



بچه های ایرانی مجذوب لوازم التحریر خارجی/ انگری برد و باب اسفنجی همدم دانش آموزان

طبق برخی از آمار حدود 150 میلیون لوازم التحریر در کشور به فروش می‌رسد و 4 هزار میلیارد تومان گردش مالی این لوازم است. سودی که در نتیجه بی توجهی به فرهنگ و هویت ایرانی و تبلیغات و طراحی شخصیت‌های فیلم‌های کارتون‌ی و اسطوره‌های غربی، نصیب سرمایه گذاران این محصولات می‌شود.

طبق برخی از آمار حدود 150 میلیون لوازم التحریر در کشور به فروش می‌رسد و 4 هزار میلیارد تومان گردش مالی این لوازم است. سودی که در نتیجه بی توجهی به فرهنگ و هویت ایرانی و تبلیغات و طراحی شخصیت‌های فیلم‌های کارتون‌ی و اسطوره‌های غربی، نصیب سرمایه گذاران این محصولات می‌شود.

به گزارش خبرنگار مهر، شمارش معکوس بازگشایی مدارس آغاز شده و این روزها شهر در اختیار والدین و فرزندان‌شان است تا ابزار و لوازم مربوط به تحصیل را فراهم کنند تا دانش آموز با شوق و هیجان بیشتری بهار سال تحصیلی خود را آغاز کند. اما نکته قابل توجه در تهیه کیف و مداد و پاک کن و دفتر نقوش پر رنگ و لعابی است که روی آنها نقش بسته است. از "انگری برد" و "باب اسفنجی" و "لاک پشت‌های نینجا" گرفته تا عروسک‌های "باربی" و "سوپرمن" و "مرد عنکبوتی".

با نگاهی گذرا در مراکز خرید لوازم التحریر و نمایشگاه‌های مختلفی که این روزها در گوشه و کنار شهر برپا شده است، می‌توان به خوبی مشاهده کرد که چگونه طراحی‌های غربی و شخصیت‌های کارتون‌ی فیلم‌های خارجی بازار لوازم التحریر را تسخیر کرده‌اند. خطری که از سوی مسئولان فرهنگی و تربیتی کشور هشدار داده شده و به همین دلیل بود که سال گذشته شورای عالی انقلاب فرهنگی موضوع راه اندازی بنیاد نوشت افزار و اسباب بازی را به تصویب رساند. مصوبه ای که تا امروز به نتیجه نرسیده و تاسیس این بنیاد هنوز اندر خم یک کوچه است.

تاخیر در تاسیس بنیاد نوشت افزار و لوازم التحریر

بابک نگاهداری معاون نظارت و راهبری مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی درباره دلایل راه اندازی بنیادی برای نوشت افزار توضیح می‌دهد: یکی از علل تصویب این مصوبه بی توجهی به فرهنگ و هویت ایرانی- اسلامی و اشباع بازار لوازم التحریر ایران از نوشت افزارهای خارجی و چینی بود که طراحی‌های آنها هیچ همخوانی با فرهنگ کشور ما نداشت. مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی مبنی بر تاسیس بنیادی برای ساخت نوشت افزار بسیار ضروری است و باید مورد تاکید و نگاه ویژه مسئولان دستگاه‌های اجرایی قرار گیرد.

او با اشاره به سود اقتصادی واردات لوازم التحریر توضیحاتش را اینگونه تکمیل می‌کند: سود حاصله از واردات لوازم التحریر منجر به این شده که بسیاری افراد بدون توجه به هویت و فرهنگ بومی اقدام به تجارت در این حوزه می‌کردند و با توجه به بحرانی بودن شرایط و بازار لوازم التحریر شورای عالی انقلاب فرهنگی اقدام به تصویب تاسیس بنیادی برای نوشت افزار و اسباب بازی کرد. البته از زمان تصویب تا ابلغ و اجرای آن فرصت زمانی به هدر می‌رود. در حال حاضر نیز کاربرگ های نحوه اجرایی شدن تاسیس این بنیاد به دستگاه های ذیربط همچون وزارت ارشاد ارسال شده و ما منتظر گزارش های آنها هستیم.

نگاهداری معتقد است: با توجه به شرایط بحرانی بازار لوازم التحریر دستگاه‌های اجرایی باید سرعت بیشتری به کارهای خود دهند تا هر چه سریعتر بتوان از تولید کنندگان لوازم التحریر و بازیهای ایرانی حمایت شود.

95 درصد بازار لوازم التحریر ایران وارداتی است

به گفته بسیاری از کارشناسان در حال حاضر بیش از 95 درصد لوازم التحریر موجود در بازار کشور خارجی بوده و از کشورهای دور و نزدیک همچون چین، تایوان، مالزی و... وارد بازار ایران می‌شود و آنها گوی رقابت را از تولیدکنندگان داخلی ربوده‌اند.

به گفته یکی از اعضای اتحادیه لوازم التحریر، بیش از 95 درصد لوازم التحریر موجود در بازار وارداتی است و اگر امروز دیده می‌شود که تولید کنندگان داخلی تمایلی به رقابت با کشورهای وارد کننده را ندارند، به این دلیل است که حمایت های لازم از تولیدکنندگان صورت نمی‌گیرد.

او می‌گوید: هنگامیکه لوازم التحریر را ما همانند بسیاری از اقلام دیگر وارداتی می‌شود، نمی‌توان هویت و فرهنگ بومی را تبلیغ کرد. حتی اگر بخواهیم در این حوزه وارد عمل شویم، تولیدکنندگان بیشتر به سمت طرح هایی می‌روند که در بازار جهانی فروش قابل توجهی دارد. از سوی دیگر تولیدکنندگان خارجی اشراف کاملی به سلیقه و خواسته مخاطب ایرانی برای تهیه لوازم التحریر دارند.

او درباره اینکه چرا تولیدکنندگان داخلی وارد بازار رقابت برای معرفی هویت و فرهنگ بومی ایران با کشورهای خارجی نمی‌شوند، می‌گوید: تا زمانی که حمایت لازم از تولیدکننده و طراح آن نشود، تولیدکننده چنین ریسکی نمی‌کند. طراحی کردن شخصیت‌های ایرانی و برگرفته از ادبیاتمان هزینه بر است که تولیدکننده از عهده آن برنمی‌آید. از سوی دیگر بازار از ثبات لازم در خرید کاغذ برخوردار نیست و تولیدکننده دائماً با بازاری مواجه است که قیمت آن با نوسانات دلار بالا و پایین می‌رود.

ترغیب دانش آموزان به الگوهای ایرانی ضروری است

اما در این میان یک کارشناس آموزشی معتقد است که یکی از دلایل عدم استقبال دانش آموزان و خانواده ها از طرح‌های ایرانی لوازم التحریر تکراری بودن طرح‌های ایرانی و عدم جذابیت های بصری آن است.

به گفته نعمت الله متین اسطوره ها و قهرمانان ایرانی برای تصویرسازی روی دفتر و مداد و پاک کن کم نیستند. اما باید از تکرار مکررات در طراحی فاصله گرفت. سال‌های سال است که همزمان با آغاز سال تحصیلی گلایه هایی از بازار لوازم التحریر و اینکه طرح‌های خارجی در بازار ایران به چشم می‌خورد دیده می‌شود اما از سوی دیگر هیچ تلاشی برای برون رفت از شرایط فعلی دیده نمی‌شود.

این کارشناس آموزشی توضیح می دهد: استقلال در مدیریت دانش آموز از جمله مواردی بود که نظام تعلیم و تربیت اصرار زیادی به آن داشت و هم اکنون نیز خانواده ها در تلاش هستند با تهیه لوازم التحریر به سلیقه دانش آموز این استقلال را به او بدهند. وقتی دانش آموز حق انتخاب داشته باشد، خب قطع به یقین وسیله ای را برای تحصیل خود انتخاب می کند که جذابیت هایش بیشتر باشد و حتی بتواند با آن به سایر همکلاسی هایش فخر بفروشد. وقتی بازار کشور از لوازم التحریری با طرح های خارجی که شخصیت های بسیاری از آنها در کارتون های تلویزیونی نشان داده می شود، دانش آموز ترغیب به خریدن آنها می کند. در حقیقت کشورهای غربی برای تخریب فرهنگ و هویت بومی مان برنامه ریزی کرده و ابتدا شخصیت های تلویزیونی خلق می کنند و سپس لوازم التحریر و کیف و حتی کفش آن شخصیت ها را وارد بازار می کنند.

متین درباره راهکارهای برون رفت از شرایط فعلی می گوید: در حال حاضر جامعه ایران مدگراست این روزها شاهد رونق لباس هایی با طراحی های سنتی و ایرانی هستیم و در حقیقت استفاده از اینگونه پوشاک به یک مد در میان جوانان تبدیل شده است، باید چنین شرایطی برای لوازم التحریر و نوشت افزار دانش آموزان نیز ایجاد شود تا در گام نخست دانش آموز را ترغیب به استفاده از اینگونه وسایل کرد. چنین شرایطی ایجاد شود یکی از ایرادات وارده به لوازم التحریر ایرانی تکرار مکررات است و دیده می شود. قطعاً با حمایت تولیدکنندگان داخلی و جلوگیری از واردات آنها می توان دوباره شاهد رونق لوازم التحریر با طراحی ایرانی باشیم.

رونق نوشت افزار ایرانی - اسلامی نیازمند حمایت است

این روزها با بحرانی شدن بازار لوازم التحریر و همچنین ممنوعیت ورود لوازم التحریر شخصیت های کارتونی خارجی به داخل مدارس از سوی مسوولان آموزش و پرورش، برخی از تولید کنندگان داخلی را به فکر طراحی شخصیت ها و اسطوره های ایرانی کند. شخصیت هایی همچون شهید چمران، شهید آوینی، شهدای هسته ای، میرزا کوچک خان و ...

سعید حسینی مدیر موسسه روشنا که هفته گذشته مجموعه ای از نوشت افزار ایرانی - اسلامی را رونمایی کرد، درباره چرایی تولید لوازم التحریر با سبک و سیاق ایرانی می گوید: لوازم التحریر یک حوزه استراتژیک و جدی است که بر زندگی و شکل گیری شخصیت کودکانمان تاثیر دارد. یک کودک ایرانی طی ۱۲ سال که در مقاطع تحصیلی مختلف آموزش می بیند، شخصیت او شکل می گیرد و در این مدت با لوازم التحریر در ارتباط است. در حقیقت نوشت افزارها، کاربردی ترین کالایی هستند که در اختیار یک دانش آموز قرار می گیرند آن هم به مدت 12 سال.

او معتقد است: اوایل دهه ۸۰، پروژه هایی برای تولید و طراحی نوشت افزار با سبک ایرانی - اسلامی انجام شد، اما به نتیجه نرسید. تحقیقات انجام شده در سالهای اخیر نشان می دهد که لوازم التحریری که با شخصیت های غربی تولید می شود اثرات غیراخلاقی بر کودک می گذارد و او را به سمت خشونت سوق می دهد. با توجه به اهمیت این اقلام اقدام به طراحی آنها کردیم. در مرحله اول برای نمونه و به صورت آزمایشی دفاتری را تولید و توزیع کردیم که علیرغم اینکه دفاتر از نظر کیفی در درجه خوبی نبودند، اما مورد استقبال قرار گرفتند. با توجه به این استقبال از ابتدای سال اقدام به بررسی، پژوهش و آسیب شناسی کردیم و پس از آن اتاق فکری تشکیل شد تا ببینیم باید روی چه موضوعات و شاخصه هایی کار کنیم. در این طرح صد نفر از طراحان و انیماتورها را به کار گرفتیم تا تصاویر این نوشت افزارها را طراحی کنیم. در این چند ماهه بیش از ۱۰۰ جلد دفتر در موضوعات مختلف همچون شهید آوینی، شهید چمران، شهدای هسته ای، مفاخر ملی همچون ابن سینا، یوسف پیامبر، مختارنامه و ... تولید شد.

او در پاسخ به اینکه همچنان طراحی و گرافیک تولیدات داخلی جذابیت لازم را برای دانش آموزان ایجاد نمی کند، گفت: یکی از دلایل آن این است که بسیاری از طراحی های خارجی برگرفته از شخصیت های کارتونی است که ساعتها کودکان را پای تلویزیون می نشاند. ما نیز باید برنامه ریزی گسترده ای در این حوزه کرده و ابتدا انیمیشن های جذابی برای کودکان تولید کرده و سپس از همان شخصیتها برای طراحی لوازم التحریر ایرانی استفاده کرد.

حسینی صحبت های خود را اینگونه کامل می کند: طراحی و خلق شخصیت های مختلف ایرانی بسیار هزینه بر است و با این سبک حمایت از بخش خصوصی، فاصله و زمان رقابت با تولیدکنندگان خارجی بیشتر می شود. از سوی دیگر در شرایط فعلی برای رونق لوازم التحریر ایرانی - اسلامی نیازمند حمایت رسانه ها هستیم. کاری که غرب روی آن سرمایه گذاری کرد و در حال حاضر نتایج آن را مشاهده می کند.

آموزش و پرورش در سال گذشته ورود لوازم التحریر غیرایرانی و غیراسلامی به مدارس را ممنوع کرد. دستورالعملی که نتوانست چندان تاثیری روی سلیقه مخاطب و بازار کشور بگذارد و اگرچه برخی از تولیدکنندگان داخلی طرح های ایرانی را وارد بازار کرده اند، اما همچنان عرصه رقابت آنها با لوازم التحریر پرزرق و برق خارجی تنگ است. این را به راحتی با گشت و گذاری در نمایشگاهها و فروشگاه های لوازم التحریر می توان مشاهده کرد که چگونه همچنان زرق و برق این محصولات لوکس، خانواده و فرزندان شان را فریب می دهد و گویا قرار نیست آبی بر این بازار آتشین و داغ لوازم التحریر خارجی ریخته شود.