

دگراندیشی‌هایی پیرامون گردشگری (ایرانگردی و جهانگردی)

دکتر حسین باهر (استاد دانشگاه)

چکیده

آنچه که نگارنده سعی در بیان اجمالی آن دارد، ماحصل پژوهش‌های علمی و تجارب عملی وی است.

مجموعه‌ی این تجارب حاکی از نکات زیادی است که می‌تواند در ترسیم استراتژی گردشگری، به‌طور کلی و ایرانگردی، به‌طور اخص، راه‌گشا باشد. در نگارش این مقاله سعی شده است که حول محورهای عمده‌ی مطروحه در امر گردشگری، با توجه به مقتضیات مکانی ایران مطالبی عرضه گردد که اگر چه جنبه‌ی تحقیقات آماری چندانی ندارد ولی به‌عنوان دکتترین می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. رئوس مطالب این نوشته از این قرار است:

- ۱- دگراندیشی در «تعریف گردشگری» (سیاحت) و تفاوت آن با مضامینی مانند: سفرهای زیارتی، سیر در زمین، هجرت، تجارت و یا سایر سفرهای غیر سیاحتی.
- ۲- دگراندیشی در «ماهیت گردشگری» (صنعت توریسم) و تفاوت آن با سفرهای سنتی جمعی (کاروانی) و یا سفرهای متهورانه‌ی فردی (مانند سفرهای حاج سیاح، ابن بطوطه،

کریستف کلمب، سعدی و ...).

۳- دگراندیشی در «اهداف گردشگری» (بالتذکی از طریق بازشدن سیستم اندیشه) در قیاس با التذاهای گردشگری و یا معیشت جسمی.

۴- دگراندیشی در «جاذبه‌های گردشگری» (عرفان، اخلاق، ادب و علم) در قیاس با جاذبه‌های قدیمی (آثار باستانی، مناظر طبیعی، فولکلورهای محلی و رستوران‌های سنتی).

۵- دگراندیشی در «دافعه‌های گردشگری» و راه‌های حلّ بنیادین آن‌ها (تحمیل‌ها و تأمین‌ها).

۶- دگراندیشی در «فقه گردشگری» به‌عنوان وجهی از فقه حکومتی مورد نیاز حکومت فقهی.

۷- دگراندیشی در «فرهنگ گردشگری»، به‌عنوان ضرورت جامعه مدّعی بالتذکی در سال‌های فرا دو هزار.

۸- دگراندیشی در «سازمان و مدیریت» امر گردشگری، متناسب با مقتضیات ایران اسلامی.

۹- دگراندیشی در «پژوهش و آموزش گردشگری» کلیه‌ی مسؤولین و متصدیان حال و آینده‌ی صنعت گردشگری.

۱۰- دگراندیشی در «توسعه‌ی گردشگری» از سطوح محلی و ملّی گرفته تا منطقه‌ای و

بین‌المللی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

اول - تعریف گردشگری:

«گردشگری» که ترجمه‌ی «توریسم» بوده و عربی آن «سیاحت» می‌باشد عبارت است از: گذران اختیاری مدّتی از اوقات فراغت خویش در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به‌قصد التذاهای گردشگری». در این تعریف، که برآمده از تعریف منطقی هر عملی است، (الاعمال بالنیات و الخواتیم) نکات زیر قابل تعمق است:

۱- گذران اختیاری: یعنی شخصی آزادانه و آگاهانه تصمیم به انجام سفر توریستی می‌گیرد، و نه از سر جبر و جاهلانیه. بنابراین سفرهای مأموریتی (که جبر اداری است) و یا همسفری خدمتکاران و رانندگان و حتی بیچه‌ها با اولیاء خود به‌طور حتم جزء سفرهای توریستی محسوب نمی‌شود.

۲- مدتی از اوقات فراغت: یعنی، زمان سفر بایستی بخش قابل توجهی از اوقات فراغت باشد نه کوتاه مانند یک روز و نه بلند مانند چند سال (که این‌ها به ترتیب سفر و هجرت است).

۳- مکانی غیر از محل سکونت دائمی: یعنی، گردشگری موقعی اتفاق می‌افتد که شخص به طور موقت جلای وطن کند و گر نه گردش در محل اقامت دائمی چیزی است که گاهی اوقات به آن «ضیافت» گویند.

۴- قصد التذاذ: یکی از مهم‌ترین نکات تعریف گردشگری (توریسم) همانا قصد التذاذ است یعنی گردشگر اغلب مصرف‌کننده‌ی خدمات و کالاهای توریستی است و نه به طور الزامی تولید و توزیع‌کننده کالاها و خدمات غیر توریستی. بنابراین مسافرت‌هایی که به قصد تجارت (و یا زیارت‌های تکلیفی مانند حج تمتع) اتفاق می‌افتد از دایره‌ی تعریف متداول گردشگری خارج است.

بنابراین از همین تعریف توریسم، تفاوت مسافرت‌های غیر توریستی و توریستی روشن می‌شود. این تفاوت‌ها عبارتند از:

۱- سفرهای زیارتی (بویژه سفرهای زیارتی واجب) زیارت‌اند و نه سیاحت. مانند این آیه که در آن حج بیت‌الله الحرام را برای همه مردمان مستطیع واجب می‌داند: واللّه علی الناس حج البیت من استطاع الیه سبیلاً (۹۲ آل عمران ۳).

۲- سفرهای پژوهشی (بویژه پژوهش‌های علمی) سیراند و نه سیاحت. مانند مصادیق این آیه شریفه که متأسفانه اغلب آن‌را برای تبلیغ توریسم به کار می‌برند: سیروا فی الارض فانظروا کیف بدأ الخلق (۲۰ عنکبوت ۲۹). یعنی در زمین (و نه آن‌هم روی زمین) تفحص کنید و نظاره کنید (نه نگاه کنید) چگونگی آغاز آفرینش را. به عبارت دیگر، در این آیه صحبت بیشتر از تحقیق است و زمین‌شناسی آن‌هم با چشم سر و نه فقط با چشم سر.

۳- سفرهای «مهاجرتی» با هر انگیزه‌ای که باشد جنبه‌ی توریستی ندارد حال چه شخص به دلایل علمی به دیاری دیگر مهاجرت کند چه به دلایل سیاسی، اقتصادی و حتی فرهنگی و یا ترکیبی از این‌ها به عبارت دیگر مهاجرت مهاجرت است و نه سیاحت.

۴- سفرهای «تجارتی» و به‌طورکلی هرگونه سفری که عمدتاً جهت انجام درآمد باشد نه انجام یک هزینه مانند سفرهای بازرگانی جهت تجارت و حتی سفر هنرمندان و ورزشکاران

جهت برگزاری نمایشگاه‌ها و مسابقات، لزوماً جزء سفرهای توریستی محسوب نمی‌شوند.

دوم - ماهیت گردشگری:

«سیاحت» در گذشته‌های دور (و یا در کشورهای توسعه نیافته) بیشتر امری لوکس تلقی شده و با شیوه‌های سنتی توسط افراد آماتور صورت می‌گرفته است: وقتی زندگی جهانگردان نامی را مرور می‌کنیم و یا به سیاحت‌نامه‌های آن‌ها نظری می‌افکنیم، می‌بینیم که آن‌ها انسان‌های شجاعی بوده‌اند که با ابتدائی‌ترین مسائل و با حداقل امکانات دل به دریازده و سیر آفاق کرده‌اند و حتی گاهی اوقات برای گذران معیشت خود ناچار به کار گل کردن شده‌اند. مانند سفرهای سعدی علیه‌الرحمه، که خود شعری در وصف این‌گونه سفرها دارد:

تا به دگان و خانه درگردی
هرگز ای خام آدم نشوی
برو اندر جهان تفرّج کن
پیش از آن روز کز جهان بروی

بنابراین، آن‌هائی که تهور دل به دریازدن نداشته‌اند از خیر سفر در آفاق گذشته به سیر در انفس بسنده کرده‌اند (و صد البته که به‌مراتبی از عرفان نظری هم دست یازیده‌اند)، مانند حافظ علیه‌الرحمه که لابد با تنها اقدام به سفر او آشنا هستید که آن را هم نیمه‌کاره گذاشت و در وصف آن چنین انگاشت:

«شب تاریک و بیم موج و گردابی چنین هایل کجا دانستند حال ما سبکباران ساحلها»^۱
و اما امروزه در کشورهای راقیه (بویژه کشورهای گردشگرپذیر) از «گردشگری» به عنوان یک «صنعت» تعبیر می‌شود و بدیهی است، صنعت گردشگری، نباید لزوماً کارخانه و کارگاه‌های صنعتی را تداعی کند بلکه «صنعت گردشگری» مانند «صنعت شعر» یک نوع هماهنگی علمی، ادبی، اخلاقی و عرفانی است که در نهایت محصولاتی از نوع «خدمات توریستی» را جهت مصرف و در نتیجه، التذاذ مصرف‌کنندگان خود فراهم می‌کند (صنایع بی‌دود). بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که نگرش نوین به امر گردشگری بایستی نگرشی صنعتی باشد و نه نگرشی سنتی زیرا:

۱- بیتی از غزل معروف

الا یسا ایهاالساقی ادرکاساً و ناولها

که عشق آسان نمود اول ولی افتاد مشکها

- ۱- «گردشگری» از حالت آماتوری فردی به صورت حرفه‌ای جمعی درآمده است.
- ۲- گردشگری از تجربه‌های کور (محدود به زمان و مکان) به قانون‌های علمی خارج از شمول محدودیت‌های زمانی - مکانی تبدیل شده است.
- ۳- «گردشگری» نه به‌عنوان یک مصرف اضطراری لوکس بلکه به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری ضروری غیر لوکس جهت گذران اوقات فراغت و آماده‌شدن برای بالندگی بیشتر مطرح است.
- ۴- «گردشگری» به دلیل وسعت عملیات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مربوطه‌اش نه تنها یک امر محلی و ملی بلکه موضوعی منطقه‌ای و بین‌المللی است و به همین دلیل، نیازمند سازمان و مدیریت خلاق جهان‌شمول است.

