

🔪 **نقد کتاب** **رامین جهان‌پور**

نگاهی به کتاب «هفت روز آخر»

**خاطراتی که ساختار داستانی دارند**

محمدرضا بایرامی از داستان‌نویسان حرفه‌ای و پرکار ادبیات کشورمان است که در حوزه بزرگ‌سنسال و کودک و نوجوان، قلمش را از موده و از دهه ۱۳۶۰ که فعالیت داستان‌نویسی‌اش را با کیهان بچه‌ها شروع کرد تا به حال آثار قابل توجهی در زمینه داستان کوتاه و رمان از خود به جا گذاشته است. بایرامی در ادبیات دفاع مقدس هم آثار قابل توجهی دارد و یکی از جدیدترین کتاب‌هایش که در مورد جنگ نوشته «هفت روز آخر» نام دارد که در سال ۹۷ توسط انتشارات کتاب نیستان در ۱۶۰ صفحه منتشر شده و برنده بهترین خاطره جشنواره «ادب پایداری» در ۲۰سال اخیر شده است. هر چند معیار انتخاب یک کتاب ماندگار را جواز ادبی مشخص نمی‌کنند اما نویسنده با تالاشی که داشته توانسته توجه منتقدان و مخاطبانش را هم جلب کند.

نویسنده در این رمان خاطرات سربازی‌اش را در یکی از مناطق جنوب غربی کشور روایت کرده و نکته قابل بحث این است که بایرامی صرفاًخاطره تعریف نکرده بلکه با بهره‌مندی از تجربیات نویسنده‌گی‌اش به خاطرات دوران جنگش ساختاری ادبی داده و از تکنیک‌های داستانی در فضاسازی و توصیفات خاطراتش استفاده کرده است تا اثری پر تعلیق و ماندگار بیافریند. در این کتاب، نویسنده هم روانی است و صمیمیتی که بین او و دوستان سربازش در منطقه وجود دارد، از نکات بارز این داستان محسوب می‌شود. نویسنده علاوه بر پرداختن به وقایع جنگ و گوشه چشمنی به تاریخ، از رفاقت‌هایی می‌گوید که در شرایط سخت پدیدار می‌شود؛ سربازهای غربی که در رفاقت کم‌همی‌اوردند و در هر شرایطی پشت هم را خالی نمی‌کنند.

در صفحه اول داستان، نویسنده با تعلیقی زودرس خیلی سریع مخاطب را وارد ماجراهای جنگ ایران و عراق می‌کند و فضا و مکان داستان را در یک منطقه مرزی و نظامی پیش‌روی مخاطب می‌گذارد اما در همین صفحه اول داستان اشتباهات نگارشی به چشم می‌خورد که انگار از دید نویسنده پنهان مانده است، مثل جملات «قسم بدجوری تنگی می‌کند!» یا «به سرعت از سوراخ پشته‌بند بیرون می‌زنم» و «همینطور جمله «از حال خودم در شگتم می‌شوم». اگر نویسنده کمی دقت می‌کرد می‌توانست این سه جمله داستانی را بطور دیگری بنویسد تا منظورش را بهتر به مخاطب برساند. «هفت‌روز آخر» همانطور که‌از نامش پیداست اثرهای دارد به هفت روز آخر جنگ ایران و عراق و جدال سربازان ارتش با نیروهای بعثی اما از موفق بودن نویسنده در توصیفات و فضاسازی‌های جاندار و پر بار از ایماز پر اخشت در صحنه‌های مختلف داستان نمی‌توان چشم‌پوشی کرد. یکی از صحنه‌های به یادماندنی در داستان لحظه‌ای است که سربازها در بهوت دنبال چشمه می‌گردند تا از تشنگی تلف نشوند.

راوی به خاطر اینکه به آنها روحیه استقامت بدهد یک دروغ مصلحتی می‌گوید و با اشاره انگشت سبایه به هم‌رزمانش گله‌گوسفندها را نشان می‌دهد، در صورتی که این فقط یک شوخی غمنگام است و نویسنده و ابادی در کار نیستند. یکی دیگر از صحنه‌های ماندگار این داستان لحظه‌ای است که به زیبایی حمله عراقی‌ها را به یک فرقه بر مرزی به تصویر می‌کشد: «جالیزهای هندوانه و خیار و خربزه می‌سوزد. گلوله‌های مختلف وجب به وجب زمین را آتش می‌کشند آتش هنوز به ما نرسیده است. مثل اژدهایی دشت را می‌بلعد و دامن می‌گستراند و پیش می‌آید. آن سوی چاه آب، چند نوجوان عرب گله‌های بزرگ گوسفندانشان را رها کرده‌اند و به سوی روستایشان می‌دوند. آنچنان که باد هم به جگرشان می‌رسد…»

«هفت روز آخر» در قالب ادبیات، گوشه‌ای از تاریخ جنگ را نشان می‌دهد با تمام بیم و امیدهایش.

🔪 **دیده‌بان**

**علی سرتیپی درباره استقبال مردم**

*از سینما گفت*

**شروع بدی نداشتیم**

**ولی روند فروش دوباره افت کرد**

**رئیس کانون پخش‌کنندگان سینمای ایران به تحلیل روند استقبال مخاطبان از فیلم‌های سینمایی پی برداخت.**

علی سرتیپی تهیه‌کننده، سینمادار و رئیس کانون پخش‌کنندگان سینمای ایران درباره میزان استقبال مخاطبان از هنر هفتم پس از بازگشایی سالن‌های سینما، به باشگاه خبرنگاران جوان گفت: به نظر من شروع بدی نداشتیم ولی با شرایط کنونی و با افتن دوباره آمار مبتلایان به کرونا در کشور، متأسفانه دوباره روند استقبال مخاطبان از فیلم‌های در حال اکران افت کرد. سینماها در این مدت تقریباً یک چهارم فروش قبل از شیوع کرونا را تجربه کردند. وی افزود: از طرف دیگر تعدادی از سالن‌های سینما به این علت که فعالیت در این برهه زمانی برایشان نااقتصادی ندارد، کارشان را آغاز نکردند. این امر هم روی کاهش مخاطب تأثیر داشته است.



**روزنامه‌سیاسی، اجتماعی و فرهنگیصبح ایران**

صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز

مدیرعامل و مدیر مسئول: عبدالله گنجی

سر‌دبیر: غلامرضا صادقیان

آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری

تقاطع میرزای شیرازی، پلاک ۲۸۴

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۴۱۶۵۴

روابط‌عمومی: ۸۸۴۹۸۴۴۸، نامبر: ۶-۸۸۸۴۵۶۳۴۴

توزیع: شرکت نشر گستر امروز ۸۸۸۶۲۱۹۴

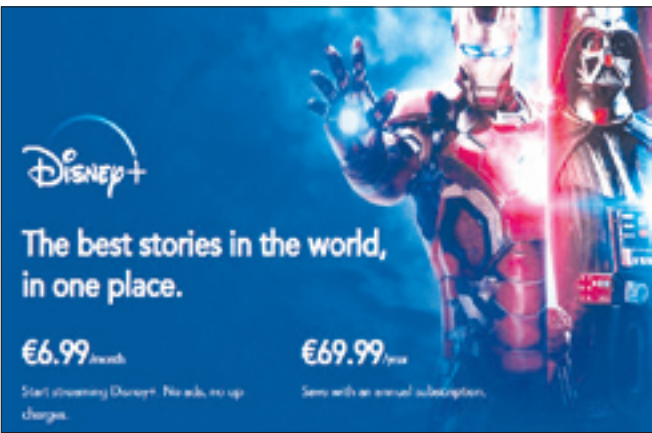
چاپ تهران: چاپخانه روزنامه جوان

www.javanonline.ir

| روزنامه جوان | شماره ۵۶۶۸ | سه‌شنبه ۱۷ تیر ۱۳۹۹ | ۱۵ ذی‌القعدة ۱۴۴۱ | اذان ظهر: ۱۳:۰۹ | غروب آفتاب: ۲۰:۲۳ | ۱۰:۲۰ مغرب: ۰۴:۰۴ | نیمه‌شب‌شعرعی: ۰۱:۰۷ | اذان‌صبح‌رواد: ۰۴:۱۰ | طلوع آفتاب:۰۵:۴۶

