

گزارش اختصاصی از عبدالحمید گل افشان کارشناس اجتماعی جهان اخبار؛

شوستر؛ نگین ناشناخته گردشگری ایران که چشم به راه سرمایه‌گذاران است



در فصل پاییز و زمستان شهرستان شوشتر با تاریخ چندین هزارساله گویی قصه‌گویی خاموش است که روایت‌هایش را فقط برای مشتاقان حقیقی زمزمه می‌کند. این شهر با سازه‌های آبی تاریخی ثبت شده در میراث جهانی یونسکو تنها نماد تمدن و خلاقیات ایرانی است بلکه گنجینه‌ای است که می‌تواند به قلب تپنده گردشگری ایران تبدیل شود. اما این ظرفیت بی‌ظایر همچنان در انتظار نگاه‌های سرمایه‌گذارانه و همت مسئولانی

است که بتوانند این الماس پنهان را صیقل دهند. ظرفیت‌های بی‌همتا: شوشتر تنها یک شهر تاریخی نیست؛ مجموعه‌ای از شگفتی‌هاست. سازه‌های آبی ساسانی با معماری حیرت‌آور، قلعه سلاسل، برج کلاه فرنگی، مسجد جامع شوشتر و طبیعت رودخانه‌ای چشم‌نواز، هر کدام داستانی برای گفتن دارند. این شهر می‌تواند مقصدی برای گردشگران داخلی و خارجی باشد که به دنبال تجربه‌ای متفاوت از تلفیق تاریخ، طبیعت و فرهنگ هستند. زمان در حال گذر؛ فرصت نوری: با توجه به فرارسیدن فصل گردشگری و نوروز ۱۴۰۵ تنها حدود نود روز فرصت است تا استقبال از مهمانان نوروزی باقی مانده است. این فرصت کوتاه نیازمند برنامه ریزی فوری و اقدام

عملی مسئولان برای آماده‌سازی زیرساخت‌های شهری، زیباسازی معابر، احداث سرویس بهداشتی، ساماندهی سایت‌های تاریخی و بهبود خدمات گردشگری است. نیاز به سرمایه‌گذاری: با وجود این گنجینه‌ها شوشتر همچنان با کمبود امکانات

اقامتی و رفاهی مدرن روبرو است. سرمایه‌گذاری در ساخت هتل‌های سنتی و مدرن، اقامتگاه‌های بوم‌گردی، مراکز تفریحی و توسعه زیرساخت‌های گردشگری نه تنها سودآور است بلکه می‌تواند زندگی اقتصادی شهر را دگرگون کند. نقش مسئولان؛ پیشگامان توسعه: این راه بدون همراهی مسئولان محلی هموار نخواهد شد. نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی، فرماندار، شهردار و مدیر میراث فرهنگی شهرستان می‌توانند با همکاری یکدیگر بسترهای قانونی و اجرایی لازم را برای جذب سرمایه‌گذار فراهم کنند. ارائه تسهیلات ویژه، کاهش بروکراسی اداری و ایجاد مشوق‌های مالی می‌تواند سرمایه‌گذاران را به شوشتر جذب

کند. اکنون زمان آن است که با سرعت و جدیت زیرساخت‌های شهری را قبل از نوروز آماده کنند. به باور نویسنده شوشتر امروز در آستانه یک تحول بزرگ قرار دارد. این شهر می‌تواند از یک مقصد گردشگری گذری به یک قطب گردشگری ماندگار تبدیل شود. اما این امر نیازمند عزمی جمعی است. با توجه به فرصت محدود تا نوروز ۱۴۰۵ مسئولان باید بیش از پیش به میدان بیایند و با برنامه‌ریزی فشرده هم زیرساخت‌ها را بهبود بخشند و هم سرمایه‌گذاران را همراهی کنند. امید است با نگاهی نو و همتی بلند شوشتر را به مقصدی برجسته در نقشه گردشگری ایران تبدیل کنیم؛ شهری که تاریخ در آن نفس می‌کشد و آینده در آن ساخته می‌شود.



نویسنده: منوچهر برون - کارشناس اجتماعی جهان اخبار؛

توسعه کشت بیشتر شبیه تولید زحمت برای کشاورز و سود برای دیگران خواهد بود

سخنان استاندار خوزستان در نشست شورای کشاورزی استان، از جنس همان حرف‌هایی است که اگر به زمین عمل برسد، می‌تواند بخشی از گره‌های قدیمی کشاورزی استان را باز کند. تأکید بر حمایت از کشاورزان، بررسی جرائم سنگین، توسعه کشت چغندر قند و استفاده از ظرفیت‌های علمی دانشگاه‌ها، نشانه نگاهی واقع‌بینانه و رو به جلوست؛ نگاهی که می‌داند کشاورزی خوزستان با شعار اداره نمی‌شود و نیازمند تصمیم‌های حمایتی و کارشناسانه است. بی‌تردید، اشاره به پتانسیل توسعه کشت چغندر قند تا ۸۰ هزار هکتار، عددی امیدوارکننده و جذاب است. خوزستان از نظر خاک، اقلیم و نیروی انسانی، توان تبدیل شدن به قطب تولید چغندر قند کشور را دارد؛ اما تجربه سال‌های گذشته نشان داده است که توسعه سطح زیر کشت، به تنهایی نسخه شفابخش



نیست. اگر این توسعه، هم‌زمان با تکمیل زنجیره ارزش نباشد، بار دیگر شاهد خروج محصول خام از استان و انتقال سود اصلی به دیگر مناطق خواهیم بود. نکته‌ای که جای آن در این سخنان خالی است، تأکید جدی‌تر بر احداث و تقویت کارخانه‌های فرآوری در داخل استان است. چغندر قند، گندم، نیشکر و دیگر محصولات کشاورزی خوزستان نباید برای تبدیل شدن به شکر، خوراک دام یا محصولات جانبی، راهی استان‌های دیگر شوند. فرآوری در مبدأ، یعنی اشتغال پایدار، کاهش هزینه حمل‌ونقل، افزایش درآمد کشاورزان و ماندگاری سرمایه در خوزستان، بدون این حلقه مهم، توسعه کشت بیشتر شبیه تولید زحمت برای کشاورز و سود برای دیگران خواهد بود. توجه استاندارد به تعلیق و بازنگری جرائم سنگین کشاورزان نیز قابل تقدیر است. کشاورزی

که زیر فشار هزینه‌ها، خشکسالی، نوسان بازار و کمبود سوخت قرار دارد، با جریم‌های سنگین عملاً از چرخه تولید خارج می‌شود. نگاه امنیتی به معیشت کشاورز، باید جای خود را به نگاه حمایتی و اصلاحی بدهد؛ همان نکته‌ای که طرح آن در شورای تأمین، می‌تواند نشانه‌ای از تغییر رویکرد باشد. پیوند دادن تصمیم‌های اجرایی با گزارش‌های علمی دانشگاهیان، از نقاط روشن این سخنان است. اگر دانشگاه به مزرعه وصل شود و علم از کتابخانه به زمین کشاورزی برسد، الگوی کشت اصلاح می‌شود، مصرف آب کاهش می‌یابد و خاک نفس تازه‌ای می‌کشد. البته این ارتباط، زمانی مؤثر خواهد بود که گزارش‌ها به بایگانی نروند و زبان علم به زبان عمل ترجمه شود. هشدار درباره زهاب کشاورزی و سوزاندن بقایای گیاهی نیز یادآور این واقعیت است که توسعه

کشاورزی بدون توجه به محیط زیست، خود به بحران تازه‌ای تبدیل می‌شود. اطلاع‌رسانی ساده و آموزش میدانی، همان‌طور که استاندارد اشاره کرد، می‌تواند رفتار کشاورزی را اصلاح کند؛ اما این آموزش‌ها باید مستمر، محلی و همراه با مشوق‌های عملی باشند. در نهایت، اگر قرار است کشاورزی خوزستان جان بگیرد، باید از «تولید خام» به «تولید هوشمند و صادرات‌محور» حرکت کنیم. ایجاد صنایع تبدیلی، توسعه بسته‌بندی، برندسازی محصولات و نگاه به بازارهای صادراتی، مکمل سخنان امروز است. خوزستان ظرفیت آن را دارد که نه فقط مزرعه کشور، بلکه کارخانه و بازار آن نیز باشد؛ به شرط آن که تصمیم‌ها از سطح حرف فراتر بروند و کشاورز، نتیجه این جلسات را در زمین و زندگی خود لمس کند.

حسن کریمی، کارشناس ارتباطات و رسانه جهان اخبار؛

وقتی روایت دیر می‌رسد - روابط عمومی قرار نیست همه مشکلات را حل کند!

انجام می‌شود، معمولاً روایت‌های غیررسمی زودتر از نهاد مسئول به دست مردم می‌رسند. در چنین شرایطی، روابط عمومی ناخواسته از نقش پیش‌برنده ارتباط، به جایگاه پاسخ‌گو در برابر ابهام‌ها منتقل

می‌شود. این موضوع در فضاهایی که زندگی روزمره به زیرساخت‌ها گره خورده و تحمل اجتماعی بالاست اما صبر عمومی محدود، حساس‌تر هم می‌شود. مردم در این شرایط، بیش از هر چیز منتظر شنیدن توضیحی ساده، صادقانه و به‌موقع هستند؛ حتی اگر مسئله هنوز به‌طور کامل حل نشده باشد. واقعیت این است که بسیاری از موقعیت‌ها ذاتاً بحران نیستند؛ اما وقتی مدیریت انتظار به‌درستی انجام نمی‌شود، یک مسئله قابل کنترل به دغدغه‌ای اجتماعی تبدیل می‌شود. بی‌خبری، بیش از خود اتفاق، زمینه‌ساز نگرانی و قضاوت‌های شتاب‌زده است. البته این تصویر، یک‌سویه و تاریک نیست. در سال‌های اخیر، نمونه‌هایی از اطلاع‌رسانی هوشمندانه دیده‌ایم که با وجود محدودیت‌ها، توانسته‌اند آرامش نسبی ایجاد کنند. این تجربه‌ها نشان می‌دهد اگر روابط عمومی زودتر در جریان موضوع قرار بگیرد و اختیار روایت اولیه را داشته باشد، می‌توان مسیر افکار عمومی را به‌جای تنش، به سمت فهم و همراهی هدایت کرد. درمان این چالش الزاماً نیازمند ساختارهای پیچیده نیست. گاهی: اطلاع‌رسانی مرحله‌ای به‌جای سکوت کامل گفتن «آنچه می‌دانیم» در کنار «آنچه در حال بررسی است» و حضور فعال، نه واکنشی، روابط عمومی‌تواند بخش قابل توجهی از فشار اجتماعی را کاهش دهد. روابط عمومی قرار نیست همه مشکلات را حل کند، اما می‌تواند فاصله میان

واقعیت سازمان و ذهن جامعه را کوتاه‌تر کند. در محیط‌هایی که اعتماد به‌سختی به‌دست می‌آید، همین فاصله کوتاه‌شده یک سرمایه است؛ سرمایه‌ای که اگر به‌موقع دیده و تقویت شود، به‌جای التهاب، امکان گفت‌وگو می‌سازد. شاید وقت آن رسیده باشد که روابط عمومی نه در پایان مسیر، بلکه از ابتدای هر موضوع، به‌عنوان بخشی از راه‌حل دیده شود؛ نه در پایان فقط برای گفتن خبر، بلکه برای قابل‌فهم‌کردن واقعیت. در برخی موقعیت‌ها، مسئله اصلی کمبود اطلاعات نیست؛ مسئله، زمانی است که اطلاعات به افکار عمومی می‌رسد. تجربه‌های کاری سال‌های اخیر نشان می‌دهد وقتی اطلاع‌رسانی رسمی با تأخیر انجام می‌شود، معمولاً روایت‌های غیررسمی زودتر از نهاد مسئول به دست مردم می‌رسند. در چنین شرایطی، روابط عمومی ناخواسته از نقش پیش‌برنده ارتباط، به جایگاه پاسخ‌گو در برابر ابهام‌ها منتقل می‌شود. این موضوع در فضاهایی که زندگی روزمره به زیرساخت‌ها گره خورده و تحمل اجتماعی بالاست اما صبر عمومی محدود، حساس‌تر هم می‌شود. مردم در این شرایط، بیش از هر چیز منتظر شنیدن توضیحی ساده، صادقانه و به‌موقع هستند؛ حتی اگر مسئله هنوز به‌طور کامل حل نشده باشد. واقعیت این است که بسیاری از موقعیت‌ها ذاتاً بحران نیستند؛ اما وقتی مدیریت انتظار به‌درستی انجام نمی‌شود، یک مسئله قابل کنترل به دغدغه‌ای اجتماعی تبدیل

می‌شود. بی‌خبری، بیش از خود اتفاق، زمینه‌ساز نگرانی و قضاوت‌های شتاب‌زده است. البته این تصویر، یک‌سویه و تاریک نیست. در سال‌های اخیر، نمونه‌هایی از اطلاع‌رسانی هوشمندانه دیده‌ایم که با وجود محدودیت‌ها، توانسته‌اند آرامش نسبی ایجاد کنند. این تجربه‌ها نشان می‌دهد اگر روابط عمومی زودتر در جریان موضوع قرار بگیرد و اختیار روایت اولیه را داشته باشد، می‌توان مسیر افکار عمومی را به‌جای تنش، به سمت فهم و همراهی هدایت کرد. درمان این چالش الزاماً نیازمند ساختارهای پیچیده نیست. گاهی: اطلاع‌رسانی مرحله‌ای به‌جای سکوت کامل گفتن «آنچه می‌دانیم» در کنار «آنچه در حال بررسی است» و حضور فعال، نه واکنشی، روابط عمومی‌تواند بخش قابل توجهی از فشار اجتماعی را کاهش دهد. روابط عمومی قرار نیست همه مشکلات را حل کند، اما می‌تواند فاصله میان واقعیت سازمان و ذهن جامعه را کوتاه‌تر کند. در محیط‌هایی که اعتماد به‌سختی به‌دست می‌آید، همین فاصله کوتاه‌شده یک سرمایه است؛ سرمایه‌ای که اگر به‌موقع دیده و تقویت شود، به‌جای التهاب، امکان گفت‌وگو می‌سازد. شاید وقت آن رسیده باشد که روابط عمومی نه در پایان مسیر، بلکه از ابتدای هر موضوع، به‌عنوان بخشی از راه‌حل دیده شود؛ نه فقط برای گفتن خبر، بلکه برای قابل‌فهم‌کردن واقعیت.

