مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی
دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش
مسلسل: ۲۲۰۱۱ ■ آبان ۱۴۰۵

بازتعریف مأموریت راهنمایان گردشگری در دوران بحران



تاریـــخ انتشـــار: ۱۴۰۵/۸/۱۱
Publish Date : 2026/11/02

عنوان: بازتعریف مأموریت راهنمایان گردشگری در دوران بحران

تهیه و تدوین (Author) : زینب رحمانی

واژه‌های کلیدی: راهنمای گردشگری، بحران جنگ، روایتگر فرهنگی

ناشـر: مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی

DOI: https://doi.org/10.22034/mrc.report.22011

Permanent Link: https://report.mrc.ir/article_12041.html

Publisher : Islamic Parliament Research Center of Iran

شماره مسلسل: ۲۲۰۱۱
کد موضوعی: ۲۷۰

عنوان: بازتعریف مأموریت راهنمایان گردشگری در دوران بحران

نوع گـزارش: طرح/ لایحه☐، نظارتی☐، راهبردی■، پیش‌نویس قانونی☐

نام دفتر: مطالعات فرهنگی و آموزش (گروه ورزش، میراث فرهنگی و گردشگری)

مدیر مطالعه: سعید شفیعا

ناظر علمی: موسی بیات

ناظر علمی خارج از مرکز: محمدرضا رضوانی (عضو هیئت‌علمی دانشگاه تربیت‌مدرس)

اظهارنظرکنندگان داخل مرکز: محمدصادق عبداللهی (مدیر گروه آموزش و پرورش)، بهزاد خلیلی (مدیر گروه نوجوان و جوان)، حسین نصیری (مدیر گروه آموزش عالی تحقیقات و فناوری)، سیدحسنعلی سیاحی‌زاده (کارشناس گروه دین و ارشاد اسلامی و اوقاف)، اکبر زین‌العابدینی (دفتر مطالعات اجتماعی)

اظهارنظرکنندگان خارج از مرکز: مهسا مطهر (راهنمای بین‌المللی گردشگری)، آرش نورآقایی (راهنمای بین‌المللی گردشگری)، محسن حاجی‌سعید (عضو انجمن راهنمایان گردشگری کشور)، جعفر باپیری (هیئت‌علمی دانشگاه کردستان)، محمدحسن یزدانی (رئیس انجمن راهنمایان گردشگری کشور)، عذرا عزیزی (عضو هیئت‌علمی دانشگاه خوارزمی)

گرافیک و صفحه آرایی: امیررضا محمودی

ویراستارادبی: زهرا کریمی

تاریخ شروع مطالعه: ۱۴۰۵/۰۲/۱۵

دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش

نمایه در پایگاه مرکز اطلاعاتی علمی جهاد دانشگاهی (SID)، پایگاه مجلات تخصصی نور (NoorMags)

فهرست مطالب

چکیده ۶
خلاصه مدیریتی ۷
۱. مقدمه ۹
۲. تحلیل وضعیت موجود ۱۱
۲-۱. تصویر وضعیت موجود راهنمایان گردشگری ۱۱
۲-۲. احصای ظرفیت‌های حرفه‌ای راهنمایان برای روایتگری فرهنگی ۱۳
۲-۳. چالش‌های راهنمایان گردشگری از منظر فعالان حرفه ۱۵
۲-۴. فاصله میان آموزش موجود و نیازهای جدید کشور ۱۷
۲-۵. بازسازی تصویر بین‌المللی کشور ۱۸
۲-۶. تقویت سرمایه اجتماعی و گفت‌وگوی فرهنگی ۱۹
۳. جمع‌بندی و پیشنهادها ۱۹
منابع و مآخذ ۲۴

فهرست جداول

جدول ۱. ترکیب سنی راهنمایان گردشگری کشور ۱۲
جدول ۲. مقایسه سرفصل‌های آموزشی راهنمایان گردشگری با شایستگی‌های مورد نیاز برای توسعه دامنه فعالیت حرفه‌ای ۱۷

فهرست شکل ها

شکل ۱. نقشه حرارتی تعداد راهنمایان گردشگری کشور ۱۲
شکل ۲. نمودار توزیع راهنمایان گردشگری کشور برحسب دو متغیر زبان و تخصص (به‌جز زبان انگلیسی) ۱۳
شکل ۳. چالش‌های راهنمایان گردشگری از منظر فعالان حرفه ۱۶

بازتعریف مأموریت راهنمایان گردشگری در دوران بحران

چکیده

رکود تقاضای داخلی و خارجی گردشگری زمینه فعالیت راهنمایان گردشگری را محدود کرده است. بخشی از سرمایه انسانی موجود در جامعه راهنمایان، به‌دلیل محدود ماندن دامنه فعالیت آنان به راهنمایی تور و فقدان سازوکارهای مشخص برای استفاده از ظرفیت‌های مکمل آنها، کمتر از امکان بالقوه خود بهره‌برداری می‌شود؛ درحالی‌که کشور در حوزه‌هایی مانند روایتگری فرهنگی، آموزش تجربه‌محور و ارتباطات فرهنگی به خدمات تخصصی نیاز دارد.

هدف این گزارش، بررسی امکان توسعه مأموریت راهنمایان گردشگری از طریق ایجاد مسیرهای مکمل در حوزه‌های فرهنگی، آموزشی و ارتباطی است. تحلیل گزارش بر سه دسته شواهد استوار است: داده‌های ثبتی درباره وضعیت جامعه حرفه‌ای راهنمایان، بررسی سرفصل‌های آموزشی سه مؤسسه دارای مجوز و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با نمایندگان انجمن‌های راهنمایان. یافته‌ها نشان می‌دهد راهنمایان از ظرفیت‌هایی مانند دانش تاریخ و میراث، مهارت‌های ارتباطی و تنوع زبانی برخوردارند؛ بااین‌حال، داده مستقلی درباره میزان آمادگی آنان برای تولید محتوای حرفه‌ای، روایت‌پردازی رسانه‌ای و مدیریت روایت در شرایط بحران در دسترس نیست.

مقایسه دوازده حوزه شایستگی مورد نیاز برای توسعه نقش روایتگری راهنمایان نشان می‌دهد یک حوزه از پوشش کامل آموزشی، پنج حوزه از پوشش نسبی و ۶ حوزه فاقد پوشش آموزشی است. این یافته‌ها بر ضرورت تکمیل آموزش‌ها و ایجاد سازوکارهای روشن برای احراز صلاحیت حرفه‌ای دلالت دارد. پیشنهاد می‌شود مسیر قانونی «راهنمای گردشگری روایتگر فرهنگی» از طریق اصلاح آیین‌نامه این حوزه تعریف شده؛ سرفصل‌های آموزشی تکمیلی برای مأموریت جدید تعریف شده؛ با طرح پیشنهادی «راویان ایران»، و نیز خرید خدمات روایتگری و تولید محتوای فرهنگی، فرصت‌های واقعی فعالیت برای راهنمایان واجد صلاحیت در کشور فراهم شود.

خلاصه مدیریتی

بیان / شرح مسئله

تجاوز نظامی آمریکا و رژیم صهیونیستی به کشور و تداوم شرایط سایه جنگ، صنعت گردشگری را با رکود مواجه کرده است. این وضعیت موجب توقف فعالیت حرفه‌ای و کاهش درآمد راهنمایان گردشگری شده است. در نگاه نخست موضوع یک مسئله معیشتی بوده؛ اما تداوم این وضعیت می‌تواند پیامدهایی فراتر از وضعیت اقتصادی داشته باشد، زیرا با غیرفعال شدن بخشی از یک شبکه حرفه‌ای، سرمایه انسانی و اجتماعی شکل گرفته در این حوزه نیز به‌تدریج از چرخه فعالیت خارج می‌شود. از طرف دیگر به‌واسطه غیرحضوری شدن بخش آموزش کشور، کاهش تعاملات اجتماعی، محدود شدن فرصت‌های تجربه مشترک، عناصر شکل‌دهنده به احساس تعلق و روایت مشترک ملی تضعیف شده‌اند. انسجام اجتماعی علاوه‌بر اینکه حاصل هم‌گرایی سیاسی یا توافق بر سر مسائل کلان جامعه است؛ بخشی از آن در تجربه‌های مشترک، شناخت متقابل گروه‌های اجتماعی، احساس تعلق به تاریخ و سرزمین و برخورداری از روایت‌های مشترک درباره گذشته و حال جامعه شکل می‌گیرد. از این منظر، نحوه مواجهه صحیح با ظرفیت‌های انسانی و فرهنگی که قابلیت روایت‌پردازی و نقش‌آفرینی در حوزه انسجام اجتماعی را دارند، لازم است.

در سال‌های اخیر، بخش قابل توجهی از تعامل نوجوانان و جوانان با تاریخ، فرهنگ و میراث کشور توسط رسانه‌های غیررسمی تأمین شده است. در کنار این تحول، تشدید رقابت روایت‌ها در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی نیز موجب شده تصویر ایران و برداشت نسل‌های مختلف از تاریخ، جامعه و فرهنگ کشور بیش از گذشته در معرض روایت‌های متعارض قرار گیرد. در چنین شرایطی، فاصله گرفتن گروه‌های متخصص و دارای تجربه ارتباط مستقیم با جامعه از عرصه فعالیت، صرفاً به معنای کاهش اشتغال آنان نیست؛ بلکه می‌تواند به کاهش فرصت‌های تعامل فرهنگی و انتقال تجربه میان گروه‌های اجتماعی نیز منجر شود.

ازسوی‌دیگر، راهنمایی گردشگری در کشور عمدتاً در چارچوب ارائه خدمات سفر تعریف شده است. درنتیجه، مسائل این حرفه نیز غالباً از منظر اشتغال، درآمد، صدور و تمدید مجوز و فعالیت صنفی مورد توجه قرار گرفته و ابعاد فرهنگی و اجتماعی آن کمتر در سیاستگذاری‌ها دیده شده است. استمرار رکود گردشگری، این محدودیت را آشکارتر کرده است. هنگامی که تقاضای سفر کاهش می‌یابد، بخش بزرگی از نیروهای آموزش دیده این حوزه عملاً از چرخه فعالیت خارج می‌شوند، درحالی‌که مهارت‌ها و تجربه آنان تنها به اجرای تور محدود نیست. بنابراین مسئله مورد بررسی این گزارش این است که چگونه می‌توان متناسب با شرایط بحران، از ظرفیت راهنمایان گردشگری استفاده کرد.

نقطه‌نظرات / یافته‌های کلیدی

- راهنمایان گردشگری هنگام ایفای نقش مجری تور هم‌زمان دو نقش مکمل راوی مقصد و میانجی فرهنگی را نیز ایفا می‌کنند؛ بااین‌حال، میزان برخورداری آنان از مهارت‌هایی مانند روایت‌پردازی، تولید محتوای رقومی و مدیریت روایت هنوز به‌طور مستقل احصا نشده و فعال‌سازی آنها در این حوزه ضروری است.
- سرفصل‌های نظام آموزش‌های راهنمایان گردشگری به حوزه‌هایی مانند سواد رسانه‌ای، تولید محتوای دیجیتال، دیپلماسی عمومی، روایتگری ملی، مدیریت تصویر ایران و روایت در شرایط بحران توجه ندارد. لذا برای توسعه مأموریت راهنمایان گردشگری به‌عنوان روایتگر فرهنگی، بازنگری در سرفصل‌های آموزشی و تکمیل شایستگی‌های حرفه‌ای آنها ضروری است.
- ترکیب ظرفیت تسلط بر زبان خارجی و تخصص فرهنگی ازیک‌سو و حضور و فعالیت بخشی از راهنمایان گردشگری در شبکه‌های اجتماعی ازسوی‌دیگر، در شرایطی که کشور بیش‌ازپیش به تولید و انتقال محتوای فرهنگی برای مخاطبان خارج از کشور نیاز دارد، نشان می‌دهد میان ظرفیت‌های موجود در این گروه حرفه‌ای و نیازهای ارتباطی و محتوایی کشور هم‌زمانی وجود دارد؛ بااین‌حال، این ظرفیت‌ها تاکنون به‌صورت

متناسب و نظام‌مند با این نیازها پیوند نخورده‌اند.

■ ظرفیت راهنمایان گردشگری می‌تواند در داخل کشور به تقویت جامعه‌پذیری فرهنگی نسل نوجوان و جوان از طریق بازدیدهای آموزشی، برنامه‌های موزه‌ای، اردوهای فرهنگی و برنامه‌های تجربه‌محور کمک کند. این امکان علاوه‌بر ایجاد مأموریت و بازار جدید برای راهنمایان در دوره رکود گردشگری، می‌تواند به افزایش یادگیری تجربه‌محور، آشنایی نسل جوان با میراث‌فرهنگی و تقویت ارتباط بین‌نسلی کمک کند.

پیشنهاد راهکار تقنینی، نظارتی یا سیاستی

برای احصا ظرفیت راهنمایان گردشگری در راستای اهداف فرهنگی و آموزشی، پیشنهاد می‌شود مجموعه‌ای از چهار اقدام مکمل زیر در دستور کار قرار گیرد.

■ **تعریف مسیر قانونی برای «راهنمای روایتگر فرهنگی»**: پیشنهاد می‌شود آیین‌نامه راهنمایان گردشگری اصلاح شود تا روایتگری و تفسیر فرهنگی، در کنار فعالیت‌های متعارف راهنمایی گردشگری، جایگاه حقوقی و حرفه‌ای مشخصی پیدا کند. در این چارچوب، «راهنمای روایتگر فرهنگی» به‌عنوان یک صلاحیت تخصصی تکمیلی تعریف شده که راهنمایان داخلی، بین‌المللی و تخصصی نیز بتوانند با احراز شرایط مربوط آن را کسب کنند.

■ **تکمیل سرفصل‌های آموزشی و استقرار نظام احراز شایستگی**: با توجه به شکاف‌های شناسایی شده میان آموزش موجود و نیازهای جدید، پیشنهاد می‌شود وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، از طریق سازوکارهای قانونی تأیید و نظارت بر آموزشگاه‌های گردشگری، سرفصل‌های تکمیلی و معیارهای احراز صلاحیت «راهنمای روایتگر فرهنگی» را تدوین و به آموزشگاه‌های دارای مجوز ابلاغ کنند.

■ **ایجاد بازار و تقاضای جدید برای خدمات روایتگری فرهنگی**: پیشنهاد می‌شود وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی با همکاری وزارت آموزش و پرورش، طرح «راویان ایران» را برای استفاده از خدمات راهنمایان واجد صلاحیت در بازدیدهای آموزشی، برنامه‌های فرهنگی و فعالیت‌های تجربه‌محور دانش‌آموزان طراحی و به‌صورت آزمایشی اجرا کنند. با همکاری سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و سایر دستگاه‌های مرتبط، سازوکار خرید خدمات روایتگری فرهنگی و تولید محتوای معتبر و چندزبانه ایجاد شود.

■ **ایجاد نظام انگیزشی و حمایت از توسعه روایتگری فرهنگی**: پیشنهاد می‌شود وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، سازوکار ملی تشویق و حمایت از روایتگری فرهنگی ایران را طراحی کند. برگزاری جایزه سالیانه روایتگری فرهنگی، حمایت از انتشار و معرفی آثار برگزیده، ثبت صلاحیت‌های تخصصی در سوابق حرفه‌ای و فراهم کردن فرصت مشارکت در برنامه‌های فرهنگی و آموزشی، از جمله ابزارهای پیشنهادی است.

۱. مقدمه

حرفه راهنمای گردشگری از قدیمی‌ترین فعالیت‌های صنعت گردشگری بوده و سابقه آن به سفرهای موسوم به «گرند تور» در قرون هفدهم تا نوزدهم بازمی‌گردد[۱]. با توسعه صنعت گردشگری و افزایش پیچیدگی انتظارات و نیازهای گردشگران، این حرفه به‌تدریج از یک فعالیت غیررسمی به حرفه‌ای تخصصی، دانش‌محور و چندبعدی تبدیل شده؛ به‌گونه‌ای که امروزه دارای استانداردهای آموزشی، نظام‌های حرفه‌ای و تشکل‌های تخصصی ملی و بین‌المللی است. پژوهش‌های جدید نیز نشان می‌دهند که مأموریت راهنمایان گردشگری از انتقال صرف اطلاعات فراتر رفته و به میانجی‌گری فرهنگی، مدیریت تجربه سفر، شکل‌دهی تصویر مقصد و تسهیل تعاملات میان‌فرهنگی گسترش یافته است[۲].

در این تحول، می‌توان دو کارکرد مکمل را برای راهنمای گردشگری از یکدیگر تفکیک کرد: «راوی مقصد» و «سفیر فرهنگی». «راوی مقصد» به نقشی اشاره دارد که راهنما در تفسیر تاریخ، فرهنگ، میراث، سبک زندگی و ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی مقصد برای گردشگر ایفا می‌کند. «سفیر فرهنگی» نیز در این گزارش به معنای ظرفیت ارتباطی و فرهنگی راهنما برای انتقال و بازنمایی حرفه‌ای، مستند و قابل اعتماد فرهنگ و جامعه میزبان در تعامل با مخاطبان، به‌ویژه گردشگران خارجی است. راوی مقصد و سفیر فرهنگی دو سطح مکمل از کارکرد فرهنگی این حرفه‌اند: نخست، روایت و تفسیر مقصد در جریان تجربه سفر و دوم، انتقال و بازنمایی فرهنگ مقصد در تعاملات گسترده‌تر فرهنگی و بین‌المللی.

براساس تعریف فدراسیون جهانی انجمن‌های راهنمایان گردشگری (WFTGA)،[1] راهنمای گردشگری فردی است که بازدیدکنندگان را در مقصد همراهی کرده و میراث فرهنگی و طبیعی یک منطقه را برای آنان تفسیر می‌کند[۳]،[۴]. این تعریف، جایگاه حرفه‌ای راهنما را در ادبیات بین‌المللی گردشگری نشان می‌دهد و بر وجه تفسیری و ارتباطی این حرفه تأکید دارد. در ایران نیز حرفه راهنمای گردشگری دارای چارچوب حقوقی مشخص بوده و شرایط فعالیت، انواع راهنمایان و حدود وظایف آنان در «آیین‌نامه راهنمایان گردشگری» مصوب ۱۳۹۴/۰۹/۱ هیئت وزیران تعیین شده است. از منظر حرفه‌ای، راهنما در نقطه اتصال گردشگر و جامعه میزبان قرار می‌گیرد و از طریق روایت تاریخ، فرهنگ، سبک زندگی و میراث مقصد، در شکل‌گیری ادراک مخاطب از آن نقش دارد[۵]. از منظر حرفه‌ای، راهنما در نقطه اتصال گردشگر و جامعه میزبان قرار می‌گیرد و از طریق روایت تاریخ، فرهنگ، سبک زندگی و میراث مقصد، می‌تواند در شکل‌گیری تجربه و برداشت مخاطب از مقصد نقش داشته باشد. از همین منظر، در ادبیات معاصر گردشگری از راهنمایان با تعابیری مانند «میانجی فرهنگی»[2] و «سفیر فرهنگی مقصد»[3] نیز یاد شده است[۶]،[۷].

در سفرهای بین‌المللی، راهنمایان گردشگری در بسیاری از موارد در تعامل مستقیم و نسبتاً مستمر با گردشگران قرار دارند و از طریق پاسخ‌گویی به پرسش‌ها، تفسیر میراث، توضیح زمینه‌های تاریخی و فرهنگی و تسهیل ارتباط میان گردشگر و جامعه میزبان، بخشی از تجربه ارتباطی گردشگر را شکل می‌دهند. از این منظر، می‌توان میان کیفیت تعامل و عملکرد راهنما و برخی ابعاد تجربه گردشگر، مانند رضایت از سفر و نحوه ادراک مقصد و جامعه میزبان، ارتباط برقرار کرد. اما شواهد و مطالعات موجود بیشتر بر اهمیت تعامل راهنما در تجربه گردشگر و ادراک او از مقصد تأکید دارند و میزان و سازوکار اثرگذاری آن بر تصویر مقصد در زمینه‌های مختلف می‌تواند متفاوت باشد[۸]. در این گزارش، مفهوم «دیپلماسی عمومی» به‌عنوان یکی از حوزه‌های بالقوه استفاده از ظرفیت ارتباطی و فرهنگی مورد توجه قرار می‌گیرد. راهنمای گردشگری «دیپلمات» به معنای رسمی آن نیست؛ اما به‌دلیل تماس مستقیم

1. World Federation Tour Guide Association (WFTGA)
2. Cultural Mediator
3. Destination Cultural Ambassador

با مخاطبان خارجی، می‌تواند در شرایط و چارچوب‌های مشخص، یکی از مجاری ارتباطات فرهنگی و انتقال اطلاعات درباره جامعه میزبان باشد. این ظرفیت زمانی می‌تواند با اهداف ارتباطات فرهنگی و دیپلماسی عمومی پیوند پیدا کند که محتوای ارائه شده، آموزش حرفه‌ای راهنما، گروه مخاطب، پیام ارتباطی و شاخص‌های ارزیابی اثر آن از پیش مشخص شده باشد؛ لذا در اینجا، نقش راهنمایان در دیپلماسی عمومی به‌عنوان یک ظرفیت سیاستی قابل بررسی مطرح می‌شود[۹]،[۱۰].

با وجود تحول مفهومی در ادبیات بین‌المللی، جایگاه حرفه راهنمایی گردشگری در ایران همچنان در چارچوب ارائه خدمات سفر تعریف می‌شود. درک عمومی از این حرفه و بخشی از نظام آموزش و سیاستگذاری، راهنمای گردشگری را بیشتر به‌عنوان مجری تور، همراه سفر و ارائه‌دهنده خدمات اجرایی می‌شناسد؛ درحالی‌که کارکردهایی مانند روایتگری فرهنگی، میانجی‌گری فرهنگی، تفسیر میراث، شکل‌دهی تجربه مخاطب، تولید محتوای فرهنگی و ارتباطات میان‌فرهنگی، جایگاه محدودی در تعریف حرفه‌ای و مأموریت‌های رسمی این گروه دارند. ازاین‌رو، مسئله اصلی این گزارش نه جایگزین کردن مأموریت اصلی راهنمای گردشگری با مأموریتی جدید، بلکه بررسی امکان توسعه و تکمیل دامنه نقش حرفه‌ای آنان در حوزه‌های فرهنگی، آموزشی و ارتباطی است. ماهیت حرفه راهنمایی گردشگری بر مجموعه‌ای از مهارت‌های دانشی و ارتباطی، مانند روایتگری، تفسیر میراث، ارتباطات میان‌فرهنگی، مدیریت گروه، آموزش غیررسمی و تعامل مؤثر با مخاطبان استوار است[۱۱]. این ویژگی‌ها موجب شده بخشی از سرمایه حرفه‌ای راهنمایان را بتوان در حوزه سرمایه فرهنگی، ارتباطی و انسانی مورد توجه قرار داد؛ ظرفیتی که کارکرد آن الزاماً به اجرای تور محدود نشده و در صورت وجود سازوکار مناسب، می‌تواند در برخی فعالیت‌های آموزشی، فرهنگی و ارتباطی نیز استفاده شود[۱۲]،[۱۳]. بااین‌حال، برخورداری از این مهارت‌ها به‌تنهایی برای ایفای نقش در حوزه‌هایی مانند روایتگری ملی، تولید محتوای فرهنگی یا ارتباطات فرهنگی کافی نیست و برای توسعه این نقش‌ها، آموزش‌های تکمیلی، استانداردهای حرفه‌ای، چارچوب محتوایی معتبر و سازوکار ارزیابی لازم است.

در دوره بحران، مسئله راهنمایان گردشگری علاوه‌بر حفظ اشتغال و ایجاد درآمد؛ پرسش این سؤال است که آیا بخشی از ظرفیت انسانی و حرفه‌ای این گروه، با آموزش و سازوکارهای مناسب، قابلیت استفاده در برخی فعالیت‌های فرهنگی، آموزشی و ارتباطی را دارد یا خیر. در شرایط رکود گردشگری، خروج نیروهای آموزش‌دیده از چرخه فعالیت می‌تواند به‌معنای بلااستفاده ماندن بخشی از سرمایه انسانی و حرفه‌ای شکل‌گرفته در این حوزه باشد. ازسوی‌دیگر، نیاز به تقویت آموزش‌های فرهنگی، تجربه‌محور و ارتباطی و توجه به نحوه انتقال روایت‌های معتبر درباره تاریخ، فرهنگ و جامعه ایران، ضرورت بررسی این ظرفیت را افزایش می‌دهد.

پرسش اصلی این گزارش آن است که چگونه می‌توان با بازتعریف مأموریت اصلی راهنمایان گردشگری، مسیرهای تکمیلی و قابل ارزیابی برای استفاده از ظرفیت آنان در روایتگری فرهنگی، آموزش میراث، تولید محتوای فرهنگی و ارتباطات میان‌فرهنگی ایجاد کرد.

۲. تحلیل وضعیت موجود

۲-۱. تصویر وضعیت موجود راهنمایان گردشگری

بعد از تعریف نقش راهنمایان و توضیح جایگاه آنان در زنجیره گردشگری، به بررسی وضعیت کنونی آنان پرداخته می‌شود. هدف این بخش، ترسیم تصویری از اندازه، پراکندگی، ترکیب جمعیتی، میزان فعالیت و ویژگی‌های حرفه‌ای راهنمایان در کشور بوده؛ تصویری که نشان دهد این جامعه در حال حاضر از چه ظرفیت‌هایی برخوردار است و میان ظرفیت ثبت شده و استفاده بالفعل از آن چه فاصله‌ای وجود دارد.

بر این اساس، داده‌های ثبتی به دست آمده از سامانه راهنمایان گردشگری وزارت میراث‌فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی بررسی شده تا مشخص شود چه تعداد راهنما در کشور ثبت شده‌اند، چه نسبتی از آنان کارت فعال دارند، این افراد در چه استان‌هایی متمرکزند، از نظر سنی و جنسیتی چه ترکیبی داشته و چه مهارت‌ها و آموزش‌هایی در میان آنان وجود دارد. این بررسی، مبنای تحلیل بخش‌های بعدی گزارش درباره امکان استفاده از بخشی از ظرفیت راهنمایان در فعالیت‌های مکمل فرهنگی، آموزشی و محتوایی خواهد بود.

داده‌ها نشان می‌دهد که ۱۲ هزار و ۶۲۴ نفر در کشور دارای پرونده ثبت شده راهنمای گردشگری هستند؛ در مقابل ۶ هزار و ۱۲۶ نفر، معادل ۴۸/۵ درصد، دارای کارت فعال بوده‌اند. به بیان دیگر، بیش از نیمی از افراد ثبت شده در این داده، در وضعیت تمدید فعال کارت قرار نداشته‌اند.

این نسبت البته به‌تنهایی معادل نرخ بیکاری نیست؛ زیرا نداشتن کارت فعال دلایل متفاوتی داشته و برای تبدیل آن به شاخص اشتغال باید داده‌های بازار کار، درآمد و وضعیت فعالیت حرفه‌ای افراد نیز در دسترس باشد. بااین‌حال، این شکاف میان جمعیت ثبت شده و جمعیت دارای کارت فعال، یک نشانه مهم از فاصله میان ظرفیت اسمی جامعه حرفه‌ای و میزان استفاده بالفعل از آن فراهم می‌کند. به همین دلیل، در این گزارش «کارت فعال» به‌عنوان شاخص فعالیت حرفه‌ای در سامانه است، نه معادل مستقیم اشتغال.

اهمیت این مسئله زمانی بیشتر می‌شود که راهنمایان، پس از دوره‌های طولانی آموزش و فعالیت حرفه‌ای، ناچار شوند برای تأمین معاش به مشاغلی روی آورند که با تخصص آنان ارتباط مستقیمی ندارد. شواهد صنفی و رسانه‌ای نیز نمونه‌هایی از این تغییر مسیر شغلی را ثبت کرده‌اند. برای نمونه، در سال ۱۴۰۰ رئیس انجمن صنفی راهنمایان گردشگری استان همدان اعلام کرد که شماری از راهنمایان در اسنپ یا بازار مشغول به کار شده‌اند. با اینکه نمونه مطرح شده برآوردی از کل جامعه راهنمایان نیست، اما به‌عنوان شاهدی کیفی نشان می‌دهد که در دوره‌های رکود گردشگری، بخشی از سرمایه انسانی این حرفه ممکن است از حوزه تخصصی خود فاصله بگیرد[۱۴].

از نظر پراکندگی جغرافیایی، داده‌های موجود نشان می‌دهد راهنمایان گردشگری در تمامی استان‌های کشور حضور دارند و بیشترین تعداد آنان در استان‌های تهران با ۳۷۳۳ نفر، فارس با ۱۴۶۵ نفر و اصفهان با ۱۳۷۶ نفر ثبت شده است. این پراکندگی بیانگر امکان تعریف برنامه‌های منطقه‌ای، مقصدمحور و رویدادمحور و متناسب با ویژگی‌های فرهنگی استان‌هاست.

شکل ۱. نقشه حرارتی تعداد راهنمایان گردشگری کشور [۱۵]



بررسی ترکیب سنی راهنمایان نشان می‌دهد این حرفه عمدتاً بر نیروهای میانسال استوار است. همان‌طور که در جدول مشخص شده حدود ۷۸ درصد از افراد دارای تاریخ تولد معتبر در بازه ۳۰ تا ۴۹ سال قرار گرفته‌اند. این داده از دو منظر قابل بررسی است. از یک‌سو، سهم این گروه سنی با وجود تجربه حرفه‌ای و قرار گرفتن در سنین فعال کاری، می‌تواند برای برنامه‌هایی که به دانش مقصد، تجربه تعامل با مخاطب و توانایی حرفه‌ای نیاز دارند یک مزیت بالقوه باشد. از سوی دیگر، سهم پایین افراد زیر ۳۰ سال نشان می‌دهد که در صورت تداوم این ساختار، سیاست توسعه سرمایه انسانی حرفه راهنمایی نمی‌تواند صرفاً بر نیروهای موجود متکی باشد و باید به مسئله ورود و پرورش نسل جدید نیز توجه کرد.

جدول ۱. ترکیب سنی راهنمایان گردشگری کشور[۱] [۱۵]

گروه سنی	تعداد	درصد از افراد دارای تاریخ تولد معتبر
کمتر از ۳۰ سال	۴۷۴	۳/۸
۳۰ تا ۳۹ سال	۴۹۷۸	۳۹/۵
۴۰ تا ۴۹ سال	۴۸۳۲	۳۸/۳
۵۰ تا ۵۹ سال	۱۶۰۳	۱۲/۷
۶۰ سال و بیشتر	۷۱۵	۵/۷
جمع معتبر	۱۲۶۰۲	۱۰۰

ترکیب جنسیتی جامعه راهنمایان نسبتاً متوازن است؛ ۵۳/۲ درصد مرد و ۴۶/۷ درصد زن ثبت شده‌اند. این داده نشان می‌دهد جامعه حرفه‌ای راهنمایان از نظر جنسیتی ساختاری تک‌جنسیتی ندارد. بااین‌حال، در غیاب داده‌های مشخص درباره وضعیت اشتغال، درآمد، موانع ورود و ماندگاری زنان در این حرفه، تفاوت دستمزد، دسترسی به بازار کار یا محدودیت‌های حرفه‌ای آنان، نمی‌توان صرفاً براساس این نسبت برای

۱. در فایل دریافتی اطلاعات تاریخ تولد برای ۱۲۶۰۲ نفر در دسترس بوده است.

«ظرفیت اشتغال زنان» یا سیاست خاصی در این زمینه نتیجه‌گیری کرد. بنابراین، این شاخص در این گزارش به‌عنوان ویژگی ساختاری جامعه راهنمایان حفظ می‌شود، اما به‌تنهایی مبنای پیشنهاد سیاستی مستقلی قرار نمی‌گیرد.

۲-۲. احصای ظرفیت‌های حرفه‌ای راهنمایان برای روایتگری فرهنگی

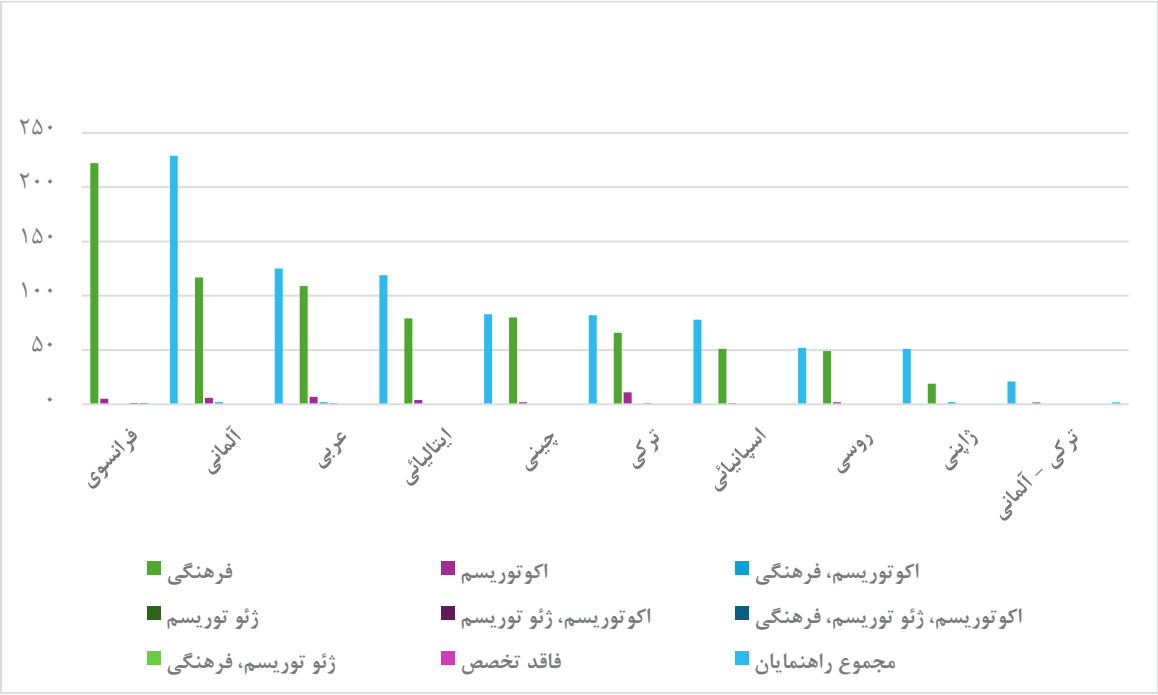
پس از بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و پراکندگی جامعه راهنمایان، گام بعدی، شناسایی ظرفیت‌هایی است که می‌تواند امکان توسعه دامنه فعالیت حرفه‌ای آنان را در حوزه روایتگری فرهنگی فراهم کند. در این بخش، هر ظرفیت براساس شواهد موجود، از حیث امکان استفاده در یک موقعیت مشخص بررسی می‌شود. از این منظر، برخورداری از زبان خارجی، دانش تخصصی درباره مقصد، تجربه مواجهه مستقیم با گردشگر، سابقه تولید محتوا یا حضور مؤثر در شبکه‌های اجتماعی، هرکدام یک سطح متفاوت از ظرفیت را نشان می‌دهند و نباید به‌صورت خودکار معادل آمادگی کامل برای ایفای یک نقش جدید تلقی شوند. لذا این ظرفیت‌ها در سه دسته قابل احصا هستند که عبارت‌اند از:

الف) ظرفیت زبانی برای انتقال روایت به مخاطب خارجی

یکی از روشن‌ترین ظرفیت‌های قابل سنجش در داده‌های موجود، تنوع زبانی جامعه راهنمایان گردشگری است. از آنجاکه راهنما در نقطه تماس مستقیم با مخاطب قرار دارد، برخورداری از زبان خارجی می‌تواند امکان انتقال دانش تاریخی و فرهنگی درباره ایران به زبان مخاطب را فراهم کند و به‌عنوان بخشی از زیرساخت ارتباطی لازم برای روایتگری فرهنگی مورد توجه قرار گیرد.

براساس استعلام‌های موجود ۷۲۵۸ راهنما به زبان انگلیسی، ۳۷۱ نفر به زبان فرانسوی، ۲۰۲ نفر به زبان آلمانی، ۱۸۲ نفر به زبان ترکی، ۱۷۷ نفر به زبان عربی، ۱۱۳ نفر به زبان ایتالیایی، ۱۱۰ نفر به زبان چینی، ۱۰۹ نفر به زبان اسپانیایی، ۷۰ نفر به زبان روسی و ۳۱ نفر به زبان ژاپنی تسلط خود را ثبت کرده‌اند. در شکل زیر یک داده تنوع زبانی با داده نوع تخصص راهنما برای نمایش ترکیب شده است.

شکل ۲. نمودار توزیع راهنمایان گردشگری کشور برحسب دو متغیر زبان و تخصص[1] (به‌جز زبان انگلیسی) [۱۵]



۱. در داده‌های بررسی شده، زبان فارسی با ۴,۴۸۵ رکورد و زبان انگلیسی با ۶,۶۴۳ رکورد، بیشترین فراوانی را داشته اند و در مجموع بخش عمده‌ای از کل رکوردهای زبانی را تشکیل می‌دادند. فراوانی بسیار بالای این دو زبان باعث می‌شود مقیاس نمودار به نفع آنها تنظیم شود و زبان‌های کم‌فراوانی به‌صورت فشرده و کم‌خوانا نمایش داده شوند. بنابراین، برای تحلیل بهتر توزیع سایر زبان‌ها، همه دسته‌های زبانی شامل «فارسی» یا «انگلیسی» از نمودار حذف شده‌اند. از آنجاکه هر راهنما می‌تواند بیش از یک زبان را ثبت کرده باشد، ارقام استفاده شده در نمودار ناظر بر تعداد ثبت‌های زبانی است و جمع آنها معادل تعداد راهنمایان کشور نیست.

براساس شکل‌فوق، تخصص فرهنگی با بیشترین تنوع زبانی همراه است. برای نمونه، از ۱۷۷ راهنمای دارای زبان عربی، ۱۵۷ نفر؛ از ۷۰ راهنمای روسی‌زبان، ۶۵ نفر؛ از ۱۱۰ راهنمای چینی‌زبان، ۱۰۶ نفر؛ و از ۳۷۱ راهنمای فرانسوی‌زبان، ۳۴۷ نفر دارای تخصص فرهنگی راهنمایی گردشگری هستند. این ویژگی با ظرفیت مترجم یا زبان‌دان صرف متفاوت بوده؛ زیرا راهنما، علاوه‌بر زبان، در موقعیت حرفه‌ای خود با مکان، میراث، تاریخ، فرهنگ و تجربه گردشگر نیز روبه‌رو است. از این منظر، ظرفیت زبانی راهنمایان می‌تواند در سه حوزه مشخص قابل استفاده باشد: نخست، ارتباط مستقیم و توضیح و تفسیر میراث برای گردشگران خارجی؛ دوم، تولید یا بازبینی محتوای چندزبانه درباره مقصدها و میراث ایران؛ و سوم، در صورت احراز شایستگی‌های تکمیلی، مشارکت در برنامه‌های ارتباط فرهنگی با مخاطبان خارجی؛ بنابراین، از این زیرساخت انسانی برای تولید محتوای فرهنگی و ارتباطات بین‌المللی می‌توان استفاده کرد.

ب) ظرفیت تولید محتوای گردشگری و حضور در شبکه‌های اجتماعی

ظرفیت دوم، امکان انتقال دانش و تجربه حرفه‌ای راهنمایان از محیط واقعی سفر و بازدید به محیط رسانه‌ای و رقومی است. مخاطب بالقوه می‌تواند پیش از سفر، در جریان برنامه‌ریزی سفر یا حتی بدون قصد سفر، از طریق شبکه‌های اجتماعی و سایر بسترهای رقومی با تصویر یک مقصد، تاریخ و فرهنگ آن آشنا شود. بررسی اکتشافی چند صفحه عمومی راهنمایان گردشگری نشان داد که این صفحات علاوه‌بر معرفی فعالیت‌های حرفه‌ای، در مواردی حاوی محتوای مرتبط با گردشگری، جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی و تجربه‌های سفر نیز هستند. دامنه مخاطبان این صفحات نیز از چند هزار نفر تا بیش از صدهزار نفر متغیر بوده است. این مشاهده، هرچند به‌دلیل ماهیت اکتشافی نمونه قابل تعمیم آماری به کل جامعه راهنمایان نیست، اما از منظر سیاستگذاری حائز اهمیت است؛ زیرا نشان می‌دهد بخشی از راهنمایان گردشگری پیشاپیش دارای تجربه تولید محتوای گردشگری و دسترسی به مخاطب در فضای رقمی هستند. بنابراین، برای توسعه روایتگری فرهنگی در فضای مجازی، الزاماً نیازی به ایجاد ظرفیت ارتباطی از نقطه صفر نیست و می‌توان از همین ظرفیت موجود برای تولید و انتشار محتوای هدفمند درباره تاریخ، فرهنگ و میراث‌فرهنگی ایران استفاده کرد.

از این منظر، مخاطبان موجود این صفحات را می‌توان به‌عنوان مخاطبان بالقوه روایت‌های فرهنگی در نظر گرفت؛ به این معنا که با هدایت و ارتقای محتوای تولید شده توسط راهنمایان، بخشی از ارتباطات و دسترسی موجود آنان می‌تواند در خدمت معرفی دقیق‌تر و مستندتر ظرفیت‌های فرهنگی و تاریخی کشور قرار گیرد. بر این اساس، ظرفیت راهنمایان در فضای رقومی صرفاً به تعداد دنبال‌کنندگان محدود نیست، بلکه در تجربه تولید محتوای گردشگری، ارتباط مستقیم با مخاطب و امکان تبدیل این ارتباط به بستری برای روایتگری فرهنگی قابل توجه است.

ج) ظرفیت تقویت جامعه‌پذیری فرهنگی نسل نوجوان و جوان

شکل‌گیری درک تاریخی و هویت ملی در نسل جوان و نوجوان، به تنهایی از طریق انتقال اطلاعات و حفظ کردن رویدادها و تاریخ‌ها محقق نمی‌شود و به روش‌های آموزشی تعاملی، مشارکتی و یادگیری‌محور نیاز دارد. پژوهش‌های اخیر درباره آموزش تاریخ در مدارس و دانشگاه‌ها نیز با تأکید بر پیوند آموزش تاریخ با تقویت هویت ملی و توسعه تفکر تاریخی، بر ضرورت بازنگری در شیوه‌های آموزش تاریخ و فاصله گرفتن از رویکردهای صرفاً انتقالی تأکید دارد[۱۶]. از سوی دیگر، داده‌های میدانی نیز نشان داده که میان میزان آشنایی دانش‌آموزان با میراث‌فرهنگی و تاریخی شهر و میزان دلبستگی آنان به هویت ملی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد[۱۷]. شایان ذکر است که این یافته به‌معنای اثبات رابطه علّی نیست، اما نشان می‌دهد که مواجهه و آشنایی دانش‌آموزان با میراث تاریخی و فرهنگی می‌تواند یکی از متغیرهای مرتبط با شکل‌گیری و تقویت پیوندهای هویتی آنان باشد. بنابراین، در کنار آموزش رسمی تاریخ، فراهم کردن فرصت‌هایی برای مواجهه مستقیم، مشاهده، گفت‌وگو و تفسیر میراث‌فرهنگی می‌تواند به‌عنوان مکملی برای یادگیری تاریخی باشد.

در سیاستگذاری آموزشی کشور نیز استفاده از فرصت‌های یادگیری فراتر از کلاس درس، در اسناد بالادستی پیش‌بینی شده است. در جدول ۲۰ ماده (۸۷) قانون برنامه هفتم پیشرفت، «میزان مشارکت سالیانه دانش‌آموزان در برنامه‌های علمی، فرهنگی، هنری و ورزشی» به‌عنوان یکی

از سنجه‌های عملکردی ارتقای نظام آموزشی تعیین شده و برای حضور دانش‌آموزان در اردوهای علمی و فرهنگی نیز هدف ۱۰۰ درصدی تا پایان برنامه است[۱۸]. بنابراین، اصل استفاده از موقعیت‌های یادگیری فرهنگی و تجربه‌های خارج از کلاس در چارچوب برنامه توسعه کشور به‌عنوان بخشی از ظرفیت‌های نظام آموزشی به رسمیت شناخته شده است.

درعین‌حال، همه‌گیری کووید-۱۹ موجب اختلال گسترده در آموزش حضوری و انتقال بخش مهمی از فرایند یادگیری به محیط‌های مجازی شد[۱۹]. در ایران نیز در جریان تعطیلی مراکز آموزشی، آموزش مجازی به یکی از ابزارهای اصلی تداوم آموزش تبدیل شد؛ پژوهش‌های انجام شده درباره تجربه آموزش مجازی در ایران نشان می‌دهند که این شیوه امکان استمرار آموزش را فراهم کرد، اما در درعین‌حال نمی‌توانست به‌طور کامل جایگزین کیفیت و کارکردهای آموزش حضوری شود. از این منظر، یکی از پیامدهای مهم این تحول برای آموزش تاریخ و میراث‌فرهنگی، محدود شدن بخشی از فرصت‌های یادگیری مبتنی‌بر مواجهه مستقیم با مکان، شیء، محیط و تجربه جمعی بود. بنابراین، در کنار تداوم ظرفیت‌های آموزش مجازی و رسمی، بازسازی و تقویت فرصت‌های یادگیری تجربه‌محور و مواجهه مستقیم با میراث تاریخی و فرهنگی می‌تواند به‌عنوان یک نیاز مکمل در فرایند آموزشی باشد.

از زاویه دیگر؛ راهنمایان گردشگری می‌توانند در کنار نظام رسمی آموزش، نقش «تسهیلگر یادگیری و تفسیر میراث» را برعهده گیرند. مطالعات بین‌المللی اخیر درباره تحول نقش راهنمایان گردشگری نیز این ادعا را تأیید می‌کند که نقش راهنما در سال‌های اخیر از یک نقش خدمت‌رسان به سمت نقش‌هایی حرکت کرده که در آنها راهنما می‌تواند در فرایند تجربه و ایجاد تغییر برای مخاطب، نقش تسهیلگر را ایفا کند[۲۰]. راهنما در برنامه‌های فرهنگی و آموزشی مرتبط با میراث می‌تواند فراتر از انتقال اطلاعات تاریخی، میان مکان یا اثر تاریخی و تجربه، پرسش‌ها و سطح درک مخاطب پیوند برقرار کرده و با طرح پرسش، روایتگری، گفت‌وگو و هدایت مشاهده، به فرایند یادگیری تجربه‌محور کمک کند.

با توجه به اینکه، تمامی راهنمایان گردشگری کشور در حال حاضر در دوره آموزش‌های الزامی برای اخذ کارت آموزش‌های مرتبط با تاریخ ایران، میراث‌فرهنگی، فرهنگ عامه، اصول تفسیر میراث، فن بیان و ارتباطات میان‌فرهنگی را فرامی‌گیرند؛ کشور از شبکه‌ای گسترده از نیروهای آموزش‌دیده و دارای توان روایت و انتقال مفاهیم فرهنگی برخوردار بوده که در صورت برنامه‌ریزی صحیح، می‌توان از آنها در بازدیدهای آموزشی مدارس و دانشگاه‌ها، اردوهای فرهنگی، برنامه‌های موزه‌ای و تورهای میراثی، به‌منظور تقویت شناخت تاریخی و فرهنگی، گفت‌وگوی بین‌نسلی و تجربه مشترک اجتماعی کمک گرفت؛ امری که از اجزای جامعه‌پذیری فرهنگی نسل نوجوان و جوان محسوب می‌شود. از منظر سیاستگذاری اشتغال نیز، توسعه این مأموریت می‌تواند به ایجاد بازار کار جدید برای راهنمایان گردشگری، به‌ویژه نیروهای جوان و تازه‌وارد، منجر شود. پیوند نظام آموزش با ظرفیت‌های حرفه‌ای راهنمایان، علاوه‌بر افزایش کیفیت آموزش‌های غیررسمی، زمینه شکل‌گیری فرصت‌های شغلی پایدار در حوزه گردشگری فرهنگی، آموزش تجربه‌محور و روایتگری میراث را فراهم کرده و می‌تواند انگیزه ورود نسل جدید به این حرفه را نیز تقویت کند.

