در نشست مشترک معاون رئیس جمهور و رئیس سازمان صداوسیما مطرح شد

جایگاه ویژه روستا و عشایر در رویکردهای تحولی رسانه ملی

رئیس رسانه ملی بر عزم جدی صداوسیما برای بازنمایی توانمندی‌های روستایی و ارائه تصویری اصیل و واقع‌بینانه از روستاها و عشایر کشور تأکید کرد و گفت: بی‌تردید بازتاب شایسته این توانمندی‌ها که در ردیف اولویت‌های اصلی رسانه ملی قرار دارد، نیازمند هم‌افزایی همه‌جانبه میان دستگاه‌های اجرایی است. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، دکتر پیمان جبلی در نشست مشترکی با معاون رئیس جمهور در امور توسعه روستایی و مناطق محروم کشور که روز گذشته و در آستانه روز ملی روستا و عشایر برگزار شد، در ابتدای این جلسه با تأکید بر اهمیت توجه به روستاها و عشایر در رویکردهای تحولی رسانه ملی اظهار کرد: تلاش ما بر این بوده است که در تمام مناسبت‌ها و رویدادها، تصویری اصیل و واقع‌بینانه از روستاها و عشایر کشور ارائه دهیم؛ در همین راستا، شبکه‌های سراسری و استانی همواره کوشیده‌اند تا خلأهای موجود در بازنمایی این بخش از جامعه را جبران کنند. وی افزود: صداوسیما با تداوم همفکری و تعامل با مسئولان اجرایی کشور، تولید محتوا درباره ظرفیت‌ها و چالش‌های روستایی را در شمار اولویت‌های اصلی خود قرار داده است. بی‌تردید بازتاب شایسته این توانمندی‌ها، نیازمند هم‌افزایی همه‌جانبه میان دستگاه‌های اجرایی است.

رئیس رسانه ملی با اشاره به تدارک ویژه برای گرامیداشت روز ملی روستا و عشایر، از حضور فعال این سازمان در ششمین نمایشگاه بین‌المللی توانمندی‌های روستایی و عشایری سخن گفت و تأکید کرد که بخش قابل توجهی از برنامه‌های شبکه‌های مختلف به انعکاس این رویداد اختصاص خواهد یافت. دکتر جبلی با اشاره به پیشگامی رادیو در حوزه آموزش و ترویج دانش روستایی، از بررسی امکان راه‌اندازی یک شبکه رادیویی اختصاصی با هدف فراهم‌سازی دسترسی آسان و فراگیر برای اهالی روستاها و عشایر خبر داد و گفت: در دوره تحول، این امکان فراهم شده است تا روزانه ۱۰ ساعت از آنتن شبکه‌های سراسری در قالب بسته تلویزیونی «ایران ما» به تولیدات شبکه‌های استانی اختصاص یابد. وی ادامه داد: این اقدام با توجه به تراکم جدول پخش سیما، تحولی بنیادین در برنامه‌ریزی تلویزیونی به‌شمار می‌رود و بهترین ساعت‌های پخش را در اختیار ظرفیت‌های استانی و روستایی قرار داده است.

نقش‌آفرینی دانشگاه صداوسیما در شناسایی و پرورش استعدادهای جوان روستایی

در ادامه این نشست، عبدالکریم حسین‌زاده، معاون رئیس جمهور در امور توسعه روستایی و مناطق محروم کشور، با اشاره به برگزاری ششمین نمایشگاه بین‌المللی توانمندی‌های روستایی و عشایری گفت: این نمایشگاه با حضور ۳۱ استان، نمادی روشن از توانمندی، اصالت و ظرفیت‌های کم‌نظیر جوامع روستایی و عشایری ایران است. گرچه خدمات جمهوری اسلامی به روستاها در مقایسه با استانداردهای جهانی کم‌نظیر بوده اما نباید از نقش حیاتی اقتصاد روستا در زنجیره مدیریت کلان کشور غافل شد. تبیین این گفتمان مستلزم همراهی و نقش‌آفرینی جدی رسانه ملی است. وی با تأکید بر لزوم حفظ کرامت و استقلال جوامع روستایی تصریح کرد: مردم روستا باید پیشران و توسعه‌دهنده مناطق خود باشند، نه این‌که وابسته به تصمیمات بیرونی فرض شوند. در همین راستا، مراکز فناوری در ۱۰ استان راه‌اندازی شده تا نوآوری و فناوری بتواند مسیر جبران فاصله‌ها و عقب‌ماندگی‌ها را هموار کند. حسین‌زاده با اعلام این‌که ۷۰ درصد اعتبارات این معاونت به توسعه روستاها اختصاص یافته است، افزود: برای ارتقای بهره‌وری روستایی، پنج زنجیره ارزش تعریف شده و فعالان این حوزه‌ها تسهیلات ویژه‌ای دریافت می‌کنند. همچنین حمایت از بانوان کارآفرین روستایی و اتصال مستقیم محصولات آنان به بازارهای مصرف، از اولویت‌های اساسی است و پیگیر برپایی نمایشگاه‌های دائمی روستایی و عشایری در پایتخت هستیم.

معاون رئیس جمهور همچنین به حضور نمایندگان و سفرای بیش از ۲۰ کشور و نمایش ۵۰ دستاورد فناورانه بومی در نمایشگاه بین‌المللی توانمندی‌های روستایی و عشایری اشاره کرد و افزود: دانشگاه صداوسیما می‌تواند نقش مؤثری در شناسایی و پرورش استعدادهای هنری و رسانه‌ای جوانان روستایی و عشایری ایفا کند و از طریق اعطای بورسیه‌های تحصیلی، موجب معرفی مستعدان روستاها و عشایر به جامعه و تولیدکنندگان محتوا شود.

در بخش دیگری از این نشست، مدیران ارشد رسانه ملی و معاونت توسعه روستایی گزارشی از روند بازپیرایی و اجرایی‌سازی تفاهم‌نامه مشترک و جزئیات نمایشگاه پیش‌رو ارائه کردند. بر این اساس، امسال ۳۱ استان کشور با حضور در این رویداد، محصولات و دستاوردهای خود را در قالب ۲۰۰ غرفه استانی و ۱۵۰ غرفه در فضای باز در نمایشگاه مذکور که از ۱۶ تا ۱۹ مهرماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برپا می‌شود، عرضه خواهند کرد. تشکیل دبیرخانه مشترک، انجام نظرسنجی و ذائقه‌سنجی جهت بررسی امکان تأسیس شبکه مستقل روستا و همچنین بررسی شرایط زیرساخت‌های فنی و سیگنال‌رسانی پایدار به مناطق کم‌برخوردار از دیگر موضوعاتی بود که در جلسه مورد بررسی قرار گرفت.

چالش‌های بازنمایی پلیس

در گفت‌وگوی اختصاصی روزنامه «جام جم» با نویسنده سریال «کلانتری ۱۱» پیچیدگی‌های تولید سریال‌های پلیسی بررسی شد

امیر گودرزی
گروه رسانه

به مناسبت هفته نیروی انتظامی و با هدف واکاوی ابعاد، ظرافت‌ها و موانع پیش‌روی تولید آثار دراماتیک در حوزه امنیت و نظم عمومی، سراغ محسن جهانی، نویسنده عرصه فیلمنامه‌نویسی و خالق مجموعه پرمخاطب «کلانتری ۱۱» رفتیم تا در گفت‌وگویی، چالش‌های بنیادین نگارش آثار پلیسی در تلویزیون را به بحث بگذاریم. در این گفت‌وگو بر ضرورت عبور از کلیشه‌ها، دوری از تیپ‌سازی‌های رایج و پرهیز از به‌تصویر کشیدن پلیس در قامت سوپرمن‌هایی دست‌نیافتنی و بی‌خطا تأکید شد؛ رویکردی که به‌جای جلوه‌های صرفا فانتزی، بر خلق شخصیت‌هایی واقعی و ملموس با خستگی‌ها و عواطف انسانی متمرکز است، تا خود بدنه کادر انتظامی نیز هنگام تماشای اثری با هویت و مرام، احساس غریبگی نکند.

جهانی با تشریح تجربه ساخت ۳۶ قسمت «کلانتری ۱۱» در یک لوکیشن، توضیح داد که برای ایجاد تعلیق، به‌جای اکشن‌های فیزیکی و پرسروصدا، از تقابل‌های روانی، گره‌های داستانی و گره‌گشایی‌های مبتنی بر منطق و استدلال استفاده کرده است.

