

و شب جلوگیری می‌کند.

• نقش اماکن هنری در راهبردهای بازساخت هویت منظر شهری

عرضه‌ی یک تصویر شاداب هنری، از طریق به نمایش گذاشتن گالری‌های عکاسی مرتبط با زیبایی‌های طبیعی تاریخی یک مقصد، تصویر ذهنی مقصد را بهبود می‌بخشد و آن را مکان جذاب‌تری برای بازدید، زندگی و حتی کار مبدل می‌کند. علاوه بر این، اماکن هنری نقش بسیار مهمی در راهبردهای بازساخت هویت منظر شهری ایفا می‌کنند. با وجود این، نباید فراموش کنیم که در این بخش مؤلفه اصلی هنرمندان و هنر آن‌هاست که گاهی این موضوع مسائلی را ایجاد می‌کند. افرادی که در حوزه هنر فعالیت می‌کنند اغلب دارای اولویت‌هایی متفاوت از بخش گردشگری هستند. علاوه بر این زمان طراحی اجراها و نمایش‌ها نیز معمولاً ناکافی است که در این حالت امکان گنجاندن آن‌ها در بسته‌های تعطیلاتی گردشگری هنری، میسر نخواهد بود؛ یا اطلاع‌رسانی کامل و به‌موقع انجام نمی‌شود.

• عواید گردشگری هنری

در حال حاضر گردشگری هنری به‌عنوان یکی از محرک‌ها و انگیزه‌های اصلی گردشگران شناخته می‌شود و تور گردانان بسته‌های تلفیقی شامل جاذبه‌های هنری، جاذبه‌های فرهنگی باستانی یا جاذبه‌های تفریحی (بنا به نوع رخداد و مخاطبان) را به‌عنوان یک تور جذاب به گردشگران ارائه می‌کنند. بسیاری از مقاصد گردشگری دنیا امروزه به‌واسطه همین جاذبه‌های هنری، درآمدهای اصلی بخش گردشگری را به خود اختصاص داده‌اند. البته هنرها معمولاً دارای سطوح عمومی و خصوصی هستند؛ هرچقدر هنرها اختصاصی‌تر و پیچیده‌تر باشند نوع مخاطبانشان متفاوت خواهد بود. هنرهای متعالی، غالباً مخاطبانی را جذب می‌کنند که انگیزه آن‌ها از حضور در چنین اجراهایی تا حدی ارزش‌های منزلتی یا جایگاه اجتماعی این‌گونه اجراها یا برگزاری‌ها است. در این قبیل رخدادها علاوه بر عایدات حوزه گردشگری معمولاً هزینه‌های خوبی نیز برای خرید، نمایش یا تقویت آثار هنری می‌شود که به‌طور کلی، هم به رونق این بازار و هزینه‌های زیرساختی آن کمک می‌کند و هم ابزار توسعه و رونق اقتصاد هنری محسوب می‌شوند؛ حراج‌های آثار هنری، نمایشگاه‌های صنایع‌دستی فاخر مانند فرش، میناکاری، منبت‌کاری و... و نمایش گنجینه‌های خاص و زیورآلات گران‌بها از این مقوله هستند. چشم‌اندازهای فرهنگی شامل موزه‌ها و آیین‌ها و سنت‌ها بخشی از فرهنگ غنی ایران را تشکیل می‌دهد. شناسایی بیشتر ظرفیت‌های این بخش می‌تواند صنعت گردشگری ایران را بیش‌ازپیش رونق دهد.

• شیراز شهر معنویات و هنر

شیراز بسیاری از مشخصه‌های گردشگری فرهنگی و هنری را در خود جای داده است و تنها نیازمند برنامه‌ریزی است تا گردشگران از این همه ظرفیت‌ها بهره‌مند شوند. موزه‌ها، نمایشگاه‌های هنرهای سنتی و صنایع‌دستی و معماری، آیین‌ها و سنت‌ها و رویدادهایی نظیر عزاداری‌های سالار شهیدان اباعبدالله‌الحسین (ع) و تعزیه‌خوانی‌ها تنها بخشی از این ظرفیت‌هاست. شیراز شهر هنرمندان فاخر و زبردست در حوزه صنایع‌دستی است علاوه بر این توانمندی‌ها نباید لذت بردن از آثار هنری شامل، نقاشی، خوشنویسی، فیلم، تئاتر، موسیقی، مینیاتور، کاشی‌کاری، قالی‌بافی و انواع تزیینات وابسته به معماری

جشنواره فیلم کارلوویواری که اکنون به‌عنوان دومین جشنواره تاریخ اروپا و یکی از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی مرکز اروپا، بیش از نیم‌قرن قدمت دارد، بزرگ‌ترین جشنواره فیلم در جمهوری چک و سال‌ها بزرگ‌ترین جشنواره در شرق اروپا بوده است. این جشنواره در ابتدای تابستان هرسال، یازده روز پررونق را برای این شهر کوچک رقم می‌زند. شهر کن نیز یکی از کوچک‌ترین شهرهای فرانسه است و تنها دلیل رونق گردشگری آن جشنواره فیلم کن است. این جشنواره یکی از بزرگ‌ترین و باشکوه‌ترین رویدادهای سینمایی جهان و محلی برای پیش‌نمایش فیلم‌های جدید از تمامی ژانرها از جمله مستند به شمار می‌آید.

• ایران و گردشگری هنری

وقتی صحبت به مقوله گردشگری هنری در ایران می‌رسد، کشوری که مهد شکل‌گیری بسیاری از هنرهای جهان است و جمله معروف «هنر نزد ایرانیان است و بس» هم برایش در نظر گرفته شده است. پاسخ مناسبی دریافت نمی‌کنیم. نکته اصلی در این حوزه، عدم سرمایه‌گذاری لازم و نپرداختن جدی به این بازار جذاب و پردرآمد در حوزه گردشگری است؛ بازاری که معمولاً قشر فرهیخته، تأثیرگذار و فروتمند دنیا به آن تمایل دارند و این می‌تواند ارمان بسیار بزرگی برای ایران داشته باشد. در هفته‌های آتی به این موضوع می‌پردازیم که چرا این نوع از گردشگری در کشور مورد غفلت واقع شده و آن‌طور که باید و شاید به آن توجه و در آن سرمایه‌گذاری نمی‌شود.

• اهمیت گردشگری هنری

این نوع گردشگری در مقیاس ملی موجب درک صحیح جایگاه و موقعیت هویت‌های متنوع قومی و فرهنگی در ساختار فرهنگ ایرانی می‌شود و گردشگران داخلی، هر منطقه را با توجه به ویژگی‌های اصیلش به جا خواهند آورد؛ در این صورت دیگر هیچ جایی ناکجای ناشناخته باقی نمی‌ماند. جشنواره‌های هنری مثل جشنواره‌های فیلم، موسیقی و تئاتر فجر که از آن‌ها به‌عنوان جشنواره‌های بین‌المللی یاد می‌کنیم، هنوز نتوانسته‌اند عاملی برای جلب نظر گردشگران به ایران‌زمین باشند، چراکه نتوانسته‌ایم به خوبی برای این جشنواره بازاریابی کنیم و مدت اقامت افراد در زمان برگزاری این‌گونه جشنواره‌ها اغلب افزایش نخواهد داشت. مهم‌ترین مشکل در عدم موفقیت، تبلیغات و بازاریابی نادرست است؛ چون بازارهای هدفمان و سلیقه‌های آن‌ها را نشناخته و درک نکرده‌ایم درحالی که کشورهای مثل کره‌جنوبی و ترکیه برای این موضوع زمینه‌سازی یا جذابیت ایجاد کرده‌اند.

