

دو زن در حال بازدید از خودروی لوکس در نمایشگاه خودرو

هده‌یکیمیایی: پشت میزهای تبلیغاتی فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌ها ایستاده‌اند و از دور که نگاهشان می‌کنی، لیخن‌دی مصنوعی تحویل می‌دهند. لیخن‌دها تو را به میهمانی‌ای فرامی‌خوانند که گردانندگان اصلی آن صاحبان برندها و شرکت‌های بزرگ سرمایه‌داری هستند. دختران و پسران خوش نقش‌ونقاری که سرگردانی و بی‌پناهی زیر لایه‌های رنگ و نور پاشیده به چهره‌هایشان، موج می‌زند. گاهی آرام و ساکت گوشه‌ای می‌نشینند و تماشاچی آدم‌هایی می‌شوند که با تردید نگاهشان می‌کنند. به جست‌وجوی عمق لیخن‌دشان که بنشیننی برایت از لحظه‌های نفسگیر زندگی می‌گویند؛ لحظه‌هایی که مضطرب و ناامید به‌دنبال شغلی مناسب روزنامه‌های کارایی را ورق می‌زدند و دوان‌دوان شرکت‌ها و مؤسسه‌ها را زیرپا می‌گذاشتند. «از قدیم گفتن چشم و ابرو واسه آدم نون و آب نمیشه، حالا کم یا زیاد واسه ما که شده…» این را مینا می‌گویند؛ دختری چشم‌روشن که چندین‌سال است در غرفه‌های تبلیغاتی می‌ایستد و مردم را ترغیب به خرید می‌کند. مهتاب به‌خاطر شغلش خانواده‌اش را ترک کرده و با یکی از همکارانش زندگی می‌کند. روزی را به یاد می‌آورد که در غرفه تبلیغاتی یکی از برندهای معروف به بازدیدکنندگان آیمویه تعارف می‌کرده و ناگهان با مادرش چشم‌درچشم شده. آرام اشک می‌ریزد… « خانوادم موافق شغلم نبودن، ولی چاره‌ای نداشتم». این داستان زندگی سمپلرهاست. سمپلرها به دو دسته خیابانی و نمایشگاهی تقسیم می‌شوند. سمپلرهای خیابانی بعد از گذراندن دوره‌ای در خیابان اگر صاحب چهره جذاب یا توانایی بالایی در صحبت‌کردن باشند می‌توانند به سمپلر نمایشگاهی ارتقا پیدا کنند وگرنه برای همیشه در حد سمپلر خیابانی باقی می‌مانند و با حقوق کم زندگی‌شان را می‌گذرانند. چیزی نزدیک به ۸۰ درصد سمپلرها از بچه‌های جنوب شهر تهران هستند. یکی از رؤیاهای سمپلرها مستقل‌شدن است. همه به امید روزی هستند که از زیر سلطه شرکت‌های تبلیغاتی بیرون بیایند؛ شرکت‌هایی که درصد زیادی از دستمزدشان را به‌عنوان پورسانت کاری برمی‌دارند.

خوش‌تپ‌های بی‌مجوز و قرارداد

رئیس جوان یکی از شرکت‌های تبلیغاتی که خودش را محمد معرفی می‌کند، پشت خط تلفن است. مدام تشکر می‌کند انگار که بخواهد لجه‌اش را زیر «متشکرم‌هایش» پنهان کند. داستان نمایشگاه کوچک خیالی‌مان را پیش می‌کشیم. موقع قرار هج تابولونی که نشان از شرکت تبلیغاتی داشته باشد روی در و دیوار دیده نمی‌شود. در که باز می‌شود، یک خانه خالی با کف موکت‌شده و یک دست راجتی قدیمی و بی‌نگرورو روبه‌رویمان است. خمتکار جوان ما را به اتاق مدیر شرکت دعوت می‌کند. مدیر جوان برخلاف لجه‌اش مرد خوش‌تپ و قدبلندی است که سروسوزن شیک پوشش به کرکره‌های خاک‌گرفته، دیوارهای خالی و سیستم کامپیوتر عهده‌پوش نمی‌آید. خیلی زود منشی با دو استکان چای خوش‌رنگ وارد می‌شود. خودمان را پیمانکار تبلیغاتی چند برند لوازم آرایشی و تزئینی جا ده‌ایم. آلبوم‌های عکس، روی مانیتور سیستم شرکتی که هنوز اسمش را نمی‌دانیم بر از تصویر دختران و پسران خوش‌چهره‌ای است که پشت کانترها، در کنار مدیران برندها ایستاده‌اند و لیخن‌دی می‌زنند. محمد عکس یکی از دخترها را که در حال معرفی محصولات خوراکی است، از آلبوم بیرون می‌آورد و او را به‌عنوان درآدم‌زنای نیرویش معرفی می‌کند. از داخل کشوی میز فایل‌های رزومه دختران و پسران علاقه‌مند به شغل سمپلری و پروموتوری را بیرون می‌آورد. از میان آن‌همه زیبایی تشریفاتی تنها دو یا سه‌نفر زیبایی طبیعی دارند و بقیه با بینی عمل‌کرده سعی در حجیم‌ترنشان‌دادن لب‌های پروتز۱‌شان دارند. بعضی از پسرها هم با ابروهای بادشسته و مژه‌های فرشته چشم‌هایشان را لتکت‌تر کرده‌اند تا نگاهشان نافذتر به نظر بیاید. اغلبشان تا فوق دیپلم خوانده‌اند و رشته‌هایشان از تئاتر گرفته تا گردشگری و مدیریت بازرگانی و حسابداری متفاوت است. ۹۰ درصدشان متولد سال‌های ۶۶ تا ۷۰ هستند.

محدودیتی در آرایش و لباس وجود ندارد

محمد (مدیر شرکت) در مقابل درخواست ما برای آماده‌کردن صدفنر سمپلر خامن و آقا در یک جا و یک زمان می‌گوید: تأمین نیروی تبلیغاتی نمایشگاهی و خیابانی شرکت‌ها و برندها برای ما هیچ محدودیتی ندارد. دیروز چیزی نزدیک به ۳۰ نفر نیروی جدید به ما اضافه شدند. او درباره هزینه لباس و آرایش سمپلرها می‌گوید: تهیه لباس‌هایی که سمپلرها به تن می‌کنند برعهده شرکت‌هاست. چندروز پیش هزینه لباس چهار خانمی که قرار بود برای یکی از شرکت‌های تبلیغاتی معتبر سمپلر شوند چیزی نزدیک به ۳۲۰ هزار تومان شد. از لحاظ آرایش معمولاً خانم‌هایی که در بعضی از نمایشگاه‌هایی خودشان آرایش می‌کنند و برایشان مشکلی ندارد. در بعضی از نمایشگاه‌هایی که به صورت خصوصی‌تر و در فضاهای بسته‌تر برگزار می‌شود، شرکت‌ها از ما می‌خواهند که سمپلرها با حجاب کمتری حضور داشته باشند که این مسئله برای بچه‌ها چندان مانعی ندارد. او درباره مبلغ قرارداد ارسال سمپلر برای برندها می‌گوید: مبلغ قراردادها بستگی به تعداد تیم‌های اعزام‌شده و مدت قراردادشان دارد. هرچه زمان قرارداد را و برگزاری پروژه کوتاه‌تر باشد، مبلغ آن بالاتر می‌رود. معمولاً برای نمایشگاه‌های بین‌المللی که به صورت چهارروزه برگزار می‌شود قیمت‌ها بالاتر می‌رود.

سمپلرهایی با قراردادهای میلیونی

سمپلرهایی که توانایی‌های لازم را داشته باشند و بتوانند در مدت‌زمان اندکی سرمایه لازم را جمع کنند خیلی زود شرکت تبلیغاتی راه می‌انازند و کارشان را به‌عنوان مدیرعامل شروع می‌کنند. محمد هم یکی از سمپلرهای قدیمی گروه تبلیغاتی یک برند معروف بوده است. او بعد از سه‌سال فعالیت، حالا برای خودش بروبیایی دارد: «من کارم را از سال ۸۴ با سمپلری در خیابان‌ها شروع کردم و بعد از گذراندن تجربه شرکت در چندین نمایشگاه به‌عنوان «سوپروایزر» (سمپلر ارشد) گروه، به کارم ادامه دادم. کم‌کم تصمیم گرفتم وارد شاخه‌ای از تبلیغات به نام «بی‌تی‌ال» شوم و تمرکزم را روی تربیت و تأمین نیروی سمپلر و پروموتور برای شرکت‌ها و برندها بگذارم. خیلی زود کارم را با چند خند موایل شروع کردم و با روابطی که میان شرکت‌ها ایجاد کرده بودم توانستم پیشرفت کنم. کار ما نیاز به اجاره مکانی به‌عنوان دفتر ندارد. من تنها هفته‌ای یک یا دویار برای به‌روزکردن سایت شرکت به اینجا می‌آیم. اجاره ماهانه مکانی که ما در آن هستیم چیزی نزدیک به ۳۷ میلیون تومان است ولی چون مالک آن از دوستان برادرم است که نیاز مالی به آن ندارد، آن را در اختیار من گذاشته.

دستمزد سمپلرها و پروموتورها براساس نفر- ساعت محاسبه می‌شود. به گفته یکی از صاحبان شرکت‌های تبلیغاتی، قیمت سمپلرهای خیابانی و مغازه‌ای به ازای هر نفر- ساعت هشت‌هزار و ۵۰۰ تومان و نمایشگاهی‌ها ۱۰ تا ۱۲ هزار تومان است که از این مبلغ هزار و ۵۰۰ تومان حق‌الزحمه سوپروایزر و دو هزار تومان سود شرکت است. اما یکی از سمپلرهای آقا می‌گوید: هیچ‌یک از شرکت‌های تبلیغاتی دستمزدی بالاتر از ساعتی چند هزار تومان به نیروهایشان نمی‌دهد. علاوه‌براین قیمت سمپلرهای خانم ۵۰۰ تومان بیشتر از آقایان است همچنین هزینه کرایه تاکسی‌تلفنی برای خانم‌هایی که کارشان شب‌ها تمام می‌شود نیز به مبلغ قرارداد اضافه می‌شود. وقتی برای تبلیغات برند یک شرکت در نمایشگاه‌های شهرستانی از سمپلرها و پروموتورهای همان شهر استفاده می‌شود چیزی نزدیک به ۴۰درصد هزینه‌ها کاهش پیدا می‌کند. اما در شهری مثل کیش نیروی سمپلر خیلی کم است و اغلب برای برندها مجبورند از نیروهای تهرانی که مبلغ قرارداد هر نفر- ساعتشان چیزی نزدیک به ۵۰

دو زن در حال بازدید از خودروی لوکس در نمایشگاه خودرو

روایت زندگی دختران و پسرانی که به صورت غیر مجاز در شرکت‌های تبلیغاتی فعالیت می‌کنند

نفس‌های زیر آب



درصد نسبت به نمایشگاه‌های تهران بیشتر است استفاده کنند. هزینه اعزام سمپلر به خارج از کشور ۵۰ درصد و اعزام به شهرستان ۳۰ درصد افزایش دارد. با وجود این شرکت‌ها و برندهای مطرح بیشتر تمایل دارند نیروهایشان را از تهران بگیرند چون بچه‌های تهران از نظر کاری قوی‌تر هستند. در شهرهایی مانند سمنان که شهر مذهبی‌تری است، سمپلرهای ما با چادر و حجاب کامل حضور دارند اما در شهرهای شمالی که از نظر فرهنگی و اجتماعی فضای بازاری دارند، محدودیت دختران برای لباس و آرایش کمتر است.

نمره‌گذاری آدم‌ها برحسب زیبایی

سمپلرها و پروموتورهای تبلیغاتی براساس جذابیت چهره و توانایی صحبت‌کردن نمره‌گذاری می‌شوند. در این ارزش‌گذاری کسانی که زیباتر و خوش‌صحبت‌تر باشند بالاترین نمره یعنی ۸+ را کسب می‌کنند. مبلغ قراردادهای این گروه برای هر نفر- ساعت ۱۲ تا ۱۵هزار تومان است و هرچه درجه آنها پایین‌تر بیاید، مبلغ قراردادهایشان هم کمتر می‌شود. یکی از سمپلرهای خانم می‌گوید: «من چیزی بیشتر از نصف حقوقم را باید برای تهیه لوازم آرایش خرج کنم. یا هر چندوقت یک‌بار به چروک‌های چهره‌ام بوتاکس تزریق کنم. زیبایی یکی از قوانین شغل ماست. اغلب دخترانی که ازدواج می‌کنند دیگر نمی‌توانند به شغلشان ادامه دهند چون کمتر مردی است که حاضر شود همسرش سمپلر باشد».

