

عرضه هنر خود، از طریق ارتباطات و مبادلات کرده و از این طریق فضای تنهایی او را لبریز از زایش می کند. بدون وجود این فضا هر وسیله ای حتی حمایت و پول هم قادر به ایجاد انگیزه خلاق در هنرمند نیست. متأسفانه در سال های اخیر چنین فضاهایی از هنرمندان و خلاقان ما دریغ شده است. هنگامی که سخن از جذب گردشگران فرهنگی می کنیم نمی توانیم نسبت به توسعه فضاهای ارتباطی بی تفاوت باشیم. این بی تفاوتی به معنی آب در هاون کوبیدن است. وجود تحقق رابطه هر فرد داخلی با گردشگر خارجی نیروی می آفریند که خرج میلیون ها دلار برای تبلیغات در زمینه جذب انجام نمی دهد.

اگر بخواهیم صورت های مختلف ارتباطی را ارزش یابی کنیم، باید بگوییم: هیچ ارتباط و مبادله ای مهم تر و نقش گذار تر از ارتباط حضوری نیست. ارزش این ارتباط در همین زایش فضایی چند بعدی است. فضایی که می تواند به طور

مانمی دانیم آن ها که برای توسعه فرهنگی جامعه فعالیت می کنند. به اهمیت فضاهای ارتباطی آن هم برای جامعه ای با فشرده گی شهری چون تهران و بدتر از آن در شهرهایی اسیر محیط های بسته فرهنگی واقفانند با خیر.

گروهی می پرسند می گویند چرا همه تحصیل کرده ها مایلند در تهران و شهرهای بزرگ زیست کنند؟ و چرا این افراد به روستا و شهرهای کم جمعیت نمی روند؟ همین گروه برای اثبات حرف خود از کشورهای اروپایی نام می برند که چنین تمایلی در آن ها رشد نکرده است. اما آن ها به این نکته واقف نیستند که در اروپا هر چه شهر کوچکتر



گردشگری توسعه

می شود، به همان اندازه فضاهای ارتباطی نیز گسترده تر می گردند، حتی کار به جایی می رسد که تمایل به زیست این فضاها بسیار بیشتر از شهرهای بزرگ می شود. چرا که آن ها با محیط آزادتر و آرام تری روبه رو می شوند. بنابراین در شرایطی که فضاهای ارتباطی میان آدمیان و میان گروه های اجتماعی مدام محدودتر می شود،

چگونه می توان توقع داشت آدمیان در حال زیست در چنین محیطی تمایل به زیستی مسئولانه و خلاق داشته باشند نمی توان از یک سو درب این فضاها را گل گرفت و از سوی دیگر توقع آفرینش مدام فرهنگ و

هنر داشت. برای مثال نمی توان از هنرمند توقع خلق اثر هنری داشت، آن هم در سطحی جهانی، اما او را به همان اندازه محدود کرد. نمی توان دست هنرمند را



بست و آن گاه قلم مو دستش داد و به او گفت لطفا بهترین نقاشی را برآیم بکشید؟! باری مگر می شود در پیچه های ارتباطی را بست و توقع خلق آثار جدیدی را داشت.

در عرصه زایش جاذبه های لازم برای سفر گردشگران عالم به این کشور نیز وجود بسیاری از امکانات لازم است تا این هدف تحقق پیدا کند. برای مثال وجود مکان های استراحت و ارتباط نظیر چای خانه ها و پاتوق به عنوان مکان های ارتباطات عمومی برای جذب گردشگران فرهنگی بسیار ضروری است. این مکان ها می تواند زمینه های لازم را برای ایجاد جذابیت ارتباطی و نفوذ به خاطره فردی که دارای سیر آفاقی و انفسی است میسر کنند و زمینه هایی برای افزایش تبادل فرهنگی، شوند.

این روزها هنگامی که بحرانی در حوزه ای خاص مورد تحلیل و بحث قرار می گیرد، معمولاً دولت را در این زمینه مقصر می خوانند. برای مثال وضع بحرانی صنایع دستی کشور و حضور محصولات گاه دستی و گاه ماشینی با کیفیت اندک پاکستانی در مهم ترین فروشگاه های صنایع دستی کشورمان خود اشاراتی است بر کارنامه ضعیف این مدیریت.



هم زمان هم از جنبه اطلاعاتی، هم عقلانی و هم خیالی، قلمرو فعالی از میدان های عقلانی-اخلاقی بیافریند.

برای اینکه بتوانیم ارزش پاتوق یا محیطه حضور مستقیم و چندوجهی را شناسایی کنیم لازم است به موارد زیر اشاره کنیم:

۱- در ارتباطات پاتوقی شرایط برای فعال شدن ذهن در فضایی میان خلوت فرد با حضور وی در جمع فراهم می شود. و این رابطه به سرعت شکل می گیرد.

آن چه که موجب توسعه فضای هنری و معنوی می شود، با اصطلاحی شناخته می شود که آن را فضا یا جو هنری آن حوزه می نامیم. فضایی که هنرمند را قادر به ایجاد محیط لازم برای