

- مناطق آزاد تجاری؛ توسعه گردشگری
- جستاری بر توانمندسازی توسعه گردشگری در مناطق آزاد گردشگری
- جایگاه معلولان در شهر الکترونیک و گردشگری الکترونیک
- ارزیابی جایگاه گردشگری در مفاهیم توسعه با تأکید بر توسعه روستایی
- فرود گردشگران ناخوانده بر پهنه‌ی بکر سیاحت
- مباحث انتخاب شهردار
- مبانی و الزامات آموزش حقوق شهروندی
- گردشگری: گفت‌وگوی فرهنگ‌ها

وزارت کشور



سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور
مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی

معرفی سامانه فروش الکترونیکی نشریات و کتب
مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی

<http://safta.imo.org.ir>

در راستای ارتقاء سطح دسترسی مخاطبان و تسهیل فرآیند خرید و اشتراک کتب و نشریات مرکز، مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی اقدام به راه‌اندازی سامانه فروش الکترونیکی و اشتراک به‌آدرس ذیل نموده است که از قابلیت‌های فروش‌های آنلاین، اشتراک و معرفی کتب بطور خلاصه و تازه‌های نشر برخوردار می‌باشد.

مخاطبان نشریات و کتب مرکز، اهالی دانشگاه و شهرداری‌ها می‌توانند با رجوع به سامانه فوق‌الذکر، از خدمات مربوطه برخوردار گردند.

آدرس درگاه فروش الکترونیکی مرکز (سافتا)

<http://safta.imo.org.ir>

<http://safta.imo.org.ir>



محور اصلی:

گردشگری شهری و مناطق آزاد تجاری

- طرح روی جلد: مربوط به محور اصلی
عکس پشت جلد: مسجد سلطان احمد - استانبول
۱. مطالب مندرج در ماهنامه لزوماً بیانگر دیدگاه‌های سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور نیست.
 ۲. ماهنامه در ویرایش و تلخیص مطالب آزاد است.
 ۳. مطالب ارسالی به هیچ وجه بازگردانده نخواهند شد.
 ۴. استفاده از مطالب و طرح‌های ماهنامه تنها با ذکر ماخذ مجاز است.
 ۵. مقالات باید با لوح فشرده در محیط (فارسی word) همراه باشد.

صاحب امتیاز: سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور
مدیر مسئول: مهندس حمیدرضا ارشادمنش، رئیس سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور
سرمدیر: مهندس غلامحسین تابش فر، قائم مقام سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور
زیر نظر: مهندس محمدرضا بهاروند، رئیس مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی
دبیر انتشارات: دکتر هادی محمودی نژاد
هیئت تحریریه و شورای سیاست‌گذاری:

- مجید عبدللهی، دکتر در جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری • علی اکبر اسدی، مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی و بودجه سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور • عباس جلالی، عبدالعزیز راد درویش، دکتر در علوم اقتصادی • جواد نیکنام، کارشناس ارشد شهرسازی و کارشناس مرکز مطالعات • محمد جوانمردی، دکتر در مهندسی صنایع • فرهنگ فقیه لاریجانی، دکتر در حقوق
- همکاران این شماره:

مهدی شهریاری، احسان ظاهری مهر، نیما متین فر، محمد طولابی، عباس جلالی، میثم حیدراولاد، سیده فاطمه عدنانی، حدیثه گرشاسبی مدیر اجرایی: زهره ترحمی
ویراستار ادبی: جمشید افقی
طراحی و صفحه آرایی: جمشید افقی
ویراستار انگلیسی: میثم حیدراولاد

ناشر: انتشارات مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی

نشانی: تهران، بلوار کشاورز، ابتدای خیابان نادری، پلاک ۱۷، مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی
کدپستی: ۱۴۱۶۶۳۳۶۶۱ | تلفن: ۴-۶۳۹۰۲۰۵۳ | نمابر: ۸۹۷۷۹۱۲

ISSN: 16067495

<http://www.imo.org.ir>

E.mail: shahrdariha91@yahoo.com

درگاه فروش الکترونیکی ماهنامه:

<http://safta.imo.org.ir>

یادداشت ۲

پیشگفتار ۳

گزارش اصلی

مناطق آزاد تجاری؛ توسعه گردشگری / زهره ترحمی - محمد طولابی ۴

اندیشه و پژوهش

سیاست‌های زمین شهری در تجارب ایران و جهان / مریم لطفی ۱۳

جستاری بر توانمندسازی توسعه گردشگری در مناطق آزاد گردشگری / مریم اسماعیلیان ۱۹

جایگاه معلولان در شهر الکترونیک و گردشگری الکترونیک / شکوفه بهاروند ۲۳

تأثیر گذاری عناصر صوتی و تصویری در پویا سازی پیاده راه‌های شهری / سولماز شعاعی - حسین سلطان‌زاده ۳۰

ارزیابی جایگاه گردشگری در مفاهیم توسعه با تأکید بر توسعه روستایی / شهاب ایلکا، شاهین ایلکا ۳۶

گفتگو

مصاحبه با دکتر هادی محمودی نژاد ۴۳

مشاوره حقوقی

مباحث انتخاب شهردار / حسین نجفی ۴۷

رویه اداری شهرداری‌ها؛ تعیین حدود اقدام عمرانی و ساختمانی / فرهنگ فقیه لاریجانی ۴۹

شهرداری‌ها به روایت اسناد

فرود گردشگران ناخوانده بر پهنه‌ی بکر سیاحت / عباس جلالی ۵۱

از نگاه شهردار

گفتگو با شهردار بلده / احسان ظاهری مهر ۵۵

تجربیات جهانی

نگاهی به تجارب مدیریتی شهردار نیویورک / رضا قهقایی ۵۶

گردشگری جهانی / فرشید قاسملو ۶۳

شهرها و شهرداری‌های جهان

ممنوعیت ساخت بناهای دولتی در چین / کاهش شمار گردشگران در فرانسه به دلیل بحران اقتصادی / نیما متین فر ۷۸

طرح و شهر

گردشگری شهری (سلامت) در منطقه آزاد تجاری ارس / سودابه کیخا ۸۰

آموزش

ارزیابی نقش دهیاری‌ها بر توسعه گردشگری روستاهای شهرستان بجنورد / مونا افراسیابی ۸۴

مبانی و الزامات آموزش حقوق شهروندی / رسول یگانه ۹۱

گردشگری سلامت به مثابه صنعتی فراگیر در مناطق آزاد گردشگری / سودابه کیخا و رزا زادگان اشفرد ۹۵

رهاورد سفر

سفرنامه روسیه - قسمت دوم / علی اصغر ذاکر هرنندی ۱۰۰

دیدگاه

گردشگری؛ گفت‌وگوی فرهنگ‌ها / مریم قاسمی ۱۰۳

اخبار سازمان

امضای تفاهم نامه همکاری مشترک سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور و سازمان امداد و نجات کشور / حدیثه گرشاسبی ۱۰۹

یک شهر یک نگاه

قم / مشهد / کیش / ... محمد طولابی ۱۱۱

اخبار کوتاه

برپایی تورهای تهرانگردی خانه پیرنیا و ... / حدیثه گرشاسبی ۱۱۲

واژگان شهری

گردشگری شهری / ۱۱۴

گزارش خبری

دهمین سمپوزیوم CTIF / بابک نوراللهی - آرش سرایی ۱۱۵

تازه‌های نشر

فضا، شهر و نظریه‌ها / فاطمه عدنانی ۱۱۸



■ حمیدرضا ارشادمثنش

پادداشت

مقوله گردشگری شهری از موضوعات قابل تأمل در حوزه اقتصاد شهری است که نقش اساسی در افزایش درآمد ملی و بهبود منابع اقتصادی یک شهر دارد؛ به طوری که باعث افزایش کارآفرینی، درآمد، اشتغال و بهبود پایدار معیشت شهروندان می شود. صنعت گردشگری در دوران حاضر که بیشتر کشورهای جهان به ایجاد و گسترش آن تمایل دارند و سهمی قابل توجه از تولید ناخالص ملی و اقتصاد هر کشور را به خود اختصاص داده است، بسیار مهم جلوه می کند.

علاوه بر این، نحوه برهم کنش مناطق آزاد تجاری شهری و صنعت گردشگری از موضوعات قابل تأملی است که توجه ویژه به نحوه تعامل آن را با موضوعات وابسته و پیوسته می طلبد و بر همین اساس، این شماره ماهنامه شهرداریها به صنعت گردشگری شهری و مناطق آزاد تجاری اختصاص یافته است.

در پایان، امید است که در راستای رسالت نشریات سازمان، شماره پیش روی نشریه شهرداریها بتواند در گسترش مفاهیم علمی و ارتقا سطح اطلاعات و آشنایی کارکنان شهرداریها با این صنعت، مفید واقع شود. ■



■ محمدرضا بهاروند

با ورود جامعه جهانی به سده بیست و یک و تحقق دهکده جهانی، همچنین سرعت خیره‌کننده پیشرفت ارتباطات الکترونیکی، صنعت گردشگری به‌عنوان سیستمی که از دو عنصر اصلی برخوردار است، پا به عرصه وجود نهاد که یکی از آنها، عنصر ایجادکننده تقاضا یا بازار برای گردشگری و دیگری، عنصر هدف (مقصودی که برای افراد جذاب باشد) است. این دو عنصر به وسیله سفر و فرآیند گردشگری با هم مرتبط می‌شوند. از طرفی، به گواهی سازمان گردشگری جهانی (UNWTO)، گردشگری بین‌المللی با رشدی سالانه به کار خود ادامه می‌دهد و مسافرت‌های خارجی، اندکی بیش از سفرهای داخلی هستند و با رونق تجارت الکترونیکی در اینترنت، محصولات گردشگری از جمله پرمعامله‌ترین اقلام مورد تجارت قلمداد شده‌اند. از آنجا که صنعت گردشگری، اشتغال و سودآوری را به همراه دارد و آثار مثبت اقتصادی فراگیری را به ارمغان می‌آورد، مدیریت شهری نباید از پتانسیل‌های آن در پیشرفت شهری غافل باشد؛ زیرا با شدت گرفتن گردشگری شهری و توجه به اینکه گردشگری داخلی یا خارجی، هر دو از اجزای مهم اقتصاد شهرها هستند و درآمدهای عوارضی به‌عنوان منبع درآمد شهرها، اهمیت خود را به‌طور نسبی از دست می‌دهند و در مقابل بخش خدمات در اقتصاد شهری، اهمیت بیشتری می‌یابند؛ لذا دلایل گوناگون جذب گردشگران را می‌توان میراث تاریخی، پارک‌های تفریحی، آب و هوا، نزدیکی به محل مراکز تفریحی مانند چشمه‌های طبیعی در شهرها به شمار آورد.

از منافع گردشگری در شهرها می‌توان به مواردی از جمله ایجاد فرصت اشتغال برای ساکنان شهر، فرصت‌های تازه کارآفرینی، افزایش درآمدهای صاحبان کسب و کار در شهر و سرزندگی شهر به واسطه رفت و آمد گردشگران اشاره کرد. در همین راستا، ایجاد و توسعه فضاهای شهری مناسب، بازسازی فضاهای متروکه به قصد زنده کردن جنبه‌های کهن جامعه، از جمله اقداماتی برای توسعه گردشگری است؛ بدین منظور، بسیاری از شهرها می‌توانند از این ویژگی‌ها و امکانات خاص خود سود ببرند و از مزایای جلب و نگهداشت گردشگر شهری بهره بگیرند. ■

مناطق آزاد تجاری؛ توسعه گردشگری



تهیه و تنظیم: زهره ترحمی و محمد طولابی

قلمرو پژوهشی توضیح دهید؟

محمودی نژاد: گردشگری و مناطق آزاد تجاری ممکن است برای بحث و بررسی، با یکدیگر ارتباط چندانی نداشته باشند، ولی هدف ما این است که در واقع مقوله گردشگری شهری را با تأکید بر حوزه مناطق آزاد تجاری بررسی کنیم. هم‌اکنون تأکید بر دو محور گردشگری شهری در ایران و مناطق آزاد تجاری و بخشی از گردشگری با عنوان گردشگری تجاری است. اگر قرار باشد در مورد هر پدیده‌ای بحث کنیم، ابتدا یک حوزه و قلمرو برایش تعیین می‌کنیم. حال این حوزه می‌تواند در محتوا و ماهیت آن موضوع یا روش‌شناسی آن باشد که با روش‌ها و فرآیندهای برنامه‌ریزی آن نیز مرتبط خواهد بود. فکر می‌کنم که باید درباره پیشینه و ریشه‌های شکل‌گیری گردشگری شهری و مناطق آزاد تجاری، روش‌شناسی و فرآیند برنامه‌ریزی گردشگری، شناخت مشکلات و معضلاتی که در حوزه برنامه‌ریزی وجود دارند و همچنین راهکارها و برنامه‌های اجرایی که منجر به بهبود گردشگری در ایران می‌شوند، گفت‌وگو کنیم.

رهنمایی: من بیش از چهل سال است که در این مقوله به تلاش فکری، نوشتاری و مطالعاتی می‌پردازم. واقعیت این است که شهر از منظر گردشگری ماهیتی دوگانه دارد؛ بدین معنا که شهرها هم مقصد گردشگری و هم مبدأ گردشگر فرستند. در جوامعی مثل ایران، تفاوت رفتاری در زمینه گردشگری میان شهرنشینان و روستانشینان بسیار زیاد است و دلایل فراوانی هم دارد.

از آنجا که در موضوعات کارشناسی همواره اختلاف نظر وجود دارد و این اختلاف دیدگاه‌ها می‌تواند منجر به شکل‌گیری راهکارهای عملیاتی و اجرایی گردد، لذا این شماره از ماهنامه میزگردی تخصصی را پیرامون موضوع گردشگری شهری و مناطق آزاد تجاری برگزار کرده و به آسیب‌شناسی و مشکلات مناطق آزاد تجاری کشور و گردشگری در این مناطق پرداخته است که نظر علاقه‌مندان را به آن جلب می‌کنیم:

حاضران در جلسه:

دکتر محمد تقی رهنمایی، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران
مهندس فواد شکوری، معاون دفتر سرمایه‌گذاری مناطق آزاد
دکتر هادی محمودی نژاد، دبیر انتشارات مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی
مهندس محمدمهدی متوسلی، معاون پژوهشی مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی
مهندس مهدیزاده، کارشناس دفتر عمران و توسعه شهری سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور
مهندس زهره ترحمی، کارشناس پژوهش مرکز مطالعات میثم حیدراولاد، کارشناس مرکز مطالعات
تهیه و تنظیم: لطفاً در مورد گردشگری شهری و حوزه

روستائشینان کشاورزند و کشاورزان به تقویم طبیعت وابسته‌اند. فصل کاشت، داشت و برداشت را نمی‌توان تغییر داد، اما شهرنشینان بیشتر مشاغل خدماتی و صنعتی دارند که به طبیعت وابسته نیست، بلکه وابستگی آنان به نظام مرخصی محل فعالیتشان و تقویم آموزشی مدرسه فرزندانشان است؛ به همین دلیل، اغلب سفرهای گردشگری آنان به فصل تابستان و تعطیلات نوروزی منحصر می‌شود.

اکنون اگر به شهر از دو منظر «مقصد گردشگر» و مبدأ «گردشگرپرست» نگاه کنیم، در حوزه مدیریت شهری، دو وظیفه برای ما مشخص می‌شود که وظیفه اول، آماده‌سازی بستر شهر در چارچوب طرح‌های هادی، تفصیلی، ساماندهی بافت قدیم و دستورالعمل‌های وزارت مسکن و شهرسازی است که باید سرفصلی با عنوان برنامه‌ریزی شهری، یعنی ساخت و سازهای فیزیکی مناسب با سلیقه‌های گردشگری در آنها بگنجانیم که متأسفانه هم‌اکنون در نظام برنامه‌ریزی شهری ما وجود ندارد. در شرح خدمات تیپ، طرح‌های جامع و تفصیلی دشواری وجود دارند، ولی عاری از مقوله گردشگری هستند؛ کما اینکه قبلاً به این موضوع از دیدگاه محیط‌زیستی توجه نشده و به هیچ وجه، به مطالعات جغرافیایی و محیطی برای کشف بسترهای گردشگری پرداخته نشده بود. طرح‌های جامع همواره در دو صفحه خلاصه می‌شدند و در آنها فقط اقلیم، فاصله مناطق از مکان‌های مختلف و موقعیت مکان‌های مورد نظر از جهت کوهستانی و دشتی بودن و... بررسی می‌شد.

برخی مدیران شهری از نظر پژوهشی، به تفکر برنامه‌ریزی شهری عنایت چندانی ندارند؛ مثلاً وزارت مسکن و شهرسازی، اصول و چارچوب‌های برنامه‌ریزی شهری را با دیدگاه فیزیکی و کالبدی تدوین می‌کند و در آن انسان محوری کمرنگ‌تر است. خالی از لطف نیست بدانیم که از دهه ۱۹۷۰ به بعد، دیدگاه‌ها نسبت به شهر عوض شدند؛ یعنی تا آن زمان، شهرها را برای رفت و آمد طراحی می‌کردند، اما بعدها متوجه شدند که اتومبیل‌ها مظهر اصلی شهرها نیستند، بلکه ابزارند و به همین دلیل باید شهر را به‌گونه‌ای مهندسی کنند که انسان در آن احساس امنیت، آرامش و آسایش داشته و عاری از دغدغه حرکت باشد. تحت تأثیر همین دیدگاه بود که زون‌های پیاده نیز وارد برنامه‌ریزی شهری شدند. از زون پیاده در ادبیات برنامه‌ریزی شهری دو مفهوم وجود دارد که یکی «پیاده‌راه» و دیگری «پیاده‌رو» است. معمولاً پیاده‌راه‌ها در شهر اندکند (که وارد تعاریف فنی آن نمی‌شوم)، ولی اصولاً به جایی که اتومبیل، دوچرخه و موتورسیکلت نمی‌توانند وارد شوند، پیاده‌راه می‌گویند. در این محدوده‌ها، موتور، دوچرخه و وسایل نقلیه باربری حداکثر تا ساعت ۱۰ صبح اجازه تردد و حمل

مواد و کالاهای مورد نیاز کسبه را دارند. این زون‌های پیاده الزامات معماری، شهرسازی و مبلمان شهری نیز دارند. منظر شهری آنها همان مکان‌هایی است که هم زون تجاری‌اند و هم زون تاریخی و فرهنگی؛ محل‌هایی که اوقات فراغت مردم در آنجا می‌گذرد و زندگی شبانه وجود دارد.

متوسلی: به طور کلی، فعالیت‌های گردشگری در سطوح مختلف مکانی - فضایی صورت می‌پذیرد که هم از نظر کارکردی و هم از دید مدیریت و برنامه‌ریزی و بهره‌برداری با یکدیگر ارتباط دارند. مقیاس‌های برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، طیف وسیعی از طرح‌های کلان ملی تا طرح‌ها و پروژه‌های خاص اجرایی را در بر می‌گیرد. در اغلب کشورها، طرح‌های ملی و منطقه‌ای، اهداف و سیاست‌های کلان توسعه گردشگری را برای یک دوره زمانی تعیین می‌کنند و در چارچوب این برنامه‌های کلان، انواع طرح‌ها و برنامه‌های دیگر در مقیاس‌های پایین‌تر و کوچک‌تر تهیه و اجرا می‌شوند. از این رو می‌توان برنامه‌ریزی گردشگری را به چهار سطح ملی، منطقه‌ای، محلی و پروژه تقسیم‌بندی کرد. سطح ملی به سیاست‌های کلان و سطح پروژه به ارزیابی مالی می‌پردازد و سازمان سرمایه‌گذاری، تأمین زمین، برنامه‌ریزی و ساخت را شامل می‌شود. چنانچه دستگاه‌ها و سازمان‌های ذریبط و بخش خصوصی در این سلسله مراتب، وظایف خود را به خوبی انجام دهند، می‌توان انتظار داشت که گردشگری به نحو مناسب گسترش بیابد و باعث توسعه پایدار مناطق و شهرهای کشور شود.

تهیه: جایگاه وزارت کشور و سایر سازمان‌های دخیل در برنامه‌ریزی گردشگری چیست؟

رهنمای: در برنامه‌ریزی‌های شهری وزارت مسکن و شهرسازی و همچنین در طرح‌های هادی وزارت کشور، در زمینه گردشگری شهری، خلأ دیدگاهی و روش‌شناسی وجود دارد؛ مثلاً از منظر این طرح‌ها، باید یک خیابان را تعریض، آسفالت یا جدول‌بندی یا یک کمربندی احداث یا تقاطع‌ها را در شهرهای بزرگ غیرهمسطح کنیم و... و در نهایت، علائم راهنمایی بگذاریم تا خودروها راحت‌تر حرکت کنند، ولی ایجاد تسهیلات برای مادری که می‌خواهد نیم ساعت نوزاد خود را با کالسکه در سطح شهر بگرداند، در برنامه‌ریزی‌هایمان جایگاه ندارد؛ مثلاً ضلع جنوبی بلوار میرداماد، قبل از میدان مادر، پیاده‌روها از سه یا چهار ناحیه بریدگی دارند؛ به طوری که ورودی پارکینگ ساختمان‌ها از سطح صفر خیابان، حدود یک متر پایین‌تر است و شیب‌راه را از داخل خیابان شروع کرده‌اند. عجیب آنکه عرض پیاده‌روها فوق‌العاده باریک، ولی سواره‌روها

تا حد کفایت عریضند. به نظر من، پژوهش گردشگری شهری در همین پله اول نردبان درجا زده است که بخشی از این نقیصه به قوانین و مقررات و بخشی دیگر به دیدگاه‌ها و شیوه مدیریت برمی‌گردد. باید دریابیم که نگاهمان به شهرها چگونه است؟ چرا شهر به وجود می‌آید؟ در کشور ما هر ۹ روز یک شهر به وجود می‌آید و وزارت کشور برایش شهرداری و محدوده تعیین می‌کند. آمارها نشان می‌دهند که در سال ۱۳۷۵، به تعداد ۶۱۴ نقطه شهری وجود داشته و در سال ۱۳۸۵ (۱۰ سال بعد)، تعداد شهرها به ۱۰۱۸ نقطه رسیده است؛ یعنی طی ده سال، ۴۰۴ نقطه شهری به وجود آمده و ۴۰۴ روستا به شهر تبدیل شده‌اند. اگر ۴۰۴ را تقسیم بر ۱۰ سال کنید، سالانه ۴۰ شهر ایجاد شده و چنانچه ۳۶۵ روز را تقسیم بر ۴۰ کنید، به عدد ۹ می‌رسید که معادل ایجاد هر ۹ روز یک شهر می‌شود که در دنیا منحصر به فرد است؛ با اینکه شهر مورد نظر با تعریف ما از واژه شهر مغایرت دارد! شهر در ادبیات تخصصی تعریفی خاص دارد. شهر جایی است که انسان در آن به بالندگی می‌رسد. اگر به واژه‌شناسی این کلمه رجوع کنید، شهر معادل تمدن [Civilization] است. تمدن از واژه شهر گرفته شده است. تمدن در جایی به وجود می‌آید که به آن اصطلاحاً شهر می‌گویند، ولی شهرهای کوچک که با دو یا سه هزار نفر جمعیت در مسیر راه‌ها به وجود آمده‌اند، شهر نیستند. خروجی برنامه‌ریزی شهری ما یک بلوار است که وسط آن بلوک‌های سیمانی سیاه و سفید گذاشته‌اند و گاهی این ورودی یا خروجی به یک میدان یا میدانچه منتهی می‌شود. بعد می‌بینید دام‌ها وسط میدان مشغول چرا هستند، این منظره را همه دیده‌ایم. یعنی منظر شهری ما طراحی و ساخته می‌شود و بعد رها می‌شود. تعویض روغنی‌ها، حلبی‌سازها، تعمیرگاه‌ها و تمامی مشاغل آلاینده در ورودی و خروجی شهرها قرار دارند؛ پس مفهوم شهر چیست؟ شاید از کل ۱۳۰۰ نقطه شهری بتوان ۵۰ شهر را انتخاب کرد که ارزش گردشگری داشته باشند که باید روی این تعداد شهر بیشتر تمرکز کنید.

برای تحقق هدف گردشگری شهری باید زمینه و مردم شهر را آماده گردشگری‌پذیری کنیم. علاوه بر آن، جامعه از جنبه فرهنگی به آموزش نیاز دارد. شهرنشین ما در شهر خود بیگانه است؛ چون به آنجا مهاجرت کرده و

قسمت تنها جایی است که برای گردشگری ارزش‌اندیشیدن و سرمایه‌گذاری دارد.
گردشگری فراغت، ورزشی و تفریحی
باید از گردشگری تجاری
و صنعتی مجزا شود

اصلاً به آن تعلق خاطر ندارد. فرهنگ شهرنشین به موازات فیزیک و کالبد شهرنشین به وجود نیامده است. تا حالا به این موضوع فکر کرده‌اید که چرا مثلاً در اروپا و آمریکا، شهردار بالاترین مقام یک شهر است؟ در این کشورها ادارات دخیل در مدیریت شهری، زیر نظر شهردار قرار دارند. وقتی رئیس آموزش و پرورش می‌خواهد مدرسه بسازد، باید با شهردار هماهنگ باشد. پلیس و اداره راهنمایی و رانندگی، ثبت اسناد، ثبت احوال و ... همه زیر نظر شهرداران فعالیت می‌کنند، اما در کشور ما شهردار در سلسله مراتب مدیران از جایگاهی پایین برخوردار است.

متوسلی: از موانع اصلی در راه توسعه گردشگری شهری کشور، ناهماهنگی مدیریت و برنامه‌ریزی در این حوزه است؛ به نحوی که بین طرح‌ها و برنامه‌های توسعه شهری با موضوع توسعه گردشگری گسستگی وجود دارد و در آن طرح‌ها به نحو مطلوبی به این موضوع توجه نمی‌شود. همچنین در مرحله اجرا نیز بین سطوح مختلف، هماهنگی و همکاری وجود ندارد و حتی در برخی موارد با تعارض و تداخل روبه‌رو می‌شود.

با عنایت به موضوع این میزگرد، لازم می‌دانم که تعریفی از این مقوله و نهادهای مؤثر بر رشد و پویای آن ارائه دهم. گردشگری شهری در واقع، فعالیتی پیچیده و متنوع است که در فضاهای مختلف درون شهری، حاشیه شهری و برون شهری به وقوع می‌پیوندد. این رده‌بندی از یک طرف، نحوه استقرار و پراکنش منابع تفریحی را نشان می‌دهد و از دیگر سو، نیازهای مختلف شهروندان و چگونگی تأمین آنها را از جهات گوناگون معلوم و مشخص می‌سازد. از این‌رو به نظر می‌رسد که نقش وزارت کشور، استانداری‌ها، فرمانداری‌ها و مدیریت‌های شهری (شهرداری‌ها و شوراهای) در کنار سایر دستگاه‌های متولی مانند سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و وزارت راه و شهرسازی در این زمینه بسیار پررنگ باشد؛ هرچند براساس تقسیم‌بندی پیش گفته، بعضی از آنها در سطوح ملی وظیفه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کلان دارند و بعضی مانند شهرداری‌ها و شوراهای در سطح شهر براساس اسناد فرادست و طرح‌های جامع و تفصیلی و طرح‌های موضوعی و موضعی، نسبت به اجرای آن اقدام می‌کنند؛ بنابراین هر چه به موضوع گردشگری خصوصاً درباره شهرهایی که از جاذبه‌های میراث فرهنگی، طبیعی و زیارتی برخوردارند (چه در طرح‌ها و برنامه‌ها و چه در اجرا) بیشتر توجه شود، به ارتقا و توسعه گردشگری شهری و مناطق و شهرهای هدف کمک بیشتری خواهد شد.

باتوجه به وظایف و نقش شهرداری در اداره شهرها، می‌توان دریافت که شهرداری‌ها به عنوان مسئول اصلی امور شهر، در تأمین زیرساخت‌های توسعه گردشگری

**در برنامه‌ریزی شهری وزارت مسکن و
شهرداری و در طرح‌های هادی وزارت
کشور، در زمینه گردشگری شهری، خلا
دیدگاهی و روش‌شناسی وجود دارد**

کند و برای جذب گردشگر به آن برنامه‌ریزی کند؛ به طوری که دو یا سه روز در آنجا بماند و فقط برای استفاده از آب گرم، دو ساعت هم به سرعین برود. آنچه ما در ایران به‌عنوان مفهوم گردشگری می‌شناسیم، با تعبیری که در سایر مناطق دنیا از آن می‌شود، تفاوت بسیاری دارد. اگر یک دایره را به سه قسمت تقسیم کنید و این سه قسمت ۲۴ ساعت شبانه روز را تشکیل دهد، ۸ ساعت آن را در خواب سپری می‌کنیم و ۸ ساعت بعدی را کار می‌کنیم، اما برای ۸ ساعت پس از آن هیچ برنامه‌ای نداریم. اگر عمر انسان ۷۵ سال باشد، براساس این مدل ۲۵ سال می‌خوابد و ۲۵ سال را نمی‌داند چه کاری باید انجام دهد. بحث‌هایی که در مورد گردشگری و به‌ویژه گردشگری شهری وجود دارد، از این مدل ناشی شده است. در هر شبانه روز ۸ ساعت وقت آزاد داریم که اگر این ۸ ساعت را ضرب در ۷۵ میلیون نفر جمعیت ایران کنید می‌شود حدود ۶۰۰ میلیون نفر ساعت که ما باید برای نحوه گذران وقت آنان برنامه‌ریزی کنیم.

کشور ما با مشکلات متعددی، از جمله بیکاری جوانان و مسکن روبه‌روست، ولی در کشورهای توسعه‌یافته برای ۸ ساعت اوقات فراغت مردم برنامه‌ریزی می‌کنند. آنها معتقدند چنانچه این ۸ ساعت را پر نکنند، ممکن است ناهنجاری‌های اجتماعی پیش آید. گردشگری یکی از بهترین و سالم‌ترین اشکال گذراندن اوقات فراغت است و شهرها هم یکی از مطلوب‌ترین و بهترین مقصدهایی هستند که می‌شود این ۸ ساعت را در آنها گذراند.

توراپلیا: از مهندس شکوری خواهش می‌کنیم به عنوان مدیری با تجربه کافی در مناطق آزاد تجاری، درباره مناطق آزاد صحبت کنند.

شکوری: اینکه مقوله گردشگری شهری چگونه به مناطق آزاد پیوسته است، اهمیت بسزایی دارد. چون مناطق آزاد، محصول ۲۳ یا ۲۴ سال قبل هستند. مناطق آزاد به‌صورت امروزی بیش از ۲۰۰ سال سابقه دارند، ولی در کشور ما با تبصره ۱۹ قانون برنامه اول در سال ۱۳۶۹ سه منطقه آزاد تشکیل شد که یکی از آنها قشم بود و بعداً در سال ۱۳۷۴ قانون چگونگی اداره مناطق آزاد نوشته و مصوب شد. مناطق آزاد در حقیقت ۳ یا ۴ سال قانون نداشتند و فقط با بخشنامه و ... اداره می‌شدند. در دنیا الزاماتی برای مدیریت موفق مناطق

شهری نقشی تعیین کننده دارند و در واقع بدون همکاری آنها، نهادهای دیگر نمی‌توانند به درستی وظایف خود را انجام دهند. برخی از مهم‌ترین وظایف شهرداری‌ها را که زمینه ساز توسعه گردشگری شهری است می‌توان به شرح زیر برشمرد:

- ۱- ایجاد زمینه مشارکت و زیرساخت‌های لازم اعم از راه، هتل، مجموعه‌های تفریحی، پارک و ...
- ۲- اطلاع‌رسانی جاذبه‌ها و امکانات گردشگری شهر به روش‌های مختلف
- ۳- ساماندهی به فضاهای تاریخی و فرهنگی با هماهنگی میراث فرهنگی
- ۴- بهسازی سیمای شهری و تجهیز شهر به مبلمان‌های شهری
- ۵- تأمین بهداشت و نظافت شهر با ایجاد زیرساخت‌های مناسب (اعم از سرویس بهداشتی) و ارائه خدمات مناسب

توراپلیا: یعنی شما معتقدید که شهرها در جذب و تدارک امکانات برای گردشگران مشکل دارند؟

بله! مثلاً گردشگر داخلی وقتی وارد شهری می‌شود، به نوعی می‌خواهد از آن فرار کند. برای اینکه شلوغی و ترافیک دارد، جای پارک پیدا نمی‌کند، جایی را نمی‌شناسد و فقط می‌خواهد راهی پیدا کند تا از شهر خارج شود. در حقیقت برای گردشگرها فقط اسم شهر آشناست و از محتوای شهر چیزی نمی‌دانند؛ یعنی جایی که به آن «گردشگریست» می‌گوییم، هیچ اطلاعاتی به گردشگر نمی‌دهد؛ مثلاً به وی توصیه می‌کنیم که به تبریز یا سمنان مسافرت کند؛ درحالی‌که هیچ اطلاعاتی از این شهرها ندارد و نهایتاً فقط به هتل می‌رود و بعد گشتی در شهر می‌زند و مغازه‌ها را نگاه می‌کند. آیا واقعاً هدف گردشگر این است؟ بخشی از این اطلاع‌رسانی‌ها و راهنمایی‌ها وظیفه شهرداری است؛ مثلاً باید طوری مردم را آگاهی دهد که بدانند شهر سرعین برای مسافرت مکانی مطلوب است، ولی در کنار آن، شهر اردبیل نیز به عنوان یک شهر تاریخی با قدیمی‌ترین آتشکده‌های ایران نیز وجود دارد تا گردشگر از سفر خود بهره کافی را ببرد. متأسفانه متولیان درباره اینکه مثلاً فلان مقبره متعلق به چه کسی است یا فلان صندوقچه منبت‌کاری شده، چه اهمیتی دارد یا روش معماری فلان بنای تاریخی چه مفهومی دارد و بناهای اطرافش چگونه‌اند، هیچ‌گونه راهنمایی و اطلاع‌رسانی کافی انجام نداده و نمی‌دهند؛ به همین دلیل مردم شهر سرعین را به عنوان شهری برای آب‌تنی کردن و آتش دوزخ خوردن می‌شناسند. گردشگر سرعین از اردبیل هیچ نمی‌داند؛ چونکه شهرداری اردبیل خودش را معرفی نکرده است؛ در حالی‌که می‌توانست این شهر کهن و غنی از وقایع تاریخی را بهتر معرفی

آزاد وجود دارد که یکی از این الزامات، داشتن طرح‌های جامع و راهبردهای مشخص است. اگر فرض کنیم برای مناطق آزاد ایران، طرح جامعی نوشته شده و در آن طرح، گردشگری هم نقشی دارد، آنگاه می‌توان در مورد موضوع امروز بحث کرد، ولی به‌طور کلی اهدافی که در قانون برای مناطق آزاد گفته شده شامل عمران و آبادانی، جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، ایجاد اشتغال، تشویق صادرات کالاهای غیرنفتی، تولید و تجارت خارجی، ارتباط خارجی و این قبیل مسائل است. من ۱۵ سال معاون سرمایه‌گذاری مناطق آزاد قشم بودم و بیشتر به این منطقه اشراف دارم. اولین نکته‌ای که برای مدیریت بهینه مناطق آزاد وجود دارد، مکانیابی مناسب برای آنهاست که در بعضی این کار صورت گرفته است. در بعضی مناطق مانند قشم به نظر می‌رسد مکانیابی مناسب نبوده و هدف دولت، ایجاد عمران و آبادانی بوده است. منطقه آزاد، فرزند اقتصاد آزاد است و باید الزامات اقتصاد آزاد در این منطقه به‌خصوص در مقوله محیط کسب و کار اقتصادی و تجارت، ورود و خروج کالا، معافیت‌های گمرکی و مالیاتی و به‌طور کلی فعالیت‌های تشویقی رعایت شوند. در قانون مناطق آزاد تقریباً این موارد گنجانیده شده است. مسئله بعدی این است که در مناطق آزاد، منطقه‌ای را انتخاب می‌کنند که زیرساخت‌های مناسبی دارد و بعد این زیرساخت‌ها را توسعه می‌دهند، سپس آن منطقه آزاد اعلام می‌شود و برای سرمایه‌گذاری در آن فراخوانی صورت می‌گیرد. متأسفانه در مناطق آزاد کشور ما این کار انجام نشده و این مناطق فقط با بودجه‌های خودگردان و تسهیلات مالی اعطایی، راه‌اندازی شدند و بنابراین به اهدافی که در قانون تعیین شده است نرسیدند. اگر در طرح جامع این منطقه، موضوع گردشگری هم بررسی می‌شد، شاید اهداف هم محقق می‌شدند. همان‌طور که می‌دانید در کشور ۷ منطقه آزاد شامل کیش، قشم، چابهار، اروند، انزلی، ارس و ماکو داریم که هیچ‌کدام از آنها زیرساخت مناسبی ندارند و به‌خصوص قشم که یک منطقه محروم و بیابان بود. سازمان منطقه آزاد قشم در ابتدای کار در سال ۱۳۶۹ به مدت دو سال با بیماری مالاریا مبارزه می‌کرد و در ابتدا فقط امکانات و رفاه عمومی شهروندان و اهالی قشم را در اولویت قرار داده بود، اما از دیدگاه

قشم در دید کلان در زمینه گردشگری موفق نبوده است. این جزیره سه برابر بحرین و دو برابر سنگاپور است و به بستر قانونی مناسب، تسهیلات و زیرساخت‌های لازم نیازمند می‌باشد که هم‌اکنون در حال فعالیت در این زمینه هستیم

گردشگری مثلاً منطقه آزاد ارس به‌علت سرسبزی و اقلیم کوهستانی و همجواری با رود ارس، منطقه آزاد کیش به علت برخی زیرساخت‌ها که قبل از انقلاب ایجاد شده بود (به‌خصوص فرودگاه) و همچنین منطقه آزاد قشم به علت بعضی رویدادهای طبیعی مثل جنگل دریایی حرا و ... ظرفیت گردشگری دارند؛ با این حال در طرح‌های جامع این مناطق، نکته گردشگری دیده نشده است.

در طرح جامع منطقه آزاد قشم که در سال ۱۹۹۴ توسط شرکت سوندی کورپ تهیه شد، سواحل جنوبی جزیره را به‌عنوان سواحل سوپرپورت [= ابر بندر] معرفی کرد که بعدها یک شرکت استرالیایی که در زمینه توریست فعال است، طی مطالعات بازاریابی گردشگری، همان منطقه را توریستی اعلام کرد.

محمودی نژاد: یکی از معیارهای اساسی در حوزه برنامه‌ریزی، توسعه شهری است. باید دریابیم سازوکاری که به‌عنوان مکانیابی و انتخاب مناطق آزاد در نظر گرفته می‌شود تا چه اندازه آکادمیک است؟ آیا ایجاد یک منطقه آزاد تجاری (مثلاً در قشم یا ارس)، بر توسعه شهر نیز مؤثر است؟ مثلاً برای افزایش رفاه در زندگی شهروندان در زمینه زیرساخت‌ها و... برنامه‌ریزی می‌شود؟ شما معتقدید که در طرح جامع، به مقوله گردشگری پرداخته نشده و بعضاً طرح جامعی تهیه نشده است. این موضوع در قشم چه تأثیری داشته است؟

شکوری: تبدیل قشم به یک منطقه آزاد و حضور سازمان مناطق آزاد و قوانین حمایتی و تشویق مربوط به سرمایه‌گذاری، واردات و صادرات، قطعاً موجب توسعه آن شده است، اما این توسعه، مطلوب و دلخواه نبوده؛ در حالی که برای مردم منطقه خیلی عالی بوده است. اما اگر این اقدامات را با کشور امارات متحده مقایسه کنیم، رشد چندانی به چشم نمی‌خورد؛ مثلاً جبل علی یک منطقه بسیار کوچک بندری است که فاز اول توسعه را با ۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری شروع کرد و در فاز دوم ۶ میلیارد دلار دیگر به آن افزود و بعد از اینکه تمام زیرساخت‌ها را ایجاد کرد، برای سرمایه‌گذاری بیشتر فراخوان داد؛ در صورتی که در سال ۱۳۷۴ طرح جامع قشم فقط روی کاغذ بود و شهرک صنعتی هم فقط روی نقشه دیده می‌شد. وقتی متقاضیان سرمایه‌گذاری را به ۹ کیلومتری قشم می‌بردیم، فقط بیابان به چشم می‌خورد و گاهی خودمان موقعیت را از روی نقشه توضیح می‌دادیم و توقع داشتیم آنها نیز سرمایه‌گذاری کنند. به هر حال اکنون چهره قشم با گذشته خیلی تفاوت دارد و مقایسه آن با امارات صحیح نیست؛ زیرا غیر از سرمایه‌گذاری سنگین دولتی، عزم و حرکت بین‌المللی شکل گرفت و آنجا را توسعه داد. از ملزومات موفقیت مناطق آزاد، مکانیابی صحیح است؛ مثلاً اگر مکانیابی درستی انجام

می‌گرفت، قطعاً بندرعباس نیز به‌عنوان یک منطق آزاد انتخاب می‌شد. چون فرودگاه، بندر و همه امکانات را دارد؛ پس از آن دولت باید سرمایه‌گذاری می‌کرد و این منطقه را توسعه می‌داد. اگر این کار انجام می‌شد، قطعاً شکل‌گیری منطقه آزاد امارات را تحت‌الشعاع خود قرار می‌داد.

اولاً ما نیازمند یک قانون مؤثر، کارآمد، شفاف و بدون ابهام هستیم که از آن تفسیر دوگانه نشود و قابلیت اجرایی داشته باشد. ثانیاً، منطقه باید یک طرح جامع کامل و راهبردی مشخص داشته باشد که دائم بازنگری شود. ثالثاً، باید زیرساخت مطلوب و قوی داشته باشیم. یعنی برای زیرساخت باید هزینه شود. الان ۶۴ منطقه ویژه تأسیس شده و ۳۲ منطقه کم و بیش شکل گرفته است. برای اینکه هیچ کدام از آنها زیرساخت ندارند و اکثر این مناطق متولی دولتی دارند و پول هم ندارند تا زیرساخت ایجاد کنند، و وقتی شما زیرساخت ندارید یعنی هیچ ندارید. سرمایه‌گذار داخلی و خارجی هم که در ایجاد زیرساخت‌ها سرمایه‌گذاری و مشارکت نمی‌کند، چون بازدهی آن خیلی کم و سوددهی آن در درازمدت است. دولت باید زیرساخت‌ها را آماده کند. موضوع بعدی بیمه و بانک است، شما باید بیمه و بانک بسیار قوی داشته باشید، حتی قوی‌تر از سرزمین اصلی و کشورهای همسایه. متأسفانه بانک‌هایی که به مناطق آزاد آمدند اکثراً شعبه‌های درجه ۳ و ۴ بودند و الآن درجه ۱ و ۲ شده‌اند. برای پروژه‌های قشم تنها یک بانک نمی‌تواند وارد شود بلکه باید چند بانک با هم وارد شوند. مقوله بعدی مدیریت و استفاده از شیوه‌های نوین مدیریت است. اگر بخواهیم با همین روش‌های سنتی و قدیمی مدیریت کنیم، پیشرفتی حاصل نمی‌شود. باید آموزش مستمر داشته باشیم و شیوه‌های مدیریتی را آموزش بدهیم. روش‌های جدید فاینانس و تأمین منابع مالی و جذب منابع و سرمایه‌گذار و ... را باید بررسی کنیم و آموزش بدهیم. البته استمرار مدیریتی نیز مهم است. در مناطق آزاد اکثر مدیران بیش از یکسال یا یکسال و نیم و یا هشت ماه مدیریت نکرده‌اند، در صورتی که احکام مدیران مناطق آزاد ۳ ساله است.

نویسنده: در صورت بهبود گردشگری شهری در قشم تغییرات مالی را در سطح قشم چگونه ارزیابی می‌کنید؟

شکوری: اگر گردشگر به جزیره قشم بیاید به راحتی می‌تواند برای سه الی چهار روز خود برنامه داشته باشد. در قشم دو شهر و ۶۲ روستا وجود دارد. شهرها بیشتر در مسائل اقتصادی فعال‌اند و مقصدی برای خریدند. تبلیغ برای ورود گردشگران به جزیره قشم به دلیل نبود امکانات لازم میسر نیست. مثلاً در نوروز ۹۲، هفتاد

هزار خودرو به قشم آمدند. به‌طور کلی روزانه ۵۰۰۰ نفر مسافر شناور از بندرعباس داریم. دانشجویانی که در قشم هستند در این رفت و آمدها مؤثر بوده‌اند. قشم در دید کلان در زمینه گردشگری موفق نبوده است. این جزیره سه برابر بحرین و دو برابر سنگاپور وسعت دارد و برای توسعه گردشگری به بستر قانونی مناسب، تسهیلات و زیرساخت‌های لازم نیازمند است که هم‌اکنون در حال فعالیت در این زمینه هستیم.

محمودی‌نژاد: اکنون ایران جزء ده کشور اول دارای جاذبه‌های گردشگری در دنیا است که شامل گردشگری سلامت، مذهبی، تاریخی و ... است آیا این پتانسیل نباید تقویت شود؟

رهنمایی: ایران یکی از ده کشور باستانی و تاریخی دنیاست. برخی در سازمان میراث فرهنگی گفته‌اند چون یادبودهای باستانی جزء مناطق گردشگری است، پس ایران یکی از ده کشور اول در جاذبه‌های گردشگری است، که از نظر بنده صحیح نیست. اگر همه جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی و اقتصادی و اجتماعی را جمع کنیم، امتیاز ایران به اندازه امتیاز ده کشور اول دنیا نیست.

محمودی‌نژاد: جاذبه، مجموع پتانسیل‌ها و قابلیت‌های محیطی موجود است که انگیزه گردشگری ایجاد می‌کند. آیا انگیزه‌های موجود این پتانسیل را در ایران به‌وجود نیاورده‌اند؟

رهنمایی: پتانسیل‌های کشورمان بالفعل نیستند، بالقوه‌اند. چون زیرساخت‌های لازم را نداریم. مثلاً دشت کویر یکی از بزرگ‌ترین بیابان نمکی دنیاست که ۲۰۰ هزار کیلومتر مربع مساحت دارد، اما زیرساختی ندارد مگر چند لکه کوچک. واقعیت این است که ایران کشور توانمندی است و دارای پتانسیل است و باید در مورد این واقعیت‌ها صحبت کرد. در دامنه‌های سبلان ۲۲ کیلومتر پیست اسکی داریم که در دنیا بی‌نظیر است، ولی حداکثر ۱/۴ کیلومتر از آن تجهیز شده است. پس این قابلیت وجود دارد اما بالفعل نیست. آقای مهندس شکوری به نکته جالبی اشاره کردند رابطه بین مناطق آزاد و گردشگری چیست؟ فرمولاسیون مناطق آزاد یک راهکار خارج از رده است. در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم، راهکار بسیار خوبی برای توسعه و تجارت مرزی بود. مناطق آزاد هم در مناطق بندری و مرزی واقع شده‌اند. از سال ۱۹۷۰ هم این مناطق فعال و موفق بوده‌اند که موفق‌ترین آنها بندر سئوتا در آفریقا بود. این بندر موقعیتی استثنایی دارد چون رابطه بین اروپا و آفریقا است و مراکش هم به این موضوع تن داده است که سئوتا با مدیریت اسپانیا اداره شود چونکه روزانه ۱۰ الی ۱۵ هزار نفر برای کار به آن‌جا می‌روند. مناطق آزاد تجاری یک فرمولاسیون توسعه‌ای ناحیه‌ای داشته‌اند. مناطق مرزی در مقیاس جهانی اعتبار خود را

از دست داده‌اند و فرمول آن کهنه شده است. در اروپا نیز با پیدایش اتحادیه اروپا این موضوع از بین رفته است. دیدگاهی که در مدیریت مناطق آزاد وجود دارد، حجره‌ای است، آنها مانند مغازه‌های واقع در روستاها هستند که همه چیز می‌فروشند. مثلاً ۱۴۰۰۰ دانشجو در کنار پالایشگاه، هتل‌ها، فروشگاه‌ها و ... چگونه تحصیل می‌کند؟ مناطق آزاد محل تحصیل و شهر دانشجویی نیستند. در این مملکت آنقدر جا برای دانشگاه وجود دارد که نباید این مناطق را دانشگاهی کنیم.

شکوری: یک مشاور سوئدی با هفتاد متخصص ایرانی با حمایت سازمان ملل برای قشم ۲۱ جلد طرح جامع تهیه کرده است. ما برای اقتصاد قشم با شرکت‌های خارجی کار کرده‌ایم و کشورهای مختلفی با ما همکاری داشته‌اند و طرح‌های تفصیلی را هم مشاوران داخلی تهیه کرده‌اند. قشم از نظر وسعت ۱۶ برابر کیش است. قشم توسعه خوبی پیدا کرده است. مثلاً صنایع ذوب فلزات در خارج شهر قرار دارد. به هر حال زیرساخت‌های لازم باید ایجاد شود و گر نه با بودجه خودگردان نمی‌شود آن را درست کرد. از یک طرف، مردم فکرمی‌کنند ما دولت هستیم یا نماینده دولتی و توقع امکانات بهداشتی، رفاهی، آموزشی و ... دارند؛ از طرف دیگر، شهرداری می‌آید سراغ ما و پول جمع‌آوری زیاله را از ما طلب می‌کند. مناطق آزاد مجبورند از محل درآمدهای خود هزینه‌های عمران خود را تأمین کنند، و در قشم این درآمدها پاسخگوی هزینه‌های مورد نیاز برای ایجاد زیرساخت‌ها نیستند. اگر زیرساخت‌ها مهیا نباشد وقتی می‌خواهید سرمایه‌گذار جذب کنید خود به خود تبدیل به سازمان عمران منطقه‌ای می‌شوید. سرمایه‌گذار برای ورود به این جزیره نیاز به بیمارستان خوب، مدرسه خوب و به زبان انگلیسی برای فرزندانش، تفریح و ... دارد که ما مجبوریم فراهم کنیم؛ که تأمین این امکانات زمان و پول می‌خواهد.

محمودی نژاد: توسعه یا درون‌زاست یا برون‌زا، توسعه‌ای که درون‌زا باشد باید از نیروهای موجود در خود پدیده استفاده کند و اگر این‌طور نگاه کنیم می‌توانیم در ایران جایی را مشخص کنیم و بگوییم مثلاً اینجا می‌تواند منطقه آزاد تجاری باشد.

شکوری: بله امکان‌پذیر است. مثلاً ۲۰ سال قبل بندر

عباس را انتخاب کردند، چون فرودگاه، آب و ... داشت. اگر ۲۰ کیلومتر این طرف‌تر می‌آمدند همه چیز فراهم بود. نگاه دولت به قشم در آن زمان بحث عمران و آبادی نبود، سال ۸۳ مطالعاتی شد و اختیاراتی خواستیم برای آبادانی قشم اما این اختیارات به منابع مالی مربوط می‌شد که متأسفانه موجود نبود. ما چشم‌اندازی ۲۰ ساله ترسیم کردیم که محقق نشد. برخلاف گفته آقای دکتر، مناطق آزاد در دنیا هنوز وجود دارند و فعال هستند. به عنوان مثال شنزن در کشور چین، منطقه آزاد است در حالی که این منطقه ۳۰ سال پیش یک روستا بود. با حمایت و تشویق‌هایی که دولت چین برای منطقه شنزن در نظر گرفت، حالا آنجا منطقه آزاد تجاری بسیار بزرگی شده است.

تمام توسعه‌ای که در آن استان و منطقه انجام شده است به دلیل رعایت اصول بوده است؛ اما در اینجا منطقه آزاد ایجاد کرده‌اند و رهاپس کرده‌اند. مطالعات شرکت سوئکو نشان داد که اگر دولت طی ۲۰ سال ۲۳ میلیارد دلار در قشم سرمایه‌گذاری کند، به تبع آن سه برابر این رقم را بخش خصوصی سرمایه‌گذاری خواهد کرد و جزیره تغییر می‌کند و توسعه می‌یابد، در حالی که وقتی در سال ۸۳ و ۸۴ کل درآمدهای منطقه آزاد قشم را جمع کنیم (از سال ۶۹ به بعد) به یک میلیارد دلار هم نمی‌رسد.

رهنمایی: مستندات که ارائه می‌دهید، میان ذهنیت ما که از دید تجربی و علمی ما به قضیه نگاه می‌کنیم با دید اجرایی که دولت دارد، فاصله زیادی دارد. این شکاف عمیقی است. ما تجارب دنیا را می‌بینیم و می‌گوییم چون آنجا این کار را کرده است ما هم این کار را بکنیم خوب است. پیش شرط‌های کشوری مثل چین با پیش شرط‌های ما قابل مقایسه نیستند. همان‌طور که قشم را با جبل علی نمی‌توان مقایسه کرد. چین الزامات دیگری دارد. چین ضرورت‌ها و اهداف دیگری دارد. اگر چند بندر آزاد دیگر هم در چین ساخته شود به دلیل جمعیت فزاینده برایش می‌صرفد؛ چونکه هرچه که شما در دنیا می‌بینید نمونه بدل آن را ساخته و در بازار جهانی می‌فروشد. باید این واقعیت را بپذیریم که فرمولاسیون مناطق آزاد در مغرب زمین دوره تاریخی داشتند که تمام شده و میراث آنها به کشورهای در حال توسعه رسیده است. اتومبیل پژو ۴۰۵ که ماسوار می‌شویم در سال ۱۹۸۷ میلادی وارد بازار شده و ده سال بعد عمر مفید آن تمام شد در حالی که در ایران به چند برابر قیمت اولیه کارخانه خرید و فروش می‌شود. منطقه آزاد انزلی چرا به گردشگری روی آورده است؟ شما گفتید ۵ میلیون مسافر در سال در قشم دارید. ای کاش می‌دانستیم چند درصد آن گردشگر هستند تا امکانات و فضای آن را جدا کنیم، ولی آمار نداریم. این ۵ میلیون نفر اگر یک شب اقامت

باید به شهرداران آموزش بدهیم که برای اداره شهر، ظرفیت‌های جدید را بشناسند. در شهرهایی که اداره کل میراث فرهنگی وجود ندارد، شهردار مسئول آموزش مردم در چگونگی احترام گذاشتن به گردشگران است

منطقه آزاد، فرزند اقتصاد آزاد است و باید الزامات اقتصاد آزاد در این منطقه به خصوص در مقوله محیط کسب و کار اقتصادی و تجارت، ورود و خروج کالا، معافیت‌های گمرکی و مالیاتی و به‌طور کلی فعالیت‌های تشویقی رعایت شوند

هر استان طرح جامع گردشگری استان تهیه می‌کردیم و در آن طرح، مسیر ورودی و خروجی و ... در نظر گرفته می‌شد. مناطق آزاد تجاری نیز باید قوانین داشته باشند و به‌تجارت اجازه فعالیت دهند. چرا کیش موفق‌تر از قشم و چابهار است؟ چونکه شهردار ندارد، ولی چابهار و قشم مدیریت دوگانه دارند و اختلاف در مدیریت شهری وجود دارد ولی در کیش مدیریت یکپارچه است. از نظر ساختار، قوانین و زیرساخت‌ها، گردشگری در مناطق آزاد ضعیف است.

شکوری: ما می‌توانیم در زمینه گردشگری مذهبی سرمایه‌گذاری کنیم، مثلاً در مشهد زائران عرب از کشورهای مسلمان داریم. همان‌طور که مسلمانان از کشورهای عربی به ترکیه می‌روند و در بهترین هتل‌ها پول خرج می‌کنند، به ایران هم می‌توانند بیایند. برای ورود گردشگران خارجی باید زیرساخت‌ها و امکانات مهیا شوند سفیران بسیاری از کشورها به ایران آمده‌اند، آنها عاشق قشم‌اند و می‌گویند آنجا آرامش دارند. دولت باید در رفع این تبلیغات منفی بکوشد. ما باید در گردشگری کشورهای اسلامی بکوشیم. متأسفانه نتوانسته‌ایم جاذبه‌های گردشگری خود را به آنها معرفی کنیم و اگر این جاذبه‌ها را معرفی کنیم موفق خواهیم بود.

محمودی‌نژاد: دو نکته اینجا حائز اهمیت است یکی نکته‌ای که آقای دکتر رهنمایی گفتند و دوم موضوعی که آقای مهندس شکوری گفتند. در موضوع اول مفهوم شهرنشینی و در دومی مفهوم شهروندی مطرح شد که من می‌گویم شهرگرایی. در واقع شهرنشینی خودش را مؤلف می‌داند که مجموعه‌ای از آداب و رسوم شهری را بپذیرد. شرایط موجود را می‌دانیم و آسیب‌شناسی آن را نیز داریم اما نمی‌توانیم خیلی چیزها را تغییر دهیم؛ اما در این واقعیت‌های موجود چه می‌توان کرد و چه راهکارهای اجرایی خواهیم داشت.

رهنمایی: به نظر بنده قشم تنها جایی است که برای گردشگری ارزش‌اندیشیدن و سرمایه‌گذاری را دارد. من دو بار طرح جامع کیش را تهیه کرده‌ام. ما با دو نیرویی که نماینده مردمند، یعنی شهرداری و شورای شهر، سر و کار داریم و باید آنها را با همه کم و کاستی‌هایشان بپذیریم. شما بلندگوی اندیشه‌هایی هستید که به

داشته باشند و هزینه خورد و خوراک و خرید را مثلاً ده هزار تومان هم در نظر بگیریم، سالی ۵۰ میلیارد تومان درآمد حاصل خواهد شد. اگر چنانچه دو شب در نظر بگیریم، می‌شود ۱۰۰ میلیارد تومان، یعنی این پتانسیل از نظر کارشناسی وجود دارد. سؤال اصلی این است که آیا در مناطق آزاد پتانسیلی برای گردشگری (نه برای خرید و کار و ...) وجود دارد؟ اگر پاسخ مثبت است (که هست) کجاها را می‌شود به این فعالیت اختصاص داد و چگونه باید آن را مدیریت کرد؟

محمودی‌نژاد: آنچه که مهم است رسیدن به هدفی است که در چشم‌انداز وجود دارد. حالا راهکارهایی که می‌شود این اهداف را عملیاتی کرد، کدامند؟ ما با مفاهیم گردشگری، منطقه آزاد و شهر روبه‌رو هستیم. در حوزه گردشگری به راهکارهای عملیاتی نیازمندیم. چه‌کار کنیم که سهمی در این بازار داشته باشیم. مثلاً اگر شهرهای ایران از جاذبه‌های گردشگری خود استفاده می‌کردند تا خود را مطرح کنند و گردشگر بگیرند آیا موفق بودند؟

مهدی‌زاده: خلاصه گردشگری در طرح‌های توسعه شهری وجود دارد. مثلاً ماسوله قبل از سال ۱۳۰۰ فقط ۱۲۰۰ نفر جمعیت شهرداری داشته، الآن ۷۲۲ نفر جمعیت دارد و در سه ماه تابستان ۵۰۰ هزار نفر گردشگر دارد، اما امکانات لازم مانند پارکینگ، رستوران، هتل و ... را ندارد. حتی مسافران نان خود را نمی‌توانند تأمین کنند چون فقط دو نانوبی در شهر وجود دارد، حالا زیرساخت‌ها بماند. یا سقف خانه‌ها به خاطر مسافران زیاد در حال تخریب است؛ چونکه در طرح هادی آن شهر گردشگری را ندیده‌اند و فقط گفته شده که قابلیت گردشگری را دارد. همین موضوع در مورد قمصر و نیاسر هم صادق است. این شهرها که پتانسیل ویژه آنها گردشگری است، باید مورد توجه واقع شوند. باید پتانسیل‌های بالقوه هر شهر را دید. چند سال پیش با وزارت مسکن صحبت کردیم و خواستیم شرح خدمات این شهرها در طرح جامع تغییر دهیم و همه زیرساخت‌های لازم گردشگری، مسائل انسانی، مالی و ... را ببینیم و شرح خدماتی هم با کمک جامعه مهندسين مشاور تهیه کردیم؛ اما در وزارت مسکن با آن مخالفت شد و مجبور به تهیه طرح‌های موضوعی شدیم که با طرح‌های فرادست همخوانی نداشتند. در سال ۸۸ نیز شورای عالی شهرسازی و معماری در مصوبه‌ای مقرر کرد برای ۵ شهر (نراق، اشنویه، انارک، بیستون، نوش‌آباد) که ویژگی‌های خاص فرهنگی و تاریخی داشتند، طرح ویژه تهیه شود؛ اما آنها هنوز طرح ندارند و با همان طرح جامع کار می‌کنند. به نظر بنده، طرح‌های ویژه می‌توانند مؤثر باشند مانند سال‌های ۷۸ و ۷۹ که طرح ملی توسعه گردشگری مطرح بود و برای

**از مشکلات اصلی توسعه گردشگری
شهری در کشور، عدم هماهنگی مدیریت و
برنامه ریزی در این حوزه است به نحوی که
بین طرح‌ها و برنامه‌های توسعه شهری
و برنامه‌ها و طرح‌های توسعه گردشگری
جدایی وجود دارد**

مهدی زاده: به نظر من گردشگری مذهبی و سلامت در کشور ما قابل توجه است که می‌شود آن را توسعه داد؛ مثلاً چشمه‌های آب گرم خوبی در کشور وجود دارند اما زیرساخت‌های لازم را ندارند، مناطق آزاد هم بیشتر جنبه تجاری پیدا کرده‌اند و عمدتاً نگاه‌ها منفعتی است. تورها به جای تخصصی بودن جنبه تجاری دارند و موضوع تخصصی و کارشناسی گردشگری را فراموش کرده‌اند. باید تورهایی داخلی به صورت تخصصی کار کنند و در جهت معرفی بناهای تاریخی و راهنمایی گردشگر در مقصد همت نمایند.

متوسلی: در اهداف و وظایف مناطق آزاد تجاری هرچند به صورت مستقیم به موضوع گردشگری پرداخته نشده است و موضوعات تجاری و فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی مورد تأکید است؛ ولی به نظر می‌رسد تحقق تعدادی از اهداف خصوصاً در بعضی از مناطق که دارای پتانسیل گردشگری هستند مانند کیش و قشم نیازمند توجه به تأمین زیرساخت‌های لازم هستند و سازمان‌های مناطق آزاد باید به آن توجه کنند. این موضوع وقتی اهمیت دو چندان می‌یابد که دیگر دستگاه‌ها در آن مناطق یا مسئولیتی ندارند و یا با سازمان مناطق آزاد تداخل وظایف دارند. از سویی نهادهای دیگر، امکانات و پتانسیلهایی که سازمان‌های مناطق آزاد دارند را در اختیار ندارند از این رو ضرورت توجه به مقوله گردشگری در مناطق آزاد، خصوصاً مناطقی که دارای پتانسیل یا ظرفیت‌های مناسبی هستند از طریق سازمان‌های مناطق آزاد با هماهنگی دیگر نهادها یک امر اجتناب ناپذیر است.

شیرازی: از همه اساتید و دوستانی که صمیمانه در این بحث شرکت کردند تشکر می‌کنیم و امیدواریم که با این نشریه بتواند از این طریق نظریات کارشناسی و راهکارهای اجرایی مؤثر و مفید را برای مدیران اجرایی کشور فراهم نمایند. ■

شهرداری‌ها منعکس می‌شود و اعضای شورای شهر با این نکات آشنایی کافی ندارند. من پنج پیشنهاد به شرح زیر دارم:

۱- برای شهرداری‌ها و اعضای شورای شهر کارگاه‌های آموزشی بگذارید و از هر شورای شهر یک نماینده و یک شهردار در کارگاه شرکت کنند می‌توان در هر استان یک کارگاه تدارک دید و به این ترتیب فرهنگ‌سازی خواهد شد.

۲- شهرداران را موظف به تهیه کتابچه راهنمای توریستی کنید که شامل کروکی، ورودی و خروجی شهر، تعیین نقاط دیدنی آن شهر و... باشد. باید شناسنامه گردشگری شهرها را به نحوی تهیه کنند که برای قشر کم سواد هم مناسب باشد.

۳- تهیه راهنمای گردشگری شهری. یعنی به گردشگر پیشنهاد مسیر و برنامه دیدن جاهایی را به ترتیب برای اقامت یک روزه، دو روزه، سه روزه و... بدهند. یونان ده میلیون گردشگر در سال داشت، در حالی که مشهد ۲۰ میلیون گردشگر دارد، اما هیچ راهنمایی برای آنان نیست که برنامه بدهد تا سایر شهرهای اطراف مشهد را هم ببینند و شهرهای همجوار مثل طیس هم بهره‌ای ببرند.

۴- بحث مدیریت هم مهم است. باید به شهرداران آموزش بدهیم که برای اداره شهر، ظرفیت‌های جدید را بشناسند. در شهرهایی که اداره کل میراث فرهنگی وجود ندارد، شهردار مسئول آموزش مردم در چگونگی احترام گذاشتن به گردشگران است، به تاکسی‌ها و پلیس‌های راهنمایی و رانندگی آموزش دهند تا عوامل دافعه، رفع شوند و جاذبه‌ها افزایش یابند. به عنوان مثال، خنده سرمایه گردشگری است که با فرهنگ‌سازی در این زمینه می‌توان زمینه‌های گردش‌پذیری را ایجاد کرد.

۵- قشم را به عنوان مطالعه موردی در نظر بگیریم. قشم با هیچ جا قابل مقایسه نیست. کیش دیگر قابلیت ساماندهی ندارد چون در آنجا زیاد بارگزاری شده است. اما قشم هنوز آشفته نشده است. در قشم باید Site selection برای گردشگری انجام شود. جای استراحت، تفریح، پیست دوچرخه‌سواری، اسب‌سواری، پیاده‌روی ورزش‌های آبی و... باید برای همه آنها تمهیداتی اندیشیده شود. باید کاری را انجام دهید که کیش نتوانسته است انجام دهد. گردشگری فراغت، ورزشی و تفریحی را با گردشگری تجاری و صنعتی مخلوط نکنیم. برای اینکه به سرنوشت کیش دچار نشویم، سازماندهی فضایی و نظم فضایی از دید آمایشی به وجود بیاوریم که تداخلی با زندگی مردم نداشته باشد. ضمن اینکه باید مناطق تجاری خوب را به آنهایی که قصد خرید دارند معرفی کنیم، همچنین قیمت‌ها را کنترل و مدیریت کنیم.

تجارب ایران و جهان در سیاست‌های زمین شهری

■ برگردان و گردآوری: مریم لطفی، کارشناس مترجمی زبان اسپانیایی و کارشناس ارشد آموزش زبان آلمانی



مقدمه

همانند سایر بازارها، بازار زمین به طور کلی و بازار زمین شهری به طور اخص به وسیله دو نیروی عرضه و تقاضا تحت تأثیر قرار می‌گیرد. این نیروها، دینامیک عملکرد بازار زمین را تعیین می‌کنند. طبیعی است که قیمت زمین نیز در این بازار تعیین می‌گردد [World Bank, 1992, p1].

با لحاظ ویژگی‌های منحصر به فرد زمین، مکانیسم عملکردی بازار زمین بسیار پیچیده و تحت تأثیر عوامل بسیار قرار دارد و همین موضوع باعث تمایز بین بازار زمین شهری و سایر بازارها است [حسامیان، ۱۳۷۶، ص ۲۰۴-۱۵۹]. در این بازار، همواره بین منافع فردی دست اندرکاران و فعالان زمین با توسعه شهری از یکسو و منافع جامعه از سوی دیگر تضاد وجود دارد و این تضاد، فضای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهرها را در معرض چالش جدی قرار می‌دهد. جهت مواجهه با پیامدهای این مشکل، دولت‌ها به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم در قالب قوانین، روش‌ها و ابزارهای اعمال نظر می‌کنند که اصطلاحاً به مجموعه این قوانین، روش‌ها و ابزار، سیاست‌های زمین شهری می‌گویند. بر این اساس، منظور از سیاست‌های زمین شهری، مجموعه ایست از ابزار و وسایل، روش‌ها و قوانینی که توسط

بخش عمومی یک کشور، به‌منظور حل مسائل ناشی از استفاده و بهره‌گیری از زمین به‌کار گرفته می‌شود. مسائل و چالش‌های موجود شهری که سیاست‌ها برای آنها تدوین می‌گردند، ابعاد و جنبه‌های مختلف دارد که اهم آنها عبارتند از مسائل اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، محیط زیست و کیفیت و زیبایی محیط [همان، ص ۲۰۴-۱۵۹]. نحوه و روش‌های به‌کارگیری سیاست زمین در کشورها، متأثر از شرایط قانونی حاکم و در ارتباط با نحوه تلقی آنها از مالکیت و دارایی اقتصاد ملی است. در بین کشورهای مختلف، اصولاً دو دیدگاه کلی در ارتباط با کنترل عرضه زمین شهری وجود دارد. یکی «استفاده از ابزار قانونی و محدود کننده» و دیگری «دخالست مستقیم دولت». در اقتصاد با برنامه‌ریزی متمرکز که بسیاری از امور، دولتی و تحت نظارت دولت است، کنترل مستقیم زمین شهری مرسوم است. با وجود این، در کشورهای سرمایه‌داری و شبه سرمایه‌داری نیز منافع عمومی جامعه، در نحوه استفاده از زمین شهری مورد ملاحظه و توجه است [میرعلی کتولی، ۱۳۸۰، ص ۷۷]. در اکثر کشورها، دولت‌ها در مواقعی اقدامات قانونی و محدود کننده را در مورد زمین اعمال می‌کنند که احساس می‌شود، استفاده خاص از زمین در مقابل هدف‌های

جامعه و دولت قرار می‌گیرد. با این وجود، در بسیاری از کشورها، سیاست‌های ملی برای زمین شهری تدوین شده است. این کشورها در طیف وسیعی جای می‌گیرند که الزامات مختلف و متفاوتی برای سیاست‌گذاری بر عرضه زمین دارند. به‌طور کلی می‌توان آنها را با توجه به ضرورت‌های فوق، این‌چنین گروه‌بندی کرد:

۱- کشورهایی که کمبود زمین شهری در شهرهای آنها به مرحله بحران رسیده و ادامه حیات یا اقتصاد، مستلزم عملیاتی در سطح ملی است (همچون هلند).

۲- کشورهایی که ملاحظات راهبردی آنها، مستلزم سیاست استفاده از زمین است.

۳- کشورهایی که با توجه به مسائل ایدئولوژیک، اقتصاد جامعه را در کنترل خود دارند و زمین نیز یکی از وجوه آنست (همچون چین، شوروی سابق و سایر ملل بازمانده از بلوک شرق).

۴- کشورهایی که تمرکز توسعه در آنها روی یک یا دو مرکز وجود دارد. در این کشورها، اقدام ملی برای تشویق توسعه ازخارج از مرکز لازم است که انگلستان و فرانسه در این دسته جای می‌گیرند.

در کنفرانس‌های جهانی مسکن (سال‌های ۸۳ و ۱۹۷۳) نیز بر حمایت دولت‌ها بر توزیع بهینه زمین و کنترل قیمت آن، به‌گونه‌ای که افراد کم درآمد و متوسط جامعه نیز قادر به تملک زمین و ساخت مسکن باشند، تأکید شده است. در راستای دخالت دولت به‌منظور عرضه بهینه زمین، ابزارهای سیاست‌گذاری مورد استفاده قرار گرفته که برخی بر عرضه زمین تأثیر گذارند و برخی دیگر بر تقاضای زمین. حقوق یا قوانین تملک زمین، ثبت و حق مالکیت زمین، قواعد کاربری، تملک زمین و سیاست‌های مالیاتی از اهم آنها محسوب می‌شوند [World Bank, 1992, p1].

سیاست‌های مؤثر بر عرضه زمین شهری

ملی کردن کردن زمین به‌طور حتم نشان از دخالت مستقیم دولت در بازار زمین دارد. در بعضی از ممالک، این کار به‌منظور حذف معاملات و جایگزینی آن با واگذاری اداری زمین صورت می‌گیرد. در ممالک دیگر، ملی کردن زمین تا این حد کارساز نیست و این سیاست صرفاً به‌منظور واگذاری نهایی یا مالکیت مطلق زمین به دولت صورت می‌گیرد؛ به‌گونه‌ای که معاملات زمین، صرفاً در زمین‌های اجاره‌ای صورت می‌گیرد. الجزایر مثال مناسبی برای مورد اولی است و کامرون نیز نمونه خوبی برای مورد دوم است [ibid, p70].

تجارب کشورهای مختلف نشان داده که سیاست فوق با مشکلات بسیاری روبه‌رو است. اجرای این سیاست، در واقع برای رفع نیاز تقاضای فزاینده زمین، کاهش معاملات و بورس بازی زمین، کنترل شهرنشینی و حفظ

زمین‌های روستایی و کشاورزی اجرا شده، اما ارزیابی‌ها نشان دادند که خواسته‌های سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان شهری را برآورده نساخته است. علل عمده ناکارآمدی و شکست این سیاست به عبارت زیر است:

الف) فقدان دیدگاه کارشناسانه و همچنین علایق مدیریتی دراز مدت نزد دولت‌های محلی

ب) عدم اجرای قوانین توسط مجریان امر، به‌گونه‌ای که زمین‌های اختصاص یافته به منابع طبیعی عمدتاً به‌طور غیر قانونی واگذار شدند و زمین‌های ملی شده نیز خارج از فرآیند واگذاری و عرضه زمین به روش قانونی واگذار شد.

ج) عدم توازن و تعادل در قیمت‌های تصرف و انتقال و واگذاری زمین و به‌دنبال آن، عدم استقبال و مقاومت مالکان زمین در اجرا سیاست فوق

و وجود اختلاف فاحش بین قیمت خرید زمین توسط دولت از مالکان و قیمت آن در بازار آزاد موجب گرایش شدید مالکان و خریداران به بازار غیر رسمی و رونق این بازار و تورم بیش از پیش نرخ زمین در بازار غیر قانونی شده است [ibid, p70-71].

سیاست ایجاد بانک زمین و پیامدهای اجرایی

به‌طور کلی دو هدف اساسی برای تشکیل بانک زمین دنبال می‌شود:

اول) ایجاد بانک زمین برای تحصیل زمین شهری است. تأمین زمین، هم برای بخش خصوصی و هم برای بخش عمومی مطرح است. آنچه مهم است اینکه زمین ارزان قیمت و در دسترس برای کاربران شهری فراهم می‌گردد. دوم) تأثیر گذاری در جهت توسعه شهری، ایجاد بانک و تملک زمین‌های مورد نیاز، موجب تسهیل در ارائه خدمات و تسهیلات شهری شده و به رشد اندیشیده شده و بهینه شهری کمک می‌کند.

اصولاً در ارتباط با سیاست بانک زمین، مباحث بسیاری وجود دارد، اما در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان آنرا در دو بخش مورد بررسی قرار داد.

مؤثر بودن سیاست تحصیل زمین، رابطه تنگاتنگی با ساختار کلی تصمیم‌گیری برای نحوه کاربری زمین دارد. موفقیت این سیاست در گروی مدیریت راسخ کاربری اراضی، همچنین ساختار عرضه و تقاضا و ارتباط میان بانک زمین و ابزارهای سیاست‌گذاری است [Balchin, Kievej, 1985, p91].

بنابراین تشکیل بانک زمین باید در مقیاس ملی و به‌صورت مکمل سیاست‌های کاربری اراضی استفاده شود، نه به‌عنوان جایگزین سیاست‌های ملی زمین و نه جدای از سیاست‌های دیگر. بر این اساس، در ممالک و شهرهایی که دیگر ابزار و سیاست‌های کاربری زمین ضعیف بوده و بیم آن می‌رود که مالکان و دلالان، بدون

توجه به نیاز عمومی جامعه و به‌ویژه قشر تهی دست برای کاربری اراضی با توجه به سود و رانت اقتصادی تصمیم می‌گیرند، این شیوه (بانک زمین) می‌تواند به کمک ابزارها و سیاست‌های زمین شهری آمده و آنها را حمایت نماید. آنچه به‌عنوان افت و مشکل اساسی در عملکرد ضعیف بانک زمین ظهور می‌یابد، اجرای ضعیف بوروکراسی زیاد و سوء استفاده از قدرت است [World Bank, 1992.p74]. در عین حال نمی‌توان بانک زمین را جایگزین عملکرد بازار نیز پنداشت؛ زیرا توسعه دهندگان خصوصی را نادیده گرفته و قابلیت و پتانسیل‌های این بخش را در توسعه زمین از دست خواهیم داد؛ لذا برای موفقیت بانک زمین، درجه معین از همکاری و تعاون، بین بخش خصوصی و دولتی نیاز خواهد بود [ibid.p74].

ذخیره سازی زمین به‌منظور استفاده دولت در آینده

رشد سریع جمعیت و قیمت‌های فزاینده زمین، انگیزه‌ای نیرومند برای خرید زمین بیش از نیاز است. هدف عمده ذخیره سازی زمین در قالب تشکیل بانک زمین، تأمین مکان برای تسهیلات عمومی آینده و پرداخت قیمت کمتر برای زمین شهری است [ibid.p210]. «شوپ و مک» معتقدند قابلیت عمده تملک پیشاپیش زمین، ذخیره کردن مناسب‌ترین زمین‌ها برای مصارف عمومی و حفظ آنها در برابر تخصیص پیش از وقت آنها برای کاربری‌های خاص است.

افزایش قیمت زمین، خود توجیه‌گر تملک پیشاپیش زمین است، اما فایده مهم‌تر دسترسی آسان به زمین است [ibid.p210]. برای آن‌دسته از تسهیلات عمومی که نیاز به زمین وسیع و اختصاصی دارند، تملک پیشاپیش کم و بیش الزامی است؛ زیرا توسعه پیشاپیش این زمین‌ها به دست بخش خصوصی، کاربرد عمومی آینده آنها را بسیار پرهزینه خواهد ساخت؛ اگرچه بیم آن می‌رود که ذخیره کردن زمین و عدم استفاده طولانی مدت آن، هزینه‌های بسیاری را شامل شده و احتکار زمین محسوب گردد. برای مقابله با این مشکل نیز می‌توان با استفاده‌های موقت از زمین در عرصه خدمات و سایر فعالیت‌ها، عایدی مناسب کسب کرد.

همچنین هزینه سوء مدیریت در تخصیص بهینه زمین‌ها و هزینه نگهداری نیز از جمله هزینه‌های احتمالی ذخیره‌سازی زمین است که بعضاً سیاست فوق را با شکست مواجه می‌سازد. در توسعه شهری، شهرهایی چون استکهلم و دهلی نو از این روش استفاده شده است. دولت‌های ترکیه و اکوادور برای جلوگیری از بورس بازی زمین، زمین‌های دور شهری را ذخیره کرده‌اند. خرید زمین جهت ایجاد ساختمان مسکونی

برای مصارف عمومی و محرومین جامعه، یکی از عملیات رایج در کشورهای هلند، انگلستان، سنگاپور و بعضی از کشورهای عضو بازار مشترک اروپایی بوده است. در کانادا، دولت با اعتقاد به روش بانک زمین در کنترل قیمت‌ها، اقداماتی جهت ذخیره سازی زمین داشته است. اجرای ذخیره سازی زمین در شهر «ساس کتان» از آن جمله است.

در بلژیک نیز دولت و دستگاه‌های مرتبط، برای کنترل قیمت، اراضی وسیع را خریده و در موقع مناسب می‌فروشد. در دانمارک پیش خرید زمین، یکی از روش‌های مؤثر در تأمین اراضی لازم و تثبیت بهای آن در توسعه شهری است. در نروژ نیز خرید زمین از طرف شهرداری‌ها رایج است.

در سوئد از سال‌ها پیش، خرید اراضی توسط شهرداری‌ها رایج است. در کشورهای آسیایی با وجود اینکه دولت، شهرداری و سایر سازمان‌های دولتی صاحب زمین‌های بسیاری بودند، حتی در بعضی کشورها دولت بزرگ‌ترین مالک بوده، کمتر به ارزش ذخیره زمین به‌عنوان ابزاری برای برنامه‌ریزی صحیح توجه کرده‌اند [میرعلی کتولی، ۱۳۸۰، ص ۸۲]. در مجموع از تجربه کشورهای مختلف در ذخیره‌سازی زمین، می‌توان اینچنین استنباط کرد که این روش ابزاری مناسب برای توسعه بهینه شهرها، رعایت عدالت اجتماعی و ارائه تسهیلات و خدمات عمومی است.

کنترل نحوه استفاده از زمین: برنامه‌ریزی برای کنترل توسعه شهرها، در بسیاری از کشورها رواج یافته و به‌عنوان ابزاری مؤثر مد نظر است، لکن در بسیاری از کشورهای جهان سوم و کشورهای در حال توسعه، به دلیل پیچیده بودن مسائل و چالش‌های شهری این سیاست بیشتر معطوف به بافت شهری و محدوده قانونی شهرها است. در حالی که در کشورهای اروپایی، ارگان برنامه‌ریزی شهری، تقاضای مربوط به عمران زمین‌های شهری را بررسی، تأیید یا رد می‌کند. در کشورهای انگلستان و هلند برنامه کنترل زمین شهری به‌عنوان یک الگو و راهنما، کاربری شهری را هدایت می‌کند. منطقه‌بندی، شناخته شده‌ترین برای کنترل کاربری شهری است.

سیاست کنترل قیمت زمین و پیامدهای اجرایی

کنترل رشد قیمت یا به‌عبارتی تورم فزاینده زمین شهری، از چالش‌های شهری کشورهای صنعتی و دنیای در حال توسعه است. کنفرانس مسکن سازمان ملل متحد در سال ۱۹۷۶، افزایش سریع قیمت زمین شهری را مهم‌ترین مشکل کشورهای در حال توسعه در فرآیند شهری شدن دانسته است [Dunkerley, 1983.p118]؛ لذا تثبیت یا تعدیل قیمت براین اساس با توسل به مقررات قانونی،

بخشی از مشکلات را در این فرآیند هموار می‌کند. از این شیوه در بسیاری از کشورهای جهان به‌ویژه در مقاطع زمانی خاص استفاده شده است. قانون سال ۱۹۴۵ هلند، قیمت زمین‌های شهری را در سطح قبل از جنگ تثبیت کرد. این سیاست به دلیل مشکلات و پیامدهای جدی آن، ابتدا تعدیل و سپس در سال ۱۹۶۰ لغو شد. در نروژ نیز تثبیت قیمت از سال ۱۹۴۰ تا سال ۱۹۵۴ ادامه داشت. در سال ۱۹۵۸ به علت رشد سریع قیمت‌ها، تعیین قیمت زمین‌های شهری را به کمیسونی واگذار کردند که بر قیمت‌ها نظارت داشت.

سیاست مالیات بر زمین و پیامدهای اجرایی

سیاست‌های مالیاتی، اصولاً در ردیف سیاست‌های تشویقی و تثبیتی به‌شمار می‌رود. این سیاست و قوانین و مقررات مربوطه، ضمن احترام به مالکیت خصوصی اراضی و بدون تغییر در ماهیت آن، سعی در محدود کردن بعضی از آثار آن دارد. از این رو، درآمدهای حاصله از اجرای روش فوق نیز در اغلب کشورها، منبعی برای جذب درآمد و هزینه آن در فعالیت‌های عمرانی است. سطح مالیات برای فعالیت‌های مطلوب از نظر اجتماعی یا جرایم مالیاتی شامل جریمه برای ممانعت از ساخت ساختمان در مواردی که با سیاست عمومی مطابقت ندارد و همچنین مالیات بر زمین‌های بایر است. مالیات بر اراضی ممکنست به‌صورت مالیات بر ملک و یا به صورت مالیات بر درآمد باشد. یکی از این مالیات‌ها، مالیات بر زمین‌های بایر قابل استفاده می‌باشد. احتکار زمین بایر به‌وسیله بورس بازان و دلالان در کشورهای پیشرفته عمدتاً در خارج از شهرهاست. در کشورهای در حال توسعه، بورس مالی و احتکار زمین در نواحی مرکزی شهرها، مانع اساسی برنامه‌های عمرانی است. برخی از کشورها نیز با استفاده از اقداماتی، موجب

تشویق مردم به‌عنوان سازندگان زمین در بخش‌های مختلف شهر می‌شوند. در این قبیل کشورها، دولت انگیزه فرد را برای نگهداری زمین به دلیل غیر مولد بودن کاهش می‌دهد. در اسپانیا، زلاندنو و کانادا از اراضی بایر واقع در محدوده شهرها، به نرخ تصاعدی مالیات دریافت می‌کنند. قانون سال ۱۹۶۷ فرانسه نیز تحت عنوان عوارض شهرسازی تمامی اراضی بایر قابل ساختمان‌سازی در داخل محدوده قانونی شهرها را مشمول عوارض شناخته است [همان، ص ۸۴]. در مجموع از تجربه کشورهای مختلف در ذخیره‌سازی زمین، می‌توان اینچنین استنباط کرد که این کار ابزاری مناسب برای توسعه بهینه شهرها، رعایت عدالت اجتماعی و ارائه تسهیلات و خدمات عمومی است. بعضاً مالیات برای جلوگیری از عمران غیر سودمند نیز برقرار می‌شود. در پاریس مالیات بر مسکن در نواحی مختلف وضع شده است. در بعضی ایالات آمریکا نیز انگیزه‌های مالیاتی برای زارعان، جهت ابقاء زمین‌های خود بصورت زراعی وضع گردیده است. همچنین در مقابل تقلیل مالیات در برخی مناطق، مالک با دولت موافقت می‌کند زمین را که دارای اهمیت اجتماعی است تغییر فرم ندهد. این روش در هلند و انگلستان به‌طور موفقیت آمیز استفاده شده است. نوعی دیگر مالیات‌ها، مالیات بر اضافه ارزش زمین‌ها است. در بسیاری از مناطق شهری دنیا، به دلایل قابل کنترل یا غیر قابل کنترل، قیمت زمین‌ها به شکل تصاعدی بالا رفته و درآمدهای کاذب ایجاد می‌کند. برای تعدیل این درآمدها، از افزایش ضریب مالیات هماهنگ با افزایش اضافی ارزش زمین سود می‌برند. قانون سال ۱۹۴۷ انگلیس افزایش قیمت زمین را متعلق به جامعه می‌داند. در آلمان قانون ساختمان فدرال که بخش قابل ملاحظه‌ای از آن به مسئله سیاست زمین مرتبط است، پرداخت نسبت زیادی از هر نوع افزایش



در ارزش زمین را که در نتیجه اجرای برنامه‌های جدید اجتماعی به وجود می‌آید به شهرداری الزامی کرده است. از وجوه دریافتی برای تأمین هزینه‌های عمرانی و نیز برای پرداخت خسارت به کسانی که از اجرا برنامه‌های عمرانی صدمه دیده‌اند استفاده می‌شود. در فرانسه نیز طبق قانون سال ۱۹۶۴ مالیات بر اضافه ارزش در موقع فروش محاسبه و وصول می‌گردد. در کشور دانمارک، اضافه ارزش زمین هر پنج سال یکبار برآورد و مالیات آن از مالک وصول می‌گردد. مالیات بر زمین شهری در تئوری ابزار با اهمیتی در کنترل قیمت زمین است، اما در بسیاری از کشورها به ویژه در جهان سوم، عمل به چنین سیاستی دشوار و بعضاً عوارض عکس به بار می‌آورد. در این کشورها مالیات بر زمین شهری، در عمل به عنوان درآمد محض تلقی شده و به منزله ابزاری از سیاست زمین و برنامه‌ریزی نیست. حتی به عنوان منبعی برای درآمد نیز در برخی از این کشورها سود چندانی به دست نمی‌دهد. مدیریت دولتی ضعیف از برآورد تا جمع‌آوری وجوه مالیاتی وجود دارد. فقدان سیستم کنترل مالیات‌ها، خود باعث بالارفتن قیمت زمین می‌گردد. اشکال دیگری که به این روش گرفته می‌شود، عدم بالانس و تعادل بین تغییر قیمت زمین با مالیات است. با عنایت به مباحث فوق، اگرچه بسیاری از کشورها از این ابزار سیاستی، برای کنترل قیمت زمین شهری سودجسته‌اند، اما کمتر موفقیتی در بین آنها می‌توان یافت؛ بنابراین هم در حیطه سیاست‌های مربوط به عرضه و هم سیاست‌های معطوف به تقاضا باید در جست‌وجوی رهیافتی جدید با رفع نواقص و کمبودهای قوانین و مقررات قبلی بود.

نتیجه‌گیری

اصولاً ریشه‌های تاریخی برنامه‌ریزی، به وظایف عمومی دولت‌ها و تسهیل و توجیه دخالت آنها در امور سیاسی، نظامی و اقتصادی کشورها به گذشته‌های خیلی دور برمی‌گردد، اما برنامه‌ریزی در مفهوم امروزی خود، به عنوان یک دانش کاربردی برای ساماندهی حیات اجتماعی، در اواخر قرن نوزدهم در غرب پدید آمد و در سراسر قرن بیستم، در ابعاد و صور مختلف، بسط و تحول پیدا کرد. در واقع فعالیت برنامه‌ریزی ابتدا به صورت «برنامه‌ریزی دولتی» شکل گرفت که ضرورتاً خصالتی اقتصادی، کلان، آمرانه و بوروکراتیک داشت. این گونه برنامه‌ریزی به طور کلی بر مبنای «حق حاکمیت انحصاری دولت»، استوار بود. بر پایه این نگرش چنین تصور می‌شد که مسئولان و مدیران سیاسی جامعه، بر اساس قوانین خرد در راستای منافع و خیر عمومی حرکت می‌کنند و بنابراین وظیفه برنامه‌ریزان این است که اهداف و تصمیمات آنان را در عمل به اجرا درآورند و عموم مردم نیز باید آن را به عنوان یک

تکلیف قانونی و مطلوب برای کل جامعه بپذیرند. بر پایه این نگرش نقش اصلی برنامه‌ریزی و برنامه‌ریزان عبارت بود از بررسی و تحلیل وضع موجود به شیوه‌ای علمی (استقرایی) و ارائه بهترین راه‌های اجرایی برای تحقق اهداف و مقاصد مسئولان و مدیران جامعه. این گروه برنامه‌ریزی به اعتبار ماهیت نظری و روش‌های علمی خود معمولاً به «برنامه‌ریزی جامع» یا «برنامه‌ریزی عقلانی» معروف شده که برنامه‌ریزی شهری، نیز تا چند دهه اخیر، عمیقاً تحت تأثیر آن قرار داشته است. در ارزیابی عمومی تحولات برنامه‌ریزی شهری در طول قرن بیستم، می‌توان گفت که میان دو نیمه اول و دوم این قرن تغییرات اساسی و شگرفی روی داده، به نحوی که اینک در آغاز قرن بیست و یکم، مبانی و روش‌های برنامه‌ریزی شهری، از بنیاد دگرگون شده است. اگر در نیمه اول قرن بیستم، برنامه‌ریزی شهری بیش از هر عامل دیگر از رقابت کشورهای بزرگ، جنگ‌های بین‌المللی، کشاکش جهان دو قطبی و دخالت‌های وسیع دولت‌ها در امور اقتصادی و اجتماعی تأثیر می‌پذیرفت، در دهه‌های آخر قرن، بیش از هر چیز تحت تأثیر گسترش دموکراسی، جنبش محیط زیست، توسعه پایدار، فروپاشی نظام دوقطبی، تغییر مفهوم و کارکرد دولت، توسعه جامعه مدنی، گسترش مشارکت عمومی و مانند اینها قرار گرفته است. در طول تاریخ، افزایش آگاهی‌ها و توسعه علوم و فنون، قدرت تسلط انسان را بر طبیعت افزایش داده و بر تحولات سکونتگاه‌های انسانی اثر مستقیم نهاده است. بر این اساس شکل‌گیری شهرها در گذشته تابع مستقیم شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جوامع بوده است که تحت تأثیر خصوصیات محیط طبیعی، به صورت خود به خودی انتظام می‌یافته است. از آنجا که این شکل‌گیری، ریشه در تار و پود و ذهن و عملکرد ساکنان بومی داشته است، همواره در شهرهای سنتی استفاده از زمان، انرژی و زمین به بهترین وجه صورت می‌گرفته است. امروزه نیز، علیرغم وقوع انقلاب صنعتی و جریان انقلاب اطلاعاتی، شکل‌گیری شهرها و مناطق شهری همچنان تابعی از شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است. تفاوت شرایط کنونی در اینجاست که محدودیت‌های کالبدی محیط طبیعی بسته به میزان دستیابی جوامع به فناوری قابل کنترل گردیده است. در پی انقلاب صنعتی، برنامه‌ریزی منطقی و عملکردی شهر را می‌توان به عنوان تفاوت عمده تلقی کرد. گسترده‌گی کالبدی شهرها و افزایش نرخ رشد شهرنشینی و توسعه دامنه فعالیت‌های انسان، از سویی باعث پیچیدگی مسائل شهری شده، امکان نظم‌پذیری خودبه‌خودی را از بین برده و شهرها را با اغتشاش و بی‌نظمی مواجه کرده است. از سوی دیگر، استفاده از فناوری و ابزار توسعه، امکان دستیابی به نظم نوین، منطقی و از پیش

اندیشیده شده و آگاهانه را بر اساس نیازهای جدید فراهم نموده است. بدین ترتیب نظریه‌ها و روش‌های گوناگون شهرسازی، به‌ویژه بعد از انقلاب صنعتی، همواره در جست‌وجوی الگوهای مناسب نظم‌دهی مجدد شهرها و همگون با توسعه آتی آنها بوده‌اند. از نخستین حرکات برنامه‌ریزی و طراحی شهری برای کاهش تراکم، آلودگی و مشکلات ناشی از فشارهای توسعه در شهرهای صنعتی، هدایت گسترش و توسعه شهر بوده است. رشد شتابان شهری تأثیرات نامطلوب مستقیم و غیر مستقیم بر محیط طبیعی، شهر و جامعه داشته است. یکی از مهم‌ترین ادله بروز مشکلات مربوط به توسعه‌های شهری، تک بعد نگرایی یا عدم جامعیت طرح‌ها و برنامه‌ها است. در ارتباط با توسعه زمین و پیش‌بینی‌های مربوط به نحوه کاربری اراضی، غالباً در طرح‌ها و برنامه‌های مربوط به توسعه‌های شهری، مباحث محدودی از قبیل استفاده اقتصادی از زمین، تأمین مسکن و زیرساخت‌های شهری مدنظر بوده و در برخورد با منابع محیطی نیز غالباً بعد اقتصادی آنها از جمله دایر بودن زمین‌های کشاورزی و باغات و غیره مورد توجه قرار می‌گیرد. در فرآیند توسعه‌ای پایدار، برنامه‌ریزی زمین و کمیت و کیفیت بهره‌برداری از آن در ارتباط با ملاحظات زیست محیطی قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر بین برنامه‌ریزی فیزیکی توسعه زمین، برنامه‌ریزی محیطی و اقتصاد پیوندی ایجاد می‌گردد، که در این پیوند با استفاده از ابزار حفاظت محیطی (توصیه و کنترل) ابزار اقتصادی (یارانه، مالیات، تشویق) و تکنیک‌هایی از قبیل ارزیابی اثرات زیست محیطی و آنالیز سود و زیان محیطی، در ارتباط با نحوه استفاده از زمین، ارزش اقتصادی زمین، مکانیابی کاربری‌ها و سایر مسائل مربوط به آن در نگرشی اکولوژیک، خصوصیات پایداری به برنامه‌ریزی زمین می‌بخشد تا با آینده‌نگری از مسائل بحرانی محیط که در ارتباط با توسعه پیش می‌آید، جلوگیری نماید. در نهایت با توجه به مبانی نظری مطرح شده و با تأکید بر رویکرد توسعه پایدار می‌توان به منظور بهبود کمیت و کیفیت زمین و مسکن شهری که از اهداف مهم هر دولت و کشوری می‌باشد، ضوابطی را استخراج نمود و در قالب این شاخص‌ها وضعیت مسکن شهری را تحلیل کرد:

۱. شناخت اولویت‌ها و نیازهای اساسی شهر و محله
۲. شناخت امکانات و محدودیت‌های محیطی و طبیعی توسعه
۳. سازگاری و مختلط بودن کاربری‌ها
۴. توجه به وضعیت اجتماعی و اقتصادی ساکنان و نیازهای آنان
۵. حمایت و مشارکت مردمی
۶. استفاده بهینه، خلاق و کارا از زمین شهری

۷. ضوابط و مقررات روشن و منعطف متناسب با مصرف‌کننده و محیط طبیعی

۸. کیفیت و فناوری ساخت
بنابراین شهر پایدار شهری است که تنوع در آن وجود داشته و مورد حمایت قرار گیرد و تفکیک و جدایی فضایی بارزی در گروه‌های درآمدی وجود نداشته باشد. تمامی افراد و گروه‌ها به خدمات و تسهیلات اساسی دسترسی داشته و ساکنان دارای موقعیت‌های برابر باشند. یک شهر یا محدوده شهری دارای آستانه ظرفیت معین است که بعد از تنزل کیفیت محیط رخ می‌دهد. محدوده یا قلمرویی که یک ناحیه باید توسعه را با آن مطابقت دهد توسط یک برخورد زیست محیطی قابل اندازه‌گیری است. ظرفیت زیست محیطی مفهوم مهمی است که به دلیل نیاز به توسعه پایدار باید آنرا تشریح کرد و به روش‌های قابل کار و تجربه ترجمه کرد. محدودیت‌های زیست محیطی و مقیاس شهرها و سکونتگاه‌ها را با ویژگی‌های محلی آنها می‌توانند تعیین کنند. در کاربرد مفهوم ظرفیت محلی، عوامل محدودکننده باید به عناصر خاص محلی مربوط باشند. در واقع معنی شیوه رویکرد ظرفیت زیست محیطی این است که ارتباطات متقابل بین محیط فیزیکی و کالبدی و فشارهای تقاضا در بین تمام بخش‌های فعالیت بررسی شود و استفاده از ابزارهای مباحث زیست محیطی به عنوان پایه‌ای برای تهیه طرح‌های توسعه دارد و ابزار ارزیابی ظرفیت زیست محیطی یکی از این ابزارهاست و نشان داده است که می‌تواند شروع خوبی برای کمک به راهبردهای راهبردی طرح‌های توسعه (شهری) باشد. با در نظر گرفتن توان و ظرفیت مجدد بستر اکولوژیک شهرها، توسعه پایدار شهری با توجه به ویژگی‌های محلی و محیطی در همین قالب و با رعایت اصول اساسی توسعه پایدار امکان پذیر خواهد بود. ■

منابع:

1. Dunkerley, Harold: «Urban Land Policy: Issues and Opportunities». Newyork, Axford University Press. 1983.
2. Dunkerley, Harold: «Urban Land Policy: Issues and Opportunity the World Bank». Washington, D. C. 1983.
3. Ekins, P- Maxneef, M: «Real - Life Economics: Under Standing Wealth - Creatiom». London, Routledge. 1992.
4. World bank: «World Development Report 1992». Development and the Environment. Oxford University Press. 1992.

جستاری بر توانمندسازی توسعه گردشگری در مناطق آزاد

■ مریم اسماعیلیان، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی ورامین



مقدمه

برای ترانزیت یا صادرات مجدد است و هدف اصلی از ایجاد آن، دستیابی به شرایط و زمینه‌های مورد نظر در توسعه اقتصادی از قبیل جذب و جلب سرمایه‌های داخلی و خارجی افزایش تولید و پشتیبانی از آن نزدیکی بازارهای مصرف و عرضه کالاهای تجاری و صنعتی در بستر بهره‌وری از استعداد و امکانات موجود در منطقه است. تسهیلات ایجاد شده در مناطق آزاد شامل حذف تعرفه‌های گمرکی و سود بازرگانی و حذف مالیات برای تولیدکنندگان رفع محدودیت‌های صادراتی و ایجاد تسهیلات در ورود و خروج اتباع خارجی است. بر این اساس می‌توان دریافت که برای افزایش میزان ورود اتباع خارجی یا افراد داخلی باید در مناطقی که از توانمندی قرارگیری در زمره مناطق آزاد را برخوردار هستند و ترکیب و ادغام آنها با مناطق گردشگری، امکان بهبود هر دو رویه را در کارآمدی و ارتقا مؤثر رشد اقتصادی این دروازه‌های طلایی اقتصاد فراهم کرد.

جهانگردی

گردشگری را عامل جهانگردی می‌دانند که انواع گوناگونی به ترتیب زیر دارند:

۱. جهانگردان مقیم یک کشور که در خود کشور سفر می‌کنند.
۲. جهانگردان اهل آن کشور که به خارج سفر می‌کنند.
۳. جهانگردان خارجی که به آن کشور سفر می‌کنند.

با نگاهی به مناطق آزاد تجاری می‌توان دریافت که توانمندی فراگیری در جذب و نگهداشت جهانگردان و دریافت سرمایه در این مناطق وجود دارد؛ چنانچه می‌توان این مناطق را دروازه‌های طلایی اقتصاد به‌شمار آورد. از آنجا که در رویکردهای جدید برنامه‌ریزی منطقه‌ای برای برخورداری و توزیع مناسب امکانات و پتانسیل‌های درونی جایگاهی ویژه برای مناطق آزاد در نظر گرفته می‌شود، می‌توان دریافت که این مناطق علاوه بر وجود جاذبه‌های فراگیر در توسعه گردشگری می‌توانند بهبود و رشد اقتصادی فراوانی را نیز به‌همراه آورند و علاوه بر کار آفرینی و بهبود اقتصادی در عرصه ملی بر گسترش گردشگری و فواید حاصل از آن نیز مؤثر باشند. این امر، چشم‌اندازی جامع را به حوزه مناطق آزاد تجاری در حوزه برنامه‌ریزی منطقه‌ای می‌طلبد تا کارآمدی مؤثر و بهینه را در حوزه مداخلات برنامه‌ریزی کلان منطقه‌ای را در برگیرد. در این گفتار به مواردی چند از این مراتب، تعاریف و معیارهای توسعه در رویکردی معطوف به مناطق آزاد اشاره می‌شود.

مناطق آزاد

مناطق آزاد را محدوده جغرافیایی مشخصی در کشور میزبان می‌دانند که مجهز به انواع امکانات برای پردازش صادرات و واردات یا انبارهای آزاد نگهداری کالا

توسعه جهانگردی و شاخص‌های اقتصاد ملی

از نظر اقتصادی، وجه تمایز خاصی بین جهانگردی داخلی و بین‌المللی وجود دارد که بر تأثیر جهانگردی بر موازنه ارزی و تراز پرداخت‌های کشوری با در نظر گرفتن مبدأ و مقصد جهانگردی استوار می‌شود؛ بدین معنی که مصارف جهانگردی خارجی، در عین اینکه از نظر کشور صادرکننده شخص جهانگرد، یک نوع واردات کالا و خدمات محسوب می‌شود، در جدول موازنه ارزی آن کشور در ستون پرداخت‌ها منظور می‌گردد. از دید کشور پذیرای جهانگرد نیز یک نوع واردات کالا و خدمات محسوب می‌شود که در جدول موازنه ارزی آن کشور در ستون دریافت‌ها منظور می‌گردد. این نکته نشان‌دهنده این مطلب نیست که جهانگردی داخلی اگرچه بر خلاف جهانگردی بین‌المللی، باعث نقل و انتقال ارزهای خارجی نمی‌شود، کوچک‌ترین تأثیری در ارقام تراز پرداخت‌های کشور ندارد؛ معیاداً تأثیر آن در توسعه اقتصادی داخلی قابل توجه است و بر همین اساس، در زمره مؤلفه‌های اساسی در توسعه کمی کشور که از رکن‌های توسعه پایدار و همراه با التزام در نظریه زیست بوم کشور به‌شمار می‌رود.

انواع جاذبه‌های گردشگری در مناطق آزاد

از آنجا که چگونگی جذب و جاذبه در میزان پذیرش جهانگردان محیطی تأثیر دارد، می‌توان دریافت که بر اساس بهره‌گیری مناسب و بهینه از این جاذبه‌های درون ذاتی محیط مناطق آزاد است که می‌توان به جذب گردشگر و جهانگردان داخلی و خارجی پرداخت. این امر می‌طلبد که در بستر نگاهی جامع به ماهیت جاذبه‌های مناطق آزاد اقداماتی در راستای بروز بیشتر و ساماندهی آنها صورت گیرد تا امکان دریافت این جاذبه‌ها به مثابه جذب‌کننده‌های توریستی افزون و افزون‌تر گردد. انواع جاذبه‌های توریستی در مناطق آزاد را می‌توان بر حسب شرایط و نوع منابع طبیعی یا دست‌ساز بشری، دارای تقسیم‌بندی‌هایی دانست که در میزان و چگونگی جذب جهانگردان، مراتب گوناگونی دارند که در ادامه به آنها اشاره می‌شود:

جاذبه‌های مهیا در مناطق آزاد

جاذبه‌های مهیا عبارتند از عواملی که بهره‌برداری از آنها، مستلزم هیچ نوع خرج اضافی برای سرمایه نمی‌باشد که از این نوع می‌توان به آب و هوا و مناطق زیبای گردشگری و کوه و کوهنوردی اشاره کرد. به عنوان مثال، در منطقه زیبای قشم می‌توان به همجواری با دریا و نوع ساختار اقلیمی آن و پتانسیل‌های طبیعی فصلی این منطقه در فصول خاصی از سال یا وجود مناظر زیبای طبیعی و چشم‌اندازهای درونی اشاره کرد.



صخره مشت عثمان

طبق تعریف سازمان بین‌المللی جهانگردی، گردشگری کسی است که به کشوری که در آن اقامت ندارد، سفر می‌کند و هدف سفر انجام فعالیت‌های اقتصادی نیست و در داخل مرزهای کشوری که مسافرت می‌کند حداقل یک روز و حداکثر یک سال اقامت می‌کند که این مفهوم با معنای گردشگری بین‌المللی مطابقت دارد.

انواع جهانگردی

گردشگری را می‌توان از سه دیدگاه متفاوت تقسیم‌بندی نمود:

۱. تقسیم‌بندی بر اساس داخلی یا بین‌المللی بودن
 ۲. تقسیم‌بندی بر اساس طول دوره اقامت
 ۳. تقسیم‌بندی بر اساس فردی یا دسته جمعی بودن
- جهانگردان اعم از داخلی و خارجی بر حسب قصد از سفر و طول دوره اقامت در کشورهای خارجی یا مناطق مورد بازدید به دو دسته جهانگردان با اقامت طولانی و جهانگردان با اقامت کوتاه تقسیم می‌شوند. علاوه بر تقسیم‌بندی فوق می‌توان جهانگردان را بر حسب سایر مشخصات و خصوصیات به گروه‌های مختلف دیگر تقسیم کرد؛ مثلاً از نظر میزان درآمد شغل سن، جنس و مرز ورودی یا نوع حمل و نقل هوایی دریایی زمینی به انواع گوناگون تقسیم می‌شوند. جهانگردی داخلی همان‌گونه که از نامش استنباط می‌شود، درباره مسافرت‌هایی اطلاق می‌شود که بر اساس تعریف جهانگردی در داخل کشور صورت می‌گیرد؛ به عبارتی فعالیت‌های مربوط به جهانگردی داخلی دارای حدود معین و در قلمروی جغرافیایی یک کشور روی می‌دهد در حالی که جهانگردی بین‌المللی از لحاظ حدود جغرافیایی هیچ‌گونه محدودیتی ندارد.

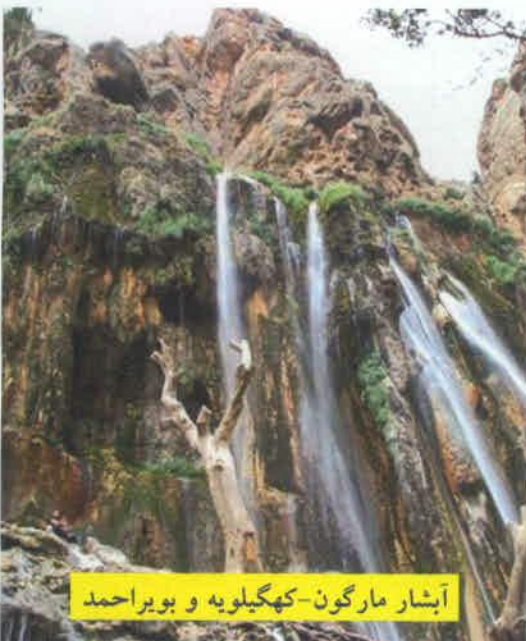
مناطق دشوار می‌نماید. مناطق آزاد تجاری نیز می‌توانند در بستر احیاء و توانمندسازی این جاذبه‌های طبیعی، علاوه بر جذب گردشگران و بالاخص گردشگران خارجی، امکان توسعه صنعت گردشگری را با افزایش رشد اقتصادی مناطق آزاد همراه کنند و امکان شکوفایی همزمان را برای هر دو مؤلفه‌های فوق فراهم نمایند.

جاذبه‌های تاریخی در مناطق آزاد

آثار به‌جامانده از گذشته و تاریخی همواره مورد توجه جهانگردان داخلی و خارجی می‌باشد که امکان آشنایی با فرهنگ و تمدن یک کشور دیگر یا آگاهی از سابقه تاریخی یک کشور را برای اهالی همان کشور میسر می‌کند. علاوه بر این، آثار تاریخی معماری و شهرسازی می‌توانند نقشی اساسی در پراکنش ارزش‌های فرهنگی، مذهبی و ملی داشته باشند که قسمت عمده جاذبه‌های جهانگردی را به‌خود اختصاص می‌دهند. بر این اساس برخی از مناطق آزاد تجاری می‌توانند از این جاذبه‌ها استفاده کنند که نمونه‌های آن در صنعت گردشگری جهانی مشهود و قابل لمس است.

جاذبه‌های فرهنگی در مناطق آزاد

تنوع قومی و فرهنگی همواره از زیباترین جاذبه‌های صنعت گردشگری به‌شمار می‌روند که به‌دلیل بهره‌گیری از ویژگی‌های قومی و فرهنگی یکی از ایل‌ها و قوم‌ها یا استان‌های یک کشور می‌توانند از جذب و پذیرش خیل عظیم گردشگری‌های داخلی و خارجی برخوردار باشند که در این میان می‌توان به صنایع دستی و محلی و مراسم خاص منطقه‌ای مانند گلابگیری کاشان و مراسم ساحل نشینان جنوب ایران اشاره کرد. این جاذبه‌ها را مهم‌ترین



آبشار مارگون-کهگیلویه و بویراحمد

جاذبه‌های نامهیا در مناطق آزاد

عنصری که بهره‌گیری از آنها مستلزم سرمایه‌گذاری در تجهیز آنها می‌باشد که می‌توان از آثار تاریخی و آب‌های معدنی و موزه‌ها نام برد. در این بخش نیز می‌توان به انواع موزه‌های منابع طبیعی یا صنایع دستی و هنری اشاره کرد که در راستای بهبود آشنایی با فرهنگ کشور پذیرای جهانگرد مفید و کارآمد واقع می‌شود.

جاذبه‌های فرعی و کمکی در مناطق آزاد

جاذبه‌های فرعی معمولاً به‌صورت غیرمستقیم در جنب جاذبه‌های مهیا می‌باشند؛ مثلاً آب و هوا به‌عنوان جاذبه‌های مهیا به‌خودی‌خود می‌توانند جذب توریست داشته باشند، ولی جاذبه‌های فرعی و کمکی در کنار جاذبه‌های مهیا خود را عرضه می‌کنند و در عین حال، مانع جهانگرد برای وصول به سایر جاذبه‌ها نمی‌باشند.

جاذبه‌های مذهبی در مناطق آزاد

ایران سرزمینی است که امکان مذهبی گوناگونی را در خود جای داده است که بسیاری از آنها مورد احترام و تقدس مذاهب و ادیان گوناگون می‌باشند که می‌توانند پذیرای بسیاری از زائران و جهانگردان باشند. علاوه بر آن اعیاد و مراسم مذهبی و دینی، مانند ایام عاشورای حسینی یا سوگواری‌های محرم یا مراسمی خاص که در یک اقلیم انجام می‌شود (مانند مراسم قالیشویان مشهد ارده‌ال) نیز می‌توانند از جمله مزایای مذهبی در صنعت جهانگردی و جاذبه‌های مذهبی به‌شمار روند. در مناطق آزاد نیز می‌توان چنین مناطقی را مورد توجه قرار داد یا در صورت وجود چنین اماکنی، آنها را احیا و بازسازی دوباره کرد. این موضوع نیز معطوف به وجود چنین اماکنی در مناطق آزاد است که تا حدودی امکان احراز شرایط مطرح شده در جاذبه‌های مذهبی یا ملی را در بر گرفته باشد.

جاذبه‌های طبیعی در مناطق آزاد

تلاش بشر امروزی برای گریز از محیط‌های شهری آلوده و پناه بردن به دامان طبیعت، از جمله دلایلی به‌شمار می‌رود که می‌تواند در جذب گردشگری به مناطق طبیعی مورد ارزیابی قرار گیرد. در این میان، توجه به اقلیم و گونه‌های گیاهی و آب و هوا نیز مهم می‌نماید که انواع جلوه‌های طبیعی جنگل‌ها مراتع و مناطق باصفا و مفرح طبیعی در دامنه کوه‌ها و دریاچه‌ها را در بر می‌گیرد و می‌تواند مکانی برای پناه بردن به دامان طبیعت شمرده شود. شاید بر این اساس بتوان دریافت که چرا قرارگیری در کویر و جاذبه‌های آن برای بسیاری جذاب می‌باشد؛ هرچند که استمرار قرارگیری در آن

و کارآمدترین جاذبه‌های مناطق آزاد می‌دانند که به دلیل بهره‌گیری از شاخصه‌های قومی و نژادی و محلی هم امکان رشد و توسعه بیشتری را دارد و هم می‌تواند با شرایط محیطی و تأثیرات بیرونی همخوانی و سازگاری بیشتری برقرار نماید.

ارکان صنعت جهانگردی و توسعه گردشگری در مناطق آزاد

ارکان صنعت جهانگردی را می‌توان به چهار گروه تقسیم کرد:

الف- منابع طبیعی

شامل منابع طبیعی موجود در دنیا، مانند آب و هوا، جنگل‌ها، سواحل دریا، حیوانات و جانداران هر منطقه و گل‌ها و گیاهان می‌شود. این موضوع بدیهی است که هر منطقه تجاری آزاد، از اقلیم و شرایط کلیما تولوژیک ویژه برخوردار است که نقشی اساسی در توسعه صنعت گردشگری در این مناطق دارد.

ب- عوامل زیربنایی

عوامل زیربنایی، شامل شاهراه‌ها، فرودگاه‌ها، خطوط راه آهن و هوایی، تسهیلات دریایی و بندری، اتوبوس، هتل‌ها، متل‌ها و اماکن تفریحی و زیارتی است که نقشی اساسی در جذب توریست دارند. این رکن صنعت گردشگری را می‌توان مهم‌ترین رکن در توسعه گردشگری مناطق آزاد دانست که باید از طریق برنامه‌ریزی کلان و ارزیابی کیفی مکانیزم‌های زیربنایی موجود به اقدامات بهبود و بهسازی در راستای افزایش کیفیت و تسهیل در خدمات‌رسانی و جذب جهانگرد پرداخت. بدون شک، در این میان، وجود پایانه‌های حمل و نقل مناطق آزاد و نوع و چگونگی شاهراه‌ها و فرودگاه‌ها و تسهیلات دریایی و بندری، مهم‌ترین نقش را در افزایش یا کاهش میزان جهانگردان خارجی به خود معطوف می‌دارد؛ به‌عنوان مثال، می‌توان با ارائه خدمات بیشتر یا بهبود کیفی در میزان و چگونگی ارائه خدمات و تسهیلات در حوزه حمل و نقل امکان افزایش رفاه را برای جهانگردان داخلی و خارجی فراهم کرد.

پ- تجهیزات حمل و نقلی

شامل کشتی، اتوبوس‌ها، قطارها، هواپیماها و وسایل نقلیه موتوری و غیر موتوری می‌شود که اسباب حرکت و از مؤلفه‌های اساسی در صنعت گردشگری به‌شمار می‌روند. نوع و کیفیت وسایل و ناوگان حمل و نقل، بالاخص پروازها در میزان استفاده از مناطق آزاد و بهبود کیفی این مناطق تأثیر فراگیر دارد که ضرورت برنامه‌ریزی در این زمینه را ضروری می‌کند.

ت- منابع فرهنگی و روحیه مهمان‌نوازی

منابع فرهنگی هر منطقه، مانند صنایع مستظرفه ادبیات، تاریخ موسیقی و هنرهای نمایشی، رقص، ورزش‌ها و

سایر فعالیت‌های فرهنگی می‌شود. منابع فرهنگی نیز در مناطق آزاد به‌علت نوع فرهنگ جاری بر این مناطق، در میزان جذب و نگهداشت جهانگردان و گردشگران تأثیر فراوانی دارد و باید مورد التفات برنامه‌ریزان تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان در مناطق آزاد قرار گیرد. ■

منابع و مآخذ:

- ۱- کهن، گوئن، (۱۳۷۶) شاخص‌شناسی در توسعه پایدار، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- ۲- الیوت، جنیفر، آ.، (۱۳۷۸) مقدمه‌ای بر توسعه پایدار در کشورهای در حال توسعه، ترجمه عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و حسین رحیمی، تهران، موسسه توسعه روستایی ایران.
- ۳- سایث، آشوانی، (۱۳۷۵) راهبردهای توسعه و روستاییان فقیر، ترجمه بهنام شاهپوری، تهران، وزارت جهاد سازندگی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی.
- ۴- مارک هنری، پاول، (۱۳۷۴) فقر، پیشرفت و توسعه، ترجمه مسعود محمدی، تهران، موسسه چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- ۵- تودارو، مایکل، (۱۳۶۳) برنامه‌ریزی توسعه، مدل‌ها و روش‌ها، ترجمه عباس عرب مازار، تهران، سازمان برنامه و بودجه.
- ۶- خادم آدم، ناصر، (۱۳۷۵) اصلاحات در سیاست توسعه، تهران، انتشارات اطلاعات.
- ۷- قدوسی، مهران، مک‌هارگ، GIS، شهر و محیط‌زیست، مجله شهرنگار، شماره ۱۸ سال سوم، ۱۳۸۰
- ۸- فری، هیلدر براند، طراحی شهری، به سوی یک شکل پایدارتر شهر، ترجمه: دکتر حسین بحرینی، انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری، چاپ اول، ۱۳۸۳
- ۹- ژیرارده، چگونه شهری پایدار بسازیم، ترجمه: فریبا قرائی، انتشارات دانش نما، چاپ اول، ۱۳۸۳.

جایگاه معلولان در شهر الکترونیک و گردشگری الکترونیک

■ شکوفه بهاروند، دانشجوی کارشناسی ارشد معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد نطنز



مقدمه

جهانی، این موضوع از حقوق اساسی این اقشار آسیب پذیر اجتماع به شمار می رود که کمتر مورد توجه قرار داشته است. راست است که اساسی ترین بعد جامعه اطلاعاتی در جهان امروز، این است که اطلاعات در آن جامعه نقش عمده ای بازی کند؛ به طوری که تقریباً تمام فعالیت ها از طریق مبادله الکترونیکی اطلاعات صورت پذیرد و در عین حال، این امکان برای تمام اقشار اجتماعی و خاصه اقشار آسیب پذیر اجتماعی (معلولان، سالمندان، زنان و کودکان) فراهم باشد؛ بنابراین برای زندگی در جامعه اطلاعاتی باید تمام شهروندان توانایی ها و مهارت های خاصی را در زمینه استفاده از رایانه و اینترنت کسب کنند و برای رفع نیاز خود آنها را به کار گیرند. بر این اساس، در این مقاله تلاش می شود به معیارهای ارزیابی و چرخه اجرا در گردشگری الکترونیک با تأکید بر جایگاه معلولان و نیازهای ایشان پرداخته شود و در رویکردی توصیفی به شرح و توصیف مراحل گسترش گردشگری الکترونیک برای معلولان و اقشار آسیب پذیر اجتماعی پرداخته شود.

شهر الکترونیک عبارت است از امکان دسترسی الکترونیک شهروندان (تمام اقشار اجتماعی و خاصه اقشار آسیب پذیر اجتماعی، معلولان، سالمندان، زنان و کودکان) به ادارات، اماکن درون شهری و دستیابی به اطلاعات مختلف مورد نیاز و برخورداری از خدمات و تسهیلات شهری و انجام امور اداری، بانکی، خدماتی و رفاهی به شیوه ای که باثبات، قابل اطمینان، امن و محرمانه و در عین حال، همراه با کاهش هزینه و صرف زمان و کیفیت بالا باشد (جلالی، ۱۳۸۲، ص ۴۷). بر این اساس است که در این روش ها بر کارایی خدمات ارائه شده افزوده می شود. شهروند الکترونیک نیز کسی است که به عنوان فردی از جامعه اطلاعاتی بتواند با فناوری اطلاعات آشنایی داشته باشد و در عین حال از خدمات الکترونیکی یک شهر الکترونیک استفاده کند. از سویی دیگر، معلولان نیز به عنوان بخشی از اقشار اجتماعی باید بتوانند از خدمات و تسهیلات شهروندی برخوردار شوند؛ چنانچه بر اساس حقوق شهروندی و بیانیه های

ساختار شهری و معلولان

بی شک، استفاده برابر و مناسب تمام گروه‌های اجتماعی و خاصه گروه‌های آسیب پذیر اجتماعی باید مورد توجه قرار گیرد؛ چراکه کاربری برابر از فضاهای شهری بر مبنای عدالت اجتماعی یکی از اساسی‌ترین حقوق شهروندی در عرصه اجتماع به‌شمار می‌رود. این موضوع مورد توجه بسیاری قرار داشته و دارد؛ چنانکه در دین اسلام نیز تأکید خاصی بر شکل‌گیری عدالت اجتماعی در میان اقشار اجتماعی شده و امروزه جایگاهی ویژه را در ادبیات شهرسازی به‌خود اختصاص داده است. تأکید فراگیری بر بهسازی و مناسب‌سازی فضاهای شهری برای اقشار آسیب پذیر اجتماعی و سالمندان شده است. در سند اتحادیه اروپایی (۲۰۰۵) درباره معلولان به این نکته اشاره شده است و درحالی که فضاهای شهری بر اساس تساوی حقوق شهروندی به تمام اقشار اجتماع تعلق دارند، بسیاری از گروه‌های اجتماعی نمی‌توانند از این فضاها استفاده کنند و از این حق طبیعی برای کاربست محیط‌های شهری محروم می‌مانند. علاوه بر این، در سند اروپایی بهبود فرصت‌های زندگی برای معلولان^۱ به این نکته اشاره شده است که برخورداری از شهر و فضاهای شهری برای درگیر شدن در فعالیت‌های اجتماعی و تعاملات شهروندی از حقوق شهروندی به‌شمار می‌رود؛ درحالی که در بیشتر مواقع، معلولان و اقشار آسیب پذیر اجتماعی، قادر به استفاده و به‌کارگیری این فضاها نمی‌شوند. آنچه در این میان مهم می‌نماید، توجه به این نکته است که به کار نگرفتن محیط شهری و فضاهای عمومی را علاوه بر ابعاد روانی معطوف به مسئله باید در عدم تطبیق و هماهنگ‌سازی این فضاها با اقشار آسیب‌پذیر و خاصه معلولان جست‌وجو کرد که دلیل آن، عدم طراحی فضاهای شهری، متناسب با نوع معلولیت یا ویژگی‌های جسمی و حتی روانشناختی ویژه است که از شکل‌گیری فعالیت‌های اجتماعی اقشار آسیب‌پذیر یا شکل‌دهی به مکان-رفتارهای این گروه‌های اجتماعی جلوگیری به‌عمل می‌آورد. اولیور میلز (Oliver Mills)، مدیر راهبردی خدمات اجتماعی انگلستان (۲۰۰۴) نیز به بهبود کیفی زندگی معلولان در عرصه فضاهای جمعی اشاره می‌کند. به نظر وی فقط از طریق ایجاد فرصت‌های عادلانه و مساوی زندگی برای ورود معلولان به ساختارهای شهری و عرصه‌های زندگی جمعی، این امر تحقق می‌یابد. این موضوع تا جایی اهمیت پیدا می‌کند که در سند وزارت برنامه‌ریزی انگلستان که به تأیید اتحادیه روان بهبودی اروپایی^۲ نیز رسیده است، بر این نکته تأکید می‌کند که فضاهای شهری می‌توانند عرصه‌ای برای آموزش معلولان در جهت زندگی اجتماعی باشند که بی‌شک، بدون امکان‌دهی فیزیکی به حضور معلولان در عرصه

فضاهای جمعی، امکان حصول نمی‌یابد. بند ۴-۱ اسناد اتحادیه بین‌المللی روانشناختی معلولان (NAS) نیز به ایجاد زندگی مستقل برای این قشر تأکید می‌کند تا امکان نوعی اعتماد به نفس و خود اتکایی برای آنان در عرصه زندگی جمعی فراهم شود. این امر در سطح فضاهای شهری معاصر که از گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات برخوردار شده‌اند، نگاهی جامع و مانع را به ارزیابی فضاهای شهری و تطبیق آنها با معیارها و استانداردهای شهرسازی الکترونیک و خاصه گردشگری الکترونیک می‌طلبد تا از بستر این تطبیق و هماهنگ‌سازی فضایی و عملکردی، امکان مناسب‌سازی محیط‌های شهری و عرصه‌های زندگی جمعی برای معلولان در عصر الکترونیک فراهم شود.

مدل شهر الکترونیک

شهر الکترونیک از اجزاء و بخش‌های گوناگونی تشکیل می‌شود که تعامل آگاهانه آنها منجر به پدید آمدن یک محیط مجازی برای زندگی الکترونیکی می‌گردد (جلالی، ۱۳۸۲، ص ۶۳). فقدان هر یک از این عوامل که هر یک به سهم خود پیکره و بدنه اصلی یک شهر الکترونیک را تشکیل می‌دهد، شهر الکترونیک را با مشکلات گوناگونی روبه‌رو می‌سازد. مدل یک شهر الکترونیک، مانند شهر الکترونیک تایپه در سال ۲۰۰۲ می‌تواند شامل مواردی همچون زندگی الکترونیک، سازمان الکترونیک، دولت الکترونیک و زیرساختار الکترونیک باشد.

زندگی الکترونیک: با اینکه سال‌های چندانی از پیدایش عصر اطلاعات نمی‌گذرد، دگرگونی وسیعی را در زندگی بشر به همراه داشته است. نظریه دهکده جهانی با ظهور و توسعه این دوران، تبلور بیشتری یافته است. در سراسر جهان، خصوصاً کشورهای پیشرفته، سبک زندگی انسان‌ها بر اثر استفاده از ابزارهای عصر اطلاعات، تغییر یافته است؛ به طوری که در برخی کشورها که از لحاظ فناوری اطلاعات در سطح پیشرفته‌ای قرار دارند (مانند سنگاپور)، نظریه زندگی الکترونیکی مطرح شده است. در این کشور، دولت در نظر دارد تا با فرهنگ‌سازی مناسب، سبک مطلوبی از زندگی الکترونیکی را به شهروندان ارائه دهد که در این رابطه چهار جزء آموزش الکترونیک، تفریح الکترونیک، ارتباطات الکترونیک، تراکنش الکترونیک را به عنوان اجزاء زندگی الکترونیک مطرح می‌کنند (جلالی، ۱۳۸۲، ص ۶۵).

آموزش الکترونیک: استفاده از فناوری اطلاعات برای آموزش و انتقال مفاهیم آموزشی، آموزش الکترونیک تلقی می‌شود و می‌تواند به شکل‌های زیر صورت پذیرد: ۱. ایجاد مدارس مجازی و اینترنتی ۲. ایجاد دانشگاه مجازی و اینترنتی ۳. آموزش الکترونیک ضمن خدمت برای کارمندان دولت ۴. آموزش و اطلاع‌رسانی



الکترونیک برای اقشار مختلف مردم به منظور ایجاد فرصت‌های برابر برای زندگی و بهبود کیفیت زندگی شهروندان

تفریح و گردشگری الکترونیک:

تفریح الکترونیک عبارت است از استفاده از فناوری اطلاعات برای ارائه خدمات سرگرمی، تفریحی، سیاحتی و گردشگری که می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- ۱- مراکز اطلاعات پارک‌ها و اماکن تفریحی
- ۲- خدمات گردشگری و جهانگردی
- ۳- موزه‌ها و نمایشگاه‌های مجازی
- ۴- فروشگاه‌های مجازی عرضه محصولات چند رسانه‌ای
- ۵- کتابخانه و کتابفروشی‌های مجازی

ارتباطات الکترونیک:

این عنوان مبین برقراری ارتباطات، ارسال و دریافت پیام‌ها با استفاده از فناوری اطلاعات است که موارد زیر را در بر می‌گیرد:

- ۱- پست الکترونیک
- ۲- مراکز گفت‌وگو و گپ
- ۳- سیستم‌های مدیریت روابط با مشتریان
- ۴- سیستم‌های تلفن گویا
- ۵- سیستم‌های ATM
- ۶- کیوسک‌های ارتباطی

تراکنش الکترونیک:

نقل و انتقال وجوه مالی برای انجام امور روزانه، مانند خرید، داد و ستد و معاملات از طریق اینترنت، تراکنش

۱- داد و ستد الکترونیک

۲- حراج الکترونیک

۳- کار از راه دور

۴- شرکت در معاملات بورس

سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمان:

این سیستم‌ها، نرم‌افزارهایی یکپارچه به‌شمار می‌روند که تمامی فرآیند و فعالیت سازمان را تحت پوشش قرار می‌دهند. سیستم‌های مزبور بر خلاف سیستم منفک و جزیره‌ای کاملاً یکپارچه می‌باشند که علاوه بر این، امکان پیگیری اطلاعات در هر بخش از سازمان وجود دارد. این نرم‌افزارها از مدول‌های مستقلی تشکیل شده‌اند که بنا بر نیاز می‌توانند به مجموعه افزوده یا حذف شوند.

مدیریت روابط مشتریان:

با توسعه رویکرد مشتری‌گرایی در صنایع (از جمله گردشگری برای گردشگران و جهانگردان و خاصه معلولان و ناتوانان جسمی)، برخی سازمان‌ها از سیستم‌های نرم‌افزاری مدیریت روابط مشتریان برای مدیریت و کنترل روابط مشتریان و مخاطبان استفاده می‌کنند. با کاربری این سیستم‌ها به راحتی می‌توان از دیدگاه‌های مشتریان آگاه شد و بازخوردهای مناسبی را از نگرش‌های آنها نسبت به محصولات یا خدمات عرضه شده مؤسسه اقتصادی یا اجتماعی گردآوری نمود و به موازات، واکنش‌های

مناسبی را ارائه کرد.

فقدان زیر ساخت‌های الکترونیکی

غیر از موارد فوق، می‌توان به کمبود کانال‌های مخابراتی و مجاری انتقال و خطوط مخابراتی و زیرساخت‌های گردشگری در شبکه مخابراتی و ارتباطاتی ایران اشاره کرد که بدون فراهم سازی و تدارک آنها یا گسترش شبکه مخابراتی و الکترونیکی، نمی‌توان انتظار داشت تا فرآیند توسعه گردشگری الکترونیک، از رشد قابل قبولی برخوردار شود.

دسترسی به اینترنت و شکاف دیجیتالی

طبق آمار تا پایان سال ۲۰۰۲ میلادی، بین ۷۵۰ تا ۹۰ میلیون نفر در سراسر جهان به اینترنت دسترسی داشته‌اند که نزدیک به ۵۰ درصد آنها در ایالات متحده آمریکا و کانادا زندگی می‌کرده‌اند؛ در حالی که سهم خاورمیانه و آفریقا بسیار اندک برآورد شده است. با توجه به آمار موجود استنباط می‌شود که بسیاری از مردم دنیا هنوز به اینترنت دسترسی ندارند و بدین ترتیب، ایجاد شهر الکترونیک یا توسعه گردشگری الکترونیک با چالش‌های جدی در این منظر روبه‌رو می‌شود؛ بنابراین رفع شکاف دیجیتالی و اطمینان از دسترسی عمومی، یکی از مهم‌ترین و ابتدایی‌ترین اقدامات در جهت تحقق دولت الکترونیک است.

امنیت و حریم دستگاه‌های اینترنتی وابسته به صنعت گردشگری

یکی از نگرانی‌های اساسی که در مورد اینترنت و فضای سایبر وجود دارد، حفظ و پاسداشت امنیت و حریم شخصی افراد (گردشگران، کاربران، تورها و سایت‌های خدمات‌دهنده گردشگری) است که باید راهکارهایی مناسب جهت حل آنها انتخاب و اجرا گردد.

آموزش در توسعه گردشگری الکترونیک

در توسعه گردشگری الکترونیک، آموزش از دو بعد اساسی مورد بررسی قرار می‌گیرد: اول اطلاع رسانی عمومی و آماده‌سازی مردم و شهروندان برای استفاده از خدمات شهر الکترونیک یا گردشگری مجازی و دیگری، تربیت و فراهم‌سازی نیروی انسانی مورد نیاز برای ایجاد، توسعه و اداره گردشگری الکترونیک در مناطق روستایی. بر این اساس، لازم است تا با آموزش

شهر الکترونیک از اجزاء و بخش‌های گوناگونی تشکیل می‌شود که تعامل آگاهانه آنها منجر به پدید آمدن یک محیط مجازی برای زندگی الکترونیکی می‌گردد

معیارهای سنجش گردشگری الکترونیک

هر سیستم فیزیکی و غیر فیزیکی از مجموعه‌ای از اجزاء تشکیل شده است که در تعامل با یکدیگر برای تحقق بخشیدن به هدفی گام برمی‌دارند. سیستم‌ها معمولاً محدودیت‌هایی دارند که باید برای تحقق اهداف، تابع معیاری جهت ارزیابی و سنجش توانمندی سیستم بر اساس توانمندی‌ها، قابلیت‌ها و محدودیت‌های موجود ارائه شود. گردشگری الکترونیک نیز یک سیستم اقتصادی-اطلاعاتی فرض می‌شود که باید مورد ارزیابی و تحلیل قرار گیرد. بر این اساس می‌توان گفت که گردشگری الکترونیک چهار بخش دارد که لازم است این بخش‌ها برنامه‌ریزی شوند:

- ۱- زیرساختار الکترونیک ۲- سازماندهی الکترونیک
- ۳- هدایت الکترونیک ۴- زندگی الکترونیک

چالش‌های گردشگری الکترونیک

در فرآیند تحقق گردشگری الکترونیک و بهره‌مندی از منافع آن، خاصه برای معلولان و سالمندان، چالش‌های اساسی وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد و برای رفع آنها برنامه‌ریزی‌هایی انجام شوند. این چالش‌های اساسی به عبارت زیر است:

نبود سخت افزار و نرم افزارهای رایانه‌ای

در راستای توسعه گردشگری الکترونیک در مناطق شهری و روستایی و با توجه به شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ایران به راحتی دریافت می‌شود که فقدان بستر سازی زیرساخت‌های گردشگری الکترونیک (سخت‌افزار و نرم‌افزار) از مهم‌ترین چالش‌های موجود در برابر توسعه و مراحل گسترش آن به‌شمار می‌رود که این امر در رابطه با معلولان و سالمندان از اهمیت بیشتری برخوردار است. در این میان می‌توان به کمبود رایانه و ملحقات سخت افزاری دستگاه‌های کامپیوتری (کیس، کیبورد، موشواره، CPU و مادر برد) و در عین حال، کمبود نرم افزارهای کاربری گردشگری (کمبود برنامه‌نویس‌های ماهر و کاردان و برنامه‌های اینترنتی گردشگری) اشاره کرد.

نبود سواد اطلاعاتی

آشکار است که در صورت وجود زیرساختار الکترونیک (ICT) و شبکه‌های مخابراتی و کانال‌های ارتباطی، لازم است تا کاربران و گردشگران بتوانند از این زیرساخت‌های الکترونیکی استفاده کنند که نیاز به سواد اطلاعاتی و توانمندی گردشگران، خاصه معلولان در استفاده از رایانه و اینترنت دارد.

روستاییان و جوانان محلی تلاش شود تا امکان تربیت نیروی انسانی ماهر روستایی برای اداره امور گردشگری الکترونیک روستایی در مناطق روستایی، هدف اجرای طرح‌های گردشگری فراهم شود.

چالش‌های فرهنگی و اجتماعی

اصلی‌ترین چالش، گسترش فناوری اطلاعات در گردشگری الکترونیک، بالاخص در ایران، ایجاد مشکلات فرهنگی و چالش‌های اجتماعی است. هجوم گسترده فرهنگ‌های گوناگون و امکان دسترسی عامه مردم به اطلاعات گسترده در سایت‌های گوناگون موجود در اینترنت، برخی ناهنجاری‌ها را در روابط فرهنگی و اجتماعی مردم به وجود می‌آورد. در کشورهای درحال توسعه از جمله کشور ایران نیز بنا بر شرایط فرهنگی و اجتماعی، احتمال آسیب‌پذیری بر اثر تعامل گسترده با دیگر فرهنگ‌ها وجود دارد. هر چند که پیشرفت‌های قابل توجهی در عرصه مکانیسم‌های امنیتی و کنترلی اینترنت حاصل شده است، ولی قابلیت‌های کنترلی در این گونه موارد کمتر مؤثر واقع می‌شود. با عنایت به موارد فوق، منظور کردن فاکتورهای فرهنگی، سنتی و اجتماعی کشورها یا مناطق جغرافیایی خاص در تبیین اهداف و رسالت گردشگری الکترونیک قبل از ایجاد و توسعه آن ضروری جلوه می‌کند.

ارائه مدل پیشنهادی جهت پیاده سازی گردشگری الکترونیک

بدون شک، مهم‌ترین عامل شتاب دهنده، به کار بردن فناوری اطلاعات در نظام‌های توزیع گردشگری بوده است. این امر امکان دستیابی به اطلاعات به موقع در خصوص تسهیلات و اسکان در اماکن گردشگری را در تمامی مراحل توزیع و در هر مقطع زمانی فراهم ساخته است. زمانی که عرضه غیرملموس، فاسد شدنی و قابل استهلاک است، این امر از اهمیت خاصی برخوردار می‌شود؛ به علاوه، هزاران عرضه کننده در سراسر جهان را قادر ساخته است تا با نظام‌های ثبت نام رایانه‌ای مرتبط شوند. فناوری اطلاع رسانی، مهارت‌های مورد نیاز پرسنل بخش تجارت جهانگردی را تغییر داده است؛ چنانچه پیش از این کارمندان عملیاتی به مهارت‌هایی مهم نظیر برنامه‌های مسیرها و برنامه‌های مسافرت، تأیید برنامه‌ها، اصلاح تعرفه‌ها و تهیه و ارائه بلیط‌ها نیاز داشتند؛ در حالی که امروزه این کارها را رایانه انجام می‌دهد و کارکنان می‌توانند روی کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان و فروش و مشاوره سفر کار کنند.

با توجه به وضعیت فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی و شرایط خاص حاکم بر آن اجرای مراحل توسعه گردشگری الکترونیک در مناطق دارای پتانسیل‌های

فقدان بسترسازی زیرساخت‌های گردشگری الکترونیک (سخت‌افزار و نرم‌افزار) از مهم‌ترین چالش‌های موجود در برابر توسعه و مراحل گسترش آن به شمار می‌رود که این امر در رابطه با معلولان و سالمندان از اهمیت بیشتری برخوردار است

طبیعی (اکوگردشگری) در نواحی حاشیه شهری و روستایی، اجرای گردشگری الکترونیک و اجرای آن، دقت عمل و برنامه‌ریزی خاصی را نیاز دارد، چنانچه با در نظر گرفتن تمام محدودیت‌ها و فرصت‌های موجود بتوان در کمترین زمان یا صرف کمترین هزینه ممکن، اهداف پیش‌بینی شده را تحقق بخشید. از آنجا که در بسیاری از عملیات صنعتی و اجرایی از مدل «چرخه دمینگ» استفاده می‌شود، در ارائه این مدل برای توسعه گردشگری الکترونیک در ایران نیز به صورت پیشنهادی در قالب این روش به ارائه مراحل توسعه و گسترش فرایند طرح‌ریزی و اجرا اشاره می‌شود. این مراحل عبارتند از: ۱- طراحی و برنامه‌ریزی ۲- اجرا ۳- بازرسی و کنترل ۴- اقدام اصلاحی

طراحی و برنامه ریزی

هدف از انجام این مرحله طراحی تغییراتی است که منجر به بهبود وضعیت موجود می‌شود. در این روند با بررسی‌های اولیه، انجام تجزیه و تحلیل روی سیستم پیشنهادی و مد نظر، رسم نمودارهای پارا تو و نمودار علت و معلولی، نقاط ضعف و قدرت سیستم موجود بررسی و سپس طرحی برای بهبود وضعیت موجود ارائه می‌شود. در این بخش، فرآیند پیشنهاد شده، دقیقاً باید الگوی گردشگری و توسعه گردشگری در روستای پیشنهادی، اهداف، برنامه‌های عملیاتی و اجرایی، زمان و سایر عوامل مشخص می‌شود و از مکانیسم‌های مختلف برای همپوشانی فعالیت‌ها و تعیین زمان شناوری آنها، با هدف کاهش هزینه‌ها و صرفه جویی در وقت و نیروی انسانی استفاده می‌شود. این مرحله شامل موارد زیر است:

- ۱- تعریف چشم اندازها، راهبردها، سیاست‌های گردشگری در اجرای گردشگری الکترونیک ۲- مشخص کردن طرح‌های کاربردی و قابل اجرا برای گردشگری الکترونیک ۳- تعریف پروژه‌های راهبردی مورد نیاز ۴- آموزش نیروی متخصص و کاردان ۵- اطلاع رسانی و فرهنگ سازی همگانی

اجرا

در این مرحله طرح و برنامه، اهداف پیش‌بینی شده

اولیه حالتی اجرایی به خود می‌گیرند و عملیات لازم جهت تحقق آن صورت می‌گیرد. با توجه به جدید بودن موضوع ایجاد و توسعه گردشگری روستایی الکترونیک و با توجه به شرایط فرهنگی، جغرافیایی و مقولاتی نظیر زیرساخت‌های الکترونیک، سخت افزار و نرم افزارها و سواد اطلاعاتی، لازم است تا گردشگری روستایی الکترونیک در برخی نقاط خاص کشور در نظر گرفته شود تا دستاوردها و نتایج حاصل از آن، پس از اصلاح و نقد و رفع مشکلات و معایب به سایر مناطق تعمیم داده شود.

اجرای نمونه آزمایشی: این مرحله باید موارد زیر را در برداشته باشد:

- ۱- بازننگری و مهندسی مجدد ساختار و فرآیندهای فعالیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری
- ۲- وارد سازی فناوری اطلاعات در فرآیندهای اجرایی سازمان‌های گردشگری و روستاهای شامل طرح
- ۳- تعریف ارتباط فعالیت‌های گردشگری با استفاده از سیستم‌های الکترونیک
- ۴- اجرای پروژه‌های راهبردی
- ۵- آموزش گسترده شهروندان جهت استفاده و کاربری سیستم

۶- ارائه بخشی از خدمات و تسهیلات گردشگری به صورت الکترونیکی نمونه
بازرسی و پایش: پس از اجرای آزمایشی طرح، به منظور تشخیص مؤثر بودن یا مفید بودن آن، لازم است تا تغییرات، اقدامات و سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته در کل فرآیند، مورد بازرسی قرار گیرد. خروجی این مرحله در صورت مثبت بودن نتایج، به نوعی، اثبات موفقیت آمیز بودن نسخه آزمایشی طرح تلقی می‌شود.
بازرسی و بازبینی کیفی: این مرحله نیز موارد زیر را شامل می‌شود:

- ۱- ارزیابی و بررسی نقاط قوت و ضعف
- ۲- مدیریت اطلاعات (به منظور کسب بازخوردهای حاصل از نواحی روستایی شامل طرح)
- ۳- مدیریت تغییر (اصلاح نقاط ضعف طرح نمونه اجرا

با توجه به جدید بودن موضوع ایجاد و توسعه گردشگری روستایی الکترونیک و با توجه به شرایط فرهنگی، جغرافیایی و مقولاتی نظیر زیرساخت‌های الکترونیک، سخت افزار و نرم افزارها و سواد اطلاعاتی، لازم است تا گردشگری روستایی الکترونیک در برخی نقاط خاص کشور در نظر گرفته شود تا دستاوردها و نتایج حاصل از آن، پس از اصلاح و نقد و رفع مشکلات و معایب به سایر مناطق تعمیم داده شود

شده یا در حال اجرا)

- ۴- تجزیه و تحلیل سیستم جدید پیشنهادی
 - ۵- مقایسه سیستم جدید با قبلی
- اقدام اصلاحی و پیاده‌سازی:** هدف از این مرحله، اقدامات اصلاحی و تغییرات مورد نیاز برای کل سیستم به منظور اصلاح ساختار و دستیابی به هدف مورد انتظار می‌باشد. انتظارات این مرحله نیز شامل طرح‌ریزی و استاندارد کردن فرآیندها و بازخوردهای آن و آموزش‌های لازم برای فرآیند استانداردسازی می‌باشد.
- اجرا: این مرحله نیز مواردی را به شرح زیر شامل می‌شود:
- ۱- یکپارچه‌سازی فعالیت‌های گردشگری در حوزه مناطق روستایی مشتمل بر طرح
 - ۲- تدوین استانداردهای لازم در حوزه گردشگری الکترونیک
 - ۳- ایجاد وب سایت درگاه واحد برای دسترسی تمامی خدمات گردشگری روستایی در مناطق روستایی هدف طرح گردشگری
 - ۴- ایجاد زیرساختار لازم برای ارائه خدمات الکترونیکی
 - ۵- فراهم سازی امکان دسترسی به تمامی خدمات و اطلاعات مورد نیاز برای گردشگران و جهانگردان از مناطق روستایی موضوع طرح و از طریق اینترنت
 - ۶- بازننگری منظم سیاست‌ها و برنامه‌های دولت الکترونیک ایران و تطبیق طرح‌های گردشگری با چشم‌اندازهای موجود
- با توجه به آنچه که گفته شد، توسعه و گسترش گردشگری الکترونیک در مناطق توریستی دارای پتانسیل‌های گردشگری طبیعی، نیازمند اجرا یک نمونه است تا پس از رفع اشکالات و اعمال اصلاحات لازم، نسبت به تعمیم آن به سایر مناطق و حاشیه شهرهای دارای پتانسیل‌های طبیعی گردشگری و برخوردار از امکانات بالقوه اقدام کرد. بر این اساس، طبق چرخه دمینگ و با در نظر گرفتن شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ایران می‌توان چارچوب زیر را پیشنهاد کرد:
- ۱- طراحی مناطق گردشگری الکترونیکی
 - ۲- اجرای نمونه (آزمایشی)
 - ۳- بازرسی و بازبینی
 - ۴- انجام و تعمیم

جمع‌بندی

گردشگری مجازی، واقعیتی غیر قابل انکار است که باید نسبت به فرآیند مدیریتی و سازماندهی آن در ایران، اقدامات عاجل صورت گیرد. وقتی که به شهروند الکترونیک (e-citizen)، دولت الکترونیک (e-government)، تجارت الکترونیک (e-commerce)، بانکداری الکترونیک (e-banking) و آموزش الکترونیک

(e-learning) در قالب جامعه اطلاعاتی (Information society) پرداخته می‌شود، لازم است که زمینه‌های گردشگری مجازی (e-tourism) نیز فراهم شود. گردشگری مجازی، ابزاری است که از طریق آن، گردشگران بتوانند در کمترین زمان، امکانات، هزینه و میزان دانش، ظرفیت‌های گردشگری و جاذبه‌های توریستی یک کشور را شناسایی کنند و بایک برنامه هدفمند و طرح هدایتگر، از سوی دولت و آژانس‌ها و مراکز مربوطه، به مکانی خاص و مقاصد هدف گردشگری مسافرت کنند. پیشنهادهایی که در پایان برای کاهش چالش‌های گردشگری مجازی در کشور می‌توان ارائه کرد، به این شرح است:

۱. ایجاد طرح جامع آی.تی (IT) در گردشگری ایران که می‌تواند بر اقشار آسیب پذیر اجتماع، خاصه معلولان و سالمندان نگاه ویژه و ساختارمندی داشته باشد.

۲. فراهم سازی مرکز مدیریت سایت‌های گردشگری رسمی ایران در وب

۳. تبلیغ سایت‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی دیجیتالی (Digital information center) ایران در حوزه گردشگری در سایت‌های دولتی ایران

۴. تبلیغ و معرفی پایگاه‌های دیجیتالی گردشگری ایران (مثل وب سایت موزه‌ها و غیره) در رسانه ملی برای استفاده عامه مردم و خاصه اقشار آسیب پذیر اجتماعی

۵. ایجاد دوره‌های آی.تی (IT) در گردشگری توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری برای معلولان و اقشار آسیب پذیر اجتماعی

۶. اختصاص بودجه‌ای خاص از صندوق ذخیره ارزی کشور برای گسترش گردشگری در راستای «آی.تی.مداری» در صنعت گردشگری با نگاهی خاص به گردشگران معلول و سالمند در کشور

۷. ایجاد دوره‌های آموزشی در سطح کارشناسی و کارشناسی ارشد در مؤسسات و مراکز آموزش عالی کشور

۸. تعریف و اعطای نشان ویژه گردشگری مجازی به مراکز فعال و مؤثر کشور در این حوزه صنعت گردشگری

۹. ایجاد شورا یا مرکز گردشگری مجازی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ایران

۱۰. اختصاص رایانه مناسب به مراکز مؤثر در گردشگری ایران به طور مستقیم یا غیر مستقیم برای آی.تی.مداری

علاوه بر این، برای پرداخت به حقوق شهروندان معلول و سالمندان لازم است تا موارد زیر نیز مورد توجه قرار گیرد:

الف- ضرورت هماهنگ‌سازی و مناسب‌سازی ارتباطات الکترونیک در سطح شهر می‌طلبد تا با در نظر گرفتن تمهیدات خاص و سیستم‌های مناسب برای برقراری ارتباط توسط معلولان، خاصه معلولان حرکتی و

ذهنی از طریق شماره‌گیرهای سریع، سرویس‌های ویژه خدمات به معلولان و شماره‌گیرهای سریع روی دستگاه‌ها و کیوسک‌های مخابراتی درون شهری، بتوان سهولت کاربری این اقشار اجتماع را در اماکن عمومی شهر فراهم آورد.

ب- در راستای تسهیل نقل و انتقال وجوه مالی برای انجام امور روزانه، مانند خرید، داد و ستد و معاملات از طریق اینترنت، لازم است تا بر حسب نوع معلولیت یا شرایط خاص جسمی و حرکتی معلولان و سالمندان فضاهایی برای استفاده این اقشار از خدمات شهر الکترونیک فراهم شود. در این میان، لازم است تا از طریق فرهنگ‌سازی عمومی این مهم به دیگر شهروندان الکترونیک آموزش داده شود تا با حفظ و احترام به حقوق شهروندان معلول از استفاده یا تخریب این فضاها یا سیستم‌های خدماتی جلوگیری به عمل آید.

پ- لازم است تا در سطح شهر الکترونیک، سامانه‌های الکترونیکی یا آنچه در عرف بین‌المللی، اتاقک‌های مجازی اینترنتی گفته می‌شود، برای استفاده معلولان و اقشار آسیب‌پذیر اجتماع در راستای داد و ستد و انجام معاملات تجاری از طریق اینترنت فراهم شود. مذاکرات تجاری، تبلیغ، بازاریابی و عرضه محصولات (محصولات قابل عرضه مانند کتاب‌های الکترونیک)، پرداخت برخط (آنلاین) و ارائه خدمات، برخی از موارد و قابلیت‌هایی به‌شمار می‌روند که می‌تواند در این حوزه صورت گیرد.

ت- با توجه به رویکرد مشتری‌گرایی در شهر الکترونیک، خاصه برای اقشاری که امکان تضييع حقوق آنها بیشتر است، باید در راستای آنچه در جهان در حال انجام است، به این موضوع مهم نیز توجه شو چنانچه با توسعه رویکرد مشتری‌گرایی در صنایع (من جمله گردشگری برای گردشگران و جهانگردان و خاصه معلولان و ناتوانان جسمی)، برخی سازمان‌ها از سیستم‌های نرم‌افزاری مدیریت روابط مشتریان برای مدیریت و کنترل روابط مشتریان و مخاطبان استفاده می‌کنند. با کاربری این سیستم‌ها به راحتی می‌توان از دیدگاه مشتریان آگاه شد و بازخوردهای مناسبی را از نگرش‌های آنها نسبت به محصولات یا خدمات عرضه شده مؤسسه اقتصادی یا اجتماعی گردآوری نمود. ■

منابع در دفتر نشریه موجود است.

پی‌نوشت‌ها:

1-Improving the life chances for disabled people

2-The mental health foundation

تأثیر گذاری عناصر صوتی و تصویری در پویا سازی پیاده راه های شهری

■ مهندس سولماز شعاعی، پژوهشگر حوزه معماری و شهرسازی
■ دکتر حسین سلطانزاده، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین
■ دکتر حمیدرضا شعاعی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود

مقدمه

شهر مجموعه‌ای از ترکیب عوامل مختلف طبیعی، اجتماعی و محیطی ساخته شده توسط انسان است. اهمیت طراحی مناسب عناصر شهری، امری است که باید توجه ویژه‌ای به آن داشت تا در نهایت سبب افزایش کیفی و کمی و ایجاد امنیت و آسایش برای شهروندان شود. باید در نظر داشت که امروزه با صنعتی شدن زندگی‌های شهری، کمتر حس تعلق به مکان و خاطره انگیزی را در شهروندان می‌توان جست‌وجو کرد؛ چرا که در شهرها مکانی یا عناصری به این منظور طراحی نگردیده است. عناصر صوتی و تصویری یکی از عناصر مهم طراحی فضاهای شهری هستند که بی‌شک در بسیاری از موارد نیز جزء نشانه‌های یک شهر محسوب می‌شوند که متأسفانه مورد توجه نبوده و به دست فراموشی سپرده شده است. شهر یک اثر هنری بزرگ است که آفرینندگانی به وسعت خود و به تعداد جمعیتش دارد. هدف نهایی شکل‌گیری یک شهر ایجاد محیطی خلاق برای انسان‌هایی است که در آن زندگی می‌کنند و محیطی است که با توجه به سلائق و تفکرات مختلف و زمینه‌های خلاقیت و رشد افراد را آزادانه برای افراد جامعه مهیا می‌سازد. محیط‌های شهری فضاهایی هستند که بیشترین ارتباط را با انسان و فضای زندگی پیرامونشان ایجاد می‌کنند و این بهترین بهانه برای سازماندهی فضاهایی برای رشد و پرورش خلاقیت، ایجاد ارتباط و مکانی برای شکل‌گیری خاطره و در ادامه آن ایجاد حس تعلق به مکان است. موضوع مورد بررسی در این پژوهش تأثیر عناصر صوتی و تصویری در طراحی محیطی و طراحی شهری به منظور ایجاد مکان‌هایی پویا و خاطره انگیز در پیاده راه‌های شهری است که ابتدا معضل آلودگی صوتی و عوارض آن روی انسان و محیط مورد بررسی قرار گرفته و سپس عناصر صوتی به عنوان یکی از راهکارهای مقابله با مشکلات مطرح شده مورد بررسی قرار می‌گیرد. امروز یکی از بزرگ‌ترین مشکلات مطرح شده در جوامع رو به رشد، فاصله بین انسان و طبیعت و عدم شناخت صحیح انسان از ذات خود و خواسته‌های درونی آن در زندگی شهری است. با توجه به گستردگی موضوع مطمئناً نمی‌شود



چکیده

در این پژوهش به بررسی عناصر صوتی و تصویری و چگونگی تأثیرگذاری آنها به عنوان عناصر پویاساز فضاهای شهری می‌پردازیم. هدف از پژوهش، دستیابی به درکی عمیق‌تر از اصوات، تصاویر و تأثیر آنها روی انسان و برخوردی مفهومی‌تر با مقوله طراحی عناصر شهری در محیط با توجه به روانشناسی رفتار اجتماعی و ادراک جمعی در محیط است که بتوان آن را در قالب طراحی معماری و طراحی شهری و منظر شهری مد نظر قرار داد. پرسش این پژوهش این است که تأثیر عناصر صوتی محیطی بر انسان از دیدگاه تأثیر فرکانس بر شنوایی چگونه است؟

نکاتی که مورد بررسی قرار گرفته است، شامل انواع عناصر صوتی و تصویری بوده و همچنین تأثیرگذاری طراحی منطقی بر اساس روانشناسی و فیزیولوژی انسان برای پویا سازی شهری با توجه به اطلاع‌رسانی لحظه‌ای و بررسی اهداف ادراک جمعی در طولانی مدت می‌باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با طراحی منطقی عناصر صوتی و تصویری و بررسی درک روانشناختی از انسان و حافظه جمعی در فضاهای شهری (در سطوح کوچک یا بزرگ) تأثیرات عمیقی را بر شهروندان و عابرین پیاده در محیط و فضاهای شهری طراحی شده می‌توان گذاشت.

کلیدواژه‌ها: عناصر صوتی، عناصر تصویری، فضاهای شهری، پویا سازی، عابرین پیاده، پیاده‌راه‌ها

راه حل قطعی برای آن پیدا کرد، اما با روش‌های بسیار ساده می‌توان آن را در جهت مثبت هدایت نمود؛ برای مثال می‌توان با استفاده از عناصر صوتی و تصویری مکان‌هایی برای مکث، خلاقیت، پرورش و نزدیک شدن به ذات جست و جوگر و فعال بشر طراحی کرد تا فضاهای شهری که قابلیت پذیرش و نیاز به این عناصر را دارند، شکل گیرند.

پیشینه موضوع

در دهه ۶۰ میلادی رابطه بین هنر و فناوری به اوج شکوفایی خود رسید. تقابل هنر و فناوری در این زمان رخ می‌دهد و انسان‌ها با پیشینه‌های متفاوت به دور هم جمع شدند تا هنری تلفیقی را خلق نمایند. همزمان با افزایش استفاده از فناوری در هنر از کامپیوتر برای طراحی گرافیک، تولید صدا، باز پخش صداها، انیمیشن، نوشتار و تولید مواد از جمله عناصر شاخص استفاده شده است. پیشرفت فناوری صدا و هنر برهمکنشی (Interactive Art) به زمان قبل از دیجیتال برگشته و عامل آن آینده نگری فیلسوف ایتالیایی به نام (Luigi Russolo ۱۹۱۳) بوده است. در سال ۱۹۵۰ میلادی برای اولین بار از فناوری برای تولید اتوماتیک صدا توسط (Hiller, Robert Beaker) استفاده شده است. نرم افزارهایی که امروزه برای برنامه‌نویسی عناصر شاخص صوتی و هنر برهمکنشی استفاده می‌شود، عبارتند از:

شهرها و خاطرات جمعی

شهرها و آثار و بناهای موجود در آنها جایگاه کشف گذشته‌اند و به همین دلیل است که به برخی عرصه‌ها و بدنه‌های شهری ارجح می‌گذاشته و عشق می‌ورزیم، چون یاد آور خاطرات کودکی ما هستند، فضاها و عرصه‌هایی که سرشار از زمان‌ها و دقایق از یاد رفته‌اند و به واقع این مناظر شهری‌اند که خاطره‌ها را می‌سازند و عامل یاد بسیاری‌اند. شهرها خاطره‌ها را می‌سازند و خاطره‌ها نیز به شهرها شکل و جان می‌دهند و آنها را پویا و زنده می‌گردانند. خاطره بر گرفته از حوادث و تجاربی است که در گذشته اتفاق افتاده و متعلق به زندگی گذشته افراد بوده و اکنون آن را به یاد می‌آورند و به کار می‌گیرند. خاطره به زمان و مکان مرتبط است. با طراحی مکانی مناسب در مسیر پیاده راه‌ها و استفاده از عناصری مشابه عناصر شاخص صوتی و تصویری که می‌توانند به گونه‌ای طراحی شوند که مکانی برای تعامل بین جمعی از انسان‌ها باشند و انسان به عنوان عامل محرک نقش مهمی را در کارکرد این مجموعه‌ها ایفاء می‌کند. زندگی انسان را می‌توان به دو بخش عمده تقسیم کرد؛ بخشی مربوط به روال عادی زندگی و بخشی دیگر

حیات واقعه‌ای. در حیات عادی هیچ‌گاه خاطره شکل نمی‌گیرد چون تکرار مدام جریان زمان بستری را برای شکل گرفتن خاطره فراهم نمی‌آورد همانند زندگی ماشینی امروز. در حیات واقعه‌ای همه چیز تازگی دارد، روال معمول قطع شده است، آنی رخ داده که خاطره‌ساز است، نیاز امروز جامعه به مکان‌هایی برای مکث، تفکر، تعاملات اجتماعی حتی طراحی مکان‌هایی برای شکل‌گیری بازی‌های فکری برای تمامی سنین جهت شکوفایی خلاقیت و ایجاد مکانی خاطره انگیز به شدت نیازمند است.

به هنگام واقعه و به خصوص پس از آن، فضایی که حادثه در آن رخ داده است، فضایی آشنا می‌گردد، فضایی که کوچک‌ترین تغییری در آن ملموس و قابل دیدن است و بنا بر شدت واقعه و تأثیر و تأثر آن است که صحنه آرای می‌گردد، اشیا در آن جان می‌گیرند و انسان‌ها در آن نقش می‌یابند. خاطره همواره از موضوعات قابل تأمل در حوزه طراحی شهری بوده و لزوم ضرورت پرداختن به آن در نظریه پردازی‌ها و طراحی‌ها امری اجتناب ناپذیر است. چه بسا این فضاهای شهری مکان اصلی واقعه و جای وقوع آن هستند به خصوص پیاده راه‌ها که بیشترین تعاملات در این مکان‌ها صورت می‌پذیرند و خاطره‌های جمعی و فردی در آن انباشته می‌شود و هر چه بیشتر رنگ و بوی واقعه ای داشته باشد مطلوب تر است. واقعه یا وقایعی که به شکل‌گیری خاطرات جمعی می‌انجامند. باعث پویاسازی فضاهای شهری شود. با طراحی این‌گونه مکان‌هایی می‌توان روح و زندگی دوباره به شهر بخشید. الکساندر «هویت محیط را این چنین بیان می‌نماید: «هویت محیط حاصل از تباط و طبیعی و منطقی فرد با محیط است و این ارتباط و احساس تعلق خاطر به وجود نخواهد آمد؛ مگر آنکه فرد قادر به شناخت عمیق محیط و درک تمایز آن از محیط‌های دیگر باشد.» با چنین رویکردی می‌توان عناصر شاخص صوتی و تصویری را عنصر مناسب و گویایی برای این نوع ارتباط‌ها دانست. می‌توان با استفاده از این عناصر، فضایی را در مسیر پیاده راه‌ها طراحی نمود تا توجه عابرانی که با سرعت هر چه تمام‌تر برای جا نماندن از زندگی ماشینی‌شان از این مسیرها در حال عبور هستند، بی آنکه به اطراف خود توجهی داشته باشند، تا لحظه‌ای از سرعت خود کاسته، حتی برای چند لحظه هم که شده به منظور کنجکاوی نیز جذب این عناصر شاخص شده و در نتیجه حادثه‌ای رخ دهد و خاطره‌ای ثبت شود. هویت که خود نیز نقش بسزایی در تعاملات اجتماعی دارد این‌گونه تعریف می‌شود؛ حس‌ها و تعلق خاطرهایی که فرد از محیط اطراف خود دارد و کیفیت‌ها و توقعات متفاوتی را در ذهن به وجود می‌آورد که دستاوردی همچون خاطرات را دارد و نقش مهمی را در

طراحی مبلمان شهری ایفاء می‌کند؛ چرا که این هويت است که طراحی هر یک از عناصر شاخصی شهری را منحصر به فرد می‌کند و به آن کالبد معنا می‌بخشد. این عناصر شاخصی صوتی و تصویری هستند که می‌توانند به گونه‌ای طراحی شوند که خاطره‌ای را که می‌سازند با مکان طراحی شده موضوعیتی داشته و بعدها با شنیدن آن صداها و یا دیدن گونه‌ای از رنگ‌ها و تصاویر، خاطراتی با موضوعیت مکانی مشخص یادآوری گردد. با توجه به ساختار محلات قدیمی و عناصر موجود در آنها ثبت خاطرات برای انسان بی‌گمان آسان‌تر از محلات جدید است ولی در بعضی محلات که عناصر قدیمی وجود ندارد با احداث یک پیاده روی جدید یا به کارگیری نوعی کفپوش خاص، یا یک نورپردازی متنوع و با طراحی عناصر شاخصی صوتی و تصویری خاص آن محله باعث هويت بخشی به آن محله شده؛ به طوری که به دلیل داشتن چنین خصایصی از دیگر محلات شاخص‌تر به نظر می‌آید و همین عامل سبب به وجود آمدن حس تعلق در افراد آن محله شده است.

پیاده راه، ضامن دوام زندگی شهری

معابر پیاده یا پیاده راه‌ها، معابری با بالاترین حد نقش اجتماعی هستند که در آنها تسلط کامل با عابر پیاده است و فقط از وسایل نقلیه موتوری به منظور سرویس دهی به زندگی جاری در معبر استفاده می‌شود. این معابر می‌توانند به صورت کوچه، بازار، بازارچه، مسیری در میدان، پارک یا فضای یک مجتمع شکل بگیرند. پیاده‌راه‌ها با از میان بردن ترافیک عبوری سواره در بخشی از شهر ایجاد می‌شوند و به دلایل معمارانه، تاریخی یا تجاری شکل می‌گیرند.

پیاده راه‌ها، محل حضور همه شهروندان و مشارکت آنان در زندگی جمعی‌شان می‌باشد. این فضاها در مقیاس همه شهر عمل کرده و پذیرای گروه‌های مختلفی از شهروندان هستند. پیاده راه‌ها علاوه بر نقش ارتباطی و دسترسی، مکانی امن و راحت برای تماس اجتماعی، گردش، تماشا و ... فراهم می‌آورند. در پیاده راه‌ها، آزادی عمل انسان پیاده برای توقف، مکث، تغییر جهت و تماس مستقیم با دیگران بسیار زیاد است، از این رو، شهروندان به تدریج به حضور در شهر و انجام فعالیت‌های مدنی عادت می‌کنند و زمان بیشتری را در فضاهای شهری می‌گذرانند که این کار به سهم خود به بهبود و ارتقا فرهنگ و عادات شهرنشینی، از جمله رعایت حقوق دیگران و احساس مسئولیت در برابر جامعه کمک می‌کند که به خصوص برای جوانان و کودکان می‌تواند نمونه زنده آموزشی محسوب شود.

«سرزندگی» از ویژگی‌های اساسی و اصلی پیاده‌راه‌هاست؛ از این رو باید در پیاده راه‌ها همواره زندگی اجتماعی

در جریان باشد. این فضا همچنین باید بتواند جاذب طیف وسیعی از شهروندان باشد و خود را همواره با رویدادهای درون خود هماهنگ سازد؛ لذا «انعطاف» نیز از ویژگی‌های مهم در پیاده راه‌هاست. در نهایت آنچه متضمن حضور همه شهروندان و زندگی دائمی در پیاده راه‌هاست، «ایمنی» این فضا می‌باشد.

مناطق اختصاصی برای عابرین پیاده رو (پیاده‌راه‌ها)

پیاده‌راه‌ها در برخی مناطق جذب سفر برای استفاده اختصاصی عابران پیاده یا اولویت‌دهی به استفاده از عابران پیاده طراحی می‌شوند. وجود مناطق اختصاصی برای عابرین پیاده، باعث ترغیب پیاده‌روی می‌گردد. ایجاد پیاده‌راه‌ها یکی از روش‌های اعمال محدودیت‌های ترافیک است. در پیاده‌راه‌ها، تسهیلات خاص و جاذب سفر برای عابران پیاده در نظر گرفته می‌شود. ساخت پیاده‌راه‌ها یا خیابانی که به عابران پیاده اختصاص داده شود، در شهرهای بزرگ جهان متداول است. هدف از ایجاد پیاده‌راه‌ها در مناطق تجاری مرکزی، توجه به این اولویت است که ایجاد مناطق مخصوص عابرین پیاده در مراکز تجاری، باعث رونق اقتصادی می‌شود و آلودگی‌ها را در این مناطق کاهش می‌دهد. به‌طور کلی پیاده‌راه‌ها عبارت است از خیابانی که قبلاً توسط وسایل نقلیه موتوری مورد استفاده قرار می‌گرفته که با اعمال محدودیت‌های شدید عبور و مرور برای وسایل نقلیه موتوری، محیط مناسبی جهت تردد عابران پیاده شده است. به‌طور کلی در نظر گرفتن پیاده‌راه‌ها در مراکز تجاری شهرها، یکی از روش‌های مدیریت ترافیک به منظور کاهش وسایل نقلیه شخصی می‌باشد. با توجه به اینکه در اغلب شهرهای بزرگ کشور مراکز تجاری مشکل تردد و توقف وسایل نقلیه را دارند، در خصوص ایجاد پیاده‌راه‌ها همراه با تسهیلات مناسب می‌توان بر کاهش مشکلات ترافیکی و آلودگی هوا تأثیر گذاشت.

دلایل احداث پیاده‌راه‌ها

معمولاً در منطقه مرکزی تجاری، تعداد زیادی سفر پیاده انجام می‌شود؛ بنابراین برای این‌گونه سفرها باید محیط ایمن به‌وجود آورد تا شهروندان بتوانند در فضای مناسب، با سهولت و آرامش خاص تردد کنند. بدین ترتیب، احداث پیاده‌راه‌ها به منظور افزایش ایمنی دسترسی حیات اقتصادی در مناطق مرکزی تجاری مورد توجه قرار می‌گیرد و در کنار این مسائل به عنوان یک راهکار مدیریت ترافیک به منظور کاهش استفاده از وسایل نقلیه عمومی و شخصی در مناطق با تراکم زیاد مورد استفاده قرار می‌گیرد. این راهکار شاید در ابتدا از نظر تجار و کسبه منطقه به‌عنوان عاملی جهت کاهش درآمد آنها باشد، ولی طی بررسی در کشورهای مختلف

دنیا، احداث مسیرهای ویژه تردد عابران پیاده، موجب افزایش رونق و حیات اقتصادی در منطقه می‌شود.

دلایل احداث پیاده‌روها در مراکز تجاری شهرها

- ۱- جذب شهروندان به منطقه مرکزی تجاری و در نتیجه، افزایش فروش و تشویق سرمایه‌گذاری‌های جدید
- ۲- کاهش آلودگی هوا در مناطق مرکزی تجاری شهرها
- ۳- ایجاد محیط ایمن برای تردد عابران پیاده، بدون تداخل با حرکت وسایل نقلیه موتوری
- ۴- افزایش حیات و رونق اقتصادی در مناطق مرکزی تجاری شهر
- ۵- اختصاص خط ویژه اتوبوس و پیاده‌رو و در نتیجه، افزایش حجم جابه‌جایی مسافران
- ۶- کاهش استفاده از وسایل نقلیه شخصی و توسعه استفاده از وسایل نقلیه عمومی و پیاده‌روی

آثار آلودگی صوتی بر انسان

مطالعات متعدد نشان داده‌اند که روبه‌رو شدن با صداهای ناهنجار، اثر زیان‌آور و مخاطره‌آمیزی بر سلامت انسان دارد. نوع و میزان واکنش انسان‌هایی که در محیط‌های پرسر و صدا مشغول به کارند یا در حال زندگی هستند، در طول شبانه‌روز و حتی از مکانی به مکان دیگر، متغیر است. به طور کلی، آثار ناهنجار آلودگی صوتی بر انسان را می‌توان به دو دسته آثار مستقیم و غیر مستقیم تقسیم کرد که به شرح زیر است:

الف- آثار مستقیم که خصوصاً به آسیب‌های مربوط به حس شنوایی و مکانیسم ایجاد آنها مربوط می‌شود. از ساده‌ترین و محسوس‌ترین عوارضی که سر و صدا برای انسان به بار می‌آورد، از دست دادن قدرت شنوایی است؛ حتی صدای مداوم و غیرآزاددهنده نیز برای انسان مضر است و حساسیت گوش را نسبت به انواع صداها تقلیل می‌دهد. شنیدن صدایی با شدت صوتی ۱۰۰ دسی‌بل (واحد اندازه‌گیری شدت صوت) به مدت ۱۰ دقیقه، نیاز به استراحتی به مدت ۲۰ دقیقه در محیطی کاملاً آرام دارد تا اثر آن را جبران کند. آثار بلند مدت سر و صدا بر گوش انسان به صورت «کری ادراکی یا عصبی» ظاهر می‌گردد؛ همچنین در نتیجه کارکردن در محیط‌های شلوغ و پرسر و صدا، سلول‌های شنوایی از بین می‌روند که منجر به کری غیرقابل برگشت می‌شود و این نوع افت شنوایی را در اصطلاح «کری شغلی» می‌نامند. در ضمن، افزایش سن نیز بر کاهش شنوایی تأثیر فراوانی دارد؛ به طوری که ابتدا در فرکانس‌های بالاتر با شدت بیشتری اعمال می‌شود اما به تدریج به عنوان بخشی از روند فیزیولوژی، با افزایش سن، این حساسیت کاهش می‌یابد. نباید فراموش کرد که میزان کاهش شنوایی بر اثر افزایش سن، در افراد مختلف، متفاوت است؛ حتی در مورد زنان، تأثیر سن در کاهش شنوایی در مقایسه با

مردان کمتر است.

ب- آثار غیرمستقیم که عبارتند از حساسیت عصبی، تحریک‌پذیری شدید، گرفتگی عضلانی، شوک عصبی، خستگی جسمی و روحی، سرگیجه، ترس و اضطراب، آشفتگی خواب، آلرژی، افزایش ضربان قلب و فشارخون، اختلال در تعادل بدن، انقباض عروق خونی پوست، کاهش فعالیت سیستم گوارشی و سوء هاضمه، ضعف قوه بینایی و جنسی، تمایل به قتل و خودکشی و غیره. لازم به یادآوری است که از میان آثار مذکور، آثار ذهنی و روانی بر حسب حساسیت شخص، موقعیت، زمان و حالات روانی افراد، متفاوت است، اما در مجموع، از قدرت فراگیری افراد کاسته و بر تعداد اشتباهات‌شان در انجام کارهای فکری می‌افزاید.

عناصر صوتی

عناصر صوتی رسانه‌هایی هستند که زمان پایه ساختار آن، عناصر یا هر گونه شیئی است که تولید صدا می‌کند یا برعکس؛ مثلاً می‌توان صدا را به گونه‌ای طراحی کرد که یک تصویر غیر مجازی یا یک فرم مجازی بسازد. عناصر صوتی دارای دو ساختارند:

۱. سیمانتیک

۲. سینتیک

در این پژوهش، موضوع مورد نظر ما هنر سینتیک است. ۱. سیمانتیک: علم بررسی و مطالعه صداها قابل مشاهده از طریق لرزش است؛ برای مثال، هنگامی که سطحی از ظرف یا پوسته‌ای بر اثر تولید صدایی، دچار لرزش و ارتعاش می‌شود، بین محدوده بیشینه Max و کمینه Min جابه‌جایی صورت می‌پذیرد که به صورت نوار نازکی از ذرات جامد یا مایع قابل مشاهده است. بین سال‌های ۱۷۵۶ تا ۱۸۲۷ Ernest Floveus و Chladin موزیسین و فیزیکدان آلمانی، تحقیقاتی را در مورد لرزش و ارتعاش حاصل از صدا و همچنین سرعت صدا انجام داده است.

۲. سینتیک: به‌طور خیلی ساده، مجسمه‌های سینتیک



عناصر متحرکی هستند که قسمت‌هایی از آنها تکان می‌خورند یا در حرکت هستند؛ برای مثال، ساعت می‌تواند یک عنصر سینتیک باشد. عناصر صوتی می‌توانند در بعضی مواقع به عنوان عناصر سینتیک محسوب شوند. عاملی که در راستای به حرکت درآوردن این عناصر برای تولید صدا وجود دارد، می‌تواند از طریق راه‌های متفاوتی حاصل شود؛ برای مثال، عوامل مکانیکی، الکتریکی، بخار یا حتی حرکت ساعت؛ حتی این عامل محرک می‌تواند از عناصر طبیعی مانند باد و موج دریا باشد یا می‌توان از تماشاگر و ناظر به عنوان حرکت‌دهنده یا بازیگر برای به حرکت درآوردن قسمت‌هایی در این عناصر استفاده نمود که در این حالت، حس کنجکاوی و خلاقیت ناظر تحریک می‌شود و با یک حرکت کوچک، تولید صدا و تصویری می‌کند که خاطره شکل می‌گیرد و می‌تواند به صورت یک بازی طراحی شود تا از قوه خلاقیت افراد نیز استفاده کند و به فضا روح و زندگی ببخشد.

عناصر صوتی به عنوان راهکاری برای ایجاد زندگی پویا در پیاده راهها

وجود یک عنصر خاص در محله به عنوان مثال، عناصر صوتی یا عناصر تصویری، وجود یک نام خاص یا یک شخص محبوب و مشهور در سطح محله، سبب به وجود آمدن حس تعلق می‌شود. گاهی وجود این عناصر صوتی و تصویری به عنوان یک نشانه معرف جنبه‌های نمادین و فرهنگی است که عامل به وجود آورنده حس تعلق شده است؛ زیرا افراد با دیدن این عناصر، مسائل یا خاطراتی را تدایی می‌کنند. طراحی این فضاها می‌تواند به گونه‌ای باشد که محلی برای یک حرکت جمعی باشد که در این صورت، عامل تقویت حس تعلق به مکان است؛ چون سبب مشارکت عابری شده است که در لحظه‌ای دوستانه، خاطره‌ای زیبا را صحنه‌سازی کرده‌اند. یکی از عمده مسائل مطرح در دنیای امروز ما، تماشای تلویزیون است؛ یعنی با این کار فرد می‌خواهد وقت خود را سپری کند؛ پس در اینجا یک نیاز شکل می‌گیرد که می‌توان بر اساس آن، فضایی را طراحی نمود؛ برای مثال، ایجاد یک عرصه عمومی و فضای مکث در مسیر یک پیاده‌راه به منظور اجرای نمایش‌های خیابانی به وسیله عناصر صوتی و تصویری، یعنی افراد را به یک فضای شهری برای به تصویر کشیدن یک خاطره و ایجاد یک حس مشترک و برای رهایی از دغدغه‌های زندگی شهری، حتی برای لحظه‌ای کوتاه دعوت کنیم؛ چرا که این فعالیت‌ها تا حدودی برآورد کننده نیاز افراد است، از طرفی با این کار توانسته‌ایم هم افراد یک جامعه را در کنار هم جمع کنیم و هم رابطه‌های اجتماعی را تقویت کنیم و هم به

ایجاد یک فضای شهری پرداخته‌ایم و این گونه می‌توان گفت که با تقویت رابطه‌های افراد با یکدیگر، حس تعلق را در شهر بالا برده‌ایم. با توجه به آلودگی‌های صوتی و فراصوتی می‌توان پیشنهاد استفاده از آلترناتیوهای مانند عناصر صوتی را داد که هم با هزینه‌ای ناچیز در مقایسه با دیگر راه‌حل‌ها و هم قابل اجرا و بهره‌برداری هستند و هم به عنوان عناصر بصری در طراحی محیطی می‌توانند نقش مهمی را ایفاء کنند. از طرفی، عناصر صوتی تولید صداهای طبیعی می‌کنند. صداهای طبیعی و خام، مانند صدای صوت و آوای وحش (Bio Acaoustic) و صدای ناقوس‌ها (Multy Hourmanic) یک هارمونی هستند که به علت ساختار منظم و معماری ساده‌شان در شرایط غالب قرار دارند و باعث شکسته شدن ساختار آلودگی‌های صوتی می‌شوند؛ برای مثال، صدای پرندگان که غالباً به صورت موج سینوسی است، در حالت غایی می‌تواند حتی گونه‌ای از وایت نویزها (white Noise) را در خود جا دهد. صداهای طبیعی مانند صدای دریا که Pink Noise نام گذاری شده‌اند، طی تحقیقات انجام شده، باعث آرامش می‌شوند که با مبنای آب و صدای موج دریا کار می‌کنند و می‌توان فضای غالبی ساخت تا آلودگی‌های صوتی را در خود حل کنند. صداهای برگرفته شده از طبیعت، خاطره‌ای را که از گذشته در ذهن انسان وجود داشته، دوباره زنده می‌سازد و روحی دوباره می‌بخشد. در فضاهای شهری به علت آلودگی صوتی فضاهایی که زندگی انسان‌ها در آنها جریان دارند، انسان‌ها به فضاهایی برای تمرکز کردن و در امان ماندن از آلودگی صوتی نیاز دارند که فناوری آکوستیک با توجه به روانکاوی (Psycho Analisis) انسان فضایی را می‌سازد که سایر مردم در طرح‌های شهری جذب آنها می‌شوند تا به آرامش و تمرکز مورد نیاز خود برسند. با توجه به مطالعات صورت گرفته، مشخص می‌شود که با در نظر گرفتن مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی‌های صوتی می‌توانند نقش بسزایی را در بهبود مشکلات طراحی شهری ایفاء کنند و به عنوان عناصر تندیس‌گونه از نظر فرهنگی ایفاء نقش کنند یا به عنوان عناصر شاخصی صدا دار در تعدیل آلودگی صوتی شهر مؤثر باشند و همچنین می‌توانند به عنوان عامل محرک و فعال کننده در مکان‌هایی خاص مانند پارک‌ها و مکان‌های تفریحی مورد استفاده قرار گیرند. این عناصر برای تولید صدا، حس خلاقیت و همبستگی و پیوند بین افراد جامعه نیز کارایی دارند، ولی نباید فراموش کرد که این عناصر صدا دار فقط می‌توانند عامل بسیار خوبی برای تعدیل مشکلات شهری باشند و باید به دنبال چاره‌اندیشی‌های قوی‌تر بود.

نتیجه‌گیری

زندگی شهری برای بسیاری از مردم، وقتی به خوبی

afterword by Susan McClary. *Minneapolis*: University of Minnesota Press. ISBN 0-8166-1286-2 (cloth) ISBN 0-8166-1287-0 (pbk.)

Cage, John. 1961. «*Silence: Lectures and Writings*». Middletown, CT: Wesleyan University Press. (Paperback reprint edition 1973, ISBN ISBN 0819560286)

Wishart, Trevor. 1996. *On Sonic Art, new and revised edition*, edited by Simon Emmerson (with accompanying compact disc recording). Contemporary Music Studies 12. Amsterdam: Harwood Academic Publishers. ISBN 3-7186-5846-1 (cloth) ISBN 3-7186-5847-X (pbk.) ISBN 3-7186-5848-8

Artspeak, by Robert Atkins, 1990, Abbeville Press, ISBN 1-55859

Popper, Frank (1968). *Origins and Development of Kinetic Art*. Studio Vista and New York Graphic Society.

Popper, Frank (1970). *Kinetics*. Arts Council of Great Britain.

بحرینی، حسین، (۱۳۷۷) *فرآیند طراحی شهری*، دانشگاه تهران، چاپ اول

حکیمی، فرزانه، (۱۳۸۴) *راهنمای تسهیلات عابرین پیاده*، سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران

سعید نیا، احمد (۱۳۸۳) *طراحی مبلمان شهری*، انتشارات سازمان دهیاری‌ها و شهرداری‌ها، تهران

سید صدر، سید ابوالقاسم (۱۳۸۱)، *دایره المعارف معماری و شهرسازی*، انتشارات آزاده

شهبازی، فاطمه (۱۳۸۳)، *پیاده رو*، گذری فراموش شده در شهر، مجله شهرداری‌ها، آذر ماه، شماره ۶۷، سال ششم

قریب، دکتر فریدون، (۱۳۸۲) *شبکه ارتباطی در طراحی شهری*، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم

لوکوربوزیه (۱۳۸۲)، *مشور آتن*، ترجمه منصور فلامکی، انتشارات دانشگاه تهران

مقررات شهرسازی و معماری طرح‌های توسعه و عمران مصوب شورای عالی شهرسازی و معماری ایران (۱۳۸۳)،

دبیرخانه شورای عالی معماری و شهرسازی ایران

مفقورد، لوئیز (۱۳۸۱) *منبیت و جامعه مانس در بستر تاریخ*، ترجمه احمد عظیمی بلوریان، انتشارات رسا

موره، ژان پیترو و دیگران (۱۳۷۳) *فضاهای شهری طراحی، اجرا، مدیریت*، ترجمه حسین رضایی و دیگران، انتشارات پیام رسا

ناصر زاده، هوشنگ (۱۳۷۳)، *مجموعه قوانین راهنمایی و رانندگی*، انتشارات علوی

معاونت عمرانی دفتر حمل و نقل و دبیرخانه شورای عالی هماهنگی ترافیک شهرهای کشور

جریان می‌یابد که حرکت در مقیاس پیاده و در واحدهای محله‌ای تعریف شود و فضای شهر فقط در خدمت عبور و مرور وسایل نقلیه و متأثر از اصول ترافیک و مهندسی محض نباشد و کیفیات زیبایی‌شناسانه و راه‌حل‌های منطبق با اصول انسانی و اخلاقی در سازماندهی محیط مدنظر قرار گیرد. کلید موفقیت در برنامه‌ریزی و طراحی، مشارکت فعال جوامع محلی از همان ابتدای پروژه بسط آن و بهره‌گیری از دانش بومی منطبق با اصول توسعه پایدار است که نیازمند بینشی همگام با ارزش‌های اکولوژیکی و همراه با طبیعت است و نه بر ضد آن. همان‌طور که در بخش‌های قبل مطرح گردید، امروزه آلودگی صوتی، ازدحام، بی‌هویتی، عدم حس تعلق به مکان، وجود زوائد بصری در جداره‌های شهری، فراموش کردن طبیعت، نبود فضاهای خاطره‌انگیز به عنوان اصلی‌ترین مشکلات شهرها درآمده‌اند و برای مقابله با چنین معضلی، فضاهای شهری باید از نو با یک برنامه ریزی شهری دقیق و حساب شده بازآفرینی شوند، اما هزینه‌های سرسام‌آور چنین کاری، انجام آن را غیرممکن ساخته است. به همین جهت، می‌توان از آلترناتیوهای دیگری، مثل عناصر صوتی و تصویری و طراحی مکان‌هایی به منظور ایجاد فضایی پاسخگو بهره جست که اجرای آنها مشکلات چندانی ندارد و دارای کاربردهای بصری و رفتاری، در طراحی فضاهای شهری هستند. در واقع عناصر صوتی، صداهایی را تولید می‌کنند که علاوه بر مقابله با آلودگی صوتی، باعث آرامش افراد و بالا رفتن کیفیت فضایی محیط می‌شوند. همچنین باعث شکل‌گیری مکان‌هایی برای آفرینش یک خاطره جمعی می‌شوند. ■

منابع:

Paul Panhuysen (Ed.) (1986). *Echo: the images of sound*. Eindhoven: Apollohuis. ISBN 90-71638-03-0.

John Grayson (1975). *Sound sculpture: a collection of essays by artists surveying the techniques, applications, and future directions of sound sculpture*. Vancouver: A.R.C. Publications. ISBN 0-88985-000-3.

Dick Higgins, Intermedia, Something Else Newsletter 1, 1966

Owen Smith (1998) Fluxus: *The History of an Attitude Visual arts in the 20th century*, Author Edward Lucie-Smith, Edition illustrated, Publisher Harry N. Abrams, 1997, Original from the University of Michigan, ISBN 0810939347, 9780810939349

Attali, Jacques. 1985. *Noise: The Political Economy of Music*; translated by Brian Massumi, foreword by Fredric Jameson,



ارزیابی جایگاه گردشگری در مفاهیم توسعه با تأکید بر توسعه روستایی

■ شهاب ایلکا، عضو هیئت علمی آموزشکده فنی و حرفه ای سما، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین
 ■ شاهین ایلکا، عضو هیئت علمی آموزشکده فنی و حرفه ای سما، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین

مقدمه

علاوه بر امکان رشد اقتصادی به ترویج بخش کشاورزی و تولید صنایع دستی محلی پرداخت و گامی در راستای بهبود شرایط زیست محیطی و پاسداشت موارث فرهنگی بومی و آداب و رسوم محلی در روستاها، برداشت. این امر در روستاهایی که فعالیت‌های کشاورزی به دلیل شرایط اقلیمی یا سایر شرایط، از امکان برخوردار است از کشاورزی بهینه یا میزان درآمد مطلوب، محروم می‌مانند، دارای اهمیت بیشتری می‌شود. علاوه بر این، گردشگری روستایی می‌تواند موجبات بهبود فرآیند توسعه روستایی را با ایجاد فعالیت مکمل بخش کشاورزی، اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای خانوارهای روستایی در بستر مشارکت سازی روستایی در فرآیند گردشگری پذیری ممکن کند که نیاز به پژوهشی درباره آثار مثبت و تبعات منفی آن در زندگی روستایی دارد که رویکرد پژوهش حاضر را نیز تشکیل می‌دهد. از سویی دیگر، ایران نیز با برخورداری از شرایط متنوع

باگسترش روز افزون مهاجرت‌های روستایی، کاهش درآمد خانوارهای روستایی و افول کشاورزی روستایی، نیازی روز افزون به فعالیتی جایگزین و در عین حال، مکمل برای کشاورزی، در نواحی روستایی احساس می‌شود تا در راستای توسعه پایدار روستایی، امکان بهره‌مندی روستاییان از «معیشت پایدار» فراهم شود که بهبود «کیفیت زندگی» و «رضایتمندی روستایی» را به همراه دارد. از سویی دیگر، برنامه‌ریزی توسعه روستایی، نیازمند فرآیند ارزیابی و بازنگری در حوزه اندیشه انتقادی توسعه روستایی است تا امکان بهترین راهکارهای مداخله در نواحی روستایی، برای کارآمدی نتایج حاصل از روند برنامه‌ریزی توسعه روستایی فراهم شود. التفات به جایگاه صنعت گردشگری در توسعه روستایی، از آن جهت مهم می‌نماید که می‌توان با بهره‌گیری مناسب از منابع طبیعی و انسانی روستایی،

آب و هوایی و جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی و اقلیمی و گسترش آداب و رسوم محلی، این توانمندی را دارد تا با شناسایی و ارزیابی جایگاه گردشگری و شناسایی نقاط قوت و ضعف توسعه گردشگری روستایی، از دل تهدیدهای موجود، فرصت‌هایی را فراهم کند که موجب توسعه روستایی پایدار و برخوردار از نسل‌های فعلی و آینده روستایی از معیشت پایدار و پتانسیل‌های موجود در ساختار اقتصادی، اقلیمی و اجتماعی روستایی گردد. در این تحقیق نیز تلاش شده است تا با بررسی، ارزیابی و بازنگری کیفی رویکردهای کاربردی، ساختاری، راهبردی و راهبردی و با تبیین روند توسعه روستایی پایدار، امکان‌تعمیم و به‌کارگیری نتایج این پژوهش برای فرآیند برنامه‌ریزی و ارزیابی گردشگری روستایی که فرآیندی برای توسعه روستایی فرض شده است، فراهم شود.

گردشگری روستایی: مفاهیم و ارزیابی

از آنجا که گردشگری روستایی می‌تواند به مثابه فعالیت فراگیر جهانی و دیگری به‌عنوان تأکید بر توسعه سیاست‌های منطقه‌ای و محلی شناخته شود، بر این اساس، تعریفی عام و حاصل از اجماع حوزه اندیشیدگی از گردشگری روستایی وجود ندارد.

(Dann, 1999; Oppermann, 1996: 86)

«کنفرانس جهانی گردشگری روستایی» (Rural Tourism Conference, 2006)، گردشگری روستایی را شامل انواع گردشگری با برخوردار از تسهیلات و خدمات رفاهی در نواحی روستایی می‌داند که امکان بهره‌مندی از منابع طبیعی و جاذبه‌های طبیعت را همراه با شرکت در زندگی روستایی (کار در مزرعه و کشاورزی) فراهم می‌آورد. علاوه بر این، باید پذیرفت که ویژگی‌های متمایزی، مانند فعالیت‌ها و موقعیت روستایی، گردشگری روستایی را از دیگر اشکال گردشگری جدا می‌کند؛ در عین حال که تعریف و شاخصه‌های فراگیر مورد قبول همگان برای آن وجود ندارد (Sharpley, Richard, 1997: 10). همچنانکه لاین (Lane, 1994)، گردشگری را که مکان آن در حومه شهر باشد، گردشگری روستایی می‌داند، آنتونی دونت (Dunnett, 2004)، گردشگری روستایی را راهی از زندگی کسالت‌بار شهری برای بهره‌گیری از مواهب طبیعی و برخوردار از جاذبه‌های طبیعی (جنگل‌ها، مراتع و رودخانه‌ها) می‌داند که در محیط روستایی با ارائه تسهیلات رفاهی و خدماتی (خوراک، اقامتگاه و فعالیت‌های تفریحی و ورزشی) همراه می‌شود؛ علاوه بر این، اپرمن (Oppermann, 1996: 38) نیز گردشگری روستایی را در ارتباط تنگاتنگ با گردشگری مزرعه‌ای و نهادینه کردن ارزش کشاورزی در جامعه روستایی

می‌داند که «مناطق پارک‌های ملی» و «حیات وحش حفاظت شده» را شامل نمی‌شود.

لاکوویدو (Lakovidou et al, 1995: 21) گردشگری روستایی را گونه‌ای فعالیت تفریحی و انتخابی می‌داند که کار در مزرعه (کاشت، داشت و برداشت محصولات کشاورزی)، فروش صنایع دستی و مشارکت در زندگی کاملاً روستایی را در بردارد؛ علاوه بر این، گردشگری روستایی را دربرگیرنده گستره‌ای از فعالیت‌ها، خدمات و تسهیلات تفریحی و ایجاد آرامش برای گردشگران می‌داند که به‌وسیله کشاورزان و ساکنان روستا، برای جذب و نگهداشت گردشگران در راستای افزایش و کسب درآمد صورت می‌گیرد که گونه‌ای از فرآیندهای توسعه روستایی به‌شمار می‌رود (Cannon, 1994: 2). بر این اساس، گردشگری روستایی، گردشگری زراعی و کشاورزی را نیز در بر می‌گیرد و حوزه‌ای از ارائه خدمات و تسهیلات خدماتی مانند اسکان، پذیرایی، امکانات و وسایل سرگرمی، برپایی جشن‌ها و مراسم محلی روستایی، تولید و فروش صنایع دستی روستایی و محصولات کشاورزی را نیز در بر دارد (شریف‌زاده و مراد نژاد، ۱۳۸۱: ۵۴). کمیسیون جامعه اروپایی (۱۹۸۶) نیز گردشگری روستایی را فقط شامل گردشگری کشاورزی نمی‌داند، بلکه گستره فراگیری از فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی را فرا می‌گیرد. همچنین «گروه مردمی گردشگری آمریکا» (DOT) نیز گردشگری روستایی را هر آن چیزی می‌داند که گردشگران را به نواحی پیرامون مادر شهرهای اصلی فرا بخواند (Knowd, 2001: 9). چنانچه گردشگری روستایی را رویکردی در جذب و نگهداشت گردشگران برای آشنایی با زندگی روستایی می‌داند که علاوه بر رونق و توسعه روستایی، امکان بهره‌مندی از مواهب طبیعی و جاذبه‌های محیطی روستا را برای ساکنان شهری فراهم می‌کند (DOT, 1995: 5). از آنجا که اصطلاح گردشگری روستایی، حوزه‌هایی مانند گردشگری حومه، گردشگری کشاورزی و گردشگری فرهنگی را نیز در بر می‌گیرد (Knowd, 2001: 9)، با مفاهیمی مانند بوم زیست‌ها، گردشگری سبز و گردشگری طبیعت یا اکوگردشگری نیز ارتباط معنایی نزدیکی پیدا می‌کند (Whelan, 1991). فعالیت‌های تفریحی گردشگری روستایی، شامل کمپ روستایی، اقامت در منازل روستایی، گشت و گذار در مناطق حیات وحش، بازاریابی صنایع دستی روستایی، جشنواره‌های فرهنگی، ورزش‌های ماجراجویی، بازدید اماکن تاریخی و باستانی نزدیک مناطق روستایی، جشنواره‌های موسیقی و آواز محلی و هرگونه فعالیت تفریحی معطوف به نواحی روستایی می‌شود (Holland et al, 2003: 7). در هر صورت، صنعت گردشگری روستایی را شامل گستره فراگیری از

فعالیت‌ها، خدمات و تسهیلات می‌دانند که به‌وسیله روستاییان برای تفریح، استراحت، جذب و نگهداشت گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد و می‌تواند گردشگری کشاورزی، گردشگری مزرعه، گردشگری طبیعی، گردشگری فرهنگی، گردشگری سبز، گردشگری جنگل و اکو گردشگری را در بر داشته باشد (pp:78_93).

انواع گردشگری روستایی

از آنجا که نواحی روستایی را دارای توانمندی بالقوه و پتانسیل‌های طبیعی برای توسعه گردشگری می‌دانند، می‌توان انواع گوناگونی از گردشگری روستایی را برشمرد که با توجه به اهداف گردشگری و براساس شرایط فرهنگی، اقلیمی و اقتصادی نواحی روستایی شکل می‌گیرد.

گردشگری طبیعی-روستایی: این نوع گردشگری روستایی، در تعامل با جاذبه‌های طبیعی و اکولوژیکی شکل می‌گیرد.

گردشگری فرهنگی-روستایی: گردشگری فرهنگی در ارتباط با فرهنگ، تاریخ و موارث فرهنگی و باستانی اقوام روستایی در نظر گرفته می‌شود.

بومگردی: اکوتوریسم، در سال ۲۰۰۲ به‌وسیله UNEP و سازمان جهانی گردشگری (WTO) به‌عنوان سال جهانی اکوتوریسم برگزیده شده بود، یکی از محورهای مورد نظر «گردشگری روستایی» بود که به بررسی اکوتوریسم و حفاظت زیست بوم‌ها در توسعه گردشگری روستایی می‌پرداخت و تغییرات آب و هوایی و محدودیت‌های طبیعی و میزان تغییر محیط زیست و اکوسیستم‌های روستایی را مورد مطالعه قرار می‌داد. بر این اساس، به نوعی از گردشگری گفته می‌شود که علاوه بر جاذبه‌های طبیعی همچون رودخانه، جنگل، اکوسیستم‌های طبیعی، دریاچه فصلی و کوهستان، با زندگی، هنج‌ها و آداب اجتماعی مردم روستایی که در حوزه تعامل و برهمکنش با جاذبه‌های طبیعی نیز قرار می‌گیرد، دارای پیوستگی و ارتباط نزدیک، برآورد می‌شود. «الپر وود» (Epler Wood, 1998: 8) نیز «اکوتوریسم» را گونه‌ای از گردشگری روستایی می‌داند که علاوه بر برخوردار از جاذبه‌های طبیعی، به رشد و توسعه اقتصاد روستایی در بستر توسعه پایدار نظر دارد و در این راه از حمایت انجمن‌های محلی (CBO و NGO) نیز بهره می‌برد. در این نوع گردشگری در چارچوب رویکرد راهبردی (SWOT) در توسعه روستایی، فرصت‌هایی برای توسعه روستایی همه‌جانبه با مدیریت منابع طبیعی و مناطق حفاظت شده، به‌وجود می‌آورد (Sharpley, Richard, 1997: 9)، چنانچه نوعی از گردشگری پایدار تصور می‌شود که در عین وابستگی

با نواحی روستایی، در رویکرد حفاظت محیط زیست به تبیین شرایط و جایگاه گردشگری در توسعه نواحی روستایی معطوف می‌شود. آستین (Austin, 2003)، به رویکرد REAP در افزایش علاقه و تمایل روستاییان به اکوتوریسم در نواحی روستایی اشاره دارد که مدلی برای توسعه اقتصادی - اجتماعی نواحی روستایی و توانمندسازی محلی برای ارتقا کیفیت زندگی و اشتغال‌زایی روستایی قلمداد می‌شود و با در نظرگیری ملاحظات اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی به ایجاد مراکز گردشگری روستایی در بستر حفاظت محیط زیست در اکوسیستم روستایی می‌پردازد. علاوه بر این، انجمن اکوتوریسم اجتماع محور (CBE)، بر رویکرد PRA و رویکرد RRA در قالب توسعه گردشگری روستایی تأکید دارد که با بهره‌گیری از روستاییان و مشارکت‌سازی محلی، به دیدگاه توسعه گردشگری در مناطق روستایی و فرآیندهای تصمیم‌سازی در پروژه‌های گردشگری روستایی با مداخله روستاییان به‌عنوان ذینفعان پروژه می‌پردازد (Chambers, 1994).

گردشگری دهکده‌ای: در این نوع گردشگری، گردشگران با اقامت در دهکده‌هایی روستایی (و نه صرفاً روستایی) و شرکت در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستا، از امکان تجربه زندگی در دهکده‌های روستایی برخوردار می‌شوند و با مشارکت در فعالیت‌های روستاییان، به تجربه زندگی روستایی در دوره‌ای مشخص می‌پردازند.

گردشگری کشاورزی: این نوع گردشگری را روشی برای ترویج کشاورزی در روستا و تبیین جایگاه کشاورزی در اذهان گردشگران و بهبود محصولات کشاورزی در روستا می‌دانند؛ به طوری که گردشگران با شرکت در فعالیت‌های سنتی کشاورزی و روستایی، بدون ایجاد پیامدهای منفی در اکوسیستم مناطق میزبان، از امکان مشارکت در فعالیت‌های کشاورزی روستایی برخوردار می‌شوند. شارپلی، گردشگری کشاورزی را در ارتباط مستقیم با محیط زیست زراعی محصولات کشاورزی و اقامت در کشتگاه‌های روستایی می‌داند. در عین حال که از آن اغلب برای توصیف فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی به‌طور عام استفاده می‌کند. پروچازکا (Prochazka, 2004) نیز «آگرو گردشگری» را مجموعه از خدمات و تسهیلات رفاهی و سکونتگاهی برای گردشگران به‌وسیله کشاورزان می‌انگارد و فرق آن را با دیگر گردشگری‌های روستایی در این نکته می‌داند که انواع دیگر گردشگری به‌طور معمول به‌وسیله روستاییان غیرحرفه کشاورزی انجام می‌شود؛ در حالی که در این نوع گردشگری، کشاورزان، اقدامات پذیرایی و تسهیلات رفاهی گردشگران را فراهم می‌کنند. گردشگری کشاورزی را یکی از انواع

گردشگری روستایی برای برخورداری از معیشت پایدار در خانوارهای روستایی می‌دانند که مانند دیگر انواع گردشگری روستایی بهبود کیفیت زندگی روستایی را به همراه دارد.

گردشگری مزرعه: در این نوع گردشگری، اقامتگاه و سکونتگاهی در مزارع روستایی برای گردشگران در نظر گرفته می‌شود، چنانچه با اقامت در مزرعه‌ها، علاوه بر شرکت در فعالیت‌های اقتصادی و کشاورزی مربوط به مزرعه، می‌توانند از تمامی جاذبه‌های طبیعی و فعالیت‌های تفریحی در مناطق روستایی، برخوردار شوند.

گردشگری سبز: با وجود تداخل معنایی اصطلاح گردشگری سبز با گردشگری روستایی، نوعی از گردشگری در مناطق سرسبز را گردشگری سبز می‌دانند که از رویکرد توسعه پایدار در صنعت گردشگری روستایی به وجود می‌آید. از آنجا که گردشگری سبز، بهترین رویکرد برای توسعه ارتباط همزیستی بین محیط زیست طبیعی و اجتماعی برآورد می‌شود، تحت عنوان نام‌هایی مانند گردشگری مسئول، گردشگری انعطاف‌پذیر و گردشگری سودمند قرار می‌گیرد که با توجه به آثار زیانباری که برخی گردشگران در نواحی روستایی ایجاد می‌کنند، کارآمدترین و بهینه‌ترین رویکرد گردشگری طبیعت‌گرای روستایی را شامل می‌شود. سازمان گردشگری جهانی (WTO, 2003) برای توجه گردشگران به اهمیت گردشگری سبز، خاصه در مناطق روستایی از سیاست‌هایی استفاده می‌کند. در رویکرد REAL تعریف می‌شود، چنانچه «پاداش‌دهی» (Rewarding)، «توانمندسازی» (Enriching)، «اعتبار و اعتمادپذیری» (Authentic) و «یادگیری» (Learning) را در گستره

راهکارهایی برای حمایت گردشگری سبز و افزایش تمایل گردشگران به این نوع گردشگری را در نظر گرفته است که بر این اساس، گردشگری سبز روستایی، سالانه با ۴ الی ۱۰ درصد رشد برآورد می‌شود. انجمن بین المللی گردشگری سبز (GTA, 2004) اهدافی را برای گردشگری سبز در مناطق روستایی در نظر می‌گیرد که در جدول به آنها اشاره شده است.

توسعه روستایی

توسعه روستایی از دیدگاه‌های گوناگون مورد ارزیابی و بازبینی قرار گرفته است، ولی هنوز اجماع نظر جامعی درباره معنا و حوزه قلمروی خاص آن، دیده نمی‌شود. در هر حال، می‌توان توسعه روستایی را فرآیند توانمندسازی و تقویت قابلیت زندگی در بستر کیفیت زندگی و محیط زیست، کارایی و خودبستگی اقتصادی و نگهداشت و بهبود کیفیت زیست بوم در نواحی روستایی قلمداد کرد (Holand, 2003:7). در عین حال، توسعه تغییرات مثبتی فرض می‌شود که بهبود وضع زندگی مردم را در بر دارد (زمانی پور، ۱۳۷۳: ۴۰). سیرز، توسعه را جریانی چند بعدی می‌داند که تجدید سازمان و سمت‌گیری متفاوت کل نظام اقتصادی و اجتماعی را به همراه دارد و در بسیاری از موارد، آداب و رسوم و عقاید مردم را نیز در بر می‌گیرد (عابدی سروستانی، ۱۳۸۵: ۱۳۸). نکته قابل تأمل در مفهوم توسعه روستایی این است که توسعه روستایی صرفاً به معنای توسعه کشاورزی نیست، چنانچه به‌زعم میسرا (۱۳۶۵: ۱۱)، موردی از رفاه اجتماعی هم نمی‌باشد تا با تزریق پول به مناطق روستایی در جهت رفع نیازمندی‌های اساسی مرتفع شود، بلکه طیف وسیعی





روستایی برای برخورداری از معیشت پایدار و بهبود کیفیت زندگی در بستر نگاهی ویژه به توسعه کشاورزی به عنوان یکی از فعالیت‌های حیاتی بشری دانست. بر این اساس، گردشگری را رویکردی جدید در توسعه روستایی می‌داند که می‌تواند علاوه بر بهبود و رشد اقتصادی، امکان حفاظت محیط زیست روستایی را همراه با حمایت از فرهنگ بومی و تقویت آداب و رسوم اجتماعی محلی فراهم کند. بر این اساس می‌توان دریافت که باید با ارزیابی شاخصه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی، به تبیین جایگاه گردشگری در توسعه روستایی پرداخت. در این میان، توجه به رویه توسعه پایدار و تطابق اهداف گردشگری روستایی با توسعه روستایی لازم به نظر می‌رسد.

گردشگری روستایی، رویکرد توسعه پایدار و توسعه روستایی

مفهوم «پایداری»، متقاضی موازنه دقیق بین نیازهای اجباری امروز و نیازهای فردا و بین انگیزه‌های خصوصی و اقدامات عمومی می‌باشد. «مدل‌های پایداری» نیز نیاز به تغییر ساختار اساسی در سرمایه‌گذاری انسانی و بهره‌گیری از فناوری پاک زیست محیطی و تجهیز منابع انسانی دارد؛ بدان گونه که در بستر اخلاق جدید جهانی قابل دسترسی می‌نماید که بر همبستگی درون ملیتی و جهانی تأکید می‌ورزد. همبستگی بین‌المللی از این جهت ضروری است که نظام اقتصاد جهانی باید مانع آن شود که برخورداری از سالانه پانصد میلیارد دلار روی ملت‌های فقیر بسته شود؛ زیرا کشورهای در حال توسعه با تهدیدها و نابرابری فرصت برای بهره‌گیری از تجارب نیروی انسانی و سرمایه می‌باشند؛ در حالی که کشورهای توسعه یافته فقط ۳۵ درصد از تولید ناخالص ملی خود را به جای آن پانصد میلیارد دلار پرداخت می‌کنند. (گزارش پیش زمینه توسعه پایدار: ۱۳۸۰). «توسعه پایدار» را نیز مفهومی می‌دانند که در آن، تأمین مستمر نیازها و رضایتمندی افراد همراه با افزایش کیفیت زندگی انسان را مدنظر قرار می‌دهد (الیوت، ۱۳۷۸: ۳). رویکرد گردشگری پایدار نیز در نظر دارد تا تعادلی را میان اقتصاد اجتماع و محیط زیست در جوامع روستایی فراهم کند تا علاوه بر بهبود و رشد اقتصادی، امکان حفاظت و نگهداشت منابع طبیعی روستایی و محیط زیست برای آیندگان نیز فراهم شود. در رویکرد توسعه پایدار تلاش می‌شود تا ضمن امکان به فرآیند توسعه روستایی از طریق گردشگری با حفاظت محیط‌زیست و اکوسیستم‌های روستایی پایداری در برداشت از منابع طبیعی روستا را در صنعت گردشگری ممکن کند، چنانچه انواع گردشگری روستایی مانند گردشگری سبز و اکوگردشگری بر اساس همین اهداف به‌کار می‌روند.

از فعالیت‌های انسانی را شامل می‌شود که توانمندسازی روستاییان را در دستیابی به معیشتی پایدار را در بر می‌گیرد (Ashley, 2000). بر این اساس، هدف توسعه روستایی فقط بهبود فرصت‌های اقتصادی نیست و ارتقا سازماندهی اجتماعی، حفاظت میراث بومی، آداب و رسوم فرهنگی و بهبوددهی خدمات و تسهیلات رفاهی، همراه با نگهداشت و حفاظت محیط زیست روستایی را نیز در نظر دارد. این هدف، نشان‌دهنده نوعی هماهنگی و یکپارچگی در روند توسعه همزمان اقتصادی، اجتماعی و محیطی در روستا می‌باشد که با فراهم‌سازی معیشت پایدار در خانوارهای روستایی، امکان برخورداری متعادل و متوازن از خدمات و تسهیلات عمومی را در عرصه مناطق روستایی کشور فراهم می‌آورد. در کشورهای جهان سوم نیز دو دیدگاه به‌طور رایج در حوزه توسعه روستایی مورد توجه بوده است: نخست، دیدگاه بهبود و اصلاح و دوم، دیدگاه دگرگون‌سازی (سیدجوادی میر، ۱۳۷۱، از کیا، ۱۳۷۴، آشوانی، ۱۳۷۵). از آنجا که گردشگری را فرآیندی در توسعه روستایی به‌شمار می‌آورند، باید در چارچوب توسعه روستایی به عنوان جایگاه مدیریتی، نسبت به مؤلفه‌های ارزیابی گردشگری‌پذیری نگاهی ویژه شود و تلاش گردد تا با شناخت دقیق اهداف و تدقیق در میزان آثار محیطی گردشگری بر روستا، امکان ارزیابی فرآیند گردشگری روستایی و در صورت لزوم استمرار یا توقف آن فراهم شود. در تصویر به این جایگاه توسعه روستایی اشاره شده است.

جایگاه گردشگری در توسعه روستایی

از آنجا که توسعه روستایی، فقط معطوف به توسعه کشاورزی نمی‌شود (میسرا، ۱۳۶۵ ص ۱۱)، می‌توان فرصت‌هایی را برای کارآمدی بیشتر فرآیند توسعه روستایی در نظر گرفت که در این میان، گردشگری روستایی را باید رویکردی در راستای توانمندسازی

گردشگری روستایی، رویکرد کارکردی و توسعه روستایی

رویکرد کارکردی، شیوه‌ای تحلیلی در تقسیم فرآیند سفر به سه بخش اساسی است که مشتمل بر یک «مرحله پویا» می‌باشد که حرکت به مقصد سفر و بازگشت به مبدأ را در بر می‌گیرد و مرحله دوم که «مرحله ای ایستا» است که شامل اقامت در روستا می‌شود و مرحله سوم که «عنصری تبعی» است و تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فیزیکی-کالبدی بر محیط روستایی را نشان می‌دهد. این رویکرد، به وسیله آلستر ماتیسون (Alister Mathieson) و جفری وال (Geoffrey Wall)، در نگاهی به گردشگری به مثابه مجموعه‌ای از بخش‌های مرتبط که پیوندها و روابط بازخوردی ویژه‌ای دارند، ارائه شده است. از آنجا که هر تلاشی برای مدل‌سازی یک فرآیند پیچیده، مانند گردشگری روستایی، بر اساس اهداف و حوزه اندیشیدگی خاصی صورت می‌گیرد، می‌تواند در ارائه مدلی ساده و قابل لمس، تأثیرگذار باشد و در عین حال، کارکرد گردشگری و بازخوردهای تبعی آن را در نواحی روستایی مورد ارزیابی قرار می‌دهد، ولی «روابط علی» در بطن این فرآیند بازبینی نمی‌شوند، چنانچه چارچوب سیاسی، ارزش این رویکرد در تحلیل و بازبینی وضعیت گردشگری جهان سوم را کاهش می‌دهد. این رویکرد، به نابرابری‌های موجود در صنعت گردشگری جهان سوم توجه نمی‌کند و فقط به توصیف گردشگران، مقاصد سفر و تأثیرات تبعی آن در نواحی روستایی نظر دارد. نکته قابل تأمل در این رویکرد، در نادرستی و کاستی مرحله ایستا جلوه می‌کند؛ چراکه پویایی نواحی گردشگری را در نظر ندارد و این در حالی است که تهدیدات عمومی در صورت فراگرفتن مناطق جاذب، بدون التفات به ظرفیت نگهداشت و بار تحمل که می‌تواند آثار معکوس داشته باشد را مورد ارزیابی و بازبینی قرار نمی‌دهد (افتخاری و امین صالحی، ۱۳۷۸: ۲۴).

گردشگری روستایی، رویکرد راهبردی و توسعه روستایی

رویکرد راهبردی در گردشگری روستایی را می‌توان رهیافتی برای ایجاد فعالیت‌های مکمل و تحول در میزان و نوع اشتغال در نواحی روستایی دانست که با توجه به تخریب روستاها و افول کشاورزی، می‌تواند در بستر بهره‌گیری از منابع طبیعی و انسانی موجود در روستا، امکان افزایش درآمد و رفاه اجتماعی بیشتر ساکنان روستایی را از طریق بهبود کیفیت زیرساخت‌ها و تعادل در عرضه تسهیلات و خدمات در سطوح منطقه‌ای، فراهم کند. در این میان، گردشگری روستایی این امکان را نیز فراهم می‌کند که کشاورزی و تولید صنایع دستی روستایی نیز بهبود یابد، چنانچه رویکرد گردشگری

کشاورزی، گردشگری مزرعه و گردشگری سبز نیز بر بهبوددهی و افزایش علاقه به تولید محصولات کشاورزی و صنایع دستی محلی، استوار می‌شود. در هر حال، در نگاه راهبردی با شناخت توانمندی مناطق روستایی از طریق دو رویکرد به تبیین جایگاه گردشگری روستایی در توسعه نواحی روستایی پرداخته می‌شود:

الف- گردشگری روستایی به مثابه راهبرد توسعه
ب- گردشگری روستایی به مثابه تحول‌ساز در نواحی کمتر توسعه یافته روستایی

۱- از آنجا که برخی اندیشمندان، «گردشگری روستایی» را به مثابه راهبرد توسعه در نواحی روستایی می‌دانند (Cawringt, 1990, Edgeel & Blevins, 1994, Holland et al, 2003)

این موضوع در توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته است، ولی به دلیل عدم ارزیابی آن در سطوح محلی و تجربه ناکافی در فرآیند بازبینی آثار محیطی و فرهنگی، نمی‌توان در رابطه با ارزیابی آن سخن قاطعی گفت. به هر حال، در این راهبرد، گردشگری روستایی نوشداروی توسعه روستایی شناخته می‌شود، ولی می‌تواند بر بهبود سطح اقتصادی روستا، ایجاد اشتغال و رشد میزان درآمد خانوارهای روستایی تأثیرگذار باشد که از میزان مهاجرت‌های بی‌رویه روستاییان به شهر می‌کاهد. در این رویکرد، تلاش می‌شود تا در بستر شناسایی مزیت‌ها و کاستی‌های موجود در فرآیند توسعه گردشگری، به ارائه چارچوبی برای ارزیابی کارآمدی این رویکرد در توسعه نواحی روستایی امکان دهد تا علاوه بر برآورده سازی اهداف توسعه روستایی مانند کاهش فقر و امنیت غذایی، افزایش اشتغال و درآمدزایی و رسیدن به سطح معیشت پایدار، امکان استفاده بهینه از منابع روستایی (شرایط اقلیمی، آداب و رسوم محلی، فرهنگ بومی، موارث فرهنگی و حفاظت محیط زیست و اکوسیستم روستایی) را در بستر پاسداشت حقوق آیندگان در استفاده از این مواهب طبیعی فراهم آورد.

(Perdue et al, 1987: 426)

۲- در رویکرد تحول‌ساز، بازسازی اقتصاد روستایی نقطه عطف چارچوب توسعه را تشکیل می‌دهد، چنانچه با اشاره به ناکافی بودن کشاورزی برای تأمین معاش و معیشت پایدار روستایی، از فعالیت‌های حمایتی برای اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی و افزایش درآمد خانوارهای روستایی سخن به میان می‌آید که منبعی جدید برای فرصت‌های اقتصادی و زمینه‌ای برای بهره‌گیری از منابع و پتانسیل‌های طبیعی روستایی به‌شمار می‌رود. این نکته از آن جهت مهم می‌نماید که کشاورزان با محدودیت‌های فزاینده محلی و منطقه‌ای در بازارهای منطقه‌ای و حتی جهانی در بخش کشاورزی روبه‌رو می‌شوند و از این جهت است که باید با ایجاد فرصت‌های جدید، از



روستایی، با شناسایی نقاط ضعف و قوت تلاش می‌شود تا از دل تهدیدهای موجود، فرصت‌هایی را برای بهبود ساختار اجتماعی و اقتصادی روستایی فراهم شود که توسعه روستایی را نیز باعث می‌شود. بر این اساس ضروری به نظر می‌رسد تا در قالب ارزیابی و مکان‌گزینی مناطق گردشگری پذیر، با شناسایی آثار مثبت و تبعات منفی در قالب تحلیل عوامل راهبردی، به بازبینی شرایط خاص مناطق روستایی در ایران پرداخت تا میزان بیشینه کارآمدی در نتایج توسعه گردشگری روستایی امکان یابد. علاوه بر این، ضروری به نظر می‌رسد تا در فرآیند گردشگری روستایی حفاظت و نگهداشت محیط زیست، استفاده بهینه و متعادل از منابع طبیعی و دارایی‌های روستایی مورد توجه باشد تا در قالب توسعه پایدار روستایی، ضمن پاسداشت حقوق آیندگان از مواهب طبیعی روستا، امکان بهبود کیفیت زندگی و معیشت پایدار روستاییان نیز امکان تحقق یابد. این چنین است که هر گونه مداخله در ساختار روستا برای برنامه‌ریزی و طرح‌ریزی گردشگری روستایی، باید با افزایش آگاهی روستاییان، مشارکت‌سازی روستایی و دخیل کردن روستاییان در فرآیند گردشگری روستایی به‌عنوان ذینفعان اصلی پروژه، مورد توجه باشد. در ضمن، حمایت سازمان‌های دولتی و تصویب بودجه‌های لازم برای گردشگری روستایی موضوعی اساسی است؛ چراکه علاوه بر گسترش صنعت گردشگری روستایی، خاصه در مناطقی که کشاورزی به‌دلایلی از رشد معکوس رنج می‌برد یا مناطقی که پتانسیل‌های طبیعی برای بخش کشاورزی وجود ندارد، بهبود زیرساخت‌ها و تعادل در ارائه خدمات و تسهیلات رفاهی در نواحی روستایی، در سطوح منطقه‌ای را به‌همراه دارد. بر این اساس، پیش از انتخاب رویکرد توسعه گردشگری یا انتخاب مناطق گردشگری پذیر روستایی، باید در فرآیند ارزیابی تمامی نکاتی که در جداول بخش قبل به آنها اشاره شد، مورد توجه و بازنگری کیفی قرار گیرد. ■

منابع در دفتر نشریه موجود است.

امکان رقابت در عرصه‌های محلی و منطقه‌ای (فروش محصولات کشاورزی و صنایع دستی) و بهره‌گیری از منابع روستایی (طبیعی، انسانی و محیطی) برای رسیدن به توسعه پایدار روستایی و معیشت پایدار برخوردار شوند (Jenny et all, 2003: 8). این زمینه در نواحی کمتر توسعه یافته روستایی دارای اهمیت بیشتری است، چنانچه راهبردهای توسعه بر جایگزینی فعالیتی مکمل برای کشاورزی در مناطق روستایی نظر دارد تا علاوه بر ایجاد عامل مولد اشتغال، بتواند در دوران طولانی‌تری امکان برخورداری از منابع درآمدی مطمئن را در بستر توسعه گردشگری روستایی، در راستای رسیدن به چارچوب معیشتی پایدار را فراهم آورد (Start, 2001: 10). این موضوع در نواحی که کشاورزی به‌دلیل نوع خاک یا شرایط مربوط، از بهره‌وری کافی برخوردار نمی‌شود، می‌تواند نمایانگر اهمیت فعالیت اقتصادی جایگزین برای کشاورزی مانند گردشگری روستایی باشد.

نتیجه‌گیری

از آنجا که توانمندسازی روستایی از طریق ایجاد فعالیت‌های مکمل کشاورزی می‌تواند با افزایش درآمد خانوارهای روستایی، ایجاد اشتغال و تشویق تولید محصولات کشاورزی و صنایع دستی، به‌عنوان راهکاری برای بهبود رشد اقتصادی و اجتماعی در روستا باشد، باید در فرآیند برنامه‌ریزی توسعه روستایی مورد توجه قرار گیرد. در این میان، توجه به آثار مثبت و منفی احتمالی گسترش گردشگری در نواحی روستایی، باید در انتخاب نوع رویکرد به توسعه گردشگری روستایی تأثیرگذار باشد. برخورداری نواحی روستایی ایران از منابع و پتانسیل‌های طبیعی و افول بخش کشاورزی در اقتصاد روستایی که افزایش مهاجرت‌های روستایی و کاهش کیفیت زندگی در روستا را به‌همراه دارد، می‌تواند تا در قالب چشم‌اندازی جامع و در رویکردی راهبردی، به برنامه‌ریزی فرآیند توسعه گردشگری روستایی در ایران پرداخت. در رویکردهای راهبردی به گردشگری

مناطق آزاد تجاری و توسعه اقتصادی شهر

تا قبل از جنگ جهانی دوم ایجاد شدند. به طور کلی، تفکر حاکم بر مناطق آزاد قبل از جنگ دوم جهانی در انبارداری، انتقال کالا از یک وسیله نقلیه به وسیله نقلیه دیگر، صدور مجدد کالا و در یک جمع‌بندی کلی، در تجارت جلوه گر بوده است. دوماً «مناطق آزاد به مثابه توسعه صادرات و جذب سرمایه‌گذاری» مطرح است که در ادبیات مناطق آزاد، منطقه آزاد شانون در ایرلند را که در سال ۱۹۵۹ برپا شد، به عنوان اولین منطقه آزاد به مفهوم امروزی آن می‌شناسند و ادبیات حاکم بر آن برای اولین بار، جذب سرمایه خارجی، انتقال فناوری و ایجاد اشتغال بوده است.

تجزیه: منظور شما این است که رویکرد حاکم بر مناسبات و تعاملات موجود در مناطق آزاد با هم متفاوت بوده است؟

باید بگوییم بله و البته طبیعی بوده است؛ جالب اینکه مفاهیمی که طی زمان و توسط کشورهای مختلف برای مناطق آزاد به کار گرفته شده‌اند، لزوماً یکسان نبوده‌اند و شاید به همین دلیل بوده است که در کشورهای مختلف روی مفهوم منطقه آزاد اصلاحاتی گوناگون شده است؛ مثلاً «دپارتمان شرکت‌های فراملیتی سازمان ملل» چندین اصطلاح متفاوت را برای منطقه آزاد نام برده است، ولی اصطلاحی که بیش از سایر اصطلاحات در سازمان‌های بین‌المللی و نشریات معتبر به کار می‌رود، واژه «منطقه پردازش صادرات» است که ناشی از نگاه دوران بعد از جنگ جهانی دوم به مقوله نقش مناطق آزاد در اقتصاد ملی و بین‌المللی بوده است.

تجزیه: لطفاً توضیح دهید که چه دلایلی برای تغییر دیدگاه مورد توجه بوده‌اند؟

به نظر می‌رسد که فلسفه تغییر دیدگاه حاکم را باید ناشی از تغییر در استراتژی توسعه صنعتی در کشورهای در حال توسعه، طی سه دهه اخیر از استراتژی جایگزینی واردات به استراتژی توسعه صادرات دانست، مثلاً وقتی نگاه غالب، مبتنی بر توسعه بخش صادرات و درآمدزایی ارزی باشد، سهم قابل تأملی از میزان درآمد ارزی یک کشور از فروش محصولات و صدور کالا حاصل می‌شود؛ بنابراین این دیدگاه قوت بیشتری می‌گیرد.

تجزیه: در وضع موجود، اگر قرار باشد جنابعلی نگاه آسیب‌شناسانه‌ای به آن داشته باشید، دلایل

دکتر هادی محمودی نژاد، در نیمه سال ۱۳۶۱ در شهر جیرفت واقع در استان کرمان متولد شد. وی مهندسی معماری را در دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران گذراند و از مدرک کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای با پایان‌نامه‌ای در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی گردشگری در دانشکده هنر و معماری دانشگاه تربیت مدرس دفاع نمود و دکتری معماری را در سال ۹۰-۱۳۸۹ از دانشگاه تربیت مدرس در گرایش معماری زیست‌سازگار دریافت کرد. وی در حال حاضر، بورسیه فوق دکترای آنستیتو بیومیمکرای سوند، مشاور شهرداری تهران و دبیر انتشارات مرکز مطالعات برنامه ریزی شهری و روستایی سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های وزارت کشور است. از سوابق پژوهشی وی می‌توان به تألیف بیش از ۱۱۱ مقاله علمی-پژوهشی و ۲۵ جلد کتاب در موضوعات معماری و شهرسازی و کسب عنوان برگزیده بیش از ۱۹ جشنواره علمی و تخصصی در سطح کشوری، از جمله دو دوره دانشجوی نمونه کشوری (در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری)، دو دوره کتاب سال دانشجویی (در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری)، پایان‌نامه برتر در حوزه مدیریت شهری (مقطع کارشناسی ارشد)، دو دوره دانشجوی نمونه دانشگاه تربیت مدرس (در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری)، دانش آموخته برگزیده و رتبه اول دانشگاه تربیت مدرس (در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری)؛ برگزیده استعدادهای درخشان در مقطع دکتری، کتاب برتر در حوزه جشنواره پژوهش و نوآوری در مدیریت شهری (در مقطع دکتری)، برگزیده جشنواره نوآوران و مبتکران کشور، جشنواره جوان ملی ایرانی در بخش تألیف و پژوهش، منتقد برگزیده در حوزه هنر و معماری در سال ۱۳۸۹ و ... اشاره کرد. او در زمینه گردشگری شهری، بیش از ۱۰ مقاله و ۲ کتاب تخصصی دارد.

تجزیه: تاریخچه و پیشینه مناطق آزاد تجاری به چه زمانی برمی‌گردد؟

پیشینه مناطق آزاد را می‌توان در دو برهه زمانی قبل و بعد از جنگ جهانی دوم بررسی کرد؛ لذا شاید بهتر باشد بگوییم که اولاً «مناطق آزاد به مثابه جایگاه تجاری» است که اولین منطقه آزاد تجاری در سال ۱۸۸۸ میلادی در بندر هامبورگ ایجاد شد و بعدها کپنهاک در سال ۱۸۹۴، دانزیگ (لهستان) در سال ۱۸۹۹ و بندرهای مالمو، هانگو، فیدم و تریست در اروپا، سنگاپور، هنگ‌کنگ و ماکائو در آسیا در زمره بندر آزادی بودند که به تدریج

ناکامی برخی از مناطق آزاد را در چه می‌دانید؟

آنچه از گزارش‌های سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی درباره علل ناکامی بعضی مناطق آزاد، می‌توان دریافت، چند عامل تأثیرگذار است؛ مثلاً، فضای نامساعد برای جذب سرمایه خارجی، ضعف مدیریت منطقه آزاد، وجود بوروکراسی، فساد مالی، دخالت‌های بی‌مورد عوامل خارج از منطقه آزاد، کمبود آموزش نیروی کار و بازده اندک نیروی انسانی (گرانی نیروی کار)، وجود قوانین و مقررات ناکارآمد، بی‌ثباتی سیاسی و ضعف قدرت مرکزی در اتخاذ تصمیم‌های اساسی، هزینه تأسیسات زیربنایی و سرمایه‌گذاری‌های بی‌مورد، ضعف تعمیر و نگهداری تأسیسات و امکانات زیربنایی و ناکارایی عملیاتی، کمبود امکانات مالی و نقدینگی، کمبود ارتباطات و ضعف خدمات دهی و خدمات رسانی، مکان‌یابی نادرست مناطق آزاد گردشگری. (البته یک نکته هم عرض کنم که نوع و پنداشت سرمایه‌گذاران از مناطق هدف برای سرمایه‌گذاری که مستلزم اعتمادسازی برای سرمایه‌گذار خارجی است)، به نظر من از مهم‌ترین علل ناکامی مناطق گردشگری می‌توانند باشند.

تجربیات: آیا تفاوت نگاه بین‌المللی در تعریف و حدود و ثغور مناطق آزاد هم بر کارکرد این مناطق تأثیر می‌گذارد؟

با طرح این سؤال به این صورت موافق نیستم. اولاً اگر منظور شما کارکرد باشد، که طرح این سؤال از مینا نادرست است. بهتر است از مفهوم عملکرد و حتی به نظر من، از مفهوم کارایی استفاده کرد.

تجربیات: بنابراین بر مفهوم عملکرد این مناطق چه تأثیراتی می‌گذارد؟

طبعاً سازمان‌های گوناگون بین‌المللی، نظرات متفاوتی درباره مناطق آزاد دارند، ولی لزوماً این تفاوت دیدگاه در ماهیت آنها تأثیر قابل توجهی ایجاد نمی‌کند؛ مثلاً



منطقه آزاد تجاری شنزن - چین

«یونیدو» مناطق آزاد را وسیله‌ای برای تشویق توسعه صنعتی با هدف صدور کالاهای صنعتی می‌داند یا مثلاً «آنکتاد»، ساختار فعلی تجارت جهانی را به زیان کشورهای توسعه نیافته می‌داند و این مناطق را ابزاری برای دگرگونی در ساختار فعلی تجارت جهانی عنوان می‌کند و مهم‌تر از همه، «سازمان جهانی گردشگری»، مناطق آزاد را ابزاری برای گسترش تجارت بین‌المللی و یاری‌دهنده توسعه می‌داند.

تجربیات: تجارب جهانی در زمینه نقش و جایگاه مناطق آزاد گردشگری به چه نکاتی اشاره می‌کند؟

بین تجارب حوزه آسیا و اروپا، نه صرفاً از لحاظ کارایی و اثربخشی، بلکه از لحاظ زیرساختی و مفاهیم امنیت اقتصادی در سرمایه‌گذاری، تفاوت بسیاری وجود دارد؛ البته منظور، معیاردهی ارزشی به غلبه مفهوم سرمایه‌گذاری یا رغبت بیشتر سرمایه‌گذاری در غرب نیست که مثال نقض آن هم در همین خلیج فارس و مثلاً سیل عظیم سرمایه‌گذاری در آسیای جنوب شرقی و حتی در دبی (خلیج فارس) مشهود است، ولی به هر حال، تجربه تأسیس مناطق آزاد در قاره آسیا نشان داده است که کشورهایی که در فضای سیاسی - اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی خاصی می‌زیستند و در ضمن، خود را مقید به رعایت تشریفات زائد گمرکی، ارزی، اداری و سایر ضوابط و مقررات دست و پاگیر می‌دانستند (گرچه ایجاد مناطق آزاد را نباید تنها عامل برای دستیابی به توسعه ملی تلقی کرد)، ایجاد مناطق آزاد در این کشورها حداقل به عنوان ابزار آزمایشی، توانسته است برای توجیه و رفع موانع ضد توسعه‌ای به کار گرفته شود و دانش و مهارت‌های جدید قابل توجهی از این طریق کسب گردد.

تجربیات: آیا شما وجود این مناطق را در گسترش صادرات مفید می‌دانید؟

مسئلاً، بله! در این موضوع هیچ شک نیست. اینها به نوع قوانین گمرکی، ارزی و اداری یک کشور در حوزه کلان برمی‌گردند.

تجربیات: به نظر شما چه راهکارهایی در ارتقا وضع مناطق آزاد ایران و بهبود وضع موجود می‌توان ارائه داد؟

بگذارید من به سؤال قبل شما برگردم. تجارب کشورهای در حال توسعه‌ای که به ایجاد منطقه آزاد روی آورده‌اند، تا حدودی متفاوت است. احساس بنده این است آنها بر این باورند که مناطق آزاد، فناوری، مدیریت و سرمایه را به کشورشان وارد می‌کنند یا آنان را در رهایی از فقر



منطقه آزاد تجاری قشم

و عقب ماندگی یازی می‌رسانند و مهم‌تر از همه اینکه عوامل تولید داخلی را با علم و دانش فنی خارجی، تلفیق و کشور را در مسیر توسعه و همسو با اقتصاد جهانی قرار می‌دهد. اعتقاد این کشورها بر آن است که منطقه آزاد، راه ورود به بازار جهانی و بهره‌گیری از برتری‌های نسبی اقتصاد داخلی در بازرگانی بین‌المللی است. دولت‌های این کشورها متقاعد شده‌اند که امروزه توسعه اقتصادی و اقتصاد برون‌نگر، ضرورتی گریزناپذیر است و دوام و تداوم آنها در گرو موفقیت شان در نیل به این خواسته می‌باشد.

توجه: لطفاً به راهکارها نیز اشاره کنید.

در منطقه آزاد، برخورداری از اجماع نظر در زمینه هدف‌های ایجاد و گسترش مناطق آزاد و حمایت همه جانبه دولت، پذیرفتن اهداف آزادسازی اقتصادی و مالکیت خصوصی، ضرورت کاهش مداخلات دولتی در امور اقتصادی به لحاظ رعایت اصل عرضه و تقاضا در مبادلات اقتصادی، برخورداری از قوانین و مقررات گمرکی ساده و فاقد جنبه‌های دست و پاگیر در منطقه، برخورداری از صلح و آرامش، برخورداری از روابط بین‌المللی کم تنشج و نیز رعایت تعهدات بین‌المللی، برخورداری از ثبات داخلی و تمرکز سیاسی و ثبات در قوانین و مقررات، برخورداری از آزادی نقل و انتقال سرمایه و ارز در منطقه آزاد، برخورداری از قوانین کار همسو با الزامات اقتصاد آزاد در منطقه آزاد یا مثلاً دسترسی به امکانات مالی و نقدینگی در منطقه آزاد و موارد مشابه دیگر از نکات تأثیر گذارند. البته به‌طور مشخص، مناطق آزاد ایران هنوز آسیب‌شناسی جدی نشده‌اند تا بتوان به قول شما راهکار یا «پیش فرض‌های تحقق پذیری اهداف» را برای آن برشمرد.

بحث راهکار، عملاً برای مراتب حدوث یک پدیده مطرح می‌شود که وضعیت قابل تأملی را پشت سر گذاشته و در حالت حرکت از عدم ثبات به ثبات پذیری باشد، ولی نظر من این است که در ایران، تغییر نگاه کلی به مقوله اقتصاد و دخالت مستقیم دولت در مقوله تصمیم‌گیری و برخی از بحران‌های اقتصادی، امکان این دیالکتیک یا بهتر بگویم، مفهوم گذارپذیری را دشوار کرده یا حداقل اصلاً زیربنای ثابتی شکل نگرفته تا بتوان در راستای ارتقا آن بحث کرد. فکر کنم بهتر است بپرسیم که پیش‌نیازها و پیش فرض‌های موفقیت مناطق آزاد چیست؟ اگر منظور شما این باشد، عواملی از جمله «وجود تأسیسات زیربنایی مناسب در منطقه آزاد، حمایت همه جانبه دولت برای ایجاد این‌گونه تأسیسات و پرهیز از سرمایه‌گذاری‌های بی‌مورد، کفایت نیروی کار متخصص با بازده مناسب و داشتن آزادی نسبی در به‌کارگیری نیروی کار خارجی در منطقه آزاد، برخورداری از قوانین و مقررات بدون ابهام در مورد حمایت از سرمایه‌گذاران خارجی، حفاظت از فناوری‌های پیشرفته، همسو و هماهنگ با فعالیت‌های اقتصادی در سطح جهانی، ایجاد سیستم اداری فاقد جنبه‌های بوروکراتیک در منطقه آزاد و رها از دخالت‌های عوامل خارج از منطقه، برخورداری از انسجام و قدرت مدیریت متمرکز

توجه: به نظر شما مشکل اصلی برای آسیب شناسی گردشگری تجاری در مناطق آزاد چیست؟

پاسخ به این سؤال تا حدودی دشوار است، ولی به اختصار و در رویکرد ایستمولوژیک به مسئله در مفهوم خود، تعریف نقش این مناطق در ساختار اقتصادی است؛ مثلاً نقش اصلی مناطق آزاد در کشورهای بزرگی چون هند، چین، ایران و مانند آنها، تغییر تفکر اقتصادی در این کشورها و همسویی اقتصاد ملی این کشورها با اقتصاد جهانی است. اکنون چین و تا حد زیادی هند توانسته‌اند نمونه بارز این تغییر تفکر باشند. این دو کشور از ابزار منطقه آزاد به خوبی در راستای بازگشایی اقتصاد خویش بهره گرفته‌اند و توانسته‌اند با تغییر قوانین و مقررات در راه جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ایجاد فضای مناسب توسعه، از فناوری و علم دیگران بهره گیرند و با افزایش تعداد مناطق آزاد با سرعت بیشتری، فضای درونی اقتصاد ملی را تغییر دهند و قوانین، مقررات و سیاست

«یونیدو» مناطق آزاد را وسیله‌ای برای تشویق توسعه صنعتی با هدف صدور کالاهای صنعتی می‌داند. «آنکتاد»، ساختار فعلی تجارت جهانی را به زیان کشورهای توسعه نیافته می‌داند و این مناطق را ابزاری برای دگرگونی در ساختار فعلی تجارت جهانی عنوان می‌کند. «سازمان جهانی گردشگری»، مناطق آزاد را ابزاری برای گسترش تجارت بین‌المللی و یاری‌دهنده توسعه می‌داند

منطقه آزاد، راه ورود به بازار جهانی و بهره‌گیری از برتری‌های نسبی اقتصاد داخلی در بازرگانی بین‌المللی است

ضوابط خاص و به ویژه، تصویب «قانون چگونگی مناطق آزاد تجاری - صنعتی جمهوری اسلامی ایران» انجام گرفته است؛ به عنوان مثال، در بند «د» تبصره ۲۵ قانون برنامه پنجساله دوم، مصوب ۱۳۷۲، اشعار داشته که «به منظور پشتیبانی از تولیدات داخلی و توسعه صادرات غیر نفتی و ایجاد تحرک در اقتصاد منطقه‌ای، دولت می‌تواند مناطق ویژه حراست شده‌ای را در مبادی ورودی یا گمرک‌های داخلی ایجاد نماید.» یا مثلاً آیین‌نامه اجرایی مناطق موضوع بند «د» تبصره ۲۵ قانون برنامه دوم که توسط دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تهیه و تقدیم شد و مورد تصویب قرار گرفت، از آنجا که در قانون برنامه اول و دوم از این مناطق به عنوان مناطق حراست شده گمرکی نام برده شده بود، شورای عالی به منظور زدودن هرگونه ابهام، عنوان «منطقه ویژه اقتصادی» را جهت اطلاق برای مناطق موضوع بند «د» تبصره ۲۵ قانون برنامه دوم برگزیده است. همچنین هیئت وزیران در سال ۱۳۶۷ با استناد به اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تصویب نمود که به منظور ایجاد هماهنگی در بین سازمان‌های مناطق آزاد، شورایی به ریاست رئیس جمهور و مرکب از وزرای امور اقتصادی و دارایی، بازرگانی، کشور، کار و امور اجتماعی، صنایع و معادن و فلزات، راه و ترابری، نفت، نیرو، مسکن و شهرسازی، فرهنگ و ارشاد اسلامی، رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، رئیس کل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و دبیر شورای عالی مناطق آزاد تجاری - صنعتی، تشکیل شود که اکنون به معاونت اجرایی ریاست جمهوری واگذار شده و مراحل اجرایی زیر نظر این واحد است. ■

کلی اقتصادی را با شرایط اقتصاد جهانی هماهنگ و هم‌جهت سازند؛ مثلاً کشور چین طی سال‌های اخیر با اعمال سیاست باز اقتصادی، برای ایجاد محیط مناسب سرمایه‌گذاری خارجی کوشش وافری مصرف نموده و با وجود مالکیت دولتی با اعمال سیاست آزادسازی و به کارگیری ابزار منطقه آزاد، اقتصاد خود را جهش داده و اصلاحات گسترده‌ای را در آن به عمل آورده است. راز موفقیت چین را باید در وحدت تصمیم‌گیری و حمایت قاطع دولت چین از اصلاحات اقتصادی که باید همسو و هماهنگ با اهداف مناطق آزاد دانست.

تجدیداً: وضعیت مناطق آزاد در ایران چطور است؟

اکنون اقتصاد ایران با کمبود سرمایه، فناوری، منابع ارزی، صادرات ناکافی، کارایی اندک و بعضاً نارسایی مدیریت مواجه است. اگر به این کمبودها و کاستی‌ها نگاه کنیم، می‌فهمیم که مناطق آزاد ایران، مشکلات فراوانی دارند؛ یعنی علاوه بر آنکه باید فضای مناسب در درون اقتصاد ملی فراهم شود، اقتصاد ملی شرایط همسویی را با اقتصاد جهانی پیدا کند، قوانین و مقررات حاکم بر اقتصاد نیز باید در آن راستا سوق داده شوند و مقررات و بوروکراسی‌های دست و پاگیر هم به عوامل تسهیل‌کننده تولید تبدیل شوند.

تجدیداً: سابقه تاسیس مناطق آزاد در ایران به چه

زمانی برمی‌گردد؟

در ایران نیز طبق تکلیف مقرر در تبصره ۱۹ قانون برنامه‌ریزی سال اول توسعه (۷۲-۱۳۶۸) و در سال پایانی این قانون، سه منطقه آزاد قشم، کیش و چابهار پا به عرصه وجود گذاشتند. با شکل‌گیری دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد در تابستان ۱۳۷۱ «قانون چگونگی اداره مناطق آزاد تجاری - صنعتی جمهوری اسلامی ایران» در شهریور ماه ۱۳۷۲ به تصویب رسید. بعد از آن هم هیئت وزیران به استناد اصل ۱۳۸ قانون اساسی، اختیارات خود ناشی از قانون فوق‌الذکر را به شورای عالی مناطق آزاد تفویض کرد. تصویب مقررات و آیین‌نامه‌های اجرایی قانون یاد شده هم به سال ۷۳ برمی‌گردد که به تصویب این شورا رسیده است. در ایران انتخاب مناطق آزاد با توجه به هدف‌های کلی، به سهم خود اقداماتی همچون اعلام هدف‌های مشخص، سیاست‌گذاری و خط‌مشی، طرح‌ریزی ایجاد زیربناها و عرضه خدمات همگانی، فراهم ساختن شرایط کار و تصویب مقررات و ضوابط جاری برای اداره مناطق آزاد، اعطای امتیازات و معافیت‌های مختلف مالیاتی، گمرکی، تسهیلات اعتباری و غیره را طلب می‌کرده است. پاسخگویی به این نیازها در عمل و به تدریج از طریق اجرای طرح‌های مختلف ساختمانی در بخش‌های زیربنایی و اجتماعی، وضع پاره‌ای قوانین، مقررات و

مباحث انتخاب شهردار

■ حسین نجفی، مدیر کل دفتر حقوقی سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور



استعفاء نماید؟

مطابق تبصره یک ذیل بند یک ماده ۷۱ قانون تشکیلات، وظایف و انتخابات شوراهای اسلامی کشور و انتخاب شهرداران، اولین و اساسی‌ترین وظیفه شورای اسلامی شهر پس از رسمیت یافتن انتخاب شهردار است؛ در عین حال مطابق تبصره ۲ ذیل همین بند تصریح شده به اینکه شهردار همزمان نمی‌تواند عضو هیچ یک از شوراهای اسلامی شهر و روستای کشور باشد. بنابراین از مفهوم تبصره ۲ استفاده می‌شود که عضو شورا می‌تواند نامزد تصدی پست شهردار باشد اما قبل از صدور حکم انتصاب باید از عضویت در شورا استعفاء داده و این موضوع به تصویب اعضاء شورا برسد. موضوع بعدی شرکت در رأی‌گیری است و عضوی که نامزد تصدی پست شهردار شده نیز می‌تواند در جلسه رأی‌گیری شرکت نموده و رأی بدهد، زیرا عضو یاد شده هنوز شهردار نیست تا مشمول ممنوعیت موضوع تبصره ۲ ذیل بند ۱ گردد. وانگهی شرکت در رأی‌گیری حق و تکلیف عضو شورا است و برای محروم نمودن وی از رأی دادن نیاز به حکم صریح قانون است که در مانحن فیه وجود ندارد.

اولین و اساسی‌ترین وظیفه شوراهای اسلامی شهر پس از رسمیت یافتن، انتخاب شهردار است. در حال حاضر نیز با شروع دوره چهارم شوراها و اهمیت موضوع انتخاب شهردار در شهرها، سئوالات متعدد و متنوعی پیرامون این امر مهم مطرح می‌شود که لازم است مجموعه وزارت کشور از حیث جایگاه حاکمیتی و مسئولیت نظارت بر حسن اجرای قانون شوراها و قانون شهرداری به این سئوالات پاسخ قانونی بدهد و شوراها را در مسیر انجام این وظیفه مهم هدایت نماید. بنابراین سئوالات مهمی که پیرامون انتخاب شهردار مطرح می‌شود را درج و سعی خواهد شد تا منطبق با مقررات قانونی و اصول حقوقی پاسخ آنها نیز بیان شود.

یکی از موضوعاتی که همواره مطرح می‌شود امکان یا عدم امکان شهردار شدن یکی از اعضای شورای شهر می‌باشد. بدین معنی که آیا از نظر قانونی یکی از اعضای شورا می‌تواند نامزد تصدی پست شهردار باشد؟ در صورت مثبت بودن پاسخ آیا می‌تواند در جلسه رأی‌گیری برای انتخاب شهردار شرکت نماید؟ این عضو شورا چه زمانی باید از عضویت در شورا

در بعضی مواقع تعدادی از اعضا حاضر در جلسه شورا برای جلوگیری از اتخاذ تصمیم در خصوص شهردار جلسه شورا را ترک می‌کنند و بدین ترتیب جلسه را از اکثریت و نصاب لازم برای تصمیم‌گیری می‌اندازند، در این خصوص تکلیف چیست و چه راهکاری وجود دارد؟

مطابق تبصره ذیل ماده ۳۶ قانون شهرداری، هرگاه یک یا چند تن از اعضا پس از حضور در انجمن و رسمیت یافتن آن برای جلوگیری از انجام تکالیف و وظایف مقرر که بر طبق این قانون برای انجمن تعیین گردیده جلسه را به قصد از اکثریت انداختن ترک کنند، در حکم غایب در آن جلسه محسوب خواهند شد؛ بنابراین باید همان برخوردی که با اعضا غایب می‌شود با اعضا مذکور نیز همان برخورد را انجام داد. یعنی مطابق ماده ۸۲ مکرر ۲ قانون تشکیلات، وظایف و انتخابات شوراهای اسلامی کشور (الحاقی ۱۳۸۲/۷/۶) می‌تواند موجبات سلب عضویت را ایجاب نماید. شایان ذکر است که ترک جلسه به قصد جلوگیری از انتخاب شهردار اقدامی است که موجب توقف و اختلال در انجام وظایف شورای می‌گردد و به نوعی قصور و تقصیر در انجام وظایف قانونی خود است می‌توان سلب عضویت اعضا خاطی را به هیئت حل اختلاف جهت اعمال ماده ۸۲ قانون تشکیلات، وظایف و انتخابات شوراهای اسلامی کشور (اصلاحی ۱۳۸۶/۸/۲۷) پیشنهاد نمود. ناگفته نماند در ماده اخیر مجازات‌هایی را پیش‌بینی نموده که از جمله آنها سلب عضویت موقت از یک‌ماه تا یک‌سال، سلب عضویت برای باقی‌مانده دوره شورا و سلب عضویت دائم می‌باشد.

عدم موفقیت شورا در انتخاب شهردار واجد شرایط است به این معنی که چنانچه شورا در انتخاب شهردار واجد شرایط به دلیل اختلاف نظر بین اعضا توفیق نیابد تکلیف چیست؟ آیا باید شهرداری بدون شهردار باشد تا شورا موفق به انتخاب شهردار شود؟ انتخاب سرپرست برای شهرداری تا چه حد می‌تواند به تداوم امور شهرداری کمک نماید؟

همان‌طور که قبلاً نیز کرازاً ذکر شد اولین و اساسی‌ترین وظیفه شورای اسلامی شهر انتخاب شهردار است تا ساکنان اجرایی شهرداری را به وی بسپارند. کارشکنی در انجام وظیفه حساس مذکور جدای از اینکه مشمول قصور و تقصیر در انجام وظایف قانونی است مطابق تبصره ۳ ماده ۵۰ قانون شهرداری از موجبات انحلال شورای اسلامی شهر می‌باشد. زیرا مطابق تبصره مذکور در صورتی که انجمن شهر (شورای شهر) یک ماه پس از رسمیت یافتن موفق به انتخاب شهردار نشود، انجمن منحل می‌گردد. همان‌گونه که می‌دانند به موجب تبصره ۱ ذیل بند ۲۹

ماده ۷۱ قانون تشکیلات، وظایف و انتخابات شوراهای اسلامی کشور و انتخاب شهرداران، در کلیه قوانین و مقرراتی که انجمن شهر عهده‌دار وظایفی بوده است، شورای اسلامی شهر با رعایت مقررات این قانون بعد از یک‌سال از تاریخ تصویب چنان‌شین انجمن شهر خواهد بود. علیهذا حکم تبصره ۳ ماده ۵۰ قانون شهرداری به واسطه عدم وجود حکم مغایر در قوانین بعدی و به‌ویژه قانون تشکیلات، وظایف و انتخابات شوراهای اسلامی کشور مصوب ۷۵ و اصلاحات بعدی کماکان به قوت خود باقیست. اما با لحاظ دو نکته اساسی:

۱- از آنجا که در تبصره ماده ۷۳ قانون اخیر تصریح گردیده به اینکه «در فاصله بین صدور رأی عدم اعتماد و برکناری شهردار و یا خاتمه خدمت شهردار تا انتخاب فرد جدید که نباید بیش از سه ماه به طول انجامد یکی از کارکنان شهرداری با انتخاب شورای شهر عهده‌دار و مسئول اداره امور شهرداری خواهد بود؛ بنابراین مهلت یک ماهه مندرج در تبصره ۳ ماده ۵۰ قانون شهرداری به سه ماه اصلاح شده است و چنانچه شورای اسلامی شهر ظرف سه ماه پس از رسمیت یافتن به هر دلیلی موفق به انتخاب شهردار نشود مشمول انحلال قرار می‌گیرد. ۲- روند انحلال خود به خودی و مطلق که در تبصره ۳ ماده ۵۰ قانون شهرداری به آن اشاره شده است با توجه به مقررات قانون شوراهای مصوب سال ۱۳۷۵ و الحاقات و اصلاحات بعدی آن دستخوش تغییر و تحول شده و مقید به درخواست ذینفع و یا مقامات مسئول می‌باشد. در این خصوص پیشنهاد می‌شود به مواد ۷۹ و ۸۱ قانون تشکیلات، وظایف و انتخابات شوراهای اسلامی کشور مصوب ۷۵ و اصلاحات بعدی آن مراجعه شود.

انتخاب سرپرست در هنگام شروع به کار شورا و همزمان با خاتمه خدمت شهردار امکان‌پذیر است یا خیر؟ آیا شورا می‌تواند در اولین جلسه پس از رسمیت یافتن بدون اینکه شهردار انتخاب نماید اداره امور شهرداری را به دست سرپرست شهرداری بسپارد؟

در اینجا تبصره ذیل ماده ۷۳ قانون فوق الذکر شفاف و گویاست و شورا می‌تواند در اولین جلسه پس از رسمیت یافتن نسبت به انتخاب سرپرست شهرداری اقدام نماید. چنانچه شورا نه موفق به انتخاب شهردار شود و نه موفق به انتخاب سرپرست، شهردار قبلی به کار خود ادامه می‌دهد تا شورا تصمیم‌گیری نماید. ■

رویه اداری شهرداری‌ها؛ تعیین حدود اقدام عمرانی و ساختمانی

■ فرهنگ فقیه لاریجانی - وکیل دادگستری و مدرس دانشگاه

عمومی و اختصاصی چیست؟
ج) در مواردی که افراد اقدام به عقب نشینی ساختمان‌ها و ابنیه جهت تعریض معابر می‌نمایند، آیا هزینه جابه‌جایی و تغییر محل تأسیسات برق باید توسط شهرداری پرداخت گردد؟
الف- ماده ۱۸ قانون سازمان برق ایران نصب تأسیسات انتقال و توزیع نیروی برق را در صورت لزوم در معابر عمومی شهرها مجاز دانسته است. در نتیجه وزارت آب و برق (نیروی فعلی) و مؤسسات و شرکت‌های تابع آن اجازه اعمال اختیار فوق را در اموال اختصاصی نخواهند داشت.

ب- ملاک تشخیص اموال عمومی و اختصاصی مواد مندرج در فصل هفتم آیین‌نامه مالی شهرداری‌ها می‌باشد. اموال اختصاصی شهرداری طبق ماده ۴۵ آیین‌نامه مذکور اعم از منقول و غیرمنقول می‌باشد که شهرداری نسبت به آنها حق تصرف مالکانه دارد از قبیل اراضی، ابنیه، اثاثه و... در نتیجه اموال اختصاصی شهرداری اعم از منقول و غیرمنقول ممکن است، دارای سند مالکیت باشد. لکن آنچه مسلم است مستند به ماده ۴۷ آیین‌نامه مالی شهرداری‌ها کلیه اموال غیرمنقول شهرداری که طبق مقررات ثبت املاک به ثبت رسیده است، در زمره اموال اختصاصی شهرداری قرار می‌گیرد.

ج- ذیل ماده ۱۸ قانون سازمان برق ایران، وزارت آب و برق را مکلف به تغییر محل وسایل انتقال و توزیع نیروهای برق در موارد تغییر، تعمیر و یا تجدید ساختمان نموده و اخذ هزینه نیازمند حکم قانونی است. در چنین مواردی باید بین تغییر و جابه‌جایی ناشی از اقدامات عمرانی شهرداری و سایر موارد تفکیک قائل گردید.

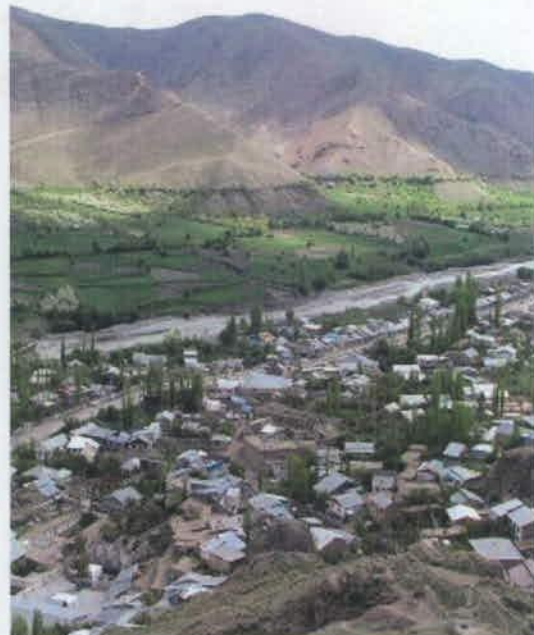
تبصره ۱۰ ماده ۱۰۰ قانون شهرداری بیان می‌کند
مرجع رسیدگی به اعتراض، کمیسیون دیگر ماده ۱۰۰ خواهد بود. آیا منظور از کمیسیون دیگر ماده ۱۰۰ همان کمیسیون تجدید نظر می‌باشد یا به عبارت دیگر کمیسیون‌های ۱ و ۲ در عرض یکدیگر قرار دارند یا مانند مراجع قضایی در طول یکدیگر بوده و پرونده‌های مطروحه ابتدا باید در کمیسیون اول مطرح و در صورت اعتراض به کمیسیون دیگر فرستاده

چه اقداماتی از سوی مالک نیازمند اخذ پروانه ساختمانی است و ملاک حقوقی آن چیست؟
با توجه به صدر ماده ۱۰۰ قانون شهرداری، «هر اقدام عمرانی» و «شروع ساختمان» مستلزم اخذ پروانه از شهرداری است. با توجه به عموم و اطلاق عبارات مذکور، تشخیص مصادیق جزئی مواردی که نیازمند دریافت پروانه از شهرداری می‌باشد، تابع قواعد شهرسازی در تعریف اقدام عمرانی و رویه اداری شهرداری‌ها در این زمینه می‌باشد. بنابراین رویه اداری شهرداری‌ها و عرف جامعه در تعیین حدود اقدام عمرانی و ساختمانی مؤثر است و به تبع آن در صورتی که اقدامات مالک اقدام عمرانی محسوب شود، وی موظف به اخذ پروانه ساختمانی است. رویه قضایی تا کنون در مورد تعریف اقدام عمرانی و تعیین مصادیق آن، حکمی ندارد؛ اما از نظر علم حقوق با توجه به قوانین موجود و مبانی دانش شهرسازی می‌توان گفت هر عملیاتی که متضمن تغییر طبیعت اعم اراضی، عوارض طبیعی و... یا وضعیت موجود ساختمان‌ها و سازه‌ها باشد از قبیل تسطیح، خاکبرداری و غیره اقدام عمرانی محسوب شده و نیازمند اخذ پروانه ساختمانی می‌باشد.

با توجه به سوال فوق و اینکه مالکین ساختمان‌ها برای استفاده بهتر و بهبود محل سکونت مبادرت به اقداماتی جهت تعمیر و بازسازی ساختمان می‌نمایند، معیار قانونی تشخیص تعمیرات اساسی در ساختمان چیست؟

تعمیرات اساسی شامل مواردی می‌گردد که موجب تغییر زیربنا شده یا بر مقاومت ساختمان و بنا اثر گذاشته و یا موجب تغییر نمای ساختمان گردد. بدین لحاظ اقداماتی چون ایجاد یا حذف دیوار، ایجاد بالکن، تغییر نمای ظاهری و...، تعمیرات اساسی قلمداد می‌شوند. در نتیجه به نظر مشاور حقوقی، مواردی از قبیل نقاشی، قیرگونی، لوله کشی و تعمیرات مشابه، تعمیرات اساسی محسوب نمی‌شوند.

الف) آیا شرکت‌های برق می‌توانند اقدام به نصب تأسیسات انتقال و توزیع برق در اموال اختصاصی شهرداری نمایند؟
ب) در چنین مواردی ملاک تشخیص اموال و اماکن



می‌باشد. مطابق با بند(ش) ماده ۹۱ آیین‌نامه اجرایی قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان ارایه خدمات مهندسی، طراحی، محاسبه، اجرا و نظارت توسط اشخاص حقیقی و حقوقی که در شهرداری‌ها مسئولیت بررسی و تأیید نقشه یا امور مربوط به کنترل آن پروژه را دارند، ممنوع و از موارد تخلفات انضباطی و حرفه‌ای می‌باشد. مضافاً اینکه ماده ۹۹ آیین‌نامه اجرایی ماده ۲۷ قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان مصوب ۷۹/۳/۱۱ هیئت وزیران، جهات رد مهندس یا مهندسی را همان جهات رد مربوط به کارشناسان رسمی دادگستری ذکر و وفق ماده ۱۳ قانون راجع به کارشناسان رسمی دادگستری نیز جهات رد کارشناس همان جهات رد دادرسی مقرر در ماده ۹۱ قانون آیین دادرسی مدنی می‌باشد.

الف) چنانچه در اجرا تفکیک‌های غیر مجاز (تفکیک توسط مالک یا مالکین بدون مراجعه به شهرداری) آیا مالکین بابت خیابان یا کوچه حاصل از تفکیک مستحق غرامت می‌باشند؟

ب) مقصود قانونگذار از تفکیک در ماده ۱۰۱ در عبارت (در اثر تفکیک) اعم از تفکیک مجاز و غیرمجاز بوده یا صرفاً منظور تفکیک‌های حاصله قانونی می‌باشد که با مراجعه به شهرداری صورت می‌پذیرد؟

الف) مطابق با ماده ۱۰۱ قانون شهرداری اداره ثبت اسناد و دادگاه‌ها مکلفند در موقع تقاضای تفکیک اراضی محدوده شهر و حریم آن عمل تفکیک را طبق نقشه‌ای انجام دهند که قبلاً به تصویب شهرداری رسیده باشد. تفکیک اراضی بدون رعایت مفاد ماده ۱۰۱ قانون شهرداری و سایر مقررات غیرقانونی بوده و به عنوان تفکیک معتبر تلقی نمی‌گردد. در نتیجه صرفنظر از عدم اعتبار چنین تفکیکی، وفق تبصره ۳ ماده ۱۰۱ قانون شهرداری معابر و شوارع عمومی که در اثر تفکیک غیر مجاز نیز ایجاد می‌شود، متعلق به شهرداری است و شهرداری در قبال آن به هیچ عنوان وجهی به صاحب آن پرداخت نخواهد کرد.

ب) اساساً تفکیک در مفهوم حقوقی خود باید با رعایت احکام مندرج در ماده ۱۰۱ قانون صورت پذیرد. در نتیجه تفکیک بدون رعایت قوانین آمره تفکیک، قانونی محسوب نشده و نمی‌تواند مستند حق مکتسب مالک قرار گیرد. لازم به ذکر است که در هر صورت غیرمجاز بودن تفکیک به نفع کسی که آن را صورت داده است، قابل استناد نبوده و نمی‌تواند محمولی برای عدم رعایت حقوق شهرداری و منافع عمومی قرار گیرد. ■

شود؟ یا اینکه اگر اعضای کمیسیون متفاوت باشد، هر یک از کمیسیون‌های ماده ۱۰۰ صلاحیت رسیدگی به پرونده‌های مطروحه را داشته و فرقی بین کمیسیون اول و دوم نمی‌باشد؟

منظور از کمیسیون دیگر ماده ۱۰۰، کمیسینی است که طبق احکام مقرر در ماده ۱۰۰ قانون شهرداری برای رسیدگی به تخلفات ساختمانی تشکیل شده و اعضای آن غیر از افرادی باشند که در صدور رأی قبلی شرکت داشته‌اند. با عنایت به عدم لزوم تبعیت مراجع شبه قضایی همچون کمیسیون ماده صد از قواعد دادرسی و با توجه به عدم تصریح قانون، کمیسیون‌های ماده ۱۰۰ در عرض یکدیگر بوده و هیچ‌گونه سلسله مراتبی از قبیل بدوی، تالی و عالی، بین آنها مقرر نگردیده است. گرچه عملاً کمیسیون دیگر می‌تواند رأی کمیسیون اول را تغییر داده و رأی آن قطعی و لازم الاجرا است.

در خصوص ممنوعیت یا عدم ممنوعیت فعالیت مهندسین و تکنسین‌های شاغل در حوزه فعالیت خود در همان شهرداری که دارای پروانه اشتغال به کار و کارت طراحی و نظارت و مجوز دایر نمودن دفاتر در سطح شهر از سوی سازمان نظام مهندسی می‌باشند، اظهار نظر نمایید.

مداخله مهندسین، تکنسین‌ها و کارشناسان فنی و عمرانی شهرداری در کلیه خدمات مهندسی از قبیل طراحی، محاسبه، نظارت، اجرا، کنترل، برآورد، ارزیابی و تقویم به عنوان مهندسین دارای پروانه اشتغال موضوع قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان و آیین‌نامه‌های مربوط، غیر مجاز و موجب عدم صلاحیت آنان در همان موارد

فرود گردشگران ناخوانده بر پهنه بکر سیاحت



عباس جلالی

بی‌سیم، پیوندها نزدیک و نزدیکتر شده بود. نوآمدترین وسیله برای باز هم پر شتاب‌تر کردن و در واقع کوتاه‌تر کردن فواصل و دسترسی، طیاره / هواپیما بود که پس از جنگ جهانی اول روز به روز کامل‌تر و تکمیل‌تر می‌شد. کشتی‌ها برای پهلوگیری، به بندر نیاز داشتند و هواپیماها احتیاج به فرودگاه که به‌ناگزیر هر دوی اینها می‌باید در دست نیروهایی می‌بود که می‌خواستند از آنها بهره‌برداری کنند.

انگلیسیان در مداخله‌های دراز دامن خود، به‌ویژه پس از قرارداد ۱۹۰۷ م / ۱۳۲۵ ق و در پی آن ۱۹۱۵ / ۱۳۳۳ که ایران را به دو منطقه شمالی و جنوبی بخش می‌کرد، در پهنه جنوبی زیر سلطه خود که بیشترین منابع نفتی را

پیش‌زمینه سند

جنگ جهانی اول (۱۹۱۴ - ۱۹۱۸) جدایی کامل عربها از بدنه امپراتوری عثمانی و تشکیل دولتهایی تازه چون عراق، سوریه و عربستان را در پی داشت. انگلیسیان و دیگر قدرت‌های پیروز اروپایی که چندین سده بر پهنه‌هایی جنوبی ایران به‌ویژه بندر و شهرها به گونه‌ای چیرگی داشتند، اینک با پیدایی کشتی‌های توربینی (اختراع ۱۸۹۷ م) به ناوگان جنگی پرتوانی دست یافته بودند که در دریا و آبهای جهان به‌سرعت در آمد و شد بود. بی‌گمان چنان ناوگان عظیمی نیاز به منابع سوخت و انرژی داشت. و چه منبعی سرشارتر از پهنه‌های نفت خیز جنوب ایران. در خشکی‌ها نیز به یاری خطوط تلگراف و پست و تلگراف



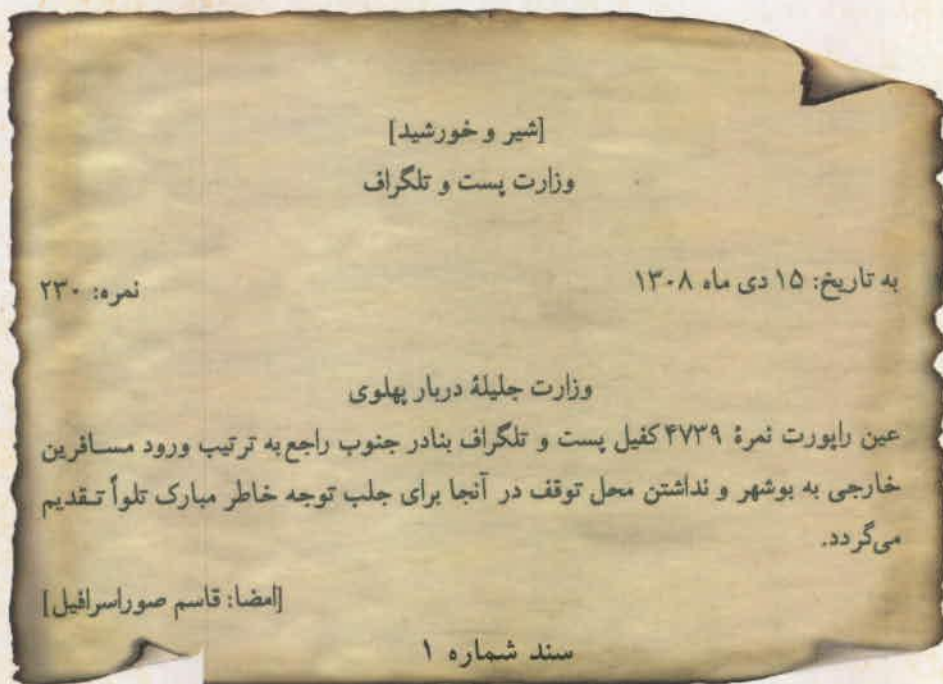
بوشهر، نمایی از قلاع شهر

آمد و شد کند. چندانکه احمد شاه واپسین پادشاه قاجاری (۱۱۳۴ - ۱۱۹۲ ق) در بازگشت از سفر اروپا در ۱۳۰۱ خورشیدی از راه بمبئی به بوشهر آمد و رضاخان سردار سپه راهی شهرهای جنوبی گردید تا در بندر بوشهر از شاه ایران استقبال کند. بندر بوشهر از سوی حکومت مرکزی ایران، حاکم‌نشین بنادر جنوبی نیز می‌بود که در سال ۱۳۰۲ نصرالدوله را بر این کار گمارده بودند.

گاهشناسی سند

این سند به سال ۱۳۰۸ خ / ۱۹۲۹ م، باز می‌گردد. سالهایی که رضاخان در فاصله دو جنگ جهانی به شتاب در پی یکپارچه کردن سرزمینی بود که ده‌سال پیش از آن شیرازه کارهای حکومت قاجاریان یکسره گسیخته شده بود. رخدادهای زیر

هم داشته، آغاز به سازمان‌بندی بنیادهایی کردند تا اداره این بخش را آسان‌تر سازند. این کار البته از نیمه سده نوزدهم (۱۸۵۰ م) آغاز شده بود. ساختن بندر و اسکله‌ای که ناوگان دریایی انگلیس بتواند در آن پهلو بگیرد از ضروریات بود که بندر بوشهر با پیشینه کهن دریایی‌اش بهترین می‌نمود. سازماندهی پلیس جنوب یا همان «تفنگداران جنوب ایران» که تا سال ۱۳۰۰ خ / ۱۹۲۷ م عملاً بی‌هیچ اجازه‌ای از دولت ایران، نظم و نسق پهنه‌های جنوبی را در دست داشتند، از دیگر کارها بود. اهمیت بندر بوشهر برای انگلیسیان به اندازه‌ای بود که راه‌آهنی را به درازی ۶۰ کیلومتر از بوشهر تا برازجان ساختند. از دیگر سو بوشهر تنها بندری بود که ایران می‌توانست به یاری ناوگان بازرگانی و مسافری دولت‌های بزرگ به اروپا و دیگر کشورهای جهان



[شیر و خورشید]

وزارت پست و تلگراف

به تاریخ: ۱۵ دی ماه ۱۳۰۸

نمره: ۲۳۰

وزارت جلیله دربار پهلوی

عین راپورت نمره ۴۷۳۹ کفیل پست و تلگراف بنادر جنوب راجع به ترتیب ورود مسافرین خارجی به بوشهر و نداشتن محل توقف در آنجا برای جلب توجه خاطر مبارک تلوأ تقدیم می‌گردد.

[اعضا: قاسم صوراسرافیل]

سند شماره ۱

۲۸ شهریور) هیأت وزیران امور تلفنخانه و کلیه خطوط تلفنی را به وزارت پست و تلگراف واگذار کرد.
۲۷ مهر) اولین کارخانه ریسندگی که به همت حاج رحیم آقا قزوینی در قزوین دایر شده بود، افتتاح گردید.
۴ آذر) مدرسه عالی فلاحت تأسیس و شروع به کار کرد. در این مدرسه فنون فلاحتی به محصلان آموخته خواهد شد.
۱۶ دیماه) راه‌آهن خوزستان افتتاح و بهره‌برداری از آن آغاز شد.
۹ اسفند) احمد شاه که در ۹ آبان ۱۳۰۴ از سلطنت خلع شده بود در سن ۳۲ سالگی در پاریس به بیماری کلیه درگذشت.
۲۷ اسفند) اجازه تأسیس وزارت «اقتصاد ملی» به جای وزارت «فوائد عامه» تصویب شد.

بررسی سند

سندی که به تاریخ ۱۵ دی ماه ۱۳۰۸ خورشیدی / ۱۹۲۹ میلادی نگاشته شده، در دو بخش آمده است. بخش یکم نامه

سیمای کشور ایران را در سال سند روشنتر می‌نماید.
۵ فروردین) مهدیقلی هدایت رئیس‌الوزراء از طرف دولت شناسایی کشور جدید عراق را اعلام کرد.
۱۷ فروردین) سرتیپ فضل‌الله خان زاهدی به اتفاق سرتیپ احمد نخجوان رئیس هواپیمایی عازم شیراز شدند تا درباره شورش عشایر چاره‌اندیشی نمایند.
۱۹ فروردین) به دنبال لغو کابینتولا سیون، اداره کل محاکمات وزارت خارجه منحل گردید.
۲ تیر) وزارت پست و تلگراف پانزده نفر محصل به اروپا اعزام کرد.
۲۱ مرداد) میسیون حجاز به اتفاق عین‌الملک هویدا، میهماندار با شاه ملاقات نمودند. شاه دستور شناسایی دولت نجد و حجاز را صادر کرد و مراتب تلگرافی از طرف دولت ابلاغ گردید.

[شیر و خورشید]
وزارت پست و تلگراف
اداره پست و تلگراف

ایالت جنوب
[از: بوشهر
[به: تهران

دفتر تحریرات
نمره: ۴۷۳۹
مورخه: ۴/۱۰/۱۳۰۸

مقام منبع وزارت پست و تلگراف

محترماً معروض می‌دارد که چندی است پروگرام^۱ سیر طیارات ارویز به مناسبت زمستان تغییر کرده و طیاراتی که از طرف اروپا وارد می‌شوند شب را در بوشهر توقف می‌نمایند و نظر به اینکه عمارت آشیانه کافی نیست مسافرین که اغلب اشخاص محترم هستند در قونسولخانه انگلیس منزل می‌کنند و پیلت و سایر اعضای طیاره هم در منزل رئیس شرکت اتحاد عراق و ایران (مسپرس) که وکیل ارویز است، شب را بیتوته می‌نمایند ولی وقتی که طیارات هلندی وارد و شب را مجبور به توقف در بوشهر می‌شوند اغلب بیچاره‌ها سرگردان هستند تا به زحمت یک منزلی تهیه می‌نمایند.

این زحمات به واسطه این است که در بوشهر هنوز یک هتلی که یک نفر شخص محترمی بتواند در آن وارد شود ندارد و متأسفانه مردم این دوره منتظرند که هر اصلاح و باب سعادت را دولت برای آنها بگشاید. نظر به اینکه بوشهر فعلاً محل عبور و مرور طیارات واقع شده و اشخاص محترم زیادی از اروپاییان عبور و مرور می‌نمایند، وقتی شب مسافرین وسیله استراحت نداشته باشند به ایران یا نظر تحقیر خواهند نگریست. لذا مقتضی است از طرف اولیای امور یک تأکید بلیغی به آقای حکمران کل بنادر بشود که به هر طور مقتضی بدانند اشخاصی را که صلاحیت این کار را دارند برای دایر کردن یک هتل آبرومند تشویق و ترغیب نمایند. حتی اگر لازم باشد یک امتیازات و کمک‌های غیرمستقیمی هم به^۱ داوطلب آن بشود. آقای حکمران کل در تشویق این قبیل کارها و هرگونه اصلاح و وسایل ترقی فروگذار ندارند که همیشه لوازم آنها را فراهم و مساعدت‌های لازمه می‌فرمایند ولی چون ایجاد یک هتل امروز از ضروریات اولیه احساس شده منظور بنده این است که از مرکز امر بشود که جزء وظایف و فرایض جاریه بشمارند و زودتر اقدام شود.

کفیل اداره ایالتی پست و تلگراف جنوب

[امضا: شهری]

سند شماره ۲

کوتاهی است از قاسم صوراسرافیل کفیل وزارت داخله، به وزارت دربار پهلوی که عین سند دوم را به پیوست دارد. نامه دوم که پیوست شده، دو رخساره بسیار مهم از تاریخ ایران را در خود نهان کرده است. رخساره نخست از دیدگاه تاریخ شهری در ایران دارای ارزش بسیاری است؛ نیاز و درخواست برای ساختن نخستین مهمانخانه [هتل] در یکی از دور دست‌ترین نقاط کشور، یعنی بندر بوشهر؟! که در پیش‌زمینه سند تا اندازه‌ای به ریشه‌های این نیاز پرداختیم. درخواستی که از سوی حسنی شهری رزی کفیل اداره‌ی ایالتی پست و تلگراف جنوب برای وزارتخانه نگاشته شده، به خاطر مسافران و گردشگران انگلیسی، هلندی، فرانسوی و... است که با خطوط هوایی بریتانیایی و هلندی در فرودگاه بوشهر به زمین می‌نشینند و شبانه‌گام جایی برای ماندن ندارند. ← (سند شماره‌ی دو)

اما آنچه رخساره دوم سند را می‌سازد و شگفتی می‌آفریند، وجود فرودگاهی در بندر بوشهر است. فرودگاهی که می‌تواند در دهه نخست سده چهاردهم خورشیدی، هواپیماهای مسافربری آن روزگار را در خود بنشاند. در جستجویی دراز دامن در نوشتگان تاریخی آن سالها و جستن انگاره‌ای در ساخت این فرودگاه، سندی به تاریخ ۲۱ دیماه ۱۳۰۲ رسیدیم که سرتیپ امان‌الله میرزا، بعدها سپهبد جهانبانی، همراه محموله‌های نظامی خریداری شده از کشورهای فرانسه، انگلیس وارد بوشهر می‌شود. محموله نظامی شامل ۶ هواپیما به درازی ۹ متر و وزن ۵ تن است که آنها را نمی‌شد از طریق زمین از مسیر شیراز اصفهان به تهران حمل کرد؛ زیرا جاده‌های شوسه آب‌گرفته و ویران بودند و ترابری این محموله‌های سنگین را نمی‌توانستند با گاری‌های بارکش انجام دهند. قرار می‌شود آشیانه‌هایی در بوشهر برپا شود و در همین جا هواپیماها سرهم شوند و خلبانهای همراه پس از آزمایش هواپیماها و عادی شدن شرایط پرواز، آنها را به سوی تهران پرواز دهند. تا روز سوم بهمن بخاطر توفانی بودن دریا و نبود اسکله‌ی مناسب نمی‌توانند محموله‌ها را از کشتی پیاده کنند. تا یک‌ماه پس از آن، یعنی روز ۴ اسفند هم، هواپیماها چشم به راه بنزین از محصره [نام پیشین خرمشهر] می‌مانند تا به سوی شیراز پرواز کنند. روز ۷ اسفند ماه رخدادی مهم در تاریخ هوانوردی ایران روی می‌دهد؛ برای ساخت فرودگاه‌هایی در بوشهر، شیراز، آباده (؟؟)، اصفهان، قم (؟؟) و تهران بودجه‌ای به مبلغ ۲۵۰ هزار تومان تخصیص می‌یابد و این بزرگترین و نخستین گام در راه گسترش هوانوردی ایران است. روز ۹ اسفند ماه نخستین پرواز هواپیما بر فراز بندر بوشهر انجام می‌شود. در تاریخ ۲۴ اسفند همه هواپیماها آماده پرواز به شیراز و اصفهان هستند! و همین رخدادها هنگام شالوده‌ریزی فرودگاه در بوشهر را نشان می‌دهد. با آمد و شد به بوشهر و پیشینه‌ای که گفته آمد، در بازه زمانی شش ساله فرود هواپیماهای مسافربری در

بوشهر طبیعی می‌نماید، در سند می‌خوانیم که، «... چندی است پروگرام مسیر طیارات اروینز [= برنامه‌ی پرواز خطوط هوایی] به مناسبت زمستان تغییر کرده و طیاراتی که از طرف اروپا وارد می‌شوند، شب را در بوشهر توقف می‌نمایند.» و در دنباله نامه کفیل اداره ایالتی می‌بینیم، «... نظر به اینکه عمارت آشیانه کافی نیست، مسافری که اغلب اشخاص محترم هستند در قونسولخانه‌ی [کنسولگری] انگلیس منزل می‌کنند و پیلت [= ناوبران هواپیما] و سایر اعضای طیاره هم در منزل رئیس شرکت اتحاد عراق و ایران (مسپرش) که وکیل اروینز [= خطوط هوایی] است، شب را بیتوته می‌نمایند، ولی وقتی طیارات هلندی [که این خود نشان از پروازهای پر شمار دارد] وارد و شب را مجبور به توقف در بوشهر می‌شوند اغلب بیچاره‌ها سرگردان هستند تا به زحمت یک منزلی تهیه نمایند... این زحمت به واسطه‌ی این است که در بوشهر هنوز یک هتلی که یک نفر شخص محترمی بتواند در آن وارد شود، ندارد...».

در دنباله می‌خوانیم که، «... بوشهر فعلاً محل عبور و مرور طیارات واقع شده و اشخاص محترم زیادی از اروپاییان عبور و مرور می‌نمایند! [شهر رزی با هوشیاری می‌افزاید که «... وقتی شب، مسافری وسیله‌ی استراحت نداشته باشند به ایران با نظر تحقیر خواهند نگرست. لذا مقتضی است از طرف اولیای امور یک تأکید بلیغی به آقای حکمران کل بنادر بشود که به طور آبرومند تشویق و ترغیب نمایند...»] و سپس پیشنهاد می‌کند که، «... یک امتیازات و کمکهای غیر مستقیمی هم به داوطلب آن بشود...».

منابع:

- ۱) اسنادی از صنعت جهانگردی در ایران (۱۳۰۱ - ۱۳۵۷ ه.ش) ج ۱، معاونت خدمات مدیریت و اطلاع‌رسانی دفتر رئیس‌جمهور، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ یکم، ۱۳۸۰.
- ۲) بهبودی، هدایت، روز شمار تاریخ معاصر ایران، ج ۲، موسسه مطالعات و پژوهشهای سیاسی، چاپ یکم، ۱۳۸۸.
- ۳) بهبودی، هدایت‌الله، روز شمار تاریخ معاصر ایران، ج ۳، موسسه مطالعات و پژوهشهای سیاسی، چاپ یکم، ۱۳۸۹.
- ۴) دایره‌المعارف فارسی، به سرپرستی غلامحسین مصاحب، ج ۱ و ۲، شرکت سهامی کتابهای جیبی، چاپ سوم، ۱۳۸۱.
- ۵) عاقلی، باقر، روز شمار تاریخ ایران، ج ۱، نشر نامک، چاپ هفتم، ۱۳۸۴.
- ۶) فراهانی، حسن، روز شمار تاریخ معاصر ایران، ج ۱، موسسه مطالعات و پژوهشهای سیاسی

نوری، شیخ شهید مشروطه شیخ فضل اله نوری، استاد بنان و پدر شعر نو نیما یوشیج؛ لذا با توجه به شرایط خاص در مدیریت شهری اولویت با توسعه صنعت توریسم و گردشگری می‌باشد.

توریا: نقش و رسالت سازمان‌های متولی گردشگری و سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور در راستای ارتقا آن چیست و چه توقعی از آنان دارید؟

با توجه به نگاه سیاسی به سازمان میراث فرهنگی و گردشگری لذا در این چند سال گذشته عملکرد سازمان مذکور بسیار ضعیف بوده و از سویی چون مدیریت شهری بر عهده شهرداری‌ها می‌باشد و همچنین کلیه شهرداری‌ها زیرمجموعه سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور می‌باشند و از طرفی ۷۰ درصد جمعیت کشور در شهرها سکونت دارند در جهت عمران و جذب گردشگر همت مضاعف سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور و شهرداری‌های سطح کشور را می‌طلبد.

توریا: آیا موضوع گردشگری در طرح جامع شهری و زیرساخت‌های لازم در نظر گرفته شده است؟

با توجه به رسته کاری اینجانب در امور گردشگری و عمران و وجود پتانسیل موجود شهر و بخش بلده با سعی و تلاش، محوریت قرار دادن زیرساخت گردشگری در طرح هادی شهر اعمال گردید.

توریا: هم اکنون شهرداری چه برنامه‌ای برای بهبود و ارتقاء گردشگر در شهر بلده دارد؟

با توجه به قرارگرفتن منطقه بلده جزء مناطق حفاظت شده محیط زیست کشور و وجود رودخانه دائمی و وحشی و همچنین انتخاب این منطقه به عنوان مناطق نمونه گردشگری و وجود قلعه ساسانیان با قدمت ۲۸۰۰ ساله و آثار تاریخی دیگر و وجود مواهب طبیعی این شهرداری در اقدام اول شروع به دیواره‌سازی و ایجاد کمپ گردشگری در کنار رودخانه نموده و در مرحله دوم قصد مرمت و احیاء قلعه پولاد و جذب سرمایه‌گذار برای احداث هتل و مجتمع تفریحی و توریستی را دارد.

توریا: کم و کاستی‌ها و مشکلات بحث گردشگری در مدیریت شهری و شهرداری‌ها چیست؟

با توجه به مدیریت ضعیف سازمان میراث فرهنگی چه کلان و چه خرد و نگاه سیاسی به آن بسیاری از شهرها من جمله شهر عالم پرور و تاریخی بلده با رایزنی‌های بسیار شهرداری و فرمانداری متأسفانه در سراسر غفلت و سیاسی بازی قرار گرفته است. ■



شهر بلده، مرکز بخش بلده از توابع شهرستان نور است که در میان دره‌ای زیبا و خوش آب و هوا در جهت شرقی-غربی قرار گرفته است. جاده‌های چالوس و هراز مسیرهای دسترسی به این شهر هستند. طبیعت سرسبز و وجود آب فراوان در این منطقه مکانی مناسب جهت گذران اوقات فراغت و کسب لذت از طبیعت را به وجود آورده است. بلده شهری است از سده‌های دور که اکنون پس از پشت سر گذاشتن دوران با ابهت خود، همچنان ایستاده است. در ارتفاعات مشرف به شهر بلده، قلعه‌ای قدیمی به نام قلعه پولاد قرار دارد که با نیم ساعت پیاده روی می‌توان به آن رسید. به مرور زمان و عدم توجه کافی، این قلعه عظیم دچار خرابی‌های بسیار شده، ولی همچنان برج و باروهای آن با سرفرازی بر بلندی‌های شمال بلده بر بالای پوزه کوهی که رو به جنوب است، ایستاده‌اند. تاریخ ساخت قلعه بسیار قدیمی است و تا دوره صفویه دایر و مسکون بوده است. در صورتی که قلعه بلده و سایر اماکن تاریخی آن مورد بازسازی قرار گیرند، می‌تواند شهر را به یک منطقه گردشگری تبدیل کند.

مهندس فرشاد اسدی، متولد سال ۱۳۵۴ دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته جغرافیای شهری، سوابق مدیریتی و اجرایی مفیدی در استان مازندران داشته و هم‌اکنون شهردار شهر بلده می‌باشد. نظر به تجارب و سوابق اجرایی وی در زمینه گردشگری استان مازندران، گفت‌وگویی را انجام داده‌ایم که در زیر، توجه علاقه‌مندان را به آن جلب می‌نماییم:

توریا: نقش و ضرورت توجه به گردشگری در مدیریت شهری چیست؟

با توجه به اینکه بسیاری از شهرهای کوهستانی فاقد درآمد پایدار می‌باشند و برابر جهانی شدن اقتصاد بر مبنای توریست و گردشگر این شهر با قدمت ۲۸۰۰ ساله و وجود عالمان فرهیخته همچون علامه محدث

نگاهی به تجارب مدیریتی شهردار نیویورک

تهیه و تنظیم: رضا قهقایی، کارشناس ارشد مدیریت دولتی



رفاه نیمی از مردم را توسعه دهد و آنها را از پیچ و خم‌های اداری نجات بخشد و بیش از ۶۴۰۰۰۰ نفر را از وابستگی به دولت رها کند و به سوی استقلال فردی رهنمون سازد. نیویورک با مدیریت و رهبری «جولیانی» بهترین «شهر نمونه و تجدید حیات شده» آمریکا لقب گرفت. در ادامه، توجه علاقه‌مندان را به گزینه‌ای از نظرات و عقاید وی در زمینه مدیریت جلب می‌کنیم:

افراد بزرگی اطراف شما هستند

«اعتقاد دارم که یکی از علل کسب مهارت‌های بسیار و موفق‌تر بودنم از دیگران، وجود افراد متخصص و کارآمد در اطرافم است. این ایده که «یک گروه کاری خوب، عملکرد سایر اعضا را بهبود می‌بخشد»، بسیار مهم و ثابت شده است که می‌توانم آن را با صراحت بیان کنم. برای انتخاب نیروها باید از یک استاندارد ساده پیروی کنیم: «کسی را بیابید که به بهترین وجه، شغل مورد نظر را انجام دهد!» البته من کسانی را که در مبارزات انتخاباتی، حامی و پشتیبانم بوده‌اند، استخدام کرده‌ام و دلیل آن هم سهیم بودن آنها در پیشبرد عقایدم بودم و می‌خواستم همکارانی

مقدمه

مطلب زیر برگرفته از ترجمه کتاب «مدیریت و رهبری شهردار نیویورک» است که به منظور آشنایی مدیران و شهرداران با راهبردهای عملیاتی و اجرایی تجربه شده در حوزه دانش مدیریت شهری نگاشته شده است. تجاربی که نحوه شکل‌گیری ایده‌ها، سازماندهی و برنامه‌ریزی اجرایی آنها را نمایان می‌کند. رودلف دبلیو جولیانو متولد سال ۱۹۹۴ و فارغ‌التحصیل رشته حقوق از دانشگاه نیویورک است. وی در سال ۱۹۹۳ به عنوان یک‌صد و هفتمین شهردار شهر نیویورک انتخاب شد و به مدت ۸ سال مدیریت شهر را به عهده داشت.

جولیانی در سمت شهردار شهر نیویورک، حس پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری را به سازمان‌های شهرداری بازگرداند و کیفیت زندگی را برای تمامی شهروندان نیویورکی بالا برد. با مدیریت او، میزان جرم و جنایت در شهر به میزان ۵۷ درصد و قتل و آدم‌کشی نیز ۶۵ درصد کاهش یافت. هنگامی که جولیانی مسئولیت شهردار شهر نیویورک را به دست گرفت، از هر هفت شهروند نیویورکی تنها یک نفر در رفاه بود. او با اشاعه اصول اخلاقی در سازمانش و به کارگیری موفقیت‌آمیزترین ابتکارات موفق شد، تا

ایجاد پویایی که منجر به فراهم آمدن بهترین‌ها در هر گروه بشود، یکی از دشوارترین سطوح مدیریت است

* یک مدیر کاردان و برجسته، اعضای گروه را با تبادل اطلاعات با افراد کم‌تجربه، تشویق می‌کند.

* برخی رؤسا فقط افرادی را استخدام می‌کنند که شبیه خودشان فکر می‌کنند. یک مدیر باید در میان کارمندان مکمل قرار گیرد.

من به عنوان شهردار جمهوری خواه، بسیاری از افراد دموکرات را در پست‌های بالا به خدمت گرفته بودم.

* من به این نتیجه رسیده بودم که دانستن بیش از حد امور شهرداری، ممکن است مانع خلاقیت‌ها و کشف راه‌های نوین برای اصلاح کارها شود.

همه چیز در پرونده خلاصه نمی‌شود

* خلاصه پرونده یک فرد، گویای همه چیز درباره او نیست. در سوابق شغلی یک شخص، ممکن است عملکرد دانشگاهی او هیچ ارزشی نداشته باشد؛ به دلیل آنکه نکات اندکی برای سنجش و ارزیابی ماهیت تلاش‌های وی برای شغل مورد نظر وجود دارد، اما چنانچه آن فرد عملکردهای موفقی در طول زندگی داشته باشد، توانایی‌های او قابل ارزیابی خواهند بود.

یک مدیر باید در تصمیم‌گیری‌های خود درباره افراد به اطمینان کامل برسد. او باید از هر ده مورد، هشت یا نه بار تصمیم‌گیری درست داشته و با کاهش تصمیم‌گیری‌های غلط، مسئولیت‌های خود را نیز کاهش دهد.

* مراجعه به «خلاصه پرونده» پرسنل برای جلوگیری از تبعیض و مداخله روابط در گزینش بسیار مهم است.

انگیزه ایجاد کنید

* در شرکت من، همانند سایر مؤسسات، حسادت و دشمنی وجود دارد؛ مخصوصاً وقتی یک نفر به موفقیت بزرگی دست می‌یابد. در این حالت، وظیفه یک مدیر آن است که بر رقابت‌ها نظارت و آنها را به سوی یک نتیجه خوب هدایت کند.

* تشویق کارکنان برای رقابت در فضای سالم موجب تحقق دو هدف مهم می‌شود:

۱- کسب «تجربه» که هم برای کارکنان و هم برای مدیران مفید است.

۲- «رقابت صحیح» که به کارمندان نیرو می‌بخشد.

* من این موضوع را تجربه کرده‌ام که حتی پرتوانترین کارمندان هم در محیطی که به آنها اجازه ابراز توانایی نمی‌دهد، چقدر سریع شورش می‌کنند.

* درکنار هیجان و لذت در هر کاری، نکته دیگری نیز وجود دارد که برای شاغلان ایجاد انگیزه می‌کند و آن

داشته باشم که ایده‌های ارزشمند مرا اجرا کنند و آنها را باور داشته باشند؛ نکته‌ای که من قبل از انتخابات به رأی‌دهندگانم وعده داده بودم.

* از آنجا که معیار اساسی من برای انتخاب، عملکرد افراد است، استخدام نکردن بهترین شخص به سبب رابطه و به‌کار گماردن بدترین شخص، برایم مورد قبول نیست.

نقاط قوت و ضعف را تجزیه و تحلیل کنید (حتی درباره خودتان)

* اگر برای مدیریت یک سازمان انتخاب شدید، فکر نکنید که خدا شما را برگزیده است. این مرحله دقیقاً همان زمانی است که باید فروتنی، خشوع و تواضع را به‌کار بگیرید؛ بنابراین از خود خواهید پرسید: «نقاط ضعف من چیست و چگونه می‌توانم آنها را برطرف کنم؟»

اولین هدف برای انتخاب افراد کارا، تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف خودتان است. این بررسی موجب نمایان شدن نیازهای شما می‌شود؛ در این صورت برای رفع نقاط ضعفتان به فکر استفاده از توانایی دیگران خواهید افتاد.

* یک مدیر، قوی‌بودن همکارانش را می‌خواهد و دوست ندارد که افراد «بله قربان گو»، مدیر واحد‌هایش باشند. ایجاد فضای پویایی برای فراهم آمدن بهترین‌ها، یکی از دشوارترین مراحل مدیریت است.

* تعیین و جذب افراد ارزشمند کافی نیست. باید از تلاش آنها برای تقویت نقاط قوت و جبران ضعف‌هایشان اطمینان حاصل کرد.

* من دوست دارم که زوج‌های کاری مؤثری را خلق کنم. اگر بتوانیم نیرویی را که فعالیت کمی خوبی دارد با کسی که از نظر کیفی مطلوب عمل می‌کند، در کنار هم قرار دهیم، نتایج بهتر و موفقیت‌های چشمگیری به‌دست خواهد آمد.

* برای کارهای دشوارتر باید مدیریت همه‌جانبه‌تری داشته‌باشید.

از گروه‌های بزرگ بیاموزید

* ورزش، نقش اساسی را در رشد فکری من ایفاء کرده است. من یک تماشاگر پرحرارت و علاقه‌مند به ورزش «بیس بال» هستم و از آن در تمام زندگی‌ام بهره‌گرفته‌ام. همیشه این ایده در من وجود داشته که «کار گروهی، توازن ایجاد می‌کند». تیم‌های موفق ورزشی را فقط یک نفر نمی‌سازد، بلکه حتی ستاره‌های موفقی چون «مایکل جردن» نیز به حمایت و پشتیبانی قوی نیاز دارند و دلیل موفقیت‌هایشان این بوده است که مربیان زبده آنها را هدایت کرده‌اند تا بتوانند بهتر بازی کنند.

رساندن بار مسئولیت در کارهاست.

* رقابت‌ها و کشمکش‌های خاصی در ادارات و دفاتر وجود دارند که می‌توانند بهترین و باهوش‌ترین افراد را به خود جذب کنند.

در مؤسساتی که از فضای رفاقت و همکاری لبریزند، بهره‌وری در حد اعلائی خود قرار دارد؛ اما اگر مدیران این مؤسسات دقت لازم را نکنند، دام‌های بسیاری برای گرفتار شدن وجود دارند؛ مثلاً اگر نیروهای با عملکرد بالا، به اندازه کافی در فضای رقابت قرار نگیرند، تسلیم خودپسندی و غرور خواهند شد. این‌گونه افراد به محض اینکه عملکردشان خوب می‌شود، شروع به سر خوردن می‌کنند. آنها اغلب متوجه نمی‌شوند که دیگر مانند گذشته عملکرد چشمگیری ندارند.

* یک مدیر باید بخشی از یک سازمان باشد و بداند که این سازمان به منظور دستیابی به هدف خاصی ایجاد شده است و فقط به منظور جلب رضایت کسانی که در آن کار می‌کنند به وجود نیامده است.

بهتر است که ابتکار عمل را تا زمانی که نتایج آن آشکار نشده است، برملا نکنید. اول آن را امتحان کنید، سپس اصلاحات را انجام دهید و سرانجام نتایج به دست آمده را اعلام نمایید

* من شخصاً به محل‌های دچار آتش‌سوزی و سقوط و ریزش ساختمان‌ها می‌رفتم و می‌دانستم که این کار باعث ایجاد انگیزه در امدادگران می‌شود و این پیام را نیز به آنان می‌رساند که «من درک می‌کنم که تو کجا می‌روی و اگر تو مجبوری که اینجا باشی، من هم می‌توانم در کنار تو باشم».

اول تجسم کنید، بعد تصمیم بگیرید

یکی از مهارت‌های مهم در تصمیم‌گیری، چه چیزی را تدبیر کردن نیست، بلکه چه زمانی تدبیر کردن است، صرف نظر از اینکه چقدر زمان صرف می‌شود تا تصمیمی گرفته شود، من هرگز تا مجبور نباشم، تصمیمی نمی‌گیرم.

* از جلسات صبح به عنوان وسیله‌ای برای هدایت تصمیم‌گیری‌ها استفاده می‌کردم و به همین منظور کارمندان رده بالای شهرداری را مجبور می‌کردم که هر روز مرا ببینند؛ بنابراین از تصمیماتی که در طول روز گرفته می‌شد، دور نبودم.

* برخی از شهرداران تمایل داشتند که در دفتر کارشان مخفی شوند و یک رئیس ستاد یا معاون شهردار، سپر بالای آنها باشد. شهروندان مجبور بودند با شخصی که قبل از شهردار قرار دارد، صحبت کنند و آن شخص

هم می‌دانست که شهردار با چه موضوعاتی نمی‌خواهد مواجه شود.

* برخی از مدیران ارشد به جای اینکه آستین‌هایشان را بالا بزنند و بگویند «من برای تصمیم‌گیری اینجا هستم»، در پشت یک عده قائم مقام و معاون و مدیر مخفی می‌شوند تا از مواجه شدن با خطر تصمیم‌گیری‌های بد و اشتباه محفوظ بمانند.

* این‌گونه طفره رفتن‌ها تبدیل به یک فکر می‌شود و این طرز تفکر در سراسر سازمان رسوخ می‌کند، اما آمادگی داشتن برای تصمیم‌گیری، اثر مثبتی در سازمان خواهد گذاشت.

* بدون اینکه من بخواهم، معاونان و مقامات عالی رتبه، خودشان، جلسات صبح جداگانه‌ای را با همکارانشان برگزار می‌کردند و تمایل داشتند تا مشکلات را بشنوند و تصمیم‌گیری نمایند و خودشان را در برابر پیشنهادها غیر معمول به مخاطره بیندازند.

* در بخش دولتی، مدیر سازمان چه بخواهد و چه نخواهد، وظیفه ارتباط با عموم را به عهده دارد.

وقتی که زمان کوتاه است برای کشیدن ماشه آماده باشید.

* در هنگام بحران، تصمیم‌گیری‌های سریع اساسی‌ترین کار است. مردم در این حالت ترسان و مردد هستند و نیاز دارند که به یک مسئول تکیه کنند.

* مدیران باید به این موضوع مهم توجه کنند که به رغم در اختیار داشتن زمان زیاد برای تصمیم‌گیری، فرایند تصمیم‌گیری را هر چه سریع‌تر آغاز کنند؛ مثلاً اگر برای گرفتن تصمیمی پنج روز فرصت دارند، زمان آغاز تحقیق و در نظر گرفتن موضوع، همین الآن است نه چهار روز دیگر.

از تنش‌های خلاق استفاده کنید

* در بعضی جلسات با کارمندان رده بالای سازمانم، مجادله درمی‌گرفت، احساس می‌کنم که این‌گونه بحث و جدل‌ها بسیار مفید هستند و مزایایی را در بر دارند. از این طریق می‌توانستم درباره یک موضوع، نظرات بیشتری را بشنوم. اگر به سه یا چهار رأی مختلف گوش بدهم، بهتر می‌توانم تصمیم بگیرم.

* شما نمی‌توانید بحث و مذاکره‌ای صمیمی را به وجود آورید، مگر اینکه شرکت‌کنندگان در جلسه، باور داشته باشند که نتیجه آن از پیش تعیین شده نیست.

* اگر همکارانتان بدانند که شما نظر شخص رده بالاتر را ترجیح می‌دهید یا نظر مطرح شده از سوی کسی که او را مدت زیادی است که می‌شناسید، انتخاب خواهید کرد، هرگز خود را به درجه‌ای که شما می‌خواهید، ارتقا نخواهند داد.



سخنان افراد را تا آخر گوش کنید

بحث‌ها و مجادلات درون سازمانی را ضروری می‌دانم، ولی ترجیح می‌دهم که مباحث در حوزه درونی و داخلی سازمان باقی بماند و از منظر عموم به یک وحدت فکری تبدیل شود. اما اجازه دادن به عموم برای اینکه هر عضو سازمان نسبت به هر موضوعی در چه موضعی قرار دارد یا با چه کسانی در حال جنگ و کشمکش است، راه را برای کسانی که به دنبال سوء استفاده از بخش‌های داخلی و درونی سازمان هستند و اهداف و مزایای شخصی خود را دنبال می‌کنند، هموار می‌سازد؛ بنابراین همیشه ترجیح می‌دهم تا این بحث‌ها پشت صحنه صورت گیرد.

یک مدیر باید به اندازه کافی قوی باشد تا بتواند تصمیم‌گیری‌های خود را به مرحله عمل برساند و در کنار تصمیمی که گرفته، بماند؛ حتی هنگامی که آن تصمیمات غیرمعقول است، او همچنین باید از اعتماد به نفس کافی برای پذیرش نظرات و عقاید دیگران برخوردار باشد و نظرش را بدون آنکه نگران ضعیف شدن خود باشد، تغییر دهد.

تصمیمات مهم و پیچیده، نیازمند به تحلیل‌های آماری و درک و کشف مستقیم به صورت توأمان هستند. آمارها می‌توانند داده‌های ضروری را تأمین کنند و هنگامی قابلیت استفاده می‌یابند که درک مستقیم از تجربیات خود را در آن دخالت داده باشیم.

در حقیقت یک رهبر، همانند کامپیوتری است که اطلاعات را دریافت می‌کند و فرمول‌ها را بیرون می‌دهد.

کمترو وعده بدهید و بیشتر به وعده‌هایی که داده‌اید، عمل کنید

رهبران باید تا آنجا که می‌توانند درباره طرح و برنامه‌هایشان صحیح و دقیق عمل کنند و اگر احتمال

اشتباهی را می‌دهند، کمتر وعده و قول بدهند.

بهبتر است که ابتکار عمل را تا زمانی که نتایج آن آشکار نشده است، اعلام نکنید. اول آن را امتحان کنید، سپس اصلاحات را انجام دهید و سرانجام نتایج به‌دست آمده را اعلام نمایید.

تا زمانی که واقعاً انجام کاری را با موفقیت به پایان نرسانده‌ام، از اعلام آنچه انجام داده‌ام، اجتناب می‌کنم. روش من این بود که یک برنامه را شروع کنیم و در اجرا ثابت کنیم که این برنامه قابل اجراست و کارهایی جهت مناسب کردن آن انجام دهیم و بعد آن را اعلام نماییم. به کار گرفتن این روش، اغلب به نفع مدیری است که تا آخرین لحظه به دیگران اجازه نمی‌دهد که بدانند او در آستانه انجام چه کاری است.

معتقدم کاری را که می‌خواهیم انجام دهیم، بهتر است تا چهار یا پنج ماه به طور مخفیانه و در سکوت حرکت کنیم. اگر درست عمل کردیم و به نتایج دلخواه دست یافتیم، آن گاه خبر را دقیقاً آن طور که رخ داده است، به عنوان موفقیتی که به‌دست آورده‌ایم، اعلام نماییم؛ زیرا معتقد بودم اگر در افشای نتایج عجله کنیم، اما حرکت ما در جهت اهداف تعیین شده، تداوم نیابد، ممکن است سئوالاتی جدی درباره ناموفق بودن ابتکار عمل ما مطرح شود و کل تلاش‌ها را با شکست مواجه کند.

قراردادهای اجتماعی، دوطرفه هستند و برای هر حقی،

اختصاص دادن افراد بیش از حد نیاز برای یک کار، به نحو چشمگیری کیفیت اجرایی کار را کاهش می‌دهد. کارمند اضافی دور خود جمع کردن، کار بی‌فایده‌ای است و دیگران را تشویق می‌کند، همین کار را انجام دهند

الزام و تعهدی وجود دارد.

فقط وقتی که تصویر مثبتی در ذهنتان دارید، قول بدهید؛ پیروزی را به شکست تبدیل نکنید

* یکی از دلایلی که من دوست ندارم انتظارات را بیش از آنکه درباره نتایج آن مطلع شوم، اعلام کنم، این است که اگر آن طور که پیش‌بینی می‌کنم، عمل نشود، خطر تبدیل شدن یک پیشرفت مثبت به ناامیدی و یأس را، حس کرده‌ام؛ به عنوان مثال، وقتی که رودی کرو (Rody Crew) رئیس مدارس نیویورک، قول داد که نمرات امتحانات قرائت به میزان ۵ تا ۱۰ درصد بهبود یابند، تلاش‌های او موجب شد تا نمرات درس قرائت به میزان ۳/۶ درصد پیشرفت کند، اما مطبوعات به صورت مستمر وعده پیشرفت ۵ تا ۱۰ درصد را به وی یادآوری می‌کردند و «نیویورک تایمز» در این باره تیتراژ را نوشت:

«نتایج نمرات دانش‌آموزان به پایین‌ترین حد خود در چند سال اخیر رسیده است.»

بدین ترتیب، تلاشی که می‌توانست منجر به افزایش نمرات دانش‌آموزان گردد و سبب دلگرمی دست‌اندرکاران آموزش شود، به شکست منجر شد؛ برای اینکه نتایج نتوانسته بود انتظارات را برآورده سازد.

اعتقادات قوی را رشد دهید

* مدیران بزرگ با ایده‌ها و اندیشه‌هایشان رهبری می‌کنند و برای اداره کردن هر سازمان بزرگی، ایدئولوژی اهمیت بسیاری دارد.

* افرادی که با شما کار می‌کنند یا آنها که برای دریافت پاسخ به شما نگاه می‌کنند، همه و همه، حتی رسانه‌ها،

رقبا و... این حق را دارند که بدانند شما دنیا را چگونه می‌بینید.

* در هر پدیده‌ای شما باید ابتدا اصل موضوع را کشف کنید و پیش از آنکه در موقعیتی قرار بگیرید، آن را از زوایای مختلف بررسی کنید و سپس درباره آن تصمیم بگیرید و نتیجه را در درون رگ‌هایتان تزریق نمایید.

* در چنین وضعیتی می‌توانید نظرها و دیدگاه‌های خود را به صورت واضح و روشن بیان کنید و همیشه در شرایط مناسب قرار بگیرید.

* ابتدا زحمت نکشید تا تمرین کنید و بعد موقعیت خود را انتخاب کنید، بلکه ۳ مرحله مهم و حساس را به ترتیب زیر به اجرا بگذارید:

۱- اعتقادات خود را پرورش دهید.

۲- آنها را با دیگران در میان بگذارید.

۳- عمل کنید.

۴- ایده‌ها و اندیشه‌هایی که اساس رهبری شما را تقویت می‌کنند، به صورت‌های مختلفی رشد می‌کنند، برخی از آنها تحت تأثیر والدین شما پرورش می‌یابند و برخی دیگر از دوستان، آموزگاران، روحانیون و حتی رقیبان شما سرچشمه می‌گیرند.

جامعه‌ای که به حقوق و ارزش تک تک افراد بشر ایمان و اعتقاد دارد، به گونه‌ای اداره می‌شود که می‌تواند رهبران را انتخاب کند، خودش تصمیم بگیرد که چه چیزی را باور داشته باشد و برای به‌دست آوردن زندگی بهتر بکوشد.

۵- آنچه موجب شد من جذب دموکراسی شوم، این بود که آن، چیزی نبود که از قبل آماده باشد، بلکه باید آن را ایجاد کرد.

۶- اختصاص دادن افراد بیش از حد نیاز برای یک کار،



به نحو چشمگیری کیفیت اجرایی کار را کاهش می‌دهد. کارمند اضافی دور خود جمع کردن، کار بی‌فایده‌ای است و دیگران را تشویق می‌کند، همین کار را انجام دهند. آیا این کار خوبی خواهد بود که جراحان زیادی در یک اتاق عمل جمع شوند یا خلبانان بیشتری در کابین هواپیما حضور داشته باشند؟

سیستمی می‌تواند کار خود را به نحو احسن انجام دهد که از تعداد کارمندان موردنیاز استفاده نماید و اگر پول اضافی دارد، صرف بازسازی تجارت آن کار نماید و به کارمندان عالی پاداش بدهد؛ وگرنه نیروی اضافی کار، می‌تواند کار را برای کارگران سخت‌کوش و زحمتکش، دشوار نماید و فعالیت اجرایی آنها را بدتر کند و در بعضی مواقع آنان را مجبور به ترک کار نماید.

۷- این تصور که تغییر نظراتان درباره یک موضوع، ممکن است نشان دهنده ضعف شما تلقی شود، مسخره‌آمیز است. مدیران باید هنگامی که شواهد و مدارکی وجود دارد که آنها را مجبور می‌سازد تا نظرشان را تغییر دهند، آمادگی پذیرش آن را داشته باشند، چرا که این کار، بیان‌کننده صداقت فکری آنهاست و نه کمبود استقامت و استواری فکری؛ به همین دلیل، هنگامی که شواهد کافی در دسترس هستند و شما را به یک ایده و نظر جدیدی رسانده‌اند، باید آن را به حساب بیاورید و در کنار آن بمانید. حتی اگر ثابت شود که این ایده جدید برخلاف آن چیزی است که رایج شده است.

اعتقادات را دوباره ارزیابی کنید (هفتخوان‌های سیاسی)

* حس دیر باوری و شکاکی من درباره حفظ، نظم و آرامش در اجتماع از سوی پلیس یکی دیگر از مواردی بود که اعتقاد مرا به «دیدن واقعیت‌ها از نزدیک و درک آنها» خیلی تقویت می‌کرد.

* به نظر من تقویت کردن اعتقادات می‌تواند در یک فرآیند پریچ و خم انجام شود و گسترش و توسعه آن ممکن است برای هر کسی امکان‌پذیر نباشد، اما برای کسانی که در پذیرش آن صداقت کافی داشته باشند، انکار ناپذیر است.

* اعتقادات همیشه به آسانی به وجود نمی‌آیند، به‌دست آوردن اعتقاد دشوار، پر زحمت و حتی دردناک است.

* یک مدیر با صداقت فکری، در جایی می‌تواند مدیریت کند که در آنجا اعتقادات راستین وجود داشته باشد.

اعتقادات خود را با دیگران در میان بگذارید

* یک مدیر نه تنها باید جهت‌ها را تعریف کند، بلکه باید آنها را با دیگران نیز در میان بگذارد. او معمولاً نمی‌تواند به سادگی خواسته‌هایش را به دیگران تحمیل کند و حتی اگر بتواند نیز این کار روش مناسبی برای رهبری

نیست. او باید مردم را پرورش دهد و دید و بینش خود را به اطرافیان القاء کند و حمایت آنها را کسب نماید؛ بدین ترتیب، اطرافیان نیز آن نگرش و بینش را در حوزه خود بسط می‌دهند و خیلی زود همه بر آن هدف متمرکز خواهند شد.

* بیان ایدئولوژی، یکی از قوی‌ترین ابزارهای مدیریتی است.

* هر وقت که اعتقادی را با دیگران در میان می‌گذارم، فلسفه‌ای را که پشت آن وجود دارد شرح می‌دهم، بدین صورت مردم می‌توانند درک کنند که باید با فکر من موافقت یا مخالفت کنند.

مستقیم و رک و راست ارتباط برقرار کنید

* من باید برای ربودن قلب‌ها و فکرهای مردم تلاش می‌کردم تا بتوانم با کمک آن، ایده‌هایم را وارد صحنه کنم؛ حتی اگر این کار در ابتدا برای آنها مزاحمت ایجاد می‌کرد. برایم دشوار بود که رسانه‌ها، ایده‌های مرا توضیح دهند. چون می‌دانستم که بعدها مطالبی که آنها می‌گویند، کلیشه‌ای خواهد شد؛ بنابراین تصمیم گرفتم که خودم به‌طور مستقیم با مردم ارتباط برقرار کنم و برایشان توضیح دهم که حتی با بهترین برنامه‌ها هم نمی‌توان در یک شهر ورشکسته، سرمایه‌گذاری کرد، بنابراین نکات زیر را رعایت می‌کردم:

* هر هفته در شبکه WABC و یک بار در ماه در شبکه WCBC برنامه رادیویی داشتم و مصاحبه‌های هفتگی در شبکه‌های فاکس و WPIX انجام می‌دادم. توضیحات لازم را در سخنرانی‌ها بیان می‌کردم و تا می‌توانستم در هر مراسم شام و جلسه‌ای که برقرار بود، حضور می‌یافتم. در برخی مواقع، در یک شب با سه گروه اجتماعی نشست داشتم. در شهر نیویورک این موضوع سابقه‌ای طولانی داشت که شهردارانش فقط در دوران انتخابات یا مواقع اورژانسی آفتابی می‌شدند. من سیاستی را بنا کردم که بر اساس آن جلسات ماهانه شهرداری به طور مجزا در هر مورد، در یک بخش از شهر برگزار شود. تمام این موارد به من اجازه دادند که به‌طور مستقیم ارتباط برقرار کنم.

قدرت زبان را بشناسید

* واژه‌ها برای من بسیار اهمیت دارند. من عاشق مطالعه هستم و زبان را نیز خیلی دوست دارم؛ چرا که از چیدمان کلمات در قاعده مناسب لذت می‌برم.

واژه‌ها ابزاری مهم و حساس هستند

* هر مدیری باید در هنگام انتقال ایده‌هایش، از حرف‌های خوبی که متناسب با آن عقیده‌هاست استفاده کند و نه تنها کلماتی را که نشانه‌ای از اعتماد و اطمینان است به‌کار گیرد، بلکه تلاش کند تا آن واژه‌ها را به

عنوان ابزاری حساس و مهم در جهت نشر و گسترش پیام مورد نظر استفاده نماید.

پیامتان را به گوش شنونده بدوزید

* یکی از مسئولیت‌های مدیریت، برآورده کردن نیازهای کسانی است که آنها را اداره می‌کنند. نکته این نیست که پیامتان را نسبت به نظر شنوندگان تغییر دهید، بلکه مهم این است که آن را به گونه‌ای بیان کنید که پیام شما از سوی شنوندگان درک شود. در این حالت، هدف باید این باشد تا اطمینان حاصل کنید که پیامتان تا حد امکان برای افراد بسیاری رسا و واضح باشد.

* رئیس هر سازمان بزرگی، مصاحبه با رسانه‌ها را بر طبق روال برگزار می‌کند، او باید بداند، آنچه وی در رادیو، تلویزیون یا روزنامه‌ها می‌گوید، نه تنها پیامی برای عموم است، بلکه می‌تواند یک بخشنامه یا دستورالعمل برای کارمندانش نیز به حساب آید؛ زیرا آنها نیز تلویزیون تماشا می‌کنند، رادیو گوش می‌کنند و روزنامه‌ها را می‌خوانند.

* هنگامی که مردم از من راهنمایی می‌خواهند که به کودکان خود درباره حملات به مرکز تجارت جهانی (یازدهم سپتامبر سال ۲۰۰۱) چه بگویند، فرصت را مغتنم می‌شمردم و به آنها پیشنهاد می‌کردم که صداقت و روراستی بهترین سیاست است. دور نگه داشتن آنها از واقعیت، آنها را از آنچه در زندگی‌شان رخ خواهد داد، دور می‌کند. احساس من این است که ما باید با کودکانمان صادقانه برخورد کنیم.

خودتان باشید

* زمانی که کودک بودم، درسی را از پدرم آموختم که تاکنون به هزاران روش متفاوت به اثبات رسیده است و آن این بود: «خودتان باشید!» بخشی از این جمله به معنای صادقانه ارتباط برقرار کردن است. وقتی من سخنرانی می‌کنم یا در مجلسی حضور می‌یابم، کاملاً این احساس را دارم که در میان کارمندانم یا دوستانم هستم. به همین خاطر از خواندن متن آماده در جایگاه سخنرانی به شدت اجتناب می‌کنم.

البته «خودتان باشید» به این معنا نیست که هرگز نباید احساس کنید که مجبور هستید اصولتان را زیر پا بگذارید یا آن را قربانی کنید.

من یک فرد صادق و هوادار واقعی ورزش تیم یانکی (yankee) هستم و هرگز وفاداریم را نسبت به این تیم پنهان نکرده‌ام و صداقت‌های زندگی‌ام را فدای مصلحت نخواهم کرد. امیدوارم که هواداران تیم مقابل (met-) نیز به نظر من احترام بگذارند.

الگوی دیگران باشید

* شما نمی‌توانید از آنهایی که برایتان کار می‌کنند، کاری را بخواهید که خودتان به انجام آن کار تمایل ندارید. این

وظیفه شماست تا استانداردی از رفتار خود را به عنوان الگوی دیگران تعریف کنید.

* یک مدیر همانند دیگران نیاز به استراحت دارد و نباید به حدی کار کند که دیگر مؤثر و کارآمد نباشد؛ البته میزان نیاز به استراحت در اشخاص متفاوت است. مهم‌ترین رکن در اصل «الگو شدن برای دیگران» اتخاذ یک روش یا رفتار یا سعی و کوشش بسیار نیست، بلکه انجام مجموعه فعالیت‌هایی است که از دیگران انتظار دارید تا انجام دهند.

* اگر شما بتوانید آن‌گونه که بهترین افرادتان کار می‌کنند، فعالیت کنید، توانایی شما در مدیریت به طرز فوق‌العاده‌ای افزایش می‌یابد. البته این بدان معنا نیست که شما باید در هر کاری بهترین باشید. در یک نظام پیچیده، نه تنها این کار میسر نیست، بلکه نامطلوب نیز می‌باشد.

* مدیران نباید شکاف‌های بزرگ را رها کنند و فقط به «تصاویر بزرگ و برجسته» توجه نمایند.

* هیچ انگیزه و حرکتی برای دیگران قوی‌تر از این نیست که رهبر، خودش الگوی دیگران باشد. سخنان الهام بخش معلمان فلاسفه همگی با ارزش هستند، اما الگوی دیگران بودن از همه اینها با ارزش‌تر است. ■

گردشگری جهانی، فرصت‌ها و چالش‌ها

■ فرشید قاسملو



مقدمه

از نظر برنامه‌ریزی مکانی - فضایی به سه نوع اصلی گردشگری شهری (تفرج)^۱، داخلی (ایرانگردی)^۲ و خارجی (جهانگردی)^۳ تقسیم شده است (ص ۲ ص ۲۶). گردشگری بین‌المللی مشتمل بر گردشگری درون‌مرزی و برون‌مرزی است (ص ۳ ص ۷۷۴) از آنجاکه گردشگری به‌طور کلی گردشگری جهانی (بین‌المللی) به‌ویژه می‌تواند نقشی مهمی در اقتصادی بازرگانی و جریان درآمد ارزی کشورها، داشته باشد، به آن صنعت گردشگری گفته می‌شود.

صنعت گردشگری یک فعالیت اقتصادی است که با جابه‌جایی افراد، برای بازدید، تفرج و... ارزش افزوده‌ای ایجاد می‌کند. امروزه در نظام اقتصادی جهانی، گردشگری مهم‌ترین کالای تجاری محسوب می‌شود. «گردشگری در نظام اقتصاد بین‌المللی، امروزه مهم‌ترین کالای تجاری است» (پیشین).

براساس آمار ارائه شده از سوی سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۱۲ تعداد ۴۵۷/۹ میلیون نفر گردشگر به سراسر جهان سفر کرده‌اند. (جدول شماره یک) این آمار در مقایسه با سال ۲۰۱۱ م که ورودی آن ۴۴۴ میلیون نفر بوده است، ۳/۱ درصد رشد داشته است. درآمد حاصل از صنعت گردشگری در سال ۲۰۱۲ م ۵۰۸/۸ میلیارد دلار بوده است (جدول شماره دو) این

گردشگری^۱ به معنی سیاحت یا گردشگری، واژه فرانسوی است. ریشه آن از تور گرفته شده است (۱ - ص ۲). تور در زبان فرانسه چند معنی دارد، که از جمله آنها طی کردن پیرامون و سیر کردن و گردش نمودن است. «سیاح» گردشگر یا توریست کسی است که برای خشنودی خود و لذت بردن مسافرت می‌کند (پیشین). سازمان جهانی گردشگری^۲، این واژه را چنین تعریف کرده است:

«گردشگری عبارت است از مجموعه کارهایی که یک فرد در سفر و در مکانی غیر از محیط عادی خود برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از یک سال نیست، انجام می‌دهد، و هدف آن سرگرمی، تفرج، استراحت، ورزش، دیدار با اقوام و آشنایان، کسب و کار، مأموریت، شرکت در سیمینار یا کنفرانس، درمان، مطالعه، تحقیق، فعالیت‌های مذهبی و فعالیت‌هایی از این قبیل است» (همان).

گردشگری براساس هدف خاصی که گردشگر به دنبال آن بوده، به انواع مختلفی طبقه‌بندی شده است. از جمله آنها می‌توان گردشگری مذهبی (زیارت)، تاریخی، فرهنگی، هنری و... اشاره نمود. در یک تعریف دیگر، گردشگری در مفهوم وسیع خود،

* جدول شماره یک: رده بندی ۱۰ کشور برتر جهان از نظر پذیرش گردشگر در سال های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲

رده	کشور	منطقه (سازمان جهانی گردشگری)	تعداد گردشگر بین المللی (خارجی) وارد شده (سال ۲۰۱۲) میلیون نفر	تعداد گردشگر بین المللی (خارجی) وارد شده (سال ۲۰۱۱) میلیون نفر	تغییر نسبت سال ۲۰۱۲ به سال ۲۰۱۱ (درصد)	تغییر نسبت سال ۲۰۱۰ به سال ۲۰۱۱ (درصد)
۱	فرانسه	اروپا	۸۳	۸۱,۶	+۱,۸	+۵
۲	ایالات متحده	آمریکای شمالی	۶۷	۶۲,۷	+۶,۸	+۴,۹
۳	چین	آسیا	۵۷,۷	۵۷,۶	+۰,۳	+۳,۴
۴	اسپانیا	اروپا	۵۷,۷	۵۶,۲	+۲,۷	+۶,۶
۵	ایتالیا	اروپا	۴۶,۴	۴۶,۱	+۰,۵	+۵,۷
۶	ترکیه	اروپا	۳۵,۷	۳۴,۷	+۳	+۱۰,۵
۷	آلمان	اروپا	۳۰,۴	۲۸,۴	+۷,۳	+۵,۵
۸	بریتانیا	اروپا	۲۹,۳	۲۹,۳	-۰,۱	+۳,۶
۹	روسیه	اروپا	۲۵,۷	۲۲,۷	+۱۳,۴	+۱۱,۹
۱۰	مالزی	آسیا	۲۵	۲۴,۷	+۱,۳	+۰,۶

* مأخذ: سازمان جهانی گردشگری

تهیه کننده: میثم حیدر اولاد

در زمینه پذیرش گردشگر توضیحاتی داده می شود، سپس در مورد فرصت های پیش رو و همچنین چالش هایی که صنعت گردشگری را تهدید می کند مطالبی بیان می شود.

۱- فرانسه: کشور فرانسه، پهناورترین کشور اروپایی غربی و پرطرفدارترین مقصد گردشگری جهانی به شمار می رود. براساس آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۲م تعداد این گردشگران، به هشتاد و سه میلیون نفر رسیده، در نتیجه این کشور رکورد جذب گردشگران را شکست (۴). ۸۰ درصد این گردشگران اروپایی بوده اند. آلمانی ها و انگلیسی ها بیشترین گردشگران اروپایی بوده اند که از فرانسه بازدید کرده اند. در رده بعدی، گردشگران ورودی از قاره آسیا قرار دارند که بیشترین آنها از کشورهای چین و هندوستان به فرانسه رفته بودند. آمار مزبور همچنین نشان می دهد در سال یاد شده، به میزان قابل توجهی از گردشگران ورودی قاره

مبلغ نیز نسبت به درآمد سال ۲۰۱۱ م، ۳/۳ درصد رشد داشته است. در مقاله حاضر ابتدا براساس رده بندی سازمان جهانی گردشگری راجع به ده کشور برتر جهان



ورودی موزه لوور - فرانسه

#جدول شماره دو: رده بندی ۱۰ کشور برتر جهان از نظر درآمد بخش گردشگری در سال های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲

رتبه	کشور	منطقه (سازمان جهانی گردشگری)	درآمد بخش گردشگری بین المللی (خارجی) (سال ۲۰۱۲) میلیارد دلار	درآمد بخش گردشگری بین المللی (خارجی) (سال ۲۰۱۱) میلیارد دلار	تغییر نسبت سال ۲۰۱۲ به سال ۲۰۱۱ (درصد)	تغییر نسبت سال ۲۰۱۲ به سال ۲۰۱۱ (درصد)
۱	ایالات متحده	آمریکای شمالی	۱۲۶,۲	۱۱۵,۶	+۹,۹	+۱۱,۷
۲	اسپانیا	اروپا	۵۵,۹	۵۹,۹	-۶,۶	+۱۴
۳	فرانسه	اروپا	۵۳,۷	۵۴,۵	-۱,۵	+۱۶,۲
۴	چین	آسیا	۵۰	۴۸,۵	+۳,۲	+۵,۸
۵	مکائو، چین	آسیا	۴۳,۷	۳۸,۵	+۱۳,۷	+۳۸,۳
۶	ایتالیا	اروپا	۴۱,۲	۴۳	-۴,۵	+۱۰,۹
۷	آلمان	اروپا	۳۸,۱	۳۸,۹	-۱,۹	+۱۲,۱
۸	بریتانیا	اروپا	۳۶,۴	۳۵,۱	+۳,۷	+۸,۲
۹	هنگ کنگ، چین	آسیا	۳۲,۱	۲۷,۷	+۱۶	+۲۴,۶
۱۰	استرالیا	اقیانوسیه	۳۱,۵	۳۱,۵	+۰,۲	+۸,۱

مآخذ: سازمان جهانی گردشگری

تهیه کننده: میثم حیدرآولاد

بوده است (۶). ورودی اصلی این موزه که سازه شیشه‌ای و به شکل هرم است، در سال ۱۹۸۹ م گشایش یافته است. از این ورودی تمام گالری‌های اصلی موزه قابل دسترسی‌اند.

نیس: پنجمین شهر بزرگ فرانسه است. در قرن سوم پیش از میلاد بنا شده و بر جلگه ساحلی کوچکی قرار گرفته است. قوسی از تپه‌ها در شمال، شهر را در پناه خود گرفته‌اند که بر فراز آن‌ها ویلاهای متعددی ساخته شده‌اند (۷). در امتداد ساحل چندین تفریحگاه قرار دارند، که معروفترین آنها تفرجگاه انگلیسی‌ها است (پیشین). باغ سیصد هکتاری آلبراول، کاخ ماسنا، چند کلیسای قدیمی (از جمله کلیسای جامع، بنا شده در سال

آمریکا، آفریقا، و اقیانوسیه به فرانسه کاسته شده است. به هر ترتیب، آثار تاریخی، موزه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی فرانسه باعث شده است تا این کشور همواره برای گردشگران جذاب باشد. از جمله این جذابیت‌ها در شهر پاریس، پایتخت فرانسه، می‌توان به موزه لوور^۱، کاخ ورسای^۲ و برج ایفل اشاره کرد. در خارج از پایتخت، شهرهای زیبای ماریسی^۳ و نیس^۴ در ساحل مدیترانه را می‌توان نام برد. در ادامه به بعضی از آنها اشاره می‌شود. موزه لوور: لوور بزرگترین موزه ملی جهان است، که در قبل کاخ شاهان فرانسه بوده است (۵) در هشت بخش مختلف آن بیش از ۳۵۰۰۰ اثر هنری نگهداری می‌شود. لوور از سال ۱۷۹۳ م تا امروز به عنوان «موزه ملی» فعال

جدول شماره سه: رده بندی ۱۰ کشور برتر جهان از نظر هزینه کرد در بخش گردشگری در سال های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲

رتبه	کشور	منطقه (سازمان جهانی گردشگری)	هزینه کرد در بخش گردشگری بین المللی (خارجی) (سال ۲۰۱۱) میلیارد دلار	هزینه کرد در بخش گردشگری بین المللی (خارجی) (سال ۲۰۱۲) میلیارد دلار	تغییر نسبت به سال ۲۰۱۱ (درصد) ↑↓
۱	چین	آسیا	۷۲٫۶	۱۰۲	↑۴۰٫۵
۲	آلمان	اروپا	۸۵٫۹	۸۳٫۸	↓۲٫۴
۳	ایالات متحده	آمریکای شمالی	۷۸٫۷	۸۳٫۷	↑۶٫۶
۴	بریتانیا	اروپا	۵۱	۵۲٫۳	↑۲٫۵
۵	روسیه	اروپا	۳۲٫۵	۴۲٫۸	↑۳۱٫۶
۶	فرانسه	اروپا	۲۴٫۱	۳۸٫۱	↓۱۳٫۶
۷	کانادا	آمریکای شمالی	۳۳٫۳	۳۵٫۲	↑۵٫۷
۸	ژاپن	آسیا	۲۷٫۲	۲۸٫۱	↑۳٫۳
۹	استرالیا	اقیانوسیه	۲۶٫۷	۲۷٫۶	↑۳٫۴
۱۰	ایتالیا	اروپا	۲۸٫۷	۲۶٫۲	↓۸٫۷

منبع: سازمان جهانی گردشگری

تهیه کننده: میثم حیدر اولاد

است (۹). این شکاف (دره) در مدت شش میلیون سال به وسیله حفاری و فرسایش طبیعی جریان نیرومند رودخانه کلرادو به وجود آمده است. شکاف دره گراندکانیون با عمق تقریبی ۱۶۰۰ متر بسیار خیره کننده می باشد. این دره عمیق و بازیگ زیستگاه بیش از ۱۵۰۰ گونه گیاهی و ۵۰۰ گونه جانوری مختلف است.

۳- چین: چین سومین کشور پهناور جهان است. به تقریب یک چهارم از قاره آسیا را فرا گرفته و درازای آن از شرق تا غرب حدود ۵ هزار کیلومتر و بیشینه پهنای آن از شمال به جنوب ۴ هزار کیلومتر است (۱۰). جمعیت چین حدود ۱/۳۴۱/۱۹۹/۰۰۰ نفر می باشد. چین از جمله کهن ترین کشورهای جهان بوده و یکی از قدیمی ترین تمدن های بشری را دارد (پیشین). از سال ۱۹۷۰م اقتصاد این کشور به سوی بازار آزاد هدایت شد. این امر و بعضی اصلاحات دیگر، از جمله کاهش محدودیت های مربوط به مسافرت باعث شد تا در چند دهه اخیر،

۱۶۵۰ موزه شاگان^{۱۱} و موزه ماتیس^{۱۲} از دیدنی های آن به شمار می روند.

۲- آمریکا (ایالات متحده): گردشگری در آمریکا صنعت بزرگی محسوب می شود. این صنعت هر ساله میلیون ها نفر گردشگر داخلی و جهانی را به خود جلب می کند، جاذبه های گردشگری مانند چشم اندازهای طبیعی، مکان های تفریحی، موزه ها، مناطق حفاظت شده و... را در خود جای داده است که می توان به آبشار نیاگارا^{۱۳}، دره بزرگ (پارک ملی گراند کنون)^{۱۴}، دیزنی لند^{۱۵}، پل معلق گلدن گیت^{۱۶} و... اشاره کرد.

آبشارهای نیاگارا به مجموعه سه آبشار گفته می شود که در مرز آمریکا (ایالت نیویورک) و استان آنتاریو کشور کانادا واقع شده است (۸). این آبشارها از بزرگ به کوچک عبارتند از: آبشار نعل اسبی، آبشار امریکایی و آبشار نقاب عروس. پارک ملی گراند کنیون، در ایالت آریزونا واقع شده

ارتفاع آن حدود هشت متر است و از کانسوی^{۱۹} غربی تا خلیج لیائو دونگ^{۲۰} به درازای ۲۲۵۰ کیلومتر امتداد دارد (پیشین). این اثر در سال ۱۹۸۷ م در فهرست میراث جهانی به ثبت رسیده است (۱۲).

۴-اسپانیا: این کشور در اروپای جنوب غربی و در بخش شرقی شبه جزیره ایبری^{۲۱} قرار دارد و حدود ۸۵ درصد شبه جزیره ایبری را شامل شده و بعد از فرانسه دومین کشور وسیع اروپای غربی به شمار می رود (۱۳). درازای کرانه های مدیترانه ای اسپانیا ۱۶۶۰ کیلومتر و درازای ساحل آن در اقیانوس اطلس ۷۱۰ کیلومتر است (پیشین). پیشینه تاریخی، موقعیت جغرافیایی و شرایط آب و هوایی، این کشور را به یک قطب گردشگری تبدیل کرده است. گردشگری بعد از خودروسازی مهم ترین صنعت اسپانیاست. به هر ترتیب، بسیاری از جهانگردان، برای سپری کردن اوقات فراغت، به ویژه در فصل تابستان اسپانیا را انتخاب می کنند. به عنوان نمونه، براساس تازه ترین آمار، شمارگردشگران این کشور تنها در ماه ژوئیه سال جاری میلادی به ۷ میلیون و ۹۰۰ هزار نفر رسید. بدین ترتیب صنعت گردشگری اسپانیا رکورد تازه ای را ثبت نمود. این تعداد گردشگر در مقایسه با دوره مشابه در سال گذشته میلادی (۲۰۱۲)، ۲/۹ درصد افزایش نشان می دهد. برخی به دلیل هزینه های پایین در این کشور، در مقایسه با کشورهایی چون آلمان و فرانسه و برخی به دلیل مهمان نوازی اسپانیایی ها تمایل دارند تعطیلات خود را در این کشور سپری کنند. کاخ العمرا، کلیسای ساگرادا فامیلیا، موزه گوگنهایم



ساگرادا فامیلیا (کلیسای خانواده مقدس) - اسپانیا



لشکر سفالین



دیوار بزرگ چین

بسیاری از زمینه ها، از جمله صنعت گردشگری داخلی و خارجی کشور رونق و گسترش یابد. به طوری که امروزه، کشور چین به یکی از پربازدیدترین بازارهای گردشگری داخلی و خارجی تبدیل گردد (همان). دیوار بزرگ چین، شهر ممنوعه، لشکر سفالین، سنگ نگاره های دازو از جمله مکان های تاریخی و دیدنی این کشور محسوب می شوند.

دیوار بزرگ چین از خاک و سنگ ساخته شده و نمایی آجری دارد. تعدادی برج دیدبانی چهارگوش نیز دارد که به دقت بازسازی شده اند. این دیوار دفاعی یکپارچه در زمان سلسله کین^{۱۷}، از ۲۱۴ پیش از میلاد برای جلوگیری از حمله اقوام ترک و مغول ساخته شد و در دوره سلسله «هان» به سمت غرب گسترش یافت (۱۱).



شهر پومپیی - ایتالیا



شهر ونیز - ایتالیا

نئوکلاسیک (سده‌های ۱۸ و ۱۹ م) و معماری قرن بیستم تقسیم شده است (همان).

به هر ترتیب، کرانه‌های زیبا، موزه‌ها، بناها و شهرهایی تاریخی باعث شده است تا در این کشور صنعت گردشگری به‌عنوان یک منبع درآمد ارزی مهم محسوب شود. از جمله جاذبه‌های گردشگری ایتالیا می‌توان به کولیزه (کولوسئوم)^{۳۷}، ونیز^{۳۸}، پومپیی^{۳۹} و شهر و برج کچ پیزا^{۴۰} را نام برد.

کولیزه، آمفی تئاتر رم باستان است. این بنا ۱۸۷ متر طول، ۴۹ متر ارتفاع و برای تعداد ۵۰ هزار نفر گنجایش داشته است. شهر باستانی پومپیی در ۲۱ کیلومتری جنوب شرقی ناپل، در نزدیکی کوه آتشفشان وزوو^{۴۱} واقع شده است، این آتشفشان در سال ۷۹ م فوران کرد. در نتیجه این سانحه بیش از ۲ هزار تن کشته شدند و پومپیی به‌طور کلی در زیر خاکسترهای آتشفشانی مدفون شد و قرن‌ها در زیر خاک پنهان ماند تا اینکه در سال ۱۷۴۸ م دوباره کشف شد. از سال ۱۷۶۳ م حفاری‌های منظم و روشمندی شروع شد. بدین ترتیب بخش بزرگی از پومپیی شامل خانه‌ها و بناهای مختلف تقریباً سالم و دست نخورده از زیر خاک بیرون آورده شدند. اکنون تمامی این شهر باستانی به صورت نخستین خود، بازسازی شده و در معرض دید گردشگران است (۱۸).

بیلپائو از جمله مناطق دیدنی آن است.

کاخ الحمرا، کاخی است مشرف به شهر گرانا (غرناطه) در اسپانیا که به‌عنوان یکی از شاخص‌ترین و مشهورترین بناهای اسلامی جهان در اروپا به‌شمار می‌آید (۱۴). پیشینه اصلی بنای کاخ الحمرا به سده ۱۳ بر می‌گردد، اما به در واقع الحمرا مجموعه‌ای از چندین قصر است که هر حاکم، ویژه خود بنا کرده است (پیشین) نام کاخ که به معنی سرخگون است، به نظر بسیاری از رنگ غالب بنا گرفته شده است (همان).

موزه گوگنهایم بیلپائو، در سال ۱۹۹۷ م در شهر بیلپائو ساخته شده و یکی از چند موزه متعلق به بنیاد گوگنهایم نیویورک است. طراحی موزه از هنر مدرن و معاصر الهام گرفته و توسط طراح امریکایی فرانک گهری^{۴۲} در اسپانیا ساخته شده است (۱۵).

۵- ایتالیا: ایتالیا در جنوب اروپا واقع شده است و بیش از نیمی از خاک آن را شبه جزیره ایتالیا تشکیل داده که به سان چکمه‌ای به سوی جنوب شرقی در دریای مدیترانه پیش رفته است (۱۶). مردم ایتالیا از دیرباز صاحب ذوق و هنرمند بوده‌اند. از جمله هنرهایی که ایتالیایی‌ها به شدت به آن علاقه‌مندند، می‌توان معماری، نقاشی، ادبیات و موسیقی را نام برد. میکلائو^{۴۳} (۱۴۷۵ م - ۱۵۶۴) شاعر، مجسمه‌ساز، معمار و نقاش نامدار، دانته آلیگیری^{۴۴} (۱۲۶۵ م - ۱۳۲۱) که مهم‌ترین اثر او کمدی الهی است، شهرتی جهانی دارد و موسیقی‌دان و آهنگ‌ساز معروف، جوآکینو روسینی^{۴۵} (۱۷۹۲ - ۱۸۶۸) ایتالیایی بوده‌اند. کاخ‌ها، عمارت‌ها و به‌طور کلی بناهای باقی‌مانده از سده‌های گذشته تا دوران حاضر باعث شده است تا معماری شبه‌جزیره ایتالیا به‌عنوان معماری ایتالیایی^{۴۶} در جهان شهرت یابد. این معماری خود به معماری بیزانسی (سده‌های ۵-۱۱ م) معماری رومانسک یا رومی‌وار (سده‌های ۱۰-۱۳ م)، معماری گوتیک (سده‌های ۱۳-۱۵ م)، معماری رنسانس (سده‌های ۱۵-۱۶ م)، معماری باروک (سده‌های ۱۷ م)، معماری



کولیزه - ایتالیا



دروازه براندنبورگ - کشور آلمان

قونیه، یکی از قدیمی‌ترین شهرهای جهان است. پیشینه آن به روزگار هیتی‌ها باز می‌گردد. سپس فریگیان، لیدیاییان، ایرانیان، مقدونیان و رومیان بر آنجا حکم راندند (۲۳). شهرت قونیه بیش از هر چیز دیگر به این سبب است که اقامتگاه و آرامگاه عارف و شاعر ایرانی مولانا جلال‌الدین محمد مولوی است. هر ساله جشن‌های گوناگونی در قونیه برگزار می‌شود. مهم‌تر از همه آنها جشن بزرگداشت مولوی است که از سال ۱۹۷۳م برگزار و جهانگردان بسیاری به سوی آن جذب می‌شوند.

۷- آلمان: فرانسوی‌ها به دوپلند^{۳۱}، آلمان می‌گویند. ایرانیان که در قدیم به‌طور عمده از راه فرانسه با اروپا ارتباط یافتند، به پیروی از فرانسوی‌ها از همین نام استفاده می‌کنند. در زبان انگلیسی به این کشور جرمنی^{۳۲} گفته می‌شود. آلمان ششمین کشور پهناور قاره اروپا است (۳۵۷۰۲۵ کیلومتر مربع وسعت دارد)، جمعیت آن حدود ۸۲/۳۰۳/۰۰۰ نفر است. از نظر آب و هوایی، آلمان در اقلیم معتدل اروپایی در حوزه وزش بادهای باختری است. جریان آب گرم اقیانوسی، گلف‌استریم^{۳۳}، منطقه‌ای که آلمان در آن قرار دارد را معتدل می‌کند. پدیده‌هایی چون خشکسالی پی‌درپی، سرما یا گرمای غیرعادی به ندرت در این کشور مشاهده می‌شود. گاهی

پیشینه تاریخی ترکیه باعث شده است تا براساس فرهنگ و معماری مختلف، بناهای باشکوهی در آن احداث گردد. امروزه، این بناها بخشی از جذابیت‌های گردشگری ترکیه محسوب می‌شوند. وضعیت آب‌وهوایی و جغرافیایی، به‌ویژه کرانه‌های ساحلی با آب و هوایی مدیترانه‌ای، به سهم خود گردشگران بسیاری را به این کشور رهسپار می‌کند

۶- ترکیه: بخش بزرگی از ترکیه در آسیای غربی و بخش کوچکی از آن در اروپای جنوب شرقی قرار دارد. بخش آسیایی، آناتولی نامیده می‌شود و به آسیای صغیر نیز مشهور است. این بخش نزدیک به ۹۷ درصد مساحت کشور را شامل می‌شود (۱۹). بخش اروپایی به تراکیای شرقی معروف است.

این کشور، تاریخ پرفراز و نشیبی دارد. بخشی بزرگی از آن (آسیای صغیر) در زمان هخامنشیان به امپراطوری ایران تعلق داشت که بارها میان امپراطوری‌های بزرگ دست به دست شد.

پیشینه تاریخی ترکیه باعث شده است تا براساس فرهنگ و معماری مختلف، بناهای باشکوهی در آن احداث گردد. امروزه، این بناها بخشی از جذابیت‌های گردشگری ترکیه محسوب می‌شوند. وضعیت آب‌وهوایی و جغرافیایی، به‌ویژه کرانه‌های ساحلی با آب و هوایی مدیترانه‌ای، به سهم خود گردشگران بسیاری را به این کشور رهسپار می‌کند. صنعت گردشگری از منابع ارزآور ترکیه است (پیشین). دروازه هادریان، بازار بزرگ استانبول، ایاصوفیه، مسجد سلطان احمد و قونیه از مکان‌های دیدنی ترکیه محسوب می‌شوند.

دروازه هادریان^{۳۴}: در زبان ترکی، هادریان قاپاسی^{۳۵} و اوچ قاپاسی^{۳۶} (سه دروازه) نامیده می‌شود. این بنا در شهر آنتالیا قرار دارد و به عبارتی مهم‌ترین و زیباترین بنای تاریخی این شهر است (۲۰). بخشی از دیوار باستانی است که شهر قدیمی را فرا می‌گرفته است.

ایا صوفیه، کلیسایی بود که به مسجد تبدیل شد. کنستانتینوس دوم^{۳۷} (۳۱۷-۳۶۱) به سال ۳۶۰ م در شهر بیزانتیوم (قسطنطنیه بعدی و استانبول کنونی) کلیسایی بنا کرد که در سال ۴۰۴ م در آتش سوخت (۲۱) و بار دیگر ساخته شد و باز هم به کام آتش رفت. برای بار سوم به فرمان امپراتور یوستی نینوس برپا شد (پیشین). تا آنکه پس از فتح قسطنطنیه در ۲۰ مه ۱۴۵۳ م توسط ترکان عثمانی به مسجد تبدیل شد. آنها چهار گلدسته بر چهار گوشه بنا افزودند، نشانه‌های مسیحیت را زدودند و یرفراز گنبد به جای صلیب، علامت هلال ماه گذاردند. ارتفاع گنبد این مسجد ۵۶ متر و قطر آن ۳۱ متر است (همان).

مسجد سلطان احمد، به مسجد آبی^{۳۸} نیز شهرت دارد. زیرا ۲۱۰۴۳ قطعه کاشی از نیقی^{۳۹} در آن به‌کار رفته که پرتو آبی‌رنگ شگفت‌انگیزی را می‌تاباند. این مسجد به فرمان سلطان احمد اول (۷۴۲-۷۹۵ ق) در استانبول بنا شده است (معمار آن صدفکار نامه داشته) (۲۲). شش مناره دارد، گنبد اصلی یرفراز چهار نیمه گنبد قرار گرفته است. قطر گنبد ۲۳ متر و ارتفاع آن ۴۳ متر است. نزدیک به ۲۶۰ پنجره دارد، تا برای تأمین روشنایی به صداها چلچراغ آویخته از بالای ستون‌ها کمک کند.

جشن‌ها و جشنواره‌های متعدد، انواع نمایشگاه‌های جهانی، (از جمله نمایشگاه جهانی گردشگری برلین) و در سال‌های اخیر، سفر به قصد خرید را باید به سیاهه جذابیت‌های گردشگری آلمان اضافه نمود. لازم به ذکر است، سفر برای خرید کردن یکی از زمینه‌های نوظهور گردشگری این کشور می‌باشد

اوقات، توفان این کشور را درمی‌نوردد و آسیب‌های چشمگیری وارد می‌کند. تقریباً هر ساله سیل رخ می‌دهد و آسیب‌هایی به بار می‌آورد. آلمان کشور پر آبی است در همه فصل‌ها باران می‌بارد. میانگین بارندگی سالانه در بعضی قسمت‌های آن به ۵۶۳ میلیمتر می‌رسد (۲۴). سه رود راین، ماین و دانوب مشهورترین رودهای این کشورند. زمین‌های کشاورزی ۵۳/۵ درصد خاک کشور را تشکیل می‌دهد. ۲۹/۵ درصد آن جنگل و ۱۲/۳ درصد آن زمین مسکونی است. مجموعه این شرایط، باعث شده تا کشور از چشم‌اندازهای طبیعی فراوانی بهره‌مند باشد. این موضوع یکی از جاذبه‌های گردشگری آلمان محسوب می‌شود. سکونت دائم انسان در این کشور، پیشینه به نسبت قدیمی دارد، از نخستین منابع مکتوب که از این مردم در آنها یاد شده، نوشته‌های یونانی و رومی را می‌توان نام برد. رومی‌ها تا نیمه سده پنجم میلادی به مدت پانصدسال بر آلمان تسلط داشتند.

به هر ترتیب، پیشینه تاریخی باعث شده تا این کشور از بناها و بافت‌های تاریخی متعددی بهره‌مند شود. دریغا که دوجنگ جهانی اول و دوم به این میراث به سختی آسیب رساند. اما، آنچه که باقی مانده هر ساله جمع زیادی از گردشگران را به گردش خود جمع می‌کند. براساس تازه‌ترین آمار ۴۱ درصد گردشگران خارجی هدف سفر به آلمان را بازدید بناها و بافت‌های تاریخی آن کشور اعلام کرده‌اند.

جشن‌ها و جشنواره‌های متعدد، انواع نمایشگاه‌های جهانی، (از جمله نمایشگاه جهانی گردشگری برلین) و در سال‌های اخیر، سفر به قصد خرید را باید به سیاهه جذابیت‌های گردشگری آلمان اضافه نمود. لازم به ذکر است، سفر برای خرید کردن یکی از زمینه‌های نوظهور گردشگری این کشور می‌باشد. براساس آمار ۱۱ درصد از گردشگرانی که به آلمان می‌روند، بیش از هر چیز دیگر، به قصد خرید به این کشور سفر می‌کنند، گردشگران چینی در رده‌های بالای این گروه قرار دارند. آلمانی‌ها نیز به گردشگری بسیار علاقه‌مندند. این ملت به ارزانی تعطیلات خود را سپری نمی‌کند. جاذبه‌های گردشگری آلمان باعث شده تا به‌طور میانگین یک سوم شهروندان این کشور تعطیلاتشان را در مناطق جذاب و

مکان‌های دیدنی کشور خود سپری کنند. به هر ترتیب، شهر برلین، شهر قدیمی هایدلبرگ، شهر روتنبورگ، کلیسای جامع کلن، جشن اکبر و... از جمله دیدنی‌های آلمان به شمار می‌روند.

شهر برلین^{۲۲} به دلیل سرزندگی و ویژگی‌های فرهنگی یکی از مقاصد گردشگران، به‌ویژه گردشگران جوان است. پارک‌های متعدد، موزه‌هایی که گنجینه‌های هنری به جای مانده از هزاران سال پیش را در خود جای داده‌اند، بناهای باشکوه، مثل کلیسای برلین و... از جمله دیدنی‌های این شهر محسوب می‌شوند.

هایدلبرگ^{۲۳}، براساس آمار ۲۰۰م تعداد ۱۴۰/۳۰۰ نفر جمعیت دارد (۲۵). این شهر در بادن وورتمبرگ^{۲۴}، بر ساحل رود نکار^{۲۵}، به فاصله ۱۹ کیلومتری جنوب شرقی مانهایم واقع شده است (پیشین). در جنگ جهانی دوم کشورهای متخاصم، شهرهای یکدیگر را به‌طور پیاپی مورد حمله قرار دادند. شهر قدیمی هایدلبرگ از انگشت شمار شهرهای آلمان است که از این گونه حمله‌ها تقریباً در امان مانده است. چشم‌انداز سرسبزه، خیابان‌های باریک، خانه‌های زیبا، قدیمی‌ترین دانشگاه آلمان (که در سال ۱۳۸۶ م تاسیس شده)، قلعه‌ای که به سده‌های ۱۳ تا ۱۷م تعلق دارد (و در یکی از انگشت شمار حمله‌های هوایی آسیب دید)، از جمله جذابیت‌های این شهر است.

۸- بریتانیا: در این جا منظور از بریتانیا، نام رسمی یک منطقه جغرافیایی است که شامل انگلیس^{۲۶}، اسکاتلند^{۲۷} و ویلز^{۲۸} و ایرلند شمالی^{۲۹} است. لازم به ذکر است، هرگونه توضیح (هرچند کوتاه) راجع به وضعیت جغرافیایی، پیشینه تاریخی و... در مورد این چهار کشور بسیار طولانی خواهد بود؛ بنابراین، به‌طور مستقیم به بعضی جاذبه‌های گردشگری آنها اشاره می‌شود.

در انگلیس، مجموعه پارک‌های رویال^{۳۰}، کاخ باکینگهام^{۳۱}، برج لندن^{۳۲}، موزه علوم لندن^{۳۳}، چرخ و فلک لندن^{۳۴}، موزه تاریخ طبیعی لندن^{۳۵}، برج ساعت بیگ بن^{۳۶}، کلیسای وست مینستر^{۳۷}، موزه بریتانیا^{۳۸} و... را می‌توان نام برد.

موزه بریتانیا، بزرگ‌ترین موزه انگلستان است. این موزه در سال ۱۷۵۲ م تأسیس و در سال ۱۷۵۹م افتتاح گردید (۲۶) نوسازی این موزه که ۱۰۰ میلیون پوند هزینه داشت، در سال ۲۰۰۰ م تکمیل گردید (پیشین).

سرسرای بزرگ^{۳۹}، تماشایی‌ترین قسمت موزه است. اسکاتلند، کشوری سرد و بارانی است. تا جایی که به آن سرزمین باران گفته می‌شود. اما، با این حال، تپه‌های زیبای شمال، شهر ادینبورگ^{۴۰}، شهر گلاسکو^{۴۱} و... زیبا و جذابند.

در ادینبورگ (مرکز اسکاتلند) چشم‌اندازهای طبیعی از جمله دریاچه لیت^{۴۲} و پرتگاه سالزبری^{۴۳} وجود دارد. کلیسای سنست مارگارت^{۴۴} که قدیمی‌ترین بنای

گورکی و... از دیگر جاذبه‌های گردشگری مسکو است. مسکو نزدیک به ۱۱/۵ میلیون نفر جمعیت دارد. از این نظر پرجمعیت‌ترین شهر اروپا محسوب می‌شود. این شهر چهارمین شهر گران دنیا است. میانگین دمای مسکو در زمستان ۶- درجه سانتی‌گراد و در تابستان ۱۸ درجه سانتی‌گراد است.

موزه ارمیتاژ^{۲۸} که در شهر سن پترزبورگ^{۲۹} واقع شده است، از جمله بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین گالری‌های هنری و موزه‌های تاریخ و فرهنگ بشری محسوب می‌گردد (۳۰). این مجموعه بسیار بزرگ از شش بنا



مسجد جامع - مالزی



برج‌های دوقلوی پتروناس - مالزی

تشکیل شده است و در گذشته‌های دور محل سکونت تزارهای روسیه بوده است. این موزه در آمستردام، لندن و لاس‌وگاس شعبه دارد (پیشین). این موزه مجموعه آثار متعدد و گران‌بهایی را شامل می‌شود که از جمله آنها می‌توان به نشان‌ها، جواهرات، البسه، عتیقه‌جات و... اشاره کرد. در زمان استالین تعدادی از باارزش‌ترین آثار موجود در موزه ارمیتاژ در خارج از کشور روسیه به فروش رسید (همان). بسیاری از این آثار اکنون هسته مرکزی گالری هنر ملی در واشنگتن را تشکیل داده‌اند.



کرمین - روسیه

ادینبورگ است، به قرن ۱۲م تعلق دارد. جشنواره ادینبورگ^{۲۸} که از جمله مشهورترین و بزرگ‌ترین جشنواره‌های جهانی هنری است، در این شهر برگزار می‌شود (۲۷).

ویلز در غرب و بین دریای مانش و دریای ایرلند واقع شده است (۲۸). مرکز آن کاردیف^{۲۹} می‌باشد. کوه‌های اسنودونیا^{۳۰} (بلندترین منطقه در انگلستان و ویلز)، کوه‌های بلک^{۳۱}، رودهای سورن^{۳۲} و... جاذبه‌های طبیعی آن را تشکیل می‌دهند. ساختمان اصلی دانشگاه کاردیف و قلعه و هارلک از بناهای تاریخی آن محسوب می‌شوند. **۹- روسیه**^{۳۳}: فدراسیون روسیه در اروپای شرقی و آسیای شمالی قرار گرفته است (۲۹). این کشور پهناورترین کشور جهان می‌باشد. روسیه به پنج بخش جغرافیایی تقسیم می‌شود که عبارتند از:

جلگه روسیه، کوه‌های اورال، جلگه سبیری غربی، فلات سبیری، مرکزی و سبیری شرقی. این کشور نزدیک به ۱۳۹/۸۸۸/۰۰۰ نفر جمعیت دارد (پیشین)، فین‌ها^{۳۴} و اسلاوها^{۳۵} در قرن ششم میلادی جلگه روسیه را برای سکونت انتخاب کردند.

مسکو^{۳۶} پایتخت آن است. قدمت شهر مسکو به سال ۱۱۴۷م بر می‌گردد. نام این شهر از رودخانه‌ای برآمده که مدت‌ها پیش از ساخت شهر در این مکان جاری بوده و هنوز هم جاری است. از جذابیت‌های این شهر همزیستی سنت و مدرنیته در کنار رودخانه زیبای مسکو است. در صورت مساعد بودن هوا، سفر با قایق تفریحی یکی از شیوه‌های دلپسند برای بازدید بناهای تاریخی شهر است.

کرمین^{۳۷} مرکز سیاسی روسیه در قلب پایتخت، در منطقه‌ای بسیار زیبا واقع شده است. تاریخ بنای این مجموعه به قرن ۱۲ م بازمی‌گردد. متروی مسکو، کلیسای ارتدوکس، صومعه ناوادیه‌ویچی، دانشگاه دولتی مسکو (که یکی از هفت آسمان خراش) اصلی شهر محسوب شده، در زمان حکومت استالین با هدف مدرن‌تر شدن پایتخت ساخته شده است، پارک ماکسیم

موفق‌ترین سال برای صنعت گردشگری این کشور از سال ۱۹۹۲ م می‌داند(پیشین).

به گزارش خبرگزاری‌ها، دولت انگلیس از سال ۲۰۱۱ م برنامه‌ای تنظیم کرده است تا این کشور را به قطب نخست گردشگری اروپا تبدیل کند(۳۴). این برنامه ۱۰ ساله تنظیم شده و براساس آن باید درآمدهای این کشور از گردشگری در سال ۲۰۲۰ به ۱۸۸ میلیارد پوند، برسد (پیشین).

در کشور اسپانیا برای نخستین بار از سال ۲۰۰۷ م تا کنون برای پنج ماه پیاپی نرخ بیکاری کاهش یافته و در این بازه زمانی برای ۳۴۰ هزار نفر از بیکاران، مشاغلی ایجاد شده است؛ البته بیشتر این شغل‌ها کارهای فصلی است که فصل تابستان و صنعت گردشگری آن‌ها را به ارمغان آورده است. براساس اعلام اداره کار اسپانیا همچنان نزدیک به چهار میلیون و هفتصد هزار نفر در این کشور بی‌کارند.

در کشور یونان، براساس داده‌های بانک مرکزی آن کشور، در ماه ژوئن سال جاری، درآمد حاصل از گردشگری به یک میلیارد ۵۹۰ میلیون یورو رسید. این مبلغ نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۲۱ درصد رشد نشان می‌دهد؛ بدین ترتیب، مجموع درآمد کشور یونان از صنعت گردشگری در نیمه نخست سال جاری، به ۳ میلیارد ۳۲۰ میلیون یورو رسید. کشور به شدت بدهکار یونان، با فشار شدید برنامه‌های ریاضت اقتصادی روبه‌رو است و بخش صنعت و سرمایه‌گذاری خارجی آن به شدت آسیب دیده است. به نظر می‌رسد تنها امید این کشور برای دستیابی به رشد اقتصادی، درآمدزایی از راه صنعت گردشگری می‌باشد.

آنچه در بالا اشاره شد، گوشه‌هایی از توانایی‌های صنعت گردشگری، حداقل از دیدگاه اقتصادی را نشان می‌دهد. براساس گزارشی که چندی پیش از سوی مجمع جهانی اقتصاد^۱ منتشر شد، صنعت گردشگری در سال گذشته در برابر مشکلات اقتصادی و سیاسی جهانی و همچنین افزایش نرخ بیکاری در بعضی کشورها از خود مقاومت نشان داده است.

این توانایی‌های صنعت گردشگری به هیچ وجه اتفاقی نبوده، بلکه، دست‌کم بر دو نکته اساسی مبتنی است.

۱- تحول در مفاهیم توسعه گردشگری

از اواخر دهه ۱۹۶۰ م به بعد در نحوه نگرش نسبت به مفهوم توسعه که تا پیش از آن بیشتر معنای توسعه اقتصادی داشت، تغییراتی اساسی پدید آمد؛ در نتیجه مفاهیمی چون کیفیت زندگی، حفاظت از منابع محیط زیست، عدالت اجتماعی، مشارکت همگانی و... رواج یافت. بر این اساس در دهه ۱۹۸۰ م از سوی کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه(وسد)^۳، نظریه توسعه

تعدادی از آثار با ارزش این موزه در جنگ جهانی دوم و هنگامی که از آن به عنوان پناه‌گاه استفاده می‌شد از بین رفت. در سال‌های اخیر ارمیتاژ بیش از پیش توسعه یافته است. آثار هنرمندانی چون میکل‌آنژ، لئوناردو داوینچی، رامبراند، ون‌گوگ، گوگن، رافائل، پابلو پیکاسو و... که در این موزه نگهداری می‌شود بر غنای آن افزوده است. **۱۰- مالزی^۸**: کشور پادشاهی انتخابی مالزی در آسیای جنوب شرقی و در ساحل دریا چین جنوبی^۹ قرار دارد (۳۱). این کشور از دو بخش غربی و شرقی تشکیل شده است. بخش غربی(مالزی غربی) از شمال به جنوب حدود ۷۵ کیلومتر درازا و از شرق به غرب حدود ۳۵۰ کیلومتر پهنا دارد(پیشین).

کوالالمپور^۲ پایتخت مالزی در بخش غربی قرار دارد. مالزی شرقی از دو ایالت ساراواک^۳ و صباح^۴ تشکیل شده و نزدیک به ۶۰ درصد مساحت کشور را شامل می‌گردد. براساس آمار سال ۲۰۰۰ م مالزی نزدیک به ۲۸/۴۳۳/۰۰۰ نفر جمعیت دارد(همان). حدود ۵۳ درصد جمعیت آن مسلمان هستند. بازرگانان ایرانی در قرن ۷ م آیین اسلام را در این سرزمین رواج دادند. مالزی از نظر اقتصادی یکی از پیشرفته‌ترین کشورهای آسیای جنوب شرقی است.

برج‌های دوقلوی پتروناس^۵، اکواریوم کوالالمپور^۶، مسجد جامع کوالالمپور^۷، موزه‌های هنری اسلامی مالزی^۸، موزه ملی مالزی^۹، مسجد نگاراو^{۱۰}... از جمله جذابیت‌های این کشور محسوب می‌گردد. مسجد جامع کوالالمپور از کهن‌ترین مسجدهای مالزی و قدیمی‌ترین مسجد شهر کوالالمپور است. معمار هوپوک، این مسجد را در سال ۱۹۰۹ م طراحی کرد. سبک معماری این مسجد آمیخته‌ای از ویژگی‌های معماری مغولی و مراکشی است و نشانه‌هایی از بناهای اسپانیایی نیز در آن دیده می‌شود.

گردشگری، فرصت‌ها و چالش‌های پیش‌رو

براساس آمارهای مرکز ملی آمار آلمان و طبق اعلام پارلمان این کشور، آلمان در سال ۲۰۱۲ م برای سومین سال متوالی موفق به ثبت رکورد در جذب گردشگری شده است(۳۳). در سال یاد شده، تعداد شب‌های اقامت گردشگران خارجی در هتل‌ها و دیگر مراکز اقامتی آلمان از ۳۹۴ میلیون در سال ۲۰۱۱ م به ۴۰۶ میلیون شب رسیده است. بر این اساس دولت آلمان سال ۲۰۱۲ را

منابع طبیعی از جمله اساس و پایه‌های گردشگری است که با به‌کارگیری اصول گردشگری پایدار، دوام این منابع تضمین می‌شود، علاوه بر این، فرهنگ جامعه میزبان نیز محافظت می‌گردد

**گردشگران مایلند اوقات فراغت خود را در
کمال آرامش سپری کنند. هرگونه ناامنی
می تواند برنامه های گردشگری آنها را به طور
کامل دگرگون سازد**

کشورهای مشخصی مصرف کرده اند، اما کشورهایی با داشتن جذابیت های بهتر یا دست کم برابر، از این خوان نعمت بی بهره بوده اند. در واقع فرصت ها و چالش های این گروه چه بوده است؟ چگونه بعضی تازه از راه رسیده ها گوی سبقت را از قدیمی ترها ربودند؟ پاسخ را باید در علل و عوامل زیر جستجو کرد:

۱- توجه اساسی به زیر ساخت ها: کشورهای برتر در زمینه پذیرش گردشگر، طی سال ها برنامه ریزی علمی (به ویژه در خصوص گردشگری پایدار) زیرساخت های لازم را فراهم نموده و توسعه داده اند. با نگرشی جامع مکان های توریستی خود را توسعه داده و براساس توانمندی های موجود، گردشگران مناسب با نوع جذابیت های موجود آن در کشور را مورد هدف قرار داده اند. به عنوان مثال با فراهم بودن مکان های تاریخی و فرهنگی، گردشگران فرهنگی را جذب کرده اند.

۲- ایمنی و امنیت: گردشگران مایلند اوقات فراغت خود را در کمال آرامش سپری کنند. هرگونه ناامنی می تواند برنامه های گردشگری آنها را به طور کامل دگرگون سازد. برای نمونه، زلزله های پی در پی که در سال جاری میلادی بعضی مناطق کشور ایتالیا را به لرزه درآورد هر چند خسارت های جانی در برنداشت، اما باعث شد تا بسیاری از مردم جهان که شمال ایتالیا را به عنوان مقصد تعطیلات تابستانی خود انتخاب کرده بودند، برنامه سفر خود را لغو کنند. واژگون شدن کشتی کاستاکونکورديا^{۹۹} در سواحل ایتالیا نیز باعث شد تا میزان تقاضای سفر دریایی ۳۵ درصد کاهش یابد.

آشفته گی های سیاسی اخیر در مصر، ضربه سهمگینی به صنعت گردشگری این کشور وارد کرد؛ زیرا بسیاری از دولت ها از شهروندان خود خواسته اند به این کشور سفر نکنند. برخی از تورهای مسافرتی اروپا هم برنامه تابستانی خود را برای بازدید از این کشور لغو کرده اند.

۳- احترام، راستگویی و صداقت: بی احترامی به گردشگران، صنعت گردشگری را با آسیب جدی روبه رو می کند. با وجود این که پاریس گردشگران بسیاری را از سراسر جهان به سوی خود جلب می کند، اما مشهور است که پاریسی ها به گرمی با جهانگردان روبه رو نمی شوند. اتاق بازرگانی پاریس با درک این خطر، اخیراً تهیه و توزیع جزوه هایی را شروع کرده است که در آنها رفتار بهتر با گردشگران توصیه شده است. در این جزوه ها، سلام و خوش آمدگویی به هشت زبان، از جمله آلمانی، چینی، پرتغالی، و ایتالیایی آمده

پایدار اعلام گردید (۲-ص ۳۳). این نظریه به سرعت به رویکرد جهانی در عرصه برنامه ریزی و مدیریت در سطوح مختلف بین المللی، ملی و محلی تبدیل شد (پیشین). براساس این نظریه، توسعه پایدار گردشگری در گستره جهان بسط یافت. عناصر اصلی توسعه پایدار گردشگری عبارتند از:

۱-۱- حفظ کیفیت گردشگری: گردشگری پایدار تجربه ای با کیفیت بالاتر به گردشگر می دهد، همچنین کیفیت جامعه میزبان را بهبود داده و از کیفیت محیط نیز محافظت می کند.

۲-۱- حفاظت از منابع طبیعی: منابع طبیعی از جمله اساس و پایه های گردشگری است که با به کارگیری اصول گردشگری پایدار، دوام این منابع تضمین می شود، علاوه بر این، فرهنگ جامعه میزبان نیز محافظت می گردد.

۳-۱- ایجاد تعادل در توسعه: ایجاد تعادل و توازن میان نیازهای صنعت گردشگری، حمایت از محیط زیست و جامعه محلی از دیگر توانایی های گردشگری پایدار است؛ بدین ترتیب، از بروز تعارض در اهداف و منافع مختلف جلوگیری می کند.

۲- تقویت سازمان های جهانی مرتبط با گردشگری

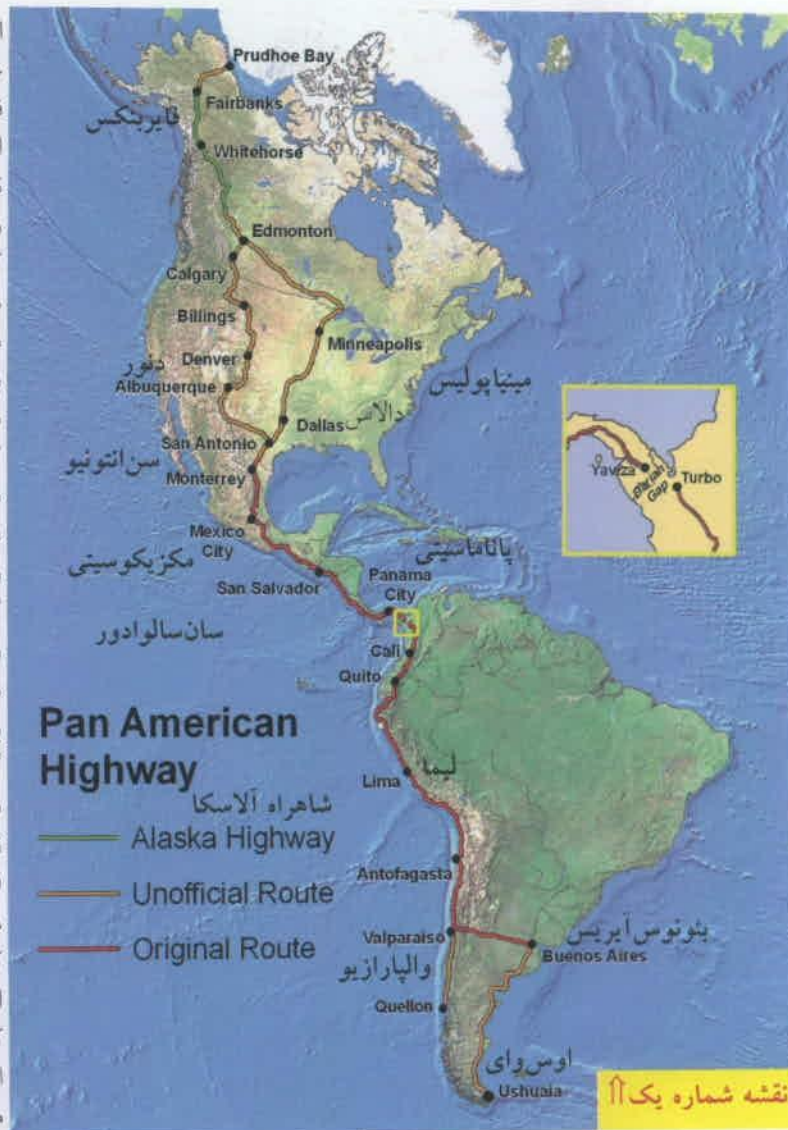
در سال ۱۹۷۵م از تغییر شکل اتحادیه جهانی سازمان های مسافرتی دولتی (ایوتو)^{۹۰}، سازمان جهانی گردشگری (وتو)^{۹۵} به وجود آمد (پیشین ص ۱۶۹). در سال ۲۰۱۳ م در پانزدهمین مجمع عمومی تصمیم گرفته شد که سازمان جهانی گردشگری به صورت یک آژانس ویژه سازمان ملل متحد سازماندهی گردد (۳۵). بنابراین نام آن به سازمان جهانی گردشگری ملل متحد (یونوتو)^{۹۶} تغییر یافت. این سازمان به طور کلی وظیفه هدایت صنعت گردشگری را به عهده دارد (۳۶) و محل گفت و گوی کشورها، پیرامون دانش گردشگری است. همچنین، نقش مهم و مرکزی در بهبود تعهد و توانایی های کشورهای در حال توسعه در زمینه گردشگری دارد (پیشین). علاوه بر سازمان جهانی گردشگری محلل متحد، سازمان هایی چون برنامه توسعه سازمان ملل (اندپ)^{۹۷}، جامعه اقتصادی اروپا^{۹۸} و... از پروژه های برنامه ریزی گردشگری حمایت می کنند (۲-ص ۱۶۹).

پرفسور هاسواشپوده، رئیس آرشیو تاریخی گردشگری دانشگاه برلین، عقیده دارد که با وجود تمام تغییر و تحولاتی که بشر در سده گذشته سپری کرده است، گردشگری در قرن بیستم از نظر مفهوم تفاوت چندانی با صد سال پیش ندارد. او می گوید: «هنوز هم دراز کشیدن در ساحل، رفتن به دل کوه یا بازدید از مکان های دیدنی، گردشگران امروزی را با دیروزی ها پیوند می دهد.» اما پرسش اساسی آنکه، در این پیوند تاریخی چرا گردشگران همواره پول و اوقات فراغت خود را در

است. همچنین توضیحاتی درباره عادت‌های خرید و خصوصیات فرهنگی این ملت‌ها ذکر شده است. تا کنون، حدود ۳۰ هزار نسخه از این جزوه‌ها در بین راننده‌های تاکسی، فروشنده‌ها، کارگران رستوران‌ها و مدیران هتل‌ها توزیع شده است.

میلیون‌ها گردشگر پس از برنامه‌ریزی، صرف وقت و هزینه، مقصدی را انتخاب خواهند کرد که بتوانند اوقات فراغشان را در کمال آرامش سپری نمایند؛ در چنین حالتی اگر بروشورها و فیلم‌های تبلیغاتی شرکت‌های گردشگری همه چیز را عالی و بسیار دلپذیر نشان دهند و در عمل این چنین نباشد، این بی‌صدقاتی دست‌کم در درازمدت گریبان صنعت گردشگری آن منطقه را خواهد گرفت.

نکته بعدی اخذ هزینه‌های اضافی (به‌طور مثال دریافت هزینه هتل بیش از قیمت مصوب، کرایه تاکسی چند برابر، فروش اجناس بی‌کیفیت و...) است. که می‌تواند گردشگران را برای اقامت بیشتر و بازدید دوباره از منطقه منصرف نماید.



۴- نوآوری: با نوآوری می‌توان جاذبه‌های گردشگری را ایجاد و یا تقویت نمود. در این مورد به نمونه‌های زیر توجه فرمائید:

دور دنیا در ۹ ماه با اتوبوس: سفر به دور دنیا برای بسیاری از مردم، یک رؤیای جذاب است. در بیشتر موارد این رؤیا به وسیله مسافرت هوایی به واقعیت می‌پیوندد. گروهی نیز با هزینه‌های بسیار زیاد، سفر با کشتی‌های مجلل را انتخاب می‌کنند. اما اکنون یک شرکت گردشگری چنین سفری را با اتوبوس عرضه کرده است. شرکت مسافرتی آوانتی^{۱۱} در شهر فرایبورگ^{۱۲} آلمان فعالیت می‌کند. شرکت مزبور بر این اساس که سفر با اتوبوس بیشتر از هر وسیله نقلیه دیگری می‌تواند به شناخت سرزمین‌ها و مردم کمک کند، چنین مسافرتی را برنامه‌ریزی کرده است. کار برنامه‌ریزی برای این سفر بی‌سابقه یک سال به درازا کشیده است. یک اتوبوس آخرین مدل که تمام امکانات رفاهی در آن تعبیه شده است، دو راننده، یک مکانیت، و ۱۸ مسافر اجزای این سفرند. آن‌ها قصد دارند ۵۲ هزار کیلومتر را در مدت ۹ ماه طی کنند. گویا ایران هم در مسیر سفر آنها جای دارد. پیمودن جاده ابریشم به سمت چین مسیر اولیه سفر است. سپس در چین مسافران و اتوبوس با کشتی به آلاسکا می‌روند. در آنجا از مسیر بزرگراه پان‌امریکن^{۱۳} به اوس‌وای^{۱۴} در جنوبی‌ترین منطقه آرژانتین سفر می‌کنند (نقشه شماره یک). این طولانی‌ترین سفر به دور دنیا با اتوبوس، در پاتاگونیا^{۱۵} پایان می‌یابد.

کشتی هوایی زیپلین: پاریس، پایتخت فرانسه شهری است که جاذبه‌های گردشگری فراوانی دارد، در نتیجه، بیشترین بازدیدکننده در جهان را دارد اکنون به جاذبه‌های گردشگری آن جاذبه دیگری اضافه شده است. این دیدار از شهر و مناظر زیبای آن به کمک کشتی هوایی زیپلین^{۱۶} است. این کشتی هوایی منحصر به فرد ساخت آلمان است. ۷۵ متر درازا دارد و می‌تواند با سرعت ۹۰ کیلومتر در ساعت حرکت کند. کشتی یاد شده فاصله آلمان تا فرانسه را در ۶ ساعت پیموده است. دوازده مسافر این کشتی هوایی هنگام پرواز بر فراز پاریس، برای عکس گرفتن و لذت بردن از چشم‌اندازهای زیبای شهر، فرصت کافی دارند.

مدیر این پروژه می‌گوید: ما اولین پایتخت اروپایی و دومین کشور پس از آلمان هستیم که این نوع خدمات را ارائه می‌دهیم و شیوه جدیدی از پرواز را به علاقمندان معرفی می‌کنیم. این نوع سفر هوایی شبیه هیچ‌کدام از تجربه‌های شناخته شده قبلی نیست. این کشتی هیچ سرو صدایی ندارد. هیچ ارتعاشی را حس نمی‌کنید و یک احساس واقعاً جدید است. آن را می‌توان یک فالیچه پرنده با ایمنی بالا دانست. هزینه سفر با این کشتی هوایی از ۲۵۰ تا ۶۵۰ یورو است، و بستگی به

موزه بریتانیا، بزرگ‌ترین موزه انگلستان است. این موزه در سال ۱۷۵۲ م تأسیس و در سال ۱۷۵۹ م افتتاح گردید. نو سازی این موزه که ۱۰۰ میلیون پوند هزینه داشت، در سال ۲۰۰۰ م تکمیل گردید

برنامه سفری دارد که گردشگران انتخاب می‌کنند. این سفر در حقیقت سفر ارزانی نیست اما برای بسیاری از گردشگران، تجربه‌ای منحصر به فرد است.

قطار سراسری سیبری: از مسکو پایتخت روسیه تا ولادی وستوک^{۱۷}، مرزهای شرقی چین ۹۰۰۰ کیلومتر مسافت دارد. در یک برنامه گردشگری می‌توان این مسیر را به کمک قطار سراسری سیبری در مدت یک هفته پیمود. گردشگران خارجی از راه‌های دور می‌آیند تا این سفر را تجربه نمایند. به گفته یکی از مأموران قطار، تعداد بسیار کمی از مسافران، مسافت مسکو تا ولادی وستوک را به تنهایی می‌پیمایند؛ زیرا یک هفته در قطار بودن چندان آسان نیست. واگن‌های درجه یک و دو قطار، کوبه‌های شخصی با گنجایش دو یا چهار مسافر دارند و این کوبه‌ها را به‌طور معمول گردشگران خارجی انتخاب می‌کنند.

مسئول قطار می‌گوید: «سفر از مسکو تا ولادی وستوک به گردشگران کمک می‌کند تا اطلاعاتشان را درباره روسیه افزایش دهند. هنگامی که با مسافران روس همسفر باشند، مطالب بسیاری درباره سبک زندگی روسی به دست می‌آورند.»

گردشگران بسیاری در شهر تاریخی یکاترینبورگ^{۱۸} توقف می‌کنند و چند روز بعد دوباره در ایروکوتسک^{۱۹} سوار قطار می‌شوند. این شهر جایی است که دریاچه بایکال^{۲۰}، بزرگ‌ترین دریاچه آب شیرین جهان در آن وجود دارد. گروه دیگری نیز همچنان به سفر خود به سمت شرق و ولادی وستوک ادامه می‌دهند (نقشه شماره دو). سفر با این قطار قوانین خاص خود را دارد تا آرامش مسافران به هم نخورد. چنانچه کسی این مقررات را رعایت نکند، در ایستگاه‌ها توسط پلیس شناسایی و مجبور به ترک قطار می‌شود. ■

- ۱- رضوانی، دکتر محمد رضا توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، دانشگاه تهران، ۱۳۸۷
- ۲- سعیدنیا، احمد مهدیزاده، جواد گردشگری شهری سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، راه‌دان، اول، تهران بهار ۱۳۹۱
- ۳- زیر نظر رامین علی. فانی، کامران، سادات، محمد علی دانشنامه دانش گستر، جلد ۱۳
- ۴- www.irna.ir / ۱۳۹۲/۴۱۹/۱۳۹۲۰۴۱۹/۸۰۷۳۲۶۹۴ (چهارشنبه ۱۹ تیر ۱۳۹۲)
- ۵- زیر نظر رامین، علی، فانی، کامران. سادات، محمد علی «دانشنامه دانش گستر» جلد ۱۴
- ۶- www.wikipedia.org / موزه لوور
- ۷- زیر نظر رامین، علی. فانی، کامران. سادات، محمد علی «دانشنامه دانش گستر» جلد ۱۷
- ۸- www.wikipedia.org / آیشارنیاگارا
- ۹- www.wikipedia.org / بازار کملی گراند کنیون
- ۱۰- زیر نظر رامین، علی. فانی، کامران. سادات، محمد علی «دانشنامه دانش گستر» جلد ۷
- ۱۱- همان، جلد ۸
- ۱۲- www.wikipedia.org - دیواریزرگ چین
- ۱۳- زیر نظر رامین، علی. فانی، کامران. سادات، محمد علی «دانشنامه دانش گستر» جلد ۲
- ۱۴- کاخ الحمرا اسپانیا، از مشهورترین بناهای اسلامی در اروپا، کد خیر ۵-۵۸۷-۸۹۹
- ۱۵- www.hamshahrionline.ir/details/167600
- ۱۶- زیر نظر رامین، علی. فانی، کامران. سادات، محمد علی «دانشنامه دانش گستر» جلد ۳
- ۱۷- همان، جلد ۱۳
- ۱۸- همان، جلد ۵
- ۱۹- همان، جلد ۵
- ۲۰- www.wikipedia.org - دروازه هادریان
- ۲۱- زیر نظر رامین، علی. فانی، کامران. سادات، محمد علی «دانشنامه دانش گستر» جلد ۳
- ۲۲- همان، جلد ۱۵
- ۲۳- همان، جلد ۱۲
- ۲۴- همان، جلد ۱
- ۲۵- همان، جلد ۱۷
- ۲۶- همان، جلد ۱۶
- ۲۷- همان، جلد ۲
- ۲۸- همان، جلد ۱۷
- ۲۹- همان، جلد ۸
- ۳۰- همان، جلد ۱۶
- ۳۱- همان، جلد ۱۶
- ۳۲- همان، جلد ۱۳
- و همچنین برج‌های دوقلوی پتروناس www.wikipida.org
- ۳۳- ۲۶ دی ۱۳۹۱ www.isha.ir
- ۳۴- ۵ شهریور ۱۳۹۱ www.isna.ir
- ۳۵- www.wikipida.org/wordtourism-organization
- ۳۶- ۱۴ شهریور ۱۳۸۶ www.hamshahrionline.ir
- ۳۷- چند سایت خبری و تخصصی دیگر

- 1- Tourism
- 2- Tourist
- 3- UN Word Tourism Organization (UNWTO)
- 4- Outdoor recreation
- 5- Domestic Tourism
- (بدیهی است برای کشور به نام همان کشور خوانده شود. به‌طور مثال ژاپن گردی و ...)
- 6- International Tourism
- 7- Louvre
- 8- Palace of Versailles
- 9- Marseilles
- 10- Nice
- 11- Chagall Museum
- 12- Matisse Museum
- 13- Niagara falls
- 14- Grand Canyon
- 15- Disney land
- 16- Golden Gate Bridge
- 17- Qin
- 19- Gansu
- 20- Gulf of liaodong
- 21- Iberian peninsuld
- 22- Frank O. Gehry
- 23- Michel angelo
- 24- Dante Alighieri
- 25- Gioacchino Rossini
- 26- Italian Architectur
- 27- Colosseum
- 28- Venice
- 29- Pompeii

- 30- Pisa
 31- Vesuve
 32- Anatolia
 33- Haddrian's Gate (Hadrianus Gate)
 34- Hadrian Kapisi
 35- Ucqapasi
 36- Constantius II
 (سومین پسر کنستانتین کبیر)
 37- Blue Mosque
 ۳۸- ازنیق (ازنیق، نقیه) نام شهری باستانی در کنار دریاچه‌ای به همین نام در شمال شرقی ترکیه
 39- Deutschland
 40- Germany
 41- Gulf stream
 42- Berline
 43- Spree
 44- Heidelberg
 45- Baden-Wurttemberg
 46- Neekeer
 47- Mannheim
 48- Britain
 49- England
 50- Scotland
 51- Wales
 52- Northern Ireland
 53- The Royal Parks
 54- Bukingham palace
 55- Tower of London
 56- Science Museum of London
 57- Energy London Eye
 58- Natural History Museum of London
 59- Big Ben
 60- Westminster Abber
 61- British Museum
 62- Great Court
 63- Edinburg
 64- Glasgow
 65- Water of leith
 66- Salisbury crage
 67- Stmargaret's chapel
 68- Edinburg Festival
 69- Cardiff
 70- Snowdonia Mountains
 71- Black Mouhtains
 72- Severn
 73- Russia
 74- Finns
 75- Slaves
 76- Moscow
 77- Kremlin
 78- Hermitage Museum
 79- St Petersburg
 80- Malaysia
 81- South China sea
 82- Kuala Lumpur
 83- Sarawak
 84- Saba
 85- Petronas Twin Towers
 86- KL Aquaria
 87- Jamek Mosque
 88- Islamic Arts Museum
 89- National Museum of Malaysia
 90- Negard Mosque
 91- Cesar Pelli
 92- Word Economic forum
 93- Word Commison on Environment and Development (WED)
 94- IUOTO
 95- WTO
 96- United Nations World Tourism organiza-
 tion (UNWTO)
 97- United Nations Development program
 (UNDP)
 98- United Nations Economic Commission
 for Europe
 99- Cosata Concordia
 100- Avanti – Risen
 101- Freiburg
 102- Pan- American Highway
 103- Ushuaia
 (جنوبی‌ترین شهر در جهان واقع در کشور آرژانتین)
 104- Patagonia
 105- Zeppelin
 106- Vladivostok
 107- Yekaterinburg
 108- Irkutsk
 109- Baikal lake

افزایش ورود گردشگران مسلمان به تایلند

تهیه و تنظیم: نیما متین فر، کارشناس مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی



جاری و سال آتی گفت: هدف‌گذاری تایلند برای ورود گردشگر در سال ۲۰۱۳ بالغ بر ۲۴ میلیون نفر و برای سال ۲۰۱۴، به تعداد ۲۸ میلیون نفر است.

تایلند، مقصد خانواده‌ها می‌شود

آدام ساک سریتانگوس، سفیر تایلند در تهران هم در این نشست با اشاره به برنامه‌های سفارت برای معرفی گردشگری تایلند در ایران گفت: برنامه‌های سفارت پادشاهی تایلند و نهاد گردشگری تایلند در ایران در سال ۲۰۱۳ به این اصل استوار بوده تا با معرفی مقاصد چون آیوتایا، هوهین و شیانگ‌مای تایلند را به عنوان یک مقصد برای خانواده‌ها در ایران معرفی کنیم. وی در ادامه و در پاسخ به پرسش خبرنگاری مبنی بر اینکه آیا اقدامی هم برای معرفی جاذبه‌های ایران در تایلند می‌شود یا تلاشی برای ورود گردشگر از تایلند به ایران صورت می‌پذیرد، افزود: تایلند سالانه ۱۰ تا ۱۵ میلیون نفر گردشگر به خارج از تایلند می‌فرستد که متأسفانه تعداد بسیار بسیار کمی از آنها به ایران می‌آیند. با این حال، باید گفت که گردشگری صنعتی است که باید قدم به قدم در آن پیش رفت. در ایران نیز مسئولان دولتی و بخش خصوصی باید، ضمن فراهم کردن زیرساخت‌ها، تلاش خود را برای شناساندن ایران به بازار تایلند بیشتر کنند. ■

فرودگاه بین‌المللی تایلند در سال ۲۰۱۲ به عنوان مسلمان‌دوست‌ترین فرودگاه جهان انتخاب شد. هدفی که شاید ماحصل همان پروژه کشور تایلند برای جذب گردشگران مسلمان باشد. در نشست‌هایی که با حضور سفیر تایلند، نمایندگان رسانه‌ها و مدیران دفاتر مسافرتی در محل سفارت تایلند برگزار شد، هومر برقانی، نماینده نهاد گردشگری تایلند در ایران، از افزایش ۲۴ درصدی سفر گردشگران مسلمان به تایلند در سال ۲۰۱۲ خبر داد. وی در پاسخ به سؤال خبرنگار CHN مبنی بر سهم گردشگران مسلمان از کل گردشگران ورودی به تایلند گفت: گردشگران ورودی به تایلند در سال ۲۰۱۲ از مرز ۲۲ میلیون نفر گذشت که به ترتیب سهم آسیایی‌ها از این عدد ۵۷ درصد، سهم اروپایی‌ها ۲۵ درصد، سهم آفریقایی‌ها ۴/۶ درصد و سهم کشورهای خاورمیانه ۲/۲۴ درصد است، اما با توجه به اینکه در فرم‌های گردشگران ورودی، دین عنوان نمی‌شود، نمی‌توان عدد دقیقی از ورود گردشگران مسلمان به این کشور ارائه داد. با این حال، شواهد و بررسی‌های کارشناسی، حکایت از افزایش حدود ۲۴ درصدی گردشگران مسلمان به کشور تایلند دارند.

برقانی در ادامه، دستاورد مالی تایلند را از گردشگری در سال ۲۰۱۲ بالغ بر ۳۴ میلیارد دلار اعلام کرد و درباره هدف‌گذاری این کشور برای ورود گردشگر در سال

بحران اقتصادی و کاهش شمار گردشگران در فرانسه

کمتری هم خرج می کنند. علت اصلی این وضع، بحران اقتصادی و بیکاری است. دیدیه آرینو، مدیر شرکت پروگردشگری گفت: «علت این مسئله، بحران اقتصادی و کاهش قدرت خرید فرانسوی ها و در نتیجه نداشتن پول کافی برای سفر است که بین توان سفر رفتن و نیت سفر رفتن، شکاف بزرگی را ایجاد کرده است.» در نتیجه، مردم فرانسه به راه حل های دیگری برای تعطیلات خود روی آورده اند. برخی ها به دیدار اقوام خود می روند، برخی دیگر به مبادله آپارتمان می پردازند. از سوی دیگر شمار گردشگران خارجی نیز در فرانسه رو به کاهش است. هشتاد و سه میلیون گردشگر خارجی سال گذشته به فرانسه سفر کردند. امسال گردشگران خارجی، کشورهای دیگر را ترجیح داده اند. پاتریک ویسریا مدیر شرکت گردشگری آرتلیا گفت: «کشورهایی چون اسپانیا، پرتغال و ایتالیا از این وضع بهره بیشتری می برند و کشوری همچون کرواسی نیز مقصد جدید گردشگران خارجی به شمار می رود.» زبان های ناشی از کمبود گردشگر در ماه ژوئیه بالغ بر ۵۰۰ میلیون یورو بوده است. ■



شمار گردشگران در فرانسه در ماه ژوئیه به طور قابل ملاحظه ای کاهش یافته است. به گزارش مونیتورینگ اخبار خارجی واحد مرکزی خبر به نقل از شبکه تلویزیونی بی اف ام تی وی فرانسه، بسیاری از هتل ها، رستوران ها و کمپینگ ها در فرانسه از کمبود مشتری در ماه ژوئیه شکایت داشتند. کمپینگ ها که معمولاً به علت ارزان بودن، همواره رزرو هستند، از کاهش ده درصدی مراجعه کنندگان در این ماه خبر داده اند. نه تنها مردم فرانسه کمتر به سفرهای تابستانی می روند، بلکه پول

درآمد جام جهانی برای گردشگری برزیل

ایجاد کرد. ■

منبع: خبرگزاری دانشجویان ایران ایسنا



مقامات گردشگری برزیل پیش بینی می کنند که میزبانی مسابقات جام جهانی فوتبال در سال ۲۰۱۴ برای این کشور، نزدیک به ۱۱ میلیارد دلار از محل ورود گردشگر خارجی و داخلی، درآمد ایجاد می کند. مرکز گردشگری برزیل پیش بینی کرد با آغاز مسابقات جام جهانی فوتبال از ۱۲ ژوئن تا ۱۳ جولای، نزدیک به ۶۰۰ هزار مسافر خارجی برای تماشای مسابقات فوتبال به این کشور سفر کنند و در این مدت، حدود ۳ میلیارد دلار ارز خارجی وارد برزیل می شود. همچنین این مرکز پیش بینی کرد، ۳ میلیون شهروند برزیلی نیز برای تماشای مسابقات در ۱۲ شهر برزیل در رفت و آمد باشند و هزینه های جابه جایی و اسکان آنان به ۸ میلیارد دلار برسد. طبق گزارش این مرکز، برگزاری مسابقات قهرمانی جام کنفدراسیون ها نیز حدود ۱۴۰ میلیون دلار در بخش گردشگری درآمد

گردشگری و گردشگری شهری (سلامت) در منطقه آزاد تجاری ارس

■ سودابه کیخا، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند
■ رزا زادگان اشفرد، کارشناس ارشد معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

- ۱- گردشگری شهری
- ۲- گردشگری روستایی
- ۳- گردشگری عشایری، قومی و قبیله‌ای
- ۴- گردشگری در طبیعت
- ۵- گردشگری ساحلی و دریایی
- ۶- گردشگری کوهستانی
- ۷- گردشگری هوا- فضا

انواع گردشگری از نظر موضوع

گردشگری از نظر موضوع به انواع زیر تقسیم می‌شود:

- ۱- گردشگری دریایی
- ۲- گردشگری برف
- ۳- گردشگری فرهنگی و هنری
- ۴- گردشگری اجتماعی
- ۵- گردشگری علمی - آموزشی
- ۶- گردشگری درمانی (بهداشتی و سلامت)
- ۷- گردشگری در طبیعت
- ۸- ژئولوژی گردشگری
- ۹- گردشگری ورزشی
- ۱۰- گردشگری کشاورزی
- ۱۱- گردشگری عشایری
- ۱۲- گردشگری شکار و صید
- ۱۳- گردشگری تجاری
- ۱۴- گردشگری ماجرا جویانه
- ۱۵- گردشگری سیاسی
- ۱۶- گردشگری آثار جنگ
- ۱۷- گردشگری فضاهای صنعتی - معدنی
- ۱۸- گردشگری مجازی

انواع گردشگر بر اساس انگیزه‌های گردشگری

دسته‌بندی‌های مختلفی درخصوص انگیزه گردشگری یا هدف از آن وجود دارد، اما رنوس اهداف گردشگری یا انگیزه‌های گردشگر به شرح زیرند:

- ۱- گردشگری مذهبی
- ۲- گردشگری فرهنگی
- ۳- گردشگری تفریحی
- ۴- گردشگری طبیعی (اکوگردشگری)
- ۵- گردشگری تجاری

گردشگری در جهان، از آغاز تا رسیدن به مرحله صنعت گردشگری و تا به امروز، تحولات بسیاری یافته و سومین پدیده اقتصادی پویا و در حال توسعه پس از صنایع نفت و خودروسازی به شمار می‌رود. گردشگری سازمان یافته امروزه بخشی بسیار مهم در نظام اقتصادی تمامی کشورهای دنیا محسوب می‌شود؛ به طوری که اقتصاد برخی از کشورها شدیداً به فعل و انفعالات صنعت گردشگری وابسته است. هم اینک این صنعت ۱۲ درصد از سود ناخالص ملی جهان را فراهم می‌کند. صنعت جهانگردی به دلیل نقشی که در ایجاد اشتغال و در نتیجه، کاهش مشکل بیکاری داشته، توانسته است در صنعتی شدن بسیاری از کشورها، نقش سازنده‌ای داشته باشد.

طبق تعریف سازمان جهانی جهانگردی، «جهانگردی» عبارت است از مجموعه فعالیت‌های افرادی که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود و به قصد تفریح، تجارت، استراحت و ... مسافرت می‌کنند و بیش از یکسال متوالی در آن مکان‌ها نمی‌مانند.

صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت خدماتی، عناصر محسوس و نامحسوس دارد. اغلب عناصر مهم و محسوس این صنعت عبارتند از حمل و نقل، اقامت و بقیه موارد مربوط به صنعت پذیرایی می‌شوند. از عناصر نامحسوس این صنعت که هدف جهانگرد را در بر می‌گیرند، می‌توان به استراحت، به آرامش رسیدن، فرصت ملاقات با افراد جدید و تجربه نمودن فرهنگ‌های مختلف یا فقط کاری متفاوت انجام دادن و ماجراجویی اشاره کرد.

گونه شناسی گردشگری

گردشگری را می‌توان بر حسب عوامل مختلف زیر، همچون اهداف تعیین شده، میزان سرمایه، انگیزه، مقصد، زمان تعطیلات، زمان ماندگاری گردشگر، فعالیت‌های تفریحی جنبی، توان بالقوه طبیعی و فرهنگی، امکانات سرمایه‌گذاری، ارزش‌های فرهنگی و امکانات بهداشتی، ورزشی، علمی و ... گونه‌شناسی و دسته‌بندی کرد.

انواع گردشگری از نظر مکان مقصد

گردشگری از نظر مکان مقصد، شامل انواع زیر است:

گزارش آماری مسافران ورودی به منطقه آزاد ارس و مقایسه آن با سال‌های قبل

جمع کل مسافر ورودی سال ۸۹	۱۲۷۴۵۷۹	نرخ رشد ۸۹ نسبت به ۸۸	۸۳٪
جمع کل مسافر ورودی سال ۸۸	۶۹۶۲۰۹	نرخ رشد ۸۸ نسبت به ۸۷	۱۰۵٪
جمع کل مسافر ورودی سال ۸۷	۳۴۰۲۶۵	نرخ رشد ۸۹ نسبت به ۸۷	۲۷۵٪

گردشگری در ایران، پدیده‌ای فصلی با قطب‌های محدود و تقریباً درون‌زا است و در قسمت گردشگری خارجی، بیشتر به عنوان بازاری برای کشورهای همسایه محسوب می‌شود تا جلب گردشگر برای بازارهای داخلی. بر اساس بررسی‌های انجام شده، ایران سالانه حدود یک میلیارد دلار بابت مسافرت‌های اتباع خود پرداخت می‌کند و به تعبیری هر خانواده ایرانی که به طور متوسط ۵ عضو دارد، سالانه ۸۵ دلار از سهم تولید ملی خود را بابت رونق به بازار جهانی گردشگری می‌پردازد، بدون اینکه از این بازار سهمی برده باشد. درآمد کشورهای خارجی از گردشگر ایرانی ۴ برابر درآمد ایران از گردشگر خارجی است.

سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، تعداد گردشگران خارجی ایران را در سال گذشته حدود ۲ میلیون نفر اعلام کرده که به نظر بسیاری از صاحب‌نظران این حوزه، آمار متشوره اغراق‌آمیز است و رقم واقعی بسیار پایین‌تر می‌باشد. برای رسیدن به اهداف سند چشم‌انداز در بخش گردشگری و قرار گرفتن ایران در ردیف یکی از قطب‌های گردشگری منطقه و جهان، باید نگاه دولت و مردم نسبت به این صنعت تغییر یابد و در ضمن برای تأمین امکانات و زیرساخت‌ها و پیاده‌سازی یک الگوی موفق گردشگری، تلاش بسیاری صورت گیرد.

چالش‌ها و تهدیدهای فراروی صنعت گردشگری ایران

الف) چالش‌های سیاسی

۱- تشنج‌های سیاسی موجود در منطقه خاورمیانه
۲- تبلیغات منفی علیه ایران توسط آمریکا و اسرائیل و برخی کشورهای دیگر

۳- حضور نظامی آمریکا در بعضی کشورهای همسایه
۴- خلأ نقش و جایگاه گردشگری در توسعه روابط خارجی

ب) چالش‌های اقتصادی

۱- عدم دسترسی به اطلاعات و آمار صحیح و قابل اعتماد در حوزه گردشگری کشور
۲- فرسوده شدن تجهیزات و تأسیسات گردشگری بر اثر استفاده بی‌رویه و نامناسب گردشگران
۳- کمی درآمد حاصل از صنعت گردشگری در ایران
۴- ضعف شبکه مواصلاتی به عنوان بخش مؤثر در صنعت گردشگری

۶- گردشگری ورزشی

۷- گردشگری تندرستی - درمانی

۸- گردشگری آموزشی

کشورهای فعال در گردشگری

طبق گزارش نشست جهانی اقتصاد، سه کشور سوئیس، اتریش و آلمان، از میان ۱۳۳ کشور جهان در صدر پرجاذبه‌ترین مکان‌ها و دارای بهترین امکانات برای ارتقای صنعت گردشگری و درآمدهای اقتصادی گردشگری قرار دارند. این سه کشور، بیشترین درآمدهای اقتصادی را طی سال ۲۰۰۸-۲۰۰۹ جذب کرده‌اند. بر همین اساس از کشورهای دیگری چون فرانسه، کانادا، اسپانیا، سوئد، آمریکا، استرالیا و سنگاپور نیز به عنوان برترین‌های اقتصاد گردشگری جهان یاد شده است.

گردشگری در ایران

کشور ایران از ظرفیت‌های بالقوه‌ای برای تبدیل شدن به یکی از پنج کشور عمده گردشگری پذیر دنیا برخوردار است و پتانسیل‌های گردشگری بسیاری دارد. جمهوری اسلامی ایران به تصدیق سازمان یونسکو، از نظر وجود آثار تاریخی و فرهنگی در میان هشت کشور نخست جهان جای دارد و از منظر جاذبه‌های اکوگردشگری و تنوع اقلیمی، جزء پنج کشور برتر دنیاست. طبیعت چهار فصل ایران، وجود دریا، کویر، چشمه‌های آبگرم، حیات وحش متنوع و انحصاری، جاذبه‌های گردشگری مذهبی و تمدن هفت هزار ساله، این قابلیت را به ایران بخشیده است که در ردیف گردشگری جهان، حرف نخست را بزند.

صنعت گردشگری در ایران بر مبنای سند چشم‌انداز ۲۰ ساله در بخش گردشگری و در افق ۱۴۰۴ باید با رشد ۱/۵ درصدی در تعداد گردشگران ورودی، حداقل ۲۰ میلیون گردشگر از بازار جهانی را سالیانه به خود جذب کند که مستلزم سرمایه‌گذاری بالغ بر ۳۰ میلیارد تومان در این صنعت با سهم حدوداً ۱۶ درصدی بخش دولتی و مابقی از بخش خصوصی می‌باشد، اما روند کنونی به هیچ عنوان رضایت بخش نیست و راه دشوار ایران برای دستیابی به ۲ درصد از درآمد جهانی گردشگری را نمایان می‌سازد.



دیاگرام ۳



دیاگرام ۴

اجتماعی و فرهنگی
 ۲- آشنایی مردم در نحوه برقراری ارتباط صحیح با جهانگردان
 ۳- ضعف در برنامه‌ریزی مستمر برای تبلیغات و اطلاع‌رسانی مؤثر در حوزه گردشگری
 ۴- تفاوت فرهنگی موجود بین جهانگردان و عموم مردم در اقصی نقاط کشور
 ۵- ناآگاهی بیشتر اқشار جامعه با منافع و منابع صنعت جهانگردی کشور
 ۷- فقدان رویکردهای مدیریتی نافذ و پایدار در استفاده از جاذبه‌های گردشگری که نتیجه آن تخریب یا افت ارزش این آثار است.
 ۸- کمبود نیروی انسانی تحصیل‌کرده در صنعت گردشگری در ایران
 ۹- ضعف در سیستم اطلاع‌رسانی به گردشگر
 ۱۰- ضعف کمی و کیفی مجامع علمی همچون سمینارها، همایش‌ها، کنفرانس‌ها و غیره) برای ارائه پژوهش‌های جدید در باب گردشگری
 د) چالش‌های مدیریت دولتی
 ۱- تصدی‌گری دولتی در حوزه گردشگری

۵- ضعف بهداشت و کمبود تأسیسات اقامتی، پذیرایی و بین‌راهی مناسب و با کیفیت خوب، به ویژه در مسیرهای اصلی گردشگری کشور
 ۶- بی‌توجهی به روش‌های نوین بازاریابی گردشگری دنیا
 ۷- وجود مناطق تجاری-تفریحی در کشورهای نظیر امارات متحده عربی و ترکیه و جذابیت این مناطق برای گردشگران
 ۸- بالا بودن ریسک سرمایه‌گذاری خارجی در بخش‌های اقتصادی ایران
 ۹- ارائه خدمات کمتر از حد استاندارد در بخش گردشگری
 ۱۰- بی‌توجهی به کیفیت محصولات صنایع دستی جهت ارائه به گردشگران
 ۱۱- وجود تورم و عدم ثبات قیمت‌ها در کشور
 ۱۲- توسعه نامتناسب گردشگری در چند منطقه، عامل عدم توسعه متناسب اقتصادی در مناطق مختلف کشور می‌شود.
 ۱۳- ضعف خدمات پولی-بانکی مناسب به گردشگران، به‌خصوص گردشگران خارجی
 ج) چالش‌های اجتماعی و فرهنگی
 ۱- پایین بودن درجه توسعه یافتگی کشور در زمینه‌های

- ۷- زیرساخت مراکز آموزشی و فناوری
 - ۸- زیر ساخت مراکز تفریحی و ورزشی
 - ۹- زیر ساخت مراکز فرهنگی
 - ۱۰- زیرساخت امنیت
 - ۱۱- زیر ساخت آموزش و فرهنگ عمومی
 - ۱۲- زیرساخت تبلیغات و اطلاع رسانی
- ایجاد زیر ساخت‌های مورد نیاز بر پایه آخرین فناوری‌ها، استانداردهای جهانی و معیارهای جذب گردشگران می‌تواند علاوه بر تأمین رفاه گردشگران، رضایت خاطر آنان را فراهم آورد و تبلیغ مناسبی برای ورود سایر گردشگران شود.

زیر ساخت مراکز بهداشتی و درمانی

منطقه آزاد ارس با توجه به موقعیت‌های اختصاصی، قانونی و اهداف کلان خود باید از نظر زیر ساخت مراکز بهداشتی و درمانی در حد بسیار بالایی قرار گیرد و کارشناسان مختلف در رشته‌های پزشکی نیز با اتخاذ سیاست‌های حمایتی به منظور خدمت در منطقه آزاد ارس، جذب شوند و مراکز پزشکی مجهز و تخصصی مطابق با استانداردهای روز دنیا که بتواند در هر شرایطی مشکل‌گشای گردشگران منطقه، خصوصاً گردشگران خارجی باشد، در منطقه احداث و راه‌اندازی گردد.

بدیهی است، احداث و تجهیز امکانات بهداشتی و درمانی، نظیر بیمارستان فراملی، مراکز پزشکی، درمانگاه‌های مجهز به بخش تخصصی، مجتمع‌های آب درمانی، ایجاد قرنطینه پزشکی، وجود امکانات درمانی سرپایی در پایگاه‌های بهداشت و سلامت، تجهیز مراکز درمانی و درمانگاه‌های فعلی منطقه می‌تواند موجب ارتقای شاخص‌های بهداشت و سلامت منطقه شوند و رضایت خاطر گردشگران را فراهم آورند و باعث جذب و تداوم گردشگری منطقه در عرصه‌های مختلف گردند. با توجه به موقعیت مکانی و طبیعی منطقه آزاد ارس، ظرفیت‌های مناسبی در جهت رونق گردشگری درمانی وجود دارد. بدین منظور می‌توان گردشگران بسیاری را از داخل و کشورهای حوزه قفقاز با هدف دریافت خدمات پزشکی و درمانی جذب کرد. تاسیس مراکز درمانی با هدف جذب گردشگران درمانی و سلامت در منطقه آزاد ارس، از جمله این اقدامات است که با همکاری بخش خصوصی داخلی یا جذب سرمایه‌گذار خارجی می‌تواند اجرایی شود. ■

- ۲- تعدد دستگاه‌های تصمیم گیر در حوزه گردشگری
- ۳- پراکندگی منابع اطلاعاتی لازم در میان دستگاه‌ها
- ۴- نداشتن راهبرد شفاف و روشن در گردشگری
- ۵- ضعف خدمات دولتی به گردشگران
- ۶- کمبود اعتبارات تحقیقاتی و به تبع آن، کمبود مطالعات و تحقیقات گردشگری از طرف صاحب نظران و دانشگاه‌های کشور
- ۷- عدم بهره‌مندی از مدیران متخصص و کارآزموده در صنعت گردشگری

گردشگری در منطقه آزاد ارس

منطقه آزاد ارس به دلیل واقع شدن در ناحیه کوهستانی و داشتن ده‌ها جاذبه گردشگری طبیعی و همچنین آثار تاریخی فراوان با قدمت هزار ساله و چندین اثر تاریخی و طبیعی به ثبت ملی رسیده و مناطق حفاظت شده طبیعی و اقلیم مناسب از پتانسیل گردشگری بالایی دارد و سالانه گردشگران داخلی و خارجی بسیاری به این منطقه روانه می‌شوند. این منطقه همواره در طول تاریخ، مرکز عمده تجارت و تردد گردشگران بوده و با توجه به امکانات و پتانسیل‌های طبیعی و تاریخی، از جایگاه ویژه‌ای در حوزه گردشگری برخوردار است.

به استناد آمارهای ارائه شده از سوی سازمان منطقه آزاد ارس، در طول سال ۸۷ هر هفته حدود ۵۰۰۰ نفر گردشگر از سایر شهرهای استان و استان‌های مجاور به منطقه آزاد ارس مسافرت کرده‌اند. آمار گردشگران نوروزی در ۱۴ روز نوروز ۸۸ حدود ۴۵۰ هزار نفر بوده است؛ ضمن اینکه در طول سال، روزانه حدود ۱۰۰۰ تا ۳ هزار نفر مسافر از مرز نخجوان و ۵۰۰ نفر از مرز ارمنستان به این منطقه وارد می‌شوند. آمار گردشگر این منطقه در نوروز ۱۳۸۹ بالغ بر ۱۲۷۴۰۰۰ نفر بوده است. از این رو، سیاست تأکید بر گردشگری منطقه باید به عنوان عنصر اصلی عملکردی مد نظر قرار گیرد. تحقق این آرمان‌ها، مستلزم ایجاد تأسیسات زیر بنایی، تسهیلات رفاهی، امکانات متعدد و در کل، زیر ساخت‌های متعدد برای توسعه صنعت گردشگری منطقه است.

رود ارس

زیر ساخت‌های گردشگری منطقه آزاد ارس

زیر ساخت‌های مورد نیاز توسعه صنعت گردشگری در منطقه آزاد ارس عبارتند از :

- ۱- زیر ساخت مواصلاتی (هوایی، جاده‌ای، ریلی و دریایی)
- ۲- زیرساخت‌های اقامتی و رفاهی
- ۳- زیرساخت انرژی
- ۴- زیرساخت مراکز بهداشتی و درمانی
- ۵- زیرساخت ارتباطات و فناوری اطلاعات
- ۶- زیرساخت تسهیلات و خدمات عمومی

ارزیابی نقش دهیاری‌ها در توسعه گردشگری روستاهای شهرستان بجنورد

■ مونا افراسیابی، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد



چکیده

پس از سیر تحولات مدیریت روستایی در ایران که در گذر زمان، ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را تحت الشعاع خود قرار داد و مشکلات عدیده‌ای را نیز برای روستاییان به همراه آورد، در سال ۱۳۷۷ قانون تأسیس دهیاری خودکفا در روستاهای کشور به تصویب رسید که با الگوبرداری از مدیریت شهری که مشتمل بر دو نهاد شورای شهر و شهرداری است، به وزارت کشور اجازه داده شد تا به منظور اداره امور روستاها و توسعه پایدار روستایی، سازمانی به نام دهیاری با توجه به ویژگی‌های محلی و با درخواست اهالی و به صورت خودکفا، با شخصیت حقوقی مستقل در روستاهای بالای ۲۰ خانوار تأسیس نماید. وظایف متعددی در یک ماده و ۴۸ بند برای آن در نظر گرفته شد که بسیاری از آنها در صورت اجرای صحیح کمک به توسعه گردشگری در قالب توسعه پایدار می‌نماید و شهرستان بجنورد نیز از این امر مستثنی نیست. این مقاله به بررسی بندهای ماده فوق که در توسعه گردشگری کارایی دارد، همچون بهبود وضعیت زیست محیطی روستا، مشارکت و همکاری با شورا در جهت پیگیری اجرای طرح‌های عمرانی اختصاص یافته به روستا، همکاری با مسئولان ذیربط در جهت حفظ و نگهداری منابع طبیعی، توسعه صنایع دستی، تشریک مساعی با سازمان میراث فرهنگی در حفظ بنا و آثار باستانی و ... در ۱۸۱ دهیاری شهرستان بجنورد می‌پردازد که بالطبع درآمدی پایدار و مناسب

در جهت رفع فقر، بیکاری و مهاجرت را برای ساکنان منطقه به دنبال دارد. تحقیق حاضر به روش تحلیلی و توصیفی می‌باشد و جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، اسنادی و پرسشنامه‌ای به منظور بررسی میزان موفقیت دهیار در روستا و مصاحبه با افراد ذیصلاح انجام شده است و نشان می‌دهد که وظایف دهیاری منجر به گردشگری موفق روستایی در منطقه مورد مطالعه می‌شود.

واژگان کلیدی: مدیریت، مدیریت روستایی، توسعه، توسعه پایدار روستایی، دهیاری، گردشگری

مقدمه

گردشگری پدیده‌ای است کهن که از دیر زمان در جوامع انسانی وجود داشته و به طور پیوسته در طول تاریخ متأثر از شرایط اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و فنی در حال تغییر و تحول بوده است (قدیری معصوم و وثوقی، ۱۳۸۷، ص ۴۱). گردشگری یکی از صنایع به سرعت در حال رشد دنیا و ابزاری برای افزایش درآمد ملی کشورهای جهان به حساب می‌آید. توجه به توسعه پایدار روستایی و چگونگی دستیابی به آن امروزه یکی از دغدغه‌های مهم و اصلی بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کشور است. این یک امر غیر قابل انکار است که گردشگری نقش مهم و قابل توجهی در احیا و توسعه مناطق روستایی نیز می‌تواند داشته باشد. با توجه به فرهنگ غنی، آثار باستانی و جاذبه‌های طبیعی

در روستا مطرح باشد (Henning, 1996: 68). حمایت‌های مدیریت محلی و منطقه‌ای یک جزء لازم برای راهبرد گردشگری موفق در مناطق روستایی است (Bontron & Lasnier 1997:95).

مدیریت روستایی به معنای برنامه‌ریزی برای روستا، سازماندهی اقدامات توسعه‌ای و هماهنگی و نظارت بر اقدامات انجام شده است؛ به طوری که فرآیند توسعه پایدار را به نحوی تقویت کند که در سطح متعارف جامعه، زمینه و محیط مناسبی برای زندگی راحت‌تر و کارآمد روستاییان به تناسب ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی فراهم شود. بدین ترتیب، اهداف زیر را می‌توان برای مدیریت روستایی در نظر گرفت: تواناسازی و بهسازی محیط فیزیکی روستا، هدایت و نظارت بر فرآیند عمران روستایی و ارتقای شرایط کار و زندگی (دربان آستانه، ۱۳۸۴، صص ۲۲-۱۴). مدیریت توسعه روستایی فرآیند چند جانبه‌ای است که شامل سه رکن مردم، دولت و نهادهای عمومی است (رضوانی، ۱۳۸۳، ص ۲۱۱). مدیریت روستایی در واقع فرآیند سازماندهی و هدایت جامعه و محیط روستایی از طریق شکل دادن به سازمان‌ها و نهادها است (بدوی، ۱۳۸۸، صص ۱۲). مشکلات اجرایی مدیریت روستایی سبب شد در سال ۱۳۷۷ با تصویب قانونی به نام قانون تأسیس دهیاری‌های خودکفا در روستاهای کشور، به وزارت کشور اجازه داده شود تا برای اداره امور روستاها، سازمانی به نام دهیاری تأسیس کند. بر این اساس دهیاری با توجه به موقعیت محل و با درخواست اهالی و به صورت خودکفا با شخصیت حقوقی مستقل و به عنوان نهاد عمومی غیردولتی تأسیس می‌شود. دهیاری‌ها از نظر موقعیت حقوقی همانند شهرداری‌ها هستند و هر دو به عنوان نهاد عمومی غیردولتی محسوب می‌شوند. پس در شرایط حاضر علاوه بر شخصیت حقوقی شورای اسلامی روستا، شخصیت حقوقی دیگری به نام دهیاری



منطقه مورد مطالعه در صورت تنظیم و اجرای برنامه‌های مناسب برای توسعه صنعت گردشگری، می‌توان به درصدی بالا از فعالیت‌های متناسب با این زمینه رسید. برای اولین بار در منطقه کوه‌های آلپ به دنبال هجوم روز افزون گردشگرانی که به این مناطق آمدند و فشار روز افزونی را برای توسعه محیط‌های روستایی وارد نمودند گردشگری روستایی به عنوان یک گزینه برای توسعه مطرح شد که اهداف آن حل مشکل مهاجرت جوانان و عدم توسعه اقتصادی، خصوصاً تخریب منابع طبیعی و میراث فرهنگی آن نواحی بود. در دیگر نواحی مانند اسلوواکی علت اصلی سودآور نبودن تولید و مهاجرت روستاییان، دلیلی بر جهت‌گیری به سمت یک منبع ثانویه برای افزایش در آمد روستاییان بود (قنبری، ۱۳۸۷، ص ۱۴۵).

تنوع فعالیت در گردشگری روستایی و غیررسمی بودن و به عبارتی اختیاری بودن این فعالیت باعث می‌شود که مدیریت و تحت نفوذ قرار دادن با مشکلاتی برای جامعه روستایی مواجه شود. در عین حال تنوع در خدمات گردشگری روستایی نیز به این مسئله دامن می‌زند. بر این اساس، عده‌ای معتقدند که نظارت و مدیریت در این زمینه سخت بوده، نهایتاً گردشگری را تهدیدی برای روستا به حساب می‌آورند.

رضایی و همکاران (۱۳۹۰) در ارزیابی آثار منفی توسعه گردشگری به این نتیجه رسیدند که به منظور کنترل و مدیریت آثار منفی ناشی از توسعه گردشگری در روستای ایبانه و توسعه پایدار گردشگری روستایی باید برنامه‌های آموزشی مرتبط با اهمیت گردشگری و مفهوم و مزایای آن، نحوه برخورد با گردشگران و الگوهای اجتماعی آنان تدوین شده و به روستائیان ساکن در منطقه ارائه گردد و همچنین به منظور جلوگیری از تخریب آثار تاریخی، مواردی همچون محدودیت در تعداد و نوع گردشگران و ممنوعیت ورود به نواحی شکننده مورد توجه قرار گیرد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۰، صص ۴۰-۲۷). به‌طور خلاصه دو جنبه از گردشگری روستایی است که روند برنامه‌ریزی و مدیریت را پیچیده می‌کند: یکی ویژگی‌های گوناگون و جدا از هم عرضه و تقاضا و دیگری، ادعاهای مختلف بر سر منابع روستا. پرداختن به برنامه‌ریزی و مدیریت اصولی در زمینه گردشگری روستایی بسیار ضروری و حساس است. در مناطق روستایی، توسعه گردشگری با سلامت محیط‌زیست رابطه بسیار تنگاتنگ دارد که این امر فقط از طریق مدیریت صحیح قابل اجراست. در عین حال انتظارات گردشگران از کیفیت روستا و خدمات و امکاناتی که می‌خواهند نیز بر ضرورت این کار می‌افزاید (قنبری، ۱۳۸۷، صص ۱۴۷ و ۱۴۸). مطمئناً گردشگری می‌تواند به عنوان یک جزء مهم در طرح‌های توسعه و مدیریت

وجود دارد (عبداللهی و اکبری، ۱۳۸۶، صص ۱۳۷-۱۳۳). بر اساس آخرین اطلاعات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های وزارت کشور در خرداد ۱۳۸۷ تعداد ۲۱۶۶۲ دهیاری در سراسر کشور تشکیل شدند. تأسیس دهیاری در روستاها را می‌توان نقطه عطفی در تاریخ مدیریت روستایی به شمار آورد؛ زیرا از هنگام دخالت دولت در مدیریت روستایی و تأسیس انجمن ده، همواره مدیریت امور روستا به عهده انجمن یا شورای ده بود، اما با تأسیس دهیاری، علاوه بر شورا در حال حاضر دو نهاد مدیریتی در روستا وجود دارد (ایمانی جاجرمی و عبداللهی، ۱۳۸۸، ص ۲۴۰). پس منظور از ارکان مدیریت روستایی، دو نهاد مدیریتی شورای اسلامی روستایی و دهیاری است که در مدیریت روستایی مکمل یکدیگر می‌باشند (ملکان و کریمی، ۱۳۹۰، ص ۹). در این تحقیق صرفاً نقش دهیاری در شهرستان بجنورد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. شهرستان بجنورد مرکز استان خراسان شمالی است که بین ۳۶ درجه و ۴۲ دقیقه عرض شمالی و ۵۶ درجه و ۲ دقیقه تا ۵۷ درجه و ۵۰ دقیقه طول شرقی واقع شده است (مفخم، ۱۳۳۹، ص ۵۱۰). این شهرستان از شمال به جمهوری ترکمنستان، از شرق به شهرستان شیروان، از جنوب به شهرستان اسفراین و جاجرم، و از غرب به شهرستان‌های مانه و سملقان و گنبد کاووس (استان گلستان) محدود می‌شود. وسعت این شهرستان ۶۵۶۳ کیلومتر مربع می‌باشد (شایان، حمید، به‌هنگام‌سازی سطح‌بندی خدمات‌رسانی روستایی استان خراسان، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، شهرستان بجنورد). موقعیت اقلیمی مطلوب روستاهای منطقه مورد مطالعه و نیز برخورداری از جاذبه‌های طبیعی همچون رودخانه، چشمه و پوشش گیاهی طبیعی و وجود باغات فراوان این مناطق را به یک مرکز توریستی-تفریحی برای اهالی شهرها و روستاهای اطراف تبدیل نموده است. از جمله آنها، کوه‌های آلاداغ، شاه جهان و بابا موسی، رودهای اترک، فیروزه، چناران، پارک تفریحی بابا امان، سد شیرین دره، گردنه اسدلی، آبشار حمید، آبگرم ایوب پیغمبر، حمام تاریخی چناران، روستای توریستی اسپیدان (اسفیدان)، دره و چشمه هنرور، دره و آبشار پارگه، غار خزینه راهه، تپه کوه کمر، تپه باستانی چهارخوار، کتیبه سنگی، قلعه برفان، تاش قلعه، برج‌های قاریومالاق و قارقه، امامزاده اسماعیل، امامزاده زین بن علی، امامزاده محمد باقر اسفیدان، امامزاده محمد رضا در روستای پیغو، امامزاده اسمعیل در روستای کلاته سهراب، مراتع و جنگل‌ها و صنایع دستی همچون سفره کردی، انواع گلیم و جاجیم، چادرشب بافی، پستی، قالی و قالیچه، چاروق دوزی، پلاس، تخیه، نم‌دبافی، کیف و کمر بند، منبت، سازها، سفال، تذهیب و مینیاتور و مصنوعات چرمی و رودوزی، همین‌طور، قومیت‌های

مختلف با گویش‌های گوناگون کرمانج، فارس، ترک، ترکمن، کرد و تات، در روستاهای قرار گرفته در دو محور مورد بررسی، تنها گوشه‌ای از این گنجینه بی‌نظیر فرهنگی-تاریخی و طبیعی می‌باشد. این گستردگی فرهنگی-تاریخی و طبیعی، بجنورد را در جغرافیای فرهنگی-تاریخی و طبیعی ملی و بین‌المللی در جایگاه ویژه و منحصر به فرد قرار داده است.

مبانی نظری تحقیق

در مفهوم کلاسیک گردشگری روستایی نوعی فعالیت توریستی است که در آمد اضافی برای آنها می‌فراهم می‌کند که شغل اصلی‌شان کشاورزی می‌باشد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۳۲). انواع گردشگری روستایی عبارتند از گردشگری طبیعی، گردشگری فرهنگی، گردشگری بومی، گردشگری دهکده‌ای و گردشگری کشاورزی (افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵، ص ۵). گردشگری روستایی عبارت است از فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های مختلف روستایی و پیرامون آنها که در بردارنده ارزش‌ها و آثار متفاوتی برای حفظ محیط روستا است (Soteriades, 2002: 617). بر این اساس می‌توان گردشگری روستایی را در برگیرنده زمینه‌های مختلف فعالیت‌های گردشگری چون سکونتگاه‌ها، جشنواره‌ها، ورزش‌های بومی و محلی و جز اینها دانست که در محیط روستا شکل می‌گیرند. گردشگری روستایی دارای اشکال و انواع مختلفی است از جمله گردشگری کشاورزی، گردشگری فرهنگی، اکوگردشگری و ... در گردشگری کشاورزی، گردشگران، مزرعه، باغ یا هر فعالیت جالب توجه را شامل کارها ابزار امکانات و نحوه کشاورزی از نزدیک می‌بینند (Lobo, 2000: 24). به طور کلی، گردشگری روستایی را می‌توان از دو جهت مورد توجه قرار داد. از یک جهت برای محیط‌های روستایی و پیرامون آنها که این فرصت را مهیا می‌کند تا گردشگران، فارغ از هیاهوی شهر و فناوری در بطن سنتی روستا زمانی را به فراغت بگذرانند و از سوی دیگر، اقتصاد روستایی وابسته به زمین می‌تواند راه‌های تنفس دیگری را تجربه کند (جوان، ۱۳۸۲، ص ۱۳۶). جوروسکی (Jurowski) بیان می‌کند که گردشگری روستایی اگر خوب برنامه‌ریزی و مدیریت شود، می‌تواند منابع محیطی محلی را حفظ یا افزایش دهد. وی همچنین بحث می‌کند که گردشگری روستایی فرصت‌های اشتغال را برای ساکنان روستایی افزایش می‌دهد و باعث تنوع مشاغل می‌شود. مانند بازارهای محلی و بومی و افزایش فعالیت‌های فصلی که باعث می‌شود فرصت‌های اشتغال با ارزشی برای ساکنان در همه فصول سال فراهم شود (Jurowski 1996: 55).

قلمرو مورد مطالعه

قلمرو زمانی این پژوهش در بهار سال ۱۳۹۱ می‌باشد. قلمرو مکانی روستاهای واقع در شهرستان بجنورد می‌باشد. برای انتخاب جامعه نمونه از تطبیق نقشه روستاهای شهرستان بجنورد و نقشه تهیه شده از میزان مراجعه گردشگر به این منطقه، استفاده شده است و نهایتاً دو محور کلی برای تحقیق مشخص گردید که هر یک دارای روستاهای متعدد با جاذبه‌های گردشگری فراوان می‌باشند. به طوری که روستاهای نمونه گردشگری نیز در این دو محور دیده می‌شوند. محور اول در سمت شرق شهرستان بجنورد و در بزرگراه آسیایی به سمت خروجی مشهد قرار دارد و شامل روستاهای بزرگی چون حمید، چهارخروار، کوه کمر، پیغو، چناران، جمی، اسفیدان، کلاته سهراب و در محور دوم که در سمت غرب شهرستان بجنورد و بزرگراه آسیایی به سمت خروجی تهران قرار دارد روستاهای بیدک، قره نوده، مملجه، تیمورتاش، گلی، بدرانلو، شیخ تیمور و ده گاه واقع شده‌اند.

شکل ۱ - تقسیمات سیاسی شهرستان بجنورد



مأخذ: استانداری خراسان شمالی - دفتر امور اجتماعی و تقسیمات سیاسی کشور

کارشناسان و خبرگان ذیربط بهره‌گیری شده است و از ضریب رتبه‌ای اسپیرمن در نرم افزار SPSS استفاده شده است.

از میان روستاهای موجود در دو محور انتخاب شده تعداد خانوارهای نمونه از هر روستا به صورت نمونه‌گیری طبقه‌ای، در هر طبقه به صورت تصادفی ساده و تعداد نمونه‌ها از فرمول کوکران استفاده شد.

$$n = \frac{Nt^2 P(1-p)}{Nd^2 + t^2 P(1-p)}$$

فرضیه تحقیق

به منظور ارزیابی نقش دهیاری بر توسعه روستایی در محدوده مورد مطالعه فرضیه زیر برقرار شد:
به نظر می‌رسد بین کارکرد دهیاری‌ها و افزایش قابلیت

شکل ۲ - قرارگیری روستاهای محور شماره ۱



مأخذ: استانداری خراسان شمالی - دفتر امور اجتماعی و تقسیمات سیاسی کشور

توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه رابطه معناداری وجود دارد.

تحلیل اطلاعات

در فرضیه پژوهش بر آنیم که رابطه بین میزان موفقیت کارکرد دهیاری و توسعه گردشگری در منطقه را به دست آوریم. به منظور آزمون فرضیه فوق از ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن در نرم افزار SPSS استفاده شد. این ضریب رابطه بین دو متغیر گردشگری و کارکرد مدیریت دهیاری و همین‌طور بین زیر مؤلفه‌های متغیر کارکرد دهیاری‌های مرتبط به گردشگری همچون بهبود وضعیت زیست محیطی، حفظ و نگهداری منابع طبیعی و توسعه صنایع دستی را به‌طور جداگانه مورد بررسی قرار می‌دهد.

اطلاعات به دست آمده در جدول ۱ و ۲ آمده است. همان‌گونه که جداول نشان می‌دهند، ضریب همبستگی

روش شناسی

روش استفاده شده در این تحقیق، روش اسنادی به همراه مطالعات میدانی است. روش تحقیق توصیفی کاربردی است و موضوع آن بررسی روابط بین متغیرها و ارائه پیشنهادها کاربردی پذیرد در عرصه عملی است. بررسی تحقیق پس از وقوع یا علی است و از روش پیمایشی استفاده شده و اطلاعات به صورت مستقیم از افراد به دست آمده است. در روش میدانی داده‌ها از پرسشنامه عادی بی‌نام حاوی سئوالات بسته با مقیاس گزینشی‌ای در ارتباط با فرضیات پژوهش استفاده شده است. برای حصول اطمینان مبنی بر اینکه پرسش‌های مطرح شده تا چه اندازه موضوع پژوهش را سنجیده و میزان آن تا چه اندازه است به مطالعه و بررسی روایی پرداخته شده است. ملاک اصلی ارزشیابی ابزارهای اندازه‌گیری روایی است. به منظور تعیین روایی پرسشنامه در اولویت پیش آزمون انجام گرفته و در تهیه پرسشنامه از نظرات

شکل ۳ - قرار گیری روستاهای محور شماره ۲



ماخذ: استانداری خراسان شمالی - دفتر امور اجتماعی و تقسیمات سیاسی کشور

گردشگری اتفاقی و بدون برنامه و مدیریت، مشکلات اجتماعی و زیست محیطی فراوانی را برای مناطق روستایی و کل کشور همراه خواهد داشت که در دراز مدت ضررها و مشکلات آن بیش از فواید آن خواهد بود. لذا قبل از هر اقدامی در جهت تدوین طرح‌ها و توسعه امکانات گردشگری در مناطق روستایی، باید ساختار مدیریتی آن را در رابطه با مناطق روستایی مشخص کنیم و جایگاه مناسبی را برای این فعالیت در تدوین ساختار مدیریت روستایی در نظر داشته باشیم. (قنبری، ۱۳۸۷، ص ۱۴۷ و ۱۴۸). گردشگری روستایی بدون مدیریت و نظارت همه جانبه در محیط روستایی راه به جایی نخواهد برد و اگرچه این صنعت می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای مهم در پیشبرد اهداف مدیریت و برنامه‌ریزی روستایی مؤثر باشد، خود این صنعت به توجه و شناخت جایگاه صحیح در ساختار مدیریت روستایی نیازمند است.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که در صورت وجود مدیریت صحیح دهیاری و پیشبرد ۴۸ بند وظایف خود، روستا به اهداف مد نظر خود می‌رسد. در بررسی چند بند از وظایف فوق در روستاهای دارای دهیاری، این نتیجه حاصل شد که گردشگری توسعه یافته و برای ساکنان منطقه، اشتغال ایجاد شده است.

توسعه پایدار روستایی بر مشارکت روستاییان استوار بوده است و مدیریت به صورت متمرکز و دولتی با توجه به پراکنش گسترده و تفاوت فاحش در ایران دارای توجیهی نبوده و موفقیتی نداشته است؛ لذا ایجاد فعالیت‌های مدیریت‌های محلی در روستا ضرورت پیدا می‌کند و این گونه مدیریت نوین تحت نظر دهیاری آثار بسیار مثبتی در توسعه روستاها دارد. با توجه به اینکه در خصوص مدیریت محلی، راهبرد سیستمی بهترین است و در آن با پرهیز از مطلق‌گرایی، شرایط مناطق مختلف در نظر گرفته می‌شود، به منظور توسعه پایدار گردشگری در منطقه پیشنهاد می‌شود که مدیریت روستایی برنامه‌های آموزشی جهت برخورد هرچه مناسب‌تر با گردشگران را ارائه دهد و گروهی از خود اهالی با گویش‌های محلی را جهت راهنمایی گردشگران تعیین نماید تا گردشگران علاوه بر آشنایی با جاذبه‌های منطقه، با گویش منطقه نیز آشنا شوند. ■

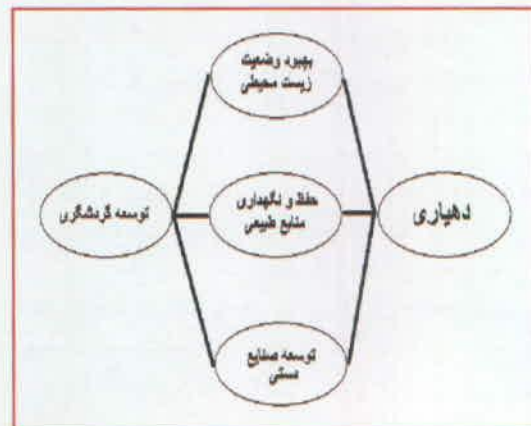
منابع:

- استانداری خراسان شمالی، ۱۳۸۹، دفتر امور اجتماعی و تقسیمات سیاسی کشور
ایمانی جاجرمی، حسین و عبداللهی، مجید. ۱۳۸۸، بررسی تحولات مدیریت روستایی در ایران از مشروطیت تا زمان حاضر، مجله راهبرد، سال ۱۸، شماره ۵۲
بدوی، سید علی، ۱۳۸۸، مدیریت نوین روستایی، مؤسسه فرهنگی اشتیاق نور

اسپیرمن بین دو متغیر گردشگری و موفقیت کارکرد دهیاران در محور شماره ۱ معادل ۱۰٪ است که در سطح ۹۵ درصد اطمینان در جامعه نیز صادق است. به عبارتی می‌توان گفت که دهیارها ۹۵ درصد در توسعه گردشگری در روستاهای محور یک مؤثر بوده‌اند، همچنین از میان این عوامل حفظ منابع طبیعی بالاترین درجه همبستگی را در توسعه گردشگری منطقه دارد؛ زیرا $Sig > 0.05$ (سطح معناداری) است.

در جدول ۲ نیز همان‌گونه که برمی‌آید، ضریب همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر کارکرد دهیاری و توسعه گردشگری برابر با ۰/۱۴ است که می‌توان با ۹۵ درصد اطمینان گفت که وظایف دهیاری تأثیرگذار بر گردشگری، در توسعه این صنعت نقش دارند. نتیجه کلی بر آمده از تحلیل محاسبات نشان دهنده این است که انجام درست وظایف دهیاری‌ها عامل مهمی در توسعه منطقه می‌باشد.

نتیجه گیری



شکل ۴ - مدل تحلیلی تحقیق

جدول ۱ - ضریب همبستگی بین کارکرد دهیار و توسعه گردشگری در محور شماره ۱

کارکرد دهیاری	ضریب همبستگی	۱	* ۰,۰۱	** ۰,۰۹	** ۰,۰۷	** ۰,۰۶
	سطح معناداری	۰	۰,۰۱	۰	۰	۰
	تعداد نمونه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
توسعه گردشگری	ضریب همبستگی	* ۰,۱۰	۱	* ۰,۱	* ۰,۳	* ۰,۰۸
	سطح معناداری	۰,۰۱	۰	۰,۰۴	۰,۰۴	۰,۰۲
	تعداد نمونه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
بهبود وضعیت زیست محیطی	ضریب همبستگی	** ۰,۰۹	* ۰,۱	۱	- ۰,۰۶	۰,۲۵
	سطح معناداری	۰	۰,۰۴	۰	۰,۰۷	۰,۱۵
	تعداد نمونه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
حفظ منابع طبیعی	ضریب همبستگی	** ۰,۰۷	* ۰,۳۴	- ۰,۰۶	۱	۰,۳
	سطح معناداری	۰	۰,۰۱	۰,۰۷	۰	۰,۰۸
	تعداد نمونه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
توسعه صنایع دستی	ضریب همبستگی	** ۰,۰۶	* ۰,۰۸	۰,۲۵	۰,۳	۱
	سطح معناداری	۰	۰,۰۲	۰,۱۵	۰,۰۸	۰
	تعداد نمونه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: نگارنده

گردشگری، سال اول، شماره ۱
 رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۳، *مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران*، انتشارات سمت
 رکن الدین افتخاری، عبد الرضا، و مهدوی، د، ۱۳۸۵،
 راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده
 از مدل SWOT (مطالعه موردی: دهستان لوسان
 کوچک). *مجله مدرس علوم انسانی*، سال ۱۰، شماره ۴۵
 شایان، حمید، *بهنگام‌سازی سطح‌بندی خدمات‌رسانی
 روستایی استان خراسان (شهرستان بجنورد)*، ۱۳۷۵،

جوان، جعفر، ۱۳۸۲، «گردشگری روستایی و توسعه»،
*مجموعه مقالات بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه
 جهانگردی در کشور*، دانشگاه علامه طباطبایی
 دربان آستانه، علیرضا، ۱۳۸۴، جایگاه مدیریت روستایی
 در برنامه چهارم، *مجله آموزشی، اطلاع‌رسانی و ترویجی
 دهیاری‌ها*، شماره ۱۵
 رضایی، روح اله، سید محمود حسینی و دیگران، ۱۳۹۰،
 ارزیابی اثرات منفی توسعه گردشگری در روستای ایبانه
 استان اصفهان با استفاده از مدل تحلیل عاملی، *مجله فضای*

جدول ۲ - ضریب همبستگی بین کارکرد دهیار و توسعه گردشگری در محور شماره ۲

عامل	آماره	کارکرد دهیاری	توسعه گردشگری	بهبود وضعیت زیست محیطی	حفظ منابع طبیعی	توسعه صنایع دستی
کارکرد دهیاری	ضریب همبستگی	۱	*۰,۱۴	**۰,۰۹	**۰,۰۷	**۰,۰۶
	سطح معناداری	۰	۰,۰۰۵	۰	۰	۰
	تعداد نمونه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
توسعه گردشگری	ضریب همبستگی	*۰,۱۴	۱	*۰,۱۰	*۰,۲۷	*۰,۰۹
	سطح معناداری	۰,۰۰۵	۰	۰,۰۴	۰,۰۴	۰,۰۲
	تعداد نمونه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
بهبود وضعیت زیست محیطی	ضریب همبستگی	**۰,۰۹	*۰,۱۰	۱	-۰,۰۶	۰,۲۵
	سطح معناداری	۰	۰,۰۴	۰	۰,۰۷	۰,۱۵
	تعداد نمونه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
حفظ منابع طبیعی	ضریب همبستگی	**۰,۰۷	*-۰,۲۷	-۰,۰۶	۱	۰,۳
	سطح معناداری	۰	۰,۰۴	۰,۰۷	۰	۰,۰۸
	تعداد نمونه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
توسعه صنایع دستی	ضریب همبستگی	**۰,۰۶	*۰,۰۹	۰,۲۵	۰,۳	۱
	سطح معناداری	۰	۰,۰۲	۰,۱۵	۰,۰۸	۰
	تعداد نمونه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: نگارنده

شماره سوم
 سازمان مدیریت و برنامه ریزی
 عبداللهی، مجید و غضنفر اکبری، ۱۳۸۶، مجموعه قوانین
 و مقررات ده و دهیاری، چاپ چهارم، انتشارات
 قلمستان هنر
 قدیری معصوم، مجتبی و لیلا وثوقی، ۱۳۸۷، گردشگری
 ماجراجویانه، مطالعات جهانگردی، شماره ۴۱
 قنبری، یوسف، ۱۳۸۷، گردشگری روستایی، رویکردی
 جدید در مدیریت روستایی کشور، پیک نور، سال هفتم،

مفخم، لطف الله، ۱۳۳۹، نغمه گ آبادهای ایران، انتشارات
 امیر کبیر
 ملکمان، احمد و سید هادی کریمی، ۱۳۹۰، بررسی مدیریت
 روستایی در ایران با تأکید بر نقش شورا و دهیاری، مجله
 آموزشی و ترویجی دهیاری‌ها، شماره ۳۵

مبانی و الزامات آموزش حقوق شهروندی

■ رسول یگانه، دانشجوی کارشناسی حقوق دانشگاه پیام نور واحد بناب



گردد.

شهروند: یک شهروند یک عضو رسمی یک شهر، ایالت یا کشور است. این دیدگاه، حقوق و مسئولیت‌هایی را به شهروند یاد آور می‌شود که در قانون پیش‌بینی و تدوین شده است. از نظر حقوقی، جامعه نیازمند وجود مقرراتی است که روابط تجاری، اموال، مالکیت، شهرسازی، سیاسی و حتی مسائل خانوادگی را در نظر گیرد و سامان دهد. از این رو از دید شهری موضوع حقوق شهروندی، روابط مردم شهر، حقوق و تکالیف آنان در برابر یکدیگر و اصول و هدف‌ها و وظایف و روش انجام آن است. همچنین نحوه اداره امور شهر و کیفیت نظارت بر رشد هماهنگ شهر است.

حقوق شهروندی

آمیخته‌ای است از وظایف و مسئولیت‌های شهروندان در قبال یکدیگر، شهر و دولت یا قوای حاکم و مملکت و همچنین حقوق و امتیازاتی که وظیفه تأمین آن حقوق به عهده مدیران شهری (شهرداری)، دولت یا به طور کلی قوای حاکم می‌باشد. به مجموعه این حقوق و مسئولیت‌ها «حقوق شهروندی» اطلاق می‌شود. آموزش حقوق شهروندی به عنوان یکی از ضرورت‌های اساسی هر جامعه ملی و سهم اساسی آن در تحقق

مقدمه

تا قبل از این در ایران، شهروندی فقط از منظر شهر و شهرنشینی مطرح و رابطه متقابل یک شهرنشین با شهر، مدیران شهری و شهرداری تلقی می‌شد؛ بنابراین حقوق شهروندی را در گرو تصویب نقشه جامع شهر می‌دیدند، اما استفاده از واژه شهروند و شهروندی یا حقوق شهروندی در سال‌های اخیر در بین حقوقدانان و مجامع قانونی و حقوقی گستره‌ای جامع‌تر یافت. در سال ۸۳ قانونی با عنوان «احترام به آزادی‌های مشروع و حفظ حقوق شهروندی» به تصویب مجلس رسید و به نام «بخشنامه حقوق شهروندی» در قوه قضائیه، دستورکار واحدها گردید. در این مقاله بیشتر رابطه متقابل مدیریت شهری و شهروندان مد نظر است و آموزش شهروندان در این حیطه مورد بررسی قرار گرفته است. آموزش حقوق شهروندان مبانی نظری و سلسله الزامات حقوقی، قانونی و جامعه‌شناختی دارد که در این مقاله به آن در حد توان پرداخته شده است.

مفهوم شهروند و حقوق شهروندی

قبل از اینکه موضوع آموزش حقوق شهروندی تبیین شود، لازم است که مفاهیم شهروند و حقوق شهروندی مورد بررسی قرار گیرد و منظور آنها در این مقاله روشن

حق آموزش حقوق شهروندی، مستلزم تکلیف هر دولت به فراهم ساختن امکانات و زمینه‌های تحقق عینی آن حق می‌باشد؛ بنابراین هر دولت مکلف است که البته در حد امکانات خود به آموزش حقوق شهروندی همت گمارد؛ کما اینکه باید از ایجاد مانع در راه آموزش حقوق شهروندی توسط سازمان‌های غیردولتی و حتی نهادهای بین‌المللی پرهیز کند

چگونه یک شهروند فعال، آگاه و مسئولیت‌پذیر باشند. در واقع، مبنای این آموزش‌ها، پرورش یک شهروند نمونه یا شهروند خوب یا ارائه یک الگوی شهروندی نیست، بلکه به آنان می‌آموزد که چگونه تصمیمات خود را با توجه به مسئولیت‌هایشان در قبال اجتماع و زندگی فردی خود اتخاذ نمایند.

آموزش و تربیت شهروندی، یکی از فروع شهروندی است که با توجه به تحولات سریع اجتماعی، فناوری و سیاسی دوران معاصر، از جمله دغدغه‌های برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران تعلیم و تربیت کشورهای جهان به شمار می‌آید. در کشورهای توسعه یافته مفاهیم شهروندی از دوران کودکی تا نوجوانی آموزش داده می‌شود و دولت نیز آموزش‌های لازم را در اختیار والدین و معلمان قرار می‌دهد. اهداف این آموزش‌ها عموماً شامل موارد زیر است:

- آشنایی با حقوق و مسئولیت‌های شهروندی
- بحث و بررسی درباره سرفصل‌ها و موضوعات مهم شهروندی
- فهم و شناخت جامعه و آشنایی با فعالیت‌های اجتماعی
- مشارکت فعال در یک برنامه اجتماعی یا گروهی

آموزش حقوق شهروندی

منظور از آموزش حقوق شهروندی صرفاً انتقال آموزها نیست، بلکه ایجاد آگاهی و شناخت کافی و مؤثر در خصوص حقوق شهروندی است. در این دیدگاه برای نیل به هدف مزبور، یعنی شهروندی «فعال» و «تأثیرگذار»، به سبب حس همبستگی با دیگران، علائق مشترک و اشتیاق و تمایل برای تعامل و ارتباط یا زندگی جمعی با دیگران، دستیابی به بینش و شعور انتقادی ضروری است. شهروندان به طور داوطلبانه، امکانات خود را جهت کمک به پیشرفت و بهبود شهر به کار می‌گیرند. شهروندان فعال با توجه به تخصص و استعداد خود در سازمان‌ها و کمیته‌های محلی گوناگون، نظیر انجمن اولیاء و مربیان و سازمان‌های غیردولتی عضویت دارند و فعالیت می‌کنند. شرکت در نشست‌ها و اجتماعات شهری، حضور در محکمه‌های عمومی، هیئت منصفه یا هیئت‌های حل اختلاف، مشارکت در پروژه‌های اجتماعی برای پیشرفت جامعه و همچنین یافتن مشکلات و راه‌حل آنها بسیار سودمند خواهد بود. صاحب‌نظران بر این عقیده‌اند که اجتماعات محلی و نهادهای مردم محور می‌توانند با ارائه رفتارهای جدید و نهادینه ساختن آنها در جوامع، نقش مؤثری در ایجاد و بازتولید مفهوم شهروندی ایفاء نمایند.

اهداف آموزش حقوق شهروندی

هدف آموزش حقوق شهروندی توسعه و تقویت

واقعی استناداردهای حقوق شهروندی بر همگان واضح است. بدیهی است که آموزش حقوق شهروندی (حقوق ماهوی) و ساز و کارهای ملی، منطقه‌ای و جهانی تضمین آن حقوق به اشخاص و گروه‌هایی که به واقع حقوق و آزادی‌های شهروندی به آنها تعلق دارد مسئولیتی همگانی و یک راهبرد زیر بنایی و فاقد قید و بندهای زمانی و مکانی است. آموزش حقوق شهروندی، به این حقوق ضمانت و پشتوانه‌ای واقعی و مؤثر می‌بخشد و زمینه ایجاد جامعه مدنی جهانی را فراهم می‌آورد. در حقیقت آموزش حقوق شهروندی اعطای شناخت به کسانی است که بالفعل یا بالقوه در معرض نقض حقوق شهروندی‌شان می‌باشند. در این تدبیر که با اعلام دهه آموزش حقوق بشر (۲۰۰۴-۱۹۹۵) از سوی مجمع عمومی سازمان ملل متحد نیز مقارن گشت بر تحکیم بنیان‌های حقوق شهروندی از درون جامعه ملی انگشت نهاده شده است؛ چرا که تأثیر فشارهای بیرونی بر نظام‌های ملی نسبی است و تا حد زیادی نیز تابع شرایط داخلی هر جامعه ملی می‌باشد.

حق آموزش حقوق شهروندی برخلاف بسیاری از حقوق مدنی و سیاسی، از آن جمله حقوقی نیست که خود به خود محقق و هر دولت، صرفاً از تعرض و مداخله به حریم آن منع گردد. حق آموزش حقوق شهروندی، مستلزم تکلیف هر دولت به فراهم ساختن امکانات و زمینه‌های تحقق عینی آن حق می‌باشد؛ بنابراین هر دولت مکلف است که البته در حد امکانات خود به آموزش حقوق شهروندی همت گمارد؛ کما اینکه باید از ایجاد مانع در راه آموزش حقوق شهروندی توسط سازمان‌های غیردولتی و حتی نهادهای بین‌المللی پرهیز کند.

آموزش شهروندی

به‌طور غیر رسمی در خانه، محل کار یا کارگاه‌های آموزشی یا به‌طور رسمی به‌صورت سرفصل درسی مجزا در مدارس و حتی مدارس ابتدایی یا به‌صورت رشته تحصیلی دانشگاهی در واقع به شهروندان می‌آموزد که



کمترین فشار بیرونی تصمیم بگیرند. به نظر می‌رسد که آموزه‌های دینی و اخلاقی در صدد هستند تا این بخش از استعداد انسانی را که به رابطه فرد با خود و رابطه با آفریدگار تأکید می‌نماید، پرورش دهند. انسان‌ها در کنار فردیت و خلوت خود، استعداد زندگی جمعی مشارکت نیز دارند و برای مهیا شدن برای زندگی با دیگران باید آموزش‌های خاصی را ببینند.

زندگی اجتماعی امروز به دلیل بروز مجموعه‌ای از تحولات بنیادین فرهنگی، صنعتی، اقتصادی و اجتماعی در سده‌های اخیر، مؤلفه‌ها و ویژگی‌هایی یافته که آن را غیر قابل مقایسه با ادوار گذشته ساخته است. این تحولات، اهمیت آموزش شهروندی را بیش از پیش نمایان می‌کنند.

پیمان‌نامه بین‌المللی حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۹۶۶) در بند ۱ ماده ۲ بیان می‌کند: هر کشور طرف این پیمان‌نامه متعهد می‌شود از طریق همکاری و تعاون بین‌المللی به ویژه در قالب طرح‌های اقتصادی و فنی و با استفاده از حداکثر منابع موجود خود برای تحقق تدریجی اعمال کامل حقوق مندرج در این پیمان‌نامه با تمامی وسایل مقتضی، به خصوص با قانون‌گذاری تلاش نماید.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

آموزش حقوق شهروندی به معنای انتقال و نهادینه‌سازی سلسله‌ای از حقوق و تکالیف شهروندان هر جامعه است. شرایط جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، اقتصادی و ایدئولوژیک حاکم بر جامعه، مبانی حقوق شهروندی و آموزش آن را تعیین می‌کنند. آموزش حقوق شهروندی با هر رویکردی که باشد، از چند جهت ضرورت دارد:

رعایت حقوق شهروندی از طریق آموزش و آشنایی با مکانیزم‌های تضمینی جهت مقابله با موارد نقض حقوق شهروندی و التزام و اجبار به رعایت آن تلقی می‌شود. از این منظر متغیر «آموزش حقوق شهروندی»، به عنوان یک متغیر تأثیرگذار آن‌گونه که در پیکره اجتماع نمود واقعی یابد و چگونگی این تأثیرگذاری به صورتی که در چرخه برنامه‌های درازمدت توسعه انسانی قرار گیرد، مورد توجه و تأکید است؛ اهدافی که در پرتو نقش‌های مطلوب و لازم برای شهروندان و حکومت، مفهوم و معنا می‌یابد و در همه شئون حیات فردی و جمعی بشر به منصفه ظهور می‌رسد.

ضرورت آموزش حقوق شهروندی

ضرورت آموزش حقوق شهروندی را می‌توان از سه بعد بررسی نمود که یکی از بعد دینی و اخلاقی و دوم از بعد اقتضای زندگی اجتماعی امروز ما و سومی در استناد و پیمان‌نامه‌هاست.

از لحاظ دینی و اخلاقی، افراد به سبب انسان بودن و برخوردار بودن از کرامت ذاتی، شایسته گرامیداشت هستند. شاید در نگاه اول، به نظر آید که منابع دینی ما به طور صریح و مستقیم به مقوله آموزش حقوق بشر و شهروندی نپرداخته‌اند، اما به دلالت التزام عقلی، ضرورت آموزش حقوق شهروندی از متون دینی قابل استنباط است. ضمناً در آن اعصار، سبک‌ها و ابزار آموزشی به شکل امروزی نبودند و خود پیامبران و امامان، متولی آموزش حقوق و تکالیف انسان‌ها بودند. قانون اساسی کشور ما هم در بند ۶ اصل ۲ قانون اساسی، کرامت و ارزش والای انسانی را در کنار پنج اصل بنیادین توحید، نبوت، امامت، عدل و معاد احصاء نموده است و به طور خاص به سنت آموزش و بسترسازی برای تکریم و شکوفایی افراد جامعه در بند ب اصل دوم، بند ۲ اصل سوم و اصل سی‌ام اشاره می‌کند.

گذشته از آنکه تکریم انسان‌ها و بالتبع آموزش حقوق و تکالیف ایشان، ارزش دینی و اخلاقی محسوب می‌شود، مقتضیات هم‌زیستی در جهان امروز نیز طلب می‌کند تا حقوق و تکالیف اعضای جامعه به آنها آموخته شود. انسان‌ها دارای دو استعداد اصلی هستند. نخست استعداد زندگی فردی که در آن حق دارند سرنوشت فردی خویش را رقم بزنند و برای امور شخصی خود، بدون

حق آموزش حقوق شهروندی، مستلزم تکلیف هر دولت به فراهم ساختن امکانات و زمینه‌های تحقق عینی آن حق می‌باشد؛ بنابراین هر دولت مکلف است که البته در حد امکانات خود به آموزش حقوق شهروندی همت گمارد

**آموزش حقوق شهروندی به معنای انتقال
و نهادینه‌سازی سلسله‌ای از حقوق و
تکالیف شهروندان هر جامعه است. شرایط
جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، اقتصادی و
ایدئولوژیک حاکم بر جامعه، مبانی حقوق
شهروندی و آموزش آن را تعیین می‌کنند**

آموزه‌ها و الزامات اخلاقی و دینی، مقتضیات زندگی اجتماعی امروز و الزامات ناشی از اسناد و پیمان نامه‌های بین‌المللی که از اصلی‌ترین عوامل ضرورت بخش هستند. زندگی در جامعه جهانی چندفرهنگی و به هم پیوسته مبتنی بر کرامت و ارزش والای انسانی، لزوم تغییر در الگوی حکمرانی‌ها و تقویت نقش شهروندان در اداره جامعه و ظهور نسل‌های جدید از حق‌ها و تکالیف‌ها، اهمیت آموزش شهروندان را دوچندان نموده است. به نظر می‌رسد که شیوه‌ها و کیفیت آموزش در برخی موارد، پاسخگوی همه نیازهای همزیستی اجتماعی در دنیای امروز نباشند. از این رو بازنگری در شیوه‌های آموزشی حقوق شهروندی اجتناب ناپذیر خواهد بود. آموزش و آگاهی همگانی نسبت به حقوق و تکالیف شهروندان، بسترسازی اقتصادی و فرهنگی برای اجرای اثربخش و واقعی نظام حقوق و تکالیف شهروندی، توجه به مقوله مطالعات و اندازه‌گیری‌های تجربی و پیگیری دستاوردها و ضعف‌ها، از جمله شیوه‌های انتقال و استقرار مطلوب نظام شهروندی مطلوب هستند. متناسب با ضرورت‌های آموزش حقوق شهروندی، بازنگری در شیوه‌های مناسب آموزش این حقوق هم از واجبات است.

از مهم‌ترین اشکالات پیشروی صاحب‌نظران، توده‌های مردم و متولیان آموزش حقوق شهروندی در ایران، باید به تبیین نشدن رویکردهای دینی و فرهنگی و حقوقی و سردرگمی همگان در این باره اشاره کرد. مهیا نبودن بسترهای اقتصادی، مدیریتی و سیاسی برای آموزش مطلوب و اثربخش، یکی دیگر از اشکالات است. تأکید بر روش‌های آموزش از سطح بالا به پایین به جای آموزش‌های از پایین به بالا اشکال دیگر است؛ علاوه بر این‌ها، در فرآیند آموزش حقوق شهروندی، به اندازه قابل توجهی به مرحله آموزش نظری توجه نشده و سنجش میزان سودمندی، کارآمدی و اثربخشی این آموزه‌ها عمدتاً مورد غفلت قرار گرفته است. ■

منابع:

اخگر قسیم، ۱۳۸۵، شهروند کیست، چه وظایف و مسئولیت‌هایی در قبال دولت و جامعه و دارد؟ گفتگوی بنیاد آرمانشهر، ۸ قوس

ذکاوئی، علی، ۱۳۷۸، نقش تعلیم و تربیت نسل جدید در تحقیق جامعه مدنی، فرهنگ عمومی، ش ۱۶ و ۱۷ سپهری، علی، ۱۳۷۶، جامعه مدنی، سه مرحله مختلف شهروندی، ایران فردا، ش ۴
شکری، نادر، ۱۳۸۶، مجموعه مقالات همایش «نظارت همگانی، شهروندی و توسعه سازمانی»، شهرداری تهران و دانشکده مدیریت، بهمن ۱۳۸۶.
علاقه بند، علی، ۱۳۷۶، جامعه شناسی آموزش و پرورش: نشر روان.

فنازاد، رضا، ۱۳۹۱، ضرورت آموزش حقوق شهروندی، فصلنامه اطلاع رسانی حقوقی.
قربانی، زین‌العابدین، ۱۳۷۲، اسلام و حقوق بشر، دفتر نشر فرهنگ اسلامی
گیدنز، آنتونی، ۱۳۵۴، جامعه‌شناسی، مترجم: منوچهر فکری ارشاد، نشر طوس، چاپ سوم
گلناز مقدم فر، گلناز، ۱۳۸۸، نگاهی به مفهوم و حقوق شهروندی، روزنامه رسالت ۱۶ خرداد ۱۳۸۸.
نژادبهرام، زهرا، ۱۳۸۶، مجموعه مقالات همایش «نظارت همگانی، شهروندی و توسعه سازمانی»، ۱۳۸۶، شهرداری تهران و دانشکده مدیریت، بهمن ۱۳۸۶.

گردشگری سلامت به مثابه صنعتی فراگیر در مناطق آزاد گردشگری؛ رویکرد تحلیلی



■ سودابه کیخا، عضو هیئت علمی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند
■ رزا زادگان اشفرد، کارشناس
ارشد معماری دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکز

درمان به همراه تفریح و استراحت
گردشگری سلامت در تقسیم‌بندی سازمان جهانی گردشگری دارای زیر مجموعه‌های متنوعی بوده و دامنه وسیعی از پیشگیری و درمان را برای افراد در بر می‌گیرد:

گردشگری پیشگیرانه (Preventive Tourism)

در این نوع گردشگری، افراد برای استفاده از امکانات طبیعی موجود در مقصد، اقدام به مسافرت می‌کنند. این امکانات که شامل آب و هوای مطلوب، چشمه‌های آبگرم، مجموعه‌های لجن‌درمانی، محیط‌های ریلکسیشن و ... است، در اختیار افراد قرار می‌گیرد تا آنها تمدد اعصاب یابند. در واقع استفاده از این امکانات هم از لحاظ روحی- روانی و هم از نظر فیزیکی سبب بازیابی توان فرد شده و انرژی لازم را برای ادامه فعالیت عادی وی فراهم می‌نماید. افرادی که در این

طیف دسته‌بندی می‌شوند، ناراحتی یا بیماری خاصی ندارند بلکه با استفاده از امکانات طبیعی در واقع از بروز بیماری و ناراحتی جسمی و روحی جلوگیری می‌کنند.

گردشگری صحت (Curative Tourism)

در این نوع از گردشگری نیز از امکانات طبیعت استفاده می‌شود اما تفاوت اساسی در اینجاست که متقاضیان دارای بیماری یا مشکلات خاصی هستند و برای برگشت به حالت طبیعی و خروج از وضعیت بیماری جسمی یا روحی به این مراکز مراجعه می‌کنند. این افراد باید تحت نظر متخصصان و طی برنامه‌ای درمانی و بهبودمدار از

امکانات مجموعه استفاده کنند.

بیماران پوستی، تنفسی، روماتولوژی و عضله‌ای معمولاً مراجعه‌کنندگان اصلی این گونه خدمات هستند. همچنین بیمارانی که اعمال جراحی خود را پشت سر گذاشته و دوره نقاهت خود را می‌گذرانند نیز با استفاده از آب‌های گرم، دریاچه نمک، لجن‌درمانی، آفتاب و ماسه و شن ... و زیر نظر پزشک و در یک برنامه درمانی و مراقبت بهداشتی فرآیند بهبود خود را تسریع می‌بخشند.

گردشگری درمانی (Medical Tourism)

در این گونه از گردشگری، احتیاج به مداخلات پزشکی احساس می‌شود. مشتری که از بیماری مزمن یا حاد رنج می‌برد برای حل مشکلات درمانی خود یا از روش‌های

بحران اقتصادی سال ۱۹۹۷ در آسیا و سقوط ارزش ارزهای آسیایی، دولت های این کشورها را بر آن داشت تا کوشش های صنعت گردشگری را معطوف به جذب گردشگران پزشکی کنند؛ بنابراین کشور تایلند به سرعت به عنوان قطب جراحی پلاستیک در جهان معروف شد

به ترما که مورد علاقه طبقه اشراف بودند ساخته شد و گردشگری پزشکی رونقی دوباره یافت.

سده های میانه

با فروپاشی تمدن رم، آسیا به مقصد اصلی گردشگری پزشکی تبدیل شده و معابد جای خود را به مراکز درمانی دادند که خدمات پزشکی را برای زائران فراهم می کردند. از جمله چشمه های آبگرم معدنی منصوب به آن سن در ژاپن

چشمه های آن سن در ژاپن

در سال ۱۲۴۸ میلادی، بیمارستان منصوره در قاهره ساخته شد که در زمان خود بزرگترین و پیشرفته ترین بیمارستان جهان به شمار می آمد. این بیمارستان با ظرفیت هشت هزار نفر، مقصد بیماران از مناطق مختلف جهان، بدون در نظر داشتن مذهب یا نژاد بود.

دوران رنسانس

سده های چهاردهم تا هفدهم میلادی، نه تنها به عنوان دوران نوزایی هنر و فرهنگ در اروپا و انگلستان به شمار می رود، بلکه در این دوران گردشگری پزشکی نیز به شکوفایی رسید. روستایی به نام ویل دو یا شهر آب در سال ۱۳۳۶ میلادی به جهت کشف آبگرم غنی از آهن در سراسر اروپا معروف شد. واژه spa (اصطلاح لاتین به معنای درمان از طریق آب) برای اولین بار در این مکان استفاده شد. در سده شانزدهم، طبقه ثروتمند و اشراف اروپا، دوباره آبگرم های دوران رم را کشف نموده و از مناطق گردشگری همچون سن مورتیس، ریل دو، بارن بارن، آخن و بات در انگلستان استفاده می کردند.

دوران پس از رنسانس

تا پایان دوران رنسانس، طبقه اشراف از نقاط مختلف اروپا جهت درمان و معالجه به شهر بات در انگلستان می آمدند. این شهر نخستین شهر انگلستان بود که دارای شبکه فاضلاب بوده و از نظر فناوری، تجاری و اجتماعی بسیار پیشرفته بود. مشهورترین گردشگر در تاریخ گردشگری پزشکی میشل ایکوتم و مونتاین، مبدع فرانسوی فن مقاله نویسی، می باشد که به عنوان پدر گردشگری تجمل گرایانه شناخته می شود. او نخستین راهنمای گردشگری آبگرم ها را در تاریخ گردشگری پزشکی تالیف کرده است. کشف دنیای جدید، مقصدهای تازه ای را برای گردشگران اروپایی ایجاد نمود.

طی دهه ۱۶۰۰ میلادی، انگلیسی ها و هلندی ها ساخت سکونتگاه هایی را در نزدیکی آبگرم های شفاف بخش آغاز نمودند. در این دوران، تصور بر این بود که بومیان آمریکا در فن درمان بیماری ها ماهرند. دانش پزشکی گیاهی آنها استثنایی بود و هم آورد دانش اروپایی ها، آسیایی ها و آفریقایی ها به شمار می رفت. در سده های

پزشکی معمول و متعارف بهره می برد و یا از درمان ها و روش هایی که از نظر دانشمندان تجربی روش های غیر علمی، طب مکمل خوانده می شوند.

در شاخه پزشکی نیز می توان با توجه به وسعت مداخله و نیاز به مراقبت های بهداشتی و درمانی یا جراحی دو نوع تقسیم بندی سبک (فرآیندهای تشخیص و درمان بدون مداخله جراحی و فرآیندهای جراحی بدون بستری و بدون تأثیر حیاتی بر زندگی بیمار) و سنگین (درمان هایی که به بستری در بیمارستان یا مراقبت های ویژه و مراقبت های بعد از مرخصی از بیمارستان نیاز دارند) قائل شد. در این زمینه انواع خدمات درمانی قابل ارائه به گردشگران سلامت به صورت زیر می باشد:

سرپایی: کلیه خدماتی که جهت معاینه (check up) و تشخیص بیماری، انجام امور پاراکلینیکی و درمان به بیماران در کمتر از ۲۴ ساعت ارائه می گردد.

بستری: کلیه خدماتی که با بستری بیمار در مدتی بیش از ۲۴ ساعت ارائه می شود.

تاریخچه گردشگری سلامت

در طول تاریخ بشر، مسافرت به هدف جست و جوی بهتر خدمات پزشکی همواره صورت می گرفته است. در واقع می توان گفت مفهوم گردشگری پزشکی به قدمت خود علم پزشکی می باشد. تاریخ گردشگری پزشکی به دوران باستان بازمی گردد.

دوران باستان

از دوران باستان ارتباطی قوی میان مذهب و بهداشت وجود داشت. یونانیان باستان نخستین کسانی بودند که یک شبکه فراگیر گردشگری پزشکی را پایه گذاری کردند. معابد آسکلیپوس از نخستین مراکز درمانی جهان بود که مردم از همه جا جهت درمان بیماری خود به این مکان ها مسافرت می کردند.

در هندوستان تاریخ گردشگری پزشکی با یوگا و طب آیورودایی توسعه یافته است. از حدود پنج هزار سال پیش، به طور مستمر دسته های زائران در پی شفا و مردم عادی جهت درمان توسط یکی از این روش ها، به هند سفر می کردند. هنگامی که امپراتوری رم به یک قدرت جهانی تبدیل شد، چندین حمام و چشمه آبگرم معروف

درمانی خود در نظر گرفته‌اند.

محورهای گردشگری سلامت

زمینه‌های ارائه خدمات پزشکی با محوریت گردشگری سلامت در دنیا طیف وسیعی از فعالیت‌ها را شامل می‌شود:

آبگرم‌های معدنی^۱، برنامه‌های مدیریت وزن^۲، اعمال جراحی زیبایی^۳، جایگزینی مفاصل^۴، بای‌پس شریان قلب^۵، پیوند اعضا^۶، چشم‌پزشکی^۷، دندان‌پزشکی^۸، توان‌بخشی^۹ و ...

چالش‌های صنعت گردشگری سلامت

عمده‌ترین چالش‌های این صنعت را می‌توان در قالب موارد زیر طبقه‌بندی نمود:

* اغلب شرکت‌های بیمه زیر بار پرداخت بیمه بیمار در تمام طول مدت درمان نمی‌روند و عموماً تنها بخش اصلی درمان را تقبل می‌کنند و مراقبت‌های پس از درمان را که گاهی به چند سال زمان نیاز دارد را بیمه نمی‌کنند.
* امکان مراقبت‌های پس از درمان در آن کشور وجود ندارد و بیمار پس از انجام مرحله اصلی درمان مجبور به بازگشت به وطن خویش است.

* قوانین ضعیف موجود در حوزه جرائم پزشکی
* تغییر مداوم فناوری‌های روز دنیا در حوزه پزشکی

هجدهم و نوزدهم، افراد اروپایی و آمریکایی بسیاری به مناطق دوردست سفر می‌کردند تا درمانی برای بیماری‌های گوناگونی همچون سل بیابند.

دهه ۱۹۰۰ تا سال ۱۹۹۷

در این دوره اروپا و آمریکا نه تنها مراکز مالی و صنعتی بلکه مراکز درمانی و پزشکی جهان نیز به شمار می‌رفتند. گردشگری پزشکی تنها به طبقه بسیار ثروتمند این کشور محدود می‌شد که به دنبال خدمات پزشکی گران قیمت بودند. طی دهه ۱۹۶۰، هندوستان به‌عنوان مقصد گردشگران جنبش دوران جدید در آمریکا مطرح شد. در ابتدای جنبش، بیشتر طبقه ثروتمند آمریکا و بریتانیا این جنبش را تشکیل می‌دادند، اما در نهایت این جنبش به یک صنعت پویایی گردشگری پزشکی تبدیل شد که یوگا و طب آیورودایی (طب هندی) را کشف کرده بودند.

سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۱

بحران اقتصادی سال ۱۹۹۷ در آسیا و سقوط ارزش ارزهای آسیایی، دولت‌های این کشورها را بر آن داشت تا کوشش‌های صنعت گردشگری را معطوف به جذب گردشگران پزشکی کنند؛ بنابراین کشور تایلند به سرعت به‌عنوان قطب جراحی پلاستیک در جهان معروف شد.

سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۶

پس از وقایع ۱۱ سپتامبر و توسعه صنعتی در آسیا گردشگری پزشکی گسترش بی‌سابقه‌ای داشت. به طوری که در سال ۲۰۰۶، تعداد ۱۵۰ هزار شهروند آمریکایی جهت درمان به آسیا و آمریکای لاتین سفر کردند. در این دوره، دندان‌پزشکی و جراحی پلاستیک بیشترین پیشرفت را در این کشورها داشت. تایلند، سنگاپور و دیگر کشورهای جنوب شرق آسیا و آمریکای لاتین توانستند خود را به‌عنوان مقاصد گردشگران پزشکی مطرح نمایند.

سال ۲۰۰۷ به بعد

در سال ۲۰۰۷ تعداد گردشگران پزشکی به رقم بی‌سابقه ۳۰۰ هزار نفر رسید. این تعداد پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۱۰ به یک میلیون نفر برسد که جهت خدمات درمانی مانند جراحی‌های زیبایی، جراحی بای‌پس قلب یا درمان نابازوری به خارج سفر می‌کنند. در سال ۲۰۰۸ بسیاری از شرکت‌های بیمه‌های درمانی آمریکا، استفاده از خدمات درمانی خارجی را مد نظر قرار داده و به بیماران توصیه کرده‌اند که جهت خدمات درمانی غیراضطراری و جراحی‌ها به کشورهای دیگر سفر کنند. همچنین بسیاری دیگر، خدمات درمانی مراکز پزشکی خارج از کشور را به عنوان بخشی از برنامه پوشش



به منظور باقی ماندن در لیست کشورهای تراز اول در حوزه گردشگری سلامت، ضروری است تا فناوری‌های مورد استفاده در حوزه سلامت، مطابق با فناوری‌های روز دنیا باشد و صنعت درمانی کشور همیشه دارای بالاترین استانداردهای کیفی باشد. هرگونه توقف در این رقابت سخت، به معنای خروج از نقشه گردشگری سلامت جهانی است.

* قوانین بیمه‌ای که باید مطابق با استانداردهای جهانی و مورد تایید شرکت‌های معتبر بیمه باشد.

* فقدان یا کمبود پزشکان، پرستاران و نیروی انسانی ماهر و متخصص در حوزه گردشگری سلامت به‌عنوان یکی از چالش‌ها محسوب می‌شود.

* برنامه‌های بازاریابی برای جذب توریست سلامت نیز یکی از مسائل چالش برانگیز در این حوزه است.

گردشگری سلامت در ایران

ایران پس از کشور اردن بیشترین ظرفیت‌ها و قابلیت‌ها را در حوزه گردشگری سلامت در بین کشورهای اسلامی داشته و همچنین از نظر تنوع اقلیمی و جاذبه‌های سیاحتی و زیارتی دارای پتانسیل خوبی برای جذب توریست‌های درمانی می‌باشد. دولت جمهوری اسلامی ایران براساس برنامه‌ریزی‌های خود، تا پایان برنامه چهارم توسعه باید ۳۰ درصد از نیازهای درمانی و بهداشتی کشور را از طریق صدور کالای خدمات پزشکی و گردشگری درمانی فراهم کند. دستیابی کشور به موقعیت مطلوب در زمینه گردشگری سلامت در عرصه بین‌المللی براساس چشم‌انداز ۲۰ ساله و قانون برنامه چهارم توسعه اجتماعی، اقتصادی و سیاسی دولت جمهوری اسلامی ایران از جمله اهداف این برنامه می‌باشد. پیشرفت‌ها، دستاوردهای پزشکی و سطح بالای تجهیزات بهداشتی-درمانی در کشورمان، امکان و فرصت‌های جدیدی را برای حوزه گردشگری به‌ویژه

در زمینه جذب گردشگری سلامت ایجاد نموده و از سویی تنوع، کیفیت بالا و پائین بودن قیمت خدمات درمانی با توجه به شرایط و موقعیت جغرافیایی ایران از عوامل مؤثر در جذب گردشگری پزشکی به شمار می‌آیند. ایران در برخی علوم نظیر سلول‌های بنیادی و ترمیم ضایعات نخاعی جزء برترین‌های دنیا است و در مباحثی نظیر ناباروری، پیوند کلیه و... قادر به رقابت با کشورهای پیشرفته جهان می‌باشد که این موضوع می‌تواند زمینه‌های توسعه گردشگری درمانی را فراهم سازد. علاوه بر آن سابقه درخشان و کهن طب پزشکی، طب سنتی و معنوی ایرانی، وجود پزشکان ماهر و سرشناس در رشته‌های مختلف، وجود ذخایر گسترده طبیعی، چشمه‌های آب معدنی گرم و... را نیز می‌توان از عوامل مهم و تأثیر گذار در جذب گردشگر خارجی در ایران دانست. در سال ۸۲ برای نخستین بار گردشگری درمانی در گردشگری ایران از سوی وزارت بهداشت مورد توجه قرار گرفت، اما از رونق بالایی برخوردار نبود. در سال ۸۳ و پس از ادغام دو سازمان میراث فرهنگی و ایرانگردی و جهانگردی، شورای مستقل به همین نام ایجاد شد که متأسفانه آن هم هنوز رشد چشمگیری نداشته است. بیشترین تعداد کسانی که برای درمان وارد کشور می‌شوند، برای درمان بیماری‌هایی از قبیل درمان ناباروری، خدمات دندانپزشکی از قبیل جراحی فک و صورت، جراحی قلب و جراحی‌های پلاستیک به مراکز درمانی مراجعه می‌کنند. متأسفانه به دلیل نبود نظام جامع و هماهنگ گردشگری درمانی کشور و با توجه به اینکه بیمارستان‌ها در حال حاضر موظف نیستند تعداد بیماران خود را به وزارت بهداشت گزارش کنند، آمار دقیقی از بیماران خارجی که در ایران درمان می‌شوند، وجود ندارد. بنا بر اعلام کارشناسان به طور کلی سالانه حدود هفت هزار بیمار با انگیزه گردشگری و به منظور درمان وارد کشورمان می‌شوند



پیشرفت‌ها، دستاوردهای پزشکی و سطح بالای تجهیزات بهداشتی-درمانی در کشورمان، امکان و فرصت‌های جدیدی را برای حوزه گردشگری به‌ویژه در زمینه جذب گردشگری سلامت ایجاد نموده و از سویی تنوع، کیفیت بالا و پائین بودن قیمت خدمات درمانی با توجه به شرایط و موقعیت جغرافیایی ایران از عوامل مؤثر در جذب گردشگری پزشکی به شمار می‌آیند

توانمندی‌ها و ظرفیت‌های پزشکی و درمانی ایران و ارائه خدمات تخصصی به گردشگران خارجی
 * حضور چشمگیرتر شرکت‌ها و آژانس‌های گردشگر و مراکز درمانی بخش خصوصی با حمایت دولت برای حضور در بازارهای گردشگری کشورهای منطقه و بازاریابی این حوزه

* طراحی و اجرای سیستم آمار گردشگری خارجی
 * تدوین سند ملی و برنامه چهارساله گردشگری سلامت کشور (با همکاری مدیران تدوین برنامه ملی گردشگری کشور)

* ساماندهی و تقویت امکانات پزشکی داخل کشور و فراهم آوردن زمینه بهره‌برداری از آنها برای گردشگر خارجی
 * تدوین و ایجاد پوشش کامل بیمه‌ای برای گردشگران خارجی

اهداف صنعت گردشگری سلامت در ایران

* اشتغال‌زایی و رشد کیفی در بخش سلامت کشور و نزدیک شدن به استانداردهای جهانی
 * کسب درآمد و ارزآوری به کشور و حمایت از رشد اقتصادی در کشور
 * تبدیل شدن به قطب گردشگری سلامت در منطقه؛ جذب گردشگران سلامت از کشورهای آسیای میانه و قفقاز، کشورهای حاشیه خلیج فارس و کشورهای اسلامی
 * ساماندهی بیماران داخلی که برای درمان به خارج از کشور سفر می‌کنند. ■

پی‌نوشت‌ها:

- 1-Health spas
- 2-Weight management programs
- 3-Cosmetic and plastic surgery
- 4-Knee replacement
- 5-Coronary By-pass surgery
- 6-Organ transplant
- 7-Lasik surgery
- 8-Dental implantation
- 9-Rehabilitation and recuperation

که می‌توانند نقش اساسی در توسعه بخش گردشگری داشته باشند، اما ایران تاکنون در زمینه گردشگری درمانی نتوانسته به درستی از ظرفیت‌های خود استفاده کند. از جمله استان‌های مستعد گردشگری سلامت در سطح کشور می‌توان به استان‌های تهران، خراسان رضوی، شمالی و جنوبی، فارس، یزد، قم، همدان، گلستان، زنجان، ایلام، هرمزگان، سمنان، قزوین، آذربایجان غربی و اردبیل اشاره نمود که در آنها از چشمه‌های آبگرم تا بیمارستان‌های مجهز، فرصت‌های مناسبی را برای گسترش این صنعت فراهم نموده‌اند. یکی از جاذبه‌ها و امتیازات ایران برای گردشگری درمانی در حوزه آب درمانی است، به طوری که در حال حاضر بیش از ۱۰۰۰ چشمه آب معدنی شناسایی شده است اما در این زمینه کشور هنوز نتوانسته جایگاهی برای خود کسب کند. قیمت ارزان خدمات پزشکی به نسبت دیگر کشورهای منطقه از جمله دیگر مزایای ایران برای فعالیت در حوزه گردشگری درمانی محسوب شده است.

توسعه گردشگری سلامت در ایران

در کل برنامه‌ها و فعالیت‌های صورت گرفته در جهت توسعه گردشگری سلامت در ایران عبارتند از:

* تشکیل شورای سیاستگذاری گردشگری سلامت با عضویت نمایندگان وزارت بهداشت، وزارت رفاه، مدیرکل دفتر طرح‌های توسعه و سرمایه‌گذاری، دبیر ستاد گردشگری سلامت (گردشگری درمانی)، رئیس بازاریابی و تبلیغات و مدیرکل تجهیز منابع و بودجه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به ریاست معاون گردشگری سازمان میراث فرهنگی

* تهیه طرح جامع گردشگری سلامت و گردشگری درمانی (تلاش برای جذب بیمار، فراهم شدن مقدمات ورود بیمار به ایران، نظارت بر مراکز درمانی و جمع‌آوری آمار بیماران از جمله جزئیات این طرح و وزارت بهداشت است.)

* حضور در نمایشگاه‌های خارج از کشور به خصوص در کشورهای حوزه خلیج فارس
 * شناسایی و تجهیز مراکز درمانی دولتی و خصوصی که قابلیت ارائه سرویس‌های مناسب استاندارد درمانی را دارا باشند.

* طرح جامع ایمنی پزشکی گردشگری که بر اساس قطعنامه نهمین اجلاس سازمان جهانی گردشگری تدوین شده است.

* انجام مطالعات درباره مراکز آب درمانی و تلاش برای جذب سرمایه‌گذاری برای ساخت این مراکز
 * صدور ویزای درمانی و اختصاص امتیازاتی برای افراد دریافت‌کننده این ویزا

* امکان صدور بیمه‌های درمانی برای گردشگران خارجی توسط سازمان‌های بیمه‌گر دولتی و بخش خصوصی
 * سرمایه‌گذاری، برنامه‌ریزی و معرفی و اطلاع‌رسانی

سفرنامه روسیه

قسمت دوم

تهیه و تنظیم: علی اصغر ذاکری هرندی، دکترای برنامه‌ریزی شهری و شهردار زرین شهر اصفهان



موزه ارمنیان - سن پترزبورگ

بار، یوری دست راست تزارها در اینجا جشن بزرگی برپا کرد و آنها شهر مسکو را بنا نمودند. ساختمان بیمارستان در سال ۱۷۷۵ احداث شد و در جنگ جهانی دوم، مجروحان در آن مداوا می‌شدند. در شوروی سابق، استفاده از اجناس و خوراکی‌های خارجی ممنوع بود و مک دونالد، اولین اغذیه فروشی خارجی در روسیه است.

روبه‌روی مجسمه یوری که بر اسب سوار است، ساختمانی با یک بالکن وجود دارد که لنین، یکی از سخنرانی‌های معروفش را در آنجا ایراد کرده است و چون وسط خیابان قرار گرفته بود، آن را به عقب انتقال داده‌اند. ساختمان هفت خاوه‌ران، دو ساختمان اداری، دو ساختمان مسکونی، دو هتل، یک دانشگاه، میدان سرخ و مجلس دوما در نزدیکی هم قرار دارند.

کلیسای والتیک مقدس در وسط میدان سرخ به عنوان موزه استفاده می‌شود که توسط یک معمار ایتالیایی ساخته شده است. روایت شده است که پس از ساخت این کلیسا چشمان این معمار را از حدقه درآوردند تا دیگر چنین ساختمانی نسازد. روبه‌روی این کلیسا ساعتی وجود دارد که هر ۱۵ دقیقه یک بار به صدا در می‌آید. موزه تاریخ، ساختمان قرمز رنگی است که در سمت جنوب میدان قرار دارد. دفتر ریاست جمهوری

مقدمه: در شماره قبل به معرفی کشور روسیه و شهرهای بزرگ و معروف آن پرداختیم که در زیر، توجه علاقه‌مندان به گردشگری را به ادامه آن جلب می‌کنیم:

در شهر سنت پترزبورگ دو فروشگاه بزرگ وجود دارد که هر کدام در حدود ۳۰۰۰۰ متر مربع وسعت دارند و از کوچک‌ترین کالا تا بزرگ‌ترین وسیله مورد نیاز مردم را عرضه می‌کنند. روبه‌روی این دو فروشگاه، محوطه بزرگی جهت پارکینگ پیش بینی شده است که به نظر می‌رسد حدود ۲۰۰۰ خودروی سبک و سنگین را می‌توان در آن پارک کرد.

طراحی خیابان‌ها، فضای سبز، پیاده‌روها، نحوه قرارگیری ساختمان‌های ردیف اول، ساختمان‌های دولتی و غیره علی‌رغم اینکه بیش از یکصد سال از عمرشان می‌گذرد؛ طوری پیش‌بینی شده که تا سالیان سال از رهگذر افزایش جمعیت، با مشکل مواجه نشوند؛ مثلاً هر طرف خیابان‌ها ۵ باند دارد. حداقل عرض پیاده‌روها ۵ تا ۱۵ متر و وسط بعضی آنها قطار شهری پیش‌بینی شده است. فضای باز مناسب جهت پارکینگ روبه‌روی فروشگاه‌های بزرگ و ساختمان‌های اداری پیش‌بینی شده است تا شهروندان بتوانند روی نیمکت‌های نصب شده، استراحت کنند.

تاریخچه مسکو به ۸۶۰ سال پیش باز می‌گردد. اولین

کاخ کرملین) نیز در شرق میدان و هتلی که در حال بازسازی است، در غرب میدان قرار دارد. در محل احداث کلیسای مسیح منجی که در سال ۲۰۰۰ افتتاح شد، ابتدا استخر چهار فصل داشت که آن را تخریب و کلیسا را روی آن به سبک قدیم بنا کردند.

میدان سرخ

میدان بسیار وسیعی است که در مرکز آن، کلیسایی با معماری جالب و دیدنی وجود دارد و اطراف آن را کاخ کرملین، مقبره لنین، موزه تاریخ، هتلی (روبه روی مجلس دوم) با دیوارهای قرمز رنگ و کف سنگی مشکی و قرمز احاطه کرده‌اند.

سمبل کشور هلند و روسیه که با همکاری دو کشور طراحی و اجرا شده است، هزینه بسیاری را به دولت هلند تحمیل کرد و به آن سبب که دولت روسیه سهم خود را پرداخت نکرد، روابط دو کشور تیره شد. هم‌اکنون سر پتر کبیر به جای هرکول قرار دارد و این سمبل در رودخانه مسکو، پایین‌تر از میدان سرخ قرار دارد. در قسمت زیرین سمبل یک کشتی قرار دارد و چهار کشتی دیگر روی آن قرار دارند، سپس مجسمه پتر کبیر و بالای آن سه عدد بادبان کشتی وجود دارد و انتهای آن یک علامت مستطیل کوچک دیده می‌شود که در سمت چپ آن عهدنامه هلند و روسیه قرار گرفته است.

باغ الکساندر

مقبره سرباز گمنام با یک آتش‌گاه در مقبره‌اش در این باغ قرار گرفته است؛ آتشی که از جنگ جهانی دوم (سال ۱۹۴۵) تاکنون روشن نگه داشته‌اند و دو نفر سرباز با لباس کامل نظامی و تفنگ قنداق بلند دو طرف این مقبره به حالت آماده‌باش ایستاده‌اند و یک نفر هم بالای درب ساختمان است که در ساعت ۱۴:۰۰ تعویض می‌شوند. قسمتی از دیوارهای قدیمی شهر، پایین‌تر از مقبره سرباز گمنام حفظ شده‌اند و یک ستون سنگی نیز به عنوان سمبل ساخته شده است. در ادامه، محوطه‌ای گلکاری شده با گل‌ها و رنگ‌های متنوع وجود دارد که نشان‌دهنده سلیقه و هنر طراحان فضای سبز این شهر است. باغ الکساندر ۲۸ هکتار وسعت و ۵ منطقه دارد. این کاخ جهت مهاجرت افراد از کشورهای دیگر استفاده می‌شود و در سال ۱۹۶۱ افتتاح شده است. در زمان شوروی، هر ۵ سال یک بار، اتحاد جماهیر شوروی در اینجا مراسم برگزار می‌کرد و در ساختمان روبه‌روی آن نیز سلاح‌هایی که به دستور پتر کبیر ساخته شده‌اند نگهداری می‌شوند.

بخش دوم، میدان سنا است که مجلس سنا در آن مستقر می‌باشد. مدرسه نظام ارتش سرخ در سال ۱۹۳۴ طراحی و ساخته شده است. منطقه سوم این کاخ بیشتر شامل

کلیساها می‌باشد. توپ جنگ جهانی دوم با کالیبر ۸۹۹ میلی‌متر، وزن ۴۰ تن از جمله دیدنی‌های این منطقه است. توپ تزار فقط نمادین است و با آن شلیک نشده و فقط جنبه زیبایی دارد. بزرگ‌ترین ناقوس، «ناقوس تزار» با وزن بیش از ۲۰۰ تن است که عکس تزار روی آن حک شده است. در آتش سوزی سال ۱۹۳۵، قسمتی از آن جدا شد که ۱۱/۵۰ تن از وزن آن را کاهش داد. اگر این ناقوس به صدا درآید، طنین آن در تمام شهر مسکو شنیده می‌شود.

در منطقه چهار شهر، سه کلیسا وجود دارد. تزارهای روس مراسم تاج‌گذاری را بیشتر در کلیساهای اوسپنیکی، ارخانگلسکی، ویلاگا و شینسفی برگزار می‌کرده‌اند. دین مسیحیت در قرن دهم با مذهب کاتولیک وارد روسیه شد و مسیحیت شرقی نیز در قرن ۱۷ در روسیه شروع به رشد کرد و ارتودکس یکی از گرایش‌ها بود که بر اثر رشد مسیحیت پدید آمد. در باغ الکساندر، صرف نظر از همه جاذبه‌هایی که برای بازدید کنندگان دارد، آنچه بیش از همه جلب توجه می‌کند، وجود ۵ کلیسا است که ساختمان‌های بزرگ آنها با سبک‌های مختلف ساخته شده‌اند و نمای بیرونی و درونی آنها، توجه هر گردشگری را جلب می‌کند و از طرفی با فروش بلیط، منبع درآمد خوبی برای شهر ایجاد کرده است.

نکته قابل توجه در شهرهای سنت پترزبورگ و مسکو، برخورد نرم، بامحبت، نوازشگرانه، دوستانه و ملایم مردم با همدیگر و گردشگران می‌باشد؛ به طوری که در میان پرندگان، خزندگان و حیواناتی از جمله سگ، گربه و ... نیز این حالت وجود دارد و وقتی آنها انسان را مشاهده می‌کنند، احساس رعب و وحشت و ترس در آنها دیده نمی‌شود؛ حتی پرندگان و خزندگان به راحتی از دست انسان غذا دریافت می‌کنند.

در آن حوالی، مسلمان‌ها مسجدی دارند؛ این مسجد سالی جهت اقامه نماز و یک سالن هم برای فعالیت‌های فرهنگی دارد که کار توسعه آن را شروع کرده بودند؛ به طوری که دو مناره آن ساخته شده بود و بقیه قسمت‌ها



مسکو جلوگیری کرده‌اند، اکنون در ابتدای شهر مسکو قرار گرفته است که تعداد فراوانی از برج‌های مسکونی ۱۶ طبقه را در آن محل ساخته‌اند و جمعیت بسیاری در آن منطقه استقرار یافته است و تقریباً مشابه شهرک‌های اقماری کلان شهرهای ایران است، اما نکته قابل توجه اینکه منطقه وسیعی را برای فروشگاه در نظر گرفته‌اند و فروشگاه‌های بسیار وسیع و متنوع جهت احتیاج زندگی انسان‌ها (از بدو تولد تا پس از مرگ) دایر نموده‌اند و جالب‌تر اینکه هر بخش از آنها کاملاً تفکیک شده است؛ یعنی برای خوراک، پوشاک، وسایل زندگی، ساختمانی و غیره، یک بازار جدا همچون بازارچه‌های ایران طراحی شده است که مساحت بعضی از فروشگاه‌های آن به چند هزار متر مربع می‌رسد و برای هر یک از این بازارچه‌ها نیز ورودی‌هایی با نماهای مختلف، گلکاری‌های زیبا، مجسمه‌های جذاب، اسباب بازی کودکان و اغذیه‌فروشی‌های متنوع طراحی شده است. حضور فعال زنان و مردان در عرصه کار و تلاش، به خصوص مردان، باعث شده است تا شهر مسکو با جمعیت ۱۲ تا ۱۳ میلیون نفر، هیچ‌گاه تجمع جمعیت را در معابر، میدان و... به خود نبیند و فقط جهت تردد به محیط کار یا برگشت از آن یا خرید مایحتاج زندگی و تفریح، از منازل خارج می‌شوند. عامل ترافیک در مسکو کم عرض بودن خیابان‌ها نسبت به سنت پترزبورگ (نه نسبت به ایران) است که ناچار باید تاوان پایتخت نشینی را پرداخت نمود و اگر میدان سرخ و اطراف آن را با میدان بهارستان تهران و اطراف آن مقایسه نماییم، تفاوت بسیاری دارند؛ زیرا طراحان آن در دو قرن پیش فکر امروز و فردا را نیز کرده بودند.

ساختمان‌سازی در روسیه به این شیوه است که زمین متعلق به شهرداری است و اجازه ساخت و ساز در ارتفاع بر اساس نوع کاربری به افراد داده می‌شود و جهت دسترسی به خیابان و کوچه، حق ریختن مصالح در معابر وجود ندارد، بلکه باید در قسمتی از پیاده‌رو و روبه‌روی محل احداث، سقف و دیواری مطمئن جهت عبور عابران پیاده احداث کند. بالای آن نیز با پارچه‌ای مخصوص، جهت تبلیغات نامسازی می‌شود تا شهرداری بتواند از آنها استفاده کند و زیباسازی شهر از بین نرود و پس از اتمام ساختمان، تمام نماهای موقت جمع‌آوری می‌شوند و وضعیت به حالت اول باز می‌گردد و زیباسازی جلوه‌گری می‌کند. ■



نیز در حال ساخت بودند.

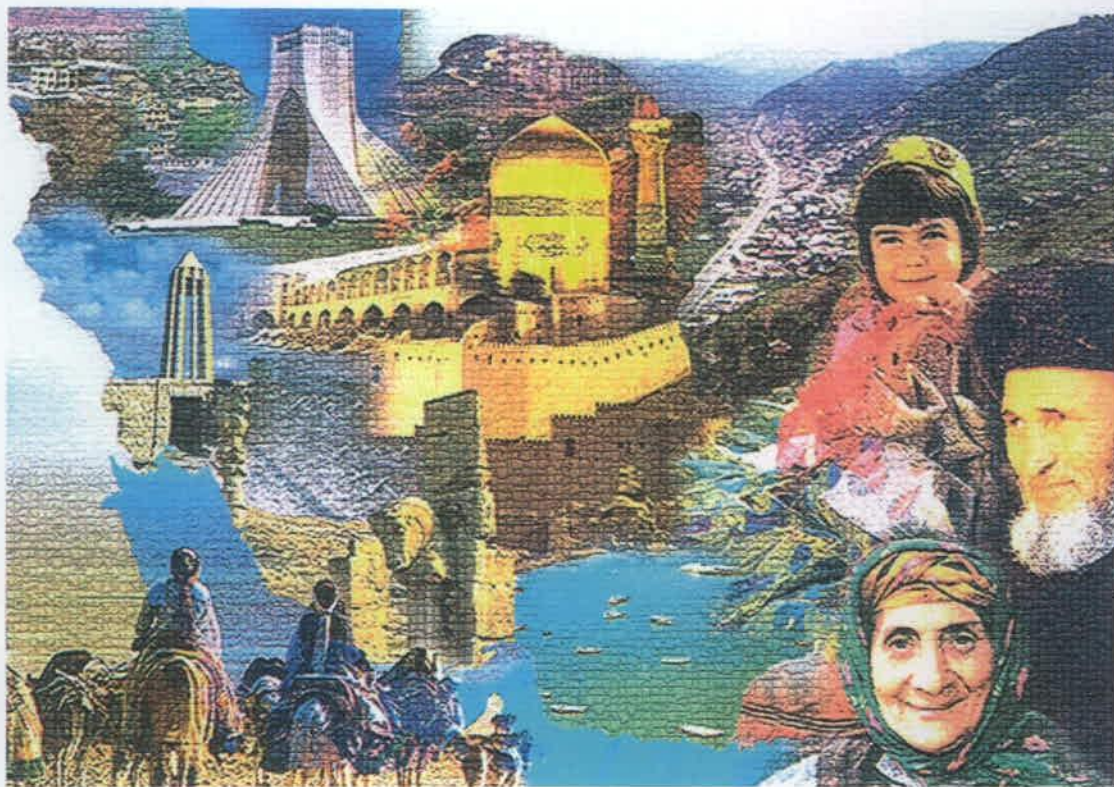
مراکز خرید «اشان» و «مگان»، بزرگ‌ترین مراکز خرید در مسکو هستند. در مسکو آپارتمان‌ها سه یا چهار خوابه‌اند و سه یا چهار خانواده با یکدیگر در آنها زندگی می‌کنند و دلیل این کار کمی درآمد و وضع بد اقتصادی مردم می‌باشد. خانواده‌تزارها به بیماری هموفیلی مبتلا بوده‌اند که نیکولای اول این بیماری را معالجه می‌کند؛ به همین دلیل، وجهه و قدرت بسیاری می‌یابد، از این رو در زمان غیبت راست پوتین، در غذای او سم می‌ریزند که متوجه شده و از خوردن امتناع می‌کند، ولی به او تیراندازی می‌کنند و او را می‌کشند. البته ظاهراً کشته شدن او مشکوک می‌باشد.

ترافیک یکی از مشکلات شهر مسکو است که طی سه روز اقامت در این شهر در معابر عمومی شاهد آن بودیم و در بعضی از معابر، این ترافیک بسیار کند است. هر چند که ناوگان عمومی مانند مترو، تراموا، اتوبوس برقی و معمولی، تاکسی و... فراوان می‌باشد، اما ترافیکی بسیار کند و سنگین دارد. مردم در شهر حالت بی‌کار و سرگردان ندارند یا اینکه برای قدم‌زدن به خیابان نمی‌آیند، بلکه یا از کار روزانه باز می‌گردند یا عازم محل کارند و همین موضوع باعث خلوتی شهر در تمام اوقات شبانه روز می‌شود؛ هر چند که خودروهای تک سرنشین بسیارند.

در ورودی شهر مسکو از سنت پترزبورگ، سه عدد سیم خاردار بزرگ نصب شده که نشان می‌دهد در جنگ جهانی دوم، آلمان‌ها تا آنجا پیش روی کرده‌اند که بعدها روس‌ها در آن مکان در مقابل آنها ایستادگی نموده و مانع ورودشان به مسکو شدند. منطقه‌ایی که روس‌ها نیروهای آلمانی را در آنجا متوقف و از ورودشان به

گردشگری؛ گفت و گوی فرهنگها

■ مریم قاسمی، مدیر گروه اجتماعی مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی



مقدمه

پیش از آنکه یک صنعت و فعالیت اقتصادی باشد، پدیده‌ای است فرهنگی و در ایجاد تغییرات فرهنگی بسیار مؤثر است (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵۲). اگر به ارتباطی که در اثر فعالیت‌های گردشگری به وجود می‌آید به دقت بنگریم رد پای شش عنصر را که شامل گردشگری، میزبان، انگیزه، جاذبه، تأثیر و بستر است در می‌یابیم. در هر فعالیت گردشگری این عناصر قابل تشخیص‌اند و هر جا که امکان گردآمدن این عناصر در کنار هم فراهم باشد می‌توان گفت که گردشگری به عنوان یک ارتباط میان فرهنگی در حال شکل گرفتن است (همایون، ۱۳۷۶: ۲۲۸ نقل از پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۹۸).

در چارچوب گردشگری، فرهنگ به دو بخش سنتی و مدرن قابل تقسیم است و در این دو بعد دارای چشم‌اندازهای متفاوتی است. آنچه که در گردشگری بیشتر مدنظر است پردازش جلوه‌های مختلف فرهنگ‌های سنتی می‌باشد. در جهان سنتی، فرهنگ در قالب رفتارهایی شکل می‌گیرد که در هر جامعه‌ای بنیاد زندگی جمعی را تشکیل می‌دهند و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابند. هنجارهای فرهنگ سنتی برگرفته از میراثی است که به نسل امروزی رسیده است. این فرهنگ سنتی با توجه به تقاضای موجود در بازار

گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و پربازده‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در دنیا است که بالاترین میزان ارزش افزوده را ایجاد می‌کند و به‌طور مستقیم و غیر مستقیم، سایر فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. گردشگری یکی از منابع عمده درآمدزایی و ایجاد اشتغال در جهان به شمار می‌آید، به طوری که بسیاری آن را به عنوان صنعت اول دنیا یاد می‌کنند. رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال اخیر نشان‌دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است. لوئیس ترنر گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبه‌رو است و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد» (لی، ۱۳۷۸: ۱).

توسعه گردشگری موجب رونق اقتصادی و کاهش فقر می‌شود، همچنین تأثیر بسزایی در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و در نتیجه افزایش رفاه اجتماعی دارد. علاوه بر آن گردشگری عاملی است برای گفت‌وگویی بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و از نظر سیاسی نیز، روابط بین ملل و دول را متعادل‌تر و نزدیک‌تر می‌سازد. از این رو برخی از صاحب‌نظران معتقدند، گردشگری

گردشگری در عصر حاضر می‌تواند جاذب گردشگرانی باشد که خواهان یافتن مکان‌هایی با فرهنگ سنتی هستند تا اصالت واقعی را در آن تجربه کنند. از این رو فرهنگ سنتی، به‌خصوص پا گرفته از گذشته‌های دور در مناطق مختلف، که هنوز دارای اصالتی فرهنگی هستند، می‌تواند گردشگران بسیاری را به خود جذب کند. بر این مبنا است که برخی نویسندگان بر فرهنگ تأکید می‌کنند و نقش آن را در شکل‌گیری، رشد و توسعه گردشگری اساسی می‌دانند و فرهنگ را سنگ بنای توسعه گردشگری در نظر می‌گیرند (جعفری، ۲۰۰۱: ۱۴-۱).

صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت چند وجهی، متشکل از اجزاء و انواع گوناگون است. یکی از انواع گردشگری، که امروزه نیز بسیار رونق یافته است، گردشگری فرهنگی است. در این گفتار بر آنیم تا در ابتدا تعریفی از گردشگری فرهنگی ارائه نموده، سپس کشور عزیزمان ایران را مورد مطالعه موردی قرار داده و گردشگری فرهنگی را با توجه به فرهنگ و تمدن ایران بررسی کنیم. بدون شک فرهنگ و تمدن کهن ایرانی پتانسیل بالایی را در توسعه گردشگری فرهنگی دارد و با توجه به این که اثرات منفی توسعه این نوع گردشگری بسیار کمتر از انواع دیگر گردشگری می‌باشد، به نظر می‌رسد توسعه گردشگری فرهنگی می‌تواند یک راهبرد مناسب در توسعه صنعت گردشگری ایران باشد.

گردشگری فرهنگی

گردشگری فرهنگی از جمله رویکردهای مهمی است که در بحث گردشگری صرف، به مباحث فرهنگی نیز می‌پردازد و آگاه‌سازی فرهنگی را یکی از مهم‌ترین رهیافت‌های خود قلمداد می‌کند. در تعریف گردشگری فرهنگی آمده است: «مسافرت افراد از محل سکونت خود به مکان‌هایی که جاذبه‌های فرهنگی دارند. این جا به‌جایی به قصد کسب اطلاعات و تجارت برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می‌شود.» (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵۴).



در جریان گردشگری فرهنگی جنبه‌های معنوی فرهنگ بومی و همچنین تبلور عینی آن به عنوان میراث فرهنگی از پارامترهای اساسی هستند که دارای اهمیت اقتصادی بوده و اطلاعات در آن به‌صورت دیداری منتقل می‌شود (بونی فیس، ۱۳۸۰: ۱۴۳).

میراث فرهنگی به عنوان هدف اصلی در بازدیدهای گردشگری فرهنگی است که شامل عادات محلی، آداب و رسوم، سبک‌های معماری، موسیقی، زبان‌های محلی، ارزش‌های دینی - معنوی و تبلور عینی ادیان در چارچوب مناسک و مکان‌های مقدس می‌باشد. همچنین رابطه میان فرهنگ و زیستگاه آن نیز بسیار نزدیک است و رابطه‌ای دو سویه میان نوع زیستگاه و نوع فرهنگ دیده می‌شود. این برداشت مفهوم "پهنه فرهنگی" را پدید می‌آورد که خود در رابطه با فرهنگ و پهنه جغرافیایی، گونه فرهنگی را شکل می‌دهد. (آشوری، ۱۳۸۰: ۱۰۲). از این رو توان فرهنگی هر مکان می‌تواند شناسایی و برای استفاده در گردشگری مفید واقع شود. گردشگری فرهنگی از دو بعد تعریف می‌شود:

۱. بعد مفهومی گردشگری فرهنگی، «حرکت انسان‌ها برای جاذبه‌های فرهنگی و جدا شدن از مکان معمولی سکونت با هدف به دست آوردن اطلاعات و تجربه جدیدی برای ارضای نیازهای فرهنگی» تعریف شده است.

۲. بعد فنی گردشگری فرهنگی، حرکت انسان‌ها برای جاذبه‌های فرهنگی خاص همچون مکان‌های میراث، نشانه‌های زیبایی شناختی و فرهنگی، هنرها و نمایش‌هایی که خارج از مکان معمولی سکونت قرار دارند را در برمی‌گیرد (باچلیتیر، ۱۹۹۹: ۲۰۱).

در کشورهای توسعه یافته، جذابیت‌های فرهنگی شامل موزه‌های هنری، نمایشنامه‌ها، ارکسترها و سایر کارهای هنری و موسیقی می‌شود. مسافر به محل خاصی می‌رود تا از یک موزه مشهور مثل موزه برادو در مادرید یا لور در پاریس دیدن نماید، یا در سالتی بنشیند که از کستر سمفونی وین برنامه اجرا می‌کند. در منطقه‌های در حال توسعه، این امور به صورت محل‌های مذهبی، صنایع دستی یا فعالیت‌های فرهنگی در می‌آیند. نمونه‌ای از آنها بازدید از جامعه "آمیش" در شهر لنکستر پنسیلوانیاست. در اینجا زندگی به سبک گذشته است و از برق و تلفن هیچ استفاده‌ای نمی‌شود، مردم به این مکان روی می‌آورند و این مسافرت‌ها منبع درآمد بزرگی به حساب می‌آیند؛ زیرا هنرهای دستی و غذایی خانگی به میهمانان عرضه می‌شود (چاک وای، ۱۳۸۵: ۱۵۶).

گردشگری فرهنگی اهداف زیر را مدنظر دارد:

۱. تشویق و تسهیل کار متصدیان حفظ و مدیریت میراث به منظور نشان دادن اهمیت میراث به جامعه میزبان و بازدید کنندگان
۲. کمک به پیشرفت و تشویق صنعت گردشگری برای

حمایت و اداره گردشگری به شیوه‌هایی که میراث و فرهنگ‌های زنده جامعه میزبان را محترم بشمارد و آن را اصلاح کند.

۳. تسهیل و تشویق گفت و گو میان طرفداران محیط زیست و متولیان صنعت گردشگری درباره اهمیت و شکندگی مکان‌های میراث، مجموعه‌ها و فرهنگ‌های زنده از جمله نیاز رسیدن به آینده‌ای پایدار برای آنها

۴. تشویق تدوین‌کنندگان طرح‌ها و سیاست‌ها برای شکل دادن به اهداف و راهبردهای جامع و قابل اندازه‌گیری مرتبط با مکان‌های میراث و فعالیت‌های فرهنگی در زمینه حفظ و نگهداری آنها (ایکوموس، ۱۳۸۱، ۱۶۰-۱۵۹).

علاوه بر این اهداف، شکل‌گیری گردشگری فرهنگی در یک منطقه وابسته به تدارک فرهنگی و ارائه جذابیت‌های موجود، پشتیبانی محلی و منطقه‌ای از گردشگری فرهنگی در مفهوم ساختار اجتماعی و سازمانی و همچنین وجود جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی در تلفیق با هم و شکل دادن به یک چشم‌انداز فرهنگی است. گردشگری فرهنگی بر جامعه میزبان و البته بازدیدکننده تأثیر بسزایی خواهد داشت. گردشگری باعث تقویت فرهنگ، احیاء و زنده شدن الگوها و میراث فرهنگی فراموش شده جامعه میزبان می‌گردد. این فرآیند همواره به خواست جامعه میزبان نبوده بلکه گردشگرانی که به دنبال جذابیت بیشتر هستند، گذشته‌هایی را می‌کاوند که تنها در کتاب‌های تاریخی یافت می‌شود. آنها با ورود به کشور مقصد به کاوش و مطالعه در تاریخ و فرهنگ‌های موجود می‌پردازند و تاریخ ملت میزبان را مرور می‌کنند. برآیند این سفرها دمیدن روحی تازه به میراث و هویت فرهنگی کشور میزبان خواهد بود. از این رو شکل‌گیری این گونه گردشگری و همراه با آن افزایش آگاهی ساکنان محلی درباره مضرات و منافع گردشگری فرهنگی می‌تواند مفید واقع شود. به‌طور کلی گردشگری فرهنگی در هر منطقه می‌تواند واجد آثار زیر باشد:

۱. دوباره کشف کردن و اهمیت یافتن امتیازات فرهنگی گمشده ساکنان محلی

۲. امکان توسعه آگاهی‌های منطقه‌ای در بعد فضایی و هویت فرهنگی و توسعه فزاینده یک احساس خوب تعلق به یک فرهنگ

۳. ایجاد زیر بناهای اقتصادی، در یک دوره بلند مدت

۴. افزایش اشتغال در یک اقتصاد در حال رکود

از میان گردشگران مختلفی که از کشورهای خارجی دیدن می‌کنند، به‌طور عمده گردشگران فرهنگی از وارستگی و بیش عمیق‌تری برخوردارند و در کنار بازدید ظاهری تمایل به مطالعه، بررسی و تعمق در باره مسائل فکری و فرهنگی کشور میزبان نیز دارند. در این راستا، این قبیل افراد با توجه به استعداد، دغدغه‌های فکری و فرهنگی می‌توانند نقش سفیران و مبلغان غیررسمی کشور میزبان

را در کشور خودشان بی‌هیچ چشم‌داشتی ایفا کنند. از جمله ویژگی‌های گردشگران فرهنگی می‌توان به سطح بالای تحصیلات، بالا بودن میانگین سنی و شاغل بودن آنان اشاره کرد.

امروزه گردشگری فرهنگی، بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد. طبق آمار سازمان جهانی گردشگری، ۳۷ درصد از گردشگری بین‌المللی با انگیزه فرهنگی صورت گرفته و به‌طور چشمگیری نیز در حال افزایش است. این رشد، توجه برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و محققان بسیاری را در سراسر دنیا به خود معطوف نموده است. (دولت آبادی، یعقوب زاده، ۱۳۸۸).

گردشگری فرهنگی در ایران

براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۰۶ بالغ بر یک میلیارد نفر بوده و درآمد حاصل از آن بیش از یک هزار میلیارد دلار (حدود ۱/۱ تریلیون دلار) است. این در حالی است که در همین سال تعداد گردشگران بین‌المللی که به ایران وارد شده‌اند ۷۵۰ هزار نفر بوده و درآمد مستقیم و غیرمستقیمی که از این طریق عاید شده از ۷۰۰ میلیون دلار بیشتر نیست. به این ترتیب سهم ایران از نظر تعداد گردشگران بین‌المللی کمتر از یک دهم درصد و درآمد حاصل از آن نیز رقمی در همین حدود است. علی‌رغم اینکه ایران، به واسطه پیشینه تمدنی و باستانی خود از لحاظ وجود آثار باستانی، جاذبه‌های فرهنگی، ظرفیت‌های گردشگری و وجود صنایع دستی بسیار غنی بوده و طبق نظر یونسکو یکی از ده کشور دارای جاذبه‌های گردشگری می‌باشد، باید نقش مؤثرتری را در این صنعت ایفاء کند. اما متأسفانه هنوز نتوانسته است به جایگاه شایسته خود در صنعت گردشگری جهان دست پیدا کند و حتی در میان همسایگان خود نیز رتبه‌ای کمتر از حد انتظار در اختیار دارد.

بدون شک مؤلفه‌های فراوان و متعددی در این ناکامی سهیم‌اند که باید به گونه‌ای علمی و جامع مورد بررسی قرار گیرد. از آنجا که ایران به اقتضای فرهنگ ایرانی - اسلامی و ارزش‌های بومی خود پتانسیل بالایی را در توسعه گردشگری فرهنگی دارد، توسعه گردشگری فرهنگی می‌تواند یک راهبرد مناسب در توسعه صنعت گردشگری برای کشور عزیزمان ایران باشد. بسیاری از گردشگران برای دیدن آداب و رسوم، لباس پوشیدن، معماری، دین و بسیاری دیگر از اجزاء فرهنگی به ایران می‌آیند. آنها به ایران می‌آیند تا در فضای مسجد جامع اصفهان، فلسفه و عرفان اسلامی را جست‌وجو کنند و شاید لحظه‌ای از فضای ماشینی و تاریک دنیای صنعتی رهایی جویند. به تخت جمشید می‌روند تا با

تمدن چند هزار ساله ایران آشنا شوند و به دیدن فرهنگ فولکلور می‌روند تا زیبایی زندگی ایرانیان را لمس کنند. آنان به دنبال آرامش روح‌اند و آن را در این فرهنگ جست و جو می‌کنند.

در توسعه گردشگری فرهنگی، اولین گام شناخت اجزاء و جاذبه‌های آن می‌باشد که در هشت دسته عمده طبقه بندی می‌گردد. این موارد عبارتند از سایت‌های باستان شناسی، تاریخی و فرهنگی، الگوهای خاص فرهنگی، هنرها و صنایع دستی، فعالیت‌های جذاب اقتصادی، اماکن شهری جذاب، موزه‌ها، فستیوال‌ها و رویدادهای فرهنگی و در آخر هم آداب و رسوم مهمان‌پذیری ساکنان. هر یک از این انواع جاذبه‌ها، ویژگی‌ها و خصوصیات خاص خود را دارد که در ادامه به توضیح مختصر آنها می‌پردازیم. خوشبختانه ایران از نظر جاذبه‌های فرهنگی بسیار غنی است و از لحاظ پتانسیل‌های فرهنگی در بین ۱۰ کشور اول دنیا قرار دارد.

سایت‌های باستان شناسی، تاریخی و فرهنگی

شامل یادمان‌های ملی و فرهنگی، ساختمان‌های تاریخی، ساختمان‌های مهم مذهبی و مکان‌هایی که در آن یک اتفاق مهم تاریخی یا مذهبی رخ داده باشد. جذابیت این نوع از منابع گردشگری فرهنگی، به علت قدمت تاریخی یا ارزش مذهبی و ملی آن است؛ به طوری که گاهی معرف یک ملت، یک قوم یا یک تمدن هستند. به عنوان مثال، تخت جمشید یا پارسه، به عنوان مظهر تمدن و فرهنگ ایرانی در بین جهانیان محسوب می‌شود یا مساجد ایرانی به نوعی، گونه‌ای خاص از معماری اسلامی را شامل می‌شوند. بازدید از مناطق جنگی یا اماکنی که در گذشته اتفاقی خاص در آنجا حادث شده نیز در این گروه جای می‌گیرند.

الگوهای خاص فرهنگی

الگوهای خاص فرهنگی به سنت‌ها و شیوه‌هایی از زندگی گفته می‌شود که برای گردشگران جالبند. این الگوهای فرهنگی شامل آداب و رسوم، لباس، جشن‌ها،



شیوه‌های زندگی، اعتقادات مذهبی و فعالیت‌هایی که بیشتر در زندگی روستایی (به ندرت در زندگی شهری مشاهده می‌شوند) هستند. بسیاری از گردشگران از دیدن شیوه لباس پوشیدن و آداب و رسوم مردم یک روستا در دل کویر ایران بسیار لذت می‌برند. آنها سختی سفر را تحمل می‌کنند تا بدانند اعتقادات مذهبی ایرانیان چگونه است؟ آنها چگونه زندگی می‌کنند؟ چگونه شادی می‌کنند؟ چگونه عزاداری می‌کنند و... نکته دیگری که در این نوع از گردشگری فرهنگی برای گردشگران جذاب است، سادگی و بی‌آلایشی فرهنگ و تمدن شرقی است. به طوری که آنها پاک و تصفیه روح را در این نوع از زندگی می‌جویند.

هنرها و صنایع دستی

اشکال مختلف هنرهای اجرایی شامل رقص‌های محلی، موسیقی، تئاتر، هنرهای تجسمی از قبیل نقاشی و مجسمه‌سازی در این گروه جای می‌گیرد. بدون شک زیبایی و اصالتی که هنر شرق دارد، در هیچ جای دنیا یافت نمی‌شود. ایران نیز یکی از تأثیرگذارترین تمدن‌ها در هنر شرق است. شاید برای توضیح، همین یک جمله کافی باشد «هنر نزد ایرانیان است و بس» و به راستی هنر نزد ایرانیان است. در میان رشد بی‌رویه موسیقی‌های گوناگون، موسیقی سنتی ایرانی همواره جایگاه خود را حفظ کرده و به عنوان یک موسیقی فلسفی و عرفانی خود را نشان داده است. رقص‌های محلی ایرانیان بسیار جذاب و متنوع هستند و نمایش‌های ملی ما از جمله تعزیه، در آثار معنوی جهانی ثبت شده‌اند. یکی از ویژگی‌های مهم هنر ایرانی منحصر به فرد بودن آن است؛ یعنی شبیه هیچ هنر دیگری نیست و به نوعی منعکس کننده تمدن ایرانی - اسلامی است.

فعالیت‌های جذاب اقتصادی

در بسیاری از باورها چنین به نظر می‌رسد که هر جا سخن از فرهنگ به میان می‌آید باید بعد اقتصادی موضوع کنار گذاشته شود، اما یکی از اجزای گردشگری فرهنگی، مشاهده، توصیف یا به تصویر کشیدن پاره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی جذاب از قبیل پرورش گیاهان و محصولات کشاورزی، داد و ستد در بازارهای سنتی، به کار بردن تکنیک‌های خاص برای شکار یا ماهیگیری و... است؛ به عنوان مثال، مراسم گلاب‌گیری در قصر کاشان یکی از انواع فعالیت‌های جذاب اقتصادی است؛ به طوری که روند تولید گلاب برای بسیاری از بازدیدکنندگان جالب است و در انتها ممکن است محصول تولید شده را خریداری کنند. امروزه بسیاری از گردشگران برای بازدید از بازارهای سنتی و تاریخی، به مقاصد گوناگون سفر می‌کنند تا ضمن خرید از این

بازارها با فضای تجاری و شیوه دادوستد آنها نیز آشنا شوند.



بگذارد. با توجه به انواع جشن‌های خاصی که در کشور ایران برگزار می‌شود، توسعه این نوع از گردشگری فرهنگی می‌تواند بسیار مفید باشد.

آداب و رسوم مهمان‌پذیری ساکنان

یکی از جذابیت‌های واقعی برای گردشگران، دوستانه بودن و شخصیت مهمان‌پذیری ساکنان محلی در برخورد با آنهاست. گردشگران از این که در جامعه میزبان مورد احترام قرار گیرند و به شیوه‌ای سنتی و بومی مورد استقبال و پذیرایی قرار گیرند بسیار لذت می‌برند. اگر چه معیاری برای اندازه‌گیری نوع و کیفیت این امر وجود ندارد اما با آموزش ساکنان محلی می‌توان آنها را برای پذیرش گردشگر آماده کرد. (تقی‌زاده انصاری، میراث آریا)

جمع بندی

طبق آمار منتشر شده توسط سازمان جهانی گردشگری، تا سال ۲۰۲۰ میلادی تعداد گردشگران در سراسر دنیا به رقمی حدود ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید. این امر نشان دهنده گسترش روزافزون صنعت گردشگری است که در سال‌های اخیر به عنوان صنعت بدون دود، منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها شده است، (ولا، ۱۳۸۴: ۲۶). گردشگری انواع مختلفی دارد و شناخت انواع گردشگری برای برنامه‌ریزی در این عرصه اهمیت اساسی دارد. در یک تقسیم‌بندی، گردشگری به سه نوع فرهنگی، طبیعت‌گردی و ماجراجویانه تقسیم شده است که به‌طور مختصر از آن به عنوان گردشگری ACE یاد می‌شود (فیل، ۲۰۰۳: ۳۳).

گردشگری فرهنگی که در این گفتار به آن پرداخته شد از جمله رویکردهای مهمی است که در کنار بحث گردشگری صرف، به مباحث فرهنگی نیز می‌پردازد و آگاه‌سازی فرهنگی را یکی از مهم‌ترین رهیافت‌های خود قلمداد می‌کند. در گردشگری فرهنگی گردشگر

اماکن شهری جذاب

در مقابل جذابیت‌هایی که اماکن روستایی دارند پارک‌ها، مراکز فرهنگی، سالن‌های نمایش، گالری‌های هنری، حمل و نقل و بسیاری دیگر از عناصر شهری نیز می‌توانند دارای جذابیت باشند. در بعضی از شهرها اجرای هنرهای مختلف، بازی‌ها، اپراها، کنسرت‌های موسیقی و... جذابیت‌های عمده‌ای را هم برای ساکنان محلی و هم برای گردشگران ایجاد می‌کنند. به عنوان مثال: حمل و نقل آبی در بسیاری از شهرها که دارای رودخانه‌ها و کانال‌های گوناگون هستند، منبع خوبی برای جذب گردشگر است. لزوم توسعه شهری در راه رسیدن به این نوع از گردشگری فرهنگی ویژه‌ای دارد. این امر نیازمند مدیریتی قوی و علمی و برپایه علم شهرسازی است.

موزه‌ها

موزه‌ها معمولاً در مکان‌های شهری و با موضوعات مختلفی همچون باستان‌شناسی، تاریخی، قوم‌نگاری، تاریخ طبیعی، هنری، صنایع دستی، علم و تکنولوژی، صنعت و... برپا می‌شوند. در کنار موزه‌ها می‌توان فروشگاه‌های لوازم قدیمی و عتیقه‌ها را نیز در این طبقه قرار داد. بدون شک دیدن موزه ایران باستان و موزه اسلامی برای بسیاری از گردشگران خارجی و حتی گردشگران داخلی دارای جذابیت است. نکته دارای اهمیت در این بحث توجه به مدیریت موزه‌ها و این فروشگاه‌های خاص است؛ به طوری که درصد بالایی از موفقیت موزه‌ها در جلب مخاطب به معماری، امکانات و تسهیلات، شیوه مدیریتی و به طور کلی کیفیت آن بستگی دارد. متأسفانه در ایران به اندازه کافی به موزه‌ها توجه نمی‌شود و بسیاری از آنها تنها به انبار تبدیل شده‌اند.

جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی

انواع و اقسام جشنواره‌های فرهنگی و هنری، راهپیمایی‌های سالانه و کارناوال‌ها در این گروه جای می‌گیرند. امروزه بسیاری از تورهای نمایشگاهی و جشنواره‌ای طراحی شده‌اند که طی برگزاری جشنواره یا نمایشگاه، بازدیدکنندگان را به دیدار از این رویدادهای فرهنگی می‌برند. مراسم عزاداری عاشورا یکی از انواع مطرح این نوع رویدادهاست که با توجه به ارزش مذهبی و تاریخی آن، می‌تواند جذابیت خاصی برای گردشگران خارجی داشته باشد و ضمن آشنا کردن آنها با دلایل این عزاداری‌ها، آداب و رسوم آن را نیز به معرض نمایش

به جست‌وجو، فراگیری و تجربه درباره فرهنگ حال و گذشته جامعه خود یا دیگران می‌پردازد. در واقع گردشگری فرهنگی در کنار بحث درآمد زایی، به مفهوم آگاه سازی مردم در خصوص میراث فرهنگی یک کشور می‌پردازد (Mason, 2008).

گردشگری فرهنگی دارای شاخه‌های بسیار متعددی است که کشور ایران در تمامی ابعاد آن دارای پتانسیل‌های فراوانی است. ایران با تاریخ و فرهنگ کهن خود آنچنان مملو از غنای فرهنگی است که می‌تواند برای سال‌های طولانی جاذبه‌های نامکرر و مطابق با سلیقه تمام مردم جهان را ارائه نماید. این جاذبه‌ها در عرصه فرهنگی، فولکلور، آداب و سنن اصیل و کهن، جشن‌ها، آیین‌ها و مراسم ریشه دار است که حکایت از زندگی پرفراز و نشیب بشر در این سرزمین و رشد فرهنگی انسان‌ها و تاریخ تمدن انسان، ایران و ایرانی دارد.

براساس اعلام سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۱۱ مردم جهان یک هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار برای گذراندن تعطیلات خود در دیگر کشورهای جهان به عنوان گردشگر هزینه کرده‌اند که حاکی از رشد ۱۰۲ میلیارد دلاری نسبت به سال ۲۰۱۰ دارد. بیشترین درآمد به‌دست آمده از صنعت گردشگری متعلق به قاره اروپا می‌باشد، گردشگران کشورهای دیگر حدود ۴۶۳ میلیارد دلار در کشورهای اروپایی هزینه کردند. پس از آن منطقه، آسیا - اقیانوسیه با درآمد گردشگری ۲۸۹ میلیارد دلار قرار دارد و آمریکا با ۱۹۹ میلیارد دلار در رتبه سوم ایستاده است. نکته جالب در گزارش جامع سازمان جهانی گردشگری برای ما این است که ایران از محل درآمدهای گردشگری، بیست و یکمین کشور دنیا در سال ۲۰۱۱ بوده است (کلیک، ۱۳۹۱).

این ارقام نشان می‌دهد که توجه به صنعت گردشگری و چگونگی مدیریت و بهره‌برداری مؤثر از آن، باید جزو اولویت‌های اصلی نظام اقتصادی - اجتماعی کشورهای دارای پتانسیل گردشگری قرار گیرد، تا با بهره‌گرفتن از آثار بی‌شمار آن، گام مؤثری در توسعه همه جانبه یک ناحیه، منطقه یا کشور برداشته شود. ایران نیز به عنوان یکی از کشورهای دارای پتانسیل از این امر مستثنی نیست. ایران از لحاظ اقلیمی و تنوع جانوری یک کشور شبه قاره‌ای است و بنا بر گفته رئیس سازمان جهانی جهانگردی جزء ۵ کشور اول دارای بیشترین جاذبه‌های زیستی و جانوری در دنیا است. همچنین یکی از سه قطب برتر صنایع دستی در دنیا است، صناعی از قبیل سفالگری، شیشه‌گری، قلم‌زنی، مشبک‌کاری، حکاکی روی فلزات، میناکاری، خاتم‌سازی، معرق‌کاری، منبت‌کاری، قالی‌بافی، نمدمالی و ...

ایران معجونی از گوناگونی فرهنگی، زبانی، قومی، زیست محیطی و اقلیمی است. همچنین از لحاظ آثار

تاریخی و میراث فرهنگی جزء ده کشور اول دنیا محسوب می‌شود (یعقوب‌زاده، روزنامه شرق، ۱۳۸۲/۵/۷، گردشگری ثروت پنهان).

ایران باید سعی نماید علاقه مردم جهان را به حضور در کنار مردم ایران و مشاهده و مطالعه آداب و رسوم و رفتار آنان جلب نماید و این امر می‌تواند از طریق برنامه‌ریزی جهت یک مطالعه جامع گردشگری (که همه ابعاد اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی گردشگری را واکاوی می‌نماید) و تدوین شیوه‌های حمایتی اجرایی، سرمایه‌گذاری و اختصاص تسهیلات بیشتر برای هتل‌ها، شرکت‌های هواپیمایی، فرودگاه‌ها و تبلیغ و اشاعه جاذبه‌های گردشگری از طریق اینترنت، فیلم، بروشور، مقاله، نمایشگاه و غیره میسر گردد.

هرچند، شکی نیست که گردشگری نقش مهمی را در احیاء و متنوع‌سازی اقتصادی ایفاء می‌کند، اما در عین حال می‌تواند باعث ایجاد تغییراتی در محیط اجتماعی، اقتصادی و فضای زیستی کشورها نیز بشود. از این رو شناسایی پیامدها و تأثیرات به‌جای مانده در مناطق گردشگری و نیز مطالعه و بررسی آثار گردشگری و پیش‌بینی آنها به منظور برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه گردشگری و افزایش فواید حاصل از آن و کاهش زیان‌های احتمالی آن در جوامع میزبان و در نهایت دستیابی به توازن و توسعه پایدار مناطق گردشگری، اجتناب‌ناپذیر است. اگرچه نتایج منفی توسعه گردشگری فرهنگی، به مراتب کمتر از اثرات مثبت آن است، اما این هنر برنامه‌ریزان و مدیران گردشگری است که با اعمال شیوه‌های صحیح ضمن افزایش آثار مثبت توسعه گردشگری فرهنگی، اثرات منفی آن را نیز به حداقل برسانند.

همان‌طور که اشاره شد، توسعه گردشگری در ایران نیازمند یک نظام مدیریتی قوی و خستگی ناپذیر است تا با برنامه‌ریزی و توجهات ویژه به صنعت گردشگری، بستر را برای توسعه صنعت گردشگری و پذیرش گردشگر، به ویژه گردشگر فرهنگی آماده نمایند.

همچنین سرمایه‌گذاران، مدیران و دست‌اندرکاران بخش خصوصی اعم از مدیران واحدهای آموزشی، هتلداران، آژانس‌های مسافرتی و مدیران سایت‌های مختلف توریستی نیز باید با اعتقاد به غنای فرهنگی، حاکمیت اخلاق در جامعه اسلامی ایران و برخورداری ملت ایران از آموزه‌های الهی و تبعیت از دین مبین اسلام، میهمان‌نوازی، تاریخ و تمدنی بس طولانی و پرافتخار در کنار متولیان و مدیران دولتی زمینه شکوفایی این صنعت را در کشور فراهم آورند. ■

امضای تفاهم نامه همکاری مشترک سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور و سازمان امداد و نجات کشور



قراردادن امکانات و تجهیزات امدادی در برنامه‌های آموزشی و آمادگی سازمان امداد و نجات برای روستاییان، دهیاران و اعضای شوراهای اسلامی روستاها، از جمله وظایفی است که طی تفاهم‌نامه مذکور به عهده سازمان امداد و نجات گذاشته شده است. وی افزود: تجهیز فضاهایی که از طریق دهیاری‌های کشور در اختیار قرار می‌گیرد، به امکانات مورد نیاز برای اسکان اضطراری به منظور استفاده در زمان بروز حوادث، صدور کارت عضویت داوطلبی برای دهیاران، اعضای شوراهای اسلامی روستا و روستاییان آموزش دیده در زمینه امداد و نجات و تجهیز آنان در قالب گروه‌های عملیاتی به لوازم اولیه امداد و نجات و پیگیری لازم جهت تأمین هزینه‌هایی که در زمینه امداد و نجات توسط دهیاران برای امداد و اسکان اضطراری، از جمله خدمات ابتدایی زندگی درخواست می‌گردد. کوشش تبار در ادامه اظهار کرد: با عنایت به اهمیت موضوع، تشکیل کمیته ملی به منظور پیگیری و اجرایی نمودن مفاد تفاهم‌نامه، کمیته استانی به منظور برنامه‌ریزی و هماهنگی اجرای تفاهم‌نامه و کمیته‌های اجرایی در شعب جمعیت هلال احمر با مشارکت دهیاری‌ها نیز در تفاهم‌نامه پیش‌بینی شده است.

وی افزود: ضمناً به منظور ارتقا سطح آگاهی، آمادگی و ایمنی روستاییان و دهیاران، برگزاری مانورهای مشترک بین دستگاهی، همایش‌ها و سمینارهای مشترک و مسابقات آموزشی امدادی، اردویی با موضوعیت امداد و نجات و ایمنی در سطح روستا جهت مشارکت بهینه روستاییان در رعایت نکات ایمنی، از جمله اقداماتی هستند که به طور مشترک در تفاهم‌نامه برای هر دو دستگاه در نظر گرفته شده است.

وی در خاتمه ابراز امیدواری نمود که با تأییدات خداوند متعال و با اجرایی‌شدن این تفاهم‌نامه، تلفات جانی و مالی وارده به روستاییان در زمان حوادث احتمالی کاهش چشمگیری بیابد. ■

تفاهم‌نامه همکاری مشترک سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور و سازمان امداد و نجات کشور در راستای اهداف کلان نظام در خصوص ارتقا سطح آمادگی و ایمنی در جامعه از طریق استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود و توان عملیاتی ارگان‌ها، نهادها و سازمان‌های مردمی و داوطلب‌محور کشور و با عنایت به لزوم پاسخگویی سریع و منسجم به حوادث و نجات جان افراد در معرض خطر در کوتاه‌ترین زمان در مناطق روستایی امضاء شد.

محسن کوشش تبار، معاون امور دهیاری‌های سازمان با اعلام این خبر افزود: با عنایت به ظرفیت به‌وجود آمده طی تأسیس بیش از ۲۸ هزار دهیاری در روستاهای کشور، براساس تفاهم‌نامه مذکور مقرر گردید. در هنگام وقوع حوادث در روستاها، دهیاری‌ها با توجه به وظایف ذاتی خود با سازمان امداد و نجات کشور به عنوان متولی اصلی ارائه خدمات امداد و نجات و رئیس کارگروه تخصصی امداد و نجات و آموزش همگانی کشور، همکاری لازم را داشته و واحدهای امدادرسان را در این خصوص یاری کنند. وی اظهار کرد: طی تفاهم‌نامه مذکور، سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور موظف گردیده است که از طریق استانداری‌ها و دهیاری‌ها، اقداماتی از قبیل ارائه اطلاعات جمعیتی، جغرافیایی و نقشه راه‌های مواصلاتی درون شهری و روستایی و آمار و اطلاعات مورد نیاز در خصوص دهیاری‌ها را جهت برنامه‌ریزی و راه‌اندازی گروه‌های امداد و نجات روستایی در اختیار جمعیت هلال احمر شهرستان‌ها قرار دهد. کوشش تبار افزود: سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور همچنین در زمینه معرفی افراد داوطلب متقاضی دوره‌های آموزشی امدادی، انجام عملیات پشتیبانی و نیز در صورت نیاز ارائه تجهیزات و امکانات لجستیکی در اختیار دهیاری‌ها به منظور انتقال اقلام لازم و نیروها در عملیات‌های امدادی به جمعیت هلال احمر شهرستان، اقدامات لازم را به عمل خواهد آورد. وی در ادامه گفت: همچنین به منظور انجام عملیات امداد و نجات در حوادث محلی و منطقه‌ای، زمینه‌های لازم جهت در اختیار گذاشتن فضای مناسب در روستاها برای اردوگاه‌های اسکان اضطراری و دپوی اقلام امداد و نجات به منظور به‌کارگیری در زمان اضطرار در روستاها را فراهم نماید. کوشش تبار همچنین در خصوص تکالیف سازمان امداد و نجات در این تفاهم‌نامه نیز گفت: سازماندهی و به‌کارگیری نیروهای آموزش‌دیده روستایی در عملیات جست‌وجو، نجات، چادرزنی و توزیع اقلام غذایی و زیستی در هنگام بروز حوادث و...، همکاری و در اختیار

تأسیس ۱۷۲ دهیاری دیگر در آذربایجان شرقی

۷۷/۴/۱۴ با تأسیس ۵۴ دهیاری در استان آذربایجان شرقی در صورتی که خارج از محدوده شهرهای همجوار باشد، موافقت و مراتب به استانداری این استان ابلاغ شد.

در این ابلاغیه از استانداری آذربایجان شرقی خواسته شده که طبق قوانین و مقررات مربوطه، نسبت به تأسیس دهیاری در روستاهای مذکور اقدام و شروع به کار دهیاری‌های مذکور را به سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور اعلام نماید.

بر اساس اعلام دفتر برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه روستایی سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور در حال حاضر، شاخص اصلی صدور مجوز تأسیس دهیاری برای روستاهای کشور، داشتن ۱۵۰ نفر جمعیت یا ۳۰ خانوار و بالاتر می‌باشد و در صورتی که روستایی واجد شرایط جمعیتی برای تأسیس مجوز دهیاری باشد، شورای اسلامی روستا باید به نمایندگی از اهالی روستا برای این امر اعلام آمادگی کند. ■



در پی درخواست استانداری آذربایجان شرقی با تأسیس دهیاری در تعدادی از روستاهای این استان، مراتب بلائین بودن تأسیس دهیاری در ۱۷۲ روستای دیگر این استان از سوی وزیر کشور ابلاغ شد. وزیر کشور با توجه به ماده واحده قانون تأسیس دهیاری‌های خودکفاه در روستاهای کشور، مصوب

تهیه بانک اطلاعات پروانه‌های ساختمانی دهیاری‌ها



محسن کوشش تبار، معاون امور دهیاری‌های سازمان گفت: با توجه به لزوم جمع‌آوری و به‌هنگام‌سازی اطلاعات تعداد پروانه‌های ساختمانی صادر شده توسط دهیاری‌ها، معاونت امور دهیاری‌های سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور با هماهنگی دفتر برنامه و بودجه معاونت توسعه منابع و پشتیبانی سازمان، نسبت به ایجاد فرم جمع‌آوری اطلاعات مربوط به پروانه‌های ساختمانی در قالب سامانه بودجه شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور و تهیه بانک اطلاعات مذکور اقدام نموده است.

وی افزود: به استناد بند ۱۱ ماده ۶۹ قانون وظایف، تشکیلات و انتخابات شوراهای اسلامی کشور و انتخاب شهرداران، مصوب سال ۱۳۷۵ و اصلاحات بعدی آن، صدور مجوز احداث بنا و تأسیسات در روستاها به عهده دهیاری‌ها می‌باشد.

کوشش تبار همچنین اظهار کرد: در گام اول باید تمامی بخشدارانی‌ها نسبت به ثبت تعداد پروانه ساختمانی صادره دهیاری‌های بخش تابعه مربوط به سال‌های ۹۰ و ۹۱ در قالب فرم ایجاد شده در سامانه بودجه شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور به نشانی budget.imo.org.ir اقدام نمایند.

وی افزود: باتوجه به قابلیت‌های سامانه مذکور، لازم است بخشداران به گونه‌ای برنامه‌ریزی نمایند که برای

سال ۱۳۹۲ نیز در دوره‌های زمانی شش ماهه اول (متممی به پایان شهریور) و شش ماهه دوم (متممی به پایان اسفندماه) اطلاعات لازم در سامانه ثبت گردد.

کوشش تبار در پایان تأکید نمود: مسئولیت صحت موارد ثبت شده در سامانه مذکور به عهده بخشداران و مدیران کل دفاتر امور روستایی و شوراهای استانداری‌هاست و بر این اساس ضرورت دارد با توجه به اهمیت موضوع، دقت لازم و کافی برای ثبت اطلاعات مربوطه در سامانه توسط مسئولان صورت پذیرد. ■

■ تهیه و تنظیم: محمد طولابی، کارشناس مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری و روستایی

سلماس

روابط عمومی فرمانداری شهرستان سلماس گفت: آبگرم سلماس، خان تختی، مسجد امام حسین (ع)، کلیسای هفتوان، حمام شیخ، امامزاده برگشاد، امامزاده تازه شهر، سد دریک (شهدای تازه شهر) و سد زولا (۹دی) از جمله اماکنی بودند که مورد بازدید گردشگران قرار گرفتند. از بین جاذبه‌های گردشگری سلماس، خان تختی، حمام شیخ، امامزاده برگشاد و امامزاده تازه شهر، بیشترین بازدید کننده را به خود اختصاص دادند. بازدید از جاذبه‌های گردشگری سلماس نسبت به سال قبل افزایش چشمگیری نشان می‌دهد. شهرستان سلماس به دلیل برخورداری از تاریخ کهن، چشم‌اندازهای طبیعی، شرایط متنوع آب و هوایی و امتیازات فرهنگی، از جایگاه ویژه‌ای در بخش گردشگری برخوردار است.

قم

شناسایی ۱۰ روستای هدف گردشگری، توسعه و گسترش گردشگری، اشتغال‌زایی و کارآفرینی را به همراه دارد که به همین منظور، روستاهای هدف گردشگری قم انتخاب شده‌اند. در نمایشگاه‌های مختلف، ظرفیت روستاهای هدف گردشگری معرفی می‌شود تا سرمایه‌گذاران در صورت تمایل در این مناطق به سرمایه‌گذاری بپردازند. سرپرست معاونت گردشگری و سرمایه‌گذاری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان قم از شناسایی ۱۰ روستای هدف گردشگری در استان خبر داد و افزود: وشنوه، فردو، بنابر، قاهان، تینوج، دستگرد، قلعه چم، سنجان، محمودآباد کاج و غیر از روستاهایی هستند که به عنوان روستاهای هدف گردشگری شناسایی شده‌اند. وی ادامه داد: نظر داریم در این روستاها، مجتمع‌های گردشگری احداث کنیم تا افراد به جای مراجعه به باغ‌ها و ایجاد مشکل برای صاحبان آنها، از فضای بیلابلی این مجتمع‌ها استفاده کنند.

کاشان

مدیر اداره تأسیسات و زیباسازی شهرداری کاشان از نصب ۱۳۰ تابلو اعلانات در سطح شهر خبر داد. وی با اشاره به اینکه این اقدام در معابر عمومی سطح شهر انجام شده است، گفت: بر اساس ماده ۹۲ قانون شهرداری‌ها، تبلیغات روی دیوارهای شهری به غیر از اماکنی که شهرداری آنها را مجاز اعلام کرده، ممنوع می‌باشد و متخلفان، تعدی‌کننده به حقوق عمومی و

قانونی محسوب می‌شوند؛ لذا اداره زیباسازی شهرداری کاشان به افزایش فضاهای تبلیغاتی از طریق نصب تابلوهای اعلانات روی دیوارهای معابر سطح شهر اقدام نموده است.

کیش

طرح‌های توسعه‌ای، امکانات رفاهی و بازسازی فضای ویژه گردشگری در شهر تاریخی حریره کیش در حال اجرا است. به گزارش پایگاه خبری مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، با اجرای این طرح در مجموعه شهر تاریخی حریره، علاقه‌مندان به بناهای تاریخی و پیشینه غنی فرهنگی کشورمان می‌توانند هنگام بازدید از این شهر باستانی ۸۰۰ ساله از امکانات مناسب گردشگری همانند مبلمان شهری مناسب، سرویس‌های بهداشتی و تابلوهای راهنما بهره‌مند شوند. ساخت و تجهیز کارگاه مرمت آثار باستانی، حفاظت و مرمت اضطراری از یافته‌های باستان‌شناسی، نصب ۴۴ تابلو راهنما در سطح شهر برای هدایت گردشگران به این منطقه باستانی و نورپردازی مناسب از دیگر فعالیت‌های اخیر معاونت گردشگری سازمان منطقه آزاد کیش در شهر تاریخی حریره است. شهرتاریخی حریره با قدمت ۸۰۰ ساله و ارزش فرهنگی خود، یکی از پرطرفدارترین جاذبه‌های گردشگری کیش است. بازدید بیش از ۷۵ هزار گردشگر در ایام نوروز از این محدوده باستانی، بیانگر اهمیت این شهر تاریخی برای گردشگران کیش است.

یزد

گرچه یزد جایگاه چندانی در گردشگری تابستانی ندارد، اما امسال وضعیت یزد در توزیع سفرهای تابستانی تا این لحظه از تابستان، نامطلوب بوده و سهم ناچیزی از مسافران تابستانی نصیب نخستین شهر خشتی جهان شده است. البته آمار گردشگران نوریوزی و پاییزی، تا حدی بی‌رونقی تابستان را جبران می‌کند، اما به هر حال تابستان یزد نیز جاذبه‌هایی دارد که در نوع خود بی‌نظیر و دیدن آنها خالی از لطف نیست. گرچه گرمای بیش از حد هوا، هر نوع جاذبه‌ای را تحت تأثیر قرار می‌دهد اما آندیشیدن برخی تدابیر می‌تواند تا حد زیادی به رفع مشکل کمک کند. البته امسال پوشش‌های رسانه‌ای در مورد مشکلات آب یزد نیز تا حدی توانسته بود بر میزان سفر مسافران تابستانی تأثیرگذار باشد و این موضوع بیشتر در نوع سفرهایی دیده می‌شد که مسافران، اقوام و خویشاوندانی در این استان داشتند. ■

افزایش بازدید از موزه های استان اردبیل

■ حدیثه گرشاسبی

سرپرست معاونت گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اردبیل افزود: موزه تاریخ طبیعی استان اردبیل زیر نظر اداره کل محیط زیست و موزه مفاخر اردبیل زیر نظر بنیاد دایرةالمعارف فعالیت می کنند.

از ۱۰ موزه استان موزه چینی خانه مجموعه جهانی شیخ صفی الدین اردبیلی، باستان شناسی، مردم شناسی و صنایع دستی در مرکز استان در اختیار گردشگران و بازدیدکنندگان قرار گرفته است.

این مسئول خاطر نشان کرد: علاوه بر مرکز استان موزه باستان شناسی مشگین شهر، باستان شناسی خلخال و موزه های شهرستان های نمین و نیر خدمات مناسبی را با هدف آشنایی مردم با فرهنگ تاریخ و میراث تاریخی این شهرستان ها به گردشگران ارائه می کنند.

سرپرست معاونت گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اردبیل ابراز داشت: از ۱۲۰ هزار بازدیدکننده از موزه های استان بیشترین بازدید در پنج ماه ابتدای امسال از موزه چینی خانه مجموعه جهانی شیخ صفی الدین اردبیلی انجام شده است.

تقی زاده یادآور شد: ۷۲ هزار نفر از موزه بقعه شیخ صفی الدین اردبیلی و ۴۸ هزار نفر نیز از سایر موزه های استان بازدید کرده اند.

وی گفت: مجموعه جهانی شیخ صفی الدین اردبیلی که همه روزه پذیرای گردشگران خارجی و داخلی است که شامل گنبد الله، آرامگاه شاه

اسماعیل، قنديل خانه، چینی خانه، دارالحدیث، جنت سرا، حرم خانه، چله خانه، صحن، حیاط باغ و شهیدگاه است. سرپرست معاونت گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اردبیل در پایان گفت وگویی خود عنوان کرد: بازدیدکنندگان می توانند اطلاعات ارزنده ای را از کارشناسان مستقر در این مجموعه جهانی دریافت کنند. ■



سرپرست معاونت گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اردبیل گفت: در پنج ماهه سال جاری بیش از ۱۲۰ هزار نفر از موزه های استان اردبیل بازدید کرده اند.

در استان اردبیل ۱۰ موزه در مرکز و برخی از شهرستان های این استان در قالب موزه باستان شناسی آثار و گنجینه های ارزشمند تاریخی مردم شناسی، صنایع دستی و... فعالیت می کنند.

از ۱۰ موزه استان اردبیل هشت موزه زیر نظر اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اردبیل مدیریت می شود و عموم مردم نیز می توانند از این موزه ها در حوزه های مختلف استفاده کنند.

تورهای تهرانگردی، خانه پیرنیا را احیا می کنند



وی ادامه داد: اگر مؤسسه طب اسلامی در خانه پیرنیا واقع نشده بود معلوم نبود که سرنوشت این بخش چه می شد و چه بسا به اندازه قسمت های دیگر آسیب می دید. هر چند اینک نیز ترک هایی در ساختمان دیده می شود که مربوط به ساخت و ساز پاساژ مرجان است و تعمیراتی نیاز دارد اما به هر حال زنده است.

به گفته وی به احتمال زیاد آن که خانه پیرنیا را از طریق مزایده خریداری کرده، قصد تغییر کاربری دارد که در آن صورت ساختمان مؤسسه نیز تحت تأثیر قرار می گیرد و احتمال آسیب هست.

مدیر مؤسسه طب اسلامی و مکمل ضمن اعلام آمادگی برای بازدیدهای گروهی از راهنمایان گردشگری برای بازدید مؤسسه دعوت کرد و گفت: لازم است راهنمایان و مردم از خانه پیرنیا دیدن کنند تا هم معماری شگفت انگیز آن را از نزدیک ببینند و هم طب اسلامی را به آنها معرفی کرد. همچنین می توان به گردشگران خدمات معاینه ارائه داد تا به طور عینی با این طب آشنا شوند. ■

مجموعه خانه پیرنیا در خیابان لاله زار نو با معماری خاص و زیبا، رویدادهایی که در آن رخ داده و قرارگیری در خیابان تاریخی لاله زار نو و همچنین قرارگیری مؤسسه طب اسلامی در حالی که موقعیت ممتازی برای تورهای تهرانگردی دارد، می تواند به این طریق زنده شود، اما مورد توجه قرار نگرفته است.

بخش های مختلف مجموعه خانه پیرنیا از یک سو از معماری خاصی برخوردار است و از سوی دیگر در خیابان لاله زار نو واقع شده که خود روایتگر روند تغییرات فرهنگی و اجتماعی است. اینک در قسمتی از خانه، مؤسسه طب اسلامی و مکمل وابسته به دانشگاه تهران فعالیت دارد که می تواند برای گردشگران داخلی و خارجی جذاب باشد.

دکتر گوشه گیر مدیر مؤسسه طب اسلامی در صحبتی که با اعضای انجمن صنفی راهنمایان تهران داشت به سفر خود به چین اشاره کرد که طی آن گردشگران از مؤسسه های طب سنتی چینی و طب سوزنی دیدار کرده و مبالغ گزافی برای معاینه و یا خرید دارو می پردازند.

گردشگری شهری

(Urban Tourism)

• فرصت‌های تازه برای کارآفرینان در زمینه تدارک نیازمندی‌های گردشگران

• افزایش درآمدهای صاحبان کسب‌وکار در فعالیت‌هایی چون اداره مهمان‌پذیرها و غذاخوری‌ها

• سرزندگی شهر و افزایش درآمد شهرها به‌واسطه کسب‌وکارهای تازه و رفت‌وآمد گردشگران

• بااین‌حال، منتقدان نیز به سهم خود به جنبه‌های منفی گردشگری اشاره می‌کنند که از آن جمله است:

• نزول کیفیات زیست محیطی

• رشد اشتغال در وهله اول در حوزه مشاغل با مزد پائین

• جابه‌جایی در سکونتگاه‌های مرتبط با گردشگری

• چنانچه طرح‌های مربوط به گردشگری نتوانند درآمدساز باشند، هزینه‌های توسعه گردشگری ممکن است به‌بهای کاهش سطح خدمات برای ساکنان شهر منجر شود. از دید برخی منتقدان، حتی با وجود موفقیت طرح‌های گردشگری، نمی‌توان زیان آن را به‌لحاظ از دست رفتن اصالت اجتماعات نادیده گرفت؛ زیرا هم میزبانان و هم مهمانان به دل بستگی‌های گردشگری مشغول می‌شوند و پیوستگی‌های تاریخی و فرهنگی شهر را از یاد می‌برند. در مورد مزایا یا زیان‌های گردشگری نمی‌توان به یک تعمیم کلی دست زد. از جمله عواملی که بر مزایا یا زیان‌های گردشگری تأثیر می‌گذارند، می‌توان از سطح رشد اتحادیه‌های کارگری در میان کارگران صنعت گردشگری، داشتن یا نداشتن سیاست سنجیده در مورد دستمزدها و نوع ترتیبات مربوط به محافظت از محیط‌زیست یاد کرد. مشارکت اجتماع شهری در برنامه‌ریزی گردشگری می‌تواند به ارتقاء مزایای گردشگری یاری رساند. ■

کتاب‌شناسی:

Caves, R. (ed). *Encyclopedia of the City*. - London: Routledge, 2005

رابرت کریستین

طی چند دهه اخیر، گردشگری شهری به‌شدت گسترش یافته است. گردشگری داخلی و خارجی هر دو از اجزاء مهم اقتصاد شهرهاست؛ تا جایی که فعالیت‌های بخش صنعت به‌عنوان منبع اشتغال شهری (← اشتغال شهری) و درآمدهای مالیاتی به‌عنوان منبع درآمد شهرها، اهمیت خود را به‌طور نسبی از دست می‌دهند و در مقابل، بخش خدمات در اقتصاد شهری (← اقتصاد شهری) اهمیت بیشتری می‌یابد. گردشگری یکی از اجزا در حال رشد بخش خدمات در درون شهرهاست.

گردشگری شهری را می‌توان هم از نظر گردشگران و هم از منظر مسائل شهری مورد ملاحظه قرار داد. گردشگران به دلایل گوناگونی به‌سوی شهرها جذب می‌شوند که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

• میراث‌های تاریخی

• پارک‌های تفریحی

• آب‌وهوا

• نزدیکی به محل مراکز تفریحی، مانند چشمه‌های آب معدنی یا پیست‌های اسکی

مدیران شهری نیز به سهم خود، فعالانه در جلب گردشگری تلاش می‌کنند. این فعالیت‌ها، از جمله شامل هزینه برای طرح‌هایی چون برپا داشتن موزه‌هاست. از دیگر فعالیت‌ها می‌توان، ایجاد مناطق تفریحی و حفظ مناطق دارای بافت تاریخی را نام برد.

علاوه بر شهرها، برخی صنایع نیز به تشویق گردشگری می‌پردازند و از گردشگری سود می‌برند: کشتی‌های تفریحی و گشت‌زنی، بنگاه‌های اجاره اتومبیل، سازندگان هتل‌ها و مهمانسراها و شرکت‌های هواپیمایی از جمله مهم‌ترین آنها هستند. گرچه کارآفرینان محلی اغلب در توسعه فعالیت‌های گردشگری نقش اساسی دارند، اما نقش سرمایه‌داران ملی و بین‌المللی در این زمینه هر روز اهمیت بیشتری می‌یابد.

حضور فعال سرمایه‌های ملی و بین‌المللی در صنعت گردشگری و فعالیت مدیریت شهری در جلب گردشگری، حاکی از منافعی است که رشد گردشگری به همراه دارد.

برخی منافع حاصل از گردشگری شهری عبارتند از:

• افزایش فرصت اشتغال برای ساکنان شهر

در دهمین سمپوزیوم مدیران جوان کمیته بین‌المللی پیشگیری و اطفاء حریق چه گذشت؟

■ گزارشی از:

بابک نوراللهی و آرش سرایی، کارشناسان دفتر هماهنگی خدمات شهری سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور



ب) جمع‌آوری دائمی اطلاعات و جامع تجربیات فنی و علمی در زمینه پیشگیری از حریق و نجات در حال حاضر، کشورهای بسیاری عضو این سازمان بین‌المللی می‌باشند و همکاری‌های فنی و اقتصادی را در برنامه‌هایی از جمله برگزاری نمایشگاه و سمپوزیوم دنبال می‌کنند.

تعدادی از اعضای کنونی این کمیته را کشورهای استرالیا، بلاروس، دانمارک، اسپانیا، یونان، ایرلند، آمریکا، ایتالیا، لیتوانی، آلمان، نروژ، سودان، سوئیس، آلبانی، ترکیه، کاستاریکا، گواتمالا، برزیل، پاناما، هندوراس، نیوزیلند، انگلیس، روسیه، بلغارستان، ایران و ... تشکیل می‌دهند. سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور نیز به‌عنوان نماینده کشور جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۸ بعد از پیگیری‌های لازم، موفق به عضویت مجدد در کمیته بین‌المللی CTIF شده است.

دهمین سمپوزیوم کمیته فنی و بین‌المللی CTIF

دهمین سمپوزیوم بین‌المللی کمیته فنی و بین‌المللی پیشگیری و اطفاء حریق کمیسیون مدیران جوان در تاریخ ۲۳ الی ۲۶ اردیبهشت ماه در کشور لهستان برگزار شد. با توجه به احیاء مجدد عضویت ایران در CTIF و با توجه به نیاز دستگاه‌های اجرایی و مدیریتی در آموزش تکنیک‌ها و روش‌های نوین آتش‌نشانی و تبادل

معرفی کمیته فنی بین‌المللی پیشگیری و اطفاء حریق CTIF

اتحادیه بین‌المللی هنگ آتش‌نشانی در ۱۶ آگوست ۱۹۰۰ با عنوان شورای بین‌المللی هنگ آتش‌نشانی در پاریس تأسیس شد. بعد از پایان جنگ جهانی اول، بار دیگر در ژوئن ۱۹۲۹ با نام جدید کمیته فنی پیشگیری و اطفاء حریق (CTIF) راه‌اندازی شد. این کمیته به منظور دستیابی به روش‌های مناسب و مقابله با حریق در پاریس کار خود را آغاز کرد.

این کمیته با هدف مبادله تجربیات در زمینه محافظت در برابر آتش و نجات تلاش می‌کند تا به ارتقاء تسهیلات و توسعه همکاری‌های علمی و فنی در خصوص پیشگیری از آتش‌سوزی و نجات جان آتش‌نشانان در وقایع آتش‌سوزی و بلایای طبیعی بپردازد و در عین حال، سعی در برقراری روابط دوستانه میان نمایندگان آتش‌نشانی و خدمات نجات کشورها، اصل برابری و نوعی همکاری صلح جویانه است.

این کمیته در نظر دارد با نشست‌ها و سمپوزیوم‌های بین‌المللی و برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی، فضای مناسبی را برای تبادل دانش و تجربیات فنی فراهم آورد. این کمیته سه نوع عضو دارد که شامل اعضای عادی، متحد و افتخاری هستند که بر حسب نوع مشارکت مالی و فنی در ردیف عضویت‌های مذکور قرار می‌گیرند.

اهداف CTIF

الف) ارتقاء تسهیلات و توسعه همکاری علمی و فنی در زمینه پیشگیری از حریق، آتش‌نشانی و نجات جان افراد بشری و آتش‌نشانان، همکاری فنی در وقایع آتش‌سوزی و بلایای طبیعی (جز جنبه‌های جدیدی که به‌وسیله دفاع داخلی پوشش داده می‌شوند).

ب) برقراری ارتباط دوستانه بین نمایندگان دسته‌های آتش‌نشانی، خدمات نجات همه کشورها بر اساس اصل برابری و همکاری صلح جویانه

تحقق این اهداف مستلزم موارد زیر است:
الف) تنظیم کردن برنامه‌های کاری که فعالیت‌های همه سازمان‌های CTIF را اداره می‌کند.



و ایشان بحث و تبادل نظر شد.

۲- ایستگاه مرکزی آتش نشانی حرفه‌ای شهر کراکو
این بازدید در تاریخ ۸۹/۲/۲۶ برابر با ۱۶ می ۲۰۱۰ صورت گرفت. شهر کراکو ۷۵۸ هزار نفر جمعیت دارد و از ۸ ایستگاه عملیاتی حرفه‌ای و ۱ ایستگاه آموزشی تحت عنوان «مدرسه آتش نشانی» برخوردار است که به صورت آموزشی و عملیاتی می‌باشد. مرکز فرماندهی آتش نشانی، ایستگاه عملیاتی نجات و حریق، آسایشگاه آتش نشانی و ... مکان‌های مورد بازدید بودند که در خصوص نحوه فعالیت، عملکرد و حوادث مهم شهر کراکو، مذاکراتی با مسئول ایستگاه انجام پذیرفت. قابل ذکر است که در زمان بازدید از ایستگاه، گروه‌های مختلف نجات آتش نشانی، در حال انجام عملیات مهار سیل بودند.

۳- اداره مرکزی آتش نشانیان داوطلب کشور لهستان
این بازدید در تاریخ ۸۹/۲/۲۸ برابر با ۱۸ می ۲۰۱۰ میلادی صورت پذیرفت. در این بازدید با رئیس هیئت مدیره انجمن آتش نشانیان داوطلب و مدیرمسئول مجله STRZAK (آتش نشانیان) و تعدادی از مسئولان این اداره، جلسه‌ای تشکیل شد و از عملکرد کلی آتش نشانیان داوطلب کشور لهستان، گزارشی تهیه گردید. نمایندگان ایرانی نیز ضمن بیان گزارشی از نحوه جذب و به کارگیری نیروهای داوطلب در آتش نشانی، به مهم‌ترین اقدامات، مسابقات ورزشی، جانبازگان و جانبازان آتش نشانی و ... اشاره کردند.

۴- بازدید از ایستگاه آتش نشانی حرفه‌ای و داوطلب شهر پانستوا

این بازدید در اردیبهشت سال ۱۳۸۹ صورت پذیرفت، این ایستگاه در ۴۵ کیلومتری شهر ورشو قرار دارد که به صورت مشترک توسط نیروهای حرفه‌ای و داوطلب آتش نشانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. جمعیت این شهر و محدوده اطراف آن ۱۵۰ هزار نفر است. این شهر یک ایستگاه حرفه‌ای و ۹۰ پایگاه آتش نشانی داوطلب دارد. رئیس ایستگاه فوق، عمده‌ترین حوادث این شهر را حوادث جاده‌ای عنوان کرد و اشاره نمود که تا ۱۰ سال پیش، آتش سوزی، شایع‌ترین حوادث این منطقه بوده، ولی با توجه به اقدامات پیشگیرانه و آموزشی

تجربیات، برنامه‌ریزی لازم جهت حضور نمایندگان سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور صورت پذیرفت.

خلاصه‌ای از مقالات ارائه شده در دهمین سمپوزیم

بین‌المللی کمیسیون مدیران جوان CTIF

۱- اتحاد آتش نشانیان جوان (جوانان مهاجر)

در مقاله فوق به رابطه با کاهش تعداد جوانان در آلمان و استفاده از جوانان مهاجر و چالش‌های پیش رو در پیوستن آنان به نیروهای جوان آتش نشانی اشاره شده است.

۲- زنان و دختران در سازمان آتش نشانیان جوان

در این مقاله آمده است که اکثر مردان نسبت به مشارکت زنان در آتش نشانی نظر مثبت دارند و در ادامه، مشکلات و مزایای حضور زنان در آتش نشانی‌ها بیان شده است. از جمله مشکلات بر شمرده شده در این مقاله، ضعف جسمانی زنان نسبت به مردان، احتیاج به مراقبت بیشتر، مفید نبودن برای انجام کارهای سنگین و پرسش‌های مکرر آنها برای انجام کارها اشاره شده است. در نهایت نیز مقاله به این نتیجه رسیده است که با تمامی این مسائل، حضور زنان و دختران در آتش نشانی‌ها ضروری است و باید به آتش نشانی‌ها پیوندند.

۳- پیوستن به خدمات فعال

در این مقاله در مورد پیوستن جوانان آتش نشانی زیر ۱۸ سال به مجموعه آتش نشانی و به عنوان یک آتش نشانی بعد از ۱۸ سالگی اشاره شده و در ادامه به مراحل این طرح و الزامات مربوط به آن اشاره شده است.

بازدیدها، جلسات و ملاقات‌ها با مسئولان، افراد

و... در سفر

۱- ملاقات با رئیس هیئت مدیره کمیته CTIF و دبیر

برگزاری سمپوزیوم و تعدادی از مسئولان کمیته CTIF این ملاقات در تاریخ ۸۹/۲/۲۵ برابر با ۱۵ می ۲۰۱۰ صورت گرفت. آقای کریستوف میگنات، ضمن ابراز خرسندی و تبریک نسبت به عضویت کشور جمهوری اسلامی ایران در کمیته بین‌المللی CTIF در خصوص برنامه‌های این کمیته توضیحاتی را بیان کرد. در ادامه در خصوص نحوه فعالیت نیروهای داوطلب آتش نشانی در ایران و سایر کشورهای عضو، بین نمایندگان ایرانی



استفاده و ساماندهی نیروهای داوطلب در سازمان‌ها و واحدهای آتش‌نشانی استفاده شود.

۲- برنامه‌ریزی لازم جهت شرکت در مسابقات ورزشی آتش‌نشانان کمیته بین‌المللی پیشگیری و اطفاء حریق همچنین استفاده از رشته‌های ورزشی آن کمیته در مسابقات داخلی آتش‌نشانان صورت پذیرد.

۳- برنامه‌ریزی لازم در سازمان جهت استفاده مؤثر از خدمات کمیته بین‌المللی پیشگیری و اطفاء حریق از جمله تشکیل کمیته راهبری CTIF ایران در سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور انجام شود.

۴- همکاری با کمیته بین‌المللی پیشگیری و اطفاء حریق درخصوص تجارب فنی آن کمیته و کشورهای عضو درخصوص پیشگیری و کنترل آتش‌سوزی جنگل‌ها، علوم نوین در زمینه ایمنی و آتش‌نشانی، مسابقات ورزشی و ...

۵- دعوت از کمیته بین‌المللی پیشگیری و اطفاء حریق و اعضای کمیته جهت حضور در گردهمایی‌ها، همایش و نمایشگاه‌های بین‌المللی، مسابقات ورزشی و ... به منظور تبادل تجربیات بین طرفین

۶- با توجه به اینکه استفاده از بانوان در سیستم آتش‌نشانی کشور ایران به‌صورت کامل و جامع عملی نشده است و در خصوص شیوه اجرا و نحوه حضور بانوان در عملیات اختصاصی مربوطه، از جمله مکان‌های تجمعی بانوان، مانند سالن‌های ورزشی، استخر، آرایشگاه‌ها و ... اقدام مؤثری صورت نگرفته است؛ لذا پیشنهاد می‌شود که از تجارب CTIF در این خصوص استفاده شود. ■

توسط نیروهای داوطلب و افزایش پایگاه‌های آتش‌نشان داوطلب، امروزه حوادث آتش‌سوزی این شهر کاهش یافته و فقط درخصوص حوادث جاده‌ای مشکل داریم. وی همچنین اعلام کرد که نیروهای زن آتش‌نشانی نیز در کنار مردان فعالیت می‌کنند و در اکثر عملیات حضور دارند.

در حال حاضر تعداد ۸۴ نیروی آتش‌نشان حرفه‌ای در این شهر فعالیت می‌کنند که تعداد ۴۰ نفر از آنان زن هستند. در این مرحله از سفر همچنین از مرکز فرماندهی آتش‌نشانی، آشیانه خودروبی، آسایشگاه، زمین ورزشی، برج عملیاتی - ورزشی، تجهیزات و ماشین‌آلات آتش‌نشانان داوطلب و ... نیز بازدید شد.

۵- بازدید از ایستگاه آتش‌نشان داوطلب شهر وسولا
این بازدید در تاریخ ۸۹/۲/۲۸ برابر با ۱۸ می ۲۰۱۰ میلادی صورت پذیرفت. ایستگاه شهر وسولا در یکی از مناطق روستایی قرار گرفته است که قدمتی بیش از یکصد سال دارد. این ایستگاه توسط ۲۸ نفر از نیروهای داوطلب به‌صورت شیفت‌های کاری ۲۴×۴۸ اداره می‌شود که در هر شیفت حداقل ۳ نفر حضور دارند. در ضمن تعداد ۱۱ نفر از این نیروها زن می‌باشند. این ایستگاه به تجهیزات و ماشین‌آلات امدادی و آتش‌نشانی مجهز است و همچنین تعداد ۴ قلاده سنگ نیز جهت استفاده در عملیات‌های جست‌وجو و نجات نگهداری می‌شود. در مجاورت ایستگاه، تالار و رستورانی جهت مراسم و جشن‌های مختلف احداث شده است که درآمد حاصل از اجاره آن به مصرف هزینه‌های ایستگاه آتش‌نشانی می‌رسد.

پیشنهادها

۱- تشکل‌های مردمی و داوطلب می‌توانند در پیشگیری و کنترل حوادث و سوانح نقش مهم و برجسته‌ای داشته باشند؛ به گونه‌ای که به‌عنوان بازوی توانمند سازمان‌های متولی ایمنی در شهر، مشارکت و انجام وظیفه نمایند. در واقع با به‌کارگیری مشارکت نیروهای داوطلب مردمی، یک تعامل دو جانبه جهت مداخله مؤثر در مخاطرات و افزایش ایمنی شهری به‌وجود خواهد آمد. بر این اساس پیشنهاد می‌گردد که از تجارب موفق کمیته بین‌المللی پیشگیری و اطفاء حریق و کشور لهستان درخصوص

رویکردها به طور مداوم، به هر حال از طرف پژوهشگرانی که بر دیرپایی اجتماعی در شهر و نقش شبکه‌های شهری در تولید فرم‌های گزینه زندگی منزوی یا اجتماعی تأکید می‌کنند، مورد پرسش قرار گرفته است. فصل دوم به آن نظر دارد که چگونه تفاوت‌ها و تقسیم‌های اجتماعی به وساطت سازمان فضایی شهرها، تقویت می‌شوند. این فصل به بررسی شیوه‌ای می‌پردازد که مرزهای فضایی، جدایی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را باز تولید می‌کند. خط کشی شهر به مناطق فضایی و اجتماعی برای اکولوژی نواحی شهری مکتب شیکاگو، که در جست و جوی ترسیم الگوهای رشد و سقوط شهری هم چنین الگوهای جدایی‌گزینی اجتماعی بود بحث اصل به شمار می‌آید. این همپیوندی عوامل فضایی و اجتماعی در رویکردهای بعدی به مسائل و سیاست‌های شهری بازتاب یافته بود. فصل چهارم اختصاص به آن دارد که فرآیندهای اقتصادی در فضاهای شهری چگونه در سطوح معنا و بازنمود، بازتاب پیدا می‌کند. این فصل به بررسی روش تغییر اجتماعی - اقتصادی می‌پردازد که می‌توانند از طریق دگرگونی‌های سازمان فضاهای شهری، خواننده شوند. کانون تمرکز در اینجا بر اعیان سازی شهر درونی به مثابه تغییر فرم‌های مادی و معانی فرهنگی آنجاست. شهر درونی همواره به همان اندازه دارای برچسب اجتماعی بوده که برچسب حقیقت فضایی داشته است. شهر درونی جایی که زمانی حاکی از عرصه‌ای کاملاً تهی بوده، به‌طور کامل، به تازگی فضایی از توسعه را بازنمود می‌کند. شهر درونی به عنوان یک مکان شکل و واقعی، در مورد تشکیل مجدد فضاهای شهری، حکایاتی درباره دگرگونی‌های اقتصادی و فرهنگی در دل دارد. رابطه بین فضاهای مادی و نمادین کانون بحث فصل پنجم است که بر جنسیت و جنسی شدن فضاهای شهری متمرکز می‌شود. عده‌ای از منتقدان پیشنهاد کردند که شیوه‌های تصور جسم، اغلب همراه با شیوه‌های تصویر کردن فضا عمل می‌کند. این فصل مکان جسم جنسی شده یا جنسیت یافته در شهر را در سه سطح متفاوت مورد بررسی قرار می‌دهد. معنا، استفاده و شکل فضاهای شهری. این فصل حاکی از آن است که بدن‌ها در چارچوب فضای نمادین، عملی و انتظام رسمی متفاوتند. در بررسی مسائل معنا ابتدا بحث چشم‌اندازهای تاریخی، فرهنگی و اجتماعی را درباره تصور و زنان در شهر مدرن به تصویر می‌کشد. بحث تا سنجش کاربرد فضاهای شهری جنسی شده پیش رفته و به استقبال اثری تازه در جغرافیا و جرم‌شناسی درباره چگونگی تحدید عمل فضایی زنان به وساطت ادراکات فضایی از خشونت و ترس می‌رود. قسمت نهایی این بحث اثر جنسیت را بر شکل گرفتن فضاهای شهری بررسی می‌کند. با سنجش الگوهای تشکیل اجتماع و سکونت همجنس خواهان زن و مرد در شهرهای معاصر. این مباحث در کنار هم نقش معانی فرهنگی عمل فضایی و اشکال فیزیکی استقرار بدن‌ها در شهر را مورد تحلیل قرار می‌دهند. فصل ششم بر فصل مشترک بین ذهن



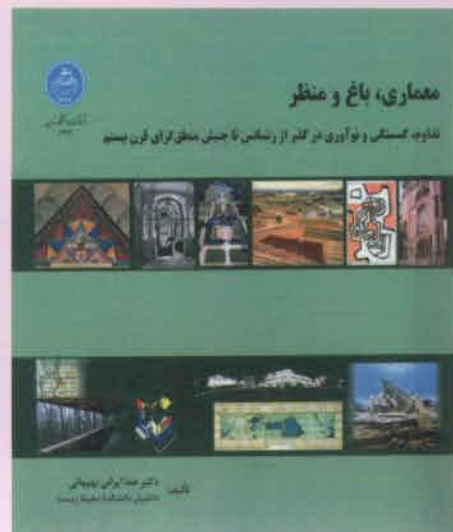
نام کتاب: فضا، شهر و نظریه اجتماعی: مناسبات اجتماعی و شکل‌های شهری
نویسنده: فرن تانکیس
مترجم: دکتر حمیدرضا پارسى، آرزو افلاطونی
ناشر: دانشگاه تهران
چاپ دوم ۱۳۹۰
بهاه: ۵۸۰۰۰۰ ریال

این کتاب روابط بین فرآیندهای اجتماعی و فرم‌های فضایی شهر مدرن را مورد تحقیق قرار می‌دهد. اینکه مقولات اجتماعی کلیدی - مانند اجتماع، نژاد، جنس یا جنسیت - چگونه در عرصه‌های شهر ساخته و باز تولید می‌شوند؟ فرآیندهای اجتماعی - گسترده‌تری مانند تحرک سیاسی یا تغییر اقتصادی - چگونه در شهر شکل می‌گیرد؟ به جای دیدن شهر به مثابه یک فضای ثابت، با فرآیندهای اجتماعی گوناگون که در آن ظاهر می‌شوند. مباحث این کتاب چشم اندازهایی از نظریه اجتماعی را به تصویر می‌کشد تا روایت‌های متفاوتی از شهر را به عنوان عرصه جدایی و رویارویی اجتماعی، بستر سیاست‌ها و قدرت، منظر نمادین و مادی، یک فضای متجسم و هم چنین به عنوان قلمرو تجربه روزمره نشان دهد. به این طریق هدف این کتاب ایجاد ارتباط بین مباحث مطالعات شهری با مباحث گسترده‌تر تحلیل و نظریه اجتماعی است. فصلی که در این کتاب می‌آیند مسائل اجتماعی مختلفی را دنبال می‌کنند که می‌توانند در فضاهای شهر معین شوند. اولین مسئله از این دست شیوه‌ای است که مناسبات اجتماعی به وساطت فضاهای شهری شکل می‌گیرند. در فصل اول این مسئله در چارچوب کشمکش بین اجتماع و انزوا در شهر مطرح می‌شود. در شهرهای مدرن امکان درک اجتماع می‌تواند وجود داشته باشد. بعضی از مباحث اصلی نظریه شهری اجتماعی و جامعه‌شناسی شهر بر پایه چند پارگی اجتماعی و گمنامی شهر مدرن استوار است. این

و شهر متمرکز است. این فصل به شهر به مثابه یک فضای ادراکی و همچنین فیزیکی می‌پردازد. چگونگی تجربه افراد از شهر تنها یا همیشه به وساطت ساختارهای کلان اجتماعی و اقتصادی تعیین نمی‌شود بلکه از طریق خود نقشه‌های ذهنی و عمل خاص فضایی آنها سازمان می‌یابد. مباحث این فصل بر پایه کار سه نظریه پرداز اصلی ذهن در شهر قرار دارد. هر متفکری تصویری درباره چگونگی مواجهه ذهن با شهر ارائه می‌کند. روانشناسی زندگی شهری رابطه شهر با خاطره، رؤیا و ادراک شیوه‌هایی که از آن طریق اعمال روزانه مردم گویای داستان‌های فضایی مختلف درباره شهر است. فصل هفتم این بحث را که مردم چگونه از طریق عمل روزمره و تاکتیک‌های فضایی خلاقانه برای خودشان دست به ایجاد فضا می‌زنند بسط می‌دهد. این مبحث در جست‌وجوی مکان‌ها و اعمالی در شهر است که نظم فضایی و رفتار معمول را پایدار می‌کند. بحث با نظر میشل فوکو درباره «هتروتوپیا» یا فضاهای دیگر آغاز می‌شود که در تطابق با منطق طراحی و استفاده خود آنها کار می‌کند. این فصل سپس با توصیف

اثر رولاند بارت و میشل دستوتو، به بررسی این مطلب اختصاص دارد که چگونه فضاهای شهری ممکن است به گونه‌ای عمل کنند یا بیان شوند که معانی متداول را تغییر دهند یا کاربردهای رسمی را نادیده گیرند. در اندیشه پیرامون مکان‌های بیان در شهر، توجه من نه به مناظر منظم، سایت‌های ارزش‌گذاری شده مصرف یا زمینه‌های ممتاز فرهنگ، بلکه به اعمال خرده فرهنگی و پراکنده روزمره است. یافتن راه‌های مختلف بودن در شهر می‌تواند یک مسئله تفکر تاکتیکی و سرعت عمل باشد. بعضی از بهترین تغییر مسیرهای موجود در شهر می‌تواند معمولی‌ترین آنها باشد. تاکتیک‌های فضایی کوچک که استفاده‌کنندگان با آن نظم نقشه‌ها را زیر پا می‌گذارند، برنامه را واژگون می‌سازند و بین خطوط شبکه می‌لغزند، حاکی از آن است که شهر فقط آزمایشگاه مطالعه سازمان زندگی اجتماعی یا ماشین مهندسی نظم اجتماعی نیست، بلکه عرصه عمل فضایی مورد استفاده است هرگز کاملاً به تسخیر تلاش‌هایی که برای قالب زدن یا اداره آن صورت می‌گیرد، در نمی‌آید. ■

و مفاهیم زیباشناختی، فلسفی، عملکردی و تولیدی همگام است. نگاه کتاب به شکلی هدفمند، پرداختن به فرآیندی است که در گذر تاریخ ساختارهای انسان‌ساز از معماری تا باغ و منظر را شکلی بخشیده است. همچنین این کتاب به درک مفاهیم این ساختارها در ابعاد گوناگون زمانی و مکانی می‌پردازد. این کتاب پیوسته و مداوم در تلاش است تا از یک سو به درک مفاهیمی از منظر پردازد که در فراگردی پیچیده و درهم تنیده با زمان، گاه پیوسته یا گسسته و گاه نوآورانه به این لحظه از تاریخ اندیشه‌های انسانی انتقال یافته‌اند و از دیگر سو روند تاریخ شکافته و تشریح می‌شود که بتواند برای ترسیم آینده، گذشته را به زمان حال پیوند دهد. کتاب در چهار فصل دوران انسان‌گرایی از منطق تا خیال‌پردازی، قرن هجدهم دوران روشنگری، قرن نوزدهم قرن تاریخ‌گرایی، قرن تغییر رابطه انسان-طبیعت به انسان-فناوری و قرن پیدایش پارک‌های شهری و قرن بیستم گسستگی از تاریخ‌گرایی، گذر از هنرهای تجسمی تا هنر باغ‌سازی و معماری تهیه و تدوین شده است. در این کتاب بارها ساختار، علائم و نشانه‌های هر دوره به تفصیل برای درک لایه‌های عمیق‌تر اندیشه، هنر، فناوری، باورها و پیکره‌های اجتماعی و اقتصادی به چالش‌های ذهنی کشیده شده است. در این بازپرداختن و بازپراستن، ذهن همواره پیگرد معیارهایی بوده است که طی زمان در روندی از گسستگی‌ها و نوآوری‌های بینش و عملکرد مردمان شکل گرفته، تکامل یافته و سبب بروز پدیده معماری، هنر و باغ شده است. ■



نام کتاب: معماری، باغ و منظر (تداوم، گسستگی و نوآوری در گذر از رنسانس تا جنبش منظر‌گرایی قرن بیستم)

تالیف: دکتر هما ایرانی بهبهانی

سال چاپ: ۱۳۹۲

کتاب معماری، باغ و منظر، نتیجه نظریات ژرف نویسنده در مورد مناظر فرهنگی است که معرف اثر ترکیبی و متقابل طبیعت و انسان، پیرو تعریف مرکز میراث جهانی می‌باشد. اثر، یک پژوهش تاریخی نیست که براساس زمانبندی وقایع تدوین شده باشد، بلکه بر اساس کاربرد اثر فرهنگی به عنوان نیروی شکل‌دهنده محیط طبیعی ارائه شده است و پژوهشی است که با فهم و درک «فضاهای زندگی»، با ارزش‌های هویتی و اجتماعی

Contents

Note	2
Preface	3
Main Report	
Tourism Development and Free Trade Zones/Zohreh Tarahomi, Mohammad Toolabi	4
Idea and Research	
- Urban Land Policies in Iran and World Experiences/M. Lotfi	13
- A Survey of Tourism development in Free Tourism Zones/Maryam Esmacilian	19
- Determination of Disables' Place in Electronic City and Electronic Tourism/Sh. Baharvand	23
- Effect of Visual and Acoustic Elements on Dynamism of Urban Pedestrians/S. Shoaee, H. Soltanzadeh	30
- Assessment of the Status of Tourism in Concepts of Development with Emphasis on Rural Development/Sh. Ilka, Sh. Ilka	36
Interview	
Interview with Dr. H. Mahmoodinejad	43
Law Consultation	
Law Consultation/H. Najafi	47
Law Consultation / F. Faghih Larjani	49
Municipalities According to Documents	
Landing of Unwanted Tourists on Virgin Nature /A. Jalali	51
Mayors' View	
Interview with Mayor of Baladeh/E. Taherimehr	55
World Experiences	
A Glance at Management Experiences of Mayor of New York/R. Ghahghayi	56
Global Tourism/F. Ghassemloo	63
World Cities and Municipalities	
- Bidding Construction of Governmental Buildings in China/... N. Matinfar, E. Taherimehr	78
City and Project	
Health Tourism in Aras/ S. Kikha, R. Zaadgaan Ashfard	80
Education	
Assessment of the Role of Rural Management in Development of Tourism/M. Afrasiabi	84
Principles and Necessities of Education of Civil Law/R. Yeganeh	91
Health Tourism as a Comprehensive Industry in Free Tourism Zones/S. Kikha, R. Zaadgaan Ashfard	95
Souvenir	
Russian Federation Travelogue, part 2- Saint Peters Burg/ A. Zakeri Harandi	100
Point of View	
Cultural Tourism/M. Ghassemi	103
Org. News	
- Signing Bilateral Cooperation Agreement between IMO and RARO/H Garshasbi	109
Glance at Cities	
- Qom/Mashhad/Kish/.../M. Toolabi	111
Brief News	
Holding Tehran Tours by Pirnia House.../N. Matinfar	112
Urban Terminology	
- Urban Tourism	114
Report	
CTIF/B. Nourollahi, A. Sarace	115
New Publication	
Space, City and Theories/Fatemeh Adnani	118

Address: No.17, Naderi st. , keshavarz Blvd. Tehran

Tel: 63902053-4

Fax: 88977912

ISSN:16067495

<http://www.imo.org.ir>

E.mail: shahrdariha91@yahoo.com

همانگونه که مستحضر هستید، یکی از کلیدی ترین روشهای مبنای اعمال صحیح مدیریت دانایی، کسب دانش و علوم روز است. این روش می بایست با برقراری ارتباط متعامل با مجامع علمی فعال در امور شهری و نهادهای محلی شروع شود و به عنوان ضرورتی عملیاتی و کارکردی با آن نگریده شود تا از یک سو برای حل مسائل متعدد، گوناگون و فزاینده شهری و سوی دیگر برای ساماندهی و هدایت توسعه شهری به کار رود. مدیریت شهری به منظور دستیابی به این بنیان و روش شناسی علمی ناگزیر به برقراری ارتباط با مجامع فرهنگی - اجتماعی و پژوهشی است. لذا این مرکز به عنوان کانون دانش بنیان کردن امور مدیریت محلی، با استفاده از ابزار های مختلف، از جمله نشریات علمی، پژوهشی و آموزشی سعی در برقراری این ارتباط دارد. در مرکز مطالعات برنامه ریزی شهری و روستایی با توجه به جامعه هدف، نشریات مختلفی در دوره های زمانی گوناگون به شرح زیر منتشر می شود:

۱- ماهنامه شهرداریها ۲- ماهنامه دهیارها ۳- فصلنامه مدیریت شهری ۴- فصلنامه فرهنگ ایمنی ۵- فصلنامه مدیریت پسماند
لذا در صورت تمایل می توانید با تکمیل فرم پیوست، مراجعه به آدرس اینترنتی WWW.SAFTA.IMO.ORG.IR واریز وجه مربوط و ارسال یک نسخه از فیش واریزی از طریق پست، نسبت به اشتراک این نشریات اقدام نمایید.

با آرزوی موفقیت

محمدرضا بهاروند

رئیس مرکز مطالعات برنامه ریزی شهری و روستایی

فرم اشتراک ماهنامه شهرداریها

قابل توجه شهرداران محترم

چنانچه تمایل به اخذ اشتراک ماهنامه شهرداریها را دارید لطفا فرم زیر را تکمیل نموده و با واریز وجه مربوط به دوره اشتراک مورد نظر به حساب شماره ۱۶۲۷ بانک ملی تمرکز وجوه درآمد حاصل از چاپ توزیع و فروش کتب و نشریات، اصل یا کپی فیش بانکی را همراه فرم اشتراک از طریق پست سفارشی به نشانی: تهران- میدان ولیعصر - بلوار کشاورز، خیابان نادری، پلاک ۱۷، کد پستی ۱۴۱۶۶۲۳۶۶۱ حوزه نشر مرکز مطالعات برنامه ریزی شهری و روستایی ارسال و یا جهت تسریع در امور، فرم و فیش مربوط را به دفتر امور مشترکین فکس: ۴-۶۳۹۰۲۰۵۳ و ۸۸۴۹۲۵۵۲ نمایید.

لطفاً به نکات زیر توجه فرمائید:

- ✓ کارمندان استانداریها، شهرداریها، دهیارها، اساتید و دانشجویان محترم می توانند با ارسال کپی کارت شناسایی یا کارت دانشجویی، از تخفیف ۱۰ درصدی هزینه اشتراک برخوردار شوند.
- ✓ در صورت اشتراک سالانه از ده درصد تخفیف برخوردار می شوید.
- ✓ در صورت درخواست بیش از ۲۰ نسخه از یک شماره، از ۱۰ درصد تخفیف بیشتر علاوه بر بند فوق برخوردار می شوید.
- ✓ برای مشترکین جدید تاریخ ارسال ماهنامه حداکثر یک هفته پس از دریافت فیش بانکی و فرم اشتراک می باشد.

فرم هزینه	دوره اشتراک	سه ماهه	شش ماهه	نه ماهه	یک ساله
قیمت	۳۰۰.۰۰۰ ریال	۶۰۰.۰۰۰ ریال	۹۰۰.۰۰۰ ریال	۱.۲۰۰.۰۰۰ ریال	

مشخصات متقاضی:

نام و نام خانوادگی:.....تاریخ تولد:..... مدرک تحصیلی:.....

سمت شغل:.....عنوان موسسه/شهرداری/شرکت:.....تلفن همراه:.....فاکس:.....پست

الکترونیک:.....کد اشتراک(در صورت تمدید

اشتراک):.....تعداد جلد:.....آدرس:.....کد پستی:.....

مشخصات رسید بانکی:

شماره سریال فیش بانکی:.....تاریخ واریز وجه:.....مبلغ واریزی:.....کد یا

شعبه واریز وجه:.....

نظرات و پیشنهادات:

امضاء.....

- Tourism Development and Free Trade Zones
- A Survey of Tourism development in Free Tourism Zones
- Determination of Disables' Place in Electronic City and Electronic Tourism
- Assessment of the Status of Tourism in Concepts of Developmet with Emphasis on Rural Development
- Landing of Unwanted Tourists on Virgin Nature
- Principles and Necessities of Education of Civil Law
- Law Consultation
- Cultural Tourism

