

## یادداشت

## درآمدی که همه چیز را توجیه می‌کند

از این سوی ماجرا که ما نشسته‌ایم میکروسلبریتی‌ها آدم‌هایی خوش، بی غم و شوخ و شنگی هستند که جنس زندگی‌شان با خیلی از ما فرق می‌کند. آنها برای ما منشی تصویر زیبا و رویایی خلق می‌کنند که همیشه حسرت داشتن‌شان را داشته‌ایم. اینها روی نقطه ضعف ما دست می‌گذارند و همان چیزهایی را نشان‌مان می‌دهند که نداریم. پس از این سوی ویترین، ماجرا غم‌انگیز و یاس‌آور است، چون ما هرچه کنیم باز هم نمی‌توانیم به آن دنیای جذاب وفاترزی و بی‌دغدغه دست پیدا کنیم. البته از آن سوی ویترین، ماجرا شکل دیگری است و این همه بوی غم و یاس نمی‌دهد، چون فقط کافی است پرده‌ها را کمی پس زده‌به پشت پرده‌ها سرک بکشیم. از میکروسلبریتی‌هایی که راوی واقعی زندگی‌های لوکس و آرمانی خویش هستند اگر بگذریم- که تعدادشان بسیار کم است- دیگران اغلب در حال نقش بازی کردن هستند. آنها در یک فضای جذاب طراحی شده کار می‌کنند چون این قاب ساختگی، ویترین کسب و کار آنهاست، چه کسی می‌داند بیرون از قابی که آنها نشان‌مان می‌دهند چه می‌گذرد و خوشبختی، خوش بودن و آسایش آنها تا چه حد واقعی است. اگر نتوانیم با قاطعیت عدد و رقم بدهم و این فعالان دنیای مجازی را با دقت کامل دسته‌بندی کنیم، همین بس که می‌توانیم ثابت کنیم میکروسلبریتی شدن برای خیلی‌ها شغل و منبع درآمد است، چرا که عده‌ای اینستاگرام‌ر شدن و واینترینگ را به مشتاقان این عرصه آموزش می‌دهند تا قدم در راهی بگذارند که پولساز است. کسب درآمد از این طریق نیز روشی ساده دارد و همه چیز به تعداد بازدیدهای ماو لایک‌های مان بستگی دارد. پس این میکروسلبریتی‌ها هرچقدر بیشتر دیده شوند و مخاطبان بیشتر دنبال‌شان کنند، حجم تبلیغات‌شان بالاتر می‌رود و به این ترتیب درآمدشان افزایش می‌یابد؛ بنابراین وقتی پای پول و تبلیغات در میان است برای چه تعداد میکروسلبریتی اهمیت دارد که روی مرز اخلاق و هنجارها و قوانین قدم بردارد؟

طراز بیژن گورانی

## جدول ۶۲۹۶

## جدول عادی

**افقی:** ۱) داستانی نوشته جک لندن آمریکایی- فقر و بدبختی (۲) خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران- به کمال رسیدن- فراموشی (۳) آیین‌های سنتی- کسب روزی (۴) گهواره- از ارهاز دیچیتال- اندیشمندان (۵) خاک سفالگری- حالات چهره هنرپیشه- اسب تندرو (۶) پشت‌سر- کامل‌کننده- تکرار حرفی (۷) بی‌دست و پا- سارق چیزهای کم‌ارزش- برکت سفره (۸) زره جنگاوران قدیم- درخت تسبیح- ستیزه‌کننده (۹) خواب ابدی- باردار بودن- زنبور عسل ماده بارور (۱۰) ویتامین انعقاد خون- بزرگوار- دومین دورقمی (۱۱) توبه- نوعی انگور بی‌دانه- سال ناتمام (۱۲) اقدام به کار خطرناک- کمک‌کننده- هوای متحرک (۱۳) خوش‌ترکیب- شهری در خوزستان (۱۴) اشتباه غیرارادی لفظی- پاینده و جاویدان- زیان دیدن (۱۵) خواندن قرآن با قرائت درست و اهنگ خوب- کارگردان فیلم روز واقعه.
**عمودی:** ۱) بله روسی- آرام آرام- درگذشتن (۲) واحد اندازه‌گیری رسانایی الکتریکی- نخستین فیلسوف اسلامی و ملقب به معلم ثانی- خالی نیست (۳) راه فرار- شاداب و سرحال- حالت قانونی پیدا کردن (۴) ضمیر متکلم و جدّه- جوت- نمونک (۵) پایتخت کشور باهاما- نفی‌کننده- ذریه (۶) سرکش و یاغی- کامروا (۷) سیلی- مکتب واقع‌گرایی- ضربه‌ای در بدمیتون (۸) یکی پس از دیگری- وجود دارد- داد و پدیده (۹) وسیله رفت‌وروب- گرایش به پدیده‌ها و سبک‌های نوین- مساوی (۱۰)

## حل جدول عادی ۶۲۹۵

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵

مریم خباز گروه جامعه

**لابه‌ای زرق و برق رو به فرونی دنیای مجازی یک عده دارند روز به روز بزرگ‌تر می‌شوند. اینها را بازدیدهای ما، لایک‌هایی که می‌زنیم و میدانی که ندانسته برایشان باز می‌کنیم، ساخته است. در جهان شلوغ پلوغ مجازی، اسم این افراد را گذاشته‌اند میکروسلبریتی یعنی سلبریتی‌های کوچک. ولی وقتی در کار و بارشان باریک می‌شویم، نه تنها کوچک نیستند که حتی گوی سبقت را در نظر مخاطبان بالقوه، میانگین لایک ، کامنت ، تعداد پست‌ها و صفحات از سلبریتی‌های حقیقی ربوده‌اند. حالا مدتی است فضای اصلی شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه در اینستاگرام ( که فضای مناسبی برای عرض اندام است ) در اختیار میکروسلبریتی‌ها قرار گرفته، افرادی که بدون تلاشی فوق‌العاده به شهرت و اسم و رسم رسیده‌اند و بی آن‌که هویت حقیقی‌شان وزن خاصی داشته باشد از سلبریتی‌های اصل بیشتر دیده می‌شوند و بیشتر تاثیر می‌گذارند. این شروع ماجرای تغییر سبک زندگی است، تغییر سبکی به شیوه میکروسلبریتی‌ها که یک روز به شکل واینز، روزی دیگر در قالب مامی بلاگز، روز بعد در قد و قامت سوئیت هوم و یک روز نیز به شکل شاخ‌های مجازی فاهر می‌شوند تا با ارائه برش‌هایی جذاب و فریبنده از آنچه هستند و نیستند، زندگی روزمره مخاطبان را به سبک خودشان تغییر دهند.**

## واینرها و بلاگرها هر روز محتواهای فراوانی تولید می‌کنند و زیر سایه آزادی بی حد و حصرشان به انواع و اقسام هنجارشکنی و فعالیت‌های ضد فرهنگی دست می‌زنند، در حالی که به نظر می‌رسد به نهاد خاصی نیز پاسخگو نیستند.

## تب میکروسلبریتی بودن

به‌اندازه موهای سرمان میکروسلبریتی در فضای مجازی فعال است. اینها در شبکه‌های اجتماعی و به‌خصوص در اینستاگرام که در این سال‌ها نگاه‌های زیادی را به سمت خود کشیده،

دراز بودن طول عمر زندگی مشترک والیته باکیفیت بودن آن آرزوی قلبی همه کسانی است که پا به وادی زندگی متاهلی می‌گذارند و خانه پدری را به امید آینده‌ای بهتر ترک می‌کنند اما یک زندگی خوب ساختنی است نه یافتنی به طوری که اگر ما و همسرمان برای داشتن رابطه‌ای مستحکم و عمیق دست به کار نشویم، هیچ‌کسی قادر نیست زندگی خوب را به ما هدیه دهد. یک زندگی ناشویی موفق چند نشانه دارد

## رمز و رازهایی برای تداوم زندگی مشترک

که فقدان هر کدام از آنها می‌تواند زنگ خطر محسوب شود. در یک رابطه سالم حتما احترام وجود دارد که دو طرفه و از روی رضا و رغبت است. همچنین اعتماد متقابل یک رکن اساسی است چرا که زوج‌های موفق به شک و تردید و بدبینی مجالی برای بروز و ظهور نمی‌دهند، ضمن این‌که مرتکب رفتارهای شک برانگیز نیز نمی‌شوند. آنها همچنین اهل حرف زدن هستند و قلب‌شان را به روی یکدیگر باز

## گزارش

«جام جم» بررسی می‌کند

# میدان داری میکروسلبریتی‌ها در اینستاگرام



این‌که این تصاویر مورد استقبال پرشور کاربران و دنبال‌کننده‌ها - حتی بیشتر از سلبریتی‌ها - قرار می‌گیرد، بی دلیل نیست که پژوهش‌های انجام شده در این حوزه نشان می‌دهد در فضای مجازی و در اینستاگرام به‌طور ویژه، میکروسلبریتی‌ها هستند که میدان داری می‌کنند و برخی مواقع حتی چهره‌ها را به لحاظ تعداد مخاطبان و میزان لایک و کامنت‌ها پشت سر می‌گذارند. بی‌شک این حضور و این استقبال از سمت کاربران فضای دلچسبی را برای تاثیر بر سبک زندگی مهیا می‌کند، سبکی که مروجش سلبریتی‌های ساخته شده در فضای مجازی‌اند و پیروانش همه کاربرانی هستند که روز و شب صفحات این افراد را جست و جو می‌کنند و بالایک‌های خود مهر تایید بر کارهای‌شان می‌زنند.

می‌کنند نه این‌که حرف دل‌شان را مخفی نگه دارند و به جایش بهانه‌جویی و مشاجره کنند. در یک زندگی مشترک سالم هیچ‌یک از زوج‌ها از داشتن روابط اجتماعی منع نمی‌شوند بلکه بودن با دوستان و آشنایانی که همسران به آنها عشق می‌ورزند به‌عنوان یک حق شناخته می‌شود. شک نکنید اگر در زیر سقف‌های مشترک این قوانین حاکم باشد تداوم زندگی‌ها تضمین شده‌است.

## مکت

## قدرت موج آفرینی

برای کسانی که میدان عریض و طویل و بی‌مرز مجازی را در اختیار دارند، موج آفرینی و جریان‌سازی کار دشواری نیست. این همان کاری است که واینرها، مامی بلاگرها، سوئیت هوم‌ها و شاخ‌های مجازی هرروز انجام می‌دهند و به تفکرات و رفتارهای مخاطبان خود سمت و سو می‌بخشند. اینها هرکدام یک رسانه‌اند و با این‌که رسانه‌هایی غیرسرمی محسوب می‌شوند ولی به تعبیرسمانه مهرپور، پژوهشگر مرکز تحقیقات صداوسیما به‌عنوان یک رسانه در ساخته شدن هویت کاربران، ایفای نقش می‌کنند. در پژوهشی که وی در فصلنامه مطالعات رسانه‌های جدید منتشر کرده به این نکته اشاره می‌شود که رسانه‌ها برای مردم لذتبخش هستند و در استفاده مردم از رسانه‌ها جنبه لذت‌جویانه‌ای وجود دارد که یکی از آنها «لذت با تاخیر» است به این معناکه رسانه‌ها (حتی از نوع شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های انفرادی از جنس میکروسلبریتی‌ها) محتواهایی را در دسترس کاربران قرار می‌دهند که مردم می‌توانند در اوقات فراغت خود درباره‌اش صحبت کنند. بنابراین لذت رسانه‌ها به لحظه مصرف محدود نمی‌شود و به دلیل همین ویژگی است که رسانه‌ها می‌توانند عادت‌های ما را شکل بدهند. به‌طور ویژه در مورد میکروسلبریتی‌ها که بازار داغی در شبکه‌های اجتماعی دارند، موضوع این است که آنها دو فرآیند «بازتولید» و «خلاقیت» را به‌صورت همزمان در محتواهای تولیدی‌شان به کار می‌گیرند تا ما به‌عنوان مخاطب با جهان دگانه‌ای روبه‌رو شویم که جذابیت‌های بصری جدید و جادوی نوستالژیک را توأمان دارند. درست به دلیل همین ویژگی است که سلبریتی‌هایی که فرزندان شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند، قدرت تاثیرگذاری بر افکار و رفتار و فرهنگ مخاطبان را دارند و توپ تغییر سبک زندگی و موج آفرینی فرهنگی در زمین آنها می‌چرخد؛ آن‌هم از رهگذر غفلت ما و رهاشدگی این فضا توسط دست اندرکاران.

# آگهی مزایده عمومی

**مؤسسه فرهنگی اقتصادی زائر کریمه**  
**در نظر دارد از طریق مزایده عمومی نسبت**  
**به فروش پسته به میزان ۵۰ تن**  
**(شامل ۴۰ تن فندقـی با اونس ۳۰-۳۲ و ۱۰ تن دهان پست فندقـی) اقدام نماید.**  
**مبلغ تضمین شرکت در مزایده:**  
**۵,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال** به صورت ضمانتنامه بانکی و یا واریز وجه نقد  
**در یافت اسناد:** از تاریخ درج آگهی تا تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۰۷ به صورت حضوری به دبیرخانه مؤسسه زائر کریمه و یا از طریق سایت آستان مقدس به نشانی **amfm.ir**  
• فروش پسته به صورت نقدی بوده و برنده مزایده می‌بایست حداکثر تا **یک هفته** بعد از اعلام نتیجه مزایده نسبت به واریز تمام وجه قرارداد اقدام نماید.  
• متقاضیان محترم برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند با شماره تلفن **۰۹۱۲۵۵۳۰۲۸۰** (جناب آقای طبّا) تماس حاصل فرمایند.

# نوبت اول

# آگهی فراخوان تجدید مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد **اقدام مورد نیاز خود را باشرایط ذیل به صورت برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله‌ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد)** تأمین نماید:

شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران	شماره مناقصه و تقاضا
۲۰۰۱۰۶۳۳۴۰۰۰۰۱۵	تقاضای SM-9900241 مناقصه شماره R1-1400/018
	سیستم تهویه آنالایزر (خرید اقلام ساخت داخل مورد تأیید می‌باشد).
	موضوع مناقصه / شرح مختصر اقلام درخواستی
	مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار
	نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار
	مبلغ برآوردی مناقصه
	آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی در سامانه ستاد
	آخرین مهلت بارگذاری و ارسال مستندات ارزیابی کیفی (روزمه) در سامانه ستاد
	آخرین مهلت بارگذاری پیشنهادات فنی / مالی در سامانه ستاد
	آدرس مناقصه‌گزار

بدیهی است کلیه فرآیند برگزاری مناقصه الکترونیکی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به نشانی: **WWW.SETADIRAN.IR** انجام می‌پذیرد و به پیشنهادهای خارج از سامانه ستاد هیچ گونه ترتیب اثری داده نخواهد شد و مناقصه‌گران بایستی نسبت به ثبت‌نام در سامانه ستاد و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند. مناقصه‌گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت **WWW.SPGC.IR** مراجعه و یا با شماره تلفن آقای **۲۲۳۲-۲۲۳۲۲۲۷۴۷۴** تماس حاصل فرمایند.

**روابط همومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی**