

اخیر کوتاه



از غرفه همشهری به عنوان غرفه برتر بیست و چهارمین نمایشگاه رسانه‌های کشور تقدیر شد. غرفه موسسه همشهری در جشنواره رسانه‌های ایران هر روز میزبان گروه‌های زیادی از مخاطبان و همچنین مقامات رسمی فرهنگی و سیاسی و اجتماعی بود.

آیین رونمایی از کتاب «تاریخ شفاهی دفاع مقدس به روایت حجت‌الاسلام‌المسلمین عبدالله حاجی صادقی نماینده ولی فقیه در قرارگاه قدس» با حضور فرماندهان دوران دفاع مقدس و پژوهشگران در این حوزه، روز سه‌شنبه هشتم اسفندماه در دانشگاه جامع انقلاب اسلامی واقع در مجتمع فرهنگی و تفریحی بر گزار می‌شود.

عکس نوشت



تشریف کاروان ۱۰۰۰ نفری زیارت‌اولی‌های سراسر کشور به حرم مطهر رضوی کاروان هزارنفری زیارت‌اولی‌های سراسر کشور به همت بنیاد کرامت رضوی روز سه‌شنبه، اول اسفند ۱۴۰۲ به حرم امام‌رضاع (ع) مشرف شدند. / عکس: آستان نیوز

هنگام ویژه نمایشگاه کتاب سال آینده
یاسر احمدوند، معاون امور فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی: نمایشگاه بین‌المللی کتاب ۱۴۰۳ تهران از ۱۹ تا ۲۹ اردیبهشت‌ماه در مصلا بزرگ امام خمینی برگزار خواهد شد. هند، سال آینده مهمان ویژه بزرگ‌ترین رویداد فرهنگی کشور است.



جشنواره رسانه‌های ایران با مشارکت ۴۵۰ رسانه
محمدمهدی اسماعیلی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی: در نمایشگاه رسانه‌های ایران که بعد از ۶ سال برگزار شد، ۴۵۰ رسانه مشارکت کردند؛ برخی رسانه‌ها نتوانستند حضور پیدا کنند اما هیچ جریان قهری‌ای در این دوره وجود نداشت. هرچند که فرصت کافی برای تمهید مقدمات در اختیار نداشتیم ولی نمایشگاه با رونق درخوردن توجهی برگزار شد.



گفت و گو با محمد روح‌الامین طراح پوستر بیست و چهارمین نمایشگاه رسانه‌های ایران

تلاش کردم ارتباط مردم و رسانه را صمیمی‌تر کنم

بیست و چهارمین نمایشگاه رسانه‌های ایران از ۲۹ بهمن تا ۲ اسفند ۱۴۰۲ با حضور بیش از ۶۰۰ رسانه در مصلا امام خمینی (ره) برگزار شد. امسال پوستر این جشنواره متفاوت از سال‌های گذشته بود و توجه خیلی‌ها را به خودش جلب کرد. محمد روح‌الامین، طراح پوستر این دوره از نمایشگاه رسانه‌های ایران است؛ کسی که در سی و ششمین جشنواره فیلم فجر دیپلم افتخار طراحی لوگو را دریافت کرده و در ۴ دوره دیگر این جشنواره نامزد سیمیرغ بلورین بهترین طراحی پوستر شده است. در ادامه این هنرمند ۴۹ ساله درباره پوستر متفاوت نمایشگاه توضیحات بیشتری می‌دهد.

گزارش روزنامه‌نگار **الناز عباسیان**

نخستین کسی که از کنار آن عبور می‌کند می‌تواند نخستین خبر را مخابره کند. کسی هم نمی‌تواند جلوی کار او را بگیرد و چیز عجیبی هم نیست. او این رخداد را دیده، ابزارش مثل دوربین گوشی همراه و اینترنت را هم داشته و بار عایت همه اصول مخابره کرده است. دقیقاً اگر بخواهیم طرح پوستر را در قامت یک شخصیت بینیم، می‌تواند ترجمه انسان رسانه باشد که به‌عنوان یک فرد می‌تواند تمام مسئولیت‌ها را بپذیرد و در معرض اخبار قرار بگیرد و اخبار و فیلم تولید کند و بعد از آن را در دید عموم قرار دهد.

پوستر دنبال می‌کردید چه بود؟
یک اثر سوررئال برای این جشنواره طراحی و تلاش کردم ارتباط مردم و رسانه را صمیمی‌تر کنم. مشخص است در پوستر امسال به رسانه‌های اجتماعی توجه ویژه‌ای شده چون به هر حال ابزار مهمی در رسانه هستند؟
بله منظور است؛ رسانه‌های جدید شباهتی به رسانه‌های گذشته ندارند. رسانه‌های جدید بیشتر شبیه به روایت شده‌اند؛ یعنی در کنار پخش صدا و تصویر، همه‌چیز را ضبط می‌کنند و من سعی کرده‌ام این شکل جدید رسانه را در قالب تصویر ترجمه کنم.

بله، اینکه چشم، گوش و دهان دارد و حرف می‌زند. این موجود عجیب منطبق بر محتوایی است که به آن فکر می‌کند. با خودم فکر می‌کردم اگر قرار است یک انسان رسانه تولید کنیم این موجود جدید چه چیزهایی دارد که قبلی‌ها نداشتند و تک‌تک اجزا را اضافه کردم. وقتی به این فکر رسیدم به سرعت ایده پوستر طراحی شد. من کار خودم را انجام دادم از این به بعد کسانی که صاحبان این رویداد هستند باید تکلیف خودشان را بدانند. آیامی خواهند این کار جدید را اینگونه نمایش دهند یا نه؟ این حلقه مفقوده که در عالم گرافیک دیدار وجود دارد جسارت سفارش دهنده است.

منظور شما این است که پوستر نمایشگاه رسانه‌ها ترجمه یک انسان رسانه است؟
انسان رسانه چیزی است که مادر این سال‌ها در کل جهان می‌بینیم می‌شنویم و خیلی چیز عجیبی هم نیست. شاید اسمش غلط‌انداز باشد اما باز می‌گویم چیز جدیدی نیست. همه ما وقتی در معرض یک حادثه قرار بگیریم یک انسان رسانه هستیم و می‌توانیم به سرعت آن را منتقل کرده و اثرگذار باشیم. مثلاً اگر برای ساختمان پلاسکو اتفاقی می‌افتد

نباید خاکستری کار کنیم. خاکستری به این معنا که عصری، بود و نبود آن فرقی نداشته باشد. اثر اگر منظورش تبلیغات است باید تبلیغات کند چه روی بیلبورد و چه در فضای مجازی. اگر دیده نشد پس نقض غرض است. این مهم از ابتدا در ذهن من بود و هست. به این معنا که اگر قرار است در آینده من کاری را تولید کنم حتماً باید این پیش‌فرض اتمام خواهم کرد. من با خودم فکر کردم اگر در این زمانه رسانه‌ای وجود دارد، این رسانه چه موجودی است؟ سابقه‌ای که ما از این موجود داریم این است که رسانه است که ما از گذشته با آن سرو کار داریم مثل مجلات و روزنامه‌ها. اما امروز این روزنامه و مجلات دچار تحول و ارتقا شده‌اند. البته این دو واژه تحول و ارتقا هم درباره مطبوعات حق‌طلب را اذانی می‌کنند. بهتر است بگوییم دچار یک ویژگی عجیب و غریب و تبدیل به یک موجود دیگری شده‌اند؛ موجودی که ویژگی‌های آن همان‌هایی است که من سعی کرده‌ام در قامت این عنصر تصویری در پوستر نشان دهم.

منظورتان این است که شما در این پوستر رسانه را به شکل یک موجود فرض کرده‌اید که مثل انسان اجزای شنیدن، دیدن و صحبت کردن دارد؟
بله، منظور من اگر امروز قرار باشد برای یک کار یا رخداد فرهنگی پوستر طراحی شود باید حتماً اقتضای زمان را در نظر بگیریم. زمانه‌ای که همه ما در معرض انبوهی از اطلاعات، تصویر و تولیدات گرافیکی هستیم که می‌خواهند محصولات مختلف بازرگانی را تبلیغ کنند. تبلیغ هم فرقی نمی‌کند برای مخاطب به معنای عام، کار فرهنگی است یا تجاری و با مواد غذایی یا محصول دیگر. آنچه امروز مردم در معرض آن هستند این است که جنس تبلیغ تغییر کرده است. اگر متوجه این تغییر جنس تبلیغ شویم دیگر

پوستر یکی از تأثیرگذارترین روش‌های تبلیغاتی است و بهترین پوستر، اثری است که خودش بی‌آنکه طراح توضیحی داده باشد با آدمی حرف بزند؛ نکته‌ای که در پوستر امسال نمایشگاه رسانه‌های کشور نیز به خوبی دیده می‌شود و مخاطب با آن ارتباط گرفته است. اما با این حال همیشه طراحان نکته‌هایی را هنگام طراحی در ذهن دارند که دانستنش برای مخاطبان جالب است. امکان‌شناسی هست کمی درباره کلیت این پوستر و طراحی متفاوتی که از پوسترهای متداول و کلاسیک دارد توضیح دهید.

پوستر یکی از تأثیرگذارترین روش‌های تبلیغاتی است و بهترین پوستر، اثری است که خودش بی‌آنکه طراح توضیحی داده باشد با آدمی حرف بزند؛ نکته‌ای که در پوستر امسال نمایشگاه رسانه‌های کشور نیز به خوبی دیده می‌شود و مخاطب با آن ارتباط گرفته است. اما با این حال همیشه طراحان نکته‌هایی را هنگام طراحی در ذهن دارند که دانستنش برای مخاطبان جالب است. امکان‌شناسی هست کمی درباره کلیت این پوستر و طراحی متفاوتی که از پوسترهای متداول و کلاسیک دارد توضیح دهید.

آگهی مزایده حراج شماره ۶۶-۱۴۰۲

شهرداری منطقه ۱۲ در نظر دارد بهره‌برداری از تالار یاس، واقع در بوستان شوش را از طریق مزایده حراج به بخش خصوصی به مدت ۱۲ ماه برابر شرایط خصوصی، واگذار نماید، بدینوسیله از اشخاص حقوقی جهت شرکت در مزایده دعوت به عمل می‌آید.

ردیف	موضوع مزایده	سپرده شرکت در مزایده (نقدی یا ضمانتنامه بانکی) به حساب شماره ۱۰۰۶۵۷۲۴۱۴۸ نزد بانک شهر شعبه میدان شهدا (به نام شهرداری منطقه ۱۲)	مبلغ پایه اجاره ماهیانه (ریال)	مبلغ پایه اجاره سالیانه (ریال)	شرایط متقاضی	مهلت و محل دریافت و تحویل اسناد
۱	بهره‌برداری از تالار یاس	۲/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱/۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۳/۸۰۰/۰۰۰/۰۰۰	اشخاص حقوقی دارای رزومه کاری	از تاریخ انتشار آگهی به مدت ۱۰ روز می‌باشد. دریافت اسناد از اداره قراردادها و تحویل اسناد به دبیرخانه شهرداری منطقه ۱۲ می‌باشد.

ضمناً کلیه شرکت‌کنندگان موظف به ثبت نام در سامانه تامین‌کنندگان و توزیع‌کنندگان خدمات از طریق سایت <https://pact.tehran.iri> می‌باشند.

رابطه عمومی شهرداری منطقه ۱۲

آگهی مناقصه عمومی ردیف آگهی ۱۸۹-۱۸۶-۱۴۰۲

شهرداری منطقه ۲ تهران در نظر دارد عملیات مشروحه ذیل را از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید؛ لذا بدینوسیله از کلیه اشخاص حقوقی جهت شرکت در مناقصه دعوت به عمل می‌آید با رعایت شرایط ذیل نسبت به شرکت در مناقصه اقدام نمایند.

ردیف	موضوع	میزان برآورد اولیه به ریال	میزان سپرده به ریال	تاریخ برگزاری مناقصه	نوع سپرده	نوبت مناقصه	مدت پیمان
۱	خرید اقلام گیاهی و نشاء فصلی در قالب جداره سازی و بازپیرایی فضای سبز	۴۹,۴۹۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۴۷۰,۰۰۰,۰۰۰	متعاقباً در اسناد مناقصه اعلام خواهد گردید	نقدی یا ضمانتنامه	دوم	۶ ماه
۲	خرید میلمان و آلاچیق جهت بوستان دوستدار کودک، پرواز و فدک واقع در محدوده منطقه ۲	۴۲,۶۷۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۱۳۳,۰۰۰,۰۰۰	متعاقباً در اسناد مناقصه اعلام خواهد گردید	نقدی یا ضمانتنامه	دوم	۱۲ ماه
۳	خرید کفپوش و وسایل بازی کودکان جهت بوستان‌های دوستدار کودک، در خشان، شهروند، کودک و تهران ویلا واقع در محدوده منطقه ۲	۴۵,۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۲۶۰,۰۰۰,۰۰۰	متعاقباً در اسناد مناقصه اعلام خواهد گردید	نقدی یا ضمانتنامه	دوم	۱۲ ماه
۴	خرید میلمان، آلاچیق، وسایل بازی و کفپوش باغ هنر واقع در محدوده منطقه ۲	۳۷,۹۱۱,۰۰۰,۰۰۰	۱,۹۰۰,۰۰۰,۰۰۰	متعاقباً در اسناد مناقصه اعلام خواهد گردید	نقدی یا ضمانتنامه	دوم	۱۲ ماه

۱- شرکت‌کنندگان می‌بایست در سامانه تامین‌کنندگان و ارائه‌دهندگان خدمت شهرداری تهران ثبت‌نام کرده باشند.
۲- شرکت‌کنندگان حقیقی و حقوقی مجاز به شرکت در مناقصه می‌باشند.
الف) رعایت مفاد آخرین بخشنامه‌های صادره «معاونت خدمات شهری و محیط‌زیست شهرداری تهران» از سوی پیمانکاران الزامی و حاکم بر برگزاری مناقصه می‌باشد.
ب) سایر ضوابط تکمیلی و قیود شرکت در مناقصه برابر با شرایط خصوصی جهت کلیه ردیف‌ها می‌باشد.
ج) در صورت اختلاف میان مطالب آگهی و مستندات مناقصات ملاک عمل، مستندات مناقصه می‌باشد.
د) **محل دریافت اسناد و قبول پیشنهادات**: سعادت‌آباد خیابان سرو غربی بلوار قیصر امین‌پور نبش خیابان سیزدهم شهرداری منطقه ۲ اداره قراردادها
ه) واریز مبلغ سپرده شرکت در مناقصه به صورت نقد به شماره حساب ۱۰۰۴۵۹۵۳۲۲ بانک شهر شعبه سعادت‌آباد کد ۲۲۴ به نام شهرداری منطقه ۲ و یا ارائه اصل ضمانتنامه بانکی (طبق جدول آگهی) و ارائه نسخه صاحب حساب فیش (نقدی) پرداختی یا ضمانت‌نامه در پاکت الف.
و) **مهلت ارائه اسناد**: ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی می‌باشد.
ظ) تاریخ بازگشایی پاکت متعاقباً در شرایط عمومی اعلام می‌گردد.
ح) کلیه اسناد به صورت فایل PDF می‌باشد، جهت تحویل اسناد همراه فلش مموری الزامی است.
ط) بهای پیشنهادی شرکت‌کنندگان می‌باید از حیث مبلغ کاملاً مشخص و معین و فاقد ابهام بوده و در پاکت لاک و مهر شده تسلیم گردد.
ی) حداکثر مدت رسیدگی به اسناد و اعلام برنده مناقصه ۳ ماه شمسی می‌باشد. **شهرداری در رد یک یا تمام پیشنهادهای رسیده مختار می‌باشد.**
ک) رعایت اصول و موازین، الزامات و قوانین، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های محیط‌زیست به دلیل استقرار نظام مدیریت محیط زیست (ISO ۱۴۰۰۱) در این منطقه، توسط پیمانکاران الزامی می‌باشد و کلیه برندگان موظف به تهیه و ارائه HSE plan برابر ضوابط اداره سلامت منطقه می‌باشند. ضمناً مشروح شرایط مناقصه در اسناد درج می‌باشد و شرکت‌کنندگان مدارک را پس از اخذ، امضاء نموده و در پاکت‌های لاک و مهر شده تحویل دبیرخانه منطقه نمایند.
ل) هزینه آگهی بر عهده برنده مناقصه می‌باشد.

شهرداری منطقه ۲ تهران

با همشهری در مترو دیده شوید

بدریوش آگهی

تبلیغات محیطی ایستگاه‌های مترو
تبلیغات بدنه قطار
تبلیغات درون واگن‌ها

پروسیسیم
هوای پاک
بخوانیم
زندگی