ضرورت کنترل و مدیریت سلبریتی‌ها در عصر ارتباطات

شناخت ماهیت سلبریتی‌ها و آسیب‌شناسی فعالیت سیاسی آنها

آرش فهیم
بخش پایانی

چرا در ایران، برخلاف بسیاری از کشورهای برخوردار از توسعه رسانه‌ای، چهره‌های مشهور «پر حرف»تر هستند؟

به ندرت پیش می‌آید که از کریستیانو رونالدو یا لیونل مسی اظهار نظری خارج از فعالیت تخصصی آنها بشنویم؛ درحالی که صدها میلیون دنبال‌کننده دارند.

بازیگران مطرح سینمای جهان، غیر از مواردی که بخشی از یک پروژه یا برنامه است یا علیه دشمنان کشورشان قلمداد می‌شود اظهار نظر سیاسی ندارند. اما در ایران، ما دچار تورم حرافی سلبریتی‌ها هستیم! نه تنها حرافی، بلکه سوءاستفاده از شهرت هم از معضلات این سال‌های برخی از چهره‌های مشهور بوده است.

فراموش نکرده‌ایم چند سال قبل بازیگری بلافاصله بعد از اولین حضورش در یکی از سریال‌های تلویزیونی، ناگهان رفتارهای نامتعارفی را در پیش گرفت و سعی کرد تا از این طریق بیشتر دیده شود! بارها شاهد بوده‌ایم که بعضی فوتبالیست‌ها، هنرپیشه‌ها و مجریان مشهور، شهرت خودشان را دراختیار طرح‌های اقتصادی یا احزاب سیاسی قرار داده‌اند؛ از همه این‌ها فاجعه بارتر اینکه یک سلبریتی به ربانی برای تکثیر اخبار جعلی و شایعات تبدیل شود یا طرح‌های ضدملی را به وسیله شهرتش پمپاژ کند.

شهرت هم مانند قدرت و ثروت، اگر همراه با مسئولیت نباشد، بیماری‌زا، تباهی‌آفرین و گمراه‌کننده است. به ویژه که اکنون، با وجود شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی، هر فرد می‌تواند دارای یک رسانه و تریبون شخصی باشد. افرادی که فاقد شهرت هستند و دنبال کنندگان پایینی دارند، اگر اقدام به نشر خبر یا محتوای اشتباهی کنند شاید به جایی بر نخورد، اما یک فرد مشهور که در فضای مجازی صدها هزار نفر مخاطب بالفعل دارد، وقتی اقدام به طرح نظر غیرتخصصی می‌کند، به طور طبیعی بازخورد مخربی خواهد داشت. نمونه چنین بلیه‌ای را در بزنگاه‌های سیاسی و اجتماعی اخیر شاهد بوده‌ایم. اما وقتی برخی از سلبریتی‌ها احساس مسئولیت نمی‌کنند و خودشان تعهدی به جامعه و مردم ندارند، چه باید کرد؟ یکی از دلایلی که سلبریتی‌ها در کشورهای پیشرفته از نظر صنعتی، کمتر به حیطه‌های غیرتخصصی‌شان ورود می‌کنند این است که در آنجا ضوابط و مقرراتی برای فعالیت این‌گونه افراد وجود دارد. ضوابطی که جایشان هنوز هم در ایران خالی است.

روش‌های مدیریت چهره‌های مشهور

فارغ از عواقب سیاسی و اجتماعی، گاهی به دلیل رفتارهای نامتعارف سلبریتی‌ها و تعدادی از هنرمندان، برخی محصولات هنری ضربات غیرقابل جبرانی خورده‌اند. به طور مثال، تعدادی از فیلم‌های سینمایی سال‌های اخیر که بعضا آثار قابل توجه و مهمی هم هستند به دلیل قانون شکنی یا هنجارگریزی بازیگرش از نمایش رسمی باز مانده‌اند.

دکتر رفیع‌الدین اسماعیلی، منتقد و مدرس سینما و مدیر مدرسه رسانه‌ای استاد محمدحسین فرج نژاد در گفت وگو با گزارشگر کیهان می‌گوید: «در غرب هم این تجربیات اتفاق افتاده و آنها هم از سلبریتی‌ها ضربه‌هایی خورده‌اند و به همین دلیل هم ضوابطی را تعیین کرده‌اند. ازجمله راهکارها این است که قراردادهایی که با سلبریتی‌ها بسته می‌شود، محکم باشد. متأسفانه صداوسیمای ما فاقد این نوع قرارداد است و قراردادها هم بیشتر یکطرفه و به نفع آن‌هاست. این درحالی است که باید در قراردادها ذکر شود که یک بازیگر یا هنرمند اگر علیه کشورش تخلفی را مرتکب شد و از قوانین عبور کرد و علیه حاکمیت فعالیت نمود، باید منتظر برخورد قاطع باشد. نکته مهم این است که ما نباید بین سلبریتی و غیرسلبریتی تفاوت قائل شویم. چگونه است که مثلا درباره پوشش، دیگران ملزم به رعایت هستند و سلبریتی‌ها خیر؟! چنین تفاوت‌هایی ممکن است این تصور را برای یک سلبریتی ایجاد کند که هر کاری بخواهد می‌تواند انجام دهد و کسی جلودار او نیست. وقتی در مسائل جزئی برخورد نشود به مسائل کلان می‌رسد و یک خودباوری کاذب در آنها ایجاد می‌شود که کسی نمی‌تواند با آنها برخورد کند. عملکرد قوه قضائیه در این زمینه خیلی مهم است و باید تقویت شود.»

دکتر رفیع‌الدین اسماعیلی، منتقد و مدرس سینما: از جمله راهکارها این است که قراردادهایی که با سلبریتی‌ها بسته می‌شود، محکم باشد. متأسفانه صداوسیمای ما فاقد این نوع قرارداد است و قراردادها هم بیشتر یکطرفه و به نفع آن‌هاست. این درحالی است که باید در قراردادها ذکر شود که یک بازیگر یا هنرمند اگر علیه کشورش تخلفی را مرتکب شد و از قوانین عبور کرد و علیه حاکمیت فعالیت نمود، باید منتظر برخورد قاطع باشد.

وی می‌افزاید: «باید یک نظام سلبریتی‌ساز داشته باشیم. یعنی باید یک فرآیند وجود داشته باشد که طبق آن سلبریتی‌ها پدید بیایند و طبق همان هم فعالیت کنند. به طور مثال، کمپانی‌های بزرگ اقتصادی در جهان وجود دارند که برخی سلبریتی‌ها هم با آنها قرارداد دارند و از ابتدا که یک سلبریتی کارش را با آن شرکت یا کمپانی شروع می‌کند تا آخر باید طبق همان قرارداد و قوانین کار کند.»

اسماعیلی معتقد است که مدیریت چهره‌های مشهور باید از فضای مجازی آغاز شود و در این باره توضیح می‌دهد: «امروزه فضای مجازی اصلی‌ترین زمینه خودنمایی آن‌هاست. اما هیچ قواعد و ضوابط مشخصی برای این موضوع وجود ندارد. این درحالی است که باید یک اکوسیستم سلبریتی در فضای مجازی داشته باشیم که بدانند در این فضا چه اتفاقی باید برایشان رخ دهد. همچنین باید همه بسترهایی که به مطرح شدن سلبریتی‌ها می‌انجامد اصلاح شود؛ هم در صداوسیما و هم در سینما می‌بایست هر موردی که اتفاق می‌افتد به درستی و به صورت بومی صورت بگیرد.»

این کارشناس رسانه همچنین مردم را ضلع دیگر مواجهه با سلبریتی‌ها می‌داند و ادامه می‌دهد: «مردم مخاطبین سلبریتی‌ها هستند و به نظرم مهم‌ترین کاری که در این زمینه برای مردم باید انجام شود تقویت سواد رسانه و بصیرت افزایی در حوزه رسانه و فضای مجازی است که متأسفانه ما در این باره غفلت کرده‌ایم! از طرفی ما باید مرجعیت سلبریتی را در جامعه از بین ببریم. رسیدن به این هدف، یک کار شناختی دقیق و بلندمدت است. چراکه سلبریتی فقط در پی منافع شخصی است که مردم در پی آن نیستند.»

این مدرس حوزه و دانشگاه همچنین یادآور می‌شود: «سلبریتی بخشی از یک فرهنگ کلان است. مثلا مصرف‌گرایی، لذت‌گرایی، سودگرایی و... به گسترش فرهنگ سلبریتیسم کمک می‌کنند. شما نمی‌توانید مرجعیت سلبریتی را از بین ببرید درحالی که مصرف‌گرایی، لذت‌گرایی و اصالت سود و تجارت در جامعه پررنگ می‌شود. وقتی این مسائل وجود دارد خواه‌ناخواه سلبریتی هم بها می‌یابد و جدی می‌شود. پس یک سری مولفه‌ها (مصرف‌گرایی و اصالت سود و لذت) در جامعه هست که باید از بین بروند تا مرجعیت سلبریتی هم از بین برود.»

اسماعیلی درباره مواجهه حاکمیت با سلبریتی‌ها نیز بیان می‌کند: «برخورد جدی طبق قانون و جرم انگاری سلبریتی‌ها باید مورد توجه قرار بگیرد. حاکمیت باید مالیات‌های جدی نسبت به درآمد سلبریتی‌ها در نظر بگیرد. همچنین باید از ایجاد دوقطبی‌هایی که سلبریتی‌ها غالبا به دنبالش هستند پرهیز شود و نگذاشت جامعه به آن سمت برود.»

این مدرس حوزه و دانشگاه به وجه ایجابی هم اشاره می‌کند و می‌گوید: «باید چهره‌های مشهور که شاید نتوان اسم سلبریتی هم رویشان گذاشت اما افراد محبوب و مشهوری هستند را برجسته‌تر ساخت. چنین افرادی در جامعه هنری و ورزشی ما زیاد هستند اما متأسفانه اغلب، این افراد منفی هستند که برجسته می‌شوند! باید جریان را تغییر داد تا افراد مثبت، برجسته شوند و الگوسازی از آنها صورت بگیرد.»

خلأ ساختاری برای فعالیت سلبریتی‌ها

اما جدای از ضوابط، در عرصه عمومی کشور ایران، ساختارهای لازم برای فعالیت چهره‌های مشهور وجود ندارد و آنها کارشان را به طور منطقی ادامه نمی‌دهند، به همین دلیل هم سوءاستفاده از شهرت، از سوی بعضی از آنها رخ می‌دهد.

دکتر مجید سلیمانی، کارشناس علوم ارتباطات و عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران درباره تجربه مواجهه دیگر کشورها با سلبریتی و نحوه مدیریت آنها می‌گوید: «اهمیت یافتن سلبریتی‌ها و مرجعیت آنها به ایران محدود نمی‌شود و در سایر کشورهای دیگر هم این مسئله قابل رؤیت است. اساساً اقتضای جهان و زندگی مدرن با توجه به گسترش نظام ارتباطات اجتماعی تصویرمحور در همه‌جای جهان سلبریتی‌ها را در ۵،۶ سال گذشته برجسته و مهم کرده است. منتها در خیلی از کشورها در قبال این پدیده سازوکاری را اخذ کرده‌اند که در ایران چنین نیست.»

وی می‌افزاید: «تا آن‌جا که بنده جست‌وجو کردم، ما قوانین خاص سلبریتی‌ها را در دنیا نداریم و منطقی هم نیست که داشته باشیم. هرکسی پاسخگوی اعمال خودش است و دلیلی ندارد ما بیاییم قانونی جداگانه برای طیف‌ها و یا اصناف مختلف ایجاد کنیم. بهترین حالت این است که فعالیت‌های سلبریتی‌ها تحت نظارت شرکت و آن کمپانی‌ای باشد که شخص زیر نظر آن فعالیت می‌کند.

یک کارشناس علوم ارتباطات: سلبریتی‌ها، ساخته صنعت سرگرمی هستند و از همه لحاظ انسان‌های ضعیفی محسوب می‌شوند. آنچه آنان را مشهور کرده، صنعت رسانه است؛ اگرنه از خود فضلی ندارند. بنابراین باید تمایزی بین اهل هنر و اهل علم و اهل فرهنگ که در عرصه خود فاضل‌اند، با سلبریتی‌ها قائل شد.

در اکثر جاها چنین وضعیتی جاری است و در مقابل، سلبریتی هم سعی می‌کند که هر اظهار نظر یا هرکنشی را ابراز نکند، چون احتمال دارد به آن شرکت و ویژند (برَند) آن ضربه بزند.اینکه چرا این سازوکار در ایران این چنین با قوت شکل نگرفت و پیش نرفت، دلایل مختلفی دارد؛ از جمله آن‌که ما اساساً چنین تولیدکنندگان رسانه‌ای و یا شرکت‌های تبلیغاتی و هنری که بازیگر یا خواننده تحت نظر آن باشد، نداریم. البته در حوزه موسیقی یک‌سری فعالیت‌هایی شده است، اما نه به شکل فراگیر. در کنار این موضوع نبود ساختار منسجم مالیاتی، یکی دیگر از دلایلی است که از اشراف نظارتی بر سلبریتی‌ها می‌کاهد. اگر این ساختار منسجم وجود داشته باشد، دیگر سلبریتی دست به اتخاذ موضع شاذ و هنجارشکن و غیرمسئولانه نمی‌زند؛ چرا که او وابسته به شرکتی است که آن شرکت هم از قوانین بازار و حکمرانی آن تبعیت می‌کند. وجود ساز و کار دقیق مالی و قراردادی موجب آن می‌شود که کنش‌های غیرمسئولانه از سوی سلبریتی‌ها رخ ندهد یا کمتر رخ دهد. زیرا جریمه‌های سنگین مالی یا حتی قضایی در انتظار آنهاست. مدیریت منطقی سلبریتی‌هایی که به واسطه صنعت سرگرمی شکل گرفته‌اند تنها در این صورت ممکن است. البته باید گفت کنترل و سازوکار منسجم در رابطه با نظارت بر سلبریتی‌ها هم به نفع خود آنان است (و آنها را منافع شهرت‌شان بهره‌مند می‌کند) و هم به نفع حکمرانی فرهنگی کشور است، چون واقعا سلبریتی‌ها تخصص چندانی در امور ندارند و اظهار نظر آنان در رابطه با موضوعات مختلف می‌تواند غیرمسئولانه باشد که الان با چنین امری مواجهیم.»

سلیمانی در پایان تصریح می‌کند: «این مسئله را نیز نباید فراموش کنیم که سلبریتی‌ها، ساخته صنعت سرگرمی هستند و از همه لحاظ انسان‌های ضعیفی محسوب می‌شوند. آنچه آنان را مشهور کرده، صنعت رسانه است؛ اگرنه از خود فضلی ندارند. بنابراین باید تمایزی بین اهل هنر و اهل علم و اهل فرهنگ که در عرصه خود فاضل‌اند، با سلبریتی‌ها قائل شد. زیرا هر شهرتی نیز تابع فرهنگ سلبریتی‌گری نیست. به نظر من، نوع مواجهه با اهل هنر و فرهنگ باید متفاوت از سلبریتی‌ها باشد. گفت‌وگو با آنان از طریق نهادهای میانجی، تنها راهی است که می‌توان به آن اشاره کرد. نهادهای فرهنگی و هنری و دانشگاه‌ها، برخی از نهادهای میانجی با اهل فرهنگ و هنر است.»

سلبریتی‌ها را به دیدن مردم محکوم کنیم!

مشکل بسیاری از سلبریتی‌ها در ایران این است که بعد از رسیدن به شهرت و ثروت، تعاملشان با مردم و کف جامعه بعضا قطع و محدود به شبکه‌های اجتماعی و حلقه دنبال کنندگان می‌شود. در نتیجه تصویر و تصوری که از مردم دارند به آنچه در فضای مجازی و شبکه‌های ماهواره‌ای پخش می‌شود، خلاصه می‌شود. برخی از آنها تحت فشار یا جوسازی همین فالورها یا برای جذب لایک و فالور بیشتر، فریب سناریوهای جعلی را می‌خورند.

مهدی متولیان، منتقد و کارشناس فرهنگی در این باره به گزارشگر کیهان می‌گوید: «به نظرم نظام جمهوری اسلامی نه فقط در این مقطع بلکه در دهه ۶۰ حتی در برخورد با جریان‌های وحشی چون منافقین با این ملاحظه که آنها ایرانی و هموطن هستند، خیلی مدارا کرده است. شاید بیانیه اخیر وزارت اطلاعات مبنی بر اینکه شبکه‌هایی چون بی‌بی‌سی فارسی و اینترنشنال تروریستی هستند و تک‌تک اعضای آنها تحت تعقیب قضایی ما قرار می‌گیرند، یک حرکت قاطع انجام شده است. به نظرم با سلبریتی‌هایی هم که تا این حد از لجاجت با نظام جمهوری اسلامی پیش می‌روند، باید با همین قاطعیت با آنها برخورد کرد و اجازه کار نداشته باشند و محاکمه شوند. البته چنین افرادی شاید به تعداد انگشتان یک دست باشند. قطعا حرف ما این نیست که رفتاری فراتر از چارچوب قانونی شود، هر آنچه در قانون آمده باید اجرا شود، اما نظام جمهوری اسلامی به خاطر ملاحظاتی که در حوزه‌های فرهنگی و رسانه‌ای داشته از آن حد قانونی کوتاه آمده است که این مماشات باید کنار گذاشته شود، چون ثمره اش را کف خیابان و تهدید جان مردم و حافظان امنیت دیده‌ایم. بنابراین باید مر قانون اجرا شود.»

آگهی فراخوان عمومی ارزیابی کیفی مناقصه‌گران؛ مناقصه شماره م.ع.پ/ ۰۳۵ /۱۴۰۱ به شماره سامانه ستاد۲۰۰۱۰۹۱۶۴۵۰۰۰۱۱۴ (نوبت اول)

شرکت ملی نفت ایران
شرکت پایانه‌های نفتی ایران (سهامی خاص)

شرکت پایانه‌های نفتی ایران (سهامی خاص) در نظر دارد انجام خدمات موضوع مناقصه را با در نظر گرفتن شرایط کلی زیر و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)، به صورت فراخوان عمومی ارزیابی کیفی مناقصه‌گران به مناقصه‌گر واجد شرایط واگذار نماید:

الف) کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا تهیه فهرست مناقصه‌گران دارای صلاحیت، ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www. setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترو نیکی را جهت شرکت در فراخوان محقق سازند. خاطر نشان می‌سازد به موجب بخشنامه وزارت صمت امکان ثبت‌نام بر خط رایگان در این سامانه جهت کلیه مناقصه‌گران فراهم می‌باشد.
شماره تماس سامانه ستاد در تهران جهت انجام مراحل عضویت در سامانه ۰۲۱۱۴۵۶ و اطلاعات تماس دفاتر ثبت‌نام در سایر استان‌ها، در سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش «ثبت‌نام / پروفایل تامین‌کننده/مناقصه‌گر» موجود است.

ب) نوع فراخوان: مناقصه عمومی توأم با ارزیابی کیفی جهت انتخاب مناقصه‌گر واجد شرایط به منظور انجام خدمات موضوع مناقصه / یک مرحله‌ای

ج) نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گزار: تهران- خیابان پاسداران -بالاتر از برج سفید - خیابان شهید حجت سوری (نیستان هفتم) پلاک ۱۱- شرکت پایانه‌های نفتی ایران (سهامی خاص)

د)موضوع مناقصه: تامین (اجاره) یک فروند شناور یدک‌کش جهت حمل محمولات دریایی بین بوشهر،خارک و بلعکس و سایر جزایر و بنادر خلیج‌فارس

ه) شرح مختصر خدمات: استفاده ازخدمات یک فروند یدک‌کش جهت حمل بارجهای ملکی مناقصه‌گزار به منظور جابه‌جایی محمولات بین بندر بوشهر، جزیره خارگ و سایر جزایر و بنادر داخلی خلیج‌فارس و دریای عمان

و) نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار، تضمین انجام تعهدات و حسن انجام کار: ارائه تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار به مبلغ **۵،۴۷۵،۰۰۰،۰۰۰** ریال حسب آئین نامه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیئت محترم وزیران و همچنین تضمین انجام تعهدات در صورت برنده شدن به میزان ده درصد نرخ پیشنهادی برنده مناقصه؛ ضمناً تضامین صادره می‌بایست مطابق فرمت‌های نمونه پیوست آئین‌نامه مذکور ارائه گردد؛ لذا مناقصه‌گزار از پذیرش تضامینی که فاقد شرایط فوق باشد معذور بوده و هیچ‌گونه مسئولیت و تعهدی در این خصوص، نخواهد داشت.
شایان ذکر می‌باشد پس از انعقاد قرارداد، به میزان ده درصد از هر صورت وضعیت مناقصه‌گر برنده به‌عنوان تضمین حسن انجام کار کسر می‌گردد.

تبصره: بر اساس تبصره ۲ ماده ۲۵ آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان و تجاری سازی نوآوری‌ها و اختراعات به شماره ۱۴۱۶۰۲/ت ۴۶۵۱۳ ه مورخ ۱۳۹۱/۰۸/۲۱ هیئت محترم وزیران، شرکت و موسسات دانش‌بنیان برای ارائه و فروش محصولات و خدمات دانش‌بنیان خود در مناقصات دولتی مشمول تخفیف ۵۰٪ (پنجاه درصد) در مبلغ سپرده فرآیند ارجاع کار می‌گردند.

ز) محل، مدت زمان اجرای خدمات و برآورد مناقصه‌گزار: محل اجرای خدمات جزیره خارک،بندر بوشهر و سایرجزایر و بنادر خلیج‌فارس و دریای عمان بوده، مدت انجام خدمات **دو سال** شمسی می‌باشد و **برآوردمناقصه‌گزار برابر ۱۰۹،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ (یکصد و نه میلیارد و پانصد میلیون) ریال** می‌باشد.

ح) مدت اعتبار پیشنهاد: مدت اعتبار پیشنهاد از تاریخ ارائه پیشنهاد مالی به مدت ۱۸۰ روز می‌باشد.

ط) گواهی‌ها، مجوزها و مدارک مورد نیاز:

ط-۱: ارائه گواهی صلاحیت درخصوص حداقل یکی از موارد ذیل توسط مناقصه گران الزامی است:
۱) نمایندگی کشتیرانی
۲) راهبری، تعمیر و نگهداری شناورها
۳) خدمات کشتی به کشتی
۴) خدمات راهنمایی کشتی‌ها

ط-۲: ارائه سایر گواهی‌ها و مدارک ذیل توسط مناقصه گران الزامی است:
دارا بودن شخصیت حقوقی.
ارائه گواهی نامه تایید صلاحیت پیمانکاری از نظر ایمنی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
ارائه شناسه ملی حسب ماده ۱۶ آیین نامه اختصاص شناسه ملی به کلیه اشخاص حقوقی ایرانی.
ارائه تصویر مصدق کد اقتصادی شرکت و کد ملی صاحبان مجاز امضا
ارائه صورت‌های مالی حسابرسی شده توسط سازمان حسابرسی و یا اعضای جامعه حسابداران رسمی

ی-زمان، مهلت و نشانی دریافت اسناد ارزیابی کیفی:
۱- با عنایت به ابلاغیه شماره ۱/۱۴۰۹۳۵ مورخ ۱۳۹۹/۰۵/۱۱ دبیر محترم کارگروه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) و تاکید موکد بر الزام به‌کارگیری امضای الکترونیکی اسناد پاکت‌های (ب) و (ج) و عدم پذیرش نسخ فیزیکی واسناد فاقد امضای الکترونیکی (دارای مهرگرم)، کلیه مناقصه گران موظف می‌باشند تمامی اسناد پاکت‌های (ب) و(ج) مناقصه را با امضاء الکترونیکی ودر موعد مقرر در اسناد مناقصه از طریق سیستم سامانه ستاد بارگذاری نمایند در غیر این‌صورت مناقصه گزار از پذیرش نسخه فیزیکی اسناد پیش گفته معذور خواهد بود.
۲- کلیه مناقصه‌گران واجد شرایط می‌توانند به مدت ۷ روز از زمان درج آگهی نوبت دوم نسبت به دریافت اسناد و معیارها و جداول ارزیابی کیفی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) اقدام و ظرف مهلت ۱۴ روز پس از انقضای مهلت دریافت اسناد، ضمن تکمیل، مهر و امضای آنها و الصاق مستندات مربوطه به همراه سایر اسناد، مدارک و گواهینامه‌های ذکر شده در آگهی نسبت به تغذیه اسناد پیش گفته در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) اقدام نمایند.
همچنین مناقصه‌گران می‌توانند جهت رویت آگهی به سایت‌های WWW. SHANA. IR، WWW.IOTCO.IR و HTTP://IETS.MPORG.IR مراجعه نمایند.
۳- مناقصه‌گزار در رد و یا قبول مدارک در تمام مراحل مطابق قانون برگزاری مناقصات و آیین‌نامه‌های اجرایی آن مختار خواهد بود.

شناسه آگهی: ۱۴۲۱۴۳۵ — روابط عمومی

شرایط و فرم اشتراک نشریات کیهان در شهرستان‌ها سال ۱۴۰۱

متقاضیان محترم می‌توانند با توجه به جدول زیر نسبت به انتخاب هر یک از نشریات مورد علاقه و واریز مبلغ اشتراک به **شماره کارت ۶۱۰۴۳۳۷۷۴۳۹۷۶۸۴۵** بانک ملت به نام حسین شریعتمداری (موسسه کیهان) و ارسال اصل فیش بانکی همراه با فرم تکمیل‌شده ذیل به **صندوق پستی ۱۱۳۶۵/۳۶۳۱** با پست سفارشی نسبت به برقراری اشتراک خود اقدام نمایند.

