بررسی عملکرد تلویزیون در آغاز سال جدید - بخش اول

جای خالی سریال‌های تأثیرگذار و پربیننده

■ آرش فهیم

رسانه ملی این روزها با تغییر ناگهانی رئیس سازمان در صدر اخبار قرار گرفته است.

این رسانه در شرایطی سال جدید را آغاز کرد که دورانی دشـــوار و پیچیده را پشت سر گذاشت.

از یـــک طرف، رســـانه‌های رقیب صدا و ســـیما، چه در داخل و چه در خارج از کشور، روزبه‌روز در حال افزایش هستند و از طرفی، بار اصلی مسئولیت محافظت از جامعه در برابر ویروس‌های مهاجم به فرهنگ، به عهده رسانه ملی است.

اما به‌رغم این اهمیت و حساسیت، بحران مالی نیز گریبان صدا و سیما را گرفته است. به اینها اضافه کنید، حاشیه‌های پی‌درپی و ناخواسته‌ای که هر روز به شـــکلی، از بیرون یا درون، سر بر می‌آورند و خود یک جبهه جدید و پرچالش را برای رسانه ملی ایجاد می‌کنند.

در چنین شرایطی، صدا و سیما سال جدید را آغاز کرد و به‌رغم بحران مالی، باز هم شاهد نمایش برنامه‌ها و سریال‌های جدید از برخی از شبکه‌های سیما بودیم.

آغاز سال از چند منظر اهمیت دارد: اول اینکه به تبع تعطیلات طولانی مدت نوروزی، مراجعه مردم به تلویزیون افزایش می‌یابد. هر چند که در این تعطیلات، بخش زیادی از مردم کشورمان درگیر برنامه‌هایی چون مسافرت و گردهمایی‌ها و رفت و آمدهای خانوادگی می‌شوند، اما کسی نمی‌تواند انکار کند که بینندگان تلویزیون در تعطیلات، بیش از زمان‌های دیگر است.

این موضوع، یک فرصت خیلی مناسب برای صدا و سیماست تا تأثیرگذاری و جریان‌سازی فرهنگی و اجتماعی خود را افزایش دهد.

نکته دیگر اینکه به هر حال، برنامه‌های نوروزی، نقش نوعی ســـرآغاز را دارند و شبکه‌ها و گروه‌های مختلف، می‌توانند با اســـتفاده خوب از این موقعیت، توجه مردم را برای ادامه سال، جلب کنند. همچنان که برخی از برنامه‌ها و مجموعه‌های پرطرفدار، اولین بار به عنوان یک ویژه برنامه نوروزی خود را معرفی کردند و به خاطر حجم زیاد مخاطب، فصل‌های بعدی آنها نیز تولید و پخش شد. سریال «پایتخت» و مجموعه «کلاه قرمزی» دو نمونه قابل اشاره هستند.

به طور معمول، در برنامه‌های نوروزی سال‌های گذشـــته، برنامه‌های نمایشـــی و به ویژه سریال‌ها، بیشترین بیننده را داشـــتند. اما در نوروز ۹۵ اتفاق دیگری رخ داد.

آمارها چه می‌گویند؟

آمار رســـمی اعلام شده از سوی روابط عمومی صدا و ســـیما درباره میزان مخاطب‌های ســـیما در تعطیلات نوروزی، گویای افت آشکار علاقه مردم به سریال هاست.

براساس نتایج این نظرسنجی که از مردم سرتاسر کشـــور صورت گرفته است، برنامه‌های «خندوانه»، «شـــب کوک» و «دورهمی» بیشـــترین مخاطب را داشـــته‌اند که هر ســـه، جزو برنامه‌های ترکیبی یا استودیویی سیما محسوب می‌شوند. یعنی هیچ کدام از مجموعه‌های نمایشی سیما نتوانسته‌اند به جمع سه برنامه پربیننده تلویزیون راه پیدا کنند.

مدیر روابط عمومی سازمان صدا و سیما: مشخص نیست که برخی افراد براساس کدام تحقیق یا ارزیابی و چه آماری می‌گویند که تلویزیون در تعطیلات نوروزی دیده نشد؟ اینکه در برخی از اظهارنظرها می‌خوانیم که مردم، برنامه‌های سیما در این مدت را ندیدند، پایه و اساس علمی ندارد و بنابراین نمی‌تواند مورد قبول ما قرار گیرد.

نکته جالب این اســـت که این موضوع حتی در تماس‌های صورت گرفته به واحد مردمی رسانه ملی نیز مشـــهود است. امســـال برای نخستین بار روابط عمومی صدا و ســـیما اقدام به انتشار آمار و محتوای تماس‌های صورت گرفته از ســـوی مردم برای اعلام نظر درباره برنامه‌های رسانه ملی در طول ایام نوروز نموده اســـت. براساس آمار اعلام شده درباره واکنش مردم به برنامه‌های سیما در سه قالب تشکر، انتقاد و پیشنهاد، باز هم بیشتر متوجه برنامه‌های راهیان نور، تحویل ســـال نو، برنامه‌های طنز و ترکیبی مسابقات و ... بوده است. البته در این آمار اعلام شده که مردم «گاهی» درباره سریال‌ها نیز نظر داده‌اند.

این درحالی است که سال گذشته وضعیت کاملا متفاوت بود. نتیجه نظرسنجی مشابه درباره برنامه‌های نوروز سال ۹۴ سیما نشان می‌داد که سریال‌ها، دارای بیشترین مخاطب بودند.

ضعف داستان در سریال ها

دکتر علی اکبر رضایی، کارشناس رسانه و عضو هیئت علمی دانشـــگاه آزاد اســـلامی در گفت‌وگو با گزارشـــگر کیهان، ابتدا به اهمیت برنامه‌های سیما در تعطیلات نوروز اشـــاره می‌کند و می‌گوید: «ایام نوروز، یکی از مقاطع زمانی بســـیار خاص در کشور ما محسوب می‌شود. در این تعطیلات، خانواده‌ها در کنار هم هســـتند و اوقـــات فراغت خود را به صورت شـــاد و مفرح می‌گذرانند. این یک فرصت استثنایی برای صدا و سیماست تا آموزه‌های فرهنگی و سبک زندگـــی مطلوب را ترویج کند. این شـــرایط به ویژه برای فراگیری کودکان و نوجوانان بسیار خوب است. به همین دلیل هم صدا و ســـیما باید در این ایام به نیازها و مصلحت‌های جامعه بیشتر توجه کند. ضمن اینکـــه عدم جذب مخاطب بـــه معنی کاهش قدرت تأثیرگذاری فرهنگی است. به ویژه اینکه چون مردم در ایام نوروز بیشـــتر پای تلویزیون می‌نشینند، عدم جذابیت در ســـریال‌ها تبدیل به یک معیار قضاوت می‌شود و باعث می‌شود که برخی از مردم دچار این پندار شـــوند که تلویزیون به طور کلی، سریال خوب ندارد و در طول سال هم کمتر به پیگیری سریال‌ها می‌پردازند.»

وی افزود: «حداقل انتظار از برنامه‌های سیما در فرصت استثنایی و مطلوب تعطیلات نوروزی این بود که شاخصه‌های مطرح شده توسط رهبر معظم انقلاب اسلامی برای صدا و سیما ازجمله سبک زندگی، امید و نشاط در برنامه‌ها دیده شود. این درحالی است که می‌بینیم مثلا سریال شبکه یک سیما که شبکه ملی هم محسوب می‌شود، نسبت چندانی با این شاخصه‌ها نداشت. همچنان که در سریال نوروزی شبکه سه نیز تصویری نه چندان صحیح از طبقه فرودست جامعه به نمایش درآمد.»

دارنده عنـــوان مقاله برتر در کنفرانس مدیریت بحران داووس ســـوئیس در سال ۲۰۱۲، در ادامه به علل ضعف سریال‌های نوروزی سیما می‌پردازد و اظهار می‌دارد: «در عرصه مدیریت رســـانه، مسائل را باید در ســـه زمینه تکنولوژی، منابع مالی و منابع انسانی ریشه‌یابی کرد. در حوزه منابع مالی امروز صدا و سیما به شدت دچار بحران تأمین مالی سریال‌هاست. عدم توان مالی باعث می‌شود که حضور بخش عمده‌ای از افراد حرفه‌ای در عرصه سریال‌ســـازی سیما کمرنگ شـــود. در حوزه مدیریت منابع انسانی، سیاست‌های متمرکزی که در حال حاضر توســـط رسانه ملی در حال اعمال است، رقابت را از شبکه‌ها گرفته است. به قاعده باید هر شبکه‌ای مأموریت خاص خود را داشته و موظف به جذب بخشـــی از جامعه باشد. اما چنین روندی در کار شبکه‌های سیما دیده نمی‌شود.»

وی ادامه می‌دهد: «در ســـریال‌ها، اســـتفاده از تکنولوژی و جلوه‌های تصویری بر مضمون و محتوا و قصه غلبه یافته اســـت. کارگردان‌ها سعی داشتند بـــا گرفتن تصاویر عجیب و غریب مخاطب را جذب کننـــد. در حالی که مهم‌ترین عنصـــر یک فیلم یا ســـریال، فیلمنامه و داســـتان است. هر چه داستان یک سریال ملموس‌تر و برآمده از متن جامعه باشد، مخاطب بیشـــتری را هم جذب می‌کند. متأســـفانه کارگردان‌های سریال‌های ما، داستان را رها کرده‌اند و بیشـــتر به سمت استفاده از تکنولوژی و بازی‌های تصویری رفته‌اند.»

