



## آریزونا برای شکار بوفالوها فراخوان داد

سازمان پارک‌های ملی آمریکا برای جذب شکارچی بوفالو در میان مجموعه دره‌های «گرند کنیون» فراخوان داده است. به گزارش ایسنا، شکارچیان که از طریق قرعه‌کشی انتخاب می‌شوند به منظور کنترل جمعیت بوفالوها در پارک‌های جنگلی این منطقه، تعداد مشخصی از این گاو میش‌های آمریکایی را هدف قرار خواهند داد. مقام‌های پارک‌های حفاظت‌شده گرند کنیون می‌گویند: افزایش جمعیت بوفالوها به اکوسیستم پارک آسیب می‌رساند و باعث محدودیت منابع غذایی و آرمیت حیاطی برای دیگر گونه‌های جانوری منطقه می‌شود. بنابر گفته سازمان پارک‌های ملی آمریکا، اگر تعداد بوفالوهای این منطقه که اکنون حدود ۶۰۰ راس تخمین زده شده کنترل نشود، در یک دهه آینده به ۱۵۰۰ راس افزایش خواهد یافت. بوفالوها که در اواسط قرن بیستم با خطر نابودی و انقراض روبه‌رو بودند، اکنون تحت حفاظت قرار دارند و در آریزونا، آنها بخشی از دارایی‌های دولت ایالتی محسوب می‌شوند.

## آلمان‌های مشهور چه تاثیری در رشد توجه توریست‌ها دارند؟

# نمادهای شهری، ویتترین‌های گردشگری



ک‌زها داستانی

Dastani2000@gmail.com

شهری با ساختمان‌های معروف، شهری با غذاهای خوش رنگ و لعاب، شهری با جاذبه‌های گردشگری، شهری با دانشگاه‌های مهم، شهری با... این موارد تنها بخشی از ظرفیت‌هایی هستند که آوازه یک شهر را شکل می‌دهند و به ساخت تصویر و برند شهر کمک می‌کنند. همه ما شهر یا منطقه‌ای را می‌شناسیم که با شنیدن موضوع خاصی مثل غذا، تفریح و سرگرمی، تحصیلات، اقتصاد یا سیاست نام و نشانی از آن شهر در برابرمان شکل می‌گیرد. اما آیا فقط همین شاخص‌ها هستند که برای ما تداعی‌گر نام و خاطره شهرها می‌شوند و گردشگران و بازدیدکنندگان را به شهر جذب می‌کنند؟ آیا یک شهر صرفاً با داشتن ظرفیتی شاخص می‌تواند ادعای برند بودن به عنوان یک مقصد مهم و تاثیرگذار را داشته باشد؟

فانکته‌های زیادی در موفقیت یک کشور یا در درجه دوم یک شهر وجود دارد تا آن را در حوزه گردشگری موفق کند. شاید با خواندن این جمله این سوال در ذهن شما ایجاد شده باشد که چه فانکته‌هایی می‌تواند کشوری مانند فرانسه را به یکی از کشورهای محبوب برای گردشگران تبدیل کند؟ کشوری فرانسه سالانه درآمدی بالغ بر ۴۵.۹ میلیارد دلار را از محل ورود گردشگران خارجی به جیب می‌زند و گردشگری‌اش سهمی بالغ بر ۳.۷ درصد معادل ۸۹ میلیارد دلار را از تولید ناخالص داخلی این کشور دارد.

تجارت، ایمنی و امنیت، سلامت و بهداشت، منابع انسانی و بازار کار، فناوری اطلاعات، اولویت دادن به سفر و گردشگری، روابط خوب بین‌المللی، منابع فرهنگی و سفر تجاری، طبیعت، زیرساخت‌های اقامتی، زیرساخت حمل و نقل زمینی و دریایی، زیرساخت حمل و نقل هوایی، پایداری زیست محیطی و رقابت قیمت، ۱۴ شاخص هستند که سازمان جهانی اقتصاد براساس آنها کشورهای جهان را در صنعت گردشگری رتبه‌بندی کرده است. این شاخص‌ها نقش بسیار مهمی در توسعه گردشگری کشورها دارند. کشور فرانسه که در سال‌های اخیر یکی از کشورهای هدف حمله تروریستی بوده است با وجود دارا بودن رتبه ۶۷ از نظر ایمنی و امنیت با دارا بودن رتبه ۳ منابع فرهنگی، رتبه ۷ حمل و نقلی زمینی و جایگاه ۱۳ این کشور از لحاظ ارتباط هوایی، رتبه ۳ جهانی از نظر منابع فرهنگی و سفرهای تجاری، رتبه ۱۳ از نظر زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی و رتبه ۱۷ از لحاظ زیرساخت‌های زمینی و رتبه ۲۷ جهان از نظر اولویت دادن به سفر و گردشگری توانسته است پر بازدیدترین کشور جهان محسوب شود و این نشان می‌دهد که تنها حک شدن نام و نشان برج ایفل در ذهن گردشگران نمی‌تواند در توسعه گردشگری کشورها موثر باشد. توسعه گردشگری در واقع محصول پیشرفت تمامی این شاخص‌ها در هر کشور است. با این تفاسیر راز پیشرفت و توسعه گردشگری ایران در چیست؟

## یک راز پست ویتترین تمامی کشورهای موفق گردشگری وجود دارد

تمامی کشورهای موفق گردشگری یک ویژگی بسیار جاذبه‌های طبیعی، میراث و مکان‌های لوکس دارند اما این ویژگی‌ها تنها همان چیزی است که آنها را در جذب گردشگری موفق کرده است؟ پس چرا ایران با داشتن این پتانسیل‌ها همچنان نتوانسته در پله نخست گردشگری جهان بایستد؟ سهیل سیمر، کارشناس برندینگ شهری درباره راز پست ویتترین زیبای کشورهای موفق گردشگری به «یک‌کار» می‌گوید: وقتی به شهرهای مهم دنیا که به عنوان مقاصد کلیدی در حوزه‌های مختلف شناخته شده‌اند نگاه می‌کنیم، پشتوانه آنچه که در قالب ویتترین جذاب و تاثیرگذار شهر مشاهده می‌شود، مفاهیم و ساختاری فراتر از یک یا چند شاخص ملموس به چشم می‌خورد. صرفاً دارا بودن پتانسیلی خاص یا انحصاری در هر حوزه‌ای تضمین‌کننده موفقیت شهرهای جهانی در جذب منابع و امکانات، رشد و توسعه و در نهایت تبدیل شدن به برندهای شاخص شهری نبوده و سلسله‌ای از فعالیت‌های مستمر، هم‌راستا با سیاست‌های خرد و کلان شهر باعث تقویت روند برندینگ شهری در این نقاط شده است.

او می‌افزاید: اینکه ما در شهرمان چند اثر تاریخی در اختیار داریم یا شهر ما شهری دانشگاهی است یا اینکه در شهر ما مراکز خرید متعددی وجود دارد نمی‌تواند ما را به یک کشور مقصد گردشگران بدل کند. همه اینها منابعی هستند که باید از آنها به صورت مراکز ارزش آفرین در راستای توسعه درآمد پایدار شهر استفاده کرد اما صرف وجود این منابع و معرفی آنها به مخاطب بدون اینکه مزیت خاص یا ارزش افزوده ملموسی را به گردشگر عرضه کند نمی‌تواند به خودی خود گردشگری پایدار را به ارمغان آورد. سیمره می‌گوید: اگر دانشجویی قصد اقامت بلند مدت در

شهر ما را دارد باید منفعت خاصی برایش تعریف شود. از هزینه تحصیل در شهر تا هزینه اقامت، اشتغال و... اگر گردشگری برای تفریح قرار است شهر ما را انتخاب کند در قبال هزینه‌های انجام می‌دهد به خدمات نیاز دارد. خدمات ملموسی که بتواند مزیتی باشد که توان رقابت با رقبای را داشته باشد. مخاطب برای انتخاب شهر چندین مقصد را در نظر می‌گیرد و در نهایت شهری را انتخاب می‌کند که ارزش ملموسی برای او عرضه کند.

## اولین کلید شکل دهی به برند شهری

شاید آنچه که از برندسازی شهری در نگاه نخست به چشم می‌خورد صرفاً تبلیغ و ترویج ظرفیت و پتانسیلی است که در قالب بستر استراتژیک و از گانیک شهر نهفته است اما آیا عرضه ظرفیت‌ها بدون در نظر گرفتن ارزش افزوده آنها برای مخاطبان منطقه‌ای و فرمانطقه‌ای می‌تواند شهر را به برندی جذاب برای مخاطبان مختلف تبدیل کند؟ آیا می‌توانیم بدون پشتوانه لایه‌های مختلف جامعه شهری به عرضه و تبلیغ ظرفیت‌های شهر در هر حوزه‌ای که به نظر جذاب است، اقدام کنیم؟ یا شهر را به مخاطبان فرمانطقه‌ای عرضه و توقع بازخورد مناسبی از آن کار داشته باشیم؟ آیا مخاطب ما صرفاً نیاز به داده‌های خام و آشنایی با پتانسیل‌های شهر ما دارد یا برای انتخاب مقصد مورد نظرش شهری را انتخاب می‌کند که مزیت ارزش آفرینانه‌ای را به وی پیشنهاد دهد؟ سهیل سیمره با طرح این سوالات می‌گوید: سوالات مطرح شده و طیف گسترده‌ای از این نوع مسائل اولین کلیدهای شکل‌دهی روند برندسازی شهری هستند که باید در هر جایگاه و موقعیتی برای طرح‌ریزی روند مورد نظر برای شهر به آنها توجه کرد. غنی بودن از منابع و امکانات به تنهایی نمی‌تواند در دنیای رقابتی امروز به عنوان مزیت و هویت رقابتی خصوصی برای شهرهای ما در نظر گرفته

## سفیدبالک‌های تهرانی ناقل بیماری نیستند

### چالش‌های کنترل سفیدبالک‌ها

رئیس گیاه پزشکی سازمان بوستان‌ها و فضای سبز شهر تهران، گفت: زندگی و استقرار آفت‌ها در پشت برگ‌ها، عدم امکان رویت مراحل اولیه زندگی، تخم و بوریگی با چشم معمولی، سرعت تکثیر فراوان (هر ۲۰ روز یک نسل) و فاقد مرحله دیابوژ (استراحت اجباری) از چالش‌های کنترل سفیدبالک‌ها است.

### خسارت وارد شده توسط سفیدبالک‌ها

یونسی بیان کرد: ضعف شدن گیاهان و انتشار ویروس‌های گیاهی که البته در سفیدبالک‌های تهران این انتشار وجود ندارد، آلوده شدن سایر گیاهانی که قبلاً انتظار نداشتیم، مقاومت به حشره کش‌ها و اثرات روانی نامطلوب برای شهروندان از جمله خسارتی است که توسط این سفیدبالک‌ها وارد می‌شود. این سفیدبالک‌ها در ساعات گرم در پشت برگ‌ها و نزدیک زمین و در اوایل صبح که هوا خنک‌تر است پرواز کرده و جایجا می‌شوند و به همین دلیل مشکلاتی را برای شهروندان به وجود آورده‌اند.

### کنترل سفیدبالک‌ها در منابع علمی

وی به راه‌های کنترل سفیدبالک‌ها در منابع علمی اشاره کرد و گفت: تله‌های زرد، استفاده از مکنده‌ها، فویل‌های آلومینیومی، استفاده از قارچ‌های بیمارگر، دشمنان طبیعی و آفت کش‌ها از جمله راه‌های کنترل سفیدبالک‌ها هستند. وی همچنین در ادامه به اقدامات انجام شده به صورت مدیریت کنترل تلفیقی آفت نیز اشاره کرد و گفت: تمام راهکارهای زراعی، فیزیکی، مکانیکی، بیولوژیکی، اکولوژیکی را جمع کردیم تا از آنها استفاده کنیم و استفاده از راهکارهایی شیمیایی را قطع یا به حداقل برسانیم. یونسی همچنین به برخی از این اقدامات انجام شده اشاره کرد و گفت: دستورالعمل‌های اجرایی ابرخ شده در مناطق ۲۲ گانه تهران، برگزاری جلسات مستمر و منظم با مسئولین مراکز تحقیقات، آموزش و مشاوره فضای سبز به منظور ایجاد هماهنگی و تبادل اطلاعات، برگزاری جلسه مشترک مدیرعامل سازمان بوستان‌ها با وزیر و مدیران جهاد کشاورزی، تشکیل تیم‌های منسجم کارشناسی به منظور مانیتورینگ یا پایش آفت‌ها در سطح محله و ناحیه، تشکیل جلسات تخصصی در کلیه ادارات فضای سبز مناطق ۲۲ گانه، جمع آوری و معدوم سازی برگ‌های درختان توت آلوده به فرم مستعمل گذران آفت، جلوگیری از استفاده برگ‌های توت به منظور تولید خاک برگ از جمله این اقدامات است. وی اضافه کرد: همچنین می‌توان به انجام اقداماتی از جمله هرس زمستانی درختان توت به فرم کاسه‌ای، روغن پاشی درختان، عقد قرارداد با موسسه تحقیقات

## همه حاجیان ایرانی تا ۵ مهر به کشور برمی‌گردند

سازمان حج و زیارت پیش‌بینی کرده تا پنجم مهر ماه همه حاجیان ایرانی از عربستان به کشور برگردند.

به گزارش ایسنا، از مجموع ۸۶ هزار و ۳۰۰ زائر ایرانی که امسال به حج مشرف شدند، تا کنون نزدیک به ۳۳ هزار حاجی به ایران برگشته‌اند و سازمان حج و زیارت پیش‌بینی کرده است که برپنده عملیات پروازی حج تمتع ۹۶ در پنج مهرماه ببندد. نماینده ولی فقیه در امور حج و رییس سازمان حج و زیارت نیز با نزدیک شدن حج به روزهای پایانی، شنبه ۲۵ شهریورماه



## ایران‌شهر

www.ebtekarnews.com

پنجشنبه  
۲۳ شهریور ۱۳۹۶  
شماره ۳۸۰۵



## اخبار

## آجیل تبریز در فهرست آثار ملی کشور ثبت شد



با حمایت‌های شرکت شهرک‌های صنعتی آذربایجان شرقی و خوشه آجیل و خشکبار استان برند آجیل تبریز در فهرست آثار ملی کشور ثبت شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت شهرک‌های صنعتی آذربایجان شرقی، سیدمرتضی نیرومند اسکویی مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی آذربایجان شرقی در حاشیه برگزاری مراسم رونمایی از ثبت آجیل تبریز در فهرست آثار ملی کشور، اظهار کرد: قرارداد ثبت برند آجیل تبریز در فهرست آثار معنوی و ملی کشور در سال ۹۵ توسط این شرکت منعقد شده و مجری طرح نسبت به جمع‌آوری اسناد مرتبط اقدام کرد. سیدمرتضی نیرومند اسکویی افزود: با توجه به بررسی محتویات پرونده در سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری نهایتاً ثبت این برند در فهرست آثار معنوی کشور مصوب شد. وی ادامه داد: ثبت آجیل تبریز در فهرست آثار ملی کشور جزو برنامه‌های عملیاتی سال گذشته خوشه آجیل و خشکبار تبریز بود که خوشبختانه به انجام رسید.

پیگیری ثبت آثار ناملموس بیشتری از استان در فهرست ملی هستیم

مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری آذربایجان شرقی با اشاره به اینکه در یک سال و نیم گذشته پنج مورد از آثار ناملموس استان در فهرست ملی به ثبت رسیده است از تداوم این روند در راستای برندسازی خبر داد. مرتضی آبدار، در مراسم ثبت ملی آجیل تبریز با تأکید ثمرات اقتصادی ثبت آثار در فهرست ناملموس گفت: برای ایجاد یک برند معرفی و ارتقا گستره پوشش مولفه‌های مهمی به حساب می‌آیند و ثبت ملی اثر در این راستا نقش بسیار مهمی دارد و مورد ثبت شده را به نوعی انحصاری به یک منطقه خاص جغرافیایی نسبت می‌دهد و با توجه به فراگیر بودن و جنبه عمومی این آثار، معرفی آنها با سرعت بیشتری انجام می‌شود.

او در ادامه افزود: بیشترین تأکید در عرصه گردشگری روی تبلیغات متمرکز است و برای پیشرفت در عرصه گردشگری باید برای این مقوله اهمیت بیشتری قائل شد. در همین راستا در تلاشیم با ایجاد و تقویت برندهای خاص نام تبریز را در عرصه‌های گوناگون بیشتر از پیش بر سر زبان‌ها بیاوریم. مدیرکل میراث فرهنگی آذربایجان شرقی گفت: زمانی می‌توان گفت که در گردشگری شاهد پیشرفت هستیم که اثرات اقتصادی آن را در جامعه ببینیم. تبریز ۲۰۱۸ فرصتی طلایی برای گردشگری استان است و می‌خواهیم از این طریق آنچه از آن اهداف عالی اقتصاد مقاومتی یاد می‌شود را جامعه عمل بپوشانیم. آبدار در ادامه سخنانش با تقدیر از اتحادیه آجیل و خشکبار یادآور شد: اگر همت صاحبان این صنف در راستای ثبت آجیل نبود این محقق نمی‌شد. تمام مجموعه‌های دیگر نیز که شاخصه‌ای در عرصه ملی دارند باید در این زمینه پیشقدم شوند و سیاست اداره کل استان نیز، حمایت از این برنامه‌ها است. وی با تأکید بر لزوم حمایت صاحبان صنایع و صنفاها از صنایع‌دستی گفت: اگر بتوانیم در بسته‌بندی‌های آجیل و ... از صنایع‌دستی استفاده کنیم هم در معرفی صنایع‌دستی موفق خواهیم شد هم با ترویج فروش آن از هنرمندان حمایت خواهد شد. مرتضی رونمایی از ثبت آجیل تبریز در فهرست آثار ملی کشور با حضور نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و مسؤولان سازمان میراث فرهنگی در تالار پتروشیمی تبریز برگزار شد و از سیدمرتضی نیرومند اسکویی، مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان، مجید یاریگر معاون صنایع کوچک و ستاره رضایی رئیس گروه توسعه بنگاه‌ها و کارآفرینی این شرکت به خاطر تلاش‌هایشان جهت ثبت این برند قدردانی شد.

## استفاده از کیسه‌های پلاستیکی یکبار مصرف در استرالیا ممنوع می‌شود



طبق اعلام مقامات دولتی استرالیا از سال ۲۰۱۸ استفاده از کیسه‌های پلاستیکی یکبار مصرف در ایالت استرالیای غربی ممنوع می‌شود.

به گزارش ایسنا به نقل از روزنامه ایندپیندنت، به گفته مقامات استرالیایی هدف از اجرای این طرح، مقابله با آلودگی پلاستیکی است که به طور چشمگیری به حیات موجودات دریایی و پرندگان آسیب وارد می‌کند. قرار است این طرح از ماه جولای آینده به اجرا گذاشته شود. مقامات محلی استرالیا با بیان اینکه بیش از یک دهه است که برای کاهش استفاده از کیسه‌های پلاستیکی یکبار مصرف تلاش‌هایی انجام گرفته، اظهار داشتند: با این وجود تعداد کیسه‌های پلاستیکی که هر سال استفاده می‌شود، افزایش پیدا کرده است. به گفته کارشناسان جایگزین‌هایی برای کیسه‌های پلاستیکی یکبار مصرف وجود دارد و لازم است با خودداری از بکار بردن اجناس یکبار مصرف در ساخت آینده‌ای پایدار برای نسل آینده تلاش شود. در دیگر ایالت‌های این کشور از جمله استرالیای جنوبی و تاسمانی ممنوعیت استفاده از کیسه‌های پلاستیکی اعمال شده است.

## کشف اسکلت‌هایی در آبراهه تخت جمشید



سرپرست تیم کاوش آبراهه‌های تخت جمشید از کشف و شناسایی ۶ اسکلت در مسیر این کاوش‌ها به عنوان مهم‌ترین دست‌آورد این فعالیت علمی پژوهشی یاد کرد.

به گزارش ایسنا، علی اسدی با بیان اینکه از نظر باستان‌شناسی و شناخت تاریخچه تخت جمشید این اسکلت‌ها اهمیت زیادی دارند، گفت: اسکلت‌ها پس از انجام مطالعات اولیه، برای مطالعات تکمیلی،

به آزمایشگاهی در تهران منتقل می‌شوند. وی درباره نتایج فصل سه کاوش در این محوطه جهانی گفت: در فصل سوم کاوش، بررسی در یک محدوده چهل متری به سمت شمال این آبراهه انجام شد، که از ویژگی آن می‌توان به ارتفاع زیاد و بیش از ۶ متر اثر که در محوطه‌های تراشیده قرار گرفته‌اند، اشاره کرد. اسدی ایجاد یک مسیر بازدید برای سنگ‌نوشته‌های مهم داریوش بزرگ در دیواره جنوبی تختگاه تخت جمشید را از دیگر اهداف کاوش در این محوطه برشمرد و گفت: این سنگ‌نوشته‌ها مهم‌ترین سنگ‌نوشته دوره هخامنشی در تخت جمشید است که اطلاعات مهمی درباره وضعیت تخت‌جمشید و اینکه داریوش بر چه اساسی و اهدافی این بنا را بنیان‌گذاری کرده، ارائه می‌دهد. به گفته این باستان‌شناس با توجه به پوشیده بودن این بخش جنوبی تختگاه تخت جمشید با خاک کاوش‌های گذشته، مسیر بازدیدی برای این نوشته‌ها وجود نداشت. رئیس تیم باستان‌شناسی آبراهه‌ها تخت‌جمشید همچنین کشف دیواره جنوبی تخت‌جمشید را عاملی برای نمودار شدن منظر تخت جمشید به صورت واقعی دانست. اسدی گفت: این منظر امروزه قدری دستخوش تغییر شده است، بنابراین با برداشت این خاک، دره جنوبی تخت‌جمشید که در گذر زمان تغییر شکل پیدا کرده، بار دیگر به صورت طبیعی و به احتمال زیاد با چهره‌ای شبیه به دوره هخامنشی، نمایان می‌شود. فصل سوم کاوش در محوطه ۱۲ هکتاری آبراهه‌های تخت‌جمشید با محور پژوهشکده باستان‌شناسی به مدت ۴۵ روز و با حضور ۱۲ نفر از مرمتگران انجام شد.

عربستان را به قصد ایران ترک خواهند کرد. تا شب گذشته حدود ۴۱ هزار زائر ایرانی در شهر مکه و ۱۱ هزار تن دیگر در شهر

مدینه حضور داشتند. به گفته نصرالله فرمند، مدیر عملیات حج انتقال زائران ایرانی از عربستان با وجود آن‌که ظرفیت بیشتری در مقایسه با ایرانیان سعودی، به زائران هوایی ایران محول شده است، همچنان روان و عادی درحال انجام است. بازگشت زائران ایرانی از فرودگاه‌های جده و مدینه به مقصد ۲۰ ایستگاه پروازی صورت می‌گیرد.