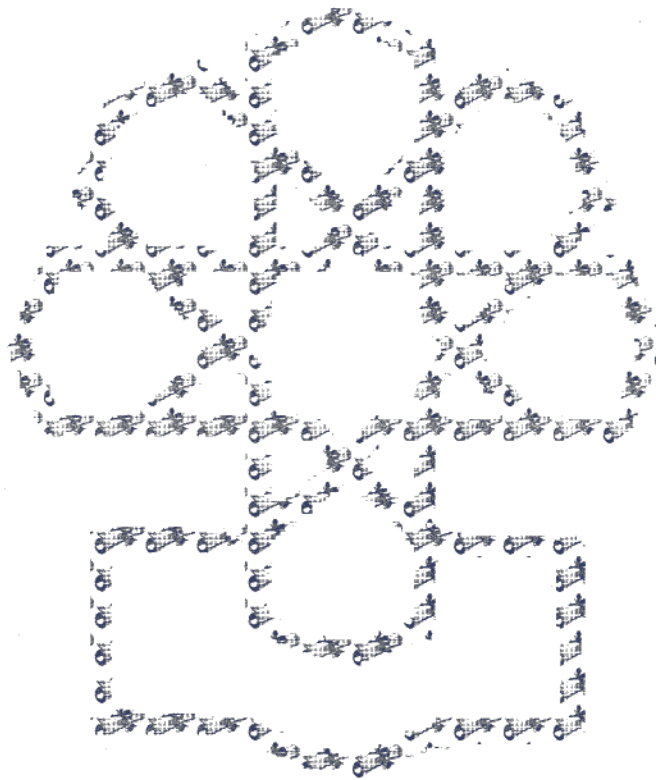


بحثی فشرده پیرامون

گردشگری



معاونت پژوهشی

اسفند ۱۳۷۵

کار: گروه (۱) خدمات پژوهشی

کد گزارش: ۴۱۰۲۲۳۰

* توریسم و جهانگردی امروزه به صورت یکی از منابع اقتصادی بسیاری از کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته است. جدا از تأثیرات اجتماعی و تبدلات فرهنگی و علمی توریسم، درآمد ارزی حاصل از آن موجب شده است تعدادی از کشورها با ایجاد تشکیلاتی در سطح وزارتخانه و با برنامه‌ریزی دقیق، ارز فراوانی را به سوی کشورشان سرازیر نمایند.

* جمهوری اسلامی ایران با دارا بودن جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و مذهبی فراوان و به عنوان کشور انقلابی و ام‌القرای جهان اسلام از موقعیت ممتازی برای جلب توجه جهانگردان به ویژه از کشورهای مسلمان برخوردار است. در حال حاضر مشهد مقدس، به عنوان دومین ابرشهر مذهبی جهان مطرح شده و علی‌رغم مشکلات موجود در برنامه‌ریزی و جذب توریست، توانسته است شیعیان و مسلمانان بسیاری را به این شهر جذب نماید.

* اولین گام در راستای توسعه توریسم، جذب توریست‌های مسلمان است که با فرهنگ اسلام آشنایی داشته و بالطبع مشکلات کمتری را از نظر فرهنگی ایجاد می‌کنند. اگر برای بازدید ایرانیانی که در کشورهای دیگر ساکن هستند تبلیغ و برنامه‌ریزی شود و آنها تنها یک‌بار از ایران دیدن کنند، ضمن ایجاد انس و الفت بیشتر با مردم سرزمین خود، آمار بالایی از توریسم را رقم خواهند زد.

* با وجود ایجاد تشکیلاتی از جمله شورای عالی جهانگردی، معاونت امور سیاحتی و زیارتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مرکز مطالعات و تحقیقات ایرانگردی و جهانگردی هنوز اقدامات اساسی برای سیاستگذاری در امر توریسم و تبیین وظایف دستگاه‌های مختلف در این زمینه به عمل نیامده است.

* بحث توریسم اسلامی، به ویژه با عنایت به طرح این موضوع در اجلاس کارشناسان توریسم و جهانگردی کشورهای عضو اکو در سال‌های گذشته که مورد استقبال اکثر اعضای شرکت‌کننده قرار گرفته است، از جمله مسائلی است که باید مورد بررسی و توجه قرار گیرد.

* در بررسی شیوه‌های جذب توریسم، آگاهی از نظرات صاحب‌نظران و

جهانگردان کشورهای دیگر که به ایران سفر می‌کنند امری ضروری است. همچنین لازم است با رفع موانع و مشکلات، زمینه خشنودی جهانگردانی را که به امید آشنایی با انقلاب اسلامی و زیارت اماکن مقدس، راهی جمهوری اسلامی ایران می‌گردند فراهم شود.

توریست در لغت به معنای جهانگرد و سیاح است و امروزه به کسی اطلاق می‌گردد که از حد متوسط سلامتی جسمانی و درآمد شخصی برخوردار و به منظور سیر و سیاحت از محل سکونت خود خارج می‌گردد. توریسم به معنای جهانگردی و مسافرت حرفه‌ای می‌باشد.

یافتن ناشناخته‌ها، پیدا کردن و یا دیدن آنچه تاکنون انسان ندیده است و به طور کلی جستجوگری از خصایص ذاتی انسان‌هاست و به معنایی در فطرت بسیاری از مردم این کرهٔ خاکی وجود دارد. ایرانیان نیز از دیرباز به سیر و سیاحت و جهانگردی علاقه وافری داشتند و از خود سفرنامه‌های ارزشمندی به جای گذارده‌اند، به عنوان نمونه می‌توان از «سفرنامهٔ ناصرخسرو» نام برد. کشور ما به طور کامل دارای چهار فصل بهار، تابستان، پاییز و زمستان بوده و اختلاف دماهایی حدود ۵۰°C را نیز دارا می‌باشد و این خصوصیت بارز، ایران را در بین کشورهای دیگر جهان شاخص و دارای ارج و قربی بسیار نموده است.

توریسم و جهانگردی، امروزه به صورت یکی از منابع اقتصادی بسیاری از کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته است. جدا از تأثیرات اجتماعی و تبادلات فرهنگی و علمی توریسم، سود اقتصادی و درآمد ارزی آن می‌باشد که باعث شده است تعدادی از کشورها با ایجاد تشکیلاتی در سطح وزارتخانه^۱ و با برنامه‌ریزی دقیق، ارز فراوانی را به سوی کشورشان سرازیر نمایند. میزان توجه به این مسئله تا حدی است که حتی کشورهایی که آثار تاریخی و یا مناظر طبیعی قابل توجهی ندارند با ایجاد جاذبه‌های مصنوعی و با استفاده از تکنولوژی در امور شهرسازی، سعی در جذب جهانگردان و استفاده از این صنعت به هر نحو ممکن را داشته باشند.

کشورمان نیز از دیرباز به لطف آثار تاریخی ارزشمند و زیبایی‌های طبیعی خدادادی، یکی از مراکزی بوده که توجه جهانگردان زیادی را به خود جلب نموده است. وجود سفرنامه‌های متعددی که از سوی جهانگردان و مستشرقین دربارهٔ ایران و آداب و رسوم و فرهنگ آن نوشته شده، خود گویاترین گواهی بر این ادعا می‌باشد.

با تدبیری اندک پی خواهیم برد که با توجه به جذابیت‌های بسیار، متأسفانه آنچنان که باید و شاید از این امکانات استفاده نشده است.

امروزه کشورهای مختلف دنیا با به نمایش گذاردن جذابیت‌های کشور خود به مردم دیگر نقاط جهان، درآمد فراوانی را نصیب کشور خویش می‌گردانند، به عنوان مثال کشور فرانسه در سال ۱۹۸۹ از راه جذب توریست درآمدی معادل ۱۵۶ میلیارد فرانک به دست آورد، و کشوری مانند ترکیه در سال ۱۹۹۰ درآمد ارزی خود را از صنعت توریسم به ۲/۹ میلیارد دلار رسانید و اسپانیا در سال ۱۹۹۱ هیجده میلیارد دلار را به خود اختصاص داد. ما نیز در سال گذشته با پذیرایی از حدود ۴۲۵ هزار جهانگرد خارجی که اغلب از کشورهای همسایه برای زیارت اماکن مذهبی شیعیان یا تجارت‌های کوچک به ایران سفر کرده بودند، ۲۵۰ میلیون دلار درآمد کسب نمودیم.

^۱ مثلاً هیئته کشورهای عضو آسه - آن غیر از تابینند دارای وزارت توریسم می‌باشند.

۱-۱- خلاصه‌ای از جهانگردی در ایران از زمان صفویان تا پهلوی

ایران، به ویژه از قرن هفدهم میلادی، اوج دوران فرمانروایان صفویان به عنوان یک کشور مورد توجه جهانگردان، اذهان اروپاییان را به خود جلب کرده است. صرف‌نظر از صدها مسافری که قبل از قرن هفدهم به ایران سفر کرده‌اند، قرن هفدهم میلادی که مقارن با دو قرن یازدهم و دوازدهم هجری قمری است را می‌توان سرآغاز توجه جهانگردان خارجی به ایران انگاشت.

فهرست بلندی که «جرج.ن. کرزن» نویسنده، روزنامه‌نگار و بالاخره سیاستمدار معروف انگلیسی در پایان قرن نوزدهم (۱۸۸۹م) در کتاب معروف خود «ایران و قضیه ایران»، از کلیه مسافریان اروپایی که در طی چند قرن پیش از تاریخ نگارش کتاب به این کشور سفر کرده‌اند می‌آورد، نشانگر جای گرفتن ایران در صدر کشورهای آسیایی است که در طی قرون ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ میلادی مسافریان غیرآسیایی به ویژه سیاحان و محققان و کاوشگران اروپایی را به سوی خود جلب می‌کرده است.

در دوران تقریباً طولانی سلطنت شاه عباس اول، احداث نزدیک به هزار کاروانسرا در ایران، مشکلات ناشی از اقامت برون شهری، در فواصل آبادی‌ها و ولایات ایران را تقریباً حل کرد و مسافرت در ایران، با توجه به امنیت راه‌ها و حضور راهداران آسان شد. فهرست بلند مسافریان اروپایی که در طول دوران فرمانروایی صفویان از ایران دیدن کرده‌اند، دستاورد ارزنده‌ای به همراه دارد. تقریباً همه این مسافریان، سیاحت‌نامه‌هایی درباره ایران مرموز و ناشناخته با جاذبه‌های نیرومند و خیال‌انگیزش از خود باقی گذاشته‌اند.

«شوالیه شاردن»، «ژان باتیست تاورنیه»، «پیترو دلا واله»، «کشیش سانسون» و... با اقلیت‌های مختلف فرانسوی، آلمانی، انگلیسی، اسپانیولی و... را می‌توان مبلغین واقعی ایران به عنوان یک کشور مطلوب جهانگردان در دنیا به شمار آورد.

در سال‌های پس از پایان فرمانروایی صفویان، نام‌های دیگری به این فهرست زبندگان سیاحت در ایران افزوده می‌شود، مانند «گملین»، «اوتر»، «جانسوس هانوی» و دیگران... قرن نوزدهم، قرنی متفاوت در تاریخ جهانگردی در ایران شناخته می‌شود و سیل سیاحان، دیپلمات‌ها، بازرگانان، باستان‌شناسان، محققان و حتی افراد کنجکاوی که به ایران سفر می‌کردند تا صرفاً حس کنجکاوی خود را ارضا کنند به سوی کشور ما سرازیر می‌شوند.

«آلکسی سولتیکف» از روسیه، «سرجان ملکم» از بریتانیا، «آمده روبر»، «ژنرال گاردان»، «تره زل»، «فاب ویه گاسپار دروویل»، از نخستین اروپاییانی هستند که درباره ایران سیاحت‌نامه و کتاب می‌نویسند.

در نیمه دوم قرن نوزدهم، «لیدی شیل»، «گرانث واتسون»، «کنت ژوزف گوینو»، «پیر لوتی»، «یاکوب پولاک»، «دکتر بروگس» و «مادام دیر لافوا»، از زمره نویسندگانی هستند که با کتاب‌های خود ایران در قرن نوزدهم را به خوبی بر سر زبان‌ها می‌افکنند، با این همه ایران نمی‌تواند از خارج‌جیانی که به این کشور سفر می‌کنند پذیرایی کند. کاروانسراه‌های عصر شاه عباس، تقریباً ویران شده بودند. در فصل زمستان به دلایلی اقلیمی سفر در ایران بسیار دشوار و خطرناک بود. چهارپایان تقریباً تنها وسیله رفت و آمد و ایاب و ذهاب و باربری بودند. جاده‌ها برای حمل دلیجان و کالسکه آمادگی نداشتند، بیشتر، تلگراف‌خانه‌های متعددی

شرکت انگلیسی مخابرات هند و اروپا و در مواردی ناچیز چاپارخانه‌های ایرانی تنها اقامتگاه جهانگردان به شمار می‌رفتند.

در اوایل قرن بیستم، سرویس کالسکه‌رانی منظم تهران - قزوین، رشت - انزلی و تهران، قزوین - همدان به وسیله برادران «باقراف» از اتباع روسیه راه اندازی شد. در سال ۱۹۱۳ یکی از اتباع روسیه موسوم به «خوشتاریا» امتیاز اتومبیل‌رانی جاده‌های رشت، قزوین - تهران، قزوین - همدان، را به دست آورد. در امتیاز نامه برادران «باقراف»، ماده‌ای برای تأسیس ایستگاه‌های بین‌راه گنجانده شده بود.

در دیگر شهرهای ایران، مؤسسات مختلف خارجی تدریجاً مسافرخانه‌ها و مهمان‌خانه‌هایی برای پذیرایی از اروپاییانی که به ایران سفر می‌کردند را دایر کردند. در سلطان آباد اراک شرکت «زیگلر» (انگلیسی - سوئیسی) که امور فرش‌بافی را زیر نظر داشت مسافرخانه‌ای با تخت‌های معدود برای پذیرفتن میهمانان و کارکنان خارجی شرکت دایر کرد. در آبادان از سال ۱۹۱۲ در تأسیسات معظم کمپانی نفت انگلیس که در ایران ایجاد می‌شد، دایر کردن یک کمپ بزرگ برای پذیرایی از کارکنان شرکت و نیز میهمانانی که بنا به دعوت شرکت به آبادان سفر می‌کردند مورد نظر قرار گرفت، این کمپ بعدها به صورت میهمانخانه‌ای بزرگ با تأسیسات گسترده و باشگاه‌های تفریحی متعدد جلوه کرد.

اداره مؤسسات توریستی در ایران، طی دهه‌های آخر قرن نوزدهم و دو دهه نخستین قرن بیستم بیشتر با اتباع روسیه، یونان، ارمنه تبعه روس و ایران و آن دسته از اروپاییانی بود که در ایران رحل اقامت افکنده بودند. ارمنه تبعه روس و ایران و آن دسته از اروپاییانی بود که در ایران رحل اقامت افکنده بودند. در تهران هتل‌های انگشت‌شماری نظیر هتل «دو فرانس» دایر شده بود، که بنا به اشاره ظریف «مادام کار لاسرنا» در کتاب خود «ایران، آدم‌ها، اشیا» حتی ناصرالدین شاه توصیه می‌کرد اتباع اروپایی در محل سفارت‌خانه‌های خود در تهران که وسایل رفاهی بیشتری دارد اقامت کنند و نه در هتل‌های کوچک و فاقد وسایل رفاهی پایتخت.

۱-۲- فعالیت‌های توریسم در استان‌های محوری در دهه‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۳۰

در دهه سوم قرن بیستم برابر سال‌های هزار و سیصد تا هزار و سیصد و ده به دلیل استخدام عده زیادی از کارشناسان و مهندسين خارجی در ایران که برای کار در پروژه‌های مختلف راه‌سازی، احداث راه‌آهن احداث شهرها و میهمانخانه‌ها و کارخانه‌ها به این کشور آمده بودند، فعالیت‌های توریسم مورد حمایت دولت قرار گرفت.

بیشتر این فعالیت‌ها در استان سرسبز شمال کشور، مازندران و راه‌های منتهی به آن متمرکز شده بود. در دهه بعد بیشتر این پروژه‌ها به اتمام رسید و هتل بزرگ آبعلی، هتل گچسار، هتل بزرگ رامسر و هتل بزرگ بابلسر و هتل بزرگ چالوس گشایش یافت.

در سال‌های دهه چهارم قرن بیستم در تهران و شهرهای بزرگ ایران مهمان‌خانه‌های بزرگ و منطبق با استانداردهای توریستی گشایش یافت. بزرگترین این مهمان‌خانه‌ها، هتل «ریتس» در میدان فردوسی و هتل فردوسی در خیابان فردوسی جنوبی، و هتل پارک در سر چهارراه یوسف آباد بودند.

ریتس، فردوسی، پارک هتل، در صدر هتل‌های ایران در سال‌های ۱۳۲۰ - ۱۳۱۰ قرار داشتند و شهرت و اهمیت خود را حتی تا دو دهه بعد حفظ کردند.

طبیعت دلپذیر ایران، مناظر متنوع شمال کشور در استان‌های گیلان و مازندران، زیارتگاه‌های توریستی مسلمانان شیعه، شهرهای مذهبی قم و مشهد، دیدنی‌های اعجاب‌انگیز تخت جمشید و پاسارگاد و مساجد پرنقش و نگار اصفهان این شاهکارهای معماری شرقی، بیگانگان را به سیر و سیاحت در ایران تشویق می‌کرد.

۱-۳- جهانگردی در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰

در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ صنعت توریسم در ایران توسعه یافت ولی همراه با توسعه آن، عوارض و دستاوردهای ناسالم زندگی غرب و آن بخش فرهنگ متداول آمریکا و اروپا که فرهنگ مبتذل خوانده می‌شود و پیامدهایی چون فساد اخلاقی، اعتیاد و... را به همراه دارد وارد کشور شد و تعمیم یافت. میهمانخانه‌ها و هتل‌ها در ایران به صورت مرکز تجمع فاسدترین‌ها شد و توریسم نتوانست به دلایل مختلف، مسیر صحیح و رشد مطلوب خود را در ایران پیدا کند.

در سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۷ بیشتر هتل‌های درجه اول تهران در شهرهایی چون اصفهان، شیراز، تبریز و اهواز نه از توریست‌ها بلکه از کارکنان و مقاطعه‌کاران و نظامیان خارجی که از دولت ایران حقوق دریافت می‌داشتند و هزینه‌های خوراک و اقامت آنان از ایران پرداخت می‌شد انباشته بود. تورهای سیاحتی گروهی، که شیفته دیدن آثار تاریخی باستانی و نقاط شگفت‌انگیز جهان هستند به ایران هرگز جذب نشدند.

بدینسان، پیشینه جهانگردی در ایران به سال‌های پس از انقلاب اسلامی می‌رسد که به دلیل رویدادها و تنگناهای مختلف صنعت توریسم، کشورمان دچار یک دوران وقفه می‌گردد. و اینک که در دوران بازسازی و نوسازی کشور هستیم گام نهادن مجدد در راه هدف‌های جذب توریست و تقویت صنعت توریسم آغاز گردیده است.

فصل دوم- توریسم و آثار آن

صرف‌نظر از منافع اقتصادی صنعت توریسم، از تأثیراتی که صنعت توریسم بر فرهنگ و سنن ملل مختلف از خود باقی می‌گذارد نباید غافل بود. بنابراین صنعت توریسم می‌تواند از دو بعد: منافع اقتصادی و تأثیرات فرهنگی مورد بررسی قرار گیرد.

۲-۱- منافع اقتصادی صنعت توریسم

با یک برنامه ریزی دقیق و ایجاد تشکیلات مناسب و با استفاده از جاذبه‌های مختلف توریستی کشورمان از قبیل مراکز زیارتی، آثار باستانی، مناظر و طبیعت زیبا می‌توان جهانگردان بی‌شماری را جذب نموده و با ارز حاصل از این امر، کمک قابل توجهی را به درآمد ارزی و صنعت کشور نمود.

۲-۱-۱- سیاست کلی و راه‌های رسیدن به آن

برای رسیدن به هدف اصلی که همان بهبود، بهره‌وری و سوددهی هرچه بیشتر صنعت توریسم است باید سیاست کلی را بر اساس جذب توریست و وارد نمودن تورهای متنوع از کشورهای دیگر و در یک کلمه

فعال نمودن بخش «سیاحت» در این مملکت قرار دهیم.

زیرا با توجه به نیاز مالی و وجود جاذبه‌های توریستی قوی در این مرز و بوم، این راه مطمئن‌ترین و نزدیکترین راه برای نیل به مقصود مورد نظر می‌باشد. آنچه در این مقوله مطرح است آن است که با وجود جاذبه‌های توریستی در ایران، بسیاری از آنان به صورت بالقوه موجودند و باید آنان را بالفعل درآوریم.

۲-۲- تأثیرات فرهنگی

مسلمانان رفت و آمد و ارتباط با سایر ملل، جدای از اهداف مورد نظر و خواسته شده که از سوی دولت‌های خارجی از این ارتباطات و صنعت توریسم دنبال می‌شود - آثار ناخواسته و خود به خودی نیز در بر خواهد داشت که غفلت از همین اثرات ناخواسته گاه فرهنگ ملتی را دچار تغییر و تحول می‌نماید. بنابراین طبیعی است که بهره‌گیری از مسئله توریسم و جهانگردی نیز در کشوری متفاوت با سایر کشورهای جهان باشد. بنابراین توریسم در ایران باید دارای ضوابط و شرایط خاصی گردد که بر فرهنگ و آداب و رسوم و ارزش‌های اسلامی، آثار سوء برجای نگذارد و فرهنگ، آداب و ارزش‌های اسلامی را به دیگر نقاط جهان تسری دهد.

۲-۳- شناسایی و تقویت جاذبه‌های زیارتی و سیاحتی

۲-۳-۱- جاذبه‌های زیارتی

در ایران اماکن مقدس مانند مشهد، قم، شیراز و مرقد مطهر امامزاده‌ها در دیگر شهرها وجود دارد که زمینه خوبی برای توسعه جهانگردی زیارتی است. در این میان مرقد مطهر امام رضا (ع) زیارتگاهی است که به طور شبانه‌روزی پذیرای زائران است.

پس از انقلاب شکوهمند اسلامی تعداد شیعیانی که از دیگر کشورها و به منظور زیارت مرقد مطهر امام رضا (ع) به شهر مشهد وارد می‌شوند به میزان چشمگیری افزایش یافته، به نحوی که اینک شهر مشهد به دو مین «کلان شهر» مذهبی جهان بدل گردیده است. به همین سبب ضرورت دارد. اقدامات اصولی و زیربنایی در جهت توسعه و گسترش امکانات جهانگردی در این شهر انجام بگیرد.

از دیگر نمونه‌های این آثار می‌توان مسجد شیخ لطف الله، مسجد جامع اصفهان، مسجد امام اصفهان و تمامی زیارت‌گاه‌های موجود در این کشور پهناور را نام برد. مرقد مطهر امام خمینی (ره) بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران از دیگر مراکز مذهبی و سیاسی مورد توجه مسلمانان سراسر جهان می‌باشد.

این آثار می‌تواند نقش مهمی در جذب بیشتر مردم دیگر کشورهای دنیا داشته باشد، زیرا مشتاقان زیادی وجود دارند که آرزوی آشنایی و دیدار آثار باستانی مذهبی و یا آرزوی زیارت اماکن متبرکه ما را دارند. در خصوص این آثار باید توجه کافی به مرمت و بازسازی و نگهداری مبذول گردد تا همواره توان پذیرش مشتاقان را داشته باشند.

۲-۳-۲- جاذبه‌های سیاحتی

الف - گستردگی و تنوع فرهنگ زیستی ایران: اغلب قریب به اتفاق توریستان را افراد ماجراجو تشکیل می‌دهند که تشنه دانستن و فهمیدن هستند. شاید آشنایی و آگاهی یافتن به مسائل فرهنگی یک جامعه، جزو اولین خواسته‌های یک توریست باشد. ما باید باروشی صحیح و پیشرفته بتوانیم مسائل فرهنگی و جاذبه‌های این

فرهنگ را به دیگران بشناسانیم. آشنا نمودن توریست با عشایر ایران زمین. خود یک نمونه بارز و کاملی از شناساندن فرهنگ است. در خصوص جاذبه‌های عشایری باید گفت ایران جز معدود کشورهایی است که عشایر مختلفی مانند: لر، عرب، بلوچ، فارس، ترکمن، کرد و غیره را در خود جای داده است.

این عشایر با فرهنگ‌های متفاوت و آداب و رسوم متنوعی در این کشور پهناور تجمع پیدا کرده‌اند و هر کدام برای خود شیوه زندگی خاصی داشته، به تولید مشغولند. به غیر از دامداری که وظیفه اصلی عشایر را تشکیل می‌دهد، در صنایع دستی نیز بسیار فعالند که از مهم‌ترین تولیدات آنها می‌توان فرش و گلیم را نام برد. محققین بسیاری در سراسر گیتی وجود دارند که بر روی گونه‌های مختلف فرش‌های عشایری همانند فرش ترکمن، فرش فارس و غیره کار کرده‌اند و مقاله و مطلب نوشته‌اند. که این خود اهمیت جذابیت‌های عشایر ما را نشان می‌دهد که برای هر توریستی قابل توجه است. ما نیز باید با شناخت هرچه بیشتر جاذبه‌های عشایری در صدد شناساندن برآییم، تا بدین وسیله بتوانیم گوشه‌ای از فرهنگ کهن خود را منتقل و موجبات جذابیت‌های بیشتر را برای بازدیدکنندگان از ایران فراهم آوریم.

ب - آثار باستانی ملی: از دیگر جذابیت‌های توریستی ایران آثار باستانی، مانند تخت جمشید، طاق بستان، ارگ بم، بیستون و... است که هر یک به نوبه خود در تمام دنیا منحصر به فرد و حائز اهمیت بسیار می‌باشد و باید به طرق مختلف و متنوعی مانند پوستر، کاتالوگ، اسلاید و فیلم و... در صدد آشنا نمودن جهانگردان با این آثار عظیم و غنی برآییم. آنچه لازم به ذکر است توجه کافی به مرمت، بازسازی و نگهداری این آثار ارزشمند و تاریخی است، که متأسفانه تاکنون به این امر مهم التفات کامل نشده است.

ج - طبیعت ایران: طبیعت ایران خود به تنهایی دارای جاذبه‌های فراوانی است و در سراسر گیتی علاقمندان بسیاری دارد. دارا بودن چهار فصل کامل، نعمت خدادادی گرانبه‌ای است که بسیاری از مردم این کره خاکی از آن محرومند و برای استفاده از این نعمت حاضر به قبول زحمات عدیده‌ای می‌باشند.

باید با تبلیغات درست در صدد شناساندن طبیعت زیبای این مرز و بوم برآمده و جهانیان را نسبت به این موضوع و استفاده از آن علاقمندتر نماییم.

د - هنرهای سنتی متناسب با تنوع زیستی: به دلیل تنوع زیستی و خلاقیت‌های فراوان مردم این مرز و بوم، هنرهای متنوعی نیز مشاهده می‌گردد که به عنوان نمونه به صنایع سنتی و دستی ایران می‌توان اشاره کرد.

این قبیل صنایع عمدتاً منحصر به این مملکت است و همین انحصار موجب می‌شود تا بسیاری از مردم دیگر ملل، مشتاق به آشنایی و دیدن و فراگیری روش ساخت این آثار باشند.

علاقه‌مند نمودن و در معرض آشنایی قرار دادن این صنایع موجب افزایش تولید گشته و باعث رونق اقتصادی می‌گردد.

فصل سوم - توسعه توریسم

با توجه به ابعاد توریسم در کشور ما، به نظر می‌رسد که اگر بتوانیم به نحوی عمل کنیم که هم ارزش‌های اسلامی، توسط توریست‌ها رعایت شود و تأثیرات فرهنگی و اجتماعی سوء مسئله توریسم را به حداقل برسانیم و در عین حال باب جهانگردی را مسدود نماییم و کشور را از این منبع اقتصادی قابل توجه محروم نماییم، موفق شده‌ایم که جایگاه خود را در این صنعت در سطح بین‌المللی پیدا نموده و به عنوان یکی از

کشورهای فعال در این امر مطرح باشیم.

شاید اولین گام در این راستا جذب توریست‌های مسلمانان از کشورهای اسلامی باشد که با فرهنگ یکدیگر آشنایی بیشتری دارند و مشکلات کمتری را ایجاد می‌کنند.

اگر برای بازدید ایرانیانی که در کشورهای دیگر ساکن هستند تبلیغ و برنامه‌ریزی شود و آنها تنها حتی یکبار از ایران دیدن کنند ضمن ایجاد انس و الفت بیشتر با مردم و سرزمین خود، آمار بالایی از توریسم را رقم خواهند زد. مسلمانان کشورهای همسایه و به ویژه شیخ‌نشین‌ها که از درآمد بالایی نیز برخوردار هستند و بسیاری از آنان در صورت رفع موانع، ایران را برای سیاحت و تفریح به همراه خانواده ترجیح می‌دهند؛ باید در این راستا در اولویت قرار گیرند و در نهایت تشکیل یک مرکز جهانگردی بین‌المللی اسلامی می‌تواند اقدامات لازم در این زمینه را فراهم آورد.

۳-۱- آژانس بین‌المللی جهانگردی اسلامی

به نظر می‌رسد که با پذیرا شدن جهانگردان مسلمانان از کشورهای اسلامی و حتی غیر اسلامی بتوانیم امیدوار باشیم که هم تبادل فرهنگی با دیگر کشورهای جهان اسلام داشته و هم درآمد قابل توجهی را به دست آوریم؛ لذا وجود یک مرکز جهانگردی بین‌المللی اسلامی ضروری به نظر می‌رسد. که می‌توان اهداف آن را به شرح زیر بیان کرد:

الف- اهداف فرهنگی و اجتماعی

الف-۱- ایجاد ارتباط بین مسلمانان؛

الف-۲- آشنا شدن مسلمانان با سوابق دینی و قومی و فرهنگی دیگر کشورهای اسلامی؛

الف-۳- شناخت زوایای خاص فرهنگی و اجتماعی هر کشور و تعلیم نقاط مثبت آن به دیگر کشورهای اسلامی.

ب- اهداف اقتصادی

ب-۱- جذب و گردش پول مسلمانان در کشورهای اسلامی؛

ب-۲- ایجاد اشتغال؛

ب-۳- رونق بازار کشورهای اسلامی.

ج- اهداف سیاسی

ج-۱- زمینه برای وحدت فکری و فرهنگی کلیه مسلمانان

ج-۲- شناساندن چهره واقعی جمهوری اسلامی ایران به دور از جنجال‌های تبلیغاتی غرب به مسلمانان دیگر کشورهای اسلامی.

۳-۲- جذب توریست

بر اساس تبصره ۵۸ قانون برنامه پنج‌ساله دوم توسعه، دولت موظف است ترتیبات لازم برای توسعه ایرانگردی و جهانگردی با رعایت ضوابط اسلامی را به عمل آورد. بر اساس این قانون اعتبارات جاری و عمرانی در طول سال‌های برنامه دوم به ترتیب ذیل پیش‌بینی شده است:

سال	۱۳۷۳	۱۳۷۴	۱۳۷۵	۱۳۷۶	۱۳۷۷	۱۳۷۸	جمع	رشد دوره
اعتبارات جاری	۱۲۶/۷	۱۳۷	۱۴۸/۷	۱۶۲/۸	۱۸۳/۹	۲۱۰	۸۴۲/۴	۱۰/۶
اعتبارات عمرانی	۱۲/۲	۱۶/۸	۱۹/۴	۲۶/۷	۲۶/۴	۴۹/۸	۱۴۹/۱	۲۰/۰۱

ساده‌ترین و متداول‌ترین روش جذب توریست، شناساندن جاذبه‌های توریستی از طریق تهیه کتاب‌ها، فیلم‌ها و جزوه‌های تبلیغاتی می‌باشد که معمولاً این جزوه‌ها در اختیار سفارتخانه‌های هر کشور در کشورهای دیگر و یا آژانس‌های توریستی بین‌المللی گذاشته می‌شود تا مورد استفاده جهانگردان قرار گیرد. در بررسی بروشورهای تبلیغاتی کشورهای مختلف، شامل تعداد زیادی از کشورهای اسلامی موارد ذیل جلب توجه می‌کند:

- ۱- معرفی مراکز تفریحی (پارک‌ها، باغ‌وحش‌ها و ...)
 - ۲- معرفی آثار و ابنیه تاریخی (مساجد، کلیساها و ...)
 - ۳- معرفی آثار و مناظر طبیعی (جنگل‌ها، رودخانه، دریاها، کوهپایه‌ها و ...)
 - ۴- معرفی بناهای دیدنی جدید (برج‌ها، بناهای یادبود، میادین، مجسمه‌ها و ...)
 - ۵- معرفی موزه‌ها
 - ۶- معرفی مراکز خوشگذرانی (کاباره‌ها و کنار دریا، پلاژها و ...)
 - ۷- معرفی مراکز هنری، تفریحی (تئاترها، سینماها، سالن‌های باله و رقص و ...)
 - ۸- معرفی ورزش‌ها و امکانات ورزشی
 - ۹- معرفی آداب و رسوم - فولکلور مردم (رقص‌های سنتی، بالمسکه‌ها و ...)
 - ۱۰- معرفی شمه‌ای از تاریخ - موقعیت جغرافیایی، پیشینه فرهنگی مردم
 - ۱۱- معرفی بازارها، فروشگاه‌های بزرگ
 - ۱۲- معرفی صنایع بزرگ و کوچک و صنایع دستی
 - ۱۳- معرفی تسهیلات موجود برای جهانگردان (هتل‌ها - رستوران‌ها - تاکسی سرویس‌ها - سرویس‌های هواپیمایی - کشتیرانی - غذاها - خدمات شهری - تورهای مسافرتی)
 - ۱۴- معرفی زندگی شهری
 - ۱۵- مشخص کردن قیمت خدمات اماکن توریستی و اجناس
 - ۱۶- معرفی وضعیت کشاورزی - دامداری و صیادی
 - ۱۷- چاپ نقشه‌های دقیق و تفصیلی از کشور، شهرها و مراکز دیدنی آنها
- شایان ذکر است که این جزوات معمولاً "با دید فرهنگی و تاریخی، اقتصادی و جاذبه‌های مصنوعی تهیه می‌گردد و همچنین با نگاهی به جزوات معرفی و تبلیغاتی مشخص می‌شود که متأسفانه کشورهای عربی معمولاً خیلی بی‌رویه و افراطی نسبت به تهیه جزوات غیراسلامی و منطبق با معیارهای امریکایی و اروپایی اقدام نموده‌اند.

مسلمانان معرفی صحیح جاذبه‌های مختلف جمهوری اسلامی ایران اعم از مراکز مذهبی، آثار فراوان باستانی، مناظر طبیعی و طبیعت متنوع، جاذب جهانگردان بی‌شماری از کشورهای مختلف خواهد بود. به علاوه اگر به جایگاه رفیع انقلاب اسلامی ایران در قلوب مسلمانان جهان و اشتیاق آنان به آشنایی و پیوند با

ام‌القرای اسلام توجه شود ضرورت بازنگری در برنامه‌ریزی برای پذیرش مسلمانان دیگر کشورها بیش از پیش احساس خواهد شد.

فصل چهارم - رهیافت

۱- علی‌رغم وجود تشکیلاتی مانند شورای عالی جهانگردی، معاونت امور سیاحتی و مرکز مطالعات و تحقیقات ایرانگردی و جهانگردی و زرات فرهنگ و ارشاد اسلامی، هنوز انسجام لازم در زمینه توریسم به عمل نیامده است. بررسی جامع مسئله توریسم و سیاستگذاری در این مورد با در نظر گرفتن اهداف و ارزش‌های انقلاب و امکانات جمهوری اسلامی ایران ضروری است. شایان ذکر است که در حال حاضر بسیاری از کشورها در آمد هنگفتی از ناحیه توریسم کسب می‌کنند و این در حالی است که سهم جمهوری اسلامی ایران در این بین بسیار ناچیز است. در اقتصاد بدون نفت، توسعه صنعت توریسم می‌تواند جایگاه ویژه‌ای داشته باشد.

۲- اولین گام در راستای توسعه توریسم، جذب توریست‌های مسلمان است که با فرهنگ اسلامی آشنایی داشته و بالطبع مشکلات کمتری را از نظر فرهنگی ایجاد می‌کنند و در بازگشت می‌توانند مبلغ خوبی برای انقلاب اسلامی باشند. اگر برای بازدید ایرانیانی که در کشورهای دیگر ساکن هستند تبلیغ و برنامه‌ریزی شود و آنها تنها یک‌بار از ایران دیدن کنند، ضمن ایجاد انس و الفت بیشتر با مردم و سرزمین خود. آمار بالایی از توریسم را رقم خواهند زد.

۳- بحث توریسم اسلامی، با عنایت به طرح این موضوع در اجلاس کارشناسان توریسم و جهانگردی کشورهای عضو اگو در سال‌های گذشته که مورد استقبال اکثر اعضای شرکت‌کننده قرار گرفته است، از جمله مسائلی است که باید مورد بررسی و توجه قرار گیرد.