



تاکنون بیش از سه قسمت آن تصویربرداری شده و مراحل تولید دو قسمت دیگر همچنان ادامه دارد. الله‌دادیان در پایان با اشاره به عوامل تولید این مجموعه گفت: پژوهش این مستند را خودم و دکتر نسرین امینیان برعهده داشتیم، مجری طرح دکتر نسرین امینیان است، تصویربرداری توسط امیرحسین رحمانی انجام شده و تدوین آن را رفهاد محروق و حمید فنائی انجام داده‌اند.

در این قسمت دکتر سیدحسین شهرستانی به‌عنوان پژوهشگر شاهنامه با چهره‌هایی همچون یوسفعلی میرشکاک، حسام‌الدین سراج، حسن روح‌الامین و دیگر هنرمندان دیدار و گفت‌وگو کرده و روایت‌هایی از حماسه‌های ایرانی در آن دوره بیان شد. وی با اشاره به روند تولید مجموعه گفت: بوی فردوس در پنج قسمت ۲۴ دقیقه‌ای برای گروه تولید شبکه مستند سیما ساخته می‌شود که

اقتباسی و پژوهش شاهنامه‌رفته‌ایم؛ ازجمله استاد محمدرضا پورفرزانه، نقاش قهوه‌خانه‌ای در استان گیلان، استاد حسین صالحی، هنرمند خوشنویس در شهر مشهد و استاد جلیل جوکار، هنرمند نگارگر در شهر اصفهان. وی افزود: در بخشی از این مجموعه، روایتی از تطبیق برخی فصول شاهنامه فردوسی با مقاطعی از تاریخ معاصر ایران در دوران جنگ رمضان ارائه می‌شود.

زیونی، اصول اجرا و برنامه‌سازی در شرایط جنگ را بررسی کرد

قالب‌ریز یون



برخورد را باشد. تهیه‌کننده مثبت سلامت با تأکید بر ضرورت توجه به ذائقه مخاطبان تصریح کرد: برنامه‌ها باید با شرایط ویژه جنگ هماهنگ باشند. در چنین موقعیتی‌هایی آموزش باید در اولویت قرار گیرد و پس از آن سرگرمی مطرح است. زیرا آموزش کارکرد مؤثرتری دارد اما نباید از نقش سرگرمی غافل شد. رسانه باید برای کسانی که به دلیل شرایط جنگی بیشتر در خانه هستند برنامه‌هایی

را حفظ کنند و در مواجهه با اتفاقات ای جدید و متناسب با شرایط جنگی خباب شود؛ فردی که بتواند در فشار از چهره‌ای آشنا و مورد اعتماد مردم

تولید کند که هم آموزنده باشد و هم جذاب و قابل دنبال کردن.

وی با اشاره به اهمیت فضای بصری برنامه افزود: اگر استودیو حس آرامش و زندگی را منتقل کند، تأثیر مثبت‌تری بر بیننده خواهد داشت. در مقابل، استفاده از تصاویر بیش از حد جنگی یا ترسناک در بخش‌هایی مانند وال (پس‌زمینه تصویری) می‌تواند موجب افزایش اضطراب مخاطب شود. توجه به این جزئیات می‌تواند تجربه مخاطب را بهبود دهد و نقش مهمی در حفظ آرامش جامعه در شرایط جنگی ایفا کند.

اجرای تلویزیونی در شرایط جنگی

اسماعیل باستانی، مجری تلویزیون درباره نحوه مواجهه مجریان با شرایط جنگی در قلاب رسانه گفت: شاید بهتر باشد پیش از هر چیز این پرسش را از خود مخاطبان پرسیم انتظار دارند فردی که در قلاب تلویزیون مقابل آنها قرار می‌گیرد، چه واکنشی داشته باشد. به گفته او، حضور یک مجری در لحظات خاص و بحرانی می‌تواند احساسات متفاوتی در مخاطبان ایجاد کند و برداشت‌های مختلفی از آن شکل بگیرد. باستانی با اشاره به یکی از تصاویر پربارتاب رسانه‌ای ادامه داد: در جریان جنگ ۱۲ روزه تصویری از خانم سحر امامی در شبکه خبر منتشر شد که برای بسیاری از مخاطبان حس مثبتی ایجاد کرد. او توضیح داد آن صحنه برای بیننده این معنا را داشت که فردی که در قلاب تلویزیون حضور دارد، حتی در لحظه‌ای که شاید انتظار نرود در آن موقعیت باقی بماند، همچنان ایستاده و در کنار مخاطب قرار گرفته است. چنین حضوری می‌تواند نوعی همراهی و همدلی را به مخاطب منتقل کند و این پیام را بدهد که رسانه نیز در کنار مردم ایستاده است.

این مجری تلویزیون درباره شیوه بیان و رفتار مجریان در شرایط بحران گفت: به نظر من هیچ وقت نباید از عباراتی مانند «نگران نباشید، همه چیز خوب می‌شود» استفاده کرد. او این رویکرد را یکی از عادت‌های نادرست در اجرای رسانه‌ای دانست و عنوان کرد: متأسفانه گاهی تلاش می‌کنیم همه چیز را بیش از حد عادی نشان دهیم، در حالی که واقعیت این است که مجری هم مانند دیگران با ترس، اضطراب و نگرانی روبه‌روست و نباید برای عادی جلوه دادن اوضاع فیلم بازی کند. وی با بیان این‌که صداقت در اجرا مهم‌ترین عامل ارتباط با مخاطب است، اضافه کرد: بهترین حالت این است که مجری خودش باشد و آنچه را واقعاً احساس می‌کند صادقانه با مخاطب در میان بگذارد.

باستانی تأکید کرد: در کنار بیان واقعیت‌ها، باید به اتفاقات مثبت و حال خوب‌کن نیز اشاره کرد تا ترکیب این دو در ذهن مخاطب به یک جریان رو به بهبود تبدیل شود. او افزود: اگر رسانه طوری صحبت کند که انگار همه چیز گل و بلبل است، مخاطب خیلی زود متوجه این فاصله با واقعیت خواهد شد. وی در ادامه با اشاره به تجربه‌ای از یک برنامه تلویزیونی گفت: در ویژه برنامه تحویل سال شبکه سلامت با عنوان «حول حائنا» میزبان یک روان‌شناس بودیم که درباره فعالیت‌های جهادی خود در روزهای جنگ صحبت می‌کرد. با وجود سال تحصیل در حوزه روان‌شناسی، این فرد نیز مانند بسیاری از مردم دچار نگرانی شده و حتی خانواده‌اش را از تهران خارج کرده بود. همین مسأله نشان می‌دهد تجربه زیسته انسان‌ها گاهی فراتر از دانش نظری عمل می‌کند.

این مجری تلویزیون تجربه‌های شخصی مردم را یکی از منابع مهم برای آramش بخشی به جامعه دانست و عنوان کرد: گاهی یک فرد عادی، یک نانو یا یک شهروند معمولی با بیان تجربه خود می‌تواند بیش از یک متخصص به مردم کمک کند. به گفته او، در برنامه‌های رسانه‌ای باید علاوه بر نظر کارشناسان، به روایت‌های واقعی مردم نیز توجه شود. باستانی با تأکید بر نقش صداقت

در ارتباط با مخاطب افزود: اگر مجری بدون اغراق صحبت کند، شعار ندهد، همچنان کاذب ایجاد نکند و تا حد ممکن به واقعیت جامعه نزدیک باشد، می‌تواند حس اعتماد را به مخاطب منتقل کند. زمانی که مخاطب چنین حسی دریافت کند، ارتباط عمیق‌تری با رسانه برقرار خواهد کرد.

راهبرد رسانه در جنگ

علیرضا ملوندی، سردبیر برنامه گفت‌وگو محور «زمانه» درباره الزامات برنامه‌سازی تلویزیونی در شرایط جنگی گفت: در برنامه‌سازی رسانه‌ای باید به مجموعه‌ای از نیازهای جامعه توجه کرد و نمی‌توان تنها بر یک موضوع متمرکز شد. در چنین شرایطی هم مدیریت ترس در خانواده اهمیت دارد، هم طراحی بازی‌های کم‌استرس برای کودکان و هم آموزش شیوه‌های همدلی با اطرافیان. وی تأکید کرد که این سه موضوع نه تنها با یکدیگر تناقضی ندارند بلکه در کنار هم می‌توانند یک بسته کامل از رویکرد‌های رسانه‌ای را شکل دهند و به همین



دلیل ضرورتی ندارد که رسانه تنها یکی از آنها را انتخاب کند. ملوندی با اشاره به گستردگی نیازهای محتوایی در رسانه گفت فضای رسانه. به ویژه تلویزیون. همواره به موضوعات متنوع نیاز دارد و حتی با پرداختن به طیف گسترده‌ای از سوژه‌ها نیز همچنان ظرفیت طرح موضوعات تازه وجود دارد. از همین روست که در شرایط جنگی نیز باید به مسائل مختلف مخاطبان بپردازد.

او درباره ترویج بازی‌های کم‌استرس برای کودکان در تلویزیون افزود: تجربه گسترده‌ای در این زمینه وجود ندارد اما توجه به کاهش اضطراب کودکان و ارائه کارهای ماندبازی‌های آرام بخش اهمیت زیادی دارد. سردبیر برنامه زمانه با بیان این‌که رسانه باید در عین ایجاد آرامش برای مردم آنها را از واقعیت‌ها نیز آگاه نگه دارد، اضافه کرد: آرامش بخشی نباید به معنای بی‌خبری یا غفلت از شرایط واقعی باشد. مردم باید بدانند که در چه شرایطی قرار دارند و در عین حال بتوانند زندگی روزمره خود را ادامه دهند. وی همچنین به تفاوت ساختاری میان برنامه‌های خبری و برنامه‌های گفت‌وگو محور اشاره کرد و گفت: برنامه‌های خبری ذاتاً رسمی‌تر هستند و انتقال خبر در آنها معمولاً به شکلی مستقیم و گاه خشک انجام می‌شود، با این حال حتی در همین قالب‌ها نیز می‌توان از شیوه‌های نرم‌تر برای بیان خبر استفاده کرد.

ملوندی استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی و ادبی را در این زمینه مؤثر دانست و عنوان کرد: در فرهنگ ما که ریشه‌ای عمیق در ادبیات و معارف دارد، ابزارهای فراوانی برای نرم‌تر کردن لحن بیان وجود دارد. بهره‌گیری از شعر، احادیث، روایت‌ها و داستان‌ها می‌تواند به رسانه کمک کند تا گزارش‌ها و خبرهای دشوار را با ظرافت بیشتری به مخاطب منتقل کند.

سردبیر برنامه زمانه در ادامه درباره نمایش خشونت در برنامه‌های رسانه‌ای گفت: برنامه‌ای که با هدف ایجاد آرامش در شرایط جنگی ساخته می‌شود، نباید حاوی خشونت عریان باشد. زیرا در این صورت با هدف اصلی خود در تضاد قرار می‌گیرد. نمایش مستقیم خشونت حتی اگر با هدف نشان دادن مظلومیت مردم انجام شود، ممکن است به روحیه مخاطبان آسیب بزند. وی با اشاره به وظیفه رسانه در حفظ تعادل میان اطلاع‌رسانی و آرامش بخشی گفت: میان نشان دادن جنایات دشمن و حفظ روحیه جامعه مرزی بسیار باریک وجود دارد. رسانه باید با دقت این مرز را مدیریت کند تا مردم هم از واقعیت‌ها آگاه باشند و هم دچار ترس و اضطراب نشوند. به گفته او، تنوع قالب‌های برنامه‌سازی نیز در این مسیر اهمیت دارد. زیرا هیچ قالبی به تنهایی پاسخگوی همه نیازهای مخاطبان نیست و رسانه می‌تواند با بهره‌گیری از قالب‌های متنوع ارتباط مؤثرتری با جامعه برقرار کند.

آگهی مزایا—ده فروش املاک (تجدید)

موسسه بنیاد علوی در نظر دارد

املاک خود را در استان‌های تهران، گیلان، جزیره کیش و کرمان با شرایط ذیل از طریق مزایده عمومی به صورت نقدی واگذار نماید.



لذا، متقاضیان محترم می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر

و دریافت اسناد مزایده و هماهنگی بازدید از تاریخ انتشار آگهی لغایت ۱۴۰۵/۰۲/۲۲ با شماره ۸۳۳۵۲۵۸۸-۰۲۱ (آقای صادقی) تماس حاصل فرمایند.

مهلت دریافت و تحویل اسناد مزایده: از تاریخ درج آگهی ۱۴۰۵/۰۲/۲۲ لغایت ۱۴۰۵/۰۲/۲۲

محل دریافت و تحویل اسناد مزایده: دبیرخانه کمیسیون معاملات بنیاد علوی واقع در خیابان کریمخان زند بعد از تقاطع حافظ به سمت میدان ولیعصر(عج)، خیابان شهید پرویز گلابی، ساختمان شماره ۱۲، طبقه پنجم مراجعه نمایند.

این موسسه در رد با قبول پیشنهادات واصله به هر شکل مجاز می‌باشد.

مبلغ سپرده شرکت در مزایده: ۵ درصد قیمت کارشناسی (پایه)

ردیف	مورد مزایده	استان	متر از	قیمت کارشناسی (پایه) ریال	توضیحات
۱	آپارتمان مسکونی	تهران - اندیشه	۸۱/۴۲	۳۱,۵۶۱,۴۸۵,۹۶۰	سند تک برگ
۲	آپارتمان مسکونی	تهران - اندیشه	۸۰/۸۷	۳۱,۳۴۸,۲۸۵,۰۶۰	سند تک برگ
۳	آپارتمان مسکونی	تهران - اندیشه	۸۱/۵۹	۳۱,۳۱۴,۲۴۲,۰۰۰	سند تک برگ
۴	آپارتمان مسکونی	تهران - اندیشه	۸۱/۵۱	۳۱,۲۸۳,۵۳۸,۰۰۰	سند تک برگ
۵	آپارتمان مسکونی	تهران - اندیشه	۸۰/۹۳	۳۱,۰۶۰,۹۳۴,۰۰۰	سند تک برگ
۶	آپارتمان مسکونی	تهران - اندیشه	۸۰/۴۷	۳۰,۸۸۴,۳۸۶,۰۰۰	سند تک برگ
۷	آپارتمان مسکونی	تهران - اندیشه	۸۱/۵۹	۳۲,۶۳۶,۰۰۰,۰۰۰	سند تک برگ
۸	آپارتمان مسکونی	تهران - اندیشه	۸۱/۵۱	۳۲,۶۰۴,۰۰۰,۰۰۰	سند تک برگ
۹	آپارتمان مسکونی	تهران - اندیشه	۸۰/۹۳	۳۲,۳۷۲,۰۰۰,۰۰۰	سند تک برگ
۱۰	آپارتمان مسکونی	تهران - اندیشه	۸۰/۴۷	۳۲,۱۸۸,۰۰۰,۰۰۰	سند تک برگ
۱۱	غرفه تجاری	هرمزگان - جزیره کیش	۳۷/۲۵	۲۶۳,۸۱۹,۶۰۰,۰۰۰	سند دفتر چهای
۱۲	زمین کشاورزی	گیلان - رضوانشهر	۷۶۳۵۴/۵	۱,۵۰۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	سند تک برگ
۱۳	باغ خرما	کرمان - قلعه گنج	۷۶۰۳۴	۲۱۰,۶۲۰,۸۰۰,۰۰۰	سند تک برگ

تا با پشت صحنه پیشرفت‌های علمی آشنا شود و یازمند تلاش مستمر است.

در حوزه ارتباطات علمی اشاره کرد و گفت: همواره مردم وجود داشته است. بسیاری از دستاوردهای رای عموم قابل درک نیستند. دماوند تلاش می‌کند داده و قابل فهم برای همه ارائه کند.

زیانی استفاده کنیم که در عین سادگی، دقت علمی ست، زیرا اگرچه هدف ما عمومی سازی علم است،

ده گفت: تولید چنین آثاری، بخشی از یک مسیر ل توسعه تولیدات ترکیبی و چندرسانه‌ای هستیم رار کنیم. دماوند نیز یکی از گام‌های مهم در این اهمیم کرد موضوعات متنوع‌تری را پوشش دهیم و از بن به دنبال ارتقای کیفیت بصری و محتوایی برنامه همیم.

ننین برنامه‌هایی اشاره کرد و گفت: شناخت دقیق لید محتواست. ما تلاش کرده‌ایم با بررسی نیازها و م که هم جذاب باشد و هم بتواند آگاهی عمومی را یواند با طیف گسترده‌تری از مخاطبان ارتباط برقرار های نوین در ارتقای کیفیت این ویدئوکست تأکید رزه تولید و تدوین، به ما این امکان را داده تا روایت‌ها دید، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین یکی از الزامات روز است.

اهداف ما، ایجاد انگیزه در میان جوانان علاقه‌مند جوان با جوان ببیند که افراد هموطن او توانسته‌اند وضوع می‌تواند انگیزه‌ای قوی برای حرکت در این موفق گفت: امروز بیش از هر زمان دیگری نیازمند رادی که با تلاش و پشتکار به موفقیت رسیده‌اند، نسل جوان داشته باشد. دماوند نیز با همین نگاه راین مسیر ایفا کند.

انه‌ها اگر بتوانند روایت درستی از پیشرفت ارائه یزارهای توسعه فرهنگی و اجتماعی تبدیل شوند. ید برنامه‌هایی مانند دماوند، گامی مؤثر در این

آنلاین بخوانید، آنلاین دیده‌شوید
جام جم آنلاین

جدیدترین اخبار ایران و جهان در جام جم آنلاین
ورزشی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و حوادث

instagram.com/jamejam.news
https://rubika.ir/JamejamDaily
https://t.me/JamejamDaily
http://twitter.com/jamejamCPI



jamejamdaily.ir jamejamonline.ir



daneshpayam.agahi@gmail.com