یادداشت

پیشران استراتژیک در صنایع معدنی و صنعتی

سید عابدین موسوی- کارشناس معدنی: در جهان امروز، صنایع معدنی و صنعتی صرفاً با تکیه بر ماشین‌آلات، سرمایه‌گذاری و فناوری پیش نمی‌روند؛ بلکه در کنار همه این عناصر، ارتباطات مؤثر و مدیریت حرفه‌ای افکار عمومی نقشی تعیین‌کننده ایفا می‌کنند. روابط عمومی دیگر یک واحد تشریفاتی یا صرفاً اطلاع‌رسان نیست، بلکه به یکی از پیشران‌های استراتژیک سازمان‌ها تبدیل شده است؛ پیشرانی که می‌تواند مسیر اعتمادسازی، شفافیت، برندآفرینی، مدیریت بحران و توسعه پایدار را هموار کند.

هم‌زمان با روز جهانی ارتباطات و روابط عمومی (۲۷ اردیبهشت)، فرصتی است تا نگاهی دقیق‌تر به نقش حیاتی این حوزه در شرکت‌های مهم معدنی و صنعتی بیندازیم. این شرکت‌ها که با تولید، اشتغال، سرمایه‌گذاری و توسعه گره خورده‌اند، در فضایی حساس فعالیت می‌کنند؛ جایی که پروژه‌های کلان اقتصادی با مسائل زیست‌محیطی، مطالبات اجتماعی، و دیدگاه رسانه‌ها و ذی‌نفعان در هم تنیده شده است.

به همین دلیل، روابط عمومی در این صنایع، از یک واحد خبری فراتر رفته و به بازوی استراتژیک سازمان برای تنظیم و هدایت روابط با جامعه، رسانه‌ها، کارکنان و سهامداران تبدیل شده است. این بخش، هم زبان گویا و هم گوش شنوا برای سازمان است؛ فعالیت‌ها، دستاوردها و چالش‌ها را برای مخاطبان روشن می‌سازد و در عین حال، دغدغه‌ها و مطالبات جامعه را به مدیران منتقل می‌کند. این نقش دو سویه، گرچه ساده به نظر می‌رسد، اما در مدیریت شرکت‌های بزرگ، حیاتی است.

به زبان ساده، روابط عمومی در شرکت‌های معدنی و صنعتی، هم زبان گویا و هم گوش شنوای سازمان است. این بخش باید بتواند فعالیت‌ها، دستاوردها و چالش‌های شرکت را برای مخاطبان مختلف روشن سازد و همزمان، دغدغه‌ها و مطالبات جامعه و ذی‌نفعان را به مدیران منتقل کند. این نقش دو سویه، گرچه ساده به نظر می‌رسد، اما در مدیریت شرکت‌های بزرگ، حیاتی است.

متأسفانه، در بسیاری از بنگاه‌های صنعتی، روابط عمومی هنوز به جایگاه واقعی خود نرسیده است. گاهی این حوزه صرفاً به انتشار چند خبر، گزارش تصویری، نصب بنر یا برگزاری مراسم خلاصه می‌شود. این در حالی است که در دنیای امروز، به‌ویژه صنایع بزرگ و اثرگذار، روابط عمومی باید در فرآیند تصمیم‌سازی مشارکت داشته باشد. دلیل این امر روشن است: بسیاری از تصمیم‌های صنعتی، علاوه بر پیامدهای اقتصادی و فنی، دارای اثرات اجتماعی و رسانه‌ای مهمی نیز هستند. یک پروژه توسعه‌ای، حتی اگر از نظر فنی و اقتصادی موفق باشد، بدون معرفی درست و توجه به نگرانی‌های اجتماعی، ممکن است به‌جای همراهی، با مقاومت یا سوءبرداشت روبه‌رو شود.

اهمیت این موضوع در حوزه معدن دوچندان می‌شود؛ چراکه بسیاری از پروژه‌های معدنی در مناطقی اجرا می‌شوند که مردم محلی انتظار دارند تأثیر حضور شرکت را در زندگی خود احساس کنند. آنها خواهان اشتغال، بهبود زیرساخت‌ها، حفاظت از محیط‌زیست، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و گفت‌وگوی مستقیم هستند. اگر این ارتباط به‌درستی شکل نگیرد، شکاف میان شرکت و جامعه محلی افزایش می‌یابد. اینجاست که روابط عمومی کارآمد، تنها به بیان موفقیت‌ها بسنده نمی‌کند؛ بلکه با صداقت و شفافیت، واقعیت‌ها را توضیح داده، ابهامات را برطرف می‌سازد و زمینه گفت‌وگو و همکاری را فراهم می‌آورد.

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های امروز روابط عمومی در شرکت‌های توسعه معدنی و صنعتی، ایجاد و حفظ اعتماد عمومی است. در دنیای امروز، اعتماد به‌سختی به دست می‌آید و به‌راحتی از بین می‌رود. مخاطبان، رسانه‌ها و سهامداران دیگر تنها با خبرهای کلی و شعارهای تکراری قانع نمی‌شوند؛ آنها خواهان اطلاعات دقیق، شفاف و واقعی هستند. بنابراین، روابط عمومی نمی‌تواند صرفاً به انتشار خبرهای مناسبتی اکتفا کند. این حوزه باید فعالانه شفافیت ایجاد کند، پاسخگو باشد، توضیحات لازم را ارائه دهد و پیش از آنکه ابهامات به بحران تبدیل شوند، آن‌ها را مدیریت کند.

شرکت‌های معدنی و صنعتی امروز تنها با تولید و استخراج شناخته نمی‌شوند؛ بلکه انتظار می‌رود در قبال جامعه، محیط‌زیست و آینده مناطق فعالیت خود نیز مسئولانه رفتار کنند. اینجاست که مفهوم مسئولیت اجتماعی (CSR) برجسته می‌شود. اگر اقدامات مسئولیت اجتماعی بر اساس نیاز واقعی منطقه، با برنامه‌ریزی درست و نگاه بلندمدت صورت گیرد، هم برای جامعه مفید خواهد بود و هم اعتبار شرکت را افزایش می‌دهد. روابط عمومی نقش کلیدی در روایت‌سازی مؤثر این اقدامات دارد؛ زیرا بسیاری از خدمات و دستاوردهای ارزشمند شرکت‌ها، به‌دلیل ضعف در بیان، آن‌گونه که شایسته است دیده نمی‌شوند. در مقابل، گاهی یک خبر کوچک یا ناقص، به‌سرعت در رسانه‌ها منتشر شده و تصویر کلی شرکت را مخدوش می‌کند. بنابراین، ارائه روایتی درست، مستند و قابل فهم از فعالیت‌ها، برای موفقیت شرکت حیاتی است.

در دنیای امروز، نادیده گرفتن فضای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی غیرممکن است. حتی شرکت‌های صنعتی و تخصصی نیز باید حضوری جدی و هوشمندانه در این فضا داشته باشند. نسل جدید مخاطبان، اطلاعات را سریع دریافت، مقایسه و به ابهامات واکنش نشان می‌دهد. روابط عمومی در چنین شرایطی نیازمند سرعت، دقت و حرفه‌ای‌گری است. تأخیر در اطلاع‌رسانی، سکوت بی‌دلیل یا استفاده از ادبیات پیچیده، معمولاً نتیجه مطلوبی ندارد؛ چراکه مخاطب امروز، متن ساده، روشن و صادقانه را بهتر می‌پذیرد

علاوه بر این، بسیاری از شرکت‌های بزرگ صنعتی در بازار سرمایه نیز حضور دارند. این بدان معناست که مخاطبان روابط عمومی تنها به مردم محلی یا رسانه‌ها محدود نمی‌شوند؛ سهامداران، فعالان اقتصادی و تحلیلگران نیز بخشی از جامعه هدف هستند. در چنین شرایطی، اطلاع‌رسانی درست و به‌موقع می‌تواند به آرامش فضای خبری و تحلیلی کمک کند، در حالی که هرگونه ابهام یا نقص در اطلاعات، ممکن است زمینه‌ساز شایعه و بی‌اعتمادی شود.

نکته مهم دیگر، لزوم تخصصی‌تر شدن روابط عمومی در صنایع معدن و سنگین است. دوران تسلط صرف بر خبرنویسی یا برگزاری مراسم به پایان رسیده است. روابط عمومی مدرن نیازمند شناخت عمیق صنعت، تسلط بر زبان رسانه، درک افکار عمومی، مهارت مدیریت بحران و آشنایی با ابزارهای نوین ارتباطی است. روابط عمومی در شرکت‌های توسعه‌ای امروز باید هم از دنیای صنعت سر دربیاورد و هم از دنیای ارتباطات.

در نهایت، اگر توسعه را صرفاً به ماشین‌آلات، خطوط تولید، استخراج، صادرات و اعداد مالی محدود کنیم، بخش مهمی از واقعیت را نادیده گرفته‌ایم. توسعه پایدار زمانی محقق می‌شود که در کنار توان فنی و اقتصادی، سرمایه اجتماعی نیز تقویت شود. این سرمایه اجتماعی بدون گفت‌وگو، شفافیت، اقناع افکار عمومی و مسئولیت‌پذیری حاصل نمی‌شود. روابط عمومی دقیقاً در همین نقطه، نقشی حیاتی ایفا می‌کند.

روز جهانی ارتباطات و روابط عمومی، برای شرکت‌های توسعه معدنی و صنعتی صرفاً یک مناسبت تقویمی نیست؛ بلکه فرصتی است تا اهمیت کیفیت ارتباط با جامعه، مخاطبان و ذی‌نفعان را یادآوری کند. موفقیت یک شرکت در دنیای امروز، تنها به میزان تولید و سودآوری آن وابسته نیست، بلکه به عمق، صداقت و حرفه‌ای‌گری روابط آن با دنیای بیرون نیز بستگی دارد. هرچه این ارتباطات قوی‌تر باشد، مسیر توسعه نیز پایدارتر و کم‌هزینه‌تر خواهد بود

تاریخچه نامگذاری روز روابط عمومی

در دنیای کنونی روابط عمومی به قلب تپنده سازمان‌ها، ادارات و مجموعه‌های مختلف تبدیل شده و تقریباً موفقیت هیچ نهاد و سازمانی بدون فعالیت‌های این بخش، اعم از ارزیابی نقاط ضعف و قوت سازمان‌ها تا شکل‌دهی افکار عمومی و برقراری ارتباطات داخلی و خارج سازمانی، بیش‌ازپیش دور از ذهن می‌نماید.

سابقه روابط عمومی در ایران و عضویت این حوزه در مجامع و عرصه‌های بین‌المللی به بیش از ۱۰۰ سال پیش برمی‌گردد. اهمیت و نقش روزافزون این بخش از دانش بشری، زمانی نمایان می‌شود که فعالان حوزه‌های روابط عمومی در زمینه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، مجموعه سازمان‌های دولتی و خصوصی و... برای افزایش سطح مشارکت مردمی با به خدمت گرفتن انواع هنرها و با توزیع عادلانه اطلاعات، روشنگری افکار عمومی، مردم مداری و احترام به حقوق انسان‌ها، مأموریت خود را انجام داده و نمادهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی یک جامعه و یا مجموعه خود را اطلاع‌رسانی می‌کنند.

روند شکل‌گیری روز جهانی ارتباطات

نخستین‌بار «اتحادیه تلگرافی بین‌المللی» در ۱۷ مه ۱۸۶۵ میلادی در پاریس تشکیل شد. در راستای گسترش و تحولات این اتحادیه، در کنفرانس«اتحادیه تلگرافی بین‌الملل» که ۳۰ اکتبر ۱۹۰۶ میلادی برگزار شد تصمیم گرفته می‌شود که «اتحادیه رادیو و تلگرافی بین‌الملل» نیز تشکیل شود. حدود ۲۶ سال بعد در ۹ دسامبر سال ۱۹۳۲ بنا به تصمیم «عهدنامه مادرید» از وحدت دو اتحادیه یاد شده فوق، «اتحادیه بین‌المللی ارتباطات دور» آغاز به کار می‌کند و در واقع روز جهانی ارتباطات یادآور تأسیس این اتحادیه‌ها برای پیشرفت ارتباطات است. پس از جنگ جهانی دوم و تشکیل سازمان ملل و به موجب تصمیم کنفرانس عمومی نمایندگان دولت‌های عضو، این اتحادیه به‌صورت نهاد تخصصی سازمان ملل درآمد و از آن زمان تاکنون، جزو مؤسسات ویژه سازمان ملل متحد بوده و ایران نیز بیش از ۱۰۰ سال در «اتحادیه تلگرافی بین‌المللی»عضو است.

روز ارتباطات و روابط عمومی در ایران

در راستای ضرورت ارج نهادن و توجه به فعالان حوزه روابط عمومی، روزهای پایانی سال ۱۳۸۴ وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی دولت وقت درخواستی را از معاون امور مطبوعاتی و تبلیغاتی خود مبنی بر نام‌گذاری یک روز به نام «روز روابط عمومی» دریافت می‌کند. در این نامه به پیگیری‌ها و پیشنهادها انجمن‌ها و مؤسسات فعال روابط عمومی در این باره اشاره می‌کند و دلایل برجسته نامگذاری این روز شامل برجسته‌سازی روابط عمومی در افکار عمومی، تبیین ضرورت توجه به مقوله روابط عمومی در سطح مدیران ارشد و ارتقای دیدگاه آنها در این باره و تجمیع مراسم مختلف گرامیداشت روابط عمومی در یک روز معین می‌شود. سرانجام برابر مصوبه جلسه ۵۹۰ مورخ شهریور سال ۸۵ شورای‌عالی انقلاب فرهنگی، روز ۲۷ اردیبهشت را به‌عنوان «روز ارتباطات و روابط عمومی» تعیین و اعلام کرد. مدیرکل دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در مصاحبه با رسانه‌ها اعلام کرد که نامگذاری ۲۷ اردیبهشت به‌عنوان روز روابط عمومی نشان از اهتمام جدی مسئولان نسبت به اهمیت و کارکرد نهاد روابط عمومی دارد. به همین مناسبت نیز از سوی دبیرخانه شورای اطلاع‌رسانی دولت در ۱۳ اسفند ۱۳۸۵ آیین‌نامه بزرگداشت «روز روابط عمومی» در پنج فصل و ۱۱ ماده تصویب و ابلاغ شد و این‌گونه روابط عمومی پس از ۵۶ سال، روزی را به نام خودش ثبت کرد.

مسیر حرفه‌ای شدن روابط عمومی

با وجود مشکلات پیش رو که طبیعت یک جامعه بالنده و در مسیر توسعه و پیشرفت است، روابط عمومی به‌سوی ایفای نقش حرفه‌ای خود و اثرگذاری بیشتر در مناسبات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و بین‌المللی گام برمی‌دارد.

اکنون که بعد از سال‌ها تلاش و پیگیری مستمر دست‌اندرکاران روابط عمومی و جامعه ارتباطات کشور، نتیجه این اقدامات برای نامگذاری روزی با نام روابط عمومی به ثمر نشسته است، باید تلاش کرد تا بتوانیم اهدافی را که برای ثبت چنین عنوانی در تاریخ رسمی کشور در نظر داشته‌ایم بیش‌ازپیش محقق کنیم.

نخستین همایش ملی

بیست و هفتم اردیبهشت‌ماه ۱۳۸۶ نخستین همایش ملی روز ارتباطات و روابط عمومی در سالن کنفرانس سران کشورهای اسلامی برگزار و در این همایش و با حضور رئیس‌جمهور و وزرای صنایع و معادن، مسکن و شهرسازی و سخنگو و رئیس شورای اطلاع‌رسانی دولت از تمبر یادبود روز ملی ارتباطات و روابط عمومی رونمایی شد.

جایگاه روابط عمومی در عصر ارتباطات

امروزه نقش روابط عمومی‌ها در کمک به تصمیم گیری‌های مدیریتی و استراتژیک یک سازمان نقشی قابل توجه است. نقش روابط عمومی به عنوان ابزار مدیریتی برای فعالیتهای حرفه ای، علمی و الکترونیکی، از مشخصه‌های جدید روابط عمومی در عصر ارتباطات است. بنا بر این، از نقاط برجسته و ممتاز در مدیریت استراتژیک، تأکید بر محیط برون سازمانی و حتی جهانی است و در واقع، منظور از وظایف استراتژیک روابط عمومی، دخالت در روند تصمیم گیری سازمان است.

اهمیت جایگاه روابط عمومی در عصر ارتباطات و در دورانی که اطلاع‌رسانی در همه عرصه‌ها پیشتاز است، دوچندان شده است به گونه‌ای که موفقیت سازمان‌ها، ادارات و شرکت‌ها و دوامشان در عرصه‌ها و فعالیت‌های تخصصی به عملکرد روابط عمومی‌های آنها وابسته است. روابط عمومی مدون و برنامه‌ریزی شده یکی از ابزارهای قوی مدیریت افکار است، روابط عمومی به عنوان اصلی‌ترین حلقه ارتباط بین مدیران و کارکنان، مسئولیت خطیری در فرآیند دسترسی مدیران و افکار جمعی کارکنان دارند به همین دلیل توجه ویژه به روابط عمومی، به عنوان نهادی که می‌تواند به صورت نظام‌مند، برنامه‌ریزی شده و سنجیده در جهت ایجاد، حفظ و گسترش تعامل و تفاهم مدیران با کارکنان اقدام کند، بسیار حائز اهمیت است.

آگهی عدم تسلیم اسناد مالکیت مورث

نظر به اینکه خانم زهرا جوزانی کهن با استناد دادنامه حصر وراثت ۱۴۰۴۶۸۳۹۰۰۰۶۱۷۳۹۷۸ مورخ ۱۴۰۴/۴/۱۱ شعبه ۳۳ دادگاه صلح مجتمع قضایی شماره ۲ دادگاههای صلح تهران و گواهی حصر وراثه شماره ۹۶۰۲۹۳/۵۴ مورخ ۱۳۹۶/۶/۶ شعبه ۵۴ مجتمع شماره ۲ شورای حل اختلاف تهران درخواست سند مالکیت سهم الارث خود از پلاک ثبتی ۲۹۵ فرعی از ۲۳۹۱ اصلی واقع در بخش ۱۰ تهران را از این منطقه ثبتی نموده اند که سند مالکیت ششدانگ یک قطعه آپارتمان مسکونی به پلاک ثبتی ۲۹۵ فرعی از ۲۳۹۱ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۳۹ فرعی از اصلی مذکور ، قطعه ۵ در طبقه ۴ و واقع در بخش ۱۰ ناحیه ۰۲ حوزه ثبت ملک شهرآرا تهران استان تهران به مساحت ۱۲۴/۶۸ متر مربع ، واقع در طبقه چهارم که (۴/۳۳) چهار متر و سی و سه دسیمتر مربع آن بالکن است بنام اسماعیل / جوزانی کهن مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ بشماره چاپی ۰۳۵۷۶۷ سری ج سال ۹۴ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۵۲۰۳۰۱۰۸۰۰۰۲۳۴۲ و سریه / دودمان فیروز سالاری مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان بشماره چاپی ۰۳۵۷۶۶ سری ج سال ۹۴ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۵۲۰۳۰۱۰۸۰۰۰۲۳۴۱ ثبت و صادر گردیده است. سپس آقای اسماعیل جوزانی کهن برابر گواهی حصر وراثه شماره ۹۶۰۲۹۳/۵۴ مورخ ۱۳۹۶/۶/۶ شعبه ۵۴ مجتمع شماره ۲ شورای حل اختلاف تهران فوت نموده اند که وراث وی عبارت از سریه دودمان فیروز سالاری (همسر) و معصومه لقائی تبار و فاطمه و زهرا و زینب و محمد علی همگی جوزانی کهن (فرزندان متوفی) می باشند سپس خانم سریه دودمان فیروز سالاری برابر گواهی حصروراثه شماره ۱۴۰۴۶۸۳۹۰۰۰۶۱۷۳۹۷۸ مورخ ۱۴۰۴/۴/۱۱ شعبه ۳۳ دادگاه صلح مجتمع قضایی شماره ۲ دادگاههای صلح تهران که وراث ایشان عبارت از فاطمه و زهرا و زینب و محمد علی همگی جوزانی کهن (فرزندان متوفی) میباشند اینک خانم زهرا جوزانی کهن طی درخواست سند از سوی دفترخانه نسبت به سهم الارث خود، اعلام داشته که اصل سند مالکیت مورث نزد آقای محمد علی (احد دیگری از وراث) میباشد که از ارائه آن خودداری مینماید لذا حسب دستور تبصره سه از ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت این اداره طی اخطاریه حسن نیت شماره ۱۴۰۵۸۵۶۰۱۰۸۰۰۰۰۶۶۹ مورخ ۱۴۰۵/۱/۲۶ به وی اخطار نموده است که اصل سند مالکیت مرقوم را جهت اقدام لازم قانونی به این اداره ارائه نماید لهذا با انقضاء مهلت ۱۰ روز مقرر قانونی مراتب فقط یک بار در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار (همین روزنامه) منتشر میشود تا چنانچه دارنده سند مالکیت پلاک مرقوم بدون مجوز قانونی حداکثر ظرف مهلت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی سند مالکیت را به این اداره تسلیم ننماید سند مالکیت سهم الارث متقاضی بالا صادر و به وی تسلیم و متعاقباً نیز سایر اقدامات لازم را مطابق ماده قانونی فوق الذکر انجام خواهد شد. ۵

۱۰۹۴۹ / م الف — کمال شاکری – رییس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهرآرا تهران

آگهی عدم تسلیم اسناد مالکیت مورث

نظر به اینکه خانم زهرا جوزانی کهن با استناد دادنامه حصر وراثت ۱۴۰۴۶۸۳۹۰۰۰۶۱۷۳۹۷۸ مورخ ۱۴۰۴/۴/۱۱ شعبه ۳۳ دادگاه صلح مجتمع قضایی شماره ۲ دادگاههای صلح تهران و گواهی حصر وراثه شماره ۹۶۰۲۹۳/۵۴ مورخ ۱۳۹۶/۶/۶ شعبه ۵۴ مجتمع شماره ۲ شورای حل اختلاف تهران درخواست سند مالکیت سهم الارث خود از پلاک ثبتی ۲۹۵ فرعی از ۲۳۹۱ اصلی واقع در بخش ۱۰ تهران را از این منطقه ثبتی نموده اند که سند مالکیت ششدانگ یک قطعه آپارتمان مسکونی به پلاک ثبتی ۲۹۵ فرعی از ۲۳۹۱ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۳۹ فرعی از اصلی مذکور ، قطعه ۵ در طبقه ۴ و واقع در بخش ۱۰ ناحیه ۰۲ حوزه ثبت ملک شهرآرا تهران استان تهران به مساحت ۱۲۴/۶۸ متر مربع ، واقع در طبقه چهارم که (۴/۳۳) چهار متر و سی و سه دسیمتر مربع آن بالکن است بنام اسماعیل / جوزانی کهن مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ بشماره چاپی ۰۳۵۷۶۷ سری ج سال ۹۴ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۵۲۰۳۰۱۰۸۰۰۰۲۳۴۲ و سریه / دودمان فیروز سالاری مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان بشماره چاپی ۰۳۵۷۶۶ سری ج سال ۹۴ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۵۲۰۳۰۱۰۸۰۰۰۲۳۴۱ ثبت و صادر گردیده است. سپس آقای اسماعیل جوزانی کهن برابر گواهی حصر وراثه شماره ۹۶۰۲۹۳/۵۴ مورخ ۱۳۹۶/۶/۶ شعبه ۵۴ مجتمع شماره ۲ شورای حل اختلاف تهران فوت نموده اند که وراث وی عبارت از سریه دودمان فیروز سالاری (همسر) و معصومه لقائی تبار و فاطمه و زهرا و زینب و محمد علی همگی جوزانی کهن (فرزندان متوفی) می باشند سپس خانم سریه دودمان فیروز سالاری برابر گواهی حصروراثه شماره ۱۴۰۴۶۸۳۹۰۰۰۶۱۷۳۹۷۸ مورخ ۱۴۰۴/۴/۱۱ شعبه ۳۳ دادگاه صلح مجتمع قضایی شماره ۲ دادگاههای صلح تهران که وراث ایشان عبارت از فاطمه و زهرا و زینب و محمد علی همگی جوزانی کهن (فرزندان متوفی) میباشند اینک خانم زهرا جوزانی کهن طی درخواست سند از سوی دفترخانه نسبت به سهم الارث خود، اعلام داشته که اصل سند مالکیت مورث نزد آقای محمد علی(احد دیگری از وراث) میباشد که از ارائه آن خودداری مینماید لذا حسب دستور تبصره سه از ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت این اداره طی اخطاریه حسن نیت شماره ۱۴۰۵۸۵۶۰۱۰۸۰۰۰۰۶۶۹ مورخ ۱۴۰۵/۱/۲۶ به وی اخطار نموده است که اصل سند مالکیت مرقوم را جهت اقدام لازم قانونی به این اداره ارائه نماید لهذا با انقضاء مهلت ۱۰ روز مقرر قانونی مراتب فقط یک بار در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار (همین روزنامه) منتشر میشود تا چنانچه دارنده سند مالکیت پلاک مرقوم بدون مجوز قانونی حداکثر ظرف مهلت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی سند مالکیت را به این اداره تسلیم ننماید سند مالکیت سهم الارث متقاضی بالا صادر و به وی تسلیم و متعاقباً نیز سایر اقدامات لازم را مطابق ماده قانونی فوق الذکر انجام خواهد شد. ۵

۱۰۹۵۰ / م الف — کمال شاکری – رییس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهرآرا تهران

آگهی عدم تسلیم اسناد مالکیت مورث

نظر به اینکه خانم زهرا جوزانی کهن با استناد دادنامه حصر وراثت ۱۴۰۴۶۸۳۹۰۰۰۶۱۷۳۹۷۸ مورخ ۱۴۰۴/۴/۱۱ شعبه ۳۳ دادگاه صلح مجتمع قضایی شماره ۲ دادگاههای صلح تهران و گواهی حصر وراثه شماره ۹۶۰۲۹۳/۵۴ مورخ ۱۳۹۶/۶/۶ شعبه ۵۴ مجتمع شماره ۲ شورای حل اختلاف تهران درخواست سند مالکیت سهم الارث خود از پلاک ثبتی ۲۹۵ فرعی از ۲۳۹۱ اصلی واقع در بخش ۱۰ تهران را از این منطقه ثبتی نموده اند که سند مالکیت ششدانگ یک قطعه آپارتمان مسکونی به پلاک ثبتی ۲۹۵ فرعی از ۲۳۹۱ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۳۹ فرعی از اصلی مذکور ، قطعه ۵ در طبقه ۴ و واقع در بخش ۱۰ ناحیه ۰۲ حوزه ثبت ملک شهرآرا تهران استان تهران به مساحت ۱۲۴/۶۸ متر مربع ، واقع در طبقه چهارم که (۴/۳۳) چهار متر و سی و سه دسیمتر مربع آن بالکن است بنام اسماعیل / جوزانی کهن مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ بشماره چاپی ۰۳۵۷۶۷ سری ج سال ۹۴ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۵۲۰۳۰۱۰۸۰۰۰۲۳۴۲ و سریه / دودمان فیروز سالاری مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان بشماره چاپی ۰۳۵۷۶۶ سری ج سال ۹۴ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۵۲۰۳۰۱۰۸۰۰۰۲۳۴۱ ثبت و صادر گردیده است. سپس آقای اسماعیل جوزانی کهن برابر گواهی حصر وراثه شماره ۹۶۰۲۹۳/۵۴ مورخ ۱۳۹۶/۶/۶ شعبه ۵۴ مجتمع شماره ۲ شورای حل اختلاف تهران فوت نموده اند که وراث وی عبارت از سریه دودمان فیروز سالاری(همسر) و معصومه لقائی تبار و فاطمه و زهرا و زینب و محمدعلی همگی جوزانی کهن (فرزندان متوفی) می باشند سپس خانم سریه دودمان فیروز سالاری برابر گواهی حصروراثه شماره ۱۴۰۴۶۸۳۹۰۰۰۶۱۷۳۹۷۸ مورخ ۱۴۰۴/۴/۱۱ شعبه ۳۳ دادگاه صلح مجتمع قضایی شماره ۲ دادگاههای صلح تهران که وراث ایشان عبارت از فاطمه و زهرا و زینب و محمد علی همگی جوزانی کهن (فرزندان متوفی) میباشند اینک خانم زهرا جوزانی کهن طی درخواست سند از سوی دفترخانه نسبت به سهم الارث خود، اعلام داشته که اصل سند مالکیت مورث نزد آقای محمد علی(احد دیگری از وراث) میباشد که از ارائه آن خودداری مینماید لذا حسب دستور تبصره سه از ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت این اداره طی اخطاریه حسن نیت شماره ۱۴۰۵۸۵۶۰۱۰۸۰۰۰۰۶۶۹ مورخ ۱۴۰۵/۱/۲۶ به وی اخطار نموده است که اصل سند مالکیت مرقوم را جهت اقدام لازم قانونی به این اداره ارائه نماید لهذا با انقضاء مهلت ۱۰ روز مقرر قانونی مراتب فقط یک بار در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار (همین روزنامه) منتشر میشود تا چنانچه دارنده سند مالکیت پلاک مرقوم بدون مجوز قانونی حداکثر ظرف مهلت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی سند مالکیت را به این اداره تسلیم ننماید سند مالکیت سهم الارث متقاضی بالا صادر و به وی تسلیم و متعاقباً نیز سایر اقدامات لازم را مطابق ماده قانونی فوق الذکر انجام خواهد شد. ۵

۱۰۹۵۲ / م الف — کمال شاکری – رییس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهرآرا تهران

آگهی فقدان سند مالکیت

۴ الف ۷۰

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک سیستان و بلوچستان

آقای ناصر گنجعلی باستناد دو برگ استشهاد محلی که به امضا شهود و به گواهی مسجد حضرت مهدی (عج) رسیده مدعی است که **سند مالکیت به شماره چاپی ۶۱۶۱۹۳ سری الف سال ۸۰ مقدار ۴۵۴.۷۱ سهم از ۴۰۵۰ سهم زمین پلاک ۷۰۵۵ فرعی از ۱ – اصلی واقع در بخش دو سیستان** بعلت جابه جایی از بین رفتن درخواست صدور سند مالکیت المثنی نموده لذا مراتب باستناد تبصره یک ماده ۱۲۰ آئین‌نامه ثبت در یک نوبت آگهی می‌شود تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود یا انجام معامله نسبت به ملک مرقوم نسبت به ملک مرقوم می‌باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف ده روز اعتراض خود را به ضمیمه اصل سند مالکیت یا سند معامله نسبت به ملک مرقوم می‌باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف ۱۰ روز اعتراض خود را به ضمیمه اصل سند مالکیت یا سند معامله با این اداره اعلام و رسید دریافت نمایند تا مورد رسیدگی قرار گیرد والا پس از انقضای مدت مذکور و نرسیدن واخواهی و یا درصورت اعتراض اصل سند ارائه نشود نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۲/۲۷ — **رئیس ثبت اسناد و املاک**

آگهی فقدان سند مالکیت

۴ الف ۷۱

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک سیستان و بلوچستان

آقای ناصر گنجعلی باستناد دو برگ استشهاد محلی که به امضا شهود و به گواهی مسجد حضرت مهدی (عج) رسیده مدعی است که **سند مالکیت به شماره چاپی ۶۱۶۱۹۴ سری الف سال ۸۰ ششدانگ سهم زمین پلاک ۷۰۵۴ فرعی از ۱ – اصلی واقع در بخش دو سیستان** بعلت جابه‌جایی از بین رفتن درخواست صدور سند مالکیت المثنی نموده لذا مراتب باستناد تبصره یک ماده ۱۲۰ آئین‌نامه ثبت در یک نوبت آگهی می‌شود تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود یا انجام معامله نسبت به ملک مرقوم می‌باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف ده روز اعتراض خود را به ضمیمه اصل سند مالکیت یا سند معامله نسبت به ملک مرقوم می‌باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف ۱۰ روز اعتراض خود را به ضمیمه اصل سند مالکیت یا سند معامله با این اداره اعلام و رسید دریافت نمایند تا مورد رسیدگی قرار گیرد والا پس از انقضای مدت مذکور و نرسیدن واخواهی و یا درصورت اعتراض اصل سند ارائه نشود نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۲/۲۷ — **رئیس ثبت اسناد و املاک**