

ماهنامه دریانوردی زندگی در بنادر ایران

بنادر

سال ۳۵ | دوره جدید، شماره ۳۹، پیاپی ۲۸۶ | بهمن ۱۳۹۹ | ۹۶ صفحه | ۴۰ هزار تومان

گزارشی از وضعیت بنادر ایران
و جهان در یک سالگی شیوع
ویروس کووید - ۱۹

من،
کرونا
یک سال
دارم!



پرونده‌ای با گفته‌ها و نوشته‌های
مدیران و کارشناسان از چالش‌های
صنعت حمل و نقل در دوران
پست‌تحریم

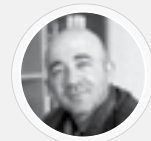


نمادهای دریایی - ۶



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

بررسی نمادهای شهری کشور اوکراین



| محمد مونسان | عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی مالک اشتر|

اشاره همه‌ی شهرهای ساحلی بزرگ و مهم دنیا، ازجمله برخی کشورهای کوچک همسایه ایران، بدون استثنا، دارای یک یا چند نماد شهری معروف هستند که به‌عنوان مرکزیت یک مجموعه‌ی تفریحی و گردشگری بزرگ، ایفای نقش کرده و چهره‌ی شهرهای ساحلی را متحول کرده‌اند. متأسفانه هیچ‌یک از شهرهای ساحلی ما (نه در شمال و نه در جنوب کشور) دارای سازه‌های فاخر معروف و شناخته‌شده‌ی مهندسی به‌عنوان نماد شهری و جاذبه‌ی گردشگری نیستند. در این جابه‌منظور کمک به روشن‌تر شدن ذهن مدیران ارشد و مدیران استان‌های ساحلی کشور، سعی می‌کنیم برخی از این نمادهای معروف را معرفی کنیم. معتقدیم که برای ایجاد تحول در شهرهای ساحلی ایران و کم‌کردن فاصله با کشورهای همسایه، باید دیدگاه‌های مدرن مهندسی در مدیران ایرانی تقویت و دیدگاه‌های سنتی گذشته اصلاح شوند. همچنین 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 در سطح پایین‌تری از ایران قرار دارند. در شماره‌های قبل به نمادهای شهری کشور کویت (شهر ساحلی کویت)، کشور آذربایجان (شهر ساحلی باکو)، کشور گرجستان (شهر ساحلی باتومی)، کشور قطر (شهر ساحلی دوحه) و کشور امارات متحده عربی (شهر بندری دویی) پرداختیم. در این شماره به سراغ نمادهای فاخر کشور اوکراین در کنار دریای سیاه می‌رویم.

دلار و رتبه ۶۰ دنیاست. تا سال ۲۰۱۲ و قبل از انقلاب مخملی اوکراین، گردشگری یکی از منابع مهم درآمدی اوکراین به حساب می‌آمده و این کشور همواره صفت «عروس اروپا» را برای خود داشته و هشتمین مقصد گردشگری دنیا بوده است. اوکراین با ۲۳ میلیون گردشگر، دو درصد GDP این کشور و حدود دو درصد (۳۵۱ هزار شغل) از کل اشتغال‌زایی این کشور را شکل می‌داد؛ ولی پس از اتفاقات سال ۲۰۱۳ و جدایی شبه‌جزیره «کریمه» همه‌چیز تغییر کرد. اوکراین یک کشور دریایی با فرهنگ غنی دریایی است، به‌گونه‌ای که ۱۰۰ هزار نفر اوکراینی بر روی کشتی‌های خارجی کار می‌کنند و ششمین کشور صادرکننده

کشور اوکراین یکی از کشورهای اروپای شرقی با جمعیت ۴۲ میلیون نفر و وسعت ۶۰۰ هزار کیلومتر مربع (۳۶ درصد مساحت ایران) است که پس از فروپاشی شوروی سابق در سال ۱۹۹۱ به استقلال مجدد رسید. این کشور در حاشیه شمالی دریای سیاه واقع شده که معروف‌ترین شهر ساحلی آن شهر «اودسا»ست. همچنین یک رودخانه بزرگ به نام «دنیپر» از شمال تا جنوب آن در جریان است که قابل کشتیرانی است و شهرهای بزرگ و پرجمعیتی در ساحل این رود زیبا شکل گرفته‌اند که مهم‌ترین آن شهر «کی‌یف» (پایتخت اوکراین) است. اوکراین در شرایط فعلی، کشوری با اقتصاد ضعیف با بودجه سالیانه ۳۳ میلیارد



مجسمه «مام میهن» بر فراز شهر «کی‌یف» و به ارتفاع ۱۰۲ متر و محلی برای برگزاری تجمعات مردمی و جشن‌ها

یادبود کشته‌شدگان جنگ جهانی دوم وجود داشت، به‌گونه‌ای که امروزه در هر شهری از اروپای شرقی می‌توان چندین نماد کوچک و بزرگ از آن دوران مشاهده کرد که عمدتاً در مرتفع‌ترین نقاط شهر ساخته شده‌اند. فضای باز اطراف این مجسمه و دید باز آن بر روی شهر، باعث شده که یک منطقه تفریحی بزرگ و جذاب برای گردشگران باشد. موزه‌های نظامی متعددی نیز در زیر این مجسمه و اطراف آن وجود دارد که شامل توپ و تانک و موشک و هواپیماهای قدیمی و جدید است. متأسفانه در ایران یک حساسیت و ترس عجیبی در ساخت سازه‌های بلند مهندسی وجود دارد، به‌گونه‌ای که مردم شهرهای ساحلی خیلی به‌ندرت این شانس را دارند که بتوانند از بالا، شهر خود و دریا را تماشا کنند و فقط تصاویر اینترنتی که با هواپیما یا کوادکوپتر گرفته شده را می‌توانند ببینند.

نمایی از مجسمه «مام میهن» و رودخانه «دنیپر» - رنگ طلایی و نقره‌ای مجسمه فلزی در ساعات مختلف روز



دریانورد در دنیاست و تقریباً در همه شهرهای ساحلی آن، دانشگاه دریایی وجود دارد. در ادامه به چهار نماد شهری معروف اوکراین اشاره می‌کنیم.

مجسمه «مام میهن»

این مجسمه که معروف‌ترین نماد شهری اوکراین است، در شهر کی‌یف، پایتخت این کشور و بر فراز رود دنیپر ساخته شده و به‌عنوان سمبلی از رشادت‌های مردم اوکراین و ۱۱ هزار و ۶۰۰ کشته این کشور در جنگ جهانی دوم و نمادی از بسیج مردمی شوروی در زمان جنگ بوده است. طراحی این مجسمه در سال ۱۹۷۸ نهایی شد و ساخت آن در سال ۱۹۷۹ شروع شده و در سال ۱۹۸۱ پایان یافت. جنس این مجسمه از جنس تیتانیوم بوده و با هزینه ۹ میلیون روبل (حدود شش میلیون دلار در زمان خود) ساخته شد و بر فراز ساختمان موزه این شهر (موزه جنگ بزرگ میهن پرستانه) قرار گرفته است. ارتفاع این مجسمه ۱۰۲ متر و وزن آن ۵۶۰ تن است. طول شمشیر مجسمه ۱۶ متر و وزن آن ۹ تن بوده و روی سپر مجسمه با ابعاد ۱۳ متر در هشت متر، آرم اتحاد جماهیر شوروی نقش بسته است. طراحی این مجسمه چندین مرتبه توسط طراحان اوکراینی تغییر یافت. در طرح اولیه، دو مجسمه به ارتفاع ۲۱۰ متر در کنار هم وجود داشت که از جنس غیرفلزی بود. بعداً این طرح مطرح شد که اگر از جنس فلز باشد در معرض نور آفتاب، از درخشندگی خاصی برخوردار خواهد بود که هم تداعی‌کننده قداست مجسمه است و هم این‌که از تمام شهر به راحتی قابل رویت است ولی هزینه آن بسیار سنگین می‌شد. لذا دو مجسمه تبدیل به یک مجسمه و ارتفاع آن از ۲۱۰ متر به ۱۰۲ متر کاهش یافت. از آن‌جا که این مجسمه بر فراز یک منطقه مرتفع ساخته شده، تقریباً از تمام شهر کی‌یف قابل مشاهده است. در زمان شوروی، اصرار زیادی بر ساخت نمادهای فاخر شهری با هدف تبلیغ کمونیسم و



مجسمه «ولادیمیر مقدس» (Saint Vladimir Monument)

این مجسمه با ارتفاع ۲۰/۴ متر در سال ۱۸۵۳ (۱۶۷۰ سال قبل) ساخته شد که یکی از قدیمی ترین مجسمه های اروپاست. این مجسمه به عنوان دومین نماد شهری معروف اوکراین، باز هم در شهر کی یف و بر فراز رود دنیپر ساخته شده و به دلیل نمای زیبایی که از کل شهر ارائه می کند و به علت این که در وسط یک پارک معروف قرار گرفته، همواره مورد توجه گردشگران است.

مجسمه «استقلال»

یکی از جاذبه های معروف و سومین نماد شهری کی یف، یک سازه ی مرتفع به نام مجسمه استقلال در مرکز شهر کی یف و در محلی به نام «میدان» واقع است. خیابان معروف «کرشاتیک» که مرکز گردشگری این شهر است، منتهی به این نماد می شود. تجمعات انقلاب مخملی سال ۲۰۱۳ در اطراف این نماد اتفاق می افتاد و همین باعث معروفیت بیشتر این نماد شد. این نماد به ارتفاع ۶۱ متر و در سال ۲۰۰۱ به مناسبت دهمین سال استقلال اوکراین از شوروی ساخته شد. در طبقات زیرین این نماد، یک فروشگاه بزرگ (هایپرمارکت) و مراکز زیبا و چشم نواز فروش سوغات اوکراینی وجود دارد که به صورت زیرزمینی امتداد یافته تا به ایستگاه مترو رسیده است. کل منطقه و خیابان های اطراف این نماد، مراکز معروف گردشگری هستند.



نمای مجسمه «مام میهن» از سوی دیگر شهر



مجسمه «استقلال» در شهر «کی یف»



مجسمه «ولادیمیر مقدس» بر فراز شهر «کی یف» و رود «دنیپر»

ارتفاع قسمت های مختلف مجسمه فلزی عظیم «مام میهن»

راه پله «پوتمکین»

در برخی مواقع، نمادهای شهری یک سازه بلند نیستند؛ مانند نماد شهری اودسا که یک راه پله عریض و بلند است. ساخت این پلکان های سنگی از سال ۱۸۳۷ تا ۱۸۴۱ به طول انجامید و شامل ۱۹۲ پله به ارتفاع ۲۷ متر و طول ۱۴۲ متری می شود که روبه روی بندر اصلی اودسا و به سمت دریا ساخته شده است. مراسمات ملی و محلی بر روی این راه پله بزرگ برگزار می شود و شرکت کنندگان هم زمان با تماشای مراسم، مناظر جذابی از دریا و بندر و تردد کشتی ها را روبه روی خود دارند. کدام بندر یا منطقه بندری ایران در شمال یا جنوب کشور چنین معماری و چنین تمهیداتی دارد؟ چند درصد مردم ایران تا الان از نزدیک یک کشتی اقیانوس پیما را دیده اند؟ این تمهیدات به نوعی تقویت کننده روح فرهنگ دریایی در مردم یک کشور است.

سایر نمادهای شهری

تقریباً همه شهرهای اروپایی برای خود یک نماد و سمبل معروف دارند، به گونه ای که وقتی فردی به یک شهر سفر می کند، با گرفتن عکس یادگاری در مقابل این نماد (یا نمادها)، نشان می دهد که در آن شهر بوده است. حتی شهرهای کوچک و فقیر نیز به نوعی یک نماد شهری دارند. مثلاً در شوروی سابق که سخت گیری مالی زیادی وجود داشته، در شهر کوچک «نیکولایف» معماری پایه های یک مخزن بزرگ آب به گونه ای طراحی شده که خود یک نماد شهری باشد. در یک مثال دیگر می توان ساختمان زیردریایی را نام برد که معماری بیرونی یک رستوران است که به شکل یک زیردریایی نظامی طراحی شده و فضای داخلی آن نیز شبیه به یک زیردریایی طراحی شده است و امروزه خود به عنوان یک نماد شهری و شاخص شناخته می شود و هر ساله گردشگران را به سوی خود جلب می کند.



راه پله معروف شهر «اودسا»

یک منبع آب با معماری خاص به عنوان نماد شهری «نیکولایف»



معماری فضای بیرونی
یک رستوران به شکل
زیردریایی به‌عنوان
یک جاذبه گردشگری

«قدم جدید» اوکراین در توسعه گردشگری ساحلی

کشور اوکراین هم‌اکنون دارای اقتصاد ضعیفی است و دارای منابع نفت و گاز نیست. به‌خصوص در سال‌های اخیر که درگیر جنگ داخلی و مشاجرات با روسیه شده است. در این مشاجرات، روسیه شبه‌جزیره زیبا و توریستی کریمه را از اوکراین جدا و به خاک خود ملزم کرد و شهرهای زیبا و معروفی مانند «یالتا»، «سیمفروپول»، «سواستاپول» و «فئودوسیا» از اوکراین جدا شدند. طول سواحل شبه‌جزیره کریمه در حدود ۹۸۰ کیلومتر بود که به یکباره، اوکراین این طول خط ساحلی را به همراه صدها هتل و هزاران مرکز گردشگری و تفریحی از دست داده و با کمبود اماکن گردشگری ساحلی برای گردشگران داخلی و خارجی مواجه شد. انبوه جمعیت در فصل تابستان به سمت معدود شهرهای ساحلی باقیمانده در کنار دریای سیاه مانند اودسا هجوم می‌بردند که باعث شلوغی و گرانی بیش از حد هتل‌ها و اماکن گردشگری ساحلی شده و عملاً موجب نارضایتی عموم مردم شده بود. دولت اوکراین متوجه شد که مدیریت این شرایط بسیار دشوار است و در صورت ادامه آن، درآمد گردشگری اوکراین با افت شدیدی مواجه می‌شود. اوکراین قبل از جنگ داخلی به «عروس اروپا» معروف بود و به دلیل طبیعت زیبا، سواحل طولانی و امکانات گردشگری خوب و مدرن از مقاصد جذاب و دلچسب گردشگران خارجی بود و دو درصد از GDP و اشتغال این کشور از محل گردشگری تامین می‌شد. چند سال انتظار پس از جدایی شبه‌جزیره کریمه و شرایط سیاسی بین‌المللی نشان داد که بازگشت کریمه به اوکراین تقریباً غیرممکن و انتظار برای بازگشت سواحل و امکانات گردشگری کریمه بیهوده است و لذا دولت این کشور باید فوراً فکر جدیدی برای سامان‌دهی گردشگری خود کند. از نظر مالی و اقتصادی نیز حمایت‌های روسیه به‌طور کامل قطع شده و حتی فروش گاز روسیه به اوکراین با افزایش قیمت مواجه شده بود. از آن طرف نیز هنوز بانک‌های اروپایی غربی و اتحادیه اروپا و آمریکا، آماده‌ی دادن وام‌های کلان به دولت اوکراین نبودند، چراکه اولایی‌نباتی سیاسی و امنیتی در اوکراین نمی‌توانست معلوم کند که دولت بعدی تا چند وقت برقرار خواهد بود و مسئولیت بازپرداخت وام‌ها با چه کسی است. دوماً سیستم مالی و اداری اوکراین

چهره کاملاً جدید و متفاوتی از شهرهای ساحلی خود ارائه کند و مجدداً صفت «عروس اروپا» را برای خود احیا کند. شاید آن‌ها توانستند شعار «نه شرقی نه غربی» (ما را) در حوزه اقتصادی تا حدودی با موفقیت، اجرایی کنند؛ یعنی نکته جالب این‌جاست که اوکراین توانست بدون حمایت‌های روسیه و بدون وام‌های کلان دولتی از بانک‌های غربی چنین تحولاتی را شروع کند. این شرایط محدودیت‌های مالی و تحریم‌های اقتصادی تا حد زیادی مشابه شرایط ایران است، با این تفاوت که در ایران برنامه مدونی برای به‌میدان‌آوردن سرمایه‌های کوچک و بزرگ مردمی و بخش خصوصی (به‌خصوص در شهرهای محروم و دورافتاده ساحلی) وجود ندارد یا تبلیغاتی روی آن نمی‌شود و انتظار برای گره‌گشایی‌های سیاسی و هسته‌ای هم دورنمای مشخص و روشنی ندارد. به‌طور مثال، مقام معظم رهبری در سال ۱۳۸۸ از لزوم تحول در سواحل مکران سخن گفتند و صحبت‌های بعدی مدیران رده‌میان، حاکی از لزوم اسکان حداقل پنج میلیون نفر در این سواحل و توسعه سرمایه‌گذاری‌ها بود. این برنامه‌ها در برخی حوزه‌ها موفق‌تر بوده‌اند ولی در حوزه گردشگری چطور؟

آیا بعد از گذشت ۱۱ سال از دستورات رهبری، شاهد تحولات اساسی در سواحل مکران هستیم؟ آیا سیاست‌های تمرکز جمعیت در این سواحل توانسته است به اهداف خود نزدیک شود؟ آیا در حوزه گردشگری، به‌عنوان مهم‌ترین عامل جذب و استقرار جمعیت، هیچ برنامه مدونی به‌صورت قانون به تصویب رسیده است و اگر برنامه‌هایی مصوب شده‌اند تا چه حد موفق بوده‌اند؟ آیا توانایی‌های مالی کشور نفت‌خیز ایران در ۱۱ سال گذشته کمتر از اوکراین بوده (که نه‌تنها درآمد نفت و گاز نداشته بلکه هر ساله بخش هنگفتی از بودجه خود را صرف خرید گاز از روسیه می‌کند)؟ آیا قدرت مدیریتی و نبوغ مدیران ما کمتر از کشور جنگ‌زده اوکراین بوده است؟ آیا بخش خصوصی ایران ضعیف‌تر از کشوری بوده است که تا همین چند سال پیش دارای ساختار کمونیستی و ضد خصوصی بوده است؟ شاید پاسخ به این سوالات یا حداقل تفکر در این سوالات بدیهی بتواند تا حدی راهگشا باشد. باید پذیرفت که ریشه مشکلات ما، فقر منابع مالی و تحریم نیست، بلکه فقر تفکرات مدرن مدیریتی است. |



ساخت‌وساز هتل‌ها و مراکز گردشگری در شهر «چورناموسک» در ساحل دریای سیاه



نیازمند اصلاحات اساسی و ساختاری مطابق با سیستم اروپایی غربی بود که سال‌ها زمان می‌برد؛ لذا اوکراین به غیر از برخی کمک‌های ضروری انسان‌دوستانه نمی‌توانست روی کمک غربی‌ها برای توسعه گردشگری و جبران امکانات از دست‌رفته در کریمه حساب کند. از طرفی فروپاشی گردشگری دریایی و ساحلی این کشور می‌توانست آمار بیکاری را افزایش داده و منابع درآمدی بودجه دولت را نیز محدودتر کند؛ لذا دولت این کشور هیچ چاره‌ای نداشت به‌جز اتکا بر سرمایه‌های مستقیم بخش خصوصی، به دنبال آن یک لایحه در سال ۲۰۱۶ با عنوان «نوی شاگ» (به مفهوم قدم جدید) به مجلس این کشور ارائه کرد که فوراً هم تصویب شد. این لایحه، همه مدیران شهرهای کوچک ساحلی اوکراین را موظف کرد که یک طرح کلان‌شهری برای توسعه گردشگری ارائه کنند و سپس تسهیلات ویژه‌ای برای اختصاص زمین و مجوز ساخت و معافیت‌های چندساله مالیاتی برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی از همه دنیا و به‌خصوص خود اوکراینی‌ها در نظر گرفت. بدین ترتیب در یک بازه زمانی کوتاه، شهرهای کوچک و حتی روستاهای کوچک ساحلی که تا پیش از این حتی یک گردشگر هم به خود ندیده بودند، عرصه ساخت و ساز امکانات مدرن گردشگری، هتل‌ها و ماریناها شدند، مانند شهرهای «آچاکف»، «کوبلوا»، «یوژنی»، «چورنامورسک» و «زائک». به‌طور مثال یک گشت‌وگذار مختصر در شهر چورنامورسک نشان می‌داد، خانه‌های قدیمی و روستایی و تاسیسات پهلویی قایق‌های صیادی و بازارچه‌های سنتی ساحلی به‌سرعت در حال تخریب بوده و هم‌زمان در نقاط دیگر، مشغول گودبرداری و بتن‌ریزی برای ساخت هتل‌های مجلل بودند. طبیعتاً مردم فقیر این مناطق نیز با درآمد بالایی مواجه می‌شدند و با این تحولات همراهی می‌کردند. سرعت تخریب‌ها و ساخت‌وسازها در هر ماه با ماه قبل قابل قیاس نبود. برنامه‌های تلویزیونی نیز مکرراً طرح‌های توسعه‌ای هر منطقه را تبلیغ و مردم این کشور را تشویق به سرمایه‌گذاری می‌کردند. از نکات جالب دیگر این است که در سال ۲۰۱۷ اعلام شد، مرتفع‌ترین نماد شهری حاشیه دریای سیاه در شهر چورنامورسک در مدت شش سال (از سال ۲۰۱۸) ساخته خواهد شد. احتمالاً اوکراین با چنین سرعتی خواهد توانست ظرف کمتر از پنج تا هفت سال،