

مقاله پژوهشی

آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در ایران

مهدیه بُد^{۱*}، فائزه درمان^۲

۱. عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، تهران، ایران.

۲. استادیار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۲۵ تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۴۰۲/۰۵/۰۱

چکیده گردشگری رویداد یکی از گونه‌های شناخته‌شده و نوین گردشگری در دنیاست که در ایران با وجود پتانسیل‌های بی‌نظیر فرهنگی و بومی، چندان مورد توجه قرار نگرفته است. آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در ایران، هدف اصلی تحقیق بوده است. به منظور دستیابی به اهداف تحقیق، از راهبرد کیفی با تکیه بر مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی بهره گرفته شده است. داده‌های کیفی بر پایه مطالعه منابع مکتوب پیرامون گردشگری رویداد در ایران جمع‌آوری شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، بازیگران و دستگاه‌های دخیل در برگزاری گردشگری رویداد در کشور، رویکردهای موجود دستگاه‌های دخیل و آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در کشور مشخص شدند که در نهایت نیز پیشنهادهایی در راستای این ضعف‌ها ارائه شد. با توجه به فرصت‌های پیش روی 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 تعریف شده و با مصوبات مربوط به این شورا و همچنین تدوین تقویمی در این خصوص ظرفیت‌های موجود را برجسته کند. همچنین برای توسعه فعالیت‌ها و بهره‌برداری از ظرفیت‌های محلی، قابلیت‌های شورای فرهنگ عمومی استان‌ها به این شورا کمک‌رسانی خواهند کرد.

واژگان کلیدی / آسیب‌شناسی، گردشگری، گردشگری رویداد.

گردشگر به استان‌های کمتر شناخته شده باشد و مسیرهای سنتی گردشگری را تغییر دهد، صرفاً مخاطب عام ایرانی را 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 آنچه مسلم است، گردشگری رویداد آن‌گونه که باید برنامه‌ریزی و مدیریت نشده است تا به‌عنوان گونه‌ای جذاب و قابل توسعه مورد استفاده قرار گیرد. با توجه به مقدمه بیان شده هدف از این مطالعه، آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در ایران است. با توجه به هدف اصلی پژوهش، تحقیق پیش رو به دنبال پاسخ‌گویی به سؤالات زیر است:

- بازیگران و دستگاه‌های دخیل در برگزاری گردشگری رویداد در کشور کدامند؟
 - آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در کشور چگونه است؟
 - رویکردهای موجود دستگاه‌های دخیل چگونه است؟
- برای پاسخ به سؤالات تحقیق با استفاده از مطالعه اسناد و آرای صاحب‌نظران، به بررسی وجوه مختلف گردشگری رویداد در ایران و

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. ایران نیز 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. در این راستا بررسی‌های کارشناسی نشان می‌دهد که معدود رویدادهای برگزار شده در سالیان اخیر کشور به‌جای این که ابزاری برای جذب

*نویسنده مسئول: 09122548394.m.bod@richt.ir

روی درگیر کردن گردشگران رویداد در سطح غوطه‌وری با لذت بالا برای گردشگران است و اهمیت این امر نیز با اثرگذاری آن در ارتقای سطح رضایت گردشگران، قصد به بازشد دوباره و ایجاد احساسات و تصویر مثبت از مقصد در ذهن گردشگران انعکاس یافته است؛ کانل و پیج (Connell & Page, 2019) در پژوهشی تحت عنوان «رویدادها و جاذبه‌های گردشگری: پاسخی به فصلی بودن» به تبیین این موضوع می‌پردازند که چگونه مدیران جاذبه‌ها، رویدادهای ویژه‌ای را ایجاد می‌کنند و چگونه از آنها به عنوان ابزاری برای تعدیل فصلی بودن در سطح یک کشور استفاده می‌کنند و همچنین اذعان می‌دارد که جامعه محلی منبع اصلی بازار برای رویدادهای ویژه می‌باشند و دوره‌ای بودن رویدادهای گردشگری به طور مؤثری گردشگران را ترغیب به شرکت در اینگونه رویدادهای گردشگری در فصل غیر اوج می‌کند؛ روزیدی (Rosyidi, 2018) در پژوهشی تحت عنوان «چالش‌های توسعه رویدادهای گردشگری در TNBTS» به این نتیجه رسیدند که سه چالش توسعه رویداد گردشگری در TNBTS شامل چالش‌های نهادی، پایداری رویداد و رقابت با رقیب است.

مبانی نظری تحقیق

• مفهوم‌شناسی گردشگری رویداد

صنعت گردشگری به طور کلی و گردشگری رویداد به طور خاص فرصتی ایده‌آل برای تنوع‌بخشیدن به اقتصاد و ایجاد شغل است (Monshi & Scott, 2017). رویداد گردشگری را می‌توان واقعه‌ای دانست که به‌طور معمول برخلاف زندگی متعارف و جاری جامعه محلی شکل می‌گیرد. آغاز و پایانی برای آن متصوریم و هدف از آن تأمین یک نیاز (برگزاری مراسم معنوی حج)، فعالیت‌های اجتماعی خیریه (گل‌ریزان)، گذارن اوقات فراغت برای مردم محلی (مسابقه‌های ورزشی) یا جلب گردشگران به یک مقصد گردشگری (تلاش برای میزبانی جام جهانی فوتبال) و پاسخی به یکی از مهم‌ترین نیازهای انسانی، یعنی گردهم‌آمدن و تعاملات انسانی است (Seraphin, 2021؛ منوچهری و همکاران، ۱۴۰۲). اصطلاح گردشگری رویداد از سال ۱۹۸۷ به عنوان 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 برجسته‌آ، ابررویدادها^۴ و رویدادهای خاص^۴ پرداخته می‌شد (Getz & Page, 2016; Trauer, 2006). رویدادها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت گردشگری شناخته می‌شوند که به دلیل کارکردهای متنوع، بخش مهمی از جامعه بشری نیز محسوب می‌شوند. تقاضای گردشگری رویداد اخیراً به طرز چشم‌گیری افزایش یافته است. بنابراین نوع و ماهیت گردشگری رویداد در طول زمان تغییر کرده است. گردشگری رویداد می‌تواند

سپس به ارائه بسته‌تقنینی پرداخته می‌شود تا زیرساخت مطلوب برای مدیریت گردشگری رویداد کشور را فراهم سازد.

پیشینه تحقیق

منوچهری، محمدی و اسکندری (۱۴۰۲) در پژوهشی تحت عنوان «تحلیلی کیفی بر توسعه گردشگری رویدادمحور مبتنی بر جشنواره بین‌المللی تئاتر خیابانی شهر مریوان» به این نتیجه رسیدند که نیاز است در راستای بهره‌مندی و توسعه منافع گردشگری جشنواره، مدیریت یکپارچه و سیستمی گردشگری، آموزش و حرفه‌ای‌سازی فعالان و ذی‌نفعان و بازنگاری در شیوه جذب و بازاریابی بخش گردشگری در کنار برجسته‌سازی و تقویت بخش هنری، مدنظر قرار گیرد؛ جهانیان و شیخونی (۱۴۰۱) در پژوهشی تحت عنوان «ارائه الگوی توسعه گردشگری رویدادمحور مبتنی بر شناخت مؤلفه‌های انگیزشی جذب گردشگران در کشور» به این نتیجه رسیدند که بعد الزامات دارای مؤلفه‌های مدیریت راهبردی و سیاست‌گذاری، عوامل مدیریتی، بعد زمینه‌ساز دارای مؤلفه‌های ساختار سازمانی و فرهنگ‌سازی و بعد تسهیلگر دارای مؤلفه‌های فناوری اطلاعات است؛ جلیلیان، کروی و قادری (۱۳۹۸) در پژوهشی تحت عنوان «امکان‌سنجی توسعه گردشگری رویداد (با تأکید بر رویدادهای فرهنگی) و تأثیر آن بر تعدیل فصلی بودن مقصدهای گردشگری» به این نتیجه رسیدند که وضعیت منابع گردشگری، منابع حمایتی، منابع مصنوع و عوامل موقعیتی جهت توسعه گردشگری رویدادهای فرهنگی در شهر همدان به جز منابع حمایتی، جهت تعدیل فصلی بودن گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار دارند؛ میرزائی (۱۳۹۵) پژوهشی تحت عنوان «گردشگری رویداد راهکاری جهت توسعه اقتصادی پایدار در جوامع محلی» انجام داد. نتایج تحلیل عاملی ۳۷ مورد انگیزشی بر روی ۲۸۷ بازدیدکننده، شش عامل خانواده، اکتشاف فرهنگی، اجتماعی شدن، بومی، تازگی و فرار را برای حضور گردشگران در این جشنواره مشخص کرد. اسلام و چاودری (Islam & Chowdhury, 2022) در پژوهشی تحت عنوان «چشم‌انداز و چالش‌های گردشگری رویداد در بنگلادش: پس از کوید-۱۹» بیان می‌کنند که بیماری کوید-۱۹ مانع بزرگی در رشد و توسعه گردشگری رویداد ایجاد کرده است که به عنوان یک موضوع نوظهور بحث‌های دانشگاهی و دستور کار تحقیقاتی شناخته شده است. این مطالعه بر تأثیرات (تأثیر اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی) همه‌گیری کوید-۱۹ بر روی گردشگری رویداد متمرکز است. بر اساس نتایج، گردشگری رویداد بنگلادش در حال حاضر با چالش‌های متعددی مواجه است که نیازمند برنامه‌ریزی و اقدامات هماهنگ برای رسیدگی به این چالش‌ها با توجه به وضعیت عادی جدید پس از همه‌گیری کوید-۱۹ است؛ تسایی (Tsai, 2020) پژوهشی تحت عنوان «عوامل مؤثر بر قصد بازشد مجدد به محیط گردشگری؛ نقش درگیری و مشارکت گردشگران در رویدادها» انجام داد. در این پژوهش، تأکید اصلی بر

تقویت حس غرور و انسجام است)، در حالی که برخی دیگر برای اهداف رقابت، سرگرمی، تفریح، تجارت یا جامعه‌پذیری برنامه‌ریزی شده‌اند (Getz, 2008). از سوی دیگر، هنگام در نظر گرفتن مقیاس و تأثیر رویدادها، می‌توان آن‌ها را به چهار دسته کلی تقسیم کرد: ۱. رویدادهای محلی، ۲. رویدادهای منطقه‌ای، ۳. رویدادهای بزرگ، و ۴. ابررویدادها. 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 بر اساس عوامل اشاره شده مشاهده کرد (OECD, 2017). 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 اجتماعی شدن

جدول ۱. گونه‌شناسی رویدادهای برنامه‌ریزی شده. مأخذ: Getz, 2008

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، توافقنامه‌ها، 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

جدول ۲. گونه‌شناسی رویداد بر حسب مقیاس. مأخذ: OECD, 2017

انواع رویداد	مقیاس برگزاری
ابرویدادها	شرکت‌کنندگان و مخاطبان عمدتاً بین‌المللی؛ پوشش رسانه‌ای بین‌المللی گسترده؛ اثرات ملی برجسته
رویدادهای بزرگ	سهم قابل توجهی از شرکت‌کنندگان بین‌المللی؛ مخاطبان و پوشش رسانه‌ای بین‌المللی قابل توجه؛ اثرات ملی
رویدادهای منطقه‌ای	شرکت‌کنندگان عمدتاً بومی؛ مخاطبان عمدتاً بومی با مقداری پوشش رسانه‌ای بین‌المللی؛ اثرات عمدتاً منطقه‌ای
رویدادهای محلی	شرکت‌کنندگان عمدتاً محلی؛ مخاطب عمدتاً محلی با پوشش رسانه‌ای بین‌المللی محدود یا بدون پوشش رسانه‌ای بین‌المللی؛ اثرات عمدتاً محلی (در گستره روستا و شهر)

اثرات اقتصادی و توریستی قابل توجهی بر مقصد میزبان ایجاد کند (Islam & Chowdhury, 2022)، و بایستی رویکردی منسجم برای توسعه و بازاریابی آن در نظر گرفت (Getz, 1989). گسترش مطلوب اقسام مختلف فعالیت‌های گردشگری و از جمله نوین‌ترین آنها، یعنی گردشگری رویداد، نیازمند وجود بسترهای متعددی است؛ زیرا گردشگری، فعالیتی سیستمی، گسترده و چندبخشی پیچیده و متشکل از خرده‌بخش‌های متعدد و در تعامل با یکدیگر است (منوچهری و همکاران، ۱۴۰۲). 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 بخشد و الهام‌بخش ایجاد جذابیت در دیگر بخش‌ها باشد (Getz, 1997). رویداد چیزی است که متمایز از چیزی که وجود دارد رخ می‌دهد یا رخدادی است، به ویژه رخدادی بسیار مهم (Wilson, Arshed, Shaw & Pret, 2017). می‌توان جشنواره‌ها و رویدادها را دوره‌ها یا برنامه‌های رسمی فعالیت دلی‌پذیر، سرگرمی یا رویدادهای دارای ویژگی سرورانگیز و به طور عمومی جشن گرفتن چند مفهوم، اتفاق یا واقعیت دانست. ویژگی‌های برگزاری جشن عمومی و سرورانگیز اشاره شده در این تعریف، بسیار مهم هستند؛ زیرا جشنواره‌ها و رویدادها مدت‌های طولانی به اشکال گوناگون فرهنگی مانند نمایش عمومی، جشن دسته‌جمعی و مراسم مدنی وجود داشته‌اند (جهانیان و شیخونی، ۱۴۰۱). برگزاری جشنواره‌ها به عنوان یکی از مزیت رقابتی برای ایجاد تجربه مثبت برای گردشگران و وفاداری پایدار به مقصد است (Culha, 2020).

• 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 محتویاتشان 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 بایستی مشخص باشد و با اهداف نهادی موجود تناقضی نداشته باشند (جلیلیان و همکاران، ۱۳۹۸). **جدول ۱** نوعی گونه‌شناسی از دسته‌های اصلی رویدادهای برنامه‌ریزی شده را بر اساس تفاوت‌های آنها در هدف و برنامه ارائه می‌دهد. برخی از آن‌ها ذیل جشن‌های عمومی قرار می‌گیرند (این دسته شامل به اصطلاح «جشنواره‌های اجتماعی» است که معمولاً از تنوع بالایی برخوردار بوده و هدفشان

اهداف مشخصی مانند سرمایه‌گذاری در صنعت جهانگردی ایجاد می‌شوند. سازمان‌های منطقه‌ای که بنا به اهداف مشترکی از جمله تبلیغات و بازاریابی در یک محدوده جغرافیایی خاص پدید می‌آیند (نظری، قادری و فضلوی، ۱۳۹۴؛ Esu & Arrey, 2009).

• توسعه گردشگری رویداد

خلاصه پژوهش‌های انجام‌شده اندرسون و همکاران (Andersson, Bengtsson & Svensson, 2021)، کوها (Culha, 2020) و تسای (Tsai, 2020)، جلیلیان و همکاران (۱۳۹۸)، نظری و همکاران (۱۳۹۴)، میرزایی و رضایی (۱۳۹۵)، سقایی و خوشه‌بست (۱۳۹۷) نشان می‌دهد گردشگری مبتنی بر رویدادها چه در عرصه داخلی و چه در عرصه بین‌المللی دارای تأثیرات مطلوبی در توسعه گردشگری مقاصد بوده و در نواحی مختلف کشور و دیگر کشورها، هر مقصد متناسب با نوع توانمندی خود از تولیدات کشاورزی گرفته تا رویدادهای ورزشی و موسیقی را به عنوان پتانسیل گردشگری، مورد برنامه‌ریزی و حمایت قرار داده‌اند. هرچند که ضعف‌های متعددی نیز به‌ویژه در بعد عرضه، در راستای توسعه پایدار این قسم پرتعداد گردشگری، در مقاصد مختلف گردشگری شناخته شده است. باید با دید جامع و سیستمی و با بررسی عناصر و بازیگران نقش‌آفرین، زمینه مناسب مدیریت اثربخش این حوزه فراهم شود (تصویر ۱)، (منوچهری و همکاران، ۱۴۰۱).

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. همچنین حمایت از رویدادها نیز موجب دسته‌بندی رویدادها به رویدادهای تحت حمایت‌های دولتی و یا غیردولتی شده‌است. اوسالیوان و جکسون سه نوع از رویدادها را شناسایی کرده‌اند که جدول ۳ ویژگی‌های مربوط به هر کدام را ارائه می‌دهد.

• سازمان‌های متولی

پشتیبان اصلی جشنواره‌های فرهنگی، دولت است و سازمان‌های بخش خصوصی فعال در مقصد نیز با سهم کمتری نسبت به بخش دولتی، در اجرای جشنواره‌ها ایفای نقش می‌کنند. دولت تمایل دارد تا از رویداد به‌عنوان یک کاتالیزور توسعه استفاده کند. از جمله سازمان‌های متولی می‌توان به سازمان‌های جهانگردی و دفاتر مسافرتی اشاره کرد. سازمان‌های جهانگردی با توجه به کارکرد و اهداف‌شان، در سه بخش دسته‌بندی می‌شوند: سازمان‌های دولتی یا عمومی که در واقع، متولیان دولتی امور جهانگردی به‌شمار می‌روند و ملزم به قانونگذاری، اجرا، برنامه‌ریزی، استفاده از منابع عمومی و تنظیم قراردادهای هستند. سازمان‌های خصوصی که معمولاً ذینفع هستند و براساس



تصویر ۱. توسعه گردشگری رویدادمحور. مأخذ: منوچهری و همکاران، ۱۴۰۱.

جدول ۳. انواع رویدادهای گردشگری. مأخذ: O'Sullivan & Jackson, 2002.

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

روش‌شناسی تحقیق

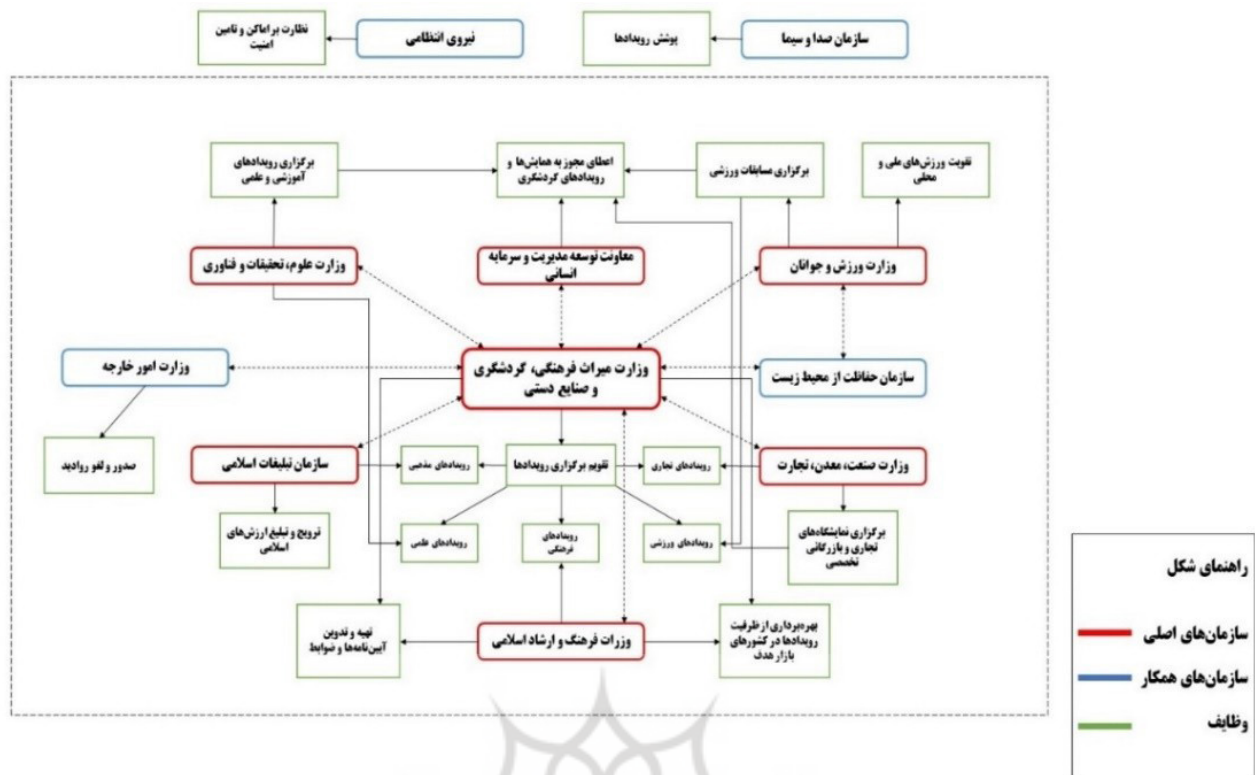
در پژوهش اکتشافی هدف اصلی شناخت وضعیتی است که درباره آن آگاهی لازم وجود ندارد و محقق به دنبال دستیابی به اطلاعاتی در مورد پرسش پژوهش است تا بتواند با یافتن پاسخ پرسش‌هایش موضوع مطالعه را بشناسد. روش پژوهش حاضر روش کیفی است. در روش‌های کیفی، کوشش به عمل می‌آید تا سرشت مبهم مسائل^۵ وضوح یابد و شرایط پیچیده پدیده‌ها، روشن‌سازی شود. بنابراین بهره‌گیری از روش پژوهش کیفی در این پژوهش می‌تواند امکان آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در ایران را فراهم آورد. گردشگری رویداد یک مفهوم متکثر و چندبعدی است که تحت تأثیر عوامل محیطی و زمینه‌ای است. بنابراین، برای درک بهتر و عمیق‌تر پدیده از روش پژوهش نظریه‌مبنایی یا داده‌بنیاد بهره گرفته شده است. در واقع، ماهیت میان‌رشته‌ای، پیچیده، پویا و زمینه‌ای^۶ مسایل مرتبط با موضوع، محقق را بر آن داشت تا به استفاده از این روش روی آورد. سروکار محقق در نظریه‌مبنایی نه با آزمون روابط میان متغیرها بر اساس نظریه‌ای از پیش موجود، بلکه کشف مقولات و فهم روابط آنهاست. طبق نظریه‌مبنایی برای گردآوری اطلاعات، از ابزارهایی مانند مشاهده امور و مصاحبه اکتشافی (به ویژه از نوع نیمه‌ساختاریافته) با مطلعین کلیدی استفاده شد. در حین مصاحبه، به جای مجموعه شکل‌گرفته‌ای از سؤالات با ترتیب خاص، پرسش‌های مرتبط با موضوع و مسأله در ارتباط با موضوع تحقیق، با رویکرد کیفی و به اقتضای روند بحث و با توجه به موقعیت مصاحبه‌شونده به عمل می‌آمد و برحسب پاسخ‌های اطلاع‌رسان، مجدداً پرسش‌های دیگری مطرح شد. محقق در جریان مصاحبه با مطلعین، به سؤال‌های تازه‌ای رسید و با اطلاع‌رسانان بعدی و دیگر، آنها را در میان گذاشت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی به‌دست‌آمده از مصاحبه‌های انجام‌شده از روش تحلیل تفسیری استفاده شده است. تحلیل تفسیری، فرایندی برای بررسی دقیق داده‌های پژوهش‌موردی است که هدف اصلی آن یافتن سازه‌ها، مقوله‌ها و الگوهای است که برای توصیف و تبیین پدیده مورد پژوهش به کار می‌روند. داده‌های به دست از مصاحبه‌ها در این مرحله معمولاً به شکل کلمه، عبارت و یا جمله استخراج می‌شوند. لذا تحلیل این نوع داده‌ها مستلزم آماده‌سازی، کدگذاری و تحلیل به منظور طبقه‌بندی آنها بر اساس موضوعات مشترک و تعریف مقوله‌های اصلی است. در پژوهش حاضر نیز با استفاده از ابزار مصاحبه عمیق با ۱۵ نفر از مسئولان و فعالان این حوزه، کدهای مورد نظر که دارای تکرارپذیری قابل توجه بودند استخراج شد و سپس با توجه میزان همپوشانی و همگرایی کدهای استخراج‌شده مقوله‌های وسیع‌تری که چندین کد را در خود گیرد، مقوله‌ها استخراج شد. مقوله‌های متعددی که از یک سو منفک از یکدیگر بوده ولی در نگاهی کلی‌تر در دایره‌ای وسیع به نام بعد در کنار هم قرار می‌گیرند تا ابعاد اصلی بازیگران و دستگاه‌های دخیل

در برگزاری گردشگری رویداد در کشور، آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در کشور و رویکردهای موجود دستگاه‌های دخیل نمایان شود. این روند در واقع همان نفس روش‌شناسی کیفی و روش زمینه‌ای است که از جز به کل گرایش دارد، تحت تسلط و سیطره نظریه و رویکرد خاصی نبوده و خود سازنده نظریه و رویکرد است.

یافته‌های تحقیق

• بازیگران و دستگاه‌های دخیل در برگزاری گردشگری رویداد در کشور

چنانچه به دنبال موفقیت، پویایی و تأثیرگذاری مطلوب گردشگری هستیم، می‌بایست تمامی ابعاد، زیرمجموعه‌ها و بازیگران این صحنه گسترده را مورد ارزیابی قرار دهیم تا رهیافت این امر، شناخت جامع موانع و مشکلات و سپس برنامه‌ریزی کاربردی و منطبق بر واقعیت، برای حل آنها باشد. بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه با ۱۵ نفر از خبرگان و مطالعات کتابخانه‌ای، بازیگران و دستگاه‌های دخیل اصلی و همکار در برگزاری رویدادهای گردشگری، وظایف و ارتباط میان آنها در قالب تصویر ۲ و جدول ۴ ارائه شده است. نتایج نشان داد 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 سرمایه‌ریس جمهور، 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. با توجه به محتوای موضوع، متولی اصلی این‌گونه 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. با توجه به وضعیت ذی‌نفعان و چگونگی فعالیت آنها در قبال گردشگری رویداد، لزوم مشخص کردن وظایف و اهدافی که به طور مشخص، مدیریت این فرایند را بر عهده 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. اولین و مهم‌ترین مرجع در برگزاری رویداد و جشنواره‌های فرهنگی و هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. به گونه‌ای که برگزاری پوشش‌ها، جشنواره‌ها، و سایر رویدادهای فرهنگی، هنری و رسانه‌ای حتی در فضای مجازی هم بدون هماهنگی این وزارتخانه غیرمجاز محسوب می‌شود. این مسئله در خصوص برگزاری نمایشگاه‌ها نیز به همین نحو است. در ماده ۱ بخشنامه معاونت توسعه مدیریت و سرمایه‌انسانی رییس جمهور مصوب ۱۳۸۹/۱۱/۱۶، آمده است:



تصویر ۲. بازیگران اصلی و همکار در برگزاری رویدادهای گردشگری، وظایف و ارتباط میان آن‌ها. مأخذ: نگارندگان.

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 این رو 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.

• رویکردهای موجود دستگاه‌های دخیل

با شناسایی دستگاه‌های دخیل با موضوع گردشگری رویداد، رویکردهای متفاوت این ذی‌نفعان (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صدا و سیما، وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت ورزش و جوانان، وزارت امور خارجه، اداره اماکن (پلیس)، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) نسبت به گردشگری رویداد بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه با ۱۵ نفر از خبرگان و مطالعات کتابخانه‌ای در قالب جدول ۵ تشریح شد.

• آسیب‌شناسی گردشگری رویداد

با توجه به وضعیت ذی‌نفعان و چگونگی فعالیت آن‌ها در قبال

«کلیه دستگاه‌های اجرایی و بخش‌های غیردولتی موظفانند 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 ۲۰/۵۴۰۳۰ و در پنج ماده تنظیم و به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ابلاغ شده است. در ماده دوم نیز تأکید شده است که «به عنایینی همچون سمینار، کنفرانس، کنگره، گردهمایی، سمپوزیوم، مجمع، جشنواره و سایر عناوین مشابه در این بخشنامه همایش گفته می‌شود». البته زمانی که بحث به برگزاری رویدادهای گردشگری می‌رسد پای نهادهایی مانند وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به روند اعطای مجوز باز خواهد شد و برگزاری چنین رویدادهایی منوط به مجوز این دستگاه‌هاست. 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. 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. 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

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 به منظور 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	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.
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 بر عهده سازمان تبلیغات اسلامی است.
قانون اهداف، وظایف و اختیارات وزارت ورزش و جوانان مصوب ۱۶/۰۶/۹۹	- 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 محیط زیست 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 کند و همچنین برقراری ارتباط و هماهنگی میان بخش‌های گردشگری و محیط زیست در بهره‌برداری از توان ورزشی آن‌ها از دیگر وظایف این وزارتخانه است.
قانون وظایف وزارت امور خارجه (ماده ۲) مصوب ۱۳۶۴/۱۲/۲۰	- 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 منوط به هماهنگی و اطلاع یافتن از نظرات این وزارتخانه دارد تا بتوان تمام ابعاد سیاست خارجی آن را سنجید. ورود گردشگران خارجی به منظور بازدید از رویداد منوط به صدور روادید توسط وزارت امور خارجه است.
بخشنامه معاونت توسعه مدیریت و سرمایه‌انسانی رییس جمهور 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 کنند. - به‌عنوانی هم‌چون سمینار، کنفرانس، کنگره، گردهمایی، سمپوزیوم، مجمع، جشنواره و سایر عناوین مشابه در این بخشنامه همایش گفته می‌شود.	معاونت توسعه مدیریت و سرمایه‌انسانی ریاست 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.

قانون	مفاد قانونی	دستگاه دخیل	رویدادهای پیشنهادی	توضیحات
	- 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	اداره اماکن (پلیس)	نظارت و تأمین امنیت	نظارت بر محل اقامت بازدیدکنندگان رویدادهای گردشگری از جمله وظایف نیروی امکان هست. همچنین این اداره 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 بر عهده 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.
سند راهبردی توسعه گردشگری مصوب ۱۳۹۹/۶/۱۶	پوشش رویدادهای گردشگری در سطح استانی، ملی و برون مرزی (بند ۱۶) - اقدام جهت دریافت مجوز برگزاری نمایشگاه‌های تجاری ایران در کشورهای صادراتی موردنظر - نظارت بر اجرای نمایشگاه‌های تخصصی کالا در استان - سیاست‌گذاری و تخصیص جواز صادراتی، شرکت در نمایشگاه‌ها و نظایر آن - تهیه دستورالعمل تخصیص جواز صادراتی و شرکت در نمایشگاه‌ها با همکاری وزارتخانه و براساس اولویت بازارها و محصولات گردشگری	سازمان صدا و سیما	همکاری در رویدادهای سینمایی	اطلاع‌رسانی در خصوص رویدادهای گردشگری برگزار شده
	مجاز رودیادهاى گردشگری تجاری به وزارت صمت 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 بر اساس بازارهای هدف و تهیه دستورالعمل در خصوص رویدادهای گردشگری تجاری نیز بر عهده این وزارتخانه است.	وزارت صنعت، معدن و تجارت	نمایشگاه‌های تجاری، صادرات، واردات، نفت، فناوری و توسعه همکاری‌های بین‌المللی	

گردشگری رویداد، لزوم مشخص کردن ضعف‌ها و همچنین ارائه پیشنهادات و اقدامات مورد نیاز که به طور مشخص، مدیریت این فرایند تسهیل می‌کند، مشهود است. اقداماتی 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. این اقدامات در راستای اهداف و وظایف اصلی شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری، می‌تواند فرصتی را در راستای پیدا کردن چاره‌های مناسب برای برطرف‌سازی مسایل حوزه گردشگری رویداد فراهم کند. همچنین این شورا می‌تواند شرایط و جریان‌ات فرهنگی کشور را بررسی و تحلیل کند، نظام ارزشی جامعه را به منظور تعیین نقاط قوت و ضعف فرهنگی بسنجد و متولی برگزاری رویدادها شود. در این خصوص می‌توان ضعف‌های موجود در گردشگری رویداد و اقدامات متناسب با آن‌ها را پیشنهاد کرد. بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه، آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در چهار دسته چشم‌انداز و اهداف (عدم سیاست‌گذاری و عدم برنامه‌ریزی)، عوامل بین‌سازمانی (عدم همکاری بین‌بخشی و بین‌دستگاهی)، عدم وجود متولی، عدم بهره‌گیری از توانمندی‌ها، عوامل مالی (عدم سرمایه‌گذاری، عدم حمایت از گردشگری رویداد) و عوامل اجرایی (عدم تحلیل و ارزیابی) شناسایی شد. در راستای

گردشگری رویداد، لزوم مشخص کردن ضعف‌ها و همچنین ارائه پیشنهادات و اقدامات مورد نیاز که به طور مشخص، مدیریت این فرایند تسهیل می‌کند، مشهود است. اقداماتی 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. این اقدامات در راستای اهداف و وظایف اصلی شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری، می‌تواند فرصتی را در راستای پیدا کردن چاره‌های مناسب برای برطرف‌سازی مسایل حوزه گردشگری رویداد فراهم کند. همچنین این شورا می‌تواند شرایط و جریان‌ات فرهنگی کشور را بررسی و تحلیل کند، نظام ارزشی جامعه را به منظور تعیین نقاط قوت و ضعف فرهنگی بسنجد و متولی برگزاری رویدادها شود. در این خصوص می‌توان ضعف‌های موجود در گردشگری رویداد و اقدامات متناسب با آن‌ها را پیشنهاد کرد. بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه، آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در چهار دسته چشم‌انداز و اهداف (عدم سیاست‌گذاری و عدم برنامه‌ریزی)، عوامل بین‌سازمانی (عدم همکاری بین‌بخشی و بین‌دستگاهی)، عدم وجود متولی، عدم بهره‌گیری از توانمندی‌ها، عوامل مالی (عدم سرمایه‌گذاری، عدم حمایت از گردشگری رویداد) و عوامل اجرایی (عدم تحلیل و ارزیابی) شناسایی شد. در راستای

آسیب‌های شناسایی شده، پیشنهادات متناسب با آن‌ها در قالب جدول ۶ ارائه شده است.

نتیجه‌گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در ایران بود. که در این راستا سؤالاتی مطرح شد که با بهره‌گیری از مطالعه اسناد و آرای صاحب‌نظران مورد بررسی قرار گرفت. یکی از سؤالات پژوهش مربوط به شناسایی بازیگران و دستگاه‌های دخیل در برگزاری گردشگری رویداد در کشور و تبیین وضعیت کنونی گردشگری رویداد در دستگاه‌های دخیل بود که بررسی‌ها نشان داد که دستگاه‌های دخیل در حوزه گردشگری رویداد شامل، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت ورزش و جوانان، وزارت امور خارجه، معاونت توسعه مدیریت و سرمایه ریس جمهور، 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؛ سؤال دیگر پژوهش مربوط به شناسایی متولیان اصلی و همکار در برگزاری رویدادهای گردشگری،

منبع (مصاحبه)	رویکردها	دستگاه‌های دخیل
P6, P15, P9, P11	<p>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 گردآمدن 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 ملغمه‌ای است از تمام رویدادهای ریز و درشت در استان‌های کشور.</p>	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
P3, P4, P13, P15	<p>فعالیت کنونی صدا و سیما در خصوص 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 مولفه‌های رویداد یا نمایشگاه و آمار آن‌ها اکتفا می‌کنند. در حالی که گردشگری به طور کلی و به خصوص 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.</p>	سازمان صدا و سیما
P8, P10	<p>وجود مکانی برای برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی مختلف در مراکز استان‌ها و شهرهای بزرگ موجب شده‌است که تا حدی مسائل زیرساختی مربوط به برگزاری این گونه نمایشگاه‌ها برطرف شود. همچنین برپایی نمایشگاه‌های مختلف و با زمینه‌های گوناگون توانسته است دستاویزی باشد برای معرفی شرکت‌های بزرگ و کوچک تخصصی. در حقیقت این نمایشگاه‌ها با اتخاذ رویکرد تجاری صرف به دنبال آن هستند تا محصولات داخلی و خارجی را به بازدیدکنندگان داخلی معرفی کرده و بشناسانند. از سوی دیگر حضور پررنگ غرفه‌های مربوط به 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 جواز 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 شود.</p>	وزارت صنعت، معدن و تجارت
P5, P6, P11	<p>این سازمان با دنبال کردن یک رویکرد ایدئولوژیک 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 می‌شود. این نشان می‌دهد که این سازمان از پتانسیل لازم و کافی برای معرفی مراسم پرشوری نظیر عاشورا و تاسوعا که نشان از یک واقعه تاریخی در بین مسلمانان شیعی است دارد و می‌تواند جریان موفق از توسعه به نفع گردشگری مذهبی و فرهنگی ایران باشد و همچنین موجب تبادل گردشگر با کشورهای مسلمان نظیر عراق و سوریه شود.</p>	سازمان تبلیغات اسلامی
P2, P12	<p>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 این رو با فراهم کردن حداقلی از امکانات و زیرساخت‌ها حضور بازدیدکنندگان را تسهیل می‌کند. اگرچه بنا به ویژگی‌ها و قوانین موجود حضور تماشاگران و بازدیدکنندگان مسابقات محدود به تعدادی از قوانین است اما با این وجود 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 می‌تواند اثرات یکدیگر را تشدید کنند. اگرچه تا حدی از این مسئله غفلت شده است اما عقد تفاهم‌نامه میان دو وزارتخانه گردشگری و ورزش و جوانان نشان از روزهای بهتری دارد.</p>	وزارت ورزش و جوانان
P7, P13	<p>وزارت امور خارجه کشور در همکاری با سایر ارگان‌ها و دستگاه‌های ذینفع در تلاش است تا در خصوص لغو و صدور رواید 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 بر اساس حفظ و ارتقای این روابط اجرا کرده است. این وزارتخانه می‌تواند با تسهیل روند اخذ ویزا برای گردشگران خارجی گام مهمی در رونق یافتن گردشگری رویداد در کشور بردارد.</p>	وزارت امور خارجه

منبع (مصاحبه)	رویکردها	دستگاه‌های دخیل
P4, P6, P9, P14, P12	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 به خوبی این نیاز شهروندان را برطرف کرده و در جامعه ایجاد نظم و امنیت کند. یکی از مهم‌ترین مکان‌ها و اجتماعاتی که نیاز به امنیت و مبارزه با ناهنجاری و اغتشاشات را دارد اجتماعات قانونی است که به واسطه هویت جمعی خود نیاز به امنیت بیشتری می‌طلبد تا همگان بتوانند با خیالی آسوده در آن‌ها شرکت کنند. 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.	اداره اماکن (پلیس)
P1, P5, P12, P10	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 ایران شود و علاوه بر شناساندن قابلیت‌ها و موفقیت‌های علمی پژوهشگران ایرانی به سایر نقاط دنیا موجب توسعه گردشگری رویداد نیز شود.	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

جدول ۶. آسیب‌شناسی گردشگری رویداد. مأخذ: نگارندگان.

ضعف‌ها	منبع (مصاحبه)	پیشنهادات
عدم سیاست‌گذاری	P7, P10, P8, P15	تصویب سیاست‌ها و برنامه‌های راهبردی در حوزه گردشگری رویداد (P15)؛ تصویب سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و برنامه‌های کلان در زمینه گردشگری رویداد (P10)؛
چشم‌انداز و اهداف	P2, P3, P6, P14, P8	برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و تدوین شیوه‌نامه‌های لازم برای برگزاری رویداد در چارچوب سیاست‌های شورای عالی میراث فرهنگی (P2)؛ تهیه و تدوین و پیشنهاد طرح‌های عملیاتی و کاربردی برای بهبود شاخص‌های طراحی و برگزاری رویداد در سطح استان (P6)؛
عدم همکاری بین‌بخشی و بین‌دستگاهی	P8, P3, P5, P10, P7	جلب هماهنگی و همکاری بین بخشی و بین دستگاهی در راستای تعالی گردشگری رویداد (P3)؛ جلب حمایت بخش‌های دولتی و غیردولتی و بخش تعاونی و خصوصی برای تحقق اهداف گردشگری رویداد (P10)؛ تلاش در جهت همکاری و هماهنگی و همسویی بین دستگاه‌های دولتی و غیردولتی و مجریان فرهنگی استان در زمینه برگزاری رویداد (P7)؛
عوامل بین‌سازمانی	P5, P9, P14	گردشگری رویداد در کشور با تمامی ظرفیت‌ها و فرصت‌های موجود محلی، منطقه‌ای و ملی، نیازمند متولی است چرا که هم بر محور توسعه درون‌زای فرهنگی استوار است و هم موجب پاسداری از میراث فرهنگی ناملموس خواهد بود (P14)؛
عدم بهره‌گیری از توانمندی‌ها	P11, P9	بهره‌گیری از توانمندی‌های بخش‌های دولتی و غیردولتی، بخش تعاونی و خصوصی در حوزه گردشگری رویداد و بخش‌های مختلف آن (P11)؛ شناسایی، سنجش استعدادها، قابلیت‌ها و توانمندی‌های فرهنگی استان برای به کارگیری در برگزاری رویدادها و همایش‌ها (P9)؛
عوامل مالی	P7, P12, P10, P4	فراهم کردن زمینه سرمایه‌گذاری بخش غیردولتی و افزایش سهم آن در امور مربوط به گردشگری رویداد (P4)؛
عوامل اجرایی	P4, P5, P9, P11, P14	عدم حمایت از گردشگری رویداد مطالعه، تجزیه و تحلیل و ارزیابی سالیانه وضع فرهنگ عمومی استان بر اساس شاخص‌های تدوین‌شده و طراحی رویداد بر اساس آن‌ها (P10)؛ شناسایی و ارزیابی علمی، پیش‌بینی و رصد موضوعات اجتماعی و فرهنگی فراگیر استان و طراحی رویدادهای استانی بر آن اساس (P13)؛ بررسی و اظهارنظر نسبت به موضوعات، طرح‌ها و گزارش‌هایی که قابلیت پیاده کردن رویداد گردشگری بر آن اساس را دارند (P4)؛ انجام تحقیقات مرتبط با فرهنگ عمومی استان و تحلیل و ارزیابی نتایج تحقیقات علمی انجام‌شده به منظور دسترسی به راهکارهای مناسب جهت برگزاری رویدادهای آیینی و فرهنگی (P5)؛ ارزیابی روند اجرایی سیاست‌ها و رویدادهای فرهنگی در استان‌ها (P13)؛

بیشتر گردشگران در مقاصد گردشگری را ممکن می‌سازد. در این راستا به نظر می‌رسد وظایفی در خصوص گردشگری رویداد که ذیل شورای عالی میراث فرهنگی تعریف شود و با سایر مصوبات هم سو باشد، امکان هماهنگی و رفع رجوع 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، پیشنهادات زیر لازم به نظر می‌رسد:

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

- همچنین بر اساس 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.

- از سوی 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 را دارد اقدامات لازم برای مدیریت یکپارچه گردشگری رویداد را فراهم سازد.

وظایف و ارتباط میان آن‌ها بود که در قالب تصویر ۲ ارائه شد و در نهایت نیز به آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در کشور پرداخته شد که این ضعف‌ها شامل عدم سیاست‌گذاری، عدم همکاری، عدم بهره‌گیری از توانمندی‌ها، عدم سرمایه‌گذاری، عدم تحلیل و ارزیابی، عدم برنامه‌ریزی، عدم حمایت از گردشگری رویداد و عدم وجود متولی است. یکی از ضعف‌های مهم در این بین مربوط به متولی است، گردشگری رویداد در کشور با تمامی ظرفیت‌ها و فرصت‌های موجود محلی، منطقه‌ای و ملی، نیازمند متولی است چرا که هم بر محور توسعه درونزای فرهنگی استوار است و هم موجب پاسداری از میراث فرهنگی ناملموس خواهد بود. یکی از مهم‌ترین مسایل 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 کلی 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 انجام‌شده بیشتر به شکل خودجوش و در سطح محلی باقی بماند. این در حالی است که گردشگری رویداد به‌عنوان یک فرایند سازنده جاذبه، تنوع بخش به خدمات گردشگری و افزایش‌دهنده زمان حضور گردشگران در مقصد، در اقتصاد گردشگری و توسعه مقاصد اثرگذار است. 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 شان و منزلت خود را دریافت نکرده است. این در حالی است که استفاده از رویداد در جهان، هم به‌عنوان ابزاری برای تنوع بخشی به محصولات گردشگری مطرح است و هم امکان باقی‌ماندن

پی‌نوشت‌ها

۱. Bromo Tengger Semeru National Park (TNBTS)
۲. Hall mark
۳. Mega Event
۴. Special Event
۵. The Nature of Vague Problem
۶. Clarify
۷. contextual

فهرست منابع

- Esu, B. B. & Arrey, V. M. E. (2009). Tourists' satisfaction with cultural tourism festival: A case study of Calabar Carnival Festival, Nigeria. *International Journal of Business and Management*, 4(3), 116-125.
- Getz, D. (1989). Special events: Defining the product. *Tourism Management*, 10(2), 125-137.
- Getz, D. (1997). *Event management and Event tourism*. New York: Cognizant Corporations.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, (29), 403-428.
- Getz, D. & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, (52), 593-631.
- Islam, M. W. & Chowdhury, D. (2022). Prospects and Challenges of Event Tourism in Bangladesh: Post-Covid-19. *Event Tourism in Asian Countries*, 327-358.
- Monshi, E. & Scott, N. (2017). Developing Event Tourism in Saudi Arabia: Opportunities and Challenges. *Tourism in the Arab World*, 33-55.
- OECD (2017). *Major events as catalysts for tourism" OECD, Tourism Papers*. Paris: OECD Publishing.
- O'Sullivan, D. & Jackson, M. J. (2002). Festival tourism: a contributor to sustainable local economic development?. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 325-342.
- Rosyidi, M. I. (2018). The challenges of developing tourism events in Bromo Tengger Semeru National Park. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 6(3), 159-166.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27(2), 183-200.
- Tsai, L. L. (2020). Factors affecting intention to revisit an environmental event: The moderating role of enduring involvement. *Journal of Convention & Event Tourism*, 22(2), 61-90.
- Wilson, J., Arshed, N., Shaw, E. & Pret, T. (2017). Expanding the domain of festival research: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 19(2), 195-213.
- جلیلیان، نگار؛ کروی، مهدی و قادری، اسماعیل. (۱۳۹۸). امکان‌سنجی توسعه گردشگری رویداد (با تأکید بر رویدادهای فرهنگی) و تأثیر آن بر تعدیل فصلی‌بودن مقصدهای گردشگری (مطالعه موردی: شهر همدان). *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۴(۴۵)، ۳۵-۵۶.
- جهانیان، منوچهر و شیخونی، سحر. (۱۴۰۱). ارائه الگوی توسعه گردشگری رویدادمحور مبتنی بر شناخت مؤلفه‌های انگیزشی جذب گردشگران در کشور. *گردشگری و توسعه*، ۱۱(۳)، ۱۳۳-۱۴۷.
- سقایی، مهدی و خوشه‌بست، فرزانه. (۱۳۹۷). تحلیل استراتژیک گردشگری رویداد در ایران (موردشناسی: جشنواره طلای سرخ شهرستان قائنات). *جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای*، ۸(۲۷)، ۷۵-۹۴.
- منوچهری، سوران؛ محمدی، سعدی و اسکندری، حمید. (۱۴۰۲). تحلیلی کیفی بر توسعه گردشگری رویدادمحور مبتنی بر جشنواره بین‌المللی تئاتر خیابانی شهر مریوان. *جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای*، ۱۳(۴۶)، ۱-۳۲.
- میرزایی، روزبه و رضایی، نفیسه. (۱۳۹۵). تحلیل عوامل انگیزشی مؤثر بر حضور بازدیدکنندگان در رویدادهای مبتنی بر جامعه محلی، مطالعه موردی: جشنواره گل‌گلستان، بخش امیرآباد. *پژوهش‌های روستایی*، ۱۷(۱)، ۱۳۹-۱۶۶.
- میرزایی، روزبه. (۱۳۹۵). گردشگری رویداد راهکاری جهت توسعه اقتصادی پایدار در جوامع محلی. *جغرافیا*، ۴۹(۱۴)، ۴۱-۶۰.
- نظری، محسن؛ قادری، زاهد و فضلوی، سیده فروزنده. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر اجرای موفق رویدادهای فرهنگی از دیدگاه گردشگران. *مدیریت دولتی*، ۷(۴)، ۶۹۹-۷۲۰.
- Andersson, S., Bengtsson, L. & Svensson, Å. (2021). Mega-sport football events' influence on destination images: A study of the of 2016 UEFA European Football Championship in France, the 2018 FIFA World Cup in Russia, and the 2022 FIFA World Cup in Qatar. *Journal of Destination Marketing & Management*, (19), 100536.
- Connell, J. & Page, S. J. (2019). Visitor attractions and events. In *Tourism Management* (pp. 293-329). Routledge.
- Culha, O. (2020). The effect of food festival quality on place attachment and destination recommendation intention through festival experience and festival satisfaction: The case of the Didim International Olive Festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 21(5), 387-416.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

بُد، مهدیه و درمان، فائزه. (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی گردشگری رویداد در ایران. *گردشگری فرهنگ*، ۴(۱۳)، ۶۲-۷۳.

DOI: 10.22034/TOC.2023.389524.1113

URL: https://www.toc-sj.com/article_176374.html

