گفت‌وگوی «جوان» با دبیر نمایشگاه نوشت‌افزار «ایران‌نوشت» و مدیر عامل تولیدکنندگان نوشت‌افزار ایرانی - اسلامی

هدف «ایران‌نوشت» ارتقای ذهنیت خانواده‌ها از تولید ایرانی است

گفت‌وگو
مصطفی شاه‌کرمی

هشتمین نمایشگاه ایران نوشت

خبرگزاری فارس

نوشت‌افزار یا همان لوازم‌التحریر از آن دست محصولاتی است که کودکان و نوجوانان به عنوان مصرف‌کننده در کنار استفاده از این تولیدات تحت تأثیر شخصیت‌ها و نمادهای استفاده شده روی بسته‌بندی آنها هم هستند. استفاده از نمادها و شخصیت‌های ملی و ایرانی در کنار اشاعه فرهنگ و ارزش‌های ایرانی - اسلامی از دغدغه‌های اصلی رهبر معظم انقلاب است و سالیان زیادی است ایشان تأکید زیادی بر ایجاد پیوست‌های فرهنگی تولیدات این حوزه دارند. از طرفی دیگر رواج و انتشار تصاویر شخصیت‌های انیمیشن خارجی که اغلب تناسب و ارتباطی با فرهنگ ما ندارند، حساسیت و نگرانی خانواده‌های زیادی را برانگیخته است. «جوان» به بهانه برگزاری هشتمین جشنواره و نمایشگاه لوازم‌التحریر «ایران‌نوشت» با «محمد یقینی» مدیرعامل و عضو هیئت مدیره مجمع فعالان نوشت‌افزار ایرانی - اسلامی و دبیر هشتمین نمایشگاه نوشت‌افزار «ایران‌نوشت» در رابطه با اوضاع کنونی این صنعت گفت‌وگو کرده است.

■■■

چند درصد از نوشت‌افزاری که در بازار داخلی وجود دارد از تولیدات کشورمان است؟

تا همین چندسال پیش ما در کشورمان چیزی به اسم صنعت نوشت‌افزار نداشتیم.

الان چنین صنعتی در کشورمان وجود دارد؟

آن موقع کمتر از ۲۰ درصد از نوشت‌افزار موجود در بازار تولید خودمان بود، در واقع چیزی حدود ۱۵ درصد آنها ایرانی بود و تولیدکنندگانی هم که مشغول فعالیت بودند معمولاً محصولات خیلی ضعیفی ارائه می‌دادند. می‌خواهم عرض کنم که آن هویت نوشت‌افزار ایرانی در اذهان مردم وجود نداشت، اما در حرکتی که طی ۱۰ سال اخیر انجام شده است، تولیدکنندگان پای کار آمده‌اند و مجموعه‌های زیادی از بین همان تولیدکنندگان سابق تلاش کردند خودشان و محصولاتشان را قوی‌تر و بهتر بکنند، عده دیگری که بازرگان بودند به سمت راه‌انداختن خط‌های تولید محصولات خوب، متنوع و باکیفیت حرکت کردند، یک دسته دیگری از سرمایه‌گذاران و سرمایه‌دارانی که در این عرصه کار نمی‌کردند، به جمع بقیه فعالان بازار نوشت‌افزار پیوستند که منجر به شکل‌گیری و ایجاد مجموعه‌های جدید زیادی شد. در زمینه مباحثی مثل ارتقای کیفیت و رقابت و قیمت خیلی اتفاقات جدی و مفیدی شکل گرفت؛ همه اینها دست به دست هم دادند و منجر به تقویت جریان تولیدات داخلی شد، البته یکی از مهم‌ترین پیشران‌های جهش و ارتقای کیفیت کارها حمایت‌های هوشمندانه و پدرانه مقام معظم رهبری از این عرصه مهم بود، چون ایشان از مهم‌ترین و بزرگ‌ترین پشتوانه‌های حمایتی از صنعت نوشت‌افزار ایرانی - اسلامی بودند و هستند که البته علتش هم اثرگذاری بالای این محصولات از منظر ایجاد و تقویت برخی فرهنگ‌ها و ارزش‌های تمدنی ایرانی - اسلامی در بین کودکان و نوجوانان است.

آیا این مساعدت‌ها در حوزه عملیاتی هم وجود داشت؟

با توجه به اینکه در صنعت نوشت‌افزار ایرانی - اسلامی از فضاهای رانتی و ویژه‌خواری و همچنین برخی نرخ‌گذاری‌های عجیب و غریب کمرگی خبری نبود، در کنار دیگر عوامل باعث شد تا صنعت تولید نوشت‌افزار رشد خیلی جدی و قابل ملاحظه‌ای را تجربه کند. از برکات این هم‌افزایی رساندن سهم نوشت‌افزار ایرانی در بازارهای داخلی به عدد امیدوارکننده حدود ۵۰ درصد بازار است، با این حال ما در مقابل کشورهای صاحب صنعت و نام در این حوزه مانند چین و هند که قطب نوشت‌افزار دنیا هستند، حتماً فاصله داریم. تنوع در این صنعت حرف بسیار مهم و جدی است، از سوی دیگر موضوع صرفه اقتصادی تولید برخی از اقلام است که هنوز تولید داخل ندارند و تازه چند وقتی است که آرام‌آرام با به کارگیری برخی فرمول‌ها زمینه صرفه اقتصادی آنها در حال ایجاد شدن است و برای اینکه بگوییم یک صنعت خودکفا داریم، باید به سطح تولید ۸۰ درصدی نیازهای داخل برسیم. این اتفاق ان‌شاءالله پیش‌بینی شده است تا در بازه ۱۰ ساله دوم حرکت جدید این جریان (تا سال ۱۴۱۱) محقق شود. ما تقریباً حدود چهارپنج ماه پیش با پیام مقام معظم رهبری به این جریان جشن ۱۰ سالگی آن را برپا کردیم و الان همه نگاه‌های ما به ۱۰ سال آینده است.

آیا الان می‌توانیم ادعا کنیم کشورمان صنعت نوشت‌افزار دارد؟

بله، همانطور که گفتم تا ۱۰ سال پیش طرح چنین مدعایی غیرواقعی بود اما طی این سال‌ها به لطف اقدامات و اتفاقات خوبی که شکل گرفته است، می‌توانیم با گردن افراشته چنین ادعایی بکنیم و مطمئناً در ۱۰ سال آینده خیلی جلوتر از جایگاه فعلی‌مان در حال حرکت به سمت قله‌های بالاتر کیفی و کمی نوشت‌افزار هستیم. به کلام بهتر ما برای رسیدن به نقطه‌ای که بگوییم در حوزه صنعت تولید نوشت‌افزار به خودکفایی رسیده‌ایم حداکثر یک بازه ۱۰ ساله دیگر باید تلاش کنیم.

آیا صنعت نوشت‌افزار داخلی از منظر تهیه مواد اولیه و قطعات صنعتی مورد نیاز این عرصه (مانند نوک خودکار، مغزی مدادهای رنگی یا مواد اولیه ساخت چنین محصولاتی) در همان سطح تصاحب سهم ۵۰ درصدی بازار لوازم‌التحریر خودکفایی قرار دارد یا نه؟

چون تنوع اقلام نوشت‌افزاری خیلی زیاد است و هر گروه محصول متفاوت با گروه دیگری است، باید عرض کنم ما هنوز در تولید مواد اولیه مشکلاتی داریم که دلایل متنوعی دارد. همانطوری که شما و مخاطبان محترم اطلاع دارید، اصل و اساس این صنعت بر پایه تنوع محصول است، از همین رو مدل‌ها عمر یک‌ساله دارند، تنوع‌های بسیار عجیب و غریبی وجود دارد که بحث تولیدات (حتی محصول نهایی) این حوزه گیر «صرفه اقتصادی داشتن» هستند، چه برسد به مواد اولیه! مثلاً مواد اولیه‌ای که همه با آن مواجه هستیم و دولت هم روی آن دست گذاشته تا آن را حل کند، بحث کاغذ است. صنعت نوشت‌افزار بعد از صنعت نشر و مطبوعات، مصرف‌کننده جدی کاغذ است. در صنعت نوشت‌افزار کاغذ تحریر مصرف می‌شود، کاغذهای کرافت و مابقی محصولات داخلی در صنعت نوشت‌افزار قابل استفاده نیستند و این گونه مشکلات وجود دارد یا مثلاً در بحث تولید نوک خودکار موضوع صرفه اقتصادی داشتن مطرح است یا مثلاً در کل دنیا دو یا سه کارخانه تولید جوهر خودکار وجود دارد و اینها به دلیل وجود بحث صرفه اقتصادی است و به همین علت است که منطقی نیست ما به تولید آنها فکر بکنیم، مگر اینکه بخواهیم وارد فضاهای صادراتی بشویم که آن موقع بحث‌های صرفه اقتصای تولید آغاز می‌شود.

دقیقاً همان موضوعی که بسیاری از حوزه‌های صنعت و تولید ما مبتلابه آن هستند.

واقعیت این است که نکته اصلی داستان ایرانی‌سازی طبیعتاً بحث صفر و یکی نیست، یک قضیه طیفی است. طبق برآوردهای اقتصادی اگر صددرصد قطعات یک محصولی به داخل کشور بیاید و صرفاً کار مونتاژ آنها شکل بگیرد، ۵۰ درصد ارزش افزوده قیمت آن محصول داخلی‌سازی می‌شود، یعنی جلوی ۵۰ درصد ارزبری گرفته شده است. حالا شما حساب بکنید ما از این محصولات در حوزه نوشت‌افزار داریم که همه قطعات و لوازم آن از خارج کشور به داخل می‌آیند و صرفاً در اینجا مونتاژ می‌شوند تا محصولی که صفر تا صد آن تولید داخلی است، در این صنعت وجود دارد. مثلاً در حوزه تولید مدادهای پلیمری صددرصد داخلی است، هم مغزش و هم بدنه آن در داخل کشور تأمین می‌شود، علتش هم این است که بدنه آن از محصولات پتروشیمی است که خودمان تولید می‌کنیم، محصولات طلقی هم که پایه مواد پتروشیمی دارند، کاملاً تولید داخل هستند، البته صرفاً داشتن مواد اولیه منجر به تولید محصول نمی‌شود بلکه دانش تولید هم بسیار مهم است که خوشبختانه کشورمان در این عرصه پیشرفت‌های زیادی داشته است.

در حوزه کیفیت مواد اولیه تولیدات داخلی ما مثلاً برخی مدادهای رنگی تولید می‌شوند که موقع استفاده آن کیفیتی که توقع می‌رود و در محصولات مشابه دیگر وجود دارد، دیده نمی‌شود و نمی‌توانیم آن را مداد رنگی بنامیم، مشکل در مواد اولیه بی‌کیفیت است یا تولید محصول ضعیفی که نهایتاً باعث می‌شود خانواده دانش‌آموزان به سمت خرید محصولات خارجی بروند؟

این همان تفاوتی است که در بین محصولات داخلی وجود دارد و در همین حوزه ما تولیدکنندگان خوبی داریم که محصولات‌شان با برخی برندهای مشهور دنیا قابل مقایسه هستند، در مقابل یکسری تولیدکنندگان هم داریم که اصطلاحاً مشغول تولیدات زیر پله‌ای هستند و طبیعی است محصول این دو تولیدکننده داخلی اصلاً با یکدیگر قابل مقایسه نیستند. در حوزه مداد رنگی شرکت‌های داخلی داریم که بسیاری از مردم فکر می‌کنند خارجی است، در حالی که جزو برندهای باکیفیت ایرانی در سطح منطقه است! این نکته‌ای که شما اشاره کردید، بیشتر در حوزه تولید مدادهای پلیمری دیده می‌شود که علتش هم نوع تولید مغزی و دمای متفاوت آنهاست و این در حالی است که این تولیدات بهترین سطح کیفی‌شان همان چیزی است که مثال زدید و در بین مدادهای پلیمری کیفیتی بالاتر از آنها نداریم که البته در مقایسه با دیگر محصولات داخلی قیمت ارزان‌تری هم دارند. طبیعتاً مصرف‌کننده در انتخاب نوع محصول مختار است، مثلاً در حوزه تولید خودکار الان ما محصولی داریم به اسم «خودکار کیان» که هیچ چیزی از نمونه‌های مشابه خارجی کم ندارد و در زمینه دانش تولید، راحتی، روانی و جوهردهی در سطح یک قرار دارد که صادرات خوبی را هم تجربه می‌کند.

ما تولیدکنندگانی در سطوح مختلف صنعت‌مان چه در حوزه‌هایی مثل پوشاک، کفش، محصولات الکترونیکی یا حتی محصولات صنعتی و دانش‌بنیان داریم که محصولات خودشان را به اسم برندهای خارجی روانه بازار مصرف می‌کنند، آیا در حوزه تولید نوشت‌افزار هم با چنین رویه غلط و مسمومی مواجه هستیم یا خیر؟

متأسفانه در حوزه نوشت‌افزار هم با چنین اتفاق ناخوشایندی مواجه هستیم تا آنجا که بسیاری از برندهای معروف خارجی در داخل تولید می‌شوند و علتش هم این است که یک برندی توانسته است بازاری برای خودش ایجاد کند اما به دلیل برخی موانع صادراتی دیگر امکان تولید آن در خارج از کشور را ندارد، بنابراین حاضر است تولید را از طریق تولیدکنندگان داخلی ادامه دهد تا مشتری و اعتبارش را حفظ کند، اما در اینگونه موارد یک اتفاق دیگری هم می‌افتد و آن این است که این برندها معمولاً به سمت راه‌اندازی و ایجاد یک برند دوم ایرانی می‌روند.

این اتفاق چگونه می‌افتد؟

معمولاً اینگونه است که آنها یک برند ایرانی را توسعه می‌دهند و با ایجاد تبلیغات و راهکارهای دیگر سعی می‌کنند برای آن برند مخاطب ایجاد بکنند تا اگر آن برند اصلی و اولیه به هر دلیلی ضعیف یا خراب شد، بتوانند کار تولید را با این برند ثانویه ادامه بدهند.

از مباحث مهم در حوزه تولید نوشت‌افزار ایرانی و جذب مخاطب و بازاریابی داخلی مسئله بسته‌بندی و ارائه باکیفیت و سلیقه‌مندانه محصول نهایی جهت دستیابی به فروش بالا و بالطبع ایجاد شهرت و اعتبار حرفه‌ای برند در بین مصرف‌کنندگان است. حوزه تولید نوشت‌افزار ایرانی در این زمینه چه رتبه و مرتبه‌ای دارد؟

ما از نظر دانش تصویرسازی و گرافیک ظرفیت فوق‌العاده‌ای در کشورمان داریم. حتماً شما می‌دانید که خیلی از همین گرافیست‌های کشورمان مشغول فعالیت و همکاری با کشورهای خارجی هستند و در حال گرفتن سفارشند، به همین علت بحث گرافیکی ما یک ظرفیت عجیب و غریب و عالی دارد که اصلاً در این زمینه هیچ مشکل و گرفتاری نداریم اما اتفاقی که در حوزه بسته‌بندی می‌افتد، باز هم به بحث توان و قوت مجموعه‌های تولیدی برمی‌گردد، یعنی بین مجموعه‌های قوی‌تر و ضعیف‌تر از منظر بنیه مالی و اقتصادی. مجموعه‌های قوی‌تر غالباً برای بسته‌بندی و طراحی و تصاویر روی کارشان ارزش و احترام و سطح بالاتری قائلند و چون مخاطب و مشتری بیشتری دارند، واقعاً فوق‌العاده و عالی عمل می‌کنند که شرکت‌های تولیدی زیادی را می‌توانیم اسم ببریم. بالاخره همانطوری که سطح توان اقتصادی مخاطب و خانواده‌ها متفاوت است، طیف‌های بازار تولیدات نوشت‌افزاری هم از تولیدکننده‌های خانگی تا تولیدات کارخانه‌ای با کیفیت عالی و درجه یک مشغول کار و فعالیت هستند. یکی از دلایل برپایی نمایشگاه‌هایی مثل «ایران‌نوشت» برای تغییر ذهنیت مخاطبان و خانواده‌ها نسبت به محصولات داخلی است تا آنها را با تنوع زیاد این عرصه آشنا کنیم و ببینند که در این عرصه تولیدات درجه یک و عالی هم داریم که هیچ چیزی از نمونه‌های مشابه خارجی کم ندارند و این انتخاب مخاطب و مصرف‌کننده است که چه محصولی را انتخاب و خریداری می‌کند، طبیعی است که یک محصول درجه یک با کیفیت عالی از محصولات ضعیف‌تر قیمت بالاتری دارد.

محمد یقینی، دبیر نمایشگاه ایران نوشت

> مشکلی که وجود دارد این است که تولیدکننده انیمیشن ما از همان ابتدا به فکر پیوست صنایع فرهنگی نماد و مجور باشد تا شخصیت‌هایی که خلق شده قابل استفاده باشند

اگر بخواهیم سطح بسته‌بندی محصولات داخلی کشورمان را تعیین کنیم، تولیدات ایرانی در چه رتبه و ترازی قرار می‌گیرند؟

مجموعه‌هایی که می‌خواهند یک کار ارزشمند انجام بدهند با تولید یک محصول مرغوب پیام‌شان را به بازار و مصرف‌کننده منتقل می‌کنند و این تولیدات در مقابل برندهای معروف دنیا از نظر بسته‌بندی هیچ چیزی کم ندارند و به نظر من چون تولیدکننده داخلی به نسبت تولیدکننده خارجی با ذائقه و سلیقه مردم آشناتر است، حتی می‌تواند طراحی‌های بهتری هم انجام بدهد که نمونه‌هایی قبلاً در این زمینه اتفاق افتاده است.

می‌توانید مثالی بیاورید؟

مثلاً ما می‌دانیم که ذائقه یک نوجوان ۱۳ ساله ایرانی با ذائقه و سلیقه یک نوجوان هم‌سال خودش در کشورهای دیگر تفاوت‌هایی دارد، مثلاً نوجوان ایرانی سلیقه فانتزی‌تری دارد یا مثلاً در حوزه تولید خودکار، نوک ریز در کشور ما محبوبیت بیشتری دارد تا خودکارهایی با نوک درشت، این در حالی است که در کشورهای دیگر کاملاً برعکس است! مثلاً در کشور ما کاغذ تحریر سفید خواهان بیشتری دارد، در حالی که کشورهای اروپایی استاندارد‌شان کاغذ کرم‌رنگ است! اینها همان تفاوت ذائقه‌ای است که تولیدکننده داخلی به آنها مسلط‌تر و آشناتر است.

اوضاع نوشت‌افزار ایرانی را در حوزه طراحی کاراکتر و محتوا چطور ارزیابی می‌کنید؟

در حالی که در عرصه داشتن و طراحی کاراکتر دست ما خالی نیست اما متأسفانه قضیه استفاده از کاراکتر و تبدیلش به محصول - که خودش یک صنعت محسوب می‌شود - و چند وقتی است ادبیاتش در داخل کشور جدی‌تر شده و شکل گرفته است، تازه تولیدکنندگان محتوا، انیمیشن‌سازان، صداوسیما و دیگران دارند با آن آشنا می‌شوند و به طراحی کاراکتر و ایجاد پیوست‌های فرهنگی بعدی آن که همان استفاده در حوزه‌های تولید محصولات نوشت‌افزار، پوشاک، اسباب بازی و بازی‌سازی هستند، فکر می‌کنند. طبق استاندارد لیما (در حوزه بسته‌بندی) ما ۱۴ حوزه محصولی داریم و هشت حوزه خدماتی، حوزه محصولات کاراکترمحور و نمادمحور نه لزوماً کاراکتر که تولیدکنندگان مختلف و هشت حوزه خدماتی از آن نماد و کاراکتر و مفهوم شناخته‌شده در محصول استفاده می‌کنم تا فروش بیشتری بکنم و از آن ارتباط قبلی که مخاطب با آن داشته برای فروش بیشتر و بهتر محصولم استفاده بکنم که به آن پیوست صنایع فرهنگی نمادمحور کودک و نوجوان می‌گویند. اینجا دقیقاً همان جایی است که ما با آن به اصطلاح گیر داریم و هنوز این قضیه به طور کامل جا نیفتاده است که مثلاً اگر من می‌خواهم یک انیمیشن تولید کنم، از همان ابتدا به مرچاندال (پیوست صنایع فرهنگی نمادمحور) آن فکر کنم و همان موقعی که در حال شخصیت‌پردازی کاراکترها هستم، باید از یک طراح عروسک هم در این شخصیت‌پردازی نظر کارشناسی بگیرم و اعمال کنم تا در مرحله بعد بتوانم به راحتی محصولات مرتبط با آن را تولید کنم و به فروش برسانم.

علت این مشکل عدم خودباوری است یا چیز دیگری؟

علت این مشکل ادبیات، دغدغه و دانش است. می‌خواهم بگویم که من انیمیشنم را به چه کسی بفروشم اما در دوران رسانه‌ای امروز کاراکترها معروف می‌شوند، نمادها کار می‌کنند و مخاطب و دنبال‌کننده‌های زیادی دارند، برای همین تولیدکننده‌های انیمیشن ما هم باید به چنین پیوست‌های فرهنگی و نمادگرایانه‌ای فکر کنند. این مسئله طی ۲۰ سال گذشته در دنیا معنی و مفهوم پیدا کرده و به صنعت تبدیل شده، حالا این اتفاق در کشور ما هم در حال شکل‌گیری است و با توجه به کارهایی که در این زمینه رخ می‌دهد، شاید پنج تا ۱۰ سال طول بکشد به صنعت تبدیل شود. جالب است که صنعت نوشت‌افزار یکی از پیش‌برنده‌های همین قضیه است و به محض اینکه یک محصولی قرار است بالا بیاید با تهیه‌کننده آن صحبت و برای اقدامات پوششی بعد یا همان مرچاندال آن اعلام آمادگی می‌کنیم. مثلاً شکرستان یکی از نمونه‌های موفق ۱۰ سال اخیر است و قطعاً این مسیر ادامه مسیر شکست‌خورده دارا و سارا نبوده که پیوست رسانه‌ای برای آن نداشتیم، البته نمونه‌های موفق دیگری مثل کلاه قرمزی، جناب خان، فیلشاه، شاهزاده روم و ببعی داشتیم و همین الان هم انیمیشن «بچه دلفینی» و «بچه زرنگ» که قرار است اکران بشوند، از تجربیات قبلی استفاده کرده و می‌کنیم.

یکی از مباحث پربسامد این روزهای ما مسئله حقوق مؤلف و سازنده است که در مورد سرنوشت و مالکیت حقوقی چند عروسک تلویزیونی باعث بروز جنجال‌هایی هم شد، در این رابطه مشکلی وجود ندارد؟

نکته اصلی این است که اینجا زمین بازی ما نیست، چون ما صرفاً استفاده‌کننده هستیم، ما از دوستان درخواست می‌کنیم، می‌رویم مذاکره می‌کنیم و چون قانون کپی‌رایت در کشور ما وجود ندارد، باید سراغ صاحب محصول برویم و ذهنیتش را تعدیل کنیم تا بتوانیم با او تعامل کنیم. ما الان هم با صداوسیما به عنوان اصلی‌ترین بازیگر عرصه کاراکتر و محتوا مشکلاتی داریم و هم با برخی مجموعه‌های خصوصی که البته در حوزه مجموعه‌های خصوصی اوضاع کمی بهتر است. صداوسیما باید با نگاه همراهانه به محصولاتی که در مورد برخی کاراکترهایش تولید شده است، مواجهه و حتی به تبلیغ برای دیده شدن آن محصول ثانویه اقدام کند و تبلیغات ۹۰ درصد تخفیف برایش قائل بشود که البته تازه ما در حال حرکت به این سمت هستیم.

آیا به نتیجه‌ای هم رسیده‌اید؟

در حال مذاکره هستیم اما خب سرعت در آن خیلی کم است که شاید به دلیل تغییرات ساختاری چینش مدیران جدید سازمان است.

گزارش

خسرو معتضد در کنگره ملی میرزا کوچک‌جنگلی عنوان کرد

میرزا کوچک‌خان مدافع وحدت و یکپارچگی ایران بود

کنگره ملی میرزا کوچک جنگلی با حضور شخصیت‌های سیاسی، فرهنگی و هنری کشور در سالن همایش‌های برج میلاد تهران برگزار شد اما جریان تحریف طی چند دهه کوشیده است قیام میرزا را با گزاره‌هایی چون تلاش برای تجزیه ایران تحریف کند. در این رویداد که نهم شهریور در برج میلاد تهران برگزار شد، چهره‌هایی چون غلامعلی حدادعادل و خسرو معتضد و نیز نماینده ولی‌فقیه در استان گیلان به ایراد سخنرانی پرداختند و مقام این مبارز ملی را ارج نهادند. خسرو معتضد در سخنانش در این کنگره به این نکته اشاره کرد که میرزا کوچک‌خان مدافع وحدت و یکپارچگی ایران بوده است.

■■■

غلامعلی حدادعادل در این مراسم با اشاره به شهادت میرزا در ۱۱ آذر ۱۳۰۰ به فرارسیدن یکصدمین سالگرد شهادت وی اشاره کرد و گفت: میرزا در ۴۱ سالگی جان بر سر ایمان و آرمان خود نهاد.

وی به همه مردم ایران به ویژه مردم گیلان تبریک گفت که چنین فرزندان بلندقامتی را در دامان خود پرورده‌اند و افزود: سرکوبی نهضت جنگل با کودتای انگلیسی ۱۲۹۹ ارتباط مستقیم دارد.

رئیس فرهنگستان زبان و ادب فارسی با اشاره به فاصله ۱۴ ساله پیروزی نهضت مشروطه تا کودتای ۱۲۹۹ تصریح کرد: در این ۱۴ سال انگلیسی‌ها خودشان در جای‌جای ایران یک عده را ترغیب و تقویت کردند که مزاحمت‌هایی را برای حکومت مرکزی به وجود بیاورند، اما انسان‌های اصیل و مؤمن مانند میرزا کوچک‌خان برای نجات ایران وارد میدان شدند.

حدادعادل با بیان اینکه انگلیس رضاخان را پیدا کرد و تصمیم گرفت با کودتا او را پله‌پله به سلطنت برساند، خاطرنشان کرد: طی سال‌های ۱۲۹۹ تا ۱۳۰۴ یکی از برنامه‌های انگلیس این بود که نهضت‌های محلی و استانی را سرکوب کند، لذا در مقابل شخصیتی مانند میرزا که دست در دست بیگانه نمی‌گذاشت هم ایستاد و شد آنچه شد.

وی میرزا را یک طلبه و روحانی دانست و یادآور شد: با اتفاقاتی که بعد از مشروطه افتاد، چشم میرزا به آفاق تازه‌ای باز شد، لذا وظیفه خودش دید ملت و کشور را نجات دهد. در واقع میرزا افکار بسیار روشنی داشت و ایمان به خدا، صداقت، استقامت، شجاعت، عشق به وطن، مردم‌دوستی، عدالت‌طلبی، علاقه به پیشرفت ایران و ایمان راسخ به اسلام از حقیقت تابناک شخصیت او بود، حتی افرادی که از نظر مرامی با میرزا همسو نبودند در توصیف خود مسحور شخصیت والای ایمانی و اخلاقی او هستند.

رئیس فرهنگستان زبان و ادب فارسی با بیان اینکه همگان میرزا را به پاکی و بزرگی و ایمان و اخلاق و نجابت می‌ستایند، خاطرنشان کرد: از مرور نهضت میرزا درس‌های گوناگون باید گرفت و باید به نسل جوان یادآوری کنیم که این کشور که امروز به دست ما رسیده با مجاهدت مردان بزرگی حفظ شده که یکی از آنها میرزا و یاران و همراهان او بوده است. در واقع نسل آینده باید پای این کشور بایستند و بدانند ایران ارزان پا بر جا نمانده است.

وی با اشاره به حضور بیگانگان در این کشور در ۱۰۰ سال پیش افزود: جوانان باید بدانند انگلیسی‌ها و تزارهای روس در ایران چه می‌کردند و باید بدانند امروز بی‌بی‌سی که خود را دلسوز ملت نشان می‌دهد، در واقع بلندگوی چه کشور استعماری است و چگونه بیگانگان استقلال کشور را به بازی می‌گرفتند.

حدادعادل نهضت جنگل را حاوی عبرت‌های فراوان دانست و بیان کرد: این نهضت‌هایی که در تاریخ واقع و سرکوب شده هر کدام قدمی برای پیروزی نهایی بوده است، لذا هرگز نباید به بیگانه و دشمن اعتماد و تکیه کرد و در نهضت جنگل هم هر کجا این اتفاق افتاده از پشت خنجر خورده است. همچنین در نهضت باید مراقب نفوذی‌ها بود و متأسفانه ردپای نفوذی‌ها در نهضت میرزا دیده می‌شود.

■ **میرزا کوچک‌خان مدافع وحدت ایران بود**

در ادامه این مراسم خسرو معتضد، پژوهشگر تاریخ گیلان را دروازه اروپا طی ۱۰۰ سال گذشته دانست و بیان کرد: میرزا کوچک کاری کرد که جان و مال و ناموس ملت از سر بیگانه حفظ شد، زیرا نیروهای عنان‌گسیخته روسیه تزاری بعد از انحلال ارتش در ایران مانده بودند و چیزی جلودار آنها نبود.

وی با بیان اینکه میرزا جلوی عنان‌گسیختگی سربازان بیگانه را گرفت، افزود: میرزا هم خوش‌سیما و هم خوش‌اخلاق بود، ولی عده‌ای نادان و جاهل می‌گویند که میرزا به دنبال تجزیه‌طلبی بود، اما میرزا به هیچ عنوان نمی‌خواست ایران را تجزیه کند.

این پژوهشگر تاریخ، میرزا را یک مسلمان دانست و اظهار کرد: میرزا آداب اسلامی را به جا می‌آورد، لذا یک رهبر به تمام معنا ایرانی و مسلمان بود. معتضد با بیان اینکه نهضت میرزا نشان داد نباید به خارجی تکیه کرد، متذکر شد: میرزا مدافع وحدت و یکپارچگی ایران بود و می‌خواست ایران استقلال داشته باشد، لذا در دل ملت جا دارد.

■ **تدریس کتاب‌های شخصیت میرزا کوچک‌خان در دانشگاه‌های جهان**

در ادامه این مراسم نماینده ولی‌فقیه در گیلان با اشاره به ایمان و آرمان‌های والای شهید میرزا کوچک‌جنگلی اظهار داشت: در برخی دانشگاه‌های جهان امروز برخی کتاب‌هایی که درباره شخصیت میرزا کوچک‌جنگلی به نگارش درآمده است، تدریس می‌شود.

آیت‌الله رسول فلاحتی با بیان اینکه نهضت میرزا کوچک‌جنگلی از ویژگی‌های پاکی برخوردار بود و جمهوری اسلامی توانسته است بخشی از نهضت میرزا را به منصه ظهور برساند، تصریح کرد: میرزا کوچک‌جنگلی انسانی بصیر و آگاه به زمان بود و علیه استعمار پیر انگلیس و تزارها جنگید و اهدافش برای خدا بود.

امام جمعه رشت با اشاره به نگاه الهی این مبارز گیلانی ابراز داشت: او برای خدا قیام کرد و انسانی وارسته و پایبند به ارزش‌ها بود و هر کسی که حتی شناخت کمی با اخلاق و سیره او داشت، شیفته او و مرامش می‌شد.