آسیب‌شناسی فرهنگ مطالعه و کتابخوانی - بخش سوم

تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی از رقابت تا رفاقت با کتاب

برای بســـیاری از ما پیش آمده که ساعت‌ها وقت خودمان را با گوشـــی تلفن همراه و گشتن در شـــبکه‌های اجتماعـــی و گروه‌ها و صفحات مجازی صرف کرده‌ایم. اصلا هم خسته نشده‌ایم و تلف‌شدن وقتمان هم نگرانمان نکرده است!

همچنین در طول روز، اوقات زیادی را وقف دیدن برنامه‌های تلویزیونی کرده‌ایم که چندان هم ضرورتی نداشـــته‌اند. اما همین که تصمیم می‌گیریم تا چند دقیقه‌ای را به مطالعه یک کتاب یا مقاله اختصاص دهیم، خوابمان می‌گیرد یا یادمان می‌افتد که کارهای واجب تری هم داریم! به همین دلیل هم اهالی کتاب و نویسندگان، این روزها از وفور نسل جدید ابزارهای ارتباط جمعی، به عنوان مخل فرهنگ مطالعه یاد می‌کنند.

در قســـمت قبلـــی این گزارش، یکی از ناشـــران خصوصی گفت که از موقع شیوع سرسام آور شبکه‌های اجتماعـــی در ایران، فروش کتاب‌های او نیز به شـــکل قابل توجهی کاهش یافته اســـت. واقعیت این است که همیشه، ابزارهای جدیدتر، رقیب جدی وسائل قدیمی‌تر هستند. به طور طبیعی نیز با ورود و گسترش رسانه‌های نوین، مراجعه مردم به رسانه‌های سنتی ازجمله کتاب، کاهش می‌یابد.

اما آیا راه حلی برای از بین بردن یا کم کردن این رقابت وجود دارد؟

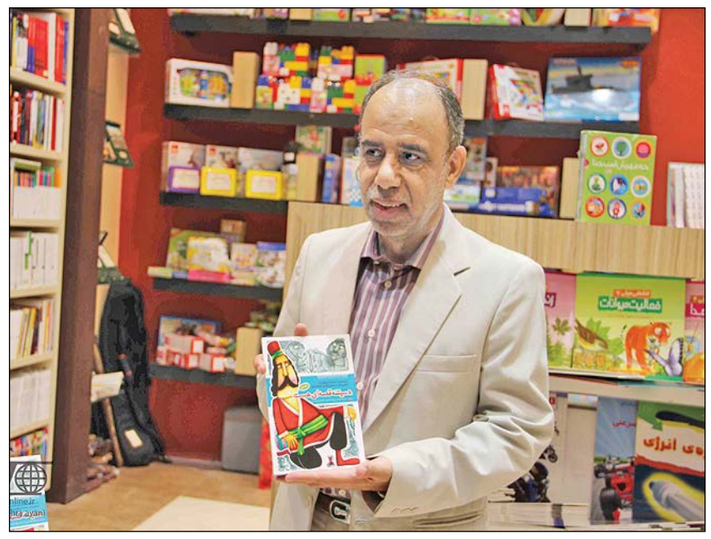
در این گزارش، با اســـتفاده از نظر کارشناسان به جست وجوی پاسخ این پرسش می‌پردازیم.

صداوسیما و مسئولیت ترویج فرهنگ مطالعه

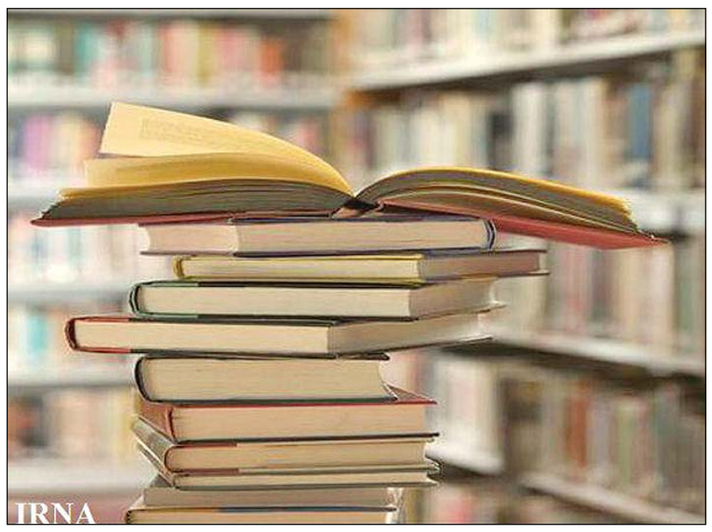
طی سال‌های اخیر، بسیاری از نویسندگان و اهالی کتاب، به فعالیت در صداوسیما نیز پرداخته‌اند. به طور مثال، محمدرضا سرشار (رضا رهگذر) هم نویسنده‌ای پرسابقه در حوزه قصه نویسی است و هم اینکه حضور و فعالیت پررنگی هم در صداوســـیما داشـــته است. به طوری که صدای او برای بســـیاری از ما آشناست. چون سرشـــار، بیش از ۳۰ سال است که «قصه ظهر جمعه» را از رادیو برای مردم میهن اسلامیمان می‌خواند. برخی از بچه‌های نسل‌های اول و دوم انقلاب با شنیدن همین قصه‌ها به خواندن کتاب هم علاقه‌مند شدند. پس معلوم اســـت که صداوسیما، لزوما در تضاد با کتاب و فرهنگ مطالعه قرار ندارد و می‌تواند زمینه را برای ارتباط بهتر مردم با کتاب هم فراهم کند.

محمد میرکیانی نیز از همین طیف نویسنده‌هاست که علاوه بر نگارش ده‌هـــا جلد کتاب در حوزه ادبیات کودکان و نوجوانان، ســـال هاســـت بـــه تولید برنامه و مدیریت گروه‌های مختلف تلویزیونی نیز مشغول است.

وی در گفت‌وگو با گزارشگر روزنامه کیهان درباره اینکه رسانه‌های جدید چطور می‌توانند به افزایش ارتباط نسل جدید جامعه با کتاب کمک کنند، می‌گوید: «یکی از روش‌ها این است که آثار فرهنگی مکتوب و فاخری که شاید در نگاه اول چندان باب طبع کودکان و نوجوانان نباشـــند را به آثـــار تصویری تبدیل کنیـــم. با این کار می‌توانیم موجب آشنایی بیشتر بچه‌ها با این آثار شویم. این کار باعث می‌شود که نوعی کنجکاوی یا علاقه‌مندی به آن آثـــار مکتوب برای بچه‌ها به وجود بیاید. به طور مثال، یکی از کتاب‌هایی که این اتفاق برایش افتاد «قصه ما مثل شـــد» بود. تبدیل کردن این کتاب به مجموعه پویانمایی و نمایش آن از تلویزیون هم باعث شد که در رسانه ملی با اســـتقبال مواجه شود و هم اینکه پس از پخش از سیما، فروش این کتاب بالا رفت. هر چند که باید درباره کیفیت این گونه تولیدات، وسواس داشت و دقت کرد تا با تولید آثار ضعیف، ناخواسته کاری نکنیم تا ظرفیت‌های فرهنگی ما از بین برود.»



محمد میرکیانی نویسنده : یکی از روش‌ها این است آثار فرهنگی مکتوب و فاخری که شاید در نگاه اول چندان باب طبع کودکان و نوجوانان نباشند را به آثار تصویری تبدیل کنیم. با این کار می‌توانیم موجب آشنایی بیشتر بچه‌ها با این آثار شویم. این کار باعث می‌شود که نوعی کنجکاوی یا علاقه مندی به آن آثار مکتوب برای بچه‌ها به وجود بیاید.



میرکیانی همچنین به کتاب «تن تن و ســـندباد» خود که یادداشـــت رهبر انقلاب دربـــاره آن به تازگی رونمایی شـــده هم اشاره می‌کند و می‌افزاید: «برای این کتاب هم برنامه مشـــابهی را در نظر داریم و قرار است که با همکاری یک گروه پویانمایی، یک فیلم سینمایی انیمیشن برای نمایش بر پرده سینماهای کشور از روی این رمان تولید شـــود. همچنین در آینده یک ســـری محصـــولات فرهنگـــی جانبی مثل نوشـــت‌افزار، بازی، عروســـک، پوشاک و... با تصاویر اسطوره‌های شرقی این رمان تولید خواهد شد. با استفاده از این گونه محصولات نیز می‌توان به علاقه مند شدن کودکان و نوجوانان به آثار فاخر و مکتوب ادبیات فارسی کمک کرد.»

هم‌افزایی رسانه‌ها به نفع کتاب

با این اوصاف، تلویزیون می‌تواند یک بســـتر بسیار خوب برای ترویج فرهنگ مطالعه باشد. به ویژه اینکه طی سال‌های اخیر، برنامه‌های متعددی برای نقد، معرفی و همچنین تبلیغ کتاب در رسانه ملی ایجاد شده است.

محمدرضـــا رضاییـــان، برنامـــه ســـاز تلویزیون و تهیه‌کننده برنامه «کتـــاب باز» که با محوریت فرهنگ مطالعه از شبکه نسیم پخش می‌شد، درباره نسبت کتاب و سایر رسانه‌ها به گزارشگر کیهان می‌گوید: «یک نگاه این است که رسانه‌ها در کار هم اختلال ایجاد می‌کنند. براســـاس این نگاه، ســـینما و تلویزیون و شـــبکه‌های اجتماعـــی مخل فرهنگ مطالعه هســـتند. اما یک یک نگاه هم برعکس، معتقد است که این رسانه‌ها می‌توانند هم افزایی داشته باشند و در طول هم قرار بگیرند و هر رســـانه به تقویت رسانه دیگر کمک کند. اگر ما تربیت رسانه‌ای را به این سمت ببریم که مخاطب ما فعال باشد و منفعل نباشد، قطعا در سبد رسانه‌ای اش کتاب را هم قرار می‌دهد. ما نیز در برنامه «کتاب باز» همین نگاه را دنبال می‌کنیم. یعنی از رسانه پرمخاطب و پر از امکانات تلویزیون استفاده می‌کنیم تا به کتاب کمک کنیم.»

وی در نقد برنامه‌های معرفی کتاب صداوسیما، نیز اظهار می‌کند: «برخی از برنامه‌ها به جای جاذبه، دافعه ایجاد می‌کنند. به این دلیل که در آن‌ها با لحنی صحبت می‌شـــود که فرهنگ عمومی اقتضای برقراری ارتباط با آن را در حـــوزه کتاب ندارد. باید توجه کنیم که کتاب، وجه سرگرمی هم دارد. خیلی از آثار ارزشمند و ماندگار رسانه‌های دیگر ازجمله تئاتر و سینما و تلویزیون از کتاب منشأ گرفته‌اند. اگر در تلویزیون در کنار وجوه تخصصی و آســـیب شناسانه کتاب، جنبه سرگرم سازی را هم در نظـــر می‌گرفتیم، مطمئنا الان جایـــگاه کتاب وضعیت بهتری داشت.»

رضاییـــان تصریح می‌کند: «تجربه ما در فصل اول برنامه «کتاب باز» این بود که اگر برنامه ســـرگرم‌کننده بـــا محوریت کتاب ارائه دهیم، مردم هم جذب برنامه‌ای با محتوای کتاب می‌شـــوند و هم نتیجه این جذابیت و تماشای برنامه منجر می‌شود که مخاطب به سمت کتاب سوق پیدا کند.»

وی در ایـــن باره ادامـــه می‌دهد: «گاهی برای نیل بـــه اهدافمان باید کمی صبور باشـــیم. یعنی برای یک برنامه تلویزیونی با محوریـــت کتاب، ابتدا باید مردم را همراه کنیم. همچنین در این گونه برنامه‌ها نباید تلاش کنیم تا کتاب یا ســـلیقه و موضوع خاصی را به مخاطب دیکتـــه کنیم. یک کاری کنیم که اول مردم کتا بخوان شوند، بعد به آن‌ها کتاب خوب معرفی کنیم. همچنین باید به سلایق مختلف توجه کنیم. به طور مثال، برخی از مردم ممکن است به کتاب ورزشی علاقه مند باشند، باید سلایق آن‌ها را هم در برنامه‌هایی با محوریت کتاب، پوشـــش دهیم.» تهیه‌کننده «کتاب باز» همچنین به صداوسیما پیشـــنهاد می‌دهد: «تلویزیون باید در حوزه فرهنـــگ مطالعه به صورت یـــک هولدینگ عمل کند. یعنی برنامه‌های تلویزیونی مختلف، به ویژه برنامه‌هایی کـــه برای مردم جذاب هســـتند و مخاطب بالایی دارند در یـــک طرح جامع، به کتـــاب و کتابخوانی بپردازند و این موضوع با حمایت معاونت سیما، مثل رگ‌هایی که خون را به همه جای بدن می‌رسانند، در همه برنامه‌های تلویزیون نیز جریان داشته باشد. مثلا برنامه «خندوانه» که در مسابقه کتابخوانی خود کتابهایی را معرفی می‌کند، برنامه ۹۰ هم همین کار را بکند و ســـایر برنامه‌هایی که از مخاطب بالایی برخوردارند هم همین طور. اگر چنین طرحی در ســـیما برگزار شود، کتاب بیش از پیش وارد زندگی مردم می‌شود.»

محمدرضا رضاییان، برنامه‌ساز تلویزیون و تهیه‌کننده: برنامه‌های تلویزیونی مختلف، به ویژه برنامه‌هایی که مخاطب بالایی دارند در یک طرح جامع، به کتاب و کتابخوانی بپردازند و این موضوع با حمایت معاونت سیما، مثل رگ‌هایی که خون را به همه جای بدن می‌رسانند، در همه برنامه‌های تلویزیون نیز جریان داشته باشد. مثلا برنامه «خندوانه» در مسابقه کتابخوانی خود کتابهایی را معرفی می‌کند.

همزمـــان با آغاز هفتـــه دفاع مقـــدس مجموعه چندرســـانه‌ای رادیو که با کتاب‌هـــای گویای خود در موضوع دفاع مقدس از هفته‌ها پیش‌تر به پیشواز این ایام رفته اســـت، کتابهای جدید این حوزه را به شنوندگان و علاقه‌مندان به کتاب تقدیم می‌کند.

رادیو در این بخش بـــا بیش از صدها جلد کتاب گویا با موضوع دفاع مقدس، در دو قالب روایی و نمایشی، تلاش می‌کند تا در تبلیغ و تبیین فرهنگ دفاع مقدس رمان‌های مطرح و نوشتارهای متقن در این عرصه را در اختیار مخاطبان و علاقه‌مندان قرار دهد.

کتاب هایی چون :عباس دست طلا، دختر شینا، دا، شُنام، پایی که جا ماند، نیمه پنهان ماه، سوران سرد، نورالدین پســـر ایران، ترکش های ولگرد، لشگر خوبان و.... نمونـــه ای از گنجینه های صوتی کتاب های گویای ایران صداست.

کارشناســـان فرهنگی معتقدند این اقـــدام رادیو می‌تواند در ترویج فرهنگ مطالعه موثر باشد.

چگونه یک کتاب به فروش ۱۰۰ هزار نسخه‌ای رسید؟

امـــا یکی از روش‌هایی که نتیجه مثبتی هم همراه داشته، برگزاری مسابقه کتابخوانی و ساخت تیزر و فیلم کوتاه برای کتاب‌ها بوده است. به طوری که تجربه نشان می‌دهـــد کتاب‌هایی که برای آن‌هـــا چنین برنامه‌هایی ترتیب داده شد، به فروش بسیار بالایی رسیدند.

احمـــد ذوعلم، رئیس‌مرکز شـــیرازه که یک مرکز تخصصی برای ترویج و تبلیغ کتاب و کتابخوانی اســـت، در این باره به گزارشـــگر کیهان می‌گوید: «شکل گیری ایـــن مرکز به این ترتیب بود که ما می‌دیدیم هم کتاب یک عنصر مظلوم است و هم کتاب‌های بسیار خوبی داریم که کمتر درباره آن‌ها حرف زده می‌شـــود و بیشتر مردم از آن‌ها بی‌خبر هستند. کلا در زمینه ترویج کتابخوانی خیلی کم کار کرده‌ایم. دلیلش این بوده که ناشران فقط به نشـــر کتابشان توجه می‌کنند. کمتر ناشری است که به تبلیغ و معرفی درست کتاب هایش توجه کند. تا الان هم متأســـفانه متولیان رسانه‌ای کمتر در این زمینه کار کرده‌اند. گاهی در رسانه‌های مکتوب به معرفی کتاب‌ها می‌پردازند، اما در تلویزیون کمتر این کار صورت گرفته است. به همین دلیل حرکتی را برای معرفی و تبلیغ این کتاب‌ها آغاز کردیم و کارهایی مثل برگزاری مسابقه کتاب و زندگی و کمک به برنامه سازهای تلویزیونی برای تولید تیزرهای کتابی را انجام دادیم.»

وی می‌افزایـــد: «تجربه ما می‌گوید، اگر درباره هر کتاب خوبی، ولو به طور اندک هم در رســـانه‌ها صحبت شود، مردم به آن کتاب اقبال می‌کنند. مثلا آخرین کتابی که درباره آن کار کردیم، کتاب «رویای نیمه شب» است. ما در طرح «کتـــاب و زندگی» روی این کتاب متمرکز شدیم، از ظرفیت‌های مختلف جبهه فرهنگی انقلاب برای توزیع این کتاب بهره گرفتیم و یک تیزر هم برای آن تولید کردیم که در تلویزیون به نمایش درآمد. نتیجه اش این شد که این کتاب تا حدود ۱۰۰ هزار نسخه فروخته شد. یعنی در شرایطی که کتاب‌ها در حالت عادی نهایتا دو سه هزار نسخه به فروش می‌رسند، در این طرح، فروش یک کتاب به ۱۰۰ هزار نسخه می‌رسد.»

رسانه‌ها و ترویج سبک زندگی با محوریت کتاب

نســـل جدید ابزارهای ارتباط جمعی و رسانه‌های جدید، علاوه بر اینکـــه راهزن اوقات و انرژی لازم برای کتابخوانـــی هســـتند، به طور معمول، نوعی از ســـبک زندگـــی را ترویج می‌دهند که فرهنـــگ مطالعه در آن جایگاهی ندارد.

سمیرا اصلان پور، نویسنده و منتقد ادبی در گفت‌وگو با گزارشگر کیهان، در این باره می‌گوید:«متأسفانه برخی از برنامه‌ها و سریال‌های صداوسیما به خاطر جلب توجه مردم به بازیگران و فوتبالیست‌ها، سطح فرهنگ جامعه را پایین می‌آورند و باعث می‌شوند که مردم و مخصوصا نسل جوان بیشتر دنبال مسائل مبتذل بروند.»

وی همچنین درباره تأثیر شبکه‌های اجتماعی نیز معتقد است: «ظهور شبکه‌های اجتماعی هم مزید بر علت شده است. به طوری که در این چند سال که شبکه‌های اجتماعی گســـترش یافته‌اند، مردم بیشتر به سمت این رفته‌اند که دربـــاره اینکه فلان بازیگر چه کاری کرده و چه لباسی پوشیده و فلان فوتبالیست چه کرده و... خود را سرگرم کنند.»

اما محمدرضا رضاییان معتقد است که می‌توان از همین فضا هم برای ارتقای فرهنگ مطالعه استفاده کرد.

تهیه‌کننده برنامه «کتاب باز» در این باره می‌گوید: «همه جای دنیا از آرتیست‌ها و چهره‌های محبوب مردم در فرهنگســـازی استفاده می‌شـــود. به طور مثال، برای جریـــان دادن یک مد خاص از همین افراد چه در حوزه موسیقی و کنسرت‌ها گرفته چه سوپراستارهای سینما بهره می‌برند. اما مسئله این است که رسانه‌های ما از این موقعیت به نحو احســـن استفاده نمی‌کنند. یعنی اغلب اوقات می‌بینیم که نشـــریات، خبرگزاری‌ها و سایت‌ها روی این متمرکز می‌شـــوند که بازیگران در جشن‌ها و جشنواره‌ها با چه نوع لباسی حضور می‌یابند. اما رسانه‌ها می‌توانند به جای این کار روی مطالعه یک کتاب توسط همین بازیگران متمرکز شوند. اما متأسفانه رسانه‌های ما کمتر سراغ چنین موضوعاتی می‌روند. این درحالی است که می‌بینیم هنرمندان و چهره‌های مشهور در جامعه، در صفحات مجازی خود به طور دائم به معرفی جدیدترین کتاب‌هایی که خوانده‌اند هم می‌پردازند.»

آگهی تغییرات شرکت منحله ایجاد محیط بین‌الملل سهامی خاص به شماره ثبت ۱۴۴۰۰۴ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۸۶۹۶۴۰

به استناد صورتجلســـه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۳۹۵/۲/۱۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:

شـــرکت ایجاد محیط (با شناســـه ملی ۱۰۱۰۱۳۱۸۸۷۲ با نمایندگی جنـــاب آقای حمیدرضـــا قهرمانی با کد ملی ۰۳۸۴۳۸۲۸۱۹ به مدت شـــش ماه به سمت مدیر تصفیه انتخاب گردید.

با ثبت این مســـتند تصمیمات تمدیـــد مدت تصدی مدیر/ مدیران هیئـــت تصفیه، تصویب ترازنامه و صورت‌های مالی تصفیه انتخاب شده توســـط 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

آگهی تغییرات شرکت نابل شرکت سهامی‌خاص به شماره ثبت ۹۰۲۰۰ و شناسه‌ملی ۱۰۱۰۱۳۴۵۷۲۳

به استناد صورتجلسه هیئت‌مدیره مورخ ۱۳۹۵/۳/۱۲ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:

آقای ایمان طالبیان به شـــماره ملی ۰۰۴۴۴۴۴۲۰۴۱ به سمت رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل.

آقای محمدسعید شریعت جعفری به شماره‌ملی ۱۸۱۶۹۶۳۵۶۹ به سمت نایب رئیس هیئت‌مدیره تعیین گردیدند.

کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور شرکت از قبیل چک، سفته، بروات، قراردادها و عقود اســـلامی با امضـــاء منفرد مدیرعامل یا نایب رئیس هیئت‌مدیره همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد.

با ثبت این مســـتند تصمیمات تعیین ســـمت مدیـــران، تعیین دارندگان حق امضاء انتخاب شـــده توســـط متقاضی در ســـوابق 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 عمران و مسکن سازه پایدار تاسیسات نگین قرن سهامی خاص به شماره ثبت ۴۲۴۹۷۳ و شناسه ملی ۱۰۳۲۰۷۶۷۳۷۴

به اســـتناد صورتجلسه مجمع عمومـــی عـــادی بـــه طـــور فوق‌العاده مورخ ۱۳۹۴/۱۱/۱۰ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:

روزنامه کثیرالانتشـــار کیهان جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شـــد. ترازنامه و حساب ســـود و زیان سال مالی ۹۳ به تصویب رسید.

موســـسه حسابرســـی هدف همـــکاران بـــه شناســـه ملی ۱۰۳۲۰۵۳۷۵۲۰ به ســـمت بازرس اصلی و مهرداد صمیمی به کد ملی ۰۰۶۳۱۳۵۲۱۳ به سمت بازرس علی‌البدل برای مدت یک ســـال مالی انتخاب گردیدند.

شرکت گروه عمران و مسکن سازه پایدار قرن به شناسه ملی ۱۰۱۰۱۲۸۵۴۵۷ با نمایندگی ناصر یزدآبادی ورنوسفادرانی به شماره ملی ۰۰۵۰۸۷۴۹۹۳ شرکت عمران و مسکن سازه پایـــدار صبـــادژ ایرانیـــان به شناسه ملی۱۰۳۲۰۴۱۰۴۰۱ با نمایندگی رضا پور حســـن هاوســـتین بـــه شـــماره ملی ۰۴۹۲۴۵۷۲۲۰ شـــرکت ماشـــین‌آلات همیـــار نیـــرو گســـتر یگانـــه بـــه شناســـه ملـــی ۱۰۳۲۰۳۲۸۱۹۶ بـــا نمایندگی احمد ابراهیم‌آبادی به شماره ملی ۰۰۴۹۸۸۶۲۲۳ به سمت اعضای هیئت مدیره بـــرای مدت ۲ ســـال انتخاب گردیدند.

با ثبت این مستند تصمیمات انتخاب روزنامه کثیرالانتشار، انتخـــاب مدیـــران، انتخـــاب بـــازرس، تصویـــب ترازنامه و صورت‌هـــای مالـــی انتخـــاب شـــده توســـط متقاضـــی در ســـوابق الکترونیک شخصیت حقوقی مرقوم ثبت و در پایگاه آگهی‌های ســـازمان ثبت قابل دسترس می‌باشد.

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

آگهی تغییرات شرکت تعاونی تولیدی توزیعی تکوا به شماره ثبت ۱۲۸۱۴۸ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۷۱۵۳۳۰

به اســـتناد صورتجلسه هیئت تصفیه مورخ ۱۳۹۴/۱۲/۲۲ و مجوز شماره ۱۲۲۳۱ مورخ ۹۵/۱/۲۸ وزارت تعاون، کار و رفاه تصمیمات ذیل اتخاذ شد:

سمت اعضا هیئت تصفیه بشرح ذیل تعیین گردید:

غلامرضا عبدالهی دارای کدملی ۰۰۵۶۸۴۳۱۸ به ســـمت رئیس هیئت تصفیه

محمدباقر خداشـــناس دارای کد ملی ۶۵۱۹۵۷۱۹۰۳ به ســـمت مدیر هیئت تصفیه

داریوش شـــیخی دارای کد ملی ۲۵۵۹۵۴۶۲۲۱ به ســـمت نایب رئیس هیئت تصفیه

کلیه اســـناد و اوراق بهادار و تعهدآور تعاونی با امضای ثابت مدیر تصفیه به اتفاق یکی از اعضاء ممهور به مهر شـــرکت تعاونی اعتبار دارد و اوراق عادی و نامه‌ها با امضای مدیر تصفیه یا رئیس هیئت تصفیه همراه با مهر تعاونی معتبر است.

با ثبت این مســـتند تصمیمات تعیین دارندگان حق امضاء تعیین سمت مدیر / مدیران / هیئت تصفیه انتخاب شده توسط متقاضی در ســـوابق 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 کشت و صنعت رضوان امداد گلستان سهامی خاص به شماره ثبت ۳۵۷۹ و شناسه ملی ۱۰۷۰۰۱۱۶۰۶۵

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۱۳۹۴/۱۲/۰۵ تصمیمات ذیل اتخاذ شد:

- شرکت مذکور در تاریخ فوق منحل اعلام گردید.

- آقای بهمن هدایت‌پور به عنوان مدیر تصفیه شـــرکت به مدت ۲ سال انتخاب و با عنایت به مفاد ماده ۲۱۱ اصلاحیه قانون تجارت کلیـــه اموال، دفاتر و اوراق و اســـناد مربوط به شـــرکت را تحویل گرفته.

- مؤسسه حسابرسی مفید راهبر به شناسه ملی ۱۰۸۶۱۸۳۶۵۳۱ به عنوان ناظر تصفیه انتخاب گردید.

- روزنامـــه کیهـــان به عنـــوان روزنامه کثیرالانتشـــار جهت درج آگهی‌های شرکت انتخاب گردید.

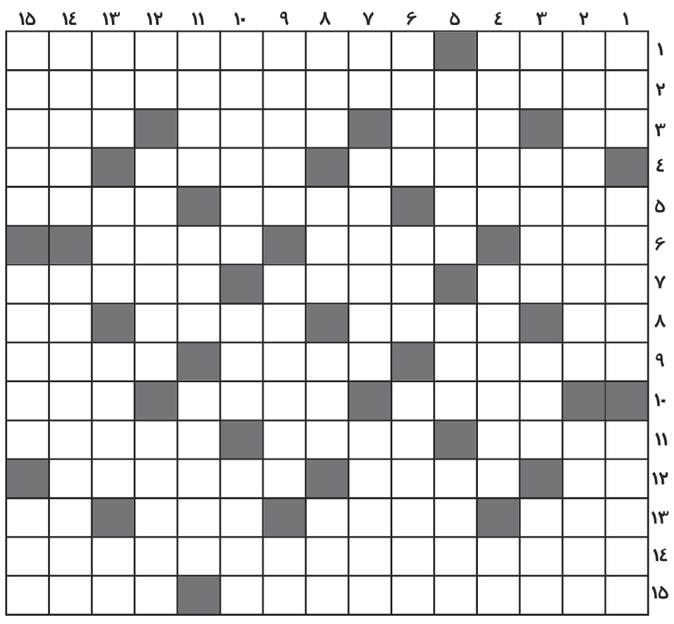
- محـــل تصفیه، واقـــع در مازندران، شهرســـتان تنکابن، خیابان جمهـــوری، جنب پارک مادر کد پســـتی ۴۶۸۱۷۴۹۱۴۷ انتخاب گردید.

با ثبت این مستند تصمیمات انحلال انتخاب شده توسط متقاضی در ســـوابق الکترونیک شـــخصیت حقوقی مرقوم ثبت و در پایگاه آگهی‌های سازمان ثبت قابل دسترس می‌باشد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گلستان
مرجع ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری گنبدکاووس

جدول شماره ۱۰۶۶۷

بدون نقطه کور

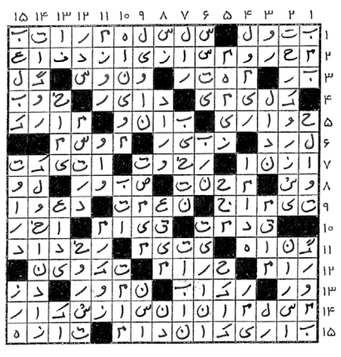


افقی:

۱- انیس- اتحادیه‌ای در قاره سبز که در معرض فروپاشـــی قرار گرفته است ۲- این بی‌توجهی بـــه بخش تولید ضربه شـــدیدی به اقتصاد ما زده اســـت ۳- بن زادن- مشـــتزن معروف- شفادهنده- واحد شمارش دام‌ها ۴- ایفاگر نقش مختار- آکنده- نتی در موسیقی ۵- شریک آلام دیگران- تالار- شهری در استان زنجان ۶- راه و روش- از آحاد سنجش زمان- خیاط ۷- سبزی پرخاصیت- فرومایه- به هم رسیدن ۸- گروه خونی اکثر ایرانیان- ابزاری متنوع- طغیانگر- رودی در روســـیه ۹- توجه به احوال و حقوق دیگران- سخنوری- کلک و خیانت در تهران ۱۰- پاک- نوشته ماشـــینی- پوشش و پرده ۱۱- پایه و اساس- ظرف ده پاکت سیگار- خالق مجموعه «الغدیر» ۱۲- از حروف اضافه- عدم تعهد بـــرات- پایان یافتن ۱۳- ملکوت- گرده و جرگه- چوب مجازات- پیشـــوند سال و روز ۱۴- از تعهدات شبکه بانکی ما به بیگانگان که این روزها پرســـروصدا شده است ۱۵- دوران گذشته دور- آزادگی.

عمودی:

۱- کلام شیرین- هم‌ردیف و آشنا در اداره یا شرکت- ژرف‌نگر ۲- طرفداران تضعیف بنیه نظامی ما می‌خواهند این حق قانونی ما را سلب کنند- خنیاگر دوران ساسانیان ۳- پهلوان- صـــف و رج- وصف مکان بی‌خطر- چای عرب ۴- خودبزرگ‌بین- مانعی در برابر نور خورشـــید- پایتخت سزار ۵- قربانی کودتای آمریکایی در شیلی- نیاز روزهای بارانی- دانه‌ای که کوشه نیز نامیده می‌شود ۶- ضدکلی- نیستی و نابودی- از دشمنان حضرت محمد(ص) ۷- صـــد مترمربع- لحظه شروع مسابقه- ســـوره‌ای در کلام‌الله مجید ۸- فرو بردن سوخت و هوا قبل از احتراق در موتورهـــا- از مواد اولیه سیمان- خوردنی ناخوشایند- مکمل هـــوی ۹- جمع کلمـــه عامل- وصف بارش شـــدید- ستون بدن ۱۰- با قصد و نیت معین- عنوان درس‌نخوانده‌ها در صدر اسلام- خدمتگزار ۱۱- ریشه‌دار- چمنزار- مترادف پیـــر ۱۲- رودی در فرانســـه- نرم‌کننده پوست- تراونده ۱۳- پسوند شباهت- خانه شعرا- قاره خودمان- پهلـــو ۱۴- ظرفی برای آش و ســـوپ- اقتدار نشان دادن ۱۵- فقر و بیچارگی- قصیده‌ســـرای خراسان قدیم- مرده و جسد.



کیهان ورزشی
قدیمی ترین مجله ورزشی ایران
منبع هر هفته سراسر کشور

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 (سیبا)** 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 ۱۱۳۶۵/۳۶۳۱** با پست سفارشی نسبت به برقراری اشتراک خود اقدام نمایند.

نشریات	دوره انتشار	پست عادی			پست سفارشی		
		یکسال	شش ماه	سه ماه	یکسال	شش ماه	سه ماه
کیهان فارسی	روزانه	۱/۷۲۵/۰۰۰	۸۶۲/۵۰۰	۴۳۱/۲۵۰	۲/۴۶۰/۰۰۰	۱/۲۳۰/۰۰۰	۶۱۵/۰۰۰
کیهان انگلیسی	روزانه	۳/۲۲۵/۰۰۰	۱/۶۱۲/۵۰۰	۸۰۶/۲۵۰	۳/۹۶۰/۰۰۰	۱/۹۸۰/۰۰۰	۹۹۰/۰۰۰
کیهان عربی	روزانه	۳/۲۲۵/۰۰۰	۱/۶۱۲/۵۰۰	۸۰۶/۲۵۰	۳/۹۶۰/۰۰۰	۱/۹۸۰/۰۰۰	۹۹۰/۰۰۰
کیهان ورزشی	هفتگی	۱/۱۵۰/۰۰۰	۵۷۵/۰۰۰	۲۸۷/۵۰۰	۱/۶۳۵/۰۰۰	۸۱۷/۵۰۰	۴۰۸/۷۵۰
مجله زن روز	هفتگی	۹۰۰/۰۰۰	۴۵۰/۰۰۰	۲۲۵/۰۰۰	۱/۳۸۵/۰۰۰	۶۹۲/۵۰۰	۳۴۶/۲۵۰
کیهان بچه‌ها	دوهفته‌نامه	۶۵۰/۰۰۰	۳۲۵/۰۰۰	۱۶۲/۵۰۰	۱/۱۳۵/۰۰۰	۵۶۷/۵۰۰	۲۸۳/۷۵۰
کیهان فرهنگی	دوماهانه	۱۹۸/۰۰۰	---	---	۲۵۶/۲۰۰	---	---

۱-کپی فیش بانکی و قبض سفارشی را تا پایان مدت اشتراک حتما نزد خود نگهداری نمائید.
۲-در صورت تغییر قیمت نشریات و یا هزینه پستی، معادل مبلغ پرداخت شده، نشریه مورد تقاضا ارسال می‌گردد.
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.
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: ..... ریال شماره فیش بانکی: ..... تلفن: ..... تلفن همراه: .....
آدرس: .....
..... کدپستی: .....
پست الکترونیکی : .....
امضاء

واحد آبونمان
روابط بین‌الملل موسسه کیهان

تلفن: ۰۲۱۳۳۹۱۳۲۳۸ نمابر: ۰۲۱۳۵۲۰۲۴۳۸ پست الکترونیکی: int-affairs@ kayhannews.ir سامانه پیام کوتاه: ۳۰۰۰۱۲۲۰۱۲۱۲۸۴