تصویر تازه روستا در قاب تلویزیون

نگاهی به تحقق عدالت رسانه‌ای نشان می‌دهد سند تحول صداوسیما چگونه روستا را از حاشیه به متن اقتصاد و فرهنگ آورده است



امیر گودرزی
گروه رسانه

سبک زندگی در روستا امروز برای ما با آرامش و سلامت جسم و روان برابر است؛ سبکی که تا پیش از انقلاب اسلامی، معنی بسیار متفاوتی داشت. تلویزیون در دهه‌های گذشته با تغییر تصویر کلیشه‌ای موفقیت در کلانشهر، به‌سمت نمایش ظرفیت‌های واقعی کارآفرینی بومی رفت تا مهاجرت معکوس را به انتخابی هوشمندانه و پرستیژساز تبدیل کند.

پیش از پیروزی انقلاب اسلامی زندگی در روستا برابر با عقب‌ماندگی بود. این مفهوم با آثار نمایشی پیوسته و ادامه‌دار بیش از پیش نهادینه می‌شد. در فیلم‌های قبل از انقلاب، فردی با ظاهری روستایی به شهر می‌آمد تا فضایی برای خنداندن مردم ایجاد شود. رفتارهای ساده‌لوحانه بسیاری از شخصیت‌های فیلم‌های آن زمان نه نشانی از بی‌آلایشی بلکه نمادی از حماقت بود تا روستایی را فردی ابله نمایش دهد. با تغییر این فضا بعد از انقلاب اسلامی، در آثار نمایشی ساخته شده، روستایی عامل تولید معرفی شد. مسافران مهتاب ساخته مهدی فخیم‌زاده در قالبی متفاوت مهاجرت از روستا به شهر را یک فریب نشان داد و سپس آثار تلویزیونی تلاش کرد تصور نادرست تبلیغ شده را تغییر دهد.

آثار تلویزیونی دهه‌های ۶۰ و ۷۰، پیوندی عمیق با بازگشت به ریشه‌ها و تکریم زیست روستایی داشتند، چنان که در روزی روزگاری شاهد تحول روحی مرادبیگ و رستگاری او در پناه زیست شبانی و کار بر خاک بودیم و در سریال عقیق، ربابه دهقان با رها کردن زندگی شهری، توانست با سرسختی به احیای دامداری پدری بپردازد. در همین فضا، آوای فاخته تضاد میان فریبکاری شهری و زلالی زندگی روستایی را به تصویر کشید و پاییز صحرا گریز از فشارهای پرتنش تهران به آرامش شهرستان را راه حل بحران‌های روانی معرفی کرد؛ همچنین کوچک جنگلی زندگی بومی را پایگاه عزت و ایستادگی در برابر فساد شهری دانست و پس از باران سفر نوادگان شهری به روستاهای گیلان برای کشف هویت و ریشه‌های خانوادگی را روایت کرد.

تلویزیون موتور محرک مهاجرت معکوس

تلویزیون به‌عنوان موتور محرک مهاجرت معکوس، با آشنایی‌زدایی از دوگانه‌های سنتی، کارنامه موفقی داشته است. این رسانه با شکستن این باور که پایتخت تنها بستر رشد و موفقیت است، نشان داد که هزینه‌های کلان شهرنشینی مانند بحران مسکن، ترافیک و تنش‌های روانی، دیگر مزیتی برای زیستن نیست. تلویزیون با تغییر قاب تصویر و به‌تصویرکشیدن کیفیت زیست در محیط‌های بومی، پیام خود را درباره برتری آرامش و سلامت روان در پیرامون نسبت به مرکز، به‌خوبی منتقل کرده است.



رسانه ملی با ایفای نقش درمانگر اجتماعی، انگ اجتماعی بازگشت به زادگاه را از بین برده است. با ساخت درام‌هایی که در آن قهرمان قصه، فردی متخصص است با آگاهی شهر بزرگ را رها کرده و به زادگاهش بازگشته تا کارآفرینی کند، این اقدام را به‌عنوان انتخابی هوشمندانه و با منزلت اجتماعی بازنمایی کرده است. در نتیجه این روایتگری، مقاومت ذهنی مخاطبان کاهش یافته و بازگشت به ریشه‌ها، به‌عنوان راهی برای بازیابی هویت پذیرفته شده است.

در سند تحول رسانه ملی نیز از «روستا و اقتصاد مقاومتی» به‌عنوان راهبرد محتوایی» یاد شده است و هم چنین بر «تغییر از رویکرد ابلاغ‌محوری و استانداردسازی به رویکرد بوم‌محور و اقتضایی» تاکید شده است. در بخش دیگر این سند در خصوص «توجه به شبکه‌های استانی به‌عنوان موتور پیشرفت اقتصادی، کانون حل مسائل بومی و بستر هم‌گرایی فرهنگی و اجتماعی در استان‌ها» تصریح شده است.

برش

مرکززدایی دستاورد سند تحول رسانه ملی

تلویزیون موفق شده است در چند سال گذشته مهاجرت معکوس را به‌عنوان یک سبک زندگی اصیل تثبیت کند؛ سبکی که در آن پیوند با خانواده و ریشه‌های بومی بر بی‌هویتی زیست کلان شهری برتری یافته است. هم‌راستایی تصویر تلویزیون با واقعیت‌های معیشتی، این رسانه را به بزرگ‌ترین تسهیلگر احیای شهرهای کوچک و روستاها تبدیل کرده است. یکی از مهم‌ترین دلایل این موفقیت را می‌توان در سند تحول رسانه ملی یافت. در سند تحول رسانه ملی، نگاه به روستا و مناطق بومی از منظر عدالت رسانه‌ای و هویت محوری بازتعریف شده است. براین اساس، رسانه ملزم است انحصار مرکزی تهران را بشکند و به جای بازنمایی محدود زندگی شهری، ظرفیت‌های گسترده زیست و تولید در تمامی نقاط کشور را به تصویر بکشد. این رویکرد تنها به معنای تغییر لوکیشن نیست، بلکه هدف آن شکستن کلیشه‌هایی است که روستا را فضایی محروم یا عقب‌مانده نشان می‌داد؛ در عوض، با نمایش قدرت کارآفرینی، غنای فرهنگی و کیفیت زیست در این مناطق، تلاش می‌شود منزلت زندگی بومی احیا شود تا انگیزه‌های ذهنی برای بازگشت به ریشه‌ها و سرزمین پدری تقویت شود. بنابراین، رویکرد رسانه ملی در تولید آثاری چون دیار مادری و خونه مونه نشان می‌دهد تلویزیون از نگاه تزیینی و نوستالژیک به روستا عبور کرده و وارد مرحله سیاست‌گذاری فعال شده است. این رسانه فراگیر موفق شده است در چند سال گذشته، مهاجرت معکوس را از یک رؤیای دوردست یا تصمیمی از سر ناچاری، به یک سبک زندگی اصیل، هوشمندانه و با پرستیژ تبدیل کند؛ سبکی که در آن آرامش زیست بومی، پیوند خانوادگی و فرصت‌های اقتصادی بر سردرگمی و هزینه‌های گزاف زندگی در کلانشهرها پیشی گرفته است.

در این میان، تلویزیون با گذار از ترویج صرفا عاطفی، به الگوسازی اقتصادی پرداخته است. پخش مستندهای پرتره و مسابقات کارآفرینی که افراد موفق در حوزه کشاورزی مدرن، بوم‌گردی و کسب‌وکارهای دیجیتال را نشان می‌دهد، بهترین گواه بر این مدعاست. این برنامه‌ها با ارائه نقشه راه، نشان داده‌اند که چگونه می‌توان با سرمایه‌های محدود، زنجیره‌ای از ارزش افزوده در شهرستان‌ها ایجاد کرد. شرط اساسی این روایتگری، یعنی صداقت در بازنمایی، به‌خوبی رعایت شده است. تلویزیون با پرهیز از نمایش‌های رمانتیک و فانتزی و با نقد ضعف‌های زیرساختی نظیر کمبود امکانات بهداشتی یا مشکلات آب، عملا به تریبونی برای مطالبه‌گری از دستگاه‌های اجرایی تبدیل شده است. همین رویکرد باعث شده مخاطب با تصویری واقعی و بدون سرخوردگی، مسیر مهاجرت معکوس را انتخاب کند.