شاغلانی که حق تصمیم‌گیری برای خودشان را ندارند

سمپلرهایی که به استخدام یک شرکت تبلیغاتی درمی‌آیند، حق بستن قراردادهای شخصی را ندارند. این کاری است که زیر نظر مستقیم شرکت انجام می‌شود چون به‌رحال ۷۰ درصد دستمزد آنها به جیب شرکت‌های تبلیغاتی می‌رود. در چنین مواردی حتی مردان یا صاحبان و برگزارکنندگان نمایشگاه‌های شخصی برای بستن قرارداد با شرکت، طرف حساب هستند. وقتی یک سمپلر کارش را با یک شرکت شروع می‌کند و از طریق آن به نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌ها معرفی می‌شود، هیچ‌گونه اختیار شخصی‌ای برای انتخاب موقعیت‌های کاری‌اش ندارد. درآمد یک سمپلر در ماه چیزی نزدیک به یک‌میلیون و ۲۰۰ تا یک‌میلیون و ۶۰۰ هزار تومان است. قانون نانوشته‌ای وجود دارد که اگر در یک نمایشگاه چهارروزه یا یک هفته‌ای، یک روز غیبت کنند، هیچ دستمزدی بابت بقیه روزها به آنها داده نمی‌شود. همچنین اگر محیط نمایشگاه سرد یا گرم باشد حق اعتراض ندارند و باید کارشان را انجام دهند.

دوستانی که جای خانواده‌ها را می‌گیرند

محمد با نوعی قدرت و حس مالکیت این اتفاق‌ها و جریان‌ها را تعریف می‌کند: «من مثل پدر و سرپرست بچه‌ها هستم و از زندگی خصوصی تک‌نکشان اطلاع دارم. نمی‌خواهم برایشان حس مدیریت بیایم. ما بیشتر با هم دوست هستیم تا همکار. به آنها می‌گویم فقط در زمان‌های کاری من را با فامیلی‌ام صدا کنند و هنگامی که دورهم هستیم دیگر نیازی به رعایت چنین فاصله‌هایی نیست. زندگی ما پر است از روزهایی که هر لحظه‌اش بر از خاطرات تلخ و شیرین است. فضای ما دوستانه است و همه مثل یک خانواده هستیم». در خروجی دفتر باز می‌شود و دخترها و پسرهای جوان وارد می‌شوند. صدای خنده‌ها و صحبت‌هایشان فضای خالی ساختمان را پر می‌کند. سن‌وسالشان همان است که مدیر شرکت می‌گوید.

یکی از رؤیاهای سمپلرها مستقل‌شدن است. همه به امید روزی هستند که از زیر سلطه شرکت‌های تبلیغاتی بیرون بیایند؛ شرکت‌هایی که درصد زیادی از دستمزدشان را به‌عنوان پورسانت کاری برمی‌دارند. سمپلرهایی که به استخدام یک شرکت تبلیغاتی درمی‌آیند، حق بستن قراردادهای شخصی را ندارند. چون به‌رحال ۷۰درصد دستمزد آنها به جیب شرکت‌های تبلیغاتی می‌رود

پیشنهاد‌های بی‌شرمانه ترحم‌برانگیز
مهتاب دوست ندارد تجربیات روزهای اول کارش را جلو بچه‌ها بازگو کند. حسنی شبیه به خجالت یا ترس سراغش می‌آید. ناگهان دست‌هایش شروع می‌کند به لرزیدن و قرمزی پوست صورتش از میان لایه‌های کرم‌پودر بیرون می‌زند: «من فوق‌دیپلم حسابداری دارم و بعد از دو سال بی‌کاری و خانه‌نشینی مجبور به انتخاب این شغل شدم. از طرفی نمی‌توانستم به پدرومادرم بگویم چون به‌شدت مخالف بودند. خلاصه بدون اطلاع آنها کارم را در خیانت‌ها شروع کردم. ماه‌های اول را در خیابان‌ها و میدان‌های اصلی شهر تست‌های عطر و آیمویه پخش می‌کردم. علاوه بر اینکه هر لحظه ترس دیدن خانواده‌ام را داشتم، برخورد توهین‌آمیز مردم برایم عذاب‌آور بود. اینکه در مقابل دعوت من برای معرفی و تست یک کاغذ خوشبو یا ورود به یک فروشگاه برای خرید لباس ارزان قیمت، ابروهایشان را بالا می‌انداختند یا با ترحم به چشم‌هایم خیره می‌شدند و چهره‌هایشان را در هم می‌کشیدند، برایم زجرآور بود. اینکه حتی زن‌ها و مردهای تحصیل‌کرده من را به چمن زن خیابانی می‌دیدند و مردان میان‌سال چشم در چشم‌هایم می‌انداختند و پیشنهادهای بی‌شرمانه می‌دادند، زندگی را برایم سخت کرده بود. آن زمان من برای هشت ساعت کار در خیابان‌ها و مغازه‌ها ماهانه چیزی حدود ۵۰۰ هزار تومان می‌گرفتم. در تمام طول روز اگر سوپروایزر گروه از راه می‌رسید و من را سر کار نمی‌دید، آخر ماه به طرز بی‌انصافانه‌ای از حقوقم کسر می‌شد؛ در چنین شرایطی مجبور۱ همه تلاشت را بکنی تا جذاب‌تر به نظر بیایی حتی اگر وقتی برای آرایش‌کردن نداشته باشی، باید

دو زن در حال بازدید از خودروی لوکس در نمایشگاه خودرو

یک مفهوم

خبر دیدن یان دیدن

کامل حسینی

کاملاً حسینی در نمایشگاه خودرو

کتاب پدیده‌های به‌ظاهر مادی اما حامل امری معنوی است و برخی می‌پندارند در بیشتر کتاب‌ها با ادعاهایی نهفته است که گویا می‌تواند دنیا و ذهنیت ما را دگرگون و راه خوشبختی را برای ما هموار کند اما افراد تا چه حدودی به چنین ادعاهایی اعتماد دارند و تا چه اندازه‌ای خود را به دیدگاه‌های مطرح‌شده در کتاب می‌سپارند؟ چرا برخی افراد علاقه و انگیزه‌ای برای مطالعه ندارند؟ اینها به‌ظاهر سوآلاتی کلیشه‌ای و کهنه به‌نظر می‌رسند اما هنوز جواب‌هایی حتی کلیشه‌ای برایشان یافت نشده است. اصولاً تا حدودی قابل‌انکار نیست که افرادی وجود دارند که با وجود داشتن امکانات و توانایی مالی اما علاقه و انگیزه مطالعه ندارند. بنابراین تنها مسئله اقتصادی نیست که سبب رویگردانی از مطالعه شده است. «از کتاب خیری ندیدیم» بر سر زبان بسیاری از ما که علاقه و انگیزه مطالعه نداریم جاری است. تا حدودی این‌جمله می‌تواند دو معنا را در بطن خود داشته باشد که این دو معنا حیطه ذهن آگاه و ناخودآگاه ما را به نظر بیایی. بعد از چندماه سخت‌کاری در خیابان‌ها، رئیس شرکت من را برای کار در نمایشگاه‌های تبلیغاتی دعوت کرد. حداقلش این بود که دیگر نمی‌خواستیم در سرما و گرما۱ خیابان کار کنیم و برخورد هر نوع عابر پیاده‌ای را تحمل کنیم. به علاوه اینکه حقوق بالاتری هم داشت و برای هر ساعت کار به جای سه هزار تومان، پنج هزار تومان دستمزد می‌گرفتم. اما هیچ‌وقت بدترین روز زندگی‌ام را فراموش نمی‌کنم؛ لحظه‌ای که در نمایشگاه، پشت کانتیر ایستاده بودم و چشم‌های مادرم را دیدم که انگار به چشم‌های غریبه‌ای زل زده بود. سعی می‌کرد صورتش را زیر چادر پنهان کند اما تمام آدم‌هایی که نگاه‌هایمان را دنبال کردند فهمیدند ما مادر و دختر هستیم. یکی از پسرهای گروه که متوجه این اتفاق بود، بعد از رفتش پرسید: آشنا بود؟ گفتم: نه… از آن روز به‌بعد کمتر به خانه می‌روم و بیشتر خانه دوستانم هستم».

چشم‌هایی که ناظر همه چیز است

مهران پسری ۲۲ساله است که لیسانس گردشگری دارد. او یک سال است که سمپلر شده. وقتی صحبت می‌کند، با چشم‌هایش همه‌چیز را زیر نظر دارد. «ما از استایل واردشدن مشتری متوجه می‌شویم که او خردباد است یا فقط می‌خواهد نمونه‌ها را تست کند و برود. این قدرت سمپلر و پروموتور است که وقتی مشتری قصد تست یک یا دو محصول را دارد، موقع رفتن دو کیسه از آن را بخرد و برود. این اتفاقی است که شاید خود مشتری هم از آن تعجب کند اما این قدرت بچه‌ها را نشان می‌دهد».

