

گردشگری، موضوع علم جغرافیا

پریوش کرمی

کارشناس ارشد جغرافیای طبیعی

گردشگر (توریست)

توریسم واژه‌ای است متشکل از دو بخش تور (tour) یعنی سفر، سیاحت، مسافرت یا گردش کردن و ایسم (ism) پسوندی است مصطلح به معنای مکتب یا طرز تفکری خاص. در واقع توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و جهانگردی است و توریست کسی است که به مسافرت و جهانگردی می‌پردازد. (زیرک باش، ص ۴۲) براساس تعریف بین‌المللی «جهانگرد کسی است که به منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت، ورزش و زیارت به کشوری دیگر سفر کند، مشروط به اینکه مدت اقامت او از ۲۴ ساعت کمتر و از ۶ ماه بیشتر نباشد و در فاصله‌های کمتر از ۷۰ کیلومتر انجام نگیرد (میرزائی، ص ۶۷). دکتر برنکر عضو انستیتو بررسی جهانگردی در تعریف گردشگر می‌گوید: هنگامی که تعدادی از افراد یک کشور به طور موقت محل اقامت خویش را ترک نموده و به منظور گذران ایام تعطیل، بازدید از آثار تاریخی، شرکت در مسابقات و کنفرانس‌ها، دیدن اقوام و خویشان از نقطه‌ای به نقطه دیگر بروند جهانگردی آغاز می‌گردد. گیلوی یکی از کارشناسان برجسته اقتصادی اروپا در تعریف توریست می‌گوید، تمام افرادی که کشور خود را به قصد کشور دیگر ترک و کمتر از یک سال از خارج اقامت نموده و برای هزینه اقامت خود هیچگونه درآمدی از کشور مورد بازدید نداشته باشند، توریست شناخته می‌شود.

جاذبه‌های گردشگری

مهمترین یا قوی‌ترین عنصر در عرصه گردشگری، جاذبه‌های مقصد است. جاذبه‌ها منبع قدرت دهنده به سیستم گردشگری‌اند. جاذبه‌ها دو کارکرد مهم دارند: اولاً برای مسافران نقش انگیزشی ایفا می‌کنند، ثانیاً باعث ایجاد رضایت بازدیدکنندگان می‌شوند. اصولاً بدون جاذبه‌های مختلف طبیعی، علمی و فرهنگی، ایجاد تقاضا برای مقصد و جلب گردشگران دشوار است. **جاذبه‌های طبیعی:** اصولاً ترکیب متنوعی از منابع طبیعی را می‌توان به منظور ایجاد محیطی جذاب برای توسعه گردشگری به کار گرفت. هر ناحیه با آب و هوا و شرایط اقلیمی خاص، مشتریان ویژه‌ای را جلب می‌کند هر چه امکانات یک منطقه متعددتر و متنوع‌تر باشد، مسلماً جذابیت بالاتری خواهد داشت. البته آب و هوا گاه به عنوان جاذبه‌ای مستقل باعث جذب گردشگر به یک منطقه می‌شود. در جغرافیای گردشگری، شرایط محیط طبیعی در فصل‌های تابستان و زمستان، هر

یک به طور جداگانه بررسی می‌شوند. (شکویی، ۱۳۶۴، ص ۱۸-۳)

جاذبه‌های فرهنگی: فرهنگ را می‌توان مجموعه‌ای از ایده‌ها، باورها، ارزشها، دانش و رفتارهایی تعریف کرد که اساس مشترک تمام اعمال اجتماعی را شکل می‌دهند. در صنعت گردشگری فرهنگ به عنوان عامل جذب عمل می‌کند. برای گردشگران و مسافرانی که به شهر و روستا یا کشوری مسافرت می‌کنند، فعالیتها، رویدادها یا محصولات فرهنگی همچون نیروی الهام‌بخش و جذاب بر آنان اثر می‌گذارد. جاذبه‌های فرهنگی شامل اماکن تاریخی، موزه‌ها، معماری، بناهای مذهبی، مراکز فرهنگی و مراکز مسکونی معاصر می‌شود. موسیقی، هنرهای نمایشی، شعر، ادبیات، نقاشی، مواردی از این قبیل می‌باشند.

چکیده

جغرافیا از نظر دانشمند بزرگ یونانی اراتوستن در ۲۳۰۰ سال قبل، مطالعه زمین به عنوان جایگاه انسان توصیف شده است. جغرافیا در مطالعه زمین به عوامل طبیعی و انسانی متعددی برخورد می‌کند.

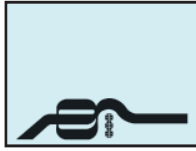
مفهوم جغرافیا رابطه انسان با محیط است. انسان در محیط، فعالیت‌ها و نقش آفرینی‌های متعددی دارد و محیط شامل محیط طبیعی، انسانی و اجتماعی می‌باشد. با شناخت محیط و استفاده بهینه از توان‌ها و ظرفیت‌های جغرافیایی مانند دریاها، دریاچه‌ها، تالاب‌ها، آبشارها، مناطق جنگلی، کشتزارهای زراعی، مناطق کوهستانی، مراکز زیارتی، باستانی و فرهنگی می‌توان با جذب گردشگر در راه توسعه و افزایش درآمد تلاش کرد. محیط به عنوان رکن اصلی جریان گردشگری در تبلور فضایی برای جذب گردشگر نقش مهمی ایفا می‌کند و ابزارهای متنوعی را در اختیار می‌نهد. به طور کلی باید گفت در مفهوم محیط جغرافیایی تأکید بر جامعه است و نمی‌توان ویژگی‌های جامعه را از شرایط طبیعی یا مکانی جدا کرد. هر چشم‌انداز جغرافیایی، هماهنگی و سازگاری انسان را با شرایط مکانی ظاهر می‌سازد. از آنجا که مناطق جغرافیایی هر کدام ویژگی‌های خاص خود را دارد، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی نیز به تبعیت از آنها شکل می‌گیرند و به همین دلیل حوزه‌های فعالیت گردشگری تیر متنوع می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، محیط، محیط جغرافیایی، جغرافیای گردشگری، توسعه پایدار

مقدمه

سیر و سیاحت و سفرهای گردشگری، هر چند بر طبق یافته‌های باستانی و داده‌های تاریخی پدیده‌ای دیرپا و قدیمی است و عمری به قدمت تاریخ و تمدن بشری دارد، اما ضرورت‌های زمان، همراه با توسعه و گسترش شگفت‌آور شهرنشینی و تکنولوژی باعث گردیده است که احساس به استراحت، تفریح و خواب بیش از هر زمان دیگری در این عصر نمود پیدا کند. از بین عوامل تأثیر گذار بر روی این صنعت، محیط جغرافیایی می‌باشد. هر محیط توانایی را در بخش گردشگری فراهم می‌کند. دانش جغرافیا گردشگری را در چارچوب کلی جغرافیای انسانی - اجتماعی مورد بررسی قرار می‌دهد. انسانها برای حفظ سلامتی و تعادل بخشی به حیات نیاز به تفریح و استراحت دارند که این مهم از چند دهه قبل مورد توجه برنامه‌ریزان و مسئولان بسیاری از جوامع به ویژه کشورهای صنعتی قرار گرفت. فراموش نکنیم که میراث‌های فرهنگی و میراث‌های گرانبهای طبیعی می‌توانند بستر مناسبی را برای توسعه گردشگری فراهم کنند.

سفر محرک اصلی در چرخه اقتصاد است. صنعت گردشگری به عنوان چرخه پیشرفت اقتصادی بسیاری از کشورها به حساب می‌آید. هر محیط جغرافیایی همانطور که از آثار انسانی برخوردار است از اثرات محیط طبیعی نیز بهره‌مند می‌گردد. در واقع محیط جغرافیایی زمینه‌ساز فعالیت‌های گوناگونی است که گردشگری نیز از جمله آنها محسوب می‌شود.



گردشگری و محیط

محیط به عنوان رکن اصلی جریان گردشگری در تبلور فضایی برای جذب گردشگر نقش مهمی ایفا می‌کند و ابزارهای متنوعی را در اختیار می‌نهد. از این رو گردشگری و محیط (در ابعاد انسانی و طبیعی) به طور متقابل به هم وابسته‌اند. محیط بسیاری از جاذبه‌ها را شکل می‌دهد. در حالی که توسعه جریان گردشگری خود به کیفیت محیط مورد بازدید بستگی دارد. **توانهای محیط طبیعی:** منظور از توانهای محیطی مجموعه داده‌های طبیعی است که در بهره‌وری اقتصادی انسان از محیط مؤثر است. در سنجش توانهای محیطی جهت بهره‌وری گردشگری از محیط، عوامل جغرافیایی متعددی به عنوان عوامل تشکیل‌دهنده توان محیطی مطرح‌اند. این عوامل اگرچه در ساختار محیط به صورت نظام مند مرتبط با هم عمل می‌کنند و هر یک به نوبه خود تحت تأثیر عوامل دیگر شکل می‌گیرند، ولی بنا به شرایط جغرافیایی و ویژگی‌های منطقه‌ای هر کدام در شکل‌دهی به سیمای طبیعی محیط نقش ویژه‌ای دارند (جوان، ۱۳۸۲، ص ۸).

عناصر طبیعی در اقتصاد گردشگری به عنوان ماده اولیه و خام در نظر گرفته و به شکل‌های مختلف عرضه می‌شود (قره‌نژاد، ۱۳۷۸، ص ۱۶۶). این عناصر را که در گردشگری اهمیت دارد، می‌توان به صورت زیر بر شمرده:

۰ ساختارهای زمین‌شناختی و ژئومورفولوژیکی (اشکال زمین): ساختارهای زمین‌شناختی و اشکال طبیعی پوسسته زمین هر یک چشم‌انداز را خلق می‌کنند، به عنوان مثال تشکیلات و اشکال زمین‌شناختی در کلات نادری یکی از چشم‌اندازهای طبیعی کمیاب در کره زمین است که می‌تواند جاذب گردشگر با انگیزه‌های مختلف باشد.

۰ هیدرولوژی: منابع آب علاوه بر کارکردهای مختلف یکی از جاذبه‌های گردشگری محسوب می‌شوند. به طور کلی منابع آب سطحی قابلیت‌های بالایی در زمینه گردشگری دارند. در این زمینه می‌توان به دریاها، دریاچه‌ها، رودخانه‌ها، آبشارها و تالابها اشاره کرد.

۰ پوشش گیاهی و حیات جانوری: اجتماع گیاهی و جانوری به خصوص در مناطق حفاظت شده به عنوان یکی از مهمترین جاذبه‌های گردشگری در قرن حاضر مطرح است.

۰ اقلیم: آب و هوا یکی از عوامل عمده‌گزینه‌ش «فصل مناسب» است. بنابراین در زندگی اقتصادی - اجتماعی گردشگری آب و هوا از موضوعات اصلی آمایش در مقیاس محلی و منطقه‌ای به شمار می‌رود. (خلایی، ۱۳۷۷، ص ۲۵) به طور کلی اقلیم هر منطقه در ترسیم خطوط آینده توسعه گردشگری نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. معمولاً در صنعت گردشگری بین محیط فیزیکی و محیط فرهنگی - اجتماعی تفاوت قائل می‌شوند. منظور از محیط فیزیکی زمین، هوا، آب، گیاهان، حیات وحش و دست‌ساخته‌های بشری است. محیط فرهنگی - اجتماعی نیز شامل انسانها و روابط بین آنها و همچنین تعاملات فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی رایج در جوامع است. محیط فیزیکی و طبیعت در تأمین نیازهای بشری همواره نقش مؤثری ایفا کرده و امروزه به طور گسترده پذیرفته شده است که این محیط نقش مهمی در شکل‌دادن به گردشگری و تأثیر پذیرفتن از آن دارد.

اصولاً رایج شدن مفاهیمی همچون طبیعت‌گردی، گردشگری سبز و گردشگری پایدار در دو دهه گذشته ناشی از حساسیت‌های مورد اشاره و افزایش آگاهی گردشگران درباره ارزشمندی محیط و ضرورت حفاظت از آن به منظور توسعه این صنعت است.

جایگاه جغرافیا در ایجاد بسترهای گردشگری

به طور کلی باید گفت در مفهوم محیط جغرافیایی، قبل از هر چیز تأکید بر موجودیت و حضور جامعه است و نمی‌توان ویژگی‌های جامعه را از شرایط طبیعی یا مکانی جدا کرد. هر چشم‌انداز جغرافیایی، هماهنگی و سازگاری انسان را با شرایط مکانی ظاهر می‌سازد و هیچ محیط جغرافیایی بدون نمایش فعالیت‌های انسان تحقق نمی‌یابد، از این جهت روی فرهنگ انسانی و بستر مکانی بیش از هر چیز تأکید می‌شود، که با گذشت زمان یعنی در طول تاریخ شکل گرفته و به حیات خود ادامه می‌دهد. از آنجا که مناطق جغرافیایی هر کدام ویژگی‌های خاص خود را دارد، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی نیز به تبعیت از آنها شکل می‌گیرند و به همین دلیل حوزه‌های فعالیت گردشگری نیز متنوع بوده و از حوزه‌ای به حوزه دیگر فرق می‌کند. مناطق کوهستانی و ییلاقی، دره‌ها و غارهای طبیعی، سواحل دریاها و دریاچه‌ها، چشمه‌های آب معدنی و نواحی جنگلی و نظایر آنها، آثار باستانی و دهکده‌ها و بسترهای فرهنگی جاذبه‌هایی هستند که در جلب توریست بسیار حائز اهمیت بوده و در واقع هر کدام از محیط‌های طبیعی، جغرافیایی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی زمینه‌ساز فعالیتهای گوناگونی هستند که گردشگری نیز از جمله آنها محسوب می‌شود.

ارتباط میان جغرافیا و برنامه‌ریزی از یک سو و پذیرش دید برنامه‌ریزی در مطالعات گردشگری از دیگر سو، بعد جغرافیایی را غنای بیشتری می‌بخشد. شالوده علم جغرافیا دروازه فضا نهفته است. افزون بر آن، در دهه‌های اخیر مدل‌سازی نیز در این علم از جایگاه خاصی برخوردار بوده است. از سوی دیگر مطالعات گردشگری نیز به نوبه خود متضمن پذیرش مفهوم فضا و مدل‌سازی می‌باشد. در حقیقت بنیان مدل‌های گردشگری در ملحوظ نمودن واژه‌های محیط طبیعی، محیط دست‌ساز و مصنوع بشر از زیر ساخت‌ها، فناوری و سیستم اداره واحدهای جغرافیایی می‌باشد، که همه و همه بار جغرافیایی گردشگری را استحکام می‌بخشد. جغرافیا بر بستری که فعالیتهای گردشگری در آن تحقق می‌یابد می‌تواند اثرگذار باشد.

جغرافیای گردشگری

انسان در ایفای نقش‌های متفاوت پدیده‌های متفاوتی را در محیط‌های جغرافیایی به وجود می‌آورد و عملکرد هر یک از آنها می‌تواند سبب تغییراتی در فضای زیستی انسان شود. ایفای تمامی این نقش‌ها به فضا و مکان احتیاج دارد و بدون وجود فضا و مکان نمی‌توان آنها را به کار بست.

شهر و روستا منظومه‌ای از تجسم فضایی و تبلور مکانی ایفای نقش‌های اساسی انسان می‌باشند. گردشگری که خود منبعث از نقش استراحت کردن انسان است، پایگاه محکمی در علم جغرافیا به ویژه جغرافیای کاربردی دارد. داشتن چنین جایگاهی، ارتباط صنعت گردشگری و جغرافیا را روشن می‌کند. از آنجا که ایفای نقش استراحت کردن و مسافرت‌های تفریحی و علمی ابعاد مکانی پیدا می‌کند و پیامدهای آن می‌تواند دگرگونی‌های فضای وسیع و متنوعی را به وجود آورد، می‌توان با قاطعیت از جغرافیایی گردشگری صحبت نمود و آن را به عنوان شاخه‌های جدید از جغرافیای کاربردی منظور داشت که دارای پایگاه منطقی در قالب‌های علمی جغرافیا است. (رضوانی، علی اصغر، ۱۳۷۴، ص ۸، ۱۰، ۱۱)

شرایط محیط جغرافیایی تأثیر عمده‌ای بر تأسیسات گردشگری و زیرساخت‌های این صنعت دارند و نیز تأثیر عمده‌ای بر سیستم حمل و نقل



و ارتباطات دارند و در برنامه‌ریزی ساخت فرودگاه‌ها، زیرساخت‌های ساحلی، پروژه‌های ساخت و ساز مجاور رودها که از ملزومات گردشگری نیز هستند اثر می‌گذارد. شرایط محیطی بر روی نحوه ادراک گردشگران و سطح آسایش، احساس رفاه و سلامت آنها اثر می‌گذارد. گردشگری با توجه به تعریف آن به فضای جغرافیایی نیازمند است، چنین فضایی از ماهیت فیزیکی، زیست محیطی برخوردار بوده و از عناصر فیزیکی و بیولوژیکی (اقلیم، زمین‌شناسی، توپوگرافی، پوشش گیاهی و حیات وحش) تشکیل شده است. این فضای جغرافیایی به عنوان منبع پشتیبان فعالیت گردشگری می‌باشد.

جغرافیای گردشگری و توسعه پایدار

در سالهای کنونی، توسعه پایدار به عنوان روشی تازه مطرح است که جوامع می‌توانند بدان وسیله درباره سطح زندگی، عدالت اجتماعی و حفظ منابع بیندیشند. پایداری زیست محیطی، بدین معنی است که توسعه با حفظ فرایندهای زیست محیطی، بیولوژیک، و منابع ذی ربط سازگار می‌باشد. توسعه پایدار گردشگری شایسته است بر ۳ اصل عمده پایدار بوم شناختی، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی استوار باشد. توسعه پایدار مستلزم این است که منابع طبیعی و فرهنگی و سایر منابع گردشگری برای استفاده دائم در آینده حفظ شوند، در همین حال همچنان منابعی برای جامعه امروز داشته باشند. یکی از فواید مهم گردشگری این است که اگر براساس مفهوم پایداری به درستی توسعه یابد، می‌تواند تا حد زیادی به توجیه حفظ منابع طبیعی و فرهنگی یک منطقه و پرداختن هزینه برای حفظ آن کمک کند. منظور از توسعه پایدار صرفاً حفاظت از محیط‌های فیزیکی نیست، بلکه مراد نوعی از توسعه است که مبتنی بر اصول پایداری و متعهد به صیانت از همه منابع جامعه در سراسر جهان باشد. گردشگری پایدار بر ایجاد توازن در توسعه گردشگری از طریق رویکردها و سیاست‌های نوین بخش خصوصی و دولتی در آینده تأکید دارد. توجه به اخلاقیات در گردشگری زمینه‌هایی را فراهم می‌کند تا آثار مثبت گردشگری افزایش و آثار منفی آن کاهش یابد. دانش جغرافیا برای حضوری فعال و مؤثر در محیط باید رابطه منطقی و کاربردی با آن برقرار نماید.

نتیجه‌گیری

مفهوم جغرافیا رابطه انسان با محیط است. انسان در محیط، فعالیت‌ها و نقش‌آفرینی‌های متعددی به عهده دارد و محیط شامل محیط‌های طبیعی، انسانی و اجتماعی می‌باشد. گردشگری موضوعی است که با محیط‌ها، فرهنگ‌ها، مکان‌ها و فضا در ارتباط است. جغرافیا دانشی اجتماعی است که از مکان‌ها بحث می‌کند، شرایط جغرافیایی مکان‌ها نیز با هم تفاوت دارند. گردشگری پلی است بین کشورها و فرهنگ‌های دور و نزدیک و پیوند دهنده‌ی انسان‌ها و ملت‌ها با یکدیگر است. گردشگری مثل هر پدیده‌ای دیگر با سایر عوامل و پدیده‌های اجتماعی، فرهنگی، زمانی، مکانی و سیاسی در ارتباط بوده و لازم است که با نگرش عمیق به نوع ارتباط بین عوامل فوق به برنامه‌ریزی درست و بهینه برای استفاده حداکثر از این صنعت اقدام نمود.

دانش جغرافیا برای حضوری فعال و مؤثر در محیط باید رابطه منطقی و کاربردی با آن برقرار نماید و در این بین جغرافیدانان با تحلیل فضایی، یعنی تحلیلی واقع‌گرا از انسان، توانایی‌ها، نیازها و ایده‌آل‌های او و محیط، استعدادها، ظرفیت‌ها و محدودیت‌هایش در تعامل انسان و محیط، شکل و روند توسعه گردشگری را تحلیل و رهبری می‌نمایند. میان شرایط جغرافیایی

منابع و مأخذ

- ۱- پاپلی یزدی، محمد حسین و مهدی سقایی، (۱۳۸۵)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت.
 - ۲- تولائی، سیمین (۱۳۸۶)، «مروری بر صنعت گردشگری»، انتشارات دانشگاه تربیت معلم.
 - ۳- تولائی، سیمین (۱۳۸۶) «مجموعه مقالات اولین همایش منطقه ای جغرافیا، گردشگری، توسعه پایدار» دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اسلامشهر.
 - ۴- جوان، جعفر و مهدی سقایی (۱۳۸۲)، «توانهای محیط طبیعی ایران و بهره برداری گردشگری» مجله علوم جغرافیایی، دانشگاه تربیت معلم، شماره ۱.
 - ۵- جوان، جعفر و مهدی سقایی (۱۳۸۴)، «نقش گردشگری روستایی در توسعه منطقه ای»، نشریه جهاد، شماره ۲۵۹.
 - ۶- خالدی، شهریار (۱۳۷۷)، «جغرافیای زیستی»، انتشارات قوس.
 - ۷- رضوانی، علی اصغر، (۱۳۷۴)، «جغرافیا و صنعت توریسم»، انتشارات پیام نور، چاپ دوم.
 - ۸- رضوانی، علی اصغر، (۱۳۸۰) «اکوتوریسم و نقش آن در حفاظت از محیط زیست»، ماهنامه ی اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۱۷۴ و ۱۷۳.
 - ۹- زیرک باش، دیبا، «توریسم فرهنگی در اصفهان» فصلنامه فرهنگ اصفهان، شماره ۲۵ و ۲۶.
 - ۱۰- شکویی، حسین (۱۳۶۴)، «فلسفه جغرافیا»، انتشارات گیتا شناسی.
 - ۱۱- شکویی، حسین (۱۳۵۴)، «مقدمه ای بر جغرافیای جهانگردی».
 - ۱۲- میرطالبیان، محمد حسن (۱۳۸۰)، تأثیر عوامل جغرافیایی منطقه ای در جذب توریست، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی (واحد علوم و تحقیقات)
 - ۱۳- قره نژاد، حسن، (۱۳۸۵)، «مجموعه مقالات همایش جغرافیا و قرن بیست و یکم»، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف آباد.
 - ۱۴- قره نژاد، حسن، (۱۳۷۵)، «اقتصاد و سیاستگذاری توریسم»، انتشارات مانی.
 - ۱۵- کاظمی، مهدی (۱۳۸۶)، «مدیریت گردشگری»، انتشارات سمت، چاپ دوم.
 - ۱۶- گئی، چاک وای، (۱۳۸۲) «جهانگردی در چشم انداز جوامع» ترجمه علی پارسایان و محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
 - ۱۷- میرزائی، اکبر و اکرم، (۱۳۸۴) «مدیریت انگیزه پیش شرط توسعه صنعت توریسم در ایران»، مجموعه مقالات دانشگاه آزاد واحد فلاورجان.
- 18- Williams, Daniel (2001), "leisure places and mode mity", *leisurel Toursim Geographies* Routledge.
- 19- France, lesloy (1999), "sustainable tourism", *Applied Geography*, Routledge.
- 20- Crouch, David (2001), "Encounters in leisure / Tourism", *leisure / Tourism Geographies*, Routledge.