به بهانه برد اخیر فوتبال سیرجان برابر مس رفسنجان؛

باشگاه گل‌گهر الگویی فراتر از پیروزی

حسام‌الدین اسلاملو

در دنیای ورزش حرفه‌ای، تمایز بنیادینی بین «تیم‌داری» و «باشگاه‌داری» وجود دارد. تیم‌داری، اغلب محدود به گردآوری گروهی از ورزشکاران، یک مربی و تمرکز انحصاری بر نتایج فوری و برد و باخت است. اما باشگاه‌داری، مفهومی گسترده، پایدار

و ریشه‌دار است که باشگاه را نه به‌عنوان یک نهاد ورزشی صرف، بلکه به‌عنوان یک «نهاد اجتماعی-فرهنگی» مسوول و تأثیرگذار در بستر جغرافیایی و انسانی خود تعریف می‌کند.

باشگاه گل‌گهر: نهادسازی به‌مثابه مسوولیت

گل‌گهر فراتر از یک تیم فوتبال در لیگ برتر است؛ یک «باشگاه» به معنای واقعی کلمه است. اقدامات این باشگاه نشان می‌دهد که فلسفه‌ی وجودی آن، منحصر به ۹۰ دقیقه بازی در زمین نیست. تأسیس آکادمی‌های پایه منظم و سرمایه‌گذاری بلندمدت بر روی جوانان منطقه، ایجاد زیرساخت‌های ورزشی (مانند زمین‌های چمن و سالن‌ها) که نه فقط برای تیم اول، بلکه برای استفاده عموم و استعدادهای محلی تعبیه شده، و حضور

مؤثر در امور خیریه، حمایت از پروژه‌های اجتماعی، محیط زیستی و فرهنگی شهرستان سیرجان، همگی گواه این مدعاست.

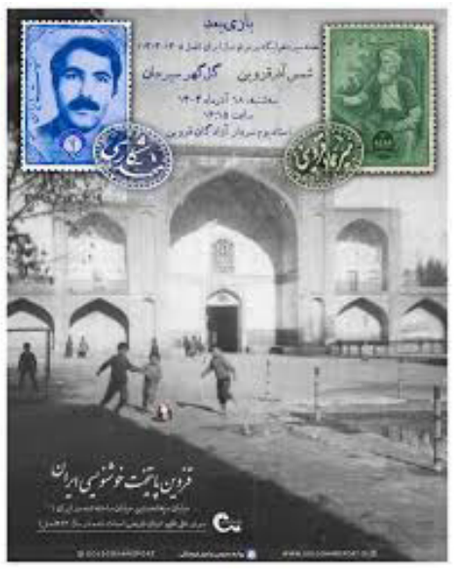
گل‌گهر خود را متعلق به مردم سیرجان می‌داند و موفقیتش را در افزایش نشاط اجتماعی، ایجاد هویت جمعی و امید برای جوانان جستجو می‌کند. برد یا باخت تیم اول، هرچند مهم، تنها یک وجه از فعالیت این مجموعه است. پایداری اقتصادی نسبی، خلق چهره‌های ورزشی ملی از بطن منطقه و تبدیل شدن به یک برند معتبر فراسوی ورزش که نام سیرجان را در اذهان ملی می‌آورد، دستاوردهای باشگاه‌داری هوشمندانه گل‌گهر است. این باشگاه مسوولیت اجتماعی را به‌خوبی فهمیده و اجرا می‌کند.

فوتسال و والیبال سیرجان تمرکز تک‌بعدی بر برد

در مقابل، دو تیم فوتسال گهرزمین و والیبال فولاد سیرجان ایرانیان، با همه‌ی افتخارات و بردهای پیاپی احتمالی، در چارچوب «تیم‌داری» محبوس مانده‌اند. این تیم‌ها عموماً به‌عنوان یک واحد تبلیغاتی یا هزینه‌ای برای حامیان مالی اصلی خود عمل می‌کنند.

