روزنامه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی صبح ایران

صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز
مدیرعامل و مدیر مسئول: محمدجواد اخوان
سردبیر: غلامرضا صادقیان
آدرس: تهران، خیابان بیهقی
کوچه شهید اکبر زجاجی (چهاردهم غربی)، پلاک ۱۲
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۴۵۴۸۸
روابط عمومی: ۸۸۵۲۳۰۶۰- فکس: ۸۸۴۹۸۴۶۶
توزیع: مؤسسه نشرگستر امروز نوین ۸۸۷۳۰۹۴۲
چاپ: همشهری
Public@JavanOnline.ir

| روزنامه جوان | شماره ۷۱۵۸ | شنبه ۱۲ آبان ۱۴۰۳ | ۲۹ ربیع‌الثانی ۱۴۴۶ | اذان ظهر: ۱۱:۴۸ |
غروب آفتاب: ۱۷:۰۸ | اذان مغرب: ۱۷:۲۷ | نیمه‌شب شرعی: ۲۳:۰۶ | اذان صبح فردا: ۰۵:۰۳ | طلوع آفتاب فردا: ۰۶:۲۹ |

دیده‌بان

استقبال بوسنیایی‌ها از ترجمه «پاییز آمد»

نویسنده «پاییز آمد»، کتاب تازه تقریظ شده رهبر معظم انقلاب، از استقبال این اثر پس از ترجمه آن به زبان بوسنیایی در میان مخاطبان خبر داد.

هفته گذشته از تقریظ مقام معظم رهبری بر کتاب «پاییز آمد» رونمایی شد. این کتاب به تازگی به زبان بوسنیایی ترجمه و در میان مخاطبان این زبان توزیع شده است.

گلستان جعفریان از استقبال مخاطبان بوسنیایی‌زبان از این کتاب خبر داد و گفت: این کتاب در میان فارسی‌آموزان بوسنی توزیع شد و به گفته دست‌اندرکاران، مورد اقبال این دسته از مخاطبان قرار گرفته است.

کتاب جعفریان به دلیل پرداختن غیر شعاری به زندگی یکی از شهدای جنگ تحمیلی و استفاده از قلمی روان در بیان یک عاشقانه در کوران جنگ، مورد اقبال مخاطبان ایرانی نیز قرار گرفته و تاکنون هفت‌بار تجدید چاپ شده است.

جعفریان پیش از این نیز با انتشار آثاری چون «روزهای بی‌آینه» و «همه سیزده سالگی‌ام» ثابت کرده که فارغ از سلسله روایت‌ها، به واکنش انسان‌ها در مواجهه با یک بحران مهم در زندگی‌شان توجه دارد. او در کتاب جدید خود نیز کوشیده در کنار روایتی عاشقانه از این زوج، فارغ از کلیشه‌های مرسوم، داستان زندگی فخرالسادات موسوی را در گذر از شیرینی‌ها و رنج‌های زندگی بیان کند.

بافت تاریخی استان یزد یک الگوی موفق برای شهرها

مدیرعامل صندوق توسعه و احیای اماکن تاریخی با بیان اینکه ۱۶۸ شهر کشور دارای بافت تاریخی ثبت ملی هستند، گفت: اگر تحولی در بافت تاریخی استان یزد صورت گیرد، می‌تواند به عنوان یک الگوی موفق، محرک همه بافت‌های تاریخی در کشور شود.

شهاب طلایی در نشست اعضای کمیسیون امور داخلی کشور و شوراهای مجلس شورای اسلامی گفت: بافت تاریخی، باغات، کویر، قنات و کاروانسراهای شهر یزد از منظر تاریخی، این شهر را در ابعاد مختلف به عنوان یک شهر جهانی مطرح کرده است و اگر اتفاقی در این استان رخ دهد طبیعتا سر منشأ تحولات زیادی در بافت‌های تاریخی در مناطق مختلف کشور خواهد شد. وی ادامه داد: بناهای بافت تاریخی یزد دارای مالکیت‌های مختلف است، از مالکیت بخش خصوصی تا بخش مختلف دولتی و اوقاف که برای ساماندهی این بناها، صندوق توسعه احیا نیازمند همکاری بیشتری از سوی استان است.

مدیرعامل صندوق توسعه و احیای اماکن تاریخی افزایش همکاری شهرداری یزد در زمینه دسترسی به بافت تاریخی و توسعه فضای پارکینگ را خواستار شد و گفت: اگر احیای بافت‌های تاریخی کشور را می‌خواهیم باید شروع آن استان یزد باشد به همین علت تمرکز ویژه‌ای روی این استان وجود دارد.

نامگذاری سالن پردیس باغ کتاب به نام مرتضی احمدی

همزمان با صدسالگی مرتضی احمدی یکی از سالن‌های پردیس سینمایی باغ کتاب به نام این روایتگر فرهنگ اصیل شهر تهران نامگذاری شد.

پیش‌پرده خوانی مدخلی بود برای ورود جدی مرتضی احمدی به دنیای هنر؛ عالمی که تا پایان حیات، مشتاق با تفکر و اندیشه و البته هنرمندانه دنبال کرد. برای دسته‌بندی طیف‌های مختلف فعالیت مرتضی احمدی در عرصه هنر می‌توان کتاب‌هایی را که به یادگار گذاشته ورق زد یا صداپیشگی‌هایش را در کارتون‌ها و فیلم‌ها به خاطر آورد. او بازیگر سینما و تلویزیون هم بود و در فیلم‌هایی چون «اتوبوس»، «بابا شمل» و «یکبار برای همیشه» و بسیاری دیگر حضور یافت.

پردیس سینمایی باغ کتاب متعلق به موسسه تصویر شهر با ۱۰ سالن مدرن در بزرگراه حقانی واقع شده که پیش از این در مناسبت‌های دیگر سالن‌هایی را به نام علی حاتمی، شهید مرتضی آوینی، رسول ملاقلی‌پور، فرشته طائرپور و داود رشیدی به عنوان سینماگران دارای تالیف کتاب نامگذاری کرده است. همزمان با صدسالگی مرتضی احمدی یکی از سالن‌های پردیس سینمایی باغ کتاب به نام این روایتگر فرهنگ اصیل شهر تهران نامگذاری شد.

حکمت

امام صادق علیه السلام:

انسان سعادتمند، اندرزِ به تقوا را آویزه گوش خود می‌کند، هرچند مخاطب آن اندرز کسی دیگر باشد.

الکافی: ج۸ ص۱۵۱ ح۱۳۲

گلایه‌های مسعود جعفری جوزانی جواب داد

چراغ سبز به «پوریای ولی» پس از ۳۲ سال!

حامد ملک‌پور | آسمنیم

■ **مصطفی شاه کرمی**

گلایه‌های چند روز پیش جعفری جوزانی درباره ساخته نشدن سریال پوریای ولی نتیجه داد و همان‌طور که گفته بود «شاید ناگهانی این اتفاق بیفتد»، رئیس صداوسیما از امضای قریب‌الوقوع قرارداد پیش تولید این سریال خبر داد و آن را در کنار تولیدات بزرگی چون «سلمان فارسی» و «حضرت موسی (ع)» از اولویت‌های سازمان دانست.

فیلمنامه سریال پوریای ولی جزو آثاری است که حدود ۱۶ سال پیش این فیلمساز آن را نوشته و در صدا و سیما آماده تولید است، ولی با وجود این در طول این دو دهه امکان تولید و حتی پیش تولید این سریال فراهم نشده بود.

■ **گلایه‌ای که بعد از ۳۲ سال جواب داد**

چند روزی بود که گلایه‌های مسعود جعفری جوزانی درباره ساخته نشدن این سریال مجدداً در رسانه‌های مختلف می‌چرخید و خبرنگاران سعی می‌کردند علت اصلی عدم توجه رسانه ملی به تولید این سریال و کارگردان خوش سابقه‌ای مثل جعفری جوزانی را کشف کنند. کارگردان سریال ارزشمند «در چشم باد» که آخرین اثرش در تلویزیون محسوب می‌شود گفته بود: «فیلمنامه کوروش کبیر و همچنین چندین داستان را نوشته‌ام و خیلی هم هزینه کرده‌ام تا ساخته شوند. از یعقوب لیث صفاری تا پوریای ولی و اینها جزو آرزوهای ماست که ساخته شود. کلاً در ایران اراده تولید دست سازنده نیست. تلاش برای تولید در دست سازنده است ولی اراده تولید را سیاست تعیین می‌کند. تا موقعی که سیاسیون و نه بخش فرهنگی، اراده تولید را در دستان خودشان دارند نه این سینما به جایی می‌رسد، نه کوروش ساخته می‌شود نه یعقوب لیث و نه پوریای ولی. در دو سال گذشته، سه جلسه با رئیس صداوسیما داشته‌ام و به شدت هم دنبال این بوده‌اند که پوریای ولی ساخته شود ولی تا به امروز هیچ اتفاقی نیفتاده است و باید از خود آنها این سؤال را پرسید. شاید ناگهانی این اتفاق بیفتد.»

چند روز بعد از مطرح شدن این گلایه پیش‌بینی جعفری جوزانی محقق شد و رئیس رسانه ملی به طور ناگهانی از آغاز اقدامات اولیه برای شروع پیش‌تولید این سریال فاخر خبر داد. پیمان جبلی، رئیس رسانه ملی در حاشیه جلسه هیئت دولت درباره گلایه‌های اخیر مسعود جعفری جوزانی درباره روی زمین ماندن مجموعه تلویزیونی پوریای ولی گفت: من با آقای جعفری جوزانی صحبت کردم و کارهای نهایی‌سازی قرارداد فیلمنامه انجام شده است. به نظر می‌رسد در آینده‌ای بسیار نزدیک یعنی یکی دو هفته آینده قرارداد پیش تولید با تهیه‌کننده متولی امضا خواهد شد.

جعفری جوزانی: اصل این پروژه در سال ۱۳۷۱ کلید خورد و به خاطر دارم که ۹۰ صفحه درباره این موضوع نوشتم. من فکر می‌کنم که در آن زمان بهترین وقت برای ساخت این پروژه

رئیس رسانه ملی ادامه داد: اگرچه سریال پوریای ولی یک سریال فاخر تاریخی با هزینه نسبتاً بالاست، اما تصمیم‌مان این است این کار را در کنار دو کار پر هزینه دیگر در دست تولید نظیر «سلمان فارسی» و «حضرت موسی (ع)» انجام دهیم، تا سال آینده بتوانیم این سریال را به پخش هم برسانیم. آماده‌سازی پیش تولید آن تقریباً نهایی شده است. ان‌شاءالله در یکی دو هفته آتی قرارداد پیش تولید بسته می‌شود.

■ **انتشار کتاب پیش از تولید سریال**

مسعود جعفری جوزانی پس از سریال عظیم و تاریخی «در چشم باد» که ساختش بیش از پنج سال به طول انجامید، سودای ساختن سریال فاخر دیگری به اسم پوریای ولی را در سر داشت. با این همه او شش سال قبل یعنی سال ۸۷ کتاب فیلمنامه پوریای ولی را منتشر و در عین حال عنوان کرد که پوریای ولی نه تنها برای او تمام شده نیست، بلکه ساخت و نمایش آن یکی از آرزوهایش است؛ چه اینکه به گمان او انتشار هر فیلمنامه‌ای نه تنها به ساخت آن لطمه وارد نمی‌کند بلکه مردم را کنجکاو به دیدن آن فیلم هم خواهد کرد.

مجموعه تلویزیونی پوریای ولی حکایت زندگی پرفراز و نشیب پهلوان محمود خوارزمی ملقب به پوریای ولی است که در فرهنگ ایرانی ـ اسلامی به عنوان پهلوانی جوانمرد و پرآوازه شناخته می‌شود. این مجموعه بر اساس نیاز امروز جامعه و نسل حاضر طراحی شده تا در وانفسای امروز که فردگرایی و نگاه مادی به مسائل گوناگون در حال تسری در بین نسل‌های تازه است یک الگوی مناسب روز از این پهلوان و مرام و مسلک ایثارگرانه و پهلوان منشی ارائه دهد.

جعفری جوزانی، پوریای ولی را از سال ۱۳۷۲ یا ۱۳۷۳ آغاز کرد. اول این کار را به صورت فیلمنامه برای یک فیلم سینمایی نوشتند و در نهایت جعفری جوزانی این پروژه را با محمدعلی نجفی و بعد از سفری که به ترکمنستان داشت، آغاز کرد. اما به گفته خودش این پروژه شش، هفت ماه خوابید و وقتی به مسئولان وقت مراجعه کرد به نتیجه مشخصی نرسیدند و پروژه تا سال ۸۷ خوابید. جعفری جوزانی گفته بود در آن سال‌ها روزی آقای ضرغامی من را به صدا و سیما فرا خواند و قرار شد که کار را آغاز کند اما مدیری رفت و مدیری آمد و مجدداً پروژه روی زمین ماند!

کارگردان سریال ماندگار در چشم باد در توضیح دلایل ساخته نشدن این سریال نیز این چنین گفته بود: «این فیلمنامه، الف ویژه تصویب شد، قرارداد تولید آن بسته شد، کد اقتصادی دادند، مقدار زیادی پول برای ساخت آن خرج شد، با هنرپیشه‌ها برای بازی حرف زده شد، حتی بعضی قراردادهای مقدماتی نوشته شد. طراحی لباس و بخش‌هایی از صحنه انجام شد. اما یک مدیر تلویزیون رفت و یک نفر دیگر به جای او آمد و اولین کار بزرگی که انجام داد جلوی ساخته شدن این پروژه را گرفت.»

■ **برای به سخره نگرفتن اخلاق و انسانیت**

جعفری جوزانی سال ۹۷ در زمان نقد و بررسی کتاب پوریای ولی درباره انگیزه اصلی و بازه زمانی نوشتن این اثر گفته بود: «ادعای نویسندگی نداشتم و ندارم. من فیلمساز هستم اما گاهی چاره‌ای نیست و باید کاری را شروع کرد. اصل این پروژه در سال ۱۳۷۱ کلید خورد و به خاطر دارم که ۹۰ صفحه درباره این موضوع نوشتم. من فکر می‌کنم که در آن زمان بهترین وقت برای ساخت این پروژه بود و ما نیز به همین ضرورت کار را آغاز کردیم. در آن زمان تازه خون شهدا خشک شده بود و دوره به سخره گرفتن اخلاق و انسانیت از سوی برخی به یک باره کلید خورد. در همین زمان ما تصمیم گرفتیم پوریای ولی را بسازیم تا شاید بتوانیم جلوی این روند تغییر را بگیریم.»

به این ترتیب مسیر تولید سریال پوریای ولی در حال هموار شدن است و مسئولان رسانه ملی متوجه شدند که به جای اصرار بر تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده و تلنت شوهای متعدد - که البته ساختن آنها هم برای جذب مخاطب و احترام به سلایق متنوع مردم جامعه ضروری است- یک مقداری هم به تولید سریال‌های فاخر و قصه‌گویی بپردازند که در عین سرگرم‌کننده بودن باعث می‌شود تا نسل جوان و نوجوان با برخی مفاخر و اتفاقات تاریخی کشورمان آشنا شوند. این همان نکته است که دغدغه بسیاری از دلسوزان و بزرگان نظام است چه اینکه دشمن با تمرکز بر روی تولید محتوا در رسانه‌ها مختلف از جمله شبکه‌های ماهواره‌ای و اجتماعی تلاش می‌کند ضمن روایت مجعول و مخدوش از تاریخ کشورمان، نسل جدید را از نظر هویتی و داشته‌های تمدنی و فرهنگی تهی کند تا مجالی برای تفاخر به گذشتگان و بزرگان‌شان نداشته باشند.

نشر

رکوردشکنی رمان «خار و میخک» سنوار در بازار کتاب

یحیی سنوار نماد جدیدی از مبارزه و مقاومت خلق می‌کند، این نماد جدیدی از وسط میدان مبارزه است او مسیری متفاوت خلق کرد که به ما نشان داد اشتباه است که تصور کنیم با شهید شدن یک فرد، مسیر او از میان می‌رود

یک روز پس از انتشار رمان «خار و میخک»، اثر شهید یحیی سنوار، نهمین چاپ از این اثر از سوی انتشارات کتابستان روانه بازار نشر شد.

تا پیش از انتشار خبر شهادت یحیی ابراهیم سنوار، کمتر کسی می‌دانست که رهبر گروه حماس یک نویسنده پرکار هم بود. او طی ۲۲ سال اسارت در زندان‌های رژیم صهیونیستی رمان «خار و میخک» را به زبان عبری نوشت و پنج کتاب را از عبری و انگلیسی به عربی ترجمه کرد و در صدر پرکارترین زندانیان نویسنده تاریخ قرار گرفت.

شهید سنوار، یک شخصیت محوری در فلسطین و حتی جهان عرب است که به خاطر رهبری خود در حماس و نقش بی‌بدیلی که در طراحی و فرماندهی عملیات درخشان توفان الاقصی و همچنین درگیری‌های بعد از آن با نیروهای اشغالگر رژیم صهیونیستی داشت شناخته می‌شود. تجربیات او در دوران زندان، دیدگاه‌ها و راهبردهای او را شکل داد که در کتاب «خار و میخک» به شکل کاملاً نمادین به آنها می‌پردازد. این رمان به دلیل تصویرسازی از شرایط زندگی آوارگان فلسطینی در اردوگاه‌ها و بازگویی خاطرات دوران نوجوانی تا بزرگسالی نویسنده‌اش که پیش‌زمینه ذهنی‌ای برای درک پیچیدگی‌های مبارزه فلسطینی‌ها با رژیم صهیونیستی در آزادسازی سرزمین مادری شان ارائه می‌کند.

این رمان در ۳۰ فصل خود، انتخاب سخت برخی از آوارگان فلسطینی برای کار در اسرائیل را نیز به نمایش می‌گذارد. برخی آن را فرصتی برای بهبود شرایط زندگی خود برای خانواده خود می‌دانستند، در حالی که برای برخی دیگر چیزی جز خیانت نبود.

اسماء خواجه زاده یکی از سه مترجمی است که این رمان را به فارسی ترجمه کرده و برگردان او از سوی انتشارات کتابستان به چاپ رسیده

و به گفته ناشر، با استقبال مردمی از این کتاب هشت چاپ آن در پیش‌فروش کتاب به فروش رفته و قرار است نهمین چاپ از این اثر هم روانه کتابفروشی‌ها شود.

خواجه‌زاده درباره شخصیت سنوار و کتاب «خار و میخک» به تسنیم می‌گوید: یحیی سنوار از کودکی مبارزه کرده است، اساساً مردم غزه از کودکی با مبارزه به دنیا می‌آیند، بزرگ می‌شوند و می‌میرند، همه زندگی آنها مقاومت و مبارزه است، مخاطب با مطالعه کتاب متوجه می‌شود که روح مقاومت با زندگی مردم فلسطین درهم تنیده شده است، یک کارمند عادی در فلسطین، یک پزشک، یک پدر همان‌طور که زندگی می‌کند، مبارزه هم می‌کند، مبارزه جزء جدایی‌ناپذیر زندگی در فلسطین است، فردی چنین تفسیری از مبارزه ارائه می‌کند که خود نیز در عمق کار مبارزه است، همان‌طور که یک پدر است مبارزه می‌کند، هنگام غذاخوردن مبارزه می‌کند، هنگام عبادت مبارزه می‌کند، حتی هنگام شهادت نیز مبارزه می‌کند. مبارزه او حتی تا ثانیه‌های آخر حیات حتی در شهادتش هم ادامه دارد.

خواجه‌زاده در ادامه می‌افزاید: یحیی سنوار نماد جدیدی از مبارزه و مقاومت خلق می‌کند، این نماد جدیدی از وسط میدان مبارزه است، او متفاوت از رهبران دیگر مقاومت همچون هنیه و نصرالله شهید شد، او مسیری متفاوت خلق می‌کند، مسیری که به ما نشان داد این اشتباه است که تصور کنیم با شهید شدن یک فرد، مسیر او از میان می‌رود، شهادت می‌تواند مسیر او را ادامه دهد و مقاومت یک رود جاری است که از میان نمی‌رود.

وی با اشاره به اینکه با مطالعه کتاب تازه از درون او را می‌شناسیم، اظهار می‌دارد: او را در روابطش با مادر می‌شناسیم، او را هنگامی که برای شنیدن لالایی مادرش برای نوه‌اش می‌آید، می‌شناسیم، او را با ترسیم صحنه شهادت عماد عقل می‌شناسیم که بسیار صحنه احساسی است. عماد عقل به هنگام شهادت و مواجهه با مرگ، شعر می‌خواند. یحیی سنوار در کتاب نشان می‌دهد که مبارزه فقط با اسلحه نیست، برخی اوقات قلم جایش را با سلاح عوض می‌کند، بسیاری از شهدای مقاومت شخصیت‌های احساسی و بی‌نظیری دارند، گل‌های سختی دیده‌اند که زیبایی بیشتری دارند. در میان همه چهره‌های مقاومت خداوند این توفیق را به سنوار داد که شهادتش نیز این‌چنین روایتگر باشد. شاید چون او به روایت مقاومت پرداخت. سنوار برای اینکه نهال مقاومت رشد کند، راه سختی را پیمود.

ترجمه رمان «خار و میخک» از سوی انتشارات کتابستان در ۴۱۲ صفحه با قیمت ۳۹۰ هزار تومان روانه بازار نشر شده است.

نما | حسین کشتکار

پویانمایی

ذائقه کودک و نوجوان همچنان در حاشیه

بنابر یافته‌های مرکز پژوهش‌های مجلس آثار پویانمایی، تأثیری شگرف بر ذائقه‌سازی برای کودکان و نوجوانان و هدایت خرید محصولات فرهنگی از سوی خانواده‌ها دارند

■ **نوید پارسا**

مرکز پژوهش‌های مجلس در قالب یک پژوهش درباره محبوبیت شخصیت‌های کارتونی و نقش نوشت‌افزار در این‌باره به این نکته اشاره کرده که در مجموع می‌توان گفت محتوای محصولات نوشت‌افزار عرضه شده در کشور در سیطره شخصیت‌ها و جهان‌های داستانی خارجی (عمدتاً امریکایی) است و سهم شخصیت‌های بومی و ایرانی اسلامی در این میان بسیار اندک است. از سوی دیگر، در پیمایشی در جریان برگزاری هشتمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پنکس، در سال ۱۴۰۲ به وضعیت‌شناسی حوزه نوشت‌افزار در کشور از منظر تولیدکنندگان پرداخته شده است. یافته‌های این پیمایش نشان می‌دهد که ۵۲ درصد از تولیدکنندگان نوشت‌افزار ایرانی علت اصلی تداوم استفاده از شخصیت‌های خارجی را ضعف در طراحی شخصیت بومی و بی‌توجهی به ذائقه مخاطب می‌دانند. همچنین ۱۸ درصد از تولیدکنندگان نیز بر مشکلات ترویجی و تبلیغاتی، ۱۳ درصد بر ضعف مالکیت معنوی، ۹ درصد بر فقدان ساختار مدیریت و کنترل نوشت‌افزار و ۵ درصد بر شکل نگرفتن زنجیره محصولات فرهنگی داخلی تأکید داشته‌اند.

■ **نوشت‌افزار، یک کالای فرهنگی**

در حالی ۶۷ درصد از تولیدکنندگان، نوشت‌افزار را یک کالای فرهنگی می‌دانند و ۸۵ درصد از تولیدکنندگان حاضر به استفاده از محتوای ایرانی در تولید این اقلام هستند که ایرانی بودن محصول نوشت‌افزار برای اغلب مصرف‌کنندگان ایرانی به میزان متوسطی اهمیت دارد.

این نتایج حلقه دیگری از چرایی علاقه کودکان و نوجوانان ایرانی به سمت شخصیت‌های خارجی را تکمیل می‌کند: آگاهی نداشتن خانواده‌ها. در حالی که نوشت‌افزار و دیگر صنایع فرهنگی به عنوان یکی از محصولات تأثیرگذار بر ذهن و شخصیت دانش‌آموزان در میان پژوهشگران و جامعه علمی مطرح است، در میان خانواده‌ها چندان حائز اهمیت نیست و از ارزش و اعتبار آن اطلاع کافی ندارند.

■ **خانواده‌ها باید آگاه شوند**

به نظر می‌رسد در کنار پر کردن حلقه‌های مفقوده مانند تلاش برای خلق شخصیت‌های جذاب و ماندگار، بازتولید خلاقانه و هنرمندانه آن در دیگر صنایع فرهنگی، برای پر کردن جای خالی کاراکترهای ایرانی، نیازمند اطلاع‌رسانی در میان خانواده‌ها نیز هستیم. در واقع، علت گرایش و علاقه خانواده‌ها به سمت استفاده از محصولات نوشت‌افزار ایرانی در سال‌های گذشته، قیمت و کیفیت محصولات بوده است نه استفاده از شخصیت‌ها و المان‌های بومی. در مجموع و با در نظر گرفتن این توصیفات می‌توان به این نتیجه رسید که فاصله میان پژوهش و کف جامعه، در این حوزه فاصله زیادی است که عدم توجه به آن، تبعات جبران‌ناپذیری خواهد داشت.

بخشی از تحقیق صورت گرفته در این پرونده، به محتوای اقلام فرهنگی از جمله نوشت‌افزار اختصاص دارد؛ امری که همواره پاشنه‌آشیل محصولات فرهنگی از جمله نوشت‌افزار بوده است. در چالش کاراکترهای ایرانی و ضعف در تولید انیمیشن و خلق ماندگار کاراکترهای بومی، شخصیت‌های خارجی انیمیشن‌های خارجی توانسته‌اند به راحتی به عنوان محبوب‌ترین کاراکترهای نوجوانان ایرانی جا باز کرده‌اند.

■ **اهمیت محتوای بومی در نوشت‌افزار**

براساس این پژوهش در اوایل دهه ۱۳۹۰ استفاده از محتوای بومی و ملی چندان مورد توجه تولیدکنندگان داخلی نوشت‌افزار نبود. به طوری که در آن برهه، حدود ۸۵ درصد از محصولات تولیدی با استفاده از محتوای غیر متعارف و غیر بومی و حدود ۱۵ درصد با محتوای خنثی به بازار عرضه می‌شد و محتوای ایرانی اسلامی سهم قابل توجهی در سبد مصرف‌کنندگان نداشت. اما طبق آخرین برآوردهای اعلامی اکنون ۴۰ درصد از محتوای مورد استفاده بر روی محصولات، ناسالم و معارض، حدود ۵۰ درصد خنثی و نزدیک به ۱۰ درصد محتوای بومی و ایرانی اسلامی است.

بنا بر پیمایشی در خصوص شیوه استفاده خانواده‌های دارای فرزندان زیر ۱۸ سال از محصولات مبتنی بر شخصیت، تا حدودی می‌توان به وضعیت ذائقه و رژیم مصرف مخاطبان محصولات نوشت‌افزار پی برد. در این پیمایش که در سال ۱۳۹۴ در شهر تهران انجام شده است، در میان محبوب‌ترین و پرطرفدارترین شخصیت‌های کودکان دختر و پسر، پرتکرارترین نام‌ها بدین ترتیب بوده‌اند: باب‌اسفنجی، سیندرلا، بن‌تن، مرد عنکبوتی، تام و جری، باربی، کیتی، بره ناقلا، پلنگ صورتی، فوتبالیست‌ها و شرک. به طور دقیق‌تر، «محبوب‌ترین شخصیت» از نظر کودکان به ترتیب باب‌اسفنجی (۲۴ درصد)، بن‌تن (۹ درصد)، سیندرلا (۸ درصد)، مرد عنکبوتی (۷ درصد) و باربی (۶ درصد) بوده‌اند.

■ **مهجوریت شخصیت‌های ایرانی**

همچنین در پاسخ به پرسش از «پنج شخصیت محبوب» شخصیت باب‌اسفنجی در میان ۵۸ درصد از کودکان جزو پنج شخصیت محبوب و پرطرفدار بوده است. در رتبه‌های بعدی تام و جری با ۲۳ درصد، سیندرلا با ۲۰ درصد، بن‌تن با ۱۸ درصد و مرد عنکبوتی با ۱۷ درصد قرار داشته‌اند.

■ **سهم پویانمایی در شخصیت‌سازی برای کودکان**

به عبارت دیگر، هیچ شخصیت ایرانی‌ای در رتبه‌های یک تا پنج شخصیت‌های محبوب کودکان شهر تهران قرار نداشته است. در همین پیمایش، وضعیت محبوبیت شخصیت‌های ایرانی از نظر کودکان به این صورت بوده است: کلاه قرمزی و شکرستان با ۷ درصد در جایگاه سیزدهم، جناب خان و شهر موش‌ها با ۳ درصد در جایگاه ۲۴ و عمو پورنگ با یک درصد در جایگاه ۴۸. همچنین بررسی نحوه آشنایی افراد با شخصیت‌های مورد علاقه‌شان نشان می‌دهد که اکثر پاسخ‌دهندگان (۹۱ درصد) از طریق تماشای پویانمایی با این شخصیت‌ها آشنا شده‌اند و سهم دیگر خاستگاه‌های آشنایی با شخصیت‌ها ناچیز بوده است (مطالعه کتاب ۴ درصد، بازی رایانه‌ای، موبایل و دوستان هر کدام ۲ درصد، فیلم و بازدید صفر درصد). بنابراین یافته‌ها، آثار پویانمایی، تأثیری شگرف بر ذائقه‌سازی برای کودکان و نوجوانان و هدایت خرید محصولات فرهنگی توسط خانواده‌ها دارند.