او همچنین با تأکید بر هوشمندی مجرمان و ریشه‌های اجتماعی جرم، تلاش کرده وجه دیگری از مأموریت پلیس را به تصویر بکشد؛ وجهی که فراتر از پیگیری‌های قضایی و دستگیری مجرمان، به بازنمایی فرمانده کلانتری در قامت یک کدخدا، ریش‌سفید، مأمن و سنگ‌صبوری آرام‌بخش برای حل‌وفصل دعاوی و گره‌های اجتماعی پیوند می‌خورد. محسن جهانی، نویسنده کلانتری ۱۱، در پاسخ به این پرسش که هنگام نوشتن آثار مرتبط با نیروی انتظامی با چه چالش‌هایی روبه‌رو می‌شود، به جام جم گفت: مخاطب در طول این سال‌ها آثار پلیسی ایرانی و خارجی متعددی دیده و دیگر فرمول‌های تکراری را پس می‌زند؛ چراکه او دنبال قصه‌ای جذاب، نوآورانه و درعین‌حال باورپذیر است که با زیست اجتماعی و دغدغه‌های امروزش همخوانی داشته باشد.

وی افزود: چالش بعدی، عبور از تیپ‌سازی و رسیدن به شخصیت واقعی است. اثر باید طوری نوشته شود که کارکنان نیروی انتظامی هنگام تماشای آن احساس غریبگی نکنند و هویت، مرام و دغدغه‌های واقعی خود را در آن ببینند، نه تصویری فانتزی و دور از واقعیت.

وی همچنین گفت که پیدا کردن مرز باریک میان ملاحظات واقعی و سازمانی با درامی جذاب و نفس‌گیر، سخت‌ترین بخش کار فیلمنامه‌نویس در این ژانر است. جهانی در پاسخ به این سؤال که چطور می‌توان با تولید آثار پلیسی با زبان هنر، زیبایی‌ها و شکوه ایران را به نسل‌های امروز و فردا منتقل کرد، بیان داشت: زیبایی و شکوه ایران صرفا در تصاویر هوایی و کارت‌پستالی از طبیعت و اقلیم آن خلاصه نمی‌شود؛ مهم‌ترین جلوه این زیبایی را باید در حس امنیت، همدلی و پایمردی مردم ایران جست‌وجو کرد. نسل جدید، باهوش و عمل‌گراست و پیام مستقیم یا شعارزده را نمی‌پذیرد، و وقتی ما در بستر یک درام معمایی یا پلیسی نشان می‌دهیم که در گوشه‌گوشه این مرزوبوم، برای پاسداری از آرامش یک خانواده یا حل بحران یک انسان، چه نیروها و انسان‌های شریفی بی‌ادعا فداکاری می‌کنند، ناخودآگاه ارزش ایران و امنیت آن در ذهن نسل جوان نهادینه می‌شود و هنر یعنی همین؛ تبدیل مفاهیمی مثل وطن‌دوستی و ایثار به عواطف ملموس انسانی در بستر یک پیرنگ دراماتیک گیرا. وقتی صحبت از تولید آثار پلیسی می‌شود، اکشن و تعقیب‌وگریز به ذهن مخاطب می‌آید، اما کلانتری ۱۱ چنین حال‌وهوایی نداشت و با وجود این‌که دوربین از کلانتری خارج نمی‌شد، سریال برای مخاطب خالی از هیجان نبود.

جهانی در پاسخ به این‌که چطور می‌توان در نویسندگی چنین فضایی را خلق کرد، توضیح داد: از همان ابتدا یک تصمیم قطعی گرفتیم و آن هم تعویض اکشن فیزیکی با اکشن روانی و معمایی بود. سینما و تلویزیون ما سال‌ها عادت کرده بود هیجان را با صدای ترمز ماشین، شلیک و تصادف خلق کند؛ اما جذاب‌ترین تعلیق، از تقابل ذهن‌ها شکل می‌گیرد. وی اضافه کرد: در یک فضای بسته (همان تک‌لوکیشن)، نویسنده ابزاری جز خرده‌پیرنگ‌های چندلایه، رازگشایی قطره‌چکانی اطلاعات، تضاد شخصیت‌ها و دیالوگ‌نویسی پینگ‌پنگی و کوبنده ندارد و وقتی پرونده‌ها و آدم‌هایی که وارد کلانتری می‌شوند حامل بحران‌های عمیق، دروغ‌ها، تله‌های ذهنی و تصمیم‌های مرگ و زندگی باشند، ضربان قلب مخاطب بالا می‌رود؛ چون متوجه می‌شود بحران نه در کوچه و خیابان، بلکه درست در چند سانتی‌متری درون مغز و قلب این شخصیت‌ها در حال انفجار است.

