

# عصر گردشگری

فصلنامه علمی دانشجویی  
انجمن علمی گردشگری و هلتداری دانشگاه شیراز  
سال دهم، شماره شانزدهم، بهار ۱۴۰۲



گزارش برگزاری

«سومین رویداد ملی  
میراث فرهنگی-میراث  
فرهنگی ناملموس ایران»

در دانشگاه شیراز

سفر با  
اوتیسم

گردشگری:  
ریسمانی برای

صلح

مصاحبه اختصاصی با  
«سعید ضروری»

ماجرای جوی  
دارای معلولیت

چگونه می‌توان گردشگری را  
برای تمام ذینفعان مانند عسل، شیرین کرد؟

## گردشگری فراگیر: گردشگری برای همه



# افتخارات

فصلنامه علمی دانشجویی

عصر  
گردشگری

هفتمین جشنواره دانشجویی دانشگاهی حرکت (۱۳۹۵)

**شایسته تقدیر در حوزه رقابتی نشریات علمی**

مدیر مسئول: مائده امیری

سر دبیر: سارا ایمانیان

استاد مشاور: دکتر معصومه محرر

یازدهمین جشنواره دانشجویی دانشگاهی حرکت (۱۳۹۹)

**شایسته تقدیر در حوزه رقابتی نشریه**

مدیر مسئول: محمد شیخو

سر دبیر: هانیه هوشیار

استاد مشاور: دکتر زهرا معاون

دوازدهمین جشنواره دانشجویی دانشگاهی حرکت (۱۴۰۰)

**برگزیده دانشگاهی در حوزه رقابتی نشریه**

مدیر مسئول: هانیه هوشیار

سر دبیر: هانیه هوشیار

استاد مشاور: دکتر زهرا معاون

سیزدهمین جشنواره دانشجویی دانشگاهی حرکت (۱۴۰۱)

**برگزیده دانشگاهی در حوزه رقابتی نشریه**

مدیر مسئول: هانیه هوشیار

سر دبیر: هانیه هوشیار

استاد مشاور: دکتر فاطمه شکاری

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## عصر گردشگری



### فصلنامه علمی دانشجویی

سال دهم، شماره شانزدهم، بهار ۱۴۰۲

شماره مجوز: ۳۴۴ / ک ن ش

صاحب امتیاز: انجمن علمی بخش گردشگری و هتلداری دانشگاه شیراز

استاد مشاور انجمن علمی: دکتر فاطمه شکاری

مدیرمسئول و سردبیر: امیر ارغوان

هیئت تحریریه:

امیر ارغوان، پرنیان ناییبی، مهرداد رضایی

هیئت داوران:

دکتر فاطمه شکاری، دکتر زهرا معاون، امیر ارغوان

مصاحبه کنندگان:

امیر ارغوان، پرنیان ناییبی

نویسندگان این شماره:

امیر ارغوان، یلدا بیات نادری، سمانه بیضاوی،  
دکتر رحمان دلاوری، نرجس دهاقانی، مریم فراهانی،  
مهدی فراهانی، ثنا شناسا، سینا ظفریان،  
نیما مشیری لنگرودی، محمد محمودی

گرافیک، صفحه‌آرایی و طراح جلد: مهرداد رضایی

ویراستاران: ملیکا گرایلی کرپی و پرنیان ناییبی

با تشکر از:

دکتر مسلم باقری، دکتر اعظم صفر آبادی،  
دکتر معصومه محرر، دکتر زهرا معاون،  
مهندس حمیده سیاح پور، احسان زارعیان،  
دکتر رحمان دلاوری، سعید ضروری،  
رضا فرزانه جهرمی، مرجان رضانی،  
مهسا محمدی، بهراد اصغر نژادی، سیامک تاره،  
سمانه بیضاوی، بهمن مردانلو



راه‌های ارتباط با نشریه

و دسترسی به آرشیو شماره‌های قبلی

@shirazu\_saths اینستاگرام

@shirazu\_saths تلگرام

تورسم.شیراز@gmail.com پست الکترونیک



## هدف و حوزه

روش نمونه گیری، یافته‌ها و نتیجه گیری را در برگیرد. در انتهای مقاله لازم است ۳-۵ کلیدواژه ذکر گردد.

نشریه عصر گردشگری یک نشریه علمی دانشجویی با دسترسی آزاد است که توسط انجمن علمی گردشگری و هتلداری دانشگاه شیراز منتشر می‌شود و با انتشار مقاله‌های با کیفیت به توسعه صنعت گردشگری و هتلداری و بررسی مسائل این حوزه کمک می‌کند. مقاله‌های پژوهشی، مروری، مقاله کوتاه و یادداشت، و گزارش موردی در حوزه‌های گردشگری و هتلداری در نشریه عصر گردشگری منتشر می‌شوند. در فراخوان دعوت به ارسال آثار هر شماره نشریه، محور ویژه شماره مذکور اطلاع‌رسانی و آثار پیرامون آن محور دریافت می‌گردد. همه مقاله‌های ارسال شده به نشریه ابتدا توسط سردبیر بررسی می‌شوند و سپس تحت داوری قرار می‌گیرند.

## مقدمه

مقدمه باید شامل ضرورت و اهمیت انجام پژوهش، بیان روشن اهداف، فرضیه‌ها یا سؤال‌های پژوهش باشد.

## روش

این بخش باید شامل توضیح دقیق در مورد روش مطالعه شامل نوع مطالعه، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها باشد.

## یافته‌ها

نتایج باید در قالب متن، جدول و تصاویر عرضه شود.

## بحث و نتیجه گیری

در پاراگراف اول بحث نتایج باید به طور خلاصه بیان شوند. بر این اساس بحث به طور خلاصه باید شامل ارائه خلاصه یافته‌ها در رابطه با هر یک از اهداف پژوهش، تشریح و تفسیر یافته‌ها در رابطه با اهداف و پرسش‌های پژوهش باشد.

## تقدیر و تشکر

از تمامی افرادی که سهمی در مطالعه داشته‌اند می‌توان در این بخش تشکر کرد. این افراد شامل کسانی هستند که از لحاظ فنی و نگارشی کمک کرده‌اند یا سازمانی که حمایت مالی پژوهش را برعهده داشته است.

## منابع

نشریه عصر گردشگری در حال حاضر از سیستم منبع نویسی APA استفاده می‌کند و تمام مقاله‌های ارسال شده به این نشریه لازم است از این شیوه پیروی نمایند.

## مقاله‌های مروری

مقاله‌های مروری باید شامل عنوان، چکیده، مقدمه و تاریخچه‌ای در مورد موضوع، هدف از انجام مطالعه، مطالب علمی و مطالعات انجام شده مربوط به موضوع، تجزیه و تحلیل و بحث درباره پژوهش‌های ارائه شده و نتیجه گیری باشند. نتیجه کلی همراه با پیشنهادهای سازنده نیز بیان شود.

## بیانیه اخلاقی

نشریه عصر گردشگری مقاله‌هایی که در سایر نشریه‌ها چاپ نشده باشند را منتشر می‌کند و مسئولیت صحت و سقم محتوای علمی و ترتیب نام نویسندگان برعهده نویسنده مسئول مقاله است.

## نحوه ارسال مقالات

نویسندگان می‌توانند آثار خود را به صورت الکترونیکی به آدرس ایمیل اعلام شده در فراخوان هر شماره ارسال نمایند.

متن مقاله باید در سند word و تصاویر در فرمت JPEG یا GIF ارسال گردد.

## آماده کردن مقاله

### صفحه عنوان

این صفحه باید شامل عنوان کامل مقاله، نام و نام خانوادگی تمامی نویسندگان و بالاترین درجه علمی آن‌ها، واحد یا مؤسسه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند، آدرس پست الکترونیک و شماره تلفن نویسنده مسئول جهت درج در نشریه (به زبان فارسی و انگلیسی) باشد.

### چکیده

چکیده باید ۲۰۰ تا ۲۵۰ کلمه باشد و به ترتیب بخش‌های زمینه و هدف، نمونه پژوهش، حجم نمونه،

## راه‌های ارتباط با نشریه

<https://elmi.shirazu.ac.ir/fa/blog/category/1034>

@shirazu\_saths

@shirazu\_saths

tourism.shirazu@gmail.com

وب سایت

اینستاگرام

تلگرام

پست الکترونیک



# مهرسنت مطالعات

- ۷ . . . سخن سردبیر
- ۸ . . . توسعه گردشگری فراگیر
- ۱۶ . . . چگونه می‌توان گردشگری را برای تمام ذینفعان مانند عسل، شیرین کرد؟
- ۲۵ . . . مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری
- ۲۴ . . . مصاحبه اختصاصی با «سعید ضروری»: ماجراجوی دارای معلولیت
- ۲۶ . . . مصاحبه اختصاصی با دکتر رحمان دلاوری
- ۲۸ . . . چالش‌های گردشگری دسترس‌پذیر با تمرکز بر حمل و نقل عمومی: راهکارها و پیشنهادات
- ۳۲ . . . مرور گزارش «دسترس‌پذیری و توسعه گردشگری فراگیر در مناطق طبیعی؛ مرور بهترین تجربه‌ها»
- ۳۲ . . . سازمان جهانی گردشگری
- ۴۴ . . . سفر با اوتیسم
- ۴۷ . . . گردشگری ریسمانی برای صلح
- ۵۲ . . . صلح از طریق گردشگری
- ۵۶ . . . گردشگری حامی فقرا
- ۵۸ . . . گردشگری حامی فقرا و فقرزدایی: گردشگری پایدار
- ۶۲ . . . گردشگری اجتماعی: چیستی و چگونگی؟
- ۶۷ . . . آرزو اندیشی یا سیاست عاقلانه؟ نظریه‌پردازی رشد فراگیر به رهبری گردشگری: زنجیره‌های تأمین و جوامع میزبان
- ۷۱ . . . کودکان، گردشگرانی با نیازهای ویژه
- ۷۵ . . . گزارش برگزاری سومین رویداد ملی میراث فرهنگی-میراث فرهنگی ناملموس ایران در دانشگاه شیراز
- ۸۰ . . . کافه کتاب: کتاب چی بخونیم؟
- ۸۵ . . . سینما گردشگری: چه فیلمی ببینیم؟
- ۹۰ . . . وبگرد: اپلیکیشن چی نصب کنیم؟





تصویر جلد این شماره  
عکاس: بهمن مردانلو

ملیکا گرایلی کرپی

ویراستار

ایمیل:

1380malik.g@gmail.com

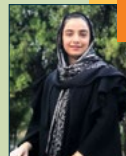


پرنیان ناییب

ویراستار

ایمیل:

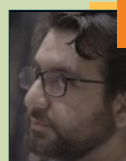
parnian.nyb@gmail.com



طراح گرافیک و صفحه آرا

مهداد نوروزی  
ایمیل:

mehrdad0426@gmail.com



از این به بعد ما را با این نشانه بشناسید

عصر گردشگری

تیم جدید نشریه عصر گردشگری تصمیم گرفته است برای ارتباط بهتر با شما مخاطبین محترم تغییراتی را در لوگوی خود اعمال نماید و مفتخر است اعلام دارد از این پس می‌توانید عصر گردشگری را با این لوگو دنبال کنید.



ما را دنبال کنید



عکاس: بهمن مردانلو

## «برای رویاهایت بجنگ زندگی هنوز ادامه دارد»

با خواندن این جمله ایده انتخاب موضوع این شماره نشریه به ذهنم رسید، موضوعی مهم که کمتر به آن پرداخته شده است: گردشگری فراگیر یا گردشگری برای همه.

با توجه به اهمیت کاهش تبعیض‌ها در صنعت گردشگری و هم‌راستا با اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد، رویکرد توسعه فراگیر گردشگری به منظور ایجاد دسترسی عادلانه و منصفانه گروه‌ها و جوامع مختلف به فرصت‌های صنعت گردشگری معرفی شده است. گردشگری فراگیر رویکردی به توسعه گردشگری است که به بحث در مورد مشارکت همه اقصاء جامعه در حوزه گردشگری چه به عنوان تولیدکننده و چه به عنوان مصرف‌کننده می‌پردازد. به بیان دیگر، همان گونه که افراد سالم و متمول می‌توانند در صنعت گردشگری نقش داشته باشند، به همان میزان نیز افراد معلول، افراد با توان مالی ضعیف، زنان، افراد سالمند که به حاشیه رانده شده‌اند و یا کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند نیز باید فرصت عادلانه مشارکت و بهره‌مندی از منافع این صنعت را داشته باشند.

موضوع گردشگری فراگیر زمانی اهمیت می‌یابد که در نظر بگیریم حدود ۱۵ درصد از مردم دنیا توان‌خواه هستند، چیزی در حدود یک میلیارد نفر! اگر به این تعداد، سایر گروه‌ها یعنی زنان، سالمندان، افراد با شرایط مالی ضعیف یا جوامع ساکن در مناطق دور دست و محروم را نیز اضافه کنیم متوجه می‌شویم بسیاری از افراد در جامعه جهانی شاید هیچ‌گاه به‌عنوان تولیدکننده یا مصرف‌کننده مخاطب صنعت گردشگری قرار نگرفته باشند یا موانع جدی پیش روی آن‌ها قرار داشته باشد. بعلاوه، ما در مورد نیازهای افرادی که دارای معلولیت‌ها و اختلالات شناختی مانند اوتیسم هستند اطلاعات بسیار اندکی داریم. این اختلال‌ها کم‌تر ملموس و مشهود هستند اما می‌توانند مانعی جدی بر سر راه سفر و گردشگری برای این افراد و خانواده‌های آن‌ها باشند.

نسخه‌ای که هم‌اکنون در اختیار خوانندگان گرامی قرار دارد، شماره شانزدهم نشریه عصر گردشگری به صاحب امتیازی انجمن علمی گردشگری و هتلداری دانشگاه شیراز است. ما در این شماره تلاش کردیم به موضوع مهم گردشگری فراگیر بپردازیم. موضوعی که به نظر می‌رسد در توسعه صنعت گردشگری کشور ما تا حد زیادی مغفول مانده است. هدف نشریه عصر گردشگری این بوده است که به سهم خود به تقویت گفت‌وگو در صنعت گردشگری فراگیر در صنعت گردشگری ایران کمک کند و هر چند اندک، اهمیت این رویکرد را برای مخاطبان فرهیخته نشریه شامل مسئولان و متولیان این بخش، فعالان صنعت، دانشجویان و سایر علاقه‌مندان پرننگ سازد.

شایسته است از تمام همراهانی که ما را یاری نمودند، تشکر و قدردانی کنیم. از شما عزیزان دعوت می‌کنیم تا با مطالعه این نشریه در کنار ما باشید و ما را از نظرات ارزشمند خود بهره‌مند سازید.

امیر ارغوان

بهار ۱۴۰۲

عصر  
گردشگری

# توسعه گردشگری فراگیر

ترجمه و تلخیص: امیر ارغوان

دانشجوی کارشناسی ارشد

مدیریت جهانگردی-گرایش بازاریابی جهانگردی دانشگاه شیراز

ایمیل:

mehraz.amir@yahoo.com



## چکیده

با توجه به افزایش نابرابری در سطح جهان، اینکه چگونه گردشگری را بعنوان یکی از بزرگترین صنعت‌های جهان فراگیرتر کنیم، اهمیت زیادی دارد. این نگرانی در شرایطی است که، نخست، در اروپا به طور فزاینده‌ای از گردشگری به عنوان ابزاری برای ادغام اجتماعی، به ویژه در رابطه با استقبال از پناهندگان، استفاده می‌شود؛ دوم، در اهداف توسعه پایدار (SDGs)، انتظارات جدیدی مبنی بر اینکه توسعه باید فراگیر باشد و شمال جهانی<sup>۱</sup> و بخش خصوصی مسئولیت بیشتری در این زمینه بر عهده خواهند گرفت، وجود دارد. در این مقاله ما گردشگری فراگیر را تعریف و عناصری از یک چارچوب تحلیلی برای گردشگری فراگیر را ارائه می‌کنیم و جایگاه و ارتباط گردشگری فراگیر در ارتباط با سایر اصطلاحاتی که با پتانسیل‌های توسعه اجتماعی و اقتصادی گردشگری مرتبط هستند، بیان می‌کنیم. عناصر گردشگری فراگیر نیز با ارجاع به طیف وسیعی از نمونه‌ها از سراسر جهان نشان داده شده است. این نوشتار، نشان می‌دهد که چگونه افراد به حاشیه رانده شده ممکن است از نظر اخلاقی، در تولید و مصرف گردشگری گنجانده شوند و از آن سود ببرند. با این حال، این مقاله هم‌چنین نشان می‌دهد که چالش‌ها برای دستیابی به تغییرات اجتماعی اساسی از طریق گردشگری فراگیر با توجه به محدودیت‌های موجود هم این بخش و هم در اقتصاد سیاسی گسترده‌تر، چقدر بزرگ هستند.

**کلید واژه‌ها:** توسعه فراگیر، شمول، ادغام اجتماعی، گردشگری، گردشگری فراگیر، SDGs، پناهندگان

## مقدمه

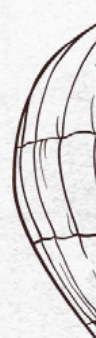
یکی از نقدهای همیشگی وارد شده به گردشگری، به ماهیت انحصاری آن مربوط می‌شود. گردشگری متهم است که فرصت‌هایی برای سفر را در اختیار طبقه‌های متوسط و بالای جامعه و به ویژه برای شرکت‌های بزرگ فراهم و مناطق انحصاری برای ثروتمندان ایجاد می‌کند، در حالی که فرصت‌های توسعه مرتبط با گردشگری برای کسانی که فقیر و محروم هستند، مهیا نیست. در این مقاله، ما این انتقادهای تصدیق می‌کنیم، اما با گزاره‌ای متفاوت شروع می‌کنیم: اینکه توسعه گردشگری فراگیر می‌تواند به ما کمک کند تا به طور سازنده و انتقادی در مورد روش‌ها و رویکردهای توسعه گردشگری فکر کنیم به طوری که بتواند

طیفی از منافع و مزیت‌ها را ارائه دهد و منجر به پیامدهای عادلانه‌تر و پایدارتر شود.

توجه به فراگیری باعث می‌شود که بین بلندپروازی‌های بیان شده در سیاستگذاری جهانی و طیفی از ابتکارات مردمی ارتباط‌های تحلیلی ایجاد شود. این موضوع، شامل مجموعه زیادی از بازیگران مختلف در محیط‌های متفاوت می‌شود که به دنبال گسترش طیف افراد درگیر در تولید گردشگری، مصرف گردشگری و بهره‌مندی از منافع آن هستند. در بسیاری از موارد، این ابتکارات شامل به چالش کشیدن جغرافیای موجود در گردشگری است. به عبارت دیگر، توسعه گردشگری فراگیر، نه تنها تلاش می‌کند تا دسترسی به تولید، مصرف و بهره‌مندی از منافع در

1. Global North





مقصدهای گردشگری موجود را گسترش دهد، بلکه به ترسیم مجدد نقشه گردشگری به منظور ایجاد مکان‌های جدید برای کسب تجربه و ایجاد تعامل می‌پردازد.

در سطح جهانی، شمول یکی از اصول اصلی زیربنایی اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد (SDGs) است که در سپتامبر ۲۰۱۵ به تصویب رسید. همانطور که UNDP اشاره کرده است، «بسیاری از مردم به دلیل جنسیت، قومیت، سن، ناتوانی یا فقر، از توسعه کنار گذاشته شده‌اند. توسعه، تنها در صورتی می‌تواند فراگیر باشد و فقر را کاهش دهد که همه گروه‌های مردم در خلق فرصت‌ها، بهره‌مندی از منافع و تصمیم‌گیری مشارکت داشته باشند». از این منظر، تمرکز بر توسعه گردشگری به‌عنوان مقوله‌ای فراگیر، شامل توجه به شنیدن صداهایی که پیش از این در تصمیم‌گیری گردشگری خاموش بوده‌اند و همچنین حصول اطمینان از گسترش وسیع‌تر مزیت‌های گردشگری است.

در این مقاله، «گردشگری فراگیر» را تعریف می‌کنیم و نشان می‌دهیم که چگونه در رابطه با دیگر مفهوم‌سازی‌ها از انواع توسعه گردشگری که منظر اجتماعی و اقتصادی سودمند هستند، مانند گردشگری حامی فقرا و گردشگری مسئولانه، قرار می‌گیرد. ما استدلال می‌کنیم که این مفهوم می‌تواند با تلاش برای غلبه بر گرایش‌های انحصارطلبانه گردشگری و اطمینان از مشارکت و بهره‌مندی طیف وسیع‌تری از مردم از منافع گردشگری، به ارزش دانش گردشگری بیفزاید.

## «مفهوم‌سازی گردشگری فراگیر»

قبل از تعریف گردشگری فراگیر، باید آن را از برخی شیوه‌هایی که پیش از این شمول با گردشگری و توسعه مرتبط بوده است متمایز کنیم.

نخست، هنگامی که در مورد گردشگری فراگیر صحبت می‌کنیم، مقصود (بسته‌های سفر) جامع ۲ که در آن گردشگران بسته‌های شامل هزینه‌های پرواز، حمل‌ونقل، اقامت، غذا و تور در یک مقصد خارجی را از آژانس مسافرتی خریداری می‌کنند، نیست. در واقع، بسته‌های سفر جامع درست عکس مفهوم ارائه شده برای گردشگری فراگیر است. در دو تا سه دهه گذشته، دانشمندان علوم اجتماعی از مجتمع‌های تفریحی جامع انتقاد کرده‌اند، زیرا این مجتمع‌ها جزیره‌هایی خارج از محدوده جامعه محلی بنا و فرصت‌های کسب سود از طریق فروش کالا یا خدمات به گردشگران را برای کارآفرینان محلی محدود می‌کنند، منجر به میزان زیادی نشت مخارج گردشگران می‌شود که بیشتر به هتل‌های زنجیره‌ای خارجی و آژانس‌های مسافرتی برمی‌گردد.

دوم، گاهی اوقات از لنز «کسب و کار فراگیر» به گردشگری فراگیر نگریسته می‌شود. در گفتمان توسعه بین‌المللی و در میان کسب‌وکارهایی که می‌خواهند مسئولیت اجتماعی خود را به نمایش بگذارند، مفهوم کسب و کار فراگیر شکل گرفته است. در اینجا تمرکز بر این است که

چگونه مشاغل انتفاعی می‌توانند با گنجاندن افراد از جوامع کم‌درآمد در زنجیره ارزش خود به کاهش فقر کمک کنند. طرفداران این تفکر بر اینکه چگونه جمعیت‌های کم‌درآمد می‌توانند از رشد گردشگری سود ببرند تأکید می‌کنند. رویکرد کسب و کار فراگیر شباهت زیادی با دستور کار رشد فراگیر دارد که در حال حاضر یک موضوع غالب در بحث‌های اهداکنندگان کمک و بانک‌های توسعه است. موضوع اصلی در رشد فراگیر گسترش فرصت‌های شغلی و اندازه اقتصاد است، نه توزیع مجدد منابع بین فقرا. رویکرد کسب‌وکار فراگیر، از مدل نئولیبرال رشد اقتصادی پشتیبانی می‌کند که فرض می‌کند که گنجاندن فقرا در اقتصاد بازار، راهی مستقیم برای خروج از فقر است. این رویکرد، خود را به ابعاد اقتصادی محدود می‌کند و به یک دستور کار سیاسی، مانند تلاش برای غلبه بر نابرابری‌های ساختاری که موانع پیش روی توسعه برای فقرا هستند، مرتبط نیست. بنابراین، شناخت ما از «گردشگری فراگیر» نباید با ترکیبی از کسب و کار فراگیر یا رویکرد رشد فراگیر آمیخته شود.

سوم، همانطور که در تعریف برنامه توسعه ملل متحد زیر دیده می‌شود، دیدگاهی گسترده‌تر و جامع‌تر در مورد «توسعه فراگیر» پدیدار شده است:

افراد به دلیل جنسیت، قومیت، سن، ناتوانی یا فقر از توسعه محروم هستند. توسعه تنها در صورتی می‌تواند فراگیر باشد و فقر را کاهش دهد که همه گروه‌های مردم در خلق فرصت‌ها بهره‌مندی از منافع و تصمیم‌گیری مشارکت داشته باشند.

در حالی که بر اساس SDGs رشد اقتصادی برای توسعه فراگیر ضرورت دارد، توسعه فراگیر، نسبت به رویکردهای کسب و کار محور چشم‌انداز وسیع‌تری دارد. در SDGs اهداف توسعه اجتماعی مرتبطی چون ارتقای کرامت انسانی و غلبه بر نابرابری‌ها مطرح شده است. بنابراین، توسعه فراگیر مفهومی کل‌نگرتر از رشد فراگیر است، که بر مفهوم وسیع‌تری از رفاه نسبت به مفهومی که صرفاً با تولید ناخالص داخلی سرانه، اندازه‌گیری می‌شود، متمرکز است. همچنین، از میانگین‌های اجتماعی (همانطور که در ارقام شاخص توسعه انسانی ذکر شده است) یا اثرات بر گروه‌های خاص (فقرا) فراتر می‌رود و به این موضوع توجه دارد که آیا سهم کلی گروه‌های به حاشیه رانده‌شده از رفاه، مانند کاهش شکاف بین فقرا و بقیه افراد جامعه، بهبود یافته است. این درک از معنای توسعه فراگیر به ما این امکان را می‌دهد که قلمرو توسعه گردشگری فراگیر را فراتر از معیارهای اقتصادی بسط دهیم.

## «تعریف»

گردشگری فراگیر را می‌توان چنین تعریف کرد:

گردشگری تحول‌آفرین که در آن گروه‌های به حاشیه رانده شده در تولید یا مصرف اخلاقی گردشگری دخیل می‌شوند و از آن منافع آن بهره‌مند می‌گردند.

۲. all-inclusives

۳. all-inclusive resorts

۴. inclusive business



در مفهوم گردشگری فراگیر مؤلفه‌های زیر وجود دارد که در هفت عنصر شکل ۱ نشان داده شده است و عبارتند از:

(۱) غلبه بر موانع گروه‌های محروم برای دسترسی به گردشگری به عنوان تولیدکننده یا مصرفکننده.

(۲) تسهیل بازنمایی خود، توسط افرادی که به حاشیه رانده شده‌اند یا تحت ستم قرار گرفته‌اند، به طوری که بتوان داستان‌های آن‌ها را روایت کرد و فرهنگ آن‌ها را به شیوه‌هایی که برای آن‌ها معنادار است، ارائه کرد.

(۳) به چالش کشیدن روابط قدرت مسلط.

(۴) گسترش طیف افرادی که در تصمیم‌گیری در مورد توسعه گردشگری سهیم هستند.

(۵) فراهم کردن فرصت‌هایی برای قرارگرفتن مکان‌های جدید در نقشه گردشگری.

(۶) تشویق به یادگیری، مبادله و برقراری روابط سودمند متقابل که باعث افزایش درک و احترام بین جوامع میزبان و مهمانان می‌شود.

بنابراین، این عناصر، چارچوبی مفهومی را ارائه می‌دهند: میزان فراگیر بودن توسعه گردشگری را می‌توان، بر حسب بلندپروازی‌ها و دستاوردهای آن در رابطه با این هفت عنصر ارزیابی کرد.

افرادی که به حاشیه رانده می‌شوند از مکانی به مکان دیگر متفاوت است، اما می‌تواند شامل افراد بسیار فقیر، اقلیت‌های قومی، زنان و دختران، افراد دارای توانایی‌های متفاوت و سایر گروه‌هایی دانست که فاقد قدرت و/یا صدا هستند، باشند. تولید و مصرف اخلاقی جزء کلیدی تعریف گردشگری فراگیر است که شامل مسئولیت در قبال افراد دیگر و محیط‌زیست می‌شود. «تحول آفرین» بودن یعنی پرداختن به نابرابری، غلبه بر جدایی گروه‌های مختلف که در مکان‌های مختلف زندگی می‌کنند، به چالش کشیدن کلیشه‌ها یا پیشینه‌ها، و تغییر ادراک مردم برای درک وضعیت اقلیت‌ها. نقطه قوت این تعریف، محو کردن مرزهای متعارف و کاربرد آن در شمال و جنوب جهان است، به عبارت دیگر، تفاوتی نمی‌کند که توسعه فراگیر در یک روستا در انگلستان یا یک کلان شهر در چین، کوه‌های کنیا یا سواحل استرالیا رخ بدهد. بحث در مورد شمول اگر فقط به یک مورد یا گروه توجه کند، هرگز نمی‌تواند کافی باشد. به همین ترتیب، گردشگری فراگیر نخواهد بود اگر گروه محدودی از ذی‌نفعان به شیوه‌ای نمایشی برای ایجاد تصور پیشرفت در نظر گرفته شوند، یا اگر برخی از افراد به حاشیه رانده شده به شیوه‌ای سطحی در نظر گرفته شوند، آنچه در ادبیات، با عبارت‌هایی مانند سبز شویی توصیف شده است.

کاربرد «شمول» به ما هشدار می‌دهد که چه کسی آنجا نیست. از دهه ۱۹۷۰، گردشگری به دلیل انحصاری بودن به طور گسترده توسط دانشگاهیان مورد انتقاد قرار گرفته است؛ انحصاری بودن یعنی سلطه منافع شرکت‌های چند ملیتی که در دسترس نخبگان ملی و جهانی است و بهره‌برداری از مردم، منابع و جوامع محلی که منجر به وابستگی می‌شود. بحث گردشگری فراگیر، تلاشی مستقیم برای ادعان به این موضوع است که از آنجا که بسیاری از مردم در گذشته توسط گردشگری کنار گذاشته شده‌اند، باید راه‌هایی یافت تا افراد بیشتری بتوانند از گردشگری بهره‌مند



شکل ۱- عناصر گردشگری فراگیر

شوند. با این حال، برخی از افراد ممکن است به دلیل نگرانی‌هایی که در مورد گردشگری دارند، این مسیر را انتخاب نکنند.

## «مقایسه «گردشگری فراگیر» با سایر اصطلاحات مرتبط با گردشگری و توسعه

دیگر مفاهیم مانند گردشگری حامی فقرا (PPT) و گردشگری اجتماعی را به احتمال زیاد فقط محققان و سیاستگذاران می‌شناسند. برخی دیگر برای گروه‌های کوچک‌تری کاربرد دارند، مانند گردشگری برای صلح و گردشگری جامعه بنیاد. این اصطلاحات، عناصر کلیدی آن‌ها و آنچه که گردشگری فراگیر را از آن‌ها متمایز می‌کند، در جدول ۱ ذکر شده است. مفهوم گردشگری فراگیر یک اصطلاح متمایز دیگر را به این مجموعه از مفاهیم اضافه می‌کند و جانشینی برای یکی از این مفاهیم نیست.

مفهوم‌های دوگانه مبنی بر اینکه گردشگری می‌تواند بهبود یابد و همچنین، می‌تواند به عنوان عاملی برای بهبود جامعه وارد عمل شود، مجموعه وسیعی از مفاهیم دارای همپوشانی را ایجاد کرده است. برخی از آن‌ها، مانند گردشگری مسئولانه و اکوتوریسم، بخشی از مفاهیم اصلی و برای بسیاری از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان گردشگری آشنا هستند.

نقاط مشترک با گردشگری فراگیر	تمرکز گردشگری فراگیر متفاوت است، زیرا:
<b>گردشگری دسترس پذیر</b> بر دسترسی افراد دارای توانایی‌های متفاوت به عنوان مصرف‌کنندگان گردشگری تمرکز می‌کند.	گردشگری فراگیر به طور گسترده‌تری به دسترسی به مصرف و تولید گردشگری توسط همه اشکال افراد به حاشیه رانده شده علاقه‌مند است.
<b>گردشگری حامی فقرا</b> تمرکز بر افزایش سهم اقتصادی افراد فقیر از مزایای گردشگری در جنوب جهانی است.	گردشگری فراگیر بر مشارکت اقتصادی و اجتماعی گروه‌های فقیر و سایر گروه‌های به حاشیه رانده شده تمرکز دارد و برای شمال و جنوب جهانی کاربرد دارد.
<b>گردشگری اجتماعی</b> تمرکز بر گسترش دسترسی گروه‌های به حاشیه رانده شده به عنوان مصرف‌کنندگان گردشگری.	گردشگری فراگیر بر گسترش دسترسی افراد به حاشیه رانده شده تمرکز دارد، اما هم به عنوان تولیدکننده و مصرف‌کننده، و هم به عنوان تصمیم‌گیرنده.
<b>صلح از طریق گردشگری</b> بر گردشگران به عنوان سفیران صلح تمرکز می‌کند.	گردشگری فراگیر تمرکز گسترده‌تری دارد، و به دنبال ایجاد درک متقابل بین جوامع میزبان و مهمانان است.
<b>گردشگری جامعه بنیاد</b> تمرکز بر توانمندسازی و توسعه اعضای اجتماعات محلی به عنوان تولیدکنندگان گردشگری.	گردشگری فراگیر به این موارد علاقه‌مند است، اما نه تنها در سطح اجتماعات محلی بلکه بر تمام شکل‌ها و مقیاس‌های گردشگری تمرکز دارد.
<b>گردشگری مسئولانه</b> تمرکز بر گردشگری اخلاقی، با علاقه کلی به بهبود شرایطی که گردشگری در آن انجام می‌شود.	گردشگری فراگیر مانند گردشگری مسئولانه بر محیط‌زیست متمرکز نیست و توجه آن بیشتر بر کیفیت روابط و توانمندسازی میزبانان معطوف است.

جدول ۱- تمایز بین گردشگری فراگیر و سایر اشکال گردشگری مرتبط

### گردشگری دسترس پذیر

هنگامی که در مورد فراگیر بودن گردشگری بحث می‌شود، اغلب دسترسی به آن برای گردشگرانی که توانایی‌های متفاوتی دارند، مد نظر قرار می‌گیرد. این مفهوم به منظور جلب توجه به مسائل توانایی جسمانی، توانایی شناختی و مسائل مربوط به سن تعریف شده است. گردشگری دسترس پذیر مبتنی بر حمایت از حقوق افراد دارای توانایی‌های متفاوت برای لذت بردن از تعطیلات و گردشگری است و نیاز به رفع موانعی دارد که ممکن است از وقوع این امر جلوگیری کنند. اما گردشگری فراگیر هم به تولید و هم به مصرف گردشگری مربوط می‌شود. به این ترتیب، گردشگری دسترس پذیر تنها یکی از جنبه‌های گردشگری فراگیر است، زیرا گردشگری فراگیر به مشارکت همه افراد طرد شده و همه افراد با هر طبقه اجتماعی و اقتصادی هم در تولید و هم در مصرف گردشگری علاقه‌مند است.

### گردشگری حامی فقرا (PPT)

مفهوم PPT ناشی از توجه به اثرات گسترش گردشگری انبوه در محیط‌های نسبتاً فقیر در نیمه جنوبی جهان و به دنبال راه‌هایی برای تضمین این است که بخش بیشتری از مخارج گردشگران به طور مستقیم یا غیرمستقیم به مردم تهی‌دست می‌رسد. رویکرد گردشگری فراگیر علاوه بر این دغدغه، نیمه شمالی جهان را مورد توجه قرار می‌دهد و علاوه بر اقتصاد گردشگری به پتانسیل آن برای ارتقای مشارکت اجتماعی و ادغام علاقه‌مند است.

### گردشگری اجتماعی

گردشگری اجتماعی به جای جامعه میزبان به مهمانان توجه دارد و بیشتر بر نیمه شمال جهان متمرکز شده است. از لحاظ تاریخی،

## گردشگری جامعه بنیاد

گردشگری جامعه بنیاد ممکن است با انگیزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی یا زیست‌محیطی برانگیخته شود و به طور معمول دربرگیرنده عنصر کنترل کسب و کار گردشگری از سوی جوامع محلی در مقیاس کوچک است. اما گردشگری فراگیر فراتر از اجتماعات محلی و تمام اشکال و مقیاس‌های توسعه گردشگری را در بر می‌گیرد.

## گردشگری مسئولانه

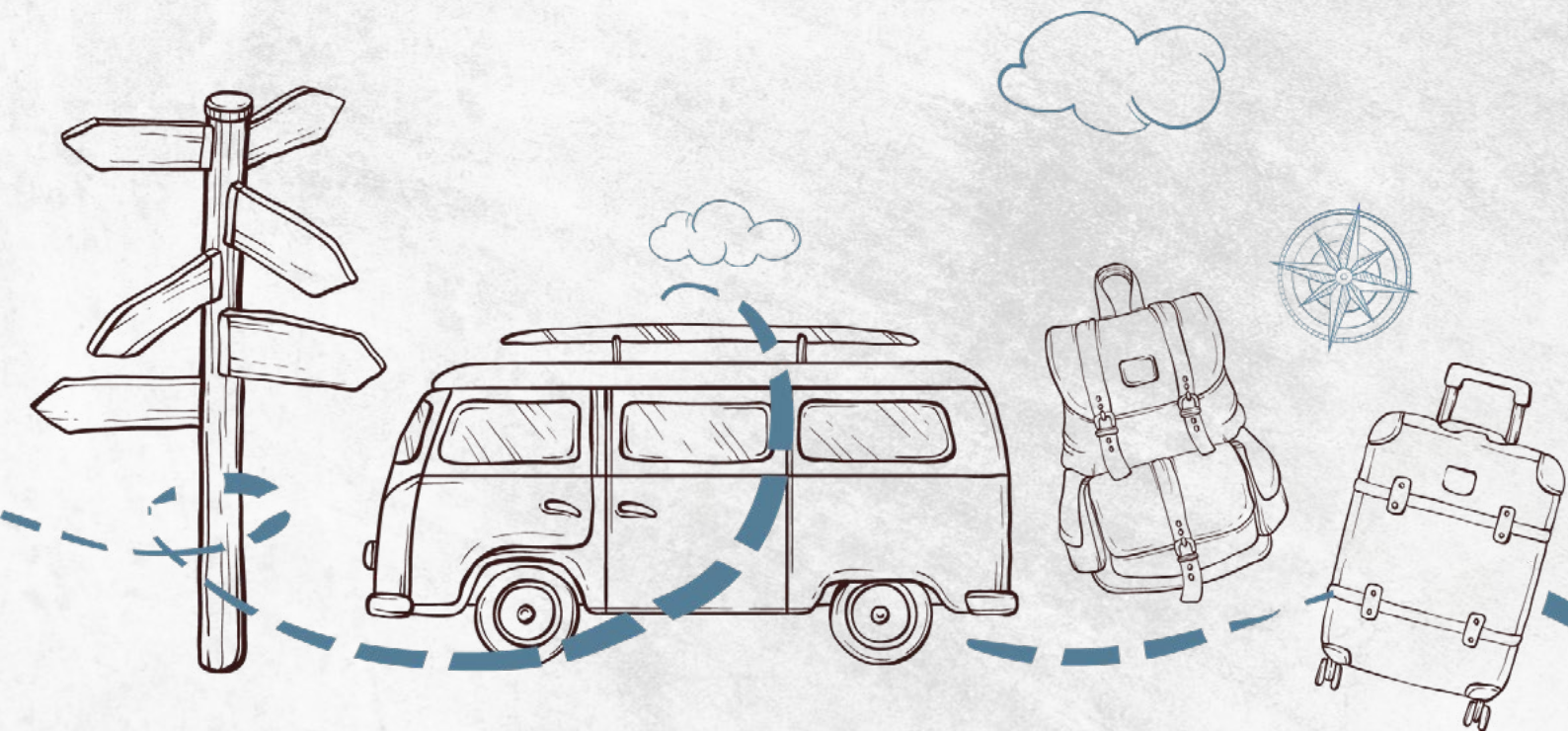
یکی از گسترده‌ترین و قدیمی‌ترین مفاهیم مرتبط با گردشگری و بهبود اقتصادی-اجتماعی، گردشگری مسئولانه است. این گونه از گردشگری، در ابتدا با عنوان گردشگری جایگزین و در تقابل با گردشگری انبوه پذیرفته شد. اما اکنون دامنه آن بسیار گسترده‌تر و به جنبشی تبدیل شده است که به دنبال تأثیرگذاری بر رفتار تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان گردشگری در بازار انبوه و همچنین در بازارهای تخصصی است.

گردشگری مسئولانه بر آسیب نرساندن تأکید دارد. با این حال، تعریف آن تنها به اخلاق بازیگران گردشگری مربوط نمی‌شود، بلکه به عملکرد گسترده‌تر فرآیندهای اجتماعی-اقتصادی مرتبط با گردشگری ارتباط دارد. گردشگری مسئولانه، شامل احترام و ایجاد غرور محلی، ایجاد منافع اقتصادی بیشتر- به ویژه برای مردم محلی- و مشارکت دادن آن‌ها در تصمیم‌گیری و تشویق مردم و ارتباط عمیق بین مهمانان و مردم محلی و احترام به تنوع فرهنگی و طبیعی است. گردشگری مسئولانه، مستلزم آن است که کارگزاران، هتل‌داران، دولت‌ها، مردم محلی و گردشگران مسئولیت‌پذیر باشند و برای پایدارتر کردن گردشگری اقدام کنند. به طور کلی، گردشگری مسئولانه بیشترین هم‌پوشانی را با مفهوم گردشگری فراگیر دارد.

گردشگری اجتماعی افراد محروم از لحاظ اقتصادی را قادر می‌سازد سفر کنند. پژوهش‌ها در این حوزه، بر واجد شرایط بودن برای گردشگری اجتماعی، علایق و نیازهای خاص گروه‌های سنی مختلف، و هزینه‌ها و مزایای اجتماعی و اقتصادی گردشگری اجتماعی متمرکز بوده است. توجه به رفع طرد شدگی افراد از گردشگری نقطه مشترک گردشگری اجتماعی با گردشگری فراگیر است. با این حال، قلمرو گردشگری فراگیر گسترده‌تر است و مهمانان و میزبانان، شمال و جنوب جهان را در بر می‌گیرد و همچنین، علاقه‌مند به گسترش مرزهای جغرافیایی جدید برای گردشگری است.

## صلح از طریق گردشگری

پتانسیل‌های گردشگری، به‌عنوان ترویج دهنده صلح به دو صورت بررسی می‌شود: اول، در سطح ساختاری که در آن مشوق‌های مالی ارائه‌شده و همکاری سازمانی مورد نیاز گردشگری به‌عنوان پتانسیلی برای هدایت کشورها به سمت صلح دیده می‌شود. دوم، در سطح شخصی، که در آن گروه‌های آمدن افراد در موقعیت‌هایی که یکدیگر را بهتر درک و با یکدیگر همدلی می‌کنند، ممکن است سبب تضعیف حمایت مردم از درگیری و تنش شود. تا جایی که گردشگری حامی صلح شامل افراد و مکان‌هایی می‌شود که به طور معمول در گردشگری مشارکتی ندارند (به عنوان مثال، رشد توره‌های خوراک و اقامت در خانه‌های فلسطین) با گردشگری فراگیر دغدغه‌های مشترکی دارد. با این حال، در حالی که ادبیات صلح از طریق گردشگری عمدتاً با نظریه‌های روابط بین‌الملل مرتبط است، گردشگری فراگیر به طور گسترده‌تری با ادبیات جامعه‌شناسی و جغرافیا در مورد طرد شدن و ادغام همسو است.



## گردشگری فراگیر در عمل

گردشگری فراگیر یک دغدغه است که با گسترش مشارکت گروه‌های به حاشیه رانده‌شده در گردشگری و شرایطی که برای آن‌ها مطلوب است سروکار دارد و ممکن است تأثیر تحول آفرین گسترده‌تری در داخل و خارج از صنعت گردشگری داشته باشد. با استفاده از عناصر چارچوب شکل ۱، در این بخش به چگونگی عملی کردن گردشگری فراگیر و موانع می‌پردازیم.

### گروه‌های حاشیه رانده‌شده به عنوان تولید کنندگان گردشگری

در نیمه جنوبی جهان، گنجانیدن مردم محلی به عنوان تولید کنندگان در بازار گردشگری یک مبارزه طولانی‌مدت و مداوم است. به عنوان مثال، کشاورزان خردپا گروهی هستند که حتی در مواردی که علاقه قابل توجهی به استفاده از محصولات تازه محلی در رستوران‌های گردشگری وجود دارد، از رشد گردشگری سود زیادی نبرده‌اند. بنابراین، بسیاری از ابتکارات گردشگری فراگیر که به تازگی در حال ظهور هستند، متمرکز بر درگیر کردن افراد و جوامع مختلف هستند. به عنوان مثال، جنبش تجارت منصفانه در گردشگری (FTT) فعالانه در تلاش است تا درآمد ضعیفی را که برخی از تولید کنندگان از صنعت گردشگری کسب می‌کنند، تغییر دهد و به طور خاص، هدف آن تضمین این است که تولید کنندگان گردشگری (صنایع دستی، اقامتگاه‌ها، محصولات و غیره) به منافع عادلانه از تجارت دست پیدا کنند و آگاهی مصرف کنندگان در مورد FTT افزایش یابد. یکی از بزرگترین چالش‌های گردشگری فراگیر تشویق تولید مسئولانه گردشگری توسط کسب و کار گردشگری موجود است. کارگزاران اصلی می‌توانند با تغییر دادن فعالیت‌های اصلی خود رویکردی فراگیر برای تولید گردشگری اتخاذ کنند، از جمله از طریق ایجاد نقش‌های تصمیم‌گیری و فرصت‌های مالکیت برای کارکنان؛ آموزش مردم محلی در رابطه با راهاندازی کسب و کارهای کوچک مرتبط با گردشگری؛ معرفی راهبردهای تدارکات فراگیر و ایجاد کار آبرومندان؛ آموزش خوب و پاداش منصفانه.

### گروه‌های به حاشیه رانده‌شده به عنوان مصرف کنندگان گردشگری

راه دیگر برای اطمینان از فراگیر بودن گردشگری، از طریق گسترش دسترسی به مصرف کنندگان غیر اصلی با روش‌هایی مانند گردشگری اجتماعی (برای گروه‌های اقتصادی پایینتر) و گردشگری دسترس‌پذیر (برای افراد دارای معلولیت) است. گردشگری همچنین می‌تواند از طریق اطمینان از اینکه مقصدها توسط گردشگران و افراد محلی به دفعات مورد بازدید قرار می‌گیرند، کمتر انحصاری شود. برای مثال، از طریق کارزارهای بازاریابی داخلی، تشویق مدارس برای برگزاری سفرهای علمی طولانی مدت برای دانش‌آموزان و حمایت از طرح‌های گردشگری اجتماعی می‌توان گردشگری داخلی را تشویق کرد. گردشگری

داخلی دارای مزیت اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی است و از جمله آن‌ها می‌توان به شکستن موانع بین اقوام مختلف و افزایش درک تفاوت‌های فرهنگی، زبانی و مذهبی، کمک به ایجاد حس غرور و هویت ملی، احیای پیوندهای اجتماعی بین خانواده گسترده و گروه‌های اجتماعی، تشویق ارائه دهندگان خدمات محلی به پاسخگویی تقاضاهای گردشگران و گسترش منافع اقتصادی به مناطقی که گردشگران بین‌المللی از آن بازدید نمی‌کنند اشاره کرد. از نظر اجتماعی و سیاسی، اتباع هر کشوری باید احساس کنند که می‌توانند از جاذبه‌های کشور خود لذت ببرند، اما به دلیل نگرش‌های نواستعماری ممکن است موانعی وجود داشته باشد که مانع از دسترسی آن‌ها شود.

### تغییر نقشه گردشگری برای مشارکت افراد و مکان‌های جدید

گردشگری فراگیر می‌تواند مکان‌ها و فضاهای بیشتری را به عنوان مکان‌های گردشگری در دسترس قرار می‌دهد. بنابراین، مکان‌هایی که معمولاً توسط گردشگران بازدید نمی‌شوند، مانند محله‌های که از نظر پتانسیل گردشگری غنای کمتری دارند یا محله‌های اقتصادی-اجتماعی پایین‌تر می‌توانند دوباره به عنوان فضاهای گردشگری تعریف و در نقشه گردشگری گنجانده شوند. به این ترتیب افراد این فرصت را دارند که با مکان‌ها و مناظر جدید به روش‌های متفاوت روبرو شوند.

نمونه این روند تغییر گردشگری و درگیر کردن افراد و مکان‌های جدید در دومین شهر بزرگ سوئد، گوتنبرگ مشهود است. آنا سدربرگ گردروپ، کتابی بر اساس گردش با خط شماره ۱۱ تراموا، در شهر گوتنبرگ تالیف کرد که در آن که از یکسر تا سر دیگر شهر را بازدید کرد و با گذر از طیف وسیعی از مناطق اجتماعی-اقتصادی و پیاده شدن در هر ایستگاه برای ملاقات با مردم و غذا خوردن و جمع‌آوری دستورالعمل‌های آشپزی به این گشت شهری خاتمه داد. کتاب او، ساکنان را تشویق می‌کند تا شهر خود را فعال‌تر کشف کنند و با مردم از قومیت‌ها و طبقات مختلف ارتباط برقرار کنند.

با این حال، منظور ما این نیست که تعیین چند مکان و فضای شاخص یا خارج از مسیر برای گردشگری، لزوماً «گردشگری فراگیر» را تشکیل می‌دهد. اینکه این تورها فراگیر هستند یا نه، بستگی به نحوه طراحی، افراد درگیر و چگونگی اجرای آن‌ها دارد. انتقادات فراوانی در رابطه با نگرانی‌ها در مورد تجاری سازی فقر و عدم برخورداری از منافع مستقیم برای مردم این مناطق حاشیه‌ای وجود دارد. اما در عمل، برخی از این تورها به ساکنان فقیرتر این امکان را داده است که با طراحی و اجرای تورها یا توسعه شرکت‌های کوچک برای جذب گردشگران به طور مستقیم در تولید گردشگری مشارکت داشته باشند. در عین حال گردشگرانی که این تورها را مصرف می‌کنند، این فرصت را دارند تا درک خود را از تاریخ و سیاست مردم و مکان‌های بازدیدشده عمیق‌تر کنند، در صورتی که تورها اطلاعات خوبی ارائه می‌کنند.

## گسترش مشارکت در تصمیم‌گیری گردشگری

اینکه چه کسی توسعه گردشگری را کنترل می‌کند و تصمیم می‌گیرد، تأثیر زیادی بر نقش گردشگری در توسعه فراگیر دارد. بازیگران صنعت گردشگری، اغلب نگران حداکثر کردن سود خود هستند، بنابراین اگر به حال خود گذاشته شوند و در مورد اجرای سیاست‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی شرکت نظارت صورت نگیرد، بعید است که صنعت همیشه مسئولانه عمل کند و منافع جامعه گسترده‌تر را در نظر بگیرد. راهبرد فراگیرتر گردشگری و تقویت رفتار مسئولانه صنعت افزایش مشارکت فعال شهروندان در تصمیم‌گیری گردشگری است. مطالعات نشان داده است که چگونه تمرکز زیادی از قدرت تصمیم‌گیری با توانمندسازی افراد محلی می‌تواند به نتایج توسعه مؤثرتری منجر شود.

## ترویج درک متقابل و احترام

در حالی که مقامات دولتی اغلب درگیر منافع اقتصادی گردشگری هستند، مزایای اجتماعی نیز می‌تواند بسیار مهم باشد؛ به‌عنوان مثال، یک رویکرد فراگیر به گردشگری می‌تواند منجر به وحدت بیشتر در مناطق روستایی، شهری یا ساحلی، جرایم کمتر، احساس امنیت بهتر و ایجاد مکانی دلپذیرتر برای زندگی شود. با افزایش نابرابری و ناکارآمدی اجتماعی مرتبط در بسیاری از جوامع در شمال و جنوب جهانی، اکنون توجه بیشتری به اهمیت شکستن موانع بین مردم و فرصت‌هایی برای توسعه متقابل با کنار گذاشتن کلیشه‌های منفی وجود دارد.

در سال‌های اخیر، افزایش درصد آرا انتخاباتی احزاب سیاسی ضد خارجی در اروپا، با بحران پناهجویان جنگ سوریه که به اروپا نیز سرازیر شده‌اند، همزمان شده و حقوق پناهندگی، حتی در جاهایی که ده‌ها سال این حقوق بدیهی انگاشته می‌شد مورد چالش قرار گرفته است. در میان بسیاری از تلاش‌های صورت گرفته برای اطمینان از پذیرش پناهجویان تلاش‌های بخش گردشگری پررنگ بوده است. شرکت‌های اجتماعی، مانند هتل Good در آمستردام و لندن و هتل Magdas در وین برای ایجاد اشتغال برای پناهندگان و ایجاد فرصت‌هایی برای تعاملات اجتماعی، به‌عنوان بخشی از جنبش استفاده از گردشگری برای اطمینان از استقبال و ادغام پناهندگان در جوامع اروپایی راه‌اندازی شده‌اند. به طور مشابه، پروژه Kitchen on the Run گروه کوچکی از آلمانی‌ها بودند که آشپزخانه‌ای را در یک کانتینر ساختند و در تابستان ۲۰۱۶ به مدت پنج ماه در شهرهای اروپایی گشتند. آن‌ها از کانتینر برای میزبانی چندین مهمانی شام در هفته برای ۲۵ تا ۳۵ پناهجو و افراد محلی استفاده کردند. در این پروژه آن‌ها در فضایی که از گردهمایی صمیمی بین پناهجویان از سراسر جهان و مردم محلی اروپا در اطراف آشپزخانه حمایت می‌کرد، با هم آشپزی می‌کردند و غذا می‌خوردند. در مجموع با بیش از ۲۰۰۰ نفر از ۶۵ کشور مختلف آشپزی کردند و قصد داشتند این ابتکار را با چندین کانتینر در مسیرهای مختلف در سال ۲۰۱۷ تکرار کنند.

## بازنمایی خود به شیوه‌های آبرومندانانه و مناسب

یکی از انتقادات دائمی به گردشگری این است که گردشگری تمایل

به ابژه‌سازی و رمانتیک کردن «دیگران» دارد. به همان سرعتی که گردشگران در جستجوی برقراری تعاملات «اصیل» هستند، خود این تعاملات مستعد تجاری شدن و کالایی شدن می‌شوند. این فرآیند ابژه‌سازی بخشی از چیزی است که منتقدان در مورد گردشگری یتیم‌خانه‌ها و برخی از اشکال گردشگری داوطلبانه منجرکننده و نفرت‌انگیز می‌دانند. بنابراین، یکی از نقاط تمرکز گردشگری فراگیر یافتن راه‌هایی است که جوامع میزبان، از جمله افراد بومی، آسیب‌پذیر و فقیر در جوامع میزبان بتوانند خود را به شیوه‌هایی که مناسب می‌بینند، نشان دهند.

بنابراین، به‌عنوان مثال، مردم مائوری نیوزلند به‌جای اینکه توسط دیگران بعنوان جامعه‌ای با فرهنگ ایستا و سنتی معرفی شوند، از طریق کسب و کارهای گردشگری خود، در مورد شیوه‌ای که به گردشگران نشان داده می‌شوند تامل می‌کنند و نشان می‌دهند که چگونه با فرهنگ‌های دیگر تعامل دارند و از آن‌ها الهام می‌گیرند.

## تغییرات روابط قدرت در گردشگری و فراتر از آن

همه عناصر گردشگری فراگیر که در بالا مورد بحث قرار گرفت، به طور بالقوه و تدریجی به هدف بزرگتر و بلندمدت تغییر روابط قدرت و پایان‌دادن به طردشدگی اجتماعی کمک می‌کنند. با این حال، تلاش‌های مستقیم برای براندازی روابط قدرت، چه در صنعت گردشگری و چه در جامعه گسترده‌تر، ناگزیر با این مشکلات می‌جنگند. ساختارها و سیستم‌های اجتماعی که افراد را به حاشیه می‌رانند و فقیر می‌کنند ممکن است دارای درجه بالایی از تاب‌آوری و وابستگی به مسیر باشند. با این وجود، نمونه‌هایی از دگرگونی‌های زندگی اجتماعی و اقتصادی وجود دارد که در آن افراد و گروه‌های به حاشیه رانده شده و فقیر با شرایط مناسب و منصفانه و مالکیت مشترک که قدرت را به گروه‌هایی که قبلاً استثمار شده‌اند منتقل می‌کند در گردشگری درگیر می‌شوند.

ابتکارات مثبت شامل مواردی است که مالکیت و کنترل یک کسب و کار گردشگری را به کارکنان واگذار می‌کند. یک مثال جالب از قبرس شمالی هتل Dome است که دولتی بود و پس از اینکه اتحادیه‌های کارگری و کارمندان به دنبال جایگزینی برای خصوصی‌سازی برنامه‌ریزی شده هتل بودند، به مالکیت کارمندان درآمد. این هتل اکنون متعلق به ۴۹ کارمند هتل و اتحادیه کارگران گردشگری است و توسط Tourism Company Solidarity اداره می‌شود. از طریق این سیستم، هر کارمند تمام‌وقت در مورد تصمیم‌های مرتبط با بازاریابی، دستمزد، توزیع سود و سرمایه‌گذاری یک حق رأی دارد. سیستم مالکیت کارکنان به طور گسترده توسط مالکان جدید و جامعه گسترده‌تر مورد استقبال قرار می‌گیرد که از سیاست هتل برای حمایت از اقتصاد محلی خود بهره می‌برند و همچنین مزایای اجتماعی مانند دسترسی با تخفیف به امکانات هتل را تجربه می‌کنند. نکته جالب این است که هتل مزایای مستقیمی نیز از این امر به دست آورده است، از جمله اشتغال محلی پایدارتر، بازگشت بیشتر مشتریان (ناشی از روابط ایجاد شده با کارکنان) و حفظ یک هتل نمادین و الگو که ممکن است منبع الهام برای سایر طرح‌های مالکیت کارمندان یا تعاونی‌های کارگری مشابه باشد، تا به آن‌ها اجازه دهد جای پای قابل توجه‌تری در بازار گردشگری پیدا کنند و در نتیجه تثبیت قدرت در

دست تعداد کمی از هتل‌ها و تور اپراتورهای بزرگ را مختل کند.

### «محدودیت برای دستیابی به گردشگری فراگیر»

به هر حال، چند داستان موفق برای اثبات ارزشمند بودن رویکرد فراگیر در گردشگری کافی نیست. قدرت شرکت‌های بزرگ‌تر در بخش گردشگری، در حال تثبیت است. ۱۵ درصد از کسب‌وکارهای زنجیره‌ای بین‌المللی، ۵۲ کسب‌وکار را در اختیار دارند و مدعی موقعیت «مسلط» در صنعت هستند. برای ما مهم است که در عمل با محدودیت‌های فراگیر شدن گردشگری مواجه شویم. محدودیت اصلی آن ایدئولوژی غالب نئولیبرالیسم است. چه برنامه‌ای برای فقرزدایی یا پایداری وجود داشته باشد و چه نداشته باشد، در منطق نئولیبرالی فرض بر این است که رشد اقتصادی اساس توسعه است. چنین رویکردی در نظر نمی‌گیرد که چگونه رشد اقتصادی می‌تواند رفاه اجتماعی-فرهنگی و محیط‌زیست را تضعیف کند. بنابراین، تشویق به گنجانیدن سایت‌های جدید برای اوقات فراغت یا فرار ممکن است کیفیت زندگی برخی از افراد در آن مناطق را با تأثیر گذاشتن (نه همیشه مثبت) بر گزینه‌های معیشتی، ازدحام بیش از حد، محدود کردن دسترسی عمومی به فضاهای اجتماعی و غیره به خطر بیندازد. تحت سیاست نئولیبرال، اعتقاد زیادی به نهادهای بخش خصوصی که به عنوان بازیگران توسعه کار می‌کنند وجود دارد، علیرغم این واقعیت که، برای مثال، توراپراتورهای جهانی، هتل‌های زنجیره‌ای چندملیتی و موارد مشابه در غلبه بر نابرابری، توانمندسازی فقرا یا ارائه خدمات و برآوردن اهداف اقتصادی-اجتماعی مهارت ندارند. نئولیبرالیسم منجر به افزایش تعداد و انواع فضاهای محصور در گردشگری شده است و مکان‌های بیشتری را برای مردم محلی غیر قابل دسترس کرده است (مگر اینکه به عنوان نظافتچی، باغبان و غیره وارد شوند). بنابراین، اجازه دادن به بازارها به عنوان ابزار محرک رشد بعید است به عنوان یک راهبرد برای حمایت از گردشگری فراگیر عمل کند. بلکه به احتمال زیاد ثروت برخی را تقویت می‌کند و فقر برخی دیگر را تثبیت می‌کند.

موانع قابل توجهی برای دستیابی به گردشگری فراگیر از نظر ایجاد فرصت‌هایی برای افراد فقیر یا به حاشیه‌رانده شده، وجود دارد. در بسیاری از موارد، مردم محلی فقیرتر، حتی زمانی که با گردشگران ثروتمندتر و بدون موانع فیزیکی یا سیاسی روبرو می‌شوند، باز هم فاقد زبان، مهارت، شبکه یا سرمایه برای تعامل با این گردشگران هستند. آن‌ها همچنین با اشکال مختلف تبعیض روبرو می‌شوند. حتی زمانی که فرصت دارند برای مثال یک کسب و کار گردشگری جامعه بنیاد را اداره کنند، ممکن است هم‌زمان اشکالی از توانمندی و ناتوانی را تجربه کنند، به این دلیل که هنوز تحت تسلط دیگران هستند.

افزون بر این، بسیاری از محصولات گردشگری هنوز به جای شکستن تفاوت‌ها و ایجاد درک متقابل، بر اساس تفاوت‌ها (بین غنی و فقیر، بین فرهنگ‌های مختلف) ساخته می‌شوند. این صنعت به صراحت، از این «تفاوت» استفاده می‌کند، برای مثال، زمانی که گردشگران ثروتمند از طریق گردشگری فرهنگی از فقرا بازدید می‌کنند، و زمانی که گردشگرانی که در جنگل‌های شهری زندگی می‌کنند وسوسه می‌شوند تا با اقلیت‌های «ابتدایی» در جنگل‌های استوایی ملاقات کنند. بنابراین، ابتکارهایی که تحت عنوان گردشگری فراگیر مورد حمایت قرار می‌گیرند، ممکن است به سادگی حواس را از نابرابری‌های ساختاری اساسی که گردشگری بر آن‌ها استوار است، پرت کنند. برای مثال، یک کسب و کار اجتماعی خوب گردشگری برای کمک به ادغام اقتصادی پناهجویان سابق در حومه شهر در یک کشور جدید ممکن است توجه را از نیازها و چالش‌های مبرم‌تری که جوامع جدید با آن مواجه هستند، منحرف کند. گردشگری، چه فراگیر باشد یا نه، همیشه راهبرد مناسبی برای دستیابی به توسعه همه‌جانبه نخواهد بود.

### «نتیجه‌گیری»

این مقاله، گردشگری فراگیر را تعریف و مفهوم‌سازی کرده است. سفر می‌تواند با قرار دادن مسافر در معرض مکان‌ها و افراد و دیدگاه‌هایی که در خانه با آن‌ها مواجه نمی‌شود، ذهن را وسعت بخشد. ابتکارهایی که برای فراگیرتر کردن گردشگری انجام می‌شود را می‌توان تلاش‌هایی برای بهبود کیفیت تعامل انسانی و اطمینان از اینکه گردشگری به کسانی که در گذشته از تولید و مصرف آن کنار گذاشته شده یا به حاشیه رانده شده‌اند سود می‌رساند، دانست.

ما بر این باوریم که گردشگری فراگیر از نظر تفکر راهی به جلو فراهم می‌کند که به غلبه بر برخی از موانع ذکر شده در بحث بالا کمک می‌کند. آرزوی ما این نیست که گردشگری فراگیر به منبع ابتکار عمل برای برندسازی یا صدور گواهینامه تبدیل شود، بلکه این است که منبعی برای تفکر انتقادی و نوآورانه باشد. ما امیدواریم که تحلیل‌های موثر در این عرصه، سوالاتی مانند «این توسعه چقدر فراگیر است؟» و «چگونه این کسب و کار گردشگری می‌تواند فراگیرتر باشد؟» ایجاد کند. سوالاتی که به طور مکرر مطرح می‌شوند و به دنبال بهبود هستند. افزون بر این، آشکار است که برای تحقق کامل گردشگری فراگیر نمی‌توانیم به ابتکار بخش خصوصی یا نیت خوب تکیه کنیم، بلکه در این راستا چارچوب‌های نظارتی ملی و بین‌المللی نقشی حیاتی دارند.

### منبع

Scheyvens, R., & Biddulph, R. (2018) Inclusive tourism development, *Tourism Geographies*, 20:4, 589-609, DOI: 10.1080/14616688.2017.1381985



## چگونه می‌توان گردشگری را

### برای تمام ذینفعان مانند عسل، شیرین کرد؟

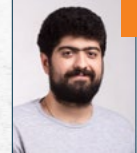
نیما مشیری لنگرودی

دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی گردشگری

دانشجوی دانشگاه علامه طباطبایی تهران

ایمیل:

nimamoshirilangroudi@gmail.com



#### چکیده

راه رفتن بر تیغه گردشگری، بی آن که درک درستی از تمام ابعاد آن داشته باشیم، می‌تواند بسیار زیان‌ساز باشد. گردشگری فراگیر، به دنبال درگیر کردن تمام ذینفعان، در شرایط برابر و عدالت محور است. اما این ذینفعان چه کسانی هستند و چگونه می‌توان میان ذینفعان برابری برقرار کرد؟ در این نوشتار، مدل سلین و چاوز بررسی می‌شود و با توجه به آن، بحث‌هایی پیرامون گردشگری فراگیر مطرح می‌شود.

پراکنده است، مشارکت طیف‌های وسیعی از ذینفعان برای رسیدن به موفقیت حیاتی است. ذینفعان شامل چه کسانی هستند، چه قدرتی دارند و آیا گردشگری فراگیر می‌تواند راهی جدید برای به کارگیری تمام ذینفعان و از بین بردن تبعیض‌ها باشد؟

کلمه ذینفع برای اولین بار در تحقیقی که در دانشگاه استنفورد در سال ۱۹۶۳ انجام شد، در ادبیات مدیریت مطرح شد. در این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش بودند که آیا سهام‌داران تنها کسانی هستند که شرکت باید به آن‌ها پاسخگو باشد؟ ذینفع، هر کسی می‌تواند باشد که به رویه یا جنبه‌های اساسی از فعالیت‌های سازمان یا شرکتی علاقه داشته باشند. به صورت کلی، می‌توان ذینفع را هرکسی دانست که می‌تواند بر دست‌یابی به اهداف شرکت تاثیر بگذارد یا از آن تاثیر بپذیرد. در نتیجه، با توجه به تعریف واژه ذینفع از گذشته تا به امروز از تعریف بازیگران اصلی به تعریف هر بازیگر رسیده است؛ همچنین این ذینفعان، بسته به میزان تأثیری که در روند فعالیت‌های سازمان دارند یا تأثیرپذیری، به دو دسته اولیه و ثانویه تقسیم می‌شوند. بنابراین، ذینفعان شامل تمام کسانی است که در گردشگری نقشی دارند؛ یعنی افراد تولیدکننده، مانند هتل‌داران، آژانس‌های مسافرتی، شرکت‌های حمل‌ونقل و سایر موارد، مصرف‌کنندگان این خدمات یعنی گردشگران و بهره‌مندان از گردشگری یعنی جامعه محلی می‌باشد.

گردشگری صنعتی پرسود به شمار می‌آید که با تغییرات در جمعیت طبقه متوسط در جهان و رشد تکنولوژی‌های سفر در چند سال اخیر، رشد بی‌سابقه‌ای را تجربه کرده است؛ که منجر به افزایش اشتغال در مقصدهای گردشگری، افزایش درآمد دولت از طریق مالیات و سایر روش‌ها و همچنین کمک به سایر منافع ملی مانند حفظ میراث طبیعی و فرهنگی می‌شود. اما گردشگری، چهره‌ای مانند ژانوس از خدایان باستان دارد، به این معنی که گردشگری دارای دو چهره منفعت‌زا و آسیب‌زا است که در برنامه‌ریزی باید به آن توجه کرد. گردشگری می‌تواند عامل ایجاد مشکلات زیست محیطی، توهین و انحطاط فرهنگ محلی، اثرات منفی اجتماعی، اثرات محیطی منفی مانند شلوغی خیابان‌ها و پارک‌ها و نابرابری‌های اقتصادی و رشد قیمت مسکن باشد و در مجموع منجر به کاهش سطح رفاه اجتماعی در مقصدها می‌شود.

همان‌طور که در برنامه توسعه سازمان ملل اشاره شده است، در دو سوی چهره گردشگری هم افرادی به دلیل جنسیت، قومیت، سن، گرایش جنسی، ناتوانی‌های جسمی و یا فقر از توسعه محروم مانده‌اند و نتوانسته‌اند از توسعه گردشگری سود ببرند؛ این درحالی است که توسعه‌ای می‌تواند باعث کاهش فقر و ایجاد اثرات مثبت باشد که برای همه مردم فرصت مشارکت برابر را ایجاد کند. به دلیل آن که گردشگری فعالیتی است که اجزای بخش‌های مختلف را درگیر می‌کند و بسیار



اقتصادی برای جوامع است. به صورت کلی گردشگری فراگیر شامل شش مؤلفه زیر است:

- غلبه بر موانع گروه‌های محروم، برای دسترسی به گردشگری، به عنوان تولیدکننده یا مصرف‌کننده.
- تسهیل بازنمایی خود، توسط کسانی که به حاشیه رانده شده یا تحت ستم هستند، به طوری که داستان‌هایشان روایت شود و فرهنگشان به شیوه‌هایی که برایشان معنا دار است بازنمایی شود.
- به چالش کشیدن روابط قدرت مسلط.
- گسترش طیف افرادی که در تصمیم‌گیری در مورد توسعه گردشگری سهیم هستند.
- ایجاد فرصت‌هایی برای قرار گرفتن مکان‌های جدید در نقشه گردشگری.
- تشویق یادگیری، تبادل و روابط متقابل سودمند که درک و احترام را بین «میزبان» و «مهمانان» تقویت می‌کند.

مدل سلین و چاوز (۱۹۹۵) بیان می‌کند که همکاری ذینفعان، از یک زمینه محیطی شروع می‌شود و با تشخیص مشکل، تنظیم جهت و ساختار پیش می‌رود. بر مبنای یافته‌های آنان فرهنگ سازمان و تفاوت در قدرت ذینفعان، باعث ایجاد محدودیت و شکل نگرفتن همکاری است (شکل ۱).

از سوی دیگر، شمول باعث جلوگیری از تبعیض می‌شود؛ زیرا به همه فرصت می‌دهد که عضو کامل جامعه باشند (جامعه در اینجا به مفهوم افراد دخیل در پروژه‌های است) و جلوی تبعیض مبتنی بر قضاوت و رفتار ناعادلانه، به دلیل بودن در اقلیت گرفته می‌شود. این درحالی است که از دهه ۱۹۷۰، گردشگری به صورت انحصاری توسعه یافته است و از مردم محلی و منابع آنان تنها بهره‌کشی شده است؛ در نتیجه دانشگاهیان واژه گردشگری فراگیر را به وجود آورده‌اند که هشدار دهند چه کسانی در توسعه گردشگری جایگاهی ندارند. از مزیت‌های استفاده از گردشگری فراگیر، آن است که می‌توانیم ذینفعانی را وارد این بخش کنیم که تا پیش از این در حاشیه قرار داشتند یا حتی کنار گذاشته شده‌اند. اجرای این دیدگاه می‌تواند منافع مستقیمی را برای ذینفعان گردشگری داشته باشد. البته باید توجه داشت که برای مدتی طولانی، مفهوم گردشگری فراگیر معادل گردشگری در دسترس و گردشگری معلولین در نظر گرفته می‌شد، ولی این مفهوم فراتر از سمت ذینفعان عرضه‌کننده و شامل از بین بردن هرگونه مانعی است که باعث می‌شود افراد از گردشگری بهره نبرند. این موانع می‌تواند سن، جنسیت یا حتی فقر باشد.

گردشگری فراگیر بیان می‌کند که در گذشته بسیاری از مردم به دلیل برنامه‌ریزی نادرست گردشگری کنار گذاشته شده‌اند و اکنون برای این مردم به عنوان ذینفعان گردشگری باید راهی یافت که از گردشگری بهره‌مند شوند. در نتیجه گردشگری باید فرصت‌های شغلی ایجاد کند که در سراسر کشور، قابل دسترس برای تمام افراد باشد و نتایج یکسانی را هم به دنبال داشته باشد. در صورتی که رشد فرصت‌های گردشگری و دسترسی برابر به این فرصت‌ها وجود داشته باشد، گردشگری می‌تواند رشد فراگیر ایجاد کند که مبتنی بر کاهش فقر، کاهش نابرابری و رشد



شکل ۱- مدل تعامل تمام ذینفعان سلین و چاوز

بهره‌کشی از طبقات محروم و ضعیف جامعه در گردشگری است. آنان در فرآیند برنامه‌ریزی نادیده گرفته می‌شوند و گاهی، به عنوان یک عنصر اضافی در پشت قاب‌های نمایشی گردشگری، قرار می‌گیرند تا دیده نشوند. این که چگونه آنان می‌توانند نقش داشته باشند؛ موضوع بسیار مهمی است. فرصت‌ها از تولید لباس برای بخش‌های مختلف گرفته تا تهیه صنایع دستی و غذا باید به صورت عادلانه در اختیار آنان

در نتیجه با ترکیب مدل سلین و چاوز با گردشگری فراگیر می‌توان بیان داشت که برای اجرای برنامه‌ای که بتواند به توسعه‌ای پایدار و رفع تبعیض‌ها بپردازد، در ابتدا باید به بررسی بحران‌ها پرداخت و آن‌ها را شناسایی کرد. همان‌طور که در بخش اول مقاله بیان شد، توسعه گردشگری به مانند راه رفتن بر لبه تیغ است و در کنار سودمندی، می‌تواند آسیب‌هایی را به همراه داشته باشد. یکی از این بحران‌ها

قرار داده شود. همچنین از سوی دیگر این طیف ضعیف، کمتر می‌تواند مصرف‌کننده گردشگری باشند. در نتیجه دولت‌ها و کارگزاران مربوطه باید به عنوان بخشی از فعالیت‌های خود به این طیف کمک کنند تا به سفر بروند و از نظر روحی بتوانند روح خود را بازپروری کنند.

یکی دیگر از بحران‌های گردشگری، تفسیر نادرست از فرهنگ جوامع ضعیف است. برای مثال، شرایط روستائینی و یا زندگی در عشایر با زندگی شهری بسیار متفاوت است؛ اما به دلیل درک نشدن شرایط زندگی آنان به وسیله گردشگران، آن‌ها شرایط زندگی خود را به صورت کالایی لوکس، به گردشگران ارائه می‌دهند و هرکس که نمی‌تواند از چرخه حذف خواهد شد. مدیرانی که رویکرد گردشگری فراگیر دارند باید در نظر داشته باشند که توسعه آنان باید با هنجارها، فرهنگ و روح زندگی حاکم بر جامعه مقصد هماهنگ باشد. چرا که مقصد برای مردمی است که در آن ساکن هستند و آنان به عنوان عرضه‌کننده باید بتوانند، نماینده زندگی خود باشند و نه آنچه که دیگران دوست دارند.

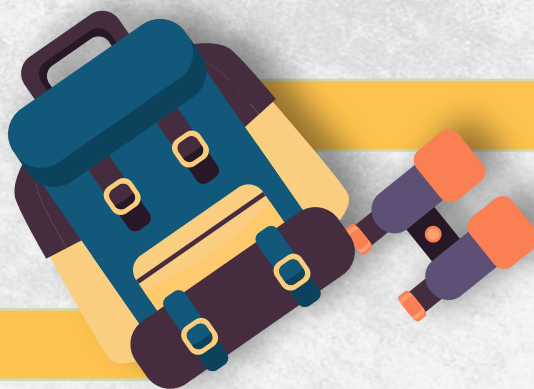
یکی دیگر از مشکلات برنامه‌ریزی گردشگری، از بالا به پایین بودن سیستم تصمیم‌گیری در کشور است و برای تاثیرگذاری بر آن، باید به قدرت نزدیک بود که این موضوع قشر فرودست را از تصمیم‌گیری در جامعه حذف می‌کند. این درحالی است که گردشگری فراگیر به دنبال کنار گذاشتن تبعیض‌ها است. در نتیجه مسیر توسعه باید صدای جامعه باشد. دولت باید شناسایی مشکلات را به جامعه بسپارد؛ یعنی آن‌که به جامعه اجازه دهد، به صورتی از پایین به بالا در تصمیم‌ها مشارکت کنند و آن‌چه که می‌پسندند را دنبال کنند و دولت به عنوان یک مجری آن را اجرا سازد.

در نتیجه برای اجرای گردشگری فراگیر می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه کرد:

- ایجاد انجمن‌ها و کمیته‌ها که نماینده ذینفعان مختلف باشند و در تاثیرگذاری بر طراحی و اجرای پروژه‌های گردشگری از حق رأی برابر برخوردار باشند.
- طراحی طرح توسعه یکپارچه، بدون تعصب و با نگاهی برابر به تمام ذینفعان و درگیر کردن تمام بخش‌های مورد تاثیر.
- توجه به افراد در حاشیه و در نظر گرفتن آنان، در طرح‌های توسعه‌ای.
- مشخص شدن تمام اهداف پروژه، برای تمام ذینفعان و ایجاد اشتراک میان اهداف آنان با اهداف طرح.
- حصول اطمینان از اینکه همه ارتباطات و مواد در دسترس همه افراد، درگیر است تا بتوانند به تضمین فراگیری کمک کنند.



عکاس: بهمن مردانلو



- Adams, K. M., & Sanchez, P. M. (2020). Tourism as industry and field of study: Using research and education to address overtourism. In H. Séraphin and A. C. Yallop (Eds). *Overtourism and Tourism Education* (pp.43-59). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003031765-5>
- Bakker, M. (2019). A Conceptual Framework for Identifying the Binding Constraints to Tourism-Driven Inclusive Growth. *Tourism Planning & Development*, 16(5), 575-590. <https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1541817>
- Biddulph, R., & Scheyvens, R. (2018). Introducing inclusive tourism. *Tourism Geographies*, 20(4), 583-588. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1486880>
- Heitmann, S. (2010). Film Tourism Planning and Development—Questioning the Role of Stakeholders and Sustainability. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1), 31-46. <https://doi.org/10.1080/14790530903522606>
- Molderez, I., & Perera, K. (2022). Inclusive Tourism, a Cultural Paradigm Shift in Approaching Tourism Development. In E. Borin, M. Cerquetti, M. Crispí, & J. Urbano (Eds.), *Cultural Leadership in Transition Tourism: Developing Innovative and Sustainable Models* (pp. 279-295). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-14121-8\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-031-14121-8_15)
- Nyanjom, J., Boxall, K., & Slaven, J. (2018). Towards inclusive tourism? Stakeholder collaboration in the development of accessible tourism. *Tourism Geographies*, 20(4), 675-697. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1477828>
- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & De Colle, S. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. *Academy of Management Annals*, 4(1), 403-445.
- Rita, P., & António, N. (2020). Promotion of inclusive tourism by national destination management organizations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(6), 701-714. <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2020-0068>
- Scheyvens, R., & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, 20(4), 589-609. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1381985>
- Selin, S., & Chevez, D. (1995). Developing a collaborative model for environmental planning and management. *Environmental Management*, 19(2), 189-195. <https://doi.org/10.1007/BF02471990>
- Sternberg, E. (1997). The Defects of Stakeholder Theory. *Corporate Governance: An International Review*, 5(1), 3-10. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1467-8683.00034>
- Wang, W., Watanabe, M., Zhou, D., & Ono, K. (2023). Environmental and Community Regeneration: Exploring Design Approach for Inclusive Tourism Based on Visualization Methods. *Sustainability*, 15(5), 4540. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/5/4540>
- Zehrer, A., & Hallmann, K. (2015). A stakeholder perspective on policy indicators of destination competitiveness. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(2), 120-126. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.03.003>

# مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری

**سینا ظفریان**

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی  
گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه شیراز  
ایمیل:

sinazafaryan@outlook.com



## مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد صنعت خدمات، تأثیر زیادی در سراسر جهان دارد. از منظر محیط مالی بین‌المللی، ۱۰ درصد از کل درآمد اقتصادی جهان و ۱۰ درصد از نیروی کار جهان، از گردشگری است. گردشگری پتانسیل زیادی برای توسعه در کشورهای در حال توسعه دارد (Camilleri & Camilleri, 2018). برخلاف سایر بخش‌های اقتصادی، گردشگری این پتانسیل را دارد که اقتصاد مناطق دورافتاده را تقویت کند. با نفوذ روزافزون گردشگری در هر گوشه از جهان، گردشگری می‌تواند جوامع محلی را به طرق مختلف، تحت تأثیر قرار دهد. در برخی از جوامع محلی، گردشگری ممکن است عامل مسلط در توسعه کلی باشد، در حالی که در برخی دیگر ممکن است اثرات منفی مانند جابه‌جایی اجباری افراد محلی برای ایجاد امکانات گردشگری، کاهش منابع محلی، افزایش هزینه‌های زندگی و تجاری شدن فرهنگ به جا بگذارد. مشارکت فعال جوامع محلی در فعالیت‌های گردشگری به منظور افزایش منافع و به حداقل رساندن اثرات منفی اهمیت زیادی دارد (Pratama & Mandaasari, 2020).



عکاس: بهمن مردانلو



عکاس: بهمن مردانلو

و کسب‌وکارهای کوچک در سطح محلی می‌توانند در جهت بهبود سبک زندگی جامعه موثر باشند. وجود زیرساخت‌های گردشگری انبوه در مقصد نیز می‌تواند به نوبه خود به توسعه پروژه‌های کوچکی که مردم محلی را درگیر می‌کند، کمک کند (Marin, 2015). توسعه گردشگری به مردم محلی فرصت می‌دهد تا با شرایط جدید محیطی، اجتماعی و اقتصادی سازگار شوند و به جلوگیری از اثرات منفی توسعه سریع و کنترل نشده کمک می‌کند. مشارکت مردم محلی در تصمیم‌گیری از بروز درگیری و تعارض که به طور اجتناب‌ناپذیری بر پایداری گردشگری تأثیر می‌گذارد جلوگیری می‌کند. گردشگری مبتنی بر جامعه، نویدبخش توسعه گردشگری روستایی است و موفقیت آن به رهبری بهتر جامعه، حمایت و مشارکت

مشارکت فعال جامعه در گردشگری هم‌چنین تضمین می‌کند که تجربه گردشگری غنی ارائه می‌شود (Muganda et al., 2013).

هنگامی که جامعه محلی در توسعه گردشگری مشارکت فعال دارد، به دلیل علاقه ویژه به منطقه و تعهد به کیفیت محیطی، کنترل و تعادل را فراهم می‌کند. گردشگری می‌تواند در درازمدت تداوم یابد و دوام آن به حمایت و مشارکت جوامع محلی بستگی دارد. در فرانسه، اسپانیا، ارتفاعات اسکاتلند و یونان چندین نمونه از تجربه پروژه‌های گردشگری اجرا شده با مشارکت بالای جامعه محلی وجود دارد. اقامت در خانه یا تعطیلات گردشگری کشاورزی، مشارکت محلی را بیشتر تشویق می‌کند، زیرا گزینه‌های زیادی فراتر از بازار انبوه به بازدیدکنندگان ارائه می‌دهد. پروژه‌های تحت رهبری جامعه

#### «توسعه گردشگری و جوامع محلی»

مشارکت جامعه محلی، یکی از عناصر اصلی توسعه گردشگری است، زیرا برای توسعه پایدار گردشگری حائز اهمیت است. بخش‌های مختلفی در توسعه گردشگری دخیل هستند، مانند دولت، بخش خصوصی، سازمان‌ها و افراد مختلف. با این حال، جوامع محلی ممکن است تنها ذینفعان قانونی و اخلاقی در توسعه گردشگری باشند. مشارکت جوامع محلی برای گردشگری برای مردم محلی، شیوه زندگی آن‌ها و عوامل محیطی، فرهنگی و سنتی ارزش زیادی دارد و جاذبه اصلی گردشگری است. بنابراین نیازها و خواسته‌های مردم محلی باید برآورده شود. توسعه گردشگری و مشارکت جوامع محلی منجر به توسعه پایدار با منافع اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی خواهد شد.



عکاس: بهمن مردانلو

گروه‌های اداری محلی بستگی دارد (Muganda et al., 2013).

مشارکت جوامع محلی در توسعه گردشگری برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار و بهبود رفاه جوامع محلی حیاتی است. مشارکت جامعه حفاظت از محیط‌زیست و فرهنگ جوامع محلی را تضمین می‌کند. اگرچه گردشگری با ارائه منافع اقتصادی به توسعه محلی کمک می‌کند، اما مزایای گردشگری به همه سطوح جامعه سرریز نمی‌شود. با این حال، مشارکت جوامع محلی می‌تواند به منطقی کردن توزیع اقتصادی و در عین حال بهبود چشم‌اندازهای بلندمدت صنعت گردشگری کمک کند. مشارکت جامعه محلی هم‌چنین سطوح بالاتر اشتغال با دستمزد معقول و فرصت‌های کاری فصلی را تا حد بیش‌تری تضمین می‌کند. تعامل محلی می‌تواند با تشویق مالکیت محلی در ارائه خدمات، حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها و مغازه‌های صنایع دستی و سوغات، از نشت ارز جلوگیری کند. اما، دوباره، مشکل توزیع نابرابر درآمد مطرح می‌شود؛ سطوح بالاتر مالکیت محلی، مزایا یا مسئولیت‌های زیست‌محیطی را به طور مساوی تقسیم نمی‌کند (Pratama & Mandaasari, 2020).

### ◀ موانع مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری

#### • منابع مالی ناکافی

اگرچه جوامع محلی در کشورهای در حال توسعه می‌خواهند در کشور خود تغییر ایجاد کنند، اما بسیاری از آنان توانایی سرمایه‌گذاری در گردشگری و راه‌اندازی یک تجارت آرزوی آن‌هاست.

#### • دانش ناکافی در مورد گردشگری

شناخت ناکافی در مورد مفاهیم اصلی گردشگری و اهداف توسعه این صنعت می‌تواند یکی از محدودیت‌های عمده مشارکت جوامع محلی باشد. است.

#### • دیدگاه‌های مختلف در مورد گردشگری

مردم محلی اغلب گردشگری را یک صنعت فصلی و کمتر درآمدزا می‌دانند و به دلیل غیرقابل پیش‌بینی بودن تعداد گردشگران در

فصول مختلف برای سرمایه‌گذاری در گردشگری مردم هستند.

#### • حکومت طبقات بالا

بسیاری از مردم محلی سواد و اعتماد به نفس کافی ندارند. آنان فکر می‌کنند که به دلیل سطح پایین تحصیلات و دانش و تجربه ناکافی در زمینه گردشگری، در مقایسه با افراد ثروتمند و تحصیل کرده که نخبگان جامعه به شمار می‌آیند، از فرصت یکسانی برای فعالیت در گردشگری برخوردار نخواهند بود (Eyisi et al., 2021).


#### ◀ جمع‌بندی

جوامع محلی باید در فرآیندهای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری مشارکت داشته باشند، تا اعتماد و اطمینان محلی به توسعه گردشگری افزایش یابد. مشارکت جامعه، بهبود در برنامه و ارائه خدمات را تضمین می‌کند و در عین حال، حس مشارکت جامعه در دستیابی به یک هدف مشترک را تقویت می‌کند. مشارکت در گردشگری در سطح محلی از حفظ فرهنگ‌ها، سنت‌ها و دانش بومی مردم محلی حمایت می‌کند. این دستیابی به اهداف پایداری، سبب بهبود رفاه جامعه محلی و حفاظت از


محیط‌زیست می‌شود. بنابراین، جامعه محلی باید فعالانه در تصمیم‌گیری و اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های گردشگری مشارکت داشته باشد. هدف مشارکت جامعه، تسهیل ارتباطات مناسب بین مردم محلی برای تصمیم‌گیری بهتر و رشد و توسعه پایدار است. بنابراین، موفقیت توسعه گردشگری در گرو حسن نیت و همکاری جوامع محلی است و اگر آرمان‌ها و توانمندی‌های جوامع محلی با توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری هم‌خوانی نداشته باشد، می‌تواند پتانسیل‌های این صنعت را از بین ببرد (Jurlina Alibegović & Slijepčević, 2018).

#### منابع

- Camilleri, M. A., & Camilleri, M. A. (2018). *The tourism industry: An overview*. Springer.
- Eyisi, A., Lee, D., & Trees, K. (2021). Facilitating collaboration and community participation in tourism development: The case of South-Eastern Nigeria. *Tourism and Hospitality Research*, 21(3), 275-288.
- Jurlina Alibegović, D., & Slijepčević, S. (2018). Attitudes towards citizen participation in the local decision-making process: A comparative analysis. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 27(1).
- Marin, D. (2015). Study on the economic impact of tourism and of agrotourism on local communities. *Research Journal of Agricultural Sciences*, 47(4), 160-163.
- Muganda, M., Sirima, A., & Ezra, P. M. (2013). The role of local communities in tourism development: Grassroots perspectives from Tanzania. *Journal of Human Ecology*, 41(1), 53-66.
- Pratama, I. G. S., & Mandaasari, I. C. S. (2020). The impact of tourism development on the economic, cultural and environmental aspects of local communities. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 31-36.

لطفاً خودتان را معرفی کنید. 

من، سعید ضروری هستم. متولد ۱۱ اردیبهشت ۱۳۶۵ و مؤسس گروه ماجراجویان معلول ایران که سفرهای پرهیجان و ماجراجویانه که عموماً در دسترس افراد دارای معلولیت نیست، برگزار می‌کنم. سفرها و برنامه‌هایی مانند پرواز، غواصی، کایاک سواری، کمپ در طبیعت، سفرهای حیات‌وحش و رفتینگ و سفرهای طبیعت‌محور. عضو کمیته بین‌المللی ماجراجویی درمانی و تنها آسیایی عضو کمیته پارافتینگ در فدراسیون بین‌المللی رفتینگ (قایقرانی در آب‌های خروشان)، نویسنده کتاب «زندگی ضروری» و مشاور شرکت لرد هستم که در زمینه تولید تجهیزات مناسب‌سازی و توان‌بخشی فعال است.

**به نظر شما سفر و گردشگری چه کارکردهایی (جسمی، روانی یا اجتماعی) می‌تواند برای افراد توان‌خواه جسمی - حرکتی داشته باشد؟** 

واقعیت این است که سفر کردن و خارج شدن از نقطه امن در کسب شناخت نسبت به توانایی‌ها، کمبودها و پتانسیل‌های فردی و اجتماعی اثرات شگفت‌انگیزی روی انسان به جا می‌گذارد. این موضوع برای همه افراد جامعه صدق می‌کند، اما در رابطه با افراد دارای معلولیت، تأثیر این موضوع دوچندان است. چرا که نقطه امن آن‌ها نسبت به سایر افراد محدودتر است. متأسفانه موانع اقتصادی در این زمینه بسیار اثرگذار هستند.

مصاحبه اختصاصی با «سعید ضروری»:

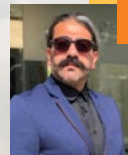
# ماجراجوی دارای معلولیت

**امیر ارغوان**

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی  
گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه شیراز

ایمیل:

mehraz.amir@yahoo.com



**پرنیان ناییب**

ایمیل:

parnian.nyb@gmail.com







افراد دارای معلولیت، شرایط اولیه را فراهم کند.

**گردشگری** **لطفاً نمونه‌ها و تجربه‌های موفق‌تری از مقصدهای گردشگری فراگیر که نیازهای سفر گردشگری توان‌خواه جسمی-حرکتی را در توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری مورد توجه قرار داده‌اند، ذکر کنید.**

من تلاش کردم در نقاطی که بیشترین برنامه‌ها را در آن مناطق برگزار می‌کنم، اقامتگاه‌ها حداقل‌های مناسب‌سازی را رعایت کنند. در گیلان هتل صیادی، اقامتگاه گیلمار، اقامتگاه بام رودبار از حداقل‌ها برخوردار هستند. در قشم نیز اقامتگاه توفیق در روستای دیرستان یا اقامتگاه خانه دوست در روستای سوزا، شرایط مناسبی دارند. در کاشان نیز هتل نگارستان شرایط خوبی دارد و در ابوزیدآباد کاشان نیز بومگردی کدخدا و اکو کمپ متین‌آباد هم مناسب‌سازی را تا حدی رعایت کرده‌اند. حمایت از این اقامتگاه‌ها، می‌تواند باعث فراگیر شدن مناسب‌سازی در اقامتگاه‌های دیگر شود.

**گردشگری** **به‌عنوان یک فرد توان‌خواه جسمی-حرکتی که فعال گردشگری نیز هستید، افراد توان‌خواه جسمی-حرکتی برای اشتغال در گردشگری با چه موانعی روبرو هستند؟ به چه امکانات و تسهیلاتی نیاز دارند؟ چه مهارت‌هایی باید کسب کنند؟ و در چه حوزه‌هایی بهتر می‌توانند مشغول به کار شوند؟**

افراد دارای معلولیت، برای کار و فعالیت در هر حوزه‌ای، موانع پیش روی زیادی دارند. در این حوزه هم همین‌طور است. بدون کسب دانش و تجربه و یا گرفتن مشاوره خوب نمی‌توان در این صنعت مانند هر صنعت دیگری موفق شد. کاری که افراد دارای معلولیت می‌توانند انجام دهند، این است که پیگیر مناسب‌سازی اماکن تاریخی و زیرساخت‌های گردشگری شهر و منطقه خود باشند. نکته‌ی مهم، این است که بدانیم مناسب‌ترین واژه برای مخاطب قرار دادن این قشر از جامعه، فرد دارای معلولیت، افراد دارای معلولیت و ماجراجوی دارای معلولیت و ساختارهایی از این دست است. تأکید روی فرد بودن و نقش اجتماعی افراد باید باشد، نه داشتن یا نداشتن توان.



عکس‌های استفاده شده در این مطلب از وب‌سایت آقای سعید ضروری به نشانی <https://www.saeedzaroori.com/> می‌باشد.

**گردشگری** **آیا نگاه فراگیری با تمرکز بر نیازهای گردشگران توان‌خواه جسمی-حرکتی به توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری در مقصدهای ایران وجود دارد؟ از نظر شما افراد توان‌خواه جسمی-حرکتی در کشور ما با چه مشکلات و موانعی در سفر روبرو هستند؟**

این نگاه در رابطه با افراد غیر معلول هم وجود ندارد، بزرگ‌ترین مانع بر سر سفر و گردشگری افراد دارای معلولیت، نداشتن زیرساخت در سیستم حمل‌ونقل عمومی است. استفاده از هواپیما برای افراد دارای معلولیت، گران است. استفاده از قطار و اتوبوس تقریباً غیرممکن است و تعداد قطارهایی که رمپ برای ورود دارند، به‌شدت کم است. خدمات‌دهی به افراد دارای معلولیت در ایران متأسفانه نمایشی و بزرگ‌نمایی شده است و در واقعیت، اتفاق دیگری می‌افتد.

**گردشگری** **توسعه چه زیرساخت‌ها و روساخت‌هایی را برای تسهیل سفر گردشگران جسمی-حرکتی، ضروری می‌دانید؟**

اولین گام، رسیدن به مقصد است و بعد از این مرحله است که می‌توان تصمیم گرفت، کجا اقامت داشت و وضعیت مناسب‌سازی هتل‌ها و بومگردی‌ها و اقامتگاه‌ها، به چه صورت است؟ ما دچار توسعه نامتوازن هستیم و امیدی به ایجاد تغییر در شرایط در مدت کوتاه وجود ندارد، مگر اینکه افراد دارای معلولیت خودشان وارد عمل شوند.

**گردشگری** **به نظر شما هر یک از سه گروه بخش دولتی، صنعت گردشگری و خود گردشگران توان‌خواه جسمی-حرکتی چه قدم‌هایی می‌توانند در راستای تسهیل سفر این گروه انجام دهند؟**

به وظایف قانونی خود عمل کنند! اگر به قانون عمل می‌شود، شرایط زیرساختی در زمینه مناسب‌سازی، تفاوت چشم‌گیری نسبت به وضع کنونی داشت. برای بخش خصوصی تا موضوع اقتصادی نباشد، تحولی صورت نمی‌گیرد. باید پذیرفت در حال حاضر بسیاری از اقامتگاه‌ها اگر هم مناسب باشند، امکان مراجعه افراد دارای معلولیت به خاطر نداشتن زیرساخت مناسب در حوزه گردشگری برای همه مشتری نخواهند داشت.

**گردشگری** **چه توصیه‌ای به جامعه توان‌خواه جسمی-حرکتی در رابطه با سفر و گردشگری دارید؟**

هیچ جامعه‌ای به توسعه پایدار و تعالی نرسیده است، مگر با تلاش و کوشش و برداشتن موانع مختلف، خیلی از این موانع فردی هستند و بسیاری از ترس‌ها مانع می‌شود افراد به سمت تجربه کردن ابعاد تازه‌ای از زندگی بروند. با احتیاط و مراقبت زیاد می‌توان هر چیز شدنی را تجربه کرد. دنبال بلندپروازی نباشند و حتی یک برنامه نیم‌روزه هم می‌تواند به تغییر حال ما کمک کند. از طرفی جامعه باید برای ورود



## مصاحبه اختصاصی با دکتر رحمان دلاوری

مدیرعامل انجمن معلولین توان‌خواه دلیجان  
و نایب رییس شبکه ملی تشکل‌های غیر دولتی معلولان جسمی حرکتی کشور

گردشگری دسترس‌پذیر در اولویت قرار گیرد. در مجموع، باید گفت که در این زمینه، در ابتدای راه هستیم و تا رسیدن به نقطه‌ای که متولیان امر، اهتمام ویژه‌ای به گردشگری دسترس‌پذیر داشته باشند و اقدامات آن‌ها منشا تحولات جدی و ملموس در صنعت گردشگری باشد، فاصله زیادی داریم.

### امیر ارغوان

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی  
گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه شیراز

ایمیل:

mehraz.amir@yahoo.com



### به منظور توسعه گردشگری دسترس‌پذیر، به چه زیرساخت‌هایی نیاز است؟

اگر فرآیند سفر را به صورت یک زنجیره در نظر بگیریم، پنج حوزه اصلی شامل شهر مبدأ و مقصد، حمل‌ونقل عمومی، ترمینال‌های مسافری، اماکن اقامتی و اماکن گردشگری در این زنجیره وجود دارد که هر کدام از منظر دسترس‌پذیری، دارای الزامات خاصی هستند و زیرساخت‌های مناسب آن باید شناسایی شود. به عنوان مثال، در حوزه حمل‌ونقل عمومی، لازم است زیرساخت لازم برای پیاده و سوارشدن افراد دارای معلولیت در هواپیما، قطار، کشتی و اتوبوس پیش‌بینی شده باشد یا در حوزه اماکن اقامتی لازم است رمپ‌های دسترسی به داخل هتل، آسانسور، سرویس بهداشتی و تخت‌خواب مناسب طراحی و اجرا شده باشد. برای تضمین یک سفر خوب و راحت، باید چالش‌های دسترس‌پذیری در تک تک حلقه‌های این زنجیره، برطرف شده باشد. بنابراین لازم است

### آیا رویکرد توسعه گردشگری دسترس‌پذیر، در مدیریت شهری در ایران مورد توجه قرار گرفته است و از اولویت‌های مدیریت شهری به شمار می‌آید؟

نکته مثبتی که وجود دارد، این است که اهمیت گردشگری دسترس‌پذیر برای مسئولین و متولیان گردشگری کشور تا حدودی روشن شده و تغییر نگرش در این حوزه اتفاق افتاده است، اما هنوز اقدامات اجرایی گسترده و به شکل نظام‌مند اتفاق نیفتاده است. نکته‌ای که باید به آن توجه کرد این است که هنوز به طور کلی یک مدیریت توانمند، کارآمد و موثر در حوزه گردشگری وجود ندارد و به این ترتیب نمی‌توان انتظار داشت که

## از نظر شما کدام شهر کشورمان در زمینه توسعه و مدیریت گردشگری در دسترس، بهتر عمل کرده است و دلایل این موفقیت چیست و چه اقداماتی برای پاسخ‌گویی به نیازهای آنان انجام شده است؟

بر اساس اطلاعاتی که بنده دارم، می‌توان گفت شهر یزد و مجموعه مدیریت شهری آن پیش‌روتر از سایر شهرها حرکت کرده اند و اقدامات خوبی در خصوص گردشگری دسترس‌پذیر انجام شده است. دلیل آن نیز، این بوده‌است که تمام ارکان مدیریت شهری به صورت هماهنگ با هم و براساس یک نقشه راه مشخص، در این مسیر حرکت کرده اند. یعنی نهادهای متولی، مثل سازمان میراث‌فرهنگی و گردشگری، فرمانداری، شهرداری و شورای شهر، در حوزه گردشگری دسترس‌پذیر به یک دیدگاه و رویکرد مشترک رسیده و اقدامات خوب و اثرگذاری را به صورت هماهنگ و با برنامه‌ریزی انجام داده‌اند. البته امیدوارم آن‌چه در مجموعه مدیریت شهری یزد اتفاق افتاده، نهادینه شده باشد و تغییر مدیریت‌ها و کنار رفتن برخی افراد بسیار موثر و دغدغه‌مند، خللی در ادامه این روند مثبت، ایجاد نکرده باشد.

## راهکارها و اقدامات اصلی برای پاسخ‌گویی به نیازهای افراد توان‌خواه در توسعه گردشگری چیست؟

اولین قدم، شناسایی درست نیازها و چالش‌هایی است که افراد دارای معلولیت با آن روبرو هستند و قدم بعدی، اجرای قوانینی است که در این حوزه، وضع شده اند. در جاهایی که خلاء قانونی وجود دارد، نیاز است که قوانین الزام‌آور و دارای ضمانت اجرایی، برای دستگاه‌های متولی گردشگری و مدیریت شهری تدوین و تصویب شود. در مرحله بعد، پیگیری موضوع گردشگری دسترس‌پذیر از طریق کمیته‌ها و کارگروه‌هایی است که در دولت و در سطح ملی، استانی و شهرستانی برای امر مناسب‌سازی و دسترس‌پذیری پیش‌بینی شده‌است. نظارت و پایش مستمر برنامه‌ها و تصمیم‌های اجرایی این کمیته‌ها و کارگروه‌ها، تا اندازه زیادی می‌تواند به کنترل نبض پیشرفت مستمر دسترس‌پذیری در حوزه گردشگری کمک کند.

که مدیریتی یکپارچه با نگاهی باز و متعهد، مطالعات دقیقی را با استفاده از نظر کارشناسان و افراد صاحب‌نظر دارای معلولیت‌های مختلف انجام دهد و چالش‌ها و کاستی‌های هر بخش از این زنجیره سفر را شناسایی کند و در نهایت برای هر کدام برنامه‌های اقدام مشخصی را طراحی کند.

## به منظور توسعه گردشگری دسترس‌پذیر، آرایه چه خدمات و تسهیلاتی به گردشگران نیاز است؟

همان‌طور که عرض کردم هر یک از حلقه‌های زنجیره سفر، الزامات خاصی برای دسترس‌پذیری دارد. به نظر من، در حال حاضر برای توسعه گردشگری دسترس‌پذیر کلیدی‌ترین و ضروری‌ترین موضوع، آموزش است. بخش مهمی از مشکلات افراد دارای معلولیت هنگام سفر، به آگاه نبودن افرادی برمی‌گردد که ارتباط مستقیمی با افراد دارای معلولیت دارند و آموزش‌های لازم را برای برخورد مناسب با این افراد و رفع نیازهای آن‌ها ندیده‌اند. اگر غلو نکرده باشم، نیمی از راه حل به آموزش مدیران و پرسنل در حوزه‌های مختلف زنجیره سفر برمی‌گردد. چرا که مدیران و پرسنل آموزش‌دیده و آگاه حتماً راهکارهای ارائه خدمات و تسهیلات مناسب را نیز پیدا و اجرا خواهند کرد. البته شکل‌گیری ارتباط موثر، بین متولیان صنعت گردشگری و سازمان‌های مردم‌نهاد معلولین نیز موضوع مهمی است که تا حد زیادی می‌تواند به شناخت نیازمندی‌های افراد دارای معلولیت و شناسایی راه حل‌های برطرف کردن این نیازها کمک کند.

## چه موانع و چالش‌هایی پیش روی توسعه گردشگری در دسترس، در ایران وجود دارد؟

به نظر من مهمترین چالش، تعهد و مسئولیت‌پذیری جدی مدیران سیاست‌گذار و تصمیم‌گیر در حوزه مدیریت شهری و مدیریت گردشگری است. تا زمانی که این تعهد وجود نداشته باشد و سیاست‌گذاری‌ها در این حوزه شفاف نباشد، صحبت کردن درباره سایر اقدامات بی‌فایده است، زیرا تا زمانی که اراده جدی برای تغییر وجود نداشته باشد، تبیین و تشریح سایر حوزه‌های چالشی و ارائه برنامه‌های عملیاتی، اگرچه روشنگر مسیر است، اما نمی‌توان انتظار اتفاقی ملموس و تاثیرگذار داشت. نگاه اشتباهی که در این زمینه وجود دارد، این است که مدیران و متولیان گردشگری انجام هرگونه فعالیت در حوزه معلولین را به دید هزینه‌های اضافی و غیرقابل بازگشت تلقی می‌کنند و به همین دلیل دچار بی‌رغبتی در این زمینه هستند، در حالی که حداقل ۳۰ درصد جمعیت کشور را افراد دارای معلولیت و سالمندانی تشکیل می‌دهند که دارای ناتوانی‌های مختلف جسمی هستند و سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری دسترس‌پذیر، می‌تواند به افزایش تقاضای سفر برای این جمعیت بزرگ کمک کند و دارای آثار مثبت اقتصادی در صنعت گردشگری نیز خواهد بود. نکته مهم دیگر، این است که صنعت گردشگری در ایران، علی‌رغم پتانسیل‌ها و ظرفیت عظیمی که در کشورمان وجود دارد، به دلایل مختلف نتوانسته جایگاه اصلی خود را در اقتصاد ایران پیدا کند و در نتیجه، باید گفت تا زمانی که شاهد رونق صنعت گردشگری در کشور نباشیم، انتظار رونق برای گردشگری دسترس‌پذیر و رفع معضلات و مشکلات آن نیز انتظار بی‌جایی است.





# چالش‌های گردشگری دسترس‌پذیر با تمرکز بر حمل و نقل عمومی: راهکارها و پیشنهادات

## دکتر رحمان دلوری

مدیرعامل انجمن معلولین توان‌خواه دلیجان  
نایب رئیس شبکه ملی تشکلهای غیر دولتی معلولان جسمی حرکتی کشور  
کارشناس ارشد مدیریت صنعتی  
دانش آموخته دانشگاه شیراز و دانشگاه علامه طباطبائی تهران



ایمیل:

delavarir2011@gmail.com

که با وسایل نقلیه عمومی مختلف مانند اتوبوس، قطار یا هواپیما به مسافرت رفته‌ام هنوز مطمئن نیستم که در مبدأ و مقصد امکانات کافی برای سوار شدن یا پیاده شدن من فراهم شده باشد.

بسیاری از افراد دارای معلولیت، به دلیل مشکلات و چالش‌های زیادی که هنگام سفر با آن روبرو هستند و همچنین به دلیل هزینه‌های سنگین‌تری که در مقایسه با افراد عادی بر آن‌ها تحمیل می‌شود، مجبور هستند قید مسافرت و گردشگری را بزنند. این چالش‌ها با توجه به نوع معلولیت، متفاوت هستند. معلولان جسمی-حرکتی به دلیل مشکلات بیشتری که در جابه‌جایی و حرکت دارند در مقایسه با سایر معلولیت‌ها در هنگام سفر با مشکلات و چالش‌های بیشتری روبرو هستند. بر اساس آمارهای جهانی، هزینه مسافرت افراد دارای معلولیت در مقایسه با سایر افراد گاهی تا چهار برابر نیز می‌شود. سوال مهمی که درباره گردشگری دسترس‌پذیر مطرح

نشستن روی صندلی چرخ‌دار، نباید مانعی برای کسی باشد که عاشق سفر کردن است. ما به عنوان فردی که دارای نوعی از معلولیت است، مسئول این نقص نیستیم و نمی‌توانیم تا ابد خودمان را از لذت گردش و تفریح محروم کنیم. در سال ۲۰۱۷ بیش از ۱ میلیارد نفر، شرق و غرب این کره خاکی را به قصد سفر پیموده‌اند. اما اینکه چه میزان از این رقم بزرگ را معلولین تشکیل می‌دهند، هنوز سوال است. بر اساس آمار رسمی ارائه شده توسط سازمان پایش مسافرت انگلستان (NTS) در سال ۲۰۲۱، افراد بزرگسال دارای معلولیت، ۲۸٪ کمتر از افراد بزرگسال فاقد معلولیت، مسافرت رفته‌اند. در ایران، آمار دقیقی از میزان مسافرت افراد دارای معلولیت در طول سال وجود ندارد، اما بر اساس آمارهای جهانی، کاملاً روشن است که بسیاری از افراد دارای معلولیت به دلیل مهیا نبودن شرایط سفر و چالش‌های زیادی که با آن روبرو هستند از نعمت مسافرت محروم می‌شوند. به عنوان یک فرد دارای معلولیت، پس از سال‌ها

است، این است که چه عواملی باعث شده هزینه‌های سفر برای افراد دارای معلولیت بیشتر از افراد دیگر باشد؟! در این جا سعی کرده‌ایم با بهره‌گیری از تجربیاتی که افراد دارای معلولیت هنگام سفر داشته‌اند به صورت تیتروار به مهم‌ترین علل و عوامل افزایش هزینه‌های این افراد هنگام سفر اشاره کنیم:

• هزینه‌های سفر به دلیل عدم امکان استفاده راحت از وسایل نقلیه عمومی و لزوم استفاده از خودروی شخصی یا آژانس بسیار بالاست.

• فرد معلول به دلیل شرایط خاصی که دارد مجبور است هنگام استفاده از وسیله نقلیه عمومی مانند هواپیما، از صندلی مخصوص که قیمت گران‌تری دارد، استفاده کند.

• فرد دارای معلولیت مجبور است به دلیل وابستگی‌ها و نیاز به کمک دیگران در انجام کارهای شخصی، حتماً از یک نفر همراه استفاده کند.

• فرد معلول برای انجام برخی کارهای شخصی، مجبور است برخی وسایل کمک توانبخشی مانند ویلچر، عصا، صندلی توالت، تشک موج و غیره را به همراه داشته باشد.

• فرد معلول به دلیل شرایط خاص و بیماری‌های احتمالی که دارد، مجبور است از اتاق‌های هتل با شرایط خاص‌تری استفاده کند.

• افراد معلول هنگام گشت‌وگذار در سطح شهر مقصد گردشگری، مجبور هستند از وسایل نقلیه شخصی استفاده کنند.

• چیزهایی که برای افراد عادی کالای لوکس محسوب می‌شود، برای افراد دارای معلولیت هنگام سفر به عنوان یک ضرورت است و ناگزیر است برای آن هزینه گزافی پرداخت کنند.

• افراد دارای معلولیت برای پیدا کردن جاهای مناسب با شرایط معلولیت مجبور هستند زمان بیشتری را اختصاص دهند که باعث طولانی‌تر شدن سفر می‌شود.

• افراد دارای معلولیت به راحتی نمی‌توانند در تورهای گردشگری، در کنار افراد عادی سفر کنند، زیرا گاهی اوقات برای کارهای شخصی ممکن است باعث تاخیر در سفر افراد عادی شوند.

فرایند سفر هر شخص را می‌توان در قالب یک زنجیره سفر نگاه کرد. از لحظه‌ای که فرد قصد سفر می‌کند و در ذهن خود برای آن برنامه‌ریزی می‌کند و از خانه خارج می‌شود انتخاب‌های مختلفی برای او وجود دارد. با چه وسیله نقلیه‌ای سفر کند؟ چه مسیری را برای رسیدن به مقصد انتخاب کند؟ با چه کسانی هم‌سفر شود؟ چه وسایل و تجهیزات‌ی که بیشترین ضرورت دارند را همراه خود بردارد؟ در طول مسیر کجاها برای صرف غذا و یا استراحت توقف کند؟ در مقصد چه جایی را برای اقامت انتخاب کند؟ در مقصد از چه مکان‌هایی بازدید کند؟ هزینه سفر را چگونه مدیریت کند؟ طول سفر چقدر است و چه زمانی را برای بازگشت انتخاب کند؟ پاسخ به این سوالات گزینه‌هایی خواهد بود که پازل زنجیره سفر یک شخص را تکمیل می‌کند. افراد عادی در چیدمان این زنجیره سفر، با مشکل و یا چالش‌چندانی مواجه نیستند و گاه به بسیاری از این سوالات حتی فکر هم نمی‌کنند، اما تکمیل این زنجیره سفر برای فرد دارای معلولیت و خانواده‌اش یک چالش بزرگ است و قطع این زنجیره و یا پیدا نکردن گزینه مناسب برای سوالات فوق به راحتی می‌تواند به مانعی جدی برای سفر یک فرد دارای معلولیت تبدیل شود و او و همراهانش را با مشکلات و چالش‌های زیادی روبرو کند و حتی باعث لغو سفر آن‌ها شود. بنابراین، شناسایی چالش‌های زنجیره سفر افراد دارای معلولیت، برای این افراد و به ویژه برای سیاست‌گذاران و مدیران و مسئولان نهادها و سازمان‌هایی که در تسهیل این زنجیره، نقش و مسئولیت دارند از اهمیت به‌سزایی برخوردار است و تحقق یک سفر خوب مستلزم این است که چالش‌های افراد دارای معلولیت در زنجیره سفر به طور کامل برطرف شود.

در زنجیره سفر افراد دارای معلولیت می‌توان به پنج حوزه اصلی ذیل اشاره کرد:

• حمل و نقل شخصی؛ همان‌طور که از نامش پیداست، فرد معلول از وسیله نقلیه شخصی خود برای سفر استفاده می‌کند. فرد دارای معلولیت در این سفر با چالش‌های مختلفی از جمله سوار و پیاده شدن از وسیله نقلیه و جانمایی وسایل و تجهیزات ضروری نظیر ویلچر، صندلی توالت و سایر وسایل کمکی خود مواجه است.

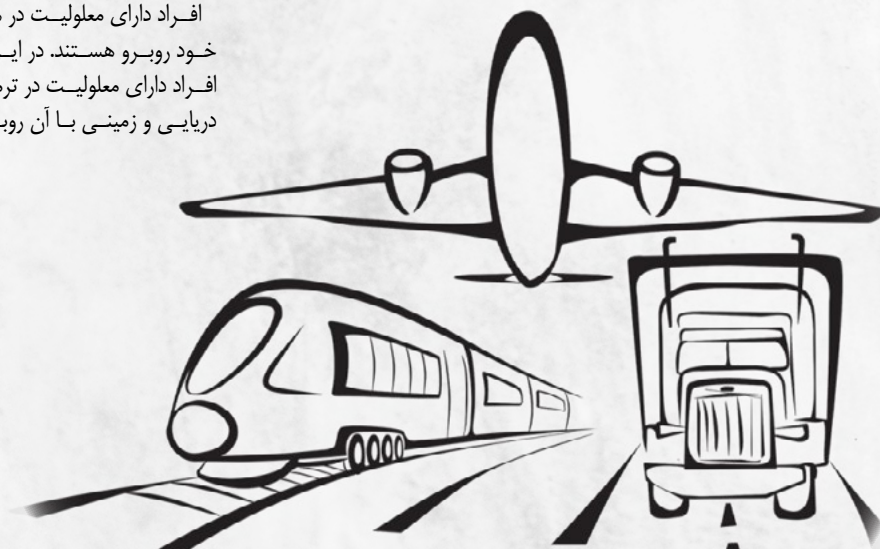
۲۰) حمل و نقل عمومی که شامل حمل و نقل زمینی، حمل و نقل هوایی، ریلی، دریایی و حمل و نقل عمومی شهری می‌شود.

• شهر مبدأ و مقصد سفر.

• اماکن اقامتی و اسکان.

• اماکن گردشگری.

افراد دارای معلولیت در هر یک از این حوزه‌ها با چالش‌های خاص خود روبرو هستند. در این مطلب صرفاً به چالش‌هایی پرداخته‌ایم که افراد دارای معلولیت در ترمینال‌های مسافری اعم از فرودگاهی، ریلی، دریایی و زمینی با آن روبرو هستند:



## ۱. قانون‌گذاری و توانمندسازی

قوانین مختلفی در سطح دنیا برای گردشگری دسترس‌پذیر تصویب شده است که البته این‌ها با یکدیگر سازگار نیستند و نیاز است که قوانین جهان‌شمول و دارای استاندارد بین‌المللی در این حوزه پیش‌بینی و تصویب شود. در بسیاری از کشورهای جهان، از جمله ایران، قوانین مشخصی برای تسهیل دسترسی افراد دارای معلولیت در ترمینال‌های مسافربری پیش‌بینی نشده است. سازمان‌های تخصصی مانند ایکائو (ICAO) و ایکاک (ECAC) که در صنعت هوایی مرجع هستند، استانداردها و دستورالعمل‌های خوبی را تدوین کرده‌اند، اما قابل اجرا نیستند و بسیاری از فرودگاه‌ها آن‌ها را رعایت نمی‌کنند. بنابراین، باید قوانین، سیاست‌ها، دستورالعمل‌ها و استانداردهای مناسب و در سطح ملی و بین‌المللی تدوین و تقویت شوند.

## ۲. اطلاعات

اکثر مردم و از جمله افراد دارای معلولیت از تجربه سفرهای مکرر با هواپیما، قطار یا کشتی برخوردار نیستند. بسیاری از مشکلات، ناشی از کمبود اطلاعات در مورد چگونگی این‌گونه سفرها است. مردم نمی‌دانند چه نوع حقوق و انتظاراتی دارند. بنابراین نمی‌دانند چه مطالبه و درخواستی باید داشته باشند. برخورداری از اطلاعات دقیق و به‌روز در هر بخشی از زنجیره سفر برای افراد دارای معلولیت از اهمیت به‌سزایی برخوردار است و گاه محرومیت از این اطلاعات به قیمت زحمت و رنج شدید فرد و همراهانش تمام خواهد شد. دسترسی به اطلاعات به فرد دارای معلولیت کمک می‌کند که چگونه و با خیال راحت برای سفر آماده شود. به عنوان مثال فرد معلول در فرودگاه با سوالات مختلفی روبرو است که در زیر به آن اشاره شده است:

### چگونه برای سفر آماده شوم؟

- \* کمک‌هایی که نیاز دارم را چگونه هماهنگ کنم؟
- \* هنگام رزرو بلیط
- \* بعد از رزرو بلیط
- \* چه سوالاتی را برای کسب اطلاعاتی که نیاز دارم بپرسم؟
- \* آیا نیاز است که صندلی خاصی را انتخاب کنم؟
- \* آیا هنگام سفر نیاز به فرد همراه دارم یا خیر؟
- \* در هنگام حضور در فرودگاه یا ترمینال به چه کمک‌هایی نیاز دارم؟
- \* هنگام چک بلیط چه کارهایی انجام می‌شود؟
- \* از چه مقدار تجهیزات کمک توانبخشی می‌توان استفاده کرد؟
- \* آیا به تجهیزات دارویی یا پزشکی خاصی نیاز دارم؟
- \* آیا نیاز است که افرادی به صورت تمام وقت کنار من باشند؟
- \* چگونه باید سوار هواپیما یا قطار شوم؟

• تجهیزات لازم برای پیاده شدن و سوار شدن فرد معلول بر روی ویلچر فراهم نیست.

• هنگام پایین رفتن از پله‌های اتوبوس، قطار یا هواپیما در معرض خطر سقوط قرار دارند.

• عدم وجود وسایل نقلیه عمومی مناسب‌سازی شده برای رفتن به مرکز شهر و سایر مکان‌های شهری

• معطل شدن زیاد، هنگام سوار و پیاده شدن

• افراد دارای معلولیت با جایگزین‌های محدود و گران‌قیمت برای جابه‌جایی و حمل و نقل روبرو هستند.

• وجود فاصله طولانی، بین ترمینال و محل سوار شدن

• فقدان صندلی‌های مناسب سوار شدن

• فقدان اطلاعات صوتی و تصویری مناسب برای افراد نابینا و ناشنوا

• عدم وجود کارکنانی که در کمک به افراد دارای معلولیت، آموزش کافی دیده باشند.

• عدم وجود سرویس‌های بهداشتی مناسب‌سازی شده در ترمینال

• عدم وجود تجهیزات مناسب جابه‌جایی و یا تجهیزاتی که خراب و بی‌کیفیت هستند.

• ممانعت از سوار شدن افراد دارای معلولیت

• لزوم داشتن همراه

• اطلاع‌رسانی ناکافی

چالش‌هایی که افراد دارای معلولیت در استفاده از فناوری در ترمینال‌های مسافربری با آن روبرو هستند این است که امکاناتی مانند خودپردازها، پله‌های برقی و عرض گیت‌های ورود و خروج در ترمینال‌های مسافربری برای افراد دارای معلولیت مناسب‌سازی نشده است. بسیاری از افراد دارای معلولیت نمی‌توانند از امکاناتی مانند گیت‌های ورود و خروج الکترونیکی، خدمات آنلاین و کافی‌نت‌ها استفاده کنند و مجبور هستند اغلب برای خدماتی که دیگران به راحتی و رایگان دریافت می‌کنند، هزینه پرداخت کنند.

وقتی مسئله یا چالش مهمی در مقابل ما قرار می‌گیرد، اولین قدم شناسایی دلایل و ریشه‌هایی است که باعث به وجود آمدن آن مسئله یا چالش شده است و قدم بعدی ارائه راهکار و روش‌هایی است که به حل آن کمک می‌کند. در اینجا با استفاده از نتایج مطالعاتی که در حوزه گردشگری دسترس‌پذیر صورت گرفته، به مهم‌ترین اقداماتی که برای بهبود سفر افراد دارای معلولیت و تحقق رویای گردشگری دسترس‌پذیر در اولویت هستند در سه بخش اصلی اشاره می‌کنیم:

می‌دهد که افراد مسن و افراد دارای معلولیت، بیشتر تمایل به سفر هوایی دارند. یک بازار جهانی قابل توجهی برای گردشگری دسترس‌پذیر وجود دارد که در صورت اعمال سیاست‌ها و شیوه‌های صحیح می‌توان به تحقق آن امیدوار بود. هنوز شکاف‌ها و عدم قطعیت‌های زیادی در زنجیره سفر وجود دارد که به افراد دارای معلولیت اجازه نمی‌دهد تا سفری ایمن و بی‌درد داشته باشند. کاملاً واضح و روشن است که الزامات اجتماعی و اقتصادی برای تحقق گردشگری دسترس‌پذیر باید دچار تغییر و تحول شود. اهمیت اقتصادی و اجتماعی سفرهای دسترس‌پذیر در سطوح ملی و بین‌المللی باید مورد بررسی و پژوهش قرار گیرد؛ در سطح بین‌المللی باید سیاست‌ها و شیوه‌های جهان‌شمول سازگار و مؤثری پیش‌بینی و تصویب شود که دسترسی افراد دارای معلولیت به سفرهای زمینی، ریلی و هوایی، از جمله امکانات مورد نیاز برای دسترسی به ترمینال‌های مسافری، ایستگاه‌های قطار و فرودگاه‌ها و خارج شدن از آن‌ها را تضمین کند. همچنین باید بر طراحی استانداردهای جامع و جهان‌شمولی تأکید شود که بر اساس آن‌ها پیشرفت‌های فناوری باعث محرومیت و نادیده گرفتن افراد دارای معلولیت نشود. آموزش موضوع بسیار مهمی است که عموم جامعه و به ویژه مدیران، پرسنل و کارکنانی که در طول زنجیره سفر و در سطوح مختلف با افراد دارای معلولیت سر و کار دارند، برای درک بیشتر و رفع نیازهای این افراد باید از آن برخوردار شوند.

بنابراین، بسیار مهم است که فرد دارای معلولیت در همان ابتدا و قبل از شروع سفر، اطلاعات دقیقی درباره تمام جزئیات سفر به دست آورد. امروزه سرعت خیره‌کننده فناوری اطلاعات در سطح دنیا، تحول شگرفی را برای دسترسی راحت افراد به اطلاعات به وجود آورده است. به عنوان نمونه، می‌توان به پلتفرم‌های مسیریابی اشاره کرد. توجه به نیازمندی‌های افراد دارای معلولیت در این پلتفرم‌ها تا اندازه زیادی می‌تواند دسترسی این افراد به اطلاعات مورد نیازشان در طول زنجیره سفر را تسهیل کند.

### ۳. آموزش

بسیاری از مشکلات افراد دارای معلولیت در طول سفر، ناشی از عدم آگاهی کافی پرسنل فرودگاه یا ترمینال مسافری، اماکن تفریحی و هتل‌ها است. همه پرسنلی که با افراد دارای معلولیت سر و کار دارند، باید آموزش کافی و جدی ببینند. پرسنلی که با عموم مسافری سر و کار دارند نیز باید در زمینه افراد دارای معلولیت، آگاهی کسب کرده و آموزش ببینند.

### ◀ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

روندهای جمعیتی و دسترسی بیشتر به سفرهای هوایی کم‌هزینه نشان





## مرور گزارش «دسترس پذیری و توسعه گردشگری فراگیر در مناطق طبیعی؛ مرور بهترین تجربه‌ها» سازمان جهانی گردشگری

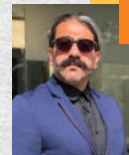
متن حاضر، خلاصه گزارشی است که توسط سازمان جهانی گردشگری به منظور مرور تجربه‌های موفق در توسعه گردشگری دسترس‌پذیر و فراگیر در مناطق طبیعی تدوین شده است. گزارش مذکور، ضمن تشریح معیارهای ارزیابی عملکرد این مناطق، تجربه‌های هر سایت را در قالب عنوان‌های گوناگون شامل تاریخچه، شرکاء، سازوکارهای تأمین مالی، اقدامات دسترسی‌پذیری (کاهش موانع فیزیکی-معماری، کاهش موانع نگرشی، کاهش موانع مرتبط با دسترسی به اطلاعات و فناوری‌های کمکی)، دستاوردها، نقاط ضعف، درس‌های آموخته شده و پتانسیل تکرار، مرور کرده است. از آن جا که به دلیل حجم گزارش، چاپ آن به طور کامل در مجله میسر نبود، خلاصه‌ای از گزارش ارائه شده است تا توجه مخاطبان به موضوع جلب شود. با این حال، پیشنهاد می‌شود که خوانندگان علاقمند به منظور بهره‌گیری از تجربه‌های سایر مقصدها گزارش را به طور کامل مطالعه فرمایند.

### امیر ارغوان

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی  
گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه شیراز

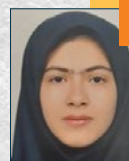
ایمیل:

mehraz.amir@yahoo.com



### یلدا بیات نادری

دانشجوی کارشناسی گردشگری، دانشگاه شیراز  
ایمیل: yalda.byat82@gmail.com



### «پیشگفتار»

توسعه پایدار» است. علاوه بر این، این سازمان تلاش می‌کند براساس «کنوانسیون بین‌المللی ۲۰۰۷ در مورد حقوق افراد دارای معلولیت» گردشگری دسترس‌پذیر برای همه را ترویج کند. UNWTO بر این باور است قادر ساختن افراد دارای معلولیت برای سفر کردن، عنصری ضروری برای تدوین هر سیاست گردشگری پایدار و مسئولانه‌ای است.

هدف سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) ارتقای مسئولیت‌پذیری، گردشگری پایدار و دسترسی‌پذیری مقصدهای گردشگری در سراسر جهان در راستای دستیابی به اهداف «دستورالعمل جهانی ۲۰۲۳ برای



منابع و خدمات نه تنها دسترسی را برای افراد با معلولیت تسهیل می‌کند، بلکه شامل افراد مسن، زنان باردار و افراد چاق و غیره نیز می‌شود.

مفهوم گردشگری دسترس‌پذیر باید مبتنی بر یک اصل جهانی باشد: گردشگری یک امر اساسی و یک حق اجتماعی برای همه است، چرا که استفاده از فعالیت‌های تفریحی و گردشگری برای بهبود کیفیت زندگی افراد با ناتوانی‌ها مانند بقیه افراد جامعه ضرورت دارد.

افراد دارای معلولیت در سفرهای خود با مشکلات و موانعی رو به رو هستند، از جمله حمل و نقل غیرقابل دسترس، فقدان متخصصان آموزش دیده در بخش سفر، فقدان اطلاعات برای ایجاد اطمینان کافی در هنگام برنامه‌ریزی سفر و محل اقامت و وجود موزه‌هایی با موانع فیزیکی و ارتباطی.

امروزه جوامع در حال تجربه تغییر به سمت استقبال از تنوع هستند و ادعا می‌کنند که به درک بهتری از افراد با توانایی‌های خاص رسیده‌اند. ادغام افراد با عملکردهای اجتماعی و اقتصادی مختلف در جامعه دستاوردی است که تقویت‌کننده مزایای ساخت شهرهای هوشمند و مقصدهای هوشمند است که تمامی افراد را در خود جای می‌دهد.

#### «معیارهای ارزیابی عملکرد مقصدهای نمونه»

- همکاری بخش عمومی و خصوصی
- آموزش‌های مرتبط با دسترس‌پذیری
- اجرای دسترس‌پذیری
- پایداری مالی در طول زمان
- امکان تکرار پروژه

هر دو بخش خصوصی و دولتی نقش مهمی در تضمین گردشگری دسترس‌پذیر برای همه دارند. باید یک الگوی گردشگری دسترس‌پذیر و فراگیر ترویج شود که در آن گردشگری فعالیتی در دسترس برای همه باشد. گردشگری دسترس‌پذیر باید دسترسی را برای تمام افرادی که دارای معلولیت یا مشکلاتی در زمینه تحرک هستند تسهیل کند. این رویکرد به گردشگری در حال تبدیل شدن به مولفه‌ای ضروری برای مسئولیت‌پذیری، پایداری و کیفیت گردشگری است.

هدف از این گزارش مرور تجربه‌های مقصدهای موفق برای توسعه گردشگری دسترس‌پذیر و فراگیر در مقصدهای طبیعی بوده است. تقاضای رو به رشد طبیعت‌گردی باعث تغییر شکل زندگی مردم در سفر و علاقمندی به سفرهایی با تأثیر کمتر بر اقلیم شده است. برای درک کامل چگونگی تعیین محصولات و خدمات دسترس‌پذیر گردشگری در مناطق طبیعی سه چارچوب نظری مختلف را می‌توان در نظر گرفت:

۱. تجزیه و تحلیل رقابت مقصد و پایداری

۲. شناسایی چگونگی ایجاد تغییر در نگرش

۳. پیاده‌سازی هوش محیطی در راستای نوآوری‌های هوشمند برای حمایت از فراگیری و ارائه خدمات به افراد دارای معلولیت

مرور تجربه‌های موفق می‌تواند راهنمایی‌هایی به مدیران مقصد، سیاست‌گذاران در سطوح منطقه‌ای و ملی و سایر بازیگران گردشگری در راستای توسعه گردشگری فراگیرتر در مناطق طبیعی ارائه دهند.

#### «گردشگری بعنوان حق اجتماعی بنیادین برای همه»

زمانی که از گردشگری فراگیر و دسترس‌پذیر صحبت می‌کنیم، باید ذی‌نفعان بالقوه آن را در نظر بگیریم. دسترسی به تجهیزات گردشگری،

#### «توسعه دسترسی پذیری و فراگیری گردشگری در مناطق طبیعی»

##### اسپانیا:

دسترس به شبکه پارک طبیعی شورای استانی بارسلونا - «در خانه نمانید»

اداره زیرساخت‌ها و فضاها طبیعی شورای استانی بارسلونا اقدامات مختلفی را با هدف تضمین دسترسی به محیط طبیعی برای کل جمعیت انجام می‌دهد. در چارچوب برنامه مدیریت جامع حفاظت از سیستم‌های طبیعی شبکه پارک‌های طبیعی شورای استان بارسلونا، هشت برنامه سفر و برنامه آموزشی مناسب برای افراد دارای ناتوانی‌های جسمی، حسی و شناختی در پارک‌های طبیعی توسعه یافت.



## اقدامات دسترسی پذیری

از سال ۲۰۰۰ اقدامات مختلفی با هدف دسترسی بیشتر به تجهیزات و خدمات شبکه پارک‌های طبیعی انجام شده است، از جمله:

• دسترس پذیر بودن تجهیزات در مراکز اطلاعات دیدارکنندگان، مدارس طبیعت، مراکز فرهنگی و غیره.

• دسترس پذیر بودن برنامه‌های مدارس که توسط شورای استانی بارسلون مدیریت می‌شوند.

• بکارگرفتن تجهیزات جابجایی که دسترسی را برای افراد دارای معلولیت تسهیل کند.

• ایجاد خدمات دسترسی پذیر مانند تورهای نمایشی فراگیر با راهنما برای افراد دارای ناتوانی حسی و فیزیکی.

• ایجاد زنجیره حمل و نقل عمومی دسترسی پذیر بین پارک‌ها

## کاهش موانع نگرشی

در مجموع چهار دوره آموزشی با تمرکز بر نیازهای افراد دارای معلولیت بین سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۵ با حضور ۱۱۰ مربی محیط زیست، مدیران برنامه‌های فرهنگی و کارکنان خدمات مشتریان برگزار شد. بین سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹، دو دوره آموزشی دیگر برای ۲۵ شرکت‌کننده برای آموزش کارکنان در مورد استفاده از صندلی‌های کوهنوردی تک چرخ Joëlette برگزار شد.

## کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

• راه‌اندازی وب سایت اطلاع‌رسانی در مورد منابع دسترسی پذیر موجود در پارک‌ها.

• ارائه مطالب تبلیغاتی سمعی و بصری با زیرنویس، زبان اشاره، توضیحات صوتی و نمایش Ableplayer.

• برنامه‌های آموزشی برای دانش‌آموزان مدارس از طریق دو برنامه: "Get to know our Parks" و "Experience the park at school". این برنامه‌ها شامل منابع آموزشی فراگیر مانند ۵۰ چمدان حاوی مطالب آموزشی در مورد حیات وحش و گیاهان پارک‌ها برای کودکان دارای ناتوانی‌های شناختی و حسی، ۵۰ نقشه لمسی از پارک‌ها، ۲۰ پرونده شامل برنامه‌های سفر علامت گذاری شده، ۶۰ داستان کودکان به خط بریل و نقشه‌های برجسته سه بعدی بودند.

## کاهش موانع کالبدی-معماری

از سال ۲۰۰۰، اقدامات مختلفی با هدف دسترسی پذیرتر کردن شبکه پارک‌های طبیعی اجرا شده است: از طریق هشت برنامه سفر با مسیرهای دسترسی پذیر، شیب کافی، کف فشرده و تابلوهای اطلاعاتی به خط بریل.

## کرواسی: مسیر جنگلی BLIZNEC

مسیر جنگلی BLIZNEC اولین مسیر آموزشی در کرواسی است که به طور کامل با شرایط افرادی که نیازمندی‌های خاصی برای دسترسی دارند، سازگار است. فضاهای دسترسی پذیر در مسیر، شامل پارکینگ، نقاط اطلاعاتی و رستوران است.

## اقدامات دسترسی پذیری

### کاهش موانع کالبدی-معماری

وقتی نوبت به رفع موانع فیزیکی و معماری رسید، اولین چالش یافتن مکان مناسب برای توسعه مسیر بود. پس از شناسایی چنین مکانی، فهرستی از الزامات با همکاری اتحاد انجمن‌های معلولان جسمی در کرواسی مشخص شد:

• طول مسیر بیش از ۱ کیلومتر نباشد

• شیب در هر نقطه کمتر از ۶ درصد باشد

• نقاط شروع و پایان به راحتی با ماشین قابل دسترسی باشند

• امکانات برای استراحت و رفع خستگی و سرویس بهداشتی



در انتهای مسیر موجود باشد

• روسازی مسیره‌ها با پانل‌های بتونی، در رنگ‌های متضاد، با حاشیه مرتفع برای تضمین ایمنی استفاده کنندگان از ویلچر و افراد با نقص بینایی

• کار گذاشتن نرده چوبی در تمام طول مسیر با آرما توره‌های ویژه در امتداد پل‌ها.

می‌کنند شرکت کردند و حدود ۳۰۰ دیدارکننده و کارکنان پارک آموزش دیدند. در نهایت، پارک طبیعی Medvednica یک برنامه آموزشی در طول مسیر برای کودکان مهدکودک و مدرسه (از ۳۰ تا ۱۰۰ شرکت‌کننده در هر بازدید) برگزار کرد که بخشی از آن به افزایش آگاهی در مورد افراد دارای معلولیت اختصاص داشت.

کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

• تابلوهای مسیر پایین‌تر قرار می‌گیرند تا اطمینان حاصل شود که افراد در وضعیت نشسته می‌توانند آن‌ها را به راحتی بخوانند.

• در طول مسیر، کتاب‌های چوبی حاوی متن‌های تابلوهای آموزشی به خط بریل و مکان‌های استراحت با نیمکت وجود دارد.

• مسیر Bliznec به طور هدفمند با محتوای تکنولوژیکی اضافی مجهز شده است، زیرا ایده این بوده است که همه افراد بتوانند راه بروند و از طبیعت Medvednica لذت ببرند.

کاهش موانع نگرشی

کارکنان پارک طبیعی Medvednica با انجمن اتحادیه معلولان جسمی کرواسی همکاری کردند تا در مورد نیازهای خاص دیدارکنندگان با مشکلات جسمی و چگونگی لذت بردن آن‌ها از توره‌های دارای راهنما آشنا شوند. اتحاد همچنین کتابچه راهنمای نحوه حضور افراد دارای معلولیت را تدوین کرد. علاوه بر این، پارک طبیعی Medvednica روز Protected Areas Open Day را با موضوع «دسترسی و شمول همه دیدارکنندگان» را جشن گرفت، که در آن چندین انجمن که با افراد دارای معلولیت کار

## جمهوری کره: پروژه توسعه جاذبه گردشگری دسترسی‌پذیر

در جمهوری کره، ۱۵/۷ درصد از جمعیت ۶۵ سال یا بالاتر هستند که فعالیت تفریحی مورد علاقه ۵۰ درصد از آن‌ها به شمار می‌آید. اما تنها ۶/۸ درصد از افراد دارای معلولیت تصمیم به سفر می‌گیرند. برای دسترسی بهتر گروه‌های آسیب‌پذیر به گردشگری، سازمان گردشگری کره با انتخاب و بهبود دسترسی‌پذیری مقصدهای گردشگری طبیعی (مانند ساحل‌ها، پارک‌های ملی و اکو پارک‌ها)، یا سایت‌های میراث فرهنگی که تحت «قانون بدون مانع» کشور نیستند، «پروژه توسعه جاذبه گردشگری دسترسی‌پذیر» را توسعه داد.

### اقدامات دسترسی‌پذیری

کاهش موانع کالبدی-معماری

• نصب اسکله چوبی در امتداد برخی از ساحل‌های کشور و پهن کردن تشک‌های مخصوص برای سهولت دسترسی به ساحل برای افراد دارای ویلچر

• نصب و راه‌اندازی امکانات دسترسی‌پذیر مانند پارکینگ برای افراد دارای معلولیت و سرویس‌های بهداشتی بدون مانع؛

• احداث پیاده روی چوبی برای افراد دارای ویلچر در جنگل بامبو در پارک ملی

• توسعه رمپ‌های ویلچر در مسیره‌ها

• استفاده از قایق‌های قابل دسترسی با ویلچر



## کاهش موانع نگرشی

## کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

KTO یک وب سایت برای ارائه اطلاعات تور بدون مانع دارد. علاوه بر این، جاذبه‌های گردشگری را با دستگاه‌های راهنمای صوتی مبتنی بر GPS (موجود به چندین زبان) برای گردشگران کم بینا فراهم کرده است.

برای رفع موانع نگرشی و گسترش آگاهی، KTO دستورالعمل‌هایی را برای ارائه‌دهندگان خدمات و راهنمایان در مورد نحوه کمک به افراد دارای معلولیت در مکان‌های تور ایجاد کرد. علاوه بر این، برنامه‌های آموزشی آنلاین و آفلاین را برای کارکنانی که در جاذبه‌های گردشگری دسترس‌پذیر کار می‌کنند، ارائه می‌دهد. در سال ۲۰۲۰، به دلیل همه گیری COVID-19، سه دوره آموزش آنلاین توسط KTO برگزار شد.

## کاهش موانع کالبدی-معماری

• در سال ۲۰۱۸، شرکت ILUNION مطالعه‌ای را برای ارزیابی وضعیت انطباق تجهیزات و زیرساخت‌ها و شناسایی موانع فیزیکی و معماری انجام داد.

• بر اساس نتایج مطالعه، از سال ۲۰۱۹ هر سال اقدامات مناسب سازی خاص در مراحل مختلف اجرا شده است.

• شش برنامه سفر مناسب سازی شده در مناطق مختلف پارک توسعه داده شده است.

• ۷ کیلومتر مساحت پارک تحت پوشش مسیرهای مناسب سازی شده است.

• ۲ کیلومتر پل عابر پیاده چوبی نصب شده است.

## کاهش موانع نگرشی

کارکنان فنی پارک ملی که مسئول مدیریت زیرساخت‌ها و امور اداری هستند، در چندین جلسه آموزشی برای ارتقای دانش خود در مورد دسترسی‌پذیری جهانی شرکت کردند. این دوره‌ها هر ساله با همکاری سازمان‌هایی که با افراد دارای معلولیت کار می‌کنند برگزار می‌شود و حدود ۱۵ نفر از راهنماها و کارکنان در آن شرکت می‌کنند که یاد می‌گیرند چگونه از ابزارهای ارائه شده توسط پارک ملی به درستی استفاده کنند تا استانداردهای دسترسی رعایت شود.

## کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

• از هر شش برنامه سفر دو برنامه و هریک دارای دوازده تابلوی اطلاعات با خط بریل هستند.

• چهار مرکز بازدید کننده موجود دارای چهار مدل لمسی از دو ورودی اصلی پارک ملی هستند که در آن‌ها اطلاعات به خط بریل ارائه شده است.

• ویدئوهای اطلاعاتی موجود در مراکز اطلاعاتی مختلف به زبان‌های مختلف ترجمه و زیرنویس شده‌اند.

• یک وب سایت دسترس‌پذیر برای ترویج پارک ملی ایجاد شده است.

## اسپانیا: TRENCANT BARRERES – BREAKING BARRIERS

Aiguestortes i Estany در پارک ملی Sant Maurici یک نقطه منحصر به فرد در کاتالونیا است، با قلعه‌های به ارتفاع ۳۰۰۰ متر، تنوع عظیمی از گیاهان و جانوران، و حدود ۲۰۰ دریاچه کوهستانی مرتفع و نهرهای بی‌شمار. برای غلبه بر موانعی که این نوع قلمرو برای افراد دارای معلولیت ایجاد می‌کند، پارک ملی پروژه "Trencant Barreres" را با هدف تضمین دسترسی به پارک برای همه افراد راه اندازی کرد. این پروژه شامل انطباق زیرساخت‌های مختلف، ایجاد مواد جدید مناسب سازی شده و دسترس‌پذیر و آموزش راهنمایان تور برای ارائه خدمات شخصی و با کیفیت بالا است.

## اقدامات دسترسی‌پذیری

این پروژه رویکردهای متفاوتی برای بهبود دسترسی به پارک ملی دارد: نخست، هدف آن تضمین دسترسی به تجهیزات و زیرساخت‌های مختلف، مانند مراکز اطلاعاتی، فضاهای پارکینگ قابل رزرو، رمپ‌های دسترسی، توالت‌های دسترس‌پذیر یا مناطق محدود شده برای بازدیدکنندگان است که با اتومبیل قابل دسترس هستند. بعلاوه، این پروژه بر فراهم کردن اقلام مناسب برای توسعه آموزش محیط زیست تمرکز دارد. از جمله، نقشه‌های لمسی و بریل، مدل‌های حیات وحش، زیرنویس‌های صوتی و تصویری و برنامه‌های سفر با علائم بریل. در نهایت، آموزش کارکنان یکی دیگر از جنبه‌های حیاتی پروژه است که آن‌ها را قادر می‌سازد اطلاعات با کیفیت را به دیدارکنندگان ارائه و برنامه‌های سفر مناسب برای همه را توسعه دهند.





#### کاهش موانع نگرشی

این پروژه برای کارکنان خود یک برنامه آموزشی در زمینه دسترسی پذیری و/یا مراقبت از افراد دارای معلولیت در نظر گرفته است که توسط نهادهای محلی مرتبط با افراد دارای معلولیت طراحی شده است. این آموزش‌ها بر ارتباطات مناسب و خدمات مشتری برای افراد دارای اختلالات حسی، جسمی و شناختی متمرکز است. پروژه Donatapa تا به امروز بیش از ۱۶۵۰ نفر را در بخش گردشگری آموزش داده است.

#### کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

- تصویرنگاشت‌ها (پیکتوگرام‌ها) و علائم مورد استفاده که در سراسر نقاط ساحلی نصب شده اند، دسترسی پذیر و به راحتی قابل درک هستند.

- وب سایت پروژه دارای دسترسی پذیری W3C است.

## کاستاریکا: DONATAPA – سواحل برای همه با استفاده مجدد از پلاستیک

Red Costarricense de Turismo Accesible یک انجمن غیرانتفاعی است که حق فراغت برای همه در کاستاریکا را (هم برای مردم محلی و هم برای خارجی‌ها) در بخش گردشگری ترویج می‌کند. این انجمن پروژه Donatapa را در سال ۲۰۱۸ با هدف ارتقای دسترسی جهانی به سواحل در کاستاریکا با بازیافت پلاستیک‌های ۲، ۴ و ۵ و تبدیل آن به چوب پلاستیکی برای تولید زیرساخت‌ها و تجهیزات نوآورانه دسترسی پذیر راه اندازی کرد.

### اقدامات دسترسی پذیری

کاهش موانع کالبدی-معماری

- از زمان ایجاد این پروژه در سال ۲۰۱۸ تا فوریه ۲۰۲۱، در مجموع ۴۱۲ متر رمپ پلاستیکی و مسیرهای دسترسی پذیری همراه با ده صندلی amphibian با چوب پلاستیکی یاخته و در چهار ساحل مختلف کاستاریکا نصب شد.

- در ژانویه ۲۰۲۱ اولین رختکن و حمام به طور رسمی در ساحل Playa Hermosa در استان گواناکاست افتتاح شد.

### در سراسر جهان: پرچم آبی - ترویج کننده گردشگری دسترسی پذیری

پرچم آبی یک جایزه جهانی برای سواحل، اسکله‌های تفریحی و قایق‌های گردشگری است که میلیون‌ها نفر در سراسر جهان به آن اعتماد دارند. برای واجد شرایط بودن و دریافت پرچم آبی، مجموعه‌ای از معیارهای سختگیرانه زیست محیطی، آموزشی، ایمنی و دسترسی باید رعایت و حفظ شود. برنامه پرچم آبی مشتاقانه روی ترویج گردشگری دسترسی پذیر در سراسر جهان کار می‌کند. از این رو، دسترسی پذیری را به عنوان یکی از معیارهای اجباری برای سایت‌های خود معرفی کرده است و نوسازی زیرساخت‌ها و توسعه فناوری را تشویق می‌کند.

### اقدامات دسترسی پذیری

کاهش موانع کالبدی-معماری

پرچم آبی با تضمین اینکه «حداقل یک ساحل با پرچم آبی در هر شهرداری باید دسترسی و امکانات لازم برای افراد دارای معلولیت جسمی را داشته باشد» معیارهای ضروری برای رفع موانع فیزیکی و معماری را معرفی کرد. برخی نمونه‌ها عبارتند از: شهرداری فررینز در اسپانیا عصاهای Amphibian را ارائه می‌دهد که به افراد دارای معلولیت اجازه می‌دهد از



فعلی و جدید در مورد برنامه، معیارها و قانون و مقررات ملی در مورد دسترسی پذیری ایجاد کرده است. اگر سایت متقاضی این دانش خاص را ندارد، انجمن‌ها یا کارشناسان محلی تخصص خود را در مورد اجرای صحیح زیرساخت‌ها و تجهیزات دسترسی‌پذیر ارائه می‌دهند.

#### کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

در حال حاضر معیار خاصی وجود ندارد. با این حال، برخی از سایت‌های دارای پرچم آبی در حال حاضر تابلوهای اطلاعاتی بریل و بلندگوهای اطلاعات صوتی را در سایت خود ارائه می‌دهند.

آب لذت ببرند؛ ساحل مالواروسا در والنسیا، اسپانیا، که در آن خطوط ویژه عابر پیاده از ایستگاه‌های اتوبوس نصب شده است تا افراد کم بینا بتوانند به ساحل دسترسی داشته باشند و دستبندهایی با سیگنال‌های صوتی ارائه شده است؛ شهرداری فردریشیا در دانمارک، «سوت‌های پری دریایی» را نصب کرد که شامل تیرهایی است که با طناب به هم متصل شده اند و دسترسی ایمن به آب را میسر می‌سازد.

#### کاهش موانع نگرشی

پرچم آبی یک سیستم مدیریت ساحل داخلی را برای آموزش کارکنان

### اسپانیا: پیاده سازی و صدور گواهینامه سیستم مدیریت دسترسی پذیری جهانی برای ایجاد یک نقطه حمام کمکی در ساحل لاس کانتراس (لاس پالماس)

ساحل لاس کانتراس به لطف اجرای مجموعه‌ای از اقداماتی که ورود افراد معلول به شهر، جابجایی آن‌ها و دسترسی به ساحل را تسهیل می‌کند، به راحتی برای افراد دارای معلولیت قابل دسترسی بود. با این حال، دسترسی به منطقه ساحل و همچنین دسترسی کمکی برای حمام کردن برای افراد دارای معلولیت محدود بود و نیاز به بهبود داشت.

۱,۲ میلیون یورویی شده است در سال ۲۰۲۱ از بودجه عمومی با هدف بهبود اتاق‌های رختکن و توالت‌ها، علائم و مسیرهای قابل دسترسی به نقطه حمام کمکی شده است.

#### کاهش موانع نگرشی

این پروژه نماینده‌های محلی افراد دارای معلولیت را در کارگاه‌ها، خدمات آموزشی و مشاوره‌ای مشارکت داد تا اطمینان حاصل شود که نیازها و توصیه‌های آن‌ها به درستی مورد توجه قرار گرفته است. نتایج به دست آمده در مراحل مختلف پروژه مورد استفاده قرار گرفت.

#### کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

منطقه نزدیک ساحل لاس کانتراس قبلاً دسترسی مناسبی به اطلاعات و ارتباطات از طریق کانال‌های مختلف مانند نقطه اطلاعات گردشگری و وب سایت رسمی ارائه می‌داد. با این حال، پروژه اقداماتی را برای تطبیق و به روزرسانی اطلاعات مربوط به خدمات جدید ارائه شده و عناصر دسترسی جدید در تمام کانال‌های ارتباطی خود انجام داد.



#### اقدامات دسترسی‌پذیری

این پروژه با یک تجزیه و تحلیل عمیق از وضعیت موجود از نظر گردش، مکان و نیازهای ارتباطی آغاز شد. هدف، شناسایی تمام موانع معماری، به همراه تعیین مکان مناسب برای ایجاد منطقه کمکی شنا و نصب صحیح پانل‌های اطلاعات که به راحتی امکان خواندن داشته باشد (از جمله خط بریل) بود.

علاوه بر این، نظارت و اندازه‌گیری مداوم برای ثبت کلیه فرآیندها و خدمات ارائه شده و در صورت مشاهده انحرافات، انجام اقدامات اصلاحی انجام می‌شود. در نهایت، رضایت کاربر از طریق نظرسنجی از کاربران اندازه‌گیری می‌شود و ارزیابی کل سیستم توسط ممیزی داخلی و ممیزی صدور گواهینامه خارجی انجام می‌شود.

#### کاهش موانع کلیدی-معماری

مکان انتخاب شده برای نقطه حمام کمکی با استفاده از برنامه سفر دسترسی‌پذیر موجود برای رسیدن به شن‌ها با رمپ و نرده‌ها تعیین شد. همچنین این مکان در نزدیکی رختکن و توالت‌های موجود برای کاربران ساحل قرار دارد. موفقیت این پروژه منجر به سرمایه‌گذاری آتی

هدف این پروژه رفع کردن موانع معماری به طور مستقیم نیست، بلکه راهنمایی کردن در مورد چگونگی غلبه بر آن‌ها و پیشنهاد مسیرهای جایگزین در امتداد راه سنت جیمز است.

#### کاهش موانع نگرشی

ماموریت Fundación ONCE کمک به شمول اجتماعی افراد دارای معلولیت و ترویج اصل فرصت‌های برابر و عدم تبعیض در جامعه است. از سال ۱۹۹۰، Fundación ONCE کمپین‌های آگاهی اجتماعی نهادی متفاوتی را در اسپانیا راه اندازی کرده که تأثیر زیادی در جامعه داشته است و به از بین بردن موانع نگرشی برای افراد دارای معلولیت کمک می‌کند. تأثیرگذارترین آن‌ها، کمپین‌هایی بوده است که به ارتقای اشتغال و ادغام اجتماعی افراد دارای معلولیت اختصاص یافته است.

#### کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

فن آوری بوق (Beepcons) نصب شده در طول مسیر به زائران اجازه می‌دهد تا نقاط اطلاعاتی خاصی را از طریق برنامه خود شناسایی کنند. این سیستم به آن‌ها اجازه می‌دهد تا بوق‌ها را در امتداد راه سنت جیمز، که برای علامت‌گذاری نقاط کلیدی مسیر، مانند ورودی‌های شهرها، چهارراه‌ها یا تقاطع‌ها استفاده می‌شود، شناسایی کنند.

همچنین به لطف سیستم کدهای Vumark این برنامه دسترسی به اطلاعات ارائه شده روی تابلوها در طول مسیر را برای زائران ممکن می‌سازد تا بتوانند هشدارها، اعلان‌ها یا اطلاعات مربوط به دسترسی‌پذیری مکان فعلی خود، مانند آبخوری‌ها، ایستگاه‌های حمل و نقل عمومی، مکان‌های استراحت، مغازه‌ها، رستوران‌ها، بناهای یادمانی، دفترهای گردشگری، داروخانه‌ها و مراکز کمک‌رسانی و سلامتی را دریافت کنند.

## اسپانیا: راه دسترسی پذیر سنت جیمز (Camino de Santiago accesible)

این پروژه قرار بود در ابتدای سال ۲۰۲۱ راه اندازی شود، اما به دلیل همه‌گیری COVID-۱۹ با تأخیر مواجه شد. راه دسترسی سنت جیمز به عنوان یک راه حل تخصصی برای افراد دارای معلولیت بینایی و ذهنی متولد شد که در حین پیاده‌روی در این مسیر زیارتی با موانع بسیاری روبرو هستند.

### اقدامات دسترسی‌پذیری

این پروژه به تمام مراحل یک برنامه سفر می‌پردازد و در مورد دسترسی به محیط‌های روستایی و شهری در مسیر، مکان‌های دیدنی یا اقامتگاه‌های دسترسی‌پذیری موجود در مسیر اطلاع‌رسانی می‌کند. فناوری‌های ارائه شده در صفحه و برنامه کاربردی of Accessible Way of Saint James خدمات زیر را امکان‌پذیر می‌کند:

• برنامه کاربردی با نام IGN برای سیستم عامل iOS.

• App Blind Explore در مورد هشدارها و نقاط مورد علاقه اطلاع می‌دهد.

• برنامه Soundscape برای سیستم عامل iOS.

• ارائه Digital Compostela از طریق این برنامه.

• قرار دادن بوق و بارکدها.

• صفحه فرود و وب سایت.

کاهش موانع کالبدی-معماری



### کاهش موانع کالبدی-معماری

- دسترسی بدون پلکان به هفت آپارتمان و تراس بدون چارچوب در
- دسترسی آسانسور به هر چهار سطح ساختمان
- درب‌های عریض ۹۰+ سانتی متری با سیستم کشویی
- رنگ‌های متضاد در درها، دیوارها و کف
- سینی کار آشپزخانه باز شو
- میبل‌ها با ارتفاع کاهش یافته ۵۰ سانتی متر
- کمد لباس و آویزهای در دسترس
- حمام دارای دوش رولی و میله‌های دستگیره توالت
- علائم شناسایی آپارتمان به خط بریل.
- دسترسی مستقل به استخر از طریق یک صندلی هیدرولیک
- حلقه القایی مغناطیسی ۴۰ متر مربع در اتاق چند منظوره.

### کاهش موانع نگرشی

کارکنان Can Morei چندین دوره آموزشی را در مورد دسترسی پذیری گذراندند و دانش و درک بهتری از نیازهای افراد دارای معلولیت به دست آوردند. علاوه بر این، در طول پروژه مبادله تجربه‌ها با برخی از انجمن‌ها و بنیادهای افراد دارای معلولیت مبادله شد. در نهایت، تجربه‌های مشتریان دارای معلولیت نیز منبع مهمی از دانش بوده است.

### کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

طراحی یک بخش خاص در وب سایت برای ارائه اطلاعات در مورد دسترسی پذیری.



### اسپانیا: Can Morei

Can Morei یک خانه صد ساله است که در محیط روستایی سانتا کاندیا در ۶۰ کیلومتری بارسلونا قرار دارد. دو ساختمان و فضای که Can Morei را تشکیل می‌دهند، دچار آسیب‌های ساختاری جدی شده بودند. از لحاظ دسترسی پذیری به ساختمان اصلی که در چهار طبقه ساخته شده بود، چالش‌های دشواری وجود داشت، زیرا پله‌های باریک و بسیار عمودی بودند و امکانات برق، آب و حمام وجود نداشت.

### اقدامات دسترسی پذیری

طراحی جهانی بعنوان هسته ساخت و ساز پروژه مد نظر قرار گرفت به طوری که دسترسی کامل به بیشترین تعداد فضا را فراهم کند. بازسازی خانه شامل تغییرات ساختاری عمده‌ای از جمله طراحی مجدد بیشتر فضاها و در عین حال رعایت کامل‌ترین عناصر ساختمان مانند قوس، ایوان‌ها و مصالح ساختمانی بود. تنها تغییر عمده نصب پنجره‌های بلند تا سقف بود. این نوسازی اجرای اصول طراحی جهانی را از همان ابتدا تسهیل کرد، بدون اینکه افزایش قابل توجهی در هزینه داشته باشد.



### بلژیک: مسیرهای دوچرخه سواری دسترسی پذیر در INWALLONI

در سال ۲۰۱۴، دولت والون دسترسی پذیری را در میان موضوعات اولویت‌دار بیانیه سیاست منطقه‌ای خود قرار داد؛ چرا که نزدیک به ۴۰ درصد از جمعیت متأثر از کم تحرکی بودند و انتظار می‌رفت این رقم در سال‌های بعد به دلیل پیری جمعیت افزایش یابد. والونیا، منطقه جنوبی فرانسوی زبان بلژیک، با بیش از ۱۴۰۰ کیلومتر مسیر RAVeL، راه‌های سبز توسعه یافته و خطوط راه آهن که در آن تردد موتوری ممنوع است، از نظر فعالیت‌های در فضای باز حرف‌های زیادی برای گفتن دارد. به این ترتیب، Commissariat Général au Tourisme وظیفه شناسایی مسیرهای دوچرخه سواری دسترسی پذیر و توسعه روشی برای اعطای گواهی به بهترین آن‌ها را به انجمن غیرانتفاعی Access-i سپرد.



## اقدامات دسترسی‌پذیری

رویکرد پروژه بر سه عنصر استوار است:

- تجربه در بخش دسترسی و دانش در مورد نیازهای افراد دارای معلولیت.
- همکاری نمایندگانی که کاربران دائمی مسیرهای دوچرخه سواری هستند.
- رویکردی تجربی و سازنده.

برای شناسایی و اجرای مسیرهای دوچرخه سواری دسترسی‌پذیر، سه اصل اساسی ایجاد شد:

- مسیرها را نه بر اساس نقص یا توانایی فیزیکی دوچرخه سواران، بلکه بر اساس دسترسی بالقوه آن‌ها انتخاب کنید.
- ارائه مسیرهای فراگیر که در آن همه کاربران می‌توانند توسط هر کسی همراه شوند، صرف نظر از اینکه آیا معلولیت دارند یا نه.

- در نزدیکی همه برنامه‌های سفر باید حداقل یک سرویس بهداشتی مناسب سازی شده برای معلولان و یک مکان دسترسی‌پذیر برای غذا و نوشیدنی وجود داشته باشد.

## کاهش موانع کالبدی-معماری

• توسعه یک شبکه و معیارهای تجزیه و تحلیل بر اساس توصیه‌های مسیرهای دوچرخه سواری مانند RaVel یا Eurovélo.

• معیارها تا حد زیادی بر اساس شناسایی نیازهای کاربران مانند مکان‌های پارکینگ، دسترسی به مسیر، طرح مسیر، توالت‌های مناسب، گذرگاه‌ها، موانع و مکان‌های استراحت است.

• معیارهای شبکه و تجزیه و تحلیل به صورت میدانی در چندین مسیر مورد آزمایش قرار گرفتند.

• ارزیابی میدانی امکان انطباق معیارها را با واقعیت‌های مختلف میدانی و یافتن بهترین راه حل‌ها برای هر یک از آن‌ها فراهم کرد.

## کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

یکی از جنبه‌های این پروژه استفاده از علائم در محل در مسیرها با اطلاعات دقیق در مورد اقدامات دسترسی‌پذیری است.



## اسپانیا: پیاده روی برای همه: با HANDISPORT MALLORCA از توانایی‌های خود لذت ببرید!

بنیاد Handisport یک سازمان غیرانتفاعی است که از سال ۲۰۰۷ فعالیت‌های ورزشی مناسب برای افراد دارای معلولیت را در مایورکا، اسپانیا ارائه می‌کند. تجربه پیاده‌روی برای همه در رشته کوه ترامونتانا، میراث جهانی یونسکو و یکی از نمادین‌ترین نقاط طبیعی در مایورکا، برگزار می‌شود. این فعالیت در فضای باز به افراد با تحرک کم و افراد نابینا امکان می‌دهد تا به صورت مستقل با یک موتور Superfour مناسب‌سازی شده گردش کنند. این وسیله نقلیه نوآورانه دارای کشش ۴×۴ است و امکان بالا رفتن از شیب‌هایی تا ۴۰ درصد را با تضمین شرایط ایمنی فراهم می‌کند. علاوه بر این، این وسایل نقلیه الکتریکی هستند و با کاهش انتشار کربن به محیط زیست کمک می‌کنند.

## اقدامات دسترسی‌پذیری

کاهش موانع کالبدی-معماری

شورای شهر کالویا به بنیاد Handisport اجازه داد تا از چهار مسیر طبیعی استفاده کند و آن‌ها را دسترس‌پذیر سازد. علاوه، این پروژه با هدف تضمین استقلال و ایمنی افراد دارای معلولیت در عین غلبه بر موانع فیزیکی مسیرها انجام شد. برای انجام این کار، چهار خودروی Superfour ۱۰۰٪ الکتریکی خریداری شد.

## کاهش موانع نگرشی

از سال ۲۰۱۲، بنیاد Handisport چندین دوره آموزشی را برای متخصصان بخش دولتی و خصوصی برگزار کرده است. این دوره‌ها ابزارهای نظری و عملی را برای آموزش نحوه رسیدگی به نیازهای افراد دارای معلولیت ارائه کردند. پروژه آموزشی دیگری به نام «آموزش در مورد معلولیت»



با هدف افزایش آگاهی دانش آموزان در مورد تنوع و اهمیت ارتقای مهارت‌های افراد دارای معلولیت در سال ۱۳۹۳ راه اندازی شد. آموزش‌ها در ۲۷ مدرسه دولتی و خصوصی با بیش از ۱۵۰۰ دانش آموز بین ۷ تا ۱۴ سال ارائه شد.

#### کاهش موانع اطلاعات و فناوری‌های کمکی

در سال ۲۰۱۸، این پروژه بیش از ۳۰ ویدیوی تبلیغاتی تهیه کرد که ابتکارات Hiking for All و سایر فعالیت‌های ورزشی مانند قایقرانی دسترس‌پذیر، بلوکارت، غواصی، کایاک سواری، اسکی روی آب و گلف مناسب سازی شده را به نمایش گذاشت. بعلاوه، این پروژه اطلاعات مربوط به دسترس‌پذیری در مایورکا را از طریق وب سایت خود، در نقش‌های به خط بریل و با توضیحات صوتی به چهار زبان تبلیغ

می‌کند.

#### نتیجه‌گیری

مجموعه اقدامات خوب در مورد گردشگری دسترس‌پذیر در مناطق طبیعی، تنها شروعی برای صنعت نسبتاً کوچک و توجه دانشگاهی به این حوزه است. نواحی طبیعی برای بهزیستی اکولوژیکی جهان مهم هستند و مولفه‌ای بنیادین برای پرداختن به اهداف توسعه پایدار سازمان ملل به شمار می‌آیند. مناطق طبیعی، هم‌چنین، برای بهزیستی بشر مهم هستند و تحقیقات بیانگر تأثیر مثبت آن بر مردم بوده است. با این حال، افراد دارای معلولیت، که ۱۰ تا ۱۵ درصد یا حدود ۱/۵ میلیارد نفر از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند، در مقایسه با سایر اعضای جامعه دسترس‌پذیری یکسانی به مناطق طبیعی نداشته‌اند. هنگامی که پیچیدگی‌های دسترسی به مناطق طبیعی بر حسب نوع معلولیت تحلیل می‌شود، در می‌یابیم که گروه‌های مختلف افراد دارای معلولیت از دسترس‌پذیری به این مناطق محروم هستند چرا که نیازهای دسترسی آن‌ها بستگی به موارد مختلفی دارد، شامل: امکان تحرک شامل ویلچرهای برقی یا دستی و سایر انواع کمک‌های حسی و شناختی؛ شنوایی/ناشنوایی؛ بینایی/نابینا؛ شناختی یا یادگیری؛ سلامت روان و غیره. علاوه بر این، می‌دانیم که مشارکت اجتماعی به طور کلی تحت تأثیر سطح نیازهای حمایتی یک فرد قرار می‌گیرد، به طوری که آن دسته از افرادی که سطوح بالاتری از حمایت را نیاز دارند، پایین‌ترین سطح مشارکت اجتماعی را دارند. نمونه‌های خوب گردشگری دسترس‌پذیر که در این گزارش گنجانده شده است نشان می‌دهد که چه کارهایی امکان‌پذیر است.

این گزارش می‌تواند، الهام‌بخش مدیران مقصدها باشد تا تغییراتی در زمینه ارائه زیرساخت‌های گردشگری دسترس‌پذیر در مناطق طبیعی

ایجاد کنند. مطالعه‌های موردی نشان می‌دهد که سازمان‌های درگیر تعدادی عوامل را بکار می‌گیرند که به عملی شدن مقصودهایشان کمک می‌کند و آن‌ها به دنبال ارائه یک درک سیستماتیک از این موضوع هستند که چگونه سایر مدیران مقصد می‌توانند گردشگری دسترس‌پذیر را در برنامه‌ریزی راهبردی خود مفهوم‌سازی و اجرا کنند.

سه چارچوب به شناخت چگونگی عملیاتی کردن محصولات و خدمات دسترس‌پذیر در مناطق طبیعی را کمک می‌کند: چارچوب اول از رقابت‌پذیری و پایداری مقصد پشتیبانی می‌کند. چارچوب دوم مرتبط با چگونگی تغییر نگرش است. چارچوب سوم توضیح می‌دهد که چگونه هوش محیطی (AmI) در گردشگری، نوآوری‌های هوشمند و فناوری‌ها را برای ارائه راه‌حل‌های شخصی، فردی و متناسب سازی شده برای حمایت از شمول افراد دارای معلولیت و ارائه خدمات به آن‌ها به ارمغان می‌آورد.

---

#### منبع

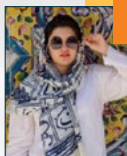
World Tourism Organization (2021), Accessibility and Inclusive Tourism Development in Nature Areas – Compendium of Best Practices, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422777>



# سفر با اوتیسم

ثنا شناسا

دانشجوی کارشناسی گردشگری دانشگاه شیراز  
ایمیل: sanashenasa@gmail.com



دوم آپریل یا سیزدهم فروردین ماه، روز جهانی اوتیسم بود. در ایران نیز به همین مناسبت تلاش شد تا در زمینه اوتیسم آگاه‌سازی شود. انجمن اوتیسم ایران از همراهانش خواسته بود هر روز از چند نفر بپرسند چه قدر اوتیسم را می‌شناسید. ما نیز اکنون از شما می‌پرسیم: چه قدر اوتیسم را می‌شناسید؟

طبق آمار ایران، از هر صد و پنجاه تولد، یک کودک با اختلال اوتیسم متولد می‌شود. اوتیسم یک اختلال عصبی-رشدی است که در آن بخش‌های مختلف مغز نمی‌توانند به درستی باهم ارتباط برقرار کنند. افراد دارای اوتیسم دنیا را به شکل دیگری می‌بینند، می‌شنوند، حس می‌کنند و نمی‌توانند با ما که در دنیایی متفاوت با آن‌ها زندگی می‌کنیم ارتباط برقرار کنند. به همین دلیل دچار خودماندگی می‌شوند. اوتیسم طیف‌های مختلفی دارد، ممکن است بعضی از آن‌ها بتوانند صحبت کنند و بعضی نتوانند، برخی افراد اوتیستیک آرامند و برخی بیقراری می‌کنند.

حال باید به این سوال پاسخ داد که صنعت گردشگری چگونه می‌تواند به نیازهای خاص این گروه از جامعه پاسخ دهد و خدمات مورد نیاز آن‌ها را در دسته‌ی خدمات و سرویس‌های موجود بگنجاند.

### ◀ فراهم کردن محیط دوستدار حواس (Sensory friendly environment)

می‌توان با چپ‌نش خاص وسایل و اجزای محیط‌های مختلف گردشگری، آن‌ها را به گونه‌ای طراحی کرد که کمترین تحریک حسی را برای افراد اوتیستیک ایجاد کند؛ به این معنی که در صورت وجود نور و یا صدای زیاد، تمهیداتی برای کاهش اثر این محرک‌ها بر افراد اوتیستیک اندیشیده شود. محیط‌های کم‌نور، آرام و دور از ازدحام می‌تواند جلوی ناآرامی آن‌ها را بگیرد.

یکی از موانع اصلی برای سفر این افراد، فرودگاه‌ها و سفرهای هوایی به عنوان یک بخش مهم از گردشگری محرک‌های زیادی برای افراد دارای اوتیسم دارد. ازدحام و سروصدای زیاد در سالن‌های فرودگاه می‌تواند موجب بیقراری و یا پرخاشگری افراد اوتیستیک شود. متأسفانه، در سطح جهانی و یا ملی شاهد تغییری در این مسئله برای کمک به این افراد نیستیم. در کنار این مسائل معطل شدن در صف عبور از گیت، نیاز به بازرسی بدنی و جدا کردن کمر بند فلزی و غیره بیشتر این افراد را مضطرب می‌کند و می‌تواند باعث واکنش‌های رفتاری در آن‌ها شود. همچنین تکان‌های هواپیما، صدای موتور و تنگ بودن صندلی‌ها می‌تواند سفر هوایی را مشکل‌تر کند. در این گونه موارد بهتر است افراد حاضر در صنعت هوایی، مانند مهمانداران، مسئولین انتظامات فرودگاه و غیره از نیازهای این افراد مطلع باشند تا در صورت درخواست خانواده، آن‌ها را سریع‌تر از دیگران از گیت عبور دهند و یا صندلی‌هایی در جلوی هواپیما و دور از موتور، به آن‌ها اختصاص دهند. وجود اتاقی آرام و کم‌نور و دور از هیاهو در فرودگاه‌ها می‌تواند برای زمانی که این افراد بی‌تاب می‌شوند کمک‌کننده باشد. با این حال این خانواده‌ها هستند که با آماده کردن این افراد از قبل می‌توانند از احتمال بروز و شدت این رفتارها بکاهند. پیشنهاد می‌شود برای اطلاع دقیق‌تر از چگونگی رفتار با افراد دارای اوتیسم پیش از سفر هوایی و حین آن، کتابچه‌ی راهنمای سفر هوایی در سایت انجمن اوتیسم ایران را مطالعه کنید ([www.iraotism.org](http://www.iraotism.org)).

### ◀ استفاده از ابزارهای کمکی بصری

در نظر گرفتن وسایل و ابزارهای کمکی بصری مانند تصاویر، نقشه‌ها و نمادها برای جهت‌یابی و یا آماده کردن برنامه‌های دقیق سفر از پیش. از آنجایی که برخی از افراد این طیف نمی‌توانند حروف و کلمات را بخوانند بسیار مهم است که تا جای ممکن علائم و نشانه‌ها به جای کلمات بکار گرفته شود. همچنین، برای برنامه‌ریزی سفر بهتر است از انتظارات آن‌ها قبل از سفر آگاهی داشت تا برنامه‌ها مطابق با نیازشان طراحی شود. از آنجایی که این افراد در برابر تغییر ناگهانی مقاومت می‌کنند و واکنش نشان می‌دهند آماده کردن برنامه‌ی سفرشان از قبل با در نظر گرفتن این موارد می‌تواند کمک زیادی به آن‌ها باشد.

در طراحی تور برای این افراد باید به این نکته توجه داشت که این

اگر می‌خواهیم به افراد اوتیستیک و خانواده‌شان کمک کنیم، اول از همه لازم است درکشان کنیم. اگر در جامعه کودکی را دیدیم که بی‌قراری می‌کند، رفتار تکراری انجام می‌دهد و داد می‌زند به آن‌ها خیره نشویم؛ با آن‌ها همراهی کنیم. افراد دارای اوتیسم با سرعت کمتری داده‌ها را پردازش می‌کنند، پس در برخورد با آن‌ها صبور باشیم و از جملات ساده استفاده کنیم؛ از خانواده و اطرافیان‌شان بپرسیم چگونه می‌توانیم به آن‌ها کمک کنیم؛ و در نهایت، حضورشان را در جامعه بپذیریم. حضور در جامعه برای بهبود شرایط افراد اوتیستیک خیلی کمک‌کننده است و ما با پذیرش آن‌ها بیشترین کمک را به آن‌ها می‌کنیم.

بیقراری، ناآرامی و رفتارهای متفاوت افراد اوتیستیک زندگی آن‌ها را در جامعه مشکل می‌کند، اما یکی از مسائلی که افراد اوتیستیک با آن روبرو هستند و به شدت در زندگی این افراد به‌شدت تحت تاثیر قرار می‌گیرد، سفر و گردشگری است. بسیاری از خانواده‌های افراد دارای اوتیسم ممکن است برای مدت‌های طولانی و حتی شاید همیشه سفر را از زندگی خود حذف کرده باشند؛ در حالی که امروزه سفر و گردشگری نیاز هر فردی است. با این حال، در رویکرد گردشگری فراگیر، شرایط سفر باید برای تمام افراد با تمام ویژگی‌های متفاوتشان، فراهم شود و افراد اوتیستیک و خانواده‌شان هم از این قاعده مستثنا نیستند. نکته‌ی مهم درباره‌ی افراد اوتیستیک این است که ما ممکن است بیشتر در مورد کودکان اوتیستیک شنیده باشیم، اما بزرگسالان اوتیستیک هم در جامعه حضور دارند و مانند دیگر بزرگسالان نیازهای متفاوتی، مانند سفر و اوقات فراغت دارند. در ادامه، به طور خلاصه چالش‌های این افراد در سفر را به طور کلی برمی‌شماریم:

### حساسیت بیش از حد

افراد اوتیستیک ممکن است به محرک‌هایی مانند بو، صدا، نور و روشنایی واکنش زیادی نشان دهند و عصبی و ناآرام شوند. در حالی که این عوامل برای دیگران تحریک آمیز نیست.

### دشواری تغییر

برای این افراد ممکن است تغییر و عوض شدن ناگهانی شرایط اطرافشان یا کاری که انجام می‌دهند سخت باشد.

### موانع ارتباطی

افراد دارای اوتیسم ممکن است برای برقراری ارتباط با دیگران و به طوری کلی هر گونه ارتباطات اجتماعی با سختی مواجه شوند. برای مثال ممکن است نتوانند نیاز خود را به درستی به دیگران انتقال دهند.

### نگرانی‌های امنیتی

افراد دارای طیف اوتیسم ممکن است آگاهی کم و محدودی از خطرات و ریسک‌های روزافزون مانند خطر گم‌شدن و زخمی شدن داشته باشند؛ در حالی که ممکن است هر روزه با آن مواجه شوند. همچنین آن‌ها ممکن است به دلیل ناتوانی در برقراری ارتباط، مورد سوءاستفاده قرار بگیرند.



زمان و محیط‌هایی آرام با محرک‌های حسی کم و دور از هیاهو می‌تواند بهترین تجربه را به این افراد و خانواده‌شان عرضه کند.

در نهایت، مهم‌ترین کاری که صنعت گردشگری می‌تواند برای فراگیر شدن سفر در این بخش از جامعه انجام بدهد، کم کردن محرک‌های حسی، وجود علائم راهنمایی کافی، دسترسی به کمک و امنیت لازم در تمامی تورها و بخش‌های مختلف گردشگری است. چرا که اگر بنا باشد تنها در تورهای اختصاصی این افراد، به نیاز آن‌ها توجه شود باز هم این خانواده‌ها محدود به انتخاب‌های انگشت‌شماری از مقصدها و خدمات مختلف می‌شوند و این خود با مفهوم گردشگری فراگیر در تضاد است.

از آنجایی که اوتیسم طیف گسترده‌ای دارد نمی‌توان در مقاله‌ای کوتاه به تمام نیازهای این افراد در سفر و چگونگی برطرف کردن آن اشاره کرد. علاوه بر آن، توجه به این بخش از جامعه و نیاز آن‌ها به سفر و گردشگری موضوعی نسبتاً جدید است و منابع زیادی از این مسئله سخن نگفته‌اند و از این رو توجه بیشتر دانشگاه‌ها و صنعت گردشگری به برطرف کردن نیاز افراد اوتیستیک ضروری به نظر می‌رسد. از آنجایی که گردشگری صنعتی در حال توسعه‌ی روزافزون است و در نظر دارد تا تمام ابعاد جامعه را در نظر بگیرد، شایسته است که در این مورد تحقیق بیشتری صورت بگیرد و با ارتباط با خانواده‌های این افراد و آگاهی دقیق از نیازهای واقعی آن‌ها، بخش‌های مختلف این صنعت را برای حضور آن‌ها آماده کرد و با آگاهی‌بخشی و آموزش افراد حاضر در صنعت، چه کارکنان و چه دیگر گردشگران، سفری امن و آرام را برای جامعه‌ی اوتیسم مهیا نمود.

افراد با برنامه‌ریزی‌های تصویری بسیار بهتر ارتباط برقرار می‌کنند و هرچه قدر این برنامه‌ریزی دقیق‌تر نشان داده شود، بیشتر از بروز ناآرامی و اضطراب در آن‌ها جلوگیری می‌شود. سازمان طراحی‌کننده‌ی تور باید در نظر داشته باشد که بهتر است تصاویر و یا فیلم‌هایی ساده از مراحل مختلف سفر، مقصدهای مختلف و تک‌تک کارهایی که در سفر انجام خواهد شد، تهیه کنند و در اختیار فرد اوتیستیک و خانواده آن‌ها بگذارند تا با تکرار این برنامه‌ی تصویری، آن سفر مانند یک عادت شود و فرد دارای اوتیسم در برابر تغییرهای مختلفی که در سفر پیش خواهد آمد واکنش شدیدی نشان ندهد.

### «کارکنان آموزش دیده»

حضور کارکنان آموزش‌دیده و آگاه از شرایط افراد اوتیستیک در بخش‌های مختلف صنعت گردشگری کمک زیادی به برقراری ارتباط مناسب و اطلاع از نیازهای متفاوت آن‌ها می‌کند. برای مثال، آگاهی از دلایل بیقراری و ناآرامی این افراد و چگونگی برقراری ارتباط با آن‌ها، می‌تواند کارکنان را قادر سازد با توجه به شرایط پاسخ مناسب بدهند و آن‌ها را راهنمایی کنند. همچنین این موضوع باعث می‌شود برخورد بدی از سمت افراد حاضر در صنعت با اطرافیان و خانواده‌های این افراد صورت نگیرد و آن‌ها در حین سفر معذب نشوند.

### «تورها و خدمات اختصاصی»

ارائه دادن تورها و خدمات اختصاصی و طراحی‌شده مخصوص این افراد می‌تواند بسیاری از مشکلاتشان در سفر را حل کند. برای مثال اختصاص

### منبع:

پایگاه اینترنتی انجمن اوتیسم ایران (www.iraotism.org)

# گردشگری ریسمانی برای صلح

سینا ظفریان

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی-گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه شیراز

ایمیل:

sinazafaryan@outlook.com



## «گردشگری و صلح: دو روی سکه»

معطوف شده است. فرض زیربنایی مفهوم گردشگری صلح، این است که وقتی مردم به طور مکرر به سراسر جهان سفر می‌کنند در مورد افراد جدید، فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و غیره می‌آموزند. این تجربه می‌تواند درک متقابل بین افراد ساکن در مناطق مختلف را افزایش دهد. افزون بر زمینه فرهنگی، چنین سفرهایی برای اقتصاد و سیاست کشور میزبان نیز مفید است (D'Amore, 1988).

با این حال، دیدگاه مخالفی نیز مطرح شده است مبنی بر اینکه گردشگری مولد صلح نیست، بلکه از صلح نفع می‌برد. گردشگری تنها در مناطقی امکان‌پذیر است که صلح وجود داشته باشد؛ جنگ در جریان نباشد و درگیری و تنش وجود نداشته باشد (Litvin, 1998). علاوه بر این، گردشگری به عنوان راهی برای بهره‌برداری از مردم و مقصدهای محلی از طریق کالاسازی فرهنگ محلی دیده شده است. این دیدگاه گردشگری را راهی جدید برای تداوم سلطه غرب در

هدف گردشگری صلح، ترویج توسعه پایدار و صلح مثبت از طریق گردشگری و کاهش علل ریشه‌ای موقعیت‌هایی است که خشونت اجتناب‌ناپذیر، تلقی می‌شود (Kelly, 2006). گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان، در شش دهه گذشته به سرعت رشد کرده است. این امر برای کاهش بیکاری، ارتقای رشد اقتصادی و ترویج حفظ منابع طبیعی و تبادل فرهنگی، اهمیت زیادی دارد (Honey, 2009). آمار تعداد گردشگران بین‌المللی نشان می‌دهد که این صنعت از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به سرعت رشد کرده و پیش‌بینی‌ها را پشت سر گذاشته است (Eshun & Tagoe-Darko, 2015). تخمین زده می‌شود که این صنعت در دهه‌های آینده نیز رشد قابل توجهی را تجربه کند. از نظر درآمدهای ارزی، گردشگری به منبع اصلی درآمد بسیاری از کشورهای در حال توسعه در سراسر جهان تبدیل شده است. در بیشتر کشورهای در حال توسعه نیز گردشگری در مقایسه با تولید کالاها و سایر خدمات، سهم بزرگی از اقتصاد آن‌ها را به خود اختصاص داده است. علاوه بر این، گردشگری در بسیاری از اقتصادهای کمتر توسعه یافته سریع‌تر از سایر بخش‌ها رشد می‌کند (Borah & Akhtar). به این دلایل، گردشگری این پتانسیل را دارد که نقطه شروع مهمی برای بهبود اقتصادی بسیاری از کشورهای توسعه نیافته باشد که به دلیل بحران اقتصادی جهانی از بیکاری شدید رنج می‌برند (Singh, 2019).

اخیراً، توجه زیادی به مطالعه در مورد پتانسیل گردشگری برای صلح از سوی موسسات گردشگری جهانی، و همچنین دانشگاهیان و دیگر متخصصان صنعت گردشگری



این نظریه از ایجاد مشارکت‌های برابر و سالم بین مردم و جوامع صحبت می‌کند. به طور کلی، این نظریه به جای تحمیل نهادهای کشورهای توسعه یافته به کشورهای در حال توسعه، از مشارکت جهانی با حذف همه اشکال خشونت حمایت می‌کند (Galtung, 1996).

گردشگری صلح، بیانگر اهمیت داشتن «آرامش مثبت» است، نه فقط حذف خشونت مستقیم. برای کاهش اثرات منفی و ترویج گردشگری به عنوان یک صنعت پایدار، سه بخش اصلی باید با هم کار کنند و هماهنگ شوند. اولاً، «جامعه میزبان» باید به کیفیت خدماتی که به گردشگران ورودی ارائه می‌کنند توجه بیشتری داشته باشد و مسئولیت حفاظت از اکوسیستم را بر عهده بگیرد. دوم، دولت باید توسعه زیرساخت‌های لازم را فراهم کند و باید سازوکارهای نظارتی لازم را برای محافظت از صنعت، در برابر توسعه و تخریب محیط زیست اجرا کند. در نهایت، ذینفعان خارجی باید از ابتکارات محلی از طریق سرمایه‌گذاری حمایت کنند، یا حمایت لازم را برای رشد کیفی گردشگری ارائه دهند (Honey, 2009).

کشورهای در حال توسعه می‌داند. طرفداران این دیدگاه استدلال می‌کنند که اغلب گردشگران از کشورهای ثروتمندتر یا به اصطلاح شمال از کشورهای کمتر توسعه یافته یا جنوب دیدن می‌کنند و گردشگران از کشورهای در حال توسعه بسیار کمتر از کشورهای توسعه یافته ثروتمندتر بازدید می‌کنند. منتقدان جریان شمالی-جنوبی گردشگری در جهان را منجر به ایجاد رابطه «آرباب/خدمتکار» می‌دانند (Etter, 2007).

واضح است که مخالفان مفهوم گردشگری صلح آمیز، حاضر به پذیرش گردشگری به عنوان منبع صلح نیستند. به گفته آن‌ها، گردشگری در مناطقی که آرامش وجود ندارد، شکننده است و گردشگران معمولاً تنها در صورتی از این مکان‌ها بازدید می‌کنند که خشونت در آن مکان‌ها وجود نداشته باشد. بنابراین، آن‌ها به درستی استدلال می‌کنند که گردشگری یک گزینه پیشگیری موثر برای خشونت مستقیم در درگیری نیست. با این حال، طرفداران گردشگری صلح آمیز استدلال می‌کنند که گردشگری می‌تواند از خشونت ساختاری، که اغلب با درگیری‌های طولانی همراه است، جلوگیری کند. به نظر می‌رسد گردشگری بیشتر برای «پیشگیری ساختاری» تعارض کاربرد دارد تا برای پیشگیری مستقیم از خشونت. پیشگیری ساختاری بر جلوگیری از توسعه یا تشدید علل اصلی تعارض تمرکز دارد. این روش با سایر اشکال پیشگیری از درگیری معروف به پیشگیری مستقیم یا پیشگیری عملیاتی متفاوت است و شامل فعالیت‌هایی مانند میانجی‌گری، مذاکره، داوری، هشدار اولیه و واکنش زود هنگام است. با این حال، پیشگیری ساختاری تا حد زیادی بلندمدت است. هدف، رسیدگی به شکاف‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است که تأثیرات بلندمدتی بر دامن‌زدن به خشونت آشکار دارد (Wenger & Möckli, 2003). برنامه‌های گردشگری با مدیریت خوب می‌تواند با کاهش برخی از علل ساختاری مرتبط با خشونت به ایجاد صلح کمک کند. این گزاره را می‌توان با بررسی ارتباط گردشگری با برخی از تئوری‌های شناخته شده صلح‌سازی آزمایش کرد.

برای مثال، تئوری صلح لیبرال یکی از الگوهای اصلی تأثیرگذار بر بیشتر شیوه‌های صلح‌سازی است. این تئوری بیان می‌کند که دموکراسی‌سازی و بازارهای آزاد در مناطق درگیری، منجر به صلح بلندمدت می‌شود (Bellamy et al., 2010). با این حال، به دلیل بازاریابی آزاد مبتنی بر سود، بسیاری از شرکت‌های بزرگ گردشگری ملی و فراملی از منابع، نیروی کار و محیط زیست بسیاری از کشورهای در حال توسعه و جوامع محلی آن‌ها بهره‌برداری می‌کنند. این یکی از معایب اصلی گردشگری است و منشأ انتقادات بسیاری علیه آن است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که حتی اگر گردشگری از طریق بازاریابی به تغییرات ساختاری دست یابد، ممکن است راه مناسبی برای جلوگیری از خشونت ساختاری و تقویت صلح‌سازی نباشد.

از سوی دیگر، نظریه صلح مثبت گالتونگ به خوبی توضیح می‌دهد که گردشگری چگونه کار می‌کند. برخلاف نظریه صلح لیبرال، نظریه صلح مثبت از تحمیل یک سیستم سیاسی یا اقتصادی خاص بر یک کشور میزبان حمایت نمی‌کند. در عوض، بر اهمیت همکاری و سیاست‌های صلح سیاسی، اقتصادی و فرهنگی پایدار برای کاهش یا حذف خشونت مستقیم، ساختاری و فرهنگی تأکید می‌کند. در سطح ساختاری، صلح فعال به معنای ایجاد یک پایه اقتصادی خودپایدار است. در سطح فرهنگی،





گردشگری یک گزینه امیدوارکننده برای کشورهای در حال توسعه، برای کاهش خطر احتمالی منازعات داخلی است.

افزون بر این، گردشگری می‌تواند روابط دولت با دولت، دولت-شهروند و شهروند-شهروند را بهبود بخشد (Kelly, 1998). این اشکال روابط را می‌توان دیپلماسی مسیر ۲ در نظر گرفت، به این معنی که آن‌ها مکمل دیپلماسی دولتی یا سطح بالاتر هستند. انتشار دانش و اطلاعات در مورد فرهنگ‌ها، جوامع و دیدگاه‌ها از طریق این سطوح روابط در این شکل از دیپلماسی از اهمیت بالایی برخوردار است. بنابراین می‌توان گفت که گردشگری می‌تواند روابط بین‌المللی را در همه سطوح بهبود بخشد (Galtung et al., 2013). افزون بر آغاز پروژه‌های گردشگری، برای توسعه زیرساخت‌ها (فرودگاه‌ها، جاده‌ها، سیستم‌های آب و فاضلاب بهبودیافته و غیره)، پروژه‌های گردشگری نه تنها برای گردشگران بلکه برای مردم محلی نیز مفید است. یکی دیگر از اهداف اصلی گردشگری

گردشگری فرصت‌های درآمدزایی را برای جوامع فراهم می‌کند، حتی اگر آن‌ها از نظر اقتصادی فقیر، اما از نظر فرهنگی، غنی باشند. پتانسیل ایجاد فرصت‌های شغلی مستقیم و غیرمستقیم برای تعداد زیادی از افراد از طبقات مختلف اجتماعی از جمله فرصت‌های شغلی پاره‌وقت و فصلی برای بسیاری از افراد را دارد. گردشگری همچنین می‌تواند درآمد مکمل را برای کسانی که مشاغل دیگری دارند، فراهم کند. در مجموع، این شبکه وسیع فرصت‌های شغلی می‌تواند برای بخش‌های مختلف جامعه درآمد ایجاد کند. تولید درآمد که منجر به درآمد سرانه بالاتر می‌شود، یکی از عوامل پیشگیرانه‌ای است که تشدید درگیری‌های داخلی را تعدیل می‌کند. به ویژه، درآمدهای پایین منجر به افزایش نابرابری اجتماعی می‌شود و اگر این نابرابری‌ها بر اساس خطوط نژادی باشد، می‌تواند به ناآرامی‌های اجتماعی بیشتری منجر شود. بنابراین، نابرابری درآمد ممکن است جوامع را به سمت نابرابری‌های ساختاری بیشتری سوق دهد (Collier et al., 2004). به همین دلیل، می‌توان ادعا کرد که



فرهنگی، «سنت‌ها، فولکلور» و غیره محافظت کند (Honey & Gilpin, 2009).

زنان، یکی دیگر از ذینفعان گردشگری هستند. بسیاری از زنان در حوزه صنایع دستی کار می‌کنند. گردشگری تقاضا برای چنین محصولاتی را به میزان قابل توجهی افزایش و در نتیجه درآمد این زنان را بهبود داده و فرصت‌های شغلی بیشتری را فراهم کرده است. این امر به زنان حاشیه‌نشین فرصتی برای ایجاد درآمد و اظهار نظر در مورد نحوه خرج کردن درآمد خانوار می‌دهد. مزیت دیگر این است که محدودیت سنی برای این مشاغل وجود ندارد. سالمندانی که شغل دیگری پیدا نمی‌کنند می‌توانند صنایع دستی بسازند و بفروشند. بنابراین، گردشگری به دستیابی به اهداف توسعه هزاره مرتبط با برابری جنسیتی نیز کمک می‌کند (Honey & Gilpin, 2009).

افزون بر این، تاکید بر ارزش آموزشی گردشگری بسیار مهم است. از طریق سفر، گردشگران می‌توانند درک خود را از کشورها و فرهنگ‌های دیگر افزایش دهند و رابطه خود را با آن کشورها، از دریچه جدیدی ببینند. تنظیم اشکال جدید روابط مهمان و میزبان می‌تواند رابطه ارباب و خدمتکار در گردشگری را کاهش دهد، به ویژه از طریق اقامتگاه‌های نوآورانه، مانند ترتیب دادن اقامتگاه برای گردشگران (Kelly, 2006b).

به طور کلی، برنامه‌ریزی صحیح گردشگری می‌تواند به گردشگری پایدار منجر شود که بسیاری از عوامل ساختاری مرتبط با تعارض را کاهش می‌دهد. گردشگری پایدار، مستلزم برنامه‌ریزی دقیق و مشارکت ذینفعان کلیدی در تمام سطوح جامعه است. این امر، مستلزم تخصیص مناسب منابع برای رفع نیازهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی با حفظ وضعیت خوب محیط طبیعی است (Mastny, 2001). اگر این کار انجام شود، منافع صنعت گردشگری بسیار بیشتر از هزینه‌ها خواهد بود.

صلح آمیز عبور از مرزهای قومی، نژادی و منطقه‌ای است (Kelly, 2006b). این در واقع به پیشنهادها تمدنی جهانی ارائه شده توسط نظریه صلح مثبت برای بهبود مشارکت‌های جهانی مربوط می‌شود (Honey & Gilpin, 2009).

## «چگونه می‌توان از پتانسیل‌های گردشگری برای برقراری و حفظ صلح در جهان بهره برد؟»

گردشگری در مقیاس بزرگ، در یک منطقه خاص قطعاً می‌تواند اثرات منفی و مثبت داشته باشد. با این حال، اگر بتوان اثرات منفی را شناسایی کرد، می‌توان آن‌ها را کاهش داد و گزینه‌های مناسب‌تری را برنامه‌ریزی کرد. به عنوان مثال، اکوتوریسم به عنوان یک پاسخ معرفی شده است. اکوتوریسم به عنوان «سفر مسئولانه به مناطق طبیعی که محیط زیست را حفظ می‌کند و رفاه مردم محلی را بهبود می‌بخشد» تعریف می‌شود (Honey & Gilpin, 2009). در حین توسعه این مفهوم از گردشگری مسئولانه، بسیاری از گردشگران از اثرات خارجی منفی مانند تخریب محیط زیست و تغییرات اجتماعی مخرب آگاه شده‌اند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بیشتر گردشگران کشورهای غربی ترجیح می‌دهند جوامع کشور میزبان را توانمند ببینند و با پرداخت هزینه از منابع طبیعی در مقصدهای گردشگری محافظت کنند. بدین ترتیب، تمایل گردشگران برای گسترش آگاهی فرهنگی و مشارکت در فعالیت‌های تعاملی فرهنگی نیز در حال افزایش است (Bricker, 2017). به طور کلی، جوهر این شکل نسبتاً جدید گردشگری، ایجاد روابط سالم بین مردم با فرهنگ‌های مختلف و بین مردم و محیط اطرافشان است. یکی از مزایای اصلی اکوتوریسم، حفظ منابع طبیعی برای نسل‌های آینده است. این امر می‌تواند به دستیابی به اهداف توسعه هزاره کمک کند. اکوتوریسم هم‌چنین می‌تواند از آثار

## منابع

Bellamy, A. J., Williams. P. D., & Griffin, S. (2010). Understanding peacekeeping (2nd). Polity.

Borah, A., & Akhtar, N. (2014). Community based Ecotourism as a Tool for Biodiversity Management: A Case Study of Manas Maozigendri Ecotourism Society, Assam. National Seminar on Management of Natural Resources for Sustainable Development: Challenges and Opportunities.

Bricker, K. (2017). The international ecotourism society.

Collier, P., Hoeffler, A., & Söderbom, (2004). On the duration of civil war. *Journal of peace research*, 41(3), 253-273.

D'Amore, L. J. (1988). Tourism—A vital force for peace. *Tourism management*, 9(2), 151-154.

Eshun, G., & Tagoe-Darko, E. (2015). Ecotourism development in Ghana: A postcolonial analysis. *Development Southern Africa*, 32(3), 392-406.

Etter, D. IIPT Occasional Paper No. 11 (February 2007).

Etter, D. (2007). Situational conditions of attitude change within tourism settings: understanding the mechanics of peace through tourism. IIPT Occasional Paper, 11.

Galtung, J. (1996). *Peace by peaceful means: Peace and conflict, development and civilization* (Vol. 14). Sage.

Galtung, J., Fischer, D., & Fischer, D. (2013). *Johan Galtung: Pioneer of peace research* (Vol. 5). Springer.

Honey, M. (2009). *Tourism in the developing world: Promoting peace and reducing poverty* (Vol. 233). United States Institute of Peace.

Honey, M., & Gilpin, R. (2009). *Tourism in the Developing World*. JSTOR.

Kelly, I. (1998). *Tourism and the peace proposition*. Proceedings, Fourth Asia Pacific Tourism Association Conference, Tanyang, Korea, August.

Kelly, I. (2006a). Introduction to peace through tourism. IIPT Occasional Paper, 1, 1-13.

Kelly, I. (2006b). The peace proposition: tourism as a tool for attitude change. IIPT Occasional Paper, 9, 1-22.

Litvin, S. W. (1998). Tourism: The world's peace industry? *Journal of Travel Research*, 37(1), 63-66.

Mastny, L. (2001). (2001). *Traveling Light: New Paths for International Tourism*. Worldwatch Paper 159.

Wenger, A., & Möckli, D. (2003). *Conflict prevention: The untapped potential of the business sector*. Lynne Rienner Publishers.

# صلح از طریق گردشگری

## مهدی فراهانی

کارشناس ارشد معماری، دانشگاه آزاد اسلامی اراک؛  
کارشناس میراث فرهنگی و گردشگری اراک

ایمیل:

Mghiyasi1983@gmail.com



## مریم فراهانی

دکتری مدیریت بازرگانی، عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان  
دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

ایمیل:

Maryam.g.farahani@gmail.com



## مقدمه

مناطق که با مشکلات اقتصادی و اجتماعی دست و پنجه نرم می‌کنند را بهبود ببخشند و به ایجاد شرایط صلح و ثبات کمک کند. افزون بر این، گردشگری می‌تواند به تعاملات فرهنگی و دیپلماسی فرهنگی کمک کند. با میزبانی گردشگران از سراسر جهان، فرصتهایی برای تبادل نظر و افزایش فهم بین فرهنگ‌ها ایجاد می‌شود. این تعامل‌ها می‌تواند به تقویت روابط بین کشورها و حفظ صلح و دوستی بین ملت‌ها کمک کند (هیگینز ۱ و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین، می‌توان گفت که گردشگری با ایجاد فرصت‌های تعامل فرهنگی، توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق کمتر توسعه‌یافته و حفظ صلح و دوستی بین ملت‌ها می‌تواند به‌عنوان یک عامل حامی صلح، در جهان شناخته شود.

گردشگری، به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی و اجتماعی می‌تواند نقش مهمی در حمایت از صلح و تعامل فرهنگی داشته باشد. با سفر به سایر کشورها و مناطق، گردشگران می‌توانند با فرهنگ‌ها، زبان‌ها، تاریخ و سنت‌های مختلف آشنا شوند و درک بهتری از جهان داشته باشند. همچنین، گردشگری می‌تواند به توسعه اقتصادی کشورها و مناطق کمک کند. با جذب گردشگران، اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی در این مناطق ایجاد می‌شود که می‌تواند به کاهش فقر و بیکاری و توسعه اجتماعی و اقتصادی مناطق مختلف کمک کند. این نوع توسعه می‌تواند برخی



۱. Higgins

## « صلح از طریق گردشگری

«صلح از طریق گردشگری» مفهومی است که نشان می‌دهد گردشگری می‌تواند به صلح جهانی و تفاهم بین ملتها و مردم کمک کند. ایده این است که با ترویج سفر و تبادل فرهنگی، مردم می‌توانند فرهنگ‌ها، عقاید و شیوه‌های زندگی یکدیگر را بهتر درک کنند که منجر به افزایش تحمل و احترام می‌شود (بلانچارد و همکاران، ۲۰۲۲). مفهوم صلح از طریق گردشگری، اولین بار در دهه ۱۹۸۰ توسط سازمان جهانی گردشگری مطرح شد. این مفهوم توسط سازمان‌های بین‌المللی مختلف، از جمله سازمان ملل متحد، که سال ۲۰۱۷ را به عنوان سال بین‌المللی گردشگری پایدار برای توسعه نامگذاری کرده است، حمایت شده است تا گردشگری پایدار را به عنوان وسیله‌ای برای رشد اقتصادی، شمول اجتماعی و حفظ محیط‌زیست ترویج کند.

این مفهوم، نقش گردشگری را در ترویج گفتگو و تفاهم بین فرهنگی به رسمیت می‌شناسد. گردشگری با فراهم کردن فرصت‌هایی برای تجربه فرهنگ‌ها، زبان‌ها و سنت‌های مختلف، می‌تواند تحمل و احترام به تنوع را افزایش دهد و منجر به درک و همکاری بیشتر شود. این مفهوم همچنین پتانسیل گردشگری را برای کمک به توسعه اقتصادی و کاهش فقر، به ویژه در کشورهای در حال توسعه به رسمیت می‌شناسد. با ترویج گردشگری، کشورها می‌توانند فرصت‌های شغلی ایجاد کنند، درآمد ایجاد کنند و رشد اقتصادی را تحریک کنند که منجر به ثبات اجتماعی بیشتر و کاهش تعارض می‌شود. با این حال، توجه به این نکته ضروری است که اگر گردشگری به درستی مدیریت نشود، می‌تواند اثرات منفی نیز داشته باشد. گردشگری بیش از حد می‌تواند منجر به تخریب محیط‌زیست، کالایی شدن فرهنگ و نابرابری اجتماعی شود که می‌تواند درگیری‌ها و تنش‌ها را تشدید کند. بنابراین، توسعه و مدیریت گردشگری به شیوه‌های مسئولانه و پایدار ضروری است، تا اطمینان حاصل شود که به جای تشدید درگیری‌ها و تنش‌ها، صلح و تفاهم را ترویج می‌کند (لوی و هاوکینز، ۲۰۰۹).

شیوه‌های گردشگری پایدار، می‌تواند به ترویج صلح از طریق گردشگری کمک کند. گردشگری با اتخاذ شیوه‌های گردشگری پایدار که اثرات منفی بر محیط‌زیست را به حداقل می‌رساند، منافع اجتماعی و اقتصادی را برای جوامع محلی ارتقا می‌دهد و به میراث فرهنگی مقصد احترام می‌گذارد، می‌تواند به پایداری و صلح بلندمدت کمک کند. به طور کلی، مفهوم صلح از طریق گردشگری پتانسیل گردشگری برای ارتقای درک بین فرهنگی، توسعه اقتصادی و حفاظت از محیط‌زیست را برجسته می‌کند. با ترویج شیوه‌های گردشگری مسئولانه و پایدار، گردشگری می‌تواند به صلح و تفاهم جهانی بین ملتها و مردم کمک کند (عالمینه، ۲۰۲۲).

## « چگونگی ترویج صلح توسط گردشگری

گردشگری می‌تواند تبادل فرهنگی را ترویج دهد: گردشگری فرصت‌هایی را برای مردم فراهم می‌کند تا فرهنگ‌ها، زبان‌ها و سنت‌های مختلف را تجربه کنند. گردشگران با تعامل با افراد با پیشینه‌های مختلف، می‌توانند با تنوع فرهنگ‌های جهان آشنا شوند و از آن‌ها قدرانی کنند. این امر می‌تواند منجر به افزایش تحمل و احترام به سایر فرهنگ‌ها، باورها و شیوه‌های زندگی شود و سوءتفاهم‌ها و درگیری‌ها را کاهش دهد.

**گردشگری می‌تواند توسعه اقتصادی را ارتقا دهد:** گردشگری می‌تواند شغل ایجاد کند و رشد اقتصادی را به ویژه در کشورهای در حال توسعه تحریک کند. گردشگری با درآمدزایی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌تواند فقر را کاهش و ثبات اجتماعی را ارتقا دهد. این امر می‌تواند احتمال درگیری‌ها و تنش‌های ناشی از نابرابری‌های اقتصادی را کاهش دهد.

**گردشگری می‌تواند حفاظت از محیط‌زیست را ارتقا دهد:** گردشگری می‌تواند مشوق‌هایی برای حفظ منابع طبیعی و میراث فرهنگی ایجاد کند. گردشگری با ارزش‌گذاری و حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی می‌تواند به حفظ و نگهداری از آن‌ها، برای نسل‌های آینده کمک کند. این امر می‌تواند پایداری زیست‌محیطی را ارتقا دهد و درگیری‌هایی را که ممکن است بر سر منابع طبیعی ایجاد شود را کاهش دهد.

**گردشگری می‌تواند باعث ایجاد صلح شود:** گردشگری می‌تواند فرصت‌هایی را برای مردم کشورهای مختلف فراهم کند تا با یکدیگر ملاقات و تعامل داشته باشند. گردشگری با ترویج تعاملات اجتماعی و تبادل فرهنگی می‌تواند پل‌هایی بین مردم و ملتها ایجاد کند. این امر می‌تواند به تفاهم و همکاری بیشتر منجر شود و احتمال درگیری و تنش را کاهش دهد (اوپادایاها و همکاران، ۲۰۲۲).

**گردشگری می‌تواند آموزش و آگاهی را ارتقا دهد:** گردشگری می‌تواند آموزش و آگاهی در مورد فرهنگ‌ها، تاریخ و رویدادهای جاری مختلف را فراهم کند. با افزایش دانش و درک، گردشگری می‌تواند کلیشه‌ها و پیش‌داوری‌هایی را که ممکن است منجر به درگیری‌ها و تنش‌ها شود، کاهش دهد. این می‌تواند صلح را با تقویت همدلی و تفاهم بیشتر در بین مردم، ترویج کند.

**شیوه‌های گردشگری پایدار می‌تواند صلح را ارتقا دهد:** شیوه‌های گردشگری پایدار که اثرات منفی بر محیط‌زیست را به حداقل می‌رساند، منافع اجتماعی و اقتصادی را برای جوامع محلی ترویج می‌کند و به میراث فرهنگی مقصد احترام می‌گذارد، می‌تواند با تقویت پایداری بلندمدت و کاهش تعارضات، بر سر صلح را تقویت کند.

۲. Blanchard

۳. Levy & Hawkins

۴. Alamineh

۵. Upadhayaya

## اهداف گردشگری مسئولانه و پایدار

هدف گردشگری پایدار به حداقل رساندن اثرات منفی بر محیط زیست است: گردشگری می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر محیط طبیعی از جمله آلودگی، تخریب زیستگاه و کاهش منابع طبیعی داشته باشد. هدف گردشگری پایدار کاهش این اثرات منفی با اتخاذ شیوه‌هایی است که باعث کاهش ضایعات، صرفه‌جویی در انرژی و حفاظت از منابع طبیعی می‌شود.

گردشگری مسئولانه اثرات اجتماعی و اقتصادی گردشگری را در نظر می‌گیرد: گردشگری می‌تواند تأثیرات اجتماعی و اقتصادی قابل توجهی بر جوامع محلی داشته باشد. گردشگری مسئولانه نیازها و دیدگاه‌های جوامع محلی را در نظر می‌گیرد و هدف آن ایجاد فرصت‌های اقتصادی است که به نفع مردم محلی باشد.

**گردشگری جامعه بنیاد نوعی گردشگری مسئولانه است:** گردشگری جامعه بنیاد شامل فعالیت‌های گردشگری است که توسط جوامع محلی توسعه و مدیریت می‌شود. این نوع گردشگری می‌تواند منافع اقتصادی را برای مردم محلی فراهم کند و به حفظ فرهنگ و سنت‌های محلی کمک کند.

**اکوتوریسم، شکلی از گردشگری پایدار است:** اکوتوریسم شامل فعالیت‌های گردشگری است که بر حفاظت از طبیعت و آموزش محیط زیست متمرکز است. این نوع گردشگری می‌تواند منافع اقتصادی را برای جوامع محلی فراهم کند و در عین حال حفظ محیط زیست را ارتقا دهد.

برنامه‌های صدور گواهینامه گردشگری پایدار به مسافران کمک می‌کند تا اپراتورهای گردشگری پایدار را شناسایی کنند: چندین سازمان برنامه‌های صدور گواهی را برای اپراتورهای گردشگری ارائه می‌دهند، از جمله شورای جهانی گردشگری پایدار، برنامه‌های صدور گواهینامه به مسافران کمک می‌کند تا اپراتورهای گردشگری را که شیوه‌های پایدار را اتخاذ کرده‌اند، شناسایی کنند (عالمینه، ۲۰۲۲).

به طور کلی، گردشگری مسئولانه و پایدار به دنبال ایجاد تعادل بین تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی گردشگری برای ارتقای پایداری بلندمدت است. با اتخاذ شیوه‌های گردشگری مسئولانه و پایدار، مسافران می‌توانند با به حداقل رساندن اثرات منفی بر محیط زیست و جوامع محلی کمک کنند و در عین حال توسعه اقتصادی و تبادل فرهنگی را نیز ارتقا دهند.

## شیوه‌های گردشگری مسئولانه و پایدار

گردشگری مسئولانه و پایدار شامل اقداماتی است که اثرات منفی بر محیط زیست را به حداقل می‌رساند، منافع اجتماعی و اقتصادی را برای جوامع محلی ترویج می‌کند و به میراث فرهنگی مقصد احترام می‌گذارد. در اینجا چند نمونه از شیوه‌های گردشگری مسئولانه و پایدار آورده شده

است. با پیروی از این شیوه‌ها، مسافران می‌توانند به ترویج گردشگری مسئولانه و پایدار کمک کنند و به پایداری طولانی مدت مقاصدی که بازدید می‌کنند، کمک کنند:

**حمایت از کسب‌وکارهای محلی:** برای حمایت از اقتصاد محلی و حفظ فرهنگ و سنت‌های مقصد، اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها و تور اپراتورهای محلی را انتخاب کنید.

**به حداقل رساندن اثرات زیست‌محیطی:** با استفاده از حمل‌ونقل عمومی، به حداقل رساندن زباله‌های پلاستیکی و اجتناب از فعالیت‌هایی که به حیات وحش آسیب می‌رساند یا به اکوسیستم‌های شکننده آسیب می‌رساند، ردپای کربن خود را کاهش دهید.

**احترام به فرهنگ محلی:** با آداب و رسوم محلی آشنا شوید و لباس مناسب بپوشید، به مکان‌های مقدس احترام بگذارید و از بهره‌برداری از سنت‌های فرهنگی برای اهداف گردشگری خودداری کنید.

**فعالیت‌های داوطلبانه:** در پروژه‌های گردشگری جامعه بنیاد، مانند برنامه‌های حفاظتی، طرح‌های توسعه جامعه، یا حمایت از مدارس محلی، برای بازگشت به مقصد و حمایت از توسعه پایدار شرکت کنید.

**انتخاب اقامتگاه‌های پایدار:** اقامتگاه‌هایی را انتخاب کنید که سازگار با محیط زیست و از نظر اجتماعی مسئولیت‌پذیر باشند، مانند مکان‌هایی که از انرژی‌های تجدیدپذیر استفاده می‌کنند، زباله‌ها را کاهش می‌دهند و از جوامع محلی حمایت می‌کنند.

**انتخاب فعالیت‌های پایدار:** فعالیت‌هایی را انتخاب کنید که از تلاش‌های محلی حمایت می‌کنند، مانند تورهای مشاهده حیات وحش یا فعالیت‌های ماجراجویی دوستدار محیط زیست.

**استفاده از گواهینامه‌های گردشگری مسئولانه:** به دنبال اپراتورهای گردشگری باشید که توسط یک نهاد، گواهینامه پایداری معتبر مانند شورای جهانی گردشگری پایدار تایید شده‌اند تا اطمینان حاصل کنید که استانداردهای پایداری را رعایت می‌کنند (وانی، ۲۰۲۲).

## نتیجه‌گیری

در مجموع، گردشگری پتانسیل ارتقای صلح و تفاهم بین مردم و ملت‌ها را دارد. با ترویج شیوه‌های گردشگری پایدار که به محیط زیست، جوامع محلی و میراث فرهنگی احترام می‌گذارد، گردشگری می‌تواند به صلح و رفاه طولانی مدت کمک کند. گردشگری، صلح به وجود نمی‌آورد و تنها صنعتی صلح‌آمیز است. اگر گردشگری را عاملی برای ایجاد صلح بدانیم، باید این صنعت بتواند در مناطق جنگی صلح را برقرار کند؛ در حالی که این اتفاق هرگز نمی‌افتد. گردشگری صلح قرار نیست نقش قاضی، اعلام‌کننده آتش‌بس یا هشداردهنده را برعهده بگیرد. این صنعت در بلندمدت و به مرور روی جوامع تأثیر می‌گذارد و می‌توان آن را راهکاری تازه برای کاهش خطرات جنگ و درگیری به ویژه در کشورهای در حال توسعه دانست.



## منابع

Alamineh, G. A. (2022). The Nexus between coronavirus and tourism: Tourism as peace sensitive industry. *Cogent Arts & Humanities*, 9(1), 2014110.

Blanchard, L. A., Hatakeyama, S., & Kawasaki, A. (2022). Making waves: Peace Boat Japan as a model of sustainable peace through tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(2-3), 600-617.

Higgins-Desbiolles, F., Blanchard, L. A., & Urbain, Y. (2022). Peace through tourism: Critical reflections on the intersections between peace, justice, sustainable development and tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(2-3), 335-351.

Levy, S. E., & Hawkins, D. E. (2009). Peace through tourism: Commerce based principles and practices. *Journal of Business Ethics*, 89, 569-585.

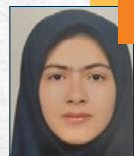
Upadhayaya, P. K., Maharjan, S., & Shrestha, B. (2022). Strengthening Prosperity and Peace through Code of Ethics Embedded Responsible Tourism: How Far It Works for Trekking Porters (deprived workforce) in Nepal?. *Journal of Tourism and Himalayan Adventures*, 4(1), 63-83.

Wani, M. U. D., Dada, Z. A., & Shah, S. A. (2022). Building peace through tourism: The analysis of an ongoing Siachen Glacier dispute between India and Pakistan. *Asian Journal of Comparative Politics*, 7(4), 836-848.

# گردشگری حامی فقرا

## یلدا بیات نادری

دانشجوی کارشناسی گردشگری، دانشگاه شیراز  
ایمیل: yalda.by82@gmail.com



می‌تواند به افزایش قابلیت‌های اعضای جامعه کمک کند. به طور خلاصه، گردشگری حامی فقرا:

- یک محصول خاص و ویژه نیست، بلکه هر گونه از گردشگری و در هر سطحی می‌تواند حامی فقرا باشد.

- شامل انجام کسب‌وکارهای مختلف جهت ایجاد سود و منفعت برای قشر فقیر جامعه است.

- تمرکز آن اغلب بر فراهم کردن فرصت‌ها و خدمات از قبیل بهداشت و آموزش برای فقرا و مهاجران است.

- در صدد به حداکثر رساندن منافع و به حداقل رساندن هزینه‌ها برای فقرا است.

- فقرا در این جریان به مشارکت فعال در صنعت گردشگری تشویق می‌شوند.



گردشگری به طور گسترده با معضل فقر در ارتباط است. همین مسئله سبب ایجاد رویکردی با عنوان «گردشگری حامی فقرا» شده است. در این رویکرد به گردشگری، ضمن این که کسب سود توسط ثروتمندان به رسمیت شناخته می‌شود، مزایای حاصل از این صنعت به سوی قشر فقیر جامعه هدایت می‌شود. این رویکرد، به منظور افزایش سود کسب شده توسط قشر فقیر جامعه از گردشگری و اطمینان از اینکه رشد گردشگری به کاهش فقر کمک می‌کند، طراحی شده است.

گردشگری حامی فقرا، گونه‌ای خاص و ویژه نیست، بلکه هر یک از گونه‌های گردشگری با بکارگیری راهکارهایی می‌توانند به حمایت از قشر فقیر کمک نمایند. علاوه بر این، دستاوردهای بکارگیری این رویکرد در گردشگری تنها، محدود به فقرا نیست؛ بلکه، مشارکت و توانمند شدن این قشر می‌تواند نفع جمعی را حداکثر کند و کاهش هزینه‌ها برای عموم را به ارمغان بیاورد. گردشگری حامی فقرا، رویکردی انسان‌محور به توسعه صنعت گردشگری است که



## گردشگری حامی فقرا در چه قالب‌هایی نمود می‌یابد؟

- برگزاری تورهایی که به بهبود درک گردشگران از موضوع فقر می‌انجامد.
- برگزاری تورهایی که در آن میزبان به بیان داستان‌های ظلم و ستم گذشته وارد شده بر جامعه می‌پردازد.
- کار داوطلبانه گردشگران

موافقان گردشگری حامی فقرا عقیده دارند که می‌توان از آن به منظور حفظ منابع محلی استفاده کرد، چرا که پروژه‌های گردشگری می‌توانند افراد محلی را از بهره‌برداری غیرقانونی از منابع طبیعی بازدارند. گردشگری پایدار که مبتنی بر توسعه در مقیاس کوچکتر و با تراکم پایین توسط کسب و کارهای محلی و خانوادگی است، مشارکت جامعه را تشویق می‌کند و تلاش می‌کند تأثیر گردشگری بر محیط‌زیست و فرهنگ میزبان را به حداقل برساند.

با این حال، مخالفان عنوان می‌کنند که گردشگری به عنوان ابزاری برای توسعه و کاهش فقر ممکن است به دستاوردهای اقتصادی کوتاه‌مدت در برابر حفاظت بلندمدت اولویت بدهد و منابع مورد استفاده برای جذب گردشگران و توانایی حفظ و تداوم آن‌ها در آینده به خطر بیندازد. قطبی شدن اقتصاد و توزیع ناعادلانه منافع اقتصادی یکی از مواردی است که منتقدان این رویکرد بر آن متمرکز هستند. همچنین این گروه معتقدند اگرچه گردشگری فرصت‌های اشتغال زیادی را ایجاد می‌کند، اما در بسیاری از موارد تعداد کمی از مشاغل نصیب مردم محلی می‌گردد. در همین راستا، فرصت‌های اشتغال در بخش گردشگری در اختیار کسانی قرار می‌گیرد که دارای قابلیت و توانایی هستند و فقرا به دلیل فقر قابلیتی و توانمندی از اشتغال در گردشگری باز می‌مانند. اگرچه، در این مسئله به نظر می‌رسد منتقدان به بیراهه نرفته باشند!

### منبع

زندى، ابتهال. (۱۳۹۹). گردشگری حامی فقرا با رویکرد انتقادی. مجله گردشگری فرهنگ، ۱(۲)، ۳۲-۲۱. DOI: ۲۰۲۰.۳۴۱۶۲۲.۱۰۱۱.jct/۱۰.۲۲۰۳۴



### مریم فراهانی

دکتری مدیریت بازرگانی، عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

ایمیل:

Maryam.g.farahani@gmail.com



## گردشگری حامی فقرا و فقرزدایی: گردشگری پایدار

### مقدمه

گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از راهکارهای حمایت از فقرا و کمک به توسعه اقتصادی آنان مورد استفاده قرار گیرد. با این وجود، برای رسیدن به این هدف، نیاز به برنامه‌ریزی و اجرای مناسب است. یکی از روش‌های حمایت از فقرا این است که فرصت‌های اشتغال برای آن‌ها فراهم شود. در بسیاری از مناطق روستایی و اقلیمی که در آن‌ها فقر وجود دارد، گردشگری می‌تواند یک راه‌حل مناسب برای ایجاد اشتغال و درآمد باشد (Sudsawasd, Charoensedtasin, Laksanapanyakul, & Pholphirul, 2022). برای مثال، توسعه گردشگری مبتنی بر منابع محلی مانند آبشارها، جنگل‌ها، کوهستان‌ها و غیره می‌تواند به عنوان یک راه حل برای ایجاد اشتغال و کمک به توسعه اقتصادی در این مناطق باشد. به عنوان مثال، برگزاری تورهای طبیعت‌گردی، کوهنوردی، ماهیگیری، چادرزنی و سفرهای ماجراجویانه می‌تواند به عنوان فرصتی برای ایجاد اشتغال و کسب درآمد برای مردم محلی باشد. علاوه بر این، گردشگری می‌تواند به عنوان یک راهکار برای ارتقای زیرساخت‌های اقتصادی در مناطق فقیر و کم‌توسعه باشد؛ به عنوان مثال، برای پذیرایی

گردشگران، نیاز به ایجاد امکانات گردشگری مانند هتل‌ها، رستوران‌ها، ایستگاه‌های سوخت، فروشگاه‌های صنایع دستی و غیره وجود دارد. این امکانات دارایی‌های ارزشمندی برای افراد محلی، و سبب ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی در منطقه خواهد بود (Li, Saayman, Stienmetz, & Tussyadiah, 2022). همچنین، برای جذب گردشگران به مناطق فقیر، نیاز به ارائه خدمات و فرهنگ‌های منحصر به فرد در منطقه وجود دارد. ایجاد این خدمات و فرهنگ‌ها با هدف توسعه فرهنگی و هویت محلی است که می‌تواند به ارزش‌افزایی در منطقه کمک کند و این ارزش‌افزایی می‌تواند با ایجاد فرصت‌های اشتغال و کسب درآمد برای مردم محلی بیشتر شود.

در کل، گردشگری می‌تواند به عنوان یک راهکار اقتصادی و اجتماعی برای حمایت از فقرا و توسعه اقتصادی در مناطق کم‌تر توسعه یافته و فقیر مورد استفاده قرار گیرد. با این حال، برای دستیابی به این هدف، نیاز به برنامه‌ریزی و اجرای مناسب داریم. باید به مسائلی مانند توسعه زیرساخت‌های اقتصادی، ارائه خدمات و فرهنگ‌های منحصر به فرد در منطقه، ایجاد فرصت‌های اشتغال و کسب درآمد برای مردم محلی، حفظ

## ◀ مزیت‌های توسعه گردشگری پایدار در حمایت از فقرا

گردشگری می‌تواند تأثیرات مثبت و منفی بر محیط‌زیست داشته باشد، و مهم است که اطمینان حاصل شود که توسعه گردشگری در مناطق فقیر به شیوه‌ای پایدار و مسئولانه انجام می‌شود که اثرات منفی را به حداقل می‌رساند. در اینجا چند راه برای اطمینان از اینکه گردشگری به محیط زیست در مناطق فقیر آسیب نمی‌رساند آورده شده است:

۱- اتخاذ شیوه‌های گردشگری پایدار: شامل کاهش ضایعات، صرفه‌جویی در آب و انرژی، استفاده از محصولات سازگار با محیط زیست و ترویج گزینه‌های حمل‌ونقل پایدار. با اتخاذ این شیوه‌ها، کسب‌وکارهای گردشگری می‌توانند تأثیر منفی خود را بر محیط زیست کاهش و توسعه گردشگری پایدار را ارتقا دهند.

۲- حفاظت از منابع طبیعی: حفاظت از منابع طبیعی مانند جنگل‌ها، رودخانه‌ها و زیستگاه‌های حیات وحش از استفاده بیش از حد و تخریب ناشی از گردشگری بسیار مهم است. این امر از طریق اقداماتی مانند محدود کردن تعداد گردشگران، ترویج رفتار مسئولانه در بین گردشگران و ایجاد مناطق حفاظت‌شده قابل انجام است (Purwanda & Achmad, 2022).

۳- حمایت از تلاش‌های محلی حفاظت: حمایت از تلاش‌های محلی حفاظت می‌تواند به حفاظت از محیط زیست و ترویج توسعه گردشگری پایدار کمک کند. این امر می‌تواند شامل حمایت از سازمان‌های محلی حفاظت، ترویج طرح‌های پایداری و سرمایه‌گذاری در برنامه‌های آموزش محیط زیست باشد (Holland et al., 2022).

۴- مشارکت دادن جوامع محلی: مشارکت دادن جوامع محلی در توسعه و مدیریت گردشگری برای اطمینان از شنیدن صدای آن‌ها و برآورده شدن نیازهایشان بسیار مهم است. این امر می‌تواند شامل ایجاد فرصت‌های شغلی و آموزشی، ترویج فرهنگ و سنت‌های محلی و مشارکت مردم محلی در فرآیندهای تصمیم‌گیری باشد (Leal, Casais, & Proença, 2022).

۵- نظارت و ارزیابی اثرات: نظارت و ارزیابی اثرات زیست‌محیطی گردشگری برای شناسایی و رسیدگی به اثرات منفی و ترویج توسعه گردشگری پایدار ضروری است. این امر می‌تواند از طریق ارزیابی‌های منظم محیطی و مشارکت جوامع محلی و ذی‌نفعان در فرآیند نظارت انجام شود.

۶- اجرای مقررات و استانداردها: دولت‌ها و انجمن‌های صنعت گردشگری می‌توانند مقررات و استانداردهایی را اجرا کنند تا اطمینان حاصل شود که توسعه گردشگری به شیوه‌ای پایدار و مسئولانه انجام می‌شود. این امر می‌تواند شامل تعیین محدودیت برای تعداد گردشگران، اجرای اقدامات مدیریت پسماند و حفاظت، و ترویج شیوه‌های گردشگری پایدار باشد.

۷- ترویج رفتار گردشگری مسئولانه: گردشگران همچنین می‌توانند در تضمین این که گردشگری به محیط زیست در مناطق فقیر آسیب نمی‌رساند، نقش ایفا کنند. این امر شامل توجه به تأثیر آن‌ها بر محیط زیست، احترام به آداب و رسوم و سنت‌های محلی و حمایت از مشاغل

محیط زیست و مدیریت منابع طبیعی توجه کنیم. همچنین، باید به دنبال جذب گردشگران باشیم که علاوه بر تفریح و گردش، به دنبال تجربه فرهنگی و اجتماعی منحصربه‌فردی در منطقه هستند. با توجه به این نکات، می‌توانیم به عنوان یک جامعه‌ی مسئول، از گردشگری به عنوان یک راهکار مناسب برای حمایت از فقرا و توسعه اقتصادی در مناطق کم‌توسعه و فقیر استفاده کنیم.

## ◀ گردشگری حامی فقرا

کشورهای در حال توسعه، پس از ناکامی در افزایش رشد اقتصادی و افزایش سطح فقر و بدهی‌های سنگین، شروع به ایجاد سازوکارهای توسعه گردشگری در کشورهای خود نمودند. بنابراین کاهش فقر به عنوان زیرهدفها و پیامدهای رشد کلان اقتصادی در نظر گرفته شد. فرض بر آن بوده است که زمانی که کل منطقه از آورده‌های گردشگری بهره‌مند شوند؛ مزیت‌های غیرمستقیم رشد اقتصاد منطقه‌ای از طریق کانال‌های متعددی از قبیل اشتغال، افزایش رفاه، به مردم فقیر سرازیر خواهد شد. لذا سیاست‌گذاران توجه قابل ملاحظه‌ای به رشد گردشگری نشان می‌دادند اما به این موضع که گردشگری به چه میزان در کاهش فقر تأثیرگذار است نمی‌پرداختند. در نتیجه، تأثیر فقر بر گردشگری غیرمستقیم بوده است (Rezvani, Badri, & Torabi, 2018).

گردشگری حامی فقرا، درصد افزایش منافع خالص برای فقرا از طریق رشد گردشگری در ابعاد سه‌گانه توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) و اطمینان از این است که رشد گردشگری سبب کاهش فقر شود (Rezvani & Torabi, 2019). گردشگری حامی فقرا که برای توسعه فقرا مفید است، می‌تواند مزایای اجتماعی، زیست‌محیطی، فرهنگی و اقتصادی را برای فقرا به ارمغان بیاورد. این نوع گردشگری ابتدا به عنوان تلاشی برای توسعه گردشگری تعریف شد که به کاهش فقر از طریق سیاست‌های حامی فقرا کمک می‌کند. گردشگری حامی فقرا اشاره دارد به فعالیت‌های مربوط به گردشگری که منافع خاصی برای فقرا، از جمله مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی ایجاد می‌کند؛ این که تا چه حد مردم بومی و محلی از گردشگری بهره‌مند می‌شوند بستگی به ماهیت و قدرت ارتباط با اشتغال و فعالیت‌های تولید درآمد دارد (Lo et al., 2019).

گردشگری فرصت‌ها را برای افراد فقیر افزایش می‌دهد؛ این فرصت‌ها عبارتند از:

- آن‌ها می‌توانند در مقصدها، مغازه‌های گردشگری و صنایع دستی راه‌اندازی کنند.
- سطح تقاضای محصولات و خدماتی را که توسط فقرا عرضه و توزیع می‌شود، افزایش می‌دهد.
- از معیشت‌های متنوع، به خصوص در جوامع دورافتاده یا روستایی پشتیبانی می‌کند.
- فرمول‌بندی سیاست‌های طرفدار فقرا و تغییرات فرآیند را افزایش می‌دهد (Musavengane, 2018).

به طور کلی، اطمینان از اینکه گردشگری در مناطق فقیر به محیط زیست آسیب نمی‌رساند، نیازمند تلاش مشترک بین دولت‌ها، سهامداران صنعت گردشگری، جوامع محلی و گردشگران است. با اتخاذ شیوه‌های گردشگری پایدار، حفاظت از منابع طبیعی، مشارکت جوامع محلی، نظارت بر تأثیرات، اجرای مقررات و استانداردها، و ترویج رفتار گردشگری مسئولانه می‌توانیم توسعه گردشگری پایدار را که هم برای مردم و هم برای محیط‌زیست مفید است، ترویج دهیم.

### «گردشگری روستایی و تجارت منصفانه»

گردشگری روستایی به عنوان یکی از روش‌های توسعه‌ی گردشگری مسئولانه، می‌تواند به حمایت از فقرا در مناطق روستایی کمک کند. در این روش، گردشگران به روستاها سفر می‌کنند و با فرهنگ، زندگی و سبک زندگی مردم محلی آشنا می‌شوند. این نوع گردشگری می‌تواند به عنوان یک راه‌حل برای ایجاد فرصت‌های شغلی برای مردم محلی و کمک به توسعه اقتصادی مناطق روستایی باشد. با توسعه گردشگری روستایی، تعدادی از مردم محلی می‌توانند به عنوان راهنما، مجری تور و عامل ارتباط با گردشگران به کار گرفته شوند. همچنین، با ایجاد امکانات گردشگری مانند هتل‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌های صنایع دستی و غیره در مناطق روستایی، می‌توان از این فرصت برای ایجاد اشتغال و درآمد برای مردم محلی استفاده کرد.

به علاوه، با ایجاد برنامه‌های توسعه محلی و ارائه آموزش‌های مهارتی برای مردم محلی، می‌توان از طریق گردشگری روستایی به ایجاد فرصت‌های شغلی و اقتصادی در مناطق روستایی کمک کرد. همچنین، گردشگری روستایی می‌تواند به بهبود شرایط اجتماعی و فرهنگی مردم محلی کمک کند. با ورود گردشگران به روستاها، مردم محلی می‌توانند فرصتی برای تبادل فرهنگی، آشنایی با سبک زندگی دیگران و ترویج فرهنگ و هنر خود داشته باشند (Holland et al., 2022).

تجارت منصفانه و گردشگری مسئولانه می‌تواند به حمایت از فقرا در کشورهای در حال توسعه کمک کند. این دو روش باعث می‌شوند تا مردم در کشورهای فقیر به عنوان تأمین‌کنندگان از سرمایه‌های خود استفاده کنند و به افزایش رفاه و کاهش فقر برای آن‌ها کمک کند. تجارت منصفانه، به معنی تجارتي است که با رعایت حقوق کارگران، حفظ محیط زیست و توزیع منصفانه سود باعث کاهش فقر می‌شود. در این نوع تجارت، تقلید از استانداردهای بین‌المللی کار، رعایت حقوق کارگران محلی، تضمین حقوق بشر، حفاظت از محیط زیست، توزیع منصفانه سود و ایجاد فرصت‌های شغلی برای مردم محلی از جمله اصول اساسی هستند. در تجارت منصفانه، حقوق کارگران محلی باید با حقوق کارگران در کشورهای پیشرفته مشابه باشد و نباید از آن‌ها کمتر باشد. همچنین، این نوع تجارت باید به حفاظت از محیط زیست کمک کند (Shahzad & Sillanpaa, 2013).

از سوی دیگر، گردشگری مسئولانه هم می‌تواند به حمایت از فقرا کمک کند. در این روش، گردشگران به مناطق فقیر سفر می‌کنند و با فرهنگ، زندگی و سبک زندگی مردم محلی آشنا می‌شوند. با ورود گردشگران به این مناطق، فرصت‌های شغلی برای مردم محلی ایجاد می‌شود و این امر می‌تواند به کاهش فقر در این مناطق کمک کند (Holland et al., 2022).

هرچند که تجارت منصفانه و گردشگری مسئولانه می‌تواند به حمایت از فقرا کمک کند، اما برای رسیدن به این هدف نیاز به یک رویکرد مسئولانه و پایدار داریم. برای مثال، باید به حفاظت از محیط زیست و منابع طبیعی در کشورهای فقیر توجه کنیم و از افزایش ترافیک و تمدن‌سازی زیاد در این مناطق خودداری کنیم. همچنین، باید به تعامل با مردم محلی و توجه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن‌ها توجه کنیم تا این فرآیند بهبود شرایط زندگی آن‌ها را داشته باشد. در نهایت، با به کارگیری رویکردهای مسئولانه و پایدار در تجارت منصفانه و گردشگری مسئولانه، می‌توان به طور هم‌زمان به توسعه اقتصادی و حفاظت از محیط زیست کمک کرد و به حمایت از فقرا و بهبود شرایط زندگی آن‌ها کمک کرد.

Holland, K. K., Larson, L. R., Powell, R. B., Holland, W. H., Allen, L., Nabaala, M., . . . Nampushi, J. (2022). Impacts of tourism on support for conservation, local livelihoods, and community resilience around Maasai Mara National Reserve, Kenya. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(11), 2526-2548.

Leal, M. M., Casais, B., & Proença, J. F. (2022). Tourism co-creation in place branding: the role of local community. *Tourism Review*(ahead-of-print).

Li, S., Saayman, A., Stienmetz, J., & Tussyadiah, I. (2022). Framing effects of messages and images on the willingness to pay for pro-poor tourism products. *Journal of Travel Research*, 61(8), 1791-1807.

Lo, K., Li, J., Wang, M., Li, C., Li, S., & Li, Y. (2019). A comparative analysis of participating and non-participating households in pro-poor tourism in Southern Shaanxi, China. *Tourism Planning & Development*, 16(3), 318-333.

Musavengane, R. (2018). Toward pro-poor local economic development in Zimbabwe: The role of pro-poor tourism. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), 1-14.

Purwanda, E., & Achmad, W. (2022). Environmental Concerns in the Framework of General Sustainable Development and Tourism Sustainability. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 13(7), 1911-1917.

Rezvani, M. R., Badri, S. A., & Torabi, Z. A. (2018). Barriers to the realization of pro-poor nature-based tourism (case study: Selected villages in the east of Semnan province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 7(26), 28-51.

Rezvani, M. R., & Torabi, Z.-A. (2019). Investigating stakeholder perceptions on the realization of pro-poor tourism in selected villages in the Eastern Province of Semnan. *Social Studies in Tourism*, 13(13), 1.

Shahzad, K., & Sillanpaa, I. (2013). The role of fair trade in developing corporate social responsibility: An empirical examination based on multiple cases. Paper presented at the Proceedings of 2013 International Conference on Technology Innovation and Industrial Management.

Sudsawasd, S., Charoensedtasin, T., Laksanapanyakul, N., & Pholphirul, P. (2022). Pro-poor tourism and income distribution in the second-tier provinces in Thailand. *Area Development and Policy*, 7(4), 404-426.

# گردشگری اجتماعی: چیستی و چگونگی؟

سینا ظفریان

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی-گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه شیراز

ایمیل:

sinazafaryan@outlook.com



## « مقدمه

گردشگری دارای مزیت‌های فراوانی است. رشد اقتصادی را تشویق می‌کند، شغل ایجاد می‌کند و درآمد قابل توجهی برای برخی از محبوب‌ترین مقصدهای گردشگری ایجاد می‌کند. با این حال، همیشه به طور مستقیم برای جامعه محلی مفید نیست، و همچنین همیشه برای همه قابل دسترس نیست (Camilleri & Camilleri, 2018).

به طور متوسط، از هر ۱۰۰ دلاری که گردشگران در کشورهای در حال توسعه هزینه می‌کنند، تنها ۵ دلار در اقتصاد محلی باقی می‌ماند که منجر به زیان‌های قابل توجه گردشگری می‌شود. شکل‌های رایج سفر مانند رزرو اقامت در هتل، خرید سوغاتی‌های تولید انبوه یا انتخاب زنجیره‌های غذایی بین‌المللی به جای رستوران‌های محلی، اغلب آسیب‌های طولانی‌مدتی به جوامع وارد می‌کنند. به علاوه، گردشگری بیش از حد، زندگی روزمره مردم محلی را مختل می‌کند، آلودگی را افزایش می‌دهد و به محیط زیست آسیب می‌رساند.

خوشبختانه، روند در صنعت سفر در حال تغییر است. مسافران از پیامدهای گردشگری و چگونگی تأثیرگذاری آن‌ها بر مقصدهایی که بازدید می‌کنند آگاه‌تر شده‌اند و به همین دلیل است که گردشگری اجتماعی و پایدار بیش از پیش مورد پذیرش قرار می‌گیرد (Minnaert, 2014).

گردشگری اجتماعی روند روبه‌رشدی است که ایجاد روابط مثبت بین بازدیدکنندگان و جوامع میزبان و توسعه برنامه‌ها، رویدادها و فعالیت‌هایی که سفر را برای همه گروه‌های مردم لذت‌بخش می‌کند را در اولویت قرار می‌دهد (McCabe & Qiao, 2020).

## « گردشگری اجتماعی چیست؟

گردشگری اجتماعی مفهومی گسترده است و رویدادها و فعالیت‌های بی‌شماری را در برمی‌گیرد. انواع مختلف تعطیلات مانند تعطیلات کاری را می‌توان زیر چتر گردشگری اجتماعی قرار داد. فعالیت‌هایی که در مقصد خود انجام می‌دهید، نوع مقصدی که انتخاب می‌کنید و حتی نوع اقامتگاهی که رزرو می‌کنید یا با یک آژانس مسافرتی کار می‌کنید، همگی





می‌توانند گردشگری اجتماعی نامیده شوند. به طور خلاصه، گردشگری اجتماعی بر ارائه مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای مسافران و جوامع میزبان آن‌ها تمرکز دارد (Minnaert et al., 2012). از یک طرف، مسافران می‌توانند با مشارکت در مقصد در گردشگری اجتماعی شرکت کنند؛ برای مثال، از طریق همکاری داوطلبانه در پروژه‌های محلی، کمک به افراد محروم محلی برای ساخت خانه، حمایت از هنرمندان و صنعت‌گران محلی، کمک مالی و غیره. از سوی دیگر، برخی از مسافران نیز می‌توانند ذینفع گردشگری اجتماعی باشند. سازمان‌های گردشگری دولتی و خصوصی بی‌شماری فرصت‌های سفر را به گروه‌هایی ارائه می‌کنند که در غیر این صورت قادر به سفر نیستند؛ مانند خانواده‌های فقیر، افراد دارای معلولیت، کودکان و سالمندان. افزون بر این، برخی از مقصدها گردشگری محبوب در حال سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های قابل دسترس‌تر برای بهبود تجربه سفر برای همه هستند؛ نمونه‌های این ابتکارات سواحل قابل دسترس با ویلچر در قبرس، نرده‌های بریل در Castel Sant'Elmo در ناپل، و نقاشی‌های قابل لمس در موزه‌ها است. با توجه به اینکه گردشگری اجتماعی می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد، جای تعجب نیست که آن را با نام‌های مختلفی مانند گردشگری پایدار، گردشگری قابل دسترس، گردشگری برای همه، گردشگری روشنگرانه و گردشگری مسئولانه می‌شناسند (Minnaert et al., 2011).

در آن شرکت می‌کنید را از جیب خود تأمین کنید. شما می‌توانید برای پرداخت هزینه‌های خاصی مانند ساختن خانه برای مردم محلی به یک سازمان خیریه ببینید و ممکن است هزینه مواد اولیه و مصالح را نیز بپردازید. با این حال، ممکن است همچنان نیاز باشد که سایر هزینه‌های مربوط به سفر را خودتان بپردازید، مانند اقامت، حمل و نقل، غذا و غیره. از سوی دیگر، هزینه رویدادهای گردشگری اجتماعی که کودکان، خانواده‌های فقیر، افراد دارای معلولیت و دیگران را هدف قرار می‌دهند، اغلب به طور کامل توسط دولت‌های محلی، کارفرمایان، سازمان‌های غیرانتفاعی و خیریه تأمین می‌شوند. گاهی اوقات، حتی به شرکت‌کنندگان کمک هزینه مصرفی کوچکی داده می‌شود که به آن‌ها امکان می‌دهد بیشترین بهره را از سفر خود ببرند (Vinogradova et al., 2015).

## «هدف از گردشگری اجتماعی چیست؟»

اهداف اصلی گردشگری اجتماعی عبارتند از:

- حمایت از جوامع محلی و تاثیرگذاری مثبت در مقصدها.
- کشف مقصدهای جدید؛ بازدید از مکان‌های دور از مسیرهای اصلی گردشگری.
- یادگیری در مورد فرهنگ‌های جدید (مردم محلی، زبان، فرهنگ، سنت‌ها و تاریخ جوامع محلی)
- ایجاد مزایای اقتصادی برای کشور میزبان؛ خرید، سرمایه‌گذاری در صنایع دستی هنرمندان محلی، بهبود اقتصاد محلی.
- قابل دسترس کردن سفر برای همه صرف نظر از طبقه اجتماعی-اقتصادی، سن، وضعیت سلامت یا عوامل دیگر.

در نهایت، هدف اصلی گردشگری اجتماعی، ارتباط مسافران با کشورهای میزبان، کمک به ایجاد روابط بین‌المللی و لذت‌بخش‌تر و مسئولیت‌پذیرتر کردن سفر است (McCabe & Qiao, 2020).

## «چگونه گردشگری اجتماعی را تسهیل کنیم؟»

راه‌های مختلفی برای ترویج و حمایت از گردشگری اجتماعی وجود دارد؛ از جمله:

- حمایت از موسسه‌های خیریه و غیرانتفاعی؛ بسیاری از موسسه‌های خیریه گردشگری اجتماعی برای ایجاد برنامه‌ها و رویدادهای فراگیر که هم به گردشگران و هم به کشورهای میزبان کمک می‌کنند، به کمک‌های فردی متکی هستند.
- کمک مالی به سازمان‌هایی که از جوامع محلی در مقصدهای سفر مورد علاقه گردشگر حمایت می‌کنند، یا سازمان‌هایی که فرصت‌های سفر را برای گروه‌های محروم جامعه فراهم می‌کنند.
- ارتباط با گروه‌های داوطلبانه که گردشگر را با مردم محلی مرتبط می‌کند.

## «گردشگری اجتماعی چگونه تأمین مالی می‌شود؟»

گردشگری اجتماعی بسته به نوع خاص آن می‌تواند به یکی از چندین روش، تأمین مالی شود. اگر می‌خواهید در مقصدی که بازدید می‌کنید مشارکت داشته باشید، معمولاً باید هزینه فعالیت‌ها و رویدادهایی را که

## • Awaken

بیدار بودن یعنی سفر با هدف. این سازمان که در اکوادور مستقر است، برای حمایت از جوانان در معرض خطر شروع به فعالیت کرد و به یک سازمان گردشگری اجتماعی تبدیل شد که به شما کمک می‌کند از جوامعی که بازدید می‌کنید، حمایت کنید و در عین حال از یک تجربه سفر همه‌جانبه لذت ببرید. هدف اصلی این سازمان، حمایت از کودکان و والدین آن‌ها و مراکز نگهداری نوجوانان، برای بازگرداندن مجدد آن‌ها به جامعه است. با پیوستن به یکی از برنامه‌های **Awaken**، می‌توانید به برخی از جذاب‌ترین مقصدهای اکوادور سفر کنید، به گروه‌های داوطلب بپیوندید، سفری فعال داشته باشید و همه چیز را در مورد مردم، فرهنگ و تاریخ بیاموزید ([www.awakeninc.org](http://www.awakeninc.org)).

## • Invisible Cities

**Invisible Cities** یک شرکت اجتماعی مستقر در بریتانیا است که از طریق سفر از افراد بی‌خانمان حمایت می‌کند. در حال حاضر فقط در برخی از شهرهای بزرگ بریتانیا، از جمله گلاسکو، منچستر، ادینبرگ، کاردیف و یورک فعالیت دارد و به افراد بی‌خانمان کمک می‌کند در شهر خود راهنمای پیاده‌روی باشند. **Invisible Cities** دوره‌های مهارت‌آموزی ارائه می‌دهد و راهنمایان خود را تشویق می‌کند تا تورهای معتبری درباره بناهای تاریخی و سایر مکان‌های شهر برگزار کنند. هدف این سازمان از بین‌بردن افسانه‌ها و کلیشه‌ها در مورد بی‌خانمانی و بهبود زندگی افراد آسیب‌دیده از این معضل است ([invisible-cities.org](http://invisible-cities.org)).

## • Operation Groundswell

**Operation Groundswell** تجربه سفر با کوله‌پشتی را با برنامه‌های همه‌جانبه در آمریکای مرکزی و جنوبی، شرق آفریقا و آسیا بازتعریف می‌کند و به شما این امکان

• اجتناب از سفر به مقصدهای محبوب و سفر به مقصدهای کمتر شناخته‌شده.

• ارتباط با با نمایندگان دولت محلی در مقصد؛ از آن جایی که بسیاری از رویدادهای گردشگری اجتماعی با بودجه دولت تأمین مالی می‌شوند، از طریق گفتگو با نمایندگان محلی می‌توان بهترین راه برای حمایت از گردشگری اجتماعی را یافت.

برای حمایت از گردشگری اجتماعی لازم نیست گردشگران به طور کامل شیوه‌های سفر خود را تغییر دهند. حتی تغییرات جزئی در عادات سفر معمولی گردشگر می‌تواند کمک کننده باشد؛ برای مثال، رزرو محل اقامت با خانواده میزبان به جای هتل، خرید سوغاتی از هنرمندان محلی، غذا خوردن در رستوران‌های کوچک محلی، بازیافت زباله در حین سفر و غیره (Lopes et al, ۲۰۲۰).

## ◀ نمونه‌های از تجربه‌های واقعی در گردشگری اجتماعی

### • Travels MAD

**Travels MAD (Make a Difference)** یک شرکت اجتماعی منحصر به فرد در فیلیپین است. این شرکت، تجربه‌های سفری پایدار و منحصر به فرد را برای مسافران بین‌المللی که می‌خواهند در مقصدها تفاوت ایجاد کنند و اثرگذار باشند را فراهم می‌کند. این برنامه بر ایجاد روابط بین مسافران و مقصدهای انتخابی آن‌ها، هدایت تورهای هیجان‌انگیز خارج از مسیر، معرفی فرهنگ محلی، و ارائه برنامه‌ها و تجربه‌های آموزشی تمرکز دارد. افزون بر این، **MAD Travels** افراد را قادر می‌سازد تا از راه دور از جامعه محلی خود حمایت کنند. شما می‌توانید با هدیه دادن درختی که از طرف شما کاشته شده است یا با خرید محصولات محلی فیلیپینی مانند عسل ارگانیک یا نی بامبو به طور مستقیم از وبسایت **MAD Travels**، از جامعه محلی حمایت کنید ([madtravel.org](http://madtravel.org)).





هدف ISTO این است که اوقات فراغت، تعطیلات و سفر را برای همه جوانان، سالمندان، افراد دارای معلولیت و دیگران در دسترس قرار دهد. این سازمان با کسب و کارهای محلی و دولت‌ها همکاری می‌کند تا فرصت‌هایی را برای همگان ایجاد کند تا از گردشگری بدون محدودیت لذت ببرند و در عین حال از مردم محلی، میراث فرهنگی و محیط‌زیست‌شان حمایت می‌کنند و از آن بهره می‌برند (isto.international).

## • Elevate Destinations

Elevate Destinations بر اساس این فلسفه عمل می‌کند که سفر مقدس است و به این ترتیب، همیشه باید تأثیر مثبتی بر جامعه و محیط داشته باشد. به این ترتیب، تجربه‌های سفر به یاد ماندنی را ارائه می‌دهد که به شما کمک می‌کند در عین ارتباط با جوامع جهانی، حمایت از محیط‌زیست و محافظت از محیط طبیعی خود، معنای بیشتری در جهان پیدا کنید. این سازمان، به افراد و سازمان‌ها سفرهای خانوادگی مناسب، سفرهای ماجراجویانه، تورهای مطالعاتی، چالش‌های خیریه و موارد دیگر را ارائه می‌دهد. افزون بر این، یک برنامه سفر جدید با عنوان «یکی بخیر، یکی را رایگان بگیر» را توسعه داده است تا بتوانید از جوانان محلی حمایت کنید. این برنامه به کودکان محلی این فرصت را می‌دهد تا از برخی از محبوب‌ترین جاذبه‌های گردشگری کشور خود بازدید کنند (Zhou & Deng, 2012).

## • Responsible Travel

Responsible Travel سازمانی که بر حفاظت از طبیعت و توانمندسازی جوامع محلی متمرکز است. این سازمان، سفر مسئولانه، کاهش انتشار کربن، توسعه فرصت‌های سفر در دسترس، و سازماندهی رویدادهای داوطلبانه را در اولویت قرار می‌دهد که به شما امکان می‌دهد به جوامعی که بازدید می‌کنید، کمک مالی کنید. همچنین دارای یک طرح «سفر در سفر» است که به شما امکان می‌دهد وقتی تعطیلات خود را رزرو می‌کنید، یک کودک آسیب‌پذیر را به صورت رایگان به یک سفر یک روزه بفرستید (Liljeblad, 2020).

## جمع‌بندی

گردشگری اجتماعی به سرعت در حال اوج‌گیری است و به یکی از بزرگ‌ترین روندهای سفر در دهه‌های اخیر، تبدیل شده است. گردشگری اجتماعی به شما امکان می‌دهد از برخی از شگفت‌انگیزترین مقصدها بازدید کنید، از جامعه محلی حمایت کنید، از طبیعت محافظت کنید و سفر را برای همه دسترس‌پذیر کنید، گردشگری اجتماعی دنیایی از تفاوت را در یک زمان ایجاد می‌کند.

را می‌دهد که در فرهنگی که در حال کاوش آن هستید، غوطه‌ور شوید. این ابتکار توسط گروهی از علاقه‌مندان به سفر با کوله‌پشتی آغاز شد و از آن زمان به یکی از بزرگ‌ترین سازمان‌ها در نوع خود تبدیل شده است. می‌توانید به برنامه‌های باز و از پیش برنامه‌ریزی شده بپیوندید یا حتی تجربه سفارشی خود را طراحی کنید. مناطقی را که می‌خواهید بازدید کنید، انتخاب کنید، موضوعاتی را که می‌خواهید درباره آن‌ها بیشتر بدانید (مانند حقوق بشر، بهداشت، محیط‌زیست یا آموزش) انتخاب کنید و تعطیلات فعالی را طراحی کنید که هرگز آن را فراموش نخواهید کرد (www.operationgroundswell.com).

## • Good Travel

Good Travel تجربه‌های سفری را ارائه می‌دهد که تأثیرات اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی مثبتی دارد. برای این منظور، این سازمان با مشاغل محلی در ارتباط است، با سازمان‌های غیرانتفاعی بین‌المللی همکاری و به خیریه‌های جهانی کمک می‌کند. هر سفری که با روح Good Travel طراحی می‌شود، ردپای کربن ما را جبران می‌کند، از گروه‌های حاشیه‌نشین حمایت می‌کند، اقتصاد محلی را تقویت می‌کند و تجربه‌های سفر به یاد ماندنی را ارائه می‌دهد. در حالی که بسیاری از سفرهای از پیش برنامه‌ریزی شده به کشورهایمانند پرو، نیوزلند، فیجی و غیره وجود دارد، شما می‌توانید یک برنامه سفر شخصی‌سازی شده متناسب با ترجیحات سفر خود طراحی کنید (www.good-travel.org).

## • Have Fun Do Good (HFDG)

HFDG که گردشگران جستجوگری که می‌خواهند در سفر کارهای خوبی انجام دهند را هدف می‌گیرد. چه در نزدیکی خانه بمانید و چه به مقصدهای دور سفر کنید، HFDG می‌تواند به شما کمک کند تجربه‌های سفری همه‌جانبه ایجاد کنید و به برنامه‌های داوطلبانه بپیوندید که به شما امکان می‌دهد، در زندگی دیگران تفاوت ایجاد کنید. شما افراد جدیدی را ملاقات خواهید کرد، مکان‌های زیبا را کاوش خواهید کرد، در مورد فرهنگ‌های جدید خواهید آموخت و از خیریه‌های بین‌المللی حمایت خواهید کرد (havefundogood.co).

## • سازمان بین‌المللی گردشگری اجتماعی (ISTO)

سازمان بین‌المللی گردشگری اجتماعی (ISTO) که در سال ۱۹۶۳ تأسیس شد، یکی از بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین سازمان‌های غیرانتفاعی گردشگری اجتماعی است که گردشگری مسئولانه و قابل دسترس را ترویج می‌کند. هدف اصلی این سازمان ایجاد بهبود در پنج زمینه است: دسترسی، تجارت منصفانه، محیط زیست، وحدت و کیفیت زندگی.



---

#### منابع

Camilleri, M. A., & Camilleri, M. A. (2018). *The tourism industry: An overview*. Springer.

Liljeblad, J. (2020). Tour guides and the transnational promotion of human rights: Agency, structure and norm translators in responsible travel. *Tourist Studies*, 20(3)-314-335.

Lopes, M. C., Liberato, D., Alén, E., & Liberato, P. (2020). Social tourism development and the population ageing: Case study in Portugal and Spain. *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems: Proceedings of ICOTTS 2019*.

McCabe, S., & Qiao, G. (2020). A review of research into social tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 103103.

Minnaert, L. (2014). Social tourism participation: The role of tourism inexperience and uncertainty. *Tourism management*, 40, 282-289.

Minnaert, L., Diekmann, A., & McCabe, S. (2012). Defining social tourism and its historical context. *Social tourism in Europe: Theory and practice*, 18-30.

Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2011). What is social tourism? In: Taylor & Francis.

Vinogradova, M. V., Larionova, A. A., Povorina, E., Suslova, I., & Korsunova, N. M. (2015). Development of social tourism: organizational, institutional, and financial aspects. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 15(2), 123-136.

Zhou, L., & Deng, N. (2012). Exploring the role of tourism destination personality in destination branding—A review of destination personality research. *ICSSSM12*.

# آرزو اندیشی یا سیاست عاقلانه؟

## نظریه‌پردازی رشد فراگیر به رهبری گردشگری: زنجیره‌های تأمین و جوامع میزبان

ترجمه و تلخیص: نرجس دهقانی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی-گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه شیراز

ایمیل:

dehaghaninarjes@gmail.com



### چکیده

گردشگری به عنوان محرک رشد اقتصادی برای کشورهای در حال توسعه از طریق ایجاد اشتغال، درآمد و درآمدزایی برای دولت تلقی می‌شود. در بحث‌های مربوط به رابطه بین رشد اقتصادی و کاهش فقر، پارادایم رشد فراگیر در انتشارات سازمان‌هایی مانند بانک جهانی و OECD ظهور کرد و به یک هدف توسعه پایدار سازمان ملل تبدیل شد (SDG ۸). با این حال، رشد فراگیر همچنان به شدت مورد بحث است و به طور خاص، نقش گردشگری در رشد اقتصادی کمی مورد بحث قرار گرفته است. این مقاله، با استفاده از شواهد به دست آمده از اقتصادهای در حال توسعه در جنوب شرق آسیا، منطقه‌ای با گردشگری بین‌المللی پررونق، به بررسی رشد فراگیر مبتنی بر گردشگری می‌پردازد. با تکیه بر شواهد حاصل از کار میدانی در مالزی، ویتنام، اندونزی و میانمار، این سوال اساسی مطرح می‌شود که آیا رشد گردشگری می‌تواند در کوتاه‌مدت تا میان‌مدت، فراگیر باشد؟ در این مطالعه، از رویکرد ارزیابی سریع روستایی با استفاده از روش‌های کیفی به‌ویژه مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته استفاده شده است. اگرچه گردشگری می‌تواند به طور کلی اشتغال ایجاد کند، اما اشتغال ممکن است بی‌ثبات با دستمزدهای پایین باشد و فرصت‌های کاهش فقر را محدود کند. رشد گردشگری ممکن است نابرابری‌ها را در جوامع میزبان افزایش دهد و پیوندهای رو به عقب با اقتصاد محلی را تضعیف کند (علی‌رغم پتانسیل گردشگری برای تقویت چنین پیوندهایی با بخش‌های مختلف اقتصادی مانند غذا). فاصله و حمل و نقل نیز، چنین پیوندهایی را تضعیف می‌کند. خانوارهای کم درآمد و مشاغل محلی بیشترین تأثیر را از ساخت پروژه‌های گردشگری در مقیاس بزرگ می‌گیرند. اگرچه افزایش ورود گردشگران و هزینه‌های کلی می‌تواند منجر به از دست دادن زمین، اماکن تجاری و معیشت شود. علاوه بر این، امتیاز دادن به سرمایه‌گذارهای بزرگ و شرکت‌های خارجی، یک مانع بزرگ برای سیاست رشد فراگیر گردشگری است. الگوهای مالکیت و حکمرانی مقصد نیز نقش مهمی در تعیین جهت/سرعت توسعه مقصد دارند و آن را به سمت رشد فراگیر گردشگری هدایت یا از آن دور می‌کنند. با توجه به اهمیت گردشگری برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه، این مقاله به بحث‌های گسترده‌تری در مورد رشد فراگیر، هم از منظر نظریه‌پردازی و هم در رابطه با سیاست‌گذاری و تدوین راهبردهای توسعه ملی و کاهش فقر کمک می‌کند.

**کلید واژه‌ها:** رشد فراگیر، توسعه گردشگری، فقرزدایی، پیوندهای اقتصادی، جنوب شرقی آسیا

پارادایم رشد فراگیر در اوایل سال ۱۹۹۵ مورد توجه قرار گرفت. با این حال، تنها از سال ۲۰۰۴ در ادبیات دانشگاهی ظاهر شده و انتشارات پیرامون آن به طور قابل توجهی افزایش یافته است. مفهوم رشد فراگیر کسانی که فقر مطلق را تجربه می‌کنند، از طریق گسترش توزیع درآمد و ثروت از طریق اشتغال مولد و کسب‌وکار و سایر فرصت‌ها در بخش اقتصادی که متکی به بهره‌برداری از منابع نیستند، هدف قرار داد. این بخش‌ها از جمله گردشگری، به منابع انسانی بیشتری با مهارت‌های گوناگون نیاز دارند، در نتیجه، امکان توزیع بیشتر فرصت‌ها برای اشتغال پایدار، افزایش درآمد و رشد اقتصادی را فراهم می‌کنند که این امر به طور مداوم فقر و نابرابری را کاهش می‌دهد.

آژانس‌های توسعه در کنار سایر رویکردهای اقتصادی که در چارچوب توسعه پایدار قرار دارند، رشد فراگیر را به عنوان «محرک اصلی توسعه اقتصادی» پذیرفته‌اند. مؤسسات بین‌المللی و دانشگاه‌ها، با ارائه ابزارهای تحلیلی که در محیط اقتصاد کلان کشورهای قابل کاربرد است، مقالاتی را برای «عملیاتی‌سازی» مفهوم رشد فراگیر منتشر کرده‌اند، که عبارتند از: اول، چارچوب‌هایی که به دولت‌ها در مدیریت مسائل ساختاری و اجرای اصلاحات چند بخشی برای پیشرفت در زمینه رشد، کاهش فقر و نابرابری کمک می‌کند؛ دوم، معیارها و شاخص‌هایی برای اندازه‌گیری پیشرفت رشد اقتصادی و فراگیری اجتماعی در سطح کشور، با استفاده از یک ماتریس تشخیصی، و سوم، بحث‌های انتقادی در مورد رشد فراگیر به عنوان یک نتیجه کلیدی توسعه راهبردی، و همچنین روشن ساختن معنای آن.

تعریف‌های ارائه شده برای رشد فراگیر معنای یکسانی را در بر می‌گیرد: حقوق و مشارکت اکثریت جمعیت برای بهره‌مندی یکسان و سهمی شدن در رشد اقتصادی، از طریق اشتغال مولد و افزایش درآمد و استانداردهای زندگی. فقر و نابرابری «بعاد بحرانی» هستند که در آن‌ها رفاه، قابلیت‌های انسانی، تلاش فردی، دسترسی به فرصت‌ها و حمایت اجتماعی، سنج‌های ابزاری درآمد و شاخص رشد فراگیر هستند. این

مفهوم رشد فراگیر، علیرغم بکارگیری مستمر آن توسط سازمان‌های بین‌المللی مانند بانک جهانی، بانک توسعه آسیایی (ADB)، سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (OECD)، سازمان همکاری‌های اقتصادی آسیا و اقیانوسیه (APEC)، همچنان مفهومی مورد مناقشه در گفتمان توسعه بین‌المللی است. استفاده از گردشگری برای پیشبرد توسعه اقتصادی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، نیز حداقل از دهه ۱۹۷۰ مورد چالش و بحث بوده است. در حالی که ادبیات رو به رشدی در مورد رشد فراگیر به طور کلی و در مورد رشد فراگیر در یک بخش خاص وجود دارد، ادبیات کمتری در حوزه وجود دارد. این مقاله، به تحلیل رشد فراگیر مبتنی بر گردشگری در آسیای جنوب شرقی به‌عنوان یکی از مناطق اصلی گردشگری می‌پردازد که بنا به گزارش سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۱۸، ۱۲۸،۷ میلیون گردشگر ورودی بین‌المللی و بیش از ۱۴۲،۳ میلیارد دلار مخارج حاصل از گردشگری داشته است.

این مقاله ابتدا به بررسی چستی رشد فراگیر و ادبیات موجود می‌پردازد. در مرحله بعد، به طور خلاصه بستر توسعه گردشگری بین‌المللی در جنوب شرقی آسیا و روش پژوهش تشریح می‌شود. سپس، جنبه‌های کلیدی رشد فراگیر مبتنی بر گردشگری و شواهدی از این منطقه را بیان می‌کند. جنبه‌های اصلی شناسایی شده که بر گردشگری اثر می‌گذارند، عبارتند از: زنجیره تأمین و پیوندهای اقتصادی؛ مالکیت و نشت اقتصادی؛ اشتغال؛ مخارج گردشگری؛ و در نهایت، نهادها و نقش دولت. بخش پایانی مقاله استدلال می‌کند که پارادایم رشد فراگیر مبتنی بر گردشگری در کوتاه‌مدت تا میان‌مدت بسیار مشکل‌ساز است، زیرا فرصت‌های رشد اقتصادی به طور طبیعی محدود هستند.

این مقاله به بحث در حال ظهور و نظریه‌پردازی درباره رشد و گردشگری فراگیر کمک می‌کند. سپس به طور خاص، به این سوال اساسی می‌پردازد که آیا رشد فراگیر می‌تواند برای جوامعی که میزبان گردشگری بین‌المللی از جمله کشورهای با درآمد کم تا متوسط در آسیای جنوب شرقی، منفعت اقتصادی کلی داشته باشد یا خیر؟



ابعاد یا شاخص‌ها برای ایجاد نتایج مطلوب متکی به وجود محیط‌های عملیاتی، ساختاری و سیاسی پایدار هستند.

## «رشد فراگیر و گردشگری»

گردشگری بین‌المللی معمولاً به سفر برای تعطیلات یا اهداف تفریحی مربوط می‌شود که حدود ۵۵ درصد از کل ورودی‌های بین‌المللی را در سال ۲۰۱۷ تشکیل می‌دهد، اگرچه اهداف دیگری مانند دیدار دوستان و اقوام، سلامت یا تندرستی، زیارت و سفرهای کاری و حرفه‌ای نیز وجود دارد. برای بخش سفرهای تفریحی، تعطیلات یک محصول ثابت است که فقط در نقطه تولید، قابل تجربه و مصرف است؛ نه در نقطه فروش. این ویژگی گردشگری به عنوان یک بخش خدماتی، بسیاری از دولت‌ها را قادر ساخته است تا اقتصاد ملی و منطقه‌ای خود را توسعه دهند و افزایش اشتغال (اعم از مستقیم و غیر مستقیم) ناشی از گردشگری را تجربه کنند. علاوه بر این، توافق‌نامه‌های تجاری جهانی، تعرفه‌ها، موانع و تحریم‌هایی که می‌توانند بر برخی از فقیرترین کشورهای تأثیر بگذارند، تأثیر محدودی بر جریان‌های گردشگری دارند، زیرا هزینه گران‌ترین مؤلفه‌های تعطیلات (حمل و نقل و اقامت)، در نقطه عزمیت پرداخت می‌شوند. بنابراین گردشگر - مصرف‌کننده سیار، مانند کالاهای فیزیکی محدود به سفر نیست. بنابراین، فرصت‌های توسعه اقتصادهای حاشیه‌ای مشهود است و می‌تواند به رشد فراگیر گردشگری کمک کند.

(مانند تایلند)، برخی در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ گسترش یافتند (مانند مالزی، اندونزی) و برای برخی توسعه گردشگری در دهه ۱۹۹۰ با اصلاحات سیاسی و/یا اقتصادی و آزادسازی همراه شد (مانند لائوس و ویتنام). بنابراین، زمان‌بندی توسعه گردشگری در این منطقه، بر اساس کشور، تا حدودی متفاوت بوده است.

## «روش شناسی»

روش مورد استفاده در این مطالعه روش کیفی با استفاده از تکنیک‌های مصاحبه نیمه ساختاریافته و عمیق بود. مصاحبه‌ها اغلب به صورت دیجیتال ضبط می‌شدند، اگرچه در برخی موارد، از یادداشت‌برداری نیز استفاده شد. این کار با همکاری با دانشگاهیان محلی انجام شد تا به ما در تأمل عمیق‌تر در بستر و همچنین شناسایی داده‌های کیفی در حال ظهور، کمک کند. در برخی از مقصدها تیم تحقیقاتی میدانی شامل دانشگاهیان محلی بود. در سایت‌های دیگر، دستیاران پژوهشی محلی با تجربه مناسب (معمولاً با مدرک کارشناسی ارشد و آشنا به توسعه گردشگری) به کار گرفته شدند. تمام کارهای میدانی با رویه‌های اخلاقی دانشگاه مطابقت داشت و رضایت آگاهانه از هر پاسخ‌دهنده گرفته شد. میانگین مدت هر مصاحبه بین سی دقیقه تا یک ساعت بود و اغلب در محل کار فرد انجام شد.

مطالعات موردی نشان می‌دهد که چگونه بسترهای مختلف سیاسی و اقتصادی مقصدها در آسیای جنوب شرقی، بر رشد اقتصادی فراگیر تأثیر گذاشته و آن را تسهیل می‌کنند. این موضوع نشان می‌دهد که گردشگری چه نقشی در پیشبرد رشد اقتصادی فراگیر دارد. این مقاله بر نقش دسترسی متفاوت به قدرت تأکید می‌کند، نقش کلیدی اقتصاد سیاسی محلی که تأثیر مهمی بر چگونگی توسعه گردشگری در طول زمان و تغییر الگوهای مالکیت همراه با رشد مقصد دارد.

## «توسعه گردشگری در جنوب شرق آسیا»

آسیای جنوب شرقی یکی از مناطق اصلی گردشگری بین‌المللی است. در سال ۲۰۱۸، این منطقه شاهد رشد ورود گردشگران بین‌المللی به بیش از ۱۲۸٫۷ میلیون نفر با هزینه کرد بیش از ۱۴۲٫۳ میلیارد دلار بود. در نتیجه، تأثیر کلی اجتماعی و اقتصادی گردشگری برای بسیاری از کشورهای آسیای جنوب شرقی بسیار قابل توجه است و سهم بیش از ۲۰ درصدی در تولید ناخالص داخلی در کامبوج و تایلند و بیش از ۱۰ درصدی از اشتغال (مستقیم و غیرمستقیم) در مالزی دارد.

با این حال، باید توجه داشت که فعالیت‌های گردشگری هم از نظر فضایی (گردشگری معمولاً در نظر فضایی در سواحل و جزایر و همچنین در شهرهای اصلی و جاذبه‌های میراثی متمرکز است) و هم از نظر اثرات اجتماعی اقتصادی، در سراسر منطقه، بسیار نابرابر توزیع شده است. برخی کشورهای در حال توسعه در آسیای جنوب شرقی از اواخر دهه ۱۹۶۰ گردشگری را تا حدودی در سیاست توسعه اقتصادی و اجتماعی گنجانده

## «رشد فراگیر گردشگری در جنوب شرقی آسیا»

در این بخش، شواهدی را از توسعه گردشگری در مقصدهای مختلف ساحلی و جزیره‌ای جنوب شرقی آسیا ارائه شده است، تا توجه ما به رشد فراگیر گردشگری را بیشتر معطوف کند. برای کمک به مفهوم‌سازی رشد فراگیر مبتنی بر گردشگری، پنج جنبه اصلی را مورد بحث قرار می‌گیرد که موضوعات کلیدی پیرامون اثرات گردشگری در اقتصادهای میزبان را برجسته می‌کند: زنجیره تأمین و پیوندهای اقتصادی؛ مالکیت و نشست اقتصادی؛ استخدام؛ مخارج؛ و در نهایت نهادها و نقش دولت. با استفاده از این پنج حوزه تلاش می‌شود به این سوال پاسخ داده شود که آیا مفهوم رشد فراگیر می‌تواند به وعده خود، برای توسعه اقتصادی محلی عمل کند یا نه؟ و چه کسانی از این توسعه سود می‌برند؟

سیاستی می‌شود که ظاهراً برای کاهش فقر طراحی شده است.

سوم، این مقاله استدلال کرده است که رشد فراگیر مبتنی بر گردشگری می‌تواند اثرات اشتغال محلی را به طور قابل توجهی افزایش دهد (به ویژه در کسب‌وکارهای بزرگ‌تر). اما شواهد هم‌چنین به سطوح پایین کیفیت، دستمزد و امنیت بسیاری از مشاغل موجود برای مردم محلی اشاره می‌کند. این نشان‌دهنده روند گسترده‌تری در اشتغال گردشگری در سطح جهان است که ناشی از افزایش بی‌ثباتی نیروی کار و افزایش به اصطلاح اشتغال «مثلی» است، که به‌ویژه در مشاغل بزرگ‌تر و شرکت‌های فراملیتی مشهود است. به نظر می‌رسد اشتغال گردشگری در کشورهای در حال توسعه یک شمشیر دولبه است و یافته‌های ما نشان می‌دهد که احتمالاً تا حدودی، به رشد فراگیر کمک می‌کند. به نظر می‌رسد این نکته به تنهایی، این فرضیه را به چالش می‌کشد که اشتغال تجمعی ایجاد شده در سطح ملی توسط گردشگری، به طور کلی برای کشور در حال توسعه میزبان مفید است.

در نهایت، روند منطقه‌ای برای امتیاز دادن به سرمایه‌گذاری‌های بزرگ و شرکت‌های خارجی با حفظ سبک حکمرانی کاملاً کنترل‌شده و از بالا به پایین، مانع بزرگی برای گسترش توزیع رشد و فرصت است. مشوق‌ها و راه‌های حمایت پولی و غیر پولی به سادگی برای اکثر مردم محلی در یک مقصد، در دسترس نیست. هنوز مشخص نیست که چگونه گردشگری می‌تواند منجر به رشد فراگیر شود، در حالی که نابرابری‌ها را در جوامع میزبان آن افزایش می‌دهد. اگرچه رشد فراگیر، یک مفهوم رایج در سیاست‌گذاری است، چالش‌های عملی جدی در کوتاه‌مدت تا میان‌مدت برای صنعت گردشگری و جوامع میزبان در اقتصادهای در حال توسعه هم‌چنان باقی است.

از حدود سال ۲۰۰۷ پارادایم رشد فراگیر، به طور فزاینده‌ای توسط بسیاری از آژانس‌های توسعه بین‌المللی از جمله بانک جهانی، OECD و سایرین به کار گرفته شده است. با این حال، هنوز مورد بحث است. رشد فراگیر توجه را به چگونگی توزیع عادلانه‌تر منافع حاصل از رشد اقتصادی معطوف می‌کند. کاربرد مفهوم رشد فراگیر در بخش گردشگری با چالش‌های مهمی مواجه است. گردشگری برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه، از اهمیت بسیاری برخوردار است و به‌عنوان یک ابزار مهم اقتصادی برای ایجاد اشتغال، درآمد و درآمدهای دولتی شناخته می‌شود.

این مقاله با تکیه بر تحقیقات و شواهد از کشورهای آسیای جنوب شرقی، تعدادی نکات برجسته را مطرح و به درک بیشتر این موضوع کمک می‌کند که آیا رشد فراگیر به رهبری گردشگری، یک تصمیم عاقلانه و در واقع یک سیاست عملی برای کشورهای در حال توسعه است یا خیر.

اول اینکه، علی‌رغم وجود پتانسیل روشن گردشگری برای تقویت پیوندهای رو به عقب در اقتصاد، به ویژه با بخش‌های غذایی مانند صید و کشاورزی و غیرغذایی مانند مبلمان، تجهیزات آشپزخانه و اثاثیه اتاق، رشد آن می‌تواند پیوندهای اقتصادی را با اقتصاد محلی تضعیف کند. بر اساس یافته‌ها، پیوندهای رو به عقب در جوامع فقیرتر و حاشیه‌نشین در مقایسه با جوامعی که به مراکز اداری مرکزی، نزدیک‌تر هستند، قوی‌تر بود. دوم، روند منطقه‌ای برای توسعه در مقیاس بزرگ می‌تواند به سرعت، ورود گردشگران و هزینه‌های کلی را افزایش دهد، اما هم‌چنین شرایطی برای حذف مشاغل محلی ایجاد می‌کند. مشاغل خانوارهای کم درآمد و شرکت‌های کوچک و متوسط از طریق از دست دادن مالکیت و حقوق زمین و کاهش بیشتر سودآوری، تحت تأثیر چنین توسعه‌ای قرار می‌گیرند. به نظر می‌رسد تأثیر تحولات در مقیاس بزرگ و هم‌چنین افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر فرصت‌های رشد، به سمت رشد انحصاری تأثیر می‌گذارد. این موضوع سبب طرح سؤال در مورد قابلیت اساسی



## منبع

Jeyacheya, J., & Hampton, M. P. (2020). Wishful thinking or wise policy? Theorising tourism-led inclusive growth: Supply chains and host communities. *World Development*, 131, 104960. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.104960>

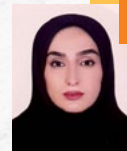
# کودکان، گردشگرانی با نیازهای ویژه

سمانه بیضاوی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی-گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه شیراز

ایمیل:

samanebeizavi@gmail.com



## چکیده

گردشگری به عنوان یکی از صنایع پرسود و پررونق جهان، اهمیت زیادی دارد. هم‌چنین می‌تواند به توسعه فرهنگی و اجتماعی کشورها کمک کند. گردشگری فراگیر با تاکید بر ارائه مجموعه‌ای از خدمات برای افراد با نیازهای ویژه، بر آن است که امکان لذت‌بردن از گردشگری را برای همه افراد، صرف نظر از جنسیت، سن یا وضعیت فیزیکی فراهم کند. کودکان به دلیل محدودیت‌های سنی، جسمی و روانی خود نیازهای ویژه‌ای دارند. به‌علاوه، بخش قابل توجهی از بازار را تشکیل می‌دهند و تا حد زیادی در تصمیم‌گیری‌های سفر خانواده اثرگذارند. بنابراین، توجه به درک نیازها و خواسته‌های سفرشان، از ضروریات نگاه فراگیری به گردشگری است. در این مقاله، به طور خلاصه به مولفه‌های توسعه گردشگری کودک و هم‌چنین بررسی انگیزه‌های ادراک‌شده گردشگری کودکان می‌پردازیم.





## ◀ توسعه گردشگری کودک با رویکرد فراگیری

دوران کودکی دارند، وارد زندگی اجتماعی بزرگسالی می‌شوند و این چیزی است که کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد. مشارکت کودکان در فرآیند توسعه گردشگری تا حد زیادی نادیده گرفته می‌شود که این رویکرد به کودکان، به پایداری، به طور کلی یا به عنوان ابزاری برای نیل به شمول اجتماعی به ویژه در گردشگری کمک نمی‌کند. نیازهای این گروه باید به صورت متمایز و تخصصی و با هدف کشف فرصت‌های توسعه در صنعت گردشگری شناسایی و احصا شود.

یافته‌های پژوهش‌ها نشان می‌دهد که پنج مولفه اصلی موثر در توسعه گردشگری کودک، به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: نخست، ویژگی‌های بصری و ظاهر اماکن مقصد، مانند شاخص‌های زیباسازی شهرها و بهره‌گیری از جذابیت‌های بصری مانند استفاده از شخصیت‌های محبوب گردشگران کودک؛ دوم، توجه به ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی. آگاهی از نحوه برخورد با کودک و آشنایی با حقوق کودک و توجه به شاخص‌های اجتماعی مانند احساس امنیت روانی، درک شدن شرایط کودکان و وجود افراد آموزش‌دیده برای یاری‌رسانی به کودکان، مهم است. سومین مولفه، توجه به امکانات و فناوری موجود است. به علت توان جسمی محدودتر کودکان، متناسب‌سازی ابزارها و وسایل به نحوی که به سهولت، قادر به استفاده از آن باشند، بسیار مهم است. چهارم، رویدادهای اجتماعی که با هدف آموزش و سرگرمی کودکان ترتیب داده می‌شود مانند برگزاری همایش‌ها، جشنواره‌های علمی، تورهای ورزشی و مسابقات مخصوص کودکان. در آخر، توجه به استانداردهای طراحی در ساخت‌وسازهای محیط فیزیکی اهمیت دارد. به عنوان مثال، توسعه شهرسازی‌ها و پارک‌های موضوعی، فضای تفریحی همراه با تعامل اجتماعی، در نظر گرفتن استانداردهای کودکان در طراحی سازه‌ها و خلق محیط امن و دسترس‌پذیر برای آن‌ها.

دو مفهوم مهم گردشگری فراگیر و گردشگری پایدار به طور نزدیکی به هم مرتبط هستند، چرا که هر دو به توسعه صنعت گردشگری با رویکردی مسئولانه و عادلانه می‌پردازند که تمام افراد جامعه از آن نفع می‌برند. گردشگری فراگیر به عنوان گردشگری تحول‌آفرین است که در آن گروه‌های به حاشیه رانده‌شده، به تولید یا مصرف گردشگری می‌پردازند. در واقع این گروه‌ها باید در تولید گردشگری مشارکت داشته باشند و در مزایای آن سهیم باشند. پایداری نیز به یک مفهوم کاملاً تثبیت‌شده در رابطه با برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری تبدیل شده است. در ادبیات گردشگری پایدار، پیشنهاد می‌شود که اگر همه افراد بتوانند در فرآیند توسعه گردشگری شرکت کنند، گردشگری پایدارتر خواهد شد. اینجاست که دو مفهوم گردشگری فراگیر و گردشگری پایدار به هم نزدیک می‌شوند.

کودکان گردشگران آینده هستند و برای دستیابی به پایداری، می‌توانند به عنوان عوامل قدرتمند تغییر اجتماعی عمل کنند. با این حال، بسیاری از آن‌ها از گردشگری مسئولانه محروم هستند، اما می‌توان از طریق ارائه طیف وسیعی از فعالیت‌های آموزشی (درون یا بیرون از محیط خانواده) توانمندشان کرد. کودکان باید به متفکران، کنشگران و انتقال‌دهندگان گردشگری پایدار تبدیل شوند، تا این روند از کودکی به بزرگسالی تداوم یابد و کودکان امروز به گردشگران مسئول فردا تبدیل شوند.

توسعه گردشگری فراگیر با تمرکز بر کودکان، شامل فعالیت‌ها و خدماتی است که برای کودکان با تمام توانمندی‌ها و زمینه‌های مختلف، در دسترس و خوشایند باشد و یک محیط امن و حمایتی با در نظر گرفتن توانایی‌های فیزیکی، شناختی، فرهنگی و اقتصادی آن‌ها فراهم کند.

به طور کلی، یکی از گام‌های حیاتی به سوی جامعه‌ای فراگیرتر، گوش سپردن به صدای کودکان است. کودکان با نگرش و احساساتی که از



## بررسی انگیزه‌های ادراک‌شده سفر و گردشگری کودکان

کودکان نقش مهمی در تصمیم‌گیری خانواده، پیرامون انتخاب مقصد دارند. بررسی تجربه‌های کودکان برای پیشرفت صنعت گردشگری ضروری است. کودکان، بزرگسالان کوچک نیستند، بلکه ارتباط با آن‌ها متفاوت است؛ کودکان متفاوت رفتار می‌کنند، متفاوت صحبت می‌کنند و دنیا را متفاوت می‌بینند. بنابراین درک و برداشت ذهنی آن‌ها مهم است. (یافته‌های مطالعه محمدی و همکاران، ۱۳۹۷) بر اساس تحلیل مضمون نقاشی‌های کودکان و مصاحبه نشان داد که منافع ادراک‌شده سفر از نگاه کودکان، شامل انگیزه‌های غالب مانند نوجویی، روابط اجتماعی، طبیعت، استقلال، تکامل نفس، خودشکوفایی، هیجان و تحرک، تهایمی و دل‌تنگی است که در زیر به توضیح مختصر بعضی از این انگیزه‌های می‌پردازیم. لازم به ذکر است که انگیزه‌ها در میان دختران و پسران، تفاوت آشکاری نداشته‌اند:

• انگیزه طبیعت‌گرایی: بیشترین انگیزه ادراک‌شده کودکان است. اکثر کودکان بهترین سفر خود را بودن در طبیعت می‌دانند. مانند تماشای طبیعت، تحسین طبیعت و یکی شدن با طبیعت.

• انگیزه نوجویی و سرگرمی: کودکان به دنبال تجربه‌های نو و متفاوت هستند. در اکثر موارد، چه در مصاحبه با کودکان و چه در نقاشی‌ها، یکی از فعالیت‌هایی که متفاوت از فعالیت‌های روزمره‌شان است، شنیده و دیده می‌شود.

• انگیزه روابط اجتماعی: فراوان‌ترین مفهوم برای کودکان در مضمون روابط اجتماعی، بودن با خانواده و تحکیم روابط با خانواده است. همچنین بودن با افرادی با علایق مشابه، بودن در کنار افراد قابل احترام، بودن در کنار افرادی که توجه دارند، جزو مهم‌ترین عوامل اثرگذار برای انتخاب و لذت‌بردن از سفر است.

• انگیزه، هیجان و تحرک: کودکان در سفرهای خود به دنبال تجربه‌های هیجانی هستند. فراوان‌ترین انگیزه مورد توجه کودکان، استفاده از وسیله بازی جدید یا فعالیت جدیدی بوده است تا بتوانند که مولفه‌های هیجان مانند تجربه ترس و دلهره، احساس هیجان، کشف ناشناخته‌ها را تجربه کنند.

• انگیزه شناخته‌شدن: نشان دادن توانایی خود به دیگران، شناخته‌شدن توسط دیگران، راهنمایی دیگران و نشان‌دادن به دیگران برای در جایی بودن، از مولفه‌های اصلی این انگیزه است.

• انگیزه خودشکوفایی: کودکانی هستند که تمام منفعت ادراک‌شده سفر خود را در گرو ارزش‌های معنوی می‌بینند. مفاهیم شناسایی شده در این رابطه عبارت‌اند از: احساس آسودگی درونی و کارکردن بر مبنای ارزش‌های شخصی / معنوی که بیشتر ناشی از سفرهای مذهبی / معنوی کودکان است.

## نتیجه‌گیری

گردشگری فراگیر در تلاش برای قابل دسترس کردن مقصدها، محصولات و خدمات گردشگری برای همه افراد، بدون توجه به محدودیت‌های جسمی و سنی آنان است. از آن‌جا که کودکان بخش مهمی از جامعه به شمار می‌روند و سرمایه‌های هر کشور به حساب می‌آیند، توجه به آن‌ها، به عنوان بازار نوظهور حوزه گردشگری، از اهمیت زیادی برخوردار است. برای اطمینان از ارائه خدمات مناسب به کودکان، تأمین نیازها و خواسته‌های آنان و اطمینان از دسترسی آن‌ها به تمامی خدمات و محصولات گردشگری، نیاز به شناسایی مولفه‌های تاثیرگذار بر توسعه گردشگری کودک و همکاری همه‌جانبه سازمان‌های مختلف و حتی محقق‌های دانشگاهی است.



---

## منابع

کروبی، مهدی، ضیائی، محمود، محمدی زهره. (۱۳۹۹). افزایش بهره‌وری صنعت گردشگری از طریق جذب بازار کودک، مدیریت و بهره‌وری (۵۵)، ۱۸۰-۲۰۹

محمدی، زهره، کروبی، مهدی، ضیائی، محمود. (۱۳۹۷). طراحی یک مدل تحلیلی نگرش گردشگری کودکان در جهت توسعه اجتماعی از طریق سرمایه‌های ناملموس، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران (۳)، ۴۵-۶۶.

Scheyvens, Regina, Biddulph, Robin. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*(20), 589-609.

Seraphin, H., Yallop, A. C., Seyfi, S., & Hall, C. M. (2022). Responsible tourism: The 'why'and 'how'of empowering children. *Tourism Recreation Research*, 47(1), 62-77.

Košćak, M., Knežević, M., Binder, D., Pelaez-Verdet, A., Işik, C., Mičić, V., ... & Šegota, T. (2023). Exploring the neglected voices of children in sustainable tourism development: A comparative study in six European tourist destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 561-580.



# گزارش برگزاری سومین رویداد ملی میراث فرهنگی-میراث فرهنگی ناملموس ایران در دانشگاه شیراز

اردیبهشت - اسفند ۱۴۰۱



پس از دو دوره برگزاری موفقیت آمیز رویداد ملی میراث فرهنگی با محوریت «موزه‌نگاری» در سال ۱۳۹۹ و «میراث روستایی ایران» در سال ۱۴۰۰ توسط معاونت فرهنگی اجتماعی دانشگاه شیراز و انجمن علمی گردشگری و هتلداری، سومین رویداد ملی میراث ملی فرهنگی با محوریت «میراث فرهنگی ناملموس ایران» پس از برگزاری جلسه‌های هم‌اندیشی با حضور مسئولان سازمان‌های متولی گردشگری استان فارس و شهر شیراز، مدیران و اعضای هیئت علمی دانشگاه شیراز در خرداد ماه ۱۴۰۱، مقارن با هفته میراث فرهنگی، گشایش یافت.

میراث پدرخواهی، علم پدرآموز  
کاین مال پدر خرج توان کرد به یک روز



• کمک به احیاء میراث فرهنگی ناملموس مناطق و اقوام مختلف کشور

• آشنایی با فرصت‌های توسعه پایدار گردشگری مبتنی بر بهره‌برداری از ظرفیت‌های میراث فرهنگی ناملموس مناطق مختلف کشور

• مستندسازی میراث فرهنگی ناملموس برای نسل‌های آتی

• معرفی شیوه‌ها و روش‌های احیاء، پاسداری، معرفی و بهره‌برداری از میراث فرهنگی ناملموس

• پرداختن به نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در حفاظت، احیاء و بهره‌برداری از میراث فرهنگی ناملموس

• آشنایی با تجربه‌های سایر کشورها در زمینه احیاء، پاسداری، معرفی و بهره‌برداری از میراث فرهنگی ناملموس

• ایجاد فرصتی رقابتی برای به نمایش گذاشتن دانش و خلاقیت شرکت‌کنندگان

• افزایش توانایی و روحیه کار تیمی دانشجویان و ارتقا خلاقیت‌های سمعی بصری در فضای مجازی

اهداف برگزاری این رویداد که شامل برگزاری نشست‌های تخصصی با صاحب‌نظران، بازدیدهای تخصصی و مسابقه تولید محتوا و همچنین نمایش و معرفی برخی از انواع میراث فرهنگی ناملموس کشور ایران بود عبارت بودند از:

• افزایش شناخت از میراث فرهنگی ناملموس ایران (بوئژه برای نسل جوان) شامل:

• بیان و سنت‌های شفاهی، فعالیت‌های جمعی، آیین‌ها و جشن‌ها، هنرهای نمایشی، دانش سنتی و اعمال مرتبط با طبیعت و کیهان، و سنت‌های مرتبط با صنایع‌دستی

• استفاده از میراث ناملموس به‌عنوان پلی برای پیوند نسل‌ها در سده نو

• ایجاد بستری علمی برای بحث، گفتگو و ارائه دستاوردهای پژوهشی پیرامون میراث فرهنگی ناملموس

• آشنایی با اهمیت میراث فرهنگی ناملموس و اهمیت پاسداری از آن

• آشنایی با شیوه مستندنگاری میراث فرهنگی ناملموس برای ثبت ملی و ثبت جهانی

• تقویت هویت قومی و ملی به‌ویژه برای نسل جوان به واسطه آشنایی آنان با میراث فرهنگی ناملموس منطقه سکونت خود و کشور



مجید سلیمی، معاون صنایع دستی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان فارس و خانم دکتر معصومه محرر، عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز و دبیر رویداد ملی میراث فرهنگی، به بیان اهمیت پاسداری و احیای میراث فرهنگی ناملموس کشور و ضرورت برگزاری این رویداد، پرداختند.

مقارن با شب یلدا و به مناسبت ثبت آیین شب یلدا در فهرست میراث فرهنگی ناملموس یونسکو در سال ۲۰۲۲، سومین نشست تخصصی برگزار شد. در این نشست که با برنامه حافظ‌خوانی و شاهنامه‌خوانی همراه بود، آقای مجتبی درودی، مدرس و پژوهشگر میراث فرهنگی و مدیر محترم موزه تخت جمشید به سخنرانی با موضوع «مبانی اساطیری و آداب و رسوم آیین شب یلدا» پرداختند.

نشست تخصصی با موضوع «خوراک ایرانی: میراث فرهنگی ناملموس و رسانه گردشگری» به میزبانی خانه سنتی پرهامی واقع در محله گود عربان-درب شیخ، گذر تاریخی نصیر نظام در بهمن ماه برگزار شد. در این نشست که با سخنرانی آقای سروش پرهامی، پژوهشگر خوراک همراه بود، ضمن گفتگو درباره ارزش خوراک بعنوان رسانه فرهنگ و گردشگری، برخی تجربه‌های موفق در زمینه گردشگری خوراک ذکر شد و شرکت‌کنندگان، در مورد مسیرهای پیشنهادی گردشگری خوراک در مناطق مختلف، جهت انتقال بهتر فرهنگ اقصی نقاط ایران، با یکدیگر گفتگو و تبادل نظر کردند. همچنین، چندین نوع خوراک مختلف از مناطق مختلف ایران شامل توسط خانه سنتی پرهامی تهیه شده بود که ضمن صرف این خوراک‌ها، میزبان و شرکت‌کنندگان در مورد مواد اولیه، روش پخت، کاربرد آیینی خوراک مربوطه در منطقه‌ای که به آن تعلق دارد و شباهت‌ها و تفاوت‌های آن خوراک در مناطق مختلف کشور یا جهان گفتگو کردند.

برنامه بعدی با موضوع «ارزش‌آفرینی از دانش و مهارت‌های سنتی تولید صنایع دستی به‌عنوان میراث فرهنگی ناملموس»، شامل دو بخش نشست تخصصی و تور بود که در بهمن ماه برگزار شد. بخش نشست تخصصی با میزبانی اقامتگاه سنتی ستایش واقع در محله سنگ سیاه برگزار شد.



آیین گشایش سومین رویداد ملی میراث فرهنگی با محوریت میراث فرهنگی ناملموس ایران به همراه رونمایی از پوستر رویداد در آرامگاه سعدی و با همکاری معاونت زیارت و گردشگری استانداری فارس، اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان فارس، سازمان فرهنگی اجتماعی و ورزشی شهرداری شیراز و مرکز حمایت از فعالیت‌های علمی دانشجویان دانشگاه شیراز برگزار شد. در این آیین، مسئولان گردشگری استان فارس و شهر شیراز، اساتید، دانشجویان و سایر علاقمندان حضور داشتند. همچنین، آقای دکتر عبدالحسین کلاتتری، معاون فرهنگی اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در این مراسم به صورت مجازی به سخنرانی پرداختند. مولفه‌هایی از میراث فرهنگی ناملموس ایران که در آیین گشایش رویداد به نمایش درآمد عبارت بودند از: صلوات خاصه حضرت شاهچراغ (ع) با حضور خدام حرم مطهر، اجرای نقالی، اجرای موسیقی سنتی و معرفی شیوه ساخت سفال فتیله‌ای به‌عنوان یکی از تکنیک‌های اصیل که کم‌تر مورد توجه قرار گرفته است.

نشست اول این رویداد با سخنرانی مجازی آقای دکتر محمدرضا مجیدی، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران و سفیر سابق ایران در یونسکو با موضوع «کنوانسیون میراث فرهنگی ناملموس فرصتی دیگر برای جهانی شدن میراث‌های ملی» و خانم دکتر مهنا نیک‌بین، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی و دبیر باشگاه گردشگری فرهنگی پایدار یونسکو با موضوع «ظرفیت‌های ثبت میراث فرهنگی در فهرست میراث جهانی یونسکو در توسعه مقصدها» در خردادماه ۱۴۰۱ برگزار شد.

نشست تخصصی با عنوان «آئین‌های محرم و صفر: میراثی ناملموس در فرهنگ مردم ایران» شهریورماه ۱۴۰۱ در تالار مرحوم دکتر مصطفوی دانشگاه شیراز، با حضور استادان و پژوهشگران، مسئولان استان، فعالان صنعت گردشگری و دانشجویان برگزار شد. در این نشست، آقای دکتر علوی مدیرکل فرهنگی معاونت گردشگری و امور زائرین استانداری فارس به تشریح دستاوردهای برگزاری پیاده روی اربعین در سال ۱۴۰۱ پرداختند. نشست با سخنرانی آقای دکتر غلامرضا کافی، عضو هیات علمی دانشگاه شیراز، پیرامون ادبیات عاشورایی و سید مهدی میرعظیمی، نویسنده و پژوهشگر، با موضوع آئین‌های محرم و صفر در اقصی نقاط ایران، ادامه یافت. از جمله بخش‌های این نشست، اجرای پرده‌خوانی عاشورایی توسط استاد علیرضا حیدرپورفرد از پیشکسوتان تعزیه در ایران بود. همچنین، یاد مرحوم صادق همایونی از پژوهشگران برجسته تعزیه کشور گرامی داشته شد. در پایان، آقای ابراهیم بختیاری، معاون گردشگری و آقای





آخرین برنامه بازدید از کوچه گالری نارنجستان قوام به همراه سخنرانی آقای دکتر مجیدرضا مقنی پور و آقای دکتر عادل یزدی بود. این برنامه با بازدید از کوچه گالری نارنجستان و کارگاه و گالری آقای دکتر عادل یزدی دکتری فلسفه و حکمت هنر دینی و نقاش و مجسمه‌ساز آغاز شد و ایشان در سخنرانی خود با موضوع «هنر معاصر، راوی میراث فرهنگی ناملموس» ضمن معرفی آثار به تشریح داستان‌های فولکلور و ادبیات شفاهی که سنگ بنای خلق آن‌ها را شکل داده بود، پرداختند. سپس شرکت کنندگان در اقامتگاه بوم‌گردی لوتوس گردهم آمدند تا به سخنان آقای دکتر مقنی پور عضو هیئت علمی دانشکده هنر و معماری دانشگاه شیراز پیرامون «بازتاب فرهنگ اساطیری در هنر و فرهنگ معاصر» گوش فرادهند.

آیین پایانی سومین رویداد ملی میراث فرهنگی ۱۴ اسفندماه ۱۴۰۱، در تالار حکمت دانشگاه شیراز با حضور جمعی از دانشگاهیان، مسئولان استان فارس، فعالان حوزه گردشگری و دوستداران میراث فرهنگی برگزار گردید. دکتر علی حفیظی، معاون دانشجویی فرهنگی دانشگاه شیراز در این رویداد با اشاره به ضرورت حفظ میراث فرهنگی ناملموس اظهار کرد: میراث فرهنگی ناملموس، تولیدات فرهنگی ارزشمندی است که نسل به نسل به ما رسیده و ما در حفظ و نگهداری آن باید کوشا باشیم و بدین ترتیب هویت ملی خود را حفظ کنیم.

مهندس محمد فرخزاده، معاون گردشگری و زیارت استانداری فارس نیز به اهمیت برگزاری این چنین رویدادها و مشکلات موجود در زمینه میراث فرهنگی پرداخت و گفت: شیراز عضو پیمان آی سی سی ان هست (عضو میراث ناملموس جهان) هست و این رویدادها دوسالانه برگزار می‌شود؛ اما متأسفانه وضعیت ما در استان فارس وضعیت مناسبی نیست، یعنی تعداد

این بخش، آقای هادی ستایش، دارنده نشان بین‌المللی یونسکو در هنر خاتم شیراز به بیان پیشینه و شیوه ساخت خاتم شیراز پرداختند و اهمیت دریافت نشان جغرافیایی بین‌المللی خاتم شیراز از یونسکو و فرآیند آن را تشریح کردند. همچنین، شرکت کنندگان با مواد اولیه و مراحل ساخت خاتم شیراز آشنا شدند. در بخش دوم، شرکت کنندگان از کارگاه‌های صنایع دستی مستقر در خانه سنتی سعادت، شامل دواتگری و قلم زنی، تراش سنگ‌های قیمتی، کاشی هفت‌رنگ، میناکاری و خاتم دیدار کردند و هنرمندان و استادکاران مواد اولیه و تجهیزات مورد نیاز و شیوه ساخت را توضیح دادند.

همچنین در بهمن ماه، برنامه دیگری با موضوع «ورزش‌های پهلوانی یا زورخانه‌ای: میراث فرهنگی ناملموس ایرانی» برگزار شد. ورزش زورخانه‌ای یا پهلوانی، یک هنر رمزی است که بیان‌کننده باورهای اسلامی، عرفانی و باستانی ایران است و در سال ۱۳۸۹ در فهرست میراث فرهنگی ناملموس یونسکو به ثبت رسیده است. این برنامه که با استقبال چشم‌گیر مخاطبان روبرو شد نیز شامل دو بخش سخنرانی و تماشای اجرای زنده ورزش زورخانه‌ای بود که در زورخانه علمدار شیراز برگزار شد. در بخش اول، آقای مجتبی درودی، مدرس و پژوهشگر میراث فرهنگی به تشریح پیشینه تاریخی ورزش‌های زورخانه‌ای و پهلوانی در ایران، آیین‌های مرتبط با این ورزش و جنبه‌های نمادین وسایل مورد استفاده در این ورزش شامل کباده، میل و سنگ پرداختند. سپس پهلوانان این ورزش را به طور زنده اجرا کردند. در پایان خانم دکتر فاطمه شکاری عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز و دبیر اجرایی رویداد، از ورزشکاران و پهلوانان به خاطر کمک به حفظ این میراث ارزشمند بعنوان یکی از اجزاء هویت ملی ایرانیان و نقش آن‌ها در انتقال آن به نسل جوان و از مخاطبان به دلیل توجه به برنامه‌های گوناگون رویداد قدرانی کردند.



دکتر فاطمه شکاری، دبیر اجرایی اظهار کرد: در این رویداد تلاش کردیم که فقط سرنخی از میراث فرهنگی ناملوس ایران را به دست دهیم و در این مدت کوشیدیم برنامه‌ها را در سطح شهر و در محیط‌های مربوطه مانند زورخانه‌ها، موزه‌ها و غیره برگزار کنیم. به گفته وی در سومین رویداد ملی میراث فرهنگی، ۱۶۷ اثر به دبیرخانه رویداد رسیده است که از این تعداد، برحسب رأی داوران، ۴ اثر برگزیده نهایی (۲ اثر به صورت مشترک موفق به کسب رتبه دوم شده‌اند)؛ ۱۰ اثر برگزیده و ۱۹ اثر شایسته تقدیر شناخته شده است. در پایان این مراسم با اعطای لوح و هدایایی از برگزیدگان و دست‌اندرکاران سومین رویداد ملی میراث فرهنگی تقدیر شد. از جمله بخش‌های آیین پایانی سومین رویداد ملی میراث فرهنگی، اجرای نقالی، موسیقی و ورزش زورخانه‌ای بود.

تیت‌های جهانی در این حوزه کم است. وی ادامه داد: مسأله دیگر بروز و ظهور این میراث در شهر و فرهنگ شیراز است؛ اما متأسفانه ما این موضوع را در سطح شهر نمی‌بینیم و لازم هست که این میراث فرهنگی را به عرصه اجتماعی و جلوی چشم مردم بیاوریم. معاون گردشگری و زیارت استانداری فارس سومین مسأله را عدم آموزش و گسست بین نسلی عنوان کرد و گفت: متأسفانه به دلیل کمبود آموزش این میراث و سنت‌های ارزشمند ما به نسل جدید منتقل نشده است و ما با گسست بین نسلی مواجهیم که امیدوارم با تقویت حس وطن‌پرستی و با وجود شما نسل جوان و خلاق در انتقال این میراث موفق شویم.



دکتر معصومه محرر، دبیر علمی سومین رویداد ملی میراث فرهنگی نیز به اهمیت توجه به میراث فرهنگی ناملوس کشور باعث تقویت هویت و داشتن احساس شایستگی با شناخت و آگاهی داشته‌ها می‌شود. همچنین موجب تقویت پیوندهای اجتماعی، افزایش دلبستگی افراد به سرزمین و به دنبال آن کم‌شدن مهاجرت می‌گردد. وی افزود: عوامل مختلفی چون ورود مدرنیته به تمام جوانب زندگی امروزی، دانش ضمنی که سال‌ها نسل به نسل منتقل شده و توقف به‌واسطه شکاف بین نسل‌ها ما را به توجه به این حوزه وا می‌دارد. ایشان ضمن ابراز نگرانی از اینکه میراث فرهنگی کشور در معرض نابودی است؛ هدف از برگزاری چنین رویدادهایی را توجه هرچه بیش‌تر به میراث فرهنگی کشور عنوان کرد و از همگان خواست تا با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در این زمینه، از خطر جدی از بین رفتن میراث فرهنگی کشور پیشگیری کنند.



# کافه کتاب

## کتاب چی بخونیم؟

معرفی چند کتاب در زمینه گردشگری فراگیر و دسترس‌پذیر

### گردشگری دسترس‌پذیر: مفاهیم مشکلات

ویراستاران: دیمیتریوس بوهایلیس، سایمون داریس

سال انتشار: ۲۰۱۰

ناشر: Channel View Publications

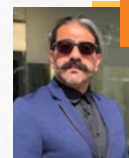
تعداد صفحه‌ها: ۳۰۵

### امیر ارغوان

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی  
گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه شیراز

ایمیل:

mehraz\_amir@yahoo.com



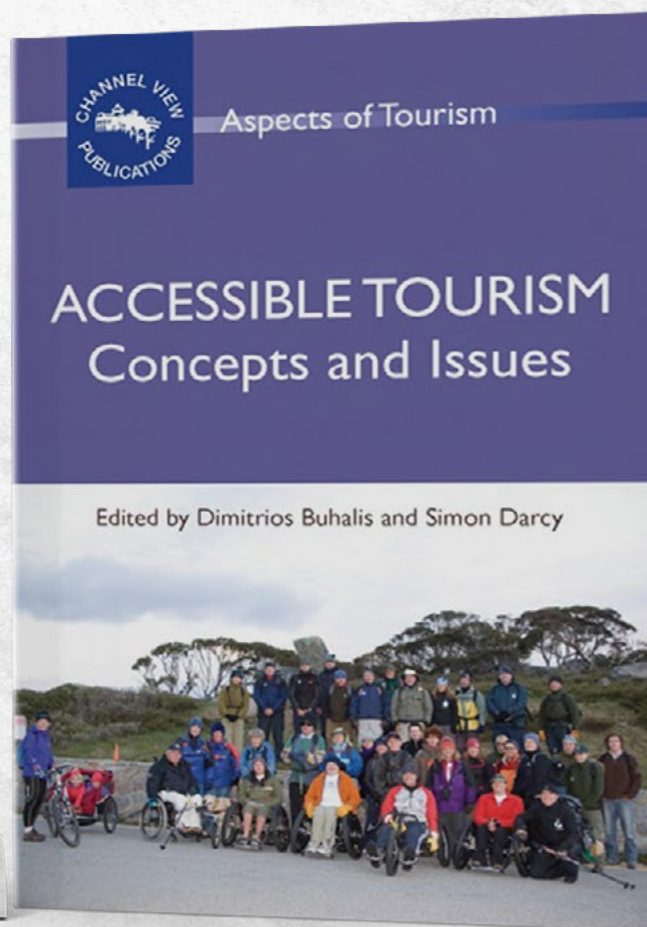
### درباره کتاب

فراگیری، ناتوانی، جمعیت سالخورده و گردشگری به دلیل تأثیرات آن‌ها بر تقاضا و عرضه گردشگری، زمینه‌های مطالعاتی با اهمیت فزاینده هستند. بنابراین، این کتاب به بررسی و مستندسازی رویکردهای نظری، مبانی و مسائل کنونی در مطالعه گردشگری دسترس‌پذیر می‌پردازد. گردشگری دسترس‌پذیر یک حوزه در حال تکامل تحقیقات دانشگاهی و فعالیت‌های صنعت است. مانند سایر حوزه‌های گردشگری، این حوزه نیز چند رشته‌ای و متاثر از رشته‌های مختلف از جمله جغرافیا، مطالعات معلولیت، اقتصاد، سیاست عمومی، روانشناسی و بازاریابی است.

### درباره ویراستاران

دیمیتریوس بوهایلیس، استاد گردشگری الکترونیک و مدیر آزمایشگاه گردشگری الکترونیک در دانشگاه بورنموث است. تحقیقات او بر مدیریت راهبردی و بازاریابی، بازاریابی گردشگری، فناوری و گردشگری الکترونیک متمرکز است.

سیمون داریس، دانشیار و مدیر پژوهشی دانشکده اوقات فراغت، ورزش و گردشگری در دانشگاه صنعتی سیدنی است. حوزه تخصصی پژوهش و تدریس سایمون در ورزش، گردشگری و مدیریت تنوع است.





## توسعه گردشگری فراگیر

ویراستاران: رجینا شیونز، رابین بیدولف

سال انتشار: ۲۰۲۰

ناشر: Routledge

تعداد صفحه‌ها: ۱۴۸

کنندگان از ویلچر در مکان‌های تاریخی

• همکاری ذی‌نفعان در توسعه گردشگری دسترس‌پذیر: چارچوبی برای شمول

درباره ویراستاران

رجینا شیونز، استاد مطالعات توسعه در دانشگاه ماسی، پالمستون شمالی، نیوزیلند است. مطالعات او پیرامون راه‌هایی است که گردشگری در ایالت‌های جزیره‌ای کوچک می‌تواند برای جمعیت محلی پایدارتر، فراگیرتر و توانمندتر باشد.

رابین بیدولف، دانشیار جغرافیای انسانی در دانشگاه گوتنبرگ، سوئد است. پروژه‌های تحقیقاتی اخیر او شامل تجزیه و تحلیل معیشت گردشگری در مناطق روستایی اطراف سیم ریپ، کامبوج، اصلاحات ارضی در موزامبیک و تانزانیا، و شرکت‌های اجتماعی در اسکاندیناوی و آسیای جنوب شرقی بوده است.

### درباره کتاب

این کتاب جامع به دنبال راه‌هایی است که از طریق آن‌ها بتوان سانسای را که به شکل معمول توسط گردشگری به حاشیه رانده‌شده یا از آن محروم شده‌اند، به روش‌هایی وارد صنعت کرد به طوری که به طور مستقیم از آن منتفع شوند. این کتاب به سوالات محوری مطرح شده در رویکرد گردشگری فراگیر می‌پردازد: چه کسی شامل می‌شود؟ با چه شرایطی؟ با چه اهمیتی؟

گردشگری اغلب به عنوان یک فعالیت انحصاری، درک و تجربه می‌شود که فقط برای افراد به نسبت ثروتمند، قابل دسترس است. این کتاب با بررسی این است که چگونه گروه‌های به حاشیه رانده‌شده می‌توانند کنترل بر گردشگری به دست آورند، به دنبال مقابله با این گرایش است. کتاب با تعریف مفهوم گردشگری فراگیر و بحث در مورد هفت عنصر مختلف که می‌توانند بیان‌گر فراگیر بودن در گردشگری باشد، آغاز می‌شود. نتایج مطالعات صورت گرفته در بسترهای جغرافیایی مختلف - کامبوج، استرالیا، سوئد، ترکیه و اسپانیا - برای نشان دادن نیاز به گردشگری فراگیرتر ارائه شده است. این مثال‌ها، شامل اقدامات تورگردانان چند ملیتی، صاحبان هتل‌ها و شرکت‌های اجتماعی می‌شود، در حالی که چگونگی اطمینان از دسترسی به گردشگری، برای افراد دارای معلولیت را نیز بررسی می‌کند. نویسندگان امیدوارند که این کتاب الهام‌بخش، تلاش برای یافتن راه‌هایی برای گنجاندن بازیگران جدید و مکان‌های جدید در گردشگری با شرایطی عادلانه و پایدار باشد.

محتوای کتاب

• معرفی گردشگری فراگیر

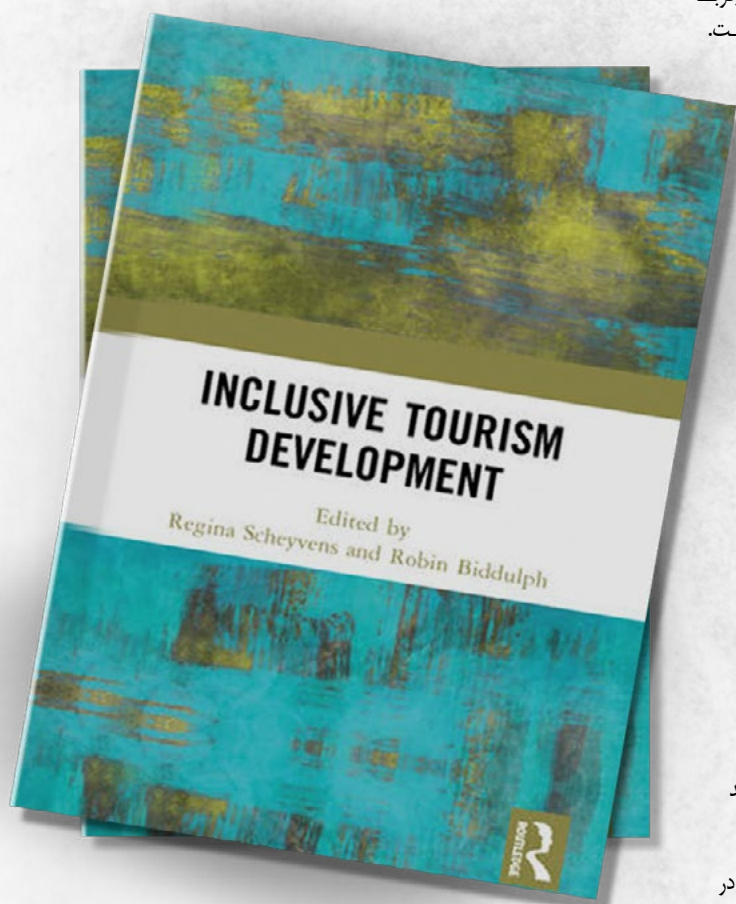
• درک توسعه گردشگری فراگیر

• مجریان تور و مسئولیت اجتماعی شرکتها: آیا می‌توانند گردشگری فراگیرتری را ترویج کنند؟

• سرمایه‌گذاری اجتماعی و گردشگری فراگیر: پنج نمونه در سیم ریپ، کامبوج

• خیلی متزلزل برای فراگیر بودن؟ استخدام خدمتکار هتل در اسپانیا

• چالش‌های تجربه‌های گردشگری فراگیر برای استفاده



## مشارکت در گردشگری؛ درک تبعیض و تعصب نهادی

ویراستار: سوزان اسلوکام

سال انتشار: ۲۰۲۳

ناشر: Routledge

تعداد صفحه‌ها: ۲۱۶

### درباره کتاب

این کتاب نمونه‌هایی از تبعیض و به حاشیه رانده شدن گردشگری و راه‌هایی را بیان می‌کند که برای شناسایی و غلبه بر تعصب‌های شخصی یا نهادی طراحی شده‌اند، و نقشه راه را برای محققان علاقه‌مند به ایجاد رویکردی فراگیرتر برای تحقیقات گردشگری تعیین می‌کند. این کتاب شامل ۱۳ فصل است که نمونه‌های جهانی غلبه بر تبعیض در موسسات گردشگری را ارائه می‌دهد. فصل‌ها دیدگاه موجود در مورد فراگیر بودن نظریه گردشگری تشریح می‌کنند و به چالش می‌کشند، این افسانه را که گردشگری تلاشی برابر با فرصت‌های برابر است را از بین می‌برد و سطح جدیدی از بررسی را برای مفاهیم «تبعیض» و «به حاشیه راندن» در مطالعات گردشگری ارائه می‌کند. کتاب با رویکرد نهادینه شده و جهانی به تبعیض آغاز می‌شود که بر سیاست مهاجرت، تدریس دانشگاهی، تحقیق، سیاست‌های کمک مالی و تصویر مقصد در رابطه با اقلیت‌ها و بیگانه‌هراسی تمرکز دارد. سپس، متن به سطح فردی می‌رود و جنبه‌های تبعیض نهادینه شده براساس ویژگی‌های فردی مانند چاقی، ناتوانی و جنسیت را مورد بحث قرار می‌دهد. این کتاب برای دانشجویان و دانش‌آموختگان، محققین و شاغلین علاقه‌مند به تنوع و شمول سودمند خواهد بود.

### محتوای کتاب

• معرفی

#### بخش اول: سیاست‌های تبعیض در گردشگری

- هویت‌های خوراکی-فرهنگی برای برندسازی مکان: میوه ممنوعه اقلیت‌ها؟
- سیاست‌های مهاجرتی کانادا: پیامدهای تبعیض و سوگیری در استخدام گردشگری
- زنان در اشتغال گردشگری: سقف شیشه‌ای یا برابری جنسیتی؟
- از جیم کرو تا زندگی سیاه‌پوستان مهم است: تاریخچه نژادپرستی و گردشگری در ایالات متحده آمریکا
- USDA: غلبه بر تبعیض نهادی در برنامه‌های غذا و گردشگری کشاورزی
- استعمارزدایی از برنامه درسی ما: پرداختن به سوءآموزش گردشگری

#### بخش دوم: تجربه‌های «دیگری» در گردشگری

- سایر موارد در گردشگری دسترس‌پذیر
- عملکرد خوب و متفاوت جنسیت: مورد مدیران زن در گردشگری
- کاوش در تجربه‌های گردشگری افراد چاق: جست‌وجویی برای یک تجربه دسترس‌پذیر و بدون تعصب
- ۵۰۰ سایه تبعیض: پیچیدگی تجاری در هتلداری و گردشگری

### درباره ویراستار

سوزان ال اسلوکام، دانشیار، مدیریت گردشگری و رویداد، دانشگاه جورج میسون، فیرفکس، ویرجینیا، ایالات متحده آمریکا است.





## زنان، اوقات فراغت و گردشگری؛

### خودشکوفایی و توانمندسازی از طریق تولید و مصرف تجربه

ویراستاران: لیندا جی. اینگرام؛ کلارا تارکو؛ سوزان ال. اسلوکام

سال انتشار: ۲۰۲۱

ناشر: CABI

تعداد صفحه‌ها: ۱۸۸

### درباره کتاب

این کتاب بحث جامعی را در مورد زنان، اوقات فراغت و گردشگری از لنز تولید و مصرف اوقات فراغت توسط زنان و برای زنان ارائه می‌دهد. کتاب دربرگیرنده یک دیدگاه چندفرهنگی است، برای برجسته کردن ویژگی‌های منحصربه‌فردی که اوقات فراغت برای زنان به ارمغان می‌آورد، نقش زنان در کارآفرینی اوقات فراغت، و ایجاد محیط‌های حمایتی و فراگیر برای افزایش بهزیستی زنان از طریق بررسی این فعالیت‌ها در جمعیت‌ها و گروه‌های به حاشیه رانده شده. تنوع فعالیت‌های اوقات فراغت و گردشگری زنان به بهترین وجه از طریق پیوندهای بین شیوه‌های مختلف اوقات فراغت (مانند ورزش، تفریح در فضای باز، سفر و گردشگری، یادگیری، صنایع دستی، رویدادها، اوقات فراغت خانوادگی) و همچنین درک تولید اوقات فراغت در میان فرهنگ‌ها قابل درک است. فصل‌های کتاب، بسیاری از چالش‌های ذاتی برای فراهم کردن فرصت‌های اوقات فراغت و گردشگری به نحوی که از نیازهای متنوع زنان پشتیبانی کند، و همچنین نگاه به نوآوری زنان داشته باشد را به خوبی مطرح می‌کنند. کتاب شامل نمونه‌هایی از فصل‌های کاربردی و مفهومی با دیدگاه‌های جهانی در مطالعات دانشگاهی است و توسط نویسندگانی از رشته‌های گوناگون نوشته شده است. مطالعه کتاب به دانشجویان و دانشجویان تحصیلات تکمیلی اوقات فراغت، گردشگری و مطالعات جنسیتی پیشنهاد می‌شود.

یکی از نقاط قوت اصلی کتاب، تنوع آن است که در فصل‌های مختلف جنبه‌های گوناگونی مانند سن، ملیت، فضاها، فیزیکی و دیجیتالی یا دسترسی به فعالیت‌های اوقات فراغت را ذکر می‌کند. برجسته کردن جمعیت‌هایی که پیش از این در بحث زنان، اوقات فراغت و گردشگری نادیده گرفته شده‌اند، کمکی مهم و بدیع به این حوزه است. اوقات فراغت به عنوان یک ضرورت برای رفاه، به ویژه برای زنان، مورد توجه قرار می‌گیرد و بر این واقعیت تأکید می‌کند که زنان ممکن است، نیازهای متنوعی داشته باشند که مغفول مانده است.

### محتوای کتاب

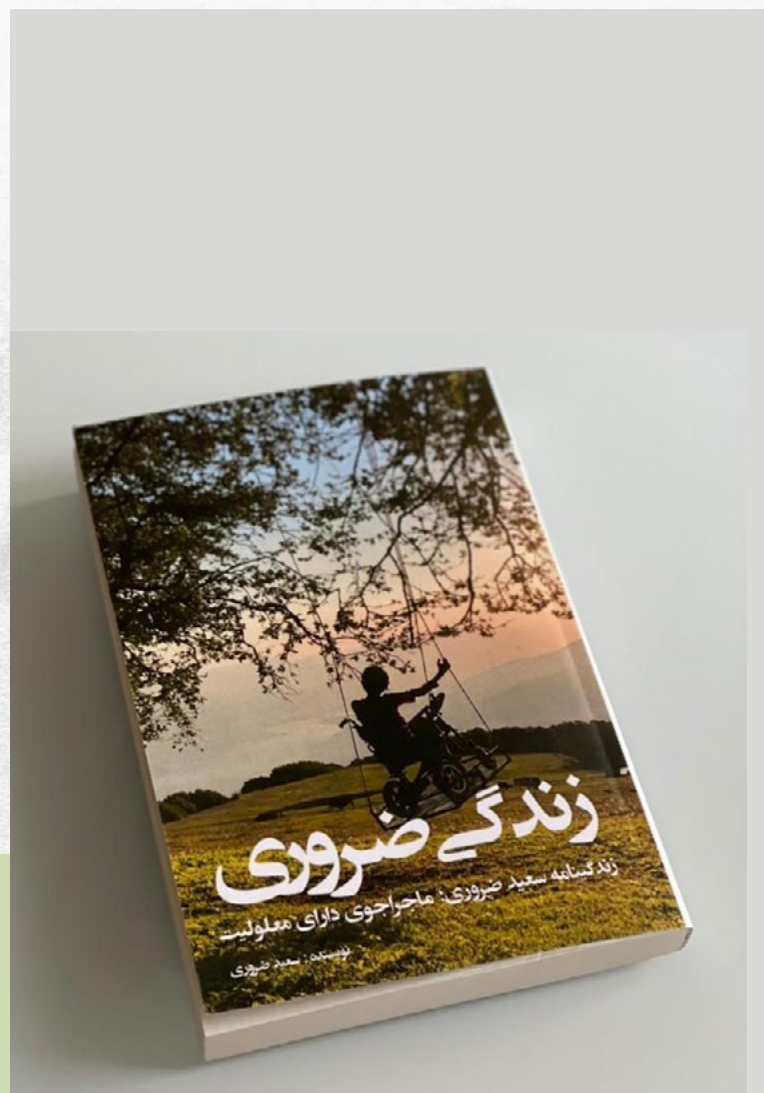
- مقدمه: زنان به عنوان تولیدکننده و مصرف‌کننده اوقات فراغت
- بررسی استثنائاتی زنان در فعالیت‌های مکان‌سازی اولیه اوقات فراغت
- مردانگی و مجوز اخلاقی در رختکن: تحلیل انتقادی فرهنگ، جنسیت و اوقات فراغت
- ورزش برای زنان در سنین بالاتر
- تاریخچه و هویت: فروشنده‌گان زن در جشنواره رنسانس
- به دست خودش: خلاقیت، صنایع دستی و تجارت در دره Verde، آریزونا
- ایجاد فرهنگ رضایت برای گردشگری رویداد
- زنان مسن و اوقات فراغت.
- مشارکت در یادگیری غیررسمی به عنوان اوقات فراغت برای زنان پناهنده سوری در ترکیه
- فرار یا دوییدن به سمت؟ زیارت مایه گذران اوقات فراغت بانوان
- زنان گیمر: "گردشگران" یا "شهروندان"؟
- یک مطالعه نتنوگرافی در مورد تجربیات سفر گیمی زنان چینی
- ملکه در حال حرکت: یک زن آفریقایی محقق و تجربه مسافر
- زنان و اوقات فراغت در زمینه ایتالیا
- درک متقاطع بودن تجربه اوقات فراغت زنان شهری هند
- نتیجه گیری

## درباره کتاب

کتاب زندگی ضروری، زندگی‌نامه سعید ضروری ماجراجوی دارای معلولیت خیلی شدید است، کتاب با اولین تصویر از آخرین شب بهار و زلزله سال ۶۹ که آغاز می‌شود. اولین تصویر از آخرین شب زندگی‌شان شد. این کتاب به صرف بیان اتفاق‌ها و ماجراهای زندگی نیست، بلکه نمایش نحوه عملکرد ذهن او در مواجهه با چالش‌ها، سختی‌ها، شکست‌ها و موفقیت‌ها است. کتاب حاوی کلمات کلیدی و جملات ناب است که به فراخور موقعیت نوشته شده‌اند.

فروریختن، تخریب‌شدن و از نو ساختن در سراسر کتاب به‌خوبی روایت شده و در دوران نوجوانی این فروریختن‌ها و تخریب شدن‌ها و از نو ساختن‌ها به شکلی دیگر و به صورت روحی در او که انسانی در جستجوی تاثیرگذاری است، بیان شده‌اند. این کتاب در قالب روایت ماجراها و تصمیم‌گیری‌ها، به‌خوبی نشان می‌دهد، مرور اتفاق‌های دوران کودکی چه تاثیری بر روی افراد می‌تواند داشته باشد. سعید در بخشی از کتاب به ترجمه نمادهای نصب‌شده بر روی اتاق دوران نوجوانی‌اش می‌پردازد و آن‌ها را به‌صورت واقعی در دهه سوم زندگی‌اش پیدا می‌کند. نقش پدر و مادر در شکل‌گیری استقلال مالی او و واکنش‌های او نسبت به اتفاق‌های به‌ظاهر ناخوشایند زندگی‌اش نشان‌دهنده وجود لایه‌های قابل‌بحث در این کتاب است. از مهم‌ترین نکات مهم در رابطه با این کتاب نمایش «قدرت ذهن» است.

سعید به‌خوبی با روایت ماجراهای واقعی زندگی‌اش، به دور از توصیفات طولانی و سنگین ادبی، به اهمیت وجود تاب‌آوری و داشتن برنامه برای زندگی باوجود تمام جبر موجود در جامعه ایران می‌پردازد. فراز و نشیب‌های کتاب بسیار زیاد است، خواننده همراه با راوی، پشت موانع فرهنگی، شهری و اجتماعی، متوقف و همراه با سعید، شاهد حذف موانع، دور زدن و یا صبر او می‌شود. اتفاق‌ها غیرقابل‌پیش‌بینی هستند و داستان‌های واقعی کشش قابل‌توجهی دارند و خواننده همراه با او شاهد چگونگی برنامه‌ریزی و ایجاد اتفاق‌های مهم و هیجان‌انگیز برای خود سعید و سایر افراد دارای معلولیت در ایران می‌شود.



## زندگی ضروری؛

## زندگی‌نامه سعید ضروری ماجراجوی دارای معلولیت

نویسنده: سعید ضروری

سال انتشار: ۱۳۹۹

ناشر: الگوی فردا

## منابع

[https://books.google.com/books/about/Accessible\\_Tourism.html?id=B-SeyjdevpwC](https://books.google.com/books/about/Accessible_Tourism.html?id=B-SeyjdevpwC)

<https://www.routledge.com/Inclusive-Tourism-Development/Scheyvens-Biddulph/p/book/9780367621773>

<https://www.routledge.com/Inclusion-in-Tourism-Understanding-Institutional-Discrimination-and-Bias/Slocum/p/book/9781032186191>

<https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9781789247985.0000>

<https://www.saeedzaroori.com/zaroorilife/>

# سینما گردشگری چه فیلمی ببینیم؟

## امیر ارغوان

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی  
گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه شیراز

ایمیل:

mehraz.amir@yahoo.com



### داستان

در سال ۲۰۱۱، فرن پس از تعطیلی کارخانه یو-اس-جی آمریکا در امپایر نوادا، شغل خود را از دست می‌دهد. او سال‌ها به همراه شوهرش که به تازگی فوت کرده، در آن‌جا کار می‌کردند. فرن بیشتر وسایل خود را می‌فروشد و ونی را خریداری می‌کند تا در آن زندگی کند و در جستجوی کار به جاهای مختلف کشور سفر می‌کند. او به عنوان کارگر فصلی در یکی از شعب بسته‌بندی آمازون، در فصل زمستان، مشغول به کار می‌شود.

لیندا، دوست و همکار فرن، از او دعوت می‌کند تا از یک گردهمایی بیابانی در آریزونا که در واقع یک سیستم پشتیبانی و اجتماعی برای بی‌خانمان‌های دیگر بوده و توسط باب ولز ترتیب داده شده‌است، دیدن کند. فرن در ابتدا نمی‌پذیرد، اما با سرد شدن هوا نظر خود را تغییر می‌دهد و برای یافتن کار در این منطقه تلاش می‌کند. در آن‌جا، فرن با

### Nomadland

سرزمین خانه به دوش‌ها یا سرزمین آواره‌ها، فیلم درام آمریکایی به کارگردانی، نویسندگی و تهیه‌کنندگی کلویی ژا، با ایفای نقش فرانسیس مک‌دورمند است. این فیلم، برنده جایزه شیر طلایی از جشنواره فیلم ونیز شد و همچنین در گلدن گلوب سال ۲۰۲۱ در چهار حوزه بهترین فیلم درام، بهترین کارگردانی، بهترین فیلم‌نامه و بهترین بازیگر نقش اول زن، نامزد شد که دو جایزه بهترین فیلم درام و بهترین کارگردانی را به دست آورد. این فیلم، همچنین برنده بهترین فیلم بفتا و بهترین بازیگر نقش اول زن بفتا نیز شده‌است. فیلم نام برده، در نود و سومین دوره جوایز اسکار، در شش بخش نامزد شد و در نهایت جوایز بهترین فیلم، بهترین کارگردانی و بهترین بازیگر نقش اول زن را از آن خود کرد. این فیلم تحسین منتقدان را همراه با تحسین جهانی برای کارگردانی، فیلم‌نامه، تدوین، فیلم‌برداری و بازیگری آن به ویژه مک‌دورمند همراه داشت و به سومین رتبه برتر سال ۲۰۲۰ در متاکریتیک تبدیل شد.



زیادی می‌خواهد. مدتی بعد، فرن از دیو و خانواده پسرش دیدن می‌کند و متوجه می‌شود که دیو تصمیم گرفته که برای مدت طولانی با آن‌ها بماند. او احساساتش را نسبت به او بروز می‌دهد و او را دعوت می‌کند تا برای همیشه در مهمان‌خانه با او بماند، اما او تصمیم می‌گیرد تنها پس از چند روز، به سمت اقیانوس حرکت کند.

فرن به شغل فصلی خود در آمازون بازمی‌گردد، سپس دوباره از پاتوق آریزونا دیدن می‌کند. در آن‌جا او متوجه می‌شود که سوانکی مرده است. فرن در مورد رابطه عاشقانه خود و شوهر فقیدش، با باب صحبت می‌کند و او نیز داستان خودکشی پسرش را با او به اشتراک می‌گذارد. باب بر این عقیده است که خداحافظی در جامعه بی‌خانمان‌ها به‌معنای پایان نیست، زیرا اعضای آن همیشه قول می‌دهند که یک‌دیگر را دوباره «در آینده» ببینند. مدتی بعد، فرن به شهر به‌نسبت متروکه امپایر برمی‌گردد تا وسایلی که در یک انبار نگهداری می‌کرده را جمع‌وجور کند. او قبل از بازگشت دوباره به جاده، از کارخانه و خانه‌ای که با شوهرش در آن زندگی می‌کردند، دیدن می‌کند.

این فیلم، به زیبایی هرچه تمام‌تر، دنیای واقعی یک زن را به تصویر می‌کشد؛ او می‌خواهد استقلال خود را حفظ کند و برای بقا تلاش کند. اتفاق‌هایی که در این فیلم نمایش داده شده، نمایش واقعی حقیقت تلخ تبعیض در جامعه را به تصویر می‌کشد. سفر کردن فرن برای ادامه جست‌وجو برای کار، از دیگر جذابیت‌های این فیلم است.



افراد بی‌خانمان دیگر ملاقات می‌کند و مهارت‌های اولیه زنده‌ماندن و خودکفایی در جاده را می‌آموزد.

هنگامی که لاستیک ون فرن پنچر می‌شود، وی از یک بی‌خانمان دیگر به نام سوانکی می‌خواهد تا با ویش برای خرید یدکی به شهر بروند. سوانکی که پرچم دزدان دریایی را بر روی ون خود نصب کرده تا کسی مزاحمش نشود، فرن را به دلیل آماده نبودن، او را سرزنش می‌کند و از او می‌خواهد تا مهارت‌های بیشتری برای زنده‌ماندن در جاده‌ها بیاموزد و این‌گونه، آن‌ها تبدیل به دوستان خوبی می‌شوند. سوانکی به فرن در مورد تشخیص سرطان و کوتاه شدن طول عمرش و برنامه‌های خود، برای رقم زدن خاطرات خوب در جاده، به‌جای دور ریختن باقی عمرش در بیمارستان می‌گوید. آن‌ها سرانجام از هم جدا می‌شوند.

سپس، فرن در اردوگاهی در پارک ملی بد لندز به عنوان میزبان اردوگاه مشغول به کار می‌شود، جایی که با دیو، بی‌خانمان دیگری که در گردهمایی بیابانی ملاقات کرده بود، برخورد می‌کند. او به طور موقت در پارک ملی بد لندز مشغول به کار بود، اما وقتی مبتلا به دیور تیکولیت می‌شود، فرن وی را در بیمارستانی که در آن عمل جراحی اورژانسی انجام داده است، ملاقات می‌کند. آن‌ها مدتی بعد، در رستورانی در وال دراگ در داکوتای جنوبی مشغول به کار می‌شوند. یک شب پسر دیو به دنبال او به رستوران می‌رود و به او می‌گوید که همسرش باردار است و از او می‌خواهد، تا نوه‌اش را ببیند. او در ابتدا مردد است، اما فرن او را ترغیب می‌کند که برود. دیو به او پیشنهاد می‌کند تا به همراه او بیاید، اما او قبول نمی‌کند.

فرن مشغول به کار جدید در کارخانه فرآوری چغندر قند می‌شود، اما ویش خراب شده و نمی‌تواند هزینه تعمیرات آن را پرداخت کند. او که قادر به گرفتن وام نیست، به دیدن خانواده خواهرش در کالیفرنیا می‌رود. خواهرش به او پول قرض می‌دهد. او از فرن می‌پرسد که چرا هرگز در زندگی آن‌ها حضور نداشته و چرا فرن پس از مرگ شوهرش در امپایر ماند، اما او به فرن می‌گوید که تا این اندازه مستقل بودن، شجاعت

## Wild

ماجرای دختری که ۱۱۰۰ مایل را پیاده پیمود تا اتفاق‌های ناگوار زندگی‌اش را فراموش کند.

Wild، محصول سال ۲۰۱۴ آمریکا و فیلمی در ژانر درام ماجراجویی با کارگردانی ژان مارک و نویسندگی نیک هورنبری است. شرح حالی از شرلی استرید، نویسنده آمریکایی است. ریس ویدراسپون به عنوان نقش اول، نقش شرلی را بازی می‌کند.

### خودشناسی در طبیعت وحشی

فیلم هرچند که اقتباسی از کتاب شرلی استرید است، اما دارای وجوه تمایز زیادی نیز با آن است، استرید در کتاب خود به شرح چگونگی این سفر و اتفاقات رخ داده در آن با زبانی شیرین پرداخته است، درحالی‌که در فیلم شاهد آن هستیم، مارک والی به زندگی او ماقبل سفر نیز توجه نشان می‌دهد و دلایل آغاز این راهپیمایی را نیز به مخاطب می‌نماید. فیلم Wild بی‌شک تا حد زیادی مشابهت‌هایی با فیلم به درون طبیعت وحشی ساخته‌ی شان پن دارد که آن فیلم نیز براساس زندگی واقعی کریستوفر مک‌کندلس ساخته شده است، اما نقطه‌ی تمایز اصلی این دو فیلم، نخست، مبنای ساخت آن‌ها، یعنی واقعیت سفر استرید و مک‌کندلس و تفاوت‌های موجود در این دو شخص است. دوم، نوع نگاه کارگردان‌ها به این سفرها، در فیلم به درون طبیعت وحشی، شان پن بیشترین تمرکز خود را بر حوادث سفر مک‌کندلس و تأثیر بر شخصیت او گذاشته است درحالی‌که مارک والی تلاش نموده است به شکلی متوازن به وجوه دیگر زندگی استرید به‌غیر از سفرش بپردازد.

در فیلم Wild شخصیت اصلی فیلم دچار نوعی بحران روحی گشته است که سفر بدین شکل برای او نوعی فرار و تنبیه به حساب می‌آید. استرید با وجود آنکه می‌داند هیچ تجربه‌ای برای قدم گذاشتن در چنین مسیری را ندارد اما در آن پای می‌گذارد؛ چراکه بر اثر فشار مرگ مادرش به خودویرانگری روی آورده و با این کار نه تنها ازدواجش را نابود کرده بلکه

به تمام آنچه مادرش برای آموختن به او تلاش نموده خیانت کرده است. استرید دیگر خانه‌ای برای بازگشت ندارد، به‌گونه‌ای می‌توان گفت او چیزی برای از دست دادن ندارد، پس تصمیم می‌گیرد برای فرار از آنچه بدان بدل شده است به توصیه مادرش عمل کند و شخص دیگری شود. این سفر هرچند که برای او نقش‌گریز از گذشته را ایفا می‌کند، اما با گذشت زمان، او به‌نوعی خودشناسی می‌رسد که نتیجه‌ی آن، یافتن معنای واقعی زندگی است، در واقع استرید بی‌آنکه بخواهد در این فیلم با اشاره به گردشگری و سفر، آن راهی برای خودشناسی و فرار از مشکلات و روزمرگی‌های زندگی معرفی می‌کند. مسیری که ناشناخته‌ها و علاقه به تجربه‌های جدید، باعث فراموش کردن سختی‌های زندگی شده و راه کسب آرامش را فارغ از گذشته، پیش پای انسان می‌گذارد. نقش زنان در گردشگری به خوبی در این فیلم به نمایش گذاشته شده است.



## The straight story

«آلوین ری استریت»، پیرمرد هفتاد و سه ساله‌ای اهل لورنر ایالت آیوا، وقتی می‌فهمد برادرش در بستر مرگ است، می‌خواهد برای آخرین بار او را ببیند. اما چشم‌هایش ضعیف‌تر از آن است که بتواند رانندگی کند. آلوین با دخترش، «رز» زندگی می‌کند که رانندگی‌اش تعریفی ندارد. ماشین هم ندارند. آنان نوعی ماشین چمن‌زنی دارند که شبیه تراکتور است، و وقتی چشم آلوین به آن می‌افتد، می‌فهمد که چه‌طور سیصد مایل فاصله تا مانت‌زیون ویسکانسین را براند. فیلم سفر یک پیرمرد بیمار و چگونگی سفر اوست.



## Rain Man

Rain Man فیلمی است که آگاهی عمومی درباره اوتیسم را، به شدت افزایش داد. بدون تردید، مفهوم اوتیسم در افکار عمومی به دو برهه‌ی تاریخی تقسیم می‌شود، برهه‌ی اول قبل از اکران Rain Man که اکثر افراد هیچ آگاهی از اوتیسم نداشتند و برهه‌ی دوم به پس از اکران این فیلم برمی‌گردد، زمانی که توانست مفهوم اوتیسم را به تعداد زیادی از افراد دنیا بشناساند. فیلم فردی را به تصویر می‌کشد که هم‌زمان توانایی‌ها و ناتوانایی‌هایی دارد و یک جمع غیرقابل‌باور اضداد است. محبوبیت این فیلم در بین مردم، موجب خوشحالی روانشناسان و متخصصین اوتیسم در سراسر دنیا شد. حتی شاید بتوان گفت که موفقیت آن روانشناسان و روان‌پزشکان دنیا را بیشتر از عوامل فیلم خوشحال کرد.

داستان مرد بارانی، داستان یک بزرگسال مبتلا به اوتیسم است. چارلی برادر ریموند که هنوز نمی‌داند برادری به نام ریموند دارد، در حالی که غرق در مشکلات کسب‌وکار فروش ماشین‌های گران‌قیمت است، با خبر می‌شود که پدرش از دنیا رفته و خانه سه میلیون دلاری‌اش را به برادر نادیده‌اش، ریموند، بخشیده است. چارلی، در به‌در به دنبال برادر نادیده‌اش می‌گردد و عاقبت او را در یک آسایشگاه روانی پیدا می‌کند. از زمانی که چارلی و ریموند با هم روبه‌رو می‌شوند، تقریباً سکانسی در فیلم نیست که ریموند در آن حضور نداشته باشد و بیننده برای حدود دو ساعت با زندگی روزمره یک فرد اوتیستیک به نام ریموند آشنا می‌شود. زندگی دشواری که پر از محدودیت و مشکلات آزاردهنده است. در عین حال، تماشاگر فیلم، با دیدن جنبه‌های نبوغ‌آمیز ریموند شگفت‌زده می‌شود. توانایی‌های استثنایی مانند حل مسائل پیچیده ریاضی، حفظ‌کردن کتاب‌ها، شمردن ۲۴۶ عدد خلال دندان در چند ثانیه و قمار در کازینوهای لاس وگاس. به کمک نبوغ ریموند، برادرش بیش از هشتاد هزار دلار به جیب می‌زند.

در سکانسی از فیلم، چارلی از برادر نابغه‌ی بیمارش می‌پرسد: تو چطور این کارها را می‌کنی؟ چطور ۲۴۶ خلال دندان را در چند ثانیه شمردی؟ ریموند پاسخ می‌دهد: من به عکس نگاه می‌کنم! پاسخ ریموند، واقع به توانایی مغز عکس‌بردار، در بعضی از مبتلایان اوتیسم اشاره دارد که فرد اوتیستیک می‌تواند از وقایع زندگی روزمره در مغز خود، عکس ذخیره کند و با تمام جزئیات، همیشه به آن عکس دسترسی داشته باشد. این فیلم، برای بیش از دو ساعت، مخاطب را با تمام محدودیت‌ها و مشکلات و گاهی، برجستگی‌های نبوغ‌آمیز یک بزرگسال مبتلا به اوتیسم آشنا می‌کند.



## Driving miss daisy

این فیلم محصول سال ۱۹۸۹ آمریکا و فیلمی در ژانر کمدی درام است که توانست مجموعاً ۴ جایزه اسکار را در آن سال به دست آورد.

این فیلم به رابطه بین یک زن یهودی و راننده‌اش در یک دوره زمانی ۲۵ ساله می‌پردازد. خانم دیزی قادر به رانندگی نیست و پسرش اصرار دارد که برای وی راننده‌ای استخدام کند. با این حال، خانم دیزی حاضر نیست به این امر تن دهد و اجازه نمی‌دهد که راننده استخدام‌شده (مورگان فریمن) برایش رانندگی کند. ولی پس از چندی، راننده جای خود را در دل خانم دیزی باز می‌کند.

منطقه‌ای نزدیک آتلانتا، ۱۹۴۸. «دیزی ورتان» (تندی)، بیوه ثروتمند هفتاد و دو ساله جنوبی، به سفارش پسرش، «بولی» (ایکروید)، راننده سیاه‌پوستی را به نام «هوک» (فریمن) استخدام می‌کند. در آغاز، «دیزی» اجازه هیچ کاری را به «هوک» نمی‌دهد و «هوک» با حوصله فراوان، سرزنش‌های «دیزی» را تحمل می‌کند. پس از چندی، «دیزی» به او علاقه‌مند می‌شود و رابطه‌ای دوستانه میان آن دو شکل می‌گیرد. رابطه پرفراز و نشیب «دیزی» و «هوک» هم‌چنان ادامه پیدا می‌کند تا این که سال‌ها بعد، در اوایل ۱۹۷۰، «دیزی» به خاطر کهولت سن، به خانه سالمندان منتقل می‌شود. «هوک» نیز که دیگر توانایی رانندگی ندارد، به اتفاق «بولی» برای دیدن «دیزی» به خانه سالمندان می‌رود. «دیزی» که از دیدار «هوک» به شغف آمده است، از پسرش می‌خواهد که آن دو را تنها بگذارد.

نکته درخشان فیلم، حضور مایه‌های تبعیض‌نژادی در لایه‌های زیرین اثر است. اختلاف نژادی نه به صورت آشکار، بلکه در روابط و مناسبات دو آدم سالخورده و مبادی آداب نشان داده می‌شود. در کنار تلخی گریزناپذیر فیلم، رابطه لطیف و انسانی دو شخصیت اول، دیدنی است. فریمن یکی از درخشان‌ترین نقش‌آفرینی‌های بازیگران سیاه‌پوست را در تاریخ سینما ارائه می‌کند.

در این فیلم، با پرداختن به یکی از معضلات سالمندان که همان عدم توانایی در استفاده از وسایل نقلیه است، سعی بر آن دارد تا دنیای این قشر از جامعه را به تصویر کشد و ما را با مسایل و مشکلات دوران پیری آشنا کند.





## هر شب تنهایی

شخصیت اصلی فیلم، شخصیتی پیچیده و چندبعدی است؛ زنی که به گفته پزشکان بیشتر از چند ماه زنده نیست و به یکباره با احساس عمیقی از ناامیدی، گیجی و سرگردانی، گویی گم شده است. عطیه به پیشنهاد و خواست شوهرش به مشهد آمده است تا یک روز آنجا باشد و نمی‌خواهد حتی بیشتر از یک روز بماند. عطیه زنی مدرن و امروزی و نویسنده و گوینده رادیو است، و حالا ترس خورده و گیج، با ورود به مشهد انگار سفر جدیدی را در خودش شروع می‌کند.

حس ترس، بی‌باوری، عدم امنیت و این گمشدگی، آنقدر ظریف تصویر شده است، که فارغ از بیمار بودن زن، با مخاطب ارتباط می‌گیرد. سفر درونی عطیه با طی کردن مراحل از پریشانی و سرگردانی تا احساس آرامش و امنیت آغاز می‌شود. دوربین گاهی عطیه را در قاب می‌گیرد و گاهی از نگاه مضطرب، گیج و سرگردان او، تصویرها را نشان می‌دهد. عطیه آدم‌هایی را تماشا می‌کند که زندگی را باور دارند و برای گرفتن خواسته‌شان دو دستی به ضریح زیارت چسبیده‌اند در حالی که خودش جایی میان زمین و آسمان، معلق است.

حضور دختر بچه گمشده و برخورد او با عطیه، در هیاهوی حرم بهانه‌ای می‌شود تا عطیه برای چند ساعت وجود خودش را باور کند. عطیه

بدون واسطه حتی یک کلام، به راحتی با دختر بچه ارتباط برقرار می‌کند و از تنهایی و ترس فاصله می‌گیرد؛ ارتباطی آرام‌بخش که حتی با شوهرش نمی‌تواند برقرار کند. مرد به جای این که به او حس امنیت و آرامش منتقل کند، با درک نکردن او و دلسوزی بیش از حد، بیشتر او را به سمت مرگ می‌برد. صدرعاملی، در تقابل ظریفی بچه را در مقابل مرد قرار می‌دهد که با وجود ساعت‌ها حرف زدن با همسرش، نمی‌تواند او را درک کند. جای خالی این تنهایی و فقدان حس زندگی، برای چند ساعتی با کودکی پر می‌شود که حتی واضح حرف نمی‌زند و برای عطیه به مانند موجودی است که از سرزمینی ناشناخته آمده، اما وقتی کودک گم‌شده به زن پناه می‌آورد، عطیه به شکلی غریزی با در آغوش گرفتن بچه، احساس امنیت می‌کند و همین رابطه ساده باعث می‌شود که زن بودن را دوباره حس کند.

عطیه برای مدت کوتاهی هدفی برای زنده بودن پیدا می‌کند، به بچه غذا می‌دهد، برای او خرید می‌کند و او را دکتر می‌برد، با او عکس یادگاری می‌گیرد تا بالاخره مادرش از راه رسیده و او را می‌برد. همین فراموشی موقتی و حس باور و اطمینانی که کودک به او می‌دهد، باعث می‌شود تا عطیه مرگ را فراموش کند. کارگردان با ظرافت از مرزهای معمول می‌گذرد. دخترک را به عنوان تجسمی از سادگی زندگی، در قاب زیبایی با لباس قرمز در حال چرخیدن و رقصیدن با صدای نقاره‌ها در حرم نشان می‌دهد و عطیه را در حال تماشا.

## منابع

<https://www.zoomg.ir/movie-tv-show-review>

<https://www.salamcinema.ir/critic>

<https://www.1pezeshk.com/archives/2022/12/driving-miss-daisy-1989.html>

<https://cutsho.com/the-straight-story/>

<https://mag.koodakchannel.com/rainman/>

[www.seemorgh.com/culture](http://www.seemorgh.com/culture)

وبگرد:

# اپلیکیشن چی نصب کنیم؟

نرم افزارهای کاربردی مرتبط با سفر و گردشگری برای افراد توان خواه



محمد محمودی

دانشجوی کارشناسی هتلداری، دانشگاه شیراز

ایمیل:

midixn1@yahoo.com



در دسترس برای همه این گونه تعریف شد:

«شکلی از گردشگری که فرآیندها و فعالیت‌های مشترک بین ذینفعان را در بر می‌گیرد تا افراد با نیازهای خاص، از جمله جسمی، حرکتی، بینایی، شنوایی و ادراکی به شکلی مستقل و با حفظ کرامت، در برابر دیگر افراد جامعه از طریق طراحی‌های فراگیر به محصولات، خدمات و فضاهای گردشگری دسترسی داشته باشند».

دسترسی پذیری باید در کل زنجیره گردشگری اعم از رزرو، فراهم آوردن اطلاعات، حمل و نقل، اقامت، جاذبه‌ها، راهنمایان گردشگری، رفتار کارمندان بخش‌های مختلف این صنعت، تهیه خوراک و گردش وجود داشته باشد.

به منظور تسهیل دسترسی افراد معلول به بخش‌های مختلف گردشگری، متخصصین حوزه IT با همکاری روانشناسان گردشگری سعی کرده‌اند نرم افزارهای کاربردی را طراحی کنند. در ادامه، برترین نرم‌افزارهای طراحی شده را مرور خواهیم کرد:

شاید بارها این جمله را شنیده باشید: «معلولیت محدودیت نیست»

همه چیز در جهان بر مبنای تفاوت‌ها شکل گرفته است، افراد معلول نیز دارای تفاوت‌هایی با سایر افراد هستند. طبق آمار سازمان بهداشت جهانی، ۱۵ درصد از جمعیت دنیا، معلولیت دارد. به عبارتی، از هر ۱۰۰ نفر، ۱۵ نفر درگیر معلولیت هستند. ۸۰ درصد از این جمعیت، در کشورهای جهان سوم زندگی می‌کنند و یک سوم آن‌ها را کودکان تشکیل می‌دهند. متأسفانه پیش‌بینی می‌شود که این آمار در سال ۲۰۳۰ دوبرابر می‌شود.

هدف برخی از فعالان حوزه گردشگری این بوده است که با در نظر گرفتن این تفاوت‌ها، راه حل‌هایی ارائه دهند که افراد معلول نیز بتوانند جزئی از جامعه گردشگران باشند. این امر نیازمند ایجاد زیرساخت‌های زیادی است. در واقع، بسیاری از کسب و کارهای گردشگری از کسب سود اقتصادی فراتر رفته اند و علاوه بر ابعاد اقتصادی، مسائل اجتماعی را نیز مد نظر قرار می‌دهند. به همین منظور، سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۵ سندی تحت عنوان (گردشگری دسترس‌پذیر برای همه) را تصویب کرد. در سال ۲۰۱۱ با یک رویکرد جامع به معلولیت، گردشگری



### Find wheelchair accessible places

یک نقشه جهانی برای ثبت و نشان دادن مکان‌هایی که با صندلی چرخ‌دار قابل دسترسی است. استفاده از این برنامه، نه تنها برای معلولین می‌تواند کمک‌کننده باشد، بلکه مادرانی که فرزند خود را در کالسکه قرار می‌دهند و راهنمایان و برنامه‌ریزان تورهایی که معلولین در آن حضور دارند نیز می‌توانند از این نقشه استفاده کنند. افراد می‌توانند مکان‌های ثبت نشده را به راحتی در این برنامه ثبت کنند و از یک تا سه به قابلیت دسترسی به مکان‌های ثبت شده امتیاز بدهند.

در حال حاضر ۶۰۰ هزار مکان بر روی این نقشه ثبت شده و روزانه حدود ۳۴۰ مکان جدید بر روی آن ثبت می‌شود. این برنامه در سال ۲۰۱۰ توسط یک سازمان غیرانتفاعی آلمانی برنامه‌ریزی شد و اکنون به ۲۲ زبان و در تمامی سیستم عامل‌های موبایلی در دسترس است.

نمای درون برنامه

مکان‌های این برنامه به چند رنگ ثبت شده‌اند که هر رنگ معنی خاص خود را دارد:

○ رنگ سبز: مکان کاملاً با صندلی چرخ‌دار قابل دسترسی است.

○ رنگ زرد: بخشی از مکان توسط صندلی چرخ‌دار قابل دسترسی است.

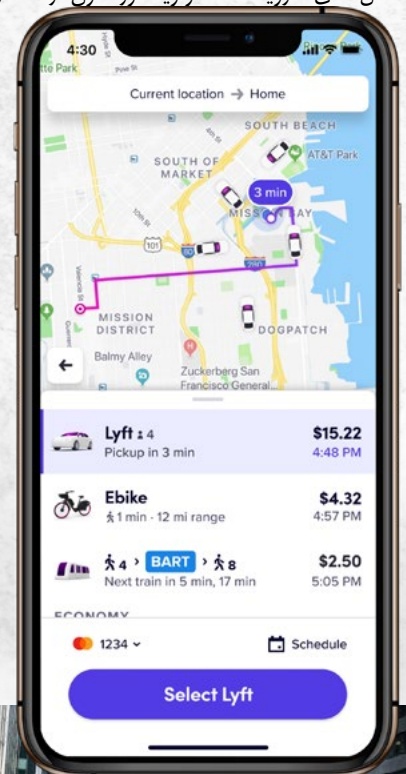
○ رنگ قرمز: این مکان با صندلی چرخ‌دار قابل دسترسی نیست.

○ رنگ خاکستری: اطلاعات مکان ثبت نشده است.



### A ride whenever you need one

این نرم افزار، بعد از اوبر، دومین توسعه دهنده رزرو حمل و نقل اینترنتی می‌باشد. این برنامه رانندگانی را به معلولینی که از ویلچر استفاده می‌کنند اختصاص می‌دهد که فرد دارای معلولیت بتواند با ویلچر خود وارد خودرو شود و حتی در صورت لزوم راننده می‌تواند در این کار کمک کند. اما این همه ماجرا نیست، افراد ناشنوا هم می‌توانند از این برنامه استفاده کنند و رانندگانی را تقاضا کنند که به زبان اشاره مسلط هستند. این برنامه در ایالات متحده و کانادا در دسترس است و برای گشت شهری در این کشورها بهترین گزینه می‌باشد. این برنامه برای سیستم عامل‌های اندروید، IOS و ویندوز فون در دسترس است.



نمایی از درون برنامه



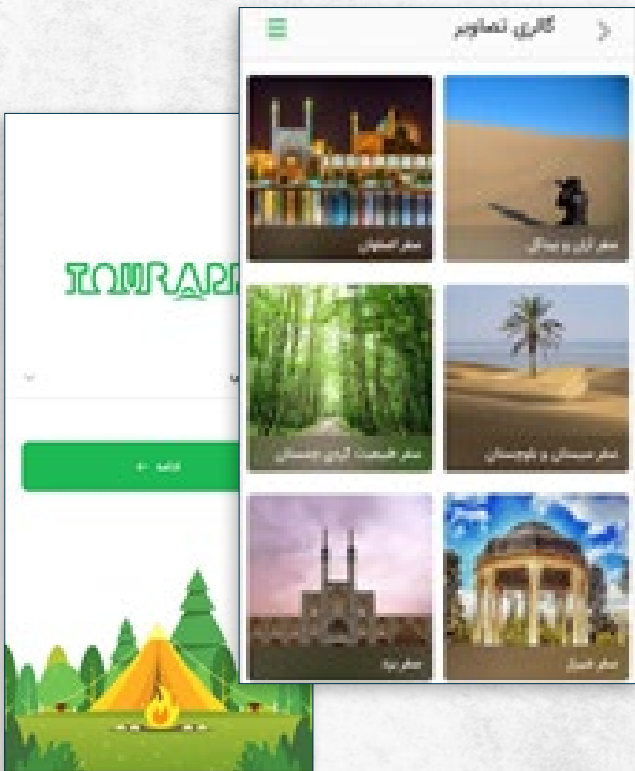


### Wheelmate

یک نقشه که پارکینگ‌ها و سرویس بهداشتی‌ها را برای افرادی که از صندلی چرخ‌دار استفاده می‌کنند، پیدا می‌کند. در این نقشه ۳۵ هزار مکان ثبت شده و حدود ۱۷ هزار کاربر در ۴۵ کشور دارد. این برنامه کمک می‌کند، روز خود را در سفر برنامه‌ریزی کنید.

### Tour” app”

این برنامه توسط توسعه‌دهندگان ایرانی طراحی شده است، این برنامه تورهای برنامه‌ریزی شده را به کاربران پیشنهاد می‌دهد و کاربران می‌توانند، تور مورد نظر خود را از مبداء انتخابی، انتخاب و در آن شرکت کنند. برگزاری تور اختصاصی برای نابینایان، ناشنوایان از مهم‌ترین اهداف “Tour” app است. این برنامه به دلیل تحریم‌های حوزه IT تنها در کشور ایران و به زبان فارسی و برای سیستم عامل اندروید در دسترس است. تعداد کاربران دارای معلولیت این برنامه مشخص نیست، اما امید است با کمک آن گردشگری معلولین در کشور توسعه یابد.



### See the world together

برنامه‌ای دانمارکی که اکنون به بیش از ۱۸۰ زبان در ۱۵۰ کشور دنیا قابل دسترسی است. در حال حاضر ۳/۶ میلیون کاربر بینا و ۴۷۰ هزار کاربر نابینا در آن عضو هستند. این برنامه ویژه نابینایان است و تفاوت اصلی آن با اسکایپ و سایر اپلیکیشن‌های ویدیو چت همین است.

این برنامه چگونه کار می‌کند؟

در ابتدای کار، فرد نابینا یک پخش زنده را آغاز می‌کند و برنامه به صورت زنده یک کاربر بینا و هم‌زبان به وی اختصاص می‌دهد، و فرد بینا منظره مقابل را توصیف می‌کند. شاید برای شما سوال باشد، چگونه این برنامه می‌تواند به گردشگران نابینا کمک کند! فرض کنید یک فرد نابینا می‌خواهد از یک سایت تاریخی بازدید کند. قبل از ورود به سایت، پخش زنده را آغاز می‌کند و داوطلب بینا به عنوان راهنما او را هدایت می‌کند. مسیر را نشان می‌دهد توضیحات و تابلوها را می‌خواند، محیط را توصیف می‌کند و در کل، این برنامه باعث می‌شود، افراد نابینا و کم‌بینا روند زندگی مستقل‌تری داشته باشند.



### Helping disabled drivers refuel their cars

این برنامه به معلولین، هنگام سفر کمک می‌کند که نزدیک‌ترین مجتمع پمپ بنزین را پیدا کنند. می‌توانند از قبل در تعمیرگاه رزرو انجام دهند و یا بدون اینکه از ماشین پیاده شوند، درخواست چک شدن ماشین را ثبت کنند. این برنامه، مشکل پیاده شدن را برای معلولین حل کرده است.



### Flush Toilet Finder

پیدا کردن سرویس بهداشتی در سفر از چالش‌های بسیار مهم معلولین است، این اپلیکیشن تمامی سرویس بهداشتی‌ها را ثبت و آن‌ها را دسته بندی کرده و سرویس‌هایی که برای افراد معلول ساخته شده است را علامت‌گذاری کرده است.

### Access Now

برخی از هتل‌ها یا رستوران‌ها ممکن است، خدمات ویژه‌ای برای معلولین ارائه دهند، اما از کجا باید این اطلاعات را بدست آوریم؟؟ Access Now طراحی شده است تا بتوانید مکان‌هایی که خدمات ویژه یا دسترسی خاصی را برای معلولین در نظر گرفته است را در نقشه به راحتی پیدا کنید. این برنامه به طراحان تور و معلولین هنگام سفر کمک می‌کند. حتی سالمندان که به دنبال امکانات ویژه و خاصی هستند، می‌توانند به راحتی با جست‌وجو در این لذهنامه، مکان مد نظر خود را بیابند. این برنامه به ۱۰ زبان و برای سیستم عامل iOS در دسترس است.



# accessnow



عصر  
گردشگری

فصلنامه علمی دانشجویی