الأنفاق الحربية الفيتنامية تجتذب السياح

ترجمة :عدوية الهلالي

تعتبر أنفاق "كيوجاي "من المرافق السياحية المهمة في فيتنام بعد أن كانت تستخدمه لأغراض عسكرية في الحرب التي خاضتها ضد العدوان الأمريكي واستطاع الفيتناميون استغلال هذه المنطقة واستثمارها لتصبح بالتالي من أهم وأجمل المناطق الساحية التي يرتادها ويزورها الطلاب من خلال الرحلات المدرسية المنظمة لهم اضافة الى عامة الناس والزوارالأجانب ...

وقد استطاع سكان هذه المناطق من خلال الخبرة والتجربة التي مروا بها بسبب الحروب ضد الغزاة الأمريكان وبجدارة تستحق الذكر أن يجعلوا من هذه الأنفاق منطقة جذب سياحي ترتادها فئات مختلفة من الناس وبأعمار متباينةلتكون بالتالي احدى التي تساهم في تحسين وضعهم الأقتصادي .

تبعد هذه الأنفاق حوالي ٢٠٠ كلم من مركز المدينة وتتكون من مناطق أو مساحات سكنية وهناك أماكن للخزن ومصانع للأسلحة ومساحة للمستشفى اضافة الى ان هناك مراكز للقيادة ومطابخ ، اثنان من مواقع الأنفاق هذه مخصصة للزوار يدعى أحدهمانفق"بين داينا "وهو بالقرب من قرية تحمل نفس الأسم والنفق الثاني يدعى " بين دوك"وهو في قرية تحمل الأسم نفسه أيضا ...

لو ألقينا نظرة على هذه الانفاق لوجدنا ان نفق " بين داينا"الذي يبعد ٦٠ كم شمال غرب مدينة "هوجاي مانيا "خال تماما من آثار الحرب والدمار وان التغيرات التي حصلت فيه وشملته تبعد حوالي ١٠٠م عن الموقع الأصلي وتم بناء غرف تحتية ضيقة الحجم ومنخفضة فيها وعند النزول في النفاق ينتاب المرء شيء من الخوف والرهبة .

ولكن هنا سؤال يتردد دائما هو كيف يستطيع مئات الزوار من الحركة والتنقل داخل هذه الأنفاق في الوقت الذي لايزيد ارتفاع النفق عن متر واحد وعرضه عن ٧٠ سم أو أقل ؟

أما نفق " بين دوك "فيبعد ١٠ كم عن المدينة وقد أصبح بمثابة مصيف سياحي مجهز ومعد بأفضل التجهيزات والوسائل الترفيهية بعد أن كان إحدى القواعد العسكرية اضافة الى ان المنطقة المحيطة بالنفق تحتوي على مركز ثقافي ومطعم وفندق صغير يطل على ضفاف النهر وقاعة للعب التنس .

وهناك المذكرات الحربية التي يضمها أحد أجنحة الأنفاق والذي يبلغ ارتفاع برجه ٤٠ مترا اضافة الى وجود معبد رئيس تظهر فيه أسماء ٤٤,٣٥٧شخصا قتلوا خلال التصدي للعدوان الأمريكي . ويبقى الزحف في هذه الأنفاق هو الشيئ او الميزة الخاصة التي لايمكن أن تمحى من الذاكرة ...

عن لوموند الفرنسية

السينما الهندية.. تتغير

ترجمة :نادية فارس

تنتج السينما الهندية ٧٠٠ فيلما في العام وغالبيتها من نوع الميلودراما التي تتحدث عن القدر ومأسي المحبين الشباب الذين تتقاطع مصائرهم بفعل ظروف المجتمع وتعنت الوالدين وما تقدمه لهم ايضا الظرف والصدفة وهذه الافلام عموما غنائية راقصة وتنتهي باستمرار بانتصار الخير على الشر.

والفيلم الهندي الجديد نامستي لندن لا يختلف عن غيره، لكنه يعتبر غير اعتيادياً، ذلك انه انتج بميزانية هندية لكنه صور بالجملة تقريبا في بريطانيا لانه يتناول مشكلات الجيل الثاني من ابناء الجالية الهندية والاسيوية بشكل عام الذين يعيشون هناك.

انها قصة الفتاة جازميت، الاسيوية، البريطانية العصرية التي تعيش مع والديها المحتفظين بتقاليدها القديمة.

الوالدان يرغبان في استقرار ابنتهما مع شاب اسيوي دون ان يعلما انها تعيش قصة حب مع رئيسها في العمل الانكليزي يأخذها والدها إلى الهند حيث ترغم عن الزواج من شاب بسيط، وتعود معه إلى لندن لتشرح له بعدئذ الظروف التي جعلتها توافق على الزواج منه وانها تحب شخصا آخر.

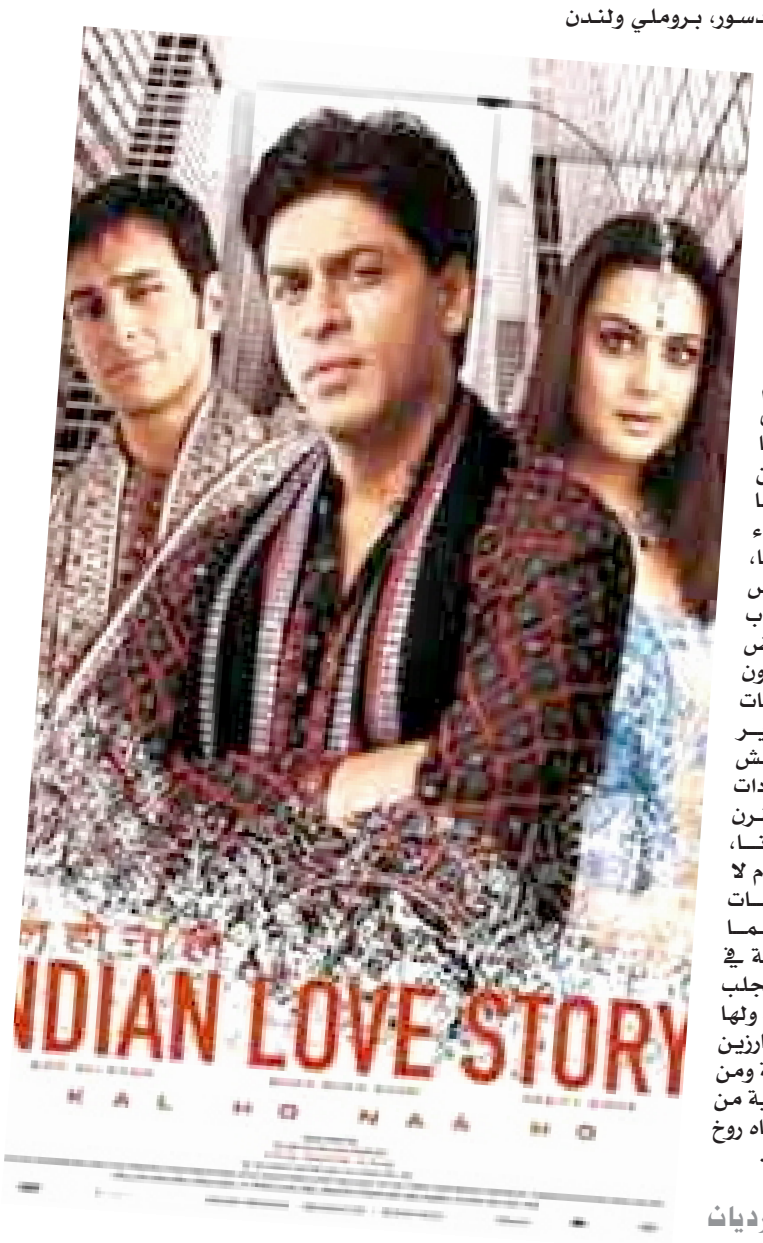
المشكلات التي يعانيها ابناء وبنات الجالية الاسيوية في بريطانيا كثيرة وتتحدث عنها الصحف وبرامج التلفزيون ولكن فيلم نامستي- او لندن بالهندية هلو لندن، هو الفلم الاول الذي يتطرق إلى هذه المشكلات.

ويقول الكاتب فيبول شاه انه امضى اسابيع في لندن يتحدث فيها مع الشباب الاسيويين البريطانيين حول حياتهم ومشكلاتهم قبل ان يبدأ كتابة القصة ان هؤلاء الابناء يتلقون تربية انكليزية في المدارس في حين ان ابناءهم ما زالوا ينتمون إلى تقاليد الهند، ان صراع الاجيال يتجلى بوضوح في هذه المجتمعات وكل واحد يريد الابقاء والارتكاز على ثقافته.

نامستي لندن صور في ٥٠ موقعا في بريطانيا منها ويندسور، بروملي ولندن ويتكون طاقم العمل فيه من جنسيات متعددة.

ويبدي المخرج اعجابه بالتقنية العالية للفنيين البريطانيين الذين عملوا معه، حيث يتم الاتفاق والتخطيط لكل شيء قبل البدء بتصوير الفيلم.

اما عن الفيلم الهندي التقليدي فيقول: على السينما الهندية الابتعاد عن القصص التي تتناولها منذ عقود مع اجراء تغيير طفيف فيها، الاسلوب القديم ليس كافياً من اجل جذب الجهور الى دور العرض المتفرجون يريدون قصصا جديدة وتقنيات جديدة في التصوير التظاهر باننا نعيش ضمن قيم وعادات الخمسينيات من القرن الماضي لن يفيدنا، فاطفال هذه الايام لا يرضخون لمتطلبات الوالدين. والسينما الهندية تبدو رائجة في عدد من الدول وهي تجلب لمنتجيها ارباحا كبيرة، ولها عدد من النجوم البارزين يمتلكون شعبية هائلة ومن بينهم ذوي شهرة عالمية من امثال ايشواريا وشاه روخ خان واقتيتاب باتشان.



عن الغارديان

شجرة الزيتون ...أهدتها الألهة أثينا لليونان ،وعشقها فان كوخ ....

"الزيتون واحدة من اقدم الأشجارالزراعية المعروفة في العالم ويعود تاريخ زراعتها الى ماقبل ٦٠٠٠عام قبل الميلاد حيث انتشرت من سوريا وفلسطين الى باقي انحاء حوض المتوسط بواسطة الفينيقين ،وقد وجد الزيتون في المقابر المصرية منذ ٢٠٠٠ق.م واستعمل الزيتون من قبل الكثير من الديانات والحضارات واستعمل في احتفاليات خاصة وكذلك في تدابير صحية عامة ."

ترجمة :المدى

الزيت المقدس (عادة زيت الزيتون)يستعمل في التكريس والتعميد وقد نقلت شجرة الزيتون عن طريق التبشيرات المسيحية الى أمريكا (كاليفورنيا)من أجل الغذاء والطقوس ويقال ان أشجار الزيتون الموجودة على جبل الزيتون يعود تاريخها الى ٢٠٠٠عام .والأساطير اليونانية تقول بأن الألهة اثينا قد أهدت اليونان الزيتون للفائدة من أجل النور والدواء والحرارة والغذاء وكعطر أيضا .كما قضى الرسام الهولندي عدة أشهر في مرسمه وهو يرسم أشجار الزيتون لشدة ولعه بها الذي وصفه في احدى رسائله لأخيه مؤكدا على صعوبة رسمه الألوان الفضية الرصاصية لأوراق الزيتون .

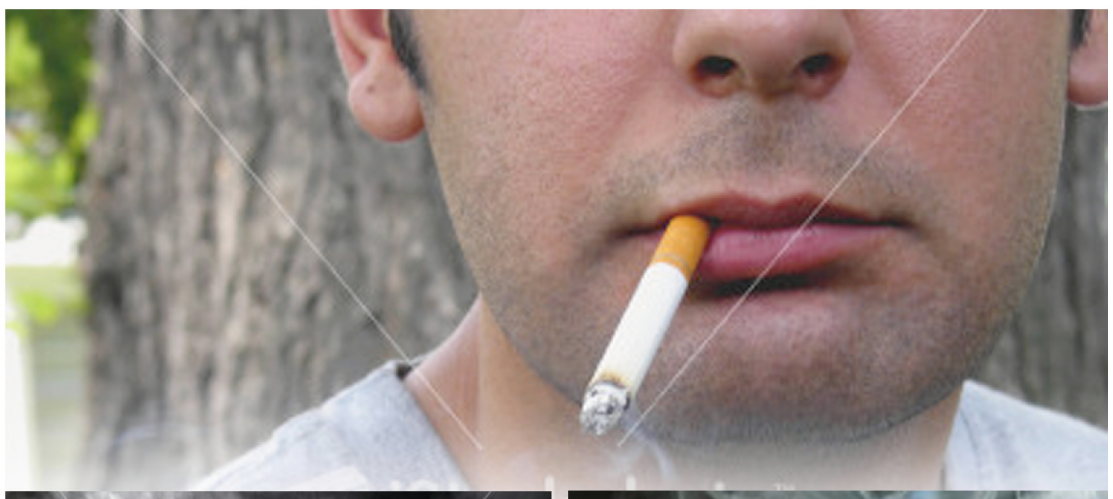
وتتكون عائلة الزيتون من ٢٤جنسا و٦٥٠نوعا وتكون على شكل أشجار أو شجيرات دائمة الخضرة وأحيانا نفضية وأزهارها اما فردية أو متجمعة على شكل عناقيد طويلة تفيد في تصنيف الأنواع المختلفة .وتحتوي الثمرة المفردة على جلد اخضر يصبح بنيا بعد النضج ، وجزء لحمي يحتوي على الزيت والنواة . ويأتي الزيتون بعدة أشكال اعتمادا على طريقة استخلاصه فهناك زيت الزيتون البكر الذي يستخلص من الزيتون بطرق ميكانيكية واحيانا حرارية دون تغيير الزيت بأية حال وبدون أية معالجة عدا الغسل والتشريح وهو منتوج طبيعي وحموضته لاتتجاوز ٢٪ أما الزيت البكر الممتاز حيث الحموضة فيه لاتتجاوز ١٪ فيعتبر أكثر نقاءا ، وهذان النوعان يستعملان على السلطات وللتناول المباشر وهناك زيت الزيتون العادي حيث تكون حموضته ٣٪ ويستعمل في الطبخ وهناك زيوت أقل جودة ليست للتناول المباشر أما الزيت المتبقي من لحمة الزيتون ولم يستخرج بالبخار أو المذيبات فهو من درجة متدنية ويستعمل في صناعة الصابون وللاغراض الصناعية .

أكثر الدول انتاجا لزيت الزيتون هي اسبانيا تليها ايطاليا وتركيا وتونس وسوريا .وهناك دلائل علمية متزايدة على التأثير الأيجابي للزيتون على الصحة للغذاء الغني بالفواكه والخضروات والبقول والحبوب المحتوي على السمك والجوزيات ومشتقات الحليب قليلة الدسم .هذا هو الغذاء المتوسطي التقليدي الذي يؤكد احتوائه على زيوت نباتية ذات دهون غير مشبعة حيث المصدر الرئيس للدهن هو زيت الزيتون . وقد دعا البيان العالمي المشترك حول الدهون في الغذاء الى تبني اساسيات الغذاء المتوسطي بشكل واسع من قبل الأمريكان والأوروبيين الشماليين والشرقيين والآخرين الذين يودون تحسين غذائهم وعاداتهم الغذائية ...

عن الأكسبريس الفرنسية

تضر أكثر مما تنفع ..

الاعلانات المضادة للتدخين في الولايات المتحدة الأمريكية !



ترجمة : عادل العامل

و قال م. كاس ويلَر ، الرئيس التنفيذي لجمعية القلب الأمريكية : " إن هذه الدراسة توفر المزيد من البراهين على أن صناعة التبغ هي دخان و مرايا بالكامل . فهذه الصناعة مدمنة على التمدد و تريد في الحقيقة أن يصبح أبناؤنا مدمنين على التبغ . فلو كانوا جادين حقا في تخفيض معدلات التدخين ، لأوقفوا إنفاق ١٥ بليون دولار سنويا لترويج منتجاتهم القاتلة . "

و كان ميلاني وَيكفيلد من مجلس السرطان في ملبورن ، بأستراليا ، و زملاء في جامعة إيلينويس بشيكاغو ، قد حصلوا على مطيات تلفزيونية من مركز بحوث نيلسون الاعلامي . و فحصوا امتداد و تكرار الاعلانات المرعية من شركات التبغ و ما إذا كان شاهدها البالغون سن ١٢ إلى ١٧ عاما في الـ ٧٥ من أكبر أسواق الوسائل الاعلامية الأمريكية ، التي تغطي ما يقرب من ٨٠ بالمئة من جميع الأسر الأمريكية ، من عام ١٩٩٩ إلى عام ٢٠٠٢ .

و بعدئذ ، قاموا بفحص مسوح البحث الميداني للصفوف المدرسية الثامن و العاشر و الثني عشر في ٤٨ ولاية ، التي تم جمعها في الفترة نفسها من أجل دراسة متعلقة باستخدام التبغ و الآراء المتصلة به في جامعة ميشيغان .

و قد أظهرت المعطيات أن لاعلاقة هناك بين تكرار الاعلانات المضادة للتدخين العائدة لهذه الصناعة و التدخين الفعلي أو المتعمد الذي يمارسه المراهقون و المراهقات .

وقد صرح وَيكفيلد قائلا : " إن هذا البحث يوفر أوضح دليل على المعطيات بأن الاعلانات المرعية من شركات التبغ لا تفيد في شيء . فهذه الاعلانات التي يستهدَف بها الشباب لا تحقق أي تأثير، أما تلك التي يستهدَف بها الآباء ، فتؤثر على الطلبة الذين في سنوات مراهقتهم المتوسطة و المتأخرة . "

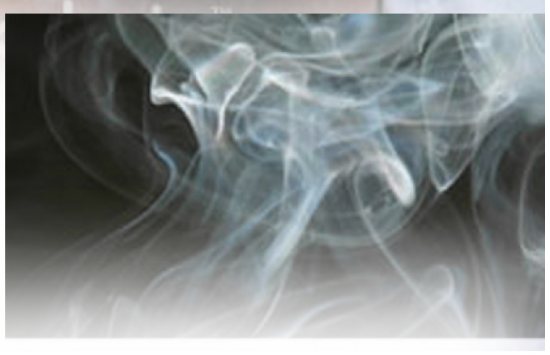
ولاحظ الباحثون أن شركة فيليب موريس العملاقة للسجائر قد أطلقت حملة تلفزيونية قومية بكلفة ١٠٠ مليون دولار تحت شعار " فكِّر . لا تدخن " و ذلك في كانون الأول من عام ١٩٩٨ . كما لاحظوا أنه في أحد اختبارات التبغ أقرت كارولين ليفي ، و هي مديرة سابقة لحملة منع الشباب من التدخين التابعة لفيليب موريس " بأن الهدف من برامجهم كان تأخير التدخين حتى سن الـ ١٨ " —و ليس منع المراهقين من التدخين أبداً .

وفي المسح الآنف الذكر ، كان المراهقون و المراهقات الذين يعيشون في أسواق تبَث فيها إعلانات كثيرة أبوية التوجيه أقل احتمالا أن يتذكروا أنهم قد شاهدوا إعلانا من هذا النوع ، و أكثر احتمالا أن يقولوا أنهم يمكن أن يدخنوا في المستقبل .

" ومن الممكن تصوره هنا أن إعلانات شركات التبغ لمنع التدخين يمكن حتى أن يكون لها تأثيرات معاكسة أعظم على السلوك التدخيني لدى الشباب مما يشار إليه في هذه الدراسة " ، كما قالوا . و جاء في تصريح لبيغي روبيرتس ، و هي متحدثة باسم شركة فيليب موريس ، أن شركة التبغ تقوم فعلا ببحث موسع لضمان أن إعلاناتها مؤثرة لدى الآباء و الأمهات ، " و نحن لم نجد أي شيء (في بحثنا) للإشارة إلى أن استنتاجات هذه الدراسة سارية المفعول . "

وقالت روبيرتس أن بحث الصيف الماضي أظهر أن ٦١ بالمئة من آباء و أمهات الصغار من ١٠ إلى ١٧ سنة كانوا مطلعين في الأقل على واحد من إعلانات فيليب موريس ، و من أولئك غالبية أوضحوا أنهم كانوا قد تحدثوا إلى صغارهم حول عدم التدخين بعد مشاهدة الاعلانات .

عن MSNBC



"أن الاعلانات التلفزيونية التي تبثها شركات التبغ مصممة لتنفير المراهقين من التدخين ، لكنها لا تفعل ذلك بقدر ما يشجع بعضها فعليا الشباب على التدخين ، كما قال باحثون . فدراسة هؤلاء التي تناولت أكثر من ١٠٠,٠٠٠ مراهق في الولايات المتحدة تبين أن الاعلانات يمكن أن تسبب الضرر أكثر من النفع ، وفقا لتقرير الباحثين المنشور في (المجلة الأمريكية للصحة العامة) ."