کوله پشتی

فصلنامه علمی- تخصصی انجمن علمی جغرافیا و گردشگری دانشگاه تبریز
سال دوم- شماره پنجم- پاییز ۹۶
قیمت: ۳۰۰۰ تومان

سیری در برج طغرل
بی‌نظیرترین ساعت آفتابی جهان



چه ابزارها وفنونی در برنامه ریزی گردشگری بکار گرفته می شوند؟



تحلیل ویژگی‌های معماری اقلیمی در خانه های تاریخی شهر تبریز



مقبره‌الشعرا، نگینی جهانی در دل محله تاریخی سرخاب تبریز

بسم الله الرحمن الرحیم



مقام معظم رهبری:

پیشرفت علمی به تنهایی یک ملت و کشور را سعادتمند نخواهد کرد بلکه همراه شدن حرکت علمی با آرمانهای والای معنوی و انقلابی، زمینه‌ساز به سامان رسیدن مسائل کشور و الگو شدن آن برای منطقه و دنیای اسلام و جهان خواهد بود.

۱۳ مرداد ۱۳۹۵ - دیدار با جمعی از دانشجویان

شماره مجوز: ۷۱۹/ک.ن.ت



کوله پشتی

فصلنامه علمی-تخصصی انجمن علمی دانشجویی جغرافیا و گردشگری دانشگاه تبریز
سال دوم-شماره پنجم-پاییز ۱۳۹۶

فصلنامه کوله پشتی
سال دوم-شماره پنجم-پاییز ۱۳۹۶

■ صاحب امتیاز: انجمن علمی دانشجویی جغرافیا و گردشگری دانشگاه تبریز

■ مدیر مسئول: نادره مشهور خواجه
n.mashhoor.kh@gmail.com
■ سردبیر: اسما شعرباف بهتاش
Asma.behtash@gmail.com
■ مدیر هنری: نادره مشهور خواجه
■ دبیر سرویس علمی: اسما شعرباف بهتاش
■ دبیر سرویس ترویجی: سانلی اشراقی
■ دبیر سرویس ایرانگردی و جهانگردی: نگین متین
■ صفحه آرا: نادره مشهور خواجه
■ ویراستار: نگین متین اقدم

■ هیئت تحریریه: سانلی اشراقی، نگین متین اقدم، فاطمه دولتی، فرشاد شالفروش، مهسا عبدلپور، پریا توفیقی، امین سیتمار، علی رحمتی، سودا جلیلی، طلتاز تیشه زن

■ با تقدیر ویژه از اساتید ارجمندمان: دکتر داود مختاری، دکتر محمدرضا عیوضی، دکتر رحیم حیدری چیانه، دکتر اکبر قاسمی، دکتر ایرج تیموری، دکتر عادی حکیمی، دکتر اسدالله حجازی، دکتر حسین پتامی، دکتر مریم خطیبی
■ عکس روی جلد: از آرشیو

وبسایت نشریه کوله پشتی:
Kooleposhti-mag.ir

هیچ حرکت و اقدامی کاملا بدون ایراد و مشکلات نیست. بی شک ما نیز در مجموعه کوله پشتی بدون ایراد عمل نکرده ایم. لطفا با پیشنهادات و انتقادات خود ما را در این مسیر یاری نمایید. نظرات خود را از طریق وبسایت به گوش ما برسانید. منتظریم!:)

فهرست

تیتر یک
۲ سخن سردبیر / رمز موفقیت در تحصیل و کار با مقاله علمی پژوهشی

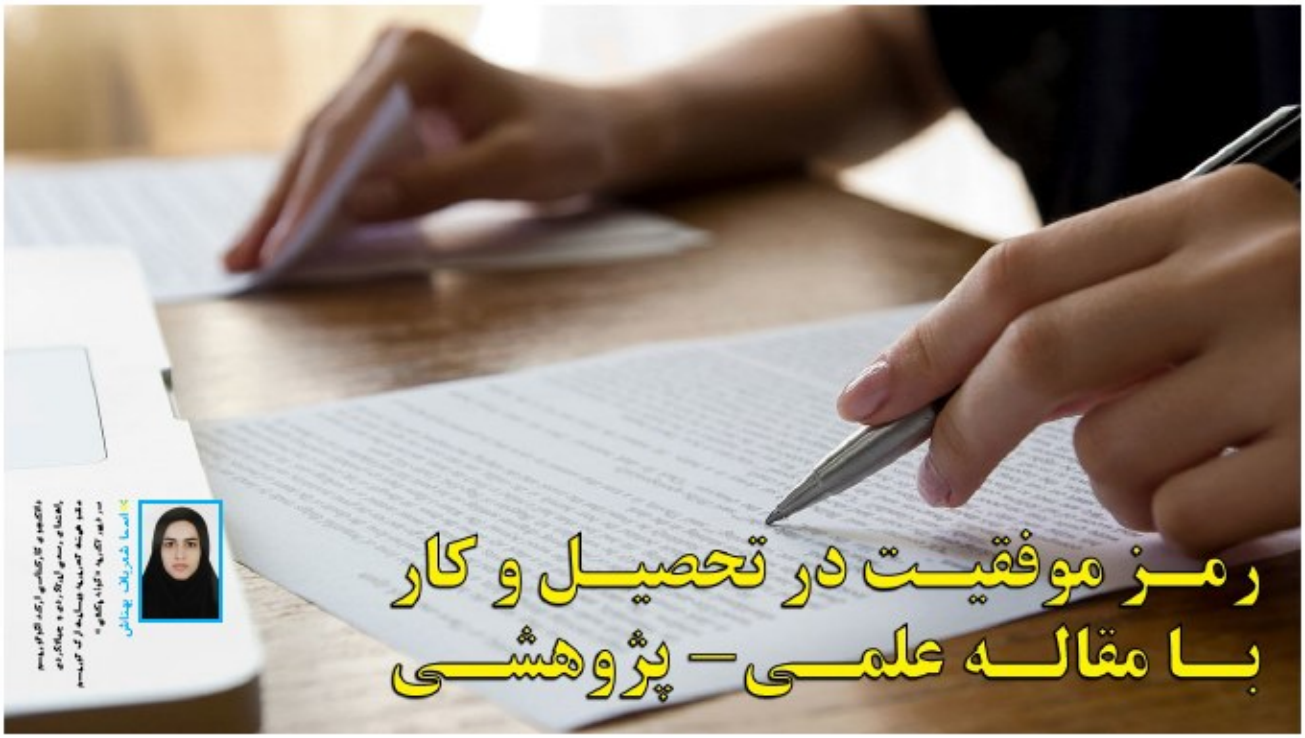
دردِ دل
۳ گردشگری، گزینه‌ای کارآمد برای رهایی از اقتصاد نفتی

علمی تخصصی
۴ مقدمه‌ای بر اکوتوریسم
۷ معامله دو سر سود! / اینفوگرافی
۸ برنامه ریزی بازاریابی در صنعت گردشگری
۱۱ مقایسه توریسم ایران و ترکیه / اینفوگرافی
۱۲ چه ابزارها وفنونی در برنامه ریزی گردشگری بکار گرفته می شوند؟
۱۴ تحلیل ویژگی‌های معماری اقلیمی در خانه های تاریخی شهر تبریز

علمی ترویجی
۲۰ سفر کنیم برای انتقام از طبیعت
۲۱ تصویر مقصد، مهم ترین عامل در جذب گردشگر

ایرانگردی
۲۲ مقبره‌الشعرا، نگینی جهانی در دل محله تاریخی سرخاب تبریز
۲۳ سیری در برج طغرل؛ بی‌نظیرترین ساعت آفتابی جهان

جهانگردی
۲۴ راهنمای سفر به شهرهای مرزی همسایه



رمز موفقیت در تحصیل و کار با مقاله علمی- پژوهشی

اسما شدریف بهداش

نشریه کوله‌پشتی از بخش‌های مختلفی از جمله مقاله‌های علمی- تخصصی، ترویجی، ایرانگردی، جهانگردی و ... تشکیل شده است که هر کدام از اهمیت خاصی برخوردارند اما در میان اینها مقاله‌های علمی- پژوهشی نه تنها برای خواننده بلکه برای نویسنده خود نیز مزایای قابل توجهی همراه دارند. اکثر دانشجویان به ویژه دانشجویان تحصیلات تکمیلی با مزایای نگارش و چاپ چنین مقاله هایی در نشریات و سمینارهای معتبر آشنایی دارند. شاید مهمترین و اولین مزایای نگارش مقاله علمی- پژوهشی، پذیرش در مقطع دکتری باشد. گفتنی است که داشتن رتبه خوب در کنکور دکتری به تنهایی کافی نیست و برای پذیرش در مصاحبه حداقل باید یک مقاله علمی- پژوهشی چاپ شده در نشریات معتبر داشت. در غیر این صورت قبولی در مصاحبه امکان‌پذیر نیست.

اگر پس از فارغ‌التحصیلی قصد استخدام در ادارات و مراکز دولتی و خصوصی داشته باشید، بهتر است هر چه زودتر به فکر نگارش مقاله علمی باشید و با در دست داشتن پذیرش مقاله در نشریات معتبر راهی مصاحبه شوید. این مقاله‌ها نه تنها برای پذیرش در مصاحبه دکتری و کار اهمیت دارد بلکه برای اساتید و کارکنان بسیاری از ادارات نیز مزایایی دارد. اساتید دانشگاه‌ها برای افزایش رتبه علمی خود و کارکنان برای افزایش حقوق و مزایای شغلی خود به مقاله‌های علمی نیاز دارند. از دیگر مزایای نگارش مقاله علمی امکان گرفتن پروژه‌های تحقیقاتی با درآمد بالا از بسیاری از سازمان های دولتی است. نویسنده مقالات همچنین می‌توانند در بنیاد نخبگان عضو شوند، البته در صورتی که دارای سایر شرایط نیز باشند. نوشتن مقاله علمی- پژوهش زمینه را برای نظریه‌پردازی و بیان دیدگاه‌های نویسندگان در زمینه‌های تخصصی فراهم می‌کند و از سوی دیگر موجب گسترش علم و دانش می‌شود. از مزایای معنوی آن نیز می‌توان به حس افتخار و اعتماد به نفس در نویسندگان مقالات اشاره کرد. به خاطر داشته باشید که تمام زحمات، تحقیقات و مطالعات انجام شده به نام خود شما چاپ شده و به صورت دائمی حفظ خواهد شد.

شاید با خود فکر کنید که یک مقاله چگونه می‌تواند این چنین در تحصیل و کار تاثیر بگذارد، پاسخ این سوال روشن است. زیرا مقالات، نشان دهنده آشنایی شما با روش تحقیق، قدرت تجزیه و تحلیل و مطالعه است و شما با داشتن مقاله علمی- پژوهشی به عنوان متخصص و صاحب نظر شناخته خواهید شد. پس با اندکی تمرکز بر روی موضوع انتخابی، مطالعه پیشینه، جمع آوری داده، تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری شانس موفقیت در تحصیل و کار خود را افزایش دهید.

> **مقالات، نشان دهنده آشنایی شما با روش تحقیق، قدرت تجزیه و تحلیل و مطالعه است**

گردشگری، گزینه‌ای کارآمد برای رهایی از اقتصاد نفتی



نگارنده: منصور خواجه

جنگ اقتصادی و تبعات آن بازار ارز را در ایران مختل خواهد کرد. اقتصاد همواره وابسته به نفت ایران تنها یک راهکار دارد: اقتصاد غیرنفتی. سرمایه مادی و معنوی بی کران ایران در جاذبه‌های گردشگری پتانسیلی ویژه را پیش روی مردان سیاست در ایران قرار داده است. گردشگری در ایران می تواند در بلندمدت جایگزین فروش نفت گردد، از این رو جریان ارزی در کشور نیز تسهیل می‌شود. عدم توجه دولتمردان و حتی خانه ملت به بحث گردشگری سوالات زیادی را در ذهن پژوهشگران ایجاد کرده است، عدم اهتمام دولت به امور زیرساختی گردشگری و عدم تصویب تبدیل سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به وزارت خانه مصادیقی از بی توجهی این دو دستگاه به بحث مهم گردشگری است. اگر بنا داریم که اقتصاد کشور را به جایگاهی برسانیم که بی نیاز از درآمد نفتی باشیم باید توسعه و رشد صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت ارز آور مورد توجه ویژه و اساسی قرار گیرد. در واقع رسیدن به اقتصاد غیر نفتی بدون ابزار و ساختار متناسب عملا امکان پذیر نیست و امروزه این ابزار صنعت گردشگری است.

گر بخواهیم یک بشکه نفت که میلیون‌ها سال برای به وجود آمدن آن زمان صرف شده را استخراج و به فروش برسانیم، باید هزینه‌های مختلفی برای ایجاد زیرساخت، حمل و نقل و مسائل دیگر صرف کنیم و در نهایت یک بشکه نفت را به قیمت ۵۰دلار یا حتی کمتر به فروش برسانیم. حتی در صورت فرآوری و تبدیل نفت خام با وجود ایجاد ارزش افزوده، ناچار به پرداخت هزینه‌های دیگری از جمله ایجاد واحدهای پتروشیمی هستیم، همچنین باید هزینه‌های مربوط به دفع پساب ها و آلودگی های زیست محیطی را نیز به آن بیافزاییم.

منابع نفتی و یا حتی گازی با همه عظمت و فراوانی در منطقه خاورمیانه و به خصوص کشور ما، روزی تمام خواهد شد و در نهایت باید به فکر تدبیری برای تکیه گاه اقتصادی خود در آینده دور یا نزدیک باشیم. این در حالی است که با توجه به توسعه زیرساخت‌ها و تبلیغات و اصلاح برخی شرایط فرهنگی می‌توانیم گردشگران را از سایر کشورها به ایران کشانده و به راحتی ارز وارد کشور کنیم، آن هم بدون ایجاد آلودگی یا زیرساخت های بزرگ صنعتی.

صنعت گردشگری در کشوری مانند ترکیه در نبود منابع نفتی و گازی قابل اتکا، به خوبی رشد کرده است و سالانه گردشگران بسیاری را از سراسر جهان به این کشور جذب می کند. ترکیه شرایط مناسب گردشگری خود را مرهون برنامه‌ریزی‌های دقیق در این صنعت است، تا جایی که امروزه صنعت گردشگری ترکیه به عنوان چهارمین قطب بزرگ گردشگری دنیا مطرح است و بر اساس برآوردها به ازای هر گردشگر نزدیک به ۷۴۵دلار را عاید خود می‌کند.

کشور ما در مقایسه با کشوری مانند ترکیه و یا بسیاری از کشورهای دیگر از قدمت، آثار باستانی و جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی بیشتری برخوردار است و این همواره مورد تائید گردشگرانی است که با ایران آشنایی دارند.اما وجود برخی مسائل دست اقتصاد ما را از ارزآوری واقعی و شایسته از طریق این صنعت کوتاه کرده است. اکنون صنعت هوایی،حمل و نقل جاده ای و هتلداری ما نیازمند توسعه مناسب برای رسیدن به استانداردهایی است که زمینه را برای جذب توریست مهیا کند.

توسعه آموزش زبان فارسی و ایجاد جایگاهی برای آموزش زبان رسمی کشور ما در کشورهایی مانند چین در سال های اخیر توانسته در جذب گردشگر نقش خوبی داشته باشد و این روش می‌تواند موثر باشد. البته معرفی جاذبه‌های تمدن چندین هزار ساله ایران به خودی خود برای گردشگران کشورهای دیگر از جمله اروپائیان جذاب خواهد بود.

توسعه این صنعت می‌تواند به توسعه بیش از ۱۸۰بخش اقتصادی دیگر کمک کند، این امر به معنی ایجاد رونق اقتصادی در بخش های مرتبط با این صنعت است که در مجموع به بهبود شرایط تولید و ایجاد اشتغال کمک می‌کند. در حال حاضر با توسعه گردشگری ترکیه به ازای هر ۱۱گردشگر، یک شغل ایجاد شده است.

باید تا حد ممکن از شرایط سخت‌گیرانه در پذیرش گردشگران خودداری کنیم تا به بهبود صنعت گردشگری و ارزآوری مناسب از این صنعت دست یابیم.

مقدمه‌ای بر اکوتوریسم

نگین متین اقدم



اکوتوریسم مخفف Ecological Tourism است که در ادبیات فارسی «طبیعت گردی» نام گرفته و گرایشی نو و پدیده‌ای نسبتاً تازه در صنعت گردشگری است که بخشی از این صنعت را تشکیل می‌دهد. (رضوانی،۱۳۸۷ به نقل از جهانیان و زندی،۱۹)

سازمان جهانی گردشگری پیش‌بینی نموده است در سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۵۰ درصد از گردشگران را اکوتوریست‌ها تشکیل خواهند داد(UNWTO).اینگونه از گردشگری در قرن بیست و یکم از چنان اهمیتی برخورداراست که سازمان ملل متحد قرن حاضر را قرن اکوتوریسم نامیده است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ٤).

هتزر در سال ۱۹٦۵ چهار معیار زیر را برای توصیف اکوتوریسم ارائه کرد:

حداقل تاثیر منفی بر محیط‌زیست

حداقل تاثیر منفی بر فرهنگ و حداکثر مسئولیت‌پذیری نسبت به فرهنگ جامعه میزبان

حداکثر سود اقتصادی برای جامعه میزبان

حداکثر رضایت تفریحی برای گردشگران (فنل، ۲۰۰۳، ۳).

