

توسعه گردشگری و پیامدهای فرهنگی و اجتماعی آن

صالح صلحی

تا حدودی متفاوت هستند، پراکندگی این اقوام در اقصی نقاط ایران حال و هوای فرهنگی خاصی را بخشیده است و آنچه که برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان کشور را قرین توفیق خواهد کرد، با توجه به این فرهنگ‌ها و متناسب کردن برنامه‌ریزی‌های صنعت گردشگری با هر کدام از این فرهنگ‌ها است.

دکتر ضرغام با بیان این که فرهنگ غریب‌نوازی از جامعه ما رخت بر بسته است می‌افزاید. این در حالی است که حتی در تعامل با غریبه هم‌وطن نیز با مشکل مواجه هستیم. با فرض بر صحت این ادعا سیاست‌گذاران چگونه می‌توانند جهانگردی پایدار در کشور ایجاد کنند؟ مردمانی که "میهمان حبیب خداست" در سرلوحه ارزشهایشان جای دارد اکنون پذیرای غریبه هم‌وطن نیز نیستند تا بماند جهانگرد خارجی!

توسعه گردشگری در جامعه چند فرهنگی ما نیاز به مطالعه عمیق تمام فرهنگها و بررسی و دقت نظر در رفتار و سلوک اقوامی دارد که در پهنه ایران زمین زندگی می‌کنند

آنچه که پاسخ این مسئله را با پیچیدگی بیشتر مواجه می‌سازد، توجه به این نکته است اکثر نقاط گردشگری کشور و میزبان‌ها با مشکلات اقتصادی دست به گریبانند و در مقابل گردشگری عواید اقتصادی فراوانی برای میزبان خود به همراه می‌آورد مقایسه این دو مطلب ایجاد تضاد می‌کند. در نگاه اول این تضاد اشکال در ساختار فرهنگی - اجتماعی جامعه را نشان می‌دهد ولی با تفکر بیشتر در می‌یابیم که بروز اشکال در ساختار فرهنگی - اجتماعی خود معلول پدیده دیگری است. این پدیده آسیب‌های جدی و اصلی توریسم در کشور را باعث شده است، می‌رود تا تهدیدی بر علیه آن باشد.

تنوع فرهنگی موجود در کشور، پیشینه تاریخی - فرهنگی، ارزش‌های اخلاقی به جای مانده از اعصار گذشته و ورود اسلام به این سرزمین و تاکید دوباره بر این ارزش‌ها، خود گواهی است بر وجود فرهنگی سالم و پذیرا در

توسعه گردشگری در هر کشوری بستگی تام به تعیین و اجرای نوع مناسب گردشگری در آن کشور دارد عناصر فرهنگ، اقتصاد، محیط زیست و ... ارتباط معناداری با برنامه‌ریزی و توسعه پایدار در گردشگری داشته و از عوامل دخیل در این فرایند است در کشور ما، عنصر فرهنگ، با توجه به بافت اجتماعی، بعد چند فرهنگی و احیاناً قومیت - فرهنگی، نقش پررنگ‌تری یافته است.

فرهنگ پدیده‌ای ارتباطی است و این ماهیت تبادل آن را بوسیله فرایند ارتباط امکان‌پذیر می‌سازد. نگاهی به واژه گردشگر نیز نشان از ارتباط جدید گردشگر با محیطی متفاوت از محیط قبلی او دارد؛ حال ممکن است مقصود از این ارتباط، اقتصادی، فرهنگی، تجاری و... باشد.

تامل در معنای دو واژه "فرهنگ" و "گردشگری" منجر به کشف عنصر مشترک "ارتباط" می‌شود و این وجه مشترک عامل موکدی است بر رابطه گردشگری و فرهنگ. تاثیر فرهنگ بر صنعت گردشگری ما را ناگزیر از تفکیک این صنعت با سایر صنایع می‌سازد و به اعتقاد کارشناسان عمده تفاوت این صنعت با دیگر صنایع در بعد فرهنگی - انسانی آن نهفته است. عنصر گروه در مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه، در تبیین مطلب می‌گوید: تعریف گردشگری و به تبع آن برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری آن در کشور، در مقایسه با آنچه که در غرب اتفاق افتاده است متفاوت است. دکتر ضرغام با بیان اینکه گردشگری در جمهوری اسلامی یک فعالیت منبعث از فطرت جستجوگر اسلام است؛ بر ابعاد فطری و فرهنگی گردشگری در اسلام تاکید می‌کند وی با اشاره به مستندات قرآنی می‌گوید "گردش در روی زمین به توصیه قرآن دیدن آیات الهی و عبرت‌آموزی از گذشتگان، اهمیت فوق‌العاده گردشگری را بر ما معلوم می‌کند".

