گفت و گو

تجربه منحصربه‌فرد در بازیگری

«سیامک صفری» بازیگر سریال: یکی از جنبه‌های مهم «آسباد» این است که مخاطب را با بخشی از مردم و فرهنگ سیستان و بلوچستان آشنا می کند که شاید پیش از این کمتر در قاب تلویزیون دیده شده باشد

بازیگر سریال «آسباد»، حضور در سیستان و بلوچستان و کار در این منطقه را تجربه‌ای متفاوت و منحصربه‌فرد توصیف کرد و گفت: آشنایی نزدیک با مردم، فرهنگ و فضای اجتماعی استان، نگاه او را نسبت به این منطقه تغییر داده است. «سیامک صفری» ادامه داد: بازی در این سریال برای من تجربه‌ای منحصربه‌فرد بود. آن منطقه به دلیل آب‌وهوا، مناظر، شکل جغرافیایی، آداب‌ورسوم و مردمش، ویژگی های خاص خودش را دارد. آن چه برای من جذاب بود، مردم منطقه بودند؛ مردمی بسیار خونگرم و مهمان‌نواز که به نظرم از نمونه‌هایی کمیاب در دنیای امروز هستند و بسیار محترم و دوست‌داشتنی‌اند. وی افزود: پیش از رفتن به منطقه، همین ذهنیت را داشتم و وقتی به من پیشنهاد شد که قرار است در آن جا کار کنیم، استقبال کردم و با علاقه پذیرفتم. البته کار کردن در آن منطقه از نظر شرایط تولید آسان نبود، اما امروز بسیار خوشحالم که در این طرح حضور پیدا کرده‌ام. این بازیگر درباره تأثیر فرهنگ بومی بر بازی او در «آسباد» نیز توضیح داد: یکی از دغدغه‌های من این بود که ببینم مردم منطقه چگونه رفتار می کنند، زبان و لحنشان چگونه است و چه ویژگی هایی دارند. خوشبختانه در این مجموعه تعدادی از بازیگران از همان منطقه حضور داشتند و کمک زیادی به من کردند. «صفری» ادامه داد: آن‌ها از همان روزهای اول متوجه کنجکاوی من نسبت به فرهنگ و رفتار مردم منطقه شدند و کمکم کردند؛ مثلاً درباره بعضی واژه‌ها و نحوه بیان آن‌ها توضیح می‌دادند تا وقتی جمله‌ای را می گویم، بتوانم دست کم در بعضی کلمات به لحن و شیوه صحبت کردن مردم منطقه نزدیک شوم. رفتار مردم را هم با دقت نگاه می کردم و سعی داشتم آن را بشناسم و درک کنم. وی ادامه داد: «آسباد مردمی را نشان می‌دهد که چشم‌اندازشان آبادانی، رفاه و آینده بهتر منطقه است. این بازیگر تأکید کرد: وقتی مخاطب با مردمی مواجه می‌شود که دغدغه آبادانی و پیشرفت محل زندگی خود را دارند، طبیعتاً تصویر متفاوتی از آن منطقه شکل می گیرد و این می‌تواند در تغییر نگاه عمومی نسبت به سیستان و بلوچستان مؤثر باشد. «صفری» درباره ایفای دو نقش متفاوت در این سریال نیز گفت: من در این مجموعه دو نقش را بازی کردم؛ یکی نقش اصلی و دیگری نقش پدر او. همین موضوع بخشی از سختی‌های کار بود، چون برای هر دو نقش باید گریم و لباس متفاوتی داشته باشم و ازنظر ظاهری و رفتاری آن‌ها را از یکدیگر جدا کنم. وی افزود: ارتباط برقرار کردن با هر دو شخصیت برای من مشکلات خاص خودش را داشت. بازیگر ابزارهایی برای شناخت و ساختن شخصیت دارد و باید از آن‌ها استفاده کند تا بتواند به جهان هر نقش نزدیک شود. این بخش از کار برای من تجربه درخور توجهی بود. بازیگر «آسباد» درباره حضورش در یک مجموعه با محوریت سیستان و بلوچستان نیز گفت: تصور عمومی این است که وقتی یک سریال در یک استان تولید می‌شود، شاید مخاطب کمتری نسبت به تولیدات دیگر داشته باشد، اما خوشبختانه بازخوردهایی که من دریافت کردم، نشان داد این تصور لزوماً درست نیست. مردم نسبت به این سریال واکنش خوبی داشته‌اند و همین موضوع برای من خوشحال کننده است. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، «صفری» در پایان اضافه کرد: به نظرم یکی از جنبه‌های مهم «آسباد» این است که مخاطب را با بخشی از مردم و فرهنگ سیستان و بلوچستان آشنا می کند که شاید پیش از این کمتر در قاب تلویزیون دیده شده باشد.

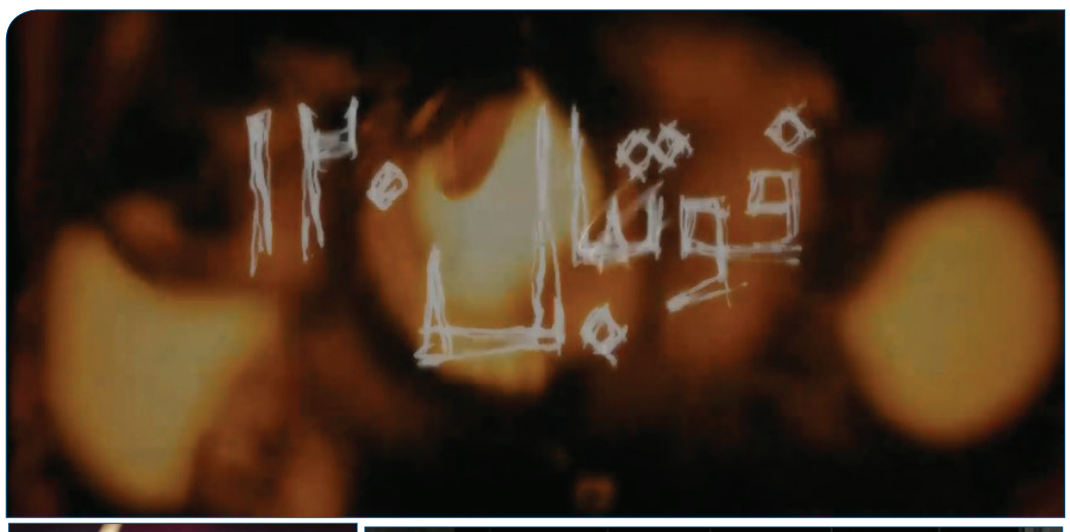
قهرمانان ملی، الگوی کودکان

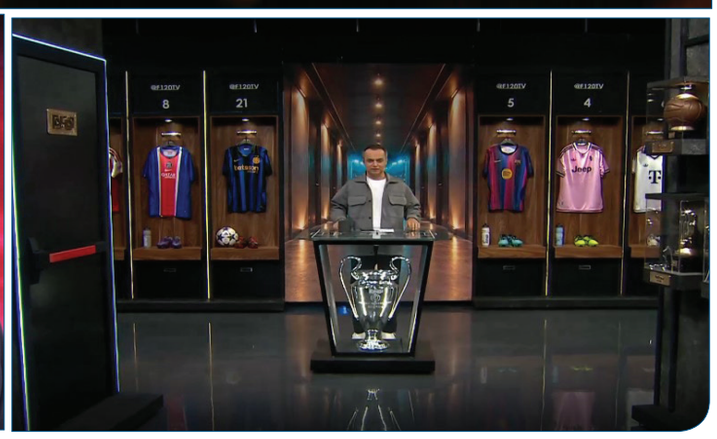
تهیه‌کننده «ماجراهای نوید»: هدف این بود کاراکتری متولد شود تا پیشینه، عقبه فرهنگی و افتخارات این مرزوبوم را به کودک یادآوری کند

تهیه‌کننده «ماجراهای نوید» از انگیزه خود برای خلق شخصیت «نوید» گفت و توضیح داد: انگیزه اصلی ما برای خلق این شخصیت، پر کردن خلأ جدی در حوزه شناخت هویت ملی و دینی کودکان بود. هدف این بود کاراکتری متولد شود تا پیشینه، عقبه فرهنگی و افتخارات این مرزوبوم را به کودک یادآوری کند و حس ارزشمندی و غرور ملی را در او بارور سازد. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، «محمدرضا فرزادمهر» تصریح کرد: راهبرد ما بازنمایی عینی چهره‌های شاخص بود، به‌این معنا که قهرمانان ادبی، ورزشی، فرهنگی و حماسی کشور را به‌گونه‌ای به تصویر بکشیم که کودک با تماشای آن‌ها احساس قدرت، عزت و هویت کند. کاراکتر «نوید» بر همین مبنا شکل گرفت. او در هر داستان از یکی از قهرمانان ملی الگو می گیرد، کنش قهرمانانه آنان را در دنیای امروز بازآفرینی می کند تا مشکلی از مشکلات جامعه را حل کند. کودکان با همذات‌پنداری با «نوید»، احساس افتخار به هویت ایرانی خود پیدا می کنند. وی در مورد امکان ویژه‌سازی برای مخاطب کودک در رسانه ملی و چالش‌های آن نیز گفت: در دوره کنونی مدیریت شبکه کودک، نگاه حمایتی ویژه‌ای به شخصیت‌سازی و هویت‌بخشی به تولیدات وجود دارد و فضا برای خلق برندهای ماندگار کاملاً مهیاست، اما متأسفانه به دلیل مضیقه‌های مالی، تولید برخی آثار با موانعی مواجه است. در شبکه کودک به‌درستی یک منع مقدس وجود دارد که مانع از پخش آگهی‌های بازرگانی و درآمدهای تجاری از این مسیر می‌شود، بنابراین ورود سرمایه به این شبکه بسیار محدودتر از سایر بخش‌هاست. لازمه این رویکرد پاک و ایمن فرهنگی آن است که حاکمیت و سازمان، نگاه حمایتی ویژه‌تری به حوزه کودک داشته باشند. در حوزه بازارپردازی فرهنگی نیز گام‌های اولیه‌ای برداشته شده، اما باروری این ظرفیت‌ها مستلزم حمایت و آبیاری مداوم است تا این ویژندها به نقطه خودکفایی برسند. «فرزادمهر» ضمن اشاره به نیاز کودک به طراحی شخصیت‌های نمایشی در تلویزیون اضافه کرد: در مورد شخصیت «نوید» بازخوردهای ثبت‌شده از ارتباط کودکان با این کاراکتر فوق‌العاده بوده است. بر اساس نظرسنجی‌های فصلی مرکز تحقیقات سازمان، «نوید» در سه دوره پرمخاطب‌ترین پویانمایی ایرانی لقب گرفت. تا جایی که در یکی از پایش‌ها، پس از اثر بین‌المللی «پاندای کونگ‌فوکار»، با نزدیک به ۵۰ درصد بیننده در رتبه دوم کل آثار و رتبه نخست آثار داخلی قرار گرفت. این تهیه‌کننده تأکید کرد: همچنین با وجود طراحی اثر برای گروه سِنی شبکه نهال، به دلیل کیفیت ممتاز بصری و ساختار جذاب موزیکال، در میان خردسالان نیز بالای ۴۰ درصد مخاطب جذب کرد. برای رسیدن به این محبوبیت، ما ارتباط با کودک را یک‌سویه تعریف نکرده‌ایم؛ به‌عنوان نمونه، در روز پاسداشت زبان فارسی، «نوید» پویشی راه انداخت و از بچه‌ها خواست به جای یک واژه بیگانه، معادل زیبای فارسی آن را بیان کنند که نتیجه آن ارسال نزدیک به ۱۰۰ هزار ویدئو از سراسر کشور بود. ما تلاش کردیم بسته‌ای کامل پیرامون نوید خلق کنیم که شامل پویانمایی با کیفیت، مجموعه عروسکی پرمخاطب، آلبوم موسیقی با قطعاتی که در کنسرت‌ها همخوانی می‌شود و بسته‌های متنوع اجرای میدانی است. وی با بیان این که تأسیس مرکز کودک و نوجوان همزمان با بحران‌های مالی سازمان رخ داد، گفت: با این‌وجود، راه‌اندازی خط تولید نمایشی در این مرکز، خون جدیدی به رگ‌های تولیدات کودک تزریق کرد و مسیر را برای ساخت بیگ‌پروداکشن‌ها هموار ساخت.

نیازهای برنامه‌سازی درباره فوتبال خارجی

تهیه‌کننده «فوتبال ۱۲۰» درباره ساختار فصل جدید این برنامه و بازگشت «حمید محمدی» به‌عنوان مجری می گوید





تهیه‌کننده «فوتبال ۱۲۰» درباره ساختار و قالب فصل جدید برنامه گفت: «فوتبال ۱۲۰» با سابقه‌ای حدود ۱۲ سال، مجله‌ای ویژه فوتبال اروپاست و تلاش می کند اتفاقات این حوزه را به شیوه و زبان خودش روایت کند. برنامه در طول فصل رقابت‌های فوتبال اروپا، به‌صورت هفتگی روی آنتن می‌رود و برای فصل پیش رو نیز حدود ۱۰ تا ۱۲ آیتم در نظر گرفته‌ایم. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، «پویا خسروی» افزود: در فصل جدید تلاش کرده‌ایم بخش‌هایی را که طی سال‌های گذشته با استقبال مخاطبان مواجه شده‌اند، حفظ و تقویت کنیم. مرور اتفاقات هفته، بخش‌های «لژیونرها» و «خارج از دید» و دیگر آیتم‌های تحلیلی و روایی، از جمله بخش‌های برنامه هستند. تهیه‌کننده «فوتبال ۱۲۰» همچنین به بخش تعاملی «۱۲۰ ثانیه» اشاره کرد و گفت: در این بخش، پرسش‌هایی را با مخاطبان مطرح می کنیم و آن‌ها تحلیل و دیدگاه خود را ارائه می‌دهند. خوشبختانه تاکنون بازخوردهای درخور توجهی از این تعامل دریافت کرده‌ایم و تلاش داریم ارتباط برنامه با مخاطبان را بیش از گذشته گسترش دهیم. «خسروی» با اشاره به دشواری‌های برنامه‌سازی در حوزه فوتبال خارجی اظهار کرد: مخاطب این برنامه، به‌ویژه درزمینه لیگ‌های معتبر اروپایی، مخاطبی حرفه‌ای و تخصصی است. امروز دسترسی به اطلاعات و شبکه‌های ورزشی خارجی بسیار آسان شده است و علاقه‌مندان می‌توانند برنامه‌های معتبر بین‌المللی را نیز دنبال کنند، بنابراین باید مراقب باشیم محتوای تکراری در اختیار مخاطب قرار ندهیم. وی ادامه داد: از آن جا که «فوتبال ۱۲۰» پنج شنبه‌ها پخش می‌شود و رقابت‌های فوتبال اروپا از روزهای قبل آغاز شده‌اند، ممکن است برخی اخبار و اتفاقات پیش‌تر در رسانه‌های دیگر منتشر شده باشند، به همین دلیل، صرف اطلاع‌رسانی برای ما کافی نیست. باید تلاش کنیم اتفاقات فوتبال را با نگاه و روایت خودمان بازگو کنیم و محتوایی جذاب و متفاوت در اختیار مخاطب بگذاریم.

«خسروی» درباره بازگشت «حمید محمدی» به‌عنوان مجری برنامه گفت: آقای «محمدی»، بخشی از هویت «فوتبال ۱۲۰» است و در شکل‌گیری این برند فوتبالی نقش مهمی داشته است. صدای آشنا، حضور در سال‌های ابتدایی و سبک اجرای او برای مخاطبان خاطره‌انگیز است. وی با اشاره به واکنش مخاطبان به تغییر مجریان در فصل‌های گذشته افزود: هر تغییری در یک برنامه باسابقه، کار را برای مجری جدید دشوار می کند، زیرا او باید با سلیقه‌ها و انتظارات مخاطبانی ارتباط برقرار کند که سال‌ها با یک هویت مشخص همراه بوده‌اند. «خسروی» ادامه داد: «حافظ کاظم‌زاده» نیز سه فصل اجرای برنامه را برعهده داشت و با وجود واکنش‌های اولیه مخاطبان به تغییر مجری، با تعهد و تلاش پای کار ایستاد. مخاطبان به‌تدریج با اجرای او ارتباط برقرار کردند. اکنون نیز با بازگشت «حمید محمدی» واکنش‌های مثبتی دریافت کرده‌ایم، هرچند برخی مخاطبان همچنان درباره حضور و ادامه فعالیت «حافظ کاظم‌زاده» پرسش دارند. این واکنش‌ها نشان می‌دهد که تغییرات در یک برنامه قدیمی تا چه اندازه برای مخاطب اهمیت دارد.

«خسروی» با اشاره به استفاده از فناوری‌های نوین در تولید برنامه گفت: در فصل جدید، بهره‌گیری از هوش مصنوعی جایگاه قابل توجهی در فرایند تولید دارد. از تیتراژ و تیزر برنامه تا برخی آیتم‌های مختلف، از ظرفیت‌های این فناوری استفاده کرده‌ایم. وی درباره برنامه‌های فصل جدید برای افزایش سهم تولیدات داخلی گفت: در حال بررسی و اضافه کردن بخش‌هایی تازه به برنامه هستیم. «کافه فوتبال» و دیگر آیتم‌های تولیدی از جمله بخش‌هایی هستند که برای توسعه آن‌ها برنامه‌ریزی می کنیم. تهیه‌کننده برنامه درباره طراحی دکور فصل جدید نیز گفت: تلاش کردیم دکور امسال متفاوت باشد، اما در عین حال از ذات و هویت همیشگی «فوتبال ۱۲۰» فاصله نگیرد؛ برای این منظور، از چند لوکیشن در استودیوهای داخل سازمان استفاده کرده‌ایم تا فضای بصری متنوع‌تری در اختیار برنامه قرار بگیرد. وی با اشاره به محدودیت‌های موجود در طراحی دکورهای ثابت در سازمان صداوسیما افزود: تعدد برنامه‌ها و محدودیت‌های اجرایی، گاهی امکان اختصاص یک دکور ثابت و دائمی را دشوار می کند، اما همین شرایط ما را به سمت خلاقیت بیشتر سوق می‌دهد تا بتوانیم با امکانات موجود، طراحی متفاوتی داشته باشیم. «خسروی» در پایان اضافه کرد: تلاش ما در فصل جدید این بوده است که ضمن حفظ بخش‌های موفق و هویت آشنای برنامه، در حوزه روایت، تولید آیتم‌ها، فناوری و طراحی بصری نیز تجربه‌های تازه‌ای داشته باشیم. درنهایت، بازخورد مخاطبان است که نشان می‌دهد تا چه اندازه در این مسیر موفق بوده‌ایم.

استقبال خیره‌کننده از مسابقه‌ای تلویزیونی

تهیه‌کننده «دلیران» درباره اهداف تولید این مسابقه و علاقه‌مندی کودکان به مهارت‌های کاربردی صحبت کرده است

تهیه‌کننده مسابقه «دلیران» در مورد شناسایی نیازهای کودکان در تولید برنامه‌های متنوع و هدف خود از تولید این مسابقه گفت: در درجه نخست، هدف پایه و اولیه «دلیران»، آموزش مهارت‌های بقا در طبیعت بود؛ همان مهارت‌هایی که در گذشته اصطلاحاً به آن‌ها مهارت‌های پیش‌آهنگی می گفتند. «مصطفی رضوانی» افزود: پس از طرح‌ریزی کار در شبکه کودک، سرفصل‌های محتوایی تکمیلی نیز به برنامه افزوده شد که مهم‌ترین آن‌ها تقویت قدرت تصمیم‌گیری و انتخاب‌گری در کودکان است. چالش‌ها به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که مخاطب و شرکت‌کننده در مواجهه با دوراهی‌ها و گزینه‌های پیش‌رو، ناگزیر به سنجش، تصمیم‌گیری و انتخاب باشند. وی تصریح کرد: محور اصلی دیگر، معرفی جاذبه‌های طبیعی کمترشناخته‌شده ایران است. در فصل نخست، مستندی مفصل از جاذبه‌های قشم و در فصل جدید از زیبایی‌های چابهار به تصویر کشیده شد. در کنار این ارکان، اهداف فرعی مهمی نظیر ترویج روحیه کار گروهی در برابر اقدامات فردی در تمام طول برنامه جریان دارد. یکی از تحولات مهم در فصل جدید، رویکرد تعاملی است. برای نخستین بار در تلویزیون، بخش‌هایی از آیتم‌ها در دو سناریوی متفاوت ضبط شده‌اند. این تهیه‌کننده در مورد همسویی محتوای برنامه‌ها با سلیقه کودکان نیز بیان کرد: اگرچه هدف مستقیم و اولیه‌مان تقابل با فضای مجازی نبود، اما ماهیت چالش‌های برنامه فیزیکی و مهارتی مانند زیپ‌لاین، صخره‌نوردی، فرود از آبشار و عبور از باتلاق و رودخانه و... است. درگیر شدن با چنین چالش‌هایی مانند هر فعالیت ورزشی، ذهن و جسم بچه‌ها اعم از شرکت‌کننده و بیننده را از رخوت، خمودگی و آسیب‌های حضور افراطی در فضای مجازی جدا می کند. «رضوانی» اضافه کرد: استقبال گسترده مخاطبان نشان داد که جامعه تا چه حد تشنه چنین فضایی است. ما با حدود ۴۰ تا ۵۰ هزار متقاضی برای حضور در برنامه مواجه شدیم. روشن است که از این میان تنها ۲۰ تا ۳۰ نفر امکان حضور مقابل دوربین را پیدا می کنند، اما همین استقبال خیره‌کننده ثابت می کند که خیل عظیمی از کودکان به یادگیری این مهارت‌های کاربردی و حیاتی علاقه‌مندند. وی در مورد تأثیر تأسیس مرکز کودک و نوجوان، عنوان کرد: وجه تمایز کار برای رده سِنی کودک در مقایسه با سایر شبکه‌ها، حساسیت بالای تربیتی و آموزشی آن است. تجربه همکاری من با شبکه‌های مختلف نشان می‌دهد در شبکه کودک، نظارت‌ها صرفاً به سفارش‌دادن و دریافت کار محدود نمی‌شود، بلکه مدیرانِ با دغدغه‌مندی قاب به قاب اثر را زیر نظر دارند و فرایند تولید در بستر هم‌افزایی، نظارت کارشناسی و رفت‌وبرگشت‌های مداوم پیش می‌رود. تأسیس مرکز هم‌افزایی را ارتقا داده است و شاید بتواند به‌مرور کیفیت آثار را بالا ببرد. وی درخصوص چشم‌انداز رسانه کودک و ضرورت‌های نوین برنامه‌سازی نیز گفت: الگوی مصرف رسانه‌ای کودکان به‌طور کامل دگرگون شده است. در گذشته چند شبکه تلویزیونی معدود و بی‌رقیب وجود داشت و کودکان در ساعات مشخصی پای تلویزیون می‌نشستند، اما امروز نسل نو مانند بزرگسالان خود انتخاب‌گر است و محتوای دلخواهش را در سکوهای نمایش خانگی، گوشی‌های هوشمند و اینترنت جست‌وجو می کند؛ دورانی که انتظار داشته باشیم کودکان بی‌چون و چرا بنشینند و هر آن چه را از آنتن پخش می‌شود تماشا کنند، گذشته است. «رضوانی» یادآوری کرد: رسانه ملی برای حفظ اثرگذاری خود باید شیوه‌های تولید و پخش را بازنگری کند. تجربیاتی مانند تعاملی‌سازی برنامه «دلیران» یکی از راهکارهای خروج از قالب‌های سنتی است. علاوه‌بر این، سازمان باید در عرصه سکوهای برخط کودک حضوری قدرتمند داشته باشد و محتواهایی اختصاصی متناسب با فضای وب تولید کند. وی متذکر شد: برنامه‌ساز حرفه‌ای نباید انرژی خود را درگیر حواشی کند، بلکه باید تمام تمرکز را بر ارائه اثر با بالاترین کیفیت ممکن بگذارد. اگرچه آمار کمی مخاطبان صداوسیما همچنان بسیار گسترده‌تر از سکوهاست، اما رسانه باید از دغدغه تعداد مخاطب عبور کند و بر کیفیت تماشا متمرکز شود. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، «رضوانی» خاطرنشان کرد: معیار موفقیت این است که بتوانیم آثاری در تراز تولیدات ماندگار گذشته خلق کنیم که پرجاذبه و جریان‌ساز باشد و کودک به خاطر تماشای آن‌ها از رفتن به شهربازی یا بازی‌های روزمره بگذرد و پای رسانه بنشیند. افق رسانه کودک باید دستیابی به چنین سطحی از جذابیت و نفوذ باشد.

تبلیغات محور توسعه

تاریخ انتشار:۱۴۰۵/۰۷/۲۶ — **دعوتنامه تشکیل مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده** — نوبت : دوم

جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده نوبت دوم شرکت تعاونی مسکن مهر چهار بجنورد به شماره ثبت ۲۸۹۳ و شناسه ملی تعاونی ۱۰۸۶۰۳۳۰۱۶۳ در روزچهارشنبه مورخ۱۴۰۵/۰۸/۲۰ راس ساعت ۱۶:۰۰ در محل حسینیه گیفانی ها به آدرس بجنورد خیابان ۱۷ شهریور شمالی کوچه شقایق نبش چهارراه دوم حسینیه گیفانی ها برگزار می گردد. از کلیه داوطلبان اعضای شرکت تعاونی دعوت می شود جهت اتخاذ تصمیم نسبت به موضوعات ذیل با در دست داشتن ورقه سهم کارت و یا دفترچه عضویت راس ساعت و موعد مقرر در محل مذکور حضور بهم رسانند و یا وکیل/ نماینده خود را کتبا جهت حضور معرفی نمایند. ضمناً به اطلاع می رساند که به موجب ماده ۱۹ آئین نامه نحوه تشکیل مجامع عمومی تعداد آراء وکالتی هر عضو حداکثر سه رأی و هر شخص غیر عضو تنها یک رأی خواهد بود و اعضای متقاضی اعطای نمایندگی می بایست به همراه نماینده خود از تاریخ ۱۴۰۵/۰۸/۱۸ الغایت تاریخ ۱۴۰۵/۰۸/۱۹ از ساعت ۱۱:۰۰ الی ۱۲:۰۰در محل اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی شهرستان بجنورد حاضر تا پس از احراز هویت و تأیید وکالت برگه ورود به مجمع را دریافت دارند.

دستور جلسه :

۱-گزارش هیأت مدیره از عملکرد سال۱۴۰۴
۲-گزارش بازرس از عملکرد مالی سال ۱۴۰۴
۳-طرح و تصویب صورتهای مالی سال ۱۴۰۴ شامل عملکرد ، سود وزیان و ترازنامه
۴-طرح و تصویب بودجه پیشنهادی هیأت مدیره برای سال ۱۴۰۵
۵-انتخاب اعضای هیئت مدیره اصلی و علی البدل
۶-انتخاب بازرس بازرسان اصلی و علی البدل برای مدت یکسال مالی
۷-تعیین نحوه دعوت مجامع عمومی و اعلام تصمیمات آنها
۸-تصمیم گیری در خصوص پروژه ۲۴ واحدی بلوک شماره چهار (در حال ساخت)
۹-تصمیم گیری در خصوص آورده اعضای تعاونی
۱۰-تصمیم گیری در خصوص اعضای بدهکار

هیات مدیره

۱۴۰۵۰۰۷۲۹/و

تاریخ انتشار:۱۴۰۵/۰۷/۲۶ — **دعوتنامه تشکیل مجمع عمومی فوق العاده (نوبت سوم)** — نوبت :سوم

جلسه مجمع عمومی فوق العاده نوبت سوم شرکت تعاونی مسکن مهر چهار بجنورد به شماره ثبت ۲۸۹۳ و شناسه ملی تعاونی ۱۰۸۶۰۳۳۰۱۶۳ در روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۸/۰۹ راس ساعت ۱۵:۰۰ در محل حسینه گیفانی ها به آدرس بجنورد خیابان ۱۷ شهریور شمالی کوچه شقایق نبش چهارراه دوم حسینیه گیتانی ها برگزار می گردد. از کلیه داوطلبان اعضای شرکت تعاونی دعوت میشود جهت اتخاذ تصمیم نسبت به موضوعات ذیل با در دست داشتن ورقه سهم کارت و یا دفترچه عضویت راس ساعت و موعد مقرر در محل مذکور حضور بهم رسانند و با وکیل نماینده خود را کتبا جهت حضور معرفی نمایند. ضمناً به اطلاع می رساند که به موجب ماده ۱۹ آئین نامه نحوه تشکیل مجامع عمومی تعداد آراء وکالتی هر عضو حداکثر سه رأی و هر شخص غیر عضو تنها یک رأی خواهد بود و اعضای متقاضی اعطای نمایندگی می بایست به همراه نماینده خود از تاریخ ۱۴۰۵/۰۸/۰۵ لغایت تاریخ۱۴۰۵/۰۸/۰۶ از ساعت ۱۱:۰۰ الی ۱۲:۰۰ در محل اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی شهرستان بجنورد حاضر تا پس از احراز هویت و تأیید وکالت برگه ورود به مجمع را دریافت دارند

دستور جلسه:

۱-طرح و تصویب اساسنامه جدید تعاونی منطبق با قانون بخش تعاون و اصلاحات آن
۲-تغییر ماده ۲۲ اساسنامه تعاونی در خصوص تعداد اعضای هیأت مدیره از پنج نفر به سه نفر
۳-تمدید مدت فعالیت تعاونی

هیات مدیره

۱۴۰۵۰۰۷۲۸/و