اصفهان امروز

روزنامه فرهنگی، اجتماعی با روش خبری - تحلیلی - اطلاع رسانی
بنیانگذار: عبدالمحمد اکبری | تاسیس: ۱۳۸۳
صاحب امتیاز: شرکت رسانه رویداد پارسی
مدیر مسئول و سردبیر: امیر اکبری
پنجشنبه ۲۴ خرداد ۱۴۰۳ / سال بیستم / دوره جدید / شماره ۴۹۲۰ | 13Jun2024

نشانی: اصفهان، میدان آزادی، خیابان دانشگاه
نرسیده به حکیم نظامی، کوچه شهید روحانی، شماره ۵
تلفن: ۳۶۲۹۳۷۵۰-۰۳۱ (ده خط) فاکس: ۳۶۲۹۳۳۹۲ - ۰۳۱
لیتوگرافی و چاپ: شاخه سبز توزیع: رویداد پارسی

امتیاز در رتبه‌بندی روزنامه‌های سراسر کشور
ضریب کیفی: ۸۴/۷ رتبه آگهی: ۱

آیین نامه اخلاق حرفه ای در لینک «درباره ما» سایت اصفهان امروز منتشر شده است.
www.esfahanemrooz.ir

عضو تعاونی مطبوعات، انجمن مدیران رسانه

@esfahanemrooz
esfahanemrooz
esfahanemrooz

www.ruydadiran.com
www.esfahanemrooz.ir

اصفهان گرد - ۸۱

دوست صمیمی

سعید آقایی

خوب که نگاه می‌کنی، گویا گلدسته از آن پشت سرک کشیده و دارد این راهرو را می‌بیند. اما در پلان نزدیک، بلندگو دارد داد می‌زند، الان است که تارهای صوتی‌اش، خش بردارد.

نزدیک‌تر به عکاس، دیواری به تاریخ تکیه داده است و ستون‌هایی نزدیک هزار سال است زیر بار سقف، قد خم نمی‌کنند و صورتشان را با هر چه دارند و ندارند، آجری نشان می‌دهند. اینجا راهرویی است بین مقبره علامه مجلسی و مسجد جامع.

آن گلدسته هم یکی از دو گلدسته ایوان جنوبی مسجد است. گلدسته‌هایی که به شکوه و عظمت گنبد همان ایوان جنوبی نیستند و البته متولد یک‌زمان هم نیستند. فرزندان دوره‌های مختلف هستند و بنا به طبیعت خودشان، متفاوت! این جا مجلسی فراهم شده از فرزندان دوره‌های متنوع و متفاوت و روحی به نام مسجد جامع بر این کالبد چهل‌تکه، چنان حکمرانی می‌کند که شما یک واحد یکپارچه می‌بینید و اصلاً جز آن واحد سرشار از طراوت و نشاط و زیبایی، چیزی به چشم نمی‌آید.

البته تکه‌تکه مسجد، چشم است و مخاطب را می‌بیند از همان گلدسته تا بلندگو و دیوار و ستون و سقف، همه نمازگزار و حتی رهگذر مسجد را می‌بینند. با او حرف می‌زنند، احوالش را می‌پرسند. خوش به حال کسی که احوال دلش را به مسجد بگوید. مسجد حتی به‌راحتی همدم افراد می‌شود، حرف‌هایشان را می‌شنود. من افرادی را می‌شناسم که مهم‌ترین حرف‌هایشان را با مسجد از جمله همین مسجد جامع می‌گویند. اینجا سنگ صبورشان شده است.

مسجد برایشان یک دوست صمیمی است حتی وقتی می‌خواهند سبک شوند و شادی پیدا کنند می‌روند مسجد! و البته مسجد جامع اصفهان در این امر یک سرآمد تاریخی و منحصربه‌فرد است.

نمازخواندن در حیاط این مسجد و زیر سقف آسمان، لذتی بی‌مانند دارد لذتی که گویی چهار ایوان چون چهارگوشه جهان فرد را دربرگرفته است. تصویر این یادداشت در ساعت ۱۷ و ۱۷ دقیقه روز یک شنبه ۲۱ خرداد ۱۴۰۳ تهیه شده است.

تجربه گردشگری خوراک با فلافل خوزستان در اصفهان

خوزستان در قلب اصفهان است. شاید تصور کنید که در مورد جنگ تحمیلی صحبت می‌کنیم، اما چه‌بهتر است بدانید که خوزستان در یکی از محوطه‌های تفریحی گردشگری شاهین‌شهرِ اصفهان متبلور و سیمایی از گردشگری خوراک در بازار فلافلی‌هایش متجلی شده است.

شهری که مرکز شهرستان شاهین‌شهر و میمه و از توابع استان اصفهان است و در ۳۳ کیلومتری شهر اصفهان قرار دارد و اگر از مسیر تهران به سمت شاهین‌شهر حرکت کنیم و از خیابان آزادراه معلم به این شهر وارد شویم، قبل از ترمینال شیشه‌ای، پارک تفریحی گردشگری شاهین‌شهر قرار دارد و بازار شب فلافلی‌هایش.

در این فضای ویژه گردشگری، همواره دست اهالی خون‌گرم، مهمان‌نواز و سفره‌دار خوزستان و به‌ویژه آبادان، برای دست و دلبازی به سمت همه باز است. همه می‌توانند هرچه خواستند و به هر میزان که دوست دارند، از سر خوان آنان بردارند. درست است که محوطه مناسب‌سازی و یک‌پارچه‌سازی شده توسط شهرداری منطقه، تهدیدی علیه فضای بومی مجموعه فلافل فروشی‌ها بوده است، اما صاحبان این کسب‌وکار بر این تهدید غلبه کردند و از آن یک فرصت ساخته‌اند. در این فضا موسیقی‌های بندری، موسیقی‌هایی با محتوای برزیل، عینک ریبون و رودخانه کارون به گوش می‌رسد و رنگ‌ها و فضاسازی‌های من را به یاد شب‌های بلند و پرهیاهوی آبادان و خرمشهر و اهواز و می‌اندازد.

گویی در خیابانی در این شهرها قدم برمی‌دارم. زنی از فروشندگان فلافل من را به شوخی با لهجه خوزستانی اما به تقلید از اصفهانی‌ها «عروس حاجی» صدا می‌کند.

به او نگاه می‌کنم و او به من فلافل اجباری تعارف می‌کند. فلافل اجباری اینجا یعنی نچشیده نباید از جلوی در غرفه فلافل فروشی رد شوی.

در کنار فلافل محصولات خوشمزه بومی دیگری چون سمبوسه، کُبه و پاکوره آبادان و فست‌فودهایی چون پیتزا، پیراشکی و قارچ سوخاری و غیره نیز به فروش می‌رسد؛ اما هیچ‌کدام اصالت فلافل را کنار نمی‌زنند. مرد فروشنده‌ای که به خلیل آبادانی معروف و مشغول چیدن فلافل‌ها در نان باگت است، توجهم را جلب می‌کند.

پیراهن زردی با لگوی فوتبال برزیل به تن دارد، سرش را با چفیه محکم بسته و عینک‌آفتابی ریبون را در شب‌بروی چشم‌هایش قرار داده است.

گویا دوست دارد به تداعی‌شدن یاد خوزستان در ذهن مشتری‌هایش کمک کند. زنی به کُبه‌ای که روی پیشخوان قرار دارد اشاره کرده و از این فروشنده آفتاب‌سوختهٔ جوان درمورد محتویات داخل آن سؤال می‌پرسد.

مرد با لهجه شیرین خوزستانی پاسخی با شوخ‌طبعی می‌دهد و بر لب‌های من، مادرم و زنی که سؤال پرسیده بود، خنده‌ای می‌نشاند. چند لحظه بعد زن و مرد میان‌سالی از روبه‌روی غرفه عبور می‌کنند و باز هم این فروشنده خوش انرژی آنان را مورد خطاب قرار می‌دهد و با اشاره به سر بدون موی مرد می‌گوید اگر از فلافل‌های ما بخوری فردا صبح روی سرت مو در می‌آید.

خانواده‌ها و گروه‌های رفاقتی بر روی میز و صندلی‌های رنگارنگ این فروشنده‌ها و یا بر روی حصیری که با خود از خانه آورند، در آلاچیق‌ها می‌نشینند و ساندویچ‌های فلافل خود را باحال خوب، میل می‌کنند. این رویداد که همه‌شب‌ها برقرار است، گردشگری خوراک محسوب می‌شود؛ زیرا مشتری‌ها به‌صورت سلف‌سرویس در سرو غذا مشارکت دارند و مراحل پخت‌وپز آن را از نزدیک تماشا می‌کنند.

از سوی دیگر فضا برای مصرف غذا نیز محیا است. همچنین آشنایی بافرهنگ غذایی خوزستانیان صورت می‌گیرد. جنگ، پاره‌ای از خوزستان را به اصفهان کشانده و به این شهر چهارفصل هزار قوم، غنا بخشیده است.

خوزستانی‌ها سال‌هاست در اصفهان سکنی گزیدند؛ اما اصالت خود را فراموش نکردند. در جنگ همه اصفهان میزبان خوزستان بود و اکنون خوزستانی‌های شاهین‌شهر در فلافل فروشی‌ها میزبان اصفهانی‌ها هستند. روز فلافل بر همه زنان خوزستانی که با طبخ فلافل، یک میراث‌فرهنگی را پایه‌گذاری کردند، مبارک باد.

استقبال زودهنگام مردم از فلافل فروشی‌ها

رهام جباری، معاون اجرایی و خدمات شهری شهرداری شاهین‌شهر گفت: ما محیط را آماده کردیم و به شکل مزایده در اختیار کسانی گذاشتیم که به تولید و فروش ساندویچ فلافل می‌پردازند.

همچنین در قراردادها ذکر کردیم که غرفه‌داران موظف هستند که همه شرایط و مجوزهای لازم در حوزه‌هایی همچون بهداشت را کسب کنند. من جلسات متعددی با مسئولان فعلی و سابق اداره بهداشت داشتم و در خصوص مسائل بهداشتی غرفه‌های فلافل فروشی صحبت کردیم و در همین راستا غرفه‌ای در محل فلافل فروشی‌ها به مسئولان بهداشت اختصاص دادیم تا کارشناس بهداشت در آنجا مستقر شود و مسائل بهداشتی را پیگیری کند.

ما تلاش می‌کنیم که بهترین امکانات و جایگاه را برای شهروندان فراهم کنیم تا غرفه‌داران به بهترین نحو به شهروندان خدمات ارائه دهند. او در خصوص چالش‌های ترافیکی در جوار این فلافل فروشی‌ها اظهار کرد: پارکینگ‌هایی در ضلع شمالی، غربی و شرقی این مجموعه در نظر گرفته شده است. البته پارکینگ ضلع شمالی نیاز به آسفالت دارد؛ اما پارکینگ‌های ضلع شرقی و غربی آماده برای ارائه خدمات هستند.

متأسفانه مردم ترجیح می‌دهند که در نزدیک‌ترین محل ممکن توقف کنند و مسئله ترافیک ایجاد می‌شود.

ما فضا برای پارکینگ داریم، اما گاهی ۱۰۰ خودرو در خیابان متوقف شده و ترافیک ایجاد می‌کنند، درحالی‌که پارکینگ غربی این مجموعه که حدود ۲۰۰ ظرفیت برای پارک خودرو دارد، خالی است. ما در حال برنامه‌ریزی و هماهنگی با نیروهای پلیس راهور هستیم تا با حضور بیشتر آنها مردم به سمت پارکینگ‌ها هدایت شوند. معاون اجرایی و خدمات شهری شهرداری شاهین‌شهر با بیان اینکه در اولین ماه‌های افتتاح این محل برای فلافل فروشی‌ها متوجه شدیم که رونق لازم را دارد و مورد استقبال قرار گرفته است، تصریح کرد: این در حالی بود که ما تصور می‌کردیم چندین ماه برای اینکه مکان جدید در میان مردم تثبیت شود و سر زبان‌ها بیفتد، زمان نیاز است.

در همان دو ماه اول این محل جدید به‌عنوان یک مکان تفریحی و سایت گردشگری در میان مردم شاهین‌شهر و شهرهای اطراف همچون اصفهان، خمینی‌شهر، دولت‌آباد و غیره جا افتاد. ما قصد داریم که تعدادی غرفه جدید اضافه کرده و به فعالیت‌های دیگری چون طبخ کباب و جگر و در راستای گردشگری خوراک اختصاص دهیم.

جباری در پایان سخنانش خاطرنشان کرد: در محوطه فلافل فروشی‌ها بیش از ۶۰ آلاچیق وجود دارد و شب‌های فصل تابستان مردم از آنجا استقبال خواهند کرد.

غذا ضروری‌ترین نیاز مردم است و خوراکی چون فلافل که هم هزینه معقول و به صرفه‌ای دارد و هم در جوار پارک و آلاچیق‌هاست، مورد استقبال مردم قرار می‌گیرد.

سفره‌ای پهن است

یکی از غرفه‌داران و فلافل فروش‌های این محوطه که به نام خلیل آبادانی معروف است، به ایسنا گفت: فلافل شاهین‌شهر از سال ۱۳۸۹ سر زبان‌ها افتاد، آن زمان فلافل فروش‌ها با گاری در خیابان‌های شلوغ مثل فردوسی فلافل می‌فروختند. سپس توسط شهرداری در خیابان معروف به سیلابی شاهین‌شهر متمرکز و پس از شیوع کرونا برای مدتی تعطیل شدند.

در نهایت نیز در این محوطه جدید به فعالیت ادامه دادند. البته سابقه فلافل فروشی در شاهین‌شهر به ۴۰ سال می‌رسد. پس از جنگ و مهاجرت مهاجران جنگی از منطقه خوزستان به شاهین‌شهر، فلافل فروشی مطرح شد.

او ادامه داد: غرفه‌داران باتوجه‌به مکانی که در اختیار دارند مبلغی را به‌صورت ماهیانه به‌عنوان کرایه به شهرداری پرداخت می‌کنند. این غرفه‌ها در سه ردیف تعبیه شدند و ردیف سوم آن به‌زودی افتتاح خواهد شد.

این فروشنده خوزستانی با اشاره به اینکه بیشتر مشتری‌هایش از اصفهان و سپاهان شهر هستند؛ اما از همه ایران مشتری‌هایی دارد، افزود: مردم از من فیلم می‌گیرند و در شبکه‌های مجازی منتشر می‌کنند. به‌واسطه این تبلیغات، مردم برای دیدن من و خرید فلافل ترغیب می‌شوند و به غرفه‌های ما مراجعه می‌کنند. در همین راستا توریست‌هایی از مشهد، هندوستان و ازمیر ترکیه مشتری من شدند.

آبادانی با اشاره به سابقه تاریخی خوراک فلافل اظهار کرد: فلافل در اصل مربوط به منطقه لبنان است.

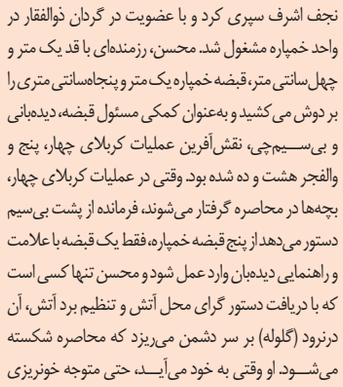
بعد به عراق منتقل شد از عراق هم ابتدا به خوزستان رسید و سپس در کل کشور مورد استقبال قرار گرفت.

تاخیر وعده وزیر نیرو

۱۱۷-

روز برای پمپاژ آب از کوهرنگ ۳

برشی از خاطرات دانش‌آموز سیزده‌ساله‌ای که در جبهه حماسه آفرید



میثم نمکی آرانی

سال‌ها از او بی‌خبر بودم. همکلاسی قدیمی که روزگاری پشت یک نیمکت می‌نشستیم تا علم بیاموزیم.

او اما درس عمل را بر علم نظری ترجیح داد تا ثابت کند علم بدون عمل سودمند نیست. محسن همان هم‌کلاسی نیمه اول دهه ۶۰ قهرمان گمنامی است که بعد از سی‌سال او را پیدا کردم. با آنکه چهره‌اش در فرازوفرودهای زندگی تغییر کرده بود؛ اما دلش همچنان جوان و چالاک و باطراوت بود. وقتی به بهانه‌ای، گوشه‌ای از خاطرات جبهه‌اش را برایم تعریف کرد، از خود خجل زده شدم. او بسیار کم‌حرف بود؛ اما حرف‌های بسیاری از جنگ در دل داشت. در سن سیزده‌سالگی، عازم جبهه شد. او با دستکاری شناسنامه و پوشیدن کفش پاشنه‌بلند توانسته بود مسئولین اعزام به جبهه را فریب بدهد. برای این کار انگیزه محکمی هم داشت. رضا غلامعلی پور عموی محسن به شهادت رسیده بود و محسن تحت‌تأثیر شدید عمو و با تأثری شدید اراده کرده بود جای خالی عمو را در جبهه پر کند و پس از دو سال تقلا موفق شد راهی جبهه شود. پیش از اولین اعزام به جبهه، ده هفته آموزش نظامی را در لشکر هشت نجف اشرف سپری کرد و با عضویت در گردان ذوالفقار در واحد خمپاره مشغول شد. محسن، رزمنده‌ای با قد یک متر و چهل‌سانتی متر، قبضه خمپاره یک متر و پنجاه‌سانتی متری را بر دوش می‌کشید و به‌عنوان کمکی مسئول قبضه، دیده‌بانی و بی‌سیم‌چی، نقش‌آفرین عملیات کربلای چهار، پنج و والفجر هشت و ده شده بود. وقتی در عملیات کربلای چهار، بچه‌ها در محاصره گرفتار می‌شوند، فرمانده از پشت بی‌سیم دستور می‌دهد از پنج قبضه خمپاره، فقط یک قبضه با علامت و راهنمایی دیده‌بان وارد عمل شود و محسن تنها کسی است که با دریافت دستور گرای محل آتش و تنظیم برد آتش، آن درنرود (گلوله) بر سر دشمن می‌ریزد که محاصره شکسته می‌شود. او وقتی به خود می‌آید، حتی متوجه خونریزی گوش‌های خود نمی‌شود. در عملیات کربلای پنج هم که عراق پاتک زده بود و صدها تانک دشمن در میدان جولان می‌داد، تجربه محسن کارساز بود و بیش از هشتصد گلوله از قبضه او پرتاب شده بود. محسن در حالی به‌مرور این خاطرات می‌پرداخت که پسران جوانش، این روایت‌ها را برای اولین‌بار از زبان پدر می‌نشیند و متعجبانه به حرفه‌ای او چشم دوخته بودند. بچه‌های خط مقدم، بچه‌های نترس و شجاعی بودند که هر لحظه خدا را در کنار خود حس می‌کردند و بر اساس همین باور، از جان و مال و خانه و خانواده عبور کرده بودند. در خلال گفتگوهای شنیدنی آقا محسن رزمنده سیزده‌ساله دیروز و پدر دو جوان امروزی که دغدغه شغل و زندگی دارند، فرزندان پدر دلاورشان را به ثبت خاطرات پدر تشویق کردم. وقتی صحبت از خاطره پیش آمد آقا محسن خنده‌ای کرد و با حسرتی از عمق وجود به داستان ثبت‌نام همزمان خودش و پدرش پرداخت و اینکه هیچ‌کدام از ثبت‌نام تا هنگام اعزام به جبهه خبر نداشتند و با مکافاتی رضایت مادر را جلب کردند تا پدر و پسر همزمان به جبهه بروند. آقا محسن همچنین وقتی داستان‌هایی از اخلاص و گمنامی فرماندهانی را بیان کرد که بدون نام و نشان، هم‌دوش و همپای نیروهای خود، در خط مقدم حاضر می‌شدند؛ بیشتر مظلومیت سرداران شهید ذهنم را درگیر کرد. او گفت: «در یکی از اعزام‌ها با قطار به مقصد اهواز، رزمنده‌ای هم کوپه‌ای من بود. بقیه برای صرف شام به رستوران قطار رفته بودند و من نان و کتلتی که مادرم تهیه کردم تعارف کردم. او از من خواست با هم در رستوران شام بخوریم و وقتی برای پرداخت هزینه مراجعه کردم گفتند حاجی حساب کرده. یک هفته بعد، عکسش را در حجله یکی از خیابان‌های زادگاهم دیدم و تازه متوجه شدم او جانشین فرمانده گردان امام محمدباقر علیه‌السلام بوده که او بدون اشاره به مسئولیت خود، همزبان و هم‌کلام من شده بود.» پشتیبانی و کمک‌های مستمر مردمی از رزمندگان جبهه‌ها هم‌داستان‌های شیرین دیگری بود که آقا محسن به یکی از آنها اشاره کرد و گفت: مردم پشت‌جبهه با پشتیبانی‌های مالی، امکاناتی و تأمین نیازمندی‌های رزمندگان سهم بزرگی در دلگرمی‌ها و پیروزی‌ها داشتند. این همدلی‌ها آن‌قدر صادقانه و خالصانه بود که گاهی شرمسار ایثار آنان می‌شدیم. در یکی از بسته‌های خوراکی ارسالی به جبهه، شاهد بادام‌هایی بودیم که سرهای آن شکسته بود. داخل گونی به نامه‌ای برخورد کردیم در آن نوشته بود رزمنده عزیز تعجب نکنی.

صنایع‌دستی، پلی میان فرهنگ و اقتصاد

ایران از اقوام و آداب مختلفی تشکیل شده است که هرکدام دارای صنایع‌دستی، هنرهای سنتی و استعداد و پتانسیل‌های خاص هستند؛ صنایع‌دستی در سطح جهانی پلی میان اقتصاد و فرهنگ را به وجود می‌آورد که با توسعه آن علاوه بر کمک به اشتغال‌زایی و اقتصاد، گام بلندی در جهت معرفی فرهنگ اصیل ایرانی برمی‌داریم.

به گزارش ایمنا، در دنیای کنونی نقش صنایع‌دستی در صنعت گردشگری بسیار مشهود است و یکی از منابع درآمدی کشورها محسوب می‌شود، در آن‌سوی ماجرای خرید صنایع‌دستی نیز می‌تواند در توسعه توریسم و مبادلات فرهنگی مؤثر باشد، طبق این استدلال یکی از بخش‌های مهم اقتصادی و فرهنگی در ایران، حوزه صنایع‌دستی و هنرهای سنتی است که ابزاری قابل‌توجه برای صادرات کالا، اشتغال‌زایی، جذب توریسم و بالابردن سطح تولید ملی به شمار می‌رود. کشور ایران از اقوام و آداب‌ورسوم مختلف تشکیل شده است و هر کدام از این اقوام باتوجه‌به تاریخ و فرهنگ خود، در صنایع‌دستی و هنرهای سنتی استعداد و پتانسیل‌های ویژه‌ای دارند، در واقع صنایع‌دستی پلی میان اقتصاد و فرهنگ است که با توسعه آن، نه‌تنها به اشتغال‌زایی و اقتصاد کمک کرده‌ایم، بلکه گام بلندی در جهت معرفی فرهنگ اصیل ایرانی برداشته‌ایم. صنایع‌دستی از یک‌سو فعالیت و حوزه‌ای اقتصادی است که هم می‌تواند بر رشد صادرات غیرنفتی کشور تأثیر بسزایی می‌گذارد و زمینه اشتغال فراوانی را ایجاد کند و هم از سوی دیگر بستری برای معرفی بهتر فرهنگ و هنر باشد؛ در میان انواع جاذبه‌های توریستی نقش و اهمیت صنایع‌دستی به‌عنوان هنری مقدس، صنعتی مستقل، بومی و اصیل با جنبه‌های قوی کاربردی از جهات هنری، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی بر همه به‌ویژه محققان و اهالی فرهنگ آشکار است. اکبر شهنواز، از هنرمندان حوزه معرق و منبت که بیش از ۳۰ سال در این عرصه مشغول به فعالیت است، می‌گوید: عمده خریداران آثارم را فروشندگان و مصرف‌کنندگان داخلی تشکیل می‌دهند و تاکنون با گردشگران خارجی به طور مستقیم در تعامل نبوده‌ام، اگر هم اثری از من به دست خریداران خارجی رسیده از طریق واسطه‌ها بوده است؛ فروش صنایع‌دستی به گردشگران خارجی نیازمند زیرساخت‌هایی است که عمده تدارک آن‌ها به عهده دولت‌ها است و براین‌اساس شاهدیم که در دولت سیزدهم در حوزه صنایع‌دستی و میراث‌فرهنگی اقدامات خوبی صورت گرفت، اما ازاین‌حیث در کشور همچنان نیاز به اقدامات اساسی داریم.

صنایع‌دستی و هنر یک ادبیات گویای تمدنی است

او می‌افزاید: صنایع‌دستی و هنر یک ادبیات زنده و گویای تمدنی است که می‌تواند فرهنگی که از آن برخاسته را با خود به نقاط مختلف دنیا ببرد، به همین دلیل با جذب گردشگر صنایع‌دستی می‌توانیم گفتمان خود را به نقاط دیگر جهان بفرستیم، در این راستا از اقداماتی که برای دیده‌شدن هنر و صنایع‌دستی توسط دولت انجام‌گرفته، برپایی نمایشگاه‌های صنایع‌دستی در کشورهای مختلف است؛ این کار اگرچه موجب بیشتر دیده‌شدن آثار هنرمند می‌شود، اما هزینه‌های زیادی را برای هنرمند به دنبال دارد که اکثر هنرمندان از عهده تأمین آن برنمی‌آیند و به همین دلیل از شرکت در بازارهای جهانی و ارائه آثار خود بازمی‌مانند. هنرمند حوزه صنایع‌دستی تسهیلگری مالی دولت برای شرکت هنرمندان در نمایشگاه‌های بین‌المللی را بهترین راهکار جذب گردشگر بین‌المللی از طریق صنایع‌دستی می‌داند و تصریح می‌کند: در نتیجه حضور هنرمندان ایرانی در نمایشگاه‌های بین‌المللی با اختصاص بودجه دولتی علاوه بر حمایت از هنرمند، صنایع‌دستی ایران به طور فراگیرتری دیده می‌شود و می‌تواند علاقه‌مندان این حوزه را به مهد آن آثار هنری به‌منظور آشنایی بافرهنگ و فرایند تهیه آن و در نهایت خرید و فراگیری متوجه سازد. شهنواز خاطرنشان می‌کند: گاهی گردشگران و خریداران خارجی با دیدن صنایع‌دستی ایران فکر می‌کنند هنرمندان با استفاده از دستگاه یا ابزار خاصی آثاری تا این حد دقیق و بی‌نقص خلق کرده‌اند، درحالی‌که هنرمندان ایرانی روزها و ساعت‌ها در هر لحظه به فعالیت هنری و تفکر پرداخته‌اند تا توانسته‌اند آن آثار را پدید بیاورند، به همین خاطر حضور هنرمند در نمایشگاه و دیدن مراحل آفرینش صنایع‌دستی توسط افراد خارجی می‌تواند قابل‌توجه باشد، در نتیجه این حمایت دولت از هنرمندان در بازارهای خارجی، جوانان بیشتری به اشتغال و فراگیری هنرهای اصیل ایرانی جذب می‌شوند موجب می‌شود این حرفه علاوه بر حفظشدن ارتقا پیدا کند و افراد بیشتری در داخل کشور در مسیر احیای هنرهای اصیل گام بردارند.

ظرفیت بالای فرهنگ و هنر برای جذب گردشگران

عبدالله عطایی، از هنرمندان رشته قلم‌زنی اظهار می‌کند: عمده گردشگرانی که به ایران سفر می‌کنند خواستار آشنایی با تاریخ، فرهنگ و هنر ایران هستند و صنایع‌دستی، به‌عنوان عضو جدانشدنی این حوزه‌ها ظرفیت بالایی را برای جذب گردشگران بین‌المللی فراهم می‌کند، من و اکثر هنرمندان به طور حداقلی در مواجهه مستقیم با گردشگران خارجی هستیم و عمده تبادلات آثار ما به‌واسطه ایرانیان مقیم خارج از کشور و واسطه‌ها انجام می‌شود. او ادامه می‌دهد: امروزه اقتصاد گردشگری یکی از مباحثی است که کشورهای پیشرفته دنیا برای آن برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری می‌کنند، در اقتصاد گردشگر محور، علاوه بر افزایش آبادانی یک کشور، گردشگر خارجی با حداقل هزینه‌ها از آثار طبیعی و تاریخی بازدید می‌کند، در آن کشور هزینه می‌کند و در ضمن آن بدون زحمت چندانی انتقال فرهنگ و اندیشه نیز صورت می‌پذیرد؛ این در حالی است که در سایر فعالیت‌های اقتصادی که بر مبنای استخراج و استفاده از منابع یک کشور استوارند با خطر کاهش و پایان آن منابع و صرف هزینه‌های زیادی برای فرایند استخراج و بهره‌وری اقتصادی مواجه می‌شویم.

سرمایه‌گذاری فرهنگی راهکار رونق بازار صنایع‌دستی

هنرمند رشته قلم‌زنی می‌گوید: با کاهش هزینه شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و سرمایه‌گذاری فرهنگی روی کشورهای دوست و علاقه‌مند به فرهنگ و تمدن ایران می‌توان تا حد زیادی بازار گردشگران بین‌المللی صنایع‌دستی را رونق بخشید، همچنین از دیگر راهکارهای آشناکردن توریست‌ها با صنایع‌دستی ایران این است که گردانندگان تورهای گردشگری علاوه بر نشان‌دادن مکان‌های تاریخی و تفریحی به گردشگران، بازدید از کارگاه‌های آثار هنری و آشنایی به فرایند تولید آن‌ها را نیز در دستور کار قرار دهند؛ تولید مستندها و محتواهای رسانه‌ای به زبان‌اصلی هر کشور هم با هزینهٔ بسیار کم می‌توانند در جذب گردشگران خارجی به سفر تأثیر زیادی داشته باشد. عطایی با بیان اینکه ارزش‌افزوده تولیدات صنایع‌دستی برای یک کشور بسیار زیاد است تا جایی که برای مثال یک بشقاب قلم‌زنی شده که حدود ۲۰۰ گرم نقره صرف ساختن آن شده است پس از تبدیل‌شدن به اثر هنری قیمتی تا ۳ برابر بیشتر از ماده سازنده‌اش پیدا می‌کند که این می‌تواند برای یک کشور ارزآوری زیادی داشته باشد، تصریح می‌کند: گاهی مشاهده می‌کنیم که کشورهای دیگری همچون هند، ترکیه، پاکستان، چین، ژاپن و سایر اقدام به ساخت صنایع‌دستی مشابه کرده‌اند که فرسخ‌ها باهنر و اصالت ایرانی فاصله دارد و تنها با مقاصد تجاری به‌صورت بسیار سطحی طراحی و عرضه می‌شوند و بازار مصرف را حتی در داخل کشور در دست می‌گیرند، این فرصتی است که می‌تواند برای هنرمندان داخلی که آثارشان از عمق، پیچیدگی و روح‌افزایی بیشتری برخوردار است ظرفیت‌های زیادی را به دنبال داشته باشد. امروزه تولید صنایع‌دستی در دستور کار صنعتگران جهان قرار دارد و تلاش می‌شود که حتی بخشی از این‌گونه آثار با قیمت‌های ارزان در اختیار توریست‌ها قرار گیرد، چرا که در عمل و تجربه دریافته‌اند که صنایع‌دستی یکی از عوامل بسیار مؤثر در جلب و جذب گردشگر در تمام گرایش‌های ملی، منطقه‌ای و داخلی است و از سویی صنعت گردشگری می‌تواند به رشد، توسعه و گسترش صنایع‌دستی و بهبود کیفیت آن کمک کند و بر پایه این اعتقاد و تجربیات به‌دست‌آمده تشکیلات صنایع‌دستی و گردشگری در بسیاری از کشورها در هم ادغام یا در رابطه‌ای هماهنگ و منسجم با هم دیده شده‌اند، در کشور ما نیز گام‌هایی در این زمینه برداشته شده است، اما همچنان نیاز است که برای رونق هرچه بیشتر این امر تسهیلات و امکانات بیشتری در اختیار هنرمندان قرار بگیرد تا شاهد رونق هرچه بیشتر گردشگری و اقتصاد باشیم.