توضیحات نماینده وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در ستاد ملی در اکسپو ژاپن؛

وضعیت مبهم پاویون ایران در اکسپو ژاپن؛ دَر روی پاشنه خوبی نمی‌چرخد!

بیش از ۱۵۰ روز دیگر اکسپو ژاپن برگزار می‌شود و هنوز درباره محتوا و روایت‌گری پاویون ایران ابهام وجود دارد. نماینده وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در ستاد ملی ایران در اکسپو ژاپن از شفاف نبودن ساختارها و کارکردهای کمیته‌ها و همچنین، نامشخص و مبهم بودن محتوا و روایتگری ایران در اکسپو سخن می‌گوید. مسلم شجاعی به ضعف‌های جدی در این‌باره اشاره دارد و تاکید می‌کند که اکسپو، نمایشگاهی است که می‌توان چهره متفاوت ایران را به جهان نشان داد.

گروه گردشگری – اکسپو قرار است از ۲۴ فروردین تا ۲۱ مهرماه ۱۴۰۴ (از ۱۳ آوریل تا ۱۳ اکتبر ۲۰۲۵) در شهر اوزاکای کانسای در ژاپن برگزار شود. موضوع اصلی این دوره «طراحی جامعه آینده برای زندگی بشر» Designing Future Society for Our Lives است. «نجات زندگی بشر»، «قدرت بخشیدن به زندگی بشر» و «پیوند زنگی بشر» نیز از موضوعات فرعی این نمایشگاه جهانی به شمار می‌آید که حدود ۱۶۰ کشور برآن اساس، طرح‌ها و روایت‌های خود را به مدت ۱۸۴ روز به نمایش می‌گذارند.

اکسپو قرار است در یک جزیره دست‌ساز به نام یومشیما (Yumeshima Island) واقع در خلیج اوزاکا در ایالت کانسای ژاپن برگزار شود و برآورد شده است در ۶ ماه برپایی آن، بیش از ۲۸ میلیون نفر آن را ببینند که احتمالا سه‌ونیم میلیون نفر آنها غیرژاپنی باشند.

اکسپو یا نمایشگاه جهانی (world exposition) که از نظر جایگاه و اهمیت با المپیک مقایسه می‌شود و به نوعی آن را المپیک فرهنگی می‌دانند؛ رویدادی است که هر ۵ سال یک بار در یکی از شهرهای جهان برگزار می‌شود و صحنه‌ای برای نمایش آخرین دستاوردهای فرهنگی، اجتماعی، علمی و اقتصادی کشورها و دورنمای توسعه آنها است. برپایی این رویداد در سال ۲۰۲۲ در دبی، ماهیت و ضرورت آن را برای بسیاری از شهروندان ایرانی قابل درک کرد و با وجود حواشی و انتقادهای بسیاری که آن سال به وضعیت پاویون ایران وارد شد، اکنون پرسش این است ایران که با مساله ایران‌هراسی به شدت درگیر است، در اکسپو ژاپن قرار است چگونه حضور یابد و چه تصویری از خود به نمایش می‌گذارد؟

در سایت ستاد ملی ایران در اکسپو، بخشی با عنوان «پاویون ایران» وجود دارد که صرفا هفت دوره حضور ایران در اکسپو بدون هیچ توضیح دیگری، فهرست شده و اطلاعاتی درباره پاویون، طرح‌ها، ایده‌ها و برنامه ایران برای اکسپو ژاپن وجود ندارد.

ایران در تیرماه ۱۴۰۳ قرارداد مشارکت رسمی در اکسپو ۲۰۲۵ اوزاکا–ژاپن را بسته است و براساس اخباری که در سایت این ستاد منتشر شده، درباره پاویون ایران جز اینکه پیمانکار آن ژاپنی است، هیچ داده و اطلاعات دیگری وجود ندارد.

در تیرماه ۱۴۰۳ اما خبرگزاری کیودو ژاپن اعلام کرد که ایران و پاکستان از ساخت پاویون در اکسپوی اوزاکا انصراف داده‌اند. تا کنون مقامات مرتبط واکنشی به این خبر نشان نداده‌اند و توضیحات رسمی داده نشده است و مشخص نیست آیا ایران زمینی در اکسپو اختیار کرده بود و اگر اینطور بوده تکلیف آن چه شده و چرا چنین تصمیمی گرفته شده است؟

در رصد خبرهای مربوط به پاویون ایران در اکسپو ۲۰۲۵ ژاپن نیز اطلاعات زیادی پیدا نمی‌شود، فقط سید احمدرضا علائی طباطبائی، کمیسر ژنرال ایران در اکسپو ژاپن در آبان‌ماه سال ۱۴۰۲ در خبری کوتاه اشاره کرده بود که «پاویون ۹۰۰ متری ایران در تیپ A در بخش شمالی دهکده اکسپو در جزیره مصنوعی یومشیما در شهر اوزاکا جانمایی شده است.»

او همچنین گفته بود: «برای حضور کشورها در رویداد اکسپو، نیاز به افتتاح حساب بانکی و ایجاد ماهیت حقوقی در کشور میزبان است که علی‌رغم رایزنی‌های دیپلماتیک انجام شده با دولت ژاپن در هفت ماه گذشته هنوز این اجازه به کشورمان داده نشده است.»

با این وجود، براساس آنچه خبرگزاری ژاپن در اوایل تابستان امسال منتشر کرده، ایران قصد دارد پاویون خود را از نوع A به نوع X ساده‌تر تغییر دهد که توسط برگزارکننده ساخته و به شرکت‌کنندگان اجاره داده می‌شود. در حالی که پاکستان قصد دارد به نوع C تغییر کند، گزینه کم‌هزینه دیگری که توسط برگزارکننده ساخته می‌شود. این درحالی است که پاکستان با روایتی متفاوت از فرهنگ و تمدن خود، یکی از شگفتی‌های اکسپو دبی بود.

سوای مسأله موقعیت و طراحی پاویون ایران در اکسپو ژاپن که نقطه مبهم ماجراست، نوع روایت و ایده‌پردازی‌های ایران نیز محل پرسش است؛ موضوعی که یکی از نقاط ضعف پاویون ایران در اکسپو ۲۰۲۲ دبی بود و کلیت آن را به چالش کشید و نقدهای بسیاری را متوجه آن کرد.

مسلم شجاعی، مدیرکل توسعه گردشگری خارجی که نماینده وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در کمیته فرهنگی ستاد ملی ایران در اکسپو ژاپن درباره وضعیت پاویون ایران در اکسپو و محتوای برنامه‌ریزی شده برای آن، به ایسنا می‌گوید: وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از نظر ساختار سازمانی اساسا در موضوع اکسپو نقش خیلی پررنگی ندارد، چون متولی اصلی برپایی پاویون ایران در اکسپو، وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) است.

کمسیر ژنرال ایران در اکسپو را نیز همین وزارتخانهٔ صمت تعیین می‌کند. البته وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و دیگر وزارتخانه‌ها هم در کمیته‌های مختلفی که تشکیل شده است، عضو هستند. مثلا وزارتخانه ما، عضو کمیته فرهنگی ستاد ملی اکسپو است. رئیس کمیته فرهنگی هم وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، پس اساسا وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی نقشی کلیدی و بنیادی در اکسپو ندارد. او ادامه داد: اگر به خاطر بیاورید در اکسپو ۲۰۲۲ دبی، ایران یک سازه خوب اما بدون محتوای مناسب داشت که چالش‌برانگیز شده بود. آن زمان ما (وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی) معترض شدیم و به وزارت صمت پیشنهاد کردیم دست‌کم برای بخش روایتگری ایران از حضور راهنماهای گردشگری بهره ببرد. چون این تجربه را داشتیم در دوره وزارت آقای ضرغامی به آقای مخبر که معاون اول رئیس جمهور بود و وزیر وقت صمت نامه‌ای داده شد که مسئولیت محتوای پاویون ایران در اکسپو به وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی سپرده شود و با توجه به این‌که شعار محوری و مفهومی اکسپو ژاپن، «طراحی جامعه آینده بر محور زندگی انسان‌ها» است و این موضوع به ماموریت و ساختار حرفه‌ای وزارت میراث فرهنگی و گردشگری بیشتر مرتبط است، پیشنهاد تشکیل کمیته مستقل گردشگری داده شد. اما در پاسخ به نامه ما اعلام کردند که ستاد ملی اکسپو ساختار مشخص دارد و یادآور شدند که وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ذیل کمیته فرهنگی است؛ یعنی موافقت نشد.

معاون گردشگری نامه‌های زیادی به رئیس سازمان توسعه تجارت، کمسیر ژنرال ایران در اکسپو و مقام هم‌ترازش در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نوشت که با تشریح اوضاع کنونی و ابراز نگرانی، برای همکاری‌های بیشتر اعلام آمادگی کرد. در واقع ما تلاش خود را برای ایفای نقش سازنده و ارتقاء کیفیت مدنظر در ارائه محتوا انجام دادیم و مکاتبات زیادی در این باره انجام شد.

نماینده وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در ستاد ملی ایران در اکسپو افزود: همچنین معاون گردشگری نامه‌های زیادی به رئیس سازمان توسعه تجارت، کمسیر ژنرال ایران در اکسپو و مقام هم‌ترازش در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نوشت که با تشریح اوضاع کنونی و ابراز نگرانی، برای همکاری‌های بیشتر اعلام آمادگی کرد. در واقع ما تلاش خود را برای ایفای نقش سازنده و ارتقاء کیفیت مدنظر در ارائه محتوا انجام دادیم و مکاتبات زیادی در این باره انجام شد.

او درباره هماهنگی‌ها و جلسه‌های ستاد ملی ایران در اکسپو و کمیته فرهنگی تا کنون در این باره، توضیح داد: به عنوان نماینده وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در دو نشست شرکت کردم. آنجا هم برای تولید محتوا، اعلام همکاری کردیم و این پرسش مطرح شد که چرا برای این موضوع در ذیل کمیته فرهنگی، جلسه‌ای درباره محتوای ایران در اکسپو برگزار نمی‌شود.

نماینده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که ریاست این کمیته را برعهده دارند گفتند "با آغوش باز استقبال می‌کنیم"، اما براساس جلسه‌هایی که تا کنون برگزار شده است، به یاد ندارم کمیته فرهنگی درباره ایده‌پردازی، مفهوم‌سازی و طراحی محتوای پاویون ایران جلسه‌ای تا کنون با اعضای کمیته برگزار کرده باشد. البته به طرح اولیه‌ای رسیدند ولی یک کار ساختارمند منسجم با اعضای کمیته نبوده است.

نماینده وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در ستاد ملی ایران در اکسپو یادآور شد: ما اوایل سال ۱۴۰۳ به ستاد ملی اکسپو و کمیته فرهنگی آن دعوت شدیم، فکر می‌کنم یکی دو بار دیگر این جلسه‌ها را من و کارشناس‌های این اداره رفته باشیم. اما به یاد ندارم کمیته فرهنگی، جلسه مستقلی برای موضوع، محتوا، تم یا غنای فرهنگی پاویون ایران، تا کنون برگزار کرده باشد، یا اگر هم برگزار شده وزارت ما بی‌اطلاع بوده است.

مدیرکل توسعه گردشگری خارجی اضافه کرد: یک بار هم نمایندگانی از شرکتی که با کمیته فرهنگی کار می‌کند، به معاونت گردشگری مراجعه کردند و ما هم برای همکاری در تولید محتوا دوباره اعلام آمادگی کردیم و اهم تولیدات محتوای در سه حوزه گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی را –بیش از ۱۰ گیگ محتوا– درباره ایران به آنها دادیم. ما بارها درباره تولید محتوا برای اکسپو به شکل‌های مختلف اعلام آمادگی کرده‌ایم و حتی ابراز نگرانی شده است که با وضع موجود، دَر روی پاشنه خوبی نمی‌چرخد. شجاعی اظهار کرد: تا این لحظه هم هیچ نامه رسمی مبنی بر خبر منتشر شده درباره تغییر وضعیت پاویون ایران از A به X دریافت نکرده‌ایم، یعنی اطلاع رسانی درباره اکسپو هم ضعف دارد و ما از رسانه‌ها این خبر را شنیدیم.

او تاکید کرد: وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در تولید محتوا و روایت ایران، می‌تواند به پایون ایران در اکسپو کمک کند. وقتی پیشرفت ایران را با گردشگری پیش ببرید یعنی وضعیت حمل و نقل، جاده و زیرساخت مناسب است و فرهنگ غنی برای نمایش وجود دارد. این روایت پیشرفت ما است و با شعار سال اکسپو مهم تناسب دارد. از این طریق، روایت دقیق‌تر و هدفمندتری می‌توانستیم ارائه دهیم. البته منظور ما این نیست که بخش فرهنگ یا معماری یا دیگر بخش‌ها نمی‌توانند روایت داشته باشند، بلکه فکر می‌کنیم در گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی، پویایی و کارکردی از جنس "از گذشته درس بگیریم" و "اتصال تاریخ گذشته به آینده" وجود دارد.

نماینده وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در ستاد ملی ایران در اکسپو گفت: بعضی از سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها ظرفیت‌هایی دارند که به ارتقاء کیفیت ارائه ایران کمک می‌کنند و می‌توانند تصویر ذهنی ایجاد شده از ایران در جوامع بین‌المللی را تغییر دهند، یکی از آنها وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی است. با این حال تا الان کارکرد و فرایند هماهنگی ستاد و کمیته‌هایی چون فرهنگی هنوز شفاف و هم‌پیوند نیست و ضعف‌های جدی دیده می‌شود. می‌شود بهتر از ظرفیت دستگاه‌های مختلف استفاده کرد.

این کارشناس گردشگری درباره اهمیت استفاده از ظرفیت اکسپو اظهار کرد: اکسپو پل آینده است، نشان‌دهنده این است که یک کشور در پنج سال گذشته چه کار کرده، درحال حاضر کجا ایستاده و نگاهش تا پنج سال آینده چیست. اکسپو نمایشگاه و یک ظرف زمانی ۱۰ ساله را برای هر کشوری به تصویر می‌کشد، یعنی ما از دبی تا الان چه کرده‌ایم، از حالا تا پنج سال آینده چگونه و به چه فکر می‌کنم.

در اکسپو قرار است بیش از ۱۶۰ کشور حضور داشته باشند، قطعا بازدیدکنندگانی از این کشورها به اکسپو ژاپن می‌آیند و حتما کشورها را با یکدیگر مقایسه می‌کنند، ما کجا چنین ظرفیت بزرگی می‌توانیم پیدا کنیم تا با ایران‌هراسی مقابله کنیم. در کجا بهتر از اکسپو می‌توانیم تصویر ایران امروزین را معرفی کنیم. صحبت از ۶ ماه زمان است که کلی رویداد همزمان با آن برگزار می‌شود از نوروز گرفته تا محرم و رویدادهای متعدد و غنی ملی و مذهبی. در این مدت فرهنگ‌مان را می‌توانیم به نمایش بگذاریم. چه ویترینی بهتر از این. چرا ویترین بزرگمان را کوچک می‌کنیم؟ چرا وقتی در خیابان اصلی پرتردد هستیم خود را به کوچه‌های فرعی کم بازدید انتقال می‌دهیم؟ آیا فرهنگ و مردم ما این ظرفیت را ندارند، آیا کشور ما این توانمندی غنی برای داشته‌ها و سرمایه‌های تاریخی، فرهنگی و دانشی را ندارد؟

شجاعی گفت: پیش‌بینی شده است بیش از ۲۸ میلیون نفر از این نمایشگاه جهانی بازدید کنند، کجا بهتر از اینجا دیگر می‌توان با رسانه‌های مخالف مقابله کرد. ما به ۲۸ میلیون نفر می‌توانیم بگوییم ایران آنچه در رسانه‌ها معرفی کردند، نیست.

اگر پاویون ایران خوب باشد برای ۲۸ میلیون نفر علامت سوال و تردید مقایسه ذهنی ایجاد می‌شود، دیگر کجا چنین ظرفیتی پیدا می‌شود.

گرامیداشت روز جهانی شهرسازی در شرکت عمران، آب و خدمات کیش

اقتصاد کیش– به مناسبت روز جهانی شهرسازی از کارکنان معاونت شهرسازی و معماری شرکت عمران، آب و خدمات کیش تقدیر شد.

به گزارش اقتصاد کیش به نقل از روابط عمومی شرکت عمران، آب و خدمات کیش، به مناسبت گرامیداشت روز جهانی شهرسازی، محمد مهدی احمدی رییس هیات مدیره و مدیرعامل این شرکت با حضور در معاونت شهرسازی و معماری و اهدای گل از زحمات همکاران این بخش در جهت استاندارد سازی فعالیت های حوزه ساخت و ساز و ارائه خدمات مناسب به مراجعان تقدیر کرد.

محمد مهدی احمدی بر ضرورت توجه جدی به بهره مندی از روش های نوین بر ای ارائه خدمات مطلوب تر به شهروندان، سرمایه گذاران و جامعه مهندسان تاکید کرد.

مدیرعامل شرکت عمران، آب و خدمات کیش افزود: روز شهرسازی مناسبت ارزشمندی است تا قدردان همت بلند کسانی باشیم که با افکار بدیع و روش های خلاقانه و تعامل با دیگر دوستداران کیش به ویژه جامعه مهندسان زمینه رشد و تعالی صنعت ساختمان را در این منطقه آزاد فراهم آورده و روند توسعه همگون جزیره کیش را تسریع و تسهیل کردند.

اقتصاد کیش روزنامه
پرتیراژترین و با سابقه ترین نشریه جزیره کیش
گسترده ترین شبکه اطلاع رسانی داخلی منطقه آزاد کیش
۴۴۴۲۴۹۶۹
۴۴۴۲۴۹۹۹