

در ستایش امید؛ درنگی بر تاب‌آوری گردشگری ایران

هنوز تصویر فرودگاه کیش در روزهایی که پروازها یکی پس از دیگری لغو می‌شد یا با نصف ظرفیت به زمین می‌نشست، از ذهن پاک نشده است. سکوتی سنگینی که بر سالن‌های انتظار حاکم بود، تنها سکوت یک فرودگاه نبود؛ سکوت صنعتی بود که میلیون‌ها انسان در سراسر جهان با آن روزگاری گذراندند و چرخ زندگی‌شان را به حرکت وا می‌داشت. در آن روزها، مسئولیت اداره سازمان منطقه آزاد کیش را بر عهده داشتیم؛ جزیره‌ای که نه تنها یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری ایران، بلکه نمونه بارزی است از پیوند فرهنگ، اقتصاد، سرمایه‌گذاری، حمل‌ونقل، خدمات و امید اجتماعی؛ کرنا، بیش از هر بحران دیگری، به ما آموخت گردشگری فقط مجموعه‌ای از هتل‌ها، پروازها، مراکز خرید و جاذبه‌های طبیعی نیست؛ بلکه شبکه‌ای است زنده و پویا از اعتماد، امید و مشارکت انسان‌ها؛ تجربه زیسته‌ای که شاید بزرگ‌ترین آموزه حرفه‌ای زندگی من بود. امروز، اگر چه همه‌گیری کرنا به گذشته پیوسته است، صنعت گردشگری اما، همچنان در معرض آزمون‌های دشوار قرار دارد. شرایط اقتصادی، تحولات اجتماعی، تنش‌های منطقه‌ای و فضای آمیخته به نگرانی و انتظار، بر تصمیم خانواده‌ها برای سفر و بر آینده سرمایه‌گذاری در این صنعت اثر گذاشته است. شاید نتوان برای این وضعیت نام مشخصی انتخاب کرد؛ نه جنگ است و نه صلح و نه آرامشی پایدار. اما، دقیقاً در چنین شرایطی است که مفهوم «تاب‌آوری» از یک اصطلاح علمی فراتر می‌رود و به ضرورتی برای بقا و آینده‌نگری تبدیل می‌شود. در سال‌های اخیر، واژه تاب‌آوری به فراوانی به کار می‌رود؛ به نظر، تاب‌آوری را صرفاً نباید میزان تحمل سختی‌ها تلقی کرد. شاید بتوان آن را به مفهوم توانایی حفظ امید، اتخاذ تصمیم‌های مسئولانه و یافتن راه‌های تازه به‌ویژه زمانی که افق پیش رو چندان روشن نیست به کار گرفت. این همان چیزی بود که در روزهای دشوار کرنا، در میان کارکنان، فعالان بخش خصوصی، هتلداران، سرمایه‌گذاران و مردم کیش به خوبی مشاهده کردم. آنچه چراغ گردشگری را در آن دوران تلخ روشن نگاه داشت، اعتماد متقابل، احساس مسئولیت جمعی، ایثار و گذشت، مروت و همراهی‌های مثال‌زدنی بود که توانستیم با هزینه‌های کمتری تاب بیاوریم و جزیره چون گذشته درخشان به ماند. همین تجربه، امروز نیز، می‌تواند راهنمای ما باشد. چه بخواهیم چه نخواهیم بحران‌ها می‌آیند ولی، بالاخره می‌روند، اما سرمایه‌های واقعی گردشگری می‌مانند، فضای کسب‌وکار دستخوش تغییر می‌شوند، زیرساخت‌ها ممکن است آسیب ببینند، آمارها کاهش یابند و بازارها دچار رکود شوند، اما اگر سرمایه اجتماعی، اعتماد عمومی و امید به آینده دوام یابد، بازسازی این صنعت دور از دسترس نخواهد بود. ایران از این منظر، کشوری کم‌نظیر است. کمتر سرزمینی را می‌توان یافت که جاذبه‌های متنوعی از میراث تاریخی، فرهنگ، هنر، طبیعت، اقلیم و مهمان‌نوازی را یکجا در خود جمع کرده باشد. این سرمایه‌ها ماندگارند. نه با نوسانات اقتصادی از میان می‌روند و نه با فراز و فرودهای سیاسی؛ آنچه ممکن است آسیب ببیند، تصویر ذهنی مقصد، اعتماد گردشگران و انگیزه فعالان این صنعت است و دقیقاً همین‌جا است که مسئولیت دست‌اندرکاران، رسانه‌ها، دانشگاهیان و بخش خصوصی صد چندان می‌شود. امروز بیش از هر زمان دیگری باید تعریف خود را از گردشگری بازنگری کنیم. گردشگری تنها ورود گردشگران خارجی یا افزایش آمار سفر نیست. هر سفری که به شناخت بیشتر ایران، تقویت اقتصاد محلی، حفظ میراث فرهنگی و افزایش نشاط اجتماعی بیانجامد، بخشی از سرمایه ملی ماست. حمایت از گردشگری داخلی، تقویت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، شناساندن مقاصد کمتر شناخته‌شده و توجه به گردشگری مسئولانه، دیگر نه یک انتخاب که ضرورتی است برای تضمین آینده این صنعت راهبردی؛ در این میان، رسانه‌های تخصصی نیز، رسالتی فراتر از انتشار اخبار دارند. رسانه باید امید را روایت کند، اما نه امیدی که بر آرزوی غیر واقع‌بینانه و ناشدنی‌ها استوار باشد؛ امیدی که از دل واقعیت و تجربه برمی‌آید. جامعه امروز بیش از پیش به روایت‌های صادقانه نیاز دارد؛ روایت‌هایی که بدون انکار دشواری‌ها و واقعیت‌ها، تصویری از شرایط بهتر را حکایت کنند. سال‌ها حضور در عرصه گردشگری از حوزه نظر تا اجرا، این باور را در من تقویت کرده است که آینده این صنعت، بیش از آن که به پایان بحران وابسته باشد، به کیفیت مدیریت بحران‌ها و نوع حکمروایی وابسته است. تجربه بسیاری از کشورها به خوبی نشان می‌دهد که با بازسازی اعتماد توانسته‌اند از جنگ‌ها، بیماری‌های فراگیر، بلایای طبیعی یا رکود اقتصادی، فرصت خلق کنند و بسیار زودتر از تصور به مزیت رقابتی خود در صنعت گردشگری برگردند. اعتماد، مهم‌ترین سرمایه گردشگری است؛ سرمایه‌ای که با صداقت، برنامه‌ریزی، گفت‌وگو و همراهی به‌دست می‌آید و با بی‌توجهی به آسانی از میان می‌رود. اگر بخواهیم همه آنچه را در این سال‌ها از «گردشگری» آموخته‌ام، در یک جمله خلاصه کنم، باید بگویم: «صنعت سفر چیزی جز، امید نیست». هر مسافری که با خاطره‌ای خوش از مقصدی بازمی‌گردد، هر میزبانی که با مهربانی از میهمان خود استقبال می‌کند و هر کارآفرینی که با وجود دشواری‌ها چراغ کسب‌وکارش را خاموش نمی‌کند، در حقیقت در حال ساختن آینده‌ای بهتر برای ایران است. امروز، بیش از هر زمان دیگر، به این امید نیاز داریم؛ امیدی که نه از خوش‌بینی ساده‌انگارانه، بلکه از شناخت ظرفیت‌های این سرزمین و ایمان به توان ایرانی سرچشمه می‌گیرد. تاریخ ایران بارها نشان داده است که این سرزمین از روزهای دشوار عبور کرده و دوباره ایستاده است و به یقین گردشگری نیز، از این قاعده مستثنی نیست. وظیفه امروز همه مدیران، فعالان بخش خصوصی، دانشگاهیان، رسانه‌ها و سیاست‌گذاران، باید پاسداری و صیانت از همین امید باشد؛ زیرا هر جا امید زنده بماند، سفر نیز، ادامه خواهد یافت و با تداوم سفر، فرهنگ، گفت‌وگو و زندگی نیز، جریان خواهد داشت. و در نهایت «گردشگری را باید از منظر فرهنگ امید نگریست نه صرفاً اقتصاد سفر...».

جعفر آهنگران

گروه گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ،

تهران، ایران

ahangaranj@gmail.com

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Manzar 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

آهنگران، جعفر. (۱۴۰۵). در ستایش امید؛ درنگی بر تاب‌آوری گردشگری ایران. گردشگری فرهنگ، ۷(۲۵)، ۳.

DOI: 10.22034/TOC.2026.248432

URL: https://www.toc-sj.com/article_248432.html

