

خلا برگزاری رویداد گردشگری در «بلندترین شب»

میراث ناملموس از جمله پتانسیل‌هایی است که می‌توان برای جذب گردشگر از آن بهره برد؛ پتانسیلی که البته مغفول مانده و تاکنون از آن استفاده نشده است. نوروز به عنوان یکی از میراث‌های ناملموس جهانی ایران نیز که فصل اوج سفرهای داخلی به شمار می‌رود، نه به دلیل بازاریابی مناسب بلکه به دلیل روزهای تعطیلش توفیق اجباری شده که مردم بار سفر بسته و مقاصدی را برای گردشگری انتخاب کنند.

اما این موضوع باعث نشده ضعف زیرساخت‌ها و عدم تعریف رویدادهای متناسب با هر میراث ناملموس که قابلیت جذب گردشگر دارد، پوشیده شود. رویدادهایی از جمله شب یلدا، چهارشنبه سوری، مهرگان، ماه رمضان، ماه محرم و... که هر کدام میراث ناملموس این سرزمین هستند همچنان مورد غفلت قرار گرفته‌اند و سعی نشده به بهانه آن گردشگر داخلی و خارجی جذب شود. در صورتی که بسیاری از کشورهای دنیا رویدادهایی که دارند را فرصتی می‌دانند تا از آن برای جذب گردشگر داخلی و خارجی بهره ببرند. ضعف زیرساخت و نبود برنامه‌ریزی و تبلیغات در زمینه استفاده بهینه از رویدادهای آیینی و سنتی کشور در حالی بیشتر به چشم می‌خورد که روز گذشته نیز به‌رغم مصادف شدن با شب یلدا، سفر داخلی و ورودی مانند سال‌های پیش بی‌رونق سپری شد؛ اتفاقی که به باور کارشناسان، مسوولان ذی‌ربط از جمله سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، وزارت امور خارجه، وزارت فرهنگ و ارشاد، وزارت راه و شهرسازی و... باید در این زمینه اقداماتی هماهنگ صورت دهند و از چنین فرصت‌هایی برای جذب گردشگر استفاده کنند. اما در حال حاضر رویدادهای مرتبط با میراث ناملموس به دلیل ضعف زیرساخت‌ها و نبود برنامه‌ریزی مناسب هر سال می‌گذرند و فرصت موجود از دست می‌رود.

طرح‌هایی در راه هستند!

با این همه معاون گردشگری کشور در گفت‌وگو با «دنیای اقتصاد» از طرحی می‌گوید که با همکاری پژوهشگاه سازمان میراث فرهنگی برای برگزاری شب چله تدوین و به ادارات کل استان‌ها جهت اجرایی شدن ارسال شده است؛ طرحی که ولی تیموری به آن تاکید دارد، البته این طرح در مرحله اجرا آن‌قدر وسیع و گسترده برگزار نشده تا بخش عمده‌ای از کشور را شامل شود و افراد زیادی بتوانند از این طرح بهره ببرند: «از آنجا که شب چله از قدیم مطرح بوده، امسال با توجه به اختصاص بخشی از فعالیت‌های ما به حوزه اوقات فراغت، تلاش کرده‌ایم تا چنین خلأیی در زمینه پرداختن به رویدادهای کشور را پر کنیم.» وی با اشاره به طرح نه‌چندان گسترده مختص شب یلدا که در نقاطی از کشور برگزار شده است، ادامه می‌دهد: «حدود ۱۵ روز پیش این طرح به ادارات کل استان‌ها جهت اجرایی شدن ارسال شد.

این طرح نیاز به زمان دارد تا به بار بنشیند؛ چراکه فرهنگ شب یلدا در کشور دور هم جمع شدن خانواده‌ها درون خانه‌هاست. باید به گونه‌ای این فرهنگ جابجقتد که مردم برای این رویداد از فضای خانه‌ها خارج شوند و به سفر بروند.» معاون گردشگری در پاسخ به این سوال که چرا از چنین رویدادی برای جذب گردشگر خارجی استفاده نمی‌شود، توضیح می‌دهد: «یلدا با وجود آنکه در برخی از کشورها نیز وجود دارد؛ اما ریشه اصلی آن از ایران نشأت گرفته و باید آن را به یک رویداد تبدیل کنیم. در ابتدای کار هستیم و باید روی آن کار شود. در واقع شب یلدا در فصل کاهش سفرهای ورودی قرار دارد و باید از این فرصت بهره‌برداری کرده و جهت توزیع سفر در طول سال این رویداد را به صورت یک فرصت دید.»

لزوم تدوین تقویم رویدادمحور گردشگری

اما معاون گردشگری در حالی از وجود طرحی برای گرامیداشت یلدا سخن می‌گوید که فعالان گردشگری معتقدند میراث ناملموس کشور باوجود اهمیت و جذابیت‌شان همچنان مغفول مانده‌اند و زیرساخت‌های لازم که نیاز به همکاری اکثر سازمان‌ها، وزارتخانه‌ها، مجلس، دولت و... دارد ایجاد نشده است. امیرپویان رفیعی‌شاد، رئیس انجمن صنفی دفاتر مسافرتی استان تهران نیز با تاکید بر این موضوع به «دنیای اقتصاد» می‌گوید: «متأسفانه میراث ناملموس ایران برای معرفی و جذب گردشگر مغفول مانده است؛ در صورتی که می‌توان از چنین موقعیتی کمک گرفت و فرهنگ‌سازی‌های لازم در این زمینه انجام داد.» او با اشاره به اینکه آژانس‌های گردشگری به دلیل واسطه بودن‌شان نمی‌توانند به تنهایی در جذب گردشگر داخلی و ورودی حول این رویداد نقشی داشته باشند، ادامه می‌دهد: «آژانس‌های گردشگری واسطه‌ای هستند که باید ابزارهای لازم در اختیارشان قرار گیرد.»

محل‌های اقامتی، حمل‌ونقل، مراکز خرید، وزارتخانه‌های مرتبط با بخش گردشگری و... باید با همدیگر دست به برنامه‌ریزی‌هایی بزنند که بتوان از این طریق یک پکیج ایده‌آل جهت جذب گردشگر فراهم کرد. به گفته رئیس انجمن صنفی دفاتر مسافرتی استان تهران زیرساخت‌ها باید بهبود پیدا کنند؛ چرا که شیوه عرضه گردشگری نیز در دنیا تغییر کرده و به این سمت رفته است که بررسی می‌شود گردشگر از مقصد چه می‌خواهد. مقصد برای گردشگر باید جاذبه داشته باشد. درواقع خدماتی باید ارائه شود تا گردشگر مجاب به سفر به آن منطقه شود. به باور رفیعی‌شاد تنظیم یک تقویم گردشگری رویدادمحور که لازمه‌اش همکاری سازمان میراث‌فرهنگی، وزارت خارجه، وزارت ارشاد، وزارت راه و شهرسازی، شهرداری‌ها و... است، می‌تواند کاری کند که رویدادهای ایران نیز در دنیا دیده شود: «رایزن‌های فرهنگی در وزارت خارجه باید دست به کار شده و اقدام به معرفی و تبلیغ رویدادهای ایرانی کنند. از این طریق جذب گردشگر نیز فراهم می‌شود و آژانس‌ها نیز می‌توانند به رسالت خود جامه عمل بپوشانند.»

فرصت یلدای سال ۹۷ بدون آنکه مورداستفاده قرار گیرد، از دست رفت؛ رویدادی که همچون دیگر میراث ناملموس ایرانی به تنهایی می‌تواند فرصتی باشند که به جذب گردشگری ورودی به ویژه از کشورهای همسایه رونق بخشد. اگرچه البته معاون گردشگری کشور تاکید دارد طرح‌های خوبی از سوی سازمان میراث فرهنگی برای رونق دادن به رویدادهای سنتی و آیینی در راه است.

منبع: آزاده باقری - خبرگزاری دنیای اقتصاد