وی با بیان این نکته که صنعت گردشگری با دیگر صنایع تفاوت اساسی دارد می‌گوید: "گردشگری با زندگی روزمره مردم عجین است و به همین دلیل درخواست‌ها و تمایلات انسانی در آن اثرگذار و از آن اثرپذیر است".

این آمیختگی ذاتی عامل مهمی در برجسته شدن عواطف و افکار انسانی در قالب فرهنگ است. ورود عنصر فرهنگ با قدرت اثرگذاری و اثرپذیری به این مقوله، گردشگری را به عنوان نیازی ضروری و در عین حال حساس، در کانون توجه دولت‌ها قرار داده است. کشور ما نیز متناسب با حرکت جهانی گام‌هایی در این زمینه برداشته است، این حرکت که بیشتر مقطعی و با الگوبرداری از سایر کشورها صورت گرفته است؛ محل انتقادهایی هم بوده است، به گونه‌ای که کارشناسان، مشکلات فرهنگی رخ داده در صنعت گردشگری و جهانگردی کشور را نه به دلیل فرهنگ ایرانی - اسلامی، بلکه معلول سیاست‌گذاری‌های غلط و برنامه‌ریزی‌های غیر اصولی دستگاه‌های مسئول می‌دانند.

دکتر ضرغام معتقد است که به سیاست‌ها و برنامه‌های گرت‌برداری شده و اجرای آنها در قالب بومی شده آن اثرگذار نخواهد بود.

توسعه گردشگری در جامعه چند فرهنگی ما نیاز به مطالعه عمیق تمام فرهنگها و بررسی و دقت نظر در رفتار و سلوک اقوامی دارد که در پهنه ایران زمین زندگی می‌کنند، قومیت‌های مختلف ایرانی حامل فرهنگ‌ها و سنن منحصر به خویش و

تنوع فرهنگی موجود در کشور،
پیشینه تاریخی - فرهنگی،
ارزش‌های اخلاقی به جای
مانده از اعصار گذشته و ورود
اسلام به این سرزمین و
تاکیدی دوباره بر این ارزش‌ها،
خود گواهی است بر وجود
فرهنگی سالم و پذیرا در
کشور.



به اعتقاد کارشناسان،
ارزش‌های اسلامی نه تنها
مانعی در برابر توسعه گردشگر
در کشور نیست، بلکه جاذبه‌ای
به تمام معنا برای توریست و
معرفی یک شهر سالم در عصر
حاضر است.

کشور.

دکتر ضرغام توسعه گردشگری داخلی را بر اساس توسعه صنعت گردشگری می‌داند و معتقد است ایرانیان آنچنان که شایسته است به فرهنگ خود آشنایی ندارند و تا زمانی که ایران و فرهنگ ایرانی برای ایرانیان ناشناخته بماند، توفیقی در رسیدن به تفاهم فرهنگی و وفاق ملی نخواهیم داشت وی با اشاره به برنامه‌ریزی گردشگری کلان کشور می‌گوید: "تا زمانی که مشارکت مردم منطقه‌ی میزبان که بیشتر از اقشار پایین دست جامعه هستند، به عنوان اصل اساسی توسعه در نظر گرفته نشود و حقوق آنها از رهگذر این توسعه فراهم نشود شاهد عدم پذیرش از سوی جامعه‌ی میزبان خواهیم بود."

وی با بیان اینکه تضاد فرهنگی همیشه و در همه جا وجود دارد می‌گوید: این تضاد زمانی منجر به برخورد و کارشکنی می‌شود که میزبان احساس می‌کند هیچ سهمی از این رفت و آمد عاید او نمی‌شود. ضرغام به نبود مشارکت مردمی در طرح‌های سرمایه‌گذاری در مناطق هدف اشاره کرده و می‌گوید: "سرمایه‌گذار از بیرون منطقه وارد می‌شود و با احداث تاسیسات و ارائه خدمات به کسب و کار می‌پردازد و این در حالی است که مردم همان مناطق بیشتر در شغل‌های پست استخدام می‌شوند و مجبور به امرار معاش با حقوق اندک هستند و در این حالت که احساس تحقیر و سرخورگی در مردم بروز می‌کند و وجود گردشگر، حضوری تنفرزا را برای مردم منطقه به ارمغان می‌آورد. احساس می‌کنند که منابع اندکشان توسط گردشگران محدود و یا از بین می‌رود و این باعث ایجاد دید استثمارگرانه در آنها می‌شود."

