جریمه ۶۸۰ میلیارد ریالی برای یک شرکت دارویی

نسل فردا: پرونده نگهداری مواد اولیه دارو خارج از ضوابط تعیینی دولت به ارزش ۲۲۶ میلیارد و ۵۴۸ میلیون ریال در شعبه ۲۶ ویژه رسیدگی به جرائم قاچاق کالا و ارز تعزیرات حکومتی استان تهران رسیدگی شد.محمدعلی اسفنانی سخنگوی سازمان تعزیرات حکومتی در این باره گفت: شعبه با توجه به مدارک موجود در پرونده و ثبت نکردن کالاها و محل نگهداری آن در سامانه رهگیری و کنترل اصالت، تخلف را محرز و متهمان را به پرداخت ۶۷۹ میلیارد و ۶۴۵ میلیون ریال جزای نقدی محکوم کرد.اسفنانی افزود: با اعتراض شاکی پرونده برای رسیدگی مجدد در شعبه دوم تجدیدنظر ویژه رسیدگی به امور قاچاق کالا و ارز ارسال و شعبه با توجه به نبود دلایل کافی که موجب نقص رأی را فراهم آورد، رأی صادره را قطعی اعلام کرد.سخنگوی سازمان تعزیرات حکومتی گفت:اداره گمرک استان تهران گزارش تخلف این شرکت پیرامون وارد کردن مواد اولیه دارو با ارز دولتی و دپو شده در سردخانه را برای رسیدگی به تعزیرات حکومتی ارسال کردند.

معافیت میلیونی نیازمند از پرداخت هزینه های مصرفی

نسل فردا: با اجرای قانون معافیت مددجویان تحت حمایت کمیته امداد از پرداخت قبوض آب و برق و گاز مطابق دستورالعمل‌های اعلامی، تاکنون ۱۵۱ هزار نفر از مددجویان از خدمات «آب» رایگان برخوردار شده‌اند.
حسین خدرویسی معاون حمایت و سلامت خانواده کمیته امداد با اعلام این خبر گفت: بیش از یک میلیون خانوار تحت حمایت کمیته امداد از معافیت قبض گاز برخوردار شدند.وی افزود: همچنین ۲۵۶ هزار خانوار با رعایت سقف الگوی مصرفی، در چارچوب «برق» رایگان قرار گرفته و از این خدمت بهره‌مند شده‌اند.معاون حمایت و سلامت خانواده کمیته امداد تاکید کرد: با همراهی خوب شرکت گاز، تاکنون بیش از یک میلیون خانوار از نعمت «گاز» رایگان برخوردار شده‌اند.خدرویسی اظهار کرد: ارزش ریالی آب و برق و گاز رایگان مددجویان بیش از ۶۰ میلیارد تومان محاسبه شده است.

خبر

به نتیجه رسیدن اقداماتی شاخص در حوزه زنان

نسل فردا: معاون رئیس جمهور در امور زنان و خانواده اظهار کرد: مردم در راستای خدمتگذاری شایسته به دولتمردان کمک کنند چراکه ماهیت این دولت، مردمی و برخاسته از میان مردم است و در ۲ سال اخیر هم اقداماتی شاخص در حوزه زنان و خانواده اجرا شد که برخی از آنها برای نخستین بار به نتیجه رسید.انسیه خزعلی همزمان با هفته دولت در دیدار چهره به چهره با بانوان در خصوص عملکرد معاونت در حوزه بین المللی، بیان کرد: یکی از برجسته ترین حرکت ها در این حوزه، برگزاری کنگره بین المللی زنان تاثیر گزار بود که در موقعیتی انجام گرفت که ما تحت فشارهای سازمان ملل قرار داشتیم که حق طبیعی ملت ایران را نقض کرد، در چنین شرایط حساسی، بانوان تاثیر گذار از حدود ۹۰ کشور جهان وارد کشورمان شدند و توسط بانوان توانمند ایرانی، اتفاقی بزرگ برای اولین بار در جهان رقم خورد.خزعلی با تاکید بر اینکه در کنار وجود نواقص باید خدمات دولت و خدمتگزاران ملت شریف دیده شود، گفت: باید بپذیریم که در کار رسانه ای ضعیف عمل می کنیم و خدمات گسترده و چشمگیر دولت سیزدهم در حوزه زنان و خانواده که برخی از آنها برای اولین بار در کشور اجرا شده است، به طور شایسته ای رسانه ای نشده است.در ادامه، معاون رئیس جمهور در امور زنان و خانواده اظهار کرد: برخی از اقدامات برجسته در حوزه زنان و خانواده در دوران فعالیت دولت سیزدهم مانند طرح اختصاص یک درصد بودجه سازمان ها به حوزه زنان و خانواده، ضمانت زنان سرپرست خانوار، بیمه زنان دارای چهار فرزند بیشتر ساکن در روستاها و ارتقاء جایگاه مشاورین بانوان دستگاهها که برای اولین بار صورت گرفت.

