

طلوع روزنامه فرهنگی/سیاسی/اجتماعی/ورزشی	صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر: محمدمهدی جعفری زاده
شماره استاندارد بین المللی روزنامه طلوع (شاپا) : ۸۰۰۲-۵۸۷۳ ISSN: 5873 - 8002	عضو شرکت تعاونی مطبوعات کشور
شیراز: خیابان انقلاب (نادر)/ نیش پارک انقلاب/ مجتمع رز/ طبقه اول	تلفن:۰۷۱-۳۲۳۴۴۷۷۲
کازرون: خ قدمگاه/ پایین تر از تقاطع امیر کبیر ۴۲۲۲۹۲۴۶-۰۷۱	
آدرس صفحه اینستاگرام: https://instagram.com/tolounews	پست الکترونیک: toloudaily@gmail.com
آدرس صفحه اینستاگرام: https://instagram.com/tolounews	آدرس سایت: www.tolounews.com
مروانماه اخلاقی: tolounews.com/Regulations.aspx	چاپخانه: خلیج فارس

پنجشنبه ۲۱ فروردین ۱۴۰۴ • شماره ۴۱۷۰



امروز شما



	فروردین
	اردیبهشت
	خرداد
	تیر

از ریسک کردن نباید ترسید. زیرا بخش مهمی از زندگی برپیمایی همین ریسک کردن‌ها خواهد بود. شانس با تو خواهد بود اما در هر حال باید هوشیار و مراقب موقعیت‌های خود باشی.

	مرداد
	شهریور

عاشق باید بود که عاشقی پروسه‌ای پرهیجان و تکامل بخش است. شوق تو را در معرض آزمایش و تجربه‌های مهمی قرار می‌دهد که طی آن آدمی ساخته و پرداخته می‌شود.

محوطه باستانی هگمتانه در نخستین نوروز جهانی شدن، نه تنها در لیست اماکن پربازدید کشور قرار نگرفت بلکه در میان جاذبه‌های گردشگری استان نیز همانند سال‌های قبل در جایگاه چهارم باقی ماند. به عقیده فعالان میراث‌فرهنگی و گردشگری، هگمتانه پس از جهانی شدن نیاز به معرفی متفاوتی داشت تا جایگاه خود را در میان جاذبه‌های استان و کشور پیدا کند، اما این اثر به عنوان بزرگترین محوطه تاریخی کشور نه تنها جایگاه شایسته‌ای در میان جاذبه‌های کشوری ندارد بلکه در استان همدان نیز آن‌طور که باید معرفی نشده است.

شهربورماه سال ۹۹ میراث‌فرهنگی همدان در خبری اعلام کرد ۷۰ درصد همدانی‌ها محوطه باستانی هگمتانه را از نزدیک ندیده‌اند. این خبر زنگ خطری بود برای معرفی اثری که آن روزها مسیر جهانی شدن را طی می‌کرد. اگرچه ثبت جهانی هگمتانه بستر مناسبی شد تا این محوطه در شهر همدان به خوبی معرفی شود، اما این معرفی، تنها به شهر محدود شد و حتی در استان نیز به درستی شناسانده نشد.

طبق آمار ستاد خدمات سفر استان همدان، در نوروز اسامال محوطه باستانی هگمتانه پس از غار علیصدر، آرامگاه بوعلی سینا و آرامگاه باباطاهر رتبه چهارم اماکن پربازدید جاذبه‌های گردشگری استان را کسب کرد و این در حالیست که چند سال گذشته نیز هگمتانه در همین جایگاه قرار داشته است.

اگرچه طبق آمار، ۳۲ هزار نفر در ایام نوروز از این محوطه بازدید کردند که نسبت به سال قبل رشد ۴۰ درصدی داشته است، اما این سوالات مطرح است که جهانی شدن چه تأثیری در رونق گردشگری هگمتانه داشت؟ آیا این کهن جاذبه گردشگری نباید حداقل در میان جاذبه‌های استان سیر صعودی را طی می‌کرد؟ پس از گذشت حدود ۸ ماه از جهانی شدن، چقدر تبلیغات فاخر برای این اثر کم‌نظیر انجام شد تا پیش از معرفی آن به دنیا، آن را به کشور و حتی استان خود معرفی کنیم؟