سریال دیار مادری از جدیدترین آثار صداوسیما با رویکرد تمرکز بر اقلیم‌های بومی و معرفی ظرفیت‌های فرهنگی و تمدنی مناطق مختلف ایران بود. این مجموعه با محوریت بازنمایی هویت ملی و تکیه بر آداب، رسوم و پتانسیل‌های اقتصادی و گردشگری مناطق کمتر دیده‌شده، تلاش می‌کند نگاهی متفاوت به زیست بومی ارائه دهد. در واقع، این سریال با هدف گسترش عدالت رسانه‌ای و پرهیز از تمرکزگرایی صرف بر پایتخت، می‌کوشد پیوندی میان فرهنگ اصیل ایرانی و مخاطب امروز برقرار کند و با الگوسازی از زندگی در شهرستان‌ها و روستاها، به‌نوعی در مسیر ترویج مفاهیم مرتبط با هویت‌محوری و دلبستگی به زادگاه حرکت کند.

این نگاه به ساخت سریال‌ها محدود نشد؛ کما این که پیش از این نیز «خونه‌مونه» در قالب یک مسابقه مستند تلویزیونی با محوریت زندگی روستایی، بوم‌گردی و ترویج مهاجرت معکوس تولید و روانه آنتن شبکه ۳ سیما شد. هدف اصلی مسابقه، شکستن تصورات قالبی و کلیشه‌ای از زندگی در روستا و به‌تصویرکشیدن فرصت‌های واقعی زیست غیرشهری است. این برنامه نشان می‌دهد چگونه یک خانواده شهری یا جوانان می‌توانند با بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی، کسب‌وکار راه بیندازند و زندگی با کیفیت و آرامی را تجربه کنند.

این برنامه نمونه‌ای بارز از خروج دوربین تلویزیون از آپارتمان‌ها و استودیوهای پایتخت به دامن طبیعت و اقلیم‌های متنوع ایران است. خونه مونه تلاش کرده جذابیت، سرزندگی، سختی‌ها و هم‌زمان لذت‌های بازگشت به روستا و کارآفرینی در محیط بومی را به‌عنوان الگویی باورپذیر و عملی پیش روی نسل جوان و خانواده‌ها بگذارد. البته این برنامه‌ها به خونه مونه محدود نبود و شامل آثاری همچون میشه‌که‌بشه و بسیاری از مجموعه‌های تلویزیونی نیز می‌شد.

یادداشت

سیدمحمدمهدی موسوی مهر عضو هیأت علمی دانشگاه صداوسیما

سواد رسانه از منظر فلسفه رسانه

سواد رسانه‌ای معمولا مجموعه‌ای از توانایی‌های دسترسی، تحلیل، ارزیابی، تولید و کنش انتقادی در قبال رسانه‌ها تعریف می‌شود. اما از منظر فلسفه رسانه، این مفهوم صرفا یک مهارت آموزشی یا مجموعه‌ای از تکنیک‌های مصرف هوشمندانه نیست بلکه با پرسش‌های بنیادین درباره ماهیت رسانه، واقعیت رسانه‌گری، رابطه دانش و قدرت و ساخت سوژه اخلاق ارتباطات پیوند دارد. سواد رسانه‌ای بدون بنیان فلسفی به مهارت‌آموزی تقلیل می‌یابد و فلسفه رسانه بدون توجه به سواد رسانه‌ای در سطح سیاستگذاری و آموزش، توان تحقق انتقادی خود را از دست می‌دهد.

رسانه‌ها امروزه تنها ابزار انتقال پیام نیستند؛ محیط زندگی، شرایط تجربه، منابع دانش و میدان شکل‌گیری هویت‌ها و روابط قدرتند. در چنین وضعیتی، «سواد رسانه‌ای» به ضرورتی شهروندی تبدیل شده است. تعریف رایج آن شامل توانایی دسترسی به رسانه، درک زبان و رمزگان آن، ارزیابی انتقادی محتوا، تولید مسئولانه و مشارکت در فضای ارتباطی است. با این‌حال پرسش فلسفی این است: چه تصویری از انسان، دانش، واقعیت و جامعه در پس این تعریف نهفته است؟ آیا سواد رسانه‌ای تنها «مصون‌سازی» فرد در برابر اطلاعات نادرست است، یا نوعی تربیت معرفتی و اخلاقی برای زیست در جهان رسانه‌ای شده است.

سواد رسانه‌ای مفهومی چندلایه است. در سنت کارکردی، بر مهارت‌های عملی مانند تشخیص منابع، تحلیل مخاطب، شناسایی اهداف تجاری و تولید محتوا تأکید می‌شود. در سنت انتقادی بر ایدئولوژی، بازنمایی، سلطه و مقاومت تمرکز می‌شود. در سنت مشارکتی، سواد رسانه‌ای به توانایی شهروند برای مشارکت در تولید و بازتوزیع معنا مربوط می‌شود. این تنوع نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای مفهومی صرفا فنی نیست و پیش‌فرض‌های هنجاری دارد.

متن کامل را در جام جم آنلاین بخوانید

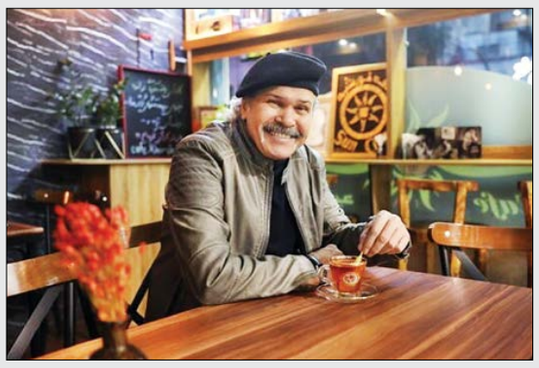
گزارش

معاون شهربانی که جانب مردم را گرفت

مختار سائقی از نقش‌آفرینی در «دیوار دفاعی» و تقابل وجدان انسانی با دستور مافوق در این سریال تاریخی می‌گوید

سریال «دیوار دفاعی» به کارگردانی احمد کاوری و تهیه‌کنندگی مسعود ده‌نمکی، مخاطب را به سال‌های منتهی به ملی‌شدن صنعت نفت می‌برد؛ دوره‌ای که مناسبات میان کارگران ایرانی، مردم جنوب کشور و نیروهای انگلیسی، بخشی از تحولات اجتماعی و سیاسی آن روزگار را شکل می‌داد. این مجموعه ۳۰ قسمتی، رویدادهای تاریخی را از دریچه زندگی شخصیت‌هایی روایت می‌کند که هریک در مواجهه با قدرت، مردم و مسئولیت اجتماعی، انتخاب‌های متفاوتی دارند. در این میان، فوتبال نیز به یکی از عناصر داستان تبدیل شده و بستری برای نمایش همدلی و اتحاد ایرانیان است.

مختار سائقی در این مجموعه نقش حسام، معاون شهربانی کل را بر عهده دارد؛ شخصیتی که با وجود حضور در ساختار اداری، در موقعیت‌های حساس می‌کوشد جانب مردم را بگیرد و در برابر رفتارهای نادرست سکوت نکند. وی درخصوص شخصیت حسام در این مجموعه به تسنیم می‌گوید: حسام، معاون شهربانی کل است، امارفتارش همیشه مطابق انتظارات و جریان معمول دستگاه اداری پیش نمی‌رود. در موقعیت‌هایی که دیگران در برابر مردم قرار می‌گیرند، او تلاش می‌کند کنار مردم باشد. شخصیت دلسوزی دارد و برایش مهم است که تصمیم‌ها و اقداماتش به نفع مردم تمام شود. از طرفی، بعضی از این ویژگی‌ها در زندگی شخصی خودم هم وجود دارد. اگر در خیابان با انسانی گرفتار یا حتی حیوانی آسیب دیده مواجه شوم، معمولا نمی‌توانم بی‌تفاوت از کنارش بگذرم و تا جایی که بتوانم برای کمک اقدام می‌کنم. به نظرم این روحیه از درونم سرچشمه می‌گیرد. احتمالا آقای کاوری نیز این ویژگی را در من دیده و تشخیص داده بودند که می‌توانم آن را به شخصیت حسام منتقل کنم.



متن کامل را در جام جم آنلاین بخوانید

بانک رفاه کارگران
REFAH KARGARAN BANK

آگهی مزایده عمومی
فروش سهام

شرکت سرمایه‌گذاری توسعه سرمایه رفاه (سهامی خاص)

شماره ۱۴۰۵/۰۲

بانک رفاه کارگران در نظر دارد نسبت به فروش ۱۰۰ درصد از سهام سرمایه‌گذاری توسعه سرمایه رفاه (سهامی خاص) به تعداد ۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ سهم به ارزش ۲,۴۵۷,۳۲۷,۸۹۳,۰۰۰,۰۰۰ ریال از طریق برگزاری مزایده عمومی به اشخاص حقیقی و حقوقی ذیصلاح اقدام نماید.

