یکره الرفعة و لا یحب السمعة

(مؤمن) بزرگی و رفعت را ناخوش دارد و انگشت‌نما شدن را دوست نمی‌دارد.

تازه‌های نشر

«رفتار با همسایه بر اساس آموزه‌های قرآن» به کتاب‌فروشی‌ها رسید

کتاب «رفتار با همسایه بر اساس آموزه‌های قرآن و اهل بیت(ع)» اثر حجت‌الاسلام عیسی عیسی‌زاده به چاپ رسید. به گزارش رواق، کتاب «رفتار با همسایه بر اساس آموزه‌های قرآن و اهل بیت(ع)» اثر حجت‌الاسلام عیسی عیسی‌زاده است که در پژوهشکده فرهنگ و معارف قرآن پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی تهیه و به همت نشر این پژوهشگاه در ۶۰ صفحه منتشر شد.

زندگی اجتماعی و جمعی بشر، در عین حال که محسّنات و نقطه‌های مثبت و قابل تمجیدی دارد، برخی آثار منفی و زیانبار نیز در پی دارد. از این رو لازم است قوانین و دستوراتی وضع شود تا زندگی جمعی را سر و سامان بدهد و انسان به راحتی بتواند به زندگی خویش در کنار جمع ادامه دهد. یکی از مواردی که نیاز به وجود قوانین و دستورات فقهی و اخلاقی دارد، همسایه‌داری است.

در این اثر، پس از مفهوم‌شناسی سبک زندگی اسلامی و مبانی و گستره سبک زندگی و مفهوم‌شناسی، اهمیت همسایه‌داری و انتخاب همسایه تبیین شده است.

نویسنده در ادامه این اثر، ضمن تبیین حد همسایگی، موانع همسایگی (تغییر فرهنگ در ساخت و سازهای خانه و رشد برج‌سازی و مجتمع‌های آپارتمانی در جامعه) را تشریح کرده و سپس آداب همسایگی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

«بایدهای رفتاری با همسایه بر اساس آموزه‌های قرآن و اهل بیت(ع)» از دیگر مباحث این اثر است که در این راستا احترام، تعلیم آداب، تعلیم آیت‌الکرسی، نیکی، توجه به معیشت، آشکار کردن خوبی‌ها، پوشاندن بدی‌ها و اسرار، خوش اخلاقی، حسن ظن، یاری رساندن، خیرخواهی، امر به معروف و نهی از منکر، دعا، عیادت، تأمین پوشاک، قرض دادن، نصیحت، همدردی هنگام مصیبت، گذشت از خطا، شرکت در تشییع جنازه، پذیرش دعوت، عاریه دادن، هدیه دادن، فروتنی، رعایت حقوق در ساخت منزل و... توصیه شده است.

نویسنده در پایان این اثر به «نبایدهای رفتاری با همسایه بر اساس آموزه‌های قرآن و اهل بیت(ع)» می‌پردازد که از جمله این آداب می‌توان به پرهیز از اذیت و آزار، پرهیز از نگاه به داخل منزل، پرهیز از خیانت در ملک، پرهیز از حسادت، پرهیز از تحقیر و... اشاره کرد.

در بخشی از این اثر با عنوان «توجه به معیشت همسایه بر اساس آموزه‌های قرآن و اهل بیت(ع)» می‌خوانیم:

توجه به همسایه به ویژه همسایه‌ای که در تغذیه نیاز به کمک دارد، از سفارش‌های مؤکد در آموزه‌های دینی است. این مسئله به قدری اهمیت دارد که رسول خدا(ص) می‌فرماید: «به من ایمان ندارد، کسی که سیر بخوابد و همسایه‌اش گرسنه باشد. اهل یک آبادی که شب را بگذرانند و در ایشان گرسنه‌ای باشد، روز قیامت خداوند به آن‌ها نظر رحمت نیفکند».

در این موضوع در سفارشی به اباذر می‌فرماید: «وقتی غذایی پخت می‌کنی، آبش را بیشتر کن تا بتوانی به همسایه نیز بدهی». در سیره همسایه‌داری آن حضرت نیز نقش شده است وقتی برای آن حضرت یک قدح شیر آوردند، اهل صفه را که از همسایه‌های ایشان بودند، در نوشیدن شریک کرد.

رفتار با همسایه

نکته‌ها

حجت‌الاسلام حسین انصاریان

عذاب بخیل در قیامت

دو آیه شریفه در قرآن کریم وجود دارد که عقوبت بخل را بیان کرده است. این دو آیه در ردیف آیاتی هستند که وقتی حضرات معصومین(ع) هنگام قرائت قرآن به آن می‌رسیدند، عابران کوچه صدای گریه آنان را می‌شنیدند: «ولا یحسبنّ الذین یبخلون بما آتاهم الله من فضله هو خیر لهم بل هو شرّ لهم سیطوّقون ما بخلوا به یوم القیامه». خداوند می‌فرماید: کسانی که از احسان و فضل خود ثروتشان دادم و بخل ورزیدند، گمان نکنند که این عمل به سودشان است، بلکه به زیانشان است. مالکان دوزخ در قیامت تمام ثروت اندوخته‌شان را به صورت حلقه‌های آتش بر گردنشان می‌آویزند و می‌گویند: این ثروت شماست که آن را در دنیا اندوخته بودید! آیا نباید به وعده قرآن ایمان داشت؟ آیا انسان بخیل باز هم می‌تواند با خواندن این آیه بگوید خدا مهربان است و مرا عقوبت نخواهد کرد؟ «والذین یکنزون الذهب و الفضه و لا ینفقونها فی سبیل الله فبشرهم بعذاب ألیم». و کسانی را که طلا و نقره می‌اندوزند و آن را در راه خدا هزینه نمی‌کنند، به عذاب دردناکی مژده ده. بخیل عذابی الیم خواهد داشت، هر کس که می‌خواهد باشد. کسانی که مدام ثروت اندوختند و بر موجودی حساب‌های بانکی خود افزودند و مردند، چه عقوبتی دردناک در انتظارشان است! به قول سنایی غزنوی: هر که در زندگی بخیل بود/ چون بمیرد چو سگ ذلیل بود. «یوم یحمی علیها فی نار جهنم فتکوی بها جباههم و جنوبهم و ظهورهم هذا ما کنزتم لانفسکم فذوقوا ما کنتم تکنزون» روزی که تمام ثروت اینان را به صورت فلز در جهنم می‌گدازند، سپس آن‌ها را به پیشانیشان می‌چسبانند (که دیگر تا ابد برداشته نمی‌شود). چرا به پیشانی؟ چون این‌ها به جای خدا به پول سجده کردند و آن را معبود خود گرفتند. مالکان عذاب همچنین آن فلزهای گداخته را با این کنایه که بخیلان به پول عشق می‌ورزیدند بر دو پهلوی آنان می‌چسبانند و می‌گویند: این هم معشوقتان! نیز آن‌ها را به پشتشان می‌چسبانند، چون اینان یک عمر حمّال پول بودند. بعد به آنان می‌گویند: «هذا ما کنزتم لأنفسهم»، چیزهایی که به پیشانی و پهلوها و پشتتان چسباندیم همان پول‌هایی است که به بانک‌ها سپرده بودید و همواره بر مبلغش می‌افزودید. «فذوقوا ما کنتم تکنزون»، حالا از اندوخته‌های خود بچشید. این عذاب بخیل است. دیگر نمی‌پرسند این بخیل بی‌نماز و روزه‌خوار بوده است یا به زیارت مکه و امام رضا(ع) نرفته است؛ چون خود بخل به تنهایی بر چنین عقوبتی در حق صاحبش کفایت می‌کند.

دیدگاه

حجت‌الاسلام سیدمحمدکاظم طباطبایی مطرح کرد

عصری‌سازی سنت و سیره لازمه الگوگیری از اهل بیت علیهم‌السلام

حجت‌الاسلام سیدمحمدکاظم طباطبایی، استاد دانشگاه قرآن و حدیث گفت: ما چاره‌ای جز عصری‌سازی سنت و سیره معصومین(ع) برای الگوگیری در زندگی امروز نداریم البته عصری‌سازی باید همراه با روش مناسب و تحلیل درست و استخراج معیارها و ملاک‌ها باشد.

به گزارش ایکنا، حجت‌الاسلام والمسلمین سیدمحمدکاظم طباطبایی، استاد دانشگاه قرآن و حدیث در نشست علمی «عصری‌سازی سیره پیامبر(ص)؛ چیستی و چرایی» گفت: بر پایه آموزه‌های قرآن و سنت، تأسی و الگوگیری از سیره پیامبر(ص) امری لازم و ضروری است؛ چنان که خداوند متعال، رسول خدا(ص) را به عنوان الگو معرفی کرده و مؤمنان را به تأسی از سیره ایشان فراخوانده است.

وی افزود: امیرالمؤمنین(ع)، تأسی به سیره انبیا به ویژه رسول اکرم(ص) را جزو وظایف دینی مسلمانان برشمرده و آنان را به پیروی از رفتار حضرت دعوت کرده است، ولی الگوگیری از رفتار پیامبر(ص) همیشه ساده و هموار نیست و گاه بهره‌گیری از سیره ایشان به دلیل محدودیت‌های تاریخی با دشواری همراه است.

استاد حوزه و دانشگاه ادامه داد: چه اینکه غذا خوردن با بردگان، سوار شدن بر الاغ بی‌پالان، دوشیدن شیر بُز و پوشیدن لباس پشمی از جمله کارهایی است که در زمان حیات پیامبر(ص)، مطلوب و پسندیده بود و امروزه به‌دلیل تغییر شرایط زمانی و تفاوت نگاه فرهنگی، نامرسوم است؛ چرا که فعل پیامبر(ص) مطابق با شرایط و فضای دوره حضور ایشان شکل گرفته است و طبیعتاً متناسب با عرف و فرهنگ آن زمان فهمیده می‌شود.

طباطبایی اضافه کرد: در دوره معاصر، شرایط زمانی و محیطی تغییر کرده و تلقی مخاطب از ارزش‌ها و هنجارهای رفتاری متفاوت شده است. از این رو برای الگوگیری از سیره پیامبری که ۱۴قرن با مخاطب امروز فاصله دارد، می‌بایست اقتضائات عصر جدید را در نظر گرفت و رفتارهای ایشان را متناسب با فرهنگ زمانه «عصری‌سازی» کرد.

■ ضرورت تبیین مبانی و روش تحلیل رفتار معصومان(ع)

وی با بیان اینکه اگر پیامبر(ص) امروز زندگی می‌کردند سوار شدن بر الاغ و دوشیدن آن را انجام نمی‌دادند، تصریح کرد: بنابراین عصری‌سازی موضوعی است که با تکیه بر توصیف متون رفتارشناسانه پیامبر(ص) پدید نمی‌آید و نیازمند تعریف مبانی، تبیین روش و تحلیل نمونه‌های رفتاری است.

طباطبایی اظهار کرد: یکی از مسائل دیگر در سیره ایشان هم سلام کردن به کودکان است که البته رفتاری فرازمانی است یا لباس پشمینه پوشیدن ممکن است یک امر شخصی باشد یا ممکن است نشانه تواضع و فروتنی ایشان باشد.

طباطبایی بیان کرد: در نگاهی کلی می‌بینیم حضرت فرمودند من چند کار را انجام می‌دهم که سنت شود ولی برخی از این‌ها در دوره‌های بعد سنت نشد، زیرا این رفتارها از محیط خودش اثر پذیرفته بود. همچنین بعضی از رفتارهای ایشان ابهام دارند یعنی نمی‌دانیم یک امر حقیقی فرازمانی و یا فرامکانی بوده یا تحت تأثیر محیط مانند نحوه پوشش حضرت که عمدتاً لباس سفید می‌پوشیدند و ما نمی‌دانیم این لباس به خاطر محیط گرم عربستان بوده یا خود لباس سفید موضوعیت داشته است.

