

هلمشهری فرهنگ شهر

در گفت‌وگو با مدیر عامل مجمع نوشت‌افزار ایرانی - اسلامی و دبیر نهمین دوره نمایشگاه «ایران نوشت» بررسی شد

دوئل نوشت افزار ایرانی با خارجی

همه ساله در روزهای پایانی تابستان که بوی ماه مهر از راه می‌رسد، بازار نوشت‌افزارها داغ می‌شود. تا سالیان پیش این بازار در تسخیر تولیدکننده‌های خارجی با سبک و سیاق غیربومی بود؛ تا جایی که خانواده‌ها برای خرید نوشت‌افزاری متناسب با فرهنگ جامعه با مشکل روبه‌رو بودند و ناچار محصولاتی را که الگوهای غیربومی و اغلب ناسالم را ترویج می‌دادند به سید خرید فرزندان‌شان راه می‌دادند. اما خوشبختانه به تازگی، نوشت‌افزارهایی با طرح‌های ایرانی و اسلامی توانسته با به میدان رقابت با محصولات مشابه بگذارد. در همین راستا همشهری هم‌زمان با برپایی این دوره نمایشگاه در گفت‌وگو با محمد یقینی، مدیرعامل مجمع فعالان نوشت‌افزار ایرانی - اسلامی و همچنین دبیر نمایشگاه ایران نوشت به موضوع ضرورت بومی‌سازی این صنعت در کشور می‌پردازد.

گزارش **التاز عباسیان**

روزنامه‌نگار

محصولاتی را که الگوهای غیربومی و اغلب ناسالم را ترویج می‌دادند به سید خرید فرزندان‌شان راه می‌دادند. اما خوشبختانه به تازگی، نوشت‌افزارهایی با طرح‌های ایرانی و اسلامی توانسته با به میدان رقابت با محصولات مشابه بگذارد. در همین راستا همشهری هم‌زمان با برپایی این دوره نمایشگاه در گفت‌وگو با محمد یقینی، مدیرعامل مجمع فعالان نوشت‌افزار ایرانی - اسلامی و همچنین دبیر نمایشگاه ایران نوشت به موضوع ضرورت بومی‌سازی این صنعت در کشور می‌پردازد.

کاراکتر بومی

برای نوشت‌افزارها نذاریم

«نوشت‌افزار ایرانی کیفیت صنعتی خوب اما شخصیت فرهنگی ضعیفی دارد.»؛ این نکته را یقینی می‌گوید و بسا تأکید بر الگونمایی و الگودهی محصولات فرهنگی در حوزه کودک و نوجوان می‌افزاید: «نوشت‌افزارها از اقلام و محصولات فرهنگی شخصیت‌محور هستند که در برخی از کشورها چرخه کاملی از ایجاد کاراکتر یا محتوا، تولید محصولات رسانه‌ای و توزیع وجود دارد. در حال حاضر شمار زیادی از نوشت‌افزارهای تولید داخل به این سمت حرکت کرده‌اند و کاراکترمحور هستند که متأسفانه بخش قابل توجهی از آنها جزو محتوای ناسالم و غیربومی است. یکی از مشکلات این عرصه نبود کاراکتر یا محتوای تولید و معرفی شده‌ای است که باید بیایند و در مقابل کاراکترهایی مثل بن‌تن و باب اسفنجی و فرزن مقاومت و مقابله کنند. همین ۱۰درصدی که با طرح‌های ایرانی - اسلامی عرضه می‌شود ما از شخصیت‌های تاریخی و فرهنگی و مفاخر و طبیعت ایران استفاده کردیم اما بهتر است کاراکترهای بومی و مخاطب‌پسند به‌دست تولیدکننده‌ها برسد.»