افزایش ابزارهای موازی

اما یک منتقد ســـینما و کارشـــناس رسانه نیز ظهور پدیده‌های مـــوازی را در کاهش مخاطب‌های سریال‌های سیما بی‌تأثیر نمی‌داند.

حسین سلطان‌محمدی در گفت‌وگو با گزارشگر کیهان می‌گوید: «نوع آثاری که در ایام نوروز پخش شد از هر گونه نشانه‌های جذاب فارغ بودند. نه اسامی کارگردان‌هایی که کنجکاوی مردم را جلب می‌کنند در تیتراژ سریال‌ها دیده می‌شد و نه از چهره بازیگران مطرح و محبوب مردم خبری بود.»

وی افزایـــش تفریحات موازی بـــا تلویزیون در تعطیـــلات نوروزی را نیز موثـــر می‌داند و می‌گوید: «یکی از این عوامل، افزایش سفرهای نوروزی است. در این ایـــام، حجم انبوهـــی از جمعیت در حرکت بودند و این مسئله، موجب کاهش تمرکز مردم روی برنامه‌های دنباله‌دار می‌شـــود. با توجه به اینکه برای درک سریال‌ها، باید آنها را هر روز دنبال کرد، به طور طبیعی وقتی بیشتر مردم در حال سفر هستند، امکان اینکه بتوانند در زمان‌های خاصی پای تماشای هر روزه سریال‌ها بنشینند نیز کاهش می‌یابد.»

دکتر علی‌اکبر رضایی، کارشناس رسانه و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی: چون مردم در ایام نوروز بیشتر پای تلویزیون می‌نشینند، عدم جذابیت در سریال‌ها تبدیل به یک معیار قضاوت می‌شود و باعث می‌شود که برخی از مردم دچار این پندار شوند که تلویزیون به طور کلی، سریال خوب ندارد و در طول سال هم کمتر به پیگیری سریال‌ها می‌پردازند.

سـلطان‌محمدی می‌افزاید: «منابـــع تفریح و ســـرگرمی مردم در حال تنوع و چندگانگی اســـت. برخلاف سال‌های قبل که اصلی‌ترین وسیله تفریحی مـــردم برای پرکردن اوقات فراغت خود در تعطیلات نوروزی، تلویزیون بـــود، امروز عناصر موازی دیگری مثل مسافرت، مراجعه به سینما و ... بیشتر شده است. همچنان که آمارها نشان می‌دهد، میزان مسافرت و همچنین حضور مردم در سینماها، نسبت به سال‌های گذشته بیشتر شده بود که در چنین شرایطی به‌طور خود به خود میزان مخاطب تلویزیون در این ایام نیز کاهش می‌یابد.»

وی از افزایش جذابیت برنامه‌های غیرنمایشـــی هم به عنوان یکی دیگر از علت‌های کاهش مخاطب ســـریال‌های تلویزیـــون یاد کرده و اظهـــار می‌دارد: «عناصر موازی دیگری در خود صداوســـیما در برابر سریال‌ها ظاهر شـــد. برنامه‌های ترکیبی و گفت‌وگو محور با حضور چهره‌های مطرح و مشـــهور و به ویژه برنامه‌های طنزآمیز، نســـبت به سریال‌ها برای مردم جذابیت بیشتری داشتند.»

ارزیابی مدیریت صدا و سیما

اما نظر مدیران سازمان صدا و سیما را هم درباره ارزیابی آنها از برنامه‌های آغاز سال جدید پرسیدیم.

داود نعمتی انارکی، مدیر روابط عمومی سازمان صدا و سیما در گفت‌وگو با گزارشگر کیهان، اظهار می‌دارد: «مشخص نیست که برخی افراد براساس کـــدام تحقیق یا ارزیابی و چه آماری می‌گویند که تلویزیون در تعطیلات نوروزی دیده نشد؟ اینکه در برخی از اظهارنظرها می‌خوانیم که مردم، برنامه‌های ســـیما در این مدت را ندیدند، پایه و اساس علمی ندارد و بنابراین نمی‌تواند مورد قبول ما قرار گیرد.»

وی می‌افزاید: «اگر کسی با یک تحقیق علمی به چنین نتایجی رسیده است، اعلام کند! اما عده‌ای بر مبنای برداشت خود به نتیجه‌ای می‌رسند و همان را بـــه کل جامعه تعمیم می‌دهند که کم لطفی به رسانه ملی و زحمت‌کش‌های این رسانه است.»