# گران‌فروشی «وی‌اودی»ها به مردم

**یک ایرانی بیش از ۲برابر یک اروپایی باید برای خرید حق اشتراک سامانه‌های وی‌اودی هزینه کند**



■ **محمدصادق عابدینی**

**یک ایرانی برای خرید یک اکانت یک ساله «وی‌اودی»های ایرانی باید بیش از ۱۰درصد از درآمد ماهانه خود را هزینه کند، این در حالی است که یک آلمانی فقط ۴درصد برای خرید اشتراک «دی‌زنی» هزینه پرداخت می‌کند! چسرا مردم ایران باید گران‌فروشی «وی‌اودی»ها را تحمل کنند؟!**

به‌رغم اینکه سینماها باز شده‌است، اوج‌گیری مجدد کرونا باعث شده تا استقبال از فیلم‌های در حال اکران بر خلاف ادعاها و تبلیغات اولیه چندان هم چشمگیر نباشد، در این شرایط هنوز هم فضای مجازی و «وی‌اودی»ها حرف اول را در نمایش فیلم‌ها می‌زند؛ اتفاقی که نه تنها در ایران بلکه در اکثر کشورهای که بیشترین میزان درگیری با کرونا را دارند، دیده می‌شود ولی تفاوت شهروندان ایرانی با افرادی که در اروپا یا آمریکا از «وی‌اودی»

برای سرگرمی استفاده می‌کنند این است که ایرانی‌ها باید خیلی بیشتر از دیگران برای خرید اشتراک وی‌اودی‌های ایرانی هزینه پرداخت کنند!

■ **خرید اشتراک چند؟!**

بخش عمده‌ای از بازار وی‌اودی در ایران در اختیار دو سامانه «فیلمیو» و «نماوا» است. در بخش خرید اشتراک این دو سامانه، انواع اشتراک‌های زمانی دیده می‌شود. فیلمیو قیمت اکانت یک ماهه را ۲۵هزار تومان، سه‌ماهه را ۷۵هزار تومان (با تخفیف ۳۰هزار تومان) و اشتراک شش‌ماهه را ۱۱۰ هزار تومان اعلام کرده است. نماوا هم اکانت دو روزه را ۱۲ هزار تومان (با تخفیف ۹هزار و ۹۰۰تومان)، یک ماهه را ۳۰ هزار تومان (با تخفیف ۲۵هزار تومان)، سه ماهه را ۷۵هزار تومان (با تخفیف ۶۰هزار تومان)، شش ماهه را ۱۴۰ هزار تومان (با تخفیف ۱۱۰ هزار تومان) و ۱۲ ماهه را ۲۵۰هزار تومان(با تخفیف ۱۹۰ هزار تومان) می‌فروشد. این رقم‌ها البته مبلغ قطعی نیست و خریدار باید برای خرید آنها ۹درصد اضافه‌تر بابت مالیات بر ارزش افزوده نیز بپردازد.

در مقابل این دو سامانه مشهور ایرانی که حرف اول را در بازار وی‌اودی‌های ایرانی

🔪 **حکمت**

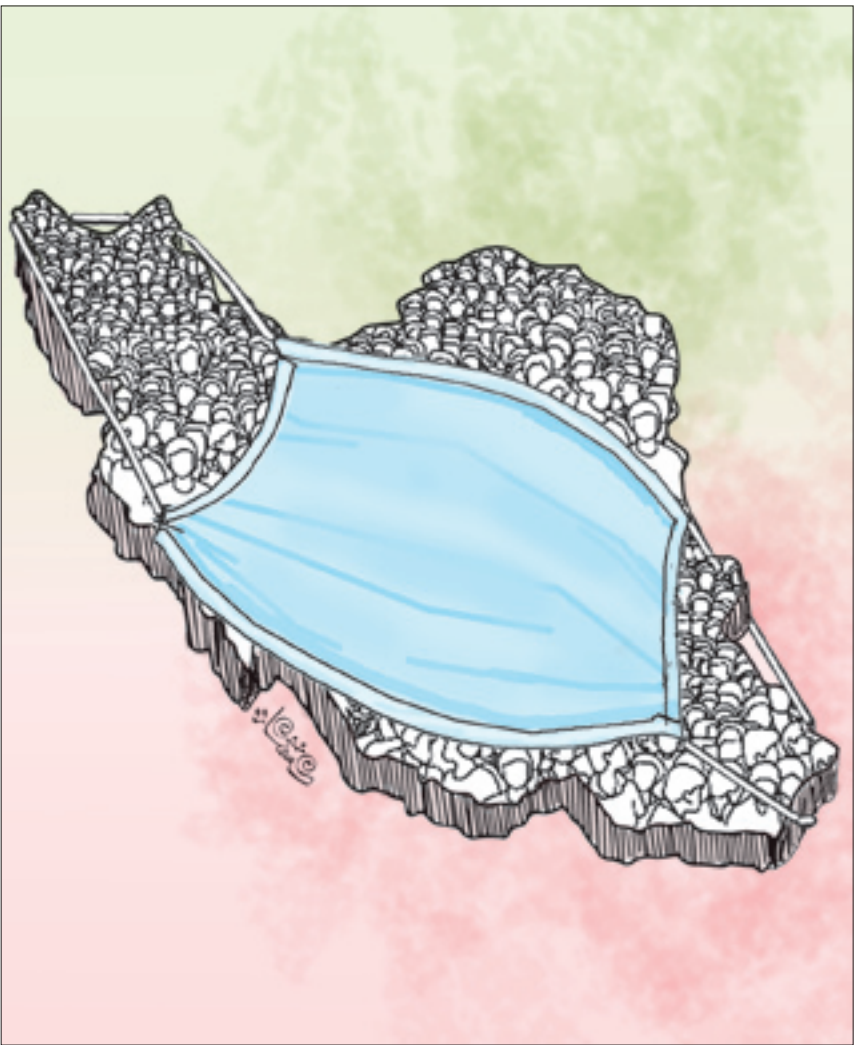
**امام‌علی(ع):**

**روزی را با صدقه دادن،**

**درخواست کنید.**

**گزیده تحف‌العقول**

🔪 **نما حسین کشتکار**



**نیش قبر اختر چرخ ادب تکریم «پروین» نیست**



■ **سیدمحمد سادات\***

نشیدن چهرهای جورواجور و غیرمنتظره در حوزه فرهنگ، تاریخ و ادب این سرزمین امری عادی و رومزه شده‌است؛ از غارت و تخریب اماکن تاریخی گرفته تا مخدوش کردن چهره‌های فرهنگی و ادبی و غیره. تنها موضوعی که از آن خبری نبود گور به گور کردن چهره‌های فرهنگی و هنری بود که گویا قرار است این گل را نیز به این گلستان اضافه کنند. چهارم تیر امسال خبری با این تیتَر درج شد: «انتقال آرامگاه پروین اعتصامی از قم به تبریز در حال پیگیری است.» به عنوان یک محقق و فعال فرهنگی خرد که چندین سال است در وادی تاریخ و فرهنگ این مرزوبوم گام برمی‌دارم، کنجکاو شدم بدانم موضوع چیست و پیش خود گفتم احتمالاً تیتَری خبری است برای جلب نظر خوانندگان. مطلب را روایی کردم و دیدم به نقل قول از دبیر شورای شهر تبریز بیان شده و ایشان گفته‌است شورای این شهر پیگیر انتقال جسد پروین اعتصامی از قم به تبریز است و در ادامه جست‌وجو‌هایم به مطلبی در سایت همشهری آنلاین رسیدم که بیان کرده بود این امر متغی است و تاکنون هم در این خصوص هیچ بحث و گفت‌وگویی در شورای فرهنگی این استان انجام نشده است. با خواندن این مطالب ناخودآگاه به یاد تاریخ افتادم که حدود هفت قرن پیش محمد خدابنده(الجبایتو) ایلیخان مسلمان مغول و صاحب گنبد سلطانیه در زنجان تصمیم گرفت قبر مولای متقیان امیرمؤمنان حضرت علی(ع) را از نجف به سلطانیه انتقال دهد و علت آن را حب و بغض و رضای خدا انگیزه‌هایی بوده که پیشتر آمدن رسیدم به دوران قاجار و حدود دو قرن پیش که آقا محمدخان قاجار جسد کریمخان زند را از شیراز به تهران و در زیر پای تخت سلطنت خود انتقال داد و انگیزه او لگندادن در آستان قبر کریمخان بود. باز پیشتر آمدم

و تا رسیدم به اکتون و قرن ۲۱؛ قری‌که نهایت پیشرفت و ترقی فکری و عقلی و صنعتی بشر تا به امروز در آن رخ داده است و به اعمال ددمنشان گروه وحشی و خونخوار داعش رسیدم که قبور بزرگان و صالحه اسلام را تخریب و اجساد آن‌ها در آورده و کار را تا پان‌جا رسانند که گفته شد قصد تخریب قبر مطهر رسول اکرم(ص) را داشته‌اند و انگیزه خود را پرتکناری و توحید و بازداشتن مسلمانان از شر ک اعمال کردند. آری حب و بغض و رضای خدا انگیزه‌هایی بوده که در طول تاریخ باعث تعرض به قبر متوفیان بوده است. حالا دبیر شورای شهر تبریز هم انگیزه نیش قبر و انتقال جسد خاک شده پروین اعتصامی بعد از ۸۰سال ر ارج نهادن به

چرا «افسانه هزارپایان» نمی‌خُندانَد؟

**کمیت لنگ آیت‌م‌ساز با نمک!**



در تولید هر محصول هنری فشارغ از مدیای عروسه، هدف‌گذاری تولید بیش از هر چیز دیگر اهمیت دارد و این‌هدف‌گذاری است که محصولی را جذاب و درجه یک می‌کند و محصولی دیگر را اینتر وبی کیفیت. یکی از تازه‌ترین سریال‌های روی آنتن، سریال «فسانه هزارپایان» است که هر چند سه سال قبل تولید شده ولی از اواخر بهار امسال روی آنتن رفته است. «فسانه هزارپایان» را شهاب عباسی ساخته که پیش از این ساخت مجموعه‌هایی مثل «شکرآباد» و «خنده بازار» را بر عهده داشته است. مجموعه‌هایی که ویژگی اصلی‌شان شوخی با برخی نمادها و چهره‌های آشنا بود.

او این مجموعه را هم در گونه پارودی ساخته شده که تقلید طنزگونه و شوخی با برخی مجموعه‌های داخلی و خارجی است. حجم بالای از بازیگر و هنرور هم در صحنه‌های مختلف سریال حضور دارند و برای طراحی صحنه و لباس سریال هم کلی خرج شده است. این حجم بالای بازیگر و هنرور اسباب حجمی از بداهه‌پردازی در هر اپیزود را هم رقم زده است ولی این محصول چنان که باید نمی‌خنداند و مخاطبان نه فقط یک قسمت یاد و قسمت از سریال بلکه وقتی یک هفته هم سریال را می‌بینند به

سختی با موقعیت‌هایی روبرو هستند که بخنداند. این نخنداندن سریال بیش از هر چیز به متن سریال بازمی‌گردد که خط سطر ثابت و مشخصی ندارد. کارگردان صرفاًبه دست‌انداختن المان‌های آشنا بسنده کرده است. در سریال‌هایی مانند «خنده بازار» یا «تاخت» چون بنیان سریال آیت‌مک و ماحصل شوخی بسا بر نامه‌های تلویزیون و تقلید مجریان تلویزیون یا به اصطلاح عوام‌ادا درآوردن

تلویزیون و تقلید مجریان تلویزیون یا به اصطلاح عوام‌ادا درآوردن