوتاه و ارتباطات لحظه‌ای زندگی می‌کند.

در چنین جهانی، صرف داشتن حرف درست کافی نیست؛ باید بتوان آن را به شیوه‌ای جذاب، ساده و قابل فهم نیز ارائه کرد. اگر نخبگان از رسانه‌های نوین فاصله بگیرند، جای آنان را کسانی پر خواهند کرد که الزاماً دانش بیشتری ندارند، اما مخاطب را بهتر می‌شناسند. این یک رقابت نابرابر نیست؛ بلکه نتیجه ناتوانی ما در بازتعریف شیوه‌های ارتباط با نسل جدید است.» اینکه چنین پدیده‌ای چقدر آسیب‌زاست، موضوعی است که این جامعه‌شناس در مورد آن توضیح می‌دهد: «راه برون‌رفت از این وضعیت نه تخریب چهره‌های محبوب و نه محدود کردن شبکه‌های اجتماعی است.

تاریخ نشان داده است حذف یک چهره، تنها به ظهور چهره‌ای دیگر می‌انجامد، زیرا مسأله در افراد نیست، بلکه در بستر اجتماعی است که آنان را تولید می‌کند. راهکار واقعی، بازسازی مرجعیت اجتماعی است؛ از مدرسه‌ای که تفکر انتقادی را آموزش می‌دهد تا رسانه‌ای که اعتماد عمومی را بازسازی می‌کند و از خانواده‌ای که گفت‌وگو با نوجوان را جایگزین نصیحت می‌کند تا دانشگاهی که بتواند با زبان مردم سخن بگوید.»

برش

ضرورت تبدیل سواد رسانه‌ای از شعار به مهارت

آب‌روشن توضیح می‌دهد: «مهم‌تر از همه باید سواد رسانه‌ای را از یک شعار به یک مهارت عمومی تبدیل کنیم تا نسل جدید بیاموزد میان تعداد دنبال‌کنندگان و اعتبار، میان شهرت و شایستگی و میان سرگرمی و مرجعیت تفاوت قائل شود.

در غیر این صورت، هر چند ماه یک‌بار نام یک چهره جدید بر سر زبان‌ها خواهد افتاد، دوباره همان پرسش‌ها تکرار خواهد شد و باز هم به جای واکاوی ریشه‌های مسأله، همه نگاه‌ها به فردی دوخته می‌شود که تنها محصول شرایط زمانه خویش است. آنچه باید مورد نقد قرار گیرد، نه یک اینفلوئنسر یا یک خواننده، بلکه جامعه‌ای است که معیارها در آن تغییرکرده و هنوز نتوانسته برای این تغییر پاسخی متناسب و آینده‌نگر پیدا کند.»

فصل نوین ساخت مسکن درکیش

بنگاه

ایران آنلاین-کیش- جزیره کیش به‌عنوان یکی از مهم‌ترین قطب‌های اقتصادی و گردشگری کشور، با چالش جدی تأمین مسکن برای اقشار کلیدی جامعه مواجه است. این معضل که زنگ خطر خروج نیروهای متخصص و ناپایداری منابع انسانی را به صدا درآورده، سازمان منطقه آزاد کیش را برآن داشت تا با طراحی یک برنامه جامع و چندلایه، از مسکن بومیان تا اسکان کارگران، به‌صورت ریشه‌ای به این مسأله ورود کند. معاون عمرانی این سازمان جزئیات این طرح‌ها را که شامل مدل‌های نوینی همچون تأمین مالی توکن‌محور و احداث هزاران واحد خدمتی و سازمانی است، برای اولین بار تشریح کرده است. مهدی مسلم‌خانی، معاون عمرانی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد کیش، در نشست تخصصی اعضای انجمن سرمایه‌گذاران و کارآفرینان جزیره، از تدوین و اجرای یک برنامه جامع و چندبخشی برای تأمین مسکن بومیان، شاغلان دولتی و خصوصی و همچنین نیروهای کارگری خبر داد و آن را پاسخی به بحران فزاینده هزینه‌های مسکن و تهدید ماندگاری نیروی انسانی در جزیره دانست. مسلم‌خانی با اشاره به اینکه معلمان، کادر درمان، کارکنان خدمات‌رسان و نیروهای بخش خصوصی با وجود نقش حیاتی در اقتصاد جزیره، با مشکل تأمین مسکن مناسب مواجه هستند، خاطرنشان کرد: «این شرایط نه‌تنها برای کارکنان، بلکه برای کارفرمایانی که حفظ نیروی متخصص برای‌شان دغدغه است، به یک چالش جدی تبدیل شده است و به همین دلیل، مسکن به‌عنوان یک مأموریت ویژه در دستور کار معاونت عمرانی قرار گرفته است.»

