

## آمادگی اصفهان برای میزبانی جشنواره‌های سینمایی

استادار اصفهان از آمادگی این استان برای برگزاری جشنواره ها و رویدادهای سینمایی خبر داد.

مهدی جمالی نژاد با اشاره به دیدار اخیر خود با محمدصادق کوچکزاد معاون هنری حوزه هنری کل کشور و امیررضا مافی قائممقام‌سازمان سینمایی‌سوره‌آز بررسی ظرفیتهای گسترده این استان در حوزه سینما و اقدامات قابل اجرا برای شکوفایی آن ها در این نشست خبر داد.
استادار اصفهان لوکشن‌های طبیعی و تاریخی، گنجینه فرهنگی، زیرساخت‌های فنی و نیروی انسانی متخصص را از جمله این ظرفیت ها برشمرد و افزود در این زمینه از فیلمسازان جوان اصفهانی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سرمایه های هنری استان حمایت می‌شود.
جمالی نژاد استفاده از ظرفیت هنرمندان برای تولید محصولات سینمایی با هدف معرفی اصفهان را از دیگر محورهای این دیدار بیان کرد.
به گفته او، امکان‌سنجی برگزاری چند جشنواره سینمایی در اصفهان و میزبانی از رویدادهای فرهنگی نیز در این دیدار رابرتی شد.

## ۲ هزار جلد کتاب بین شهرستان‌های اصفهان توزیع شد

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان از توزیع ۲ هزار و ۲۰۰ عنوان کتاب به‌صورت رایگان بین شهرستان‌های این استان در سه ماه ابتدای سال جاری خبر داد.
سید مهدی سیدین‌نیا اظهار داشت: این کتابها از طریق معاونت فرهنگی وزارتخانه و خرید استانی تأمین و بااولویت شهرستان‌ها بین ادارات، مؤسسات فرهنگی هنری غیر دولتی و انجمن‌ها توزیع شده است تا دسترسی به منابع مکتوب در مناطق مختلف استان عادلانه‌تر شود. او با بیان اینکه همه دریافت‌کنندگان این کتاب‌ها غیر دولتی بوده‌اند، افزود: توزیع رایگان کتاب از موثرترین راههای نهادینه‌سازی فرهنگ مطالعه در استان بوده که در این مسیر، بیشترین سهم به شهرستان‌های اختصاص یافته است.مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان با مروری بر وضعیت نشر در استان بیان کرد: در سال ۱۴۰۴، پنج هزار و ۱۹۹ عنوان کتاب مجوز گرفتند که سه هزار و ۸۱۸ عنوان از آن‌ها منتشر شد.سیدین‌نا ادامه داد: در سال جاری نیز تاکنون برای یک هزار و ۶۵۵ عنوان کتاب مجوز صادر و یک هزار و ۹۱ عنوان منتشر شده است که این موضوع عزم جدی برای رونق صنعت نشر در استان را نشان می‌دهد.او به بارزها رگرز نشدن نمایشگاه کتاب استانی نیز گفت: نمایشگاه کتاب به دلیل هزینه‌های سنگین و محدودیت اعتبار تا کنون محقق نشده است.اما امیدولریوم با تأمین منابع توانیوم در نیمه دوم سال این رویداد مهم فرهنگی را احیا کرد.مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان با تأکید بر این که با وجود تکنکاهای مالی، مسیر ترویج کتابخوانی متوقف نشده است، افزود: با اولویت‌دهی به شهرستان‌ها و حمایت از ناشران فعال، تلاش می‌کنیم اصفهان را به قطب پایدار نشر و مطالعه در کشور تبدیل کنیم.سیدین‌نیا هم افزایی و همراهی همه نهادهای فرهنگی و رسانه‌ای استان را برای رسیدن به این چشم انداز ضروری دانست.

## بودجه‌های محدود پاسخگوی مرمت قلعه قمیشلو نیست

مدیر گروه میراثفرهنگی انجمن ایران‌شناسی با تأکید بر ضرورت توجه جدی‌تر به وضعیت قلعه تاریخی قمیشلو گفت: بودجه‌های محدود و اندک اختصاص‌یافته برای مرمت این بنای ارزشمند پاسخگوی نیازهای آن نیست و طولانی شدن روند مرمت می‌تواند خسارت‌های جبران‌ناپذیری به بخش‌های مختلف قلعه وارد کند.

محمدمهدی کلاتری در سلسله نشست‌های «آثار تاریخی فراموش‌شده»باموضوع بررسی قلعه تاریخی‌قمیشلور تیران اظهار کرد: این قلعه یکی از بناهای ارزشمند تاریخی منطقه به شمار می‌رود که به دلیل شرایط موجود، بیش از گذشته به نگهداری، حفاظت و مرمت اصولی نیاز دارد. او افزود: محدودیت‌های مالی و کمبود اعتبارات مرمتی در سال‌های گذشته موجب شده است روند حفاظت از این اثر با سرعت مورد نیاز پیش نرود و در نتیجه، بخش‌هایی از بنا در معرض تخریب و فرسایش قرار گیرد. به گفته کلاتری، آسیب حشرات به بخش‌های چوبی قلعه نیز یکی از مشکلاتی است که باید در فرایند مرمت مورد توجه قرار گیرد، چراکه ادامه این روند می‌تواند موجب افزایش هزینه‌ای احیا و دشوارتر شدن عملیات مرمتی شود.مدیر گروه میراث‌فرهنگی انجمن ایران‌شناسی تصریح کرد:اختصاص اعتبار هفدهم‌دو متناسب با نیازهای واقعی قلعه می‌تواند سرعت عملیات مرمتی را افزایش داده و از ادامه روند تخریب جلوگیری کند. اگر این اقدام بموقع انجام شود، امکان حفظ بنا برای نسل‌های آینده و فراهم شدن زمینه بازدید مردم از این اثر تاریخی نیز افزایش خواهد یافت. او با اشاره به مشارکت خیران در مرمت بخش‌هایی از قلعه‌قمیشلو گفت:بخشی از اقدامات انجام‌شده تا حد زیادی موفق بوده است، اما برای تکمیل عملیات حفاظت و مرمت، اعتبارات بیشتری مورد نیاز است. کلاتری قلعه قمیشلو را «گنجینه در منطقه حفاظت‌شده» دانست و تأکید کرد: رسیدگی به آثار تاریخی نباید تنها در زمان بروز آسیب‌های جدی مورد توجه قرار گیرد بلکه حفاظت مستمر از این بناها باید در اولویت برنامه‌های مسئولان استانی و شهرستانی باشد. در ادامه، سیدعبدالله جلیلیان، مدیرعامل انجمن میراث فرهنگی تیران و کرون، نیز با اشاره به مشارکت مردم در مرمت قلعه تاریخی قمیشلو اظهار کرد: مردم منطقه تاکنون در قالب کمک‌های نقدی و غیرنقدی در حفاظت از این اثر مشارکت داشته‌اند، اما برای ادامه مسیر، به همراهی و مشارکت بیشتر مردم و خیران نیاز است.

## { فرهنگ و هنر }

# سینما را فقط نیم‌بها نکنید؛ تماشاگر را به سالن برگردانید

روز ملی سینما امسال در حالی با سه روز عرضه بلیت نیمبها از راه می‌رسد که مساله اصلی سینمای ایران، قیمت یک صندلی نیست؛ فاصلصلی است که میان مردم و پرده نقرهای شکل گرفته است. فاصلصلی که با تخفیف کوتاهمدت کم می‌شود، اما برای از میان رفتنش باید دوباره به تنوع فیلم‌ها، عدالت فرهنگی، اقتصاد سینما و اعتماد مخاطب‌اندیشید.

به گزارش ایرنا، سینما بیش از آنکه یک ساختمان، یک پرده سفید یا ردیفی از صندلی‌های قرمز باشد، بخشی از حافظه جمعی یک ملت است. بسیاری از ما بخشی از گذشته خود را نه با تاریخ دقیق، بلکه با نام فیلم‌هایی به یاد می‌آوریم که در دورهای از زندگی دیدیم؛ فیلم‌هایی که خندانند، ترسانند، به فکر فرو بردند و گاه تصویری ماندگار از جامعه و آدم‌های آن ساختند. به همین دلیل، ۲۱ شهریور فقط روز بزرگداشت یک هنر یا صنعت نیست؛ روز مرور رابطه مردم با آینه‌ای است که سال‌ها زندگی، امید، بحران، عشق، شکست و رویاهای آنان را بازتاب داده است. روز ملی سینما در سال ۱۴۰۵ با یک تصمیم قابل توجه همراه شده است: بلیت سینماها از ۲۰ تا ۲۲ شهریور به مدت سه روز با ۵۰ درصد تخفیف عرضه می‌شود. تصمیمی که می‌تواند سال‌ها را شلوغ‌تر کند، خانواده‌ها را دوباره کنار پرده بنشانند و برای چند روز، شور تماشای جمعی را به سینماها بازگرداند. اما پرسش مهم‌تر این است: بعد از این سه روز چه اتفاقی خواهد افتاد؟ آیا مخاطبی که با بلیت نیمبها به سالن آمده، برای فیلم بعدی نیز بازمی‌گردد؟ آیا روی پرده به اندازه کافی قصه، ژانر و شخصیت متنوع وجود دارد که سلیقه‌های مختلف را نمایندگی کند؟ و آیا سینما هنوز در سید فرهنگی خانواده ایرانی جای بلایی دارد یا به انتخابی مناسبتی و گاه بره‌زیننه تبدیل شده است؟

**✎ صندلی خالی، فقط یک عدد نیست**

کاهش مخاطب سینما را نمی‌توان تنها به گرانی بلیت نسبت داد. بهای بلیت بدون تردید در تصمیم خانواده‌ها مؤثر است، اما همه ماجرا نیست. اگر فیلمی بتواند کنج‌کاوی و اعتماد مردم را برانگیزد، مخاطب برای تماشای آن راهی سالن می‌شود؛ همان‌گونه که در سال‌های گذشته، برخی آثار توانستند صف‌های طولانی ایجاد کنند و گروه‌های مختلف جامعه را به سینما بکشانند. مساله زمانی آغاز می‌شود که مخاطب احساس کند انتخاب‌هایش محدود شده است؛ چند کم‌دلی با الگوهای مشابه، تعدادی فیلم جدی با سالن و سانس اندک و اثری که فرصت کافی برای دیدنشدن پیدا نمی‌کنند. در چنین شرایطی، آنچه کاهش می‌یابد فقط فروش گیشه نیست، بلکه عادت سینما رفتن است. بر پایه آمارهای منتشرشده از اکران امسال، سینمای ایران در بخش‌هایی از سال با افت محسوس مخاطب روبرو ر بوده است. این کاهش هشدار می‌دهد؛ چرا که افت درآمد محسوس می‌شود؛ زیرا درآمد ممکن است با افزایش قیمت بلیت روی کاغذ جبران شود، اما تماشاگری که از سالن فاصله گرفته، به‌سادگی بازمی‌گردد. هر صندلی خالی، نشانه یک انتخاب انجام‌شده است؛ فرد یا خانواده‌ای که ترجیح داده وقت و هزینه خود را جای دیگری صرف کند. سینما باید بلدان در چار این رقابیت انتخاب شده‌است.

**✎ مساله، کمبود فیلم نیست؛ کمبود انتخاب**

است

سینمای ایران ظرفیت بزرگی از فیلمسازان، نویسندگان، بازیگران و نیروهای فنی خلاق دارد. اما این ظرفیت زمانی به نتیجه می‌رسد که تنوع در تولید و اکران جدی گرفته شود. مخاطب امروز تنها یک گروه یکدست نیست. کودک و نوجوان، خانواده نسل جوان، علاقمندان سینمای اجتماعی، مخاطبان آثار دفاع مقدس، دوستداران فیلم‌های تاریخی، حادثه‌ای، علمی‌تخیلی، معمایی و انیمیشن، هر کدام انتظار متفاوتی از سینما دارند. نمی‌توان با چند نسخه مشابه برای همه آنان تصمیم گرفت و سپس از کاهش استقبال شگفت‌زده شد. کم‌دلی برای بقای گیشه ضروری است، اما اگر خنده به تنها زبان مسلط پرده تبدیل شود، بخشی از جامعه دیگر تصویر خود را در سینما پیدا نخواهد کرد. مساله حذف یا محدودکردن یک گونه نیست؛ مساله بازکردن میدان برای همه گونه‌هاست. سینمای پربرونق، سینمایی نیست که فقط یک فیلم پرفروش داشته باشد؛ سینمایی است که هر مخاطب بتواند فیلمی متناسب با علاقه خود پیدا کند.

**✎ ایران فقط تهران نیست**

روز ملی سینما فرصتی است تا از خود پرسیم: سهم همه مردم ایران از این هنر چقدر است. هنوز شهرهایی وجود دارند که سالن سینمای فعال ندارند و بسیاری از مخاطبان برای تماشای یک فیلم باید مسافت قابل توجهی طی کنند. هم‌زمان، بخش مهمی از امکانات، تبلیغات و سانس‌های مناسب در چند شهر و منطقه متمرکز شده است. اگر سینما یک کالای فرهنگی ملی است، دسترسی به آن نیز باید تا حد امکان ملی باشد. توسعه سالن‌های کوچک و کپه‌زیننه، حمایت از سینماهای فرسوده، تقویت اکران

سیار و ایجاد امکان نمایش منظم فیلم در شهرهای فاقد سینما، اقداماتی تزئینی نیستند؛ بخشی از عدالت فرهنگی‌اند. نمی‌توان از مردم خواست به سینما وفادار بمانند، در حالی که سینما در نزدیکی محل زندگی آنان حضور ندارد.

**✎ تخفیف، دعوت است؛ فیلم خوب، دلیل بازگشت**

سه روز نیمبها شدن بلیت می‌تواند دعوت خوبی برای آشتی دوباره مردم با سالن‌های سینما باشد، اما این دعوت زمانی ثمربخش خواهد بود که تجربه‌ای رضایت‌بخش در انتظار مخاطب باشد؛ از کیفیت فیلم و تنوع سانس گرفته تا وضعیت سالن، نظم نمایش و احترام به وقت تماشاگر. قیمت مناسب می‌تواند مردم را یکبار به سالن بیاورد، اما آنچه آنان را دوباره بازمی‌گرداند، فیلم خوب است. مخاطب باید احساس کند هزینه و زمانی که صرف کرده، ارزش داشته است. هیچ طرح حمایتی و تبلیغاتی نمی‌تواند برای مدت طولانی جای یک قصه اثر گذار را بگیرد. شاید بهتر باشد از رکوردهای رایالی نیاز دارد. فروش بیشتر در شرایط افزایش قیمت بلیت، لزوماً به معنای رونق نیست. شاخص اصلی سلامت سینما، تمدد آدم‌هایی است که با اشتیاق وارد سالن می‌شوند و با یک خاطره از آن بیرون می‌آیند. سه روز بلیت نیمبها می‌تواند سالن‌ها را شلوغ کند؛ اما آینده سینما در روز چهارم رقم می‌خورد؛ زمانی که تخفیف پایان یافته و تنها فیلم، کیفیت و اعتماد باقی مانده است. روز ملی سینما مبارک؛ اما بهترین هدیه به سینمای ایران، پربکرن موقت صندلی‌ها نیست. باید کاری کرد که مردم دوباره دلشان برای تاریکی سالن، روشن‌شدن پرده و تماشای یک قصه خوب تنگ شود.

**✎ مخاطب را متهم نکنیم**

یکی از سادفترین و کنش‌ها به کاهش فروش، متهم کردن مخاطب به بی‌علاقگی یا تغییر دلقه است. اما مخاطب امروز بیش از هر زمان دیگری تصویر تماشا می‌کند؛ از فیلم و سریال در پلتفرم‌ها تا

## نقالی میراثی که باید دوباره رسانه‌ای فرهنگی باشد



داستان‌های غیرآیینی نیز داشت. بر همین اساس، نقالی از نظر محتوا و مضمون به مدل‌هایی مثل نقالی حماسی، دینی و غیرآیینی تقسیم می‌شود.

**✎ نقالی به اوج رسید اما پا ورود رادیو و تلویزیون کمرنگ شد**

نقل روایت‌های پهلوانی در ایران پیشینه‌ای طولانی دارد. از گوسن‌های دوره اشکانی و ساسانی گرفته تا قصه‌گوییانی که در دوره‌های بعد داستان‌های حماسی و دینی را روایت می‌کردند. شواهد و گزارش‌ها نشان می‌دهد «نقالی» به معنای اصطلاحی آن، بیشتر از دوره صفوی به بعد دیده می‌شود. با گسترش قهوه‌خانه‌ها در دوره صفوی، نقالی به یکی از مهم‌ترین اجزاهای مردمی تبدیل شد که نقالان در این فضا، داستان‌های حماسی و پهلوانی را برای مخاطبان روایت می‌کردند. در همین دوره، نقالان علاوه بر روایت داستان‌های حماسی به روایت‌های دینی و مذهبی نیز در میان مردم پرداختند. به این ترتیب، نقالی در بستر تحولات فرهنگی و اجتماعی ایران، روایت‌های ایرانی و اسلامی را در کنار یکدیگر قرار داد و به یکی از شیوه‌های بازگویی این روایت‌ها تبدیل شد. در پژوهش‌های مربوط به طومارهای نقالی نیز حضور هم‌زمان روایت‌های ایرانی و اسلامی مورد توجه قرار گرفت. لوج رونق نقالی به دوره‌های صفوی، قاجار و سال‌های بعد از آن برمی‌گردد. نقالان با ایستادن در میان قهوه‌خانه، استفاده از حرکات بدن، تغییر لحن، شعرخوانی و به‌کارگیری چوب‌دستی، داستان را برای مخاطب به یک اجرای زنده تبدیل می‌کردند. در میان داستان‌هایی که نقالان روایت می‌کردند، داستان‌های میراث شاهنامه و به‌خصوص روایت رستم و سهراب جایگاه ویژه‌ای داشت. سهراب‌کشی با فضای اجتماعی و عاطفی مخاطبان گره خورده بود چنانکه دیوارهای قهوه‌خانه را سیاه می‌کردند.

# اصفهان‌نرو

### خبر

## محدودیت واردات مهم‌ترین چالش تولید پوشاک اسلامی

یک تولیدکننده پوشاک گفت: چالشی که ما الان در تولید داریم، این است که به خاطر این جریانات اخیر و محاصره دریایی واردکننده‌ها نتوانستند پارچه وارد کنند و پارچه نسبت به قبل کمتر شده است. حامد علیمردادی، هم‌بنیانگذار پوشاک ایرانی اسلامی «ریک‌پوش» درباره انگیزه فعالیت در حوزه تولید پوشاک ایرانی اسلامی در گفت‌وگو با خبرنگار مهر اظهار کرد: حدود هشت سال است که در حوزه پوشاک ایرانی اسلامی فعالیت داریم.

شروع کار ما هم به این صورت بود که من و همسرم همیشه دنبال ماتو یا لباس‌هایی می‌گشتیم که مقداری بلند و پوشیده باشد و در بازار پیدا نمی‌شد. از همان‌جا کار را شروع کردیم و احساس کردیم که این موضوع نیاز برخی از خانم‌های جامعه هم هست. نهایتاً همسرم، بلکه از دوستان هم می‌شنیدیم که به دنبال این نوع لباس‌ها هستند. اما متأسفانه در بازار آن لباسی که بلند باشد و پوشیدگی مدنظرشان را داشته باشد، پیدا نمی‌کردند. علیمردادی، با اشاره به توجه به سلیقه مخاطب در طراحی پوشاک ایرانی اسلامی بیان کرد: ما یکسری عبا تولید می‌کردیم که قواره‌های خیلی آزادی داشت، ولی الان آن را نمی‌پسندند و ما با توجه به نیاز روز و سلیقه مخاطب نیاز داریم تغییراتی را در طراحی‌ها انجام دهیم. بالاخره مشتری‌ها دوست دارند در عین اینکه پوشیده باشند، به‌روز باشند و به قول امروز‌ها شیک بپوشند. برای همین، ما یکسری از محصولاتمان یا یکسری از پارچه‌هایی که ما اخیراً داریم استفاده می‌کنیم، با توجه به سلیقه و نیاز آن جوانی انتخاب می‌کنیم که می‌دانیم دوست دارد شیک بپوشد و به‌روز بپوشد، ولی در عین حال پوشیدگی برایش اهمیت دارد. این تولیدکننده پوشاک، با اشاره به یکی از دلایل کمبود تولیدکنندگان پوشاک ایرانی اسلامی بیان کرد: همین‌طور که ما در جامعه شاهد هستییم، شاید سسی درصد افراد به پوشش کامل اهمیت می‌دهند. در حال حاضر غالب جامعه، مخصوصاً نوجوانان ما، این‌طور نیستند که طرفدار چنین پوششی باشند. به همین دلیل، عرضه‌کنندگان پوشاک اسلامی نسبت به تولیدکننده محصولاتی مثل توپینگ، سبب‌ت‌شرت و ماتوهای کوتاه درصدشان کمتر است. او، با اشاره به چالشی‌هایی که در حوزه تولید پوشاک ایرانی اسلامی وجود دارد گفت: چالشی که ما الان در تولید داریم، این است که پارچه نسبت به قبل کمتر شده. به خاطر این جریانات اخیر و محاصره دریایی واردکننده‌ها نتوانستند پارچه وارد کنند و به همین دلیل همین مقدار پارچه ای هم که هست به‌شدت افزایش قیمت پیدا کرده. بعضی از مواد اولیه هم دیگر کم‌کم نیست می‌شوند و آن مواد اولیه موردنیاز یا آن پارچه خاصی که می‌خواستی کم‌کم دیگر پیدا نمی‌شود. با اگر هم باشد، به خاطر اینکه کم شده قیمتش افزایش پیدا می‌کند.

علیمردادی، افزود: قیمت تمام‌شده محصولات دارد به‌شدت بالا می‌رود. به خاطر این قضیه، پارچه‌ها به‌شدت گران شده و تولیدکننده‌ها مجبورند نسبت به قبل کمتر پارچه بخرند چون از آن طرف فروش پایین آمده. از طرفی مهم‌ترین چالش، بحث قدرت خرید و معیشت مردم و اقتصاد است که مصرف‌کننده نهایی، قدرت خریدش پایین آمده و به طبع فروش ما هم کمتر شده. این تولیدکننده پوشاک، درباره علت افزایش قیمت محصولات پوشاک ایرانی اسلامی بیان کرد: این محصولات پارچه زیادی در آن‌ها استفاده می‌شود.

## گرانی کاغذ، تولید نوشت‌افزار را هم با چالش مواجه کرده است

مدیر غرفه طرفه با اشاره به افزایش روزانه قیمت کاغذ گفت: برای قیمت مواد اولیه، تولیدکنندگان نوشت‌افزار از رشدی قیمت‌گذاری و تداوم تولید با چالش مواجه کرده است.

مهدی فیروزی درباره وضعیت کاغذ مورد استفاده در تولید نوشت‌افزار گفت: بخش عمده کاغذی که در تولید محصولات این مجموعه استفاده می‌شود، خارجی و وارداتی است. افزایش جدی قیمت کاغذ، تولیدکنندگان را با مشکلات جدی مواجه کرده است. او افزود: در شرایط فعلی کشور، قیمت کاغذ به‌صورت روزانه افزایش پیدا می‌کند و حتی ممکن است طلی دو یا سه روز، قیمت هر بند کاغذ دو تا سه میلیون نوشته افزایش داشته باشد. این وضعیت باعث شده تولیدکنندگان با این مسئله مواجه باشند که محصولات خود را با چه قیمتی عرضه کنند تا بتوانند هزینه تولید مجدد همان محصولات را تأمین کنند. فیروزی ادامه داد: فروش محصولات با قیمت‌های قبلی، در شرایطی که هزینه مواد اولیه افزایش پیدا کرده است، برای آن‌ها زیاده‌ای نیست. اما برای تولیدکننده همراه با ضرر باشد و امکان ادامه تولید را دشوار کند. مدیر غرفه طرفه درباره استفاده از کاغذ ایرانی نیز گفت: اگر کاغذ ایرانی با کیفیت مناسب وجود داشته باشد، مانعی برای استفاده از آن نداریم. اتفاقاً برند ما تا حد زیادی بر استفاده از کالاهای ایرانی تمرکز کرده است و هر محصولی که نمونه ایرانی داشته باشد و بتواند از نظر کیفیت با نمونه‌های خارجی رقابت کند، برای ما قابل استفاده است.