وقتی اخبار جعلی، واقعیتِ جنگ را مخدوش می کنند

اهمیت ارتقاء سواد رسانه‌ای در جنگ

اخبار جعلی، با تحریف اطلاعات و ایجاد روایت های جهت دار، ادراک عمومی از جنگ را مخدوش و درک حقیقت را دشوار می کنند و به موازات این «جنگ رسانه‌ای»، برای رویارویی انتقادی و مقابله با رسانه های وابسته به رژیم صهیونیستی، باید سواد رسانه‌ای مخاطبان به ویژه در زمینه جنگ شناختی و عملیات روانی ارتقاء یابد.

«امروزه جنگ ها تنها در میدان نبرد اتفاق نمی افتند. بخش بزرگی از درگیری ها به جبهه‌ای نامرئی اما بسیار تأثیرگذار منتقل شده‌اند؛ جنگ شناختی و رسانه‌ای، جایی که هر پیام حکم یک موشک را دارد و در این میدان، گلوله ها جای خود را به محتوا، خبر، تصویر و تحلیل داده‌اند. دشمن، پیش از حمله نظامی، افکار عمومی را هدف قرار می دهد. در چنین شرایطی، سواد رسانه‌ای نقش یک سپر ملی را ایفا می کند؛ سدی مستحکم در برابر تهاجم روانی که بقای روانی جامعه به آن گره خورده است.»(۱)

گزارش های «آروتز شوا» بر اساس مدل پروپاگاندای هرمان و چامسکی

معمولا در زمان بحران، دشمن با تولید انبوه شایعات، اخبار جعلی و اطلاعات جهت دار، تلاش می کند تا افکار عمومی را سردرگم کرده و اعتماد اجتماعی را متزلزل کند. پیروی از منابع رسمی و مورد تأیید کشور، اولین و مهم‌ترین گام برای حفظ انسجام روانی جامعه است. هرگونه نقل قول یا بازنشر اخبار از سوی رسانه های معاند، می تواند ناخواسته در پازل رسانه‌ای دشمن بازی کند. در این زمینه می توان به اخبار آروتز شوا استناد کرد، رسانه راست گرای رژیم صهیونیستی که اخبار را برمبنای حمایت از اسرائیل و برجسته کردن تهدیدات ایران ارائه می کند. این رسانه حملات اسرائیل به تأسیسات هسته‌ای را «عملیات ضروری» برای خنثی سازی تهدید هسته‌ای ایران معرفی و ضمن تأکید بر موفقیت های دفاعی اسرائیل، حملات موشکی ایران را «اقدامی نامشروع» و تهدیدی جدی می داند. گزارش های این رسانه همچنین به حمایت آمریکا و متحدان اسرائیل توجه دارند. زبان به کار رفته شامل اصطلاحاتی مانند «دفاع»، «امنیت» و «تهدید وجودی» است که با تمرکز اصلی بر دستاوردهای نظامی اسرائیل و «مشروعیت» اقدامات آن، اسرائیل را مدافع و ایران را منبع خطر نشان می دهد!

براساس مدل «تولید رضایت» هرمان و چامسکی، پوشش رسانه های رژیم صهیونیستی نمونه‌ای کلاسیک از پروپاگاندای ساختاری است که از پنج فیلتر کنترل رسانه ها بهره می برد. آروتز شوا، با برجسته سازی تهدید هسته‌ای ایران (فیلتر سوم: دشمن سازی)، اقدامات نظامی اسرائیل را «ضروری» و دفاعی معرفی می کند. این رسانه با حذف زمینه های تاریخی (فیلتر چهارم: سانسور ضمنی) و استفاده از واژگان احساس برانگیز (فیلتر پنجم: ایدئولوژی ضدیت)، ادراک عمومی را به سمت قطبی سازی سوق می دهد. این اقدام در روایت رسانی، کارکرد پروپاگاندای مدرن را آشکار می کند نه تنها خبار بلکه چارچوب بندی واقعیت نیز تحت کنترل ساختارهای این رژیم منحوس است و آروتز شوا با تمرکز بر «تهدید وجودی ایران»، از استراتژی برجسته سازی استفاده می کند تا موضوعات خاصی را در کانون توجه قرار دهد و دیگر جنبه ها را حذف کند. این روند نشان می دهد که رسانه های وابسته به این رژیم، نه تنها تولیدکننده اطلاعات، بلکه تولیدکننده مشروعیت برای اقدامات سیاسی-نظامی هستند. نتیجه این فرآیند، تثبیت گفتمان مسلط و کاهش امکان گفت وگوی انتقادی است. بنابراین به موازات هر «جنگ نظامی» یک «جنگ رسانه‌ای» نیز برقرار است که چه بسا سرنوشت نهایی نبرد در میدان دومی رقم می خورد. ما به عنوان یک مخاطب در مواجهه با این وضعیت و برای رویارویی انتقادی و مقابله با رسانه های وابسته به رژیم صهیونیستی، به برخی دانسته هانیاز مندیم. در این راستا محسن گودرزی، کارشناس رسانه و عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان عنوان می کند: «سواد رسانه‌ای حوزه‌ای بسیار گسترده است. ما در وضعیت جنگی به نوع منحصربه فردی از این نوع سواد نیاز مندیم. من اسم آن را «سواد رسانه‌ای جنگ» می گذارم. سواد رسانه‌ای جنگ، ۶ بُعد دارد که باید به آن ها دقت کنیم. اولین بُعد آن آشنایی با تکنولوژی های رسانه‌ای است، یعنی سواد رسانه‌ای ایجاب می کند که همه افراد جامعه بتوانند با فناوری های دیجیتال کار کنند؛ اگر کسانی هستند که قادر به استفاده از انواع پیام رسان ها، پلتفرم ها و شبکه های اجتماعی نیستند، باید راه استفاده از آن ها و نحوه ارتباط گیری با این ابزارها را به آن ها آموزش داد.»

لزوم تقویت نگاه انتقادی

این کارشناس رسانه در ادامه می گوید: «در شرایط حاد و خاص جنگی که احتمالا با قطعی اینترنت روبه رو هستیم، الزاما باید به رسانه‌ای نظیر رادیو پناه ببریم. رادیوهای جیبی در این وضعیت می توانند خیلی کاربرد داشته باشند، اما اصلی ترین مسئله در سواد رسانه‌ای جنگ، مواجهه انتقادی با پیام است. بخشی از میدان جنگ در رسانه ها تعریف می شود، بنابراین اگر ندانیم که چگونه یک ارزیابی انتقادی از پیام های رسانه داشته باشیم، بی تردید نمی توانیم در میدان رسانه‌ای جنگ سربلند بیرون بیاییم. من در جایگاه یک شهروند، یک ایرانی باید در مواجهه با رسانه ها نگاه انتقادی داشته باشم.»

از اطلاعات غلط تا گمراه کننده

این کارشناس در گفت وگو با ایسنا با تأمل در وضعیت غیرحاد جنگی توضیح می دهد: «وقتی شرایط حادی حاکم نباشد، یعنی دسترسی به اینترنت وجود داشته باشد، ما خیلی با «فیک نیوزها» روبه رو می شویم. «فیک نیوزها» دو دسته‌اند؛ یکی آن ها که اطلاعات غلط می دهند و دیگری آن ها که اطلاعات گمراه کننده منتشر می کنند. زمانی که از اطلاعات غلط صحبت می کنیم، یعنی عمدی در انتشار آن خبر یا پیام وجود ندارد، صرفا یک خبرنگار خبری را به اشتباه منتشر می کند، اما عامدانه نیست. در این وضعیت، مواجه انتقادی به مامی گوید که باید خبر را از مسیرهای مختلف صحت سنجی کرد. برای نمونه، اگر در یک کانال ایتایا هرجای دیگری خبری را دیدیم، کانال های دیگر ایتا و پیام رسان های دیگر را هم نگاه کنیم. یک جست وجوی ساده در اینترنت خیلی وقت ها در مسئله صحت سنجی به ما کمک می کند. اگر می خواهید پیامی را در گروه خانوادگی یا دوستان و همکاران به اشتراک بگذارید، باید این صحت سنجی را انجام داده باشید و بعد ارسال کنید. از طرفی وقتی اصطلاح اخبار گمراه کننده را به کار می بریم، یعنی عمدی در انتشار آن ها وجود داشته است. در مواجهه انتقادی با چنین اخباری باید دست به حذف زد. چه در پیام رسان های داخلی و چه در پیام رسان های خارجی، چه آن ها که در دنیای خبر رسمیتی دارند، چه حتی یک کانال خبری متعلق به دوست یا اعضای خانواده، تفاوتی نمی کند، هرکس که سعی دارد باعث تشویش اذهان و آسیب به روحیه عمومی جامعه شود، باید آن مسیر ارتباطی را کنار گذاشت. در حال حاضر، اخبار «ایران اینترنشنال» یکی از مصادیق همان اطلاعات گمراه کننده است. «ایران اینترنشنال» برای ازبین بردن روحیه مردم یک سویه به جنگ ایران و رژیم صهیونیستی نگاه می کند. این رسانه، اتفاقاتی را که اصلا رخ نداده است، به عنوان دستاوردهای رژیم صهیونیستی به مخاطب نشان می دهد.»

گودرزی تصریح می کند: «مردم اگر می خواهند روحیه و سلامت روان خود را حفظ کنند، باید «ایران اینترنشنال» را از مصرف رسانه‌ای خود کنار بگذارند. خیلی از کانال های دیگر ممکن است مستقل یا وابسته به یک سازمان دقیقا به همین رویه «ایران اینترنشنال» عمل کنند. تداول کردن چنین کانال های خبری در تضاد با سواد رسانه‌ای است. همان طور که صحت سنجی به ما مادر شناخت اطلاعات غلط کمک می کند، در اینجا نیز مقایسه و سنجش نادرستی و درستی به ما یاری می رساند تا تصمیم به حذف یک رسانه بگیریم. از سوی دیگر وقتی پیامی را موقع جنگ در ایتا، تلگرام، اینستاگرام یا هرجای دیگری می گذاریم، باید بیش از روزهای دیگر دقت نظر داشته باشیم. شهروندانی که یک صفحه یا کانال دارند و همیشه با گروهی از مخاطبان در ارتباط اند، نباید چنین تصور کنند که حالا به علت جنگ باید دانسته‌ای و بیش از روزهای عادی محتوا تولید کنند. اتفاقا در روزهای جنگی به اطلاعات کمتری از سوی کاربران فضاهای مجازی نیاز مندیم. در وضعیتی که ما با توجه به ماهیت رسانه های دیجیتال، تولیدکننده-مصرف کننده یا دراصطلاح پروسیومر هستیم، هرکسی ممکن است متأثر از زمینه های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خود به تولیدات رسانه‌ای دست بزند، این موضوع بی تردید در زمان جنگ باید کمرنگ تر شود. دقت در این مسئله به مخابره و در ذهن نشاندن اخبار از سوی رسانه های رسمی و امر صحت سنجی که یاد شد، کمک می کند.»

مصرف خبر در زمان جنگ باید حساب شده تر از روزهای عادی باشد

گودرزی یکی دیگر از جنبه های سواد رسانه‌ای را بحث مصرف دانسته و توضیح می دهد: «مصرف خبر از رسانه های مختلف در زمان جنگ باید حساب شده تر از روزهای عادی باشد. دیگر نباید مثل روزهای معمول بدون حساب و کتاب و قتمان را در بستر شبکه های اجتماعی بگذرانیم. این روزها، بیش از هر زمانی باید به روابط انسانی و خویشاوندی توجه کنیم، در جایگاه پدر یا مادر بهتر است بیشتر وقتمان را برای کودکان و سالمندان بگذاریم تا به برقراری آرامش روانی و همدلی کمک کنیم. در وضعیت جنگی به رژیم رسانه‌ای سفت و سخت تری نیاز مندیم.»

وی جنبه‌ای دیگر از سواد رسانه‌ای را در ایام جنگ، اقتصاد سیاسی رسانه ها دانسته و یادآوری می کند: «این اقتصاد سیاسی در زمان جنگ بیش از پیش خودنمایی می کند. همان طور که می بینیم «ایران اینترنشنال» و شبکه های اجتماعی وابسته به آن این روزها بیشتر از گذشته اقتصاد سیاسی شان عیان می شود. خیلی راحت می توان درک کرد که «ایران اینترنشنال» وابسته به سازمان های اسرائیلی و صهیونیستی است، چون تمام اخبار مربوط به جنگ در این رسانه یک سویه مخابره می شود. دیدیم که «ایران اینترنشنال» در این وضعیت، با نخست وزیر رژیم صهیونیستی مصاحبه کرد و تریبون این رسانه را در اختیار او گذاشت. توجه به سازوکار رسانه ها و اقتصاد سیاسی آن ها در روند مدیریت مصرف رسانه‌ای بسیار کمک کننده است.»

گودرزی با نظر به جنبه‌ای دیگر از سواد رسانه‌ای در روزهای جنگ خاطرنشان می کند: «آشنایی با تأثیرات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی رسانه یا پیام نکته مهم دیگر است. ما باید بدانیم در میدان جنگ نظامی، یک جنگ رسانه‌ای هم داریم. جنگ رسانه‌ای به دنبال اثربخشی حداکثری میدان واقعی جنگ است. برای مثال، در اینجا باید توجه داشت که وقتی تجاوزی از سوی رژیم صهیونیستی به ایران می شود، در رسانه ها آن را ضرب می دهند تا به این وسیله بتوانند روحیه جامعه ما را تضعیف و صحنه واقعی جنگ را تقویت کنند. نباید فراموش کرد که هر اتفاق جنگی یک پیوست رسانه‌ای هم دارد، در اینجا است که آگاهی و هوشیاری مخاطب اهمیت پیدا می کند. هرتلاشی می کنند تا زیستر رسانه، روحیه مردم و خانواده ها و همبستگی جامعه را از میان ببرند. رسانه ها بی تردید در جامعه ابعاد سیاسی، اجتماعی و اقتصادی دارند. ما این روزها به تفکیک رویدادهای میدان واقعی و میدان رسانه‌ای از یکدیگر نیاز مندیم. ما باید از رسانه برای پیروزی در میدان واقعی استفاده کنیم.»

اهمیت سواد رسانه‌ای در مقابله با تبلیغات دشمن

در این میان دکتر محمدرضا مقدسی، بنیانگذار رسانه تاب آور نیز بر سواد رسانه‌ای و تاب آوری در جنگ، به ویژه در زمینه جنگ شناختی و عملیات روانی تأکید کرده و می گوید: «این مقوله از اهمیت حیاتی برخوردار است و می تواند به عنوان ابزاری در برابر تهدیدات عمل کند. جنگ شناختی به معنای تبدیل ذهن انسان به میدان نبرد است که در آن نه تنها افکار، بلکه نحوه تفکر و رفتار افراد هدف قرار می گیرد تا باورها و رفتارهای فردی و جمعی به نفع دشمن تغییر یابد، این نوع جنگ می تواند جامعه را از درون بشکند و اراده جمعی مقاومت را بدون نیاز به زور فیزیکی از بین ببرد. تاب آوری فرهنگ ماست و در چنین شرایطی، سواد رسانه به عنوان ابزاری مهم برای تاب آوری در برابر این تهدیدات عمل می کند؛ توانایی تشخیص اخبار جعلی، تحلیل انتقادی پیام ها و شناخت ماهیت رسانه ها و صاحبان آن ها، از مؤلفه های مهم سواد رسانه‌ای است که به افراد و به ویژه نیروهای نظامی و فرماندهان کمک می کند تا در برابر جنگ شناختی مقاومت کنند.»

او در تعریف تاب آوری رسانه‌ای و سپس اهمیت ارتقاء سواد رسانه‌ای می گوید: «این موضوع به معنای توانایی رسانه ها در حفظ عملکرد، ارائه اطلاعات دقیق و به موقع و حفظ اعتماد عمومی در شرایط بحران و جنگ است که شامل آمادگی پیشگیرانه، پاسخ فعال و سازگاری با شرایط متغیر می شود. بر این اساس رسانه های تاب آور با ارائه اطلاعات معتبر، مقابله با شایعات و ایجاد حس امنیت، نقش مهمی در تقویت همبستگی ملی و سلامت روانی جامعه دارند. بنابراین، ارتقاء سواد رسانه‌ای در سطح جامعه و مسئولان، همراه با تقویت تاب آوری رسانه ها، از مؤلفه های اساسی مقابله با جنگ شناختی و عملیات روانی دشمن است که می تواند از مغلوب شدن جامعه در برابر جنگ نرم جلوگیری کند و به حفظ انسجام و امنیت ملی کمک نماید. سواد رسانه به ویژه در جنگ، نقش حیاتی و چندوجهی در ایجاد دفاع اجتماعی در عصر دیجیتال ایفا می کند، تاب آوری رسانه‌ای به معنای ظرفیت نظام رسانه‌ای برای حفظ عملکرد پایدار، انتشار اطلاعات دقیق و ایفای نقش نظارتی خود در شرایط بحرانی است که فراتر از استحکامات فیزیکی و آمادگی نظامی، شامل استحکامات روانی جامعه، انسجام اجتماعی و تشخیص انتقادی جوامع می شود تا در برابر تأثیرات چندوجهی جنگ مقاومت کنند، با آن سازگار شوند و بهبود یابند. در عصر دیجیتال، فناوری های نوین موجب تسریع انتشار اطلاعات و همزمان اطلاعات نادرست و دستکاری شده می شوند، بنابراین، سواد رسانه‌ای که توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و تولید محتوا در پلتفرم های مختلف است، از یک مهارت آموزشی به یک ضرورت استراتژیک برای امنیت ملی و ثبات اجتماعی تبدیل شده است.»

مقدسی در ادامه تأکید می کند: «سواد رسانه‌ای، به عنوان ابزاری برای مقابله با جنگ شناختی و جنگ اطلاعاتی، به دفاع اجتماعی کمک می کند تا با آگاهی و بصیرت، از نفوذ اطلاعات نادرست و پروپاگاندا جلوگیری کرده و به افراد این امکان را بدهد که پیام های رسانه ها را به طور انتقادی تحلیل کنند، پتانسیل دستکاری و سوگیری را شناسایی کنند و تصمیمات آگاهانه بگیرند که این مهارت ها باعث می شود افراد در برابر اطلاعات رسانه‌ای آسیب پذیری کمتری داشته باشند و بتوانند به جای مصرف کنندگان منفعل، شهروندان فرهیخته و فعال باشند.»

نقش روزنامه نگاران و متخصصان رسانه در جنگ

این بنیانگذار رسانه تاب آور به ایرنا می گوید: «روزنامه نگاران و متخصصان رسانه در خط مقدم انتقال اطلاعات دقیق و قابل اعتماد قرار دارند. آن ها باید مهارت های عملی مانند درک پروتکل های ایمنی، شناسایی اهداف نظامی، آمادگی روانی و اخلاق حرفه‌ای را داشته باشند تا گزارش دهی دقیق و مسئولانه‌ای ارائه دهند که به انسجام و امنیت جامعه کمک کند. تشخیص اخلاقی و اولویت دادن به اصل «آسیب نرسان» در چنین شرایطی به حفظ تاب آوری جمعی و انسجام اجتماعی کمک می کند. برای تقویت تاب آوری رسانه‌ای و خبرنگاران در جنگ، راهکارهایی مانند آموزش مداوم مهارت های نوین روزنامه نگاری، حمایت های روانی و قانونی، ایجاد فضاهای کاری سالم و توسعه شبکه های همکاری میان رسانه ها پیشنهاد می شود که این اقدامات باعث می شود رسانه ها نه تنها از بحران ها جان سالم به در ببرند، بلکه در دل چالش ها رشد کنند و نقش کلیدی تری در جامعه ایفا کنند.»

آسیب پذیری روانی جامعه و نقش سواد رسانه‌ای

این بنیانگذار رسانه تاب آور، تصریح می کند که «مواجهه غیرنظامیان، به ویژه کودکان، با محتوای مرتبط با جنگ در رسانه های دیجیتال، آسیب های روانی عمیقی ایجاد می کند که تاب آوری در برابر جنگ را کاهش می دهد، کودکانی که تصاویر خشونت آمیز درگیری مسلحانه را در رسانه های اجتماعی می بینند، احتمالا دچار پریشانی روانی، اضطراب، اختلالات خواب و علائم پس از سانحه می شوند و این اثرات منفی به دلیل ماهیت بدون سانسور و الگوریتمی تقویت شده محتوا در رسانه های اجتماعی شدیدتر است و عوامل کلیدی تاب آوری مانند خوش بینی و خودکنترلی نمی توانند آن را به خوبی خنثی کنند. برای مقابله با این آسیب و چنین صدماتی، مداخلات جامعه محور که سواد رسانه‌ای را با حمایت اجتماعی و گفت وگو ترکیب می کنند، بسیار مؤثر هستند، برنامه هایی مبتنی بر آموزش تحلیل رسانه و گفت وگوی همدلانه می توانند تاب آوری شناختی و اجتماعی را در برابر روایت های افراطی و اطلاعات نادرست تقویت کند و این برنامه ها به شرکت کنندگان، مهارت تشخیص تبلیغات رسانه‌ای و تمرین گوش دادن همدلانه را می دهند تا جوامع بتوانند در برابر روایت های تفرقه انگیز مقاومت کنند. ضرورت دارد سیستم های آموزشی نیز برنامه های جامع سواد رسانه‌ای را به عنوان یک مهارت اساسی از کودکی تا بزرگسالی نهادینه کنند هرچند که بسیاری از کشورها سال هاست که سواد رسانه‌ای را اولویت «دفاع استراتژیک» می دانند و معتقدند جوانان باید مهارت های مدیریت ریسک را فراتر از بررسی واقعیت ها کسب کنند، با این حال، موانعی مانند بودجه ناکافی و چالش های فناوری وجود دارد که باید رفع شوند.»

اهمیت استمرار در آموزش و تقویت تاب آوری

مقدسی در خاتمه خاطرنشان می کند: «استمرار در آموزش و گسترش سواد رسانه‌ای از طریق کتابخانه ها، گروه های مذهبی و سازمان های جوانان ضروری است تا تاب آوری فراتر از کلاس درس تقویت شود. اگرچه ایجاد تاب آوری پایدار در جنگ نیازمند همکاری چندسیستمی است که سیاست، آموزش و مشارکت های مردمی را در بر می گیرد اما دولت ها نیز می توانند بخش های اختصاصی برای هماهنگی سواد رسانه‌ای ایجاد کنند، استانداردها و اهداف مشخص تعیین کنند و در آموزش، فناوری و جامعه مدنی سرمایه گذاری کنند. از طرفی مداخلات بالینی که عوامل تاب آوری روانشناختی مانند خودکارآمدی و خوش بینی را تقویت می کنند، به یقین می توانند اثرات منفی مواجهه با اخبار جنگ و رسانه را کاهش دهند، لذا سواد رسانه‌ای فراتر از مهارت های فنی موضوعی است که باید در سرپان های فرهنگ پایداری و دفاع در جریان باشد. سواد رسانه‌ای و تاب آوری به منزله ارکان دفاع اجتماعی در مواجهه با جنگ های شناختی و تهاجمات نوین دیجیتال جوامع را قادر می سازند با آگاهی، مقاومت و پایداری، امنیت و ثبات خود را حفظ کنند.»

پی نوشت:

۱- ذوالفقاردیودل کارشناس ارشد ژورنالیسم تلویزیون و مدیریت رسانه / خبرگزاری تسنیم

دعوت به مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت مسافربری همسفر مهر زنجان

بدینوسیله از کلیه سهامداران محترم شرکت همسفر مهر زنجان سهامی خاص ثبت شده به شماره ۳۳۳۶ و شناسه ملی ۱۰۴۶۰۰۶۶۶۷۰ ثبت شرکتهای زنجان دعوت می شود تا در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه که در تاریخ ۱۴۰۴/۴/۲۰ روز جمعه در ساعت ۸/۳۰ صبح در دفتر شرکت واقع در خیابان خرمشهر میدان شیلات سازمان مدیریت بار و مسافر شهرداری زنجان تشکیل می گردد، حضور به هم رسانید.

دستور جلسه:

۱- استماع گزارش هیات مدیره و بازرس
۲- بررسی و تصویب صورتهای مالی منتهی به ۳۰ اسفند ماده ۱۴۰۳
۳- انتخاب بازرسین اصلی و علی البدل
۴- انتخاب اعضای هیات مدیره به مدت دو سال
۵- انتخاب روزنامه کثیرالانتشار جهت درج آگهی شرکت
۶- سایر موارد پیشنهادی

هیات مدیره شرکت

تاریخ انتشار ۱۴۰۴/۳/۳۱
خ ش ۱۴۰۴/۳/۳۱

مجتمع تولیدات کشاورزی و دامپروری بطاهرکلانور سهامی خاص ثبت ۱۸۳ شناسه ملی ۱۰۷۶۰۰۴۲۰۰۵ کدپستی ۴۶۴۷۳۱۶۷۲۰ آگهی دعوت مجمع عمومی عادی سالانه نوبت اول

بنا به تصمیم اعضای هیات مدیره، جلسه مجمع عمومی عادی سالانه نوبت اول مجتمع تولیدات کشاورزی و دامپروری بطاهر کلانور سهامی خاص در روز جمعه مورخ ۱۴۰۴/۴/۲۷ راس ساعت ۱۰/۳۰ صبح در محل مسجد صاحب الزمان روستای بطاهر کلای نور تشکیل می گردد. لذا از عموم سهامداران دعوت می شود راس ساعت مقرر، در جلسه حضور به هم رسانند. ضمنا حضور اعضا در جلسه مجمع به همراه داشتن کارت ملی الزامی است هر یک از اعضا که قصد حضور در مجمع را ندارند و می خواهند نماینده برای جلسه معرفی نمایند یک هفته قبل از تشکیل مجمع باید به دفتر شرکت مراجعه و وکالتنامه را تنظیم و به هیات مدیره ارائه داده و از طرف رئیس یا نائب رئیس هیات مدیره امضا و مهر گردد در غیر این صورت نماینده هر یک از اعضا بدون وکالت نامه تایید شده توسط رئیس یا نایب رئیس هیات مدیره و مهر مجتمع نمی توانند در مجمع شرکت نماید.

دستور کار جلسه:

۱- گزارش هیات مدیره مجتمع مربوط به سال مالی ۱۴۰۳
۲- گزارش بازرس مجتمع مربوط به سال مالی ۱۴۰۳
۳- تصویب تراز مالی و تقسیم سود مجتمع مربوط به سال مالی ۱۴۰۳
۴- تصویب بودجه پیشنهادی مجتمع مربوط به سال مالی ۱۴۰۴
۵- انتخاب ۵ نفر بازرس اصلی هیات مدیره و ۳ نفر عضو علی البدل مجتمع به مدت ۲ سال
۶- انتخاب ۱ نفر بازرس اصلی و ۱ نفر بازرس علی البدل مجتمع برای مدت ۱ سال

هیات مدیره مجتمع تولیدات کشاورزی و دامپروری بطاهرکلانور سهامی خاص

تاریخ انتشار ۱۴۰۴/۳/۳۱
خ ش ۱۴۰۴/۳/۳۱

آگهی دعوت مجمع عمومی فوق العاده (نوبت اول) شرکت توسعه صادرات استان زنجان (سهامی خاص) شماره ثبت ۱۹۲۹ و شناسه ملی ۱۰۴۶۰۰۵۲۸۷۷

بدینوسیله از کلیه سهامداران شرکت دعوت می شود تا در جلسه مجمع عمومی فوق العاده (نوبت اول) شرکت توسعه صادرات استان زنجان (سهامی خاص) شماره ثبت ۱۹۲۹ و شناسه ملی ۱۰۴۶۰۰۵۲۸۷۷ که در ساعت ۱۱ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۴/۴/۱۰ در محل دفتر شرکت به نشانی: نرسیده به عوارضی زنجان قزوین- بلوار راهبران - مجتمع تجاری توسعه صادرات استان زنجان - ساختمان B واحد ۲۰۱- کدپستی ۴۵۱۵۱۷۴۴۹۷ تشکیل می شود در تاریخ و ساعت مقرر برای اتخاذ تصمیم نسبت به موارد مشروحه ذیل حضور به هم رسانند و یا وکیل قانونی خود را از بین اعضا یا خارج از اعضای شرکت معرفی نمایند.

دستور جلسه:

۱- افزایش سرمایه شرکت از محل واریز نقدی سهامداران
۲- تفویض کلیه اختیارات مجمع عمومی به هیات مدیره در حدود مقررات قانون تجارت در موارد قابل تفویض
۳- اصلاح ماده ۱۹ و ۲۰ و ۲۶ اساسنامه مطابق با قوانین و مقررات جاری قانون تجارت

هیات مدیره شرکت توسعه صادرات استان زنجان

تاریخ انتشار ۱۴۰۴/۳/۳۱
خ ش ۱۴۰۴/۳/۳۱

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی (نوبت اول) شرکت توسعه صادرات استان زنجان (سهامی خاص) شماره ثبت ۱۹۲۹ و شناسه ملی ۱۰۴۶۰۰۵۲۸۷۷

بدینوسیله از کلیه سهامداران شرکت دعوت می شود تا در جلسه مجمع عمومی عادی (نوبت اول) شرکت توسعه صادرات استان زنجان (سهامی خاص) شماره ثبت ۱۹۲۹ و شناسه ملی ۱۰۴۶۰۰۵۲۸۷۷ که در ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۴/۴/۱۰ در محل دفتر شرکت به نشانی: نرسیده به عوارضی زنجان قزوین- بلوار راهبران - مجتمع تجاری توسعه صادرات استان زنجان - ساختمان B واحد ۲۰۱- کدپستی ۴۵۱۵۱۷۴۴۹۷ تشکیل می شود در تاریخ و ساعت مقرر برای اتخاذ تصمیم نسبت به موارد مشروحه ذیل حضور به هم رسانند و یا وکیل قانونی خود را از بین اعضا یا خارج از اعضای شرکت معرفی نمایند.

دستور جلسه:

۱- طرح و تصویب صورت های مالی منتهی به ۱۴۰۳/۱۲/۲۹
۲- انتخاب بازرسین برای سال مالی ۱۴۰۴
۳- تعیین حق الجلسات اعضای هیات مدیره
۴- تعیین حق الزحمه بازرس شرکت
۵- انتخاب روزنامه کثیرالانتشار جهت درج آگهی های شرکت
۶- تفویض کلیه اختیارات مجمع عمومی به هیات مدیره در حدود مقررات قانون تجارت در موارد قابل تفویض
۷- بررسی و تصویب برنامه سالانه شرکت
۸- طرح و تصویب سایر موارد در صورت حضور کلیه سهامداران

هیات مدیره شرکت توسعه صادرات استان زنجان

تاریخ انتشار ۱۴۰۴/۳/۳۱
خ ش ۱۴۰۴/۳/۳۱

ابلاغیه

کارفرمای محترم شرکت هدایت کار فردا
کارفرمای محترم شرکت کار و تامین
کارفرمای محترم شرکت طیف کاران
کارفرمای محترم شرکت بهکار سنندج
کرفرمای محترم شرکت سوران ارغوان
کارفرمای محترم شرکت منادی عرفان
کارفرمای محترم شرکت ارمغان جوانان کردستان

به اطلاع می رساند درخواست ارائه شده از سوی متقاضی شاغل در آن واحد مبنی بر استفاده از مزایای بازنشستگی در مشاغل سخت و زیان آور (موضوع ماده ۷۶ قانون تامین اجتماعی) موضوع در جلسه مورخه ۱۴۰۴/۱/۲۵ کمیته بدوی مشاغل سخت و زیان آور استان کردستان مورد بررسی قرار گرفته و تصمیماتی به شرح زیر اتخاذ گردیده است.

متقاضی / نام شرکت / کارگاه	خالد امین زاده ۰۹۱۸۹۸۸۲۰۲۶	
	مشاغل تائید شده گروه الف	مشاغل تائید شده گروه ب
شرکت طیف کاران شرکت کار و تامین شرکت بهکار سنندج شرکت سوران ارغوان شرکت منادی عرفان شرکت ارمغان جوانان کردستان شرکت هدایت کارفردا	–	خدمتگزار

رای صادره مستند به تبصره ۵ ماده ۸ آئین نامه مشاغل سخت و زیان آور از تاریخ ابلاغ به مدت ۱۵ روز اداری قابل تجدیدنظرخواهی (به صورت کتبی در قالب فرم شماره ۴) در صورت عدم اعتراض هر یک از طرفین و قطعی شدن آن رای مزبور به استناد تبصره ۲ ماده ۱۶ قانون تشکیلات اداری و آئین دادرسی قانون دیوان عدالت اداری ظرف سه ماه از تاریخ ابلاغ برای اشخاص داخل کشور و شش ماه از تاریخ ابلاغ برای افراد مقیم خارج از کشور قابل فرجام خواهی در دیوان اداری خواهد بود.

تاریخ انتشار ۱۴۰۴/۳/۳۱
خ ش ۱۴۰۴/۳/۳۱
م الف ۳۴

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کردستان – برهان صلواتی

ابلاغیه

کارفرمای محترم شرکت غرب کار
کارفرمای محترم شرکت پیام آوران شاهو
کارفرمای محترم شرکت پرستوی شهر آرای کردستان
کارفرمای محترم شرکت طلاپویان ارومیه
کارفرمای محترم شرکت آماده کار

به اطلاع می رساند درخواست ارائه شده از سوی متقاضی شاغل در آن واحد مبنی بر استفاده از مزایای بازنشستگی در مشاغل سخت و زیان آور (موضوع ماده ۷۶ قانون تامین اجتماعی) موضوع در جلسه مورخه ۱۴۰۳/۱۰/۲۱ کمیته بدوی مشاغل سخت و زیان آور استان کردستان مورد بررسی قرار گرفته و تصمیماتی به شرح زیر اتخاذ گردیده است.

متقاضی / نام شرکت / کارگاه	محمد خسروی	
	مشاغل تائید شده گروه الف	مشاغل تائید شده گروه ب
شهرداری سقز شرکت غرب کار شرکت پیام آوران شاهو شرکت هیوا کار آریا شرکت پرستوی شهر آرای کردستان شرک طلاپویان ارومیه شرکت آماده کار	–	رفتگر

رای صادره مستند به تبصره ۵ ماده ۸ آئین نامه مشاغل سخت و زیان آور از تاریخ ابلاغ به مدت ۱۵ روز اداری قابل تجدیدنظرخواهی (به صورت کتبی در قالب فرم شماره ۴) در صورت عدم اعتراض هر یک از طرفین و قطعی شدن آن رای مزبور به استناد تبصره ۲ ماده ۱۶ قانون تشکیلات اداری و آئین دادرسی قانون دیوان عدالت اداری ظرف سه ماه از تاریخ ابلاغ برای اشخاص داخل کشور و شش ماه از تاریخ ابلاغ برای افراد مقیم خارج از کشور قابل فرجام خواهی در دیوان اداری خواهد بود.

تاریخ انتشار ۱۴۰۴/۳/۳۱
خ ش ۱۴۰۴/۳/۳۱
م الف ۳۶

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کردستان – برهان صلواتی