

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

برنامه ریزی گردشگری با تاکید بر تعامل اجتماعی

علیرضا مشبکی اصفهانی، رویا هامونی نیری

1- عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور، واحد پرند

2- دانشجوی معماری، دانشگاه پیام نور، واحد پرند

Email: (alirezamoshabaki@yahoo.com)

Email: (r.hamooni@gmail.com)

چکیده

مقاله حاضر بر مبنای بررسی نقش تعامل اجتماعی در خلق فضایی در راستای پاسخگویی به نیازهای توریست و همچنین تاثیر آن بر طول مدت اقامت مسافران، شکل گرفته است. لذا در راستای بررسی این موضوع، شهر سرعین به عنوان نمونه موردی برای تحلیل‌های مورد نظر انتخاب گردیده و به منظور تدوین آن، از پرسشنامه در جهت تفسیر داده‌ها استفاده گردیده است که نتایج حاصل از آن مبین تاثیر تعامل اجتماعی در جذب توریسم و طول مدت اقامتشان می باشد.

کلمات کلیدی: گردشگری، توریست، تعامل اجتماعی.

مقدمه

سرمایه گذاری در صنعت گردشگری دارای آثار و تبعات اقتصادی، اجتماعی و حتی کالبدی است که اثرات اقتصادی آن را می توان در سطوح ملی و بین المللی در کسب درآمدهای ارزی، متعادل کردن توزیع درآمد، جذب سرمایه های خصوصی، ایجاد اشتغال، ایجاد امنیت، تحکیم پیوند های ملی و منطقه ای و جهانی، حفظ میراث های فرهنگی، تجدید زیر ساخت های شهری و... دید. از این رو پرداختن به این مقوله بسیار پر اهمیت می باشد.

بزرگترین تولید و مصرف قرن بیست و یکم حول محور تولید و مصرف اوقات فراغت است. گردشگری مبحث مهمی از اوقات فراغت را پر می کند و پر کردن اوقات فراغت منجر به یک عمل اقتصادی می گردد. گردشگری با همه مضامین علمی و فلسفی که در آن نهفته است یک عمل اقتصادی است و پیش بینی می شود یکی از مهمترین محرکه های اقتصادی قرن حاضر باشد. [2]

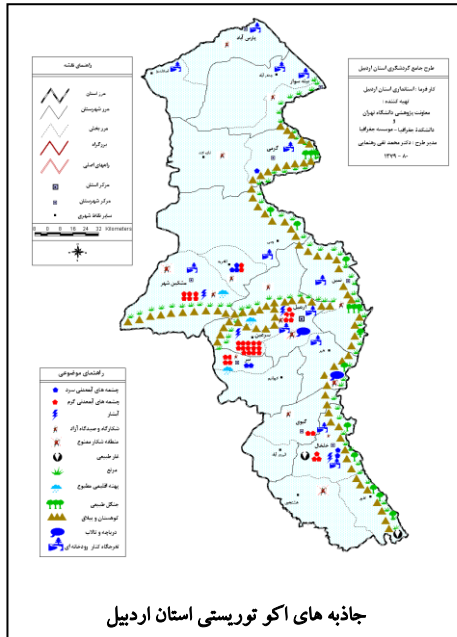
صنعت گردشگری در سال ۲۰۰۱ بالغ بر ۴۸۰ میلیارد دلار درآمد داشته است و در تراز تجاری مالی مقام سوم را دارد و بیش از ۱۰ درصد اشتغال دنیا را به خود اختصاص داده است. [1]

از آن جایی که آبهای معدنی از جمله پدیده هایی است که هم از نظر جهانگردی و صرف اوقات فراغت و هم از نظر درمانی همواره مورد توجه قرار گرفته است، منابع آبهای معدنی هر کشور می تواند عامل مهمی در جذب جهانگردان باشد. جهانگردی و تفرج در ذات خود از جمله فعالیتهایی است که کمترین وابستگی را به تکنولوژیهای آلاینده دارد. توسعه خدمات جهانگردی نه فقط اصالتهای منطقه ای را برجسته می کند، بلکه از حاصل آن در حفظ و ساماندهی این اصالتها و نیز در بوجود آوردن توازن بهینه بین منبع و طرز استفاده مناسب از آن برای حفظ و نگهداری و رشد و توسعه منابع طبیعی و ملی بهره می جوید و همزمان با آن از مزایای اقتصادی آمد و شدهای مربوطه بر خوردار می شود. [9]

هویت شهر، معماری، فرهنگ گردشگری
انسان شناسی هنر، مردم شناسی فرهنگ
 مهلت ارسال اصل مقالات: ۲۰ دی ماه ۹۵
 نتایج نهایی داوری: ۲۶ دی ماه ۹۵
 ثبت نام نهایی همایش: ۳۰ دی ماه ۹۵
 زمان برگزاری همایش: ۶ و ۷ بهمن ماه ۹۵
 ثبت نام و ارسال مقالات: confran24.ir
 آدرس دبیرخانه: کرمان، خیابان برون امتصافی شرقی ۱۷ روبروی بوستان خواجه
 مؤسسه مهراندیشان ابراهیم تنگ، تلفن: ۰۳۶۰۸۲۵۵۷۱-۰۳۶۳۲۳۲۱۰۲۱

دومین همایش ملی فرهنگ، گردشگری و هویت شهر

استان اردبیل با وجود بیش از ۸۰ چشمه آب گرم و سرد معدنی و خصوصیات فیزیکی و شیمیایی متنوع آن مورد توجه بسیاری از توریست داخلی و خارجی قرار گرفته است علاوه بر این اردبیل دارای پتانسیل های زیادی در بخش گردشگری است برخی از مهمترین پتانسیلهای آن عبارتند از :



- وجود جاذبه های اکوتوریستی استان اردبیل
- وجود جاذبه ها و منابع گردشگری فرهنگی - اجتماعی
- گردشگری روستایی
- گردشگری عشایری
- وجود منابع گردشگری ورزشی
- کوهنوردی و کوه پیمایی (قله سبلان)
- پیاده روی و دوچرخه سواری کوهستان در آب و هوای سالم
- اسب سواری
- ورزش های زمستانی
- صید ورزشی در خیاوچای
- شکار (با نظارت و مد نظر قرار دادن الزامات قانونی و محافظت از گونه های نادر جانوری با نظارت و مد نظر قرار دادن الزامات قانونی و محافظت از گونه های نادر جانوری). [5]

شهر سرعین واقع در استان اردبیل نیز به علت چشمه های معدنی و نزدیکی به قله سبلان معروف است و بسیار مورد توجه توریست قرار گرفته است. اما از آنجا که شهرسرعین علی رغم دارا بودن پتانسیل های فراوان جهت جذب توریست به علت عدم برنامه ریزی شهری از جاذبه های کافی شهری برخوردار نمی باشد قادر به تامین نیاز توریستان نمی باشد. متأسفانه در سرعین و بسیاری از شهرها کاربری هایی که در فضاهای شهری وجود دارد، عموماً تک عملکردی بوده و پاسخگوی طیف وسیعی از نیازها نمی باشند. بنابراین تعداد اندکی از جمعیت به آن جذب می شوند و فضا برای سایر افراد جذب ای ندارد، و به محض تامین نیازهایشان آن را ترک می کنند، و امکان تعامل اجتماعی با سایر شهروندان برای آنها وجود ندارد. معمولاً یا فضایی برای تجمع مردم وجود ندارد، یا چنانچه این فضا فراهم باشد، کسی از آن استفاده نمی کند. افراد احساس امنیت ندارند و کارکرد فضا به واسطه تعطیل شدن کاربری ها از ساعتی از شب به بعد کاهش می یابد. نیازهای زیبا شناختی مردم در فضا تامین نمی شود، ساختمان ها یا نماسازی هماهنگ ندارد، که باعث اغتشاش بصری می گردد، و یا آنقدر یکنواخت و شبیه به هم هستند، که سرزندگی و تنوع را از بین می برند بنابراین وحدت درعین کثرت را که یک اصل کلیدی در طراحی نما و فضای شهری است زیر پا می گذارند. محصوریت فضایی وجود ندارد و افراد نمی توانند خود را در یک مکان متمایز از سایر فضاها احساس کنند مکان ها هویت ندارند و عناصر هویت بخش و ایجادکننده معنا در آنها وجود ندارد. معمولاً فضاهای مجاور هم قابل تمایز نیستند و امکان جهت یابی و شناسایی مکان برای رهگذران و استفاده کنندگانی که برای بار اول وارد فضا می شوند وجود ندارد. با بررسی طرح جامع شهر سرعین می توان نتیجه گرفت که به علت عدم طراحی شهری مناسب در شهر سرعین راهکاری جهت جذب و تعاملات اجتماعی توریستها ارایه نشده است. با وجود اینکه سطح شهر از فضاها و مکانهایی جهت تبدیل

شدن به مجموعه ای از مکان های جاذب جمعیت برخوردار است اما شیوه نگرش فعلی به فضاها و مکان های موجود در این محدوده سبب شده تا فضاهای آن به مرور زمان اهمیت خود را از دست بدهند و تعاملات اجتماعی در آن کاهش یابد و همچنین فضاها فاقد ویژگی های متمایز کننده از محدوده اطراف می باشد. همچنین با وجود الزام برخی از این فضاها در ساختار محدوده شهر به علت نبود ارتباط و انسجام میان آنها از جذابیت کافی برخوردار نمی باشد یکی از این فضاها، فضای

مقابل ابگرم معدنی بش باجیلار است که با وجود داشتن مساحتی چند صد متری، چون برنامه ریزی و طراحی شهری برای آن در نظر گرفته نشده است بلا استفاده می باشد. در این فضا حتی جایی برای نشستن تعبیه نشده تا مسافران با استفاده از آن بتوانند منتظر سانسهای بعدی استفاده از ابگرم یا منتظر بستگان یا دوستان خود بمانند در صورتی که این فضا به علت پتانسیلهایی که دارد و در مرکز شهر و در مجاورت چند ابگرم معدنی واقع شده می تواند به یکی از بهترین مراکز جذب توریست تبدیل شود.

در راستای توسعه صنعت گردشگری، برنامه ریزی و طراحی تفریحی - فراغتی و تعیین توانهای محیطی - انسانی، فرایندی است که اوقات فراغت افراد را به فضا و مکان (محیط) مرتبط می سازد. در عمل، این امر هنر و علمی است که آمیزه ای از اطلاعات (داده ها و دانسته ها) و تکنیکهای مربوط به معماری سیمای محیط، اصول اکولوژی سیمای محیط و علوم اجتماعی را برای توسعه گزینه هایی به منظور کاربرد اوقات فراغت، فضا، انرژی و پول (سرمایه)، به گونه ای سازگار با نیاز و خواسته های انسان (گردشگران) بکار می گیرد. با تعیین توانهای محیطی - انسانی منطقه، جهت گیری برنامه ریزیهای توسعه فیزیکی در راستای توسعه صنعت گردشگری و جذب جهانگردان، خصوصاً در سطح ملی و فراملی، با رعایت اصول و استانداردهای جهان شمول اجتناب ناپذیر بوده و اثرات مثبت ناشی از آن می تواند بازتاب وسیعی در زمینه اشتغال، تاسیسات فضایی، مبادله کالاهای محلی و منطقه ای، توسعه ساختار زیر بنایی در سطح منطقه ای و حتی فرا منطقه ای - ملی داشته باشد و سرانجام تفاهم و انتقال فرهنگی میان مردم بومی و گردشگران (داخلی و خارجی) را میسر گرداند؛ تا امر مهم اشاعه سیستم حفاظت - توسعه و اصل هزینه - بهره وری به منظور استفاده بهینه از توانهای محیطی - انسانی از قابلیت اجرایی بطور ملموس برخوردار گردد. [9]

در خصوص ارتباط فضای معماری و تعامل اجتماعی، در قالب نظریه های "طراحی برای تعامل اجتماعی"، تحقیقاتی صورت گرفته است. بنا به دیدگاه های مطرح شده جوزف پی فرگاس فضای معماری را می توان مؤلفه ای مهم در تعامل انسان با دیگران دانست. انسان به عنوان نظامی سازمان دهی شده، پویا و مستعد یادگیری، قادر به اصلاح رفتار در مقابل تغییرات فضای معماری است. [6]

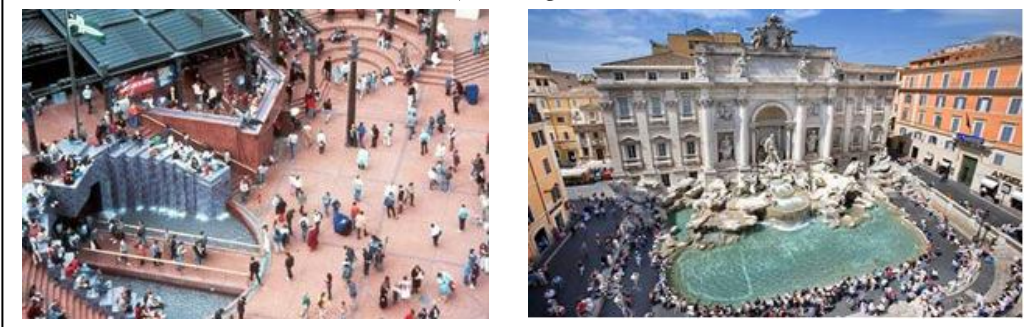
فضاهای شهری مکان هایی هستند که تعاملات اجتماعی و جنب وجوش های شهری در آن به حداکثر کمی و کیفی خود رسیده، ذهن شهروندان را انباشته از خاطرات جمعی و ذهنیت های مشترک راجع به نوع و چگونگی حیات مدنی می گرداند. خالی شدن فضا از حضور جمعیت سبب کم رنگ شدن تعاملات اجتماعی و امنیت می گردد و ادامه این روند مکان را دچار فرسایش عملکردی و حتی کالبدی می کند، و کاربرد اجتماعی خود را از دست می دهد. اگر این روند ادامه یابد، هویت مکان از دست می رود و روابط اجتماعی نیز در آن شکل نخواهد گرفت. میزان علاقه مردم نسبت به آن مکان کم میشود و افراد تمایلی به حضور در آن مکان ندارند، و صرفاً برای فعالیت های اقتصادی خود به آن مراجعه کنند. [4]

هم جنبه های پویا و هم جنبه های ایستای محیط فیزیکی نقش عمده ای در تعاملات اجتماعی دارند. آگاهی به هم وابستگی بین نوع بشر و محیط اطراف وی، خصوصاً برای کسانی که مسئول ایجاد محیط های فیزیکی هستند از قبیل معماران و طراحان، فوق العاده حائز اهمیت است. همچنین توجه بیشتر به پیوند محیط - تعامل، می تواند برای بهبود مهارتهای تعاملی ما بسیار مهم باشد. [6]

یکی از مهمترین عوامل محیطی موثر بر تعامل اجتماعی، صرفاً تعداد افراد موجود برای تماس در یک محدوده فضایی تعریف شده می باشد. مجاورت فضایی یکی از عمده تعیین کننده های روابط آتی ما است. [6]
 از این رو، میدان از اثر گزارترین فضاهای شهری در ذهنیت شهروندان است که به طور معمول ساکنان یک شهر، مناطق مختلف شهرشان را توسط آن از هم بازمی شناسند. [3]

بهترین معادل برای میدان شهری، در زبان انگلیسی پلازا است که در ایتالیایی پیاتزا و در اسپانیایی پلاکا گفته می شود و هر سه کلمه از واژه لاتین پلاتی مشتق گشته است. پلازا به عنوان فضایی عمومی و سرباز تعریف شده که کف آن بیشتر مصالح سخت (مصالحی غیر از درخت ها و دیگر پوشش سبز طبیعی) پوشانده است، ورود اتومبیل ها به آن ممنوع است و عمدتاً فضایی برای قدم زدن، رفع خستگی، نشستن، خوردن، آشامیدن و تماشای اطراف می باشد. برخلاف پیاده رو پلازا یا میدان بیشتر فضایی برای مکث است تا عبور اگرچه ممکن است درختان، گلها یا چمن در پلازا وجود داشته باشد، اما وجه غالب کف پوش آن مصالح سخت است. بنابراین میدان یا پلازا فضایی است اجتماعی و شهری و محل گفت و گو، تعامل، تفریح، استراحت، خرید نظارت، مکث و توقف است. آنچه امروز در کشور ما به میدان مشهور است، میدان واقعی نیست بلکه "فلکه" است و معادل تقریبی آن واژه یعنی جایی که دور آن می چرخند می باشد، و معمولاً تقاطع مدوری^۱ است که بدون چراغ راهنمایی کنترل می شود و دایره میانی آن با فضای سبز، آب نما، مجسمه یا ترکیبی از آنها پوشیده شده است و یک مانع حرکتی در وسط تقاطع است تا در نتیجه وسایل نقلیه به دور آن گردش کنند بدون اینکه مزاحمتی برای هم بوجود آورند. [8]

نمونه هایی از میدان یا پلازا



مایکل وب در کتاب میدان های شهر با بررسی نمونه های مختلف، میدان را در شکل کلی چنین تعریف می کند: به بهترین وجه، میدان نمونه ای کوچک از کل زندگی شهر است. محلی که می تواند اشتیاق و آرامش را به ارمغان آورد. جایی که بازار و رخدادهای عمومی قرار دارد. میدان ها مکانی برای ملاقات دوستان و تماشای گذر جهان هستند. بر اساس نیاز های مردم، هوس حاکمان و شکل زمین و معماری است که میدان ها شکل گرفته اند. [7]
 با توجه به آخرین آمار سازمان میراث فرهنگی و جهانگردی استان اردبیل تعداد توریست در سال 1391، 8314112 نفر توریست داخلی و 490000 نفر توریست خارجی بوده است. اما با توجه به نتایج بدست آمده از پرسشنامه ای که از مسافران در سطح شهر سرعین با نمونه گیری تصادفی جمع آوری شد مشخص شد علی رغم اینکه اغلب مسافران به قصد

¹ Round about

درمان و استفاده از آبهای معدنی به این شهر می آیند و با توجه به اینکه استفاده از آبهای معدنی و درمان با آن حداقل به یک دوره سه هفته ای نیاز دارد اما اغلب مسافران فقط به مدت یک الی سه روز در این شهر اقامت دارند این مسافران پس از استفاده از آب گرم و استحمام یا پس از خرید و گردش در شهر به هتل یا اقامتگاه و یا شهر و کشور خود باز می گردند. مسافران به دنبال جایی برای استراحت و گفتگو با هم و یا نشستن و لذت بردن از محیط و آب و هوا و یا جایی برای نشستن و انتظار برای پیوستن به دوستان و بستگان می گردند جایی به غیر از پارکها که در مجاورت آبهای معدنی باشد و بتوانند عبور و مرور افراد را ببینند مردم و رفتارها و فرهنگهایشان را ببینند و به محیط اشراف داشته باشند. اما پس از عبور از خیابانها و کوچه ها ی شهر به علت نیافتن همچین مکانی ناگزیر شهر را ترک می کنند.

بنابراین با مطالب ارایه شده می توان گفت یکی از راهکارهایی که می توان ارایه داد ساخت میادینی است که توریست را جذب کند و بتواند در ایجاد خاطرات فردی و جمعی آنها نقشی ایفا کند این فضا می تواند سنتی و یا مدرن باشد ولی فاکتور مهم چگونگی سازماندهی آنهاست که با ایجاد پاتوق به همبستگی اجتماعی یاری می رساند. با استقرار کاربری هایی برای اوقات فراغت و با طراحی، ساخت، نصب مبلمان شهری کارآمد، که متاثر از مطالعات اجتماعی، اقتصادی، تاریخی، روحیات، آداب و رسوم، فرهنگ، مذهب و غیره، می توان به سرزندگی فضا و پویایی آن افزود. البته با توجه به فرهنگ غنی این خطه از کشور این فضا می تواند مکانی برای گردهمایی های محلی، عزاداری، اجرای نمایشهای خیابانی ونوای موسیقیشان باشد که این رویدادها و اتفاقات روزانه نیز در تشکیل خاطرات شهر و انسان موثر است و موجب حس تعلق می شود. هر چقدر این خاطره ها بیشتر و قویتر باشد، هویت شهر و انسان کامل تر می شود. لذا میزان علاقه مردم نسبت به آن مکان زیاد می شود و افراد مشتاق به حضور در آن مکان می شوند. در نتیجه حضور افراد و توریست بیشتر و پررنگ تر خواهد شد.

نتیجه گیری

شهرستان سرعین از سال ۱۳۷۵ از بخش به شهر ارتقاء یافت و در حال حاضر امکانات موجود شهری آن بسیار فقیر است و به طور حتم در آینده به منظور تبدیل شدن این منطقه به یک پتانسیل توریستی قوی می بایستی امکانات بیشتری به این کالبد شهری تزریق شود. و به طور حتم سرعین می تواند بیشتر از امروز جذب توریست و درآمد کند. توسعه گردشگری توأم با منافع مثبت و اثرات منفی اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی و فرهنگی می باشد و هدف برنامه ریزی تعیین چارچوبی برای به دست آوردن منافع مثبت و پرهیز از اثرات منفی می باشد. در واقع آنچه تضمین کننده توسعه گردشگری پایدار است، ارزیابی دقیق داده و ستانده در این صنعت می باشد. فرآیند برنامه ریزی قادر خواهد بود تا این ارزیابی را قبل از توسعه و همچنین در حین توسعه انجام دهد. از طرفی برنامه ریزی پویا این صنعت را برای دست اندرکاران صنعت گردشگری با استفاده از جریان بازخورد، امکان اصلاح و تغییر در برنامه وجود داشته باشد. لذا در جایگاه برنامه ریزی توریسم شهری با ارایه برنامه ای که مستلزم طرحی در جهت افزایش تعاملات اجتماعی در سطح شهر باشد، می توان گام بزرگی در این زمینه برداشت. با کمی مدیریت مدبرانه، با سرمایه گذاری مناسب، می توان کمک شایانی در جهت ارتقا صنعت گردشگری و جذب توریست سرعین کرد.

منابع:

- انصاری نیا سیاوش؛ برنامه ریزی توریسم شهری با تاکید بر توسعه پایدار (نمونه موردی: شهر تبریز)، رساله کارشناسی ارشد شهر سازی، دانشکده معماری و شهر سازی، ۱۳۸۱
- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی؛ گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران، ۱۳۸۵.

هویت شهر، معمار، فرهنگ گردشگر
انسان شنایی هنر، مردم شناسی فرهنگ
 مهلت ارسال اصل مقالات: ۲۰ دی ماه ۹۵
 نتایج نهایی داوری: ۲۶ دی ماه ۹۵
 ثبت نام نهایی همایش: ۳۰ دی ماه ۹۵
 زمان برگزاری همایش: ۶ و ۷ بهمن ماه ۹۵
 ثبت نام و ارسال مقالات: confiran24.ir
 آدرس دبیرخانه: تهران، خیابان برون اعتمادی شرقی ۱۷ روبروی بوستان خواجه
 موسسه مهراندیشان ابرخ تلفن: ۰۲۱-۸۸۲۵۵۷۰-۹۳۰۸۲۵۵۷۰

دومین همایش ملی فرهنگ، گردشگر و هویت شهر

3. پاکزاد، جهانشاه؛ راهنمای طراحی فضاهای شهری، انتشارات شرکت طرح و نشر پیام سیما: وزارت مسکن و شهرسازی و معماری، تهران، 1384
4. پروانه، مریم؛ طراحی میدین شهری با رویکرد القای حس مکان (نمونه موردی سبزه میدان رشت) پایان نامه کارشناسی ارشد پردیس دانشگاهی، مهرماه 1392
5. طرح جامع گردشگری استان اردبیل. معاونت پژوهشی دانشگاه تهران و دانشکده جغرافیا، 1379.
6. فرگاس، جوزف پی؛ ترجمه: بیگی، خشایار و فیروز بخت، مهرداد؛ روانشناسی تعامل اجتماعی: رفتار میان فردی، انتشارات ابجد، تهران، 1379
7. قبادیان، وحید و رضایی، محمود؛ نخستین میدان مدرن شهر تهران بررسی دگردیسی تاریخی فضایی میدان های کهن تهران تا دوره مدرن، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره 45، شماره 4، زمستان 1392 صفحات 196-177
8. کریر، راب؛ ترجمه: هاشمی نژاد، خسرو؛ فضای شهری، انتشارات خاک، اصفهان، 1383
9. میکاییلی، علیرضا، برنامه ریزی توریستی بر اساس اصول اکولوژیکی، مجله پژوهشهای جغرافیایی شماره 39، 1379 صفحات 28-21.

SID



سرویس های
ویژه



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



عضویت در
خبرنامه



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آوساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی