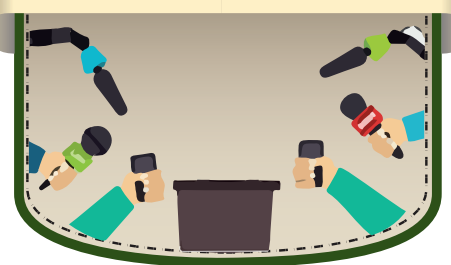


اگر می‌خواهی زیاد عمر کنی در جوانی پیر بشو

اسپانیولی

گزارش



گزارش / خدیجه غضنفری: کشور ایران با توجه به ویژگی‌ها، آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعت منحصر به فرد خود دارای قابلیت بالایی در زمینه توسعه صنعت گردشگری می‌باشد.

کشورمان با جاذبه‌های طبیعی و تاریخی زیبا، دیدنی و دارا بودن اقلیم چهار فصل، یکی از بهترین مناطق برای گردشگری در دنیا است و قابلیت بالایی در زمینه توسعه صنعت گردشگری دارد.

رشد و توسعه صنعت گردشگری می‌تواند یک کشور را از اقتصاد تک محصولی جدا کرده و به رشد و توسعه اقتصادی در منطقه و جهان برساند.

فعالیت‌های گردشگری توانایی ایجاد اشتغال پایدار و فرصت‌های درآمدزایی عادلانه و برابر را برای جوامع محلی به وجود می‌آورد.

بر اساس گزارش دریافتی روزنامه طلوع اقدامات و دیدگاه‌هایی که در حوزه گردشگری در استان‌های جنوبی کشور مطرح شده به شرح ذیل می‌باشد:

*** سرمایه‌گذاری پنج هزار میلیارد تومانی در حوزه گردشگری در بوشهر**
مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان بوشهر در ۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۲ از سرمایه‌گذاری پنج هزار میلیارد تومانی دولت سیزدهم در حوزه گردشگری در بوشهر خبر داد و گفت: با سیاست‌گذاری مناسب در این دولت تحولات و انقلابی در حوزه گردشگری استان انجام می‌گیرد.

اسماعیل سجادی‌منش در این باره ادامه داد که گروه علی‌بابا با حجم سرمایه‌گذاری یک هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان در ۲ نقطه گردشگری استان مشارکت می‌کند و زمینه ایجاد ۴۰۰ شغل مستقیم در استان فراهم می‌شود.

همچنین شرکت ماهان در منطقه گردشگری دلارام بیش از یک هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری انجام می‌دهد.

*** تدوین طرح جامع گردشگری برای شهرستان مسجدسلیمان**
همچنین مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی خوزستان



گردشگری؛ صنعتی که هم «پولساز» است و هم «فرهنگساز»

در نشست شورای اداری شهرستان مسجد سلیمان دوم تیرماه ۱۴۰۲، از تدوین طرح جامع گردشگری برای شهرستان مسجد سلیمان، خبر داد و گفت: این شهر در کنار لالی، اندیکا و هفتکل جزو معدود شهرهایی خواهد بود که دارای طرح جامع گردشگری می‌شود.

محمدحسین ارسطوزاده ادامه داد: از ۳۰ شهرستان خوزستان، ۶ شهرستان را در برنامه طرح‌های مطالعاتی وزارتخانه قرار داده‌ایم تا دارای طرح جامع مطالعاتی گردشگری شوند.

*** حمایت تمام قد از صنعت گردشگری فارس**
استاندار فارس در نشست هم‌اندیشی با برخی از فعالان حوزه گردشگری این استان در ۲ تیرماه ۱۴۰۲ با حمایت تمام قد از صنعت گردشگری گفت: شخصا و با تمام وجود از میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری



فارس حمایت خواهیم کرد و به هیچ وجه درگیر حاشیه‌ها نخواهم شد. محمد هادی ایمانیه، صنعت گردشگری و صنایع دستی را برای مشاهده تاریخ، فرهنگ، اصالت و پیشینه مردمان این سرزمین ضروری خواند و تصریح کرد: در هر حوزه و زمینه‌هایی که لازم باشد شخصا ورود خواهیم کرد.

استاندار فارس گفت: مرمت خانه‌های تاریخی برای استفاده در قالب

گردی‌ها می‌تواند از مهاجرت روستاییان به شهرها، تغییر کاربری اراضی کشاورزی و کاهش تولید و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و رونق اقتصادی صنعت گردشگری مناطق روستایی استان کمک زیادی کند.

مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان فارس با اشاره به بهره‌برداری از ۱۰ اقامتگاه بوم گردی طی سال جاری در فارس گفت:

با بهره‌برداری از این ۱۰ اقامتگاه تعداد اقامتگاه‌های بوم گردی فارس به ۱۹۵ واحد افزایش می‌یابد.

مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان فارس از میزبانی این استان برای گردشگران مذهبی در ماه محرم خبر داد و گفت:

تنوع کم‌نظیر آیین‌های عزاداری و محرمی استان فارس سبب شده که در ایام محرم و صفر شاهد مراسم‌ها و مناسک متعددی در استان باشیم که هر کدام ریشه عمیقی در سنت‌ها و باورهای ملی مذهبی دارد.

محسن نژاد گفت: آیین‌ها و رسوم فرهنگی و دینی همواره از جذابیت‌های بسیاری به‌ویژه در گردشگری برخوردار بوده است.

*** توسعه صنعت گردشگری نیازمند برنامه‌ریزی جامع و کارآمد است**
هر استانی در کشور دارای ظرفیت‌های مختلف و متنوعی از گردشگری است که می‌توان با ایجاد زیرساخت‌های گردشگری در آن اشتغال پایدار ایجاد کرد.

می‌توان گفت، پتانسیل‌های گردشگری از سرمایه‌های منحصر به فرد هر کشور و منطقه به شمار می‌رود که شناسایی طبقه بندی و برنامه‌ریزی آن جهت توسعه گردشگری حائز اهمیت است که توسعه صنعت گردشگری نیازمند برنامه‌ریزی جامع و کارآمد است.

سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری می‌تواند مزایای فراوانی برای هر استان در کشور داشته باشد.

یکی از راهکارهای رونق گردشگری را می‌توان آموزش فعالین در تمام سطوح خدماتی، مدیریتی، اجرایی تا سطوح ارائه دهنده خدمات کسب و کارهای گردشگری دانست، زیرا ارتقای سطح دانش منابع انسانی موجب افزایش سطح کیفی خدمات و فعالیت‌های گردشگری خواهد شد.



تجاری هستند چگونه می‌توانند به وظایف همسر داری و مادر بودن خویش بپردازند. سؤالی که در این بین ایجاد می‌شود این است که هدف از خلقت زن چه چیزی بوده است؟

حمایت از زنان تنها در شعارهای تبلیغاتی:
قانونگذاران نباید تنها در شعارها به حقوق زنان بپردازند بلکه باید قوانین سخت و تخطف‌ناپذیر حمایتی از زنان وضع نمایند. همه نهاد‌های جامعه اعم از قوه مجریه، قضاییه، مقننه مسئول هستند. آمار طلاق، اختلاس، تعطیلی کارخانه‌ها، آمار بیکاری، کاهش فرزند اوری قبل از آنکه به مردم ارتباط پیدا کند در اختیار مسئولین قرار دارد چرا مسئولین در این زمینه اقدامات مهمی انجام نمی‌دهند.

آنگهی روزنامه‌ها: به یک خانم آراسته و مجرب و مجرد با روابط اجتماعی بالا نیازمندیم؛

امروزه اکثر کارخانه‌ها به دلیل کاهش دستمزد و عدم حمایت بیمه زنان را به کار می‌گیرند. امروزه آگهی‌های رسانه‌ها مملو از فراخوان‌هایی است که در صفحه نیازمندی‌ها شغل‌هایی را برای زنان آراسته و مجرب و مجرد با روابط عمومی بالا پیشنهاد می‌کند و اگر بانویی به هر دلیل به ظاهر آراسته و جذاب نداشته باشد در بازار این کارهای تبلیغاتی جایی نخواهد داشت.

سخن پایانی
آنچه امروزه به عنوان فرهنگ و حمایت از زنان در تبلیغات باب شده است عین از خودی‌گمانگی و کاهش منزلت واقعی زن است. استفاده روز افزون از زنان در تبلیغات تلویزیونی و بیلبوردها و ... موجب می‌شود جامعه نگاهی مادی و ابزاری به زن داشته باشد و این از جایگاه رفیعی که اسلام برای زن مسلمان ارائه داده است بسیار فاصله دارد. برای مقابله با این تهاجم فرهنگی ابتدا باید فرهنگ سازی صورت گیرد و همه دستگاه‌های ذی ربط در این موضوع مداخله کنند. صدا و سیما نقش مهمی در این زمینه دارد که متأسفانه هر روز تبلیغات بیش از پیش به این سمت پیش می‌رود حتی لازم است خود زنان بسیج شوند و تن به اینگونه کارها ندهند و جایگاه رفیع خود را حفظ نمایند. ما نیازمند تأمل بیشتر و بازگشت به فرهنگ‌های خود هستیم.

سعید دؤبش

برده‌داری مدرن؛ استفاده تبلیغاتی از زنان و نگاه ابزاری به زن

فروش سودجویان را بازی می‌کند. درخصوص استفاده ابزاری از زنان در زمینه تبلیغات کالا گفتگویی با مرتضی اصفهانی جامعه شناس و کارشناس فضای مجازی انجام دادیم. وی می‌گوید: به دلیل تفاوت قوانین کشور ایران با فضای بین المللی استفاده ابزاری از زنان تفاوت بسیار فاحشی با فضای بین المللی دارد.

در کشورهای غربی و حتی بعضی از کشورهای اسلامی استفاده ابزاری از زنان برای تبلیغات در کنار کالاهای تجاری یک امر بدیهی محسوب می‌شود. بیلبوردهای تبلیغاتی در کشورهای غربی منقش به تصاویر مستهجن زنان با لباس‌های نیمه برهنه هستند.

هدف دشمن کاستن جایگاه زن در نگاه جامعه است:
تبعات استفاده ابزاری از زنان در کنار کالاهای تجاری جهت فروش بهتر برای جامعه بسیار سنگین است. این اقدام موجب می‌شود تلقی جامعه از زن هر روز پست‌تر از قبل شود و این زنگ خطری برای جامعه مسلمان ایران و زنان ایرانی است.

نگاه ابزاری به زنان خشونت علیه آنان است:
اگر به عنوان مثال چشم افراد به این مساله عادت کند که هر روز تصاویر زن را در کنار کالاهای تبلیغاتی مشاهده نمایند موجب می‌شود کم کم جنس زن نیز در آن جامعه به عنوان کالا تلقی شود و این مساله به عنوان اصل شرطی شدن در روانشناسی مطرح می‌شود.

در اثر تکرار مکرر این استفاده ابزاری موجب می‌شود جنس زن همواره گمان کنند در حاشیه زندگی مؤثر هستند و تأثیری در اصل و متن زندگی نخواهند داشت. این دیدگاه مصداقی از بکارگیری خشونت علیه زنان است اما این خشونت‌ناشن و منزلت زن را هدف گرفته است و علیه منزلت اجتماعی او بکار می‌رود.

تعالی روح زنان در تیررس تبلیغات شرق و غرب:
این دیدگاه موجب می‌شود زنان به جای اینکه به تعالی روح و انسانیت



توجه قرار گرفته است.

تنها راه‌هایی ایجاد فرهنگ مبتنی بر عزت و کرامت انسانی است:
تنها راه از بین رفتن فرهنگ غلط تبلیغات، ایجاد فرهنگی مبتنی بر عزت و کرامت انسانی زن در جامعه است و باید این امر نهادینه و فرهنگ سازی شود. نباید دست اندر کاران تبلیغات برای سهولت کار خویش به دنبال ساده‌ترین راه برای شیوه تبلیغات خود بروند زیرا فقدان خلایق در جامعه هنری موجب می‌شود که نتوانند برای پیشبرد اهدافشان از روش‌های دیگر بهره بگیرند.

تا زمانی که جامعه زنان به ارزش و جایگاه کرامت انسانی زن در جامعه واقف نشوند نمی‌توانیم در مقابل این تهاجم فرهنگی ایستادگی کنیم حتی اگر قوانین سخت و محکمی ایجاد شود تا زمانی که جامعه زنان از استفاده ابزاری از زن استقبال نمایند مطمئن باشیم قانون به راحتی دور زده خواهد شد.

استفاده تبلیغاتی از زنان مصداق برده‌داری مدرن است:
در ارتباط با کالاهای تجاری که از زنان برای تبلیغات آن استفاده می‌شود باید بگویم که از پیامدهای برده‌داری مدرن به شمار می‌رود که موجب فساد و تباهی و ازهم‌پاشیدگی بنیان خانواده می‌شود. زنانی که ساعت‌های طولانی به خود آرای می‌پردازند و در حال جلب مشتریان برای کالاهای



خویش بپردازند فقط به آراستگی و زیبایی ظاهری توجه کنند و این قبیل زنان به تظاهرات درونی توجهی نخواهند داشت. قطعاً زنانی که به دنبال جلوه‌های ظاهری هستند توجهی به تشکیل خانواده و وظایف