عضو گروه و مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه در ادامه می‌گوید: "اقشار کم‌درآمد ساکنین عمده مناطق گردشگری را تشکیل می‌دهند و در صورتی که رونق گردشگری منطقه، باعث تحول در کیفیت زندگی و معیشت آنها نشود و به نوعی مغایر با اصول اعتقادی و ارزشی آنها باشد؛ باعث ظهور مقاومت فرهنگی در جامعه می‌شود و حتی امکان بروز تعصبات قومی و یا فرهنگی به شکل کاذب وجود دارد که در برخی مواقع منجر به برخوردهای فیزیکی با گردشگران نیز می‌شود"

دکتر ضرغام معتقد است که با توسعه درست گردشگری می‌شود فضای موجود را به دوستی تبدیل کرد که این خود جنبه ظریف و دوست داشتنی مسئله است با توجه به اینکه برای تامین نیازهای فطری انسانها ابزارهای مختلفی وجود دارد؛ گردشگری از مهم‌ترین و انسانی‌ترین آنها محسوب می‌شود و این بدلیل فطری بودن این نیاز است. وی با اشاره به ۱۲ سال تلاش در زمینه گردشگری می‌گوید: "مبغی که ایرانیان در خارج از کشور هزینه می‌کنند ۹ برابر مبلغی است که جهانگردان خارجی در ایران هزینه می‌کنند، لذا لزوم برنامه‌ریزی و توسعه استراتژیک گردشگری جمهوری اسلامی ایران ضروری به نظر می‌رسد."

استفاده از سرمایه‌های محلی، مشارکت جدی مردم، حتی اقشار پایین دست جامعه در توسعه پایدار، ایجاد آگاهی بیشتر در جامعه، ایجاد وفاق ملی، به‌سازی محیط‌های گردشگری، برجسته‌سازی داشته‌های هر منطقه و ایجاد غرور از داشته‌های موجود در ساکنین مناطق، احترام به فرهنگ قومیت‌ها، بالا بردن ضریب تحمل در جامعه، تکیه بر فرهنگ اصیل ایرانی اسلامی، تناسب برنامه توسعه پایدار با فرهنگ جامعه و تناسخ آن با مناطق هدف، سیستم اطلاع‌رسانی مناسب و موثر در صنعت توریسم، احترام به فرهنگ ملل و خودداری از برتری جویی فرهنگی و قومی، باعث کاهش پیامدهای منفی اجتماع - فرهنگی در جامعه شده و راه را برای توسعه و رونق اقتصادی و سود حاصل از این صنعت می‌گشاید.

نظر به جهانی‌سازی فرهنگی از یک طرف و مقاومت خرده فرهنگ‌ها برای جلوگیری از انحلال در این فرهنگ جهانی، حفظ فرهنگ ملی را به مهم‌ترین و دغدغه کشورها تبدیل کرده است، توسعه گردشگری خود راهکاری برای تحقق این مهم است، هر چند در این عرصه اصطکاک‌های فرهنگی امکان بروز می‌یابد ولی می‌توان در

چرخه جهانگردی و فرهنگ

کاهش پیامدهای منفی آن در فرایندهای توسعه منطقه‌ای با اتخاذ سیاست‌های صحیح فرهنگی و سیاسی کوشید.

به اعتقاد کارشناسان، ارزش‌های اسلامی نه تنها مانعی در برابر توسعه گردشگر در کشور نیست، بلکه جاذبه‌ای به تمام معنا برای توریست و معرفی یک شهر سالم در عصر حاضر است.

مهندس بهشتی اردیبهشت ماه سال ۱۳۸۲ در " سمینار توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی " با برجسته کردن عامل فرهنگ در توسعه گردشگری کشور می‌گوید: " اگر ما بدنال سود اقتصادی هستیم بالطبع باید به دنبال گردشگری باشیم که با سرزمین ما سخیت دارد، ما گردشگری را که به هاوایی می‌رود، گردشگر در نظر گرفته‌ایم و فرض می‌کنیم که او می‌خواهد به کشور ما بیاید در حالی که به هیچ وجه جای او در ایران نیست و آنچه که او بدنالش است در ایران موجود نیست."

طبق سالنامه‌های آماری، صنعت جهانگردی در سطح جهانی در سال ۲۰۰۲ برای ۲۰۰ میلیون نفر شغل ایجاد کرده است که این رقم ۱۱ درصد از کل اشتغال جهانی را شامل می‌شود بنابراین ضروری است که با برنامه‌ریزی صحیح موجب رضایت میهمان و میزبان فراهم شود؛ تا هم میزبان سود ببرد و هم میهمان لذت، تا این خاطره خوش در ترغیب هر دو گروه برای ایفای نقش مجدد موثر است

مبدا حرکت جهانگردان

جهانگردان

جهانگردان
در بازگشت

تقاضای جدید برای مواجهه فرهنگی

مقصد جهانگردان

افراد محلی

Source: willams&show (۱۹۹۴).

منابع: بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی اردیبهشت ماه سال ۱۳۸۲



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

