

«نقش توریسم در توسعه روستایی»

داود شیخی - کارشناسی ارشد - برنامه‌ریزی روستایی
مقدمه:

گردشگری روستائی نوع خاصی از صنعت توریسم است که در جهت توسعه ملی و منطقه‌ای مطرح می‌شود که با توجه به وجود مرفولوژی و چشم‌اندازهای طبیعی، فرهنگی، هنری، تاریخی، معماری و اجتماعی در روستاها شکل می‌گیرد. این نوع جهانگردی، توریستها را از نزدیک با شیوه زندگی بومی آشنا کرده و برای روستائیان منافع مستقیم ایجاد می‌کند.

از آنجا که ایران کشوری با آب و هوای متنوع و انعطاف‌پذیر است و در هر مقطعی از زمان، چهار فصل را می‌توان در نقاط مختلف آن مشاهده کرد، بالطبع وجود چنین موقعیتی، اثرات و پیامدهای خود را بر چهره زمین از قبیل سکونتگاهها، فرم مساکن، مزارع، قشریندی اجتماعی و... نشان می‌دهد و دیگر



سازماندهی درونی و کالبدی ویژه‌ای در زمینه نوع یا شیوه زندگی مادی و معنوی خود می‌باشند. وجود چنین سازماندهی اثرات و پیامدهای خویش را بر چهره زمین چه در بخش مسکن و چه در بخش مزارع، باغات، بیشه‌زارها، چشمه‌سارها و رودخانه‌ها و مناظر طبیعی و زیبای آن می‌بخشد که مرفولوژی و چشم‌اندازهای فرهنگی توریستی سکونتگاهها و باغات و کشتزارهای روستائی را تشکیل می‌دهد. بعلت همین تنوع و عدم یکنواختی و خصوصیات انحصاری است که روستاها برای توریستها جاذبه داشته و علاقه‌مند به دیدار آنها هستند (رضوانی، علی‌اصغر، ۱۳۷۷). مثلاً مورفولوژی روستاهائی که در حاشیه کویر و مناطق خشک قرار دارند. با معماری خاصی که مختص مناطق خشک است و ساکنین آنها که دارای روحیه قناعت و ساده زیستی که حاکی از شرایط طبیعی است می‌توانند برای جهانگردان جالب توجه باشند و یا اینکه این روستاها می‌توانند برای مطالعه‌کنندگان و بازدیدکنندگان و ورزشکاران خدماتی ارائه دهند.

یا روستاهای مناطق کوهستانی که بعضاً دارای چشم‌اندازهای زیبایی هستند که به عنوان مکانهای بیلاقی نیز مورد استفاده توریستها بویژه در فصل تابستان قرار می‌گیرند (رضوانی، علی‌اصغر، ۱۳۷۷). نواحی کوهستانی همچنین به علت اینکه آب و هوای معتدل دارند محل زندگی و معیشت کوچ‌نشینان هستند، ایلات و عشایر ایران با بافت اجتماعی پیچیده و متنجمی که دارند می‌توانند برای توریستهای علمی فرهنگی بسیار جاذب و جالب توجه باشند (همان).

روستاهایی که در مسیر جاده ابریشم قرار دارند مثل بسطام و فرقان در سمنان و یا روستاهایی که چشمه‌های آب گرم معدنی فراوانی دارند مثل سرعین در اردبیل هم می‌توانند نقش مهمی در جذب توریست ایفا نمایند. در داخل و بطن هر کدام از روستاهای مناطق مختلف کشور، آثار و ابنیه‌هایی وجود دارند که براساس تاریخ و موقعیت جغرافیائی شان بوجود آمده‌اند. در طرحهای هادی روستائی یکی از مواردی که تاکید زیادی بر روی آنها می‌شود توجه ویژه به این آثار و ابنیه‌هاست که باید مورد توجه قرار بگیرند و در جذب توریست نقش فعالی داشته باشند (دکتر حسینی ابری، سیدحسن، جزوه درسی کارگاه و برنامه‌ریزی روستائی گروه جغرافیا دانشگاه اصفهان، ۱۳۷۸).

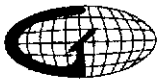
اینکه فضای روستائی ایران بستر شکوفائی بخش مهمی از تمدن گذشته ایران زمین است و دارای تنوع قومی، فرهنگی می‌باشد و روستاهائی با ماهیت مختلف بوجود آمده‌اند که متأسفانه فقط چند نمونه از این روستاها از قبیل ماسوله، کندوان، ایبانه و چند روستای دیگر شناخته شده‌اند و دارای شهرت جهانی می‌باشند در حالیکه این قبیل روستاها در ایران بسیار زیادند که به ورطه فراموشی سپرده شده‌اند و حتی برای مردم ایران نیز ناشناخته هستند در حالیکه با کمی توجه، این روستاها می‌توانند نقش مهمی در توسعه روستائی و بهبود اقتصاد ناحیه‌ای داشته باشند.

اهمیت صنعت توریسم و جایگاه آن در ایران:

مسافرت و صنعت جهانگردی به عنوان بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به حساب می‌آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنائی می‌دانند بویژه در کشورهای در حال توسعه یعنی در مکانهایی که شکل‌گیری توسعه اقتصادی مثل تولید یا استخراج منابع طبیعی از نظر اقتصادی به صرفه نیست یا نقش چندان مهمی در صحنه تجارت و بازرگانی ندارد، به توسعه صنعت گردشگری توجه زیادی می‌شود (پارساتیان، علی، و اعرابی، سیدمحمد، ۱۳۷۷). در سال ۱۹۹۷ ایران با ثبت ۴۵۶ هزار مسافر خارجی وارد شده به کشور، کمتر از ۸/۰ درصد از جهانگردان دنیا را به خود جذب کرده بود. کشوری که براساس ضوابط یونسکو، جزو ۱۰ کشور برجسته باستانی تاریخی جهان به شمار می‌آید و یکی از اصیل‌ترین عرصه‌های تاریخ تمدن بشری را در قلمرو جغرافیای سیاسی خود دارد (رهنمائی، محمدتقی، ۱۳۷۶) ولی متأسفانه درصد بسیار ناچیزی از درآمدهای جهانگردی را به خود اختصاص داده است. در سال ۱۹۹۶ ایران در بین کشورهای جنوب آسیا ۲/۱۰ درصد جهانگردان و ۲/۴ درصد درآمد ارزی را به خود اختصاص داده بود (همان).

روستا و توریسم:

روستا عمدتاً یک واحد همگن طبیعی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است. از اینرو روستاها بنا به ماهیت خویش متناسب با ساختار فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و بویژه محیط جغرافیائی و چشم‌اندازها و جاذبه‌های طبیعی توریستی دارای



مهاجرت روستائیان، انتقال فرهنگها و ارزشها، تغییرات در هنجارها و اخلاق مردم محلی اشاره نموده است: جهانگردان می‌خواهند مردم را بشناسند و بدنبال ناشناخته‌های کشورها، بویژه کشورهای که سابقه انتقال معرفت و فرهنگ را دارند هستند (پاک‌دامن، ۱۳۷۷، ص ۲۸۸). از ابعاد اجتماعی دیگر آن تجربه‌ای است که افراد در محیطی کاملاً متفاوت بدست می‌آورند و می‌بینند که شیوه زندگی افرادی که در آن مکانها زندگی می‌کنند تا چه اندازه با زندگی در شهرهای امروزی متفاوت است به سبب همین ویژگی‌ها است که مشخصات محیطی مقصد برای مسافر اهمیت زیادی دارد. گردش یا سفر به قصد دیدن مناطق روستائی با هدف فرهنگی یا حادثه‌جویی به عنوان بخشهایی از این صنعت به حساب می‌آیند که دوام و بقا و ثبات این صنعت را در آینده تضمین می‌کند (پارسائیان، علی، و اعرابی، سیدمحمد، ۱۳۷۷، ص ۱۸۲).

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 پیدا می‌کنند. گاه از گردشگری بویژه در جوامع کوچک و سنتی‌تر بواسطه تأثیرات اجتماعی - فرهنگی منفی که به همراه دارد انتقاد شده است (طیب، علیرضا، ۱۳۷۹، ص ۲۱۵).

پایان سخن:

آمار جهانگردی در چند دهه اخیر گویای گسترش عظیم این صنعت در جهان می‌باشد و کشورها بر روی این صنعت پردرآمد، سرمایه‌گذاری زیادی انجام داده‌اند و می‌دهند در حالی که در این میان ایران با داشتن جاذبه‌های متعدد سهم ناچیزی از این درآمد را به خود اختصاص داده است. جاذبه‌های زیادی در اقصی نقاط ایران پراکنده‌اند که تنها تعداد محدودی از آثار و ابنیه‌هایی که در شهرها و چند روستای معروف وجود دارند برای مردم و جهانگردان شناخته شده‌اند این در حالی است که در ایران مناطق و روستاهای خوش آب و هوا و دارای ارزشهای تاریخی و فرهنگی زیادی وجود دارند که یا خالی از سکنه شده‌اند یا اینکه هیچ‌گونه فعالیتی برای آنها انجام نگرفته است در صورتی که می‌توان طرحهای عالمانه و جامع را برای آنها پیدا نمود و بدین وسیله قدمهای اساسی و ارزنده‌ای را در راه جذب بیشتر جهانگردان برداشت که این امر مستلزم شناسایی و معرفی

این آثار عبارتند از آب‌انبارها که بیشتر شیوه تامین آب در مناطق خشک کشور می‌باشد، معماری مساکن روستائی که در هر منطقه‌ای فرم خاص آن محل را دارد مثل خانه‌های ترکمنی، خانه‌های چوبی که در مناطق شمالی کشور وجود دارند ولی اکنون در حال کم شدن هستند و منازل به شیوه‌های جدید ساخته می‌شوند، تزئینات و گچ‌بریها و نقوش منازل قدیمی، قلعه‌ها، برجها، آرامگاهها، گورستانهای قدیمی، امامزاده‌ها، مساجد، منازل اشخاص مهم و سرشناس تاریخی، کاروانسراها، صنایع دستی بومی مثل قالی‌بافی، حصیریافی، گلیم و... که در روستاهای ایران رونق زیادی داشت و نقش مهمی در اقتصاد خانواده‌ها ایفا می‌کرد ولی اکنون از رونق افتاده‌اند، آوازها و رقصهای محلی و...

ابعاد و اثرات گردشگری روستائی:

گردشگری روستائی ابعاد گسترده‌ای در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد. ایجاد شغل و درآمد برای ساکنین روستا از مهمترین اثرات آن می‌باشد.

اثرات مخارج گردشگری بر اشتغال سه نوع است. ۱- اشتغال مستقیم حاصل از هزینه‌های انجام شده برای تسهیلات گردشگری نظیر هتلها و رستورانها و... ۲- اشتغال غیر مستقیم در بخش بازرگانی متأثر از گردشگری به یک شیوه ثانویه نظیر حمل و نقل محلی، صنایع دستی و... ۳- اشتغال تشویقی که ناشی از خرج کردن پولی است که ساکنان محلی از درآمدهای توریستی خود بدست می‌آورند (رکن‌الدین افتخاری و صالحی امین، ۱۳۷۸، ص ۶۵). روستاها و ساکنین آن از دو جهت با صنعت توریسم در رابطه هستند. یکی اینکه محیطهای روستائی به عنوان فضاها و اماکن بیلاقی و استراحتگاهی برای گذران اوقات فراغت توریستها و بویژه گردشگران داخلی به شمار می‌آیند و دیگر اینکه تولیدات آنها اعم از مواد خوراکی و صنایع دستی روستائیان به توریستها عرضه می‌گردد و از این طریق به اقتصاد معیشتی آنان کمک می‌کند (رضوانی، علی‌اصغر، ۱۳۷۷) و این در حالی است که در چند ماه از سال که فعالیتهای کشاورزی متوقف می‌شود و روستائیان و کشاورزان بیکار می‌شوند به طور فصلی به شهرها مهاجرت می‌کنند و بعد از مدتی به مهاجرت‌های دائمی تبدیل می‌شوند.

از ابعاد اجتماعی گردشگری روستا می‌توان به جلوگیری از



ساله در روز جهانی جهانگردی مراسم مخصوصی را با همکاری سازمانها و شوراهای روستائی این روستاها برگزار کند و از این رهگذر ضمن آگاهسازی مردم روستا و اشاعه فرهنگی گردشگری روستائی، نسبت به جذب ایرانگردی و جهانگردان به روستاها، در فرایند توسعه روستائی مشارکت کرده و آثار قابل بازدید آنها را به بهره‌برداری مطلوب اقتصادی جهت دهد (زننده دل، حسن، ۱۳۷۹، ص ۱۴).

۹- توجه و مراقبت و مرمت آثار و ابنیه‌های تاریخی درون روستاها.

فهرست منابع:

۱- پاک‌دامن یحیی، دهکده‌های توریستی راهکارهای مناسب برای توسعه صنعت گردشگری در ایران، نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی، جلد دوم، ۱۳۷۶.

۲- جان‌لی، گردشگری و توسعه در جهان سوم، دکتر عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و معصومه‌السادات صالحی امین، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، چاپ اول، ۱۳۷۸.

۳- چاک‌وای‌گی، جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، دکتر علی پارسائیان و دکتر سید محمد اعرابی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ اول، تهران، ۱۳۷۷.

۴- حسینی ابری سید حسن، جزوه درسی کارگاه و برنامه‌ریزی روستائی، گروه جغرافیای دانشگاه اصفهان، ۱۳۷۸.

۵- رضوانی علی اصغر، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ سوم، خرداد ۱۳۷۷.

۶- رهنمائی محمدتقی، چگونگی افزایش سهم ایران از بازار جهانگردی، نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی، جلد اول، ۱۳۷۶.

۷- زننده دل حسن و دستیاران، یکصد روستای شگفت‌انگیز ایران، نشر ایرانگردی، چاپ اول، ۱۳۷۹.

۸- طیب علی‌رضا، جایگاه ملاحظات فرهنگی در برنامه‌ریزی علمی برای توسعه گردشگری، اطلاعات سیاسی اقتصادی، سال پانزدهم، شماره اول و دوم، مهر و آبان ۱۳۷۹.

۹- کازرونی علی‌رضا، توریسم و آثار آن بر توسعه اقتصادی ایران، نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی، جلد اول، ۱۳۷۶.

تمام نقاط ایران به جهانیان می‌باشد.

بنابراین محیطهای روستائی با معماری سنتی و توانهای فرهنگی و استعدادهای مردمی خود، همچون محیطهای شهری و آثار موجود در آنها از چنان اهمیتی در صنعت توریسم برخوردارند که برای حفظ و صیانت آنها باید کوشید و به همین دلیل برای حفاظت این آثار گرانبقدر بایستی برنامه‌هایی متناسب با نوع و اهمیت آنها تنظیم کرده و به مورد اجرا گذاشت تا به عنوان میراثهای فرهنگی، ارزشهای ملی، میهنی، اسلامی و جاذبه‌ها و توانهای توریستی از دستبرد افراد سودجو و آسیب عوامل طبیعی و گذشت زمان مصون و محفوظ بمانند تا نسلهای آینده نیز شاهد دیدار آنها و بهره‌برداری از آنها باشد (رضوانی، علی اصغر، ۱۳۷۷، ص ۱۰۸).

پیشنهادهای:

۱- تبلیغ همه جانبه دولت برای شناسائی و معرفی این روستاها در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی.

۲- چاپ مجلات علمی و فرهنگی جهانگردی درباره روستاها همچنین چاپ نقشه‌های توریستی، پوستر، عکس، فیلم، اسلاید بروشور و معرفی آنها در نشریات، رادیو و تلویزیون.

۳- منطقه‌بندی زمین برای جدا کردن کاربری گردشگری از دیگر کاربریهای زمین و به حداقل رساندن تاثیر آن روی ارزش زمینهای کشاورزی (رکن‌الدین افتخاری و صالحی امین، ۱۳۷۸، ص ۱۰۰).

۴- برگزاری نمایشگاههای مختلف در زمینه روستا. به طور مثال در سال ۱۳۷۹ نمایشگاه عکسی در تمام زمینه‌های روستا به همت گروه جغرافیای دانشگاه اصفهان برگزار شد که عکسهای آن از تمام دانشگاههای کشور بود و حُسن آن این بود که لااقل دانشجویان را با روستاهای ایران آشنا کرد.

۵- تولید غذاهای سنتی و محلی، لوازم و تجهیزات صنایع دستی برای به حرکت درآوردن اقتصاد روستاها.

۶- جلوگیری از بورس بازی زمینهای روستاهای بیلاقی برای تبدیل شدن بی‌رویه به ویلا.

۷- آموزش نیروی انسانی و راهنمایان تور از میان افراد بومی.

۸- دستگاه مسئول صنعت ایرانگردی و جهانگردی همه