■ سال بیست‌وششم ■ شماره ۷۲۸۰ ■ یکشنبه ■ ۲۷ بهمن ۱۳۹۸

ایران

صاحب امتیاز: خبرگزاری جمهوری اسلامی
مدیرمسئول: مهدی شفیعی
سردبیر: جواد دلیری

تلفن: ۸۸۷۶۱۷۲۰ نمابر: ۸۸۷۶۱۲۵۴ ارتباط مردمی: ۸۸۷۶۹۰۷۵
پیامک: ۳۰۰۰۴۵۱۲۱۳ روابط عمومی / نشانی: تهران خیابان خرمشهر،شماره ۲۰۸
صندوق پستی: ۵۳۸۸-۱۵۸۷۵ / امور مشترکین: ۸۸۷۴۸۸۰۰
چاپ: شرکت چاپ جام‌جم – همشهری – سازمان چاپ و انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی
سازمان آگهی‌های روزنامه ایران: دارنده گواهینامه ایزو ۹۰۰۱ از شرکت NISCERT
تهران خیابان خرمشهر شماره ۱۶ / پذیرش سازمان آگهی‌ها: ۱۸۷۷ (۰۲۱)
انتشارات مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران: ۵-۸۸۵۴۸۸۹۲
www.iran-newspaper.com

اذان ظهر ۱۲/۱۸ | اذان مغرب ۱۸/۰۵ | نیمه شب شرعی ۲۳/۳۶ | اذان صبح فردا ۵/۲۵ | طلوع آفتاب فردا ۶/۴۹

سخن روز

قال الجوادعلیه السلام:
نعمتی که سپاسگزاری نشود مانند گناهی است که آمرزیده نشود.
عیون الحکم و المواعظ(لیثی) ص ۴۹۷، ح ۹۱۶۴

تازه‌ترین خبر از وضعیت سلامتی دکتر اسلامی ندوشن

چند روزی است که در برخی فضاهای مجازی، شایعاتی درباره وضعیت سلامتی دکتر محمد علی اسلامی ندوشن منتشر می‌شود ازجمله اینکه ایشان به بیماری فراموشی دچار شده است در حالی که چنین اخباری صحت ندارد. محمد صادقی روزنامه‌نگار و از دوستان دکتر اسلامی ندوشن دیروز این موضوع را با همسر استاد در میان گذاشت. به گفته دکتر شیرین بیانی وضعیت دکتر اسلامی ندوشن از شش ماه گذشته تاکنون فرقی نکرده است. او دچار ضعف، ناتوانی و از پا افتادگی است که از عوارض کهولت است. بنابراین آنچه در فضاهای رسانه‌ای منتشر شده واقعیت ندارد و چیزی جز انتشار اخبار غیراخلاقی و غیرمسئولانه نیست.

هر روز که زنده
بیدار می‌شوی
فاتحی؛
برو و غنایمت را
طلب کن

ریگ روان/ استیو تولتز/
پیمان خاکسار

نـــگاره
فیروزه مظفری

مادرانه

سیمرغ «روز صفر» به جشنواره بازگشت

فرشته طائرپور: متوجه شدیم دفتر جشنواره می‌خواهد درباره این موضوع تصمیم بگیرد گفتیم سیمرغ این بخش را به خودشان بازگردانیم

گزارش روز

صندلی‌های خالی عوامل فیلم «روز صفر» همچنان حاشیه ساز است. تصویری که در مراسم اختتامیه سی و هشتمین جشنواره فیلم فجر منتشر و پس از آن بیانیه عوامل که به گفته خودشان نمی‌خواستند در مسیری که شایسته سینمای ایران نیست کنارِ مدیران فرهنگی قرار بگیرند، خبرساز شد.

هیأت داوران بخش نگاه نو جشنواره فیلم فجر که ابتدا گفته بودند ممکن است سیمرغ را از روز «صفر» پس بگیرند دیروز با نوشتن نامه‌ای سیمرغ این بخش را به ابراهیم داروغه‌زاده دبیر جشنواره فیلم فجر تحویل دادند تا جشنواره برای این سیمرغ تصمیم بگیرد.

در یادداشتی که از سوی هیأت داوران بخش نگاه نو ضمیمه این سیمرغ شده بود آمده است: «هیأت داوران بخش «نگاه نو» جشنواره فیلم فجر، با انگیزه عبور سریع‌تر از حواشی تلخ و شیرین مراسم اختتامیه سی‌وهشتمین دوره از این جشنواره، به اتفاق آرا تصمیم گرفت سیمرغ بلورین بهترین فیلم اول جشنواره را به دبیر جشنواره، آقای دکتر ابراهیم داروغه‌زاده، تحویل دهد و صرفاً توصیه کند که این جایزه ارزشمند، بعد از عذرخواهی رسمی جناب آقای سعید ملکان، به‌خاطر رفتار غیرحرفه‌ای‌شان با جشنواره فیلم فجر - که عملاً زمینه نمایش توانایی‌های کلیه عوامل فیلم «روز صفر» و معرفی شخص وی به‌عنوان یک کارگردان جدید را فراهم ساخت - به ایشان اهدا شود. خبر دریافت این سیمرغ توسط سعید ملکان، برای ما حاکی از تحقق این عذرخواهی خواهد بود و ماندن آن در بایگانی جشنواره، راوی این واقعیت تلخ که موفقیت‌های بزرگ و زودرس، می‌تواند هر هنرمند تازه‌نفسی را در همان ابتدای راه، به سرابِ مقصد برساند.»

دو روز پس از برگزاری مراسم اختتامیه فرشته طائرپور یکی از اعضای هیأت داوران بخش نگاه نو در گفت‌وگویی اعلام کرده بود که ممکن است این سیمرغ به یکی از فیلم‌های دیگر این بخش که یک رأی از «روز صفر» کمتر داشتند اعطا شود اما داروغه‌زاده از بررسی این تصمیم در شورای سیاستگذاری خبر داد و گفت: «رأی داور نهایی است ممکن است جوایز نقدی را پرداخت نکنند یا درباره سیمرغ بگویند تا نامه‌ای نوشته نشود و رسماً عذرخواهی نکند، سیمرغ داده نمی‌شود اما تغییر رأی درست نیست.»

طائرپور در گفت‌وگو با «ایران» درباره تصمیم نهایی هیأت داوران درباره این سیمرغ گفت: «۲ راه به ذهن ما رسیده بود. یکی از راه‌ها این بود که سیمرغ را به فیلمی که یک رأی کمتر داشته بدهیم و راه دوم این بود که سیمرغ را با یک یادداشت به موزه سینما اهدا کنیم اما بعد که بین خودمان در هیأت داوران صحبت کردیم و متوجه شدیم دفتر جشنواره می‌خواهد درباره این موضوع تصمیم بگیرد گفتیم سیمرغ این بخش را تحویل دفتر جشنواره بدهیم و توصیه کردیم مشروط به عذرخواهی سعید ملکان این سیمرغ را به او و «روز صفر» بدهند.»

ابراهیم داروغه‌زاده دبیر سی و هشتمین جشنواره فیلم فجر روز چهارشنبه و یک روز پس از اختتامیه در توئیتر نوشت که سعید ملکان معتقد بود نباید افرادی که صحبت از تحریم کرده‌اند یا افرادی که در نشست رسانه‌ای اعتراض کرده‌اند داوری و نامزد می‌شدند و البته به پذیرش فیلم خورشید با وجود دیر رسیدن به جشنواره هم اعتراض داشت و با همین دلایل در مراسم اختتامیه حاضر نشد و جایزه‌اش را نگرفت. طائرپور درباره دلایلی که ملکان مطرح کرده گفت: «سعید ملکان چند سال پیش و برای فیلم «ویلایی ها» هم که تهیه‌کننده آن بود همین کار را انجام داد و کسی واکنشی نشان نداد. به نظر می‌رسد او روشی برای برخورد با جشنواره اتخاذ کرده است.»

به گفته طائرپور دلیل شرطی که هیأت داوران بخش نگاه نو برای اهدای سیمرغ به سعید ملکان مطرح کرده‌اند این است که به جشنواره فیلم فجر احترام گذاشته نشده است. هرچند که حالا دبیر جشنواره و در واقع دفتر جشنواره فیلم فجر مختار است که این کار را به چه شکل نجام دهد. او در پاسخ به این سؤال که اگر ملکان عذرخواهی نکند راضی نیستید سیمرغ به او تعلق بگیرد، گفت: «دیگر به ما مربوط نیست. جشنواره می‌تواند از حق خودش بگذرد. بحث راضی بودن ما نیست بحث این است که کدام کار درست‌تر است.»

اینفلوئنسرهای کتاب چقدر در فروش مؤثرند؟

جای خالی منتقد

حرف روز

الهام فلاح
داستان‌نویس

بلاگرهای کتاب یا به اصطلاح اهالی فضای مجازی، بوکیستاگرام‌ها، چقدر در فروش و دیده شدن یک کتاب مؤثرند؟ مخاطب امروز چقدر چشمش به عکس‌های خوش رنگ و لعابی است که در این صفحات به اشتراک گذاشته می‌شود؟ افزودن المان‌های جذاب و یک عکاسی حرفه‌ای و کمی نور و زاویه مناسب، هر کتابی را می‌تواند قهرمان بلامنازع یک پست اینستاگرامی کند که دل از هر بیننده‌ای ببرد. اما چرا هرگز شاهد این نبوده‌ایم که مانور این صفحات روی یک کتاب ویژه بتواند رقم فروش آن را به طور چشمگیری بالا ببرد؟ اصل ماجرا اینجاست که اغلب افرادی که متولیان این صفحات هستند و مدیریت و اداره آن را برعهده دارند، مسلماً همه کتاب‌هایی را که در صفحات شان پست می کنند نخوانده‌اند. مخاطب زیرک امروز می‌داند چیزی که شالوده شکل گیری این صفحات را تشکیل می دهد وجه تجاری مسأله است. یعنی ناشر یا مؤلف به ادمین این صفحات، به نسبت تعداد بازدیدها و لایک‌هایشان مبلغی پرداخت می کنند تا تصویر دلبری از کتاب‌شان در این صفحات قرار گیرد. اما مگر باقی کالاها تبلیغات نمی کنند؟ مگر ما تبلیغ مواد غذایی و شرکت‌های خدماتی یا بانک‌ها و حتی فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها را در تلویزیون و مجلات و بیلبوردهای تبلیغاتی سطح شهر، کاتالوگ‌ها و بروشورها نمی بینیم؟ ما بخوبی می دانیم وقتی کسی جلوی دوربین یک آبمیوه را با لذت می نوشد و آن را به بیننده‌ها پیشنهاد می کند، مسلماً به این معنی نیست که بعد از کات دادن کارگردان یک جعبه از آن آبمیوه را برای خانه بخرد. یا موهای قشنگ و براق و پرپشت آقای بازیگر با همان شامپویی که لبخند زنان به ما نشان می دهد، شسته نشده. پس چرا روی ما تأثیر می گذارد و در اثر تکرار ترغیب می شویم تا ما هم امتحانش کنیم؟ پاسخ واضح است. این کالاها تأثیر عینی و ملموسی دارند که کتاب ندارد. حتی فیلم‌های سینمایی هم، اقلاً در ایران، هزاران برابر بیشتر از یک کتاب کالای فرهنگی مصرفی محسوب می‌شوند که ممکن است درنهایت یکی دو ساعت پس از برخاستن از روی صندلی سالن روی روح و روان بیننده باقی بماند. اما کسی نمی‌تواند برای تبلیغ یک رمان، یک کتاب روانشناسی، یا یک کتاب زندگینامه نمود عینی و فیزیکی خوب بودن و لذتبخش بودن و اساساً سوددهی آن به لحاظ روحی و جسمی را نشان بدهد. این است که تنها راه تبلیغ کتاب می شود عکس، که ابداً زیبایی و هنری بودن این عکس هیچ گونه ارتباطی با محتوای کتاب ندارد. کتاب‌های ادبیات و تاریخ و روانشناسی و فلسفه حتی به‌قدر کتاب‌های کمک آموزشی هم قابلیت ارائه فکت بیرونی ندارند. چون هیچ‌کسی حتی با خواندن ۱۰جلدی کلیدر یا در جست‌وجوی زمان از دست‌رفته نمی‌تواند دندانپزشکی یا مهندسی برق قبول شود. نبود مرورنویسی حرفه‌ای روی کتاب‌ها، فقدان منتقد حرفه‌ای و آکادمیک موجب می‌شود تبلیغ کتاب تنها و تنها منوط شود به بلاگرهای کتاب که واقع‌بین اگر باشیم، درنهایت در حد آشنا شدن حافظه بصری بیننده با جلد کتاب کارکرد دارند و بس. اینکه اینفلوئنسرها و سلبریتی‌های فضای مجازی چقدر می‌توانند در دیده شدن یک کتاب مؤثر باشند مطلب مفصل و جداگانه‌ای است که بزودی به آن نیز خواهم پرداخت.

عکس نوشت

در روزهای پس از پایان جشنواره فیلم فجر و در شرایطی که به‌نظر می رسد تب و تاب خبرهای سینمای ایران کمی فروکش کرده، فیلم‌هایی که در جشنواره حضور نداشتند تلاش می کنند با برگزاری مراسم رونمایی و اکران از این فضا بهره ببرند. فیلم «مرد نقره‌ای» به کارگردانی محمدحسین لطیفی جمعه عصر در فرهنگسرای ارسباران برای اولین بار به نمایش درآمد. در نشست رونمایی از «مرد نقره‌ای» از پدر و مادر شهید مدافع حرم «محسن حججی» به عنوان میهمان ویژه تقدیر شد. محمدحسین لطیفی کارگردان این فیلم در پاسخ به اینکه چرا «مرد نقره‌ای» به جشنواره راه پیدا نکرده است، گفت: «از یکی از دوستان پس از اختتامیه جشنواره همین سؤال را پرسیدم، ایشان یکی از اعضای هیأت انتخاب بودند، گفتم؛ من به نظر شما احترام می گذارم اما برایم جالب است که چرا این فیلم به بخش داوری راه پیدا نکرده است؟ نمی دانم نظر شخصی شان بود یا خیر اما در پاسخ به من گفت «سلیقه هیأت انتخاب نبود»! متأسفانه من این جمله را درک نمی کنم. سلیقه هیأت داوران قابل فهم است اما سلیقه‌ای عمل کردن هیأت انتخاب را اصلاً نمی فهمم، چون جشنواره ضوابطی برای انتخاب فیلم‌ها و ارائه به بخش داوری دارد که باید طبق آن ضوابط عمل کنند نه سلیقه‌ای. احتمالاً من هم باید یک فیلم برای جشنواره‌های خارجی بسازم، تا کارم در داخل بهتر دیده شود.» مهدی سلطانی یکی از بازیگران این فیلم، سیاسی نبودن فیلمنامه را یکی از ارزش‌های آن دانست و گفت: «این فیلم می تواند در امریکا هم نمایش داده شود و همان طور که اینجا همه حاضران در سالن سینما به احترام پرچم ایران در پایان فیلم ایستادند و کف زدند، بچه‌های ایرانی مقیم امریکا هم همان طور تمام قد ایستاده و به افتخار پرچم کشورمان کف می زنند.»

در عبور از پنجاهمین سال درگذشت «سلیمان حَییم»

آقای لغت ایران

اتفاق روز

واقعاً کاری که سلیمان حییم کرد فوق طاقت یک انسان است. معلوم است که این کار را با تمام دلبستگی، شور و زندگی‌اش انجام داده است. هیچ فرهنگ‌نویسی نیست که در کار نوشتن فرهنگ نگاهی یا نیم نگاهی به حییم نکرده باشد.

محمدرضا باطنی

حمیدرضا محمدی
خبرنگار

کلیمی بود و کلیمی‌زاده و متولد تهران. پدرِ اصالتاً شیرازی‌اش، لحاف‌دوز بود اما خودِ فرهنگ‌نویس شد. در مدرسه اتحاد - که متعلق به یهودیان بود و هنوز هم هست - درس خواند و بعد در نوزده سالگی، یعنی درست در همان سالی که نهضت مشروطه به نتیجه رسید، راهی کالج امریکایی تهران (دبیرستان البرز فعلی) شد. درسش که تمام شد، ساموئل جردن اجازه داد از سال ۱۲۹۴ در همانجا تدریس را آغاز کند. هفت سالی در آن مدرسه ماند و با آمدن مستشاران امریکایی به سرپرستی آرتور میلیسپو به وزارت مالیه رفت و شد مترجم آنجا.

«سلیمان حَییم»، اما در اثنای این مدت، تألیف یک فرهنگ کوچک فارسی به انگلیسی را آغاز کرد که ازقضا مورد تشویق علی‌اصغر حکمت نیز قرار گرفت. اما کار به این زودی‌ها تمام نشد و درست نود سال پیش بود که با حمایت اسحق و یهودا بروخیم معروف به برادران بروخیم، این فرهنگ که در ایران اولین بود، منتشر شد و بسیار مورد مرحمت اهل قلم قرار گرفت. از این‌رو تلاشش را افزون کرد و نوشته‌اند روزی تا هجده ساعت هم کار می‌کرد. او که انگلیسی و فرانسه و عبری را عالی و آلمانی و روسی و عربی و ترکی را در حد استفاده از لغات می‌دانست، در فرهنگ‌نویسی پیش رفت. از پای ننشست و بی‌جهت هم نبود که فرهنگ لغات متحرک ملقبش ساخته بودند.

فرهنگ جامع انگلیسی-فارسی، فرهنگ جامع فارسی-انگلیسی، فرهنگ فرانسه-فارسی، فرهنگ بزرگ انگلیسی-فارسی، فرهنگ یک‌جلدی فارسی-انگلیسی، فرهنگ کوچک فارسی-انگلیسی، امثال فارسی-انگلیسی، فرهنگ کوچک انگلیسی-فارسی، فرهنگ عبری-فارسی و فرهنگ کوچک فرانسه-فارسی را تا وقتی بود، ازسوی انتشارات حییم - که متعلق به برادرانش بود - منتشر کرد که برخی‌شان را انتشارات فرهنگ معاصر در این سال‌ها بازنشر کرده

تصویر تنها گفت‌وگوی مطبوعاتی حییم

است. جالب آنکه او برای تکمیل فرهنگ عبری به فارسی، چهار سال در بیت‌المقدس اقامت گزید تا با واژه‌شناسان محلی آشنا شود و به تحقیقات خود ادامه دهد.

فرهنگ لغات فارسی - عبری او نیز از پس دهه‌ها، هفتم دی ۱۳۹۳، در شب بزرگداشت او که ازسوی مجله بخارا برگزار شد، به طبع رسید. حییم جز این، هم شعر می‌سرود و هم نمایشنامه می‌نوشت. غزلیات سعدی را بسیار دوست داشت و بر تمام دستگاه‌ها و گوشه‌های موسیقی ایرانی مسلط بود و تار می‌نواخت. همچنین به سبب اشراف بر اصطلاحات یهودیت و مسیحیت، مقالات مرتبط با یهود و یهودیت در دایرةالمعارف فارسی را برای غلامحسین مصاحب نوشت.

در زندگی شخصی البته هیچ اهل زودبند نبود و در سمت مدیریت اداره خرید شرکت نفت، چنان قانون‌مندانه رفتار می‌کرد که مو لای درز آن نمی‌رفت. اما آنقدر رفتند و آمدند و بدگویی‌اش را کردند تا به ناچار استعفا داد و در نیمه دهه سی خود را بازنشسته کرد. عجیب است بدانید تنها گفت‌وگوی مطبوعاتی با او را، اسماعیل جمشیدی انجام داده که سه سال پیش از مرگ این فرهنگ‌نگار در مجله روشنفکر منتشر شد و همین نشان می‌دهد تا چه اندازه قدرنادیده مانده است و کریم امامی نیز در جایی، بر این مهم صحه گذاشته است.

سلیمان حییم که شنبه ۲۵ بهمن ۱۳۴۸ به سبب سکته قلبی درگذشت اما همان‌گونه که نام‌خانوادگی‌اش، «حیات» معنا می‌دهد، از پس نیم قرن هنوز هم نامش بر تارک فرهنگ‌نویسی ایران می‌درخشد، چنان‌که سعید نفیسی در رونمایی چاپ نخست فرهنگ فارسی-عبری که در سال ۱۳۴۰ در مدرسه ابریشمی (موسی‌بن‌عمران امروزی) برگزار شد، در وصفش گفت: «مردم نگاه کنید، یک مشت پوست و استخوان با عدم امکانات یک‌تنه چه کارهایی انجام داده است».

اینچنین آشفتگی ما را نزیبد ساربان

نگاه روز

پیمان نواب
فعال عرصه کتاب

این روزها بازار کتاب نیز از تلاطم‌های موجود اقتصادی در امان نمانده است. به سان سایر اجناس، کتاب هم با فاصله‌های زمانی نه چندان زیاد، افزایش قیمت می‌یابد و ثباتی بر بازارش حاکم نیست. این بالا رفتن قیمت‌ها تا آنجا که از ساختار ظروف مرتبطه اقتصادی تبعیت می‌کند قابل فهم است اما از منظر ناموزون بودن درون ساختاری، نیازمند درنگ و تأمل و تذکر است. اهالی فرهنگ و مطالعه همگی در می‌یابند که ناشران نیز ناگزیرند برای باقی ماندن و ادامه دادن، قیمت کالای خود را افزایش دهند و لذا چنانچه روند این صعود قیمت‌ها بر اصولی معین و در قالب چارچوبی مشخص صورت پذیرد با اعتراضی همراه نخواهد بود؛ اما متأسفانه بی‌نظمی، ناهماهنگی و عدم تبعیت از اصول واحد قیمت‌گذاری چنان بر بازار کتاب حکمفرماست که اولاً درک آن و ثانیاً همراهی با آن را لااقل در میان مدت و دراز مدت، اگر نگوییم غیرممکن که سخت می گرداند.

ناشران مختلف متناسب با توان اقتصادی، آسیب‌های وارد آمده از بازار متلاطم، میزان و نحوه دریافت کاغذ، اعتبار و اتوریته خود، نویسندگان و مترجمانشان و در نهایت، میزان انصافی که واجد آنند، دست به قیمت گذاری‌های متفاوت می‌زنند و فضایی ناهماهنگ و بی‌پرنسیب به وجود می‌آورند که حاصلش استیصال، دلمشغولی و توان بریدگی اهالی کتاب در خرید این کالای فرهنگی-اقتصادی خواهد بود. کافیست قیمت گزینی چند ناشر را مقایسه کنید؛ خواهید دید، اولی کتابش را بر اساس صفحه‌ای ۱۵۰ تومان در آورده، دومی مبنا را صفحه‌ای ۲۰۰ تومان گرفته، سومی به این هم قناعت نکرده و هر صفحه را ۲۵۰ تومان حساب کرده و چهارمی و پنجمی و... به فراخور دلایل پیش گفته، قیمتی متفاوت را برگزیده‌اند. در فضای اقتصادی موجود، افزایش قیمت‌ها در سطحی متعارف و منطقی، قابل درک و همراهی‌اند اما ناهماهنگی‌ها و قیمت گذاری‌های بی‌حساب و کتاب و دلبخواهی بعضی از ناشران که کتاب را به کالایی لوکس و دور از دسترس طبقه متوسط بدل می‌کند، نه تنها قابل دفاع نیست که محتاج نظارت و تصویب مصوباتی سختگیرانه از جانب نهادهای فرهنگی مسئول است تا دست‌کم، نظم و کنترلی بر بازار آشفته کتاب حاکم گردد و افزایش قیمت‌ها روندی قابل قبول و منطقی به خود گیرند. بدیهی است ادامه آنچه در حال روی دادن است، تقاضا را در بازار کتاب به حداقل می‌رساند و سبد فرهنگی خانواده‌ها را روز به‌روز تهی‌تر خواهد ساخت. در جامعه ما که آمار مطالعه چندان رضایت بخش و مطلوب نیست، عامل مورد اشاره در هم‌افزایی با دیگر موانع موجود، از میزان مطالعه خواهد کاست و مشکلات فرهنگی ما را افزون خواهد کرد.

شهروند مجازی

یگانه خدامی

در آستانه برگزاری انتخابات مجلس نحوه تبلیغات نامزدهای مجلس موضوعی است که مورد توجه کاربران قرار می‌گیرد. انتشار کلیپی از ستاد مردمی یکی از نامزدان و همین‌طور کلیپی برای تبلیغات یکی دیگر از نامزدان و همسرش سوژه‌ای است که دیروز به آن پرداختند. کلیپ‌های پر خرج با مراسمی عجیب و غریب، کانال‌های تلگرامی و وعده‌های عجیب موضوعاتی است که به آنها اشاره می‌شود: «این کلیپ نامزد نمایندگی مجلس رو دیدی آقای کدخدایی؟ دقیقاً چیوداری نظارت میکنی؟ میشه به ما هم بگی بدونیم. اولش فکر کردم چی شده نگو کلیپ نامزد نمایندگی مجلسه»، «این افتتاحیه المپیک نیست. افتتاحیه ستاد تبلیغاتیت است»، «وقتی هنوز برخی از هموطنان زلزله زده کرمانشاه در شب‌هایی که سرما تا مغز استخوان نفوذ می‌کند به کانکس پناه می‌برند و وسایل دخترک سیستانی گل آلود مانده، چگونه می‌توان بنرهای چند متری تبلیغاتی و بقیه ریخت و پاش‌ها را توجیه کرد؟!»، «با ریخت و پاش و عوام فریبی و رأی به‌دست نمیاد. به جای رفتار کاذب عملکرد واقعی خودتان را به مردم گزارش کنید»، «این رفتارها که حقیقتاً مورد تأیید نیست؛ اما آنهایی را بگو که قراراست جمعه در حوزه انتخاباتی‌اش به اینها رأی دهند! ایشان بیشتر تقصیر دارند!»، «تو شهرستانی که مردم هنوز آب لوله کشی ندارند نامزد انتخابات مجلس افتتاح ستاد انتخاباتی شو جشن گرفته کاش بخشی از این هزینه‌ها رو صرف آبادی شهرت می‌کردی»، «یک شاهکار دیگر از یک کاندیدای مجلس همراه با موزیک ویدئویی مشمول از دو سه عکس و یک بچه بد صدا! یک توپ پارچه رول شده دور یک موجودی اون بغل عکس هم هست که دقیق متوجه دلیل حضورش نشدم...»، «امروز با یک حجم گزاف از ریخت و پاش‌های کاندیدای مجلس شدم. بعضی‌ها که با پلاکارد و پوستر شهر را رنگ آموزی کرده‌اند شفاف‌تر کنند این هزینه‌ها را برای مردم وبیان کنند تا ما بدانیم چه کسی با حجم بالای تبلیغات وارد مجلس میشه چه کسی با اعتماد مردم!»، «تبلیغات عجیب برخی کاندیداها نشون میده که انتخابات بر اساس روش‌های موجود تبلیغاتی این سال‌هاپیش میره که میگه: بدنامی بهتر از گم‌نامی است! توجه عمومی و بازنشر، هدف این کارهای ضعیف و عجیبه.به اسم نقد و فحش دادن، تبلیغشون نکنید!»، «یک سؤال از نامزدهای انتخاباتی مجلس؛ چند نفر از شما حاضرید به تبلیغات در این یک هفته، برای کمک به برف زدگان استان گیلان به این استان سفر کنید و جهاد وار آستین بالا بزنید...؟»، «درحالی که دو روز فقط از تبلیغات انتخابات می‌گذره سوژه خیلی دیدم؛ مداحی انتخاباتی، شارژ اعتباری، وای فای رایگان تو ستادها. عجب سالی امسال...»، «این کانال‌های انتخابات که وقتی اضافه می‌شی بهشون، رسید انتقال وجه بابت اضافه کردن دیگران توش به اشتراک گذاشته می‌شه، رسماً «کثافت‌کاری» است. ببخشید که واژه مناسب تری سراغ ندارم. بوی تعفن می‌ده.»، «از حجم تبلیغات کاندیداها توی بندرعباس میشه فهمید کیا بیشتر پول خرج کردن! حتماً ازشون بپرسید ازکجا آورده‌ای؟ فقط بدونید حقوق یک نماینده در دوره ۴ ساله، چیزی حدود ۵۶۰ میلیون تومان هست. چطوریه که یه نامزد بیش از ده برابر حقوق خودش رو هزینه می‌کنه که وارد مجلس بشه؟!»، «یه سؤالی ذهنمو درگیر کرده اونم اینه با هزینه تبلیغات انتخابات مجلس، چند بار میشه سیستان رو ساخت و چند نفرو از زندگی توی چادر و کانکس توی این سرما نجات داد؟»، «کل حقوق و مزایای یک نماینده برای چهار سال خدمت حدود ۵۶۰ میلیون تومانه چطور یک نماینده برای تبلیغات انتخابات، میلیاردی خرج میکنه؟ این پول رو از کجا آورده؟ تا حالا از کاندیداهایی که برا تبلیغ به شهراتون میاد، پرسیدید هزینه شرکت در انتخاباتش از کجا تأمین میشه؟»، «امروز از جلوی ستادهای تبلیغاتی رد میشدم به مناسبت روز زن به خانوم‌ها گل و شکلات می‌دادن، فاصله‌ام رو زیاد کردم که سمت من نیان با اون شوی مسخره‌شون. هزینه این تبلیغات و گل و شیرینی از جیب مردمه، گرفتنش حرومه»، «امروز یه دقیقه رفتم تو خیابون و باید بگم اگه گرتا تونبرگ از نحوه تبلیغات انتخابات اینجا باخبر می‌شد برمی‌گشت سر درس و مشقش.»، «کاااش یه روزی، تبلیغات کاغذی در انتخابات ممنوع بشه. کاغذ به این گرونی...»، «متأسفانه برخی شعارها از سوی کاندیداهای هیأت مدیره، در حد تبلیغات انتخابات ریاست جمهوریه که بعد از پیروزی، حتی رئیس جمهوری هم نمیتونه این شعارها رو محقق بکنه. این اشخاص چی فکر میکنن واقعاً، اصلاً فکر میکنن؟».

هشتگ

#تبلیغات_مجلس