سوم - دگراندیشی در اهداف گردشگری:

در قدیم سیاحت ابتدا به منظور اکتشاف بوده است مانند آن‌چه که کریستوف کلمب یا آمریکو و اسپسوس انجام داده‌اند و پس از آن دوران، سیاحت به‌عنوان سیر در آفاق و انفس بوده است که از آن جمله می‌توان سیاحت سیاحان نامدار تاریخ را ذکر کرد که سفرنامه‌های آن‌ها بسیار خواندنی است مانند سفرنامه «حاج سیاح». در قرون وسطی مسائلی مانند مهاجرت‌های فردی و دسته‌جمعی مطرح شده و سپس ماجرای زیارت‌ها و دیدار از عتبات.

امروزه سفرهای علمی - پژوهشی، تجاری - بازرگانی، اداری - سیاسی و حتی ورزشی - درمانی نیز به اقلام بالا افزوده شده است.

ولی، سیاحت، به معنی گذران اوقات فراغت باب نوینی از سفرهای مورد نیاز انسان قرن بیستم است که می‌رود به‌عنوان صنعت بی‌دود قرن بیست و یکم عالم‌گیر گردد.

به عبارت دیگر، گردشگری نه تنها یک خواسته بلکه یک نیاز است^۱.

بدیهی است که هدف التذاذ از گردشگری می‌تواند دارای زیر مجموعه‌های مختلفی باشد که از آن جمله است اهداف التذاذ مادی، التذاذ معنوی، التذاذ عقلانی و التذاذ عرفانی برای گردشگر و نیز برخورداری‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی برای میزبان.

توضیح آن‌که گردشگر می‌تواند از طریق گردشگری به اهداف زیر دست یابد:

- ۱- از نظر مادی، ضمن گذران اوقات فراغت خود، داد و ستدهای مادی نیز بنماید.
- ۲- از نظر معنوی، ضمن گردش و استراحت، از آثار طبیعی و تاریخی و حتی ادبی و هنری دیگران بهره‌مند شود.
- ۳- از نظر عقلانی، ضمن دید و بازدید از آداب و سنن سایر اقوام و ملل، درس‌های اخلاقی نیز بگیرد.
- ۴- از نظر عرفانی، ضمن حضور در مساجد و معابد و شرکت در مراسم و مناسک دیگران در توحید با آنها به نتیجه برسد که:

بنی آدم اعضاء یک پیکرند	که در آفرینش ز یک گوهرند
چو عضوی بدرد آورد روزگار	دگر عضوها را نماند قرار
تو کز محنت دیگران بی غمی	نشاید که نامت نهند آدمی

(سعدی)

و اما کشور میزبان نیز می‌تواند از جهانگردی و گردشگری برخوردارای‌های زیادی داشته باشد که از آن جمله است:

- ۱- از نظر اقتصادی، گردشگری از بخش‌های عمده‌ی اشتغال‌زا و ارزآور به حساب می‌آید.
- ۲- از نظر فرهنگی، گردشگران خارجی با تبادلات فرهنگی می‌توانند موجبات بازشدن سیستم فکری ملت میزبان را فراهم کنند.
- ۳- از نظر اجتماعی، حشر و نشر با دیگران ضمن شناساندن آداب و سنن اقوام یک ملت موجب تصحیح اخلاقی طرفین می‌گردد.
- ۴- از نظر سیاسی، ارزش‌های موجود در هر نظام سیاسی (مانند ارزش‌های انقلاب اسلامی) می‌تواند توسط گردشگری صادر گردد.

چهارم - دگراندیشی در جاذبه‌های گردشگری

جاذبه‌های کلاسیک گردشگری عبارت است از: آثار باستانی، مواهب طبیعی، صنایع دستی، و مقابر و معابد متبرکه. امروزه، علاوه بر این‌ها، آثار دیگری نیز دارای جاذبه‌های توریستی است که می‌توان به پاره‌ای از آنها اشاره کرد:

۱- از نظر طبیعی، جاذبه‌های: آب درمانی از طریق آب‌های معدنی (مانند آب‌های معدنی سرعین)، لجن درمانی (مانند لجن‌های ساحل دریای ارومیه)، غارنوردی (مانند غارنوردی در غار علی‌صدر)، صید و شکار (انواع و اقسام آبزیان و هوازیان و خزندگان و چرندگان)، ماسه‌نوردی (در صحراها)، بیداری در شب‌های کویر (ستاره‌بینی)، غواصی (در آب‌های نیلگون خلیج فارس)، کوهنوردی (در قله زیبای دماوند، کرسس، سنهد و سبلان)، دیدار از بوستان‌ها و گلستان‌ها، جنگل‌ها و مراتع و خلاصه هزار و یک موهبت طبیعی استثنائی.

۲- از نظر معنوی، جاذبه‌های: شب شعر (در زیارتگاه‌های شعرای نامدار جهان مانند: سعدی، حافظ، فردوسی، خیام و...)، دیدار از مکان‌های تعلیم و تربیت اصیل اسلامی (مانند مکتب‌خانه‌ها و مدارس حوزوی)، استفاده از تئاتر و سینمای اصیل ایرانی، دیدار از کتابخانه‌ها و نمایشگاه‌های هنری و ادبی. بازدید از موزه‌ها و فرهنگ‌سراهای ادب و هنر ایران، تعمق در تحولات شهری و روستائی ایران، بویژه در سال‌های بعد از انقلاب و بازدید از پاره‌ای از سدها و ساختمان‌های عظیم که با فن‌آوری ایرانی بنا شده‌اند و در نهایت توجه به صنایع دستی و سنتی، بسیار جالب می‌باشند.

۳- از نظر اجتماعی، جاذبه‌های استثنائی اقوام و قبایل و ایلات و عشایر ایرانی اعم از کرد، ترک، ترکمن، لر، بلوچ، قشقایی، عرب و فارس که از آن جمله است: مراسم و مناسک عقد و عروسی، عزاداری و سوگوزی، ییلاق و قشلاق، تماشای مسابقات ورزشی محلی (مانند اسب‌سواری، چوگان‌بازی، کشتی‌گیری و مانند این‌ها) برخورداری از فونکوره‌های محلی و رقص و سماع‌های صوفیانه و سیر و سلوک‌های عارفانه و تناول غذاهای محلی و مشروبات غیر الکلی (مانند انواع و اقسام عرقیات شیرازی).

۴- از نظر عرفانی، ضمن بازدید و دیدار از مقابر متبرکه (مانند مرقد مطهر حضرت رضا (ع) و امام‌زاده‌های سرتاسر ایران)، دیدار از مزار شهدای جنگ تحمیلی (سربازان خوشنام)، مساجد و معابد قبل و بعد از اسلام، مراسم و مناسک نمازهای جمعه و جماعات، هنرهای منعکس‌کننده‌ی تلاش‌های مردم انقلاب و مقاومت‌ها ملی - مذهبی در جنگ تحمیلی، بازدید از مزار عرفانی بزرگ و نامی جهان (مانند شیخ ابوالحسن خرقانی و بایزید بسطامی) ملاقات و مصاحبه با بزرگان قم و سایر بلاد.

آشنایی با سیر و سلوک، آثار و احوال، قیل و مقال و حتی عنایات و کرامات عرفای گذشته و حال، همه و همه دارای جاذبه‌های استثنایی است (همان‌گونه که دیده می‌شود این روزها تور قونیه برای زیارت و سیاحت مقبره‌ی مولانا جلال‌الدین تقریباً جهان‌شمول شده است).

پنجم - دگراندیشی در دافعه‌های گردشگری

گردشگری، به‌طور کلی، دارای هزینه‌هایی اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، و سیاسی می‌باشد ولی امروزه نوع این هزینه‌ها، بویژه برای ایران عزیز، متفاوت است که در زیر به پاره‌ای از آن‌ها اشاره می‌شود:

۱- از نظر اقتصادی: علاوه بر سرمایه‌گذاری‌های لازم برای گردشگری، بویژه توسط کشور میزبان (مانند ایران)، چه در زمینه‌های تبلیغاتی و چه در زمینه‌های تسهیلاتی (مانند هتل‌ها، هواپیماها، حمل و نقل و غیره) هزینه‌های احتمالی دیگری نیز وجود دارد که دارای بار مالی و مادی می‌باشند که از آن جمله است:

الف: آلودگی بیشتر محیط زیست به دلیل تردد گردشگرها (ایرانگردها)

ب: آلودگی‌های احتمالی بهداشتی به دلیل حشر و نشرهای کنترل نشده.

ج: استهلاک امکان‌مورد بازدید گردشگرها (مثلاً غارها)، در صورت عدم رعایت نزاکت‌های لازم.

د: احتمال سوء استفاده و ورود و خروج اجناس و اموال به‌طور غیر قانونی (قاچاق).

