



مرور و نقد کتاب

دکتر محمد تقی رهنمائی^۱

جغرافیای گردشگری ایران

تالیف: محمود ضیایی، علی دلشاد

ناشر: دانشگاه علامه طباطبائی

سال انتشار: ۱۳۹۷

کتاب "جغرافیای گردشگری ایران" که به قلم دکتر محمود ضیایی؛ دانشیار گروه گردشگری دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی و آقای علی دلشاد؛ عضو هیئت علمی دانشگاه یزد به رشته تحریر در آمده است، تلاش ارزنده ای است در جهت شناسائی و توصیف و تحلیل جاذبه های طبیعی و انسانی گردشگری ایران و گام

^۱ عضو هیئت علمی بازنشسته گروه جغرافیای دانشگاه تهران

موثری است برای توسعه گردشگری کشور، که در بردارنده مبانی نظری و نکات کاربردی مفیدی برای علاقمندان و دست اندرکاران این رشته است و به جرات میتوان آن را اولین دائرة المعارف جغرافیای گردشگری در ایران دانست.

این کتاب به پشتوانه سابقه آموزشی، پژوهشی و شناخت نویسندهگان آن از کاستی ها و کمبودهای منابع آموزشی موجود در حوزه جغرافیای گردشگری ایران تدوین گردیده است. در این کتاب ابتدا بنیان های جغرافیایی که منجر به شکل گیری فضا-بستر هر نوع توسعه از جمله گردشگری- می شود، تبیین می گردد. همچنین فرایند تکوین و تطور چشم اندازهای طبیعی و چشم اندازهای فرهنگی که اساس شکل گیری مقصدهای گردشگری هستند، تشریح می شوند. سپس نظام گردشگری ایران با نگرش سیستمی و به تفکیک سه جزء تقاضا، عرضه و اثرات مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. در بخش پایانی کتاب مناطق، مقصدها و سایت های گردشگری به عنوان برآیند ارتباطات متقابل میان این اجزا تفسیر می شوند. هدف از تالیف کتاب انجام مطالعه ای فراگیر، هم پیوند، جامع و کاربردی بوده است. در ادامه ساختار کتاب جغرافیای گردشگری ایران به همراه شرح مختصری از محتوا و مضامین هر یک از فصل های آن ارائه می شود.

فصل اول کتاب به شرح کلیات و مفاهیم جغرافیا و گردشگری اختصاص یافته است. در این فصل با عنوان جغرافیای گردشگری، روند تاریخی تحول علم جغرافیا، دیدگاه های موجود در زمینه تعریف علم جغرافیا، ارتباط جغرافیا و گردشگری، تعریف جغرافیای طبیعی و انسانی و نقش آن ها در شکل گیری جاذبه های گردشگری و توسعه فعالیت های گردشگری بررسی شده است. بر اساس مفاد فصل اول کتاب، جغرافیای گردشگری به مطالعه روابط میان اشکال گردشگری با محیط جغرافیایی (طبیعی و انسانی) می پردازد. بنابراین فعالیت های گردشگری به مانند هر گونه فعالیت توسعه ای دیگری، از محیط طبیعی و انسانی تاثیر پذیرفته و بر آن تاثیر می گذارند. در حقیقت محیط طبیعی و انسانی، بستر و ظرف توسعه گردشگری است که فعالیت ها و تجارب گردشگری از این ظرف شکل می گیرند و متقابلا به آن شکل می دهند. بنابراین علم جغرافیا، یکی از ارکان اصلی و تاثیر گذار مطالعات گردشگری است. این اهمیت و تاثیر گذاری در مطالعات پژوهشگران و عالمان رشته گردشگری نیز مشهود است.

فصل دوم کتاب، گردشگری را در بستر جغرافیای طبیعی مورد مطالعه قرار می دهد. موضوع مطالعات جغرافیای طبیعی، بررسی و تحلیل عناصر مختلف طبیعی شامل اقلیم، خاک، حیات گیاهی و جانوری، آب، ناهمواری، فضای کالبدی و زیستی و در نهایت شناسایی ارتباط متقابل و نظام مند آنها با یکدیگر و با گروه های انسانی است. موقعیت جغرافیایی (ریاضی و نسبی)، ناهمواری ها (سرزمین های مرتفع و پست)، اشکال ژئومورفولوژیک (لندفرم های حاصل از فرآیندهای درونی و بیرونی)، نواحی آب و هوایی، منابع آبی، پوشش گیاهی و حیات جانوری، زیستگاه ها و بررسی وضعیت حفاظت از محیط زیست، عناصر و عوامل جغرافیایی طبیعی هستند که در این فصل به بررسی و تشریح آنها، به ویژه با تاکید بر نقش آنها به عنوان منابع توسعه گردشگری پرداخته شده است.

