واکاوی خشونت آنلاین

چرا بعضی کاربران مجازی فحاشی می‌کنند؟

زیست در فضای شبکه‌های اجتماعی ادبیات خاصی را به وجود آورده که متفاوت با فضای حقیقی است و گاه شاهدیم انواع خشونت کلامی و کاربرد کلمات آزاردهنده و الفاظ رکیک در آن فراوانی زیادی دارد. اما علت رایج شـــدن این ادبیات در فضای مجازی چیست؟

به گزارش ایرنا، خشـــونت کلامی در شبکه‌های اجتماعی به اســـتفاده از واژگان، علائم، تصاویر و در مجموع محتواهایی به منظور ارعاب، آسیب رساندن یا تحت تاثیر قرار دادن و عقب راندنِ دیگران اشاره دارد. این نوع خشونت می‌تواند شامل توهین، تهدید، تحقیر یا انتشـــار شایعات و اطلاعات نادرست باشد. خشونت کلامی در شبکه‌های اجتماعی ممکن است دربردارنده آثاری منفی و جدی بر ســـلامت روانی و عاطفی افراد باشد و به ایجاد محیطی ناسالم و پرتنش در فضای آنلاین منجر شود.

استفاده از این نوع ادبیات، از دید برخی ناظران در بین کاربران شبکه‌های اجتماعی نمودی فزاینده دارد و حضور در فضای مجازی را با مشکلاتی مواجه ساخته است. در همین زمینه، «سیدعلی موسوی» پژوهشگر، نویسنده و مترجم در حوزه سواد رسانه به پرسش‌های پژوهشگر ایرنا پاسخ داده که مشروح این گفت و شنود را در ادامه می‌خوانید:

دوگانه خشم آنلاین–خشم آفلاین

«تعریف خشونت کلامی در شبکه‌های اجتماعی چیست و چه دسته‌بندی‌هایی دارد؟»؛ موسوی در پاســـخ به این پرســـش می‌گوید: بهتر است قبل از پاســـخ به این سؤال ابتدا به پدیده خشم و شناخت آن بپردازیم. بهترین نقطه‌های شـــروعِ تأمل درباره خشم تعریف ارسطو است. این تعریف نه‌چندان کامل اما مفید است. ارسطو می‌گوید خشم واکنشی است در مقابل صدمه‌ای قابل توجه به چیزی یا کســـی که انسانِ خشـــمگین برایش اهمیت و ارزش قائل اســـت. در میان تمام احساساتمان، هیچ احساسی به‌اندازه خشم نیازمند بازاندیشیِ جدی و روشن ما نیست. خشـــم هر روز اکثر ما را در چنگالش اسیر می‌کند؛ در روابط شخصی، کار، در سفر و اغلب در زندگی سیاسی. مردم خشم را احساس قدرتمندی می‌دانند که با عزت‌نفس و مردانگی یا در مورد زنان، به‌رخ‌کشیدن برابری‌شان با مردان، در پیوند است. از این منظر، اگر در برابر توهین‌ها و خطاهای دیگران با خشم واکنش نشان ندهید، دیگران تصور می‌کنند بزدل و ستم‌پذیرید.

ظهور رســـانه‌های اجتماعـــی، زندگی در عصر اطلاعات و ارتباطات و جامعه شـــبکه‌ای، شیوه ابراز خشـــم ما را تغییر داده‌اند و شاهد ظهور دو گونه از خشم با عنوان «خشم آنلاین_خشم آفلاین» هستیم.

رســـانه‌های اجتماعـــی ابراز خشـــم را بســـیار آســـان‌تر ســـاخته‌اند و ابزار این کار عملا به‌صورت شبانه‌روزی در دستمان است. همچنین، این فناوری برخی هزینه‌هـــای ابراز خشـــم را کاهش می‌دهد. رودررو شدن و انتقاد از کسی در زندگی واقعی غالبا بسیار خطرناک‌تر از انتقاد در پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی مثل ایکس (توئیتر سابق) است. این‌ها بدین معنی است که آستانه ابراز خشم آنلاین شاید پایین‌تر از آستانه ابراز خشـــم آفلاین باشد. به زبان ساده‌تر ابراز خشم به یک غریبه در خیابان بسیار خطرناک‌تر از ابراز خشـــم در ایکس (توئیتر ســـابق) است. البته باید گفت در شبکه‌های اجتماعی می‌توانیم مستقیم سراغ ابراز خشم برویم بی آنکه خودمان واقعا و عمیقا خشمگین باشیم.

مشکل زمانی ایجاد می‌شود که این کار موجب توهم جمعی خشم افکار عمومی مثل حمله جمعی به اکانت‌های سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرها شود. رسانه اجتماعی راهی در اختیار ما قرار داده تا خشم‌مان را از محل کار -که معمولا قدرت تغییر آن را نداریم- به همه عرصه‌های دیگر زندگی انتقال دهیم.

انواع خشونت کلامی در شبکه‌های اجتماعی

به گفته این کارشناس رسانه، خشونت کلامی در شبکه‌های اجتماعی انواع مختلفی دارد:

توهین و تحقیر که شـــامل اســـتفاده از الفاظ یا عباراتی می‌شـــود که فرد یا گروهی را تحقیر کرده، کوچک شـــمرده یا بی‌ارزش جلـــوه می‌دهند؛ برای مثال اســـتفاده از القاب توهین‌آمیز یا تمسخر ظاهر، عقاید یا هویت افراد.

تهدید که شـــامل بیان جملاتی است که حاوی وعده‌ای برای آسیب‌رساندن به فرد یا اموال او باشد؛ مثلا «اگر این کار را انجام دهی، پشیمان می‌شوی.»

افترا و شایعه‌پراکنی یعنی انتشار اطلاعات دروغین یا تحریف‌شده با هدف آسیب رساندن به شهرت فرد یا گروهی؛ به عنوان مثال پخش شایعات دروغ درباره زندگی خصوصی یک فرد.

تبعیض و نفرت‌پراکنی زبان یا محتوایی است که بر اســـاس نژاد، جنسیت، مذهب، قومیت یا گرایش جنســـی، تبعیض یا نفرت ایجاد کند؛ مثلا انتشـــار پست‌هایی که یک گروه قومی را به‌طور سیستماتیک هدف قرار می‌دهند.

آزار و اذیت (Harassment) ارســـال مکرر پیام‌ها یا نظرات آزاردهنده برای یک فرد است که نمود آن را در ارســـال پیام‌های مکرر با محتوای توهین‌آمیز در بخـــش نظرات (کامنت) یـــا پیام‌های خصوصی (دایرکت) می‌بینیم.

علت بددهنی و فحاشی افراد در فضای مجازی چیست؟

موسوی در پاسخ به این پرسش توضیح می‌دهد: خشونت کلامی کاربران در شبکه‌های اجتماعی دلایل متعـــددی دارد که می‌توان آن‌ها را در چهار دســـته کلی روان‌شناختی، اجتماعی، فرهنگی و ساختاری-تکنولوژیک قرار داد. این دلایل به ترکیب ویژگی‌های انسانی و ساختارهای خاص فضای مجازی برمی‌گردد. در ادامه، به مهم‌ترین علل پرداخته می‌شود:

دلایل روان‌شناختی

گمنامی (Anonymity): در شبکه‌های اجتماعی، کاربران اغلب با نام‌های مســـتعار یا بدون افشـــای هویت واقعی فعالیت می‌کننـــد. این گمنامی باعث کاهش احساس مسئولیت و ترس از پیامدهای رفتار خشونت‌آمیز می‌شود.

تخلیه خشم و ناکامی: افرادی که در زندگی واقعی با مشـــکلات، ناکامی‌ها یا استرس مواجهند، ممکن اســـت از فضای مجازی برای تخلیه هیجانات منفی خود استفاده کنند.

خودشـــیفتگی (Narcissism): برخی افراد به دلیل خودشیفتگی یا نیاز به جلب توجه، از رفتارهای تهاجمی یا تحقیر دیگـــران برای اثبات برتری خود استفاده می‌کنند.

فقدان همدلـــی: در ارتباطـــات آنلاین، عدم مشاهده واکنش‌های عاطفی دیگران (مانند ناراحتی یا خشـــم) می‌تواند باعث کاهش همدلی و تشـــدید رفتارهای خشونت‌آمیز شود.

حس قدرت کاذب: فضای مجازی به کاربران این امکان را می‌دهد که بدون ترس از پاسخگویی مستقیم، دیدگاه‌های خود را با قدرت بیشتری ابراز کنند.

دلایل اجتماعی

تقلید از رفتارهای جمعی: وقتی کاربران شاهد خشـــونت کلامی دیگران در بخش نظرات یا پیام‌ها هســـتند، ممکن است به تقلید از آن رفتار بپردازند. این امر می‌تواند به نوعی رفتار جمعی منجر شود که خشونت را عادی جلوه می‌دهد.

فرهنگ رقابتی: در برخی جوامع، فضای مجازی بستری برای رقابت‌های اجتماعی یا ایدئولوژیک است. این رقابت‌ها می‌تواند منجر به استفاده از زبان تهاجمی برای دفاع از مواضع یا تحقیر رقبا شود.

نبود آموزش سواد رســـانه‌ای: بسیاری از کاربران، به‌ویژه نوجوانان و جوانان، فاقد مهارت‌های لازم بـــرای مدیریت هیجانات و ارتباطات ســـالم در فضای مجازی هستند.

بحران هویت: برخی افراد برای تثبیت هویت خود در فضای آنلاین، به رفتارهای افراطی از جمله خشونت کلامی روی می‌آورند تا دیده شوند یا احساس قدرت کنند.

دلایل تکنولوژیک و ساختاری

الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی: الگوریتم‌های برخی پلتفرم‌ها محتواهایی را برجســـته می‌کنند که جنجالی، بحث‌برانگیز یا هیجانی باشند. این امر می‌تواند کاربران را به ســـمت تولید یا مشـــارکت در خشونت کلامی ســـوق دهد.خشم هم مانند هر محرک دیگری دارای خاصیتی اعتیادآور است. به آن عادت می‌کنید و آن‌وقت به‌دنبال چیزهایی می‌گردید که شما را عصبانی کند. خشم نوعی توهم قدرت را با خود به همراه دارد

عدم نظارت موثر: عدم وجود قوانین یا ابزارهای نظارتی قوی برای کنترل محتوای خشـــونت‌آمیز در برخی شـــبکه‌های اجتماعی، این رفتارها را تسهیل می‌کند.

سرعت انتشار و بازخورد: در فضای مجازی، پیام‌ها به ســـرعت منتشر می‌شوند و بازخورد فوری (ماننـــد لایک یا کامنـــت) دریافـــت می‌کنند. این بازخوردهـــا می‌تواند کاربران را به ارســـال پیام‌های تهاجمی یا خشونت‌آمیز تشویق کند.

چندگانگی مخاطبان: در شبکه‌های اجتماعی، کاربران با گروه‌های مختلف و گاه متضاد در تعاملند. این تنوع می‌تواند باعث بروز تنش‌ها و درگیری‌های کلامی‌شود.

دلایل فرهنگی

عادی‌سازی خشـــونت در رسانه‌ها: نمایش مکرر خشونت کلامی در رسانه‌ها، سریال‌ها یا شوهای تلویزیونی می‌تواند به عادی‌سازی این رفتار در فضای مجازی کمک کند.

عدم تحمل تفاوت‌هـــا: در جوامعی که تنوع فرهنگی، مذهبی یا سیاسی با تعصب و عدم پذیرش همراه است، شبکه‌های اجتماعی به محلی برای تخلیه این تعصبات تبدیل می‌شوند.

نبود گفت‌وگوهای ســـازنده: کمبود آموزش مهارت‌های گفت‌وگوی سالم و سازنده باعث می‌شود افـــراد به جای بحث منطقی، به توهین و خشـــونت روی بیاورند.

شهروندان خوبی که در فضای مجازی تبدیل به کاربرانی خشمگین می‌شوند!

موســـوی در پاســـخ به این ســـؤال پژوهشـــگر ایرنـــا که «چرا بعضا افرادی کـــه در فضای حقیقی شـــخصیت مودبی دارند در شـــبکه‌های اجتماعی ادبیـــات متفاوتی پیدا می‌کننـــد؟» می‌گوید: «گایا وینس» (روزنامه‌نگار بریتانیایی) مقاله‌ای دارد با عنوان «Why good people turn bad online» (چـــرا مردم خوب در فضای آنلاین بد می‌شـــوند؟) که درآوریل ۲۰۱۸ در تارنمای «موزاییک» منتشر کرد و پاسخی به این سؤال داشته است. او می‌گوید بخش گسترده‌ای از رفتار ضداجتماعی آنلاین ناشی از ناشناس ماندن تعاملات آنلاین است. هزینه‌های بدنامیِ رفتار فرومایه در این تعاملات نسبت به محیط آفلاین کمتر است.

همان طور که اشـــاره شد، رسانه‌های اجتماعی ابراز خشم را بسیار آسان‌تر ساخته‌اند و ابزار این کار در عمـــل و بدون محدودیـــت خاصی در اختیارمان اســـت. این فناوری برخی هزینه‌های ابراز خشـــم را کاهش می‌دهد.

البته فراموش نکنیم خشم هم مانند هر محرک دیگری دارای خاصیتی اعتیادآور است. به آن عادت می‌کنیـــد و آن‌وقت به‌دنبال چیزهایی می‌گردید که شـــما را عصبانی کند. خشم نوعی توهم قدرت را با خود به همراه دارد.

خشم نه برای سلامت خودتان که برای سلامت کل جامعه پیامدهای مهمی دارد. خشمِ کنترل‌نشده محیط اجتماعی را آلوده می‌کند. هر بارِ فوران خشم توجیهی اســـت برای فوران بعدی. عادت شدن این رفتارهـــا باعث ظهور و بروز ترول‌ها در شـــبکه‌های اجتماعی می‌شود.

در جوامعی که تنوع فرهنگی، مذهبی یا سیاســـی با تعصب و عـــدم پذیـــرش همـــراه است، شـــبکه‌های اجتماعی بـــه محلی بـــرای تخلیه این تعصبات تبدیل می‌شـــوند.

الگوریتم‌های برخی پلتفرم‌ها محتواهایـــی را برجســـته می‌کننـــد کـــه جنجالـــی، بحث‌برانگیز یا هیجانی باشند. این وضع می‌تواند کاربران را به سمت تولید یا مشارکت در خشـــونت کلامی سوق دهد.

دانستنی‌های حقوقی

تکلیف صاحبان املاک پس از اجرای قانون الزام به ثبت رسمی چیست؟

صاحبان املاک با اسناد عادی و رسمی، بعد از اجرای قانون الزام به ثبت رسمی معاملات اموال غیرمنقول، تکالیف جدیدی بر عهده خواهند داشت.

به گزارش خبرگزاری مهر، با تصویب قانون الزام به ثبت رسمی معاملات اموال غیرمنقول و ابلاغ آن، این قانون از تاریخ سوم تیرماه ۱۴۰۳ لازم‌الاجرا شد و از این تاریخ به بعد تکالیف متعددی برای صاحبان املاک، مشاوران املاک، دفاتر اسناد رسمی و سایر مراجع مربوطه ایجاد شد.

اما یکی از ســـؤالات مهم صاحبان املاکی که ملک خود را به صورت قولنامه‌ای خریده‌اند یا سند رســـمی و عادی برای ملک خود دارند، این اســـت که قانون الزام به ثبت رسمی اموال غیرمنقول چه تکلیفی برای آن‌ها مقرر کرده اســـت؟ به عبارت ســـاده‌تر صاحبان املاک بعد از اجرای این قانون چه کارهایی باید انجام دهند؟

صاحبـــان املاک در اجرای قانون الزام به ثبت رســـمی معاملات اموال غیرمنقول، به ســـه گروه تقسیم می‌شوند:

۱- دارندگان اسناد رسمی که تاریخ صدور سند رسمی آن‌ها از تاریخ سوم تیرماه ۱۴۰۳ به بعد است:

این گروه از تاریخ ســـوم تیرماه به بعد یعنی بعد از لازم‌الاجرا شـــدن این قانون، باید تمام اعمال حقوقی‌شان نسبت به ملک، اعم از عقـــد و ایقاع که موضوع یا نتیجه آن انتقـــال مالکیت عین یا انتقال حق انتفاع (اعم از عمری یا رقبی بـــرای مدت بیش از دو ســـال) یا انتقال حق ارتفاق اموال غیرمنقول باشد و وقف و نیز انعقاد عقد رهن درخصوص آنها و انعقاد عقود مفید انتقال منافـــع اموال مذکور برای مدت بیش از دو ســـال و اجاره به شـــرط تملیک و هر نوع پیش‌فروش ساختمان اعم از اینکه به صورت سهمی از کل عرصه و یا اعیان باشد و تعهد به انجام کلیه اعمال حقوقی مذکور را در سامانه ثبت الکترونیک اسناد به ثبت برسانند.

۲- دارندگان اسناد رسمی که تاریخ صدور سند آن‌ها قبل از تاریخ سوم تیرماه ۱۴۰۳ است:

این گروه باید طبق ماده یک قانون مذکور، یک ســـال پس از تاریخ راه‌اندازی ســـامانه ساماندهی اسناد غیررسمی (ساغر) تمام اعمال حقوقی‌شان نسبت به ملک (مواردی در دسته قبل ذکر شد) را در سامانه ثبت الکترونیک اسناد ثبت کنند.

در صورتی که این اعمال حقوقی در ســـامانه مذکور ثبت نشـــود دعاوی راجع به اعمال حقوقی مذکور و ادله راجع به آنها، نزد مراجع قضائی، شـــبه‌قضائی و داوری قابل استماع نبوده و فاقد اعتبار اســـت و جز دعوای استرداد عوضین هیچ شـــکایت کیفری یا دعوای حقوقی یا تقاضایی درخصوص آن عمل حقوقی و اسناد مربوط به آن از قبیل شکایت انتقال مال غیر دعوای اثبات یا تنفیذ معامله ابطال ســـند رســـمی مالکیت الزام به تنظیم سند رسمی خلع ید، تخلیه ید و الزام به اجرای تعهدات مندرج در آن در مراجع مذکور مسموع نیست.

همچنین اســـناد ثبت نشـــده راجع به اعمال حقوقی مذکور در هیچ یک از دستگاه‌های اجرائی موضوع ماده (۲۹) قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه پذیرفته نمی‌شود و در مراجع قضائی و اداری مذکور فقط شـــخصی مالک ملک شناخته می‌شـــود که در دفتر املاک سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، ملک به نام او به ثبت رسیده یا از مالک رسمی به ارث برده باشد.

۳- دارندگان اسناد غیر رسمی (عادی)

این گروه دو تکلیف برعهده‌دارند و دو کار باید انجام دهند:

اول: باید ظرف دو سال از تاریخ راه‌اندازی سامانه ساماندهی اسناد غیررسمی، مستندات و ادعاهای خودداری را در این سامانه درج کنند.

دوم: باید از تاریخ درج مدارک و مستندات ظرف دو سال اقدامات لازم را جهت اخذ سند مالکیت رسمی انجام دهند.

نیازمندی‌های کیهان
قبول آگهی تلفنی
از ساعت ۸ صبح الی ۶ بعدازظهر
تلفن: ۵-۳۳۱۱۲۲۹۲
فکس: ۳۳۱۱۸۰۵۳
niyaz.mandiha@kayhan.ir

مرکز			
۳۳۱۱۰۲۰۲	۳۳۱۱۰۲۰۸	۳۳۱۱۲۱۹۳	
۳۳۱۱۳۵۱۹	۳۳۹۱۱۵۶۸	۳۳۱۱۲۲۹۱	
۳۳۱۱۰۲۱۰	۳۳۱۱۹۲۳۶	۳۳۱۱۳۰۸۵	
۳۳۱۱۸۰۵۰	۳۳۱۱۲۱۹۵	۳۳۹۴۲۰۰۰	

جنوب	
سعدی	۳۳۹۶۲۲۱۱ - ۳۳۹۶۲۲۳۳
شرق استان تهران	۳۶۲۵۷۰۷۴
اسلامشهر	۵۶۳۴۴۳۴۳
چهاردانگه	۵۶۳۵۹۵۹۸

شمال	
قلهک	۲۲۶۰۳۶۳۵
شمیران	۲۲۷۱۲۹۷۶
مطهری	۸۸۹۰۰۸۶۷ - ۸۸۸۰۱۵۵۲
شهرآرا	۶۶۵۹۲۲۶۶ -۶۶۵۹۳۰۱۰-۱۱

شرق — غرب	
شهریار	۰۹۱۲۱۶۲۰۸۴۹
	۶۵۲۲۲۹۳۳
کرج	۰۲۶-۳۲۲۲۶۰۱۳ ۳۲۲۲۴۴۱۱
دماوند	۷۶۳۲۱۹۳۸

دعوت به همکاری
موسسه ای از افرادی با شرایط زیر برای بخش های کارگری و کارمندی خود دعوت به همکاری می نماید.
- واحد فنی: ۴ نفر مرد — با تحصیلات دیپلم
- واحد خدمات: ۵ نفر مرد — با تحصیلات حدود دیپلم
- امور مالی: ۳ نفر فارغ التحصیل کارشناسی حسابداری
- امور اداری: ۳ نفر آشنا به تایپ فارسی
متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۳۳۱۱۸۳۳۳ — ۰۲۱ تماس حاصل نمایند.

خرید و فروش و اجاره کلیه املاک
املاک انتظار
فروش ویلا زمین در شمال منطقه نور- چمستان (۲۰٪ زیر قیمت بازار) برای اطلاعات بیشتر تماس بگیرید.
۰۹۳۸۳۵۱۶۵۰۰
املاک افق
خرید- فروش- رهن- اجاره
زمین، ویلا، آپارتمان در رودهن و حومه
۰۹۱۲۱۷۲۹۴۸۵ و ۷۶۵۰۹۹۸۱
منطقه نور و چمستان
فروش چند واحد ویلا (باسند)
همه قیمت موجود می‌باشد
۰۹۳۸۳۵۱۶۵۰۰

بنایی و خدمات ساختمانی
ایزوگام- قیرگونی
آسفالت
۰۲۱-۲۲۵۹۸۵۵۳
۰۹۱۲۳۱۹۳۷۵۷
تهویه مطبوع احمدی
ساخت و نصب انواع کانال‌های گالوانیزه داکت- اسپیلت- هواساز
۰۹۱۲۵۳۴۶۶۹۴

خرید و فروش انواع خودرو
«خریدار نقدی فرسوده»
انواع خودرو و تمام مدل‌ها
حتی مدارک ناقص و موتور سوخته
۰۹۱۲۲۵۸۶۸۴۲
۰۹۱۲۰۷۰۶۴۸۷
لوازم یدکی خودرو
تویوتا صبا (شریف‌نیا)
توزیع و پخش لوازم اصلی
تویوتا- لکسوس (بازار)
۳۳۹۹۰۰۱۷ —۰۹۱۲۲۴۹۷۵۷۰

حمل و نقل
متصدی حمل هوایی زمینی دریایی و ریلی کالای وارداتی صادراتی ترانزیت، بازرگانی و ترخیص کالا
۰۹۱۲۳۵۷۶۵۷۶
مجله زن روز
روزهای شنبه هر هفته منتشر می‌گردد

آگهی‌های مفقودی
برگ سبز خودرو تراکتور کشاورزی ITM به شماره پلاک ۴۶۳ ک ۹۸- ایران ۱۴ به رنگ قرمز روغنی مدل ۱۴۰۳ و شماره موتور YAW۱۵۹۰۱M و شماره شاسی N۳HKTAA۵DRH۲۰۲۶۲۷ مفقود شده و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.
۳ برگ سند کمپانی موتورسیکلت هاتف مدل ۹۳ رنگ مشکی به شماره شهربانی ۶۸۷۷۲ ایران ۳۲۲ و شماره موتور ۵۰۱۸۴۴۰ و شماره تنه ۹۳۲۲۴۹۸ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.
برگ سبز و سند کمپانی خودرو ون زامیاد مدل ۸۶ به شماره موتور Z۲۴۷۴۷۷۷۴ و شماره شاسی NAZPL۱۴۰BH۰۴۸۲۶۶۹ بنام اینجانب مهدی شاهوردی مفقود گردیده از درجه اعتبار ساقط است. (بروجرد)
برگ سبز خودروی سواری پراید صبا جی تی ایکس . رنگ ذغالی مدل ۱۳۸۱ به شماره انتظامی ۵۳۲ق ۹۲ یران ۷۳ و شماره موتور ۲۹۲۳۴۸ و شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۱۷۶۶۶۳۵ بنام یوسف شهریای نسب مفقود و از درجه اعتبار ساقط میباشد. (آباده)
برگ سبز (سند مالکیت) سواری پیکان ۱۶۰۰ مدل ۱۳۷۸ به شماره پلاک ۳۳۶ص۴۹ ایران ۶۷ و شماره موتور ۱۱۱۲۷۸۷۶۶۴۳ و شماره شاسی ۷۸۴۹۰۹۳۷ به نام مصطفی محمودی برام به کد ملی ۱۱۶۰۴۳۳۹۶۸ مفقود شده اعتبار ندارد .زرین شهر.
برگ سبز و سند کمپانی موتورسیکلت لیفان مدل ۹۵ رنگ مشکی به شماره شهربانی ۵۶۸۶۷ ایران ۳۲۳ و شماره موتور ۵۰۵۳۶۰۷ و شماره تنه ۹۵۳۲۹۵۹ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.
قابل توجه مشتریان محترم
لطفاً قبل از پرداخت مبلغ آگهی از هویت مامور وصول مطمئن و در صورت لزوم با تلفن ۳۳۱۱۲۱۹۷ تماس بگیرید
اداره وصول مطالبات روزنامه کیهان

شرایط و فرم اشتراک نشریات کیهان در تهران سال ۱۴۰۳

متقاضیان محترم می‌توانند با توجه به جدول زیر نسبت به انتخاب هر یک از نشریات مورد علاقه و واریز مبلغ اشتراک به شماره کارت **۶۱۰۴۳۳۸۹۸۷۹۴۸۷۷۱** بانک ملت به نام چاپ و انتشـــارات کیهان و ارسال اصل فیش بانکی همراه با فرم تکمیل شده ذیل به صندوق پستی **۱۱۳۶۵/۳۶۳۱** با پست سفارشی نسبت به برقراری اشتراک خود اقدام نمایند.

نوع نشریه	یکساله (ریال)	شش ماهه (ریال)	سه ماهه (ریال)
روزنامه کیهان	۴۲/۰۰۰/۰۰۰	۲۱/۰۰۰/۰۰۰	۱۰/۵۰۰/۰۰۰
روزنامه کیهان انگلیسی	۱۶۲/۰۰۰/۰۰۰	۸۱/۰۰۰/۰۰۰	۴۰/۵۰۰/۰۰۰
روزنامه کیهان عربی	۱۶۲/۰۰۰/۰۰۰	۸۱/۰۰۰/۰۰۰	۴۰/۵۰۰/۰۰۰
مجله کیهان ورزشی	۲۸/۰۸۰/۰۰۰	۱۴/۰۴۰/۰۰۰	۷/۰۷۰/۰۰۰
مجله زن روز	۲۸/۰۸۰/۰۰۰	۱۴/۰۴۰/۰۰۰	۷/۰۷۰/۰۰۰
مجله کیهان بچه‌ها	۱۴/۰۴۰/۰۰۰	۷/۰۲۰/۰۰۰	۳/۵۱۰/۰۰۰
مجله کیهان فرهنگی	۲/۱۶۰/۰۰۰	———	———

توجه
۱- اشتراک عزیزانی که فرم درخواست آنها تا دهم هر ماه به امور مشترکین برسد از اول ماه بعد برقرار می‌شود.
۲- یک نسخه از کپی فیش بانکی و قبض سفارشی را تا پایان مدت اشتراک حتما نزد خود نگهداری نمائید.
۳- در صورت تغییر قیمت نشریات و یا هزینه پستی، معادل مبلغ پرداخت‌شده، نشریه مورد تقاضا ارسال می‌گردد.
۴- در صورت تمایل به اشتراک چند نشریه، برای هر کدام فیش بانکی جداگانه تهیه فرمائید.
۵- قبض پرداختی را می‌توانید به شماره **۰۹۱۲۷۹۳۲۵۶۸** با ذکر مشخصات در کانال تلگرام و یا ایتا قرار داده و به امور مشترکین اطلاع دهید.

فرم تقاضا
نام: ..... نام خانوادگی: ..... نوع نشریه: ..... تعداد نسخه..... مدت..... ماه
مبلغ پرداختی: ..... ریال شماره فیش بانکی: ..... تلفن: ..... تلفن همراه: .....
آدرس: .....
کد پستی: ..... پست الکترونیکی: .....
شماره اشتراک: .....

تلفن: ۳۵۲۰۲۲۷۸-۰۲۱ نمابر: ۳۳۹۱۰۹۲۲-۰۲۱ امور مشترکین موسسه کیهان

ویژه‌نامه تخصصی خودرو با مطالبی متنوع و کاری ورزیده با آخرین اخبار روز بهترین مکان جهت درج آگهی‌های شما
با حضور در نیازمندی‌های روزنامه کیهان دامنه کار خود را گسترش دهید