فرهنگ‌سازی برای استفاده از کاغذ غیر تحریر

او در پاسخ به این سؤال که در بخش تولید دفتر تا چه میزان خودکفا شده‌ایم می‌گوید: «کاغذ موردپسند خانواده‌ها در بخش نوشت‌افزار، کاغذ سفید یا به‌اصطلاح «تحریر» است. متأسفانه ما تا امروز کاغذ تحریر تولید داخل در بخش نوشت‌افزار نداشتیم. امیدواریم به همت فعالان کارخانه‌های داخلی، سطح فنی تولید کاغذ ایرانی به درجه‌ای برسد که بتوانیم برای نوشت‌افزارها از تولید داخل استفاده کنیم. البته با کمک آموزش و پرورش تلاش‌هایی انجام شده است تا استفاده از کاغذهای غیرسفید در بحث نوشت‌افزار رونق بگیرد. حتی از نظر بسیاری از چشم‌پزشکان استفاده از کاغذهای غیرسفید برای بینایی بهتر هستند اما برای این تغییر ذائقه برای مخاطب باید فرهنگ‌سازی شود تا استفاده از کاغذهای مثلا نخودی‌رنگ هم برای مخاطب جذاب باشد. با این کار به روند استفاده از کاغذ ایرانی در نوشت‌افزار ایرانی سرعت خواهیم داد.»

ظرفیت نهمین دوره جشنواره نوشت‌افزار ایرانی

کالای ایرانی از نوشت‌افزار تا هر محصول دیگر به لحاظ اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دارای بار معنایی خاصی برای این سرزمین است؛ محصولاتی که با تکیه بر دانش و کار ایرانی تولید می‌شود تا چرخ اقتصاد کشور به حرکت درآید. دانش‌آموز ایرانی با افتخار نوشت‌افزار ایرانی را برای اسقال تحصیلی جدید انتخاب می‌کند؛ چراکه با این حرکت فرهنگی نشان می‌دهد تمایل به رونق تولید داخلی دارد تا کارگری از کار بیکار نشود. مدیرعامل مجمع فعالان نوشت‌افزار ایرانی - اسلامی با تأکید بر این موضوع از اهداف برپایی نمایشگاه ایران نوشت می‌گوید: «نمایشگاه نوشت‌افزار با هدف عرضه و معرفی آخرین دستاوردها و محصولات و نوآوری‌های تولیدکننده‌ها و فعالان صنعت نوشت‌افزار ایرانی برگزار می‌شود. فعالان این عرصه به‌طور مستقیم محصولانشان را در معرض بازدید عموم قرار می‌دهند وواکنش‌های مردم را دریافت می‌کنند. از طرفی مصرف‌کننده هم با انواع این محصولات ایرانی آشنا شده و با قیمت مناسب خرید می‌کند.»

نوشت‌افزار، محصول فرهنگی و رسانه‌ای

یقینی معتقد است که نوشت‌افزار ذاتا یک محصول فرهنگی و ابزار رسانه‌ای است: «فقط بحث استفاده و کمک به نوشتن نیست. از آنجا که کودک با آن نوشت‌افزار حداقل ۹ماه سر و کار دارد، محتوایی که روی نوشت‌افزار هست برای او نقش قهرمان و الگو را بازی می‌کند. دانش‌آموز با تصویری که روی نوشت‌افزارهاست، همذات‌پنداری می‌کند و به همین خاطر این وسیله روی تربیت کودکان اثرگذار است. فراتر از بحث تربیتی، نقش هویتی نوشت‌افزارهاست. دانش‌آموزان در مدارس، نخستین دوره‌های ورود به دنیایی خارج از خانواده را تجربه می‌کنند و با از‌ش‌هایی چون هویت ملی، تولید ملی، وحدت جمعی و روحیه اجتماعی آشنا می‌شوند. اگر نوشت‌افزار ایرانی، باکیفیت و محتوای خوب دست‌دانش‌آموز باشد، خودبه‌خود می‌تواند یک مصداق برای معلم باشد تا به آنها بگوید که ببینید چقدر تولید ملی ارزشمند است و با خرید این کالای ایرانی، چه تعداد کارگر ایرانی مشغول به کار خواهند بود.»

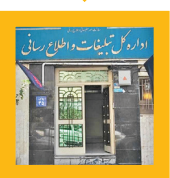
نوشت‌افزار ایرانی، قابل رقابت با نمونه‌های خارجی

برای پیشگیری از انتخاب نوشت‌افزارهای خارجی باید فرهنگ استفاده از نوشت‌افزارهای ایرانی را بین دانش‌آموزان و خانواده‌ها تقویت کنیم تا دانش‌آموزان با اشتیاق کالای ایرانی را انتخاب کنند. مردم -برای انتخاب نوشت‌افزار ملاک‌های مختلفی دارند از جمله این ملاک‌ها قیمت مناسب و کیفیت مطلوب کلاست و در این میان آنچه برای کودکان در انتخاب نوشت‌افزار اهمیت دارد، ظاهر و شکل آن است و اینکه چه طرحی روی جلد دفترشان نقش بسته است. مدیرعامل مجمع نوشت‌افزار ایرانی -اسلامی درباره قیمت و کیفیت این محصولات می‌گوید: «نوشت‌افزارهای ایرانی با کیفیت مشابه خارجی در حال حاضر نصف قیمت کالای خارجی را دارند؛ مگر برخی محصولات چینی که کیفیت بسیار پایینی دارند و ممکن است از برخی محصولات ایرانی ارزان‌تر باشند. اما نکته اساسی مقایسه کیفیت در قیمت مشابه است که با وجود بازار رقابتی آزاد، قیمت نوشت‌افزارهای ایرانی مناسب است.»

فروشنده‌ها، سلیقه‌ای رفتار می‌کنند

هدف نمایشگاه ایران نوشت تنظیم بازار و لزوماً فروش نیست بلکه بیشتر رسالت ترویج و معرفی محصولات ایرانی را دارد. حدوداً ۱۰سال پیش اصلاح‌خبری و اسمی از نوشت‌افزار ایرانی نبود ولی الان مردم برندها و تولیدات داخلی را دنبال می‌کنند و محصولات آنها را می‌خرند. این موضوعی است که دبیر نهمین دوره نمایشگاه ایران نوشت به آن اشاره کرده می‌گوید: «در بحث توزیع نوشت‌افزارهای ایرانی، چه در شهرهای بزرگ و چه در شهرستان‌ها، حجم تولید در این عرصه به نسبت تقاضا کمتر است. چند دلیل دار ده نخست اینکه فضای تولید نوشت‌افزار خصوصی و به تشخیص خود تولیدکننده‌هاست. اینکه چطور تولیدکننده به سمت تولید نوشت‌افزار با هویت ایرانی - اسلامی برود کار دستوری نیست. باید با تغییر ذائقه مخاطب و کارهای ایجابی زمینه‌افزایش تولید این محصولات ایجاد شود. یکی از هدف‌های این نمایشگاه همین است که ذائقه‌سازی برای تولیدکننده‌ها شود و بینند مردم چه استقبالی می‌کنند. مشکل دیگر و اساسی در این حوزه، بر خورد سلیقه‌ای توزیع‌کننده‌ها و فروشنده‌هاست.»

دریچه



مقابله با تبلیغات هنجارشکنانه

دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاداسلامی در پی انتشار تعداد محدودی تبلیغات هنجارشکنانه و در عین حال‌بازتاب‌گسترده‌آن در فضای مجازی طی اطلاعیه‌ای ضمن انتقاد از برخی تلاش‌های سازمان یافته رسانه‌ای برای برجسته‌سازی موضوع ایجاد جریان‌های کاذب خبری اعلام کرد: «در مسیر سالم‌سازی و مقابله مؤثر بسا تخلفات آشکار تبلیغاتی از هیچ‌گونه اقدامی چشم‌پوشی نمی‌کند. به‌گزارش روابط عمومی دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی، در ایسن اطلاعیه ضمن تأکید بر اهمیت نقش افرنی سناختارمند و هم‌افزایی فرهنگی در سالم‌سازی تبلیغات فضای مجازی، آمده‌است: دفتر تبلیغات و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌عنوان متولی اصلی ساماندهی و نظارت بر فعالیت‌های تبلیغاتی کشور با برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات مؤثر و مناسب، علاوه بر هدایت و نظارت بر تبلیغات فضای مجازی، نقش خطیر اگاهی بخشی و فرهنگ‌سازی در این عرصه را نیز برعهده دارد. در پایان ضمن انتقاد از برخی تلاش‌های سازمان‌یافته رسانه‌ای برای برجسته‌سازی موضوع و ایجاد جریان‌های کاذب خبری آمده است: این دفتر در چارچوب وظایف ذاتی و قانونی خود برای ایجاد فضای سالم فرهنگی، همچون گذشته به‌طورجدی تلاش می‌کند و در مسیر سالم‌سازی تبلیغات، از هیچ اقدام پیشگیرانه و مقابله با تخلفات آشکار در این فضا چشم‌پوشی نمی‌کند.

به‌نظر شما ترویج استفاده از نوشت‌افزارهای ایرانی تا چه میزان اهمیت دارد؟

حمایت از صنعت و رساندن کالای تولید شده در صنایع ملی به‌دست مردم در هر حوزه‌ای از وظایف اصلی نهادهای حاکمیتی است و چرخه تولید تنها در صورتی می‌تواند تداوم پیدا کند که بازار مصرف وجود داشته باشد و مورد تقاضای مردم باشد. در اهمیت توجه به تولید ملی همین بس که در سال‌های اخیر مقام معظم رهبری در تعیین شعار سال بر تولید ملی تأکید داشته‌اند و در سخنرانی‌های مختلفی به دولت و حاکمیت در توجه به تولید ملی و قدرتمندتر کردن صنایع داخلی رهنمود داده‌اند. تحصیل سالانه بیش از ۱۴ میلیون دانش‌آموز در کشور یک بازار بسیار خوب برای صنعت نوشت‌افزار ایجاد کرده که می‌توان با هدایت خانواده‌ها و فرهنگ‌سازی بین دانش‌آموزان به استفاده از تولیدات ملی، کشور را در این حوزه خودکفا کرد. در حوزه فرهنگی نیز این موضوع از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و بازار پردازی مناسب فرهنگی و استفاده مناسب از کاراکترها و شخصیت‌های ایرانی و اسلامی در تولید لوازم‌التحریر در این سال‌ها روند رو به رشدی داشته ولی تا رسیدن به نقطه مطلوب فاصله داریم. در سال‌های گذشته تصویر قهرمانان ملی و شخصیت‌های فیلم‌های انیمیشن ایرانی و برنامه‌های پسر مخاطب تلویزیون در نوشت‌افزار ایرانی استفاده شده و خوشبختانه روند تولید نشان می‌دهد در این حوزه پیشرفت خوبی داشته‌ایم. قبل از تولید لوازم‌التحریر نیاز به خلق شخصیت و ترویج آن بین کودکان و نوجوانان داریم. تولیدبرنامه‌های تلویزیونی، سریال و فیلم‌های سینمایی می‌تواند در این راستا کمک شایانی کند. فرهنگ‌سازی در این حوزه نیاز به حمایت همه‌جانبه دارد، به‌ویژه رسانه‌ها و در راس آن رسانه ملی با تبلیغات مناسب کالاها و کاراکترها نقش اساسی در این حوزه ایفا می‌کنند.

کانون در این زمینه چه کرده‌اید؟
کانون نیز در همین راستا و در ادامه رسالت خود در این حوزه امسال فیلم سینمایی انیمیشن «پچه زرنگ» را تولید و در برنامه خود تولید کرده است. نوشت‌افزار بخش ویژه‌ای از این تولیدات است. برنامه کانون در این راستا تصدی‌گری در این حوزه نیست و در تولید این کالاهای فرهنگی از ظرفیت بخش خصوصی استفاده خواهیم کرد تا بتوانیم شرایط مناسب حمایتی را ایجاد کنیم.

گذشته عدم تمایل به خرید نوشت‌افزارهای ایرانی را مربوط به قیمت بالای آن نسبت به کالاهای مشابه کرده بودند. امسال قیمت‌ها به چه صورت است؟
امسال سعی شده نظارت کافی روی قیمت کالاها تا حد امکان قیمت‌ها مناسب باشد ولی در قیمت‌گذاری پارامترهای مختلفی وجود دارد که بخش اصلی آن قیمت تمام‌شده کالاست که افزایش قیمت مواداولیه به‌ویژه کاغذ باعث شده نسبت به سال گذشته قیمت نوشت‌افزار بیشتر شده باشد. در مقابل کالاهای وارداتی که در بعضی از موارد کیفیت پایین‌تری نسبت به تولیدات ایرانی دارند قیمت کمتری هم دارند که بعضا این کالاها متأسفانه به‌صورت قاچاق وارد کشور می‌شود. یکی از راهکارهای کاهش قیمت حذف واسطه‌ها و عرضه مستقیم توسط تولیدکنندگان است که از اهداف اصلی این جشنواره است.

چرا نوشت‌افزارهای ایرانی - اسلامی در بازار محدود توزیع می‌شود؟
این صنعت در کشور نوپاست و روند رو به رشدی دارد. همانطور که عرض کردم بازار مصرف نوشت‌افزار بسیارگسترده است. سهم تولید ملی در این حوزه با نیاز بازار فاصله دارد. برای پوشش و ایجاد سهم مناسب در بازار نیاز است از این صنعت، حمایت جدی بشود تا تولیدکننده با خیال آسوده و کمترین ریسک سرمایه‌گذاری مناسبی داشته باشد.



جامی؛ شاعر جامع‌الاطراف

مرکز فرهنگی شهپر کتاب در ۱۶امسال گذشته درس گفتارهایی درباره‌مولوی، فردوسی، سعدی، حافظ، خاقانی، خواجو،بیهقی، عطار، سنایی، ناصر خسرو، و نظامی، شمس تبریزی، عبیدزاکانی، ابن سینا و سهروردی برگزار کرده است. این مرکز از چهارشنبه ۲۹شهریور امسال ساعت ۱۶، در سی گفتارهایی درباره جامی را آغاز کرده که هر هفته در روزهای چهارشنبه ادامه می‌یابد. به‌گزارش همشهری، عبدالرحمان جامی، ادیب، عارف‌ونامدارترین شاعر قرن نهم هجری است. جامی در روزگار سلطنت ابوالقاسم بابر به‌نوشتن پرداخت. در زمان سلطان سعید و ابوسعید گورکانی به‌ترتیب به سرودن دیوان اول و تألیف بعضی رسالت تصوف پرداخت و سایر مؤلفات خود را در زمان سلطان حسین بایقرا نوشت. جامی به روزگار خود دانشمندی بسیار دان و می‌مانند بوده‌است.

گفت‌وگو

مدیرعامل کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان:

نیاز به خلق شخصیت و ترویج آن بین کودکان و نوجوانان داریم

نمایشگاه نوشت‌افزار ایرانی - اسلامی در این سال‌ها سعی کرده علاوه بر معرفی شسرت‌های ایرانی تولیدکننده

نوشت‌افزار فضایی را -برای حمایت از تولیدکنندگان و عرضه مستقیم این کالا به مردم داشته باشد. همچنین وضعیتی را برای تغییر ذائقه مخاطب از توجه به کاراکترهای خارجی به سمت کاراکترها و شخصیت‌های ایرانی ایجاد کند. خوشبختانه در این سال‌ها این صنعت روند رو به رشدی داشته و استفاده از کاراکترهای ایرانی نیز بین تولیدکنندگان با استقبال خوبی مواجه شده است. نهمین دوره این نمایشگاه از ساعات ۱۰ تا ۲۲ روزهای ۱۹ شهریور تا ۲ مهر ۱۴۰۲ در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان برگزار می‌شود. در این زمینه با حامد علامتی، مدیرعامل کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان گفت‌وگوی کوتاهی داشته‌ایم.

به‌نظر شما ترویج استفاده از نوشت‌افزارهای ایرانی تا چه میزان اهمیت دارد؟

حمایت از صنعت و رساندن کالای تولید شده در صنایع ملی به‌دست مردم در هر حوزه‌ای از وظایف اصلی نهادهای حاکمیتی است و چرخه تولید تنها در صورتی می‌تواند تداوم پیدا کند که بازار مصرف وجود داشته باشد و مورد تقاضای مردم باشد. در اهمیت توجه به تولید ملی همین بس که در سال‌های اخیر مقام معظم رهبری در تعیین شعار سال بر تولید ملی تأکید داشته‌اند و در سخنرانی‌های مختلفی به دولت و حاکمیت در توجه به تولید ملی و قدرتمندتر کردن صنایع داخلی رهنمود داده‌اند. تحصیل سالانه بیش از ۱۴ میلیون دانش‌آموز در کشور یک بازار بسیار خوب برای صنعت نوشت‌افزار ایجاد کرده که می‌توان با هدایت خانواده‌ها و فرهنگ‌سازی بین دانش‌آموزان به استفاده از تولیدات ملی، کشور را در این حوزه خودکفا کرد. در حوزه فرهنگی نیز این موضوع از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و بازار پردازی مناسب فرهنگی و استفاده مناسب از کاراکترها و شخصیت‌های ایرانی و اسلامی در تولید لوازم‌التحریر در این سال‌ها روند رو به رشدی داشته ولی تا رسیدن به نقطه مطلوب فاصله داریم. در سال‌های گذشته تصویر قهرمانان ملی و شخصیت‌های فیلم‌های انیمیشن ایرانی و برنامه‌های پسر مخاطب تلویزیون در نوشت‌افزار ایرانی استفاده شده و خوشبختانه روند تولید نشان می‌دهد در این حوزه پیشرفت خوبی داشته‌ایم. قبل از تولید لوازم‌التحریر نیاز به خلق شخصیت و ترویج آن بین کودکان و نوجوانان داریم. تولیدبرنامه‌های تلویزیونی، سریال و فیلم‌های سینمایی می‌تواند در این راستا کمک شایانی کند. فرهنگ‌سازی در این حوزه نیاز به حمایت همه‌جانبه دارد، به‌ویژه رسانه‌ها و در راس آن رسانه ملی با تبلیغات مناسب کالاها و کاراکترها نقش اساسی در این حوزه ایفا می‌کنند.



یادبود محمد محمدعلی

مراسم یادبود محمد محمدعلی،داستان‌نویسی که به‌تازگی از دنیا رفت برپا می‌شود. به‌گزارش همشهری، این مراسم از طرف خانواده این نویسنده فقید، جمعه، ۲۱شهریورماه از ساعت ۱۶تا ۱۷:۳۰ در سالن همایش نیایش، به‌نشانی تهران، سعادت‌آباد، بالاتر از میدان کاج، کوچه نهم(شعبانی)، پلاک ۱۴ برگزار می‌شود. محمد محمدعلی، هفتم اردیبهشت ۱۳۲۷ در خیابان مولوی تهران به دنیا آمد و ۲۴شهریورماه در کانادا از دنیا رفت. از آثار این نویسنده به این‌عنوان‌ها می‌توان اشاره کرد: «دره هندآباد گرگ‌داره»، «بازنشستگی و داستان‌های دیگر»، «چشم‌دوم»، «درغ از رویه‌رو»، «رعدوبرزنی‌پاران»، «نقش‌پنهان»، «باورهای خیس یک‌مرده»، «برهنه در باد»، «قصه تهمنیه»، «آدم و حوا»، «چمشید و چمک» و «مشی و مشیانه» و «چهار زندگان».



عکس‌های همشهری |محمد عباسیان |رنگ

۲۰۰ مجموعه تولیدکننده، محصولات‌شان به‌صورت جدی در این نمایشگاه وجود دارد

۹ دوره نمایشگاه نوشت‌افزار یا همان ایران‌نوشت تاکنون برگزار شده که امسال از نظر حجم تولیدات و تولیدکننده‌ها بیشترین حضور را شاهد هستیم

۴۰٪ واردات **۶۰٪** تولید داخل



سهم مصرف‌کننده‌های نوشت‌افزار در ایران

۸۷٪ دانش‌آموزان **۱۰٪** کارمندان **۳٪** دانشجویان

وضعیت بازار نوشت‌افزار براساس بازار داخلی

۱۰درصد صنعت نوشت‌افزار با محتوای بومی ایرانی - اسلامی تولید شده است **۴۰درصد** از تولیدات نوشت‌افزارها با محتوای غیربومی و اغلب ناسالم تولید می‌شوند **۵۰درصد** از محصولات به‌اصطلاح خنثی هستند؛ یعنی محتوا و پیام خاصی ندارند؛ مثل جلد‌های رنگ‌تک‌دفتر