جزئیات طرح‌های مسکن

معاون عمرانی سازمان منطقه آزاد کیش با تأکید بر اینکه سازمان به یک الگوی واحد محدود نشده است، برنامه‌های خود را در قالب پنج طرح مجزا تشریح کرد. مسلم‌خانی با اشاره به ثبت‌نام‌های سال‌های گذشته بومیان که بی‌نتیجه مانده بود، از تعریف پروژه‌ای مشارکتی خبر داد و گفت: «سهم سازمان در این پروژه، در قالب قراردادهای اجاره به شرط تملیک بلندمدت، به بومیان واجد شرایط واگذار خواهد شد و شرایط پرداخت متناسب با توان اقتصادی آنها تنظیم می‌شود. سامانه ثبت‌نام این طرح راه‌اندازی شده و انبوه‌ساز اجرایی نیز انتخاب شده است.» طرح مسکن خدمت که برای کارکنان دولت و بخش خصوصی با سابقه و تعهد خدمت مشخص در جزیره طراحی شده، شامل واگذاری مسکن به قیمت تمام‌شده است. ظرفیت این طرح دو هزار واحد برآورد شده که نیمی از آن در فراخوان اول عرضه و فاز دوم آن آماده جذب سرمایه‌گذار است. مدیریت این طرح به شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه کیش واگذار شده و ۱۳ سرمایه‌گذار پیشنهادهای خود را ارائه کرده‌اند. مسلم‌خانی با اشاره طرح اسکان کارگری وشناسایی زمین‌های مورد نیاز، از برگزاری سه فراخوان و بازنگری در مدل اجرایی برای افزایش جذابیت اقتصادی خبر داد و تصریح کرد: «این طرح به‌جای قطعه‌بندی کوچک، به‌صورت سازه‌های سبک یک‌طبقه با ظرفیت اسکان ۱۰۰ تا ۲۰۰ نفر و همراه با خدمات رفاهی تعریف شده است.» در طرح مسکن سازمانی، این واحدها که در چند پروژه مشارکتی پیش‌بینی شده، به مالکیت کارکنان درنمی‌آید و صرفاً برای اسکان دوره‌ای نیروهای اداری، انتظامی، امنیتی و خدمات‌رسان در نظر گرفته شده است.

مسلم‌خانی همچنین از موافقت کلی با طرح مسکن پرسنلی و مشخص‌شدن زمین‌ها خبر داد و گفت: «اجرای آن منوط به نهایی‌شدن مدل حقوقی و مشارکت هتل‌ها و مجموعه‌های اقتصادی در یک کارگروه مشترک است.»

نوآوری در تأمین مالی

یکی از بخش‌های برجسته این گزارش، اعلام دو مدل نوین تأمین مالی توسط معاون عمرانی بود. وی دراین باره گفت: «برای جلوگیری از توقف پروژه‌ها، از مدل «تأمین مالی توکن‌محور» استفاده می‌شود تا منابع متقاضیان به‌تدریج جذب شده و پروژه در میانه کار با کمبود نقدینگی روبه‌رو نشود. همچنین، مدل «توکن‌سازی زمین» نیز با رعایت الزامات قانونی و برای کمک به تاب‌آوری کسب‌وکارهای خرد در دوره‌های رکود، در دستور کار قرار گرفته است.

مسلم‌خانی در پایان با تأکید بر نقش تنظیم‌گری سازمان در کنار معاونت اقتصادی، هدف غایی این برنامه‌ها را افزایش تولید و عرضه مسکن در جزیره دانست و اظهار کرد: «این پروژه‌ها هیچ‌گاه رقیب طرح‌های لوکس و سرمایه‌گذاری نیستند، بلکه مکمل آنها هستند و صرفاً برای تأمین مسکن شاغلان و نیروهای مورد نیاز جزیره طراحی شده‌اند تا بومیان، کارکنان و فعالان اقتصادی بتوانند متناسب با شرایط خود، به مسکن یا محل اسکان مناسب دسترسی داشته باشند.»

قطران
آگهی مزایده فروش عمومی
شرکت پالایش قطران ذغالسنگ اصفهان (سهامی عام)
در نظر دارد انواع گریدهای دوده صنعتی خود را از طریق مزایده به‌فروش برساند. علاقه‌مندان از تاریخ انتشار آگهی تا تاریخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۷ مهلت دارند تا نسبت به بازدید به آدرس اصفهان، سه راه سیمین ابتدای خیابان سهروردی، نبش خیابان فرهنگ، پلاک یک (دفتر تدارکات) مراجعه نمایند.
جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن‌های ۰۳۱۳۷۷۵۴۱۲۰ و ۰۳۱۳۷۷۵۳۲۱۵ تماس حاصل فرمایید.
شرکت پالایش قطران ذغالسنگ (سهامی عام)

قطران
آگهی خرید مناقصه یک مرحله‌ای
خرید خدمات پوشش بیمه‌ای
شرکت پالایش قطران ذغالسنگ اصفهان (سهامی عام) در نظر دارد جهت اخذ خدمات بیمه‌ای خود از شرکت‌های معتبر بیمه، اقدام نماید.
علاقه‌مندان می‌توانند جهت دریافت و تکمیل اسناد مناقصه از تاریخ انتشار آگهی تا تاریخ ۱۴۰۵/۰۵/۲۷ ساعت ۱۶ به آدرس اینترنتی www.ctr-co.com قسمت چندرسانه (اطلاعیه‌ها) و یا به آدرس اصفهان، سه راه سیمین، ابتدای خیابان سهروردی، نبش خیابان فرهنگ، پلاک یک (دفتر تدارکات) مراجعه نمایند.
جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن‌های ۰۳۱۳۷۷۵۴۱۲۰ و ۰۳۱۳۷۷۵۳۲۱۵ تماس حاصل فرمایید.
شرکت پالایش قطران ذغالسنگ (سهامی عام)

شهرداری شهریار
اصلاحیه
آگهی تجدید مناقصه عمومی
بدین‌وسیله در خصوص آگهی تجدید مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی (یکپارچه) یک‌مرحله‌ای (انتقال پساب تصفیه‌خانه فاضلاب شاهد شهر شهریار به شهرهای هشت‌گانه شهرستان شهریار) با شماره فراخوان ۲۰۰۵۰۹۳۸۹۷۰۰۰۰۱۰ در سامانه ستاد ایران که در ۲ نوبت در این روزنامه به چاپ رسیده به شرح ذیل اصلاحاتی اعمال گردید: ۱- مهلت دریافت اسناد مناقصه تا تاریخ ۱۴۰۵/۰۵/۱۷ ساعت ۱۲:۰۰ از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت تمدید گردید. ۲- مهلت زمان ارسال پاکت‌های پیشنهاد تا تاریخ ۱۴۰۵/۰۶/۰۳ ساعت ۱۰:۰۰ تمدید گردید. ۳- زمان بازگشایی پیشنهادات به تاریخ ۱۴۰۵/۰۶/۰۳ ساعت ۱۳:۰۰ تغییر یافت. سایر شرایط به قوت خود باقیست.
علی ملکی - شهردار شهریار

آگهی فراخوان عمومی ۰۵/۱۱۷۶ق
شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر در نظر دارد از طریق فراخوان عمومی نسبت به شناسایی تولیدکنندگان و تامین کنندگان مواد اولیه فولادسازی اقدام نماید.
متقاضیان می توانند جهت دریافت اسناد فراخوان از طریق تماس با شماره های ۰۳۴-۳۱۲۹۴۰۷۶ و ۰۹۱۳۱۷۸۷۰۴۷ به نام آقای حیدری نسب اقدام نمایند.
- نشانی محل تحویل پاکت های فراخوان:
۱- دفتر کارخانه: سیرجان، کیلومتر ۵۰ جاده شیراز، کیلومتر ۵ جاده اختصاصی معدن گل گهر، کد پستی ۷۸۱۷۹۹۹۷۳۸ - دبیرخانه کمیسیون معاملات تلفن : ۳۱۲۹۴۰۷۶ - ۰۳۴.
۲- دفتر تهران: میدان آرژانتین، خیابان الوند، خیابان سی و یکم غربی، پلاک ۲۲، کد پستی ۱۵۱۶۶۴۶۱۱۱- تلفن: ۰۲۱-۸۸۱۹۷۶۷۰-۴ نمابر: ۰۲۱-۸۸۱۹۹۴۰۳.
- جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره های ۰۳۴-۳۱۲۹۴۰۷۶ و ۰۹۱۳۱۷۸۷۰۴۷ و آدرس ایمیل a.heidari@gisdco.ir بنام آقای حیدری نسب در روزهای شنبه الی چهارشنبه در ساعات اداری تماس حاصل فرمایید.
توجه :
شایان ذکر است به پیشنهادهایی که دارای شرایط مشخص شده در فراخوان نبوده و همچنین خارج از زمان و مکان مقرر ارسال گردند، ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- آخرین مهلت ارسال مدارک : ۱۴۰۵/۰۵/۲۸
خاطر نشان می‌گردد بارگذاری تمامی اسناد در فرم‌های مربوط به هر صفحه بایستی در سامانه SRM شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر (srm.gisdco.ir) صورت پذیرد و در صورت عدم ثبت نام و تکمیل اطلاعات در سامانه مذکور، پاکات بررسی نخواهد شد.
شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر
GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.
دبیرخانه کمیسیون معاملات

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

شهرداری اندیشه
آگهی تجدید مزایده عمومی
نوبت دوم
شهرداری اندیشه در نظر دارد به استناد مجوز شورای اسلامی شهر اندیشه نسبت به تجدید مزایده عمومی ۸ واحدتجاری درمجتمع اداری تجاری نور واقع درفاز ۳ اندیشه و فروش ۱۷ واحدتجاری، طبقه دوم مجتمع اداری تجاری نور واقع درفاز ۳ اندیشه به اشخاص حقیقی و حقوقی واجدالشرایط به‌صورت نقد یا اقساط اقدام نماید:
۱- تجدید مزایده ۸ واحدتجاری، طبقه اول، مجتمع اداری تجاری نور
* مهلت دریافت اسناد مزایده: یک‌شنبه مورخ ۱۴۰۵/۵/۱۸ وتاریخ بازگشایی: شنبه مورخ ۱۴۰۵/۵/۳۱
۲- تجدید مزایده فروش ۱۷ واحد تجاری از طبقه دوم، مجتمع اداری تجاری نورواقع در فاز ۳ اندیشه
* مهلت دریافت پیشنهادات: چهارشنبه مورخ ۱۴۰۵/۵/۲۸
* تاریخ بازگشایی پیشنهادات: شنبه مورخ ۱۴۰۵/۵/۳۱
* شرایط شرکت در مزایده عمومی شامل مبلغ فروش، تضمین شرکت در مزایده، مدارک لازم جهت دریافت اسناد، مهلت ومحل دریافت اسناد، مهلت ومحل تسلیم پیشنهادات و تاریخ ومحل بازگشایی پیشنهادات در سامانه ستاد ایران (www.setadiran.ir) درج گردیده است.
برای کسب اطلاعات بیشتر بارکد اسکن شود
جاب نوبت اول ۱۴۰۵/۵/۸ ● جاب نوبت دوم ۱۴۰۵/۵/۱۵
بهروز گاوبانی - شهردار شهر اندیشه