برآیند بررسی‌های این فصل نشان می‌دهد که گستردگی پهنه جغرافیایی، موقعیت جغرافیایی، تنوع ناهمواری‌ها (مناطق مرتفع و پست)، تنوع پدیده‌های زمین‌شناختی و اشکال ژئومورفولوژیک، تنوع آب‌وهوایی و منابع آبی سطحی و زیرزمینی، موجب ایجاد مناطق زیستی غنی و متنوع با پوشش گیاهی و حیات جانوری گوناگونی در سرزمین ایران شده‌است. شناخت این ویژگی‌ها و نحوه تاثیرگذاری و تاثیرپذیری عوامل طبیعی بر/از یکدیگر، از دو بعد دارای اهمیت است. بعد اول به این موضوع می‌پردازد که جغرافیای طبیعی ایران و منابع و جاذبه‌های گردشگری آن، به‌عنوان جذب‌کننده گردشگران، هسته اصلی شکل‌گیری محصول گردشگری را تشکیل می‌دهند. بعد دوم به کارکرد جغرافیای طبیعی به‌عنوان بستر ساز توسعه گردشگری باز می‌گردد. بنابراین برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در سطوح ملی، منطقه‌ای، مقصد و سایت بدون توجه به عوامل طبیعی، مانند ناهمواری‌ها، اقلیم، منابع آبی، وضعیت محیط زیست و ... عملاً امکان‌پذیر نیست. در نتیجه توسعه پهنه‌ها، مقصدها و سایت‌های گردشگری در هر دو بعد عرضه و تقاضا، از مطلوبیت مناسب و متناسبی برخوردار نخواهد بود. علاوه بر این، توسعه بدون ضابطه، غیر نظام‌مند و ناپایدار، بدون توجه به وضعیت محیط زیست، موجب بروز مشکلات و چالش‌های زیست محیطی بسیاری خواهد شد.

در فصل سوم گردشگری در بستر جغرافیای انسانی مورد مطالعه قرار می‌گیرد. موضوع مطالعات جغرافیای انسانی، بررسی فرآیندها، الگوها و چشم‌اندازهایی است که از برهم‌کنش جوامع انسانی با یکدیگر و محیط پیرامون خویش شکل می‌گیرند. بخشی از این روابط و چشم‌اندازها، ناشی از نیازهای فراغتی و گردشگری است که محیط جغرافیایی بستر آن را فراهم آورده و فعالیت‌های گردشگری در درون این ظرف تحقق می‌یابد. در این فصل شکل‌گیری و سیر تحول تمدن و الگوی معیشت در ایران و ورود اقوام مختلف به این سرزمین بررسی و میراث تاریخی و فرهنگی به‌جای مانده از آنان به‌عنوان سرمایه‌های گردشگری تبیین شده‌است.

جمع‌بست مباحث مطرح‌شده در فصل سوم نشان می‌دهد که دیرزیستی انسان در فلات ایران و ظهور و افول تمدن‌های بزرگ و حکومت‌های مختلف در تاریخ ایران، موجب شکل‌گیری آثار و یادمان‌های بسیاری در جای‌جای این سرزمین شده‌است. ایران با توجه به این پیشینه تاریخی و تمدنی و نیز موقعیت خاص جغرافیایی، محل‌گذر و تاخت‌وتاز اقوام مختلفی بوده‌است که جدا از اثرات نامطلوب در زمینه توقف و عقب‌گرد تمدنی، واجد اثرات مثبتی در زمینه ایجاد تنوع فرهنگی و قومی بوده‌است. تلفیق این تنوع با تنوع زیستی و مجموع عوامل طبیعی، انواع شیوه‌های زندگی کوچ‌نشین، روستایی و شهری را ایجاد کرده‌است. مجموع جذابیت‌های تاریخی و فرهنگی شکل‌گرفته، در ایجاد منابع و جاذبه‌های گردشگری فعلی کشور (بالقوه و بالفعل) نقش اساسی داشته‌است. همچنین ویژگی‌های فرهنگی مستتر در جغرافیای انسانی ایران، مانند روحیه میهمان‌نوازی، بستر ساز توسعه گردشگری است. در عین حال، این ویژگی‌ها، شکل‌دهنده الگوهای سفر فعلی و محورها و مقصدهای گردشگری کشور است.

فصل چهارم با عنوان «ساخت جغرافیای گردشگری»، به توصیف، تشریح و تحلیل سازمان و ساختار فضایی گردشگری ایران اختصاص یافته‌است. به‌طور کلی ویژگی‌های گردشگری هر مقصد، برآیند ویژگی‌های جغرافیای طبیعی و انسانی آن است. تمامی فرآیندهای گردشگری نیز در درون فضا و در تعامل با عناصر سیستم گردشگری

تحقق می‌یابند. بنابراین برای مدیریت و برنامه‌ریزی بهینه‌ی گردشگری هر مقصدی نیاز است که شناختی دقیق و صحیح از اجزاء سیستم گردشگری آن داشته‌باشیم. بر این اساس، این فصل به شناخت و تحلیل اجزاء سیستم گردشگری در وجوه عرضه، تقاضا، اثرات و مدیریت و برنامه‌ریزی در ایران اختصاص یافته‌است.

بررسی وضعیت وجه عرضه گردشگری ایران نشان‌دهنده توانمندی‌های بسیاری در زمینه منابع و جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و ویژه است. توزیع تسهیلات و خدمات گردشگری به‌ویژه اماکن اقامتی و پذیرایی نیز به‌طور عمده، مطابق با مقصدها و محورهای عمده گردشگری کشور است. در زمینه خدمات حمل‌ونقل و دسترسی‌ها، وضعیت به‌سامانی مشاهده نمی‌شود، به‌گونه‌ای که در ابعاد زیرساختی و ناوگان حمل‌ونقل، کاستی‌های بسیاری در کمیت و کیفیت خدمات وجود دارد که توسعه گردشگری در مناطق مختلف کشور را با مشکلاتی روبرو نموده‌است.

در وجه تقاضای گردشگری، کشور ایران علی‌رغم توانمندی‌های بسیار در حوزه منابع و جاذبه‌های گردشگری و موقعیت خاص جغرافیایی در منطقه و جهان، سهم آن از کل گردشگران بین‌المللی و درآمدهای حاصل از آن در سطح جهان ناچیز بوده‌است. این وضعیت را می‌توان ناشی از عوامل بیرونی و درونی در نظر گرفت. در این میان تعداد قابل توجه گردشگران ایرانی خارج شده (خروجی) از کشور نیز تعادل بین درآمدهای حاصل و هزینه کرد گردشگران بین‌المللی را به نفع گردشگران خروجی برهم زده‌است. بخش دیگری از یافته‌های این فصل نشان می‌دهد که بیشترین میزان بازدید و سفر گردشگران بومی از شهرهای عمده گردشگرپذیر کشور مانند مشهد، تهران، شیراز و اصفهان صورت گرفته‌است و دیگر شهر و مقصدهای گردشگرپذیر کشور تنها در تعطیلات مناسبتی، فصلی و اعیاد و در صورت وجود مطلوبیت زیست‌اقليمی، موردبازدید قرار می‌گیرند.

بررسی وجه اثرات، برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه گردشگری کشور در قبل و بعد از انقلاب نشان می‌دهد که فرایند برنامه‌ریزی مناسب و متناسبی بر کشور حاکم نبوده و فرآیند سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کشور با چالش‌ها و فراز و نشیب‌های متعددی همراه بوده‌است. عمده برنامه‌های طراحی شده یا به مرحله اجرا نرسیده‌اند و یا اهداف آنها محقق نشده‌است. بنابراین در کل، این فرآیند از مراحل تعریف تا تحلیل، تلفیق، اجرا و نظارت، با مشکلاتی روبرو است. در بعد از انقلاب نیز فراز و نشیب‌های صورت گرفته ناشی از تغییرات نظام سیاسی، جنگ تحمیلی، تحریم‌ها، تنش‌های سیاسی در روابط خارجی، تغییرات در دولت‌ها و در نتیجه ایجاد تغییرات عمده در برنامه‌های دولت‌های قبلی، وجود نهادهای مختلف تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر، گروه‌های ذینفع و گروه‌های قدرت متنوع و ...، بر نظام برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری کشور، اثرات منفی بسیاری داشته‌است، به‌گونه‌ای که حتی با تدوین سند چشم‌انداز بیست‌ساله توسعه و الزام به تدوین برنامه‌های توسعه کلان، بخشی و بین‌بخشی در چارچوب آن، متأسفانه هنوز الگوی مناسبی برای تدوین و اجرایی‌شدن برنامه‌های توسعه گردشگری و فرموله‌نمودن اثرات گردشگری وجود ندارد. البته لازم به ذکر است که اقتصاد سیاسی ایران و نقش درآمدهای نفتی در اقتصاد ایران، در الگوی توسعه کنونی گردشگری آن، نقش مهمی داشته‌است.

نهایتاً در فصل پنجم محورها، مقصدها و مناطق گردشگری به عنوان برون‌داد تعامل گردشگری و محیط طبیعی و انسانی تشریح می‌شوند تا از این رهگذر به درک مخاطب از سازمان و ساختار فضای گردشگری ایران کمک کند. در حقیقت مشخصه‌های این عناصر فضایی توسعه گردشگری (مناطق، محورها و مقصدها)، برآیند ویژگی‌های جغرافیای طبیعی، انسانی و اقتصادی گردشگری آن است. در این معنا، تمامی فعالیت‌های گردشگری در تعامل با فضای جغرافیایی شکل می‌گیرد. بنابراین شناخت دقیق توانمندی‌ها، فرآیندها، گونه‌های فعالیتی و توسعه‌پی‌آیند آن، از الزامات ایجاد شناخت دقیق برای ترسیم وضعیت موجود و روندهای آتی قابل پیش‌بینی است تا داده‌های لازم برای مدیریت و برنامه‌ریزی بهینه‌ی گردشگری مقصدها، محورها و مناطق گردشگری ایران بر مبنای تعاملات درونی و بیرونی آن‌ها با یکدیگر فراهم گردد.

در این فصل با توجه به مطالعات قبلی در زمینه منطقه‌بندی، دگرگونی‌های صورت گرفته در نظام سیاسی-اداری، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی و یافته‌های دیگر فصل‌های کتاب، ۱۳ منطقه گردشگری تعیین و نام‌گذاری شده‌اند. همچنین دسته‌بندی (۹ گانه) محورها و مقصدهای گردشگری و بررسی توانمندی‌ها و وضعیت توسعه آن‌ها صورت گرفته است. اما علی‌رغم تنوع بسیار بالای گونه‌ها و فعالیت‌های قابل توسعه گردشگری در ایران، متأسفانه هنوز مناطق، محورها و مقصدهای گردشگری بر مبنای تعاریف مفهومی و عملیاتی آن‌ها، توسعه نیافته‌اند. فعالیت‌ها و بالتبع تاسیسات گردشگری ایجاد شده در این محورها و مقصدها نیز از شکل توسعه الگومدار و نظام‌مندی برخوردار نبوده و در زمینه کنترل اثرات توسعه گردشگری، تمهیدات لازم صورت نگرفته‌است. در نتیجه، توسعه گردشگری در مناطق، محورها و مقصدهای گردشگری کشور، واجد اثرات منفی بسیاری بوده و کیفیت زیست‌محیطی منابع گردشگری را به شدت کاهش داده‌است. ادامه این روند، توسعه گردشگری در سطح مناطق، محورها و مقصدهای گردشگری را با مخاطرات بسیاری همراه خواهد نمود که تأکید و زنگ خطر است تا قبل از اینکه دیگر راه بازگشتی وجود نداشته باشد، پایداری توسعه گردشگری، سرلوحه اقدامات سطوح و اقشار مختلف جامعه و دینفعان توسعه قرار گیرد.

در کل این کتاب، کارکرد جغرافیای گردشگری را در توصیف، تفسیر و تحلیل سازمان و ساختار فضایی مقصدها و مکانیسم شکل‌گیری این فضاها می‌داند. بر این اساس، شناخت علمی روابط متقابل گردشگری و گردشگران با «محیط طبیعی» و «محیط انسانی» مقصد، بنیان مطالعات جغرافیای گردشگری را تشکیل می‌دهد. هدف غایی این مطالعات، مدیریت فرایند توسعه مقصد، بصورت اندیشیده شده و منطبق بر اصول پایداری است. لذا رسالت جغرافیای گردشگری برنامه‌ریزی برای ساخت و توسعه فضاهای گردشگری، بازساخت و احیاء مقصدها در مراحل مختلف چرخه حیات یک مقصد است.

کتاب جغرافیای گردشگری ایران فضای گردشگری را به‌مانند هر فضای جغرافیایی دیگر، پویا و چند وجهی می‌داند. چشم اندازه‌های طبیعی و فرهنگی از وجوه مرئی این فضا هستند. این چشم اندازه‌ها متناسب با شیوه تولید (الگوی معیشتی) و سازمان اجتماعی (روابط اجتماعی و تولیدی) حاکم بر فضا، به گونه‌هایی متفاوت خلق می‌شوند و البته

موتور محرکه توسعه‌ی گردشگری همین تنوع و تفاوت هاست. تحقق رسالت تعیین شده برای مطالعات جغرافیای گردشگری منوط به شناخت محتوا و قوانین ناظر بر سازماندهی فضا، نیروهای پیش‌ران و سازنده‌ی آن است.

این مجموعه از توصیف صرف پدیده‌ها و جاذبه‌های گردشگری فراتر رفته و علاوه بر برآیندها (چشم‌اندازهای جغرافیایی)، فرایندهایی (عوامل و عناصر جغرافیایی) که منجر به شکل‌گیری فضا جغرافیایی کشور شده‌اند، را نیز به شیوه‌ای علمی بیان کرده‌است. امید است که با مطالعه این کتاب، شناخت علمی فضای گردشگری ایران حاصل شود و این شناخت، دست‌مایه‌ای برای مدیریت هر چه کارآمدتر و موثرتر دست‌اندرکاران توسعه گردشگری کشور فراهم آورد.