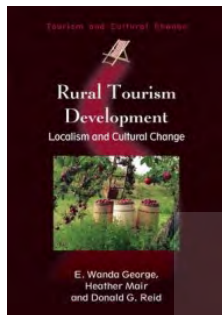




بررسی کتاب



Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change/ Written by E. Wanda George, Heather Mair and Donald G. Reid, Bristol: Channel View Publications, 2009, 276 p.

توسعه گردشگری روستایی: محلی‌گرایی و تغییر فرهنگی/

نویسندگان: ای. وندا جرج، هیتز مایر، و دونالد جی. رید، بریستول (انگلستان): چنل ویو، ۲۰۰۹ (چاپ اول)، ۲۷۶ ص.

مبحث گردشگری روستایی دربرگیرنده دو ویژگی بسیار مهم و چالش‌انگیز زندگی امروزی است: ۱- نیروهای تغییر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و سیاسی در حال بازتعریف فضاها و روستایی جهان‌اند؛ و ۲- تحولات جهانی گسترده در الگوهای مصرف و حمل‌ونقل در حال شکل‌دهی دوباره به رفتارهای مربوط به حوزه سفر و اوقات فراغت‌اند. برای آنها که دغدغه‌شان ماهیت دگرگونی‌های روستایی و نیز گردشگری روستایی است، چندوچونی و اثرات این تحولات هر روز بیش از پیش به عرصه‌های مطالعاتی بحث‌انگیز بدل می‌شود. هدف کتاب «توسعه گردشگری روستایی: محلی‌گرایی و تغییر فرهنگی» بررسی دو ویژگی یا گفتمان یادشده به‌منظور مرتبط ساختن تغییرات روستایی و محلی با ملاحظات ساختاری گسترده‌تر در سطح جهانی است تا از این رهگذر، تصویری روشن‌تر از نیروها و ویژگی‌های مختلف توسعه گردشگری روستایی به‌دست آید.

کتاب از چهارده فصل تشکیل شده است. فصل اول، «درآمدی بر توسعه گردشگری روستایی»، به مضامین اصلی مطرح شده در کتاب اشاره دارد. برخی از موضوعات طرح شده در این فصل عبارت‌اند از: مزایای کاربست رویکرد موسوم به اقتصاد سیاسی^(۱)، گردشگری در عصر جهانی شدن، تغییرات فرهنگی و فرایند کالایی شدن^(۲) اجتماعات روستایی، و تعریف چشم‌انداز^(۳) روستایی. فصل دوم، «اقتصاد سیاسی توسعه گردشگری روستایی»، از جمله به دو مفهوم نئولیبرالیسم^(۴) و ساختاردهی مجدد^(۵) پرداخته است. نئولیبرالیسم، در قالب یک ایدئولوژی اقتصادی و سیاسی، دخالت حکومت در بازار را رد می‌کند و مسئولیت‌پذیری و خوداتکایی افراد را بسیار مهم می‌داند. ساختاردهی مجدد نیز ناظر است بر تغییرات عمیق شیوه سازمان‌دهی روابط تولید، مصرف و مبادله. فصل سوم، «وضعیت لیونبرگ^(۶)»، به بررسی یک اجتماع روستایی در کانادا پرداخته و دو مفهوم اساسی را مطرح کرده است: کالایی شدن فرهنگ، و به‌نشین‌سازی^(۷)؛ مفهوم اول به معنی تبدیل شدن فرهنگ محلی به کالای قابل مصرف و مفهوم دوم پدیده‌ای مادی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که طی آن، افراد طبقه متوسط یا گروه‌های نسبتاً پردرآمد به منطقه‌ای که از قدیم به طبقه کارگر تعلق داشته است، هجوم می‌آورند. در فصل چهارم، «وضعیت پورت استنلی^(۸)»، یک اجتماع روستایی دیگر در کانادا بررسی و دو مفهوم نظری عمده مطرح شده است: جوان‌سازی دوباره^(۹) یا نوسازی، و ادغام^(۱۰). مفهوم اول به چرخه‌ای اشاره دارد که طی آن، اجتماعات روستایی جذابیت خود را به‌مثابه یک هدف گردشگری از دست داده، سپس، دوباره آن را به‌دست می‌آورند. مفهوم دوم نیز به تنوع فعالیت‌های اقتصادی و یکپارچه شدن بخش‌های جدا از هم در یک منطقه گردشگری اشاره دارد.

فصل پنجم، «وضعیت ناحیه روستایی وولکان^(۱۱) در کانادا»، به بحث و بررسی پیرامون دو موضوع بیش از سایر موضوعات پرداخته است: توسعه برنامه‌ریزی شده (با نقشه قبلی) در حوزه گردشگری^(۱۲)، و معانی مجادله‌انگیز مفهوم مکان^(۱۳). شیوه اثرگذاری پروژه‌های گردشگری بر هویت و معنی و مفهوم یک اجتماع محلی^(۱۴) از

مواردی است که در این فصل بدان اشاره شده است. فصل ششم، «اجتماع روستایی کنسو»^(۱۵)، در ادامه بحث نواحی روستایی کشور کانادا، بدین اجتماع روستایی از حیث تلاش برای دستیابی به پایداری اقتصادی محلی توجه داشته است. مهم‌ترین موضوعات این فصل عبارت‌اند از: توسعه مقاصد گردشگری^(۱۶)، هویت اجتماع محلی / مکان^(۱۷)، و گردشگری فرهنگی^(۱۸) (صنایع فرهنگی خلاقانه^(۱۹)). از دیدگاه نظریه‌پردازان گردشگری، باید وضعیت اجتماعات، مناطق یا کشورهای مقصد گردشگری از نظر دسترسی، زیرساخت‌ها و نظام‌های خدماتی و مانند اینها مطلوب باشد. در نظریه هویت اجتماع محلی، به جنبه‌هایی از خود^(۲۰) توجه می‌شود که معرف هویت شخصی فرد در رابطه با محیط مادی اوست. در این بحث، سه مؤلفه اساسی هویت مطرح شده است: یک محیط مادی ایستا^(۲۱)، فعالیت‌ها، و معانی یا نمادها. بحث صنایع فرهنگی نیز انواع هنرها (مانند موسیقی) را دربرمی‌گیرد.

در فصل هفتم، «از مطالعات موردی تا فرض‌ها»^(۲۲)، چند فرض بنیادی مطرح شده، که در توسعه مسئولانه گردشگری روستایی به‌کار می‌آیند؛ این فرض‌ها بدین قرارند:

- ۱- جایگاه گردشگری در فرهنگ محلی، چنان‌که باید، درک نشده است؛
- ۲- گردشگری، چشم‌اندازهای روستایی را تغییر می‌دهد؛ ۳- اجتماع محلی مؤلفه بنیادین گردشگری روستایی است؛ ۴- گردشگری روستایی پایدار، در واقع، یعنی اجتماع روستایی پایدار؛ ۵- باید گردشگری بخش اساسی سیاست‌های توسعه روستایی باشد؛ و ۶- برنامه‌ریزی از ضروریات توسعه موفق گردشگری است. در فصل هشتم، «نقش پیچیده فرهنگ محلی در گردشگری روستایی»، بسط و توسعه گردشگری در مناطق روستایی و دورافتاده از حیث پیامدهایی که این وضعیت بر وجوه فرهنگی نواحی محلی دارد، توجه شده است. اقتصاد فرهنگ^(۲۳)، در قالب یکی از مفاهیم نظری طرح‌شده در این فصل، ناظر است بر تبدیل دانش محلی به منابع و یا سرمایه در دسترسی که قابلیت بهره‌کشی دارد. در این فصل، همچنین، به نقش مهم گردشگری در روابط بین‌الملل و صلح جهانی اشاره شده است. فصل نهم، «تغییر چشم‌اندازهای

روستایی»، بدین موضوع پرداخته است که از رهگذر گردشگری، چگونه می‌توان گذشته از اثرگذاری بر وضعیت کالبدی چشم‌اندازهای روستایی، روی تجربه اجتماعی و روان‌شناختی افراد از یک مکان نیز تأثیر گذاشت. در صنعت گردشگری، این قابلیت وجود دارد که اجتماعات روستایی و محلی کوچک به یک زمین بازی یا تفریح‌گاه شهری^(۲۴) بدل شود. یکی از مسائلی که در این فصل بدان اشاره شده، طرد و به حاشیه رانده شدن گروه‌هایی است که نمی‌توانند خود را با تحولات گردشگری انطباق دهند.

در فصل دهم، «مفهوم اجتماع محلی»، رویه‌های توسعه اجتماع محلی و نقش این توسعه در پیشرفت گردشگری بررسی شده است. توسعه اجتماع محلی که غالباً با مفهوم توسعه جایگزین^(۲۵) در ارتباط است، موضوعاتی فراتر از رشد اقتصادی را شامل می‌شود که از آن میان، می‌توان به مشارکت شهروندی (مشارکت آزاد همه اعضای اجتماع در فرایندهای تصمیم‌گیری)، توانمندسازی اجتماعی و سیاسی، متوازن کردن ساختار قدرت در جامعه، پاسخ‌گو و مسئولیت‌پذیر ساختن دولت، تقویت جامعه مدنی، خودیاری^(۲۶)، یادگیری فردی و ظرفیت‌سازی اشاره کرد. در این دیدگاه، توسعه یعنی توسعه انسانی. فصل یازدهم، «پایداری اجتماع روستایی و گردشگری روستایی پایدار»، به بررسی مفاهیمی نظیر توسعه پایدار، گردشگری پایدار، و سرمایه فرهنگی^(۲۷) پرداخته است. توسعه پایدار یعنی برآورده شدن نیازهای نسل کنونی به گونه‌ای که خللی به توانایی نسل‌های آینده در تأمین نیازهای آنها وارد نشود. در مبحث گردشگری پایدار، مسائلی مانند پایداری کسب‌وکارها، رضایت مشتریان و مصرف‌کنندگان، مشارکت آگاهانه همه گروه‌های ذی‌نفع در کاربست و مدیریت منابع، و رهبری سیاسی قدرتمند اهمیت دارد. بخشی از این فصل نیز به مفهوم سرمایه فرهنگی اختصاص یافته است؛ این اصطلاح که نخستین بار از سوی پی‌یر بوردیو^(۲۸) (جامعه‌شناس فرانسوی) به کار رفته، شامل عادات و شیوه‌های عمل فرهنگی مبتنی بر دانش و نیز رفتارهایی است که فرد از اشخاص الگو و سرمشق خود در خانواده و سایر محیط‌ها می‌آموزد. به باور نویسندگان این کتاب، سرمایه فرهنگی یکی از پنج سرمایه یک اجتماع محلی است که

توسعه گردشگری روستایی بدان وابسته است؛ چهار سرمایه دیگر عبارت‌اند از: سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، سرمایه طبیعی^(۲۹)، و سرمایه مالی.

فصل دوازدهم، «نقش سیاست‌گذاری عمومی در توسعه گردشگری»، ناظر است بر سه مفهوم سیاست‌گذاری عمومی، سیاست گردشگری، و سیاست اجتماعی. سیاست‌گذاری را می‌توان طرحی عملی برای هدایت یا اثرگذاری بر تصمیمات، اقدامات و سایر مسائل دانست؛ محیط سیاسی، ارزش‌ها و ایدئولوژی‌ها، توزیع قدرت، چارچوب‌های نهادی، و فرایندهای تصمیم‌گیری از جمله عوامل تعیین‌کننده در سیاست‌گذاری‌ها به‌شمار می‌روند. سیاست گردشگری، به‌ویژه در سطح محلی و منطقه‌ای، سه هدف اصلی را دنبال می‌کند: ایجاد تنوع اقتصادی، نوسازی اقتصادی^(۳۰)، و اهمیت قائل شدن برای تقسیم‌بندی‌های اجتماعی. در این فصل، از نقش سیاست اجتماعی در برنامه‌ریزی گردشگری نیز یاد شده است و از همین رهگذر نیز نویسندگان مسائل اجتماعی را با مسائل توسعه مرتبط ساخته و چارچوبی جدید از مسئولیت‌پذیری حکومت در زمینه رفاه اجتماعی را پیش کشیده‌اند. فصل سیزدهم، «مشارکت اجتماع در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری»، این مشارکت را صرفاً به معنی سرمایه‌گذاری مالی در نظر نمی‌گیرد، بلکه از نوعی سرمایه‌گذاری اجتماعی و روان‌شناختی بحث می‌کند. آن دسته از اجتماعات محلی که تجربه مشارکت همگانی افراد در حل مسائل اجتماع را دارند، عموماً از بیشترین احتمال موفقیت در برنامه‌های توسعه برخوردارند. نکته مهمی که در این فصل بدان اشاره شده، این است که متأسفانه اغلب توسعه گردشگری دارای ساختار و فرایندهایی ضداجتماع^(۳۱) و برآمده از دیدگاه‌هایی کاملاً اقتصادی و تجاری است. در فصل چهاردهم، «بازاندیشی پژوهش‌ها و شیوه‌های عمل گردشگری روستایی»، اشاره شده است که تغییرات زیست‌محیطی، جهانی شدن شرکت‌ها، بازسازی اقتصادی، و برنامه‌های تعدیل ساختاری برخاسته از رویکردهای نولیبرال تهدیدی است برای پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بسیاری از اجتماعات محلی کوچک و دورافتاده (به‌ویژه اجتماعاتی که اقتصاد آنها متکی به استخراج منابع طبیعی است). جهانی شدن را می‌توان هم علت و هم معلول گردشگری دانست. در دوران کنونی،