تسترهایی که با نذری اشتباه گرفته می‌شوند

ستاره که نسبت به بقیه سن‌وسال بالاتری دارد، می‌گوید: قدیم‌ترها این شغل میان مردان جا نیفتاده بود. سال‌های ۷۸ یا ۷۹ وقتی مردم مواد خوراکی را پشت کانترها می‌دیدند، عکس‌العمل‌های جالبی داشتند. بعضی‌ها به خیال اینکه نذری شرکت است از هرکدام چندتا برمی‌داشتند. اما مدت‌زمانی طول کشید تا توانستیم این را در ذهن بازدیدکنندگان جا بیندازیم. اصلاً به توضیحات ما گوش نمی‌دادند که می‌گفتم این محصول جدید شرکت است و برای معرفی و به‌عنوان تست‌ر روی میز گذاشته شده است. یادم می‌آید برای تست یک برند سوپ، مردم آن‌قدر عجله داشتند که روزی چند نوبت طرف‌های سوپ را روی لباس‌های خودشان و ما برمی‌گذاشتند. همین‌طور در یک نمایشگاه محصولات غذایی ما تبلیغات یک برند برنج را داشتیم و غرفه روبه‌رویی ما تبلیغات تن ماهی داشت. غرفه‌ها جای سوزن‌انداختن نبود و مردم به هوای تست‌کردن محصول، برای خوردن شام و ناهار صف می‌کشیدند و من هم در آنجا ایستاده بودم.

سمپلری که میهماندار هواییمان شد

ستاره میان حرف‌هایش از رؤیا می‌گوید: دختری که بعد از چندماه سمپلری در نمایشگاه‌ها به دل یکی از صاحبان آژانس‌های هواییمایی نشست و یک‌شبه میهماندار هواییمان شد. محمد فقهقه می‌زند: «ایشالا خودم واسه همتون به هواییمان می‌خرم میشید میهماندار هواییمان…» شادی پشت چشم‌های سیاهش را نازک می‌کند: «بقیه‌شم بگو دیدگه…» محمد ادامه می‌دهد: «البته مدیر آژانس در نمایشگاه به صورت مستقیم با رؤیا وارد گفت‌وگو شده بود و از آنجا که طبق قوانین شرکت، سمپلرها اجازه تصمیم‌گیری‌های شخصی برای کارشان را ندارند آن آقا با من تماس گرفت و از ما خواست تا او را برای همیشه به‌عنوان میهماندار به استخدام شرکت خودش دربیاورد. ازدست‌دادن چنین نیرویی برای ما سود بود اما درنهایت به توافق رسیدیم».

تجاوز به دختری که سوپ‌مارکتی تبلیغات می‌کرد

اما همیشه اتفاق‌های خود نمی‌افتد. هنوز تعداد آدم‌هایی که از دیدگاه منفی به سمپلرهای خانم نگاه می‌کنند کم نیست. افشین ۲۷ سال دارد و به‌عنوان سوپروایزر در گروه فعالیت می‌کند. او خاطره‌ای را از تجاوز یکی از کارگران سوپ‌مارکت به یکی از دخترها تعریف می‌کند: «سال گذشته همراه با یکی از دخترها برای تبلیغات یک شرکت در سوپ‌مارکتی حوالی خیابان ظفر رفته بودیم. قرار بود آن دختر دوساعت دیرتر از شروع زمان کاری به سوپ‌مارکت بیاید. از تأخیر دوساعت‌اش عصبانی شده بودم. همین که از سوپ‌مارکت خارج شدم، مردم را دیدم که شاهد کتک‌کاری کارگر فروشگاه و آن دختر بودند. جالب بود که کسی هیچ اقدامی نمی‌کرد و همه با تعجب فقط نگاه می‌کردند، وارد دعوا شدم و از دختر که سخت گریه می‌کرد داستان را پرسیدم. گفت کارگر فروشگاه موقع رفتن به دستشویی دنبالش کرده و قصص تجاوز به او را داشته است». بلافاصله سراغ کارگر رفتم و چکی زیر گوشش خواباندم. با مسئول اصلی برند تلفنی صحبت کردم و قراردارها را کنسل کردیم. خلاصه اینکه آن کارگر اخراج شد و ما بعد از یک توقف کاری، دوماه با آن برند همکاری‌مان را شروع کردیم. اما آن دختر برای همیشه این کار را کنار گذاشت و رفت». بچه‌ها کم‌کم عزم رفتن می‌کنند. تندتند زنگ تلگرام‌ها و وایبرهایشان به صدا درمی‌آید و در حضور هم برای مدتی‌یک پیغام می‌فرستند. همه شاد و خوشحال هستند. محمد هم با آنها می‌گوید و می‌خندد و گوشزد می‌کند که بچه‌ها باید ساعت ۱۲ شب بخوابند تا فردا صبح زود با انرژی کامل در نمایشگاه حاضر شوند. شادی اعتراض می‌کند و خطوطشان می‌کشد که شب را تا صبح در گروه پیغام خواهد گذاشت تا بچه‌ها نتوانند بخوابند. همه به پشتیبانی از شادی برمی‌خیزند. اما خودشان هم می‌دانند که چنین خبری نیست. محمد می‌گوید و می‌خندد اما وقت حقوق که می‌شود، همه اینها را بهانه می‌کند تا سود بیشتر را خودشان بردارند.

یاد	
مردی که از آفتابی شدن ابا داشت	
 فریدون محمدی زاده	
اواسط مهرماه سال ۶۰ بود که یک روز استاد محمود طلوعی با دکتر باستانی‌پاریزی، به دفتر کارم در خیابان ایرانشهر شمالی آمدند و استاد نمونه کتابی را که همان روزها با ترجمه وی آماده انتشار شده و وی از ناشری که در همسایگی دفترمان بود، چند نسخه‌ای را گرفته بود، به من نشان داد که نام مترجم در پشت جلد محمود مشرقی چاپ شده بود و وقتی با نشانه استفهام در صورت من مواجه شد، توضیح داد که مشرقی از نظر معنا همان طلوعی است و تازه این اسم مستعار را برای کارهایم انتخاب کرده‌ام. بعد از آن تاریخ بود که تعدادی از کارهای ترجمه وی به همین نام منتشر شد در حالی‌که افراد معدودی از دوستان نمی‌دانستند که محمود مشرقی همان محمود طلوعی است. در سال‌های ۵۹ تا ۶۲ تقریباً هر هفته روزهای دوشنبه با چند نفر از دوستان مطبوعاتی از جمله محمود طلوعی، دوره‌ای داشتیم که ناهار را در یکی از رستوران‌های جردن با هم صرف کنیم و کمتر هفته‌ای بود که این نظم به هم بخورد. در آن سال‌ها هنوز طلوعی از آفتابی شدن، ابا داشت و با آنکه با همکاری او سالنامه پرتیترآ پرهام را منتشر می‌کردیم و تقریباً تمام ترجمه‌های سالنامه حاصل دسترنج او بود؛ ولی همان‌طور که برای دریافت حق الزحمه، هرگز درخواستی نمی‌کرد، هرگز تمایلی هم نشان نمی‌داد که نامش در کتاب‌های منتشرشده چاپ شود. از نظر دینی که بر گردن دارم باید اقرار کنم کتاب پرتیترآ (علم برای همه) که در همان سال‌های همکاری ما توسط سازمان انتشاراتی پرهام چاپ و منتشر شد کار طلوعی بود که ترجمه کتابی به نام (هزار و یک سؤال علمی)، را بدون نام مترجم منتشر کردیم. شاید یکی از دلایل گوشه‌نشینی محمود آن بود که بعد از انقلاب شایع شده بود که نمایندگان مجلس باید همه حقوقی را که در دوران نمایندگی دریافت کرده‌اند به دولت مسترد کنند. و این مرد بزرگ با آنکه سال‌ها در پست‌های مهم اداری در حد مشاور وزیر خدمت کرده بود و علاوه برآن قلم صد تا یک غاز در مجله‌های مختلف و از جمله خواندنی‌ها زده بود در زمان سردبیری وی مجله خواندنی‌ها معروفیت خاصی پیدا کرده بود و هفته‌ای دو شماره منتشر می‌شد و تقریباً همه مردان سیاست و اهل مطبوعات خواننده آن بودند، ولی جز حقوق مختصر سردبیری چیزی نصیب او نمی‌شد، مدت‌ها نگران بود که اگر قرار شود حقوق دوران وکالت را مسترد کند، بدجور گرفتار خواهد شد. طلوعی استعداد عجیبی در زبان‌آموزی داشت و با آنکه لیسانسیه زبان فرانسه از دانشگاه تهران بود، اکثر کتاب‌هایی که ترجمه کرده از زبان انگلیسی است. وی علاوه بر این دو زبان چون اهل میانه بود زبان ترکی زبان مادری‌اش محسوب می‌شد و به ترکی استانبولی و عربی نیز تسلط داشت. معروف‌شدن سلسله پهلوی به نام (این پدر و پس) از اصطلاحات او و نام کتابی به همین نام است. علاوه بر ترجمه شرح حال مردان بزرگ قرن بیستم به ناهای مستعار، بی‌شک در هرکس بخواهد در تاریخ معاصر ایران بررسی و کنکاش کند، از ده‌ها کتابی که وی در این زمینه تالیف کرده است بی‌نیاز نخواهد بود.	

ادامه از صفحه ۱۱

کار گروهی نتیجه‌بخش است نه تک‌روی

۷- بسیاری از تکلیف‌های کتاب‌های درسی، فراتر از توان دانش‌آموزان است. برای مثال در کتاب شیمی سال اول دبیرستان در تعریف صفر مطلق گفته شده است: «لرد کلوین دمای ۲۷۳- درجه سانتیگراد را صفر مطلق نامید؛ زیرا پایین‌تر رفتن از این دما را غیرممکن می‌دانست. (نظر شما چیست؟)» در مورد این پرسش باید گفت نتهن‌ها دانش‌آموزان از درک این مفهوم ناتوانند که بعید داست دانشجوی دوم و سوم کارشناسی شیمی می‌شد بتواند به این پرسش پاسخ دهد که چرا این دما، پایین‌ترین دمای ممکن است. در دوره دانشجویی نگارنده، دانشجوی سوم سال شیمی از استاد درس شیمی‌فیزیک می‌پرسد از کجا می‌دانید ۲۷۳- درجه، پایین‌ترین دمای ممکن است؟ شاید در آینده دانشمندان بتوانند سردکننده‌های بهتر و قوی‌تری بسازند و ما به دماهای کمتر برسیم، کما اینکه بسیاری چیزها، قبلاً غیرممکن تلقی می‌شد اما بعدها با اختراع یک دستگاه، امکان‌پذیر شد. البته در این بحث و جدل عمده دانشجو۱ان کلاس نیز همین نظر را داشتند. بسیاری از دبیران نیز بر این باورند که این قانون فقط امروزه درست بوده و در آینده ما می‌توانیم با ساخت دستگاه‌های بهتر و کارآمدتر به دمای کمتر برسیم. به نظر می‌رسد وجود این اشکال و موارد مشابه، از ترجمه خطه‌خط کتاب‌های خارجی و مشورت‌نگرفتن از کارشناسان برای تهیه محتوای کتاب‌های درسی ناشی می‌شود.

۸- سلسله مراتب و آموزش گام‌به‌گام در کتاب‌های درسی رعایت شود. مثلاً در صفحه ۳۶ کتاب شیمی سال اول دبیرستان، چگونگی به‌وجودآمدن سختی موقت و روش‌های حذف آن و همچنین تشکیل استلاکمیت و استالاکتیت، با استفاده از فرمول‌های شیمیایی بیان شده است، در حالی‌که دانش‌آموز تا آن موقع اصلاً با فرمول‌های شیمیایی آشنا نیست. نتیجه اینکه دانش‌آموز این فرمول‌ها و مفاهیم را یاد نمی‌گیرد و بهترین کار را در حفظ‌کردن این رابطه‌ها می‌بیند؛ حفظ کردنی که فراموشی زود هنگام را در پی دارد و باعث توسل به روش‌های غیرقانونی برای قبولی در امتحان می‌شود.

وجود اشکالات بسیار از این دست، نشانه آن است که مؤلفان کتاب‌های درسی، نه خود تجربه‌ای در تالیف و تدوین کتاب‌های درسی دارند و نه حاضرند افتخار معنوی و مزیت‌های مادی تالیف کتاب‌های درسی را با دیگران شریک شوند و نه وزارت آموزش‌وپرورش درباره این اشکالات، از مؤلفان کتاب‌ها توضیح می‌خواهد. امید است با تغییر نظام آموزشی و تدوین کتاب‌های جدید، مؤلفان به این موارد بیشتر توجه کنند.