

رونمایی از لوح ثبت جهانی «برنامه ملی پاسداری هنر خوشنویسی»



گروه گردشگری - مدیر مجموعه میراث جهانی کاخ گلستان از برگزاری نمایشگاه خوشنویسی و تذهیب در سایه قلم و رونمایی از لوح ثبت جهانی برنامه ملی پاسداری هنر خوشنویسی به مناسبت هفته میراث فرهنگی خبر داد. آفرین امامی درباره برنامه‌های هفته میراث فرهنگی گفت: این برنامه‌ها با افتتاح نمایشگاه «خوشنویسی و تذهیب در سایه قلم» همزمان با روز جهانی موزه ۲۸ اردیبهشت ۱۴۰۱ در گالری حوضخانه کاخ گلستان آغاز می‌شود. باز دیدهای هدفمند کودکان و نوجوانان از موزه‌های کاخ گلستان از دیگر برنامه‌های هفته میراث فرهنگی است. امامی با بیان اینکه چهار کارگاه‌های آموزشی در هفته میراث فرهنگی برگزار می‌شود، تصریح کرد: کارگاه‌های آموزشی حفاظت‌گران مردمی، ارسی‌ها، مرمت کاشی و دوره فن بیان ویژه راهنمایان موزه در هفته میراث فرهنگی برگزار می‌شود. رونمایی از لوح ثبت جهانی برنامه ملی پاسداری هنر خوشنویسی نیز یکی از برنامه‌های مهم هفته میراث فرهنگی است. همچنین نمایشگاه «گلستان از دریچه آثار ملل» ۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۱ در عمارت چادرخانه کاخ گلستان به مناسبت روز جهانی تنوع فرهنگی برای گفت‌وگو و توسعه برگزار می‌شود. مدیر کاخ گلستان گفت: در هفته میراث فرهنگی نشست تخصصی با رونمایی از گزارش مستندنگاری شمس‌العماره به روش فتوگرامتری و ابرنقطه در روز دوم خرداد در سالن اجتماعات موزه مردم‌شناسی برگزار خواهد شد. در آخرین روز از هفته میراث فرهنگی نیز از کتاب تاریخ شفاهی کاخ گلستان رونمایی می‌شود.

ثبت ۲۶۶ رشته صنایع دستی خانگی در سامانه دبیر خانه هیئت مقررات زدایی



گروه گردشگری - مدیر کل دفتر حمایت از تولید صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از ثبت ۲۶۶ رشته صنایع دستی خانگی در سامانه دبیرخانه هیئت مقررات زدایی و پایش کسب و کار خبر داد. فرهاد فلاح با اعلام این خبر افزود: با توجه به دستور هیئت مقررات زدایی و پایش کسب و کار، ۲۶۶ رشته صنایع دستی که قابلیت اجرا در منازل را دارند به صورت اعلانی همراه کاربری‌های اطلاعات مرتبط به دبیرخانه مشاغل خانگی ارسال و در سامانه آن دبیرخانه بارگذاری شد. مدیر کل دفتر حمایت از تولید صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، در مورد اعلان محور بودن این ۲۶۶ رشته افزود: متقاضیان این رشته‌ها می‌توانند به محض ثبت نام در سامانه مربوطه کارگاه خود را راه‌اندازی و فعالیت کنند. بعد از ثبت نام کارشناسان از کارگاهها بازدید کرده و در صورت تایید با اصلاح روش و مواد اولیه نسبت به صدور مجوز تولید اقدام می‌شود.

ما در این حوزه چالش‌های تخصصی است چرا که در بخش عمومی فرهنگ میهمان‌نوازی تا حدی بر رفتار افراد حاکم است اما جایی که خدمات و رفتار با میهمان به شغل تبدیل می‌شود، شرایط فرق می‌کند. وی افزود: تاکید من بر آموزش در ۲ حوزه تخصصی و عمومی است. آموزش‌های تخصصی زمانی کاربرد دارد که فرد می‌خواهد به شغلی در این حیطه ورود پیدا کند اما آموزش‌های عمومی از پایه به عبارتی از کودکی باید آغاز شود.

سمیعی در خصوص ادعای آموزش دیدن برخی از افراد شاغل در حوزه میهمان‌نوازی گفت: فرض می‌کنیم به افراد آموزش‌های تخصصی داده می‌شود اما پس از نگاه به خروجی کار و بسا توجه به برخورد میزبان با گردشگر و زائر متوجه می‌شویم که به این افراد آموزشی داده نشده یا آموزش آنان خوب و کافی نبوده است.

عضو هیات علمی دانشگاه بینالود مشهد اظهار کرد: این مشکل با جلسات توجیهی و چند ساعت کلاس رفع نمی‌شود بلکه باید فرهنگ‌سازی انجام شود. البته ممکن است پیش‌زمینه فرهنگی ذهنی فرد در ابتدا اجازه استفاده از آموزش‌ها را ندهد. وی افزود: وضع قوانین نیز می‌تواند به رفع مشکلات کمک کند اما مسائلی که بسیار موثرتر خواهد بود، ارائه آموزش‌های عمومی از سنین پایین است. برای مثال در گذشته برای ترویج قوانین راهنمایی و رانندگی برنامه‌هایی برای کودکان تولید می‌شد و حالا پس از گذشت چندین سال فرهنگ رانندگی تغییر کرده است.

کارنامه قابل قبول گردشگری

سمیعی بیان کرد: صداوسیما در زمینه معرفی مقاصد گردشگری در حال فعالیت است و کارنامه قابل قبولی دارد. نکته قابل توجه دیگر در این بخش غیر قابل قبول مقاصد برای گردشگران خارجی است. در واقع در زمینه فعالیت‌های فرهنگی هیچ ایده جدیدی وجود ندارد که این مورد می‌تواند از کم‌اهمیت بودن گردشگری در دیدگاه مسئولان نشأت گیرد. تا زمانی که جاهای نفت درآمد دارد، کسی به گردشگری اهمیت نمی‌دهد، تنها زمانی که درآمدهای نفتی با چالش مواجه می‌شود، توجه‌ها به سمت گردشگری کشیده می‌شود.

تکنیک‌های ارائه خدمات بر اساس احترام و نیاز مشتری گفته می‌شود. وی در خصوص راهکار بهبود فرهنگ میزبانی در مشهد گفت: در مورد فرهنگ میزبانی در مشهد به طور خاص ۲ موضوع را باید در نظر گرفت که اولین مورد آن آموزش است. این مورد حتی برای مقاصد که آموزش دیده هستند نیز ضروری است. این کارشناس گردشگری با اشاره به چرخه زندگی مقاصد باتلر بیان کرد: این چرخه از تولد شروع می‌شود و سپس مراحل رشد و بلوغ

کارشناس گردشگری و استاد دانشگاه مطرح کرد:

معرفی مقاصد گردشگری بدون زیر ساخت مناسب، لطف یا خیانت؟

یک کارشناس گردشگری گفت: زمانی که بدون آمادگی زیرساخت‌های فرهنگی، مقاصد گردشگری معرفی شود، با تخریب مقاصد یا فرهنگ میزبان حاصل معرفی بدون زیر ساخت است، روبرو خواهیم شد.

رای ایجاد فرهنگ میزبانی باید نگاهی مدیریتی داشت. بخشی از این نگاه مدیریتی آشنایی با تمام ویژگی‌ها و خصوصیات مانند طبقه اجتماعی، سطح درآمد و ساختارهای اجتماعی، خانوادگی و فرهنگی زائر مشهد است. تمام این موارد در مخاطب‌شناسی علم بازاریابی تعریف شده و اهمیت دارد.

بخش‌های حوزه‌های گردشگری با هم تلفیق شده‌اند چون خاطره کل سفر برای گردشگر به جا می‌ماند و بخش‌های مختلف سفر را از هم جدا نمی‌کند. بنابراین اگر یک راننده تاکسی پیش‌زمینه فرهنگی ذهنی فرد بگیرد، برای گردشگر احساس ناراضی‌تری ایجاد می‌شود. این در صورتی است که اگر در بخش‌های دیگر بهترین خدمات ارائه شود نیز نارضی خواهند بود.

وی افزود: در ادامه این ماجرا حتی اگر گردشگر و زائر قصد خرید از یک مغازه را داشته باشد یا در خیابان با یکی از مساکان شهر که میزبان محسوب می‌شود، برخورد اشتباهی داشته باشد، با خاطراتی که ممکن است روی سفرش تأثیر بگذارد، همراه خواهد شد. این کارشناس ارشد بازاریابی گردشگری بیان کرد: مهم‌ترین چالش

تکنیک‌های ارائه خدمات بر اساس احترام و نیاز مشتری گفته می‌شود. وی در خصوص راهکار بهبود فرهنگ میزبانی در مشهد گفت: در مورد فرهنگ میزبانی در مشهد به طور خاص ۲ موضوع را باید در نظر گرفت که اولین مورد آن آموزش است. این مورد حتی برای مقاصد که آموزش دیده هستند نیز ضروری است. این کارشناس گردشگری با اشاره به چرخه زندگی مقاصد باتلر بیان کرد: این چرخه از تولد شروع می‌شود و سپس مراحل رشد و بلوغ

کارشناس گردشگری و استاد دانشگاه مطرح کرد:

معرفی مقاصد گردشگری بدون زیر ساخت مناسب، لطف یا خیانت؟

یک کارشناس گردشگری گفت: زمانی که بدون آمادگی زیرساخت‌های فرهنگی، مقاصد گردشگری معرفی شود، با تخریب مقاصد یا فرهنگ میزبان حاصل معرفی بدون زیر ساخت است، روبرو خواهیم شد.

رای ایجاد فرهنگ میزبانی باید نگاهی مدیریتی داشت. بخشی از این نگاه مدیریتی آشنایی با تمام ویژگی‌ها و خصوصیات مانند طبقه اجتماعی، سطح درآمد و ساختارهای اجتماعی، خانوادگی و فرهنگی زائر مشهد است. تمام این موارد در مخاطب‌شناسی علم بازاریابی تعریف شده و اهمیت دارد.

بخش‌های حوزه‌های گردشگری با هم تلفیق شده‌اند چون خاطره کل سفر برای گردشگر به جا می‌ماند و بخش‌های مختلف سفر را از هم جدا نمی‌کند. بنابراین اگر یک راننده تاکسی پیش‌زمینه فرهنگی ذهنی فرد بگیرد، برای گردشگر احساس ناراضی‌تری ایجاد می‌شود. این در صورتی است که اگر در بخش‌های دیگر بهترین خدمات ارائه شود نیز نارضی خواهند بود.

وی افزود: در ادامه این ماجرا حتی اگر گردشگر و زائر قصد خرید از یک مغازه را داشته باشد یا در خیابان با یکی از مساکان شهر که میزبان محسوب می‌شود، برخورد اشتباهی داشته باشد، با خاطراتی که ممکن است روی سفرش تأثیر بگذارد، همراه خواهد شد. این کارشناس ارشد بازاریابی گردشگری بیان کرد: مهم‌ترین چالش

گروه گردشگری - اعلم سمیعی در خصوص فرهنگ میزبانی اظهار کرد: از چندین منظر به فرهنگ میزبانی می‌توان نگاه کرد. در منظر بازاریابی برخی اندیشمندان اعتقاد دارند بازاریابی از مشتری شروع و به مشتری ختم می‌شود. حالا می‌توان به جای مشتری لفظ زائر یا مسافر را قرار داد.

وی بسا تاکید بر اینکه در بازاریابی تمام نگاه‌ها به مشتری است، افزود: باید به مقصد گردشگری به چشم یک بنگاه اقتصادی نگاه کنیم؛ مشکلاتش را مرتفع کنیم و بعد منتظر جذب مخاطب باشیم. عضو هیات علمی دانشگاه شانلینز بیان کرد: با این نگاه بخش عمده‌ای از فعالیت‌های مدیریت مقصد به شناخت بازار هدف معطوف می‌شود که این بازار هدف همان مخاطبان هستند.

وی تصریح کرد: برای ایجاد فرهنگ میزبانی باید نگاهی مدیریتی داشت. بخشی از این نگاه مدیریتی آشنایی با تمام ویژگی‌ها و خصوصیات مانند طبقه اجتماعی، سطح درآمد و ساختارهای اجتماعی، خانوادگی و فرهنگی زائر مشهد است. تمام این موارد در مخاطب‌شناسی علم بازاریابی تعریف شده و اهمیت دارد. سمیعی بیان کرد: تعریف ساده از فرهنگ میزبانی به این معناست که باید بتوانیم نیازها و خواسته‌های اصیل مخاطب‌مان را برطرف کنیم. فرهنگ میزبانی ایرانی با گذشته‌های و میهمان‌نوازی بیشتری همراه بوده و این اعتقاد در میزبانان وجود دارد که نیاز میهمان قبل از مطرح شدن باید رفع شود.

وی افزود: در فرهنگ کشور کره جنوبی عبارتی وجود دارد به نام «بیسم» که افراد بدون گفتن کلامی از حضور هم و معاشرت با یکدیگر لذت می‌برند. در واقع رفع نیاز میهمان پیش از تقاضا در ایران معادل همین اصطلاح است.

سمیعی با بیان اینکه این بخش از فرهنگ میزبانی میهمان‌نوازی ذاتی فرد را می‌طلبد، عنوان کرد: در ساختار مقصد‌مان به یک «بیسم» نیاز داریم که بتواند تمام نیازهای مخاطب و زائر را در تمام زمینه‌ها مانند خدمات مستقیم و غیرمستقیم، رابطه تاکسی و میهمان، شکل خیابان‌کشی‌ها و مسائل امنیتی و بهداشتی زائر در شهر و مراکز ادراک و مرتفع کند. تمام این موارد در فرهنگ میزبانی تعریف می‌شود.



لزم ثبت میراث فرهنگی به صورت NFT:

پیشنهاد به یونسکو برای تشکیل کنوانسیون جدید ثبت آثار در فضای مجازی

در ابتدای امر ثبت میراث فرهنگی، بناها را ثبت می‌کردیم. بعد از مدتی ثبت بناها تبدیل به ثبت محورها شد و بعدها محورها به شهرها و بافت‌های تاریخی تبدیل شدند و در نهایت در پی ثبت منظرهای تاریخی و فرهنگی برآمدیم. در ادامه طی این روند به این نتیجه رسیدیم که این شهر وابسته به هویت آدمهایی است که در آن زندگی می‌کنند بنابراین درصد ثبت میراث ناملموس برآمدیم و کنوانسیون ۲۰۰۳ شکل گرفت. یا حتی به این نتیجه رسیدیم که در دریاها نیز میراث وجود دارد که آن را به عنوان میراث دریایی ثبت کردیم. کمیسیون فرهنگی یونسکو طی سال‌ها و دهه‌های گذشته روندی را برای ثبت میراث فرهنگی طی کرده که این روند بسته به شرایط جامعه و پیشرفت‌های صورت گرفته حاصل شده است. او ادامه داد: سرعت تحولات علمی بخصوص در طی دو دهه گذشته بسیار زیاد بوده و سبب شده تا در فضای مجازی به شکلی برسیم که حتماً زندگی مجازی نیز تعریف شود. زندگی در فضای مجازی که می‌توانیم در آن کار کنیم، خرید و فروش داشته باشیم و... به تبع تمام آنچه در فضای حقیقی وجود دارد در فضای مجازی نیز مشابه پیدا خواهد کرد. امروزه بناها و فضاهای تاریخی از خانه‌های تاریخی گرفته تا کاخ گلستان... می‌توانند در فضای مجازی نیز وجود داشته باشند.



مجموع طباطبایی با تاکید بر آنکه نیاز است تا یونسکو این مهم را مورد توجه قرار دهد، گفت: به نظر بهتر است تا کشورهایی مانند ایران، مصر و یونان و کشورهای صاحب آثار تاریخی بهتر است برای ارائه پیشنهاد تشکیل کنوانسیون جهت ثبت NFT به یونسکو پیش قدم شوند و این پیشنهاد را ارائه دهند. سرعتی که در گسترش متاورس شاهد هستیم سبب می‌شود تا ما نیز در حوزه میراث فرهنگی ثبت آثار به نام یک کشور سریع عمل کنیم.

گروه گردشگری - رییس ایکوم با اشاره به پیشرفت‌هایی که در دنیای مجازی شاهد هستیم، پیشنهاد داد تا کشورهای صاحب آثار باستانی از یونسکو بخواهند تشکیل کنوانسیون برای ثبت آثار به صورت NFT ارائه دهند. این روزها با توسعه تکنولوژی و تغییراتی که در فضای مجازی شاهد هستیم در بیشتر بخش‌های پیشرفته صحبت از متاورس، ارزهای دیجیتال و خرید و فروش در فضای مجازی است. در این میان موضوعات مرتبط با NFT و توکن‌های غیر قابل معاوضه نیز جایگاه خاصی به خود اختصاص داده‌اند. NFT راه‌خود را در بخش‌های مختلف اعم از هنر... باز کرده‌اند و دور نیست زمانی که عرصه میراث فرهنگی نیز نیازمند توجه ویژه به این حوزه شود. آن اف تی NFT توکن‌های غیر قابل معاوضه هستند. آن‌ها به‌عنوان یک گواهی مالکیت دیجیتالی غیر تکراری برای هر نوع دارایی دیجیتالی صادر می‌شوند. در واقع، NFT یک قرارداد هوشمند است که با استفاده از پلتفرم‌های این سوس (که هر کسی می‌تواند از سایت‌هایی مثل گیت‌هاب دانلود کند) تنظیم و برای این‌سازی آن به صورت دیجیتالی استفاده می‌شود. پس از نوشتن، می‌توان آن را ذخیره یا به‌طور دائمی در قالب یک رمز (معمولاً به نام توکن



گروه هتل های تاپ تورز



هتل ویدا



هتل بزرگ کوروش