تغییراتی گسترده در مناطق روستایی جهان رخ داده است، و اجتماعات محلی اثرات آشکال گوناگون مهاجرت و دگرگونی اقتصادی را کاملاً احساس می‌کنند. در این شرایط، جست‌وجو برای یافتن شکلی ایده‌آل از توسعه گردشگری را می‌توان یک مأموریت غیرممکن دانست؛ به جای آن، باید اصول لازم برای توسعه موفق و پایدار گردشگری را رعایت کرد، اصولی مانند: حفظ پویایی اقتصادی و کیفیت زندگی مطلوب، اهمیت برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح، مشارکت همه گروه‌های ذی‌نفع جامعه در فرایندهای تصمیم‌گیری، نظارت دائمی بر این فرایندها، و مسائلی از این دست.

هدف این کتاب تلفیق نظریات و مفاهیم تا حدی انتزاعی با وضعیت واقعی گردشگری در اجتماعات روستایی و محلی کوچک بوده است، هدفی که تا حد زیادی برآورده شده و در هر دو جنبه نظری و عملی، مطالبی بسیار مفید و جالب توجه در کتاب مطرح شده است. در تألیف این اثر، از منابع پرشمار و گوناگون استفاده شده و کتاب دارای نه جدول و سی نمودار است. مطالب کتاب به گونه‌ای منسجم ارائه شده و یکی از نقاط قوت آن طرح اصطلاحات و مفاهیم اصلی هر فصل به شکل جداگانه و توضیح درباره آنهاست. یکی از مسائلی که تا حدی از گستره مباحث کتاب کاسته، این است که همه مطالعات موردی آن به کشور کانادا بازمی‌گردد، کشوری که شرایط روستایی آن با شرایط کشورهای در حال توسعه یا توسعه‌نیافته متفاوت است. با این حال، بسیاری از موضوعات طرح شده در کتاب جهان‌شمول‌اند. برخی از این موضوعات جالب و مهم عبارت‌اند از: هویت اجتماع محلی، هویت مبتنی بر جذابیت^(۳۲)، نقش گردشگری در تغییر فرهنگ محلی، گردشگری به مثابه یک ناجی اقتصادی، تبدیل شدن فضاهای کاری به محل‌های گردشگری، و کالایی شدن تجارب مربوط به اوقات فراغت^(۳۳).

مهدی ابراهیمی*

یادداشت‌ها

1. political economy
2. commodification
3. landscape
4. neoliberalism
5. restructuring
6. Lunenburg
7. gentrification
8. Port Stanley
9. rejuvenation
10. integration
11. Vulcan
12. contrived tourism developments
13. contested meanings of place
14. community
15. Canso
16. tourism destination development
17. community/place identity
18. cultural tourism
19. creative cultural industries
20. self
21. static
22. premises
23. culture economy
24. urban playground
25. alternative development
26. self-help
27. cultural capital
28. Pierre Bourdieu
29. natural
30. economic renewal
31. anti-community
32. attraction-based
33. leisure experiences

