



گزارش

محمدصادق عابدینی

۷میلیون نفر گردشگر رقیمی است که خود روس‌ها از میزان سفر گردشگران این کشور به خارج از کشور ارائه داده‌اند؛ رقم بزرگی که در مقابل ۱۹میلیون گردشگری که پیش از کرونا و جنگ به خارج از مرزهای این کشور سفر می‌کردند، رقم کوچکی است، با این حال سهم ایران از جذب چنین جمع بزرگی بسیار ناچیز است، اما وزارت میراث فرهنگی و گردشگری امیدوار است با لغو ویزا میان ایران و روسیه، تعدادی از گردشگران روس را برای کریسمس به جزیره کیش بیاورد.

■ ■ ■

علی‌اصغر شالبافیان، معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی در سخنانی از لزوم معرفی جزیره کیش به گردشگران روس و بازاریابی ورود توریست خارجی به یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری ایران گفته است: «کیش می‌تواند به عنوان یک مقصد گرمسیری نقطه مطلوبی برای توریست‌هایی باشد که از سرمای روسیه دور می‌شوند و به دنبال یک منطقه گردشگری برای گذران تعطیلات سال نو میلادی هستند.»

شالبافیان در دیدار با فعالان حوزه گردشگری در کیش گفت: «یکی از بازارهای ما کشور روسیه است و اگر بخواهیم در این بازار موفق باشیم، از نظر لغو روادید و تناسب بازار باید کیش را به عنوان مقصد به خوبی معرفی کنیم تا دستاورد آن برای کل کشور باشد.»

وی تولید محتوا در مورد کیش را ضروری دانست و گفت: «رایزنی‌های فرهنگی، اقتصادی و بازرگانی در خدمت گردشگری است و توسعه روابط گردشگری باید مورد توجه باشد.»

معاون گردشگری افزود: «در دوره جام جهانی بسیاری از محتواهای تولیدشده از سوی این وزارتخانه مبتنی بر مناطق آزاد بود و مآکمان این را داریم که در نشست‌های منطقه از همراهی فعالان از جمله بازار روسیه با لغو روادید استفاده کنیم.»

شالبافیان تصریح کرد: «یکی از راه‌های ورود به بازار، جذب گردشگران به کیش است، بنابراین منطقه آزاد کیش باید در نمایشگاه‌های خارجی حضور داشته باشد.»

وی تأکید کرد: «با هر تولید محتوا درباره کیش امکان تبلیغ این جزیره در همه جای دنیا از سوی رایزن‌های فرهنگی وجود دارد. بر گزارِی قم تورها در استان‌های مختلف یکی از راه‌های معرفی کیش در ابعاد بین‌المللی است.»

شالبافیان گفت: «امروز کیش برای ماندگاری رفتن به سمت جاذبه گردشگری است، در همین راستا موضوع بازنگرِی در اعطای تسهیلات ماده ۱۸ روی داد. یکی از مهم‌ترین اقدامات حمایتی این بود که تسهیلات به بازنسازِی و تجهیز جاذبه‌های گردشگری اعطا شود.»

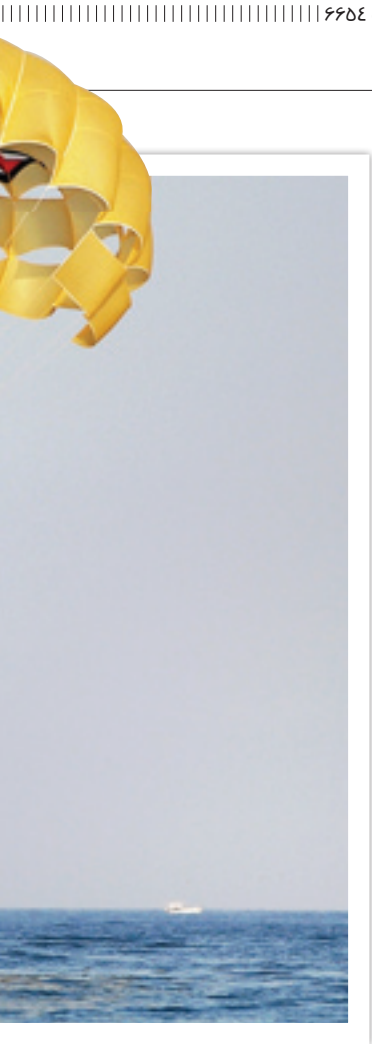
معاون گردشگری گفت: «حمایت از حوزه گردشگری تنها مبتنی بر ارائه تسهیلات نیست و به صورت جدی در حال فعالیت روی این موضوع هستیم که منطقه آزاد کیش تحت عنوان مجتمع‌های تریکیمی راه اقتصادی کردن طرح‌های گردشگری را پیش ببرد. پیشنهاد ما این است که مناطق آزاد در این زمینه پالیوت قرار بگیرند.»

■ **«لغو ویزا» اولین گام برای جذب گردشگر روس**

ایران و روسیه در خردادماه ۱۴۰۰ برنامه اجرایی موافقت‌نامه «لغو روادید گروهی گردشگری» را امضا کردند که بر آن اساس، شهروندان دو کشور به صورت گروهی از پنج تا ۵۰نفر از طریق آژانس مسافرتی و بدون ویزا می‌توانند به ایران و روسیه سفر کنند. اعتبار زمانی اجرای این تفاهم‌نامه تا ۲۰۲۳ تعیین شده است. با وجود این تفاهم‌نامه، اما شهروندان

کشور در سفرهای انفرادی و بدون آژانس همچنان باید ویزا دریافت کنند. پیش‌تر گفته شده بود برای اجرایی شدن لغو روادید سفرهای گروهی اتباع ایرانی و روس،

■ **افت‌وگو**



امیدواری وزارت میراث فرهنگی به جذب گردشگران روس

کیش منتظر توریست روسیه است

آژانس‌های مسافرتی روسیه، سفر به ایران را به عنوان یک مقصد گردشگری جدید به مشتریان خود پیشنهاد می‌کنند

یک بازار ۲۰ تا ۲۵درصدی ترسیم کرد.»

■ **روس‌ها به جای اروپا به آسیا می‌آیند**

روسیه در گیر جنگ با اوکراین است و تحریم‌های متعددی که امریکا و اتحادیه اروپا علیه مسکو وضع کرده‌اند، سفر اتباع این کشور به اروپا را سخت کرده است. بر این اساس گردشگران روس در حال تغییر مقاصد گردشگری خود هستند. بنا بر آمار کمپانی‌های

سفر، مسافرت روس‌ها به بیرون از مرزهای این کشور که قبلاً به دلیل محدودت‌های کرونا به شدت آسیب دیده بود، اینک تحت تأثیر عملیات نظامی روسیه در اوکراین با کاهش بیشتری مواجه شده است. سفرهای خارجی روس‌ها اینک به قشر مرفه محدود شده است که آنها هم

ناچاراً به کشورهای آسیایی و خاورمیانه روی آورده‌اند. ایران نیز با استفاده از این فرصت، برای ۱۵تور اپراتور گردشگری و آژانس‌دار روسیه تور آشناسازی برگزار کرده‌است.

روسیه یکی از شش کشور بازار هدف گردشگری ایران است. مدیر کل دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی پیش‌تر گفته بود: پس از تغییراتی که همه‌گیری کووید- ۱۹ در ذائقه سفر به وجود آورده است، ایران برای جذب گردشگر خارجی روی شش کشور چین، روسیه، عراق، جمهوری آذربایجان، عمان و ترکیه متمرکز شده است و می‌خواهد اعتماد «مقصد امن ایران» را به خارجی‌ها برگرداند.



در همه کشورهای جهان تقریباً چیزی شبیه طرح صیانت در حال انجام است. در کشور ما متأسفانه علیه این طرح تبلیغات زیادی انجام شد و مسئولان هم به دنبال این عدم آگاهی عمومی و موج ایجادشده به نام همراهی با مردم آن را به حاشیه راندند.

بله واقعاً خلأ داریم، یکی از دلایلی هم این است که بزرگاران فضای مجازی در جاهایی هستند که شناسایی آنها ممکن نیست، چون این فضا در امریکا ساخته شده و پنتاگون هم از آنها حمایت می‌کند و ردیابی آن زمانبر است. بومی نبودن برخی پلتفرم‌ها مثل تلگرام و

به لحاظ قانونی و دیپلماتیک لازم است بین وزارت امور خارجه دو کشور یادداشت دیگری مبادله شود.

اولین گروه از گردشگران روس بدون نیاز به اخذ ویزا در آبان ماه سال گذشته وارد ایران شدند. با گذشت بیش از یک سال از لغو ویزا میان ایران و روسیه، هنوز حضور روس‌ها در ایران کم‌رنگ است.

علیرضا ایزدی، مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان اصفهان می‌گوید: «بازار ایران برای گردشگران روسی چندان شناخته‌شده نیست، آنچه در این زمینه نیاز داریم ارائه تبلیغات، اطلاعات و تصویر مناسب از کشورمان است.»

ایزدی با بیان اینکه روسیه بازار خوبی برای گردشگری ایران است، بر لزوم تصویرسازی و تبلیغات مناسب تأکید می‌کند و می‌افزاید: «به رغم داشته‌های فراوان کشورمان برای جذب گردشگر، آنچه امروز مورد نیاز ماست، ارائه این قابلیت‌ها به شکل بهتر و بیشتر و با رنگ و لعاب مناسب‌تر است.»

وی یادآور می‌شود: «امروز روس‌ها برای گردشگری به سمت دوستی و ترکیه در ترد هستند و یکی از مشکلات ما این است که بازار ایران برای آنها چندان شناخته‌شده نیست.»

ایزدی در ادامه تأکید می‌کند: «همه‌گیری کرونا، مشکلات سیاسی و تحریم‌ها، بازار گردشگری ما را بسیار محدود کرده و همین اتفاق هم برای روسیه افتاده است اما روسیه یک بازار ۲۰۰میلیونی نفری دارد که اگر ما روی ۴۰درصد آن هم برنامه‌ریزی کنیم، اتفاق خوبی برای ما رقم خواهد خورد.»

وی با اشاره به قربت‌های سیاسی و تاریخی ایران و روسیه می‌گوید: «دو کشور مشترکات و ارتباطات فرهنگی خوبی دارند و بدون شک برای روسه می‌توان

گفت‌وگوی «جوان» با کارشناس مدیریت پیام و تحلیلگر رسانه

هیچ کشوری مدیریت فضای مجازی را به دست خارجی‌ها نمی‌دهد

وجود ندارد، لذا وقتی به این شکل از بستر فضای مجازی می‌رسیم، قطعاً یک تهدید است، اما اگر رویکرد را تغییر دهیم و به سمتی برویم که از بستر فضای مجازی به عنوان بستری بومی استفاد کنیم، می‌توانیم فضای کسب‌وکار، علم و فرهنگ را با هم بابریم و این یعنی تبدیل تهدید به فرصت و این مسئله منوط به سواد رسانه‌ای در کشور است.

با وجود اینکه ما دارای چهارمین از تن سایبری هستیم، پس چرا در مقابل شیطنت‌های عامدانه فضای مجازی عملکرد خاصی نداشته‌ایم؟
خوشبختانه عملکردها خیلی زیاد بوده است، از جمله شناسایی لیدرهای فضای مجازی که بسیار حرفه‌ای انجام شد. با توجه به حجم بالا در فضای مجازی ورود خوبی بود، کاهش پهنای باند پلتفرم‌های معاند بسیار به شیطنت آنها ضربه زد، البته این کاهش پهنای باند، آسیب‌های زیادی دارد که باید در طرح صیانت مورد توجه قرار گیرد. شناسایی لیدرهای کومه و دمورات در خارج از کشور و بعد از آن زدن مقرهای آنها که توسط ارتش سایبری و گردان‌های مجازی انجام شد، نیاز به تسلط روی این فضا داشت.

ولی همچنان ضدانقلاب در فضای مجازی به شدت فعالند و یک قشری از مردم هم تحت تأثیر هستند.

بله واقعاً خلأ داریم، یکی از دلایلی هم این است که بزرگاران فضای مجازی در جاهایی هستند که شناسایی آنها ممکن نیست، چون این فضا در امریکا ساخته شده و پنتاگون هم از آنها حمایت می‌کند و ردیابی آن زمانبر است. بومی نبودن برخی پلتفرم‌ها مثل تلگرام و

فرهنگی

فرهنگی ۸۸۴۹۸۴۳۷

د

فعالان گردشگری در روسیه امیدوارند ایران به عنوان مقصدی تازه مورد توجه گردشگران روس قرار گیرد

کارت‌های سیستم‌های پرداخت ملی بکدیگر شوند.»

