

درآمدی بر طبیعت‌گردی و پی‌آمدهای اقتصادی آن

مزدک دُریگی

چکیده

گردشگری و در پی آن طبیعت‌گردی از صنایع پرسودی است که بررسی ابعاد مختلف آن تنها به بحث‌های اقتصادی و احتمالاً بحث‌های حقوقی و سیاسی محدود نمی‌شود بلکه به‌طور جدی و بنیادین با بحث‌های فرهنگی و اجتماعی در ارتباط است. طبعاً چالش‌های موجود بر سرراه این صنایع نیز محدود به حوزه اقتصاد نیست. از این‌روست که گردشگری و طبیعت‌گردی از جمله موضوعات حساس و مهم در بحث‌های فرهنگی به‌شمار می‌رود. ایران به واسطه داشتن شرایط و موقعیت‌های جغرافیایی مناسب و استعداد‌های بالقوه و تا حدودی ناشناخته، جایگاه درخور توجهی در زمینه طبیعت‌گردی دارد و می‌تواند سود سرشاری را از این طریق از آن خود سازد. گرچه شرایط فرهنگی و اجتماعی ایران، گسترش گردشگری را تا حدودی با محدودیت‌هایی روبه‌رو کرده است، طبیعت‌گردی با فراغ خاطر نسبتاً بیش‌تری از این تنگناها، از شرایط مطلوب‌تری برای رشد و توسعه برخوردار است. مقاله حاضر می‌کوشد با تأکید بر این مسئله، زمینه‌های پیشرفت و بهبود این صنعت را در ایران بررسی کند.

مقدمه

امروزه، گردشگری یکی از صنایع پرسودی است که بسیاری از کشورهای دنیا در آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند. «این صنعت بسیار کاربر و یکی از کارآترین صنایع برای افزایش اشتغال است. هر دلاری که صرف این صنعت شود، به مراتب بیش‌تر از یک دلار سرمایه‌گذاری در سایر

صنایع مثلاً اتومبیل‌سازی مؤثر خواهد شد» (صباغ کرمانی، ۱۳۷۵). به همین دلیل است که کشورهای مختلف برای جذب گردشگر از هم پیشی می‌گیرند. در حقیقت، این صنعت بسیار درآمدزاست. مثلاً ایالات متحده آمریکا در ۱۹۹۸، با درآمد ۷۴ میلیارد و ۲۴۰ میلیون دلار رتبه اول را در جهان از نظر درآمد حاصل از گردشگری کسب کرده است و کشورهای ایتالیا و فرانسه، به ترتیب، در مکان‌های بعدی قرار دارند (جدول ۱). جدول ۱ نشان می‌دهد که کشورهای در حال توسعه نیز سهم عمده‌ای از این درآمدها را به خود اختصاص داده‌اند. مثلاً هند در ۱۹۹۸، سه میلیارد و ۱۶۸ میلیون دلار درآمد ارزی از گردشگری داشت. حتی کشور کوچکی مانند ماکائو^۱ با درآمد ۳ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار، رتبه سی و هفتم را از آن خود ساخته است. در این میان، سهم ایران از صنعت گردشگری بسیار ناچیز است. با وجود آن‌که ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری جزو ده کشور اول جهان محسوب می‌شود، هنوز هیچ کوشش مناسبی برای جذب گردشگر و استفاده اقتصادی از این صنعت در ایران صورت نگرفته است. طبق آمارهای موجود، از مجموع ۴۳۴ میلیارد دلار درآمد حاصل از گردشگری در جهان در ۱۹۹۶، سهم ایران ۲۶۱،۲۲۸،۴۷۵ دلار بوده که این میزان نشان‌دهنده سهم بسیار ناچیز ایران است. البته آمار فوق کمی مبهم به نظر می‌رسد چون، به اعتقاد بسیاری از کارشناسان، تعداد گردشگرهایی که در ۱۹۹۶ به ایران آمده‌اند، چیزی در حدود ۱۰،۰۰۰ نفر بوده است. احتمالاً این آمار، که سازمان مسئول گردشگری در ایران آن را ارائه کرده است، (تعداد ۵۷۳،۴۴۹ نفر) شامل همه خارجی‌ان اعم از هیئت‌های سیاسی، بازرگانی و کاروان‌های ورزشی است که به ایران آمده‌اند. درآمدهای حاصل از گردشگرهایی که به قصد دیدن جاذبه‌های مختلف به کشوری می‌روند، جزو درآمدهای گردشگری در سطح جهانی محسوب می‌شود، لذا تعداد گردشگران واقعی در ایران به مراتب کم‌تر از عدد فوق است. طبق آمار موجود، درآمد ارزی حاصل از گردشگری در سطح کشور (۲۶۱،۲۲۸،۴۷۵ دلار) بر مبنای همان تعداد گردشگر محاسبه شده است. بنابراین، بعید به نظر می‌رسد که درآمد گردشگری در ایران سالانه بیش از ۲۶۱ میلیون دلار بوده باشد. امروزه گردشگران از نظر علاقه‌مندی به جاذبه‌های یک منطقه یا کشور به چندین دسته تقسیم می‌شوند: گروهی برای جاذبه‌های فرهنگی، دسته دیگر برای تنوع و سرگرمی، دسته‌ای برای استفاده از جاذبه‌های طبیعی و در این میان، استفاده از جاذبه‌های طبیعی (اکوتوریسم) جزو شاخه‌های مهم صنعت گردشگری به حساب می‌آید.

جدول ۱- چهل کشوری که بیش‌ترین درآمدهای گردشگری* را کسب کرده‌اند

رتبه ۱۹۹۰	رتبه ۱۹۹۵	رتبه ۱۹۹۸	کشور	درآمدها میلیون دلار (امریکا) ۱۹۹۸	درصد تغییرات ۱۹۹۸/۹۷	درصد نسبت به کل ۱۹۹۸
۱	۱	۱	ایالات متحده	۷۴/۲۴۰	۱/۳	۱۶/۷
۳	۲	۲	ایتالیا	۳۰/۴۲۷	۲/۴	۶/۸
۲	۳	۳	فرانسه	۲۹/۷۰۰	۶/۰	۶/۷
۴	۴	۴	اسپانیا	۲۹/۵۸۵	۱۱/۰	۶/۷
۵	۵	۵	انگلستان	۲۱/۲۹۵	۶/۳	۴/۸
۶	۶	۶	آلمان	۱۶/۸۴۰	۲/۰	۳/۸
۲۵	۱۰	۷	چین	۱۲/۵۰۰	۳/۵	۲/۸
۷	۷	۸	اتریش	۱۲/۱۶۴	-۱/۸	۲/۷
۹	۱۲	۹	کانادا	۹/۱۳/۱۳	۴/۱	۲/۱
۱۵	۱۳	۱۰	استرالیا	۸/۵۷۵	-۵/۰	۱/۹
۶۵	۱۵	۱۱	لهستان	۸/۴۰۰	-۳/۲	۱/۹
۲۱	۲۱	۱۲	ترکیه	۸/۳۰۰	۲/۶	۱/۹
۸	۹	۱۳	سوئیس	۸/۲۰۸	۳/۹	۱/۸
۱۰	۱۷	۱۴	مکزیک	۷/۸۵۰	۳/۴	۱/۸
۱۱	۸	۱۵	چین، هنگ‌کنگ (بازار مشترک)	۷/۱۱۴	-۲۳/۰	۱/۶
۲۳	۲۳	۱۶	فدراسیون روسیه (شوروی سابق)	۷/۱۰۷	۳/۰	۱/۶
۱۲	۱۱	۱۷	سنگاپور	۶/۵۰۱	-۵/۰	۱/۵
۱۳	۱۴	۱۸	نابند	۶/۳۹۲	-۹/۳	۱/۴
۱۴	۱۶	۱۹	هلند	۵/۷۲۹	-۷/۶	۱/۳
۱۸	۱۹	۲۰	جمهوری کره	۵/۷۰۰	۱۱/۴	۱/۳
۱۶	۱۸	۲۱	بلژیک	۵/۳۷۵	۱/۹	۱/۲
۷۷	۲۴	۲۲	آرژانتین	۵/۳۶۳	۵/۸	۱/۲
۲۶	۲۰	۲۳	اندونزی	۵/۱۳۸	-۵/۵	۱/۲

رتبه	رتبه	رتبه	کشور	درآمدها میلیون دلار	درصد تغییرات	درصد نسبت
۱۹۹۰	۱۹۹۵	۱۹۹۸		(امریکا) ۱۹۹۸	۱۹۹۸/۹۷	به کل ۱۹۹۸
۱۹	۲۲	۲۴	پرتغال	۴/۷۷۲	۱۱/۶	۱/۱
۱۷	۳۰	۲۵	ژاپن	۴/۱۵۲	-۴/۰	۰/۹
۲۲	۲۵	۲۶	یونان	۳/۹۲۵	۲/۱	۰/۹
۴۴	۳۵	۲۷	مصر	۳/۸۳۸	۳/۰	۰/۹
۲۲	۲۸	۲۸	سوئد	۳/۷۵۵	۵/۱	۰/۸
۲۰	۲۷	۲۹	دانمارک	۳/۶۲۷	۱۴/۹	۰/۸
۶۲	۳۳	۳۰	جمهوری چک	۳/۵۰۹	-۳/۸	۰/۸
۳۱	۲۶	۳۱	مالزی	۳/۳۶۹	۲۴/۶	۰/۸
۳۴	۳۱	۳۲	مکائو	۳/۳۰۰	۱۲/۰	۰/۷
۲۹	۲۹	۳۳	تایوان	۳/۲۳۱	-۵/۰	۰/۷
۳۳	۳۶	۳۴	هند	۳/۱۶۸	۰/۵	۰/۷
۳۵	۳۴	۳۵	ایرلند	۳/۱۵۹	-۰/۹	۰/۷
۳۶	۴۰	۳۶	برزیل	۲/۷۷۶	۷/۰	۰/۶
۳۰	۴۸	۳۷	کروواسی	۲/۷۴۰	۸/۳	۰/۶
۳۷	۳۲	۳۸	اسرائیل	۲/۷۰۰	-۱/۵	۰/۶
۵۰	۴۴	۳۹	مجارستان	۲/۵۶۸	-۰/۵	۰/۶
۴۰	۳۷	۴۰	فیلیپین	۲/۴۲۱	-۱۴/۵	۰/۵
کل ۴۰ کشور				۳۸۸/۶۶۸	۲/۰	۸۷/۴
کل جهانی				۴۴۴/۷۴۱	۲/۰	۱۰۰/۰

* درآمدهای بین‌المللی گردشگری (بدون در نظر گرفتن حمل و نقل) به میلیون دلار آمریکا (۱۹۹۸)

توضیح: پس از محاسبه آمارهای جهانی، دبیرخانه WTO اطلاعات جدیدی از کشور پرتغال (کاهش ورود جهانگردان و درآمد حاصل از جهانگردی)، برزیل (افزایش چشمگیر) و الجزایر، مالاوی، سوئد و سنگال (تغییراتی در مقایسه با آمار قبلی) دریافت کرده است.

منبع: سازمان جهانی جهانگردی، شماره ۱۵، صفحه ۱۶.

اکوتوریسم (Ecotourism)

اکوتوریست (طبیعت‌گرد)، به‌طور کلی، یعنی گردشگری که توجه آن بر جاذبه‌های طبیعی متمرکز است. طبق این تعریف، جاذبه‌های طبیعی موجود در یک منطقه مانند پارک‌های ملی، مناطق حفاظت‌شده، نقاط روستایی و صدها مکان دیگر را می‌توان مراکز جذب گردشگر به حساب آورد. در واقع، «مشاهده حیات وحش، عکاسی و نقاشی از طبیعت، مطالعات میدانی درباره گونه‌های گیاهی و جانوری، زمین‌شناسی، دیدن غارها، کوهنوردی و غواصی» (ایافت، «مقدمه‌ای بر...») همگی جزو طبیعت‌گردی به حساب می‌آیند. به‌همین دلیل، طبیعت‌گردی یکی از شاخه‌های پرطرفدار گردشگری است. مثلاً «در آمریکا و کانادا شمار بازدیدکنندگان از مناطق طبیعی از مجموع کسانی که به تماشای همه رویدادهای ورزشی می‌روند، بیش‌تر است» (ویلسون، ۱۳۷۶). مثال‌های زیر به‌خوبی علاقه گردشگران به طبیعت‌گردی را نشان می‌دهد:

«تعداد جهان‌گردان در منطقه حفاظت‌شده ماسایی مارا (Masaeimara) در کنیا سالانه به دوست هزار نفر می‌رسد» (جهانگردان، ۷۸).

