در گفت وگو با کارشناسان مطرح شد

فانتزی های هالیوود به دنبال انحراف افکار عمومی

■ رضافرهادی

صحبت ها وگزارش ها درباره استفاده سیاسی از هالیوود همواره به عنوان یکی از مباحث داغ عرصه رسانه مطرح بوده است.آن چنان که بخش قابل توجهی از صاحب نظران در این باره تاکید می کنند که هالیوود در سال های اخیر، جدا از مباحث محتوایی به نوع دیگری هم در اختیار دولتمردان آمریکا قرار داشته است.به طوری که با نگاهی به فیلم های در حال اکران و آثاری که در حال تولید هستند می توان به مسائلی پی برد که روی دیگر بازی سیاست و رسانه در آمریکاست.

برخی براین باور هستند که همه مسائل موجود در هالیوود نشان از یک بازی روانی دارد که ابعاد مختلف این بازی را می توان در حجم بالای تولید فیلم های سرگرم کننده در هالیوود مشاهده کرد.تولید سری جدید پارک ژوراسیک ویا سری جدید بت من وسوپر من والبته تولید فله ای فیلم های ترسناکی مانند سری «آخرین جن گیری» همه گویای این بازی روانی هستند، که این بار جامعه هدف آن را باید در خود آمریکا جست وجو کرد.

فیلم های غیر اجتماعی برای انحراف افکار عمومی

سهراب قنبرلو،کارشناس ارتباطات دراین باره می گوید: استفاده ابزاری از رسانه ها برای ایجاد فضای فانتزی برای مخاطب یکی از راهکارهای جدید سینمای آمریکا برای جامعه آمریکا محسوب می شود.به شکلی که در چند سال اخیر تولید گسترده فیلم های غیراجتماعی وغیرسیاسی مدنظر قرار گرفته تا افکار عمومی جامعه آمریکا را از واقعیات این جامعه دور کنند.تردیدی نیست که در شرایط فعلی این بازی روانی-رسانه ای یکی از راهکارهای رسانه ای-اجتماعی در سینمای آمریکا محسوب می شود.

این استاد دانشگاه می افزاید: تولید فیلم های قابل توجه فانتزی وعلمی-تخیلی با هزینه‌های بالا تنها برای جلب مخاطبان وافزایش فروش نیست.بلکه این فیلم ها می توانند موجی محتوایی در جامعه ایجاد کنند. ضمن اینکه به هر صورت این فیلم ها با توجه رسانه های خبری مواجه می شوند وخود این رسانه ها هم جدا از بار محتوایی فیلم، فضا سازی دیگری انجام می دهند. نمونه بارز این مسئله را می توان در قسمت آخر «گرگ ومیش» مشاهده کرد که توانست توجه بسیاری از شهروندان آمریکایی را به خود جلب کند.ضمن اینکه بسیاری از رسانه های آمریکایی با پخش گسترده مراسم فرش قرمز چنین فیلمی به فضای ایجاد شده دامن زدند.

برخی دیگر از روانشناسان از زاویه روانشناختی به این ماجرا می نگرند و از نگاه فرآیند ذهنی می گویند که هالیوود با طی کردن آن سعی در انحراف از مسائل و درگیری های اقتصادی و اجتماعی شهروندان آمریکایی دارد.

ایجاد تونل ذهنی با محتوای خاص

احمد جلالی،روانشناس واستاد دانشگاه نیز با اشاره به اصطلاح تونل ذهنی عنوان می‌کند:حجم بالای تولید فیلم هایی با این سبک و سیاق نشان از تلاش برای ایجاد یک تونل ذهنی در اذهان مخاطبان دارد. به شکلی که تولید بالای فیلم هایی در قالب های غیرواقعی وبه نوعی فراماورایی باعث می شود که در ذهن مخاطبی که افکارش دائما درگیر بحرانهای اقتصادی است تونلی ایجاد شود.این تونل مملو از محتواهایی است که ذهن مخاطب را به سمت هرچیزی به جز درگیری های اقتصادی واجتماعی هدایت می کند.

این پژوهشگر روانشناسی رسانه درادامه خاطرنشان می کند:تولید دائم فیلم های ترسناک و وارد کردن اِلمان های وحشت در ذهن افراد هم یکی دیگر از این تاکتیک ها برای انحراف افکار عمومی از موضوعات اجتماعی محسوب می شود. فاکتورهای ثابت وحشت که در بسیاری از فیلم های هالیوودی تکرار می شوند درواقع رویکردی برای پرکردن فضای ذهنی مخاطب است.دراین رویکرد تلاش می شود تا مخاطب دائما با موجودات عجیب وغریب رو به رو باشد.

جلالی درادامه می افزاید: تولید مستمر ابرقهرمان ها و استارها در هالیوود هم به نوعی در این تفسیر قرار می گیرند.چرا که به جای تولید فیلم های قوی در حوزه مشکلات اجتماعی جامعه آمریکا این قهرمان ها در فیلم ها باز تولید می شوند تا مخاطب هویت آمریکایی خود را با آنان بازشناسی کند.از سوی دیگر گفتمان غالب دراین گونه فیلم ها نوعی خودبرتر بینی همراه با آمریکائیزمی است که به مخاطب این را القا می کند که باید مشکلات اجتماعی را نادیده گرفت.

روایت هایی که فرد را هدف قرار می‌دهند

سهراب قنبرلو،استاد دانشگاه وکارشناس رسانه،درباره روایتهای فیلم های اجتماعی هالیوود از مشکلات اجتماعی تاکید می کند:بسیاری از روایتهای فیلم های هالیوودی در این باره فردمحورهستند.یعنی مشکلات اقتصادی ویا طلاق وبحرانهای اجتماعی دراین گونه فیلم‌ها به خود فرد نسبت داده می شوند.به نوعی نقشی برای دولت دراین گونه فیلم ها در نظر گرفته نمی شود.در واقع دولت در این فیلم ها بسیار کم رنگ است.حتی در فیلم هایی درباره مشکلات کلان اجتماعی هم باز به نوعی مسئولیت را متوجه خود شهروندان می کند.نمونه بارز این مسئله را می توان در فیلم های مربوط به جنگ ها کاملا احساس کرد.در بسیاری از این فیلم‌ها خود فرد به عنوان مسئول نابسامانی های زندگی خود هدف گرفته می شود.

احمد جلالی پژوهشگر اجتماعی نیز با توجه به این نوع روایت از مشکلات اجتماعی در هالیوود تاکید دارد که نگاه فردگرایانه می تواند افکار عمومی را به سمت شهروندان به جای دولت در مشکلات منحرف کند.درواقع به لحاظ اجتماعی در این نوع از فیلم ها چند مرحله صورت می گیرد تا در نهایت فرد نگاهش را در بروز ناهنجاری ها از دولت برگرداند:

۱-در مرحله اول اشتباهات فردی در بحرانها در طول داستان فیلم به انواع گوناگون برجسته می شود.

۲- اشاره به تسهیلات دولت برای پیشرفت جامعه وبی لیاقت نشان دادن فرد مرحله بعدی است که فیلم ها به دنبال نمایش آن هستند.

۳-نمایش شکست فرد و در برخی موارد به تصویر کشاندن خودکشی مرحله نهایی است که درآن سعی می شود دولت را بری از تصمیمات نادرست نشان دهند.

برجسته کردن آمریکائیزم برای انحراف اذهان

این صحبت ها در حالی مطرح می شود که هر روز بر تعداد فیلم هایی که ثروت وقدرت غرب را به نمایش می گذارند افزوده می شود.احمد جلالی،جامعه شناس، دراین باره براین باور است که تاکید برعظمت غرب وبه ویژه قدرت وثروت دولت آمریکا به نوعی تزریق حس کاذب است که اورا به سکوت دربرابر بحران های اجتماعی فرا می خواند.به واقع آن قدر قدرت نمایی در این فیلم ها در بالاترین سطح ممکن انجام می شود تا فرد از انتقادات به مشکلات اجتماعی منصرف شود.

سهراب قنبرلو،پژوهشگر رسانه درباره نادیده گرفتن شدن فیلم های انتقادی بیان می کند:با نگاهی به حجم عظیم تبلیغات برای فیلم های ترسناک واکشن وعلمی تخیلی می توان متوجه شد که علاقه ویژه ای برای دیدن این فیلم ها در نظام رسانه ای آمریکا وجود دارد.چرا که اولا این فیلم ها فضایی خارج از واقعیات موجود در جامعه غرب را به نمایش می گذارد واین از بعد برون مرزی برای چهره آمریکا حائز اهمیت است.در بعد داخلی یعنی در خود جامعه آمریکا هم تبلیغات گسترده برای دیدن فیلم هایی با این گونه محتواها وجود دارد.به صورتی که حتی پای این تبلیغات به شبکه های فارسی زبان وفرانسوی زبان همه کشیده می شود.همه این مسائل نشان می دهد که علاقه زیادی در پس پرده برای دیده شدن این فیلم ها وجود دارد.

تمام اظهارات کارشناسان نشان می دهد که برنامه ریزی برای بهره برداری اجتماعی روانی از فیلم های هالیوودی همچنان یکی از مهم ترین مسائل قابل توجه کارگردانان وتهیه کنندگان هالیوودی است.

سهراب قنبرلو با تاکید بر برنامه ریزی های دقیق این سیستم رسانه ای خاطرنشان می سازد که سیستم هالیوود به گونه ای برنامه ریزی شده که کارگردانان وتهیه کنندگان خود به سمت ساخت فیلم های این چنین سوق پیدا کنند.به طوری که یک دسته از این تهیه کنندگان خود جزئی از برنامه از پیش تعیین شده هستند.برخی دیگر هم در این روند به صورت ناخودآگاه به پیش می روند.

سینمای خنثی؛یک اتفاق یا سیاستگذاری؟

■ کبری حسینی لنگرودی

پس از پایان جنگ جهانی دوم، سیا و پنتاگون در آزمایشگاه های فرهنگ شناسی، روانشناسی و جامعه شناسی ویژه ، سلاحی موثرتر از هر آنچه در کارخانه های اسلحه سازی خود داشتند، کشف کردند و آن اسلحه جدید "فیلم های تحریف گر" بود.

اقبال عمومی از رسانه قدرتمند سینما و تاثیر گذاری فوق العاده آن بر اذهان مردم جهان، سازمان جاسوسی سیا و وزارت دفاع آمریکا را بر آن داشت تا از آغاز جنگ سرد به صورت غیر علنی و از سال ۱۹۹۶ با تاسیس دفتر نمایندگی تحت عنوان "دفتر رابط رسانه‌ای" در هالیوود به صورت علنی در روند فیلم سازی در این کشور به ایفای نقش بپردازند. روش کار آن ها به این ترتیب بود که در ازای برآورده شدن نقطه نظرات سیاسی و امنیتی شان در فیلم ها ، امکانات گسترده نظامی همچون ناوهای جنگی ، هواپیماهای پیشرفته ، ادوات و خودروهای نظامی و حتی پول و امکانات عمومی در اختیار تهیه کنندگان هالیوودی قرار می دادند.

سازمان سیا از ۱۰ سال پیش به این طرف، پنهان کاری را کنار گذاشته و جلسات عمومی وعلنی با حضور مدیران ارشد خود و معروف ترین تهیه کنندگان فیلم های هالیوودی برگزار و در این جلسات مطالبات خود را درباره رویکرد فیلم‌های هالیوودی بی پرده مطرح می کند.

پنتاگون نیز در بخش روابط عمومی ویژه سینمایی خود بطور مستمر از سوی تهیه کنندگان هالیوودی، فیلمنامه دریافت می کند تا از بین آثار نوشتاری، مطلوب خود را گزینش کرده و از تهیه کننده مربوطه حمایت کنند. بسیاری از تولید کنندگان هالیوودی برای کسب امتیازات و امکانات، در برآورده کردن خواست های پنتاگون و سیا، از همدیگر سبقت می گیرند.

مامورین تربیت شده سیا و پنتاگون در بخش سینمایی این مراکز نظامی و جاسوسی، علاوه بر سفارش فیلم های هالیوودی، عهده‌دار خواندن فیلمنامه و دستور جرح و تعدیل در داستان نیز هستند و حتی در فیلم های ساخته شده با اعمال نظر، موجب حذف و اضافه در آثار هالیوودی می شوند.

سازمان های امنیتی رژیم صهیونیستی نیز با توسل به سرمایه داران و سیاستمداران تحت امر خود در آمریکا، بخش قابل توجهی از تهیه‌کنندگان هالیوودی را به خدمت خود درآورده‌اند و در راستای مظلوم نمایی و مشروعیت بخشیدن به اقدامات جنایتکارانه خود، در فیلم‌های هالیوودی چهره ای دوست داشتنی از خود و چهره‌ای تنفر انگیز از دشمنان خود، به افکار عمومی جهان عرضه می کنند.

منابع زیادی به قلم مورخین، سیاستمداران، منتقدان و هنرمندان آمریکایی موجود است که حکمرانی پنتاگون، سیا و موساد را بر هالیوود روشن می کند.

تمهید ناکارآمدسازی

اما مطلب مهمی که کمتر به آن پرداخته شده، برنامه ریزی تمام عیار این سازمان های نظامی و جاسوسی در "ناکارآمد سازی" سینمای کشوری است که هدف حمله هالیوود قرار گرفته است.

شوروی سابق در پاسخ به فیلم های هالیوودی ضد شوروی در دوران جنگ سرد، تلاش‌هایی را آغاز کرد تا در فیلم های تلافی‌جویانه خود ابعاد نژاد پرستی و تاریخ پر از جنایت آمریکا را به تصویر بکشد، ولی ایالات متحده با جذب نخبگان سینمایی شوروی و اخلال در سیستم تولید و پخش این فیلم ها ، حمله متقابل شوروی سابق را ناکام گذاشت.شاید صحنه کلیشه‌ای فیلم های هالیوودی، به روشن تر شدن موضوع کمک کند. در بسیاری از فیلم های هالیوودی مربی خبیث، در نوشیدنی مشت زن مقابل، داروی گیج کننده ای می ریزد تا شکست رقیب را در رینگ آسان تر سازد.این همان روشی است که اینک دربرابر رسانه های ضد غربی به کار برده می شود

.ایران در سیبل هالیوود

در این مقطع تاریخی، ایران به عنوان یک قدرت در حال رشد، هدف جدیدی است که هالیوود با فرمان آتش آمریکا و رژیم صهیونیستی، با تمام توان علیه آن به فضا سازی و دروغ‌پردازی‌های سینمایی متوسل شده است. اواخر سال ۹۱ شاهد عرضه فیلم ضد ایرانی «آرگو» بودیم که با حمایت کامل پنتاگون و سیا به جهان ارائه و برنده اسکار شد و در آغاز سال ۹۲ با عرضه «سیصد ۲» و فیلم ضد ایرانی جدیدی به نام «رکن پنجم» مواجهیم و فیلم ها و سریال های ضد ایرانی دیگری نیز در دستور کار استودیوهای هالیوود قرار گرفته است.

اگر به روند جذب و مهاجرت دادن برخی سینماگران ایرانی در سه دهه گذشته توجه کنیم و به ناکار آمدی تولید و بازاریابی ناموفق فیلم های ایرانی نگاهی بیندازیم به روشنی در خواهیم یافت که سینمای ایران کاملا دستخوش همان سناریویی شده که سینمای شوروی سابق در دوران جنگ سرد به آن گرفتار آمده بود و این سناریوی سیاسی و امنیتی، یک اتفاق نیست، بلکه یک برنامه ریزی کاملا ماهرانه و پیشتر آزموده سازمان های نظامی و امنیتی امریکا و رژیم اشغالگر قدس است.برای پی بردن به اینکه آیا سیستم سینمایی ما مسموم شده یا نه فقط کافی است تولیدات مراکز بزرگ سینمایی ایران را از لحاظ ضرورت مضمونی در زمانی که کشور درگیر فشارهای بی سابقه و حملات سنگین دشمن است ، بررسی کنیم.

آمریکا «آرگو» می سازد و ما با هزینه‌های میلیاردی بیت المال، فیلم های سینمایی غیرضروری و بی ارتباط ، زمینگیر و بی کیفیت را در سیاهچاله های بیهودگی می ریزیم.

جای خالی آرگوی ایرانی

تاریخ آمریکا خانه ای شیشه ای است که هر فیلمنامه نویس آزاد اندیشی می تواند تکان دهنده‌ترین فیلمنامه ها را از این تاریخ شوم و شرم آور به تهیه کننده عرضه کند ولی به کدام تهیه کننده؟

چرا مراکز بیت المال خوار فیلمسازی کشور، هیچ فیلم جهان پسندی درباره موفقیت های درخشان علمی و صنعتی کشور نمی سازند؟ چرا ضرورت ها و موقعیت های خطیر در هزینه‌کردهای میلیاردی لحاظ نمی شوند؟

آیا نمی شود در جواب فیلم تخیلی و تحریف آمیز سیصد ، فیلمی اکشن با اسم "تاریخ حذف شده" از تاریخ واقعی آمریکا ساخت؟ فرض کنید سازمان سیا با استفاده از فن آوری خاصی که بر مغز و اعصاب اثر می کند موفق شده است جنایات تاریخی کشور آمریکا را از ذهن تمام مردم جهان پاک کند، اما عده ای هستند که این فن آوری ماهواره ای، بر ذهن آنان بی اثر است و سازمان سیا در تمام جهان، به دنبال ترور این عده از افراد استثنایی است و قهرمان این داستان یکی از آن افراد ویژه است که "تاریخ حذف شده آمریکا" را دوباره به خاطرات تمام مردم جهان بازمی گرداند. کشتار سرخپوست ها را، به بردگی کشاندن و مثله کردن سیاهپوستان را، آزمایش بمب اتمی روی زرد پوستان را ، جنایات دهشتناک در ویتنام و اسناد تاریخی اعمال ضدبشری این کشور را مجددا به حافظه همه مردم جهان بازمی گرداند.

آیا نمی شود در جواب فیلم ضدایرانی «آرگو»، فیلم جنایات سیاه آمریکایی ها در حمله وحشیانه به هواپیمای مسافربری ایران را به تصویر کشید؟ جنایتی که در پی آن، اقدامی "نکبت بارتر" انجام گرفت؛آنهـا به خاطر قتل عام زنان و کودکان و مسافرین بیگناه ، به فرمانده شیطان صفت این ناو جنگی مدال شجاعت! اعطا کردند.

شخصیت اول داستان می تواند همسر آمریکایی یکی از قربانیان هواپیمای مسافربری باشد که همه جا به دنبال فرمانده بازنشسته ناو جنگی است.او هر جا که این پیرمرد جنایتکار را پیدا می کند با اطلاع رسانی به همسایگان وی، باعث نفرت عمومی از فرمانده می شود و راهی بجز تغییر مکان دائم برای فرمانده باقی نمی‌گذارد. فرمانده ای که بخاطر قتل زنان و کودکان و مسافران بیگناه ، مدال ننگین شیاطین را به سینه زده است. اگر قواعد فیلمسازی در تولید این فیلم افشاگرانه رعایت شود، می تواند جوابی دندان‌شکن به «آرگو» و ضربه جانانه ای به وجهه کاذب جهانی آمریکا باشد.اما کجاست سیستم سینمایی سالمی که اولویت ها و ضرورت ها را بر باندگرایی و خویش نوازی ترجیح دهد؟

یک انقلاب واقعی در نظام آموزش های سینمایی ، انتصاب نخبگان واقعی در کسوت مدیران سینمایی ، تکریم نخبگان وادی فیلمسازی و حمایت‌های همه جانبه از متخصصان این عرصه، استفاده های کاربردی از تجربیات بیش از یک قرنی سینما در آثار تولیدی و اموری از این دست، می‌تواند در کوتاه مدت و بلند مدت پاسخگوی آتش های بیجواب توپخانه هالیوود شود.

به یاد داشته باشیم، افکار عمومی مردم جهان، درباره ایران بی اهمیت نیست و هالیوود با آثار تحریف گرانه جهانی خود، در حال منفور جلوه دادن چهره کشور حقیقت جوی ایران در اذهان مردم جهان است.

بررسی عملکرد موفق هالیوود در دوران جنگ سرد علیه شوروی سابق، بهترین آینه عبرت برای سیاستگذاران کلان کشور ماست تا با حذف فوری جریان های مافیایی داخلی، شایسته سالاری غیر شعاری و واقعی را محقق کرده و با تلفیق امکانات سخت افزاری موجود و منابع انسانی به کار گرفته نشده سینمایی ، برنامه ریزی جدیدی را در جهت مقابله نه چندان دشوار با هالیوود، ارتش سرسپرده سینمایی سیا و موساد آغاز کنند.

*** اگر به روند جذب و مهاجرت دادن برخی سینماگران ایرانی در سه دهه گذشته توجه کنیم و به ناکار آمدی تولید و بازاریابی ناموفق فیلم های ایرانی نگاهی بیندازیم به روشنی در خواهیم یافت که سینمای ایران کاملا دستخوش همان سناریویی شده که سینمای شوروی سابق در دوران جنگ سرد به آن گرفتار آمده بود.**

آگهی فراخوان مناقصه عمومی ۹۲/۰۴
نوبت دوم

صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران

نام سازمان مناقصه‌گزار: سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
موضوع مناقصه یک مرحله‌ای: عبارت است از انجام خدمات تایپ، مراسلات، ارتباطات تلفنی و... به میزان ۳۰۶۴۳۲۰ ساعت کار برای مدت یکسال به شرح اسناد مناقصه.
مهلت دریافت اسناد: از تاریخ چاپ نوبت اول حداکثر تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۹۲/۳/۱۲ می‌باشد.
محل دریافت اسناد: تهران- خیابان ولی عصر- جنب مسجد بلال- ساختمان اداری جام جم طبقه چهارم- امور خرید و قراردادها- دبیرخانه کمیسیون مناقصات اداره کل امور کالا.
قیمت اسناد و نحوه واریز وجه: مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به حساب جاری ۶۵۱۰۷۳۸۴ نزد بانک تجارت شعبه ولی عصر(عج) - پارک وی قابل پرداخت در کلیه شعب بانک تجارت.
میزان تضمین شرکت در مناقصه: مبلغ ۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به صورت ضمانتنامه بانکی.
مهلت تحویل پاکات پیشنهادی: کلیه پاکات (الف، ب و ج) بایستی به صورت درب بسته درون ۱ پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۲ روز پنجشنبه مورخ ۹۲/۳/۲۳ به دبیرخانه کمیسیون مناقصات اداره کل امور کالا تسلیم گردد.
زمان مناقصه و محل قرائت پیشنهادها: زمان گشایش پاکت‌های الف و ب راس ساعت ۱۵ روز شنبه مورخ ۹۲/۳/۲۵ در دفتر معاونت محترم اداری و مالی سازمان می‌باشد.
پاکات پیشنهاد قیمت شرکتهایی که در مرحله ارزیابی کیفی پس از نظر کمیته فنی بازرگانی حائز شرایط شده باشند در همان محل و همان روز بازگشایی خواهد شد.
شرکت‌کننده می‌بایستی دارای مجوز صلاحیت انجام امور از مراجع ذیصلاح باشد.
برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۲۱۶۷۲۹۶ تماس حاصل فرمائید.

(اداره کل امور کالا)

آگهی فراخوان مناقصه عمومی ۹۲/۰۵
نوبت دوم

صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران

نام سازمان مناقصه‌گزار: سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
موضوع مناقصه یک مرحله‌ای: عبارت است از انجام خدمات تنظیفی به متراژ ۲۳۴/۰۰۰ مترمربع فضای اداری فعال و اداره ۴۰۰ باب آبدارخانه برای مدت یکسال به شرح اسناد مناقصه.
مهلت دریافت اسناد: از تاریخ چاپ نوبت اول حداکثر تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۹۲/۳/۱۲ می‌باشد.
محل دریافت اسناد: تهران- خیابان ولی عصر- جنب مسجد بلال- ساختمان اداری جام جم طبقه چهارم- امور خرید و قراردادها- دبیرخانه کمیسیون مناقصات اداره کل امور کالا.
قیمت اسناد و نحوه واریز وجه: مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به حساب جاری ۶۵۱۰۷۳۸۴ نزد بانک تجارت شعبه ولی عصر(عج) - پارک وی قابل پرداخت در کلیه شعب بانک تجارت.
میزان تضمین شرکت در مناقصه: مبلغ ۴/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به صورت ضمانتنامه بانکی.
مهلت تحویل پاکات پیشنهادی: کلیه پاکات (الف، ب و ج) بایستی به صورت درب بسته درون ۱ پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۲ روز پنجشنبه مورخ ۹۲/۳/۲۳ به دبیرخانه کمیسیون مناقصات اداره کل امور کالا تسلیم گردد.
زمان مناقصه و محل قرائت پیشنهادها: زمان گشایش پاکت‌های الف و ب راس ساعت ۱۵ روز شنبه مورخ ۹۲/۳/۲۵ در دفتر معاونت محترم اداری و مالی سازمان می‌باشد.
پاکات پیشنهاد قیمت شرکتهایی که در مرحله ارزیابی کیفی پس از نظر کمیته فنی بازرگانی حائز شرایط شده باشند در همان محل و همان روز بازگشایی خواهد شد.
شرکت‌کننده می‌بایستی دارای مجوز صلاحیت انجام امور از مراجع ذیصلاح باشد.
برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۲۱۶۷۲۹۶ تماس حاصل فرمائید.

(اداره کل امور کالا)

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی

از کلیه اعضا دعوت می‌شود در جلسه مجمع عمومی عادی شرکت که در مورخ۱۳۹۲/۳/۲۸ رأس ساعت ۱۰ الی ۱۲ صبح در محل هتل گنو به آدرس بندرعباس بلوار آزادی جنب فرهنگسرای شهید آوینی تشکیل می‌گردد حضور به هم رسانند.
دستور جلسه مجمع عمومی عادی: تصویب ترازنامه سال ۱۳۹۱- بحث و تبادل‌نظر درمورد آینده شرکت

مدیرعامل شرکت هتلداری فین هرمزگان- عباس جعفری

آگهی تغییرات شرکت سامل محاسب سهامی خاص به شماره ثبت ۴۰۰۹

به موجب صورتجلسات مجمع عمومی عادی بطور فوق‌العاده و هیئت مدیره مورخ ۹۲/۲/۹ تغییرات ذیل در شرکت فوق به عمل آمده:
۱- آزیتا محمودی سرخونی و داود رئیسی گودویی به ترتیب به سمت بازرسان اصلی و علی‌البدل شرکت برای مدت یکسال تعیین گردید.
۲- محمود زندیار به سمت رئیس هیئت مدیره، سیدنریمان حیدری بازاردهی به سمت مدیرعامل نائب رئیس هیئت مدیره وزهره ثمرقربانی به سمت عضو هیئت مدیره برای مدت دو سال تعیین گردید کلیه اسناد و اوراق بهادار تعهدآور شرکت با امضاء مدیرعامل همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد.
۳- روزنامه کیهان جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین گردید.

سرپرست ثبت اسناد بندرعباس

آگهی تصمیمات شرکت همسفر چابکسواران همدان (سهامی خاص) به شماره ثبت ۵۳۲۵ و شناسه ملی ۱۰۸۶۱۱۳۱۷۵۶

به موجب صورت جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۹۲/۱/۲۶ و صورت جلسات مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده و صورت جلسه هیات مدیره مورخ ۲۷ و ۹۲/۱/۲۸ پس از واگذاری قسمتی از سهام تصمیمات ذیل اتخاذ شد:
۱-آقای حسن بختیاری‌منش به سمت رئیس هیات مدیره و آقای ثامت سلطانی به سمت نایب رئیس هیات مدیره و آقای علی گل‌عنبری عضو هیات مدیره هر سه عضو اصلی هیات مدیره برای مدت دو سال انتخاب شدند و حق امضاء کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور با امضاء مشترک مدیرعامل و رئیس هیات مدیره با مهر شرکت می‌باشد.
۲- آقای اکبر زمانی به سمت بازرس اصلی و آقای مهدی ستاره به سمت بازرس علی‌البدل برای یک سال مالی انتخاب شدند.
۳- روزنامه کیهان جهت نشر آگهی‌های شرکت انتخاب شد.
۴- ترازنامه حساب سود و زیان منتهی به سال ۹۱ به تصویب رسید.

هادی یونسی عطوف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان همدان

آگهی مزایده مال منقول/ غیرمنقول
نوبت دوم

به موجب پرونده اجرایی کلاسه ۹۱۱۲۰۶ خانم فرشته اعظمی محکوم است به پرداخت ۲۲/۰۰۰/۰۰۰ریال در حق آقای ارسلان بایزیدی با توجه به اینکه محکوم علیه نسبت به پرداخت وجه محکوم به اقدام ننموده لذا مال منقول مشروحه ذیل برابر نظر کارشناس ۶۳۹۹۸۰۰۰ ریال شصت و سه میلیون و نهصد و نود و هشت هزار ریال قیمت‌گذاری شده و در روز شنبه مورخه ۹۲/۳/۱۸ از ساعت ۹ الی ۱۰ در مجتمع قضایی شهید بهشتی سنندج در محل دفتر اجرای احکام حقوقی دادگستری سنندج واقع در میدان بسیج با حضور دادورز اجرای احکام حقوقی به مزایده گذاشته می‌شود طالبین می‌توانند پنج روز قبل از موعد مزایده با کسب مجوز از اجرای حقوقی از اموال توقیف شده بازدید به عمل آورند و پیشنهادات خود را کتبا تسلیم نمایند برنده مزایده کسی خواهد بود که بالاترین قیمت را بپردازد و بدوا ۱۰ درصد ارزش اموال را به حساب سپرده دادگستری نزد بانک ملی (سیبا) واریز و حداکثر اموال ظرف یکماه آینده ترتیب پرداخت مابقی ارزش (ثمن) را بدهند.
مال مورد مزایده در آدرس اموال واقع است سنندج- خیابان فلسطین- روبروی اداره آموزش و پرورش ناحیه ۱ کدپستی ۱۶۵۶۱-۶۶۱۶۷
مشخصات مال توقیف شده بدین شرح است
۱-قهوه جوش به مارک Delonghi مدل so7 به ارزش ۱/۱۰۰/۰۰۰ریال ۲-غذاساز Tefal مدل depos سفیدرنگ به ارزش ۶۰۰/۰۰۰ ریال ۳-ترازو دیجیتالی مستعمل مدل pR4052 به ارزش ۸۰/۰۰۰ ریال ۴-گاز مدل رستورانی استیل همراه با ۱دستگاه استیل مربوطه به ارزش ۳/۲۰۰/۰۰۰ ریال ۵-۶ عدد فنجان مستعمل که دسته آنها شکسته می‌باشد همراه با زیره مربوطه به ارزش ۴۰/۰۰۰ریال ۶-یک دستگاه کارت‌خوان بانک ملی مدل lc3100 در انحصار بانک ملی و غیرقابل ارزش‌گذاری می‌باشد ۷-سه‌راهی برق به مارک صبا به ارزش ۱۰/۰۰۰ ریال ۸-یک عدد کپسول پرسی‌گاز به ارزش ۲۵۰/۰۰۰ ریال ۹-یک دستگاه کولر آبی به مارک توان- سفیدرنگ به ارزش ۱/۶۰۰/۰۰۰ ریال ۱۰-دو عدد ماوس یکی به مارک lagmer و دیگری به مارک genius به ارزش ۳۰/۰۰۰ ریال ۱۱-تلفن رومیزی به مارک mikrotel مدل sp-f203cid به ارزش ۸۰/۰۰۰ ریال ۱۲-یخچال ویترینی بزرگ ۱عدد به ارزش ۴/۵۰۰/۰۰۰ ریال ۱۳-گاز رستوران به ارزش ۲/۵۰۰/۰۰۰ ریال ۱۴-کباب‌پز به ارزش ۶۵۰/۰۰۰ ریال ۱۵-دو عدد گاز مشعلی کوچک مربوط به فر(تنور) پیتزاپز به ارزش هر کدام ۵۰۰/۰۰۰ ریال جمعا ۱/۰۰۰/۰۰۰ریال ۱۶-کارد بزرگ آشپزخانه به ارزش ۱۰۰۰۰۰ ریال ۱۷-انبر ۱عدد به ارزش ۲۰/۰۰۰ ریال ۱۸-ده عدد نمکدان به ارزش ۵۰/۰۰۰ ریال ۱۹-تعداد ۲۸ عدد ظرف پیتزاپزی به ارزش هر کدام ۵۰۰۰ ریال جمعا ۱۴۰/۰۰۰ریال ۲۰-دستگاه پرس پلاستیک به مارک پرس پلاستیک به شماره ثبت ۶۷۷۹۶ مان به ارزش ۲۵۰/۰۰۰ ریال ۲۱-خمیرگیر به مارک single-phasemfor ۱۴کیلویی مدل Gc8024 به ارزش ۱۸۵۰۰۰۰ریال ۲۲- سرخ‌کن سیب زمینی دارای ۲ مخزن به ارزش ۱/۲۰۰/۰۰۰ریال ۲۳-سطل آشغال بزرگ پلاستیکی سبز رنگ به ارزش ۲۲۰۰۰۰ریال ۲۴-دستگاه شبه پرس گوشت به ارزش ۲۵۰/۰۰۰ریال ۲۵-دو دستگاه پیتزا قیفی یکی به مارک BTC دو قیفه به ارزش ۱۲/۰۰۰/۰۰۰و دیگری به مارک pizzano چهار قیفه به ارزش ۱۸/۰۰۰/۰۰۰ریال ساخت مشهد ۲۶-فایل پلاستیکی چهار کشو به ارزش ۱۰۰/۰۰۰ریال ۲۷-سینی فر ۴ عددی همراه فایل مربوط به آن فلزی به ارزش ۴۰۰/۰۰۰ریال ۲۸-۴ عدد صندلی پلاستیکی به ارزش ۸۰/۰۰۰ ریال ۲۹-سی و یک عدد صندلی داخل رستوران همراه با ۶ عدد میز شیشه‌ای دودی به ارزش ۹/۲۰۰/۰۰۰ ریال ۳۰-تعداد ۶ عدد جادستمال کاغذی شیشه‌ای به ارزش ۱۸/۰۰۰ریال ۳۱-یک عدد صندلی رستورانی به ارزش ۲۰۰/۰۰۰ ریال ۳۲-۱۷ عدد قاب عکس زینتی به ارزش هر کدام ۲۰۰۰۰ریال جمعا به ارزش ۳۴۰/۰۰۰ ریال ۳۳-تابلوفرش دیواری تقریبا با سایز ۷۵×۸۵ سانتی‌متر به ارزش ۱/۲۰۰/۰۰۰ریال ۳۴-میز و صندلی اداری- صندلی به مارک شیزن و میز MDF سه کشویی به ارزش ۱/۵۰۰/۰۰۰ریال ۳۵-۳ عدد ساعت دیواری همگی به مارک کوارتز به ارزش ۲۴۰/۰۰۰ریال ۳۶-یک دستگاه تحویل پول حسابداری رستورانی به مارک ACLAS مدل CR6X به ارزش ۷۵۰/۰۰۰ ریال ۳۷-تعداد ۹۴ عدد نسکافه و یک بسته چای کیسه‌ای احمد ۱۰۰ عدد باز شده و دو بسته چای میوه‌ای به ارزش ۱۰۰/۰۰۰ریال ۳۸-میز چوبی مستعمل سه طبقه به ارزش ۵۰/۰۰۰ ریال
جمع کل کارشناسی ۶۳۹۹۸۰۰۰ شصت و سه میلیون و نهصد و نود و هشت هزار ریال

مدیر اجرای احکام حقوقی شوراهای حل اختلاف سنندج

آگهی فراخوان مناقصه عمومی ۹۲/۰۶
نوبت دوم

صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران

نام سازمان مناقصه‌گزار: سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
موضوع مناقصه یک مرحله‌ای: عبارت است از نگهداری ۶۲ هکتار فضای سبز و ۲۳ هکتار خدمات محوطه برای مدت یکسال به شرح اسناد مناقصه.
مهلت دریافت اسناد: از تاریخ چاپ نوبت اول حداکثر تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۹۲/۳/۱۲ می‌باشد.
محل دریافت اسناد: تهران- خیابان ولی عصر- جنب مسجد بلال- ساختمان اداری جام جم طبقه چهارم- امور خرید و قراردادها- دبیرخانه کمیسیون مناقصات اداره کل امور کالا.
قیمت اسناد و نحوه واریز وجه: مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به حساب جاری ۶۵۱۰۷۳۸۴ نزد بانک تجارت شعبه ولی عصر(عج) - پارک وی قابل پرداخت در کلیه شعب بانک تجارت.
**میزان تضمین شرکت در