مدیر روابط عمومی صداوسیما ادامه می‌دهد: «همکاران ما در روابط عمومی از روز اول تعطیلات نوروز در دو شـــیفت صبـــح و عصر، دریافت‌کننده نظرات مردم بودند. در دو هفته تعطیلات نوروزی، بیست هزار و ۵۴۶ تماس تلفنی شد که با ارزیابی ایـــن تماس‌ها، بـــه این نتیجه رســـیدیم که ویژه برنامه‌های نوروزی صداوسیما با اقبال خوبی از طرف مخاطب همراه بود. به طـــور میانگین، ۷۳ درصد نظرات نســـبت به برنامه‌های صدا و سیما در این زمان مثبت بود. این نظرات نیز مؤلفه‌های مختلفی چون تنوع، فضای شاد و مفرح، پرداختن به مسائل هویتی و قومی و ... را دربر می‌گیرد.

نعمتی انارکـــی درباره نظر مردم نســـبت به سریال‌ها هم اظهار می‌دارد: «البته برنامه‌های طنز و ترکیبی در صدر توجه مردم بودند. اما درباره سریال‌ها هم عموما با نظر مثبت مردم مواجه شدیم. به طوری که ۴۱۶ تماس درباره سریال «زعفرانی» انجام شد که از این میان حدود ۷۰ درصد نظرات مثبت بود. طرح یک موضوع خانوادگی با رویکرد طنز و طرح پیام‌های انسان‌دوستانه و احیای خاطرات خانه‌های سنتی و همچنین بازی خوب بازیگران این سریال، مورد توجه مردم بود. همچنین سریال «قرعه» ۳۳۳ تماس داشت که ۶۱ درصد تماس‌گیرنده‌ها نسبت به آن ابراز رضایت کرده بودند. پرداختن به مسائل اجتماعـــی و بیان مشـــکلات و دغدغه‌های مردم، محله‌محـــوری و ... نیز در این ســـریال مورد توجه قرار گرفت. ســـریال «بیمار استاندارد» هم حدود ۲۰۰ تماس داشـــت که ۵۴ درصد نســـبت به آن ابراز رضایت کردند. البته برخی از تماس‌گیرندگان بیان می‌کردند که این ســـریال، داستان پیچیده‌ای داشـــت و مناســـب پخش در ایام نوروز نبود.»وی درباره واکنش مردم به اخبار ســـیما در طول نوروز هم می‌گوید: «امســـال برای اولین بار حدود هزار و ۹۵۵ تماس راجع به اخبار تلویزیون مطرح شد که بیش از ۷۰ درصد تماس‌گیرندگان از اطلاع‌رسانی به موقع بخش‌های خبری، احساس رضایت می‌کردند.»

مدیر روابط عمومی سازمان صدا و سیما همچنین توجه پررنگ رســـانه ملی به راهیان نور را یکی از موفقیت‌های برنامه‌های نـــوروزی اعلام می‌کند و می‌گوید: «امسال پوشش رسانه‌ای بزرگ‌ترین رویداد فرهنگی کشور در اولویت برنامه‌سازی رسانه ملی قرار گرفت. نزدیـــک به یک میلیون نفر از مناطق عملیاتی دفاع مقدس در قالب کاروان‌های راهیان نور بازدید کردند. صدا و سیما هم با راه‌اندازی شبکه رادیـــو بهاران و هم اینکه قرارگاه راهیان نور صدا و سیما را راه‌اندازی کرد و از ظرفیت‌های شبکه‌های ملی و استانی استفاده کرد و در بخش‌های مختلف و در آیتم‌هـــای کوتاه حدود ۱۴هزار دقیقه ارتباط زنده با مناطق عملیاتی برقرار کرد تا مردم در حال و هوای آن مناطق قرار بگیرند. در همین گزارش‌ها حدود هزار و ۴۰۰ تماس تلفنی برقرار شد که ۸۲ درصد تشـــکر و مابقی هم درخواست بود.» نعمتی انارکی در پایان تأکید می‌کند: «برایند ارزیابی ما از تماس‌های مردم، رضایت بود. البته انتقادهایی هم بود که ما انتقادات را با همان ادبیاتی که از ســـوی مردم بیان شده را به مسئولین شبکه‌ها، مدیران و برنامه‌سازان منعکس کردیم.»

آگهی تغییرات شرکت بازرگانی توسعه راهبردی آریا سهامی خاص به شماره ثبت ۳۵۹۱۰۳ و شناسه ملی ۱۰۲۶۰۰۷۹۹۹۷

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۴/۹/۱۵ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:

دینا توکلی طرقی به شماره ملی ۰۴۴۰۶۵۷۳۵۰ به سمت رئیس هیئت مدیره

سمانه فتحی آقابابا به شماره ملی ۰۰۷۷۵۲۴۵۷۸ به سمت نائب رئیس هیئت مدیره

ســـید رامین زرگر به شماره ملی ۰۰۶۸۵۱۹۸۵۰ به سمت عضو هیئت مدیره

همایـــون فرزانه به شـــماره ملی ۰۰۴۹۳۹۷۳۵۴ به ســـمت مدیرعامل (خارج از اعضاء) برای بقیه مدت تصدی هیئت مدیره تعیین گردیدند. کلیه اســـناد و اوراق بهادار و تعهدآور و عادی شـــرکت با امضای منفرد رئیس هیئت مدیره همراه با مهر شـــرکت و یا امضاء متفق مدیرعامـــل به همراه یکی از اعضای هیئـــت مدیره همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد.

بـــا ثبت این مســـتند تصمیمات انتخاب و تعیین ســـمت هیئت مدیره، تعیین دارندگان حق امضاء انتخاب شـــده توسط متقاضی در سوابق الکترونیک شـــخصیت حقوقی مرقوم ثبت و در پایگاه آگهی‌های سازمان ثبت قابل دسترس می‌باشد.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری تهران

آگهی تغییرات شرکت آسان الکترونیک غدیر سهامی خاص (نوبت دوم) به شماره ثبت ۳۲۹۹۸۲ و شناسه ملی ۱۰۱۰۳۶۹۵۵۵۵

به اســـتناد صورتجلســـه مجمع عمومی عادی بطـــور فوق‌العاده مـــورخ ۱۳۹۴/۰۵/۱۸ تصمیمات ذیل اتخاذ شـــد: اعضای هیئت مدیره به شـــرح زیر برای مدت ۲ سال انتخاب گردیدند: عیسی باســـتانی به شـــماره ملی ۰۳۸۶۱۷۳۷۸۸ خانم شهرزاد هرمز به شـــماره ملی ۰۴۵۲۸۸۸۲۴۷ حمیدرضا حاجی بابائی به شماره ملـــی ۰۳۸۵۹۷۱۱۷۶ محمدرحیمـــی زارعـــی به شـــماره ملی ۰۰۶۹۹۶۸۰۳۹ به عنوان بازرس اصلی و ملیکا ابراهیمی ورکیانی به شـــماره ملی ۰۰۸۰۴۰۴۹۱۱ به عنوان بازرس علی‌البدل برای یک ســـال مالی انتخاب گردیدند. روزنامه کثیرالانتشـــار کیهان جهت درج آگهی‌های شـــرکت انتخاب شـــد. با ثبت این مستند تصمیمات انتخاب مدیران، انتخاب روزنامه کثیرالانتشار، انتخاب بـــازرس انتخاب شـــده توســـط متقاضی در ســـوابق الکترونیک شخصیت حقوقی مرقوم ثبت و در پایگاه آگهی‌های سازمان ثبت قابل دسترس می‌باشد.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری تهران

آگهی تغییرات شرکت سیمای توسعه کار سهامی خاص به شماره ثبت ۳۸۹۵۹۰ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۳۹۹۴۶۷

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۳۹۴/۲/۳۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:

ترازنامه و حساب سود و زیان ســـال مالی ۹۳ بـــه تصویب رسید.

مؤسســـه حسابرســـی فاطـــر شناســـه ملـــی ۱۰۱۰۰۱۸۸۵۷۴ بـــه عنوان بـــازرس اصلی و آقای عباسعلی شـــریفی به شماره ملـــی ۱۲۶۳۲۶۹۰۹۵ بـــه عنـــوان بـــازرس علی‌البدل شرکت برای یکســـال مالی انتخاب گردیدند.

روزنامه کثیرالانتشـــار کیهان جهت درج آگهی‌های شـــرکت تعیین شد.

با ثبت این مستند تصمیمات انتخاب روزنامه کثیرالانتشار، تصویب ترازنامه و صورت‌های مالی، انتخاب بازرس انتخاب شـــده توســـط متقاضی در سوابق الکترونیک شخصیت حقوقـــی مرقوم ثبـــت و در پایـــگاه آگهی‌های ســـازمان ثبت قابل دسترس می‌باشد.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری تهران

آگهی دعوت از بستانکاران شرکت امداد سبز هگمتانه

نوبت دوم

در اجرای ماده ۲۲۵ قانون تجارت از کلیه بستانکاران حقیقی و یا حقوقی شرکت کشت و صنعت امداد سبز هگمتانه به شماره ثبت ۶۱۴۴ همدان که آگهی انحلال آن در روزنامه رسمی به شماره ۲۰۷۱۱ صفحه ۷۱ تاریخ ۹۵/۱/۲۶ منتشـــر گردیده دعوت می‌گردد تا ظرف شـــش ماه از تاریخ انتشار این آگهی با در دست داشتن مدارک بستانکاری خود به محل تصفیه واقع در همدان بلوار بعثت - نرســـیده به اســـتانداری - مجتمع اقتصادی کمیته امداد امام‌خمینی(ره) اســـتان همدان مراجعه نمایند. بدیهی اســـت پس از انقضاء مدت شـــش ماهه هیچ‌گونـــه ادعایی پذیرفته نخواهد شـــد. این آگهی در سه نوبت در روزنامه رســـمی و روزنامه کثیرالانتشار کیهان هر کدام به فاصله یک ماه منتشر می‌گردد.

