

صاحب امتیاز: انجمن علمی گروه مدیریت جهانگردی
دانشگاه شیخ بهایی (کارشناسی و کارشناسی ارشد)

گردشگری زیردره‌بین



آنچه خواهید خواند:

- تالاب لیپار؛ تالاب صورتی رنگ ایران
- چگونگی حضور آرامنه در اصفهان
- جادوی طبیعت در "مرداب هسل"



گردشگری زیردره بین

صاحب امتیاز: انجمن علمی گروه مدیریت جهانگردی
دانشگاه شیخ بهایی (کارشناسی و کارشناسی ارشد)

شورای سیاست گذاری:

اعضای انجمن علمی های گروه مدیریت جهانگردی

دانشگاه شیخ بهایی

آدرس: بهارستان - بلوار بهشت - دانشگاه شیخ بهایی

تلفن: ۰۳۱-۳۶۸۱۶۷۶۱-۶۶

کدپستی: ۸۱۴۳۱-۵۳۷۸۴

دورنگار: ۰۳۱-۳۶۸۱۶۷۶۷

www.shbu.ac.ir





tourism



خواهد بود.

رشته گردشگری رشته ای تخصصی است که برای بدست آوردن تخصص های ریزتر آن لازم است دوره های ۳ماهه یا ۶ماهه گذرانده شود اگر دانشگاه بخواهد این دوره ها را در رشته مدیریت گردشگری بگنجانند، در ضمن در چارچوب رسالت دانشگاه نمی گنجد.

• اگر قصد ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر در سطح بین المللی داشته باشیم چه کشورهایی را پیشنهاد میدهید؟

+ دانشجویانی که قصد ادامه تحصیل در خارج از کشور را دارند میتوانند از سایت گوگل دانشگاه های دارنده این رشته را پیدا کنند که عموماً شامل دانشگاه های اروپایی، همچون فرانسه، سوئیس و سوئد و سایر کشورهای آمریکای شمالی و استرالیا می باشد. و برای ادامه تحصیل میتوانند در آنجا درخواست بدهند که در این صورت معرفی نامه از سوی دانشگاه برایشان صادر می شود تا در این زمینه به آنها یاری شود. در صورت تایید از طرف دانشگاه مذکور نامه ای محرمانه از طرف یکی از اساتید آنجا برای استاد راهنمای شما ارسال گردیده که پس از تایید نهایی آن شما می توانید بورسیه ی تحصیلی خود را دریافت کنید.

• سخن آخر:

به علت جایگزین های مناسب بجای سوخت های فسیلی، ممکن است درآمد نفت در سال های آینده رو به کاهش بگذارد. بنابراین، صنعت گردشگری می تواند در صورت مدیریت مناسب و سرمایه گذاری های درست و به جا بسیار مولد و اشتغال زا باشد چراکه می دانیم از هر ۱۰ شغل موجود، یک شغل در حوزه گردشگری می باشد.

و برنامه ریزی همه آنها را انجام بدهد. به همین جهت است که در تمامی دنیا شاهد دانشگاه هایی هستیم که در جهت پرورش این فعالان گردشگری قدم برداشته و با سرمایه گذاری های زیاد به پیشرفت این صنعت در کشورشان کمک می کنند.

– کسانی که این رشته را انتخاب و قصد ادامه تحصیل در آن را دارند چه چیزهایی برایشان باید قابل اهمیت باشد؟

به دلیل نوپا بودن این رشته و کمبود ها و مشکلات زیادی که هنوز در زیر بناهای گردشگری وجود دارد، مثل کمبود زیر بنا های اقامتی و مراکز جذب گردشگر ، و از سوی دیگر، وجود علاقه ی گردشگران خارجی به آشنایی با جوامع محلی (آشنایی با موسیقی محلی، غذاهای بومی و...) دانشجویان رشته مدیریت جهانگردی می توانند با کمی توجه و سرمایه گذاری در خود، همه این فعالیت ها را در جهت توسعه گردشگری در ایران و پیشرفت کاری خود به نتیجه ی بسیار خوبی برسانند

– در نهایت از دکتر عمادزاده چندی از سوال هایی که عموماً دانشجویان با آن ها روبه رو بودند پرسیده شد:

• بسیاری از دانشجویها اعتقاد دارند که رشته مدیریت گردشگری به تنهایی ضامن شغل و آینده آنها نیست و در کنار این مدرک، مدارک مکمل دیگری از ارگان ها و موسسات دیگر نیاز هست. چرا دانشگاه واحدها و دوره های مرتبط را در دوره تحصیلی نمی گنجانند؟

دانشگاه وظیفه دارد پایه و اساس یک رشته را به متقاضیان آموزش دهد. این آموزش ها در جهت آگاه سازی دانشجویان با کلیات مباحث گردشگری است، و در نهایت انتخاب مسیر شغلی دانشجویان

امروزه گردشگری از حالت تجاری خارج شده و به بخشی از زندگی مردم تبدیل شده است. از سال ۱۹۵۰ به بعد گردشگر از قالب صرفاً تجاری و سنتی خارج شده به طوری که تعداد گردشگران در جهان از ۲۵ میلیون نفر در سال، به بیش از یک میلیارد نفر در سال ۲۰۱۵ رسیده، که عددی برابر با یک هفتم جمعیت جهان است. در نتیجه رشد و توسعه گردشگری به طور فزاینده ای در حال گسترش است. وی افزود درآمد های گردشگری نیز به سبب همین افزایش تعداد گردشگر در حال رشد قابل توجهی است. طبق آمار ها درآمد گردشگری بین المللی بیش از هزار میلیارد در سال است و علی رغم تمام محدودیت ها صنعت گردشگری در حال رشد است به طوری که حدود ۴٪ در سال افزایش داشته در حالی که کل اقتصاد جهان رشد ۲ درصدی داشته است.

– وقتی از محدودیت های گردشگری پرسیدیم...

امروزه تروریسم و ناپسامانی های سیاسی گردشگری را بشدت تحت تاثیر قرار داده است. برای مثال، رویداد ۱۱ سپتامبر در آمریکا. حملات داعش به کشور فرانسه، و درگیری های ترکیه همگی رویدادهای منفی می باشند که تقاضا برای سفر را کاهش داده اند.

– نقش رشته مدیریت جهانگردی در صنعت گردشگری

علی رغم مشکلات پیش آمده، تعداد گردشگران روز به روز در حال افزایش است. بنابراین مقاصد گردشگری بشدت به نیروهای متخصص و آموزش دیده احتیاج دارند. پرسنل دانش آموخته ای که تمامی تدارکات لازم از تهیه بلیط برای حمل و نقل و اقامت گرفته تا فراهم کردن مکانی مناسب برای تفریح و رفع نیازهایشان



ساناز تمیم زاده



کیمیا فریدنی

• معرفی رشته مدیریت گردشگری:

رشته گردشگری یکی از رشته های دانشگاهی است که می توانیم آن را به عنوان یکی از "بین رشته ای" ترین علوم معرفی کنیم. از دروس این رشته می توان از زبان انگلیسی (مهم ترین دروس این رشته)، اقتصاد (که چون صنعت جهانگردی تاثیر اقتصادی به سزایی بر جوامع داشته حایز اهمیت است) ، ریاضی و آمار ، دروس مدیریتی، تاریخ و جغرافیا (برای شناخت بهتر اماکن توریستی) یاد کرد.

• دانشگاه هایی که در این رشته پذیرش دانشجوی ، در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد دارند:

این رشته از سال ۱۳۷۴ برای اولین بار در دانشگاه علامه طباطبائی تهران پذیرش دانشجوی داشته است. از جمله دانشگاه های دولتی دیگری که این رشته را در میان رشته های آموزشی خود قرار داده اند می توان از دانشگاه تهران، تبریز، شیراز، کرمان ، سمنان، مازندران و یزد در مقطع کارشناسی و همچنین در مقطع کارشناسی ارشد می توان به دانشگاه های تهران ، علامه طباطبائی، سمنان و هنر اصفهان اشاره کرد.

• تعریف رشته گردشگری از نگاه دکتر مصطفی عمادزاده (دانشگاه شیخ بهایی):

مورخ ۹/۱۳۹۵ دیداری ترتیب دادیم تا مصاحبه ای چند با دکتر عماد زاده جهت معرفی گردشگری و رشته مدیریت جهانگردی داشته باشیم.



ایران از نگاه ما

تالاب لیپار که به تالاب صورتی نیز معروف است، در ۱۵ کیلومتری شرق چابهار در نزدیکی روستای رمین و در مسیر جاده ساحلی چابهار-گوآتر قرار گرفته است. در این تالاب آب دریای عمان ایستاده و منطقه ای مناسب برای زندگی گیاهان و جانوران به وجود آورده است.

رویش گونه های بلوط و گزنه در آب صحنه ی فوق العاده زیبایی خلق کرده که نمونه آن در ایران کمتر دیده می شود. وجود پرندگانی چون فلامینگو، کشیم، انواع حواصیل، طاووسکن، باقرقره، تیهو و عقاب دشتی زیبایی این منطقه را دوچندان کرده است. در حال حاضر این سایت یکی از مناطق مهم زمستان گذرانی گونه حمایت شده و در حال انقراض اردک مرمری است. علاوه بر این در این منطقه پنبه وحشی می روید که مردم منطقه از آن تشک و بالش تهیه می کنند.

جذر و مد قرمز از جمله دیدنی های استان سیستان و بلوچستان است که بازدیدکنندگان را به تعجب وا می دارد و اوج زیبایی این پدیده در تالاب لیپار قابل مشاهده است. رنگ قرمز این پدیده محصول فعالیت پلانکتون ها است که به عوامل مختلفی بستگی دارد و شدت آن در همه ی ماه های سال یکسان نبوده و در آذر ماه به حداکثر میزان خود می رسد. جالب است بدانید فرآیند "red tide" یا "کشدن قرمز" از جمله فرایندهای بیولوژیکی در محیط های آبی است که توسط پلانکتون های گیاهی به وقوع می پیوندد و نقش عمده ای در زنجیره های غذایی و انرژی در اکوسیستم های آبی دارند.

تالاب لیپار بزرگترین تالاب آب شیرین منطقه ساحلی سیستان و بلوچستان نیز به شمار می رود. به طوری که در سال های اخیر مورد توجه بنگاه های تورگردان قرار گرفته است.

بدون شک این تالاب یکی از جاذبه های مهم گردشگری شهرستان چابهار به شمار می رود و می تواند با مدیریت صحیح به مقصدی خاص برای گردشگران و پرنده نگران تبدیل شود.





گردآوری: پرتو کرباسی

استارت آپ، واژه‌ای که در سال‌های اخیر زیاد در مورد آن خوانده و شنیده‌ایم. حتی این موضوع وارد کشورمان نیز شده و بعضا شاهد برگزاری گردهمایی‌های تحت عنوان استارت آپ ویکند در شهرهای مختلف کشور هستیم، اما به واقع تعریف استارت آپ چیست؟

اگر بخواهیم به شکلی ساده و ابتدایی استارت‌آپ را تعریف کنیم: استارت‌آپ به شرکت‌های نوپایی گفته می‌شود که با یک ایده‌ی ساده و اولیه شروع می‌کنند و به سرعت رشد می‌یابند و به درآمد می‌رسند. از بهترین مثال‌ها و موفق‌ترین استارت‌آپ‌های جهان می‌توان به گوگل، مایکروسافت، اپل و... اشاره کرد. شرکت‌هایی که با یک ایده‌ی ساده شروع به کار کرده و به درآمدهای میلیاردی رسیده‌اند و امروز بر دنیا تاثیر می‌گذارند. استارت‌آپ‌ها معمولا نیاز به سرمایه اولیه هنگفتی ندارند و به کمک فناوری توسعه پیدا می‌کنند. به طور قطع منشا این واژه در سن فرانسیسکو و دره‌ی سیلیکون نهفته است. تاسیس یا پیوستن به یک استارت آپ به معنای یک تصمیم جدی برای جدا شدن از شرایط ایده‌آل و پایدار به منظور دستیابی به رشد برق‌آسا و تلاش برای ایجاد موجی از تغییرات در مدت زمان کوتاه است.

استارت‌آپ ویکند چیست؟

استارت‌آپ ویکند یک رویداد آموزشی-تجربی در سراسر دنیا است که در ۳ روز متوالی برگزار می‌گردد. در این برنامه شرکت کنندگان بر انگیزه‌ای شامل برنامه نویسان، مدیران تجاری، عاشقان استارت آپ، بازاریاب‌های حرفه‌ای و طراحان گرافیک گرد هم می‌آیند تا در طی ۵۴ ساعت ایده‌هایشان را مطرح کنند، گروه تشکیل بدهند و هر گروه ایده‌ای را اجرا کند. اگرچایی نام استارت آپ تریپ را شنیدید تعجب نکنید روند آن نیز همانند استارت آپ ویکند می‌باشد.

روز اول

در استارت‌آپ ویکند کارآفرینان جوان دور هم جمع میشوند، از همدیگر یاد میگیرند و سعی میکنند که ایده‌هایشان را به واقعیت به مرحله اجرا برسانند به هر شرکت کننده ۶۰ ثانیه فرصت داده میشود که ایده نوآورانه خود برای شروع یک کسب و کار جدید را مطرح کند. البته داشتن ایده الزامی نیست وبعد از شرکت کنندگان رای گیری می‌شود در مورد بهترین ایده‌ها، ایده‌هایی که بیشترین رای را آورده‌اند و کسانی که این ایده‌ها را مطرح کردند از بقیه شرکت کنندگان تیم خودشان را انتخاب می‌کنند.

روز دوم

شرکت کنندگان به تیم‌های ۷ یا ۸ نفره تقسیم شده و هر گروه سعی میکند ایده‌ای را پخته‌تر و به مرحله اجرا برساند قسمتی از تیم سعی میکند که مدل تجاری آن ایده را طراحی کرده و با صحبت با مشتریان بالقوه آن را اعتبارسنجی کند قسمت دیگر از تیم سعی میکند که نمونه اولیه آن محصول یا کالا را برنامه ریزی کرده تا بتوانند آن را برای آزمایش به مشتریان بالقوه عرضه کنند

روز سوم

تیم‌ها در کمال خستگی سعی در اتمام کارهای لازم برای ارائه به هیئت داوران را دارند، این محصول می‌تواند نمونه از ایده باشد که اصل مطلب را ارائه بدهد «چه کسانی تونستند اینجا یک نفر جدید را پیدا کنند که شاید شریک آینده کاری شون باشه؟» در اینجا هم داوران حضور دارند و هم بعضی سرمایه‌گذاران، که با توجه به پتانسیلی که ایده شما برای کسب بازار دارد، روی ایده شما سرمایه‌گذاری می‌کنند و ایده‌های برتر انتخاب می‌شود.

STARTUP



چه ایده‌ای می‌تواند استارت‌آپی باشد؟

قبل از اینکه شما یک ایده را در ذهن خود رشد دهید نیاز است چند موضوع مهم را همیشه مد نظر خود قرار دهید. مدل کسب و کار ایده‌ای که می‌دهید چگونه است یا بیان دیگر ایده شما چگونه منابع مالی را در بازار هدف جذب می‌کند و به سوددهی می‌رسد، که معمولا افراد متخصص در کارآفرینی با انواع مدل‌های کسب و کار Business model آشنا هستند که در برنامه‌های استارت‌آپی افراد متخصص در این زمینه می‌توانند مشاوره‌های خوبی را در مورد ایده شما و مدل‌های سرمایه‌گذاری بدهند.

اما برای اینکه یک ایده بتواند در محیط وب سرآمد باشد لازم است این سه ویژگی را داشته باشد: «نوآوری، خلاقیت و ایده پردازی»

خلاقیت

خلاقیت یعنی بکارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یا تبلور یک فکر یا مفهوم جدید که برخی نیز آن را به ترکیب ایده‌ها یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌ها تعبیر نموده‌اند.

نوآوری

بکارگیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت است. در واقع به پیاده ساختن ایده ناشی از خلاقیت که به صورت یک محصول یا خدمت

تازه ارائه شود، نوآوری گویند.

هدف

هدف استارت‌آپ ویکند آموزش و ترویج کارآفرینی در کشورهای جهان است. اما جدای از هدف آن شما در این گونه گروه‌ها یاد می‌گیرید چگونه درست فکر کنید و ایده خود را در جهتی درست و عملی شدن رشد دهید و با افراد و شریک‌های جدیدی آشنا می‌شوید که می‌توانند در پیشبرد ایده شما یا سرمایه‌گذاری روی آن به شما کمک کنند.



گردشگران خارجی بعد از سفر به ایران درباره ما چه می نویسند؟



گردآوری: مجتبی کاشفی

«ایران هراسی» و «سلام هراسی» شگرد تازه ای برای رسانه های دنیا نیست. رسانه هایی که همیشه تلاش میکنند تا به مردم دنیا بفهمانند ایران جای ترسناکی است.اما با همه این ها همیشه هستند آدم هایی که باز انتخابشان برای سفر کردن کشور ما باشد.آدم هایی که هشدارهای اطرافیانشان هم نتوانسته آن ها را از سفر به ایران منصرف کند. به همین خاطر تضاد تصویر ذهنی این گردشگران با تصویر عینی آنها از ایران باعث شده تا سفرنامه های آنها پر باشد از نکته های دوست داشتنی و تامل بر انگیز از فرهنگ ایرانی،چیزهایی که شاید تا به حال خودمان هم کمتر به آنها توجه کرده باشیم که برخی از این موارد در این مقاله به اختصار بیان شده است.

تعارف ایرانی ها ما را دیوانه کرده است

خیلی از توریست های خارجی بعد از سفر به ایران خاطرات سفرهایشان را روی وبلاگ ها و صفحات شخصی شان منتشر می کنند. یکی از نکته هایی که اکثر توریست ها در باره سفر به ایران از آن یاد کرده اند درباره «تعارف» ایرانی هاست.انگار این رسم قدیمی حسایی توریست های خارجی را به دردسر انداخته است.جیمز یکی از انهایی است که بعد از سفر به ایران می گوید«تعارف ایرانی ها برای من شبیه کابوس است» اما ماریشیا درباره این رسم ما ایرانی ها در وبلاکش این طور نوشته که« شما همیشه باید نسبت به پرداخت پول تاکسی و رستوران اصرار داشته باشید اما ایرانی های جوری وانمود می کنند که نمی خواهند از شما پول دریافت کنند. در تعارف ایرانی ها انگار میزبان موظف است که هرچیزی را که مهمان دوست دارد ارائه کند و مهمان هم به همان میزان وظیفه دارد که همه آنها را رد کند»اما نیک تعارف کردن ایرانی ها را تلاشی برای نشان دادن سخاوتمندی شان می داند« قانون پیچیده ای در ایران وجود دارد به نام تعارف در تعارف شما باید کاری کنید پا چیزی پیشنهاد دهید که حتی خودتان هم از پس آن بر نمی آید حتی راننده تاکسی ها و بازاری ها به شما پیشنهاد می کنند که مجانی از خدماتشان استفاده کنید . اما باید مواظب باشید و قبول نکنید چون پیروی نکردن از این قانون ناگفته در ایران اصلا صورت

راه رفتن روی میدان مین است.»

شیرینی وشکلات یکی از واحدهای پول ایران

یکی از توریست ها بعد از سفرش به ایران درباره واحد پول ما ایرانی ها و مشکلات معاوضه و مبادله اش این طور گفته«گیج کننده ترین اتفاقی که در ایران ممکن است برایتان بیفتد مواجهه با پول است چون واحد رسمی پول ایرانی ها ریال است ولی آنها در همه مواقع قیمت ها را با«تومان» حساب و کتاب می کنند. من با ریاضی مشکل ندارم. چون هر ۱۰ ریال با یک تومان برابری می کند اما چیزی که برایم سوال بود این بود که چرا؟ واقعا چرا؟ مردم ایران هنوز واحد رسمی پولشان(ریال)بر می گردد به ۸۰سال پیش اما خودشان با تومان حساب می کنند» علاوه بر این یکی دیگر از همین گردشگرهای اروپایی به نکته بامزه ای در برخورد با بحران پول خرد ما ایرانی ها اشاره کرده است«یکی از مشکلات جدی خرید کردن تو ایران نبود سکه و پول خرد است به قدری که گرفتن ۲۰۰۰ریال یا ۵۰۰۰ریال در خریدهای ایرانی تقریبا چیزی غیر ممکن است با این حال فکر می کنید وقتی توی خرید پولی ندارند که به شما پس بدهند چه کار می کنند؟ آنها به جای پول یک شیرینی به شما می دهند؟بله درست شنیدید شیرینی!با خنده» آنها همیشه کنار دخلشان یک بسته از این چیزهای شیرین دارند و اگر پول خرد نداشته باشند یکی از آنها را توی کیفشان می اندازند انگار که توی بهشت اید!البته برای کسانی که شیرینی دوست دارند!»

ایران؛ پایتخت دماغ های عمل کرده

اما یکی از چیزهای جالب توجه مردم ما برای «ماری» بینی های چسب زده ما ایرانی ها بوده است. او در وبلاگش به ایران لقب پایتخت دماغ های عملی را داده«من خیلی بامزه به این نتیجه رسیدم. روز اول وقتی در حال سفر بودم یک پسر نوجوان را دیدم با یک چسب روی دماغش، با خودم گفتم حتما تصادف کرده،روز بعد باز یک مرد دیگر را دیدم و بعد به این فکر کردم که شاید مردهای ایرانی زیاد باهم دعوا می کنند. چون در حومه کردستان بودم و همه کسانی را که دیده بودم پسر بودند اصلا به عمل دماغ فکر نمی کردم تا اینکه بالاخره روز بعد در یکی از رستوران های

یکی از شهرهای بزرگ یک دختر جوان بیست ساله را دیدم که دقیقا همان چسب را روی دماغش زده بود و به من گفت که او این چسب ها را بیشتر از زمانی که باید روی دماغش نگه می دارد تا به همه نشان دهد که جراحی بینی داشته! همه مردم ایران توجه ویژه ای روی دماغ دارند و این یک «وسواس ملی» برای آنهاست و برای من بامزه بود که بارها باید برای آنها توضیح می دادم که من عمل دماغ نداشته ام.»

بیشترین سوال هایی که ایرانی ها می پرسند

«همه جای دنیا مردم دوست داشتنی هست.اما صبر کن تا به ایران بروی»این جمله ای است که داریس پس از حضور در کشور ما نوشته او می گوید همه ایرانی ها در مواجهه با گردشگران خارجی چند واکنش شبیه به هم دارند«به محض اینکه وارد ایران می شوید یک سری چیزها کاملا واضح است.ایرانی ها به شدت نسبت به توریست های خارجی کنجکاوند. تقریبا به محض گذر از مرز ترکمنستان مردم محلی توی خیابان به گرمی از شما استقبال می کنند و داد می زنند که «به ایران خوش آمدید» مردم ایران همیشه سه سوال اصلی از شما دارند اینکه اهل کجا هستید؟ چه دینی دارید؟ درباره ایران چه فکر می کنید؟ مهمان نوازی عمیقا در فرهنگ ایرانی ها ریشه دوانده اما آنها نگران و خجالت زده تصویری هستند که رسانه ها از آنها نشان می دهد اما مردم ایران می دانند که چه کسانی هستند و نسبت به ایرانی بودنشان غرور دارند. آنها می گویند همیشه پای چیزی که به آن باور دارند می ایستند برای همین در طول تاریخ این کشور مردم ایران همیشه تغییرات بزرگی را در دولتشان و در زمینه حقوق بشر انجام داده اند.»

ایرانی ها بمب گذار نیستند

کی از کارهایی که گردشگران خارجی بعد از سفر به ایران می کنند،برطرف کردن تصورات غلط و رایجی است که مردم دنیا درباره ایران دارند.این تصورات بعضی هایشان به قدری ترسناک است که به قول یکی از گردشگرها باعث می شود وقتی شما ازسفر به ایران برای اطرافیانتان حرف می زنید آنها را وحشت زده ببیند حالا یکی از آنها در صفحه اش به سوالات رایج پاسخ داده«مردم

فکر می کنند ایرانی ها عرب هستند!اما آنها نیستند. مردم فکر می کنند در ایران بمب گذاری می کنند،اما آنها هرگز این کار را نمی کنند. مردم فکر می کنند ایرانی ها از غربی ها متنفرند،اما آنها نیستند بعضی ها نسبت به آمریکا این طوراند که اگر نگاهی به تاریخ آنها بیندازید می فهمید چرا!!»

مردم ایران زیادی مهربان هستند

«دست کم گرفته شده ترین نقطه سیاره» این لقبی است که یکی از آنها در یادداشتش به ایران نسبت داده است. اکثر آنها می گویند که ایرانی ها خونگرم ترین و مهمان نوازترین مردمی هستند که تا به حال دیده اند «ایرانی ها با ماشینشان حاضرند صدها مایل به شما سواری بدهند حتی اگر مسیرشان با شما کاملا متفاوت باشد. یا بهتر بگویم آنها تا صدها کیلومتر شما را می رسانند و بعد به شما می گویند که اتفاقا مسیرشان همینجا بوده می خواستند مواد غذایی بخرند.برای آنها مهمان،مهمان است و در فرهنگ مردم ایران مهمان دوست خدا است.شاید شما وقتی این را بخوانید بگویید چرا؟ همه این کارها یک دلیل مشابه دارد؛ اینکه ایرانی ها فوق العاده اند.آنها گاهی وقت ها بیش از اندازه خوب هستند!» نیکلاس هم درباره این ویژگی اخلاقی ایرانی ها نوشته« شما در ایران حتی به کتاب راهنما هم احتیاج پیدا نمی کنید کافی است توی خیابان با یک چهره بهت زده باستید تا ببینید یک ایرانی چه طور شما را به خانه اش دعوت می کند. در ایران هر جا که باشید همین که نقشه را بیرون می کشید همیشه کسی هست تا کمکتان کند.اگر کمی تشنه به نظر برسید همیشه کسی هست تا شما را به یک جای دعوت کند تا ببینید هنوز چند دقیقه نکشیده دوست جدید ایرانی تان شما را به خانه اش دعوت کرده است.»



ایران از نگاه ما

جنگل دالخانی در ۳۰ کیلومتری جنوب شرقی رامسر و در ارتفاع ۸۰۰ متری قرار گرفته است. جنگلی بسیار بکر و سرسبز که مه غلیظ مهمترین ویژگی آن است و با درختان انبوه و آب و هوای بی نظیرش می تواند بکرترین تجربه طبیعت گردی شما را رقم بزند. خصوصیات بی نظیر دالخانی باعث شده تا در میان گردشگران به دالان بهشت معروف شود.

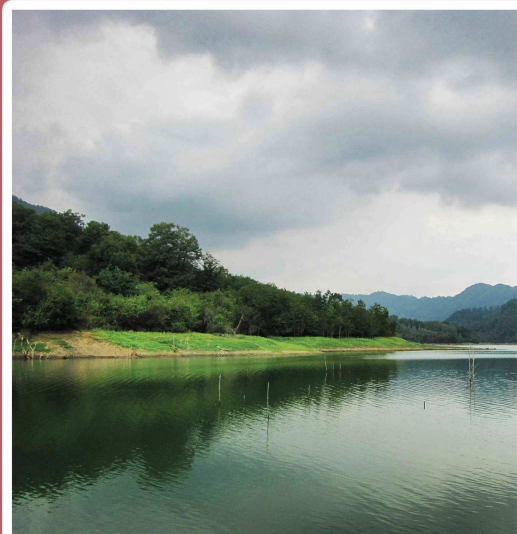
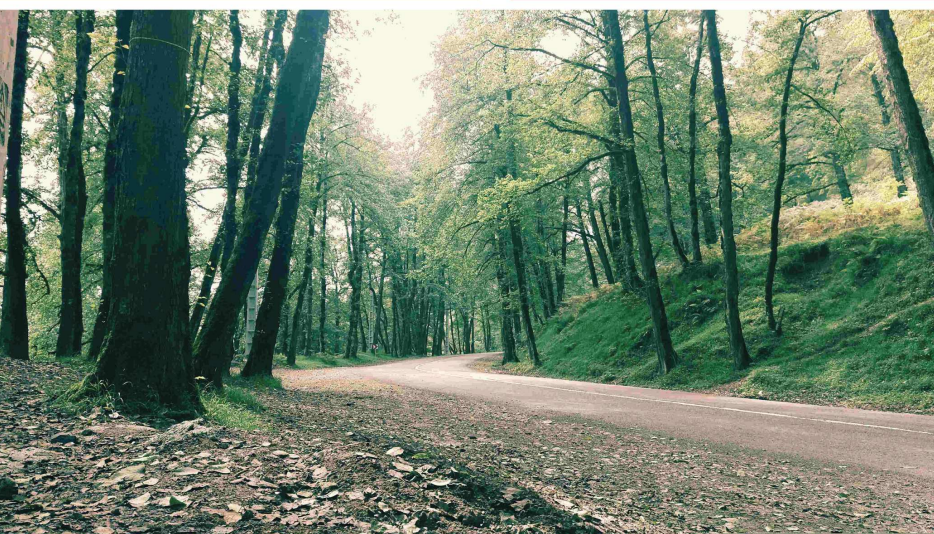
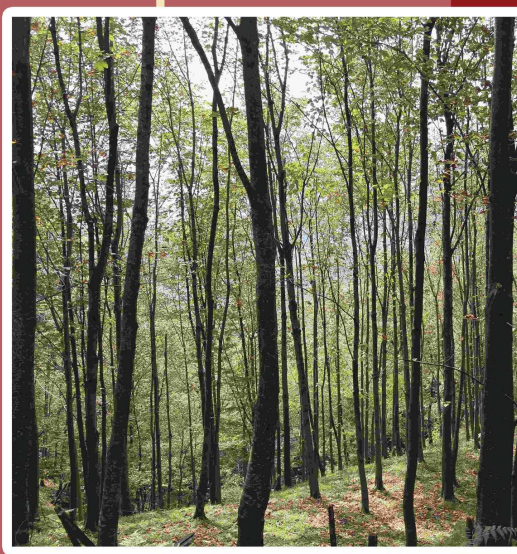
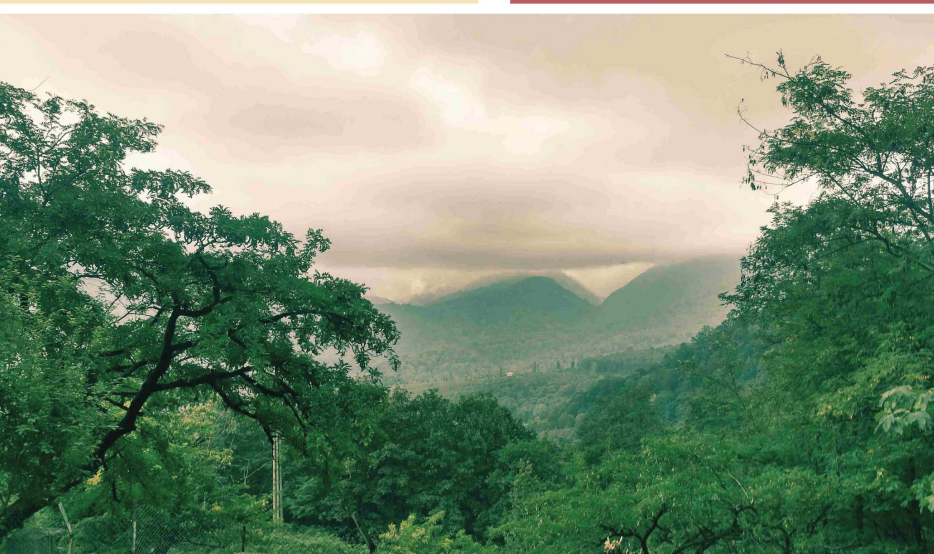
جنگلی که در سرتاسر مسیر جاده ادامه دارد و بعد از دالخانی شما را به ییلاق جنت رودبار، گرمسار، اکراسر، گلین و... میرساند و شاید زیباترین تصاویر جنگلی عمرتان را رقم بزند. همچنین نزدیکی این جنگل به روستای دالخانی فرصت خوبی است تا زندگی چندروزه ای را در یک روستای سنتی تجربه کنید و از نزدیک با آداب و رسوم و غذاهای محلی منطقه آشنا شوید.

این جنگل در مسیر رامسر به تنکابن قرار دارد و برای رسیدن به آن می توانید از مسیر کتالم- هریس (جاده میرزا کوچک خان) دالخانی بگذرید یا از خروجی شهر رامسر شروع کنید و بعد از طی مسیری حدود ۷ کیلومتر در مسیر آسفالت به رامسر به تنکابن، به سه راهی جنت رودبار برسید. جنگل دالخانی کمی جلوتر در کنار جاده انتظار شما را می کشد!

یکی از زیبایی های این جنگل دریاچه ی سد میجران است که در ۲۰ کیلومتری رامسر قرار دارد و آب آن از رودخانه ی نساورد تأمین می شود این سد به واسطه وسعت خود و جنگل های اطرافش، چشم انداز زیبایی را برای گردشگران و طبیعت دوستان خلق کرده است. با توجه به منطقه حفاظتی سد میجران شما نمی توانید وارد محوطه یا کناره آن شوید. اما بزرگی این سد از فاصله ای دورتر از خود سد بسیار جذاب است.

در این جنگل چندین مکان زیارتی نیز وجود دارد که در بین مردم منطقه تقدس زیادی دارند از جمله زیارت گاه تلیچکوه، امامزاده چاک و امامزاده سید قاسم خوشکا.

پس اگر به دنبال جایی بکر و خوش آب و هوا با مردمانی اصیل و خونگرم میگردید خود را برای سفر به دالخانی آماده کنید.

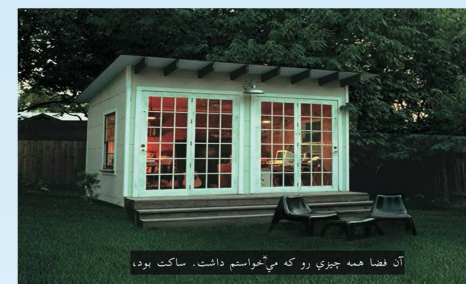




Sam Martin is the director of digital strategy at Texas Monthly magazine, and the author of "Manspace: A Primal Guide to Marking Your Territory".

در واقع، قصد دارم درخصوص فضاهایی که افراد برای خود خلق می کنند صحبت کنم. اما ابتدا می‌خوام درخصوص اینکه چرا اینجا هستیم براتون بگم.

من به دو دلیل اینجا. این دو پسر پسرهای من فورد و ورن هستند. وقتی فورد تقریباً سه سال داشت، ما با هم در یک اتاق زندگی می کردیم، در یک فضای بسیار کوچک. نصفی از اتاق خواب دفترم بود، و نصف دیگه اش، اتاق خواب او بود. اگه نویسنده باشید می تونید تصور کنید که موقع سررسیدن مهلت کار همه چیز رو هم تلنبار میشه. به همین خاطر، وقتی ورن می‌خواست دنیا بباید، فهمیدم که باید جایی برای خودم دست و پا کنم. داخل خانه فضای اضافه وجود نداشت. به همین خاطر رفتم حیاط پشتی. و بدون هیچگونه تجربه معماری قبلی و با بودجه‌ای در حدود سیصد دلار مواد بازیافت شده، این فضا رو ساختم. آن فضا همه چیز رو که می‌خواستم داشت. ساکت بود، فضای کافی داشت، و مهم تر اینکه بر آن کنترل داشتم.



آن فضا همه چیزی رو که می‌خواستم داشت. ساکت بود.

وقتی داشتم این فضا رو می‌ساختم با خودم گفتم " مطمئناً من تنها کسی نیستم که مجبور شده فضایی برای خودش بنا کنه." بنابراین کمی تحقیق کردم و فهمیدم که پیشینه‌ای تاریخی در این خصوص هست. همینگوی محل نوشتن خودش رو داشته. الویس دو یا سه فضای شخصی داشته، که بسیار منحصر به فرده چون با همسرش و مادرش در گریسلند زندگی می‌کرده. در فرهنگ عامه، سوپرمن غار تنهایی خودش رو داشته، و البته غار بتمن رو هم جا نیندازیم.

به این ترتیب فهمیدم که می‌خوام سفری کنم و ببینم که در حال حاضر دیگران برای خود چه چیزی ساخته‌اند. این یکی از جاهایی است که پیدا کردم، اینجا استون است در تگزاس. که من اهل آنجا هستم. از بیرون به گاراژ معمولی به نظر می‌رسد، به گاراژ خوب اما از داخل، هر چیزی هست الا گاراژ، و به نظرم این به فضای فردی بسیار کلاسیک است.



از بیرون به گاراژ معمولی به نظر می‌آید، به گاراژ خوب



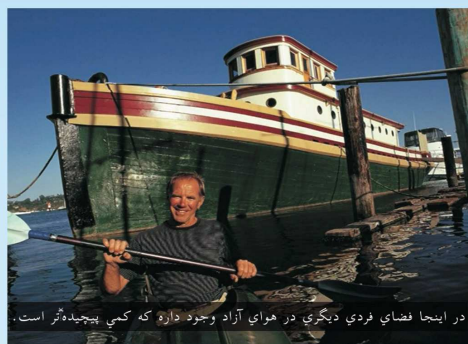
اما از داخل، هر چیزی هست الا گاراژ.

خیلی زود فهمیدم که فضای فردی الزاماً نباید داخل بنا باشن. این دوست ما یک مسیر بولینگ در حیاط پشتی خود از الوارهای محوطه‌سازی و چمن مصنوعی ساخته. اسکور برد رو هم از زیاله‌های بیرون گذاشته شده پیدا کرده .



این دوست ما یک مسیر بولینگ در حیاط پشتی خود

در اینجا فضای فردی دیگری در هوای آزاد وجود داره که کمی پیچیده تر است. این کرجی چوبی مدل ۱۹۲۳ که کاملاً از چوب گل همیشه بهار ساخته شده است. این پسر همش رو خودش ساخته. در داخل هم حدود هزار فوت مکعب فضا وجود دارد.



در اینجا فضای فردی دیگری در هوای آزاد وجود داره که کمی پیچیده‌تر است.

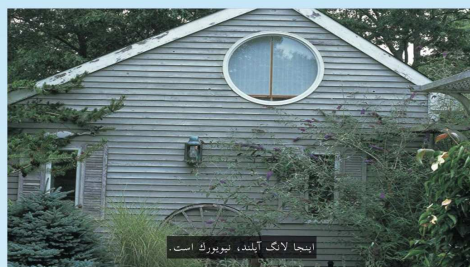
در مراحل اولیه تحقیقاتم بود که فهمیدم دارم چیزی رو پیدا می کنم که انتظارش رو نداشتم. اونها، صادقانه بگم، هرم‌های قطبی‌های آیجو و نیمکت‌های اضافی و تلویزیون‌های صفحه تخت بودند. درسته که اونها برای مکانهای استراحت بودند، اما بعضی از اونها برای کار و بعضی هم برای بازی بودند، بعضی هم برای این بودند که افراد مجموعه هاشون رو آنجا گردآوری کنند. جدای از همه اینها، از چیزهایی که پیدا می کردم شگفت زده می شدم.



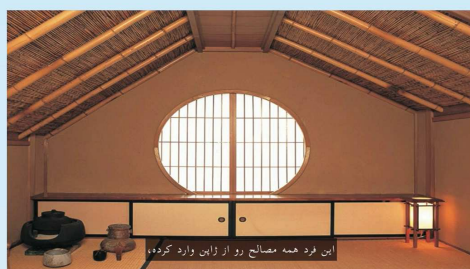
بعضی هم برای این بودند که افراد مجموعه‌هاشون رو آنجا گردآوری کنند.

مثلاً این مکان رو ببینید از بیرون به گاراژ معمولی با ورودی شمال شرقی به نظر می رسه. اینجا لانگ آیلند، نیویورک است. تنها چیزی

که ممکنه شما رو هشیار کنه پنجره گرد است. از داخل، این گاراژ، بازآفرینی یک خانه پذیرایی چای ژاپنی در قرن شانزدهم است. این فرد همه مصالح رو از ژاپن وارد کرده، و به نجار ژاپنی هم استخدام کرده تا آن را به سبک سنتی بسازه. حتی به میخ یا پیچ هم به کار نرفته. تمام اتصالات دست‌ساز هستند



اینجا لانگ آیلند، نیویورک است.



این فرد همه مصالح رو از ژاپن وارد کرده.



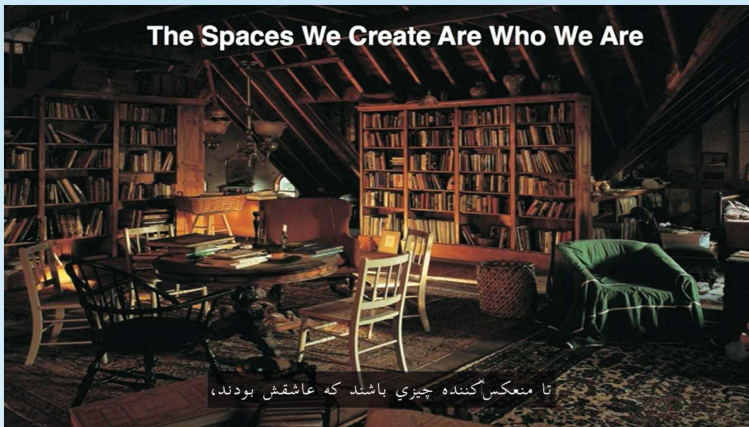
حتی به میخ یا پیچ هم به کار نرفته.

Men Are Not All the Same



آنها آن مکانها رو خلق کرده بودند

The Spaces We Create Are Who We Are



تا منعکس کننده چیزی باشند که عاشقش بودند،

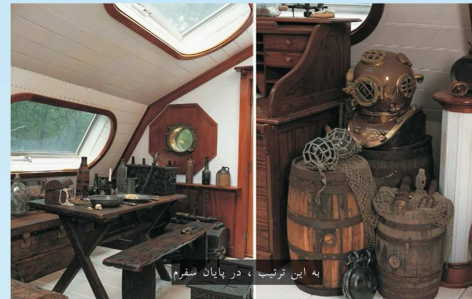
Find a space and get in it.



بنابراین اگر شما فضایی برای خودتان ندارید



تأثیر این مجموعه‌ای گردآوری شده از اشیاء عتیقه دریانوردی از قرن هفدهم و هجدهم است.



به این ترتیب ، در پایان سفرم

به این ترتیب ، در پایان سفرم بیش از پنجاه مکان فردی رو یافته بودم. آنها غیر قابل پیش‌بینی و شگفت‌انگیز بودند. اما همچنین بسیار تحت تاثیر نحوه شخصی بودن آنها قرار گرفتم، و اینکه هر کدام از آنها چقدر کار برده بود. و فهمیدم که این (توانمندی) به خاطر این بود که افرادی که با آنها ملاقات کردم، واقعا مشتاق کاری بودند که انجام داده بودند. آنها واقعا کارشون رو دوست داشتند. و بسیار مشتاق مجموعه‌های گردآوری شده خود و سرگرمی‌های خود بودند. آنها آن مکانها رو خلق کرده بودند تا منعکس‌کننده چیزی باشند که عاشقش بودند، و چیزی که خودشان بودند. هویت‌شان . بنابراین اگر شما فضایی برای خودتان ندارید به شما شدیدا توصیه می‌کنم که یکی پیدا کنید و واردش بشید. بسیار سپاسگزارم.

این یه منظره معمولی دیگه است. اینجا منطقه ای در حومه لاس وگاس است. اما وقتی یکی از درهای گاراژ رو باز می‌کنید یک رینگ بوکس حرفه‌ای را در داخل می‌بینید. (خنده حضار) این یکی هم دلیل خوبی است. این بنا توسط این مرد و این مک کلوق ساخته شده. او برنده مدال نقره ایرلند در المپیک ۱۹۹۲ است. او در این فضا درس می‌ده. او دیگران رو آموزش می‌ده. و دقیقا بیرون گاراژش، اتاق جواز خودش را داره که در آن تقریبا هنرهای خودش رو به نمایش می‌گذاره. که بخش مهم دیگه ای در خصوص فضای فردی است



یک رینگ بوکس حرفه‌ای را در داخل می‌بینید.



و دقیقا بیرون گاراژش، اتاق جواز خودش را داره

به همین خاطر، در حالی که این مکان حرفه شخص رو به نمایش گذاشته این یکی قطعا بیانگر اشتیاقه. این شبیه داخل یک قایق بادبانی انگلیسی ساخته شده. این مجموعه‌ای گردآوری شده از اشیاء عتیقه دریانوردی از قرن هفدهم و هجدهم است. به شکل یک موزه .



این شبیه داخل یک قایق بادبانی انگلیسی ساخته شده.

اخبار گردشگری



گردآوری: مریم رستگاریانه



سفرهای دریایی از ایران به پاکستان و هندوستان

مدیر کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان از برقراری خط مسافرتی کشتیرانی بین بندر چابهار، بندر کراچی پاکستان و سواحل شرقی هندوستان خبر داد.



پربازدید ترین شهرهای سال ۲۰۱۶

گروه معتبر مسترکار در رتبه بندی ۱۳۲ شهر پربازدید دنیا را منتشر کرد. این بررسی که برای هفتمین سال متوالی انجام می گیرد؛ با در نظرگیری مسافرتی که حداقل یک شب در شهر مقصد ساکن بوده اند، رتبه بندی شده است:

۱. بانکوک ؛ تایلند با ۲۱ میلیون و ۴۷۰ هزار بازدید کننده ۲. لندن ؛ انگلستان با ۱۹ میلیون و ۸۸۰ هزار بازدید کننده ۳. پاریس ؛ فرانسه با ۱۸ میلیون و ۳۰ هزار بازدید کننده ۴. دبی ؛ امارات با ۱۵ میلیون و ۲۷۰ هزار بازدید کننده ۵. نیویورک ؛ آمریکا با ۱۲ میلیون و ۷۵۰ هزار بازدید کننده ۶. سنگاپور ؛ سنگاپور با ۱۲ میلیون و ۱۱۰ هزار بازدید کننده ۷. کووالامپور ؛ مالزی با ۱۲ میلیون و ۲۰ هزار بازدید کننده ۸. استانبول ؛ ترکیه با ۱۱ میلیون و ۹۵۰ هزار بازدید کننده ۹. توکیو ؛ ژاپن با ۱۱ میلیون و ۷۰۰ هزار بازدید کننده ۱۰. سئول ؛ کره جنوبی با ۱۰ میلیون و ۲۰۰ هزار بازدید کننده



اصفهان و تسالونیک ؛ خواهران جدید

رایزن فرهنگی کشورمان در یونان با اشاره به دیدارش با شهردار شهر تسالونیک گفت: علاقمندی دو طرفین برای خواهر خواندگی شهرهای اصفهان و تسالونیک مطرح شد و مورد استقبال قرار گرفت. وی اشاره کرد این شهر دارای آثار تاریخی و معماری زیبایی فراوانی است و مشابهت های فراوانی با شهر اصفهان دارد و بنابراین پیش نهاد میشود شهرهای اصفهان و تسالونیک خواهر خوانده شوند. تسالونیک دومین شهر بزرگ کشور یونان است.



نرم افزار " زبردستان " برای حمایت از هنرمندان صنایع دستی طراحی شد

به نقل از روابط عمومی معاونت صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور، فریدون میرزآلو، مدیر کل حمایت از تولید معاونت صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور ضمن معرفی این طرح حمایتی در حوزه معرفی و ترویج صنایع دستی گفت: این پروژه امکان معرفی محصولات صنایع دستی را برای بازدیدکنندگان داخلی و خارجی فراهم آورده و سرعت رشد و معرفی کالاهای هنری صنایع دستی را افزایش خواهد داد.



امن ترین و ناامن ترین کشورهای جهان برای گردشگری

براساس گزارش تحقیقی مجمع جهانی اقتصاد نیجریه ناامن ترین کشور جهان برای گردشگران انتخاب شده است. کلمبیا، یمن و پاکستان در رتبه های دوم تا چهارم قرار دارند. فنلاند، قطر و امارات متحده عربی در صدر امن ترین کشورها میباشند.



مرداب هسل

گردآوری: زهرا شمسی

تصویری که میبینید نه فتوشاپ است و نه مربوط به جنگل های آمازون، بلکه این تصویر یکی از مرداب های خاص و بی نظیر ایران در شهرستانی در نزدیکی شهر چالوس را نشان می دهد. اگر از همه هم ی شهر خسته شده اید و به دنبال مکانی زیبا و در عین حال دارای آرامش می گردید، یکی از بهترین گزینه های پیش رو می تواند مرداب هسل باشد. سفر به این مرداب یک فرصت تکرار نشدنی برای طبیعت گردی در منطقه ای مطلقا آرامش بخش و بی همتا برای اقامت، عکاسی، نقاشی و استراحت است.

کلمه ی هسل در نام این مرداب به معنای آب راکد است. این مرداب در کنار روستای طلاجو که در منطقه ای به نام مشعل قرار دارد، واقع شده است. دلیل اطلاق نام مشعل به این منطقه این است که در فصل پاییز برگ درختان به رنگ های بی نظیر و رویایی تبدیل می شود که از دور شبیه به شعله های آتش به نظر می رسد.

موقعیت جغرافیایی منطقه به این صورت است که از جنوب به جنگل های سوته لار و منطقه کردشت، از شمال و شمال غرب به گاوسرای قدیمی مشعل و منطقه مشعل موزی و از سمت شرق به منطقه مشعل لات می رسد. این منطقه از درختان بلوط، انجیر، گنس، انگور جنگلی و از گیل جنگلی پوشیده شده است. این تالاب ماهی ندارد اما زیستگاه ایده آلی برای دوزیستان است. مساحت تالاب در زمانی که از آب کاملا لبریز می شود حتی به یک هکتار هم نمی رسد.

فصل خاص و مناسب سفر به این منطقه فصل پاییز است، به دلیل وجود رنگهای خاص و زیبایی برگهای درختان. برای سفر به این مکان خارق العاده، اگر مبدا شما چالوس باشد در کیلومتر ۸ جاده چالوس به تهران و پس از روستاهای سینوا و طلاجو در سمت راست به مسیر مرداب هسل میرسید پس از ۳ کیلومتر ادامه مسیر در این جاده فرعی به مرداب هسل میرسید مسیر کاملا ماشین رو است اما برای اسکانیا مناسب نیست.

مسیر دیگری به مرداب هسل وجود دارد که از روستای طلاجو شروع شده و از طریق پیاده روی به مرداب هسل ختم میشود. مرداب هسل در جنوب غرب روستای طلاجو قرار دارد. روستای طلاجو در ۶ کیلومتری جنوب غرب چالوس پس از روستای سینوا واقع است در اینجا هیچگونه امکانات رفاهی وجود ندارد و اقامت به صورت کمپینگ است. سابقا حجم آب مرداب بیشتر بوده و در بعضی از نقاط عمق آن از مرز ۱۵ متر میگذشت. در سال ۸۹ برای تنظیم اکوسیستم مرداب

طرح تزریق آب به هسل از طرف شهرداری مطرح شد که به مرحله اجرا نرسید. حدود ۵۰ سال قبل تعداد ۱۰ الی ۱۵ خانه وار جهت دامداری در مجاورت هسل زندگی میکردند. هسل در گذشته های نه چندان دور زیستگاه لاک پشت ها، وزغ ها و زالوهایی بود که امروزه کمتر به چشم میخورند، دلیل اصلی آن هم جاده ایست که در مجاورت مرداب هسل توسط سازمان جنگل ها احداث شده و مردم منطقه به خصوص در روز سیزدهم فروردین ماه هر سال که روز طبیعت است با متحمل شدن کمترین مشقت با وسیله ی نقلیه خود را به آنجا رسانده و الحق والانصاف با ریختن زیاله هایشان خوب از خجالت طبیعت در می آیند!!! همچنین شرکت مستقر در منطقه مشعل لات جهت احداث آزادراه، که با انجام فعالیت های راه سازی باعث رانش بخش عظیمی از جنگل های مشعل لات و مشعل شده نقش غیر قابل انکاری در تخریب و کاهش حجم آب هسل دارد. همانند این مرداب، مردابی در بخش کجور وجود دارد که به دریاچه ی خزر نبی معروف است با این تفاوت که دسترسی به آن بدون داشتن راهنما تقریبا غیر ممکن است زیرا جاده ای منتهی به دریاچه احداث نشده و به همین دلیل زیاله ای در اطراف آن به چشم نمیخورد ولی اهالی منطقه اصرار بر احداث جاده مبنی بر شناساندن بیشتر دریاچه و توسعه ی گردشگری دارند به هر حال آرزو داریم با احداث جاده، بلایی را که بر سر هسل آوردند، بر سر دریاچه ی خضر نبی نیاورند!





همچنین امکان این وجود دارد که خریدهای شما از طریق کشتی به دبی فرستاده شوند.

کیف پولتان را در دست بگیرید و از خرید در ایران لذت ببرید
من عاشق یادگیری درباره فرش های ایرانی و تماشای قلم زنی در بازارهای ایرانی هستم و حتی چانه زنی و مقایسه قیمت ها برایم جذاب بود. تمام این ها بخشی از تجربه سفر به ایران است.

در انتهای روز هر چقدر هزینه کرده باشید و هر چه صنایع دستی خریده باشید، تمام این ها یادآور این کشور زیبا، هنرهای جالب توجه و صنایع دستی استادانه اش خواهند بود.

سخن آخر

همان طور که گفتیم تمامی این ها نظرات جوزف در باره ایران زیبا و صنایع دستی شاهکار کشور عزیزمان بود. تجربه شما از برخورد با گردشگران خارجی و واکنش آن ها به صنایع دستی ما چه بوده است؟ خودتان چقدر از صنایع دستی ایرانی چون خاتم و ظروف قلم زنی شده خرید می کنید؟

روی خاتم، تا ۸۰۰ دلار نیز بالا می رود.

خود را برای چانه زنی آماده کنید

چانه زنی نوعی هنر است و در هر کشور روال و قوانین خاص خودش را دارد. در بازارهای سنتی ایران نوعی بی احترامی است که از فروشنده و هنرمند ۵۰٪ تخفیف بخواهید. نهایت تخفیفی که می توانید از فروشنده انتظار داشته باشید، چیزی در حدود ۱۵٪ تا ۲۰٪ می باشد. فراموش نکنید که خرید و چانه زنی همه اش برای تفریح و خوش گذرانیست و البته اگر چندین قطعه خرید کنید، تخفیف بیش تری نیز نصیب شما می شود. اگر شهروند ایالات متحده آمریکا هستید، دقت کنید که اجازه دارید نهایتا با صنایع دستی به ارزش ۱۰۰ دلار به خانه برگردید. برای خلاصی از این داستان، فروشگاه می تواند به شما رسیدی جعلی بدهد اما حواستان باشد که رقم های آن منطقی به نظر برسد. اگر به میزان کافی پول نقد به همراه ندارید، برخی از فروشگاه های بزرگ تر ای مکس و مسترکارد را قبول می کنند، منتها از آن جا که پول خود را از دبی می گیرند، از شما ۶٪ بیش تر دریافت می شود.

ضربات منفرد قلم مو و حرکت نرمشان را بر روی سطوح تشخیص می دهید.

میناکاری بسیار مشابه نقاشی مینیاتور، هر چقدر جزئیات بسیار و طراحی خارق العاده ای داشته باشد، گران تر است. قیمت بهترین گلدان ها که در اندازه کوچک ساخته شده اند، در حدود ۶۰ تا ۱۰۰ دلار و اندازه متوسط بین ۱۶۰ تا ۲۰۰ دلار می باشد. برای تهیه یک گلدان میناکاری شده، مطمئن شوید که به فروشگاه معتبری مراجعه کرده اید، چرا که برخی از مغازه ها با تولید انبوه، کیفیت کار را بسیار پایین می آورند.

در اصفهان می توانید به خیابان پشت مطبخ در کنار مسجد امام و بازار بزرگ بروید و از فروشگاه های آن جا خرید کنید.

خاتم کاری و معرق

بسیاری از همسفران من به دنبال صفحه شطرنج خاتم بودند. خاتم کاری هنری است که در طی آن چندین فلز، استخوان و چوب رنگی را در اشکال هندسی با هم ترکیب کرده و از آن برای ساخت جعبه، میز و قاب استفاده می کنند. طراحی این صنایع دستی با استفاده از نوارهای نازک و بلندی از چوب، مس، نقره و استخوان و ترکیب آن ها صورت می گیرد. به طور مثال یک نوار لوزی شکل با شش نوار مربعی و رنگی دیگر در کنار هم قرار می گیرند. قرار گرفتن همه این ها صفحات بزرگی را پدید می آورد، سپس آن ها را به صفحات نازکی برش داده شده و سپس از آن ها برای ساخت جعبه و قاب استفاده می شود. پس از آماده شده ظروف مورد نظر، سطح آن ها را با صیقل و جلا دادن، براق و صاف می سازند.

شناخت خاتم های قلابی و بد کیفیت کار آسانی است، کافیتست سطح آن را بخراشید تا ببینید طرح خاتم های قلابی از بین می روند. همچنین خاتم هاییکه با کیفیت پایین ساخته شده باشند، خوسه های نامتقارن و ناخوشایندی دارند که با دقت به ترکیب آن ها، تفاوت شان را تشخیص خواهید داد.

پس از نزدیک به ظروف و وسیله خاتم مورد نظر نگاه کنید و آماده باشید تا برای کیفیت بالاتر، قیمت بیش تری بپردازید. به طور مثال قیمت نمونه های ارزان صفحات خاتم شطرنج از ۸۰ دلار شروع می شوند و بسته به جزئیات، اندازه و پردازش های نهایی

هنرمندان بازار اغلب طرح سریع و ابتدایی کوچکی را بر پشت کارت های تجاری خود به تصویر می کشند.
نقاشی های مینیاتور با قلموهایی به ظرافت موی گربه کشیده شده تا بتوانند خطوط نازک را راحت تر ترسیم کنند. استادانه و گران قیمت ترین نقاشی های مینیاتور الزاما اندازه بزرگی ندارند، بلکه سرشار از جزئیات خیره کننده اند. جالب است بدانید که پیچیده ترین سایه ها نهایتا از چندین خط ظریف و نقطه تشکیل شده اند که عرضی بیش تر از عرض موی قلم مو ندارند.

گلدان های مسی، نقره، مینایی و ...

هنگامی که از دالان ظروف مسی و نقره ی بازارهای ایرانی گذر می کنید، صدای تق تق چکش ها که تمام فضا را پر کرده به چشم می خورد. بشقاب های براق، گلدان ها، فنجان ها و دیس های نقره ای، مسی و برنجی که تمام با جزئیات منحصر به فردی تزئین شده اند. مهارت و ساخت استادانه را در تمام جزئیات این ظروف می توان دید. تمامی این ها با استفاده از هنر قلم زنی در حال ساخت اند.

فرآیند ساخت این ظروف جدا جالب توجه و فریبنده است. برای تزئین سطح صاف هر قطعه و ظرف، ابتدا درون آن را با محلولی از قیر پر می کنند تا سر و صدای کم تری به هنگام چکش کاری و قلم زنی به گوش برسد و همچنین از شدت ضربه چکش ها جلوگیری کند.

صنعتگران و هنرمندان با استفاده از ابزارآلات تیز و با ظرافت تمام نقوش ظریف و پر پیچ خم را تنها با تک ضربه های چکش خلق می کنند. برای شکل دادن گلدان ها، فنجان ها و ظروف تزئینی از قطعه فلزی، مدور و چرخانی استفاده می کنند و سپس با ضربات آهسته، الگوی های مورد نظر خود را بر روی سطح ظروف ایجاد می کنند.

میناکاری های رنگی

ظروف میناکاری شده، مرحله دومی را نیز پشت سر می گذارند، هنگامی که ظرف مورد نظر شکل یافت با مایع سفید رنگی پوشانده شده و پس از آن هنرمندان با دقت بسیار مشغول رنگ آمیزی می شوند. اگر از نزدیک به این ظروف بی نظیر نگاه کنید،



IRAN

نقاشی های مینیاتور

درست در کنار هتل من یک فروشگاه جذاب نقاشی های مینیاتور وجود داشت که مشابه این نقاشی ها را در بازار محلی نیز می بینید، اما نکته حائز اهمیت، انتخاب و خرید از مغازه ایست که معتبر باشد و نقاشی هایی استادانه را در معرض دید و فروش قرار بدهد. این فروشگاه مورد نظر من، در شهر اصفهان و درست در کنار هتل عباسی قرار داشت. نقاشی های مینیاتور اغلب بر روی قطعات کوچکی از استخوان های شتر کشیده می شد و در آن ها هر چیزی اعم از مکانهای محلی گردشگری تا داستان ها و افسانه های کهن به تصویر کشیده می شود.

های هندسی بزرگ و یا طراحی های طبیعت گرا و ناتورالیستی می باشد. این طراحی ها اغلب از خاطرات و نقوش به جا مانده گرفته شده اند. همچنین طراحی های مدرنی به چشم می خورد که از الگوهای یافت شده در مساجد و یا نقوش طبیعت گرا که اغلب بر روی کاشی ها دیده می شود، تأثیر پذیرفته اند. در انتخاب نوع و چگونگی طرح فرش ها، این کاملاً سلیقه و علاقه شخصی شماست که نقش کلیدی دارد. هر چیزی که قوه تخیل شما را نوازش می کند، انتخاب کنید و از دیدن نقش و نگارهای بی نظیر فرش ها لذت ببرید. توصیه می کنم از انبار فرش در کنار هتل عباسی اصفهان دیدن کنید.



راهنمایم من را به چنین جایی برد، جایی که می توانی به سراغ این فرش های با ارزش بروی. خوشبختانه به هنگام انتخاب، همگی با شکیبایی بسیار منتظر می شوند تا طرح و نقشی را که می پسندید ببایید. پس از آن است که قیمت هر کدام را رو می کنند که البته قیمت ها بسیار غافلگیر کننده اند. قیمت کوچک ترین فرش ها با کیفیت بالا، تک گره و ابریشمین از ۴۰۰ دلار شروع می شود و برای اندازه های متوسط تا ۲۰۰۰ دلار نیز پیش می رود. همان طور که به سوی فرش بزرگ تری حرکت می کنید، قیمت ها نیز افزایش می یابند.

اگر نتوانستید قیمت فرش های درجه یک و ابریشمین را هضم کنید، می توانید بروید سراغ فرش های پشمی که قیمت های مناسب تری دارند.

ارزش فرش های ایرانی تنها به سبب جنس الیافشان نیست، بلکه به تراکم و تعداد گره در واحد سطح بر می گردد. تراکم هر فرش از ۴۰ تا ۱۴۴ گره در هر سانتی متر مربع متفاوت است و هر چه تعداد گره ها کم تر باشد، فرش شکل و شمایل سست تر دارد. به طور کلی دو نوع گره در بافت فرش دیده می شود، یکی گره جفتی است که بدین معناست به هنگام گره زدن و بافت فرش، نخ به جای یک چله، به دور یک جفت یا چندین چله پیچیده می شود. در نتیجه فرش سریع تر بافته می شود و البته ارزش پایین تری دارد. از طرفی دیگر تک گره وجود دارد که تنها به دور یک پله پیچیده شده و در نتیجه بافت فرش زمان بیش تری برده و هزینه بیش تری بر می دارد. بنابراین در یک سر طیف فرش های پشمی ۴۰ گره و ارزان و در سر دیگر طیف، قالی های ابریشمین ۱۴۴ گره و نفیس قرار می گیرند.

اگر می خواهید خیلی ولخرجی کنید، نوعی از فرش های شگفت انگیز هستند که در هر طرف خود طرحی متفاوت را نشان می دهند! علاوه بر طرح، نگاه و احساس، فرش فروش های ایرانی بسیار راغب اند تا در انتخاب فرش مورد علاقه شما سهیم باشند و آن چیزی را که واقعاً دوست دارید، به شما نشان بدهند.

در طرح فرش های ایرانی اغلب دو نوع طراحی به چشم می خورد که یکی طرح های سنتی و قومی قبیله ای است که شامل طرح

جوزف کیلی طراح و گرافیست و مدیر هنری که به بسیاری از نقاط جهان سفر کرده و در طی سفرهایش به دنبال الهامات خلاقانه و کشف بصیرتی فرهنگی است! او در مورد خودش این گونه می نویسد:

به دنیا آمدم تا عاشق سفر باشم و این داستان از آن جا شروع شد که مادرم قاره اروپا را به مقصد کالیفرنیا ترک گفت. اما درهای مسافرت از زمانی به روی من باز شدند که خانواده ام برای ۲۵ مین سالگرد ازدواج شان به پاریس بازگشتند. همان جا بود که عشق سفر در من جوانه زد و با کوله گردی تمام جهان را زیر پا گذاشتم.

از غربی ترین نقاط اروپا بگیرد تا دشت های دورافتاده تبت. جوزف در سال ۲۰۱۴ سفری به ایران داشت و از این سفر خاطرات و یادگاری های زیبایی برای خودش به ارمغان برد. امروز تجربیات او را در مورد سوغاتی های ایرانی می خوانیم:

همه ما در مورد زیبایی و کیفیت قالی های ابریشمین ایرانی با طرح های پیچیده و درهمش شنیده ایم. اما واقعاً چقدر در مورد این که چه عاملی باعث خوب شدن فرش های ایرانی می شود، می دانیم؟ درباره دیگر سوغاتی های شگفت انگیز ایرانی چطور؟ این کشور اعجاب انگیزی که اغلب مورد بدفهمی قرار گرفته است.

بازدید من از بازارهای سنتی ایرانی چشمانم را به روی زیبایی و فنون این صنایع دستی خارق العاده گشود. شما بازارها را در اغلب شهرهای ایران خواهید یافت اما باید بدانید که شهر اصفهان پایتخت خرید و صنایع دستی ایران محسوب می شود. شهری بی نظیر و باشکوه به همراه خیابان های سه لاینه و رودخانه پرپیچ و خم که به آرامی از زیر پل به یادماندنی خواجه روان شده است. همراه کارناوالو از دید یک گردشگر خارجی به درون بازارهای ایران بیایید.

فرش های ایرانی

در تمام بازارهای ایران « نخریدن فرش » کاری بود بس دشوار! شما در هر جایی این فرش های پر نقش و نگار و دلربا را می دیدید و دلتان می خواست یکی دیگر هم داشته باشید. فروشنده های مهربان و خوش برخورد با چرب زبانی و پذیرایی از شما با چایی، متقاعدتان می کنند تا معامله دلچسبی داشته باشید.



سفر به روستاهای عجیب ایران

شاید شگفتی؛ یکی از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری برای ماجراجویان و عاشقان سفر باشد. شاید آنها که در مناطق گرمسیری زندگی می‌کنند دل در گرو مقاصد سردسیری دارند و بالعکس آنها که محل زندگی‌شان در نقطه‌ای از جهان است که کمتر می‌توانند به تماشای آفتاب بنشینند و روزهای گرم را تجربه کنند همواره راهی مقاصد گرمسیری‌اند.

اما در این میان چیزی که بین هر دو دسته برای سفر ثابت است مقاصد است که آنها را متعجب کند و شگفت‌انگیز باشد. کشورهای صاحب گردشگری در جهان هم از این خصیصه همواره نهایت استفاده را می‌برند و به‌وسیله ابزارهای رسانه‌ای‌شان سعی دارند مسافران را برای راهی شدن به این مقاصد تشویق کنند. در گوشه‌گوشه ایران اما جاذبه‌های عجیب و شگفت‌انگیزی وجود دارد که کمتر کسی از آنها باخبر است. روستاهایی در ایران وجود دارد که دارای ویژگی‌هایی بوده و هستند که بسیار عجیبند. از روستای آدم کوتوله‌ها که به لی‌پوت ایران مشهور شده است گرفته تا روستایی عجیب که بیش از ۹۰ نابینا دارد.

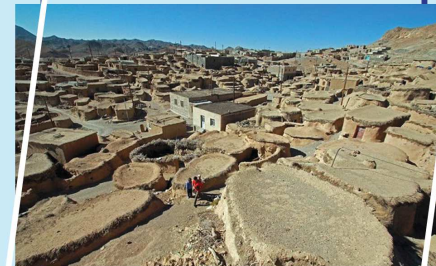
لی‌پوت ایران

ماخونیک نام روستایی است از توابع بیرجند در استان خراسان جنوبی؛ روستایی کوچک که به‌واسطه فاصله اندکش با مرز افغانستان اکثریت ساکنانش را افغان‌ها تشکیل می‌دهند. اما این نقطه از ایران به‌واسطه قد کوتاه بودن بیشتر ساکنانش به لی‌پوت ایران مشهور است. ماخونیک یکی از هفت روستای شگفت‌انگیز جهان است. روستای لی‌پوتی ایرانی شهرت و آوازه‌اش را از زنان و مردان کوتاه قامت خود دارد که شب‌ها، زیر سقفی کوتاه‌تر از سقف خانه‌های ما چشم می‌پندند و صبح‌ها، از چهارچوب‌هایی کوتاه‌تر از چهارچوب‌های خانه‌های ما پا بیرون می‌گذارند تا راهی معدن شوند، دام‌هایشان را چرا دهند یا زمین‌های زراعی‌شان را شخم بزنند.

سرزمین لی‌پوت‌های ایران، با ۱۲ آبادی اطرافش، منحصر به فردترین روستای ایران است که ساکنان آن، بیماری کوتاه قدی را نسل به نسل از پدران خود به ارث برده‌اند.

هر چند که این روزها با احداث خانه بهداشت در روستا، قد کودکان ماخونیکی بلندتر شده است، اما جا به جای این روستا را که بگردید، هنوز ردپایی از زندگی مینیاتوری گذشتگان روستا خواهید دید.

روستا در دامنه یک تپه ایجاد شده است با خانه‌هایی به هم فشرده و کوتاه که در گودی زمین ساخته شده‌اند. کف خانه حدود یک متر از سطح زمین پایین‌تر است و برای وارد شدن به خانه، باید کمر خم کنید و از درهای کوچک چوبی بگذرید. بعد، پا روی یکی دو پله درگاهی بگذارید تا به کف خانه برسید. اما با تمام اینها، بافت معماری ماخونیک به خانه‌های خشت و گلی کوچک محدود نمی‌شود؛ سال‌هاست که پای خانه‌های آجری امروزی هم به ماخونیک رسیده و رنگ و بوی امروزی‌تری به روستا داده است.

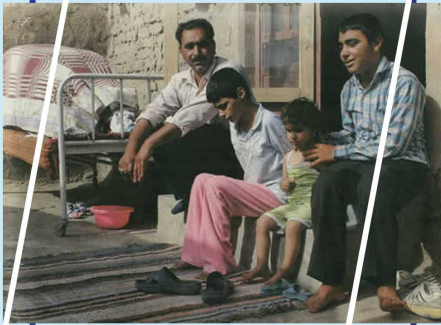


روستای نابینایان

علت شهرت بسیاری از جاذبه‌ها علت‌های پسندیده و خوبی نیست. نمونه‌اش روستای چهاربرج که به‌واسطه آمار بالای نابینایانش به شهرت رسیده است. این روستا که از توابع اسفراین است با وجود آمار هزار سکته‌اش حدود ۹۰ نابینا دارد؛ نابینایانی که هیچ دلیلی برای آنها وجود نداشته است. این مشکل از حدود ۲۰ تا ۲۵ سال قبل آغاز شده است و به همین دلیل خیلی از ساکنان روستا ترک وطن کرده و به شهرها مهاجرت کرده‌اند و اکنون حاضر نیستند به دلیل این بیماری ناشناخته به روستا بازگردند.

عجیب‌تر این‌که اکثریت افراد مادرزادی نابینا به دنیا آمده‌اند. نکته عجیب در این بین این‌که حیوانات اهلی نیز همانند گاو و گوسفند و حتی گربه‌ها در این روستا نابینا به دنیا می‌آیند.

هر چند در سال ۹۱ معاون توانبخشی اداره کل بهزیستی استان خراسان اعلام کرد این اختلال در این منطقه مهار شده است و اکنون هیچ فرد زیر دو سال در این روستا حضور ندارد که نابینا باشد، بسیاری دلیل این اختلال را ناآگاهی مردم - ازدواج‌های فامیلی - اختلال ژنتیک و... دانسته‌اند.



روستایی بی‌زمان

روستای ایستا از توابع طالقان یکی از روستاهای مرموز ایران است؛ روستایی که در آن زمان ایستاده است. در کوچه‌ها اثری از ردپای تکه‌آهن‌هایی که در شهر «خودرو» نامیده می‌شود، نیست؛ مردمانی که چون تابلوی نقاشی زندگی و آداب و رسوم گذشته را در عصر ارتباطات یدک می‌کشند.

این روستا جایی است که هیچ‌گونه امکانات دنیای جدید را نمی‌پذیرند و بدون آب لوله‌کشی، گاز، برق، درمانگاه، ماشین آلات، وسایل ارتباطی و... زندگی می‌کنند.

ساعت مچی و دیواری در محل زندگی اهالی این روستا وجود ندارد و سیمان و آهن در معماری خانه‌های آنان به کار نرفته است. آنان به نحو اسرارآمیزی از مردم فاصله می‌گیرند و کمتر کسی را به خانه خود راه می‌دهند.

حتی شایع است که می‌گویند اهالی این روستا شناسنامه ندارند و جزو جمعیت آماری ایران هم محسوب نمی‌شوند.

روستایی که به لاتین می‌نویسند

اما بدون شک عجیب‌ترین روستای ایران روستای زرگر است. اهالی این روستا هم ایرانی‌اند هم اروپایی، هم فارسی می‌دانند هم ترکی؛ صورتشان هم شبیه آریایی‌هاست، هم شبیه گلادياتورها و وایکینگ‌ها، قدشان بلند است و مهربانی‌شان همچون محبت مردم ایل به همگان‌ها. مسلمان شیعه‌اند، کارشان دامداری و کشاورزی است؛ به سبک همه روستاییان، مرغ و خروس و غاز هم نگه می‌دارند؛ بعضی زن‌ها که هنرمندتر از دیگرانند نیز خودشان نان می‌پزند و در مشک، دوغ و کره می‌گیرند و پنیر و ماست می‌بندند. این مردم اما یک راز دارند، یک نکته مبهم تاریخی که رموزشان می‌کند. مردم روستای «زرگر» زبان مادری‌شان «رومانو» است؛ به زبان‌شان «زرگری» هم می‌گویند، اما نه از آن زرگری‌هایی که بعد از هر حرف، «ز» می‌گذارند و زبان‌شان می‌شود «دزرزوز».

داستان زبان رومانو بیشتر شبیه افسانه است. زرگری‌ها خودشان هم دقیقاً نمی‌دانند متعلق به کجای جهان هستند و چه شد که به ایران آمدند و شدند رومانوی شیعه کشاورز ایرانی که به زبان ترکی هم مسلط است. قدیمی‌های روستا یادشان است که در زمان جوانی‌شان پیرمردی در زرگر بود که تمام حساب و کتاب‌هایش را به زبان روسی می‌نوشت، اما بعد از مرگ او نوشتن به زبان روسی ورافتاد؛ حالا این مردم همه‌شان به زبان رومانو حرف می‌زنند و به لاتین می‌نویسند.

پچه‌های تحصیلکرده زرگر چند سال پیش چند لغت به زبان رومانو در اینترنت منتشر کردند و از تمام مردم دنیا خواستند که اگر این لغات را می‌شناسند به ایران بیایند. چند ماه بعد سه مسافر از فرانسه و انگلیس به روستای زرگر آمدند و در حالی که شادی‌کنان، ساز و دهل می‌زدند از این‌که همزبان‌هایشان را در ایران پیدا کرده‌اند دست از پا نمی‌شناختند. زرگری‌ها می‌گویند این سه مرد از تجار بزرگ کشورشان بودند که ایتم‌های زیادی را حمایت می‌کردند و اهل کار خیر بودند؛ اما تعجب می‌کردند از این‌که زرگرهای ایران، زبان رومانو را با زبان فارسی و ترکی آنچنان آمیخته‌اند که اصالت زبان به آن شکل که در اروپا تلفظ می‌شود از بین رفته است. رومانوهای اروپایی متعجب بودند از این‌که چرا رومانوهای ایران مثل ۱۸ هزار همزبان شناخته شده خود در اروپا، تشکیلات ندارند و در نشست سالانه آنها در ترکیه حضور ندارند و آواره و بی‌سروسامانند.





گردآوری: پرتو کرباسی

اولین نرم افزار ویژه سفرنامه و خاطره نویسی

تا حالا چند بار تصمیم گرفته اید که خاطرات و تجربیات سفرهایتان را ثبت کنید ولی هر بار بخاطر مشغله کاری و یا حتی تنبلی این کار را به روزهای بعد از سفر واگذار کرده اید و در آخر هم بخاطر فراموشی، یا خاطرات سفرهایتان را ننوشته اید و یا ناقص نوشته اید؟

این نرم افزار به شما کمک می کند خاطرات سفرهایتان را در همان طول سفر به راحتی ثبت نمایید تا تنبلی و مشغله و یا فراموشی بعد از سفر باعث نشود خاطرات و تجربیات سفرهایتان از بین برود. همچنین این امکان رو به شما میدهد تا سفرنامه های دیگران را خوانده و سفرنامه های خود را نیز در صورت تمایل با دیگران به اشتراک بگذارید.

امکانات این نرم افزار آنقدر زیاد است که پیشنهاد می کنم با توجه به اینکه استفاده اولیه از نرم افزار رایگان است حتما آن را دانلود کرده و راهنمای استفاده از نرم افزار و امکانات آن را مطالعه نمایید.

برخی از امکانات و ویژگی های این نرم افزار :

✱ امکان ثبت خاطرات سفر در همان طول سفر به صورت متن و عکس و صوت و فیلم

✱ امکان اضافه کردن متن، عکس، صوت و فیلم در میان سفرنامه. مثلا اگر شما خاطرات قسمتی از سفرتان را نتوانستید در همان زمان خودش بنویسید، می توانید سفرنامه را ادامه داده و خاطرات جا مانده را بعدا اضافه نمایید.

✱ امکان ارسال سفرنامه به سایت ویکی سفر (www.wikisafar.com) برای استفاده دیگران

امکان خصوصی کردن بخشی از سفرنامه بدین منظور که اگر سفرنامه خود را به سایت ویکی سفر ارسال کردید، بخش هایی که خصوصی کردید ارسال نشود.

امکان دانلود سفرنامه های دیگران و مطالعه آن.

✱ امکان تبدیل قسمت های متنی و عکسی سفرنامه های نوشته شده و یا دانلود شده به فایل PDF و ارسال آن از طریق ایمیل و ... به دوستانتان.

✱ امکان ثبت نکاتی از تاریخ شروع و پایان سفر، همراهان و یا هزینه کلی سفر در سفرنامه

✱ امکان مشاهده سفرنامه های پایان یافته به تفکیک روز نگارش.

نکته مهم: نگارش سفرنامه و خاطره در این نرم افزار به معنای این نیست که حتما آن سفرنامه یا خاطره باید در سایت ویکی سفر به اشتراک گذاشته شود. شما می توانید با این نرم افزار سفرنامه و یا خاطراتتان را در گوشی خود ثبت کنید و سپس اگر دوست داشتید و احساس کردین خواندن سفرنامه شما برای دیگران جذاب و مفید است، آن را در سایت ویکی سفر نیز به اشتراک بگذارید.



حضور ارامنه و محور گردشگری اصفهان

با نگاهی به تاریخ ارمنیان و به استناد اسناد و مدارک ارائه شده از سوی مورخان و محققانی نامی می توان دریافت که تاریخ این قوم به گذشته های دور؛ یعنی، به دوران حضور آریایی ها در مناطق جنوبی آسیا در هزارهٔ دوم و اول پیش از میلاد مسیح(ع) بازمی گردد. ارمنیان همواره به این موضوع مفتخر بوده اند که نخستین قومی در جهان اند که در ۳۰۱ میلادی به وسیلهٔ گریگور مقدس، از نجای ایران عصر اشکانی، به آیین مسیحیت گرویده اند.

تاریخ جدید این قوم از ۱۶۰۵ - ۱۶۰۶ به بعد؛ یعنی، از زمان سلطنت شاه عباس اول صفوی آغاز می شود. در نخستین سال های سدهٔ هفدهم میلادی، ارمنیان جلفای ارس، که زیر فشار سیاسی و مذهبی امپراتوری عثمانی قرار داشتند همانند سایر ارمنیان از پادشاه صفوی خواستند تا با فتح مجدد آن مناطق، که متعلق به دولت ایران بود، آنان را از آزار و اذیت عثمانیان رهایی بخشد. شاه نیز پس از کسب قدرت نظامی کافی و بعد از فتح تبریز در ۱۶۰۴ به منطقهٔ قفقاز لشکر کشید و جنگی طولانی و خونین بین قوای او و عثمانی در گرفت و درست در گیرودار این جنگ با ارمنیان جلفای ارس آشنا شد.

گویا تقدیر برای ارمنیان منطقهٔ قفقاز سرنوشتی متفاوت رقم زده بود زیرا شاه در نهایت مجبور شد تا تمامی ارمنیان قفقاز را به دلیل شرایط جنگی سخت و دایمی این منطقه به داخل ایران کوچ دهد. از میان ارمنیان منطقهٔ قفقاز ارمنیان جلفای ارس به دلیل متمول بودن یا به دلیل آنکه زودتر از دیگران از شاه اطاعت کرده بودند مورد توجه ویژه وی قرار گرفتند. ارمنیان شهرنشین پس از طی فراز و نشیب فراوان در ۱۶۱۸، در ساحل جنوبی زاینده رود اصفهان، جلفای جدید را بنیان نهادند.

ساخت جلفای جدید در منطقهٔ جنوبی شهر و در ساحل جنوبی زاینده رود به دلخواه ارمنیان و با موافقت شاه به شیوهٔ بسیار زیبایی طراحی و اجرا شد. در این منطقه پیش از این هسته های روستایی زیادی وجود داشت بنابراین ساخت جلفا به آسانی میسر شد. شهرسازان ارمنی جلفا را به دو قسمت شرقی و غربی تقسیم و خیابان بزرگی را در مرکز آن ایجاد کردند که به یاد رهبر ارمنیان در کوچ بزرگ خواجه نظر نام گرفت. سپس، کوچه ها و محلات ده گانه را در ابتدای این خیابان بنا کردند که برخی از آنها همچنان باقی اند.

امروزه، پس از گذشت قریب به چهارصد سال از تأسیس جلفا این منطقه می تواند نقشی مهم در توسعهٔ گردشگری فرهنگی در اصفهان و ایران داشته باشد.

جلفای اصفهان در طول تاریخ خود بارها گسترش یافته، خصوصاً در عصر صفوی و طی سال های ۱۶۱۸، ۱۶۳۰ و ۱۶۵۵م. معماری جالب جلفا تلفیقی بود منطقه ای ویژگی های معماری ارمنستان با اوضاع اقلیمی و مصالح ساختمانی محلی و موازین و شرایط فرهنگی معماری عصر صفوی. به عبارت دیگر معماری ارمنستان، که بدون شک تحت تأثیر شرایط محلی و در مقاطعی نیز تحت تأثیر امپراتوری بیزانس و روسیه بوده، در اوج نبوغ معماری ایرانیان؛ یعنی، در مکتب صفوی درجلفا جلوه گر شد و در شهرسازی، بناهای مسکونی، بازارها، کارگاه ها و خصوصاً کلیساهای زیبای جلفا خود را نمایان ساخت و سپس، در قالب مکتب معماری جدیدی حتی به سرزمین مادری ارمنیان، ارمنستان، انتقال یافت.

معماری جلفا و شهرسازی زیبای آن، که امروزه بخش مهمی از آن باقی مانده، می تواند مورد توجه گردشگران داخلی و خصوصاً خارجی، که عمدتاً از کشورهای غربی و شرق دور هستند، قرار گیرد.

بنا بر گفته های سیاحان خارجی در جلفا در عصر صفوی پیروان فرقه های مختلف مسیحیت بیش از بیست کلیسا در این منطقه بنا کرده بودند که امروزه تنها سیزده بنا از مجموع این کلیساها بر جای مانده.

از میان این سیزده کلیسا نیز تنها دو کلیسای عمدهٔ جلفا؛ یعنی، وانک و حضرت مریم قابل بازدید عموم اند که با توجه به شمار کلیساهای جلفا این تعداد کافی به نظر نمی رسد.

با توجه به اینکه اکثر گردشگران خارجی که اصفهان را برای گردشگری فرهنگی و حتی گردشگری شهری انتخاب می کنند مسیحی اند و همچنین توجه به این نکته که اوج نبوغ معماری و هنرهای تزیینی ارمنیان نظیر کاشیکاری، نقاشی، گچ بری، سنگ تراشی، طلاکاری و مانند آن در کلیساهای جلفا جلوه گر شده محور گردشگری جلفا می تواند نقشی بسیار مهم در ایجاد تعامل فرهنگی و حتی گفت و گوی ادیان در میان پیروان ادیان الهی ایفا

کند

با توجه به اینکه ارمنیان تاجران ماهر و در عین حال درستکار بودند شاه عباس اول صفوی مهم ترین و پرسودترین تجارت عصر صفوی را، که در انحصار شاه بود؛ یعنی، خرید و فروش بین المللی ابریشم را به آنان سپرد. به این ترتیب، تاجار ارمنی در طول نزدیک به دو قرن به سرتاسر جهان متمدن آن عصر تردد داشتند و آثار فرهنگی مهمی را در زمینه های گوناگون گرد آوردند که هم اینک در موزهٔ کلیسای وانک، از بزرگ ترین موزه های ارمنیان در جهان، نگهداری می شود. این موزه از مهم ترین جاذبه های گردشگری فرهنگی جلفا به حساب می آید که توان جذب گردشگر فرهنگی را دارد.

همچنین جلفا دارای کتابخانه ای غنی با بیش از صد هزار جلد کتاب است که بخش عمده ای از آنها، حدود پنج هزار نسخه، نسخ خطی ای گران بها، خصوصاً اسنادی مهم دربارهٔ جلفا از بدو تأسیس تا به امروز هستند که در نوع خود کم نظیرندو جاذبه هایی ارزشمند برای گردشگرانی محسوب می شوند که به تاریخ، ادبیات و هنر مقصد گردشگری انتخابی خود علاقه مندند.

جاذبه های فرهنگی جلفا به این موارد ختم نمی شود. هنرهای دستی و سنتی جلفا، همانند هنرهای سنتی اصفهان، زبانزد خاص و عام اند. هنرمندان ارمنی جلفا در هنرهایی نظیر نقاشی دیواری، نقاشی تابلوهای مختلف، تزیین کتاب های مذهبی، فلزکاری، طلاکاری، دوخت و تزیین پارچه های زینتی و نظایر آن بسیار مهارت داشتند. بسیاری از هنرهای مذکور تا به امروز باقی مانده اند اما برخی از آنها با کمال تأسف در حال زوال اند. با توسعهٔ گردشگری فرهنگی هنرهای دستی و سنتی جلفا می توانند به منبعی برای کسب درآمد ساکنان محلی تبدیل شوند و در عین حال این مسئله می تواند به حفظ و تداوم این هنرها در میان نسل های آینده ساکنان محلی منجر شود.

بدون شک، جلفای امروزی را نمی توان یک منطقهٔ بزرگ مسکونی ارمنی نشین مستقل از اصفهان پنداشت. جلفای زیبای امروز با مساحتی در حدود ۱۸۷ هکتار از مناطق زیبای شهر افسانه ای اصفهان به شمار می آید. این منطقهٔ زیبا با تمامی مشخصاتی که از آن یاد کردیم می تواند به منزلهٔ یک محور گردشگری نقشی مهم در توسعهٔ گردشگری فرهنگی در سدهٔ بیست و یکم ایفا کند.

با توجه به اینکه صنعت گردشگری دارای منابعی پایان ناپذیر است و در حال حاضر سیصد میلیون نفر در جهان در بخش های مختلف آن در حال فعالیت اند به زودی و در کمتر از یک دهه به صنعت اول جهان در سدهٔ بیست و یکم تبدیل خواهد شد. ایران با داشتن امکانات بالقوهٔ قوی در این زمینه از یک سو می تواند با توسعهٔ این صنعت درآمدی سرشار نصیب خود سازد و از سوی دیگر از این صنعت به منزلهٔ مؤثرترین ابزار برای حفظ فرهنگ غنی خود در برابر موج جهانی شدن بهره جوید.

جلفای اصفهان و تاریخ مردمش عبارت است از تلاش مستمر و بی وقفهٔ مردمانی که در طول بیش از چهار قرن نه تنها توانسته اند هویت خود را به منزلهٔ یک ایرانی حفظ کنند بلکه سهمی عمده در رشد و اعتلای این هویت در فلات تمدن ساز مرکزی ایران داشته اند. بنابراین به نظر می رسد باید با یک برنامه ریزی منسجم و دقیق در جهت ایجاد و گسترش زیرساخت های گردشگری در این محور نظیر ایجاد واحدهای اقامتی، دفترهای خدمات مسافرتی، بنگاه های کرایهٔ اتومبیل و توسعهٔ صنایع دستی محلی از یک سو در جهت رونق اقتصادی محلی و از سوی دیگر در حفظ فرهنگ کهن این محدوده خصوصاً حفظ آثار و ابنیه فرهنگی و تاریخی آن، که شدیداً هم در معرض آسیب اند، کوشش کرد. تلاش در جهت تحقق این امور سبب رشد اقتصاد، حفظ آثار و ابنیه و جلوگیری از کوچ مردم محلی خصوصاً جوانان خواهد شد.

و بالاخره اینکه با اطمینان از اینکه گردشگری خصوصاً گردشگری فرهنگی به دنبال گسترش صلح، آسایش جهانی، تعامل فرهنگی میان ملت ها و احترام به فرهنگ های محلی است برای رسیدن به تعامل فرهنگی نیز باید به دنبال گسترش این صنعت بود.

منبع: www.paymanonline.com



گردآوری: بارلی آیوازبایان



بررسی نقش امنیت بر توسعه گردشگری کاشان

صدیقه کیانی سلمی^۱، پریناز زورمند^۲

^{۱-} استادیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان، (s.ki-

ani@kashan.ac.ir)

^{۲-} دانشجوی کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه کاشان، (pari-

nazzoomand@yahoo.com)

چکیده

امنیت مقوله ای است که همواره برای بشر مورد اهمیت بوده است. گردشگری نیز به عنوان یکی از صنایع نوپای جهان نمی تواند بی تاثیر از آن باشد بلکه هم تاثیرگذار و هم تاثیرپذیر از آن خواهد بود. همانطور که نا امنی سبب بی میلی شهروندان برای اقامت در کشوری می شود، می تواند موجب بیرغبتی گردشگران برای سفر به آن کشور هم شود و از طرفی امنیت باعث جذب گردشگران شود و یا گردشگری باعث امن شدن کشوری گردد. هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش امنیت بر توسعه گردشگری کاشان است و به این منظور امنیت گردشگری در سه بعد امنیت روانی، فیزیکی و قوانین بررسی شده است. با اطلاع از آمار گردشگران ورودی در سال ۹۳ به شهر کاشان، حجم نمونه به تعداد ۳۴۸ با استفاده از فرمول کوکران محاسبه گردیده است. تحلیل نتایج با استفاده از نرم افزار spss و آزمون تی انجام شد و میزان تاثیر سه معیار امنیت روانی، امنیت فیزیکی و قوانین بر جذب گردشگر در سطح بالا برآورد گردید. طبق یافته های زیر معیارها یا امنیت روانی، امنیت فیزیکی و قوانین بر جذب گردشگر اثرات معناداری بر توسعه گردشگری داشته است و این میزان را می توان در حد زیاد برآورد نمود.

واژگان کلیدی: گردشگری، امنیت گردشگری، کاشان.

مقدمه

صنعت گردشگری در هزاره سوم به یکی از پررونق ترین، جذاب ترین، اشتغال زاترین و پر درآمد ترین صنایع جهان تبدیل شده است (داولینگ و نیوسام، ۱۳۸۸: ۵۶) که نقش ویژه ای در اقتصاد جهانی دارد و یکی از زمینه های مهم توسعه ی پایدار منطقه ای و عاملی جایگزین برای توسعه ی نواحی حاشیه ای دور افتاده به شمار می رود (رید، ۲۰۰۳: ۲). از نظر اقتصادی، گردشگری برای بسیاری از ملت ها سود آورترین کالای صنعتی محسوب می شود (هیگجینز دسببولث، ۱۹۲۰: ۲۰۶). اثرات مثبت اقتصادی

گردشگری برای جوامع، علاوه بر سودهای حاصل از مبادلات ارز خارجی و مالیات های حکومتی؛ ایجاد اشتغال و توسعه منطقه است (لیکوریس، ۱۹۹۱: ۳). طبق تخمین سازمان جهانی جهانگردی حدود ۷۷۶ میلیون شغل در دنیا در این صنعت به صورت مستقیم وجود دارند که اگر مشاغل غیر مستقیم اقتصادی نیز به آنها اضافه شود، این مقدار به حدود ۲۳۴ میلیون خواهد رسید (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۹۰۲۰۰۷).

گردشگری مقوله ای چند وجهی و چند بعدی در نظر گرفته می شود که با نهادها و ساخت های مختلف اجتماعی در ارتباط است. توسعه ی اسن صنعت به گترش دو مقوله سخت افزاری و نرم افزار ی نیاز دارد که بخش سخت افزاری شامل؛ تاسیسات و اماکن مورد نیاز گردشگران، جاده ها و فرودگاه هاست و مقوله ی نرم افزاری به عوامل انسانی، عوامل ایجاد امنیت روانی و اطمینان خاطر گردشگران وابسته است. پرداختن به مقوله نرم افزاری با توجه به شرایط دنیای کنونی از اهمیت به سزایی برخوردار است (خلیفه سلطانی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۰). بین توسعه ی صنعت گردشگری و امنیت به عنوان یک مقوله ی نرم افزاری، رابطه متقابل وجود دارد. امنیت نیز از جمله پدیده های مهم و شایان توجهی است که از نیازها و ضرورت های اساسی و پایه ای فرد و جامعه به شمار می رود و فقدان آن یا اختلال در آن، پیامدها و بازتاب های نگران کننده و خطرناکی به دنبال دارد و تامین و مراقبت از آن در فرآیند پایایی و پایداری امنیت در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی- نظامی و جغرافیایی از مطلوبیت ویژه ای برخوردار است و در همین رابطه دولت ها و نظام های سیاسی، سالانه بودجه های هنگفتی را هزینه می کنند (ذالی بیلگو و همکاران، ۱۳۹۲: ۲).

صنعت گردشگری و مقوله ی امنیت ارتباط تنگاتنگی با هم دارند، این را هم باید دانست و اعتقاد داشت که ملاک امنیت در گردشگری، امنیت احساس شده توسط گردشگران است. از طرفی این مسئله بسیار حائز اهمیت است که بدانیم امنیت را در چه مقوله هایی باید به وجود بیاوریم. اصولا تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و سخن گفتن از گردشگری، بیهوده خواهد بود. هر گاه در سطح جامعه جهانی بستر مناسبی فراهم باشد، افراد سفر می کنند و در پی آن است که فعالیت های مربوط به گردشگری رونق می یابند و اگر گردشگران نسبت به مقصدی

احساس نا امنی داشته باشند، هرگز به آن جا سفر نمی کنند. از آن جایی که در ارزیابی توسعه ی صنعت گردشگری در هر کشور یا شهری، ابعاد فرهنگی این صنعت بیشتر از سایر موارد مورد ارزیابی قرار می گیرد، بنابر این بحث امنیت بالاتر از آن، احساس امنیت گردشگران در توسعه ی این صنعت از رویکرد فرهنگی دارای اهمیت بیشتری است. هم چنین یکی از اساسی ترین متغیرهایی که در مورد امنیت و احساس امنیت نقش دارد، عملکرد نیروهای انتظامی و نقش پلیس و رسانه ها در این زمینه است. (جسارتی و آقای، ۱۳۹۳: ۱۲۷)

پژوهش حاضر به بررسی تاثیر سه معیار اساسی امنیت فیزیکی، امنیت روانی و آشنایی بر قوانین بر گردشگری می پردازد.

بیان مسئله

هر اجتماعی که در دوره های تاریخی می زیسته به ویژه دولت مردان آن اجتماع، برای حفظ و بقای خود به ایجاد امنیت و احساس امنیت در بین شهروندان خود می پرداخته اند. شواهد تاریخی نیز حاکی از آن است که هر موقع در جامعه ای آرامش و امنیت حکم فرما بوده است آن جامعه رو به پیشرفت گذاشته و در سایه این آرامش بسیاری از دستاوردهای علمی بشر رشد و ترقی نموده است، اما بالعکس وقتی آرامش یک اجتماع دستخوش تغییر و تحول و یا حتی جنگ می گشته احساس امنیت به شدت افول کرده و شهروندان از بیم جان حتی نمی توانستند به کوچک ترین امورات زندگی خود سامان دهند. بر این اساس مس توان اظهار کرد که امنیت پیش زمینه یک اجتماع سالم و احساس امنیت بستر ساز توسعه جوامع انسانی است و سعادت یک اجتماع در گرو حفظ و بقای امنیت و احساس ناشی از آن است (عبدلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۴۱)

مفهوم امنیت به دفاع یا حفاظت از خود، خانواده، دوستان و اموال بر می گردد. مفهوم امنیت در فضای شهری از یک سو با جرم و از سوی دیگر با مفهوم بزه دیده و ترس از بزه دیده واقع شدن، ارتباط پیدا می کند. هم چنین می بایست میان ترس و خطر، یا احساس امنیت کردن و در امان بودن تفاوت قائل شد. از نظر علمی درک اثرات جرم، یعنی ترس از وقوع جرم به اندازه خود آن، یعنی خطر های آماری حاصل از وقوع جرم اهمیت دارد. واکنش نسبت به ترس از قربانی شدن، باعث می شود که بسیاری از مردم، از خطرات دوری کنند یا حداقل میزان در معرض خطر قرار گرفتن

شان را کاهش دهند، که این خود می تواند منجر به عدم حضور مردن نه تنها در یک مکان خاص بلکه در بیش تر فضاهای عمومی شود (۱۲۰-۱۱۹: ۲۰۰۳، Carmona).

مفهوم امنیت اجتماعی هم چون سایر مفاهیم در حوزه ی علوم اجتماعی حالت گسترده ای دارد و روی نقطه ی خاصی متمرکز نیست. به همین جهت ارائه ی نظریات کلی و کالبد شکافی مفهوم امنیت اجتماعی به تنهایی کافی نیست و بررسی مفهوم امنیت اجتماعی نیازمند تجدیدان به حوزه ی خاصی از شرایط واقعی است که برای این منظور «خانواده» در نظر گرفته شده است، چراکه خانواده در بین تمامی نهادها، سازمان ها و گروه های اجتماعی نقش و اهمیتی خاص و به سزا دارد. چنان که هیچ جامعه ای نمی تواند ادعای سلامتی کند، اگر از خانواده های سالم برخوردار نباشد و هیچ جامعه ای نمی تواند ادعای امنیت کند، اگر خانواده از امنیت بهره مند نباشد (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۱۱). به طور کلی «امنیت اجتماعی» به قلمروهایی از حفظ حریم فرد مربوط می شود که به نحوی در ارتباط با دیگر افراد جامعه هستند و به نظام سیاسی و دولت مربوط می شود. این قلمروها می توانند زبان، نژاد، قومیت، اعتبار، نقش اجتماعی، کار، درآمد، رفاه، مشارکت سیاسی، آزادی، اعتقاد و.. باشند (عبدلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۴۳). بحث امنیت اجتماعی گردشگران و تاثیراتی که گردشگران بر جامعه میزبان دارند از مهم ترین موضوعاتی است که بایستی مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد. یکی از مهم ترین مقصدهایی که روندهای گردشگری جهان را در دهه های گذشته تحت تاثیر قرار داده، مراکز شهری است. رشد سفرهای کوتاه مدت این مقصد ها را به یکی از اصلی ترین مراکز گردشگری تبدیل نموده و این پدیده خود را در کاهش میانگین سفر گردشگران در بیش تر مقصد های دنیا نشان داده است (۱۹۸۰: ۱۴۵ Cooper & Others). با توجه به ویژگی های مختلف جامعه ی میزبان و گردشگران لزوم توجه به ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و امنیتی گردشگری شهری بایستی مورد توجه قرار گیرد. از اثرات مهم اجتماعی آن می توان تاثیرات بر فرهنگ جامعه، سبک زندگی و روابط انسانی را نام برد. هم چنین اثرات محیطی شامل تاثیر بر زمین، چشم انداز ساختمان ها و محیط طبیعی هستند (Godfrey & Elark، ۲۰۰۲: ۱۶، ۲۵، ۳۱). در مجموع مهم ترین شاخص های اجتماعی برای تامین امنیت گردشگری پایدار عبارت اند از:

۱. میزان جرایم صورت گرفته در مخالفت با گردشگران و صنعت گردشگری توسط مردمان بومی و غیربومی؛
 ۲. تعداد شکایات ناشی از گردشگر و فعالیت های گردشگری؛
 ۳. واکنش های ساکنان محلی به گردشگری و گردشگر؛
 ۴. میزان انحرافات اجتماعی و اخلاقی در ارتباط با گردشگری؛
 ۶. ظرفیت اجتماعی از لحاظ تامین مایحتاج گردشگری؛ مدت زمان میانگین اقامت بازدیدکنندگان؛
 ۷. مهاجرت های مرتبط با گردشگری؛
 ۸. نسبت ساکنان محلی به گردشگران؛
 ۹. میزان جرایم به وقوع پیوسته ناشی از تحریک های گردشگران؛
 ۱۰. میزان رضایت مندی گردشگران از بازدید؛
 ۱۱. تصویری که از بازدید مکام مورد بازدید در ذن بازدیدکنندگان شکل می گیرد (۳۵۵: ۲۰۰۰، Weaver Opperman).
- مفهوم احساس امنیت یکی از شاخصه های کیفیت زندگی در شهرهاست و آسیب های اجتماعی از مهم ترین پیامدهای مختلف امنیت به شمار می روند. الین می گوید: «اگر مردم فضایی را به دلیل عدم راحتی و یا ترس استفاده نکنند، عرصه عمومی از بین رفته است». یکی از مهم ترین عوامل تهدید کننده حضور مردم در فضاهای عمومی، ترس یا احساس نا امنی است. نا امنی مکان ها و فضاهای عمومی، نشاط و سلامتی را در زندگی روزمره مختل می کند و با ایجاد مانع بر سر راه رشد فرهنگی و مشارکت عمومی، هزینه های زیادی را بر جامعه تحمیل می نماید (افتخاری؛ ۱۳۸۱: ۸). بی تردید هیچ عنصری برای پیشرفت، توسعه و تکامل یک جانبه و هم چنین شکوفایی استعدادها مهم تر از عنصر امنیت و تامین آرامش در جامعه نبوده و توسعه اجتماعی، خلاقیت و فعالیت ارزشمند، بدون امنیت امکان پذیر نخواهد بود (فرماندهی انتظامی اصفهان؛ ۱۳۷۸: ۹).
- یکی از مقلاتی که در زمینه ی گردشگری شهری کم تر به آن توجه شده است «میزان احساس امنیت گردشگران شهری» می باشد. ضرورت پرداختن به این امر از آن جا مهم می باشد که اصولا «میزان احساس امنیت گردشگران» با توسعه این صنعت و درآمدزایی بیش آن رابطه متقابلی دارد. احساس امنیت دارای ویژگی های به شرح زیر می باشد:
۱. احساس امنیت ذهنی است؛
 ۲. احساس امنیت به خودی خود قابل تعریف نیست و بر مبنای

بود و نبود خطر، قابلیت تعریف می یابد؛

۳. احساس امنیت یک فرآیند است، در طول زمان جریان دارد و در هر لحظه بر اسا برآورد خطر تغییر می پذیرد؛

۴. این وجه امنیت (ذهنی) مهم تر از جنبه عینی آن است؛

۵. احساس امنیت ضمن اطمینان به شناخت ها، هستی شناختی فرد را سامان می بخشد و پایه و بنیان وجود آدمی را در می نوردد (صالحی امیری و افشاری نادری ؛ ۱۳۸۹: ۵۵).

مساله بسیار مهمی که در صنعت گردشگری وجود دارد احساس ترس از حوادث و وقایعی است که تحت عنوان جرم ممکن است علیه گردشگر اتفاق افتد و بار روانی بسیار بالایی را برای گردشگران داشته باشد؛ علت اصلی احساس ترس و نداشتن امنیت در نزد گردشگران ممکن است به دلیل حوادث و اتفاق های گذشته در آن مکان باشد. که این مسئله همیشه در ذهن گردشگر باقی خواهد ماند که در این مکان و در چه سالی اتفاق ناامنی علیه گردشگران اتفاق افتاده است (عبدلی و همکاران؛ ۱۳۹۳: ۲۴۵).

پیشینه تحقیق:

صفایی (۱۳۸۵)، پژوهشی پیمایشی بر روی نمونه ای از گردشگران انجام داده است. هدف اصلی این پژوهش، بررسی عملکرد نیروی انتظامی در فرآیند تامین امنیت گردشگران خارجی شهر اصفهان است. با استناد به ادبیات تحقیق، شاخص هایی در قالب چهار مولفه اطلا رسانی، گشت و کنترل، رسیدگی به شکایات و ارائه خدمات (برای هر مولفه شش شاخص) مجموعاً ۲۴ شاخص تعیین شد و بر اساس آن، ابزار اندازه گیری به شکل پرسشنامه با طیف لیکرت، تهیه و داده ها جمع آوری شده است. پس از تجزیه و تحلیل داده ها، چهار فرضیه این تحقیق که بر پایه ی چهار مولفه ی مذکور در نظر گرفته شده بودف با استفاده از آزمون ۲ یک نمونه ای بررسی و همه تایید شدند.

مطالعه مختاری ملک آبادی و یوسفی (۱۳۸۸) در حوزه ی گردشگری مجازی و امنیت پایدار گردشگری نیز از دیگر تحقیقات انجام شده در رابطه با این موضوع ایت که ضمن پرداختن به بخشی از نا آرامی هایی که در سطوح جهانی صنعت گردشگری کشور های مختلف را تحت تاثیر قرار داده، به اصول و مبنای جهانگردی مجازی و امکان سنجی زیربنایی آن در سطح شهر اصفهان پرداخته است و این نوع جهانگردی را به عنوان راهکاری ارزشمند در راستای بر طرف کردن مشکلات ناامنی های داخلی و

و خارجی پیشنهاد می کند.

هزارجریبی (۱۳۹۰) به بررسی احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه ی گردشگری پرداخته است. نتایج به دست آمده از پژوهش وی، حاکی از آن است که بین احساس امنیت اجتماعی و گردشگری رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد؛ به گونه ای که هر چه مقدار احساس امنیت اجتماعی گردشگران افزایش یابد، به همان اندازه تمایل آنان به اقامت در ایران و حتی سفرهای مجدد نیز بیشتر می شود.

خلیفه سلطانی و همکاران (۱۳۹۱)، به بررسی عوامل موثر بر احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان پرداخته اند، در این پژوهش تلاش شده تا میزان احساس امنیت گردشگران با توجه به دو متغیر کلیدی، حضور و عملکرد نیروی انتظامی و تبلیغات ارائه شده در خصوص مسائل امنیتی برای گردشگران بررسی شود. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین دو متغیر حضور و عملکرد نیروی انتظامی و هم چنین تبلیغات ارائه شده در رسانه های جمعی در خصوص مسائل امنیتی و احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان، پیوستگی آماری معناداری وجود دارد.

افشار کهن و رحیقی یزدی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان تاثیر عوامل محیطی و اجتماعی بر احساس امنیت شهری (مطالعه موردی: محلات منتخب شهر یزد)، با استفاده از ابزار پرسشنامه و آزمون های ضریب رگرسیون و پیرسون برای تحلیل داده به این نتیجه رسیده اند که متغیرهای فضای فیزیکی، قلمروگرایی، نظارت اجتماعی و تعاملات اجتماعی بر روی احساس امنیت تاثیر دارند ولی میان جرم با احساس امنیت رابطه ای به دست نیامد. هم چنین متغیرهای تصور مردم، دسترسی به امکانات و سخت کردن آماج جرم بر روی میزان جرم تاثیر دارند.

کوواری و زیمانی (۲۰۱۳)، ایمنی و امنیت را در عصر گردشگری جهانی مطالعه کرده اند و مفاهیم در حال تغییر ایمنی و امنیت در گردشگری را مابین سال های ۱۹۹۵-۲۰۱۰ را به سه به سه ویژگی اصلی برای هر کدام تعریف کرده اند. در پایان سه پیشنهاد کلی ارائه داده اند که شامل نتایج قابلیت انفرادی مسائل امنیتی در دنیای سطح جهانی، امنیت مشکلات مربوطه باید توسط اینترنت ایجاد شود، امنیت در سفر و گردشگری را تضاد آزادی و حقوق انسانی می دانند.

چار چوب نظری

گردشگری

در تحولات مداوم دهکده جهانی هرزمان گروهی از فعالیت ها مورد توجه بیشتری واقع می شود و از آن جا که گردشگری عاملی نوظهور و قدرتمند در دنیای امروز است و از چنان پیچیدگی و تنوعی برخوردار است که می توان آن را در گروه صنایع محسوب کردمی توان قرن ۲۱ را عصر جهانگردی خواند. به تعبیری کامل ترجمه مطالب آن چنان چشم گیر و توصیف اهمیت آن به قدری بی مانند است که آن را صنعت قرن ۲۱ می خوانند. صنعت توریسم به عنوان پربازده ترین صنعت در دنیا شناخته شده است. (رنجبران و زاهدی ۱۳۸۴: ۵)

امروزه صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت به مثابه پدیده پویای جهانی واجتماعی دارای پیچیدگی های خاص خود است (ellit- ۱۹۹۷: ۲۴). ارائه تعریف مشخص برای گردشگری همواره مورد نظر صاحب نظران بوده و تعاریف زیادی دراین زمینه ارئه شده است، اما هم چنان این تعاریف مبین تعریف جامعی از جهانگردی نبوده است. سازمان جهانی گردشگری WTO در سال ۱۹۹۱ در کنفرانس بین المللی آمارسفر و گردشگری ، جهانگردی را این گونه تعریف کرد: گردشگری شامل کلیه فعالیت هایی است که گردشگران انجام می دهند و ایشان کسانی هستند که به قصد گذران اوقات فراغت، کسب و کار و اهداف دیگر مدتی کمتر از یک سال متوالی را در سفر و اقامت خارج از اقامتگاه معمول خود میگذرانند (رنجبران و زاهدی، ۱۳۸۴: ۵). گردشگری از عناصر و فعالیت هایی تشکیل می شود که به صورت مستقیم و غیر مستقیم بر این صنعت تاثیر می گذارد. به بیان دیگر برای اینکه صنعت گردشگری در کشور متحول شود و توسعه یابد باید آن عناصر و فعالیت ها توسعه یابند (طاهری دمنه و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۹).

امنیت گردشگری

در عرصه ی گردشگری، امنیت به معنای عام آن از اهمیت فراوانی برخوردار است؛ زیرا احراز امنیت در عرصه های مختلف، از جمله امنیت اقتصادی، سیاسی، قانونی- اجتماعی، روانی و غیره بر میزان ورود گردشگران و تمایل آن ها به اقامت در کشور میزبان و نیز سفرهای مجدد تاثیر گذار است. امنیت مفهومی کلی است که شامل وضعیت سلامت و آرامش و رفاه فرد و ثبات جامعه می شود و در حقیقت، محفوظ ماندن از آسیب توسط دیگران است (هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۱۲۸). همان طور که منسفلد (۲۰۰۰: ۵۱۷)

طبق داده های جدول ۵، نحوه ی سفر آنها ۱۷.۸ درصد همراه با خانواده، ۲۸.۲ درصد همراه با دوستان، ۱۳.۲ درصد به صورت انفرادی و ۳۹.۱ درصد با تور انجام گرفته بود.

طبق داده های جدول ۶، هدف سفر آنها ۸۷.۹ درصد برای تفریح، ۳.۷ درصد جهت انجام امور شغلی، ۷.۵ درصد برای بازدید علمی به این شهر سفر کرده اند.

جدول ۵، یافته های نحوه ی سفر

نحوه سفر	فراوانی	درصد
انفرادی	۴۶	۱۳,۲
خانواده	۶۲	۱۷,۸
دوستان	۹۸	۲۸,۲
تور	۱۳۶	۳۹,۱

جدول ۶، یافته های هدف سفر

هدف سفر	فراوانی	درصد
تفریحی	۳۰۶	۸۷,۹
کاری	۱۳	۳,۷
علمی	۲۶	۷,۵

طبق یافته های جدول ۷، وسیله سفر ۱۷.۵ درصد آنها خودرو، ۷۳.۳ درصد اتوبوس و ۸.۳ درصد دیگر وسایل نقلیه را برای سفر به کاشان انتخاب کرده بودند.

طبق داده های جدول ۸، ۷۹.۶ درصد گردشگران برای اولین بار، ۱۴.۴ درصد برای دومین بار و ۵.۲ درصد بیش از دوبار به این شهر آمده بودند.

جدول ۷، یافته های وسیله نقلیه

وسيله نقلیه	فراوانی	درصد
اتوبوس	۲۵۵	۷۳,۳
ماشین	۶۱	۱۷,۵
سایر	۲۹	۸,۳

جدول ۸، یافته های تکرار سفر

تکرار سفر	فراوانی	درصد
اولین بار	۲۷۷	۷۹,۶
دومین بار	۵۰	۱۴,۴
بیش از دو بار	۱۸	۵,۲

در بین ۳۸۴ پاسخ گو، بیشترین تعداد گردشگران را گردشگران اصفهانی و گیلانی تشکیل می دادند. بعد از آن کاشان، شیراز و کیش رتبه های بعدی را به خود اختصاص دادند.

یافته ها:

امنیت و صنعت گردشگری در تعاملی دو جانبه هم می توانند تاثیر افزایشی بر هم داشته باشند و هم تاثیر کاهشی. به این معنا که افزایش (یا کاهش) امنیت باعث رونق (یا رکود) صنعت گردشگری خواهد شد و بالعکس. بنابراین اگر خواهان توسعه صنعت گردشگری هستیم، باید به مقوله امنیت توجه ویژه ای داشته باشیم. امنیت در حوزه توریسم به دو بخش مهم تقسیم می شود، یکی امنیت گردشگران و دیگری امنیت سرمایه و سرمایه گذاران (بیگی و میرزا خانی؛ ۱۳۸۸: ۳۴۹). بدون امنیت و سیاست مبتنی بر صلح جهانی امکان جذب و پذیرش گردشگر و بهره مندی از این سرمایه عظیم میسر نخواهد بود، از این رو گسترش گردشگری نه تنها موجب رونق اقتصادی بلکه موجب گسترش روابط بین المللی، هم زیستی مسالمت آمیز، استحکام دوستی ها و گسترش صلح و امنیت جهانی خواهد شد (عبدلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۴۲).

نقش و تاثیر صنعت جهانگردی در ترسیم امنیت ملی یک کشور چنان است که اکثریت کشور های توسعه یافته با وجود دارا بودن منابع اقتصادی و درآمد، ترجیح می دهند بر صنعت توریسم متمرکز شوند. حضور مستقیم بازدیدکنندگان و گردشگران در یک کشور علاوه بر توسعه اقتصادی و تبادلات فرهنگی، آن کشور را به =عنوان یک قطب امن گردشگری به جهانیان معرفی می کند (عبدلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۴۲).

در این پژوهش سه زیر معیار برای معیار اصلی امنیت گردشگری مورد نظر خواهی گردشگران قرار گرفته است. امنیت روانی، امنیت فیزیکی و قوانین . طبق یافته های جدول شماره (۹)، زیرمعیار امنیت روانی اثرات معناداری بر گردشگری داشته است.

مقدار آماری آزمون ای استیودنت با درجه آزادی ۳۳۳ برای کل جمعیت برابر با ۹۰۷/۶۳ بوده که سطح معناداری فرض صفر را تا حد صفر پایین آورده است. لذا فرض صفر در سطح ۰/۰۵ رد می شود. میانگین نمونه برابر با ۹۱۶۱۷/۳ است که به صورت گرد شده بدون رقم اعشار برابر با ۴ خواهد شد. بنابراین می توان میزان تاثیر زیرمعیار امنیت روانی بر گردشگری را در سطح زیاد برآورد نمود. طبق یافته های جدول شماره (۹)، زیرمعیار امنیت فیزیکی اثرات معناداری بر گردشگری داشته است. مقدار آماری آزمون ای استیودنت با درجه آزادی ۳۳۳ برای کل جمعیت برابر با ۳۴۹/۶۷ بوده که سطح معناداری فرض صفر را تا حد صفر پایین آورده است. لذا فرض صفر در سطح ۰/۰۵ رد می شود. میانگین نمونه برابر با ۸۸۹۲۲/۳ است که به صورت گرد شده بدون رقم اعشار برابر با ۴ خواهد شد. بنابراین می توان میزان تاثیر زیرمعیار امنیت فیزیکی بر گردشگری را در سطح زیاد برآورد نمود.

طبق یافته های جدول شماره (۹)، زیرمعیار قوانین اثرات معناداری بر گردشگری داشته است. مقدار آماری آزمون ای استیودنت با درجه آزادی ۳۳۲ برای کل جمعیت برابر با ۳۹۰/۶۵ بوده که سطح معناداری فرض صفر را تا حد صفر پایین آورده است. لذا فرض صفر در سطح ۰/۰۵ رد می شود. میانگین نمونه برابر با ۷۲۹۷۲/۳ است که به صورت گرد شده بدون رقم اعشار برابر با ۴ خواهد شد. بنابراین می توان میزان تاثیر زیرمعیار قوانین بر گردشگری را در سطح زیاد برآورد نمود.

نتیجه گیری

تا کنون مطالعات نشان داده اند که رونق صنعت گردشگری تحت تاثیر عوامل مختلفی، چون بر طرف کردن نیازهای زیستی، ایمنی، اجتماعی، نیاز به احترام و خودیابی گردشگران قرار دارد. از سوی دیگر، با بررسی نظریه های اجتماعی، آشکار شد که برقراری کنش متقابل میان گردشگری و جامعه ی میزبان، می تواند در انتقال

آداب و رسوم، سنت ها و ارزش های جامعه میزبان و نیز افزایش جذب گردشگر و حذف تبلیغات سوء در مورد برخی کشورهای میزبان تاثیر داشته باشد. از این جهت، بررسی عوامل موثری، چون حفظ امنیت توسط نیروی های انتظامی و تبلیغات در احساس امنیت گردشگران، هسته اصلی مطالعه حاضر را تشکیل داده است. بر اساس مطالعات انجام شده، جایگاه پلیس اجتماعی و گردشگر و نقش آن در افزایش احساس امنیت گردشگران، به خصوص خارجی، هنوز اهمیت اساسی خود را پیدا نکرده است. این امر، چنان چه صرفا به دست بخش انتظامی و امنیت انجام شود، مدت زمان بیشتری را می طلبد. بنا بر این، نیاز به هماهنگی تمام سازمان ها و نظام های مدیریتی و برنامه ریزان ذی ربط کشور برای اجرایی شدن آن احساس می شود.

با توجه به عوامل بررسی شده و نظرات به دست آمده از مصاحبه و پرسشنامه های گردشگران، پیشنهاد هایی برای مقاوم سازی فضاهای جرم خیز شهری ارائه شده است:

❖ بالا بردن مشارکت مردم در امر پیش گیری و تامین امنیت اجتماعی.

❖ مدیریت در امر فضاهای فاقد دید بصری و غیر قابل دفاع که فضاهای مناسبی برای ارتکاب جرم هستند.

❖ از بین بردن بی تمدنی یا بی نظمی فیزیکی و کالبدی مثل وجود زباله و ایجاد فضاهای آلوده، ساختمان های مخروبه.

❖ مدیریت و نظارت بر بافت ها و خانه های قدیمی شهر و ایجاد شرایطی برای نوسازی و رونق پیدا کردن این مکان ها.

❖ از مالکان ساختمان های متروکه یا کلنگی باید در خواست شود تا به تعمیر، ایمن سازی و یا از بین بردن ساختمان ای مذکور مبادرت ورزند و پیش بینی های امنیت هم چون استفاده از قفل ها، محکم کردن در ها و نصب روشنایی و هم چنین استانداردهای امنیتی برای طراحی ساختاری و مکانی اعمال شود.

جدول ۹، نتایج آزمون تی برای شاخص امنیت گردشگری

معیار	زیر معیار	آماره آزمون تی	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین	اطمینان در سطح ۹۵ درصد	
امنیت گردشگری	امنیت روانی	۶۳/۹۰۷	۳۳۳	۰,۰۰	۳/۹۱۶۱۷	کرانه پایین	کرانه بالا
	امنیت فیزیکی	۶۷/۳۴۹	۳۳۳	۰,۰۰	۳/۸۸۹۲۲	۳/۷۲۹۵۶	۴/۰۰۲۸
	قوانین	۶۵/۳۹۰	۳۳۲	۰,۰۰	۳/۷۲۹۷۳	۳/۶۱۷۵	۳/۸۴۱۹

بیان می کند، اگر زیرساخت ها و خدمات حمایتی در یک مقصد گردشگری مطابق با معیارهای قابل قبول نباشند، امنیت گردشگران در معرض مخاطرات متنوعی قرار گرفته، صنعت گردشگری را دچار رکود می کند. سطوح بالای امنیت وقتی ایجاد می شوند که کیفیت غذا، بهداشت، اقامتگاه، فعالیت های گردشگری، تسهیل حمل و نقل و خدمات سلامتی همه به دقت در یک صنعت گردشگری لحاظ شود.

با این وصف امنیت می تواند یکی از مولفه های مهم جذب گردشگر برای ارتقا توسعه این صنعت باشد که تاثیر شگرفی بر گردشگری و اتخاذ تصمیم از جانب گردشگران برای و سیر و سفرو بازدید از مکان های تاریخی و طبیعی به همراه دارد. جهانگردان و گردشگران خواهان سفری بدون خطر و دغدغه اند و محافظه کاری و احتیاط آنان موجب می گردد آسایش، آرامش، اعتماد و امنیت بیشتری را طلب نمایند (صمدیان و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۹)

در یک طبقه بندی از منظر جامعه شناسی، تعاریف مربوط به امنیت را در سه دسته قرار داده اند: دسته اول شامل تعاریفی هستند که به تهدید هویت جمعی اشاره می کنند؛ برای مثال، تلاش گروه های مختلف قومی برای حفظ هویت جمعی خود؛ دسته دوم امنیت را به مثابه فقدان هراس از ویرانی و تهدید ارزش های جامعه در نظر می گیرند و امنیت را شامل سطوح فردی و اجتماعی می دانند که با حصول یک فضای اجتماعی امن ممکن می شود و دسته سوم بر فراغت جمعی از تهدیدی که عمل غیر قانونی دولت یا دستگاه یا فرد و یا گروهی که در تمام یا قسمتی از جامعه به وجود آورده است، تاکید می ورزند (جهانگیری و مساوات، ۱۳۹۲: ۴۷).

صرف نظر از انگیزه های مسافرت و یا انواع آن، یکی از مهم ترین مسائل تاثیر گذار بر گردشگری، مسئله وجود امنیت در ابعاد مختلف است. همان طور که کرمی و همکاران (۱۳۹۱) بیان می کنند، اصولا تا امنیت برقرار نباشد، بیهوده خواهد بود. ملاک امنیت در گردشگری، احساس امنیت توسط گردشگران است که خود را در اشکال گوناگون نشان می دهد و لزوما به معنای امنیت جانی یا فیزیکی نیست، بلکه شامل احساس رضایت و آرامش ذهنی نسبت به مسائل مختلف نیز می شود.

طبق تعریف، امنیت گردشگری عبارت است از: مصونیت ادراک شده یا واقعی گردشگر هنگام مسافرت به مقصدی خاص (منسفلد،

۲۰۰۰). امنیت گردشگری با مشکلات بالفعل یا بالقوه ای ارتباط دارد که گردشگران یا دارایی های آن ها را به مخاطره می اندازد. برخی از مهم ترین این مشکلات عبارتند از: جرم و بزهکاری در مقاصد گردشگری، نا آرامی های اجتماعی و سیاسی، فعالیت های تروریستی و جنگ. بر این اساس، مقوله امنیت در گردشگری به عنوان یکی از مهم ترین نگرانی های عمده هم گردشگران و هم دست اندکاران صنعت گردشگری در نظر گرفته می شود. بررسی ارتباط بین گردشگری و امنیت، متضمن در نظر گرفتن ۴ حوزه مختلف است:

۱. جرایمی که در ارتباط با گردشگران رخ می دهند؛
 ۲. اقدامات امنیتی ای که برای جلوگیری از به حداقل رساندن جرایم مذکور صورت می گیرند؛
 ۳. ارزیابی مخاطرات احتمالی در رفتن به مقصدی که با مشکلات امنیتی مواجه است و بررسی تأثیراتی که موقعیت های امنیتی می توانند روی الگوهای محلی، ملی و جهانی جریان های گردشگری به جا بگذارند،
 ۴. تعریف استراتژی های بازاریابی در مواجهه با پیامدهای کوتاه مدت و بلندمدتی که به واسطه ی یک موقعیت امنیتی خاص ایجاد می شوند.
- در خصوص مورد اول؛ یعنی جرایم مرتبط با گردشگران، نظریه پردازان این جرایم را در قالب شکاف اجتماعی- اقتصادی ای تبیین می کنند که بین میزبانان و مهمانان وجود دارد. بر این اساس، گفته می شود بسیاری از مقاصد گردشگری به مکان هایی تبدیل می شوند که در آن ها میزبانان متعلق به طبقات پایین، خشم و حسادت خود را از طریق درگیر شدن در اعمال مجرمانه و ایجاد خسارت علیه گردشگران ثروتمند نشان می دهند (منسفلد، ۲۰۰۰: ۵۲۳).

به طور حتم، سایر کنشگران صنعت گردشگری، از جمله نمایندگان های دولتی، آژانس های خصوصی و خود گردشگران، همگی از یک نفع مشترک در کاهش مخاطرات مربوط به امنیت گردشگری برخوردارند. در این راستا، یکی از مهم ترین عوامل موثر بر کاهش احساس نا امنی، اطلاعات در دسترس است. اطلاعات به روز، جامع و دقیق درباره سطوح مختلف امنیت در مقاصد گردشگری به گردشگران آمادگی لازم در مواجهه با شرایط و انتخاب مقاصد مسافرت را می دهد (حاجی اسماعیلی و کیانپور، ۱۳۹۳: ۴۷).

محدوده مورد مطالعه

شهرستان کاشان با جعبیتی حدود ۳۳۵۷۸۵ هزار نفر و به وسعت ۸۵۰۰ هکتار در ۵۱ درجه و ۲۷ دقیقه تا ۳۳ درجه و ۵۹ دقیقه طول شرقی و ۳۳ درجه و ۵۹ دقیقه عرض شمالی قرار دارد (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵). این کانون زیست و فعالیت در مرکز ایران از یک سو به کوهستان (غرب و جنوب غرب) و از طرفی رو به دشت و کویر محدود شده است. ارتفاع متوسط شهر از سطح دریا ۹۵۵ متر است.

مواد و روش ها

روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی- تحلیلی بوده و مبتنی بر مشاهده، مصاحبه و سرانجام تکمیل پرسشنامه محقق ساخته بوده است. جامعه آماری شامل گردشگران شهری وارد شده به شهر کاشان در زمستان سال ۱۳۹۳ می باشند که با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران حجم نمونه تعیین شد. در این تحقیق با سطح اطمینان ۹۵ درصد، احتمال خطای ۵ درصد و با این فرض که ۵۰ درصد از جمعیت پاسخ یکسانی بدهند، حجم نمونه برای این شهر ۳۴۹ گردشگر به دست آمد. روش نمونه گیری به روش تصادفی است. در ضمن از اطلاعات کتابخانه ای و مقالات و اطلاعات مرتبط جهت طراحی پرسشنامه استفاده شده است. اطلاعات جمع آوری شده با استفاده از آمار توصیفی، آمار استنباطی و نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

تجزیه و تحلیل

یافته های توصیفی:

طبق جدول ۱، یافته های توصیفی مربوط به نمونه آماری نشان داده که ۶۹.۳ درصد آزمودنی ها زن و ۳۰.۷ درصد آنها مرد بودند. طبق جدول ۲، وضعیت تاهل آزمودنی ها ۵۹.۸ درصد مجرد و ۲۴.۱ درصد متأهل ارزیابی شد.

جدول ۱. یافته ی داده جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۱۰۷	۳۰.۷
زن	۲۴۱	۶۹.۳

جدول ۲. یافته ی داده وضعیت تاهل

وضعیت تاهل	فراوانی	درصد
مجرد	۲۰۸	۵۹.۸
متاهل	۸۴	۲۴.۱

طبق داده های جدول ۳، میزان تحصیلات آنها ۱۸.۴ درصد دیپلم ، ۱۷ درصد فوق دیپلم، ۳۸.۸ درصد لیسانس، ۱۵.۳ درصد فوق لیسانس، ۵.۵ درصد دکتری و ۰.۹ درصد سایر مقاطع تحصیلی بوده است.

طبق گزارش ۴، شغل ۲۱.۳ درصد آنها دولتی، ۳۹.۹ درصد آزاد، ۲۰.۴ درصد بیکار و ۱۸.۷ درصد مشاغل دیگر بودند.

جدول ۳، یافته های وضعیت تحصیلی

وضعیت تحصیل	فراوانی	درصد
دیپلم	۶۴	۱۸.۴
فوق دیپلم	۵۹	۱۷
لیسانس	۱۳۵	۳۸.۸
فوق لیسانس	۶۵	۱۸.۷
دکتری	۱۹	۵.۵
سایر	۳	۰.۹

جدول ۴، یافته های وضعیت اشتغال

وضعیت اشتغال	فراوانی	درصد
دولتی	۷۴	۲۱.۳
آزاد	۱۱۸	۳۹.۹
بیکار	۷۱	۲۰.۴
سایر	۶۵	۱۸.۷

انتشارات کیاراد.

۱۸. مختاری ملک آبادی، رضا و امیر عباس یوسفی (۱۳۸۸)، گردشگری مجازی و امنیت گردشگری: بررسی و امکان سنجی در شهر اصفهان، مجموعه مقالات همایش امنیت پایدار گردشگری، اصفهان: دانشگاه آزاد واحد نجف آباد.
۱۹. ممیز، آیت الله، مهدی عباسی، سید عاطفه قاسمی (۱۳۹۱)، «آینده فرصت های کارآفرینی در حوزه زمین گردی (مطالعه موردی: منطقه جلفا)»، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۹۱، صص ۲۲-۷.
۲۰. هزار جریبی، جعفر (۱۳۹۰)، احساس امنیت اجتماعی از منظر گردشگران، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، شماره ۲، صص ۱۱۳-۱۲۸.

21. - Carmona, Matthew; (2003). "Heath, Time", Public Places, Urban Spaces, Oxford, Architectural Press
22. Cooper, C. Fletcher, J. Gilbert, D. Wanhill, S. Shepherd, R., (1998), "(2nd ed) Tourism: Principles and Practice", New York: Longman.
23. Elliott, Jams, (1997), Tourism: Politics and Public sector management, London: Routledge
24. Godfrey, Kerry and Elarke, Jackie (2002), "The Tourism Development Handbook", London,
25. Kovari, Istvan and krisztinazimanyi(2013). Safety and security in the age of global tourism, applied studies in Agribusiness and commerce- APSTRACT Agroiinform publishing house, Budapest.
26. Lickorish, L. J. (1991). "Roles of government and private sector". In L. J. Lickorish (Ed.) Developing Tourism Destinations. Harlow: Longman. pp. 121" 146
27. Newsome, D and Dowling, R, and Moore, S., (2005) Wildlife tourism, channel view publications
28. Reid Donald, G. (2003). "Tourism, Globalization and Development Responsible Tourism Planning". London, Sterling & Virginia: Pluto Press.
29. UNWTO. (2007). "Sustainable Development of Tourism in Deserts"

- (۱۳۹۲)؛ بررسی میزان احساس امنیت گردشگران در شهر تبریز، فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان شرقی، سال سوم، شماره دوم (پیاپی ۹)، صص ۱-۱۶
۸. رنجبران ، بهرام وزاهدی محمد(۱۳۸۴)، شناخت گردشگری، اصفهان، نشر چهارباغ، چاپ سوم
۹. ساروخانی، باقر (۱۳۷۵)، مقدمه ای بر جامعه شناسی خانواده، تهران، انتشارات سروش.
۱۰. سجاسی قیداری، حمد الله، عبدالرضا رکن الدیت افتخاری، مهدی پور طاهری (۱۳۹۳)، «اولویت بندی سطح کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستا های با پتانسیل گردشگری رود دره ای استان تهران)»، مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی، ۱۳۹۳، صص ۲۷-۱۳.

۱۱. سقایی، مهدی و محمد باقر مسعودی (۱۳۹۳)، اکوسیستم های طبیعی و اکوتوریسم با تأکید بر ایران، تهران، نشر مهکامه.
۱۲. صالحی امیری، سیدرضا و افشاری نادری، افسر (۱۳۸۹) مبانی نظری و راهبردی مدیریت ارتقای امنیت اجتماعی و فرهنگی در تهران، فصلنامه راهبرد، شماره ۵۹، صص ۷۶-۴۹.
۱۳. صفایی، منوچهر (۱۳۸۵)؛ عملکرد ناجا در تامین امنیت گردشگران خارجی از منظر مسئولین و کارشناسان ذی ربط، مطالعه موردی شهر اصفهان. پایانامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه علوم انتظامی.
۱۴. صیدایی، سید اسکندر و حجت اله صادقی (۱۳۹۳)، «کارآفرینی و برنامه ریزی روستایی»، اصفهان، نشر دارخوین.
۱۵. طاهری دمنه، محسن، سکینه فرمانی و رضا مستوفی الممالکی (۱۳۹۰)، بررسی چالش های موجود در صنعت گردشگری شهر شیراز در ارتباط با محدودیت مراکز اقامتی، مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، سال دوم، شماره هشتم، صص ۱۳۲-۱۱۷.
۱۶. عبدلی، اصغر، جمال محمدی و رضا ابراهیمی (۱۳۹۳)، تحلیلی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری (مطالعه موردی: گردشگران داخلی شهر اصفهان)، نشریه علمی-پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی، سال ۱۸، شماره ۵۰، صص ۲۵۷-۲۳۵.
۱۷. فرماندهی نیروی انتظامی اصفهان (۱۳۷۸)، مجموعه مقالات برگزیده همایش افزایش امنیت روانی با محوریت خانواده،

ایجاد عدالت در امکانات شهری و با توجه به گفته دری ریوز ، عدالت یعنی اطمینان یافتن از این که انسان ها با نیازهای متفاوت، فرصت های برابر را در اختیار دارند. زیرا تنوع بدون عدالت تنها به تفاوت منجر می شود. توسعه ی پایدار رهیافتی برای تحقق عدالت است که جنبه های فضایی عدالت و تنوع در شهر را مورد توجه قرار می دهد.

فراهم کردن خدمات و زیرساخت های مطلوب برای جذب بیشتر جمعیت ساکن به مرکز شهر.

ایجاد مراکز تفریحی و گذران اوقات فراغت و نورپردازی در فضاهای عمومی که در آن جا نظارت کمتری صورت می گیرد و حضور و نظارت بیشتر پلیس در این مکان ها.

منابع و مآخذ

۱. افتخاری، اصغر (۱۳۸۱)، ساختار و تاویل امنیت، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال پنجم، شماره ۱، بهار.
۲. افشار کهن، جواد و محمد رحیق یزدی (۱۳۹۲)، تاثیر عوامل محیطی و اجتماعی بر احساس امنیت شهری (مطالعه موردی: محلات منتخب شهر یزد)، نشریه مطالعات جامعه شناختی شهری، سال سوم، شماره هشتم، صص ۷۸-۵۹.
۳. بیگی، مرجان و هاجر میرزاخانی (۱۳۸۸)، نقش امنیت اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگر، مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، اصفهان.
۴. جسارتی، عسگر و واحد آقایی (۱۳۹۳)، نقش ارتقاء امنیت در توسعه ی گردشگری استان اردبیل، پژوهشنامه جغرافیایی انتظامی، سال دوم، شماره پنجم، صص ۱۴۸-۱۲۵.
۵. حاجی اسماعیلی، لیلا و مسعود کیانپور (۱۳۹۳)، امنیت گردشگری و مسکلات آن از دیدگاه مدیران دفاتر خدمات جهانگردی در استان اصفهان، پژوهش های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال سوم، شماره پیاپی ۸، شماره دوم، صص ۶۰-۴۵.
۶. خلیفه سلطانی، سید محسن، فاطمه سادات معینی طبا و نسرين قلانی (۱۳۹۱)، بررسی عوامل موثر بر احساس امنیت گردشگران خارجی در اصفهان. مجله علمی - پژوهشی پژوهش های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال اول، شماره اول، صص ۳۹-۵۸.
۷. ذالی بیگلو، محمدحسین، رحیم حیدری و سعید غریب خواجه



صدای پای برندهای هتل سازی در تهران

پای سرمایه گذاران خارجی حالا دارد بیش از پیش به حوزه گردشگری باز میشود، تا جایی که عضو شورای عالی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری از حضور ۶۴ مهمان از برترین برندهای هتل سازی ۱۷ کشور اروپایی - آسیایی و آفریقایی همچون فرانسه، آلمان، اسپانیا، ایتالیا، هلند، کره جنوبی، پرتغال، ترکیه، امارات متحده عربی، چین و خبر داد. به گفته غلام حیدر ابراهیم بای سلامی، گروه هتل های بین المللی آکور، گروه بین المللی ساختمانی و هتل سازی وینسی، گروه بین المللی و ساختمان ساز بوئیک و دیگر شرکت های مهم صنعت هتلداری و هتل سازی جهان سرمایه گذاری خود را مطرح کرده اند.

هشت اشتباه بزرگ وب سایت های هتل ها

مهدی نوابی، عضو جامعه تخصصی گردشگری الکترونیکی در یادداشتی ۸ اشتباه بزرگ وب سایت های هتل ها را در

این موارد برشمرد:

۱. شماره تلفن بدون پاسخ
۲. شعارهای بی پایه و کلیشه ای و بزرگ نمایی شده
۳. موسیقی
۴. ترافیک وب سایت خود را هدر ندهید
۵. عکس نامناسب
۶. منوی رستوران و اسپاها و اتاق های هتل با فرمت PDF
۷. وجود تنها یک راه برای ارتباط
۸. سرویس رزرو نامناسب



مکه میزبان بزرگترین هتل جهان خواهد شد

بازار پر رونق گردشگری مذهبی عربستان با ورود میانگین سالانه ۲ میلیون زائر موجب شده تا طرح ساخت بزرگترین هتل جهان با ۱۰ هزار اتاق با جدیت دنبال شده و خبر تکمیل آن ظرف دو سال آینده برسد. این هتل در فاصله ۲ کیلومتری از شهر مکه قرار دارد و ۱۲ برج را شامل میشود که هر برج هتلی واحد محسوب میشود.



اخبار هتلداری



برترین شهرهای جهان براساس تعداد اتاق های هتل در حال ساخت

براساس آمار اعلام شده از سوی Lodging Econometrics که تعداد اتاق های هتل در حال ساخت ملاک رده بندی آن قرار گرفته، شهر نیویورک آمریکا با ۳۴ هزار و ۷۸۸ اتاق که نتیجه ۲۰۴ پروژه هتل میباشد؛ برترین بازار ساخت و ساز هتل در جهان لقب گرفت. پس از این شهر سئول پایتخت کره جنوبی با برخورداری از ۱۳۲ هتل در حال ساخت و دبی با ۹۴ هتل در مقام های بعدی قرار دارند.

عرضه نخستین اپلیکیشن هتل بر روی ساعت های اپل

گروه هتل های استارود نام خود را بعنوان نخستین گروه هتلداری جهان دارای اپلیکیشن هتل برای ساعت های اپل به ثبت رساند تا از این پس نسل جدیدی از خدمات هتل را بوسیله آخرین تکنولوژی روز به مهمانان عرضه کنند. این اپلیکیشن این امکان را برای مهمانان فراهم می آورد تا بتوانند در بدو ورود به مقصد، تمامی اطلاعات مورد نیاز برای رسیدن به هتل را دریافت کنند. همچنین مهمانان قادر خواهند بود تا به محض ثبت نام در برنامه پروسه ورود و تحویل اتاق را به سهولت و بدون نیاز به مراجعه به پذیرش انجام داده و با دریافت شماره اتاق و محل آن از ساعت های خود به عنوان کلید استفاده کنند.



اسامی مجله های گردشگری



گردآوری: شبنم ابو حیدری

۱. ماهنامه ایپیک یولو (فارسی - ترکی):

ماهنامه فرهنگ، توریسم و اقتصاد بین الملل

صاحب امتیاز: مدیر مسئول: سید وحید پیمان

محل انتشار: تبریز

۲. ماهنامه ایرانا :

ماهنامه ایران شناسی، گردشگری، هتلداری

صاحب امتیاز: عبدالرضا وثوقی کرمانی

مدیر مسئول: عبدالرضا وثوقی کرمانی

سردبیر: زیر نظر شورای سردبیری

۳. دو ماهنامه تشریفات:

دوماهنامه هتلداری و گردشگری

صاحب امتیاز: شرکت هتل بین المللی قصر طلایی مشهد

مدیر مسئول: علیرضا بیژنی اول

سردبیر: دکتر فرید جواهرزاده

محل انتشار: تهران

۴. فصلنامه توریسم (انگلیسی) :

Iranian Journal of Tourism & Hospitality

فصلنامه

صاحب امتیاز: دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار

مدیر مسئول: دکتر حیدر لطفی

سردبیر: دکتر ناصر اقبالی

محل انتشار: گرمسار

۵. ماهنامه جاده های سبز:

ماهنامه سفر، گردشگری و صنعت حمل و نقل

صاحب امتیاز: اتحادیه شرکت های تعاونی مسافری کشور

مدیر مسئول: علی محمدی گل گلاب

سردبیر: راحله اسدی نیا

محل انتشار: تهران

۶. ماهنامه جهانگردان :

ماهنامه اجتماعی

صاحب امتیاز: مدیر مسئول: سردبیر: سجاد محمدی

محل انتشار: تهران

۷. ماهنامه سفر:

صاحب امتیاز: مدیر مسئول: سردبیر: همایون ذرقانی

محل انتشار: تهران

۸. دو هفته نامه فصل پنجم :

دوهفته نامه گردشگری

صاحب امتیاز: مدیر مسئول: نرگس رضاپور

سردبیر: عقیل فرامرز پور

محل انتشار: تهران

۹. دوماهنامه گردشگری (فارسی، انگلیسی) :

دوماهنامه فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی

صاحب امتیاز: مدیر مسئول: محمدرضا رجبی

سردبیر: محسن دل شکیب

محل انتشار: تهران

۱۰. ماهنامه گردشگری خاورمیانه :

ماهنامه

صاحب امتیاز: مهدی داورزی

سردبیر: علی مدد سلیمانی

محل انتشار: تهران

۱۱. هفته نامه هتل (فارسی، انگلیسی، عربی) :

هفته نامه

صاحب امتیاز: مدیر مسئول: علیرضا بیژنی اول

محل انتشار: تهران

۱۲. نشریه گردشگری شهری :

فصلنامه

صاحب امتیاز: قطب علمی برنامه ریزی و توسعه پایدار گردشگری

دانشگاه تهران

مدیر مسئول: کرامت اله زیاری

سردبیر: مهدی قرخلونره

محل انتشار: تهران

۱۳. نشریه گردشگری علم و فرهنگ :

فصلنامه

صاحب امتیاز: دانشگاه علم و فرهنگ

مدیر مسئول: سردبیر: دکتر محمدحسین ایمانی خشخوو

محل انتشار: تهران

۱۴. دو ماهنامه گشت و گذار :

دوماهنامه نشریه بین المللی و تخصصی میراث فرهنگی و

گردشگری

صاحب امتیاز: مدیر مسئول: رز فتحی

سردبیر: دکتر سید مهدی درهمی

محل انتشار: مشهد

۱۵. نشریه مسافران :

دوماهنامه فرهنگی، مسائل اجتماعی

صاحب امتیاز: مدیر مسئول: مهندس سیاوش مسیحا

سردبیر: راضیه جویباری

محل انتشار: مشهد

۱۶. فصلنامه هتل گستر :

فصلنامه

صاحب امتیاز: مدیر مسئول: سردبیر: مهدی خورشیدی سخنگوی

محل انتشار: مشهد

۱۷. ماهنامه همشهری سرزمین من :

ماهنامه ایران شناسی و ایران گردی

صاحب امتیاز: شرکت همشهری

مدیر مسئول: محمد مشاری

سردبیر: رضا مختاری

محل انتشار: تهران

