امتیاز

چهارشنبه ۵ آذر ۱۳۹۹
۹ ربیع‌الثانی ۱۴۴۲ ● ۲۵ نوامبر ۲۰۲۰
شماره ۳۰۹۳ ● ۸ صفحه

متن میثاق‌نامه روزنامه‌نگاری در سایت روزنامه موجود است

روزنامه فرهنگی، هنری، ورزشی، اجتماعی صبح کشور
صاحب امتیاز و مدیرمسوول:
غلامحسین شعبانی
نشانی: میدان انقلاب - خیابان جمالزاده‌شمالی
پلاک ۲۶۰ واحد ۵

پست الکترونیکی:
info@emtiazdaily.ir
تلفن: ۶۶۵۹۶۸۰۹
آگهی دولتی: ۶۶۵۶۷۷۶۴ - آگهی شهرستان ها: ۶۶۶۵۰۰۹۹
لیتوگرافی و چاپ: ریحان

WWW.EMTIAZDAILY.IR

اخبار

سومین سمپوزیوم مجسمه سازی مفاخر ایران افتتاح شد

به نقل از روابط عمومی سازمان زیباسازی شهر تهران، سومین سمپوزیوم مجسمه‌سازی مفاخر ایران ویژه دانشمندان با حضور برزین ضرغامی مدیرعامل سازمان زیباسازی شهرداری تهران، فرزاد طالبی معاون فرهنگی و هنرهای شهری سازمان زیباسازی شهر تهران، ایرج محمدی، حسین علی عسگری و رافی داوتیان اعضای شورای سیاست‌گذاری سمپوزیوم و هنرمندان شرکت‌کننده در این رویداد به صورت آنلاین افتتاح شد.

تاکید ضرغامی بر تعامل هنرمندان در ساخت سردیس مفاخر

مراسم افتتاحیه سومین سمپوزیوم مجسمه‌سازی مفاخر ایران عصر روز گذشته سوم آذرماه به صورت برخط برگزار شد، برزین ضرغامی مدیرعامل سازمان زیباسازی شهر تهران گفت: خوشحالیم که این رویداد را که از جمله فعالیت‌ها و برنامه‌های سازمان است را داریم مطابق با تقویم برنامه‌ها محقق و اجرا می‌کنیم. البته باعث حسرت است که شرایط این روزها اجازه نداد این رویداد را حضوری برگزار کنیم تا شهروندان هم بتوانند با فعالیت‌هایی که هنرمندان انجام می‌دهند و اتفاقی که الان در شهر رقم می‌خورد بیشتر آشنا شوند و انس و ارتباط بیشتری با هنر بگیرند.

ضرغامی افزود: حدود یک ماه پیش که آثار بعضی از هنرمندان شرکت‌کننده در دومین دوره سمپوزیوم مجسمه‌سازی مفاخر ایران را جلوی خانه هنرمندان نصب کردیم مباحثی در حول و حوش این آثار مطرح شد و بحث‌هایی را ایجاد کرد. بعضی‌ها گفتند، نسبت یا شباهت سردیس‌ها با هنرمندان کم است. به همین خاطر هنرمندان شرکت‌کننده در آن سمپوزیوم یک مقدار با بی‌مهری و کم‌لطفی مواجه شدند.

مدیرعامل سازمان زیباسازی بیان کرد: طبیعی است که وقتی یک کاری انجام می‌شود آن کار می‌تواند یک اثر خیلی قوی، خوب یا نسبتاً ضعیف‌تر باشد، اما اتفاقی که افتاد این بود که موجی ایجاد شد و چه کسانی که کار تخصصی انجام داده‌اند و در جریان این اتفاقات هستند و چه آن‌هایی که در جریان نیستند در این موج شروع به نقد کردند و خیلی از اظهارنظرها هم غیر کارشناسی بود.

کنایه مدیرعامل سازمان زیباسازی به علی نصیریان!

وی ادامه داد: یکی از هنرمندان که اعتقاد داشت سردیسی که از او ساخته شده است اثر مناسبی نیست شخصی بود که در دوره دوم سمپوزیوم و هنگام ساخت اثرش از کار تعریف کرده بود، اما وقتی که موجی ایجاد شد، یک‌دفعه شروع به نقد اثر کرد که این سردیس نسبتی به من ندارد و من راضی نبودم و نباید آن را نصب می‌کردند.

