

تعیین نقش گردشگری خلاق در مدیریت انسجام اجتماعی و تقویت هویت ملی

عباس رضائی آیسک

دکتری مدیریت گردشگری از دانشگاه کاکاسوس گرجستان، تهران، ایران

Ab.rezaei1402@gmail.com

چکیده

امروزه صنعت گردشگری در حال تجربه جابه جایی از گردشگری سنتی به گردشگری خلاق بوده که در آن گردشگران سعی دارند با فرهنگ های محلی مشارکت نموده و به تجربه فعالیت های خلاقانه دست یابند. گردشگری خلاق با توجه به ارتباط گردشگران با جامعه میزبان، پتانسیل معرفی هویت قومی و فرهنگی منطقه مقصد گردشگری را داشته و با سرمایه گذاری و معرفی که در بخش گردشگری آن صورت می گیرد می تواند منجر به ارتقاء انسجام اجتماعی و هویت ملی در جامعه میزبان گردد. بر این اساس مطالعه حاضر با هدف بررسی نقش گردشگری خلاق در مدیریت انسجام اجتماعی و تقویت هویت ملی با روش گراند تئوری و با استفاده از مطالعات کتابخانه ای، مصاحبه های باز و تحلیل های ذهنی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش نیز شامل دانش آموختگان و کارشناسان گردشگری و مسئولان و مدیران مرتبط در این حوزه و محققان و نخبگان جامعه می باشد. روش نمونه گیری بصورت هدفمند بوده و حجم نمونه ۵۰ نفر می باشد. یافته های تحقیق ضمن رسیدن به ۷ مقوله نشان داد که پدیده گردشگری خلاق با شناساندن خرده فرهنگ ها به یکدیگر زمینه ی تقویت انسجام ملی در یک جامعه را فراهم می آورد. زیرا از طریق گفت و گوی بین خرده فرهنگ ها، شهروندان در می یابند که تنوع فرهنگی یک حقیقت اجتناب ناپذیر است.

واژگان کلیدی: گردشگری خلاق، مدیریت گردشگری، انسجام اجتماعی، هویت ملی

مقدمه

امروزه جهان در حال گذر از عصر صنعتی به عصر خلاق است. انسان عصر خلاق علاوه بر تامین نیازهای اساسی در پی پاسخگویی به نیاز های خلاق خود نظیر نیاز به چیرگی، سرزندگی، نوآوری و کنجکاوی نیز می باشد. تنوع فرهنگی از مهمترین عوامل تقویت و تسریع فرآیند و فعالیت های خلاقانه محسوب می شود، اما در عصر صنعتی، ظهور و فراگیر شدن مفاهیمی چون جهانی شدن، ظهور کلان شهر های جهانی و تمایل به قرار گرفتن در پوشش برندهای جهانی، تمایز و تنوع مقاصد که از مهمترین عوامل جذابیت یک مقصد به شمار می رود را به حداقل رسانیده است (گرمستانی و همکاران، ۱۳۹۴). در این بین گردشگری به عنوان یک استراتژی مهم، از مهمترین فعالیت های انسان معاصر است که همراه با بوجود آوردن تغییرات شگرف در سیمای زمین تحولاتی بنیادی در شرایط اقتصادی، فرهنگی و آداب و رسوم بوجود آورده است. عبارتی بهتر گردشگری به عنوان یکی از پردرآمدترین منابع در جهان امروز به فضایی مناسب برای خلاقیت و ابتکار متخصصانی تبدیل شده است که نه تنها منجر به جذب گردشگران، افزایش رقابت میان مقاصد گردشگری، بالارفتن کیفیت خدمات و محصولات گردشگری بلکه سبب افزایش توسعه اقتصادی می گردد. به طور کلی کلید موفقیت در صنعت رقابتی گردشگری تامین تقاضاهای گردشگران از طریق ارائه محصول و خدمات خلاق است (Horng et al, 2016).

گردشگران در زمان حال به جای این که تنها توسط صنعت گردشگری مورد خدمت قرار بگیرند به دنبال تجربیات تعاملی و ارضا کننده تری می باشند. مفهوم گردشگری خلاق در طی چندین سال در بسیاری از کشورها توسعه یافته است و بالطبع تعاریف متعددی نیز در مورد آن ایجاد شده است (مشکینی و همکاران، ۱۳۹۷). گردشگری خلاق نوع جدیدی از گردشگری است که در ادامه گردشگری فرهنگی، باعث تحول این صنعت گردیده است. تکیه بر تجربه گردشگری، مشارکت واقعی نه مشاهده گر صرف گردشگر در موقعیت های منحصر به فرد باعث شده است تا این نوع گردشگری بتواند طیف گسترده های از سهم عرضه و تقاضا را در بازار گردشگری به خود اختصاص دهد (موسوی و همکاران، ۱۴۰۰).

گردشگری خلاق که زمینه ساز برقراری ارتباط بیشتر بین گردشگران و جوامع محلی و همچنین تجربه عینی زندگی فرهنگ های مختلف می باشد؛ به دنبال ایجاد فوائد عاطفی، روحی، روانی و اجتماعی می باشد (Pratt, 2014). کشورمان ایران نیز با داشتن قومیت های مختلف، آداب و سنن خاص هر قوم، داشته های فرهنگی عمیق چند هزار ساله، لهجه و زبان و پوشش خاص قومیت ها، زبان شیرین فارسی به عنوان رمز وحدت هویتی، فرهنگی و تاریخی این سرزمین، اقلیم چهار فصل، تنها گوشه های از قابلیت ها و توانمندی این سرزمین جهت خلق خلاقیت ها چشم نواز و بکر می باشد. گردشگری و به خصوص گردشگری خلاق این توانایی و پتانسیل را دارا می باشد که فرهنگ های از هم گسیخته در گوشه گوشه کشور شناسایی و به هم پیوند دهد و ضمن جلوگیری از نابودی و فراموشی خرده فرهنگ ها و آداب و رسوم روستاها و مناطق دور افتاده کشور؛ زمینه اشتغال و ارز آوری و معرفی فرهنگی تمدن ایران به فرامرزهای جغرافیایی کشور بوجود آورد. بر این اساس تحقیق حاضر با هدف بررسی نقش گردشگری خلاق در مدیریت انسجام اجتماعی و تقویت هویت ملی انجام گرفت.