هکتور سبالوس ـ لاسکورین یکی از اولین کسانی است که در دهه ۱۹۸۰ برای اکوتوریسم تعریف مشخصی ارائه کرده است. وی می‌گوید «اکوتوریسم یعنی مسافرت به نواحی طبیعی تقریبا دست نخورده با هدف یادگیری، تحسین و استفاده از مناظر طبیعی، حیات وحش و همچنین نمودهای فرهنگی گذشته و حال مردم بومی» (سبالوس لاسکورین ۱۹۹۳: ۱۲ به نقل از زاهدی ۱۳۸۵:۹۰).

فنل معتقد است که اکوتوریسم نوعی گردشگری در طبیعت است که تاثیرات اندکی را به محیط‌زیست و منابع طبیعی وارد نموده و در حفظ و بقای گونه‌ها و زیستگاه‌های طبیعی سهیم است (جهانیان و زندی، ۱۳۹۰ : ۲۳).

جامعه بین‌المللی اکوتوریسم (IES) اکوتوریسم را چنین تعریف کرده است:

اکوتوریسم عبارت است از مسافرت مسئولانه به نواحی طبیعی که محیط‌زیست را محافظت و رفاه مردم محلی را تامین می‌کند.

پیرس و والارس معتقدند که فعالیت های گردشگری درصورت رعایت شش اصل زیر، مصادیق اکوتوریسم به حساب می‌آیند:

- التزام به انجام فعالیت‌هایی که کمترین پیامد منفی به محیط و مردم محلی وارد می‌کند.
- زمینه‌سازی برای افزایش آگاهی و درک طبیعت و ویژگی‌های فرهنگی که موجب می‌شود بازدیدکنندگان نسبت به حفظ عناصر طبیعی و خصوصیات فرهنگی احساس مسئولیت بیشتری نمایند.
- مشارکت در حفظ و مدیریت مناطقی که به طور قانونی مورد حفاظت قرار می‌گیرند و همچنین سایر نواحی طبیعی.
- تقویت مشارکت جوامع محلی در فرآیند تصمیم‌گیری مربوط به تعیین نوع و میزان فعالیت‌های گردشگری
- ایجاد منافع مستقیم اقتصادی و همچنین درآمدهای مکمل برای جوامع محلی.
- آموزش جوامع محلی نسبت به ارزش‌های طبیعی محیط زندگی آن ها (جهانیان و زندی، ۱۳۹۰: ۲۵).

جامع‌ترین تعریف توسط جامعه اکوتوریسم امریکایی ارائه شده که در آن اکوتوریسم عبارت است از:

مسافرت هدفمند و مسئولانه به مناطق طبیعی، برای درک تاریخ فرهنگی و طبیعی محیط‌زیست، مراقبت و احترام به تمامیت و یکپارچگی اکوسیستم، درحالی که از منابع طبیعی محافظت می‌کند و فرصت های اقتصادی ایجاد شده به نفع مردم محلی باشد (محمد عمر، ۲۰۰٦، ۸).

اهداف اکوتوریسم

اهداف اساسی اکوتوریسم را می‌توان حفاظت از ویژگی‌های طبیعی و توسعه جوامع محلی

معرفی کرد. «مهمترین هدف اکوتوریسم قادر ساختن مردم به لذت بردن و درس گرفتن از خصوصیات منحصربفرد محیط‌زیست اعم از طبیعی، تاریخی و فرهنگی، به‌شرط حفاظت از کل این مناطق و کمک به توسعه فرصت‌های اقتصادی در جوامع محلی است» مهمترین اهداف اکوتوریسم به شرح زیر می‌باشد:

- مسئولیت در حفظ تنوع‌زیستی
- مشارکت در تأمین رفاه جوامع محلی
- تقویت ویژگی‌های خرده فرهنگ‌ها
- فراهم آوردن فرصت‌های آموزشی و یادگیری
- مسئولیت‌پذیری گردشگران
- تقویت اشتغال‌زایی از طریق فعال نمودن تشکل‌های خرد در جذب اکوتوریست‌ها و ارائه خدمات مرتبط
- قابلیت اداره شدن به وسیله مؤسسات، شرکت‌ها و گروه‌های کوچک
- التزام به مصرف کمتر منابع تجدیدناپذیر
- تقویت مشارکت عمومی (جوامع محلی، مالکان، بازرگانان و بخش‌های دولتی) (کریم پناه،۱۳۸٤ :۳٦).

اکوتوریسم پایدار

اکوتوریسم پایدار، گردشگری است که از نظر اکولوژیکی پایدار باشد، یعنی به نیازهای فعلی اکوتوریست‌ها پاسخ دهد و نیازهای آینده را در نظر داشته باشد. در اکوتوریسم پایدار انگیزه اصلی مسافرت به طبیعت، دیدار از جاذبه‌های طبیعی یک منطقه شامل ویژگی‌های فیزیکی و فرهنگ بومی است و اکوتوریست پس از مشاهده جذابیت‌ها، بدون آن که خللی در آنها وارد آورد و به تخریب آنها بپردازد، محل را ترک می‌کند. به این ترتیب، ضمن شناخت فرهنگ، سوابق تاریخی و نمودهای طبیعی منطقه شأن و جایگاه اکوسیستم را حفظ کرده، فرصت‌های اقتصادی و درامدزایی را برای مردم محلی ایجاد می‌کند.

ویژگی‌های اکوتوریسم پایدار

مهمترین ویژگی‌های اکوتوریسم پایدار عبارت است از:

۱. برجای نهادن آثار مثبت در زمینه حفاظت از محیط‌زیست و ارتقاء کیفیت مدیریت آن
۲. به حداکثر رساندن مشارکت مردم محلی در تصمیم‌گیری‌های مربوط به فعالیت گردشگری
۳. تدارک فرصت‌های مناسب برای مردم محلی و دست‌اندرکاران گردشگری برای ارتقاء بهروری و چگونگی پایداری آن
٤. تنوع اقتصاد محلی را به دنبال دارد
٥. اکوتوریسم پایدار منجر به جذب ارز خارجی می‌شود که رونق اقتصادی را در کشور به همراه دارد
٦. اکوتوریسم پایدار سبب بهبود شبکه‌های حمل و نقل، ارتباطات و عوامل زیر بنایی می‌شود
۷. زمینه را برای اشتغال افراد بومی فراهم می‌نماید
۸. در اکوتوریسم پایدار ضمن ارج نهادن به فرهنگ بومی زمینه را برای حفظ و گسترش آن در سایر جوامع فراهم می‌نماید(رضوانی،۱۳۸۲ :۳٦).

> **گردشگری از جمله صنایع خدماتی است که در سال‌های اخیر با سرعت زیادی روند توسعه را در پیش گرفته است. انسان محور بودن این صنعت موجب شده تا نقش عامل انسانی در توسعه آن بسیار چشمگیر و نمایان شود.**

اثرات اکوتوریسم

گردشگری از جمله صنایع خدماتی است که در سال‌های اخیر با سرعت زیادی روند توسعه را در پیش گرفته است. انسان محور بودن این صنعت موجب شده تا نقش عامل انسانی در توسعه آن بسیار چشمگیر و نمایان شود (آلن و همکاران ۱۹۹۳: ۲۳ و ۲۷).

جذابیت پیامدهای اقتصادی توسعه جهانگردی و اکوتوریسم به گونه‌ای است که قبل از هرچیز نمایان می‌گردد. به همین دلیل مطالعات اولیه در مورد تاثیرات جهانگردی طی دهه ۱۹٦۰ بیشتر بر آثار مثبت اقتصادی آن متمرکز بوده‌اند. اما در دهه ۱۹۷۰ پیامدهای جهانگردی با دید اقتصادی‌تری توسط پژوهشگران مدنظر قرار گرفت. اشتغال‌زایی، ایجاد درآمد برای ساکنین محلی، کاهش فقر، افزایش سرمایه‌گذاری و توسعه زیربناهای اقتصادی از جمله مهمترین اثرات اقتصادی توسعه جهانگردی به شمار می‌رود که در بسیاری از نوشته‌ها از آن یاد شده است (کاظمی، ۱۳۸۵: ٥). اقتصاد جهانگردی بهترین و کارآمدترین محرک برای کشورهایی است که به دلیل تک محصولی بودن یا محدود بودن منابع مالی، دارای اقتصادی ناکارآمد هستند (حسنوندی، ۱۳۸٥: ۳۷).

در بسیاری از کشورهای جهان، گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های کلیدی و اصلی برای توسعه و پیشرفت اقتصادی عمل کرده است. البته میزان تاثیر گردشگری در توسعه، با نظام حکومتی و جهت‌گیری‌های آن ارتباط مستقیم دارد. صنعت گردشگری با مکانیسم پیچیده خود می‌تواند اقتصاد را در سطوح بین‌المللی، ملی، ناحیه‌ای و محلی تحت تاثیر خود قرار داده و آن را متحول کند (حیدری چیانه، ۱۳۸۳: ۹٦).





اثرات اجتماعی و فرهنگی اکوتوریسم

آثاراجتماعی فرهنگی گردشگری به این موضوع اشاره دارد که گردشگری و مسافرت در نظام ارزش‌های افراد و جامعه، الگوی رفتاری، ساختارهای اجتماعی، سبک و کیفیت جامعه میزبان و گردشگران تاثیرگذار است. اگرچه تمرکز عمده مطالعات در این زمینه، بر مقاصد گردشگری است و به نواحی اعزام‌کننده گردشگر و خود گردشگران، کمتر توجه شده است(کاظمی،۱۳۸۵: ۱۰۳).

چنانچه سیاست‌های توسعه توریسم به خوبی برنامه‌ریزی و ساماندهی شوند، می‌توانند راهی برای آشنا شدن مردم کشور با نحوه زندگی سایر ملل، اقوام، عقاید، آداب، عادات، سنن و خلاصه فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های دیگر باشند. در این فرآیند با ایجاد امکان مبادلات فرهنگی و تعامل‌های اجتماعی، زمینه‌هایی به وجود می‌آید که به وسعت نظر و بسط حوزه دید مردم جامعه منجر می‌شود و تجارب فرهنگی مردم کشور را غنی می‌کند. از این طریق برای مردم کشور ما نیز این امکان فراهم می‌شود تا ارزش‌های مثبت فرهنگی خویش را به جهانیان انتقال دهند. البته همزمان با آثار مثبت فرهنگی و اجتماعی توسعه صنعت توریسم می‌تواند آثار تخریبی و منفی نیز در پی داشته باشد(زاهدی، ۱۳۸۵: ٤٥).

معمولا ساکنان محلی به دو گونه از منافع فرهنگی توسعه گردشگری بهره‌مند می‌شوند: اول اینکه گردشگری فرهنگ جامعه میزبان را به سایر جوامع و فرهنگ‌ها معرفی می‌کند. دوم اینکه صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می‌کند تا فرهنگ خود را مستقیم و بدون واسطه و به شکل واقعی به علاقمندان عرضه کنند. این عمل به ویژه باعث غرور و همبستگی جامعه میزبان و افزایش حد تحمل آنان در برابر فرهنگ‌های دیگر می شود (ریچاردز، ۲۰۰۰: ۲۱۰).

اثرات زیست‌محیطی اکوتوریسم

اکوتوریسم امروزه نقش فزاینده‌ای در مدیریت محیط‌زیست ایفا می‌کند و در واقع تعاملی است میان انسان و طبیعت، این نوع گردشگری، یادگیری و تفسیر یک محیط طبیعی است که به لحاظ توسعه پایدار مدیریت می‌شود(جهانیان و زندی، ۱۳۹۰: ٦۳).

اصولا پیامدهای منفی گردشگری برای محیط به سه بخش عمده شامل مصرف منابع، رفتارهای ساکنان و گردشگران در قبال محیط طبیعی و آلودگی دسته‌بندی می‌شود.

مصرف منابع: گردشگری در مصرف منابع طبیعی به ویژه آب و خاک، با سایر اشکال توسعه فعالیت انسانی رقابت می‌کند. مصرف منابع در صنعت گردشگری منجر به تغییرات در اکولوژی منطقه و آسیب جدی به پوشش گیاهی و زندگی جانوری می‌شود.

رفتار مردم در قبال محیط: احتمال دارد درآمدهای ناشی از گردشگری، باعث تشویق و وسوسه مردم محلی به کسب درآمد هرچه بیشتر از منابع موجود یا نادیده گرفتن مقررات در بهره‌برداری از این منابع شود. این امر ممکن است پیامدهای منفی مختلفی برای محیط‌های فیزیکی و فرهنگی داشته باشد.

آلودگی: آلودگی محیط فیزیکی ناشی از گردشگری در سطوح و اشکال مختلف رخ می‌دهد. آلودگی ناشی از صنعت گردشگری، در چهار نوع اصلی قابل طبقه‌بندی است:

الف) آلودگی آب

ب) آلودگی هوا

ج) آلودگی صوتی

د) آلودگی چشم اندازها

پیامدهای مثبت: یکی از این آثار، حفظ منابع محیطی در برابر آسیب‌های احتمالی ناشی از توسعه سایر فعالیت‌ها مانند صنایع شیمیایی و معدنی می‌باشد. به بیان دیگر گردشگری راهی برای محافظت از منابع محیطی و جلوگیری از توسعه صنایع آلاینده است. درواقع توصیف گردشگری به عنوان «صنعت بدون دود» بیانگر همین ویژگی مثبت آن در مقایسه با صنایع دودزا و آلاینده است. اصولا طرح موضوع گردشگری پایدار، از ایده ضرورت حفاظت از صیانت منابع محیطی نشأت گرفته است (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۱۷ ۱۳۵).

اکوتوریسم و توسعه منطقه‌ای

گردشگران طبیعت‌گرا (اکوتوریست‌ها) برای اقامت، خرید کالاهای محلی و خدمات و راهنمای محلی پول پرداخت می‌کنند. پول‌ها در فعالیت‌های محلی جریان یافته و موجب تحریک مناطق مستعد در برآوردن هرچه بهتر و بیشتر نیازهای بازدیدکنندگان می‌شود. به علاوه اکوتوریسم زمینه ایجاد اشتغال پاره‌وقت و فصلی، ایجاد زیرساخت‌های گردشگری مانند شبکه‌های ارتباطی، آب و برق و.... که برای فعالیت‌های گردشگری لازم است را مهیا می‌کند. این موضوع به توسعه منطقه و بهره‌برداری ساکنین منطقه کمک خواهد کرد.

با توجه به تعریف مفهوم توسعه و دیگر مباحث در کل می‌توان گفت که توسعه: فرآیندی است مستمر و پویا با هدف افزایش توانایی‌ها، به منظور رفع نیازهای مادی و معنوی، از طریق گسترش متوازن ساختارها و بهبود هماهنگ کارکرد نهادهای اجتماعی، اقتصادی آن و بهره‌برداری از تمام امکانات و قابلیت‌ها، تا جامعه (پدیده) را در مسیر رشد و تعالی قرار دهد (کریم پناه، ۱۳۸٤: ۵۱).

به طور کلی اکوتوریسم می‌تواند در زمینه توسعه منطقه‌ای کارکردهای زیر را شامل شود.

اکوتوریسم مانند هر فعالیت صادراتی دیگر منبع درآمد و اشتغال زاست.

اکوتوریسم زنجیره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی و خدماتی را به وجود می‌آورد و به عنوان اهرمی برای ایجاد تعداد زیادی از فعالیت‌های اقتصادی عمل می‌کند.

اکوتوریسم پدیده‌های طبیعی را مورد بهره‌برداری قرار داده و به آنها ارزش اقتصادی می‌بخشد.

اکوتوریسم ضمن گردش در طبیعت و دیدار از منابع طبیعی و روستاها، تقاضا برای صنایع‌دستی، هنرهای سنتی و فعالیت‌هایی که نیاز به نیروی کار بیشتری دارند را ارتقا می‌دهد (کریم پناه، ۱۳۸٤: ۵۲).

معامله دوسر سود!

کشورهای دنیا چقدر برای تبلیغات گردشگری هزینه می‌کنند؟

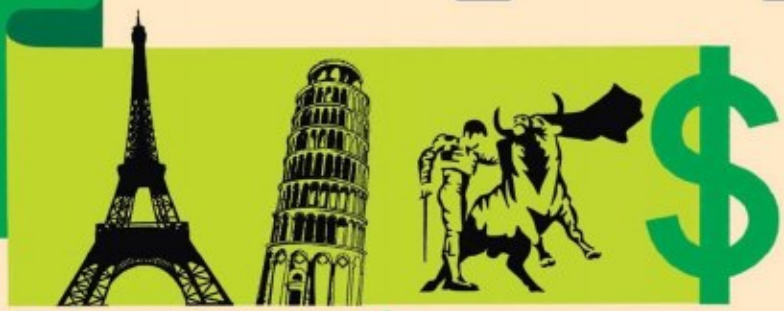
از قدیم گفته‌اند هرچقدر پول بدهی، همان‌قدر آش می‌خوری! این حکایت است و تبلیغات. دیگر عالم و آدم می‌دانند که تبلیغات، فوریت گردشگری ماست. تبلیغ در ساده‌ترین معنای خود چیزی نیست جز ارائه تصویر خوب از کشورمان به دنیا؛ چراکه جدا از ناشناخته‌بودن ظرفیت‌های عظیم گردشگری کشور بسرای گردشگران، تبلیغات منفی علیه ایران در سال‌های تحریم اذهان عمومی جهان را علیه کشورمان مغشوش کرده است. به هرحال رسانه‌های مخالف کار خود را کرده‌اند و حالا نوبت ماست که کشور زیبا و امن‌مان را به دنیا معرفی کنیم. کشورهای مختلف دنیا با سرمایه‌گذاری گسترده برای تبلیغ و معرفی کشور خود گردشگری‌شان را توسعه داده و از قبل آن به شکوفایی اقتصاد خود کمک شایانی کرده‌اند.

کشورهایی که میخ خود را کوبیده‌اند!

ما در گردشگری سه نوع کشور در دنیا داریم: دسته اول کشورهایی که سابقه دیرینه در گردشگری دارند و این صنعت در آنها نهادینه شده است و چندان نیازی به تبلیغ و ثبات در جذب گردشگر ندارند. این کشورها بین یک تا سه دلار برای گردشگری خود هزینه می‌کنند.

- **فرانسه:** یک تا سه دلار
- **ایتالیا** یک تا سه دلار
- **اسپانیا** یک تا سه دلار

۳ دلار



کشورهایی که قطب گردشگری می‌شوند

دسته دوم کشورهای در حال تحول هستند؛ کشورهای نوظهور که به قطب‌های گردشگری جهان می‌پیوندند. مثل پرتغال، مالزی، ترکیه و مکزیک، کره جنوبی و آفریقای جنوبی که اینها هم بین ۴ تا ۹ دلار هزینه می‌کنند.

- **پرتغال:** ۴ تا ۹ دلار
- **مالزی:** ۴ تا ۹ دلار
- **ترکیه:** ۴ تا ۹ دلار
- **مکزیک:** ۴ تا ۹ دلار
- **کره جنوبی:** ۴ تا ۹ دلار
- **آفریقای جنوبی:** ۴ تا ۹ دلار

۴ تا ۹ دلار



آنهایی که از قافله جا مانده‌اند

دسته سوم هم کشورهایی را شامل می‌شود که خواهان این هستند که به این جرگه بپیوندند. این کشورها به تازگی به گردشگری اهمیت می‌دهند و با اینکه مقاصد مهمی در گردشگری دنیا محسوب می‌شوند، تاکنون از داشتن برنامه غافل بوده‌اند، مثل قبرس، استرالیا، برزیل و نروژ که ایران نیز در دسته سوم قرار می‌گیرد.

اینها به نسبت بقیه، هزینه بیشتری می‌کنند، چون به تبلیغ بیشتری نیاز دارند.

- **استرالیا:** ۱۰ دلار
- **ایرلند:** ۱۰ دلار
- **برزیل:** ۸ دلار
- **قبرس:** ۴۶ دلار

۱۰ تا ۴۶ دلار



ایران در چه حال است؟

جذب گردشگر در کشور ما مثل کشورهای گردشگرپذیر به ثبات نرسیده است و ما به دلیل آن هستیم که تعداد گردشگران ورودی را از پنج میلیون به ۱۲ میلیون در برنامه پنج ساله برسانیم. به این منظور دولت باید ۱۳ دلار برای تبلیغ و بازرگانی جذب هر گردشگر هزینه کند اما این مبلغ در حال حاضر زیر دو دلار است.

ایران زیر ۲ دلار



گردآوری اطلاعات: هما حاملی طراحی: منصور دوردی

برنامه ریزی بازاریابی در صنعت گردشگری

گردآوری: طناز تیشه زن / سودا جلیلی

رشد روزافزون پدیده ی جهانگردی و افزایش ناشی از درآمدهای این صنعت در سراسر جهان، برنامه ریزی را به مطالعه و پژوهشهای کاربردی در این زمینه واداشته است. نتیجه ی این پژوهشها نشان می دهد که توجه به سطح کیفیت خدمات در صنعت توریسم یکی از کلیدترین ابزارهای اساسی برای رشد این صنعت است که باید با توجه به سمت وسوی بازار به آن پرداخت.

مطالعه مشترک سازمان جهانی جهانگردی نشان می دهد که در مقاصد گردشگری رشد یافته، رشد بی سابقه ی گردشگری بین المللی در پنجاه سال گذشته منجر به تغییر مساله ی »حمایت از مشتری «(که معمولاً طبق قوانین و ضوابط ملی تضمین شده‌است) به مساله ی (اطلاعات مشتری شده است و فن آوری جدید اطلاعات و توزیع الکترونیک آن به شکل سیستمهای توزیع جهانی، طبقه بندی هتل را به نفع مشتری و مسافران حرفه ای حرفه ای قویاً، تحت تأثیر قرار داده است. امروزه این مساله «کاملاً شناخته شده است که تورگردانهای مهم، هتلهای آینده را با معیارهای خودشان ارزیابی می کنند و سپس تفسیر شخصیشان را در مطالب ترویجی و تبلیغی ارایه می کنند.»

در کشور ما ضعف کلی بخش گردشگری ناشی از دوران رکود بیست ساله و وسعت کار تدوین استانداردهای تضمین کیفیت با توجه به تخصصی شدن وظایف در بخش مقاصد مهم بین المللی، نیاز به طرح مساله ی پایداری در تدوین و عملیات خدمات و تسهیلات گردشگری، شکاف های موجود در مجموعه ی امکانات و استانداردهای کیفیت تسهیلات گردشگری، ایران در مقایسه با مقصدهای قابل رقابت منطقه مانند دبی، عدم تناسب قوانین، مقررات، استانداردها و دستور العملهای ساختمانی برای تسهیلات گردشگری، خدمات و زیر ساختهای لازم، مقررات مربوط به اطفای حریق، ایمنی ساختمانی، تسهیلات ویژه ی معلولان و نیز نیاز به ظرفیت سازی متخصصان داخلی برای توسعه ی خدمات و تسهیلات گردشگری، عدم تناسب منابع انسانی در این بخش مثل آموزش کارکنان، تسهیلات آموزشی و تحصیلات، فقدان تجربه در عملیات، تسهیلات گران قیمت و لوکس و نیز ضعف مدیریت، نیاز و اتکای اولیه به ورود دانش فنی، نیاز به توجه به الگوهای بین المللی برای استاندارد های طبقه بندی، درجه بندی و نظارت، چند بارگی بخش گردشگری خصوصی و تداخل مسولیتها از جمله مشکلات فراروی این صنعت است. به همین دلیل با سرعتی که بعد از یک دوره وقفه در بخش گردشگری کشور پیش آمد زمینه ی آغاز مجدد پروژه استاندارد سازی خدمات گردشگری فراهم شد و تدوین استانداردهای کیفیت مراکز اقامتی کشور به عنوان مرحله اول طرح استانداردسازی خدمات توریسم در کشور آغاز شد. این پروژه که با هدف ارتقای سطح استانداردهای کیفیت در بخشهای گردشگری از چند سال پیش و طی مطالعات برنامه ی ملی توسعه ی گردشگری کشور آغاز شده بود. با پی گیری و تلاش مجدد مسولین گردشگری در اولویتهای برنامه ای قرار گرفت و یک گروه از مشاورین ملی با کمک مشاورین بین المللی سازمان جهانی جهانگردی مطالعاتی این پروژه به شیوه های مختلف استفاده شده است. همچنین هتل داران بخش های خصوصی و دولتی، تورگردانها، برنامه ریزان و معماران با تجربه نیز در مراحل مختلف به یاری آمدند. نتیجه ی این مطالعات، اکنون در اختیار سازمان میراث فرهنگی و گردشگری است تا به مرحله ی اجرا درآید. حاصل این مطالعات، تدوین استانداردهای کیفی خدمات برای اخذ گواهینامه ی ملی در بخش اقامتگاههای گردشگری کشور است.

موفقیت این برنامه، منوط به چندین عامل است که اجرای این مساله است. در مرحله ی بعد آموزش کارکنان در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و بازرسانی قرار دارد که در واقع مساله ی ارزیابی و درجه بندی را هدایت خواهند کرد. مساله ی مهم دیگر حمایت بخش تحقیق بازار سازمان میراث فرهنگی و گردشگری است که اطلاعات مداومی از بهبود تسهیلات و خدمات گردشگری در بازار های مورد نظر فراهم می کند. مکانیزمهای مدیریت و عملیات برنامه ی گواهینامه ی ملی کیفیت خدمات گردشگری در دوران اجرای نمونه باید تنظیم و تدوین شوند.

برنامه ریزی گردشگری در شهر و منطقه امروزه هدف از برنامه ریزی گردشگری، ضرورت ایجاد طرح (خلق نقشه هایی از اعمال ذهن برای رسیدن به یک آینده قابل پیش بینی و به انجام رسیدن این اعمال ذهنی است) و برنامه ریزی پایدار برای جلوگیری از اثرات مخرب فعالیت های گردشگری بر روی محیط ها و مناطق گردشگری (شهرها، روستاها و...) به دلیل تجاری کردن مناظر و چشم اندازهای طبیعی و جاذبه ها ی انسانی و ترس از گذشته و عدم فهم درست از برنامه ریزی از یک طرف می باشد و دیگر اینکه اگر چه فعالیت های گردشگری به اهداف و اثرات اقتصادی بهتر دستیابی پیدا کرده، لذا آن اهداف باید برای رضایت مندی گردشگران و ارتقاء کیفی رفاه و زندگی جوامع محلی (ساکنین) و بشری بکار گرفته شود.گان به منظور تبیین بیشتر برنامه ریزی گردشگری، آن را در چهار گروه اصلی تقسیم کرده است که در ذیل به شرح آنها می پردازیم.

۱) بخش تجاری

هر هتلدار و رستوراندار برای توسعه آینده و عملکرد گردشگری برنامه ریزی می کند. یک سرمایه گذار جدید دنبال بهترین موقعیت از نظر مکانی می گردد. عوامل مکانی در رابطه با زمینه های دیگر تجاری، اندازه، قیمت زمین فقط برخی از عوامل هستند که موقعیت تجاری آینده را تحت تأثیر قرار می دهند. یک وظیفه مداوم این اصناف بعد از تأسیس، برنامه ریزی و طراحی محصولات، خدمات و سطح کیفیت برای پیوستن به بخش بازار گردشگری است. برنامه ریزان و طراحان اصلی مالکان (صاحبان هتلها، رستوراندار و...) و مدیران هستند. گروه اصلی تجارت خدمات گردشگری اغلب به نام »صنعت مهمان نوازی «نامیده می شود. بهر حال دلایل زیادی مبنی بر اینکه چرا بخش تجاری گردشگری متناسب با تعریف صنعت نیست، وجود دارد.

گردشگری فقط یک محصول خاص(مثل اتومبیل) تولید نمی کند ؛ گردشگری شامل انبوهی از محصولات می شود. محصولات گردشگری ـ تجارب دیدار کنندگان، رضایت مندی آنها کاملاً با محصولاتی که در صنعت تولید می کند در تضاد است. خدمات حمل و نقل، سیستم توزیع گردشگری، بازارها را به سوی محصولات در مقصد حرکت می دهد. این امر کاملاً عکس محصولات تولید شده ای که در بازارها توزیع می شوند است. این واقعیت، یعنی اهمیت مقصد، استراتژی های برنامه ریزی کاملاً متفاوتی را در مقایسه با صنایع تولید کننده می طلبد. موقعیت کارخانه ها در برابر بازارهای محصولات اهمیت چندانی ندارند، اما موقعیت های مقصد در جهت برآوردن نیازهای بازار گردشگری از اهمیت بسزایی برخوردارند.



همه مکان های تفریحی و گردشگری ممکن است دارای خصوصیات مشابهی باشند اما بخاطر منحصر به فرد بودن هر کدام از آنها، مردم به آنجا مسافرت می کنند. تمایزات مکانها، موقعیت های مختلف، الگوهای توسعه ای، تاریخ، تنوع قومی، سنت ها و... وجود دارد که برنامه ریزان موظفند هر کدام از این کیفیتها و ویژگیهای بخصوص را کشف و آنها را متمایز نمایند و برای توسعه این ویژگی های خاص که مطلوب بازارهای گردشگری می باشند، برنامه ریزی کنند. محصولات و تولیدات گردشگری بسیار فاسد شدنی تر از محصولات صنایع است. به عنوان مثال اگر کارخانه ای تولید کننده لباس بچه، متوجه شود که بازار هدف آن، سالخورده شده است، محصولاتش را به جامعه و مردم دیگری با نرخ موالید بالاتر توزیع خواهد کرد ؛ اما سرمایه گذار گردشگری که سرمایه اش را در یک هتل، بندرگاه و یا پارک بکار گرفته است، چنانچه بازار گردشگری، قصد عزیمت به جای دیگری را داشته، مسلماً اگر کار جابجایی سرمایه غیر ممکن نباشد، هزینه انتقال فیزیکی تسهیلات آن بسیار بالا خواهد بود. در واقع کار گردشگری و امور مربوط به آن بسیار پیچیده و مستلزم گروه کثیری وترکیب متفاوتی از تصمیم گیرندگان را می طلبد تا در مرحله طراحی نه تنها منافع بالقوه بلکه تأثیرات فراوان بر تصمیمات خود را در اقامت با محیط پیرامون گردشگری و در ارتباط با دیگر مشاغل و نیز در زیر ساختار اجتماعی جامعه در نظر بگیرند.

۲) بخش عمومی به عنوان برنامه ریزان گردشگری

با وجود اینکه گردشگری یک صنعت است اما فقط با بخش تجاری احاطه شده است ؛ همچنین توسط گروه و بخش دیگری به نام بخش عمومی، اداره و رشد می یابد. عموماً اولین نقش و وظیفه دولت،سرپرستی، تصویب و اجرای قانون، نظم و آمادگی برای دفاع و انتظامی می باشد. به هر حال بیشتر کشورها برای گردشگری جایگاه و نقش خیلی مهمتری از نظم و مقررات در نظر گرفته اند. در اکثر کشورها ارتقاء گردشگری و بازاریابی یکی از وظایف دولت است. سالانه میلیون ها دلار صرف جذب گردشگران و بازدید کنندگان در کشورشان می کنند. در تمام جهان، دولت ها جذابیت های زیادی را مانند موزه ها، مکان های باستانی، ساخت هتل ها، پارک های ملی و... برای جذب گردشگر انجام می دهند. بخش دولتی بیشتر زیر ساخت هایی،مانند منابع آب، دفع فاضلاب، پلیس، آتش نشانی، روشنایی خیابانها، نیروگاه ها و... را که گردشگری به آنها وابسته است در اختیار دارد و آنها را مدیریت می کنند. اگرچه عوامل دولتی ممکن است ابتدا برای ساکنین بومی سیاستگذاری وبرنامه ریزی کنند، اما این خدمات شهری برای گردشگران اهمیت حیاتی دارند. برخی از مناطق و تفریحگاهها خیلی برای گردشگران شناخته شده نیستند ؛ برنامه ریزی شهر به طور رسمی، کد گذاری و منطقه بندی و یا چگونگی پیشرفت و توسعه گردشگری در ارتباط و عملکرد دولت بر روی برنامه ریزی گردشگری و توسعه آن مانند تصمیمات بخش تجاری، ضروری است.

۳) بخش غیر انتفاعی به عنوان برنامه ریزان سازمان های غیر انتفاعی به عنوان بخش توسعه و طراحی اولیه از اهمیت زیادی برخوردار هستند ؛ در همه جای دنیا سازمان های داوطلب توسعه زیادی را در بخش گردشگری ایجاد می نمایند. اکثر سازمان ها مثل بهداشت، سازمان ها و نهادهای دینی، مذهبی، تفریحی و سرگرمی، تاریخی، قومی و قبیله ای، شغلی و حرفه ای، باستان شناسی و طراحی سازمان های جوانان مکان ها و خدماتی را برای گردشگران تهیه و اداره می کنند. در سال های اخیر به جهت پیشرفت و گسترش و حمایت سازمان های غیر انتفاعی، تعداد جاذبه های طبیعی و فرهنگی افزایش یافته است. جوامع تاریخی و قدیمی ارزش حفظ مناطق خود را فهمیده اند و در کنار محافظت از بناها و مکانهای تاریخی ـ فرهنگی خود، فضاها و ساختمان هایی را با سلیقه گردشگران ساخته و پرداخته اند. بخش های غیر رسمی مانند خانوارها و گروههای داوطلب نیز نقش عمده ای در گسترش گردشگری بخصوص در گسترش و رشد ییلاق ها دارند به جای دعوت از شرکت های چند ملیتی برای سرمایه گذاری می توان از استعدادهای محلی در شکوفایی گردشگری محلی کمک گرفت و از آنجاییکه هدف بیشتر آنها ایده آل خواهی است تا سود جویی، لذا از توسعه گردشگری، منافع فرهنگی غیر انتفاعی فراوانی عاید می شوند. اگر چه قوانین متنوع هستند ؛ اما بخش غیر انتفاعی عموماً بخشی است که در آن هزینه هایی باید برای خدمات و محصولات در نظر گرفته شود، اما مالیات باید جزء هزینه های سرمایه ای محسوب شوند نه جزء سرمایه گذاری ها ؛ جاذبه های غیر انتفاعی معمولاً مالیاتی را از کمکها و اعانات، مجوزهای صادره و مجوزهای بنیادی دریافت می کنند.



برنامه ریزی برای استفاده گردشگران و بازدید کنندگان هنوز یک فعالیت عمده نیست، اما فرصت های زیادی برای فراهم کردن ترکیبی بهینه و ارزشمند از استفاده گردشگران و ساکنان محلی (بومیان) وجود دارد.

مشاورین حرفه‌ای

امروزه چندین گونه متخصص و کارشناس در برنامه ریزی گردشگری فعالیت می کنند. آنها نقش سرمایه گذاری یا مدیریت را برعهده ندارند، بنابراین برنامه ها و اطلاعات بدون غرض و عاری از تعقیب در اختیار برنامه ریزان و مدیران می گذارند. هیچ گروه دیگری به اندازه آنها نمی تواند در برنامه ریزی مؤثر واقع شود. اولین گروه که همه به نوعی با آنها آشنا هستند معماران ساختمانی می باشند. پروژه های آنها به طور جهانشمول مانند هتل ها، تفریح گاهها، رستورانها، استراحتگاهها، جاذبه ها، بناهای یادبود، پایانه های فرودگاهی، تئاترها، میدانها و... در همه جا فراوان یافت می شوند. فرآیند معمولی طراحی از مشورت با مالکین، گسترش برنامه طراحی، خلق و طراحی،سازه، کامل کردن طراحی ها و ساخت جزئیات و نوشتن قرار داد ساخت شروع می شود. معماران هم در بخش خصوصی و هم در بخش عمومی یافت می شوند. بعد از معماران ساختمانی ، معماران محوطه ساز یا طراحان زمین (شهر ساز) هستند که بسیار کار آنها به هم مرتبط است. آنها کارشناس زمین و مکان هستند. پروژه های آنها آمیخته ای از استعدادشان و درک آنها از منابع زمین و استفاده آن از این منابع است. گردشگری به طور عمده تحت تأثیر کار این گروه می باشد. که کارشان شامل طراحی مکانی اقامتگاهها، بندرگاهها، جاده ها، مرمّت بناهای تاریخی و برنامه های شهری و اجتماعی می باشد. بیشتر پارکها در تمام نقاط جهان توسط این گروه طراحی می شوند. این گروه از معماران،کارشان با مشورت با مشتری و پیروی از تجزیه و تحلیل نظرات کلی و جزئی آنها، برداشت و برنامهٔ ساخت و طراحی نهایی را ارائه می دهند. آنها همینطور در عملکرد خصوصی و عمومی نیز شرکت داده می شوند.

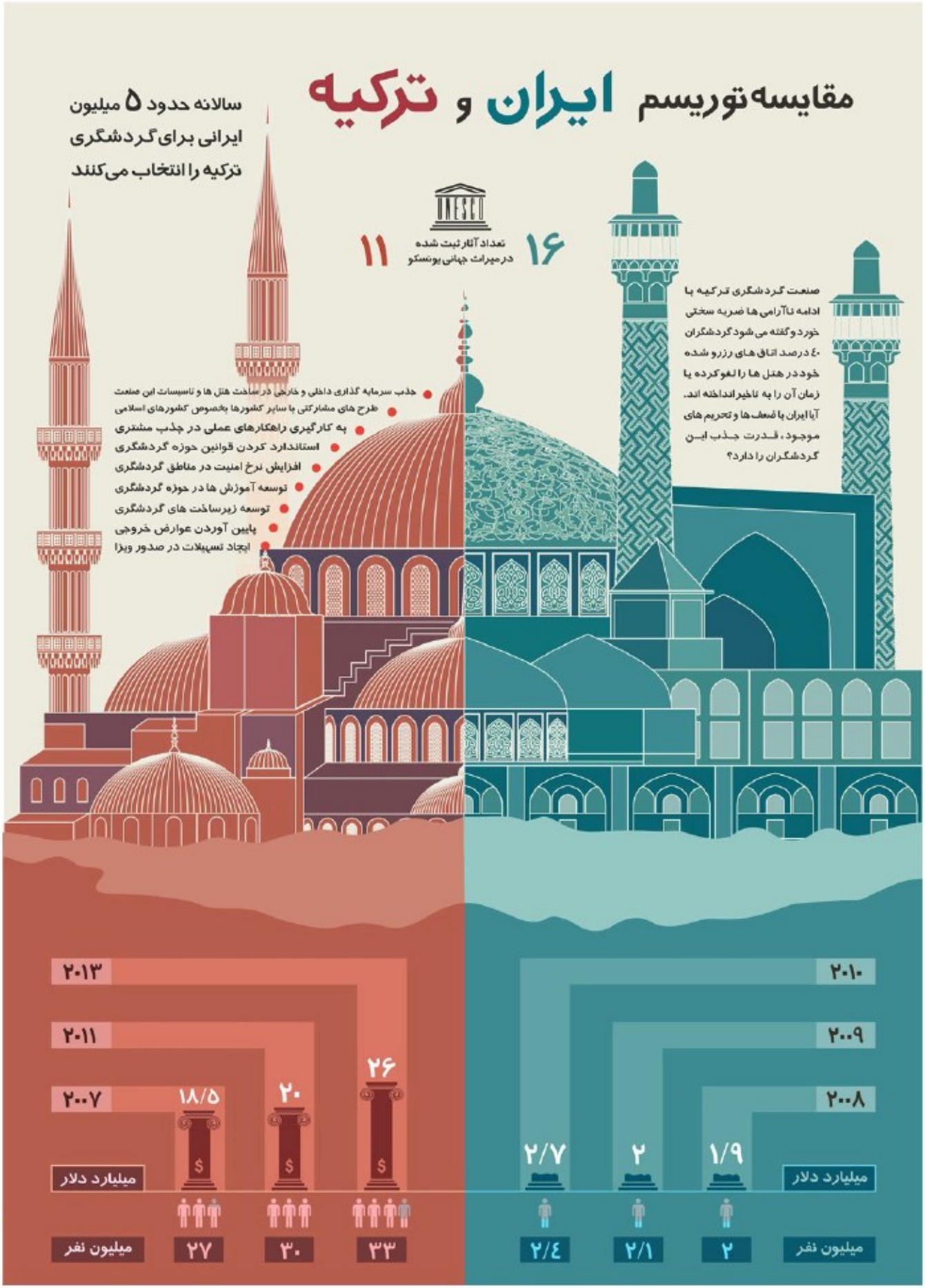
محدوده و زمینه کار برنامه ریزی شهری، فراهم کردن راهنمایی در خدمات، خدمات شهری، حمل و نقل و کاربری و استفاده زمین برای جامعه است. اغلب این کار، مبنای منطقه بندی و قوانین قرار گرفته است. نقش آن نخست بر روی ساکنین محلی می باشد، چون درآمد حاصل از مالیات محلی صرف فعالیتهایشان می شود. برنامه ریزی برای استفاده گردشگران و بازدید کنندگان هنوز یک فعالیت عمده نیست، اما فرصت های زیادی برای فراهم کردن ترکیبی بهینه و ارزشمند از استفاده گردشگران و ساکنان محلی (بومیان) وجود دارد.

مهندسین راه و ساختمان طرح ها وجزئیات پروژه هایی مانند پل ها، اسکله ها، فرودگاهها، سواحل، سیستم آب و فاضلاب و... که مربوط به گردشگری است را آماده می کنند. تغییر عمده در بین این کارشناسان در مورد گردشگری در تشریک مساعی آنها به عنوان تیم ها و گروههای تخصصی است، بیشتر افراد خبره به منظور دستیابی به ترکیب لازم برای پروژه های خدمات معماران، طراحان زمین، مهندسین و افراد دیگر را با همدیگر ترکیب می کنند. اغلب از متخصصین دیگر از جمله کارشناسان تاریخ، باستان شناسان، متخصصین زندگی حیوانات وحشی، جنگلبانان، طراحان و... استفاده می کنند.

از آنجا که دانشگاه ها در برنامه ریزی درسی خود گردشگری را نیز گنجانده اند، محققین و استادان راهنما در برنامه ریزهای گردشگری، طرف مشورت قرار می گیرند. آنها اغلب پیش زمینه های ترکیبی از یک سری اصول مانند جنگل داری پارک ها، تاریخ، معماری و شهرسازی، برنامه ریزی، مردم شناسی، اقتصاد، بازاریابی و... دارند. آنها چون طرف هیچ سودی محسوب نمی باشند لذا می توانند واقعی تر عمل کنند. نهایتاً نقش مهم مردم باید به کار خبرگان و متخصصین برنامه ریزی و طراحی اضافه شود. با رشد جهانی گردشگری، گرایش مردم عامه با ارزش تر شده است. تجربه سفرهای شخصی این افراد غیر متخصص یکی از داده های با ارزش برای هدایت و جهت دادن رشد فیزیکی، تأثیر محیطی و کیفیت خدمات گردشگری است.

منابع:

- ماهنامه بین المللی میراث فرهنگی و گردشگری ٤و ٥ ، سال اول/نیمه ی بهمن ۱۳۸۳
- Gunn,C.A.(1994) Tourism Planning, Taylor and Francis, New York.


مقایسه توریسم ایران و ترکیه
سالانه حدود ۵ میلیون ایرانی برای گردشگری ترکیه را انتخاب می‌کنند
۱۶ تعداد آثار ثبت شده در میراث جهانی یونسکو ۱۱
صنعت گردشگری ترکیه با ادامه ناآرامی ها ضربه سختی خورد و گفته می شود گردشگران ۴۰ درصد اتاق های رزرو شده خود در هتل ها را لغو کرده یا زمان آن را به تاخیر انداخته اند. آیا ایران با ضعف ها و تحریم های موجود، قدرت جذب این گردشگران را دارد؟
جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی در ساخت هتل ها و تاسیسات این صنعت
طرح های مشارکتی با سایر کشورها بخصوص کشورهای اسلامی
به کارگیری راهکارهای عملی در جذب مشتری
استانداردکردن قوانین حوزه گردشگری
افزایش نرخ امنیت در مناطق گردشگری
توسعه آموزش ها در حوزه گردشگری
توسعه زیرساخت های گردشگری
پایین آوردن عوارض خروجی
ایجاد تسهیلات در صدور ویزا
۲۰۱۰
۲۰۰۹
۲۰۰۸
۲/۷
۲
۱/۹
میلیارد دلار
۲/٤
۲/۱
۲
میلیون نفر
۲۰۱۳
۲۰۱۱
۲۰۰۷
۲۶
۲۰
۱۸/۵
میلیارد دلار
۳۳
۳۰
۲۷
میلیون نفر



چه ابزارها وفنونی در برنامه ریزی گردشگری بکار گرفته می شوند؟

میکائیل پروین

انتخاب روش تحقیق بستگی به اهداف و ماهیت موضوع پژوهش و امکانات اجرایی آن دارد. بنابراین، هنگامی می توان درمورد روش تحقیق تصمیم گرفت که ماهیت موضوع پژوهش و همچنین اهداف و وسعت آن مشخص باشد. در بسیاری از مواقع، در پژوهش از روش تحقیق ترکیبی استفاده می گردد

برای سنجش و اولویت بندی جاذبه ها معمولاً معیارها ی مختلفی از قبیل : اقتصادی، اجتماعی – فرهنگی، زیرساختی، زیست – محیطی، نهادی، قانونی وجغرافیایی مورد توجه قرار می گیرد تا براساس آنها بتوان نسبت به جاذبه های گوناگون .(تصمیم گیری نمود (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵،۳۰)در شرایطی که معیارهای گوناگون همسو نیستند، تصمیم گیری باید در یک فضای چند بعدی صورت پذیرد . در چنین شرایطی روش های ارزیابی چند معیاری، با توجه به اینکه در آن ها فرض بر این است که هر یک از معیارها محور یا بعد جداگانه ای هستند ، می تواند استفاده شوددر میان روش های ارزیابی چندمعیاری متعددی که در دهه های اخیر در زمینه های برنامه ریزی گردشگری استفاده شده اند می توان روش های زیر را نام برد:

- روش های ارزیابی بهینه یابی Optimization technique
- روش سلسله مراتبی AHP
- روش تحلیل شبکه ANP
- مدل SWOT
- روش دلفی
- ترسیم نقشه در محیط ARC GIS

روش‌های ارزیابی چند معیاره(AHP)

روش‌های ارزیابی چند معیاره کاربرد وسیعی در همه علوم از جمله در برنامه ریزی گردشگری پیدا کرده‌اند. از بین این روش‌ها، فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) یکی از روش‌هایی است که بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. یکی از محدودیت‌های جدی AHP این است که وابستگی‌های متقابل بین عناصر تصمیم، یعنی معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌ها را درنظر نمی‌گیرد و ارتباط بین عناصر تصمیم را سلسله‌مراتبی و یکطرفه فرض می‌کند. روش فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) ارتباطات پیچیده بین و میان عناصر تصمیم را از طریق جایگزینی ساختار سلسله‌مراتبی با ساختار شبکه‌ای درنظر می‌گیرد. به همین دلیل در سال‌های اخیر استفاده از ANP به جای AHP در اغلب زمینه‌ها افزایش پیدا کرده است. نتایج نشان می‌دهد که فرایند تحلیل شبکه‌ای، ضمن حفظ کلیه قابلیت‌های AHP از جمله سادگی، انعطاف‌پذیری، به‌کارگیری معیارهای کمی وکیفی به‌طور همزمان، قابلیت بررسی سازگاری در قضاوت‌ها، و امکان رتبه‌بندی نهایی گزینه‌ها، می‌تواند بر محدودیت‌های جدی آن، از جمله درنظر نگرفتن وابستگی‌های متقابل بین عناصر تصمیم و فرض اینکه ارتباط بین عناصر تصمیم، سلسله‌مراتبی و یکطرفه است، فایق آمده و چارچوب مناسبی را برای تحلیل مسایل گردشگری فراهم آورد.

واژه AHP مخفف عبارت Analytical Hierarchy process به معنی فرایند تحلیل سلسله مراتبی است.فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) روشی است منعطف، قوی، و ساده که برایتصمیم گیری در شرایطی که معیارهای تصمیم گیری متضاد انتخاب بین گزینه ها را با مشکل مواجه می سازد، مورد استفاده قرارمی دهد. این روش ارزیابی چند معیاری اولین بار توسط توماس ال ساعتی ۱۹۸۰ مطرح شد و تا کنون کاربردهای متعددی در علوم مختلف از جمله در برنامه ریزی گردشگری داشته است.

روش تحلیل شبکه ANP

مزیت تکنیک ANP در نظر گرفتن روابط درونی میان معیارها است. چنانچه بین معیارها و زیر معیارها روابط درونی وجود داشته باشد با استفاده از ادبیات پژوهش یا مدل‌های موجود، روابط درونی شناسائی شده و سپس با استفاده از مقایسه‌های زوجی این روابط نیز وارد مدل می‌شود. برای تعیین اولویت‌های کلی و تبیین روابط بین آن ها، ساختار سوپرماتریس اولیه (ناموزون) تشکیل می‌شود. بر مبنای نظریه ساعتی،

پس از تشکیل سوپرماتریس اولیه، گام بعدی تعیین اولویت است. برای تعیین اولویت از مفهوم نرمال‌سازی و میانگین موزون استفاده می شود. پس از نرمال کردن از مقادیر هر سطر میانگین موزون گرفته خواهد شد.

مدل SWOT در برنامه ریزی گردشگری

به منظور توسعه کارکردها، اقدام به ارائه راهکارها و تعیین راهبردهای کاربردی در جهت توسعه گردشگری می شود. بر این اساس، ابتدا فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها شناسایی ؛ سپس برای مشارکتی کردن برنامه ریزی آتی در ناحیه مورد مطالعه، از تکمیل پرسشنامه توسط مردم، مسوولان و گردشگران استفاده ، برای وزن دهی به تک تک عوامل تاثیرگذار نیز از روش دلفی استفاده میشود. نتایج نشان دهنده آن است که راهبردهای قابل قبول در برنامه ریزی گردشگری شهراست.برای دستیابی به این مهم، آشنا کردن مدیران هتل ها و دفاتر خدمات مسافرتی با روش های نوین تبلیغات و بازاریابی گردشگری، در اولویت است و موجب افزایش آگاهی علاقمندان به گردشگری از جاذبه های منحصر به فرد منطقه می گردد. و به تبع افزایش تعداد گردشگران و افزایش مدت زمان اقامت گردشگران در شهر عملی می گردد. برای نیل به تحقق اهداف و توسعه گردشگری با بهره گیری از این راهبرد، تقویت و افزایش میزان ارائه امکانات و خدمات در کنار جاذبه ها و منابع گردشگری دارای اهمیت در سطح ملی و بین المللی، با هدف جلب رضایت بیشتر گردشگران به ویژه گردشگران خارجی به منظور معرفی جایگاه واقعی کارکردهای تاریخی تمدنی و فرهنگی شهر مورد نظر به سایر کشورها با هدف جذب هر چه بیشتر گردشگران خارجی و ایجاد اشتغال و درآمد پایدار پیشنهاد می شود.

تعیین معیارهای خدمات گردشگری به روش دلفی

روش دلفی ، فرایندی قوی برپایه ساختار ارتباط گروهی است. به گونه ای که در مواردی بکار می رود که دانشی ناکامل ونامطمئن در دسترس است و قضاوت به متخصصان آن امر سپرده می شود

و همچنین یک نظر خواهی تخصصی برای پیش بینی آینده است.در این روش پرسشگربدر دو دوره یا بیشترانجام می شود و در هردوره از نتایج پیشین استفاده می شود

مرحله اول روش دلفی مهمترین مرحله است وان انتخاب پاسخ دهندگان و شکل دادن به یک پانل متعادل است.

ترسیم نقشه در محیط ARC GIS

GIS می تواند در بررسی شرایط محیط زیست، تعیین مناطق مناسب برای توسعه مورد نظر، یافتن منابع در تعارض و همچنین مدل سازی روابط، یکپارچه سازی داده ها، تجزیه و تحلیل فضایی و همچنین تسهیل مشارکت اجتماعی نقش موثری ایفا کند. با این استدلال که رقابت، نیازمند ابزاری فراتر از بازاریابی سنتی و روش های مالی برای مدیریت توسعه و انتقال تجربیات توریسم مبتنی بر منابع طبیعی و فرهنگی می باشد. یکی از مشکلات ذی نفعان گردشگری این است که آن ها انواعی از اطلاعات مورد نیاز برای نشان دادن مؤثر نقطه نظراتشان در مورد برنامه ریزی کاربری زمین را در اختیار ندارند، بنابراین ارزیابی منظم موجود منابع طبیعی و فرهنگی برای هر دو، گردشگران و صنعت گردشگری مهم است. GIS یک ابزار قدرتمند برای تهیه اطلاعات به منظور کمک به تصمیم گیری ها در برنامه ریزی توریسم پایدار می باشد و مدیریت یکپارچه منابع بر اساس نیازهای جوامع محلی و بازدیدکننده ها را ترویج می کند. مشارکت شهروندان در برنامه ریزی فقط در صورتی امکان پذیر می باشد که امکان دسترسی مساوی به اطلاعات وجود داشته باشد. شیوه استفاده از GIS منعکس کننده ایدئولوژی های سازمان های سرمایه گذار در برنامه های گردشگری می باشد. بنابراین روش اعمال GIS بایستی منعکس کننده اهداف استراتژیک برنامه ریزی یکپارچه توریسم پایدار باشد.با بهره گیری از محیط GIS، به مکان یابی بهینه مراکز اقامتی و پذیرایی در منطقه پرداخته و راهبردها و پیشنهادات لازم جهت بهبود فضای گردشگری منطقه و جذب هر چه بیشتر گردشگران به منطقه مورد منظر، ارائه می شود.

منابع:

- میرنجف موسوی – مهدی عبداله زاده مهدی احمدیان۱۳۹۲ مدلهای برنامه ریزی گردشگری ناشر: آراد کتاب چاپ: دوره اول
- هادیانی زهره، احدنژاد محسن، کاظمی زاد شمس اله، قنبری حکیمه ۱۳۹۱ عنوان مقاله برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری بر اساس تحلیل SWOT(مطالعه موردی: شهر شیراز) جغرافیا وبرنامه ریزی محیطی
- محمد باقر قالیباف ، محمد شعبانی فرد ،۱۳۹۰ ارزیابی و اولویت بندی جاذبه های گردشگری برای توسعه گردشگری شهری بر اساس مدلهای تصمیم گیری چند متغیره (مطالعه موردی: شهر سنندج) فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۲۶ ، ش دوم



تحلیل ویژگی‌های معماری اقلیمی در خانه های تاریخی شهر تبریز

نادره منشور، ساناز اشرافی، علی رحمتی



چکیده:
رشد بسیار سریع شهرنشینی و به طبع آن توسعه ساخت و ساز، جهت جوابگویی به نیاز روزافزون شهروندان نیازمند مسکن، معلول جریان افزایش جمعیتی بود که تقریبا از چهار دهه گذشته در ایران آغاز گردید، این در حالی بود که بسیاری از مسائل مربوط به توسعه پایدار در ساخت ساختمان های جدید گرفته شده بود. عمدتا کپی برداری‌های ناقص از طرح‌های ساختمانی وارداتی توجهی به مسائل مهمتری همچون آسایش اقلیمی و هماهنگی فرهنگی بناها نداشتند. در این میان واحدهای مسکونی بعنوان گسترده‌ترین نوع ساختمان‌های ایجاد گردیده بیشترین آسیب و دور ماندن از اصول توسعه پایدار را داشتند. الگوی واحدهای آپارتمانی ارائه شده جهت انبوه‌سازی سریع و سودآور برای تهیه مسکن شهروندان رو به افزایش ایرانی در اغلب موارد از اصول تنظیم شرایط محیطی همانند توجه به میزان برخورداری از نور کافی، تهویه طبیعی و موارد دیگر بی‌بهره بودند. بعبارتی ساده می‌توان گفت که توسعه گسترده شهرسازی ایران در طی دهه‌های اخیر در بسیاری از موارد خصوصا در واحدهای ساختمانی مسکونی از فاقد اصول توسعه پایدار بوده است. با عنایت به مطالب فوق در نوشتار حاضر سعی گردیده است تا با مطالعه تحلیلی سازهای و اقلیمی خانه‌های تاریخی تبریز موارد رعایت گردیده در آنها جهت آسایش ساکنان مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته و در نهایت با استناد به همین عناصر نکاتی را که می‌توانند جهت توسعه پایدار در ساختار معماری مسکونی امروزی مورد استفاده قرار گیرند، پیشنهاد گردد.

کلمات کلیدی: معماری اقلیمی، توسعه پایدار، خانه های تاریخی تبریز، دانشکده معماری

مقدمه:

در کشور پهناور ایران با مناطق اقلیمی متفاوت و شرایط متغیر آب و هوایی در فصول مختلف سال، معماری سنتی ایران راه حلها و شیوه‌های منطقی و مناسب جهت فراهم نمودن شرایط آسایش انسان ابداع و ارائه نموده است. در مملکتی که در قسمت اعظم فلات مرکزی آن در بیش از نیمی از سال قطره‌های باران نمی‌بارد و تهیه و حفظ آب شیرین از معضلات همیشگی مردم این نواحی بوده و در سواحل دریای خزر با حدد دو متر بارندگی سالیانه و رطوبت بالای ۸۰٪ در اکثر اوقات سال که فعالیت و تحرک را از انسان سلب می‌کند و همچنین در سواحل جنوبی کشور که شمس‌الدین مقدسی، جغرافیدان و سیاح معروف عرب و مؤلف کتاب احسن التقاسیم فی معرفه الاقالیم در قرن چهارم هجری، آنجا را از لحاظ شدت گرما، دروازه جهنم نامیده و بالأخره در نواحی کوهستانی که برف و سرمای شدید محل زندگی در زمستانهای طولانی این منطقه است، مشاهده می‌کنیم که معماری سنتی این مرز و بوم به لحاظ تجربه چند هزار ساله، اصول و روشهایی ابداع نموده که بدون استفاده از وسایل مکانیکی، شرایط زیست محیطی ساختمانها را در مناطق مختلف آب و هوایی به شرایط آسایش انسان تا حد ممکن نزدیک کرده‌اند. تا همین ۳ الی چهار سال قبل بود که بنایان و معماران در مناطق مختلف اقلیمی ایران، جهت اصلی ساختمان را رو به جنوب و یا باد مناسب می‌ساختند. اهالی پایتخت مانند بسیاری از شهرنشینان و روستائیان در این کشور، در شبهای فصل تابستان به لحاظ از استفاده از برودت نسبی آسمان شب، بستر بر روی بام پهن می‌کردند و در آنجا می‌خوابیدند. در طی بعد از ظهرهای گرم این فصل، در زیرزمین استراحت می‌نمودند. بر روی ایوانهای رو به جنوب حصیری می‌انداختند تا آفتاب گرم تابستان به درون خانه نفوذ پیدا نکنند و عصرها حیاط را آب‌پاشی می‌کردند تا رطوبت و برودت حیاط و فضاهای اطراف آن افزایش یابد.

ولی امروزه طرح‌های ما به گونه‌ای است که ساختمانها در طی تابستان بسیار گرم و حتی گرم‌تر از محیط اطراف خود می‌باشد و در زمستان نیز بسیار سرد و از لحاظ آسایش ناراحت‌کننده است و به کمک تکنولوژی

روش تحقیق:
روش بررسی در مقاله حاضر، بیشتر روش تحلیلی و توصیفی بوده و اطلاعات آن به شیوه کتابخانه ای و استفاده از منابع و اطلاعات موجود در کتب و مقالات و نیز اطلاعات موجود در سازمان های ذیربط، از جمله اداره هواشناسی شهر تبریز جمع آوری شده است. در واقع، ابتدا راهکارهای طراحی بناها در اقلیم سرد مورد تحلیل قرار گرفته که در این راستا، سه خانه تاریخی در مجموعه دانشکده معماری دانشگاه هنرهای اسلامی تبریز معرفی و بافت و کالبد آن ها با توجه به اقلیم بررسی شده است و سپس توصیفی از شرایط آب و هوایی شهر تبریز، به عنوان شهری سردسیر صورت گرفته که جداول و نمودارهای به کار رفته مؤید آب و هوای سرد این شهر و زمستان های سخت آن می باشد. در این بخش، ویژگی های معماری همساز با اقلیم در تبریز ذکر شده و با پلان های موجود از خانه های تاریخی این محور تطبیق شده است و همچنین راهکارهایی برای به کار گیری معماری اقلیمی شهر تبریز در ساختمان ها جدید ارائه شده است.

تقسیمات اقلیمی ایران:
با توجه به شکل گیری و ترکیب معماری بومی مناطق مختلف ایران در می یابیم که ویژگی های متفاوت هر یک از این اقلیم ها، تاثیر فراوانی در شکل گیری شهر ها و ترکیب معماری این مناطق داشته اند. بنابراین، تعیین دقیق حوزه های اقلیمی در سطح کشور و دستیابی به مشخصات اقلیمی مناطق مختلف، در ارائه طرح های مناسب و هماهنگ با اقلیم هر منطقه اهمیت فراوانی دارد. بنابراین لازم است که روش های تقسیمات اقلیمی ایران مورد توجه قرار گیرد. اصولا در بسیاری از مناطق جهان، اقلیم بوسیله عرض جغرافیایی و ارتفاع از سطح دریا مشخص می شود. ایران با قرار گرفتن بین ۲۵ تا ۴۰ درجه عرض جغرافیایی شمالی، در منطقه گرم قرار دارد و از نظر ارتفاع نیز، فلات مرتفعی است که مجموع سطوحی از آن که ارتفاعشان از سطح دریا کمتر از ۴۷۵متر است، درصد بسیار کمی از سطح کل کشور را تشکیل می دهند. فلات ایران از نظر تقسیم بندی اقلیمی در یک منطقه خشک از جهان قرار گرفته است. البته باید توجه داشت که که این یک تقسیم بندی کلی است و اگر چه آب و هوای اکثر نقاط ایران خشک می باشد و میانگین بارندگی بسیار کمتر از میانگین بارندگی در سایر نقاط جهان است، ولی با وجود این قاعده کلی، شرایط آب و هوایی مختلفی در ایران مشاهده می شود. در شرایط اقلیمی متفاوت، برای تامین نیازهای حرارتی فضاهای داخلی ساختمان، اجزا و عناصر کالبدی متفاوتی مورد نیاز است. بنابراین در بین نقاط مختلف کشور، نقاطی که نیازهای یکسانی دارند در گروه های مشابه قرار گرفته اند. از اینرو مهندس مرتضی کسمایی در نقشه پهنه بندی اقلیمی ایران، با در نظر گرفتن نیازهای حرارتی فضاهای داخلی ساختمان، کشور ایران به هشت منطقه اقلیمی تقسیم نموده است. در تقسیمات اقلیمی انجام شده شرایط بحرانی و تغییرات روزانه شرایط حرارتی در دو فصل بحرانی سال مورد توجه بوده است. لذا تقسیمات هشت گانه با توجه به تغییرات حرارتی در دو فصل تابستان و زمستان انجام می گیرد، در ادامه اقلیم شهر تبریز با توجه به پهنه بندی اقلیمی کسمایی بررسی می گردد. منطقه سرد آذربایجان در این پهنه بندی در گروه، اقلیم ۲ قرار می گیرد.

اقلیم شهر تبریز
تبریز دارای هوایی اقلیمی و کم رطوبت است و حد متوسط بارندگی آن در سال، ۲۸۵ میلیمتر است. این جلگه در اثر ارتفاعی که از سطح دریا دارد، دارای زمستانهای طولانی و سرد و تابستانهای معتدل است. هوای این شهر سرد و خشک است، باد و سوز دائمی دارد که مربوط به بادهای محلی است نه جریانهای قاره ای ، اما گاهی جریانهای سیبری پس از عبور از کرانه های دریای خزر به حوزه تبریز رسیده سبب بروز شدت سرما در زمستان و کولاک و راه بندان عمومی می شود . زمستان در تبریز زود آغاز گشته و دیر خاتمه می یابد . تبریز در حال حاضر در ردیف کلیمای b(GS) در رده بندی کوین یعنی نوع مدیترانه ای یا تابستانی خنک منظور شده است. وضع بارندگی تبریز همگام با سایر نقاط آذربایجان تابع جریانهای هوایی بویژه توده هوای مرطوب مدیترانه و بخارهای ناشی از آن هوای سرد سیبری و شمالی و اختلاف درجه حرارت در محدوده دریاچه ارومیه و استقرار کوههای سهند می باشد. میانگین بارندگی شهر تبریز بطور متوسط ۲۷۰ میلیمتر می باشد . معمولا در طول فصل تابستان بارندگی کمتر می باشد. حداکثر متوسط دما در تیر ماه ۳۲ درجه سانتیگراد و حداقل متوسط آن در دیماه ۲۷ درجه سانتیگراد و حداکثر مطلق ثبت شده ۴۲ درجه و حداقل مطلق ۲۵ درجه سانتیگراد بوده است. تعداد روزهای یخبندان حداکثر ۱۵۵ روز و حداقل ۵۲ روز و بطور متوسط ۱۰۷ روز است. میزان تبخیر تعرق منطقه ۱۷۳۳ میلیمتر محاسبه گردیده است.

منطقه مورد مطالعه (دانشکده معماری، محله تاریخی مقصودیه تبریز):
مجموعه مقصودیه یکی از مجموعه‌های دانشگاه هنر اسلامی تبریز است که در خیابان مقصودیه واقع شده‌است. مساحت این مجموعه ۷۳۸۲ متر مربع شامل ساختمان‌های تاریخی بهنام، قدکی و گنجه‌ای‌زاده می‌باشد که این ساختمان‌ها هم‌اکنون به‌طور کامل مرمت و بازسازی شده و در اختیار دانشگاه قرار گرفته‌اند؛ همچنین ساختمان صدقیانی نیز پس از واگذاری، مرمت شده و به این مجموعه ملحق خواهد شد.

ساختمان بهنام: ساختمان بهنام یکی از ساختمان‌های تاریخی دانشگاه هنر اسلامی تبریز است که قدمت آن به اواخر دوره زندیه می رسد. مساحت این بنا ۱۹۰۰ متر مربع است و بخش اداری دانشکده معماری و شهرسازی را در خود قرار داده‌است. تالار مرکزی ساختمان بهنام به‌دلیل نقاشی‌شده بودن دیوارها و شومینه‌ها از مهم‌ترین آثار معماری دوره زندیه به‌شمار می‌رود.

ساختمان قدکی: ساختمان قدکی یکی از ساختمان‌های تحت تملک دانشگاه هنر اسلامی تبریز است. قدمت این بنا به اواسط دوره قاجاریه می‌رسد و مساحت آن ۱۳۴۰ متر مربع شامل دو طبقه زیرزمین و همکف و دو حیاط اندرونی و بیرونی است. ساختمان قدکی پس از مرمت و بازسازی بخش‌های مختلف دانشکده معماری و شهرسازی نظیر تعدادی از آتلیه ها و نمایشگاه را در خود گنجانده است. طبقه زیرزمین این ساختمان به‌جهت جای‌دادن حوضخانه و حوض سنگی تاریخی در خود، نسبت به سایر طبقه‌ها اهمیت بیش‌تری پیدا کرده‌است و غالباً آثار دانشجویان در این محل به نمایش گذاشته می شود.

ساختمان گنجه‌ای‌زاده: ساختمان گنجه‌ای‌زاده یکی از ساختمان های دانشگاه هنر اسلامی تبریز است که پیشینه آن به اواخر دوره قاجاریه و اوایل دوره پهلوی می‌رسد. مساحت این بنا ۴۱۴۲ متر مربع شامل سه طبقه مجزا است که آتلیه‌ها، کلاس‌های درس و سایر بخش های آموزشی دانشکده معماری و شهرسازی در آن قرار گرفته‌اند. ساختمان گنجه‌ای‌زاده دارای معماری برونگرا است که این شیوه معماری در اکثر بناهای دوره قاجاریه دیده می‌شود.

ویژگی‌های معماری اقلیمی در منطقه اقلیمی سرد و خشک:
فرم بنا: برودت بسیار زیاد هوا در بخش عمده ای از سال، در نواحی سرد و کو هستانی باعث شده است تا حداکثر استفاده از تابش آفتاب، بهره گیری از نوسان روزانه دما، حفظ حرارتی و جلو گیری از باد سرد زمستانی در فضاهای مسکونی امری ضروری گردد. لذا فرم بنا در جهت مقابله با سرمای شدید طراحی و اجرا می شود. در ادام ، به توضیح خصوصیات کلی فرم بنا در این اقلیم خواهیم پرداخت.



ساختمان های درون گرا با حیاط مرکزی: بناهای سنتی در اقلیم سرد مانند منطقه آذربایجان دارای حیاط مرکزی بوده و سایر قسمت ها دورتادور این حیاط چیده می شوند. اتاق های واقع در سمت شمال حیاط بزرگتر از سایر قسمت ها و تالار یا اتاق اصلی نشیمن خانه نیز در این سمت حیاط واقع شده است تا از تابش مستقیم و حرارت آفتاب در فصل سرد زمستان استفاده کنند. جبهه جنوبی ساختمان به دلیل کوتاه و معتدل بودن فصل تابستان کمتر به کار گرفته می شود. لذا اتاق های جنوبی و اتاق های شرقی و غربی – در صورت وجود – به عنوان انباری یا فضاهای خدماتی همچون اتاق خدمه یا سرویس های بهداشتی کاربرد دارند .برخلاف مناطق معتدل و مرطوب سواحل جنوبی دریای خزر، خانه های این مناطق، اغلب دارای زیر زمینی یا سقف کوتاه در پائین زمستان نشین هستند که به علت خنکی هوای آن، در تابستان برای سکونت و آسایش ساکنان خانه به کار می رود.

استفاده از ایوان و حیاط کوچک در بنا: از آنجایی که در بیشتر روزهای سال در مناطق کوهستانی سرد ویا بسیار سرد است اکثر فعالیت های روزمره در اتاق ها انجام می پذیرد. لذا ابعاد حیاط ها در این مناطق قدری کوچکتر از نواحی فلات مرکزی ایران است . ساختمان ها در این اقلیم دارای ایوان اند که کاربرد نشیمن ندارند و صرفا جهت حفظ ورودی ها ی بنا از برف و باران استفاده می شوند نکته دیگر پائین بودن کف حیاط بناهای اقلیم سرد به اندازه ۱ تا ۱.۵ متر از سطح پیاده روهااست تا بتوان آب جاری در نهر ها و جویها را بر باغچه حیاط یا آب انبار واقع در زیر زمین سوار نمود و از سوی دیگر، زمین مانند عایق حرارتی اطراف بنا را احاطه کرده، مانع از تبادل حرارتی بین بنا و محیط پیرامون آن و باعث حفظ حرارت درون ساختمان می شود .

پلان ، فرم بنا و نحوه قرار گیری آن: در حوزه اقلیمی سرد و کوهستانی، بناها دارای پلان و بافت متراکم می باشند. فرم بنا باید به گونه ای باشد که سطح تماس آن را با سرمای خارج کمتر نماید تا حرارت کمتری از درون به بیرون انتقال یابد. لذا از احجامی نظیر مکعب یا مکعب مستطیل استفاده می نمایند تا نسبت سطح خارجی بنا به حجم داخلی آن کاهش یابد و آن را در حداقل ممکن نگه دارد . ساختمان ها بین ۲۰ درجه به طرف غرب و ٤٥ درجه به سمت شرق و در سایه باد یکدیگر و خارج از سایه آفتاب هم ، در محور شمالی – جنوبی مستقر می شوند.

اتاق های کوچک با ارتفاع کم: در نواحی سرد و برفی ، باید از ایجاد اتاق ها و فضاهای بزرگ داخل بنا اجتناب نمود چرا که با افزایش سطح تماس آنها با فضای سرد بیرونی ، گرم کردن این فضای وسیع مشکل خواهد بود.بنابراین در این مناطق سقف اتاق ها را پائین تر از اتاق های مشابه در سایر حوزه های اقلیمی در نظر می گیرند تا حجم اتاق کاهش یابد و سطح خارجی نسبت به حجم بنا حداقل گردد . ارتفاع کم سقف در تالار ها و اتاق های مهم و طاق راسته ها و حجره های بازارهای این مناطق نیز مشهور است .

بازشوهای کوچک: در این مناطق برای جلو گیری از تبادل حرارتی بین داخل و خارج بنا از بازشوهای کوچک و به تعداد کم استفاده می کنند . در صورت بزرگ بودن پنجره ها ، استفاده از سایبان الزامی است . بازشوها در ضلع جنوبی برای استفاده هر چه بیشتر از تابش آفتاب ، بزرگتر و کشیده تر انتخاب می شوند . همچنین از استقرار بازشوها در جهت بادهای سرد باید اجتناب نمود . پنجره های دو جداره نیز برای رساندن تبادل حرارتی به داقل ممکن مناسب ترند . در ضمن به منظور جلوگیری از ایجاد سوز در داخل و خروج حرارت داخلی به خارج ساختمان ، میزان تعویض هوای هوای داخل وتهویه طبیعی را باید به حداقل ممکن رساند.در مقایسه با اقلیم گرم و خشک ابعاد بازشوها در این حوزه اقلیمی برای استفاده از انرژی حرارتی حاصل از تابش آفتاب افزایش یافته است.

دیوارهای نسبتا قطور: قطر زیاد دیوارها نیز به نوبه خود از تبادل حرارتی بین فضای داخلی بنا و محیط بیرونی ساختمان جلوگیری می کند . معیارهای معماری اقلیم سرد و کوهستانی و گرم و خشک تقریبا مشابه است و تنها تفاوت آنها در منابع حرارت دهنده می باشد که در اقلیم گرم و خشک این منبع از سمت بیرونی بنا و در اقلیم سرد از سمت داخل فضا می باشد . لذا باید در این اقلیم به کمک مصالح بنایی قطر دیوارها را زیاد نمود تا این جداره بتواند به عنوان منبع ذخیره حرارت داخل بنا عمل نماید . دیوارهای قطور ، گرما و حرارت تابش آفتاب روزانه را در طول شب حفظ و به تعدیل دمای داخل ساختمان کمک می نماید . در معماری بومی این مناطق تا حد ممکن تلاش می شود تا به شکل طبیعی یا با استفاده از بخاری و گرمای ناشی از حضور افراد ، پخت وپز یا حضور حیوانات ، بنا را گرم نمود .

بام های مسطح: ابنیه سنتی در کوهپایه های شمالی سلسله کوههای البرز دارای بام های شیب دار و در مناطق کوهستانی غالبا مسطح هستند. بام های شیب دار در صورت مناسب بودن پوشش آن به مراتب از بام های مسطح بهترند چرا که آب باران را به سهولت از روی بام دور می کنند. ولی در صورت کاهگلی بودن پوشش بام ، قدرت آن در برابر رطوبت و باران و به ویژه برف بسیار تضعیف خواهد شد. چرا که آب ناشی از ذوب تدریجی برف وارد سقف کاهگل می گردد و بنا مرطوب و نم دار می گردد. انتخاب بام های مسطح در اقلیم سرد مشکلی ایجاد نمی نماید چرا که با نگهداری برف بر روی بام ازآن به عنوان عایق حرارتی در مقابل سرمای زیاد هوای خارج که چندین درجه کمتر از درجه حرارت برف است استفاده می شود و همچنین فضای زیر اسکلت خرپا که کاربرد انباری دارد ، عایق مناسبی بین فضای داخل و خارج بنا خواهد بود . لذا دو جداره بودن سقف بنا در این اقلیم برای حفظ گرمای بنا حائز اهمیت است.

نوع مصالح: مصالح مورد استفاده در ابنیه سنتی در مناطق سرد و کوهستانی مانند سایر حوزه های اقلیمی از مصالح موجود در آن اقلیم است. این مصالح باید از ظرفیت و مقاومت حرارتی خوبی برخوردار باشند تا گرمای بنا را در فضای داخلی آن حفظ نماید. لذا بدنه این ابنیه از سنگ (یا چوب ، ملات کاهگل ، خشت و آجر) و پوشش سقف و بام از تیر های چوبی و کاهگل می باشد . از سنگ و مصالح مقاوم و سنگین برای برای پی سازی بنا استفاده می کنند و در برخی نقاط ، کرسی چینی با مصالح سنگین جهت جلو گیری از رطوبت به کار می رود.

کالبد شهری و روستایی: بافت شهری و روستایی حوزه اقلیمی سرد و کوهستانی در جهت مقابله با سرمای شدید شکل گرفته است . ویژگی های بافت شهری و روستایی در این اقلیم عبارتند از:

- بافت متراکم و فشرده
- فضاهای کوچک و محصور

بهره گیری از جهات آفتاب و زمین (به عنوان عوامل تعیین کننده ی جهت استقرار و گسترش شهر و روستا و سیمای آنها)

معابر باریک به موازات خط تراز زمین

با توجه به شرایط اقلیمی منطقه سرد و کوهستانی در ایران به منظور جلوگیری از اتلاف حرارتی و کوران هوا، بنا ها به صورت متراکم و فشرده و متصل و در کنار هم ساخته می شوند تا سطح تماس فضاهای گرم مسکونی با محیط سرد خارج کاهش یابد . همچنین بنا ها طوری کنار هم قرار می گیرند که یکدیگر را محصور نمایند و فضاهای شهری تا حد امکان کوچک شوند تا نفوذ جریان باد سرد به داخل فضاهای شهری کم گردد و تابش حرارت از سطح خارجی دیوارهای گرم ابنیه به فضاهای کوچک و محصور شهری، هوای سرد آنها را تعدیل نماید .

نکته قابل مشاهده دیگر در این نوع شهرها، طراحی معابر کم عرض و باریک برای استفاده بهتر از حرارت و جلوگیری از تبادل گرما و سرما است. معمولا در این نوع اقلیم ، مجتمع های زیستی در وسط دامنه بلندی ها و رو به جنوب و در داخل زمین یا روی آن به منظور بالا بردن ظرفیت حرارتی دیواره های بدنه شمالی و افزایش حجم داخلی نسبت به سطح بیرونی، استقرار می یابند. در واقع در صورت استقرار روستا در پائین دره اولا خطر سیل خیزی و نابودی روستا وجود خواهد داشت. ثانیا نفوذ هوای سرد سنگین به دره ها باعث افزایش شدت سرما به هنگام شب خواهد شد. ثالثا جبهه شمالی کوه همواره در سایه قرار گرفته و سرد می باشد در حالیکه روستاها و شهر ها باید جهت حداکثر استفاده از تابش خورشید، رو به دره و در آفتاب بنا گردند. رابعا به علت فزونی ناهمواری های زمین و شدت باد در بالای کوه و دسترسی به منابع آبی و رود خانه ها که در قسمت پائین ارتفاعات جاری هستند، استقرار بافت روستایی و شهری بر بالای کوه صحیح نمی باشد.

ویژگی های معماری اقلیمی در خانه‌های تاریخی مورد مطالعه:

خانه بهنام: این بنا از خانه های مجموعه دانشگاه هنر اسلامی تبریز است که از قدیمی ترین بناهای اوائل قاجاریه میباشد که در دوره ناصرالدین شاه مرمت و احتمالا تزئینات نقاشی به آن اضافه شده است. دیواره نگارهای موجود در آن که مربوط به دوره زندیه می باشد . ورودی این ساختمان از کوچه مشیر دفتر بوده و دسترسی آن بوسیله یک دالان از پشتی خانه قدکی می باشد و از دو بخش اندرونی و بیرونی تشکیل شده است. بنا، مجموعه کامل به صورت اندرونی و بیرونی است. شامل هشتی ورودی، دالان سردر، حیاط بزرگ بیرونی، حیاط اندرونی، ایوان ستوندار برای نشیمن تابستانی در جنوب. ساختمان اصلی در شمال حیاط و رو به جنوب دارای ایوان ستوندار است. ساختمان دارای زیرزمین است. اتاقهای زیرطنبی برای نشیمن تابستانی و دیگر اتاقها به صورت انباری درآمده است. طنبی (تالار)، اطاقهای استراحت مهمانان بوده که در ضلع شمالی حیاط مستطیلی



کشیده ای موسوم به حیاط بیرونی شکل گرفته اند. در ضلع جنوبی این حیاط نیز فضاهایی شامل تراس تابستانی با ستون ها و سرستونها و نیز فضای ورودی و چند فضای دیگر دیده می‌شود. برای نشیمن تابستان و ایوان شمالی دارای ستونهای چوبی گچ اندود با سرستونهای گچبری شده است. پیشانی ساختمان دارای گچبری و طاق نماهای طرفین ایوان جنوبی مقرنسکاری است.

دو ضلع شرقی و غربی حیاط بیرونی با دیوارهایی که به وسیله طاق نما تزیین گردیده محدود شده است. از خصوصیات بارز آن کامل بودن مجموعه، پلان معماری، تنوع در ابعاد اتاق ضمن رعایت تقارن در نما است. ایوان جنوبی این ساختمان از دو طبقه و در بعضی از نقاط از سه طبقه تشکیل شده است. در طبقه زیرزمین یک سری فضاهای متناسب و زیبا و در عین حال ساده دیده می شود و پوشش آن بوسیله طاقهای مختلف آذری انجام گردیده است. در طبقه اول فضاهایی شامل اطاقهای اندرونی و بیرونی و تالار وجود دارد. اتاق های زیر زمین با بازشوهای کوچک و سقف های کوتاه کاربری زمستان نشین داشته اند.

شاهنشین (تالار) آن مجموعه ای از تزئینات و ظرافت کاریهای دوران گذشته را در بر دارد. اُرسی بزرگ چهارلایه که طول آن بالغ بر ۷ متر و عرض آن ٤ متر است با نقوش اسلیمی و شیشه رنگی تزئین شده است. دیواره نگاره های دوره زندیه که در آنها نمونه هایی از کارهای بسیار ظریف تذهیب، پرتره، نقوش گل و مرغ، شکارگاهها و منظره ها دیده می شود. قسمتی از تزئینات آن را تشکیل می دهد. فضاهای اندرونی و بیرونی این ساختمان عهدقجری علاوه بر تزیینات داخلی به دلیل طراحی متناسب با فصول مختلف سال از جهت تعادل درجه حرارت و چشم‌انداز زیبا، چشم بازدیدکنندگان را در هنگام‌دیدار ازاین بنای باعظمت خیره می‌کند.

خانه قدکی: این خانه یکی از بناهای تاریخی تبریز است که در مرکز شهر و در پشت عمارت شهرداری در محله معروف مقصودیه واقع شده است. این بنا که در اواسط دوران حکومت قاجار و در اوج حیات سیاسی و اقتصادی دارالسلطنه تبریز ساخته شده، با سرستون های زیبا و طاق های متقارن خود تصویری زیبا از ساختمان سازی عصر قجری را به نمایش می گذارد. پنجره های ارسی مشجر، نقش طرح های زیبا بر دیوار آجری، قرینه سازی فضای دو طرف حوض حیاط بنا و ستون های پیچی از ویژگی های بارز خانه قدکی است که چشم بازدیدکنندگان این بنای باشکوه را نوازش می کند. به عقیده کارشناسان این بنا یکی از بهترین نمونه های معماری ایرانی جهت سکونت در اقلیمی با شرایط آذربایجان محسوب می شود.

استفاده حداکثر از نورخورشید در زمستان

در این نواحی از بافت قدیمی تبریز بافت شهری متراکم و ابنیه متصل به هم هستند تا بدین نحو سطح تماس فضاهای گرم مسکونی با محیط سرد خارج کمتر شود. فضاهای شهری نیز تاحد امکان محصور وکوچک هستند تا جریان باد سرد به داخل این فضاها کمتر نفوذ کند. به علاوه تابش حرارت از سطوح خارجی دیوارهای گرم ساختمان‌ها، تاحدی باعث اعتدال هوای سرد فضای شهری می‌شود وکوچک بودن این فضاها از این نظر نیز دارای مزیت است. یکی دیگر از اصول کلی و عمده در معماری بومی اقلیم سرد وکوهستانی استفاده از مصالح با ظرفیت و عایق حرارتی خوب است. در این بنا دیوار ها ضخیم بوده و قطر دیوارهای خارجی ۵۰سانتیمتر است. مصالح مورد استفاده در ساخت دیوارها خشت و آجر است وپشت بام نیز از کاهگل است. در این بنا جرز ما بین پنجره ها ذوزنقه ای شکل است تا در زمستان مانع ورود آفتاب به داخل ساختمان نگردد. خانه قدکی تبریز یکی از عالی ترین نمونه های معماری اقلیمی در تبریز است، این بنا دارای طنبی های شاه نشین با کاربری تابستان نشین، طبقه زیر زمینیا سقف کوتاه و پوسته های ضخیم، حیاط اندرونی و بیرونی، ایوان های تابستان نشین، فضاهای حاشیه ای با کاربری انبار و خدماتی، حوض در حیاط جهت تامین رطوبت در فصل تابستان است.

نتیجه گیری:

در این پژوهش سعی گردید تا ویژگی‌های معماری سنتی ایران در خانه قدکی، گنجه ای زاده و بهنام در اقلیم سرد وکوهستانی تبریز بررسی شود تا بدین طریق به ارتباط معماری گذشتگان درجهت استفاده بهینه از انرژی و پایداری محیط اشاره شود. در بررسی دانشکده معماری تبریز استفاده از مصالح با ظرفیت و عایق حرارتی خوب، استفاده بهینه از انرژی تجدیدپذیر مانند نور خورشید و غیره مد نظر سازنده بوده است و همچنین سعی شده است تا ساخت کمترین تاثیر منفی را بر محیط زیست داشته باشد. در مجموعه دانشکده معماری تبریز در اقلیم سرد و کوهستانی تمهیدات طراحی اقلیمی از قبیل قرارگیری در بافت شهری متراکم، حجم مکعب مستطیل ساختمان، درونگرایی، پلان فشرده و متراکم و ضخامت زیاد دیوارهای خارجی نشاندهنده شکل گیری کالبد خانه مورد نظر در جهت توسعه پایدار است.

پیشنهادات:

با توجه به ویژگی های منحصر به فرد معماری اقلیمی خانه های تاریخی تبریز، می توان برخی از این راهکارها را در طراحی ساختمان ها تازه ساخت نیست به کار گرفت.

- استفاده از مصالح بومی و عایق جهت ایجاد آسایش حرارتی در داخل ساختمان
- بهره گیری از مصالح با زمان فوت حرارت زیاد جهت گرمتر ماندن ساختمان
- استفاده حداکثر تابش در ماه زمستان
- جهت گیری ساختمان به منظور استفاده حداکثری از بادهای مطلوب و دفع بادهای نامطلوب
- ایجاد بافت متراکم شهری
- بهره گیری از منابع آبی یا گیاهی جهت تامین رطوبت و سایه مورد نیاز جهت تامین آسایش حرارتی ساختمان

منابع:

۱. قبادیان، وحید، بررسی اقلیمی ابنیه سنتی ایران، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ص۹۹وص۱۰۴، ۱۳۸٤.
۲. معماریان، غلامحسین، آشنایی با معماری مسکونی ایرانی گونه شناسی درونگرا، تهران، انتشارات موسسه فرهنگی سروش دانش، ص۵، ۱۳۸۷.
۳. واتسون، دانلد، لب، کنت، طراحی اقلیمی اصول نظری و اجرایی کاربرد انرژی در ساختمان، ترجمه قبادیان، وحید، فیض مهدوی، محمد، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ص۱۳٤، ۱۳۸٤.
٤. سینگری، مریم، طرح پژوهشی تبیین ساختار معماری پایدار و ارائه راهکارهای عملی آن در شهر تبریز، تبریز، واحد پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز،ص٤۹، ۱۳۸٦.
۵. زمرشیدی، حسین، آموزه های معماری ایرانی و ساختمان سازی مسکونی از دوره قاجاریه تا امروز، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهرایرانی اسلامی، شماره ۳، ص۲، انتشارات پژوهشکده فرهنگ، هنر و معماری جهاد دانشگاهی، بهار۱۳۹۰.
٦. زندیه، مهدی، پروردی نژاد، سمیرا، توسعه پایدار و مفاهیم آن در معماری مسکونی ایران، فصل نامه مسکن و محیط روستا، سال بیست و نهم، شماره۱۳۰، ص۳وص٤، انتشارات بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، تابستان ۱۳۸۹.
۷. معینی، مهدی، مطالعه روند شکل گیری مسکن درتازه آبادهای عشایری) نمونه موردی: تازه آبادگل افشان سمیرم اصفهان(، نشریه علمی پژوهشی هنرهای زیبا، شماره ۳۳، ص٤۸، انتشارات پردیس هنرهای زیبا دانشگاه تهران، بهار۱۳۸۷.
۸. منصوری، علی، حجاب و پوشیدگی در شهرسازی ایرانی اسلامی، نمونه پژوهش میدانی: بافت قدیم شهر شیراز، فصلنامه مسکن ومحیط روستا، شماره ۱۳۰، ص۳۹، انتشارات بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، تابستان ۱۳۸۹.
۹. پوردیهیمی، شهرام، تجارب روند شکل گیری مسکن درکشورهای غربی، مجله معماری و فرهنگ، شماره ۹، ص٥٤، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، تابستان ۱۳۸۰.
۱۰. خدابخشی، شهره، مفیدی، سیدمجید، ساخت و ساز پایدار در ارتباط با معماری سنتی ایران، سومین همایش ملی ایران، ص٦۰۱، ۱۳۸٤.
۱۱. علی خیاوی، پیمان، لاهرودی، محمود، مدل سازی دینامیکی گرمایش ساختمان، فصلنامه پیام ارک، سال هشتم، شماره ۲٤، ص۵۲، انتشارات سازمان نظام مهندسی ساختمان استان آذربایجان شرقی، بهار۱۳۸۹.
۱۲. اطلاعات ارائه شده از طرف اداره هواشناسی تبریز، ۱۳۹۰.
۱۳. اطلاعات ارائه شده از طرف سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری تبریز، ۱۳۹۰.
۱٤. کسمایی، مرتضی: اقلیم و معماری، ویراست دوم، نشر خاک، تهران
۱۵. گزارش سالانه هواشناسی کشور، دفتر منطقه‌های استان آذربایجانشرقی
۱٦. عمرانی، بهروز اسمعیلی سنگری، حسین، بافت تاریخی شهر تبریز، انتشارات : میراث کتاب
۱۷. کی نژاد، محمد علی شیرازی، محمدرضا،خانه های قدیمی تبریز
۱۸. آلن، ادوارد، ساختمانها چگونه عمل میکنند ترجمه : محمود گلابچی کتایون تقیزاده، انتشارات : دانشگاه تهران
۱۹. شکیبامنش، امیر قربانیان، مهشید تنظیم شرایط محیطی، جلد دوم، انتشارات طحان
۲۰. آلفونه، محمود، تنظیم شرایط محیطی ۹، انتشارات : سیمای دانش، تهران



سفر کنیم برای انتقام از طبیعت


اشکان بروج، مقاله روزنامه اعتماد

گردشگری و سفر، نه به معنای اینکه در خانه وسایل را جابه‌جا کنیم و رنگ میل را از قرمز به زرد تغییر دهیم، بلکه به معنای این است که باید از خانه‌های‌مان بیرون بزنیم و در ایام مختلف سال از جمله همین روزهای گرم تابستان، با تمام قدرت انتقام سختی از طبیعت بگیریم. باید به زیر آبشار و داخل رودخانه‌ها و تنگه‌ها برویم و با تبدیل رنگ آبی و زلال به رنگ قهوه‌ای نسکافه‌ای، ثابت کنیم ما انسان‌های طبیعت‌گرد و گردشگران خاصی هستیم که با تمام وجود می‌توانیم برای گرفتن سلفی با خویش‌انداز به همه‌چیز گند بزنیم.

اما واقعیت پشت پرده چیزی نیست جز نبود فرهنگ سفر؛ گذری بر تاریخ سفر و گردشگری نشان می‌دهد جابه‌جایی و حرکت، بنیاد سفر بوده و در زمان‌های مختلف اهداف و انقلاب‌هایی، جریان‌های سفر را تغییر داده است. در روزگاران نخستین، غذا و فرار از دشمن و پناهگاه دلیل سفر بود و بعدها، تجارت، مذهب، چرخ، جاده، دانش، سیاست، اکتشاف، پرواز، قطار، ماشین، تفریح و درنهایت تجربه و آگاهی دلایل و نقاط عطف سفر شدند.

در گذشتن از این مسیر، افرادی بودند که آگاهانه سفر می‌کردند و با اشتراک‌گذاشتن تجربه‌ها و سفرنامه‌های شان، به مردم برای سفرهای‌شان خط فکر می‌دادند. چگونه سفر رفتن و آداب گردش، با خواندن و همسفر شدن و پا به سفر شدن، رشد کرد و در هر نقطه دنیا، به عنوان نوعی خرده‌فرهنگ به وجود آمد، تا جایی که در سال های گذشته، کدهای اخلاقی و رفتاری گردشگری به نوعی قانون نانوشته سفر برای همه جهانیان شد.

روایت ۱۰ سال گذشته جریان سفر در ایران بسیار پیچیده است ولی آنچه مشخص است، سفر هیچگاه از ما برنمی‌گردد و دیگر سفر کالای لوکسی نیست، بلکه بخشی از سبد خانوار محسوب می‌شود.

پارک‌ها، مناطق تفریحی، تعطیلات و آخر هفته‌های ایرانیان نشان از این دارد، که چادر دفی یا خودرو شخصی، گاز پیک‌نیک، کتلت وآش، زیرانداز حصیری، همراه با چای و قند و استکان هایش، بخشی از فرهنگ سفر در ایران است. و این فرهنگ وامانده فرهنگ سفر انبوه قرن نوزدهم اروپاست.

آنچه امروز ایران برای فرهنگ سفر نیاز دارد، از مهدکودک تا دوره‌همی‌های سالمندان در پارک‌ها، آگاهی و آموزش عمومی و سراسری ایرانیان از اثرات منفی گردشگری ناپایدار پیک‌نیکی و ارایه راه‌حلی به اسم گردشگری پایدار و طبیعت‌گردی مسوولانه به همه اهالی سفر است.

آنچه ما داریم به عنوان فعالان این صنعت درآمدزا و مفرح می‌بینیم، انحطاط منابع گردشگری و هرز رفتن منابع اقتصادی حاصل از گردشگری است که با بی‌برنامگی مسوولان و اجازه ندادن به دخالت کارشناسان و اهالی فن در امور برنامه‌ریزی و سیاستگذاری، با سرعت عجیبی در حال زمین‌خوردن است. ای کاش بودن سازمانی به نام گردشگری، گره‌گشای داستان باشد، نه گره کورا"

تصویر مقصد، مهم ترین عامل در جذب گردشگر

مهسا مطهر / دنیای سفر

تصویر گردشگری مناسب موجب می شود حوادث ناگوار بر ذهن گردشگران اثر نامطلوبی بر جا نگذاشته و آنها همچنان با اطمینان به این مقاصد سفر کنند.

در گردشگری واژه ای وجود دارد به نام تصویر مقصد که در توسعه گردشگری و جذب گردشگران خارجی در هر کشوری نقش بسیار مهم و حیاتی دارد. به طور کلی گردشگران زمانی که برای مقصدی هزینه کرده و بلیت یا تور خریداری می کنند درواقع تصویر و تصور خود را از مقصد خریداری کرده اند.

بنابراین هنگامی که تصویر ناامنی از کشوری در اذهان جهانیان نقش ببندد هر میزان آن کشور امن باشد، باز هم در جذب گردشگران خارجی ناموفق است.

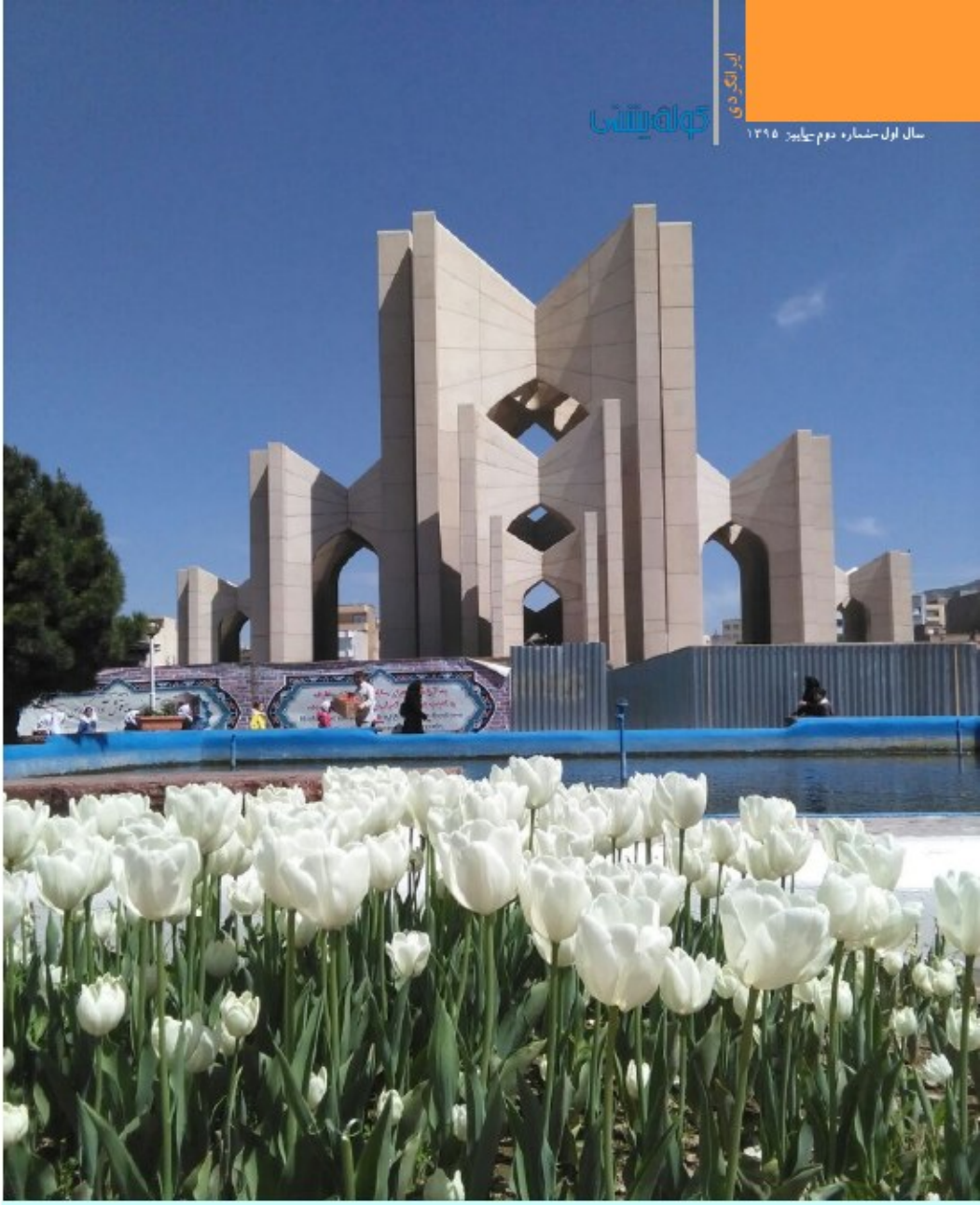
اگر در ایران نیز در حوزه گردشگری به خوبی عمل کنیم و تصویر مثبتی از کشور بر جا بگذاریم تصاویر منفی به تدریج در بین تصاویر مثبت حذف می شوند. بنابراین اگر هواپیمایی در کشور سقوط کند اثر مقطعی بر جا می گذارد. اگر تصویر مثبتی از ایران ارائه ندهیم و درباره کشور به دنیا اطلاعات مناسب ارائه نکنیم، در فضای دانش گردشگری جهان حضور نخواهیم داشت و گردشگران با تصوری منفی و این تصویر که ایران مکان مناسبی برای سفر نیست این مقصد را از فهرست خود حذف می کنند.

حوادثی مانند سقوط هواپیما در کشورهایی مانند مصر تاثیر نامطلوب بسیاری بر جذب گردشگر و صنعت گردشگری بر جا می گذارد، چراکه به دلیل جنگ های داخلی و شرایط نامناسبی که تصویر این کشور را مخدوش کرده، از حوادثی مانند سقوط هواپیما تاثیر می پذیرد و این گونه حوادث صنعت گردشگری مصر را دچار بحران می کند؛ اما مالزی به اندازه ای روی تصویر گردشگری خود کار کرده و تصویر امن و جذابی از خود ارائه داده که حتی سقوط هواپیما و حوادثی از این دست نیز نمی تواند تصویر آن را مخدوش کرده و موجب نوسان در صنعت گردشگری این کشور شود.

بنابراین تصویر گردشگری مناسب موجب می شود حوادث ناگوار نیز بر ذهن گردشگران جهانی اثر نامطلوبی بر جا نگذاشته و گردشگران همچنان با اطمینان به این کشورها سفر کنند.

در دوران تحریم، برخی رسانه های بیگانه تصویر نادرست و ناامنی از ایران به دنیا ارائه دادند، اما اکنون پس از برجام این تصویر بهبود یافته و گردشگران خارجی دریافته اند کشورمان از امنیت برخوردار است. بنابراین باید تلاش کرد تصویر ایجاد شده دوباره مخدوش نشود و ایران به عنوان مقصدی ناامن در ذهن مردم دنیا نقش نبندد.





مقبره‌الشعرا، نگینی جهانی در دل محله تاریخی سرخاب تبریز

مقبره‌الشعرای تبریز مجموعه‌ای از تاریخ ادبیات است که مرزهای جغرافیایی فرهنگی ایران را در می‌نوردد. بیش از ٤٠٠ شاعر، عارف و رجال نامی ایران و کشورهای منطقه از ۸۰۰ سال پیش به ترتیب از حکیم اسدی طوسی تا استاد شهریار، یکی پس از دیگری در اینجا به خاک سپرده شده‌اند.

بر اساس تحقیقات انجام شده، مقبره‌الشعرا در طول تاریخ با اسامی مختلف دیگری چون حظیره الشعرا، حظیره القضاه و قبرستان سرخاب نامیده شده است. با گذشت ایام و با وقوع حوادث طبیعی مانند سیل و زلزله، مقبره‌الشعرا متروک گردید و دچار تخریب فراوان شد و شکل ظاهری آن از بین رفت. اما با توجه به اهمیت و جایگاه تاریخی و فرهنگی این گورستان در شهریور ۱۳۵۰ خورشیدی فراخوانی برای مسابقه طراحی بنای یادبود مقبره الشعرا برگزار شد و پس از چندی طرح غلام رضا فرزانمهر برگزیده شد و مدتی بعد عملیات احداث بنای یادبود آغاز گردید. بنای یادبود مقبره‌الشعرا هم اکنون از مهمترین نمادهای ایران و از اصلی ترین سمبل های شهر تبریز شناخته می شود.

از معروف ترین رجال خفته در مقبره‌الشعرا می توان به افرادی چون اسدی توسی، خاقانی شیروانی، قطران تبریزی، شاپور نیشابوری، همام تبریزی و ظهیرالدین فارابی اشاره کرد و شهریار آخرین شاعری است که در این مجموعه به خاک سپرده شده است و البته به نوعی شهیرترین و مشهورترین شخصیت خفته در این گورستان نیز می باشد. این شاعران و عارفان که فاتح دل‌های همه‌ی آشنایان با زبان و فرهنگ ایرانی هستند اگر چه سال‌هاست که در مقبره‌الشعرا که گویی تکه‌ای از بهشت است آرام خفته اند، اما هنوز زنده‌تر از زندگان، به هزار زبان، راز دل آدمیان را وا می‌گویند و مقبره شان مقصد بسیاری از گردشگران و عاشقان آنهاست. مقبره‌الشعرا نه تنها یک محل گردشگری، بلکه تفرجگاهی معنوی و ادبی است و حضور در این مکان موجب تفکر در پیشینه غنی و ادبیات متعالی این مرز و بوم می‌شود.

آخرین شاعر دفن شده در این مقبره، شاعر پرآوازه معاصر تبریز، استاد شهریار است و مردم تبریز مقبره‌الشعرا را بیش از هر چیز دیگری با نام شهریار می‌شناسند. نام شهریار با تبریز و نام تبریز با شهریار چنان پیوند خورده و یکی شده است که این چنین پیوندی در هیچ جای جهان یافت نمی‌شود. مقبره استاد شهریار، درست رو به روی در ورودی قرار دارد و تنها مقبره‌ای است که در این آرامگاه به چشم می‌خورد! آن چنان که در ابتدا گفته شد، مدفن شاعران قبلی در اثر حوادث طبیعی به طور کل نابود شده است.

در میان این مقبره تابلوها و شناسنامه‌ای از شاعران مشهور این مکان به نمایش گذاشته شده است. تابلوها، نقاشی ها، خطاطی‌ها و تمامی آثاری که در این مکان دیده می‌شود، دسترنج هنرمندانی است که هنر را با سرانگشتان خود به منصه ظهور رساندند، تابلویی که بیش از همه در خور تقدیر است، تابلویی است که با استفاده از سنگ‌ریزه‌های رنگی، به صورت ماهرانه چهره‌ی استاد شهریار را به تصویر کشیده است.





سیری در برج طغرل؛ بی‌نظیرترین ساعت آفتابی جهان

یکی از نمایه‌های فرهنگی و تاریخی شهر ری برج طغرل می‌باشد. این برج داستان‌های زیادی در دل خود دارد. سوالات بی پاسخ بسیاری از شخصیت‌های مدفون در این برج گرفته تا اینکه آیا واقعا طغرل و دخترش در دیوارهای این برج آرامیده اند یا نه در مورد این برج وجود دارد. زیبایی و ابهام این برج تنها جذبه آن نیست. این سازه ۲۰ متری که گنبد مخروطی آن در ورق های تاریخ گم شده، نمودی از تلفیق هنر معماری و نجوم سبک رازی است.

از نمونه های آن می توان به ۲٤ ستون و پره ومجود بر بدنه بیرونی برج اشاره کرد که هر کدام نمایانگر یک ساعت است و با گذر هر ساعت از شبانه روز یکی از ستون ها روشن می گردد. پره ها عقره کوچک ساعت و سوراخ های داخل که لانه نام دارند عقربه بزرگ یا همان ساعت شمار می باشند. جانب شرقی برج طغرل نشان از ساعات صبح را دارد تا زمان ظهر که آفتاب دقیقا از بالای برج عبور کرده جانب غربی را روشن می کند. و دیگر اینکه این برج مانند دیگر برج های سبک خود نشان دهنده برجی است که خورشید در آن قرار دارد. به طور خلاصه می توان گفت این سازه تقویم و گاهشمار مردم شهر نیز بوده است.که با استفاده از فرمول جبر و مثلثات و تابش نورآفتاب روی ستون ها ساعت بدست می آید.

جالب اینکه معمار و استاد سازنده برج طغرل آن را به گونه ای مهندسی کرد تا راهنمای شبانه مسافران جاده ابریشم از سمت خراسان باشد. هنوز هم گرمای آتش راهنمای برج را می توان در بند بند آن می توان حس کرد و صدای شادی کاروانیان از رسیدن به شهری همچون ری را شنید. از سویی دیگر پخش صدا و انعکاس مهندسی شده ی آن روایت از سخنرانی ها و آوازه سرایی ها را در آن دارد که البته با فروریختن طاق مخروطی شاید آن طنین گذشته را ندارد ولی می توان در میانه سازه ایستاد و با بیت شعری در وهم بنا گم شد.

برج طغرل که قدمت آن بیش از ۷۰۰ سال می باشد با وجود زلزله های بزرگ در منطقه با تکیه بر پی مستحکم و عمیق خود ایستادگی کرده است. در سال ۱۳۰۱ ه.ق به دستور ناصرالدین شاه مرمت شد و در سال ۱۳۱۰ ثبت ملی گردید ولی بعد از انقلاب اسلامی تا دهه هفتاد متروک بود تا اینکه اقدامات مرمتی آن آغاز گردید.

می گویند نمی توان ری را شناخت بدون آنکه طغرل را دید و به نظر سخن به جاییست.

راهنمای سفر به شهرهای مرزی همسایه

سفر همیشه شامل بزرگ ترین شهرها با امکانات لوکس نیست، گاهی سفر به یک شهر کوچک نیز می تواند بهترین خاطرات را به ارمغان آورد. شهرهای مرزی در کشورهای همسایه نمونه ی خوبی برای اینگونه سفرهاست. با رفتن به شهرهای مرزی همسایه می توانید مسافرتی کم هزینه داشته و خاطره شیرین عبور از مرز را تجربه کنید. در ادامه مطلب با ما باشید تا اطلاعاتی در مورد چند شهر مرزی در کشورهای همسایه را در اختیارتان قرار دهیم.

وان

وان شهری در شرق ترکیه و مرکز استان وان است که یکی از شهرهای تاریخی و زیبای ترکیه می باشد. مردم این شهر به زبان کردی کرمانجی سخن می گویند. این شهر از شمال و غرب به دریاچه وان ، از شرق به کوه های مرتفع سیاه کوه و ارک و از جنوب به کوه آرتوس چسبیده است.

عمده شهرت جهانی این شهر به دلیل وجود گربه های سفید پشمالویی با یک چشم آبی و دیگری زرد رنگ است که به وان کدیسی مشهورند. جاذبه های گردشگری شهر وان عبارت است از قلعه وان ، دریاچه وان ، کلیسای آک دامار ، آبشار مرادیه و گربه وان.

سفر به ترکیه و شهر وان می تواند یک مسافرت ایده آل ۳ الی ٤ روزه باشد. سه مرز زمینی برای مسافرت به وان میان ایران و ترکیه وجود دارد. (مرز بازرگان-گورباغ ؛ مرز رازی-کاپیکوی ؛ و مرز سرو-اسندره). مرز زمینی رازی به لحاظ امنیت و مسافت کوتاه تر به وان توصیه می شود. نزدیک ترین مسیر دسترسی به وان از ایران ، تبریز می باشد. فاصله تبریز تا مرز رازی ۳ تا ۳:۳۰ ساعت و از این مرز تا شهر وان ۹۹ کیلومتر می باشد. از تبریز تا مرز سرو نیز حدود ۳:۳۰ ساعت یعنی حدود ۱۹۰ کیلومتر مسافت وجود دارد. دسترسی به این مرز ، از طریق شهر ارومیه است. راه بین تبریز تا مرز سرو دارای جاده ای خوب و سالم بوده که جاده تبریز تا ارومیه عریض ولی ارومیه تا سرو کم عرض است. پیشنهاد می کنیم که ارز خود را از قبل تبدیل کنید تا در مرز با مشکل مواجه نشوید. تا مرز سرو از طرف ایران فقط یک ایستگاه ایست بازرسی وجود دارد. در ترکیه بعد از ٤٥ دقیقه راه از مرز سرو به شهر یوکسک اووا (Yüksekova)خواهید رسید. این مسیر نیز دارای جاده ای کم عرض و خلوت بوده و دو بار بازرسی ماشین و کلیه وسایل شخصی صورت می گیرد. از شهر یوکسک اووا تا وان حدود ۳ ساعت راه است. این مسیر نیز درست مثل مسیر قبلی بوده ولی کمی شلوغ تر می باشد. اتوبوس هایی که از تبریز به مقصد شهر وان ترکیه حرکت می کنند ، از طریق مرز بازرگان وارد ترکیه می شوند. مرز بازرگان به علت اینکه یک مرز ترانزیتی است در تمام ساعات شبانه روز فعال می باشد. در سفر خود همچنین می توانید با ماشین شخصی ، اتوبوس و قطار به این شهر دسترسی پیدا کنید. قطار تبریز- وان هر هفته یک بار بین این دو شهر رفت و آمد می کند. قطار از مرز رازی-کاپیکوی وارد ترکیه می شود. مسافرت با قطار علی رغم امکان استراحت در طول راه ، به علت معطلی های زیاد در مرز و بازرسی های متعدد توسط گمرک ترکیه ، وقت گیرتر از مسافرت جاده ای است ولی در طول مسیر شما شاهد مناظر طبیعی خواهید بود.

مردم شهر وان بسیار خونگرم بوده و با توریست ها مخصوصا ایرانیان به زودی ارتباط برقرار می کنند و همین که متوجه ایرانی بودن شما می شوند ، سعی می کنند به فارسی صحبت کنند و اکثرا قیمت اجناس را علاوه بر لیر ترکیه ، به ریال هم به مشتری اعلام می کنند. به علت رفت و آمد زیاد توریست ها ، خرید و فروش ؛ مخصوصا در زمینه پوشاک از رونق خاصی برخوردار است و فروشگاه های بزرگ و چندین طبقه انواع لباس ها عرضه می کنند. در وان شما می توانید بسته به میل خود انواع مدل ها را با قیمت های مناسب رزرو کنید. در مورد خوراک نیز پیشنهاد می کنیم از غذاهای سنتی ترکیه نظیر لاه ماجون ، پیده و انواع دونرکبابها لذت ببرید.

ایغدیر

ایغدیر (Iğdır)شهری در کشور ترکیه می باشد که در استان ایغدیر واقع شده است. کوه آغری ، سنگ قبرهای قوچی شکل متعلق به دوران آق قویونلو و قره قویونلو ، کاروانسرای هارمان دوون ، گنبدهای کول یوسف و گود کلی ، دریاچه ماهی به عنوان مرتفع ترین دریاچه ترکیه و مقبره ترکان شید از جمله جاذبه های گردشگری شهر ایغدیر می باشد که با یک تور چند روزه به این شهر همه ی این زیبایی ها را خواهید دید.

به باور بسیاری کشتی نوح پس از طوفانی بزرگ در کوه آغری به گل نشسته است. پس از پیاده شدن حضرت نوح و همراهان از کشتی ، محل سکونت و به نوعی آغاز دوباره انسانیت ، شهر ایغدیر واقع در دامنه کوه آغری گردیده است.

اگر زمان کمی (حدود۳-۲روز) برای مسافرت به ترکیه در نظر گرفته باشید ، پیشنهاد می کنیم به این شهر بروید. ارزش یک بار دیدن را دارد. شهر ایغدیر برای خرید نیز بسیار مناسب است. مغازه های بزرگ و نمایندگی های شرکت های بزرگ نساجی و میل ترکیه به همراه شعب فروش کمپانی های اتومبیل سازی در این شهر زیاد دیده می شود. به دلیل نزدیکی به مرز ایران ، تورهای شهر ایغدیر اکثرا به صورت زمینی انجام می شود. با اینکه یک فرودگاه در سال ۲۰۱۲ در این شهر تأسیس شده ولی از آن فقط پروازهای داخلی صورت می گیرد. اگر قصد سفر به شهرهای دیگر ترکیه مثل استانبول را داشته باشید ، می توانید به صورت زمینی به ایغدیر رفته و با پروازهای داخلی به شهرهای دیگر سفر کنید تا هزینه ی کمتری را متقبل شوید.

از مرز ایران تا شهر ایغدیر حدود ۲ ساعت فاصله وجود دارد. برای رسیدن به این شهر بایستی بعد از عبور از مرز بازرگان به شهر دوغوبیازیت در فاصله ٤٠ کیلومتری بروید. در مرز بازرگان مینی بوس های کوچکی (ترک ها به آن ها دولموش می گویند) وجود دارند که شما را به شهر دوغوبیازیت می رسانند و از آن جا نیز از صبح تا شب هر ساعت یک ماشین به سمت ایغدیر که در ٥٠ کیلومتری این شهر قرار دارد ، حرکت می کند.



بهترین غذای ایغدیر بزباش است. علاوه بر این غذا که به طور مخصوص از گوشت بره پخته می شود ، کوفته سنگی هم که لذت و پخت آن ویژگی محلی دارد و نیز آش ماست که مملو از سبزیجاتی مانند اسفناج ، جعفری و برنج می باشد ، از جمله غذاهای مشهور دیگر بوده که در جای دیگری نمی توان یافت. و لذا توصیه می کنیم که حتما یک بار هم که شده طعم این غذاها را امتحان کنید.

نخجوان

نخجوان یکی از شهرهای جمهوری آذربایجان و از توابع جمهوری خودمختار نخجوان است. مهم ترین دیدنی نخجوان مقبره مومنه است که در واقع یک برج هشت ضلعی آجری برده و تا حدودی نماد شهر هم محسوب می شود. غار اصحاب کهف ، موزه قوچ های سنگی و موزه فرش از دیگر جاذبه های این شهر می باشد. بازار ٥٧ یک بازار روباز است که به صورت غرفه ای تقسیم بندی شده و هر روز جز یکشنبه ها دایر می باشد. مرکز تجارت مهم ترین و بزرگ ترین پاساژ در نخجوان است. اجناس بازار در نخجوان ترکیبی از کالاهای روسی ، ترک ، ایرانی و چینی است.

برای رفتن به نخجوان باید به شهر جلفا بروید. پیشنهاد می کنیم سفری تدارک ببینید که اطراف جلفا را بگردید و یک روز را به نخجوان اختصاص دهید. فاصله تبریز تا مرز جلفا ۱۳۰ کیلومتر و مسافت تهران تا جلفا ۱۰ ساعت با ماشین شخصی می باشد. همچنین می توانید از قطار نیز برای دسترسی به جلفا استفاده کنید. گمرک جلفا در ایران به صورت ۲٤ ساعته باز می باشد. لذا اگر قصد سفر با ماشین شخصی خودتان را دارید ، هر زمان که برسید می توانید کارهای گمرکی را انجام داده و از مرز عبور کنید. برای سفر با ماشین شخصی ، علاوه بر مدارک مورد نیاز سفرهای خارجی (پاسپورت) به بیمه نامه نخجوان نیز نیاز دارید. اگر تمایل داشته باشید می توانید ماشین خودتان را در پارکینگ کنار گمرک جلفا در ایران گذاشته و با ماشین های بنز قدیمی در طرف دیگر مرز ، از مرز جلفا به مرکز نخجوان بروید. فاصله مرز جلفا تا مرکز نخجوان حدود ٤٥ کیلومتر می باشد که با تاکسی های لب مرز حدود ٤٥ دقیقه طول می کشد تا به آن جا برسید.

افتخار آفرینی نشریات دانشجویی انجمن های علمی دانشجویی دانشگاه تبریز در دهمین جشنواره سراسری رسانه و نشریات دانشجویی سراسر کشور، تیتر ۱۰

این جشنواره توسط وزارت علوم تحقیقات و فناوری، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و دانشگاه آزاد اسلامی برگزار میگردد. این جشنواره امسال از تاریخ ۱۲ تا ۱۵ شهریور ماه در دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی برگزار گردید. این جشنواره که متشکل از کارگاههای آموزشی تخصصی، نمایشگاه آثار برگزیده و نشستهای هم اندیشی بود به میزبانی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی برگزیده شد. نشریات دانشجویی انجمن های علمی دانشگاه تبریز در اختتامیه این جشنواره رتبه های زیر را کسب کردند

مقام اول
مقالات علمی هنر و معماری

نازلی فرید

نشریه تهرنگ . انجمن علمی دانشجویی معماری دانشگاه تبریز

مقام سوم
بخش عکس

صالح مالک

نشریه تهرنگ . انجمن علمی دانشجویی معماری دانشگاه تبریز

شایسته تقدیر
مقالات علمی علوم انسانی

فرشته آسیابی

نشریه دانش نما، نشریه انجمن علمی علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه تبریز

نامزد
دریافت جایزه مقاله علمی هنر و معماری

صالح مالک

نشریه تهرنگ، نشریه انجمن علمی دانشجویی معماری دانشگاه تبریز

نامزد
دریافت جایزه مقالات علمی علوم انسانی

عاطفه فرزین

نشریه دانش نما، نشریه انجمن علمی علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه تبریز

نامزد
دریافت جایزه بخش فضای مجازی رسته سایت و وبلاگ

نادره مشهور خواجه

وب سایت ارک توریسم، انجمن علمی جغرافیا و گردشگری دانشگاه تبریز







arktourism.ir

وبسایت تخصصی گردشگری انجمن علمی جغرافیا و گردشگری دانشگاه تبریز

ایرانگردی • جهانگردی • پیشنهاد و راهنمای سفر در خاورمیانه • معرفی جاذبه های ایران • آشنایی با صنایع دستی ایران • پیشنهاد فصلی سفر • دانستنی‌های سفر مقالات تحلیلی گردشگری • مقالات تخصصی گردشگری • معرفی کتب گردشگری

ارک توریسم، راهنمای یک سفر خوب