

اخبار

به مناسبت روز ملی جمعیت

امروز بلیت سینما برای چه کسانی رایگان است؟

همزمان با روز ملی جمعیت، بلیت چهار فیلم برای خانواده‌های دارای سه فرزند و بیشتر در سینماهای سراسر کشور رایگان خواهد بود.
به گزارش نورنیوز، «خانواده‌های مشمول این طرح می‌توانند از ساعت ۱۲ ظهر روز سه‌شنبه ۲۹ اردیبهشت‌ماه با مراجعه به سامانه آی‌تیکت به آدرس iticket.ir، بلیت رایگان سامنه‌های روز چهارشنبه ۳۰ اردیبهشت‌ماه (تا ساعت ۱۷) را دریافت کنند.

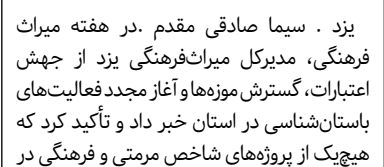
طبق اعلام روابط عمومی سازمان سینمایی، خانواده‌های مشمول می‌توانند تا سقف پنج نفر به تماشای یکی از چهار فیلم «سفر به لیمونیا»، «افسانه سپهر»، «ژولیت و صرف» و «نیم‌شب» در سینماهای سراسر کشور بنشینند.» در حال حاضر بیش از ۴۰ فیلم در سینماهای سراسر کشور اکران می‌شوند که از بین آن‌ها به «آنتیک»، «تهران کنارت»، «فماریان»، «خط‌نجات»، «تاکسیدرمی»، «کفایت مذاکرات» و «ماجراجویی در جزیره جیمزباند» می‌توان اشاره کرد.

بلیت سینما در روزهای یکشنبه و سه‌شنبه هر هفته نیمه‌بها فروخته می‌شود. قیمت بلیت سینماها در طرح جدید که از ۱۶ اردیبهشت اجرائی شده، در روزهای نیمه‌بها در سینماهای مدرن ۹۰ هزار تومان، سینماهای ممتاز ۶۰ هزار تومان و سینماهای درجه یک ۵۰ هزار تومان است. روزهای پنجشنبه، جمعه، اعیاد و تعطیل نیز قیمت در سینماهای مدرن ۱۸۰ هزار تومان، سینماهای ممتاز ۱۲۰ هزار تومان و سینماهای درجه یک ۹۰ هزار تومان است و روزهای شنبه، دوشنبه و چهارشنبه قبل از ساعت ۱۷ بلیت سینما نیمه‌بها و بعد از ساعت ۱۷ در سینماهای مدرن ۱۵۰ هزار تومان، سینماهای ممتاز ۹۰ هزار تومان و سینماهای درجه یک ۷۰ هزار تومان است.

<div><div> </div></div>	<div><div> </div></div>
<div><div> </div></div>	<div><div> </div></div>
<div><div> </div></div>	<div><div> </div></div>
<div><div> </div></div>	<div><div> </div></div>
<div><div> </div></div>	<div><div> </div></div>
<div><div> </div></div>	<div><div> </div></div>
<div><div> </div></div>	<div><div> </div></div>
<div><div> </div></div>	<div><div> </div></div>
<div><div> </div></div>	<div><div> </div></div>
<div><div> </div></div>	<div><div> </div></div>

تحول گسترده در میراث فرهنگی یزد

افزایش بودجه، گسترش موزه‌ها و آغاز مطالعات تازه باستان‌شناسی



یزد ـ سیما صادقی مقدم ـ در هفته میراث

فرهنگی، مدیرکل میراث‌فرهنگی یزد از جهش اعتبارات، گسترش موزه‌ها و آغاز مجدد فعالیت‌های باستان‌شناسی در استان خبر داد و تأکید کرد که هیچ‌یک از پروژه‌های شاخص مرمتی و فرهنگی در یزد متوقف نشده‌است.

سیدمحمد رسنگاری، مدیرکل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان یزد در نشست خبری به مناسبت روز جهانی موزه‌ها با شعار اسما«موزه‌ها، پیونددهنده جهان گسسته» اظهار داشت: اسما«شاهد رشد قابل‌توجه اعتبارات در حوزه میراث فرهنگی استان هستیم و تمامی پروژه‌های شاخص با جدیت در حال اجراست. وی اعلام کرد: مجموع اعتبارات حوزه میراث فرهنگی در سال جاری به ۲۶ میلیارد تومان افزایش یافته و بودجه مرمت آثار تاریخی نیز از ۹۶ به ۱۸۹ میلیارد تومان رسیده است. رستگاری افزود: استان یزد هم‌اکنون در حوزه حفاظت از بناهای تاریخی به یک «کارگاه فعال مرمتی» تبدیل شده و طرح‌های متعددی از جمله مرمت بازار تاریخی، برج و باروی یزد، و بقعه‌های سیدزکرن‌الدین و سید شمس‌الدین در دست اجراست.

مدیرکل میراث فرهنگی استان از آغاز مطالعات باستان‌شناسی در پنج شهرستان یزد خبر داد و گفت: این اقدام پس از وقفه‌ای چندساله از سر گرفته شده و می‌تواند در شناسایی ابعاد تازه‌ای از تاریخ کهن این سرزمین نقش‌آفرینی کند.

به گفته وی، با افتتاح دو موزه جدید در هفته میراث فرهنگی، تعداد موزه‌های فعال یزد به ۳۸ موزه رسیده و همزمان بیش از پنجاه برنامه فرهنگی و پژوهشی در سطح استان برگزار می‌شود. وی در پایان با قدردانی از مشارکت مردمی در حفاظت از آثار تاریخی اظهار کرد: اهتمام جدی اداره کل میراث فرهنگی، تبدیل یزد به الگوی ملی در بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی، گردشگری و موزه‌ای است.

بررسی نیمه تاریک و روشن آمارهای مشارکت در هفتمین نمایشگاه مجازی کتاب از جنگ و کاغذ میلیونی تا حذف بن‌های دانشجویی

صنعت نشر ایران همواره یکی از منعطف‌ترین و در عین حال آسیب‌پذیرترین بخش‌های فرهنگ کشور بوده است؛ کالبدی نیمه‌جان که در سال‌های اخیر، بارها زیر ضربات سهمگین نوسانات ارزی و تحولات ساختاری به نفس‌نفس افتاده، اما هر بار راهی برای بقا یافته است. با این حال، اردیبهشت سال ۱۴۰۵ ورق را به گونه‌ای دیگر برگرداند.

به گزارش خبرآنلاین، هفتمین نمایشگاه مجازی کتاب تهران در شرایطی آغاز به کار کرد که ایران یکی از پیچیده‌ترین، غبارآلودترین و دراماتیک‌ترین برهه‌های تاریخ معاصر خود را سپری می‌کرد. این رویداد، فراتر از یک بازارچه سالانه برای تبادل کتاب، به آیینه تمام‌نمای جامعه‌ای تبدیل شد که در تلاقی سنت و مدرنیته، و در میانه آوار اقتصادی و امنیتی پسا«جنگ، به دنبال حفظ اصالت فرهنگی خویش است.

هنوز بوی باروت بحران‌های منطقه‌ای و التهابات «جنگ رمضان» از تن تقویم کشور پاک نشده بود که ویرترین مجازی کتاب ایران گشوده شد. تصمیمی اجباری که مصادرا سوت و کور گذاشت و بار تمرکززدایی را به دوش سامانه‌های برخط و شبکه پست انداخت.

اما این تمام ماجرا نبود؛ هم‌زمانی این رویداد با طوفان سهمگین در بازار نهاده‌های تولید، شوک عظیمی را به بدنه نشر وارد کرد. جهش جنون‌آمیز قیمت کاغذ و ملزومات چاپ که بهای هر بند کاغذ را به مرزهای باورنکردنی ۱۷ میلیون تومان رساند، عملا کتاب را از یک کالای عمومی و در دسترس، به یک «کالای لوکس» در سبد خانوارهای ایرانی بدل ساخت. در این میان، جراحی نظام یارانه‌ای توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و حذف بن‌های سنتی دانشجویی به بهانه «عدالت توزیعی»، قشر فرهیخته و دانشجو را با شیب تند قیمت‌ها تنها گذاشت.

این گزارش، با تکیه بر آمارهای رسمی، پایش داده‌های شبکه شاپرک و بررسی میدانی وضعیت ناشران، تلاش می‌کند نقاب از چهره اقتصاد نشر در پسا«جنگ بردارد. ما در این واکاوی جامع، به پشت‌پرده بحران‌های اداری مانند انسداد سیستم‌تیکت در «اعلام وصول»، تازه‌های نشر، تغییر معنادر الگوی مصرف فرهنگی مردم و چالش تاب‌آوری ناشران مستقل در برابر قوانین سخت‌گیرانه سامانه‌ها خواهیم پرداخت.

نمایشگاه مجازی هفتم، بیش از آنکه به ویرترین تجاری باشد، یک کارزار تمام‌عیار برای بقای فرهنگ مکتوب است؛ آزمونی بزرگ که نشان می‌دهد پایداری دسترسی به کتاب در دوران پسا«جنگ، فراتر از شعارهای عدالت فرهنگی، نیازمند تدابیری سخت، واقع‌بینانه و ساختاریافته است.

واکاوی نظام یارانه‌ای؛ از بن‌های هدفمند تا الگوی تخفیف عمومی

تحول در ساختار تخصیص یارانه‌های دولتی، محوری‌ترین تغییر در هفتمین دوره نمایشگاه مجازی کتاب تهران محسوب می‌شود. در سال‌های گذشته، سیاست تعادل بر مبنای حمایت از گروه‌های خاص مصرف‌کننده، از جمله دانشجویان، طلاب و اعضای هیئت علمی و اهالی قلم استوار بود. با این حال، در سال ۱۴۰۵، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با تغییر جهت به سمت «عدالت توزیعی»، مدل یارانه‌ای را به شکلی عمومی بازطراحی کرد.

در بررسی تطبیقی با سال‌های گذشته، مشاهده می‌شود که در سال ۱۴۰۴، نظام یارانه‌ای به گونه‌ای بود که برای مثال دانشجویان با پرداخت ۵۰۰ هزار تومان، اعتباری معادل یک میلیون تومان (۵۰ درصد یارانه) دریافت می‌کردند. این در حالی است که در سال ۱۴۰۳ نیز، بن‌های دانشجویی و استادی و اهالی قلم علی‌رغم محدودیت‌های بودجه‌ای، نقش مهمی در تحریک تقاضا ایفا کرده بودند و آمارهای رسمی از دریافت ۱۴۸ هزار و ۹۶۶ بن‌کارت توسط گروه‌های هدف در آن دوره حکایت داشت. در دوره هفتم، این الگو جای خود را به یک نظام تخفیف ترکیبی داد. بر این اساس، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۰ درصد یارانه اعتباری تا سقف خرید ۲ میلیون تومان برای هر یک ملی (معادل ۲۰۰ هزار تومان حمایت مستقیم) در نظر گرفت که در کنار ۱۵ درصد تخفیف اجباری ناشران، مجموع تخفیف را به ۲۵ درصد رساند.

اگرچه این سیاست دایره شمول یارانه‌ها را به آحاد ملت گسترش داد، اما تحلیل‌های اقتصادی نشان می‌دهد که درصد حمایت واقعی از قشر دانشجو و پژوهشگر نسبت به سال‌های قبل به شدت کاهش یافته است.

این تغییر سیاست در حالی رخ داد که میانگین قیمت کتاب از فروردین ۱۴۰۳ تا فروردین ۱۴۰۴ رشدی ۱۱۰ درصدی را تجربه کرده و در آستانه نمایشگاه هفتم، قیمت‌ها به دلیل تورم فرایزنده بازار کاغذ، موزله و اجناس جدیدی را در نور دیده بودند.

بحران اعلام وصول و انسداد در دسترس تازه‌های نشر
یکی از چالش‌های فنی و اداری که در شروع نمایشگاه هفتم اعتراضات گسترده ناشران را به همراه داشت، مسئله «اعلام وصول» کتاب‌ها در سامانه خانه کتاب بود. در نمایشگاه‌های فیزیکی، ناشر امکان آن را دارد که کتاب تا تازه از چاپ خارج شده را مستقیما به غرفه منتقل کند؛ اما در نمایشگاه مجازی، نمایش آثار منوط به تایید سیستمی اعلام وصول در بانک اطلاعاتی است.

ناشران متعددی با هدف حضور پرقدرت در نمایشگاه، تلاش کردند آثار خود را تا اواخر فروردین و اوایل اردیبهشت به

بررسی نیمه تاریک و روشن آمارهای مشارکت در هفتمین نمایشگاه مجازی کتاب

از جنگ و کاغذ میلیونی تا حذف بن‌های دانشجویی

هفتمین نمایشگاه مجازی کتاب تهران در سال ۱۴۰۵، در بستری از پیچیده‌ترین تحولات سیاسی و اقتصادی ایران رقم خورد؛ رویدادی پسا«جنگی که با کوچ اجباری از مصلا«ی تهران به فضای آنلاین، شوک افزایش قیمت کاغذ، جهش ۴۰۰ درصدی قیمت ملزومات چاپ و تغییر پارادیم یارانه‌ها از «دانشجویان» به «عموم مردم» همراه شد. این گزارش، با کالبدشکافی آمارهای رسمی شاپرک و خانه کتاب، پشت‌پرده رقابت ناپایر سنت و مدرنیته در اقتصاد نشر و چالش‌های جدی پیش روی بقای کتاب در سبد خانوار ایرانی را واکاوی می‌کند.



مرحله نهایی چاپ برسانند. با این حال، به دلیل حجم بالای درخواست‌ها و تغییر در کاربرگ‌های کارشناسی که از سال ۱۴۰۳ آغاز شده بود، بسیاری از این کتاب‌ها در زمان مقرر موفق به دریافت اعلام وصول نشدند.

طبق گزارش‌های رسمی منتشر شده، از ابتدای سال ۱۴۰۵ تا اواسط اردیبهشت، نرخ ثبت اعلام وصول به دلیل کندی فرآیندهای اداری و ابهامات در تخصیص کاغذ دولتی با افت مواجه شد.

این ناهماهنگی باعث شد تا بسیاری از «تازه‌های نشر» که موتور محرک فروش در نمایشگاه‌ها هستند، در سامانه مجازی غایب باشند. در یک روز دیگر، محدودیت عرضه آثار به کتاب‌های منتشر شده از سال ۱۴۰۰ به بعد، فشار مضاعفی بر ناشرانی وارد کرد که به دلیل بحران‌های اقتصادی، در سال‌های اخیر نرخ تولید کمتری داشتند. در حالی که پلتفرم‌های کتاب دیجیتال اجازه عرضه کتاب‌های قدیمی‌تر را داشتند، ناشران فیزیکی با سد محدودیت زمانی مواجه شدند که این امر به نوعی تبعیض میان نشر سنتی و مدرن تعبیر شد.

طوفان در بازار کاغذ؛ از بهای ۱.۲ میلیون تا رکوردشکنی‌های پسا«جنگ

بهای کاغذ به عنوان اصلی‌ترین نهاده تولید کتاب، در بازه زمانی منتهی به نمایشگاه هفتم، نوسانات بی‌سابقه‌ای را تجربه کرد. در حالی که در ابتدای سال ۱۴۰۳، قیمت هر بند کاغذ تحریر چینی ۷۰ گرمی حدود یک میلیون و ۲۵۰ هزار تومان بود، این رقم در سال ۱۴۰۵ تحت تأثیر عوامل متعددی از جمله جنگ ارز نیما«ی برای برخی اقلام سلولزی و پیامدهای اقتصادی جنگ رمضان» به اعداد عجیبی رسید. این جهش قیمتی، نقدینگی ناشران را به شدت تحلیل برد. ناشران گزارش داده‌اند که هزینه تولید یک کتاب ۲۰۰ صفحه‌ای معمولی به حدود ۷۵۰ تا ۸۵۰ هزار تومان رسیده است. این وضعیت باعث شده است که حتی ناشران بزرگ که پیش از این ماهانه بیش از ۱۵ عنوان کتاب چاپ اول داشتند، انتشار آثار جدید خود را به حالت تعلیق درآورند؛ در این میان بعضی از ناشران مجبور شدند بعد از جنگ تعدیل نیرو کنند چرا که چرخه صنعت‌شان به کند می‌چرید دلیل هم معلو بود چرا که قیمت تمام‌شده کتاب به قدری بالا رفته که عملا آن را به یک «کالای لوکس» تبدیل کرده است.

جنگ رمضان و تاب‌آوری اقتصادی؛ چرایی مجازی شدن نمایشگاه
برگزاری هفتمین دوره نمایشگاه کتاب تهران به صورت مجازی، تصمیمی بود که در سایه شرایط ویژه امنیتی و اقتصادی ناشی از «جنگ رمضان» اتخاذ شد. این درگیری که از ۹ اسفند ۱۴۰۴ آغاز و تا ۱۸ فروردین ۱۴۰۵ به طول انجامید، تمامی ارکان کشور را تحت تأثیر قرار داد. اگرچه بازارهای کالاهای اساسی به دلیل سیاست‌های پیشگیرانه دولت و توزیع کالایرگ‌های حمایتی با ثبات نسبی همراه بودند، اما ضرورت حفظ آرامش عمومی و تمرکز منابع لجستیکی بر نیازهای حیاتی، امکان برپایی تجمع میلیونی در مصلا«ی تهران را سلب کرد.

مقامات فرهنگی کشور، برگزاری این رویداد در بستر مجازی را یک «نمایش قدرت» و نشانه بلوغ فرهنگی ملتی دانستند حتی در میانه تهدیدهای خارجی، از مناسک فرهنگی خود دست نمی‌کش«د. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی تأکید کرد که این رویداد با این شرایط امکان دارد. در شرایط فعلی، برگزاری این رویداد در بستر مجازی می‌تواند فرصتی باشد تا ناشران بتوانند با استفاده از کاغذهای سبک‌تر رفته‌اند تا قیمت تمام‌شده کتاب را کنترل کنند؛ اما با توجه به تورم سه رقمی در بازار کاغذ، این اقدامات تنها تا حدودی توانسته است مانع از ریزش مخاطب شود.

عدالت فرهنگی و کارنامه اولیه نمایشگاه در شروع کار

علی‌رغم تمامی چالش‌ها، آمارهای اولیه از شروع نمایشگاه مجازی ۱۴۰۵ در ۳ ساعت نخست فعالیت سامانه، بیش از ۲۱ هزار و ۵۰۰ جلد کتاب به فروش رسید. این رقم تا ظهر روز دوم به بیش از ۸۴ هزار نسخه به ارزش ریالی بالغ بر ۳۰۵ میلیارد ریال ارتقا یافت.

این در حالی است که در سال گذشته ۴۵۸ میلیارد و ۵۸۸ میلیون و ۸۰۱ هزار و ۹۸۴ تومان، ارزش کتاب‌های فروخته شده بخش مجازی بود. این رقم همچنین فروش یک‌میلیون و ۸۰۱ هزار و ۵۵۳ نسخه کتاب از ۱۷ تا ۲۷ اردیبهشت‌ماه را نشان می‌دهد. طبق آمار در نمایشگاه سال گذشته یک‌میلیون و ۸۰۱ هزار و ۵۵۳ نسخه خریداری شد. البته باید در روزهای آتی منتظر ماند و دید که آیا کتابخوانان همان اشتیاق سال گذشته به خرید کتاب را دارند یا نه؟

از منظر عدالت فرهنگی، نمایشگاه مجازی توانسته است ویرترین کتاب را به مناطقی برساند که فاقد کتاب‌فروشی هستند. ارسال رایگان کتاب برای خریدهای زیر ۲۰۰ هزار تومان (با حمایت دولت) و امکان ثبت سفارش از سراسر ایران، گامی موثر در جهت تمرکززدایی از پایتخت محسوب می‌شود. با این

حال، ناشران مستقل گران‌اند که جریمه‌های سنگین سامانه (مانند جریمه ۴ برابری برای عدم ارسال کتاب) و تأخیر در تسویه حساب‌های مالی توسط خانه کتاب، تداوم فعالیت آن‌ها را در این بستر با ریسک مواجه کند.
لگنت در شبکه‌های ارتباطی؛ از خاموشی بیلبوردهای شهری تا سکوت پیامکی

یکی دیگر از حلقه‌های مفقوده که کارآمدی هفتمین دوره نمایشگاه مجازی کتاب تهران را در روزهای نخست با چالشی جدی مواجه ساخته، ضعف مفرط در نظام اطلاع‌رسانی، تبلیغات و بازاریابی پیامکی این رویداد بود. با توجه به این‌که نمایشگاه کتاب بزرگ‌ترین رویداد فرهنگی کشور است، هر ساله در سطح شهر بیلوردهای تبلیغاتی برای یار مهربان نصب می‌شد و به استقبال نمایشگاه کتاب می‌رفت. اما امسال گوی این رویداد در سکوتی محض فرو رفته است. در حالی که ساختار لجستیکی و پلتفرم‌های برخط آماده میزبانی از مخاطبان بودند، سکوت رسانه‌ای نهادهای متولی عملا بخش بزرگی از بدنه بالقوه خریداران را در بی‌خبری نگاه داشت. نگاهی به بدنه اصلی شهرهای بزرگ و به‌ویژه پایتخت، ویرترینی عاری از هرگونه نشان یا نمایه محیطی از بزرگ‌ترین مناسک مکتوب کشور را به نمایش گذاشت؛ امری که به نظر می‌رسید تحت تأثیر سایه سنگین فضای پسا«جنگ بر رویکردهای روابط عمومی وزارتخانه، به اولویتی دست‌چندم تنزل یافته است.

این فرود ساختاری در حوزه تبلیغات، زمانی بیشتر آشکار می‌شود که کارنامه این دوره با ادوار گذشته مورد تحلیل تطبیقی قرار گیرد. سال‌ها پیش، در دهه‌های ۸۰ و ۹۰، نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران به عنوان یک کلان‌پروژه ملی، از هفته‌ها قبل تمام زیرساخت‌های تبلیغات شهری را تسخیر می‌کرد؛ از سازه‌های پرتابل و بیلبوردهای بزرگراهی گرفته تا تیزرهای مداوم رسانه ملی و ارسال میلیونی اس‌ام‌اس‌های هوشمند و تفکیک‌شده برای جامعه دانشگاهی و فرهنگی که نقش موتور محرک جریان‌سازی رویداد را ایفا می‌کردند.

حتی در نخستین دوره‌های شکل‌گیری نمایشگاه مجازی در ابتدای دهه ۱۴۰۰، تمرکز ویژه‌ای بر روی بستر رسانه‌های دیجیتال و ارسال گسترده پیامک‌های پیوند مستقیم به سامانه فروش صورت گرفت تا مخاطب سرگردان در فضای مجازی به سمت درگاه‌های رسمی هدایت شود.

در دوره هفتم اما، نه‌تنها از زنجیره هوشمند ارسال پیامک‌های سراسری و هدفمند خبری نبود، بلکه اندک پیامک‌های ارسالی نیز به دلیل نقص در زمان‌بندی یا عدم پیوست لینک‌های مستقیم، کارکرد هدایت‌گر خود را از دست دادند. در فضای شهری نیز، بیلبوردهایی که باید به ویرترین معرفی آثار برتر و تشویق جامعه پسا«جنگ به بازگشت به آرامش از مسیر کتابخوانی اختصاص می‌یافت، در سیطره پیام‌های موزای سنگین آگاهی‌بخشی را پر کند و در نهایت، مانع از اطلاع شخصی آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی ادا«خت: آن هم در شرایطی که دسترسی به اینترنت بین‌المللی وجود ندارد. این رویکرد نتوانست جای خالی یک استراتژی کلان، منسجم و پویا در حوزه تبلیغات حکومتی را پر کند و در نهایت، مانع از اطلاع کامل بخش وسیعی از جامعه از این پنجره یارانه عمومی شد.

فرصت‌ها و تهدیدهای نشر در پسا«جنگ

هفتمین نمایشگاه مجازی کتاب تهران، بیش از آنکه یک رویداد تجاری صرف باشد، آزمونی برای تاب‌آوری ساختارهای فرهنگی کشور در برابر تلاطم‌های اقتصادی و امنیتی بود. موفقیت دولت در پایداری سامانه و بسجج شبکه پستی برای ارسال رایگان کتاب، نقطه قوتی است که به تقویت «عدالت در دسترسی» منجر شد.

اما واقعیت‌های سخت اقتصادی، از جمله کاغذ گران و کاهش قدرت خرید واقعی مردم، سایه سنگینی بر این موفقیت انداخته است. حذف بن‌های اختصاصی دانشجویی و جایگزینی آن با یارانه عمومی ۱۰ درصدی، در حالی که قیمت کتاب رشد چند صد درصدی داشته، به معنای خروج تدریجی کتاب از اولویت‌های قشر فرهیخته است.

ناشران در این میان، میان دو سنگ آسیاب «هزینه‌های سرسام‌آور تولید» و «سامانه‌های اداری کند (مانند اعلام وصول)» قرار گرفته‌اند. اگرچه نمایشگاه مجازی توانسته است بخشی از نقدینگی مورد نیاز آن‌ها را تأمین کند، اما بدون یک برنامه جامع برای تأمین پایدار نهاده‌های تولید و بازنگری در نظام یارانه‌ای متناسب با نرخ تورم، بیم آن می‌رود که در دوره‌های آتی، ناشران کمتری توان حضور در این کارزار فرهنگی را داشته باشند.

در نهایت، هفتمین نمایشگاه مجازی کتاب تهران ثابت کرد که «کتاب» همچنان یکی از ارکان هویتی و مقاومتی جامعه ایران است؛ اما برای حفظ این حیات فرهنگی، نیاز به تدابیری فراتر از بسترهای برخط و تخفیف‌های محدود احساس می‌شود.

مدیریت هوشمندانه بازار کاغذ و تسهیل فرآیندهای اداری نشر، ضرورت‌هایی هستند که تداوم عدالت فرهنگی را در سال‌های پیش رو تضمین خواهند کرد. پایداری این مسیر در گروی تعاملی صادقانه میان سیاست‌گذاران، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کتاب است تا در دوران پسا«جنگ، شعار «بخوانیم برای ایران» به یک واقعیت ملموس در تمامی خانه‌های ایرانی تبدیل شود.

معاون میراث‌فرهنگی کشور:

میراث‌فرهنگی باید به موتور تولید هویت، انسجام ملی و توسعه انسانی ایران تبدیل شود



توسعه و میراث‌فرهنگی نبست، بلکه دستیابی به الگویی متوازن و هوشمند از توسعه است که هم نیازهای عمرانی و اقتصادی را پاسخ دهد و هم از میراث تمدنی نظام فرهنگی ایرانی بازگشت به دارایی با توجه به اهمیت میراث ناملموس خاطرنشان کرد: بخش مهمی از هویت ایرانی در قالب زبان‌ها، گویش‌ها، سنت‌ها، آیین‌ها، مهارت‌های استاد ـ شاگردی و مکاتب معماری و هنری متجلی شده است؛ میراثی که امروز در معرض فرسایش و فراموشی قرار دارد و احیای آن نیازمند برنامه‌ریزی ملی، آموزش تخصصی و حمایت نهادی است. وی تأکید کرد: ارتقای «سواد میراثی» جامعه، یکی از الزامات اساسی حکمرانی فرهنگی در عصر جدید است. همه‌عه‌ای که نسبت به میراث خود آگاه باشد، در برابر آسیب‌های هویتی، فرهنگی و اجتماعی مقاومتر خواهد بود. از همین رو تولید محتوای مؤثر، بهره‌گیری هوشمندانه از رسانه‌ها و آموزش عمومی باید در قانون سیاست‌های فرهنگی قرار گیرد.

داریی همچنین با اشاره به تصویب سند ملی میراث‌فرهنگی و سند ملی موزه‌داری گفت: این اسناد می‌توانند نقطه عطفی در تحول سیاست‌گذاری فرهنگی کشور باشند، مشروط بر آنکه از سطح اسناد اداری فراتر رفته و به برنامه‌های اجرایی، پژوهشی و آموزشی تبدیل شوند.

وی تأکید بر ضرورت آینده‌نگری در حوزه میراث‌فرهنگی تصریح کرد: آینده میراث‌فرهنگی و موزه‌داری ایران باید از امروز طراحی شود. ما نیازمند نگاهی راهبردی، علمی و تمدنی هستیم تا بتوانیم جایگاه واقعی ایران را در نظام فرهنگی و تمدنی جهان تثبیت کنیم و میراث‌فرهنگی را به یکی از ارکان اصلی قدرت نرم و توسعه پایدار کشور بدل سازیم.

بین‌المللی، افزایش جنگ‌ها و منازعات منطقه‌ای و استانداردهای دوگانه در قبال مفاهیمی چون صلح و حقوق بشر، نشان‌دهنده بحرانی عمیق در تفکر حکمرانی جهانی است؛ شرایطی که ضرورت بازگشت به ریشه‌های تمدنی، فرهنگی و انسانی را بیش از پیش آشکار می‌کند. معاون میراث فرهنگی، کارکرد موزه‌ها و میراث‌فرهنگی را فراتر از حفاظت صرف از آثار تاریخی دانست و گفت: موزه‌ها و میراث‌فرهنگی، امروز نقشی بنیادین در ارتقای مدارا، تساهل، گفت‌وگوی فرهنگی و پذیرش تنوع و تکثر اجتماعی ایفا می‌کنند. جامعه ایرانی در طول تاریخ، الگویی ممتاز از همزیستی ادیان، اقوام و فرهنگ‌ها ارائه کرده و این سرمایه تمدنی می‌تواند مبنای تقویت انسجام ملی و همبستگی اجتماعی قرار گیرد.

داریی افزود: میراث‌فرهنگی، چتری فراگیر برای تقویت وحدت ملی و پیوند میان نسل‌هاست و موزه‌ها می‌توانند حلقه اتصال گذشته، حال و آینده باشند؛ نهادهی فرهنگی که ضمن پاسداری از حافظه تاریخی ملت، در فرآیند توسعه انسانی و ارتقای کیفیت زیست اجتماعی نیز ایفای نقش می‌کند.

وی با تأکید بر جایگاه راهبردی پژوهشگاه میراث‌فرهنگی و گردشگری اظهار کرد: پژوهشگاه باید به اتاق فکر، مرکز راهبری علمی و مرجع سیاست‌گذاری حوزه میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی کشور تبدیل شود. امروز نظام مسائل میراث‌فرهنگی کشور، از بحران فرونشست زمین و تغییرات اقلیمی تا توسعه شهری، تخریب زیست‌بوم‌ها، جنگ و بلایای طبیعی، نیازمند پاسخ‌های علمی، آینده‌نگرانه و میان‌رشته‌ای است.

معاون میراث‌فرهنگی کشور ادامه داد: مسئله امروز کشور، تقابل