

اطلاع‌رسانی و توانمندسازی

کلیدهای رسیدن به گردشگری پایدار

تجربه‌ای در سازماندهی و مدیریت روابط عمومی در جهانگردی

تحقیق، ترجمه و تدوین: یلدا شهبابی
دانشجوی مدیریت گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی تهران
مدرس زبان انگلیسی



● ماهنامه علمی، تخصصی ارتباط عمومی ایران ●
● شماره ۵۷ ● اسفند ۱۳۸۶ ●

چگونه عملیات تحقیقاتی می‌تواند با گروه‌های متمرکز و جذابیت بازار گردشگری ترکیب شود و اولین قدم‌ها را برای دسترسی به افزایش گردشگری در قرن بیست و یکم بردارد.

مقدمه: گردشگری پایدار و موضوعات اجتماعی - فرهنگی
گزارش Brunt Land، نگاه عموم را نسبت به بحثی که در دهه ۱۹۶۰ شروع شده بود، متمرکز کرد؛ موضوعات محیطی را از حوزه گروه‌های معترض به یک چهارچوب عادی قابل فهم آورده، و محیط‌گرایی را به ایدئولوژی سیاسی تبدیل کرد.

بدین ترتیب: موضوعات اجتماعی - فرهنگی در مرحله دوم توجه قرار گرفت و یانادیده گرفته شدند. برای مثال از هفت مجموعه ویرایش شده در باره گردشگری پایدار در دهه ۱۹۹۰ تنها ۱۷٪ مقالات درباره موضوعات مسائل اجتماعی بود.

مشارکت افراد بومی به عنوان یک قدم مهم در تضمین دسترسی به توسعه گردشگری پایدار، قطعی است با این وجود به مشارکت فعال و صحیح یا توانمندسازی در ادبیات گردشگری توجه بسیار کمی شده است.

با استفاده از اطلاعات به دست آمده از یک پژوهش بلند مدت در یکی از جوامع دور افتاده شرق اندونزی دلایل عدم مشارکت فعال روستاییان بررسی شده و مشخص گردید که بزرگترین مانع، فقدان

گردشگری پایدار شاخه‌ای از توسعه پایدار است که با چاپ و نشر گزارش Brunt Land به برنامه کاری دنیا تحمیل شد. این گزارش روی موضوعات محیط طبیعی که به عنوان موضوع محوری و اصلی باقی ماند تمرکز داشت. موضوعات اجتماعی - فرهنگی تحت الشعاع قرار گرفته یا به حاشیه رانده شده‌اند.

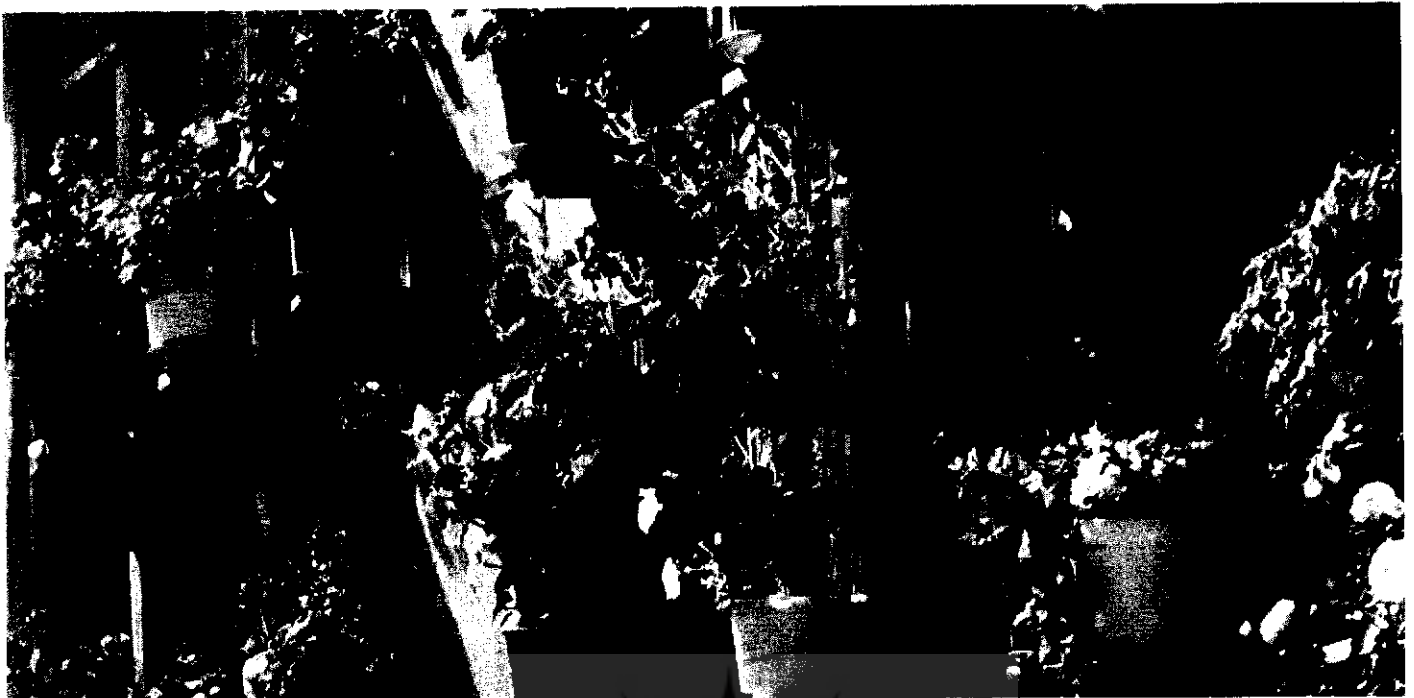
مشارکت مردمی - اگرچه به عنوان یک موضوع با اهمیت در بحث گردشگری پایدار مورد توجه قرار گرفته - بیشتر یک موضوع مفهومی است تا موضوعی تفسیری.

تحقیقات مستمری در این مورد که پوشش تئوریک و نظرات عملی چگونه می‌تواند مشارکت مردمی را از حالت غیر فعال به سوی توانمندسازی به حرکت درآورد در شرق اندونزی انجام شده است.

گردشگری دارای پتانسیل توانمندسازی جوامع است و دستور کار گردشگری پایدار باید بر روی چگونگی تحقیق این موضوع متمرکز شود. همانطور که عنوان تحقیق نشان می‌دهد، فرآیند توجیه و تفهیم گردشگر و گردشگری اولین قدم برای توانمندسازی مردم هر منطقه است تا بتوانند برای توسعه و پیشرفت گردشگری منطقه خود تصمیمات مناسب و مبتنی بر اطلاعات صحیح را اتخاذ نمایند.

لازم است تحقیقات مفصلی در زمینه ارتباطات و در میان مجریان گردشگری انجام شود. مسأله مورد مطالعه در این تحقیق، آن است که





حمایت و تعصب روستاییان نسبت به گردشگری بیشتر درباره موضوع گردشگری فرهنگی بر منطقه (به صورت مجزا) اهمیت خاص پیدا می کند، زیرا در گردشگری فرهنگی معمولاً گردشگران خواستار ملاقات با مردم هستند. بر خوردهای رودررو فرصت هایی برای ورود به اجتماع روستاییان، و غذاهایشان برای این نوع گردشگر فرهنگی مشتاق، اهمیت بسیار دارد.

با اینکه دلایل بسیاری در تأیید اثر مشارکت مردمی در گردشگری وجود دارد، مع الوصف الگوی آن هنوز جای بحث فراوان دارد. جامعه چیزی فراتر از قلمروی جغرافیایی یا محیطی است. باید به قدرتمندی و تصمیم گیری درونی گروه های اجتماعی توجه بیشتری شود. باید تعاریفی وجود داشته باشد و مشخص شود که چه کسی در حوزه تعریف جامعه قرار می گیرد و چه کسی خارج از آن. اینکه چه کسی بومی، و چه کسی غیر بومی است، می تواند موضوعی حیاتی باشد، همچنانکه بحث درباره عوامل مؤثر بر گردشگری یک مبحث مهم جامعه است.

درک از جامعه نسبت به جنبه های روانشناختی و نامحسوس نیز باید به اندازه جنبه سیاسی آن تعمیم پیدا کند. برای مثال، ممکن است نظریه «روح جامعه» کاملاً به قوت خود باقی باشد. ولی ارزش ها بین گروه های مردمی تقسیم شده است.

به علت طبیعت پیچیده روان جوامع، این سؤال برای بسیاری از محققان پیش آمده که چگونه مشارکت اجتماعی می تواند به مرحله اجرا درآید و معدودی از تحلیل کنندگان جوامع در مورد مسائل خویشاوندی، جنسیت، سن، قومیت و ثروت دارای اختلاف هستند. همچنین مشارکت تفاسیری متعددی دارد. به عنوان مثال آرنشتاین و پوتی مشارکت را به این صورت تعریف کرده اند: نردبان مشارکت دارای پله هایی از «به شور گذاشتن» (که معمولاً فقط به عنوان یک عمل انجام شده تلقی می شود) تا قادر بودن به انجام تمام جنبه های فرایند پیشرفت است.

مشارکت اجتماعی نیازمند مشارکت فعال و محتاج توانمندسازی

اعتماد به نفس و اطلاعات روستاییان بوده است.

در این پژوهش با استفاده از علم انسان شناسی، چگونگی تبدیل شدن یک تحقیق به فرایند یادگیری دو جانبه و چگونگی انتقال اطلاعات از طریق گروه های متمرکز و بازارهای گردشگری مورد بررسی قرار گرفت.

و این نخستین گام در زمینه تسهیل توانمندسازی افراد بومی برای مشارکت در برنامه ریزی های گردشگری به منظور تضمین پایدار بودن آن بود.

مشارکت و توانمندسازی

با وجود مخالفت های موجود، اغلب علما بر این موضوع تأکید دارند که مشارکت مردمی برای پیشرفت ضروری است باید بپذیریم که در برنامه ریزی ها عموم حق مشارکت دارند. مشارکت مردم بومی به عنوان معیاری برای سنجش گردشگری پایدار، مورد اجماع قرار گرفته است به نحوی که تأثیرات آن در ادبیات گردشگری نیز مشهود است.

این مقوله در بحث سرمایه گذاری ایمن نیز ضرورت دارد. تمایل در مراقبت از محیط و منابع گردشگری، از نتایج مشارکت مردمی در برنامه ریزی ها است. گویی که مردمان می دانند که در شرایط محلی، چه کاری مفیدتر و چه فعالیتی غیر مفید خواهد بود.

مشارکت مردم را می توان در فرایند دموکراسی کردن داخل کرد. مشارکت مردم، و این پتانسیل را دارد که آگاهی و علاقه را در مباحث محلی و منطقه ای افزایش دهد. علاوه بر این، دموکراسی حقوق افراد را متحد می کند و گاهی گونه های مختلفی از عدالت و توانمندسازی را مورد حمایت و تشویق قرار می دهد.

گردشگری - به عنوان یک صنعت خدماتی - تا حد زیادی به حسن نیت و علاقه و همکاری جمعیت میزبان بستگی دارد. خدمت رسانی کلید دستیابی به فضای مهمان نوازی است. همه نظرسنجی های گردشگری نشان می دهد که مهمان نوازی مردم محلی در فهرست ویژگی های مثبت مقصد رتبه بالایی را به خود اختصاص می دهد.

۵۶
روایت فرهنگی

شماره ۵۷ • اسفند ۱۳۸۶
ماهنامه علمی-تخصصی انجمن روابط عمومی ایران

است. اینکه چرا دستیابی به مشارکت فعال اجتماعی در عمل مشکل است، دلایلی وجود دارد. در مقاصد گردشگری غربی، مشارکت، محدود به چند عامل است: فقدان دانش افراد مقیم منطقه، اعتماد به نفس، زمان و علاقه. غالباً فقدان مالکیت، سرمایه، مهارت، دانش و منابع، همه سدهایی در برابر مشارکت کامل جوامع در پیشرفت گردشگری است. همانطور که در این تحقیق روی آن بحث شده در مناطق مختلف

کشورهایی که کمتر توسعه یافته اند موانع دیگری نیز وجود دارد. در سیستم هایی که مرکز گرایی در آنها بیشتر است تصمیمات توسط مأموران دولتی گرفته می شود. برنامه ریزان بر این باورند که مردم محلی، بی سواد و ناتوانند و شایستگی مشارکت را ندارند و از همه مهمتر مردم محلی واجد دانش لازم برای مشارکت نیستند. معمولاً مشکلی که مردم محلی برای دسترسی به سخنرانی های تکمیلی و علمی دارند، به عنوان مانع اصلی مشارکت همه جانبه محسوب می شود. جهل بزرگترین مانع در برابر مشارکت است. ولی جهل و نادانی منحصر به افراد مقیم منطقه نمی شود. بلکه بر روی دستگاه برنامه ریزی و حق و حقوق اداری به وسیله مجریان نشان تأثیر می گذارد. اینجاست که مشارکت فعال به وسیله فقدان اطلاعات و دانش جامعه محدود می شود. اگر افراد مقیم منطقه بخواهند نقش فعال را در برنامه ریزی و میریت گردشگری داشته باشند، دانش فرایند تصمیم گیری و سیستم گردشگری ضروری است. توانمندسازی برای افراد گروه ها لازم است تا بتوانند کارهای خودشان را سامان دهند. توانمندسازی

یک فرایند است که در آن به مردم کمک می شود تا تسلط خود را بر روی عوامل تأثیرگذار زندگی نشان دهند.

توانمندسازی نشان دهنده پله آخر نردبان مشارکت است یعنی جایی که اعضای یک جامعه عوامل فعال تغییراتند و این توانایی را دارند که راه حل هایی را برای حل مشکلاتشان پیدا کنند، تصمیم بگیرند، کارهایشان را انجام دهند و راه حل هایشان را ارزیابی نمایند.

با وجود ارتباط ادیباتی که بین واژه توانمندسازی و اشتغال زایی وجود دارد، مطالعات کمی با تمرکز بر روی توانمندسازی و پیشرفت توریسم، جدا از دیدگاه تجاری آن انجام گرفته است. منفعت های اقتصادی گردشگری که به طور کامل در ادبیات گردشگری ذکر شده است نشانه هایی از توانمندسازی اقتصادی است. توانمندسازی روانی از اعتماد به نفس و افتخار به آداب و سنن فرهنگی نشأت می گیرد. بحث های زیادی بر روی توانایی گردشگری برای به وجود آوردن افتخار و غرور شده است.

شناخت خارجی از پیشگامی ها و ابتکارات گردشگری به اعتماد به نفس داده شده و به افراد جوامع ارائه می شود. به طور مثال در تبلیغاتی ایرلند تعدادی از جایزه های توسعه متهورانه به افتخار جامعه تعلق گرفت. مشابه آن در تانزانیا برای بالا بردن جرأت افراد در نظر گرفته شد. توانمندسازی جامعه متأثر از افزایش انسجام جامعه در اثر جمع شدن اعضای جوامع دور هم از طریق نوآوری های گردشگری است. توانمندسازی درباره تغییر در تعامل بین توانا و ناتوان و بین مستقل



مطالعات فرهنگی
سال مایع علوم سالی



و غیر مستقل است. به این موضوع می شود به عنوان یک فرایند چند بعدی نگاه کرد که یک فرایند مشورتی در اختیار جامعه قرار می دهد و معمولاً توسط کارشناسان خارجی مورد بررسی قرار می گیرد. فرصتی برای انتخاب کردن، توانایی تصمیم گیری، انجام یا درخواست آن تصمیم ها، موافقت یا بر عهده گرفتن آن تصمیمات و کارها و نتایج آنها، نتایج و دستاوردهایی که به صورت مستقیم برای جامعه و اعضایش سودمند است نه اینکه با جوامع دیگر یا اعضایشان در ارتباط باشد.

از آنجایی که دانش عنصر ضروری و مهمی در توانمندسازی است، جوامع نیازمند دسترسی گسترده ای به اطلاعات مربوط به گردشگری هستند.

هیچگاه مشارکت معنی دار قبل از اینکه جامعه بدانند می خواهد درباره چه چیزی تصمیم بگیرد، اتفاق نخواهد افتاد. گردشگری می تواند نقش مهمی در افزایش دسترسی جوامع به اطلاعات و روابط خارجی عملکرد مهارت های جدید زبانی و رسانه های جهانی داشته باشد.

در بسیاری از جوامع حاشیه ای - به خصوص جاهایی که پیشینه طولانی از مستعمره بودن دارند و یا قوانین استبدادی داشته اند - جوامع جرأت لازم برای مشارکت در تصمیم گیری را ندارد. گردشگری می تواند در آموزش جرأت ورزی به افراد و جوامع و قوت بخشی به هویتشان نقشی مؤثر داشته باشد. بنابراین خودباوری آنها بر اساس شواهد بالا برای فعال بودنشان در تصمیم گیری بازار لازم و ضروری است. همه اینها به نوعی نشانه هایی از توانمندسازی و قسمت هایی از فرایندی هستند که به وسیله آن جامعه می تواند محیط خارج و علایق نخبه گرایان را در مقصد گردشگر به چالش بکشند.

در مقصدی که جامعه خود را به سمت یک نیروی قوی و علمی برای

توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی کشیده است، مؤسسات بین المللی و دولت؛ قبل از اینکه بخواهند مردم را آواره کنند یا از سرزمینشان برانند یا منابعشان را غارت نمایند، در تصمیم خود تجدید نظر خواهند کرد. برای به وجود آوردن جرأت در مشارکت معنی دار و واقعی و توانمندسازی، بسیاری از محققین نیاز و ارزش قابل توجه آموزش عمومی را دریافته اند.

افراد فقیر درک پایینی از گردشگر و چگونگی کارکرد صنعت دارند. درک گردشگری اولین قدم در راه توانمندسازی جوامع محلی است تا بتوانند تصمیمات آگاهانه و مناسب درباره توسعه گردشگریشان بگیرند.

مطالعات

تحقیقی در دو دهکده وگو (WOGO) و بنا (BENA) انجام شد. منطقه ای که شباهت زیادی به جنوب غربی یک سوم قلمروی سلطنتی فلورس (Flores) نگادا، نوساتنگاراتیمور در اندونزی داشت. بیشتر روستاییان کاتولیکی کشاورزند که بر روی خاک غیر حاصلخیز کار می کنند و زندگی بخور و نمیری دارند. کوه های سنگلاخی این ناحیه اولین بار در دهه ۱۹۸۰ مورد بازدید قرار گرفت و از آن به بعد همواره تعداد گردشگران بیشتر و بیشتر می شود. محبوب ترین دهکده یعنی «بنا» در سال ۱۹۹۷ پذیرای ۹۰۰۰ گردشگر بود. این منطقه یکی از فقیرترین مناطق اندونزی است و گردشگری بهترین انتخاب برای توسعه اقتصادی این ناحیه محسوب می شود. چهار نمونه از دهکده های نگادا که شامل دهکده هایی که این تحقیق در آنها صورت گرفته نیز می شود اولین رتبه جذب گردشگر را از طرف دولت کسب کرده اند. این دهکده های کوچک سنتی قدیمی دارای جاذبه های پیچیده ای هستند؛ خانه های





سنتی در امتداد د و خط موازی یا به دور و جوه یک مستطیل ساخته شده اند. دسته توت‌م‌ها (TOTEM) و مجسمه‌های سنگی، حس خاصی از احاطه شدن توسط تاریخ را به انسان القاء می‌کنند. همانطور که wads worth (۱۹۹۸) اظهار می‌کند، بیشتر عملیات تحقیقی برای تغییر دادن و بهبود بخشیدن تحقیقات عینی انجام می‌گیرد.

در مطالعاتی که انجام شد تلاش ژرفنگرانه ای صورت گرفت بود برای کمک به روستاییان تا قدرت درکشان بالا رود و کنترل بیشتری بر روی توسعه گردشگری داشته باشند. اگر چه محتوا و اهداف این عملیات تحقیقی با روستاییان در میان گذاشته نشد، ولی انگیزه اصلی تحقیق از خود آنها گرفته شد و فرایند و روش‌ها همه با آنها در میان گذاشته شد، علاوه بر این در طول فرایند تحقیق بعضی موضوعات جوامع به موازات سؤالات محققین مورد بررسی قرار گرفت. این موضوع بی‌شک بر روی فرایند تحقیق تأثیر گذاشت. در طول تحقیق میدانی، مشاهدات همزمان دیگری بر روی چند روستا انجام گرفت. گروه‌های متمرکز در بنا و گفت و گو توسط گروه‌هایی از خانم‌ها، آقایان و جوانان اداره می‌شد. در این تحقیق با مأموران دولتی، از جمله رئیس دپارتمان سلطنتی گردشگری، رئیس دپارتمان آموزش و فرهنگ و نایب رئیس سلطنتی نیز مصاحبه شد.

گردشگران هم قبل از بازدید خود از روستا و هم بعد از آن مورد مصاحبه قرار می‌گرفتند و فرصت زیادی برای گفتگوهای خود در باره تجربیاتشان داشتند. اداره امور گردشگران، انجام مصاحبه و ایجاد یک گروه متمرکز، به عهده راهنماهایی است که گردشگران را به روستا می‌آورند.

گردشگری در روستای نوادا

مشارکت غیر فعال

بیشتر شهروندان نگادایی، در گردشگری مشارکت غیر فعال دارند. مدت دیدار گردشگران از روستا، بین ۲۰ دقیقه تا ۲ ساعت است. کارهایی که گردشگران انجام می‌دهند عبارت است از: بازدید از اطراف روستا، تماشای خانه‌ها و توت‌م‌هایی که از اجداد مردم بومی به جامانده، گرفتن

عکس و نهایتاً ترک روستا.

بعضی گردشگران، معمولاً واکنش‌هایی را که روستاییان در زندگی اجتماعی دارند، می‌خواهند از طریق کودکان مورد آزمایش قرار دهند. یادادن شکلات و بادکنک و خودکار سعی می‌کنند با کودکان حرف بزنند و گاهی نیز گفتگویی را با بزرگسالان آغاز می‌کنند.

در یکی از روستاها (بنا Bena) وجود صنعت آمیخته با رسوم محلی وجود دارد که توریست را بیشتر جذب می‌کند. مردم بنا سود مالی بیشتری می‌برند. در اکثر روستاها، وجود مزاحمت گردشگری بدون سود اقتصادی است. مردم روستا مانند بازیگرانی هستند که بدون پول، بر روی صحنه می‌روند و یک سری تماشایی پولدار به آنها زل می‌زنند. اگر چه گردشگری برای روستاییان سود اقتصادی نداشته باشد، ولی آنها دوست دارند که توسط دیگران مورد بازدید قرار گیرند.

سود واقعی و محسوس گردشگری

در "وگو" و "بنا" لوله کشی آب تحت تأثیر مستقیم گردشگری است. در "وگو" پولهایی به صورت اعانه از گردشگان جمع شد. بر اساس خواسته روستاییان به مبلغ جمع شده برای لوله کشی آب اختصاص یافت تا زحمت طاقت فرسای رفتن به دنبال آب، از دوش روستاییان برداشته شود. در "بنا" نیز منابع اهدایی از طرف گردشگران، تنها صرف همین کار شد. گردشگری در "بنا" موجب بهبود راه روستا و تسهیل دسترسی به Bajowa به شهری که از آنجا خرید می‌کنند گردیده است. در "وگو" (Wego) اعتقاد دارند گردشگری باعث قومی تر شدن ارزش‌های فرهنگی می‌شود و کودکان با دیدن اینکه گردشگران این همه راه را می‌آیند تا فرهنگ و رسوم آنها را ببینند، در تقویت فرهنگشان تلاش می‌کنند. گردشگری افتخار آنها را به میراث فرهنگیشان افزایش می‌دهد. در نتیجه ورود تعاریفی از روستا به کتب روستاییان احساس غرور می‌کنند که فرهنگشان به اندازه‌ای ارزشمند است که وارد کتاب شده است.

گردشگری امکان مسافرت را برای بعضی روستاییان فراهم کرده است. در گردشگری، گردشگران به موسیقی محلی و رقص آیینی آنجا توجه خاصی دارند.



به محض اینکه وصف افتخارهای خارق العاده روستاییان بر سر زبانها افتاد و مهارت های روستاییان برای خارجی ها آشکار شد، بعضی روستاییان در گرد همایی ها و اجراهای موسیقی منطقه ای، کشوری و بین المللی، موسیقی اجرا کرده اند.

آشنایی با خارجی ها نوعی افتخار برای خیلی از جوامع اندونزیایی به بار آورده است. باز دیده های گردشگران به این دلیل بسیار خوب است که به روستاییان امکان آشنایی با جهاتی وسیع تر را می دهد. وقتی روستاییان با گردشگران صحبت می کنند این موقعیت بر ایشان ایجاد می شود که بتوانند بفهمند در جهان چه اتفاقاتی در حال وقوع است و می توانند از این طریق یک دوست از یک کشور دیگر پیدا کنند. جوانان برای اینکه بتوانند مشاغل گردشگری را اشغال کنند، سعی می کنند که مهارت های زبانی خود را تقویت نمایند. ارتباط با گردشگران و گردانندگان تورها این فرصت را به جوانان می دهد که مشاغل در شرکت های بین المللی پیدا کنند. با وجود دید مثبت روستاییان به گردشگری، آنها دچار سردرگمی نیز می شوند. در "گو" دائم روستاییان می پرسند: آنها، برای چه به اینجا می آیند؟ چه می خواهند؟ آنها هیچ چیز نمی پرسند. هیچ چیز یاد نمی گیرند. آنها فقط نگاه می کنند و عکس می اندازند. آنها معانی را (زبان ما را) متوجه نمی شوند. روستاییان "بنا" هم مطالبی شبیه به اینها مطرح می کردند.

دانش روستاییان نسبت به گردشگری

دانش روستاییان به گردشگری سه مقوله: تجربیات، راهنمای تورها، برنامه های آگاه سازی دولت درباره موضوع گردشگری را در بر می گیرد.

تجربیات

ارتباط با گردشگران این موقعیت را برای روستاییان فراهم کرده تا بتوانند سه گروه از گردشگران را از هم تمیز دهند:

- ۱) جوان، کم خرج، توریست کثیف
- ۲) مسن تر، چاق تر، خوب خرج می کنند
- ۳) گردشگرانی که می خواهند یاد بگیرند و بفهمند

راهنما

گردشگران صبور نیستند یا حداقل دوست ندارند منتظر بمانند. وقتی روستاییان دور توریست را می گیرند او را مضطرب می کنند. گردشگران احتیاج به فضایی مخصوص به خود دارند. گردشگران کودکان گذار دوست ندارند.

برنامه های اطلاع رسانی دولت درباره گردشگری

اولین بار در سال ۹۰-۱۹۸۹ توسط وزیر گردشگری به عنوان برنامه های آموزشی انجام شد. در دل این برنامه یک فرمول ۷ گانه برای موفقیت گردشگری وجود داشت تا از طریق دیپارتمان های دولتی، گروه های اجتماعی و سازمانهای جوانان ترویج داده شود. فرمول هفتگانه عبارتست از: امنیت، تمیزی، سرویس دهی، تهویه مطبوع، زیبایی طبیعی، مردمی با رفتار دوستانه و خاطرات.

در سال ۱۹۹۶ اداره سلطنتی گردشگری روستاییان "بنا" را به یک کنفرانس درباره توسعه گردشگری در اندونزی و دلیل حفاظت از فرهنگ های مادی و غیر مادی که باعث افزایش سوددهی اقتصادی

می شود، دعوت کردند، روستاییانی که قرار بود در کنفرانس شرکت کنند، گفتند که مطالب ارائه شده خسته کننده و غیر مفید بود. لازم نمی دیدند شهر نشین ها درباره حفظ فرهنگشان، یعنی کاری که قرنها بدون در نظر گرفتن سود اقتصادی انجام می دادند، با آنها صحبت کنند. همچنین روستاییان فرصت پرسش سؤالاتشان و یا مطرح کردن هیچ موضوعی درباره مقررات ها و توسعه توریسم را نداشتند. در برنامه آموزشی که در سال ۲۰۰۰ برگزار شد. دوباره وضع به همین صورت بود و هیچ مسأله جدیدی مطرح نشد. فقط اینکه دوباره گفتند باید از فرهنگشان حفاظت کنند.

منابع مادی را باید حفظ کرد و باید میزبانان خوبی بود. این کارها را دولت برای جذب حمایت روستاییان به منظور توسعه توریسم می کرد و بررسی این قدرتمند کردن روستاییان جهت توسعه اجرای برنامه های بومی طرح ریزی نشده بود.

دیپارتمان روستایی گردشگری

این دیپارتمان مشتمل است بر: ساخت محلی برای بازدید از مناظر، ساخت سرویس های بهداشتی، اقامتگاه های موقت اقامتگاه های سنتی برای اقامت توریست ها. روستاییان می پرسیدند اقامتگاه های موقت برای چیست؟ در جواب گفته می شد: خانه هایی است بر روی مهمانان که کسی در آنها به طور دائم زندگی نمی کند.

مشکلات

- دیپارتمان گردشگری هیچ کسی را برای آگاهی دادن به روستاییان تعیین نکرده بود.



نسبت به خود و گذشته خود. ایجاد انسجام اجتماعی، پیدا کردن دوستانی از اقصی نقاط جهان.

اطلاعات روستاییان درباره مدیریت جهانگیری بسیار پایین است و دولت نیز به جای اینکه به فکر توانمندسازی آنها باشد به فکر کسب حمایت آنهاست. موانع بر سر راه مشارکت:

توجه به تأثیراتی که دولت تازه تأسیس بر روی روستا گذاشته بود می تواند به فهمیدن زیر مشکلات کمک کند.

مشکلات "نگادا" در اصل به وسیله پیشگامان توسعه دولت مرکزی نامیده گرفته شده اند. تأثیرات منفی نظام دیوان سالاری و سلسله مراتبی سیستم ایالتی اندونزی سیستم موروثی جاوه ای که نوعی سیستم مشتری مدار است و در آن حامی اصلی پدر است و مشتری کسی است که باید با ادب و فرمانبردارانه با او رفتار کرد و از هر گونه برخوردی اجتناب نمود، در همه روستاهای مجمع الجزایر اندونزی مرسوم شده است.

در روستای "نگادا" هم هنوز عقاید سنتی درباره قدرت و نفوذ وجود دارد و به صورتیکه روستاییانی که از نفوذ و اقتدار و همه دارند را می توان به سادگی تحت تأثیر قرار داد. ولی بیشتر روستاییان به تصمیماتی که گرفته می شد نقادانه نگاه می کردند و می گفتند تصمیماتی که بر اساس قدرت و نفوذ گرفته شود قابل اجرا نیست. مشروعیت دولت تازه تأسیس کاملاً بستگی به ثبات و پیشرفت داشت.

برای دستیابی به پیشرفت لازم است این نکات مورد نظر قرار داده شود: توجه به داشتن ثبات، علایق شخصی باید تسلیم نظرات جمع شود. زمانی که در اجتماعات متحد، توافق آراء بر منفعت های شخصی ارجحیت پیدا می کند، روح کارآفرینی برای جلوگیری از ایجاد حسادت و دعوا نادیده گرفته می شود. ایدئولوژی فراگیر پیشرفت در ایالات اندونزی بر این اساس است که: همه روستاییان قادر به برشمردن مفاهیم توسعه و پیشرفت هستند. بحث هایی درباره مفهوم توسعه در گروه های متمرکز انجام شد. بعضی افراد می گویند توسعه یعنی مثل شهرنشین ها شدن، داشتن پول، برق و خدمات درمانی، لباس برای بچه ها. برای توسعه یافتن باید آموزش ببیند و می گفتند بزرگترین سد در برابر توسعه فقدان دانش است. خیلی سعی کردند ولی در نتیجه ارزش دانش سنتی نادیده گرفته شد و روستاییان نهایتاً باز هم همانطور کوچک و حقیر ماندند.

روستاییان قبول کرده اند و انتظار دارند که کنترل سیاسی و اجتماعی در دست های دولت باشد. در تمام مناطق دیگر این مجمع الجزایره این اعتقاد وجود دارد که "دولت بهتر می داند".

افراد تلاش خود را در راستای کارهای دولت و با راهنمایی و حمایت آن انجام می دهند. روستاییان نهایتاً می گویند، رعیتی بیش نیستیم. آنها خود را پیشرفته نمی دانند و ارزشهای خود را دست کم می گیرند روستاییان همیشه فکر می کردند که مکانیزم دستیابی به توسعه از طریق آموزه های خارجی به دست آمده و هیچ وقت جسارت این را نداشتند که خود دست به نوآوری بزنند.

روستاییان در مورد اعلامیه ای که دپارتمان گردشگری پخش کرده بود بر مبنای اینکه "راهنماها بهتر می دانند" و اینکه دانش روستاییان

- هیچ فرد یا گروهی مشخص نشد که مدیریت اقامتگاه های موقت (H.S) را به عهد بگیرد تا در آمد دریافت کرده و در مقابل پذیرایی از گردشگران تعهد داشته باشد..

تمام کارها به خود روستاییان واگذار شده بود (یک زن روستایی نمی تواند - همزمان - هم در خانه غذا بپزد و هم در H.S. پس برایش راحت تر است که از گردشگران در خانه اش پذیرایی کند، اگر چه در این صورت مأمور نخواهد بود راحتی و تنهایی را که گردشگر نیاز دارد برایش فراهم سازد.

فقدان اطلاعات روستاییان از نیازهای گردشگران مشکل دیگری بود. چون روستاییان می گفتند در هر H.S. سی توریست جا می شود که این حرف را در مقایسه با خانه های خودشان و آداب و رسوم قدیمشان می زدند، در صورتی که هر H.S تنها ظرفیت پذیرش ۸ توریست را داشت. تنها یک سرویس بهداشتی برای هر سه خانه ساخته شده بود. از سال ۱۹۹۹ دیگر توریست ها در H.S اقامت نکردند و این خانه ها توسط خانواده های بزرگ مسکونی شد.

به طور خلاصه:

مشارکت روستاییان در گردشگری محدود به این بود که گردشگران به میان آنها بروند و با آنها در آمیزند. در "بنا" (Bena) سود اقتصادی، فراوانی از فروختن صنایع دستی عاید مردم می شود و حتی می تواند گسترش بیشتری هم پیدا کند. کارهایی که گردشگری مسبب انجام آنها در دو روستا بود عبارتست از آب لوله کشی، ایجاد گرور و افتخار در مردم





برای اینکه راهنما شوند بسیار کم است، اعتراض می کردند. بیشتر راهنماها از شهرهای محلی اطراف یا روستاهای نزدیک به شهر بودند. خود روستاییان هم می دانستند که ضعفشان در زبان، بزرگترین مانع کسب شغل راهنما بود.

وقتی دولت می گوید روستاییان به اندازه کافی آموزش ندیده اند، این مسأله باعث می شود که روستاییان به دنبال تحصیلات بروند که این خود نیازمند آن است که جوانان در "بنا" (Bena) سه تا ۶ سال خود را خارج از روستا به سر می برند که همین باعث می شود که آنها در معرض رسانه های گسترده تر قرار گیرند و مسبب بالا رفتن انتظارات و در نتیجه سخت بودن برگشت به روستا می شود. همچنین جوان ترها بدین دلیل دوست ندارند به ورستایشان برگردند که چون برای بزرگان روستا ارزش قائلند و نمی خواهند حرف و نظری بالا یا علیرغم نظرات آنها ارائه بدهند.

عوامل محدود کننده مشارکت روستاییان در گردشگری

این عوامل را به طور خلاصه می توان چنین بیان کرد:

- تأثیر حکومت مستبد و خودکامه بر روی روستاییان که احساس حقارت می کنند

- بی سواد و فقدان جرأت در روستاییان

- نداشتن دانش درباره گردشگری به همین دلیل نمی توانند در برنامه ریزی ها شرکت کنند زیرا نمی فهمند

البته روستاییان با اینکه تحصیلات نداشتند، ولی درباره پتانسیل توسعه در آینده نظراتی داشتند. مثلاً روستاییان می توانستند راهنمای تورهایی که همراه راهنماهای خارجی سفر می کردند بشوند که در این صورت راهنماهای خارجی مترجم آنها شوند. همچنین روستاییان می توانستند به عنوان راهنمای توریست های اندونزیایی عمل کنند.

همانطور که گفته شد آنها به دلیل نداشتن جرأت، دانش و مهارت نمی توانستند نظرات خود را به مرحله اجرا بگذارند. روستاییان "بنا" دولت ایالتی را به دلیل فراهم نکردن آموزش های لازم مقصر می دانستند.

عملیات تحقیقی و در میان گذاشتن اطلاعاتی درباره گردشگری در طی تحقیقات میدانی که انجام شده از گروه های متمرکز به عنوان راهی برای تبادل اطلاعات و عقاید درباره توسعه توریسم با زنان و مردان و جوانان استفاده شد.

در واقع گروه های متمرکزی راهی شده بودند برای انتقال دانش

گردشگری، روستاییان می توانستند با محققان مصاحبه کنند یعنی می توانستند نظر محققان را بپرسند، از دانش آنها استفاده کنند، صلاحدید آنها را جویا شوند و از تجربیات آنها درباره مناطق دیگر آندونزی اطلاعاتی را کسب نمایند. با اینکه نظریه جمع آوری اطلاعات باشکست روپروشد، ولی گروه های متمرکز به فرایند یادگیری دو طرفه تبدیل شد. گروه های متمرکز اجازه دادند که مباحثی درباره مشکلات گردشگری و راه حل های بالقوه مطرح شود.

مأخذ تحقیقات این بود که برگزاری یک جلسه درباره گردشگری قانونمند، متشکل از افراد ذی نفوذ چه پیر و چه جوان، پیشنهاد شد، به عنوان فرصتی برای تمام سرمایه گذاران به منظور ملاقات با یکدیگر و بحث درباره مسائل مربوط به توسعه توریسم.

منافع برگزاری جلسه گردشگری

این جلسه مشتمل بر فوایدی بود به شرح زیر

- فرصتی برای افراد ذی نفوذ و روستاییان برای مطرح کردن نقطه نظرات خود

- ایجاد فرصتی برای مجریان محلی برای ملاقات با یکدیگر و حفظ ارتباط و کار با یکدیگر درباره مقوله توسعه در آینده

- فرصتی برای هر گروه عامل که نظرات خود را با گروه های دیگر در میان بگذارد

با وجود عدم توانمندی سیاسی، توانمندسازی روانی می تواند به عنوان اولین قدم محسوب شود. علاوه بر این، با برگزاری جلساتی می توان اطلاعات زیادی را به روستاییان منتقل کرد:

محققین گردشگری می توانند نقش فعالی در انسجام بخشی به اطلاعات گردشگری و هم دیارتمان های دولتی داشته باشند. گروه های متمرکز تنها یک روش موفق جمع آوری اطلاعات نیست، بلکه می توانند راه مؤثری برای انتقال اطلاعات درباره گردشگری به سرمایه گذاران محلی باشند. در این زمینه محقق قادر به افزایش دانش روستاییان است، از گردشگری و از طریق جلساتی درباره گردشگری می توان اعتماد به نفس و جرأتشان را برای پیشرفت افزایش داد.

این تحقیق هر چند گامی کوچک، ولی همه جانبه است که نشان می دهد، می توان گامهایی در جهت افزایش اعتماد، دانش و جرأت در این جوامع حاشیه ای دورافتاده برداشت.

