

توریسم و پویایی فضای شهری

رسول قربانی*

چکیده

پدیده توریسم به لحاظ رشد سریعی که در دهه‌های پایانی قرن بیستم پیدا کرده و سهمی که در اقتصاد جهانی به خود اختصاص داده است، توجه بسیاری از دانشمندان علوم مختلف را به خود جلب نموده و از ابعاد اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی مورد نقد و بررسی قرار گرفته است، لیکن بعد شهرسازی آن نیازمند مطالعه و تحقیقات بیشتری است. با توجه به روند رشد این پدیده در سطح جهانی و تأثیرات شگرف آن در ابعاد مختلف حیات بشری، این مقاله چگونگی تأثیرگذاری توریسم بر فضاهای شهری را مورد بررسی قرار داده و با استفاده از تجارب و یافته‌های جهانی، عوامل ارتقای کیفیت فضاهای شهری برای گسترش توریسم را تحلیل می‌کند. بر مبنای یافته‌های نوشتار حاضر، توریسم فعالیتی چند بعدی است که نیازمند بررسی همه جانبه می‌باشد، لیکن توجه به بعد شهرسازی آن می‌تواند در توسعه بسترهای فضایی این فعالیت مؤثر واقع شود و در کنار آموزشها و اطلاع‌رسانی مطلوب، به ایجاد فضاهای توریستی رهنمون گردد.

واژه‌های کلیدی: توریسم - جاذبه‌ها - فضاهای شهری - آثار تاریخی

مقدمه

جابه‌جایی انسانها در طول تاریخ یکی از مؤثرترین عوامل تحول‌زا در محیطهای انسانی بوده و آثار اقتصادی، اجتماعی و کالبدی فراوانی را به دنبال داشته است. جابه‌جاییهای مذکور با ملحوظ داشتن عنصر تفریح و تفرج با اشاعه تمدن صنعتی و توسعه ارتباطات در سده گذشته گستردگی خاصی یافته و از حالت یک فعالیت فرعی و فراغتی به یک نیاز اساسی در برنامه‌ریزیهای توسعه تبدیل شده است. گسترش روزافزون جابه‌جاییهای توریستی در مقیاسهای مختلف، همواره اهداف و مقاصد متعددی را دنبال کرده است: گاه به منظور فرار از تمدن شهری - صنعتی دیدار فضاهای طبیعی و بکر را هدف قرار داده، زمانی دیدن آثار تاریخی - فرهنگی و نموده‌های شگفت‌انگیز و نوآورانه تمدن سرلوحه این فعالیت بشری بوده و زمانی دیگر تلفیقی از آنها. لیکن آنچه مهم است بهره‌برداری علمی و آگاهانه از این پدیده رو به رشد است، کشورهایی که چنین نگرشی داشتند، با استفاده از فرصتهای موجود، توانسته‌اند بهره‌شایانی را نصیب خود ساخته و از این طریق به ساماندهی فضای طبیعی و شهری خود پردازند.

آنچه در این نوشتار مورد بحث است استفاده از اهرم توریسم برای بهبود ساماندهی فضاهای شهری و ارائه راهبردهایی برای مدیریت بهتر فضا جهت نیل به هدف مذکور در مناطق شهری است.

تعریف و اهمیت توریسم

توریسم (گردشگری) عبارت است از فعالیت یا فعالیتهایی که طی آن افراد برای استراحت، کار و دیگر دلایل به خارج از محیط معمول خویش سفر می‌کنند و حداقل یک شب و حداکثر برای یک سال به طور متوالی در آنجا اقامت می‌گزینند. گردشگری می‌تواند در سه شکل عمده گردشگری داخلی یا بومی، گردشگری ملی یا درون مرزی و گردشگری بین‌المللی یا برون مرزی ظاهر شود (سینایی، ۱۳۷۴: ۱۳۷).

این فعالیت با وجود سابقه بسیار طولانی، طی دهه‌های اخیر از رشد قابل توجهی برخوردار شده و جایگاه ارزنده‌ای در مبادلات اقتصادی - اجتماعی کشورها احراز نموده است.

امروزه توریسم به یکی از بزرگترین اهرمهای تحولات اجتماعی - اقتصادی تاریخ بشر تبدیل شده، به طوری که تعداد توریستهای بین‌المللی که در سال ۱۹۵۰ از ۲۵ میلیون نفر

تجاوز نمی‌کرد، در سال ۱۹۹۲ به بیش از ۵۹۴ میلیون نفر رسیده است. « همچنین براساس پیش‌بینی سازمان جهانی توریسم، تعداد توریست‌ها در سال ۲۰۱۰ به یک میلیارد نفر و در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر افزایش خواهد یافت. از نظر درآمد، در سال ۱۹۹۷ درآمدهای توریستی به طور جهشی به ۴۴۸ میلیارد دلار افزایش پیدا کرده و براساس پیش‌بینی سازمان جهانی توریسم، این میزان ۶۲۱ میلیارد دلار برای سال ۲۰۰۰ و ۱۵۰۰ میلیارد دلار برای سال ۲۰۱۰ برآورد شده است » (Chavez , 1999:1).

تأثیرات اقتصادی - اجتماعی توریسم

در صورتی که برنامه‌ریزی و مدیریت فعالیتهای توریستی با احساس مسئولیت و با تأکید بر توانمندیهای ملی، منطقه‌ای و محلی انجام شود، می‌تواند آثار اقتصادی - اجتماعی مثبتی برای جامعه میزبان به ارمغان آورد که ذیلاً به برخی از آنها اشاره می‌شود:

الف - افزایش درآمدهای ملی به لحاظ ارز آور بودن فعالیتهای توریستی، به ویژه در مواقعی که تراز مثبت بین توریسم داخلی و خارجی وجود داشته باشد.

ب - علاوه بر گسترش اشتغال در بخشهای مختلف خدمات ساختمان و صنعت، فعالیتهای مختلف توریستها اعم از گردش، تفریح، خرید و... زمینه‌ساز رونق بخشهای مختلف اقتصادی بوده و به افزایش اشتغال کمک خواهد کرد. ضریب تکاثر توریسم بیش از سایر فعالیتهای اقتصادی است.

ج - بهره‌برداری از منابع توریستی به توسعه صنایع دستی و تجهیز امکانات تفریحی و تفریحی کمک کرده و در عین حال زمینه بهره‌گیری ساکنان بومی را از تسهیلات مذکور فراهم می‌کند.

د - عمران منطقه‌ای به علت سرمایه‌گذاری در پتانسیلهای محلی نظیر روستاهای تاریخی - طبیعی، قلعه‌ها، مناطق خوش آب و هوا و نظایر آن سرعت می‌گیرد و به افزایش تعادل‌های منطقه‌ای کمک می‌کند.

ه - گسترش یکپارچگی و همگرایی اجتماعی - فرهنگی در سطح کشور از طریق توسعه روابط اجتماعی و شناخت متقابل میان اقوام و ملیتهایی که در درون مرزهای سیاسی یک کشور زندگی می‌کنند، در عین حال تقویت جنبه‌های مثبت خرده فرهنگهای موجود در یک کشور یا منطقه از آثار دیگر توسعه توریسم می‌باشد.

و - شتاب بخشیدن به فرهنگ توسعه و گسترش زمینه‌های شناخت ملتها نسبت به همدیگر و ایجاد بسترهای مناسب برای تفاهم بین‌المللی، زمینه مطلوبی برای تحول و تکامل ارزشی در جامعه خواهد بود- به شرط آن که چنین ارتباطی، اصولی و با تکیه بر ارزشهای ملی و بومی انجام گیرد (طیب، ۱۳۷۹: ۲۱۷-۲۱۶).

به طور کلی تمدن در جامعه بشری در طول تاریخ پدیده‌ای سیال بوده و جابه‌جایی انسانها توسعه روابط اجتماعی - اقتصادی و تکنولوژیکی بین جوامع به این سیالیت کمک کرده است .

اثرات فضایی - کالبدی توریسم

یکی از بارزترین اثرات توریسم در جوامعی که فعالیتهای توریستی در آنها رونق یافته تغییرات فضایی - کالبدی است. این اثرات را می‌توان در ابعاد زیر مطرح کرد :

الف - استفاده بهینه از منابع طبیعی : به لحاظ درآمد زایی و ضریب نکاثر بالای توریسم، می‌توان از فضاهای طبیعی نظیر جنگلها، چشمه‌سارها و مناظر زیبا به جای بهره‌برداری صرف اقتصادی، استفاده توریستی نمود تا پایداری این منابع افزایش یابد و درآمد بیشتری حاصل شود .

ب - توزیع متعادل امکانات و تسهیلات زندگی در فضای منطقه، مخصوصاً نواحی دور افتاده : با بهره‌برداری توریستی از امکانات طبیعی، زمینه برای توسعه راههای دسترسی، ساخت مکانهای تفریحی و اقامتگاهها در نواحی خوش آب و هوا، دایر کردن پیستهای اسکی در مناطق کوهستانی، ایجاد پلاژ در نواحی ساحلی، توسعه مراکز آب درمانی در کنار آبهای معدنی و نظایر آنها گسترش می‌یابد و فضاهای منطقه‌ای و ملی در فرآیند توسعه ادغام می‌شوند .

ج - عمران و آبادی شهرها: در مبادلات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بین توریستها و جامعه میزبان، مراکز تمرکز و جریان مبادله از مکانهای اولیه‌ای هستند که دچار تحول شده و مورد بهسازی و بازسازی قرار می‌گیرند . در این میان بهبود وضعیت هتلها و رستورانها برای اقامت، سینماها، نمایشگاهها، زمینهای ورزشی و نظایر آن، برای تأمین اوقات فراغت و ایجاد بازار و بازارچه‌های ویژه صنایع دستی برای عرضه تولیدات محلی، مناطق و مکانهایی را که پیشرو این فعالیت هستند، متحول خواهد کرد. بدیهی است در این میان به لحاظ اهمیت پیاده‌روی و ارتباط بین فضاهای جاذب، در برنامه‌ریزی الزاماً خیابانها و

گذرهای پیاده نیز مورد توجه قرار گرفته و ارتقای کیفیت خواهند یافت (محلاتی، ۱۳۷۹: ۲۴۰).

عوامل انگیزشی توریستها در دیدار از مناطق شهری

با توجه به اهمیت توریسم و آثار اقتصادی و اجتماعی آن، در جهت برخورد علمی با این پدیده، شناخت انگیزه‌های توریستها در سفر به مناطق شهری الزامی است. بلانک و پت‌کویچ (Blank and Petkovich) انگیزه‌های دیدار توریستها از مناطق شهری را به طبقات زیر تقسیم کرده اند:

الف - دیدار دوستان و بستگان ،

ب - مسافرت‌های تجارتي ،

ج - شرکت در کنفرانسها و بازدید از نمایشگاهها ،

د - دلایل آموزشی ،

هـ - بازدید از آثار فرهنگی - تاریخی ،

و - مسافرت‌های مذهبی ،

ز - وقایع و اتفاقات خاص ،

ح - خریدهای تفریحی و تفتنی ،

ط - مسافرت‌های روزانه (Blank and Petkovich , 1980: 393-94) .

همچنین کریستوفر با نگاهی تخصصی‌تر، در بررسی انگیزه‌های دیدار توریستها از مناطق شهری به پنج عامل زیر تأکید می‌کند:

(۱) جاذبه‌ها،

(۲) نمایشگاهها و کنفرانسها،

(۳) هنرها،

(۴) ورزشها،

(۵) حوادث ویژه (Christopher M. Law, 1992: 607-615) .

در رابطه با مفاهیم فوق توضیح مختصری ارائه می‌شود:

الف - جاذبه‌ها: اصطلاح جاذبه به تسهیلاتی نظیر موزه‌ها، گالریهای هنری، بناهای تاریخی، پارکهای ویژه و باغهای وحش اطلاق می‌شود. جاذبه در واقع هم مکان فعالیت و هم مجموعه فراغتی است که احساس مطلوبیت در آن به وسیله درک واقعی برانگیخته

می‌شود. بنابراین جاذبه رابطه تجربی است که بین توریست، منظر و علایم ایجاد می‌شود (Pearce, 1998:78).

در صورت انتخاب استراتژی توسعه توریسم، این عناصر توسعه یافته و جاذبه‌های جدید و خوشایندی ایجاد می‌کنند. نکته‌ای که در این رابطه حایز اهمیت است، فراهم کردن شرایط برای استفاده از جاذبه‌ها از طریق به گردش در آوردن توریست‌ها در شهر و طولانی کردن زمان اقامت آنها از طریق افزایش محل‌های بازدید می‌باشد.

ب - نمایشگاه‌ها و کنفرانسها: نقش این عوامل در توسعه روابط تجاری، صنعتی، علمی و معرفی پتانسیل یک مکان نسبت به مکان‌های دیگر حایز اهمیت است. این فضاها زمینه را برای توسعه فعالیت‌های توریستی آماده می‌کند چرا که برگزاری کنفرانسها نیازمند دسترسی مناسب به تسهیلات مطلوب (سالن‌های کنفرانس، هتلها، مراکز سرگرمی و...)، جاذبه‌های طبیعی و مصنوعی زیبا است. در بسیاری از کشورهای اروپایی و آمریکای شمالی از طریق ایجاد مراکز نمایشگاهی، فضاهای بسیار مناسب شهری ایجاد گردیده و توریست‌های بسیاری جذب آنها شده است.

ج - هنرها: شهرها به دلیل اندازه بزرگ و جمعیت زیادشان از مدتها پیش برای اجرای نمایش، کنسرت، رقص و سایر هنرها مناسب بوده‌اند. هر چند در سالهای اخیر این هنرها بیشتر برای جمعیت بومی اجرا شده و دیگر به عنوان عامل جذب کننده توریست محسوب نمی‌شوند، لیکن عظمت هنر به شهر اعتبار و تصویر اجتماعی مثبتی بخشیده و زمینه را برای اقامت صاحبان حرف و سرمایه فراهم می‌سازد.

د - ورزشها: فعالیت‌های بزرگ ورزشی، چه فعالیت‌هایی که به طور ثابت و مرتب صورت می‌گیرد و چه حوادث و فعالیت‌های ویژه، باعث پیشرفت اقتصادی شده و موجبات جذب مردم به عنوان بیننده از سایر نواحی را فراهم می‌سازند. همچنین توسعه فعالیت‌های ورزشی، ضمن تقویت روحیه مردم، به بازسازی و بهبود تأسیسات مربوطه کمک می‌کند و از خروج علاقه‌مندان برای دیدن مسابقات ورزشی در سایر نواحی جلوگیری می‌نماید.

ه - حوادث ویژه: مفهوم حوادث ویژه برای توصیف حوادثی که به کار می‌رود که به طور غیر مکرر یا نامنظم و شاید برای یک بار اتفاق می‌افتد مانند جشنواره‌های سالانه، سالگردها، مسابقات ملی و بین‌المللی و نظایر آن. حوادث ویژه در رابط با فعالیت‌های جذب توریسم به دلایل زیر انجام می‌شود:

(۱) جذب مردم به محل،

(۲) تغییر و تحول در عادات و رفتار ساکنان،

- ۳) جلب توجه مردم نسبت به محل ویژه و بالا بردن ارزش محل ،
- ۴) حرکت و حیات بخشیدن به عوامل جاذب موجود ،
- ۵) تشویق تکرار بازدیدها و کمک به بازسازی شهری .

به طور کلی در برنامه‌ریزی حوادث ویژه، از یک طرف محاسبه میزان هزینه و درآمد برای برگزار کنندگان حایز اهمیت است و از طرف دیگر اثرات آن بر محل برگزاری مورد توجه می‌باشد .

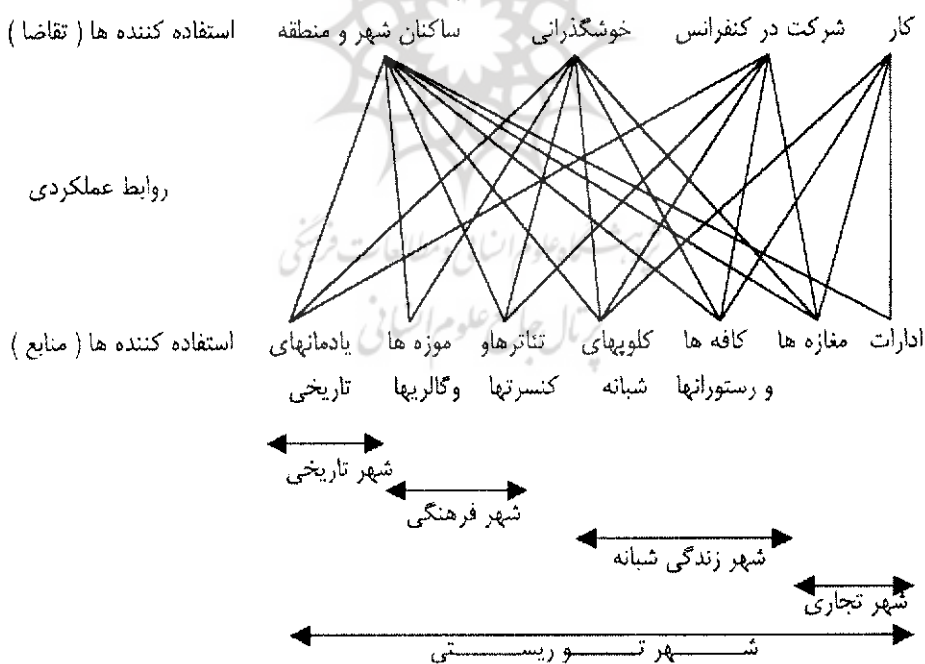
عوامل مکانی و غیر مکانی توسعه توریسم

هر چند کلیت فضای شهری و حتی سیستمهای فراتر که نظام شهری در چارچوب آنها فعالیت می‌کند در عملکرد توریستی یک شهر مؤثر هستند، لیکن نقش برخی عوامل در این فرآیند آشکارتر است. تعدادی از این عوامل که دارای فضای مشخصی هستند و نمود کالبدی دارند عوامل مکانی، و برخی دیگر که در رفتار و منش شهروندان هویدا می‌شوند عوامل غیرمکانی نامیده می‌شوند. این دو دسته عامل در ارتباط با هم، در شکل‌گیری و توسعه جریانهای توریستی نقش اساسی بر عهده دارند .

عوامل مکانی نظیر آثار و بناهای تاریخی، مجموعه‌های گذران اوقات فراغت، تسهیلات ارتباطی و اقامتی هستند که می‌توان آنها را با سرمایه‌گذاری کوتاه مدت برای جلب توریست مهیا نمود، لیکن عوامل غیرمکانی نظیر اعتقادات، باورها، برخوردارهای جامعه میزبان با توریستها، نیازمند حمایت‌های سیاسی و تلاشهای فرهنگی می‌باشند تا زمینه تعامل و برخورد مناسب بین توریست و میزبان فراهم شود و نتایج مطلوبی حاصل گردد. به عبارت دیگر، در نتیجه ارتباط هماهنگ عوامل مکانی و غیرمکانی، فضایی حاصل می‌شود که کانال (M.C.Cannal) از آن به عنوان فضای توریستی نام برده و آن را از مشخصه‌های جوامع صنعتی می‌داند . به نظر وی فضای توریستی مجموعه‌های سیستماتیک از فضاها و فعالیت‌های مرتبط با توریسم می‌باشد (Pearce.1998:78) . جانسن - وربکی (Jansen-Verbeke) عوامل و عناصر تشکیل دهنده توریسم شهری را به سه دسته : عوامل اولیه (مشتمل بر تسهیلات فرهنگی - ورزشی و سرگرمی، عناصر کالبدی و پدیده‌های فرهنگی - اجتماعی) ، عوامل ثانویه (شامل محلهای اقامتی، تسهیلات تجاری و بازارها) و عوامل تکمیلی (تسهیلات پارکینگ، دسترسی و تسهیلات توریستی) تقسیم کرده و در قالب دیاگرام زیر مشخص نموده‌اند .

آنچه در بررسی جدول بالا قابل توجه است، تعدد و تنوع عوامل مختلف مؤثر در شکل‌گیری و توسعه توریسم است. به عبارت دیگر عوامل زیادی به طور مستقیم یا غیرمستقیم و با کیفیت بالا، دست به دست هم می‌دهند تا محیطی برای افراد بیگانه مطلوب و محبوب شود و از میان این عوامل، امنیت و شادابی محیط، وجود بازارها و مخصوصاً اطلاع‌رسانی مناسب به توریستها، شاید از مهمترین عوامل تداوم فعالیتهای توریستی در فضاهای شهری باشد.

برتن‌شاو، استفاده‌کنندگان و فضاهای شهری مورد استفاده را با همدیگر در رابطه قرار داده و محیط شهری را از نظر عملکردهای توریستی به چهار منطقه تقسیم نموده است که عبارتند از: شهر تاریخی، شهر فرهنگی، شهر شبانه و شهر تجاری. این چهار عملکرد در رابطه با هم شهر توریستی را شکل می‌دهند (دیاگرام شماره ۲).



دیاگرام شماره ۲- مناطق عملکردی در شهر توریستی

ماخذ: (Hall, C.M. and Page, S. J, 197:16)

به این ترتیب با مشخص کردن مناطق عمده شهری فعال در توسعه توریسم، می‌توان در یک استراتژی جامع آنها را ساماندهی کرد و به پویایی فضایی - اقتصادی شهر تحرکی تازه بخشید .

عوامل مؤثر بر ارزیابی فعالیت توریسم

فراهم بودن عناصر و فضاها، تفریحی، تنها یکی از عوامل رضایتمندی توریستها در محیطهای شهری است. نحوه رفتار مردم شهر با توریستها، میزان فعال بودن فضاها، تفریحی، وضعیت اجتماعی - اقتصادی شهر و ... عواملی هستند که بر توریسم شهری مؤثر واقع می‌شوند. بنابراین ارزیابی فعالیت توریسم، فرآیند پیچیده‌ای است که نیازمند بررسی دقیق عوامل انگیزشی توریستها و چگونگی درک آنها از یک سو و عوامل رفتار شهر و شهروندان از سوی دیگر می‌باشد. در این میان عوامل چندی را می‌توان به عنوان معیارهای ارزیابی که بر مطلوبیت محیط شهری در ادارک توریستها می‌افزاید اشاره کرد :

- ۱) شرایط جوی در زمان بازدید توریستها،
- ۲) استاندارد بودن و کیفیت تسهیلات قابل دسترس،
- ۳) پاکیزگی و نگهداری مطلوب شهر،
- ۴) معیار زیبایی شهر،
- ۵) ایمن بودن شخصی توریستها از جرم و جنایت،
- ۶) در دسترس بودن جاذبه‌ها و نقاط دیدنی در شهر،
- ۷) پذیرایی گرم و صمیمی مردم شهر از توریستها،
- ۸) توانایی گرداندگان توریستها در صحبت به زبان خارجی،
- ۹) دامنه فعالیت‌های فرهنگی و تفریحات هنری،
- ۱۰) امنیت محیط شهری به عنوان محیطی که بتوان در آن با فراغت خاطر قدم زد ،
- ۱۱) سطح تراکم و ازدحام جمعیت،
- ۱۲) میزان زندگی شبانه و تفریحات قابل دسترس،
- ۱۳) تعداد رستورانها و غذاخوریها در شهر،
- ۱۴) مطلوبیت فروشگاههای تفریحی،
- ۱۵) قیمت کالاها و خدمات در شهر،
- ۱۶) میزان امیدواری در میان مردم،
- ۱۷) کفایت مراقبتهای بهداشتی (Hall, C.M. and Page, S. J. 1999:163) .

روابط متقابل توریسم و جامعه میزبان و توسعه فضای توریستی

توریسم تنها یک فعالیت اقتصادی نیست که هدف آن تولید یک محصول خاص یا کسب حداکثر سود باشد، بلکه یک نیاز بشری است که به مسالمت‌آمیزترین شکل ممکن، قابلیت‌های انسانی و طبیعی جوامع را جستجو، کشف و بارور می‌سازد و جامعه انسانی را در طول تاریخ از سکون و رکود باز می‌دارد. در نتیجه، در عصر شکوفایی تمدن صنعتی، به لحاظ گسترش دامنه این فعالیت و سرعت یافتن روند توسعه‌ای آن، نظام مند ساختن چنین فعالیتی امری الزامی می‌باشد. به این دلیل، بهبود روابط توریست و جامعه میزبان در ششمین اجلاس مجمع عمومی سازمان جهانی توریسم در سال ۱۹۸۵ مورد بررسی قرار گرفت و اعلامیه‌ای با عنوان «حقوق گردشگری و تکالیف گردشگر» انتشار یافت که در آن به ارائه چهارچوبی برای وظایف متقابل گردشگر و جامعه میزبان پرداخته شده است. از آن جمله در موارد ۱۰ الی ۱۳ در رابطه با تکالیف رفتاری گردشگران به هنگام اقامت در جوامع میزبان به موارد زیر تأکید شده است:

- ۱) به نظام سیاسی، اجتماعی، اخلاقی و مذهبی محل اقامت خود احترام گذارند،
- ۲) سنتها، اعتقادات و رفتار جوامع میزبان را درک و به میراث فرهنگی و طبیعی آنان ارج نهند،
- ۳) از تأکید بر اختلافات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بین خود و ساکنان محلی پرهیز کنند،
- ۴) فرهنگ جامعه میزبان را که بخش لاینفک میراث مشترک تنسانی است پذیرا باشند،
- ۵) از بهره‌کشی و استثمار دیگران در جهت ترویج فساد و فحشا پرهیز کنند،
- ۶) از وارد کردن، حمل یا استفاده از مواد مخدر یا سایر داروهای ممنوعه خودداری کنند. در قبال تکالیف مذکور، گردشگران نیز از حقوقی برخوردارند که در مجموع کیفیت خدمات ارائه شده و تجارب آنها را بهبود می‌بخشد و شامل کاهش کنترل‌های اداری و مالی، حمل و نقل مناسب، امکان دستیابی به مناطق جاذب، برخورداری از اطلاعات کامل و مورد نیاز، بهره‌مندی از امنیت و بهداشت عمومی، دسترسی به وسایل ارتباطی و مراجع اجرایی و قانونی می‌باشد (سینایی، ۱۳۷۴: ۱۳۶-۱۳۵).

بنابراین، آنچه در بهبود فضای توریستی و افزایش درک متقابل بین توریسم و جامعه میزبان نقش اساسی و کلیدی دارد، تولید و جریان صحیح و بموقع اطلاعات است تا امکانات، محدودیتها و حساسیت‌های طرفین را به همدیگر اعلام و زمینه ارتباط مناسب و

بهره‌مندی متقابل را فراهم سازد. به این ترتیب توسعه توریسم در کنار منافع اقتصادی، فرصتی برای گفت و شنود مسالمت‌آمیز و دوستانه و در عین حال القای عالیترین موازین استقلال، دوستی، احترام متقابل و غرور ملی در جهت توسعه فرهنگی جوامع خواهد بود.

آثار منفی توسعه توریسم در شهر

توسعه توریسم علی‌رغم تمامی مزایایی که برای جامعه میزبان به همراه دارد، در صورتی که مدیریت مطلوبی بر آن اعمال نشود ممکن است تبعات سوئی نیز بر آن مترتب گردد. از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- ۱ - یک مشکل رایج، انبوه شدن بیش از حد جمعیت توریست و از دست رفتن آسایش ساکنان محلی است که منجر به ایجاد نارضایتی و حس دشمنی نسبت به آنها می‌شود.
 - ۲ - ممکن است دیدار بیش از حد توریست‌ها از مکان‌های تاریخی و باستانی مهم و مناظر طبیعی خاص موجب ویرانی تدریجی آنها شود. این ویرانی می‌تواند ناشی از بی‌توجهی به ظرفیت محل مزبور یا حاصل فعالیت‌های سودجویانه توریست‌های نافرهيخته باشد.
 - ۳ - با توجه به شکنندگی خاص میراث فرهنگی، ممکن است توسعه توریسم موجب صدمه دیدن اصالت الگوهای فرهنگی بومی شود. مردم بومی که به شیوه‌ای خاص زندگی می‌کنند، ممکن است در تماس با توریست‌ها دچار استحاله فرهنگی شوند.
 - ۴ - ممکن است توریسم موجب تشدید آسیب‌های اجتماعی همچون اعتیاد، می‌گساری، بزهکاری و... شود. هر چند پژوهش صورت گرفته نشان می‌دهد که به ندرت توریسم علت اساسی چنین پدیده‌هایی است، ولی می‌تواند فرصت و زمینه گسترش آنها را فراهم سازد (طیب، ۱۳۷۹: ۲۱۷-۲۱۸).
- برای کاستن از عواقب منفی جریان‌های توریستی در نواحی حساس و آسیب‌پذیر، کارس و پوتر چهار روش عمده برای مدیریت جریان‌های توریستی در مناطق شهری مطرح می‌کنند که عبارتند از: تنظیم معیارهای فضایی - کالبدی (منطقه‌بندی و سیاست‌های تمرکز و پراکندگی)؛ مدیریت زمان (تنظیم جریان‌ها در روز، هفته و سال)؛ محدودیت ورود (قیمت، ظرفیت، تأسیسات و...) و آرایه اطلاعات و آگاهی لازم برای توریست‌ها به منظور استفاده از بهینه از فضا (Pearce, 1998:81).

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

با اندک تعمقی که درباره پدیده توریسم و تأثیر آن بر پویایی و بهبود محیط شهری انجام شود، می‌توان به نتایج و پیشنهادهای زیر رسید:

الف - توریسم یکی از نیازهای اساسی جوامع انسانی در عصر حاضر و یکی از محرکه‌های اصلی اقتصاد جهانی محسوب می‌شود. انعطاف‌پذیری و چشم‌انداز روشن و رشد سریع این صنعت، توجهی جدی و برخوردی علمی برای بهره‌گیری از پتانسیل‌های آن را طلب می‌کند و در این بین فضاهای شهری نقش محوری دارند.

ب - توریسم، صنعتی چند بعدی است که بایستی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فضایی مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد و به عنوان یکی از محورهای توسعه، خاصه در مباحث و برنامه‌های شهرسازی، گنجانده شود.

ج - تنوع طلبی و گریز از یکنواختی تمدن مدرن، از ویژگی‌های فعالیتهای توریستی است. در نتیجه ارتقای سطح هنرهای محلی نظیر صنایع دستی، موسیقی و ورزشهای سنتی (محلی) تأثیر دو سویه دارد: از یک طرف به جلب توریست منجر می‌شود و از طرف دیگر به بهبود سطح زندگی و احساس غرور و هویت ملی در مناطق مختلف می‌انجامد.

د - جاذبه‌های توریستی به صورت منفرد، قابلیت جذب توریست در سطح وسیع را ندارند، لیکن ساماندهی آنها در ارتباط با همدیگر می‌تواند به کارایی بیشتر در جذب توریست کمک شایانی بکند. بنابراین ارتباط فضایی و بصری جاذبه‌ها با یکدیگر، خاصه از طریق ایجاد محورهای مجهز برای پیاده‌روی بسیار مطلوب خواهد بود.

ه - افزایش قابلیت دسترسی به آثار تاریخی و جاذبه‌های طبیعی و تشویق استفاده از آنها هر چند نقش اساسی در جذب توریست دارد، لیکن در چنین بهره‌برداریهایی نباید از آستانه‌های ظرفیت آنها غفلت نمود و موجبات تخریب و ویرانی آنها را فراهم کرد- بخشی که امروزه در قالب اکوتوریسم مطرح شده است.

و - جاذبه‌های تجاری یکی از عوامل اصلی در صنعت توریسم می‌باشد. شایسته است در بازارهای شهری، خاصه در بازارهای سنتی، محله‌هایی برای عرضه خدمات تجاری و یا اطلاع‌رسانی تجاری به توریستها در نظر گرفته شود.

ز - استفاده از روشهای مناسب و مدرن تبلیغاتی برای معرفی و شناساندن جاذبه‌های توریستی مناطق مختلف کشور در داخل و خارج، به ویژه فراهم نمودن ابزارهای لازم و قابل دسترس نظیر نقشه‌ها و جزوه‌ها برای معرفی جاذبه‌ها و نقاط دیدنی هر شهر به توریستها و تازه‌واردان در مبادی ورودی و خروجی شهرها امری ضروری است. همچنین

لازم است در محل ورودی هر مجموعه دیدنی، مشخصات قابل ذکر و رفتارهای متناسب آن که توریستها باید داشته باشند، تنظیم و ارائه شود.

ح - ایجاد فضای توریستی مناسب از طریق آگاهی دادن به توریستها در مورد ویژگیها و حساسیتهای جامعه میزبان و بالعکس، نقش مؤثری در توسعه توریسم دارد. در عین حال تبیین جایگاه و اهمیت روابط توریستی برای جوامع میزبان، می تواند مناسبات سازنده و سالمی بین جوامع برقرار کند و به توسعه توریسم دامن زند. این امر، خاصه هنگام بازدید توریستها از اماکن مقدس، بافتهای با ارزش شهرها، مناظر و چشم اندازهای طبیعی بسیار مهم است.

ط - توسعه صنعت توریسم در هر مکانی ارتباط معنی داری با حفظ و نگهداری آثار باستانی، بناهای تاریخی و جاذبه های طبیعی دارد. آگاهی از ارزشهای تاریخی و جاذبه های طبیعی، علاقه و غرور ملی را در افراد محلی تقویت و آنها را به تلاش برای ارتقای وضعیت زیست خود تشویق می نماید.

ی - یکی از مشکلات عمده صنعت توریسم ایران فقدان مدیریت متمرکز و مقتدر در سیاستگزاری، برنامه ریزی، بازاریابی و کنترل فعالیتهای توریستی در سطوح ملی، منطقه ای و محلی است. ضعف نهادهای موجود، سرنوشت این فعالیت مهم را به صلاحیت، بینش و سلیقه های فردی متکی ساخته است که با پیچیدگیهای تمدن امروزی مغایرت کامل دارد.

منابع و ماخذ

الف - منابع فارسی

- زنده دل، حسن (۱۳۷۳)؛ چکیده مطالعات و برنامه‌ریزی صنعت توریسم در استان آذربایجان شرقی، تبریز: سازمان برنامه و بودجه استان.
- سینایی، وحید (۱۳۷۴)؛ توسعه پایدار و گردشگری، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره‌های ۹۶ - ۹۵.
- طیب، علیرضا (۱۳۷۹)؛ « جایگاه ملاحظات فرهنگی در برنامه‌ریزی علمی برای گردشگری »، مجله اطلاعات سیاسی، اقتصادی، شماره‌های ۱۵۸ - ۱۵۷.
- محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۷۹)؛ « آثار مثبت جهانگردی بر چشم‌اندازهای جغرافیایی و فضای زندگی »، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره‌های ۱۵۸ - ۱۵۷.

ب - منابع خارجی

- Blank, U. & Petkovich, M. (1980). *The metropolitan area: A multifaceted travel destination complex*, George Washington University, USA.
- Chavez, Raymo (1999). "Globalization and Tourism: Deadly mix for indigenois people", *Third World Resurgence*, No 103. Third world network (internet).
- Christopher. M.L (1992). "Urban tourism and it contribution to economic regeneration". *Urban Studies*, University of Glasgow, UK.
- Hall, C.M.& Page. S.J (1999). *The geography of tourism and recreation*, London: Routledge.
- Murphy, Peter E.(1985). *Tourism a community approach*, London Routledge.
- Pearce, Douglas G.(1998). *Tourism in Paris, Studies at the Microscale*, London: Pergamon.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی