

آمایش منظر و مدیریت گردشگری

چکیده | گردشگری، ابزار تعامل و تبادل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بین جوامع گوناگون بوده و تعامل بین «انسان»، «محیط»، «تاریخ» و «فرهنگ» در آن به عینی‌ترین شکل ممکن تبلور یافته است. رویکرد هم‌پیوند و یکپارچه مدیریتی به منظور بهره‌برداری از منابع و رفع نیازهای موجود با دیدگاه حفاظتی و آینده‌نگر و همچنین تنظیم فعالیت‌ها در جهت بهبود زندگی، حفظ یکپارچگی، تعادل اکولوژیکی و هویت فرهنگی گردشگری با عملکرد آمایش منظر می‌تواند به عنوان پارادایم جدیدی در حوزه گردشگری مطرح شود. منظرگردشگری ترکیبی از فضای جغرافیایی، معماری، تاریخی و فرهنگی جاذبه‌های گردشگری است که پیوند عمیقی با ادراک حسی و هویتی انسان دارد. در این نوشتار ضمن تبیین ضرورت‌های آمایش منظر به عنوان رویکردی نوین در توسعه گردشگری پایدار، نقش مدیریت گردشگری کشور و روند این حوزه، طی پنج سال اخیر (۱۳۹۳-۱۳۴۳) با تأکید بر بایستگی آمایش منظر در مسیر دست‌یابی به هدف گردشگری پایدار مورد بررسی قرار می‌گیرد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

واژگان کلیدی | آمایش، منظر، توسعه پایدار، گردشگری منظر، مدیریت، گردشگری.



پروانه پرجکانی،
پژوهشگر دکتری
مدیریت گردشگری،
دانشگاه علم و فرهنگ
ایران.

p.parchekani@gmail.com

تصویر
Pic1

تصویر ۱: چشم‌انداز طبیعی کم‌نظیر اما با زیربنای و تأسیسات ضعیف برای گردشگران، حاکی از عدم توجه کافی به آمایش منظر در این منطقه است. امام‌زاده فضل و فاضل، مازیچال، کلاردشت، ایران، عکس: محمد نجفی، ۱۳۹۲.

Pic1: Rare natural landscape but poor infrastructure and facilities for tourists, says the lack of sufficient attention to the landscape planning in the area, Fazl and Fazel shrine, Mazychal, Kalardasht, Iran, Photo: Mohammad Najafi, 2013.



و رشدیابنده در زمینه رهیافت اقتصادی مطرح بوده و با توجه به در دسترس بودن منابع و پایین بودن قیمت‌ها در مقایسه با سایر پروژه‌ها، دارای خطرات و هزینه‌های کم‌تری در زمینه سرمایه‌گذاری است. بهره‌برداری مطلوب و مستمر از قابلیت‌ها و توانایی‌های محیط با به جا گذاشتن کم‌ترین میزان تخریب نوعی تفکر آمایشی است (رحمانی، ۱۳۸۶). آمایش سرزمین برای توسعه گردشگری بومی، شامل دسترسی به منطقه با ایجاد شبکه حمل‌ونقل مناسب، افزایش کیفیت و کمیت خدمات گردشگری، آموزش و تعلیم ساکنان محلی در رابطه با گردشگری در منطقه، بازاریابی و برنامه‌های تشویقی برای جذب گردشگر، مدیریت و اجرای بهینه طرح توسعه گردشگری است (Gunn & Var, 2002).

آمایش به مفهوم بهره‌برداری بهینه از امکانات در راستای بهبود وضعیت مادی و معنوی، در قلمرو فضایی خاص، تلفیقی از علوم جغرافیا، اقتصاد و جامعه‌شناسی است که با منظر به عنوان یک علم میان‌رشته‌ای نقاط اشتراک و همپوشانی‌های زیادی دارد. آمایش سرزمین در زمینه گردشگری در هر منطقه از طریق امکان‌سنجی توسعه گردشگری صورت می‌گیرد تا از این طریق قابلیت‌های توسعه گردشگری بازشناخته شود (Pearce, 1989). توسعه گردشگری به عنوان یک راهبرد و استراتژی به منظور کاستن از عدم توازن‌های منطقه‌ای و سرزمینی و در جهت تعدیل نابرابری میان روستا و شهر از حیث فرصت‌ها، منابع و منافع، ضرورتی اساسی و اجتناب‌ناپذیر به شمار می‌رود. از همین رو باید به عنوان یکی از محورهای اساسی آمایش مطرح شود و به طور همه‌جانبه مورد بررسی و اجرا قرار گیرد.

آمایش با راهبرد گسترش گردشگری کوششی برای رسیدن به بهترین الگوی فضایی در جهت توسعه منطقه‌ای است که دستیابی به اهداف را با توجه به یک سیستم کلی از توسعه ملی مدنظر دارد (Lea & Shafer, 2002). در بحث آمایش و مدیریت، مقوله «فضا» و تحلیل قانونمندی‌های حاکم بر شکل‌گیری آن، کلیدی‌ترین نقش را ایفا می‌کند. هدف نهایی از مباحث آمایش منظر، رسیدن به الگویی مشخص با رویکردی یکپارچه در مسیر گردشگری پایدار است. دستیابی به گردشگری پایدار مستلزم امکان‌سنجی و برنامه‌ریزی فضایی و مکانی بوده (رحمانی، ۱۳۸۶) و درگرو نگرش آمایشی با رهیافت توسعه پایدار در مناطق گردشگری است. از همین رو توجه کافی به تغییرات ذائقه‌ای گردشگران و درک ماهیتی مفاهیمی چون «منظر» در این حوزه اجتناب‌ناپذیر است. منظر مفهومی فراتر از «منظره‌تماشایی» دارد و ترکیبی از تجربه‌های گوناگون و بیش از یک تجربه بصری است.

شده است و این تعادل و همگنی با رویکرد منظرین، همسوی با منافع جوامع میزبان و میهمان در راستای توسعه پایدار ارزیابی می‌شود. توسعه پایدار، یک آرمان یا چندین رهنمود اصلی است که در پی دستیابی به زیست‌مندی شرافتمندانه، حق توسعه‌یافتگی، مهندسی جغرافیایی، مدیریت تعامل بین انسان و محیط و فعالیت در فضاهای زیست است (رکن‌الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۹). توسعه پایدار نتیجه عملکرد نهایی آمایش است و آمایش سرزمین، مفهوم سازماندهی منطقی و عقلانی جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حفاظت و توسعه محیط زیست را شامل می‌شود و هدف اساسی آن، توسعه مناطق و روابط متقابل درونی و بیرونی آنها، استفاده معقول از منابع محیط زیست طبیعی و مصنوعی، ترمیم و تقویت محیط زیست و هماهنگی‌های افقی و عمودی در سطوح مختلف است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۳). رویکرد یکپارچه مدیریتی به منظور بهره‌برداری از منابع و رفع نیازهای موجود با دیدگاه حفاظتی و آینده‌نگر و همچنین تنظیم فعالیت‌ها در جهت بهبود زندگی، حفظ یکپارچگی، تعادل اکولوژیکی و هویت فرهنگی گردشگری با عملکرد آمایش منظر می‌تواند به عنوان پارادایم جدیدی در حوزه گردشگری پایدار مطرح شود.

آمایش منظر، رویکردی نوین در مدیریت گردشگری

گردشگری در مباحث آمایش، به عنوان بخشی ارزشمند

مقدمه | گسترده‌ی صنعت گردشگری در برخی جوامع سبب سردرگمی در اهداف گردشگری شده و این امر پایداری گردشگری را به مخاطره افکنده است. پیچیدگی ماهیتی و پیامدی این پدیده که گاهی نقطه قوت و گاهی نقطه ضعف آن محسوب می‌شود، از یک سو و اهمیت یافتن ادراک هویتی فضاهای گردشگری از سوی دیگر، سبب شده در این حوزه خلأهای جدیدی مبنی بر لزوم ادراک مفهومی مکان‌های گردشگری و همچنین ضرورت رویکردهای نوین مدیریتی احساس شود. در گردشگری پایدار، ایجاد تعادل بین جنبه‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی گردشگری مدنظر است و اجرایی‌شدن اصول پایداری در تمامی بخش‌های گردشگری ریشه در مدیریت تحقق اهداف جهانی حوزه گردشگری مانند زدودن فقر و عدالت جویی دارد. بر این اساس ترسیم تصویر گردشگری پایدار نیازمند وجود نوعی همگنی فضایی در محیط زیست، محیط اجتماعی و فعالیت‌های اقتصادی جوامع میزبان بوده است. این در حالی است که همان‌گونه که محیط‌های گوناگون همواره با تحول و تغییرات مداوم روبه‌رو هستند، ذائقه گردشگران نیز دستخوش تحولات جدی شده و گردشگران امروزی در ارتباط با سایر جوامع و دیدار آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی به دنبال بازیابی هویتی، آموزش و یادگیری بیشتر هستند.

نگرش جدیدی که برآمده از نیازهای گردشگران امروزی است، علاوه بر توجه به پایداری محیطی، اجتماعی و اقتصادی به همگنی فضایی، هویتی و ادراکی نیز معطوف

آمایش منظر نیازمند نگاه مدیریتی
راهبردی و فرایندی مستمر با رویکردی
همه‌سویگرد در قالب سه رأس اصلی
«آمایش»، «گردشگری» و «منظر» است
تا الگوی جدید و متناسبی در راستای
توسعه گردشگری پایدار مناطق مختلف
به وجود آورد.

سیاست حکومت‌ها قرار داشته است (حافظ‌نیا و رضانی دارابی، ۱۳۸۲). از همین‌رو مدیریت در این حوزه نیز دستخوش تغییرپذیری سیاست‌های کلان کشور شده و رویکردهای توسعه پایدار و آمایش فضایی در آن نادیده گرفته شده است. جهت تحلیل دقیق‌تر موضوع، مدیریت گردشگری کشور طی ۵۰ سال اخیر، در سه بازه زمانی مشخص مورد بررسی قرار گرفته و در این خصوص سه رویکرد متمایز تشخیص داده شد.

رویکرد اول - کالبدگرایی (۱۳۵۷-۱۳۴۳) در این دوره زمانی نگاه یکپارچه و همگرایی نسبت به آثار فرهنگی، تاریخی و گردشگری کشور وجود نداشته ولی توسعه گردشگری مدنظر بوده است و به واسطه روی کار بودن حکومتی وابسته به غرب جذب گردشگران خارجی عمدتاً از کشورهای اروپایی و آمریکایی صورت گرفته است (همان). مدیریت گردشگری در این زمان از نظر اجرایی تفکیک نشده و نامشخص بوده ولی نسبت درآمدهای ارزی ناشی از گردشگری نسبت به درآمدهای صادرات غیرنفتی افزایش یافته و میانگین آن در این دوره به ۱۵/۷ درصد صادرات غیرنفتی می‌رسد (همان). رویکرد حاکم در این دوره تمرکز بر سایت‌های باستانی و تاریخی بود و منظر شهری، روستایی و فرهنگی مورد توجه نبوده است. ثبت آثار تاریخی کشور در فهرستی تحت عنوان آثار ملی از ۱۳۱۰ آغاز شده بود و آثار باستانی و تاریخی در این دوره به عنوان نماد تاریخ و فرهنگ سلطنتی کشور در نظر گرفته می‌شد (نگهبان، ۱۳۷۶) و بیش از آنکه بهسازی بافت‌های تاریخی یا شکل‌دهی منظر ادراکی مدنظر باشد، مؤلفه‌های موجود در سایت‌های تاریخی و باستانی به صورت جزئی و از بعد باستانی، معماری و شکوه تاریخی مورد توجه بوده است. در این دوره کاوش‌های باستان‌شناسی اولویت یافته و به کالبدگرایی اهمیت داده شده است (بحرالعلوم، ۱۳۵۵). توجه بیش از حد به آثار باستانی و بناهای معماری به صورت جزئی و نه مجموعه‌ای از کل، اولویت کالبدگرایی این دوره را تأیید می‌کند. در دوره مذکور بیش از خط مشی‌گذاری در حوزه گردشگری، اداره امور مربوط به عناصر باستانی، تاریخی و گردشگری به صورت مجزا و بدون قالب مشخصی انجام پذیرفته و مفاهیم گردشگری پایدار و توسعه پایدار در مدیریت مطرح نبوده و در نظر گرفته نشده است.

رویکردهای مدیریتی در گردشگری کشور

مدیریت گردشگری هدایت‌کلی و جزئی گردشگری در یک یا چند مقصد گردشگری پذیر و مبدأ گردشگریست بوده که مستلزم سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی راهبردی، دانش کافی، تجربه عینی و روحیه ریسک‌پذیر و خلاقانه است. بررسی سیاست‌های دولت در حوزه گردشگری نشان می‌دهد در هر یک از برنامه‌های پنج‌ساله توسعه، از خلأ الگوی سیاست‌گذاری معین و فقدان توجه به شاخص‌های بنیادین سیاست‌گذاری از جمله تمرکز در اهداف، دیدگاه یکپارچه، میزان عمل‌پذیری سیاست‌ها و نظام پاسخگویی و ارزیابی عملکرد مؤثر برخوردار بوده است (شجاعی و نوری، ۱۳۸۶). با بررسی برنامه‌های توسعه^۱ در حوزه گردشگری افزون بر فقدان دیدگاه یکپارچه در این حوزه، مدیریت ناکارآمد و غیر تخصصی، حاکمیت نگرش یک‌سویه و عدم ثبات کافی در بخش اجرایی دیده می‌شود که نبود سیاست‌گذاری کلان و برنامه راهبردی معین می‌تواند یک دلیل آن باشد. آمایش منظر در حوزه گردشگری به عنوان یک راهبرد کلان در مسیر توسعه گردشگری پایدار از ملزومات مشخصی برخوردار بوده و نیازمند زمینه‌های اساسی علمی و مدیریتی است. کاربرد قابلیت‌های گردشگری ایران به عنوان یکی از منابع توسعه ملی در دهه‌های گذشته تحت تأثیر ایدئولوژی و

رویکرد دوم - رکود (۱۳۷۵-۱۳۵۷)

با پیروزی انقلاب اسلامی و تحولات فرهنگی و اندیشه‌ای، ساختار، رویکرد و مدیریت گردشگری نیز دستخوش تغییرات بنیادین شد و نگرش‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری در ایران بعد از انقلاب با پیش از انقلاب کاملاً تفاوت پیدا کرد (حافظ‌نیا و رضائی دارابی، ۱۳۸۲). پس از پیروزی انقلاب اسلامی زمینه‌هایی که در گذشته دچار افراط بود، مورد تفریط قرار گرفت. حکومت جدید، معیارها و ارزش‌های اسلامی را مبنای قانون‌گذاری در جامعه ایران قرار داد که سیاست‌ها و مقررات بخش گردشگری را نیز شامل می‌شد و الگوی گردشگری متعارف در جهان، با الگوی مورد نظر جمهوری اسلامی در تعارض قرار گرفت. در این دوره فرهنگ سیاسی جامعه ایران نسبت به خارجیانی که از کشورهای اروپایی و غربی وارد می‌شدند، نگرشی منفی داشت (حافظ‌نیا، ۱۳۸۱). در بعد داخلی نیز مؤلفه‌های تاریخی و باستانی دوره کالبدگرایی و شیوه مدیریتی آن با ایدئولوژی جدید سازگاری چندانی نداشت و به این ترتیب اهمیت خود را از دست داد و حتی گاهی مورد بی‌مهری قرار گرفت (رهنمایی و فتح‌اللهی، ۱۳۹۰). از سوی دیگر جنگ تحمیلی محیط و فضای کشور را ناامن کرد و تبلیغات منفی اغراق‌شده‌ای در جهان علیه جمهوری اسلامی ایران به وجود آمد. این عوامل باعث شد بخش گردشگری در حوزه جذب گردشگران خارجی به شدت دچار افت فعالیت و درآمد شود. میانگین درآمدهای حوزه گردشگری از ۱۳۶۸-۱۳۵۷ به حدود ۶/۷ درصد درآمدهای غیر نفتی رسید که نسبت به دهه قبل تفاوت چشمگیری دارد (حافظ‌نیا و رضائی دارابی، ۱۳۸۲). به این ترتیب ایدئولوژی جدید و مشکلات ناشی از جنگ تحمیلی و کاهش درآمدهای صادراتی در حوزه گردشگری زمینه کم‌توجهی به فضاهای گردشگری کشور را فراهم آورد و در این مسیر، گاه آسیب‌های غیرقابل جبران به فضاها و چشم‌اندازهای گردشگری کشور وارد شد. مجموعه عوامل یادشده در دوره مذکور، سبب شد به علت وجود مشکلات مهم‌تر چون مسایل معیشتی، تمامیت ارضی و دفاع مقدس، مجال برای پرداختن به اموری همچون گردشگری، ساماندهی فضاهای گردشگری باقی نماند و مفاهیمی مانند توسعه پایدار و گردشگری پایدار که در آن دوره در جهان مورد توجه جدی قرار داشت، در برنامه‌ریزی‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و مدیریت مدنظر قرار نگیرد و رکودی نسبی برگردشگر و کشور حاکم باشد. همچنین تغییر قوانین و جابجایی تفویض اختیارات میان سازمان‌های گردشگری و تداخل و تقابل نهادها در تصاحب و اداره مراکز و سازمان‌های گردشگری از دیگر عوامل مهم این رکود محسوب می‌شدند

(شجاعی و نوری، ۱۳۸۶). با این همه یکی از مهم‌ترین حرکت‌های صورت‌گرفته پس از انقلاب اسلامی، تشکیل سازمان میراث فرهنگی بود که پیش از آن وجود نداشت.

رویکرد سوم - تلاش در جهت تعادل (۱۳۹۳-۱۳۷۵) در سال‌های ۱۳۹۳-۱۳۷۵ که تجربیات زیادی از دو دوره گذشته به دست آمده بود، اهمیت نگاه سیستمی در سیاست‌گذاری گردشگری احساس شد و تنوع مراکز تصمیم‌گیر، لزوم همه‌جانبه‌نگری در پرداختن به موضوع گردشگری را یادآور شد (همان). به این ترتیب رویکرد سومی شکل گرفت که با توجه به ضرورت بازسازی کشور، تأکید بر استفاده از تمامی مواهب اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سرلوحه برنامه‌های توسعه قرار گرفت. تغییرات سازمانی حوزه گردشگری و ادغام‌های پیاپی در عین نمایاندن آشفتگی‌های تصمیم‌گیری، مدیریتی و سیاست‌گذاری در این حوزه در راستای عزم جدی و تلاش در جهت ایجاد تعادل مدیریتی و نگاه سیستمی و کارآمد به حوزه گردشگری ارزیابی می‌شوند. در این دوره اعتقاد به توسعه گردشگری به عنوان یکی از محورهای توسعه کشور در دیدگاه و تفکر مسئولان و مدیران گردشگری نقش بست و حوزه گردشگری به خصوص گردشگری فرهنگی و مذهبی، مورد توجه واقع شد (همان). این رویکرد با توجه به ساختارسیاسی، اجتماعی، فرهنگی، تاریخی، تمدنی و نیاز به ارز در برنامه‌های توسعه چهارم و پنجم بازخورد مناسبی داشت و گردشگری در این برنامه‌ها مورد توجه جدی قرار گرفت. نگارش برنامه‌های جامع گردشگری، تشکیل آموزش‌های دانشگاهی، تخصصی و کاربردی و نگرش تخصصی‌تر نسبت به دو دوره قبل و تعیین اهداف گردشگری در سطوح مختلف این برنامه‌ها، از جمله تغییرات محسوس در دوره زمانی یادشده است. در این دوره در راستای راهبرد توسعه پایدار تلاش‌هایی درخصوص شناسایی مناطق مستعد و گونه‌های مختلف گردشگری منطقه‌ای صورت گرفت (ویسی و نازکتبار، ۱۳۹۰). همچنین در فرازوفرودهای متعدد مدیریتی این دوره اقدامات ارزشمندی درخصوص ثبت جهانی سایت‌های تاریخی، طبیعی و باستانی، معرفی فضاهای گردشگری، رشد کمی گردشگری و توسعه زمینه‌های آموزش صورت گرفت ولی همچنان به دلایل متعدد از جمله عدم آگاهی لازم، کمبود دانش تخصصی، نبود ثبات کافی مدیریتی و آمیختگی فعالیت‌های مدیریتی حوزه گردشگری با مسایل سیاسی، مأموریت‌های اصلی مدیریت کلان گردشگری کشور تعریف نشده باقی ماند.