برزین ضرغامی خطاب به هنرمندان شرکت‌کننده در سومین سمپوزیوم مجسمه‌سازی مفاخر ایران اظهار کرد: این موضوع را به این دلیل مطرح کردم که شما هنرمندان آگاه باشید و لطف کنید با افرادی که سردیس آنها را می‌سازید در تعامل باشید. این هماهنگی را همکاران ما در سازمان زیباسازی حتماً انجام خواهند داد که اگر لازم باشد مفاخری که شما سردیس‌های آن‌ها را می‌سازید و در قید حیات هستند با رعایت پروتکل‌های بهداشتی شما ببینند تا هم شما از نزدیک با آن‌ها آشنا شوید و هم اگر نقطه نظری دارند نقطه نظرشان را بشنوید تا خروجی کاری که انجام می‌شود اثر قابل تامل‌تری باشد. وی افزود: در مورد مفاخری که در قید حیات نیستند هم حتماً همکاران من این هماهنگی را انجام خواهند داد که از اعضای خانواده‌شان با شما دیدار داشته باشند و این آمدن هم یک انس و الفتی بین شما و آن‌ها ایجاد می‌کند و هم یک فرصتی است تا اثر شما یک کار فاخرتر باشد و انشاالله خروجی این رویداد را بتوانیم در سطح شهر نصب کنیم.

آیا سال آینده شاهد تنوع فیلم های سینمایی خواهیم بود؟

سالی که در حال سپری کردن آنیم به علت بحران کرونا و مصائب ناشی از آن نتوانست از نظر اکران و نمایش چندان موفق باشد و برای همین از منظر بررسی و نقد فیلم‌ها نیز محلی از اعراب ندارد. اما آنچه که در سال‌های اخیر شاهدیم مسأله فقر ژانرهای سینمایی در ایران است.

سینمای ایران که روزگاری مانند نمایشگاهی از انواع تابلوهای رنگارنگ و در حقیقت ژانرهای گوناگونی مانند دفاع مقدس، اجتماعی، کمدی، خانوادگی، تاریخی و حماسی و کودک و نوجوان بود، دچار نوعی فقر ژانر شده است و ما کمتر فیلم‌های ژانرهای دیگر سینما را در پرده نقره‌ای می‌بینیم.

هفته گذشته در گفت‌وگویی با رضا مقصودی کارگردان و نویسنده سینما در این باره مصاحبه کردیم که می‌توانید آن را در لینک زیر بخوانید:

اما گزارشی که به تازگی بنیاد سینمایی فارابی منتشر کرده است خبر از تحولاتی از این منظر در سینمای سال آینده ایران می‌دهد. گزارشی که فارابی منتشر کرده است می‌گوید که فیلمنامه‌های زیادی در بخش‌های گوناگونی که این نهاد فرهنگی تصویب کرده در حال تحقیق، نگارش است و یا تحویل داده شده است. فیلمنامه‌هایی در موضوعات، تم‌ها و ژانرهای مختلف که در صورتی که حداقل ۲۰ عدد از آنها وارد مرحله تولید در امسال شوند می‌توان سال آینده را سالی متفاوت در سینمای ایران دید.

برخی از این فیلمنامه‌ها در گونه دفاع مقدس و مقاومت‌اند که شامل کارهایی مانند سلام بر ابراهیم به نویسندگی علی روئین‌تن، با هم بریم بهشت به تهیه‌کنندگی علی فرقانی و مرتضی اصفهانی و دسته دختران به نویسندگی و کارگردانی منیر قیدی است.

در ژانر متفاوت معناگرا نیز فیلمنامه‌های زندگی دوگانه لیلا به نویسندگی احمدرضا معتمدی، تار و پود عشق به نویسندگی رهبر قنبری و فیلمنامه مورد انتظار زیارت از راه دور و نزدیک نوشته سیدمهدی شجاعی در حال نگارش است و یا نوشته شده‌اند.

در گونه کودک و نوجوان که البته فارابی متولی اصلی آن در سینما است نیز فیلمنامه‌هایی مانند نابغه‌ها به نویسندگی و کارگردانی علی شاه‌حاتمی، عملیات ربات‌ها به نویسندگی علی عبدالعلی‌زاده و... نیز ساخته خواهد شد.

در این میان نیز دو فیلمنامه تاریخی وجود دارد که می‌توان آنها را تقریباً تنهاترین فیلمنامه‌های سینمایی تاریخی متفاوت در سال‌های اخیر بعد از فیلم محمد رسول الله (ص) دانست. یکی فیلمنامه حضرت خدیجه نوشته فرهاد توحیدی (س) و دیگری یعقوب‌لیث صفاری نوشته مسعود جعفری جوزانی است که هر دوی آنها می‌تواند نقاط عطفی در سینمای تاریخی به حساب آید.

فیلمنامه‌های اجتماعی و اقتباس‌های ادبی نیز در این میان دیده می‌شود که امیدواریم نسبت به دیگر فیلمنامه‌های اجتماعی نگاهی پژوهش‌محورانه، منصفانه و مخاطب‌پسند داشته باشد تا سینمای اجتماعی ما به سال‌های دور بازگردد.

به این جهت با رئیس صنف انجمن فیلمنامه‌نویسان سینمای ایران گفت‌وگو کردیم تا نقاط ضعف و قوت این طرح‌ها را بشناسیم و بدانیم که آیا برنامه‌های جاری می‌تواند سینمای ایران را در سال‌های آتی دچار تغییر و تحول در زمینه ژانر و توجه به ذائقه مخاطب کند یا خیر؟

سجاده‌چی در ابتدا درباره تأثیر احتمالی و نتایج اولیه طرح‌های مذکور در سینمای ایران گفت:

اینکه فکر کنیم با نگارش فیلمنامه‌های متنوع معجزه می‌شود اشتباه است. فقر ژانر سال‌ها است که سینمای ایران را آزار می‌دهد که علت هم دارد. این‌طور نیست که فیلمسازان بدون علت و بی‌دلیل سراغ ساخت فیلم‌های اجتماعی حال حاضر بروند. در حال حاضر دو نوع ژانر کمدی و اجتماعی در سینمای ما حرف اول را می‌زند که به نظر می‌رسد که به نوعی بیشتر از دیگر گونه‌های سینمایی ما جواب می‌گیرد اما برای ژانرهای دیگر معلوم نیست که چه اتفاقی در گیشه رخ می‌دهد.

سینمای ما هم ساز و کار دولتی دارد و اگر مسئول دولتی وجود داشته باشد که دلش برای آن بسوزد، باید برای این تنوع کاری کند و اگر نه سینما راه خودش را می‌رود چون در سینمای ما دلسوز واقعی نیست و هرکس دنبال درآمد و کار خودش است. برای همین در مجموع این فکر خوبی است که ما بخشی از سینما و به طور مشخص حوزه نویسندگی آن را تکانی بدهیم اما البته این طرح آزمایشی است و معلوم نیست که چه جوابی بگیریم.

او ادامه داد: من در کارهای دولتی خیلی توفیقی ندیدم البته آنها وظیفه‌شان است و من هم نسبت به اینکه سبد متنوع‌تری در سینما داشته باشیم خوشبینم اما فکر اینکه با این طرح سینما تغییرات چشمگیری بکند ساده‌انگارانه است.

رئیس انجمن فیلمنامه‌نویسان در ادامه درباره طرح حمایتی فارابی از انجمن گفت: درباره طرح حمایتی باید بگویم که با هدف به‌کارگیری استعدادهای انجمن صنفی که به دلایلی از بدنه سنیمای ایران دور شدند، از طرح‌های فیلمنامه‌ای آنان حمایت می‌شود که شاید اتفاق‌های خوبی رخ دهد. به عقیده من با شناختی که از انجمن دارم بهترین طرحی است که سازمان سنیمایی در این سال‌ها به دست گرفته است. این موضوع را به خاطر عرق صنفی نمی‌گویم بلکه به این خاطر است که مشکل فیلمنامه در سینمای ما رایج است و حالا راهکاری پیدا شده است که این مشکل را با حمایت از فیلمنامه حل کنند. پیش‌بینی می‌کنم که این طرح در صورتی که ادامه داشته باشد در سال‌های بعد خروجی خوبی خواهد داشت.

نویسنده روز سوم درباره طرح سینمای اقتباسی و احتمال موفقیت آن نیز بیان کرد که به نظرم باید واقع‌گرا باشیم. در سینمای هالیوود که از نظر صنعتی موفق است و توانسته است صنعتش را به دنیا صادر کند و بازار وسیعی در دنیا دارد، جایزه فیلمنامه اصلی را برای این می‌گذارند که فیلمنامه اورجینال هم نوشته شود، چون اکثراً از روی رمان‌ها و داستان‌های کوتاه فیلم‌ها ساخته می‌شوند. علت این موضوع هم روشن است زیرا سرمایه‌گذار می‌داند که رمانی که پرفروش است و خواننده‌های بی‌شمار داشته است در صورتی که به فیلم تبدیل شود در فروش هم موفق است.

اما اینجا برعکس است چون اصلاً بازار کتابی نداریم که رویش حساب کنیم. این طرح فکر خوبی است که فیلمنامه اقتباسی داشته باشیم اما اینکه بگوییم با این آثار قطعاً در فروش فیلم هم موفق خواهیم بود ساده‌انگاری است.

ما از میزان مطالعه کتاب و بازار آن باخبریم که شرایط خوبی ندارد؛ ادبیات متفکر ما نیز داستان‌گو نیست و داستان‌های عوام پسند نیز برای سینما کهنه است. برای همین جریان سینمای اقتباسی شاید در رونق دادن به سینما چندان موفق عمل نکند. نکته مهم دیگر اینکه باید جریان ادبیات و سینما نقطه تلاقی داشته باشند تا بتوان به ورود مؤثر ادبیات به سینما امیدوار بود.

بخش انتقادی من این است که چرا فقط ادبیات ایران تبدیل به فیلم بشود؟ بهترین کارهای سینمایی اقتباسی ایران مانند فیلم‌های آقای مهرجویی ۹۰ درصد بر اساس کتاب‌های خارجی است. چرا باید از ادبیات جهان خودمان را محروم کنیم؟ این طرح فقط توجهش به ادبیات ایران است اگر سال آینده این طرح به ادبیات جهان تعمیم پیدا کند. اتفاقات بهتری برای سینمای ما رخ خواهد داد البته این سخن به این معنا نیست که از رمان‌های پرفروش و خوبمان استفاده نکنیم اما می‌توان از ادبیات جهان هم بهره‌مند باشیم.

مخاطب تلوزیون زیرچرخه سلطه آگهی های بازرگانی

آگهی‌های بازرگانی تلویزیون در این چند روز مخاطب ایرانی را با شعارهایی مثل «سیستم امینی بدنتو قوی کن با...» یا ... میشه همه‌چیز زندگیمون» در این بحران سلامت و معیشت مورد هدف قرار داده‌اند.

شعارهایی که در آن عنصر اغواگری به وضوح مشاهده می¬شود و به نظر می¬رسد تنها عامل تعیین‌کننده در میزان اغواگری تبلیغات تلویزیونی و رادیویی میزان پولی است که به صداوسیما پرداخت می-شود.

اینجاست که مشخص می¬شود، دیدگاه حاکم بر آگهی¬های بازرگانی را صاحبان سرمایه و کانون¬های تبلیغاتی دارای رتبه اولی نزد بازرگانی صداوسیما رقم می¬زنند؛ این دیدگاه¬ ریشه بسیاری از باورها و اعتمادهای اجتماعی را از بین می‌برد. رسانه ملّی سلامت و معیشت مخاطب خود را فدای منافع کانون¬های تبلیغاتی و برخی از صاحبان کالا و خدمات می¬کند.

صاحبان کالا و خدمات برای اقناع مخاطبان و نیز برای پیشبرد اهداف خود، یعنی افزایش فروش محصولات تولیدی و توسعه بازار از هر ابزار و روشی (گاه نادرست و غیر اخلاقی) استفاده می¬کنند که این موضوع خواسته یا ناخواسته اثرات نامطلوبی بر جامعه می¬گذارد.

در این نوع شعارها جایگاه اخلاق بیش از همه قابل تأمل است و مورد سؤال قرار می¬گیرد، به عبارتی دیگر، اداره کل بازرگانی صدا وسیما در فعالیت¬های پذیرش آگهی چه جایگاهی را برای اخلاق در امر تبلیغات، درنظر گرفته است؟ آیا دست اندرکاران بازرگانی صدا و سیما می¬دانند، اخلاق تبلیغات بازرگانی نقطه تلاقی علم اخلاق و عمل رسانه است؟

شاید در نگاه اول و با توجه به واژه فایده¬گرایی، چنین تصور شود که در تبلیغات بازرگانی صرفاً باید به فایده‌ای که عاید صاحب ¬آگهی می-شود، تمرکز کرد و دیگر نیازی به بحث و جدل در این باب نیست؛ چرا که هدف ما در تبلیغات بازرگانی دستیابی به فایده است و فایده-گرایی هم صرفاً به بیشینه¬سازی فایده و سود بنگاه تبلیغ کننده تکیه می-کند؛ بنابراین این دیدگاه، هر روشی را که در راستای رسیدن به این هدف باشد، تجویز می¬کند.

این گونه تصور می¬شود که فایده¬گرایی در جهت افزایش فروش محصولات تنها به فایده حاصل برای صاحب آگهی توجه دارد و در این راه هیچ مانعی برای تبلیغ، به وسیله هر ابزار و هر شیوه¬ای، نمی¬بیند. به همین خاطر برخی در فضای مجازی به شوخی می‌نویسند و در کوچه و خیابان مطرح می‌کنند؛ «آنقدری که ما این روزها سیامک انصاری را می‌بینیم خانواده‌اش او را نمی‌بینند!» چراکه او هم به جمع بازیگرانی پیوسته که محبوبیت و معروفیت هنری‌شان را به خطر انداخته‌اند تا مردم به واسطه اعتماد به آن‌ها، با ابعادِ مختلف محصول و کالایی که در تلویزیون تبلیغ می‌شود، آشنا شوند و منافع صاحب آگهی و سرمایه‌گذار آن کالا و خدمات تأمین شود.

این روزها آگهی در تلویزیون تبلیغ می‌شود و بازیگری در آن حضور دارد که پیش از این خودش جزو منتقدین آگهی‌های تبلیغاتی بود. حالا در صحنه‌ای ایفای نقش می‌کند و ابزار و لوازمی را به مخاطب نشان می‌دهد که زرق و برق و رنگ و لعابش بیشتر برای مخاطب حسرت‌آور است. یکی از اصولِ تبلیغات، آزرده نکردن مخاطب آن محصول تبلیغی است اما آنقدر صاحبان آگهی‌ها از فقدان نظارت بر آگهی‌های تبلیغاتی، سوء استفاده می‌کنند که مخاطب در این شرایط اقتصادی و معیشتی، از اینکه نمی‌تواند آن کالا و محصول را برای خانواده‌اش تأمین کند، آهِ حسرت بکشد.

واقعا این میزِ صبحانه و یخچال پر از غذا و میوه و لوازم را در خانه کدام قشر متوسطی که عمدتاً مخاطبِ تلویزیون‌اند پیدا می‌کنید؟

امروز به آگهی‌های تبلیغاتی تلویزیون نگاه می‌کنیم بازیگرانی را می‌بینیم که مثلِ گذشته در سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی حضور فعالی ندارند؛ انگار که صحنه بازی تبلیغاتی صداوسیما بیش از صحنه‌های دیگر برایشان سودآوری دارد. متأسفانه صاحبان کالا و خدمات و به تعبیری اسپانسرها، از انتخاب آن‌ها به عنوان مجری مسابقه و یا شوی تلویزیونی به سمتِ استفاده از آن‌ها به عنوان مبلغان آگهی‌های بازرگانی تلویزیون رفته‌اند و از این ابزار برای تأثیرگذاری بیشتر روی مخاطبان استفاده می‌کنند.

هنرمندان و ورزشکاران مشهور، به دلیل موقعیتی که در اجتماع بدست آورده¬اند، الگو به شمار رفته و بیان شعارهای اغواگرایانه از زبان آن‌ها می¬تواند هواداران و نیز عده زیادی از مردم دنباله¬رو را به سمت آن کالا بکشاند.در تبلیغ یک کالا می¬توان محاسبه کرد که تبلیغات بازرگانی چقدر در افزایش فروش محصولات کارآمد بوده است، اما محاسبه تمام تأثیراتی که یک تبلیغ می¬تواند داشته باشد، کار آسانی نیست.

چه کسی می¬تواند حساب کند در اثر یک تبلیغ، اغواگرایانه در بحران کنونی معیشت و سلامت روان چند انسان آسیب می¬بیند یا چند انسان در اثر آن سرخورده می¬شوند؟ اصلاً این ناراحتی و آزردگی را می‌توان در فضای مجازی به خوبی پیدا کرد و یا در گپ و گفتی با مردم در کوچه و خیابان به این نتیجه رسید. همان‌طور که این روزها به پخش بی‌رویه تبلیغ شبکه هوشمندی در تلویزیون، انتقاد دارند؛ از طنزهایی که درست کرده‌اند تا ناراحتی که از خودِ سیامک انصاری مبلغِ این آگهی تبلیغاتی دارند.

کاربری سیامک انصاری را با شخصیت او در سریال «شب‌های برره» مقایسه کرده نوشته است: «انصاری را که در... می‌بینم یاد سریال «شب‌هایبرره» می‌افتم که کسی به حرفش گوش نمی‌داد.» یکی از مخاطبین در صفحه شخصی‌اش نوشت: فکر می‌کنم محبوبیت چندین ساله سیامک انصاری در همین چند روزه به خاطر تبلیغ وقت و بی‌وقت از دست رفت.

انتقادها از طرفی هم به سمتِ تبلیغ کالاهایی است که با ادعای پزشکی و سلامت مردم روی آنتن می‌رود. وقتی در روزگار کرونایی از میهمان و کارشناس تلویزیونی تا آگهی‌های تلویزیونی همه مسیرهای غلطی را به مخاطب نشان می‌دهند. رسانه ملّی نباید آنقدر به صاحبان کالا و خدمات و سرمایه‌دارها، اجازه جولان بدهد که اعتبار رسانه ملّی را در نزد مخاطب به خطر بیندازند.

واقعاً چه کسی می‌تواند نتایج سوء فرهنگی حاصل از یک آگهی سودجویانه¬ که هدف آن تنها افزایش فروش محصولات بازرگانی است را برآورد کند؟ آیا رسانه ملّی می¬داند که اعتبار رسانه¬ای خود را به پای این نوع شعارها ریخته و متضرر اول این نوع تبلیغات خود اوست؟ چرا که دیدگاه حاکم بر اداره کل بازرگانی صدا وسیما هنوز دیدگاه پخش آگهی کرم حلزون است.

این بنای غلط را عده‌ای تاجرِ صرف در تلویزیون جمهوری اسلامی گذاشته‌اند؛ آن خانه، میز صبحانه و غذا و لباس همچون کاراکترهای تبلیغی شبکه‌های خارجی و یخچالِ پُر از میوه!مگرنه بسیاری از ثروتمندان ایرانی همچنین فضای در زندگی‌شان ندارند. وقتی تجمل و ترویج نامناسب اشرافی‌گری به مدل تبلیغی در تلویزیون تبدیل می‌شود، آن وقت، سبک زندگی ایرانی اسلامی به خطر می‌افتد.

یک فنجان چای داغ

«گردان تک نفره» به شبکه یک می آید

مستند گردان تک‌نفره ابعاد ویژه معرفتی، اخلاقی و نظامی شهید زرین را که با شلیک نزدیک به ۳۰۰۰ هدف موفق به عنوان برترین تک تیرانداز جهان شناخته شده، به تصویر کشیده است. ساختار این اثر، مستندبازسازی است و در ۵۲ دقیقه فرازهایی از لحظات خاص حضور شهید زرین را در جبهه های جنگ تحمیلی به شیوه مستند بازسازی، روایت کرده است.

داریوش یاری نویسنده، محقق، تهیه کننده و کارگردان این مستند، معرفی و بررسی ابعاد مختلف شخصیتی شهید عبدالرسول زرین را هدف ساخت این مستند بازسازی عنوان کرده و گفته است ساخت این مستند کاری بسیار سخت بود که بدون همراهی یاران مهربانم امکان ساخت آن وجود نداشت.

عوامل دست اندرکار مستند گردان تک نفره که ساخت آن از شهریور سال گذشته شروع و این روزها مراحل صداگذاری و اصلاح رنگ را می گذراند به این شرح است:

داریوش یاری: محقق، نویسنده و کارگردان و تهیه کننده، دکتر اصغر زرین: محقق و پژوهشگر، عارف نامور: مدیر فیلمبرداری بخش بازسازی، بهنام تاج میر و عماد سلمانیان: فیلمبرداران بخش معاصر، تدوینگر: حمید فنایی، صداگذار: امین شریفی، جلوه های ویژه بصری: روزبه شمشیری، جلوه های ویژه میدانی: ایمان کریمیان و احمد سرال، طراح گریم: محسن بابایی، مدیر تولید: مهدی حسینی، طراح صحنه: اسدا... بابایی، مدیر برنامه ریزی: محسن کریمیان، مجری طرح: مسعود زمانی.

در این فیلم هادی مقدم دوست در نقش شهید عبدالرسول زرین و هادی زنجانی در نقش شهید حسین خرازی ایفای نقش کرده اند.

مستند گردان تک نفره کاری از گروه تاریخ فرهنگ و هنر شبکه یک سیماست که چهارشنبه، ۵ آذر و همزمان با ایام هفته بسیج (۲۹ آبان تا ۵ آذر) ساعت ۱۹:۴۵ دقیقه روی آنتن شبکه یک سیما می‌رود.

حجم شگفتی‌سازهای دفاع مقدس وسیع است

کارگردان این مستند در گفت وگو با خبرنگار فرهنگی ایرنا و در پاسخ به این پرسش که چگونه شد که این شهید دفاع مقدس را به عنوان سوژه ای برای فیلمسازی برگزیدند، گفت: شهید عبدالرسول زرین به عنوان یک تیرانداز موضوع خوبی هست اما همین که در مرحله تحقیق و پژوهش برای شما به عنوان یک فیلمساز اثبات می شود که ایشان با سه هزار هدف موفق برترین تک تیرانداز در جهان هست، حالا ایده مناسب را هم پیدا کرده اید و حالا می توانستم در قالب یک فیلم پرتره نگاری به معرفی و بررسی ابعاد مختلف زندگی این قهرمان ملی بپردازم.

وی در پاسخ به این سوال که چرا شهدای دفاع مقدس که برخی کاملا قابلیت داستان پردازی دارند تا بدین حد برای سینما و تلویزیون ناشناخته مانده‌اند، تصریح کرد: علی رغم تلاش های فراوانی که در آثار مستند یا داستانی برای شناخت و معرفی قهرمانان دوران دفاع مقدس انجام شده است اما هنوز تعداد بیشتری وجود دارند که ناشناخته مانده اند.

یک دلیل شاید عرصه پهن و وسعت و حجم شگفتی سازهای دوران دفاع مقدس باشد؛ دلیل دیگر اقبال مستند سازان و دلیل مهمتر شاید مدیریت متولیان باشد. البته معتقدم صدا و سیما در معرفی و شناخت چهره های ماندگار و قهرمانان ملی و شهدای دوران دفاع مقدس کارنامه قابل قبول تری داشته است.

یاری در انتها و در توضیح هدف از ساخت این مستند خاطرنشان ساخت: هدف من و همکارانم معرفی و شناخت این شهید بزرگوار و بررسی ابعاد مختلف فردی و اجتماعی ایشان بوده است. در جامعه امروز بحران زده اخلاقی تماشای چنین پهلوانان و جوانمردانی که جز حب دین و وطن در جسم و جانشان نبوده است لطف خودش را دارد و شاید تلنگری برای ناجوانمردان روزگار باشد.

امیدوارم با معرفی و شناخت این شهدا و دیگر قهرمانان کشورمان به مردم عزیزمان بتوانیم در حفظ و نگهداری روحیه حکمت و اخلاق در جامعه موثر و مفید باشیم.

تک‌تیراندازی که لقب گردان تک‌نفره گرفت

شهید عبدالرسول زرین (متولد ۱۳۲۰) در اطراف شهر گچساران به دنیا آمد. به دلیل روحیه ظلم ستیزی که داشت با خان‌های زمان و منطقه خود مقابله می‌کرد. دوستان اصفهانی پدرش که به آنجا رفت و آمد داشتند، برای اینکه این غائله بخوابد و برای حفظ سلامتش، او را به اصفهان بردند.

شهید زرین جزو نیروهای اصلی و بنیانگذاران لشکر امام حسین (ع) بوده و در جبهه‌ها نقش منحصر به فردی را ایفا می‌کرد؛ در جنگهای نامنظم و دیگر عملیات‌ها به عنوان تک تیرانداز نقش حساس و ظریف خود را بازی کرده و ضربات مهلکی را ماهرانه به ایادی دشمن وارد کرد که ارتش بعثی را بعد از تلفات سنگین مادی و انسانی دچار سرگیجه کرد. نشانه گیری‌های دقیق شهید زرین بیشترین آسیب‌ها را به دشمن زده است. او بارها آتشبار دشمن را در ارتفاعات صعب العبور فقط با یکبار فشار دادن ماشه تفنگ خاموش کرده است. در طول جنگ هم تلفات بسیار سنگین مادی به دشمن وارد کرده و بیش از سه هزار دشمن بعثی را به هلاکت رسانده و چندین تک تیرانداز ماهر و چندین فرمانده عراقی را از میان برداشته است. با شروع جنگ تحمیلی تا اسفند ماه ۶۲ به طور مداوم در اکثر عملیات‌های جنوب و غرب حضور فعال داشته است، مسئولیت‌های مختلفی از جمله فرماندهی گردان و محور لشکر امام حسین (ع) را برعهده داشت و در کنار آن گروه‌های مختلفی را آموزش داده و به عنوان تک تیرانداز بین گردان‌ها فرستاده است. شهادت شهید زرین را شهید خرازی این‌گونه نقل کرده است: در عملیات خیبر هم همانند دیگر عملیات ها زرین با شهامت دشمن را هدف قرار می‌داد. این کار او دشمن را نگران و دچار دستپاچگی کرده بود. بعد از عملیات مرحله دوم خیبر خبر دادند که زرین همانطور که اسلحه‌اش به سمت دشمن نشانه می‌رفت به شهادت رسید.

آگهی مناقصه عمومی (یک مرحله ای)
شماره ۰۱-۹۹/۱۵۹

شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران

نوبت اول

مناقصه گزار: شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران
موضوع مناقصه: انتخاب پیمانکار جهت نصب انشعابات و تبدیل آمپراژ متقاضیان مشترکین عادی (کمتر از ۳۰ کیلو وات) شهری و روستایی امورهای هشتگانه در محدوده شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران
مهلت خرید و نحوه دریافت اسناد مناقصه:
داوطلبان می توانند از روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۰۴ لغایت روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۰۹ به منظور دریافت اسناد به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند.
مبلغ خرید اسناد مناقصه:
مبلغ ۵۴۵/۰۰۰ ریال بابت خرید اسناد در مدت زمان تعیین شده در بند فوق به حساب سپهر (شماره ۰۱۰۱۸۵۳۷۶۵۰۰۵) بانک صادرات کد ۲۰۰۸
تضمین شرکت در مناقصه (فرایند ارجاع کار) به مبلغ ۱/۹۸۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال به شرح زیر می باشد:
ضمانت نامه بانکی حداقل با اعتبار سه ماه و قابل تمدید به مدت سه ماه دیگر
اصل فیش واریز وجه به حساب جام به شماره ۱۶۷۲۰۴۰۵/۵۰ بانک ملت شعبه مرکزی چالوس
ضمانتنامه صادره توسط موسسات بیمه گر دارای مجوز لازم برای فعالیت و صدور ضمانت نامه از سوی بیمه مرکزی ایران
کسر از محل مطالبات به صورت سند حسابداری از محل مطالبات قطعی تایید شده از سوی امور مالی
چک تضمین شده بانکی (چک شخصی مورد قبول نمی باشد)
تاریخ بارگزاری پاکات مناقصه:
روز شنبه (ساعت ۰۸:۰۰) مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۲۲
تاریخ گشایش پاکات مناقصه:
زمان بازگشایی ساعت ۱۰:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۲۲ در محل اتاق معاون مالی و پشتیبانی
سایر شرایط:
مبلغ پایه مناقصه ۵۱/۲۸۵/۳۳۸/۵۶۴ ریال می باشد.
هزینه آگهی هر دو نوبت بر عهده دستگاه مناقصه گزار می باشد.
به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از مدت انقضاء مقرر در فراخوان واصل می شود، مطلقا ترتیب اثر داده نمی شود.
حضور یک نفر از طرف مناقصه گران با ارائه معرفی نامه کتبی در جلسه گشایش پاکات آزاد می باشد.
محل تامین اعتبار پروژه فوق از منابع داخلی شرکت می باشد.
سایر اطلاعات و جزییات مربوط در اسناد مناقصه مندرج است.
چاپ نوبت اول: روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۰۴ چاپ نوبت دوم : روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۰۵

م- الف: ۱۰۵۰۸۸۸

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران