

آمبولانس

آموزه‌های سفر به شمال

● **بوریا عالمی**:- ایرانی‌ها بسیار میهماندوست هستند تا جایی که برای احترام به هندی‌ها، شمالی‌ها هم به‌جای برنج شمالی برنج هندی می‌گذارند جلو آدم.

- هتل‌هایت زیرنظر سازمان میراث فرهنگی اداره و جزو اماکن تاریخی در حال نابودی محسوب می‌شود.
- اقتصاد ۱۰سال گذشته عملا به‌جای تأثیر اقتصادی، تأثیر فیزیکی گذاشته است. مثلا تمام زمین‌های کشاورزی تبدیل به ویلا شده است و تمام کشاورزان تبدیل به بنگاه‌دار.

- تهرانی‌ها برای خرید به دو جا می‌روند؛ بقالی سر کوچه و کناره دریای خزر.
- تهرانی‌ها به آشامیدنی شمال اعتقاد ندارند، چون دیده شده تهرانی‌ها از خانه بطری آب‌معدنی برمی‌دارند و به شمال می‌برند.
- برآورد این است که اگر بطری‌های آب‌معدنی همراه مسافران شمال را در سد بریزیم، نه‌تنها سد پر می‌شود، بلکه می‌شود آن را به خارج صادر کرد.

- مصرف روزانه شش لیوان آب شمال برای بدن مناسب و مصرف یک لیوان آب‌معدنی منجر به سلامتی فرد و باقی آب‌خوار می‌شود.
- نان بربری شمال گرد و کیل است و ایده اولیه ایریک با دیدن نان بربری شمال به ذهن بشر رسیده است.

- تهرانی‌ها شمال را خانه خود نمی‌دانند چون آشغالشان را وسط خانه می‌ریزند.

- قضیه عجیب این است که شمال در شمال ایران واقع شده اما شمال ما جنوب روسیه است برای همین روس‌ها وقتی می‌آیند ایران، فکر می‌کنند رفتند جنوب، اما می‌بینند شمال است پس فکر می‌کنند ما آنها را سر کار گذاشتیم در نتیجه آنها هم از حرصشان ما را سر کار می‌گذارند و نیروگاه بوشهر را تمام نمی‌کنند.

- در استان کردستان و مازندران و گیلان تابلو زده کرج مستقیم. که این نشان می‌دهد این سه استان به کرج اعتقاد بیشتری از تهران دارند و عملا کرج ادامه کردستان و مازندران محسوب می‌شود، مثل بیک که ادامه فرانسه است.

پیامک‌های صبح شنبه

سیدشهاب‌الدین طباطبایی؛ همیشه که نباید چیزی گفت، بعضی وقت‌ها شنیدن لازم است!

شرق روزنامه

www.sharghdaily.ir

شنبه ۲۵ بهمن ۱۳۹۲= ۲۴ربیع‌الثانی ۱۴۳۶= ۱۴ فوریه ۲۰۱۵= سال دوازدهم= شماره ۲۲۳۶= ۲۰ صفحه اذان ظهر تهران ۱۲:۱۸ • اذان مغرب ۱۸:۰۳ • اذان صبح فردا ۵:۲۸ • طلوع آفتاب ۶:۵۲

روزنامه‌فردا

fardashargh@gmail.com

کارتون خواب

فیروزه مظفری

firoozeh.mozaffari@gmail.com



نامش ریزگرد، غبار، خاک یا هرچیز دیگری است که من دقیقا نمی‌دانم، ولی این معضل با امواج احساسی‌ای که به یک‌باره راه می‌افتد و چندروز دیگر به‌کلی فراموش می‌شود، حل نمی‌شود. همه ما -اعم از دولت و جامعه- باید بیاوریم که حفاظت از محیط‌زیست مثل نان شب واجب است. قطع‌کردن یک‌درخت یا هدردادن یک‌سطل آب به‌همان‌اندازه بد است که مثلا به دست خود به اتومبیل یا خانه شخصی‌ات آسیب برسانی. هیچ‌عاقلی چنین نمی‌کند، ولی ما وقتی به یک‌پیکنیک ساده می‌رویم، هریک به‌نسبتی به محیطی که رفته‌ایم آسیب می‌زنیم، آشغال می‌ریزیم، شاخه درختان را قطع می‌کنیم یا روی چمن آتش روشن می‌کنیم و از این قبیل. مشکل امروز ایلام و خوزستان در گستره وسیع‌تری ناشی از تغییرات اقلیمی متعاقب تخریب محیط‌زیست منطقه‌ای است. رفع این مشکل راه‌حل ضربتی و یک‌شبه ندارد. سهمی از مشکل اگرچه مربوط به کشورهای خارجی است، ولی این دلیلی بر انفعال نسبت‌به آن نیست. بخشی از این انفعال به‌خاطر عدم‌اطلاع کافی از حقوق است. بخش دیگرش هم این است که گاهی مسایل جزئی‌تری مثل آسفالته یکراه برایمان اولویت بیشتری نسبت‌به لزوم سالم‌بودن محیطی که در آن زندگی می‌کنیم، پیدا می‌کند چون آن را

پشت جلد

آلودگی، شأن ما نیست



نسبت‌به منافع خود شخصی‌تر می‌بینیم. درحالی‌که چنین نیست، مادامی که محیط‌زیست دغدغه همه شهروندان جامعه نباشد، متأسفانه مشکل به نقاط دیگر هم سرایت خواهد کرد. حالا ممکن است دقیقا ریزگرد نباشد، آب آلوده باشد، گسترش بیابان باشد، ازبین‌رفتن حاصلخیزی خاک باشد و غیره. این از یک‌سو، از سوی دیگر ما نیازمند الگوی توسعه با اولویت حفاظت از محیط‌زیست هستیم. در روندهای شهرسازی ما از این نظر بی‌توجهی هست. کافی است به روندهای ساخت‌وسازهای شهری نگاهی سطحی شود، همه‌چیز آشکار است. این وضعیت به محیط صدمه‌های جبران‌ناپذیر می‌زند، باید جلو این روند گرفته شود. گرمای نسبی هوا در ماه‌های گذشته و کمبود بارش‌های زمستانی حداقل در شهرهای بزرگ تا حدودی توجهاتی را به خود معطوف کرده، ولی طبعاً کافی نیست. این یک‌مساله مقطعی نیست، یک روند است. دوراندیشانه نیست که همه دست‌روی‌دست

در همین حوالی

جشنواره فجر «سینما» ش‌کمه!

کند یا تأثیری بر مخاطب بگذارد؛ درواقع شیوه‌ای که در نمایشنامه رادیویی یا در تئاتر - و البته نمایش‌های کلام‌محور- کاربرد دارد.

در فیلم‌ها کمتر شاهد صحنه‌های ناب سینمایی یا نماهای جذاب و معنابخشی که به‌تنهایی و البته در چار‌چوب موضوع محوری فیلم، سخن می‌گویند، هستیم. نماهای زیبای کارت‌پستالی از طبیعت، اندکی می‌بینیم، اما شات‌ها یا لانگ‌شات‌هایی که تماشاگر را به تأمل فروبرد، مفهومی را منتقل یا عواطف مخاطب را متأثر کند، به‌ندرت دیده می‌شود. می‌دانیم که در سینما حتی شستن دست‌ها وقتی از زاویه‌ای خاص و در پیوند با تصاویر قبل و بعد خود نشان داده شود، می‌تواند معرف معنای ویژه‌ای باشد.

برجسته‌بودن نقش کلام در سینمای ایران به قصه

و فیلمنامه اهمیت محوری داده است. نه‌اینکه داستان

کم‌اهمیت باشد، بلکه فراتر نشستن آن از نقش «بیان

سینمایی» است که مانع توسعه سینما به‌منابه هنر

می‌شود.

در این میان، تلاش آن دسته از کارگردان‌ها که

تلاش می‌کنند تا فرم و ساختار روایی فیلم را با فرار

از روایت خطی داستان و استفاده از تکنیک‌های

فلاش‌بک و فلاش‌فروارد تازه و متفاوت کنند، موفقیت

بیشتری در پی داشته و دارد؛ شیوه‌ای که به‌عنوان یکی

از دلایل متفاوت‌بودن با سایر فیلم‌ها در فیلم‌های «رخ

دیوانه»، «عصر یخبندان» و «چهارشنبه ۱۳۹دیپهشت»

مورد استفاده قرار گرفته است. سینمای تصویری

البته سینمای دشواری است و نیازمند خلاقیت ذهنی

و قدرت خیال‌پردازی بیشتری است. با این حال نباید

فراموش کرد که توسعه و کمال هنر سینما نیز منوط و

مشروط به همین عناصر است. اگر کارگردان‌ها به این

جنبه‌ها کمتر توجه دارند، منتقدان سینمایی نباید در

بررسی‌ها و ارزیابی‌های خود از این معیار غافل شوند

که؛ زبان سینما، زبان تصویر است.

بالا و فرا می‌برد، ارایه تصاویر متحرک به‌گونه‌ای است که معنا و مفهومی انتزاعی یا نمادین با پیامی اخلاقی، اجتماعی و سیاسی را به مخاطب منتقل می‌کند، و البته روشن است که نزدیک‌شدن به موضوع انتزاعی از طریق چیز ملموس و موجود انجام می‌شود. به‌عبارت دیگر، این واقعیت است که به مفهوم ذهنی تبدیل می‌شود؛ و چیز عینی است که به نماد بدل می‌شود.

از این‌منظر بود که موضوع باز‌نمایی جذبه، راز و جادوی تصویر با کمک زاویه و نحوه به‌کارگیری دوربین و مونتاژ اهمیت پیدا کرد و سینما به‌عنوان یک هنر خلاق، ویژه و مدرن؛ چه از منظر زیبایی‌شناسی و جنبه‌های تزیینی و چه به‌لحاظ معنایی و انتقال مفهوم و پیام مورد توجه قرار گرفت.

خلاصه‌کنم؛ زبان سینما، زبان تصویر است. فیلم باید با تصاویر و نماها سخن بگوید، سینما یک هنر بصری است و با نمایش و داستان فرق دارد. سخن پودوفکین (از استادان و بزرگان پیشکسوت فیلمسازی روسیه) برای فهم سینما به‌منابه هنر، بسیار کلیدی و ماندگار است: «هر نما از فیلم، همان خدمتی را برای کارگردان انجام می‌دهد که کلمه برای شاعر». (کتاب «تکنیک فیلم»)

تکنه دیگر آنکه سینما با رادیو و تلویزیون هم متفاوت است. به این معنا که فیلم به‌منابه اثری هنری را نمی‌توان در برنامه «قصه شب» رادیو عرضه کرد. به جمله نخست این یادداشت برگردیم؛ موضوع ارزیابی فیلم‌های جشنواره فجر امسال، می‌توان ادعا کرد که تعدادی از فیلم‌های بخش مسابقه در حد نمایشنامه‌ای رادیویی عرضه شده‌اند و بسیاری از فیلم‌ها، چیزی بیش از یک تله‌فیلم معمولی نیستند. آنچه در این فیلم‌ها غالب است، متن کلامی و گفتار‌هاست. فیلم با دیالوگ‌هاست که حرکت می‌کند و پیش می‌رود. گفتار‌هاست که گاهی به کمک صدای بلند موسیقی می‌خواهد معنا و منظوری را منتقل

بهروز گرانپایه

در نگاهی عمومی و در یک جمع‌بندی و ارزیابی کلی از فیلم‌های به‌نمایش گذاشته‌شده در جشنواره فیلم فجر امسال، می‌توان گفت «عنصر» یا «درنمایه سینمایی» فیلم‌ها بسیار ضعیف و اندک است. سینما در اینجا به‌عنوان ساده و عنصر اصلی هنری مدنظر است. برای توضیح بیشتر این ادعا، ابتدا ببینیم منظور

از عنصر یا درونمایه سینمایی فیلم‌ها چیست؟

اگر از منازعات نخستین که یک سده پیش بر سر تعریف سینما شکل گرفت بگذریم، امروزه همه باور داریم که سینما، هنر است. البته هنری ترکیبی و برساخته‌ای مدرن که آمیزه‌ای از چندین هنر سنتی و کلاسیک است و درعین‌حال از نمایش، موسیقی، شعر، قصه، نقاشی و گرافیک و مجسمه‌سازی و عکاسی متمایز و جدا می‌نشیند.

