

آسیب شناسی چالش های توسعه پایداری گردشگری

محسن قدمی^۱

چکیده

گردشگری پایدار به عنوان پارادایمی از توسعه که حاصل چندین خط فکری است از حدود سه دهه پیش آغاز شد. این پارادایم بر فرض "کوچکتر، بهتر" استوار است. اما این فرض در دنیای پر از تغییرات، تعارضات و عدم قطعیت امروزه قابل پرسش است. گردشگری پایدار اغلب در ارتباط است با طبیعت گردی و وابستگی به محیط های طبیعی. رشد تفکر سیستمی به دیدگاه های جدید و موثرتر در مورد گردشگری منجر شد. سوال ها همچنان در مورد توانایی گردشگری پایدار در آینده ادامه دارد و با پیشرفت دانش بحث بر انگیزتر می گردد. به طور کلی با توجه به انتقاداتی که بر توسعه پایدار وارد شده است می توان آنها را به چهار دسته تقسیم نمود از آن جمله نقدهایی که به ابهام در تعریف این مفهوم وارد شده است، نقدهایی که به کوچک مقیاس بودن مربوط می شود، موضوعات مربوط به سبز شویی و ادعای بیش از حد پایداری و در نهایت حقایق تحریف شده می باشند. یکی از منتقدین سرسخت توسعه گردشگری پایدار برایان ویلر می باشد که در این مطالعه کارهای انتقادی وی و محققانی چون مک کول، باتلر، هریسون، شارپلی و ویور مطالعه شده است.

واژگان کلیدی: توسعه پایدار، چالش، گردشگری، تفکر سیستمی.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۶/۱۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۱۱/۱۴

^۱. عضو هیات علمی دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران (Email: m.ghadami@srbiau.ac.ir)

چالش های توسعه پایدار گردشگری

ابهام در تعریف توسعه پایدار گردشگری

یکی از مسائل مربوط به توسعه گردشگری پایدار، دیدگاه‌های مربوط به مفهوم آن است که از فردی به فرد دیگر متفاوت است. نظرات افراد مطابق با علایق، تجربیات و باورهای آن‌ها نسبت به جهان متفاوت است، این نظرات از طریق فرایندهای سیاسی و اجتماعی و در چهارچوب روابط اجتماعی شکل می‌گیرد. در نتیجه مفهوم‌سازی‌های متنوع و متناقضی در ارتباط با گردشگری پایدار وجود دارد. پیچیدگی این مفهوم به دلیل اینکه در مقیاس‌های جغرافیایی و فضایی و در طول دوره‌های زمانی به کار برده می‌شود، افزایش می‌یابد. بنابراین، سیاست‌ها و رویه‌های مربوط به مقیاس جهانی ممکن است پیامدهای محلی ناخواسته را به دنبال داشته باشد و فعالیت‌های مربوط به مقیاس محلی می‌تواند باعث پیامدهای غیرقابل پیش‌بینی در سطح جهانی شود. پیچیدگی گردشگری پایدار می‌تواند ناشی از زمینه‌ها یا بسترهای (context) مختلف مربوط به مکان‌های متفاوت باشد. بنابراین رویکرد مربوط به این مفهوم در یک پارک ملی با یک محیط پر رفت و آمد مربوط به گردشگری انبوه فرق دارد. در ارزیابی‌های انتقادی مربوط به مفهوم گردشگری پایدار، دیدگاه‌های نظری تأثیرگذار است که تجزیه و تحلیل ما را شکل می‌دهد. برای مثال در رویکرد اقتصاد سیاسی تأکید بر این است که چطور گردشگری پایدار براساس زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی خاص و تعامل بازیگران با طبیعت و میراث فرهنگی شکل می‌گیرد. روابط اجتماعی و تعاملات انسان و محیط باعث پیچیدگی گردشگری پایدار و تفاوت آن در بین مکان‌ها و در طول زمان می‌شود. به دلیل این پیچیدگی نیاز است که گردشگری پایدار به طور مستمر مفهوم‌سازی شود. گردشگری پایدار باید مبنای مهمی برای مواضع اخلاقی ما و برای دیدگاه‌های هنجاری در مورد اینکه چطور گردشگری باید توسعه یابد، باشد. همچنین باید تعهد نسبت به تغییر وجود داشته و بین افرادی که در راستای انجام تغییر فعالیت می‌کنند، همکاری وجود داشته باشد. مانند همکاری و ارتباط بین محققان و فعالیت‌های عملی در حوزه گردشگری. بدون همکاری و هنجارها اجرای تغییرات و بهبود محیطی امکان‌پذیر نیست. قضاوت‌های ما در مورد گردشگری پایدار باید بر مبنای دانش، درک، تأمل، ارزش‌ها، ملاحظات مربوط به شرایط و دیدگاه‌های سایرین باشد (برمول، ۲۰۰۵).

شارپلی (۲۰۰۰) مهم‌ترین نقدی که به مباحث پایداری وارد می‌داند، ابهام آن است، چه در حوزه‌ی اهداف و چه در فرایندها و این مسئله مانع از تعریف دقیق این مفهوم می‌شود. شارپلی بیان می‌کند که تمرکز بر مسائلی مثل نرخ و میزان توسعه، انواع گردشگران هدف و میزان کنترل محلی نه تنها دستیابی عملی به توسعه‌ی گردشگری پایدار کامل را مشکل می‌سازد بلکه باعث می‌شود که رویکرد به توسعه‌ی گردشگری، رویکردی قطبی و ارزش محور باشد. وی همچنین شرح می‌دهد که این رویکرد کلی باعث می‌شود که نتوان توسعه را در بخش‌هایی که چندوجهی هستند و در عین حال به تعداد زیادی از کسب‌وکارهای کوچک وابسته هستند با رعایت اصول و عملکردهای پایداری رعایت کرد. شاید به این دلیل است که اغلب پروژه‌های گردشگری پایدار در سطحی محلی اجرا می‌شوند و به گفته‌ی ویلر (۲۰۰۷) راه‌حل‌هایی کوچک به جنگ مشکلات بزرگ می‌روند. شاید نقد بزرگ‌تر متوجه رویکردهایی از گردشگری پایدار است که اشکال انبوه گردشگری ناقض پایداری دانسته و معتقدند که گردشگری انبوه و گردشگری پایدار دو سر یک طیف هستند که با هم در تضاد هستند. استیو مک کول (۲۰۱۳) در مقاله انتقادی خود خلاصه‌ای از توسعه مفهوم گردشگری پایدار ارائه می‌دهد و به توصیف شرایط قرن ۲۱ می‌پردازد و بیان می‌کند شرایطی که در آن این مفهوم خلق شده تا حد زیادی متفاوت بوده از آنچه اکنون در حال رخداد است از این رو پیشنهاد می‌کند که مفهوم پایداری باید تغییر شکل دهد و به سمت تاب آوری پیش رود. وی اعتقاد به شکاذهی مجدد گردشگری پایدار دارد تا با مسائل قرن ۲۱ و چالش‌های آن و نیازهای دنیایی و با ۷ میلیون جمعیت همخوانی داشته باشد. از نظر وی در ابتدای امر باید بنیان‌های اقتصادی و سیاسی که واژه از آنها نشأت گرفته باشد شناسایی گردند و بعد با تفکری سیستمی تغییر شکل داده شود.

گردشگری پایدار تلاقی دو داستان بوده است، یکی توجه اجتماعی به گردشگری و اثرات اقتصادی آن و دیگری توجه به توسعه اقتصادی با توجه به فقر و عدم دسترسی به بهداشت و آموزش. سه جریان گردشگری را تهدید می‌گردد اند که اولی رشد سریع سفر به خصوص در جوامع با درآمد پایین و تنوع زیستی بالا بوده است؛ دوم آگاهی از اثرات اقتصادی گردشگری و سوم اثرات فرهنگی که باعث ظهور گردشگری‌های جایگزین مانند طبیعت گردی، گردشگری مسئولانه و ژئوتوریسم در دهه ۸۰ شد. سه جریانی که درگیر گردشگری پایدار بودند:

۱. بررسی اثرات فعالیت‌های انسانی بر محیط،
۲. کیفیت زندگی که به نادیده انگاشتن کیفیت زندگی از دید اقتصاددانان می‌پردازد و
۳. حکمرانی و حقوق افراد را در نظر می‌گیرد.

در نهایت مجموع این تهدیدها و جریان‌ها به کمیسیون براتلند ختم می‌شود. در ابتدا گردشگری پایدار به عنوان نوعی خاص از گردشگری بوده است که در برگیرنده عدالت اجتماعی، حساسیت به محیط و توجه به مقیاس است. گردشگری پایدار تا حد زیادی نزدیک به طبیعت گردی در نظر گرفته می‌شود در حالی که به نظر می‌رسد گردشگری پایدار باید به عنوان نوعی نتیجه برای صنعت گردشگری باشد. با این مفهوم گردشگری پایدار به معنی کسب و کارهای کوچک خواهد بود. همچنین مورد استفاده شرکت‌ها و مقاصد جهت بازاریابی استفاده می‌شد که با این معنا بود که شرکت‌ها چگونه عمر بیشتری خواهند داشت (مک کول، ۲۰۱۳؛ لوی، ۲۰۰۳؛ ویور، ۲۰۰۷؛ ویلر، ۱۹۹۱، ۲۰۰۷).

گردشگری پایدار شامل مداخلاتی در سطح جامعه است که ویژگی‌های دام اجتماعی را در بر دارد. دام اجتماعی به این معناست که رفتاری که در کوتاه مدت رخ می‌دهد بعدها باعث تکرار آن در بلند مدت خواهد شد (مک کول، ۲۰۱۳). در این زمینه هانترا^۱ (۱۹۹۵) گردشگری پایدار را نقد می‌کند چرا که معتقد است تلاش برای توسعه پایدار در کوتاه مدت برخی از جنبه‌های مهم توسعه پایدار را نادیده می‌گیرد که می‌تواند به طور منفی بر سایر بخش‌ها در بلند مدت اثر بگذارد. هانترا معتقد است گردشگری پایدار تلاشی محدود در یک مسیر باریک است. وی بیان می‌کند که در بسترهایی که از نظر زیستی و فرهنگی دست‌نخورده و بکر هستند؛ کوچکترین افزایش در فعالیت‌های گردشگری می‌تواند هزینه‌های زیست‌محیطی و فرهنگی - اجتماعی غیر قابل قبولی به بار آورد. در این مورد، ممکن است هر نوع فعالیت گردشگری در برخی از مناطق ممنوع شود و اگر گردشگری مجاز باشد گزینه‌هایی مانند اکوتوریسم در مقیاس کوچک ترجیح داده می‌شود. با تغییر دنیا و ظهور تفکر سیستمی و مدل‌های ذهنی مفهوم گردشگری پایدار مورد نقد قرار می‌گیرد. مدل‌های ذهنی گردشگری پایدار در اواخر قرن بیستم و خارج از تفکرات خطی و قابل پیشبینی و با ثبات شکل گرفتند. در این دیدگاه جدید مسائل به اجزا تقسیم شده و برای هر جز راه حلی پیدا شده و در نهایت از مجموع راه حل‌ها راه حل کلی ارائه می‌شود. در نتیجه گردشگری بخشی از کل است و می‌تواند هم اثرات مثبت و هم منفی داشته باشد (مک کول، ۲۰۱۳). رویکرد مک کول (۲۰۱۳) تغییر شکل از پایداری به سمت تاب‌آوری است. از نظر وی این شکل محدود گردشگری پایدار مانعی بر سر راه موثر بودن، جنب و جوش و تاب‌آوری جوامع می‌باشد. از نظر وی مسئله اصلی گردشگری قرن ۲۱ این است که گردشگری تا چه حد می‌تواند تاب آور باشد. به این معنا که سهم گردشگری تا چه حد و به چه صورت می‌تواند به صورت درآمد از طریق خرید معاش و سرپناه برای ساکنین، شرکت در آموزش و دسترسی به برنامه‌های سلامت؛ به صورت افزایش مهارت‌های حل مسئله و تفکر انتقادی؛ و یا به صورت گسترش گزینه‌های سازگاری در مقابل تهدیدهای درونی و بیرونی باشد. به بیان درین و همکاران^۲ (۲۰۱۱) در حالی که پایداری از طریق حفظ منابع در سطحی بالاتر از سطوح هنجاری ایمن، تغییرات را حداقل می‌کند، رویکرد تاب‌آوری از طریق ایجاد ظرفیت‌هایی برای بازگشت به حالت مطلوب، پس از بروز آشفتگی با تغییرات سازگار می‌شود. با این حال، شواهد موجود در ادبیات نشان می‌دهد که بسیاری از محققان با این دیدگاه که پایداری و تاب‌آوری دو رویکرد متفاوت هستند، موافق نیستند؛ و

این دو را رویکردهای مشابهی می‌دانند یا تاب‌آوری را شاخص کلیدی پایداری در نظر می‌گیرند، یا معتقدند که پایداری یک هدف اجتماعی گسترده است و تاب‌آوری چگونگی نیل به این هدف می‌باشد. اما مک کول معتقد است تاب‌آوری باید جایگزین پایداری گردد.

باتلر (۲۰۱۳) یکی از طرفداران شدید توسعه پایدار و در عین حال به همان اندازه شکاک به مفهوم عمومی استفاده شده از آن می‌باشد. وی عنوان میکند ابهامی که باکلی و شکست در اجرایی که مک کول بیان می‌کنند از موضوعات روز قرن بیست یک است. از آنجا که مفهوم توسعه پایدار مبهم است طرفداران آن قادرند از طیف وسیعی از دیدگاه‌ها جلب حمایت کنند. وی معتقد است جمعیت بسیار زیادی نمی‌توانند سفر کنند یا حتی استراحت و فراغت داشته باشند و ما چگونه وقتی نیاز و خواسته‌های حال مردم را نمیدانیم و نمی‌توانیم ارضا کنیم به دنبال نیازهای نسل بعدی هستیم. پایداری در گردشگری یا هر چیز دیگر مانند دروغ است. تا به حال توسعه پایدار یا گردشگری پایدار با سه محور اقتصادی و اجتماعی و زیست محیطی مطرح شده است اما دو مشکل پیش می‌آید. یکی اینکه بدون اعتبار اقتصادی دو محور دیگر غیر مرتبط می‌شوند زیرا چرا که یا گردشگری رخ نخواهد داد و اگر هم بدهد برای کوتاه مدت خواهد بود چرا که هنگامی که بازگشت سرمایه نباشد از منظر اقتصادی پایدار نخواهد بود. مشکل دومی این است که سه محور دارد و محور چهارمی تحت عنوان سیاست باید اضافه گردد. درست است که سه محور دیگر مهم هستند اما برای اجرا نیاز به سیاست است. بسیاری فکر می‌کنند که گردشگری پایدار تنها به کلیدی است برای حل مسایل مربوط به تغییرات آب و هوایی اما باتلر معتقد است گردشگری پایدار می‌تواند بیش از تغییری کوچک در تغییرات آب و هوایی داشته باشد.

پایدار کردن هر چه بیشتر گردشگری در تئوری ساده است از طریق کاهش تعداد افرادی که سفر می‌کنند. آنچه نیاز است این است که تعداد نوع مناسب گردشگر را کاهش داد، گردشگرانی که میل به پرداخت زیادی دارند، با طول اقامت بالا و فعالیت کم و مسافرت یا قطار یا سفر دریایی. یک رویکرد جایگزین و جذاب تر این است که بدانیم فرمی از گردشگری پایدار تر می‌تواند از نظر اقتصادی مشوق باشد. اقامتگاه‌ها هزینه مصرف انرژی را کاهش دهند (باتلر، ۲۰۱۳).

نقدی دیگر که بر ادبیات پایداری وارد شده است این است که آیا بنای هر پایداری تمام طرفین در فرایند را منتفع می‌کند یا خیر؟ برای بررسی پدیده‌ای که مدت‌هاست مورد پذیرش واقع شده بوده است نیاز است از ریشه کلمه پایداری شروع شود. نیاز نیست که عنوان شود بشر باید محیط زندگی خود را برای نسل‌های بعدی حفاظت کند. این ایده اصلی پایداری است و هیچ اعتراضی به آن وارد نیست. تعریفی که که توسط کمیسیون برون‌تلاند ارائه شده "رفع نیازهای حال حاضر بدون به مخاطره انداختن توانایی نسل‌های آینده در برآورد نیازهای خود" به طور جهانی پذیرفته شده است اما سوال اینجاست که چگونه می‌توان رشد داشت اما به ملزومات این تعریف نیز پایبند بود. هر رشدی به خصوص اقتصادی به نوعی اثرات منفی مخربی بر محیط زیست خواهد داشت.

به همین دلیل است مفهوم توسعه پایدار با توضیحات بیشتر که از آن چه می‌توان استنباط کرد که نیاز نیست حفاظت به معنای واقعی کلمه به عنوان یک پاسخ بی‌قید و شرط برای توقف و جلوگیری از توسعه در یک محیط طبیعی خاص، شناخته شود. گسترش مفهوم پایداری به این معنی است که توسعه باید در میان عوامل دیگر، اصول حفاظت از محیط زیست اداره شود به این معنی که تمام فعالیت‌هایی که شرایط لازم برای توسعه در یک منطقه را دارند در واقع باید انجام شود، اما بدون آسیب رساندن به و به خطر انداختن گونه‌های دیگر برای زندگی و پیشرفت. این به این معنی که پایداری ظرفیت برای یک موجود زنده است - یا بیولوژیکی و یا اجتماعی - و یا برای یک فرآیند تا تولید، حفظ خود، تولید مثل و نوسازی نماید. به عبارت دیگر، می‌توان گفت که توسعه پایدار مفهومی است که به دنبال بهبود کیفیت زندگی با ترکیب توسعه اقتصادی، حفاظت از محیط زیست و مسئولیت اجتماعی می‌باشد.

هر دو تعریف گسترده و کوتاه آخر در مورد توسعه پایدار گردشگری پذیرفته شده اند اما سوال اینجاست که آیا چنین تعاریفی ارزش عملیاتی دارند. تئوری پردازان با معرفی مفهوم ظرفیت تحمل سعی کردند مشکل را حل کنند اما از اول هم مشخص بود که به طور قطع نمیتوان آن را کمی نمود. راه حل دیگر نسبتاً ساده است، شناسایی محلات ارزشمند، مکان‌های فوق‌العاده و مناظر طبیعی

بسیار شکننده است و حفظ آنها را از طریق دقیقترین اقدامات حفاظت، از جمله ممنوعیت هر گونه فعالیت انسان در چنین محیط‌هایی، از جمله فعالیت های گردشگری. سومین تعریف بیان می‌کند پایداری یعنی ما چه انجام می‌دهیم و چگونه انجام می‌دهیم. توسعه پایدار مبتنی بر زمینه ایدئولوژیکی است. براین ویلر مطرح می‌کند که دنیای کاپیتالیست هیچ ارزش دیگری جز منافع مادی وجود ندارد. رایج ترین تعریف «توسعه پایدار» که توسط کمیسیون برونتلاند ارائه شده "رفع نیازهای حال حاضر بدون به مخاطره انداختن توانایی نسل های آینده در برآورد نیازهای خود" می‌باشد (۱۹۸۷).

طرفداران توسعه پایدار استدلال می‌کنند که در نظر گرفتن عوامل محیطی زمانی هنگامی که به دنبال توسعه پایدار هستیم، به اندازه عوامل اقتصادی و اجتماعی، به منظور حفاظت از توانایی نسل های آینده و افزایش استاندارد لذت بردن از زندگی حیاتی است. در حوزه ی گردشگری پیشینه ی تحقیق دانشگاهی سرشار از موضوعات مرتبط با مفهوم پایداری است، اما موضوعات مورد بحث در این زمینه به میزان زیادی مفهومی هستند تا اینکه عمل گرایانه باشد. در واقع مطالب کمی درباره اقدامات گردانندگان و کسب و کارهای گردشگری برای کاهش تاثیرشان بر محیط پایین، منتشر شده است؛ و حتی درباره ی اهمیت اکولوژیکی کاهش چنین تاثیراتی و اینکه چرا باید چنین اقداماتی را انجام دهند و دلایلی را که حتی به لحاظ تجاری و بعد مالی در بلند مدت می‌تواند متوجه این کسب و کارها کند، کم صحبت شده است. از طرفی بیشتر تعاریف و شاخص های مربوط به گردشگری پایدار جنبه ی توصیفی داشته و بیشتر کسب و کارها و شرکتهای گردشگری برای حرکت به سمت گردشگری پایدار و پیاده سازی این مفهوم عاجز هستند.

فرض کوچک مقیاس بودن توسعه پایدار گردشگری

از سال ۱۹۷۰ تا به کنون، گردشگری به عنوان ابزاری برای توسعه در جوامع توسعه یافته و در حال توسعه ظهور و اکنون برای خود در بستر وسیع تر توسعه جایگاهی ارزشمند پیدا کرده است. در حالی که بیشتر شرکت های گردشگری از حیث مقیاس کوچک هستند، گردشگری بزرگ مقیاس سهم فزایندهای از بازار جهانی گردشگری را به خود اختصاص داده است. این توسعه تقریباً به طور جهانی مورد انتقاد قرار گرفته و منتقدان گردشگری انبوه به طور عمومی مفهوم "کوچک زیباست" را ویژگی گردشگری جایگزین یا گردشگری پایدار میدانند، یعنی راهبردهای توسعه جایگزین بر پیشرفت ها و توسعه کوچک مقیاس، با مالکیت محلی، مشارکت محلی و پایداری فرهنگی و محیطی تاکید می‌کنند. حتی سازمان جهانی گردشگری (۲۰۰۰) نیز در گزارشی درباره توسعه گردشگری پایدار مینویسد که ۸۰ درصد این پروژه ها کوچک یا متوسط هستند. البته، این گزارش ادعان می‌کند که کوچک مقیاسی لازمه پایداری نیست.

دالس (۱۹۹۹) به شدت از گردشگری کوچک مقیاسی دفاع میکند و میگوید: اشکال مختلف گردشگری کوچک مقیاسی بر الگوهای مالکیتی ای وابسته است که به نفع کسب و کارهای محلی، خانوادگی و نسبتاً کوچک هستند و تقریباً خبری از سرمایه‌های خارجی و فراملی نیست. این مقیاس کوچک و مالکیت محلی بیانگر ضریب فزاینده بالاتر و گسترش اثرات آن در اجتماع میزبان و اجتناب از نشت شدید اقتصادی است. او همچنین ادامه می‌دهد که توسعه گردشگری کوچک مقیاس و مشارکت فعال ساکنان در مالکیت و عملیات، اثرات منفی اقتصادی و اجتماعی فرهنگی منتسب به مالکیت خارجی را ندارد و به شرکت ها اجازه می‌دهد تا به سرعت به تغییرات بازار گردشگری پاسخ دهند.

برخی این روند را قبول ندارند و از گردشگری کوچک مقیاسی انتقاد می‌کنند و معتقدند که این شکلی از گردشگری نیز با بسیاری از مسائل و اثرات گردشگری انبوه دست به گریبان است و در مقابل گروهی معتقدند که توسعه گردشگری پایدار باید گردشگری انبوه را نیز شامل شود. با این حال، بیشتر دانشگاهیان، متصدیان و مدیران آژانس های امداد و کمک رسانی و سازمانهای غیردولتی گردشگری انبوه را نادیده میگیرند و بالاخص زمانی که شرکت های فراملی در کشورهای در حال توسعه حضور دارند آن شکل از توسعه را از حیث اقتصادی، محیطی و سیاسی ناپایدار و زشت می‌دانند و اولویت را به شرکت های کوچک مقیاس گردشگری به

ویژه با مالکیت محلی می دهند (در نتیجه، شاید بتوان نتیجه گرفت که کوچک بودن زیباست!). حال، اگر این شرکت ها اجتماع محور و غیر کاپیتالیستی باشند که چه بهتر.

با این اوصاف باید به نکاتی توجه نمود اول اینکه صنعتی کوچک در یک محل می تواند در جایی دیگر بزرگ تلقی شود. در نتیجه، سخن گفتن از "کوچک زیباست" ساده انگارانه است. شوماخر می گفت که شرکت ها باید کارگرسند باشند و به کارگران حس تعلق، مالکیت و پاسخگویی بخشند و براساس اصول انسانی اداره شوند. از این رو، اینکه چه چیزی کوچک است به زاویه دید ما بستگی دارد.

دوم، آیا "کوچک زیباست" زیرا از حیث اقتصادی بهتر و به گونه ای کارا تر است؟ شواهدی که از این نظر حمایت می - کنند متزلزل هستند. بانک جهانی می نویسد: این مهم که بنگاه های کوچک و متوسط باعث توزیع بهتر در آمد می شوند متکی بر دو فرض است: اول، این بنگاه ها سازوکاری اثربخش برای اشتغال زایی هستند. دوم، رشد این بنگاه ها و اشتغال زایی آنها برای فقرا منفعتآور است. ولی این فرض ها هر دو مورد تردید هستند، زیرا شواهد نشان می دهد که بنگاه های کوچک و بزرگ لزوماً از شرکتهای بزرگ در امر اشتغال زایی اثربخش تر نیستند. این موضوع در مورد شرکت های کوچک و متوسط گردشگری نیز درست است. این بنگاه ها ممکن در مراحل ابتدایی بسیار موفق به نظر آیند، ولی در ادامه به دلیل فقدان سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با مشکل روبرو می شوند و پروژه های متکی بر کمک ها و خیریه نیز به دلیل ماهیت موقت آنها از حیث اقتصادی پایدار نیستند. سوم، کوچکی دسته بندی های متنوعی دارد. بنگاه های کوچک اقتصادی در گردشگری در سطوح متنوع قیمتی و امکانات فعالیت می کنند و ممکن است مالکیت محلی یا خارجی داشته باشند. در بسیار از مکانها مانند فیجی این بنگاه ها از معیارهای شوماخر تبعیت نمی کنند، زیرا در محیطی سرمایه داری فعالیت می کنند و مالکان منفرد دارند و عملیات و فعالیت آنان عاری از تنازع و تعارضی نیست.

چهارم، چگونه و براساس چه معیاری باید زیبایی انواع مختلف شرکت های کوچک را ارزیابی کرد؟ این موضوعی مشکل - آفرین است. شاید نشأت اقتصادی در بنگاه هایی با مالکیت محلی کمتر باشد، ولی در مجموعه های تفریحی با مالکیت خارجی نرخ دستمزدها معمولاً بالاتر و آموزش بهتر است. حال، در هر دو حالت کارکنان می توانند محلی باشند.

پنجم، شاید برخی استدلال کنند که اثرات بنگاه های کوچک و متوسط زیباست، زیرا آنها اثرات منفی کمتری بر محیط فیزیکی دارند. این استدلالها کاملاً بی اساس است. با این حال، عموماً پذیرفته شده اند. حتی منتقدان گردشگری انبوه نیز معتقدند که گردشگری کوچک مقیاس نمی تواند جایگزین گردشگری انبوه شود و نخواهد شد. اقتصاد مقیاس در گردشگری حفاظت محیطی را نیز دربرمی گیرد. برخی از هتل های بزرگ در مقایسه با کلبه هایی که در ناحیه وسیعی پراکنده شده اند آسیب کمتری به محیط می رسانند. با برنامه ریزی و قانونگذاری صحیح گردشگری انبوه می تواند پایدارتر شود.

ششم، مجموعه های کوچک مقیاس ممکن است توسط افراد کم مهارت و در شرایط سخت و به طور نامناسبی اداره شوند، و در مقابل مجموعه های بزرگ ممکن است محیط مناسبی داشته باشند و از سازو کارهای متنوع توانمندسازی استفاده کنند تاکید بر زیبایی و زشتی، تا آنجا که اطلاع دارم شواهدی دال بر رضایت بیشتر کارکنان در مجموعه های کوچک وجود ندارد.

در آخر، در سطح عملیاتی صنعت هتل، آیا مصرف کنندگان ارزش بیشتری برای اماکن اقامتی کوچک مقیاسی قائل هستند؟ نه لزوماً خواه گردشگران ثروتمند باشند یا فقیرتر، در سفر تجاری باشند یا تفریحی، در جوامع توسعه یافته یا کمتر توسعه یافته پاسخ یکسان است: برخی، مکانهای اقامتی کوچک را ترجیح میدهند و برخی دیگر، بزرگ. به نظر میرسد به دلایلی چون راحتی، آسایش و هزینه بسیاری از مردم ترجیح میدهند گردشگر انبوه باشند.

به علاوه، نیازهای افراد در زمانها و مکانها و شرایط مختلف، متغیر است. گاه کوچکی و آرامش مناسب حال شماسست گاه بزرگی و شلوغی، طیف این گرایش ها و ترجیحات بسیار متنوع است که امری کاملاً طبیعی است. از این رو، این بیان که کوچک (یا بزرگ) زیباست بی مفهوم و بی معناست (هریسون، ۲۰۰۷).

حامیان گردشگری جایگزین این شکلی از گردشگری را نقطه مقابل گردشگری انبوه فرضی و آن را سفید و گردشگری انبوه را سیاه تلقی می کنند. این گردشگری "خوبی" برخلاف گردشگری "بد"، مردم محلی را توانمند می کند، به تحسین و تمجید از فرهنگ محلی می پردازد و شمار اندکی از بازدید کنندگان حساس را به خود جذب می کند که مخارج آنها باعث تقویت پیوندها می شود و از نشت اقتصادی، به ویژه در کشورهای جهان سوم یا کشورهای پیرامونی و حاشیه ای، جلوگیری می کند. یکی از مظاهر این شکل از گردشگری، گردشگری اجتماع محور است که در جریان آن ساکنان محلی کنترل برنامه ریزی و مدیریت گردشگری را بر عهده میگیرند و از منافع (فرضا برابر) برخوردار می شوند و به محیط نیز نفع می رسانند.

با این حال، کوچک می تواند ناخوشایند و زشت باشد. اعضای جوامع کوچک به خوبی می دانند چه کسی از این فعالیت ها نفع می برد و چه کسانی نمی برند. ارتباط و وابستگیهای خانوادگی و عشیره ای نیز امکان تعارض و نزاع داخلی و خارجی را افزایش می دهند (ویور، ۲۰۰۱).

مقیاس کوچک عملیات همچنین به معنای قدرت چانه زنی پایین است. سطوح پایین تجربه کاری و مهارت و تخصصی احتمال خدمت رسانی ضعیف و کاهش رضایت بازدید کنندگان را به دنبال خواهد داشت. میل برخی از گردشگران جایگزین برای ورود به فضاها و زمانهای خصوصی ساکنان نیز از جمله چالش هاست. در ضمن بسیاری از این محصولات کوچک مقیاس نه تنها مظهر برابری نیستند بلکه شکاف طبقاتی را به تمام معنا به نمایش می گذارند؛ هتلهای بوتیک و بوم کلبه های بسیار مجلل تفاوت ثروت و قدرت میهمانان و میزبانان را به خوبی نشان می دهند. جالب است که گردشگری اجتماع محور مورد حمایت دانشگاهیان، عاملان توسعه و سایرین است. بوچر معتقد است این عوامل بیرونی به ویژه عاملان توسعه، قدرت بسیار فراوانی بر این جوامع می گذارند و رفتار نئومپربالیستی را تقریباً به نمایش میگذارند و حمایت خود را مشروط بر تبعیت ساکنان از ذهنیت "کوچک زیباست" می کنند و ابتدا به خواسته واقعی اجتماع توجهی نمی کنند. این اجتماعات به این آژانس ها و ایدئولوژی آنها وابسته می شوند و هنگامی که عاملان، محل را ترک می کنند یا حمایت خود را برمی دارند با توجه به مشکلات ناشی از اقتصاد مقیاسی که گریبانگیر شرکت های کوچک و متوسط است طرح های آنان شکست میخورد. شاید در سایه همین مسائل مربوط به مقیاس است که اشکال مختلف گردشگری جایگزین نوین مانند گردشگری کم شتاب هنوز مورد پذیرش گسترده قرار نگرفته اند.

اگر گردشگری جایگزین اساساً واکنشی است به وابستگی ای که گردشگری انبوه در مناطق حاشیه ای ایجاد می کند پس چگونه میتوان توانمندسازی و استقلال نسبی مشارکت کنندگان را با این نکته بدیهی آشتی داد که این گردشگران جایگزین عمدتاً باید با هوایما به مقصد خود سفر کنند؟ منظور ایجاد آلودگی و مسائل مربوط به گرمایش جهانی است بازدید کنندگان و ذینفعان از طریق کارتهای اعتباری و اینترنت، مصرف سوختههای فسیلی، تماشای تلویزیون، واردات غذا و سایر مبادلات به شکل مشابهی در اقتصاد بازار انبوه جهانی شده، نقش و سهم دارند. رفتار گردشگر نیز تا اندازه زیادی شرطی شده است، یعنی تخت تمیز، خدمات حرفه ای، غذای ایمن و خوشمزه، و برنامه زمانبندی قابل اعتماد می خواهد. این الگو نیز تحت تاثیر گردشگری متعارف بزرگ مقیاس و سایر بخشها شکل گرفته است (ویور، ۲۰۰۱).

همچنین، اکنون جنبش تامل برانگیزی به وجود آمده که در جریان آن بسیاری از محصولات گردشگری جایگزین و مقصدهای جایگزین در پی گسترش مقیاسی فعالیت خود هستند. این مهم را به خوبی می توان در بوتان و دومینیکا مشاهده کرد که به طور سنتی به گردشگری جایگزین و کوچک مقیاس متعهد بوده اند. گردشگران اروپایی بوتان که به صورت کنترل شده سالانه تنها چند هزار

نفر بود در سال ۲۰۱۲ به ۱۰۰۰۰۰ تن رسید. تناقضی که در مورد گردشگری جایگزین همواره وجود داشته است حس انحصار، اصالت و مطلوبیتی است که دسترسی محدود در متقاضیان ایجاد می کند و این دسترسی محدود به نوبه خود سبب افزایش تقاضا برای آن مقصد را می توان برداشت و آن را مطابق با تقاضا کم یا زیاد کرد. در سطحی ژرف تر شاید در وجود همه مدیران گردشگری این واقعیت نقش بسته است که رشد، مادامی که پایدار دنبال شود، خوب است و این برداشت ضمنی را در گزارش براتلند نیز می توان یافت.

می توان قدمی فراتر نهاد و ادعا کرد که گردشگری انبوه به سمت گردشگری جایگزین می رود و این بیانگر نوعی همگرایی است. مدیران مقصدها به دنبال خلق تجاری برای تقویت حس مکان و افزایش تنوع محصولات خود هستند. همچنین می توان مشاهده کرد که گردشگری بزرگ مقیاس پذیرای نوآوری هایی است که ویژگی های گردشگری جایگزین را نیز دارند. البته این اشتیاق را در نزد طرفداران گردشگری جایگزین نمی توان دید (ویور، ۲۰۰۷).

توجه به پایداری و ابعاد سه گانه آن، که این توجه زمانی مشخصه گردشگری جایگزین تلقی می شد، اکنون در گردشگری بزرگ مقیاس نیز مشاهده می شود. البته به بسیاری از این حرکات برچسب سبز شویی و فریبکاری زده می شود که اشتباه هم نیست. این اقدامات معرف عملگرایی محیطی است که در نهایت به میزان قابل توجهی به بهبود وضعیت مالی شرکت و افزایش اعتبار آن در نزد مردم می انجامد. ویور این جریان را تعدیل پارادایم مثالهایی از روابط متقابل گردشگری جایگزین و گردشگری انبوه بیانگر هم افزایی بین این دو نوع ایده آل متضاد است. به نظر ویور باید گردشگری انبوه و جایگزین را دو مولفه هم افزای یکت سیستم واحد به شمار آورد و این اصل را در برنامه ریزی و مدیریت گردشگری مقصدها گنجانند. یعنی همه مقصدها باید از هر دو نوع گردشگری به طور مستقیم و غیرمستقیم بهره ببرند. این ترکیب می تواند نتایج مثبتی به بار آورد. مثالی از این ترکیب و هم افزایی را در ناحیه بندی پارک های حفاظت شده می توانیم مشاهده کنیم (ویور، ۲۰۱۲).

باتلر از نظرات قبلی تا حدودی حمایت می کند ولی از ایجاد پیوند بین مفهوم "کوچک زیباست" و "گردشگری جایگزین" و پایدار ابراز ناخرسندی می کند. او مینویسد به کارگیری این رویکرد در گردشگری مانند سایر حوزه ها انچنان واضح و مبرهن نیست. در گردشگری، هزینه همواره با اندازه مرتبط نیست، بالاخص هنگامی که بحث مهمان نوازی و غذا و نوشیدنی در بین است. در مورد حمل و نقل نیز قانون اساسی اقتصاد مقیاس صدق می کند. لذا در هنگام بکارگیری رویکرد شوماخر باید بین مولفه های مختلف گردشگری تفاوت قائل شویم. این قاعده در مورد مقصدها و جاذبه ها نیز صدق می کند، زیرا جاذبه ها و مقصدها هر یک نیازمندیها و ویژگیهای خاصی خود را دارند (باتلر، ۱۹۹۰).

این رویکرد به طور جدایی ناپذیری با مفهوم ظرفیت تحمل گره خورده است. می توان استدلال کرد تا زمانی که تقاضا از ظرفیت تحمل (فیزیکی، اجتماعی و فرهنگی) بیشتر نشود، اندازه، تبدیل به یک مسئله و چالش نمی شود. مقصدی که فراتر از ظرفیت تحمل خود فعالیت می کند بی اعتنا به اندازه فعالیت می تواند زشت یا غیر جذاب شود و به عناصر اساسی آن آسیب برسد. بنابراین، مسائلی چون دسترسی، آسیب پذیری محیطی، قدرت فرهنگی، انسجام سیاسی و حکمرانی همدلانه همگی به تفسیر ما از اندازه و واکنش گردشگران و ساکنان به توسعه گردشگری بستگی دارد (باتلر، ۲۰۱۰).

همانطور که در ضرب المثلی انگلیسی داریم، "زیبایی در نگاه بیننده است"، یکت ساحلی شلوغ و پر سروصدا ممکن است مقصدی ایده آل برای یکت بخش بازار و مقصدی تفرانگیز برای گروهی دیگر باشد. بنابراین، اندازه، که معمولا با تعداد افراد بیان می شود عنصری کلیدی برای آنهایی است که به دنبال تنهایی و خلوت هستند و در این شرایط، شمار اندک (کوچک) نه تنها می تواند زیبا باشد، بلکه ضرورتی برای تجربه ای لذت بخش است. با این حال، یک جاذبه خالی از بازدید کننده نیز ممکن است آن مقصد را برای بازدید کنندگان بالقوه غیر جذاب و از حیث اقتصادی نیز غیر پایدار کند (باتلر، ۱۹۹۹).

بنابراین، طرفداران نظر شوماخر باید در پیوند دادن این مفهوم با پایداری دقت کنند، زیرا این دو ایده بسیار از یکدیگر متفاوت هستند. کوچک بودن به طور ماهوی مساوی پایداری نیست؛ حداقلی از نظر اقتصادی و لزوماً از حیث فرهنگی - اجتماعی و طبیعی این چنین نیست. فردی در یک محلی نامناسب، ممکن است اثر منفی زیادی بر محیط و جمعیت ساکن آن بگذارد. همچنین، ممکن است افراد زیادی در مکان مناسبی حضور پیدا کنند ولی هیچ مشکلی نیز ایجاد نشود. تعداد به تنهایی پاسخی به چالش های پایداری نیست. با این حال، یقیناً بخشی از مسئله است.

گردشگری حتی تحت تاثیر رویدادهای ناگوار اقتصادی، طبیعی و بیماری نیز کاهش آنچنانی در حجم سفر به خود تجربه نکرده است. لذا، گردشگری قرار نیست مانند قبل از جنگ جهانی دوم کوچک شود. کوچکی گردشگری در آن دوران زیبا بود چون برای متمولان طراحی شده و سطح خدمات و امکانات آن بالا بود و اثرات اجتماعی و محیطی اندکی داشت، چون تعداد گردشگران کم و غالباً جدا از ساکنان محلی بودند. به علاوه، زمانی که قدری به فعالیتهای این گروه متمول در سفر نگاه بیندازیم مانند شکار حیوانات عظیم الجثه، گردآوری گونهای محلی و اشیای باستانی، استفاده از محلی ها برای سرگرمی و تفریح می بینیم که این سناریو به ندرت زیاست (باتلر، ۱۹۹۹).

شاید تلاش برای کوچک کردن گردشگری عملی ضد اجتماعی، تبعیضی و در حالت کلی غیرقابل قبول باشد، گرچه برخی از مکان ها در اثر استفاده کمتر ممکن است زیباتر به نظر برسند. این فرایند نیازمند بالا بردن قیمت هاست که سبب حذف بسیاری از مردم می شود. در این حالت گردشگری ممکن است به وضعیت قبل خود در دهه های ۲۰، ۳۰ و ۵۰ میلادی سده پیشین برگردد.

اگر نگاهی به مجلات سفر و راهنمای سفر بیندازیم مشاهده میکنیم تنها مکانهایی شایسته بازدید هستند که هنوز پای توده ها به آنها کشیده نشده است. به طور گریزناپذیری این مکانها شمار اندک گردشگران را به خود جذب می کنند و تسهیلاتی که عرضه می کنند که کوچک مقیاس و معمولاً بسیار گران هستند. یعنی در یک برهه زمانی تنها گروه کوچکی از مسافران متمول را پذیرا هستند و بنابراین در این شرایط کوچک واقعا زیاست ولی به این معنا نیست که اثرات این اشکال گردشگری لزوماً کوچک و منفی تر یا مثبت تر است. این تعداد محدود مانند توده ها می توانند رفتاری غیرمسئولانه، نامناسب، بی فکر و بی رحمانه داشته باشند.

در آخر، باید با توجه به شرایط تصمیم و قضاوت کنیم. در برخی بسترها کوچک مناسب و مطلوب است (مثلاً محیطهای حساس)، آن هم نه به این خاطر که حضور تعداد اندک گردشگران سفر را برای گردشگران لذت بخش تر می کند، بلکه چون سایت تنها توانایی تحمل شمار اندکی بازدید کننده را دارد. در سایر مکان ها با طراحی و امکانات مناسب شمار بیشتری از گردشگران را با سطوح بالای رضایت می توان جذب کرد و اثرات محیطی و اجتماعی اندک و اثرات اقتصادی زیادی بر جای گذاشت. گردشگری مدتهاست از این مرحله تک اندازهای عبور کرده است و اکنون آنقدر بزرگ است که دیگر نمیتواند به دوران طلایی که تعداد گردشگران کم بود بازگشت!! نه تنها غیر ممکن است، بلکه از حیث اجتماعی و اقتصادی و یقیناً سیاسی نیز غیرمطلوب است. باید یاد بگیریم که گردشگری انبوه را زیبا کنیم یا حداقل زشتی آن را کاهش دهیم (باتلر، ۲۰۱۰).

حقایق تحریف شده

برایان ویلر (۱۹۹۱) در مقاله خود آسیب ها و اثرات مخرب گردشگری را یادآور می شود و بیان می دارد که هنوز راه حلی مناسب پیدا نشده است. وی معتقد است در مجموع سیاست های جامعی که مشکلات را سامان دهند نادر هستند هرچند که نادیده انگاشتن آنها بی انصافی می داند چرا که در سطح شناسایی وجود دارند. وی تعادل منفی در گردشگری را قابل مشاهده می داند از این جهت که هزینه و منفعت به صورت متعادل رخ نمی دهد. عده ای بیش از دیگران سود می برند و اغلب عده ای سود برده اما دیگران هزینه آن را پرداخت می کنند. البته در حال حاضر برخی از احزاب تاحدودی به اثرات منفی پی برده اند اما متأسفانه این اثرات تنها ناشی از گردشگری انبوه نیستند. تنها دغدغه کاهش هزینه و افزایش سود نیست، بلکه توزیع متعادل آن مورد نیاز است. یکی از پاسخ ها

گردشگری مسئولانه است که البته خود چتری برای گروه‌بندی‌های دیگر است که پیشوند‌هایی مانند جایگزین، مناسب، نرم، سبز و پایدار و ... را شامل می‌شوند. در این رویکرد مسافر به جای توریست، فرد به جمع، متخصصین مستقل به شرکت‌های بزرگ، اقامت‌گاه‌های خانگی به هتل‌های زنجیره‌ای ترجیح داده می‌شوند و همچنین سرعت رشد هم مهم است که باید آرام و کنترل شده باشد و بتواند در محیط میزبان بدون اثرگذاری منفی جذب شود. همچنین تصمیم‌گیری‌ها در دست جامعه میزبان باشد و گردشگر آموزش دیده شود.

گردشگری مسئولانه در پاسخ به گردشگری انبوه شکل گرفت اما وی معتقد است که این پاسخی نیست که توصیه شود. شاید مثال‌هایی از موفقیت این رویکرد وجود داشته باشد، اما نمی‌توان گفت گردشگری قابل کنترل است. گردشگری کوچک مقیاس در نوع خود قابل ستایش است اما هرگز مشکلات گردشگری بزرگ مقیاس را حل نمی‌کند. گردشگری کوچک مقیاس در مجموع راه حلی جزئی در حل مشکلات کلی است.

از نظر ویلر موضوع آموزش خیلی ایده‌آلیست هست. چگونه می‌توان مدینه فاضله گردشگر حساس را خلق کرد، چه کسی هزینه آموزش را پرداخت می‌کند، و آموزش دقیقاً به چه معنی است. حتی اگر همه مشکلات حل شده و آموزش اجرا شود آیا سرعت اثرگذاری آموزش پاسخگوی سرعت تخریب می‌باشد. همچنین همین گروه آموزش دیده از گردشگران انفرادی به دنبال مکان‌هایی بکر و دستنخورده و منحصر به فرد و جدید هستند که بسیار آسیب‌پذیرند. گردشگر حساس پیشرو گستره جهانی می‌شود و سیل جمعیت بعد از او به این مقاصد خواهند رفت.

ویلر واژه گردشگر مناسب را نیز مورد سوال قرار می‌دهد که مناسب به چه معنی است. برای چه کسی باید مناسب باشد، آیا جامعه محلی، منظور از جامعه محلی چه کسانی هستند.

گردشگری پایدار خود را با اهداف متضادی درگیر نموده است. حساسیت به مقیاس کوچک و تعداد اندک در مقابل کارایی اقتصادی و و اثرات اشتغال. در نتیجه اگر فقط به مقیاس توجه شود نتیجه‌ای اقتصادی در بر نداشته باشد پس پایداری اقتصادی را از دست داده است.

وی به مکتب فکری اشاره می‌کند که پایداری را لزوماً به معنای کوچک سازی نمی‌داند. قطعاً این دیدگاه اعتبار خود را از اقتصاد می‌گیرد. البته قطعاً دشوار است که گردشگری انبوه مقیاس را با باورهای گردشگری پایدار پیوند داد. اگرچه گردشگری انبوه تهدیدی است برای منابع کمیاب اما مسلماً تهدیدی برای اجتناب از ورود گردشگر آموزش دیده نخواهد بود.

گردشگری مسئولانه به عنوان ابزاری عقلایی برای برنامه‌ریزی گردشگری در نظر گرفته شده است. اما متأسفانه بیشتر به یک ابزار بازاریابی بدل شده است. مثال‌های زیادی عنوان شده است به عنوان طرح‌های موفق مدیریتی اما آنها قابلیت کاربرد برای موقعیت‌های مشابه را دارا نیستند. به طور واضح بین برنامه ریزی برای یک پروژه گردشگری خاص و برنامه ریزی برای گردشگری در کل تفاوت وجود دارد. گردشگری در سطح خرد می‌تواند به صورت حساس برنامه‌ریزی شود اما در سطح کلان با توجه به پیچیدگی‌ها غیرقابل کنترل می‌گردد.

موضوع دیگر مورد نقد ویلر پخش کردن زمانی و مکانی گردشگری در طول سال و به مکان‌های جدید می‌باشد. وی این را نیز راه حل مناسبی نمی‌داند. پخش کردن گردشگر در فصل‌های مختلف با این که جریان نقدینگی را در طول سال پخش می‌کند اما مشکل آنجاست که هزینه‌ها نیز برای همه سال پرداخت خواهند شد. همچنین سوق دادن به مکان‌های جدید ابزاری کوتاه مدت است. مگر تا کی مکان‌هایی جدید برای معرفی وجود دارد (ویلر، ۱۹۹۱).

ویلر در سال ۲۰۰۴ در مقاله‌ای شک‌های خود را به توسعه پایدار گردشگری به چالش می‌کشد و به انتقادهایی که در طول سال‌ها به شکایات وی وارد شده است این‌گونه پاسخ می‌دهد که گردشگری پایدار مانند چرخی میماند که هر کس از طرفی که ایستاده است می‌گوید که آیا حرکت چرخ در جهت عقربه‌هاست یا خلاف جهت آن. وی در این مقاله بیان می‌کند که هر آنچه به شما گفته

می شود را باور نکنید اما باور کنید که همه چیز به شما گفته نشده است. پس از تمثیل های بسیار برای توجیه انتقاداتی که به گردشگری پایدار وارد نموده است بیان می کند که وی هنوز هم در طرف دیگر چرخ ایستاده و هنوز چیزی در گردشگری پایدار نمی بیند که نظرش را عوض کند (ویلر، ۲۰۰۴).

ویلر در سال ۲۰۰۷ گردشگری انبوه پایدار ویور را زیر سوال می برد. وی گردشگری را شامل سفر می داند و هر سفری را نیازمند حمل و نقل و هیچ حمل و نقلی را پایدار نمی داند. پس سوال می کند که چگونه گردشگری می تواند پایدار باشد. از نظر وی مفهوم گردشگری انبوه پایدار حداقل در تعریف ناپایدار است. وی مشکل بیا گردشگری انبوه پایدار ندارد اگر می تواند به صورت ایده ال اجرا شود همانطور که اگر گردشگری پایدار قابلیت اجرا داشت.

پایداری به خوبی ذاتی بشر اعتقاد دارد. ویلر این باور را ریشه مشکلات می داند. از نظر وی شر در وجود همه ماست چه به عنوان فرد، اجتماع یا نهاد. او نگاه مردم جهان را به اطراف خود پر از حرص و آز می داند با این دید که در این دنیا چه چیزی برای آنها وجود دارد. در حالی که پایداری متمرکز بر دیگرخواهی و دیدی بلند مدت با ملاحظه می باشد. آنچه کاملاً آنتی تر دنیای واقعی است. وی معتقد است بحث ویور در مورد گردشگری انبوه پایدار بر این فرض نیست که چون گردشگری پایدار در گروه محدود موفق بوده است جال باید فراگیر شود، بلکه بیان می کند دلیل اینکه گردشگری پایدار موفق نبوده است، محدود بودن آن می باشد (ویلر، ۲۰۰۷). مفهوم گردشگری انبوه پایدار از دیدگاه خود ویور (۲۰۰۷) چنین مطرح شده است که این نوع گردشگری خوب برخلاف گردشگری انبوه بد باعث توانمندی مردم محلی می شود و تعداد کمی از بازدیدکنندگان حساس را به خود جذب می کند که مخارج آنها باعث تقویت پیوندها می شود و از نشت اقتصادی به طور خاص در کشورهای جهان سوم یا کشورهای پیرامونی و توسعه یافته جلوگیری می کند.

ویور (۲۰۰۶) گردشگری پایدار را مفهوم و اصطلاحی بسیار زیبا ولی با کاربرد عملی اندک است. او با ویلر (۱۹۹۱) هم عقیده است که شرکت های گردشگری و دولت ها از واژه های پایدار مانند اکوتوریسم به عنوان یک نوع ابزار بازاریابی برای نشان دادن مسئولیت پذیری اجتماعی و زیست محیطی در مقابل عموم استفاده می کنند. برای هواداران صنعت گردشگری واژه پایدار به مفهوم رشد مداوم و برای مخالفان به معنی گردشگری جایگزین می باشد. این تفاوت در برداشت موجب شده تا از این واژه در نهایت به عنوان یک مفهوم کلیشه ای و بی اعتبار در میان مردم برداشت شود.

بسیاری از مردم شناسان، مخالف این هستند که در عمل نگرانی های زیست محیطی با جنبه های توسعه پایدار جوامع مورد هدف تطابق دارد. یکی از ویژگی های نقد مردم شناسی به توسعه پایدار این است که پروژه های توسعه پایدار اغلب در تامین منافع جوامع مورد نظر در درجه اول موفق نیستند، و به جای آن تا حد زیادی به خواسته ها و انتظارات از سهامداران درگیر خارجی مانند کمک کنندگان خارجی، سازمان های غیر دولتی، و دولت توجه می شود.

سبزشویی و ادعای بیش از حد پایداری

اولین بحث منتقدان مردم شناس این است که گفتمان توسعه پایدار در منطقه شمالی جهان مورد بحث قرار گرفته است. اسکوبار^۳ مدعی است که "آینده مشترک" مطرح شده در گزارش برانتلند، از طریق ایده توسعه پایدار به ادغام گسترده مسایل زیست محیطی با تئوری توسعه میبرد. برای اسکوبار تاکید بر محیط زیست منجر شده به تعالی مدیریت محیطی در این زمینه در حالی سایر دانشمندان به سخنرانی در مورد زمین به نفع نیمه جنوبی ادامه میدهند. به عبارت دیگر تاکید بر مسائل محیطی گفتمان توسعه پایدار را ذاتاً تکنوکرات می کند و این به نفع دیدگاه اخلاقی است تا دیدگاه درون نگر (اسمیت، ۴، ۲۰۱۱).

همچنین بروسیوس^۵ ادعا می کند که محیط گرایی با توجه به حرفه ای شدن در حال نهادی شدن است. این بروکراتی شدن فزاینده نهادهای محیط زیستی، بازیگران را قادر می سازد تا به بهترین نحو مذاکرات و سازش های قانونی را برای مدیریت مسایل محیط زیستی و ترجیح خلق پروژه های از بالا به پایین را هدایت کنند.

پس یکی از اجزای اصلی نقد مردم شناسان به توسعه پایدار این است که در برگیری مسائل اجتماعی- چگونگی جای دادن مسائل محیط زیستی در زمینه توسعه و روش های نهادی که محیط گرایی مدرن برای خطاب مسائل به کار می گیرد- به طور کامل بروکراتیک و تکنیکی است. این مزیتی است برای بازیگران که در چنین محیط هایی مانند سازمانهای دولتی و غیر دولتی مانور داده و در نتیجه منافع جوامع هدف را به حاشیه برانند و دیدگاه اتیک را بر امیک در توسعه برتری دهند.

بنابراین اولین جز نقد مردم شناسان به توسعه پایدار این است که در مورد مسایل محیط زیستی، ذاتا تکنوکراتیک و بروکراتیک است رویکرد و ظاهر مدیریت دارد که این دیدگاه امیک را به حاشیه میراند و و نتایج معمولاً به نفع بازیگران خارجی است. دومین جز شامل روشی میشود که این جز اول بر کاربرد عملی توسعه پایدار اثر می گذارد. بحث سر این است که مسائل محیط زیستی معمولاً قبل از میل جوامع مورد هدف در پروژه های توسعه مورد خطاب قرار می گیرند. بیشتر پروژه هایی در ارتباط با حفاظت از محیط زیست انجام می پذیرد که مورد تمایل کمک کنندگان می باشد تا نیاز ساکنین، در بدترین حالت برای بحران های محیط زیستی که اصلاً وجود ندارند.

البته در بین مردم شناسان دیدگاه متضادی نیز وجود دارد که اگرچه پروژه های توسعه پایدار همواره بهترین نتیجه را برای آنها می باشد که تحت تاثیر قرار دارند به همراه ندارد، اما نقش جوامع مود هدف نیز دست کم گرفته شده است. در حقیقت آنها گفتمان را به نفع خود بازنویسی می کنند. هر دو گروه موافق و مخالف دیدگاه مردم شناسانه دارند چرا که بر اثرات بر جوامع فردی تاکید دارند و هر دو بر طبیعت گفتمان توسعه پایدار اعتقاد دارند. تفاوت آنها در زمینه تفاوت های نظری خصوصیات توسعه پایدار نیست بلکه در مورد نزاع نقش ساختاری می باشد. در نهایت این سوال مطرح می شود که آیا توسعه پایدار به عنوان جزیی از گفتمان توسعه کل گراست همان گونه که اسکوبار و سایرین پیشنهاد دادند یعنی که دیکته های محیطی، به انطباق با تصورات غالب مجبور می نماید و یا فضایی برای این مفهوم وجود دارد که به طور واقع منافع جوامع در حال توسعه را از طریق اقدامات فردی و محلی برآورده سازد (اسمیت، ۲۰۱۱). نتیجه گیری با وجود بحث حول محور کوچک و بزرگ مقیاس بودن توسعه پایدار صنعت گردشگری در عالم واقع و بر اساس مبانی علم جدید تفکیک و خط کشیدن توسعه پایدار صنعت گردشگری حول دو محور یاد شده در عمل امکان پذیر نبوده و می بایستی با ایجاد یکپارچگی و تلفیق منعطف مقیاس های فوق با توجه به موقعیت، زمان و مکانی که صنعت گردشگری می بایستی در آن به عنوان بنیان توسعه پایدار جایگزین سرمایه های ملموس قرار بگیرد، راهکار و رویکردی را ارائه نمود که با اتکا به سرمایه های ناملموسی همچون ارتقا کیفیت، ارتقا هویت و کرامت گردشگر، فراهم نمودن حداقل تسهیلات لازم و محور قرار دادن خدمت به عنوان عامل اصلی تولید ناخالص ملی بتواند جایگزین مناسبی برای توسعه به ویژه در کشورهای رو به توسعه که عمدتاً با نگاه سخت افزاری به این صنعت توجه می کنند با عجبین نمودن کلیه نرم افزارها و سخت افزارها و به عبارتی دیگر محور قرار دادن انسان و ساماندهی فرایند و فناوری حول آن به یک "مقیاس مغز افزاری"^۶ دست یافت.

پی نوشت ها

1. Hunter scale
2. Derissen, S et al.
3. Escobar
4. Smith
5. Brosius
6. Brain ware

1. Bramwell, B. (2005). Mass tourism, diversification and sustainability in southern Europe's coastal regions. In B. Bramwell (Ed) *Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe* (pp. 1.31). Clevedon: Channel View Publications.
2. Brosius, J.P 'Green dots, pink hearts: displacing politics from the Malaysian rainforest' (1999) 101 *American Anthropologist* 36 3(3):155-165.
3. Butler, R.W. (1990). Alternative tourism: Pious hope or Trojan horse? *Journal of Travel Research* 28(3): 379.391.
4. Butler, R.W. (1999). Sustainable tourism: The state of the art. *Tourism Geographies* 1(1): 7.25.
5. Butler, R.W. (2010). Carrying capacity in tourism: Paradox and hypocrisy? In D.G. Pearce and R.W. Butler (Eds) *Tourism Research: A 20-20 Vision* (pp. 53.64). Oxford: Goodfellow.
6. Derissen, S et al. (2011). the relationship between resilience and sustainability of ecological-economic systems. *Ecological Economics*, 70, 1121_1128.
7. Escobar, Arturo, *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World* (Princeton University Press, 1995)
8. HUNTER, C. J. (1995). On the Need to Re-Conceptualise Sustainable Tourism Development. *Journal of Sustainable Tourism*
9. Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of sustainable tourism*, 11(6), 459-475.
10. McCool, S., Butler, R., Buckley, R., Weaver, D., & Wheeler, B. (2013). Is concept of sustainability utopian: ideally perfect but impracticable? *Tourism Recreation Research*, 38(2), 213-242. Weaver, David. "Towards sustainable mass tourism: paradigm shift or paradigm nudge." *Tourism Recreation Research* 32.3 (2007): 65-69.
11. Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable tourism*, 8(1), 1-19.
12. Smyth, L. (2011). Anthropological Critiques of Sustainable Development. *Cross-sections*, 7, 78-85.
13. Weaver, D. (2001). Mass and alternative tourism in the Caribbean. In D. Harrison (Ed) *Tourism and the Less Developed World: Issues and Cases* (pp. 161.174). Wallingford: CABI.
14. Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. London: Butterworth- Heinemann.
15. Weaver, D. (2007). Towards sustainable mass tourism: Paradigm shift or paradigm nudge? *Tourism Recreation Research* 32(3): 65.69.
16. Wheeler, B. (1991). Tourism's troubled times: Responsible tourism is not the answer. *Tourism Management*, 12(2), 91-96.
17. Wheeler, B. (2004). The truth? The whole truth. Everything but the truth. Tourism and knowledge: a septic sceptic's perspective. *Current Issues in Tourism*, 7(6), 467-477.
18. Wheeler, B. (2007). Sustainable Mass Tourism: More Smudge than Nudge The Canard Continues. *Tourism Recreation Research*, 32(3), 73-75.
19. Harrison, D. (2001a). .Afterword... In D. Harrison (Ed) *Tourism and the Less Developed World: Issues and Case Studies* (pp. 251.263). Wallingford: CABI.
20. Harrison, D. (2001b). Less developed countries and tourism: The overall pattern. In D. Harrison (Ed) *Tourism and the Less Developed World: Issues and Case Studies* (pp. 1.22). Wallingford: CABI.
21. Harrison, D. (2004a). Tourism in Pacific islands. *The Journal of Pacific Studies* 26(1&2): 10.11.
22. Harrison, D. (2004b). Working with the tourism industry: A case study from Fiji. *Social Responsibility* 1(1&2): 249.270.
23. Harrison, D. and Schipani, S. (2007). Lao tourism and poverty alleviation: Community based tourism and the private sector. In C.M. Hall (Ed) *Pro-Poor Tourism: Who Benefits? Perspectives on Tourism and Poverty Reduction* (pp. 84.120). Clevedon: Channel View Publications.