جهانی در ادامه گفت: محدودیت، خلاقیت می‌آورد و نگارش ۳۶ قسمت در یک کلانتری بسیار سخت بود، اما در برابر این دشواری ایستادیم تا به خلاقیتی برسیم که برای مخاطب جذاب و دلنشین باشد. به نظر می‌رسد برخی تولیدات پلیسی صرفا برای سرگرمی مخاطب ساخته می‌شوند، اما کلانتری ۱۱ رویکردی متفاوت داشت و پیام‌های متعددی را به مخاطب منتقل می‌کرد؛ پیام‌هایی که در مسیر تبدیل متن به تصویر، ممکن است دستخوش تغییر شوند.

جهانی در توضیح این موضوع گفت: فیلمنامه نقشه‌راه است و تبدیل متن مکتوب به تصویر، ذاتا فرآیندی زنده و تعاملی میان نویسنده، کارگردان، بازیگران و حتی مدیران به‌شمار می‌رود. تغییر تا جایی که به روح اثر و ایده مرکزی آسیب نزند، نه‌تنها طبیعی بلکه لازم است؛ چون لحن بازیگر، میزانسن، کارگردان و حتی ریتم تدوین می‌تواند عمق یک پیام را چندبرابر کند.

جهانی، هنر خود را در مرحله نگارش این‌گونه توصیف کرد که پیام‌ها در دل مسأله کاراکترها پنهان شده‌اند تا تبدیل به بیانیه نشوند و خوشبختانه زمانی که اثر از متن به مرحله اجرا رفت، با درک درستی که از تم قصه وجود داشت، این مفاهیم انسانی و آگاهی‌بخش اجتماعی در فرم و تصویر مستقر شدند و طراوت خودشان را حفظ کردند.

اهمیت خاکستری بودن شخصیت‌ها

وی در پاسخ به این پرسش که برای بی‌نقص بودن متن و تطابق آن با واقعیت، با چه روشی از نیروی انتظامی کمک می‌گیرد، گفت: همفکری و تعامل با کارشناسان «ناجی هنر» و مأموران نیروی انتظامی، مهم‌ترین منبع الهام و راستی‌آزمایی متن است. برای تحقیق، صرفا به خواندن کتابچه‌های آیین‌نامه یا پرونده‌های مکتوب اکتفا نمی‌کنم؛ بلکه گفت‌وگوی بی‌واسطه و حضور در فضای نیروی انتظامی را بهترین شیوه می‌دانم. شنیدن لحن واقعی کلام مأموران، نشستن پای صحبت فرماندهان و افسران کلانتری‌ها و بررسی جزئیاتی مانند نحوه گزارش‌نویسی و واکنش به بحران‌ها در یک کلانتری، به متن روح می‌بخشد. وی همچنین تأکید کرد که در طول نگارش، مشاوران انتظامی فیلمنامه را بازخوانی می‌کنند تا رویه‌ها، سلسله‌مراتب و ادبیات قانونی با واقعیت تطبیق داشته باشد، بدون این‌که ریتم درام فدای جزئیات اداری شود.

متن کامل را در جام‌جم آنلاین بخوانید

خبر

پیام تسلیت معاون صدا در پی درگذشت استاد احمدی

احمد پهلوانیان، معاون صدا در پی درگذشت محمود کربلایی‌احمد، از چهره‌های باسابقه تهیه‌کنندگی رادیو، با صدور پیامی فقدان این هنرمند و پیشکسوت را به خانواده وی، جامعه هنری و رسانه‌ای کشور و خانواده بزرگ رادیو تسلیت گفت. در بخشی از این پیام آمده است: درگذشت زنده‌یاد محمود کربلایی‌احمد، از پیشکسوتان و چهره‌های اثرگذار عرصه تهیه‌کنندگی رادیو، موجب تأثر و تأسف شد. شادروان از نخستین تهیه‌کنندگان رادیو تهران پس از تأسیس این شبکه بود و طی سال‌ها فعالیت حرفه‌ای، در تولید برنامه‌های ترکیبی و نمایشی و همچنین حوزه موسیقی، پژوهش و ترجمه آثار مرتبط با رادیو، نقش مؤثری ایفا کرد. تسلط و شناخت عمیق او نسبت به موسیقی کلاسیک و موسیقی بین‌الملل، نگاه حرفه‌ای و دانش گسترده‌اش در زمینه تهیه‌کنندگی، از او چهره‌ای متمایز در رادیو ساخته بود. زنده‌یاد کربلایی‌احمد افزون بر فعالیت مستمر در تولید برنامه‌های رادیویی، با انتقال تجربیات و دانش خود به نسل‌های بعد، در پرورش و تربیت جمعی از همکاران و تهیه‌کنندگان رادیو نیز نقش داشت و به همین دلیل نزد همکاران با عنوان «استاد احمدی» شناخته می‌شد. بی‌تردید فقدان این هنرمند و پیشکسوت باسابقه، ضایعه‌ای برای خانواده بزرگ رادیوست. ضمن عرض تسلیت به خانواده محترم ایشان، همکاران و جامعه هنری و رسانه‌ای کشور، از درگاه خداوند متعال برای آن مرحوم رحمت و مغفرت الهی و برای بازماندگان صبر و شکیبایی مسألت دارم. محمود کربلایی‌احمد، از تهیه‌کنندگان پیشکسوت، محقق و چهره‌های باسابقه رادیو بود که سال‌ها در عرصه تهیه برنامه‌های ترکیبی و نمایشی، موسیقی و پژوهش‌های رادیویی فعالیت داشت.

یادداشت

مسلم صالحی | عضو کمیسیون اجتماعی مجلس

تلویزیون در عصر رقابت

در بررسی دقیق‌تر فضای رسانه‌ای امروز، باید اذعان داشت هر رسانه، مخاطب مختص به‌خود و جایگاه ویژه‌ای در سبد مصرفی مخاطبان دارد. با وجود تحولات شتابان و گسترش افسارگسیخته فضای مجازی که منجر به تغییر رویکردها و کمرنگ شدن جایگاه رسانه‌های مکتوب در مقایسه با گذشته شده، صداوسیما نه‌تنها یک رسانه بلکه یک نهاد با پایگاه مخاطب خاص و وفادار باقی‌مانده است. با این حال، حفظ این جایگاه در برابر رقابت‌های فشرده رسانه‌ای نیازمند اتخاذ تدابیر سنجیده‌تر و برنامه‌ریزی‌های راهبردی است تا این سازمان بتواند نه‌تنها مخاطبان فعلی خود را حفظ کند بلکه دایره نفوذش را در میان مخاطبان گسترش دهد. از سوی دیگر نقش تلویزیون در کانون گرم خانواده‌ها، نقشی بی‌بدیل و تعیین‌کننده است. به‌ویژه در ساعات اوقات فراغت که اعضای خانواده در کنار یکدیگر حضور دارند، این رسانه می‌تواند نقش مرجعیت فرهنگی را ایفا کند.

برای تحقق این جایگاه ضروری است سازمان، نیازسنجی از جامعه را از یک مفهوم تئوریک به یک اقدام عملیاتی تبدیل کند. شناخت عمیق و دقیق لایه‌های مخاطبان، پیش‌شرط برنامه‌ریزی است؛ بدین معنا که باید برای هر گروه، متناسب با نیازها و دغدغه‌های‌شان محتوا تولید شود. به‌عنوان نمونه، توجه ویژه به برنامه‌های خانواده‌محور برای قشر خانم‌های خانه‌دار و فرزندان یا تنوع‌بخشی به محتوای شبکه‌های ورزشی برای جلب نظر نسل جوان و نوجوان، از ضروریات این راهبرد است تا تلویزیون بتواند به‌عنوان انتخاب اول خانواده همچنان باقی بماند. در حوزه عملکرد صداوسیما در شرایط بحرانی و جنگی اخیر نیز می‌توان نمره قابل قبولی به این سازمان داد چراکه سرعت عمل در اطلاع‌رسانی لحظه‌ای و به‌روزرسانی مداوم اخبار، نقطه اتکای این دوره بود. با این حال، در بخش استفاده از کارشناسان، ضرورت تجدید نظر به شکلی جدی احساس می‌شود.

متن کامل را در جام‌جم آنلاین بخوانید

مشارکت بانک ملت در بازسازی دانشگاه‌های آسیب‌دیده از جنگ

تفاهم‌نامه تامین اعتبار بازسازی زیرساخت‌های فناورانه چهار دانشگاه آسیب‌دیده از جنگ، با راهبری وزارت اقتصاد و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مشارکت برخی بانک‌ها از جمله بانک ملت به امضا رسید. در چارچوب این تفاهم‌نامه، بانک ملت در تامین مالی بازسازی و تجهیز زیرساخت‌های فناورانه دانشگاه علم و صنعت مشارکت خواهد داشت.

فرشید فرخ‌نژاد، مدیرعامل بانک ملت در مراسم امضای این تفاهم‌نامه اظهار داشت: بانک ملت مجموعه اقداماتی را در راستای کمک به کسب‌وکارها و بخش‌های آسیب‌دیده از جنگ انجام داده و اکنون آماده است با توجه به اهمیت و جایگاه ویژه دانشگاه‌های بزرگ و سرآمد مانند دانشگاه علم و صنعت از تمامی ظرفیت‌های قانونی در بازسازی و تجهیز زیرساخت‌های فناورانه این مراکز علمی و دانشگاهی استفاده کند.

(آگهی دعوت نوبت اول)
بدینوسیله از کلیه سهامداران شرکت طیور بامداد کرمانشاه(سهامی خاص) ثبت شده به‌شماره: ۸۱۹۱ و شناسه ملی: ۱۰۶۶۰۰۸۲۲۵۰ دعوت به‌عمل می‌آید تا در جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۲۹ ساعت ۱۰ صبح که در محل قانونی شرکت برگزار می‌گردد حضور بهم رسانند.
دستور جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق العاده:
۱- انتخاب مدیران و بازرسان ۲- انتخاب روزنامه کثیرالانتشار ۳- تصویب تراز مالی
هیات مدیره

نوبت اول
گهر امداد GOHAR EMDAD
آگهی تجدید مناقصه عمومی
شرکت گهر امداد سیرجان
شماره ۱۴۰۵/۰۷/۰۱
خرید واتر میست پشت خودرویی
شرکت گهر امداد سیرجان در نظر دارد نسبت به خرید و اتر میست پشت خودرویی از طریق مناقصه عمومی اقدام نماید.
لذا از کلیه شرکت‌های ذی صلاح دعوت می‌شود جهت دریافت اسناد مناقصه به وب سایت شرکت به نشانی www.goharemdad.ir مراجعه نمایند.
۱- آخرین مهلت تحویل پاکت‌ها: تا ساعت ۱۳:۳۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۲۵
۲- مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: ۲،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
۳- هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.
۴- شرکت در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.
۵- مشخصات فنی و شرایط مناقصه در اسناد مربوطه درج شده است.
۶- نشانی محل تحویل پیشنهادات: سیرجان، کیلومتر ۵۰ جاده سیرجان - شیراز شرکت معدنی و صنعتی گل گهر، شرکت گهر امداد سیرجان
۷- تلفن تماس جهت هماهنگی: ۰۹۱۳۱۴۲۰۶۴۲ (آقای بلوردی) - به جز ایام تعطیل
شرکت گهر امداد سیرجان

آگهی مناقصه عمومی
مناقصه‌گزار: شرکت آلومینیوم ایران (ایرالکو)
موضوع مناقصه:
انجام عملیات ساختمانی به منظور اجرای فونداسیون و احداث کانال بتنی جهت عبور کابل فشار قوی در محوطه رکتی فایرقدیم شرکت آلومینیوم ایران
شرایط متقاضیان: پیمانکاران واجد شرایط (گرید ۵ سازمان برنامه و بودجه)
مبلغ و نوع سپرده شرکت در مناقصه: معادل ۵٪ مبلغ پیشنهادی متقاضی (ضمانت‌نامه بانکی، چک صیاد شرکتی، چک بین بانکی، مطالبات (با اخذ تأییدیه امور مالی کارفرما)
نحوه دریافت اسناد: دریافت حضوری و یا ارتباط با شماره های امور قراردادها و دریافت اسناد از طریق پیام‌رسان‌های داخلی و یا از طریق سایت شرکت آلومینیوم ایران (www.iralco.ir)
نحوه تحویل اسناد: دبیرخانه کمیسیون معاملات شرکت آلومینیوم ایران (ایرالکو - اراک)
مهلت فروش و تحویل اسناد: از تاریخ ۱۴۰۵/۰۷/۱۵ لغایت ۱۴۰۵/۰۷/۲۶ به مدت ۱۰ روز کاری
هزینه آگهی بر عهده برنده مناقصه می باشد.
جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۸-۳۲۱۶۲۳۰۵-۰۸۶ و ۰۹۱۸۶۴۵۸۵۸۰-۰۹۱۲۰۵۰۳۲۶۰ امور قراردادها در اراک تماس حاصل فرمائید.
شرکت آلومینیوم در رد یا قبول پیشنهادات مختار است.
امور ارتباطات شرکت آلومینیوم ایران