سوالات پژوهش

• سوال اصلی :

نقش گردشگری خلاق در انسجام اجتماعی و تقویت هویت ملی چگونه است؟

• سوالات فرعی :

- مولفه های اصلی گردشگری خلاق چه مواردی می باشد؟

- مولفه های اصلی انسجام اجتماعی و هویت ملی چه مواردی می باشد؟

- رابطه بین گردشگری خلاق و انسجام اجتماعی چگونه است؟

- رابطه سیاست گذاری ها و قوانین در حوزه توسعه گردشگری خلاق چگونه است؟

- چالش ها و ضعف های موجود در توسعه گردشگری خلاق چگونه است؟

پیشینه تحقیق

مرتبط با موضوع تحقیق مطالعات مختلفی در داخل و خارج کشور انجام شده است که در ادامه به نتایج برخی از آن ها که می توانند در پیشبرد تحقیق حاضر کمک کنند اشاره می شود.

تحقیقات داخلی:

- شیران جنگ و همکاران (۱۳۹۸) مطالعه ای با عنوان " بررسی رابطه بین شاخص های سرمایه اجتماعی و فرهنگی با توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: شهرهای محمود آباد، نور، رویان)" انجام داده اند. هدف این تحقیق بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته است. جمعیت نمونه شامل ۳۸۵ نفر مسافرانی است که نوروز ۱۳۹۸ به شهرستان های محمودآباد،

نور و شهر رویان مسافرت نمودند. بازار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر مبتنی بر پرسشنامه و بکارگیری طیف لیکرت می باشد. روش و ابزار تجزیه و تحلیل داده ها مبتنی بر روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل می باشد. طبق یافته های آماری مدل مورد نظر در این تحقیق با مدل تجربی و واقعی همخوانی دارد. همچنین شاخص های توان آزمون بیشتر از ۰/۹ می باشد که نشان دهنده اینست که مدل تحقیق در وضعیت مطلوبی قرار دارد. و نیز سه فرضیه مطرح شده در این تحقیق مورد آزمون واقع و تأیید گردید.

- قاصدی (۱۳۹۷) مطالعه ای با عنوان " بررسی تمایل گردشگران به تجربه گردشگری خلاق در تهران و عوامل موثر بر آن " انجام داده است. ابزار پژوهش پرسشنامه ای با ۴۱ گویه از طیف لیکرت و ۱۰ سوال جمعیت شناسانه و زمینه ای بوده است که در فاصله زمانی نیمه خرداد تا نیمه تیر ۱۳۹۷ در سه سایت مختلف گردشگری در تهران تکمیل شده است. نتایج به دست آمده از پرسشنامه ها با استفاده از آزمون های آماری اسپیرمن، وی کرامر و فریدمن سنجیده شده و در نهایت اثرگذاری هر کدام از عوامل بر تمایل گردشگران به دست آمده است. به طور خلاصه می توان گفت عوامل نگرش، کنترل رفتاردریافتی و فشار اجتماعی از نظریه رفتاربرنامه ریزی شده و عامل مشارکت فعال از نظریه اقتصاد تجربه بیشترین تاثیر را بر تمایل گردشگران داشته اند و همچنین برخی عوامل زمینه ای مانند سن، درآمد و تحصیلات بر این تمایل موثر بوده اند.

تحقیقات خارجی:

- تان و همکاران (۲۰۱۲) در مطالعه ای تحت عنوان " مدلی برای تجربه خلاق در گردشگری خلاق " مفهوم خلاقیت در گردشگری خلاق را از نقطه نظر گردشگران مورد بررسی قرار داده اند، داده ها از طریق مصاحبه عمیق با گردشگران و بازدیدکنندگان از چهار محل "صنعت زندگی خلاق" در کشور تایوان گردآوری شده اند و روش نظریه بنیادین مورد استفاده قرار گرفته است، پژوهشگران با تأکید بر دو عامل تعاملات بیرونی (محیطی، مردم و محصول/خدمت/ تجربه) و بازتابهای درونی (آگاهی/ هشیاری، نیازها/ انگیزه ها و خلاقیت)، مدلی برای تجربه خلاق گردشگران ارائه داده اند.

- دورماز (۲۰۱۲) در مطالعه ای تحت عنوان " خوشه های خلاق و مکان سازی: تجزیه و تحلیل کیفیت مکان " به تجزیه و تحلیل ریخت شناسانه خوشه های خلاق درون شهری که با محوریت صنعت فیلم ایجاد شده اند، می پردازد و ارتباط خوشه های خلاق، کیفیت مکان و فرایندهای مکان سازی را مورد بررسی قرار می دهد. پژوهش در پی درک شرایط و مولفه های مکانی مرتبط با پیدایش، پایداری و رشد خوشه های خلاق است. نمونه های موردی اکتشافی بین المللی در سوهوی لندن و بیوگلوئی استانبول انتخاب شده اند. پژوهشگر، به صورت ترکیبی از تکنیک های کمی و کیفی از جمله مصاحبه، پرسشنامه، مشاهده و نقشه برداری استفاده نموده است، تحقیق نشان می دهد سه مولفه اصلی در پیدایش، رشد و پایداری خوشه های خلاق مؤثرند: اقتصاد خوشه سازی، موقعیت و کیفیت مکان و تعاملات رو در رو است.

روش تحقیق

مطالعه حاضر مبتنی بر روش تحقیق کیفی "گردد تئوری" است. گزند تئوری ریشه در مکتب تفسیری تعامل گرایی سمبولیک از انسان ها و واقعیات جاری بین آن ها در تعاملات نمادهای اطراف دارد. کشف این نمادها، الگوها، فرایندها و چگونگی تعامل بین آن ها در عرصه موقعیت طبیعی با هدف بررسی رفتارها، عقاید و طرز فکرهای افراد و گروه ها به همان نحوی که در زندگی واقعی آنها روی می دهد انجام می پذیرد. بنابراین سعی بر این است تا با مراجعه به اطلاع رسانی های تأثیر گذار (که تماس نزدیک نظری، تجربی و علمی با موضوع تحقیق در یک موقعیت خاص داشته اند و با نفوذ به عمق نظام معانی و

انتظارات آن ها و همچنین با استفاده از نظریه موجود (نظریه چاوا) فرضیه ها و متغیرها را مشخص و تحلیل داده ها را انجام داد تا از این رهگذر بتوان به تعمیم نتایج حاصل از مشاهده ای خاص پرداخت و به نظریه ای جامع تر دست یافت. در این روش از تحلیل درون مایه ای جهت بررسی نقش گردشگری خلاق در انسجام اجتماعی و هویت ملی استفاده شد. انجام فرایند این تحقیق بر اساس مراحل ارائه شده توسط استر و برت" و کار پنتر پیگیری گردید که شامل: ۱- جمع آوری داده های تجربی ۲- شکل دهی مفهومی ۳- توسعه مفهوم ۴- اصلاح و تکمیل مفهوم و ۵- تهیه گزارش می باشد.

جامعه آماری و روش نمونه گیری:

جامعه آماری شامل دانش آموختگان و کارشناسان گردشگری و مسئولان و مدیران مرتبط در این حوزه و محققان و نخبگان جامعه می باشد که به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند.

روش سنجش و گردآوری اطلاعات :

در تحقیق حاضر از هر دو نمونه گیری مبتنی بر هدف و نمونه گیری تئوریک از کارشناسان و نخبگان فرهنگی کلیدی تا اشباع داده ها استفاده شد. در ابتدای مطالعه محقق با مطالعه و پرس و جو در میان مسئولان و کارشناسان نهادهای متولی امر گردشگری اقدام به شناسایی افراد اصلی و مطلع کرد. در این مرحله کار جمع آوری اطلاعات اولیه با ورود به میدان تحقیق آغاز شد. شایان ذکر است که در این مرحله نمونه گیری هدفمند انجام می گیرد.

روش تجزیه و تحلیل:

جمع آوری و تحلیل داده ها بصورت همزمان انجام شد و مصاحبه ها از نوار پیاده و به روش تحلیل مقایسه ای مداوم به روش استراس و کورزبین مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته ها

در پژوهش حاضر، منبع اصلی داده ها مطالعه اسناد و مصاحبه بوده است؛ تعداد مصاحبه شوندهگان ۵۰ نفر می باشد که هر کدام در یک جلسه و در بازه زمانی بین حداقل ۱ و حداکثر ۲ ساعت به سؤالات پژوهش پاسخ دادند. در جریان مصاحبه محقق تلاش نمود. جودوستانه ایجاد و از دخالت دادن پیش داوری ها، دیدگاه ها و آگاهی های قبلی بر مصاحبه شوندهگان پرهیز نماید. همچنین تا حد ممکن، از خارج شدن پاسخ دهنده از حیطه سؤال و به حاشیه رفتن او نیز جلوگیری شد. مصاحبه های ابتدایی به صورت اکتشافی و توصیفی بوده اند و به تدریج پس از انجام هر مصاحبه، کدگذاری داده های حاصل از مصاحبه ها انجام گردید و به وسیله روش مقایسه دائمی داده ها کدهای نظری از طریق کدگذاری باز پدیدار شد. در ادامه خلاصه مصاحبه های انجام شده، نحوه کدگذاری باز آن ها، طبقات محوری و مدل را به ترتیب و تفصیل به معرض نمایش گذاشته شده است.

الف - یافته های توصیفی:

در تحقیق حاضر تعداد شرکت کنندگان مرد ۳۵ نفر (۷۰درصد) و تعداد زنان ۱۵ نفر (۳۰ درصد) می باشد.

جدول ۱- توزیع فراوانی و درصد چنسیت پاسخ دهندگان

درصد فراوانی	فراوانی	جنسیت
۷۰	۳۵	مرد
۳۰	۱۵	زن
۱۰۰	۵۰	جمع کل

همچنین از میان مصاحبه شوندگان به لحاظ میزان تحصیلات، ۲۲ نفر برابر ۴۴ درصد دارای مدرک کارشناسی و تعداد ۱۷ نفر برابر ۳۴ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۱۱ نفر معادل ۲۲ درصد دکتری می باشند.

ب- یافته های تحلیلی:

مرحله اول: (کدگذاری اولیه مصاحبه ها (S1))

- بهره گیری از سیاست های حمایتی جهت تجاری سازی گردشگری خلاق
- لزوم تقویت سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه در بخش گردشگری
- لزوم همکاری بخش خصوصی و دولتی در توسعه گردشگری خلاق
- تشکیل اتاق فکر خلاقیت در گردشگری خلاق
- امکان گفتگوی فرهنگ ها و شناسایی خرده فرهنگ ها و انسجام ملی
- نقش گردشگری خلاق در اشاعه آداب و رسوم و گسترش یکپارچگی، انسجام و همگرایی اجتماعی - فرهنگی
- لزوم ارتقا محصول گردشگری به سطح یک تجربه و فروش کالای فرهنگی
- لزوم ایده پردازی و خلاقیت در مسئولان متولی گردشگری خلاق
- لزوم ایجاد سازو کارهای تشویقی و حمایت از ایده های جدید در زمینه گردشگری خلاق
- جدید و نوپا بودن گردشگری خلاق
- ایجاد ذهنیت مثبت و بهتر نسبت به فرهنگ ایرانی
- احیای ساختارهای فرهنگی و اجتماعی از هم گسیخته با گردشگری خلاق
- خلق نمادهای منتخب هویت ساز از میراث با گردشگری خلاق
- قابلیت گردشگری خلاق در برانگیختن حس کنجکاوی و آگاهی فرهنگی افراد
- فرصت برای شکوفایی اقتصادی و توسعه فرهنگی
- لزوم توجه به گردشگری خلاق در بودجه بندی و برنامه های بلند مدت
- الگو برداری از نمونه های موفق خارجی
- تبدیل نوع گردشگری از تماشا بودن صرف به مرحله یادگیری و مشارکت خلاقانه
- گردشگری خلاق سفری با هدف تجربه کنش مندانه و یادگیری مشارکتی
- حضور فعال گردشگری خلاق در اقتصاد غیر رسمی
- گردشگری خلاق کشف سنت ها و سبک های مختلف زندگی و معرفی هویت و فرهنگ بومی و ملی

مرحله دوم: (کدگذاری محوری)

در این مرحله مقوله ها، ویژگی ها و ابعاد حاصل از کدگذاری باز تدوین شده و سر جای خود قرار می گیرد تا دانش فزاینده ای در مورد روابط ایجاد گردد و یا به تعبیری در این مرحله، یک مقوله کدگذاری باز را انتخاب کرده و آن را در مرکز فرآیندی که در حال بررسی آن است (به عنوان پدیده مرکزی) قرار می دهد و سپس دیگر مقوله ها را به آن ربط می دهد. این مقوله ها عبارتند از؛ شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه ای و مداخله گر و پیامدهای این مرحله مشتمل بر یک نمودار است که الگوی کدگذاری نامیده می شود. الگوی کدگذاری، روابط فیما بین شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه ای و مداخله گر و پیامدها را نمایان می کند (Cres well, ۲۰۰۵).

بر این اساس در تحقیق حاضر در ادامه فرایند کدگذاری از تعداد ۱۳۰ مفاهیم متناظر تعداد ۲۱ خرده مقوله استخراج شده که ارتباط مفهومی با همدیگر دارند. همچنین به دلیل نزدیکی معنایی بسیاری از خرده مقولات در مرحله کدگذاری محوری؛ ۲۱ خرده مقوله موجود به ۷ مقوله محوری تبدیل شد.

این ۷ مقوله محوری عبارتند از: اثر بخشی در انسجام فرهنگی و اجتماعی؛ تقویت فرهنگ بومی و هویت ملی؛ خلاقیت در یادگیری و آموزش؛ تمرکز بر سیاست های تشویقی و حمایتی؛ تقویت نقش بازیگران مختلف؛ برنامه ریزی هدفمند و توسعه گردشگری خلاق؛ فرصت آفرینی و الگو برداری هستند.

با انتزاع بیشتر این مقولات در مرحله کدگذاری گزینشی، یک مقوله هسته ای به شرح « نقش گردشگری خلاق در انسجام فرهنگی و اجتماعی و تقویت فرهنگ بومی و هویت ملی با خلاقیت در یادگیری و آموزش و تمرکز بر سیاست های تشویقی و حمایتی و همچنین تقویت نقش بازیگران مختلف و تمرکز بر برنامه ریزی هدفمند و توسعه گردشگری خلاق و فرصت آفرینی و الگو برداری » ظاهر شد که می تواند تمامی مقولات دیگر را پوشش دهد.

جدول ۱- مراحل کدگذاری محوری

فراوانی	مقولات محوری	خرده مقولات
۱۴	اثر بخشی در انسجام فرهنگی و اجتماعی	احیای ساختارهای فرهنگی و اجتماعی از هم گسیخته با گردشگری خلاق
		ایجاد ذهنیت مثبت و بهتر نسبت به فرهنگ ایرانی
		امکان گفتگوی فرهنگ ها و شناسایی خرده فرهنگ ها و انسجام ملی
۲۱	تقویت فرهنگ بومی و هویت ملی	خلق نمادهای منتخب هویت ساز از میراث با گردشگری خلاق
		گردشگری خلاق کشف سنت ها و سبک های مختلف زندگی و معرفی هویت و فرهنگ بومی و ملی
		نقش گردشگری خلاق در اشاعه آداب و رسوم و گسترش یکپارچگی، انسجام و همگرایی اجتماعی - فرهنگی

۱۰	خلاقیت در یادگیری و آموزش	تبدیل نوع گردشگری از تماشا بودن صرف به مرحله یادگیری و مشارکت خلاقانه
		گردشگری خلاق سفری با هدف تجربه کنش مندانه و یادگیری مشارکتی
		قابلیت گردشگری خلاق در برانگیختن حس کنجکاوی و آگاهی فرهنگی افراد
۱۲	تمرکز بر سیاست های تشویقی و حمایتی	لزوم ایجاد سازو کارهای تشویقی و حمایت از ایده های جدید در زمینه گردشگری خلاق
		تشکیل اتاق فکر خلاقیت در گردشگری خلاق
		بهره گیری از سیاست های حمایتی جهت تجاری سازی گردشگری خلاق
۱۴	تقویت نقش بازیگران مختلف	لزوم تقویت سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه در بخش گردشگری
		لزوم ایجاد سازو کارهای تشویقی و حمایت از ایده های جدید در زمینه گردشگری خلاق
		لزوم همکاری بخش خصوصی و دولتی در توسعه گردشگری خلاق
۱۶	برنامه ریزی هدفمند و توسعه گردشگری خلاق	لزوم توجه به گردشگری خلاق در بودجه بندی و برنامه های بلند مدت
		لزوم ایده پردازی و خلاقیت در مسئولان متولی گردشگری خلاق
۱۴	فرصت آفرینی و الگو برداری	جدید و نوپا بودن گردشگری خلاق
		فرصت برای شکوفایی اقتصادی و توسعه فرهنگی
		الگو برداری از نمونه های موفق خارجی

مرحله سوم: تشریح مرحله نظریه پردازی (کدگذاری انتخابی)

همانگونه که گفته شد، هدف نظریه پردازی بنیادی، تولید نظریه است نه توصیف صرف پدیده. برای تبدیل تحلیل ها به نظریه، طبقه ها باید به طور منظم به یکدیگر مربوط شوند. کدگذاری انتخابی (براساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری) مرحله اصلی نظریه پردازی است. به این ترتیب که طبقه محوری را به شکل نظام مند به دیگر طبقه ها ربط داده و آن روابط را در چارچوب یک روایت ارائه کرده و طبقه هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند اصلاح می کند. در این مرحله پژوهشگر بر حسب فهم خود از متن پدیده مورد مطالعه، یا چارچوب مدل پارادایم را به صورت روایتی عرضه می کند یا مدل پارادایم را به هم می ریزد و به صورت ترسیمی نظریه نهایی را نشان می دهد (دانایی فرد و اسلامی، ۱۳۸۹).

این نظریه سازوکارهایی را بیان می کند که از طریق آن ها جامعه هدف (سازمان ها و نهادهای متولی گردشگری) نیازمندی های خود را تشخیص داده و با توجه به مؤلفه های بدست آمده در صدد کسب موفقیت و پیشرفت بر می آیند. بر این اساس برای جمع بندی مبحث نقش گردشگری خلاق در انسجام اجتماعی و تقویت هویت ملی در ایران یکی از مقولات محوری ۱- " اثر بخشی در انسجام فرهنگی و اجتماعی " است که عوامل: احیای ساختارهای فرهنگی و اجتماعی از هم گسیخته با گردشگری خلاق؛ ایجاد ذهنیت مثبت و بهتر نسبت به فرهنگ ایرانی؛ امکان گفتگوی فرهنگ ها و شناسایی خرده فرهنگ ها و انسجام ملی باعث شکل گیری شده است.

مورد بعدی ۲- " تقویت فرهنگ بومی و هویت ملی " که عوامل: خلق نمادهای منتخب هویت ساز از میراث با گردشگری خلاق، گردشگری خلاق کشف سنت ها و سبک های مختلف زندگی و معرفی هویت و فرهنگ بومی و ملی؛ گردشگری خلاق کشف سنت ها و سبک های مختلف زندگی و معرفی هویت و فرهنگ بومی و ملی باعث شکل گیری شده است. مورد دیگر ۳- " خلاقیت و یادگیری و آموزش " که عوامل: تبدیل نوع گردشگری از تماشا بودن صرف به مرحله یادگیری و مشارکت خلاقانه؛ گردشگری خلاق سفری با هدف تجربه کنش مندانه و یادگیری مشارکتی؛ قابلیت گردشگری خلاق در برانگیختن حس کنجکاوی و آگاهی فرهنگی افراد باعث شکل گیری آن شده است.

از موارد دیگر ۴- " تمرکز بر سیاست های تشویقی و حمایتی " که عوامل: لزوم ایجاد سازو کارهای تشویقی و حمایت از ایده های جدید در زمینه گردشگری خلاق؛ تشکیل اتاق فکر خلاقیت در گردشگری خلاق؛ بهره گیری از سیاست های حمایتی جهت تجاری سازی گردشگری خلاق باعث شکل گیری آن شده است.

مورد دیگر ۵- " تقویت نقش بازیگران مختلف " که عوامل: لزوم تقویت سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه در بخش گردشگری؛ لزوم ایجاد سازو کارهای تشویقی و حمایت از ایده های جدید در زمینه گردشگری خلاق؛ لزوم همکاری بخش خصوصی و دولتی در توسعه گردشگری خلاق باعث شکل گیری آن شده است.

از موارد دیگر ۶- " برنامه ریزی هدفمند و توسعه گردشگری خلاق " که عوامل: لزوم توجه به گردشگری خلاق در بودجه بندی و برنامه های بلند مدت؛ لزوم ایده پردازی و خلاقیت در مسئولان متولی گردشگری خلاق باعث شکل گیری آن شده است. مورد دیگر ۷- " فرصت آفرینی و الگو برداری " که عوامل: جدید و نوپا بودن گردشگری خلاق؛ فرصت برای شکوفایی اقتصادی و توسعه فرهنگی؛ الگو برداری از نمونه های موفق خارجی باعث شکل گیری آن شده است.

مرحله چهارم: (مدل پارادایمی)

به طور کلی یافته های مطالعه حاضر نشان دادند که " نقش گردشگری خلاق در مدیریت انسجام اجتماعی و تقویت هویت ملی " ویژگی های مختلفی دارد. اساتید دانشگاهی، مدیران و کارشناسان مرتبط با گردشگری رویکردهای متفاوتی را در راستای موضوع مطرح کردند که براساس ترکیب آرای آن ها همگی به اتفاق نظر واحدی درباره یک تئوری بومی رسیده اند. در کل

همه آن‌ها به این مسئله گردشگری خلاق منجر به انسجام اجتماعی و تثویت هویت ملی شوند اتفاق نظر دارند، اما هر کدام از رویکردی متفاوت به این مقوله نگاه کرده اند و پاسخ‌های متفاوتی به سؤال اصلی پژوهش داده اند.

در رویکردی کلی می‌توان همه یافته‌ها را در مدل پارادایمی برای فهم بهتر ترسیم کرد. این مدل، همان گونه که در ذیل مشاهده می‌شود، دارای بخش‌های؛ شرایط علی، پدیده، بستر، شرایط مداخله‌گر، استراتژی و پیامد است.

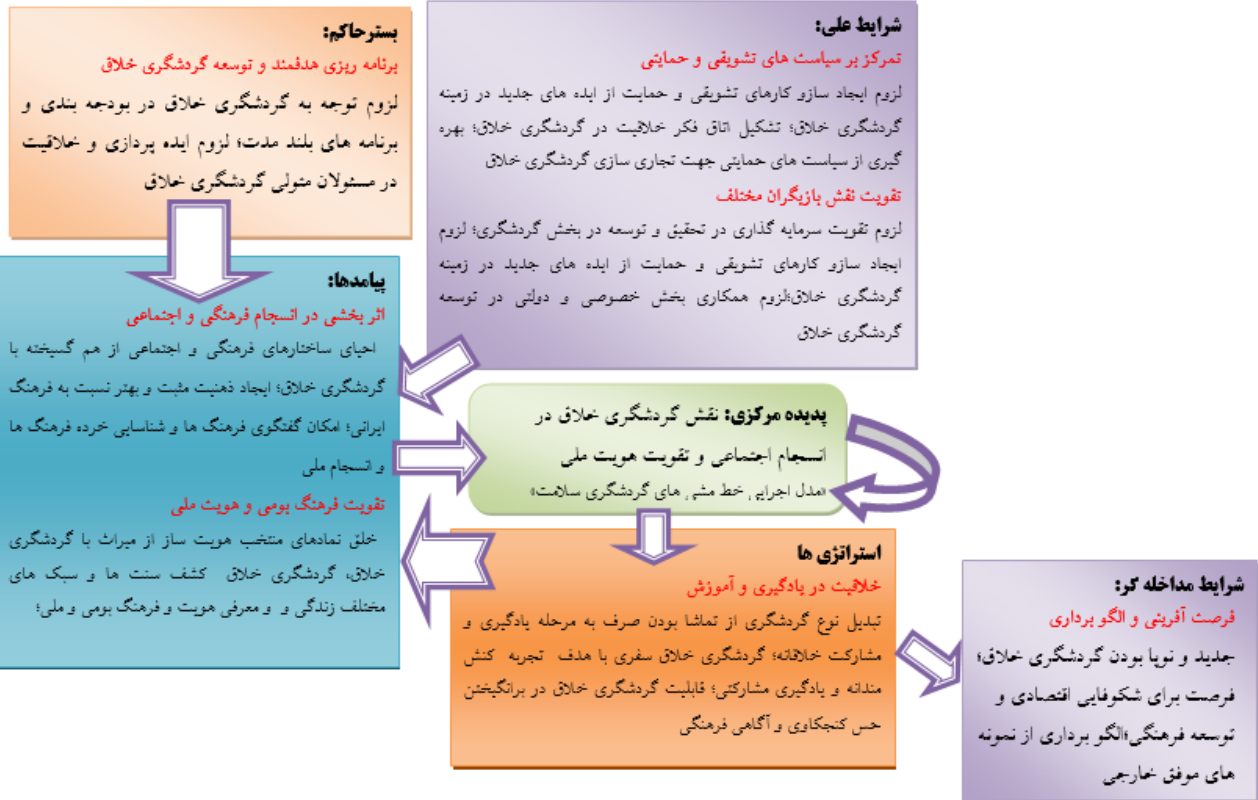
پدیده مرکزی این مدل، «نقش گردشگری خلاق در انسجام اجتماعی و تقویت هویت ملی» است که محور سؤالات مصاحبه‌های کیفی و اطلاعات نظری و مفهومی اساتید دانشگاهی، مدیران شامل دو مولفه کارشناسان مرتبط با گردشگری کشور است. در این مدل شرایط علی شامل مولفه‌های تمرکز بر سیاست‌های تشویقی و حمایتی و تقویت نقش بازیگران مختلف است.

شرایط علی در مدل پارادایمی پژوهش اثرگذاری چندگانه‌ای دارد که می‌تواند علت مستقیم و غیرمستقیم اجرای موفق خط‌مشی‌گذاری سلامت باشد. برای مثال شرایط علی اثرگذاری مستقیم بر استراتژی‌ها (خلاقیت در یادگیری و آموزش) دارد. در تحلیل مدل پارادایمی باید گفت شرایط مداخله‌گری نیز وجود دارند که می‌تواند در اثرگذاری گردشگری خلاق در انسجام اجتماعی و تقویت هویت ملی هم نقش شتاب‌دهنده و هم نقش بازدارنده داشته باشند. شرایط مداخله‌گر شامل مقوله فرصت‌آفرینی و الگو برداری است.

این شرایط مداخله‌گر اثری دوسویه در مدل پارادایمی دارند و هم‌زمان هم بر پدیده مرکزی و هم بر استراتژی‌های موجود در مدل اثر دارند. یک رابطه دوسویه دیگر در مدل وجود دارد و آن هم اثر استراتژی‌ها به‌طور هم‌زمان هم بر اجرای موفق نقش گردشگری خلاق و هم بر پیامدهاست. در کل فرایند اثرگذاری و اثرپذیری مقوله‌ها در یک مدل پارادایمی نشان داده شده است و هر یک از مؤلفه‌ها در مدل نیز مشخص و آشکارند.

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و صنعت گردشگری

۲۳ بهمن ۱۴۰۱ - تهران



شکل ۱- مدل پارادایمی تحقیق

پاسخ به سوالات تحقیق:

در تحقیق حاضر با توجه مطرح بودن سوالات در ابتدای تحقیق نظریه نهایی پیرامون سوال اصلی تحقیق " نقش گردشگری خلاق در انسجام اجتماعی و تقویت هویت ملی چگونه است؟ در قالب پاسخ به این سوالات فرعی خواهد بود.

۱- مولفه های اصلی گردشگری خلاق چه مواردی می باشد؟

طبق نتایج تحقیق ۷ مولفه؛ مولفه های اصلی گردشگری خلاق را شکل می دهند. ۱- " اثر بخشی در انسجام فرهنگی و اجتماعی " است که عوامل: احیای ساختارهای فرهنگی و اجتماعی از هم گسیخته با گردشگری خلاق؛ ایجاد ذهنیت مثبت و بهتر نسبت به فرهنگ ایرانی؛ امکان گفتگوی فرهنگ ها و شناسایی خرده فرهنگ ها و انسجام ملی باعث شکل گیری شده است.

مورد بعدی ۲- " تقویت فرهنگ بومی و هویت ملی " که عوامل: خلق نمادهای منتخب هویت ساز از میراث با گردشگری خلاق، گردشگری خلاق کشف سنت ها و سبک های مختلف زندگی و معرفی هویت و فرهنگ بومی و ملی؛ گردشگری خلاق کشف سنت ها و سبک های مختلف زندگی و معرفی هویت و فرهنگ بومی و ملی باعث شکل گیری شده است.

مورد دیگر ۳- " خلاقیت و یادگیری و آموزش " که عوامل: تبدیل نوع گردشگری از تماشا بودن صرف به مرحله یادگیری و مشارکت خلاقانه؛ گردشگری خلاق سفری با هدف تجربه کنش مندانه و یادگیری مشارکتی؛ قابلیت گردشگری خلاق در برانگیختن حس کنجکاوی و آگاهی فرهنگی افراد باعث شکل گیری آن شده است.

از موارد دیگر ۴- " تمرکز بر سیاست های تشویقی و حمایتی " که عوامل: لزوم ایجاد سازو کارهای تشویقی و حمایت از ایده های جدید در زمینه گردشگری خلاق؛ تشکیل اتاق فکر خلاقیت در گردشگری خلاق؛ بهره گیری از سیاست های حمایتی جهت تجاری سازی گردشگری خلاق باعث شکل گیری آن شده است.

مورد دیگر ۵- "تقویت نقش بازیگران مختلف" که عوامل: لزوم تقویت سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه در بخش گردشگری؛ لزوم ایجاد سازو کارهای تشویقی و حمایت از ایده های جدید در زمینه گردشگری خلاق؛ لزوم همکاری بخش خصوصی و دولتی در توسعه گردشگری خلاق باعث شکل گیری آن شده است.

از موارد دیگر ۶- " برنامه ریزی هدفمند و توسعه گردشگری خلاق " که عوامل: لزوم توجه به گردشگری خلاق در بودجه بندی و برنامه های بلند مدت؛ لزوم ایده پردازی و خلاقیت در مسئولان متولی گردشگری خلاق باعث شکل گیری آن شده است.

مورد دیگر ۷- " فرصت آفرینی و الگو برداری " که عوامل: جدید و نوپا بودن گردشگری خلاق؛ فرصت برای شکوفایی اقتصادی و توسعه فرهنگی؛ الگو برداری از نمونه های موفق خارجی باعث شکل گیری آن شده است.

۲- مولفه های اصلی انسجام اجتماعی و هویت ملی چه مواردی می باشد؟

مولفه های اصلی انسجام اجتماعی و هویت ملی خلق نمادهای منتخب هویت ساز از میراث با گردشگری خلاق، گردشگری خلاق کشف سنت ها و سبک های مختلف زندگی و معرفی هویت و فرهنگ بومی و ملی؛ گردشگری خلاق کشف سنت ها و سبک های مختلف زندگی و معرفی هویت و فرهنگ بومی و ملی می باشد.

۳- رابطه بین گردشگری خلاق و انسجام اجتماعی چگونه است؟

پدیده گردشگری خلاق با شناساندن خرده فرهنگ ها به یکدیگر زمینه ی تقویت انسجام ملی در یک جامعه را فراهم می آورد. زیرا از طریق گفت و گوی بین خرده فرهنگ ها، شهروندان در می یابند که تنوع فرهنگی یک حقیقت اجتناب ناپذیر است. همچنین گردشگری خلاق می تواند در کنار کارکردهایی چون کاهش فقر، اشتغالزایی و اشاعه ی آداب و رسوم سنتی موجب گسترش یکپارچگی، انسجام و همگرایی اجتماعی- فرهنگی و تقویت وحدت و وفای هویت ملی گردد.

۴- رابطه سیاست گذاری ها و قوانین در حوزه توسعه گردشگری خلاق چگونه است؟

تا زمانی که سیاست گذاری ها و قوانین در حوزه گردشگری خلاق اصلاح نشود نمی توان انتظار توسعه گردشگری خلاق را داشت. سیاست های گردشگری در ایران به ندرت برخاسته از الگو و روش مدونی بوده و بیشتر تحت تأثیر مؤلفه های سیاسی در بازه های زمانی شکل گرفته است. در کشور سیاست های توسعه ی صنعت گردشگری و از جمله گردشگری خلاق به جای هم سونمودن شرایط داخلی با شرایط جهانی سعی در هم سو کردن گردشگری بین المللی با شرایط داخلی خود دارند و این اصرار و الزام گردشگران خارجی مبنی بر رعایت همه معیارهای محلی و فقدان انعطاف پذیری، باعث گریز بسیاری از گردشگران خارجی شده است. اگر بخواهیم شفاف تر بگوییم تا زمانی که فشارها یا اعمال سلیقه های غیر کارشناسی و بعضاً سیاسی و بی برنامه گی در زمینه گردشگری وجود داشته باشد نمی توان شمای مثبتی در زمینه سیاست گذاری درست برای گردشگری داشته باشیم. بصورت تیتروار نیز این عوامل را بصورت ذیل می توان بر شمرد.

- ناکارآمدی چارچوب های قانونی، وجود قوانین نامطمئن، دست و پاگیر و در مواردی تناقض در قوانین مرتبط با گردشگری
- اقدامات متعدد و پراکنده سازمان های دولتی و بنگاه های خصوصی
- عدم برخورداری و تبعیت از یک الگوی جامع سیاستگذاری
- عدم اتفاق نظر مبنی بر صنعت بودن این پدیده (گردشگری)
- عدم برخورداری و عدم دستیابی به وفای و اجماع کلان در مقاصد و خواسته های گردشگری
- ناکارآمدی و در مواردی خلأ برنامه ریزی های بلندمدت و دنباله دار
- عدم وجود دیدگاه نظام مند و سیستماتیک.
- عدم انسجام و یکپارچگی تصمیمات.
- نبود تمرکز و همگرایی در تصمیمات.
- عدم پیش بینی و یا تمایل به نبود فرآیند پاسخ گویای.
- نارسایی در بررسی میزان عمل پذیری تصمیمات.

۵- چالش ها و ضعف های موجود در توسعه گردشگری خلاق چگونه است؟

در بودجه بندی و همچنین برنامه های بلند مدت کشور در زمینه گردشگری جایگاه گردشگری خلاق و راه های ارتقا درآمد از طریق آن مشخص نشده است.

گردشگری خلاق در ایران بسیار نوپاست و راه طولانی برای کسب موفقیت در پیش دارد و هنوز بسیاری از این راه ها برای رسیدن به مقصود به اجرا نرسیده است و باز نشده است.

مسئولین از این نوع گردشگری آگاهی ندارند و برای صنایع دستی دغدغه ندارند و درگیر کارهای اداری شده اند و نمی توانند ایده پردازی و خلاقیت داشته باشند.

ر زمینه قوانین و طرح های تشویقی در خصوص گردشگری خلاق دچار مشکلات و ضعف هایی هستیم و در اسناد بالادستی کشور نیز خلا پرداختن به آن وجود دارد.

نتیجه گیری

در کشور در زمینه گردشگری خلاق از ایده های جدید حمایت نمی شود و سازمان های مسئول سازوکار تشویقی ندارند. گردشگری خلاق در ایران بسیار نوپاست و راه طولانی برای کسب موفقیت در پیش دارد و هنوز بسیاری از این راه ها برای رسیدن به مقصود به اجرا نرسیده است و باز نشده است.

هویت ملی در جهان کنونی به ویژه برای ما ایرانیان که دارای شرایط خاص فرهنگی و جهانی هستیم اهمیت بسیار دارد و توسعه گردشگری خلاق می تواند منجر به ایجاد ذهنیت مثبت و بهتر نسبت به فرهنگ ایرانی گردد. کشور ما با وجود آن که دارای سابقه ی طولانی و درخشان فرهنگی می باشد، در اثر مواجهه با شرایط جدید دچار انقطاع فرهنگی شده و تاکنون توان بازسازی این میراث را متناسب با شرایط را نداشته است و گردشگری خلاق منجر به احیای ساختارهای فرهنگی از هم گسیخته می شود.

گردشگری خلاق از طریق بسته بندی نمادهای منتخب هویت، به عنوان «میراث ما» نوعی گروه ایجاد می کند که افراد خود را با آن گروه تعیین هویت می کنند. گردشگری خلاق با برانگیختن حس کنجکاوی و آگاهی فرهنگی افراد نقش به سزا و بی بدیل در تقویت هویت ملی دارد.

پیشنهادات کاربردی

- توسعه زیرساخت های هنری و فرهنگی و آموزشی به عنوان راهبرد اصلی شهرها برای تبدیل شدن به شهرهای خلاق .
- تلاش برای جذب و مهاجرپذیری اقشار و قومیت های مختلف به منظور ایجاد تنوع فرهنگی در جهت استفاده از استعداد های آنان در زمینه های مختلف گردشگری خلاق ؛
- برگزاری جشنواره ها؛ کارگاه ها و نمایشگاه ها برای گروه های مختلف سنی و خانواده ها برای حمایت از طرح های خلاقانه .
- برگزاری جشن ها و مراسم محلی برای بالا بردن تعلقات اجتماعی .
- تقویت نهادها، تشکل ها و گروه های مدنی جهت افزایش سرمایه اجتماعی و انسجام اجتماعی و مشارکت شهروندان.
- جایگزینی تدریجی نقش دولت از عرضه کننده ی محصولات گردشگری به سیاست گذاری و نظارت بر کارایی آن ها و حذف برخی از سیاست های حمایتی خاص از سازمان های دولتی و نیمه دولتی.
- تغییر نگرش سیاست گذاران و برنامه ریزان کلان کشور از نگاه تردید آمیز و تهدید آمیز بودن حوزه گردشگری به نگاه فرصت آفرین و توسعه ساز در حوزه گردشگری و انعکاس آن در برنامه های فرادستی
- طراحی سیاست گذاری و مدیریت یکپارچه گردشگری و پرهیز از موازی کاری و اعمال سیاست های متناقض در حوزه گردشگری
- تعیین متولی نهاد اصلی صنعت گردشگری و حتی ارتقاء آن به سطح وزارتخانه
- افزایش فعالیت های مرتبط به هنرهای محلی؛ جذب گردشگر و صنایع خلاق

- حمایت مادی و معنوی از ایده های خلاق و صاحبان ایده ها خلاقانه .
- در گردشگری خلاق ، محصول باید از سطح یک خدمت به سطح یک تجربه ارتقا یابد.
- بهره گیری از مشارکت سازمان های مردم نهاد برای برگزاری نمایشگاه هایی در خصوص معرفی و حمایت از طرح ها و هنرهای خلاق در شهر ها و روستا.
- بازنگری اسناد و قوانین مختلف بالادستی و چشم اندازهای بلند مدت توسعه در راستای حمایت از گردشگری
- حمایت از سرمایه گذاری های بخش خصوصی در زمینه ارتقاء امکانات و زیر ساخت های مختلف گردشگری
- الگو برداری از تجربه های موفق در زمینه گردشگری خلاق و آموزش آن به متولیان این امر در داخل کشور
- بهره گیری از مشارکت فرهیختگان و نخبگان و اساتید دانشگاهی در خصوص سیاست گذاری ها و برنامه ریزی های مختلف گردشگری
- حمایت از تحقیق و پژوهش در خصوص گردشگری خلاق
- شناسایی ابعاد مختلف گردشگری خلاق و آمایش سرزمینی و مناطق در خصوص توانایی های خاص و ویژه آن ها در خصوص این نوع گردشگری
- انجام تبلیغات و معرفی توانایی ها و استعداد های مختلف موجود در کشور در زمینه گردشگری خلاق به مخاطبان خارجی
- آموزش های ویژه به گروه ها و افراد علاقمند به فعالیت در زمینه گردشگری در هنرستان های فنی حرفه ای و واحدهای دانشگاهی
- تعیین متولیان و مسئولان اجرایی در سطح سازمان های میراث فرهنگی و گردشگری شهرها و استان ها در خصوص رسیدگی به مشکلات عوامل اجرایی گردشگری خلاق در کشور
- حمایت های قانونی و مالی از سرمایه گذاران گردشگری خلاق

13

منابع:

- دانایی فرد، حسن و اسلامی، آذر، ۱۳۸۹، کاربرد نظریه داده بنیاد در عمل؛ ساخت نظریه بی تفاوتی سازمانی ، انتشارات دانشگاه امام صادق ، تهران ، چاپ اول، ص ۱۱۲.
- شیران جنگ، پریسا و عباسی اسفجیر و علی اصغر و رحمانی فیروزجاه، علی ، بررسی رابطه بین شاخص های سرمایه اجتماعی و فرهنگی با توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: شهرهای محمود آباد، نور، رویان)، پژوهش اجتماعی پاییز ۱۳۹۸ - شماره ۴۴ رتبه C، دانشگاه آزاد ، 29 صفحه - از ۹۹ تا ۱۲۷ .
- قاصدی،مرضیه، ۱۳۹۷، بررسی تمایل گردشگران به تجربه گردشگری خلاق در تهران و عوامل موثر بر آن؛ پایان نامه کارشناسی ارشد استاد راهنما مریم نجار نهانندی، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی، رشته برنامه ریزی گردشگری.
- گلی گرمستانی، زهرا و عرفانی جوان فکر، سیده زهرا، بررسی دیدگاه های توسعه ی گردشگری در نواحی روستایی، همایش ملی جایگاه علوم گردشگری در آمایش سرزمین و توسعه منطقه ای با تاکید بر استان گلستان، گرگان، ۱۳۹۷.
- مشکینی، ابوالفضل؛ بهنام مرشدی، حسن و مجتبی برغمدی، تحلیل و سطح بندی فضایی محورهای گردشگری روزانه ی استان تهران بر مبنای خدمات و تسهیلات گردشگری، برنامه ریزی و آمایش فضا، ۱۳۹۹، شماره (۲) ۲۲.
- موسوی، سید علی و بیگ محمدی، حسن و صرامی، حسین، تحلیلی بر نقش گردشگران خلاق فرهنگی در جذب گردشگران، مطالعه موردی؛ شهر اصفهان، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی ، سال دهم ، شماره سی و هفت ، ۱۴۰۰، ۷۸-۶۱.

Creswell, J. W. (2005), Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research (2nd edition).

Pratt, A. C. 2014. *Cities: The cultural dimension*. Foresight, Government Office for Science.

Hornig, J.S., Tsai, C.Y. and Chung, Y.C. (2016b). Measuring practitioners' creativity in the Taiwanese tourism and hospitality industry Thinking Skills and Creativity, No. 19: 269-278.



Archive of SID

4th National Conference on Management & Tourism Industry

12 February 2023 - Tehran

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و صنعت گردشگری

۲۳ بهمن ۱۴۰۱ - تهران

