

گونه‌های عمده توریسم با تأکید بر ابعاد تفریحی، فرهنگی و آموزشی



نگارنده: پوهنمل عنایت‌الله دادمن*

چکیده

صنعت مسافرت و گردش‌گری، به‌عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت‌ها در دنیا به‌حساب می‌آید. بسیاری از کشورهای پویا، این صنعت را به‌عنوان منبع اصلی درآمد و رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند. توریسم امروزه به‌عنوان صنعت تعبیر می‌شود؛ چرا که بهره‌وران از جریان پولی ناشی از جهان‌گردی، فقط چند شغل مشخص نبوده و بیش‌تر بخش‌های اقتصادی را درگیر می‌سازد؛ از این‌رو، آن را به‌عنوان صنعت می‌شناسند؛ بنابراین، شناخت گونه‌های توریسم در جامعه کنونی در بُعدهای مختلف، یکی از پُراهمیت‌ترین مباحثی است که باید بدان پرداخته شود. در بسیاری از کشورهای جهان توریسم به‌عنوان یکی از بخش‌های کلیدی و اصلی در جهت توسعه و پیش‌رفت اقتصادی عمل کرده است؛ چنان‌که توریسم نقش گسترده در بخش‌های آموزشی، فرهنگی و تفریحی نیز دارد، که هدف اصلی تحقیق حاضر تأکید بر ابعاد آموزشی، فرهنگی و تفریحی آن بوده است. تحقیق حاضر بر اساس شیوه، تحلیلی-توصیفی و با استفاده از منابع اسنادی-کتاب‌خانه‌یی راه‌اندازی شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که: مسافران در طی سفر با شگفتی‌های طبیعت، اندیشه‌های گوناگون و برجسته‌گی‌ها و کاستی‌های ملت‌های مختلف آشنا می‌شوند، که این آشنایی انسان را در رشد و بلوغ فکری کمک می‌رساند.

واژه‌گان کلیدی: توریسم، آموزش، تفریح، شناخت، فرهنگ.

The Main Types of Tourism with Emphasis on Recreational, Cultural and Educational Aspects



Author: Assistant Prof, Enayatullah Dadman*

Abstract

The travel and tourism industry is considered as the largest and most diverse industry in the world. Many dynamic countries consider this industry as the main source of income and growth of the private sector and the development of the infrastructure structure. Tourism is interpreted as an industry today; Because the beneficiaries of the monetary flow caused by tourism are not only a few specific jobs, but they involve most economic sectors; Hence, it is known as an industry; Therefore, knowing the types of tourism in the current society in different dimensions is one of the most important topics that must be addressed. The current research was launched based on analytical-descriptive method and using documentary-library sources. The findings of the research show that: during the trip, travelers get to know the wonders of nature, different ideas and the highlights and shortcomings of different nations, which helps people with their intellectual growth and maturity.

Keywords: Tourism, Education, Entertainment, Cognition, Culture.

* Education faculty, History Department, Kandahar University, Kandahar, Afghanistan (dadmanenayat@gmail.com)



۱. مقدمه

تجربه‌ها و آموزه‌های علمی ثابت کرده‌اند که سفر، نقش مثبتی در تن‌درستی و بهداشت روانی انسان دارد. سفر، انسان را با سرنوشت و آثار برجای‌مانده از پیشینی‌ها آشنا می‌کند و این آشنایی خود بزرگ‌ترین آموزگار بشر است؛ در واقع سفر نوعی مطالعه و تأمل در حالت و رفتار کسانی است که تاریخ، سرنوشت آنان را برای ما باز گفته است. روشن است که انسان‌ها به سفر می‌پردازند و عدم شناسایی از فواید در هنگام سفر از جمله موضوعاتی است که همیشه در اذهان افراد سواداتی را خلق می‌کند. در تحقیق حاضر سعی شده گونه‌های مختلف گردش‌گری از ابعاد تفریحی، فرهنگی و آموزشی روشن شود.

سفر و مسافرت خود دارای آدابی است، که رعایت آن‌ها موجب سلامت، پیروزی و شادابی انسان‌ها می‌شود؛ از این رو، ضرورت تحقیق حاضر در این است که افراد به صورت پایه‌یی با مفاهیم اولیه صنعت گردش‌گری آشنایی حاصل کنند.

تحقیقات متعددی در حوزه گردش‌گری در سطح ملی و بین‌المللی صورت گرفته است، که هر کدام، از زاویه‌یی به موضوع دیده‌اند؛ بنابراین، شناخت گونه‌های توریسم در جامعه کنونی ما در بُعدهای مختلف، یکی از پُراهمیت‌ترین مباحث این تحقیق می‌باشد.

صنعت گردش‌گری در قرن اخیر، از جمله صنایع پُر درآمد برای بسیاری از کشورها بوده است. صنعتی که از بُعد اقتصادی در مواقعی که سایر صنایع در یک کشور پاسخ‌گو نیست، می‌تواند کمک‌کننده باشد؛ اما برای ما افغان‌ها مسأله امنیت، همیشه یک چالش بزرگ در زمینه بوده است. امنیت تأثیر زیادی روی این صنعت و سایر صنایع می‌گذارد؛ ولی نه به آن صورت که پیش‌رفت در این صنعت به وجود نیاید (امیری، ۱۳۹۷: ۱۰۹). یکی از نیازهای مهم برای جوامع توسعه‌یافته و صنعتی، ایجاد سیستم حمل‌ونقل کامل، منظم و گسترده می‌باشد. در جوامع پیش‌رفته انتظار می‌رود که برای جابه‌جایی افراد و انتقال کالا سهولت وجود داشته باشد. میزان صنعتی شدن جوامع در افزایش سوددهی اقتصادی و دگرگونی قابل توجه در افزایش محصولات صنعتی اولیه با هدف ایجاد خدمات بیش‌تر به صنایع دوران مختلف می‌تواند بسیار مؤثر باشد. توزیع صنایع مختلف در نواحی تولید، نشان‌دهنده نیاز وسیع برای جابه‌جایی افراد و انتقال کالا می‌باشند (رایت و اشفورد، ۱۳۰: ۶۷). فراهم‌بودن امکانات حمل‌ونقل مناسب، مطمئن، راحت، سریع و ارزان، پیش‌شرط توسعه گردش‌گری است؛ زیرا گردش‌گران در تصمیمات خود دو عامل هزینه و زمان را مدنظر قرار می‌دهند و برای دسترسی به مقاصد گردش‌گری انتخاب نوع سیستم حمل‌ونقل و یا فراهم‌بودن سیستم مناسب بر این دو عامل تأثیر می‌گذارد (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۹۰: ۱۷-۱۵). راه نقش اساسی در میزان سفر^۱ دارد و صنعت مسافرت و گردش‌گری به‌عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا

به حساب می‌آید. بسیاری از کشورهای پویا، این صنعت را به عنوان منبع اصلی درآمد و رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند (زمانی، ۱۳۷۹: ۴۷). با توجه به رشد روزافزون جمعیت و متعاقب آن افزایش تقاضای سفر و همچنین تولید و ورود روزافزون موترها، سبب افزایش ترافیک، افزایش آلودگی‌های هوا، دیداری و شنیداری، افزایش هزینه‌های ناشی از مصرف سوخت، اتلاف وقت مردم، تعمیر و نگهداری معابر، تصادفات راننده‌گی و بیمه حوادث و استهلاک موترها، هزینه‌های درمان و پزشکی و در نتیجه کاهش سرعت متوسط جابه‌جایی وسایط نقلیه می‌گردد (منتظری و ادواری، ۱۳۹۵: ۸-۹). ترافیک که امروزه به عنوان یک پدیده سیاسی-اجتماعی نقش بسیار حساس و مهمی در کیفیت و ساختار اقتصادی یک جامعه ایفا می‌کند؛ اساس زنده‌گی نوین انسان را با توجه به نیاز و تقاضاهای جابه‌جایی شکل می‌دهد (نایب‌آقا، ۱۳۶۹: ۴۴).

در مقاله‌یی با استفاده از بلوک‌های آماری شهر تهران به مدل‌سازی تقاضای سفر در سیستم‌های اطلاعات مکانی پرداخته شده است. برای نیل به این هدف از ۳۱۹۱ بلوک آماری شهر تهران به عنوان نواحی ترافیکی جهت نمایش مبدأ-مقصد‌های سفر استفاده شد. برای این منظور، مدل‌هایی به تفکیک اهداف سفر با استفاده از روش رگرسیون چندمتغیره توسعه داده شدند (شیرزادی و مسگری، ۱۳۹۰: ۱۵۱). موضوع اصلی تحقیق میرابی مقدم، ارائه روش جدیدی برای یک‌پارچه‌سازی مدل‌های پیش‌بینی تصادفات با تخصیص سفر در کلان‌شهرهاست، که نتایج حاصل از خروجی تخصیص سفر را با مدل‌های برآورد تعداد تصادفات تلفیق و از این طریق امکان ارزیابی ایمنی پروژه‌های منتج از برنامه‌ریزی جامع حمل‌ونقل را فراهم می‌آورد؛ به این منظور، مدل‌های پیش‌بینی تصادفات براساس خصوصیات شبکه دیجیتالی کلان‌نگر در شهر زاهدان ساخته و با به‌کارگیری آن‌ها در روند متعادل‌سازی عرضه و تقاضا توسط فرایند تخصیص سفر، تعداد تصادفات در شبکه‌های پیش‌نهادی برآورد می‌گردد (میرابی مقدم، ۱۳۹۰: ۱۵-۱۴). افندی‌زاده، عراقی و حدادزادگان در مقاله‌یی بعداز تعریف مدل ترکیبی توزیع-تخصیص، که برای حل هم‌زمان مسائل توزیع سفر و تخصیص ترافیک مورد استفاده قرار می‌گیرد و با ایجاد ارتباط بین این دو مرحله در فرایند برنامه‌ریزی حمل‌ونقل، قادر به پیش‌بینی الگوی فضایی سفرها بین جفت مبدأ-مقصد و همچنین برآورد جریان ترافیک در کمان‌های شبکه می‌باشد؛ نیز تخصیص ترافیک مورد استفاده در این مدل بر اساس اصول تعادل استفاده‌کننده بوده و از مدل جاذبه یک قیدی مبتنی بر اصول آنتروپی به منظور توزیع سفرها استفاده گردیده است، مدل به صورت مسأله برنامه‌ریزی ریاضی به طوری که خصوصیات مدل ترکیبی قابل بررسی بوده و مدل قابل حل باشد، فرمول‌بندی کردند. بعد از تحلیل اجزای مدل، توسط الگوریتم ایوانس حل مسأله بهینه‌سازی ارائه شد. در نهایت به منظور بررسی کارایی مدل،

شبکه شهر تهران به عنوان مطالعه موردی انتخاب گردیده و نتایج به دست آمده از مدل ترکیبی با روش سنتی مقایسه شد (فندی زاده و حدادزادگان، ۱۳۸۵: ۴۵).

صفارزاده، در مقاله خود به این نتیجه رسیده است که: یکی از شاخصه‌های اصلی توسعه اقتصادی و اجتماعی است. در ادبیات اقتصادی، توسعه سیستم‌های حمل و نقل هم چون گردش خون در کالبد اقتصادی هر کشور است و با تسریع در این گردش نیازهای حیاتی و اولیه اقتصادی در جامعه، سریع تر بر آورده می شود (صفارزاده، ۱۳۸۱: ۸۶).

هدف اصلی تحقیق حاضر تأکید بر گونه‌های آموزشی، فرهنگی و تفریحی دارد، که از این جهت می توان آداب و فواید سفر را شناسایی کرد. تحقیق حاضر بر اساس شیوه تحلیلی - توصیفی و با استفاده از روش اسنادی راه اندازی شده است. یافته‌های تحقیق نشان می دهند که: مسافران در طی سفر با شگفتی‌های طبیعت، اندیشه‌های گوناگون و برجسته‌گی‌ها و کاستی‌های ملت‌های مختلف را آشنا می شوند، که این آشنایی بیش از مطالعه انسان را در رشد و بلوغ فکری کمک می‌رساند.

۲. توریسم و توریست

لغت گردش‌گری از کلمه tour به معنای گشتن اخذ شده، که ریشه در لغت لاتین Turns به معنای دورزدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد، چرخش دارد، که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته است. در فرهنگ و بستر گردش‌گری، به سفری که در آن مسافرتی به مقصدی انجام می‌شود و سپس بازگشتی به محل سکونت در بر دارد، اطلاق می‌گردد؛ در فرهنگ لغت لانگمن، گردش‌گری به معنای مسافرت و تفریح برای سرگرمی معنا شده است. این کلمه در فارسی به عمل و شغل جهان گرد و سیاحت معنا شده است. گردش‌گری معادل فارسی و کاملاً دقیق واژه Tourism در زبان‌های انگلیسی، فرانسه و آلمانی است، که به صورت مصطلح در زبان فارسی به جهان گردی ترجمه شده است. ریشه این واژه از اصطلاح Tornus یونانی و لاتین گرفته شده، که یکی از معانی آن گردش کردن و یا گشتن است و با پسوند Ism یا گری، به صورت اسم مصدر Tourism یا گردش‌گری در آمده است. (ره‌نمایی، ۱۳۷۱: ۷۴-۷۱). در اصطلاح، گردش‌گری عبارت از فعالیت‌های انفرادی است که برای استراحت، کار و دلایل دیگر به خارج از محیط سکونت معمول خویش سفر کرده، حداکثر برای یک سال متوالی در آنجا اقامت می‌کنند (پاپلی یزدی، ۱۳۸۶: ۵۷-۵۴). جهان گردی به عنوان حرکت موقت به مقاصد بیرون از محیط طبیعی و محل کار، فعالیت‌های تعهد شده طی اقامت و تسهیلات ایجاد شده برای برآوردن نیازهای جهان گردان، می‌باشد. اصطلاح توریست یا جهان گرد از قرن ۱۹ معمول شد. در آن زمان اشراف زاده گان فرانسه می‌بایست برای تکمیل تحصیلات و کسب تجربه‌های لازم زنده گی، اقدام به مسافرت می نمودند. این جوانان در آن

زمان توریست نامیده می‌شدند. بعدها این اصطلاح در فرانسه در مورد کسانی به کار می‌رفت که اصولاً به این منظور سفر می‌کردند. کم‌کم کلمه توریست به بعضی از زبان‌های دیگر نیز وارد شد و از آن واژه توریسم به وجود آمد. از همان زمان تاکنون توریسم و توریست، به مسافرت‌ها و مسافرتی گفته می‌شود که هدف آن‌ها استراحت، گردش، سرگرمی و آشنایی با مردم است؛ نه کسب درآمد و اشتغال به کار. واژه توریسم، نخستین بار در سال ۱۸۱۱ م. در مجله انگلیسی به نام اسپورتین گماگازین ارائه شد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت؛ در عین حال که این تعریف معنای دقیق و فنی آن نیست، بیان‌کننده طبیعت اصلی جهان‌گردی می‌باشد. برای مثال، جهان‌گردی از حرکت مردم و اقامت آنان در مقاصد مختلف ناشی می‌شود. دو عامل در جهان‌گردی وجود دارد: سفر به مقصد و اقامت (شامل فعالیت‌ها) در مقصد سفر و اقامت در بیرون از مکان طبیعی سکونت و کار انجام می‌شود، تا حدی که جهان‌گردی شامل فعالیت‌های جمعیت‌هایی که از اقامت‌گاه اصلی خود به مکان‌های دیگر سفر می‌کنند نیز می‌شود. حرکت به مقصد موقت و کوتاه‌مدت است و قصد بازگشت به خانه پس از چند روز، چند هفته و یا چند ماه می‌باشد. مقاصد یا هدف‌های دیگری غیر از اقامت یا استخدام دائم مورد بازدید جهان‌گردان قرار می‌گیرد (منتظری، ۱۳۸۵: ۴).

۳. خدمات

تعریف‌های گوناگونی از کیفیت خدمات ارائه شده است، که یکی از تعریف‌ها که به طور گسترده مورد استفاده است، کیفیت است. کیفیت خدمات را به عنوان حدی از برآورده ساختن نیازها و انتظارات مشتریان توسط خدمات تعریف می‌کنند؛ بنابراین، کیفیت خدمات می‌تواند به عنوان اختلاف بین انتظارات مشتریان از خدمات و خدمات دریافت شده تعریف شود (عظیمی، ۱۳۸۶: ۶۱)؛ علاوه بر این، نگرش و یا قضاوت کلی مشتریان در رابطه با برتری یک خدمت نیز تعریف کرده اند (Zeithaml & Bitner, 2006: 27). امروزه صنعت جهان‌گردی به عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع جهان، که نقش عمده‌یی در بهبود وضعیت اقتصادی کشورها و توسعه اقتصادی آن‌ها دارد، از سوی کارشناسان، دانش‌مندان، مدیران و برنامه‌ریزان اقتصادی کشورهای مختلف مورد توجه قرار گرفته است. «تأثیر اقتصادی این صنعت به حدی قابل ملاحظه است که حدوداً مخارج هفت درصد از سرمایه جهان را در بر می‌گیرد» (عظیمی، ۱۳۸۶: ۷۷).

البته اهمیت ویژه بخش حمل و نقل (جزو منابع انسان ساخت محسوب می‌شود) به حدی است، که به اعتقاد بعضی کارشناسان خود می‌تواند به صورت مجزا به عنوان یکی از آرکان اصلی جهان‌گردی مطرح شود. در واقع عامل اصلی پیش‌رفت و فراگیر شدن جهان‌گردی، صنعت حمل و نقل بوده است؛

لذا توجه به نقش حمل و نقل در صنعت جهان گردی، مهم ترین گام در جهت برنامه ریزی به منظور توسعه جهان گردی در کشورها می باشد (یاوری، ۱۳۹۵: ۳۷).

۴. گردش گری

گردش گری از دیدگاه جامعه شناسی، مجموعه روابطی است که شخص گردش گر در محل اقامت موقت خود در مقصد، با انسان های ساکن در آن محل به وجود می آورد. در این تعریف، صرفاً به روابط گردش گر و کلاً روابط انسانی توجه شده است؛ در حالی که جغرافی دانان در تعریف خود از گردش گری، عمدتاً بر رابطه گردش گران با مقصد و اقلیم متمرکز می شوند. در فرهنگ لغت، گردش گری، مسافرتی است، برای تفریح، سرگرمی و سفری که در آن مسافر به مقصدی رفته و سپس به محل سکونت خود برمی گردد. در تعریف دیگری، گردش گری به سفر موقتی و کوتاه اطلاق شده، که ضمن آن گردش گر به منطقه یی خارج از محل سکونت و کار خود به منظور سیر و سیاحت سفر می کند (حسین زاده، ۱۳۹۵: ۴۵-۴۸).

نکات مهمی که در همه تعریف ها مشاهده می شود، جدا شدن فرد از محل کار و اقامت دایم خود، کوتاه و موقتی بودن سفر و انجام فعالیت هایی مانند بازدید، سرگرمی و تفریح در مدت سفر می باشد. از نظر اقتصادی، گردش گری نشان دهنده انتقال قدرت خرید از یک منطقه به منطقه دیگر است (عظیمی، ۱۳۸۶: ۱۱۲)؛ در نهایت این که گردش گری فعالیتی است چندرشته یی، چندمسأله یی، چندبخشی و چندشکلی؛ چندرشته یی از این جهت که گردش گری از رشته های اقتصاد، حقوق، جامعه شناسی، روان شناسی، جغرافیا، هتل داری، بازرگانی، راه و ساختمان و... استفاده می کند. چندمسأله یی از این جهت که با مسائل جغرافیایی، زیست محیطی، مالی و اقتصادی، فنی، انسانی، فرهنگی و آموزشی، حقوقی و سیاسی و امنیتی ارتباط دارد؛ چندبخشی، از این جهت که گردش گری، بخش های دولتی، نیمه دولتی و خصوصی درگیر می باشند؛ چندشکلی، از این جهت که گردش گری از اشکال مختلف فرهنگی، ورزشی، کسب و کار، درمانی، اجتماعی، زیارتی، استفاده از شیوه های مختلف حمل و نقل و تأسیسات اقامتی تشکیل می گردد (قره نژاد، ۱۳۷۴: ۵۷).

۵. گردش گری تفریحی

این نوع جهان گردی، شامل افراد یا گروهایی است که جهت استفاده از تعطیلات، تفریح، استراحت، استفاده از آب و هوای گرم تر یا خنک تر از محل اقامت خود، به مسافرت می روند. بزرگ ترین بازار توریسم جهانی را توریسم انبوه یا تفریحی، که اغلب گردش گری «تعطیلاتی» نیز خوانده شده تشکیل می دهد. این نوع توریسم، که نوعی مسافرت با هدفی ویژه است، نیاز به اقامت در جاهای خاص دارد،

که باتوجه به تجربه‌های مسافر، این مکان‌ها مشخص می‌شوند؛ معمولاً در کنار ساحل، در کلبه‌های یک‌نفره، در مسافرخانه‌ها یا در چادرهایی که به‌همین منظور برپا می‌کنند، است. این دسته از مسافران از تحصیلات بالاتری برخوردارند و دارای درآمدهای بیش‌تری هستند، که معمولاً پُست‌های مدیریتی یا مقام اجرایی سازمان‌ها می‌باشند. این دسته از افراد برای مسافرت‌های کوتاه خود در مقایسه با شیوه‌های مسافرت قدیمی، پول بیش‌تری خرج می‌کنند و به‌هنگام گذراندن روزهای تعطیل به فعالیت بیش‌تری می‌پردازند. اصولاً این افراد به اموری چون تماشای جنگل و پرند‌ها، کوه‌نوردی، شنا در دریاچه‌ها یا رودخانه‌ها، قدم‌زدن یا اسب‌سواری علاقه دارند (چاک‌گی، ۱۳۹۰: ۳۱-۳۴).

۶. ریشه‌های گردش‌گری تفریحی

از گذشته‌های دور، سفر بخش جدایی‌ناپذیری از زنده‌گی بشر بوده است. انسان‌های نخستینی که اجداد ما بودند، تنها به دنبال غذا، آب و محل مناسب برای زنده‌گی سفر می‌کردند؛ که ما عادت سفر کردن را از آن‌ها به ارث برده‌ایم. اجداد ما اغلب در جست‌وجوی نیازهای اصلی زنده‌گی و تأمین امنیت وادار به سفر می‌شدند؛ اما امروزه سفر برای ما معناهای بیش‌تری دارد. مفهوم سفر برای تفریح، مفهومی است که در پیشینی‌های ما وجود نداشته است. بیش‌تر از چندین قرن از پیدایش آن نمی‌گذرد. در واقع سفر تفریحی از ابداعات انگلستان بود و ریشه در عوامل جامعه‌شناختی داشت. بریتانیا نخستین کشور اروپایی بود که انقلاب صنعتی را آغاز نمود و جامعه صنعتی نخستین جامعه‌یی بود که فرصت تفریح را برای تعداد روزافزونی از مردم فراهم می‌آورد. در شروع کار این تفریحات برای طبقه کارگر ممکن نبود؛ بل که صاحبان ماشین تولید مالکان کارخانه‌جات و تجار از این فرصت بهره‌مند بودند؛ بدین ترتیب طبقه متوسط جامعه هم پدید آمد. در نام‌گذاری بسیاری از این مناطق رد پایش از اصل و ریشه بریتانیایی دیده می‌شود؛ مثلاً در اولین مرکز تفریحی ایام تعطیلات در پاریس بود، مراسم ویژه‌یی به نام پرومناد دزانگلی برگزار می‌شود. در بسیاری از دیگر ایام تاریخی اروپا و حتا نام‌گذاری هتل‌های قصرگونه نیز این قاعده مستثنا نیستند و نام‌هایی چون هتل بریستول، کارلتون و مجستیک، جمله‌گی نشان از تأثیرگذاری‌های مشتری‌های انگلیسی دارند. گردش‌گری تفریحی می‌تواند داخلی و یا خارجی باشد. افراد پول‌دار بیش‌تر به دنبال مقاصد خارج از کشور و افرادی با توان مالی کم‌تر اغلب به دنبال مقاصد داخل کشور هستند؛ اما این دسته‌بندی مطلق نیست و یک گردش‌گر واقعی برای انتخاب مقصد سفر خود، علاوه بر هزینه سفر و زمانی که باید برای سفر کنار بگذارد، به آب‌وهوا، طبیعت و فرهنگ کشور یا شهر مقصد نیز توجه می‌کند. باتوجه به علایق، بودجه و زمان فراغت، مقصد سفر را انتخاب می‌کند (رضوانی، ۱۳۹۲: ۱۱۳).

۷. گردش‌گری فرهنگی

فرهنگ و گردش‌گری هم‌واره با یکدیگر پیوندی ناگسستنی داشته‌اند. مناظر فرهنگی، جاذبه‌ها و رویدادها، انگیزه مهمی را برای سفر فراهم می‌کنند و سفر به‌خودی‌خود فرهنگ ایجاد می‌کند؛ اما تنها در دهه‌های اخیر است که ارتباط بین فرهنگ و گردش‌گری به وضوح به‌عنوان شکلی خاص از مصرف شناخته شده‌است. گردش‌گری فرهنگی از دیرباز دارای بُعد اقتصادی مهمی بوده‌است؛ به‌ویژه به دلیل این‌که درآمد حاصل از گردش‌گری به حمایت از حفظ میراث فرهنگی کمک می‌کند؛ با این حال، در بسیاری از موارد، بحث‌هایی در مورد این‌که جریان‌های درآمدی حاصل از گردش‌گری به امکانات فرهنگی رسیده‌اند که به جذب گردش‌گر کمک می‌کنند، مطرح شده‌است (Rechar, 2007:13). به‌منظور تعریف دقیق مفهوم گردش‌گری فرهنگی، ابتدا شناخت اساسی از دو تعریف پیچیده فرهنگ و گردش‌گری ضروری است؛ اما باید توجه داشت که شناخت دو مفهوم فرهنگ و گردش‌گری به‌طور جداگانه به‌عنوان پیش‌نیاز تعریف گردش‌گری فرهنگی در نظر گرفته می‌شود. تعریف گردش‌گری فرهنگی کاملاً متفاوت است و نباید به‌عنوان ترکیبی از معانی این دو اصطلاح، فرهنگ و گردش‌گری فرض شود. در مقایسه با مفهوم گسترده فرهنگ، گردش‌گری شاید اصطلاحی آسان‌تر برای مقابله با آن باشد. تعاریف شناخته‌شده گردش‌گری به دو دسته تقسیم می‌شود: تعریف مفهومی گردش‌گری، پرداختن به معنای اصلی گردش‌گری و تعریف فنی گردش‌گری، تمرکز بر ارزیابی و سنجش ارزش گردش‌گری در کشورهای مختلف است. این دو دسته به‌طور خلاصه در شکل (۱) زیر توضیح داده شده‌اند:



شکل (۱): تعریف‌های مفهومی و فنی توریسم

۸. گردش‌گری فرهنگی زمینه‌ی

استفاده اصلی از واژه گردش‌گری فرهنگی شامل مصرف طیف وسیعی از جلوه‌های فرهنگی، مانند میراث، هنر، فولکلور و... توسط گردش‌گران است. گردش‌گری فرهنگی به‌طور کلی می‌تواند به‌عنوان یک رابطه اجتماعی - فرهنگی بین افرادی که توسط طیف وسیعی از فعالان مختلف، از جمله برنامه‌ریزان، سیاست‌مداران، محققان، متخصصان بازاریابی، آژانس‌های مسافرتی و غیره ترویج، تعدیل و میانجی می‌شوند، دیده شود. گردش‌گری فرهنگی را می‌توان جلسه‌ی بین سیستم‌های اجتماعی و فرهنگ‌ها دانست که تغییراتی را در هر دوی آن‌ها ایجاد خواهد کرد (Smith, 1992: 56). یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های گردش‌گری فرهنگی و گردش‌گری به‌طور کلی، مسأله هویت است؛ به‌ویژه در سال‌های اخیر، تلاش برای خلق و اندیشیدن به هویت به یکی از ویژه‌گی‌های جدایی‌ناپذیر گردش‌گری فرهنگی تبدیل شده است؛ هویت را می‌توان فرایند ساخت اجتماعی معانی توصیف کرد، که از ویژه‌گی‌های فرهنگی استفاده می‌کند، که در بستر روابط قدرت رخ می‌دهد (Rechard, 2006: 11).

۹. گردش‌گری آموزشی

گردش‌گری آموزشی روند جدیدی در صنعت گردش‌گری است، که محبوبیت آن به‌سرعت در حال افزایش است. محتوای گسترده گردش‌گری آموزشی، مفهوم گردش‌گری را نیز تغییر داده است؛ به‌عبارت دیگر، هدف اصلی سفر آموزشی، بیش‌تر از مسافرت، کسب اطلاعات و تجربه در مورد موضوعات خاص است. گردش‌گری آموزشی، یادگیری مطالب جدید و کسب اطلاعات در مورد فرهنگ و تاریخ دیگر مناطق است. تمرکز اصلی آن بر روی مطالعه موضوعات جدید، آشنایی با دیگر فرهنگ‌ها، تورهای مطالعاتی و یا به‌کارگیری دانش قبلی است. این موارد از معروف‌ترین انواع فعالیت‌های گردش‌گری در سال‌های گذشته است؛ برای مثال، سفر افراد برای یادگیری یک زبان دیگر.

به دلیل افزایش محبوبیت آموزش و یادگیری مطالب جدید، گردش‌گری آموزشی با سرعت بالایی در حال افزایش است. گردش‌گری آموزشی به‌بخش گسترده‌ی از گردش‌گری تبدیل شده است. رشد گردش‌گری باعث ظهور بخش‌های جدیدی در صنعت گردش‌گری شده است، که شامل گردش‌گری آموزشی نیز می‌شود. گردش‌گری آموزشی یک گروه همگن نیست و می‌تواند نسبت به علائق افراد تغییر کند. در ۳۰ سال گذشته تعداد دانش‌جویان بین‌المللی دائماً در حال افزایش است و چین، هند و جمهوری کره، سه کشور اول جهان هستند که دانش‌جویان‌شان را برای تحصیل به دیگر کشورها می‌فرستند. امریکا، انگلستان، آلمان، فرانسه، استرالیا و جاپان از محبوب‌ترین مقاصد

برای دانش جویان به حساب می‌آیند. این شش کشور میزبان حدود ۶۲ درصد از دانش جویان بین‌المللی می‌باشند. اخیراً، افزایش سطح تحصیلی جامعه تأثیر عمیقی بر بازار گردشگری داشته‌است. گردشگری آموزشی می‌تواند جنبه‌های مختلفی داشته باشد و براساس تنوع علایق افراد به آن‌ها خدمت‌رسانی کند؛ مانند «برطرف کردن حس کنجکاوی افراد در مورد مردم دیگر مناطق و زبان و فرهنگ آن‌ها؛ برانگیختن علایق افراد در هنر، موسیقی، معماری و یا آداب و رسوم؛ جلب توجه افراد به طبیعت، چشم‌اندازها و گیاهان و جانوران مختلف و یا افزایش جذابیت میراث فرهنگی و اماکن تاریخی» (Smith, 1992: 53) و ... گردشگری آموزشی از کنجکاوی، علاقه و یا جذابیت یک موضوع خاص فراتر رفته و شامل یادگیری سازمان‌یافته نیز می‌شود

۱۰. مناقشه

شناخت در زنده‌گی انسان‌ها امری مهم است؛ اما متأسفانه کم‌تر کسی است که به اهمیت آن به معنای واقعی پی برده باشد و همین امر جدا از این که مشکلاتی را در زنده‌گی مادی و معنوی ما به وجود آورده و می‌آورد، راه تکامل ما را نیز مسدود کرده است. انسان درباره خداوند زمانی به یقین می‌رسد، که خودش را بشناسد؛ سفر کردن به نقاط مختلف کشور و جهان، کمک می‌کند تا انسان در مورد فرهنگ‌ها، آداب، رسوم، هنر، معماری و تاریخ یک جامعه معلومات دریافت کند، و این امر توجه افراد به مکان‌های مختلف را فراهم می‌کند. برخی از اندیش‌مندان معتقد اند که کشورها، جوامع و منطقه‌ها به صورت فرایندهایی به این حقیقت پی برده‌اند که حفظ وضع اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌یی بر آیند؛ اگرچه در منطقه‌های مختلف، شرایط متفاوت است؛ ولی هم‌واره صنعت جهان‌گردی عاملی برای پیش‌رفت وضع اقتصادی بوده است (عظیمی، ۱۳۸۶: ۶۱). شاید قرآن مجید اولین کتابی باشد که اهمیت سیر و سیاحت و جهان‌گردی را یادآور شده و مردم را بر آن داشته که در زمین بگردند و در آثار برجای مانده از گذشته‌گان ببیندند و از آن‌ها و سرگذشتی که داشتند پند بگیرند (دوانی، ۱۳۷۷: ۸)؛ در مجموع، ۱۳ آیه شریفه قرآن کریم درباره سیر و سیاحت و درواقع، راجع به زمین‌گردی و جهان‌گردی سخن گفته است: «قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ» (انعام: ۱۱). «قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ» (نمل: ۶۹). در روایات متعددی برای سفر و سیاحت آدابی برشمرده شده است، که رعایت آن‌ها موجب سلامت بیش‌تر مسافر و داشتن اوقاتی خوش، مفید و معنوی در طول مسافرت می‌شود (رحیم‌پور، ۱۳۷۹: ۵). گردشگری، زیرشاخه‌های زیادی را در هویت زنده‌گی و کنش اجتماعی پدیدار می‌سازد و سفر کردن و مسافرت تنها یکی از موضوعات و زیرشاخه‌های مهم در صنعت گردشگری محسوب می‌شود، که در این سال‌ها آن‌چنان که شایسته آن است، بدان توجه

آگاهانه‌یی نشده است (عظیمی، ۱۳۸۶: ۷۷). براساس یافته‌های پژوهش‌گران یادشده، گفته می‌شود که مسافرت موجب سلامتی، پندو عبرت، ابتکار، یافتن راه‌های مناسب و حفظ وضعیت اقتصادی افراد می‌باشد. یافته‌های تحقیق حاضر با پژوهش‌های یادشده متفاوت است و این‌که توریسم در بُعد فرهنگی، تفریحی و آموزشی ایجاد فاکتورهای مناسبی را ایجاد می‌کند، که عبارت‌اند از: شادابی تن و روح، رشد عقلانی، شناخت بیش‌تر اطرافیان و شناخت فرهنگ‌ها، آداب و رسوم اقوام مختلف.

۱۱. نتیجه‌گیری

در نهایت به این نتیجه می‌رسیم، که یکی از فواید غیرقابل‌انکار سفر، رشد و بالنده‌گی عقل انسان است. این بدان خاطر است، که مسافران در طی سفر با شگفتی‌های طبیعت، اندیشه‌های گوناگون، برجسته‌گی‌ها و کاستی‌های ملت‌های مختلف آشنا می‌شوند. این آشنایی، بیش از مطالعه و از نظر گذراندن اوراق کتاب‌های قطور، انسان را در رشد و بلوغ فکری کمک می‌کند. سفر، انسان را با سرنوشت و آثار برجای‌مانده از پیشینی‌ها آشنا می‌کند و این آشنایی خود بزرگ‌ترین آموزگار بشری است. درواقع، سفر نوعی مطالعه و تأمل در حالات و رفتار کسانی است که تاریخ، سرنوشت و فرجام آنان را برای ما باز گفته است. سفر به انسان می‌آموزد که چه‌گونه با مشکلات روبه‌رو شود و چه‌گونه از عهده آن‌ها برآید؛ زیرا هر مسافر در طی مسیر با مرارت‌هایی روبه‌روست و از رفع و رجوع آن‌ها ناگزیر است. این درگیری موقت با مشکلات، تمرین مناسبی برای حضور فعالانه در همه عرصه‌های زنده‌گی است. روشن است که انسان‌ها جز در هنگامه‌های سختی محک نمی‌خورند. سفر این فرصت را در اختیار می‌گذارد که مردم یک‌دیگر را بیازمایند و از پایداری و میزان وفاداری دوستان خود آگاه شوند؛ از این‌رو، معلوم می‌شود که سفر نقش مثبتی در تن‌درستی و بهداشت روانی انسان دارد. شاید این اثر جسمی و روانی از آن روی باشد که با تغییرات آب‌وهوا و پای‌نهادن به دنیا‌های جدید، روح آدمی به وجد و سرور می‌آید و همین فرح‌ناکی، در سلامت جسم نیز اثر می‌گذارد. خلاصه این‌که سفر کردن باعث ایجاد فاکتورهای مناسبی را راه‌اندازی می‌کند که این راه‌ها عبارتند از: شادابی تن و روح، رشد عقلانی، شناخت بیش‌تر اطرافیان و شناخت فرهنگ‌ها، آداب و رسوم اقوام مختلف.

ORCID

Enayatullah Dadman



<https://orcid.org/0000-0002-1825-0046>

سرچشمه‌ها

۱. قرآن کریم.
۲. امیری، حامد. (۱۳۹۷). «چالش‌های صنعت گردش‌گری در افغانستان». هرات: فصل‌نامه علمی-پژوهشی علوم اجتماعی پوهنتون غالب. سال ۷، شماره ۲۵. <https://ghalib.edu.af/ckeditor/kcfinder/upload/files/.pdf>.
۳. افندی زاده، شهریار، عراقی، مرتضی و حدادزادگان، حسین. (۱۳۸۵). «ارائه مدل ترکیبی توزیع سفرو تخصیص ترافیک درخصوص سفرهای باهدف خریدشهر تهران». تهران: هفتمین کنگره بین‌المللی مهندسی عمران. <https://civilica.com/doc/6149>
۴. پاپلی یزدی محمدحسین، سقایی مهدی. (۱۳۹۰). گردش‌گری، ماهیت و مفاهیم. ج ۱ چ ۶. ایران: انتشارات مهرقم.
۵. دوانی، علی. (۱۳۷۷). اسلام و سیر و سیاحت. ج ۱ چ ۱. مجموعه مقالات نخستین همایش جهان‌گردی سازمان منطقه آزاد کیش. ایران: کیش.
۶. رایت، پل اچ؛ اشفورد، نورمن جی. (۱۳۹۰). مهندسی ترابری: اصول برنامه‌ریزی و مدل‌سازی حمل و نقل. ج ۱. چ ۴ ترجمه: شهریار افندی زاده و امیر مسعود رحیمی. تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت.
۷. رحیم‌پور، علی. (۱۳۷۹). سیمای جهان‌گردی اسلامی. ج ۱. ایران: انتشارات محیا.
۸. رنجبریان، بهرام؛ زاهدی، محمد. (۱۳۹۰). شناخت صنعت گردش‌گری. ج ۱. چ ۹. تهران: انتشارات چهارباغ.
۹. رهنمایی، محمدتقی. (۱۳۷۱). توان‌های محیطی ایران، مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران. ج ۱. ایران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
۱۰. زمانی، همیرا. (۱۳۷۹). ایران صنعت گردش‌گری و خدمات مسافرتی. تهران: زهد.
۱۱. شیرزادی بابکان، علی؛ سعدی مسگری، محمد. (۱۳۹۰). «مدل‌سازی تقاضای سفر با استفاده از بلوک‌های آماری». تهران: فصل‌نامه علمی پژوهشی مدرس علوم انسانی-برنامه‌ریزی و آمایش فضا. (۱)۱۵.
۱۲. صفارزاده، محمود. (۱۳۸۱). مهندسی ترابری و ترافیک. ج ۱. چ ۴. تهران: انتشارات دانش‌گاه تربیت مدرس.
۱۳. عظیمی، محمدعظیم. (۱۳۸۶). جغرافیای توریستی افغانستان. ج ۱. افغانستان: انتشارات خراسان.
۱۴. قره‌نژاد، حسن. (۱۳۷۴). مقدمه‌ای بر اقتصاد و سیاست‌گذاری توریسم. ج ۹. چ ۴. اصفهان: انتشارات مانی.
- منتظری، محمد؛ ادواری، مجید. (۱۳۸۵). «بررسی مؤلفه‌های ترافیکی سیستم‌های حمل‌ونقل شهری و عوامل مؤثر بر آن». هفتمین همایش حمل‌ونقل ریلی. قابل دست‌رس در: <https://civilica.com/doc/9488>.
۱۵. میرابی‌مقدم، محمدحسین. (۱۳۹۰). «مدل پیش‌بینی نرخ تصادفات و تعیین ارتباط آن با مدل تخصیص سفر در شهرهای بزرگ ایران». رساله دکتری. به رهنمایی حمید بهیایی. دانش‌کده مهندسی عمران دانش‌گاه علم و صنعت، ایران.
۱۶. الوانی، مهدی و هم‌کاران. (۱۳۷۳). اصول و مبانی جهان‌گردی. ج ۱. تهران: انتشارات بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی.
۱۷. یآوری، حسین و هم‌کاران. (۱۳۹۵). شناخت صنعت جهان‌گردی و گردش‌گری. ج ۱. چ ۳. ایران: انتشارات سیمای دانش.
۱۸. چاک‌گی، ادواردو فایوسولا. (۱۳۹۰). جهان‌گردی در چشم‌انداز جامع. ج ۷. ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی. ایران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۹. رضوانی، علی اصغر. (۱۳۷۹). جغرافیا و صنعت توریسم. ج ۴. ایران: انتشارات دانش‌گاه پیام نور.

20. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill/Irwin.
21. Richards, G. (Ed.). (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. Psychology Press.
22. Richards, G., & Pereiro, X. (2007). *Cultural tourism: Negotiating identities*.
23. Smith, V. (1992). *Anfitriones e invitados, Turismo y sociedad*.

References

1. Alwani, Mehdi and colleagues. (1373). **Principles and basics of world tourism**. Volume 1 p1. Tehran: Publications of the Foundation of the Underprivileged and Veterans of the Islamic Revolution. (Persian)
2. Amiri, Hamed. (2018). **Challenges of the tourism industry in Afghanistan**: Ghalib University's Scientific-Research Quarterly of Social Sciences. Year 7, Number 25. (Persian)
3. Azimi, Mohammad Azim. (2007). **Tourist geography of Afghanistan**. p1. Afghanistan: Khorasan Publications. (Persian)
4. Chak Gee, Edward, Fayoseola. (2010). **World tourism in a comprehensive perspective**. p7. Translated by Ali Parsaian and Sayed Mohammad Arabi. Tehran: Cultural Research Office. (Persian)
5. Devani, Ali. (1998). **Islam and travel**. p1. Collection of articles of the first World Tourism Conference of Kish Free Zone Organization. (Persian)
6. Effendizadeh, Shahriar; Iraqi, Morteza and Haddadzadgan, Hossein. (2006). **Presentation of a combined model of travel distribution and traffic allocation regarding shopping trips in Tehran**. Tehran: 7th International Congress of Civil Engineering. (Persian)
7. Karanejad, Hassan. (1995). **An introduction to the economics and politics of tourism**. p 4. Isfahan: Mani Publications. (Persian)
8. Mirabi Moghadam, Mohammad Hassan. (2011). **Accident rate prediction model and determination of its relationship with travel allocation model in big cities of Iran**. Under the guidance of Dr. Hamid Behbai. To get a doctorate degree. Faculty of Civil Engineering, University of Science and Technology. Iran. (Persian)
9. Montazeri, Mohammad; Adwari, Majid. (2006). **Investigation of traffic components of urban transportation systems and factors affecting**. The 8th Rail Transportation Conference. (Persian)
10. Papli Yazdi Mohammad Hossein, Saqaei Mahdi. (2011). **The nature and concepts of tourism**. p 6. Iran: Mehraqam Publications. (Persian)
11. Rahimpour, Ali Seyed Mousavi. (2000). **The face of Islamic tourism**. p1. Tehran: Mahia. (Persian)
12. Ranjbarian, Bahram; Zahedi, Mohammad. (2011). **Understanding the tourism industry**. p9. Tehran: Chaharbagh. (Persian)
13. Rizvani, Ali Asghar. (2013). **Geography and tourism industry**. p4. Tehran: Payam Noor University Publications. (Persian)
14. Ronmaye, Mohammad Taqi. (1992). **Iran's environmental capabilities, Iran's Urban Planning and Architecture Studies and Research Center**. p1. Tehran: Publications of Iran Urban Planning and Architecture Studies and Research Center. (Persian)
15. Safarzadeh, Mahmoud. (2002). **Transportation and traffic engineering**. Vol. 1. p4. Tehran: Tarbiat Modares University Press. (Persian)

16. Shirzadi Babkan, Ali and Saadi Mesgari, Mohammad. (2011). **Travel demand modeling using statistical blocks**. Tehran: Scientific Research Quarterly of Modares Humanities-Space Planning and Design, Volume 15, Number 1. (Persian)
17. Wright, Paul H, Ashford, Norman J. (2011). **Transportation engineering: Principles of transportation planning and modeling**. p4. Translated by Shahriar Efendzadeh and Amir Masoud Rahimi. Tehran: University of Science and Technology Publications. (Persian)
18. Yavari, Hossein et al. (2015). **Understanding the tourism industry**. p3. Tehran: Simai Danesh Publications. (Persian)
19. Zamani, Hamira. (2000). **Iran tourism industry and travel services**. Tehran: Zahad Publishing House. (Persian)
20. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill/Irwin.
21. Richards, G. (Ed.). (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. Psychology Press.
22. Richards, G., & Pereiro, X. (2007). *Cultural tourism: Negotiating identities*.
23. Smith, V. (1992). *Anfitriones e invitados, Turismo y sociedad*.