آیا یوزپلنگ‌ها دچار نرزایی شده‌اند؟

دخترزایی در «ایران» غیرممکن نیست

زینب رحیمی: دهم اردیبهشت ۱۴۰۱ روزی سرنوشت‌ساز و به‌یادماندنی برای بسیاری از دوستداران حیات وحش شد؛ روزی که «ایران» زایمان کرد. ماده‌یوزپلنگی که در مرکز تحقیقات و تکثیر یوز آسیایی سمنان در شرایط اسارت زندگی می‌کند. «ایران» در زمستان سال ۱۳۹۶ زمانی که تنها هشت‌ماهه بود، توسط محیط‌بانان تهران، از دست قاچاقچیان نجات پیدا کرد. تا سال ۱۳۹۹ به‌همراه دلبر و کوشکی (دو یوز در اسارت) در پارک پردیسان زندگی کرد تا اینکه در بهار آن سال هر سه یوز به فنسی در پارک ملی خارتوران در شاهرود سمنان منتقل شدند.

اسفندماه ۱۳۹۹ فصل تازه‌ای برای پروژه تکثیر در اسارت یوز آسیایی بود. یک قلاده یوزپلنگ نر با نام «فیروز» از طبیعت پارک ملی خارتوران زنده‌گیری و به فنس منتقل شد تا فرصت جفت‌گیری طبیعی برای «ایران» این ماده‌یوز جوان فراهم شود. در اوایل بهمن‌ماه ۱۴۰۰ «ایران» و «فیروز» به هم نزدیک شده و جفت‌گیری کردند. بعد از حدود سه ماه در ۱۰ اردیبهشت ۱۴۰۱ «ایران» زایمان کرد و سه‌قلوهای خودش را به دنیا آورد. سه‌قلوهایی که تنها یک روز بعد از زایمان جنسیت آنها ماده اعلام شد. همه از این خبر خوشحال شدند. هم از زایمان موفق و هم از دختربودن یوزهای تازه‌وارد؛ اما این خوشحالی چندان پایدار نبود، چون چهار روز بعد از زایمان یکی از توله‌ها تلف شد و چند روز بعد، سازمان محیط زیست اعلام کرد که تیمارگر یوزها در تشخیص جنسیت آنها اشتباه کرده و هر سه آنها نر هستند. شاید اگر سازمان محیط زیست در اعلام جنسیت توله‌ها عجله نمی‌کرد یا از متخصصان بیشتری برای تعیین جنسیت کمک می‌گرفت، چنین خطایی هم اتفاق نمی‌افتاد.

پسربودن فرزندان «ایران» نکته منفی نیست

در این میان گروهی ادعا کردند که یوزپلنگ‌ها در سال‌های اخیر به سمت نرزایی حرکت کرده‌اند و در صورت بارداری مجدد ایران، فرزندان او نر خواهد بود. حمیدرضا رضایی، کارشناس حیات وحش و عضو هیئت علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، در گفت‌وگو با «شرق» با بیان اینکه نربودن توله‌های ایران خبر بدی نیست، می‌گوید: به هر حال تنوع ژنتیکی نیاز به نرهای متعدد و ماده‌های متعدد دارد. طبیعتا اگر این یوزهای تازه‌متولدشده ماده بودند، خبر خوشحال‌کننده‌تری بود اما نربودن آنها خبر منفی به حساب نمی‌آید.

این کارشناس حیات وحش در پاسخ به برخی ادعاها مبنی بر افزایش نرزایی در یوزپلنگ‌های آسیایی می‌گوید: در همه پستانداران به صورت طبیعی تعداد جنین‌های نر تشکیل‌شده بیشتر از ماده است اما بقای ماده‌ها بیشتر و بقای نرها کمتر است. چون نرها خیلی وقت‌ها تلفات بیشتری دارند. باید توجه کنیم که بیشتر حیات وحش در شرایط اسارت فرزندان نر بیشتری ممکن است به دنیا بیاورند یا به عبارت دیگر بقای بیشتری نسبت به حالت غیر اسارت داشته باشند. البته این به معنای آن نیست که ماده‌زایی غیرممکن است. دقت کنیم که با یک بار زایمان نمی‌توانیم چنین نتیجه‌ای درباره نوزادان ایران بگیریم که در زایمان بعدی هم قرار است نر به دنیا آورد.

سازمان محیط زیست از متخصصان داخلی و خارجی کمک بگیرد

رضایی همچنین با اشاره به اینکه نربودن بچه‌های ایران نکته منفی نیست، تأکید دارد که در شرایط حاضر مهم‌ترین موضوع بقای این مادر و بچه‌هاست. کوچک‌ترین اشتباه، ممکن است به اتفاق غیرقابل‌جبرانی تبدیل شود. من در زمینه نحوه نگهداری یوز تخصص ندارم اما سازمان محیط زیست بهتر است با متخصصان بیشتری در داخل و خارج کشور ارتباط داشته باشد و از آنها مشورت بگیرد. در ایران دکتر ایمان معماریان دانش و تخصص بیشتری در این زمینه دارد و با متخصصان خارجی هم در ارتباط است و می‌تواند پتانسیل خوبی برای سازمان محیط زیست باشد.

با سزارین احتمال عفونت در «ایران» بالا رفته

او ضمن ابراز نگرانی نسبت به فرایند باروری مجدد ایران و شرایط نگهداری یوزهای جدید، می‌گوید: امیدوارم ایران برای بارداری مجدد مشکلی نداشته باشد. دامپزشک یوزها فرد متبحری است اما شاید بهتر بود فرصت بیشتری برای زایمان طبیعی ایران داده می‌شد چون با جراحی سزارین احتمال بروز عفونت بالا رفته و بارداری و زایمان بعدی را پرریسک می‌کند. نگرانم که مبادا ایران هم به سرنوشت دلبر (ماده‌یوز ۱۳ساله در مرکز تکثیر یوز در سمنان) دچار نشود و سال بعد هم بتواند بارداری را تجربه کند.

حمیدرضا رضایی، عضو هیئت علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، در ادامه گفت‌وگو درباره مسیر آینده حفاظت از یوزها چه در شرایط اسارت و چه در شرایط طبیعی این‌طور توضیح می‌دهد که به هر حال یوزهای جدید از لحاظ ایجاد تنوع ژنتیکی بسیار اهمیت دارند. اگر اینها به صورتی بزرگ شوند که قادر به ادامه حیات در طبیعت باشند شاید امکان رهاسازی اینها در طبیعت هم وجود داشته باشد. با اینکه در طبیعت تعداد نرها بیشتر است اما این یوزها هم می‌توانند در ایجاد تنوع ژنتیکی مؤثر باشند.

تولید یوز ماده در مؤسسه رویان

رضایی در بخش پایانی گفت‌وگو با اشاره به اینکه باید همه گزینه‌های روی میز برای حفظ یوزها مورد توجه و اهتمام قرار گیرد، می‌گوید: از سال‌ها پیش این موضوع مطرح شد که ماده یوزی را در مؤسسه‌هایی مثل رویان تولید کنیم. حتی در یک مقطع این کار پیشرفتی هم داشت و جلساتی هم برای آن برگزار شد. استفاده از ژنوم دلبر با تکنیک کلون و با استفاده از ماده‌های گونه‌های پذیرنده‌ای مثل سیاهگوش برای تولید یوز ماده مورد توجه بود. امیدوارم سازمان محیط زیست چنین گزینه‌هایی را کنار نگذارد و از هر فرصتی برای بقای یوز استفاده کند.

این استاد دانشگاه همچنین با اشاره به اینکه در حال حاضر پارک ملی توران سمنان به عنوان یکی از مهم‌ترین زیستگاه‌های یوز آسیایی باید برای یوزها امن شود، می‌گوید: خوشبختانه در سال‌های اخیر امکان خرید آغل و خروج دام‌ها از این منطقه فراهم شده که فرصت مناسبی برای یوزهاست. در شرایط موجود با تقویت طعمه برای یوزها می‌توان حفاظت آنها در طبیعت را وارد مرحله بهتری کرد. باید جمعیت جبیر، آهو، خرگوش و حتی قوچ و میش در این منطقه تقویت شود. شاید همان یوزهای در طبیعت بتوانند یک نقطه قوت برای حفظ یوز آسیایی باشند.

یوزپلنگ آسیایی این گربه بزرگ‌جثه به لحاظ جمعیت در شرایط فوق بحرانی و شدیدا در معرض خطر انقراض قرار دارد. ایران تنها زیستگاه این گونه ارزشمند است. در صورت انقراض در ایران در کل دنیا از بین می‌رود. جمعیت آن در ایران زیر ۳۰ قلاده برآورد می‌شود. در حال حاضر پارک ملی توران مهم‌ترین زیستگاه این گونه است. زایمان «ایران» و تولد یوزهای جدید شاید منجر به احیای یوزپلنگ آسیایی نشود اما از لحاظ مطالعات علمی و کارهای تحقیقاتی در زمینه تکثیر در اسارت یوز آسیایی یک گام مهم رو به جلو به حساب می‌آید. در شرایط حاضر سازمان محیط زیست باید همه مراقبت‌های لازم را از «ایران» و پسرانش انجام دهد. همچنین باید به فکر سناریوهای بعدی برای بارداری مجدد «ایران»، تعیین تکلیف برای «فیروز» و برای فرزندان تازه‌متولدشده آن دو باشد.

ایلان ماسک از جان توییتر چه می‌خواهد؟

**سحر طلوعی: حالا دیگر اغلب کاربران شبکه‌های اجتماعی خاصه توییتر می‌دانند ایلان ماسک، ۴۴ میلیارد دلار نقد داده و توییتر، این پلتفرم اجتماعی را صاحب شده است. اما پرسشی که این روزها میان کاربران این شبکه اجتماعی رایج است، صحبت درباره چرایی این خرید است؛ چرا ایلان ماسک باید این میزان پول نقد بدهد و شبکه اجتماعی توییتر را با بیش از ۲۱۶ میلیون نفر کاربر بخرد؟ چرا ثروتمندترین مرد جهان باید بیش از ۱۲/۵ میلیارد دلار وام بگیرد تا صاحب توییتر شود؟ یا چرا صاحب شرکت خودروهای برقی تسلا باید بیش از ۱۶ میلیارد دلار از سهام خود را در این شرکت واگذار کند و پلتفرمی را که کسی دیگر راه انداخته، بخرد؟ علت اقدام ایلان ماسک برای خرید توییتر چندان واضح و روشن نیست. افراد آشنا به خلقیات و روحیات ماسک بر اساس اظهارات گذشته این شخصیت، پیش‌بینی و تحلیل می‌کنند که ماسک با خرید پلتفرم اجتماعی توییتر، دو هدف عمده را دنبال می‌کند؛ یکی بیرون‌انداختن کاربران با هویت‌های جعلی و ربات‌ها و در عوض اعتباردادن به کاربران حقیقی و دومی گسترش‌دادن ظرفیت آزادی بیان پلتفرمی مثل توییتر. ماسک پیش از خرید توییتر و زمانی که تنها ۹ درصد سهام این شبکه اجتماعی را صاحب بود، درباره تأیید هویت کاربران و استفاده از ظرفیت آزادی بیان توییتر حرف زده و از باید و نبایدهایی که دوست دارد در این شبکه اجتماعی اجرائی شود، گفته بود. یکی از دلایلی که ماسک دنبال تأیید هویت کاربران در توییتر و بیرون‌انداختن ترول‌ها، ربات‌ها و حساب‌های جعلی است، زخمی است که او از این جبهه خورده است. حساب کاربری ایلان ماسک در سال ۲۰۲۰ در کنار حساب کاربری اوباما و برخی دیگر از چهره‌ها هک شد. این اتفاق در حالی رخ داد که هم حساب کاربری ماسک و هم حساب کاربری اوباما تیک آبی داشت و تأیید هویت شده بود. بررسی‌ها درباره این اتفاق نشان داد کلاهبرداران دیجیتالی دنبال آن بوده‌اند از ماسک و اوباما باج رمزارزی بگیرند و در عوض حساب‌ها را پس بدهند. کارشناسان حوزه دیجیتال و پلتفرم‌های اجتماعی می‌گویند توییتر بیش از ۲۱۶ میلیون کاربر از میان روزنامه‌نگاران، سیاست‌مداران، چهره‌های فرهنگی، مردم عادی و البته ربات‌ها و هویت‌های جعلی و ترول‌ها دارد. آنها از سوی دیگر می‌دانند تأیید هویت این تعداد کاربر کار آسان و ساده‌ای نیست. پرسشی که برای تحلیلگران و کارشناسان شبکه پیش آمده این است که ماسک چگونه می‌خواهد ایده‌اش را اجرائی کند؟

درحال‌حاضر گرفتن تیک آبی به منزله تأیید هویت در توییتر، ایجاد ارتباط میان آدرس ایمیل شخصی با وب‌سایت‌های رسانه‌ای و پرکردن فرم مشخصات شخصی در این شبکه اجتماعی است. اما وقتی پای تأیید هویت همه کاربران پیش می‌آید، پیشنهادهایی مثل تأیید هویت از طریق کارت اعتباری بانکی یا آدرس محل سکونت مطرح می‌شود. کارشناسان بلافاصله پس از مطرح‌کردن این پیشنهادها، از دو چالش اساسی پیش‌روی این راهکار نام می‌برند؛ راهکار اول نحوه دسترسی به اطلاعات صحیح شخص است و دومی که بسیار مهم‌تر است، حفظ حریم خصوصی اوست. از اینها گذشته مثلا داشتن کارت اعتباری شرط سنی دارد. در واقع همه کاربران توییتر صاحب کارت اعتباری بانکی نیستند؛ چون سنشان سن قانونی نیست. به این ترتیب توییتر تعدادی از کاربرانش را از دست خواهد داد. از سوی دیگر افراد تمایل ندارند کسی به اطلاعات بانکی و خصوصی آنها دسترسی داشته باشد. زمانی این راهکار جواب می‌دهد که کاربران به این شبکه اجتماعی اعتماد داشته باشند که البته بعید است. این کاربران از خودشان می‌پرسند چطور توییتر به اعتمادشان وفادار و متعهد می‌ماند؟ چطور زیر فشار دولت‌ها کمر خم نمی‌کند و اطلاعات مالی و شخصی‌شان را در اختیار نهادهای اطلاعاتی نمی‌گذارد؟ نکند توییتر با دولت‌های سرکوبگر همکاری کند؟ و... کشوری مثل روسیه را در نظر بگیرید که دولت آن با آزادی بیان چندان رابطه خوبی ندارد و با کوچک‌ترین انتقاد دست به احضار و بازداشت فرد منتقد می‌زند.

یکی از دلایلی که افراد در این کشورها با هویت‌های جعلی وارد شبکه‌های اجتماعی می‌شوند، همین رفتار دولت‌هاست. مسئله حفظ حریم خصوصی در فرایند تأیید هویت حساب کاربری موضوع بسیار مهم برای گروه‌های فعال حقوق‌بشری است و آنها به‌سادگی از کنار ماجرا عبور نمی‌کنند. به استناد این دلایل است که کارشناسان و تحلیلگران می‌گویند «خریدن شبکه اجتماعی توییتر ساده‌ترین کاری بوده که ایلان ماسک انجام داده است اما ترمیم، تغییر و تحقق رؤیایی که در سر می‌پروراند، بخش سخت و پیچیده ماجراست». ایلان ماسک موفق می‌شود؟

تبلیغاتی که ربطی به فرهنگ ندارد

سیدجمال هادیان طبائی‌زواره

می‌دانید سالانه قریب به ۵۰۰ مناسبت جهانی، ملی، مذهبی، مصوب در شورای عالی انقلاب فرهنگی، غیرمصوب، غیرمترقبه، سالگرد و بزرگداشت افراد مختلف پیش‌روی ما قرار دارد؟! بسیاری از این مناسبت‌ها در دهه‌های اخیر اضافه شده و گاهنامه خورشیدی را یکی از شلوغ‌ترین گاهنامه‌های جهان ساخته است. هرکدام از این مناسبت‌ها متولی، صاحب، حامی و ذی‌نفعی دارد که دلش می‌خواهد مناسبت خودش را تبلیغ و ترویج کند و از این بستر نفع و نتیجه‌ای ببرد و گزارشی تهیه کند. در این میان، بدترین وضعیت نصیب تبلیغات شهری شده است، به‌ویژه تبلیغات شهری در شهر تهران که وضعیت بلبشو و اسفناکی دارد. شما تصور کنید سازمان‌ها یا ادارات زیباسازی شهرداری‌ها چه دشواری و چالشی پیش‌رو دارند! به گفته یکی از رؤسای اسبق سازمان زیباسازی سالانه چندصد میلیارد تومان هزینه طراحی، چاپ و نصب بنرهای مناسبتی می‌شود و چند برابر این مبلغ هم هزینه طراحی، چاپ و نصب پرچم‌های مناسبتی. به گفته او آن‌قدر تعویض این بنرها و پرچم‌ها سریع اتفاق می‌افتد که امکان استفاده مجدد از آنها نه فراهم است و نه به صرفه؛ و هربار باید بنرها و پرچم‌های جدیدی تولید شود. البته این موضوع درباره تبلیغات بازرگانی صدق نمی‌کند و بخش خصوصی برای سرمایه‌اش ارزش قائل است و تا زمانی که از تأثیر تبلیغات شهری مطمئن نشود، پولی برای آن خرج نمی‌کند. خلاصه آنکه وضعیت تبلیغات مناسبتی، بسیار آشفته است، به اندازه‌ای که خود مجریان این نوع تبلیغات هم به کم‌اثر یا بی‌اثر بودن چنین تبلیغاتی معترف هستند. البته اگر بگوییم بی‌اثرِ بی‌اثر است بی‌انصافی کرده‌ایم، چون تشکیلات عریض و طویلی تحت عنوان تیم‌های طراحی، ویرایش، تأیید، نصب، تهیه گزارش و کادر اداری در کنار آن ارتزاق می‌کنند و اغلب برایشان اثربخشی چنین تبلیغاتی اهمیت ندارد، بلکه باید مدیران بالادست راضی باشند و کار و کاسبی‌شان رونق داشته باشد که دارد. قدر مسلم با این مبالغ هنگفتی که هر ماه هزینه تبلیغات به‌اصطلاح فرهنگی می‌شود، می‌توان قدم‌های مؤثرتری برای ارتقای فرهنگ عمومی برداشت. پاشنه آشیل و ریشه بیشتر دشواری‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی امروز کشور ما از گسستگی تاروپود فرهنگ عمومی ایرانیان حاصل می‌شود و یکی از راه‌های ترمیم این گسست، تبلیغات هوشمندانه و مستمر فرهنگی است؛ تبلیغاتی که پس از مطالعه، سنجش و پژوهش، مخاطبش را خوب بشناسد و در تولید محتوا از روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و هنر بهره بگیرد. اکران مستقیم موعظه و شعار سیاسی - اجتماعی و عکس‌های مناسبتی دردی از مردم دوا نمی‌کند. آنچه مهم است مغز و پیام اصلی قرآن و عترت و ندای فطرت انسانی یا همان «مکارم اخلاق» است. یک لحظه با خودتان فکر کنید که اکران تبلیغات حاوی مفاهیمی مانند برخورد و انتقام و بی‌اعتمادی اگر مؤثر باشد چه پیامدهای منفی را در نهاد خانواده یا اجتماع القا می‌کند؟ آیا شما نشنیده‌اید که مؤمن باید زبان لَیّن و نرم داشته باشد؟ آیا شما نمی‌دانید که حُسن بیان انسان را محبوب و سوء بیان او را منفور می‌کند؟ مطمئن هستم بسیاری از طرح‌ها و محتواهای هیجانی که اکران می‌شود، از سر ناآگاهی است و اگر تبلیغ‌کنندگان می‌دانستند چه اثر سوئی دارد، هرگز زیر بار چنین تبلیغات خسارت‌باری نمی‌رفتند. امروز بیش از هر چیز نیازمند اصلاح فرهنگ رایج هستیم؛ فضایلی چون سعه صدر، بردباری، خوش‌اخلاقی، همسایه‌مداری، احترام به حقوق شهروندی، احترام به قانون، وفای به عهد، حق‌الناس، نظم، تعهد به کار و زندگی، پرهیز از ریا و چاپلوسی، خانواده و تربیت فرزند، امید و نشاط، مراقبت از محیط زیست و ده‌ها فضیلت دیگر در جامعه امروز ما در موقعیت ضعف قرار گرفته‌اند و نیازمند اصلاح هستند. گاهی عکسی زیبا بدون هیچ متنی اثربخش‌ترین پیام را دارد. گاهی یک واژه در پس خود حامل چندین نکته باریک‌تر از مو است و مخاطب را با خود همراه می‌کند. بدانید و آگاه باشید که آنچه در حال حاضر تحت عنوان تبلیغات فرهنگی در شهر انجام می‌دهید، ارتباط معناداری با فرهنگ ندارد و چون مستقیم، سطحی و توأم با شعارزدگی است، اثربخشی چندانی هم ندارد. می‌توانید صحت این ادعا را با روش‌های علمی بسنجید. و اما پیشنهاد مشخص برای تمامی وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و نهادها به‌ویژه سازمان زیباسازی شهر تهران:

