توضیحات وزیر فرهنگ درباره بنیاد پویانمایی و قیمت بلیط کنسرت

وزیر فرهنگ گفت: تشکیل بنیاد پویانمایی به صورت مختصر خواهد بود؛ بنیاد رودکسی و تالار وحدت به بخش ویژه هنرمندان اصیل حوزه موسیقی اختصاص داده می‌شود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از تسنیم، محمدمهدی اسماعیلی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در مراسم اختتامیه هفته هنر انقلاب اسلامی حضور پیدا کرد. او در جمع خبرنگاران صحبت‌های مهم انجام داد.

اسماعیلی که صبح چهارشنبه ۲۹ فروردین در حاشیه جلسه هیأت دولت از راه‌اندازی بنیاد پویانمایی خبر داده بود، درباره جزئیات این سازمان و گستردگی آن توضیح داد: ما مخالف افزودن ساختارهای جدید هستیم و به همین دلیل تشکیل این سازمان به صورت مختصر خواهد بود. در حقیقت یک حوزه تنظیم‌گر، تظارتی و حامی را ایجاد می‌کنیم.

وی ادامه داد: آن چیزی که در برنامه هفتم توسعه برای وزارت فرهنگ تعیین شده، تبازمند یک جایگاه مترقی و ترفیع‌یافته است که بتواند این ماموریت را به خوبی انجام بدهد. تاکنون در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هیچ ساختار مستقلی برای پویانمایی نداشتیم و برای پذیرفتن اقتضاءات حکمرانی فرهنگی باید چنین ساختاری را ایجاد بکنیم. می‌بینید که پویانمایی‌های ما موفق به کسب عناوین بالایی می‌شوند و دیدید که در اقتصاد فرهنگ و هنر تیز درخشیدند. بنابراین ظرفیت بالایی وجود دارد و این بنیاد کمک خواهد کرد تا این ظرفیت‌ها افزایش پیدا بکند.

اسماعیلی با اشاره به آموزش در مناطق محروم گفت: آموزش در مناطق محروم تبدیل به یک رویه جدی شده و بیش از ده‌ها هزار نفر آموزش دیدند. تهضت بزرگی در این زمینه اتفاق افتاده و نتایج آن را می‌بینیم. این اتفاق به زودی در قالب یک برنامه از برگزیدگان این دوره‌های آموزشی تجلیل خواهد شد.

وزیر فرهنگ که در اظهارنظری اعلام کرده بود قیمت بلیط کنسرت‌ها را به زیر یک میلیون تومان کاهش خواهد داد، در پاسخ به سوال خبرنگاران مبنی بر اینکه آیا قرار است برای قشر آسیب‌پذیر جامعه سوبسید دیگری در نظر گرفته شود یا خیر، توضیح داد: امسال برنامه‌ای را در بنیاد رودکی آغاز کردیم و آنهم این است که این بنیاد از بعضی مفاخر حوزه موسیقی به صورت ویژه حمایت بکند. در این برنامه قرار است از برخی از خوانندگان کشور که مورد استقبال مردم هستند، دعوت به حضور کنیم. ما می‌خواهیم بنیاد رودکی و تالار وحدت را به بخش ویژه هنرمندان اصیل حوزه موسیقی اختصاص بدهیم.

تقدیر مدیر کل تبلیغات البرز از مشارکت مردم در برنامه‌های ماه رمضان

مدیرکل تبلیغات اسلامی استان البرز از حضور و مشارکت عالی مردم در برنامه‌های ماه مبارک رمضان قدردانی کرد.

به گزارش پیام آشنا، حجت‌الاسلام والمسلمین مهدی ولایی برحق، مدیرکل تبلیغات اسلامی استان البرز با صدور پیامی از مشارکت مردم استان البرز در برنامه‌های ماه مبارک رمضان قدردانی کرد. در متن این پیام آمده است:

طبق فرمایش رهبر معظم انقلاب، ماه مبارک رمضان امسال فرصتی برای قرآنی ویژه‌ای داشت. حضور بسیاری از مردم در محافل جزءخوانی قرآن، افطاری عمومی و پویش زندگی با آیه‌ها مایه خرسندی بود. چاپ و توزیع کتاب قرآنی «مسطور» در بسیاری از مساجد، هیئات مذهبی، امامزادگان و فضای مجازی با همکاری نهادها و ارگان‌های مختلف انجام شد و فضای عمومی و مجازی امسال بیش از پیش رنگ و بوی انس با قرآن داشت.

برنامه مفخّم محفل در تلویزیون به صورت کاملاً متفاوت و ویژه توانست مخاطب بسیار بالایی جذب کند. جشن بزرگ محفل امام حسنی‌ها در ایام ولادت امام حسن مجتبی(ع) به صورت ویژه پدیده آن ایام بود و همه این‌ها نویدبخش یک جنبش قرآنی در سطح جامعه و نشان‌دهنده یک حرکت گرانسنگ و متفاوت در کشور و به صورت خاص در استان البرز بود این استان در این حرکت نورانی سهم بسزایی داشته و ارائه‌ایکه‌نونه گزارشات به هم‌استانی‌های عزیز می‌تواند بسیار مسرت‌بخش باشد چراکه بسیاری از فعالان و مجموعه‌داران مؤسسات قرآنی به صورت هماهنگ طرح‌ها را مطالعه و اجرا کردند، به طوری که در یک آمار قابل توجه شاید کمتر پویش و رویدادی در استان با این استقبال روبرو شده است.

۸۵ هزار و ۶۰۰ پیامک از استان البرز برای پاسخ به سوالات طرح زندگی با آیه‌ها ارسال شده که این تعداد نشان از این است که حجم قابل توجهی از مردم علاقه مند به انس با قرآن هستند ما مدعی هستیم کمتر پویشی در کشور بوده که به این اعداد و ارقام دست یافته چراکه فقط در محفل قرآنی امام حسنی‌های استادیوم آزادی، ۲۵ هزار نفر از استان البرز شرکت کردند آن هم در ایام تعطیل و شرایط خاص.

جا دارد به نوبه خودم از همه عزیزانی که در برپایی محافل، جلسات قرآنی، جلسات تفسیر، طرح وزین و کم نظیر زندگی با آیه‌ها، برنامه محفل، برنامه قرآنی امام حسنی‌ها و... همکاری کردند تشکر کنم و امیدوارم مرضی درگاه خداوند متعال قرار گیرد. ان شاءالله در آینده نزدیک از دست اندرکاران و برگزارکنندگان این برنامه‌ها تقدیر به عمل خواهد آمد.

جلسه اجرای طرح دیده‌بان زبان فارسی برگزار شد

جلسه اجرای طرح دیده‌بان زبان فارسی در استان البرز، در محل سالن جلسات گفت‌وگوی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان البرز برگزار شد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان البرز، طرح دیده‌بان زبان پارسی با هدف اجرای قانون منع بکارگیری اسامی و اصطلاحات بیگانه و پاسداشت زبان فارسی با حضور نمایندگانی از ادارات مرتبط از جمله اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان البرز، شهرداری‌های شهرستان کرج، اداره کل صنعت معدن و تجارت استان البرز و خانه اصناف استان البرز همچنین اداره کل ثبت شرکت‌های استان البرز برگزار شد و طی آن ضمن تبادل دیدگاه‌های اعضای جلسه همچنین بررسی نحوه اجرای این طرح در استان البرز، هماهنگی‌های لازم به‌عمل آمد.

بزرگداشت اصغر فرهادی در جشنواره کلمبیایی

شصت و سومین جشنواره بین‌المللی فیلم «کارتاخنا» در کشور کلمبیا برنامه بزرگداشت اصغر فرهادی را با نمایش دو اثر از این فیلمساز ایرانی برگزار خواهد کرد.

به گزارش پیام آشنا، این رویداد سینمایی از تاریخ ۱۶ تا ۲۱ آوریل (۲۸ فروردین تا دوم اردیبهشت) در شهر کارتاخنای کلمبیا برگزار می‌شود و با نمایش دو فیلم «درباره الی» و «جدایی نادر از سیمین» از ساخته‌های اصغر فرهادی در بخش بزرگداشت همراه خواهد بود. شصت‌وسومین جشنواره فیلم کارتاخنا امسال میزبان ۱۷۰ نمایش فیلم شامل ۲۶ نمایش نخست جهانی خواهد بود و فرهادی به عنوان میهمان در این رویداد سینمایی حاضر می‌شود. اصغر فرهادی اخیرا جایزه ویژه نقش برجسته در هنر سینما را از پنجاه‌ودومین جشنواره فیلم بانگراد در کشور صربستان دریافت کرده و مشغول آماده‌سازی برای ساخت دهمین فیلم بلند خود در آمریکاست.

رجعت تلویزیون به سلبریتی‌ها و سناریویی که شکست خورد

فرش قرمزی که دوباره مقابل جام‌جم پهن شد

در حالی که از نیمه سال ۱۴۰۲ به تدریج سلبریتی‌ها به برنامه‌های تلویزیون بازگشتند ولی به نظر می‌رسد میزان مخاطب برنامه‌های رسانه ملی که در این ماه‌ها افزایش یافته، همچنان با ارقام مطلوب فاصله دارد. ضمن اینکه بازگشت تلویزیون به رویکرد قبلی را می‌توان به سناریوی شکست‌خورده «سلبریتی‌زدایی» نسبت داد که البته سال گذشته در همین ایام، بخاطر فشار از سوی نهادهای نظارتی مورد تشویق قرار گرفته بود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، با وجودی که سیاست‌گذاری دوره جدید سازمان صداوسیما درباره چهره‌ها در سال‌های اخیر کمتر به شکل صریح رسانه‌ای شده است اما بر اساس خروجی آنتن تلویزیون، از مهرماه ۱۴۰۰ برای حدود دو سال، بسیاری از مخاطبان و اهالی رسانه، به این دریافت رسیدند که تلویزیون حضور چهره‌های فرهنگی، هنری و ورزشی روی آنتن را محدود کرده و چه در مقام مجری و چه در مقام مهمان، تلاش روشنی برای معرفی چهره‌های تازه ـ نه استفاده از شهرت چهره‌های باسابقه ـ انجام می‌شود.

اجرای این استراتژی که با عنوان «سلبریتی‌زدایی» به شهرت رسید، با پایان تدریجی چند بند شاخص تلویزیون و پایان حضور چند مجری مشهور روی آنتن همراه شد. این رویه حتی در مقطعی مورد ستایش شورای نظارت بر صداوسیما هم قرار گرفت و صداوسیما نامه‌ای را از این نهاد نظارتی منتشر کرد که در آن به‌خاطر دوری از «سلبریتی زدگی» در برنامه‌های تحویل سال ۱۴۰۲ صداوسیما را مورد تشویق قرار داده بودند.

با این حال از نیمه سال ۱۴۰۲، روند یادشده معکوس شد و سلبریتی‌ها به عنوان مجری و مهمان برنامه‌های زیادی به تلویزیون برگشتند. این بازگشت البته با حواشی نیز همراه بود که از مهمترین آن‌ها می‌توان جنجال بر سر تولید برنامه «سیم آخر» با اجرای رضا رشیدپور و در نهایت لغو آن دانست. مجری که این روزها با رفتن به شبکه نمایش خانگی قصد تولید برنامه‌ای گفت‌وگومحور در همان حال و هوای هارد‌تاک‌های معروف دهه ۸۰ در تلویزیون را دارد.

در نیمه دوم سال گذشته، بازیگران زیادی به عنوان مجری به تلویزیون اضافه شدند که از جمله آن‌ها می‌توان به محمدرضا گلزار مجری «پاتلوبک»، سید جواد رضویان میزبان «همرکه»، علیرضا استادی مجری «شستادیا» و مجید واشقانی میزبان «ایرانیین» اشاره کرد. مهران غفوریان، ایرج طهماسب، سروش جمشیدی و امین زندگانی نیز از دیگر این چهره‌ها بودند. چند برنامه مانند «برمودا»، «جام آرزوها»، «مداریسته» و «هموطنز» هم به آنتن آمدند که سلبریتی‌ها را به عنوان مهمان دعوت می‌کردند.

