رسالت

روزنامه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی صبح ایران

صاحب امتیاز: بنیاد رسالت
مدیرمسئول: محسن پیرهادی
سردبیر: مسعود پیرهادی
نشانی: تهران، خیابان استاد نجات اللهی جنوبی خیابان شهید اسماعیل محمدی - پلاک ۱
کدپستی: ۱۵۹۹۹۷۶۷۱۱ | تلفن: ۱۰-۸۸۹۱۰۸۰۶
نمابر: ۸۸۹۰۰۵۸۷ | چاپ: صمیم | تلفن: ۴۴۵۳۳۷۲۵

سه‌شنبه
اول اسفند ۱۴۰۲
۱۰ شعبان ۱۴۴۵
۲۰ فوریه ۲۰۲۴
سال سی و نهم
شماره ۱۰۸۰۶

WWW.RESALAT-NEWS.COM

اوقات شرعی
اذان ظهر: ۱۲:۱۸
اذان مغرب: ۱۸:۰۹
اذان صبح فردا: ۵:۲۱
طلوع آفتاب فردا: ۶:۴۵

خوانندگان فهیم روزنامه رسالت می‌توانند پیام‌های خود را به سامانه‌های ۱۰۰۰۲۱۸۸۹۱۰۸۰۸ یا ۵۰۰۰۱۰۶۰۶۵۸۱۱۹ پیامک کرده و مسائل و مشکلات خود را بیان نمایند. بی‌صبرانه منتظر پیام‌های گرم شما هستیم.

حکمت نهج‌البلاغه

امام(علیه السلام) فرمود: خداوند از افراد جاهل پیمان نگرفته که دنبال علم و دانش بروند، مگر این که قبل از آن از علما و دانشمندان پیمان گرفته که به آن ها علم بیاموزند.

شاه‌بیت

چه حاجت است به شمشیر قتل عاشق را
حدیث دوست بگویش که جان برافشاند
سعدی

جواد شاملو

سال ها بود محتوای برنامه های مذهبی تلویزیون از چندمدیوم وشاکله تکراری فراترنمی رفت. مثل پخش بدون دخالت سخنرانی های مذهبی و هیئت ومداحی ها، انواع برنامه های گفت وگومحور، ارتباط های مستقیم بااعتاب مقدسه وازاین دست برنامه ها. در سال های اخیر اما چند تحرک جدی در این مسیر دیده شد. برنامه هایی مثل محفل و حسینیه معلی زیربنای فنی وشکلی متفاوتی نسبت به برنامه های مذهبی مرسوم داشتند. حتی برنامه گفت وگومحوری همچون زندگی پس از زندگی، از نظر جنس محتوا، هیچ شباهتی به برنامه های مرسوم نداشت.

در این میان حسینیه معلی تلاش کرد شکل تلویزیونی شده‌ای از هیئت را به نمایش گذارد. در مورداین برنامه افرادورسانه های مختلف نوشته‌اند و ما نیز پیشتر به آن پرداخته‌ایم. موفقیت چنین برنامه‌ای تا زمانی که پیرنگ سوگواری داشت، تقریباتضمین شده بود. امازمانی که به‌وادی شادی کشیده شد، چالش ها، پرسش ها و نقدهایی هم از گوشه و کنار مطرح شد. هرچند که برنامه هنوزیک الگوی موفق به شمار می رود.

باید دانست که نسبت بین شادی و اسلام اساسا مبهم است ونیازبه‌تبیین معرفتی وفقهی دارد. بسیار از رفتارهای حاصل از شادی همچون رقص، غنا و مستی دراسلام مطلقا حرام است وحتی رفتارهایی چون قهقهه های بلندوشوخی های بی حد، دردین ما مکروه و مذموم شماره می شود. پس اسلام و شادی رابطه قابل بحثی دارند و طبیعی است که حساسیت ها در موسم فصل های شادی آمیز برنامه‌ای چون معلی بیشترباشد.

هنر معلی هم این است که در فصل های مربوط به اعیاد یک نمایش تقریبا همه پسند ارائه دهد. چراکه در حوزه سوگواری، راه تقریبا مشخص است. در مورد این نقدها و حساسیت ها نکاتی قابل توجه است:

یک اینکه باید ازنقدها استقبال کرد تابه یک الگوی کامل رسید. این نقدها برآمده ازدغدغه هایی کاملا درست هستند. این دغدغه حفظ اصالت، سنت، ماهیت وروح مناسک دینی ازآسیب هاست. بدون آسیب شناسی مناسک لطمه می بینند. یک دهه پیش، برهنه‌شدن درهیئت هاتقریبا یک هنجاربود! اما با آسیب شناسی به موقع و اصلاح رویه هیئات، امروز هرچند هنوز این پدیده وجود دارد اما دیگر بخشی نسبتا ضروری و ثابت از مناسک سوگواری نیست. درعرصه دین، باید حساسیت داشت، در غیر این صورت روح دین از کالبد مناسک بیرون می‌رود. حساسیت با جزم اندیشی متفاوت است. جامعه دینی با معلی جزم اندیشانه برخورد نکرد، بلکه آن را با آغوش باز پذیرفت. این نکته، متوجه سازندگان برنامه است.

نکته دوم امامتوجه نقدکنندگان است. باید دانست بین نقدومحکومیت فاصله‌است. درنقد، برای حراست و حفاظت از یک پدیده نیکو، آن را آسیب شناسی می کنیم تا ازآفات مصون بماند. اما درمحکومیت، می گوییم فلان پدیده نباید وجود داشته باشد. معلی قطعا قابل نقد است اما قطعا محکوم نیست و برای یک حرکت روبه جلو وجذاب مذهبی وشیعی، باید دمت گرم جانانه‌ای خطاب به تمام دست اندر کارانش گفت. خصوصا مادحین بزرگواری که شاید برای آن ها هم ماندن در یک دیسیپلین مجلسی دلپذیرتر باشد. مداحی که استاد دانشگاه است و مجالسش به رعایت سختگیرانه آداب شهره، از سر اخلاص دور استودیوی برنامه می چرخد و با مردم سرود می خواند و کف می زند. او وظیفه ابلاغ و تعظیم شعائر را به احسن وجه انجام می دهد. در این میان شاید عزیزی تشخیص دهد بهتر است مردم اورا درشکل مرسوم هیئتی ببینند، کاملا قابل درک است. اما حضوررسانه‌ای این مادحین نیزلازم است. در نهایت به نقد درست باید عمل کرد و به نقد غلط، باید پاسخ منطقی داد. این نمایش اخلاق اهل بیتی است که باز هم از سوی برنامه معلی و داوران آن رعایت شد. بیش باد!

نقدها و حساسیت‌ها در عرصه دین ضامن روح مناسک دینی است

معلی، همچنان پیشرو و ستودنی

مروری بر فرصت‌ها و تهدیدات پلتفرم‌های اجتماعی در رویدادهای سیاسی

رسانه‌های اجتماعی بازیگر مهم عرصه انتخابات

نقش پلتفرم ها در دوران انتخابات

شبکه های اجتماعی نقش به سزایی در انتخابات کشورهای مختلف ایفا می کنند. آن ها به ابزاری ضروری برای برقراری ارتباط نامزدهای سیاسی و احزاب با رأی دهندگان تبدیل شده‌اند. امروز در بحبوحه انتخابات سیاسی اغلب از پلتفرم هایی مانند فیس بوک، توییتر، اینستاگرام و یوتیوب برای به اشتراک گذاشتن اخبار روز کمپین های تبلیغاتی، مواضع سیاسی، یادداشت های شخصی و همچنین ایجاد ارتباط مستقیم و واقعی با رأی دهندگان استفاده می شود.

تاکنون در کشورهای مختلف استفاده های فراوانی از رسانه های اجتماعی برای تأثیرگذاری برانتخابات صورت گرفته است. برای مثال، در انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۸ ایالات متحده، باراک اوباما از پلتفرم های مذکور برای جذب اکثریت رأی دهندگان وپیروزی در رقابت استفاده کرد. بااین حال، نفوذ رسانه های اجتماعی همیشه هم خوشایند ساکنان کاخ سفید نبوده است، آن ها ادعا می کنند که بازیگران دولتی متخاصم از این ابزار برای انتشار تبلیغات و اطلاعات نادرست در طول انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ استفاده کرده‌اند.

در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ ایالات متحده آمریکا، شبکه های اجتماعی نقش به سزایی در تبلیغات و جذب کمک های مالی نامزدها ایفا کردند. اما به کارگیری ابزار شبکه های اجتماعی در انتخابات تنها منحصر به آمریکا نبوده است. احزاب سیاسی هند نیز پیش تر با بهره گیری از پلتفرم واتس آپ به انتشار پیام های تبلیغاتی و جلب نظر مردم در انتخابات این کشور پرداخته‌اند. در انتخابات اخیر برزیل نیز شاهد گسترش اخبار جعلی در شبکه های اجتماعی بودیم که تلاش داشتند، این فرآیند سیاسی را تحت تأثیر قرار دهند.

تأثیر پلتفرم های اجتماعی بر اعتبار نتایج انتخابات، یک موضوع پیچیده و البته در حال تحول است. در حالی که این رسانه ها می توانند بستر منحصربه فردی برای انتشار سریع اطلاعات و مشارکت رأی دهندگان فراهم کنند، چالش هایی نیز به همراه دارند که می تواند موجب کاهش مشارکت رأی دهندگان شود. ازجمله معایب و خطرات شبکه های اجتماعی در دوران انتخابات که در فرآیند آن را تهدید می کند، می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- گسترش اطلاعات نادرست، تشویش افکار عمومی و تغییر رفتار رأی دهندگان؛
- سرریز اطلاعات سیاسی و دل زدگی کاربران؛
- مداخله بازیگران دولتی متخاصم با استفاده از تاکتیک هایی مانند تبلیغات، ترول ها و ربات ها برای انتشار اخبار جعلی و ایجاد اختلاف؛
- ظرفیت ناشناخته در تأثیرگذاری بر تصمیمات رأی دهندگان و نتایج انتخابات؛
- تقویت الگوریتم اطلاعات نادرست و تبلیغات سیاسی هدفمند؛
- عدم نظارت یا نظارت اندک برنحوه رسیدگی شرکت های فناوری به مسائلی مانند سوءاستفاده از داده ها، تقویت الگوریتمی اطلاعات نادرست و تبلیغات سیاسی هدفمند.

ازطرفی، مزایای منحصربه فرد رسانه های اجتماعی در دوران انتخابات هم کم‌می‌تواند به داشتن شهروندی آگاه، مسئولیت شناس وعلاقه مند به مشارکت در امور سیاسی و اجتماعی بینجامد عبارت اند از:

- انتشار سریع وآسان اطلاعاتی مانند محل های رأی گیری، مشخصات نامزدها و راهنمای رأی دهندگان؛
- به روزرسانی فوری آمار میزان مشارکت، شمارش آرا و نتایج انتخابات و درنتیجه افزایش شفافیت فرآیند انتخابات؛
- مبارزه با اخبار جعلی با پرداختن و تصحیح فعال اطلاعات نادرست با مشارکت مقامات انتخاباتی و سازمان های مستقل؛
- تخلیه هیجانات کاذب و نگرانی ها درباره روند انتخابات با فراهم کردن امکان بیان نگرانی ها و گفت وگوی آزاد.

درحالی که شبکه های اجتماعی می توانند ابزار ارزشمندی برای افزایش مشارکت سیاسی باشند، تأثیر آن ها بر اعتبار نتایج انتخابات موضوع پیچیده‌تری است که همواره محل بررسی و از دیگر سو موجب نگرانی بوده است. این تأثیرات منفی اهمیت پرداختن به چالش های ناشی از رسانه های اجتماعی در انتخابات را مانند مبارزه با اطلاعات نادرست و حفاظت از یکپارچگی فرآیند انتخابات برجسته می کند. پرداختن به این خطرات مستلزم اتخاذ رویکردی چندجانبه شامل همکاری بین دولت ها، رسانه های اجتماعی ونهادهای نظارتی برای افزایش شفافیت، مبارزه با اطلاعات نادرست و حفاظت از یکپارچگی انتخابات است.

خط مشی پلتفرم های بزرگ در انتخابات کشورهای مختلف

شبکه های اجتماعی با در نظر گرفتن محیط های سیاسی و نظارتی منحصربه فرد در هر کشور سیاست های مربوط به انتخابات خود را تنظیم می کنند. برای مثال، در آمریکای لاتین، فیس بوک و واتس آپ به کانال های اصلی تعامل سیاسی تبدیل شده‌اند که بر انتخابات در این منطقه تأثیر می گذارند. سیاست مداران از این پلتفرم ها برای برقراری ارتباط با رأی دهندگان، جلب نظر آن ها و اشتراک گذاری اطلاعات کمپین استفاده می کنند. بااین حال، نباید ازیاد برد که تأثیر رسانه های اجتماعی بر انتخابات در برخی مناطق چون کشورهای آمریکای لاتین یک شمشیر دولبه است؛ زیرا هم می تواند زمینه بازی سیاسی را هموار کند و هم با انتشار اطلاعات نادرست منجربه بدبینی و بی اعتمادی رأی دهندگان شود.

علاوه براین شبکه های اجتماعی در طول انتخابات به منظور افزایش شفافیت و مبارزه با اطلاعات نادرست با مقامات محلی و سازمان ها همکاری می کنند. برای مثال، فیس بوک با همکاری شوراهای انتخاباتی کشورهای مختلف اطلاعات دقیقی درباره رأی گیری، محل های اخذ رأی و تاریخ انتخابات به شهروندان ارائه می دهد. این پلتفرم همچنین ویژگی هایی را برای برچسب گذاری برخی رسانه های تحت کنترل دولت در نظر گرفته است که شفافیت بیشتری را در مورد منابع اطلاعات ارائه می کند.

خط مشی ایکس یا همان توییتر سابق در خصوص تبلیغات سیاسی شامل محدودیت هایی است که براساس نیازهای افشا و محتوای خاص تبلیغات کشورها تنظیم شده‌است. پلتفرم هایی مانند فیس بوک و اینستاگرام نیز قوانین خاصی برای تبلیغات سیاسی دارند و از تبلیغ دهندگان می خواهند که فرآیند مجوز آگهی شامل بررسی شناسه دولتی را طی کنند. هدف این اقدامات، تضمین مطابقت محتوای سیاسی موجود در رسانه های اجتماعی با مفاد قانونی، شفاف سازی و پرهیز از ارائه اطلاعات گمراه کننده است.

لزوم تنظیم گری عملکرد پلتفرم ها در دوران انتخابات

نحوه استفاده از پلتفرم های رسانه های اجتماعی و کارکرد مورد انتظار از آن ها در دوران انتخابات باید تنظیم گری شود. پیامدهای عدم تنظیم گری محتوای سیاسی می تواند، قابل توجه و شامل موارد زیر باشد:

- گسترش اطلاعات نادرست، زیر سؤال بردن فرآیند و نتیجه انتخابات؛
- قطب بندی و تأثیرگذاری بر رفتار رأی دهندگان با انتشار محتوای سیاسی غیرقانونی؛
- امتناع از شفاف سازی و پاسخگویی و سرگردانی کاربران در تشخیص صحت اطلاعات ارائه شده؛
- تهدید فرآیندهای دموکراتیک با اجازه دادن به انتشار اطلاعات نادرست و دستکاری افکار عمومی.

این پیامدها مؤید اهمیت تنظیم گری مؤثر محتوای سیاسی در رسانه های اجتماعی در طول انتخابات برای محافظت از یکپارچگی فرآیند و اطمینان از دسترسی رأی دهندگان به اطلاعات دقیق و موثق هستند.

اولویت دولت های مختلف در برخورد با شبکه های اجتماعی در طول انتخابات ترویج شفافیت، مبارزه با اطلاعات نادرست و تضمین یکپارچگی روند برگزاری این رویداد سیاسی است. این هدف را می توان از طریق اجرای مقرراتی محقق کرد که پلتفرم ها را مسئول رسیدگی به اطلاعات نادرست و عملیات نفوذ خارجی می سازد. علاوه براین، برخی کشورها برای ایجاد دستورالعمل های صریح استفاده از رسانه های اجتماعی، در طول مبارزات انتخاباتی، تلاش و اطمینان حاصل می کنند که نامزدهای سیاسی و احزاب به استانداردهای اخلاقی و الزامات شفافیت پایبند باشند.

همکاری بین دولت ها و پلتفرم های اجتماعی برای توسعه استراتژی های مؤثر در رسیدگی به چالش های یادشده امری است که ضرورت آن به اثبات رسیده‌است. بااین وجود، در کشورهایی مانند ایران که به دلیل تحریم های بین المللی و برخی ملاحظات دیگر امکان پاسخگو نگه داشتن رسانه های اجتماعی وجود ندارد، استفاده از ظرفیت ها و پلتفرم های داخلی موضوعی است که نمی توان ساده از کنار آن گذشت.

انتخابات ایران و راهبرد استفاده از فضای مجازی

همان طور که گفته شد، شبکه های اجتماعی می توانند با ارائه اطلاعات دقیق و بی طرفانه درباره نامزدها و برنامه های آن ها اطلاع رسانی مناسبی به مردم داشته باشند. چنین شرایطی در کشور ایران نیز صادق است و می توان چنین نقشی برای رسانه های اجتماعی متصور شد. لذا پلتفرم های ایرانی نیز می توانند از این ظرفیت استفاده کرده و نقش مؤثری در افزایش آگاهی، مشارکت و تصمیم گیری آگاهانه مردم در انتخابات ایفا کنند. شبکه های اجتماعی بومی با ایجاد فضایی برای بحث و گفت وگو در خصوص مسائل و مشکلات کشور می توانند دغدغه های مردم را منعکس و به اولویت بندی آن ها کمک کنند. همچنین، با ترغیب مردم به مشارکت در انتخابات و تأکید بر اهمیت آن نقش مؤثری در افزایش میزان مشارکت داشته باشند.

تقویت و مرجعیت بخشی صفحات رسمی برای نهادهای مرتبط با انتخابات مثل شورای نگهبان، وزارت کشور و... ایجاد کانال های خبری تخصصی برای پوشش اخبار و رویدادهای موثق مربوط به انتخابات، راه‌اندازی صفحاتی برای گزارش تخلفات احتمالی در انتخابات و رسیدگی به شکایات، تولید محتوای آموزشی برای فرهنگ سازی مشارکت حداکثری، برگزاری نظرسنجی های آنلاین و پخش زنده مراسم رأی گیری و شمارش آراء از طریق رسانه های اجتماعی اقداماتی است که می توان با بسیج این پلتفرم ها برای شفافیت بیشتر و ترویج روحیه مشارکت مدنی در این دوران به کار گرفت.

در این میان شبکه های اجتماعی همچون «روبینو» می توانند، با راه‌اندازی صفحات ویژه‌ای برای هر یک از نامزدهای انتخابات، اطلاعات و برنامه های آن ها را به اشتراک بگذارند تا مردم بتوانند آگاهی لازم را کسب کنند.

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون
(سهامی خاص)

آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ای فشرده

نوبت دوم

شماره مناقصه عمومی ۶۹ / م خ /۱۴۰۲
شماره تقاضا: ۰۲۰۱۴۹۳ - ۴۸
شرح تقاضا: دیوار بتنی پیش ساخته

فرم شماره یک
مخصوص درج آگهی

شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون در نظر دارد کالای مشروحه ذیل را از طریق برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله ای فشرده تهیه نماید. لذا با توجه به الزام درج مناقصات در سامانه ستاد ایران، مناقصه گران میبایست اسناد مناقصه را در مهلت تعیین شده از سامانه ستادایران (www.setadiran.ir) دریافت نموده و تا قبل از پایان مهلت ارسال پاسخ، اسناد و پاکات خواسته شده را (اسناد ارزیابی کیفی و پاکات الف، ب و ج) طبق مدارک اعلام شده در اسناد مناقصه بارگذاری نمایند.

** در راستای حمایت از تولید داخل کالای مورد نظر میبایست از سازندگان داخلی تامین گردد.
** مدارک مورد نیاز جهت ارزیابی کیفی (طبق فرم ارزیابی کیفی اسناد مناقصه):۱- آخرین صورتهای مالی حسابرسی شده (۱۰ سال آخر) به همراه اظهارنامه وفیش های پرداخت مالیات قطعی ۲- قرارداد های مرتبط با موضوع مناقصه به همراه حسن انجام کار ۳- لیست پرسنل وتصویر مدارک تحصیلی پرسنل کلیدی به همراه لیست بیمه ۴- مدارک ایزو ۹۰۰۱، ۱۴۰۰۱ و ۱۸۰۰۱ معتبر
۱- مبلغ برآورد مناقصه: ۱۷۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
۲- نوع و مبلغ تضمین: ضمانتنامه معتبر بانکی شرکت در مناقصه (فرآیند ارجاع کار) به مبلغ ۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
۳- ارائه ضمانتنامه معتبر بانکی دارای اعتبار شش ماه الزامی است. سایر ضمانتنامه های دارای اعتبار کمتر از زمان اشاره شده قابل پذیرش نمی باشند.
* آدرس کامل بانک، کد پستی، شماره تماس و فکس بانک صادر کننده حتما در ضمانت نامه قید گردد.
۴- آخرین مهلت تقاضای شرکت در مناقصه و بارگذاری مدارک ارزیابی کیفی و پاکات فنی، مالی و ضمانت نامه طبق زمان بندی در سامانه ستادایران می باشد.
۵- مناقصه گرانی که اسناد مناقصه را در مهلت تعیین شده در سامانه ستادایران (مهلت دریافت اسناد) دانلود ننمایند، قادر به بارگذاری (اسناد ارزیابی کیفی و پاکات الف، ب و ج) نخواهند بود.
آدرس جهت ارسال ضمانتنامه: اهواز- منطقه بروسی- کیلومتر ۱۲ جاده اهواز/ سربندر- نرسیده به پلیس راه - شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون - ساختمان دو طبقه (ستادی) - طبقه همکف- کمیسیون مناقصات
-تلفن: ۰۶۱۳۴۱۸۸۳۳۴
۶- بارگذاری پاکات ضمانت نامه (الف)، پاکات فنی (ب) و مالی (ج) همزمان با اسناد ارزیابی کیفی می باشد.
۷- تاریخ و محل گشایش پاکات مالی: متعاقبا اعلام خواهد شد.
۸- زمان تحویل کالا: ۱۲۰ روزه
۹- ارائه ضمانت حسن انجام تعهدات به میزان ۱۰٪ مبلغ مورد معامله توسط برنده مناقصه قبل از سررسید ضمانتنامه فرآیند ارجاع کار ضروری می باشد.
نکته: هزینه درج آگهی و مراتب تجدید در جراید از برنده مناقصه کسر خواهد شد.

ردیف	تعداد	واحد	شرح کالا	قلم
۱	۵۸۸۰	M	دیوار بتنی به طول ۲۹۰ سانتیمتر و ارتفاع ۲۹۷ سانتیمتر - حداقل ضخامت دیوار ۸ سانتیمتر و قاب دور ۱۶ سانتیمتر به همراه گلدانی (زین) جهت نشیمن دیوارها به طول ۱۱۰ و عرض ۸۵ سانتیمتر – بتن استفاده شده در دیوار و گلدانی از نوع C۴۵ (حداقل میزان سیمان مصرفی ۳۵۰ کیلوگرم در متر مکعب بتن) مسلح نمودن دیوار و گلدانی به وسیله شبکه آرماتوربندی با قطرهای ۸ تا ۱۲ میلیمتر و سیمان مصرفی از نوع تیپ ۲ یا ۵ باشد.(مطابق جدول پیوست) * بارگیری، حمل و نصب دیوارها در محل همراه عملیات زیرسازی لازم شامل تسطیح، آبپاشی و کوبیدن محل نصب به عهده تامین کننده می باشد. طبق پیوست اسناد مناقصه	۰۱

برای دریافت اطلاعات تکمیلی به سایت های ذیل مراجعه شود.
آدرس سایت ستادایران: http://setadiran.ir
http://mogpc.nisoc.ir
تاریخ نشار نوبت اول ۱۴۰۲/۱۱/۳۰ تاریخ نشار نوبت دوم ۱۴۰۲/۱۲/۱ شناسه آگهی ۱۶۶۷۹۵۹

روابط عمومی شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مارون

نوبت دوم

آگهی نوبتی سه ماهه سوم سال ۱۴۰۲
شهرستان تنگستان

برابر مقررات ماده ۱۱ و ۱۲ قانون ثبت و ماده ۵۹ آیین نامه قانون مزبور فهرست اسامی اشخاصی که املاک آنها در سه ماهه سوم سال ۱۴۰۲ قبول ثبت گردیده اند به شرح زیر و با ذکر شماره و پلاک فرعی و اصلی جهت اطلاع عموم آگهی می گردد.

پلاک ۲۱۶/۱۵	نصراله قائدی حقیقی فرزند عبدالحسن ششدانگ یک باب مغازه واقع در اهرم قطعه ۱ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۹۷/۳۵۹	آقای خداکرم سامعی فرزند محمد ششدانگ یک قطعه زمین محصور واقع در اهرم قطعه ۱ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۹۸/۴۸	آقای علیرضا احسن زاده فرزند حسن ششدانگ یک باب خانه واقع در اهرم قطعه ۱ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۱۵۰۱/۱۹۹۹	آقای باقر کرمی فرزند عبدالحسن ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی واقع در بنه‌گز قطعه ۲ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۱۵۰۱/۲۰۰۰	آقای باقر کرمی فرزند عبدالحسن ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی واقع در بنه گز قطعه ۲ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۴۴۲/۶۴۰	آقای عباس رستمی مفرد فرزند داریوش ششدانگ یک قطعه باغ واقع در روستای خایز (بنیون) قطعه ۳ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۴۴۲/۶۴۱	آقای داریوش رستمی مفرد فرزند بهمنیار ششدانگ یک قطعه باغ واقع در روستای خایز (بنیون) قطعه ۳ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۴۴۲/۶۴۲	آقای داریوش رستمی مفرد فرزند بهمنیار ششدانگ یک قطعه نخلستان واقع در روستای خایز (بنیون) قطعه ۳ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۴۴۲/۶۴۳	آقای داریوش رستمی مفرد فرزند بهمنیار ششدانگ یک قطعه نخلستان واقع در روستای خایز (بنیون) قطعه ۳بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۴۴۲/۶۴۴	آقای داریوش رستمی مفرد فرزند بهمنیار ششدانگ یک قطعه نخلستان واقع در روستای خایز (بنیون) قطعه ۳ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۴۵۱/۴۱۸۹	آقای حجت اله رئیسی فرزند محمدرضا ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی واقع در دلوار قطعه ۴ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۴۵۲/۲۱۴۲	آقای ناصر نعمتی فرزند محمد ششدانگ یک قطعه نخلستان و زمین متصل به آن واقع در جائینک قطعه ۴ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۴۵۲/۲۱۴۳	آقای ناصر نعمتی فرزند محمد ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی واقع در جائینک قطعه ۴ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۴۵۶/۱۳۵۴	آقای علی اکبر شهامت زاده فرزند حسین ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی واقع در محمد عامری قطعه ۴ بخش ۴ بوشهر
پلاک ۲۴۶۱/۳۲۱	آقای غلامحسن درفشان فرزند عبداله ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی واقع در گاهی قطعه ۴ بخش ۴ بوشهر

هرکسی نسبت به املاک مندرج در این آگهی اعتراض دارد می تواند مطابق ماده ۱۶ قانون ثبت از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۹۰ روز و نسبت به آگهی نوبتی اصلاحی تا ۳۰ روز و در آگهی نوبتی حاوی تحدید حدود اشخاصی که به ماهیت ملک معترض هستند ظرف مدت ۹۰ روز و اشخاصی که به حدود و حقوق ارتفاقی معترض هستند ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ انتشار آگهی اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت اسناد و املاک تنگستان تسلیم و رسید اخذ نماید وچنانچه بین مستدعی ثبت و دیگری قبل از انتشار اولین اعلان آگهی نوبتی، دعوایی اقامه شده و در جریان رسیدگی باشد کسی که طرف دعوی با مستدعی ثبت می باشد می بایست برابر ماده ۱۷ قانون ثبت ازتاریخ نشر اعلان اولین آگهی نوبتی تا ۹۰ روز تصدیق محکمه را مشعر به جریان دعوی اخذ و به اداره ثبت اسناد و املاک تنگستان تسلیم نماید، ضمنا معترض مکلف است مطابق تبصره ۲ ماده واحده قانون تعیین تکلیف پرونده های ثبتی که فاقد سابقه ثبت بوده و یا اعتراض آنها در مراجع قضایی از بین رفته است مصوب ۱۳۷۳/۲/۲۵ و ماده ۸۶ آیین نامه اجرایی قانون ثبت ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت دادخواست لازم را به مرجع قضایی تسلیم نماید والا حق او ساقط خواهد شد. تحدید حدود املاک فوق برابر مقررات مواد ۱۴ و ۱۵ قانون ثبت بعدا به عمل خواهد آمد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۲/۱۱/۱
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۲/۱۲/۱
خ ش ۱۴۰۲/۱۱/۱
شناسه آگهی ۱۶۴۶۹۲۸

غلامرضا حیدری
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان تنگستان

تجدید آگهی فراخوان
سازمان مدیریت پسماند شهرداری شاهرود

نوبت دوم

سازمان مدیریت پسماند شهرداری شاهرود در نظردارد مطابق ضوابط ماده (۹و۷) قانون مدیریت پسماند و به استناد مجوز مورخه ۱۴۰۲/۸/۱ شورای سازمان و برابر شیوه نامه ابلاغی وزارت کشور به شماره ۸۷۹۴۶ مورخه ۱۴۰۱/۵/۵ نسبت به شناسایی صدور مجوز و همکاری با شرکتهای فعال و صاحب صلاحیت مرتبط در زمینه جمع آوری پسماند خشک با استفاده از نرم افزارهای آنلاین (اپ) اقدام نماید لذا از کلیه شرکتهای دارای توان مالی و اجرائی برابر شرایط مندرج در شیوه نامه مذکور که می توانند در بستر اینترنت و فضای مجازی نسبت به ارائه خدمات جمع آوری پسماند خشک به صورت هوشمند فعالیت می کنند، دعوت به عمل می آید به منظور شسرکت در فراخوان و یا کسب اطلاعات بیشتر به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و یا با تلفن ۳۱۵۵۵۶۴۷-۰۲۳ تماس حاصل فرمایند.

ارائه اسناد و مدارک توسط متقاضیان هیچ حقی برای ایشان به منظور دریافت مجوز فعالیت از این سازمان ایجاد نمی کند لذا سازمان مدیریت پسماند شهرداری شاهرود مطابق مقررات نسبت به بررسی اسناد و مدارک متقاضیان اقدام نموده و در صورت احراز شرایط ذکر شده در اسناد فراخوان و اسناد و مدارک ارائه شده توسط متقاضیان نسبت به صدور و اعطای مجوز فعالیت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود و به متقاضیانی که حائز شرایط نباشند، مجوز اعطا نخواهد شد.

مهلت دریافت اسناد فراخوان تا پایان وقت اداری روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۳ می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۲/۱۱/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۲/۱۲/۱
خ ش ۱۴۰۲/۱۱/۲۴

سیدسجاد حسینی
سرپرست سازمان مدیریت پسماند