۲- از نظر فرهنگی: علی‌رغم تبادلات فرهنگی و تضارب افکار، احتمال بدآموزی‌ها و انتقال ارزش‌های منفی پاره‌ای از گردشگرها را نیز نباید رد کرد. نحوه‌ی رفتار گردشگرها، اگر خارج از ضوابط جهانی گردشگری و ارزش‌های ملی و محلی بوده باشد می‌تواند آسیب‌زا باشد.

۳- از نظر اخلاقی: باید به پاره‌ای از آسیب‌پذیری‌های اجتماعی که در اثر حشر و نشر گردشگرها، صورت می‌گیرد توجه نمود که از آن جمله است: ازدواج نامناسب گردشگرها با افراد محلی (مانند ازدواج افغانی‌های فراری با بانوان ایرانی).

۴- از نظر سیاسی: می‌توان به پاره‌ای از مشکلات احتمالی ناشی از گردشگری توجه نمود که مهم‌ترین آن‌ها مساله‌ی «جاسوسی» است که ممکن است در زیر پوشش «گردشگری» صورت

گیرد.

علاوه بر این، دخالت‌های احتمالی گردشگر در امور اعتقادی مردم بومی نیز می‌تواند آسیب‌رسان باشد.

با عنایت به همه‌ی این مشکلات، اگر سازمان و مدیریت لایقی امور گردشگری را اداره کند، احتمال وقوع این حوادث می‌تواند کاهش یابد.

ششم - دگراندیشی در فقه گردشگری

تمام ادیان الهی، و از جمله دین مبین اسلام، دارای آداب و احکامی برای سفر و مسافر، از طرفی، و برای میزبان و میهمان از طرف دیگر، می‌باشند.

به طور مثال در اسلام، سفرها به واجب، مستحب، مباح، مکروه و حرام تقسیم شده است و همین‌طور آداب سفرهای واجب، مستحب و مباح نیز به تفصیل بیان گردیده است.

در نقطه‌ی مقابل، برای میهمانی و میزبانی نیز آداب و احکامی مطرح شده که از آن جمله می‌باشد: اکرم‌الظئف و لوکان کافراً (حدیث نبوی) یعنی: «میهمان را گرمی دارید حتی اگر کافر باشد».

و در مقابل هم به میهمان توصیه شده است که میزبان را، با تطویل میهمانی، نیازارد. میهمان گرچه عزیز است ولی همچو نفس خفه می‌سازد اگر آید و بیرون نرود برخی از مسائل و احکام سفر (غیر حرام) عبارتند از: شکسته شدن نمازهای چهار رکعتی و تعویق روزه‌های واجب (و تعطیل روزه‌های مستحبی).

ایاماً معدودات فمن کان منکم مریضاً او علی سفرٍ فعده من ایام اخر (۱۸۴ بقره ۲) همان‌طور که در تعریف گردشگری آمد، امروزه سیاحت نوین به عنوان اولیه مستحدثه (و در پاره‌ای از موارد، به عنوان ثانویه اضطراری) مطرح است که نیاز به فقه‌های متناسب با مقتضیات زمان و مکان دارد. بدیهی است چون گردشگری امری است مذهبی و ملی، به نظر می‌رسد که پاسخ‌گویی به مسائل آن باید، علاوه بر فقه سنتی، با «فقه حکومتی» باشد. به عبارت دیگر آن جنبه از مسائل که مربوط به حشر و نشر مقلدین مرجع خاصی با اجنبی (اعم از اهل کتاب و غیر این‌ها) می‌باشد، و لذا جنبه‌ی تقلید شخصی دارد، قاعدتاً بایستی توسط هریک از مراجع ذیربط

مطرح گردد (مانند سفر مقلدین مرجع خاصی به اروپا) ولی هنگامی که مسائل در سطوح ملی و فراملی مطرح می‌شود (مثلاً حشر و نشر گردشگران خارجی در خیابان‌ها و بیابان‌های ایران)، در چنین صورتی چون مسائل جنبه‌ی حکومتی پیدا می‌کند لاجرم بایستی توسط فقه حکومتی (قانون‌گذاری مجلس شورای اسلامی و سیاست‌گذاری دولت) تبیین شود.

بدیهی است، مانند سایر مسائل مملکتی، در صورت نیاز، شورای تشخیص مصلحت و در نهایت ولایت فقیه، حرف آخر را خواهند زد.

هفتم - دگراندیشی در فرهنگ گردشگری

گردشگری یک وجه زندگی انسان معاصر است. حیات معقول انسانی ایجاب می‌کند که در قبال تولیداتی که دارد مصارفی نیز داشته باشد. از آن جایی که تولید محصولات به صورت روزمره از شکل ساده به شکل پیچیده و از تولید جزئی به سمت تولید انبوه رو به گسترش است، لذا درآمد انسان‌های سازنده رو به افزایش و اعصاب آن‌ها رو به فرسایش دارد. این وضعیت، پیش از هر زمان دیگر، تفرج روان و تمدد اعصاب و به قولی مقابله با استرس‌های ناشی از صنعت را می‌طلبد.

برای این منظور راه‌ها و روش‌های زیادی وجود دارد: نیهیلیسم، اعتیاد به مواد مخدر، مصرف بی‌رویه مشروبات الکلی، خوردن قرص‌های آرام‌بخش.

اما یکی از سازنده‌ترین و بالنده‌ترین راه‌های مقابله با استرس‌های ناشی از معیشت در عصر حاضر (بوژه در سده‌های فرا ۲۰۰۰) روی آوردن به گردشگری است. زیرا در گردشگری به قول حضرت علی (ع) پنج خاصیت نهفته است^۱:

«غم‌گسستگی، کسب معاش، تحصیل علم، فهم ادب و مصاحبت

انسان‌های فرهیخته».

اگر به چهار محورارزشی جامعه‌ی ایران اسلامی در شرف ورود به قرن بیست و یکم میلادی توجه کنیم، می‌بینیم که هر چهار محور برای گردشگری توصیه‌هایی به سزا دارند که اجمالاً به

آن‌ها اشاره می‌کنیم:

۱- قرآن کریم یکی از چهار فرق بین آدم با سایر مخلوقات خدا را «حرکت در برّ و بحر» می‌داند^۱:

لقد کرّمنا بنی آدم و حملناهم فی البرّ و البحر و رزقناهم من الطّیبات و

فضلناهم علی کثیر ممن خلقنا تفضیلاً (۷۰/اسراء ۱۷)

هم‌چنین در آیه‌ی دیگری گردش بر روی زمین را به‌عنوان یک دستور مورد تأکید قرار می‌دهد:

هو الذی جعل لکم الارض ذلوماً فامشوا فی مناكبہ و کلوا من رزقہ (۱۵)

ملک ۶۷)

۲- دانش بشری، بویژه علوم انسانی امروز، حکایت از ضرورت بازشدن سیستم‌های فکری و نظام‌های فرهنگی، بطرق مختلف و از جمله گردشگری دارند.

۳- روش جهانی، بویژه جهان مترقی، حکایت از گسترش صنعت توریسم و امور گردشگری می‌نماید. صاحب‌نظران رفتارهای جمعی بشری بر این باورند که در قرن بیست و یکم میزان گردشگری جهانی بیشتر از مجموع گردشگری در بیست قرن گذشته خواهد شد (از گزارشات کارشناسان سازمان جهانی توریسم).

(جالب توجه است که از هم‌اکنون بسیاری از گردشگران حرفه‌ای برای تورهای بین‌کرات آسمانی ثبت نام کرده‌اند).

۴- منش ایرانی، نیز حکایت از خوی گردشگری (تفریح بلدان) و سیر و سیاحت و گردش و زیارت ایرانیان دارد (البته در حال حاضر تورهای «برون‌بر» بیشتر تورهای «درون‌آر» می‌باشند و لذا موازنه تجاری منفی است که باید برای آن فکری کرد).

هشتم - دگراندیشی در سازمان و مدیریت گردشگری

امروزه کشورهایی که گردشگری در آن‌جا از اعتبار بالائی برخوردار است دارای تشکیلات ستاد وصف منسجم و پرقدرتی می‌باشند. کشورهای گردشگری‌پذیری مانند آمریکا، فرانسه،

۱- همان‌گونه که بیشتر توضیح داده شد، علاوه بر حمل و مشی که دو وجه از «سیاحت» هستند قرآن کریم دستورات بسیاری را درباره‌ی سیر و سفر، هجرت و نفر داده است که به نظر ما شایسته‌ی مباحث دیگری می‌باشند.

اسپانیا، ایتالیا، اطریش، مجارستان، یونان، تقریباً بدون استثناء دارای سازمان گردشگری با دو ویژگی زیر می‌باشند:

- ۱- ستاد امور گردشگری (در سطوح وزارت‌خانه یا معاونت ریاست جمهوری)
- ۲- صف امور گردشگری (در سطوح سازمان‌های شخصی، خصوصی و عمومی مختلف محلی، ملی و بین‌المللی)

متأسفانه در ایران، بویژه در بعد از انقلاب به دلایل جنگ و نامشخص بودن تکلیف گردشگری از نظر ارزشی، سازمان خاصی برای امر مهم گردشگری ایران وجود ندارد.

اشخاص و دستگاه‌های متعدد و متفاوتی در امور مختلف گردشگری اتخاذ تصمیم و اقدام به اجرای تصمیمات می‌نمایند. در این راستا علاوه بر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، که متولی قانونی امر گردشگری است، بنیاد مستضعفان، به دلیل تصاحب بیشترین تعداد هتل‌ها، سازمان حج و زیارت، به دلیل ویژگی‌های خاص امر زیارت، هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران، به دلیل ولایت هوایی، وزارت خارجه، به بهانه‌ی مسؤولیت روادید، وزارت اقتصاد و دارایی به دلیل تصدی امور گمرک، و ... در مقوله‌ی گردشگری فعالیت‌هایی را انجام می‌دهند.

از آنجایی که وضعیت فعلی سازمان مدیریت گردشگری ایران، تناسبی با موقعیت جهانی ایران^۱ ندارد. به همین دلیل، پیشنهاد می‌گردد برای بهینه‌سازی امر ایرانگردی و جهانگردی سازمانی دولتی زیر نظر مستقیم رییس جمهور (به‌عنوان یکی از معاونت‌های ریاست جمهوری) تشکیل و با استفاده از نظرات تمام افراد دست‌اندر کار امر گردشگری عملیات ستادی را هماهنگ سازد.

البته این سازمان بایستی با کمیت کم و کیفیت زیاد (به‌طور کارآ) عمل کرده خدمات زیربنایی، حمایتی و هدایتی را به‌عهده گیرد و اجرای امور را به شخصیت‌های حقیقی و حقوقی با صلاحیت، برطبق ضوابط مدوّن، واگذار نماید.

بدیهی است که بخش‌های مختلف مملکتی مانند نهادهای انقلابی، سازمان‌های دولتی، مؤسسات تعاه‌نی و بخش خصوصی، می‌توانند در اجرای امر گردشگری، طبق ضوابط فعالیت نمایند.

۱- ایران نه تنها صاحب یکی از قدیمی‌ترین تمدن‌ها و یکی از جدیدترین انقلاب‌هاست، بلکه دارای بیشترین سرانه‌ی جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و عرفانی گردشگری دنیا است (جهانی در یک مرز).

نهم - دگراندیشی در پژوهش، آموزش و پرورش گردشگری

شناخت کم و کیف هر امری، اساسی‌ترین قدمی است که بایستی برداشته شود، همان‌گونه که برای تحصیل علم گفته می‌شود: *أول العلم معرفة الجبار* (یعنی: اول هر آگاهی همانا کسب معرفت الهی است)، برای شناخت گردشگری نیاز به مطالعه، مباحثه، مصاحبه، و مراجعه مستقیم به عوامل و منابع گردشگری می‌باشد.

مطالعه‌ی سیاحت‌نامه‌ها و سفرنامه‌ها، مصاحبه با گردشگرهای فرهیخته، مباحثه با اهل نظر در رشته (اعم از داخلی و خارجی) و تحقیق و تتبع در عوامل و موانع گردشگری، همه و همه موضوع پژوهش‌های دامنه‌داری است که بایستی به‌طور پویا توسط پژوهشکده‌ها و پژوهشگاه‌های گردشگری صورت گیرد.

علاوه بر این آموزش دادن به عوامل دست‌اندرکار صنعت گردشگری ضرورتی است که امروزه در سطح جهانی تا مرتبه‌ی دکتری ارتقای یافته است. در همین یونان متوسط‌الحال توریستی (به دلیل میانه‌بودن جاذبه‌های توریستی آن) بیش از یازده کالج و دانشگاه و هتل آموزشی برای تدریس توریسم وجود دارد.

آموزش و پرورش دست‌اندرکاران صنعت توریسم، از مأمورین روادید کنسولگری گرفته تا خدمه‌ی هواپیمایی، مأمورین گمرک‌ها، مسؤولین حمل و نقل زمینی و دریایی، کارکنان هتل‌ها، مسؤولین دفاتر خدمات گردشگری، راهنمایان تور و حتی اهالی مناطق توریستی و صاحبان رستوران‌ها و موزه‌های صنایع دستی و به‌طور کلی عموم مردمی که به نوعی با گردشگرهای خارجی در تماس می‌باشند مانند پلیس راهنمایی، مأمورین امنیتی و ... همه و همه بایستی ببینند:

- ۱- زبان خارجی (بویژه زبان‌های انگلیسی و عربی) برای محاوره با ایرانگرد‌ها.
 - ۲- پذیرائی کردن از میهمانان خارجی.
 - ۳- آداب و سنن اقوام و ملل مختلف ایرانگرد‌ها.
 - ۴- همارت‌های رفتاری با گردشگرها براساس موازین و مقررات موضوعه مملکتی.
- و بالاخره توجه به این نکته که «گردشگرها می‌توانند ایران را آباد کنند و از بهترین پیام‌رسان‌های انقلاب به جهانیان باشند».

دهم - دگراندیشی در توسعه‌ی گردشگری

گردشگری امری است که، مانند هریک از امور انسانی، بایستی هم از نظر کیفی و هم از نظر کمی، هم شکلی و هم محتوایی به طور مرتب رو به گسترش باشد. به عبارت دیگر گردشگری می‌طلبد که در صحنه‌ی وجود پویا باشد تا پایا بماند و اگر با آن به صورت انفعالی برخورد شود دچار آنتروپی و فنا می‌گردد (کل من علیها فان و یبقی وجه ربک ذوالجلال و الاکرام). بنابراین برای هرچه پویاتر شدن گردشگری بایستی به نکات زیر توجه کرد:

۱- امور کمی گردشگری: توسعه‌ی جذب گردشگرها شامل ایرانی‌های خارج از کشور، مسلمانان و موحدین و گردشگرهای فرهنگی جهان.

۲- امور کیفی گردشگری: ارتقاء سطح تبلیغات و اطلاع‌رسانی به ایرانگردهای خارجی و ایرانی.

۳- امور شکلی گردشگری: بالا بردن وضعیت جاذبه‌های توریستی بویژه از نظر خدمات توریستی و تسهیلات اداری و تأمین‌های جانی، مالی و ناموسی گردشگرها.

۴- امور محتوایی گردشگری: پیام‌رسانی به گردشگرها قبل، حین و بعد از بازدید از جاذبه‌های گردشگری به طوری که بتوانند به نتایج منطقی و منصفانه‌ای دست پیدا کنند.

نتیجه‌گیری:

ایران با داشتن بیشترین سرانه منابع و مأخذ عمده‌ی گردشگری در سطح جهانی، برای دستیابی به اهداف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و حتی سیاسی خود ضروری است برای مطلوب کردن تابع گردشگری با توجه به محدودیت‌های ارزشی حاکم (بینش اسلامی، دانش انسانی، روش جهانی و منش ایرانی) نسبت به برنامه‌ریزی‌های مناسب کوتاه، میان و بلندمدت اقدام کند.

منابع و مآخذ

- ۱- مجموعه مقالات اولین همایش جهانگردی، مرکز تحقیقات و مطالعات سیاحتی وزارت ارشاد، ۱۳۷۳.
- ۲- شیوه‌های برخورد با مسائل جهانگردی در ایران معاصر، اولین همایش جهانگردی، ۱۳۷۳.
- ۳- برخورد سیستمی با مسائل جهانگردی در ایران اسلامی، دومین همایش جهانگردی، ۱۳۷۴.
- ۴- نقش جهانگردی در توسعه ملی، مقاله تهیه شده برای سومین همایش جهانگردی، ۱۳۷۵.
- ۵- طرح مدیریت گردشگری برای جمهوری اسلامی ایران، چهارمین همایش جهانگردی، ۱۳۷۶.
- ۶- طرح توسعه‌ی بخش جهانگردی در هما (Homa Tour)، مرکز ایرانگردی و جهانگردی هما، ۱۳۷۴.
- ۷- طرح توسعه گردشگری در استان اصفهان، سمینار توسعه توریسم اصفهان، ۱۳۷۵.
- ۸- گزارش سفر به یونان (ارائه شده به مجتمع توریستی آیتو)، ۱۳۷۱.
- ۹- نکاتی پیرامون اقتصاد و مدیریت جهانگردی (جزوه درسی)، ۱۳۷۲.
- ۱۰- نکاتی پیرامون اقتصاد و مدیریت ایرانگردی (جزوه درسی)، ۱۳۷۲.
- ۱۱- توریسم صنعت است نه سنت، نشریه آتیه، ۱۳۷۳.
- ۱۲- جاذبه‌های توریستی ایران (۴۰۰ جاذبه)، نشریه کیهان، ۱۳۷۱.
- ۱۳- مصاحبه‌های رادیویی با شبکه سرتاسری درباره توریسم، ۱۳۷۳.
- ۱۴- مصاحبه‌های تلویزیونی (برنامه سیاحت شبکه اول)، ۱۳۷۳.
- ۱۵- مصاحبه‌های تلویزیونی (برنامه گردشگری شبکه پنج)، ۱۳۷۶.
- ۱۶- مصاحبه‌هایی با هفته‌نامه‌ی سیر و سیاحت در سالهای ۱۳۷۲ و ۱۳۷۳.
- ۱۷- مصاحبه‌هایی با روزنامه‌ی اطلاعات درباره‌ی گردشگری، ۱۳۷۳.
- ۱۸- مصاحبه‌هایی با روزنامه‌ی همشهری درباره‌ی گردشگری، ۱۳۷۴.

- ۱۹- مصاحبه‌هایی با روزنامه‌ی ابرار درباره‌ی گردشگری، ۱۳۷۶.
- ۲۰- مصاحبه‌هایی با روزنامه‌ی جامعه درباره‌ی گردشگری، ۱۳۷۶.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی