

گزارش اکران

افتتاحیه ۱۲ میلیاردي تازه‌های اکران

یک کارگردان با دو فیلم در صدر گیشه



کریمی | از هفته گذشته با افزوده شدن سه فیلم تازه به چرخه اکران، سه فیلم کمدی در صدر جدول فروش قرار گرفتند. در هفته‌ای که گذشت، رقابت در دو جایگاه نخست جدول از آن کریم امینی بود. او که این روزها دو فیلم «مرد عینکی» و «قسطونیه» را در اکران دارد، در کمتر از سه روز توانست فیلم جدیدش را هم به جایگاه دومین فیلم پرفروش هفته برساند. بر همین اساس «مرد عینکی» در هفته گذشته با فروشی معادل ۸ میلیارد و ۴۵۳ میلیون تومان در صدر گیشه قرار داشت و «قسطونیه» دیگر فیلم امینی با یک افتتاحیه ۷میلیارد و ۳۵۰ میلیون تومانی، تنها طی سه روز اکران دومین فیلم پرفروش هفته شد. کریم امینی از فیلم‌سازان جوانی است که در سال‌های اخیر چندین فیلم کمدی پرفروش را روانه اکران کرده است. از «فسیل» که سال ۱۴۰۲ روی پرده رفت و در آن سال توانست رکورد پرفروش‌ترین و پرمخاطب‌ترین فیلم تاریخ سینمای ایران را در نخستین اکران خود بشکند و با فروش بیش از ۳۰۰ میلیارد تومان و بیش از ۷ میلیون مخاطب توانست رکوردهای پیشین را جابه‌جا کند. همچنین «شهر هرت» دیگر فیلم امینی نیز از پرفروش‌های سال بود. در تابستان سال جاری هم با اضافه شدن «مرد عینکی» به چرخه اکران، این فیلم به سرعت به یکی از پرفروش‌ترین فیلم‌های گیشه بدل شد و تا رین رکورد «داریان‌سور» کمتر از ۳ میلیارد تومان فاصله دارد. امینی حالا با «قسطونیه» در پی ثبت رکوردهای تازه است.

پس از آن «ناجورها» ساخته حسین فرحبخش با ۵ میلیارد و ۳۳۷ میلیون در جایگاه سوم قرار گرفت و بدین ترتیب پس از هفته‌های متوالی حضور آثار اجتماعی در صدر گیشه، سه فیلم کمدی توانستند ردیف‌های اول فروش هفتگی را به خود اختصاص دهند.

«پیر پسر» نیز که از ۲۱ خرداد ماه روی پرده است، در هفته گذشته با فروشی معادل ۴ میلیارد و ۴۵ میلیون تومان در جایگاه چهارم قرار گرفت و نسبت به هفته‌های قبل افت محسوسی را تجربه کرد. «زن و بچه» نیز در هفته اخیر با ۳ میلیارد و ۵۱۲ میلیون تومان فروش در رده پنجم جدول قرار گرفت و پس از آن «گوزن‌های اتوبان» به کارگردانی ابوالفضل صفاری نیز که از ۱۰ روز پیش اکرانش را آغاز کرده در هفته‌ای که گذشت ۳ میلیارد و ۶۲ میلیون تومان فروش را رقم زده است.

اما از میان تازه‌واردهای اکران، انیمیشن «بوز» با یک افتتاحیه خوب در سه روز گذشته توانست فروشی معادل ۲ میلیارد و ۷۳۳ میلیون تومان را ثبت کند.

«ناتور دشت» نیز در هفته گذشته با ۲ میلیارد و ۵۹۳ میلیون تومان در جایگاه بعدی قرار گرفت و «لاک‌پشت» به کارگردانی بهمن کامیار نیز طی سه روز گذشته یک افتتاحیه قابل قبول را با فروشی معادل یک میلیارد و ۹۱۴ میلیون تومان ثبت کرد. سایر فیلم‌های روی پرده در هفته گذشته فروشی کمتر از یک میلیارد تومان داشتند که از میان آن‌ها، انیمیشن «فرمانروای آب» با ۹۲۷ میلیون تومان بیشترین میزان فروش را داشته و پس از این انیمیشن، فروش دیگر فیلم‌ها با افت محسوسی روبه‌رو است.

فرهنگ و هنر

گفت‌وگوبا مجید سعیدی که عکس‌های بسیاری از جنگ ۱۲روزه ثبت کرده است

اول نمایش حقیقت، بعد زیبایی



صبا کریمی | مجید سعیدی از عکاسان مطرح و شناخته شده ایرانی است که فعالیت جدی عکاسی خبری خود را از سال ۱۳۶۹ و در جریان جنگ خلیج فارس در مرز ایران و عراق شروع کرد. او از اوایل دهه ۸۰ همکاری خود را با مؤسسه گتی ایمجز آمریکا آغاز کرد و همچنان هم با این آژانس عکس معتبر بین‌المللی همکاری دارد. سعیدی جوایز داخلی و بین‌المللی زیادی را در رویدادهای مختلف از آن خود کرده؛ او دارای نشان درجه یک هنری است، هفت بار عنوان بهترین عکاس خبری ایران را بدست آورده و برنده بیش از ۲۰ جایزه معتبر عکاسی در ایران نیز هست و جوایز متعددی همچون جایزه تصویر سال آمریکا، جایزه حقوق بشر بنیاد هنری نئن آلمان، جایزه یونیسف، جایزه (گرت) فتورپورتاز و... را در کارنامه خود دارد.

همچنین آثار او در روزنامه‌ها و مجلات معتبر جهانی همچون تایمز لندن، اشینگل، لایف، نیویورک تایمز، واشنگتن پست، واشنگتن تایمز، مجله تایم و... به چاپ رسیده است. کتاب «زندگی در جنگ» منتخبی از مجموعه افغانستان سعیدی است که حاصل سفرهای متعدد او و اقامتش از سال ۱۳۸۹ (۲۰۰۹ م) در افغانستان است. اما تازه‌ترین تجربه مجید سعیدی که چندین دهه سابقه حضور در جنگ‌های مختلف را دارد، عکاسی از جنگ ۱۲روزه اخیر بود که برای او هم رنگ و بوی دیگری داشت و به گفته خودش حس و حالی آمیخته به رنج و دردناک‌تر از سایر تجربیاتش داشت. با او درباره عکاسی در روزهای جنگ، نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران و فضای رسانه‌ای به گفت‌وگو نشستیم که مشروح آن را در ادامه می‌خوانید.

■ در طول جنگ ۱۲روزه برای افرادی که مستند می‌ساختند یا به عکاسی مشغول بودند محدودیت‌هایی به وجود آمد و تعداد اندکی از عکاسان توانستند کار کنند یا دست‌کم فعالیتشان تحت نظارت بود و شما جزو عکاسانی بودید که عکس‌های زیادی از آن روزها ثبت کردید. درباره تجربه آن روزها بگویید.

من به عنوان عکاس برای یک رسانه بین‌المللی فعالیت می‌کنم و طبیعتاً این گونه‌رخدادها در حیطه وظایف خبرنگار قرار می‌گیرد. خبرنگاران بسته‌به حوزه فرهنگی‌شان ممکن است به سفارش عمل کنند، اما من به دلیل همکاری با یکی از بزرگ‌ترین رسانه‌های تصویری جهان موظفم در صحنه حضور داشته

■ شما تجربه عکاسی در جنگ و شرایط بحرانی را دارید. ویژگی این سبک از عکاسی چیست و در چنین موقعیت‌هایی چه نکاتی برای شما اهمیت دارد؟
در شرایط غیرعادی مانند جنگ، اولویت اصلی من نمایش حقیقت است. تلاش می‌کنم با نگاهی واقع‌گرایانه و بدون اغراق، واقعیت را به مخاطب منتقل کنم. اگر زمان و فرصت کافی وجود داشته باشد، سعی می‌کنم جنبه‌های زیبایی‌شناختی تصویر نیز رعایت شود تا عکس چشم‌نواز و تأثیرگذار باشد. در حقیقت نوع نگاه بسته‌به موقعیت متفاوت است؛ گاهی مستندکار می‌کنم و گاهی رویکرد هنری دارم. در هر حال شرایط محیطی و موضوع رخداد، زاویه نگاه را تعیین می‌کند.

■ در عکس‌هایی که در طول جنگ از وقایع ثبت کردید، با وجود فضای جنگی، نگاه زیرکانه‌ای به چشم می‌خورد و تقارن، هارمونی و عناصر زیباشناختی در آن‌ها محسوس است. چطور این ویژگی در کارهایتان نمود پیدا می‌کند؟
همان طور که گفتم سعی می‌کنم آنچه حقیقت است را به تصویر بکشم و در واقع براساس فضا و مکانی که در آن قرار می‌گیرم و بنا بر اتفاقی که دارد می‌افتد تصمیم می‌گیرم و آن تصویر و عکس شکل می‌گیرد و هر جایی نگاه مختص خودش را دارد. اما تجربه اخیر برای من تفاوت بنیادینی داشت. قبلاً بیشتر تجربه‌های جنگی‌ام خارج از مرزهای ایران بود، اما این بار در کشور و خاک خودم درگیر جنگ شدم. این تجربه بسیار دشوار و تلخ بود. هنگامی که جنگ در خاک وطن رخ می‌دهد، شدت اندوه و فشار روانی مضاعف است. دیدن مردم شهرم که با اضطراب می‌گریختند، در صف‌های طولانی بنزین می‌ایستادند و با استرس روزگار می‌گذراندند، برای من بسیار سنگین بود. این نوع اضطراب‌ها ماندگار است و سال‌ها در ذهن مردم باقی می‌ماند.

امروز در هر جمعی صحبت از احتمال وقوع جنگ است. رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور نیز مدارب‌بر طبل جنگ می‌کوبند و استرس عمومی را افزایش می‌دهند. درمقابل، رسانه‌های داخلی نیز برنامه‌جاذبی تولید نمی‌کنند و اساساً چیزی برای ارائه ندارند به همین دلیل مردم هم جذب شبکه‌های ماهواره‌ای می‌شوند، نتیجه آن است که جامعه از نظر روحی و روانی به شدت آسیب‌دیده است. هر کشوری مشکلات خاص خود را دارد، اما مشکلات ایران از بسیاری کشورها گسترده‌تر است.

مستولان خود نیز به این امر واقف‌اند. متأسفانه هیچ یک از دولت‌های گذشته به طور جدی در پی اصلاح ساختاری نبوده‌اند. هر دولتی که بر سر کار آمده، صرفاً امور جاری خود را پیش برده و هیچ نظارتی وجود نداشته است. نتیجه آن شده که امروز کشور با کمبود آب، قطعی برق و فشار اقتصادی روبه‌رو است و استرس جنگ هم از یک سوی دیگر فشار می‌آورد.

■ در چنین شرایطی نقش رسانه‌ها چیست؟

در چنین وضعیتی نقش رسانه‌ها باید روشن‌گری و ایجاد آرامش باشد، اما این نقش نیز به سختی ایفا می‌شود. در حالی که رسانه می‌تواند روزنه‌ای برای بیان حقیقت باشد، اما در ایران چنین کارکردی عملاً از دست رفته است. در جامعه‌ای که کسی دیگر کتاب و روزنامه نمی‌خواند انتظار چه تأثیری را دارید؟ متأسفانه ما مرجعیت رسانه‌ای را از دست داده‌ایم به همین دلیل است که صدا و سیما با بودجه‌های کلان و نیروی انسانی گسترده، به دلیل سوءمدیریت، مرجعیت رسانه‌ای را به رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور واگذار کرده است. البته نه تنها مدیران فعلی بلکه در دوره‌های گذشته هم همین طور بوده و صدا و سیما تأثیرگذاری خودش را از دست داده است. این وضعیت به قدری پیش رفته که اگر حتی لازم باشد پیام‌های ساده‌ای مانند صرفه‌جویی در مصرف آب به مردم منتقل شود، رسانه‌های داخلی توانایی اثرگذاری ندارند و باید به رسانه‌های خارج از کشور متوسل شد.

■ همین امنیتی بودن که به آن اشاره کردید پرسش دیگری را ایجاد می‌کند. گفته می‌شود عکاسی با مستندسازی می‌تواند از جنبه‌های امنیتی و درز اطلاعات مسئله‌ساز باشد و به همین دلیل چنین محدودیت‌هایی اعمال می‌شود. اساساً این توجیه چقدر قابل دفاع است؟

به هر حال همه کشورها خطوط قرمز رسانه‌ای خود را دارند، اسرائیل محدودیت‌های خود را اعمال می‌کند و هیچ‌گاه تصویری از خسارت‌های موشک‌های ایرانی در پایگاه‌های اسرائیلی منتشر نشده است. ما هم به عنوان خبرنگار تامایلی به ثبت چنین موضوعاتی نداریم. وظیفه ما نمایش رخدادهای روزمره و فجایع انسانی است. برای مثال اسرائیل در ماجرای تخریب یک بیمارستان بر اثر موج انفجار موشک، توانست با یک شورشانه‌ای و مظلوم‌نمایی، از ظرفیت رسانه به‌بهترین شکل علیه ایران استفاده کند. درمقابل، ما چه کردیم؟ رسانه را خاموش کرده‌ایم و در جنگ رسانه‌ای شکست خورده‌ایم. اسرائیل سال‌هاست در این عرصه مهارت دارد، در حالی که ما با ایجاد هراس و بستن درهای کشور به روی خبرنگاران، فضایی ساخته‌ایم که ایران ناامن جلوه‌داده شود در نتیجه دیگران آزادانه روایت خود را ارائه کنند.

آگهی مناقصه عمومی شماره مناقصه سامانه ستاد: ۲۰۰۴۰۹۵۰۰۴۰۰۰۰۰۰۸۰

موضوع مناقصه : انجام کلیه امور مربوط به مدیریت و ساماندهی کارگران ساختمانی گذرگاه های شهری در ایست کارهای در سطح شهر مشهد مقدّس مطابق شرح اسناد مناقصه مبلغ و مدت قرارداد : به شرح اسناد مناقصه جهت اطلاعات تکمیلی به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir و همچنین جهت اطلاع در روزنامه رسمی به نشانی www.rtrk.ir مراجعه نمائید.
معاونت خدمات شهری شهرداری مشهد – سازمان ساماندهی مشاغل شهری و فرآورده های کشاورزی

((آگهی مناقصات عمومی یک مرحله ای)) طر حهای عمرانی

شرکت آب و فاضلاب مشهد در نظر دارد فراخوان جهت برگزاری مناقصات عمومی مشروح ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزار نماید، کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه ، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد . لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند .

ردیف	موضوع	شماره فراخوان	مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار به ریال	نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار
۱	خرید لوله پلی اتیلن در سایزهای مختلف	۲۰۰۴۰۰۵۱۲۹۰۰۰۰۰۹۹	۵/۳۰۴/۰۰۰/۰۰۰	۱.واریز نقدی به حساب جاری شماره ۴۰۰۱۰۰۹۷۰۷۱۴۶۰۰۹ بانک ملی مرکزی مشهد
۲	خرید لوله و وصل گالوانیزه در سایزهای مختلف	۲۰۰۴۰۰۵۱۲۹۰۰۰۰۱۰۰	۱۸/۹۸۸/۰۰۰/۰۰۰	۲. ضمانتنامه بانکی
۳	خرید دیوار پیش ساخته	۲۰۰۴۰۰۵۱۲۹۰۰۰۰۱۰۱	۸/۷۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۳. اوراق مالی اسلامی
۴	خرید پمپ و الکتروموتور	۲۰۰۴۰۰۵۱۲۹۰۰۰۰۱۰۲	۳/۰۳۲/۰۰۰/۰۰۰	

۱-مهلت دریافت اسناد مناقصات : از تاریخ ۱۴۰۴/۰۷/۰۵ لغایت ۱۴۰۴/۰۷/۰۹
۲-خاتمه دوره بازگرداری، تکمیل و ارسال اسناد مناقصات : ۱۴۰۴/۰۷/۱۹
۳-بازگشایی پاکات مناقصات : ۱۴۰۴/۰۷/۲۰
۴-مدت اعتبار پیشنهادات از تاریخ تحویل پاکات پیشنهاد قیمت به مدت ۳ ماه می باشد .
۵-اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گذار : مشهد، خیابان فلسطين ، نبش فلسطين ۲۶ ، شرکت آبفا مشهد ، تلفن : ۰۵۱-۳۷۰۰۸۱۴۹ و ۰۵۱-۳۷۰۰۸۱۵۰
۶-هزینه درج آگهی بر عهده برندگان مناقصات می باشد .

دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب مشهد

فروش املاک (مزایده شماره ۴/ ۱۴۰۴)

کمیته امداد امام خمینی (ره) خراسان رضوی در نظر دارد یک قطعه از املاک مازاد متعلق به خود مطابق جدول ذیل را از طریق برگزاری مزایده عمومی بفروش برساند . لذا متقاضیان خرید می توانند برای بازدید از ملک مورد نظر و کسب اطلاعات بیشتر از نحوه برگزاری مزایده و اخذ برگ شرایط شرکت در مزایده به سایت سامانه تدارکات دولت یا به آدرس مشهد: مدرس۱۱۲اداره کل کمیته امداد امام خمینی(ره) طبقه سوم ۳۰۸تاجا مراجعه فرمایند. جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۵۱-۳۲۲۳۹۸۷۱ اداره تدارکات پشتیبانی تماس حاصل نمایند.

ردیف	آدرس	مساحت	وضعیت سند	قیمت پایه(ریال)	شرایط پرداخت
۱	شهر تربت جام – خیابان پاسداران جنب مدرسه امام رضا(ع)	۲۴۷۲	اجاره خط آستان قدس	۲۲۲/۴۸۰/۰۰۰/۰۰۰	بصورت نقد

شرکت توسعه منابع انرژی توان (صباپاتری)

آگهی مناقصه عمومی

گروه صنعتی شهید درخشان در نظر دارد

تعداد ۵۰.۰۰۰ عدد پالت پلاستیکی با ابعاد ۱۵*۸۰*۱۲۰
مورد نیاز یکساله خود را از طریق برگزاری مناقصه عمومی از تولید کنندگان واجد شرایط تامین نماید .

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : ۲۱,۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال

همچنین این گروه در نظر دارد امور خدمات عمومی شامل نظافت معابر و فضای عمومی، نظافت دفاتر نگهداری و توسعه فضای سبز،خزانه چمن وگل خود را از طریق برگزاری مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید.

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : ۲,۹۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال

واجدین شرایط برای شرکت مناقصه و خرید اسناد میتوانند با مراجعه به آدرس: کیلومتر ۱۸ اتوبان تهران ساوه – خروجی دوم صباشهرگروه شهید درخشان (صباپاتری) واحد قراردادها تا ۷ روز پس از چاپ این آگهی مراجعه نمایند .
(هزینه خرید اسناد : یک میلیون ریال در محل)

مناقصه گذار در رد یا قبول هریک یا تمام پیشنهادها مختار است. پرداخت هزینه های آگهی برعهده برنده مناقصه خواهد بود.

سایر شرایط در پیش نویس قرارداد درج گردیده است.

تلفن تماس: ۵۶۵۷۴۹۰۰
فاکس: ۵۶۵۷۴۹۰۸
واحد قراردادهای گروه شهید درخشان
شماره مناقصه : ۳۰۴۰۷

شناسه آگهی ۲۰۰۹۰۳۰ ممیم الف ۲۴۰۵