روایت هایی از دوازدهمین نمایشگاه نوشت افزار تهران؛ از تنوع محصولات و کیفیت تا استقبال خانواده ها از طرح های ملی

«ایران نوشت»؛ سفیر هویت روی میز دانش آموزان

عکس: مهر

گزارش

مرجان قندی
گروه گزارش

دوازدهمین دوره نمایشگاه «ایران‌نوشت» در مصلای تهران، امسال فقط رویدادی تجاری برای تأمین اقلام تحصیلی نیست؛ امسال این نمایشگاه به بستری برای روایت هویت و معرفی الگوهای بومی تبدیل شده است. بازتاب داستان قهرمانانی مثل شهدای مظلوم میناب، شهدای جنگ رمضان و تصاویر رهبرشهید روی جلد دفاتر، نشان می‌دهد این رویداد در پی پاسخ به نیاز عمیق نسل جدید به قهرمانان ملموس و واقعی است. این نمایشگاه که تا ۳۱ شهریورماه همزمان در پایتخت و ۹ استان کشور برپاست، نوشت‌افزار را از یک کالای مصرفی به سفیری برای انتقال میراث معنوی ایران تبدیل کرده است؛ رویدادی که در آن، بیش از ۲۰۰ تولیدکننده علی‌رغم افزایش قیمت مواد اولیه، با کاهش حاشیه سود خود تلاش می‌کنند قیمت‌ها مانع دسترسی دانش‌آموزان به این محصولات فرهنگی و معنابخش نشود.

در شلوغی راهروهای نمایشگاه، صدای هیجان‌زده و اشتیاق دانش‌آموزان، به‌عنوان مخاطبان اصلی، همه جا حس می‌شود. مثل پسری که چشمانش با دیدن دفترهایی که طرح موشک و نمادهای حماسی دارد، برق می‌زند و با اصرار دست مادرش را به سمت قفسه دفترها می‌کشد. عماد، دانش‌آموز کلاس چهارمی با هیجان می‌گوید: «امسال دیگر دفترهای کارتونی تکراری نمی‌خواهم. آمده‌ام تا برای درس‌های علوم و ریاضی، دفترهایی با طرح موشک بخرم؛ چون حس می‌کنم این دفترها به من قدرت و حس قهرمان بودن می‌دهند.»

مادرش با لبخندی از سر رضایت می‌گوید: «ما هر سال برای خرید لوازم تحریر به این نمایشگاه می‌آییم، اما امسال تنوع و جذابیت طرح‌ها طوری است که بچه‌ها با اشتیاق می‌خواهند همه آنها را انتخاب کنند. مزیت اصلی نمایشگاه این است که هم تنوع طرح‌ها بسیار بالاست و هم قیمت‌ها نسبت به مغازه‌های معمولی، بسیار مناسب‌تر است.» در همان غرفه دختری ۱۱ ساله که دفترهایی با تصویر شهدای دانش‌آموز میناب را برداشته، درباره دلیل انتخابش می‌گوید: «دیدن عکس این شهیدان حس خوبی به من می‌دهد؛ دوست دارم وقتی توی این دفتر مشق می‌نویسم، مثل همین‌ها قهرمان باشم.»

کمی آن‌طرف‌تر، برادر بزرگ‌ترش با دقتی بیشتر، کیفیت کاغذ دفترها را بررسی می‌کند. او که نگاهش به رقابت کالای ایرانی با برندهای خارجی دقیق‌تر است، می‌گوید: «کیفیت کاغذها و تنوع طرح‌ها واقعاً نسبت به قبل بهتر شده، اما اگر می‌خواهند سلیقه ما دبیرستانی‌ها را هم کاملاً پوشش بدهند، باید به سمت طراحی‌های مدرن‌تر و امروزی بروند. ما دلمان می‌خواهد محصولی که می‌خریم، در عین ایرانی بودن، شیک و به‌روز هم باشد.»

در غرفه کناری، پدری که با سه فرزندش مشغول انتخاب کیف مدرسه هستند، می‌گوید: «بچه‌ها در سال تحصیلی هر روز با این نوشت‌افزارها زندگی می‌کنند، برای همین علاوه بر کیفیت کیف و وسایلی که برایشان تهیه می‌کنیم باید به نماد و عکس‌های روی وسایل‌شان هم دقت کنیم چون اگر هر الگویی جلوی چشمشان باشد، هویتشان با همان‌ها شکل می‌گیرد. اینکه تصویر قهرمان‌های خودمان روی وسایل نقش بسته، برای خانواده‌ها ارزشی فراتر از یک خرید صرف دارد.»

او درباره وضعیت امسال قیمت‌های لوازم تحریر می‌گوید: «قیمت‌ها و می‌گوید: «نازنین کلاس سوم است. وقتی ماجرای بمباران مدرسه شجره طیبه و دانش‌آموزان شهید میناب را شنید خیلی ناراحت شد و حالا آنها را قهرمان‌های واقعی خودش می‌داند. برای همین، من این خرید را یک نوع سرمایه‌گذاری فرهنگی می‌دانم تا دخترم قهرمان‌های واقعی‌اش را بشناسد.»

در غرفه‌ای دیگر مادری به همراه دختر و پسر نوجوانش به دقت لیست قیمت‌ها و دفاتر را برانداز می‌کند، او با اشاره به تخفیف‌های درج‌شده روی کالاهای

نسبت به پارسال تغییر کرده، اما تنوع و کیفیت کارها بهتر شده است. اینجا دست خانواده‌ها برای انتخاب باز است چون محصولات با قیمت‌ها و کیفیت‌های متنوعی عرضه شده‌اند و هر کس می‌تواند بر اساس نیاز و بودجه‌ای که دارد، بهترین گزینه را برای فرزندش انتخاب کند.» در سالن بعدی، مادری با دقت و وسواس مشغول بررسی دفترهایی است که دخترش انتخاب کرده و همزمان قیمت‌های درج‌شده روی پلاکارد بالای غرفه را برانداز می‌کند. او می‌گوید: «راستش اول که آمدم، با دیدن قیمت‌ها کمی مردد شدم؛ اما وقتی دیدم دخترم به جای شخصیت‌های کارتونی خارجی، خودش دست گذاشته روی طرح این شهدا، دیگر حساب و کتاب قیمت‌ها از یادم رفت.»

مادر، دفتر را به سمت دخترش می‌گیرد نمایشگاه می‌گوید: «امسال مدیریت هزینه‌ها برای آغاز سال تحصیلی چالش اصلی خانواده‌هاست. غرفه‌دارها می‌گویند گرانی کاغذ روی کل بازار تأثیر گذاشته، اما وجود بسته‌های تخفیفی و طرح‌های ایرانی باعث شده بچه‌ها راحت‌تر با محصولات ارتباط برقرار کنند و دست‌کم بخشی از خریدها مقرون‌به‌صرفه تمام شود.»

در میان شلوغی سالن و صدای همهمه بازدیدکننده‌ها، مردی میانسال گوشه‌ای ایستاده و در حال چک کردن لیست خریدی است که در دست دارد. او همراه با دو فرزند دانش‌آموزش به نمایشگاه آمده تا خریدهای سال تحصیلی را نهایی کند. او درباره نمایشگاه می‌گوید: «راستش را بخواهید، با توجه به شرایط اقتصادی و قیمت‌های بالا، اول کمی نگران بودم. با همسرم برای تهیه تمام لوازم‌تحریر و کیف دو فرزندمان، بودجه‌ای در نظر گرفتیم اما نگران بودیم با این مبلغ، نتوانیم وسایلی باکیفیت و خوب تهیه کنیم که بچه‌ها هم دوست‌شان داشته باشند. اما وقتی وارد نمایشگاه شدیم و گشتی در میان غرفه‌ها زدیم، دیدیم که برخلاف تصورمان، قیمت‌ها منصفانه‌تر از آن چیزی است که فکر می‌کردیم. با همین بودجه‌ای که داشتیم، توانستیم نه تنها همه نیازهای اصلی‌شان را بخریم، حتی توانستیم چند قلم کالای باکیفیت، با طرح‌های جذاب و فانتزی که خودشان خیلی دوست داشتند هم بخریم.»

> یک تولیدکننده کوله مدارس: ما می‌دانیم فشار اقتصادی بر خانواده‌ها وجود دارد، اما هنر تولید ملی این است که اجازه ندهد این فشار، کیفیت یا هویت کار را قربانی کند

او از تجربه خریدش در این نمایشگاه می‌گوید: «برخلاف نگرانی‌های اولیه، از تنوع محصولات و به‌ویژه قیمت‌ها رضایت کامل دارم. امسال هم خوشبختانه بچه‌ها با آرامش خاطر می‌توانند سال تحصیلی جدید را شروع کنند؛ چون هم کیفیت خریدمان خوب است و هم از نظر اقتصادی، مدیریت بودجه‌مان با موفقیت انجام شد.»

در کنار مجسمه شخصیت کمیک ایرانی در غرفه‌ای که شعار «قهرمان باش، رویاتو بساز!» دختر نوجوانی در حال عکس گرفتن است، او می‌گوید: «خیلی خوشحالم که بالاخره کاراکترها و شخصیت‌های ایرانی دارند جای انیمیشن‌های خارجی را می‌گیرند. به نظر من تصویرسازی این جلد دفاتر به اندازه نمونه‌های خارجی جذاب است. من و دوستانم تصمیم داریم همه دفترهایمان را از این طرح‌های جدید بگیریم.»

در غرفه دیگر پدربزرگی در کنار نوه کلاس‌اولی خود، با دقت مشغول انتخاب برچسب‌ها هستند؛ کیسه‌های سنگین در دستشان، گویای خرید مفصل آن‌هاست. او با وجود ابراز رضایت از کیفیت محصولات، درباره شرایط غرفه‌ها گله می‌کند و می‌گوید: «من سه نوه دارم که امسال نوبت مبینا خانم است که کلاس اولی است و طبق رسم خانوادگی‌مان آمدیم که خرید سال تحصیلی را با هم انجام بدهیم. امسال کیفیت کاغذها و دوخت و جنس کیف‌ها نسبت به سال‌های گذشته خیلی بهتر شده و بچه‌ها با دست‌های پر از خرید به خانه برمی‌گردند. اما اگر سیستم سرمایشی سالن‌ها تقویت می‌شد و در ورودی مصلی، تابلوهای راهنمای بیشتری برای تفکیک بخش‌های نمایشگاه نصب می‌شد، تجربه خرید برای خانواده‌ها بسیار لذت‌بخش‌تر می‌شد.»

> وقتی خانواده‌ای کالای ایرانی می‌خرد، در واقع دارد چرخ یک کارگاه کوچک داخلی را می‌چرخاند و به استقلال اقتصادی این صنعت کمک می‌کند. این پیوند میان مردم و تولیدکننده‌ها، همان چیزی است که این نمایشگاه را از یک نمایشگاه ساده متمایز می‌کند

طرح‌های ملی، پرفروش‌ترین ستاره‌های نمایشگاه نوشت‌افزار

یکی از غرفه‌های نمایشگاه که از تولیدکنندگان قدیمی در حوزه لوازم تحریر است و از بقیه شلوغ‌تر به‌نظر می‌آید، انگار که نوآوری در طراحی را شعار خود قرار داده است. این تولیدکننده درباره محصولات خود، بویژه کیف‌های هندزفری و دفاتر با طرح‌های ویژه، می‌گوید: «امسال تمرکز ویژه‌ای روی طراحی نشان‌های هویت ملی در لوازم تحریر داشتیم. طرح‌های موشکی و وطن فراتر از تصور ما مورد استقبال دانش‌آموزان و خانواده‌ها قرار گرفت. طوری که سرعت فروش محصولات بسیار بالا بود و بخش زیادی از تولیدات‌مان در همان روزهای ابتدایی به فروش رفت و تمام شد.»

این تولیدکننده با اشاره به سرعت بالای فروش کالاهایشان در نمایشگاه می‌گوید: «از ۱۰۰۰ نسخه تولید شده، تا این لحظه ۷۰۰ عدد به فروش رسیده و با توجه به تقاضای بالا، خط تولید برای تأمین نیاز مابقی بازار همچنان در حال فعالیت است.»

او درباره فرآیند طراحی و قیمت‌گذاری می‌گوید: «این طرح‌های خاص، حاصل همکاری تیم‌های خلاق و طراحان آشنا با هویت برند خودمان است. با وجود تحریم‌های زیاد در بازار کاغذ و افزایش هزینه‌های تولید، تمام تلاش خود را کردیم که با نگاهی منصفانه، قیمت‌ها را برای خانواده‌ها بگذاریم؛ موضوعی که طبق مشاهده‌ای که داشتیم، با رضایت مشتریان همراه شده است.»

یکی دیگر از تولیدکنندگان پرکار نمایشگاه، از تضاد میان استقبال پرشور مردم و محدودیت‌های موجود برای تولیدکننده‌ها می‌گوید: «با اینکه امسال استقبال خانواده‌ها از نمایشگاه بی‌نظیر و عالی بود، اما نبود طرح‌های محبوب بین بچه‌ها مثل شخصیت‌های انیمیشنی و فوتبالی باعث شد نزدیک به ۷۰ درصد از فروش محصولات فانتزی ما از دست برود.»

او با اشاره به فضای حماسی امسال در نمایشگاه می‌گوید: «دفاتر با طرح‌های حماسی و ملی، رکورد فروش را شکستند و بیشتر مشتریان را راضی نگه داشتند.» او درباره چالش قیمت‌ها در سال جدید می‌گوید: «با وجود جهش ۵ برابری قیمت کاغذ نسبت به سال گذشته، تولیدکنندگان تلاش کرده‌اند با حفظ قیمت دو برابری (رسیدن از ۷۰ به حدود ۱۴۰ هزار تومان) و با کمترین حاشیه سود ممکن، در کنار خانواده‌ها باشند تا بچه‌ها با بهترین کیفیت، دفترهای خود را تهیه کنند.»

جای خالی تبلیغات برای نمایشگاه

در گوشه‌ای از نمایشگاه، تولیدکننده‌ای که بیش از ۳۰ سال است در صنعت تولید کوله‌پشتی مدرسه و دانشگاه فعالیت می‌کند از خستگی ناشی از گرمای داخل غرفه‌ها گلایه می‌کند و می‌گوید: «برخلاف نمایشگاه ماه مهر در شبستان دیگر مصلی که با هوای مطبوع و امکانات رفاهی مناسب برگزار شده، شرایط گرمای شدید در این سالن، بازدیدکننده‌ها را کلافه کرده است؛ به‌طوری که حتی خود غرفه داران هم در برابر این شرایط کلافه شده‌اند. اما فراتر از این مشکل، نبود تبلیغات کافی برای نمایشگاه است که جای گلایه دارد. اگر تبلیغات کافی برای معرفی نمایشگاه و غرفه‌ها انجام می‌شد، استقبال مردم به‌مراتب بیشتر از اینها بود.»

این تولیدکننده که محصولات خود را در دو طیف اکونومی که قیمت آنها از یک میلیون و ۶۸۰ هزار تومان تا مدل‌های باکیفیت‌تر که قیمت آنها تا ۳ میلیون و ۸۸۸ هزار تومان است، عرضه می‌کند، می‌گوید: «مشتریان ما عمدتاً از قشر متوسط رو به بالا هستند، اما با یک اطلاع‌رسانی درست در سطح شهر، استقبال می‌تواند بسیار فراتر از این باشد. چون ما در نمایشگاه تخفیفاتی روی محصولات‌مان گذاشته‌ایم که هر خانواده با هر بودجه‌ای امکان خرید دارد.»

او با اشاره به چالش‌های مسیر تولید ملی می‌گوید: «حمایت از تولید ملی فقط نباید در حد شعار باشد؛ تولیدکننده امروز با نرخ تورم مواد اولیه و نوسانات بازار درگیر است. با این حال، ما سعی کرده‌ایم با مدیریت هزینه‌ها، محصولات را در رنج‌های قیمتی مختلف عرضه کنیم. امروز در این نمایشگاه، خانواده‌ها با سبد متنوعی روبه‌رو هستند؛ از مدل‌های اقتصادی که کاملاً مقرون‌به‌صرفه هستند تا مدل‌های باکیفیت‌تر و بادوام‌تر. ما می‌دانیم فشار اقتصادی بر خانواده‌ها وجود دارد، اما هنر تولید ملی این است که اجازه ندهد این فشار، کیفیت یا هویت کار را قربانی کند.»

این تولیدکننده می‌گوید: «وقتی خانواده‌ای کالای ایرانی می‌خرد، در واقع دارد چرخ یک کارگاه کوچک داخلی را می‌چرخاند و به استقلال اقتصادی این صنعت کمک می‌کند. این پیوند میان مردم و تولیدکننده، همان‌چیزی است که این نمایشگاه را از یک نمایشگاه ساده متمایز می‌کند.»

او با تأکید بر سابقه ۳۰ ساله و کیفیت دوخت محصولاتشان، می‌گوید: «هدف ما ارائه محصولی است که دانش‌آموزان با اطمینان از آن خرید کنند، اما ناراحتیم که امسال، قدرت حضور در نمایشگاه، به دلیل ضعف در بازاریابی، به اندازه سال‌های گذشته نیست.»

نمایشگاه «ایران نوشت» جایی برای هر سلیقه و بودجه

برش

در آستانه سال تحصیلی جدید، نمایشگاه ایران نوشت با تنوع بالا از محصولات روبه‌رو است؛ تنوعی که به خانواده‌ها اجازه می‌دهد متناسب با نیاز و بودجه خود، بهترین انتخاب را داشته باشند. از اقلام کاربردی و اقتصادی تا محصولات فانتزی و جذاب، هر خانواده می‌تواند تجربه‌ای دلخواه از خرید را رقم بزند. بررسی‌ها در نمایشگاه نوشت‌افزار تهران نشان می‌دهد که امسال، تنوع محصولات به حدی است که شکاف میان بودجه‌های مختلف به خوبی پوشش داده شده است. برای خانواده‌هایی که به دنبال تهیه اقلام کاربردی و باکیفیت با قیمت مناسب هستند، گزینه‌های بسیار متنوعی در دسترس است. برای نمونه، خرید لوازم اصلی شامل مداد، پاک‌کن و دفتر، با بودجه‌ای در حدود ۱ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان به‌راحتی امکان‌پذیر است.

مدادرنگی هم یکی از اقلام اصلی لیست لوازم‌تحریر کلاس اول است که یک بسته شش‌عددی بین ۷۰ تا ۱۲۰ هزار تومان قیمت دارد. بسته‌های ۱۲ رنگ از حدود ۱۴۰ هزار تومان شروع می‌شوند و در مدل‌های گران‌تر به ۴۰۰ هزار تومان می‌رسند. مدل‌های جعبه‌استوانه‌ای هم در گروه گزینه‌های گران‌تر قرار دارند و قیمت آنها تا ۶۰۰ هزار تومان می‌رسد.

خرید دفتر هم با توجه به تعداد برگ و طرح آن متفاوت است. دفترچه یادداشت ساده حدود ۶۰ هزار تومان قیمت دارد، اما نمونه‌های فانتزی و طرح‌دار معمولاً بین ۱۳۰ تا ۱۸۰ هزار تومان به فروش می‌رسند. دفتر ۶۰ برگ سیمی حدود ۱۰۰ هزار تومان هزینه دارد و مدل‌های طرح‌دار و فانتزی آن تا حدود ۲۰۰ هزار تومان عرضه می‌شوند. دفترهای ۸۰ برگ در بازه ۱۳۰ تا ۲۸۰ هزار تومان قرار دارند. در صورتی که خانواده‌ها مدل‌های کارتونی و انیمه‌ای را انتخاب کنند هزینه بیشتری باید بپردازند و این دفترها حدود ۲۲۰ تا ۳۰۰ هزار تومان فروخته می‌شوند.

از سوی دیگر، برای دانش‌آموزانی که به دنبال هیجان و اقلام فانتزی هستند، بازار محصولات فانتزی بسیار پررنگ شده است. این محصولات با طرح‌های جذاب و رنگ‌های متنوع، تجربه‌ای متفاوت از مطالعه را رقم می‌زنند. در این دسته، از پاک‌کن‌های ژله‌ای و طرح‌دار ۱۸۰ تا ۲۲۰ هزار تومان گرفته و جامدادی‌های خاص، طیف گسترده‌ای از انتخاب‌ها وجود دارد که می‌تواند هزینه‌ها را تا حدود ۳ میلیون تومان و بیشتر مدیریت کند. این تنوع محصول، نشان می‌دهد نمایشگاه می‌تواند پاسخگوی نیازهای مختلف نسل جوان باشد؛ جایی که هر دانش‌آموز می‌تواند بر اساس سلیقه شخصی خود، لوازم تحریر یک سال تحصیلی را انتخاب و تهیه کند.

نگاهی علمی و جامعه‌شناختی به مسأله غذا دادن به حیوانات شهری

مهربانی واقعی یعنی چه؟

گزارش

گروه گزارش

شهر به عنوان یک اکوسیستم انسان‌ساخت، مسئولیت‌های ویژه‌ای برای هر کدام از ما به همراه دارد. در میان بحث‌های احساسی درباره غذا دادن به حیوانات شهری، خطرات جدی سلامت عمومی و پیامدهای علمی نادیده گرفته می‌شود. مجتبی طباطبایی، مدیر بخش ترویج بیمارستان دامپزشکی مرکزی تهران معتقد است که مناقشات پیرامون حیوانات شهری، از جمله مسأله غذا دادن، بیش از آنکه به ریشه مشکلات بپردازد، بر اختلافات دامن می‌زند.

طباطبایی به موضوع پیچیده غذا دادن به حیوانات شهری اشاره می‌کند و می‌گوید: «این بحث معمولاً با پیشداوری‌ها و واکنش‌های احساسی همراه است؛ به طوری که برخی آن را نشانه‌ای از مهربانی و مسئولیت‌پذیری می‌دانند و برخی دیگر آن را عامل اصلی افزایش جمعیت حیوانات یا بروز مشکلات شهری معرفی می‌کنند.»

او با بیان اینکه واقعیت، پیچیده‌تر از این دوگانه‌های ساده است، به فقدان شواهد علمی قوی و قطعی در حمایت یا رد بسیاری از ادعاهای مطرح‌شده، اشاره می‌کند و می‌گوید: «تبدیل شدن این موضوع به یکی از محورهای دائمی مناقشات رسانه‌ای و اجتماعی، بیش از آنکه بازتابی از زیست‌شناسی یا رفتار حیوانات باشد، نشان‌دهنده ضعف در گفت‌وگوی سازنده، کاهش رواداری اجتماعی و همچنین خلأ مرجعیت علمی مؤثر در این حوزه است.»

از مداخله احساسی تا مسئولیت مدنی در اکوسیستم انسان‌ساخت

طباطبایی توضیح می‌دهد: «در سال‌های اخیر، نه‌تنها تعارض میان شهروندان علاقه‌مند به حیوانات و شهروندان نگران از حضور آنها به شکلی سازنده و مبتنی بر شواهد مدیریت نشده است، بلکه گاهی افرادی تحت عنوان کارشناس ظاهر شده و به جای کمک به حل مسأله یا کسب دانش و بیان مسئولانه شواهد علمی، صرفاً یکی از دو سوی این دوگانه را برگزیده و به تخطئه سوی دیگر پرداخته‌اند.»

او نتیجه چنین فضایی را تشدید قطبی‌سازی و دورشدن از گفت‌وگوی مبتنی بر واقعیت و شواهد می‌داند و می‌گوید: «در این میان، آنچه بیش از همه مغفول مانده، مسأله اصلی یعنی تأمین سلامت انسان و حیوانات و ایجاد بسترهای لازم برای زیستی هماهنگ و مسئولانه در محیط‌های شهری است.»

> زمانی که یک بحث جنجالی و احساسی جایگزین پرداختن به عوامل واقعی و راهکارهای مؤثر می‌شود، انرژی جامعه صرف منازعه بر سر پاسخ یک سؤال اشتباه می‌شود، در حالی که مسأله اصلی همچنان بدون پاسخ باقی می‌ماند

مدیر بخش ترویج بیمارستان دامپزشکی مرکزی تهران توضیح می‌دهد: «شهر، طبیعت بکر و دست‌نخورده نیست، در واقع شهر یک اکوسیستم انسان‌ساخت است؛ محیطی که شکل‌گیری آن، منابع غذایی موجود در آن، الگوی تولید پسماند، معماری، فضاهای سبز و حتی حضور بسیاری از گونه‌های جانوری، نتیجه مستقیم فعالیت انسان است. بنابراین پرسش اصلی هنگام صحبت درباره حیوانات شهری این نیست که آیا انسان باید در طبیعت دخالت کند یا نه، بلکه این است که در محیطی که خودمان ساخته‌ایم چه مسئولیتی در قبال پیامدهای آن داریم.»

طباطبایی با اشاره به اینکه بسیاری از حیوانات شهری، به‌ویژه سگ‌ها و گربه‌ها، گونه‌های اهلی هستند که طی هزاران سال در کنار انسان تکامل یافته‌اند، توضیح می‌دهد: «حضور آنها در شهرها مانند حضور خود انسان از نتایج تمدن بشری و بخشی از رابطه تاریخی و اجتماعی میان انسان و حیوان است. از این رو، نمی‌توان تمام مسئولیت را بر دوش حیوانات گذاشت و نقش رفتارها و تصمیم‌های انسانی را نادیده گرفت.»

دوگانه‌ای که اصل ماجرا را پنهان می‌کند

او در خصوص رویکردهای نوین مدیریت حیوانات شهری می‌گوید: «این رویکردها بر مدیریت مسئولانه رابطه میان انسان، حیوان و محیط شهری و تأمین سلامتی برای همه زیست‌مندان استوارند. در این چارچوب، مفهومی به نام تغذیه مسئولانه نیز مطرح می‌شود.»

طباطبایی درباره تغذیه مسئولانه توضیح می‌دهد: «این به معنای رها کردن هر مقدار غذا در هر مکانی نیست، تغذیه مسئولانه به معنای توجه همزمان به رفاه حیوانات، بهداشت محیط، سلامت عمومی و کاهش تعارضات اجتماعی است. غذا دادن مسئولانه باید با رعایت اصول بهداشتی، جمع‌آوری باقی‌مانده غذا، جلوگیری از آلودگی محیط، انتخاب مکان‌های مناسب و هماهنگی با برنامه‌های واکسیناسیون، مراقبت‌های دامپزشکی و مدیریت جمعیت همراه باشد.»

مدیر بخش ترویج بیمارستان دامپزشکی مرکزی تهران می‌گوید: «مسأله اصلی در شدت گرفتن این دوگانه کاذب، انتخاب یکی از دو سوی آن نیست، مشکل اصلی مواقعی است که یک موضوع محدود و نسبتاً فرعی، جایگزین پرداختن به مسائل بنیادین شده است. جمعیت حیوانات شهری و انتقال بیماری‌ها و مخالفت گروهی از جامعه با غذا دادن یا ندادن به حیوانات پدیده‌هایی پیچیده و چندعاملی هستند که تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل قرار دارند. تقلیل همه این مسائل به دوگانه ساده «غذا دادن یا غذا ندادن» نه‌تنها کمکی به حل آنها نمی‌کند، بلکه توجه افکارعمومی را از عوامل اصلی منحرف می‌کند.»

این پژوهشگر محیط زیست که عضو کمیته ملی مبارزه با هاری کشور است، به بحث هاری نیز اشاره می‌کند و می‌گوید: «با یک جست‌وجوی ساده درباره هاری در رسانه‌های کشور می‌توان ده‌ها و بلکه صدها یادداشت و گزارش پیدا کرد که حتی موضوع هاری را هم به همین دوگانه تقلیل داده‌اند؛ در حالی که حتی کوچک‌ترین اشاره‌ای به تنها راهکار اثبات‌شده و مورد تأیید جهانی برای کنترل و حذف هاری، یعنی واکسیناسیون ۷۰ درصد از جمعیت سگ‌ها نمی‌شود.»

او می‌گوید: «این دقیقاً همان خطری است که در بسیاری از چالش‌های سلامت عمومی مشاهده می‌کنیم؛ زمانی که یک بحث جنجالی و احساسی جایگزین پرداختن به عوامل واقعی و راهکارهای مؤثر می‌شود انرژی جامعه صرف منازعه بر سر پاسخ یک سؤال اشتباه می‌شود، در حالی که مسأله اصلی همچنان بدون پاسخ باقی می‌ماند.»

طباطبایی با این هشدار که اگر قرار باشد سال‌ها درباره غذا دادن یا غذا ندادن بحث کنیم اما از واکسیناسیون، رفتار مسئولانه با حیوانات، آموزش عمومی، پیشگیری از رهاسازی حیوانات و تقویت نظام‌های بهداشت و سلامت غافل بمانیم، در نهایت نه موافقان غذا دادن پیروز خواهند شد و نه مخالفان آن، می‌گوید: «این بیماری‌ها، تعارضات و مشکلات حل‌نشده خواهند بود که همچنان به حیات خود ادامه می‌دهند. در مورد هاری هم، برنده چنین وضعیتی نه حیوانات و نه هیچ‌یک از شهروندان جامعه‌اند، بلکه خود ویروس هاری خواهد بود.»