۳-۲. چالش‌های راهنمایان گردشگری از منظر فعالان حرفه[۱]

رکود مستمر بازار گردشگری و خروج تدریجی نیروهای متخصص از حرفه یکی از مهم‌ترین مسائل این حوزه است. تداوم رکود ناشی از تحریم‌ها، همه‌گیری کرونا و در ادامه شرایط جنگی اخیر، موجب شده تا بخش قابل توجهی از راهنمایان امکان فعالیت حرفه‌ای نداشته باشند. پیامد این وضعیت تنها کاهش درآمد نیست، بلکه از دست رفتن سرمایه انسانی آموزش‌دیده‌ای است که طی سال‌ها با صرف هزینه و زمان شکل گرفته و در صورت تداوم این روند، بازسازی آن در آینده با دشواری و هزینه بیشتری همراه خواهد بود.

۱. به‌منظور شناسایی چالش‌های حرفه راهنمایی گردشگری، در کنار بررسی اسناد و داده‌های آماری، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته‌ای با نمایندگان انجمن‌های راهنمایان گردشگری و تعدادی از راهنمایان باسابقه کشور انجام شد. تحلیل این مصاحبه‌ها، مجموعه‌ای از چالش‌های حرفه‌ای، نهادی و آموزشی را آشکار ساخت که در ادامه به مهم‌ترین آنها پرداخته می‌شود.

دغدغه دوم، تقلیل جایگاه حرفه‌ای راهنمای گردشگری به مجری خدمات سفر است. درک عمومی از این حرفه و حتی در برخی موارد نگاه حاکم بر صنعت گردشگری، همچنان راهنما را فردی می‌داند که وظیفه اصلی او هماهنگی برنامه سفر، مدیریت امور اجرایی تور و ایجاد فضای سرگرمی برای مسافران است. این نگاه موجب شده که توجه به ظرفیت‌های حرفه‌ای راهنمایان در حوزه‌هایی مانند روایتگری، تفسیر میراث، آموزش فرهنگی، تولید محتوا و ارتباطات میان‌فرهنگی کمتر شود.

سومین دغدغه، نبود مأموریت جایگزین برای راهنمایان در دوره‌های رکود گردشگری است. با توقف تورها، عملاً هیچ سازوکار مشخصی برای استفاده از دانش، مهارت و تجربه این گروه در سایر برنامه‌های فرهنگی، آموزشی یا اجتماعی کشور وجود ندارد. درحالی‌که راهنمایان گردشگری از معدود گروه‌های حرفه‌ای هستند که آموزش‌های تخصصی در حوزه تاریخ، فرهنگ، میراث، ارتباطات میان‌فرهنگی و فن بیان را گذرانده و تجربه مستمر تعامل با مخاطبان داخلی و خارجی را دارند، این ظرفیت در دوره رکود عملاً بلااستفاده باقی می‌ماند.

بازتعریف هویت حرفه‌ای راهنمایان گردشگری نیز به یکی از ضرورت‌های امروز این حرفه تبدیل شده است. راهنمای گردشگری باید از جایگاه صرفاً «مجری تور» فاصله گرفته و به‌عنوان «راوی مقصد» و «کنشگر فرهنگی» شناخته شود؛ فردی که بتواند در انتقال روایت‌های معتبر از تاریخ، فرهنگ، سبک زندگی و جامعه ایرانی نقش‌آفرینی کند. تحقق این تحول مستلزم تغییر در نگاه سیاستگذاران و اصلاح مأموریت‌های تعریف شده برای این حرفه است.

دغدغه دیگر، فراهم نبودن بستر لازم برای تبدیل تخصص حرفه‌ای آنان به فعالیت‌های اقتصادی جدید است. تبدیل توانمندی‌های راهنمایان به خدمات و کسب‌وکارهای مستقل، هم نیاز به برخورداری از مهارت‌های مکمل در حوزه‌هایی مانند طراحی و عرضه خدمات، بازاریابی، فروش، تولید محتوای حرفه‌ای، استفاده از ابزارهای دیجیتال و مدیریت کسب‌وکار دارد و هم به وجود بازار، دسترسی به مشتری و چارچوب‌های مناسب برای ارائه این خدمات وابسته است. لذا، توسعه کارآفرینی در میان راهنمایان گردشگری نیازمند توجه هم‌زمان به توانمندسازی حرفه‌ای آنان و ایجاد بسترهای لازم برای ورودشان به بخش‌های متنوع‌تر زنجیره ارزش گردشگری است[۲۱].

شکل ۳. چالش‌های راهنمایان گردشگری از منظر فعالان حرفه



مأخذ: نگارنده.

۴-۲. فاصله میان آموزش موجود و نیازهای جدید کشور

یکی از محدودیت‌های بهره‌گیری از ظرفیت راهنمایان گردشگری در حوزه‌های فرهنگی و ارتباطی، فاصله میان محتوای نظام تربیت حرفه‌ای موجود و برخی شایستگی‌های مورد نیاز برای توسعه دامنه فعالیت این حرفه است. براساس آیین‌نامه راهنمایان گردشگری، مصوب هیئت وزیران (۱۳۹۴/۹/۱) و اصلاحات بعدی آن، دریافت کارت حرفه‌ای راهنمای گردشگری مستلزم گذراندن دوره‌های آموزشی و موفقیت در آزمون پایان دوره است. مطابق ماده (۲) این آیین‌نامه، متقاضیان باید دوره تخصصی راهنمایان گردشگری را در مراجع مورد تأیید وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی طی کرده و در آزمون مربوط پذیرفته شوند[۲۲].

بررسی سرفصل های مصوب و برنامه آموزشی مؤسسات منتخب نشان می دهد محتوای این دوره ها عمدتاً بر تاریخ و تمدن ایران، میراث‌فرهنگی، جغرافیای گردشگری، زبان تخصصی، اصول تفسیر میراث، فنون تورگردانی، قوانین گردشگری، اخلاق حرفه‌ای، فن بیان و مدیریت سفر متمرکز است. این مجموعه، بخش عمده دانش و مهارت‌های پایه مورد نیاز برای فعالیت به‌عنوان راهنمای تور را پوشش می‌دهد. در مقابل، حوزه‌هایی مانند سواد رسانه‌ای، تولید محتوای رقومی، دیپلماسی عمومی، مدیریت تصویر ایران، روایتگری ملی، مقابله با ایران‌هراسی و مدیریت روایت در شرایط بحران، در چارچوب سرفصل‌های بررسی شده جایگاه مشخص و مستقلی ندارند.

جدول ۲. مقایسه سرفصل‌های آموزشی راهنمایان گردشگری با شایستگی‌های مورد نیاز برای توسعه دامنه فعالیت حرفه‌ای

حوزه آموزشی	آموزش فعلی	نیاز مورد بررسی	وضعیت پوشش
تاریخ و تمدن ایران	شناخت تاریخ و اماکن تاریخی	روایت تاریخ ایران برای مخاطبان داخلی و خارجی	پوشش نسبی
میراث‌فرهنگی و اقوام	شناخت میراث و اقوام	روایت هویت ملی و تنوع فرهنگی ایران	پوشش نسبی
زبان خارجی	زبان تخصصی گردشگری	ارتباطات میان‌فرهنگی و دیپلماسی عمومی	پوشش نسبی
فن بیان	سخنوری و ارتباط با گردشگر	اقناع، روایت‌پردازی و گفت‌وگوی راهبردی	پوشش نسبی
اصول تفسیر میراث	تفسیر آثار تاریخی	طراحی تجربه روایت‌محور	پوشش نسبی
تورگردانی	اجرای تور	مدیریت تجربه مخاطب	کامل
فناوری اطلاعات	کاربرد فناوری اطلاعات در سفر	تولید محتوای رقومی و دیپلماسی رقومی	فاقد پوشش
سواد رسانه‌ای	—	تحلیل روایت‌های رسانه‌ای	فاقد پوشش
دیپلماسی عمومی	—	معرفی ایران در عرصه بین‌المللی	فاقد پوشش
مدیریت تصویر ایران	—	مقابله با ایران‌هراسی	فاقد پوشش
روایتگری ملی	—	روایت ایران معاصر	فاقد پوشش
مدیریت روایت در بحران	—	روایت در شرایط جنگ و بحران	فاقد پوشش

مأخذ: نگارنده.

نتایج این مقایسه نشان می‌دهد که از میان دوازده حوزه بررسی شده، تنها یک حوزه پوشش کامل دارد، چهار حوزه از پوشش نسبی برخوردارند و هفت حوزه فاقد پوشش مشخص هستند. از طرفی الگوی این شکاف نیز قابل توجه است. سرفصل‌های موجود در حوزه‌هایی که مستقیماً با اجرای تور، شناخت مقصد، انتقال اطلاعات و تعامل معمول با گردشگر ارتباط دارند، پوشش بیشتر و حوزه‌هایی که نیازمند تولید محتوا، تحلیل و مدیریت روایت، ارتباطات رسانه‌ای، تعامل هدفمند با مخاطبان خارجی و فعالیت در شرایط بحران هستند، عمدتاً در سرفصل‌های موجود پیش‌بینی نشده‌اند. این وضعیت نشان می‌دهد که نظام تربیت فعلی، به الزامات اصلی فعالیت راهنمای تور توجه کرده، اما برای توسعه دامنه فعالیت حرفه‌ای راهنمایان به حوزه‌های فرهنگی، رسانه‌ای و ارتباطی، نیاز به تکمیل شایستگی‌های آموزشی موجود است.

بر این اساس، مسئله به ناکارآمدی کلی نظام آموزش راهنمایان مرتبط نیست؛ زیرا بخش قابل توجهی از دانش و مهارت‌های پایه حرفه در این نظام پیش‌بینی شده است. شکاف اصلی در حوزه‌هایی متمرکز است که با تغییر محیط فعالیت حرفه‌ای و گسترش نقش‌های قابل واگذاری به راهنمایان ارتباط دارد. به بیان مشخص‌تر، راهنمایی گردشگری در وضعیت فعلی برای اجرای تور آموزش می‌دهد، اما برای ورود حرفه‌ای به حوزه‌هایی مانند تولید محتوای رقومی، روایت فرهنگی، ارتباطات میان‌فرهنگی، معرفی ایران در فضای بین‌المللی و مدیریت روایت در شرایط بحران، آموزش‌های متناظر در سرفصل‌های بررسی شده وجود ندارد یا کافی نیست. ازاین‌رو، نیاز به بازنگری نظام آموزشی و تکمیل سرفصل‌های موجود و افزودن آموزش‌های موردنیاز برای فعالیت در حوزه‌های جدید وجود دارد.

۵-۲. بازسازی تصویر بین‌المللی کشور

یکی از مهم‌ترین پیامدهای جنگ و منازعات، آسیب به تصویر بین‌المللی کشورهاست. تجربه جهانی نشان می‌دهد بازسازی تصویر یک کشور، صرفاً از طریق تبلیغات رسمی یا پویش‌های رسانه‌ای امکان‌پذیر نیست، بلکه نیازمند ایجاد تجربه‌های واقعی و شکل‌گیری روایت‌های معتبر در ذهن مخاطبان است. در چنین شرایطی، فاصله میان آنچه رسانه‌ها درباره یک کشور بازنمایی کرده و آنچه مخاطبان در تجربه مستقیم خود مشاهده می‌کنند، به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های رقابت در حوزه قدرت نرم تبدیل می‌شود.

در سال‌های اخیر، بخش قابل توجهی از بازنمایی ایران در رسانه‌های بین‌المللی حول موضوعاتی مانند تنش‌های سیاسی، تحریم‌ها، درگیری‌های منطقه‌ای و مخاطرات امنیتی شکل گرفته است. استمرار این روند، علاوه‌بر کاهش تقاضای سفر، موجب تثبیت برداشت‌هایی شده که در بسیاری از موارد با تجربه واقعی گردشگران خارج از ایران تفاوت دارد. بررسی مطالعات بین‌المللی نیز نشان می‌دهد تجربه مستقیم سفر، یکی از مؤثرترین عوامل اصلاح تصویر مقصد و کاهش برداشت‌های کلیشه‌ای است.

در این میان، راهنمایان گردشگری تنها گروه حرفه‌ای هستند که در نقطه تماس مستقیم میان ایران و گردشگران قرار می‌گیرند. آنان از طریق روایت تاریخ، تفسیر میراث، معرفی سبک زندگی مردم و پاسخ به پرسش‌های گردشگران، نقش مهمی در شکل‌گیری برداشت نهایی مخاطب از ایران ایفا می‌کنند. از این منظر، ظرفیت اصلی راهنمایان گردشگری نه در انتقال اطلاعات، بلکه در خلق تجربه‌ای معتبر و قابل اعتماد از ایران نهفته است؛ تجربه‌ای که می‌تواند شکاف میان تصویر رسانه‌ای و واقعیت اجتماعی کشور را کاهش دهد.

با وجود این ظرفیت، بررسی سیاست‌های موجود نشان می‌دهد تاکنون بهره‌گیری از راهنمایان گردشگری در برنامه‌های بازسازی تصویر ایران و مقابله با ایران‌هراسی، عمدتاً به اقدام‌های پراکنده و موردی محدود بوده و جایگاه مشخصی در سیاست‌های دیپلماسی عمومی کشور ندارد. این در حالی است که کشور شبکه‌ای از نیروهای آموزش‌دیده، چندزبانه و آشنا با فرهنگ و تاریخ ایران در اختیار دارد که می‌توانند به‌عنوان بخشی از نظام روایتگری ملی، در کنار سایر ابزارهای دیپلماسی عمومی ایفای نقش کنند. لذا با بازتعریف مأموریت و توسعه جایگاه نهادی آنان در سیاست‌های بازسازی تصویر ایران می‌توان از ظرفیت این گروه در حوزه دیپلماسی عمومی و مقابله با ایران‌هراسی استفاده کرد.

۶-۲. تقویت سرمایه اجتماعی و گفت‌وگوی فرهنگی

یکی از مهم‌ترین چالش‌های جوامع پس از بحران، علاوه‌بر بازسازی زیرساخت‌های اقتصادی، بازسازی سرمایه اجتماعی، تقویت اعتماد عمومی و ایجاد زمینه‌های گفت‌وگوی اجتماعی است. در چنین شرایطی، سیاستگذاری فرهنگی بیش از گذشته به گروه‌هایی نیاز دارد که از یک‌سو مورد اعتماد جامعه بوده و از سوی‌دیگر توانایی برقراری ارتباط مؤثر با گروه‌های مختلف اجتماعی را داشته باشند.

یافته‌ها نشان می‌دهد راهنمایان گردشگری از ویژگی‌هایی برخوردارند که آنان را از بسیاری از گروه‌های فرهنگی متمایز می‌کند. این گروه عمدتاً به‌صورت مستقل فعالیت می‌کنند (خویش‌فرما هستند)، ارتباط مستمر با اقشار مختلف جامعه دارند، بخش قابل توجهی از آنان در شبکه‌های اجتماعی فعال هستند و به‌واسطه ماهیت حرفه خود، تجربه گسترده‌ای در گفت‌وگو، روایتگری و مدیریت تعاملات انسانی کسب کرده‌اند و با دغدغه‌ها و مطالبات نسل‌های جدید آشنایی نزدیک دارند. مجموع این موارد سبب شده که این گروه شناخت مناسبی از نگرش‌ها، دغدغه‌ها و مطالبات اجتماعی مردم داشته باشند و بتوانند نقش واسطه‌ای میان جامعه و نظام سیاستگذاری را نیز ایفا کنند. بهره‌گیری از این ظرفیت می‌تواند به طراحی سیاست‌های فرهنگی واقع‌بینانه‌تر، تقویت گفت‌وگوی اجتماعی و افزایش مشارکت اجتماعی در برنامه‌های فرهنگی کمک کند.

بازتعریف مأموریت راهنمایان گردشگری به‌عنوان کنشگران فرهنگی و ارتباطی، می‌تواند یکی از راهبردهای کم‌هزینه و در درعین‌حال اثربخش برای پاسخ به بخشی از نیازهای فرهنگی و اجتماعی کشور در دوره بحران باشد.

۳. جمع‌بندی و پیشنهادها

یافته‌های این گزارش در نهایت به دو مسئله کلان و هم‌زمان در کشور منتهی می‌شود که در نگاه نخست مستقل از یکدیگر بوده، اما در سطح سیاستگذاری می‌توان میان آنها یک نقطه اتصال مهم پیدا کرد. مسئله نخست، معیشت و تداوم فعالیت حرفه‌ای راهنمایان گردشگری است. کاهش مستمر تقاضای گردشگری و به‌تبع آن کم‌فعال شدن بخش قابل توجهی از نیروی انسانی این صنعت، مسئله‌ای بوده که از دوره همه‌گیری کرونا آغاز شده و در سال‌های پس از آن نیز تحت تأثیر تحریم‌ها و شرایط اقتصادی ادامه یافته است. در شرایط کنونی نیز ناامنی و محدودیت سفرهای بین‌المللی از یک‌سو و کاهش قدرت اقتصادی خانوارها و محدود شدن سفرهای داخلی از سوی‌دیگر، چشم‌انداز بازگشت سریع تقاضای داخلی و خارجی به سطح پیشین را دشوار کرده است. بخشی از این نیروی انسانی ممکن است برای مدت طولانی‌تری خارج از فعالیت حرفه‌ای باقی مانده و درنتیجه هم درآمد و اشتغال آنان آسیب ببیند و هم سرمایه‌ای که طی سال‌ها برای آموزش و کسب تجربه آنان صرف شده، بلااستفاده بماند.

ازآنجاکه راهنمایان گردشگری ظرفیت ارتباطات بین‌فردی، شناخت فرهنگ و تاریخ، تسلط بر زبان خارجی، تجربه گفت‌وگو با مخاطبان متفاوت و حضور در شبکه‌های اجتماعی و محیط‌های ارتباطی را دارند؛ با خروج آنها از چرخه فعالیت ظرفیت ارتباطی و فرهنگی فردی که می‌تواند با گروه‌های مختلف داخلی و خارجی تعامل کند نیز مغفول می‌ماند.

مسئله دوم، نیاز به تقویت ظرفیت روایتگری فرهنگی در کشور است. منظور از این مسئله، ایجاد ظرفیت حرفه‌ای برای روایت و تفسیر تاریخ، فرهنگ، میراث، سبک زندگی و جامعه ایران برای مخاطبان مختلف داخلی و خارجی است. تغییر محیط ارتباطی نسل نوجوان و جوان، افزایش نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، اهمیت تجربه‌های مستقیم و میدانی در آموزش میراث و نیز ضرورت ارتباط مؤثر با مخاطبان خارجی، همگی نشان می‌دهند که انتقال روایت‌های فرهنگی دیگر نمی‌تواند صرفاً به شیوه‌های سنتی و در چارچوب‌های رسمی آموزش یا تبلیغات محدود شود. یافته‌های این گزارش در بخش‌های مربوط به آموزش تجربه‌محور، تولید محتوای رقومی و ارتباط با گردشگران خارجی، هر یک از زاویه‌ای بر این نیاز تأکید دارند. راهنمایان گردشگری می‌توانند در نقطه اتصال این دو مسئله قرار گیرند.

یافته‌ها نشان داد که یکی از موانع به‌کارگیری این افراد در روایتگری فرهنگی، تعریف محدود و سنتی از حرفه راهنمایی گردشگری است. در آیین‌نامه سال ۱۳۹۴، نظام آموزش رسمی و حتی تصویر رایج این حرفه در صنعت گردشگری، راهنما عمدتاً به‌عنوان مجری و ارائه‌دهنده خدمات سفر شناخته می‌شود؛ درحالی‌که کارکردهایی مانند روایتگری فرهنگی، تفسیر میراث، گفت‌وگوی بین فرهنگی، تولید و انتقال محتوای معتبر و نقش‌آفرینی در معرفی تصویر ایران، در تعریف رسمی این حرفه جایگاه روشنی ندارد. ازاین‌رو، استفاده از ظرفیت راهنمایان برای پاسخ به نیازهای جدید کشور، مستلزم بازتعریف مأموریت حرفه‌ای آنان است. راهنما می‌تواند در کنار اجرای سفر، در صورت برخورداری از صلاحیت‌های لازم، به‌عنوان «راوی مقصد» و کنشگری فرهنگی نیز ایفای نقش کند.

چنان‌که در بخش روش‌شناسی گزارش نیز اشاره شده، داده مستقلی درباره میزان آمادگی راهنمایان برای ایفای این نقش‌های جدید در دسترس نیست. بنابراین، نمی‌توان آمادگی بالفعل این گروه برای پذیرش کامل چنین مأموریت‌هایی را مفروض گرفت؛ بلکه میزان آمادگی آنان باید از طریق آموزش‌های هدفمند، ارزیابی و احراز شایستگی‌های حرفه‌ای مشخص شود. این تمایز، ضمن پرهیز از تعمیم بیش از حد یافته‌ها، مبنای واقع‌بینانه‌تری برای طراحی سیاست‌های پیشنهادی فراهم می‌کند.

بر این اساس، مسئله سیاستی این گزارش ایجاد مسیری رسمی و انگیزشی برای تبدیل بخشی از ظرفیت‌های موجود راهنمایان به خدمات حرفه‌ای مکمل در حوزه‌های فرهنگ، آموزش و ارتباطات است. تحقق این هدف مستلزم بازتعریف مأموریت حرفه‌ای راهنمایان، تدوین استانداردهای متناسب با نقش‌های جدید، فراهم کردن فرصت‌های آموزشی و سازوکارهای ارزیابی و احراز صلاحیت و ایجاد زمینه‌های حقوقی و نهادی برای به‌کارگیری آنان است. چنین مسیری می‌تواند ازیک‌سو به تداوم فعالیت و بهره‌گیری مؤثرتر از سرمایه انسانی موجود کمک کرده و ازسوی‌دیگر، ظرفیت روایتگری فرهنگی ایران را به‌صورت تدریجی و مبتنی‌بر صلاحیت‌های احراز شده تقویت کند. بر همین مبنا، پیشنهادهای گزارش بر طراحی مسیر تبدیل ظرفیت‌های پایه راهنمایان گردشگری به صلاحیت‌ها و خدمات حرفه‌ای مکمل متمرکز است.

پیشنهادهای سیاستی با توجه به مسئله اصلی گزارش مبنی‌بر نبود مسیر مشخص برای استفاده از ظرفیت راهنمایان در فعالیت‌های مکمل فرهنگی، آموزشی و ارتباطی؛ پیشنهادهای این گزارش بر چهار اقدام مکمل استوار است: نخست، ایجاد جایگاه حقوقی و حرفه‌ای برای نقش روایتگری فرهنگی؛ دوم، تعریف نظام شایستگی، آموزش و ارزیابی؛ سوم، ایجاد تقاضای واقعی از طریق خرید خدمات فرهنگی، آموزشی و ارتباطی؛ و چهارم، طراحی سازوکارهای انگیزشی برای توسعه و تداوم فعالیت حرفه‌ای در این حوزه. این اقدام‌ها باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که ورود به مأموریت جدید، براساس صلاحیت‌های احراز شده صورت گیرد و در درعین‌حال، امکان بهره‌گیری تدریجی از ظرفیت‌های موجود راهنمایان را فراهم کند.

اقدام اول: اصلاح چارچوب حرفه‌ای و تعریف مسیر تخصصی «راهنمای گردشگری روایتگر فرهنگی»

بخشی از ظرفیت حرفه‌ای راهنمایان گردشگری به‌دلیل تعریف محدود مأموریت این حرفه امکان ورود رسمی و سازمان‌یافته به حوزه‌هایی مانند روایتگری فرهنگی، تفسیر میراث، تولید و انتقال محتوای معتبر و ارتباطات فرهنگی را ندارد، ضروری است جایگاه این فعالیت‌ها در چارچوب نهادی و قانونی مشخص شود.

در وضعیت موجود، ماده (۱) آیین‌نامه راهنمایان گردشگری مصوب هیئت وزیران مورخ ۱۳۹۴/۹/۱، انواع راهنمایان را در قالب راهنمای داخلی، بین‌المللی و تخصصی تعریف می‌کند. همچنین بند «ح» ماده (۲)، گذراندن دوره تخصصی راهنمایان گردشگری، موفقیت در آزمون و اخذ مدرک پایان دوره از مراجع ذی‌صلاح را در زمره شرایط عمومی احراز صلاحیت حرفه‌ای قرار می‌دهد. با وجود اصلاحات بعدی، ازجمله اصلاحات سال ۱۴۰۳، ساختار اصلی این حرفه همچنان بر انواع شناخته شده راهنمایی گردشگری استوار است.

ازاین‌رو، پیشنهاد می‌شود بند «الف» ماده (۱) آیین‌نامه راهنمایان گردشگری با هدف توسعه مأموریت حرفه‌ای و ایجاد مسیر تخصصی جدید، به شرح زیر اصلاح شود.

الف) راهنمایان گردشگری: اشخاصی هستند که با داشتن شرایط و صلاحیت‌های حرفه‌ای مقرر در این آیین‌نامه، به ارائه خدمات راهنمایی

و تفسیر مقصد به گردشگران و مسافران داخلی و خارجی در بازدید از اماکن و جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی، زیارتی، سلامت و سایر مقصدهای گردشگری می‌پردازند و حسب نوع صلاحیت حرفه‌ای، می‌توانند در حوزه‌هایی از قبیل تفسیر میراث، روایت فرهنگ و تمدن ایران اسلامی، طراحی تجربه‌های فرهنگی، تولید و انتقال محتوای معتبر و ارتباطات میان‌فرهنگی نیز فعالیت کنند که به چهار گروه زیر تقسیم می‌شوند.

۱ **راهنمای گردشگری داخلی:** کسی که با داشتن شرایط مقرر در این آیین‌نامه، راهنمایی گردشگران و مسافران ایرانی را در بازدید از اماکن، جاذبه‌ها و نقاط دیدنی کشور برعهده دارد.

۲ **راهنمای گردشگری بین‌المللی (ورودی و خروجی):** کسی که با داشتن شرایط مقرر در این آیین‌نامه، راهنمایی گردشگران ورودی به کشور و ایرانیان علاقه‌مند به بازدید از سایر کشورها را برعهده دارد و از دانش و مهارت لازم درباره میراث‌فرهنگی و طبیعی، آداب و رسوم و مقررات کشور و مقصد برخوردار است و اطلاعات لازم را به زبان قابل درک برای گردشگران ارائه می‌کند.

۳ **راهنمای گردشگری تخصصی:** راهنمایی که علاوه‌بر شرایط عمومی مقرر در این آیین‌نامه، در یکی از حوزه‌های تخصصی گردشگری دارای دانش و صلاحیت حرفه‌ای مورد تأیید مرجع ذی‌صلاح باشد.

۴ **راهنمای گردشگری روایتگر فرهنگی:** راهنمای گردشگری دارای صلاحیت حرفه‌ای تکمیلی در زمینه روایتگری و تفسیر فرهنگی که با گذراندن دوره تخصصی و احراز شرایط مقرر در این آیین‌نامه، توانایی ارائه روایت مستند و حرفه‌ای از تاریخ، فرهنگ، هنر، میراث فرهنگی و طبیعی، آداب و رسوم و تحولات اجتماعی و فرهنگی ایران را برای مخاطبان داخلی و خارجی، در قالب‌های حضوری، آموزشی و رسانه‌ای دارا باشد.

در ادامه، برای جلوگیری از ابهام در حدود این عنوان، پیشنهاد می‌شود اصطلاح «روایتگری فرهنگی» نیز در **ماده (۱)** آیین‌نامه تعریف شود.

ب) روایتگری فرهنگی: مجموعه فعالیت‌های حرفه‌ای مبتنی‌بر شناخت، تفسیر و انتقال مستند میراث‌فرهنگی و طبیعی، تاریخ، فرهنگ، هنر، آداب و رسوم و دستاوردهای ایران به مخاطبان داخلی و خارجی، با استفاده از شیوه‌های حضوری، آموزشی و رسانه‌ای.

با این اصلاح، «روایتگر فرهنگی» جایگزین یا رقیب سایر انواع راهنمایان نخواهد بود؛ بلکه یک مسیر تخصصی در نظام حرفه‌ای موجود ایجاد می‌کند. درنتیجه، راهنمای داخلی، بین‌المللی یا تخصصی می‌تواند در صورت احراز شرایط مربوط، صلاحیت «روایتگر فرهنگی» را نیز کسب کند. این طراحی از ایجاد یک ساختار موازی برای صدور مجوز جلوگیری کرده و امکان می‌دهد ظرفیت‌های موجود جامعه راهنمایان، بدون خروج از چارچوب حرفه‌ای گردشگری، به حوزه‌های فرهنگی و محتوایی نیز متصل شود.

اقدام دوم: تکمیل سرفصل‌های آموزشی و استقرار نظام احراز شایستگی راهنمایان گردشگری روایتگر فرهنگی

همان‌طور که در بخش بررسی شکاف‌های آموزشی گزارش نشان داده شد، نظام آموزش فعلی راهنمایان گردشگری بخش عمده‌ای از دانش و مهارت‌های پایه مورد نیاز برای اجرای تور، شناخت مقصد، انتقال اطلاعات تاریخی و فرهنگی و تعامل معمول با گردشگران را پوشش می‌دهد؛ اما در حوزه‌هایی مانند سواد رسانه‌ای، تولید محتوای رقومی، روایتگری ملی، ارتباطات میان‌فرهنگی، معرفی ایران در عرصه بین‌المللی و مدیریت روایت در شرایط بحران، سرفصل‌های آموزشی متناظر یا پیش‌بینی نشده‌اند یا پوشش کافی ندارند.

بر این اساس، پیشنهاد می‌شود وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی با استفاده از اختیارات و سازوکارهای قانونی خود در زمینه تأیید و نظارت بر آموزشگاه‌های گردشگری، چارچوب آموزشی و شایستگی‌های مورد نیاز برای احراز صلاحیت «راهنمای گردشگری روایتگر فرهنگی» را تدوین و به آموزشگاه‌های گردشگری دارای مجوز ابلاغ کند. این آموزشگاه‌ها باید سرفصل‌های مصوب را در قالب یک دوره تکمیلی تخصصی یا مسیر آموزشی مشخص به برنامه‌های خود اضافه کنند تا راهنمایان متقاضی این صلاحیت، علاوه‌بر برخورداری از شرایط عمومی حرفه راهنمایی گردشگری، آموزش‌های متناسب با فعالیت‌های جدید را نیز بگذرانند.

پیشنهاد می‌شود محتوای این دوره بر حوزه‌هایی متمرکز شود که در بررسی تطبیقی سرفصل‌های موجود، فاقد پوشش یا دارای پوشش ناکافی هستند. سرفصل‌های پیشنهادی عبارت‌اند از:

۱ **روایتگری فرهنگی و ملی:** تقویت توانایی روایت مستند و مخاطب‌محور تاریخ، فرهنگ، تمدن، میراث و تحولات اجتماعی ایران؛ تبیین هویت ملی در کنار بازنمایی تنوع فرهنگی؛ و تبدیل اطلاعات تاریخی و فرهنگی به روایت‌هایی منسجم، قابل فهم و متناسب با مخاطبان داخلی و خارجی.

۲ **سواد رسانه‌ای و تحلیل روایت‌ها:** آشنایی با شیوه شکل‌گیری و انتشار روایت‌ها در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، توانایی ارزیابی اعتبار منابع، تشخیص اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده و شناخت چارچوب‌های متفاوت بازنمایی ایران و فرهنگ ایرانی در محیط رسانه‌ای.

۳ **تولید محتوای رقومی و چندرسانه‌ای:** آموزش اصول نگارش برای رسانه‌های دیجیتال، روایت‌پردازی در قالب متن، تصویر، صوت و ویدئو، تولید محتوای کوتاه و چندزبانه، شناخت ویژگی‌های پلتفرم‌های انتشار محتوا و رعایت حقوق مالکیت فکری و اصول اخلاق حرفه‌ای در تولید و بازنشر محتوا.

۴ **ارتباطات میان‌فرهنگی و دیپلماسی عمومی:** تقویت توانایی برقراری ارتباط با مخاطبان دارای پیشینه‌های فرهنگی متفاوت، شناخت حساسیت‌های فرهنگی، پاسخ‌گویی مستند و متناسب به پرسش‌های مخاطبان خارجی و معرفی فرهنگ و جامعه ایران در تعاملات فرهنگی و ارتباطی بین‌المللی. آموزش این حوزه باید بر گفت‌وگوی حرفه‌ای و انتقال دقیق اطلاعات متمرکز باشد، نه صرفاً بر انتقال یک‌سویه پیام.

۵ **مدیریت تصویر ایران و مواجهه با روایت‌های نادرست:** آشنایی با اصول بازنمایی مسئولانه و مستند ایران، شیوه پاسخ‌گویی به برداشت‌های نادرست و اطلاعات تأیید نشده و چگونگی معرفی ابعاد تاریخی، فرهنگی و اجتماعی کشور در قالب‌های متناسب با مخاطب. در این بخش، موضوعاتی مانند ایران‌هراسی باید با رویکرد تحلیلی، مستند و مبتنی‌بر شواهد بررسی شوند.

۶ **مدیریت روایت در شرایط بحران:** آشنایی با اصول ارتباطات در شرایط بحران، ارزیابی اعتبار اطلاعات پیش از انتشار، تفکیک داده‌های تأیید شده از اطلاعات نامطمئن، رعایت ملاحظات اخلاقی و امنیتی و شناخت حدود مسئولیت حرفه‌ای راهنما در موقعیت‌های حساس. این آموزش باید از تبدیل راهنما به منبع انتشار اطلاعات تأیید نشده جلوگیری کند و بر دقت، مسئولیت‌پذیری و ارجاع به منابع معتبر تأکید داشته باشد.

۷ **طراحی تجربه‌های روایت‌محور و آموزش تجربه‌محور:** تکمیل آموزش‌های موجود در زمینه تفسیر میراث از طریق تمرین طراحی بازدیدهای موضوعی، فعالیت‌های مبتنی‌بر مشاهده و گفت‌وگو، روایت متناسب با گروه‌های سنی مختلف و پیوند دادن محتوای تاریخی و فرهنگی با تجربه زیسته مخاطب. این سرفصل به‌ویژه برای راهنمایانی اهمیت دارد که قصد فعالیت در برنامه‌های آموزشی و فرهنگی مدارس یا سایر محیط‌های یادگیری را دارند.

۸ **اخلاق حرفه‌ای و اعتبارسنجی محتوا:** آموزش روش‌های شناسایی و استفاده از منابع معتبر، ارجاع‌دهی، تفکیک واقعیت تاریخی از تفسیر و نظر، رعایت حقوق فرهنگی جوامع و گروه‌ها و پرهیز از تعمیم‌های نادرست یا بازنمایی کلیشه‌ای. به این سرفصل باید به‌صورت عرضی در سایر بخش‌های دوره نیز توجه شود.

برای اجرای این پیشنهاد، وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی باید ابتدا سرفصل‌های تکمیلی، اهداف یادگیری، حداقل ساعات آموزشی و شیوه ارزیابی هر درس را تدوین و پس از طی فرایندهای تأیید مربوط، به آموزشگاه‌های گردشگری دارای مجوز ابلاغ کند.

■ اقدام سوم: ایجاد بازار و تقاضای جدید برای خدمات روایتگری فرهنگی

ضروری است در کنار اصلاح چارچوب حرفه‌ای و طراحی نظام شایستگی، سازوکارهایی برای خرید خدمات روایتگری، آموزش تجربه‌محور و تولید محتوای فرهنگی ایجاد شود. دو مسیر مکمل برای تحقق این هدف پیشنهاد می‌شود:

- اجرای طرح «راویان ایران» با همکاری وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی و وزارت آموزش و پرورش

با توجه به اینکه سهم منابع غیررسمی و شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به مفاهیم تاریخی و فرهنگی افزایش یافته و همچنین به‌منظور بهره‌گیری از ظرفیت سرمایه انسانی راهنمایان گردشگری و تقویت یادگیری تاریخی و فرهنگی دانش‌آموزان، پیشنهاد می‌شود وزارت

میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی با همکاری وزارت آموزش و پرورش، در چارچوب ماده (۸۷) جدول ۲۰ قانون برنامه هفتم پیشرفت، طی تفاهم‌نامه‌ای برنامه «راویان ایران» را طراحی و اجرا کند. هدف این برنامه، تقویت هویت ملی، انسجام اجتماعی، آشنایی دانش‌آموزان با تاریخ و میراث‌فرهنگی ایران و فراهم کردن زمینه استفاده از ظرفیت حرفه‌ای راهنمایان گردشگری در دوره رکود فعالیت‌های گردشگری است. این برنامه می‌تواند در قالب بازدیدهای آموزشی، برنامه‌های فرهنگی و اردوهای دانش‌آموزی و سایر فعالیت‌های تجربه‌محور مدارس اجرا شود. «راهنمای روایتگر فرهنگی» پس از احراز صلاحیت حرفه‌ای توسط وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی در فهرست مجریان واجد شرایط قرار می‌گیرند. احراز صلاحیت اخلاقی و گزینش نهایی افراد برای حضور در برنامه‌های دانش‌آموزی باید مطابق ضوابط وزارت آموزش و پرورش و توسط سازوکارهای آن وزارتخانه انجام می‌شود.

معاونت پرورشی و فرهنگی وزارت آموزش و پرورش می‌تواند از ظرفیت این طرح در برنامه‌های فرهنگی و اردویی مدارس در بستر تعطیلی پنج‌شنبه‌ها استفاده کند. همچنین فهرست راهنمایان واجد صلاحیت می‌تواند از طریق انجمن‌های اولیا و مربیان در اختیار خانواده‌ها قرار گیرد تا در برنامه‌های بازدید و سفرهای فرهنگی و خانوادگی نیز از خدمات آنان استفاده شود.

در طراحی و اجرای این برنامه، راهنما به‌عنوان «تسهیلگر یادگیری تجربه‌محور» فعالیت می‌کند و برنامه‌ها بر مشاهده، پرسش و پاسخ، گفت‌وگو، روایتگری، مواجهه مستقیم با میراث و پیوند دادن موضوعات تاریخی و فرهنگی با تجربه زیسته دانش‌آموزان استوار باشد.

اجرای آزمایشی طرح می‌تواند ابتدا در تعدادی از استان‌ها و با مشارکت راهنمایان دارای گواهی صلاحیت تکمیلی آغاز و پس از ارزیابی نتایج، به سایر استان‌ها تعمیم داده شود.

- ایجاد سازوکار خرید خدمات روایتگری فرهنگی و تولید محتوای چندزبانه

با توجه به ظرفیت‌های پایه راهنمایان گردشگری در زمینه شناخت مقصد، دانش تاریخی و فرهنگی، مهارت‌های زبانی و تجربه تعامل با مخاطبان خارجی، پیشنهاد می‌شود امکان استفاده سازمان‌یافته از خدمات راهنمایان دارای صلاحیت تکمیلی در برنامه‌های فرهنگی و ارتباطی دستگاه‌های ذی‌ربط فراهم شود.

در این راستا، وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی می‌تواند با همکاری سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، سازوکاری برای شناسایی نیازهای محتوایی و ارتباطی، معرفی ارائه‌دهندگان واجد صلاحیت و خرید خدمات متناسب با این نیازها طراحی کند. فهرست راهنمایان واجد صلاحیت باید براساس حوزه تخصصی، مهارت زبانی، نوع گواهی حرفه‌ای و نمونه کارهای ارزیابی شده تنظیم شود و در اختیار دستگاه‌های متقاضی قرار گیرد.

خدمات قابل خرید می‌تواند، متناسب با نیاز دستگاه سفارش‌دهنده و صلاحیت احراز شده افراد، شامل تولید محتوای چندزبانه درباره تاریخ و فرهنگ ایران، تهیه روایت‌های تخصصی از مقصدهای فرهنگی و تاریخی، طراحی محتوای معرفی میراث، مشارکت در برنامه‌های فرهنگی و تولید محتوای مورد استفاده در فعالیت‌های ارتباطی بین‌المللی باشد.

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی می‌تواند براساس برنامه‌ها و نیازهای مصوب خود، سفارش‌های مشخصی را تعریف و خدمات مورد نیاز را از میان افراد واجد صلاحیت و براساس معیارهای شفاف انتخاب کند. در این فرایند، موضوع سفارش، قالب و زبان محتوا، استانداردهای اعتبارسنجی، زمان تحویل، حقوق بهره‌برداری از اثر، معیارهای ارزیابی و میزان حق‌الزحمه باید در قرارداد یا سفارش کار مشخص شود.

■ اقدام چهارم: ایجاد نظام انگیزشی و حمایت از توسعه روایتگری فرهنگی

در کنار ایجاد مسیر تخصصی، آموزش و فراهم کردن تقاضا، استمرار فعالیت راهنمایان در حوزه روایتگری فرهنگی به سازوکارهای انگیزشی و حمایت حرفه‌ای نیاز دارد. این سازوکارها باید ازیک‌سو به تولید و انتشار محتوای مستند و باکیفیت کمک کنند و ازسوی‌دیگر، انگیزه لازم برای ارتقای صلاحیت‌ها، کسب تجربه و استمرار فعالیت حرفه‌ای را فراهم آورند.

در این راستا، پیشنهاد می‌شود وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان فرهنگ

و ارتباطات اسلامی، سازوکار ملی تشویق و حمایت از روایتگری فرهنگی ایران را طراحی و اجرا کند.

یکی از اجزای این سازوکار می‌تواند ایجاد جایزه سالیانه روایتگری فرهنگی ایران باشد. این جایزه به آثار، فعالیت‌ها و ابتکارهای برتر در زمینه روایت مستند و خلاقانه تاریخ، فرهنگ، تمدن و میراث‌فرهنگی و طبیعی ایران، معرفی ظرفیت‌های فرهنگی و گردشگری کشور، تولید محتوای چندرسانه‌ای و چندزبانه و ارتباط فرهنگی با مخاطبان داخلی و خارجی اختصاص می‌یابد.

راهنمایان گردشگری واجد شرایط می‌توانند در کنار سایر فعالان حوزه روایتگری فرهنگی، مانند پژوهشگران، تولیدکنندگان محتوا و فعالان رسانه‌ای و فرهنگی، در این جایزه شرکت کنند. ارزیابی آثار باید براساس معیارهایی نظیر اعتبار و مستند بودن محتوا، کیفیت روایت، خلاقیت، رعایت اصول حرفه‌ای، تناسب با مخاطب و ظرفیت اثرگذاری بر شناخت مخاطبان از فرهنگ و میراث ایران انجام شود.

منابع و مآخذ

[1] Cohen, Erik. "The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role." Annals of tourism research 12, no. 1 (1985): 5-29.

[2] Yu, Zhicheng, Songshan Huang, Jiqing Deng, Wenling Zhou, and Zhiyong Li. "Tour guide research revisited: a thematic synthesis and future directions." Tourism Review 81, no. 1 (2026): 229-255. https://doi.org/10.1108/TR-06-2025-0635.

[3] World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA). 2025. "Definition: Tourist Guide vs Tour Guide." Accessed 2026. https://wftga.org/about/tourist-guide-vs-tour-guide/.

[4] World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA). 2025. "Qualification." Accessed 2026. https://wftga.org/about/education-of-tourist-guides-worldwide/.

[۵] هیئت وزیران جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۴). آیین‌نامه راهنمایان گردشگری، مصوب ۱۳۹۴/۹/۱، شماره ابلاغیه ۱۲۸۹۳۸/ت ۵۱۴۲۵هـ ابلاغی ۱۳۹۴/۱۰/۲، با اصلاحات و الحاقات بعدی. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

[6] Feldman, Jackie, and Jonathan Skinner. "Tour guides as cultural mediators." Ethnologia Europaea 48, no. 2 (2018): 5-13.

[7] Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2002). Intercultural communication and mediation: A framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides. Journal of Vacation Marketing, *8*(1), 75-87.

[8] Pereira, Alexandra Matos. "Tour guides and destination image: Evidence from Portugal." Journal of Tourism and Hospitality Management 3, no. 7-8 (2015): 129-150.

[9] Causevic, Senija, and Paul Lynch. "Phoenix tourism: Post-conflict tourism role." Annals of Tourism Research 38, no. 3 (2011): 780-800doi:10.1016/j.annals.2010.12.004.

[10] Pinto, H. (2018). Constructing historical thinking and inclusive identities: Analysis of heritage education activities. History Education Research Journal, 15 (2), 167-79. https://doi.org/10.18546/HERJ.15.2.13.

[11] Ababneh, A. (2018). Tour guides and heritage interpretation: guides' interpretation of the past at the archaeological site of Jarash, Jordan. Journal of Heritage Tourism, 13(3), 257-272. https://doi. rg/10.1080/1743873X..2017.1321003.

[12] Artar, M., İlhan, A. Ç., Okvuran, A., & Güneröz, C. (2026). Museums, youth, and inclusive learning: insights from the Young Culture Ambassadors Project. Cogent Education, 13(1), 2666703. https://doi.org/10.1080/2331186X.2026.2666703.

[13] Orsós, G. (2026). Tourism and national identity in multicultural cities: Romanian and Hungarian representations of Cluj-Napoca in guidebooks. Journal of the Bulgarian Geographical Society, 54, 27-42.

[14] https://www.tourismonline.co/news/106038.

[۱۵] فایل اکسل راهنمایان گردشگری دریافتی از معاونت نظارت و ارزیابی وزارت میراث‌فرهنگی گردشگری و صنایع‌دستی. دریافت شده در خرداد ۱۴۰۵.

[۱۶] شه‌بخش، غلامرضا و نگار غلامی (۱۴۰۵).«آموزش تاریخ و هویت ملی: تحلیلی از چرایی آموزش تاریخ در مدارس و دانشگاه‌ها»، جامعه‌شناسی تاریخی، ۱۷. e۲۸۸۷۲. doi: ۱۰,۴۸۳۱۱/jhs.۸۲۹۲۳,۱۱۸۱۹۷,۲۰۲۶.

[۱۷] فروغی، محمدحسین و مصطفی نجاران (۱۴۰۴). «بررسی رابطه میان میزان آشنایی دانش‌آموزان با میراث‌فرهنگی شهر اصفهان و دل‌بستگی آنها به هویت ملی»، پژوهش در آموزش تاریخ ۱۴۰۴/۱/۵: ۴۲-۶۱.doi: ۱۰,۴۸۳۱۰/rhe.۴۲۱۳,۲۰۲۵.

[۱۸] قانون برنامه پنجساله هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۷-۱۴۰۳) مصوب ۱۴۰۳/۰۳/۰۱، فصل ۱۹ - ارتقای نظام آموزشی.

[19] https://www.unesco.org/en/articles/137-billion-students-now-home-covid-19-school-closures-expand-ministers-scale-multimedia-approaches.

[20] Ren, Lianping, Cora Un In Wong, Caiwei Ma, and Yanping Feng. "Changing roles of tour guides: From "agent to serve" to "agent of change"." Tourist Studies 24, no. 1 (2024): 55-74. https://doi.org/10.1177/14687976231200909.

[۲۱] مصاحبه‌های میدانی انجام شده با راهنمایان گردشگری و فعالین این حوزه.

[22] https://rc.majlis.ir/fa/law/show/.949880.

عنوان: بازتعریف مأموریت راهنمایان گردشگری در دوران بحران

DOI: https://doi.org/10.22034/mrc.report.22011
Permanent Link: https://report.mrc.ir/article_12041.html
Publisher : Islamic Parliament Research Center of Iran



گزیده سیاستی

بازنگری در سرفصل های آموزشی و ایجاد فرصت برای ارائه خدمات در سایر دستگاه‌های مؤثر در روایت ایران، می‌تواند ظرفیت‌های راهنمایان گردشگری را به‌صورت بالقوه فعال کند و مسیر راهنمای گردشگری را به روایتگر فرهنگی ارتقا دهد.

مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۵۸۵۵-۱۵۸۷۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وب سایت: rc.majles.ir