«در سال ۱۹۹۰، مجمع‌الجزایر سی‌شل (Seychelles) با جمعیت ۶۸ هزار نفر، میزبان صدوچهار هزار نفر توریستی بود که برای استفاده از محیط زیست بکر و غنی این جزایر به آن سفر کرده بودند» (همان).

«سالانه سیصد هزار نفر از Grand Canyon (دره‌هایی عمیق در غرب آمریکا) بازدید می‌کنند» (Long, 133).

شاید دلیل این استقبال، طبق تعریف «ویلسون»، زیست‌گرایی (Biophilia) باشد، یعنی «پیوندهایی که انسان به‌طور ناخودآگاه در جست‌وجوی برقراری آن با سایر انواع زندگی است» (ویلسون، ۱۳۷۶).

به‌همین دلیل است که امروزه کشورهایی که نقاط طبیعی فراوانی دارند، در این زمینه سرمایه‌گذاری کرده‌اند. تأسیس سازمان‌ها و گروه‌های طبیعت‌گردی مانند «سازمان توریسم اکولوژیک اروپا (Ecological Tourism Organization)» (8, IFN Bulletin)، «ایجاد سایت اکوتوریسم در اینترنت برای اطلاع‌رسانی و ارائه بهترین الگوهای موجود برای سفر به کشورهای مختلف جهان»^۲ (همان) و «برقراری تورهای سفاری»^۳ (Safari) (6, Zoolog Magazine)، از جمله روش‌های معمول برای جذب طبیعت‌گردهاست.

درآمد ناشی از طبیعت‌گردی بسیار چشمگیر است به طوری که در رواندا (Rwanda)، بعد از قهوه و چای، سومین منبع درآمد است و به سرعت نیز رشد می‌کند (ویلسون، ۱۳۷۶). «در کاستاریکا درآمد حاصل از آن در ۱۹۹۰ در مقام دوم پس از قهوه بوده است^۴ (همان). در مالدیو (Maldives) طبیعت‌گردی بخش عمده‌ای از «درآمد سه میلیارد دلاری توریسم»^۵ را به خود اختصاص می‌دهد (شکار و طبیعت، ۴۴). درآمد طبیعت‌گردی فقط در یکی از پارک‌های ملی کاستاریکا، سالانه بیش از یک میلیون دلار بوده و باعث افزایش اشتغال ساکنان منطقه شده است» (ویلسون، ۱۳۷۶). جدول ۲، ارزش اقتصادی سفر طبیعت‌گردها را برای دیدن حیات وحش (که تنها یکی از جنبه‌های طبیعت‌گردی است) در شرق و جنوب آفریقا نشان می‌دهد^۶ (Ajoyi, 1992).

جدول ۲ - ارزش اقتصادی ناشی از سفر طبیعت‌گردها به شرق و جنوب آفریقا

سود (دلار آمریکا بر هکتار)	پارک	کشور	حالت
۲۵۰	مانیارا	تانزانیا	شدت بالا
۱۵۰۰	آموبوسلی	کنیا	شدت بالا
۸-۱۸	سرنگتی	تانزانیا	شدت متوسط
۰/۱۰	روآها	تانزانیا	شدت پایین

آمار فوق به خوبی درآمدهای کلان طبیعت‌گردی را نشان می‌دهد. این درآمدها همواره مشوق دولت‌ها در تلاش برای جذب بیش‌تر طبیعت‌گردها به مناطق طبیعی کشورشان است. در واقع، گردشگری نوعی صنعت است، آن هم صنعتی بسیار پویا. از آن‌جا که گردشگری و در این‌جا طبیعت‌گردی، زمینه‌های بسیار مناسب و بکری برای کار و اشتغال دارد، صنعتی روبه رشد است. آثار اقتصادی طبیعت‌گردی، یا به طور کلی، گردشگری عبارت‌اند از: «افزایش درآمد کشور میزبان، اشتغال کشور میزبان، افزایش سرمایه‌گذاری» (صباغ کرمانی، ۱۳۷۵). هر طبیعت‌گردی که وارد کشور یا منطقه‌ای می‌شود باید هزینه حمل و نقل، اقامت و خدمات را بپردازد. علاوه بر این، خرید طبیعت‌گردها (محصولات طبیعی و صنایع دستی) در منطقه ایجاد درآمد می‌کند.

طبیعت‌گردی نیز مانند سایر شاخه‌های صنعت گردشگری اشتغال‌زاست. برای سیاحت طبیعت‌گردها از مناطق بکر و طبیعی و ارائه اطلاعاتی راجع به شرایط منطقه و موارد دیگر، راهنمایان و کارشناسانی باید به کارگماشته شوند که این خود ایجاد اشتغال می‌کند. در واقع، ورود طبیعت‌گردها به منطقه یا کشوری، ایجاد خدماتی نظیر سیستم‌های حمل و نقل، مراکز اطلاع‌رسانی، فروشگاه‌ها و بازارهای محلی جهت عرضه محصولات طبیعی و صنایع دستی و موارد دیگر را الزامی می‌سازد. این امر خود بر سرمایه‌گذاری تأثیر دارد یعنی طبیعت‌گردی در یک منطقه باعث افزایش سرمایه‌گذاری در این صنعت می‌شود. علاوه بر این، سفر طبیعت‌گردها سبب گسترش فرهنگ زیست‌محیطی می‌شود و آن‌ها می‌توانند در کشور خود آنچه دیده‌اند، تبلیغ کنند و باعث جلب علاقه عمومی و افزایش احتمال سرمایه‌گذاری در آن مناطق شوند.

همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، امروزه در دنیا مناطقی که از نظر جاذبه‌های طبیعی بسیار غنی هستند با یکدیگر در جذب گردشگرها به رقابت می‌پردازند. در این میان، مناطق گرمسیر با داشتن جنگل‌های بارانی بکر، رودخانه‌های عظیم، سواحل زیبا، گونه‌های جانوری و گیاهی جذاب و نادر و ساواناها به شدت طبیعت‌گردها را به خود می‌خوانند. امروزه، آسیب‌های فراوانی بر اثر جنگل‌زدایی، آلودگی‌های زیست‌محیطی و صدها عامل دیگر به جنگل‌های بارانی وارد آمده است و وارد می‌شود. لذا دولت‌ها به دلیل منافع چشمگیر طبیعت‌گردی سعی در حفظ این مناطق دارند. در واقع، شاید یکی از آثار عمده طبیعت‌گردی، همین «حفظ منابع طبیعی برای بازدید توریست‌ها» باشد (ادینگتون، ۱۳۷۴). حفظ این مناطق باعث می‌شود اقتصاد آن‌ها بهبود یابد. پاک‌تراشی جنگل‌های این مناطق برای امور کشاورزی و دامپروری ضمن آسیب رساندن شدید به آن‌ها،^۷ آثار سوء زیست‌محیطی و نیز پی‌آمدهای ناگوار فرهنگی و اقتصادی بسیاری در پی دارد که کاملاً مشهود است. امروزه، بسیاری از جنگل‌ها برای کشت محصولات چوبی چون موز، قهوه و کاکائو، که مورد پسند بازارهای جهانی است، تخریب می‌شوند و روز به روز از مساحت جنگل‌های بارانی کاسته می‌شود. در واقع، «کشاورزی معیشتی جای خود را به کشاورزی تجاری برای محصولات صادراتی داده» (یونسکو، ۱۳۷۶) و این آسیب‌های فراوانی به اقتصادهای کوچک محلی وارد کرده است. جدا از آثار زیست‌محیطی، آثار فرهنگی و اقتصادی این روش نیز زیاد است چراکه برای پاک‌تراشی جنگل‌ها و کشاورزی مکانیزه، نیازی به نیروی کار انسانی در مقیاس گسترده نیست. در نتیجه، جمعیت‌های بومی ساکن جنگل‌های بارانی که اقتصادشان کاملاً

وابسته به کشاورزی محدود، برداشت محصولات جنگلی و شکار است بیکار می‌شوند و به شهرها مهاجرت می‌کنند. به علاوه، بر اثر این روش‌ها جمعیت‌های بومی، غنای فرهنگی خود را از دست می‌دهند و از نظر فرهنگی به شدت آسیب می‌بینند. برای مثال، «در برزیل از سال ۱۹۰۰ تا کنون، ۹۰ قبیله از ۲۷۰ قبیله سرخ‌پوست نابود شده و جمعیت دوسوم قبایل باقی‌مانده به کم‌تر از ۱۰۰۰ نفر تنزل کرده است» (ویلسون، ۱۳۷۶). با ادامه این روش، به زودی فرهنگ این قبایل به تاریخ می‌پیوندد. حفظ این نواحی و گسترش طبیعت‌گردی در آن‌ها باعث مصون ماندن آن‌ها از آسیب‌های انسانی و حفظ و بهبود فرهنگ و اقتصاد جوامع وابسته به آن می‌شود.

گوناگونی فرهنگی طبیعت‌گردهایی که برای دیدن منطقه‌ای خاص سفر می‌کنند، ممکن است بر جوامع بومی اثر سوء داشته باشد. از آن‌جا که «فرهنگ عاملی است پویا که دستخوش تغییر است (یونسکو، ۱۳۷۶)، «بی‌توجهی به رسوم و عادات محلی» ممکن است سبب «سست‌کردن بنیاد و روش زندگی محلی» شود (ادینگتون، ۱۳۷۴). چگونگی رفتارهای اجتماعی طبیعت‌گردها در برخورد با مردم بومی در تأثیر بر فرهنگ و اقتصاد این مردم بسیار مؤثر است. مثلاً علاقه طبیعت‌گردها به مصرف کالاهای غیربومی باعث از رونق افتادن کالاهای محلی می‌شود. از آن‌جا که در مراکزی که مستعد جذب گردشگران هستند، تقاضا برای کالاهای مصرفی گردشگران زیاد می‌شود، کالاهای محلی خریدار ندارند و کم‌کم از بازار خارج می‌شوند و این، اثر سوئی بر اقتصاد و ترکیب بازار آن منطقه دارد. یعنی نخزیدن کالاهای بومی و محصولات طبیعی آن منطقه باعث از رونق افتادن بازارهای محلی، آسیب به اقتصاد خانواده‌هایی که معاششان به فروش این محصولات وابسته است، و سرانجام بروز مشکلات فرهنگی و اجتماعی فراوان می‌شود.

تأسیس مراکز اقامت برای گردشگران در یک منطقه، ممکن است بافت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن منطقه را دگرگون کند. افزایش قیمت زمین، تغییر نوع کار روی زمین، تبدیل اراضی کشاورزی و جنگلی به مراکز اقامت^۸، افزایش مشاغل کاذب ناشی از افزایش تقاضا برای زمین، «آسیب دیدن کشاورزی سنتی و تغییر شدید در شیوه معیشتی مردم این مناطق» (ایافت، ۱۳۷۵)، مصرف کالاهای لوکس و غیرلازم، تغییر دیدگاه‌های فرهنگی بین مردم به خصوص جوانان نمونه‌هایی از این آثار است. علاوه بر آن‌چه تا کنون گفته شد، شکل‌گیری فعالیت‌های غیرقانونی در مناطق توریستی از دیگر آثار منفی این صنعت است. مثلاً شکار و صید گونه‌های کمیاب

گیاهی و جانوری و فروش آن‌ها با قیمت‌های گزاف به طبیعت‌گردها از جمله این فعالیت‌هاست. متأسفانه، علاقه زیاد طبیعت‌گردها به خرید گونه‌هایی چون مرجان‌های زیبا، پوست مار و سوسمار و گل‌های زیبا و کمیاب، ضمن نابود کردن این‌گونه‌ها اشتغال کاذب^۹ و مهم‌تر از همه باعث تغییر نگرش مردم به گونه‌های گیاهی و جانوری و در نظر گرفتن آن‌ها به مثابه کالایی پرسود شده است.

بالا رفتن قیمت‌ها در مناطق مستعد جذب طبیعت‌گردان آثار سوء اقتصادی نیز در پی دارد. مثلاً در مناطق روستایی بیلابتی که طبیعت‌گردها برای برخورداری از مواهب طبیعی به آن‌جا سفر می‌کنند، افزایش قیمت اجناس مورد نیاز طبیعت‌گردها مثل مواد غذایی، فشارهای زیادی را بر مردم بومی آن منطقه تحمیل می‌کند. از این روست که طبیعت‌گردی علاوه بر درآمدزا بودن، سبب افزایش فشار اقتصادی نیز می‌شود.

با توجه به آن‌چه گفته شد، در صورت فقدان برنامه‌ریزی صحیح و ناآشنایی با اوضاع منطقه، طبیعت‌گردی آثار مخربی به‌جا می‌گذارد که به هیچ‌عنوان با درآمد ناشی از آن قابل مقایسه نیست، برای مثال تخریب محیط‌زیست و دگرگونی چهره منطقه‌ای خاص در پی تغییرات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی ناشی از جذب گردشگران و طبیعت‌گردان، در نهایت موجب کاهش جاذبه‌های گردشگری آن منطقه و در نتیجه کاهش درآمدهای ناشی از طبیعت‌گردی می‌شود. به این ترتیب، «توریسم (در مقیاس بزرگ) از صنایعی است که برای بررسی آثار اجرای آن در منطقه باید گزارشی از ارزیابی آثار زیست‌محیطی تهیه شود» (شریعت و منوری، ۱۳۷۵). تجربه‌های فراوان در سطح جهان نشان داده است که مناطق گردشگری پذیر با برنامه‌ریزی صحیح هرگز دچار زوال فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی نشده‌اند. مثلاً «در اطراف پارک ملی آمبوسلی (Ambosli) در کنیا چندین اردوگاه برپا شده که در آن‌جا درآمد جهانگردی به امر آموزش و بهداشت مردم اختصاص یافته است. یعنی بیست و پنج درصد از درآمد آن متعلق به توسعه محلی است» (جهانگردان، ۷۸).

مثال فوق نشان می‌دهد که پیروی سیاست گردشگری از برنامه‌ریزی صحیح و مناسب به طور هم‌زمان موجب حفظ منابع موجود در منطقه، دستیابی به توسعه از طریق افزایش درآمد حاصل از گردشگری و طبیعت‌گردی و تقویت بنیه آموزشی و بهداشتی می‌شود. در واقع، «بازاندیشی درباره اولویت‌های توسعه می‌تواند توریسم را با حفظ محیط آشتی دهد.

به خصوص اگر دیدگاه‌های بلندمدت جانشین دیدگاه‌های کوتاه‌مدت شود. در خلال برنامه انسان و زیست‌کره^{۱۱} (Man And Biosphere)، اندوخته‌های زیست‌کره و دیگر نواحی تحت حمایت، زیر پوشش برنامه‌های مدیریت یکپارچه‌ای برای حفاظت حیات وحش و پوشش گیاهی، حفظ روال سنتی استفاده از زمین و... قرار می‌گیرند که با رضایت و همکاری ساکنان منطقه آمریکای جنوبی [به اجرا درمی‌آیند] (یونسکو، ۱۳۷۶).

در واقع، استفاده از دانش و اعتقادهای جوامع محلی به بهره‌برداری پایدار از منابع طبیعی و به تبع آن، ایجاد درآمد از طریق صنایع مرتبط با محیط‌زیست مثل طبیعت‌گردی منجر می‌شود. «در بعضی از مناطق فقیر کشورهای گرمسیری، قطعات کوچکی از جنگل‌ها دیده می‌شود که با همان شرایط اولیه حفظ شده‌اند. غالباً این‌ها بیشه‌های مقدس هستند که جان به در بردن از زوال را موهون باورهای سنتی و مذهبی هستند»^{۱۱} (همان). با برنامه‌ریزی جامع و کامل می‌توان از این بیشه‌های مقدس در جهت جذب گردشگران بهره‌برداری کرد و با جذب طبیعت‌گردها به این مناطق، هم به حفظ آن‌ها مدد رساند و هم برای جوامع وابسته به این مناطق درآمد و اشتغال ایجاد کرد. مثلاً «طرح مشارکتی یکپارچه در زیست‌بوم‌های ساوانا در غنا (Cooperative Integrated Project on Savanna Ecosystems - Ghana) از طرح‌های یونسکو است که در منطقه وسیعی از محیط فرسوده ساوانا در شمال غنا اجرا می‌شود و بیشه‌های مقدس را به صورت راهنمایی برای فعالیت‌های ترمیم و احیا در ساوانا به کار می‌برد. در این طرح از اجتماعات روستایی برای حفاظت محیط بیشه‌های مقدسشان استفاده می‌شود» (همان). در واقع، «اگر حفظ محیط بر باورهای سنتی و فرهنگی مبتنی باشد و روستاییان این موضوع را به آسانی درک کنند، اقبال بیش‌تری به حفظ محیط برای نسل آینده از خود نشان می‌دهند (همان) و طبیعت‌گردی عاملی است که این شانس را تقویت می‌کند.

استفاده از گروه‌های طرفدار محیط‌زیست برای گسترش نوعی طبیعت‌گردی صحیح و با برنامه‌ریزی حساب‌شده، راه‌کار مناسبی در این زمینه به شمار می‌رود. مثلاً «طبق توافق فدراسیون نانوایان سوییس و گروه دوستداران طبیعت سوئیس^{۱۲}، نان سنتی سوئیس به طبیعت‌گردها فروخته می‌شود» (Hasselberg, 1997). این کار علاوه بر ایجاد درآمد، به حفظ اقتصاد نانوایان سنتی نیز کمک می‌کند. نهضت‌های زیست‌محیطی که «بر نیاز به نوع خاصی از رشد و نوع خاصی از تصمیم‌گیری درباره رابطه انسان و محیط تأکید می‌کنند» (یونسکو، ۱۳۷۶)،

برنامه‌ریزی صحیحی را برای طبیعت‌گردی ترتیب می‌دهند. اصرار این نهضت‌ها «بر گسترش استقلال گروه‌های منطقه‌ای و محلی» (همان) گروه‌های منطقه‌ای و محلی را به سوی طبیعت‌گردی سوق می‌دهد. امروزه طرفداران محیط‌زیست، بحث جدیدی را دربارهٔ طبیعت‌گردی تحت عنوان «توریسم ملایم» (Soft tourism) مطرح می‌کنند که بیانگر نوعی توریسم «سازگار با ساختارهای اکولوژیک (زیست‌محیطی) و اجتماعی» (Hasselberg, 1997) و با برنامه‌ریزی صحیح و واردآوردن کم‌ترین فشار از نظر زیست‌محیطی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی به مناطق توریستی است. مثلاً «در ناحیهٔ Eifel بین بلژیک، لوکزامبورگ و آلمان، طبیعت‌گردها در خانه‌های مشخص روستایی اتاق اجاره می‌کنند و از تجارب مردم محلی به‌مثابه کارشناسان محیط طبیعی بهره‌مند می‌شوند. همچنین با برگزاری سمینارها و کلاس‌های آموزشی اهداف زیر را پی می‌گیرند: «۱- حفاظت از اشکال بیگانهٔ زیست‌محیطی، ۲- کاهش وابستگی اقتصاد محلی به حضور کارکنان ارتش در منطقه‌ای خاص، و ۳- همکاری فرامرزی بین سیاستمداران مسئول» (همان).

طبیعت‌گردی در ایران

ایران با ۱،۶۴۸،۱۹۵ کیلومتر مربع مساحت، در نقاط مختلف آب و هوای بسیار متفاوتی دارد که این خود، تنوع گونه‌های گیاهی و جانوری را موجب شده است. همچنین از نظر جاذبه‌های توریستی در شمار ده کشور اول جهان به شمار می‌رود. این کشور با داشتن ده پارک ملی^{۱۳}، چهل و دو منطقهٔ حفاظت‌شده، بیست پناهگاه حیات وحش و پنج اثر طبیعی ملی و نیز نقاط ییلاتی فراوان، برای گسترش طبیعت‌گردی زمینهٔ مناسبی دارد. در این بخش بعضی از نقاطی که از طریق اجرای طرح‌های طبیعت‌گردی درآمد زیادی می‌توان از آن کسب کرد و تحولی در اقتصاد منطقه‌ای پدید آورد، به‌اجمال معرفی می‌کنیم:

۱- پارک ملی گلستان: یکی از قدیمی‌ترین پارک‌های ملی ایران است که گونه‌های جانوری و گیاهی زیادی را در خود جای داده است. وجود چشم‌اندازهای زیبا و بی‌نظیر مانند آبشارها، نقاط مرتفع و استپ‌ها^{۱۴} در این محل، بهشتی برای طبیعت‌گردها فراهم آورده است. نقاط روستایی در حاشیهٔ پارک‌ها عامل دیگری برای جذب گردشگران به شمار می‌رود. به‌کارگیری افراد بومی این منطقه برای راهنمایی طبیعت‌گردها (در چهارچوب مقررات پارک) هم

اشتغال‌زاست و هم این امکان وجود دارد که بخشی از درآمد حاصل به توسعهٔ صحیح روستاهای مذکور اختصاص یابد. علاوه‌براین، از راه فروش صنایع دستی و محصولات محلی این نقاط به طبیعت‌گردها می‌توان به منابع دیگری جهت کسب درآمد دست یافت.

۲- مجموعهٔ تالاب‌های بین‌المللی گرگان و دشت: این مجموعه، تالاب‌های آلاگل، آلاگل و آجی‌گل را که همگی از تالاب‌های بین‌المللی و محل استراحت و زادآوری پرندگان بومی و مهاجر است، دربرمی‌گیرد بعضی از این پرندگان بسیار کمیاب‌اند و علاقه‌مندان به تماشای پرندگان (Birdwatching) می‌توانند در این مکان به تماشا و عکس‌برداری از آن‌ها بپردازند.

۳- جنگل‌های حرا: مناطقی از جنوب ایران مثل استان هرمزگان با داشتن جنگل‌های حرا^{۱۵} (Mangrove forests) مکان بسیار مناسبی برای گردش طبیعت‌گردهاست. این مناطق با داشتن گونه‌های کمیاب، چشم‌اندازهای زیبا و عملیات لانه‌سازی پرندگان، یکی از بهترین نقاط برای جذب طبیعت‌گردها در جنوب ایران محسوب می‌شود.

۴- مناطق مرجانی خلیج فارس: آب‌های گرم خلیج فارس پناهگاه بسیاری از گونه‌های زیبا، منحصربه‌فرد و کمیاب مرجان‌ها، ماهی‌ها و هزاران موجود ریز و درشت دیگر است^{۱۶}. با برگزاری تورهای غواصی برای رفتن به زیرآب با قایق‌های ویژه و تورهای آموزشی زیست‌محیطی (مشابه آن‌چه در شرق استرالیا انجام می‌شود) (Knee, 1998) می‌توان طبیعت‌گردها را برای گردش در این منطقه جذب کرد.

۵- دریاچهٔ ارومیه: با داشتن جزایر متعدد، زیستگاه گونه‌های مختلف پرندگان و دیگر جانوران و نیز یکی از بهترین نقاط برای سیاحت طبیعت‌گردهاست. شور بودن آب دریاچه نیز باعث شده است موجود زنده‌ای در آن زیست نکند (جز دو یا سه گونهٔ محدود مثل نوعی میگو)؛ این مسئله نیز از عوامل جذب گردشگران محسوب می‌شود.

۶- منطقهٔ حفاظت‌شدهٔ ارسباران: آذربایجان شرقی، به دلیل داشتن موقعیت خاص و چشم‌اندازهای زیبا و گونه‌های گیاهی و جانوری فراوان، منطقه‌ای مناسب جهت برنامه‌ریزی برای گسترش طبیعت‌گردی به حساب می‌آید. ارسباران یکی از نقاط مطلوب برای تماشای حیات وحش و لذت بردن از مناظر طبیعی است.

۷- پارک ملی کویر: با داشتن وسعت زیاد و چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد و گونه‌های گیاهی ویژهٔ مناطق کویری، از بهترین نقاط برای برگزاری تورهای دیدار حیات وحش و مناظر

زیباست. وجود نقاط سرسبز در کویر به جذابیت این منطقه افزوده است.

۸- منطقه حفاظت‌شده گاندو (باهوکلات): این منطقه در استان سیستان و بلوچستان واقع است و به دلیل داشتن گونه‌ای تمساح ایرانی منطقه بسیار مناسبی برای سفر طبیعت‌گردهاست.^{۱۷} تماشای جانوران وحشی به خصوص تمساح همیشه برای طبیعت‌گردها جذاب بوده است (مشابه آنچه در فلوریدا دیده می‌شود) (A guide to Greater..., 55). با توجه به شرایط منطقه، ورود طبیعت‌گردها تحول چشمگیری در اقتصاد منطقه ایجاد می‌کند.

۹- کوه‌های غرب ایران: رشته کوه زاگرس در غرب ایران با داشتن چشم‌اندازهای زیبا، دامنه‌های پوشیده از جنگل بلوط و جانوران و گیاهان مختلف، یکی از مناطق مناسب برای جذب طبیعت‌گردها به حساب می‌آید. علاوه بر این، وجود خانواده‌های عشایر در این منطقه باعث افزایش ورود طبیعت‌گردها شده است. استفاده از چشم‌اندازها، آشنایی با زندگی عشایر، خرید محصولات بومی و صنایع دستی از جمله فعالیت‌هایی است که می‌توان برای جذب طبیعت‌گردها انجام داد.

۱۰- دریاچه‌های کوهستانی: دریاچه‌های کوهستانی، به خصوص در رشته کوه البرز، یکی از بهترین نقاط برای گسترش طبیعت‌گردی است. منطقه حفاظت‌شده‌ای مثل لار با داشتن چشم‌اندازهای بی‌نظیر، آب و هوای مناسب و نیز امکان فعالیت ماهیگیری تفریحی هر طبیعت‌گردی را راضی می‌سازد. برگزاری تورهای آموزشی، ماهیگیری تفریحی و گشت‌های آبی از جمله فعالیت‌هایی است که می‌توان برای جذب طبیعت‌گردها انجام داد.

۱۱- مناطق روستایی: بیش‌تر روستاها به دلیل داشتن مناظر زیبا، آب و هوای مطلوب و آرامش خاص همیشه طبیعت‌گردها را به خود جذب می‌کنند، به خصوص روستاهای مناطق دامنه‌های البرز جنوبی یکی از بهترین نقاط برای سرمایه‌گذاری در زمینه طبیعت‌گردی به شمار می‌آید. لذت بردن از مناظر، خرید محصولات طبیعی و صنایع دستی و استفاده از چشمه‌های آب‌گرم از جمله برنامه‌های مناسب برای جذب طبیعت‌گردهاست که تحولی در اقتصاد محلی مناطق روستایی ایجاد می‌کند.

علاوه بر آنچه گفته شد، استفاده از باغ‌های گیاه‌شناسی (Botanic gardens)، باغ‌وحش‌ها و موزه‌های طبیعی از جمله شیوه‌های مناسب برای جذب گردشگران است (مشابه آنچه در ایالات متحده آمریکا انجام می‌شود^{۱۸}). با توجه به شرایط موجود در هر یک از این مناطق و

برنامه‌ریزی صحیح و جامع می‌توان درآمد ارزی به‌دست آورد، ایجاد اشتغال کرد و اقتصاد مناطق مذکور را بهبود بخشید. با بهره‌گیری از تجربه و سنت‌های مردم بومی این مناطق می‌توان به‌خوبی امکانات مناسبی برای طبیعت‌گردها فراهم آورد و متقابلاً سبب توسعه منطقه و بهبود اقتصاد آن شد. در واقع، امروزه گسترش طبیعت‌گردی و واگذاری نسبی مسئولیت‌های آن به مردم (در چهارچوب مقررات)، باعث تقویت حس مسئولیت‌پذیری آنان، حفظ منابع طبیعی، افزایش درآمدها و بهبود رفاه اقتصادی شده است. البته همان‌طور که قبلاً ذکر شد با استفاده از تجربیات کشورهای دیگر می‌توان صدمات ناشی از گسترش طبیعت‌گردی را کاهش داد. مثلاً در مجمع‌الجزایر مالدیو، برای جلوگیری از تأثیر منفی طبیعت‌گردی، «توریست‌ها جداگانه به جزایر توریستی وارد می‌شوند و از برقراری هرگونه رابطه‌ای با مردم بومی منطقه منع شده‌اند (شکار و طبیعت، ۴۴). به این ترتیب، هم گردشگران از امکانات منطقه استفاده می‌کنند و هم مردم بومی از صدمات احتمالی ناشی از حضور گردشگران در امان می‌مانند. میزان تأثیرپذیری از ورود طبیعت‌گردان به منطقه‌ای خاص بستگی به فرهنگ آن مردم دارد. برخی از فرهنگ‌ها با ورود گردشگران به‌شدت آسیب می‌بینند ولی در مقابل، مناطقی هم وجود دارد که در برابر این تغییرات پایداری کرده‌اند. مثلاً بعضی از قبایل سرخ‌پوست در یکی از مناطق پاناما «در عین این‌که کاملاً با جهان خارج آشنا و در مقابل بازدیدکنندگان خارجی گشاده‌رو هستند اما تصمیم گرفته‌اند که برای حفظ فرهنگ خویش در چهارچوب این محیط طبیعی ... مهاجرت دیگران را به آن‌جا ترغیب نکنند» (ویلسون، ۱۳۷۶) و در حقیقت، در مقابل تأثیر طبیعت‌گردی مقاومت کنند. موضوع طبیعت‌گردی و گردشگری همواره در ایران حساسیت برانگیز بوده است، اما با برنامه‌ریزی صحیح و داشتن دیدگاهی مناسب درباره مسائل حساس زیست‌محیطی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی می‌توان با وارد آوردن کم‌ترین آسیب، بیش‌ترین درآمد را کسب کرد.

نتیجه‌گیری

گردشگری صنعتی است که بیش از هر صنعت دیگری نیازمند همخوانی و همسویی با فرهنگ جامعه است و این ناشی از تعامل مستقیم این دو با یکدیگر است. از همین رو شرایط فرهنگی و اجتماعی حاکم بر ایران، بیش از مسائل اقتصادی بر توسعه این صنعت پر درآمد تأثیر داشته‌اند و دارند. گرچه جذب گردشگر مستلزم برنامه‌ریزی‌های کلان و دقیق است،

محدودیت‌های فرهنگی مهم‌ترین چالش پیش‌روی سیاست‌گذاری در این حوزه به‌شمار می‌رود. طبعاً طبیعت‌گردی نیز که شاخه‌ای از این صنعت است، با چنین چالش‌هایی روبه‌روست ولی خصوصیت ذاتی آن موجب شده تا رشد و توسعه آن در کشور ما کم‌تر در تقابل و تضاد با ارزش‌های فرهنگی جامعه قرار گیرد. به دلیل همین ویژگی‌ها معمولاً کسانی که خواهان طبیعت‌گردی‌اند، درخواست‌هایی متفاوت با درخواست‌های سایر گردشگران دارند و پاسخ‌گویی به نیازهای آن‌ها نیز از حیث ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی بسیار راحت‌تر و عملی‌تر از پاسخ‌گویی به نیازهای دیگر گردشگران است.

امروزه طبیعت‌گردی و در واقع، گردشگری به تدریج به یکی از صنایع برتر تبدیل می‌شود به طوری که می‌توان پیش‌بینی کرد که در قرن بیست و یکم به صنعت اول جهان تبدیل شود. هیچ کشور و دولتی نمی‌تواند از درآمدهای کلان حاصل از گردشگری و به خصوص طبیعت‌گردی چشم‌پوشی کند. در این میان، ایران با داشتن جاذبه‌های طبیعی فراوان یکی از بهترین کشورها برای سرمایه‌گذاری در طبیعت‌گردی است. با شناسایی مناطق مناسب، تشخیص محدودیت‌های زیست‌محیطی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و بلندمدت، تبلیغات کافی، بهبود مقررات و تسهیلات ورود گردشگر به ایران و نیز استفاده از تمایل گردشگران به دیدن مناظر طبیعی ایران، می‌توان از طبیعت‌گردی بهره برد. نتایج پژوهشی که در سال ۱۳۷۵ انجام شده است، نشان می‌دهد که از مجموع گردشگران آلمانی، ایتالیایی، فرانسوی، اسپانیایی و ترکیه‌ای که به ایران سفر کرده بودند، علت مسافرت هشتاد و دو درصدشان دیدن مناظر طبیعی بوده است. همچنین شصت درصد آنان از مقررات و تسهیلات ورود گردشگر به ایران ناراضی بوده‌اند (موحدی، ۱۳۷۵). با اجرای طرح‌های پژوهشی از این دست و پیدا کردن نقاط ضعف و قوت و همچنین برگزاری دوره‌های آموزشی طبیعت‌گردی برای برنامه‌ریزی محیطی کارشناسان گردشگری و سازمان‌های طرفدار محیط زیست، می‌توان امیدوار بود که ایران بین کشورهای گردش‌پذیر جایگاه مناسبی بیابد.

پی‌نوشت

- ۱- ماکائو مستعمره پرتغال بود که در ۱۹۹۹ به چین پیوست.
- ۲- نشانی این سایت: <http://WWW.Eco-Tour.Org>.
- ۳- تور سافاری، تورهای سیاحت حیات وحش آفریقا است.
- ۴- شایان ذکر است که ۱/۳ خاک کاستاریکا حفاظت شده است.
- ۵- جالب است که تعداد گردشگرانی که سالانه به مالدیو سفر می‌کنند، دوبرابر جمعیت این کشور است.
- ۶- بیش تر کشورهای شرق و جنوب آفریقا پارک ملی دارند و از این راه درآمد کسب می‌کنند.
- ۷- قسمت عمده این نوع دامپروری، به پرورش گله‌های گاو، برای تأمین گوشت قرمز کشورهای مختلف، به ویژه آمریکا، اختصاص دارد.
- ۸- نمونه تأسف‌بار آن، کلاردشت در شمال ایران است.
- ۹- امروزه، یکی از فعالیت‌های عمده گروه‌های طرفدار محیط زیست، برحذر داشتن گردشگران از خریدن این‌گونه مواد است.
- ۱۰- از برنامه‌های تحت نظارت سازمان ملل متحد.
- ۱۱- درخت‌های مقدس در نقاط مختلف روستایی ایران مشابه بیشه‌های مقدس است.
- ۱۲- دوستداران طبیعت سوییس از جمله گروه‌های زیرمجموعه گروه بین‌المللی دوستداران طبیعت (IFN) مستقر در اتریش است و بیش تر فعالیت‌های این گروه در زمینه طبیعت‌گردی است.
- ۱۳- پارک ملی، مناطقی با ارزش‌های فراوان و حفاظت شده است که امکان برخی فعالیت‌های محدود مثل چرای دام در آن وجود دارد. همچنین دارای پناهگاه‌های حیات وحش برای حفظ برخی از گونه‌های حیات‌وحش است. بعضی از مناطق به دلیل داشتن شرایط ویژه، مثل چشم‌اندازهای خاص، از آثار طبیعی ملی قلمداد می‌شوند.
- ۱۴- استپ (steppe) به سرزمین‌های علف‌زار و بدون درخت گفته می‌شود.
- ۱۵- برای کسب اطلاعات بیش تر نگاه کنید به: ماه‌نامه آبیژان، شماره ۲، صفحه ۶، اردیبهشت ۱۳۷۴.
- ۱۶- برای کسب اطلاعات بیش تر نگاه کنید به: ماه‌نامه آبیژان، صفحه ۸، آذر ۱۳۷۲.
- ۱۷- برای کسب آگاهی بیش تر نگاه کنید به: ماه‌نامه آبیژان، صفحه ۱۲، بهمن ۱۳۷۰.

منابع و مأخذ

- ادینگتون، ج. اکوتوریسم، ترجمه اسماعیل کهرم، سازمان حفاظت محیط زیست، تهران: ۱۳۷۴.
- ایافت، امیر. «مقدمه‌ای بر جهانگردی زیست‌محیطی»، مجله محیط زیست، بهار ۱۳۷۵.
- جهان‌گردان، شماره ۲.
- شریعت، محمد و مسعود منوری، مقدمه‌ای بر ارزیابی اثرات زیست‌محیطی، سازمان حفاظت محیط زیست، تهران: ۱۳۷۵.
- شکار و طبیعت، شماره ۴۷.
- صباغ کرمانی، مجید. صنعت جهانگردی در ایران، مرکز پژوهش‌های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران: ۱۳۷۵.
- موحدی، علیرضا. بررسی عوامل مؤثر در عدم تمایل بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت جهانگردی در ایران، مرکز پژوهش‌های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران: ۱۳۷۵.
- ویلسون، ادوارد. تنوع حیات، ترجمه عبدالحسین وهاب‌زاده، موزه آثار طبیعی حیات وحش ایران، تهران: ۱۳۷۶.
- یونسکو، فرهنگ و توسعه (رهیافت مردم‌شناختی توسعه)، ترجمه نعمت‌الله و محمد فاضلی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران: ۱۳۷۶.
- و نیز:

- A guide to Greater Miami and The beaches. 1995.

- Ajayi, s.s., Ensuring Sustainable Management of wildlife resources, 1992, Farnham pub, London.

- Hasselberg, v., soft tourism, IFN, 1997, Vienna.

- IFN Bulletin, May 1998.

- Long, M., The Grand Managed Cayon, National Geographi, July 1997.

- MC Knee, 1998, Reefs, Elton press, sydney.
- Zoolog Magazine, Summer 1996, Buffalo city zoo.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی