

ضرورت توجه به ابعاد اجتماعی - فرهنگی اکوتوریسم از منظر امنیت زیست محیطی و نقش آن در توسعه پایدار

سحر فائق^۱، آرمین امیر^۲

چکیده

کشور ایران یکی از ده کشور باستانی و تاریخی دنیا است که از پتانسیل های بالقوه فراوان گردشگری و از امکانات بالفعل کم آن برخوردار است. مطالعه و بررسی ارتباط فی مابین گردشگری و محیط زیست (اکوتوریسم) حائز اهمیت و شناسایی ابعاد آن در کشور ما گام بزرگی در جهت نیل به توسعه پایدار خواهد بود. همراه با گسترش فعالیت های گردشگری، از یکسو ضرورت حفظ و احیای منابع محیط زیست، از سوی دیگر، در دو، سه دهه اخیر، دیدگاه ها و روش های گوناگونی در جهت تأمین توسعه پایدار گردشگری و راههای تحقق آن مطرح شده است که آشنایی و آگاهی از آنها لازمه هرگونه برنامه ریزی و مدیریت گردشگری است تا صنعت گردشگری را تحت کنترل درآورده و از آن مهمتر از تنوع زیستی در مناطق و مقاصد گردشگری حمایت و حفاظت کند. بنابراین ضرورت توجه به چنین مسائلی جدیو مبرمی است که اکوتوریسم پایدار در سطح وسیعی مطرح شده است. گردشگری از نظر ماهوی قبل از آنکه به عنوان یک پدیده اقتصادی مواج باشد یک امر فرهنگی - اجتماعی است، به گونه ای که در پیرامون آن آثار فرهنگی - اجتماعی بسیار شکل می گیرد. آثار اجتماعی - فرهنگی گردشگری به این موضوع اشاره دارد که گردشگری و مسافرت در نظام ارزشهای افراد و جامعه، الگوی رفتاری، ساختارهای اجتماعی، سبک و کیفیت زندگی جامعه میزبان و گردشگران تأثیر گذار است. پذیرش گردشگران در یک منطقه از نظر اجتماعی و فرهنگی، در قالب احیای آداب و رسوم و سنتها شکل می گیرد و بازدید گردشگران از این جوامع به یک تجربه و خاطره گردشگری منتهی میگردد. این مقاله در صدد آن است که به شناسایی و پیش بینی اثرات زیست محیطی گردشگری پرداخته و راهکارهایی جهت حذف یا کاهش اثرات نامطلوب و منفی این صنعت در محیط زیست ارائه نماید. بدین ترتیب ضرورت مفاهیمی چون: اکوتوریسم، مدیریت اکوتوریسم، توسعه پایدار، اکوتوریسم پایدار، اکوتوریسم پایدار و امنیت زیست محیطی در ادبیات این مقاله روشن می گردد. لذا هدف از ارائه این مقاله بررسی آثار مثبت و منفی اجتماعی - فرهنگی گردشگری و همچنین ارائه راهکارهایی در جهت تضعیف و برطرف نمودن آثار منفی گردشگری و پر رنگ نمودن و تقویت آثار مثبت آن با تأکید بر نقش امنیت و تأثیر آن بر توسعه پایدار بوده است.

واژگان کلیدی: اکوتوریسم، مدیریت اکوتوریسم، توسعه پایدار، امنیت زیست محیطی، آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگری، توسعه

^۱- کارشناسی ارشد رشته مدیریت امور فرهنگی، عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، s.faeghi@gmail.com

^۲- دانشجوی دکتری جامعه شناسی نظری و فرهنگی دانشگاه تهران amir.sociologist@yahoo.com

مقدمه

اکوتوریسم بیان علاقه مندی انسان به مظاهر طبیعی و جاذبه های ذاتی آن است که در سال های اخیر با صنعتی شدن جوامع، پیشرفت صنعت حمل و نقل و نیازمندی به گذران اوقات فراغت برای کاهش فشارهای روانی، با استقبال چشم گیری روبرو شده است. بهره برداری از این احساس نیاز در مناطق مستعد و دارای جاذبه های طبیعی، سبب شکل گیری صنعت گردشگری بر پایه طبیعت یا اکوتوریسم شده که در بهبود وضعیت اقتصادی این مناطق سهم قابل توجهی داشته است (آزاد منجیری، ۱۳۸۵).

در بسیاری از مناطق جهان، زیبایی های طبیعی و جذابیت های محیط زیستی، علت اولیه و اصلی برای جذب توریست ها و توسعه صنعت توریسم بوده اند.

گردشگری (چه بصورت بومی و چه بصورت خارجی) در دنیا و ایران از دیرباز آغاز و با توسعه تدریجی عوامل زیربنایی آن، رشد و همچنین سبب رونق اقتصادی بیشتر جوامع انسانی شده است.

قرون آینده در صنعت گردشگری، دوره اکوتوریسم است و بالاترین درصد رشد و توسعه این صنعت در بخش اکوتوریسم روی خواهد داد. در شرایط حاضر و با توجه به شفاف نبودن رویکردهای اساسی برای توسعه اکوتوریسم پایدار، پیش بینی های دقیق برای تحقق آن ممکن نیست (نیازمند، ۱۳۸۱).

آگاهی از حساسیت ها و ظرافت های موجود در نظام طبیعت و درک فرصت ها و تهدیدهای موجود در محیط زیست، ضرورتی انکار ناپذیر برای برنامه ریزان توسعه پایدار کشور است. به مدد مدیریت آگاهانه و مدبرانه می توان رفتارهای نابخردانه بشر در عرصه محیط زیست را مهار کرد. پارادایم محیط زیستی که سه دهه اخیر در جهان حاکم بوده است، باعث شده که ظرفیت های بالقوه و بالفعل منابع طبیعی مخدوش شود. بدون توجه جدی و آگاهانه رهبران و مدیران جهان، تاراج منابع محدود ادامه خواهد یافت و هدفهای توسعه پایدار که به طور فزاینده ای در گفتارها و نوشتارها تکرار می شود، محقق نخواهد شد.

در گذشته، افراد معدودی از اوقات فراغت خود لذت می بردند و وقت آزاد مردم عادی عموماً به امور مذهبی اختصاص یافت؛ بعدها با افزایش اضطراب و فشارهای جسمی و روانی زندگی، مردم برای حفظ سلامت خود سفرکردند و با شروع «عصر خرد ورزی»^۳ به سفرهای فرهنگی روی آوردند (داسول، ۱۹۹۷: ۳-۴). توسعه گردشگری، حاصل نگرشی خاص به عالم است و بدون چنین نگرشی پیشرفت میسر نیست؛ این نگرش خاص بیانگر ضرورت وجود فرهنگ مناسب برای توسعه است. در واقع فرهنگ، تغییرات اساسی در طرز تفکر و شیوه رفتار افراد به وجود می آورد که بنای توسعه و رشد اقتصادی و اجتماعی بر آن استوار است (آشفتنه، ۱۳۷۵: ۲۸). از طرفی، هر نوع توسعه، الزماً با دگرگونی همراه خواهد بود. بنابراین گردشگری و توسعه آن متضمن تأثیرات مثبت و منفی، کمی و غیر کمی خواهد بود. جدای از تأثیرات کمی گردشگری که در سیمای تولید ناخالص داخلی گردشگری، ارزش افزوده گردشگری و... تبلور می یابد، اثرات غیر کمی هم بر آن مترتب است. از جمله مهمترین تأثیرات غیر کمی، منافع و

^۳ - The Age of Reason

^۴ - Doswell

مشکلاتی است که این پدیده، برای جامعه محلی و الگوهای فرهنگی آن به همراه می آورد. تبعات اجتماعی گردشگری اثراتی است که گردشگری بر ساختار، مناسبات، گروه ها و نهادهای اجتماعی بر جا می گذارد. تأثیر فرهنگی و تربیتی گردشگری نیز بر محصولات مادی و انتزاعی فعالیت بشر به ویژه بر نظام های ارزشی، معرفت و رفتار فرد به جا می ماند. اصطلاح تأثیرات اجتماعی - فرهنگی این هر دو عرضه را زیر پوشش می گیرد (طیب، ۱۳۸۶: ۲۱۴-۲۱۵)، لذا این مقاله علاوه بر معرفی جنبه های مختلف اکوتوریسم به بررسی این آثار مثبت و منفی (اجتماعی - فرهنگی) گردشگری در ایران که در بالا به آن اشاره شد، پرداخته و به راهکارهایی در جهت بهینه سازی این اثرات، ارائه کرده است.

۱. توریسم و توریست

توریسم بر اساس تعریف سازمان جهانی توریسم، به کلیه فعالیت های افرادی اطلاق می شود که به مکانهایی خارج از محیط عادی خود به منظور گذراندن ایام فراغت خود، انجام کار و سایر هدف ها، برای مدت کمتر از یک سال می روند. به این ترتیب، محدوده توریسم از مسافرت هایی که صرفاً به منظور گذراندن تعطیلات و سپری کردن چند روز برای دیدار دوستان و آشنایان و بازدید از مناطق جذاب انجام می گیرد، بسی فراتر می رود (گودنر، ۲۰۰۰، ص ۱۶). فنل در یک تعریف ساده توریسم را هر آنچه که به توریستها و خدمات مرتبط با آنان مربوط می شود، می داند (فنل، ۲۰۰۰، ص ۴).

بر اساس تعریفی از سازمان ملل که بنا بر پیشنهاد کنفرانس بین المللی جهانگردی^۵ آن سازمان در رم ارائه گردیده؛ «توریست یا بازدید کننده موقت کسی است که بمنظور تفریح، استراحت، گذران تعطیلات، بازدید از نقاط دیدنی، انجام امور پزشکی، درمانی و معالجه، تجارت، ورزش، زیارت، دیدار از خانواده، مأموریت و شرکت در کنفرانسها به کشوری غیر از کشور خود سفر می کند؛ مشروط بر اینکه حداقل مدت اقامت او از ۲۴ ساعت کمتر و از ۳ ماه بیشتر نبوده و کسب شغل و پیشه هم مد نظر نباشد» (رضوانی، ۱۳۷۹، ص ۱۷).

۲. اکوتوریسم و اکوتوریست

با افزایش آگاهی های مردم از فواید و اثرات مثبت تجربه مستقیم طبیعت، اهمیت اکوتوریسم بیشتر می شود. منظور از اکوتوریسم که از دو واژه اکولوژی و توریسم مشتق شده، آن نوع از توریسم است که با محیط های طبیعی، بکر و دست نخورده و همچنین نواحی حفاظت شده مرتبط می شود. اکوتوریسم به حفاظت اکوسیستم کمک می کند و برای منابع طبیعی و ارزش های بومی جوامع محلی، احترام و ارزش قایل است.

اکوتوریست کسی است که برای بهره گیری از طبیعت به چالش های فیزیکی و فکری می پردازد. اکوتوریست علمی به تعامل با مردم بومی علاقه مند است و تسهیلات ساده و بی تکلف را بر تسهیلات لوکس و تجملی توریستی ترجیح می دهد. وی با مشارکت فعال خود در جستجوی کسب تجربه و یادگیری است و برای این تجربه ارزش قایل است (گان، ۲۰۰۲، ص ۸۸).

برای اکوتوریسم تعاریف متعددی ارائه شده است که در اینجا به ۳ مورد اشاره می شود:

^۵ - International Union Of Official Travel Organization

- اتحادیه بین المللی محافظت از طبیعت (IUCN)^۶ اکوتوریسم را چنین تعریف کرده است: اکوتوریسم عبارت است از مسافرت مسئولانه به نواحی نسبتاً بکر طبیعی به منظور لذت بردن از طبیعت به نحوی که اثرات منفی کمی بر طبیعت دارد و زمینه مشارکت اقتصادی - اجتماعی جمعیت بومی را فراهم می آورد.

- تعریف جامعه بین المللی اکوتوریسم (IES)^۷ از اکوتوریسم عبارت است از: «اکوتوریسم عبارت است از مسافرت مسئولانه به نواحی طبیعی که محیط زیست را محافظت و رفاه مردم محلی را تأمین می کند» (زاهدی، ۱۳۸۵، ص ۹۰).

۳. توسعه پایدار

به کاربردن واژه توسعه پایدار بعد از کنفرانس ریودوژانیرو در سال ۱۹۹۲ در محافل علمی فراگیر شد. هر چند می توان ریشه های عمیق نظریه توسعه پایدار را در اوایل قرن بیستم باز جست با وجود این مطرح شدن آن در سالهای اخیر به خصوص بعد از گزارش «آینده مشترک ما» در سال ۱۹۸۷ از سوی «کمیسیون جهانی محیط و توسعه» (WCED) نشان از وخامت اوضاع زیست محیطی جهان دارد. در چنین وضعیتی هر گونه فکر و ایده ای در این خصوص که می توان از نتایج توسعه استفاده کرد و در عین حال محیط را نیز حفظ نمود، به طور طبیعی باعث برانگیختن انگیزه ها پیرامون پردازش توسعه پایدار می شود (رس، ۱۹۹۱، ص ۲۰). از این روست که تعاریف و راهکارهای بسیاری در زمینه توسعه پایدار ارائه گردیده است. یکی از این تعاریف، تعریف کمیسیون «برنت لند» است: «توسعه پایدار توسعه ای است که نیازهای فعلی را بدون خدشه دار کردن به توانایی نسل آینده، برآورده ساخته و نیازهای خود را نیز پاسخ گوید» (جنیفر، ۱۳۷۸، ص ۵۷).

در واقع می توان گفت توسعه پایدار در یک کلیت معنایی در صدد فراهم آوردن راهبردها و ابزارهایی است که بتواند به پنج نیاز اساسی زیر پاسخ گوید:

۱. تلفیق حفاظت و توسعه
۲. تأمین نیازهای اولیه زیستی انسان
۳. دستیابی به عدالت اجتماعی
۴. خود مختاری و تنوع فرهنگی
۵. حفظ یگانگی اکولوژیکی (میرآب زاده، ۱۳۷۳، ص ۳۹).

۴. توسعه پایدار و اکوتوریسم

توسعه پایدار فرآیندی است که طی آن مردم یک کشور نیازمندی های خود را برآورده می سازند، بدون مصرف منابعی که به نسل های آینده تعلق دارد. در توسعه پایدار اصل بر این است که منابع طبیعی پایه، به گونه ای محافظت شود که نسل های آینده بتوانند، دست کم به اندازه نسل کنونی، آن را تولید و به مصرف برسانند و چنانچه به بهانه

^۶- International Union for the Conservation of Nature (IUCN)

^۷-International Ecotourism Society (IES)

حفظ منابع طبیعی و محیط زیست، مردم از بهره برداری منابع طبیعی محروم شوند، این امر به معنای از دست رفتن فرصت های مطلوب برای تأمین نیازمندی های جامعه است. اگر حفظ منابع طبیعی مانع برخی فعالیت های مربوط به توسعه به ویژه در جوامع محلی و روستایی شود، باید به نحوی مناسب و با احترام به فعالیت های دارای اولویت بیشتر، این خسارات جبران گردد. حال باید دید کدام فعالیت می تواند، حفظ منابع طبیعی و تأمین اشتغال و درآمد را به طور توأم به دنبال داشته باشد. بدون شک فعالیت های مرتبط با گردشگری بر پایه اکوتوریسم پایدار قادر است که این نقش دو جانبه را به نحوی ایفا کند و موجبات توسعه پایدار و همه جانبه را فراهم آورد (کیارستمی، ۱۳۸۱).

۵. توریسم پایدار

باتلر توریسم پایدار را توریسمی تعریف کرده است که بتواند در یک محیط در زمان نامحدود ادامه یابد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه نزند و تا بدان حد فعال باشد که به توسعه سایر فعالیت ها و فرایندهای اجتماعی لطمه ای وارد نیاورد (باتلر، ۱۹۹۶، ص ۲۹). لذا توریسم پایدار آن نوع از توریسم است که توسعه پایدار را تسهیل کند.

۶. اکوتوریسم پایدار

اکوتوریسم پایدار توریسمی است که از نظر اکولوژیکی پایدار باشد، یعنی به نیازهای فعلی اکوتوریستها پاسخ دهد و به حفظ و بسط فرصت های اکوتوریستی برای آینده بپردازد و به جای صدمه زدن به اکولوژی در جهت پایداری آن تلاش ورزد (هال، ۱۹۹۹، ص ۲۲۳). اصولاً ارزش منابع موجود در طبیعت را از دو منظر می توان بررسی کرد:

۱. از منظر انسان به عنوان اشرف مخلوقات

۲. از منظر کلیه موجودات در جهان

در دیدگاه اول، منابع طبیعی زمانی ارزش دارند که بتوانند مورد استفاده بشر قرار گیرند. در این نگرش، ارزشهای اجتماعی بالاتر از ارزشهای اکولوژیکی قرار می گیرند و بر بهره گیری از محیط، بیش از حفظ کیفیت آن توجه می شود.

در دیدگاه دوم، کل موجودات، مد نظر قرار می گیرند و بر حفظ نظم طبیعت تأکید می شود. برخی از اکولوژیستها بر این باورند که طبیعت نباید صرفاً به عنوان ابزاری که نیازهای بشری را ارضا می کند، نگاه کرد، بلکه باید طبیعت را به عنوان موجودیتی دانست که دارای ارزش ذاتی است. باید آن را به عنوان یک هدف و نه یک ابزار تلقی کرد. ارزش ابزاری در تقابل با دید کل گرا یا سیستمی قرار می گیرد و دید سیستمی با مفهوم اکولوژیکی طبیعت همخوانی دارد. بر اساس همین دیدگاه توجه به محیط زیست و حفظ کیفیت آن ضرورت می یابد (گادفری، ۱۹۷۹، ص ۳۱۶).

وقتی اکوتوریست به عنوان یک عامل خارجی وارد طبیعت می شود، رابطه طبیعی بین پدیده ها تغییر می کند. به نظر زاهدی (۱۳۸۲، ص ۹۳) انسان نیز یکی از اجزای موجود در محیط زیست است و چنانچه به طور سنجیده و حساب شده با سایر عوامل تشکیل دهنده محیط طبیعی به تعامل بپردازد، نقش مخرب نخواهد داشت. البته نوع و چگونگی تعامل، بسیار تعیین کننده است. اگر انسان از طبیعت، بیش از اندازه نستاند و فراتر از توان جذب و قدرت

بازسازی طبیعت بر آن تحمیل نکند، مشکلی پیش نخواهد آمد. اگر انسان نقش تخریبی اش را به نقش سازنده، محافظتی و حمایتی تبدیل کند، زمینه را برای تحقق هدفهای اکوتوریسم پایدار فراهم خواهد کرد.

۷. امنیت زیست محیطی

بدون شک فعالیت های گردشگری در مناطق اکوتوریستی پیامدهای زیست محیطی به جا می گذارند. اثرات مثبت یا منفی زیست محیطی فعالیت های گردشگری ممکن است به طور مستقیم، غیرمستقیم یا توأماً در محیط ظاهر شوند. مهم و قابل ملاحظه بودن این اثرات بر حسب ماهیت، میزان، دامنه، شدت، مدت، عدم امکان حذف یا کاهش اثر سنجیده می شوند. از جمله اثرات مثبت گردشگری زیست محیطی را می توان در موارد ذیل خلاصه نمود:

- ترویج فرهنگ زیست محیطی در گردشگران.
 - کسب ارز خارجی و افزایش رشد درآمد ناخالص محلی و ملی.
 - نزدیکی فرهنگها، عادات و رسوم گوناگون و فراهم شدن موجبات وحدت جوامع انسانی و ملل.
 - ایجاد زمینه اشتغال در زمینه های تولید و فروش کالا، حمل و نقل، خدمات و راهنمای گردشگری.
 - توسعه محل تجمع فعالیت های گردشگری.
 - گسترش امکانات اقامتی، پذیرایی و امکانات جنبی (سازمان حفاظت محیط زیست، ۱۳۷۴).
- به موازات پیامدهای مثبت بدون شک اثرات منفی زیست محیطی نیز متوجه فعالیت های گردشگری است. این اثرات منفی عبارت از فاکتورهایی هستند که در قالب آلودگی، تخریب و یا تغییر سیستم در محیط زیست انسانی یا طبیعی پدیدار می شوند و بر انسان، حیوان، گیاه، زمین، آب، خاک، هوا و ارتباط فی مابین آنها و هم چنین بر آثار طبیعی، فرهنگی، باستانی، تاریخی و یا سایر منابع اقتصادی و اجتماعی تأثیر می گذارند. اگر توان مناطق اکوتوریستی جهت خنثی سازی آلودگی ها و تخریب به اندازه کافی نباشد حتماً فلج اکوسیستمی یا نابودی آن را سبب خواهد شد. برخی از اثرات منفی زیست محیطی صنعت گردشگری در موارد ذیل اشاره می شوند:
- تخریب محیط طبیعی در اثر پیاده روی در بیشه زارها و مراتع،
 - آتش سوزی در جنگلها،
 - بوته کنی، قطع اشجار، چیدن گلها و نابودی گیاهان،
 - پراکندگی زباله ها در سواحل آبی، دریاچه ها، رودخانه ها، چشمه ها، پارکها و فضاهای باز،
 - تجمع پشه، مگس و حیوانات موذی در محیط های گردشگری،
 - انتشار بوهای نامطبوع در فصل تابستان،
 - جاری شدن فاضلاب های تصفیه نشده هتلها و سایر تأسیسات گردشگری در سواحل آبی، رودخانه ها،
 - بروز ساخت و سازهای بی رویه در حوالی مراکز گردشگری،
 - بروز شغل های کاذب و رواج گدایی و مزاحمت های مردمی،
 - تغییر کاربری اراضی و تبدیل به فضاهای گردشگری،
 - افزایش آلودگی صوتی در اثر تردد وسائل نقلیه و شلوغی مردم،
 - افزایش آلودگی هوا در اثر تردد وسائل نقلیه،

- افزایش حوادث جاده ای (رهبر، ۱۳۷۹، ص ۱۸).

منظور از امنیت زیست محیطی گردشگری در واقع کسب اطمینان و اعمال توجه لازم از کمیت و کیفیت اثرات زیست محیطی بالقوه و بالفعل فعالیت هایی است که نهایتاً با ارائه روشهای کاهش یا حذف اثرات منفی و افزایش اثرات مثبت منجر به ارائه برنامه مدیریت زیست محیطی گردشگری خواهد شد.

۸. اثرات اکوتوریسم بر محیط زیست

در صورتی که صنعت اکوتوریسم بدون برنامه ریزی توسعه یابد، روی محیط زیست اثرات منفی جبران ناپذیری بر جای می گذارد. راه های ارتباطی، پارکینگ ها، وسایل نقلیه و وسایل دفع زباله، هر کدام به شکلی تأثیرات ناخوشایندی روی جمعیت حیات وحش که خود بخشی از اکوتوریسم مناطق است، می گذارند. جانوران وحشی حین عبور از جاده ها مجروح می شوند و از بین می روند، لذا احداث پل های متعدد در مسیر جاده های منتهی به مناطق گردشگری الزامی است. از همه آسان تر، استفاده از لوله های متعدد برای عبور جانوران کوچک تر است که ضروری به نظر می رسد (آزاد منجیری، ۱۳۸۷، ص ۳۷).

تمرکز شدید فعالیت های گردشگری در یک منطقه جغرافیایی و عدم توزیع آن در مناطق متفاوت از یک سو، و بهره برداری بیش از حد از منابع و امکانات اکوتوریستی و انتخاب کارکردهای نامطلوب آن از سوی دیگر و عدم برنامه ریزی های اصولی برای ارتباط انسان با محیط، اثرات زیان بخش و جبران ناپذیری را به بار می آورد. بیان ناگواری های گردشگری و نتایج منفی آن، برنامه ریزان را یاری می کند تا با ارائه راه حل های اجرایی، خسارات ناشی از توسعه گردشگری و اثرات زیان بار آن را به حداقل ممکن کاهش دهند.

اثرات زیان بخش صنعت گردشگری در محیط زندگی، از بهره برداری بیش از حد گردشگران از محیطهای طبیعی ناشی می شود. از جمله در سواحل گردشگری، ایجاد هتل ها و رستوران ها در طول صدها کیلومتر، حالت طبیعی سواحل را تغییر داده و این عملکرد در ویران سازی محیط زیست انسان تأثیر فراوان داشته است. لازم به ذکر است که این خسارات جبران ناپذیر، تنها از توسعه گردشگری حاصل نشده اند، بلکه از رشد غیرمنطقی و کاربرد ناآگاهانه رشته های گوناگون صنعت گردشگری حاصل شده اند (رضوانی، ۱۳۷۹، ص ۱۸۲).

در بعضی موارد، سازمان ها و تجهیزات گردشگری، توسط شرکت های خارجی یا افراد غیربومی اداره می شوند که برای کسب منافع مالی، حوزه های فعالیتی خود را گسترش داده اند و در برابر ویرانی محیط زیست هیچ گونه تعهدی برای خود قائل نمی شوند. از این رو، کشورهایی که دارای جاذبه های گردشگری هستند و تصمیم دارند فعالیت های گردشگری را توسعه دهند، در زمینه سرمایه گذاری خارجی در این صنعت باید با احتیاط عمل کنند و با توجه به قوانین و ضوابط خاصی که به نابودی مناطق جغرافیایی، شهرها و روستاها نینجامد، اقدام کنند. ذکر عوارض و اثرات نامطلوب و منفی صنعت گردشگری دلیل بر بی توجهی و کم توجهی دولت ها و برنامه ریزان توسعه به این صنعت نیست، بلکه دقیقاً عکس این موضوع مطرح است. زیرا در برنامه ریزی توسعه، بررسی و شناسایی کمبودها و نارساییها نیز در کنار سایر عوامل مثبت، می تواند به شناخت وضع موجود کمک کند.

۹. مدیریت در اکوتوریسم پایدار

یکی از گام های اساسی به منظور ارتقای توسعه در هر کشوری، استفاده بهینه از کلیه امکانات و منابع آن، با مدیریت علمی و استفاده از پژوهش های صاحب نظران است. کارشناسان اکوتوریسم معتقدند که مهمترین مشکل در اکوتوریسم پایدار، بحران مدیریت است. امروزه مدیریت اکوتوریسم با توجه به روند رو به رشد جمعیت و کاهش منابع معدنی، نه تنها یک نیاز بلکه یک الزام برای رشد و توسعه جامعه است. در چند دهه اخیر، برنامه ریزان، مدیران و مجریان امور در سطح جهان، با توجه به فقر منابع درآمدزا، روی اکوتوریسم سرمایه گذاری های کلانی انجام داده اند. این پدیده موجب حفاظت از اکوسیستم ها و محیط های طبیعی سالم برای انسان ها شده است و در نهایت به تولید درآمد ارزی قابل توجهی منجر خواهد شد (عمادی، ۱۳۸۴، ص ۲۹).

متأسفانه به دلیل بی توجهی به قوانین و مقررات، از گذشته های دور با معضلات زیست محیطی بسیاری که ناشی از پراکندگی مواد زائد و ضایعات، بهره برداری های بی رویه و تخریب منابع طبیعی و استفاده نکردن از فناوری سازگار با محیط طبیعی است، روبرو بوده ایم. نتایج بررسی های صورت گرفته بیانگر آن است که هنوز پرداخت عمیقی در ارتباط با مفاهیم مربوط به اکوتوریسم پایدار به عنوان یک فعالیت پر ارزش و آموزنده، از سوی مجامع علمی، برای استفاده مدیران اجرایی صورت نگرفته است. لذا مدیران اجرایی، چه در سطح ملی و چه در سطح منطقه ای، هنوز درگیر ناتوانی در درک مفاهیم و به کارگیری آن ها در فرآیندهای مدیریتی و بازاریابی هستند (آزاد منجیری، ۱۳۸۷، ص ۳۸).

پیشرفت و توسعه صنعت گردشگری در جهت نیل به توسعه پایدار ارتباط تنگاتنگی با چگونگی نگرش سیاست گزاران، برنامه ریزان و گردشگران به مسائل محیط زیست هر جامعه دارد. از دیدگاه گردشگری زیست محیطی هرگونه تغییر کمی و کیفی حساب نشده در فعالیت های گردشگری سبب پیدایش تغییر تعادل زیست محیطی شده و تخریب و آلودگی های غیرقابل جبران آن می گردد. از آنجایی که فعالیتهای گردشگری بعضاً موجب متاثر ساختن ذخایر، منابع و عوامل تشکیل دهنده محیط های انسانی و طبیعی می گردند، لذا بررسی فعالیت های گردشگری از نظر زیست محیطی امری ضروری است تا براساس آن میزان کمی و کیفی تأثیرات مورد سنجش قرار گیرند.

بدون شک رعایت ملاحظات زیست محیطی اعم از تعیین محل مناسب گردشگری، بهداشت محیط اقامتی و استفاده از وسایل حمل و نقل مناسب و غیرآلوده در کلیه فعالیت های گردشگری می تواند نقش اساسی در کاهش معضلات زیست محیطی نماید. در این رابطه با انتخاب تکنولوژی بهینه تصفیه در تأسیسات جهانگردی، روش مناسب و دیگر تغییرات سیستمی می توان نسبت به ارائه روشهای حذف یا کاهش اثر اقدام نمود و یا رویه کنترل و پایش مناسب اختیار کرد (مجموعه قوانین و مقررات حفاظت محیط زیست ایران، ۱۳۷۹).

۱۰. پیشنهادات و توصیه ها

به طور خلاصه فعالیت های گردشگری سبب تغییر در وضعیت محیط زیست شده و نیاز به مطالعات بیشتری بر روی روشهای توسعه این صنعت همراه با سالم نگهداشتن محیط زیست است. ارزیابی اثرات زیست محیطی فعالیت های گردشگری در مراحل برنامه ریزی، اجرایی و توسعه می تواند نقش اساسی در حذف یا کاهش اثرات نامطلوب و منفی در محیط زیست ایفا و گام اساسی در توسعه اجتماعی و اقتصادی به همراه حفاظت، بهبود و بهسازی محیط زیست منطقه ای و ملی بردارد. برای نیل به این اهداف، تنظیم و اجرای برنامه های آموزش زیست محیطی، جلب مشارکت

عمومی و تمثیت امور حمل و نقل شهری، بین شهری و بین المللی، تبیین و گسترش فرهنگ گردشگری ضروری است. در ایران تاکنون مطالعات جامعی در خصوص گردشگری و محیط زیست صورت نگرفته و در این راستا مدیریت زیست محیطی گردشگر مؤثر اعمال نشده است. لذا در خاتمه این مقاله توصیه ها و راهکارهای زیر پیشنهاد می گردد:

- ۱- ضرورت تهیه استراتژی محیط زیست در رابطه با گردشگری توسط کمیته ملی توسعه پایدار.
- ۲- ضرورت بازنگری قوانین، مقررات، ضوابط و استانداردهای زیست محیطی گردشگری.
- ۳- ضرورت برقراری هسته های زیست محیطی در ارگانهای مسئول گردشگری به منظور ترویج فرهنگ زیست محیطی و ارائه آموزشهای لازم.
- ۴- ضرورت هماهنگی بین ارگانهای مسئول و ذیربط.
- ۵- اقدام به محاسبه ظرفیت برد اکولوژیکی منابع در جهت مشخص نمودن ظرفیت تفرجگاه های طبیعی به منظور تحمل و پذیرش تعداد افراد طی روز، فصل و سال، بدون این که صدمه ای به این گونه محیط ها وارد آید.

گردشگری فرهنگی

فرهنگ ، با نفوذ قوی خود می تواند به بهترین وجه ماهیت، هدف، ساختار و کارکرد گردشگری را توضیح دهد. با وجود تأکیدات فراوانی که در گذشته و حتی امروز بر بعد اقتصادی و مزایا و منافع گردشگری می شود، فرهنگ همچنان بیشترین نفوذ و تأثیر را دارد. تأکید بر بعد اقتصادی و مطالعه توانمندی های بالقوه اقتصادی این صنعت، بدون شک آن را به صنعتی پیشگام تبدیل خواهد کرد، اما هرگز بعد فرهنگی نباید تحت تأثیر قرار گیرد یا فراموش شود (جعفری و زرغام ۲۰۰۰: ۵).

در بسیاری از موارد، بدون ارائه تعریفی روشن، اصطلاحات گردشگری فرهنگی و گردشگری میراث به جای یکدیگر به کار رفته اند. شاید یکی از دلایل دشواری تعریف این اصطلاح ناشی از مفهوم پیچیده فرهنگ باشد. برای مواجهه با این پیچیدگی بهتر است بر کاربرد رایج فرهنگ تمرکز کرد. این واژه معمولاً برای اشاره به روش زندگی^۸ یا محصولات یک فرهنگ خاص به کار می رود اگر چه در مقایس وسیعتر، میراث و هنر را هم در بر می گیرد. گردشگری فرهنگی عبارت است «از مسافرت افراد از محل سکونت خود به مکان هایی که جاذبه های فرهنگی دارند. این جابه جایی به قصد کسب اطلاعات و تجارب برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می شود» (ریچاردز، ۱۹۹۶: ۲۴). براساس این تعریف، گردشگری فرهنگی شامل همه دیدارها از جاذبه های فرهنگی از جمله موزه ها، مقبره های تاریخی، کارکردهای فرهنگی و سایر جلوه های فرهنگی می شود. این نوع گردشگری در سالهای اخیر از منابع فرهنگی سخت مانند ابنیه ی تاریخی به منابع فرهنگی نرم مانند کارکردهای فرهنگی تغییر جهت داده است. گردشگری میراث به طور گسترده ای با میراث فرهنگی گذشته یا منابع فرهنگی سخت ارتباط دارد. این منابع معمولاً شامل موزه ها، مقبره های تاریخی و چشم اندازها می شود (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱۵۴).

^۸-way of life

آثار اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری

آثار اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری به این موضوع اشاره دارد که گردشگری و مسافرت در نظام ارزش های افراد و جامعه، الگوی رفتاری، ساختارهای اجتماعی، سبک و کیفیت زندگی جامعه میزبان و گردشگران تأثیرگذار است (ولا و بیچریل، ۱۳۸۴: ۱۶۶). گستردگی و شدت این تأثیرات به سطح عمومی توسعه به ویژه سطح عمومی فعالیت های گردشگری در نواحی گردشگری نیز بستگی دارد. در این ارتباط باید خاطر نشان ساخت که در آن دسته از مناطقی که دارای فعالیت اجتماعی - اقتصادی نیرومند و متنوعی هستند، گردشگری معمولاً پدیده ای سابقه دار است و هیچ اثر خاصی ندارد. برعکس، در کشورهای در حال توسعه یا در بخش های توسعه نیافته کشورهای توسعه یافته، رواج گردشگری می تواند موجب بروز تغییرات مهمی در ساختار اجتماعی و در محیط فرهنگی و طبیعی جوامع گردد. در این دسته از کشورها معمولاً هدف از توسعه گردشگری، پویا کردن یک اقتصاد ضعیف است و این هدف تنها از راه تحمیل یک نظم اجتماعی - اقتصادی جدید به دست می آید. در نتیجه ممکن است با ظهور مشاغل جدید، طبقه ای نو، نقش های متفاوت برای زنان و جوانان در خانواده به واسطه مشاغلی که در خدمات گردشگری دارند و غیره، ساختارهای اجتماعی و فرهنگی نظم اقتصادی پیشین دستخوش تغییر شود. گردشگری برای جامعه محلی و الگوهای فرهنگی آن تنها دربردارنده منافع نیست بلکه چه بسا مشکلاتی نیز به بار آورد و معمولاً این دو دسته اثرات مثبت و منفی با هم تحقق می یابند، هرچند گردشگری می تواند متضمن برخی از تبعات منفی نیز باشد ولی باید تصدیق کرد که تمامی انواع تحولات جدید مانند تماس با نفوذهای خارجی همچون رسانه های نو (روزنامه، مجلات، رادیو و تلویزیون) تأثیراتی به همراه دارند و گردشگری معمولاً تنها یکی از انواع تحول و نفوذ خارجی در هر ناحیه است. همانگونه که از دیگر تحولات جدید نیز به صرف احتمال ایجاد برخی تأثیرات منفی نمی توان چشم پوشید بلکه باید کوشید با تهمیداتی تبعات منفی آنها را کنترل و از تأثیرات مثبتشان بیشترین بهره را برگرفت. در برابر گردشگری نیز باید همین برخورد متوازن را در پیش گرفت و با شناسایی تأثیرات مثبت و منفی آن به تقویت ثمرات و تخفیف و کنترل زیان های احتمالی آن همت گماشت (طیب، ۱۳۸۶: ۲۱۵).

تأثیرات منفی اجتماعی - فرهنگی گردشگری

چنانچه برنامه ریزی، توسعه و مدیریت گردشگری به شایستگی صورت نگیرد میتواند موجب بروز برخی از مشکلات اجتماعی - فرهنگی گردد که از آن میان موارد ذیل حائز اهمیت بیشتری است:

۱. تجاری شدن^۹ یا کالایی شدن^{۱۰} ۱۰ فرهنگ جامعه میزبان؛ به این معنا که ساکنان، محصولات فرهنگی خود را آن گونه که مورد پسند گردشگران باشد عرضه می کنند. اثر القایی^{۱۱} نیز از جمله همین آثار منفی عنوان شده است و به فرایندی گفته می شود که فرهنگ گردشگران و هر چه مربوط به آنهاست، برای جامعه میزبان الگو می شود و ساکنان به تقلید کورکورانه از فرهنگ مهمانان می پردازند (ضرغام، ۱۳۷۶: ۳۹۲)؛

^۹ - Commercialization

^{۱۰} - Commodization

^{۱۱} - Demonstration effect

۲. ساکنان محلی محصولاتی را به گردشگران عرضه می کنند که از نمونه اصیل آن کیفیت نازلتری دارد و با آنچه برای خودشان تولید می کنند متفاوت است. همچنین نتایج مطالعه ای که اخیراً در ایران انجام گرفته است بیانگر اعتراض بسیاری از گردشگران به غیر اصیل بودن یا کیفیت کم کالاهایی است که به عنوان صنایع دستی و محلی در ایران به آنها عرضه می شود (فقیهی و کاظمی، ۱۳۸۲: ۱۵۴)؛
۳. محصولات محلی براساس سفارش و سلايق گردشگران تولید می شود و آنچه بوميان عرضه می کنند با شکل سنتی آن تفاوت دارد؛
۴. در پاره ای موارد نیز ساکنان سعی می کنند به هر شکل ممکن گردشگران را جذب کنند و این امر گاهی اوقات به عرضه جلوه های فرهنگی غیر مستند منجر می شود؛
۵. معماری های غیر اصیل و بی ریشه در ساخت هتلها و اقامتگاههای جهانگردان، که صرفاً به منظور جلب نظر آنان اجرا شده است. ادامه این فرایند منجر به پدیده ای به نام کم جلوه شدن فرهنگ ۱۲ می شود که یکی دیگر از آثار منفی توسعه بی رویه گردشگری است و نگرش ساکنان را به این پدیده تحت تأثیر قرار می دهد. کم جلوه شدن فرهنگ در واقع به معنای عرضه فرهنگ یا محصولات فرهنگی یک جامعه به مهمانان به شکلی غیر واقعی و غیر اصیل است که فقط برای جذب بازدید کنندگان و جلب توجه آنان انجام می شود. به همین دلیل، سندیت و اعتبار، به مسئله ای مهم در صنعت گردشگری تبدیل شده است؛
۶. سلامت یکی دیگر از زمینه های تأثیر اجتماعی گردشگری است که در سالهای اخیر توجه بیشتری به آن شده است. اخیراً مطالعات در مورد رابطه ی بین مسافرت و شیوع بیماریهای مسری در حال افزایش است، به عبارتی، این فرضیه که توسعه گردشگری در یک مقصد ممکن است در شیوع بیماری بین ساکنان و مهمانان مؤثر باشد، موضوع برخی مطالعات قرار گرفته است (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱۰۵-۱۰۳)؛
۷. یک مشکل رایج، انبوه شدن بیش از حد جمعیت گردشگران و از دست رفتن آسایش مردم محلی است که منجر به ایجاد نارضایتی و حس دشمنی به گردشگران در سکنه می شود، چنانچه بهره مندی سهل و آسان مردم محل و دسترسی آنها به ویژگیهایی همچون تسهیلات خرید و حمل و نقل ناممکن شود، نارضایتی و ناآرامی مردم را برمی انگیزاند، همچنین در صورتی که مردم محلی احساس کنند چندان از منافع اقتصادی گردشگری بهره مند نمی شوند و توسعه گردشگری در کنترل گروه های ذینفع خارجی است، نارضایتی آنان دو چندان می گردد؛
۸. با توجه به شکنندگی خاص میراث فرهنگی، ممکن است توسعه گردشگری موجب صدمه دیدن اصالت الگوهای فرهنگی بومی گردد، مردم بومی که به شیوه سنتی زندگی می کنند، می توانند با تماس با گردشگران برای همیشه دچار استحاله شوند؛
۹. ممکن است دیدار بیش از حد گردشگران از مکان های تاریخی و باستانی مهم موجب ویرانی تدریجی آنها شود. این ویرانی می تواند ناشی از بی توجهی به ظرفیت پذیری محل مزبور یا حاصل فعالیت های سودجویانه گردشگران نافرهيخته باشد.

^{۱۲} - Cultural delusion

^{۱۳} - ایندز و سارس از جمله نگران کننده ترین بیماری هایی اند که تاکنون در توسعه گردشگری به آن توجه شده است.

۱۰. ممکن است بواسطه پا گرفتن ایستارهای مصرفی گردشگری، مردم محل بویژه جوانترها دچار عارضه تشبه به بیگانگان شوند و از الگوهای رفتاری و پوشاکی گردشگران تقلید کنند، تقلیدی که بدون شناخت تفاوت پیشینه های فرهنگی و موقعیت اجتماعی-اقتصادی گردشگران صورت می گیرد. همچنین ممکن است به واسطه نامتوازن شدن تبادلات میان گردشگران و مردم محل، رفتارهای ضد اجتماعی در جوانان بروز کند و آمار طلاق نیز بالا رود که اینها همگی به زوال ساختار خانواده، به جای نوسازی آن در کشور پذیرنده گردشگران منجر می شود؛

۱۱. ممکن است به واسطه تفاوت زبان و عادات و سنن مردم محل و گردشگران، میان دو طرف سوء تفاهمات و برخوردهایی بروز کند که موجب ترسیم تصویر نامطلوبی از کشور در چشم بیگانگان و تصویر نامطلوبی از گردشگری در چشم اهالی محل گردد؛

۱۲. ممکن است گردشگری موجب تشدید آسیب های اجتماعی همچون اعتیاد، میگساری، بزهکاری و روسپیگری شود، هرچند پژوهش های صورت گرفته در این زمینه نشان می دهد که به ندرت گردشگری علت اساسی چنین پدیده هایی است، ولی میتواند فرصت و زمینه گسترش آنها را فراهم سازد (طیب، ۱۳۸۶: ۲۱۵-۲۱۴)؛

۱۳. خطراتی و نا امنی های ناشی از آن همچون غذای بد در رستوران های بین راه، عدم رعایت بهداشت در هتل ها، نبودن علائم رانندگی کافی در جاده ها، خرابی جاده ها و بد رفتاری یا رفتار های همراه با تبعیض از طرف کارکنان مؤسسات مربوط به جهانگردی با جهانگردان، گران فروشی هتل ها، و همچنین مزاحمت های افراد بزهکار که امنیت گردشگران را دچار اختلال می سازد، می تواند دغدغه خاطر جهانگردان را سبب شود (سام آرام، ۱۳۷۴: ۳۵-۳۴)

۱۴. مردم جامعه میزبان به علت داشتن نگرش های ویژه به زندگی و وجود مشکلات عدیده، ممکن است از لحاظ رفتاری و همچنین زبان بدنی در زمان فعلی بر خلاف عقیده باطنی و همچنین آداب و رسوم و ارزش ها و هنجارهای جامعه و تاریخ و تمدن خود، فاقد جذابیت های لازم برای جذب گردشگری باشند و بتوانند ارتباط مؤثر برقرار نمایند، به عنوان مثال از لحاظ ظاهری دارای چهره ای کاملا عصبی، افسرده، ناراحت و غمگین و فاقد هر گونه لبخند و مهربانی و صمیمیت و... باشند. لذا این عامل باعث می شود گردشگران نسبت به رفتار مردم و همچنین شرایط زندگی آنان دید مثبتی پیدا نکند و در انتخاب های بعدی خود جهت گردش در این کشور با تعلل روبرو گردند؛

۱۵. در بین عرضه کنندگان محصولات فرهنگی، اجتماعی... ممکن است امید به انعام و بخشش و تمکین بیشتر نمود یابد و در ذهن گردشگر چنین القا شود که پول بر سایر فضایل و ارتباطات برتری دارد و در واقع این ارتباطات بر اساس عوامل صرفا مادی شکل می گیرد، لذا چنین امری می تواند کاهش روحیه عزت و بزرگ مایگی و شرافت را از دید گردشگران در این جامعه، به همراه داشته باشد؛

۱۶. با توجه به تبلیغات منفی در جهان علیه کشورهای آسیای جنوب غربی و نموده های عینی از آن در برخی از این کشورها، به ویژه از لحاظ نبودن و یا ضعیف بودن بعد امنیت، این احساس همیشگی در گردشگران وجود دارد که در هر لحظه ممکن است دچار آسیب، صدمه، حمله و... شوند. بنابراین ارتباط عمیق و پایدار بین گردشگران و میزبان ایجاد نشده و همین امر باعث عدم شناخت اصیل، دقیق و عمیق گردشگران با ویژگی فرهنگی و اجتماعی، سبک زندگی، اخلاقیات و ارزش های اصیل و... جامعه میزبان می شود و تنها به مشاهدات غیر عمیق خود تکیه کرده و بدن شناخت دقیق به داوری پرداخته و عاملی جهت تبلیغ منفی گردند.

اما با وجود انتقاداتی که در خصوص آثار منفی گردشگری بر فرهنگ و اجتماع وجود دارد، مطالعه دیدگاههای ساکنان، نشان دهنده برخی منافع و آثار مثبت اجتماعی - فرهنگی توسعه این صنعت بر جوامع میزبان است (جعفری و ضرغام، ۲۰۰۰: ۶).

تأثیرات اجتماعی - فرهنگی مثبت گردشگری

در صورتی که برنامه ریزی، توسعه و مدیریت گردشگری به خوبی و با احساس مسئولیت اجتماعی صورت گیرد می تواند مزایای اجتماعی - فرهنگی متعددی به بار آورد که از جمله آنها می توان موارد زیر را برشمرد:

۱. توسعه گردشگری با ایجاد مشاغل در بخش های ساختمان و خدمات، و نیز با افزایش درآمد افراد به واسطه پدید آوردن مشاغل جدید با دستمزدی بهتر، بر ساختار اجتماعی تأثیر می گذارد، از طرفی توسعه بخشی از اعتبار لازم برای بهبود بخشیدن به خدمات و تسهیلات جوامع محلی را تأمین می نماید؛

۲. با توسعه گردشگری، اقشار اجتماعی تازه ای پا می گیرند و مدارس رسمی توسعه می یابند، از طرفی در پی مبادلاتی که میان مردم محل و گردشگران صورت می گیرد، ساختار خانواده به نوسازی می گراید و زنان و جوانان در چارچوب این ساختار جدید آزادی بیشتری به دست می آورند، تمام اینها حکایت از افزایش پویایی اجتماعی در اثر توسعه گردشگری دارد؛

۳. گردشگری بومی می تواند موجب گسترش یکپارچگی و همگرایی اجتماعی-فرهنگی در سطح کشور و تقویت وحدت ملی گردد. بویژه در کشورهای در حال توسعه ای که در آنها گروه های قومی متعدد و مذاهب مختلف در کنار هم حضور دارند، تحریک اتباع که همایش مردم، مذاهب، اقوام و گروه های اجتماعی مختلف را ممکن می سازد، می تواند وحدت ملی را قوام بیشتری بخشد؛

۴. گردشگری می تواند میراث فرهنگی ناحیه ای را که در صورت عدم توسعه عقلایی گردشگری و در نتیجه تحقق توسعه عمومی از دست خواهد رفت حفظ نماید؛

۵. وقتی مردم محلی مشاهده کنند که گردشگران به فرهنگ آنان با دیده تحسین می نگرند احساس مباهات به فرهنگ خودی در آنان تقویت و یا حتی زنده خواهد شد. این در مورد جوامعی صدق می کند که دستخوش رشد شتابان و دچار از دست رفتن حس اعتماد به فرهنگ خودی شده اند؛

۶ توسعه گردشگری می تواند فرصت هایی برای برقراری مبادلات فرهنگی میان گردشگران و مردم محل فراهم سازد تا بدین ترتیب دو طرف با فرهنگ یکدیگر بیشتر آشنا شوند و به تدریج به فرهنگ هم احترام بگذارند. مبادلات فرهنگی حاصل از گردشگری موجب وسیع تر شدن افق اندیشه طرفین، کاهش پیشداوری ها و نزدیک تر شدن انسانها به یکدیگر می شود (طیب، ۱۳۸۶: ۲۱۶)؛

۷. افزایش میزان تکلم بازدید کنندگان به زبان محلی؛

۸. تمایل جامعه میزبان برای پذیرفتن و یادگیری زبانهای دیگر به منظور برقراری ارتباط بیشتر با گردشگران؛

۹. ایجاد و تقویت حس خویشتن شناسی بین ساکنان؛

۱۰. کمک به ساکنان محلی در کسب شناخت بیشتر از فرهنگ بومی؛

۱۱. افزایش غرور ملی و فرهنگی؛

۱۲. ایجاد شرایط مناسب برای مشارکت فعال ساکنان بومی در معرفی فرهنگ و آثار فرهنگی منطقه به مهمانان؛
۱۳. بهبود کیفیت زندگی، افزایش امکانات تفریحی و سرگرمی، بهبود کیفیت خدمات شهری، بهبود کیفیت خدمات عمومی (بهداشت، پلیس و ...) (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱۰۸)؛
۱۴. توسعه روابط فکری، هنری، فرهنگی، اجتماعی بین جامعه میزبان و گردشگران؛
۱۵. شناخت مردم از فرهنگ و تمدن کشورهای دیگر و گرفتن نقاط مثبت و کاربردی آن فرهنگ و تمدن ها در جهت پیشرفت آن جنبه هایی که نیاز به توجه و مراقبت بیشتری دارد.
- به طور کلی ساکنان محلی به دو گونه از منافع فرهنگی توسعه گردشگری بهره مند می شوند: اول اینکه گردشگری، فرهنگ جامعه میزبان را به سایر جوامع و فرهنگها معرفی می کند. این اثر مانند تبلیغات برای گوهری است که هر جامعه آن را چون صدف در درون خود محفوظ می دارد و هر چه این گوهر اصیل تر و غنی تر باشد، معرفی آن به دیگران عزت و احترام بیشتری برای صاحبانش به همراه خواهد داشت؛ دوم اینکه صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می کند تا فرهنگ خود را مستقیم و بدون واسطه و به شکل واقعی به علاقه مندان عرضه کنند. این عمل، به ویژه باعث تقویت غرور و همبستگی جامعه میزبان و افزایش حد تحمل آنان در برابر فرهنگ های دیگر می شود (ریچاردز، ۱۴، ۲۰۰۰: ۱۸-۲۰). همچنین این شیوه معرفی فرهنگ خود به دیگران، هر گونه شائبه یا پنداشتهای نادرست درباره فرهنگ ساکنان را برطرف می کند و گردشگران امکان مشاهده فرهنگ واقعی میزبانان خود را به دست می آورند؛ به علاوه مهمانان می توانند برخی خصایص فرهنگی جامعه میزبان را، که خودشان کمتر به آن توجه داشته اند، شناسایی و معرفی کنند (بونی فیس، ۱۳۸۰: ۵۷). مطالعات انجام گرفته در ایران نیز مؤید این واقعیت است، به طوری که اکثریت قریب به اتفاق کسانی که از ایران دیدن کرده اند، پس از سفر دیدگاهشان درباره مردم و فرهنگ این سرزمین کاملاً تغییر کرده و ایرانیان را مردمی خونگرم، مهمان نواز و صمیمی می شناسند (ستاری، ۱۳۷۹: ۴۸).
- بهینه سازی اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری
- از جمله اهداف اصولی برنامه ریزی برای توسعه گردشگری، بهینه سازی اثرات اجتماعی- فرهنگی آن است. از آنجا که تأثیرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری بر پایه تبادلات انسانی شکل می گیرد، لذا بهترین شیوه برای بهینه ساختن این تأثیرات، موزون کردن روابط میان دیدارکنندگان و میزبانان است. این موزون سازی روابط طرفین معادله گردشگری، از نکات مهمی است که هر فرد برنامه ریزی که هدفش یافتن راه هایی برای ایجاد توازن پویا میان عرضه و تقاضای گردشگری است باید مد نظر داشته باشد. باید برنامه ها بر پایه دریافت روشن از انگیزه های گردشگران، محصولات گردشگری، و ماهیت فعالیت های گردشگری استوار باشد، چرا که همین ها مجاری اصلی موزون سازی روابط دو طرف را تشکیل می دهند و افزون بر آن، ویژگی زیر ساخت گردشگری را که باید توسعه یابد مشخص می سازند. اما پیش شرط تأثیر گذاری و بهینه سازی تبعات اجتماعی- فرهنگی گردشگری آن است که بتوانیم آنها را ارزیابی و برآورد کنیم، مهمترین شیوه، مشورت با مردم و مقامات ملی و محلی درباره آن دسته از طرح های گردشگری است که زندگی روزمره مردم را دستخوش تغییراتی می سازند. مشهور است که نادیده گرفتن هر چیز معمولاً موجب تبدیل آن

به یک مانع می شود و عامل انسانی نیز از این قاعده مستثنی نیست. تجربه نشان داده است که علت شکست یا به اجرا درنیامدن برخی طرح های گردشگری این است که در مورد آنها هرگز مشورتی با مردم محل صورت نگرفته است و آنان نیز به طور طبیعی به مقاومت در برابر طرح های یاد شده برخاسته اند. با در نظر گرفتن و لحاظ کردن عامل انسانی در برنامه ریزی گردشگری می توان مانع از بروز چنین وضعی شد (طیب، ۱۳۸۶: ۲۱۹-۲۱۸).

یکی دیگر از عواملی که باعث بهینه سازی آثار اجتماعی - فرهنگی گردشگری می شود، گردشگری بومی است. بومی کردن گردشگری یا آنچه که از آن به عنوان گردشگری بومی یاد می شود عبارتست از تطابق گردشگری با محیط زیست و محیط فرهنگی هر مکان. در این رهیافت نگرشی دو سویه از جریان گردشگری وجود دارد، از یکسو گردشگری بومی شامل عمل و عکس العمل گردشگران است و از دیگر سو اندازه و وسعت و دامنه ی عملکردی گردشگری را نشان میدهد. در زمینه ی عمل و عکس العمل گردشگران پیوسته مفهومی از تطبیق رفتاری وجود دارد. که در چارچوب کنش پذیری بین میزبان و گردشگر رخ می دهد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۱۰۴).

بنابراین لازم است در زمینه ی گردشگری بومی در مناطق مورد نظر به رویکردها و سطوح مختلف گردشگری در برنامه ریزی توجه کافی مبذول گردد. بر این اساس می توان گردشگری بومی را «به کار بردن راهبردهای توسعه پایدار در راستای شناخت نیازهای هر منطقه و افزایش آگاهی همراه با سودمندی برای جوامع در مقیاسی منطقه ای و در نهایت دستیابی به گردشگری پایدار» تعریف نمود. از این نظر گردشگری بومی در برگیرنده معرفی و حمایت از منطقه، معرفی روشهای اشتغال زا و درآمد ساز به مردم آن منطقه، شناخت بهتر نیازها و خواسته ها در هر دو بعد میزبان و گردشگر، تشویق مردم منطقه به احیای آداب و رسوم محلی و صنایع دستی و نظیر اینهاست (داس ویل، ۱۳۷۸، ۴۶). در یک برنامه ریزی صحیح گردشگری بومی باعث توسعه ی منطقه توسط مردم محلی و استفاده ی آنها از امکانات رفاهی در سطح بالا می شوند.

برخی تمهیدات مشخص برای جلوگیری از تبعات منفی گردشگری

برای جلوگیری یا تخفیف مشکلات اجتماعی- فرهنگی ناشی از گردشگری، جدای استفاده کلی از بررسی های ناظر بر اثرات دائم التزاید گردشگری بر حوزه های اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی کشور، تدابیر مشخص تری نیز می توان اتخاذ کرد که ذیلا به چند نمونه از مهمترین آنها که توسط (طیب-۱۳۸۶)، (کاظمی، ۱۳۸۶) و اینجانب گردآوری شده، اشاره می شود:

۱. یک خط مشی کلی مهم، توسعه تدریجی و گام به گام گردشگری است به نحوی که جامعه فرصت سازگاری یافتن با آن، آموزش دیدن در مورد آن، و یادگیری نحوه مشارکت در مزایای آن را داشته باشد. این رویکرد به دولت نیز فرصت کافی می دهد تا بر تبعات اجتماعی- فرهنگی گردشگری نظارت کند و هر مشکلی را پیش از وخیم شدن علاج نماید.

۲. باید مردم محل در روند برنامه ریزی و توسعه گردشگری مشارکت داشته باشند تا بدین ترتیب هم قدرت تأثیر گذاری بر تصمیمات را بیابند و هم خود را جزئی از فعالیت گردشگر احساس کنند.

۳. باید انواع مناسبی از گردشگری که سازگاری بیشتری با جامعه محلی دارد، انتخاب شود. همچنین گزینش بازارهای مولد گردشگر می تواند موجب جلب همان نوع گردشگرانی شود که عادات و سنن مذهبی، اجتماعی و فرهنگی محل را حرمت می نهند.

۴. تمهید خط مشی هایی برای عرضه مکان های باستانی و بناهای تاریخی به گردشگران به نحوی که موجب صدمه دیدن یا ویرانی آنها نشود، در هنگام تدوین چنین خط مشی هایی باید توجه داشت که گاه اولویت دادن به میراث فرهنگی به معنی فدا کردن منافع اقتصادی کوتاه مدت گردشگری است ولی در هر حال به نفع آینده است. باید برای هر محل گردشگری برنامه ای تدوین کرد که بر چهار رکن زیر پایه گرفته باشد: بستن کامل نواحی بسیار شکننده، ایجاد نواحی گردشگری در داخل برخی از ناحیه ها، گشودن ادواری نواحی به روی گردشگران، محدود کردن نوع و تعداد گردشگران به نحوی که تنها گروه های ویژه بسیار علاقمند به آنها دسترسی داشته باشند.

۵. حفظ اصالت هنرها، صنایع دستی، لباسها، نمایش ها، موسیقی و رقص ها در عین جرح و تعدیل نسبی آنها برای عرضه به گردشگران. این امر ممکن است نیازمند سازمان دادن برنامه های آموزشی ویژه و اعمال کنترل مستمر بر کیفیت محصولات فرهنگی باشد، البته در برخی از انواع مراسم و جشن ها همچون اعیاد و مناسک مذهبی نباید به ملاحظه گردشگری تغییری داد، بلکه باید بر گردشگرانی که نظاره گر اینگونه جشن ها و مراسم هستند به دقت اعمال کنترل کرد.

۶. حفظ سبک های ممتاز معماری موجود در محل و تشویق استفاده از روح معماری محل در ساختمان سازی از جمله در ساخت تسهیلات گردشگری.

۷. اطمینان یافتن از آنکه اهالی محل به جاذبه های گردشگری، ویژگی های فرحبخش و دیگر تسهیلات دسترسی مناسبی دارند و اتخاذ تدابیری در جهت کنترل دیدارکنندگان برای جلوگیری از ازدحام بیش از حد آنان، در این زمینه باید از فنون موجود برای تعیین آستانه های ظرفیت پذیری هر محل کمک گرفت.

۸. برقراری ترتیباتی برای قادر ساختن مردم محل به استفاده از تأسیسات گردشگری، چنانچه مردم محل قادر به تحمل هزینه تجاری تسهیلات گردشگری موجود نباشند، برای استفاده آنان تسهیلات ارزان و یارانه ای تدارک یابد.

۹. توسعه جابجایی عمومی برای مقاصد آموزشی، فرهنگی، حرفه ای یا تفریحی که خود از مهمترین اهداف برنامه ریزی گردشگری است، راهی است برای برطرف کردن مشکلاتی همچون عقده کهنتری، پرخاشگری، بیگانه ترسی، و... که ممکن است از رابطه نابرابر میان گردشگران و میزبانان به وجود آید.

۱۰. آموزش دادن به اهالی در مورد گردشگری، مفاهیم، مزایا و مشکلات آن، خط مشی و برنامه محل برای توسعه گردشگری، نحوه مشارکت شخصی مردم در گردشگری، و الگوهای اجتماعی گردشگران دیدار کننده از ناحیه میتوان با استفاده از رادیو، تلویزیون، روزنامه ها، مجلات و برگزاری جلسات عمومی، برنامه هایی برای آگاه سازی عامه در مورد گردشگری ترتیب داد. علاوه بر آن آموزش رسمی (کلاس، جزوه و...) و غیر رسمی (تلویزیون، رادیو و...) بومیان تحت عنوان آموزش شهروندی در ارتباط با مواجه شدن با گردشگران و رفتارهای مناسبی (زبان بدن و چهره های صورت، نوع کلام، رفتارهای ویژه و...) که باعث تبلیغات و نگرش مثبت و جذب گردشگران می شود، لازم می باشد.

۱۱. آگاه ساختن گردشگران از جامعه محلی، عادات و سنن و قوانین پوشاک آن، رفتارهای قابل قبول در مکان های مذهبی و غیره و تأکید بر لزوم رعایت حساسیتها هنگام عکسبرداری و فیلمبرداری و هر مشکل محلی، در صورتی که گردشگران با این مسائل آشنا باشند به احتمال بیشتر آنها را خواهند پذیرفت.

۱۲. آموزش کارکنانی برای فعالیت مؤثر در زمینه گردشگری، از جمله آموزش زبان و حساسیت های اجتماعی در موارد لزوم، بدین وسیله گذشته از ارائه خدمات بهتر، احتمال بروز هر گونه سوء تفاهم میان گردشگران و کارکنان کاهش خواهد یافت.

۱۳. اعمال کنترل شدید بر مواد مخدر، بزهکاری و روسپیگری.

۱۴. در جهت حفظ امنیت گردشگران توجه به نکات ایمنی و کنترل این نکات از جایگاهی ویژه ای برخوردار است مسؤلان هر بخش با تلاش و کوشش و جدیدیت تمام باید به ایجاد تجهیزات و ابزار و امکاناتی که به افزایش امنیت گردشگران کمک می کند اقدام و توسط مراجع ذیصلاح کنترل، بازرسی و بازدید گردد و در صورت رعایت نشدن با جریمه های سنگین و همچنین برخوردهای قانونی با آنها مقابله کنند.

۱۵. حمایت از مصرف کننده نسبت به نرخ های محصولات و خدمات گردشگری (مشخص نمودن کیفیت محصولات و خدمات ارائه شده توسط استانداردها و معیار ها به عرضه کنندگان و همچنین نرخ های که به معنای واقعی باعث سود متعادل برای عرضه کنندگان شود و از گران فروشی و همچنین نیاز به انعام و بخشش و تمکین بیشتر در آنها بکاهد) و در صورت بروز این مشکل با عرضه کنندگان برخورد شود زیرا هم امنیت اقتصادی و همچنین احساس آرامش و صداقت را از گردشگران گرفته و باعث تبلیغ منفی می گردد.

نتیجه گیری:

با وجود همه مسائل و مشکلات در زمینه توسعه اکوتوریسم پایدار، هنوز هم طبیعت ایران، سفره زیبایی در مقابل ما گسترانده است که با مدیریت صحیح می توان از آن حداکثر بهره برداری را کرد و پرتوان تر از گذشته، به بخش صنعت گردشگری و بالاخص اکوتوریسم پرداخت. بدیهی است، این مهم تنها بر عهده سازمان های ایران گردی و جهان گردی و گردشگری سازمان حفاظت از محیط زیست نیست، بلکه مدیریت سایر بخش ها شامل صنایع، معادن، راه و ساختمان، آموزش و پرورش، بخش های فرهنگی، رسانه ها و صدا و سیما را در یک حرکت جامع و عزم ملی می طلبد. در حقیقت، مدیریت اکوتوریسم پایدار را بسیار جامع تر و ضروری تر از پیش می نمایاند تا علاوه بر حفظ جنگل ها و مراتعی که از نظر گونه های گیاهی یکی از فلورهای غنی جهان با گیاهان آندومیک و ذخایر ژنتیکی بالاست، به شناسایی زیبایی های این خطه به جهانیان و تولید درآمد ملی و ارزآوری مناسب و سامان دهی اقتصادی کشور یاری بخشد.

به علاوه از جمله اهداف اصولی برنامه ریزی برای توسعه گردشگری، بهینه سازی اثرات اجتماعی-فرهنگی آن است. گردشگری برای جامعه محلی و الگوهای فرهنگی آن تنها دربردارنده منافع نیست بلکه چه بسا مشکلاتی نیز به بار آورد و معمولاً این دو دسته اثرات مثبت و منفی با هم تحقق می یابند، لذا توجه به راهکارهایی که منجر به پررنگ نمودن آثار مثبت و کم رنگ نمودن آثار منفی میشود، لازم و ضروری است. از آنجا که تأثیرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری بر پایه تبادلات انسانی شکل می گیرد، لذا بهترین شیوه برای بهینه ساختن این تأثیرات، موزون کردن روابط

میان دیدارکنندگان و میزبانان است. از مهمترین شیوه‌ها، مشورت با مردم و مقامات ملی و محلی درباره آن دسته از طرح‌های گردشگری است که زندگی روزمره مردم را دستخوش تغییراتی می‌سازند، علاوه بر آن یکی دیگر از عواملی که باعث بهینه‌سازی آثار اجتماعی - فرهنگی گردشگری می‌شود، گردشگری بومی است. بومی کردن گردشگری یا آنچه که از آن به عنوان گردشگری بومی یاد می‌شود، بنابراین لازم است در زمینه‌ی گردشگری بومی در مناطق مورد نظر به رویکردها و سطوح مختلف گردشگری در برنامه ریزی توجه کافی مبذول گردد. چنانچه برنامه ریزی، توسعه و مدیریت گردشگری به شایستگی و با توجه به آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگری صورت گیرد، میتواند موجب توسعه و پیشرفت صنعت گردشگری، آنهم در کشوری همچون ایران که دارای پتانسیل‌های فراوان و لبریز گردشگری است، گردد.

مراجع

۱. آشفته امیر، (۱۳۷۵) "برنامه ریزی فرهنگی و توسعه اقتصادی" انتشارات کانون پیشرفت و توسعه، چاپ اول، تک جلدی
۲. آزاد منجیری سید یوسف، (۱۳۸۷) "اکوتوریسم پایدار" رشد آموزش جغرافیا، دوره ی بیست و دوم، شماره ی ۳.
۳. آزاد منجیری سید یوسف، (۱۳۸۵) "قابلیت‌ها و تنگناهای اکوتوریسم در شهرستان سبزوار" پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم سبزوار.
۴. بونی فیس پریسیلا، (۱۳۸۰) "مدیریت گردشگری فرهنگی" ترجمه محمود عبدالله زاده، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول، تک جلدی.
۵. پاپلی یزدی حسین و مهدی سقایی، (۱۳۸۶) "گردشگری (ماهیت و مفاهیم)" انتشارات سمت، چاپ اول، تک جلدی
۶. جنیفر آلیوت، (۱۳۷۸) "بررسی مفاهیم توسعه پایدار" ترجمه احمد بالان، ماهنامه جهاد، شماره ۲۱۸ و ۲۱۹.
۷. داس ویل راجر (۱۳۷۸) "مدیریت جانگردی" ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۸. رضوانی علی اصغر، (۱۳۷۹) "جغرافیا و صنعت توریسم" انتشارات پیام نور.
۹. رهبر داوود، (۱۳۷۹) "اثرات زیست محیطی صنعت گردشگری" توسعه مدیریت، شماره ی ۱۹.
۱۰. زاهدی شمس السادات، (۱۳۸۵) "مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار" انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول، تهران.
۱۱. زاهدی شمس السادات، (۱۳۸۲) "چالشهای توسعه پایدار از منظر اکوتوریسم" نشریه مدرس، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس دوره ۷، شماره ۳، تهران.
۱۲. سازمان حفاظت محیط زیست، (۱۳۷۴) "چارچوب استراژی ملی محیط زیست و توسعه پایدار در جمهوری اسلامی ایران" تهران، ایران.

۱۳. -سام آرام، عزت ا...، (۱۳۷۴) "اصول و روش های ارتباط با جهانگردی" ویژه نامه سمینار اصفهان و جاذبه های ایرانگردی و جهانگردی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان.
۱۴. -ستاری رمضان، (۱۳۷۹) "طرح افزایش فعالیت های بازاریابی بین المللی جهانگردی، انتشارات سازمان ایرانگردی و جهانگردی
۱۵. -ضرغام حمید، (۱۳۷۶) "راهکارهایی برای توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران" مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، جلد اول
۱۶. -طیب علیرضا، (۱۳۸۶) "جایگاه ملاحظیات فرهنگی در برنامه ریزی علمی برای توسعه گردشگری" فصلنامه سیاسی اقتصادی، شماره ۱۵۷-۱۵۸
۱۷. -عمادی سارا، (۱۳۸۴) "مدیریت اکوتوریسم" انتشارات هفته نامه بازار کار.
۱۸. -فقیهی ابوالحسن و مهدی کاظمی، (۱۳۸۲) "زمینه های فرهنگی توسعه جهانگردی پایدار در ایران" مجموعه مقالات بررسی سیاست ها و برنامه های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه علامه طباطبائی و سازمان ایرانگردی و جهانگردی، اردیبهشت.
۱۹. -کاظمی مهدی، (۱۳۸۶) "مدیریت گردشگری" انتشارات سمت، چاپ اول، تک جلدی.
۲۰. -کیارستمی قاسم، (۱۳۸۱) "توسعه اکوتوریسم پایدار" انتشارات جهاد، تهران.
۲۱. -مجموعه قوانین و مقررات حفاظت محیط زیست ایران، (۱۳۷۹) سازمان حفاظت محیط زیست تهران، ایران.
۲۲. -میرآب زاده پرستو، (۱۳۷۳) "توسعه پایدار" فصلنامه محیط زیست، جلد ۶، شماره ۳.
۲۳. -نیازمند مازیار، (۱۳۸۱) "تصویر جهانی اکوتوریسم در سال ۲۰۰۲" فصل نامه صنعت حمل و نقل، ویژه نامه ی شانزدهم، شماره ۲۱۶.
۲۴. ولا فرانسوا و یونل بیچریل (۱۳۸۴) "گردشگری بین المللی" ترجمه محمد مهدی کتابچی، انتشارات امیر کبیر، چاپ اول، تک جلدی.

۲۵. Butler R. W. (۱۹۹۶), "Ecotourism-Has it Achieved Maturity or Has the Bubble Burst?", Keynote Address, Pacific Rim Tourism, Rotorua, New Zealand, ۱۹۹۶, ۴ Nov.
۲۶. Dowell, r(۱۹۹۷), tourism: how effective management makes different butterworth and heinemann
۲۷. Fennell David (۲۰۰۰), "Ecotourism, an introduction", Routledge, London & New York.
۲۸. Jafari, J and H.Zargham(۲۰۰۰)"culture as the bedrock of tourism multi disciplinary landscape of knowledge", presented at south anniversary congree of unesco in china
۲۹. Godfrey - Smith W (۱۹۷۹), "The Value of Wilderness", Environmental Ethics, Vol. ۱.
۳۰. Goeldner R. etal (۲۰۰۰), "Tourism principles, practices, philosophies", John Wiley & Sons, Inc., New York.
۳۱. Gunn Clare A. (۲۰۰۲), "Tourism planning, basics, concepts, cases", Routledge, New York & London.
۳۲. Hall, C. M. and S. J. Page (۱۹۹۹), "The Geography of Tourism and Recreation, Environment, Place and Space", Routledge, London.
۳۳. Richards, G(۱۹۹۶), "cultural tourism Europe, Wallingford, cab international.
۳۴. Ress William (۱۹۹۱), Understanding Sustainable Development, Routledge. "Report Tourism Management", Vol. ۱۷, No. ۵.

۳۰. Richards,G(۲۰۰۰),” tourism and world of culture and heritage”,tourismrecaetion research,vol.۲۰(۱)