• نقش گردشگری هنری بر رونق اقتصادی

باید بدانیم گردشگری هنری برای مکان‌ها و مقصدها دارای منفای است. استقبال از تولیدات هنری، با جلوگیری از فراموشی و به خاطر سپردن تولیدات هنری یک منطقه می‌شود. با فروش بلیت و کسب مخارج بیشتری که معمولاً همه گردشگران فرهنگی دارند نیز می‌توان درآمد بیشتری تولید کرد که به رونق آن منطقه کمک شایانی خواهد کرد. همچنین از آنجاکه رویدادهای هنری عمدتاً در شب اجرا می‌شود، می‌توان بر تعداد اقامت‌های شبانه افزود که به‌عنوان یک راهبرد باید مدنظر تور گردانان قرار گیرد و صدا البته برگزاری منظم برنامه‌های هنر در هر شهر سبب تکمیل برنامه‌های تورها می‌شود و از گلابه برخی گردشگران مبنی بر نداشتن برنامه در عصر



آن را فراموش کرد.

در گردشگری فرهنگی تمایل به آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف مورد توجه است و از جمله مشخصه‌های گردشگری فرهنگی تحصیلات دانشگاهی، میانگین سنی بالا و شاغل بودن است. اکنون گردشگری فرهنگی به الگوی مترقی گردشگری در سال‌های اخیر تبدیل شده است. این طیف از گردشگران، طی چند دهه، بخش بزرگی از سرزمین‌های با فرهنگ و تمدن غنی را زیر پا گذارده‌اند و به ایران رسیده‌اند و از آنجاکه هر گردشگری که به ایران وارد شود به‌طور قطع به شیراز سفر خواهد کرد، باید با برنامه‌ریزی‌های بلند و کوتاه‌مدت سعی در ترقی در این‌گونه از گردشگری کنیم. گردشگری فرهنگی در شیراز بستری فراهم می‌کند که توسعه انواع دیگر گردشگری، مانند طبیعت‌گردی، درمانی، ماجراجویانه و ورزشی نیز مهیا شود.

• نقش تبلیغات

تور گردانان و شرکت‌های خدمات مسافرتی به‌عنوان یک واسطه و عرضه‌کنندگان بسته‌های سفر، باید معرفی و تبلیغات را در سطح گسترده ملی و بین‌المللی انجام دهند. اگر در رابطه با برگزاری جشنواره‌ها و به‌طور کلی تمامی ظرفیت‌ها و پتانسیل‌هایی که برای جذب گردشگر و معرفی شیراز و آثار هنری و فرهنگی و هنری مستندسازی و برنامه‌ریزی شود، و در اختیار تمامی دست‌اندرکاران این

صنعت قرار گیرد، شرکت‌های خدمات مسافرتی می‌توانند با در اختیار داشتن تقویم، مناسبت‌ها و به‌طور کلی جشنواره‌ها و تولیدات و محصولات فرهنگی برنامه‌ریزی کنند و برای علائق و سلاقی گوناگون در دنیا با بسته‌های مناسب سفر تهیه و تنظیم کنند و به جذب گردشگر بپردازند.

• هدف: جذب سرمایه و اشتغال‌زایی

و در آخر باید بدانیم هدف ما از گردشگری هنری با پتانسیل جذب سرمایه، علاوه بر افزایش میزان گردشگران و اقامت آنان، فعال کردن پتانسیل و استعدادهای اقتصادی عرصه هنر است تا از طریق معرفی و فروش آثار هنری و محصولات فرهنگی و هنری بتوان موجب کارآفرینی، اشتغال‌زایی و تقویت معاش هنرمندان شده و با ایجاد ارزش افزوده و رونق اقتصادی هنر، باعث افزایش انگیزه آنان برای ادامه فعالیت شود.

برای توسعه گردشگری هنری یک هدف و اولویت مشترک و تفکری نیاز است تا منجر به برنامه و چشم‌اندازی مشترک در بخش خصوصی و دولتی شود. مفاهیم و تعاریف مشترکی از گردشگری هنری باید تدوین و تبیین شود، ضمن اینکه پس از هدف‌گذاری و ارائه تعریف مشترک نیازمند برنامه‌ریزی، تفاهم و انضباط فکری در مدیریت اجرایی گردشگری هنری هستیم تا کمتر گرفتار تغییر روندها و تصمیم‌گیری‌ها شویم.

»

گردشگری هنری در مقیاس ملی موجب درک صحیح جایگاه و موقعیت هویت‌های متنوع قومی و فرهنگی در ساختار فرهنگ ایرانی می‌شود و گردشگران داخلی، هر منطقه را با توجه به ویژگی‌های اصیلش به جا خواهند آورد؛ در این صورت دیگر هیچ جایی ناکجای ناشناخته باقی نمی‌ماند

“

»

اماکن هنری نقش بسیار

مهمی در راهبردهای

بازساخت هویت منظر

شهری ایفا می‌کنند.

عرضه‌ی یک تصویر

شاداب هنری، از طریق

به نمایش گذاشتن

گالری‌های عکاسی

مرتبط با زیبایی‌های

طبیعی تاریخی یک

مقصد، تصویر ذهنی

مقصد را بهبود می‌بخشد

“

دربین

جشنواره‌های هنری مثل جشنواره‌های فیلم، موسیقی و تئاتر فجر که از آن‌ها به‌عنوان جشنواره‌های بین‌المللی یاد می‌کنیم، هنوز نتوانسته‌اند عاملی برای جلب نظر گردشگران به ایران‌زمین باشند، چراکه نتوانسته‌ایم به خوبی برای این جشنواره بازاریابی کنیم و مدت اقامت افراد در زمان برگزاری این‌گونه جشنواره‌ها اغلب افزایش نخواهد داشت. مهم‌ترین مشکل در عدم موفقیت، تبلیغات و بازاریابی نادرست است؛ چون بازارهای هدفمان و سلیقه‌های آن‌ها را نشناخته و درک نکرده‌ایم درحالی که کشورهای مثل کره‌جنوبی و ترکیه برای این موضوع زمینه‌سازی یا جذابیت ایجاد کرده‌اند

هنرهای متعالی، غالباً مخاطبانی را جذب می‌کنند که انگیزه آن‌ها از حضور در چنین اجراهایی تا حدی ارزش‌های منزلتی یا جایگاه اجتماعی این‌گونه اجراها یا برگزاری‌ها است. در این قبیل رخدادها علاوه بر عایدات حوزه گردشگری معمولاً هزینه‌های خوبی نیز برای خرید، نمایش یا تقویت آثار هنری می‌شود که به‌طور کلی، هم به رونق این بازار و هزینه‌های زیرساختی آن کمک می‌کند و هم ابزار توسعه و رونق اقتصاد هنری محسوب می‌شوند؛ حراج‌های آثار هنری، نمایشگاه‌های صنایع‌دستی فاخر مانند فرش، میناکاری، منبت‌کاری و... و نمایش گنجینه‌های خاص و زیورآلات گران‌بها از این مقوله هستند

تور گردانان و شرکت‌های خدمات مسافرتی به‌عنوان یک واسطه و عرضه‌کنندگان بسته‌های سفر، باید معرفی و تبلیغات را در سطح گسترده ملی و بین‌المللی انجام دهند. اگر در رابطه با برگزاری جشنواره‌ها و به‌طور کلی تمامی ظرفیت‌ها و پتانسیل‌هایی که برای جذب گردشگر و معرفی شیراز و آثار هنری و فرهنگی و هنری مستندسازی و برنامه‌ریزی شود، و در اختیار تمامی دست‌اندرکاران این صنعت قرار گیرد، شرکت‌های خدمات مسافرتی می‌توانند با در اختیار داشتن تقویم، مناسبت‌ها و به‌طور کلی جشنواره‌ها و تولیدات و محصولات فرهنگی برنامه‌ریزی کنند و برای علائق و سلاقی گوناگون در دنیا با بسته‌های مناسب سفر تهیه و تنظیم کنند و به جذب گردشگر بپردازند

“