

گردشگری رویدادمحور

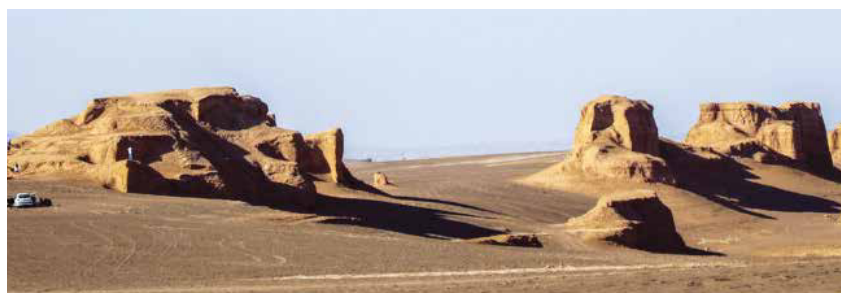
کلید توسعه گردشگری در استان کرمان



سابقه نشان داده جدا از استان‌های شمالی کشور، اصفهان و استان فارس و اخیراً استان یزد توانسته‌اند در مسیر گردشگری خصوصاً گردشگران خارجی قرار گیرند، اما متأسفانه کرمان به دلایل مختلف از جمله تبلیغات در حوزه گردشگری، کیفیت زیرساخت‌ها، عدم مدیریت یکپارچه و غیره نتوانسته خود را در مسیر گردشگری ملی معرفی کند.



یکی از چالش‌های اصلی صنعت گردشگری در استان کرمان، فقدان گردشگر است که سه دلیل عمده دارد: (۱) استان در منطقه‌ای قرار گرفته است که در حوزه جغرافیایی دارای گردشگر نبوده (۲) کاهش ورود گردشگران به کشور و (۳) نتوانسته‌ایم استان را به یکی از مقاصد انتخابی برای گردشگران داخلی تبدیل کنیم. استان کرمان با معضلات عدیده‌ای روبه‌رو شده است که پایداری برنامه‌های کلان توسعه در آن را با مشکل مواجه ساخته است؛ طرح‌های حوزه گردشگری نیز در تبعیت از این وضعیت از پایداری لازم برخوردار نیستند. باید برنامه‌های پایداری توسعه را منسجم و منطبق با شرایط بومی استان تدوین کنیم تا حوزه گردشگری نیز به‌طور کامل در این برنامه‌ها لحاظ شود. کیفیت در حوزه گردشگری بویژه در زمینه خدمات و زیرساخت‌ها با میزان گردشگر و قابلیت گردشگری پذیري یک منطقه ارتباط دارد. متأسفانه الگوی ارتباطی نسبت گردشگری پذیري با توسعه زیرساخت‌های گردشگری استان، به دلیل عدم توانایی ما در تطبیق زیرساخت‌ها با ظرفیت گردشگری پذیري منطقه موفق نشده است تا انگیزه لازم را برای سرمایه‌گذاران و فعالان توسعه زیرساختی فراهم کند. بر اساس تجربه‌های موفق جهانی، گردشگری رویدادی و رویداد محور می‌تواند به عنوان یکی از کلیدهای اصلی توسعه و رشد این صنعت در استان کرمان باشد که البته مستلزم برنامه‌ریزی دقیق و هدفمند و تمرکز بر محور گردشگری پذیري است. رویدادها نباید صرفاً برای گردشگران داخلی برگزار شوند، بلکه باید با رویکرد گردشگری پذیري و جذب بازدیدکنندگان خارجی نیز همراه باشد. از کرمان با ظرفیت‌های گوناگون تاریخی، طبیعی، علمی، پزشکی، کشاورزی و غیره به عنوان بهشت سرمایه‌گذاری یاد می‌شود، اما چرا سرمایه‌گذاری با کیفیت در آن انجام نمی‌شود و یا حتی در برخی موارد فرار سرمایه به سایر نقاط کشور و یا کشورهای همسایه دارد؟ پاسخ به این پرسش را باید در سه فاکتور امنیت سرمایه‌گذاری، سهولت سرمایه‌گذاری و کوتاه بودن مسیر برگشت سرمایه جستجو کرد که متأسفانه نتوانسته‌ایم شاخص‌های خوبی از خود به جای بگذاریم و بین فرصت‌های سرمایه‌گذاری استان و ارزش‌های آن در بین مدیران، برنامه ریزان و تصمیم گیران فاصله بسیار زیادی وجود دارد. ورود به دوره توسعه منطقه احتیاج به یک جراحی در سطح مدیریتی استان دارد. شرح کامل گفت‌وگو با دکتر مجتبی یزدان پناه، عضو هیئت علمی گروه هنر دانشگاه شهید باهنر کرمان را در ادامه مطالعه کنیم.



♦♦ چرا استان کرمان در صنعت گردشگری در جا می‌زند؟

موضوع گردشگری یک مسئله ملی و حتی می‌توان گفت بین‌المللی است و تغییر شاخص‌های آن در یک استان یا محدوده یک شهر، صرفاً وابسته به برنامه‌ریزی‌های داخلی، بومی و منطقه‌ای نیست؛ بنابراین من با این دیدگاه که استان کرمان در صنعت گردشگری درجا می‌زند، موافق نیستم؛ چون استان در طول سال‌های اخیر در صنعت گردشگری پیشرفت‌هایی داشته، اما متأسفانه بسیاری از این پیشرفت‌ها گنبد بوده و به نحو شایسته موردتوجه قرار نگرفته‌اند. بدیهی است که «گردشگر» رکن اساسی صنعت گردشگری محسوب می‌شود و هر جامعه‌ای که از حضور گردشگر بهره‌مند باشد، موفق خواهد بود. باین‌حال، یکی از چالش‌های اصلی صنعت گردشگری در استان کرمان، فقدان گردشگر است که این امر سه دلیل عمده دارد:

– **دلیل اول** اینکه ما در منطقه و مسیری قرار گرفته‌ایم که طبیعتاً این مسیر در حوزه جغرافیایی دارای گردشگر نبوده؛ اما لازم است از این به بعد بر اساس سیاست‌ها و برنامه‌ها برای تغییر این وضعیت در آینده اقدام شود. سابقه نشان داده جدا از استان‌های شمالی

کشور، اصفهان و استان فارس و اخیراً استان یزد توانسته‌اند در مسیر گردشگری خصوصاً گردشگران خارجی قرار گیرند، اما متأسفانه کرمان به دلایل مختلف از جمله تبلیغات در حوزه گردشگری، کیفیت زیرساخت‌ها، عدم مدیریت یکپارچه و غیره نتوانسته خود را در مسیر گردشگری ملی معرفی کند.

– **دلیل دوم**، کاهش ورود گردشگران در سطح کلان به کشور است. باید توجه داشت که یکی از پیشران‌های مهم توسعه صنعت گردشگری، به تعداد و حضور گردشگران خارجی (غیرملی) بستگی دارد. بررسی آمارها نشان می‌دهد که متأسفانه طی سال‌های اخیر، میزان ورود گردشگران خارجی به ایران به دلایلی مانند تحریم‌های بین‌المللی، تنش‌های منطقه‌ای و مسائل داخلی، به‌طور محسوسی کاهش یافته است.

– **دلیل سوم**، در حوزه داخلی نیز، شرایط اقتصادی همواره بر گردشگری بومی تأثیر زیادی داشته است. ما به دلایل مختلف – اعم از ضعف در زیرساخت‌ها و همچنین در حوزه پذیرش گردشگری – نتوانسته‌ایم استان کرمان را به یکی از مقاصد اصلی انتخابی برای گردشگران داخلی تبدیل کنیم. در نتیجه، گردشگران با در نظر گرفتن هزینه‌های خود، طبیعتاً مسیرهای گردشگری

موازی و جایگزینی را نسبت به کرمان انتخاب می‌کنند.

در مجموع، عوامل ذکر شده از دلایل اصلی هستند که مانع از تحقق رشد و پیشرفت مورد انتظار در حوزه گردشگری در سطح شهر و استان کرمان شده‌اند.

♦♦ کرمان چگونه می‌تواند به الگوی منطقه‌ای در گردشگری پایدار تبدیل شود؟

گردشگری پایدار، جزو لاینفک مفهوم توسعه پایدار محسوب می‌شود. متأسفانه، برنامه‌های توسعه‌ای تدوین‌شده برای استان کرمان، اعم از ملی و منطقه‌ای، گاهی رویکردی یک‌جانبه نگر داشته و توسعه را به‌صورت غده‌ای یا قارچ‌گونه پیگیری کرده‌اند. این نوع نگاه، سبب شده است که بخش گردشگری در فرایند توسعه مغفول مانده و دستیابی به پایداری در این حوزه میسر نشود.

از طرفی استان کرمان با معضلات عدیده‌ای از جمله تغییرات اقلیمی در طول سه یا چهار دهه اخیر، بحران آب، فرونشست زمین، مسئله مهاجرت و بویژه چالش‌های فاجعه‌بار زیست‌محیطی روبه‌رو شده است. مجموع این عوامل، پایداری برنامه‌های کلان توسعه در استان را با مشکل مواجه ساخته است. در نتیجه، طرح‌های حوزه گردشگری نیز از این وضعیت کلان تبعیت کرده و از پایداری لازم برخوردار نیستند.

به عقیده بنده، برای تحقق گردشگری پایدار در استان کرمان، ضروری است که در مرحله اول، به مسائل زیست‌محیطی، اقلیمی، بحران آب و الگوی توسعه صنعتی استان به شیوه‌ای صحیح و بنیادین توجه کرد. در واقع توسعه صنعتی که طی سال‌های اخیر در استان شکل گرفته، بدون در نظر گرفتن پیوسته‌های اقلیمی و زیست‌محیطی لازم بوده است. چنین رویکردی، ساختار اقتصاد استان کرمان را دگرگون ساخته و آن را با مشکلات زیادی مواجه کرده است؛ به‌طور مشخص، توسعه صنعت فولاد در سال‌های اخیر، بویژه در کم آب‌ترین مناطق استان کرمان، ساختار این مناطق را به کلی تغییر داده است.



بر اساس تجربه‌های جهانی موفق، گردشگری رویدادی و رویداد محور می‌تواند به عنوان یکی از کلیدهای اصلی توسعه و رشد این صنعت در استان کرمان باشد. البته، این امر مستلزم برنامه‌ریزی دقیق و هدفمند و تمرکز بر محور «گردشگرپذیری» است؛ به عبارت دیگر، رویدادها نباید صرفاً برای جذب گردشگران داخلی یا شهروندان بومی برگزار شوند، بلکه باید با رویکرد گردشگرپذیری و توسعه جذب بازدیدکنندگان خارجی همراه باشند.



بدیهی است که پیامدهای این تغییرات، به حوزه‌های دیگر از جمله آموزش، گردشگری، فرهنگ و کشاورزی نیز سرایت کرده و تأثیر منفی داشته است. در مجموع گردشگری پایدار، بخش مهمی از توسعه پایدار است و ما باید برنامه‌های پایداری توسعه را منسجم و منطبق با شرایط بومی استان تدوین کنیم تا حوزه گردشگری نیز به‌طور کامل در این برنامه‌ها لحاظ شود.

♦♦ از چگونگی انطباق اهمیت و عملکرد

مؤلفه‌های کیفیت در زیرساخت‌های

گردشگری استان کرمان چه ارزیابی دارید؟

کیفیت در حوزه گردشگری بویژه در زمینه خدمات و زیرساخت‌ها، رابطه مستقیمی با میزان گردشگر و قابلیت گردشگرپذیری یک منطقه دارد. البته این دو موضوع به هم وابسته هستند؛ به این معنا که نمی‌توان صرفاً زیرساخت‌ها را ایجاد کرد و سپس در انتظار ورود گردشگر ماند و همچنین نمی‌توان انتظار داشت که یک شهر گردشگرپذیر باشد، درحالی که فاقد زیرساخت‌های لازم است. متأسفانه، این الگوی ارتباطی (نسبت گردشگرپذیری یک شهر با توسعه زیرساخت‌های گردشگری) به دلیل عدم توانایی ما در تطبیق زیرساخت‌ها با ظرفیت‌های گردشگرپذیری منطقه، موفق نشده است تا انگیزه لازم را برای سرمایه‌گذاران و فعالان توسعه زیرساختی فراهم کند.

در سال‌های اخیر، در بخش مراکز اقامتی اعم از هتل‌ها، مهمان‌پذیرها و مراکز بوم‌گردی شاهد رشدی مطلوب بوده‌ایم. با این حال، زمانی که ظرفیت تکمیل‌شده این مراکز مورد بررسی قرار می‌گیرد، مشاهده می‌شود

که هیچ تناسبی میان حجم سرمایه‌گذاری انجام شده (ساخت هتل) با میزان ظرفیت تکمیلی (۵ تا ۱۵ درصد و در بهترین زمان و فصل گردشگری ۳۰ درصد) وجود ندارد. طبیعتاً، این عدم تناسب، نشانه‌ای بازدارنده برای سرمایه‌گذاران آتی خواهد بود و آن‌ها ترجیح می‌دهند که به این عرصه وارد نشده و سرمایه خود را به سمت حوزه‌های دیگری سوق دهند. در نتیجه این امر، کیفیت زیرساخت‌های گردشگری کاهش می‌یابد. هتلی که توانایی تأمین هزینه‌های جاری خود را ندارد، دیگر انگیزه‌ای برای بازسازی، توسعه کیفی و ایجاد تغییرات نیز نخواهد داشت. لذا بایستی به این موضوع توجه شود و برای اصلاح این وضعیت و رعایت اصول آن چاره‌اندیشی شود.

♦♦ ارزیابی شما از زنجیره ارزش گردشگری

استان کرمان و راه‌های تقویت آن چیست؟

زنجیره ارزش گردشگری به مجموعه اقداماتی گفته می‌شود که به‌صورت زنجیره‌وار در حوزه گردشگری به اجرا درمی‌آیند تا در نهایت، برای مشتریان این حوزه؛ یعنی گردشگران خلق ارزش نمایند. این موضوع، بسیار گسترده است و پاسخ‌دهی به آن و تبیین نحوه خلق زنجیره ارزش در حوزه گردشگری، نیازمند کار پژوهشی و تحقیقاتی است. آنچه مشخص است، مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و در نهایت نگاه حاکمیتی و حکمرانی به مبحث گردشگری است که می‌تواند این زنجیره را شکل دهد.

گردشگران، کانون اصلی زنجیره ارزش به شمار می‌روند؛ به عبارت دیگر، این گردشگران هستند که زنجیره ارزش را به نمایش می‌گذارند. پیرامون این کانون، مباحثی نظیر زیرساخت‌ها، حکمرانی و عناصر سازنده مطرح است که منجر به تشکیل این زنجیره ارزش می‌شوند.



در مجموع ماهیت «جزیره‌ای» و «سازمانی-ارگانی» غالب بر بسیاری از رویدادها، همراه با فقدان نگاه مشترک گردشگر محوری در آن‌ها، موجب شده است تا فرصت‌های مذکور از دست بروند و رویدادهایی برگزار شوند که در اساس، بدون در نظر گرفتن مبانی و پایه‌های گردشگری شکل گرفته‌اند. با این وجود، اعتقاد من بر این است که کلید توسعه گردشگری در استان، گردشگری رویدادمحور است.



استان کرمان در حوزه زنجیره ارزش با دو چالش مواجه است:

- اول اینکه این زنجیره تدوین نشده است؛ یعنی در واقع خود ما به‌روشنی نمی‌دانیم که محور اصلی ایجاد زنجیره و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن دقیقاً چه مواردی هستند، - دوم اینکه حکمرانی، فاقد اعتقاد و درک روشنی نسبت به مفهوم زنجیره ارزش است که بر اساس عوامل و مؤلفه‌های گوناگونی شکل می‌گیرد.

به همین دلیل، اقدامات و فعالیت‌هایی که در سطح استان و در حوزه گردشگری صورت می‌گیرد، از پایداری و ماندگاری کافی برخوردار نیستند.

کشورها برای ایجاد زنجیره ارزش، روش‌های متفاوتی را به کار می‌بندند. من بر این باورم که دست‌کم در فاز آزمایشی استان و شهر کرمان، مقوله «آموزش در سطوح مختلف» چه در حوزه شهروندی، چه در حوزه مدیریت و چه در میان فعالان گردشگری همراه با تبیین این امر که گردشگری چه منافع و مزایایی می‌تواند به همراه داشته باشد و تا چه میزان مثمرتر خواهد بود، به‌عنوان بنیادی‌ترین اقدامی تلقی می‌شود که می‌تواند برنامه‌های مربوط به ایجاد زنجیره ارزش را تسریع نماید.

♦♦ در زمینه ایجاد تجربه‌های به یادماندنی و کم‌نظیر برای گردشگران استان کرمان چه فرصت‌هایی وجود دارد و چه باید کرد؟

متأسفانه کرمان، هم در سطح استانی و هم در سطح شهری، از مرکز کشور فاصله گرفته و دورافتاده است و همچنین سه چالش مهم در حوزه گردشگری در استان وجود دارد:

- اول؛ زیرساخت‌های حمل‌ونقل، اعم از

شبکه ریلی و شبکه جاده‌ای در استان کرمان بسیار ضعیف هستند. علاوه بر این، شبکه هوایی نیز بسیار پرتردد و پرهزینه است، - دوم؛ صرفاً به دلیل غالب بودن شرایط اقلیمی گرم در بخش عمده‌ای از استان کرمان به مدت تقریبی پنج تا شش ماه از سال، موانع جدی برای حضور و جذب گردشگر ایجاد می‌شود، - سوم؛ وضعیت آب و محیط‌زیست استان است.

این در حالی است که استان کرمان، در مقابل چالش‌های مذکور، با دارا بودن بیشترین تعداد آثار ثبت جهانی در کشور، از یک حوزه غنی تاریخی و میراث فرهنگی بهره‌مند است. البته همین حوزه نیز در سال‌های اخیر مورد هجوم و تهدید جدی واقع شده است.

مجموع این عوامل، حاکی از آن است که گردشگران صرفاً به دلایل استفاده از طبیعت و آثار باستانی استان، تمایلی به سفر به این منطقه را ندارند و ترجیح می‌دهند استان‌های جایگزینی مانند اصفهان یا شیراز را انتخاب کنند. همین امر ما را ناگزیر به حرکت به سمت «گردشگری رویداد محور» می‌سازد.

در همین راستا بر اساس تجربه‌های جهانی موفق، گردشگری رویدادی و رویداد محور می‌تواند به‌عنوان یکی از کلیدهای اصلی توسعه و رشد این صنعت در استان کرمان باشد. البته، این امر مستلزم برنامه‌ریزی دقیق و هدفمند و تمرکز بر محور «گردشگری‌پذیری» است؛ به عبارت دیگر، رویدادها نباید صرفاً برای جذب گردشگران داخلی یا شهروندان بومی برگزار شوند، بلکه باید با رویکرد گردشگری‌پذیری و توسعه

جذب بازدیدکنندگان خارجی همراه باشند. تاکنون فرصت‌های مناسبی در این زمینه برای استان فراهم بوده که متأسفانه از دست رفته است؛ به‌عنوان مثال، جشنواره موسیقی نواحی، نمونه‌ای از رویدادهایی است که می‌توانست در طول سال‌های اخیر قابلیت گردشگری‌پذیری ایجاد کند، اما متأسفانه از این ظرفیت به نحو شایسته استفاده نشده است.

از جمله موارد موفق و قابل ذکر می‌توان به ماراتن کویر لوت اشاره کرد که سال‌های سال است توسط بخش خصوصی در کویر لوت کرمان برگزار می‌شود و اکنون به‌عنوان یکی از برندهای مطرح گردشگری در سطح ملی و بین‌المللی یاد می‌شود؛ اما همین ماراتن کویر در سطح اجرا و همراهی حکمرانی با آن با مشکلات عدیده‌ای روبه‌روست و هنوز نتوانسته در نگاه مدیران، یک رویداد سودآور و گردشگر پذیر تلقی شود.

در مجموع ماهیت «جزیره‌ای» و «سازمانی-ارگانی» غالب بر بسیاری از رویدادها، همراه با فقدان نگاه مشترک گردشگر محوری در آن‌ها، موجب شده است تا فرصت‌های مذکور از دست بروند و رویدادهایی برگزار شوند که در اساس، بدون در نظر گرفتن مبانی و پایه‌های گردشگری شکل گرفته‌اند. با این وجود، اعتقاد من بر این است که کلید توسعه گردشگری در استان، گردشگری رویداد محور است.

از سوی دیگر خیلی از رویدادهای برگزار شده با نگاه شهروند محور و بازدیدکننده بومی شکل می‌گیرند که به‌طور قطع نمی‌توان از آن‌ها رونق اقتصاد گردشگری را انتظار داشت.



♦♦ در تعیین معیارهای نوآوری، دسترسی و پایداری در گردشگری استان چه توضیحاتی ارائه می‌کنید؟

مدل‌های نوآوری موفق در سطح جهانی و ملی در حوزه گردشگری به اجرا درآمده‌اند. استارت‌آپ‌ها، پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر کمک شایانی به صنعت گردشگری نموده‌اند و در توسعه آن نقشی کلیدی داشته‌اند. خوشبختانه، دست‌کم در حوزه رسانه و رسانه‌های اجتماعی، اقدامات مثبتی در استان صورت گرفته است؛ به‌طوری‌که بخش خصوصی، افراد دلسوز و فعالان حوزه گردشگری وارد عمل شده و در این زمینه‌ها فعالیت کرده‌اند. بهره‌گیری از پتانسیل‌های موجود، منجر به نوآوری‌هایی در ارائه برنامه‌ها و رویدادها گردیده است. رویدادهایی نظیر «ماراتن کویر» و «ماراتن شب»، نمونه‌های بارزی هستند که بر اساس یک نگاه نوآورانه و خلاقانه اجرا شده و فرصتی برای تبدیل آن‌ها به یک «بسته گردشگری جهانی» فراهم است.

معتقدم که مجموعه‌ای از افراد و بخش خصوصی، اقدامات بسیار مؤثری در این حوزه به انجام رسانده‌اند. نکته حائز اهمیت این است که نظام حکمرانی و حاکمیت باید از ظرفیت این افراد و فعالان استفاده نماید، به آن‌ها بها دهد، بسترسازی کند و فرایندهای اداری را

تسهیل نماید. مصادیقی نظیر جشنواره‌های خوراک، رویدادهای ورزشی و ظرفیت‌های حوزه گردشگری سلامت، ازجمله برنامه‌های نوآورانه‌ای هستند که باید به‌منظور توسعه، مورد بهره‌برداری و برجسته‌سازی قرار گیرند. تقریباً در تمامی مصاحبه‌هایی که با فعالان این حوزه انجام داده‌ام، بر وجود یک مانع به نام «حاکمیت دولتی» تأکید داشته‌اند؛ حاکمیتی که درک صحیحی از این موضوع ندارد، همکاری نمی‌کند و حتی متأسفانه بودجه‌ها و اعتبارات را در مسیرهای غیرمرتبط با گردشگری هزینه می‌نماید. اگر این موارد نیز مورد بررسی کارشناسی قرار گیرد، حوزه‌های نوآورانه مذکور، رشد می‌نمایند و به توسعه گردشگری استان کمک خواهند کرد.

♦♦ در معرفی مزیت‌های قابل سرمایه‌گذاری در استان کرمان چه پیشنهادهایی ارائه می‌نمایید؟

کرمان با ظرفیت‌های گوناگون تاریخی، طبیعی، معدنی، علمی، پزشکی، کشاورزی و غیره به‌عنوان یکی از بهشت‌های سرمایه‌گذاری نام برده می‌شود؛ اما چرا سرمایه‌گذاری در آن باکیفیت صورت نمی‌پذیرد و یا حتی ما در برخی موارد فرار سرمایه‌های موجود در استان را به سایر نقاط کشور و یا کشورهای همسایه داریم؟ پاسخ به این پرسش بسیار ساده است؛ سرمایه‌گذار ترجیح می‌دهد در

محیطی امن بدون ایجاد مزاحمت و کارشکنی سرمایه‌گذاری کند و در نتیجه در کوتاه‌ترین زمان و با بالاترین بازده برگشت سرمایه داشته باشد؛ یعنی سه فاکتور امنیت سرمایه‌گذاری، سهولت سرمایه‌گذاری و کوتاه بودن مسیر برگشت سرمایه را در نظر می‌گیرد.

متأسفانه ما در هر سه فاکتور نتوانسته‌ایم شاخص‌های خوبی از خود به‌جا بگذاریم و طبیعتاً هر سرمایه‌گذاری ابتدا سابقه آنچه بر سر سایر سرمایه‌گذاران آمده را بررسی کرده و سپس تصمیم می‌گیرد. به عقیده من بین فرصت‌های سرمایه‌گذاری استان و ارزش‌های آن در بین مدیران، برنامه ریزان و تصمیم‌گیران فاصله بسیار زیادی وجود دارد. کیفیت ضعیف مدیریت، نظام پریپیچ و خم اداری، سیاسی بودن تصمیمات کلان استان، ایجاد رانتهای دولتی برای گروه‌های خاص نه برای همه سرمایه‌گذاران، جمعیت پایین استان به نسبت مساحت آن، کیفیت پایین منابع انسانی و ده‌ها مورد دیگر، همه و همه در سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری استان تأثیر داشته‌اند.

از نظر من ورود به دوره توسعه استان، احتیاج به یک جراحی در سطح مدیریتی استان دارد؛ نسلی متخصص فارغ از هرگونه نگاه طیفی و گروهی که البته به وقوع این مهم زیاد هم خوش‌بین نیستیم. ///