

تبیین عوامل اجتماعی موثر بر توسعه صنعت گردشگری با تاکید بر برنامه ها و نظریه های توسعه (مورد مطالعه: کاوش در چهار برنامه اول توسعه بعد از انقلاب اسلامی)

مهدی مختارپور^۱

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل اجتماعی موثر بر توسعه صنعت گردشگری با تاکید بر نظریه های توسعه. روش پژوهش، کیفی، مطالعه اسنادی با ماهیتی اکتشافی - تبیینی و استفاده از تکنیک فیش برداری انجام شد. یافته ها نشان می دهد، عوامل اجتماعی در ایجاد یا ممانعت از ایجاد توسعه نقش بسزایی دارند. لذا هرگونه اقدامی در این جهت باید ملاحظیات فرهنگی به ویژه نظام ارزشی جامعه را مد نظر داشته باشد. پدیده بسیار مهمی همچون گردشگری که بر فرهنگ جوامع و همچنین رفاه میلیون ها انسان در سراسر دنیا اثر می گذارد، بدون نگاه جامعه شناختی، به طور دقیق، قابل شناسایی و درک نیست. دیدگاه های محافظه کارانه، توافقی و مصلحت اندیشانه که اکنون رایج و متداول شده، اغلب نگاهی تک بعدی به جهانگردی داشتند. این دیدگاه ها صرفاً بر یکی از ابعاد مثبت یا منفی جهانگردی متمرکز شده از توجه همزمان به هر دو بعد آن غافلند.

کلید واژه ها: گردشگری، توسعه، عوامل اجتماعی، صنعت گردشگری، نظریه های توسعه

^۱ استادیار گروه جامعه شناسی، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

بیان مسئله

در جهان امروز، صنعت توریسم، برخلاف گذشته، اهدافی فراتر از توسعه اقتصادی و سیاسی را در پی می‌گیرد. گردشگری در مقیاس ملی، بهترین وسیله برای پرورش هویت ملی انسان، میهن دوستی و همبستگی ملی و در مقیاس بین‌المللی، بهترین وسیله برای تکامل فرهنگی، گفتگوی تمدن‌ها، دوستی ملل و صلح جهانی به شمار می‌رود. به همین دلیل، برنامه ریزی و مدیریت گردشگری به نگرش عمیق جهانی و انسانی و روش‌های کارآمد و آینده‌نگریاز دارد. بنابر اعتقاد کاظمی، جهانگردی راهی برای حفظ صیانت میراث همگانی و فرهنگ جهانی، چرا که حساسیت جهانی به حفظ آثار فرهنگی و تاریخی و حمایت از الگوهای رفتاری و آداب و سنتی که به مرور رنگ باخته اند ارتقا می‌بخشد و از این رهگذر در راستای پایداری قدم بر می‌دارد (کاظمی، ۱۳۸۲: ۴۵). تجربه نشان داده است که هر کجا گردشگری بدون چارچوب برنامه ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد، دراز مدت مشکلات گردشگری، بیشتر از فوائد آن می‌شود (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۷۹: ۷۹).

هر کدام از عناصر سازنده فرهنگ ایران، در صورت مطالعه و معرفی، می‌تواند تبدیل به یک جاذبه برای صنعت گردشگری کشورمان شود. زیرا به لحاظ جاذبه‌های فرهنگی و گردشگری هر شهر از ایران دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشد. امروزه توسعه و ارتقای گردشگری به طور وسیعی بخصوص در کشورهای در حال توسعه پذیرفته شده و در دستور کار دولت‌ها قرار گرفته است. با عنایت به نظرات این نویسندگان چارلسن و جعفری، دوسویه بودن رابطه میان صنعت و جامعه میزبان و فرهنگ وی را، در قالب دو واژه فرهنگی شدن صنعت گردشگری و توریستی شدن فرهنگ جامعه میزبان تعبیر کرده‌اند و به گفته ناولز. دایانیتز والرجی که ارتباط پیوسته‌ای بین تمایلات اجتماعی و پیشرفت کشورها قائل است. لذا شناسایی و بررسی مولفه‌ها و شاخصه‌های اجتماعی موثر گامی در جهت تسریع توسعه گردشگری خواهد بود.

اهمیت و ضرورت تحقیق

امروزه این صنعت مبتنی بر سرمایه‌گذاری در زمان حال به منظور افزایش درآمد بیشتر در آینده است و بهترین کوشش هر کشور و ملت برای بسط و توسعه اقتصادی حجم سرمایه‌گذاری آن است. از این لحاظ باید گفت هزینه‌های آموزشی، پژوهشی و اداری برای توسعه صنعت جهانگردی، جنبه سرمایه‌گذاری، که حاصل و بهره آن در آینده آشکار خواهد شد، دارد. در بیانیه مانیل درباره گردشگری جهانی که سازمان گردشگری جهانی (Wto) آن را منتشر نموده، آمده است که گردشگری در مقیاس جهانی اش می‌تواند منجر به ایجاد اقتصاد جدید بین‌المللی گردد و این خود سبب کاهش شکاف عمیق اقتصادی بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و هم‌چنین سرعت بخشیدن به توسعه اقتصادی و اجتماعی به ویژه در کشورهای در حال توسعه می‌شود. (شارپلی و تفلر، ۲۰۰۲: ۱۳).

گردشگری مقدمه ای است با پیچیدگی های بسیار و از آنجا که در ارتباط مستقیم با مسائل انسانی است و افراد محوراصلی این مقوله محسوب می شوند و توجه به این نکته که گردشگری برای فرد گردشگر عواید مادی در بر نداشته و اشخاص جهات تقویت روحیه، استراحت و تفریح یا پژوهش اقدام به گردشگری می نمایند. بنابراین توجه به سهولت دسترسی به امکانات توسط افرادی که از کشورهای مختلف با فرهنگ ها و قوانین متفاوت وارد کشور مقصد می شوند و با تفاوت ها و گاهی تناقضاتی روبرو می شوند حائز اهمیت بوده و در جهت جلب گردشگر و برداشتن موانع فرهنگی از سر راه گردشگر بسیار حایز اهمیت است. در این پژوهش به اهمیت برخی عوامل اجتماعی که در جهت تامین خواسته های گردشگران به حوزه ی جاذبه های فرهنگی از قبیل برگزاری مراسم و آیین ها همچنین مرمت و بازسازی و حفاظت از آثار باستانی و تاریخی دیدنی منطقه و از سویی، آماده سازی ذهنی و اجتماعی و آموزشی جامعه میزبان در جهت شناخت هویت و ارزش های فرهنگ بومی و استفاده از مشارکت مردمی و سازمانهای مسئول برای معرفی هویت تاریخ و فرهنگ منطقه. برنامه ویژه ای در دستور کار برنامه ریزان قرار می گیرد، پرداخته می شود.

تاریخچه گردشگری در ایران

ایران با توجه به تمدن کهن خود، از کشورهای صاحب تجربه و سابقه در گردشگری محسوب می شود. این سابقه با توجه به دو عامل اصلی قابل تحلیل است: یکی موقعیت جغرافیایی، سیاسی و جذابیت های متنوع و فراوان طبیعی، تاریخی و فرهنگی کشور و دیگری ویژگی های اخلاقی و فرهنگی و علاقه ای که ایرانیان به سیر و سفر و مهمان نوازی دارند. (شالچیان، ۱۳۷۲: ۱۲). در نمونه اسناد و مدارک به جا مانده در هنر و ادبیات روحیه میهمان نوازی و مسافر نوازی ایرانیان مورد تحسین قرار گرفته است بررسی های تاریخی نشان می دهد. که سیر و سفر در ایران قبل از دوران معاصر با بهره گیری از ویژگی های زیر، از رونق و اعتبار برخوردار بوده است:

- ساخت جاده های مناسب مانند راه شاهی در زمان داریوش و جاده ابریشم در زمان اشکانیان
- نصب میله های راهنما در مسیر راه ها
- گماردن کاروان مخصوص برای حفاظت و نگهداری جاده ها
- ساخت پل بر روی رودخانه ها که برای اولین بار در زمان کوروش کبیر صورت گرفت و مورد استفاده سیاحان واقع شد.
- حفر چاه های آب در بیابان ها برای تامین آسایش کاروان های تجاری و مسافران
- ایجاد پلیس سوار بیابان
- تهیه بروشورها و نقشه های راهنمای کاروانیان چه به لحاظ جنبه های اقتصادی، چه از نظر جغرافیایی و چه از نظر تاسیسات رفاهی مورد نیاز.
- احداث کاروان سراها برای استراحت و اقامت مسافران
- احداث تاسیسات رفاهی و درمانگاهها و محل های پذیرایی از مسافران به طریق وقف

- بهره مندی گردشگران از کمک های بی دریغ مردم و مهمان نوازی مردم محلی
- وجود امکان استراحت و گذراندن ایام نقاهت مسافران تا بهبودی کامل در استراحتگاه های وقفی
- برخورداری گردشگران از امنیت در طول سفر
- امکان استفاده از بستر طبیعت زیبا و دلکش و بهره گیری از مواهب جذاب طبیعی
- وجود بناهای دیدنی که مورد ستایش گردشگران قرار گرفته است.
- برخورداری گردشگران از مهمان دوستی و غریب نوازی های بی تعارف و تکلف
- فرهنگ غنی و تمدن والای ایرانیان (محقق داماد، ۱۳۷۶)

وجود مصونیت حقوقی برای اموال مسافر از تعرض و بازرسی، پرداخت غرامت و خسارت از سوی حاکم در صورت به سرقت رفتن اموال و اثاثیه همراه مسافر، نشان دهنده برخی از اشارات گردشگران به تسهیلات و مزایایی است که در طول قرون متمادی در کشور ما برای مسافران و گردشگران فراهم بوده است (همان).

در قرن هفدهم میلادی، مسافرت به صورت یک پدیده مهم اجتماعی درآمد و انگیزه های گوناگونی چون تجارت، علم، هنر، سیاست و مذهب، جهانگردان را به سوی مشرق زمین و به ویژه ایران روانه کرد (الوانی و پیروز بخت، ۱۳۸۵: ۵۳) آنان ایران را سرزمینی یافتند که مسافر خارجی را با عجایب خیال انگیز و جاذبه هایی مفتون کننده به خود جلب می کند، دانش پژوهان را با منابع فرهنگی دست نخورده و گنجینه های تاریخی اش سرشار می سازد و ... سرزمینی که شاردن ها، تارونیه ها، پیترو دلواله ها و صدها جهانگرد دیگر را عاشق پایبند خود ساخته است. سرزمینی که گوته را عاشق حافظ و دیدرو را عاشق سعدی، هایلدو پرون و نیچه را عاشق زرتشت ساخته است. براون را شیفته ادبیات و پوپ را واله هنر ایران و خلاصه عموم ایران پژوهان را ستایشگر گوهر ذاتی و تاریخ بزرگ ملت آن کرده است (انصاف پور، ۱۳۶۳).

در اوستا، کتاب دینی ایرانیان باستان موجبات آسایش فراهم نکردن برای مسافران جزء گناهان کبیره به شمار آمده است. از لابه لای اوراق به جا مانده و گفته های اقوام دیگر اینطور استنباط می شود که ایرانیان مردمانی بوده اند شاد زیست، آزاده، متمدن، و اهل دانش اندوزی و تبادل فرهنگی. در میان ادیان شناخته شده جهان شاید هیچ یک به اندازه اسلام توجه به سفر نداشته است. احکام شرع که برای زندگی حضری وضع می شود در مقام تطبیق با مقتضیات سفر تعدیل می گردد. در قرآن کریم سفر به دو انگیزه مورد نظر قرار گرفته است اول انگیزه آموزش یعنی تفقه در دین (آیه ۱۲۲، سوره توبه) دوم انگیزه بیداری دل و باز شدن چشم و گوش آدمی (آیه ۴۶، سوره حج) و عبرت گرفتن از سرگذشت اقوام و احوال گذشتگان (اقلا در ۱۰ موارد از قرآن). قرآن مجید، با به کارگیری واژه «سیر» در شکلها و هیات های گوناگون، دستور به گردشگری و جهان گردی می دهد: «قد خلت من قبلکم سنن فسیروا فی الارض ...» پیش از شما سنتهایی بوده است، پس بر روی زمین بگردید و و بنگرید ... (همان).

از مجموع این آیات و مانند آن می توان دریافت که: اصل مساله گردشگری و سیر و جهانگردی و نیز برداشت ژرف و عمیق از این سیر و سفر، مورد عنایت و توجه خداوند متعال در قرآن مجید است. یکی از واژه شناسان معاصر، در پی ریشه اصلی و معنای مشترک «سیر» بر آمده و نوشته است: «اصل یگانه در معنای این واژه حرکت و جریانی است که همراه با تدبر و تفکر باشد. بنابراین، اگر به آب روان «سیح» گفته می شود به این اعتبار است که آب جاری نرم و آرام راه می گشاید و به پیش می رود. از همین مقوله است، حرکت انسانها آن گاه که بر اساس اندیشه و توجه و وظیفه شناسی بین آنها و خداوند باشد. با این نگرش در خطاب آیه شریفه که می گوید «فسیحوا فی الارض» نکته ای لطیف و ظریف نهفته است.» گزیده سخن آن است که این واژه به معنای: گردشگر، حرکت همراه با آرامش و اندیشه، مسافر، جهانگرد و توریست، آمده است (همان). علامه طباطبایی می فرماید از این آیات چنین به دست می آید که سیر و سفر در زمین، امری پسندیده و مستحب در شریعت است. از اشارات آیات قرآنی و نیز از صراحت روایات بر می آید که: حضرت مسیح (ع) مصداق کامل و روشنی از گردشگران و جهانگردان دنیا به شمار می رود. روایتها و رهنمودهای رسیده از پیشوایان معصوم نیز گویای آن است که: پختگی و کمال و حقیقت یابی و رسیدن به عینیت و واقعیت در پرتو سیر و سفر و جهانگردی ممکن و میسر است و مسلمانان باید برای این بخش از زندگی نیز، برنامه ریزی کنند (ابوالقاسم یعقوبی، ۱۳۸۲).

از حضرت علی (ع) است، به مساله سیر و سفر و جدا شدن از وطن و زادگاه اشاره شده و گذشته از این سفر و گردشگری را تعالی بخش شمرده به فایده های پنجگانه آن نیز پرداخته است. ۱. غم زدایی و پیدایش نشاط و شادابی، ۲. فقرزدایی و رسیدن به زیستی شایسته، ۳. دانش آموزی و فراگیری تجربه، ۴. آشنایی با فرهنگها و آداب و رسوم و ۵. دوست یابی و شناخت یاران نیک و بزرگوار (همان).

در زمان حکومت سلجوقیان، به ویژه دوران حکومت ملکشاه، آلب ارسلان و سلطان سنجر، و به هنگام صدارت خواجه نظام الملک، ایجاد راه های جدید و تامین امنیت جاده ها، سبب رواج و تقویت ارتباطات تجاری و اقتصادی شد و در اثر این رونق اقتصادی، در مسیر جاده ها کاروانسراهای متعددی بنا شد (الوانی و پیروز بخت، ۱۳۸۵: ۴۷).

از زمان سلطنت شاه عباس اول تا انقراض سلسله صفوی را می توان درخشان ترین دوره توسعه سیاحتگری در ایران به شمار آورد. توسعه گردش و سیاحت در آن دوره به چند عامل بستگی داشت که مهم ترین آنها عبارت بودند از: راه های ارتباطی مناسب، اقامتگاههای متعدد و مناسب، امنیت عبور و مرور. (همان: ۵۳).

گردشگری در برنامه های عمرانی قبل از انقلاب اسلامی

سابقه نخستین فعالیت برنامه ریزی جامع در کشور به اولین برنامه عمرانی دولت در سال ۱۳۷۲ بر می گردد. در این برنامه گامهایی در زمینه ایجاد تحول در زمینه های اجتماعی و فرهنگی برداشته شد. اما در این برنامه و نیز تا چهارده سال بعد از آن بحثی از جهانگردی و برنامه ای برای این صنعت در حال رشد آن دوران در کشورمان

وجود نداشت. اولین نهاد مربوط به فعالیت جهانگردی در سال ۱۳۱۴ تحت عنوان اداره جلب سیاحان خارجی و تبلیغات در وزارت داخله آن دوران تاسیس شده بود. شانزده سال بعد یعنی در شهریور ۱۳۲۰ این اداره به شورای عالی جهانگردی تغییر نام داد و سپس در سال ۱۳۳۳ شورای عالی جهانگردی به اداره امور جهانگردی، تبدیل و در وزارت کشور متمرکز شد. مجدداً در فروردین ماه سال ۱۳۴۲ سازمانی به نام سازمان جلب سیاحان وابسته به نخست وزیری تاسیس شد. اما نکته حایز اهمیت این است که تا پیش از پیدایش مدیریت جهانگردی و فرهنگ و هنر در سازمان برنامه و بودجه در سال ۱۳۴۷ هیچ موسسه یا سازمانی وجود نداشت که به برنامه ریزی مدون در امر جهانگردی پردازد. به همین دلیل در برنامه دوم عمرانی قبل از انقلاب نیز هیچ برنامه ای در خصوص این صنعت وجود ندارد و تنها در برنامه سوم عمرانی (۱۳۴۱-۴۵) است که اگر چه سر فصل مستقل و مشخصی برای جهانگردی تعیین و منظور نشده اما خارج از برنامه اقداماتی در خصوص نهادسازی در این صنعت برداشته شده است. تاسیس سازمان جلب سیاحان از مهمترین این فعالیتها بوده است و همچنین ایجاد تاسیسات گردشگری در توسعه هتل ها و رستوران های شهری و بین راهی و مسافرخانه ها، تهیه بروشورها و نشریات مورد نیاز آژانس های مسافرتی و... (تقی زاده انصاری، ۱۳۸۳: ۷۲).

اگر چه برنامه چهارم در آن سالها به عنوان یک برنامه موفق در جهانگردی ارزیابی شد و ۸۰٪ اهداف ورود جهانگرد تحقق یافت، اما به علت عدم وجود اهداف مشخص در حوزه ایرانگردی و خاصه تجهیزات مربوط به خدمات جهانگردی از جامعیت لازم برخوردار نبود. وسایل پذیرایی برای گردشگران داخلی و خارجی آخرین برنامه عمرانی قبل از انقلاب بود.

در برنامه پنجم علاوه بر هدف گذاری جهانگردی خارجی و ایرانگردی، برای افزایش انواع تاسیسات جهانگردی خاصه ساخت هتل و میهمانسرا نیز هدف گذاری شده بود. یکی از مهمترین اقدامات دولت در برنامه ریزی جهانگردی در سالهای قبل انقلاب که در برنامه پنجم اتفاق افتاد انعقاد قرارداد طرح جامع جهانگردی ایران در سال ۱۳۵۰ بین سازمان برنامه و شرکت توریست کنسولت می باشد. این قرار داد منجر به طرح جامعی شد که مبتنی بر گزینه های پیشنهادی برای توسعه جهانگردی (رفاه اجتماعی، توسعه اقتصادی و ترکیبی از این دو) که توسط مشاورین خارجی تهیه و در آن تصویری کامل از منابعی که باید تجهیز نمود. ذخایر ارضی، تسهیلات مورد نیاز، مناطق قابل توسعه، طرح جامع فیزیکی بلند مدت و آثار اقتصادی و اجتماعی طرح ارائه شده است (همان). در طی سال های برنامه چهارم و پنجم برنامه ریزان اقتصادی کشور سرمایه گذاری فراوانی در جهت ساخت هتل های بین المللی، مشارکت با شرکت های جهانگردی خارجی، ایجاد جشنواره ها و مسابقات ورزشی انجام داده اند و از آنجا که فعالیت های فوق به خوبی از درآمدهای نفتی آن دوران تغذیه می شدند مشکل عمده ای در جهت انجام برنامه ها وجود نداشته است. روند حرکت نشانگر تواناییهای بالقوه کشورمان در جهت جذب جهانگردان می باشد (فرزین، ۱۳۸۳).

به طور کلی محورهای اساسی برنامه های جهانگردی این سالها عبارتند بودند از:

۱. کسب وجهه بین المللی و ایجاد ساختار تشکیلاتی و نظام اجرایی جدید به منظور اعمال مدیریت و هدایت فعالیت های جهانگردی .
۲. توسعه خدمات جهانگردی از طریق مشارکت شرکت های بزرگ جهانی فعال در عرصه صنعت جهانگردی.
۳. شناخت و معرفی جاذبه های جهانگردی خاصه قطبهای منطقه ای جهانگردی کشور.
۴. تشویق و ترغیب مردم برای مسافرت به کشورهای خارجی و صنعتی و آشنایی آنها با دستاوردها و تجربیات توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای مذکور. (همان).

توسعه پایدار

در مورد مفهوم توسعه پایدار آمده: «اگر منظور از توسعه، گسترش امکانات زندگی انسان‌هاست، این امر نه تنها در مورد نسل حاضر بلکه برای نسل‌های آینده نیز باید مد نظر باشد. منظور از توسعه پایدار، تنها حفاظت از محیط زیست نیست؛ بلکه مفهوم جدیدی از رشد اقتصادی است. رشدی که عدالت و امکانات زندگی را برای تمامی مردم جهان و نه تعداد اندکی افراد برگزیده است. در فرآیند توسعه پایدار سیاست‌های اقتصادی، مالی، تجاری، انرژی، کشاورزی، صنعتی و ... به گونه‌ای طراحی می‌شود که توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را تداوم بخشد. بر این اساس دیگر نمی‌توان برای تامین مالی مصارف جاری، بدهی‌های اقتصادی که بازپرداخت آن بر عهده نسل‌های آینده است، ایجاد کرد. در نهایت توسعه پایدار به معنی عدم تحمیل آسیب‌های اقتصادی، اجتماعی و یا زیست محیطی به نسل‌های آینده است (مختارپور، ۱۴۰۰: ۱۳۴).

سیاست های توسعه گردشگری بعد از انقلاب اسلامی

بعد از پیروزی انقلاب، ایران دستخوش حوادث زیادی از جمله جنگ بود و تا سال ۶۸ هیچگونه برنامه مدونی وجود نداشت. در سال ۱۳۵۸ به منظور جلوگیری از تداخل وظایف و هماهنگ نمودن فعالیت های وسایل مربوط به امر جهانگردی در جهت اعمال سیاست صرفه جویی، طبق مورخ ۱۳۵۸/۸/۱۱ شورای انقلاب چهار شرکت (شرکت سهامی گشت های ایران، شرکت سهامی مرکز خانه های ایران، شرکت سهامی مراکز جهانگردی برای ورزش های زمستانی، شرکت سهامی تاسیسات جهانگردی) در یکدیگر ادغام گردید و تحت عنوان سازمان مراکز ایرانگردی و جهانگردی با ساختار و خط مشی جدید شکل گرفت (دبیر خانه شورای عالی ایرانگردی و جهانگردی، ۱۳۷۳: ۳۳).

اولین اقدام رسمی در زمینه توریسم در ایران بعد از انقلاب در برنامه عمرانی اول اتفاق افتاد.

هدف این برنامه ها

- افزایش تعداد گردشگران خارجی به ۳۱۸ هزار نفر .
- حصول ۴۵۰ میلیون دلار، درآمد ارزی ناشی از ورود جهانگردان خارجی. (سرلک، ۱۳۷۹: ۲۳۶).

سیاست های کلی این دوره

۱. توسعه و تقویت برنامه های تبلیغاتی برای معرفی ایران اسلامی، جاذبه های طبیعی و تاریخی کشور.

۲. هماهنگ ساختن برنامه های تبلیغاتی گردشگری با برنامه های سایر سازمان های ایرانی فعال در خارج از کشور.

۳. تلاش برای سرمایه گذاری در زمینه ایجاد واحدهای ارزان برای اقامت مسافران در جهت حمایت از طبقات متوسط و کم درآمد جامعه.

۴. ایجاد زمینه های مناسب برای جلب مشارکت خصوصی.

۵. تامین تدریجی خود کفایی در زمینه گردشگری.

۶. برگزاری تورهای داخلی در طول سالهای برنامه و ... (تقی زاده انصاری، ۱۳۸۳: ۸۹-۹۱).

رویکرد برنامه اول به نسبت شناساندن فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی به جهانیان و صدور انقلاب اسلامی بوده است که مستلزم اجرای سیاست های خاص خود می باشد و از دیگر رویکردهای برنامه نیز، توجه به ایجاد تاسیسات جهانگردی، آموزش نیروی انسانی و ایجاد تورهای ایرانگردی برای قشرهای مختلف بوده، اما متأسفانه در این برنامه سیاستی مربوط به استفاده از جاذبه های مختلف گردشگری در ایران وجود ندارد.

برنامه دوم توسعه

در برنامه دوم توسعه نیز تمهیداتی برای رشد صنعت توریسم در نظر گرفته شده بود. کل اعتبارات منظور شده در این برنامه برای صنعت توریسم ۹۹۱,۵ میلیارد ریال بود که ۸۵ درصد آن را اعتبارات جاری و ۱۵ درصد آن اعتبارات عمرانی تشکیل می داد (تقوی، ۱۳۸۵: ۵۶).

هدف این برنامه

- افزایش ظرفیت مسافرپذیری از ۵۰۴۳ تخت در سال ۱۳۷۲ به ۱۱۳۸۳ تخت در پایان سال ۱۳۷۷ از طریق تکمیل امکانات و نیز وام های بانکی.
- آموزش حدود بیست هزار نیروی انسانی شاغل در بخش جهانگردی طی دوران برنامه.
- آماده سازی و بهسازی چهار مورد قطب های سیاحتی کشور.

سیاست های کلی و اجرایی این دوره

۱. تشویق بخش خصوصی به سرمایه گذاری در ایجاد تاسیسات جهانگردی.
۲. احیا و تقویت قطب های جهانگردی کشور از نظر جاذبه های سیاحتی و زیارتی و آثار تاریخی و باستانی.
۳. توسعه برنامه های تبلیغاتی.
۴. انتقال سازمان میراث فرهنگی به وزارت فرهنگ به منظور هماهنگی بیشتر و ...
۵. ایجاد زمینه های توسعه مهمانخانه ها و ...
۶. حمایت دولت از سرمایه گذاری های بخش خصوصی با اعطای وام و ...
۷. افزایش ظرفیت اقامتی و پذیرایی کشور.
۸. باز پس گیری و بازسازی تعدادی از واحدهای اقامتی مراکز ایرانگردی و جهانگردی.

۹. تسهیل ورود و خروج گردشگران.

۱۰. توسعه فعالیت های آموزشی و ... (تقی زاده انصاری، ۱۳۸۳: ۱۰۰؛ سرلک، ۱۳۷۹: ۲۳۸).

رویکرد برنامه نسبت به جاذبه های جهانگردی به ویژه جاذبه های طبیعی بسیار محدود بوده است. به طوری که در قسمت خط مشی های بخش ایرانگردی و جهانگردی ذکر شد تنها در موارد سوم و چهارم رویکردهای ضعیفی به جاذبه های جهانگردی شده که آن هم بیشتر جاذبه های زیارتی، تاریخی و باستانی بوده و اصولاً برنامه خاصی در رابطه با جاذبه های طبیعی وجود نداشته است.

برنامه سوم توسعه

▪ افزایش تعداد جهانگردان تا سقف ۲,۱ میلیون نفر.

▪ افزایش درآمد ارزی حاصل از برنامه به ۱۰۲۹ میلیون دلار.

▪ افزایش ظرفیت تاسیسات اقامتی به ۶۴ هزار تخت.

▪ نظارت بر کیفیت خدمات گردشگری

سیاست های استراتژیک این دوره

۱. ادغام سازمان های ایرانگردی و جهانگردی و میراث فرهنگی به منظور ایجاد هماهنگی بیشتر در جهت

تقویت هویت فرهنگی، تحکیم وحدت ملی و توسعه وظایف فرابخشی و افزایش بهره وری.

۲. آماده سازی و معرفی قطب ها، اماکن، آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی کشور.

۳. تاکید بر جذب جهانگردان فرهنگی از کشورهای پیشرفته و صنعتی و افزایش سهم این بخش در تولید

ناخالص ملی.

۴. توسعه فعالیت های حفاظتی و افزایش کمی و کیفی مرمت و احیای آثار تاریخی و فرهنگی.

۵. تقویت و توسعه ارتباطات و همکاری های بین المللی میراث فرهنگی، گسترش پژوهش های تاریخی،

فرهنگی، به کارگیری نظام آماری برای توسعه میراث فرهنگی، طبیعی و گردشگری و افزایش

مشارکت نهادهای مردمی و ... (سند برنامه سوم توسعه).

راهکارهای اجرایی

۱. دولت موظف است به منظور جلوگیری از رقابت غیر اصولی بخش های دولتی و یا نهادهایی که به

نحوی از منابع، بودجه عمومی و یارانه ها استفاده می کنند، کلیه واحدهای اقامتی و پذیرایی را به

بخش غیر دولتی واگذار کند.

۲. سازمان میراث فرهنگی موظف است با همکاری با سایر ارگانها، طی مدت یک سال، آیین نامه

مربوطه به نحوی سرمایه گذاری در تاسیسات مرتبط را تهیه و به تصویب برساند.

۳. میراث فرهنگی در جهت اجرای طرح های مرمت، احیای بنا و بافت های تاریخی و ... باید کمیسیون

مرمت و احیای بناها و بافتهای تاریخی را با اعضای نمایندگان در مراکز استانها تشکیل دهد.

۴. تشویق بخش خصوصی به سرمایه گذاری، تعیین آیین نامه های مرتبط، تشویق برای تشکیل انجمن های دوستداران میراث فرهنگی و... از دیگر سیاست های این دوره بود. (همان). هدف برنامه در زمینه ورود جهانگردانی خارجی در سالهای ۱۳۷۹ و ۸۰ به ترتیب ۷,۱ و ۲,۱ میلیون نفر بوده که طبق آمار سازمان طی این دو سال به ترتیب ۱,۳۴ و ۱,۴ میلیون نفر تحقق یافته است. البته آمار سال ۸۰ چندان معتبر نیست چرا که با حوادث یازده سپتامبر توأم بود (تقی زاده انصاری، ۱۳۸۳: ۱۱۱). با بررسی عملکرد برنامه سوم تا سال ۸۰ در می یابیم که برنامه در زمینه تعداد ورود جهانگرد، ظرفیت تاسیسات اقامتی از اهداف خود عقب تر بوده است. در قسمت درآمد ارزی نیز آمار چندان معتبر نیست. در کل رویکرد این دوره بیشتر به سمت جاذبه ها و جهانگردان فرهنگی، تاریخی بود و در مورد طبیعت گردان و جاذبه های طبیعی راهکارهای خاصی وجود ندارد.

برنامه چهارم توسعه

راهبردها، قوانین و مقررات مرتبط با گردشگری

۱. فراهم سازی زمینه های لازم برای ایجاد مجتمع های خدمات رفاهی در جاده های کشور از طریق کمک های بلاعوض و واگذاری منافع کلان به صورت رایگان توسط وزارت جهاد کشاورزی.
۲. برقراری ارتباط کلان شهرها و سواحل شمال و جنوب و مراکز مهم گردشگری با مراکز قطارهای سرعت بالا با مشارکت بخش خصوصی.
۳. بهره برداری پایدار از نواحی ساحلی، دریایی و حمایت از ناوگان های جمهوری اسلامی بر اساس قواعد بین المللی و حمایت از سرمایه گذاری خصوصی در بخش های مربوطه.
۴. تصویب و ابلاغ استانداردهای بهره مندی نقاط مختلف کشور، از فضاها، فرهنگی، هنری، ورزشی و گردشگری.
۵. دولت موظف است به منظور اهتمام ملی در شناسایی، پژوهش و مرمت، احیا، بهره برداری و معرفی میراث فرهنگی کشور و ارتقای نوان گردشگری، تولید ثروت و اشتغال زایی و مبادلات فرهنگی در کشور، اقدامات زیر را در طول برنامه چهارم به انجام رساند:
 - تهیه و اجرای طرح های مربوط به حمایت از مالکین، متصرفین قانونی و بهره برداران آثار تاریخی، فرهنگی و... .
 - ایجاد و توسعه موزه های پژوهشی تخصصی وابسته به دستگاه های اجرایی.
 - شناسایی و مستندسازی آثار تاریخی و فرهنگی در محدوده جغرافیای اجرای طرح، توسط دستگاه های مجری با نظارت و تایید میراث فرهنگی.
 - به منظور جلب مشارکت بخش خصوصی و تعاونی، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مجاز است نسبت به صدور مجوز تامین و فعالیت های میراث فرهنگی، کارگاه های مرمت آثار فرهنگی، تاریخی منقول و غیر منقول، موسسات مدیریت موزه ها و محوطه های تاریخی، فرهنگی، موسسات کارشناسی

اموال فرهنگی - تاریخی، کارگاه های هنرهای سنتی و دیگر موسسات خصوصی مرتبط با میراث فرهنگی اقدام کند.

• ایجاد و تجهیز پایگاه های فرهنگی در آثار تاریخی مهم کشور و مضامین اصلی مرتبط با موضوع میراث فرهنگی مشترک.

• تکمیل نظام جامع آمارگیری گردشگری، نظارت و هدایت مرکز آمار ایران و ...

به طور کلی نگاه برنامه چهارم در زمینه گردشگری در کنار توجه به نقش دولت، تاکید بر خصوصی سازی در این صنعت در اولویت کار دولت جمهوری اسلامی ایران قرار گرفته است تا پس از شناسایی و مطالعه مناطق گردشگری، سرمایه گذاری صورت گیرد بنابراین ایجاد پژوهشکده گردشگری برای مطالعه این مهم تاکید شده است (روح الله زاده اندواری، ۱۳۸۵: ۵۶-۹).

نتیجه برنامه های توسعه

اگر چه در بخش گردشگری، بر مبنای سیاست های استراتژیک و اجرایی منعکس در برنامه سوم توسعه، یکی از اهداف کمی و عمده، پیش بینی افزایش تعداد ورود گردشگران به کشور از حدود ۱/۳ میلیون نفر در سال ۱۳۷۸ به حدود ۴ میلیون نفر در سال ۱۳۸۳ و افزایش درآمدهای ارزی حاصل از آن از ۶۳۰/۴ میلیون دلار در سال ۱۳۷۸ به ۲۰۳۶ میلیون دلار در سال ۱۳۸۳ با تکیه بر مواردی از قبیل ایجاد هماهنگی بیشتر در جهت تقویت هویت فرهنگی و تحکیم وحدت ملی، آماده سازی و معرفی قطب ها، اماکن، آثار و محوطه های تاریخی، فرهنگی و طبیعی کشور در جهت تشویق به بازدید و جذب گردشگران فرهنگی، توسعه آموزش و بهبود مدیریت منابع انسانی و ارتقای کمی و کیفی امکانات و خدمات موجود در سطح استانداردهای جهانی، به کارگیری نظام آماری و اطلاع رسانی، افزایش مشارکت نهادی مردمی، ایجاد تسهیلات لازم برای گردشگران خارجی از سوی سازمان های ذی ربط، به کارگیری ابزارهای نظارتی در خصوص کنترل ارائه خدمات در هتل ها، میهمان پذیرها، آژانس ها و واحدهای خدمات رسانی بین راهی و همچنین تبلیغات برای جذب گردشگران خارجی و داخلی و غیره است؛ و لیکن هنوز در مقوله گردشگری، نقش ارتباطی، برنامه ریزی و مدیریت با گردشگران و جامعه میزبان در ابعاد بازاریابی، بستر سازی فرهنگی و رفتاری به منظور جذب بیشتر گردشگران و رفع تنگناهای محیطی موجود در هر یک از مقصدهای گردشگری برای حصول به توسعه پایدار و اشاعه و گسترش فرهنگ گردشگری در کشور، به صورتی هدفمند و مشخص، روشن نیست.

تعاریف مفهومی و توصیف های علمی از گردشگری

جدول (۱): تعاریف گردشگری و مقایسه و نقد آنها

نویسنده	تعریف گردشگری	شرح
مک کین (۱۹۷۷)	یک تمایل ژرف و گسترده انسانی برای شناخت دیگران از طریق برخورد متقابلی که ما طی آن خودمان را می شناسیم. یک جستجو و یک سیر و سلوک برای دیدن و شاید فهمیدن کل سرزمین های قابل سکونت زمین	گردشگری به مثابه یک کنش مثبت برای خود تحقیقی و خود شکوفایی

مطالعه ی بشر دور از محل سکونت معمولی اش ، همچنین دور از صنعتی که به نیازهایش پاسخ میدهد و اثراتی که گردشگر و صنعت گردشگری بر محیط فرهنگی ، اجتماعی، اقتصادی و فیزیکی میزبان دارد.	جعفری (۱۹۷۷)	استفاده از لفظ «بشر» منسوخ شده اما نباید ما را از سودمندی این تعریف غافل کند.
یک پدیده چند عاملی که حرکت از محل اقامت معمول و ماندن در آنجا را می شود ؛ مقایسه عناصر پویا ، ایستا و نتایج آنها	ماتیسونووال (۱۹۸۲)	رویگردی سودمند ، اما بسیار گسترده و کلی : آیا گردشگری یک پدیده است
گردشگری می تواند ترکیبی از عناصر نسبتا مرتبط صنعتی باشد که از تحرک مردم از محل سکونت و ماندن در مکان های دور از محل اقامت ناشی می شود . گردشگری در اساس یک پدیده مرتبط با جوامع فراغتی.	پیرس (۱۹۸۲)	یک تعریف بلا استفاده اما موثر که میزان اثرات را مشخص نمی کند
مجموعه مسافرت های افراد به سوی مکان های مورد نظر با طول مدت مشخص، گردشگری ترکیبی است از تفریح و تجارت.	مورفی (۱۹۸۵)	بر هدف سفر متمرکز است
مصرف کالاها و خدمات در مسافرت ؛ مصرف ایزه های مادی و غیر مادی به دلیل احساس مطبوع و تجربه خوشایند آن در مقابل زندگی روزمره:	اوری (۱۹۹۰)	تاکید بر مصرف به مثابه نوعی از تجربه پست مدرن ؛ اروپا محوری
تجربه مکان برای گردشگر و تجربه دیگران برای میزبان	راین (۱۹۹۱)	تاکید بر تجربه متقابل برای میهمان و میزبان
آراء و نظرات افراد در مورد این که کجا بروند ، چه کاری بکنند یا نکنند و چگونه با بقیه ارتباط برقرار کنند	لیپر (۱۹۹۵)	تعریف گردشگر بر اساس رفتار آنها دانش با محیط های روانشناختی.
گردشگری بازار است ؛ خواست جمعی و الگوهای مصرف بازدیدکنندگان برای یک طیف گسترده از تولیدات مرتبط با مسافرت را بازتاب می دهد.	میدلتون (۱۹۹۸)	تاکید بر تجارت و گردشگر به مثابه مشتری ؛ در شناخت اثرات شکست می خورد بر کسب و کار تاکید دارد. این همان گردشگری است که سازمان بین المللی سفر و گردشگری آن را رواج می دهد.

منبع: (برنز، به نقل از کلانتری، ۱۳۸۷)

برن با مرور و بررسی این تعاریف گردشگر را ۱. تقاضای مسافرت ۲. واسطه های سفر ۳. تاثیرات مقصد و همه آنچه منجر به ۴. طیفی از اثرات و روابط متقابل می شود ، می داند (برنز ، به نقل از کلانتری، ۱۳۸۷). در این تلقی سه عنصر فراغت موقتی + درآمد مکفی + اخلاق مسافرت + اثرات متقابل نهفته است . برن گردشگری را به مثابه یک سیستم یا مجموعه ای از خرده سیستم های می بیند. از نظر او امتیاز رویکرد سیستمی آن است که گردشگری را از محیط اجتماعی ، فرهنگی ، اقتصادی، زیست محیطی و سیاسی جدا نمی بیند. (همان).

نظریه های توسعه گردشگری

همان طور که نظریه های توسعه با گذشت زمان تغییر کرده اند ، رویکردهای توسعه ی گردشگری نیز دچار تحولاتی شده اند. نظریه های مربوط به گردشگری طی ۴ مرحله تکمیل شده اند که تا حدودی در راستای نظریه های توسعه هستند:

جدول (۲): تقسیم بندی مکتوبات و نظرات مربوط به گردشگری ۱۹۹۰-۱۹۵۰

دسته	شرح
------	-----

<p>-اشاره به جنبه های مثبت اقتصادی و اجتماعی گردشگری از جمله : اشتغال زایی ، ارزآوری ، ماندگاری اقتصادی ، حفاظت منابع طبیعی ، ترسیم و نگهداری ابنیه باستانی ، احیاء سنت های گذشتگان ، تعامل فرهنگ ها ، حفظ صلح ، انگیزه گسترش این صنعت را قوت بخشیدند.</p>	<p>مدافعین توسعه گردشگری (حمایت)</p>
<p>-با گذشت زمان و تحقیق بیشتر در مورد پیامدهای توسعه گردشگری ، مخالفتها با این فعالیت آغاز شده و در دهه ۱۹۷۰ به اوج خود رسید. -این گروه به اثرات منفی اقتصادی ، اجتماعی از جمله : توزیع نابرابر درآمد در میان قشرها و پهنه جغرافیایی ، نابودی و تخریب محیط ، از هم گسیختگی ساختار جامعه میزبان ، بی احترامی به سنن و فرهنگ و ... اشاره می کنند. -با توجه به پیامدهای منفی ، توسعه احتیاط آمیز گردشگری را پیشنهاد می کنند.</p>	<p>مخالفین توسعه گردشگری (احتیاط)</p>
<p>-نتیجه مناظرات بین دو گروه فوق (مخالفین و مدافعین) منجر به پدید آمدن این دسته شد. -با تلفیق بیانیه های موافق و مخالف ، نوعی توسعه گردشگری را پیشنهاد کردند که پاسخگوی ارزشهای اجتماعی ، اقتصادی مردم ، منابع مصنوعی و طبیعی آنان باشد. -گردشگری کنترل پذیر ، گردشگری زیست محیطی ، گردشگری فرهنگی ، گردشگری آرام ، گردشگری پایدار ، گردشگری سبز، گردشگری مردم با مردم و گردشگری ممنوع گزینه هایی هستند که این گروه پیشنهاد می نمایند -تاکید بر استفاده از منابع محلی*سهولت مدیریت*نداشتن نقش تخریبی*تعامل میهمان و میزبان و در نظر گرفتن منابع هر گروه*تفکرات این گروه پاسخگوی گردشگری انبوه نیست.</p>	<p>توسعه تطبیقی گردشگری (سازگاری)</p>
<p>-نویسندگان این گروه عمدتاً پژوهشگران و اعضای هیئت علمی هستند -این گروه نویسندگان ، موقعیت خود را بعنوان یک بنیاد علمی تحکیم بخشیده و بصورت پلی بین گروه فوق عمل می کنند. -تحقیقات علمی آنها شامل موضوعاتی از قبیل : نگرش به گردشگری از دید رشته های مختلف علوم انسانی ، مطالعه نظام ساختار گردشگری ، بررسی ویژگی های کشورهای گردشگر فرست و گردشگر پذیر ، اثرات فردی و گروهی ، اقتصادی سیاسی گردشگری را شامل می گردد. -هدف نهایی این دسته ، ایجاد یک رشته فکری جدید دارای بدنه متحرکی ویژه گردشگری بود که بتدریج از دهه ۱۹۷۰ آغاز شد و در اواخر دهه ۱۹۹۰ به رونق علمی خود رسید.</p>	<p>بررسی های علمی (آگاهی)</p>

منبع: به نقل از دکتر جعفر جعفری

پروژه توسعه ، با پیش فرض های دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ با وجود تجدید نظرهای گوناگون و نقادی مکاتب و رهیافت های مختلف در دهه ۱۹۷۰ و نیز اوایل دهه ۱۹۸۰ ، به بن بست رسید و توسعه ای دیگر، به محور چند سوال کلیدی مطرح شد. توسعه چیست ؟ چگونه و چرا شکل می گیرد؟ برای چه کسانی و توسط چه کسانی به اجرا در می آید ؟ در مطالعات جدید انسان در کانون قرار گرفته است و با این محور ، توسعه سنجش و ارزیابی می شود.(قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۸).

در یک نگرش کلی ، فرهنگ و اهمیت آن در گردشگری و نحوه تبادل و تعامل فرهنگها در مسائل گردشگری با انتشار بیانیه مانیل در سال ۱۹۸۰ در اجلاس مجمع عمومی سازمان جهانی گردشگری (WTO) مورد توجه اساسی قرار گرفت. در این بیانیه ضمن برشمردن آثار مثبت فرهنگی و اجتماعی ناشی از گردشگری داخلی و بین المللی ، از دولتها خواسته شد در حفظ منابع فرهنگی بکوشند ؛ به نحوی که استفاده مستمر باعث از بین رفتن آنها نشود. در سال ۱۹۸۲ ، مجمع عمومی سازمان گردشگری ، به اصول بیانیه مانیل با تفصیل بیشتری نگریست و لذا سند آکاپولکو ششمین اجلاس مجمع سازمان جهانی گردشگری که در سال ۱۹۸۵ در بلغارستان تشکیل شد با انتشار اعلامیه « حقوق گردشگری و تکالیف گردشگر» بلوغ نگرشهای موجود در مورد کنترل آثار فرهنگی - اجتماعی را نمایان ساخت . در این سند عرصه های مختلف گردشگری اعم از داخلی و بین المللی از منظر

حقوق و وظایفی که دولتها میزبانان و بازدیدکنندگان بر دوش دارند مورد توجه قرار گرفت (مجله ایران زمین، ۱۳۷۲: ۶۴-۶۷). بدین ترتیب بر امر فرهنگی در گردشگری تاکید شد و گردشگری به عنوان یکی از شیوه های تبادل فرهنگی که دارای آثاری در ابعاد فضایی است مورد پردازش قرار گرفت. این رویکرد بر تقدم امر فرهنگی بر امر اقتصادی در پیرامون گردشگری تاکید می کند و عوامل زیر را مد نظر قرار می دهد (پور احمد، ۱۳۷۸: ۱۶):

۱. اغنای کامل انسان ها
۲. سهم شدن دائمی در آموزش
۳. برابری سرنوشت همه ملتها
۴. آزادی انسانی به منظور احترام به هویت و شان وی
۵. تصدیق و تایید اصالت فرهنگی و احترام به میراث اخلاقی ملت ها.

دیدگاه اجتماعی - فرهنگی

فرهنگ به عنوان یک نظام ارتباطی بین مردمی با جلوه های مختلفی از آداب و رسوم میراث و دیگر تولیدات مادی و زیبا شناختی شکل می گیرد و واقعیت وجودی جامعه را بیان می کند. از این چشم انداز، مردم با فرهنگی که دارند به جهان طبیعی و انسانی خود شکل ویژه ای می بخشند. فرهنگ در این دیدگاه در یک کلیت بهم پیوسته می تواند چشم اندازهای متفاوتی را شکل دهد که در یک کنش پذیری اجتماعی جلوه هایی از تفاوت را در جهان به نمایش می گذارد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۸۵-۸۶). همه فرهنگ ها می توانند فرهنگ خود را به عنوان کالای قابل فروش عرضه کنند، در جهان سنتی، فرهنگ در قالبهای فکری و رفتاری ای شکل می گیرد که در هر جامعه ای بنیاد زندگی جمعی را تشکیل می دهند و از نسلی به نسل دیگر انتقال می یابند. هنجارهای فرهنگ سنتی بر گرفته از میراثی است که به نسل امروزی رسیده است. فرهنگ سنتی با توجه به شکل گیری نوستالوژی در جوامع پسا صنعتی می تواند جاذب گردشگرانی باشد که در پی مکانهایی با فرهنگ سنتی اند تا اصالت معنایی را در آن تجربه کنند. از این رو فرهنگ سنتی به خصوص پا گرفته از گذشته ای دور در نواحی مختلف که هنوز اصالت فرهنگی دارند می تواند گردشگران بسیاری را به خود جذب کند. بر این مبناست که برخی نویسندگان بر فرهنگ تاکید می کنند و نقش آن را در شکل گیری، رشد و توسعه گردشگری اساسی می دانند و فرهنگ را سنگ بنای توسعه گردشگری در نظر می گیرند. در بحث چالش ها و فرصت های توسعه توریسم ابتدا باید اثرات مثبت و منفی آن را ارزیابی کرده و بر اساس آن اقدام به برنامه ریزی و توسعه توریسم نمود. اولین شرط لازم و ضروری برنامه ریزی و گسترش توریسم، متناسب بودن آن با اولویت های ملی و کشوری هر منطقه است که باید با آنها سازگار باشد. گردشگری به عنوان یک نظام، دارای آثار فرهنگی در مقاصد گردشگری است. این آثار پیرامون تعامل فرهنگی در دو سوی جریان

گردشگری پدیدار می شود. به طور کلی ابعاد و آثار مثبت گردشگری در چارچوب فرهنگی و اجتماعی می تواند شامل موارد زیر باشد:

- اگر منافع گردشگری در سطح جوامع و مناطق یک کشور به درستی توزیع شود، می تواند سطح زندگی مردم را بهبود بخشد.
- با توسعه گردشگری و به دنبال مبادلاتی که میان مردم محلی و گردشگران صورت می گیرد ساختار خانواده به نوسازی می گراید و زنان و جوانان در چارچوب این ساختار جدید آزادی بیشتری بدست می آورند.
- گردشگری می تواند موجب گسترش یکپارچگی و همگرایی اجتماعی- فرهنگی در سطح کشور و تقویت وحدت و وفاق ملی گردد.
- گردشگری می تواند میراث فرهنگی منطقه ای را حفظ نماید.
- گردشگری می تواند به توسعه و نگهداری موزه ها، سالنهای تئاتر و دیگر تسهیلات فرهنگی جامعه کمک نماید.
- توسعه گردشگری می تواند فرصت هایی را برای برقراری مبادلات فرهنگی میان گردشگران و مردم محلی فراهم سازد (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۹۳-۹۴).

در مقابل آثار مثبت گردشگری، عده ای نیز بر آثار منفی آن تاکید کرده اند. گسست ها یا آثار منفی گردشگری در زمینه اجتماعی- فرهنگی، به طور کلی شامل موارد زیر است:

تخریب آثار فرهنگی: دیدار بیش از حد گردشگران، از مکان های تاریخی و باستانی مهم ممکن است که موجب ویرانی تدریجی آنها شود.

استحاله فرهنگی: با توجه به شکنندگی خاص میراث فرهنگی، ممکن است توسعه گردشگری موجب صدمه دیدن اصالت الگوهای محلی گردد.

تهاجم فرهنگی: ممکن است به واسطه افراط در ایجاد جذابیت گردشگری و برخورد بیش از حد تجارت مابانه با جلوه های فرهنگی در مقاصد گردشگری، اعتبار و اصالت مناسک مذهبی، عادات و سنن، جشنها و نمایشگاه، صنایع دستی، موسیقی و دیگر الگوهای فرهنگی بواسطه ارائه نامناسب و ناشایست به عنوان جاذبه های گردشگری از دست برود و تبدیل به کالا شود.

ناهنجاری فرهنگی: به واسطه تفاوت زبان و عادات سنن بین ساکنان محلی و گردشگران، ممکن است سوء تفاهمات و برخورد هایی بروز کند. (همان، ۹۷).

مفاسد و ناهنجاری های فرهنگی: سرانجام اینکه گردشگری ممکن است موجب تشدید آسیب های اجتماعی همچون میگساری، اعتیاد، بزهکاری و روسپیگری شود (طیب، ۱۳۷۹: ۲۱۷-۲۱۸).

گردشگری به عنوان یک امر فرهنگی در دو سوی جریان گردشگری در یک مکان، تعامل ها و تبادل ها را سبب می شود و با انسان ها، انگیزه ها، خواسته ها، نیازها و آرزوهای آن ها که منبعث از فرهنگ جامعه است در ارتباط است. توسعه گردشگری به عنوان یک پدیده فرهنگی، موجب می شود که فرصت کافی برای تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان به وجود آید. بر این مبنا، آنان می توانند یکدیگر را بهتر درک کرده و به فرهنگ هم بیشتر احترام بگذارند. فرهنگ به عنوان نظام نمادهایی تلقی می شود که یک جامعه می آفریند و به کار می برد تا خود را سامان دهد و به واسطه آن کنش متقابل را تسهیل نموده، رفتارها را قاعده مند سازد (ترنر، ۱۳۷۸: ۹۵). معمولا مردم مناطق و ساکنان محلی به دو گونه از منافع فرهنگی توسعه گردشگری بهره مند می شوند: اول اینکه گردشگری، فرهنگ جامعه میزبان را به سایر جوامع و فرهنگ ها معرفی می کند. این اثر مانند تبلیغات برای گوهری است که هر جامعه آن را چون صدف در درون خود محفوظ می دارد و هر چه این گوهر اصیل تر و غنی تر باشد، معرفی آن به دیگران عزت و احترام بیشتری برای صاحبانش به همراه خواهد داشت، هم اینکه صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می کند تا فرهنگ خود را مستقیم و بدون واسطه و به شکل واقعی به علاقمندان عرضه کنند. این عمل، به ویژه باعث تقویت غرور و همبستگی جامعه میزبان و افزایش آستانه تحمل آنان در برابر فرهنگ های دیگر می شود (ریچاردز، ۲۰۰۰: ۱۸). همچنین، این شیوه معرفی فرهنگ خود به دیگران هرگونه شائبه یا پنداشت های نادرست را درباره فرهنگ جامعه میزبان برطرف می کند و گردشگران امکان مشاهده فرهنگ واقعی میزبان خود را به دست می آورند، به علاوه، مهمانان می توانند برخی خصائص فرهنگی جامعه میزبان را که خودشان کمتر به آن توجه داشته اند، شناسایی و معرفی کنند (اشنایدر و بارسو، ۱۳۷۹: ۱۶). بسیاری از گردشگران داخلی با سفر به گوشه کنار میهن خود، امکان آشنایی مستقیم و تماس رو در رو با ساکنان مناطق دیگر کشور را به دست می آورند و در نتیجه تعامل با هم و طنان میزبان خود، دو طرف هر چه بیشتر از آداب و رسوم و سایر خصوصیات فرهنگی-اجتماعی یکدیگر آشنا می شوند؛ کمالینکه برخی از همین تعاملات زمینه ساز ارتباطات و دوستی های عمیق و طولانی مدت می شود (فقیهی و کاظمی، ۱۳۸۳: ۱۵۷). ایجاد اشتغال و از بین رفتن بیکاری و بی سوادی هم از پیامدهای توسعه گردشگری است چرا که افزایش گردشگر در منطقه موجب افزایش تقاضا برای محصولات بومی و در نتیجه افزایش تولید و رونق صنایع محلی می شود. این پدیده را می توان « ظرفیت سازی یا تقویت فرهنگی » نامید (فلیشر، ۱۹۹۷: ۲۱۸). بنابراین اگر ساکنان محلی بدانند که گردشگران به منظور بازدید از آثار فرهنگی و جاذبه های ارزشمند آن منطقه هزینه و رنج سفر را متحمل شده اند، احساس غرور خواهند کرد و به آن چه دارند افتخار می کنند و می کوشند تا زبان، آداب، سنن و اصولا پیشینه تاریخی و فرهنگی خود را حفظ نمایند (کاظمی، ۱۳۸۱: ۴۵). بدین ترتیب، از یک سوی دیگر، گردشگری موجب پایداری فرهنگ جامعه خواهد بود. (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۰۷). وای گی برخی از آثار مثبت و منفی صنعت توریسم را در زمینه فرهنگی-اجتماعی به شرح زیر می داند:

- رقابت بین شرکت ها و سازمان هایی که در این زمینه فعالیت می کنند.
 - توزیع نابرابر درآمدهای حاصله از جهانگردی
 - تشدید علاقه به تجدید حیات زبان محلی و کار برد بیشتر این زبان
 - نرم شدن موضع مردم ساکن شهر ، کشور میزبان ، برای پذیرفتن و یادگیری زبانهای دیگر به منظور برقراری ارتباط بیشتر با دیگران
 - ایجاد تسهیلات و تشکیلات برای گردشگران مانند ساختن مجموعه های ورزشی ، رستورانها ، محلهای تفریحی، درمانگاه ها و تشکیلات آموزشی و خدماتی دیگر.
 - افزایش درآمد و بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان
 - افزایش جمعیت به سبب ازدحام مسافران و جهانگردان و راه بندها و افزایش خلاف کاریها و جنایات
 - وجود فشار جهت ایجاد تسهیلاتی برای جهانگردان که باعث می شود فرصتهایی که باید در اختیار ساکنان محلی قرار گیرد ، کاهش یابد. (وای گی ، ۱۳۸۲: ۲۹۵-۲۹۶؛ از کیا و ایمانی، ۱۳۸۷: ۳۳۹-۳۴۰).
 - پذیرش گردشگران در یک منطقه از نظر اجتماعی و فرهنگی در قالب احیای آداب و رسوم و سنتها شکل می گیرد و بازدید گردشگران از این جوامع به یک تجربه و خاطره گردشگری منتهی می گردد. نوع و نحوه برخورد میزبان و گردشگر را در یک منطقه می توان از سه دیدگاه مورد توجه قرار داد:
۱. دیدگاه تعاملی: این دیدگاه شیوه برخورد بین گردشگر - میزبان را به صورت پدیده ای قابل شناسایی با شماری از پیامدهای مثبت و منفی به تصویر می کشد که ارزیابی آن به نگرش محقق به مسیر صحیح تحقیق و توسعه بستگی خواهد داشت.
 ۲. دیدگاه گسستی (منفی): دیدگاه کارکرد گرایی شامل عناصر مختلف جامعه است که ممکن است هر تغییری به خصوص ناهنجاریها را نتیجه مستقیم گردشگری نداند.
 ۳. دیدگاه پیوستی (مثبت): این دیدگاه عمدتاً جنبه های تغییر فرهنگی مثبتی را در نظر می گیرد که ناشی از نفوذ و ورود گردشگران در بازننگری مهارتها و رسوم سنتی مانند رعایت بهداشت و نظم و غیره است. (رضازاده و اسدالهی، ۱۳۹۰: ۲۶؛ پاپلی و سقایی ۱۳۹۰: ۸۷).
- تشخیص این دیدگاه ها در منظر اجتماعی به علت هم پوشی با هم عملاً مشکل است (لی، ۱۳۷۸: ۸۷).

نتیجه گیری

عوامل فرهنگی در ایجاد یا ممانعت از ایجاد توسعه نقش بسزایی دارند. لذا هرگونه اقدامی در این جهت باید ملاحظیات فرهنگی به ویژه نظام ارزشی جامعه را مد نظر داشته باشد. پدیده بسیار مهمی همچون گردشگری که بر فرهنگ جوامع و همچنین رفاه میلیون ها انسان در سراسر دنیا اثر می گذارد ، بدون نگاه جامعه شناختی ، به طور دقیق ، قابل شناسایی و درک نیست. دیدگاه های محافظه کارانه ، توافقی و مصلحت اندیشانه که اکنون رایج و متداول شده ، اغلب نگاهی تک بعدی به جهانگردی داشتند. این دیدگاه ها صرفاً بر یکی از ابعاد مثبت یا

منفی جهانگردی متمرکز شده از توجه همزمان به هر دو بعد آن غافلند. در پژوهش های مختلف متغیرهای فرهنگی و اجتماعی وجود دارند که از اهمیت بسزایی برخوردارند بطور مثال مهم ترین نقطه ضعف گردشگری منطقه، نداشتن نظام برنامه ریزی فرهنگی و اجتماعی در برنامه ریزی توسعه گردشگری است. که عملکرد سلیقه ای مدیران و مسئولین در طرح های گردشگری، کم توجهی به ارتقای فضاهای فرهنگی شهر، کم توجهی به سازمان های فعال مردمی، کم توجهی به برنامه ریزی مشارکتی در حوزه فرهنگ و ایجاد نشاط اجتماعی، ضعف اطلاع رسانی به مردم و جلب مشارکت آنها، ضعف در حفظ مکان های باستانی و تاریخی، ضعف استفاده نکردن از نیروهای متخصص در حوزه های گردشگری، را در بر می گیرد که منجر به عدم اعتماد مردم به مسئولین می شود. در اینجا می توان با تدوین نظام برنامه ریزی جامع گردشگری و بخصوص برنامه ریزی های فرهنگی و اجتماعی و نیز رسیدگی های لازم که می تواند توسط یک نهاد یا شورای چند منظوره در مرکز استان با اهداف بهبود نگرش مدیران به برنامه های توسعه گردشگری منطقه و تقویت حس همکاری و مشارکت مردم و روحیه جمع گرایی و عمل گرایی و احیای سنت های مهمان نوازی در بین مردم اقدام نمود. این حرکت بطور موازی، از یک سو از طریق آگاه سازی جامعه از پیشینه غنی فرهنگی منطقه و از سوی دیگر در جریان قرار دادن مردم در تصمیم گیریها و جلب مشارکت آنها در برنامه های توسعه گردشگری صورت می گیرد. لذا مردم منطقه قادر خواهند بود به طور جدی به مساله و نقشی که در زندگی آنها ایفا می کند، فکر کنند و چه بسا ابتکاراتی جهت بهبود وضعیت توسط خود مردم صورت گیرد در این میان حضور و استفاده از مشاوره های سازمان های مردمی بعنوان بازوهای پیشنهاد دهنده طرح های توسعه گردشگری در حوزه های مختلف فرهنگی و اجتماعی، هنری و... بسیار موثر عمل می نمایند. با نهادینه نمودن اطلاع رسانی و مشارکت مردم در تصمیم گیریها مشکل عملکرد سلیقه ای مدیران و مسئولین، مدیریت غیر بومی و یا مدیریت ناپایدار کم رنگ شده و دغدغه توسعه گردشگری و پذیرش فرهنگ گردشگری ساکنان منطقه برای پذیرش گردشگران، انگیزه گردشگر را برای سفر افزایش می دهد و عوامل تاثیر گذارنده در این انگیزه حس اعتماد و اطمینان گردشگر به میزبان و احساس امنیت گردشگر از متغیرهای دیگر فرهنگی می باشند که می توانند سهم اساسی در تمایل به گردشگری و در نهایت توسعه صنعت گردشگری منطقه داشته باشد. ذکر این نکته ضروری است که همه مزایای مطرح شده فوق در صورتی تحقق خواهند یافت که قبل از همه دولت اهداف خود را از توسعه صنعت گردشگری مشخص کرده باشد.

**Explaining the Social factors affecting the Development of the Tourism Industry with
Emphasis on Development Programs and Theories (Case study: Exploring the first
Four Development Programs after the Islamic Revolution)**

Mehdi Mokhtarpour

Assistant Professor of Sociology, West Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
(Email: Mokhtarpour.Mehdi@wtiau.ac.ir)

Abstract

The purpose of this study is to investigate the social factors affecting the development of the tourism industry with emphasis on development theories. The research method was qualitative, a documentary study with an exploratory-explanatory nature and using the fish-taking technique. Findings show that social factors play an important role in creating or preventing development. Therefore, any action in this direction should take into account cultural considerations, especially the value system of society. A very important phenomenon such as tourism, which affects the culture of societies as well as the well-being of millions of people around the world, cannot be accurately identified and understood without a sociological perspective. The conservative, consensual, and expedient views that are now prevalent often took a one-dimensional view of tourism. These views focus solely on one of the positive or negative dimensions of tourism, ignoring the simultaneous attention to both dimensions.

Keywords: tourism, development, social factors, tourism industry, development theories

منابع

۱. ازکیا، مصطفی و ایمانی، علی (۱۳۸۷)، «توسعه پایدار روستایی»، انتشارات اطلاعات، تهران.
۲. الوانی، سید مهدی و پیروز بخت، معصومه (۱۳۸۵)، «فرایند مدیریت جهانگردی»، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۳. انصاف پور، غلامرضا (۱۳۶۳) «ایران و ایرانی به تحقیق درصد سفرنامه خارجی» نشر زوار، تهران.
۴. برنز، پیتر (۱۳۸۵)، «درآمدی بر مردم‌شناسی گردشگری»، ترجمه هاجر هوشمندی، نشر افکار.
۵. پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی (۱۳۹۰)، «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)»، چاپ پنجم، انتشارات سمت.
۶. پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۵)، «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)»، انتشارات سمت.
۷. تقوی، رامین (۱۳۸۵)، «گردشگری روستایی در کهکیلویه و نقش آن در توسعه منطقه ای»، کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
۸. تقی زاده انصاری، حسن (۱۳۸۳)، «جهانگردی در ایران، سیاست‌ها، برنامه‌های عمرانی و توسعه با رویکرد به جاذبه‌های گردشگری»، نشر اندیشه پویا، تهران.
۹. رضا زاده، علیرضا و نجفی اسدالهی (۱۳۹۰)، «حوزه‌ها و مفاهیم توریسم و گردشگری»، فرهیختگان دانشگاه.
۱۰. رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمود (۱۳۷۹) برنامه ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه ای، ترجمه جهاد دانشگاه تهران.
۱۱. سرلک، احمد (۱۳۷۹)، «صنعت گردشگری، ۵۰ سال برنامه ریزی در ایران»، مجله سیاسی-اقتصادی، شماره ۸-۱۵۷.
۱۲. شالچیان، طاهره (۱۳۷۹)، «اخلاق در جهانگردی از دیدگاه اسلام»، نشر کتاب فرزانه، تهران.
۱۳. شالچیان، طاهره (۱۳۸۵)، «آداب و فرهنگ سفر»، نشر دانشگاه پیام نور، تهران.

۱۴. فرزین، محمد رضا (۱۳۸۳)، «بررسی و نقد برنامه های گردشگری ایران و چالش های اصلی در برنامه چهارم» بررسی سیاست ها و برنامه های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، دانشکده حسابداری و مدیریت و معاونت پژوهشی دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۵. فقیهی، ابوالحسن، کاظمی، مهدی (۱۳۸۳)، «زمینه های فرهنگی توسعه جهانگردی» مجموعه مقالات سمینار: بررسی سیاست ها و برنامه های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، دانشکده حسابداری و مدیریت و معاونت پژوهشی دانشگاه علامه طباطبایی و چالشهای اصلی در برنامه چهارم، ب.
۱۶. قدیری معصوم، مجتبی و همکاران (۱۳۸۹)، «گردشگری پایدار روستایی (روستایی و عشایری)»، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۷. کاظمی، مهدی (۱۳۸۵)، «مدیریت گردشگری»، تهران، انتشارات سمت.
۱۸. جان، لی، (۱۳۷۸)، «گردشگری و توسعه در جهان سوم»، ترجمه رکن الدین افتخاری و معصومه السادات صالحی امین، انتشارات چاپ و نشر بازرگانی، تهران.
۱۹. محقق داماد، سید مصطفی (۱۳۷۶)، «حقوق جهانگرد و تحولات تاریخی آن»، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و توسعه، جلد اول، سازمان منطقه آزاد کیش.
۲۰. مختارپور، مهدی (۱۴۰۰)، تبیین تئوریک اثرات کارآفرینی بر توسعه پایدار با تاکید بر اندیشه ساختارگرا، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال سیزدهم، شماره دوم، بهار ۱۴۰۰.