تبلیغات کاری می‌کند تا شما دچار نیاز کاذب شوید

اینفلوئنسرمارکتینگ و مصرف‌گرایی

اینفلوئنسرها با به‌کار گرفتن قدرت تأثیرگذاری‌شان، مخاطب خود را به مصرف بیشتر و خرید محصولات جدید ترغیب می‌کنند و بسیاری از شرکت‌ها نیز با بهره‌گیری از همین قدرت تأثیرگذاری، محصولات خود را تبلیغ و به بازار معرفی کرده و مخاطبان را به خرید بیشتر و گاهی غیرضروری مجاب می‌کنند. این امر به افزایش هزینه‌های مصرف‌کنندگان و عدم تمرکز بر خریدهای هوشمندانه منجر می‌شود.

پر واضح است که یکی از قابلیت‌های اینفلوئنسرها، ذهنیت‌سازی و القای الگوهای رفتاری و زیستی در سطح جوامع است و آنان با طرح غیرمستقیم مضامین، نفوذ و رسوخ در ضمیر ناخودآگاه مخاطب و برخورداری از گستره وسیع مخاطبان، می‌توانند در کوتاه مدت سبک زندگی خاصی را در گستره‌ای وسیع و میلیونی تبلیغ و ترویج کنند.

سال‌هاست شبکه‌های اجتماعی پرسامددر نمایش عکس و ویدئو پخش زنده، فرصتی برای یکه‌تازی اینفلوئنسرها بوده و آنان را به مروجان اصلی سبک زندگی مصرفی و تجملاتی تبدیل کرده است. سفرهای تفریحی به خارج از کشور، گشت و گذار در هتل‌های گران قیمت، استفاده از خودروهای لوکس، لباس‌ها و لوازم آرایشی یا زیورآلات پرهزینه، بهره‌مندی از خوراکی‌های چشم‌گیر، نمایش دکوراسیون لاکچری و... از عناصر اصلی درحال ترویج توسط بسیاری از اینفلوئنسرها در شبکه‌های اجتماعی است.

مطابق اظهارات امیر اهوارکی، کارشناس رسانه، «نیازهای انسان محدود است، اما تبلیغات کاری می‌کند تا شما دچار نیاز کاذب شوید. به عنوان مثال در حالی که احتیاجی به یک یخچال جدید ندارید، تبلیغات باشما کاری می‌کنند که ناخودآگاه برای خرید یک یخچال جدید احساس نیاز پیدا کنید!»

وی بیان می‌کند: «بارها تجربه کرده‌ایم که یک خانواده نیازی به فلان وسیله ندارد، اما نمایش آن وسیله در یک فیلم و یا تبلیغ توسط اینفلوئنسرها، این نیاز کاذب را در بیننده ایجاد می‌کند تا به سمت خرید آن برود.»

بسیاری از صاحب‌نظران نیز بر این موضوع تأکید دارند. به باور آنان، در عصر دیجیتال، ظهور شبکه‌های اجتماعی و پدیدهٔ اینفلوئنسر مارکتینگ تأثیر عمیقی بر فرهنگ مصرفی جامعه گذاشته است. اینفلوئنسرها به عنوان افرادی با دنبال‌کنندگان گسترده، نه‌تنها سبک زندگی، بلکه الگوهای مصرف را نیز به شکل قابل توجهی تغییر داده‌اند. یکی از بارزترین جنبه‌های این تأثیر، ترویج مصرف‌گرایی تجملی است که به خرید کالاهای لوکس و غیرضروری با انگیزه نمایش جایگاه اجتماعی اشاره دارد. این پدیده اگرچه در نگاه اول ممکن است بی‌ضرر به نظر برسد، اما دارای آثار منفی گسترده‌ای بر افراد و جامعه است.

اینفلوئنسرها از طریق محتوای جذاب و به ظاهر طبیعی خود، محصولات لوکس را به عنوان بخشی ضروری از زندگی مطلوب معرفی می‌کنند. آن‌ها با نمایش مداوم کالاهای گران قیمت، سفرهای خارجی و تجربیات لوکس، این تصور را ایجاد می‌کنند که دستیابی به چنین سبک زندگی‌ای نه‌تنها امکان‌پذیر بلکه لازمه موفقیت و خوشبختی است. مطالعات نشان می‌دهند که قرارگرفتن مکرر در معرض چنین محتوایی، تمایل به مصرف کالاهای تجملی را افزایش می‌دهد.

به عنوان مثال، نتایج یک مطالعه در سال (۲۰۱۹) در مجله دنبال‌کنندگان اینفلوئنسرها می‌دهد که دنبال‌کنندگان اینفلوئنسرها تمایل بیشتری به خرید محصولات لوکس دارند، حتی اگر از عهده هزینه‌های آن برنیایند. این امر ناشی از اثر «مقایسه اجتماعی» است که در آن افراد خود را با اینفلوئنسرها مقایسه کرده و احساس کمبود می‌کنند.

یکی از مکانیسم‌های کلیدی که اینفلوئنسر مارکتینگ از طریق آن مصرف‌گرایی تجملی را ترویج می‌کند، ایجاد حس صمیمیت و اعتماد است. برخلاف تبلیغات سنتی که آشکارا تجاری هستند، محتوای اینفلوئنسر مارکتینگ اغلب شخصی و داستان‌محور به نظر می‌رسد. آن‌ها تجربیات خود را با محصولات به اشتراک می‌گذارند و به نظر می‌رسد که توصیه‌های صادقانه‌ای ارائه می‌دهند. این حس صمیمیت، دنبال‌کنندگان را ترغیب می‌کند تا توصیه‌های آن‌ها را بپذیرند و محصولات پیشنهادی را خریداری کنند. مطالعه «لی و واتکینز» (۲۰۲۱) در مجله روانشناسی رسانه نشان داد که نوجوانان و جوانان به شدت تحت تأثیر توصیه‌های اینفلوئنسرها قرار می‌گیرند، زیرا آن‌ها را به عنوان «دوستان مجازی» خود در نظر می‌گیرند. این رابطه ظاهرا صمیمی، مرز بین تبلیغ و توصیه واقعی را محو کرده و تصمیم‌گیری مصرف‌کننده را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

مطالعه اخیر چند محقق نیز به بررسی تأثیر اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی بر رفتار مصرف تجملی در میان دنبال‌کنندگان می‌پردازد. این مطالعه نشان می‌دهد که مواجهه با اینفلوئنسرها تمایل به تقلید و گرایش‌های مادی‌گرایانه را افزایش می‌دهد و در نتیجه به مصرف تجملی منجر می‌شود.

مدل پیشنهادی «انگیزه مصرف درونی-بیرونی» در این مطالعه به عنوان چارچوبی نوآورانه برای درک بهتر تأثیر اینفلوئنسرها بر مصرف تجملی معرفی شده است.

اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی به عنوان الگوهای جامعه شناخته می‌شوند که معمولا سبک زندگی لوکس و پرزرق و برق را به نمایش می‌گذارند. ظهور اینفلوئنسرها به یکی از عوامل کلیدی تأثیرگذار بر رفتار مصرف‌کنندگان تبدیل شده است. براساس گزارش‌های جهانی، ۸۵ درصد از بازاریابان معتقدند که بازاریابی اینفلوئنسری مؤثر است و ۶۰ درصد قصد دارند بودجه خود را در این زمینه افزایش دهند.

اینفلوئنسرها از طریق پست‌ها، توییت‌ها، وبلاگ‌ها و ویدئوها با دنبال‌کنندگان خود تعامل دارند و بر رفتار آن‌ها تأثیر می‌گذارند. محصولاتی که توسط اینفلوئنسرها تبلیغ می‌شوند، نسبت به محصولات تبلیغ‌شده توسط افراد عادی، اعتماد بیشتری جلب می‌کنند و احتمال خرید آن‌ها بالاتر است. این مطالعه بیان می‌کند که محرک‌های محیطی می‌توانند حالت‌های خودارزیابی را تحریک کنند که منجر به رفتار خاصی می‌شوند. در این پژوهش، اینفلوئنسرها به عنوان محرک‌هایی در نظر گرفته می‌شوند که واکنش‌های دنبال‌کنندگان را برمی‌انگیزند و آن‌ها را به سمت مصرف تجملی سوق می‌دهند. مدل پیشنهادی این مطالعه شامل دو مسیر است: نخست مسیر درونی که مواجهه با اینفلوئنسرها تمایل به تقلید و مادی‌گرایی را افزایش می‌دهد و در نهایت به مصرف تجملی منجر می‌شود. دوم مسیر بیرونی که مواجهه با اینفلوئنسرها باعث مقایسه اجتماعی می‌شود که نتیجه آن مصرف تجملی است.

این پژوهش از یک نظرسنجی آنلاین با مشارکت ۲۷۲ کاربر رسانه‌های اجتماعی در ایالات متحده استفاده کرد. شرکت‌کنندگان افرادی بودند که اینفلوئنسرهای زیبایی را دنبال می‌کردند. پرسشنامه شامل سؤالاتی درباره مواجهه با اینفلوئنسرها، تمایل به تقلید، مادی‌گرایی، مقایسه اجتماعی و مصرف تجملی بود.

نتایج نشان داد که مواجهه با اینفلوئنسرها تأثیر مثبت و معناداری بر تمایل به تقلید و مقایسه اجتماعی دارد. همچنین، تمایل به تقلید اینفلوئنسرها به افزایش مادی‌گرایی و در نهایت مصرف تجملی منجر می‌شود. از سوی دیگر، مقایسه اجتماعی با اینفلوئنسرها افزایش مصرف تجملی را به دنبال دارد. در مجموع، هر دو مسیر درونی و بیرونی تأثیر معناداری بر مصرف تجملی داشتند.

آثار منفی مصرف‌گرایی تجملی تحریک‌شده توسط اینفلوئنسر مارکتینگ چندبعدی است. در سطح فردی، این پدیده می‌تواند به مشکلات مالی قابل توجهی منجر شود. بسیاری از دنبال‌کنندگان، به‌ویژه جوانان و قشرهای کم‌درآمد، برای تقلید از سبک زندگی اینفلوئنسرها، خود را به بدهی می‌اندازند. خرید کالاهای لوکس اغلب فراتر از توان مالی افراد انجام می‌شود که منجر به استرس مالی، وام‌های سنگین و حتی ورشکستگی می‌شود. گزارش «انجمن ملی مشاوران اعتبار» آمریکا (۲۰۲۲) حاکی از آن است که تقریبا ۳۰ درصد از جوانان ۱۸ تا ۲۴ ساله به دلیل تحت تأثیر قرار گرفتن توسط تبلیغات دنیای اینفلوئنسر مارکتینگ، بدهی‌های غیرقابل مدیریتی دارند. این فشار مالی نه تنها بر رفاه مادی، بلکه بر سلامت روانی افراد نیز تأثیر منفی می‌گذارد.

از جنبه روانی، مصرف‌گرایی تجملی می‌تواند به کاهش رضایت از زندگی و افزایش احساس ناامنی منجر شود. اینفلوئنسرها اغلب یک نسخه ایده‌آل شده و غیرواقعی از زندگی را نمایش می‌دهند که دستیابی به آن برای اکثر افراد غیرممکن است. قرار گرفتن مداوم در معرض این تصاویر، می‌تواند احساس ناکافی بودن و کاهش عزت نفس را در دنبال‌کنندگان ایجاد کند. پژوهش «فاردو و همکاران» (۲۰۲۰) در مجله رفتار مصرف‌کننده نشان داد که بین میزان استفاده از اینستاگرام و احساس نارضایتی از زندگی شخصی همبستگی مثبت وجود دارد. کاربرانی که زمان بیشتری را صرف مشاهده محتوای اینفلوئنسرهای لوکس می‌کنند، بیشتر احتمال دارد که از دارایی‌ها و تجربیات خود ناراضی باشند. این احساس نارضایتی، آن‌ها را به سمت مصرف بیشتر سوق می‌دهد تا شکاف بین واقعیت و آرمان را پر کنند، که به یک چرخه معیوب منجر می‌شود. در سطح اجتماعی، ترویج مصرف‌گرایی تجملی به روش اینفلوئنسر مارکتینگ می‌تواند نابرابری‌های اقتصادی را تشدید کند.

کاربرانی که زمان بیشتری را صرف مشاهده محتوای اینفلوئنسرهای لوکس می‌کنند، بیشتر احتمال دارد که از دارایی‌ها و تجربیات خود ناراضی باشند. این احساس نارضایتی، آن‌ها را به سمت مصرف بیشتر سوق می‌دهد تا شکاف بین واقعیت و آرمان را پر کنند، که به یک چرخه معیوب منجر می‌شود

نمایش ثروت و مصرف لوکس، ارزش‌های مادی‌گرایی را تقویت کرده و جایگاه اجتماعی را با دارایی‌های مادی مرتبط می‌سازد. این امر می‌تواند به ایجاد جامعه‌ای منجر شود که در آن ارزش افراد بر اساس آنچه دارند، نه آن که هستند، سنجیده می‌شود. علاوه بر این، فشار برای مصرف تجملی می‌تواند باعث ایجاد شکاف بین گروه‌های درآمدی مختلف شود. افرادی که توانایی مالی برای خرید کالاهای لوکس را ندارند، ممکن است احساس حاشیه‌نشینی و طردشدگی کنند.

مصرف‌گرایی تجملی منجر به «رقابت برای موقعیت» می‌شود که در آن افراد برای کسب منزلت اجتماعی از طریق مصرف با یکدیگر رقابت می‌کنند. این رقابت نه تنها استرس را است، بلکه همبستگی اجتماعی را تضعیف می‌کند. یکی دیگر از آثار منفی، تأثیر مصرف‌گرایی تجملی بر محیط زیست است. صنعت کالاهای لوکس، به ویژه در حوزه‌های مد و زیبایی، اغلب با تولید ضایعات و آلودگی محیطی همراه است. اینفلوئنسرها با ترویج مدسریع (fastfashion) و تغییر مداوم ترندها، باعث می‌شوند که محصولات به سرعت از مد افتاده و دور ریخته شوند. این الگوی مصرف، منابع طبیعی را به سرعت مصرف نموده و آلودگی ناشی از تولید و دور ریز را افزایش می‌دهد. گزارش «برنامه محیط زیست ملل متحد» (۲۰۲۱) اشاره می‌کند که صنعت مد یکی از آلوده‌کننده‌ترین صنایع جهان است و سهم قابل توجهی در انتشار کربن و تولید پسماند دارد. اینفلوئنسرها با عادی‌سازی مصرف بی‌رویه، ناخواسته به این بحران محیط زیستی دامن می‌زنند.

با وجود این آثار منفی، تنظیم مقررات در زمینه فعالیت اینفلوئنسرها هنوز به اندازه کافی توسعه نیافته است. در بسیاری از موارد، اینفلوئنسرها به صورت غیرشفاف با برندها همکاری می‌کنند بدون اینکه به وضوح رابطه تجاری خود را افشا کنند. این فقدان شفافیت می‌تواند فریبنده باشد و تصمیم‌گیری مصرف‌کننده را مخدوش کند. اگرچه برخی سازمان‌ها در سطح جهان، راهنماهایی برای افشای همکاری‌های تجاری ارائه داده‌اند، اما اجرای آن در سطح جهانی ناهماهنگ و ضعیف است. بنابراین، لازم است که مقررات سخت‌گیرانه‌تری برای شفافیت در تبلیغات اینفلوئنسرها وضع شود تا از مصرف‌کنندگان محافظت شود.

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۱۲۰۲۰۰۱۹۱۷ مورخه ۱۴۰۴/۰۵/۲۸ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کلاله تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم رجب محمد تکه - فرزند امیر به شناسنامه شماره ۲ کدملی ۴۸۶۹۷۸۳۱۷۷ صادره از شهرستان کلاله در شدانلک یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۰۲٫۲۳ مترمربع مفروز و مجزا شده از پلاک ۳۷۵ فرعی از ۲۱۳ - اصلی واقع در بخش ۹ شهرستان کلاله خریداری مع الواسطه از مالک رسمی آقای / خانم علی رضا شیخ محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ده ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
م الف: ۱۰۴۲۶
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۰۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲
لیلا کاغذلو - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رامیان

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۱۲۰۰۰۸۷۸۶ مورخه ۱۴۰۴/۰۲/۲۹ هیات دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کلاله تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم قاسم شیخ فرزند محمدبد به ش.ش ۱۳۹۴ صادره در شدانلک یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۹۰۴۰ مترمربع مفروز و مجزا شده از باقیمانده پلاک ۰۰ فرعی از ۲۰۴ - اصلی واقع در بخش ۹ شهرستان کلاله انتقال ملک مع الواسطه از مالک رسمی (فرانقدری امانی) محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ده ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
م الف: ۱۰۴۱۹
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۰۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲
رضا سارانی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک گنبدکاووس

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۱۲۰۰۰۱۹۸۵ مورخ ۱۴۰۴/۰۵/۲۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کلاله تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم تازه گل الهی ثانی فرزند الهقلی به شناسنامه شماره ۴۲ کدملی ۴۸۶۹۲۲۹۰۳۱ صادره از شهرستان کلاله در شدانلک یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۹۸٫۳۳ مترمربع مفروز و مجزا شده از پلاک ۲۸۷ فرعی از ۲۱۳ - اصلی واقع در بخش ۹ شهرستان کلاله خریداری مع الواسطه از مالک رسمی آقای / خانم (درمحمد جامی) محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ده ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
م الف: ۱۰۴۲۲
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۰۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲
بهمن سارلی
رئیس ثبت اسناد و املاک کلاله

آگهی اختصاصی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی سال ۱۴۰۴
در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ - آئین نامه اجرایی قانون مزبور مقرر می دارد که پرونده هایی که به موجب آراء هیات محترم مستقر در ثبت اسناد و املاک رامیان منجر به صدور رأی جهت صدور سند مالکیت گردیده اند در دو نوبت و به شرح ذیل آگهی می شود:
۱- رأی شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۱۰۰۰۰۲۹۶ در پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۱۲۰۱۰۰۰۰۳۶ تصرفات مفروزی و مالکانه خانم زینب غفوری فرزند عبدمحمد مبنی بر صدور سند مالکیت به شدانلک یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۰۵/۹۱ مترمربع در قسمتی از پلاک شماره ۵۷۴۵ فرعی از ۱ - اصلی واقع در بخش ۸ حوزه ثبتی رامیان به آدرس استان گلستان - شهرستان رامیان که انتقال ملک بلاواسطه از مالک رسمی (خانم ماه بانو جاهدی جوزجال) .
در صورتی که اشخاص ذی نفع به رأی اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از اولین تاریخ انتشار آگهی و در روستا ها از تاریخ الصاق در محل تا ده ماه اعتراض خود را کتبا با دکر کلاسه پرونده به اداره ثبت اسناد و املاک رامیان تسلیم ورسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت اسناد و املاک رامیان تحویل دهد. در این صورت اقدامات ثبت، موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است. در صورت عدم وصول اعتراض این اداره وفق مقررات مبادرت به صدور سند مالکیت خواهد نمود. صدور سند مالکیت جدید مانع مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲ (شنبه)
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۷/۰۷ (دوشنبه)
م الف ۱۰۶۹۶
لیلا کاغذلو - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رامیان

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۶۰۳۱۲۰۰۰۰۶۲۶۱ مورخه ۱۴۰۴/۰۳/۱۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کلاله پرونده به اداره ثبت اسناد و املاک رامیان تسلیم ورسید اخذ نمائید. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت اسناد و املاک رامیان تحویل دهد. در این صورت اقدامات ثبت، موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است. در صورت عدم وصول اعتراض این اداره وفق مقررات مبادرت به صدور سند مالکیت خواهد نمود. صدور سند مالکیت جدید مانع مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲ (شنبه)
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۷/۰۷ (دوشنبه)
م الف ۱۰۶۹۶
لیلا کاغذلو - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رامیان

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۶۰۳۱۲۰۰۰۰۲۰۰۲ مورخه ۱۴۰۴/۰۲/۲۹ هیات دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کلاله تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم قاسم شیخ فرزند محمدبد به ش.ش ۱۳۹۴ صادره از دشتانلک یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۹۰۴۰ مترمربع مفروز و مجزا شده از باقیمانده پلاک ۰۰ فرعی از ۲۰۴ - اصلی واقع در بخش ۹ شهرستان کلاله انتقال ملک مع الواسطه از مالک رسمی (فرانقدری امانی) محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ده ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
م الف: ۱۰۴۱۹
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۰۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲
رضا سارانی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک گنبدکاووس

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۶۰۳۱۲۰۰۰۲۰۸۸ مورخه ۱۴۰۴/۰۵/۲۱ هیات دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک آزاد شهر پرونده کلاسه ۰۲۰۲۰-۰۴۰۰۰۰۷۷۴۱۲۰۰۰۴۰۳۱۱۴ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای ابوالفضل حیاتی فرزند رحیم به شناسنامه شماره ۵۴۰۴ کدملی ۰۶۶۶۰۰۷۲۷۲ صادره از تهران در شدانلک یک قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۸۵/۳۲۶ مترمربع از پلاک های ثبتی ۱۰۱۸۳ - اصلی واقع در آزادشهر - خیابان امام خمینی - کوچه حسینیه - بعد از چهارراه دوم بخش ۸ ثبت آزادشهر خریداری ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از حصه مالکانه ۱۰ سهم از ۱۰ سهم مشاع از مالک رسمی مرحوم حضرتقلی یازلو، داده‌خواست اعلام شده که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت اعتراض، ظرف مدت یک ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی می توانند به اداره ثبت اسناد و املاک آزادشهر اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
م الف: ۱۰۴۳۵
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۰۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲
هادی عطائی مقدم - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آزادشهر

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۶۰۳۱۲۰۰۰۰۴۰۱۰۸۸۸ مورخه ۱۴۰۴/۰۵/۲۱ هیات دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبدکاووس پرونده کلاسه ۰۲۰۲۰-۰۴۰۰۰۰۱۱۲۸ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محمدرضا شهرکی به شناسنامه شماره ۶ کدملی ۰۲۰۳۱۹۷۲۴۱ صادره مرکزی فرزند خداداد متولد ۱۳۶۰ در شدانلک یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۷۰۷/۸۰ مترمربع از پلاک شماره ۱۱۰۶ فرعی از ۱ - اصلی واقع در بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبد واقع در حاده آق آباد - روبروشرکت چوب آهی خریداری بلاواسطه از خداداد شهرکی مالک رسمی مشاعی مورد ثبت ۲۹۱۹۵۱ صفحه ۳۰۱ دفتر املاک جلد ۲۰ خود متقاضی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ده ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۰۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲ م الف ۱۰۴۳۳
بهمن سارلی
رئیس ثبت اسناد و املاک کلاله

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۶۰۳۱۲۰۱۰۰۰۱۹۱۶ مورخه ۱۴۰۴/۰۵/۲۸ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کلاله تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم دولت نظرانی فرزند ارزمحمد به شناسنامه شماره ۴۳۸ کدملی ۵۳۱۹۵۹۰۴۵۸ صادره از گلبداغ در شدانلک یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۰۰ مترمربع مفروز و مجزا شده از پلاک ثبتی ۲۴ فرعی از ۲۱۲ - اصلی واقع در قریه قوجمز بخش ۱ حوزه ثبتی کلاله خریداری بلاواسطه از مالک رسمی آقای / خانم نقان دردی عوض پور محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ده روز اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
م الف: ۱۰۴۲۵
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۰۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲ م الف ۱۰۴۳۳
بهمن سارلی
رئیس ثبت اسناد و املاک کلاله

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۶۰۳۱۲۰۰۰۰۲۸۸۷ تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۳۰ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای عبدالصمد فتحی زینی فرزند حسن در شدانلک یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۴۸۴۳/۰۴ مترمربع به شماره کلاسه ۱۴۰۳/۸۵۱ در قسمتی از پلاک ۸۲ - اصلی واقع در اراضی ساحلی بخش ۱۸ ثبت بهشهر مستند مالکیت خلاصه معامله رسمی اصلاحات اراضی به نام حاج حسن فتحی لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ده ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض تسلیم اعتراض داده‌خواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۰۸ م الف ۱۹۸۸۷۲۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۶/۲۲
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهسوار
محمدحسن صادقی

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
نظر به دستور مواد ۱ و ۲ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۰۶۰۲۱۰۱۴۰۰۲۸۶۱-۱۴۰۴/۵/۱ استقرار و احدثبتی جویبار به کلاسه پرونده شماره ۱۴۰۳۱۱۴۴۱۰۱۴۰۰۰۵۴۷ ماده یک قانون مذکور تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی دوستعلی ذکریایی سراجی فرزند حاتعلی نسبت به شدانلک عرصه واعیان یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۰۳/۸۰ مترمربع قسمتی از پلاک فرعی از ۸ - اصلی بخش هفت ثبت جویبار خریداری از جانعلی ذکریایی واقع در جویبار سراجکلا کوچه علی نژاد محرز گردید.
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی و سراسری در شهرها منتشرود رروستاها ای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا ده ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم ورسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گ