چرا نسل جوان و نوجوان به خوبی با ارزشهای دفاع مقدس آشنا نیست؟- بخش نخست

■ پریسا جلالی

گمنامی حقایق جنگ در باور نسل امروز

همه ساله همزمان با شروع هفته دفاع مقدس فرصت و مجالی به دست می آید تا اندکی به موضوع ۸ سال دفاع مقدس پرداخته شود. تلاشی که گاهی به همین یک هفته خلاصه می شود.

جنگ تحمیلی ۸ ساله در تمام مدت خود تداعی کننده خاطرات فراوانی از پایمردی و مبارزه همه جنبه ملت ایران است.اما به نظر می رسد با گذشت سالیان اندکی این تجربیات و خاطرات برای برخی ها به فراموشی سپرده شده و اگر یک عامل مهم یعنی سهل انگاری مسئولان مربوط را به کناری بگذاریم حتی عده ای البته اندک در دوران اصلاحات پا را فراتر گذاشتند و تکرار خاطرات و آنچه در جنگ تحمیلی گذشته را نیاز نسل امروزی نمی دانستند و آن را ترویج خشونت در نسل جدید عنوان می کردند! اما واقعیت این است که طبق تاکیدات مکرر رهبر معظم انقلاب باید ابعاد مختلف دوران دفاع مقدس را به جوانان و نوجوانان امروزی فهماند و در این میان نقش ابزارهای هنری مثل فیلم و سریال می تواند بسیار موثر باشد.

با این حال چند سؤال اساسی در حوزه دفاع مقدس برای نسل سوم و چهارم انقلاب مطرح است مبنی بر اینکه، چگونه می توان از قهرمانانی که برای حفظ کشورشان از جان خود دریغ نکردند تجلیل کرد و الگو گرفت؟ و چگونه می‌توان مفاهیم ارزشی و بار معنوی دوران جنگ تحمیلی را به نسل کنونی منتقل کرد، به گونه ای که در بیان خاطرات آن دوران نه وارد فضای اغراق شد و نه بسیار کمرنگ جلوه داده شود و در یک کلام حق مطلب به خوبی ادا شود؟

"گذشته چراغ راه آینده است" این جمله به وضوح وظیفه ما را نسبت به گذشته روشن می کند. شاید یک توضیح و مقایسه جنگ جهانی دوم (فاصله سال های ۱۹۳۹ تا ۱۹۴۵ میلادی) همه چیز را روشن کند. جنگی که تقابل کشورهای صنعتی آن موقع جهان برای کشورگشایی و عدم تفاهم یا زیاده خواهی بر سر مستعمرات بود؛ بر کسی پوشیده نیست که این جنگ فرصتی فراهم کرد تا کشور نوپا و بی نام و نشان یعنی آمریکا از این فرصت استفاده کند و خود را به عنوان یک ناجی جهانی مطرح کند.

جنگ فی نفسه واقعیتی خوشایند نیست و اگر طرفین به اخلاقیات پایبند نباشند این نزاع دو یا چند جانبه می تواند به یک تراژدی تلخ تبدیل شود که نمونه آن را می توان در بمباران اتمی هیروشیما و ناکازاکی توسط آمریکایی ها مشاهده کرد.

گاهی جنایت انجام شده به قدری منزجر کننده است که به فراموشی سپردن آن برای سالیان متمادی یک ماموریت برای دولت مهاجم می شود.

موضوعی که اکنون در امریکا شاهد هستیم و آنها برای حفظ ارزش های آمریکا سالانه چندین فیلم به شکل مستقیم یا غیر مستقیم در مورد جنگ جهانی و قهرمان‌پروری در این فیلم ها می پردازند تا جایی که با گذشت ۷۰ سال از واقعه نجات یک سرباز در جنگ جهانی دوم، شاید کمتر نوجوان ایرانی باشد که "سرباز رایان" را نشناسد.

اما آیا جوانان ایرانی به همان میزان شهید آبشناسان را می شناسند؟ یا شهید یاسینی، شهید رنجبر، شهید ریخته‌گران و . . . این جوانان چه میزان درباره عملیات اچ-۳ شنیده‌اند که به عنوان یکی از پیچیده ترین عملیات هوایی جهان شناخته می شود؟ در مورد عملیات بیت المقدس چطور؟ عملیات ثامن الائمه؟ عملیات رمضان؟ آنها از انگیزه صدام برای حمله به ایران آگاهند؟

جنگ فقط در اهواز و آبادان خلاصه شده

جواب سؤال های بالا را می توانیم در اطرافیان خود بیابیم و به وضوح آشکار می شود که بخش قابل توجهی از نسل کنونی در این باره اطلاعاتی ندارند،حال باید پرسید: چرا این شرایط ایجاد شده است؟ حجت الاسلام یحیی کمال کارشناس معاونت فرهنگی دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم در این باره می گوید: اینکه باید چه کار می کردیم تا دفاع مقدس را به نسل های دیگر بشناسانیم، معتقدم در این عرصه خوب وارد نشده ایم نهادها و مسولان آن طور که باید و شاید فرهنگ و ارزش های دفاع مقدس را به جامعه نتوانسته اند بشناسانند. در زمان جنگ هم این طور بود و وقتی می دیدیم رزمنده ها به جبهه می رفتند فقط جبهه در منطقه اهواز و آبادان شناخته شده بود و خیلی کم حضور اندیشه های دفاع مقدس را در جاهای دیگر می دیدیم و بعضا خلاف آن را شاهد بودیم.

وی در گفت و گو با گزارشگر کیهان اضافه می کند: بعد از جنگ هم در دولت هایی که آمدند آنطور که باید و شاید در انتقال ارزش های دفاع مقدس موفق نبودیم و فکر می کردند مردم به خاطر سختی های ناشی از بمباران و مصیبت هایی که دیده اند از جنگ خسته شده اند و نیاز به تنوع ها و تفریحات دارند. تصور می کنم با این تفکر اصل انتقال فرهنگ و ارزش های دفاع مقدس به جوانان ما مغفول واقع شد و بیشتر به سراغ تفریحات برای نسل جوان بودیم.

ضمن این که باید نیازهای جوانان را لحاظ کنیم اما اصل این است که همه این ها در چارچوب ارزش های دفاع مقدس که منافاتی با نیازهای جوانان امروز ندارد باشد.

وی در ادامه می گوید: در حالی که می توانیم جوان با نشاط داشته باشیم این را هم می طلبد که اصول ثابت و ارزش ها را از آن دوران سخت و دشوار به جوان امروزی منتقل کنیم.

حجت الاسلام نصرالله پژمان فر، عضو کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی با اشاره به جنبه های آموزشی دفاع مقدس برای جوانان و غفلت از این موضوع در سال های گذشته معتقد است: درک این موضوع و انتقال آن، درباره فردی که برای حفظ کشور و میهنش و دفاع از آب و خاکش به دل دشمن می زند و آگاهانه به سمت حوادث و خطرهای جدی که منجر به شهادت او می شود،می رود برای جوانان و نوجوانان مهم و خود به خود تاثیرگذار است.

وی در گفت و گو با خبرنگار سرویس گزارش کیهان اضافه می کند: اگر بتوانیم با ابزارهای مختلف رفتارهای رزمندگان را نشان دهیم - کما این که وسایل ارتباط جمعی ما نتوانسته این وظیفه را انجام دهد- آن رفتارها می تواند تبدیل به ارزش شده و به جامعه منتقل شود.

*** حجت الاسلام نصرالله پژمان فر عضو کمیسیون فرهنگی مجلس: نتوانسته ایم فرهنگ و علایقی که در دفاع مقدس نقش داشته اند را از طریق رسانه های جمعی به خوبی منتقل کنیم.**

که در عرصه فرهنگ داشته ایم تا حدودی قابل جبران و اصلاح است به این شرط که بیشتر به فرهنگ بها دهیم و در حوزه دفاع مقدس فرهنگ سازی کنیم. اگر دولت و نهادهای فرهنگی بتوانند به نوعی اقدام کنند که آموزه های فرهنگی برای جوانان جاذب باشد حتما الگو پذیری می کنند و دیگر در این زمینه مشکل نداریم.

حکمت با اشاره به ضرورت معرفی الگوهای ملی و قهرمانان دفاع مقدس به جوانان می گوید: باید تاریخ دوران دفاع مقدس را به نسل های آینده منتقل کنیم چرا که هرچه داریم از برکت خون شهیدان و رزمندگان دفاع‌مقدس است. هفته دفاع مقدس یادآور رشادت ها و مبارزات برحق رزمندگان ایران اسلامی در مقابل دشمنان اسلام است. دشمن تلاش می کند که ذهن جوانان را مسموم کند ولی باید بداند که این جوانان با روح ولایت مداری همیشه در همه میدان ها پیروز خواهند بود، بنابراین شرط این پیروزی یادآوری خاطرات آن روزها و زنده نگه داشتن یاد مبارزان است.

موشک فرهنگی کاراتر است

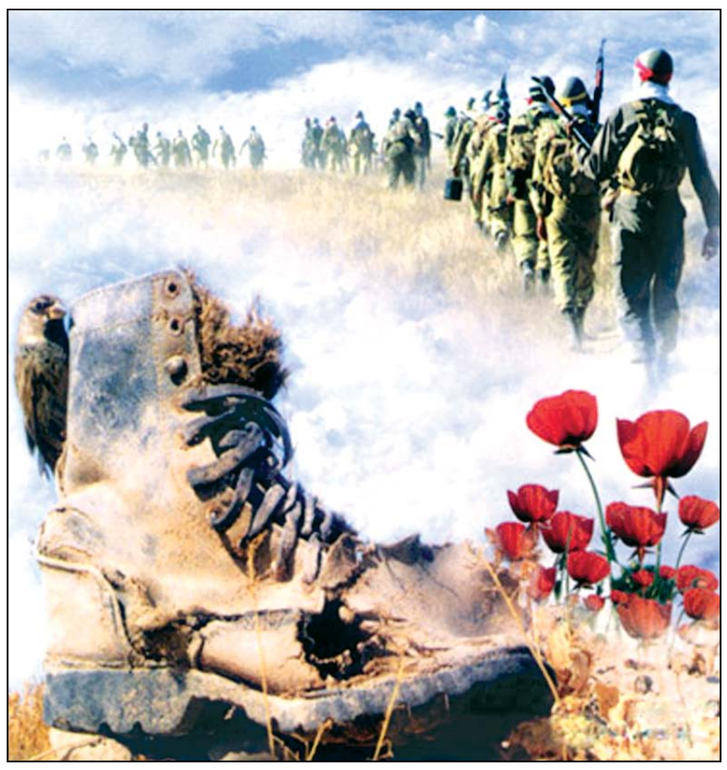
حبیب الله بهمنی کارگردان و تهیه کننده سینما اظهار می دارد: ریشه موانع برخی سهل انگاری ها برای معرفی و حفظ ارزش های دفاع مقدس در این است که مسئله دفاع مقدس و انقلاب نزد برخی مدیران فرهنگی در طول این سالها کم اهمیت بوده است و نسبت به ارزشی که باید قائل شوند بی تفاوت بوده اند. حتی در میان صاحبان سرمایه و فیلمسازان و مدیرانی که شعار دفاع مقدس را هم می دهند این موضوع مشهود است.

*** بهناز ضرابی زاده نویسنده داستان های با مضمون دفاع مقدس: نباید فقط در هفته دفاع مقدس به یاد جنگ باشیم و از دستگاه های فرهنگی توقع داشته باشیم که در این هفته و زمان اندک بتوانند جنگ را به نسل های بعدی منتقل کنند.چون یک هفته ای نمی شود دفاع مقدس را به نسل های بعدی شناساند بلکه باید در طول سال اقداماتی انجام شود و در این هفته این اقدامات پررنگ تر و نظام مند باشد.**

الگوهای مثبت دفاع مقدس نهادینه نشده است

صدیقه حکمت، همسر سردار شهید عباس بابایی معتقد است: اگر امروز نسل جوان به ارزش های دفاع مقدس توجه ندارد برای این است که الگوهای مثبت را آن طور که باید نهادینه نکرده ایم. ارزش های دفاع مقدس را برای این نسل نگفته ایم؛ دفاع مقدس نشان‌دهنده عزت و شرف و استقلال و ایستادگی ملت ایران برابر مستکبران و زورگویان عالم است اما برای انتقال ارزش های آن کم کاری کرده ایم.

وی در گفت و گو با گزارشگر کیهان اظهار می دارد: هیچ کدام ما معصوم نیستیم و ضعف داریم، ضعف هایی



است که نتوانیم برای فرهنگ سازی کاری کنیم.

شعار زدگی برخی ها!

در مورد مقصران کم توجهی به ارزش های دفاع مقدس می توان انگشت اتهام را به سوی افراد و نهادهای مختلفی نشانه رفت اما به یقین نمی توان نقش رسانه ها را در این کوتاهی ها نادیده گرفت.

قاسم زارع بازیگر سینما و تلویزیون در گفت و گویی درباره نقش سینما به عنوان یک رسانه تاثیرگذار و ضعف در آن اظهار می دارد: بسیاری از این ضعف‌ها و کمبودها ناشی از سیاست‌گذاری‌ها و نگاه مسئولانی است که در جایگاه مدیریتی قرار دارند، متاسفانه در این سال ها مسئولان با شعار و حرف‌های بی‌عمل فقط در پی گذراندن زمان تصدی گری پست مدیریت خود هستند و کمتر به فکر عمل هستند. وی با اشاره به تفاوت سینمای دفاع مقدس کشور ما با سایر کشورها اضافه می کند: سینمای جنگ تصویر گر نوعی تجاوز و کشورگشایی و استعمار کشورهای بیگانه است در حالی که سینمای دفاع مقدس نمایانگر دفاع و مظلومیت کشور ما در برابر بیگانگان است که همین امر باعث جدایی سینمای دفاع مقدس از سینمای جنگ می شود. حجت الاسلام نصرالله پژمان فر عضو کمیسیون فرهنگی مجلس نیز درباره نقش رسانه ها به گزارشگر کیهان می‌گوید: نتوانسته ایم فرهنگ و علایقی که در دفاع مقدس نقش داشته اند را از طریق رسانه های جمعی به خوبی منتقل کنیم حتی در رفتارهای ظاهری هم ضعف داشته ایم. مثلا در سینما به سلیقه مخاطب نگاه کرده ایم و تاکید بیشتر بر فروش داشتیم بنابراین آنچه که در جنگ واقعیت نداشت را نمایش دادیم.

وی تصریح می کند: نباید انتظار داشت جوانان از این فیلم ها الگوی خود را پیدا کنند. از این موضوع نباید غافل شد که مسایل دفاع مقدس با قانون و آیین نامه منتقل نمی شود حتی گاهی اعتباراتی وجود دارد اما برای انتقال از خودگذشتگی و ایثار و شهادت نیاز به نگاه فراگیر داریم.

*** حجت الاسلام یحیی کمال کارشناس معاونت فرهنگی دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم: اصل انتقال فرهنگ و ارزش های دفاع مقدس به جوانان ما مغفول واقع شده و بیشتر به سراغ تفریحات برای نسل جوان رفته ایم تا مرور خاطرات آن روزها.**

دفاع مقدس، یک هفته ای نیست که آنجا بیایند ببینند چند فیلم در این باره پخش می شود و راجع به آن روزها حرف بزنند تا سال آینده، باید این موضوع ادامه داشته باشد. رهبر انقلاب هم در فرمایشات خودشان تاکید زیادی بر حفظ دستاوردهای دفاع مقدس داشتند اما دستگاه های مجری و قانونگذار در رابطه با این ایام صرفا به بزرگداشت می پردازند که باید این رفتار و نوع نگاه اصلاح شود.

تلاش برای انتقال ارزش های جنگی سایرین

"این نکته که حفظ ارزش های دفاع مقدس کار فرهنگی است و باید از طریق ابزارهای فرهنگی هم ترویج شود بر کسی پوشیده نیست اما ابزارهای انتقال فرهنگ خودی گاهی برای غیرخودی ها استفاده می شوند!"

حجت الاسلام کمال با اشاره به نقش نهادهای مختلف از جمله دولت و سایر نهادهای غیردولتی و هنرمندان با اشاره به جملات فوق تاکید می کند: این نهادهای دولتی یا غیردولتی در بخش دفاع مقدس و بخش های فرهنگی به خوبی وارد نشده اند و بعضی هم بد عمل کرده اند.

وی ادامه می دهد: گاهی پیش آمده که ما موجب انتقال ارزش ها و فرهنگ جنگ در برخی فیلم های کشورهای مختلف شده ایم. فیلم های دوران جنگ آنها را تهیه و پخش می کنیم؛ در صورتی که اگر در کشور خودمان دقت کنید می بینیم که تعداد فیلم های سینمایی و مجموعه‌های تلویزیونی فاخر در حوزه دفاع مقدس خیلی کم است در بخش ادبیات داستانی و شعر و موسیقی هم این کمبودها دیده می شود. نقش روشنفکرمآب ها را هم نمی توان نادیده گرفت آنها معتقد بودند که باید مردم تنوع داشته باشند.

*** صدیقه حکمت همسر شهید عباس بابایی: دشمن تلاش می کند ذهن جوانان را مسموم کند ولی باید بداند که این جوانان با روح ولایت مداری همیشه پیروز خواهند بود اما شرط این پیروزی زنده نگه داشتن یاد مبارزان و ارزش هاست.**

فقط بسیج و سپاه متولی نیستند

حجت الاسلام کمال با اشاره به کمبود در بودجه‌های فرهنگی کشور معتقد است: اگر قصد انتقال مفاهیم جنگ را داریم باید به مرور انجام دهیم و با اعتبارات مالی مناسب برنامه ریزی های بلند مدت داشته باشیم و اجرا کنیم البته بعضی نهادهای خنثی ساز هم هستند و وقتی یک نهادی کار ارزشی انجام می دهد نهاد دیگر آن را خنثی می کند. در واقع همه نهادهای فرهنگی این کار را به درستی انجام نداده اند و در حوزه علمیه هم این اتفاق افتاده است.

در کل این طور جا افتاده که آرمان های دفاع مقدس مخصوص سپاه و بسیج است وفقط این ها باید حافظ این ارزشها باشند درحالی که در زمان جنگ همه مردم از پیر و جوان و کارگر و کشاورز و پزشک و از تمامی وزارتخانه‌ها و سازمان ها بسیج شده بودند.

رتبه نخست جهانی در تولید ادبیات جنگ

اما بهناز ضرابی زاده نویسنده کتاب پرفروش دخترشینا و کتب دوران دفاع مقدس، با دفاع از کارهای فرهنگی انجام شده معتقد است: دفتر ادبیات مقاومت حوزه هنری با آغاز جنگ حرکت فرهنگی خود را به خوبی شروع کرد و هدف متعالی و مشخصی داشت هیچ گاه هم حرکت خود را متوقف نکرد. این حرکت ادامه یافت تا اینکه اخیرا در یکی از خبرها خواندم ایران به لحاظ انتشار کتاب ها در حوزه ادبیات جنگ در قالب هایی نظیر شعر و داستان موفق بوده و تقریبا هیچ کشوری نتوانسته تا این اندازه حرکت کند اما همه چیز ادبیات نیست و دیگر حوزه ها کمتر کاری کرده اند.

وی تصریح می کند: به لحاظ تعداد کتبی که درباره دفاع مقدس و در قالب های مختلف چاپ شده حوزه هنری خیلی موفق بوده است. دفتر ادبیات که کار خود را شروع کرد و در مراحل بعدی ناشران دولتی و دیگر متولیان فرهنگی هم احساس نیاز کردند و کار خود را شروع کردند تا جایی که برای دیگر بخش ها هم به یک نیاز بدل شد و شاهد تعریف خوبی از آن بودیم.

اما آیا این روال در دیگر حوزه های فرهنگی هم جاری بود؟

ضرابی زاده می گوید: باید این حرکت هدفمند و جهت دار باشد تا بخش های دیگر به کار بگیرند. این طور نباشد که فقط در هفته دفاع مقدس به یاد جنگ باشیم و از دستگاه های فرهنگی توقع داشته باشیم که در این هفته و زمان اندک بتوانند جنگ را به نسل های بعدی منتقل کنند. مطمئن باشید این کار به این روش و در این زمان اندک ادامه نخواهد یافت و یک هفته ای نمی شود دفاع مقدس را به نسل های بعدی شناساند بلکه باید در طول سال اقداماتی انجام شود و در این هفته هم این اقدامات پررنگ تر و نظام مند باشد.

آگهی تغییرات شرکت ساختمان ایران ستون خاص سهامی خاص به شماره ثبت ۹۹۸۲ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۴۰۹۱۳۰

به استناد صورتجلسه مصوبه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۲/۴/۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:
ناصر باباخانی تیموری کدملی ۰۰۳۸۵۹۰۵۷۳ به سمت رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل و مانی باباخانی تیموری کدملی ۰۰۶۸۳۰۱۸۱۲ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و معزالدین باباخانی تیموری کدملی ۰۰۶۰۳۳۹۶۹۱ و معین‌الدین باباخانی تیموری کدملی ۰۰۷۰۹۸۰۲۳۳ به سمت عضو هیئت مدیره انتخاب گردیدند.
کلیه اوراق و اسناد بهادار و تعهدآور با امضای مدیرعامل منفردا همراه با مهر شرکت معتبر میباشد و در غیاب مدیرعامل با امضای نایب رئیس هیئت مدیره همراه با مهر شرکت معتبر میباشد.
اداره ثبت شرکتها و موسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

آگهی تغییرات شرکت ساختمان ایران ستون خاص سهامی خاص به شماره ثبت ۹۹۸۲ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۴۰۹۱۳۰

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق‌العاده مورخ ۱۳۹۲/۴/۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:
ناصر باباخانی تیموری کد ملی ۰۰۳۸۵۹۰۵۷۳ و معزالدین باباخانی تیموری کد ملی ۰۰۶۰۳۳۹۶۹۱ و معین‌الدین باباخانی تیموری کد ملی ۰۰۷۰۹۸۰۲۳۳ مانی باباخانی تیموری کد ملی ۰۰۶۸۳۰۱۸۱۲ به سمت اعضای هیئت‌مدیره برای مدت دو سال انتخاب گردیدند.
مسعود اسکندری کد ملی ۲۶۵۸۸۶۰۴۹۸ به سمت بازرس اصلی و سولماز محمد هاشمی تهرانی کد ملی ۰۴۵۳۵۰۸۵۱۰ به سمت بازرس علی‌البدل برای مدت یکسال انتخاب گردیدند.
روزنامه کثیرالانتشار کیهان جهت درج آگهی شرکت تعیین گردید.
اداره ثبت شرکتها و مؤسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

آگهی تصمیمات شرکت جرثقیل پولاد سهامی خاص به شماره ثبت ۸۴۶۷۱ و شناسه‌ملی ۱۰۱۰۱۲۹۱۴۶۲

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۲/۱/۱۷ شرکت مزبور که در تاریخ ۹۲/۳/۱۱ واصل گردید موارد ذیل به تصویب مجمع مزبور رسید: موسسه حسابرسی تدبیر محاسب آریا شماره ملی ۱۰۱۰۳۸۷۵۴۹۰ به سمت بازرس اصلی و عبدالمحمد غیاث یگانه شماره ملی ۵۵۷۹۸۸۰۹۳۶ به سمت بازرس علی‌البدل برای مدت یک سال انتخاب گردیدند. اعضاء هیئت مدیره به مدت دو سال بقرار ذیل انتخاب گردیدند. احمد مقصود به کدملی ۳۲۵۵۶۲۹۳۴۹ بسمت مدیرعامل و نایب رئیس هیئت مدیره و محمد مقصود به کدملی ۰۰۷۱۵۹۶۲۹۱ بسمت رئیس هیئت مدیره و علیرضا مقصود به کدملی ۰۰۶۰۱۳۹۷۹۱ به سمت عضو هیئت مدیره و هما شریفی‌فر به کدملی ۰۰۴۱۵۹۴۷۶۲ بسمت عضو هیئت مدیره تعیین گردیدند.
اداره ثبت شرکتها و موسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

آگهی تصمیمات شرکت پخش گاز مایع سهامی خاص به شماره ثبت ۱۴۰۹۶ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۵۳۰۳۱۰

به موجب صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده و هیئت مدیره مورخ ۹۲/۱/۲۸ آقای جلال شریف‌زاده به شماره ملی ۲۵۱۱۲۰۰۶۹۴ و خانم مریم طایفی به شماره ملی ۰۰۴۴۱۲۳۸۱۷ به ترتیب به سمت بازرس اصلی و علی‌البدل برای یک سال مالی انتخاب گردیدند اعضای هیئت مدیره به مدت دو سال به قرار ذیل انتخاب گردیدند: آقای سیدمحمد شهاب خانیان به شماره ملی ۰۰۵۵۳۱۲۰۴۷ به سمت رئیس هیئت مدیره، آقای مجید مرافق به شماره ملی ۰۰۳۴۹۸۹۴۵۵ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، آقای هوشنگ دلشاد به شماره ملی ۲۲۹۶۴۱۶۴۲۱ به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره. کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور شرکت با امضای دو نفر از اعضای هیئت مدیره مذکور در بند الف همراه با مهر شرکت دارای اعتبار می‌باشد. سایر مکتوبات با امضای مدیرعامل همراه با مهر شرکت معمول خواهد شد.
اداره ثبت شرکتها و موسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

آگهی تغییرات شرکت فرانه سپهر گیتی سهامی خاص به شماره ثبت ۳۴۶۸۱۳ و شناسه ملی ۱۰۱۰۳۹۵۲۸۵۵

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۲/۴/۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:
مجتبی پیشوائی به شماره ملی ۰۳۸۵۴۶۵۶۸۸ به سمت رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل و سعیده سموات به شماره ملی ۰۰۵۲۱۳۸۴۱۰ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و محدثه پیشوایی به شماره ملی ۰۰۷۹۸۱۶۸۹۴ به سمت عضو هیئت مدیره و حق امضاء کلیه اسناد و اوراق بهادار و بانکی و سایر اسناد تعهدآور، قراردادها و مکاتبات اداری با امضاء مدیرعامل همراه با مهر شرکت معتبر خواهد بود.
اداره ثبت شرکتها و مؤسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

آگهی تغییرات شرکت فرانه سپهر گیتی سهامی‌خاص به شماره‌ثبت ۳۴۶۸۱۳ و شناسه‌ملی ۱۰۱۰۳۹۵۲۸۵۵

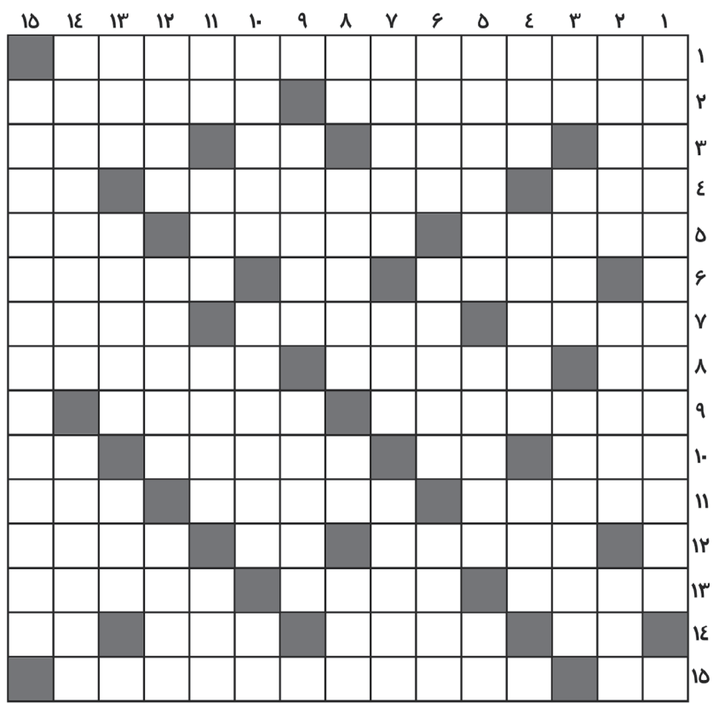
به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق‌العاده مورخ ۱۳۹۲/۴/۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: روزنامه کثیرالانتشار کیهان جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد. کمال‌الدین زمانی اعتضام به شماره‌ملی ۰۰۶۴۷۲۶۶۲۲ به سمت بازرس اصلی و سیدمحمدمهدی هزاوه‌ئی به شماره‌ملی ۰۴۵۲۲۷۱۰۵۳ به سمت بازرس علی‌البدل برای مدت یک سال مالی انتخاب گردیدند.
- اعضاء هیئت‌مدیره برای مدت دو سال به قرار ذیل انتخاب گردیدند: آقای مجتبی پیشوائی به شماره‌ملی ۰۳۸۵۴۶۵۶۸۸ و خانم محدثه پیشوائی به شماره‌ملی ۰۰۷۹۸۱۶۸۹۴ و خانم سعیده سموات به شماره‌ملی ۰۰۵۲۱۳۸۴۱۰
اداره ثبت شرکتها و مؤسسات غیرتجاری سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

آگهی تغییرات شرکت پارس تحکیم‌پی شاهین سهامی خاص به شماره ثبت ۳۹۶۲۸۹ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۴۷۱۹۸۲

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۲/۱/۶ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:
۱- سمت اعضاء هیئت مدیره به قرار ذیل تعیین گردید: آقای محمد خان‌بیگی به شماره ملی ۰۵۸۹۶۲۶۶۲۰ به سمت رئیس هیئت مدیره و آقای سینا خان‌بیگی به شماره ملی ۰۵۸۹۹۶۰۱۸۰ به سمت نائب رئیس هیئت مدیره و آقای علیرضا خان‌بیگی به شماره ملی ۰۵۸۹۶۹۶۲۹۷ به سمت عضو هیئت مدیره و آقای علیرضا خان‌بیگی به شماره ملی ۰۵۸۹۶۹۶۲۹۷ به سمت مدیرعامل.
۲- کلیه اوراق و اسناد بهادار و تعهدآور شرکت به امضا مشترک محمد خان‌بیگی و علیرضا خان‌بیگی همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد.
در تاریخ ۱۳۹۲/۲/۲۳ ذیل دفتر ثبت شرکتها و مؤسسات غیرتجاری ثبت و مورد تأیید و امضاء قرار گرفت.
اداره ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری واحد ثبتی تهران

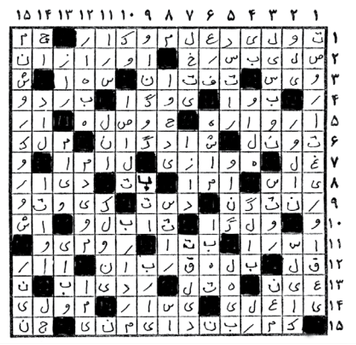
زنبور
اولین نشریه مخصوص بانوان
با مطالب متنوع و خواندنی شنبه‌ها بصورت سراسری منتشر می‌گردد

جدول شماره ۹۸۱۸



افقی:

۱- طرح ابتر و غیرکارشناسانه‌ای که دولت دهم برای کاهش جمعیت تهران به اجرا گذاشت ۲- تیمهای فوتبال لیگ برتر برکسب جام آن تلاش مضاعفی را آغاز نموده‌اند- کتابی از گالیله ۳- اثری از تامس هاردی- آداب و سنن- علامت تقسیم- از عقلای یونانی قرن ششم قبل از میلاد ۴- پرچم و بیرق- کلیسای مشهور بیزانس که به فرمان سلطان محمد امپراطور عثمانی تبدیل به مسجد گردید- از حروف صامت ۵- نام دیگر سوره دهر- موقعیت مناسب بدن برای گرفتن آزمایش- پا به سن گذاشته ۶- سهل و آسان‌تر- میوه این فصل- خالق کمدی الهی ۷- نوعی بیماری کم‌خونی- شاعری که وی را پیامبر ستایشگران نامیده‌اند- گذاشتن و برداشتن آن بر سر رقیب پیشه دنیاطلبان است ۸- نام دیگر آب مروارید- رنگارنگ- پایتخت کشور آلبانی ۹- با یک حرف کم نام نقاش مشهور هلندی است که شاهکارش تابلوی درس تشریح است- از سبزی‌های کوهی ۱۰- مهاجم گلزن تیم ملی اسپانیا- ضمیر شیطانی- در تولید این مصالح ساختمانی به خودکفایی رسیده‌ایم- یاور چوپان ۱۱- نوعی سکه طلا که در قدیم رایج بود- شهر زادگاه استاد قرائتی- پرنده‌ای حلال گوشت ۱۲- کمربند زمین- ماهی به قوطی رفته- مروارید مرکبات ۱۳- موسسه بین‌المللی حمل ونقل هوایی- نام سرزمینی قدیمی در کنار رود دجله-مظهر حیله در میان جانوران ۱۴- بلند بی‌سرو ته- اتحادیه تعاونی‌های مصرف نیروهای مسلح- کاشف کشور استرالیا- گیاهی مرداب‌رو ۱۵- گفت‌وگوی خودمانی- مهمترین عارضه گلودردهای چرکی که خوب درمان نشده باشد.

عمودی:

۱- روانشناسان بر این عقیده‌اند که میزان شیوع آن در بین شهرنشینان نسبت به روستائیان افزایش بیشتری را نشان می‌دهد ۲- رئیس‌جمهور اسبق آفریقای جنوبی- دیدنی تئاتر- رشته کوه بزرگ اروپا ۳- خط‌کش مهندسی- از ایالت‌های مسلمان‌نشین هندوستان- دو استقامت ۴- عهد قبل از پهلوی- یکی از قدیمی‌ترین صنایعی که بشر به آن دست یافت- شهری کهن در استان فارس ۵- شعر بلندی از نیما یوشیج- شاعر فرانسوی که تراژدی «لامارین» را خلق کرد- صدایش طنین زندگی است ۶- نام یکی از پسران حضرت یعقوب علیه‌السلام- جزیره‌ای در خلیج فارس که دارای پالایشگاه نفت است- آب در زبان انگلیسی ۷- شهر کریمان- بعضی‌ها آن را به نرخ روز می‌خورند- مرغ سخنگو ۸- از روزنامه‌های پرتیراژ ورزشی چاپ اسپانیا- از لوازم بهداشت و تمیزی- از ادات تشبیه- خبرگزاری رسمی کشور امارات ۹- پایتخت انرژی ایران- مقیاسی برای اندازه‌گیری زلزله ۱۰- شناخت و بینش- آه آنان عرش خدا را به لرزه وامی‌دارد- گربه خارجی ۱۱- یکی از قدیمی‌ترین سازها- خاطر و ذهن- واحد پول کشور چین- ماده حیاتی برای سیستم ایمنی بدن ۱۲- حیوان چهارپا- نمایش فیلم بر پرده سینما- شیک و زیبا ۱۳- رای بیش از ۹۸٪ ملت شریف ایران در سال ۱۳۵۸ به جمهوری اسلامی- پادشاه افسانه‌ای اسپارت- میوه‌ای سرشار از فیبر ۱۴- اثری از معین جوینی که به قصد رقابت با گلستان سعدی نوشته است- واحد پول کشور تاجیکستان ۱۵- ابزارهای بیان آزادی و سنجش افکار عمومی در جوامع بشری هستند.