۱۲ روز تاب‌آوری و مقاومت در قلب خانواده ایران

نقش رسانه‌ها در فهم و بازنمائی جنگ تحمیلی

فائقه بزاز

بخش پایانی

فرهنگ ایرانیان دارای تکثر، تنوع و سرمایه‌های تاریخی فراوان است. در جنگ تحمیلی ۱۲ روزه علیه ایران، جامعه به تاریخ خود رجوع کرد و این کنش، سبب تولد ایرانی تازه و جدید شد. تحولی که باز هم زنان و مادران در آن نقش اصلی را دارا بودند.

هدف جنگ نابودی ایران بود و کاتالیزورش فروپاشی مادر و نهاد خانواده که از سالیان قبل با مهندسی افکار عمومی توسط رسانه‌ها پایه‌گذاری شده بود. اما هویت اصیل زن و مادر ایرانی، آمیخته به غنای فرهنگی اصیل و درهم‌تنیده شده باارزش‌های والای اسلامی نقشه دشمن را فروپاشید.

ایران، جغرافیای نابی دارد و این مختصات این کشور را بلاخیز کرده است تا از تاخت‌وتاز دشمن در امان نباشد. تاریخ ایران، مشحون از حوادث است؛ اما قدرت ایران پس از انقلاب اسلامی شرایط را به‌گونه‌ای دیگر رقم زده است تا دشمن نه در سویدای مرزهای خاکی که بیشتر در صدد فروپاشی ماهیتی باشد. گاهی اقتصاد و تحریم‌ها را زمینه‌ای برای فشار کند و گاهی فرهنگ را بهانه‌ای برای وادادن ارزش‌ها نماید و با جنگی ترکیبی وارد میدان شود. اما ایرانیان در این عرصه جدید و نوپدید، فرونریختند

دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم: به‌نظر می‌رسد در دوره جنگ ۱۲ روزه، به برکت شرایط خاص ناشی از جنگ نوعی انسجام و هماهنگی در نهاد رسانه‌ای کشور پدید آمد.

و موشک و ویرانی ۱۲ روزه، نه فروپاشی که تقویت اجتماعی و بازآفرینی را رقم زد. حال با توجه به اهمیت نقش رسانه در تبیین و تحلیل جنگ و نیز نقش مهم آن در ایجاد فضای امن روانی در پساجنگ، ببینیم این عرصه توانسته خانواده‌ها و به‌ویژه مادران را در بازآفرینی و تحول همراهی نماید یا خیر؟

درخشش مقطعی رسانه‌ها در جنگ ۱۲ روزه

جنگ یکباره و غافلگیرانه نه‌تنها برای رسانه‌ها بلکه برای حاکمیت سیاسی و افکار عمومی هم رخ داد و گاهی در فقدان پیشتازی اخبار موثق، روایت‌ها بیشتر از اخبار متکی بر اسناد موثق، تأثیرگذار بود.

رسانه‌های داخلی در دوره پیش از جنگ نتوانستند با ارائه اطلاعات دقیق و بموقع و آمادگی روانی، وظیفه نظارت بر محیط را به‌درستی ایفا کنند، اما در جریان جنگ عملکرد نسبتاً قابل‌قبول و منسجم‌تری داشتند؛ هرچند روایت‌های نادرست اعتماد مخاطب را تهدید کرد.

در دوره پساجنگ، رسانه‌های ما در مواجهه با مخاطبان منطقه‌ای و بین‌المللی در انتقال میراث فرهنگی و همبستگی تمدنی عملکردی ضعیف از خود نشان دادند.

حجت‌الاسلام محمدحسین هاشمیان، دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم در این زمینه معتقد است: «در جریان جنگ ۱۲روزه، اگر بار دیگر همان الگوی سه‌مرحله‌ای پیش از جنگ، حین جنگ و پس از جنگ را مبنا قرار دهیم، باز هم مشاهده می‌کنیم که در مرحله پیش از جنگ ضعف‌های جدی وجود داشته است و نهاد رسانه‌ای ما واقعاً نتوانسته بود در نبرد روایت‌ها نقش مؤثر و برتری داشته باشد.»

هاشمیان در ادامه و در ارتباط با تأثیر شرایط جنگ بر نوجوانان می‌گوید: «در آن مقطع، نوجوانان و نسل جدید تحت‌تأثیر مرجعیت‌های بیرونی قرار داشتند و ارزش‌ها و هنجارهایی را پذیرفته بودند که نه نهاد رسانه، نه نهاد دین، نه خانواده و نه مدرسه قادر به پذیرش آنها نبودند. تنها کافی بود خواننده‌ای غربی اثری تولید کند؛ بلافاصله همان اثر در کلاس‌های درس ما بازتولید می‌شد، گاه حتی به شکل دابسمش توسط دانش‌آموزان. ما در دوره جنگ، شرایط به شکلی متفاوت رقم خورد. به‌نظر می‌رسد در این دوره، به برکت شرایط خاص ناشی از جنگ، نوعی انسجام و هماهنگی در نهاد رسانه‌ای کشور پدید آمد.

در همین زمینه، می‌توان به آیه‌ای از قرآن کریم اشاره کرد که به طرزی اعجازگونه وضعیت را تبیین می‌کند: «كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ.»

جهاد، اگرچه گاه امری ناخوشایند به نظر می‌رسد، اما خیرهای نهفته‌ای در بطن آن وجود دارد که از میزان ناخوشایندی‌اش فراتر می‌رود. یکی از مصادیق همین خیرهای نهفته، عملکرد نهاد رسانه در خلال جنگ اخیر است. در همان مدل سه‌مرحله‌ای، عملکرد رسانه‌ها در دوره جنگ نسبت به دو دوره دیگر، یعنی پیش از جنگ و پس از آن، به‌مراتب مطلوب‌تر و موفق‌تر بوده است.»

حساسیت و اهمیت نقطه‌زنی در دوران پساجنگ

حجت‌الاسلام‌هاشمیان، در سلسله نشست‌های مجازی «آنِ ما شدن؛ چگونگی پیوند سرزمین، ملت و دین در همبستگی ملی ایرانیان» وابسته به پژوهشکده مطالعات اسلامی باقرالعلوم علیه‌السلام، می‌گوید: «اما سؤال مهم‌تر این است که آیا در دوره پس از جنگ نیز چنین توفیقی تکرار خواهد شد؟ هرچند ما هنوز به طور دقیق وارد مرحله پس از جنگ نشده‌ایم و در وضعیتی معلق یا آتش‌بس به سر می‌بریم، اما با فرض ورود به این دوره، باید به تجربه‌های گذشته خود بازگردیم.

دکترینی که در حال حاضر توسط نهادهایی مانند سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، مجمع جهانی اهل‌بیت(ع)، وزارت امور خارجه، جامعةالمصطفی و دیگر نهادهای فرهنگی دنبال می‌شود، نشان داده است که نتوانسته ظرفیت‌های عظیم انقلاب اسلامی را چه در سطح جهان اسلام و چه در سطح بین‌المللی به طور شایسته فعال و نمایندگی کند. به‌تبع همین ضعف بنیادین در دکترین ارتباطی، رسانه‌های ما نیز نتوانسته‌اند کارکردهای موردانتظار را برای مخاطبان منطقه‌ای و جهانی به انجام رسانند.»

این کارشناس در ارتباط با فرصت‌سوزی و عدم بهره‌بری لازم تبلیغاتی از شرایط به وجود آمده برای جهانی‌سازی مقاومت، معتقد است: «در واقع، آنچه اثرگذار بود، عملکرد رسانه‌ای ما نبود، بلکه بازنمایی مستقیم واقعیت در میدان بود؛ یعنی حرکت موشک‌هایی که از آسمان کشورهای منطقه عبور می‌کردند و خود مردم با چشم خود آنها را می‌دیدند. مردم در عراق، اردن و سایر کشورهای منطقه، این واقعیت را با چشم مشاهده می‌کردند و همین امر باعث بروز احساسات و واکنش‌های مثبت می‌شد. نه به‌واسطه روایت‌پردازی رسانه‌ای ما، بلکه صرفاً بر اساس مواجهه مستقیم با واقعیت‌های میدان.

به‌زعم برخی تحلیلگران، حتی روایت رسانه‌ای ما از خود غزه و مقاومت حماس نیز ضعیف‌تر بود.

درحالی‌که غزه زیر آتش بود و در اوج مظلومیت قرار داشت، اما روایت رسانه‌ای آنها برای افکار عمومی دنیا بسیار رساتر، پرنفوذتر و اثرگذارتر از روایت‌های ما عمل کرد. ما در این دوره، یکی از فرصت‌های طلایی تاریخ را از دست دادیم. این فرصت از آن جهت ارزشمند بود که می‌توانست در برابر موج ایران‌هراسی که سال‌هاست در رسانه‌های جهانی ترویج می‌شود، یک ضدروایت قدرتمند شکل دهد.»

روایت مردم از کنش رسانه در جنگ و پساجنگ

در دوره پساجنگ، با تروما و آسیب‌هایی که در دوران جنگ به خانواده‌ها وارد شده مواجه هستیم؛ آسیب‌هایی که ممکن است پس از پایان جنگ خود را نشان دهند. بااین‌حال خانواده‌ها باید کمک کنند تا روال عادی زندگی دچار اختلال نشود. در این میان نقش پدر و مادر به دلیل جایگاه ویژه‌شان در خانواده، بسیار حائز اهمیت است.

هدیه سادات محمدی، دانشجوی علوم ارتباطات در این باره به خبرنگار کیهان می‌گوید: «آنچه در رسانه‌ها کمتر بازتاب یافت، قصه‌های درونی خانواده‌ها بود. مثلاً مادرانی که هم داغدار بودند و هم باید نقش یک کنشگر اجتماعی را ایفا می‌کردند. به نظرم روایت‌های بازگو شده در رسانه‌های اجتماعی در روزهای داغ جنگ مؤثرتر بود تا دوران بعد از جنگ. اگرچه برخی رسانه‌ها در ایام بعد فعال‌تر و چشمگیرتر عمل کردند؛ اما زمان لازم برای نقطه‌زنی هدفمند برای تأثیرگذاری بر خانواده‌ها به‌ویژه جوانان و نوجوانان را از دست دادند.»

صادق شوشتری، پدر خانواده و کارمند معتقد است: «یکی از ویژگی‌های مثبت مردم ما در آن دوره، مدیریت اقتصادی خانواده‌ها بود. در آن شرایط بحرانی، خانواده‌ها به‌گونه‌ای رفتار کردند که احساس نیاز یا کمبود در خانه ایجاد نشود. حتی با وجود ترس از جنگ و احتمال نایاب شدن برخی اقلام، از رفتارهایی که منجر به اختلال در اقتصاد و جامعه شود، پرهیز کردند. مادران و همسران نقش مهمی در مدیریت روان خانواده داشتند.»

میترا محمودیان، مادر ۵ فرزند و دبیر بازنشسته می‌گوید: «بزرگ‌ترین عامل موفقیت ما در جنگ ایمان و توکل به خداست. یکی از اتفاقات بسیار عالی بعد از جنگ، مصادف شدن روزها با ایام محرم و عزاداری امام حسین(ع) بود که روحیه‌ای مضاعف به مردم بخشید. خانواده‌ها هم مثل همیشه پای کار بودند و دیگ‌های نذری و مراسم عزاداری برگزار شد. همین نذری‌ها، عزاداری‌ها و حضور در هیئات و مجالس خانگی توانست هم معنویت و هم آرامش را به‌صورت توأمان به جامعه تزریق کند.»

یادآوری قوی بودن به بچه‌ها با فرآیند داستان‌گویی

«حانیه پایور»، روان‌شناس و مشاور خانواده در ارتباط با آماده کردن کودکان و نوجوانان برای جنگ‌های احتمالی بعدی به خبرنگار کیهان می‌گوید: «باید بپذیریم هنوز دستمان روی ماشه است و صلحی اتفاق نیفتاده و ما در آتش‌بس هستیم و هر زمان خطایی صورت بگیرد این ماشه کشیده می‌شود. ما باید در این شرایط فارغ از اینکه جنگ اصطلاحاً و موقتاً تمام شده همچنان فرآیند داستان‌گویی، نمایش، تبیین را پیش ببریم. در این خط داستانی باید به بچه‌ها گفت ما همیشه قوی هستیم و این قوی بودن را به نشان دادن قدرتمندی کشور در عرصه نظامی و یا هر عرصه دیگری به آنها یادآوری کنیم.»

پایور ادامه می‌دهد: «نمونه‌های عینی هم وجود دارد که با کمک آنها می‌توانیم کامل فضا را روشن کنیم؛ از داستان کربلا گرفته تا دفاع مقدس، چهارم اینکه باید به بچه‌ها بگوییم آنها هم یکی از مهره‌های این جنگ هستند و به اندازه خودشان در قوی شدن کشورشان سهم دارند. این‌طوری یک احساس ارزشمندی به کودک داده می‌شود به این صورت هم یک تعامل بین مادر و کودک شکل گرفته است هم اطمینان خاطر به آنها داده شده است.»

این روان‌شناس درباره تأثیر جنگ نرم و فضای مجازی در کودکان و نوجوانان اظهار می‌کند: «ما تا قبل از این رسانه‌هایی داشتیم که ما «نمی‌توانیم» را القا کرده بودند، این‌طور که هزینه‌ای که برای تسلیحات و موشک‌ها داده می‌شود، از سفره مردم برداشته می‌شود و این غلط است.

یک دانشجوی علوم ارتباطات: هنگام شرایط بحرانی، خانواده‌ها به‌گونه‌ای رفتار کردند که احساس نیاز یا کمبود در خانه ایجاد نشود. حتی با وجود ترس از جنگ و احتمال نایاب شدن برخی اقلام، از رفتارهایی که منجر به اختلال در اقتصاد و جامعه شود، پرهیز کردند. مادران و همسران نقش مهمی در مدیریت روان خانواده داشتند.

یک روان‌شناس: مدیریت تفکر به نوجوان‌ها و جوان‌ها آموزش داده شود. بلوغ فکری و سواد رسانه باعث می‌شود که من اولاً در انتخاب رسانه منبع دقت داشته باشم و در ثانی هر چیزی را در فضای مجازی باور نکنم.

خیلی از جوانان و نوجوانان ما تازه بعد از این ماجراها با واقعیت آشنا شدند و متوجه شدند چرا او با ما دشمنی کرد؟ چرا ما موشک داریم؟ چه جاهایی ورود پیدا کردیم و چرا در کشورهای همسایه هستیم؟ خیلی چیزها را متوجه شدند. من معتقدم به جای قطع دسترسی به رسانه‌ها، سواد رسانه و مدیریت تفکر به نوجوان‌ها و جوان‌ها آموزش داده شود. بلوغ فکری و سواد رسانه باعث می‌شود که من اولاً در انتخاب رسانه منبع دقت داشته باشم و در ثانی هر چیزی را در فضای مجازی باور نکنم.»

چگونه کودک را با مفهوم شهادت آشنا کنیم؟

پایور در ارتباط با آموزش مفاهیمی چون شهادت، مرگ و فقدان به کودکان می‌گوید: «ما اینجا داریم درباره کودک زیر هفت هشت سال صحبت می‌کنیم که هنوز به درکی از انتزاع نرسیده است؛ مثلاً بچه چهارساله من مفهوم رفتن و مرگ و شهادت و اینها را شاید نتواند درک کند؛ اما اگر طی یک داستان به آن مفهوم مأموریت، رسالت شخصی و... بدهیم برایش قابل درک می‌شود. اینکه هر کس به این دنیا می‌آید تا یک کاری انجام بدهد و وقتی مأموریتش به پایان رسید می‌تواند این جهان را به سمت جهان زیباتری ترک کند. همچنین می‌توانیم با نشان دادن مراحل رشد گیاهان، یا مراحل رشد جنین، حتی مراحل رشد یک جوجه داخل یک تخم‌مرغ یا یک کرم ابریشم، اینها را درواقع با یک مفهوم از جایی به جای دیگر منتقل شدن، از جهانی به جهان بهتر رفتن را برای بچه ملموس‌تر کنیم.»

کارشناس و مشاور خانواده در پایان در ارتباط با وظایف والدین در جنگ نرم عنوان می‌کند: «ما به عنوان پدر و مادری که در عصر پیش از ظهوریم و عصر آخرالزمان قرار داریم و تربیت توحیدی می‌خواهیم داشته باشیم و نمی‌خواهیم تربیت داخل خلأ داشته باشیم، موظفیم مرز بین قهرمان که برای اعتقادش می‌جنگد و این جنگ صرفاً مبارزه و سلاح هم نیست، مثل دانشمندان هسته‌ای ما که سلاحشان علم بود، مرز اینها را با افراد دیگر مشخص کنیم. این‌گونه برای کودک الگو می‌شوند و الگوسازی وقتی شکل بگیرد ناخودآگاه کودک به آن فرآیندی که مبارز طی می‌کند و مسیری را که آن الگو پیموده نگاه می‌کند و سعی می‌کند خود را شبیه او کند، نه لزوماً پایان زندگی و به‌ظاهر حیات دنیایی که به پایان رسیده است. در واقع این مسیر را نگاه می‌کند نه آن مقصد را.»

در پایان به نظر می‌رسد پس از جنگ تحمیلی ۱۲روزه، این خانواده‌ها بودند که با همدلی، صبوری و از خودگذشتگی، نبض زندگی را به جامعه بازگرداندند. نقش خانواده‌ها در جنگ تحمیلی ۱۲روزه صرفاً یک همراهی احساسی نبود. آنها کنشگرانی فعال در حفظ انسجام اجتماعی، آرامش روانی و حتی ثبات اقتصادی کشور بودند.

آگهی تغییرات شرکت سهامی خاص کار و تصویر صنعت به شناسه ملی ۱۰۱۰۰۵۴۴۵۸۲ و به شماره ثبت ۱۴۵۷۹

به استناد صورتجلسه هیئت‌مدیره مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۰۶ تصمیمات ذیل اتخاذ شد آقای هرمان جوزف کنرادی به شماره فراگیر ۷۲۷۵۶۴۷۱ به سمت نایب‌رئیس هیئت‌مدیره تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۲/۰۶ و به سمت مدیرعامل تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۲/۰۶ آقای برنداستفان اشمیتز به شماره فراگیر ۹۱۷۰۹۰۷۱ به سمت رئیس هیئت‌مدیره تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۲/۰۶ خانم بریگیت مارگرت جینه وندیپوت به شماره فراگیر ۹۱۷۰۹۲۰۴ به سمت عضو اصلی هیئت‌مدیره تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۲/۰۶ انتخاب گردیدند. هیئت‌مدیره به اتفاق آراء اعضای حاضر مقرر داشت که کلیه چک‌ها، سفته‌ها، بروات، قراردادها و به‌طور کلی اسنادی که برای شرکت ایجاد تعهد یا از شرکت سلب حق می‌نماید توسط مدیرعامل شرکت با حق توکیل به غیر امضاء و به مهر شرکت ممهور خواهد شد.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری تهران

آگهی تغییرات شرکت مهندسی و تامین پترو امین ارشد خوشنام با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۵۰۸۲۹۹ و شناسه ملی ۱۴۰۰۶۷۰۲۵۸۵

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی شرکا مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۰۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: محل شرکت در واحد ثبتی تهران به آدرس: شهرستان تهران، بخش مرکزی، شهر تهران، توحید، کوچه شهید محمود طاهر نیا، بن بست معصومی، پلاک ۱۳، طبقه دوم، واحد غربی کد پستی ۱۴۵۷۸۹۳۵۷۱ تغییر یافت و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید. موضوع شرکت به شرح ذیل تغییر یافت و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید. امور پیمانکاری، مشاوره، تامین کالا و خدمات در صورت نیاز پس از اخذ مجوزهای لازم.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری تهران

آگهی تغییرات موسسه غیرتجاری بنیاد تعاون بسیج به شناسه ملی ۱۰۱۰۱۳۶۵۱۱۴ و به شماره ثبت ۶۰۴۳

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۲۳ تصمیمات ذیل اتخاذ شد آقای حمید رضا محمد تقی زاده با کد ملی ۰۳۲۰۰۵۰۸۲۳ به عنوان مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره- آقای علی نصر با کد ملی ۱۲۸۳۳۶۰۹۱۸ به عنوان نایب‌رئیس هیئت‌مدیره- آقای شهرام جعفری با کد ملی ۳۵۵۹۷۰۷۶۹۲ به عنوان عضو هیئت‌مدیره و قائم‌مقام مدیرعامل- آقای علی اصغر داورزنی با کد ملی ۰۷۹۴۴۱۱۲۵۸ به عنوان عضو هیئت‌مدیره- آقای حیدر بابا احمدی با کد ملی ۶۳۲۹۸۲۱۱۶۱ به عنوان عضو هیئت‌مدیره برای مدت دو سال انتخاب گردیدند. موسسه حسابرسی ودجا شناسه ملی ۱۴۰۰۳۵۸۵۵۵۱ به سمت بازرس اصلی و آقای اسماعیل اسلامی با کد ملی ۰۰۵۵۴۹۲۵۷۶ به‌عنوان بازرس علی‌البدل برای یک سال مالی انتخاب گردیدند کلیه اوراق و اسناد تعهد آور از جمله قراردادها با امضاء مدیرعامل و یکی از اعضاء هیئت‌مدیره با مهر بنیاد و در غیاب مدیرعامل با امضاء برادر شهرام جعفری و یکی از اعضای هیئت‌مدیره همراه با مهر بنیاد و اسناد مالی از جمله چکها با امضای مدیرعامل و معاون مالی بنیاد و در غیاب مدیرعامل با امضای برادر شهرام جعفری و معاون مالی همراه با مهر بنیاد معتبر می‌باشد و سایر اوراق عادی و اداری با امضای مدیرعامل یا قائم‌مقام وی همراه با مهر بنیاد معتبر می‌باشد. ترازنامه برای سال مالی منتهی به ۱۴۰۱/۱۲/۲۹ تصویب گردید. روزنامه‌های کیهان جهت درج آگهی‌های بنیاد تعاون بسیج تعیین گردید.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری تهران

آگهی تغییرات شرکت صنایع همراه رسا سهامی خاص به شماره ثبت ۴۹۷۹۹ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۹۴۹۷۱۵

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۸ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: آقای محمد کبیری به شماره ملی ۰۰۵۸۴۷۵۸۸۵ به عنوان بازرس اصلی و آقای توکل نظری به شماره ملی ۵۸۸۹۵۹۲۳۰۰ به عنوان بازرس علی‌البدل تا پایان سال مالی انتخاب گردیدند. ترازنامه و حساب سود و زیان منتهی به سال مالی ۱۴۰۱ به تصویب رسید. روزنامه کثیرالانتشار کیهان جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین گردید.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری تهران

تأسیس مؤسسه غیرتجاری مجمع خیرین یاریگران زندگی عام‌المنفعه در تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۷ به شماره ثبت ۵۶۸۰۱ به شناسه ملی ۱۴۰۱۲۹۵۱۶۵۹

ثبت و امضا ذیل دفاترتکمیل گردیده که خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم آگهی می‌گردد. نام: مجمع خیرین یاریگران زندگی عام‌المنفعه مؤسسه غیرتجاری موضوع فعالیت:کلیه فعالیتهای مجمع غیرسیاسی و غیرانتفاعی غیردولتی بوده و در موضوع امور اجتماعی با رعایت کامل قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران و این اساسنامه فعالیت خواهد نمود. به موجب مجوز از اداره کل وزارت کشور برابر با شماره مجوز ۱۴۳۷۷۷ در تاریخ ۱۴۰۲/۰۷/۱۵در استان مربوطه این آگهی به ثبت رسید. مدت فعالیت: از تاریخ ثبت به مدت نامحدود مرکز اصلی: استان تهران، شهرستان تهران، بخش مرکزی، شهر تهران، پونک، بلوار امام حسن مجتبی(ع)، بزرگراه شهید آیت‌الله اشرفی اصفهانی، پلاک -۲۰، طبقه همکف کدپستی ۱۴۶۹۹۱۵۸۳۴ دارایی شخصیت حقوقی ۱۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال نقدی مدیران آقای حمیدرضا شاه حسینی به شماره ملی ۰۰۳۳۰۰۶۲۸۸ به سمت عضو مجمع عمومی هیئت امناء به مدت نامحدود و به سمت عضو علی‌البدل هیئت‌مدیره به مدت ۲ سال آقای حبیب اله نیکنام به شماره ملی ۰۰۴۸۰۲۳۵۰۷ به سمت عضو مجمع عمومی هیئت امناء به مدت نامحدود و به سمت عضو اصلی هیئت‌مدیره به مدت ۲ سال آقای احمد خاقانی پور به شماره ملی ۰۰۴۸۱۲۳۸۱۱ به سمت عضو مجمع عمومی هیئت امناء به مدت نامحدود و به سمت عضو اصلی هیئت‌مدیره به مدت ۲ سال و به سمت خزانه دار به مدت ۲ سال آقای حسن حمزه زاده به شماره ملی ۰۳۲۱۳۸۸۶۵۸ به سمت عضو مجمع عمومی هیئت امناء به مدت نامحدود و به سمت عضو اصلی هیئت‌مدیره به مدت ۲ سال و به سمت مدیرعامل به مدت ۲ سال آقای سیداحسان مصطفوی نژاد به شماره ملی ۰۹۳۸۱۰۰۹۴۷ به سمت عضو مجمع عمومی هیئت امناء به مدت نامحدود آقای علیرضا نبی به شماره ملی ۰۹۴۲۶۸۳۳۱۵ به سمت عضو مجمع عمومی هیئت امناء به مدت نامحدود و به سمت عضو اصلی هیئت‌مدیره به مدت ۲ سال و به سمت نایب‌رئیس هیئت‌مدیره به مدت ۲ سال آقای رمضانعلی سنگدوینی به شماره ملی ۲۱۲۲۱۱۹۱۳۶ به سمت عضو مجمع عمومی هیئت امناء به مدت نامحدود و به سمت عضو علی‌البدل هیئت‌مدیره به مدت ۲ سال آقای محمدعلی روحی فردپور به شماره ملی ۳۸۷۱۰۰۸۱۴۱ به سمت عضو مجمع عمومی هیئت امناء به مدت نامحدود و به سمت عضو اصلی هیئت‌مدیره به مدت ۲ سال و به سمت رئیس هیئت‌مدیره به مدت ۲ سال آقای ارازمحمد کر به شماره ملی ۴۹۷۹۳۶۱۶۶۸ به سمت عضو مجمع عمومی هیئت امناء به مدت نامحدود دارندگان حق امضا: کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور با امضاء مدیرعامل و خزانه‌دار، و در غیاب خزانه‌دار با امضاء رئیس هیئت مدیره و با مهر مجمع معتبر خواهد بود. بازرسان آقای سیداحسان مصطفوی نژاد به شماره ملی ۰۹۳۸۱۰۰۹۴۷ به سمت بازرس اصلی به مدت ۱ سال آقای ارازمحمد کر به شماره ملی ۴۹۷۹۳۶۱۶۶۸ به سمت بازرس علی‌البدل به مدت ۱ سال روزنامه کثیرالانتشار کیهان جهت درج آگهی‌های مؤسسه تعیین گردید. ثبت موضوع فعالیت مذکور، به منزله اخذ و صدور پروانه فعالیت نمی‌باشد.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری تهران

آگهی تغییرات شرکت با مسئولیت محدود مهندسی و تامین پترو امین ارشد خوشنام به شناسه ملی ۱۴۰۰۶۷۰۲۵۸۵ و به شماره ثبت ۵۰۸۲۹۹

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۶ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: موضوع فعالیت شرکت به شرح ذیل تغییر یافت و ماده مربوطه دراساسنامه اصلاح گردید. انجام امور مهندسی و طراحی و مشاوره مهندسی و نظارت در مراحل طراحی پایه و تفصیلی و مهندسی خرید و مهندسی ساخت. تامین کالا داخلی و خارجی و انجام امور بازرگانی اعم از خرید و فروش و واردات و صادرات کالاها و قطعات مجاز. ساخت و مدیریت ساخت و نصب و راه‌اندازی و بهره‌برداری و انجام تعمیرات و بازرسی‌های دوره‌ای در پروژه‌های نفت و گاز و پتروشیمی و تجهیزات مرتبط، صنایع و کارخانه‌های صنعتی، معادن و صنایع معدنی و استخراج و استحصال فلزات و تجهیزات مورد نیاز، آب و فاضلاب، صنایع نیروگاهی، صنایع و تجهیزات حمل‌ونقل و ساختمانی و صنایع وابسته به آنها از طریق مشارکت با موسسات و شرکتهای داخلی و خارجی و اخذ نمایندگی آنها و همچنین اخذ وام و تسهیلات بانکی و گشایش اعتبارات در صورت لزوم در صورت ضرورت قانونی انجام موضوعات پس از اخذ مجوزهای لازم.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری تهران

آگهی تغییرات موسسه غیر تجاری انجمن سرطان‌های دستگاه ادراری تناسلی به شناسه ملی ۱۴۰۱۰۳۳۹۰۲ و به شماره ثبت ۵۱۶۴۱

به استناد صورتجلسه هیئت‌مدیره مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۳۰ به موجب مجوز از اداره کل (اداره کل سازمان‌های مردم نهاد) وزارت کشور برابر با شماره مجوز ۱۸۲۷۹۵در تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد اعضای هیئت مدیره برای مدت ۲ سال انتخاب گردیدند آقای محسن آیتی به کد ملی ۰۸۸۸۹۷۷۶۷۰ به‌عنوان رئیس هیئت مدیره آقای محمدعلی سامت به کد ملی ۴۳۲۱۹۹۸۵۸۱ به‌عنوان نایب‌رئیس هیئت مدیره آقای حسن فکور مطلق به کد ملی ۰۰۳۹۰۹۲۲۳۲ به‌عنوان عضو اصلی هیئت مدیره و خزانه‌دار آقای سید علی مؤمنی به کد ملی ۰۰۶۲۷۲۳۸۹۸ به‌عنوان عضو اصلی هیئت مدیره آقای محمدرضا نوروزی به کدملی ۴۳۲۳۳۲۵۸۵۱ به‌عنوان عضو اصلی هیئت مدیره و مدیرعامل کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور با امضای مدیرعامل و خزانه دار و در غیاب خزانه دار با امضای رئیس هیئت مدیره و با مهر انجمن معتبر خواهد بود.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری تهران

شرایط و فرم اشتراک نشریات کیهان در شهرستان‌ها سال ۱۴۰۴

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 انتشارات کیهان و ارسال اصل فیش بانکی همراه با فرم تکمیل‌شده 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	۵۳/۵۶۰/۰۰۰	۲۶/۷۸۰/۰۰۰	۱۳/۳۹۰/۰۰۰
روزنامه کیهان انگلیسی	۱۷۸/۶۰۰/۰۰۰	۸۹/۳۰۰/۰۰۰	۴۴/۶۵۰/۰۰۰
روزنامه کیهان عربی	۱۷۸/۶۰۰/۰۰۰	۸۹/۳۰۰/۰۰۰	۴۴/۶۵۰/۰۰۰
مجله کیهان ورزشی	۵۴/۶۰۰/۰۰۰	۲۷/۳۰۰/۰۰۰	۱۳/۶۵۰/۰۰۰
مجله زن روز	۵۴/۶۰۰/۰۰۰	۲۷/۳۰۰/۰۰۰	۱۳/۶۵۰/۰۰۰
مجله کیهان بچه‌ها	۲۷/۳۰۰/۰۰۰	۱۳/۶۵۰/۰۰۰	۶/۸۲۵/۰۰۰
مجله کیهان فرهنگی	۴/۲۰۰/۰۰۰	———	———

توجه:
۱- کپی فیش بانکی و قبض سفارشی را تا پایان مدت اشتراک حتما نزد خود نگهداری نمائید.
۲- قبض پرداختی را می‌توانید به شماره **۰۹۱۲۷۹۳۲۵۶۸** با ذکر مشخصات در کانال تلگرام قرار داده و به امور مشترکین اطلاع دهید.
۳- در صورت تغییر قیمت نشریات و یا هزینه پستی، معادل مبلغ پرداخت‌شده، نشریه مورد تقاضا ارسال می‌گردد.
۴- مجموعه روزنامه‌های کیهان فارسی، کیهان انگلیسی و کیهان عربی در طول هفته در یک روز ارسال می‌شود.
۵- ارسال از طریق پست عادی قابل پیگیری نیست و موسسه هیچ‌گونه مسئولیتی در تاخیر یا عدم تحویل آن ندارد.
۶- در صورت تمایل به اشتراک چند نشریه، برای هر کدام فیش بانکی جداگانه تهیه فرمائید.
۷- همچنین برای اشتراک نشریات کیهان می‌توانید به دفاتر کیهان در سراسر کشور مراجعه فرمائید.

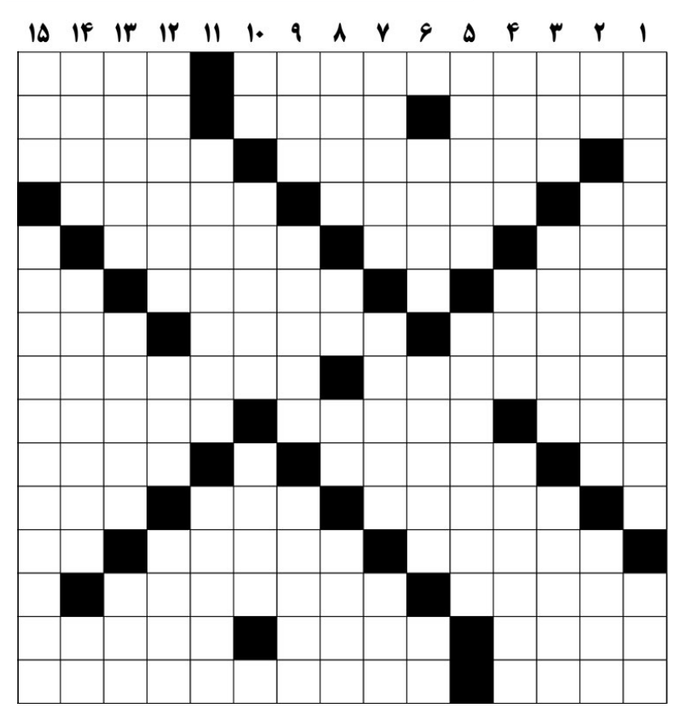
فرم تقاضا

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

واحد آبونمان
روابط بین‌الملل موسسه کیهان

تلفن: ۳۵۲۰۲۲۷۸-۰۲۱ نمابر: ۳۳۹۱۰۹۲۲-۰۲۱

جدول شماره ۱۳۱۱۵



افقی:

۱- لقب امام پنجم شیعیان- حرف یونانی ۲- برادر حضرت موسی(ع)- ساحل و کناره- پاسخ ۳- گیاهی علفی و دارویی- نانوایی ۴- تکرار حرف دوم- خوراکی از اسفناج- پستی و ذلت ۵- منظره فرنگی- ناشنوایی- یکتا و تنها ۶- سهل- بدون درمان- رودی در ایتالیا ۷- مالک گردانیدن- سالن برگزاری جشن عروسی- اسم ۸- خوشحالی و سرور- پایتخت کشور چاد ۹- لباس رزم- مزارات شهیدان- دفتر شاخص ۱۰- دفع مزاحم- چلچله- نامی دخترانه ۱۱- جمع دفتر- شگفت - جوانمرد ۱۲- خوراکی با پیاز داغ و تخم‌مرغ- هر لحظه- نت آخر ۱۳- سفید و شفاف مانند مرمر- لقب امام علی(ع) ۱۴- واحد بوکس- چهره‌آرایی- یکی از سه خدای آیین هندو ۱۵- سمت راست- تکامل‌یافته‌ترین گروه مهره‌داران.

عمودی:

۱- کنایه از کوشش ب