■ **سفر به ایران و قطب شمال!**

کانال اطلاع‌رسانی شبکه تلویزیونی «۷۸» روسیه در گزارشی با موضوع فروش تورهای تعطیلات ماه ژانویه، به سفر روس‌ها به ایران نیز پرداخته است. این گزارش با این جمله آغاز می‌شود: «سور تمه‌سواری یا شنا در دریای گرم؟ سفر به خرابه‌های باستانی ایران یا بازدید از کلیساهای باستانی روسیه؟ ساکنان سن‌پترزبورگ گزینه‌های زیادی برای تعطیلات سسال نو دارند.» سفر به مناطق گرمسیری، اولویت اول روس‌هایی است که می‌خواهند تعطیلات را در خارج از کشور بگذرانند.

«کاترینا شادسکایا» مدیر اتحادیه صنعت سفر روسیه، می‌گوید: «فروش تورهای تعطیلات امسال دیرتر از حد معمول شروع شد، اما می‌توان گفت اکنون گردشگران در حال جبران زمان از دست‌رفته هستند. مقصدهای خارجی زیادی در دسترس نیست، اما گردشگران به سمت دریا و خورشید جذب می‌شوند، بنابراین مقصد شماره یک آنها در تعطیلات سال نو ۲۰۲۳ مصر است.

تورهای ترکیه، امارات، تونس و تایلند به طور فعال رزرو می‌شود. از کشورهای همسایه، ارمنستان و ازبکستان مورد تقاضا هستند.» همان‌طور که این رسانه روسی

اشاره کرده است، ایران در بین مقاصد مهم منظر روس‌ها نیست، بر اساس آمارِی که ۲۸اکتبر (ششم آبان ماه) منتشر شده، ۳۵درصد از تورهای سال نومیلادی تا آن تاریخ فروخته شده است. بر مبنای آن امارات‌متحده ۲۰درصد از تورها، تایلند ۱۳، مصر و ترکیه هم هر کدام ۱۰درصد از تورها را به خود اختصاص داده‌اند. شبکه‌۷۸ با اشاره به اینکه امسال درهای اتحادیه اروپا و کشورهای حوزه بالتیک به روی گردشگران اروپایی بسته است، از تلاش شرکت‌های روس برای پیدا کردن مقاصد جدید

و البته غیرعادی خبر داده است. دو مقصدی که پیش روی روس‌هاست در نوع خود جالب توجه است؛ قطب شمال یا ایران! این رسانه روس به نقل از کارشناسان ایرانی و معماری زیبای باستانی خود شناخته شده است، بنابراین تورهای گردشگری به این کشور پتانسیل بالایی دارد.» «شادسکایا» در پاسخ به سؤالی درباره سفر گردشگران روسیه به ایران می‌گوید: «در مورد ایران، می‌بینیم که روز به روز محبوبیت بیشتری پیدا می‌کند. اپراتورهای تور سن‌پترزبورگ اخیراً شروع به ارائه فعال تورهای گروهی به ایران کرده‌اند، تقاضا برای آنها وجود دارد. ایران برای ما یک مسیر بسیار اسرارآمیز، واقعاً شرقی، اصیل، با حفظ طعم و فرهنگ ملی است.»

سفر گردشگران روس به خارج از کشور امسال ابعاد دیگری پیدا کرده است، تحریم‌ها باعث شده است انتخاب آنها محدود شود. از سوی دیگر شهرهای داخلی روسیه از آمادگی پذیرایی از شهروندان و گردشگران خبر می‌دهند و روس‌ها را از سفر به خارج از مرزهای نیاز می‌دانند. کشورهای عربی حاشیه‌خلیج فارس هم فرصت طلایی را که تحریم روسیه در غرب ایجاد کرده است مغفتم می‌دانند تا بتوانند تعداد بیشتری از روس‌ها را به سواحل جنوبی خلیج فارس بکشانند. تورهای دومی برای روس‌ها تخفیف‌دار شده است. امارات دوست دارد از رقبای خود یعنی مصر و ترکیه فاصله بگیرد. ایران فعلاً در میان کشورهای مقصد گردشگران ایران جایگاه مهمی ندارد، اما نو بودن و ناشناخته بودن ایران برای توریست‌های روس می‌تواند عاملی باشد که آنها را مجاب کند در کنار مقاصد سنتنی گردشگری خود، گزینه سفر به ایران را به عنوان یک مقصد ارزان و جدید مدنظر قرار دهند.

مال شیرین خان، ایشیکه، شیرینگان

محتوای‌های غیرقانونی و ضدنظام کشور منتشر نمی‌کند، چون می‌داند طبق قانون مجازات می‌شود. پلت‌فرم‌ها صیانت‌شده هستند، البته بعضی از صحنه‌گردانی‌ها در فضای مجازی داخلی کشور به نظر ناشی از هیجان لحظه‌ای بود و این اتفاقات و صحنه‌های کف خیابان در روزهای اول توسط برخی به خاطر هیجانات لحظه‌ای صورت می‌گرفت اما بعد از فروکش کردن هیجانات و محتواسازی در فضای مجازی و برخورد باسلبریتی‌ها، این افراد صف خود را از اغتشاشاگران جدا کردند.

آینده پیام رسانه‌ای داخلی را چطور می‌بینید؟

با توجه به خبرهایی که این روزها منتشر می‌شود، کاملاً روشن و امیدوارکننده است. با ارتقای سروسش پلاس با قابلیت‌های جدید، سرعت بالا و قابلیت جذب ۲۰۰میلیون، آینده بسیار خوبی را شاهدیم که جای امید دارد. در مجلس هم طرح صیانت مراحل خودش را به خوبی پشت سر گذاشته است. امیدواریم آن شاه‌الله به سرعت بتوانیم بسترهای امن و راحتی را در فضای مجازی داخلی برای پیشبرد اهداف داخلی فراهم کنیم.

چرا فیلتر ینگ برای پیام رسانه‌ای داخلی به طور ناقص انجام شده است، به طوری که الان به راحتی قابل استفاده هستند؟

برخی دستگاه‌های خدماتی مثل اداره پست از کاهش سود خود شکایت کرده بودند و برخی هم در فضای مجازی کسب‌وکارهایی داشتند، هر چند اغلب مشاغل کاذب هم وجود داشت اما درصدی از مشاغل اینترنتی دچار مشکل شده بودند و چون از ایلکیشن‌های داخلی استفاده نمی‌کردند و البته هنوز هم ایلکیشن‌های داخلی به بلوغ کافی نرسیده بودند، روبیکا، جایگزین اینستاگرام هم هنوز این قدرت را پیدا نکرده بود تا مخاطبان زیادی را جذب کند. همه اینها دست به دست هم داده بودند تا فیلتر شکن‌ها بازار داغی پیدا کنند، از

طرفی عدم تصویب طرح صیانت در مجلس هم از دلایل آن است، البته بهتر است به جای فیلترینگ بگوییم طبقه‌بندی اینترنت که این قضیه در امریکا و انگلیس در نهادینه شده است و برای هر سن و هر استفاده‌ای، اینترنت مختصی در نظر گرفته شده است. شاید اگر این نام را بگذاریم عکس‌العمل‌های خشن و هیجانی در فضای مجازی نسبت به این قضیه کمتر شود.

چرا مجلس درباره فضای مجازی قانون مناسبی تصویب نمی‌کند؟

تصویب قانون کار سختی نیست اما این الزامات آن است که باید رعایت شود. در مجلس دور قبل زمینه‌های این قضیه وجود نداشت اما در مجلس و دولت کنونی بسترهای این زمینه و دغدغه‌های لازم وجود دارد. مجلس در اواخر دولت روحانی تصمیم به تصویب طرح گرفت اما تصمیم خود را قبل از رسیدن به نتیجه کامل رسانه‌ای کرد که همین عدم آگاهی و شناخت عمومی، باعث تقابل با طرح شد، به صورتی که برخی از نخبگان، سلبریتی‌ها و مردم به خصوص آنها که در فضای مجازی کسب‌وکارهایی دارند با نگرانی نسبت به طرح صیانت جبهه‌گیری کردند، چون آنها هم فیلتر ینگ است، حتی اقدامات طرح صیانت هم مشخص نبود، بنابراین باید کارشناسان و طراحان فضای مجازی و آگاهان این امر دعوت کنند ایلکیشن‌های داخلی مورد نیاز برای مردم در داخل کشور طراحی شود و صدا البته مشوق‌های کوچ مردم هم برای استفاده از ایلکیشن‌های داخلی فراهم شود، زیرا تا مردم به عنوان مصرف‌کنندگان تمایلی نشان ندهند، هر چقدر هم مجلس وزارت ارتباطات برنامه داشته باشد، بی‌تأثیر خواهد بود. وزارت ارتباطات باید پهنای باند لازم برای ایلکیشن‌های داخلی ایجاد کند و در کارش آن آموزش‌های لازم را نسبت به فضای مجازی از طریق نهادهای آموزشی فراهم کند، قطعاً کار با تخصص و شناخت همراه با قانون مؤثر است.