نگاه

مراسم ارتحال امسال متفاوت برگزار می‌شود

● **جماران:** دبیر ستاد بزرگداشت امام خمینی(ره) محمدعلی انصاری در نشست رسانه‌ای خود با یادآوری اینکه مراسم امسال بزرگداشت امام تا دو سال دیگر در ماه رمضان است، گفت: ماه رمضان برنامه‌ها و شرایطی را برای ما دیکته کرده که باید به آنها توجه داشته باشیم. اولین تفاوت مراسم ۱۴ خرداد با سال‌های گذشته زمان اجرای آن است. ما همه‌ساله مراسم را از ساعت ۹ صبح تا ۱۱ برگزار می‌کردیم اما امسال به دلیل شرایط روزه‌داربودن مردم و گرمایی که برای مردم طاقت‌فرساست، مراسم بزرگداشت امام خمینی (س) از ساعت ۱۸ تا ۲۰ در حرم امام و سراسر کشور برگزار می‌شود. او ادامه داد: امسال این مراسم با حضور صدها هزار نفر جمعیت روزه‌دار و شخصیت‌های سیاسی، روحانی، لشکری، کشوری و خانواده امام برگزار می‌شود و همه زائران امام از سخنرانی خلف شایسته ایشان یعنی حضرت آیت‌الله خامنه‌ای استفاده خواهند کرد. انصاری گفت: تفاوت دوم مراسم امسال این است که فقط از استان‌هایی میهمان داریم که بعدازظهر ۱۴ خرداد به سمت حرم امام حرکت می‌کنند و به این مراسم می‌رسند. یعنی استان‌های قم، سمنان، البرز، قزوین و مرکزی میهمان ما هستند. تفاوت سوم این است که امثال میهمان خارجی کمی داریم که عمدتا سفرا و کسانی هستند که در جمهوری اسلامی مقیم هستند. چهارمین تفاوت پذیرایی ما از زائران است. ما به دلیل تقارن مراسم با افطار برنامه‌ریزی مفصلی کردیم که همه میهمانان و شخصیت‌ها افطار را میهمان امام در کنار خادمان امام باشند. او درباره جزئیات بیست‌وهشتمین مراسم بزرگداشت امام خمینی (س) گفت: ما همه‌ساله ۷۰۰ هزار نفر را به مراسم می‌آوردیم که امسال این تعداد ۲۵۰ هزار نفر است و قریب به ۱۰ هزار نفر نیروی کارآمد مسئولیت هدایت و پذیرایی مردم را دارند. اکیپ‌های پزشکی نیز در جای جای حرم مستقر هستند و دارو و پزشک کافی در نظر گرفته شده است. انصاری ادامه داد: بیش از ۲۰۰ هزار متر سایه‌بان و زیرانداز در نظر گرفته شده و بسته‌های غذایی شامل افطار و شام برای مردم آماده کرده‌ایم. در کنار این سایه‌بان‌ها ایستگاه‌های صلواتی در نظر گرفته شده است. ما امیدواریم امسال پذیرایی شایسته‌ای را از میهمانان امام در اطراف حرم داشته باشیم.

روزنه

ترامپ پیام انتخابات ایران را درک نکرده است

● ولی‌رضا نصر، استاد روابط بین‌الملل دانشگاه جان هاپکینز، در مقاله‌ای با عنوان «چگونه روحانی پیروز شد؟» در مجله آتلانتیک نوشت: دلیل شکوه این دور از انتخابات ریاست‌جمهوری در ایران، پیروزی روحانی به‌عنوان نامزد اصلاح‌طلبان نیست؛ بلکه آنچه اهمیت زیادی دارد، کارهایی است که او برای دستیابی به این پیروزی انجام داد.

او افزود: انتخابات این دور برای روحانی، به‌هیچ‌وجه انتخابِ آسانِ یک رئیس‌جمهور برای دور دوم نبود؛ بلکه مانور سیاسی شجاعانه و تغییر مسیری بزرگ در ایران بود. برخلاف انتخابات آمریکا، هیچ‌یک از نامزدهای انتخابات ایران نگفتند برجام را به رسمیت نمی‌شناسند. حتی افراطی‌ترین نامزد این دوره هم به‌صراحت گفت اگر پیروز شود، به‌هیچ‌وجه از این توافق بازنخواهد گشت.

این استاد دانشگاه ادامه داد: رقبای محافظه‌کار روحانی بسیار با برنامه‌تر از آنچه پیش‌بینی می‌شد در رقابت‌ها حاضر شدند. وضع مالی خوبی داشتند، سازمان‌یافته بودند و توانستند با پیام‌های عامه‌پسند روشن، بخش زیادی از قشر فقیر را جذب کنند. ایرانیان مرفه‌تری هم که در پی توافق هسته‌ای منتظر گشایشی در زندگی تجاری‌شان بودند، از روحانی بدشان نمی‌آمد؛ اما باور نداشتند روحانی بتواند تغییری پدید آورد. روحانی باید در سیاست‌های تبلیغاتی‌اش تغییری ایجاد می‌کرد. دیگر ایفای نقش یک میانه‌رو که توانسته ایران را به جامعه بین‌المللی برگرداند، کارساز نبود؛ بنابراین از یک میانه‌رو به یک اصلاح‌طلب تمام‌عیار بدل شد.

نصر در پایان آورده است: دونالد ترامپ در سخنرانی‌های خود در عربستان نشان داد پیام انتخابات ایران را درک نکرده است. مردم ایران نه به دنبال آشوب در خاورمیانه که خواهان رشد اقتصادی و هم‌گرایی بیشتر با دنیا هستند.

بررسی نقش فضای مجازی در کمپین‌های انتخاباتی با حضور جلایی‌پور و خانیکی

جامعه‌ای که دیگر پیش‌بینی‌ناپذیر نیست

عکس: صبا طاهریان

لیلا ابراهیمیان: انتخابات دوازدهمین دوره ریاست‌جمهوری برگزار شد؛ اتفاقِ سیاسی‌ای که تازه به سن جوانی خود رسیده است؛ عمر این اتفاق سیاسی، چند دهه بیشتر نیست؛ جوان است، شورمند و سرحال که هر دوره را پشت سر بگذارد، همه با خود می‌گویند این دوره استثنا بود و دیگر مردم با این وسعت در انتخابات شرکت نمی‌کنند؛ اما هر دوره شگفتی‌هایی با خود دارد؛ این‌بار شبکه‌های اجتماعی در دوران گذار از رسانه‌های اجتماعی وایبر، فیس‌بوک و حضور در فضای اینستالایو، کانال‌های تلگرامی و توییتر. اردیبهشت امسال شور و شوق در خیابان‌ها موج می‌زد، شوری کشیده از مجاز تا واقعیت که شاید از خودِ انتخابات مهم‌تر بود؛ این‌بار مجاز با واقعیت درآمیخته بودند؛ مردم، صحنه ایستادن چندین‌ساعته خود را در صف‌های رأی به اشتراک می‌گذاشتند. آنها از نتیجه انتخابات نگران بودند و این نگرانی در همه اقشار مختلف مردم و در همه فضاهای مجازی و واقعی سیطره داشت. اکثریتی از مردم، از چیزی نگران بودند و این نگرانی را به اشتراک می‌گذاشتند؛ شاید باید گفت در فضای مجاز و واقعیت دو صدای ناسازگار طنین‌انداز بود و پاسخ‌ها ناسازگارتر. انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات دومین نشست انتخاباتی خود را برگزار می‌کند برای گفتن از واقعیت‌های سیاست در دنیای مجاز و اینکه فضای مجازی با سیاست ایرانی چه می‌کند؟ این نشست تخصصی در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران آغاز می‌شود؛ با این پرسش محوری: «فضای مجازی در کمپین‌های انتخاباتی چه نقشی دارد؟». دبیر فضای مجازی انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات از اهمیت این فضا و شبکه‌های اجتماعی می‌گوید و اینکه حسن روحانی، پیروز قطعی دوازدهمین دوره ریاست‌جمهوری ایران در پیام تبریک خود، این فضا را به رسمیت شناخته و از فعالان شبکه‌های اجتماعی قدردانی کرده است. بعد از مقدمه‌ای درباره اهمیت فضای مجازی در سیاست ایران، فعالان رسانه‌ای و کمپینی به بیان تجربه‌های خود در کارزار انتخابات دوازدهمین دوره ریاست‌جمهوری می‌پردازند.

بهروز شجاعی اولین کسی است که گزارشی مفصل از تجربه کمپین‌های مختلف در دوره‌های متعدد انتخاباتی می‌دهد. او انتخابات دوازدهمین دوره ریاست‌جمهوری را سخت‌ترین، حساس‌ترین و پیچیده‌ترین انتخابات تاریخ معاصر ایران می‌خواند که یک طرف دولت مستقر قرار گرفته بود که باید دست برتری داشت؛ اما این‌گونه نبود و طرف دیگر تلاش و اتحاد گسترده علیه دولت بود. شجاعی معتقد است: «در شروع ایام تبلیغات، سه بر هیچ دولت از رقیب عقب بود و این ضعف تیم رسانه‌ای دولت مستقر بود که نتوانسته بود در سه‌سال‌ونیم گذشته کارنامه دولت را به مردم معرفی کند». او می‌گوید: «در اواخر سال ۱۳۹۳، گفته شد که ۶۰ درصد مدیران کل روابط‌عمومی سازمان‌ها و وزارتخانه، بازمانده از دولت گذشته هستند و ما در آن زمان یکی از دلایل ضعف تیم رسانه‌ای دولت را بیشتر متوجه شدیم».

تبلیغات رسمی ترک خورد

او در ادامه آرای روستاییان به روحانی را معنادار می‌خواند و تصریح می‌کند: «در تمامی دوره‌ها این آرا معنادار بود؛ اما در این دوره روستاییان به دلیل حضور رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی به غیر از تبلیغات رسمی با تبلیغ دیگری هم مواجه شدند». به گفته شجاعی بیستم اسفند ۱۳۹۵ بود که محمود واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، اعلام کرد که ۲۷۷ هزار روستا به اینترنت پرسرعت متصل شده است؛ در ۱۳۹۲ هیچ روستایی از اینترنت پرسرعت بهره‌مند نبود و این باعث ترک‌خوردن تبلیغات رسمی شده است.

گل‌به‌خودی اصولگرایان

اگر در انتخابات اخیر تحریمی‌ها و سرخوردگان از انتخابات گروه هدف اصلاح‌طلبان بودند؛ اما در این میان کار تبلیغ بسیار سخت بود و دشوار؛ برای اینکه گروه رسانه‌ای رقیب هم از فضای مجازی استفاده می‌کرد و این خلاف رویه‌های سابق بود. منسجم‌ترین کمپین‌ها متعلق به اصولگراها بود و آنها این‌بار بابرنامه‌تر عمل کردند. آنها از کم‌کاری دولت در فضای رسانه‌ای استفاده کردند تا فضای مجازی را به فضای واقعی علیه روحانی تبدیل کنند. هشتگ روحانی برو یا انجمن حمایت از طرفداران مدرک دکترا که از طرف اصولگرایان دنبال می‌شد، همه فضای مجازی را پر کرده بود؛ اگرچه آنها با زبان فضای مجازی آشنایی نداشتند و گاه گل‌به‌خودی می‌زدند و پخش ویدئوی دیدار امیرحسین مقصودلو «تتلو» با ابراهیم رئیسی یکی از این گل‌به‌خودی‌های اصولگرایان در فضای مجازی بود؛ اما درنهایت کار اصلی در انتخابات اخیر را توییتر، کانال‌های تلگرامی و اینستاگرام و اینستالایو انجام داد، نه ستادهای رسمی و رسانه‌های رسمی.

فضای مجازی تبدیل به فضای واقعی شد.

بعد از آن نوبت به نوید رجایی‌پور، پژوهشگر فضای مجازی، می‌رسد که درباره محتوای پیام‌های فضای مجازی می‌گوید و از تأثیر اینفوگرافی‌ها و موشن‌گرفی‌ها بر مردم. او مهم‌ترین دستاورد این دوره را استفاده از نتایج نظرسنجی‌ها در فضای مجازی می‌داند. «در این دوره کارگزاران نزدیک به روحانی از داده‌های فضای مجازی استفاده رسمی می‌کردند. روی اینها کار مهندسی انجام شد. هوش مصنوعی و نظرسنجی‌ها که نتایج دیتای تلگرام بود در تحلیل‌ها استفاده می‌شد و داده‌های تجزیه و تحلیل‌شده بهره‌برداری شد».

فضای مجازی رسمی شد

علی پیرحسینلو، فعال دیگر کمپین‌های انتخاباتی، از تفاوت فضای مجازی با فضای رسمی می‌گوید. او معتقد است در این دوره استفاده از فضای مجازی، رسمی شد؛ تا چندوقت پیش اصلا در فضای رسمی، کانال‌های خبری را به رسمیت نمی‌شناختند، اما در این دوره، فضای مجازی برنامه‌ریزی‌شده‌تر عمل کرد». او معتقد است: «در انتخابات اخیر، برای فضای مجازی پول جدی خرج شد؛ فضای مجازی برای اولین‌بار برگرفته از دو اتفاق؛ یعنی وجه تعاملی و زیرساخت دسترسی به آن، باعث شد واکنش سریعی دربر داشته و پرمخاطب باشد». او مزیت دیگر فضای مجازی را کارکرد ارتباطی آن می‌داند، نه اطلاع‌رسانی و معتقد است بعد از این احزاب سیاسی می‌توانند از این امکانات برای ارتباط با مناطق مختلف بهره بگیرند.

چرا اصولگرایان نتوانستند اعتماد مردم را داشته باشند؟

حمیدرضا جلایی‌پور، جامعه‌شناس، سخنران بعدی این مراسم بود. او از نقش فضای مجازی در پیروزی قطعی حسن روحانی گفت: «اصولگرایان و اصلاح‌طلبان هر دو از فضای مجازی استفاده می‌کردند، ولی چرا اصولگرایان نتوانستند اعتماد عمومی را داشته باشند، ولی روحانی پیروز قطعی انتخابات شد؟» جلایی‌پور برای روشن‌ترشدن بحث به چند پیش‌فرض اشاره می‌کند: اول اینکه روحانی پیروز قاطع انتخابات شد، نه پیروز انتخابات؟ از طرف دیگر اصولگرایان می‌خواستند انتخابات به دور دوم کشیده شود که در همه دنیا این دوره پرریسک است، ولی درنهایت این‌گونه نشد. رقبای روحانی او را برای یک دوره می‌خواستند و حتی در صداوسیما هم من این را شنیده‌ام؛ اما خلاف این اتفاق افتاد. البته در سال ۱۳۹۲ هم قرار نبود حسن روحانی رئیس‌جمهور شود، آنها هزینه ردصلاحیت آیت‌الله هاشمی‌رفسنجانی را پذیرفته بودند و می‌خواستند خودشان قدرت را در دست بگیرند، اما این‌گونه نشد؛ در دوره اخیر هم در شکست روحانی اجماع داشتند. آنها برای رسیدن به این هدف می‌خواستند هر کاری را با چک سفید و با حمایت رسمی انجام دهند. البته این تلاش آنها به دلیل نگرانی بزرگ‌تر اینها در آینده است؛ ایده تشکیل جمنا و آمدن رئیسی هم برگرفته از این نگرانی است. البته آنها پایگاه اجتماعی هفت‌میلیونی هم دارند که برای دادن وعده‌های پوپولیستی مورد حمایت بودند و از هیچ وعده ساختارشکنانه‌ای نمی‌ترسیدند. آنها حتی به تخریب علیه دولت با سند ۲۰۳۰ توسل جستند. وقتی مسئله تتلو مطرح شد و بعد موج سنگین توبه، همه نشان از عزم جدی آنها برای پیروزی بود، ولی شکست خوردند.

اصولگرایان و جامعه متکثر ایرانی

جلایی‌پور علت شکست اصولگرایان را در یک نکته جست‌وجو می‌کند: «علت بنیادی این شکست نداشتن پاسخ درخور به جامعه متکثر ایرانی است که مطالبات متعدد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دارند؛ اصولگرایان در اقتصاد جا زده‌اند، اما اصلاح‌طلبان برای جامعه متکثر حرف‌های بهتری دارند». او معتقد است: «مسئله دیگر یک‌صدایی اصلاح‌طلبان در دوره‌های اخیر است که با هم یک هدف را پیگیری می‌کنند و از طرفی نهادهای مدنی در این پیروزی نقش جدی دارند. با هم‌افزایی همه اینها پوپولیسم در این انتخابات شکست خورد».

جامعه پیش‌بینی‌پذیر ایران

هادی خانیکی، رئیس انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات ایران، آخرین سخنرانی است که از اهمیت فضای مجازی در انتخابات می‌گوید. او معتقد است: «در این انتخابات و با حضور گسترده مردم و حجم زیادی از رسانه‌های جدید و شبکه‌های اجتماعی اتفاق شگفت‌انگیزی رخ داده است که نشان از پیش‌بینی‌پذیری جامعه ایران است؛ باوجود اینکه عوامل پیش‌بینی‌ناپذیری هم در آن دخالت دارد. مثلا این حجم از رسانه‌های مجازی یا اخبار جعلی در انتخاب مردم ایران تأثیرگذار نبود». او خطاب به مخاطبان این نشست می‌گوید: «چه اتفاقی در جامعه رخ داده است؟ آیا این توفیق مدنیت است و معیاری در جامعه وجود دارد که آن معیار در ناخودآگاه جامعه ایرانی سبب می‌شود مردم رفتارهای مدنی از خود بروز دهند؟ در برخورد مدنی جامعه، سنجیدگی، عقلانیت، شکیبایی و حرکت گام‌به‌گام از مؤلفه‌های ورود به مدنیت است که در جامعه دیده می‌شود». او این نکته را با ارجاع به چند انتخابات پشت‌سرهم می‌گوید: «دانیل لنر در فرایند مدرن‌شدن، یکی از شاخص‌های ارزیابی جامعه را درنظرگرفتن سه انتخابات متوالی می‌داند؛ وقتی روند سه انتخابات با هم هم‌خوانی دارد، معیاری برای سنجش تغییرات جامعه است. در انتخابات خرداد ۱۳۹۲، اسفند ۱۳۹۴ و اردیبهشت ۱۳۹۶ می‌توان این روندها را در ایران نشان داد». به گفته خانیکی، این پیش‌بینی‌پذیری در فضای مجازی هم قابل‌ارزیابی بود. همه انتخابات را یک‌مرحله‌ای و برنده نهایی را روحانی اعلام می‌کردند که خوشبختانه در حافظه ارتباطی مردم ثبت و ضبط است که می‌شود بعدها مورد ارجاع قرار داد. اگر مدنیت و پیش‌بینی‌پذیری را جزء ویژگی جامعه امروز بدانیم، می‌توانیم تئوری‌ها را بازخوانی کنیم. اینها همان راه رسیدن به توسعه سیاسی است که در این میانه پیروزی رسانه‌های کوچک در برابر رسانه‌های بزرگ است.

رسانه‌های کوچک و توسعه در ایران

بعد از آن خانیکی می‌گوید: «در رسانه‌های کوچک، عاملیت انسان و ایستادگی در برابر اداره‌شوندگی دیده می‌شود. رسانه‌های کوچک نمی‌توانند به‌صورت متمرکز اداره شوند. متمرکز اداره‌شدن می‌تواند به وسیله پول یا محدودیت فرهنگی باشد. رسانه‌های کوچک به‌نحوی شالوده‌ها را مورد چالش قرار می‌دهند. این رسانه‌های کوچک هرچه باشند، هم عاملیت انسانی در آن دخیل است و هم اعتماد به آنها. به نظر با این موارد، باید به چند عامل توجه کرد که فهمید اینها جزء ظرفیت‌های جدیدی است که در ایران وجود دارد و می‌تواند در خدمت توسعه سیاسی کشور باشد». او به تقویت زیرساخت‌های ارتباطی که از موفقیت‌های دولت روحانی بود اشاره می‌کند: «زیرساخت‌های ارتباطی در ارتباطات توسعه مهم است. یکی از دغدغه‌های افرادی مثل دکتر مجید تهرانیان این بود که نقض را در ایران، فقدان زیرساخت ارتباطی برای عبور به جامعه اطلاعاتی و عبور از جامعه فردی- شفاهی به ارتباط جمعی می‌دانست».

مردم و دولت مخالف فیلترینگ

به گفته خانیکی، دومین عامل مهم عامل فرهنگی و سیاسی است. مقاومت در برابر فیلترینگ خواست عمومی بود که به خواسته دولت هم تبدیل شد. دولت در کنار جامعه بود و فیلترینگ را به سود جامعه نمی‌دانست. نکته سوم توجه به تحول در ساختار روابط عمومی بود؛ خانیکی می‌گوید: «در دوره انتخابات روابط عمومی منفعل به روابط عمومی فعال تبدیل شد. اگر اینها در سه‌سال‌ونیم این‌گونه فعال بودند هم‌زبانی دولت و مردم بیشتر می‌شد». خانیکی به هم‌سویی رأی روستاها و شهرهای بزرگ هم اشاره می‌کند و می‌گوید: «روستاها به جای اینکه از تبلیغات رسمی پیام‌ها را بشنوند، این‌بار هم از طریق رسانه‌های مجازی و هم از طریق درک آثار تغییر، بهتر توانستند عملکرد دولت را تحلیل کنند و انتخاب متفاوتی داشته باشند؛ این یک پیام ارتباطی دارد و آن این است که روستاهای ایران در راه توسعه سیاسی-اجتماعی با شهرهای مدرن هم‌قدم شده‌اند. او چهارمین نکته را کنشگری جامعه می‌داند.«اوج ارتباطات و کنشگری جامعه وقتی است که فعالان ارتباطی و کنشگران، شهروندان جامعه هستند. ابتکار عمل با سرمایه‌گذاری و پول نبود. از طرف دیگر کنشگران خود را در فضای مجازی محبوس نکرده‌اند و جامعه تازه شد. البته مانوئل کاستلز فضای مجازی را نقد می‌کند که از فضای مجازی، کنشگران سست‌کوشی بیرون می‌آید، اما این‌بار در ایران کنشگران مجازی، سست‌کوش نبودند و شکاف فضای مجازی با فضای واقعی کمتر شد».

ادامه در صفحه ۱۹

الو شرق ۸۸۶۴۰۲۶۰

sharghline@sharghdaily.ir
پیامک: ۳۰۰۰۴۶۹۹

● **مشکل در ناوگان اتوبوس‌رانی بی‌آرتی:** یکی از مسافران بی‌آرتی خط آزادی- خاوران هستم. متاسفانه اتوبوس‌های ساعت ۲۲به بعدِ این خط بسیار فرسوده هستند و دیر به دیر می‌آیند، با اینکه از ساعت ۲۲ نرخ کرایه‌ها سه برابر می‌شود.

● حدود سه سال پیش یک دستگاه کولر اسپیلت ۳۲ هزار گازی میدیا با ضمانت پنج‌ساله تضمین موتور خریداری کردم، حال که موتور کولر خراب شده متأسفانه شرکت خدمات پس از فروش حاضر به تعویض یا تعمیر موتور کولر نیست. لطفا اطلاع‌رسانی کنید تا مردم بدانند زمانی که می‌خواهند جنسی را خریداری کنند، وعده این را می‌دهند که گارانتی و ضمانت دارد ولی زمانی که به مشکلی برخوردند، کسی پاسخ‌گو نیست.

از آبادان

● متأسفانه روز جمعه جایگاه پمپ‌بنزین هراز- در بنزین، روغن و آب ریختند و تمام ماشین‌هایی که بنزین زدند، ۵۰۰ متر جلوتر ایستادند و نتوانستند حرکت کنند. دود زیادی از ماشین‌ها بلند و کلی ترافیک ایجاد شد؛ پلیس هم خودش دچار همین مشکل شده است. چه کسی پاسخ‌گو است؟

● **گلایه از سازمان بازنشستگی:** سال گذشته سازمان بازنشستگی کشوری اعلام کرد به تعدادی از بازنشستگان به قید قرعه مبلغ سه میلیون تومان وام تعلق می‌گیرد. من هم با توجه به اینکه با گذشت پنج سال از بازنشستگی‌ام تقاضای وام نکرده بودم، در این قرعه‌کشی شرکت کردم و بعد از مدتی پیامی از طریق تلفن همراه از سازمان دریافت کردم که چون قرعه به نامم شده، به‌زودی وام مذکور به حسابم واریز خواهد شد. سال ۹۵ به اتمام رسید و خبری از پرداخت نشد. در سال ۹۶ هم در سومین ماه سال همچنان در انتظار لطف سازمان هستم و آرزو می‌کنم کاش هرگز قرعه به نامم در نمی‌آمد و بیهوده چاله‌ای حفر نمی‌کردم که امروز برای پرکردنش مجبور شوم فشارهای مضاعفی را تحمل کنم.

فریدون. ص از تهران

● **پیروزی باشکوه:** خوشبختانه حضور میلیونی ملت ایران در روز جمعه پای صندوق‌های رأی بی‌سابقه بود. این پیروزی را به ریاست‌جمهوری و هم‌وطنان عزیز و گرامی تبریک می‌گویم.

علی‌اکبر فرقانی

آب ، آب ، یک قطره برای نوشیدن نیست
ولی سیلاب فراوان است

کف اقیانوس ها مانند سطح زمین گرم شده است . حرارت به سطح دریا می رسد و تبخیر ، تبخیر ...

نتیجه : سیل ، سیل تا حدی که شاید باید با قایق در خیابانها حرکت کرد.

چاره چیست ؟

ساختمان های عایق (واقعی) شده نصف مصرف آب تهویه مطبوع را دارند .

مسکن خنک آب نوشیدنی را هم کاهش میدهد .

دستگاههای مبرد خشک ، برق اضافی از نیروگاهها میگیرد که فرق نمیکند

آب در نیروگاه به هدر رود یا در اماکن .

(علامت ثبت شده)

شرکت پشم سنگ ایران

مهار تلاف انرژی با عایق نسوز و سالم در کلیه سطوح ساختمانی

www.pashmesangiran.ir
info@pashmesangiran.ir
تلفن : ۳۳-۸۸۸۰۹۵۲۹ فاکس : ۸۸۸۰۹۹۰۹