

کتاب، زیربنای تمدن است. مورخین ، مرز بین تاریخ و ماقبل تاریخ را پیدایش خط و توانا شدن انسان به نوشتن و کتابت می‌دانند.

بسیاری از تحولات بزرگ جوامع.انقلاب‌ها و ظهور ادیان، همراه با کتاب بوده است. کار و تولید در زمینه‌های مختلف فرهنگی، هنری، رسانه‌ای، علمی، صنعتی و سیاسی بدون کتاب امکان پذیر نیست. عامل هر گونه ضعف و قوت در این زمینه‌ها، وجود یا عدم وجود کتاب خوب است. به طور مثال، وقتی علما یا استادان یک رشته علمی می‌خواهند درباره بهبود وضعیت رشته خود صحبت کنند، از افزایش تولید یا ترجمه کتاب‌های مهم و تأثیرگذار در آن رشته صحبت می‌کنند و برعکس؛ وقتی قصد دارند تا نسبت به ضعف رشته خود ابراز نگرانی کنند، از کمبود منابع مطالعاتی سخن می‌گویند.

حتی سایر رسانه‌های نیز در یک جامعه کاملاً وابسته به کتاب هستند. مطبوعات، سینما، رادیو، تلویزیون و حتی فضای مجازی به طور مستقیم از کتاب تغذیه می‌کنند. درحقیقت، کتاب نقش معز را برای دیگر رسانه‌ها بازی می‌کند.

اما کتاب همچنان که تأثیرگذار است، از فضای اجتماعی و فرهنگی پیرامون خودش نیز تأثیر



می‌پذیرد. همان‌طور که در بخش اول این گزارش به طور مفصل راجع به آن بحث شد، مدیریت فرهنگی، فعل و انفعالات اقتصادی و تحولات سیاسی جامعه، تأثیر مستقیمی روی وضعیت نشر کتاب در کشور داشته‌اند.

کتاب جزو رسانه‌ها و کالاهای فرهنگی فردگراست. به طور مثال، محصولات سینمایی و تلویزیونی هم به طور گرهی تولید می‌شوند و هم به طور جمعی مصرف. اما کتاب، به جز موارد اندک و استثنایی، هم به طور فردی و توسط یک نویسنده یا مولف، خلق می‌شود و هم مشتری‌های آن، به صورت فردی به استفاده از آن می‌پردازند.

اما واقعیت این است که در حد فاصل بین نویسنده و خواننده کتاب، واسطه‌ها و فرآیندهایی وجود دارد که یک نهادهای پدیدده و تو در تو را تشکیل می‌دهند. ممیزان و ناظران و مدیران دولتی نشر کتاب، ناشران، توزیع‌کننده‌ها، کتابفروش‌ها و شبکه‌های اطلاع‌رسانی و انتقال کتاب به مردم، همه از اجزای مهم و اصلی در این نهاد هستند. اما تجربه نشان می‌دهد که در میان همه این واسطه‌ها، ناشران و موسسات انتشار کتاب،

دارای نقشی ویژه در تولید کتاب و همچنین وضعیت مطالعه دارند. در این گزارش به بررسی این نقش و تأثیرگذاری می‌پردازیم.

فضای مبهم و غبارآلود؛ سد راه ناشران
شاید اولین حلقه مقفوده در حوزه آسیب شناسی بازار نشر، عدم تعریف شاخص‌های کیفی و کمی و روش

تحقیق و پژوهش در این زمینه است.

در هر عرصه‌ای برای بهبود و ارتقا ابتدا باید وضعیت موجود در آن شناسایی و تبیین شود. در این جهت نیز به شاخص‌ها و معیارهای دقیق و روشنگر نیاز است. به طور مثال، در عرصه سیاست‌های جمعیتی کشور، بر اساس شاخص‌های معلومی، هر پنج سال یک بار سرشماری صورت می‌گیرد. در حوزه اقتصاد هم سرانه ملی و بودجه و مواردی از این دست، مشخص می‌کنند که اوضاع از چه قرار است.

اما حوزه نشر و به ویژه فرهنگ مطالعه، فاقد چنین معیارهایی است و به همین دلیل هم دست ما برای سنجش دقیق فراز و نشیب‌ها خالی است. هنوز حتی ملاک دقیقی برای اینکه بشود گفت سرانه ملی مطالعه چقدر است نداریم. حتی در حوزه نشر هم بر سر اینکه بین شمارگان کتاب‌ها، فروش آنها و مطالعه آثار، کدام یک معیار اصلی است، میان اهالی این عرصه اختلاف است.

محمد حقی، عضو هیئت مدیره انتشارات کتابستان و مشاور مجمع ناشران انقلاب اسلامی؛ درباره شناسایی سرانه مطالعه متأسفانه دچار تعدد روش هستیم. یعنی یک تعریف جامع که هم استاندارد باشد و هم بتوان براساس آن تحقیقات و پژوهش‌های میدانی را در زمینه مطالعه انجام داد، وجود ندارد. به همین دلیل آمار ناهماه و مراکز مختلف، متفاوت و متناقضی است. به طوری که ما آمارهایی مثل میانگین از دو تا ۱۸ دقیقه و بعضا حتی یک ساعت در روز مطالعه را داشته‌ایم. چون روش‌های پژوهش و تعریف‌ها، نزد مراکزى که درباره مطالعه و کتابخوانی آمار می‌گیرند، متفاوت است. به طور مثال برخی معتقدند که خواندن متن در شبکه‌های اجتماعی هم جزو مطالعه محسوب می‌شود، اما بسیاری هم چنین نظری ندارند. بنابراین ابتدا باید یک تعریف دقیق درباره اینکه منظور ما از مطالعه چیست، داشته باشیم، چون تلّاهین متفاوت به تعریف نویسنده، یک آسیب است. البته در دوران مدیریت اسبق نهاد کتابخانه‌های عمومی، تلاش‌هایی در این زمینه صورت گرفت، اما به نتیجه‌ای نرسید.»

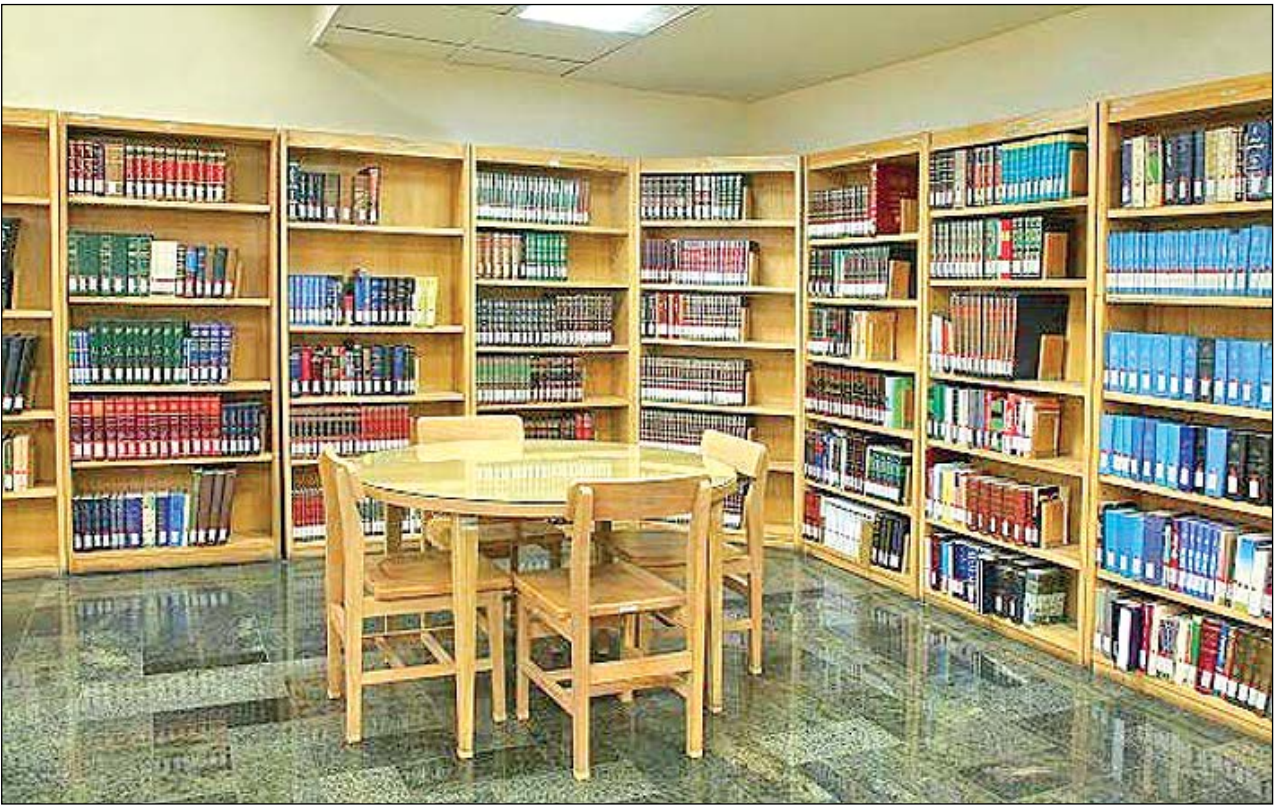
“

وی همچنین درباره شمارگان (تیراژ) کتاب‌ها نیز اظهار می‌دارد: «در این زمینه با دو مقوله مواجه هستیم؛ یک مقوله بدنه نشر است و دیگری، کمینه و بیشینه نشر. کمینه نشر شامل کتاب‌هایی است در تعداد محدودی و برای جمع خاصی منتشر می‌شود. بیشینه هم کتاب‌هایی را در بر می‌گیرد که پرتیراژ هستند. بدنه نشر، آمارى است که بر اغلب کتاب‌هایی که چاپ شده صادق است. الان براساس آمار خانه کتاب، شمارگان کتاب‌ها در بدنه نشر بین ۷۰۰ تا هزار نسخه است. البته به نظر من این موضوع رهزن است و ملاک قرار دادن تیراژ کتاب، باعث گمراهی ما در شناخت وضعیت نشر می‌شود. چون عدد تیراژ در نشر ناشران، براساس عرف بازار تعیین می‌شود. الان عرف بازار حدود هزار نسخه است. بقیه ناشران نیز از همین تعداد تبعیت می‌کنند. به همین دلیل هم می‌بینیم که برخی کتاب‌ها به رغم فروش پایین اما به کرات دوباره چاپ می‌شوند. بنابراین رفتن به میدان تیراژ، برای سنجش میزان مطالعه، چندان فنی نیست. به همین دلیل هم ما بایستی روی تعداد کتاب‌های فروخته شده متمرکز شویم.»

گزارش روز

آسیب‌شناسی فرهنگ مطالعه و کتابخوانی – بخش دوم

کلاف سر در گم نشر و کتاب‌هایی که قربانی می‌شوند



درد دل‌های یک ناشر

علی رغم پایین بودن شمارگان و فروش اکثریت قریب به اتفاسی کتاب‌ها در بازار کتاب ما، اما طی سال‌های اخیر برخی از کتاب‌ها با استقبال بسیار خوب مردم مواجه شده‌اند. «خاک‌های نرم کوشک» یکی از این آثار است. این کتاب که به زندگی سردار شهید عبدالحسین برونسی می‌پردازد، تاکنون به چاپ ۱۹۴ و تیراژ کلی ۶۱۱ هزار عنوان رسیده است.

سعید عاکف، مدیر انتشارات «ملک اعظم» و مولف کتاب «خاک‌های نرم کوشک» درباره انشار این کتاب می‌گوید: «در آن مقطع زمانی که انتشار کتاب دفاع مقدس و زندگینامه شهدا را شروع کردیم، بارها با این حرف مواجه شدیم که این گونه کتاب‌ها مخاطب پیدا نمی‌کنند. بسیاری از کارشناسان به ما می‌گفتند که فقط رمان‌هایی با محوریت عشق و فقر مخاطب دارد؛ حتی برخی از دوستان و خودی‌ها هم به ما گفتند که کتاب دفاع مقدس راهی جز خاک خوردن در انبارها ندارد! اصلا اعتقاد نداشتند که این کتاب‌ها مخاطب پیدا می‌کنند. «خاک‌های نرم کوشک» چه بخواهیم، چه نخواهیم سدی را که در برابر این‌گونه کتاب‌ها بود

انتشارات می‌گوید: «شبکه‌های اجتماعی علاوه بر اینکه خودشان مانع مطالعه می‌شوند، زمینه را برای سرفت آثار نیز فراهم کرده‌اند. یعنی مثلاً برخی از کتاب‌های انتشارات ما بدون اجازه روی برخی از سایت‌ها و در بعضی از شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود! این جریان باعث شد که متأسفانه کتاب‌های ما، اقبالش تبدیل به اדיار شود.»

مدیر انتشارات «ملک اعظم» تصریح می‌کند: «یک میلیون نسخه از کتاب «خاک‌های نرم کوشک» در فضای مجازی سرقت شده است؛ چه کسی جوابگوی خسارت وارد شده به ماست؟ نبود قانون کپی رایت بالای جان ناشران شده است. هر جایی هم می‌شد مراجعه و شکایت کرد‌ایم، اما در نهایت به نظر می‌رسد که برای مسئولین ما بحث کتاب چندان مهم نیست.» وی همچنین معتقد است: «اگر برای وضعیت کتاب یک فکر اساسی نشود، این عرصه روبه اضمحلال و نابودی می‌رود؛ خصوصاً ناشران خصوصی، خیلی معضل دارند. با ضعیف شدن حوزه کتاب هم کل فرهنگ جامعه ما دچار مصیبت می‌شود. این سخن رهبر انقلاب که می‌فرمایند «هن وقتی یادم می‌آید- و این چیزی است که تقریباً هیچ‌وقت از یادم نمی‌رود- که مردم ما مطالعه کردن را بلد نیستند، به قلب من فشار می‌آید!» یعنی بحث کتاب و کتابخوانی

سعید عاکف، مدیر انتشارات ملک اعظم: یک میلیون نسخه از کتاب «خاک‌های نرم کوشک» در فضای مجازی سرقت شده است! چه کسی جوابگوی خسارت وارد شده به ماست؟ نبود قانون کپی رایت بالای جان ناشران شده است. هر جایی هم می‌شد مراجعه و شکایت کرد‌ایم، اما در نهایت به نظر می‌رسد که برای مسئولین ما بحث کتاب چندان مهم نیست!

یک امر مهم و کلیدی است و مسئولان باید برای آن همت کنند»
عاکف می‌گوید: «مسئولان گاهی به مناسبت هفته دفاع مقدس، با هفته کتاب شعارهایی می‌دهند و می‌روند اما تمام روز‌های ما باید روز کتاب باشد، نه فقط هفته کتاب و نمایشگاه کتاب تهران. هنوز هم کتاب حرف اول را می‌زند و هیچ چیز جای کتاب را نمی‌گیرد. اگر این گونه نبود، خداوند آخرین معجزه خود را در قالب کتاب قرآن نازل نمی‌کرد.»

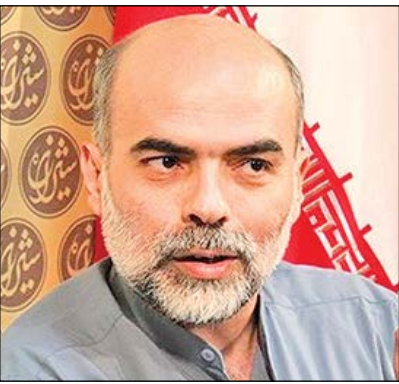
رمز موفقیت برخی از کتاب‌ها در جذب مخاطب

درد دل‌های این ناشر خصوصی تا حد زیادی درست است. اما وقتی به بازار کتاب نگاه می‌کنیم می‌بینیم که باز هم در همین وضعیت، ما کتاب پرفروش، کم نداریم. اما چه می‌شود که برخی از کتاب‌ها ناگهیان گل می‌کنند و به فروش بالایی می‌رسند و برخی از کتاب‌ها مقصدی جز انبار ندارند؟ محمد حقی، ناشر و کارشناس نشر در بخش دیگری از گفت‌وگوش با گزارشگر کیهان درباره این موضوع می‌گوید: «تجربه نشان داده که مردم نسبت

صفحه ۵**یکشنبه ۴ مهر ۱۳۹۵****۲۳ دیچبه ۱۴۲۷ – شماره ۲۱۴۴۹**

به کتاب خوب واکنش مثبت نشان می‌دهند. اما دو مقوله مهم در استقبال مردم از یک کتاب مؤثر است. مقوله اول، سنجش نیاز جامعه و درخواست مردم است. در مقابل آه و ناله‌های ناشران درباره اینکه مردم کتاب نمی‌خرند اول از خود ناشران باید پرسید که چه کتابی منتشر کرده‌اند؟ یک ناشر می‌گوید ۱۰۰ عنوان کتاب چاپ کرده اما همه اش به خاطر عدم فروش به انبار رفته است! متأسفانه عدم پژوهش و نظام نیاز و درخواست توسط ناشران باعث بروز چنین مشکلاتی می‌شود.»

وی در این باره توضیح می‌دهد: «ناشران براساس ذهنیت خود و محیط پیرامونشان و بدون اینکه به طور علمی و واقعی به نیاز و خواست جامعه توجه کنند، کتاب‌هایی را منتشر می‌کنند. به این معنی که اغلب ناشران درباره مسائلی که شامل عامه مردم می‌شود و دغدغه بسیاری از مردم است کمتر سرمایه‌گذاری می‌کنند و به جای آن در بساره موضوعاتی که اصلاً مخاطب ندارد یا مخاطب کمی دارد کتاب منتشر می‌کنند. گاهی نیز مطابق با نیاز جامعه کتاب‌هایی را منتشر می‌کنند، اما پاسخگوی خواسته مردم نیست.» عضو هیئت مدیره انتشارات کتابستان تصریح می‌کند: «به‌طور کلی، طبق عدد و رقم‌هایی که من دارم فقط ۱۰ درصد آنچه منتشر می‌شود به معنای



واقعی کلمه کتاب است و استانداردهای آراست و ویراست و اقتضات بازار در آنها رعایت شده است. آن ۱۰ درصد هم واقعاً بازار دارند و به فروش بالایی می‌رسند. به طور مثال در ربیوجه ماجرای عرستان و آل‌سعود، انتشارات کیهان کتاب «دربار شیطان» را منتشر کرد که با استقبال قابل قبولی مواجه شد. چون این کتاب موقعی منتشر شد که موضوع آن، مسئله روز جامعه بود. حالا اگر انتشارات کیهان می‌آمد و به جای آن، در درباره موضوعی که هر چند مهم اما مسئله روز جامعه نبود کتابی را منتشر می‌کرد، اقبالی را دربی نداشت.»

مشاور مجمع ناشران انقلاب اسلامی، ضعف در اطلاع رسانی و معرفی کتاب را دومین عامل عدم فروش بسیاری از کتاب‌ها می‌داند و می‌گوید: «گاهی دیده می‌شود که یک ناشر، کتاب خوبی را تولید می‌کند که جوابگوی نیاز و خواسته جامعه هم هست، اما چون اطلاع‌رسانی لازم درباره آن کتاب به مردم صورت نمی‌گیرد، مخاطب چندان‌ی را جذب نمی‌کند. این معضلی است که بسیاری از ناشران با آن درگیر هستند.»

	جدول	شماره ۱۰۶۶۶	
۱۵	۱۴	۱۳	۱۲
۱			
۲			
۳			
۴			
۵			
۶			
۷			
۸			
۹			
۱۰			
۱۱			
۱۲			
۱۳			
۱۴			
۱۵			

مهیّا- پرتاب سنگ ۵- محرک اسب برای تندتر دویدن- گنجایش- کنده‌کار سنگ و فلز ۶- ضعف و فترت- پاختخت

سوییس- شهر مقر حکومت در آلبانی ۷- رود و درای در دامنه کوه دماوند- الک کردن- درخشان ۸- یک سوم سزاور- دوا- سترون- ضمیر متصل ۹- طرفی برای نوشیدنیها- عزم و اراده- سوره فلز ۱۰- عنصری فلزی- پرتو اتمی خطرناک- کامل و درست ۱۱- کارشناس تزویر- حرفی در الفبا- جای گرفته، ثابت ۱۲- از جزایر بزرگ یونان- بازگردانده‌شده- مکمل پلوبدون اختصار ۱۳- آوای تأسّف- ناپختگی، عدم تجربه- معمولی- از ویتنامین‌ها ۱۴- شاعر نوبل برده هندی- بزرگان شعر و ادب گفته‌اند پادش او سنگ است ۱۵- شهری باستانی در لبنان- باهم وارد شدن- بدنه مقاوم تاکک و نفربر.

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰
۳۱	۳۲	۳۳	۳۴	۳۵	۳۶	۳۷	۳۸	۳۹	۴۰	۴۱	۴۲	۴۳	۴۴	۴۵
۴۶	۴۷	۴۸	۴۹	۵۰	۵۱	۵۲	۵۳	۵۴	۵۵	۵۶	۵۷	۵۸	۵۹	۶۰
۶۱	۶۲	۶۳	۶۴	۶۵	۶۶	۶۷	۶۸	۶۹	۷۰	۷۱	۷۲	۷۳	۷۴	۷۵
۷۶	۷۷	۷۸	۷۹	۸۰	۸۱	۸۲	۸۳	۸۴	۸۵	۸۶	۸۷	۸۸	۸۹	۹۰
۹۱	۹۲	۹۳	۹۴	۹۵	۹۶	۹۷	۹۸	۹۹	۱۰۰	۱۰۱	۱۰۲	۱۰۳	۱۰۴	۱۰۵
۱۰۶	۱۰۷	۱۰۸	۱۰۹	۱۱۰	۱۱۱	۱۱۲	۱۱۳	۱۱۴	۱۱۵	۱۱۶	۱۱۷	۱۱۸	۱۱۹	۱۲۰
۱۲۱	۱۲۲	۱۲۳	۱۲۴	۱۲۵	۱۲۶	۱۲۷	۱۲۸	۱۲۹	۱۳۰	۱۳۱	۱۳۲	۱۳۳	۱۳۴	۱۳۵

عمودی:

۱- تولیدی از صنایع نظامی- شیرینی- صدای زمین خسورند ۲- نیاز بدن برای سلامت از کودکی تا سالمندی- کونه، ناقص ۳- حرف زیادی- گلی زبنتی- درجه و مرتبه- از اقوام ایرانی ۴- دو برادر پایه‌گذار صنعت سسینما- حاضر و

آگهی تغییرات شرکت نمایندگی بیمه دورانپذیش سهامی خاص به شماره ثبت ۱۲۱۵۷۲۲ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۶۵۰۹۰۸

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق‌العاده مورخ ۱۳۹۴/۰۷/۰۵ و مجوز شماره ۱۰۱۲۹۷ مورخ ۹۴/۱۰/۲۴ بمجه البرز مصمیمات ذیل اتخاذ شد:

ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۳. به تصویب رسید.

اعضاء هیئت‌مدیره برای مدت دو سال به شرح زیر تعیین و انتخاب گردیدند.

آقایان محمدرضا برادران جعفری با کدملی ۰۰۳۳۴۸۰۷۶۳ و علی‌اصغر فتح‌اللهی با کدملی ۰۰۵۵۸۸۷۴۷۳ و کمبیز برادران جعفری با کدملی ۰۰۵۳۶۸۷۹۶۶ بیسمت اعضاء هیئت‌مدیره برای مدت ۲ سال انتخاب گردیدند.

آقای محمدرضا متقی با کدملی ۶۲۲۸۳۸۳۶۴ بیسمت بازرس اصلی و آقای هوشنگ زیاری با کدملی ۰۳۰۹۵۳۹۲۹۸ بیسمت بازرس علی‌البدل برای مدت یک سال مالی انتخاب شدند.

روزنامه کنترالانتشار کیهان جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین گردید. با ثبت این مستند تصمیمات تصویب ترازنامه و صورت‌های مالی، انتخاب بازرس، انتخاب روزنامه کنترالانتشار، انتخاب مدیران انتخاب شده 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 غیر تجاری تهران

شرایط و فرم اشتراک نشریات کیهان در شهرستانها

متقاضیان محترم می‌توانند با توجه به جدول زیر نسبت به انتخاب هر یک از نشریات مورد علاقه و واریز مبلغ اشتراک به حساب ۰۱۰۶۷۱۳۵۹۵۰۰۹ (سبیا) بانک ملی شعبه سعدی جنوبی کد ۶۹ به نام حسین شریعتمداری (موسسه کیهان) و ارسال اصل فیش بانکی همراه با فرم تکمیل شده ذیل به صندوق پستی ۱۱۳۶۵/۲۶۳۱ یا پست سفارشی نسبت به برقراری اشتراک خود اقدام نمایند.

نشریات	دوره انتشار	پست عادی	یکسال	شش ماه	سه ماه	پست سفارشی
کیهان فارسی	روزانه	۱/۷۲۵/۰۰۰	۸۶۲/۵۰۰	۴۲۱/۲۵۰	۲۴۰/۰۰۰	۶۱۵/۰۰۰
کیهان انگلیسی	روزانه	۳/۲۲۵/۰۰۰	۱/۶۱۲/۵۰۰	۸۰۶/۲۵۰	۳۱۹/۰۰۰	۹۹۰/۰۰۰
کیهان عربی	روزانه	۳/۲۲۵/۰۰۰	۱/۶۱۲/۵۰۰	۸۰۶/۲۵۰	۳۱۹/۰۰۰	۹۹۰/۰۰۰
کیهان ورزشی	هفتگی	۱/۱۵/۰۰۰	۵۷۵/۰۰۰	۲۸۷/۵۰۰	۱/۶۳۵/۰۰۰	۴۰۸/۷۵۰
مجله زن روز	هفتگی	۹۰۰/۰۰۰	۴۵۰/۰۰۰	۲۲۵/۰۰۰	۶۹۲/۵۰۰	۳۴۶/۲۵۰
کیهان بچه‌ها	هفته‌نامه	۶۵۰/۰۰۰	۳۴۵/۰۰۰	۱۶۲/۵۰۰	۵۶۷/۵۰۰	۲۸۳/۷۵۰
کیهان فرهنگی	دوماهانه	۱۹۸/۰۰۰	---	---	۲۵۶/۲۰۰	---

۱-کپی فیش بانکی و قبض سفارشی را تا پایان مدت اشتراک حتماً نزد خود نگهداری نمائید.

۲- در صورت تغییر تقسیم نشریات و یا هزینه پستی، معادل مبلغ پرداخت شده، نشریه مورد تقاضا ارسال می‌گردد. مجموعه روزنامه‌های کیهان فارسی، کیهان انگلیسی و کیهان عربی در طول هفته در یک روز ارسال می‌شود. ۳-ارسال از طریق پست عادی قابل پیگیری نیست و موسسه هیچگونه مسئولیتی در تاخیر یا عدم تحویل آن ندارد. ۵- در صورت تمایل به اشتراک چند نشریه، برای هر کدام فیش بانکی جداگانه تهیه فرمائید. ۶-همچنین برای اشتراک نشریات کیهان می‌توانید به دفاتر کیهان در سراسر کشور مراجعه فرمائید.

فرم تقاضا

نام: نام خانوادگی: نوع نشریه: تعداد نسخه: مدت: ماه مبلغ پرداختی: شماره فیش بانکی: تلفن: تلفن همراه: آدرس: پست الکترونیکی: کدپستی: امضاء

واحد آوبنمان

روابط بین‌الملل موسسه کیهان

تلفن: ۰۲۱۳۳۹۱۲۳۲۸.
نمبر: ۰۲۱۳۵۲۰۲۴۳۸.
پست الکترونیکی: int-affairs@ kayhannews.ir
سامانه پیام کوتاه: ۰۲۰۰۱۲۲۰۱۲۱۲۸۴