اینگونه شد که تلویزیون با روند جدید واکنش‌های نسبتا مثبتی گرفت و برخی عناوین آن مانند «پاتلوبک»، «مهمانی» و «برمودا» توجه‌ها را به خود جلب کرد.

در روزهای پس از نوروز نیز اظهارنظری از سوی پیمان جبلی ـ رییس سازمان صداوسیما ـ منتشر شد که نشان می‌داد همزمان با بازگشت سلبریتی‌ها، میزان مخاطب تلویزیون نیز افزایش داشته است. او ۱۴ فروردین‌ماه در دیدار با جمعی از هنرمندان با اشاره به نظرسنجی اخیر مرکز تحقیقات رسانه ملی گفت: هفته اول سال نو و در ایام نوروز میزان مخاطبانمان ۸ درصد بیش از سال گذشته بود.

با این همه بسیاری این عملکرد صداوسیما را «خودانتقادی در بخش مدیریتی» تعبیر کردند و در توضیح آن گفتند: تلویزیون در این یکی ـ دو سال اخیر علیه سلبریتی‌ها قدام کرده بود و قرار بود سلبریتی‌زدایی شود اما عملاً یا آوردن سلبریتی‌ها در نوروز به انتقاد از خودش پرداخت.

به اعتقاد برخی از این منتقدان تلویزیون بهتر است به سمت محبوب‌ها برود؛ چراکه سلبریتی‌ها اکثراً مالی هستند و آنجا که پول نباشد معمولا نمی‌روند. بر این اساس مدیران دو سال فرصت داشتند تا وارد برنامه‌ریزی برای شیوه و نحوه برنامه‌سازی جدید شوند و حال مخاطبانشان را خوب کنند اما آنطور که از شواهد برمی‌آید، نتوانستند و باز هم ـ حالا با برای حفظ آگهی یا حفظ مخاطب ـ به روال گذشته برداختند.

این البته در حالی است که نشانه‌های دیگری، از فاصله قابل توجه وضعیت کنونی با شرایط مطلوب در دهه‌های گذشته حکایت دارد به تازگی نشستی در صداوسیما با هدف اعلام آمار تعداد بیننده برنامه‌های نوروزی و رمضان برگزار شد که نشان می‌دهد «تون ج» با حدود ۵/۴۱ درصد پرمخاطب‌ترین بوده است. سریال «زیرخاکی» ۹/۲۴ درصد، سریال «هفت سر اژدها» با ۵/۲۲ درصد و برنامه «محفل» به عنوان پرمخاطب‌ترین برنامه افطاری با ۹/۲۷ و به دنبال آن «زندگی پس از زندگی» با ۱/۲۷ درصد پربیننده‌ترین برنامه‌های رمضانی محسوب می‌شوند.

در این نشست این پرسش از سوی خبرنگاران مطرح شد که چرا سریال‌های تلویزیون مثل قبل خیابان طوت‌کن نیستند؟ که نماینده تلویزیون در پاسخ این اتفاق را به فضای کلی مصرف رسانه نسبت داد؛ اینکه «۱۵ سال قبل بخش عمده مصرف رسانه‌ای مخاطبان؛ تلویزیون بود اما حالا سایر بسترها را هم داریم. این الگو فقط در ایران نیست در تمام دنیا این اتفاق افتاده است. تلویزیونی که زمانی ۸۰ درصد مخاطب داشت الان اینگونه نیست. شبکه‌ای در دنیا نداریم که ۸۰ یا ۹۰ درصد مخاطب داشته باشد. بنابراین مردم از بسترهای مختلف مصرف رسانه‌ای‌شان را تامین می‌کنند.»

با این همه به نظر می‌رسد اگرچه رسانه ملی طی ماه‌های اخیر با تغییر تدریجی سیاست‌ها از سلبریتی‌زدایی به جذب سلبریتی‌ها برای بازگشت به روزهای خوب گذشته، تلاش و هزینه فراوانی انجام داده است اما همچنان با نقطه مطلوب فاصله دارد و اغلب برنامه‌ها به اندازه ظرفیت و کیفیتی که نشان داده‌اند، نتوانسته‌اند مخاطب جذب کنند.

ایران خشک شد. از بس که آب ندارد.

کافه کتاب

۴۸ قانون قدرت

نویسنده: رابرت گرین
مترجم: فاطمه باغستانی
انتشارات نسل نواندیش

پیام آشنا: کتاب ۴۸ قانون قدرت در سال ۱۹۹۸ توسط رابرت گرین نویسنده و محقق مشهور آمریکایی نوشته شده است. این کتاب که به‌صورت دقیق و علمی به بررسی و بیان قوانین موثر در افزایش و تثبیت مزیت اجتماعی قدرت در بسترها و شرایط مختلف پرداخته است، به‌سرعت در میان عموم مردم و طبقات مختلف جامعه از زندانیان گرفته تا شخصیت‌های مشهور، مخاطبین و طرفداران گسترده‌ای پیدا کرد. این اثر در لیست پرفروش‌های نیویورک تایمز نیز قرار گرفته و تاکنون بیش از یک میلیون و دویست‌هزار نسخه از آن، فقط در آمریکا فروش رفته است و به بیش از ۲۴ زبان زنده دنیا ترجمه شده است.

درباره کتاب ۴۸ قانون قدرت اثر رابرت گرین

در سال ۱۹۹۸ زمانی که رابرت گرین در یک مدرسه رسانه‌ای و هنری به‌عنوان نویسنده کار می‌کرد با فردی با نام «الفرد» آشنا شد که شغلش مرتبط با بسته‌بندی و ارائه کتاب بود. گرین با توجه به علاقه و درخواست این فرد، ایده‌های خود در مورد قدرت را در یک کتاب با نام «رمان» نوشت و به این دوست نازه‌آشنا داد. این نوشته به‌دها به پیشنهاد همان فرد و پس از بازنویسی، تبدیل به کتاب ۴۸ قانون قدرت شد. رابرت گرین همواره از این اتفاق به‌عنوان مهم‌ترین نقطه عطف زندگی‌اش یادمی‌کند.

درست است که بسیاری از مخاطبین و منتقدین، این کتاب را در دسته‌بندی کتاب‌های موفقیت و رشد فردی قرار می‌دهند اما حقیقت آن است که این کتاب قوانین موفقیت در کسب و افزایش قدرت را با دید کاملی کاملا متفاوت و نگاهی به‌شدت واقع‌گرایانه مطرح می‌کند و می‌شود گفت که با بسیاری از کتاب‌های دسته موفقیت، از نظر اصول و کارکرد، کیلومترها فاصله دارد. به‌عنوان مثال به این جمله کوتاه دقت کنید: «خدایا رو مرا از آسیب دوستانم در امان بدار چرا که خود از پس دشمنانم برمی‌آیم.»

این جمله یکی از جملات کلیدی این کتاب است و شاید در نگاه اول از دید شما بسیار بدبینانه باشد اما حقیقت آن است که به‌شدت منطبق بر واقعیت است و در داستان پر از فراز و نشیب اقتدارگرایی انسان، این شکاک بودن یکی از بهترین و مهم‌ترین ابزارهـا برای حفظ و افزایش قدرت است. رابرت با بررسی ماهیت قدرت و ویژگی‌های آن به‌عنوان یک مزیت اجتماعی و اصلی‌ترین ابزار سلطه و نفوذ، شکل واقع‌بینانه‌ای از مقاصد و نیات افراد از رفتارهایشان در بستری به نام قدرت را ترسیم می‌کند.

کتاب ۴۸ قانون قدرت شامل ۴۸ بخش مختلف است و در هر بخش برای کسب قدرت بیشتر، یک توصیه ارائه می‌دهد و با تطبیق آن قانون در زندگی افراد مطرح تاریخ از جمله ماکیاولی، کسینجر، ملکه الیزابت و ناپلئون به تشریح میزان اهمیت آن می‌پردازد. خواننده در بخش‌های مختلف این کتاب، با گزاره‌هایی روبه‌رو می‌شود که حتی گاه به چهارچوب‌های اخلاقی ذهنش به‌صورت مستقیم حمله می‌برند، اما منصفانه و دقیق که نگاه می‌کنندمی‌بینند که در دنیای انسان‌ها، رازهای اصلی کسب قدرت همین‌ها هستند و اگر بخواهد در بازی قدرت سهم بیشتری داشته باشد لازم است که قوانین آن را بداند و قرابگیرد تا بیشتر از قصدها و نوع حرکات دیگران به‌عنوان رقیب سردربیاورد.

در واقع ارائه قوانین بازی قدرت با دقت بالا و بدون هیچ سانسوری اصلی‌ترین راز موفقیت این کتاب است. این موضوع اگرچه باعث ناخشن بسیاری از منتقدان به این کتاب شده است، اما کسی نمی‌تواند منکر کاربرد مفید آن در زندگی مردم شود چراکه این کتاب زمینه‌ای بسیار مناسب برای عموم مردم فراهم کرده است تا گمی شفاف‌تر در مورد قدرت و تکنیک‌های قراد قدرتمند در طول تاریخ فکر کنند و توانایی تحلیل دقیق‌تری در این زمینه داشته باشند و متعاقبا با توجه به شرایط خود، از این قوانین برای رشد قدرت خود نهایت استفاده را ببرند.

خواندن و دانلود کتاب ۴۸ قانون قدرت را به چه کسانی پیشنهاد می‌کنیم؟

توصیه‌ها و قوانینی که برای کسب و افزایش قدرت در این کتاب بیان شده‌اند به گونه‌ای هستند که در زندگی اکثر افراد جامعه کاربرد دارند. خواندن این کتاب گذشته از اینکه قدمی مهم در رشد فردی محسوب می‌شود به مخاطبین توانایی تحلیل درست افراد قدرتمند را در هر سطحی ارائه می‌دهد و از این نظر یک کتاب کاربردی در زندگی عموم مردم به حساب می‌آید.

درباره رابرت گرین: نویسنده کتاب

رابرت گرین در سال ۱۹۵۹ و در لس‌آنجلس آمریکا به دنیا آمد. خانواده گرین، خانواده‌ای از طبقه اقتصادی متوسط و یهودی‌تبار بودند. شغل پدر او قروش لوازم نظافتی و مادرش نیز زنی خانه‌دار بود. رابرت تحصیلات عالی خود را در دوادشگاه کالیفرنیا و ویسکانسین در رشته مطالعات کلاسیک سپری کرد. او در تمام عمر خود بیش از هشتاد شغل مختلف از جمله ترجمه، نویسندگی نشریات، کار ساختمانی، فیلم‌نامه‌نویسی، امور بسته‌بندی و... را در کشورهای مختلف اروپایی تجربه کرده است و با بیش از بیست سال تحقیق بر روی مزیت قدرت و ویژگی‌ها و روش‌های موثر بر آن، از نامدارترین نویسندگان و محققین در زمینه مزیت اجتماعی قدرت و رفتارهای وابسته به آن، به حساب می‌آید. این نویسنده بعد از موفقیت کتاب ۴۸ قانون قدرت، کتاب «هنر اغواگری» را منتشر کرد. این کتاب نیز با نوجه به موضوع جنجالی و جذابش، به‌سرعت به یکی از کتاب‌های پرفروش آمریکا تبدیل شد. جالب آن است که از کتاب «۳۳ استراتژی جنگ» او نیز به‌عنوان یکی از کتاب‌های جذاب و کاربردی در زمینه گزینش استراتژی‌های نظامی و انطباق آن با چالش‌های مختلف زندگی از جمله مناقشه‌های فردی و اجتماعی یاد می‌شود. همچنین کتاب دیگر گرین یعنی «قوانین نفوذ» نیز از کتاب‌های مهم در زمینه ارتباطات و تاثیر بر دیگران به حساب می‌آید. رابرت گرین تاکنون در زمینه مهارت‌های مرتبط با نفوذ و قدرت و رشد فردی کتاب‌های بسیاری تالیف کرده‌است.

از خواندن ۴۸ قانون قدرت چه درس‌هایی می‌آموزیم؟

کتاب ۴۸ قانون قدرت را می‌شود یک راهنمای کامل در زمینه آشنایی با مفهوم قدرت و نحوه تلاش در راستای حفظ و افزایش این مزیت دانست. آنچه در این کتاب توصیه می‌شود درس‌هایی در زمینه قدرت است که با بازبینی زندگی افراد بسیار قدرتمند تاریخ به دست آمده است. افراد مختلف جامعه در هر سطحی و خواهان هر گونه‌ای از قدرت، با خواندن این کتاب و عمل به توصیه‌های آن نقشه دستیابی به قدرت بیشتر و توانایی تحلیل رقبا را به راحتی به دست می‌آورند.

کوتاه از فرهنگ

دور دنیا به صرف قهوه!

کافه می‌تواند یک فضای جاذبویی باشد که حسی خوشایندی و آرامش را هدیه می‌دهد تا آدم‌ها از شلوغی و زحمات روزمره قرار کنند و به دنیایی از آرامش و تمرکز پناه ببرند. قضایی که با بویی دلنشین از قهوه پر شده و صدای ملایم موسیقی از گوشه‌های مختلف شنیده‌می‌شود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از جام‌جم آنلاین: این روزها کافه برای بسیاری از افراد فقط یک مکان عمومی نیست، بلکه یک سبک زندگی به شمار می‌آید؛ برای برخی دیگر تنها تفریح و دلخوشی زندگی آنان است و برای برخی دیگر، فقط جایی برای نوشیدن یک قهوه به قصد استراحت. خیلی‌ها هم هستند که کافه‌گردی به مذاق‌شان خوش نمی‌آید و به گرفتن یک قهوه بیرون‌بر بسنده می‌کنند. در میان انبوهی از کافه‌ها در سرتاسر جهان، به معرفی کافه‌هایی ویژه می‌پردازیم که شنیدن اسم برخی از آنها هم ممکن است تعجب‌آورباشد.

با نوشته خود این کافه را دکور کنید!

شاید ویتنام را به دلایل زیادی مثل جنگ بشناسید اما یکی از بزرگ‌ترین آنها قطعا قهوه است. این قهوه در جهان بسیار محبوب است به‌طوری که توصیه می‌شود در صورت سفر به ویتنام، حتما نوشیدن قهوه را در قهوه‌ت کارهای خود داشته باشید. در نتیجه محبوبیت بالای قهوه آن، کافه‌های خاص زیادی را می‌توان در شهرهای بزرگ ویتنام پیدا کرد. در هانوی، پایتخت ویتنام نیز کافه‌های بسیار خوبی وجود دارد که در بالای این لیست نام کافه یادداشت به چشم می‌خورد. در این کافه قهوه با کیفیتی سرو می‌شود و از نظر مسافران دراین‌خصوص از دیگر کافه‌ها متمایز است. مهم‌ترین ویژگی خاص این کافه مانند اسمش یادداشت‌هایی است که به چشم می‌خورد، به‌طوری‌که دیوارها، میزها، صندلی‌ها و حتی سقف پوشیده شده از کافتفاهای رنگی کوچک یادداشت است. این کافتفاهای یادداشت توسط تمام مشتریانی نوشته شده است که در این کافه وقت گذرانده‌اند. همچنین به مشتریان جدید کاغذ رنگی و خودکار داده می‌شود تا به یادگار متنی بنویسند. در واقع هر یادداشت یا قلم و ذخیره یک مشتری متفاوت نوشته شده و دیدن این تفاوت‌ها در کنار هم، تصویر رنگارنگ زیبایی می‌سازد که مثالی از جهانی است که در آن مشغول زندگی هستیم!

کافه یا قبرستان؟

زمانی که آقای کوئی، مالک این کافه، زمینی را در هند به‌قصد افتتاح کافه جدید خرید، نمی‌دانست که این زمین در قدیم قبرستان بوده است. او در نهایت از روشی عجیب با این چالش کنار آمد. آقای کوئی به‌جای سنگ‌فرش کردن قبرها و آزبین بردن قبرستان، تصمیم گرفت تا آنها را به عضوی از نمای کافه خود تبدیل کند. او دور قبرها را نرده کشید تا بازدیدکنندگان پای خود را روی آنها نگذارند و در کنار آنها به معاشرت و صرف نوشیدنی و غذا بپردازند. شاید این نامعمولی‌ترین ویژگی یک کافه در میان کافه‌های خاص دنیا باشد. هرچند او معتقد است این ایده، نه‌فقط بی‌احترامی به مشتریان تلقی نمی‌شود، بلکه بودن در کنار آن قبرها باعث خوش‌شانسی مشتریان می‌شود. او به همین دلیل اسم کافه‌رستوران خود را شانس نو گذاشته است. شاید به نظرتان عجیب برسد؛ ولی باید گفت که این عامل حداقل باعث خوش‌شانسی خود آقای کوئی بوده است. کسب‌وکار او در یک دهه گذشته، بسیار پیشرفت کرده و همواره مزیتی توریستی از سراسر دنیا بوده است. هیچ‌کس نمی‌داند آن قبرهای خوش‌یمن به چه کسی تعلق دارد اما بیشتر معتقدند که آن قبرستان متعلق به بیرون مسلمان یک قدیس صوفی قرن شانزدهم است. البته نمی‌توان تنها عامل موفقیت آقای کوئی را آن قبرستان دانست. این کافه‌رستوران به‌دلیل منوی محبوبی هم که دارد به پاتوق محلی ساکنان آن منطقه تبدیل شده است.

سینمای جهان

پارک چان ووک «اولدبوی» را به تلویزیون می‌برد

پارک چان ووک اقتباسی از سریال «اولدبوی» را برای تلویزیون تهیه‌می‌کند

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایندی وایر، استودیو لایتزگیت روز چهارشنبه اعلام کرد، پارک چان ووک کارگردان موفق کره‌ای، قرار است فیلمساز «اولد بوی» خود را که سال ۲۰۰۳ ساخته شد، در قالب یک سریال تلویزیونی انگلیسی زبان برای تلویزیون لایتزگیت بسازد.

پارک که کارگردانی و نویسندگی فیلم معمایی اکشن را برعهده داشت، در کنار شریک تهیه‌کنندهاش سید لیچ، به تهیه‌کنندگی مجموعه‌اقتباسی «اولدبوی» بپیوست.

وی تازه ساخت «همدل»، سریالی کوتاه با بازی رابرت دانوی جونیور که اواخر هفته پیش از شبکه HBO پخش شد، را به پایان برده است. در حالی که این اولین بازسازی انگلیسی زبان «اولدبوی» نیست و فیلم اسپایک لی در سال ۲۰۱۳ با بازی جاش برولین هم با اقتباس از همین فیلم ساخته شده، اما این اولین بازی است که این فیلم برای صفحه کوچک اقتباس می‌شود. پارک در بیانیه‌ای گفت مشتاقانه منتظر کار با این استودیو است که داستان سرایی جسورانه، بدیع و ریسک‌پذیر را ارایه می‌کند.

«اولدبوی» از یک مافیای ژاپنی به همین نام اقتباس شده و درباره مردی است که ۱۵ سال اسیر و زندانی بوده، اما در نهایت آزاد و متوجه می‌شود که باید ظرف ۵ روز اسیر کننده خود را پیدا کند. این فیلم به خاطر پیچش‌های داستانی، سکانس مبارزه وحشیانه با تهوع‌آوری که فقط یک چکش در دست دارد و داستانی بر مبنای انتقام و غرق در خون، معروف است.

این فیلم نخستین فیلم از کره جنوبی است که سال ۲۰۰۴ جایزه بزرگ جشنواره کن را برد و نزدیک به ۱۵ میلیون دلار در سراسر جهان فروخت. نئون سال پیش این فیلم را در بیستمین سالگرد آن، دوباره اکران کرد و فیلم ۲.۱ میلیون دلار دیگر در سراسر جهان فروخت و توانست در آخر هفته افتتاحیه خود در ۱۰ فیلم برتر باخلی در باکس آفیس قرار گیرد. «اولدبوی» بخشی از سه گانه معمایی مهیج «انتقام» پارک است که پس از «همدردی با آقای انتقام» و پیش از «لوی انتقام» ساخته شد. از دیگر فیلم‌های پارک می‌توان به «آذیز»، «تصمیم به ترک»، «استوکر» و «عطش» اشاره کرد و او همچنین تهیه‌کننده فیلم و سریال تلویزیونی اقتباسی از فیلم «فرشکش» یونگ جون هو بود.