

ماهنامه دریانوردی زندگی در بنادر ایران

بنادر

| سال ۳۵ | دوره جدید، شماره ۳۳، پیاپی ۲۸۰ | مرداد ۱۳۹۹ | ۱۰۰ صفحه | ۳۰ هزار تومان |

بزرگ‌ترین دریاچه جهان
به روایت پژوهشگران، کارشناسان و مسئولان
به وقت خزر



نمادهای دریایی - ۲

چرا هیچ‌یک از شهرهای ساحلی ایران دارای نمادهای شهری فاخر نیستند؟

بررسی نمادهای شهری جمهوری آذربایجان - باکو



محمد مونسان | عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی مالک اشتر

اشاره بندر و دریا | همه‌ی شهرهای ساحلی بزرگ و مهم دنیا، از جمله برخی کشورهای کوچک همسایه ایران، بدون استثنا، دارای یک یا چند نماد شهری معروف هستند که به‌عنوان مرکزیت یک مجموعه تفریحی و گردشگری بزرگ، ایفای نقش می‌کنند و چهره شهرهای ساحلی را متحول کرده‌اند. متأسفانه، هیچ‌یک از شهرهای ساحلی ما (چه در شمال و چه در جنوب کشور) دارای سازه‌های فاخر مهندسی، به‌عنوان نماد شهری و جاذبه گردشگری، نیستند. در این جا، به‌منظور کمک به روشن‌تر شدن ذهن مسئولان و مدیران استان‌های ساحلی کشور، سعی می‌کنیم برخی از این نمادهای معروف را بررسی کنیم. برای نشان دادن قابلیت اجرا و امکان‌پذیری چنین طرح‌هایی، ابتدا به بررسی برخی کشورهای کوچک همسایه پرداخته‌ایم که از نظر وسعت، جمعیت و توانایی‌های طراحی و مهندسی، بسیار ضعیف‌تر از ایران هستند. در شماره قبل، به نمادهای شهری مدرن کشور کویت شهر کویت. پرداختیم و در این شماره، به سراغ کشور آذربایجان - شهر بندری باکو - رفته‌ایم.

باکو، پایتخت جمهوری آذربایجان، بزرگ‌ترین شهر و همچنین بزرگ‌ترین بندر این کشور است. این شهر در ساحل غربی دریای خزر، در شبه‌جزیره آب‌شوران، قرار دارد و یکی از مناطق نفت‌خیز جهان است. باکو پرجمعیت‌ترین و یکی از زیباترین شهرهای قفقاز است. کشور کوچک آذربایجان، با حدود ۹/۵ میلیون نفر جمعیت و ۸۷ هزار کیلومتر مربع وسعت، یکی از موفق‌ترین کشورهای آسیای میانه و حاشیه خزر در ساخت سازه‌های مدرن مهندسی، به‌عنوان نمادهای شهری و ابزاری برای افزایش درآمد گردشگری، بوده است. در کنار حفظ رونق بخش قدیمی و باستانی شهر ساحلی باکو، در این شهر اقدام به ساخت فاخرترین و عظیم‌ترین نمادهای شهری

نیز شده است. این‌که اکنون از باکو، به‌خاطر زیبایی و جذابیت، به‌عنوان عروس منطقه قفقاز یاد می‌شود ما را به فکر فرو می‌برد که آیا هیچ‌یک از شهرهای ساحلی شمال کشورمان قابل مقایسه با باکو هستند؟ آیا حتی فقط یک سازه عظیم مهندسی به‌عنوان نماد شهری مدرن در شهرهای شمالی ما وجود دارد؟

از بین تعداد بسیار زیاد نمادهای شهری مدرن در باکو، می‌توان پنج نماد معروف و بزرگ را از قرار زیر نام برد.

برج‌های شعله (Flame Towers)

این سه برج به‌ترتیب با ارتفاع ۱۸۲، ۱۶۵ و ۱۶۱ متر جزء

بلندترین آسمان‌خراش‌های باکو محسوب می‌شوند و چون بر روی زمین‌های مرتفع نیز ساخته شده‌اند، از تمام شهر قابل رویت هستند. علت نام‌گذاری این سه برج، شباهت آن‌ها به شعله‌های آتش و به مناسبت کشف گاز در این کشور است. این سه برج نماد ورود باکو - و کشور آذربایجان - به دوران جدیدی از تاریخ هستند و جلوه‌ای خاص به شهر بخشیده‌اند.

ساخت برج‌های شعله در سال ۲۰۰۷ شروع و در سال ۲۰۱۲ به پایان رسید. این برج‌ها توسط شرکت معماری آمریکایی «HOK» طراحی شد و پیمانکار ساخت و مدیریت آن نیز شرکت دیگری از آمریکا (Hill International) بود. عظمت کار به حدی بود که شبکه‌ی علمی «دیسکاوری» برنامه‌ای را با عنوان «Azerbaijan's Amazing Transformation» برای تشریح این ابرپروژه تولید کرد و در آن ادعا کرد که چهره آذربایجان از یک کشور عقب‌افتاده آسیایی به یک کشور مدرن، با چهره‌ی اروپایی، تغییر یافت.

این برج‌ها دارای انواع رستوران‌ها، کافه‌ها، هتل‌های رو به دریای خزر و مکان‌های تفریحی هستند و نمای بیرونی آن‌ها را بیش از ۱۰ هزار لامپ LED پر قدرت به صفحات نمایشگر بسیار بزرگی تبدیل کرده است که به‌صورت شعله‌های آتش نشان داده می‌شوند و در شب، چشم‌انداز بسیار زیبایی دارند و باعث رونق شبانه‌روزی گردشگری ساحلی و دریایی در اطراف خود می‌شوند.

یکی از برج‌های سه‌گانه شعله کاربری هتل‌گونه دارد (Faimont Hotel) و دارای ۲۵۰ اتاق و ۶۱ سوئیت مجلل است، سازه دوم این مجموعه کاربری تجاری (۳۳ هزار مترمربع فضای تجاری و خدماتی) دارد و سومین ساختمان این مجموعه مسکونی و دارای ۱۳۰ واحد مجلل در ۳۳ طبقه است. برای ساخت این سازه سه‌گانه، ۳۵۰ میلیون دلار هزینه شده است. این بودجه کلان نه از راه دولتی، بلکه صرفاً از سرمایه‌های کوچک و بزرگ مردمی تأمین شده است. این الگوی موفق، دقیقاً حلقه مفقوده‌ی تأمین مالی پروژه‌های بزرگ تفریحی در ایران است، چراکه در کشور ما تصور می‌شود که کل سرمایه چنین پروژه‌هایی باید توسط دولت تأمین شود، در حالی‌که این اشتباه است و دولت صرفاً نقش هدایتگری دارد. در چنین مجموعه‌هایی، صدها یا هزاران واحد تجاری و مسکونی ساخته می‌شوند که معمولاً از محل پیش‌فروش آن‌ها به مردم عادی، با سرمایه‌های کوچک و متوسط، سرمایه لازم برای ساخت پروژه تأمین می‌شود. چنین تجربه‌ای در ایران، در ساخت مجموعه عظیم شاندیز مشهد، وجود دارد که می‌تواند الگویی برای توسعه گردشگری شهرهای ساحلی ایران باشد.

برج تلویزیون (TV Tower)

برج مخابراتی باکو ۳۱۰ متر ارتفاع دارد و ساخت آن از سال ۱۹۷۹ (در زمان شوروی سابق) شروع شد و قرار بود که در سال ۱۹۸۵ به اتمام برسد، اما به دلایلی این طرح طبق برنامه پیش نرفت و پس از بازگشت حیدر علی‌اف به قدرت در سال ۱۹۹۳، ساخت آن از سر گرفته شد و در سال ۱۹۹۶، طی برنامه مجللی، افتتاح شد. این آسمان‌خراش، که بلندترین سازه شهر باکو و کشور آذربایجان است، علاوه بر کاربری مخابراتی، درون خود رستوران گردان و امکانات تفریحی دارد و از تمام شهر می‌توان آن را دید. رستوران چرخان طبقه شصت و دوم این برج (در ارتفاع ۱۷۵ متری) در سال ۲۰۰۸ افتتاح شد و یک نمای ۳۶۰ درجه از شهر باکو را فراهم می‌کند.

سالن کریستال (Crystal Hall)

سالن کریستال باکو در نزدیکی میدان پرچم این شهر واقع شده است. این سالن در واقع یک سالن و ورزشگاه سرپوشیده‌ی چندمنظوره است که بعد از تصمیم به ساخت آن در سال ۲۰۱۱، در کمتر از یک سال ساخته شد و رئیس جمهوری این کشور، در سال ۲۰۱۲، آن را افتتاح کرد. طراحی این سازه مدرن به عهده یک شرکت

آلمانی (GMP) بود و در حدود ۳۵۰ میلیون دلار برای ساخت آن هزینه شد. برای احداث این ورزشگاه، که حدود ۲۵ هزار نفر ظرفیت دارد، به دلیل محدودیت طول سواحل در باکو، دولت آذربایجان مجبور شد تعداد زیادی از منازل مسکونی آن منطقه را به اجبار تخریب کند و مردم ساکن آن را به مناطق دیگر منتقل کند.

مرکز فرهنگی حیدر علی‌اف (Heydar Aliyev Center)

مرکز فرهنگی حیدر علی‌اف، با مساحت ۵۷ هزار مترمربع، مکانی بسیار جذاب است که توسط زاها حدید، طراح مشهور عراقی، طراحی شده است. هزینه ساخت این سازه ۲۵۰ میلیون دلار بوده است و در بازه زمانی پنج‌ساله (۲۰۰۷-۲۰۱۲) طراحی و ساخته شده است. ارتفاع بلندترین طاق این سازه زیبایی مهندسی ۷۴ متر است. موج و انحنا ی طراحی شده بر بام این ساختمان، جلوه‌ای چشمگیر به آن بخشیده است و طرح کلی آن، برنده جایزه‌های متعدد معماری در سطح بین‌المللی شده است.

از نظر کاربری، فضای داخلی این مرکز محل نمایشگاه دائمی لوازم، هدایا، اتومبیل‌ها و لباس‌های شخص حیدر علی‌اف، رئیس جمهوری آذربایجان، است. همچنین، این مرکز به‌عنوان مکانی برای برگزاری کنسرت، کنفرانس و تئاتر نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد.

موزه فرش آذربایجان (Azerbaijan Carpet Museum)

این موزه به منظور آشنایی گردشگران با صنعت فرش آذربایجان ساخته شده است و محلی تخصصی برای تبلیغ و شناساندن صنعت فرش این کشور به تمام دنیاست. در این موزه، فرش‌های آذری، ایرانی و داغستانی نگهداری می‌شود. علاوه بر زیبایی فرش‌هایی که در این موزه به نمایش گذاشته شده‌اند، معماری و طراحی این سازه نیز به‌شکل فرش لوله‌شده جلوه‌ای زیبا و خودنمایانه به آن داده است و به آن اجازه داده که خود را به‌عنوان یک جاذبه گردشگری و شاهکار طراحی معماری در آذربایجان مطرح کند. طراحی اتریشی موزه فرش آذربایجان را طراحی کرده است. این موزه در مدت شش سال و با صرف هزینه‌ای ۱۰۰ میلیون دلاری احداث و در سال ۲۰۱۴ افتتاح شده است.

بلوار ساحلی باکو

اغلب نمادهای شهری و مراکز گردشگری ذکر شده در فاصله چند صد متری بلوار ساحلی باکو قرار دارند. این بلوار، مکانی زیبا و مشرف به دریای خزر است که در شب، نمایی منحصر به فرد دارد. مسیرهای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری، رستوران‌ها، فروشگاه‌ها، پارک‌ها، موزه‌ها، سینماها، سالن‌های ورزشی، هتل‌ها و کافه‌های متعددی در گستره این بلوار وجود دارند و خانواده‌ها، جوانان و نوازنده‌های تازه‌کار هر شب در این مکان گرد هم می‌آیند و فضایی گرم و صمیمی به شهر می‌بخشند.

سایه ساختمان‌های بلند و مجلل در آب دریا منعکس شده و باعث می‌شود که نه تنها گردشگری در شب متوقف نشود، بلکه رونق ویژه‌ای نیز داشته باشد. به دلیل تراکم اماکن اقامتی و مسکونی و هتل‌ها در اطراف این بلوار، گردشگری در اغلب فصل‌های سال رونق دارد. شاید در طول سواحل ۹۰۰ کیلومتری ایران در اطراف دریای خزر نتوان هیچ منطقه‌ای با این اوصاف پیدا کرد.

طرح‌های آینده توسعه گردشگری آذربایجان

آذربایجان یک کشور کوچک نفت‌خیز است. این کشور نیز همانند کشورهای عربی تصمیم دارد تکیه‌گاه مالی خود را از نفت به گردشگری انتقال دهد. تجربه موفق کشورهایی مانند امارات و قطر در این زمینه باعث شده تا آذربایجان نیز این مسیر را بیازماید. کشور آذربایجان از دو مزیت عمده نسبت به کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس برای توسعه گردشگری برخوردار است: یکی،



یکی از برج‌های سه‌گانه

شعله کاربری هتل‌گونه دارد و

دارای ۲۵۰ اتاق و ۶۱ سوئیت

است، سازه دوم این مجموعه

کاربری تجاری دارد و سومین

ساختمان، مسکونی و دارای

۱۳۰ واحد مجلل در ۳۳ طبقه

است. برای ساخت این

سازه سه‌گانه، ۳۵۰ میلیون

دلار هزینه شده. این بودجه

نه از راه دولتی، بلکه صرفاً از

سرمایه‌های کوچک و بزرگ

مردمی تأمین شده است



آب و هوای به مراتب بهتر و دیگری، نزدیکی جغرافیایی و فرهنگی به اروپا و روسیه و ایران و ترکیه. آذربایجان به خوبی می‌داند که صرفاً با تکیه بر آثار باستانی و طبیعت زیبا نمی‌تواند شانس چندانی در جذب گردشگر داشته باشد، چرا که کشورهایی مانند ترکیه و ایران تاریخ طولانی‌تر و آثار باستانی بیشتر و قدیمی‌تری نسبت به آذربایجان دارند. لذا، برنامه‌ریزان این کشور، در ۱۵ سال اخیر، تمرکز بالایی بر ساخت سازه‌های فاخر مهندسی و ایجاد جذابیت‌های گردشگری داشته‌اند و به همین دلیل است که شهر کوچک باکو دارای تعداد زیادی نماد شهری مدرن است.

طبق برنامه‌ریزی‌های توسعه‌محور در کشور آذربایجان، قرار است تا سال ۲۰۳۰ حداقل پنج نماد شهری فاخر و عظیم دیگر در باکو و سایر شهرهای این کشور ایجاد شود، به‌گونه‌ای که علاوه بر باکو، سایر شهرها نیز به مقصد گردشگری تبدیل شوند. یکی از این پنج نماد جدید، یک هتل هلالی شکل مجلل، با یک معماری خارق‌العاده و منحصربه‌فرد در دنیاست که در داخل آب ساخته می‌شود و دارای یک آکواریوم بزرگ خواهد بود و به‌عنوان بزرگ‌ترین و شیک‌ترین هتل حاشیه دریای خزر ایفای نقش خواهد کرد. این طرح‌های بزرگ و عجیب مهندسی، قطعاً نگاه گردشگران را بیش از پیش متوجه آذربایجان خواهد کرد.

سهم آذربایجان از گردشگر خارجی در سال ۲۰۰۵، کمتر از ۱۰۰ هزار نفر بود، ولی این کشور توانست سهم خود را در سال ۲۰۱۹ به بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار نفر برساند و برای سال ۲۰۳۰، برای پذیرش چهار میلیون نفر مسافر برنامه‌ریزی کرده است. در سال ۱۹۹۹، قانونی درباره توسعه گردشگری در مجلس ملی جمهوری آذربایجان به تصویب رسید و در همان سال، رئیس‌جمهوری وقت این کشور دستوروی ویژه برای اجرایی‌شدن قانون جدید گردشگری صادر کرد. همانند کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس، یکی از تهدیدهای سرمایه‌گذاری آذربایجان در حوزه گردشگری، جمعیت بومی بسیار کم و گردشگر داخلی محدود است؛ لذا، این کشور برای کاستن از این تهدید، باید بتواند موفقیت زیادی در جذب گردشگر خارجی داشته باشد. همه این‌ها در حالی است که ایران از این نظر، با داشتن بیش از ۸۰ میلیون جمعیت، از یک پشتوانه داخلی محکم برای توجیه اقتصادی پروژه‌های گردشگری برخوردار است. مثلاً گفته می‌شود که هرساله، فقط در فصل بهار، در حدود ۲۵ میلیون نفر از جمعیت ایران به شهرهای ساحلی شمالی کشور سفر می‌کنند. این تعداد گردشگر داخلی و درآمد هنگفت ناشی از آن می‌تواند توجیه اقتصادی کافی برای هر نوع پروژه عظیم گردشگری ایجاد کند. علاوه بر گردشگران داخلی، تعداد قابل‌توجهی گردشگر خارجی هرساله از شهرهای شمالی ایران بازدید می‌کنند، ولی متأسفانه، با وجود درآمد بالای گردشگری داخلی و خارجی، به دلیل نبود رویکردهای مدرن و مهندسی‌محور در حوزه گردشگری، کشورمان نتوانسته در ساخت نمادهای فاخر شهری توفیقی داشته باشد. چندین دهه است که تمرکز مدیران گردشگری ایران بر دو حوزه استوار بوده است: آثار باستانی و طبیعت زیبا. اصولاً هیچ نگاه مهندسی‌ای در کار نبوده است که بتوان با ساخت سازه‌های مهندسی و عمرانی عظیم، جذاب و فاخر، مجموعه‌های مدرن گردشگری ایجاد کرد و به همین دلیل است که در ۹۰۰ کیلومتر سواحل ایران در حاشیه دریای خزر، حتی یک نماد شهری فاخر و مدرن و معروف نمی‌توان یافت. این‌ها در حالی است که ایران در چهار دهه‌ی گذشته، از نظر توان مالی و توان مهندسی و طراحی، یک سروگردن از کشوری مانند آذربایجان بالاتر بوده است. تفکرات مهندسی بلندپروازانه و جاه‌طلبانه لازمه توسعه هر کشوری است که متأسفانه، در ایران، به دلیل فقدان این تفکرات، بودجه‌های سالیانه صرف امور جاری و گذران معیشت و برخی طرح‌های کوچک می‌شود.

امروزه، اگر کسی به شهرهای بندر ترکمن، بابل، بابلسر، چالوس، رامسر، بندر انزلی و استارا سفر کند، باید از چه نمادهایی عکس

یادگاری بگیرد تا نشان دهد که به این شهرها سفر کرده است؟! در همه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، شهرهای ساحلی بزرگ و حتی کوچک برای خود یک نماد شهری مدرن و معروف دارند؛ از جنوب شرقی آسیا گرفته تا آسیای میانه و اروپا و آمریکای شمالی و حتی آمریکای جنوبی (که به‌مرور در شماره‌های آتی به این نمادها در کشورهای مختلف اشاره خواهد شد). مدیران گردشگری ایران به این موضوع کم‌توجه هستند که همین سازه‌های عظیم مهندسی، اگر امروز ساخته شوند، ظرف چند دهه آینده تبدیل به آثار باستانی می‌شوند، مانند بسیاری از عمارت‌هایی که در زمان قاجاریه یا پهلوی ساخته شدند و امروزه به‌عنوان آثار باستانی از آن‌ها حراست می‌شود!

مسئله بعدی در تولید و توزیع عادلانه‌تر درآمد در مناطق ساحلی کشور است. نمادهای شهری یک هزینه نیستند، بلکه سرمایه‌گذاری هستند؛ برای مثال، زیاد شنیده می‌شود که برج ایفل هر چهار ماه، به اندازه هزینه‌ای که برای احداث آن شده، برای فرانسه کسب درآمد می‌کند، یعنی بازگشت سرمایه آن چهار ماهه است! می‌توان با تعویض نگاه‌های مدیریتی، در یک بازه زمانی ۱۰ ساله، تحولات بزرگی در حوزه گردشگری ساحلی و دریایی در شمال و جنوب ایران و به‌خصوص در سواحل شمالی ایجاد کرد، زیرا این مناطق هم‌اکنون نیز درآمد بالایی در حوزه گردشگری دارند که اگر فقط پنج درصد این درآمد، هرساله، صرف ساخت نمادهای شهری شود، تحولات بزرگی را شاهد خواهیم بود.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که تقریباً همه نمادهای شهری کشور آذربایجان در یک بازه زمانی هشت‌ساله، در فاصله سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۴، ساخته شده‌اند: برج‌های شعله (۲۰۰۷ - ۲۰۱۲)، سالن کریستال (۲۰۱۱ - ۲۰۱۲)، مرکز فرهنگی حیدر علی‌اف (۲۰۰۷ - ۲۰۱۲) و موزه فرش (۲۰۰۸ - ۲۰۱۴). پس اگر تفکرات مدیریتی نوبنی در این عرصه وجود داشته باشد، کارهای بسیار بزرگ و تحول‌آفرین را می‌توان در یک بازه ۱۰ ساله انجام داد.

تقریباً ساخت تمامی نمادهای شهری باکو و تغییر چهره این کشور مدیون تفکرات مدیریتی رئیس‌جمهوری این کشور است. همچنین، ملاحظه می‌شود که کل هزینه ساخت چهار نماد اصلی شهر باکو در حدود یک میلیارد دلار بوده است. این مبلغ ظرف هشت سال هزینه شده است، یعنی به‌طور متوسط، هر سال، ۱۲۵ میلیون دلار برای ساخت نمادهای شهری در این کشور هزینه شده است. چنین مبلغی، در مقایسه با گردش مالی بخش دولتی و خصوصی ایران، بسیار ناچیز است یعنی حتی این امکان وجود دارد که کل این مبلغ هرساله از سوی دولت تأمین شود، مشروط بر تحول اساسی در دیدگاه مدیران و تصمیم‌گیران کشور در زمینه‌ی گردشگری. البته لازمه انجام چنین طرح‌های بزرگی این است که رویکرد اصلی در تأمین سرمایه حوزه گردشگری مبتنی بر هدایت سرمایه‌های کوچک و بزرگ مردم به این حوزه باشد. به نظر می‌آید در این حوزه، بدنه مدیریتی باید از پایین به بالا توجیه شوند (از کارشناسان گردشگری تا شورای شهرها و شهرداران و فرمانداران و استانداران و...) و آن‌ها باید به این باور برسند یا رسانده شوند که در ایران نیز می‌توان کارهای مهندسی منحصربه‌فرد انجام داد. مثلاً چه‌کسی تصور می‌کرد که در تهران بتوان یک دریاچه بزرگ مانند دریاچه چینگر ایجاد کرد؟ فکرهای بزرگ می‌تواند کارهای بزرگ و خارق‌العاده انجام دهد؛ چشم‌ها را باید شست، جور دیگر باید دید. در این راه، اگر فقط یکی از شهرهای ساحلی خزر اقدام به طراحی و ساخت یک نماد عظیم شهری کند، خود به‌خود الگویی برای سایر شهرهای ساحلی خواهد شد تا این اقدام را تکرار کنند، ولی همیشه مشکل اصلی در نقطه شروع یک کار است که نیازمند همت والا و دیدگاه جدید است. نباید غفلت کرد و اسم رمز ایجاد این تحولات، «ساخت نمادهای فاخر شهری» به‌عنوان مرکزیت مجموعه‌های نوین گردشگری است. |

