

گردشگری جامعه محور

مهنا نیک بین

Mohanna_nikbin@yahoo.com

بعضی از گردشگران تجربه کردن فرهنگ محلی (جوامع میزبان) در قالب زبان، سنتها، سبک زندگی و ماهیت محیط زیست آنها را قسمت مهمی از سفرشان می دانند. امروزه این عناصر فرهنگی در جوامع بطور فزاینده‌ای توسط افراد محلی یا شرکتهای چند ملیتی تحت عنوان برچسب‌های مختلفی مانند؛ گردشگری فرهنگی، گردشگری میراث، گردشگری بومی، گردشگری روستایی و اکوتوریسم جامعه محور بسته بندی و به فروش می رسند.



گردشگری جامعه محور

مهنا نیک بین^۱

مقدمه:

بعضی از گردشگران تجربه کردن فرهنگ محلی (جوامع میزبان) در قالب زبان، سنتها، سبک زندگی و ماهیت محیط زیست آنها را قسمت مهمی از سفرشان می دانند. امروزه این عناصر فرهنگی در جوامع بطور فزاینده‌ای توسط افراد محلی یا شرکتهای چند ملیتی تحت عنوان برچسب‌های مختلفی مانند؛ گردشگری فرهنگی، گردشگری میراث، گردشگری بومی، گردشگری روستایی و اکوتوریسم جامعه محور بسته بندی و به فروش می رسند.

ماهیت گردشگری جامعه محور^۲ چیست؟

این نوع گردشگری متضمن سطح بالای مشارکت جوامع تحت لوای پایداری در فرایند توسعه و برنامه ریزی گردشگری است. این نوع گردشگری اغلب در تباین با گردشگری انبوه و بزرگ مقیاسی است که فقط توسط شرکتهای اداره و کنترل می شد و بهره اقتصادی محدودی برای جامعه میزبان در بر داشت. در گردشگری انبوه جوامع محلی در کارهای سطح پایین و با درآمد ناچیزی به کار گماشته می شدند اما در گردشگری جامعه محور توسعه گردشگری محلی بطور خلاقانه ای توسط افراد و گروههای مختلف جامعه میزبان، مالکان کسب و کارهای کوچک، مشوقان، انجمن های محلی و دولتها انجام می پذیرد (هاتون، ۱۹۹۹). تامین مالی این نوع گردشگری اغلب از منابع مختلفی تامین می شود که یکی از مهمترین آنها حامیان بین المللی است مانند؛ بانک توسعه آسیایی که اعتبارات خاصی را جهت توسعه گردشگری به کشورهای آسیایی اختصاص می دهد. گردشگری جامعه محور با بعضی از اشکال گردشگری بومی ارتباط دارد. گردشگری بومی^۳ اشاره به فعالیت گردشگری دارد که مردم بومی بطور مستقیم در زمینه توسعه و کنترل آن مشارکت دارند و در این نوع گردشگری فرهنگ بومی بعنوان جاذبه اصلی به گردشگران عرضه می شود (جعفری، ۲۰۰۰). اهدافی که از توسعه گردشگری جامعه محور وجود دارد عبارتند از: گردشگری جامعه محور پایداری اجتماعی را برای جامعه بومی به همراه دارد چرا که فعالیتهای گردشگری در بیشتر قسمتها توسط اعضای جامعه محلی توسعه و کنترل می یابد. بعلاوه درآمدهای بدست آمده بطور مستقیم عاید جوامع محلی می شود. هدف ثانویه از توسعه گردشگری جامعه محور این است که از این طریق برای فرهنگ، میراث و اداب و سنن جامعه محلی بتوان احترام و ارزش قائل شویم. همچنین گفته می شود که این نوع گردشگری می تواند فرهنگ، میراث و اداب و سنن جامعه محلی را حفظ و تقویت نماید. هدف دیگر اینکه از این رهگذر می توان به حفظ و حراست میراث طبیعی جامعه بومی پرداخت. یک نمونه موفق در زمینه گردشگری جامعه محور روستایی است که در شهر یوگیا کارتا، اندونزی قرار دارد این روستا مقصد گردشگری کشاورزی جامعه محور است در این روستا افراد بومی با کمک دولت محلی توانسته اند محصولات کشاورزی را با کیفیت بالا در یک مکان جذاب، دلپذیر و در فضای باز به گردشگران عرضه کنند.

^۱ کارشناس ارشد مدیریت برنامه ریزی و توسعه گردشگری دانشگاه علامه طباطبایی. مدرس و محقق گردشگری

^۲ Community- based tourism

^۳ Indigenous tourism

بر اساس نظر سنجی های انجام شده مشخص شد که همه جنبه های این مکان در سطح محلی کنترل می شود و عملیات آن توسط افراد بومی تحقق می یابد.

سوال اصلی مطرح این است که چرا گردشگری جامعه محور در جوامع بومی مورد توجه قرار گرفته است؟ فاکتورهای مختلفی مطرح است از جمله اینکه در این نوع گردشگری انتظارات اقتصادی گردشگری برای افراد بومی تحقق می یابد، رهبری و هدایت آن توسط ابتکارات فردی و گروهی افراد بومی انجام می پذیرد، میراث های طبیعی و فرهنگی آنها بهتر حفظ و حراست می شود، همچنین رشد فرصتهای شغلی برای افراد جوان، زنان بومی به همراه دارد و نهایتاً اینکه در این نوع گردشگری همکاری و انسجام بین افراد جهت توسعه گردشگری در جوامع شکل می گیرد.

اسمیت چهار عنصر مرتبط با گردشگری بومی را عنوان نموده است:

- مکان جغرافیایی (میراث طبیعی)؛
- آداب و رسوم جامعه بومی (میراث فرهنگی)؛
- آثار تاریخی؛
- صنایع دستی قابل عرضه به گردشگران؛

وی این عناصر را بستر توسعه گردشگری جامعه محور می داند (Telfer.D& Sharpley.R, ۲۰۰۸). گاهی با عرضه فرهنگ بعنوان جاذبه برای گردشگران مخالفتی مبنی بر کالای شدن فرهنگ شکل می گیرد و واکنشهایی در برابر درستی این کار انجام می دهند اما به این نکته باید توجه نمود که فرهنگ بومی را می توان از طریق ترجیحات فرهنگی و سوغاتی به گردشگران عرضه داشت اگرچه ممکن است در طول زمان موجب تغییر آن در جهت پاسخ گویی به نیاز گردشگران شود. یامورا (۲۰۰۵)؛ فرهنگ مردم شهر ناکسی در چین را مورد ارزیابی قرار داد و متوجه شد که مردم بومی صنایع دستی خود را جهت عرضه به گردشگران منطبق بر مکانیزمها و روشهای جدید تولید می کنند. در این زمینه اسمیت بیان می کند که ممکن است تعارضاتی در بین بعضی افراد بومی در زمینه تغییرات انجام شده در صنایع دستی در نتیجه توسعه گردشگری بوجود آید اما عناصر اقتصادی اشتغال زایی و درآمد زایی آن مورد توجه است.

با توجه به اینکه گردشگری جامعه محور نکات مثبت بسیاری دارد اما ممکن است عملیات گردشگری کوچک مقیاس آن با چالش های جدی روبه رو شود. کلوردون و کالیسج (۲۰۰۰) معتقدند که یکی از بزرگترین چالشهای گردشگری جامعه محور تهدیدها و رقابتی است که از جانب تفرجگاههای بزرگ مقیاس اطراف برای این جوامع وجود دارد. عملیات بزرگتر با توجه به منابع و تکنیکهای بازاریابی در دسترس پتانسیل کسب و کاری بیشتری نسبت به عملیات کوچک مقیاس دارند. چالش کلیدی ومهمی که برای صنعت گردشگری و سیاستگذاران این صنعت وجود دارد این است که روشی برای شرکتهای بزرگ و کوچک موجود بیانند تا با هم بعنوان یک قسمتی از یک خط مشی توسعه اقتصاد محلی یکپارچه کار کنند.

نکته حائز اهمیت دیگر در این زمینه این است که برنامه ریزی گردشگری به نفع مردم صورت می گیرد و آنها باید در فرایند برنامه ریزی و توسعه گردشگری در مناطق خود دخیل باشند. از طریق این مشارکت، توسعه گردشگری اتفاق نظر مردم را از آنچه که آنها می خواهند نشان داده خواهد شد. همچنین، اگر ساکنان در تصمیمات مربوط به توسعه و برنامه ریزی شرکت کنند و متوجه مزایای آن باشند احتمالاً، بیشتر از آن حمایت خواهند کرد. حال سوال اصلی این است که چگونه افراد بومی در فرایند برنامه ریزی مشارکت داده شوند؟ در برنامه های گردشگری سطح ملی و منطقه ای روش معمول جهت جلب مشارکت افراد بومی، ایجاد یک کمیته تدارکاتی است. این کمیته تیم برنامه ریزی را راهنمایی کرده و کار آنها را به ویژه گزارشهای پیش نویس شده، پیشنهادهای سیاستی و برنامه ریزی را مرور می کند. این کمیته تدارکاتی گردشگری عموماً متشکل از نمایندگان اژنس های دولتی وابسته به امور گردشگری، بخش خصوصی و سازمانهای

اجتماعی، مذهبی و سایر سازمانهای مربوط است. برگزار نمود. در این جلسات برای اشخاص فرصتی ایجاد می شود تا درباره طرح گردشگری اطلاعاتی کسب و نظراتشان را بیان کنند. زمانی که طرح تکمیل می شود، روش معمول دیگر، برگزاری سمینار گردشگری منطقه ای و ملی است. این سمینار، به شرکت کنندگان و عموم مردم در ارتباط با اهمیت توسعه کنترل شده گردشگری و پیشنهادهای طرح، آگاهی می دهد. چنین سمینارهایی اغلب از تبلیغات گسترده ای در رسانه های گروهی برخوردار می شوند. (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۴).

نتیجه گیری:

جوامع پیچیدگی خاص خود را دارند و بعنوان منابع مهمی برای گردشگری محسوب می شوند. با توجه به سمت و سوهایی که در زمینه پایداری بوجود آمده، مشارکت جوامع محلی یکی از محوریت‌های بسیار مهم برنامه های گردشگری می باشد. جوامع تنها تاثیرپذیر گردشگری نیستند بلکه آنها در مقابل آن واکنش نشان می دهند و از فرصتهایی که بوجود می آورد بهره می برند. نهایتاً اینکه الگوهای توسعه مناطق محلی، مکمل و تقویت کننده یکدیگر باشند و در عین حال احتیاجات و خواسته های جوامع محلی را نیز منعکس نمایند.

منابع:

سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۸۴)، **برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی**، ترجمه محمود عبدالله زاده، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی.

Telfer.D& Sharpley.R(۲۰۰۸), **Tourism and Development in the Developing country**, Routledge, USA & Canada.

Jafari, Jafar,(۲۰۰۰), **Encyclopedia of tourism**, Routledge, USA & Canada.