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: ۸۸۹۰۶۷۸۵ | چاپ: صمیم | تلفن: ۴۴۵۳۳۷۲۵

یک شنبه
۲۳ فروردین ۱۴۰۵
۲۳ شوال ۱۴۴۷
۱۲ آوریل ۲۰۲۶
سال چهل و یکم
شماره ۱۱۳۶۴

WWW.RESALAT-NEWS.COM

اوقات شرعی
اذان ظهر ۱۲:۰۶
اذان مغرب: ۱۸:۴۹
اذان صبح فردا: ۴:۱۵
طلوع آفتاب فردا: ۵:۴۱

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.

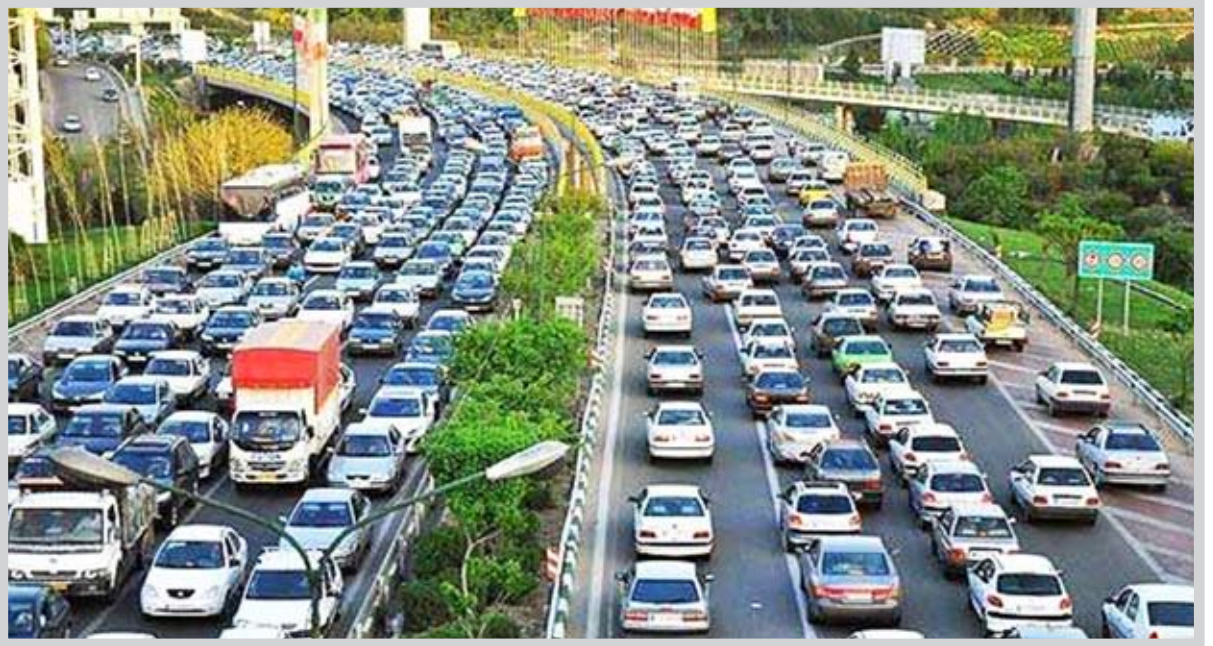
کلام امیر

امام علی علیه السلام:

هر کس آنچه را میان او و خداست اصلاح نماید، خداوند آنچه را بین او و مردم است اصلاح کند و هر کس کار آخرتش را به اصلاح آورد، خداوند کار دنیایش را اصلاح کند.

ثبت بیش از ۲۹ میلیون سفر در سایه جنگ

جنگ حریف سفرهای نوروزی نشد



نوروز ۱۴۰۵، برخلاف تمام پیش‌بینی‌های بدبینانه، نه‌تنها زیر سایه جنگ خاموش نشد، بلکه به‌صحنه‌ای کم‌سابقه از پایداری اجتماعی ایرانیان تبدیل شد؛ جایی که «سفر» دیگر صرفاً یک انتخاب تفریحی نبود، بلکه به کنشی معنادار برای بازتولید زندگی عادی در دل شرایط بحرانی بدل شد. در حالی که فضای پس از «جنگ تحمیلی سوم» می‌توانست به رکود کامل جابه‌جایی‌های نوروزی بینجامد، داده‌ها و روایت‌های رسمی نشان می‌دهد که نه‌تنها این اتفاق رخ نداد، بلکه میلیون‌ها ایرانی با بازتعریف الگوی سفر، نوروز را به مثابه یک «پاسخ اجتماعی» به وضعیت جنگی تجربه کردند.

انوشیروان محسنی بندپی، معاون گردشگری وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، در گفت‌وگو با ایرنا از نوروز ۱۴۰۵ به‌عنوان «مقطعی بی‌سابقه در تقویم گردشگری کشور» یاد می‌کند؛ بازه‌ای که از ۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۱۴ فروردین ۱۴۰۵ امتداد یافت و در آن، ساختارهای سنتی مدیریت سفر به‌طور کامل دگرگون شد. به گفته او، همزمانی پایان سال با شرایط حساس پساجنگ، نهادهای متولی سفر را وادار به بازتعریف مأموریت خود کرد؛ تغییری که در آن، «مدیریت سفر» از یک وظیفه خدماتی به یک مسئولیت راهبردی در حوزه ثبات اجتماعی ارتقا یافت.

در چنین بستری، سفرهای نوروزی دیگر صرفاً برای تفریح، دیدار یا فراغت برنامه‌ریزی نمی‌شدند، بلکه به ابزاری برای بازگرداندن حس کنترل، آرامش و تداوم زندگی بدل شدند. این تغییر کارکرد، به‌وضوح نشان می‌دهد که در شرایط بحران، رفتارهای جمعی جامعه ایرانی به‌جای انفعال، به سمت «انطباق خلاق» حرکت می‌کند؛ الگویی که در آن، حتی یک سنت دیرینه مانند سفر نوروزی نیز می‌تواند نقش یک مکانیسم روانی-اجتماعی را ایفا کند.

برای تحقق این هدف، ستاد مرکزی هماهنگی خدمات سفر، با رویکردی پیش‌دستانه و مبتنی بر مدیریت بحران، یکی از گسترده‌ترین شبکه‌های هماهنگی بین‌دستگاهی سال‌های اخیر را شکل داد. برگزاری ۱۳۷ جلسه در سطوح مختلف، از نشست‌های شورای مدیران تا جلسات اضطراری با حضور وزیر، نشان‌دهنده سطح بالای حساسیت و پیچیدگی مدیریت این دوره است. این جلسات، نه‌فقط به هماهنگی در سطح ملی محدود نشد، بلکه با آغاز نشست‌های استانی و شهرستانی از ۲۲ اسفند، نوعی تمرکززدایی عملیاتی را رقم زد که امکان واکنش سریع‌تر به تحولات میدانی را فراهم کرد.

در این میان، تعیین ناظران معین برای استان‌ها و تأکید بر نظارت جامع بر پروتکل‌های امنیتی و خدماتی، بیانگر آن است که مدیریت سفر در نوروز ۱۴۰۵، بیش از هر زمان دیگری به حوزه «امنیت انسانی» نزدیک شده است؛ مفهومی که فراتر از امنیت فیزیکی، شامل تضمین دسترسی به خدمات، حفظ کرامت مسافران و ایجاد احساس اطمینان در فضای عمومی می‌شود.

با این حال، مهم‌ترین نشانه تداوم حیات اجتماعی در این دوره، در اعداد و ارقام سفرها قابل مشاهده است. ثبت بیش از ۲۹ میلیون سفر در بازه ۲۵ اسفند تا ۱۵ فروردین، آن هم در شرایطی که کشور به تازگی از یک تنش نظامی عبور کرده، به‌وضوح نشان می‌دهد که «جنگ نتوانست سفر را متوقف کند». میانگین مدت اقامت ۶.۸ روز و ضریب تکرار سفر ۳۴ درصد نیز حاکی از آن است که بسیاری از مسافران، نه‌تنها به یک سفر بسنده نکرده‌اند، بلکه در طول این ایام چندین بار جابه‌جا شده‌اند؛ رفتاری که می‌توان آن را به‌عنوان نوعی «پویایی جبرانی» در برابر فشارهای روانی جنگ تحلیل کرد.

اما این پویایی، به‌معنای تداوم الگوهای پیشین نبود. برعکس، نوروز ۱۴۰۵ شاهد یک تغییر پارادایمی در الگوی سفرهای داخلی بود؛ تغییری از «تفریح‌محوری» به «امنیت‌محوری». در این چارچوب، انتخاب مقصد، نحوه هزینه کرد و حتی زمان‌بندی سفرها، همگی تحت تأثیر ملاحظات جدید قرار گرفتند. گرایش به شهرهای کوچک و روستاها، کاهش تمرکز بر سرگرمی‌های پرهزینه و افزایش توجه به تأمین کالاهای اساسی، همگی نشانه‌هایی از این تغییر هستند.

این تحول، از یک سو نشان‌دهنده سطح بالای انعطاف‌پذیری جامعه ایرانی است و از سوی دیگر، چالشی جدی برای سیاست‌گذاران حوزه گردشگری به شمار می‌رود. چرا که مدل‌های سنتی برنامه‌ریزی سفر، که عمدتاً بر تمرکز جمعیت در چند مقصد اصلی و ارائه خدمات تفریحی متمرکز بودند، دیگر پاسخگوی نیازهای جدید نیستند. در عوض، نیاز به رویکردهایی وجود دارد که بتوانند «پراکندگی هوشمند سفر» و «تاب‌آوری زیرساختی» را تضمین کنند.

در این میان، توزیع جغرافیایی سفرها نیز نکات قابل توجهی را آشکار می‌کند. استان‌های شمالی همچنان درصد مقاصد نوروزی را دارند؛ به‌طوری که مازندران با بیش از ۴۰۴ میلیون مسافر و گیلان با بیش از ۳.۲ میلیون نفر، بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. پس از آن، خراسان رضوی و آذربایجان شرقی قرار دارند که نشان‌دهنده ترکیبی از انگیزه‌های زیارتی، فرهنگی و جغرافیایی در انتخاب مقصد است. در مقابل، استان‌هایی مانند بوشهر با رتبه‌های پایین‌تر، بیانگر عدم توازن در توزیع جریان سفر هستند؛ مسئله‌ای که در شرایط بحرانی می‌تواند به تشدید فشار بر برخی مناطق منجر شود.

از منظر نظارتی نیز، عملکرد ستاد مرکزی قابل توجه است. انجام بیش از ۴۴ هزار بازدید از مراکز اقامتی، پذیرایی و دفاتر خدمات مسافرتی، نشان‌دهنده تلاش گسترده برای حفظ کیفیت خدمات در شرایطی است که فشار بر زیرساخت‌ها به‌شدت افزایش یافته بود. ثبت مواردی از تشویق، تذکر، اخطار و حتی تعطیلی واحدها، بیانگر آن است که رویکرد نظارتی، صرفاً صوری نبوده، بلکه به‌طور جدی به اجرای استانداردها پرداخته است.

با این حال، شاید مهم‌ترین درس نوروز ۱۴۰۵، نه در آمارها، بلکه در «معنای اجتماعی سفر» نهفته باشد. در شرایطی که جنگ می‌توانست به انزوای اجتماعی، کاهش تحرک و تشدید اضطراب جمعی منجر شود، سفرهای نوروزی به ابزاری برای مقابله با این روند تبدیل شدند. حضور در جاده‌ها، اقامت در شهرهای دیگر و تعامل با فضاهای جدید، همگی به نوعی بازتأیید این گزاره بودند که «زندگی ادامه دارد».

این تجربه، پیام روشنی برای سیاست‌گذاران دارد: درک سفر به‌عنوان یک «نیاز ثانویه» در شرایط بحرانی، تحلیلی ناکافی است. برعکس، سفر می‌تواند به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی در حفظ تعادل روانی و اجتماعی جامعه عمل کند. از این رو، برنامه‌ریزی برای مدیریت سفر در شرایط بحران، باید به‌بخشی از راهبردهای کلان کشور در حوزه تاب‌آوری تبدیل شود.

در همین راستا، پیشنهادهایی مانند هدایت مسافران به مناطق کمتر برخوردار، توسعه زیرساخت‌های دسترسی، تقویت شبکه‌های توزیع کالا و تدوین اطلس امنیتی-گردشگری، می‌تواند به بهینه‌سازی این فرآیند کمک کند. چنین اقداماتی، نه‌تنها فشار بر مقاصد پرتراکم را کاهش می‌دهد، بلکه به توزیع عادلانه‌تر منافع اقتصادی گردشگری نیز منجر می‌شود.

در نهایت، نوروز ۱۴۰۵ را می‌توان به‌عنوان یک «نقطه عطف» در تاریخ گردشگری ایران در نظر گرفت؛ دوره‌ای که در آن، جنگ نتوانست چرخه سفر را متوقف کند، بلکه خود به عاملی برای بازتعریف آن تبدیل شد. در این نوروز، ایرانیان نشان دادند که حتی در سخت‌ترین شرایط، می‌توان میان «احتیاط» و «تداوم زندگی» تعادل برقرار کرد؛ تعادلی که شاید مهم‌ترین سرمایه اجتماعی کشور در مواجهه با بحران‌های آینده باشد.

چگونه مداحی به خط مقدم جنگ روایت‌ها تبدیل شد؟

رجزهای ملی در میانه جنگ

گروه فرهنگی

در میانه یکی از حساس‌ترین مقاطع تاریخ معاصر ایران —آنچه از آن با عنوان «جنگ تحمیلی سوم» یاد می‌شود— پدیده‌ای فرهنگی به‌طور برجسته خودنمایی کرد که فراتر از یک واکنش هنری معمول بود: شکل‌گیری و گسترش «رجزهای ملی» در بستر هنر مداحی. این رجزها نه‌تنها کارکردی آیینی و مذهبی داشتند، بلکه به‌سرعت به ابزارهایی مؤثر در بسیج افکار عمومی، تقویت روحیه ملی و خلق نوعی همبستگی اجتماعی در شرایط بحران بدل شدند.

در روزهایی که فضای رسانه‌ای و افکار عمومی تحت تأثیر اخبار جنگ، نااطمینانی‌ها و فشارهای روانی قرار داشت، نیاز به یک زبان مشترک برای بیان احساسات جمعی بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شد. در چنین شرایطی، هنر مداحی با تکیه بر پیشینه تاریخی، ساختار منعطف و قابلیت واکنش سریع، توانست این خلأ را پر کند. برخلاف صنعت موسیقی رسمی که معمولاً درگیر فرایندهای پیچیده تولید، اخذ مجوز و انتشار است، مداحی به‌واسطه ماهیت مردمی و غیرمتمرکز خود، توانست با سرعتی قابل توجه وارد میدان شود.

رجزهایی چون «بزن که خوب می‌زنی»، «ایران ذوالفقار حضرت حیدر» و «باید برخاست» تنها نمونه‌هایی از این موج گسترده هستند که در مدت زمانی کوتاه تولید و در سطحی وسیع منتشر شدند. این آثار از حیث فرم و محتوا، ترکیبی از سنت عاشورایی و مضامین ملی-سیاسی را ارائه کردند؛ ترکیبی که توانست هم‌زمان با تحریک احساسات دینی، حس مسئولیت ملی را نیز تقویت کند.

یکی از ویژگی‌های مهم این رجزها، «چندلایه بودن» آن‌هاست. در سطح نخست، این آثار با بهره‌گیری از ادبیات حماسی و استعاره‌های مذهبی، نوعی بازخوانی از الگوی تاریخی کربلا را ارائه می‌دهند؛ الگویی که در آن، مفاهیمی چون ایستادگی، ظلم‌ستیزی و فداکاری برجسته می‌شود. در سطحی دیگر، همین مفاهیم به‌صورت مستقیم به وضعیت معاصر و تقابل با دشمن خارجی پیوند می‌خورند و نوعی «روایت‌سازی» از جنگ را شکل می‌دهند.

از منظر جامعه‌شناختی، این رجزها نقش مهمی در شکل‌گیری و گسترش تجمعات شبانه ایفا کردند؛ تجمعاتی که می‌توان آن‌ها را نوعی «آیین جمعی مقاومت» دانست. در این فضاها، افراد نه‌تنها به‌عنوان مخاطب، بلکه به‌عنوان مشارکت‌کننده فعال حضور دارند. هم‌خوانی، تکرار شعارها و همراهی با ریتم مداحی، نوعی هم‌افزایی عاطفی ایجاد می‌کند که به تقویت انسجام اجتماعی می‌انجامد. این پدیده، شباهت قابل توجهی با کارکرد سرودهای ملی در جنگ‌های کلاسیک دارد، با این تفاوت که در اینجا، بار مذهبی نیز به آن افزوده شده است.

در عین حال، نباید از کارکرد روانی این رجزها غافل شد. در شرایط جنگی، یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، مدیریت اضطراب و حفظ روحیه عمومی است. موسیقی —در معنای عام آن— همواره یکی از ابزارهای مؤثر در این زمینه بوده است. رجزهای مداحی نیز با ایجاد فضایی حماسی و القای حس قدرت و کنترل، به کاهش اضطراب جمعی کمک کردند. این آثار، نوعی «بازتعریف موقعیت» ارائه می‌دهند؛ به این معنا که به‌جای تمرکز بر تهدید، بر توانمندی و آمادگی برای مقابله تأکید می‌کنند.

اما پرسش مهم این است که چرا مداحی توانست چنین نقشی را ایفا کند، در حالی که سایر حوزه‌های هنری کمتر به این سرعت و گستردگی واکنش نشان دادند؟ پاسخ را باید در «ساختار نهادی و فرهنگی» این هنر جست‌وجو کرد. مداحی در ایران، صرفاً یک هنر نیست، بلکه بخشی از یک نهاد اجتماعی گسترده به نام «هیئت» است. این نهاد، شبکه‌ای وسیع و ریشه‌دار در سراسر کشور دارد که از ظرفیت بالایی برای تولید و توزیع محتوا برخوردار است. به‌عبارت دیگر، مداحی نه‌تنها تولیدکننده محتوا، بلکه خود یک رسانه است.

از سوی دیگر، تحولاتی که در سال‌های اخیر در این حوزه رخ داده، نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش کارآمدی آن داشته است. توجه جدی به کیفیت شعر، پرهیز از سطحی‌گرایی و حرکت به‌سوی مضامین عمیق‌تر، باعث شده تا مداحی از یک قالب صرفاً احساسی فاصله بگیرد و به رسانه‌ای مؤثر برای انتقال پیام‌های پیچیده‌تر تبدیل شود. همچنین، ورود عناصر جدید در سبک خواندن و تنظیم، به جذابیت بیشتر این آثار برای نسل جوان کمک کرده است.

در این میان، نمی‌توان از نقش جهت‌دهی‌های کلان فرهنگی غافل شد. تأکید بر پیوند میان دین و سیاست، و نفی نگاه سکولار به مناسک مذهبی، زمینه‌ساز شکل‌گیری نوعی «مداحی متعهد» شده است که خود را نسبت به مسائل روز جامعه مسئول می‌داند. در این چارچوب، مداح نه‌فقط یک اجراکننده، بلکه نوعی «راوی» و «کنشگر فرهنگی» است که در بزنگاه‌های تاریخی، به میدان می‌آید.

نتیجه این فرایند، شکل‌گیری مکتبی نوین در مداحی است که توانسته میان سنت و معاصرت، و میان احساس و آگاهی، تعادلی نسبی برقرار کند. رجزهای ملی تولیدشده در جریان جنگ، را می‌توان یکی از مهم‌ترین نمودهای این مکتب دانست؛ آثاری که هم‌زمان ریشه در عاشورا دارند و به نیازهای امروز پاسخ می‌دهند.

با این حال، این پدیده خالی از چالش نیست. یکی از مهم‌ترین دغدغه‌ها، حفظ کیفیت در کنار کمیت است. تولید سریع و گسترده، همواره این خطر را به همراه دارد که برخی آثار از عمق لازم برخوردار نباشند یا به کلیشه‌های تکراری دچار شوند. از این رو، تداوم موفقیت این جریان، نیازمند نوعی «نظام ارزیابی درونی» و توجه مستمر به ارتقای سطح محتوایی است.

در نهایت، تجربه رجزهای ملی در جنگ تحمیلی سوم را می‌توان نمونه‌ای قابل تأمل از کارکرد هنر در شرایط بحرانی دانست. این تجربه نشان داد که چگونه یک هنر ریشه‌دار و مردمی می‌تواند در کوتاه‌ترین زمان، به ابزاری مؤثر برای تقویت روحیه ملی، ایجاد همبستگی اجتماعی و شکل‌دهی به روایت جمعی تبدیل شود. در جهانی که جنگ‌ها بیش از هر زمان دیگری در عرصه روایت‌ها و ادراکات جریان دارند، چنین ظرفیت‌هایی اهمیتی دوچندان می‌یابند.

رجزهای مداحی، در این معنا، تنها صداهایی در هیاهوی جنگ نبودند؛ بلکه بخشی از «زبان مقاومت» بودند —زبانی که هم گذشته را به یاد می‌آورد، هم حال را تفسیر می‌کند و هم آینده را می‌سازد.

اصل سند کمپانی و سند مالکیت (برگ سبز) و کارت شناسایی وسیله نقلیه خودرو سواری سیستم پراید تیپ جی تی ایکس آی مدل ۱۳۸۵ به شماره انتظامی ۳۷ - ۹۷۷ص۳۹ به شماره موتور ۱۵۶۱۹۱۹ شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۵۸۶۸۵۱۳ بنام فواد کارگی فرزند محمد مفقود گردیده است و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

اصل سند مالکیت (برگ سبز) موتور سیکلت سیستم هانی تیپ سوپر ۱۵۰ CLICK مدل ۱۴۰۱ و به شماره انتظامی ۱۴۸-۴۴۷۱۵ و به شماره موتور ۰۱۴۹N۴Z۴۰۰۳۱۷ و به شماره تنه N۴ZERHGHKNGF۰۶۰۰۲ بنام مجید مقیمی مفقود گردیده است و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

سند کمپانی و شناسنامه مالکیت خودروی کامیون کمپرسی آمیکو مدل ۱۳۹۱ به شماره انتظامی ۷۱۳ع۹۹ ایران ۲۲ به شماره شاسی NA۲A۳LLD۶CA۰۰۲۹۵۷ و شماره موتور ۱۵۱۱E۰۱۴۴۱۰ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

سند کمپانی و شناسنامه مالکیت خودروی سواری پژو ۲۰۶ آریان مدل ۱۳۹۰ به شماره انتظامی ۷۶۲ص۲۱ ایران ۳۰ به شماره شاسی NAAP۶۱MEXBJ۴۱۳۱۹۹ به شماره موتور ۱۳۸۸۹۰۰۴۵۰۵ مفقودی گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

برگ سبز سواری پژو پارس مدل ۱۳۸۸ رنگ سفید روغنی به شماره موتور ۱۲۴۸۸۲۵۶۱۳۷ و شماره شاسی NAAN۰۱CA۵AK۷۶۷۹۹۳ به نام عبدالمحمد گودرزی معظمی فرزند حسین به شماره ملی ۵۵۷۹۷۷۲۲۱۱ و شماره پلاک ۴۱ن۸۴۷ ایران ۴۱ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. برگ سبز - سندکمپانی سواری سیستم پراید تیپ جی تی ایکس آی برنگ نوک مدادی مدل ۱۳۸۸ شماره پلاک انتظامی ایران ۱۴ - ۳۱۷ د ۱۲ شماره موتور ۳۰۶۵۶۲۴ و شماره شاسی ۱۴۱۲۲۸۸۳۱۰۰۰۲S مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

سند مالکیت راهور (برگ سبز) کامیون خاور ۹۱۱ به شماره انتظامی ۱۵۴۹۷۹ - ایران ۸۶ و شماره موتور ۰۳۵۰۴۸-۱۰-۹۱۰-۳۳۲ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

سند مالکیت راهور (برگ سبز) وانت شورلت اس۱۰ به شماره انتظامی ۵۳د۴۱۸ - ایران ۶۸ و شماره موتور IGCCS۱۴A۵NO۱۵۳۱۷۳ و شماره شاسی IGCCS۱۴A۵NO۱۵۳۱۷۳ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

سند مالکیت راهور (برگ سبز) سواری هیوندا سانتافه به شماره انتظامی ۶۹۵ط۵۴ - ایران ۷۲ و شماره موتور G۴KEEU۵۳۵۶۰۹ و شماره شاسی KMHSU۸۱۳DFU۴۴۱۴۸۸ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

سند مالکیت راهور (برگ) سواری لاماری اکو به شماره پلاک ۶۵۷م۳۵ - ایران ۶۰ و شماره موتور *S۰۵۱۵۰۳۴* DFMC۱۵TPI و شماره شاسی *N۵RP۱۲DT۵SP۰۰۱۸۳۱* مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی شرکت پرسفید آمل (سهامی خاص) به شماره ثبت ۷۵۰ و شناسه ملی ۱۰۷۶۰۱۲۲۰۲۱

به‌اطلاع کلیه سهامداران شرکت پرسفید آمل (سهامی خاص) به شماره ثبت ۷۵۰ و شناسه ملی ۱۰۷۶۰۱۲۲۰۲۱ می رساند جلسه مجمع عمومی عادی راس ساعت ۱۴ روز یک شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۲/۰۶ در محل قانونی شرکت تشکیل می گردد. لطفا حضور بهمرسانید.

دستور جلسه:
۱-انتخاب بازرس با توجه به پایان سال مالی
۲-اتخاذ تصمیم در نحوه ادامه فعالیت شرکت

رئیس هیات مدیره

دعوتنامه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده صاحبان سهام شرکت ریخته گری و تولیدی آرتا ماشین شناسه ملی ۱۰۲۴۰۰۱۷۰۴۵

از کلیه سهامداران یا نمایندگان قانونی شرکت دعوت می شودتا در جلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده شرکت در روز شنبه مورخه ۱۴۰۵/۰۲/۰۵ راس ساعت ۱۲ صبح که در محل قانونی شرکت واقع در: اردبیل خیابان شهید غلامحسین دیده بان ۵۵ متری شهرک کوثر جنب نمایشگاه بین المللی استان طبقه دوم ساختمان سازمان همیاری تشکیل می گردد حضور بهم رسانده و در خصوص دستورات جلسه مجمع اتخاذ تصمیم نمایند.

دستور جلسه:
۱-استماع وضع عمومی شرکت و گزارش بازرسان و مدیران
۲- تصمیم گیری در خصوص زیانهای وارده مالی و پرداخت دیون شرکت
۳- تصویب صورتهای مالی منتهی به دوره ۱۴۰۴/۰۴/۳۱
۴- سایر موارد که در صلاحیت مجمع عمومی عادی می باشد.

هیئت مدیره شرکت ریخته گری و تولیدی آرتا ماشین

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت پترو پالایش پرگاس سهامی خاص به شماره ثبت ۵۷۰۸۵ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۵۶۴۹۸۵

بدینوسیله از کلیه سهامداران شرکت فوق دعوت بعمل میاید تا در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت پترو پالایش پرگاس سهامی خاص به شماره ثبت ۵۷۰۸۵ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۵۶۴۹۸۵ که راس ساعت ۱۰:۰۰ روز ۱۴۰۵/۰۲/۰۶ در محل قانونی شرکت به آدرس: استان خراسان رضوی، شهرستان مشهد، بخش مرکزی، شهر مشهد، محله سجاد، خیابان لاله شمالی [سجاد۹-ابن سینا۱۲]، بلوار سجاد، پلاک ۰، ساختمان ادارای پویا، طبقه چهارم، واحد ۱۳ و کدپستی: ۹۱۸۷۸۱۵۴۳۴ تشکیل میگردد و حضور بهم رسانند.

دستور جلسه:
انتخاب اعضای هیئت مدیره
انتخاب بازرسین
انتخاب روزنامه کثیرالانتشار
تصویب ترازنامه و صورتهای مالی

هیئت مدیره شرکت

آگهی فقدان سند مالکیت

به نام: زهرا/ رجب پور چوکامی فرزند ابراهیم با کد ملی ۰۰۷۰۸۲۱۶۸۲ بوکالت خانم فرح ناز حیدری با کد ملی ۴۵۳۹۷۲۷۲۴۹ بموجب وکالتنامه شماره ۶۲۹۱۸ مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۴ دفترخانه ۸۶۶ آدرس: شهرری محله ظهیرآباد، ۲۹۸، کوچه کوثرچهارم غربی، کوچه ((بین کوثرچهارم و پنجم غربی))، ساختمان صالحین فاز ۲، بلوک آ۹، طبقه دوم، واحد ۲۰۱ با تسلیم یک برگ استشهاد مصدق به شماره بشرح وارده ۱۴۰۴۲۱۷۰۱۰۲۴۰۸۸۹۷۶ مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۵_۱۲:۲۶ اعلام نموده سند مالکیت ششدانگ یک قطعه آپارتمان وضعیت خاص طلق با کاربری به پلاک ثبتی ۳۹۳۹ فرعی از ۱۲۶ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۱۲۶۶ فرعی از اصلی مدکور، قطعه ۱۱۷ در طبقه ۱ و واقع در بخش ۱۲ ناحیه ۰۲ حوزه ثبت ملک شهرری استان تهران به مساحت ۵۷.۸ مترمربع مشخصات ملک یک قطعه آپارتمان وضعیت خاص طلق با کاربری به پلاک ثبتی ۳۹۳۹ فرعی از ۱۲۶ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۱۲۶۶ فرعی از اصلی مذکور، قطعه ۱۱۷ در طبقه ۱ و واقع در بخش ۱۲ ناحیه ۰۲ حوزه ثبت ملک شهرری استان تهران به مساحت ۵۷.۸ متر مربع متن ملک، توضیحات ملک به حدود: شمالا: یک دیوار یست اشتراکی با آپارتمان قطعه ۱۱۴ دو دردو قسمت دوم شرقی است پنجره و دیواریست ببه نورگیر اشتراکی شرقا: دیواریست به راه پله اشتراکی جنوبا: پنجره و دیواریست به محوطه اشتراکی غربا: درب و دیواریست به راه پله اشتراکی

مشخصات مالکیت:
مالکیت زهرا/ رجب پور چوکامی فرزند ابراهیم شماره شناسنامه ۲۶۵۱ تاریخ تولد ۱۳۵۷/۰۵/۱۴ صادره از تهران دارای شماره ملی ۰۰۷۰۸۲۱۶۸۲ با جزسهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ عرصه واعیان با شماره مستند مالکیت ۱۵۹۰۷۸ تاریخ ۱۳۹۹/۰۸/۱۸ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۷۷ شهر تهران استان تهران، موضوع سند مالکیت المثنی بشماره چاپی ۹۹۱۱۳۸ سری ۰ سال ۰۱ با شماره الکترونیکی ۱۴۰۲۲۰۳۰۱۰۲۴۰۳۰۰۴۲ ثبت گردیده است.

حقوق ارتفاقی ملک: ندارد

محدودیت: محدودیت دفتر املاک: رهنی شماره ۱۵۹۰۷۹ و شماره سیستمی ۱۳۹۹۰۵۲۰۱۰۲۴۰۲۲۰۸۲ مورخ ۱۳۹۹/۰۸/۱۸ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۷۷ شهر تهران استان تهران که بنفع بانک ملی به مبلغ ۱،۵۸۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال به مدت ۱۰ سال ثبت شده.

وطبق گواهی دفتر املاک در رهن نمی باشد که به علت گم شدن مفقود گردیده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت نموده است.

لذا طبق ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله ای کرده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

م الف ۴۹

سید مهدی لامعی
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهرری

شرکت تعاونی سلحشوران ساوالان زنجان (در حال تصفیه)

آگهی ابطال کلیه قراردادهای باغ شهر ساوالان زنجان شرکت سلحشوران ساوالان زنجان

احتراماً بدینوسیله به اطلاع عموم اعضای باغ ساوالان می رساند

با عنایت به انحلال شرکت سلحشوران ساوالان زنجان به شماره ثبت ۸۹۰ و همچنین تاسیس شرکت تعاونی مجموعه باغ ساوالان سلطانیه زنجان به شماره ثبت ۱۵۴۶۱ و به استناد دستورالعمل نحوه تحویل و تحول مصوب جلسه مورخه ۱۴۰۳/۱۰/۱۳ اعضای باغ ساوالان کلیه قراردادهای دفترچه‌ای قدیم باغ ساوالان (سبز، آبی، قرمز) از مورخه ۱۴۰۵/۰۱/۲۲ فاقد اعتبار و غیر قابل خرید و فروش و نقل و انتقال (به صورت وکالتی یا قولنامه ای در دفاتر املاکی) می باشد. لذا اعضای محترم مالکین باغ می توانند از روز یکشنبه مورخه ۱۴۰۵/۰۱/۲۳ لغایت ۱۴۰۵/۰۲/۲۳ به مدت یک ماه از ساعت ۸ صبح الی ۱۳ به غیر از ایام تعطیل با در دست داشتن مدارک هویتی اصل دفترچه مالکیت و فرم ثنا به شرکت سلحشوران ساوالان واقع در میدان ارتش مراجعه ضمن دریافت معرفی نامه کتبی خود جهت اخذ دفترچه قرارداد جدید به دفتر شرکت تعاونی مجموعه باغ ساوالان به شماره ثبت ۱۵۴۶۱ واقع در کوی نصر نبش خیابان شاهد سوم مراجعه نمایند.

مدیر تصفیه سلهشوران ساوالان زنجان
علی اصغر بازرگانی نیا