متقاضیان خرید سهام مزبور می‌توانند از تاریخ انتشار این آگهی حداکثر تا پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۸/۱۸ با در دست داشتن معرفی‌نامه کتبی مشتمل بر درج شماره شناسه ملی (اشخاص حقوقی) به همراه کد ملی (اشخاص حقیقی) در ساعات اداری به اداره سرمایه‌گذاری و امور مجامع شرکت‌ها بانک، به آدرس: تهران، بلوار کشاورز، رو به روی بیمارستان پارس، ساختمان بانک رفاه کارگران، اداره سرمایه‌گذاری و امور مجامع شرکت‌ها بانک مراجعه و اسناد مزایده را دریافت نمایند

(شماره تماس: ۰۲۱۴۱۳۷۳۳۱۰)

شرایط شرکت در مزایده :

۱- ارزش پایه معامله و شرایط پرداخت ثمن معامله به شرح جدول ذیل به اطلاع متقاضیان می‌رسد.

مبالغ به ریال

نام شرکت	سرمایه‌گذاری توسعه سرمایه رفاه
سرمایه ثبت شده	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
تعداد سهام قابل واگذاری	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰
قیمت پایه کل سهام قابل واگذاری	۲,۴۵۷,۳۲۷,۸۹۳,۰۰۰,۰۰۰
مبلغ سپرده شرکت در مزایده	۲۲۱,۱۵۹,۵۱۰,۳۷۰,۰۰۰
شرایط واگذاری[1]	به صورت نقد و اقساط با شرایط ۹۰ درصد نقد و الباقی اقساط ۳ ماهه طی ۳ سال با نرخ سود ۲۳ درصد سالانه

[1] قیمت اعلامی، قیمت پایه بوده و اولویت واگذاری به ترتیب: ۱- با خریدارانی است که متقاضی خرید نقدی بوده و قیمتی بالاتر از قیمت پایه را پیشنهاد نمایند. ۲- با خریدارانی است که حصه نقدی بیشتر و قیمتی بالاتر از قیمت پایه را پیشنهاد نمایند.

۲- سپرده شرکت در مزایده معادل ۱۰ درصد ارزش حصه نقدی ثمن معامله می‌باشد که می‌بایستی به‌صورت وجه نقد واریزی به حساب شماره ۵۰۰۰۰۱۴ به‌نام اداره حسابداری نزد شعبه پردیس بانک رفاه کارگران یا ضمانتنامه بانکی معتبر، غیر از بانک رفاه کارگران با اعتبار ۳ ماهه به‌صورت عندالمطالبه قابل تمدید و بی‌قید و شرط ارائه گردد. حق فروشنده جهت بررسی، قبول یا رد و درخواست اصلاح متن ضمانتنامه در مهلت محدود، محفوظ و متقاضی مکلف به رعایت آن است.

۳- متقاضیان می‌بایست پیشنهادات خود را نسبت به کل سهام عرضه شده، حداکثر تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۸/۲۰ به نشانی اعلام شده فوق تحویل و رسید دریافت نمایند. بدیهی است به پیشنهاداتی که بعد از موعد مقرر واصل گردد ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۴- شرکت در مزایده به معنی اطلاع و آگاهی کامل متقاضی نسبت به شرایط شرکت بوده و خریدار با شرکت در مزایده کلیه اختیارات خصوصاً خیار غبن ولو فاحش را از سوی خود سلب و اسقاط می‌نماید.

۵- چنانچه برنده مزایده ظرف مهلت مقرر از تاریخ ابلاغ توسط مزایده‌گزار نسبت به امضای قرارداد تدوین شده توسط حوزه حقوقی بانک و پرداخت بخش نقدی ثمن معامله و ارائه اسناد تضمین اقدام ننماید، هیچگونه ادعایی نسبت به سپرده شرکت در مزایده نخواهد داشت و مزایده‌گزار می‌تواند ضمانتنامه بانکی ارائه شده را به نفع خود ضبط نماید.

۶- پاکت‌های مزایده در ساعت ۱۰ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۸/۲۷ در سالن جلسات بانک واقع در تهران، خیابان ولیعصر(عج)، نرسیده به میدان ونک، ساختمان بانک رفاه کارگران مفتوح خواهد گردید. حضور پیشنهاد دهندگان یا نماینده قانونی آنان در جلسه با ارائه مدارک شناسایی یا معرفی‌نامه معتبر، مجاز می‌باشد. در جلسه مزبور صرفاً خریداران حائز رتبه‌های اول و دوم معرفی گردیده و برنده نهایی متعاقباً اعلام خواهد شد.

۷- استرداد سپرده شرکت در مزایده برنده دوم (وجه نقد/ضمانتنامه بانکی معتبر- وفق بند ۲) منوط به انعقاد قرارداد و تسویه کامل بخش نقدی ثمن معامله و دریافت اسناد تضمین از برنده اول مزایده می‌باشد. سپرده شرکت در مزایده سایر مزایده‌گران پس از برگزاری جلسه مزایده مسترد می‌گردد.

۸- فروشنده در رد یا قبول هر یک از/کلیه پیشنهادات واصله مختار است.

www.refah-bank.ir

شهر صنعتی و منطقه ویژه اقتصادی کاوه

آگهی تمدید مناقصه عمومی دومرحله‌ای

شرکت شهر صنعتی کاوه

در نظر دارد برای اجرای بخشی از پروژه‌های خود مناقصه عمومی دومرحله‌ای را جهت واگذاری کار به پیمانکار واجد شرایط با عنوان عملیات احداث و ساماندهی روکش آسفالت و زیرسازی برخی از معابر اصلی و فرعی شهر صنعتی کاوه برگزار نماید. لذا واجدین شرایط جهت دریافت اسناد و اطلاع از شرایط فراخوان با ارائه اصل معرفی‌نامه معتبر به دبیرخانه شرکت شهر صنعتی کاوه در تاریخ مقرر مراجعه فرمایند.

محل دریافت و ارائه اسناد: به نشانی: تهران، شهرک غرب، بلوار فرحزادی، بلوار دادمان، خیابان درختی، خیابان سپهر، پلاک ۲۰۶، شماره تماس: ۸۸۵۷۰۳۱۲-۰۲۱

مهلت توزیع و دریافت اسناد: متقاضیان می‌توانند از تاریخ ۱۴۰۵/۰۸/۰۴ تا پایان وقت اداری مورخ ۱۴۰۵/۰۸/۲۳ با در دست داشتن معرفی‌نامه کتبی نسبت به دریافت اسناد از دبیرخانه شرکت اقدام نمایند.

مهلت دریافت پاکت های ارزیابی و پیشنهاد قیمت: متقاضیان می‌بایست اسناد خود را به‌صورت مرتب و لاک و مهر شده و در یک زونکن دربسته و لاک و مهر شده شامل پاکت‌های الف، ب و ج تا ساعت ۱۶ مورخ ۱۴۰۵/۰۸/۲۳ به دبیرخانه شرکت شهر صنعتی کاوه در قبال اخذ رسید تحویل نمایند. زمان بازگشایی اولیه پاکات مورخ ۱۴۰۵/۰۸/۲۵ می‌باشد.

- شرکت شهر صنعتی کاوه در قبول یا رد هر یک یا تمام پیشنهادات بدون اعلام هرگونه دلیلی مجاز است.
- به پیشنهادات فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و مبهم و پیشنهاداتی که بعد از مدت مقرر این آگهی واصل گردد، مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- پرداخت‌ها از نوع نقد مطابق با آیین نامه معاملات شرکت شهر صنعتی کاوه می‌باشد.
- مبلغ تضمین انجام تعهدات معادل ۵ درصد و با ارائه ضمانتنامه بانکی و یا هرگونه تضمین مورد تایید کارفرما می‌باشد.
- شرکت‌های پیمانکاری با حداقل رتبه ۳ و بالاتر از سازمان برنامه و بودجه در رشته ابنیه و ساختمان و یا راه و ترابری با حداقل ۶ ماه اعتبار مجاز به شرکت در این مناقصه می‌باشند.
- مدت زمان اجرای پروژه ۳ ماه شمسی می‌باشد.
- مدت اعتبار پیشنهادات مناقصه‌گران ۹۰ روز تقویمی بوده که برای ۳۰ روز دیگر قابل تمدید می باشد.
- مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (فرآیند ارجاع کار معاملات غیردولتی) معادل ۱۲,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال و صرفا به‌صورت ارائه ضمانتنامه بانکی می‌باشد. (شناسه ملی کارفرما ۱۰۱۰۰۶۳۱۷۵۲ کد اقتصادی ۴۱۱۳۱۴۶۷۸۷۵۴ و کدپستی ۱۴۶۸۶۳۳۹۴۲)
- در صورت دریافت حداقل ۲ پاکت اسناد مناقصه بازگشایی خواهد شد.
- هزینه این آگهی، نهایتا از برنده مناقصه دریافت خواهد شد.
- به‌دلیل محدودیت، سایر شرایط مناقصه در اسناد و شرایط مناقصه ذکر و قید گردیده است.