به این ترتیب علاوه بر در نظر نداشتن مفاهیم توسعه پایدار، آمایش و برنامه‌ریزی فضایی و همچنین اصول گردشگری

پایدار در سیاست‌گذاری و اجرا، بعضاً تخریب‌های مهمی درحوزه چشم‌اندازهای تاریخی، فرهنگی و طبیعی با عنوان ساماندهی یا بازسازی صورت گرفت. روند شتابان تغییرات محیطی، معماری و فرهنگی که در سایه مدیریت آشفته گردشگری کشور در سایت‌های مختلف ایجاد شده و همچنین نگاه تک‌بعدی به جاذبه‌های موجود بدون توجه به کل یا محیط پیرامون آنها، اسباب تغییر سیمای گردشگری مناطق مختلف را به گونه‌ای ناهماهنگ و نامتجانس با توسعه گردشگری پایدار فراهم آورد؛ به طوری که برخی مناطق طبیعی یا تاریخی دیگر نه تنها هماهنگی و سنجی با اصل خود ندارند، بلکه از ترکیب موزون و ساختارمندی نیز برخوردار نیستند و توانایی انتقال پیام خاص تاریخی یا فرهنگی خود به بیننده را از دست داده‌اند. بررسی رویکردهای سه‌گانه مدیریتی در حوزه گردشگری کشور حاکی از عدم وجود تفکر آمایشی و نبود نگرش توسعه پایدار در دوره‌های مختلف و به دلایل گوناگون بوده است.

آمایش منظر بایسته‌ای نوین در گردشگری پایدار

آمایش سرزمین در ایران با سه دهه سابقه، چهار رویکرد مفهومی متفاوت را تجربه کرده است. مرحله اول، بهره‌روی بهینه از امکانات و منابع سرزمین، مرحله دوم، تنظیم رابطه بین انسان و فضا و مرحله سوم، مهندسی ترتیبات بهره‌وری بهینه از ظرفیت‌های اجتماعی و طبیعی و مرحله چهارم، خلق فضای توسعه (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۳). بر این اساس هم‌اکنون درحوزه آمایش سرزمین در مرحله «خلق فضای توسعه» قرار گرفته‌ایم و این درحالی‌است که هنوز تفکر آمایشی در گردشگری جای خود را به درستی باز نکرده است و برنامه‌های پراکنده و اندکی که در این حوزه دیده شده نیز به گونه‌ای مفهومی رویکرد «بهره‌وری بهینه از امکانات» یعنی مرحله اول روند آمایش سرزمین را در حوزه گردشگری به ذهن متبادر می‌سازد. فضاهای مورد بهره‌برداری در گردشگری نظیر فضاهای طبیعی، شهری، روستایی، تاریخی و فرهنگی، چشم‌اندازهای مکانی هستند و در رویکرد منظرین علاوه بر مؤلفه‌های گفته‌شده، بر نمادهای موجود از دیدگاه میزبان و انتقال حس ادراکی و هویتی به گردشگران تأکید می‌شود و پوسته و هسته گردشگری همزمان مورد توجه قرار می‌گیرد. از همین رو در آمایش منظر گردشگری علاوه بر رویکرد بیکارچه در چارچوب توسعه فضایی، روح و هویت فضاهای گردشگری نیز مدنظر بوده و درون خود مفهومی فراتر از آمایش عمرانی یا برنامه‌ریزی فضایی دارد.

جدول ۱. مزیت‌ها و چالش‌های آمایش منظر در گردشگری، مأخذ: نگارنده.
Table 1. Advantages and Challenges of Landscape Planning in Tourism, Source: Author.

ابعاد آمایش منظر	مزیت‌ها	چالش‌های احتمالی

رویکردهای سه‌گانه مدیریتی حوزه گردشگری و همچنین رویکردهای چهارگانه آمایش سرزمین در کشور، تجربیات ارزشمندی محسوب می‌شوند که با استناد به آنها پارادایم آمایش منظر گردشگری با رهیافت توسعه پایدار مطرح می‌شود. نقش آمایش منظر در گردشگری پایدار با لحاظ تجربیات روند آمایش سرزمین در ایران و در نظر داشتن ابعاد اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی به گونه‌ای تصویر می‌شود که علاوه بر ترسیم سیمای موجود و آتی توسعه یافتگی، مزیت‌ها و چالش‌های احتمالی (جدول ۱) نیز در نظر گرفته شده تا موجبات تداوم هویتی مکان‌های گردشگری در مقیاس خرد و کلان را فراهم کند.

مدیریت و ساماندهی کمی و کیفی فضاهای گردشگری با رویکرد آمایشی، پیش‌نیاز درک توأمان عینی و ذهنی پدیده‌های گردشگری و در نظر داشتن اهداف توسعه پایدار، منافع میزبان، میهمان و آیندگان در مسیر گردشگری پایدار است. پهنه گردشگری کشور نیازمند مدیریتی است که علاوه بر داشتن دانش و بینش آمایشی و بهره‌برداری مطلوب از مواهب موجود، در مسیر خلق فضای توسعه حرکت کرده و توانایی برقراری روابط معناداری بین «کالبد»، «سیما» و «منظر» در فضاهای گردشگری را داشته باشد و در هدایت و پیاده‌سازی برنامه‌های مدیریتی، خط ارتباطی مذکور را با هدف توسعه گردشگری پایدار ترسیم کند. آمایش منظر فضاهای گردشگری با مدیریت صحیح در راستای نزدیک شدن به فرایند توسعه پایدار گردشگری ارزیابی می‌شود و آمایش منظر در این حوزه بایسته‌ای است که دیر یا زود به زمینه اصلی گردشگری پایدار تبدیل خواهد شد. مدیریت و برنامه‌ریزی با دیدگاه کیفیت‌بخشی به محوره‌های گردشگری از مهم‌ترین مؤلفه‌های راهبردی حوزه گردشگری پایدار بوده و نقش مهمی در زمینه تلفیق آمایش فضایی و منظر گردشگری ایفا می‌کند.

جمع‌بندی | آمایش منظر رویکردی است که توأمان از جامع‌نگری، کل‌گرایی، آینده‌نگری و جهت‌گیری در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی برخوردار است. طرح‌های آمایش فضایی در مراحل مختلف برنامه‌ریزی، طراحی و مدیریت باید بر سه اصل اجرا، پایش و ارزیابی استوار بوده و مبتنی بر اصول پایداری، یکپارچگی و جامعیت مدیریت باشند (رکن‌الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۹). در آمایش منظر علاوه بر موارد مذکور، بازگرداندن روح مکان‌های تاریخی و بهره‌برداری از منظرهای گوناگون با توجه به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی در راستای توسعه گردشگری پایدار مدنظر بوده که نیازمند مدیریتی تخصص‌گرا است. تجربیات سه دهه آمایش سرزمین با علم به رویکردهای سه‌گانه مدیریتی در حوزه گردشگری کشور فرصت کم‌نظیری برای شالوده‌سازی آمایش منظر گردشگری به عنوان پارادایمی نوین در توسعه گردشگری پایدار کشور فراهم ساخته است.

با توجه به تحولات سریع حوزه گردشگری در جهان، در حال حاضر مدیریت سنتی و رویکردهای موجود نمی‌تواند اثربخش، کارآمد و اجرایی باشد و درک مفاهیم جدید چون آمایش منظر و ابعاد مختلف آن با هدف رسیدن به گردشگری پایدار راهکار اجتناب‌ناپذیری است که اگر امروز از آن غفلت کنیم در آینده‌ای نه چندان دور مجبور به حرکت در این مسیر خواهیم بود. آمایش منظر با مفاهیم زیبایی، بازآفرینی و کارآمدی در قالب جامعیت و یکپارچگی توسعه پایدار یک ضرورت غیر قابل انکار در حوزه گردشگری است که باید ضمن تأمین تصویر ذهنی گردشگران از جاذبه دیدار شونده، منافع میزبان به عنوان نگه‌دارنده را نیز در نظر داشته باشد و با رویکرد پایداری، منظر گردشگری را برای آیندگان ساماندهی، حفظ و حراست کند. به نظر می‌رسد در حال حاضر باید رویکرد چهارمی در مدیریت گردشگری با نگرش سیستمی و کل‌نگر با عنوان آمایش منظر در گردشگری شکل گیرد که در گرو نگاه سیستمی و کل‌نگر به آمایش منظر و گردشگری پایدار و دانش و تخصص کافی در این حوزه بوده و البته نیازمند بازتعریف جدید مفاهیم مرتبط با منظر، گردشگری و اهداف و انگیزه‌های جدید گردشگران است (تصویر ۱).

پی‌نوشت

۱. برنامه توسعه سوم، چهارم و پنجم.

فهرست منابع

- بحر العلومی، حسین. (۱۳۵۵). کارنامه انجمن آثار ملی از آغاز تا ۱۳۵۵. تهران: انتشارات انجمن آثار ملی.
- برنامه‌ریزی بلندمدت بخش اجتماعی و فرهنگی؛ نمونه موردی جامعه ایران. (۱۳۸۳). تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی.
- حافظ‌نیا، محمدرضا و رضوانی‌داری، عیسی. (۱۳۸۲). بررسی تطبیقی بازتاب‌های فضایی سیاست‌های گردشگری در قیل و بعد از انقلاب اسلامی، مطالعه موردی: بایلسر. مجله تحقیقات جغرافیایی، ۷۱: ۵۹-۴۷.
- رحمانی، محمود. (۱۳۸۶). آمایش سرزمین و توسعه پایدار روستایی با رویکرد گردشگری. فصلنامه جمعیت، ۶۱ و ۶۲: ۹۰-۸۱.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود. (۱۳۸۹). ارزیابی پایداری گردشگری در روستاهای تاریخی- فرهنگی ایران با تأکید بر پارادایم توسعه پایدار گردشگری. فصلنامه مطالعات گردشگری، ۱۴: ۳۹-۱.
- رهنمایی، محمدتقی و فتح‌اللهی، ابراهیم. (۱۳۹۰). گردشگری شهری. تهران: سازمان شهرداری‌های کشور.
- شجاعی، منوچهر؛ نوری، نورالدین. (۱۳۸۶). بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری کشور. مجله دانش مدیریت، ۲۰ (۷۸): ۶۳-۶۰.
- منصوری، سید امیر. (۱۳۹۲). فرهنگ منظرین ایران. مجله منظر، ۵ (۲۳): ۵۷-۵۶.
- نگهبان، عزت‌الله. (۱۳۷۶). مروری بر ۵۰ سال باستان‌شناسی ایران. تهران: سازمان میراث فرهنگی کشور.
- ونسان، پی‌یر. (۱۳۹۱). طبیعت‌گرایی، یافته‌های امروزین سیاست‌های شهری؛ مقایسه چهار رویکرد در مدیریت منظر شهری. ترجمه: فنوش پورصفوی. مجله منظر، ۴ (۲۱): ۱۹-۱۶.
- ویسی، رضا، نازک‌نبار، حسین. (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی توسعه صنعت گردشگری با توجه به ملاحظات آمایش سرزمین. فصلنامه فضای گردشگری، ۱ (۲): ۹۴-۸۱.