

## نقش گردشگری فرهنگی در توسعه مناسبات جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان

علاءالدین محمدی میخوش<sup>۱</sup>

### چکیده

این مقاله به بررسی نقش گردشگری به‌ویژه گردشگری فرهنگی (که تکیه بر منابع و جاذبه‌های مشترک فرهنگی - اجتماعی دارد) در توسعه مناسبات بین کشور ایران و آذربایجان می‌پردازد. در این مقاله با الهام از رویکرد گردشگری فرهنگی در مطالعات گردشگری، نشان داده شده که مشترکات فرهنگی عمیق و ریشه‌دار بین این دو کشور می‌تواند به توسعه گردشگری پایدار در هر دو کشور منجر شود. همچنین در این مقاله راهکارهایی ارائه شده است که به تحقق گردشگری پایدار کمک می‌کند. روش اصلی تحقیق، کیفی و مصاحبه عمیق با مطلعین کلیدی در حوزه گردشگری در دو کشور بوده است. بر اساس نتایج، منابع اجتماعی و فرهنگی مهم‌ترین عامل در جذب گردشگران دو کشور به سوی هم بوده و مهم‌ترین مانع در نقش آفرینی این منابع فرهنگی - اجتماعی، قوانین، مقررات، سیاست‌گذاری‌ها و تصمیمات سیاسی و دولتی و ساختارهای نامطلوب در نظام گردشگری بوده است.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، گردشگری فرهنگی، جمهوری آذربایجان، جمهوری اسلامی ایران و مشترکات فرهنگی - اجتماعی.

فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی • سال دوم • شماره پنجم • زمستان ۱۳۹۱ • صص ۱۷۶-۱۴۷

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۲/۱۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۱/۴/۷

۱. دکترای جامعه‌شناسی دانشگاه دولتی باکو، نویسنده مسئول (mikhosh\_rasht@yahoo.com).

### مقدمه

جمهوری آذربایجان کشوری است که وجوه مشترک آن با ایران از کشورهای دیگر بیشتر و عمیق تر است. این وجوه مشترک که عمدتاً فرهنگی هستند، پتانسیل بالایی را در جهت ایجاد روابط فی مابین، دارا هستند. این کشور که همسایه شمال غربی ایران به شمار می رود با آذربایجان ایران مرز مشترک طولانی دارد و هنوز خانواده‌هایی در طول و در دو سوی این مرز زندگی می کنند که طی سالیان متمادی حتی بعد از مرزبندی نیز به اشکال مختلف روابط اقتصادی و فرهنگی با یکدیگر دارند.

یکی از علل تعلق خاطر مردمان شمال و جنوب رود ارس (به ترکی آراز) فرهنگ مشترک ایشان است. هر دو شیعه اثنی عشری و زبانشان از یک شاخه ترکی است، که قدرت انفکاک را از آنها سلب کرده است. علی رغم سپری شدن قریب به ۲۰۰ سال از مرزبندی سیاسی میان آنها، هنوز حس نوستالژیک بسیار قوی در طرفین وجود دارد که گاه شدیدتر از گذشته است. در جنوب رود ارس به غیر از اشعار مرآئی، منبع عمده تغذیه اشعار لیریک، اپیک، ساتیریک و... از شمال است؛ چراکه ادبیات کتبی در شمال به علت رسمی بودن آن ترقی معتنابهی داشته است (بیگدلی، ۱۳۷۷: ۱۶۲). استاد محمدحسین شهریار، شاعر نامی ایران، عامل وحدت بخش دو کشور ایران و آذربایجان است. چاپ آثار شهریار در باکو و نصب مجسمه این شاعر گرانقدر ایرانی در باکو، نشان دهنده علایق مشترک دو ملت ایران و آذربایجان و عمق روابط و دوستی دو کشور است. جشن نوروز باستانی، مراسم چهارشنبه آخر سال، سفره هفت سین و سمنو و هزاران واژه پارسی در زبان و ادبیات آذربایجانی و در برابر واژگان پرشمار ترکی در ادبیات ایرانی و عناصر دیگر فرهنگی ایرانی که در آسیای مرکزی، آسیای صغیر و قفقاز و به ویژه در بین مردم آذربایجان به طور گسترده‌ای گرامی داشته می شود، نشان دهنده عمق روابط فرهنگی و تاریخی دو کشور

است (امیراحمدیان، ۱۳۸۶).

تعداد مستمعین و تماشاچیان رسانه‌های صوتی و تصویری جمهوری آذربایجان در آذربایجان ایران در حال حاضر نسبت به چند دهه قبل به شدت افزایش یافته، به طوری که ادبیات مشترکی میان خانواده‌های جنوبی نسبت به آن رسانه‌ها ایجاد شده است. دستگاه‌ها و ردیف‌های موسیقی مقامی آذربایجانی تقریباً مشابه و هم نام با موسیقی ایرانی است که از نظر مستمعین هر دو طرف گوشنواز و دلنشین است. علاوه بر اینها، لباس، غذا، مراسم مذهبی و آداب و رسوم ملی در این دو کشور مشابهات فراوانی با هم دارند که موجب می‌شود گردشگران ایرانی در آذربایجان و گردشگران آذربایجانی در ایران نه تنها احساس غربت نکنند، بلکه بیشتر به برخی از ابعاد هویت فرهنگی و اجتماعی دیرین خود پی ببرند. آنچه شهروندان ایرانی و آذربایجانی را به سوی هم سوق می‌دهد و آنها را به یگدیگر جذب می‌کند، عمدتاً ناشی از جاذبه‌ها و عوامل فرهنگی و هویت مشترک دینی و اجتماعی است که مهم‌ترین آنها را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

- دین و مذهب مشترک
  - زبان مشترک
  - تاریخ و میراث فرهنگی مشترک
  - علائق و تجارب اجتماعی مشترک
  - باورهای مشترک
  - هویت‌های قومی و اجتماعی
  - سنت‌ها، عادات و رسوم
  - آیین‌ها، موسیقی، نواها و جشن‌ها
- اشتراک در دین و مذهب دغدغه بسیاری از ایرانیان را نسبت به تغذیه در کشور مقصد و همچنین نسبت به ایجاد روابط با مردم آن محل برطرف می‌کند و حس آرامش خاطر در مسافر ایرانی ایجاد می‌کند، هرچند این تمایل بر زبان رانده نشود. اشتراک در زبان یکی از اساسی‌ترین عوامل ایجاد رابطه میان انسان‌هاست که این امر به طور محسوس میان ایران و آذربایجان وجود دارد و حس غربت را به کمترین حد ممکن می‌رساند. اطلاعات تاریخی یک فرد ایرانی نسبت به گذشته کشور خود در موارد چشمگیری با

اندکی تغییر همان معلومات یک شهروند آذربایجانی نسبت به تاریخ کشورش است. تا قبل از سال ۱۸۲۸ میلادی (قبل از انعقاد عهدنامه ترکمنچای)، ملت هر دو کشور در برابر دشمن واحد در یک سنگر جنگیده، مجروح و مقتول داده، در برهه‌هایی غالب و مظفر و در برهه‌هایی دیگر از تاریخ عیناً شکست خورده‌اند. به طور خاص، حکومت‌های مقتدر اسلامی، قسمت عمده‌ای از خاک هر دو کشور را به طور همزمان تحت استیلای خود داشته‌اند. لذا یک تبریزی، اصفهانی، شیرازی، گیلانی، خراسانی، باکویی، دربندی، نخجوانی، بلوچستانی، گنجه‌ای، اهوازی، ایروانی و... به مدت چند صد سال به مستوفیان حکومت‌های مشترکی مثل صفویان، آق‌قویونلوها، قاراویونلوها، افشاریان، قاجاریه و... مالیات می‌پرداختند، از طرف همان حاکمیت محبوس یا تبعید می‌شدند یا به جنگ‌های متعدد احضار می‌شدند. اسامی شخصیت‌های تاریخی و قهرمانان ملی هر دو کشور به طور معتابهی مشترک و به صورت مشابهی مورد احترام هر دو ملت است. شاه اسماعیل صفوی، نادرشاه افشار، عباس میرزا، شاه عباس صفوی و... از جمله این شخصیت‌ها هستند.

لیلی و معجون در جمهوری آذربایجان حتی نسبت به خود ایران از جایگاه رفیعی برخوردار است. اپرایی که در حق این دو عاشق و معشوق توسط مرحوم عظیم حاجی بگ‌اف ساخته شده از آثار هنری کم نظیر ممالک شرقی محسوب می‌شود. موسیقی آذربایجانی از اعتباری جهانی برخوردار است و به عنوان نماینده‌ای لایق از شرق به همراه موسیقی عربی و هندی در مجامع و محافل بین‌المللی ظاهر می‌شود. همین اشتراکات فرهنگی برای یک شهروند آذربایجانی نیز به اندازه کافی جذابیت دارد تا ایران را به تماشا بنشیند و قسمتی از آنچه را که در کتب تاریخی در مورد کشور و مردمان خود خوانده را عیناً در ایران ببیند.

وجود مکان‌های متعدد مذهبی و مقدس برای یک شهروند آذربایجانی گاه به مراتب مغتنم‌تر از وجود آن مکان‌ها برای یک ایرانی است. البته یکی از دلایل آن می‌تواند عدم سهولت در دسترسی مکان‌ها باشد و علت دیگر، سوابق تاریک حاکمیت هفتادساله غیرمذهبی و فشارهای طاقت‌فرسای اجتناب از تظاهر به مذهب از طرف کمونیست‌ها است. با توجه به منابع و زمینه‌های فرهنگی - اجتماعی بین ایران و آذربایجان و با توجه به اهمیت مرادوات فرهنگی در تحکیم روابط بین ملت‌ها، این مقاله که حاصل نتایج رساله دکتری است، به بررسی نقش عوامل فرهنگی - اجتماعی در توسعه روابط گردشگری میان ایران و

آذربایجان می‌پردازد. مسئله اصلی تحقیق که در این مقاله مورد بررسی قرار گرفته، این است که راهبردهای توسعه گردشگری بین ایران و آذربایجان کدامند و تا چه اندازه می‌توان بر مبنای مشترکات فرهنگی - اجتماعی مناسبات گردشگری بین دو کشور را تقویت کرد. بر این اساس فرضیه‌های زیر در مورد بررسی قرار گرفته است:

- زمینه‌های توسعه روابط گردشگری میان ایران و آذربایجان متأثر از مشترکات فرهنگی - اجتماعی است و علائق اقتصادی در درجه دوم اهمیت قرار دارد.
- شناسایی بنیان‌های فرهنگی - اجتماعی در روابط گردشگری و اتکای سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات به این بنیان‌ها، موجب شکل‌گیری روابط پایدار گردشگری در دو کشور خواهد شد.
- موانع اصلی توسعه مناسبات گردشگری یا موانع بهره‌گیری از مشترکات اجتماعی - فرهنگی برای توسعه مناسبات گردشگری بین دو کشور ایران و آذربایجان از جنس سیاسی بوده و ناشی از ضعف مناسبات دیپلماتیک و سیاست خارجی کارآمد و اثربخش در دو کشور بوده است. به عبارت دیگر، مهم‌ترین موانعی که در توسعه روابط گردشگری تاکنون نقش داشته‌اند، از جنس سیاسی بوده و اگر سوء تفاهمات و نگرش‌های نادرست در بین مسئولین دو دولت مرتفع شود، نمو و رشد روابط فرهنگی - اجتماعی میان دو ملت بسیار شتاب خواهد گرفت و صنعت گردشگری بین دو کشور از رونق زیادی برخوردار خواهد شد.

## ۱. مبانی نظری

هیچ یک از نظریه‌های مطرح شده تا کنون نتوانسته‌اند به قدر کفایت جوهر و اساس گردشگری را نمایان سازند و این به دلیل چندوجهی بودن و به‌ویژه درهم‌تنیدگی گردشگری با دیگر پدیده‌ها و عناصر فرهنگی، اجتماعی در جوامع معاصر است (Urry, 1995: 115). با وجود این می‌توان در حوزه‌های مختلف علمی، از جمله در جامعه‌شناسی به دست‌بندی این دیدگاه‌ها براساس تحقیقات تجربی صورت گرفته نائل شد. براین اساس سه رویکرد عمده را در مطالعات گردشگری می‌توان از هم بازشناخت: ۱. رویکرد انتقادی، ۲. رویکرد کارکردی و ۳. رویکرد فرهنگی.

رویکرد انتقادی بیشتر متأثر از نظریات مارکس، آنتونیو گرامشی، جورج لوکاک و جامعه‌شناسان انتقادی مکتب فرانکفورت و جامعه‌شناسی مارکسیستی نظام جهانی (ایمانوئل

والرشتاین) است که بر نقش گردشگری در استثمار و بهره‌کشی بیشتر از جوامع جهان سوم، نقش آن در گسترش فرهنگی مصرف‌گرایی و فرهنگ توده‌ای، نقش گردشگری در از خود بیگانگی و بورژوایی شدن طبقات پایین جامعه، نقش گردشگری در گسترش کالایی شدن فرهنگ و هنر و اصالت‌های اخلاقی و... تأکید دارند. به‌عنوان مثال مالکوم کریک (۱۹۹۶) از آسیب‌پذیری صنعت گردشگری از تحولات بین‌المللی و بحران‌های اقتصادی سخن گفته است. وی بر این اعتقاد است که گردشگری بین‌المللی برای کشورهای میزبان در جهان سوم برخلاف تصور خام اولیه نه تنها یک نعمت و خوان گسترده الهی نیست، بلکه در مواردی حتی تبدیل به یک مصیبت می‌شود، چراکه کارگزاران و دست‌اندرکاران این صنعت اغلب متعلق به کشورهای پیشرفته بوده و لذا سود ناشی از گردشگری، کشورهای میزبان را به‌سوی کشورهای مبدأ گسیل می‌دارند و سهم ناچیزی از آن عاید کشورهای میزبان می‌شود. در مقابل، آنچه نصیب کشورهای میزبان از گردشگری مدرن بین‌المللی می‌شود، گرانی و تورم، بیکاری فصلی، آلودگی محیط، انحرافات و ناهنجاری‌های اجتماعی و... است. به علاوه در فرایند گردشگری بین‌المللی جوامع میزبان بیشتر به کشورهای پیشرفته وابسته می‌شوند و جریان مرکز - پیرامون، چنانکه جامعه‌شناسان نظام جهانی چون والرشتاین صورت‌بندی کرده‌اند، شکل می‌گیرد. در این حالت نبض جوامع گردشگرپذیر در دست شرکت‌های چندملیتی، اعم از هتل‌های زنجیره‌ای، شرکت‌های حمل و نقل، آژانس‌های مسافرتی و تورگردانان بین‌المللی خواهد بود و آنها در مواقع بحران مالی از خروج ارز به کشورهای میزبان جلوگیری کرده و جوامع میزبان را با بیکاری و بحران در آمد و... مواجه می‌کنند. ترنر و اش (۱۹۷۵) معتقدند: مادامی که گردشگری مدرن به‌صورت مجموعه‌ای بین‌المللی از هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی، شبکه‌های حمل و نقل و... وجود دارد، تسلط روزافزون از سوی مرکز بر پیرامون تداوم خواهد داشت.

رویکرد کارکردی که متأثر از دورکیم و پارسونز است، بر نقش گردشگری در ساختار و نظام اجتماعی جدید تأکید دارد و بر این اعتقاد است که در جوامع جدید خرده‌نظام‌ها و نهادهایی شکل می‌گیرد که در ارتباط ارگانیک با سایر نهادها نظم و انسجام و تعادل اجتماعی را برقرار می‌کنند. در این رویکرد بر نیازهای اجتماعی و کارکردی تأکید شده و جامعه برای تأمین این نیازها، نهادها و خرده‌نظام‌های جدیدی را شکل

می‌دهد. از این منظر گردشگری به‌عنوان خرده‌نظامی محسوب می‌شود که در ایجاد امنیت و سلامت روانی و فراغت از کار و اشتغال و زندگی در شهرهای پرجمعیت و صنعتی کارکرد مؤثری دارد. تحقیقات مایو و جارویس<sup>۱</sup> (۱۹۸۱) در مطالعات گردشگری را می‌توان در این دسته قرار داد.

متأثر از جامعه‌شناسان کلاسیکی چون وبر و زیمل، بسیاری از صاحب‌نظران امروزه بر این باورند که گردشگری را باید بر مبنای فرهنگ تعبیر کرده و اساس آن را تفاوت‌های فرهنگی در نظر گیرند (Urry, 1996:88; Dann, 2002:57).

در این رویکرد جستجوی معنا، کسب تجارب جدید، یادگیری از فرهنگ‌های دیگر، آشنایی با شیوه‌ها و سبک‌های مختلف زندگی، نوستالژی و جستجوی اصالت، از جمله مهم‌ترین تبیین‌های فرهنگی است که در توضیح دلایل گسترش جریانات گردشگری در سطح دنیا و گرایش روزافزون به مسافرت ارائه شده است (Richards, 2007:77). با توجه به اینکه مدل نظری این تحقیق ملهم از گردشگری فرهنگی است، در ادامه به تبیین این دیدگاه می‌پردازیم.

مقصود از گردشگری فرهنگی بحث درباره بخشی از این صنعت است که به جذابیت‌های فرهنگی توجه خاص می‌کند. این جنبه‌های جذاب متفاوت بوده و شامل موزه‌ها، نمایشگاه‌ها و مانند آن می‌شوند. در کشورهای توسعه‌یافته، جذابیت‌های فرهنگی شامل موزه‌های هنری، سالن‌های تئاتر، ارکسترها و سایر برنامه‌های هنری و موسیقایی می‌شود. مسافر به محل خاصی می‌رود تا از یک موزه مشهور دیدن کند یا در سالی بنشیند که ارکستر ملی یا ارکستر سمفونی برنامه اجرا می‌کند. در منطقه‌های در حال توسعه این مکان‌ها به صورت محل‌های مذهبی، هنرهای دستی یا فعالیت‌های فرهنگی درمی‌آید.

برای تبیین گردشگری فرهنگی و معنای زیباشناختی آن چند نظریه مطرح شده است:  
۱. ویرینگ و ویرینگ (۲۰۰۱): گردشگری راه‌گزینی را برای مسافران غربی از زندگی کسالت‌بار و یکنواخت عادی آنها فراهم می‌کند (Wearing & Wearing, 2001).

۲. تایلور و کوهن (۱۹۷۶): گردشگری ابزاری را برای پرورش خودآگاهی در اوضاع و شرایطی فراهم می‌کند که به صورت روزافزون فن‌سالارانه شده و چنین پرورشی را در متن و زمینه زندگی عادی روزمره سرکوب می‌کند (Richards, op.cit:77).

1. Mayo & Jarvis

۳. نگاه خیره گردشگر<sup>۱</sup> جان اری: «گردشگران در جستجوی تجربه واقعی نمایش‌های مطبوع و دل‌انگیزی هستند که پیش از این در تخیل خود تجربه کرده‌اند» (Urry, 1990: 13). به این ترتیب گردشگری ابزاری برای ارضا و تحقق امیال است، به سخن دیگر، فعالیتی است که افراد در پیش می‌گیرند تا تصاویر خیالی آنها درباره یک مکان زنده شود و به واقعیت پیوندند. به گفته اری، نگاه خیره گردشگر منجر به چیزی می‌شود که او آن را «گذرندگی تجربه» می‌نامد (Urry, 1995: 228).

اماکن گردشگری، همچون سایر اقسام و تصاویر جامعه معاصر از نظر گردشگران، کالاهایی هستند که جاذبه‌شان به لذت‌هایی گذرنده و موقتی بستگی دارد که به بینندگان عرضه می‌کنند (بنت، ۱۳۸۶: ۲۲۸).

ارائه تعریفی از گردشگری فرهنگی دشوار است، چراکه این مقوله از گردشگری فعالیت‌های بسیار متنوع و گاه ناهمگونی را در بر می‌گیرد و آسان‌تر این است که آن را با گردشگری میراث، گردشگری هنری، گردشگری قومی، گردشگری بومی که در مواردی با هم مترادفند یکسان تعریف کنیم. واقعیت این است که گردشگری فرهنگی با موارد برشمرده شده یکی نیست و مقولات فوق ممکن است زیرمجموعه آن باشند (Smith, 2003: 29).

ریچاردز گردشگری فرهنگی را این‌گونه تعریف می‌کند (Richards, 2001: 76): گردشگری فرهنگی صرفاً استفاده از تجلیات فرهنگی گذشتگان نیست، بلکه به فرهنگ و شیوه زندگی مردم معاصر جوامع و مناطق مختلف نیز توجه دارد. از این رو گردشگری فرهنگی هم گردشگری میراث (که به محصولات فرهنگی - هنری گذشته مربوط می‌شود) و هم گردشگری هنری (که به محصولات فرهنگی معاصر توجه دارد) را شامل می‌شود. بدیهی است که مفاهیم گذشته و معاصر در تعریف فوق بر این نکته تأکید دارند که گردشگری فرهنگی به همان اندازه که به تاریخ و میراث فرهنگی مردم یک مکان توجه دارد، به شیوه زندگی مردم آن مکان در حال حاضر نیز اهمیت می‌دهد.

زیپل و هال (۱۹۹۲: ۹۰) گردشگری فرهنگی را به دو زیرمجموعه گردشگری میراث و گردشگری هنری تقسیم کردند. گردشگری هنری به نظر می‌رسد که بیشتر یک پدیده معاصر باشد که عمدتاً در حال حاضر وجود دارد و به مکان خاصی تعلق دارد و طبیعی

---

1. Tourist gaze



است که به نسبت گردشگری میراث، ملموس تر و تجربی تر در نظر گرفته شود. البته در بسیاری موارد این دو چنان درهم تنیده‌اند که ایجاد تمایز بین آنها تقریباً ممکن نیست. به‌ویژه زمانی که منطقه مورد مطالعه ما یک جامعه محلی - بومی است و در آن تفاوت بین گذشته و حال و آینده واضح نیست و یا همانند جوامع غربی قابل دوره‌بندی نیست، این درهم‌تنیدگی خود را بیشتر نمایان می‌سازد. در این جوامع برخی از مراسم و سنت‌های هنری، عناصر مشخصی از میراث فرهنگی مردم آن منطقه را تشکیل می‌دهند. همچنین این مسئله در مورد صنایع دستی یا جشنواره‌ها هم صدق می‌کند، حتی در شهرهای تاریخی (به‌عنوان مثال در ایتالیا) ایجاد تمایز بین عناصر هنری و عناصر مربوط به میراث فرهنگی در بین تولیدات و خدمات گردشگری دشوار است.

در این شهرها نمایشگاه‌های هنری در ساختمان‌های قدیمی و بناهای تاریخی برپا می‌شود و تئاترها و اپراها نیز در سالن‌های آمفی تئاتر باستانی برگزار می‌شوند، محل برپایی جشنواره‌ها و مسابقات نیز همواره خیابان‌های قدیمی و تاریخی است. از این رو مرزهای بین این دو مقوله بسیار مبهم هستند و ایجاد تمایز بین آنها همواره نه ممکن است و نه مفید. گردشگری فرهنگی به مقدار زیادی به تجربه کردن، دیدن و مشاهده وابسته است، از این رو تعریف ویلیام از فرهنگ به مثابه مجموعه کل روش‌های زندگی شامل هنرها و آموزش در اینجا کاملاً آشکار می‌شود (Smith, op.cit: 30).

تعریف قبلی از گردشگری فرهنگی بیشتر بر هنر تأکید داشته و بر جنبه‌های میراث فرهنگی شامل بازدید از موزه‌ها، یادمان‌های تاریخی، گالری‌ها و تئاترها توجه کمی داشت. در سال ۱۹۹۱ انجمن اروپایی تحقیقات و آموزش گردشگری و فراغت موسوم به اتلس<sup>۲</sup> پروژه‌های تحقیقاتی در زمینه گردشگری فرهنگی انجام داد و در آنجا گردشگری فرهنگی را این‌گونه تعریف کرد: «هرگونه جابه‌جایی اشخاص به جاذبه‌های فرهنگی خاصی مانند موزه‌ها، سایت‌های میراث فرهنگی - نمایش‌های هنری و جشنواره‌ها که در مکانی خارج از محل اقامت عادی آنها برپا می‌شود را گردشگری فرهنگی گویند» (Richards, op.cit:24).

البته بیشتر تحقیق گروه اتلس در یک زمینه اروپایی انجام شده بود و از این رو بیشتر به تولیدات هنری و میراث فرهنگی جوامع محلی که مورد علاقه گردشگران بود توجه

1. Indigenous
2. ATLAS

داشت. با وجود این، تعریف مفهومی آنها از گردشگری فرهنگی ما را به ایده فرهنگ به عنوان روش زندگی بیشتر نزدیک می کند.

«هرگونه تحرک و جابه جایی اشخاص به سوی تجلیات فرهنگی خارج از محل اقامت عادی و دائمی آنها با انگیزه جمع آوری اطلاعات و تجارب تازه به منظور ارضای نیازهای فرهنگی شان گردشگری فرهنگی نام دارد» (Smith, op.cit). اگرچه این تعریف بسیار گسترده است، اما بر اینکه گردشگران فرهنگی بیشتر به جنبه های ملموس و تجربی تر فرهنگ علاقه دارند تأکید دارد. باید توجه داشت: زمانی که با جوامع بومی و اجتماعات محلی و قومی سروکار داریم، آنچه به عنوان جاذبه گردشگری فرهنگی در کانون توجه ما قرار دارد، همان روش زندگی مردم است (پاپلی یزدی ۱۳۸۵: ۵۶).

تمامی مناقشاتی که در تعریف فرهنگ وجود داشت، در تعریف گردشگری فرهنگی نیز تأثیر خود را برجای گذاشت و هم از این رو تعاریف زیادی از آن ارائه شد که موجب می شود گردشگری فرهنگی دامنه وسیعی را شامل شود. در زیر فهرستی از کلیه فعالیت های مربوط به گردشگری فرهنگی ارائه شده است تا انواع و دامنه وسیع آن را نشان دهد (Ibid):

۱. بازدید از سایت های میراث فرهنگی (سایت های فرهنگی باستان شناسی، موزه ها، بناهای یادبود و شهرهای تاریخی دست نخورده)
۲. رفتن به محل برپایی نمایش های هنری (مانند تئاتر، سالن های کنسرت و مراکز فرهنگی)
۳. بازدید از هنرهای نمایشی و بصری (مانند گالری ها، پارک تندیس ها، موزه های عکس و معماری)
۴. شرکت در جشنواره ها و یا مسابقات ویژه (مانند جشنواره های موسیقی، کارناوال ها و مسابقات ورزشی)
۵. رفتن به اماکن مذهبی (مانند کلیساها، معابد، مقاصد زیارتگاهی و...)
۶. رفتن به محیط های روستایی (مانند روستاها، مزارع، پارک های ملی، اکوموزه ها و...)
۷. رفتن به اجتماعات محلی و بازدید از سنت های محلی آنها (نظیر دیدار از قبایل و زندگی قبیله ای، گروه های قومی، فرهنگ های اقلیت و...)

۸. بازدید از هنرها و صنایع (مانند منسوجات، شعر، نقاشی، مجسمه‌سازی و...)
  ۹. سفر به منظور یادگیری زبان از طریق مشارکت با مردمی که به آن زبان تکلم می‌کنند و یا شرکت در دوره‌های آموزشی زبان مستقر در محل.
  ۱۰. آشنایی با آشپزی و طعم غذاها و نوشیدنی‌های محل مورد بازدید (و حتی شرکت در دوره‌های آشپزی و...)
  ۱۱. بازدید از صنایع و بازرگانی محل (مانند دیدار از کارخانه‌ها، معادن، آب‌راه‌ها و...)
  ۱۲. آشنایی با فرهنگ عامه معاصر و مدرن منطقه (مانند موزیک پاپ، فروشگاه‌ها و مراکز خرید، سالن‌های مد، رسانه‌ها، طراحی، فناوری و...)
- اتکای گردشگری به منابع فرهنگی، به‌ویژه به سرمایه‌های اجتماعی، خود در بین همسایگان که بر مبنای مشترکات فرهنگی شکل گرفته و به‌سوی هم فراخوانده می‌شوند، موجب خواهد شد این صنعت پرنوسان و پیش‌بینی‌ناپذیر از گزند تحولات بین‌المللی و بحران‌های مالی و اقتصادی مصون بماند. از سوی دیگر، توسعه پایدار و باثباتی را برای گردشگری پدید خواهد آورد که عواید و درآمدهای نسبتاً مستمر و پیش‌بینی‌پذیری را برای کشور میزبان به دنبال خواهد داشت.

## ۲. روش تحقیق

روش کلی تحقیق، کیفی است، به عبارت دیگر به صورت کیفی و در سطح کلان به روابط گردشگری بین دو کشور ایران و آذربایجان پرداخته می‌شود. در این راستا بیشتر با تکیه بر اسناد و آمارهای کلان، نقش تغییر و تحولات اجتماعی - سیاسی - اقتصادی و همچنین مقررات و قوانین مقرر در دو کشور برای جذب گردشگر در توسعه روابط گردشگری بررسی شده و در گفتگوها و مصاحبه‌های عمیق با افراد مطلع کلیدی در دو کشور راهکارهای توسعه روابط گردشگری میان آنها مطالعه می‌شود. در این پژوهش عمدتاً از دو دسته روش تحقیق به شرح زیر استفاده خواهد شد:

روش اسنادی - کتابخانه‌ای؛ به‌منظور دستیابی به کم و کیف جریان‌های گردشگری ایران و آذربایجان، ترسیم سیمای تاریخی - فرهنگی - اجتماعی و طبیعی جاذبه‌های گردشگری در این دو کشور، تدوین ادبیات نظری و مباحث تئوریک پیرامون گردشگری مدرن، پست‌مدرن، توده‌ای، فرهنگی و... همچنین از مطالعات صورت گرفته در خصوص

عوامل توسعه گردشگری در این دو کشور و نقش فرهنگ در این خصوص و راهکارهای توسعه روابط گردشگری میان ایران و آذربایجان بهره برده خواهد شد.

در کنار مطالعات اسنادی - کتابخانه‌ای و آماری فوق، از روش‌های پژوهش کیفی - مصاحبه عمیق با کارشناسان، دست‌اندرکاران، مدیران آژانس‌های مسافرتی و به‌ویژه راهنمایان تورهای ورودی به این دو کشور و تشکیل جلسات بحث و بررسی به شکل گروه‌های کانونی و همچنین استفاده از پرسشنامه برای جمع‌آوری نظرات متخصصان و کارشناسان ذی‌ربط و مسئولان گردشگری استفاده خواهد شد.

جامعه آماری تحقیق را در بخش مطالعات کیفی، مطلعین کلیدی شامل مدیران هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی، کارکنان بخش گردشگری، صاحب‌نظران و محققان مطالعات گردشگری در دو کشور تشکیل می‌دهد. تعداد افراد صاحب‌نظر در دو کشور که به پرسشنامه تحقیق پاسخ دادند و پرسشنامه‌های آنها قابل استفاده و استخراج بود در ایران ۱۵۶ و در آذربایجان ۷۹ است.

مدل مورد استفاده در تحقیق ملهم از SWOT است که براساس آن نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها برای توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان شناسایی و بر مبنای آن راهبردها استخراج می‌شوند. از این رو در کنار مطالعات اسنادی و آماری، از تکنیک مصاحبه با مطلعان و صاحب‌نظران گردشگری در دو کشور نیز بهره‌گیری شد و طی آن متغیرهای زیر مورد بررسی قرار گرفت:

۱. ارزیابی عملکرد مدیران بخش گردشگری در دو کشور در خصوص توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان؛

۲. ارزیابی سهم جاذبه‌های فرهنگی - اجتماعی ایران و آذربایجان در تبادل گردشگر؛

۳. ارزیابی جایگاه ایران و آذربایجان در بین مقاصد گردشگری گردشگران دو

کشور؛

۴. موانع توسعه مناسبات گردشگری میان ایران و آذربایجان؛

۵. راهکارهای توسعه مناسبات گردشگری میان ایران و آذربایجان.

### ۳. یافته‌های تحقیق

#### ۳-۱. سهم و نقش عوامل فرهنگی - اجتماعی در توسعه مناسبات گردشگری میان ایران و آذربایجان

نتایج نشان داد که وضعیت مبادلات و مناسبات گردشگری کنونی بین ایران و آذربایجان رضایت‌بخش نیست. تمایل زیادی در مردم آذربایجان و ایران در خصوص سفر به کشورهای یکدیگر وجود دارد. گردشگران این دو کشور، پس از اولین سفر خود مجدداً تمایل دارند که در سفرهای بعدی نیز به کشور ایران و آذربایجان سفر کنند. همچنین سنجش نگرش افراد دست‌اندرکار و مطلع و متخصص نشان می‌دهد که آنها با سیاست توسعه مناسبات گردشگری بین دو کشور ایران و آذربایجان موافق بوده و اقدامات و عملکرد دولت را در این زمینه کافی و مناسب ارزیابی نمی‌کنند.

همچنین به منظور بررسی ارزیابی متخصصین نسبت به اینکه فرهنگ و مشترکات مدنی و اجتماعی تا چه اندازه گردشگران ایران و آذربایجان را به سوی خود فرامی‌خواند و سهم و جایگاه عوامل فرهنگی - اجتماعی در توسعه گردشگری بین دو کشور تا چه اندازه است، چند سؤال در مصاحبه‌ها مطرح شد. ابتدا در قالب یک پرسش کلی از مصاحبه‌شوندگان درخواست شد نقش عوامل فرهنگی - اجتماعی را در توسعه گردشگری و جذب گردشگران بین ایران و آذربایجان ارزیابی کنند.

نتایج به دست آمده حاکی از این است که ۶۱/۹ درصد از پاسخگویان ایرانی معتقدند: عامل اصلی در توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان مربوط به جاذبه‌های مشترک فرهنگی است. ۵۸/۶ درصد از مصاحبه‌شوندگان در آذربایجان بر این باورند که جاذبه‌های فرهنگی - اجتماعی نقش بسیار مهمی در توسعه مناسبات گردشگری بین دو کشور ایفا می‌کند.

۲۱/۸ درصد در ایران و ۱۷/۴ درصد در آذربایجان نیز معتقدند که عوامل فرهنگی - اجتماعی سهم ناچیزی در توسعه روابط گردشگری بین دو کشور ایران و آذربایجان دارد. نتایج مربوط به این سؤال به شرح جدول زیر است.

جدول ۱. نقش مشترکات فرهنگی - اجتماعی در توسعه مناسبات گردشگری میان ایران و آذربایجان

آذربایجان	ایران	ارزیابی نقش و سهم
۲۳/۲٪	۲۸/۶	بسیار زیاد
۳۵/۴٪	۲۵/۹	زیاد
۲۴٪	۲۳/۷٪	تاحدودی
۱۱/۲٪	۱۶/۷٪	کم
۶/۲٪	۵/۱٪	بسیار کم
۱۰۰٪	۱۰۰٪	جمع درصد
۷۸	۱۵۴	تعداد

در ادامه، ۱۴ عنصر فرهنگی - اجتماعی که در جذب گردشگر به یک منطقه می تواند مؤثر باشد، مطرح شد و از مصاحبه شونده گان خواسته شد تا نقش آنها را در جذب گردشگر به ایران و آذربایجان ارزیابی کنند. این عناصر در دو دسته فرهنگی و اجتماعی قابل تفکیک هستند: عوامل فرهنگی عبارتند از: هنر و موسیقی، زیارت و فعالیت های مذهبی، ادبیات، شعر و زبان، جشنواره ها و فستیوال ها، سمینارهای علمی، آیین های قومی و جاذبه های تاریخی. عوامل اجتماعی نیز عبارتند از: فعالیت های ورزشی، جاذبه های طبیعی، نمایشگاه های تجاری و صنعتی، فعالیت های اقتصادی و تجارت، دیدار اقوام و دوستان، جاذبه های درمانی و تفریح و سرگرمی.

سهم عوامل فرهنگی در توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان از سوی مصاحبه شونده گان به این شرح ارزیابی شد: ۵۶/۴ درصد پاسخگویان ایرانی و ۶۹/۶ درصد پاسخگویان آذربایجانی معتقدند که هنر و موسیقی نقش زیاد و بسیار زیادی در توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان ایفا می کند.

زیارت، فعالیت های مذهبی و جاذبه های زیارتی از نظر ۵۷/۱ درصد مصاحبه شونده گان ایرانی و ۵۱/۸ درصد مصاحبه شونده گان آذربایجانی عامل فرهنگی بسیار مهمی در توسعه گردشگری میان ایران و آذربایجان محسوب می شود. اهمیت این عامل ناشی از این واقعیت است که زیارت مشهد و قم (دو شهر مذهبی در ایران) هر ساله جاذب گردشگران فراوانی از آذربایجان است.

۴۵/۵ درصد از صاحب نظران و دست اندر کاران حوزه گردشگری ایران و ۵۷ درصد

از صاحب نظران آذربایجانی که در مصاحبه‌ها شرکت داشتند، بر این اعتقادند که ادبیات و شعر و زبان در ایران و آذربایجان منبع فرهنگی بسیار مهمی در توسعه گردشگری میان این دو کشور است.

جشنواره‌ها و فستیوال‌ها در نظر ۴۶/۱ درصد از پاسخگویان ایرانی و ۵۳/۲ درصد پاسخگویان آذربایجانی در دو کشور ایران و آذربایجان می‌تواند منبع مهمی در توسعه مناسبات گردشگری باشد.

همچنین در خصوص اهمیت سمینارهای علمی این اعتقاد وجود دارد که همکاری‌های علمی عامل مهمی در توسعه مناسبات فرهنگی بین ایرانیان و آذربایجانی‌ها محسوب می‌شود. ۳۹/۲ درصد در ایران و ۲۹ درصد در آذربایجان نقش این عامل فرهنگی را مهم و بسیار مهم ارزیابی کردند. البته ۲۱/۸ درصد در ایران، ۲۸ درصد در آذربایجان چندان به اهمیت همکاری‌های علمی اعتقاد ندارند و آن را به‌عنوان یک منبع فرهنگی قوی در توسعه مناسبات گردشگری ارزیابی نمی‌کنند.

یکی دیگر از عناصر فرهنگی مشترک مردم ایران و آذربایجان مراسم آیینی و مناسک قومی مشترک است. بسیاری از جشن‌ها و آداب و رسوم مربوط به برداشت محصول، ازدواج، تولد فرزند، اعیاد مذهبی، جشن نوروز و... در دو کشور به شیوه‌های مشترکی صورت می‌پذیرد و یا دارای ریشه‌های مشترک فرهنگی است. از این رو برگزاری مراسم آیینی در دو کشور می‌تواند منبع مهمی در توسعه مناسبات گردشگری بین دو کشور باشد. ۶۰/۲ درصد از مصاحبه‌شوندگان ایرانی و ۵۵/۷ درصد از مصاحبه‌شوندگان آذربایجانی نقش این عامل فرهنگی را مهم و یا بسیار مهم ارزیابی کردند.

جاذبه‌های تاریخی شامل بناها، کاخ‌ها، پل‌ها، قلعه‌ها، برج و باروها و شهرهای تاریخی همواره منبع الهام‌بخشی برای جذب گردشگران به‌سوی خود بوده است. این بناهای تاریخی اغلب گردشگرانی را به خود جلب می‌کند که به فرهنگ و تاریخ کشور مقصد علاقه‌مند بوده و خواهان کسب تجربه و اطلاعات دقیق‌تر، جامع‌تر و ملموس‌تر از گذشته تاریخی مقصد گردشگری خود هستند. این جاذبه‌ها در ایران که بیشتر در شهرهای شیراز، اصفهان، یزد، کاشان، کرمان، تبریز، مشهد و تهران متمرکزند، کنجکاوای شمار زیادی از فرهیختگان کشور آذربایجان را به خود برمی‌انگیزد که مایلند از ریشه‌های هویت و فرهنگ و سنن خود مطلع شوند. همچنین جاذبه‌های تاریخی کشور آذربایجان، مورد علاقه

شماری از ایرانیان است که مایلند بناهای تاریخی برجای مانده از تمدن کهن ایران را در سرزمین‌های قفقاز، آسیای میانه، آذربایجان و نخجوان از نزدیک مشاهده کنند و به علاوه تأثیر هفت دهه سیطره حاکمیت شوروی در آذربایجان را بر شهرسازی و معماری این کشور مورد بررسی و مطالعه قرار دهند. براساس این علائق مشترک تاریخی، ۴۵/۵ درصد از مصاحبه‌شوندگان در ایران و ۶۲ درصد از مصاحبه‌شوندگان در آذربایجان اعتقاد دارند که جاذبه‌های تاریخی نقش زیاد و یا بسیار زیادی در توسعه مناسبات گردشگری در دو کشور ایفا کرده و می‌توانند منبع بسیار مهمی در تقویت مناسبات بین دو ملت باشند.

در کنار عوامل فرهنگی فوق، نقش عوامل اجتماعی در توسعه مناسبات گردشگری بین دو کشور ایران و آذربایجان به شرح زیر ارزیابی شده‌اند.

از نظر ۳۲ درصد مصاحبه‌شوندگان ایرانی، فعالیت‌های ورزشی در جذب گردشگران آذربایجانی به ایران نقش زیاد و بسیار زیادی دارد که از نظر مصاحبه‌شوندگان آذربایجانی ۵۶/۷ درصد دارای تأثیر زیاد یا بسیار زیاد ارزیابی شد. البته باید متذکر شد که ۴۱/۳ درصد از صاحب‌نظران در ایران و ۲۷/۸ درصد در آذربایجان نقش فعالیت‌های ورزشی را چندان مهم ارزیابی نکرده‌اند.

جاذبه‌های طبیعی مانند کوه، دریا، جنگل، آبشارها، سواحل و... از نظر ۱۸/۹ درصد پاسخگویان ایرانی و ۳۰/۶ درصد پاسخگویان آذربایجانی دارای اهمیت تلقی شد و در مقابل، ۳۲/۷ درصد در آذربایجان و ۵۲/۸ درصد در ایران، چندان به اهمیت جاذبه‌های طبیعی در توسعه گردشگری بین ایران و آذربایجان معتقد نبودند.

با توجه به اینکه تجارب و بازرگانی بخش زیادی از رفت و آمدهای بین ایرانیان به آذربایجان و آذربایجانی‌ها به ایران را موجب می‌شود، به‌ویژه در بین مرزنشینان مبادلات تجاری بسیار زیادی در جریان است، یکی از جاذبه‌ها و عوامل اجتماعی در جذب گردشگران دو کشور به‌سوی هم بی‌تردید، نمایشگاه‌های تجاری و صنعتی است که در آن محصولات قابل مبادله به معرض نمایش قرار می‌گیرد. با توجه به نتایج حاصل از مصاحبه با افراد مطلع و صاحب‌نظر در فعالیت‌های گردشگری در ایران و آذربایجان می‌توان گفت: این عامل اجتماعی - اقتصادی منبع بسیار مهمی در توسعه مناسبات گردشگری محسوب می‌شود. ۴۱/۱ درصد از مصاحبه‌شوندگان در ایران و ۳۲/۹ درصد مصاحبه‌شوندگان در آذربایجان نقش این عامل را در حد زیاد و بسیار زیاد ارزیابی کردند. ۴۶/۸ درصد در



نقش گردشگری فرهنگی در توسعه مناسبات جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان ۱۶۳

آذربایجان و ۲۶/۳ درصد در ایران نقش این عامل را در حد متوسط و سایرین (۲۳/۸ درصد در ایران و ۲۰/۳ درصد در آذربایجان) نقش عوامل تجاری را در توسعه مناسبات گردشگری در حد ضعیف یا بسیار ضعیف ارزیابی کردند. همچنین ارزیابی نقش فعالیت‌های اقتصادی و تجارت در ایران و آذربایجان حاکی از این است که این عامل نزد ۵۲/۶ درصد ایرانی‌ها و ۵۶/۳ درصد آذربایجانی‌ها در توسعه گردشگری واجد اهمیت زیاد و بسیار زیاد است.

با توجه به اینکه بسیاری از اقوام در دو سوی رود ارس در شمال و جنوب زندگی می‌کنند و صرفاً مرزهای سیاسی بین اقوام حائل ایجاد کرده است، دیدار اقوام و آشنایان در ایران و آذربایجان، به‌ویژه در بین مرزنشینان عامل مهمی در رفت و آمدهای ساکنان دو سوی مرزها به درون سرزمین‌های سیاسی طرف مقابل است. براین مبنای ۶۶/۲ درصد از مصاحبه‌شوندگان ایرانی و ۶۹/۲ درصد از مصاحبه‌شوندگان آذربایجانی نقش این عامل را در توسعه مناسبات گردشگری میان ایران و آذربایجان در حد زیاد و یا بسیار زیاد دانستند. جاذبه‌های درمانی و استفاده از خدمات پزشکی نیز نقش مهمی در جذب گردشگران آذربایجانی به ایران و ایرانی‌ها به آذربایجان دارد و بر همین مبنای شماری از بیماران از آذربایجان راغبند از این خدمات بهره‌مند شوند. همچنین پیشرفته بودن تجهیزات و تخصص‌های پزشکی در ایران، مزید بر علت است و می‌تواند کشور ایران را به مقصدی برای جذب گردشگران درمانی تبدیل کند. همچنین برخی از حوزه‌های تخصصی پزشکی در آذربایجان از رونق بیشتری برخوردارند که ممکن است بیماران استان‌ها ترک‌زبان ایران را به جای مراکزی همچون تهران، به خود جذب کند، چراکه فاصله آنها تا باکو کمتر از فاصله آنها تا تهران است. ۵۳/۹ درصد از پاسخگویان ایرانی معتقدند که این جاذبه‌ها نقش مهمی در جذب گردشگران آذربایجانی به ایران ایفا می‌کند. این در حالی است که ۲۱/۱ درصد از مصاحبه‌شوندگان در آذربایجان نقش جاذبه‌های درمانی را در جذب گردشگران ایرانی زیاد و یا بسیار زیاد ارزیابی کرده‌اند.

تفریح و سرگرمی همواره عامل مهمی در جذب گردشگری در دنیای مدرن بوده است. زندگی صنعتی و تراکم فعالیت‌های شغلی در کلان‌شهرها ایجاب می‌کند ساکنان این شهرها به‌منظور تجدید قوای روانی و تمدد اعصاب، مدتی از سال را به کوه و طبیعت و دریا و جنگل پناه آورند و یا به مناطق تفریحی بروند و فارغ از تعهدات شغلی، به استراحت

و سیاحت مشغول شوند. انتظار نمی‌رود، تفریح و سرگرمی عامل اصلی جذب گردشگران ایران و آذربایجان را به سوی هم تشکیل دهد. نتایج حاصل نشان می‌دهد که فقط ۲۳/۹ درصد از مصاحبه‌شوندگان ایرانی و ۳۳ درصد از مصاحبه‌شوندگان در آذربایجان نقش این عامل را در حد زیاد و یا بسیار زیاد ارزیابی کرده‌اند. این در حالی است که ۴۸/۹ درصد از پاسخگویان در ایران و ۵۰/۶ درصد در آذربایجان نقش جاذبه‌های تفریحی، فراغتی و سرگرم‌کننده را در توسعه مناسبات گردشگری بین این دو کشور در حد کم و یا بسیار کم دانسته‌اند. در مجموع، با تحلیل نتایج فوق می‌توان جمع‌بندی کرد که عوامل فرهنگی - اجتماعی نقش مهمی در توسعه مناسبات گردشگری بین دو کشور ایران و آذربایجان دارند و در این میان نقش عوامل فرهنگی بسیار مهم‌تر از عوامل اجتماعی است. بررسی سهم و نقش عوامل فرهنگی - اجتماعی توسعه مناسبات گردشگری بین دو کشور ایران و آذربایجان در مجموع و به تفکیک عوامل فرهنگی و عوامل اجتماعی به شرح جداول زیر است.

جدول ۲. نقش عوامل فرهنگی در توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان

ردیف	عوامل فرهنگی - اجتماعی	ایران					آذربایجان				
		بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد
۱	هنر و موسیقی	۱۷/۹	۱۲/۸	۱۲/۸	۲۶/۹	۲۹/۵	۳/۸	۷/۶	۱۹	۳۵/۴	۳۴/۲
۲	زیارت و فعالیت‌های مذهبی	۳/۸	۵/۸	۱۵/۴	۵۴/۵	۲۰/۶	۳/۸	۷/۶	۲۶/۷	۳۱/۶	۲۱/۳
۳	ادبیات، شعر، زبان	۶/۴	۱۰/۳	۲۸/۸	۲۳/۷	۳۰/۸	۲/۵	۱۶/۵	۲۴/۱	۳۲/۸	۲۴/۱
۴	جشنواره‌ها	۱۵/۴	۲۹/۵	۹	۱۹/۲	۲۶/۹	۶/۳	۱۵/۲	۲۵/۳	۲۴/۱	۲۹/۱
۵	سمینارهای علمی	۵/۱	۱۶/۷	۳۹/۱	۲۷/۶	۱۱/۶	۱۵/۳	۱۲/۷	۴۳	۲۵/۲	۳/۸
۶	آیین‌های قومی	۱۰/۸	۷/۷	۲۱/۵	۲۵/۶	۳۴/۶	۳/۸	۸/۹	۳۱/۶	۳۰/۴	۲۵/۳
۷	جاذبه‌های تاریخی	۹/۴	۱۴/۱	۳۱	۲۶/۳	۱۹/۲	۱/۳	۸/۹	۲۷/۸	۳۹/۲	۲۲/۸
	جمع	۹/۸	۱۳/۸	۲۲/۵	۲۹/۲	۲۴/۷	۵/۴	۱۱/۱	۲۸/۲	۳۱/۴	۲۳/۹

نقش گردشگری فرهنگی در توسعه مناسبات جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان ۱۶۵

جدول ۳. نقش عوامل اجتماعی در توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان

ردیف	عوامل اجتماعی	ایران				آذربایجان				
		بسیار کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	بسیار کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	
۱	فعالیت‌های ورزشی	۱۳/۴	۲۶/۹	۲۷/۶	۲۴/۹	۷/۱	۲۵/۳	۲۵/۵	۲۰/۳	۲۶/۴
۲	جاذبه‌های طبیعی	۱۶	۳۶/۸	۲۸/۳	۱۲/۴	۶/۵	۱۷/۶	۱۵/۱	۳۶/۷	۱۲/۸
۳	نمایشگاه‌های تجاری و صنعتی	۱۰/۳	۱۳/۵	۲۶/۳	۳۳/۴	۱۶/۷	۷/۶	۱۲/۷	۴۶/۸	۸/۸
۴	فعالیت‌های اقتصادی و تجارت	۹	۱۵/۴	۲۳/۱	۳۰/۲	۲۲/۴	۵/۱	۳/۸	۳۲/۹	۲۴/۱
۵	دیدار اقوام و دوستان	۵/۱	۱۰/۳	۱۸/۴	۳۲/۱	۳۴/۱	۲/۷	۱۳/۵	۱۷/۶	۲۱/۶
۶	جاذبه‌های درمانی	۵/۷	۱۵/۴	۲۵	۲۶/۹	۲۷	۲۸/۸	۲۴/۵	۲۰/۶	۸/۷
۷	تفریح و سرگرمی	۱۷/۴	۳۱/۵	۲۷	۱۵/۷	۸/۲	۲۵/۳	۲۵/۳	۱۶/۵	۱۲/۷
	جمع	۱۱	۲۱/۴	۲۵/۱	۲۵/۱	۱۷/۴	۱۲/۸	۱۷/۲	۲۸/۱	۱۶/۴

جدول زیر نقش عوامل فرهنگی - اجتماعی را در قالب سه شاخص فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی و به تفکیک ایران و آذربایجان در توسعه مناسبات گردشگری نشان داده است که حاصل جمع موارد دو جدول فوق در سه شاخص ترکیب شده است.

جدول ۴. نقش عوامل فرهنگی - اجتماعی در توسعه گردشگری ایران و آذربایجان

ارزیابی نقش	ایران			آذربایجان		
	عوامل فرهنگی	عوامل اجتماعی	عوامل فرهنگی و اجتماعی	عوامل فرهنگی	عوامل اجتماعی	عوامل فرهنگی و اجتماعی
بسیار زیاد	۲۴/۷	۱۷/۴	۲۱/۱	۲۳/۹	۱۶/۴	۲۰/۲
زیاد	۲۹/۲	۲۵/۱	۲۷/۲	۳۱/۴	۲۵/۵	۲۸/۴
تاحدودی	۲۲/۵	۲۵/۱	۲۳/۸	۲۸/۲	۲۸/۱	۴۸/۱
کم	۱۳/۸	۲۱/۴	۱۷/۶	۱۱/۱	۱۷/۲	۱۴/۲
بسیار کم	۹/۸	۱۱	۱۰/۳	۵/۴	۱۲/۸	۹/۱
تعداد	۱۵۴	۱۵۴	۱۵۴	۷۸	۷۸	۷۸

جدول فوق به وضوح نشان می‌دهد که هم در آذربایجان و هم در ایران، صاحب‌نظران بر نقش عوامل فرهنگی بیش از عوامل اجتماعی در توسعه مناسبات گردشگری تأکید و تصریح دارند.

### ۲-۳. موانع، مشکلات و چالش‌های توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان

یکی دیگر از مسائل مورد بررسی در مصاحبه‌های انجام شده، به مشکلات گردشگران ایران و آذربایجان اختصاص داشت. در این بررسی‌ها وضعیت خدمات، امکانات و عوامل مربوط به نظام گردشگری که گردشگران دو کشور با آن مواجه هستند، ارزیابی شده و میزان تأثیر آنها در جلب رضایت گردشگران و فراهم آوردن تجارب خوشایند سفر برای آنها مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاصل، به تفکیک برای ایران و آذربایجان به شرح جدول زیر است. در این جدول مسائل و مشکلات گردشگران در ۲۳ عنصر از عناصر نظام گردشگری به ترتیب اولویت و براساس میانگین نظرات از یک مقیاس پنج درجه‌ای ۱ تا ۵، ارائه شده است.

تحلیل نتایج نشان می‌دهد که مهم‌ترین مشکلات گردشگران ایران در آذربایجان، به ترتیب به وضعیت حمل‌ونقل ریلی، پروتکل‌های دولتی، حمل‌ونقل دریایی، امنیت، برخورد پلیس با گردشگران و عدم رعایت امور بهداشتی و درمانی در آذربایجان مربوط می‌شود. در مقابل، مهم‌ترین مشکلات گردشگران آذربایجان در ایران، به فقدان حمل‌ونقل ریلی و دریایی، فقدان پروتکل‌های دولتی مساعد در جذب گردشگر و ارائه خدمات مناسب به گردشگران، فقدان امکانات رفاهی مساعد و امنیت گردشگران مربوط است.

از تحلیل مسائل و مشکلات مهم این نتیجه حاصل می‌شود که اغلب آنها یا از سوی دولت ایجاد شده‌اند و یا اینکه به علت ضعف عملکرد دولت و فراهم نشدن زمینه‌ها و ساختارهای مناسب به وجود آمده‌اند و یا اینکه اگر دولت‌ها، اهتمام کافی به توسعه مناسبات گردشگری بین دو کشور می‌داشتند، این مشکلات پدید نمی‌آمدند. سایر مسائل و مشکلات گردشگران به ترتیب اولویت و به تفکیک ایران و آذربایجان در جدول زیر برشمرده شده است.

نقش گردشگری فرهنگی در توسعه مناسبات جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان ۱۶۷

جدول ۵. موانع، مشکلات و چالش‌های توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان

رتبه	مشکلات گردشگران ایران در آذربایجان	تعداد	میانگین	مشکلات گردشگران آذربایجان در ایران	تعداد	میانگین
۱	حمل و نقل ریلی	۷۲	۳/۲۵	حمل و نقل ریلی	۱۲۷	۴/۳۸
۲	فقدان پروتکل‌های دولتی جذب و ارائه خدمات به گردشگران	۷۲	۳/۲۰	حمل و نقل دریایی	۱۳۱	۴/۳۰
۳	حمل و نقل دریایی	۷۱	۳/۰۵	فقدان پروتکل‌های دولتی در زمینه جذب و ارائه خدمات به گردشگران	۱۲۷	۴/۱۲
۴	امنیت و آرامش گردشگران	۷۲	۳/۰۵	امکانات رفاهی نامناسب	۱۴۳	۴/۰۶
۵	نحوه برخورد پلیس با گردشگران	۷۲	۲/۹۴	امنیت و آرامش گردشگران	۱۳۹	۳/۸۷
۶	عدم رعایت مسائل بهداشتی و ضعیف بودن خدمات درمانی	۷۶	۲/۸۰	عدم برگزاری فستیوال‌ها و جشنواره‌های فرهنگی برای گردشگران	۱۴۳	۳/۷۴
۷	هزینه خدمات اقامتی و پذیرایی	۷۴	۲/۷۱	نامناسب بودن زیرساخت‌های گردشگری	۱۳۵	۳/۴۵
۸	مقررات و قوانین دست و پاگیر و محدودکننده	۷۶	۲/۶۵	مقررات و قوانین دست و پاگیر و محدودکننده	۱۳۹	۳/۴۴
۹	نامطلوب بودن سرویس غذا و نوشیدنی	۷۳	۲/۶۵	حمل و نقل هوایی	۱۴۳	۳/۴۱
۱۰	برخورد نامناسب فروشندگان	۷۳	۲/۶۱	ضعف خدمات تورگردانی و راهنمایی تورها	۱۴۳	۳/۳۱
۱۱	زیرساخت‌ها	۶۹	۲/۶۰	برخورد نامناسب فروشندگان	۱۴۳	۳/۲۸

ادامه جدول ۵

رتبه	مشکلات گردشگران ایران در آذربایجان	تعداد	میانگین	مشکلات گردشگران آذربایجان در ایران	تعداد	میانگین
۱۲	روابط مردم با گردشگران	۷۶	۲/۵۷	هتل‌ها و اقامتگاه‌ها	۱۳۳	۳/۲۸
۱۳	امکانات رفاهی نامناسب	۷۵	۲/۵۷	پرسنل شاغل در سایت‌های گردشگری	۱۴۳	۳/۲۷
۱۴	حمل و نقل زمینی	۷۴	۲/۵۶	هزینه خدمات اقامتی و پذیرایی	۱۴۳	۳/۲۱
۱۵	ضعف خدمات تورگردانی و راهنمایی تورها	۷۵	۲/۵۲	امکانات خرید و تجارت	۱۴۳	۳/۲۰
۱۶	هتل‌ها و اقامتگاه‌ها	۷۳	۲/۴۲	پرسنل شاغل در هتل‌ها	۱۳۹	۳/۲۰
۱۷	حمل و نقل هوایی	۷۳	۲/۳۹	حمل و نقل زمینی	۱۴۲	۳/۱۴
۱۸	پرسنل شاغل در هتل‌ها	۷۶	۲/۳۹	نحوه برخورد پلیس با گردشگران	۱۳۹	۳/۰۷
۱۹	پرسنل شاغل در سایت‌های گردشگری	۷۶	۲/۳۴	روابط مردم با گردشگران	۱۳۷	۳/۰۵
۲۰	عدم برگزاری فستیوال‌ها و جشنواره‌های فرهنگی برای گردشگران	۷۲	۲/۳۳	ضعیف بودن و ناکافی بودن آژانس‌های مسافری	۱۳۹	۳/۰۴
۲۱	فقدان امکانات فرهنگی	۷۶	۲/۳۰	نامطلوب بودن سرویس غذا و نوشیدنی	۱۴۳	۳/۰۲
۲۲	ضعیف بودن و ناکافی بودن آژانس‌های مسافری	۷۳	۲/۳۰	عدم رعایت مسائل بهداشتی و ضعف بودن خدمات درمانی	۱۴۳	۲/۸۱
۲۳	امکانات خرید و تجارت	۷۲	۲/۰۹	فقدان امکانات فرهنگی	۱۴۳	۲/۸۰

نقش گردشگری فرهنگی در توسعه مناسبات جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان ۱۶۹

بر اساس رتبه‌بندی ارزیابی‌ها، مشخص شد که عواملی چون: فقدان امکانات فرهنگی، عدم رعایت بهداشت و درمان، نامطلوب بودن خدمات غذا و نوشیدنی، ضعف خدمات آژانس‌های گردشگری برای گردشگران آذربایجان در ایران مشکل محسوب نمی‌شود. همچنین گردشگران ایرانی در آذربایجان، با مشکلاتی در زمینه خرید، ضعف آژانس‌های مسافرتی، فقدان امکانات فرهنگی، عدم برگزاری جشنواره‌های فرهنگی برای گردشگران پرسنل شاغل در سایت‌های گردشگری مواجه نیستند. جدول زیر، در قالب طیف لیکرت، میزان مسئله و مشکل بودن هر یک از عناصر ۲۳ گانه نظام گردشگری را برای گردشگران دو کشور نشان می‌دهد. از طریق این جدول می‌توان نشان داد که گردشگران تا چه اندازه از وضعیت، امکانات و خدمات ارائه شده در هر یک اجزای نظام گردشگری رضایت دارند.

جدول ۶. ارزیابی نقش خدمات، امکانات و عوامل نظام گردشگری در جلب رضایت گردشگران در ایران و آذربایجان

ردیف	مشکلات و موانع	ایران				آذربایجان					
		بسیار خوب	متوسط خوب	ضعیف	بسیار ضعیف	بسیار خوب	متوسط خوب	ضعیف	بسیار ضعیف		
۱	حمل نقل زمینی	۱۶/۲	۱۳/۴	۴۱/۵	۲۶/۱	۲/۸	۴/۱	۱۰/۸	۴۱/۹	۲۴/۳	۱۸/۹
۲	حمل و نقل ریلی	۵۱/۹	۲۴/۷	۱۱/۵	۹/۲	۲/۶	۱۸/۱	۱۹/۴	۳۷/۵	۱۹/۴	۵/۶
۳	حمل و نقل هوایی	۱۸/۹	۲۳/۱	۴۱/۳	۱۴	۲/۸	۲/۷	۱۳/۷	۲۶	۳۵/۶	۲۱/۹
۴	حمل و نقل دریایی	۴۲	۳۱/۳	۱۴/۵	۹/۲	۳/۱	۱۵/۵	۱۸/۳	۳۸	۱۲/۷	۱۵/۵
۵	هتل‌ها و اقامتگاه‌ها	۵/۳	۳۴/۶	۴۳/۶	۱۶/۵	۰	۰	۱۱	۲۷/۴	۵۴/۸	۶/۸
۶	سرویس غذا و نوشیدنی	۲/۸	۳۲/۲	۳۲/۹	۲۹/۴	۲/۸	۲/۷	۲/۸	۳۱/۵	۴۳/۸	۱۹/۲
۷	امکانات فرهنگی	۲/۸	۲۱/۷	۳۹/۹	۲۴/۵	۱۱/۲	۳/۹	۷/۹	۲۲/۴	۴۶/۱	۱۹/۷
۸	جشنواره‌ها	۱۶/۱	۴۹	۲۸	۷	۰	۶/۹	۹/۷	۱۹/۴	۳۷/۵	۲۶/۴
۹	مقررات و قوانین	۹/۴	۴۰/۳	۳۶	۱۴/۴	۰	۶/۶	۱۳/۲	۳۲/۹	۳۴/۲	۱۳/۲
۱۰	پروتکل‌های دولتی	۱۱	۴۰/۲	۳۶/۲	۹/۴	۳/۱	۸/۳	۱۱/۱	۴۰/۳	۳۱/۹	۸/۳
۱۱	زیرساخت‌ها	۱۸/۵	۲۸/۹	۳۳/۳	۱۷/۸	۱/۵	۲/۹	۸/۷	۴۳/۵	۳۶/۲	۸/۷
۱۲	امنیت	۲/۹	۱۸/۷	۳۰/۲	۳۶	۱۲/۳	۰	۱۶/۷	۲۶/۴	۴۴/۵	۱۲/۵
۱۳	امکانات رفاهی	۵/۶	۳۰/۱	۴۳/۴	۱۸/۲	۲/۸	۰	۱۲	۳۸/۷	۴۴	۵/۳

ادامه جدول ۶

ردیف	مشکلات و موانع	ایران				آذربایجان					
		بسیار ضعیف	ضعیف	متوسط	خوب	بسیار خوب	ضعیف	متوسط	خوب	بسیار خوب	
۱۴	بهداشت و درمان	۵/۶	۲۵/۲	۲۵/۲	۳۳/۶	۱۰/۵	۶/۶	۱۵/۸	۳۹/۵	۲۷/۶	۱۰/۵
۱۵	پرسنل شاغل در هتل‌ها	۵/۸	۳۳/۱	۴۱/۷	۱۴/۴	۵	۰	۵/۳	۳۸/۲	۴۷/۴	۹/۲
۱۶	پرسنل شاغل در سایت‌های گردشگری	۹/۸	۲۹/۴	۴۲	۱۶/۸	۲/۱	۰	۵/۳	۳۵/۵	۴۷/۴	۱۱/۸
۱۷	آژانس‌های مسافری	۸/۶	۲۰/۹	۳۹/۶	۲۸/۱	۲/۹	۰	۸/۲	۲۶	۵۳/۴	۱۲/۳
۱۸	راهنمای تورها	۱۰/۵	۳۴/۳	۳۴/۳	۱۸/۲	۲/۸	۲/۷	۱۲	۲۹/۳	۴۶/۷	۹/۳
۱۹	روابط مردم با گردشگران	۵/۸	۲۳/۴	۴۸/۲	۱۵/۳	۷/۳	۳/۹	۱۹/۷	۲۲/۴	۳۸/۲	۱۵/۸
۲۰	پلیس	۱۵/۸	۱۷/۳	۳۲/۴	۲۷/۳	۷/۲	۱۱/۱	۱۹/۴	۲۹/۲	۳۳/۳	۶/۹
۲۱	فروشنده‌گان	۱۲/۶	۲۸	۳۷/۸	۱۸/۹	۲/۸	۵/۵	۸/۲	۳۷	۴۱/۱	۸/۲
۲۲	امکانات خرید و تجارت	۷	۲۷/۳	۴۵/۵	۲۰/۳	۰	۱/۴	۵/۶	۱۸/۱	۵۱/۴	۲۳/۶
۲۳	هزینه خدمات اقامتی و پذیرایی	۵/۶	۲۸	۴۹	۱۷/۵	۰	۱۰/۸	۵/۴	۳۵/۱	۴۱/۹	۶/۸

### ۳-۳. ارزیابی برنامه‌ها و اقدامات دولت‌های ایران و آذربایجان در توسعه مناسبات گردشگری

با توجه به فراهم بودن زمینه‌های فرهنگی - اجتماعی توسعه روابط گردشگری بین دو کشور ایران و آذربایجان، ضرورت اتخاذ سیاست‌ها، راهبردها و برنامه‌های اجرایی از سوی دولت‌های ایران و آذربایجان در بهبود مناسبات گردشگری، کاملاً مورد تأکید صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران فعالیت‌های مختلف گردشگری دو کشور قرار دارد. این صاحب‌نظران اقدامات دولت‌های یکدیگر را در این زمینه ضعیف و ناکافی ارزیابی کردند و حتی در برخی موارد، مصاحبه‌شوندگان، اقدامات دولت‌ها را مانع بزرگی بر سر راه مناسبات گردشگری بین دو ملت ارزیابی کرده‌اند. براساس جمع‌بندی نتایج، ۴۷/۲ درصد



از مصاحبه‌شوندگان ایرانی و ۵۲ درصد مصاحبه‌شوندگان آذربایجانی اقدامات دولت‌هایشان را در زمینه فراهم آوردن زمینه‌های بهبود مناسبات گردشگری را ضعیف و یا بسیار ضعیف ارزیابی کردند. ۳۱/۴ درصد در ایران و ۲۱/۳ درصد در آذربایجان اقدامات دولت را در حد متوسط و ۲۱/۴ درصد در ایران و ۲۶/۷ درصد در آذربایجان اقدامات دولت را در حد خوب و یا بسیار خوب دانسته‌اند.

براساس ارزیابی‌های صورت گرفته در خصوص مشکلات گردشگران ایران و آذربایجان استنتاج می‌شود که عمده‌ترین مسائل از نوع سیاسی، اداری و تقنینی است که با اقدامات سیاستی یا تقنینی یا اداری و اجرایی قابل رفع است.

#### ۳-۴. راهکارهای توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان

مهم‌ترین راهکارهایی که این تحقیق به منظور توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان ارائه می‌کند، بر نقش دولت‌ها تأکید دارد، چرا که دو ملت نه تنها مشکلی با یکدیگر ندارند، بلکه از روح فرهنگی واحدی نیز برخوردارند. از این رو صاحب‌نظران و افراد متخصصی که در دو کشور به سؤالات مصاحبه‌ها پاسخ گفتند، بر نقش مهم دو دولت تأکید داشته و اقدامات زیر را در جهت توسعه مناسبات گردشگری ضروری دانستند.

جدول ۷. راهکارهای توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان

رتبه	راهکارها در آذربایجان	رتبه	راهکارها در ایران
۱	رفع مشکلات مربوط به روادید گردشگری	۱	حذف قوانین محدودکننده گردشگری
۲	بهبود مناسبات سیاسی	۲	بهبود مناسبات سیاسی
۳	بهبود و توسعه مراکز تفریحی و گردشگری	۳	ایجاد نمایشگاه‌های مشترک
۴	همکاری با شرکت‌های گردشگری در ایران	۴	برگزاری جشنواره‌های مشترک فرهنگی
۵	بهبود خدمات گمرکی	۵	تسهیل خدمات گمرکی
۶	برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و هنری مشترک	۶	فراهم آوردن خدمات حمل‌ونقل هوایی و دریایی
۷	ارزان‌تر کردن هزینه‌های تور آذربایجان‌گردی	۷	برگزاری مسابقات مشترک ورزشی، هنری
۸	تقویت روابط تجاری و اقتصادی	۸	توسعه روابط فرهنگی
۹	مبارزه با قاچاق مواد مخدر و فعالیت‌های غیرقانونی گردشگران ایرانی	۹	تقویت سرمایه‌گذاری‌های مشترک اقتصادی
۱۰	بهبود خدمات تفریحی و تفرجگاهی	۱۰	توسعه مناسبات علمی
۱۱	بهبود امکانات حمل‌ونقل دریایی	۱۱	تبلیغات و معرفی جاذبه‌های گردشگری
۱۲	بهبود همکاری‌های علمی	۱۲	برگزاری تورهای ایران‌گردی در آذربایجان
		۱۳	تقویت زیرساخت‌های گردشگری
		۱۴	تقویت سرمایه‌گذاری در زمینه هتل‌سازی
		۱۵	به‌کارگیری راهنمایان تور آموزش دیده در راهنمایی گردشگران
		۱۶	رفع کدورت‌ها در مسئله قره‌باغ

اولین و مهم‌ترین راهکاری که متخصصان مطرح کردند، حذف موانع قانونی و مشکلات مربوط به روادید و رفت و آمد گردشگران از ایران به آذربایجان و بالعکس است. جالب است که دیدگاه متخصصان در ایران و آذربایجان در بیشتر موارد مانند هم بوده و بر راهکارهای مشترکی پای فشرده‌اند. به‌عنوان نمونه دومین راهکار مهم از نظر مطلعین و صاحب‌نظران در ایران و آذربایجان، توسعه مناسبات سیاسی دو دولت ذکر شده است. این

بدان معناست که اگر دولت‌ها مسائل و چالش‌های میان خود را مرتفع سازند، مردم این دو کشور با هم مسئله‌ای ندارند. اغلب اقدامات نیاز به زمینه‌هایی دارند که باید دولت‌های دو کشور آنها را فراهم کنند. برخی نیز به‌طور مستقیم، مستلزم انعقاد قراردادها، پروتکل‌ها و تفاهم‌نامه‌های دولت‌های دو کشور ایران و آذربایجان است.

#### ۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

گردشگری فرهنگی در آینده بین جوامع و به‌ویژه ملت‌هایی که دارای مشترکات فرهنگی هستند، به‌طور روزافزونی گسترش خواهد یافت و در این بین همسایگان نیز در اولویت خواهند بود، چراکه گردشگران تکرار سفرهای سالیانه خود را بیشتر خواهند کرد، ولی مدت هر سفر کوتاه‌تر خواهد شد. همچنین سفرها با هدف دور شدن از خستگی‌ها و تألمات ناشی از زندگی مدرن در کلان‌شهرها صورت خواهد گرفت و در این بین مقاصدی که به لحاظ فرهنگی - اجتماعی بتواند بر اشتراکات هویتی و آمال و آرزوهای نوستالژیک مسافران اتکا داشته باشد از اولویت برخوردار خواهد بود.

در این مقاله ابتدا سه فرضیه مطرح شد. فرضیات تحقیق از چارچوب نظریه فرهنگی متأثر بوده که بر گردشگری به‌عنوان یک پدیده فرهنگی در تثبیت روابط بین ملت‌ها تأکید دارد. در این مدل نظری، اشتراکات فرهنگی بین دو ملت، عامل بسیار مهمی در هدایت گردشگران این دو کشور به‌سوی هم است، بنابراین تنها کاری که باید صورت گیرد، از میان برداشتن موانعی است که پیش پای دو ملت در خصوص تعامل با هم وجود دارد. این فرضیه، ملهم از نظریه‌ای فرهنگی در نظام جهانی و روابط بین‌الملل است که بر نقش روزافزون فرهنگ در تغییر و تحولات بین‌المللی و مناسبات بین ملت‌ها تأکید دارد. عاملی که بیش از پیش در نظام جهانی پرنفوذتر و مؤثرتر می‌شود و از نقش دولت‌ها و سایر گروه‌های سنتی قدرت کاسته است. نتایج این پژوهش در پاسخ به سؤالات و ارزیابی فرضیه‌ها به شرح زیر است:

۱. بر مبنای اطلاعاتی که به دست آمد، گردشگران آذربایجان به مقاصدی در ایران توجه دارند که بیشتر کانون مذهبی قلمداد می‌شود. سفر به مشهد مقدس و قم در اولویت سفر مسافرانی قرار دارد که از آذربایجان به ایران می‌آیند و پس از آن آشنایی با سبک زندگی و آداب و سنن هم‌زبانان جنوبی، دیدار اقوام و آشنایان، بهره‌مندی از تسهیلات درمانی و پزشکی، معاملات بازرگانی، بازدید از بناهای تاریخی و اماکن فرهنگی در

رتبه‌های بعدی قرار دارد. همچنین اغلب گردشگرانی که از ایران به آذربایجان سفر می‌کنند، مقاصد علمی، فرهنگی و هنری را دنبال می‌کنند و بخشی نیز مقاصد تجاری، اقتصادی و اداری مد نظر دارند. در کنار مقاصد فوق، گردشگران ایرانی تفریح و سیاحت را نیز در اولویت سفرهای خود به آذربایجان مطرح می‌کنند، اما این سیاحت، بدون توجه به جذابیت‌ها و خوشایندی‌های تجارب فرهنگی نیست. بنابراین، آنچه برای گردشگران ایرانی واجد اهمیت است، آشنایی با نوعی تجربه دنیای مدرن است که بین مردم آذربایجان، رایج است، مردمی که با داشتن باورهای مذهبی، بیش از هفت دهه تحت سیطره نظام کمونیستی به سر بردند.

برای ایرانیان این مسئله فرهنگی واجد اهمیت است که فرهنگ مردم آذربایجان طی مدتی که از تعاملات عادی با همسایگان جنوبی محروم بوده، دچار چه وضعیتی شده است. به عبارت دیگر، مردمی که چندین دهه در حصار سیاسی و ایدئولوژیک قرار داشتند که مانع از تداوم تعاملات عادی آنها با همزبانان، خویشاوندان و اقوام ساکن جنوب ارس بود، اکنون در چه وضعیتی به سر می‌برند و آداب و رسوم مشترک آنها با مردم ایران با چه تغییراتی مواجه شده است. همچنین برای گردشگران آذربایجانی این مسئله بسیار جذاب است که با دیدن رفتارهای اجتماعی و عناصر فرهنگی و زبانی ایرانی‌ها و آثار و بناهای تاریخی آن، هویت دیرپای خود را باز یابند.

در یک جمع‌بندی، ایرانی‌ها و آذربایجانی‌ها را باید همچون دو برادری تصور کرد که از دوران نوجوانی از هم جدا شده‌اند و اینک در دوران سالمندی، دوباره یکدیگر را پیدا کرده‌اند. آنها در چهره هم، چین و چروک‌های متفاوتی را می‌بینند که روزگار و سرنوشت متفاوتشان برای آنها رقم زده است و یادگار دوران جدایی است. آنها باید از پشت این چین و چروک‌ها، طراوت و شادابی دوره نوجوانی خود را به یاد آرند و یکدیگر را در آغوش گرم خویش بفشارند.

۲. تحلیل نتایج نشان می‌دهد که مهم‌ترین مشکلات گردشگران ایران در آذربایجان، به ترتیب به وضعیت حمل‌ونقل ریلی، پروتکل‌های دولتی، حمل‌ونقل دریایی، امنیت، برخورد پلیس با گردشگران و عدم رعایت امور بهداشتی و درمانی در آذربایجان مربوط می‌شود. در مقابل، مهم‌ترین مشکلات گردشگران آذربایجان در ایران به فقدان حمل‌ونقل ریلی و دریایی، فقدان پروتکل‌های دولتی مساعد در جذب گردشگر و ارائه خدمات

مناسب به گردشگران، فقدان امکانات رفاهی مساعد و امنیت گردشگران مربوط است. از تحلیل مسائل و مشکلات مهم این نتیجه حاصل می‌شود که اغلب آنها یا از سوی دولت ایجاد شده‌اند و یا اینکه به علت ضعف عملکرد دولت و فراهم نشدن زمینه‌ها و ساختارهای مناسب به وجود آمده‌اند و یا اینکه اگر دولت‌ها، اهتمام کافی به توسعه مناسبات گردشگری بین دو کشور می‌داشتند، این مشکلات پدید نمی‌آمدند.

۳. مهم‌ترین راهکارهایی که این تحقق به منظور توسعه مناسبات گردشگری بین ایران و آذربایجان ارائه می‌کنند، بر نقش دولت‌ها تأکید دارد، چراکه دو ملت نه تنها مشکلی با یکدیگر ندارند، بلکه از روح فرهنگی واحدی نیز برخوردارند. از این رو صاحب‌نظران و افراد متخصصی نیز که در دو کشور به سؤالات مصاحبه‌ها پاسخ گفتند، بر نقش مهم دو دولت تأکید داشته‌اند.

Archive of SID

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

- امیراحمدیان، بهرام (۱۳۸۶). «روابط ایران و جمهوری آذربایجان»: بنت، اندی (۱۳۸۶). فرهنگ و زندگی روزمره، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاووشیان، تهران: نشر اختران.
- بیگدلی، علی رضا (۱۳۷۷). «نگاهی به روابط جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان»، فصلنامه مطالعات آسیای مرکزی و قفقاز، سال هفتم، دوره سوم، شماره ۳۴، زمستان. پاپلی یزدی، محمدحسین (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت.

### ب) منابع لاتین

- Dann, G. M. S. ed (2002). *The Tourist as a Metaphor of the Social World*, Wallingford CABI publishing .
- Richards, Greg (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. Wallingford: CAB International .
- Richards, Greg (2007). *Cultural Tourism, Global and local perspectives*, The Haworth Hospitality Press, An Import of The Haworth Press, Inc. New York, London, Oxford .
- Smith, M. K. (2003). *Issues in Cultural Tourism Studies*, London: Routledge .
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage .
- Urry, J. (1995). *Consuming Places*, Routledge .
- Urry, J. (1996). *Tourism, Culture and Social Inequality*. In Y. Apostolopoulos, S. Leivadi and A. Yiannakis (Eds.), *The sociology of tourism*. London-New York: Routledge .
- Wearing, Stephen and Besty Wearing (2001). "Conceptualizing The Selves Of Tourism", *Leisure Studies* , 20 (2) : 143 – 59 .
- Zeppel, H. and Hall, C. M. (1992). "Arts and Heritage Tourism", Weiler , B. and Hall, C. M. (eds) *Speacial Interest Tourism*, London: Belhaven Press: 47 – 65 .