

جاذبه‌های بی نظیر ایران در محاصره تصویر سازی های نادرست!

ایران با جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی بی نظیر خود، همواره یکی از مقاصد بالقوه گردشگری جهان بوده اما در این مسیر تبلیغات منفی و تصویر سازی های نادرست، این گنجینه‌های ارزشمند را در محاصره خود گرفته‌اند. با این حال، تجربه مستقیم گردشگران، واقعیت‌های دیگری را روایت می‌کند.



برگزاری رویدادهای فرهنگی، هنری و بین‌المللی مانند جشنواره‌های فیلم، نمایشگاه‌های هنری و کنفرانس‌های علمی، سعی کرده است تصویر واقعی کشور را به جهان نشان دهد و این تلاش‌ها تا حد زیادی در خشتی سازی تبلیغات منفی مؤثر بوده است. بر این اساس فرخ میرشاهزاده کارشناس حوزه گردشگری اظهار می‌کند: گردشگری در گام اول نیازمند احساس امنیت است. امنیت نیز ابعاد متنوعی دارد، از جمله امنیت روانی، اجتماعی، اقتصادی و جهانی و بر این اساس ایران هراسی با ایجاد تصویری نادرست از امنیت، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم باعث می‌شود گردشگران از انتخاب ایران به عنوان مقصد خود اجتناب کنند.

وی می‌افزاید: ایران به‌دلیل موقعیت جغرافیایی خود و برخی چالش‌های داخلی و خارجی، همواره در معرض تهدیدهای امنیتی و تبلیغات منفی قرار داشته است. بخشی از این تبلیغات، به اقدامات خود ما نیز بازمی‌گردد که ناخواسته به این تصور دامن می‌زنند. این کارشناس حوزه گردشگری با تأکید بر اینکه تأثیر گذاری ایران هراسی با ابعاد مختلفی دارد، عنوان می‌کند: وقتی

گردشگری - گردشگری که در دوره‌های اخیر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع خدمت‌های جهان، نقشی اساسی در توسعه اقتصادی و فرهنگی کشورها ایفا می‌کند. ایران با تنوع فرهنگی، تاریخی و طبیعی خود همواره یکی از مقاصد بالقوه برای گردشگران بین‌المللی بوده است. با این حال، تبلیغات منفی و تصویر سازی های نادرست، تحت عنوان ایران هراسی، مانعی جدی برای جذب گردشگر به شمار می‌رود.

پروژه ایران هراسی در حوزه گردشگری تلاشی سازمان‌یافته از سوی برخی جریان‌ها و کشورها برای ایجاد تصویری منفی و نادرست از ایران به عنوان یک مقصد گردشگری نام، غیر جذاب و نامناسب برای سفر است. این پروژه با استفاده از تبلیغات منفی، تحریم‌ها و ایجاد ترس در میان گردشگران بالقوه، سعی در کاهش نفوذ فرهنگی و اقتصادی ایران در سطح بین‌المللی دارد و هدف اصلی این اقدامات، محدود کردن تعاملات فرهنگی و اقتصادی ایران با جهان و تضعیف جایگاه این کشور در منطقه است. این کار، باقیمت‌های موجود در ایران و تجربه مستقیم گردشگران، خلاف این تصویر سازی‌ها را ثابت

دولت‌های مختلف و بخش خصوصی در سال‌های اخیر تلاش‌های قابل توجهی برای مقابله با پروژه ایران هراسی و جذب گردشگران بین‌المللی انجام داده‌اند؛ بهبود زیرساخت‌های گردشگری، توسعه هتل‌ها و اقامتگاه‌ها، افزایش کیفیت خدمات و تسهیلات ورودی برای گردشگران از جمله این اقدامات است. علاوه بر این، ایران با

گردشگری تجربه ناخوشایندی را در ایران داشته باشد، این تجربه را به سرعت به دیگران منتقل می‌شود. البته رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نیز در این میان نقشی جدی ایفا می‌کنند و به انتشار یا حتی تقویت این تجربیات می‌پردازند.

فرهنگ‌سازی؛ کلید مقابله با ایران هراسی در گردشگری
میرشاهزاده در پاسخ به این سوال که چه اقداماتی برای مقابله با ایران هراسی در حوزه گردشگری می‌توان انجام داد، توضیح می‌دهد: راه‌حل کلیدی در این زمینه، فرهنگ‌سازی است؛ حتی اگر ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری ظرفیت بالایی داشته باشد، بدون فرهنگ‌سازی نمی‌توان آن را به مقصدی مطمئن و جذاب تبدیل کرد. ما نیازمند بهبود فرهنگ گردشگری و تعامل با گردشگران هستیم. همچنین باید توجه داشت که تبلیغات و شعار کافی نیست؛ باید رویکرد عملی و پایدار برای حل این چالش‌ها اتخاذ شود.

وی با ارائه پیشنهاداتی برای تقویت تجربه مثبت گردشگران ایرانی و خارجی می‌گوید: ابتدا لازم است نگاه مسئولان به گردشگری از حالت تبلیغاتی و ترویجی به عملیاتی و اقتصادی تغییر یابد. بسیاری از کشورهای جهان از گردشگری به عنوان موتور اصلی اقتصاد خود استفاده می‌کنند، اما ما همچنان به منابع طبیعی مانند نفت و معادن متکی هستیم. تغییر این

نگرش و مسوق دادن اقتصاد به سمت خدمات‌محوری، نقطه عطفی برای بهبود گردشگری خواهد بود.

رقیبه حاتم‌پور فعال حوزه گردشگری نیز اظهار می‌کند: گردشگری تأثیر مستقیمی بر اقتصاد ایران دارد. اگر از منظر روان‌شناسی بررسی کنیم، هرگونه احساس ناامنی می‌تواند اثرات منفی شديدي داشته باشد. حالا تصور کنید این احساس به سطح بین‌المللی برسد و ایران در نقشه سفر گردشگران به عنوان مقصدی ناامن معرفی شود. نتیجه این وضعیت، کاهش چشمگیر ورود گردشگران به ایران است. وی می‌افزاید: در این مسیر اگر

تلاش و صرف انرژی فراوان است. باید کشور های همسایه و منطقه غنی بمباران تبلیغاتی منفی علیه ایران، حتی اگر ما هزینه‌های سنگینی برای بهبود تصویر مسان ببریم، اثرات زیادی خواهد داشت.

رسانه‌های بین‌المللی؛ ابزار اصلی گسترش ایران هراسی
این فعال حوزه گردشگری خاطر نشان می‌کند: گردشگران خارجی معمولاً وقتی به ایران می‌آیند، با مهمان‌نوازی ایرانی مواجه می‌شوند و تجربیات مثبتی به دست می‌آورند. این تجربیات مثبت به دوستان و آشنایانشان منتقل می‌شود. اما تبلیغات منفی گسترده، این تجربه‌های مثبت را خشتی می‌کند و در این مسیر خصومت‌های سیاسی و منافع برخی کشورها باعث شده ایران به‌طور ناعادلانه‌ای هدف حمله‌های تبلیغاتی قرار گیرد.

حاتمی‌پور با تأکید بر اینکه به نظر من، ۹۵ درصد نگرانی‌ها ناشی از تصویر سازی مغرضانه و ناعادلانه‌ای است که از ایران در جهان ارائه شده است، ادامه می‌دهد: تنها ۵ درصد آن به عملکرد ما بازمی‌گردد و بسیاری از این تبلیغات پایه‌های بزرگ‌نمایی و القای

ایران هراسی تأثیر مستقیمی بر گردشگری دارد. اگر از منظر روان‌شناسی بررسی کنیم، هرگونه احساس ناامنی می‌تواند اثرات منفی شدیدی داشته باشد. حالا تصور کنید این احساس به سطح بین‌المللی برسد و ایران در نقشه سفر گردشگران به عنوان مقصدی ناامن معرفی شود. نتیجه این وضعیت، کاهش چشمگیر ورود گردشگران به ایران است.

در این مسیر تجربه مستقیم گردشگران از مهم‌ترین عوامل شکست پروژه ایران هراسی است؛ بسیاری از افرادی که به ایران سفر می‌کنند، تحت تأثیر مهمان‌نوازی مردم، امنیت بالا و جاذبه‌های بی نظیر این کشور قرار می‌گیرند. آن‌ها پس از بازگشت به کشورهای خود، تجربیات مثبت خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند و این امر به تدریج تصویر ایران را در افکار عمومی جهانی بهبود می‌بخشد. شبکه‌های اجتماعی نیز در این زمینه نقش مهمی ایفا کرده‌اند، زیرا گردشگران به راحتی می‌توانند تجربیات واقعی خود را با مخاطبان گسترده‌ای در سراسر جهان به اشتراک بگذارند.

مقبره پز نیک سلطنتی مصر باستان کشف شد



گروه گردشگری - این مقبره به فاصله نزدیکی از «هرم بلکانی جوزر» قرار دارد که در واقع نخستین پیرامید (هرم بلکانی) ساخته شده توسط مصری‌های دوره باستان به‌شمار می‌آید. جوزر یکی از فراعه بزرگ و پادشاهی مورد احترام بوده است.

باستان‌شناسان مصری می‌گویند موفق به کشف مقبره‌ای شده‌اند که مربوط به ۴۳۰۰ سال پیش است. نتایج تحقیقات این تیم باستان‌شناسی نشان می‌دهد این مقبره متعلق به یک مرد به نام مهبه‌جو (Mehjtjetju) است، مقامی رسمی وابسته به دربار وقت که ادعا می‌شود به اسناد حرم‌خانه سلطنتی دسترسی داشته است. این مقبره به فاصله نزدیکی از «هرم بلکانی جوزر» قرار دارد که در واقع نخستین پیرامید (هرم بلکانی) ساخته شده توسط مصری‌های دوره باستان به‌شمار می‌آید. جوزر یکی از فراعه بزرگ و پادشاهی مورد احترام بود است. گفته می‌شود که اغلب مقامات درباری حتی در دوره‌های بعدی آرزو داشتند در جوار او دفن شوند. مقبره این فرعون نامی حدود ۲۷۰۰ سال پیش در «سقاره» ساخته شده بود. سقاره یک محوطه بزرگ باستانی در مصر و محل خاک‌سپاری بسیاری از بزرگان دوران باستان در این کشور است. کمیل کوراش کیویچ، استاد دانشکده شرق‌شناسی دانشگاه ورشو لهستان با استناد به نشانه‌های موجود در کتیبه‌های هیرو گلیف این مقبره با تأکید بر اینکه نزدیکی این مقبره به پیرامید جوزر تصادفی نیست، به نشریه «لا یوسایانس» (Live Science) گفت: «این شخص بزرگ که اسمش مهبه‌جو بوده، از جمله مقامات رسمی بوده که به اسناد و مدارک مهر و موم شده و محرمانه سلطنتی دسترسی داشته است.» گمان می‌رود که این فرد در دوره فرمانروایی فرعون اول از دودمان ششم زندگی کرده باشد و در دستگاه دست‌کم یکی از آن‌ها خدمت کرده باشد. از عناوین دیگر او می‌توان به «بازرس املاک سلطنتی» اشاره کرد. باستان‌شناسان تاکنون تنها ورودی و نمای بیرونی این مقبره را مورد کاوش قرار داده‌اند و موفق به کشف کتیبه‌های هیرو گلیف، نقاشی‌ها و تصاویر برجسته متعددی نشده‌اند. هنوز آثارهای دفن بررسی نشده‌اند، با این حال به نظر می‌رسد که این مقبره بخشی از یک مجموعه بزرگ‌تر باشد که حاوی بقایای اعضای خانواده او هم باشند. موقعیت بالای اجتماعی این فرد می‌تواند این موضوع را ثابت کند که او قادر بوده برای ساخت مقبره خود معماران و کارگران ماهری استخدام کند. کیفیت طراحی‌های نمای بیرونی مقبره این ادعا را ثابت می‌کند. با این حال برخی از اسکله‌ها در مقایسه با اسکله‌های دیگر فرایش بیشتری پیدا کرده‌اند که می‌توان نشان‌دهندهی بر رفقه در ساخت این مقبره به برخی از محققان از جمله آن‌مسی‌راث بر این اعتقادند که باستان‌بهر برخی از جزئیات می‌توان این احتمال را مطرح کرد که تزئینات و دکوراسیون مقبره کامل نشده باشد. این استاد تاریخ هنر و مطالعات عبری دانشگاه نیویورک با اشاره به یکی از تصاویر ورودی مقبره گفت: «یکی از نقاشی‌ها، طراحی مردی را نشان می‌دهد که در کنار یک بز کوهی بزرگ به نام اوریکس (تیزشاخ) قرار دارد، با توجه به اینکه در این نقاشی فقط نمای کلی م مشاهده می‌شود، احتمال دارد طراحی هانیمه‌کاره ها شده باشند.» اعضای این تیم باستان‌شناسی در نظر دارند تا تحقیقات خود را در ماه سپتامبر از سر بگیرند و امیدوارند با بررسی اتاق دفن این مقبره، بتوانند حقایق بیشتری از این دوره باستانی مصر و اسرار فراعه را روشن کنند. احتمال وجود مومیایی مهبه‌جو در این مقبره وجود دارد.

آگهی مزایده عمومی (نوبت دوم)

شرکت اس سی تی بانکرز کیش در نظر دارد واحدهای واقع در مجتمع تجاری/ اداری (خدماتی)؛ به نشانی: جزیره کیش؛ میدان سعیدی، فاز G شهرک میر مهنار در چهارچوب اجاره سالیانه (مدت یکسال) از طریق مزایده عمومی و اگذار نماید.

ردیف	طبقه	کاربری	مساحت (مترمربع)	مبلغ پایه اجاره ماهیانه (ریال)
۱	همکف	تجاری	۳۰	۲۶۶/۰۰۰/۰۰۰
۲	همکف	تجاری	۳۰	۲۶۶/۰۰۰/۰۰۰
۳	همکف	تجاری	۴۰	۳۳۶/۰۰۰/۰۰۰
۴	همکف	تجاری	۶۰	۴۹۰/۰۰۰/۰۰۰
۵	همکف	تجاری	۶۰	۴۹۰/۰۰۰/۰۰۰
۶	همکف	تجاری	۶۰	۴۹۰/۰۰۰/۰۰۰
۷	اول	خدماتی	۴۰	۱۷۰/۰۰۰/۰۰۰
۸	اول	خدماتی	۳۸	۱۶۰/۰۰۰/۰۰۰
۹	اول	خدماتی	۲۸	۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۰	اول	خدماتی	۲۸	۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۱	اول	خدماتی	۸۴	۳۶۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۲	اول	خدماتی	۳۵	۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۳	دوم	خدماتی	۴۰	۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۴	دوم	خدماتی	۳۸	۱۱۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۵	دوم	خدماتی	۲۸	۹۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۶	دوم	خدماتی	۲۸	۹۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۷	دوم	خدماتی	۸۴	۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۸	دوم	خدماتی	۳۵	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۱۹	سوم	خدماتی	۱۹۲/۴۱	۳۱۰/۰۰۰/۰۰۰

شرکت اس سی تی بانکرز کیش

آگهی مزایده عمومی (یک مرحله ای)

به شماره های ۱/۴۰۳/۰۰۷ و ۱/۴۰۳/۰۰۸ و ۱/۴۰۳/۰۰۹
نوبت دوم



شرکت هواپیمایی کیش در نظر دارد، ۲ فروند لانشه هواپیمای اسقاطی و قطعات هواپیمای فوکر ۵۰ را با وضع موجود و به شرح ردیف های ۱ الی ۳ جدول ذیل با اسناد مزایده؛ به اشخاص حقیقی یا حقوقی و اگذار نماید لازم به ذکر است ردیف های ۴ و ۵ به صورت پیشنهاد کتبی به متقاضیان پس از بازدید حضوری فروخته می‌شود.

توضیحات؛ شرکت کنندگان می‌توانند جهت خرید هر کدام از موضوع ردیفهای جدول ذیل به صورت جدا و منفرد اقدام نمایند.

ردیف	شرح کالا	شماره مزایده	شماره سریال	سال ساخت	قیمت پایه
۱	یک فروند هواپیمای اسقاطی توپولف از نوع TU-154 به علامت ثبت EP-LBS	۱/۴۰۳/۰۰۷	91A901	۱۹۹۱	۴۹۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۲	یک فروند هواپیمای اسقاطی فوکر EP-LCP ۱۰۰	۱/۴۰۳/۰۰۸	F28MK100	۱۹۹۴	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۳	قطعات هواپیمای فوکر ۵۰ طبق لیست پیوست اسناد مزایده	۱/۴۰۳/۰۰۹	---	---	۳۳۵,۰۰۰ دلار
۴	اموال شایعاتی مجتمع فروپ، واقع در جزیره کیش	---	---	---	بالاترین پیشنهاد قیمت
۵	اموال شایعاتی دفتر مرکز شرکت هواپیمایی کیش، واقع در تهران	---	---	---	بالاترین پیشنهاد قیمت

***مبلغ فروش برای هر اسناد مزایده:** ۴۰۰,۰۰۰ ریال بصورت فیش و ارزی‌به حساب شماره ۲۵۷۴۳۴ ۱۱۲۶۰ به نام شرکت هواپیمایی کیش؛ نزد بانک ملت شعبه حدید (مبلغ مذکور غیر قابل برگشت می‌باشد).

***نوع تضمین شرکت در فرایند ار جاع کار:**

-واریز نقدی به شماره حساب مندرج در حساب صدر الذکر، با ارائه اسناد مثبتته قابل قبول خواهد بود.

-ارائه ضمانتنامه بانکی بدون هیچگونه قید و شرط به نام مزایده گزار مطابق ضوابط مندرج در اسناد مزایده.

***محل فروش اسناد مزایده و تحویل پاکت ها:** (ارائه معرفی نامه و اصل فیش و ارزی الزامی است)

-دفتر تهران؛ شهرک اکباتان، بلوار شهید نفیسی، پلاک ۷۷، ساختمان شرکت هواپیمایی کیش طبقه اول، مدیریت پشتیبانی

-دفتر مرکزی جزیره کیش؛ میدان سنایی، ساختمان شرکت هواپیمایی کیش، طبقه سوم، اداره خدمات پشتیبانی
***مهلت فروش اسناد:** از تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۶ لغایت ۱۴۰۳/۱۰/۲۹ -مهلت تحویل پیشنهادات: ساعت: ۱۴:۰۰ مورخه ۱۴۰۳/۱۱/۱۴
***تاریخ و محل گشایش پیشنهادها:** رأس ساعت ۱۰:۰۰ روز دوشنبه: مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ در دفتر تهران، شهرک اکباتان - بلوار شهید نفیسی - ساختمان شرکت هواپیمایی کیش، پلاک ۷۷ - طبقه دوم، سالن کنفرانس

***به پیشنهادهایی فاقد امضاء، منسوخ، مخدوش و پیش‌پس نهادهایی که بعد از انقضای مدت مقرر در فراخوان اصلی می‌شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.**

*** سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مزایده درج گردیده است.**

***مزیننه های چاپ آگهی بعهده برنده مزایده خواهد بود**

جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۴۶۸۱۱۱۲-۲۱ تماس یا به سایت www.kish.ir و www.kishairlines.ir مراجعه فرمایید.

انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۱۰/۱۶ - انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۲۲

شرکت هواپیمایی کیش

پرتیراژترین و با سابقه ترین نشریه جزیره کیش ۴۴۴۲۴۹۶۹
گسترده ترین شبکه اطلاع رسانی داخلی منطقه آزاد کیش
روزنامه