نشریات	دوره انتشار	پست عادی			پست سفارشی		
		یکساله	شش‌ماهه	سه‌ماهه	یکساله	شش‌ماهه	سه‌ماهه
کیهان فارسی	روزانه	۱۶/۳۵۲/۰۰۰	۸/۱۷۶/۰۰۰	۴/۰۸۷/۰۰۰	۲۲/۸۰۰/۰۰۰	۱۱/۴۰۰/۰۰۰	۵/۷۰۰/۰۰۰
کیهان انگلیسی	روزانه	۶۱/۳۵۲/۰۰۰	۳۰/۶۷۶/۰۰۰	۱۵/۳۳۸/۰۰۰	۶۷/۸۰۰/۰۰۰	۳۳/۹۰۰/۰۰۰	۱۶/۹۵۰/۰۰۰
کیهان عربی	روزانه	۶۱/۳۵۲/۰۰۰	۳۰/۶۷۶/۰۰۰	۱۵/۳۸۸/۰۰۰	۶۷/۸۰۰/۰۰۰	۳۳/۹۰۰/۰۰۰	۱۶/۹۵۰/۰۰۰
کیهان ورزشی	هفتگی	۱۳/۵۲۰/۰۰۰	۶/۷۶۰/۰۰۰	۳/۳۸۰/۰۰۰	۱۸/۲۰۰/۰۰۰	۹/۱۰۰/۰۰۰	۴/۵۵۰/۰۰۰
مجله زن روز	هفتگی	۱۳/۵۲۰/۰۰۰	۶/۷۶۰/۰۰۰	۳/۳۸۰/۰۰۰	۱۸/۲۰۰/۰۰۰	۹/۱۰۰/۰۰۰	۴/۵۵۰/۰۰۰
مجله کیهان بچه‌ها	دوهفته نامه	۵/۳۵۶/۰۰۰	۲/۶۷۸/۵۰۰	۱/۳۹۹/۰۰۰	۹/۱۰۰/۰۰۰	۴/۵۵۰/۰۰۰	۲/۲۷۵/۰۰۰
مجله کیهان فرهنگی	دوماهانه	۱/۰۴۰/۰۰۰	-----	-----	۱/۴۰۰/۰۰۰	-----	-----

توجه:
۱- کپی فیش بانکی و قبض سفارشی را تا پایان مدت اشتراک حتما نزد خود نگهداری نمائید.
۲- قبض پرداختی را می‌توانید به شماره ۰۹۱۲۷۹۳۲۵۶۸ با ذکر مشخصات در کانال تلگرام قرار داده و به امور مشترکین اطلاع دهید.
۳- در صورت تغییر قیمت نشریات و یا هزینه پستی، معادل مبلغ پرداخت‌شده، نشریه مورد تقاضا ارسال می‌گردد.
۴- مجموعه روزنامه‌های کیهان فارسی، کیهان انگلیسی و کیهان عربی در طول هفته در یک روز ارسال می‌شود.
۵- ارسال از طریق پست عادی قابل پیگیری نیست و موسسه هیچ‌گونه مسئولیتی در تاخیر یا عدم تحویل آن ندارد.
۶- در صورت تمایل به اشتراک چند نشریه، برای هر کدام فیش بانکی جداگانه تهیه فرمائید.
۷- همچنین برای اشتراک نشریات کیهان می‌توانید به دفاتر کیهان در سراسر کشور مراجعه فرمائید.

فرم تقاضا

نام: ..... نام خانوادگی: ..... نوع نشریه: ..... تعداد نسخه: ..... مدت: ..... ماه
مبلغ پرداختی: ..... ریال شماره فیش بانکی: ..... تلفن: ..... تلفن همراه: .....
آدرس: .....

واحد آبونمان
روابط بین‌الملل موسسه کیهان
تلفن: ۳۵۲۰۲۲۷۸-۰۲۱ نمابر: ۳۳۹۱۰۹۲۲-۰۲۱

آگهی تغییرات شرکت ساختمانی جنت‌سازان سهامی خاص به شماره ثبت ۶۰۸۳۱ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۰۵۸۷۵۵

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۷/۰۴/۳۰ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: آقای مختار نورانی به شماره ملی ۵۳۰۹۷۸۷۰۲۱ به سمت رئیس هیئت مدیره- آقای محمدتقی ربیعی به شماره ملی ۰۵۳۳۹۰۶۳۸۵ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره- آقای حسن ربیعی به شماره ملی ۰۵۳۳۸۴۱۱۰۰ به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره انتخاب شدند کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور شرکت از قبیل چک، سفته، بروات، قراردادها و عقود اسلامی با امضاء آقایان مختار نورانی و حسن ربیعی همراه با مهر شرکت معتبر و اوراق عادی با امضاء هر یک از آقایان مختار نورانی،حسن ربیعی و محمدتقی ربیعی با مهر شرکت معتبر می‌باشد. محل شرکت به آدرس تهران تهرانپارس- قنات کوثر- خ مطهری- کوچه هفتم مرکزی- پلاک ۳۹- واحد ۴ کدپستی: ۱۶۸۹۹۴۷۸۱۴ انتقال یافت.

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

آگهی تغییرات شرکت روجا افزون هرمس شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۵۵۸۵۰۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۹۱۵۸۷۱۴

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۴۰۰/۰۴/۲۷ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی۹۹ به تصویب رسید. آقای سید مصطفی الوانکار با شناسه ملی۰۰۴۹۶۰۰۸۸۵ به سمت بازرس اصلی و آقای میثم کریمیان با شناسه ملی ۰۰۷۵۰۶۳۷۳۵ به عنوان بازرس علی‌البدل برای مدت یکسال مالی انتخاب شدند. روزنامه کثیرالانتشار کیهان جهت درج آگهی‌های شرکت انتخاب شد. اعضای هیئت مدیره برای مدت دو سال به شرح ذیل انتخاب شدند: شرکت کندر (سهامی خاص) ثبت شده به شماره ۸۲۸۸۴ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۲۷۵۰۸۷ شرکت پخش مدبران کوشای ایرانیان (با مسئولیت محدود) ثبت شده به شماره ۴۷۲۴۷۶ و شناسه ملی ۱۴۰۰۴۹۲۸۸۴۵ شرکت شیمی تن پارسیان قشم (سهامی خاص) ثبت شده به شماره ۵۸۴۲ و شناسه ملی ۱۴۰۰۶۶۳۰۰۵۰.

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

آگهی تغییرات شرکت تارماک شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۳۸۶۳۳ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۸۴۰۴۹۵

به استناد صورتجلسه هیئت‌مدیره مورخ ۱۳۹۹/۰۴/۲۹ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: علی سراج به شماره ملی ۰۰۴۳۳۱۵۵۱۸ به سمت مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره سیامک صبوری به شماره ملی ۰۰۳۶۰۴۹۳۷۹ به سمت رئیس هیئت‌مدیره الهام تقی‌زاده متقی به شماره ملی ۰۰۴۰۸۶۲۷۲۰ به سمت نائب رئیس هیئت‌مدیره برای بقیه مدت تصدی هیئت‌مدیره تعیین شدند. کلیه اوراق و اسناد بهادار و تعهدآور شرکت از قبیل چک، سفته، بروات، قراردادها و عقود اسلامی و اداری با امضاء مدیرعامل و یکی از اعضاء هیئت‌مدیره متفقا همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد.

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

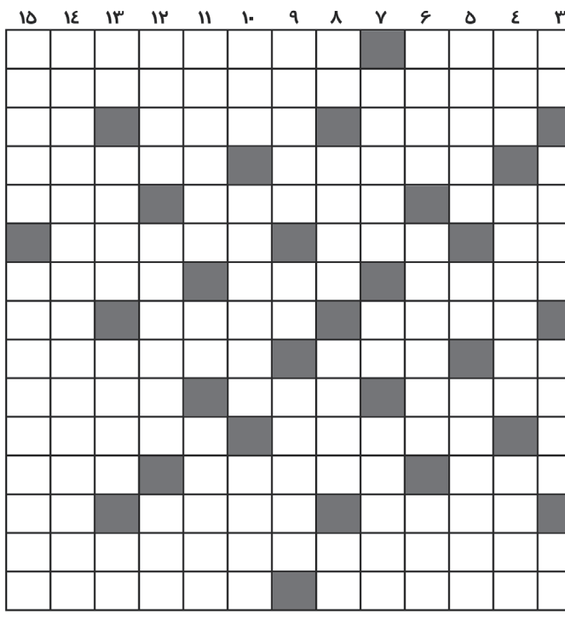
آگهی تغییرات شرکت آسان الکترونیک غدیر شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۳۲۹۹۸۲ و شناسه ملی ۱۰۱۰۳۶۹۵۵۵۵

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۰۵ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: کلیه سرمایه تعهدی شرکت پرداخت گردید.

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

جدول شماره ۱۲۳۹۰

بدون نقطه کور



افقی:

۱- کلیسای گوژپشت ویکتور هوگو- شخص بی‌توجه به الزامات تغذیه اسلامی ۲- وجود منافع بزرگ نفت و گاز و دسترسی به دریاهای آزاد می‌تواند زمینه مناسبی برای سکونت ده‌ها میلیون ایرانی باشد ۳- پلاس- محل- جای پای راننده- یک و یک ۴- نیمی از ویتنام- رقیب انتخاباتی جرج بوش دوم در سال ۲۰۰۰- معتقد به شریعت ۵- گذراندن- التماس‌کننده- وصف زندگی بدون رفاه ۶- دانا و هوشیار- مرگ و میر- روستایی ۷- ماده پلاستیکی غیرقابل بازیافت- سود حرام- حاجت و نیاز ۸- نشانه وجود مفعول- ارقام و اعداد- رام‌کننده اسب سرکش- بردگی ۹- خصم- ستم- نهی از آمدن امر به دویدن ۱۰- در ازای مبلغ ناچیز امتیاز بهره‌برداری از همه معادن ایران را از ناصرالدین شاه گرفت- عقیده و نظر- لطافت ۱۱- واحد وزن برابر با صد مثقال- ترساندن- بانوان ۱۲- وصف کلیه امراض واگیر در قدیم- تنگ و کم‌عرض- پای