هر هنری، زبانی دارد؛ ماده‌ای اصلی و درنمایه‌ای و البته ابزاری، اصولی و سبک‌های بیانی خاصی که ماهیت آن هنر را می‌سازد. در نقاشی؛ رنگ، در مجسمه‌سازی؛ گل و گچ و سنگ و آهن، در شعر و قصه؛ کلمات، در موسیقی؛ صدا، آوا، نوا و زبان و ماده اصلی سینما- چنانچه هر درس‌آموخته آکادمیک یا تجربی می‌داند- تصویر (image) است؛ تصویری که با دوربین فیلمبرداری ثبت می‌شود. در ابتدا بر این باور بودند که: «هر چیزی پیش از اینکه بتواند یک تصویر باشد، باید اول واقعیت داشته باشد. بنابراین، فیلمی که روی پرده می‌بینیم صرفا یک بازسازی عکسی است، یا دقیق بگوییم؛ بازسازی یک بازی روی صحنه است» (تئوری فیلم). اما خیلی زود دریافتند اثر سینمایی والا و برتر، فیلم انتزاعی است و آنچه سینما را به‌منابه هنر،

مترجم: زروان بختیار؛ نوع‌دوستی؛ یعنی مهیاکردن پول برای نیازمندان و البته مقدار آن مهم نیست. اما برخی از کودکان از انجام فعالیت‌های روال مرسوم مدرسه‌شان قدم پیش‌تر گذاشته‌اند و برای نیازمندان دهه‌ها و صدها هزار دلار فراهم کرده‌اند.

لیمونا برای نیل

«یوین هُبر» درواقع خیره‌اش را با برپایی یک ایستگاه لیموناد آغاز کرد اما آن را به یک امپراتوری تبدیل کرد. در هشت‌سالگی‌اش عکس دو پسر نیالی هم‌سن خود را دید که به‌کار گذاشته شده بودند. او با هدف پایان دادن به امر کودکان کار، یک ایستگاه پخش لیموناد برپا کرد. این داستان بسیار پیچید و ۱۷۳ روز بعد صد‌هزاردلار جمع کرد. امروز شرکت‌های بزرگی چون بی‌زاستون و جک‌دورسی به او کمک می‌کنند تا یک برنامه موبایل و یک خیریه درست کند.

بطری‌های قابل بازیافت برای توفان

کار نوع‌دوستانه «تالیا لمن» بعد از توفان کاترینا آغاز شد. این دختر که آن زمان ۱۰ساله بود با دیدن تصاویر خرابی‌ها در اخبار، خیره‌ای برپا کرد که در آن کودکان در نیواورلینز پول جمع می‌کردند و سرانجام برای بازسازی خرابی‌های توفان کاترینا ۱۰میلیون‌دلار به دست آوردند. از آنجا بود که خیریه «رندم‌کید» را راه انداخت. رندم‌کید، یک خیریه غیردولتی است که برای افراد جوانی که می‌خواهند در هر زمینه‌ای در

گزارش فردا

خیال‌پردازان نوجوانی که دنیا را تغییر می‌دهند

گرسته‌بودن است. «آدم کلاگت»، ۱۵ساله خلیی بیشتر از حد خودش سعی کرد که مردم ایلینوس ولی گرستنگی نکشند. او از ۹سالگی برای غذا دادن به گرستگان، پول جمع می‌کرد. اول ماشین‌شان را با غذا پر کرد که ۸۸پوند شد. از آن پس ماشین‌های بسیاری برای جمع‌آوری غذا به کار گرفته است و ۱۲هزارتن غذا و هزاران دلار پول نقد به خیریه‌های محلی داده است.

پتوبرای سرطان

«المکم سوترلند فوگو» که ۱۰سالگی فهمید که سرطان دارد و بلافاصله به جمع‌آوری پول و سخنرانی درباره این بیماری پرداخت. یک سال بعد او موسسه خیریه کمک به کودکان سرطانی را راه انداخت که اکنون شعبه‌هایی در سراسر کشور [آمریکا] دارد. این موسسه، بیش از یک‌میلیون دلار جمع‌آوری کرد و با سفر به همراه پتویی که عکس و اسم کودکان مبتلا بر آن درج شده سطح آگاهی را نسبت به این بیماری افزایش می‌دهد.

لباس‌هایی برای همه

پیچ بلیک ویکتی ایسترتلی، ۱۷ساله دو دوست قدیمی بودند که دو سال پیش در کالیفرنیا موسسه خیریه «آتجه مال من است مال توست» را تشکیل دادند که به جمع‌آوری لباس‌های استفاده‌شده برای نوجوانان می‌پردازد. این عمل به سرعت تبدیل به یک پدیده محلی شد و امروز این دو دوست بیش از ۱۳هزار دست لباس به بیش از ۱۶یتیم‌خانه داده‌اند.

جشن شکرگزاری و عیدپاک زمان بسیار بدی برای

روابط عمومی مرکز ارتباط مشتریان ۱۵۵۴