www.TOURISMpaper.ir
تنها روزنامه مکتوب گردشگری جهان
تریسم
گردشگران
۵

مسجد داماد شاه قاجار کجاست؟

مسجد مجدالدوله ازجمله بناهای قدیمی به‌جامانده از دوره قاجار است که به مسجد و مدرسه مجد نیز معروف بوده و در خیابان امام‌خمینی(ره)، مجاور بیمارستان سینا واقع شده است.

این بنا طبق کتیبه موجود در ضلع غربی آن، در سال ۱۳۱۰ هجری قمری (۱۲۷۱ هجری شمسی) توسط «مهدی‌قلی‌خان مجدالدوله»، داماد ناصرالدین‌شاه ساخته شده و به‌نام او نام گرفته است. آنچه موجب رونق و ماندگاری مسجد مجد در طول تاریخ شده، علاوه بر قداست آن که ملهم از خانه خدا بودن آن است، ریشه در حضور فقها و مجتهدان نام‌آشنا به‌عنوان امام جماعت و مدرس حوزه علمیه و برگزاری کلاس‌های احکام تجارت در آن است و راه‌اندازی مدرسه علمیه مجد نیز دلیل دیگری برای شهرت این مسجد در طول تاریخ است.

مسجد مجد، از مساجد قدیمی تهران و محل تحصیل، تدریس و اقامه نمازجماعت بسیاری از بزرگان حوزه علمیه مانند «شیخ فضل‌الله نوری» و «آیت‌الله محمدتقی آملی» بوده است و امروزه نیز نمازجماعت آن با حضور چشمگیر مردم، به‌ویژه کسبه و تجار برگزار می‌شود.

مصاحبه

جواهری در کرانه‌های جنوبی

نگاهی به ظرفیت‌های ویژه هرمزگان برای برندسازی در گفت‌گو با محمدباقر کشفی، چهره ماندگار فرهنگ و ورزش

«هرمزگان استانی سرشار از ظرفیت‌های ناشناخته و منحصربه‌فرد است که کشف، شناسایی، معرفی و برجسته‌سازی آنها ازجمله وظایف دستگاه‌ها، مسئولان‌مربوطه، نخبگان جامعه، صاحبان فکر، رسانه‌ها و مهم‌تر از همه نیازمند عزم ملی است»؛ این را محمدباقر کشفی، مشاور عالی استاندار اسبق هرمزگان اذعان دارد. وی زوایای ناشناخته ظرفیت‌های این خطه زرخیز را مورد تحلیل قرار داده که می‌تواند تلنگری برای مردم و مسئولان در توسعه ظرفیت‌های بکر استان هرمزگان باشد.

کشفی، هرمزگان را به‌خوبی مطالعه کرده و آن را استانی مملو از ویژگی‌های منحصربه‌فرد می‌داند که باید در جهت معرفی بیشتر این ظرفیت‌ها و برنامه‌ریزی برای «برندسازی» از آنها تلاش کرد.

به بهانه گرامیداشت روز ملی خلیج فارس گفت‌وگویی داشتیم با محمدباقر کشفی، چهره ماندگار فرهنگ و ورزش، مشاور عالی استاندار اسبق هرمزگان و مدیرکل اسبق صداوسیمای کیش، خوزستان و فارس درخصوص ظرفیت‌های هرمزگان، استان جنوبی واقع در سواحل نیلگون خلیج فارس و آنچه باید برای تبدیل آن به برند گردشگری و تجاری کشور مورد توجه قرار داد که در ادامه می‌خوانید.

چه ویژگی‌ها و ظرفیت‌هایی هرمزگان را برای برندسازی متمایز می‌کند؟

پیش از هر چیز لازم می‌دانم این نکته را عرض کنم که سال‌ها افتخار داشتم در کنار مردم خونگرم، نجیب و مهمان‌نواز این خطه از ایران، به‌عنوان مشاور استاندار هرمزگان خدمت کنم و با جان و دل، دوستی و محبت این مردم بزرگ را لمس کرده‌ام.

این روزها که حادثه انفجار در بندر شهید رجایی خسارات مالی و جانی بسیاری به‌بار آورده است، دل دردمندم کنار مردم شریف بندرعباس است. حادثه تلخ انفجار گمرک، قلب همه ما را به درد آورد. به خانواده‌های داغدار تسلیت می‌گویم و برای آسیب‌دیدگان آرزوی صبر و شفا دارم.

استان هرمزگان به واقع ایران کوچک است و در آن رنگین‌کمانی از خرده‌فرهنگ‌ها در کنار هم مشاهده می‌شود. مردم این استان، سالیان متمادی است که با مذاهب، زبان، لهجه، گویش، آداب ورسوم مختلف با صلح و دوستی و مهربانی و به زیبایی در کنار یکدیگر زندگی می‌کنند.

هرمزگان استانی است که ساحل‌نشینان آن، در کنار دریا زندگی و با دریا ارتباط داشته‌اند و زندگی آنها متاثر از این اقلیم و محیط است. آیین‌ها و مراسم‌های سنتی مختلفی از گذشته‌های دور تاکنون در هرمزگان اجرا می‌شود که نسل به نسل منتقل شده و استمرار یافته است و مردم به مناسبت‌های مختلف و در غم و شادی، آیین‌های خاص خود را اجرا می‌کنند که این آیین‌های سنتی از دارایی‌های فرهنگی این استان محسوب می‌شود و می‌تواند به برند استان تبدیل شود.

موسیقی بومی، نمایش‌های سنتی، مراسم‌های خاص همچون جشن ازدواج، آداب و رسوم مرتبط با دریا و صیادی همچون نوروزصیاد و غذاهای محلی ازجمله دیگر ظرفیت‌ها برای تبدیل‌شدن به برند استان هرمزگان است.

وجود بزرگ‌ترین بنادر و گمرکات کشور، مناطق آزاد، صنایع بزرگ همچون فولاد وآلومینیوم، مناطق ویژه اقتصادی، پالایشگاه‌های مهم نفت و گاز، وجود معادن مختلف و صنعت کشتی‌سازی، هرمزگان رابه یکی از مهم‌ترین مناطق اقتصادی و دروازه تجارت ایران تبدیل کرده که باید در این حوزه نیز تلاش بیشتری جهت معرفی استان صورت گیرد.

آیا گردشگری هرمزگان تنها محدود به ساحل و دریا است؟

دریا و جزایر ویژگی‌های منحصربه‌فرد هرمزگان هستند که از ابعاد مختلف همچون گردشگری، ورزش و تفریح، تجارت و اقتصاد و تنوع آبزیان می‌توان به آنها پرداخت تا به‌عنوان برند استان معرفی شوند.

اما در این استان آثار تاریخی و تمدنی وجود دارد که باید به آنها پرداخت و رخدادهای تاریخی همچون ایستادگی مردم هرمزگان در برابر تهاجم دشمنان و دفاع از میهن، از دیگر مقوله‌هایی است که باید به‌عنوان یک ویژگی تلقی شود. لباس‌های سنتی، به‌ویژه لباس بانوان باتوجه به ویژگی‌های خاص و صنایع‌دستی به‌کار رفته در آن دارای تاریخچه است که ازجمله دارایی‌های مردم هرمزگان محسوب می‌شود و نیاز است متناسب با این استعداد و ظرفیت و جاذبه‌های فراوان، بر روی آن سرمایه‌گذاری صورت گیرد.

در زمینه برندسازی محصولات کشاورزی هرمزگان چه مزیتی دارد؟

به لحاظ طبیعی نیز با وجود اینکه هرمزگان به استانی دارای آب‌وهوای گرم مشهور است اما در فصل گرم تابستان نیز مناطقی در این استان وجود دارد که از آب‌وهوای مناسبی برخوردار هستند که می‌توان این مناطق را ازجمله ویژگی‌های استان معرفی کرد.

درزمینه محصولات کشاورزی باتوجه به شرایط اقلیمی خاص هرمزگان، محصولاتی در این استان تولید می‌شود که منحصربه‌فرد است که ازجمله آنها می‌توان به نارنگی سیاهو، سیر بشاگرد، انبه میناب، لیموی رودان وخرمای پیارم حاجی‌آباد اشاره کرد که قابلیت برجسته‌سازی به‌عنوان ویژگی منحصربه‌فرد هرمزگان را دارد.

چطور می‌توان گردشگری هرمزگان را از محدودبودن به فصولی خاص به مقصدی برای همه فصول تبدیل کرد؟

اگر به‌طور جامع به ظرفیت‌های هرمزگان نگاه کنیم، متوجه خواهیم شد که فهرست بلندی از توانمندی‌ها و ویژگی‌های منحصربه‌فرد در این استان موجود است که می‌توان در جهت رونق استان از آنها بهره برد و کافی است این نعمات خدادادی که در هرمزگان موجود است احیا و به طرق مختلف بازمعرفی کنیم تا به‌عنوان دارایی‌های استان شهرت یابند. جشن‌ها و آیین‌هایی که درخصوص محصولات کشاورزی، صید و صیادی، مناسبت‌ها، موضوعات و ایام خاص در طول سال در شهرها و روستاهای استان هرمزگان برگزار می‌گردد، بهانه‌ها و فرصت‌های خوبی جهت ایجاد شور، نشاط، دورهم جمع‌شدن مردم، غنی‌سازی اوقات فراغت خانواده‌ها، ایجاد فضای همدلی و آشنانمودن مردم سایر مناطق کشور با هرمزگان هستند.

این ظرفیت‌ها و دارایی‌ها، و دیگر عرصه‌ها باشد که باید روی ظرفیت‌های این استان متمرکز شد و دستگاه‌های مرتبط و متولیان مربوطه نیز با برنامه‌ریزی مناسب در مسیر شکوفایی هرکدام از این استعدادها گام بردارند.

توجه و پرداختن به دارایی‌ها و توانایی‌ها، نشاط، شادابی، احساس غرور و سربلندی را برای مردم جامعه به همراه دارد و در نقطه مقابل عدم توجه به این توانمندی‌ها موجب بی‌نشاطی، رخوت و سرخوردگی خواهد شد.

باید اعتراف کنیم که در معرفی دارایی‌ها در خوش‌بینانه‌ترین حالت، کوتاهی بسیاری صورت گرفته و لازم است که نخبگان و دلسوزان در فضاهای تبلیغی و عمومی و رسانه‌ها با تولید محتوا، مطالب متنوع و تحلیل‌های مختلف، به این توانمندی‌ها بپردازند و آنها را معرفی کنند.

پیشنهاد سفر

۱۰ شهر مقصد گردشگران گل و گلاب

اردیبهشت شد و بوی گل و گلاب از شهرهای عطرآگین ایران بلند شد. طبیعت‌دوستان به هوای شرکت در جشنواره گلاب راهی شهرهای گل‌خیز ایران می‌شوند و تورهای بسیاری به این مقاصد می‌روند. اگر شما هم حس سفر اردیبهشتی به شهرهای بهشت‌آیین ایران را دارید این مطلب را تا انتها بخوانید. این مراسم از اوایل اردیبهشت‌ماه آغاز و تا اواخر خردادماه ادامه دارد. گلاب‌گیری مراسمی جذاب و دیدنی است.

نیاسر

شهر نیاسر، مرکز بخش نیاسر از توابع شهرستان کاشان و استان اصفهان و یکی از کهن‌ترین مراکز سکونت بشری است که در فاصله ۲۴ کیلومتری شمال غربی شهر کاشان (مرکز شهرستان) قرار دارد. نیاسر از طریق بزرگراه در فاصله ۲۴۰ کیلومتری شهر تهران، ۱۰۰ کیلومتری مرکز قم و ۲۶۰ کیلومتری مرکز اصفهان قرار دارد. نیاسر، یکی از ۳ مرکز مهم تولید گل محمدی، گلاب و عرقیات اراضی در بخش برزک وجود دارد. از هر هکتار سطح زیر کشت گل محمدی به‌طور متوسط ۴ تن گل برداشت می‌شود و مجموع گل تولیدی این منطقه حدود ۲۸۰۰ تن می‌باشد که ۲ هزار و ۱۰۰ خانواده به تولید گل و گلاب اشتغال دارند.

جوشقان و کامو

جوشقان و کامو اصفهان در دامنه کوه‌های کرکس نیز مزارع بزرگی از گل سرخ را در خود پذیراست. خرسان، آپادانا و... کشت می‌شود.

تولید گلاب این بخش فقط مربوط به اردیبهشت‌ماه بوده و علاوه بر گلاب، ۴۰ نوع عرقیات دیگر نیز مانند نسترن، شاطره، بیدمشک و نعناع که عمده آن مصرف دارویی دارد تولید می‌شود، ضمن اینکه در فصول سرما که گلاب تولید نمی‌شود سایر عرقیات نظیر کاسنی، کیالک، لیمو، گردو و... که در فصل‌های تابستان و پاییز خشک شده، عرق‌گیری می‌شود.

کاشان

کاشان بزرگ‌ترین قطب صنایع تولید و فرآوری عرقیات گیاهان دارویی و گل و گلاب کشور است. این شهرستان نه‌تنها در ایران بلکه شهرت جهانی در تولید و فرآوری گل و گیاهان دارویی دارد. سالانه افزون بر ۵میلیون دلار گلاب، عطر و اسانس از شهرستان کاشان به خارج از کشور صادر می‌شود. این میزان عطر و گلاب و اسانس به کشورهای حاشیه خلیج فارس، اروپا و آمریکا صادر می‌شود.

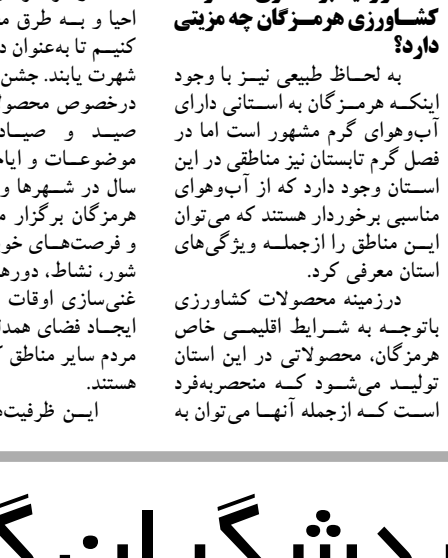
قمصر

گلاب قمصر کاشان یکی از نمادهای فخرآمیز ملی ایران به‌شمار می‌رود؛ به‌طوری‌که فقط هرسال یک‌بار، بیش‌از یک‌تن گلاب ناب محمدی این شهر برای شست‌وشوی خانه کعبه به عربستان صادر می‌شود. گل رز محمدی قمصر کاشان در دنیا بی‌نظیر است.

گیاهی شهرستان کاشان و کشور است. چنین ویژگی کم‌نظیری به‌سبب قرارگیری در دامنه شرقی کوه‌های کرکس و وجود چشمه پرآب اسکندریه و قنات‌های زیاد است که محدوده‌ای به وسعت ۸۰۰ هکتار را به زیر کشت برده و با گسترش روش‌های مدرن آبیاری و کشاورزی به‌طور زیادی قابل گسترش است.

برزک

قطب تولید گل و گلاب ایران، شهر عطر گل‌های محمدی این روزها شاهد برداشت محصول شاخص خود یعنی گل محمدی و تبدیل آن به گلاب می‌باشد. بخش برزک کاشان با وجود اقلیم مناسب، خاک غنی و چشمه‌های فراوان به‌عنوان نهاده‌های اصلی تولید گل و تولید بیش از ۶۷ درصد از گل و گلاب، بزرگ‌ترین تولیدکننده گل و گلاب شهرستان کاشان می‌باشد و از مجموع ۱۲۰۰ هکتار سطح زیر کشت گل محمدی در کاشان ۷۰۰ هکتار از این



درحال‌حاضر تولیدکنندگان بزرگی در این منطقه به کشت و صنعت گل و گیاه و عرقیات سنتی مشغول‌اند.

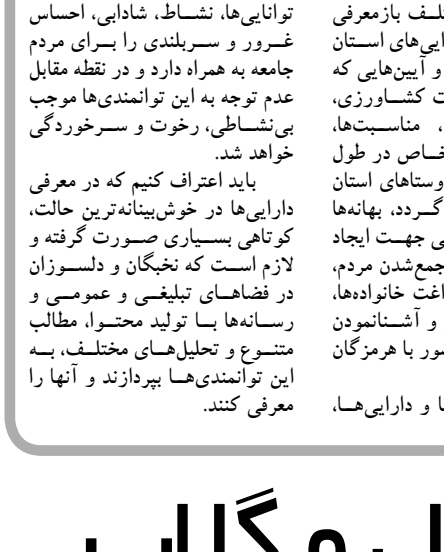
کاکو و چوگان کاشان

این دو منطقه در نزدیکی جوشقان واقع شده‌اند و از توابع کاشان محسوب می‌شوند. در این مناطق انواع مختلف گلاب تولید می‌شود. اگر به روش گلاب‌گیری سنتی علاقه‌مند هستید، به این مناطق مراجعه کنید.

میمندفارس

بخش میمند در ۱۰۰کیلومتری جنوب شیراز واقع شده است و به‌واسطه برخورداری از باغ‌ها و مزارع گل متعدد به گلخانه فارس شهرت یافته است.

میمند دارای یک‌هزار و ۲۰۰ هکتار سطح زیر کشت باغ‌های گل محمدی دیمی و آبی است که بخش آبی آن در دشت‌های میمند و تابعه و دیم در ارتفاعات شمالی و جنوبی مشرف به میمند یا ارتفاعات منطقه‌هایی به‌نام



لایزنگان داراب

داراب از دیگر نقاطی است که گلاب‌های باکیفیتی تولید می‌کند. هرسال با برداشت گل محمدی در روستای لایزنگان داراب، مراسم گلاب‌گیری نیز اجرا می‌شود. براساس مصاحبه‌ای که دهیار داراب در سال ۱۳۹۶ انجام داده است، این منطقه دارای بزرگ‌ترین دشت گل دیم در جهان است که از آن گلاب ارگانیک به دست می‌آید.

لاله‌زار کرمان

لاله‌زار یکی از بخش‌های شهرستان بردسیر واقع در استان کرمان است. منطقه لاله‌زار که در دامنه کوه هزار قرار دارد از آب‌وهوای کوهستانی برخوردار است. لاله‌زار سرشار از درختچه‌های گل محمدی است که برای گلاب از آن استفاده می‌شود. چندسالی است که در اردیبهشت در این منطقه جشنواره گل و گلاب برگزار می‌شود.

اگرچه گل محمدی از دیرباز جسته و گریخته در استان کرمان یافت می‌شده است اما نگرش جدی به آن به‌عنوان یک گیاه سودآور ۲۷ سال پیش با کشت پاجوش‌هایی که از کاشان وارد منطقه لاله‌زار شده بود آغاز گردید، زیرا به‌نظر می‌رسید این منطقه از جمیع جهات مناسب‌ترین شرایط را برای پرورش گل محمدی فراهم کند.

ارتفاع این منطقه از ۲۶۰۰ متر فراتر می‌رود و طبیعتا نقطه جوش آب در لاله‌زار پایین‌تر است و از سوی دیگر اقلیم خشک و خنک این منطقه، غلظت مواد موثر و معطر را در گل بالا برده و به طریق اولی بر کیفیت گلاب و روغن حاصله می‌افزاید. مهم‌ترین مشکل در آن روزها متقاعدکردن کشاورزان و تغییر ذهنیت آنان بود که هنوز گل محمدی را به‌عنوان یک محصول زراعی و اقتصادی نمی‌پذیرفتند.

اینک به برکت مواهب عظیمی چون اقلیم مساعد و تلاش بی‌وقفه گلکاران، گلاب و روغن گل محمدی که توسط شرکت گلاب زهرا در منطقه لاله‌زار تولید می‌شود به استناد آزمایشات متعدد و به گواه تقاضای روزافزون داخلی و خارجی، نه‌تنها بهترین گلاب کرمان و ایران محسوب می‌شود بلکه از لحاظ کیفیت در سراسر جهان بی‌همتاست.

گره‌بان کرمانشاه

گره‌بان روستایی در کرمانشاه است که در ۶۴ کیلومتری مرکز این استان واقع شده است. این روستا خصوصیات ویژه‌ای دارد و معماری و آداب و رسوم آن خاص است.

یکی از بهترین محصولاتی که در گره‌بان استان کرمانشاه یافت می‌شود، گلاب است. در نتیجه مراسم گلاب‌گیری آن نیز دیدنی است.

البته در این شهر عرقیجات دیگری همچون نعنا، کاسنی و دیگر موارد نیز وجود دارد. اگر در فصل بهار و ماه اردیبهشت بلیت هواپیما به کرمانشاه خریداری کرده‌اید، سری به گره‌بان بزنید و از تماشای مراسم گلاب‌گیری لذت ببرید.

دیدگاه

دیپلماسی فعال گردشگری ایران در مسیر تازه؛ حضور هدفمند در نمایشگاه‌ها و رودشوهای جهانی

▪ نسرین میثاقیان

در دنیای امروز گردشگری، حضور مؤثر در بازارهای جهانی بدون بهره‌گیری از ابزارهای حرفه‌ای بازاریابی، ممکن نیست. شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی تخصصی و برگزاری رودشوهای هدفمند در کشورهای منتخب، دو راهبرد محوری برای تعامل مستقیم با بازار، معرفی برند ملی و شبکه‌سازی پایدار با فعالان این صنعت جهانی به‌شمار می‌آید.

ایران در سال جاری، با ادامه مسیری که از سال گذشته آغاز شد، حضور خود را در رویدادهای مهم بین‌المللی گردشگری با نگاهی هدفمند و تحولی از سر گرفته است؛ حضوری که نه نماد فعالیت تبلیغاتی، بلکه بخشی از یک رویکرد ساختاریافته و برنامه‌محور در عرصه بازاریابی بین‌المللی به‌شمار می‌رود.

پس از وقفه‌ای چندساله در مشارکت منسجم در نمایشگاه‌های منطقه‌ای و جهانی، اکنون رویکرد تازه‌ای درحال پیگیری است؛ تمرکز بر کشورهای همسایه، مقاصد لغو روادید، بازارهای نوظهور و مناطقی با پتانسیل رشد بالا، با هدف بهره‌برداری حداکثری از فرصت‌های موجود در شرایط جدید منطقه‌ای.

در این چارچوب، بازطراحی مدل حضور ایران در نمایشگاه‌ها و رویدادهای جهانی، بر پایه شناخت بازار، تدوین محتوای متناسب، مشارکت مؤثر بخش خصوصی و پیگیری تعاملات ایجادشده، در دستور کار قرار گرفته است. این مسیر با یک حضور مهم و برنامه‌ریزی‌شده در نمایشگاه ATM دبی ۲۰۲۵ به‌عنوان نخستین نمایشگاه گردشگری سال جاری آغاز شد و قرار است در طول سال با مشارکت در رویدادهای کلیدی در کشورهای هدف ادامه یابد.

در کنار طراحی تقویم مشارکت در نمایشگاه‌ها، برنامه‌ریزی برای برگزاری رودشوها در مقاصد اولویت‌دار نیز با هدف معرفی ظرفیت‌های واقعی گردشگری ایران، گسترش تعامل با آژانس‌های حرفه‌ای و ایجاد پیوندهای مؤثر درحال پیگیری است.

تیم بازاریابی بین‌المللی، این مسیر را نه به‌عنوان مجموعه‌ای از پروژه‌های مقطعی، بلکه به‌مثابه بخشی از معماری جدید دیپلماسی گردشگری دنبال می‌کند؛ معماری که برای تداوم و اثربخشی، به حمایت نهادهای کلان دولتی در زمینه تأمین زیرساخت‌ها، تسهیل تعاملات و تأمین منابع پشتیبان نیاز دارد.

اگر قرار است ایران در رقابت جهانی گردشگری جایگاه شایسته خود را بازیابد، اکنون زمان آن است که با نگاهی حرفه‌ای، هم‌افزا و آینده‌نگر، از ظرفیت‌های بین‌المللی با حداکثر بهره‌وری استفاده کنیم. ما گام نخست را برداشته‌ایم و با اتکا به تجربه، دانش و اراده جمعی، آماده‌ایم این مسیر را تا تحقق اهداف ملی صنعت گردشگری ادامه دهیم.

رئیس گروه بازاریابی گردشگری خارجی