یک فعال حوزه گردشگری اظهار کرد: همزمان با جهانی شدن هگمتانه در سال قبل، این محوطه باستانی در شهر همدان به طور جدی معرفی شد اما خارج از استان هیچ کاری نه تنها برای معرفی هگمتانه بلکه برای معرفی همدان انجام نشده است. محمد صیفی‌کار در گفت‌وگو با خبرنگار ایسنا، ادامه داد: اگر هگمتانه جز اماکن پربازدید گردشگری در نوروز نبوده کوتاهی از دست‌اندرکاران استانی است که معرفی خوبی از آن انجام نداده‌اند، باید تبلیغات خوبی در خارج از مرزها می‌شد که این اتفاق نیفتاده است. وی اضافه کرد: همدان در طول تاریخ محل تضارب و تعامل تمدن‌ها، فرهنگ، ادیان، صنایع‌دستی و... بوده و هست، اما ما از این ظرفیت به درستی بهره نبرده‌ایم. صیفی‌کار با بیان اینکه هگمتانه باید با شیوه‌های



جدید تبلیغات معرفی شود، افزود: حلقه مفقوده چرایی عدم استقبال گردشگران از هگمتانه این است که ما خارج از شهر همدان، هگمتانه را به عنوان بزرگترین محوطه تاریخی کشور معرفی نکرده‌ایم. این فعال حوزه گردشگری با اشاره به اینکه در هگمتانه شواهدی از دوران ماد تا معاصر وجود دارد و اگر تاکنون آن‌طور که باید معرفی نشده است، کم کاری کرده‌ایم، تصریح کرد: برای معرفی هگمتانه به اتاق فکری متشکل از افراد باتجربه و جوانان صاحب فکر و خوش سلیقه نیاز داریم تا با جدیدترین شیوه تبلیغات این اثر جهانی را معرفی کنند، چراکه زمان تبلیغات قدیمی تمام شده و باید از ایده‌ها و نظرات جوانان بهره برد.

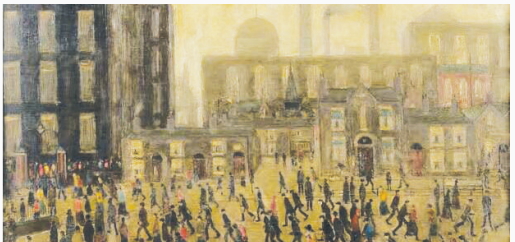
صیفی‌کار بیان کرد: در کنار معرفی غار علیصدر به عنوان یک موهبت الهی، نباید از معرفی دیگر جاذبه‌های استان غافل شویم، هگمتانه مجموعه‌ای غنی از آثار ناب مثل کلیساه‌ا، حمام ارامنه، آثار کشف شده در ادوار مختلف است و سیر تاریخی موجود در محوطه باید به بهترین شکل معرفی شود.

وی با اشاره به اینکه هگمتانه نیاز به تولید محتوای فاخر دارد، اظهار کرد: هگمتانه به معنای واقعی آماده میزبانی از مخاطبان نیست، معضل جدی پارکینگ باید حل شود تا ابتدایی‌ترین نیاز گردشگر با مشکل مواجه نشود، از طرف دیگر با ایجاد سازه‌های نو و نصب المان‌های مناسب در مجموعه و همچنین برپایی غرفه‌های نمایشگاهی فاخر می‌توان به جذب گردشگر کمک کرد.

اگرچه سال گذشته بافت تاریخی شهر همدان از پرونده ثبت جهانی جا ماند، اما جهانی شدن هگمتانه به تنهایی نیز دستاورد بزرگی بود که انتظار می‌رفت پس از جهانی شدن جایگاه بهتری در میان جاذبه‌ها پیدا کند و به کمک گردشگری همدان بیاید.

لازمه این اتفاق، معرفی بزرگترین محوطه تاریخی کشور بود که تاکنون آن‌طور که شایسته است انجام نشده و با ادامه فعالیت‌های کنونی نمی‌توان منتظر استقبال گردشگران از هگمتانه بود، تولید محتوای فاخر، تبلیغات نوین و استفاده از افراد جوان و خوش فکر در این حوزه می‌تواند هگمتانه را آن طور که باید به جهانیان معرفی کند.

حراج نقاشی یک میلیون پوندی



ماه مه به فروش برسد، صحنه‌ای از موضوع کلاسیک «لوری» را به تصویر می‌کشد.اثری با اندازه و تاریخ مشابه که سال گذشته از مجموعه HSBC به فروش گذاشته شد، ۱.۲ میلیون پوند فروخته شد. ارزش نقاشی «رفتن به کارخانه» بین ۷۰۰ هزار تا ۱ میلیون پوند برآورد شده است.

کیت والاس در دوران کودکی در حالی شام خانوادگی می‌خورد که لاوری بالای سرشان بود: «وقتی پسری هشت ساله بودم، نقاشی را در اتاق غذاخوری نگه می‌داشتیم، بنابراین هر شب سر شام آن را می‌دیدیم و احتمالاً آن زمان کمی چرک و کثیف شده بود.» نقاشی تا سال‌ها روی دیوار خانه «والاس» نصب شده بود، تا این که خانواده در سال ۲۰۱۳ میلادی این نقاشی را برای مدت طولانی به گالری Pallant House امانت دادند و عموم مردم توانستند برای نخستین‌بار بعد از ۸۰ سال آن را تماشا کنند.

رکورد گران‌ترین اثر فروخته‌شده «لوری» زمانی به ثبت رسید که نقاشی «زمانی که به مسابقه می‌رویم» به قیمت ۷۸ میلیون پوند فروخته شد.



سرای یار مهربان

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر: محمدمهدی جعفری زاده



عبداللهی نماینده مرودشت:

در آمد تخت جمشید صرف بهبود وضعیت آن شود



لازم نمایان شده بلکه در تخصیص این پرسش که چرا تخت جمشید مورد بی‌مهری قرار گرفته است، گفت: طی سال‌های متمادی شاهد کم‌توجهی و بی‌مهری آشکار به تخت جمشید بوده‌ایم. این بی‌توجهی در تخصیص ناکافی بودجه برای مرمت، نگهداری و معرفی شایسته این میراث جهانی نیز به وضوح قابل مشاهده است؛ چرا طی این سال‌ها تخت جمشید، این شناسنامه تمدن ایرانی، مورد بی‌مهری قرار گرفته است؟ چرا بودجه کافی برای حفظ و ارتقای آن در نظر گرفته نشده است؟ نتیجه این غفلت وضعیت نامطلوب کنونی است که ما را از ارائه خدمات شایسته به خیل عظیم گردشگران داخلی و خارجی باز داشته است.

وی ادامه داد: با وجود اینکه هر ساله شاهد حضور پرشور گردشگران در تخت جمشید، مقبره کوروش و نقش رستم هستیم و میلیون‌ها تومان از محل فروش بلیت و اجاره بهای مکان‌های مرتبط به دست می‌آید، این هزینه به کجا سرازیر می‌شود؟ تاکنون بخش قابل توجهی از این درآمدها برای بهبود وضعیت خود این مجموعه‌ها، توسعه زیرساخت‌های گردشگری منطقه و رفع نیازهای رفاهی گردشگران هزینه نشده است. از دولت و وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی خواستارم که نگاهی ویژه و عادلانه به این منطقه داشته باشند؛ دیگر زمان آن فرا رسیده است که درآمد حاصل از این میراث گرانبها در راستای توسعه و آبادانی خود آن و رفاه حال گردشگران هزینه شود.

نماینده مرودشت در مجلس بیان کرد: جای بسی دریغ و افسوس است که در این خطه زرخیز شاهد خاموشی چراغ تولید در بنگاه‌های اقتصادی با سابقه و تأثیرگذار بوده‌ایم. ۱۵ سال است کارخانه آزمایش مجتمع تولید گوشت مرودشت و کارخانه چرمینه، این واحدهای صنعتی که روزگاری نبض اشتغال منطقه را در دست داشتند، به واسطه واگذاری غیرکارشناسی به بخش خصوصی تعطیل شده‌اند و مالکین نیز در قبال احیای آن‌ها پاسخگو نیستند. در سالی که مزین به سرمایه‌گذاری توجیه فوری و عاجل به وضعیت اسفناک ظلمی بزرگ وی به جوانان این منطقه و نادیده‌اندگاری ظرفیت‌های عظیم تولیدی کشور است؛ ما از دولت و وزارت صمت انتظار اقدام فوری و مؤثر برای احیای این واحدهای صنعتی داریم. وی با اشاره به وضعیت عشایر گفت: این قشر اصیل با چالش‌های متعددی از جمله کمبود منابع آبی، فقدان زیرساخت‌های مناسب آموزشی و بهداشتی روبرو است. متأسفانه، این مشکلات منجر به کاهش جمعیت عشایری و مهاجرت جوانان به شهرها شده که تهدیدی جدی برای حفظ فرهنگ و شیوه زندگی سنتی آنها محسوب می‌شود. حمایت از عشایر، حمایت از ریشه‌ها و هویت ماست. بیایید با همدلی و همکاری، این مشکلات را حل کنیم و به افرادی که با عشق و علاقه به این سرزمین خدمت می‌کنند، احترام بگذاریم و شرایط زندگی‌شان را بهبود ببخشیم.