بررسی برنامه‌های سیما در ماه مبارک رمضان

گروه گزارش

بخش اول

نیاز رسانه ملی به پالایش و اعتلای سریال‌های مناسبتی

ماه مبارک رمضان یک مقطع طلایی برای رسانه ملی است. در این ماه توجه مردم به سریال‌ها و برنامه‌های پیش و پس از افطار بیش از گذشته است. تجربه شیرین مردم از تماشای سریال‌های جذاب و پرمحتوایی که از دهه گذشته در یادها مانده، این امکان را برای صداوسیما فراهم کرده تا تأثیرگذاری خود را در این زمان افزایش دهد.

یکی از دلایل اهمیت یافتن برنامه‌های سیما در این ماه عزیز، پیوند بیش از پیش رسانه تلویزیون با مفاهیم و ارزش‌های دینی است. در واقع وضع آرمانی و مورد انتظار برنامه‌های مناسبتی تلویزیون در ماه صیام، توجه تام و تمام به اصول مذهبی و ارزش‌های معنوی در برنامه‌هاست.

البته برنامه‌های مناسبتی فقط به ماه مبارک رمضان محدود نیست، بلکه در طول سال، مناسبت‌های بسیار مهم دیگری هم هستند که برنامه سازی تلویزیون برای آنها بسیار حائز اهمیت است. محرم و صفر، اربعین، نیمه شعبان، نوروز، هفته دفاع مقدس و... ازجمله مناسبت‌های مهم ملی و مذهبی هستند که برای هر یک باید برنامه‌ریزی و سیاستگذاری متفاوتی صورت بگیرد.

اما آیا برنامه‌های تلویزیون از همه ظرفیت این مناسبت‌ها به طور کامل استفاده کرد؟

چه آسیب‌ها و موانعی در بازنمایی کامل ارزش‌های دینی و اخلاقی در تلویزیون است؟

تلویزیون چگونه می‌تواند در مناسبت‌هایی چون ماه مبارک رمضان، جاذبه معنوی را با جاذبه رسانه‌ای تلفیق کند، بدون اینکه هیچ یک قربانی دیگری شود؟

در این گزارش با همراهی کارشناسان رسانه به جست وجوی پاسخ این پرسش‌ها می‌پردازیم.

یک معما

مسئله پیچیده بازنمایی باورهای دینی و انگاره‌های انقلابی در قالب‌هایی چون فیلم سینمایی یا سریال تلویزیونی، یکی از دل‌مشغولی‌های صاحب‌نظران در دوران بعد از پیروزی انقلاب اسلامی بوده است.

شهید آوینی ریشه بسیاری از مشکلات در رابطه ما با سینما و تلویزیون را در این دیده بود که ما این گونه رسانه‌ها را به اشتباه همچون ظرف‌هایی می‌پنداریم که می‌توانیم هر نوع مظروفی را در آنها بریزیم. غافل از اینکه رسانه‌ها به محتوای خود شکلی متناسب با ظرفیت خویش می‌دهند.

او سال ۶۹ در مقاله «جادوی پنهان و خلسه نارسیسی» نوشته بود: « یکی از احکام مشهوری که درباره سینما و تلویزیون عنوان می‌شود این است که اینها ظرف‌هایی هستند که هر مظروفی را می‌پذیرند؛ اینها «ابزار» هستند و این ما هستیم که باید از این ابزار درست استفاده کنیم... و کسی هم از خود نمی‌پرسد که اگر اینچنین بود، چرا ما بعد از ۱۱ سال از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران هنوز نتوانسته‌ایم از تلویزیون و سینما آنچنان که شایسته است استفاده کنیم.»

اما آیا برای در هم آمیختن تفکر آرمانی و سبک زندگی دینی با تلویزیون، هیچ راهی وجود ندارد؟ در ادامه این گزارش، به بررسی این موضوع می‌پردازیم.

گرفتار در کلیشه‌ها

به طور معمول برنامه‌هایی که در وقت نزدیک به افطار و دقایق پس از آن به نمایش درمی‌آیند از اهمیت بیشتری برخوردارند؛ چراکه در این لحظات به واسطه افطار، جمعیت بیشتری پای تلویزیون می‌نشینند. ضمن اینکه آمادگی روحی مردم برای دریافت پیام‌های اخلاقی در این موقعیت زمانی افزایش می‌یابد.

برنامه‌های تدارک دیده شده برای این موقع نیز از محتوایی مناسب و متناسب با فضای ماه مبارک رمضان و همچنین افطار برخوردار هستند؛ برنامه‌های گفت وگو محور سیما در این ماه عموما به مضامین اجتماعی و اخلاقی توجه کرده‌اند. اما بسیاری از کارشناسان معتقدند اغلب این برنامه‌ها کلیشه‌ای و تکرار آثار سابق هستند. به طور مثال، بیشتر برنامه‌های گفت وگومحور سیما در موقع افطار، بازتولید برنامه «ماه عسل» هستند و گویی فقط مجری و استودیوی این برنامه‌ها تغییر کرده است. همچنین سریال «یاور» هم که بلافاصله پس از افطار از شبکه سه سیما پخش می‌شود در اغلب زمینه‌ها و موارد به تکرار سریال «ستایش» منجر شده است. بقیه سریال‌هایی هم که در ساعت بعد به نمایش در می‌آیند، همین وضعیت را دارند و در آنها نوآوری کمتری به چشم می‌خورد.

هر چند که «یاور» از معدود سریال‌هایی است که رد و نشانی از ماه مبارک رمضان در آن دیده می‌شود؛ نکته‌ای که در سال‌های اخیر کمتر به آن توجه می‌شد. اینکه بالاخره یک سریال که عنوان مناسبت ماه مبارک رمضان را دارد باید در کنار سایر اجزا و عناصر دراماتیک و محتوایی مماس با این مناسبت، حال و هوای این ایام مبارک را هم تذکر دهد و آداب و مناسک روزه داری نظیر افطاری و سحری و روزه گرفتن مردم و شب‌های قدر و... را دارا باشد.

حامد مظفری یک کارشناس رسانه: عامل ضعف بسیاری از سریال‌های درحال پخش سیما نگاه کارمندی به تلویزیون است. باعث نگرانی است که بخش عمده سریال‌سازان ما، شباهت زیادی به برخی از تهیه‌کنندگان سینما پیدا کرده‌اند که بی‌توجه به اقبال مخاطب و با تکیه بر بودجه ارگان‌ها یا پول‌های مشکوک، مدام محصولات بی‌مخاطب یا کم‌مخاطب می‌سازند.

سعید مستغاثی، رئیس‌پیشین انجمن منتقدان و نویسندگان سینمایی در گفت‌وگو با گزارشگر روزنامه کیهان درباره ترسیم مضامین دینی در سریال‌های ماه مبارک رمضان می‌گوید: « از اوائل دهه هشتاد که پخش سریال‌های ماه رمضان به طور جدی در دستور کار صدا و سیما قرار گرفت شاهد یک تقسیم‌بندی در این آثار بودیم و سریال‌های طنز، ماورایی و اجتماعی پخش شدند که مردم را هم به خود جذب می‌کردند. هر چند که در همان زمان هم بحث‌هایی پیش آمد مبنی بر اینکه ازدیاد این سریال‌ها باعث می‌شود که مردم از اصل ماه رمضان باز بمانند. به‌ویژه اینکه موضوعات این سریال‌ها مردم را چندان به خود ماه رمضان ارجاع نمی‌داد. مثل خیلی از سریال‌های کمدی که ارتباطی با این مناسبت نداشتند.»

وی تصریح می‌کند: «مشکل اساسی از ابتدا این بود که این سریال‌ها مناسبتی نبودند. طوری که سریال‌هایی که در ماه رمضان پخش می‌شدند را در سایر زمان‌ها نیز می‌شد پخش کرد. متأسفانه به‌نظر می‌رسد که مدیران رسانه ملی هنوز هم به درک درستی از سریال مناسبتی نرسیده‌اند. این درحالی است که در سینما و تلویزیون جهان، همیشه آثاری برای مناسبت‌ها تولید و به نمایش در می‌آید. به طور مثال، فیلم‌هایی که به مناسبت جشن سال نوی میلادی در غرب ساخته می‌شوند، با موضوعاتی مثل کریسمس، بابانوئل و... همراه هستند. اما در ایران، توجه به مناسبت‌ها کمتر دیده می‌شود؛ نه تنها درباره ماه مبارک رمضان بلکه درباره عید نوروز، محرم و... نیز سریال تولید نمی‌شود! یک زمانی در سریال‌هایی که برای ماه مبارک رمضان ساخته می‌شدند حداقل آدم‌ها روزه بودند اما الان همین هم در سریال‌ها نیست و بیشتر سریال‌ها جنبه آنتن پر کن دارند!»

مستغاثی درباره ریشه این مشکل توضیح می‌دهد: «بخشی از نفوذ فرهنگ غرب در ایران، سکولاریزه کردن جامعه بوده است. یکی از بازتاب‌های نفوذ این تفکر، تفکیک دین از آثار هنری و سریال‌هاست. جالب است که غربی‌ها خودشان درباره همه مناسبت‌ها اثر خلق می‌کنند اما به ما القا می‌کنند که نباید به این مسئله توجه کنیم! مثلا آنها خودشان هر سال فیلم‌های آخرالزمانی می‌سازند اما به ما که می‌رسد می‌گویند اگر به این موضوعات بپردازید شعاری و سفارشی است. حدود ۲۰۰ سال نفوذ سکولاریسم در ایران باعث شده تا این تفکر در عمق سلول‌های فکری این جامعه رسوخ کند. هر چند که طی ۴۰ سال اخیر تلاش‌هایی برای اصلاح این مسئله شده اما به‌نظر می‌رسد که کافی نبوده و تفکر سکولاریسم را حتی در رسانه‌های رسمی هم می‌بینیم.»

آفت نگاه کارمندی

تنبلی، فقدان خلاقیت و غلبه نگاه کارمندی و حقوق بگیری یکی از آفات کار فرهنگی است. وقتی تولید اثر هنری صرفا با هدف دریافت دستمزد باشد و دغدغه و مسئله فرهنگی کمرنگ شود، نتیجه اش سطحی‌گرایی است.

حامد مظفری یک کارشناس رسانه، نگاه کارمندی را یکی از آفات سریال سازی در سیما می‌داند و به گزارشگر کیهان می‌گوید: «عامل ضعف بسیاری از سریال‌های درحال پخش سیما نگاه کارمندی به تلویزیون است. باعث نگرانی است که بخش عمده سریال سازان ما، شباهت زیادی به برخی از تهیه کنندگان سینما پیدا کرده‌اند که بی‌توجه به اقبال مخاطب و با تکیه بر بودجه ارگان‌ها یا پول‌های مشکوک، مدام محصولات بی‌مخاطب یا کم‌مخاطب می‌سازند.

در چنین اوضاعی است که بیش از سریال‌های تازه تولید رمضان، سریال‌های قدیمی مشتری پیدا می‌کند. حتی برخی برنامه‌های گفت‌وگو محور رمضانی مانند «زندگی پس از زندگی» و «محاکات» به دلیل بدعت گذاری و خلاقیت بسیار بیشتر از سریال‌ها تماشایی هستند. در نظر بگیرید که در «زندگی پس از زندگی» با حداقل هزینه و صرفا یک کار پژوهشی دقیق، از طریق گپ و گفت با افرادی که تجربه نزدیک به مرگ داشته‌اند برای مخاطب، تعلیق ایجاد می‌شود. قدرت داستانی هر کدام از روایت‌های این برنامه بسیار هیجان انگیزتر از برخی سریال‌هاست که با ادعای ماورایی بودن روی آنتن می‌روند. حتی باز دیالوگ‌های این برنامه نیز پیرامون چند و چون دنیای پس از مرگ، بسیار واقعی‌تر و دلهره‌آورتر از بازی‌های باسمه‌ای بازیگران سریالی ماورایی است. سازندگان برنامه‌هایی مثل «محاکات» و «زندگی پس از زندگی» به جای ادا و اطوار و ژانگولربازی، به ریشه‌ها زده‌اند، یعنی سراغ کنه زندگی رفته‌اند و در همین رجوع به ریشه‌هاست که یک ساعت محتوای سرگرم‌کننده فراهم کرده‌اند. با آتراکسیون و پر کردن نماهای یک سریال با نابازیگران بی‌استعداد و شعار و موسیقی گل درشت و داد و بیداد و هر از گاهی آب چشم، شاید بشود یک تیزر یک دقیقه‌ای آمده ساخت ولی برای سریال‌سازی این مسیری غلط است. باعث تاسف است که سریال‌های رمضانی هیچ یک از این ویژگی‌ها را کنار هم ندارند و باعث خوشبختی است که برنامه‌هایی مثل «زندگی...» و «محاکات» با همان ملزومات سریال سازی توانسته‌اند هم مخاطب جلب کنند و هم در برابر تمام تولیدکنندگان محصولات سمعی-بصری راهی تازه بگذارند.»

مناسبتی یا به مناسبت؟!

اخیرا در نشست مجازی نقد سینما و تلویزیون با عنوان «رمضان در تلویزیون» با حضور کارشناسان، مباحثی درباره برنامه‌های سیما در ماه مبارک رمضان مطرح شد.

نعمت‌الله سعیدی، نویسنده و منتقد سینما در این نشست گفت: «با یک بررسی اجمالی متوجه می‌شویم در ماه رمضان فی‌نفسه مخاطبان تلویزیون افزایش پیدا می‌کند اما ما در سال‌های اخیر سریال‌های مناسبتی نداشته‌ایم بلکه به مناسبت رمضان سریال‌هایی با مضمون اجتماعی ساخته‌ایم.»

وی با بیان اینکه یکی از مهم‌ترین ژانرها در مسیر تغییر افکار ژانر معناگرا است، چرا که معاد که از اصول دین ماست از جنس ژانر معناگرایی است، خاطرنشان کرد: «پیش‌فرض غلطی وجود داشت که مخاطب در ماه رمضان، خسته از روزه‌داری برای گذران وقت نیاز به فضای شاد دارد و این مسئله سریال‌سازی را به سمت ساخت کمدی سوق داد. اما مسئله این است که در درجه اول یک عقب‌نشینی در مفهوم دین به وجود آمده است.»

این کارشناس عرصه فرهنگ و هنر در پایان تصریح کرد: «رمضان باید فرصتی برای تلویزیون و تلویزیون نیز بستری برای رمضان باشد و این ماه مبارک بهترین فرصت برای نگاه جهانی به انقلاب اسلامی و جهانی کردن این انقلاب است. نقطه ضعف بزرگی که وجود دارد این است که فضای فکری واندیشه‌ای ما با فضای هنری پیوند نمی‌خورد و حوزه علمیه با تلویزیون ارتباط ندارد و این ارتباط تنها در پخش سخنرانی‌های مذهبی خلاصه شده و در ادبیات‌سازی دینی و هنری ما ورود نکرده است.»

نعمت‌الله سعیدی، نویسنده و منتقد سینما: پیش‌فرض غلطی وجود داشت که مخاطب در ماه رمضان، خسته از روزه‌داری برای گذران وقت نیاز به فضای شاد دارد و این مسئله سریال‌سازی را به سمت ساخت کمدی سوق داد. اما مسئله این است که در درجه اول یک عقب‌نشینی در مفهوم دین به وجود آمده است.

سعید مستغاثی، رئیس‌پیشین انجمن منتقدان و نویسندگان سینمایی: بخشی از نفوذ فرهنگ غرب در ایران، سکولاریزه کردن جامعه بوده است. یکی از بازتاب‌های نفوذ این تفکر، تفکیک دین از آثار هنری و سریال‌هاست. جالب است که غربی‌ها خودشان درباره همه مناسبت‌ها اثر خلق می‌کنند اما به ما القا می‌کنند که نباید به این مسئله توجه کنیم!

فراخوان انتخاب مشاور بر اساس روش کیفیت و قیمت با موضوع خرید خدمات مشاوره‌ای جهت برنامه‌ریزی و کنترل پروژه و پایش و ارزشیابی طرح‌ها بمنظور ایجاد و توسعه متوازن منطقه‌ای خدمات بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات

وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در نظر دارد فراخوان انتخاب مشاور براساس روش کیفیت و قیمت با موضوع «خرید خدمات مشاوره‌ای جهت برنامه‌ریزی و کنترل پروژه و پایش و ارزشیابی طرح‌ها بمنظور ایجاد و توسعه متوازن منطقه‌ای خدمات بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات» به شماره ۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰۵۰۰۰۰۰۶ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید، کلیه مراحل برگزاری فراخوان انتخاب مشاور از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا تهیه فهرست مشاوران دارای صلاحیت، ارسال درخواست پیشنهاد (RFP)، ارائه پیشنهاد مشاوران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. بنابراین لازم است مشاوران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در فراخوان محقق سازند تاریخ انتشار فراخوان در سامانه ۲۱و۱۴۰۰/۰۲/۲۲ می‌باشد.

نشانی مناقصه‌گزار: تهران - خیابان شریعتی - بالاتر از چهارراه شهید قدوسی - ساختمان معاونت توسعه مدیریت، هماهنگی و امور پشتیبانی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات.

موضوع مناقصه: خرید خدمات مشاوره‌ای جهت برنامه‌ریزی و کنترل پروژه و پایش و ارزشیابی طرح‌ها بمنظور ایجاد و توسعه متوازن منطقه‌ای خدمات بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات

مهلت دریافت اسناد ارزیابی: از ساعت ۸:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۲۲ لغایت ساعت ۱۴:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۲۹.

مهلت بارگزاری اسناد ارزیابی در سامانه: راس ساعت ۱۴:۰۰ روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۱۱.

تاریخ بازگشایی پاکات ارزیابی: راس ساعت ۱۰:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۱۲.

بدینوسیله از مشاوران دارای رتبه ۱ مشاور در زمینه پست و مخابرات از معاونت راهبردی ریاست جمهوری و یا رتبه ۱ مشاوره و نظارت بر اجرای طرح‌های انفورماتیکی از شورای عالی انفورماتیک جهت شرکت در انتخاب مشاور دعوت به عمل می آید. جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص شرایط عمومی می‌توانند با شماره‌های ۸۸۱۱۲۵۵۶ و ۸۸۱۱۲۷۸۵ اداره خرید و قراردادها تماس حاصل نمایند.

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۹۱۹۳۴-۰۲۱، دفتر ثبت‌نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱

م الف: ۳۹۶ — شناسه آگهی: ۱۱۳۹۱۰۲

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی (مناقصه شماره ۹۹/۱۲-۴۴)

شرکت سهامی برق منطقه‌ای تهران

شرکت سهامی برق منطقه‌ای تهران در نظر دارد جهت واگذاری» خدمات سرویس، تعمیر و نگهداری تجهیزات مخابراتی، تله متری، اسکادا و DCS پستها و مراکز دیسپاچینگ فوق توزیع استان‌های البرز و قم « از طریق فراخوان ارزیابی کیفی **(فراخوان ارزیابی کیفی در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شماره ۲۰۰۰۰۰۱۰۰۸۰۰۰۰۰۴** نسبت به شناسایی پیمانکاران واجد شرایط زیر در سامانه تدارکات الکترونیک دولت اقدام نماید.

۱- ارائه گواهینامه صلاحیت معتبر پیمانکاری حداقل رتبه ۳در رشته ارتباطات و رتبه ۵ در رشته نیرو از سازمان برنامه و بودجه کشور

۲- گواهی صلاحیت ایمنی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (HSE)

۳- حداقل ۳ سال تجربه تعمیر و نگهداری مخابرات و اسکادای مراکز دیسپاچینگ ملی **SCC** و یا AOC و یا مراکز دیسپاچینگ فوق توزیع(قرارداد تعمیر و نگهداری ملاک ارزیابی خواهد بود)

۴- بومی استان‌های تهران یا البرز یا قم (مقر اصلی شرکت ملاک ارزیابی خواهد بود)

بدین وسیله از کلیه شرکتهای واجد شرایط که مایل به شرکت در این مناقصه هستند دعوت می گردد جهت **دریافت اسناد ارزیابی کیفی از تاریخ ۱۴۰۰/۰۲/۲۵ الی ۱۴۰۰/۰۲/۲۷ به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و برای دریافت اسناد کیفی مناقصه‌گران اقدام نمایند.**

اسناد تکمیل شده بایستی تا پایان مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۱۰ از طریق سامانه مذکور www.setadiran.ir ثبت گردد. قابل ذکر است که به اسناد تحویل شده بعد از تاریخ مذکور ترتیب اثر داده نخواهد شد.

علاقمندان به شرکت در مناقصه می بایست جهت ثبت‌نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (توکن) با شماره‌های دفتر ثبت‌نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸ و مرکز تماس ۲۷۳۱۳۱۳۱ تماس حاصل نمایند.

شرکت برق منطقه ای تهران پس از بررسی اسناد و مدارک واصله و اطلاعات مندرج در پرسشنامه در چارچوب ضوابط و مقررات نسبت به ارزیابی کیفی شرکت‌ها اقدام و ازشرکت‌های واجد شرایط جهت دریافت اسناد مناقصه دعوت بعمل خواهد آورد.

بدیهی است ارایه مدارک و پرسشنامه‌های تکمیل شده هیچ گونه حقی را برای متقاضیان جهت شرکت در مناقصه ایجاد نخواهد کرد. ضمناً اطلاعات فوق در شبکه اطلاع رسانی www.tavanir.org.ir (مناقصات برق تهران) و پایگاه ملی مناقصات http://iets.mporg.ir/ موجود می‌باشد.

روابط عمومی
شرکت برق منطقه‌ای تهران

شناسه آگهی: ۱۱۳۲۲۷۷
م الف: ۵۰۲

آگهی تغییرات

شرکت تولیدی و صنعتی نوژن گاز سهامی خاص به شماره ثبت ۹۸۹ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۴۳۹۶۲۱

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق‌العاده مورخ ۱۳۹۸/۲/۳ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: - حمیدرضا طباطبایی به شماره ملی ۰۰۵۰۹۸۶۲۲۸ به سمت رئیس هیئت مدیره و سیدمرتضی طباطبایی اوره به شماره ملی ۱۲۳۹۴۶۱۹۴۱ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و مسعود طباطبایی اوره به شماره ملی ۰۰۵۱۲۹۹۴۷۱ به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره برای مدت دو سال انتخاب گردیدند - کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور شرکت از قبیل چک سفته و بروات و عقود اسلامی با امضا مشترک دو نفر از سه نفر اعضا هیئت مدیره همراه با مهر شرکت دارای اعتبار می‌باشد.مهدی باقریان به شماره ملی ۰۰۶۶۳۲۲۹۵۲ به سمت بازرس اصلی و حمیدرضا رهروی شرع به شماره ملی ۰۰۷۱۰۱۵۶۴۷ به سمت بازرس علی‌البدل برای مدت یک سال مالی انتخاب شدند.

حجت‌اله قلی‌تبار
سرپرست اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری شهرستانهای استان تهران
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
مرجع ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری شهریار

آگهی تغییرات

موسسه اتحادیه صنف مشاورین املاک شهرستان ملارد به شماره ثبت ۷۵۴ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۱۷۳۴۷۲

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۱۹ و مجوز شماره ۱۱۷/۲۳/۴۴۵۸۵۳ مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۰۱ اداره صنعت، معدن و تجارت شهرستان ملارد تصمیمات ذیل اتخاذ شد: اساسنامه جدید مشتمل بر ۳۰ ماده به تصویب رسید و جایگزین اساسنامه قبلی گردید.

حجت‌اله قلی‌تبار - سرپرست ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری شهرستان‌های استان تهران
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
مرجع ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری شهریار

آگهی تغییرات

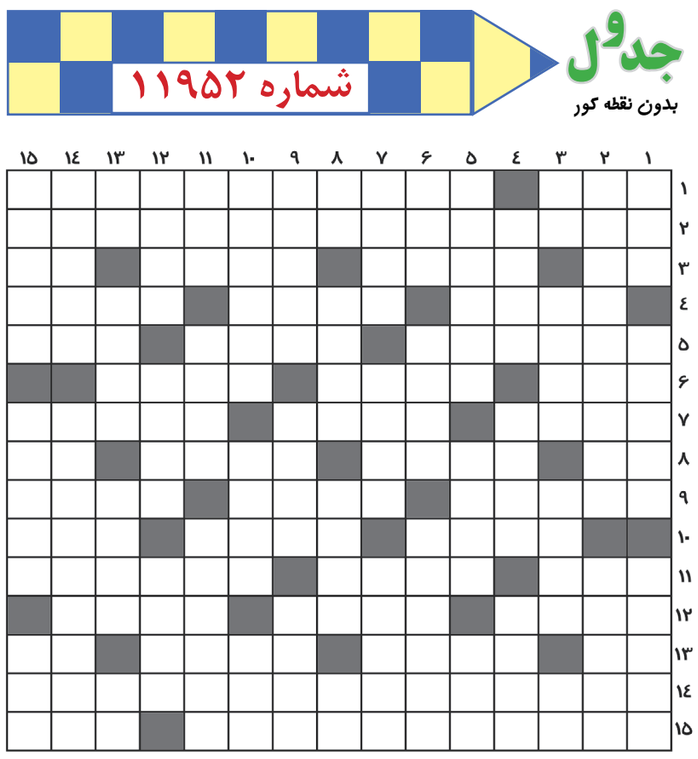
شرکت مجتمع کشت و صنعت فردوس سهامی خاص به شماره ثبت ۸۱۹۱۶ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۲۶۵۶۶۷

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۸/۱۱/۰۸ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: آقایان هرمز خواجوی با کد ملی ۱۸۴۰۲۶۱۳۱۵ به نمایندگی از موسسه بنیاد تعاون سپاه به شناسه ملی ۱۴۰۰۳۶۹۱۹۴۳ به سمت رئیس هیئت مدیره، علی عبادت‌طلب بارکوسرائی به کد ملی ۲۷۲۰۹۰۶۰۷۷ به نمایندگی از شرکت جهاد خانه‌سازی رزمندگان به شناسه ملی ۱۰۱۰۱۳۹۴۰۵۸ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، مجید خلیلی خشنود به کد ملی ۴۲۸۰۷۲۵۶۸۳ به نمایندگی از شرکت صنایع معدنی شهاب‌سنگ به شناسه ملی ۱۰۱۰۱۲۷۸۹۲۸ به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره انتخاب گردیدند. کلیه اسناد و اوراق بهادار و اسناد تعهدآور، قراردادها، چک‌ها، بروات، سفته‌ها و غیره با امضاء مدیرعامل و یکی از اعضای هیئت مدیره و در غیاب مدیرعامل با امضای دو نفر از اعضای هیئت مدیره به همراه مهر شرکت معتبر، و سایر نامه‌ها و مکاتبات اداری با امضای مدیرعامل همراه با مهر شرکت، معتبر می‌باشد.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری تهران

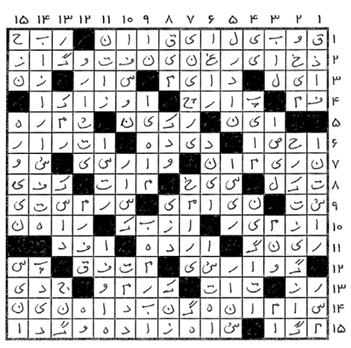
جدول شماره ۱۱۹۵۲

بدون نقطه کور



افقی:

۱- منحوس و نامبارک- اثری از ناصرخسرو ۲- کاسبی پردرآمد برای مرزنشینان و زیانبار برای اقتصاد ملی ۳- قافله سالار اعداد- ذهن و حافظه- دوستی- بن زادن ۴- نقیصه ناقص- فاسد و خراب- قطب قالیبافی در شرق تبریز ۵- مشترک کالا یا خدمتی شدن- هم‌جنس- زادگاه حضرت فاطمه(س) ۶- نوعی زمین تنیس- نددهنده- حاجت و ضرورت ۷- طایفه‌ای در غرب کشور- نیاز نیروهای مسلح- پس‌زدن، دور کردن ۸- بن آمدن- بوی خوش- بیماری لرزش دست و پا- نور اندک ۹- ملعون- ضعیف و ناتوان- مخترع باتری ۱۰- پرتو کشف شده توسط رنتگن آلمانی- خراب- چرخ بولدوزر و تانک ۱۱- تیررس گلوله و موشک- ناسزاگو- متحمل زحمت شدن ۱۲- شغال عرب- شاهان اسطوره‌ای- جرأت و توان ۱۳- مجرای خون- ماه‌گرفتگی- در تهران به معنای ظرفیت و تحمل به کار می‌رود- منقار پرندگان ۱۴- این دهقان بیش از انواع سنتی محصول تولید می‌کند ۱۵- اثری از چارلز دیکنز که فیلم و سریال نیز از آن تولید شده است- کشف ۳۵۰۰ ساله انسان.

عمودی:

۱-بی‌رحم-فرستادن-رمزینه کالاهای صنعتی ۲-از نیروهای نظامی بلوک ناتو-بازکننده مسیر حرکت ۳-جایگاه ساعت- مقتول- پشیمان- بنیان ۴- آخری- سفینه و شناور- سستی و بیحالی ۵- مجریان حرکات موزون- از مراحل تولید فیلم سینمایی- خانه بزرگ ۶- بین و میان- بس- ورزشکار کمتر از هفتاد کیلوگرم وزن ۷- شلوارک- خصم و عدو- گسیل داشتن ۸- ضرورت خیاطی- بهترین- خوش‌ظاهر- ترک استخوان ۹- به پایان رساندن- رهاوردی از کاشان- منزوی و گوشه‌گیر ۱۰- گوینده چرندیات- قول و تعهد- پاکیزگی ۱۱- شهر قطاب و باقلوا- کلک و خیانت- فرزندان آدم ۱۲- سخن یا نوشته شادی‌بخش- تکیه کلام دراویش- تلاشگر ۱۳- غذای پرتنوع- داستان ادبی- دسته نظامی بزرگ- کلمه انتخاب ۱۴- موسیقی- عنوان افتخارآمیز برای شیوخ جنوب خلیج‌فارس ۱۵- مترسک- شهرت امیر علیشیر وزیر پرتوان و ادیب تیموریان- قدیمی، دیرینه.