



بنیان‌های فلسفی تقویت پایداری در گردشگری انبوه

محمود ضیائی^۱، مسلم شجاعی^۲، شمس السادات زاهدی^۳، سیدعلی حسینی^۴

DOI:10.22034/jtd.2021.302264.2436

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۰۶

چکیده

حاکمیت منطق صفر و یکی در برابر گردشگری انبوه و جایگزین، به نفعی کامل یکی و تأیید کامل و شتابزده دیگری انجامیده است. این نوع نگرش در عمل دوروی سکه ساده‌انگاری در تبیین و تجویز الگوی توسعه پایدار گردشگری را تشکیل می‌دهد. تلاش برای معرفی جلوه‌های پایداری در گردشگری انبوه در این پژوهش، به‌نوعی دیدن نیمه پر لیوان است تا به‌جای مهر بطلان زدن بر آن، با رویکردی واقع‌گرایانه جنبه‌های پایداری در گردشگری انبوه شکل و ترویج پیدا کند. پژوهش با رویکرد فتراتیکب، روش تحلیل مضمون و با هدف شناسایی بنیان‌های فلسفی در دو بخش چپستی و چرایستی تقویت پایداری در گردشگری انبوه تدوین شد. در این پژوهش، ۷۰۴ کد، ۷۹ مضمون پایه و ۳۷ مضمون سازمان‌دهنده ذیل ۸ مضمون فراگیر احصا و دسته‌بندی شدند. در ارتباط با چپستی گردشگری انبوه پایدار، پنج مضمون فراگیر انتزاع شدند که عبارت‌اند از: ۱. پایداری به‌منزله یک پیوستار؛ ۲. پایداری به‌منزله مفهومی فراگیر؛ ۳. ریشه‌های تئوریک شکل‌گیری گردشگری انبوه پایدار؛ ۴. ترجیح‌ندادن الگوی توسعه بزرگ یا کوچک‌مقیاس گردشگری؛ ۵. همگرایی یا واگرایی گردشگری انبوه با جایگزین. درباره چرایستی گردشگری انبوه پایدار، سه مضمون فراگیر احصا شدند که عبارت‌اند از: ۱) رشد فزاینده گردشگری هم‌زمان از دو بعد عرضه و تقاضا؛ ۲) دلایل توجه و تأمل مجدد به گردشگری انبوه؛ ۳) محدودیت‌های الگوی گردشگری جایگزین. انتظار می‌رود تبیین بن‌مایه‌های پایداری در گردشگری انبوه نگرش محققان و برنامه‌ریزان کشور را به رابطه پایداری با گردشگری انبوه تغییر دهد و ظرفیت‌های پنهان آن را برای توسعه پایدار آشکار سازد.

واژه‌های کلیدی:

پایداری، گردشگری انبوه، گردشگری جایگزین، گردشگری انبوه پایدار

مقدمه

بسیاری از اندیشمندان پس از مشاهده تأثیرات نامطلوب

الگوی توسعه در مقصدهای گردشگری را می‌توان توسعه گردشگری انبوه در دهه ۱۹۸۰، سفر در غالب توره‌های بزرگ، مراجعه به مکان‌های آشنا، رشد جایگزین^۷ تقسیم‌بندی کرد (شارپلی، ۱۳۹۵: ۱۹۸).

۱. استاد گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
۲. دانشجوی دکتری گردشگری، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران؛
۳. استاد دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران؛
۴. استادیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، تهران؛
۵. مقاله حاضر مستخرج از رساله دکتری رشته گردشگری در دانشگاه علامه طباطبائی است.



ملاحظات اجتماعی/زیست محیطی، نگاه کوتاه مدت، بخشی و در نهایت کنترل از راه دور را از ویژگی های ذاتی گردشگری انبوه نامیدند و آن را عامل اصلی تأثیرات منفی گردشگری جهان معرفی کردند (Butler, 1990; Lane, 1990). از این رو در زیر چتر پارادایم توسعه پایدار در پی جایگزینی برای گردشگری انبوه و راه فراری از تبعات نامطلوب آن بودند که به گردشگری جایگزین به منزله حلال مشکلات رسیدند (Sharpley, 2009) ولی در عمل دیده می شود که همچنان بسیاری از مقصدهای گردشگری با مشکلات اجتماعی و زیست محیطی روبه رو هستند (شارپلی، ۱۳۹۵: Weaver, 2001: ۲۵۹); و چه بسا در مقصدهایی که زیرساخت های لازم فیزیکی و فرهنگی ندارند، تأثیرات مخرب گردشگری جایگزین بیشتر از گردشگری انبوه است (Swarbroke, 2000: 6; Holden & Ewen, 2002; Mccool & Moisey, 2008; Weaver, 2012).

پس از گذشت زمان، مشخص شد که ماهیت توسعه گردشگری پیچیده تر از آن است که با عنوان الگوی گردشگری کوچک مقیاس و ذیل شعار «کوچک زیباست»^۱ ارنست شوماخر،^۲ به تنهایی اهداف توسعه پایدار را محقق کند. چنین است که تا به امروز نیز اتفاق نظر و جمع بندی روشنی از ترجیح الگویی بر دیگری وجود ندارد و همچنان نزد اندیشمندان گردشگری به منزله چالشی فکری مطرح است. هر چند که پژوهش های انجام شده نشان می دهد که توسعه گردشگری انبوه در شکل متداول آن واجد جلوه هایی از ناپایداری است، اما گردشگری جایگزین نیز به رغم تمامی حسن هایش، در عمل به شکل کامل پایدار نبوده است (Goodall, 1992; Clarke, 1997; Sharpley, 2008: 63). الگوی توسعه گردشگری انبوه اگرچه واجد ضعف ها و کاستی هایی است، اما ادعای این که «همه چیز زیبا را از بین می برد» ناعادلانه است. شاید بهتر باشد یک بار هم که شده از گردشگری انبوه دفاع شود و از منافع فراوان اقتصادی و اجتماعی آن سخن به میان آید. وعده های کاهش فقر در گردشگری جایگزین محقق نشده است و کنترل رشد آن در حکم مانعی برای مشارکت کامل جامعه محلی در تولید ثروت و پیشرفت عمل کرده است (باپیری، ۱۳۹۵: ۲۱۴). از آنجا که گردشگری جایگزین با هر ذهنیتی نمی تواند جایگزین گردشگری انبوه باشد، تمرکز تلاش ها برای اصلاح شرایط نامطلوب و بی توجهی صرف بر توسعه

جایگزین واقع گرایانه تر است (Cohen, 1987). چنین تفکر اصلاحی تمامی جنبه های ناخوشایند گردشگری معاصر را از بین نمی برد، اما حتماً به شکل گیری گردشگری انبوه مناسب تر کمک می کند و به کاهش مشکلات حاد منجر می شود.

واقعیت آن است که تفکیک سهم هریک از الگوهای انبوه یا جایگزین در بروز مشکلات موجود صنعت گردشگری دنیا سخت و پیچیده است. ولی مسلم این است که می توان برای تقویت پایداری در هر دو الگو تلاش کرد. این امر به دلیل روندهای موجود جهانی و کم توجهی به قابلیت های گردشگری انبوه حائز اهمیت است. باید توجه داشت که موضوع پایداری در گردشگری انبوه، چه در ادبیات جهانی و چه در پژوهش های داخلی، موضوعی است که کمتر مطالعه شده است^۲ و بنیان های فلسفی آن، یعنی چیستی و چرایی، به شکل منسجم و روشمند تبیین نشده است.^۳ اگرچه گردشگری ایران با مشکلات متداول گردشگری انبوه مواجه نیست، اما در حوزه گردشگری داخلی در مقاصد شاهد این معضل هستیم^۴ که ضرورت پرداختن به این موضوع در کشور را نشان می دهد. در پژوهش حاضر به این پرسش اصلی پاسخ داده می شود که بن مایه های فلسفی گردشگری انبوه پایدار^۱ کدام اند؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در بررسی بنیان های فلسفی گردشگری انبوه پایدار ضرورت دارد که دو بحث اصلی چیستی و چرایی عمیقاً واکاوی شود. در چیستی، ماهیت و در چرایی، ضرورت تأمل درباره پایداری در گردشگری انبوه بررسی می شود. در سال های اخیر، در مورد ارتباط گردشگری و پایداری تلاش های علمی فراوانی شده است تا اهمیت و پیچیدگی تقویت پایداری در این صنعت را

۳. جست و جوی عبارت Sustainable Mass Tourism در Google scholar در عنوان مقالات و در بازه زمانی ۲۰۲۰-۲۰۱۰ فقط ۱۶ یافته داشته است. حال آنکه جستجوی Alternative Tourism در شرایط کاملاً برابر، ۴۰۱ یافته داشت. تعداد مقالات دانشگاهی مرتبط که به زبان فارسی نگارش شده و در آن ها به موضوع پایداری در گردشگری انبوه اشاره ای مرتبط شده باشد، نیز از انگشتان یک دست کمتر است.
۴. با علم به این که «چگونگی» نیز از بنیان های فلسفی در هر موضوعی است، در این مقاله به آن پرداخته نشده است.
۵. گردشگری انبوه در قالب گردشگران ورودی در ایران تجربه نشده است، اما در بعد گردشگری داخلی، به ویژه در شش ماهه اول سال، همواره با آن دست و پنجه نرم می کند.
۶. اصطلاح گردشگری انبوه پایدار (SMT: Sustainable Mass Tourism) را اولین بار دیوید ویور در پژوهش خود تحت عنوان «مدل مفهومی از سناریوهای توسعه مقصد» در سال ۲۰۰۰ مطرح کرد.

1. Small is Beautiful
2. Ernst Friedrich Schumacher



توسعه پایدار گردشگری بررسی شده‌اند و پژوهشگران از این راه سعی کرده‌اند اهمیت گردشگری انبوه را اثبات و برجسب «گونه بد» از آن را رفع کنند؛

۲. پژوهش‌هایی که در آن رابطه هم‌گرایی گردشگری انبوه و جایگزین اثبات شده‌اند و پژوهشگران این دو را قطب‌های مخالف یکدیگر در نظر نمی‌گیرند؛

۳. پژوهش‌هایی که در آن‌ها با بهره‌گیری از نتایج دو گروه بالا، فرایندهای اجرایی برای دستیابی به پایداری در گردشگری انبوه شناسایی و پیاده‌سازی شده‌اند. به نسبت گروه اول و دوم، پژوهش‌های انجام‌شده در این گروه بسیار محدودند.

نگاه اجمالی به توالی زمانی توجه اندیشمندان به موضوعات سه‌گانه شناسایی شده، مبین این نکته است که در گذشته بیشتر به پژوهش‌های مربوط به اثبات اهمیت گردشگری انبوه و امروزه بیشتر به پژوهش‌های مربوط به یافتن راهکارهایی برای دستیابی پایداری در گردشگری انبوه امروزه توجه شده است.

نشان دهد (Buckley, 2012; Lesar et al., 2020) و آن را یکی از ابزارهای اصلی برای تداوم حیات مقصدها دانسته‌اند (Goffi et al., 2019).

مرور پژوهش‌های پیشین در حوزه پایداری در گردشگری نشان می‌دهد که رشد فزاینده تقاضا، تمایل مقصدها برای تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری به‌منظور جذب سهم بیشتر بازار، افزایش آگاهی گردشگران از مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی جهانی و مشاهده رفتار مسئولانه‌تر در مقصدها، ظرفیت فناوری‌های جدید در ارتقای ظرفیت پذیرش و سطح پایداری موجب شده است که اندک‌اندک توجه اندیشمندان دوباره به گردشگری انبوه و پایداری‌سازی آن جلب شود. در مرور پیشینه تحقیق، غالب متون نگارش‌شده در حوزه پایداری و گردشگری انبوه به صورت نظام‌مند بررسی شدند. به‌منظور نظم‌بخشیدن می‌توان آن‌ها را به سه گروه کلی دسته‌بندی کرد:

۱. پژوهش‌هایی که در آن‌ها تناقض‌های مفهومی

جدول ۱: دسته‌بندی اهم پژوهش‌های مرتبط با موضوع پژوهش

پژوهشگر	سال	عنوان	موضوع اصلی پژوهش	بنیان فلسفی
آریوردان	۱۹۸۱	محیط‌زیست‌گرایی	بررسی اهداف توسعه پایدار	چربی
ردکلیفت	۱۹۸۷	توسعه پایدار؛ کشف تناقضات	بررسی مفهوم توسعه پایدار	چربی
جعفری و همکاران	۱۳۹۰	دیدگاه‌های گوناگون به توسعه گردشگری	تردید در وجود محض گونه خوب یا بد گردشگری	چربی
باتلر	۱۹۹۰	گردشگری جایگزین: امید کامروایی یا اسب تروژان	تردید در کارکرد گردشگری جایگزین	چپستی و چربی
کلارک	۱۹۹۷	چارچوبی از رویکردهای توسعه پایدار	اثبات تأمل مجدد در گردشگری انبوه	چپستی و چربی
ویور	۲۰۰۰	مدل مفهومی سناریوهای توسعه مقصدها	مقایسه ویژگی‌های گردشگری انبوه با جایگزین	چپستی
جعفری	۲۰۰۰	فرهنگ جامع گردشگری	تعریف گردشگری انبوه	چپستی
ویور	۲۰۰۰- ۲۰۰۴	سناریوهای توسعه گردشگری در مقصدها	خط سیر مسیرهای توسعه مقصدها	چپستی، چربی و چگونگی
ویور	۲۰۰۱	اکوتوریسم به منزله شکلی از گردشگری انبوه: تناقضات یا حقیقت	تردید در کارکرد گردشگری جایگزین	چربی
هولدن و اون	۲۰۰۲	فهم انگیزه‌ها در اکوتوریسم		چربی
توینینگ وارد و باتلر	۲۰۰۲	پیاده‌سازی STD در جزایر کوچک	بررسی مفهوم توسعه پایدار	چپستی
مدلیک	۲۰۰۳	گردشگری، سفر و مهمان‌نوازی	تعریف گردشگری انبوه	چپستی
وال و ماتیسون	۲۰۰۶	فرصت‌ها، تأثیرات و تغییرات گردشگری	بررسی مفهوم توسعه پایدار	چپستی

پژوهشگر	سال	عنوان	موضوع اصلی پژوهش	بنیان فلسفی
ژینگ	۲۰۰۶	اکتشاف پایداری گردشگری انبوه با رویکرد پویایی سیستمی	مدل‌سازی جریان گردشگری انبوه	چرایی و چگونگی
پُریت	۲۰۰۷	سرمايه‌داری؛ موضوعی جهانی	بررسی اهداف توسعه پایدار	چیستی
راجرز و همکاران	۲۰۰۸	مقدمه‌ای بر توسعه پایدار	بررسی مفهوم توسعه پایدار	چرایی
شارپلی و تلفر	۲۰۰۸	توسعه گردشگری در کشورهای درحال توسعه		چیستی و چرایی
شارپلی	۱۳۹۵	توسعه گردشگری و محیط زیست		
ژینگ و دانگرفیلد	۲۰۱۱	مدل‌سازی پایداری گردشگری انبوه در جزایر	مدل‌سازی جریان گردشگری انبوه	چرایی و چگونگی
ویور	۲۰۱۲	مسیرهای ارگانیک، افزایشی و ترغیبی به سمت موقعیت گردشگری انبوه پایدار (SMT)	خط سیر مسیرهای توسعه مقصدها	چرایی و چگونگی
ویور	۲۰۱۴	دیالکتیک گردشگری انبوه پایدار به‌سوی گردشگری انبوه هدایت‌شده	اثبات تأمل مجدد در گردشگری انبوه	
واینیکا	۲۰۱۵	تفکر مجدد در مورد گردشگری انبوه	ارتباط میان گردشگری انبوه با اکوتوریسم	چیستی و چرایی
هرناندز و همکاران	۲۰۱۶	ارتباط درونی بین گردشگری روستایی و انبوه		
ویور و لوتن	۲۰۱۷	پارادایم بازدهی‌های نوین در مناطق حفاظت‌شده		
ضیائی و همکاران	۱۳۹۳	توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه دو مکتب ایده‌آلیسم و پراگماتیسم	ارتباط بین برداشت‌های متعدد از توسعه پایدار به مکاتب و پارادایم‌های فکری	چیستی و چرایی
ضیائی و عباسی	۱۳۹۷	مشکلات و رویکردهای توسعه گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل	مشکلات توسعه گردشگری پایدار	



روش‌شناسی تحقیق

برای یافتن بنیان‌های فلسفی گردشگری انبوه پایدار در ادبیات تحقیق، در این پژوهش کیفی از رویکرد فراترکیب^۱ و روش تحلیل مضمون^۲ استفاده شده است. مطالعه و بررسی نظام‌مند از پژوهش‌های پیشین بر مبنای رویکرد فراترکیب انجام شد. به عبارت دیگر، یافته‌های سایر مطالعات به‌منزله داده‌های ورودی این پژوهش انتخاب شدند و پس از ترکیب آن‌ها، نتایج جدیدی حاصل شد که پاسخ پرسش اصلی مقاله بود. فرایند غربالگری و رسیدن به منابع نهایی در ادامه شرح

داده شد. به‌منظور شناسایی و تحلیل مضامین از مراحل پیشنهادی براون و کلارک^۳ (۲۰۰۶) استفاده شد که عبارت‌اند از پنج مرحله شناسایی و گردآوری داده‌ها، کدگذاری اولیه^۴، جست‌وجو و شناخت مضامین، تشکیل شبکه مضامین و تحلیل شبکه مضامین. مضامین به روش استقرایی یعنی مبتنی بر داده شناسایی شدند و در بردارنده هر دو نوع مضامین مشهود و مکنون بودند. فرایند کدگذاری، شناسایی مضامین و ترسیم شبکه مضامین در نرم‌افزار اطلس‌تی‌آی^۵ نسخه ۹.۰.۲۰

3. Braun & Clarke

4. Initial Coding or Open Coding

5. Atlati

1. Meta Synthesis

2. Thematic Analysis



انجام شد. اقدامات و ویژگی‌های هر مرحله در ادامه شرح داده شد.

مرحله ۱: شناسایی و گردآوری داده‌ها

این مرحله شامل سه گام شناسایی منابع اصلی، گردآوری منابع و مکتوب‌کردن داده‌هاست. فرایند

جدول ۲: فرایند انتخاب منابع اصلی داده‌ها

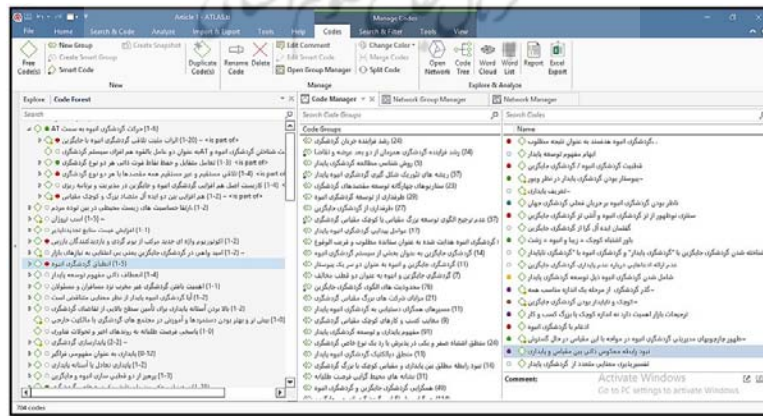
تعداد منابع پس از غربالگری چکیده	تعداد منابع پس از غربالگری عنوان	تعداد منابع اولیه	واژه‌های کلیدی	پایگاه‌های اطلاعاتی	موتور جست‌وجو
۴۱	۸۳	۵۹۶	توسعه گردشگری پایدار پایداری و گردشگری انبوه گردشگری انبوه در برابر گردشگری جایگزین Sustainability and mass tourism Mass tourism vs. alternative tourism Sustainable mass tourism Sustainable mass tourism development Sustainable mass tourism model	Taylor and Francis Researchgate.net SAGEPUB books.google.com Elsevier Wiley CABI SID	Google Scholar

مرحله ۲: کدگذاری اولیه

در این مرحله، کدگذاری اولیه براساس تجزیه کامل متن اصلی و مشروط به مرتبط‌بودن با موضوع و قلمرو تحقیق انجام شد. در این مقاله، ابتدا ۷۵۳ کد شناسایی شد که پس از حذف و ادغام کدهای تکراری و مشترک، تعداد آن‌ها به ۷۰۴ کد کاهش یافت. کدها از دو نوع متصل به متن^۱ و بر ساخته از متن^۲ بودند.

مرحله ۳: جست‌وجو و شناخت مضامین

برقراری ارتباط بین کدها و تشکیل مضامین و همچنین پالایش و بازبینی مضامین دو گام اصلی در این مرحله هستند. در این مرحله، کدهایی با مفاهیم مشترک به یکدیگر ارتباط داده شدند و به تدریج مضمون‌های مشخص را شکل دادند. پژوهشگر رفت و برگشت در میان داده‌ها و مضامین را دائم انجام داد. در حقیقت در این مرحله، گام‌های اولیه برای ترکیب داده‌ها با یکدیگر برداشته شد.



شکل ۱: برقراری ارتباط بین کدها و تشکیل مضامین اولیه در محیط نرم‌افزار

1. Code in Vivo
2. Constructed Code

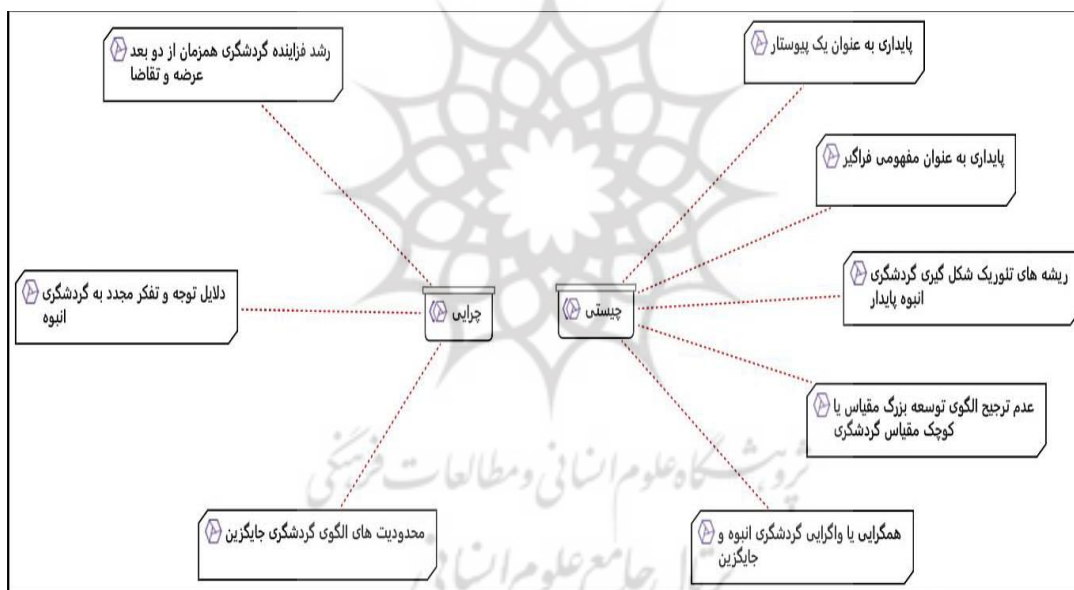


مرحله ۴: تشکیل شبکه مضامین

گام‌های اصلی در این مرحله عبارت‌اند از کنترل هم‌خوانی مضامین با کدها، مرتب‌کردن مضامین، دسته‌بندی مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر و همچنین ترسیم شبکه مضامین. شبکه مضامین مضامین پایه (کدها و نکات اصلی متن)، مضامین سازمان‌دهنده^۲ (مضامین به‌دست‌آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر^۳ (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌مثابه کل) را نظم می‌بخشد. سپس این مضامین در قالب نقشه‌های گرافیکی ترسیم و مضامین برجسته هریک از این سه سطح همراه با روابط میان آن‌ها در قالب شبکه نشان داده می‌شوند (جعفری و همکاران، ۱۳۹۰). در این پژوهش، ۷۹ مضمون پایه، ۳۷ مضمون سازمان‌دهنده و ۸ مضمون فراگیر شناسایی شدند.

یافته‌های تحقیق

از ترکیب مضمون‌های سازمان‌دهنده، هشت مضمون فراگیر شناسایی شدند که جامعیت لازم را برای پوشش دادن همه کدها داشتند. شبکه مضامین فراگیر شناسایی شده عبارت‌اند از: (۱) پایداری به‌منزله^۱؛ یک پیوستار^۲؛ پایداری به‌منزله مفهومی فراگیر^۳؛ ریشه‌های تئوریک گردشگری انبوه پایداری^۴؛ ترجیح‌ندادن الگوی توسعه بزرگ یا کوچک مقیاس^۵؛ هم‌گرایی یا واگرایی گردشگری انبوه و جایگزین^۶؛ رشد فزاینده گردشگری هم‌زمان از دو بعد عرضه و تقاضا^۷؛ دلایل توجه و تفکر مجدد به گردشگری انبوه^۸؛ محدودیت‌های الگوی گردشگری جایگزین. این مضامین درحقیقت پاسخ پرسش پژوهش یعنی چیستی و چرایی گردشگری انبوه پایداریند.



شکل ۲: شبکه مضامین فراگیر ترسیم‌شده در محیط نرم‌افزار

مرحله ۵: تحلیل شبکه مضامین

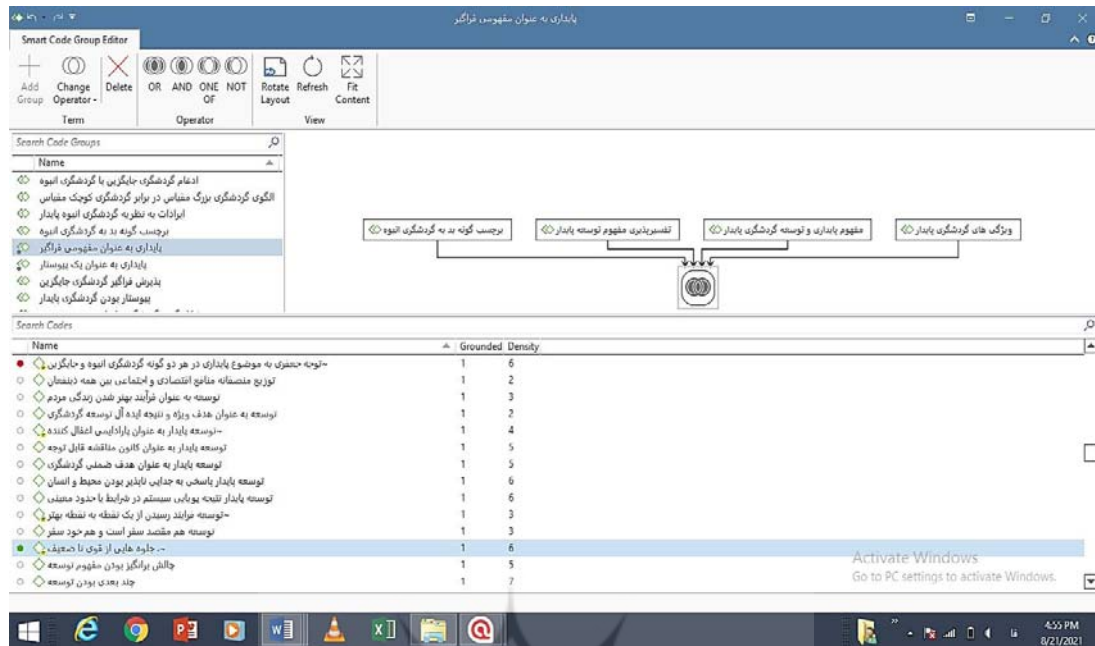
پس از شناسایی شبکه مضامین، مضامین فراگیر یک‌به‌یک بررسی و تحلیل شده‌اند تا ارتباط بین کدها، مضامین و الگوی شناسایی شده در داده‌ها عمیق‌تر توصیف شود. در این بخش، براساس یافته‌های شبکه مضامین فراگیر، ریشه‌های فلسفی موضوع در دو بخش چیستی و چرایی تحلیل و توصیف می‌شود.

چیسستی گردشگری انبوه پایداری

پایداری به‌منزله مفهومی فراگیر

این مضمون فراگیر از انتزاع و مفهوم‌سازی ۱۴۹ کد اولیه و چهار مضمون سازمان‌دهنده حاصل شده است که در شکل ۳ مشاهده می‌شود.

1. Basic Theme
2. Organizing Theme
3. Global Theme



شکل ۳: نمایش کدها و مضامین تشکیل دهنده مضمون فراگیر «پایداری به منزله مفهومی فراگیر» در محیط نرم افزار

ریشه و بن‌مایه پایداری در گردشگری، وام‌دار مفهوم کلان توسعه پایدار است (Swarbroke, 2006; Niñerola et al., 2019). توسعه‌ای که بنا بر تعریف گزارش کمیسیون توسعه و محیط زیست سازمان ملل می‌تواند نیازهای نسل حاضر را بدون به خطر انداختن توانایی نسل آتی برای تأمین نیازهایش برآورده سازد (United Nations, 1987: 15). همانند سایر علوم، به مفهوم توسعه پایدار در گردشگری نیز به سرعت مدنظر قرار گرفت و تأیید شد (Jafari, 2000: 567؛ شفیع‌ی و همکاران، ۱۳۹۵) و پایداری در حکم هدف بلندمدتی ترسیم شد که صنعت گردشگری آن را جست‌وجو می‌کند (Lesar et al., 2020).

از گردشگری پایدار تعاریف متعددی ارائه شده است (Huang et al., 2019). سازمان جهانی گردشگری بر مدنظر قراردادن تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی فعلی و آتی و برطرف کردن نیازهای بازدیدکنندگان، عرضه‌کنندگان، محیط زیست و جوامع میزبان تأکید دارد. برخی آن را تأمین منافع اقتصادی برای همه ذی‌نفعان در نظر می‌گیرند؛ با این قید که در منابع نسل‌های آتی تأثیر منفی نگذارد (Swarbroke, 2000: 18; Hunter, 2002: 5). برخی آن را به حداقل رساندن تأثیرات نامطلوب و به حداکثر رساندن

تأثیرات مثبت (Weaver, 2014) دانسته و برخی از صاحب‌نظران هم قید زمانی و مکانی به آن داده‌اند و گردشگری‌ای را پایدار می‌دانند که بتواند در یک منطقه، این ویژگی را برای مدت نامحدودی حفظ کند (Jafari, 2000: 567). بسیاری از پژوهشگران مفهوم توسعه پایدار گردشگری را همچون توسعه پایدار، مفهومی متناقض، چالش‌برانگیز، مبهم و دارای تعاریف متعدد دانسته‌اند و نشان دادند که به یک میزان طرفدار و منتقد دارد (ویلیامز، 1388؛ Twining-Ward, 1987; Redclift, 1987; Lew et al., 2004; Rogers et al., 2008; sharpley, 2009; 2020). به لحاظ معنایی، پایداری نیازمند چشم‌اندازی بلندمدت است. چیزی که پایدار است باید بادوام باشد و عمری جاودانی داشته باشد. در مقابل توسعه بر تغییر دلالت دارد (Wall & Mathieson, 2006: 290). ابهام در این است که آیا توسعه پایدار به معنای توسعه‌ای است که می‌تواند پایدار باشد در این حالت اولویت با توسعه است یا به معنایی توسعه‌ای است که به سبب محدودیت‌های پایداری زیست‌محیطی محدود می‌شود (sharpley, 2009: 113).

به باور رابینسون^۳ (2004) از دیرباز بین طرفداران حفاظت از منابع طبیعی یا پیروان جنبش رمانتیک - که

۱. Compromising
2. www.unwto.com. 2021.



در پی نگه‌داری مناطق طبیعی به صورت بکر و بدون هیچ‌گونه بهره‌برداری هستند. با طرفداران بهره‌برداری پایدار از منابع طبیعی - که در پی مراقبت از محیط زیست و طبیعت همراه با استفاده بهینه از آن‌اند - تمایز وجود دارد. موضع گروه اول، طرفداری از تغییر ارزش‌ها و سبک زندگی است؛ در حالی که موضع گروه دوم، ترویج دستاوردهای کارآمد و کاربست راهکارهای فناورانه است (زاهدی و نجفی، ۱۳۸۴؛ تصدیقی، 1382؛ O'Riordan, 1981; Sharpley, 2009: 109)

به باور لیلز^۱ (۱۹۹۱) به زبان ساده توسعه پایدار تابعی از پایداری به همراه توسعه است. جنبه پایدار این معادله ثابت است. پس با توجه به منابع محدود و شکننده منابع طبیعی، که بشریت به آن وابسته است، باید در توسعه تعادل حاصل شود (Sharpley, 2020). چشم‌انداز پایداری هدف اساسی و مسلم بشری است. جایی که سردرگمی و مناقشه مطرح می‌شود، فرایند دستیابی به این هدف است (Porritt, 2007). به نظر می‌رسد با توجه به غالب بودن رویکرد توسعه پایدار در عصر فعلی، این تناقض مفهومی و تأکید بر هر یک از مواضع همچنان ادامه داشته باشد.

نکته اصلی مغفول مانده این است که به رغم همه مشکلات معنایی و تفسیر پذیری ضرورت دارد در فرایند توسعه گردشگری پایدار به جامعیت و فراگیری این مفهوم توجه شود، جامعیتی که آن را به توسعه گونه‌ای خاص از گردشگری محدود نمی‌داند و به اشکال دیگر برجسب بد و زشت اطلاق نمی‌کند. چنان‌که برخی از اندیشمندان هرگونه مفهوم‌سازی از گردشگری پایدار را شامل همه اشکال گردشگری، اعم از انبوه و جایگزین می‌دانند، که سازگار و کمک‌کننده به توسعه پایدار باشد (Butler, 1990; Clarke, 1997; Jafari, 2000: 567; Liu, 2003: 461; Weaver, 2012, 2017; Harrison & Sharpley, 2017: 5). نگاهی که سازمان جهانی گردشگری را بر آن داشت تا گردشگری را ابزاری برای توسعه پایدار قلمداد کند و اذعان کند که دستورالعمل‌ها و اقدام‌های مدیریتی توسعه گردشگری پایدار در همه گونه‌ها و مقصدها اجراشدنی است.^۲ پس از نظر مفهومی در توسعه گردشگری پایدار این قابلیت وجود دارد که اندیشمندان و مدیران صنعت گردشگری در کنار ترویج گردشگری جایگزین تقویت پایداری در گردشگری انبوه را نیز مطالعه و مطالبه کنند.

پایداری به منزله یک پیوستار مضمون «فراگیر پایداری به منزله پیوستار» انتزاع‌یافته از ۳۷ کد اولیه و دو مضمون «سازمان‌دهنده پیوستار بودن گردشگری پایدار» و «منطق اشتباه صفری و یکی در پذیرش یار د نوع خاصی از گردشگری» تشکیل شده است. در ادامه این مضمون شرح داده شده است. یکی از خطاهای رایج در توسعه الگوهای گردشگری، نگاه صفر و یکی به موضوع پایداری است؛ حال آن‌که مفهوم توسعه پایدار، استاندارد واحد و مطلق ندارد. در مقابل توسعه پایدار، پیوستاری^۳ است که بر اساس نگرش و سطح تعهدات بازیگران صنعت گردشگری به آن شکل می‌گیرد (Niñerola et al., 2019)؛ موضوعی که پیش‌تر هانتز^۴ (1994) و ترنر^۵ (1997) هم در پژوهش‌های خود به آن اشاره کرده‌اند (Swarbroke, 2000: 6). اگر مدیران این نکته به ظاهر ساده را به خوبی درک نکنند، اقدامات یا عملکردهایی که در پی آن می‌آیند نادرست است و در نهایت نتایجی را که برای توسعه گردشگری لازم است تأمین نخواهند کرد (Wilkinson, 2012).

جدول ۳: درجه‌های مختلف پیوستار پایداری

(Swarbroke, 2000: 7)

ویژگی	درجه پایداری
انسان‌مدار و منفعت‌طلب؛ رشدگرا و سوء استفاده از منابع. بهره‌گیری از منابع طبیعی در بالاترین حد ممکن انجام می‌شود. فرض بر این است که از طریق رشد اقتصادی و نوآوری‌های فناورانه، جایگزینی بی‌نهایت ^۲ بین سرمایه طبیعی و انسانی به خوبی امکان‌پذیر است.	خیلی ضعیف
انسان‌مدار و منفعت‌طلب؛ طرفدار حراست ^۳ از منابع؛ رشد (اقتصادی) تعدیل و مدیریت می‌شود. بر مبنای عدالت درون و بین نسلی، در مورد انتقال هزینه و منافع توسعه ملاحظاتی وجود دارد. در نگاه جایگزینی بی‌نهایت بین سرمایه طبیعی و انسانی به دلیل شناخت بیشتر از برخی سرمایه‌های حیاتی جهان (مانند لایه ازن، برخی از اکوسیستم‌های طبیعی). سرمایه انسانی به شکل ثابت یا در طول زمان به سرمایه طبیعی افزوده می‌شود. تأثیرات منفی زیست‌محیطی از تأثیرات اقتصادی تمایز داده می‌شود.	ضعیف

3. Spectrum
4. Hunter
5. Turner

1. Leles
2. www.unwto.com, 2021



(۲۰۱۲) و گردشگری انبوه هدایت‌شده (۲۰۱۴) از ویور، الگوی اصلاح‌شده چرخه حیات مقصد باتلر (۲۰۰۶)، توسعه بر مبنای سرمایه‌های مقصد (۲۰۰۹) و گردشگری آگاهانه (۲۰۱۷) شارپلی را می‌توان قوی‌ترین نظریه‌های علمی مطرح شده دانست. در ادامه هریک از این نظریه‌ها به اختصار شرح داده می‌شوند.

در جست‌وجوی ریشه‌های علمی برای ارتباط پایداری و گردشگری انبوه، یکی از نظریه‌های آغازین و محکم رویکردهای پرفسور جعفری (۱۹۸۹) به روندهای توسعه گردشگری است. ایشان روندهای توسعه را در چهار رویکرد طرفدارانه، محتاطانه، تطابق‌گرایانه و دانش‌محور^۱ دسته‌بندی کرده‌اند. بر اساس این دسته‌بندی، رابطه بین پایداری و گردشگری انبوه را می‌توان در رویکرد دانش‌محور شناسایی کرد، رویکردی که با نگاه نظام‌مند، خارج از جزم‌اندیشی و تک‌بعدی، دسته‌بندی گونه خوب یا بد گردشگری را فقط ابهام می‌داند و باور دارد بر اساس مدیریت و برنامه‌ریزی اندیشیده‌شده، امکان کاهش تأثیرات منفی گردشگری انبوه و تقویت تأثیرات مثبت آن وجود دارد (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۱: ۳۸-۳۶؛ Weaver, 2000). بنابراین، امکان دارد شرایطی فراهم شود که گردشگری انبوه به پایداری نزدیک شود و برعکس، گردشگری جایگزین، که در ظاهر با اصول توسعه پایدار گردشگری همخوان‌تر است، به شکل ناپایدار گسترش یابد. دسته‌بندی پرفسور جعفری مینا و خردمایه نظری سایر اندیشمندان به‌ویژه تفکرات ویور شد.

ویور (2006) الگوهای توسعه در مقصدهای گردشگری را به چهار سناریوی کلی دسته‌بندی می‌کند که عبارت‌اند از: گردشگری جایگزین خودجوش^۲، گردشگری جایگزین هدفمند^۳، گردشگری انبوه ناپایدار^۴ و گردشگری انبوه پایدار^۵. این چهار سناریو، بر دو محور مقررات^۶ و تراکم^۷ ترسیم شده‌اند و شدت آن از کم تا زیاد در نظر گرفته شده است. غالب مقصدهای گردشگری، به‌ویژه در نواحی طبیعی، در گروه گردشگری جایگزین خودجوش قرار می‌گیرند. گردشگری انبوه ناپایدار نتیجه

درجه پایداری	ویژگی
قوی	دیدگاه محیط‌گرا (اکوسیستمی)؛ حامی حفاظت ^۴ از منابع؛ حفظ یکپارچگی عملکرد اکوسیستم‌ها ارزش اصلی است و استفاده از منابع انسانی ارزش ثانویه به‌شمار می‌آید. به منافع گروهی بیشتر از منافع فردی مصرف‌کنندگان اهمیت داده می‌شود. به عدالت درون و بین نسلی پایبند است. در کنار تمیز گذاشتن بین تأثیرات زیست‌محیطی و اقتصادی، به اقتصاد پایدار به‌منزله نتیجه پیروی از قانون‌داری‌های طبیعی ثابت باور دارد؛ رشد اقتصادی و جمعیتی نزدیک به صفر (بسیار کم) است
خیلی قوی	حامی و دوستدار اکوسیستم و اخلاق زیستی ^۵ ؛ حفاظت از منابع تاجایی که استفاده از منابع طبیعی به حداقل برسد. تعهد به حقوق طبیعت یا ارزش ذاتی ارگانیسم‌های زنده غیرانسانی؛ مخالف رشد اقتصادی و خواهان کاهش جمعیت انسانی.

(Swarbroke, 2000: 7)

نکته حائز اهمیت دیگر، پیاده‌سازی و تقویت پایداری در گردشگری فرایندی است که برای افراد و نهادهای درگیر آن، بی‌شک سفری آنی، زودگذر، خطی و ممتد نخواهد بود. بسیاری از مقصدها بر اساس شیوه مدیریت، رفتار گردشگران و عوامل متعدد اثرگذار بیرونی ممکن است در طول زمان، رفت و برگشت‌هایی را در درجه‌های مختلف پایداری داشته باشند، نکته‌ای که به‌شکلی متفاوت در «سناریوهای عمومی توسعه مقصد» دیوید ویور (2000، 2014) نیز به آن اشاره شده است.

ریشه‌های تئوریک شکل‌گیری گردشگری انبوه پایدار

این مضمون فراگیر، از انتزاع ۶۰ کد اولیه و ۳ مضمون سازمان‌دهنده «روش‌شناسی مطالعه گردشگری انبوه پایدار»، «تئوری‌های اصلی شکل‌گیری گردشگری انبوه پایدار» و «سناریوهای توسعه مقصدهای گردشگری» به‌دست آمده است. بررسی ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که تا زمان نگارش مقاله حاضر، می‌توان به هفت نظریه و الگوی اصلی مرتبط با موضوع گردشگری انبوه و پایداری استناد کرد. رویکردهای توسعه گردشگری پرفسور جعفری (۱۹۸۹)، الگوی مبنایی سناریوهای توسعه مقصدهای گردشگری (۲۰۰۰)، مسیرهای همگرا به گردشگری انبوه پایدار

1. Advocacy, Cautionary, Adaptancy and Knowledge-based platform

2. Circumstantial Alternative Tourism (CAT)

3. Deliberate Alternative Tourism (DAT)

4. Unsustainable Mass Tourism (UMT)

5. Sustainable Mass Tourism (SMT)

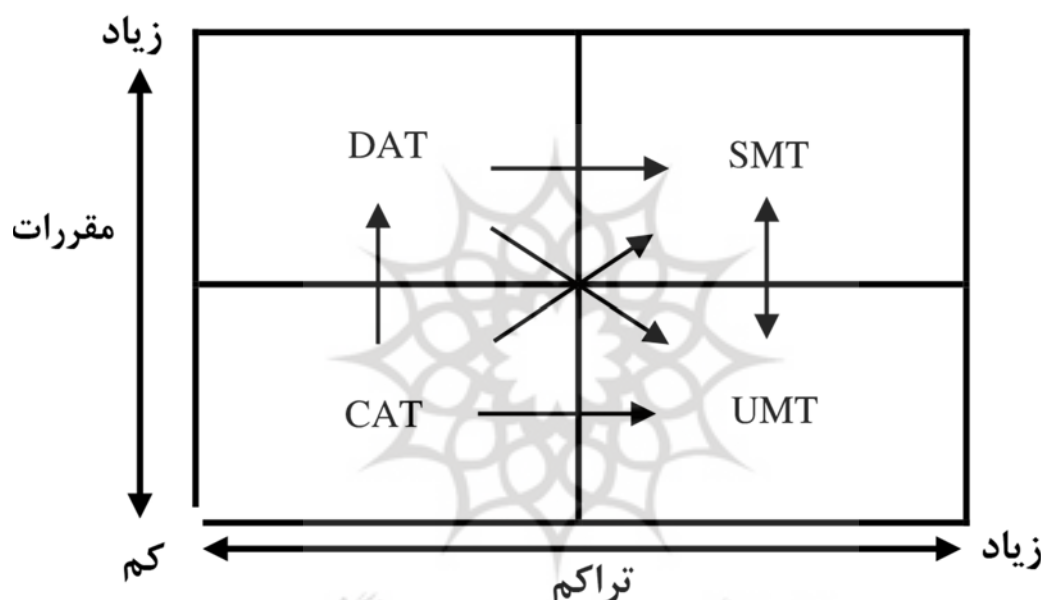
۶. Regulation: به عبارت دقیق‌تر، منظور همان وضع قوانین و مقررات و میزان کنترلی است که مدیران برای تنظیم توسعه گردشگری اعمال می‌کنند.

۷. Intensity: بررسی نظریات ویور در سایر مقالات نشان می‌دهد که منظور همان مقیاس و حجم گردشگران است که در بازه زمانی و مکانی مشخصی در یک مقصد حاضر می‌شوند.



موقعیت‌ها، دلایل جابه‌جایی آن‌ها را شرح داده است. نکته‌ی حائز اهمیت این است که این سناریوها قابلیت تبدیل شدن به یکدیگر را دارند. این بدان معناست که براساس مدیریت و برنامه‌ریزی، می‌توان گردشگری جایگزین خودجوش و گردشگری انبوه‌ناپایدار را به گردشگری جایگزین هدفمند و گردشگری انبوه‌نایدار تغییر داد. البته پرواضح است که این مسیرها می‌توانند خلاف جهت هم حرکت کنند.

توسعه گردشگری در مقصدهایی است که کنترل و نظارت کافی بر آن‌ها نیست و بیش از ظرفیت پذیرش اجتماعی - فرهنگی، زیست‌محیطی و حد پذیرفته‌شده تغییرات گسترش یافته‌اند. در تئوری گردشگری انبوه‌نایدار (SMT) شامل ویژگی‌هایی مانند تراکم بالای گردشگران، ابعاد بزرگ مقیاس در اقتصاد گردشگری، کنترل و نظارت بالای جامعه محلی، حفظ مشتریان و تشویق معماری بومی است (Weaver, 2006). ویور با بیان نمونه‌هایی واقعی از مقصدها در هریک از این



شکل ۴: مدل مبنایی سناریوهای توسعه در مقصدهای گردشگری^۱ (Weaver, 2000)

پیدایش پایداری را به‌منزله‌هنجار اجتماعی تسهیل می‌کنند که با هنجار کلان‌تر رشد دلخواه (اقتصادی) در حال ترکیب شدن است. گردشگری انبوه‌نایدار در امتداد این سه مسیر و به شکل تکاملی در حال پیدایش است. هر مسیر الزامات مدیریتی و برنامه‌ریزی خاص خود را دارد. ویور این حرکت تدریجی را تحت تأثیر نوعی عمل‌گرایی محیطی^۳ و انطباق فرصت‌طلبانه سرمایه‌داری می‌داند. براساس این الگو، گردشگری انبوه‌نیز در حال حرکت به سمت پایداری است. البته ویور (2006) باور دارد که این حرکت بیشتر به‌صورت تلنگر پارادایمی^۴ (اصلاحات تدریجی) خود را نشان می‌دهد تا این‌که بخواهد به‌شکل تغییری

در ادامه، ویور (2012) با اعمال اصلاحاتی الگوی مبنایی خود را ارتقا و الگوی «مسیرهای ارگانیک، افزایشی و ترغیبی^۲ به سمت موقعیت SMT» را ارائه می‌دهد. در این الگو، او درحقیقت مسیرهای ممکن برای تغییر وضعیت از سناریویی به سناریوی دیگر را تبیین کرده است و در مقاله چرایی باور حرکت سایر موقعیت‌ها به گردشگری انبوه‌نایدار (SMT) را به‌منزله‌پیامدی مطلوب و قریب‌الوقوع برای بیشتر مقصدهای گردشگری شرح می‌دهد. به باور او، کمیابی منابع طبیعی، گسترش فناوری‌های سبز، آگاهی از تغییرات اقلیمی، بحران‌های مالی جهانی، محیط‌گرایی نهادینه‌شده (ساختارمند) و ارتقای ضریب نفوذ اینترنت،

3. Environmental Pragmatism

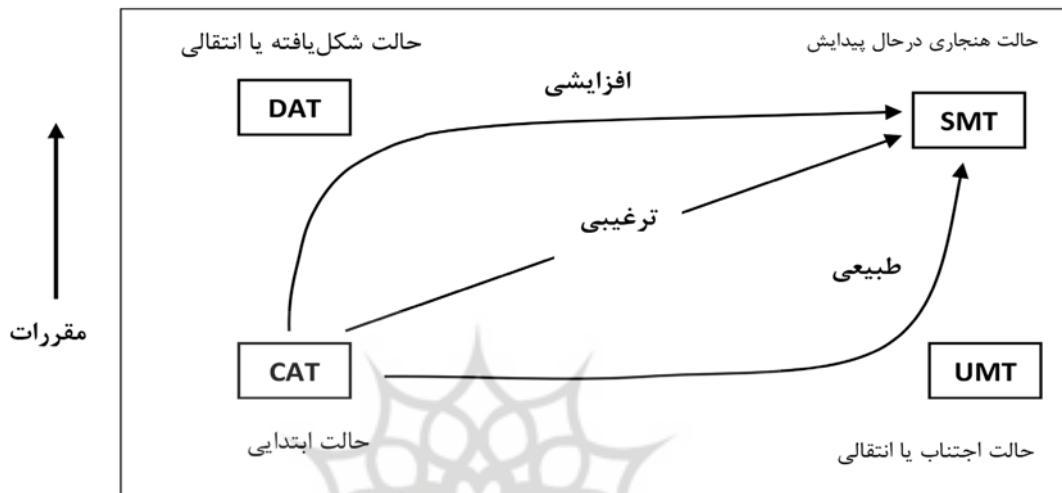
4. Paradigm Nudge

1. A Broad Context Model of Destination Development

2. Organic, Incremental and Induced Paths Scenarios

(CAT) است و در طول سه مسیر مجزا و با حرکتی تدریجی به سمت موقعیت گردشگری انبوه پایدار (SMT) حرکت می‌کنند (ضیایی و عباسی، ۱۳۹۷).

پارادایمی (تغییر بنیادی در جهان‌بینی) اتفاق بیفتد (Singh, 2012: 27). در واقع مقصدهای گردشگری تحت سناریوها و رویکردهای گوناگون مدیریتی است که منشاء همگی آن‌ها گردشگری جایگزین خودجوش



شکل ۵: مسیرهای رسیدن به گردشگری انبوه پایدار (Weaver, 2012)

تکمیل شود. آمدل چرخه حیات مقصد (TALC)؛ باتلر یکی از مشهورترین و تخصصی‌ترین مدل‌های به‌کاررفته در ادبیات گردشگری است. این مدل فضایی، زمانی یکی از بهترین ابزارها برای نشان‌دادن جایگاه مقصد در فرایند توسعه گردشگری ب.پ. پس از دهه ۱۹۸۰، نظریه‌پردازان و نویسندگان (Baum, 1998; Butler, 2004; Cole, 2009, 2012; Douglas, 1997; Garay & Canoves, 2011; Getz, 1992 in Yang and Fik, 2014) بسیاری به‌کرات از این مدل استفاده کردند و گاه دست به ویرایش آن زدند (ابراهیم‌پور و همکاران، ۱۳۹۹؛ 29: Lagiewski, 2006؛ مهدوی و همکاران، ۱۳۹۳). یکی از مرتبط‌ترین الگوهای اصلاح‌شده، الگوی بوید^۳ (۲۰۰۶) است که مفهوم پایداری را به الگوی TALC اضافه کرده و کاربرد آن را در پارک‌های ملی کانادا نشان داده است (Boyd, 2006: 205). بوید معتقد است پایداری در هریک از مراحل چرخه حیات ممکن است براساس توانایی مقصد به‌منظور مقابله با فشارهای اقتصادی، زیست‌محیطی یا اجتماعی، که

ویور (2014) با تمرکز بر گردشگری انبوه و با رویکرد اصلاح و بهبود نظریه خود، اصطلاح «گردشگری انبوه هدایت‌شده»^۲ را جایگزین «گردشگری انبوه پایدار» می‌کند. او در چارچوب «گردشگری انبوه هدایت‌شده» چگونگی ترکیب شدن گردشگری جایگزین و انبوه را با اقتباس از باتلر (1991) به کمک منطق دیالکتیکی تبیین می‌کند. در این روش، گردشگری انبوه هدایت‌شده به‌منزله «سنتز»ی در حال تکامل است که از «تز» نیاز به گردشگری انبوه بر مبنای اصول سرمایه‌گرایی و «آنتی‌تز» گردشگری جایگزین مبتنی بر اصول اخلاق‌گرایی برآمده است. به باور او، گردشگری انبوه هدایت‌شده سنتزی نامتقارن است که از تلفیق و ادغام بهترین مزیت‌های هریک، مثلاً صرفه‌مقیاس و نوآوری رقابتی در گردشگری انبوه و الزامات اخلاقی و متعهدانه به محیط زیست در گردشگری جایگزین شکل می‌گیرد (Weaver, 2014: 131). در پایان شایان ذکر است که الزام، تفاوت و چرایی این تغییر نام در نوشته‌های ویور چندان مشخص نیست و ضرورت دارد که در آینده

۳. دانشجو در پرسش خود از ایشان در اکتبر ۲۰۲۰ هم پاسخ محکمی دریافت نکرد.

4. Tourism Area Life Cycle
5. Boyd

1. Paradigm Shift
2. Enlightened Mass Tourism



از ترکیب فعالیت‌های موجود و عملکردهای گوناگون بر آن‌ها تحمیل می‌شود، تشخیص داده شود. براساس شاخص‌های شناسایی‌شده در چرخه حیات مقصد، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که در مقصدهای گردشگری انبوه درباره موضوع پایداری، به‌منزله ارزش افزوده، عملاً از اواخر مرحله رشد و نزدیک به مرحله بلوغ بحث می‌شود؛ زیرا شرایط مقصد - اعم از تعداد گردشگران و تأسیسات ایجادشده - به‌حدی خواهد رسید که می‌توان آن را در زمره مقصدهای گردشگری انبوه قلمداد کرد. در کنار دو پیشنهاد باتلر، یعنی خلق جاذبه‌های انسان‌ساخت و بهره‌گیری از جاذبه‌های طبیعی استفاده نشده (Butler, 2006: 8)، تقویت پایداری در حکم رویکردی مدیریتی نیز از جمله راهکارهایی است که مدیران می‌توانند برای احیای مقصدهای گردشگری انبوه بر آن تمرکز کنند.

شارپلی با ادعای شکست خوردن گردشگری پایدار در اجرا، در پی دیدگاه جایگزینی برای توسعه گردشگری است تا رابطه بین توسعه، گردشگری و محیط زیست را سامان دهد. وی هدفش از طرح این دیدگاه را پیشنهاد رویکردی عمل‌گرایانه‌تر، نقد و بررسی بیشتر و ایجاد پلی بین گفتمان‌های علمی و دشواری‌های اجرایی مقصدها در توسعه گردشگری عنوان می‌کند. برهمن اساس، دیدگاه سرمایه‌های مقصد^۲ را مطرح می‌کند. فرض بنیادی شارپلی برای شکل دادن به این دیدگاه این است که گردشگری اساساً فعالیت اقتصادی است. این نظریه پرداز معتقد است که توسعه گردشگری باید براساس بهره‌برداری از سرمایه‌ها باشد، به شیوه‌ای که بازتابنده نیازهای محلی، اهمیت‌دهنده به ساکنان و سازگار با خواسته‌های گردشگران باشد. او شش سرمایه انسانی، طبیعی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی، فناوری و سیاسی را برای مقصد برمی‌شمرد. شارپلی پایداری از نگاه مقصد را برخلاف مفاهیم ایدئولوژیکی از خارج تحمیل شده، در ذات فرایند سرمایه‌های مقصد می‌داند و معتقد است مقصدها، بسته به سرمایه‌ها، نیازها و اهدافشان، ممکن است مسیرهای گوناگون توسعه گردشگری را دنبال کنند. شارپلی با بیان چند مطالعه موردی، دیدگاه ذهنی خود را تبیین و شواهدی برای تأیید آن مطرح می‌کند؛ چنان‌که سرمایه انسانی کوبا در پزشکی، سرمایه سیاسی در بلک پول انگلستان، سرمایه سیاسی و مالی در دبی و سرمایه‌های طبیعی و فرهنگی در بوتان را عامل تعیین‌کننده مسیر توسعه

گردشگری این مقصدها دانسته است (Sharpley, 2009: 175-198).

شارپلی و هریسون در کتاب گردشگری انبوه در دنیای کوچک (۲۰۱۷) الگوی جایگزینی را برای آینده گردشگری انبوه پیشنهاد می‌دهند. آن‌ها گردشگری انبوه فعلی را به مجموعه‌ای از فرایندها وابسته می‌دانند که به راه خود ادامه می‌دهد. پایبندی به الگوی متداول توسعه گردشگری باعث شد گردشگری به موقعیتی پرمخاطره برسد؛ زیرا پیامدهای منفی گردشگری به‌طور فزاینده‌ای از مزایای آن فراتر رفت. آن‌ها معتقدند در مقابل رشد گردشگری انبوه، که براساس الگوی صنعتی شکل می‌گیرد، باید رویکردی آگاهانه^۳ برای توسعه گردشگری ترسیم شود. در این رویکرد، مشابه آنچه برخی توسعه گردشگری «مسئولانه» نامیده‌اند (Goodwin, 2011)، مسئولیت انسان در مقابل جهان طبیعی مشخص می‌شود و از استفاده عاقلانه منابع به نفع متقابل بشریت و طبیعت دفاع می‌کند. در گردشگری باید مزایایی به‌منزله مزایای خالص (یعنی همه منافع و هزینه‌ها) در نظر گرفت که به همه ذی‌نفعان - اعم از کسب‌وکارهای گردشگری، شاغلان و عرضه‌کنندگان، محیط زیست و جامعه - به‌شکل فراگیر تعلق می‌گیرد (Harrison & Sharpley, 2017: 237-238). درباره کمک و دستاورد نظری رویکرد آگاهانه به گردشگری انبوه، شارپلی و هریسون بیان می‌کنند که منتقدان می‌توانند اظهار کنند که این هم راه حل ایده‌آل دیگری - جایگزین - برای توسعه گردشگری است. از طرفی شباهت‌های آشکاری بین «رویکرد آگاهانه» و «گردشگری انبوه هدایت‌شده» وجود دارد. آنچه مشخص است رویکرد آگاهانه گردشگری برای آن‌که در ادبیات گردشگری، در قامت نظریه، خود را در آینده نشان دهد نیازمند ادله و استدلال‌های قوی‌تری است تا ابعاد متمایز آن به‌نسبت نظریه‌های مشابه شناسایی شوند.

کدام الگوی توسعه گردشگری؛ کوچک مقیاس یا بزرگ مقیاس

این مضمون فراگیر براساس ۵۷ کد اولیه و دو شاخص سازمان‌دهنده «الگوی گردشگری بزرگ مقیاس در برابر کوچک مقیاس» و «نبود رابطه مطلق میان پایداری گردشگری و مقیاس» شناسایی شد. در ادامه پژوهش این مضمون توصیف می‌شود.

1. Rejuvenation
2. Destination Capitals

3. Conscious Approach



مالکیت خارجی دارند، احتمالاً بیشتر و بهتر است؛ نتیجه‌ای که در مطالعه تطبیقی در کشور فیجی به خوبی خود را نشان داد (Harrison, 2012: 83)؛

۳. معمولاً بیان می‌شود که کسب‌وکارهای کوچک گردشگری زیبا هستند؛ چراکه در محیط زیست تأثیرات منفی کمتری دارند. شاید چنین پیش‌فرضی در برخی از تأسیسات درست باشد، ولی در مقیاس کلان ناقص است. در گردشگری، هزینه همیشه با اندازه برابر نیست؛ به‌ویژه در مورد اقامت، غذا و نوشیدنی‌ها. در حمل‌ونقل قانون کلی صرفه‌های مقیاس معمولاً در مورد هزینه‌ها اعمال می‌شود و استفاده از حمل‌ونقل انبوه مانند به‌کارگیری هواپیماهای بزرگ به نسبت هواپیماهای کوچک هم مقرون‌به‌صرفه‌تر است و هم اغلب آسیب کمتری به محیط زیست وارد می‌کند. همچنین صرفه‌های مقیاسی، که در تأسیسات بزرگ مقیاس گردشگری نهادینه شده‌اند، حفاظت محیطی را به دنبال دارند. برای نمونه هتل‌های سیصداتاقه (بزرگ‌مقیاس)، که براساس استانداردهای بین‌المللی اداره می‌شود، در برابر سی هتل ده‌اتاقه، در عرصه‌ای کوچک‌تر و با تخریبی بسیار کمتر به مهمانان خدمات ارائه می‌کند (Harrison, 2012: 84)؛

۴. گردشگران و مصرف‌کنندگان همه از یک جنس نیستند. رفتار آن‌ها تابعی از پیچیدگی‌های فردی و اجتماعی است. آیا همه گردشگران برای تأسیسات کوچک‌تر بیشتر از تأسیسات بزرگ‌تر ارزش قائل‌اند؟ پاسخ منفی است. برخی تأسیسات کوچک مقیاس را ترجیح می‌دهند و برخی گونه بزرگ مقیاس را. گویی زیبایی در چشم بیننده نهفته است. یک مجتمع گردشگری پرسروصدای ساحلی ممکن است مقصدی ایده‌آل برای بخشی از بازار گردشگری و مکانی نامناسب برای بسیاری از بخش‌های دیگر باشد (Butler, 2012: 90-94؛ قدمی، 1394).

برخی بر این باورند که در پیوند مفهوم شوماخر با مفهوم پایداری باید بیشتر دقت شود؛ زیرا وقتی دو نظریه به تفصیل بررسی می‌شود، از یکدیگر فاصله زیادی می‌گیرند. همان‌طور که پیش‌تر مطرح شد (Wheeler, 1993; Butler, 2012; Butcher, 2003) کوچک‌بودن به‌خودی‌خود با پایداری برابر نیست، بی‌شک نه از بعد اقتصادی و نه لزوماً از ابعاد فرهنگی و زیست‌محیطی. افراد در مکانی نامناسب، بسته به فعالیتشان، ممکن است در محیط و جمعیت تأثیر منفی بیشتری داشته باشند تا زمانی که در مکان درستی قرار دارند. تعداد افراد به‌تنهایی پاسخی برای مشکلات

مفهوم جذاب «کوچک زیباست» شوماخر (1974) در واکنش به پیامدهای نگران‌کننده رشد سریع اقتصادی پس از جنگ جهانی دوم مطرح شد. در نظریه، تولید باید در واحدهای کوچک‌تر و با استفاده اندک از سوخت‌های فسیلی و تجدیدنابذیر، نیازهای بشریت را تأمین کند، همچنین مردم‌محور باشد و خلاقیت انسان را تسهیل کند. اندیشه شوماخر تأثیر ماندگاری در نظریه توسعه به‌ویژه رویکردهای توسعه «جایگزین» داشته است (Weaver, 2012: 85-89). این‌گونه بود که در اوایل دهه ۱۹۸۰، بسیاری از منتقدان گردشگری انبوه تفکر «کوچک زیباست» را به‌منزله یکی از ویژگی‌های بنیادین گردشگری جایگزین یا توسعه پایداری گردشگری در نظر گرفته‌اند؛ زیرا معتقد بودند این الگو بر مالکیت و مشارکت محلی و همچنین پایداری فرهنگی و زیست‌محیطی تأکید دارد و می‌تواند به پیامدهای منفی بازار گردشگری به‌سرعت واکنش نشان دهد (Harrison, 2012: 80-84).

برخی از منتقدان هم روند فوق را قبول ندارند و الگوی گردشگری کوچک مقیاس را مستعد بسیاری از مشکلاتی می‌دانند که در گردشگری انبوه نیز وجود دارد و در مقابل، اعتقاد دارند که توسعه گردشگری پایداری باید گردشگری انبوه را هم شامل شود. بیگز (2002) در گزارش بانک جهانی، در مورد تأثیر گردشگری انبوه پایداری چنین نتیجه‌گیری کرد که به‌نظر نمی‌رسد شرکت‌های کوچک مقیاس در اشتغال‌زایی مؤثرتر از شرکت‌های بزرگ مقیاس عمل کنند. گودوین (2006) و میشل و اشلی (2010) معتقدند اگرچه نمونه‌های موفقیتی از گردشگری کوچک مقیاس، به‌ویژه در مرحله آغازین توسعه دیده می‌شود، ولی در کشورهای در حال توسعه نمونه‌های زیادی از آن‌ها را می‌توان نام برد که منجر به ناپایداری اقتصادی شده‌اند. در رد برتری مطلق یا مطلوبیت همیشگی الگوی کوچک مقیاس بر الگوی بزرگ مقیاس گردشگری می‌توان چنین استدلال کرد: ۱. اندازه بنگاه‌های کوچک چقدر است؟ این مورد به زاویه و رویکرد بستگی دارد که به بنگاه‌ها نگاه می‌شود. یک بنگاه در یک مکان می‌تواند کوچک مقیاس باشد، ولی در مقایسه با مکانی دیگر بزرگ مقیاس باشد (Harrison, 2012: 84)؛

۲. شاید نشت اقتصادی در بنگاه‌های کوچک گردشگری، که مالکیت محلی دارند، کمتر باشد. اما دستمزدها و آموزش در مجتمع‌های گردشگری، که حتی

1. Biggs

2. Mitchell & Ashley



پایداری نیستند، اگرچه مطمئناً بخشی از مشکل اند. ۵. به باور هال (2009) تلاش برای کاهش گردشگری به سطوح کوچک‌تر، ضداجماعی و تبعیض‌آمیز است و به‌طور کلی پذیرفتنی نیست؛ حتی اگر برخی از مقصدها به دلیل سطح پایین‌تر استفاده، کمی زیباتر به نظر آیند. چنین فرایندی به سرانه هزینه‌ها را افزایش می‌دهد و تقریباً به صورت اجتناب‌ناپذیری بسیاری از مردم را از بازار خارج می‌کند و گردشگری را به اندازه بازارهای دهه‌های ۱۹۲۰، ۱۹۳۰ و ۱۹۵۰ خواهد رساند (Butler, 2012: 90-94).

بنابراین در توسعه گردشگری و رسیدن به ترجیح کلی و پایدار برای مقصدها، استدلال «کوچک یا بزرگ زیباست»، به‌خودی‌خود معنا ندارد و ارتباط دادن پایداری فقط به اندازه و مقیاس فعالیت، چندان علمی به نظر نمی‌آید. نسخه توسعه اندازه بزرگ یا کوچک به‌سادگی برای همه مقصدها تجویزشدنی نیست و به ویژگی‌های متعدد فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی مقصد بستگی دارد. بنابراین، باید از اثبات تناسب کوچک = زیبا و بزرگ = زشت پرهیز و از محکومیت یا ستایش پیش‌فرضانه انواع خاص گردشگری خودداری شود. همان‌طور که کوچک حتماً زیبا نیست، بزرگ هم حتماً زشت نیست. بنابراین، الگوی کوچک‌مقیاس یا بزرگ‌مقیاس توسعه گردشگری بر یکدیگر اولویت و برتری ندارد. از نظر مدیریتی این‌که مقیاس‌های کوچک و بزرگ هر دو می‌توانند زیبا و پایدار باشند

اهمیت دارد. این نکته می‌تواند هدف جدیدی باشد که باید در برنامه‌ریزی مقصدها فهم و برای نیل به آن تلاش شود.

ارتباط گردشگری انبوه با گردشگری جایگزین؛ هم‌گرایی یا واگرایی

مضمون فراگیر «هم‌گرایی یا واگرایی گردشگری انبوه با گردشگری جایگزین» انتزاع یافته از ۱۱۴ کد اولیه و ۶ مضمون سازمان‌دهنده است که به شرح ذیل توصیف می‌شود. یکی از موضوعاتی که به تبیین بهتر چیستی و ماهیت گردشگری انبوه پایدار کمک می‌کند، بررسی هم‌گرایی یا واگرایی گردشگری انبوه با گردشگری جایگزین است. آیا این دو می‌توانند مکمل یکدیگر باشند یا وجود یکی منجر به نفی دیگری می‌شود؟ براساس دیدگاه‌های محتاطانه و انطباقی جعفری (۲۰۰۱)، برخی معتقدند که گردشگری جایگزین و انبوه دو قطب مخالف در پیوستار گردشگری هستند (Clarke, 1997). طرفداران گردشگری جایگزین عموماً بر مضرات گردشگری انبوه تمرکز می‌کنند و این نکته را فراموش می‌کنند که همواره گردشگری انبوه بدون برنامه و گردشگری جایگزین برنامه‌ریزی شده نیستند. بدین ترتیب در تقسیم‌بندی و تفکیک گردشگری انبوه و جایگزین نیز به تعامل و ارتباط میان دو بخش توجه نمی‌شود.

جدول ۴: مقایسه ویژگی‌های گردشگری انبوه و جایگزین به‌منزله دو قطب مخالف

ویژگی	گردشگری انبوه	گردشگری جایگزین
مبدأ	بازارهای مشخص	بدون بازار مشخص (از همه جا)
اندازه بازار	بزرگ‌تر و عمومی	کوچک‌تر و محدود به گروه‌های خاص
الگوی سفر	تورهای سازمان‌دهی شده	انفرادی، گروه‌های کوچک دوستانه و خانوادگی
شخصیت	درون‌گراتر	برون‌گراتر
انگیزه اصلی	تفریح، استراحت (3s)	علاقه ویژه، تجربه‌گرایی
تراکم زمانی	منطبق بر فصل‌های اوج و رکود سفر	بدون الگوی زمانی
مصرف‌گرایی	بالا و تأکید بر استانداردها	کنترل شده/ مصرف تولیدات محلی
برنامه سفر	ثابت	انعطاف‌پذیر
الگوی رفتاری	راحت/ منفعل/ پرسروصدا/ خرید/ بازدید از جاذبه	مطالبه‌گر/ مسئول/ آرام/ توجه به سوغات/ بازدید از مردم



ویژگی	گردشگری انبوه	گردشگری جایگزین
راهبردهای توسعه	الگوی توسعه	کوچک مقیاس / درون‌زا
	تراکم مکانی	پایین و پراکنده در سطح مقصد
	سرعت توسعه	تدریجی
	ساخت‌وساز	مرمت و احیای بناهای موجود
	توسعه‌دهنده	سرمایه‌گذار محلی
	نیروی کار	نیروی کار محلی
جاذبه	ویژگی	عمومی، ساختگی ^۱
	تأکید	به شدت تجاری شده
	مورد توجه	تنها گردشگران یا بیشتر گردشگران
	موقعیت	بیشتر مناطق شهری
اقامتگاه	اندازه	کوچک مقیاس
	ساختار فضایی	پراکنده در مناطق مختلف
	تعداد و تراکم	کم / بالا
	معماری	سبک بین‌المللی، تجاری
	مالکیت	غیر بومی، شرکت‌های بزرگ
اثرات	نقش گردشگری	مسلط بر اقتصاد محلی
	ارتباط	بیشتر برون منطقه‌ای
	تمرکز	تأثیرات اقتصادی
	نشت	گسترده
	فشار بر محیط زیست و فرهنگ	زیاد
	مشارکت جامعه محلی	اندک
	ضریب تکاثری	پایین
	سطح برنامه‌ریزی	ملی و منطقه‌ای
مدیریت	نظارت	از راه دور / خارجی / تحت کنترل
	مقررات	حداقل، کار راه‌انداز بخش خصوصی
	سیاست	بازار آزاد
	تأکیدات	رشد اقتصادی، سود، بخشی‌نگری
	مزیت رقابتی	صرفه به مقیاس / قیمت
	مهارت کارکنان	آموزش دیده و استاندارد
	نظارت	جامعه محلی / کنترل کمتر
	مقررات	گسترده، برای کاهش تأثیرات منفی در جامعه محلی
سیاست	مداخله عمومی	
تأکیدات	رفاه و پایداری جامعه محلی، یکپارچه، کلان	
مزیت رقابتی	کیفیت و تمایز	
مهارت کارکنان	طبیعی و اصیل	

اقتباس از (Sharpley & Telfer, 2008: 39-40 quote from Butler, 1990 Weaver, 2000:218; Lane,)

(1990; Ch & Hall, 2008: 65)



گفت که گردشگری جایگزین رقیب و جانشینی برای گردشگری انبوه نیست، بلکه درحقیقت مکمل آن است و می‌تواند به توسعه طبیعت‌گردی، گردشگری فرهنگی و گردشگری در مناطق حفاظت‌شده کمک کند (Weaver, 2012: 85-89). بنابراین ضرورت دارد تا در سیستم واحد گردشگری، گردشگری انبوه و جایگزین را دست‌کم به منزله ابعاد بالقوه هم‌افزا به رسمیت بشناسیم و این اصل را در اصول برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری برای هر مقصد بگنجانیم. این نکته نشان می‌دهد که همه مقصدها به صورت مستقیم و غیرمستقیم با هر دو نوع گردشگری تلاقی دارند و این تقاطع‌ها ممکن است ظرفیت‌های مثبتی ایجاد کنند.

ب) چرایی گردشگری انبوه پایدار رشد فزاینده گردشگری هم‌زمان از عرضه و تقاضا

این مضمون فراگیر از ۲۴ کد اولیه و ۲ مضمون سازمان‌دهنده «رشد تقاضای جریان گردشگری» و «تمایل روزافزون مقصدها برای رشد» انتزاع یافته است. واقعیت جریان امروز گردشگری این است که حجم گردشگران بین‌المللی دائماً در حال افزایش است؛ به گونه‌ای که بررسی داده‌های بیست‌ساله (۲۰۰۰-۲۰۱۹) مبین اضافه‌شدن میانگین ۴۰ میلیون گردشگر در هر سال است (WTO, 2020).^۵ این عدد فقط شامل گردشگرانی است که بین کشورها در حال مسافرت‌اند و افزایش کمی گردشگران داخلی را دربر نمی‌گیرد. به تبع آن، مقصدهای جدیدی برای پاسخ به این حجم بالا در حال شکل‌گیری هستند. همچنین گردشگری در عرصه بین‌المللی صنعت دانسته می‌شود و مهم‌ترین اصل در صنعت، نگاه اقتصادی به آن است. بنابراین بی‌شک تعداد و حجم گردشگر برای سودآوری آن اهمیت دارد و در عمل این اتفاق در بیشتر مقصدها رخ می‌دهد. به بیان دیگر، قانع‌کننده‌ترین دلیل برای پذیرش گردشگری به منزله راهبرد توسعه، نقش بالقوه آن در اقتصاد است که منبع درآمد ارزی و اشتغال کشورها (Sharpley, 2009: 40)، به ویژه کشورهای در حال توسعه، به‌شمار می‌رود. بنابراین، ضرورت دارد که برای مدیریت رشد فزاینده تقاضا و همچنین نیاز مقصدها، در کنار توجه به انواع گردشگری کوچک‌مقیاس، اقداماتی انجام شود تا بر پایدارتر کردن گردشگری انبوه هم اثرگذار باشند.

به باور ویور (2001) از نظر منطقی بوم‌گردی،^۱ نماد شاخص گردشگری جایگزین، چه در واقعیت و چه در انتزاع می‌تواند گونه‌ای از اشکال گردشگری انبوه محسوب شود، نه عکس آن؛ زیرا گردشگری جایگزین، به ویژه بوم‌گردی آسان،^۲ بسیاری از ویژگی‌های گردشگری انبوه همچون تعداد بازدیدکنندگان، اهداف سفر و سطح خدمات را دارد؛ تاجایی که برخی صفت انبوه را به بوم‌گردی افزوده‌اند. ویور و لوتن^۳ (2002) نشان می‌دهند بوم‌گردان سازمان‌دهی شده برای دریافت رضایت بیشینه، در طول روز حاضرند به فعالیت‌های سخت و تخصصی طبیعت‌گردی (پیاده‌روی بلندمدت) پردازند و شب‌ها از خدمات و امکاناتی (شام مفصل، ماساژ، تخت‌های راحت) استفاده کنند که معمولاً در گردشگری انبوه دیده می‌شود (Weaver, 2014: 13).

به نظر ویور (2004) برخی بر این باورند که گردشگری جایگزین جانشین گردشگری انبوه نیست؛ زیرا شمار اندکی از گردشگران جایگزین، که اغلبشان را افراد متمول تشکیل می‌دهند، سبب جلب منافع مالی و در نتیجه خسارت کمتر به محیط زیست طبیعی می‌شوند. باین حال، نمی‌توان انتظار داشت که گردشگری انبوه کاملاً متوقف شده و جایگاه آن را گردشگری جایگزین به خود اختصاص دهد؛ زیرا کوچک‌مقیاس بودن، پراکنش جغرافیایی پروژه‌های گردشگری جایگزین و خاص بودن مشتریان مانع از این می‌شود که جایگزین مناسبی برای گردشگری انبوه باشد.

در جست‌وجوی رابطه گردشگری انبوه و جایگزین (دو گونه گردشگری به ظاهر متضاد اما بالقوه مکمل) باتلر (1992) و ویور (2014) از منطق دیالکتیک هگلی نیز بهره گرفته‌اند. ویور معتقد است هم‌گرایی آتی گردشگری انبوه و جایگزین اجتناب‌ناپذیر است؛ زیرا نقاط قوت و ضعف هریک به‌طور فزاینده‌ای آشکار و اتکا به مواضع قطبی آن‌ها تحقق‌ناپذیر است. ویور (2001) و هرناندز^۴ و همکاران (2016) به رابطه دوسویه گردشگری انبوه و جایگزین پرداخته‌اند و نشان دادند که گردشگری انبوه می‌تواند بازار تقاضای گردشگری جایگزین را برای بلندمدت تأمین کند و در مقابل، گردشگری جایگزین می‌تواند به تنوع محصولات گردشگری انبوه بیفزاید و مشاهده و یادگیری از طبیعت را برای گردشگران به ارمغان آورد. بنابراین، می‌توان

1. Ecotourism
2. Soft Ecotourism
3. Lawton
4. Hernandez



ویور (2007) نشانه‌هایی از انطباقی فرصت‌طلبانه را در گردشگری انبوه به‌نسبت روندها و تحولات فناوری شناسایی می‌کند که ارزش‌های اساسی سرمایه‌داری و رشد را تهدید نمی‌کنند. تداوم نوآوری‌های فناورانه برای بهره‌گیری از انرژی‌های پاک و صرفه‌جویی در انرژی همچون استفاده از پنل‌های خورشیدی و لامپ‌های کم‌مصرف، سیستم‌های جدیدتر پسماند و فاضلاب، آب‌های خاکستری و بازچرخانی آن، افزایش قیمت منابع تجدیدناپذیر، استفاده مجدد از برخی موارد مصرفی (مانند حوله‌ها در هتل)، ارتقای حساسیت‌های زیست‌محیطی در بین عموم مردم و سایر ابتکارات زیست‌محیطی حاکی از آن است که این روند ادامه خواهد یافت (Weaver, 2012: 85-89). همچنین پذیرش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها فرصت بزرگی برای تعهدات اخلاقی فراهم ساخته تا در سطحی بالاتر ارتقای‌پذیری در گردشگری انبوه نیز دنبال شود (Weaver, 2012: 63-74).

محدودیت‌های الگوی گردشگری جایگزین

این مضمون فراگیر برآمده از ۷۶ کد اولیه و ۳ مضمون سازمان‌دهنده «تردید در کارکرد واقعی گردشگری جایگزین»، «گردشگری جایگزین به‌منزله بخشی از سیستم گردشگری انبوه» و «معیب کسب‌وکارهای کوچک مقیاس گردشگری» است که به شرح ذیل توصیف می‌شود.

گردشگری جایگزین نیز مانند واژه توسعه‌پذیر بسیار تفسیرپذیر است. پرسش اصلی این است که این نوع گردشگری جایگزین چیست؟ بی‌شک جایگزینی برای همه گونه‌های گردشگری نیست، ولی دست‌کم جایگزینی برای نامطلوب‌ترین گونه گردشگری است. ترویج گونه‌ای از گردشگری به‌منزله راه‌حلی برای مشکلات متعدد، که ناشی از توسعه گسترده و طولانی‌مدت گردشگری است، به‌نوعی شبیه تبلیغ برای فروش نوش‌دارو و اکسیر جوانی است. موضوعی که باتلر (1990) فقط سه‌سال پس از نشر گزارش برانتلند در مقاله شجاعانه‌اش، از آن با عنوان اسب تروجان^۲ نام می‌برد. ارزش واقعی گردشگری جایگزین این است که به‌جای تلاش برای خط قرمز کشیدن روی گردشگری انبوه و تلاش برای جایگزین شدن، برای بهبود مشکلات موجود گردشگری واقع‌بینانه‌تر تلاش کند.

این ادعا، که گردشگری جایگزین جانشینی برای گردشگری انبوه است، مانند این است که ادعا شود

دلایل توجه و تفکر مجدد به گردشگری انبوه

یکی از مضامین فراگیری که در بخش چرایی گردشگری انبوه دسته‌بندی شده است مضمون فراگیر دلایل توجه و تفکر مجدد به گردشگری انبوه است که از ۱۱۱ کد اولیه و ۶ کد سازمان‌دهنده انتزاع یافته است. فرصت‌هایی که گردشگری می‌تواند در آینده برای منافع اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی فراهم سازد به تصمیم‌هایی بستگی دارد که امروز گرفته می‌شود. می‌توانیم تلاش کنیم برنامه‌ای، هرچند ناقص، منطبق بر اصول و فلسفه‌پذیری برای توسعه گردشگری تنظیم کنیم یا خود را کنار بکشیم و اجازه دهیم تا گردشگری خودجوش رشد کند و برای رخ‌دادن بهترین اتفاقات، فقط نظاره‌گری امیدوار باشیم. اگر در دوران رشد گردشگری، جهت‌گیری‌های روشنی برای توسعه‌پذیر تعریف نشوند، شاید هرگز فرصت دیگری به‌دست نیاید (Edgell et al., 2008: 130). در این‌باره، ویور (2014) به شکل هوشمندانه‌ای این پرسش را مطرح می‌کند که آیا تلاش برای دنبال کردن گردشگری پایدار ارزشمند است یا صرفاً حواس‌پرتی‌ای بی‌ثمر است؟ او هم نتیجه‌گیری مشابه می‌کند که رهاکردن آن عملاً نتایج ناپایداری را تشدید می‌کند (Weaver, 2014: 510-521). از طرفی باید پذیریم که هرگونه مفهوم‌سازی از گردشگری پایدار باید این قابلیت را داشته باشد که همراه با گردشگری جایگزین، تمایل به خلق گردشگری انبوه پایدار نیز داشته باشد. برخی از صاحب‌نظران باور دارند که تاکنون و در اغلب اوقات، مراکز دانشگاهی و نهادهای غیردولتی «فیل داخل اتاق»^۱ را نادیده گرفتند و بر روی طرح‌های کوچک مقیاس پایدار متمرکز شدند، شرایطی که نمی‌توان از آن دفاع کرد (Harrison & Sharpley, 2017: 6).

برخی بر این باورند که شرکت‌های بزرگ، که گردشگری انبوه در دستشان است، در واقعیت به‌نسبت شرکت‌های کوچک مقیاس در شرایط بهتری قرار دارند تا اقدامات پایدار را تسهیل کنند. توان مالی به آن‌ها اجازه می‌دهد که برنامه‌های آموزشی و ارزیابی منابع را اجرا کنند و به شیوه‌هایی مؤثر و سودآور پسماند و مواد زائد را بازیافت کنند (Weaver, 2000; 2012; Goodall, 1992; Clarke, 1997). تمرکز مکانی و صرفه‌های مقیاس مزیت‌های واقعی هستند که به آنان کمک می‌کنند اقدامات انطباقی تقویت‌کننده‌ی‌پذیری را راحت‌تر انجام دهند.

2. Trojan Horse

1. "Elephant in the Room"



سرانگشت جانشین بالاتنه^۱ است (Weaver, 2017: 66). در حالت واقع‌گرایانه، ما نمی‌توانیم و نباید گردشگری انبوه را حذف کنیم؛ زیرا گردشگری جایگزین از نظر اقتصادی، پاسخ به نیازهای بازار یا حتی پشتیبانی^۲ نمی‌تواند جایگزین گردشگری انبوه شود. از آنجاکه سهم کمی از بازدیدکنندگان در حلقه گردشگری جایگزین قرار می‌گیرد، این الگو کوچک‌تر از آن است که نقش شایان توجهی در توسعه اقتصاد محلی یا بهبود کیفیت زندگی ساکنان داشته باشد (Butler, 1990). جوامع بومی کوچک فاقد منابع و مهارت‌های لازم برای رقابت در جذب و ارضای نیاز جریانی مکنی از گردشگران هستند. همچنین شرکت‌های کوچک مقیاس، که عمدتاً هسته اصلی گردشگری جایگزین را تشکیل می‌دهند، سابقه نرخ بالای شکست را نشان داده‌اند (Naumov & Green, 2014: 1; Weaver, 2014: 510-521). مشکلات اصلی آنان عبارت‌اند از: شناسایی بازار، دستیابی به آن به‌تعمد و حفظ بازار در اندازه قابل قبول برای بهره‌برداری بلندمدت؛ موضوعی که اگر برطرف نشود، باتلر ادامه روند را امید واهی^۳ می‌خواند (Butler, 1990).

از نظر ویور (2014) گردشگری جایگزین نمی‌تواند دربرگیرنده ویژگی‌های گردشگری انبوه باشد، بدون این‌که هویت اصلی خود را به‌منزله گردشگری جایگزین به خطر نیندازد. او معتقد است که گردشگری جایگزین در معنای حقیقی خود، بیشتر از آن‌که هویتی مستقل باشد دنباله گردشگری انبوه است؛ چنان‌که با اشاره به گفته پیرس^۴ (1992) گردشگری جایگزین بدون خدمات ترازیت، که شرکت‌های بزرگ حمل‌ونقل ارائه می‌کنند، وجود ندارد. هم‌اکنون این شبکه‌های ارتباطی، اطلاعاتی و مالی گسترده در نظام بازار انبوه جهانی وجود دارند که گردشگری جایگزین وابسته به آن‌هاست و از آن‌ها خدمت دریافت می‌کند (Weaver, 2012: 85-89; 2014: 131; 2017: 66).

علاوه‌براین، در طول زمان در گردشگری جایگزین نیز مانند گردشگری انبوه نشانه‌هایی از ناپایداری نمایان شده است و پایداری ذاتی آن بسیار محل بحث است (Butler, 1990; Smith & Eadington, 1992; Jafari, 2001). گودوین (2006) و میشل و اشلی (2010) و بوچر (2009) در مورد پایداری اقتصادی

و اشتغال‌زایی گردشگری جایگزین، که از مهم‌ترین اهداف و ملموس‌ترین انتظارات جوامع محلی برای مشارکت در توسعه آن است، تردیدهایی را مطرح کرده‌اند (Harrison, 2012: 80-84; بوچر، ۱۳۹۵: ۲۱۴-۲۱۳). عملکرد در مقیاس‌های کوچک حاکی از قدرت محدود چانه‌زنی و سطح پایین تجربه و مهارت مربوط به گردشگری است که احتمال شکل‌گیری استانداردهای ضعیف خدمات و نارضایتی بازدیدکنندگان را افزایش می‌دهد.

از طرفی بستریایی که گردشگری جایگزین تمایل به گزینش و توسعه در آن‌ها دارد، عمدتاً مناطق بکر و دست‌نخورده طبیعی و اجتماعی هستند که میزان آسیب‌پذیری آن‌ها از حضور گردشگران بسیار بیشتر از مقصدهای متداول و آماده است. برای نمونه مکلئود^۵ (1998) به ماهیت ناخوانده و مختل‌کننده تماس میان گردشگران و ساکنان محلی و تضادهای جوامع در توزیع منافع اشاره دارد. باتلر (1992) به افزایش خطر پیامدهای منفی به دلیل گشت‌وگذار بازدیدکنندگان در مکان‌های بکر و شکننده و بکن و هی^۶ (2012) از سرانه بالای این سفرها در تحمیل هزینه‌های جهانی محیط زیست از طریق تولید کربن و بوچر (2003) در حمایت سمن‌ها (ان‌جی‌او) از پروژه‌های جامعه‌محور با گرایش‌های امپریالیستی اشاره دارد که به حفظ سبک زندگی سنتی بدون در نظر گرفتن آرمان‌های ساکنان آن‌ها منجر می‌شود. چنین است که باتلر (1990) و ویلر (1991) شرایط گردشگری جایگزین را فقط راه‌حل خرد برای مشکلات کلان جریان گردشگری بیان کرده‌اند (Weaver, 2012: 85-89). حال آن‌که مشکل کلان و در مقیاس جهانی، تولید و مصرف بی‌رویه و ناپایدار گردشگری است (Sharpley, 2020).

بحث و نتیجه‌گیری

تیین چپستی و چرایی پایداری در گردشگری انبوه، رسالت اصلی و دغدغه مهم این پژوهش بود که تلاش شد با روش تحلیل مضمون، اندیشه‌های مرتبط در ادبیات گردشگری، دسته‌بندی و زوایای موضوع تا حد امکان روشن شود. در ارتباط با چپستی و ماهیت گردشگری انبوه پایدار، کدها و مضامین شناسایی شده ذیل پنج مضمون فراگیر دسته‌بندی شدند. مضمون «پایداری به عنوان مفهومی فراگیر» توصیف شد و نشان داده شد که گردشگری انبوه نیز ذیل مفهوم

1. A Fingertip is an Alternative to a Torso
2. Logistic
3. Pious Hope
4. Appendage
5. Peers

6. Macleod

7. Becken & Hay



مجدد به گردشگری انبوه» همگی ادله‌هایی محکم برای اهمیت‌داشتن و پرداختن به موضوع پایداری در گردشگری انبوه بوده‌اند. نکته‌ای که در پژوهش‌های سینگ (2012) و ویور (2012)، به‌منزله یافته علمی تأکید شده است. بنابراین، اندیشیدن برای تقویت پایداری در گردشگری انبوه اهمیتی فراوان دارد و این موضوعی است که پژوهش حاضر بر آن تأکید داشته است.

بیان و اهمیت‌دادن به پایداری در گردشگری انبوه، به‌هیچ‌وجه نفی قابلیت‌ها و تلاش گردشگری جایگزین برای رسیدن به توسعه گردشگری پایدار نیست. مهم پرده‌برداری از غفلتی است که نسبت به تحقق پایداری در گردشگری انبوه طی پنج دهه اخیر انجام شده است. پرداختن به این موضوع، به‌نوعی دیدن نیمهٔ پر لیوان است. هدف این است که به‌جای انکار کامل آن، رویکردی واقع‌گرایانه به‌منظور بهبود گردشگری انبوه شکل گیرد. در این پژوهش تلاش شد ثابت شود که باید از تمامی ظرفیت‌ها استفاده کرد و تغییر در فرایندها و مفاهیم گردشگری انبوه، حتی به شکل اندک و تدریجی، نیز حائز اهمیت است، نکته‌ای که با افکار کوهن (1987) و ویور (2006، 2014) منطبق است. گردشگری انبوه در کنار مضرات، مزایای چشمگیر و گسترده‌ای دارد که در صورت مدیریت مناسب و یکپارچه می‌تواند برای توسعه گردشگری، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، اثربخش باشد. نکته‌ای که با یافته‌های باتلر (1990)، اسواربروک (2000)، ویور (2012؛ 2000؛ 2017)، تلفر و شارپلی (2009) و شارپلی (2009) همسوست.

در پایان نویسندگان امیدوارند که این پژوهش، که در نوع خود اولین پژوهش در حوزه مطالعات گردشگری انبوه در ایران است، توانسته باشد بنیان و دست‌مایه‌ای را برای انجام مطالعات تکمیلی در حوزه نظری و اجرایی توسعه گردشگری انبوه پایدار فراهم آورد.

منابع

ابراهیم‌پور، احد، زیاری، کرامت‌الله، حاتمی‌نژاد، حسین و پورااحمد، احمد (۱۳۹۹). الگوریتم پیشنهادی برای تشخیص جایگاه مقصد گردشگری در چرخه حیات گردشگری شهری. (۱)۷، ۱۷-۳۵.

بایبری، جعفر (۱۳۹۵). اندیشه‌های فلسفی در گردشگری. تهران: مه‌کامه.

توسعه گردشگری پایدار قابلیت مطالعه و مطالبه دارد. مضمون «پایداری به‌منزله پیوستار» کمک می‌کند بپذیریم که گردشگری پایدار یک طیف از ضعیف تا قوی است. رویکرد و تفکری است که پیاده‌سازی آن شدت و ضعف دارد. ذی‌نفعان مختلف به گردشگری پایدار دیدگاه‌های متفاوتی دارند. افراد فعال در صنعت بیشتر نگاه اقتصادی به آن دارند و رسانه‌ها، فعالان اجتماعی و زیست‌محیطی بیشتر نگاهشان به تأثیرات زیست‌محیطی و اجتماعی است.

سومین مضمون فراگیر شناسایی شده در پژوهش، مضمون «ریشه‌های تئوریک شکل‌گیری گردشگری انبوه پایدار» بود و بیان کرد که هفت نظریه و الگوی معتبر در ادبیات پژوهش وجود دارد که ابعاد مفهوم گردشگری انبوه پایدار را می‌توان از آن‌ها استخراج کرد. از دیگر مضامین فراگیر انتزاع‌شده، مضمون «هم‌گرایی یا واگرایی گردشگری انبوه با گردشگری جایگزین» بود که نشان داد برخلاف تصور واگرایی، این دو الگو با هم هم‌گرا هستند. همچنین در توصیف مضمون «عدم ترجیح الگوی توسعه بزرگ یا کوچک مقیاس گردشگری» گفته شد که مقیاس کوچک (جایگزین) یا بزرگ (انبوه) بودن نگاه‌های گردشگری به‌خود تأثیری در پایداری و ناپایداری ندارد. برخی از اندیشمندان و نهادها این نکته را القا کرده‌اند که گردشگری پایدار فقط پیاده‌سازی نوع خاصی از گردشگری است که به تأثیرات زیست‌محیطی و اجتماعی حساس‌اند و بر محصولات و خدمت‌دهندگانی دلالت دارند که معمولاً کوچک‌مقیاس هستند. این سوءتفاهم خطرناکی است. باید بپذیریم که عبارت گردشگری پایدار به معنای گردشگری مبتنی بر اصول توسعه پایدار است. این اصطلاح باید در کل سیستم گردشگری و نه نوع خاصی از گردشگری و به شکل عملی اجرا شود. از نظر مدیریتی آنچه اهمیت دارد این است که هر دو می‌توانند پایدار - زیبا - باشند. این نکته می‌تواند هدف جدیدی باشد که در برنامه‌ریزی مقصدها فهم و برای نیل به آن تلاش شود.

در ادامه پاسخ به پرسش اصلی پژوهش و مرتبط با چرایی پرداختن به موضوع پایداری در گردشگری انبوه، کدها و مضامین شناسایی شده ذیل سه مضمون فراگیر دسته‌بندی شدند. «رشد فزاینده گردشگری هم‌زمان در ابعاد عرضه و تقاضا»، عملکرد ناقص و نتایج بعضاً متناقض الگوی گردشگری جایگزین با اصول پایداری ذیل مضمون «محدودیت‌های الگوی گردشگری جایگزین» و همچنین مضمون «توجه و تأمل

- Becken, S., & Hay, J. (2012). *Climate Change and Tourism. From Policy to Practice* (1st Ed.). Routledge.
- Boyd, S. W. (2006). *The TALC Model and its Application to National Parks: A Canadian Example. The Tourism Area Life Cycle, Vol. 1: Applications and Modifications*, edited by Richard Butler, Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications, P. 119-138.
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of tourism research*, 39(2), 528-546.
- Butcher, J. (2003). *The Moralisation of Tourism: Sun, Sand . . . and Saving of the World*. London: Routledge.
- Butler, R. (1990). Alternative Tourism: Pious Hope or Trojan horse? *Journal of tourism research*, 3, 40-45.
- Butler, R. (1992). Alternative Tourism: The Thin End of the Wedge. In *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*, edited by V. Smith and W. Eadington. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, pp. 31-46
- Butler, R. (Ed.). (2006). *the tourism area life cycle* (Vol. 1). Channel view publications.
- Butler, R. (2012). Small is beautiful, but size can be important. *Aspects of tourism: Critical debates in tourism*, 90-93.
- Clarke, J. (1997). A framework of approaches to sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5, 224-233.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Cohen, E. (1987). "Alternative tourism"—A critique. *Tourism Recreation Research*, 12(2), 13-18.
- تصدیقی، بهروز (۱۳۸۲). توسعه پایدار: مبانی فلسفی و تحلیل آن از دیدگاه اکولوژیست‌ها و اکونومیست‌ها. دفتر بررسی‌های اقتصاد. کد موضوعی ۴۱۰. شماره مسلسل ۶۵۹۰. <https://rc.majlis.ir>
- جعفری، حسن، عابدی، تسلیمی، محمدسعید، فقیهی، ابوالحسن و شیخ‌زاده، محمد (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی. اندیشه مدیریت راهبردی، ۲۵(۲)، ص ۱۵۱-۱۹۸.
- زاهدی، شمس‌السادات و نجفی، غلامعلی (۱۳۸۴). بسط مفهومی توسعه پایدار. فصل‌نامه مدرس علوم انسانی. ۱۰(۴)، ص ۴۳-۷۶.
- شارپلی، ریچارد (۱۳۹۵). توسعه گردشگری و محیط زیست. ترجمه یاسر رمضان‌نژاد و علی پورقیومی. تهران: مهکامه.
- شفیعی، زاهد، فرخیان، فیروزه، رجایی‌ریزی، محمدعلی و موغلی، مرضیه (۱۳۹۵). گردشگری پایدار از تئوری تا تحقق: یک رویکرد انتقادی. فصل‌نامه جغرافیا، ۱۴(۴۹)، ص ۱۵۳-۱۷۱.
- ضیایی، محمود و تراب‌احمدی، مژگان (۱۳۹۱). شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی. تهران: علوم اجتماعی.
- ضیایی، محمود، زندگی، ابتهال، عباس‌پور، نیلوفر و مرجان عبدی (۱۳۹۳). توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه دو مکتب ایده‌آلیسم و پراگماتیسم. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳(۸)، ۱۱-۳۰.
- ضیایی، محمود و عباسی، دیاکو (۱۳۹۷). چالش‌ها و رویکردهای توسعه گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲۴)، ص ۸-۳۷.
- قدمی، محسن (۱۳۹۴). آسیب‌شناسی چالش‌های توسعه پایدار گردشگری. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۸(۱)، ص ۸۵-۹۷.
- مهدوی، داود، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و سجاسی قیداری، حمداله (۱۳۹۳). ارزیابی فرایند توسعه گردشگری روستاهای تاریخی - فرهنگی با استفاده از مدل چرخه حیات گردشگری مقصد. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳(۱۰)، ۱۱-۳۲.
- ویلیامز، استفان (۱۳۸۸). جغرافیای گردشگری. ترجمه محمود ضیایی. تهران: پیام‌نور.





- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism* Routledge. London and New York.
- Jafari, J. (2001). The scientification of tourism. In: Smith, V. and Brent, M. (Eds) *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century*. Cognizant, New York, P 28-41.
- Lagiewski, R. M. (2006). The application of the TALC model: A literature survey. *The tourism area life cycle*, 1, 27-50.
- Lane, B. (1990, November). Sustaining host areas, holiday makers and operators alike. In Conference Proceedings, *Sustainable Tourism Development Conference*.
- Lesar, L., Weaver, D.B., & Gardiner, S. (2020). *From Spectrum to Multiverse: A New Perspective on the Diversity of Quality Control Tools for Sustainable Tourism Theory and Practice*. *Journal of Travel Research*, 59, P 424 - 449.
- Lew, Alan; Hall, Michael and Allan M. Williams (2004). A Companion to Tourism. Blackwell Publishing Research, 12(2), 13-18.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of sustainable tourism*, 11(6), 459-475.
- McCool, S. F., & Moisey, R. N. (Eds.). (2008). *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment*. Cabi.
- Medlik, S. (2003). *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*. Third edition. Butterworth-Heinemann. Great Britain.
- Naumov, N., & Green, D. (2014). *Mass tourism*. *Encyclopedia of Tourism*. Springer.
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M. V., & Hernández-Lara, A. B. (2019). Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(5), 1377.
- Ch, C., & Hall, C. M. (2008). Contemporary tourism: an international approach. *New Zealand*.
- Edgell Sr, D. L., & Swanson, J. R. (2013). *Tourism policy and planning: Yesterday, today, and tomorrow*. Routledge.
- Goodall, B. (1992). Environmental auditing for tourism. *Environmental auditing for tourism*. 60-74.
- Goodwin, H. (2011). *Taking responsibility for tourism* (pp. 1-256). Woodeaton: Goodfellow Publishers Limited.
- Goffi, G., Cuculelli, M., & Masiero, L. (2019). Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability. *Journal of cleaner production*, 209, 101-115.
- Harrison, D. (2012). Tourism: Is small beautiful. *Critical debates in tourism*, 57, 80.
- Harrison, D., & Sharpley, R. (Eds.). (2017). *Mass tourism in a small world*. Cabi.
- Hernández, J. M., Suárez-Vega, R., & Santana-Jiménez, Y. (2016). The inter-relationship between rural and mass tourism: The case of Catalonia, Spain. *Tourism management*, 54, 43-57.
- Holden, A., & Ewen, M (2002). Understanding the motivations of ecotourists. *International journal of tourism research*, 4, 435-46.
- Huang, R. Y., Chang, W. J., Chung, Y. C., Yin, Y. S., & Yen, J. C. (2019). A Literature Review of Sustainable Tourism (1990-2016): Development Trajectory and Framework. *Int. J. Tour. Res*, 6, 20-49.
- Hunter, C. (2002). Sustainable tourism and the touristic ecological footprint. *Environment, development and sustainability*, 4(1), 7-20

- Vainikka, V. (2015). Rethinking mass tourism: Professional discourses of contemporary mass tourism and destinations. *Nordia Geographical Publications*, 44(2), 99-99.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.
- Weaver, D. B. (2000). A broad context model of destination development scenarios. *Tourism management*, 21(3), 217-224.
- Weaver, D. B. (2001). Ecotourism as mass tourism: Contradiction or reality? *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 42(2), 104-112.
- Weaver, D. B. (2006). *Sustainable tourism. Theory and practice*. London: Butterworth-Heinemann.
- Weaver, D. B. (2012). Clearing the path to sustainable mass tourism: A response to Peeters. *Tourism Management*, 33(5), 1042-1043.
- Weaver, D. B. (2014). Asymmetrical dialectics of sustainable tourism: Toward enlightened mass tourism. *Journal of Travel Research*, 53(2), 131-140.
- Weaver, D. (2017). Sustainability and mass tourism: A contradiction in terms. *Mass tourism in a small world*, 63-74.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2017). A new visitation paradigm for protected areas. *Tourism Management*, 60, 140-146.
- Weaver, B. D. (2004). Tourism and the Elusive Paradigm of Sustainable Development. In Alan A. Lew, C. Michael Hall, Allan M. Williams. *A Companion to Tourism*. Blackwell Publishing Ltd. Chapter 41. (pp. 510-521).
- Wheeller, B. (2012). Sustainable Mass Tourism: More Smudge than Nudge - *The Canard Continues*. In Tej Vir Singh, Critical Debates in Tourism (P 90-99). Aspects of Tourism. Channel View Publications.
- O'Riordan, T. (1981). *Environmentalism*. 2nd Edition. London: Pion.
- Porritt, J. (2007). *Capitalism as If the World Matters*. London: Earthscan.
- Redclift, M. R. (1987). Sustainable development: exploring the contradictions (London, New York: Methuen).
- Robinson, J. (2004). Squaring the circle? Some thoughts on the idea of sustainable development. *Ecological Economics*. 48(4), 369-384.
- Rogers, P., Jalal, K. and Boyd, J. (2008). *An Introduction to Sustainable Development*. London: Earthscan.
- Sharpley, R. & Telfer, D. (2008). *Tourism and Development in the Developing World*. Routledge Perspectives on Development.
- Sharpley, R. (2009). Tourism development and the environment: *Beyond sustainability?* Routledge.
- Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of sustainable tourism*, 28(11), 1932-1946. www.tandfonline.com/loi/rsus20
- Smith, V. L., & Eadington, W. R. (Eds.). (1992). *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Swarbrooke, J. (2000). *Sustainable Tourism Management*. Reprinted. CABI Publishing.
- Twining-Ward, L., & Butler, R. (2002). Implementing STD on a small island: Development and use of sustainable tourism development indicators in Samoa. *Journal of sustainable tourism*, 10(5), 363-387.
- United Nations (1987). Our Common Future. Report of the World Commission on Environment and Development. <https://digitalibrary.un.org>



Xing, Y., & Dangerfield, B. (2018). Modelling the sustainability of mass tourism in island tourist economies. *In System Dynamics* (pp. 303-327). Palgrave Macmillan, London.

Wilkinson, S.J. (2012). *Conceptual understanding of sustainability in Australian Construction firms*. Conference Paper. www.researchgate.net/publication/291832798.

Xing, Y. (2006). *Exploring the sustainability of mass tourism in island tourist economies: a system dynamics approach*. University of Salford, Greater Manchester, UK

