کافه کتاب

چگونه با هر کسی صحبت کنیم

نویسنده: لیل لوندز
مترجم: مهدی قراچه داغی
انتشارات ذهن آویز

پیام آشنا: با به کارگیری ۹۲ ترفند ساده به یک فرد جذاب و سرگرم‌کننده در گفت‌وگوها تبدیل شوید! لیل لوندز در کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم، با ارائه راهکارهایی مفید و کاربردی به شما کمک می‌کند تا ارتباط مؤثری با دیگران برقرار کنید و به خواسته‌هایتان برسید.

درباره کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم

آیا تا به حال افرادی را مورد ستایش قرار داده‌اید که هرآنچه می‌خوانند را به دست آورده‌اند؟ قطعا افراد منتظر شما، همان کسانی هستند که در جلسات کاری، در مهمانی‌ها و در هر فضای اجتماعی دیگری، با اعتماد به‌نفس بالا صحبت می‌کنند؛ افرادی که بهترین مشاغل و بسته‌ها را به‌دست آورده‌اند، همسران خوبی در کنار خود دارند و حساب‌های بانکی‌شان نیز پر از پول است. اما با عجله قضاوت نکنید! بسیاری از آن‌ها به‌هوش‌تر و باسعادت‌تر از شما نیستند و تحصیلات بالاتری نیز ندارند. پس دلیل این همه موفقیت چیست؟ این همان سؤالی است که لیل لوندز (Leil Lowndes) در کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم (How to Talk to Anyone) به آن پاسخ خواهد داد. بعضی از افراد فکر می‌کنند که افراد موفق، ویژگی‌های مثبت و تحسین‌برانگیز خود را به ارث برده‌اند و به عبارت دیگر، بسیار خوش‌شانس بوده‌اند. اما از نظر لیل لوندز بهتر و درست‌تر این است که این گونه فکر کنید: علت موفقیت آن‌ها مهارت بالایشان در ارتباط با دیگران است. او در کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم، شما را با راهکارهای مفیدی آشنا می‌کند که می‌توانید با استفاده از آن‌ها به کمال برسید. همان‌طور که می‌دانید هیچ فردی به‌تنهایی قادر نیست به موفقیت‌های پایدار و واقعی، در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود دست یابد. آن دسته از افرادی که در زندگی به خواسته‌های بزرگ خود دست یافته‌اند، در واقع طی سال‌های متمادی، قلب و ذهن افراد زیادی را به خود متمایل ساخته‌اند و از کمک‌های این آشنایان بهره برده‌اند.

از نظر لیل لوندز در کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم، افرادی که مدام در حال شکایت کردن هستند، هرگز متوجه نخواهند شد که مقصر مورد بی‌توجهی دیگران قرار گرفتن، خودشان بوده‌اند. آن‌ها نمی‌دانند که خودشان باعث تیره و تار شدن روابط‌شان با از بین رفتن دوستی‌هایشان شده‌اند. این اشخاص معتقدند که انسان‌های موفق، کیسه‌هایی پر از حیله و نیرنگ را در اختیار دارند یا معجزه‌ای در کارشان وجود دارد که هر بار آن‌ها را به موفقیت می‌رساند. لیل لوندز از مخاطبان کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم می‌پرسد که: فکر می‌کنید حیله و ترفند افراد موفق چیست؟ آیا ما هم می‌توانیم آن‌ها را یاد بگیریم؟ از نظر او، بدون شک این افراد از هنری برخوردار هستند که دوستی هایشان را محکم می‌سازد. جادویی را بلدند که با استفاده از آن، دیگران عاشق آن‌ها خواهند شد. همچنین ویژگی‌هایی دارند که موجب می‌شود کارفرمایان آنان را استخدام کننده و آن‌ها را به مراتب‌های بالاتر دهند. اما مسئله‌ی مهم این جاست که آیا ما نیز می‌توانیم این مهارت‌ها را بیاموزیم و به‌کار بگیریم؟ درواقع باید پرسید که این راهکارها چه هستند و چطور می‌توان شناسایی‌شان کرد؟

معلم تئاتری را در نظر بگیرید که به دلیل بازی بد هنرجویش به‌شدت عصبانی شده و می‌گوید: «بدنت با حرفهایت جور نیست! حرکات بدنت افکارت را نشان می‌دهد. صورت تو این توانایی را دارد که از هفت‌هزار ابزار متفاوت برخوردار باشد. هر ابزار این خبر را می‌دهد که تو چه کسی هستی و در آن زمان به چه چیزی می‌اندیشی؟» درواقع این معلم کاملاً صحیح می‌گوید. در صحنه‌ی زندگی، هر حرکت شما، افکار و نوع زندگی‌تان را برای دیگران عیان می‌کند. انسان‌ها از توانایی‌های حیرت‌انگیزی برای جذب دیگران برخوردارند که گاهی خودشان از آن‌ها آگاه نیستند. کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم، به ما مشارد می‌دهد که باید بدانیم هر لبخند هر اخم و یا هر کلمه‌ای که برای گفتن انتخاب می‌کنیم، می‌تواند افراد را به ما نزدیک یا از ما دور کند.

تصور کنید که دوستان را در محیطی آزمایشگاهی قرار داده‌ایم. در این محیط مدارهایی قرار دارند که وظیفه‌ی ثبت علائم و نشانه‌ها و داده‌های ردپدل‌شده میان این دو نفر را برعهده دارند. شاید تصور کنیم که ثبت تمام جزئیات این روابط، کار آسانی خواهد بود، اما واقعیت این ماجرا از زبان یکی از اساتید دانشگاه بنسیلوانیا به این شرح است: «برای آگاهی از اطلاعات ردپدل‌شده میان دو نفر در مدت یک ساعت، نصف جمعیت بالغ آمریکا باید تمام عمر خود را تلاش کنند.» لیل لوندز در کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم، با مطرح کردن چنین واقعیت‌هایی ما را نسبت به پیچیدگی روابط انسانی آگاه می‌کند و نشان می‌دهد که اهمیت تسلط بر چگونگی پیش‌برد این روابط تا چه حد خواهد بود. لیل لوندز نتایج تحقیقات و همچنین نظرات شخصیت‌های موفق مختلفی را در این کتاب گردآوری کرده است. اگر موفق شوید بر راهکارهای مطرح‌شده در این اثر مسلط می‌شوید. تکنک افراد خانواده، همکاران، دوستان، معاشران و تمام اطرافیانتان، دل‌های خود را با شادمانی به روی شما باز خواهند کرد و آنچه را که می‌خواهید در اختیارتان قرار خواهند داد.

کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم برای چه کسانی مناسب است؟

اگر در پی ارتقای روابط میان‌فردی و اجتماعی خود هستید و به فراگرفتن مهارت‌های ارتباطی علاقه‌مندید، کتاب چگونه با هر کسی صحبت کنیم، حاوی نکات بسیار مفید و ارزشمندی برای شما خواهد بود.

با لیل لوندز بیشتر آشنا شویم

او موفق به برگزاری سمینارهای زیادی در ایالات متحده آمریکا شده است. لیل لوندز در زمینه‌ارتباطات شناخته‌شده بین‌المللی، ارتباطات میان‌فردی و تعاملات دنیای واقع‌گاه فعالیت دارد. او همچنین نویسنده‌ده عنوان کتاب پرفروش، با موضوعاتی مانند روابط حاکم بر فضای کسبوکار، روابط اجتماعی و همچنین روابط عاطفی و عاشقانه است که بعضی از آن‌ها به بیست‌وشش زبان زنده دنیا ترجمه شده‌اند.

با هدف ترویج فرهنگ مطالعه و کتاب‌خوانی صورت گرفت؛

برگزاری مراسم اختتامیه و قرعه‌کشی پویش کتاب‌خوانی «خط امین ۱» در البرز

مراسم اختتامیه و قرعه‌کشی پویش فرهنگی- کتاب‌خوانی «خط امین ۱»، با حضور جمعی از مسئولان، فعالان فرهنگی، بسیجیان و خادمین شهدا در اردوگاه شهید رجایی کرج برگزار شد. این پویش که با محوریت معرفی آثار تفریظ‌شده توسط رهبر معظم انقلاب اسلامی برگزار گردید، گامی در جهت ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی در میان اقشار مختلف مردم استان البرز به شمار می‌رود.

به گزارش پیام آشنا، در این مراسم، سرهنگ مجیدزنجانی معاون هماهنگ‌کننده سپاه امام حسن مجتبی(ع) استان البرز، ضمن تقدیر از برگزارکنندگان و شرکت‌کنندگان در این پویش، بر ضرورت گسترش فرهنگ مطالعه در جامعه تأکید کرد و پویش «خط امین» را نمونه‌ای موفق از حرکت‌های مردمی و فرهنگی برای تقویت سبک زندگی اسلامی-ایرانی و تعمیق بینش انقلابی دانست.

وی افزود: «توجه به کتاب‌هایی که مورد توجه و تأیید مقام معظم رهبری قرار گرفته‌اند، می‌تواند مسیر مطالعاتی روشن و اثرگذاری را در اختیار نسل جوان و جامعه فرهنگی کشور قرار دهد.»

همچنین در این مراسم سعید اخلاقی مسئول فرهنگی هنری سپاه استان البرز ابراز امیدواری کرد که با گسترش دامنه این پویش در مراحل بعدی، گام‌های بلندتری در جهت نهادینه‌سازی فرهنگ کتاب‌خوانی و شناخت بهتر آثار انقلابی و معرفی برداشته شود.

پویش «خط امین ۱» با معرفی شش عنوان کتاب از برنامه‌ریزی برای برگزاری «اجلاسیه شهدای رسانه و هنر» با همکاری اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان، سازمان بسیج هنرمندان، حوزه هنری و خانه هنرمندان خبر داد و اظهار کرد: تجربه موفق یادواره شهدای رسانه و هنر در سال ۱۳۹۶ نشان داد که تلفیق هنر، رسانه و فرهنگ ایثار، می‌تواند اثرگذاری عمیقی در جامعه ایجاد کند.

به گفته نوروزی‌فر، کمیته تخصصی این اجلاسیه تشکیل شده و جلسات اجرایی آن در حال برگزاری است. زمان دقیق این رویداد فرهنگی به‌زودی اعلام خواهد شد.

وی گفت: رسانه نه‌تنها ابزار اطلاع‌رسانی، بلکه رکن مهم جهاد تبیین است. جشنواره ایوثر و اجلاسیه پیش‌رو، صحنه‌ای برای بروز خلاقیت‌ها و مسئولیت‌پذیری رسانه‌ها در قبال فرهنگ ایثار و شهادت خواهند بود.

کنگره ملی پنج هزار و ۵۰۰ شهید استان البرز مهرماه امسال برگزار می‌شود.

رسانه، میدان‌دار تبیین راه شهدا در البرز

رئیس سازمان بسیج رسانه‌ای استان البرز با اشاره به اهمیت والای کنگره پنج هزار و ۵۰۰ شهید این استان گفت: امروز رسانه‌ها به خوبی میدان دار تبیین راه شهدا در البرز هستند.

به گزارش پیام آشنا، ابراهیم نوروزی‌فر روز سه‌شنبه در حاشیه نخستین رویداد رسانه‌ای «راسخون» و نشست خبری کنگره ملی پنج هزار و ۵۰۰ شهید استان البرز اظهار کرد: بر همین اساس دهمین جشنواره رسانه‌ای ایوثر در استان البرز با محوریت شهدای این استان و با هدف ترویج فرهنگ ایثار و مقاومت برگزار می‌شود.

وی هدف از این اقدام را تجلیل از مقام شهدا و حمایت از تولید محتوای ارزشی در فضای رسانه‌ای کشور عنوان کرد و گفت: فرهنگ مقاومت نیازمند روایت‌های عالمانه و هنرمندانه است و فعالان رسانه‌ای، از خبرنگاران و نویسندگان گرفته تا مستندسازان و طراحان، نقش مؤثری در انتقال این مفاهیم دارند.

دعوت از فعالان رسانه‌ای برای تولید محتوای ارزشی در جشنواره ایوثر

نوروزی‌فر با تأکید بر اهمیت رسانه به عنوان ابزاری برای دفاع از هویت ملی، خاطرنشان کرد: از همه فعالان رسانه‌ای استان دعوت می‌کنیم تا آثار خود در محور شهدای البرز را به دبیرخانه جشنواره ارسال کنند. این جشنواره فرصتی برای معرفی آثار برتر در حوزه تبیین فرهنگ ایثار از طریق زبان هنر و رسانه خواهد بود.

رئیس سازمان بسیج رسانه استان البرز همچنین

ورود فیدیبو به دنیای سینما، موسیقی و تئاتر

بازاریابی کتاب در سایه گسترش تجربه فرهنگی

رویا سلیمی- اهالی کتاب و مطالعه، قطعا نام فیدیبو را به عنوان پلتفرم دانلود و خرید کتاب دیجیتال شنیده‌اند. پلتفرمی که سیزده سال از فعالیتش می‌گذرد و حالا نام آشنایی برای کتاب‌دوستان به شمار می‌رود. پس از گذشت یک دهه فعالیت در حوزه کتاب دیجیتال و صوتی، سال ۱۴۰۳، سال تغییر رویکرد این پلتفرم از ارائه دهنده صرف خدمات دیجیتالی و برخط کتاب به تهیه‌کنندگی در حوزه‌های دیگر هنر بود. اولین اقدام فیدیبو در توسعه فعالیت های هنری خود، حمایت از فیلم «علت مرگ: نامعلوم» به نویسندگی و کارگردانی علی زرنگار بود. فیلمی که عدم حضورش در جشنواره فیلم فجر ۱۴۰۳، حواشی و اعتراضاتی را به دنبال داشت. فیلمی جادهای با سویه‌های اجتماعی که نمره خوبی از منتقدان و اهالی رسانه گرفت. اما گویا این اولین گام فیدیبو برای ورود به دیگر عرصه‌های هنر بود. در دی ماه ۱۴۰۳، تبلیغات شهری کنسرت ارکسترال گروه کامکارها با نام «آتش زنده»، یک نام آشنای دیگر در کنار کامکارها در پوستر خود داشت. فیدیبو تهیه و برگزاری این کنسرت را برای دو شب در چهار اجرا در هتل آسپیناس پلاس به عهده گرفت. نکته مهم دیگر در برگزاری این کنسرت، معرفی سایت فروش بلیط بود. مخاطبان و علاقه‌مندان این کنسرت کامکارها از سایت اختصاصی فیدیبو امکان تهیه بلیط داشتند. تجربه تهیه‌کنندگی فیدیبو در حوزه‌های غیر کتاب به همین جا محدود نشد. از اواخر فروردین ماه ۱۴۰۴ نمایش «یخ بستگی» به نویسندگی و کارگردانی احمد سلگی و تهیه کنندگی فیدیبو به روی صحنه رفت. مخاطبان جدی تئاتر عموما هنگام تهیه بلیط به سایت تیوال مراجعه می‌کردند. اما این بار نیز خرید بلیت نمایش از سامانه بلیط فروشی فیدیبو، امکان‌پذیر بود.

اینکه پلتفرمی دیجیتال که در حوزه کتاب فعالیت می‌کند، چرا پس از گذشت یک دهه، شروع به تجربه دیگر حوزه‌های هنر کرده، موضوعی است که چند تلقی می‌توان در مورد آن مطرح کرد. نکته اول اینکه در میان اهالی فرهنگ و هنر و جماعت کتاب‌خوان، یک دهه حضور مستمر و حرفه‌ای، فیدیبو را به ویژه‌ی شناخته شده و مهم تبدیل کرده است. این ویژگی، به خودی خود واجد امکانات و توانایی‌هایی برای جلب مخاطب خواهد بود در سال‌های اخیر، بحث تهیه‌کنندگی در سینما و تئاتر و موسیقی، به یکی از چالش‌های اساسی در مدیریت فرهنگ و هنر کشور تبدیل شده است. از پول‌های مشکوک تا تهیه‌کنندگی برخی فرزندان مقامات سیاسی، منتقدات بسیاری را در میان اهالی دست‌اندرکار به دنبال داشته است. ضمن اینکه برخی مخاطبان نیز توجه ویژه‌ای به تهیه‌کننده به عنوان سیاست‌گذار اصلی اثر داشته و دارند در این میان، وقتی پوستر فیلم، کنسرت و تئاتر با تهیه‌کنندگی پلفترمی کتاب‌محور را می‌بینند در انتخاب آن‌ها برای مصرف تاثیرگذار خواهد بود.

ضمن اینکه سایتی با محوریت کتاب، عموما پس زمینه مثبت و قابل اعتمادی در ذهن مخاطب آشنا به این حوزه دارد، بخشی از تردید او را برای انتخاب اثر هنری از این می‌برد و در کنار نام کارگردان یا نوازندگان مشهور و مطرح، فیدیبو به تنهایی قابلیت ایجاد فضای رقابتی در میان دیگر تهیه‌کنندگان مرسوم را خواهد داشت.

این پس زمینه نه ساله، اولین و مهم‌ترین ویژگی برندی است که کلایی با کیفیت فرهنگی قابل قبول را به مخاطب عرضه خواهد کرد. این شناخت حداقلی، مخاطب را نسبت به محتوای مورد تبلیغ مجاب و دست او را برای انتخاب می‌گیرد. بنابراین، فیدیبو، مرجعی برای انتخاب‌گری مصرف کالای هنری می‌شود. کلایی که از سینما، تا موسیقی و تئاتر، امکان خرید و رزرو بلیط در سایت کتاب‌های الکترونیک را فراهم کرده است. این نکته نیز از اهمیت بسزایی در بازاریابی و خرید مشتری برخوردار است. مخاطبی که احتمالا تا پیش از این برای دانلود و خرید الکترونیک کتاب، مورد علاقه‌اش به فیدیبو سر می‌زد، حالا رزرو بلیط تئاتر و کنسرت، امکان‌های بیشتری برای عرضه را فراهم می‌کند. در کنار این، پس از خرید بلیط کنسرت یا آلبومی از جلد کتاب و پیشنهادهای جذابی از کتاب، صوتی مواجه می‌شود. این مواجهه به تنهایی بستری تاثیرگذار برای ترغیب مخاطبی فراهم می‌کند که در طی ده سال گذشته، هیچ خریدی از فروشگاه الکترونیک کتاب فیدیبو نداشته است. بنابراین چرخه عرضه بلیط تئاتر و کنسرت یا چرخه عرضه کتاب الکترونیک، روندی از ارائه محصول فرهنگی و هنری را فراهم می‌سازد که نه تنها یر یکدیگر هم‌پوشانی ندارند، بلکه بر هم موثر و از هم تاثیر خواهند گرفت.

اگر به انتخاب‌های فیدیبو در مدت یک ساله، تغییر رویکردش در عرضه محصول فرهنگی و هنری نگاهی بیندازیم، متوجه یک نکته اساسی دیگر خواهیم شد. پلتفرمی که تا پیش از این کتاب عرضه می‌کرد، در معرفی و تهیه کالای هنری تئاتر، سینما و موسیقی نیز براساس انتظار مخاطب عمل کرده است. بدین معنا که محصول معرفی و تهیه شده از سوی پلتفرمی کتاب‌محور، محصول مبتذل، سطحی نبوده و قابل دفاع است. اگر نگاهی به سایت‌های فروش بلیط کنسرت، تئاتر و سینما بزنید، متوجه تفاوت و انتخاب آگاهانه فیدیبو خواهید شد. بنابراین مرجع انتخاب‌گری برای این پلتفرم، می‌تواند آثاری را به مخاطب عرضه کند، که وجوهی از فرهیختگی و درصدی از ارزش هنری را در خود جای داده باشد.

اگر بپذیریم که فیدیبو برای مخاطب، از جایگاه والایی به جهت عرضه کتاب برخوردار است، در اینجا او با بازاریابی حسی روی آورده بازاریابی با هدف ایجاد روابط عاطفی بین شرکت و مصرف‌کننده و به دور از تبلیغات رسانه‌ای برای او برنامه ریزی شده است. عنصر اصلی در این نوع بازاریابی، حواس مخاطب است. فیدیبو در راستای بازاریابی جدید امکان ارتباط با مشتریان را از خرید کردن به مصرف و تجربه فرهنگی تغییر و انتقال دهد. برخلاف بسیاری از سایت‌های فروش کتاب، که بیشتر به دنبال ترویج کتاب هستند تا تبلیغ آگاهانه و موثر، فیدیبو در کنار فروش، به ایجاد ارتباط با مشتری نیز تمایل دارد و خریدار را به مشارکت‌کننده فرهنگی تبدیل می‌کند.

توافق خانه سینما و صندوق اعتباری هنر برای بهبود خدمات بیمه‌ای اعضا

خانه سینما و صندوق اعتباری هنر در جلسه‌ای برای بهبود خدمات بیمه‌ای اعضا و مسائل دیگر گفت‌وگو و توافق کردند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از روابط عمومی خانه سینما، عصر دوشنبه، پنجم خرداد، اعضای هیئت رئیسه، مدیرعامل و بازرس خانه سینما با مدیرعامل و مدیران صندوق اعتباری هنر در نشستی ۴ ساعته دیدار و گفت‌وگو کردند.

محور اصلی این نشست بررسی مشکلات موجود در روند عضویت و تمدید بیمه تأمین اجتماعی اعضای خانه سینما بود. در این جلسه، راهکارهایی برای رفع موانع موجود و تسریع فرآیند تمدید بیمه اعضا مطرح شد و مورد توافق طرفین قرار گرفت.

همچنین مسائل مربوط به بیمه تکمیلی درمان اعضا مورد بررسی قرار گرفت و مدیران صندوق اعتباری هنر دیدگاه‌های کارشناسی خود را برای بهبود این خدمات ارائه دادند.

در ادامه، وضعیت هنرمندان سیمایی که با بیماری‌های خاص مواجه هستند نیز مطرح شد و بر لزوم استمرار حمایت‌ها و ارتقای خدمات به این عزیزان تأکید شد.

توافق بر سر اعطای وام‌های قرض‌الحسنه در شرایط خاص به اعضای صندوق از دیگر محورهای این نشست بود که جزئیات آن به‌زودی اطلاع‌رسانی خواهد شد.

در بخش پایانی جلسه نیز موضوع بیمه بازنشستگی و چالش‌های پیش‌روی اعضای در آستانه بازنشستگی مورد بررسی قرار گرفت و قرار شد جلسات تخصصی با تمرکز بر این موضوع و با حضور مدیران مرتبط برای پیگیری این موضوع برگزار شود.

این نشست از ساعت ۱۶:۳۰ تا ۲۱ ادامه داشت و در پایان مقرر شد کارگاه آموزشی و اطلاع‌رسانی درباره مسائل بیمه‌ای برای نمایندگان صندوق خانه سینما در فرهنگسرای فیروزان برگزار شود. همچنین کارشناسان صندوق اعتباری هنر، برنامه‌ها و نرم‌افزارهای مرتبط با خدمات صندوق را به هیئت رئیسه خانه سینما معرفی کردند.

لحظه‌گاه

شهید سیدمهدی یحیوی جوان مؤمن و فداکاری بود که زندگی‌اش سرشار از حضور اهل بیت(ع) و عشق به ولایت بود. این شهید بزرگوار از کودکی در محیطی مذهبی رشد کرد و با الهام از پدر و مادرش در مسیر حق قدم گذاشت. او در مبارزات انقلاب، جهاد سازندگی و جبهه‌های جنگ، با شجاعت و اخلاص فعال بود و حتی پس از فوت پدرش دست از جهاد نکشید. در دوران نبرد، بارها در رویای صادقه اهل بیت(ع) را دید و طبق پیش‌بینی خودش سرانجام در عملیات والفجر مقدماتی در فکه با اصابت خمپاره به شهادت رسید. دوستانش از قنوتت‌ها و سجده‌های طولانی، روح بزرگ و چهره نورانی‌اش می‌گویند. مادر و همسر شهید از کرامات و حاجت‌روایی‌هایش نقل کرده‌اند و بسیاری بعد از شهادتش با توسل به او به حاجت‌های خود رسیده‌اند. سیدمهدی یحیوی، هنوز هم قطعه‌ای از بهشت در حصارک و مایه امید دل‌های عاشق است.

نمایشگاه چه خبر

نمایشگاه نقاشی‌های کودکان ایرانی در بخارست

نمایشگاه نقاشی‌های کودکان ایرانی با عنوان «یک جهان، رنگ‌های گوناگون» در بخارست برگزار می‌شود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، نمایشگاهی از نقاشی‌های کودکان ایرانی با عنوان «یک جهان، رنگ‌های گوناگون» برگزار می‌کند.

بر همین اساس ۲۶ نقاشی اثر اعضای مراکز فرهنگی هنری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان با موضوع محیط زیست و صلح نیز در این نمایشگاه به نمایش در می‌آید.

نمایشگاه «یک جهان، رنگ‌های گوناگون» از ۹ تا ۱۱ خرداد ۱۴۰۴ (۳۰ مه تا ۱ ژوئن ۲۰۲۵) در بخشی از موزه ملی روستای «دیمیتری گوستی» در بخارست، میزبان علاقه‌مندان خواهد بود.

سفارت جمهوری اسلامی ایران در بخارست از همه علاقه‌مندان به ویژه ایرانیان مقیم رومانی برای بازدید از این نمایشگاه دعوت کرده است.

سینمای جهان

تام کروز به فکر بازگشت به شخصیت «تندر استوایی» است

لس گرامسن شخصیت خاص فیلم «تندر استوایی» که تام کروز نقشش را بازی کرد، ممکن است شخصیت اصلی یک فیلم جدید شود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ورایتی، کریستوفر مک‌کواری، کارگردان «ماموریت غیرممکن» گفت تام کروز به ساخت فیلمی درباره شخصیتی به نام لس گرامسن از فیلم «تندر استوایی» بسیار جدی فکر می‌کند.

کریستوفر مک‌کواری، کارگردان «ماموریت غیرممکن - روزشمار نهایی» در یک مصاحبه جدید گفت که وی و کروز بحث‌های بسیار جدی درباره ساختن فیلمی مستقل بر مبنای شخصیت لس گرامسن داشته‌اند.

مک‌کواری گفت: گفت‌وگوهای من و کروز درباره لس گرامسن خیلی خندهدار است. خیلی درباره آن حرف می‌زنیم و بسیار جدی به بهترین راه ساخت فیلمی درباره وی فکر می‌کنیم. در نهایت به این بستگی دارد که آن شخصیت را در چه موقعیتی قرار دهیم.

در فیلم «تندر استوایی»، لس گرامسن تهیه‌کننده پرحرف و بدخلقی است که برای خلق و خوی وحشی و دست‌های خیلی بزرگش شناخته می‌شود.

مک‌کواری در ادامه گفت که او و کروز با صحبت درباره فیلم بالقوه‌ای که می‌توان درباره لس گرامسن ساخت، به عنوان راه گریزی سر فیلم‌برداری «روزشمار نهایی» استفاده می‌کردند و اغلب وقت غذا خوردن با هم درباره این شخصیت حرف می‌زدند.

وی توضیح داد: ما حتی به ساختار فکر نمی‌کردیم، با صحنه‌ها بازی می‌کردیم. همین که سر میز صبحانه نشسته‌ایم و برای یک دقیقه درباره فیلمی که در دست ساخت داشتیم حرف نمی‌زدیم، واقعا کمک می‌کرد تا حس رهایی از فشار داشته باشیم، و همین سر میز صبحانه حرف زدن و بازی کردن نقش او توسط تام کروز، یکی از لذت‌های واقعی ما در زمان ساخت «روز شمار نهایی» شده بود. کاری که ما انجام می‌دادیم، برنامه‌ریزی برای آینده با این فیلم بود. در حالی که زمان حال خیلی سختی را می‌گذراندیم.

«تندر استوایی» فیلمی در ژانر هجو به کارگردانی بن استیلر است که سال ۲۰۰۸ اکران شد. ماجرای فیلم مربوط به چند بازیگر است که به جنگل‌های استوایی می‌روند تا برای نقشی که در آینده برای بازی در یک فیلم پرهزینه جنگی به آنها داده می‌شود، تمرین کنند. اما آنها به مناطق جنگی واقعی سفر کرده‌اند و پس از یک سری ماجرا، به سربازان واقعی بدل می‌شوند و برای زنده ماندن تمام تلاش‌شان را می‌کنند. بن استیلر، جک بلک و رابرت داونی جونیور دیگر بازیگران این فیلم بودند.