

اسفند ۱۴۰۰
مسلسل: ۱۸۱۱۰

لزوم ساماندهی گردشگری رویداد در کشور

معاونت پژوهش‌های اجتماعی و فرهنگی
مطالعات فرهنگی و آموزش



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۸۱۱۰
کد موضوعی: ۲۷۰

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: لزوم ساماندهی گردشگری رویداد در کشور

نام دفتر: مطالعات فرهنگی و آموزش

تهیه و تدوین کنندگان: مهدیه بُد، سعید شفیعا، شهاب طلایی شکری

مدیر مطالعه: شهاب طلایی شکری

همکاران: احسان امینی، محمد امین قاسمی پیر بلوطی

اظهار نظر کننده: یحیی مزروعی ابیانه

ناظران علمی: موسی بیات، کمیل قیدرلو

ویراستار تخصصی: —

ویراستار ادبی: —

واژه‌های کلیدی:

۱. گردشگری رویداد

۲. شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری

۳. مدیریت گردشگری رویداد



تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۱۲/۱۵

به نام خدا

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۲.....	مقدمه
۳.....	مفهوم‌شناسی گردشگری رویداد
۴.....	گونه‌شناسی گردشگری رویداد
۷.....	آثار رویدادها
۹.....	وضع موجود رویدادهای گردشگری در ایران
۱۱.....	بررسی قوانین مرتبط با برگزاری رویدادها در جمهوری اسلامی ایران
۱۸.....	جمع‌بندی
۲۰.....	نتیجه‌گیری و پیشنهادها
۲۲.....	منابع و مآخذ



لزوم ساماندهی گردشگری رویداد در کشور

چکیده

گردشگری رویداد یکی از گونه‌های شناخته‌شده و نوین گردشگری در دنیاست که در کشور ایران با وجود پتانسیل‌های بی‌نظیر فرهنگی و بومی، چندان مورد توجه قرار نگرفته است. یکی از مهم‌ترین مسائل این حوزه، حضور دستگاه‌های متعددی است که متولی بخش‌هایی از فرایند گردشگری رویداد هستند. این دستگاه‌ها به واسطه قوانین و مقررات موضوعی، خود را مسئول و متولی گونه یا نوعی خاص از رویداد می‌دانند، اما با این همه، ماهیت گردشگری رویداد به عنوان کلیتی منسجم توسط هیچ نهاد یا دستگاهی برنامه‌ریزی و مدیریت نشده است. این شرایط باعث شده تا فرایند مدیریت منسجمی برای گردشگری رویداد صورت نگیرد و اقدامات صورت گرفته بیشتر به شکل خودجوش و در سطح محلی باقی بماند. این درحالی است که گردشگری رویداد به عنوان یک فرایند سازنده جاذبه، تنوع‌بخش به خدمات گردشگری و افزایش‌دهنده زمان حضور گردشگران در مقصد، در اقتصاد گردشگری و توسعه مقاصد اثرگذار است. هرچند که افزون بر این مزایا می‌تواند موجب چالش‌ها و پیامدهای منفی برای فرهنگ، جامعه و اقتصاد محلی باشد. لذا تأکید بر گردشگری رویداد با توجه به لزوم استفاده از ابزارهای مدیریتی این حوزه دارای کاربرد است.

با توجه به فرصت‌های پیش‌روی حوزه تقنین لازم است تا ظرفیت‌های ممکن برای در دستور کار قرار گرفتن گردشگری رویداد به عنوان یکی از بخش‌های حائز اهمیت گردشگری فراهم شود. چنین ظرفیت‌هایی از لحاظ قانونی این امکان را داراست که ذیل وظایف و اهداف شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری تعریف شده و با مصوبات مربوط به این شورا و همچنین تدوین تقویمی در این خصوص ظرفیت‌های موجود را برجسته نماید. همچنین برای توسعه فعالیت‌ها و بهره‌برداری از ظرفیت‌های محلی، قابلیت‌های شورای فرهنگ عمومی استان‌ها به این شورا کمک‌رسانی خواهند نمود. بنابراین پیشنهاد می‌شود تا سیاستگذاری درخصوص گردشگری رویداد ذیل شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری صورت گیرد. همچنین برنامه‌ریزی اجرایی و عملیاتی در این باره توسط معاونت گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی صورت گیرد.

مقدمه

رویدادها، بخشی ضروری از محصول گردشگری مقصد هستند که بر جذب گردشگر در زمان کاهش تقاضا، بهبود تصویر مقصد و جذب حمایت رسانه‌ها اثرگذار هستند. هر کشور و منطقه‌ای متناسب با شرایط فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و ایدئولوژیکی خود، می‌تواند رویدادهای خاص و ویژه‌ای داشته باشد. به نظر می‌رسد «زودگذر بودن» یکی از مشخصه‌های اصلی رویدادهاست، زیرا ایجاد احساسات ناشی از جشن، شور، شوق و لذت بردن از کار، پیچیده و در عین حال وابسته به زمان رخداد رویداد و تجمع مردم است.

آژانس‌های مختلف خصوصی و دولتی می‌توانند با پیش‌بینی تزریق منابع مالی حاصل از حضور گردشگران و بازدیدکنندگان در رویداد به درآمدزایی و ایجاد اشتغال محلی دست یابند و دولت‌ها نیز با تکیه بر مالیات، کسب منفعت کنند. ازسوی دیگر علاوه بر مزایای اقتصادی، رویدادها با ارائه محتواهای فرهنگی متفاوت و بهبود امکانات زیرساختی مورد نیاز زندگی در مقصد، احتمالاً در کیفیت زندگی مقصد اثرگذار هستند. بنابراین گردشگری رویداد دارای زوایا و ابعاد بسیاری است که نیازمند مدیریت و توسعه هدفمند است.

کشور ایران با توجه به سابقه تاریخی و فرهنگ غنی، با اتخاذ رویکردی نوآورانه و خلاقانه متناسب با شرایط اجتماعی، اقتصادی، آیینی و مذهبی می‌تواند ظرفیت‌های بسیاری در حوزه گردشگری رویداد خلق کند که موجب جذب گردشگران از هر گروه سنی و اجتماعی شود. نمونه‌های موفق و دارای ظرفیتی مثل اقامتگاه‌های بوم‌گردی در سال‌های اخیر نشان داد که می‌توان گردشگری رویداد را با تکیه بر جاذبه‌های فرهنگی، اجتماعی، آداب و رسوم محلی و سنت مردم بومی شکل داد و تبدیل به محصول کرد. همچنین رویدادهای مذهبی مثل دهه اول محرم (تاسوعا و عاشورا)، جشن نیمه شعبان و میلاد امام رضا (ع) نیز همه ساله در کشور مورد توجه قرار گرفته است، اما متأسفانه همچنان با نگرش ایجاد گردشگری رویداد به آنها نگاه نشده است. این درحالی است که جهان در سه دهه اخیر در حال حرکت به سمت بهره‌گیری از رویدادها برای جذب گردشگران است (کلی^۱ و فیملی^۲، ۲۰۱۸) و اخیراً شهرها و روستاهای مختلف رویدادهایی نظیر نمایشگاه‌ها، اجراها، بازارهای موضوعی، رویدادها و فستیوال‌ها را به پیشنهادهای خود به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری اضافه کرده‌اند تا هم در جذب گردشگران موفق‌تر باشند و هم مدت اقامت آنها را افزایش دهند (مک کرچر^۳ و دوکراس^۴، ۲۰۰۳). بنابراین تنوع بسیار زیادی که ارزش‌های تاریخی و فرهنگی، رویدادهای مذهبی، فیلم، میراث، غذا، صنایع گوناگون، سرمایه نمادین،

-
1. Kelly
 2. Fairley
 3. McKercher
 4. Du Cros



سبک زندگی، سنت‌ها و ... در اختیار قرار می‌دهند، بدون شک تولید محصولات گردشگری رویداد را جذاب‌تر و متنوع‌تر خواهد کرد (گتز^۱ و پیچ^۲، ۲۰۱۶؛ کروگر^۳ و سایمن^۴، ۲۰۱۷).

مدتی است که اطلس رویدادهای گردشگری کشور براساس ظرفیت‌های استانی و زمانی هر استان توسط معاونت گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی تهیه شده و قرار است به‌عنوان تقویم گردشگری از ابتدای هر سال منتشر شود، اما با توجه به ضعف تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی این حوزه، همچنان غالب گردشگران داخلی با چنین رویدادهایی ناآشنا هستند. بررسی‌های کارشناسی نشان می‌دهد که محدود رویدادهای برگزار شده در سالیان اخیر کشور به‌جای اینکه ابزاری برای جذب گردشگر به استان‌های کمتر شناخته شده باشد و مسیرهای سنتی گردشگری را تغییر دهد، صرفاً مخاطب عام ایرانی را مورد هدف قرار داده و اثرگذاری عمومی مطلوبی به همراه نداشته است. در مورد گردشگران خارجی نیز موضوع به همین شکل است و رویدادهای داخلی نتوانسته‌اند جذاب و انگیزاننده عمل کنند. بنابراین می‌توان رویدادهای موجود در کشور را با تأکید بر گردشگری محلی توسعه داد و با توجه به مقیاس پیشرفت ایجاد شده -به‌واسطه تزریق منابع موجود از تقاضای محلی- به سمت توسعه منطقه‌ای و ملی هدایت کرد. بهره‌برداری بین‌المللی از گردشگری رویداد داخلی نیز ممکن است، در صورتی که این جاذبه فرهنگی در فرایند توسعه، زیرساخت‌های مطلوب را به‌صورت درون‌زا به‌دست آورد.^۵ بنابراین آنچه مسلم است، گردشگری رویداد آن‌گونه که باید برنامه‌ریزی و مدیریت نشده است تا به‌عنوان گونه‌ای جذاب و قابل توسعه استفاده شود. این گزارش با بررسی چالش‌های موجود در برگزاری گردشگری رویداد در کشور و شناسایی ذی‌نفعان این حوزه، به دنبال ارائه بسته تقنینی است که زیرساخت مطلوب برای مدیریت گردشگری رویداد کشور را فراهم کند.

مفهوم‌شناسی گردشگری رویداد

اصطلاح گردشگری رویداد از سال ۱۹۸۷ به‌عنوان بخش بسیار مهم و در حال رشد گردشگری بین‌المللی مطرح شد. در سال ۱۹۸۹ مقاله «رویدادهای خاص: تعریف محصول» توسط گتز منتشر شد که در آن چارچوبی برای برنامه‌ریزی گردشگری رویداد مطرح کرده بود. تا قبل از آن فقط به موارد خاصی از رویدادها مثل رویدادهای برجسته^۶، ابررویدادها^۷ و رویدادهای خاص^۸ پرداخته می‌شد؛ اما در حال حاضر

1. Getz

2. Page

3. Kruger

4. Saayman

۵. برای اطلاعات بیشتر مراجعه کنید به گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی با عنوان بررسی وضعیت گردشگری داخلی به‌منظور دستیابی به چالش‌های سیاستی این حوزه با شماره مسلسل ۱۷۸۵۰ منتشر شده در ۱۸/۱/۱۴۰۰.

6. Hall mark

7. Mega Event

8. Special Event

گردشگری رویداد شامل تمام رویدادهای برنامه‌ریزی شده است و بایستی رویکردی منسجم برای توسعه و بازاریابی آن در نظر گرفت (گنز، ۱۹۸۹).

گردشگری رویداد شامل برنامه‌ریزی نظام‌مند، توسعه و بازاریابی جشنواره‌ها و رویدادهای ویژه است که می‌تواند جاذبه‌های گردشگری ایجاد کند، تصویر مطلوبی از میزبان یا موضوع رویداد بر جای بگذارد، فرایندهای ایجاد زیرساخت و رشد اقتصادی را شتاب ببخشد و الهام‌بخش ایجاد جذابیت در دیگر بخش‌ها باشد. مدیریت گردشگری مبتنی بر تحلیل رفتار و انگیزه‌های تمامی انواع گردشگران، با توسعه گردشگری سروکار دارد. ازسوی دیگر، مدیریت رویداد با بازاریابی، طراحی و سامان‌بخشی به یک رویداد مرتبط است و سعی در درک تجربه‌های حاصل از رویدادها و مدیریت آنها دارد. ازاین‌رو، گردشگری رویداد در میانه این دو بخش قرار می‌گیرد؛ به عبارت دیگر، هدف گردشگری رویداد بهره‌برداری کامل از قابلیت‌های رویدادها به منظور دستیابی به توسعه گردشگری جوامع میزبان است (گنز، ۱۹۹۷: ۱۶).

پتانسیل دیگر گردشگری رویداد، نقش آن در حفظ سنت‌های فرهنگی هر جامعه است. رویدادها نقش مهمی در حفظ ساختارهای اساسی یک جامعه دارند و فرصتی برای حفظ و احیای آداب و رسوم که به دست فراموشی سپرده شده‌اند، فراهم می‌کنند که از آن به پاسداری از میراث فرهنگی ناملموس محلی یاد می‌شود.^۱ همچنین، گاهی گردشگری رویدادی که در مکانی بجز سرچشمه اصلی خود برگزار می‌شود می‌تواند به عنوان تسهیل‌کننده و ترغیب‌کننده احساسات میهن‌دوستی و وطن‌پرستی در میان افرادی که به کشورهای دیگر مهاجرت کرده‌اند، مورد استفاده قرار گیرد.

گونه‌شناسی گردشگری رویداد

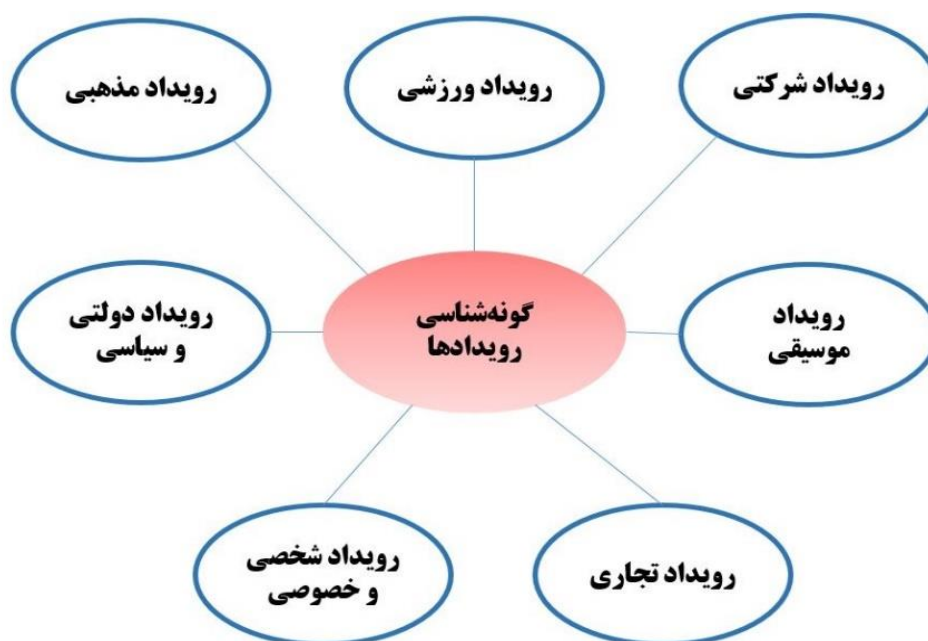
اگرچه نمی‌توان گونه‌شناسی اصلی یا محوری برای گردشگری رویداد معرفی کرد، اما تلاش‌های مفید و مؤثری در این حوزه صورت گرفته است که قابل نقل است. رویدادها می‌توانند از نظر مقیاس و پیچیدگی و تعداد ذی‌نفعان بسیار متفاوت باشند. هرچه رویداد بزرگ‌تر باشد، احتمال دستیابی به اهداف بیشتر نیز ممکن‌تر است. رویدادها با توجه به ساخت اجتماعی، عملکرد و نقششان در سیاستگذاری دولت و استراتژی‌های صنعتی و شرکتی طبقه‌بندی می‌شوند. از طرفی رویدادها را می‌توان بسته به محتوایشان طبقه‌بندی کرد (تاریخی، جغرافیایی، ارزش و غیره) و محتوای آن می‌تواند شامل موسیقی، فیلم، نمایش، بودن در یک محل خاص یا در یک زمان خاص باشد. به هر حال، هدف رویدادها باید مشخص باشد و با

۱. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد میراث فرهنگی ناملموس و نمونه‌های در حال نابودی به گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی با عنوان اظهارنظر کارشناسی در مورد مصوبه «برنامه جایگزینی شناورهای دریایی سنتی با ظرفیت کمتر از ۵۰۰ تن (لنج تجاری)» از منظر گردشگری و میراث فرهنگی (مصوب هیئت وزیران در جلسه ۱۳۹۹/۱۲/۱۳) با شماره مسلسل ۱۷۷۸۷ منتشر شده در تاریخ ۱۴۰۰/۷/۱۲ مراجعه کنید.



اهداف نهادی موجود تناقضی نداشته باشند (کروبی و همکاران، ۱۳۹۸). یکی از انواع طبقه‌بندی رویدادها براساس موضوعات آن در شکل ۱ ترسیم شده‌است.

شکل ۱. انواع رویدادهای گردشگری (ماخذ: نگارندگان)



جدول ۱ نوعی گونه‌شناسی از دسته‌های اصلی رویدادهای برنامه‌ریزی‌شده را براساس تفاوت‌های آنها در هدف و برنامه ارائه می‌دهد. برخی از آنها ذیل جشن‌های عمومی قرار می‌گیرند (این دسته شامل به‌اصطلاح «جشنواره‌های اجتماعی» است که معمولاً از تنوع بالایی برخوردار بوده و هدفشان تقویت حس غرور ملی و انسجام اجتماعی است)، درحالی‌که برخی دیگر برای اهداف رقابت، سرگرمی، تفریح، تجارت یا جامعه‌پذیری برنامه‌ریزی شده‌اند (گتزر، ۲۰۰۸: ۴۰۴).

جدول ۱. گونه‌شناسی رویدادهای برنامه‌ریزی‌شده

گونه‌شناسی	مثال‌های رایج
مراسم‌های فرهنگی	جشنواره‌ها، کارناوال‌ها، مراسم یادبود یا گرامی‌داشت، رویدادهای مذهبی
سیاسی یا دولتی	اجلاس‌ها، مناسبت‌های سلطنتی، رویدادهای سیاسی، بازدیدهای VIP
هنر و سرگرمی	کنسرت‌ها، مراسم‌های اهدای جوایز
بازرگانی و تجارت	گردهمایی‌ها، توافقتنامه‌ها، نمایشگاه‌های تجاری، بازارها
علمی و آموزشی	کنفرانس‌ها، سمینارها، دوره‌های آموزشی
رقابت‌های ورزشی	آماتور/حرفه‌ای، تماشاگر/شرکت‌کننده
تفریحی	بازی‌ها و ورزش‌های سرگرم‌کننده
رویدادهای خصوصی	مراسم‌های ازدواج، مهمانی‌ها

ازسوی دیگر، هنگام در نظرگرفتن مقیاس و تأثیر رویدادها، می‌توان آنها را به چهار دسته کلی رویدادهای محلی، رویدادهای منطقه‌ای، رویدادهای بزرگ و ابررویدادها تقسیم کرد. عواملی کلیدی چون سطح مشارکت، مخاطب/تماشاگران، پوشش رسانه‌ای و میزان تقاضای بین‌المللی ایجاد شده، معمولاً در تعیین و درک مقیاس و تأثیر رویدادها مورد توجه قرار می‌گیرند. در جدول ۲ می‌توان گونه‌شناسی رویدادها را براساس عوامل اشاره شده مشاهده کرد.

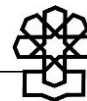
جدول ۲. گونه‌شناسی رویداد بر حسب مقیاس

انواع رویداد	مقیاس برگزاری
ابررویدادها	شرکت‌کنندگان و مخاطبان عمدتاً بین‌المللی؛ پوشش رسانه‌ای بین‌المللی گسترده؛ آثار ملی برجسته
رویدادهای بزرگ	سهم قابل‌توجهی از شرکت‌کنندگان بین‌المللی؛ مخاطبان و پوشش رسانه‌ای بین‌المللی قابل‌توجه؛ آثار ملی
رویدادهای منطقه‌ای	شرکت‌کنندگان عمدتاً بومی؛ مخاطبان عمدتاً بومی با مقداری پوشش رسانه‌ای بین‌المللی؛ آثار عمدتاً منطقه‌ای
رویدادهای محلی	شرکت‌کنندگان عمدتاً محلی؛ مخاطب عمدتاً محلی با پوشش رسانه‌ای بین‌المللی محدود یا بدون پوشش رسانه‌ای بین‌المللی؛ آثار عمدتاً محلی (در گستره روستا و شهر)

مأخذ: (OECD، ۲۰۱۷: ۱۱).

مدیریت گردشگری رویداد حوزه‌ای کاربردی و منطقه‌ای برای مطالعه متخصصان به جهت طرح‌ریزی، تولید و مدیریت رویدادهای برنامه‌ریزی شده است. بعضی از رویدادها عمومی هستند که به این گروه به اصطلاح رویدادهای اجتماعی گفته می‌شود که عمدتاً تنوع زیادی در برنامه‌ریزی دارند و هدف غایی آنها تقویت غرور ملی و انسجام جامعه است. گروه دیگر، رویدادهایی هستند که برای اهدافی نظیر رقابت گروهی، کسب‌وکار و تجارت و اجتماعی‌شدن برنامه‌ریزی شده‌اند که اغلب نیاز به امکانات خاص و مدیریت این امکانات دارند، مانند مجامع بین‌المللی و ورزشی. ناگفته نماند که این رویدادها نیاز به افراد حرفه‌ای و مسیرهای شغلی خاص خود را دارند (OECD، ۲۰۱۷).

حمایت از رویدادها نیز موجب دسته‌بندی رویدادها به رویدادهای تحت حمایت‌های دولتی و یا غیردولتی شده است. اوسالیوان^۱ و جکسون^۲ (۲۰۰۲) سه نوع از رویدادها را شناسایی کرده‌اند که جدول ۳ ویژگی‌های مربوط به هر کدام را ارائه می‌دهد:



جدول ۳. انواع رویدادهای گردشگری

رویدادهای بزرگ	رویدادهای محرک گردشگر	رویدادهای خانگی	
بزرگ شهری هنر، فرهنگ، سرگرمی	متوسط شهری یا حاشیه شهرها هنر، فرهنگ، سرگرمی	کوچک روستایی یا نیمه روستایی هنر، فرهنگ، سرگرمی	اندازه جمعیتی فضای جغرافیایی زمینه اصلی
مشارکتی	مقامات محلی	جامعه محلی با حمایت بخش عمومی یا خصوصی	سازمان دهندگان
مشارکتی	مقامات محلی	داوطلبان	مدیریت
توسعه اقتصادی برای ذینفعان و توسعه منافع فرهنگی و سرگرمی برای مردم محلی و بازدیدکنندگان	توسعه اقتصادی به وسیله گردشگری	منافع فرهنگی و یا سرگرم کننده برای مردم محلی و بازدیدکنندگان	اهداف ابتدایی از برگزاری رویداد

مأخذ: اوسالیوان و جکسون (۲۰۰۲).

آثار رویدادها

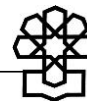
ریشه گردشگری رویداد را می توان در آثار و اهداف آن جستجو کرد. اعم از اینکه رویدادی دولتی یا خصوصی، تجاری یا خیریه، جشن یا بزرگداشت باشد بدون شک آثار ناشی از گردشگری آن متفاوت است. گردشگری رویداد می تواند آثار بسیار زیادی در یک منطقه برجای بگذارد. این آثار می توانند فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی باشند که هر کدام نیز ابعاد گسترده و به هم پیوسته ای را دارا هستند. اثر رویدادها، تغییراتی را می تواند شامل شود که یک سر آن آسایش و رفاه را برای ساکنان به همراه می آورد و در سر دیگر شرایط زندگی جامعه میزبان را با چالش های عدیده ای مواجه می کند.

اگرچه مرسوم است که هدف اصلی گردشگری رویداد مبتنی بر منافع اقتصادی تنظیم شود، اما باید پیامدها و تأثیرات آن در سطوح فردی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی هم بررسی شود. باید درون دادهای گردشگری رویداد (چه چیزهایی برای وقوع رویداد لازم است، از جمله هزینه مناقصه، توسعه تجهیزات و بازاریابی)، فرایندهای تغییر (رویدادها به عنوان عوامل تغییر) و پیامدها (تأثیرات مطلوب و نامطلوب از جمله رویه های این گونه از گردشگری) شناسایی شوند. با توجه به دیدگاه های مختلف، پیامدها و تغییرات آن می توانند مثبت یا منفی تلقی شوند. آثار رویدادها را می توان در دسته بندی زیر به گونه ای جداگانه یافت (جدول ۴).

جدول ۴. آثار گردشگری رویداد

عاملیت گردشگری رویداد در محور	مثبت	منفی
تغییرات اقتصادی	افزایش درآمد حاصل از مبادلات خارجی بالا بردن سرانه تولید ناخالص ملی سهمین شدن در شکوفایی اقتصادی مبتنی بر خدمات ایجاد اشتغال و کارآفرینی در جامعه محلی تأثیرات اقتصادی ناخالص از ضریب فزاینده درآمد و ارزش افزوده طولانی شدن مدت اقامت گردشگران در مقصد احیای مناطق فقیرنشین و توسعه نیافته ارزش اقتصادی بخشیدن به کالای فرهنگی رونق بخشی به سایر انواع گردشگری استفاده از رویداد به عنوان برند گردشگری مقصد	شکل‌گیری بازار سیاه برای محصولات و خدمات محدود مقصد بی‌توجهی به نیازهای آموزشی، بهداشتی و رفاهی جمعیت بومی بالا رفتن سایر هزینه‌های معیشتی جامعه میزبان رها شدن فعالیت‌های تولیدی ایجاد فاصله طبقاتی و قشر بندی در جوامع میزبان
تغییرات اجتماعی و فرهنگی	افزایش ارتباط میان فرهنگی احیای فرهنگ بومی نظیر صنایع دستی، زبان، سنت‌ها، غذاها و ... احیای همبستگی اجتماعی ایجاد حس غرور در ساکنان انتقال فرهنگ به نسل‌های بعدی خودکفایی جامعه و یا اعتبار بخشی به آن افزایش عزت نفس همبستگی اجتماعی	تعارض تند با سنت‌ها تزلزل در نظام اعتقادی جامعه میزبان تأثیر پذیری فرهنگی ادبیات اغراق شده اپراتورهای تبلیغاتی گردشگری رویداد از بین رفتن اصالت کالاهای فرهنگی ایجاد منازعاتی بین هنر و گردشگری نمایشی شدن و کالایی فعالیت‌های فرهنگی
تغییرات زیست محیطی	افزایش آگاهی نسبت به مسائل زیست محیطی توسعه زمین‌های بایر حفاظت طولانی مدت از منطقه	آسیب کوتاه مدت و بلندمدت مکان زیاله و آلودگی آلودگی صوتی اختلال در ترافیک و ازدحام افزایش تقاضای انرژی و سایر منابع طبیعی
تغییرات سیاسی	افزایش مشروعیت سیاسی حاکمیت تقویت ارزش‌های ایدئولوژیک نظام سیاسی	امکان سوء استفاده‌ها و روایت‌های رسانه‌ای غیرواقعی و سوگیرانه توسط دولت‌های رقیب یا متخاصم

مأخذ: نگارندگان.



وضع موجود رویدادهای گردشگری در ایران

داده‌های موجود در مورد رویدادهای گردشگری در ایران، بیشتر به صورت کمی و به تفکیک محدوده‌های جغرافیایی است. جدول ۵ تعداد رویدادهای گردشگری کشور به تناسب استان و سطح برگزاری را در سال ۱۳۹۸ نشان می‌دهد:

جدول ۵. رویدادهای گردشگری کشور

ردیف	نام استان	مجموع رویدادها	سطوح برگزاری			
			محلی	منطقه‌ای	استانی	بین‌المللی
۱	اصفهان	۱۶۵	۱۴۰	۱۸	۶	۱
۲	گیلان	۸۸	۵۲	۲	۳۰	۴
۳	خراسان رضوی	۷۷	۰	۶۳	۱۲	۱
۴	اردبیل	۴۹	۰	۰	۲۷	۲۰
۵	یزد	۳۹	۰	۷	۲۰	۱۲
۶	فارس	۲۹	۰	۰	۲۴	۴
۷	سیستان و بلوچستان	۲۷	۱۴	۱۰	۰	۳
۸	همدان	۲۷	۰	۰	۰	۲۷
۹	آذربایجان شرقی	۲۶	۰	۱۱	۱۳	۲
۱۰	سمنان	۲۳	۱۱	۲	۱۰	۰
۱۱	تهران	۲۲	۰	۰	۲۱	۲
۱۲	خراسان شمالی	۲۱	۹	۳	۹	۰
۱۳	قزوین	۲۱	۰	۱۸	۰	۲
۱۴	گلستان	۲۰	۰	۱	۱۳	۴
۱۵	مازندران	۱۹	۰	۱۱	۷	۱
۱۶	کرمان	۱۹	۸	۳	۸	۰
۱۷	زنجان	۱۸	۰	۱۰	۴	۱
۱۸	کردستان	۱۶	۰	۷	۴	۳
۱۹	کرمانشاه	۱۶	۰	۱	۱	۱۲
۲۰	هرمزگان	۱۴	۰	۱	۶	۵
۲۱	البرز	۱۳	۰	۱	۱۲	۰
۲۲	لرستان	۱۱	۰	۱	۷	۳
۲۳	مرکزی	۸	۰	۴	۴	۰
۲۴	چهارمحال بختیاری	۷	۲	۲	۲	۱
۲۵	کهگیلویه و بویراحمد	۷	۰	۲	۳	۲
۲۶	ایلام	۶	۰	۳	۳	۱
۲۸	خوزستان	۶	۰	۰	۰	۶
۲۹	بوشهر	۵	۰	۲	۱	۲
۳۰	خراسان جنوبی	۵	۰	۲	۲	۱
۳۱	قم	۴	۰	۰	۴	۰

مأخذ: سالنامه آماری گردشگری رویداد، ۱۳۹۹.

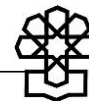
یکی از برداشت‌هایی که می‌توان از جدول بالا داشت این است که توزیع نامتناسبی در میان استان‌های کشور از لحاظ سطح برگزاری (محلی، منطقه‌ای، استانی، ملی، بین‌المللی) وجود دارد. برای مثال، استان اصفهان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگران داخلی و خارجی که با ۱۶۵ رویداد دارای بیشترین تعداد رویداد در مقایسه با دیگر استان‌هاست، تنها دارای یک رویداد ملی بوده و هیچ رویداد بین‌المللی ندارد. ازسوی دیگر براساس آمار وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی بسیاری از این رویدادها با یکدیگر همپوشانی موضوعی دارند، به‌گونه‌ای که برگزاری جشنواره نوروز که تقریباً در تمام استان‌های کشور برگزار می‌شود می‌تواند کارکردی فرهنگی، آیینی، هنری و حتی خوراکی داشته باشد. به هر صورت اگر قرار باشد که دسته‌بندی موضوعی برای گردشگری رویداد ارائه شود، جدول زیر حاصل می‌شود:

جدول ۶. رویدادهای گردشگری کشور به تفکیک موضوع

ردیف	موضوع رویداد	تعداد
۱	فرهنگی	۵۳۵
۲	آیینی	۶۶
۳	تاریخی	۱۳۷
۴	هنری	۱۰۶
۵	تجاری	۷۱
۶	غذایی و خوراک	۱۴۱
۷	ورزشی	۹۱
۸	کشاورزی	۸۴
۹	بازی	۱۸
۱۰	سلامت	۳۲
۱۱	تفریحی	۲۶۳
۱۲	مذهبی	۶۶
۱۳	ادبی	۱۳
۱۴	طبیعی	۱۲

مأخذ: همان.

مشخص است که رویدادهای بسیار زیادی در سطح کشور برنامه‌ریزی شده است که ریشه در سنن و آداب محلی، استانی، ملی و حتی بین‌المللی دارند، اما نبود داده‌های آماری و محتوایی از تبدیل شدن این رویدادها به محصولات گردشگری تأیید می‌کند که توجه چندانی به پتانسیل گردشگری قابل استفاده از رویدادها نشده است و این امر را می‌توان به‌خاطر اهداف خاص سازمان‌دهندگان رویدادها و یا به‌علت نبود طرح و برنامه مشخص و مدون و سیاست‌های جامع در این زمینه دانست. ازسوی دیگر، هم‌سو نبودن رسانه‌ها با چنین رویدادهایی می‌تواند یکی دیگر از علل ناآگاهی جامعه و گردشگران داخلی و خارجی به این مسئله باشد.



همان‌طور که در جدول بالا قابل مشاهده است، رویدادهای ادبی و طبیعی کمترین تعداد را در میان رویدادهای گردشگری کشور دارند؛ در حالی که کشور ایران دارای میراثی غنی و مثال‌زدنی در حوزه ادبیات بوده و به‌خاطر برخورداری از اقلیم چهارفصل، دارای مناظر طبیعی متنوع و گردشگری پذیر فراوانی است. نکته دیگر تفاوت فاحش تعداد رویدادها در میان استان‌های مختلف است. استان‌هایی که گاه به‌واسطه دارابودن تاریخ چندین هزار ساله، سنت‌های بومی و آثار ملموس تاریخی و فرهنگی می‌توانستند در سطوح مختلف رویدادهای متعددی داشته باشند. در این میان عوامل دیگری نظیر ثبت ملی و یا ثبت آثار ملموس و ناملوس در لیست آثار جهانی یونسکو نیز می‌تواند بر شهرت یک رویداد اثرگذار باشد و متضمن بیشتر دیده‌شدن و بیشتر شناخته‌شدن آن گردد. اما این برندسازی و هویت‌بخشی بدون هدایت و مدیریت سایر ابعاد رسانه‌ای، ارتباطی، زیرساختی و اجرایی، موفقیت ماندگاری به‌دست نخواهد آورد.

بررسی قوانین مرتبط با برگزاری رویدادها در جمهوری اسلامی ایران

اولین و مهم‌ترین مرجع در برگزاری رویداد و جشنواره‌های فرهنگی و هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. به‌گونه‌ای که برگزاری پویش‌ها، جشنواره‌ها، و سایر رویدادهای فرهنگی، هنری و رسانه‌ای حتی در فضای مجازی هم بدون هماهنگی این وزارتخانه غیرمجاز محسوب می‌شود. این مسئله درخصوص برگزاری نمایشگاه‌ها نیز به همین نحو است.

در ماده (۱) بخشنامه معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس‌جمهور مصوب ۱۳۸۹/۱۱/۱۶ آمده است: «کلیه دستگاه‌های اجرایی و بخش‌های غیردولتی موظفند برای استفاده از عبارت بین‌المللی، ملی و کشوری جهت برگزاری هرگونه همایش در سطح کشور، مجوز لازم را از کارگروه ساماندهی همایش‌ها و برای استفاده از عبارت استانی مجوز لازم را از شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان اخذ نمایند». این بخشنامه به شماره ۲۰۰/۵۴۰۳۰ و در پنج ماده تنظیم و به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ابلاغ شده است. در ماده (۲) نیز تأکید شده است که «به عناوینی همچون سمینار، کنفرانس، کنگره، گردهمایی، سمپوزیوم، مجمع، جشنواره و سایر عناوین مشابه در این بخشنامه همایش گفته می‌شود». البته زمانی که بحث سیاستگذاری و برنامه‌ریزی برای برگزاری رویدادهای گردشگری مطرح است، اسم نهادهایی مانند وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی (ماده (۲) قانون توسعه ایرانگردی و جهانگردی مصوب ۱۳۷۰) یا شورای عالی میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی (جزء «الف» از ماده (۴) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مصوب ۱۳۸۲) شنیده می‌شود.

یکی دیگر از انواع بسیار پرمخاطب و سودآور رویدادهایی که منجر به جذب گردشگران می‌شوند، رویدادهای ورزشی است، این رویدادها برای برگزاری نیازمند اخذ مجوز از وزارت ورزش و جوانان دارند (ماده (۴) بند «الف» جزء «۲۴» و ماده (۴) بند «ب» جزء «۷» قانون اهداف و وظایف وزارت ورزش و

جوانان). اما رویدادهایی که اهدافی تجاری در سطح ملی و بین‌المللی دارند و منجر به جذب گردشگران تجاری می‌شوند نیاز به مجوزهای لازم وزارت صنعت، معدن و تجارت دارند (جزء «ث» و «ج» از ماده (۳) اساسنامه مرکز توسعه صادرات ایران مصوب ۱۳۴۶،۰۷،۲۲ با اصلاحات و الحاقات بعدی).

همه‌گیری بیماری کووید ۱۹ و پاندمی ویروس کرونا بسیاری از بسترها را تغییر داد و به محیط‌های مجازی کشاند. بعضی از پلتفرم‌ها و عرضه‌کنندگان آثار هنری و فرهنگی اقدام به فعالیت‌هایی در محیط‌های مبتنی بر وب کردند. ذکر این نکته حائز اهمیت است که برگزاری چنین رویدادهایی نیز نیاز به مجوز از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دارند و اگر فعالیتی قبل از این دوره مجوز داشت می‌تواند به فعالیت خود ادامه دهد و گاهی مجوز برخی فعالیت‌ها نیاز به بازبینی دارد. برگزاری هرگونه رویداد یا نمایشگاه فرهنگی و هنری باید با مجوز فرهنگ و ارشاد اسلامی باشد. از این‌رو کلیه مراکز و نهادها و مؤسساتی که قصد برگزاری رویداد را دارند باید قبل از هرگونه فعالیت در فضای مجازی نسبت به مکاتبه با اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان خود اقدام کنند و این اداره کل نیز در صورت نیاز با هماهنگی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال و سایر بخش‌های تخصصی شامل معاونت امور فرهنگی، معاونت امور هنری، سازمان سینمایی و امور سمعی و بصری و بنیاد بازی‌های رایانه‌ای، نسبت به صدور مجوز عرضه آثار فرهنگی و هنری در بسترهای دیجیتال اقدام خواهد کرد.

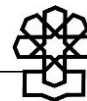
جدول ۷. قوانین و مقررات مرتبط با برگزاری گردشگری رویداد

قانون	مفاد قانونی	دستگاه دخیل	رویدادهای پیشنهادی	توضیحات
قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (ماده ۲) مصوب ۱۳۶۵/۱۲/۱۲	- تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها و ضوابط ناظر بر تشکیل جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های فرهنگی، هنری و مسابقات سینمایی و ادبی در داخل و خارج کشور (بند «۲۱») - اعلام تقویم برگزاری رویدادها و هفته‌های فرهنگی (بند «۱۵») - بهره‌برداری از ظرفیت رویدادها در کشورهای بازار هدف گردشگری به‌منظور معرفی قابلیت‌های گردشگری ایران (بند «۲»)	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	جشنواره‌های موسیقی جشنواره‌های سینما شعرخوانی محافل ادبی نمایشگاه کتاب نمایشگاه صنایع دستی گالری‌های تجسمی نقد محصولات فرهنگی	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اولین و مهم‌ترین مرجع قانونی برای اخذ مجوز برگزاری رویدادهای گردشگری در حوزه فرهنگ و هنر که مسئولیت برنامه‌ریزی رویدادهای فرهنگی و هنری را برعهده دارد.



قانون	مفاد قانونی	دستگاه دخیل	رویدادهای پیشنهادی	توضیحات
اساسنامه سازمان تبلیغات اسلامی مصوب ۱۳۸۷/۰۸/۱۵	اقدام و کمک به برگزاری گردهمایی‌ها، جشنواره‌ها، یادواره‌ها و نمایشگاه‌های مردمی و تخصصی به‌منظور ترویج و تبلیغ ارزش‌ها و سنت‌های اصیل اسلامی (بند «۱۱»)	سازمان تبلیغات اسلامی	دهه محرم اربعین اعیاد اسلامی	رویدادهای گردشگری با ارزش‌ها و سنت‌های دینی برعهده سازمان تبلیغات اسلامی است.
قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان مصوب ۱۳۹۹/۶/۱۶	-تسهیل دسترسی مردم برای تماشای مسابقات ورزشی مهم بین‌المللی و ملی در مکان‌های عمومی و محیط‌های ورزشی روستایی و شهری کشور (بند «۹») -احیا و تقویت ورزش‌های ملی و روستایی و بازی‌های بومی، محلی و توسعه زیرساخت‌های آن و تلاش برای ارتقا و ترویج جهانی آنها با هماهنگی دستگاه‌های ذی‌ربط (بند «۱۸») -همکاری و هماهنگی با بخش گردشگری و محیط‌زیست در بهره‌گیری از ظرفیت‌های ورزشی کشور (بند «۲۴»)	وزارت ورزش و جوانان	مسابقات ورزشی در سطوح مختلف ملی و بین‌المللی جشنواره بازی‌های محلی همایش پیاده‌روی	رویدادهای گردشگری و ورزشی با وزارت ورزش و جوانان در ارتباط است. به موجب این قانون وزارت ورزش موظف است نسبت به معرفی برگزاری بازی‌های محلی و حفظ سنت‌های مربوط به آن تلاش نماید و همچنین برقراری ارتباط و هماهنگی میان بخش‌های گردشگری و محیط‌زیست در بهره‌برداری از توان ورزشی آنها از دیگر وظایف این وزارتخانه است.
قانون وظایف وزارت امور خارجه (ماده (۲)) مصوب ۱۳۶۴/۱/۲۰	-همکاری با دستگاه‌های اجرایی کشور و ارائه نظریات لازم با رعایت ملاحظات سیاسی خارجی در جهت بررسی و تهیه طرح‌های مربوط به برقراری و گسترش مناسبات اقتصادی، فرهنگی، علمی و فنی (بند «۷») -تسهیل و تسریع و تنظیم موافقتنامه‌ها برای صدور و لغو روادید (بند «۱»)	وزارت امور خارجه	صدور ویزا برای گردشگران رویداد	برگزاری رویدادهای گردشگری که در راستای اهداف و وظایف وزارت امور خارجه است با هماهنگی و اطلاع یافتن از نظرات این وزارتخانه صورت می‌گیرد. ورود گردشگران خارجی به‌منظور بازدید از رویداد منوط به صدور روادید توسط وزارت امور خارجه است.

قانون	مفاد قانونی	دستگاه دخیل	رویدادهای پیشنهادی	توضیحات
بخشنامه معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس‌جمهور بخشنامه شماره ۲۰۰/۵۴۰۳۰ مصوب ۱۳۸۹/۱۱/۱۶	- کلیه دستگاه‌های اجرایی و بخش غیردولتی موظفند برای استفاده از عبارت بین‌المللی، ملی، کشوری جهت برگزاری هرگونه همایش، مجوز لازم را از کارگروه ساماندهی همایش‌ها و برای استفاده از عبارت استانی مجوز لازم را از شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان اخذ نمایند. - به عناوینی همچون سمینار، کنفرانس، کنگره، گردهمایی، سمپوزیوم، مجمع، جشنواره و سایر عناوین مشابه در این بخشنامه همایش گفته می‌شود.	معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس جمهوری	همایش‌های ملی، بین‌المللی و کشوری مدیریتی	این معاونت مسئولیت اعطای مجوز به همایش‌ها و رویدادهای گردشگری در سطوح مختلف استانی، ملی و بین‌المللی را داراست. همچنین این معاونت نام نهادن عنوان «همایش» بر انواع تجمع‌ها و رویدادهای گردشگری را یک الزام دانسته است.
سند راهبردی توسعه گردشگری مصوب ۱۳۹۹/۶/۱۶	- نظارت بر اماکن اقامتی و تأسیسات گردشگری - تأمین امنیت اجرای جشنواره‌های فرهنگی، سنتی، هنری و موسیقی در تأسیسات گردشگری دارای مجوز از نهادهای ذی‌ربط و انعکاس موارد مربوط به تخلفات	پلیس نظارت بر اماکن ناجا	نظارت و تأمین امنیت	نظارت بر محل اقامت بازدیدکنندگان رویدادهای گردشگری ازجمله وظایف پلیس نظارت بر اماکن ناجا است. همچنین این نهاد وظیفه ایجاد امنیت در تجمعات بزرگ و جشنواره‌های مختلف که موجب گردهم آمدن تعداد زیادی از مردم محلی و گردشگران داخلی و خارجی می‌شود را برعهده دارد
برگزاری رویدادهای آموزشی و هم‌اندیشی‌ها (سمینارها)	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	کنفرانس‌های علمی و میان‌رشته‌ای	وزارت علوم برگزاری رویدادهای گردشگری در حوزه علوم مختلف را عهده‌دار است.	
پوشش گردشگری در سطح استانی، ملی و برون‌مرزی (بند «۱۶»)	سازمان صدا و سیما	همکاری در رویدادهای سینمایی	اطلاع‌رسانی درخصوص رویدادهای گردشگری برگزار شده را عهده‌دار است.	



قانون	مفاد قانونی	دستگاه دخیل	رویدادهای پیشنهادی	توضیحات
	-اقدام جهت دریافت مجوز برگزاری نمایشگاه‌های تجاری ایران در کشورهای صادراتی مورد نظر -نظارت بر اجرای نمایشگاه‌های تخصصی کالا در استان -سیاستگذاری و تخصیص جوایز صادراتی، شرکت در نمایشگاه‌ها و نظایر آن -تهیه دستورالعمل تخصیص جوایز صادراتی و شرکت در نمایشگاه‌ها با همکاری وزارتخانه و براساس اولویت بازارها و محصولات گردشگری	وزارت صنعت، معدن و تجارت	نمایشگاه‌های تجاری، صادرات، واردات، نفت، فناوری و توسعه همکاری‌های بین‌المللی	مجوز رویدادهای گردشگری تجاری به وزارت صنعت، معدن و تجارت وابسته است. همچنین این وزارتخانه بر نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری در سطوح مختلف نظارت دارد. کلان برگزاری رویدادهای گردشگری تجاری توسط وزارت صمت انجام می‌پذیرد. اولویت‌بندی محصولات گردشگری براساس بازارهای هدف و تهیه دستورالعمل درخصوص رویدادهای گردشگری تجاری نیز برعهده این وزارتخانه است.

جدول فوق نشان می‌دهد که موضوع رویداد ذی‌نفعان و بازیگران متفاوتی دارد و به‌صورت جزءنگر مدیریت می‌شود که این وضعیت موجب ایجاد نقص در کلیت فرایند مدیریت گردشگری رویداد خواهد شد. این جدول نشان داد که اهداف و وظایف تعیین شده برای دستگاه‌های متعدد، موضوع نظارت و صدور مجوز های لازم برای تحقق گردشگری رویداد را تحت تأثیر قرار داده است. اگر مفهوم گردشگری رویداد به‌عنوان فعالیتی منسجم و نیازمند مدیریت جامع در نظام سیاستگذاری کشور پذیرفته شود، چیدمانی جدید که تمامی بازیگران را در کنار هم هماهنگ نماید لازم به‌نظر می‌رسد. جدول زیر رویکردهای متفاوت این ذی‌نفعان نسبت به موضوع گردشگری رویداد را ترسیم می‌کند.

جدول ۸. تحلیل رویکرد دستگاه‌ها در حوزه گردشگری رویداد

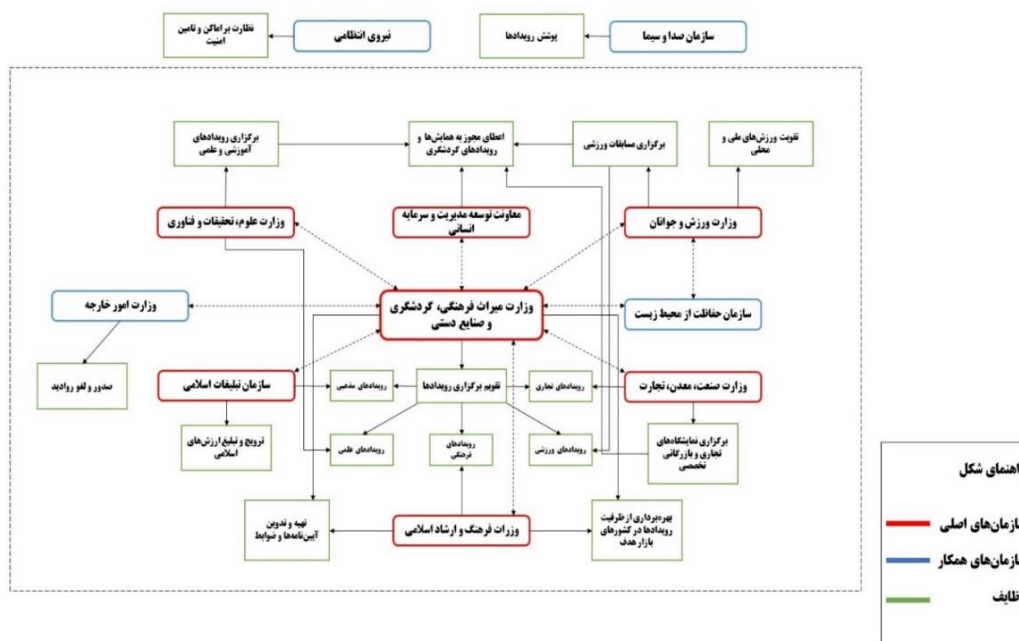
دستگاه دخیل	رویکرد کنونی نسبت به گردشگری رویداد
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	در شرایط کنونی اگرچه این وزارتخانه توانسته است آیین‌نامه‌ها و ضوابط ناظر بر تشکیل جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها در داخل و خارج از کشور را به مرحله تدوین درآورد. اما عملاً شاهد هستیم که هنوز در کشور رویدادی بین‌المللی و مطرح که موجب گرد آمدن گردشگران از کشورهای بازار هدف گردشگری باشد وجود ندارد. همچنین فقدان تقویم دقیق و جامعی که بتواند به صورت متمرکز رویدادهای فرهنگی و هنری را معرفی کند موجب شده است که تنها تقویم رویداد موجود، تقویم وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی باشد که آمیخته است از تمام رویدادهای ریز و درشت در استان‌های کشور.
سازمان صدا و سیما	فعالیت کنونی صدا و سیما درخصوص بحث رویداد را می‌توان تا حدودی تنها به بحث اخبارهای مربوط رویداد، خواه فرهنگی، هنری و یا علمی محدود دانست که بیشتر آنها نیز به بیان خلاصه‌ای از مؤلفه‌های رویداد یا نمایشگاه و آمار آنها اکتفا می‌کنند. درحالی که گردشگری به‌طور کلی و به‌خصوص گردشگری رویداد در برنامه‌های تولیدی این سازمان جای چندانی ندارد و معدود برنامه‌ها نیز محدود به ارائه آمار و اخبار می‌شود و عملاً جزئیاتی از برگزاری رویدادها و خروجی آنها بیان نمی‌شود.
وزارت صنعت، معدن و تجارت	وجود مکانی برای برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی مختلف در مراکز استان‌ها و شهرهای بزرگ موجب شده است که تا حدی مسائل زیرساختی مربوط به برگزاری این گونه نمایشگاه‌ها برطرف گردد. همچنین برپایی نمایشگاه‌های مختلف و با زمینه‌های گوناگون توانسته است دستاویزی باشد برای معرفی شرکت‌های بزرگ و کوچک تخصصی. درحقیقت این نمایشگاه‌ها با اتخاذ رویکرد تجاری صرف به دنبال آن هستند تا محصولات داخلی و خارجی را به بازدیدکنندگان داخلی معرفی کرده و بشناسانند. ازسوی دیگر حضور پررنگ غرفه‌های مربوط به کشور ایران در نمایشگاه‌های خارجی از دیگر دستاوردهای این وزارتخانه است که بدون شک می‌تواند سود اقتصادی مطلوبی را برای ارائه‌کنندگان محصولات و خدمات به دنبال داشته باشد. سیاستگذاری در برگزاری نمایشگاه‌ها و شرکت در آنها و همچنین تخصیص جوایز صادراتی از دیگر فعالیت‌های مهم و قابل قبول این وزارتخانه است. تنوع نمایشگاه‌های برگزار شده در استان‌ها و پرداختن به ابعاد مختلف آنها یکی از آن موارد است، که وزارت صنعت، معدن و تجارت بر روی آن تأکید داشته و همواره در جهت تسهیل آن کوشیده است. فعالیت‌های این وزارتخانه می‌تواند نقطه شروعی برای برگزاری رویدادهای تجاری نظیر نمایشگاه‌های تجاری و جذب گردشگران علاقمند به صنایع گوناگون به کشور باشند. چنین اتفاقی می‌تواند علاوه بر رونق بخشیدن به صنعت گردشگری، موجب عقد قرارداد و تفاهمنامه‌های بین‌المللی در تمام زمینه‌ها گردد.
سازمان تبلیغات اسلامی	این سازمان با دنبال کردن یک رویکرد دینی/مذهبی و بسط این رویکرد به آیین‌های مختلف یکی از سازمان‌های موفق است که توانسته از طریق ادارات استانی و سازمان‌های وابسته فعالیت‌های فرهنگی مداومی را پی بگیرد. سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و نظارت بر مراسم مذهبی به گونه‌ای سازماندهی شده خود نشانی از این امر است. علاوه بر آن، این سازمان به عنوان سازمانی متکی بر مردم، چنین مراسمی را منوط به حضور مردم می‌داند و همواره از مشارکت آنها بهره‌مند می‌گردد. این نشان می‌دهد که این سازمان از پتانسیل لازم و کافی برای معرفی مراسم پرشوری نظیر عاشورا و تاسوعا که نشان از یک واقعه



دستگاه دخیل	رویکرد کنونی نسبت به گردشگری رویداد
	تاریخی در بین مسلمانان شیعی است دارد و می‌تواند جریان موفقی از توسعه به نفع گردشگری مذهبی و فرهنگی کشور ایران باشد و همچنین موجب تبادل گردشگر با کشورهای مسلمان نظیر عراق و سوریه گردد.
وزارت ورزش و جوانان	وزارت ورزش و جوانان ضمن برگزاری انواع مسابقات ورزشی در سطح استانی، ملی و بین‌المللی در تلاش است تا حضور تماشاگران و بازدیدکنندگان چنین مسابقاتی را ارج نهد و از این‌رو با فراهم کردن حداقلی از امکانات و زیرساخت‌ها حضور بازدیدکنندگان را تسهیل می‌نماید. اگرچه بنا به ویژگی‌ها و قوانین موجود حضور تماشاگران و بازدیدکنندگان مسابقات محدود به تعدادی از قوانین است اما با وجود این، این وزارتخانه توانسته تا حدی چنین نیازی را پاسخگو باشد. از سوی دیگر این وزارتخانه با معرفی و احیای تعدادی از ورزش‌های باستانی و قدیمی نظیر چوگان و ورزش‌های زورخانه‌ای و تخصیص بودجه برای ساخت زورخانه‌های مجهز منجر به احیای چنین ورزش‌هایی و همچنین علاقمندی نسل جوان به این ورزش‌ها شده است. در این میان نباید فراموش کرد که گردشگری و فعالیت‌های ورزشی مانند بازی‌های بومی و منطقه‌ای در بسیاری نقاط با یکدیگر اشتراک داشته می‌توانند آثار یکدیگر را تشدید نمایند. اگرچه تا حدی از این مسئله غفلت شده است اما عقد تفاهمنامه میان دو وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی و ورزش و جوانان نشان از روزهای بهتری دارد.
وزارت امور خارجه	وزارت امور خارجه کشور در همکاری با سایر ارگان‌ها و دستگاه‌های ذی‌نفع در تلاش است تا درخصوص لغو و صدور روایید تصمیم‌های گوناگونی اتخاذ کند که موجب ارتقای سطح گردشگری و ورود هرچه بیشتر گردشگر به داخل کشور می‌شود. همچنین این وزارتخانه با وجود تهدیدهای خارجی توانسته است روابط ایران را با سایر کشورها بهبود بخشد و سیاست خارجی را براساس حفظ و ارتقای این روابط اجرا نموده است. این وزارتخانه می‌تواند با تسهیل روند اخذ ویزا برای گردشگران خارجی گام مهمی در رونق یافتن گردشگری رویداد در کشور بردارد.
پلیس نظارت بر اماکن ناجا	بدون شک یکی از اهداف تشکیل نیروی انتظامی استقرار نظم و امنیت و تأمین آسایش عمومی و فردی بوده است که این ارگان نیز توانسته به‌خوبی این نیاز شهروندان را برطرف نموده و در جامعه ایجاد نظم و امنیت نماید. یکی از مهم‌ترین مکان‌ها و اجتماعی که نیاز به امنیت و مبارزه با ناهنجاری و اغتشاشات را دارد اجتماعات قانونی است که به‌واسطه هویت جمعی خود نیاز به امنیت بیشتری می‌طلبند تا همگان بتوانند با خیالی آسوده در آنها شرکت نمایند. این ارگان در همکاری با وزارت اطلاعات می‌تواند منجر به امنیت هرچه بیشتر شهروندان و گردشگران داخلی و خارجی در برگزاری تجمعات شود. بدون شک امنیت رویدادهای گردشگری یکی از مهم‌ترین فاکتورهایی است که هر گردشگر پیش از انتخاب مقصد آن را در نظر می‌آورد.
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	فارغ از وظایف محوری و اصلی، این وزارتخانه با هدف پیشبرد دانش و اشاعه علوم در سطوح مختلف استانی، ملی و بین‌المللی هر ساله همایش‌ها و سمینارهای علمی در موضوعات مختلف و با حضور علاقمندان و متخصصان هر رشته برگزار می‌کند. این کنفرانس‌ها می‌تواند منجر به رونق گردشگری و سفر متخصصان هر حوزه به کشور ایران شود و علاوه بر شناساندن قابلیت‌ها و موفقیت‌های علمی پژوهشگران ایرانی به سایر نقاط دنیا موجب توسعه گردشگری رویداد نیز گردد.

با توجه به محتوای موضوع، متولی اصلی این گونه از گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی است که می‌تواند در یک فرایند مشارکتی و با همکاری با سایر ذی‌نفعان به گسترش کمی و کیفی گردشگری رویداد بپردازد. شکل ۲ به صورت خلاصه این نقش‌ها را مشخص می‌کند.

شکل ۲. متولیان اصلی و همکار در برگزاری رویدادهای گردشگری، وظایف و ارتباط میان آنها



مأخذ: همان.

اما با توجه به وضعیت ذی‌نفعان و چگونگی فعالیت آنها در قبال گردشگری رویداد، لزوم مشخص نمودن وظایف و اهدافی که به‌طور مشخص، مدیریت این فرایند را برعهده داشته باشند، مشهود است. وظایف و اهدافی که تحت نظارت یکی از ساختارهای موجود هم دارای قابلیت هماهنگی در حوزه فرهنگ عمومی و هم دارای قابلیت کار تخصصی در حوزه گردشگری باشند.

جمع‌بندی

براساس ماده (۳) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۲۳ مجلس شورای اسلامی، شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری به ریاست رئیس‌جمهور، وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به‌عنوان دبیر شورای عالی و با عضویت وزیران کشور، فرهنگ و ارشاد اسلامی، امور اقتصادی و دارایی، امور خارجه، راه و شهرسازی، علوم، تحقیقات و فناوری، آموزش و پرورش و رؤسای سازمان‌های صدا و سیما، جمهوری اسلامی، برنامه و بودجه و حفاظت محیط‌زیست و چهار نفر کارشناس



خبره تشکیل می‌شود. براساس تبصره «۲» همین ماده، کلیه وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، نهادها، شرکت‌ها و مؤسسات دولتی، شهرداری‌ها و کلیه دستگاه‌هایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است در حدود وظایف قانونی خود، موظف به اجرای مصوبات این شورای عالی هستند. ماده (۴) این قانون، وظایف و اختیارات شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری را تعیین کرده است. آیین‌نامه چگونگی تشکیل و اداره شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری بنا به پیشنهاد سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و به استناد اصل یکصدوسی و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، در جلسه مورخ ۱۳۸۳/۵/۱۱ هیئت وزیران به تصویب رسیده و مصوبات آن در گستره اختیارات و مصوبات شوراهای عالی در سطح کشوری و حاکمیتی بوده و الزامات ویژه‌ای بر آن مترتب و از جایگاه قانونی خاصی برخوردار است.

از این رو، تعریف وظایف و اهدافی که بتواند موجب شکوفایی و گسترش گردشگری رویداد در کشور شود، می‌تواند تحت لوای این شورا تعیین شده و به سایر بخش‌های مربوطه ارجاع داده شود. بنابر ماده (۲) این آیین‌نامه، جلسات شورا با حضور دوسوم اعضا رسمیت یافته و تصمیمات با رأی اکثریت حاضران اتخاذ خواهد شد. همچنین حسب تبصره یک این ماده، مصوبات شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری، برای کلیه دستگاه‌های اجرایی مذکور در تبصره «۲» ماده (۳) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، مصوب ۱۳۸۲، در حدود وظایف قانونی آنها لازم‌الاجراست.

این اهداف و وظایف در راستای اهداف و وظایف اصلی این شورا، می‌تواند فرصتی را در راستای پیدا نمودن چاره‌ای مناسب برای برطرف‌سازی مسائل حوزه گردشگری رویداد فراهم کند. همچنین این شورا می‌تواند شرایط و جریانات فرهنگی کشور را بررسی و تحلیل کند، نظام ارزشی جامعه را به‌منظور تعیین نقاط قوت و ضعف فرهنگی بسنجد و متولی برگزاری رویدادها گردد.

در تبصره ماده (۴) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، مصوب ۲۳ دی‌ماه ۱۳۸۲ مجلس شورای اسلامی آمده است که «با پیشنهاد شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری و پس از تصویب هیئت وزیران حسب مورد در استان‌هایی که ضرورت ایجاب کند، شورایی مشابه شورای عالی به ریاست استاندار و عضویت مدیران کل وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مذکور در شورای عالی ایجاد خواهد شد». از این رو، راه‌اندازی دفاتر زیرمجموعه استانی در مناطق مختلف کشور زیر نظر شورای عالی میراث فرهنگی نیز می‌تواند موجب شکل‌گیری ساختار فرهنگی برای همکاری و هماهنگی با سایر ارگان‌های تصمیم‌ساز در استان‌ها شود و ذی‌نفعان اثرگذار این حوزه را هم‌راستا نماید.

در این خصوص می‌توان اهداف و وظایف زیر را پیشنهاد کرد:

• اهداف:

- تصویب سیاست‌ها و برنامه‌های راهبردی در حوزه گردشگری رویداد؛
- جلب هماهنگی و همکاری بین‌بخشی و بین‌دستگاهی در راستای تعالی گردشگری رویداد؛

- بهره‌گیری از توانمندی‌های بخش‌های دولتی و غیردولتی، بخش تعاونی و خصوصی در حوزه گردشگری رویداد و بخش‌های مختلف آن.
- وظایف:
 - تصویب سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و برنامه‌های کلان در زمینه گردشگری رویداد؛
 - جلب حمایت بخش‌های دولتی و غیردولتی و بخش تعاونی و خصوصی برای تحقق اهداف گردشگری رویداد؛
 - فراهم کردن زمینه سرمایه‌گذاری بخش غیردولتی و افزایش سهم آن در امور مربوط به گردشگری رویداد.
- شایان ذکر است که شورای عالی میراث فرهنگی در سطوح استانی می‌تواند دست به اقدامات زیر بزند:
 - مطالعه، تجزیه و تحلیل، ارزیابی، استعدادیابی سالیانه وضع فرهنگ عمومی استان براساس شاخص‌های تدوین‌شده و طراحی و برگزاری همایش و رویداد براساس آن؛
 - رصد رویدادها به‌منظور پیشگیری از پیامدهای منفی اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و... بر جامعه محلی؛
 - انجام تحقیقات مرتبط با فرهنگ عمومی استان و تحلیل و ارزیابی نتایج تحقیقات علمی انجام‌شده به‌منظور دسترسی به راهکارهای مناسب جهت برگزاری رویدادهای آیینی و فرهنگی؛
 - بررسی و اظهارنظر در مورد موضوعات، طرح‌ها و گزارش‌هایی (عملیاتی و کاربردی) که در مقیاس استانی، قابلیت پیاده‌سازی رویداد گردشگری را دارند؛
 - تلاش در جهت همکاری و هماهنگی و همسویی بین دستگاه‌های دولتی و غیردولتی و مجریان فرهنگی استان در زمینه برگزاری رویداد؛
 - اتخاذ شیوه‌های تشویقی در استان به‌منظور شکوفایی فرهنگ عمومی از طریق برگزاری رویداد گردشگری در ابعاد مختلف؛
 - برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و تدوین شیوه‌نامه‌های لازم برای برگزاری رویداد در چارچوب سیاست‌های شورای عالی میراث فرهنگی؛
 - ارزیابی روند اجرایی سیاست‌ها و رویدادهای فرهنگی در استان.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری رویداد در کشور با تمامی ظرفیت‌ها و فرصت‌های موجود محلی، منطقه‌ای و ملی، نیازمند متولی است زیرا هم بر محور توسعه درون‌زای فرهنگی استوار است و هم موجب پاسداری از میراث فرهنگی ناملموس خواهد بود. از آن جهت که سازوکار منسجم و متمرکزی موجب هدایت گردشگران به



سمت رویدادها نشده است، گردشگری رویداد در قالب محلی و در شکل محدود به تبلیغات بین فردی باقی مانده است و جلوه‌های بین‌المللی، ملی یا منطقه‌ای در شأن و منزلت خود را دریافت نکرده است. این درحالی است که استفاده از رویداد در جهان، هم به‌عنوان ابزاری برای تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری مطرح است و هم امکان باقی‌ماندن بیشتر گردشگران در مقاصد گردشگری را ممکن می‌کند. بررسی قوانین و مقررات نشان می‌دهد که دستگاه‌های دخیل در حوزه گردشگری رویداد شامل، وزارتخانه فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت ورزش و جوانان، وزارت امور خارجه، معاونت توسعه مدیریت و سرمایه رئیس‌جمهور، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، سازمان صدا و سیما، وزارت صنایع، معادن و تجارت، اداره اماکن نیروی انتظامی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری هستند. دستگاه‌های مذکور هر کدام متولی یا ناظر بر بخشی از فرایند گردشگری رویداد هستند و در قبال کلیت فرایند، تسهیل‌گر یا هماهنگ‌کننده‌ای وجود ندارد.

به‌نظر می‌رسد وظایفی درخصوص گردشگری رویداد که ذیل شورای عالی میراث فرهنگی تعریف شود و با سایر مصوبات همسو باشد، امکان هماهنگی و رفع مشکلات موجود را داراست. ظرفیت‌های استانی این شورا و شرح وظایف فرهنگی آن می‌تواند امکان تشکیل تقویم گردشگری رویداد و توجه به ملاحظات فرهنگی در این حوزه را ممکن سازد و گامی اساسی در جهت ساماندهی تعطیلات کشور باشد. برای محقق‌سازی چنین اهدافی، پیشنهادهای زیر لازم به‌نظر می‌رسد.

- با توجه به نهایی نشدن لایحه اهداف و وظایف وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و با توجه به در نظر گرفتن شورای عالی میراث فرهنگی به‌عنوان متولی اصلی گردشگری رویداد در کشور می‌توان اهداف و وظایفی پیرامون گردشگری رویداد برای آن شورا تعریف کند که علاوه بر پوشش دادن گردشگری رویداد بتواند قدمی درخصوص ماده (۴) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مصوب ۲۳ دی‌ماه ۱۳۸۲ مجلس شورای اسلامی که تصویب سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و برنامه‌های کلان امور میراث فرهنگی و گردشگری را از وظایف این شورا می‌داند، بردارد.

- همچنین براساس تبصره همین ماده می‌توان شورایی مشابه شورای عالی را به ریاست استانداران و عضویت مدیران کل وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مذکور در شورای عالی ایجاد کرد تا متضمن اجرای قوانین محول شده در واحدهای استانی باشند.

- ازسوی دیگر، می‌توان ظرفیت‌های قانونی مورد نیاز برای حمایت از گردشگری رویداد را در نظر گرفت. به این صورت که شورای عالی میراث فرهنگی با تعریف وظایف و اهدافی پیرامون گردشگری رویداد که تطابق کاملی با وظایف و اهداف این شورا دارد اقدامات لازم برای مدیریت یکپارچه گردشگری رویداد را فراهم سازد.

منابع و مآخذ

۱. سالنامه آماری گردشگری رویداد، ۱۳۹۹، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، منتشر نشده.
۲. کروی، مهدی و اسماعیل، قادری و نگار، جلیلیان. امکان‌سنجی توسعه گردشگری رویداد (با تأکید بر رویدادهای فرهنگی) و تأثیر آن بر تعدیل فصلی بودن مقصدهای گردشگری مطالعه موردی: شهر همدان. فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۴(۴۵)، ۱۳۹۸.
۳. گزارش بررسی وضعیت گردشگری داخلی به‌منظور دستیابی به چالش‌های سیاستی این حوزه با شماره مسلسل ۱۷۸۵۰ منتشر شده در تاریخ ۱۴۰۰/۸/۱۸ از مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۴. گزارش بررسی جایگاه شناورهای دریایی سنتی با ظرفیت کمتر از ۵۰۰ تن (لنج تجاری) با شماره مسلسل ۱۷۷۸۷ منتشر شده در تاریخ ۱۴۰۰/۷/۱۲ از مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
5. Getz, D (1989). Special events: Defining the product, *Tourism Management*, Volume 10, Issue 2.
6. Getz, D. (1997). Event management and Event tourism. New York: Cognizant Corporations.
7. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29.
8. Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism management*, 52.
9. Kelly, D. M., & Fairley, S. (2018). What about the event? How do tourism leveraging strategies affect small-scale events?. *Tourism Management*, 64.
10. Kruger, M., & Saayman, M. (2017). An experience-based typology for natural event tourists. *International journal of tourism research*, 19(5).
11. McKercher, B., & Du Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, 5(1).
12. OECD (2017), "Major events as catalysts for tourism", OECD, Tourism Papers, 2017/02, OECD Publishing, Paris.
13. O'Sullivan, D., & Jackson, M. J. (2002). Festival tourism: a contributor to sustainable local economic development?. *Journal of sustainable tourism*, 10(4).