تلاش پلیس سفر زیارتی آسان، ارزان و ایمن برای زائران اربعین

ملودی دهانی / گروه جامعه
news@naslefarda.net

شاهد افزایش ۱۷ درصدی خروج زائران اربعین از کشور هستیم.سخنگوی پلیس با اشاره به این خبر در خصوص آخرین وضعیت تردد و خدمات دهی زائران در مرزهای ۶گانه را تشریح کرد و گفت: تاکنون تعداد ۸۴۰ هزار درخواست گذرنامه زیارتی داشته ایم که از این تعداد ۲۸۴ هزار درخواست به صورت حضوری و حدود ۵۶۱ هزار درخواست از طریق سامانه پلیس من ثبت شده است. سردار سعید منتظرالمهدی اظهار داشت: فراجا تمام توان خود را به کار گرفته تا سفر زیارتی آسان، ارزان و ایمن برای زائران اربعین صورت پذیرد، این اتفاق بسیار خوبی است هم برای پلیس و هم برای مردم؛ در واقع وقتی که به شکل سیستمی درخواست ها ثبت می شود بلافاصله پلیس نسبت به صدور گذرنامه اقدام می کند و دیگر نیاز به مراجعه حضوری نیست.سخنگوی فراجا گفت: با تلاش همکاران پلیس مهاجرت و گذرنامه تعداد ۸۲۰ هزار درخواست منجر به صدور گذرنامه شده و طی این مدت هم تعداد ۵۶۰ هزار گذرنامه تمدید و تحویل مردم شده است. وی در خصوص آمار خروج زائران تا این لحظه با اشاره به این که بلافاصله که زائران از گیت خارج می شوند در لحظه تردد، شمار آن ثبت می گردد، تصریح کرد: آمار کل خروج از کلیه مرزهای کشورمان بالغ بر ۲ میلیون نفر است. سخنگوی فراجا با بیان اینکه حدود ۲۲۴ هزار نفر به طور روزانه از مرزها تردد می کنند، گفت: ۲۸۴ گیت در مرزهای ششگانه فعال هستند اما شلوغ ترین مرزها مرز مهران است لذا برای سهولت در تردد از مردم می خواهیم ترجیحا دیگر مرزها را برای ورود و خروج از کشور انتخاب کنند؛ توصیه می شود زائران بدون مدارک و گذرنامه معتبر به مرزها مراجعه نکنند.سردار منتظرالمهدی با اشاره به اینکه نسبت به مدت مشابه در سال گذشته حدود ۱۷ درصد افزایش خروج از زائران کشور داشته ایم، افزود: خروجی زائران از مرزها برای شرکت در مراسم راهپیمایی اربعین به تفکیک مرزها، مرز مهران ۴۵ درصد، شلمچه ۲۷ درصد، خسروی ۱۲ درصد، چذابه ۸ درصد و باشماق و تمرچین هر کدام ۲ درصد را شامل می شود.

بلاگری آسیبی پنهان بر کودکان

یلدا توکلی / گروه جامعه
tavakoli.yalda11@gmail.com

امروزه مصرف کودکان برای تبلیغات، مدها و مدل‌ها، در کنار ناآگاهی خانواده ها در مورد آسیب ها و خطرات این فضا و آسیب پذیری کودکان در این عرصه به موضوعی چالشی تبدیل شده است.

تبدیل کودکان به ابزار کسب درآمد

برخورد با کودکان به عنوان شی چه در فضای مجازی و چه در فضای واقعی و تبدیل آنان به ابزار کسب درآمد، قطعاً خلاف اصول و حقوق کودکان است و باید جلوی آن گرفته شود و فعالیت کودکان در فضای مجازی مانند فضای واقعی تابع قوانین و مقررات کشور از جمله قانون کار و قانون حمایت از اطفال و نوجوانان است. بررسی‌ها نشان می‌دهد، مدلینگ، بلاگری و اینفلوئنسری کودکان و نوجوانان در شبکه‌های اجتماعی، موجب روزمرگی آنان، انتشار برخی کلیپ‌های تبلیغاتی نامناسب و غیراستاندارد و محتواهای غیراخلاقی نامناسب در صفحه شخصی کودکان، طرح برخی چالشهای آسیب زا نسبت به کودکان، انتشار برخی محتواهای مربوط به حریم خصوصی خانواده و کودک و نوجوانان در فضای مجازی و ارتباط گیری برخی اشخاص سودجو و آزارگر با کودکان و نوجوانان می‌شود. از همین رو کمیته فضای مجازی در مرجع ملی حقوق کودک با همکاری شورای عالی فضای مجازی و برخی دستگاه ها از جمله دفتر حمایت از کودکان و نوجوانان قوه قضاییه، پلیس فتا، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، سازمان تعلیم و تربیت و دادستانی فعال شده است.

کودکان ابزاری برای کسب درآمد

سیدعلی کاظمی دبیر مرجع ملی حقوق کودک است وی یادآور شد: به موجب مقررات عمومی از جمله قانون کار و قوانین مرتبط با مسئولیت مدنی اگر کودکی، در فضای مجازی کسب درآمد کند، متعلق به خود اوست و کس دیگری حق ندارد از این منافع بهره مند شود والا مشمول عنوان بهره کشی می شود؛ این در حالی است که به نظر در حال حاضر کودکان ابزاری برای کسب درآمد هستند و بعضا برخی افراد با اشتراک عکس و فیلم کودکانشان در فضای مجازی، تبلیغات و جذب درآمد و مخاطب می کنند.وی با بیان اینکه صفحات کودک بلاگرها طیف گسترده ای از انواع برندها در پنج دسته محصولات آرایشی، مواد غذایی، لوازم منزل، لباس کودک و مزون‌ها و آتلیه کودکان را تبلیغ می کنند، گفت: کودکان به دو صورت فعال و منفعل در محتواهای تبلیغاتی حضور دارند. فعال از طریق نقش آفرینی کودکان در تبلیغ کالا و منفعل از طریق استفاده از عکس و فیلم کودکان جهت جذب مخاطب است. تبلیغات کودکان بلاگر هم از طریق تبلیغ و معرفی مستقیم کالا یا به صورت غیرمستقیم و ضمنی انجام می شود. از همین رو کمیته فضای مجازی در مرجع ملی حقوق کودک با همکاری شورای عالی فضای مجازی و برخی دستگاه ها از جمله دفتر حمایت از کودکان و نوجوانان قوه قضاییه، پلیس فتا، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، سازمان تعلیم و تربیت و دادستانی فعال شده است. در جلسات این کمیته موضوع بهره کشی از کودکان در فضای مجازی و خطرات احتمالی که می تواند گریبان گیر کودکان شود مورد بررسی قرار گرفته است و همچنین پیش‌نویسی هم به عنوان اصلاحیه و الحاقیه به قانون حمایت از کودکان در حال تدوین است.

وضعیت مخاطره آمیز برای کودک

وی ضمن بررسی ابعاد قانونی و حقوقی اینفلوئنسری کودکان در فضای مجازی و با استناد به قانون حمایت از اطفال و نوجوانان گفت: مطابق قانون مذکور، اگر فعالیت کودکان در فضای مجازی تحت عنوان‌هایی مانند بلاگر، مدلینگ و اینفلوئنسری، سلامت کودکان را در ابعاد مختلف جسمی، روحی، روانی، اخلاقی و اجتماعی تحت تاثیر منفی قرار دهد، یا امنیت وی یا وضعیت آموزش وی را به مخاطره افکند، وضعیت مخاطره آمیز برای کودک قلمداد شده و امکان مداخله اجتماعی یا قضایی را حسب شرایط مقرر در قانون حمایت از اطفال و نوجوانان فراهم می کند. چنانچه این فعالیت‌ها با کسب درآمد همراه باشد و عنوان «شغل» و «کار» بر آن صدق کند، تا سن ۱۵ سال برخلاف ماده ۷۹ قانون کار است که مطابق آن به کار گماردن افراد کمتر از ۱۵ سال تمام ممنوع و مشمول تعریف بهره کشی اقتصادی در قانون کار و قانون حمایت از اطفال و نوجوانان است.

معرفی ویژگی های جسمی و ظاهری مدل در ژست‌های مختلف

وی ادامه داد: در مورد مدلینگ کودکان معرفی مدل‌ها از طریق انتشار پوستر و ویدئوی تبلیغاتی تور عکاسی و چاپ عکس مدل‌های منتخب در مجلات مدلینگ و معرفی ویژگی‌های جسمی و ظاهری مدل در ژست‌های مختلف انجام می شود. در معرفی مدل ها شاهد بازنمایی الگوها و مؤلفه های غیر ایرانی و غیر بومی مبتنی بر خود نمایان‌سازی و ترویج الگوهای مصرف گرایی، فخرفروشی به کالای خارجی، ترویج سبک زندگی غیر ایرانی و غیر اسلامی، الگوبرداری از مدل های خارجی و آرایش و رفتار و سبک رفتاری آنها هستیم که منجر به تغییر هویت کودک، برخورد با کودک به مثابه کالا و ارزش گذاری نادرست کودکان می‌شود. تجسین‌ها و تأییدها در صفحات مدلینگ، غالباً از سوی آژانس‌های مد و مدل صورت می گیرد که کودکان را بر حسب ظاهر و ویژگی هایشان و اطلاعات ظاهری و نه واقعی مورد ارزیابی قرار می‌دهند. این اقدامات تبلیغاتی و ارزش گذاری‌های مصرفی و از روی ظاهر، منجر به برخورد غیر انسانی با کودکان می‌شود و آنان به مثابه یک کالا مورد توجه قرار می گیرند تا جایی که در برخی از این صفحات برای کودکان «کد» تعریف می شود.

هرزه‌نگاری در تولید آثاری که جذابیت جنسی طفل یا نوجوان را به رخ بکشد

وی همچنین با استناد به بند د ماده یک قانون حمایت از اطفال و نوجوانان مبنی بر اینکه تهیه و تولید هر اثری که محتوای آن بیانگر جذابیت جنسی طفل یا نوجوان مانند برهنگی و ... باشد، هرزه‌نگاری تلقی می‌شود، خاطرنشان کرد: گاهی دیده می‌شود والدین از فرزندشان که لباس نامناسبی به تن ندارد در فضای مجازی تصویری به اشتراک می گذارند که این موضوع طبق قانون می‌تواند مشمول هرزه‌نگاری شود.

روابط عمومی که با دانش روز حرکت نکند فاقد اثرگذاری است

علی دارابی، استاد علوم ارتباطات و رسانه
news@naslefarda.net

اکنون اهمیت نقش روابط عمومی‌ها و مسئولیت اجتماعی صد چندان است. فناوری‌های نوین بر سبک زندگی، حتی نوع تفکر و نگرش به جهان هستی تأثیر گذار شده است. ما از روابط عمومی‌های اولیه با کار ویژه‌هایی که برای اطلاع‌رسانی، پل ارتباطی، انجام تبلیغات، تسهیل دسترسی مردم به مسئولان بوده است سالیان زیادی فاصله گرفته‌ایم. البته بیان این سخن به معنای نادیده انگاشتن فلسفه وجودی روابط عمومی‌ها نیست. بلکه تاکید بر توجه به عصر و زمان، تحولات و تغییرات شگفت تکنولوژی و تأثیر آن بر نسل کنونی و مخاطبان و جامعه هدف روابط عمومی‌هاست که باید بطور جدی مورد توجه مسئولان روابط عمومی‌ها قرار گیرد.
اما، چرا روابط عمومی‌ها همچنان مهم و در کانون توجه هستند و ارتباط آنها با مسئولیت‌های اجتماعی چیست؟.اگر ما روابط عمومی را هنر خدمت به مردم، جلب مشارکت، زمینه‌ساز و تسهیل گر توسعه، تجمیع تقاضاها و فرموله کردن و دسته‌بندی آنها و انتقال به مسئولان و پاسخگویی به افکار عمومی و رسانه‌ها و بالاخره در نقش نظارت عمومی تعریف کنیم، آنگاه رابطه معنادار روابط عمومی‌ها، مسئولیت اجتماعی را بهتر درک می کنیم.
روابط عمومی‌ها باید اصول هفت گانه کلیدی استاندارد مسئولیت‌پذیری اجتماعی را بدانند با در کنار هم قرار دادن مفاهیم کلیدی روابط عمومی و مفاهیم کلیدی مسئولیت اجتماعی معنا و مفهوم این پیوند روشن می‌شود. اخلاق مداری، ذینفع گرایی، جامعه‌گرایی، دموکراسی سازمانی، حقوق شهروندی، توسعه اجتماعی و انسانی، حق دسترسی به اطلاعات، جلوه‌های مسئولیت اجتماعی است. اگر مسئولیت اجتماعی را یک چارچوب اخلاقی بدانیم که فرد یا سازمان نسبت به مسائل اجتماعی، فرهنگی و محیط کار و زندگی برای نفع عمومی بکار می‌بندد تا علاوه بر آنکه سود و فایده سازمانی را بدست آورند در خدمت‌رسانی عمومی هم نقش‌آفرین باشند. روابط عمومی‌ها نیز برای آنکه بتوانند نهادها یا اشخاص را در حوزه مسئولیت اجتماعی به نفع سازمان و حوزه کار خود فعال کنند باید اصول هفت گانه کلیدی استاندارد مسئولیت‌پذیری اجتماعی را نیک بدانند. مسئولیت، شفافیت، رفتار اخلاقی، احترام به منافع ذینفعان، احترام به قانون، احترام به هنجارهای رفتاری بین‌المللی و احترام به حقوق بشر باید مبنای کار روابط عمومی‌ها قرار گیرد. روابط عمومی‌ها باید با وظایف و ماموریت‌های سازمان‌ها، شرکت‌ها، موسسات دولتی و غیردولتی آشنایی کامل داشته باشند. قوانین، مقررات، مجوزها و تکالیفی که سازمان ها را الزام به ایفای مسئولیت اجتماعی می‌کند بشناسند و مطالبه‌گری را بر اساس آنها قرار دهند.
روابط عمومی‌ها باید توانا و قادر باشند که به خوبی ایفای رسالت و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و شرکت‌ها را برای مسئولان عالی آنها تبیین کنند. آنان را اقناع و راضی کنند که در حوزه ماموریتی که روابط عمومی‌ها تمایل دارند سرمایه‌گذاری و مشارکت کند.
روابط عمومی‌ها باید درک خوبی از عصر و زمانه داشته باشند. آنها باید فرزند زمان خویش باشند. تحولات فناوری‌ها را بدانند. دوره‌های آموزشی لازم را دیده باشند. چرا که روابط عمومی باید بر پایه خرد، علم، دانش و آگاهی حرکت کند. این چنین روابط عمومی می‌تواند موفق و سربلند باشد.

هیأت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

۱)برابر رای ۶۱۲۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۰۱ به شماره کلاسه ۰۶۵۳ مالکیت آقای/خانم اشرف عسگری فروشانی به شناسنامه شماره ۸۹۷ کدملی ۱۱۴۱۳۱۶۹۴۳ صادره فرزند رحیم در سه دانگ مشاع از ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۱۸۹ مترمربع پلاک شماره ۲۹۲ فرعی از ۱۲۲ اصلی واقع در اصفهان بخش ۱۴ حوزه ثبت ملک خمینی شهر به موجب سند ۴۵۳۸۷ مورخ ۱۴۰۱/۶/۱۴ دفتر ۳۲۲ و وکالتنامه ۵۰۴۷۳ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۰۱ دفتر ۳۲۲ و ملاحظه نقشه ملک و گزارش کارشناس ملاحظه و محرز گردیده است.
۲)برابر رای ۶۱۱۹ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۰۱ به شماره کلاسه ۱۳۲۳ مالکیت آقای/ خانم مصطفی محمدحسینی ورنوسفادرانی به شناسنامه شماره ۲۲۰۶ کدملی ۱۱۴۱۱۲۱۶۲۱ صادره فرزند محمدحسین در سه دانگ مشاع از ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۱۸۹ مترمربع پلاک شماره ۲۹۲ فرعی از ۱۲۲ اصلی واقع در اصفهان بخش ۱۴ حوزه ثبت ملک خمینی شهر به موجب سند ۴۵۳۸۷ مورخ ۱۴۰۱/۶/۱۴ دفتر ۳۲۲ و وکالتنامه ۵۰۴۷۳ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۰۱ دفتر ۳۲۲ و ملاحظه نقشه ملک و گزارش کارشناس ملاحظه و محرز گردیده است.
لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۲ ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت ۱ ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۵/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۶/۰۹
رییس اداره ثبت اسناد و املاک خمینی شهر سید محمدحسن مصطفوی
شناسه نوبت اول: ۱۵۴۶۹۳۹
شناسه نوبت دوم: ۱۵۴۶۹۴۰

هیأت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

۱)برابر رای ۵۸۹۸ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۷ به شماره کلاسه ۰۴۸۹ مالکیت آقای/خانم اسداله حبیبی خوزانی به شناسنامه شماره ۱۴۶ کدملی ۱۱۴۱۶۹۴۶۹۷ صادره فرزند نادعلی در سه دانگ مشاع از ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۱۴۳،۵۷ مترمربع پلاک شماره ۲۲۸ فرعی از ۸۲ اصلی واقع در اصفهان بخش ۱۴ حوزه ثبت ملک خمینی شهر به موجب سند ۲۱۰۸۷۲ مورخ ۱۳۹۱/۲/۱۳ دفتر ۷۳ و ملاحظه نقشه ملک و گزارش کارشناس ملاحظه و محرز گردیده است.
۲) برابر رای ۵۱۵۸ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۰ به شماره کلاسه ۰۴۸۷ مالکیت آقای/خانم زهره حبیبی خوزانی به شناسنامه شماره ۴۳۶ کدملی ۱۱۴۱۶۶۵۰۹۳ صادره فرزند نادعلی در ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۱۲۸،۷۴ مترمربع پلاک شماره ۴۲ فرعی از ۸۲ اصلی واقع در اصفهان بخش ۱۴ حوزه ثبت ملک خمینی شهر به موجب دفتر ۵۴۰ صفحه ۳۳۶ و ملاحظه نقشه ملک و گزارش کارشناس ملاحظه و محرز گردیده است.
۳)برابر رای ۵۸۹۷ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۷ به شماره کلاسه ۰۴۸۸ مالکیت آقای/خانم زهره علیشاهی خوزانی به شناسنامه شماره ۱۲۶۸ کدملی ۱۱۴۱۲۱۵۳۲۲ صادره فرزند کرمعلی در سه دانگ مشاع از ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۱۴۳،۵۷ مترمربع پلاک شماره ۲۲۸ فرعی از ۸۲ اصلی واقع در اصفهان بخش ۱۴ حوزه ثبت ملک خمینی شهر به موجب سند ۲۱۰۸۷۲ مورخ ۱۳۹۱/۲/۱۳ دفتر ۷۳ و ملاحظه نقشه ملک و گزارش کارشناس ملاحظه و محرز گردیده است.
لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۲ ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت ۱ ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۵/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۶/۰۹
رییس اداره ثبت اسناد و املاک خمینی شهر سید محمدحسن مصطفوی