- دست از طراحی، چاپ و اکران تبلیغات مناسبتی باری‌به‌هرجهت و حسب‌وظیفه‌ای و به قول خودتان تبلیغات فرهنگی مبتنی بر نصیحت مستقیم، شعارزدگی و ... بردارید و شهر را از بند این همه تبلیغات ثابت و متحرک، داربست و بنرهای کوچک و بزرگ بی‌کیفیت رها کنید.
- مجموع اعیاد و مناسب‌های برجسته مذهبی و مناسبت‌های برجسته ملی در طول سال از حدود ۲۰ مناسبت بیشتر نمی‌شود که با حدود ۵۰۰ مناسبتی که در دستور کار قرار دارد، هیچ تناسبی ندارد. به جز ضرورت تبلیغ مناسبت‌های برجسته آیینی و ملی، بزرگداشت بقیه مناسبت‌ها را بگذارید بر عهده سایر نهادهای مرتبط تا در ساحت سازمان خودشان و صفحات مجازیشان اقدام کنند. شما هم ظرفیت قابل ملاحظه تبلیغات فرهنگی را در خدمت ارتقای فرهنگ عمومی قرار دهید.
- از تولید و نصب انبوه پرچم‌های مناسبتی که هزینه سنگینی بر بیت‌المال تحمیل می‌کند بپرهیزید و به پرچم‌های ایران و پرچم‌های ساده آیینی بدون چاپ، در هر فصل بسنده کنید. در صورت امکان تعداد میله‌های پرچم را در سطح شهر کاهش دهید.
- به نیت قربه‌الی‌الله یک بار برای همیشه این دندان لق را بکنید و رودربایستی را با افراد و نهادهای مختلف کنار بگذارید و این بودجه کلان را با درایت و دانش در ارتقای فرهنگ عمومی و اخلاق انسانی اسلامی صرف کنید و برای خود و جامعه باقیات‌الصالحات بسازید.

دعوت مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده نوبت اول
شرکت تعاونی گسترش روان ریس

بدین وسیله از کلیه اعضای محترم دعوت میشود تا در مجمع عمومی عادی نوبت اول که راس ساعت ۱۰صبح روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۳۱ واقع در محل اصلی شرکتواقع در ورامین شهرک صنعتی سالاریه بلوار یاسمن کارخانه روان ریس تشکیل می گردد حضور به هم رسانند یادآور میشود درصورتی که حضور عضوی در مجمع عمومی میسر نباشد می تواندحق حضور و اعمال رای را به نماینده تام الختیار خود واگذار نماید در این صورت هیچ کس نمیتواند نمایندگی بیش از دو عضو را بپذیرد همچنین برگه های نمایندگی مذبور با امضای مدیرعامل و مهر شرکت معتبر خواهد بود مصوبات مجمع عمومی درصورت رسمیت یافتن و عدم مغایرت با ضوابط قانونی برای کلیه اعضا اعم از حاضر و غایب نافذ و معتبر خواهد بود.

دستور صورتجلسه :

۱. افزایش سرمایه به سبب خرید قسمتی از ماشین آلات

رئیس هیئت مدیره
عباس کارگران

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی قائم شهر

نظر به دستور مواد ۱ و ۲ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ ،املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی قائم شهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد املاک متقاضیان واقع در قریه کوچکسرا ۱۹ اصلی بخش ۱۶ -۱۹۶۶۶فرعی بنام آقای محمد مهدی حسنی خانقاهی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین که در آن احداث بنا شده است به مساحت ۲۳۴.۷۰متر مربع خریداری مع الواسطه از وراث مشهدبان مالک رسمی لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی اکثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد با معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهار نامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید م الف ۱۳۱۱۴۳۹

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۴۰۱/۲/۱۷ — **یونس قصابی الکفیل**
تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۴۰۱/۲/۳۱ — **اداره ثبت اسناد و املاک قائم شهر**

مدرک فارغ التحصیلی **اینجانب سیاوش پارسامنش** فرزند ناصر به شماره شناسنامه ۳۴۹۰۱۰۶۱۴۸ صادره از بوشهر در مقطع کارشناسی رشته مهندسی نفت - مهندسی مخازن نفت صادره از واحد دانشگاهی مرودشت با شماره ۲۴۳۶۶۸۳ مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می باشد. از یابنده تقاضا می شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت به نشانی استان فارس شهرستان مرودشت کیلومتر ۳ جاده تخت جمشید دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت ارسال نماید.

ارتباط با روزنامه شرق
T.ME/ALOSHARGH
WWW.SHARGHDAILY.IR