■ برای عصری‌سازی باید ملاک و معیارها را استخراج کنیم

وی با بیان اینکه برخی رفتارهای معصومین(ع) مسلماً فرازمانی و فرامکانی، برخی مسلماً تحت تأثیر محیط و برخی مبهم و برخی هم نوپدید و جدید هستند که در دوره پیامبر(ص) اصلاً تصور هم نمی‌شده است، افزود: چاره‌ای نداریم که بتوانیم یک پیامبر(ص) در دوره کنونی خودمان داشته باشیم البته آن هم نه محیط زندگی یک قاره زیرا سبک زندگی در پنج قاره دنیا پنج روش کاملاً متفاوت است. بنابراین چاره‌ای جز عصری‌سازی رفتارها و گفتارهای معصومین(ع) نداریم.

طباطبایی بیان کرد: برای عصری‌سازی باید ملاک و معیارها را استخراج کنیم تا در زندگی امروز ما اثرگذار باشد؛ اینکه حضرت فرمودند من بر چند کار (سلام بر کودکان، غذاخوردن با بردگان، دوشیدن شیر گوسفند و سوار شدن بر الاغ بدون پالان) اصرار دارم تا همیشه سنت باشد یعنی حضرت هر کاری را که سبب تشخص و برتری‌طلبی و تکبر بر دیگران است نفی کرده است، بنابراین معیار این سخن، آن است که هر فردِ دارای موقعیت سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و... نباید خودش را از دیگران متمایز کند.

وی افزود: پس مهم‌ترین کار در عصری‌سازی آن است که بتوانیم رفتار حضرات را دقیقاً بررسی و تحلیل کنیم و معیارهای حاکم بر حضرات را استخراج کنیم. در این بین گفتار معصومین(ع) و عرضه بر قرآن خیلی مفید خواهد بود و با این روش تا حد زیادی استخراج این معیارها برای ما ممکن است و وقتی معیار روشن باشد می‌توانیم رفتارهای امروزی را بر آن رفتارها منطبق کنیم. طباطبایی بیان کرد: امام علی(ع) گرچه حاکم جامعه بود ولی با همه اقشار مردم رفت و آمد داشتند و در خانه ایشان به روی مردم باز بود و در روایت بیان شده وقتی امام علی(ع) غذا می‌خوردند برخی افراد بر آن‌ها وارد شده‌اند. در رفتار حضرت مشهود است که مردم به راحتی در دوره حکومت ایشان در مدینه و کوفه به ایشان دسترسی داشتند. به مالک هم فرمودند نباید حجابی بین تو و مردم باشد و خودت شخصاً با مردم مرتبط باش.

وی اضافه کرد: امروز وظایف حکومتی و دولت آن قدر زیاد شده و نحوه حکومت‌داری متفاوت شده که جای این پرسش مطرح است که آیا امروز هم رئیس جمهور و مسئولان می‌توانند هر روز به بازار سر بزنند و از وضعیت آن آگاه شوند؟ آیا امکان دارد ۸۰ میلیون نفر بتوانند به آسانی وارد دفتر رئیس جمهور شوند و با او ملاقات کنند؟ در اینجا حکومت باید طوری عمل کند که همه افراد بدون دغدغه و با آسانی بتوانند به سیستم دسترسی داشته باشند از این رو نداشتن حجاب بین حاکم و مردم در اینجا به معنای ملاقات فردی نیست.

■ رفتارهایی وجود دارد که برای امروز جوابگو نیست

طباطبایی بیان کرد: سیستم باید طوری عمل کند که مردم ارتباط سریع و در لحظه با نهادهای حاکمیتی داشته باشند و مشکلات خود را حل کنند وگرنه برخی مشابهت‌سازی‌ها بدون عصری‌سازی و تقلید صرف حتی می‌تواند ناپسند تلقی شود و حتی فجایعی هم به بار بیاورد. پس اگر بخواهیم دین و شریعت و الگوها و اسوه‌های مثال‌زدنی در زندگی امروزمان حضور داشته باشند باید رفتارها و گفتارها را عصری‌سازی کنیم.

وی افزود: امروز اگر پیامبر(ص) در یک قاره‌ای زندگی می‌کردند آیا امکان دسترسی همه مردم به ایشان وجود داشت؟ بنابراین عصری‌سازی لازم است ولی باید معیارهای درستی هم برای آن داشته باشیم که دچار برداشت‌های نادرست و شخصی و تفسیر به رأی نشویم. باید تنقیح مناط در فعل و قول معصومان(ع) صورت بگیرد و معیار و ملاک‌ها را بدست آوریم تا بتوانیم عصری‌سازی کنیم. بنده حدود ۳۰۰ رفتار استخراج کرده‌ام که در محیط آن زمان کاملاً جواب می‌داده و برای عرف قابل پسند بوده است ولی امروز جواب نمی‌دهد یا در نظر عرف خوب جلوه نمی‌کند یا ملاک و معیار آن کاملاً دگرگون شده است.

برش

سلبریتی و جنون خودسرانه زیبایی

شما هر لحظه که در آینه نگاه می‌کنید، به این می‌اندیشید که بدن من طبق آنچه باید باشد، هست یا خیر؛ دلیلش نیز این است که بدن سلبریتی‌ها هفت روز هفته و ۲۴ ساعت از طریق رسانه‌های مختلف در معرض دید همگان قرار دارد. به همین دلیل است که نوعی جنون خودسرانه زیبایی در کل زندگی روزمره منتشر می‌شود.

در نشست بازخوانی «فرهنگ سلبریتی زنانه» از منظر اندیشه اسلامی مطرح شد

پوچ‌گرایی؛ اساس فرهنگ سلبریتی

محسن فاطمی‌نژاد

فرهنگ سلبریتی در جامعه ایرانی به مدد گسترش بیش از پیش شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر بدل به فرهنگی تأثیرگذار شده است. سلبریتی‌ها و به طور ویژه زنانِ سلبریتی نمایندگان و مهم‌ترین راهبران این فرهنگ هستند. دکتر «حوریه بزرگ» در نشستی با عنوان «فرهنگ سلبریتی زنانه در ایران؛ از بازاندیشی معنایی تا بازنمایی مجازی» که به همت پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی برگزار شد، به صورت‌بندی مقوله سلبریتی از منظر اندیشه اسلامی پرداخت.

دکتر حوریه بزرگ تعریف فرهنگ در این پژوهش را از منظر حکمت صدرایی معرفی و عنوان کرد: منظورمان از فرهنگ صورتی از آگاهی عقلی یا خیالی است که از آسمان وجودی خودش نازل می‌شود و در مرتبه بعد در جهان اندیشه و ذهن انسان‌ها نمایان شده و در وهله بعد پا به عرصه عمومی می‌گذارد.

وی با بیان اینکه برای شکل‌گیری «فرهنگ شهرت» باید سه گام شکل بگیرد، عنوان کرد: در گام نخست افراد آگاهی‌هایی را در این خصوص که چگونه باید به شهرت رسید کسب می‌کنند و بعد اراده خودشان را در برابر این قوانین شهرت تسلیم می‌کنند.

وی افزود: وقتی تسلیم شدن اتفاق می‌افتد که بخشی از آن در مرتبه دوم، ذهنی و اندیشه‌ای است، در مرتبه سوم رفتارها و کنش‌هایی به دنبال دارد که موجب شکل‌گیری یک نوع سبک زندگی در عرصه عمومی می‌شود. با ایجاد این سبک زندگی آدم‌ها این آمادگی را پیدا می‌کنند که اراده خودشان را در برابر این قوانین و اصول خاص دیده شدن تسلیم کنند که در این لحظه ما می‌گوییم این فرهنگ شکل گرفته است.

حوریه بزرگ معتقد است بنا بر پژوهشی که او انجام داده است، تا پیش از عصر پست‌مدرن، فرهنگی با عنوان فرهنگ شهرت وجود نداشته است. وی تصریح کرد: اگر چه از دوران غرب مدرن زمینه و بستر فرهنگ سلبریتی وجود داشت ولی اینکه شهرت تبدیل به یک فرهنگ بشود که همه آدم‌ها دنبال این باشند که دیده شوند و دغدغه آن‌ها دیده شدن باشد در عصر پست‌مدرن شکل گرفت.

وی در ادامه در تشریح سیر تطورات شهرت تا رسیدن به دوره پست‌مدرن، از سه دوره تاریخی پیشاروشنگری، روشنگری و پساروشنگری سخن به میان آورد و از بررسی آن‌ها در دو لایه بنیادین و روبنایی در این پژوهش خبر داد. بزرگ ادامه داد: در لایه بنیادین، هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و انسان‌شناسی را بررسی کرده و لایه‌های ارزش، ابزار شهرت، هنجار و کنش مؤلفه‌های آن‌ها را مورد پژوهش قرار دادیم.

وی در بیان مختصات دوره پیشاروشنگری، آن را معادل دوران رنسانس و عصر اصلاحات مذهبی معرفی کرد و گفت: در این دوره ما در بحث هستی‌شناسی، دنیاگرایی؛ در بحث معرفت‌شناسی، خودگرایی انتزاعی و در بحث انسان‌شناسی شاهد انسان‌گرایی بودیم. در این دوره آدم‌هایی که از قوانین دوران قرون وسطا اعراض می‌کردند، آدم‌هایی بودند که خیلی دیده می‌شدند و ابزار شهرت در آن هنر، نقاشی، شعر و ادبیات بود.

وی افزود: هنجار در این دوره این بود که هر چقدر در نمایش خودِ اصلاح‌طلب دنیوی موفق باشی، مشهورتر می‌شوی. لوتر به همین دلیل خیلی مشهور شد؛ چرا که می‌گفت هر کسی می‌تواند کشیش خودش باشد و از مبانی دینی و سنتی که داشت اعراض کرد. کنش نیز در این دوره، انتشار آثار هنری، نقاشی‌های بدن‌نما، ادبیات اومانیستی، نمایش خود تحول‌طلب در قالب کتاب‌های مذهبی، تاریخی و فلسفی بود.

گزیده

■ یک جاهایی به این دلیل که سلبریتی‌های ایرانی در یک بستر فرهنگی اسلامی ایرانی در حال کنشگری هستند می‌بینیم به سطوحی از عفت و شهرت نزدیک می‌شوند که می‌تواند در بحث‌های سیاست‌گذاری مورد توجه سیاست‌گذاران قرار گیرد.

■ نتیجه اینکه کنشگری‌های شهوی وهمی سلبریتی‌ها بر کنشگری‌های عفیفانه آن‌ها غالب است و این‌ها در حال مصادره امر متعال در قالب فرهنگ سلبریتی هستند و زنان سلبریتی پیشگام تغییر مرزهای کنشگری جنسی و آشکارگی مطلوب امر مستور هستند.

وی ادامه داد: اتفاق مهم در این دوران نمایش خود اروتیک توسط بازیگران زن در تئاتر بود. یعنی در قرن‌های ۱۵ و ۱۶ زنان در یک سری بداهه نمایش، حضور اروتیک پیدا کردند.

حوریه بزرگ پس از آن به تشریح مؤلفه‌های عصر روشنگری پرداخت و عنوان کرد: در عصر روشنگری ما با دنیاگرای صرف مواجه نیستیم بلکه سکولاریسم و بحث‌های انسان‌مداری جدی‌تر شده است.

وی افزود: ارزش در این دوره قهرمان بودن به معنای التزام به اخلاق سکولار و هنجار نیز نمایش خوداستعلایی و اروتیک است. منظور خوداستعلایی این است که انسان‌ها در دوره مدرن و دوره روشنگری خودبنیاد شدند یعنی فردی شکل گرفت که می‌گفت من می‌توانم همه جهان را کشف و بر جهان تسلط پیدا کنم و برای خودش چنین ارزشی قائل بود.

■ فرهنگ سلبریتی؛ فرهنگی جنسیت‌زده

به باور حوریه بزرگ، قهرمان در عصر روشنگری همچنان شایسته‌مدار است و باید شایستگی‌هایی را برای احراز شهرت کسب کند؛ کنش، مصرف مبتنی بر نیاز است؛ نمایش خوداستعلایی از طریق تولیدات مکتوب فلسفی و علمی است و نمایش خود اروتیک از طریق نقاشی، پرتره و تئاتر ادامه دارد. بزرگ با بیان اینکه در عصر پساروشنگری، شاهد دوران انقلاب صنعتی و شکل گرفتن رسانه‌های جمعی همچون رادیو، تلویزیون و سینما هستیم، گفت: در این دوره ستاره بودن ارزش می‌شود و از اخلاق سکولار به اخلاق رفاه می‌رسیم یعنی کسی که ملزم به اخلاق رفاه است، دیده می‌شود.

وی ابزار شهرت در این دوره نسبت به دوره‌های قبل را به واسطه پیشرفت در عرصه فناوری و تبلیغات، پیچیده‌تر معرفی و اظهار کرد: تبلیغات در تحولات این دوره بسیار مهم است. هنجار در این دوران، این است که از طریق رسانه‌های جمعی، خودِ برتر و در عین حال صمیمی را باید نشان داد. در این مقطع ستاره‌هایی داریم که در عین اینکه یک برتری دارند ولی در عین حال سعی می‌کنند صمیمیتی نیز بین آن‌ها و مخاطبان شکل بگیرد که از آن به تعامل فرااجتماعی یاد می‌کنیم.

وی در تشریح اصطلاح «تعامل فرااجتماعی» گفت: آدم‌ها در این نوع تعامل باید فکر کنند که این ستاره‌ها تا چه حد به آن‌ها نزدیک هستند و دوست دارند که با آن‌ها ارتباط برقرار کنند.

وی با بیان اینکه مصرف تجمل‌مآبانه در این دوران کم‌کم جای مفاهیمی چون قناعت و سخت کار کردن را که در دوره روشنگری ارزش تلقی می‌شدند گرفت، اظهار کرد: در دوره پساروشنگری آدم‌ها هر آنچه مد می‌شود را دوست دارند تهیه و استفاده کنند.

حوریه بزرگ معتقد است: تحولات سه دوره پیشاروشنگری، روشنگری و پساروشنگری بستری برای ورود به عصر پست‌مدرن و شکل‌گیری فرهنگ شهرت در این دوره شد.

وی با بیان اینکه لایه بنیادین فرهنگ شهرت در ساحت هستی‌شناسی، پوچ‌گرایی است، گفت: آدم‌ها تقریباً از غرب مدرن یعنی دوران رنسانس، کم‌کم غیب‌اندیشی و شهوداندیشی را کنار می‌گذارند تا اینکه در جهان پست‌مدرن، ما کاملاً با یک جهان بی‌خدا مواجه هستیم؛ به همین دلیل چون فراروایتی در این عصر وجود ندارد، به شدت وارد بحث‌های نسبیت‌گرایی می‌شویم و دیگر اینکه چه چیزی خوب است و چه چیزی بد معنایی ندارد، مسئله‌ای که فرهنگ سلبریتی نیز به شدت روی آن تأثیر می‌گذارد.

وی افزود: زمانی که کلان روایت‌ها از بین بروند، آن چیزی که مبتذل است مورد توجه و استقبال بیشتری قرار می‌گیرد به همین دلیل است که می‌گوییم فرهنگ سلبریتی یک فرهنگ کاملاً جنسیت‌زده است.

وی با بیان اینکه در ساحت انسان‌شناسی این عصر نیز شاهد انسان‌مداری افراطی هستیم، ادامه داد: در لایه رویی ارزش این است که سلبریتی‌ها دیده شوند و ملزم به اخلاق لذت هستند؛ ابزار شهرت، اینترنت، تلویزیون واقع‌نما و شبکه‌های اجتماعی است و هنجار و قانون طلایی شهرت این است که از طریق رسانه‌ها افراد خودِ جنسی‌شان را به نمایش بگذارند.

حوریه بزرگ فرهنگ سلبریتی را حائز چهار کنش کلیدی معرفی و عنوان کرد: این چهار کنش، مصرف افراطی، خودشیفتگی، خودبرندسازی و خودافشاگری است. وی افزود: در خصوص کنش مصرف افراطی باید گفت در جهانی که خدا وجود ندارد این کالاست که مهم می‌شود و هویت انسان‌ها به‌واسطه تمایزشان به مثابه یک کالا تعریف می‌شود.

وی ادامه داد: بنا بر دیدگاه فوکو، در این فضا انسان جدیدی که شکل می‌گیرد، خدایی است تجسد یافته در وجود انسان و انسان در این زمان به آستانه الوهیت پا می‌نهد و به دنبال حق خودبودگی مطلق و التذاذ حداکثری و آزادی بیش از پیش است.

بزرگ تصریح کرد: فوکو می‌گوید انسان پست‌مدرن از هر چیزی که جدید و جذاب باشد استقبال و سعی می‌کند به هر قیمتی آن را تجربه کند. فوکو اعتقاد دارد سوبژکتیویته برخلاف مدرنیته، ابژکتیویته را در قالب امر روانی و یا سلیقه شخصی طرد نمی‌کند، بلکه با آغوش باز آن را می‌پذیرد و به دنبال امتحان همه چیز است؛ چرا که می‌ترسد با مصرف نکردن، لذتی را از دست بدهد.

حوریه بزرگ با اشاره به مفهوم «اخلاق لذت» گفت: افراد در این دوران انگار مجبور به لذت بردن هستند؛ موتور محرکه این مسئله نیز اقتصاد نئولیبرالی است. از این منظر دیگر شما در آن لازم نیست قناعت کنید و اتفاقاً به لذت بردن و مصرف بی‌رویه فرمان داده می‌شوید.

وی افزود: بودریار این قضیه را «سیستم تفریح» نام می‌نهد یعنی تکلیف به خوشگذرانی و استفاده کامل از همه امکانات برای به هیجان آوردن خود، لذت بردن و یا بذل و بخشش کردن؛ بنابراین لذت اینجا اجباری شده است، حق فرد نیست بلکه تکلیف و وظیفه اوست.

وی با اشاره به کنش خودبرندسازی، شکل‌گیری آن را از دهه ۱۹۹۰ به بعد دانست و گفت: خودبرندسازی از دهه ۱۹۹۰ به بعد شکل می‌گیرد و سبب می‌شود تا بدن و تن مهم شود. تا پیش از شبکه‌های اجتماعی در خصوص آدم‌هایی که مشهور بودند روی فردگرایی استثنایی تأکید می‌شد، اینکه فرد با بقیه افراد متفاوت است و برخی شرکت‌ها و صنعت ستاره‌سازی نیز روی آن‌ها کار می‌کردند ولی از این دهه به بعد فردگرایی استثنایی خیلی مهم شد و سلبریتی‌ها خود، برند خودشان را در قالب‌ها و حوزه‌های مختلف می‌ساختند.

وی با بیان اینکه خودبرندسازی سبب اهمیت یافتن بدن و تن و در ادامه شکل‌گیری خود بهینه‌سازی شد، اظهار کرد: خودبهینه‌سازی به این معناست که شما هر لحظه که در آینه نگاه می‌کنید، به این می‌اندیشید که بدن من طبق آنچه باید باشد، هست یا خیر؛ دلیلش نیز این است که بدن سلبریتی‌ها هفت روز هفته و ۲۴ ساعت از طریق رسانه‌های مختلف در معرض دید همگان قرار دارد. به همین دلیل است که نوعی جنون خودسرانه زیبایی در کل زندگی روزمره منتشر می‌شود بنابراین بدن به عنوان یک هنجار نمایش داده می‌شود.

وی در ادامه با اشاره به کنش خودافشاگری گفت: خودافشاگری به معنای محو هر گونه مرز میان امر خصوصی و همگانی با محوریت خودجنسی است؛ چرا که خودجنسی در اینجا از هر چیزی جذاب‌تر می‌شود. اینجا شاید بتوان گفت سلبریتی‌های زن گاهی موفق‌تر از مردها باشند؛ چرا که در این وجه توانایی و قوت بیشتری دارند.

■ صورت‌بندی مقوله سلبریتی از منظر اندیشه اسلامی

حوریه بزرگ در ادامه به صورت‌بندی مقوله سلبریتی از منظر اندیشه اسلامی پرداخت و گفت: اگر بخواهیم مسئله سلبریتی را از منظر ادبیات دینی بررسی کنیم به چند کلیدواژه می‌رسیم که نخستین کلیدواژه، واژه قرآنی «شهوت» و کارکردهای قوه شهویه است. از منظر قرآنی این واژه هم وجوه مثبت و هم منفی دارد ولی آن چیزی که مدنظر ماست، وجه منفی آن است.

وی افزود: قوه شهویه همواره در پی مخالفت با قوه عقلیه است و اگر تحت حاکمیت قوه وهمیه قرار بگیرد، همه توانش را برای مقابله با هر گونه ستر و خویشتن‌داری، دیدنی کردن انواع تمایلات شهوانی و طبیعی کردن قبح هر امری که متابع با هوای نفس است، می‌گذارد.

وی اضافه کرد: شهوت بر این مبنا و در این پژوهش به معنای آشکارگی و نمایشگری خودافراطی نفسانی و لذات مرتبط با آن است که این‌ها امور قبیح هستند ولی در فضای فرهنگ سلبریتی به مثابه یک امر طبیعی نمایش داده می‌شود.

حوریه بزرگ معتقد است از منظر ادبیات دینی فرهنگ سلبریتی همان فرهنگ شهوت است.

وی با بیان اینکه از منظر ادبیات دینی، آدم‌هایی که می‌خواهند به شهوت و شهرت برسند را می‌توان در چهار سطح دسته‌بندی کرد، گفت: شهوت شکم، شهوت مال، شهوت عاطفی و شهوت جنسی از این موارد هستند که در فرهنگ سلبریتی زنانه شهوت جنسی و عاطفی در آن نمود برجسته‌تری دارد.

حوریه بزرگ در تعریف چهار سطح شهوت و شهرت از منظر اندیشه اسلامی گفت: شهوت جنسی به معنای هر کنشی است که ناقض خویشتن‌داری جنسی و عفت‌ورزی و برهم زننده اعتدال جنسی باشد.

شهوت عاطفی به معنای هر نوع ابراز احساسات افراطی و غیرعقلایی است؛ چیزی همچون عواطف افراطی مادر به فرزند که به مادرانگی نمایشی در این فرهنگ بدل می‌شود. مخالفت با احکام الهی سختگیرانه و هر گونه خشونت معقول نیز نمونه‌هایی از این نوع شهوت هستند.

شهوت مال به معنای زیاده‌روی و تجاوز از حدود الهی در انباشت مال و ثروت است که هم می‌تواند حلال و هم حرام باشد که از اسراف شروع شده و به امور حرامی چون تبذیر، تکاثر و تفاخر می‌رسد. شهوت شکم نیز هر گونه افراط در خوردن و نوشیدن است که مضامین پایه آن طعام شبهه‌ناک، حرام‌خواری و اسراف است.

وی در ادامه با مطرح کردن این پرسش که آیا می‌توان به عفت و شهوت به منزله فرهنگی که دیده شدن مطلوب در آن قرار دارد، فکر کرد، گفت: در پاسخ به این پرسش به این نتیجه رسیدیم که در ادبیات دینی ما دیده شدن مطلوب را ذیل خودِ انسانی داریم؛ آنجایی که قوه شهویه تحت حاکمیت قوه عقلیه قرار می‌گیرد و کنش‌ها، کنش‌های عفیفانه می‌شود.

وی با بیان اینکه سلبریتی شدن، آشکارگی و افشای توأمان سطوح سه‌گانه خود نفسانی اعم از خود متفاخرانه، خود عاطفی و خود جنسی در بستر شبکه‌های اجتماعی است، اظهار کرد: با ادبیات دینی اگر بخواهیم این فرایند را توضیح دهیم باید بگوییم وقتی در حاکمیت قوه شهویه، وهمی با هدف ادراک لذت دیده شدن داشته باشیم.

وی وجه متمایز سلبریتی‌گری در ایران را عدم التزام تمام و کمال به افشای خود نفسانی و آشکارگی خود انسانی دانست و عنوان کرد: یک جاهایی به این دلیل که سلبریتی‌های ایرانی در یک بستر فرهنگی اسلامی ایرانی در حال کنشگری هستند می‌بینیم به سطوحی از عفت و شهرت نزدیک می‌شوند که می‌تواند در بحث‌های سیاست‌گذاری مورد توجه سیاست‌گذاران قرار گیرد.

حوریه بزرگ در پایان گفت: نتیجه اینکه کنشگری‌های شهوی وهمی سلبریتی‌ها بر کنشگری‌های عفیفانه آن‌ها غالب است و این‌ها در حال مصادره امر متعال در قالب فرهنگ سلبریتی هستند و زنان سلبریتی پیشگام تغییر مرزهای کنشگری جنسی و آشکارگی مطلوب امر مستور هستند.

یادداشت

هجرت پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله سرآغاز مدنیّت اسلامی

رسانه KHAMENEI.IR به مناسبت فرارسیدن ماه ربیع‌الاول در یادداشتی به قلم حجت‌الاسلام والمسلمین علی ذوعلم نگاهی به فرصت‌های ماه ربیع‌الاول برای امت اسلامی داشته است که در ادامه می‌خوانید.

اول ربیع‌الاول سالروز هجرت پیامبر اعظم(ص) به مدینه و سرآغاز شکل‌گیری جامعه اسلامی و نقطه شروع تمدن‌سازی اسلامی است. تعیین سال هجرت پیامبر به عنوان مبدأ تاریخ مسلمانان که به تاریخ هجری مشهور شده است اهمیت این حادثه را نشان می‌دهد. هجرت پیامبر، برجسته‌ترین نقطه عطف تاریخ اسلامی و حادثه‌ای حماسی است که متأسفانه در ذهنیت عمومی امت اسلامی، مورد غفلت قرار گرفته و بدان پرداخته نشده است.

مجاهدت‌های طاقت‌فرسا و دشوار مسلمانان در ۱۳ سال دوران دعوت پیامبر اکرم(ص) در مکه مکرمه اکنون به بار نشسته است و با بیعتِ جمعی از مسلمانان یثرب و دعوت آنان برای حضور پیامبر در آن شهر، زمینه تأسیس «مدینةالنبی» و آغاز مدنیّت اسلامی فراهم شده است و پیامبر اکرم(ص) تنها و تنها با خروج شبانه و پنهانی از مکه و با فداکاری بی‌مانند امیرالمؤمنین علی(ع) برای ماندن و خوابیدن به جای پیامبر(ص)، توطئه کفار را خنثی می‌کند و از یک تهدید بزرگ، فرصتی تاریخ‌ساز می‌سازد و در دوازدهم ربیع‌الاول به همراه تعدادی اندک از مسلمانان که در بین راه به پیامبر پیوسته بودند، مورد استقبال یاران خود در یثرب قرار می‌گیرد و در منطقه «قبا» منتظر می‌ماند تا علی(ع) پس از انجام سفارش‌های پیامبر(ص) به او بپیوندد و در این مدت، نخستین پایگاه و نهاد اجتماعی ـ عبادی مسلمانان -مسجد قبا- بنا نهاده می‌شود و سپس به مدینه وارد می‌شود و «مسجد نبوی» را پایه‌گذاری می‌کند.

این رویداد تاریخی عظیم و باشکوه، حاوی نکات برجسته‌ای در سیره تمدن‌سازی پیامبر اکرم(ص) است که فراتر از جنبه تاریخی آن، امروز می‌تواند الهام‌بخش و هدایتگر باشد.

بازخوانی این حادثه عظیم و نقش محوری آن در گسترش دعوت پیامبر(ص) و تثبیت و تحکیم پایه‌های اسلام، روح اجتماعی و مدنیّت اسلام را به گونه‌ای واضح و انکارناپذیر ترسیم می‌کند که هیچ مسلمانی نمی‌تواند آن را نادیده بگیرد. اول ربیع‌الاول، یوم‌الله برجسته‌ای است که یوم‌الله‌های فراوانی را خلق کرد. بدون «هجرت»، انرژی عظیم نهفته در یاران پیامبر(ص) و ظرفیت عظیم فکری و انگیزشی اسلام هرگز شکوفا نمی‌شد و راهی به سوی نجات انسان‌ها از ظلم و ظلمت گشوده نمی‌شد.

یکی از نمادهای مهم هویت مستقل و متمایز «امت اسلامی» در روزگار ما، با وجود همه اختلافات و فراز و نشیب‌ها و خلأهای فکری و اجتماعی و اخلاقی، نشانِ بی‌مانندِ «تاریخ هجری» است که هر چند بر مبنای محاسبه بر اساس سال قمری و سال شمسی دوشاخه شده است، ولی مبدأ واحد آن، عامل مهمی در وحدت هویتی امت اسلامی و الهام‌بخش وحدت هویتی جهان اسلام و مسلمانان جهان خواهد بود.

مدنیت اسلامی با «هجرت» و «هجرت» با «بیعت» گره خورده است. برای امتداد و بازآفرینی ظرفیت تمدن‌سازی اسلام در روزگار ما، این دو عنصر، عناصری اساسی هستند: هجرت در هر دو بُعد هجرت سیاسی و جغرافیایی و هجرت معنوی و اخلاقی و بیعت به معنای پیوستن عناصر بصیر و مجاهد و مخلص از هر نقطه عالم به اسلام ناب محمدی و جبهه تمدن‌سازی -که جز با جهاد و مقاومت شکل نمی‌گیرد- و رشد اعتقادی و فرهنگی مسلمانان برای پذیرش مدنیت اسلامی و حکمرانی تراز اسلام، دو راهبرد اساسیِ تسریع در تمدن‌سازی نوین اسلامی است. اگر رسول‌الله(ص)، «اسوه حسنه» برای همه مردمان در همه زمان‌هاست، این اسوه و الگو بودن، تنها به عرصه آداب و اخلاق فردی منحصر نمی‌شود و این دو اصلِ برجسته در سیره تمدن‌سازی پیامبر اکرم(ص) الگویی برای امروز امت اسلامی است.