شناسه نوبت اول: ۱۵۴۷۲۸۶ شناسه نوبت دوم: ۱۵۴۷۲۸۹
آگهی فقدان سند مالکیت

شماره نامه:۴۱۶-۶۰۰۶۰۰۲۰۰۲۸۵۶۰۱۴۰۲ ، تاریخ: ۱۴۰۲/۰۶/۰۲ خانم ربابه مختاری فرزند غلامعلی با تسلیم یک برگ استشهاد شهود مدعی مفقود شدن اسناد مالکیت تحریری دفترچه ای از پلاک ۸۵/۱۰۵۴ واقع در خمینی شهر بخش ۱۴ ثبت اصفهان که مورد ثبت صفحه ۴۱۹ دفتر ۲۶۸ به شماره ثبت ۶۱۳۶۸ و شماره سند مالکیت ۰۷۲۹۱۷ به میزان پنج سهم و پنجاه و سه - یکصد و نهم سهم مشاع از ۲۰۹ سهم ششدانگ که به موجب سند قطعی ۱۲۳۴۷۹-۱۳۷۹/۸/۲-دفترخانه ۷۳ خمینی شهر در سهم نامبرده قرار گرفته و نیز سند مالکیت تحریری دفترچه ای مورد ثبت صفحه ۳۶۸ دفتر ۶۹۸ به شماره ثبت ۱۴۸۰۵۸ و به شماره سند مالکیت ۴۹۰۸۸۰ به میزان ده سهم و یکصد و شش - یکصد و نهم سهم مشاع از ۲۰۹ سهم ششدانگ که به موجب سند صلح شرطی شماره ۲۲۹۴۵۴-۱۳۹۴/۶/۲۲ دفترخانه ۷۳ خمینی شهر که صلح شرطی با حق اختیار فسخ و منافع مادام الحیوه و متصالح حق انتقال به غیر از آقایان حمیدرضا مختاری خوزانی فرزند محمود بشناسنامه ۳۲۵۸ متولد ۱۳۶۲ صادره از خمینی شهر و احسان مختاری خوزانی فرزند محمود بشناسنامه ۱۵۱۳۶ متولد ۱۳۶۷ صادره از خمینی شهر و احمدرضا مختاری فرزند محمود بشناسنامه ۱۹۷۱ متولد ۱۳۵۸ صادره از خمینی شهر بالسویه را ندارند و معامله دیگری هم انجام نشده متقاضی اظهار نموده که اسناد مالکیت در اثر جابه جایی مفقود گردیده و تقاضای صدور اسناد مالکیت المثنی نموده است؛ لذا طبق تبصره یک اصلاحی ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت مراتب آگهی می شود که هرکس مدعی انجام معامله (غیر از آنچه در این آگهی ذکر شده) نسبت به آن یا وجود سند مالکیت مزبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ده روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را کتباً ضمن ارایه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید تا مراتب صورت مجلس و اصل سند با ارایه کننده مسترد گردد. اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد یا در صورت اعتراض اصل سند ارایه نشود المثنی سند مالکیت مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد شد. تاریخ انتشار ۱۴۰۲/۰۶/۰۹ - رییس اداره ثبت اسناد و املاک خمینی شهر سید محمدحسن مصطفوی شناسه: ۱۵۵۸۳۴۹

یافته ها

تفاوت بین پماد، کرم، لوسیون و ژل

پماد، کرم، لوسیون یا ژل؟

پریسا جمدی / گروه بین الملل
daryavafaei2009@gmil.com

معمولا برای مرطوب کردن پوست و یا درمان مشکلات پوستی محصولات در چندین نوع قابل استفاده هستند از جمله:
- پماد
- کرم
- لوسیون
- ژل
تفاوت بین این محصولات در بافت آنهاست که نسبت به میزان آب و روغن استفاده شده در آن متغیر است. بسته به نوع و مورد استفاده ممکن است نیاز به یکی از انواع این محصولات باشد. یک نوع محصول برای برطرف کردن تمام نیازها پاسخ گو نخواهد بود.
نوع پوست فرد نیز برای انتخاب محصول اهمیت دارد، چرا که بافت هریک از این محصولات متفاوت است و برخی سبک تر و برخی سنگین تر هستند.
در ادامه به شما کمک می کنیم که راحت تر بتوانید محصول مورد نظرتان را انتخاب کنید.

فرق بین کرم و پماد

هر دو کرم و پماد می توانند کاربرد دارویی یا آرایشی داشته باشند.
تفاوت اصلی این ۲ نوع محصول در میزان آب و روغن موجود در آنها است. معمولا کرم‌ها حاوی مقدار آب و روغن مساوی هستند، اما ۸۰ درصد از مواد تشکیل دهنده پمادها روغن است.

دیگر تفاوت‌های بین کرم و پماد عبارتنداز:

جذب

- **کرم‌ها:** کرم‌ها به دلیل دارا بودن آب زیاد به راحتی جذب پوست شده و در نتیجه نواحی وسیعی از پوست را تحت پوشش قرار می‌دهند. روغن موجود در کرم‌ها روی پوست می‌ماند تا رطوبت پوست را حفظ کند. در نتیجه کرم‌ها معمولا برای درمان پوست خشک، بثورات یا ضایعات پوستی موثر و مفید هستند.
- **پمادها:** پمادها نسبت به دیگر محصولات پوستی حاوی چربی و روغن بیشتری هستند. این محصولات به دلیل دارا بودن چربی بیشتر، برای محافظت از رطوبت پوست، سرما و خشکی گزینه مناسبی هستند. معمولا پمادها از روغن معدنی و نفت تشکیل شده‌اند.

انسجام

- **کرم‌ها:** کرم‌ها نسبت به لوسیون‌ها بافت لطیف و غلیظ تری دارند و معمولا چربی کمی دارند.
- پمادها: پمادها غلیظ تر از کرم‌ها هستند و معمولا چرب تر می‌باشند.

ظاهر

- کرم‌ها معمولا غلیظ هستند و چه در پمپ و چه در شیشه به راحتی فرم می گیرند.
- پمادها معمولا مات یا شفاف هستند و مانند کرم فرم می گیرند.

تفاوت بین لوسیون و کرم

برخی افراد کرم و لوسیون را یکی می‌دانند، در صورتی که این دو محصول از نظر فرمولاسیون با هم تفاوت دارند.
همانطور که گفته شد، نسبت آب و روغن در کرم‌ها یکسان است. اما لوسیون‌ها حاوی آب بیشتر و روغن کمتری هستند؛ برخی لوسیون‌ها مقداری هم الکل دارند. حتی برخی لوسیون‌ها فاقد روغن هستند و گزینه مناسبی برای پوست‌های مختلط، چرب یا مستعد آکنه می‌باشند. در کل لوسیون‌ها بافت رقیق تری نسبت به کرم‌ها دارند. لوسیون‌ها سریع جذب پوست می‌شوند، و برای استفاده روزانه به خصوص در افرادی که پوست نرمال تا چرب دارند عالی هستند. در صورتی که پوست حساس دارید، از لوسیون‌های فاقد الکل، مواد نگهدارنده و یا عطر استفاده کنید، چراکه موارد ذکر شده باعث تحریک پوست‌های حساس می‌شوند.

ترکیب و بافت ژل‌ها

ژل‌ها ترکیبی از سلولز، آب و الکل می‌باشند. برخی محصولات ترکیبی از لوسیون و ژل هستند که بافت آنها بیشتر شبیه به لوسیون می‌باشد.
ژل‌های فاقد چربی برای استفاده در پوست‌های چرب عالی هستند، چراکه بدون برجای گذاشتن چربی اضافه سریع جذب پوست می‌شوند و پوست را آبرسانی می کنند.
ژل‌ها در ماه‌های گرم و مرطوب سال، به خوبی پوست را آبرسانی و مرطوب می کنند. اگر پوست خشکی دارید ژل‌ها گزینه مناسبی برای شما نیستند، چراکه سریع جذب پوست می‌شوند و هیچ لایه محافظتی برای حفظ رطوبت روی پوست ایجاد نمی کنند.
برچسب محصولات را حتما چک کنید، حتی الامکان از محصولات حاوی عطر و الکل استفاده نکنید.