



یکی از محصولات لبنی که توانسته برای میلیون‌ها نفر دلبری کند، پنیر است؛ محصولی که از شیر تازه گرفته می‌شود و سال‌هاست در بیشتر وعده‌های غذایی مصرفش متداول شده و فقط محدود به صبحانه نیست.

اما حالا در سالن‌های تولیدی پرزیز، دامداری با شیوه‌ای منحصر به فرد توانسته پنیری تولید کند که توجه بسیاری را نه در پرزیز که در جهان به خود جلب کرده است.

این پنیر از ترکیب شیر تازه با مورچه‌های بومی درست شده و مزایای خاص به خود رفته است. کامیلا المیدا، بنیانگذار مزرعه «استاسیا سیلوانا» در شهرستان کاساپاوا، این پنیر را در سال ۲۰۲۱ با هدف جذب گردشگران علاقه‌مند به جاذبه‌های روستایی خلق کرد. او با الهام از سنت غذایی مردم منطقه که از دیرباز مورچه‌های ایسا را مصرف می‌کردند، تصمیم گرفت این حشره را به یکی از پنیرهای مرغوب مزرعه‌اش اضافه کند. نتیجه این ابتکار، محصولی شد که نه تنها در پرزیز بلکه در سطح بین‌المللی مورد استقبال قرار گرفته است.

مورچه‌های ایسا قرن‌هاست که توسط جوامع بومی پرزیز مصرف می‌شوند و بسیاری از بومی‌ها از آنها با عنوان «خاویار پرزیزی» یاد می‌کنند. با این پیش‌زمینه فرهنگی، افزودن مورچه به پنیر چندان دور از ذهن نبود، اما موفقیت چشمگیر تابادا سیلوانا حتی برای خلق آن نیز غافلگیر کننده بود. المیدا در گفت‌وگو با خبرنگاران توضیح داد: «مورچه‌ها را پیش از مرحله شکل‌دهی پنیر برشته می‌کنیم و تنها در همین مرحله امکان افزودن آنها وجود دارد. این بخش از فرایند، چالش‌برانگیزترین قسمت تولید بود.» این پنیر برای نخستین بار در مسابقات جهانی پنیر و فراورده‌های لبنی در تور فرانسه معرفی و موفق به کسب مدال برنز شد. سال بعد، المیدا به نمایشگاه معتبر «سالون دو فرماژ» در پاریس دعوت شد. از آن زمان تاکنون، تابادا سیلوانا در جشنواره‌های مختلف آمریکای جنوبی جوایز کسب کرده و طرفداران بسیاری در سراسر پرزیز پیدا کرده است. این محصول عجیب اما موفق، نمونه‌ای از خلاقیت غذایی است که سنت‌های محلی را با نوآوری در تولید ترکیب کرده و توانسته جایگاه ویژه‌ای در بازارهای جهانی پیدا کند.



روح‌الله صدیق، روان‌پزشک در حساب ایکس خود به نکته جالبی اشاره کرده است: «ادم‌ها هم مثل حیوانات به ۴ دسته خنورگرم و خونسرد تقسیم می‌شوند. خونسردها با سرد شدن هوا در پاییز و زمستان سرد می‌شوند و شبیه افراد افسرده که اصطلاحاً به این نوع افسردگی، افسردگی فصلی می‌گویند.» جالب اینکه درمان آنها را هم در «شبیه‌سازی مصنوعی تابستان» می‌داند. اما یعنی چه؟ یعنی این افراد این کارها را نکنند:

افزایش نور طبیعی: بیرون رفتن در طول روز، کنار پنجره نشستن، کنار زدن پرده‌ها
نور درمانی: از لامپ‌ها و نورهای مناسب استفاده شود، روشن نگه داشتن نقاط اصلی خانه و...
تنظیم الگوی خواب: خواب و بیداری در ساعات ثابت، قرار گرفتن در معرض نور صبحگاهی و به حداقل رساندن نور عصرگاهی
استفاده از رنگ‌ها و عناصر طبیعی: اضافه کردن گیاهان آپارتمانی و رنگ‌های روشن و گرم
فعالیت بدنی در محیط روشن و باز: پیاده‌روی صبحگاهی، ورزش کنار پنجره یا در محیط‌های پر نور

نوستالژی جعبه جادو

به بهانه سالروز آغاز به کار تلویزیون در ایران، کمی خاطره بازی کرده‌ایم با جعبه جادویی

یک فرستنده تلویزیونی را به دولت وقت پیشنهاد داد که پذیرفته شد. به این ترتیب نخستین فرستنده تلویزیون خصوصی بر بالای تپه‌هایی مشرف به منطقه که در انتهای خیابان الوند کنونی است احداث شد و با نام «تلویزیون ایران» کار خود را از ۱۱ مهر سال ۱۳۳۷ آغاز کرد. تلویزیون ایران در آن سال از ساعت ۶ عصر تا ۱۰ شب برنامه‌هایی مثل فیلم‌های سینمایی، برنامه کودکان و اخبار بخشی می‌کرد و مابقی هم آگهی و تبلیغات بود. و حالا در روزی نزدیک به ورود این جعبه جادویی به کشور، سری به اولین‌های تلویزیون ایران می‌زنیم.

سیدسروش طباطبایی پور | روزنامه‌نگار | برای برویجه‌های دهه ۶۰ شنیدن نام خیابان الوند یک خاطره‌بازی دلچسب است، چون نامش را با بارها و بارها از طریق شبکه ۲ صداوسیما و برنامه کودک می‌شنیدند تا نقاشی‌های خود را به آنجا بفرستند. اما شاید کمتر کسی بداند که ساختمان شبکه ۲ خیابان الوند برای نخستین بار در ایران پذیرای تجهیزات تلویزیون بود. در اوایل دهه ۳۰ شمسی بارها ایجاد سازمانی برای برپایی تلویزیون مطرح شده بود، اما به خاطر هزینه‌های هنگفت به تعویق می‌افتاد، تا اینکه حبیب‌الله ثابت، سرمه‌بدار و بازرگان بخش خصوصی تاسیس



حکومت وقت ایران به برنامه‌های تلویزیون ایران علاقه‌مند شد و چند سال پس از تصویب طرح تلویزیون ملی ایران، به گروهی فرانسوی ماموریت داد که طرح تأسیس یک مرکز تلویزیونی را بررسی کند و نتیجه آن بود که از ۴۲ آبان سال ۱۳۴۵ پیش‌آزمایشی شبکه تلویزیون ملی ایران و از فروردین ۱۳۴۶ بخش دائمی آن با روزی ۳ ساعت برنامه آغاز شد. امکانات فنی تلویزیون آن زمان بسیار ساده بود و به یک استودیو، ۲ دوربین و ۱۰ دستگاه ضبط مغناطیسی محدود می‌شد. همچنین یک فرستنده ۲ کیلوواتی بر بالای ساختمان هتل هیلتون استقلال (فعلی) نصب شد تا امکان استفاده از این شبکه را برای همه دارندگان تلویزیون فراهم کند. در آن زمان تجهیزات سخت‌افزاری تلویزیون در اختیار وزارت پست، تلگراف و تلفن بود و محتوای آن توسط اداره تبلیغات و انتشارات تولید می‌شد.

تلویزیون ملی ایران کارش را در ساختمان جام‌جم آغاز کرد، ساختمانی که جهانبگر درویش معمارش بود، با سازه‌ای یکپارچه و مقاوم که بین سال‌های ۱۳۴۲ تا ۱۳۵۶ به مرور ساخته و در ۱۲۰ هکتار تکمیل شد. از سال ۱۳۵۰ هم تمامی تأسیسات در اختیار سازمان رادیو و تلویزیون ملی قرار گرفت و با گسترش تأسیسات، بیش از ۹۵ درصد جمعیت شهر نشین و چیزی در حدود ۷۵ درصد جمعیت کشور می‌توانستند امواج تلویزیونی را دریافت کنند. ساختمان شیشه‌ای صداوسیما هم طراحی عبدالعزیز فرامان‌مایان است؛ ساختمانی مکعبی شکل که نمونه‌ای از یک الگوی مدرن در حیاط مرکزی سازمان بود و بعد از حمله رژیم صهیونی در جنگ ۱۲ روزه به نماد مقاومت تبدیل شد.

پیش از آغاز رسمی پخش تلویزیون در ایران، تعداد محدودی دستگاه تلویزیون را تاجران و ثروتمندان به ایران آوردند و پس از ۱۱ مهر ۱۳۳۷ واردات تجاری این دستگاه‌ها به ایران آغاز شد. از سال ۱۳۴۱ هم شرکت پارس الکتریک نخستین شرکتی بود که این دستگاه را در ایران مونتاژ کرد؛ آن هم تلویزیون‌هایی کوچک و سیاه و سفید و کم‌کیفیت که به خاطر لاپ تصویر بزرگشان بسیار سنگین هم بودند. در آن سال‌ها تلویزیون کالایی لوکس حساب می‌شد و قیمتش آنقدر بالا بود که تعداد کمی آن را داشتند. بیشتر مردم آن سال‌ها برنامه‌های مورد علاقه خود را در قهوه‌خانه‌ها یا خانه و همسایه می‌دیدند. مثلاً در سال‌های تلویزیون مسابقات بوکس قهرمانی جهان را پخش می‌کرد و مردم برای دیدن محمدعلی کلی به قهوه‌خانه‌ها می‌رفتند.



یکی از حساس‌ترین و پربیننده‌ترین بخش‌های صدا و سیما در دهه ۶۰، برنامه خبر بود و مردم تنها از طریق صدا و سیما و مطبوعات در جریان اخبار قرار می‌گرفتند. معمولاً در دهه ۶۰ و روزهای جنگ مجریان نام‌آشنای سازمان، در ساعاتی مثل ۱۹، ۲۰/۳۰ و ۲۲/۳۰ با صدای گرم خود، مردم را در جریان حوادث جنگ و دیگر خبرها قرار می‌دادند.

یکی از نخستین سریال‌های تولیدی بعد از انقلاب که از صدا و سیما پخش شد، سریال «شاه‌دزد» به کارگردانی احمد نجیب‌زاده بود. این مجموعه در بهمن ۱۳۵۹، همزمان با دومین سالگرد انقلاب روی آنتن رفت و داستانی با حال و هوای انقلاب داشت و با استقبال گسترده‌ای مواجه شد.



یکی از محبوب‌ترین و خاطره‌انگیزترین برنامه‌های دهه ۶۰، تلویزیون بعد از انقلاب، برنامه دیدنی‌ها بود، کاری با موسیقی آغازین خاطره‌انگیز که بریده‌ای از قطعه عشق گل‌ها ساخته آهنگسازی فرانسوی بود و با اجرای به یادماندنی جلال مقالی. این برنامه به‌خصوص در دوران جنگ، نقش مهمی در ایجاد فضای امید در کشور داشت.

در اوایل دهه ۶۰، تلویزیون برنامه‌های محدودی داشت و معمولاً پخش اصلی آن از ساعت ۱۷ تا ۲۲ پخش می‌شد. بچه‌ها هم برای رسیدن ساعت ۵ بعدازظهر لحظه‌شماری می‌کردند تا برنامه کودک آغاز شود. اما تصویری همراه با بوق ممتد، بیشترین زمان پخش را در ساعت‌های بی‌برنامه تلویزیون به خود اختصاص می‌داد.

یکی از برنامه‌های تلویزیونی که مثل پلی ارتباطی میان مردم و روزمندان بود، مجموعه مستندهای روایت فتح بود؛ کاری که به همت شهید مرتضی اوینی از سال ۱۳۶۴ آغاز شد. تصاویر مستند روزمندان با متن‌های دل‌انگیز سیدمرتضی و صدای گرم او تلفیق می‌شد و روایتی مستند از فتح‌زمن‌دگان را در جبهه‌های حق علیه باطل به نمایش می‌گذاشت.



در میان همه تبلیغات متفاوتی که این روزها چه در فضای مجازی یا رسانه‌ها و چه روی بیلبوردها و دیوارهای شهر می‌بینید، یک آگهی عجیب اخیراً دست به دست می‌شود و در شبکه‌های اجتماعی هم پربازدید شده که نه آگهی فروش خانه است و نه کلاسی را تبلیغ می‌کند؛ این آگهی شغلی تازه با عنوان «خدمات درک کردن شما در منزل» را تبلیغ کرده است. در توضیحات آن هم نوشته شده: «انواع گوش شنوا برای همه سنین، بدون تأیید اضافه، بدون سر تکان‌های بی‌فایده و بدون آهان آهان گفتن.»

واقعیت این است که این شغل به صورت حرفه‌ای با عناوین روان‌درمانی و روانشناسی وجود دارد و به نظر می‌رسد که این آگهی نوعی شوخی باشد، اما اگر کسی بعد از کلی فکر کردن درباره شغل آینده‌اش، به این نتیجه رسیده که به جای این همه مهارت و شغل، برود و بقیه را درک کند، باید افسوس بخوریم که به‌زودی همدلی هم قرار است پولی شود و شاید بهتر باشد این آپشن ساده و رایگان را خودمان در روابطمان فعال کنیم.

باید قبل از اینکه کسب‌وکارهایی با عنوان «خدمات افتتاح این است» در شما در مراسم فارغ‌التحصیلی» یا «سرویس دلداری دادن تضمینی» هم راه بیفتند، کمی به کیفیت «شنیدن» خودمان فکر کنیم؛ شاید بهترین روش «شنسوا» در همین نزدیکی و کاملاً رایگان منتظر ما باشد؛ البته به شرطی که خودمان هم گاهی این سرویس را ارائه دهیم.



به تازگی ویدیویی از یک بلاگر روسی در بازارهای شهر مسکو منتشر شده که با استقبال گسترده‌ای مواجه شده است؛ ویدیویی که در آن، این بلاگر با هیجانی وصف‌ناپذیر در میان قفسه‌های یک فروشگاه قدم می‌زند و ناگهان با محصولات ایرانی روبه‌رو می‌شود. واکنش او بیش از هر چیز جالب توجه است. او با شور و اشتیاق، بسته‌بندی‌های چشم‌نواز و طراحی‌های محصولات ایرانی را به دنبال‌کنندگان خود نشان می‌دهد و با کنجکاوی درباره طعم‌ها و ترکیبات آنها صحبت می‌کند. برای مخاطب روسی که شاید کمتر با این بخش از فرهنگ ایران آشنا باشد، این ویدیو یک کشف جدید و جذاب است. بلاگر با لحنی صمیمی توضیح می‌دهد که این تجربه چقدر برایش خوشایند و متفاوت بوده و چگونه این محصولات، پنجره‌ای کوچک به سوی فرهنگ غنی و طعم‌های اصیل ایرانی باز کرده‌اند. در روزهای که تبادل اقتصادی و فرهنگی اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده‌اند، این محصولات به «سفیران کوچک و خوشمزه» ایران تبدیل شده‌اند که در قلب روسیه، داستان کیفیت و اصالت را روایت می‌کنند. این اتفاق نشان می‌دهد که فارغ از پیچیدگی‌های سیاسی و اقتصادی، زبان مشترک «طعم» و «کیفیت» همچنان می‌تواند پلی‌های ارتباطی محکمی میان ملت‌ها بسازد و تصویری دلنشین از ایران را در ذهن مردم جهان ثبت کند. دیدن این اشتیاق برای کشف ایران، یادآور پتانسیل بزرگی است که در صدور فرهنگ و محصولات ایرانی نهفته است.