احیای این مناسبت و تبیین و اشاعه آن در سطوح مختلف پژوهشی، تبلیغی، رسانه‌ای و هنری می‌تواند ظرفیت عمیقِ الهام‌بخش، بصیرت‌آفرین، انگیزه‌بخش و هدایت‌گریِ «هجرت» را به فعلیت برساند و این سرمایه نهفته و سر به مُهرِ امت اسلامی را برای وحدت‌آفرینی و تقویت کنشگریِ هم‌افزای آن به پشتوانه معنوی و اجتماعی امت اسلامی برای بازآفرینی مدنیت اسلامی به عنوان امتداد و استمرار هجرت پیامبر اکرم(ص) تبدیل کند.

بازه زمانی اول تا هفدهم ربیع‌الاول فرصت بسیار مناسبی است برای بازخوانی ابعاد و اعماق اسلام تمدن‌ساز، یعنی همان اسلام سیاسی و اسلام اهل‌بیت(ع) که اسلام ناب محمدی است. این فرصت را دریابیم و به هر شیوه و راهکار جذاب و اثربخشی در کنار ارتباط عاطفی و معنوی، ارتباط معرفتی و رفتاریِ کلان امت اسلامی را با پیامبر رحمت و حکمت و مجاهدت تقویت کنیم.

کفی بالمرء خزیاً أن یلبس ثوباً یشهره او یرکب دابة مشهورة

آدمی را رسوایی همین بس که جامه‌ای بپوشد که موجب انگشت نمایی او گردد یا مرکبی انگشت‌نما سوار شود.

برش

سلبریتی و جهان بی‌خدای پست‌مدرن

در جهان پست‌مدرن، ما کاملاً با یک جهان بی خدا مواجه هستیم؛ به همین دلیل چون فراروایتی در این عصر وجود ندارد، به شدت وارد بحث‌های نسبیت‌گرایی می‌شویم و دیگر اینکه چه چیزی خوب است و چه چیزی بد معنایی ندارد، مسئله ای که فرهنگ سلبریتی نیز به شدت روی آن تأثیر می گذارد.

خبر

با انتشار کتاب «پری خاطره‌ها»

کلر ژوبرت راوی دفاع مقدس برای کودکان شد

کتاب «پری خاطره‌ها» به قلم «کلر ژوبرت» و با تصویرگری «عاطفه ملکی‌جو» به تازگی توسط انتشارات کتاب جمکران منتشر شد.

به گزارش خبرگزاری فارس، پری خاطره‌ها کتابی با موضوع خاطرات دفاع مقدس از سوی واحد ادبیات پایداری انتشارات کتاب جمکران، به قلم «کلر ژوبرت» و با تصویرگری «عاطفه ملکی‌جو» چاپ و روانه بازار نشر شد.

کلر ژوبرت، نویسنده نام‌آشنای کودک با استفاده از خاطرات حسین یزدی فرزند شهید علی‌عباس یزدی از رزمندگان لشکر ۱۷ علی بن ابیطالب(ع) استان قم کتاب پری خاطره‌ها را برای گروه سنی کودک نوشته است. این نویسنده در این کتاب، کودکان را در دنیای خیال با پری‌ها همراه و به جبهه می‌برد.

در انتهای این کتاب نیز خلاصه‌ای از زندگی شهید علی‌عباس یزدی و تصویر شهید آورده شده است.

شهید علی‌عباس یزدی متولد ۱۳۳۰ در روستای نیزار قم بود که در کودکی پدر را از دست داد. این شهید گرامی پس از هجرت از روستا به قم به همراه مادر و برادر بزرگترش مدتی به شاگردی در نانوایی پرداخت. در سال ۱۳۵۵ با دخترخاله‌اش ازدواج کرد و صاحب دو فرزند دختر و یک پسر شدند. شهید یزدی در عملیات کربلای یک و در سال ۱۳۶۵ به شهادت رسید و فرزند چهارم ایشان پس از شهادت پدر به دنیا آمد.

حسین یزدی نخستین فرزند شهید راوی خاطرات این کتاب است. این کتاب در ۲۸ صفحه و با قیمت ۳۸ هزار تومان راهی بازار نشر شده است.

در قسمتی از کتاب می‌خوانیم: یک روز صبح، پری خاطره‌ها به پری‌های کوچولو گفت: «آماده‌اید بچه‌ها؟ امروز دلم می‌خواهد بروید از رزمنده‌ها خاطره جمع کنید؛ آن‌هایی که وقتی دشمن حمله کرد رفتند با او بجنگند». پری‌های کوچولو سر تکان دادند. ولی یکی‌شان اخمو شد و گفت: «من از جنگ خیلی بدم می‌آید».

پری خاطره‌ها با مهربانی گفت: «من هم همین طور، پری‌نور جان. رزمنده‌ها هم جنگ را دوست نداشتند ولی برای دفاع از کشورشان با دشمن جنگیدند تا بچه‌ها باز هم بتوانند با خیال راحت بازی کنند».

آگهی فقدان سند مالکیت.
نظر به اینکه آقای هادی زرین کفش زرنوخی به شماره شناسنامه ۴۶ متولد ۱۳۶۳ به شماره ملی ۶۵۱۹۹۲۳۷۶۱ فرزند رمضانعلی به موجب دو برگ کپی استشهادیه شهادت شهود تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نوبت اول تمامی ششدانگ یک یکباب منزل پلاک ۸۲۸ فرعی متصل به ۳۴۴ از ۴۵ اصلی بخش یک مه ولات به آدرس: شادمهر امام رضا ۱۴ را نموده و مدعی است که یک جلد سند مالکیت مزبور به دلیل بی احتیاطی مفقود گردیده [illegible]

لذا بموجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه کثیرالانتشار منتشر تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی تا دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترضین باید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات [illegible]

۱۴۰۱/۰۷/۳۰ در اداره ثبت اسناد تایباد از طریق مزایده به فروش می‌رسد. مزایده از مبلغ ارزیابی ۶/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقداً فروخته می‌شود. لازم به ذکر است پرداخت بدهی‌های مربوط به آب، برق، گاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی‌های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد، وجوه پرداختی بابت هزینه‌های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد [illegible]

در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. آ-۴۰۱۰۸۱۳۳
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۰۶/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۰۷/۰۹
حمید رضا آریان پور - رییس اداره ثبت اسناد و املاک

آگهی فراخوان تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد ذمه)

اداره ثبت اسناد و املاک استان خراسان رضوی

[illegible]