مدیر تصفیه شرکت امداد سبز هگمتانه
منوچهر انوری‌زاده

آگهی تغییرات شرکت توسعه تجارت و سرمایه پایدار امداد سهامی خاص به شماره ثبت ۴۷۶۷۱۰ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۱۲۸۶۸۳

به اســـتناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۴/۸/۱۲ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:

- آقای محمد امید به شماره ملی ۵۲۹۹۸۱۱۳۱۴ به نمایندگی مجتمع اقتصادی کمیته امداد امام خمینی(ره) به شناسه ملی ۱۴۰۰۳۱۶۳۳۷۰ بسمت رئیس هیئت مدیره

- آقای حســـین سلیمی به شماره ملی ۱۲۳۹۸۱۷۶۸۱ به نمایندگی از طرف شرکت عمران گستر بصیر تهران با شناسه ملی ۱۴۰۰۴۴۷۶۷۹۰ بسمت نایب رئیس هیئت مدیره

- آقای سید مهدی حسینی سمنانی به شماره ملی ۱۲۸۵۸۴۴۸۶۶ به نمایندگی از طرف شرکت کشاورزی بهاران بهشت البرز با شناسه ملی ۱۰۳۲۰۱۳۰۲۲۶ بعنوان عضو هیئت مدیره

- آقـــای ولی‌الـــه یوســـفی کجانی به شـــماره ملـــی ۱۱۸۹۷۸۵۲۰۱ بـــه نمایندگی از طرف شـــرکت عمران گســـتر بصیر به شناســـه ملی ۱۰۳۲۰۵۸۱۸۵ بعنوان عضو هیئت مدیره

- آقای حسن غیوری‌زاده به شماره ملی ۴۳۲۳۲۸۰۶۸۸ به نمایندگی از طرف شرکت معدن فرآور امداد به شناسه ملی ۱۰۳۲۰۱۷۲۱۰۰ عضو هیئت مدیره و مدیرعامل انتخاب گردیدند. هیئت مدیره کلیه اختیارات خود بشرح مندرج در بندهای (د)، (ی)، (ل)، (م)، (س)، (ع)، (ف) ذیل ماده ۴۰ اساسنامه را به مدیر عامل شرکت تفویض نمود.

امضای کلیه اوراق و اسناد بهادار و تعهدآور شرکت با امضاء مدیر عامل یـــا رئیس هیئت مدیره و یک تن از اعضاء هیئـــت مدیره همراه با مهر شـــرکت و مکاتبات عادی با امضاء مدیر عامل یـــا رئیس هیئت مدیره همراه با مهر شرکت دارای اعتبار می‌باشد.

با ثبت این مســـتند تصمیمات تفویض اختیارات هیئت مدیره به مدیر عامل، تعیین وضعیت حق امضاء، تعیین ســـمت مدیران انتخاب شـــده توسط متقاضی در سوابق الکترونیک شخصیت حقوقی مرقوم ثبت و در پایگاه آگهی‌های سازمان ثبت قابل دسترس می‌باشد.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری تهران

شرایط و فرم تقاضای اشتراک نشریات کیهان در خارج از کشور

موسسه کیهان در راستای ارائه خدمات فرهنگی جهت هموطنان به ویژه دانشجویان ایرانی خارج از کشور، نرخ اشتراک نشریات خود را به شرح ذیل اعلام می‌دارد. در صورت تمایل به اشتراک و یا تمدید می‌توانید براساس این فرم، مبلغ اشتراک را به **حساب ۰۱۰۶۷۱۳۵۹۵۰۰۹ (سیبا)** بانک ملی شعبه سعدی جنوبی کد ۶۹ به نام حسین شریعتمداری (موسسه کیهان)واریز نموده و اصل فیش بانکی را به همراه فرم تکمیل شده با پست سفارشی به **صندوق پستی ۱۱۳۶۵/۳۶۳۱** واحد آبونمان روابط بین‌الملل ارسال فرمائید.

بهای اشتراک ریالی نشریات ارسالی به خارج از کشور «دوره یکساله»

نشریات	دوره انتشار	آسیا آسیای میانه		اروپا		آمریکا- کانادا- ژاپن آفریقا- اقیانوسیه	
		پست عادی	پست سفارشی	پست عادی	پست سفارشی	پست عادی	پست سفارشی
کیهان فارسی	روزانه	۹/۶۰۰/۰۰۰	۱۵/۸۲۵/۰۰۰	۱۱/۸۰۰/۰۰۰	۱۸/۰۲۵/۰۰۰	۱۶/۸۰۰/۰۰۰	۲۲/۶۵۰/۰۰۰
کیهان انگلیسی	روزانه	۱۱/۱۰۰/۰۰۰	۱۷/۳۲۵/۰۰۰	۱۳/۳۰۰/۰۰۰	۱۹/۵۲۵/۰۰۰	۱۸/۳۰۰/۰۰۰	۲۴/۱۵۰/۰۰۰
کیهان عربی	روزانه	۱۱/۱۰۰/۰۰۰	۱۷/۳۲۵/۰۰۰	۱۳/۳۰۰/۰۰۰	۱۹/۵۲۵/۰۰۰	۱۸/۳۰۰/۰۰۰	۲۴/۱۵۰/۰۰۰
کیهان ورزشی	هفتگی	۵/۷۷۵/۰۰۰	۹/۴۷۵/۰۰۰	۷/۱۰۰/۰۰۰	۱۰/۷۷۵/۰۰۰	۱۰/۰۵۰/۰۰۰	۱۳/۵۰۰/۰۰۰
مجله زن روز	هفتگی	۵/۵۲۵/۰۰۰	۹/۲۲۵/۰۰۰	۶/۸۵۰/۰۰۰	۱۰/۵۲۵/۰۰۰	۹/۸۰۰/۰۰۰	۱۳/۲۵۰/۰۰۰
کیهان بچه‌ها	دوهفته‌نامه	۵/۲۷۵/۰۰۰	۸/۹۷۵/۰۰۰	۶/۶۰۰/۰۰۰	۱۰/۲۷۵/۰۰۰	۹/۵۵۰/۰۰۰	۱۳/۰۰۰/۰۰۰
کیهان فرهنگی	دوماهانه	۷۵۳/۰۰۰	۱/۱۹۷/۰۰۰	۹۱۲/۰۰۰	۱/۳۵۳/۰۰۰	۱/۲۶۶/۰۰۰	۱/۶۸۰/۰۰۰

توضیحات: ۱- آدرس مشترک را با حروف بزرگ لاتین، بصورت کامل و خوانا مرقوم فرمائید. ۲-یک نسخه از کپی فیش بانکی و قبض سفارشی را تا پایان مدت اشتراک حتما نزد خود نگهداری فرمائید. ۳-مجموعه روزنامه‌های کیهان فارسی، کیهان انگلیسی و کیهان عربی در طول هفته در یک روز ارسال می‌شود. ۴-ارسال از طریق پست عادی قابل پیگیری نیست و موسسه هیچگونه مسئولیتی در تاخیر یا عدم تحویل آن ندارد.

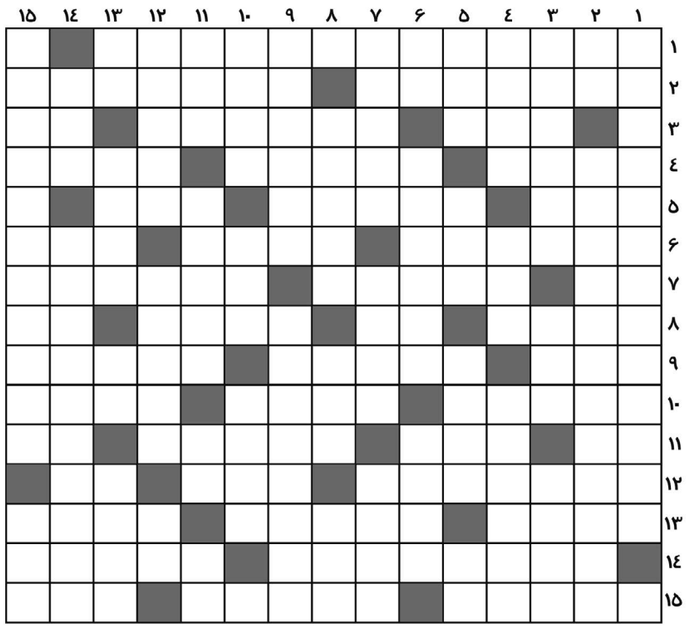
مشخصات مشترک:
Name:.....
Address:.....
.....
.....

مشخصات متقاضی:
نام و نام خانوادگی: ..... مبلغ پرداختی: ..... نشریه..... به مدت: ..... ماه
کدپستی:..... تلفن ثابت: ..... تلفن همراه: .....
پست الکترونیکی .....
آدرس پستی: .....

واحد آبونمان روابط بین‌الملل موسسه کیهان

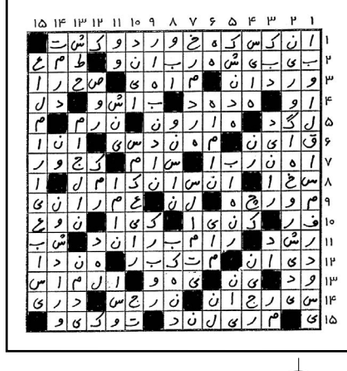
تلفن: ۰۲۱۳۳۹۱۳۲۳۸ نمابر: ۰۲۱۳۳۹۱۰۹۲۲ پست الکترونیکی: int-affairs@ kayhannews.ir سامانه پیام کوتاه: ۳۰۰۰۱۲۲۰۱۲۱۲۸۴

جدول شماره ۱۰۵۶۰



افقی:

۱- آفتی برای جوامع اســـلامی کـــه موجب بی‌حیایی و بی‌عفتـــی نیز می‌گردد ۲- یکـــی از ارکان بقا و تداوم زندگـــی زناشـــویی- دوره‌ای که والدین بایـــد با فرزند خـــود از روش مذاکره اســـتفاده نماینـــد ۳- واحد پول ســـوریه- نوای آرامش‌بخـــش مادران بـــرای خواباندن کودکان- تکرار یک حرف ۴- پارسا و پاکدامن- شهری در استان گیلان- چنانکه از ظواهر برمی‌آید ۵- گیسوی ســـتوران- یکـــی از نام‌های قرآن کریـــم- آغازی برای آموختن ۶- یکی از مرتفع‌ترین آبشـــارهای ایران که در لرستان جاری است- نام دیگر شانه به سر- از رنگ‌های اصلـــی ۷- تخم‌مرغ انگلیســـی- روح و حقیقت زندگی است- سرزمین چشمه‌های جوشان ۸- لاشه بو گرفته- علامت تقســـیم- ماهی خطرناک- در سخن آن حلاوت دیگری اســـت ۹- حضرت علی(ع) آن را بزرگترین گناه برشمرده‌اند- از پست‌های مهم و بالای دولتی- جزیره‌ای در خلیـــج فارس ۱۰- عروســـک خیمه‌شـــب‌بازی- از صداهای ماندگار در موسیقی ایرانی- نام کوچک دیزنی خالق انیمیشـــن مشهور پینوکیو ۱۱- عنوانی برای زنان مغولی- علامت سکوت- نماینده فوتسال تبریز در لیگ اول- میدانی در مرکز تهران ۱۲- کتابی از شهید والامقام مرتضی مطهری- سیال شگفت‌انگیز- سخن بیهوده ۱۳- از سایت‌های معروف اینترنتی- از شهرهای علمی و صنعتی کشور چین- سینمایی که در دهه‌های اول قرن بیستم طرفداران بســـیاری داشت ۱۴- از روستاهایی که توسط متجاوزان صهیونیستی به خاک و خون کشیده شد- مرکز کشور گرجستان ۱۵- از تفسیرهای معروف قرآن کریم در سده پنجم و ششم هجری قمری- کوهکن عاشق- از القاب اشرافی در اروپا.

عمودی:

۱- یکی از ملاک‌های انتخاب همسر در نزد جوانان ۲- ساز عرفا- تابلویی از کمال‌الملک ۳- دانشمند بزرگ ایتالیایی که قانون سقوط اجسام را به وجود آورد- شـــهری کهن در اســـتان فارس- شعله آتش ۴- توالی گوشـــه‌ها در موسیقی- لباس جنگجویان قدیم- سوغات سفر ۵- رود بزرگ کشور سوئیس- نیســـتی و نابودی- مسجدی دیدنی و قدیمی در شـــهر شیراز- حرف دهن کجی ۶- زمین آذری- نام دیگر بیماری وبا- از روی اشتباه ۷- منطقه خوش آب و هوا- خاک- پیامبری که خداوند به وی تعبیر خواب آموخت ۸- دومین روزنامه پرتیراژ کشور ژاپن- زیرک و باهوش- موی انگلیسی ۹- سرزمین دریاچه‌های جهان- مکانی مناســـب برای مطالعه و آموختن ۱۰- شیوه و روش- نوعی موشک- گاز کمیابی که در جو زمین موجود است ۱۱- ناجی بی‌سر- دومین مکان مقدس برای تعلیم و تربیت کودکان- رودی در فرانســـه- خدای ژرمن‌ها ۱۲- محل نگهداری چهارپایان- از قهرمانان اســـبق تیم ملی وزنه‌برداری ایران- سوره‌ای در قرآن کریم ۱۳- حرف انتخاب- رسم و رسوم پذیرفته شده در نزد یک قوم- گام ناتمام- از سبزی‌های خوش عطر کوهی در این روزها ۱۴- قرار دادن چیزی در جایی- مکان مقدســـی در کربلا ۱۵- عرض دریاچه مازندران براساس کیلومتر- مجموعه‌ای از پرسش‌های چند گزینه برای آزمون.