وجود آنها اغلب فصلی و وابسته به نفس حامی است. آنها آکادمی پایه‌ای ندارند تا بتوانند استعدادهای محلی را پرورش دهند و چرخه‌ی طبیعی باشگاه‌داری را ایجاد کنند.

حضورشان در جامعه فراتر از چند پوستر تبلیغاتی و خبر ورزشی نیست. حتا اگر این تیم‌ها دهها قهرمانی پیاپی نیز کسب کنند، نفعی پایدار برای سیرجان ندارند.



چرا؟ زیرا: ۱.ریشه نمی‌دوانند: با تغییر سیاست حامی، ممکن است تیم منحل یا جابه‌جا شود. هیچ سرمایه‌گذاری زیرساختی ماندگار از آنها به جا نمی‌ماند.

۲.نیروی انسانی محلی نمی‌سازند: بازیکنان و کادرفنی آنها معمولاً از بیرون گردآوری می‌شوند و نقش چندانی در شناسایی و شکوفایی استعدادهای بومی ندارند.

۳. مسو و لیت اجتماعی نمی‌پذیرند: این تیم‌ها در قبال مشکلات اجتماعی، محیط زیستی، یا توسعه ورزش همگانی در سیرجان احساس مسوولیتی ندارند. ارتباط آنها با مردم، ارتباطی مقطعی و مشروط به پیروزی است.

۴.هویت جمعی ایجاد نمی‌کنند: به دلیل عدم پیوند ارگانیک با بافت جامعه، هرگز به نماد هویت‌بخشی مانند گل‌گهر تبدیل نمی‌شوند. پیروزی‌های آنها ممکن است لحظاتی لذت‌بخش ایجاد کند، اما خاطره‌ی جمعی ماندگار و غرور ریشه‌دار نمی‌سازد.

نتیجه‌گیری: پیروزی مقطعی در برابر توسعه پایدار

باشگاه گل‌گهر به شهر سیرجان«هویت»، «امکانات» و «آینده» می‌بخشد. اما تیم‌هایی مانند فوتسال گهرزمین و والیبال فولاد سیرجان ایرانیان، صرفاً به آن «سرگرمی مقطعی» ارائه می‌دهند. ورزش حرفه‌ای وقتی متعالی می‌شود که در خدمت توسعه انسانی و اجتماعی قرار گیرد. گل‌گهر این مسیر را با موفقیت در حال پیمودن است و به‌عنوان میراثی برای نسل‌های آینده سیرجان سرمایه‌گذاری می‌کند.

در حالی که این دو تیم ممکن است در جدول رقابت‌های خود بدرخشند، اما در «جدول تأثیرگذاری اجتماعی و باشگاه‌داری مسوولانه» نمره‌ی قبولی نمی‌گیرند. برای سیرجان، داشتن یک «باشگاه» مانند گل‌گهر، به مراتب ارزشمندتر از داشتن چندین

«تیم قهرمان» ولی بدون ریشه و مسوولیت است. امروز نیاز سیرجان، تقویت الگوی باشگاه‌محوری گل‌گهر و ترغیب دیگر مجموعه‌های ورزشی به گذار از «تیم‌داری تک‌بعدی» به «باشگاه‌داری همه‌جانبه و مسوول» است. تنها در این صورت است که ورزش می‌تواند به‌راستی در خدمت شکوفایی همه‌جانبه یک منطقه قرار گیرد.

عنوان فرهنگی: بار مسوولیتی که با ورزشی یدک کشیده می‌شود

واژه فرهنگی در کنار ورزشی در عنوان یک مجموعه، تنها اشاره‌ای به حیطه فعالیت آن نیست؛ بلکه حمل بار فرهنگی، هویتی و اجتماعی سنگینی است که با خود همراه دارد. زمانی که مجموعه‌ای خود را ورزشی می‌نامد، ناخواسته یا خواسته، پیمانی نانوشته با جامعه می‌بندد مبنی بر اینکه می‌خواهد تجسمی از اخلاق، انضباط، تلاش جمعی و عزت‌نفس باشد که ورزش در آرمان‌های خود پرورش می‌دهد.

اینجاست که تمایز میان باشگاه و تیم، عمیق‌تر می‌شود.

عنوان باشگاه فرهنگی ورزشی نباید فقط یک ادعا باشد، یک تعهد عملیاتی است. این باشگاه، بخش فرهنگی-اجتماعی عنوان خود را با اقدامات ملموس پر می‌کند: پرورش انسان در کنار ورزشکار: آکادمی‌های پایه گل‌گهر تنها به دنبال کشف استعداد فوتبالی نیستند، بلکه بر اخلاق حرفه‌ای، تحصیل و رشد شخصیتی نوجوانان نیز تأکید دارند. آنها در حال تربیت سرمایه‌های انسانی آینده سیرجان هستند، نه صرفاً بازیکن.

• ورزش به عنوان محور همبستگی: گل‌گهر با تبدیل شدن به نماد شهر، گفتگو، همدلی و اشتراک هویتی را در بین اقشار مختلف مردم سیرجان تقویت می‌کند. این یک دستاورد فرهنگیِ ناب است که از دل ورزش بیرون آمده.

• تعهد به جغرافیا و تاریخ: باشگاه با احترام به تاریخ و محیط‌زیست منطقه، خود را بخشی از چرخه زندگی سیرجان می‌داند. این نگاه، فرهنگ مسوولیت‌پذیری در قبال زادبوم را ترویج می‌کند. در اینجا، ورزشی بودن، به‌عنوان ابزاری برای ارتقای فرهنگی جامعه عمل می‌کند.

باشگاه، حامل فرهنگِ تعهد، تعلق و تابآوری است.

فرهنگ زودگذر نتیجه‌گرایی

تمرکز افراطی بر برد و رتبه (بدون سرمایه‌گذاری پایه)، فرهنگی می‌آفریند که در آن ارزش ذاتی ورزش (مشارکت، سلامت، توسعه فردی) قربانی نتیجه فوری می‌شود. این پیام مخربی است که به جامعه، خصوصاً نوجوانان، منتقل می‌شود.

• فرهنگ مصرف‌گرایی ورزشی: بعضی تیم‌ها عموماً جامعه را به‌عنوان مصرف‌کننده منفعل یک محصول ورزشی می‌بینند، نه ذینفع فعال یک پروژه جمعی. رابطه آنها با مردم، یک رابطه یکطرفه و مقطعی است.

• غیبت فرهنگ آموزش و تداوم: بدون آکادمی و برنامه مدون برای نسل‌های آینده، این تیم‌ها فرهنگ انتقال دانش و تجربه به نسل بعد را نادیده می‌گیرند. آنها میراث‌دار نیستند، بلکه مسافران مقطعی عرصه ورزش سیرجان هستند.

یدک کشیدنِ عنوان ورزشی بدون پذیرش مسوولیت فرهنگیِ آن، نوعی ریاکاری ورزشی است. این طور تیم‌ها از هیجان و مشروعیت اجتماعیِ مرتبط با ورزش بهره می‌برند، اما در قبال نقشی که یک نهاد ورزشی در شکل‌دهی به ارزش‌های اجتماعی،

ایجاد امید و آموزش غیرمستقیم زندگی جمعی دارد، پاسخگو نیستند.

ورزش را به بهتر است به عنوان عنوان فرهنگ تعریف و اجرا کرد. فرهنگی که بر مبنای تعلق، استمرار و مسوولیت‌پذیری استوار است. در مقابل، آن دو تیم، ورزش را به مثابه یک کالای مصرفی می‌بینند که پس از پایان فصل، تاریخ مصرفش به سر می‌رسد.

برای سیرجان، داشتن یک باشگاهِ فرهنگی-ورزشی به معنای واقعی مانند گل‌گهر، به مراتب ارزشمندتر از داشتن تیم‌هایی است که تنها عنوان ورزشی را یدک می‌کشند،

اما از بار فرهنگی آن شانه خالی می‌کنند. وظیفه نهادهای ورزشی، تنها برد و باخت نیست؛ بلکه مشارکت در ساختن جامعه‌ای قوی‌تر، سالم‌تر و با هویت‌تر است. این همان بار فرهنگی سنگینی است که با عنوان ورزشی همراه است و گل‌گهر به خوبی آن را حمل می‌کند.

پوسترها و تیزرهای فرهنگی گل‌گهر: نقطه قوتی فراتر از ورزش

پوسترها و تیزرهای فرهنگی باشگاه گل‌گهر سیرجان قبل از هر بازی، تنها یک ابزار تبلیغاتی نیستند؛ آنها بیانیه‌های بصریِ باشگاه در نقش یک سفیر فرهنگی هستند. این اقدام، یکی از بارزترین و قابل‌تحسین‌ترین وجوه تمایز گل‌گهر از تیم‌هایی صرفاً ورزشی است و نشان می‌دهد که این باشگاه چگونه مفهوم مسوولیت اجتماعی را درک و اجرا می‌کند.

نماد صلح و آشتی: ورزش به مثابه زبان مشترک ایرانیان

گل‌گهر با انتخاب هوشمندانه مضامینی مانندصلح، وحدت اقوام ایرانی، احترام به تنوع فرهنگی و بزرگداشت مشترکات تاریخی، در حال انجام یک مأموریت ملی در سطح محلی است.

تخریب کلیشه‌های قومیتی

در شرایطی که گاه تنش‌های قومیتی به فضای ورزش نیز کشیده می‌شود، گل‌گهر با نمایش نمادهای فرهنگی و تاریخی شهرها و اقوام مختلف (از آذربایجان تا خوزستان، از

کردستان تا سیستان)، پیام تفاوت در رنگ، یگانگی در بازی را منتشر می‌کند.

تقویت هویت ملی فراگیر: این تیزرها به مخاطب یادآوری می‌کنند که ورزشگاه می‌تواند محلی برای تجلیل از ایران به مثابه یک کلیت غنی و چندفرهنگی باشد، نه عرصه‌ی جدال و تحقیر.

تبدیل رقیب به مهمان: با احترام گذاشتن به فرهنگ و تاریخ شهر حریف، گل‌گهر فضای بازی را از یک نبرد خصمانه به یک دیدار دوستانه در چارچوب رقابت منصفانه ارتقا می‌دهد. این همان اخلاق ورزشی در بالاترین سطح خود است.

در افتتاحیه نمایشگاه کارآفرینی دهستان شریف آباد مطرح شد،

پرداخت بیش از ۶ هزار فقره تسهیلات راه‌اندازی مشاغل خانگی توسط شرکت گل گهر

اولین جشنواره کار آفرینی دهستان شریف‌آباد همراه با افتتاح نمایشگاه مشاغل خُرد خانگی این دهستان که با حمایت شرکت گل گهر راه اندازی شد، روز پنجشنبه ۲۰ آذر در سالن ورزشی روستای جعفرآباد آغاز به کار کرد.

مهندس رضوی فرماندار سیرجان در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه که با حضور معاون مدیرعامل و مدیر مجتمع گل گهر، رییس‌دفتر نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی، بخشدار مرکزی و دهیاران روستاهای دهستان شریف‌آباد برگزار شده بود، از پرداخت بیش از ۶ هزار فقره تسهیلات راه اندازی مشاغل خانگی از طرف مدیریت معین اقتصادی شرکت گل گهر و با همکاری نهاد مردمی رسالت خبر داد.

مدیر معین اقتصادی شرکت گل گهر هم در حاشیه این نمایشگاه گفت: این نمایشگاه از ۲۳ غرفه تشکیل شده که در هر غرفه افرادی که با دریافت تسهیلات خوداشتغالی، شغل کوچکی راه‌اندازی و به درآمد رسیده‌اند، محصولات تولیدی خود را به نمایش گذاشته‌اند.

سید صادق طباطبایی ادامه داد: در این نمایشگاه انواع مشاغل خُرد خانگی نظیر خیاطی، شیرینی پزی، سبزی خردکنی، عروسک بافی، غذای بیرون بر، ظروف سرامیکی، تولید محصولات لبنیاتی و ... که در روستاهای شریف آباد، جعفرآباد، فخرآباد، باسفهرجان، حجت آباد و سایر روستاهای دهستان شریف آباد راه اندازی شده اند در معرض دید عموم قرار گرفت.

تجدید مزایده شهرداری نجف شهر (نوبت اول)

شهرداری نجف شهر

آگهی تجدید مزایده عمومی فروش ۱۷ قطعه زمین مسکونی و تجاری در نجف شهر - نوبت اول

شهرداری نجف شهر در نظر دارد به استنادماده ۵ آیین نامه مالی شهرداری ها و مجوز شماره ۳۱۳/۰۴/۰۶۶ مورخ ۱۴۰۴/۰۴/۱۷ **فروش ۱۷ قطعه زمین** به شماره مزایده **۲۰۰۴۰۹۰۶۵۷۰۰۰۰۰۶** را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت اسناد مزایده تا ارائه پیشنهاد مزایده گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مزایده گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق سازند.

تاریخ انتشار مزایده در سامانه: روز چهارشنبه تاریخ **۱۴۰۴/۰۹/۲۶ ساعت ۱۰ صبح تا تاریخ ۱۴۰۴/۱۰/۱۶ ساعت ۱۳**

مهلت زمانی دریافت اسناد مزایده از سایت: از تاریخ انتشار اسناد مزایده **تا ساعت ۱۹:۰۰ روز پنج شنبه تاریخ ۱۴۰۴/۱۰/۰۴**

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: از تاریخ **۱۴۰۴/۰۹/۲۶ ساعت ۱۰ صبح تا تاریخ ۱۴۰۴/۱۰/۱۶ ساعت ۱۳**

زمان بازگشایی پاکت ها: **روز دوشنبه تاریخ ۱۴۰۴/۱۰/۱۷ ساعت ۸:۰۰ صبح**

زمان اعلام برنده : **روز سه شنبه تاریخ ۱۴۰۴/۱۰/۱۸ ساعت ۱۰:۰۰ صبح**

هرگاه برندگان اول، دوم و سوم مزایده حاضر به انعقاد قرارداد در مهلت قانونی نشوند، سپرده آنها به ترتیب به نفع شهرداری ضبط خواهد شد *شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است

آدرس: نجف شهر- ابتدای بلوار امام خمینی (ره)- شهرداری نجف شهر،امور قراردادها

تلفن کسب اطلاعات بیشتر: **۴۲۳۹ ۷۳۸۰ (۰۳۴)**

شهرداری نجف شهر

اطلاعیه شرکت کانی پارس

آگهی دعوت به جلسه مجمع عمومی فوق العاده شرکت کانی پارس

ثبت شده به شماره : ۲۴۷۸ - شناسه ملی: ۱۰۸۶۰۰۶۱۳۷۸

بدینوسیله از کلیه اعضا و سهامداران شرکت کانی پارس دعوت به عمل می آید تا در جلسه مجمع عمومی فوق العاده این شرکت که در تاریخ ۱۴۰۴/۱۰/۸ روز دوشنبه ساعت ۹ صبح در محل قانونی شرکت برگزار می گردد، حضور بهم رسانند.

دستور جلسه:

* انتخاب هیئت مدیره شرکت
* تعیین روزنامه کثیرالانتشار شرکت
* انتخاب بازرس

رئیس هیئت مدیره شرکت کانی پارس

نسرین عزیزی نمینی