

Research Paper

The Role of Start-ups in the Development of Artistic Ecology in the Villages of the Central Part of Lahijan (Based on the Modified Cultural Diamond Approach of Victoria D. Alexander)

*Seyyed Asadullah Jabari¹

1. MSc., Department of Art, Faculty of Art and Architecture, Gilan University, Rasht, Iran.



Citation: Jabari, S.A. (2023). [The Role of Start-ups in the Development of Artistic Ecology in the Villages of the Central Part of Lahijan (Based on the Modified Cultural Diamond Approach of Victoria D. Alexander) (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 14(3), 570-583, <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2023.356874.1828>

doi: <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2023.356874.1828>

Received: 17 Mar. 2023

Accepted: 07 Sep. 2023

ABSTRACT

In recent years, start-up companies have played an important role in the development of ecotourism and, ultimately, a sustainable economy. Gilan; Especially Lahijan city, which is known as the bride of Gilan, with the attraction of the pool, mountain, forest and green fields of tea and rice, clay soil, wooden architecture, delicious local food, local music, handicrafts, etc. plays an important role in attracting Bombardans. In the present essay, from the perspective of the cultural diamond metaphor, adapted from Victoria D. Alexander (1959), a sociologist of University of London, England, it is tried to the chain relationships of elements such as distributors in the four axes of creation. consumer, society, and art with a focus on the sustainable development of eight rural points in the central part of Lahijan, namely: Sustan, Bijarbagh, Ahandan, Sarcheshme, Satal Sar, Lialman, Sheikhanbar and Ahandan; This research tries to use Alexander's modified cultural diamond theory with the field method and using library and electronic resources to investigate the economic development factors of the villages in the central part of Lahijan. Based on the findings of the research, the villagers of this region have been able to play an important role in the cultural transfer of the ecosystem with the help of start-ups, building and renting creative and leveled and almost cheap residences, along with agriculture and tea cultivation, which are supported by government financial support and marketing. Most of this will strengthen the cultural-economic flow.

Key words:

Cultural diamond, Ecology, Village, Victoria D. Alexander, Art

Copyright © 2023, Journal of Rural Research. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages, provided the original work is properly cited.

Extended Abstract**1. Introduction**

In recent years, start-up companies have played an important role in the development of ecotourism and, ultimately, a

sustainable economy. Gilan State; Especially Lahijan city, which is known as the bride of Gilan State, with the attraction of the pool, mountain, forest and green fields of tea and rice, clay soil, wooden architecture, delicious local food, local music, handicrafts, etc. plays an important role in attracting tourists. has it. If we consider every production as a chain content that takes a cultural form

*** Corresponding Author:**

Seyyed Asadullah Jabari

Address: Department of Art, Faculty of Art and Architecture, Gilan University, Rasht, Iran.

Tel: +98 (911) 5474429

E-mail: Asadolahjabari@gmail.com

from the producer, we must believe in the type of chain relationships between the elements such as producer, consumer, society and art itself. In social sciences, there is a point of view based on the cultural diamond metaphor. In the meantime, factors such as the expansion of sea, land and air transportation lines between different rural and urban areas of the world, as well as the formation and expansion of tourism service delivery time are among the major factors for the development of rural tourism.

2. Methodology

This research tried to use Alexander's modified cultural diamond theory with the field method and using library and electronic resources to investigate the economic development factors of the villages in the central part of Lahijan city.

3. Results

Based on the findings of the research, the villagers of the central part of Lahijan city have been able to play an important role in the cultural transition of the ecosystem with the help of start-ups, building and renting creative and leveled and almost cheap residences, along with agriculture and tea cultivation, which the financial support of the government and More marketing will strengthen this cultural-economic flow.

4. Discussion

Native tourism plan, which is also called ecotourism or nature tourism, is a curious and responsible trip that aims to enjoy nature, create employment for local natives, build facilities compatible with the environment, educate the host community and partner with them; such as living with nomads, exploring caves, mines, forests, beaches, mountainous and snowy areas, deserts, etc. In recent years, the ecotourism plan has been implemented with government financial support to rural families, including Gilan State province, in the form of quick-return plans. In this essay, we tried to use the modified cultural diamond model theory of Victoria D. Alexander, Professor of Sociology and Art Management at Harvard University, England, should be used to explain the role of art tourism on sustainable rural development. In this model, the multifaceted relationship between society, art, the artist, and the audience of the work is referred to by distribution in a new way, and their common point is the idea or the main metaphor that art affects society. Considering the diverse dimensions of each corner in the axis of broadcasters, which are startup companies here, they can help to connect each axis (producer, consumer, art and society).

5. Conclusion

The results of the investigations in this article showed that tourism is a science and start-up owners should familiarize themselves with the scientific principles of the tourism industry by reading books on ecotourism and tourism, hotel management, and guiding the owners of accommodations. Do what is necessary. Studying the start-up method of other provinces of the country, such as using the capacity of native architecture, handicrafts at the entrance of residences, playing local music, and holding a food festival and local textiles, can increase the popularity and traffic of less-seen villages. Based on the comparison made between the central villages of Lahijan city, the villages that rent residences with electronic tourism have been more prosperous. Like Jajigah City, Alibaba, and Flamingo, on the one hand, they solve the problem of wandering, not finding accommodations that suit the financial status or diverse tastes of tourists, and on the other hand, the possibility of advertising to find tourists that are appropriate to the level of interest in accommodations and the amount of the travel budget. It should also be facilitated, which in general, while preserving the native and local values of the tribes in the villages, will lead to the growth of sustainable employment, prevent the migration of villagers to the big cities, and create a suitable platform for the realization of reverse migration to the villages, which certainly has a role to play in this. The government's support for the economy of such businesses will be doubly important.

Acknowledgments

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declared no conflicts of interest

نقش استارت‌آپ در توسعه بوم‌گردی هنری روستاهای بخش مرکزی لاهیجان (با تکیه بر رویکرد الماس فرهنگی تعدیل‌شده ویکتوریا.دی. الکساندر)

* سید اسدالله جباری^۱

۱- کارشناس ارشد، گروه هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

حکیده

تاریخ دریافت: ۲۶ اسفند ۱۴۰۱
تاریخ پذیرش: ۱۶ شهریور ۱۴۰۲

در سال‌های اخیر شرکت‌های استارت‌آپ نقش مهمی در توسعه بوم‌گردی و در نهایت اقتصاد پایدار داشته‌اند. استان گیلان؛ به‌ویژه شهرستان لاهیجان که به عروس گیلان معروف است، با جاذبه استخر، کوه، جنگل و مزارع سبز چای و برنج، خاک رس، معماری چوبی، غذاهای خوش‌طعم محلی، موسیقی محلی، صنایع دستی و... نقش مهمی در جذب بوم‌گردان دارد که در جستار حاضر سعی شده از منظر دیدگاه استعاری الماس فرهنگی تعدیل‌شده از ویکتوریا.دی. الکساندر (۱۹۵۹-)، جامعه‌شناس دانشگاه لندن انگلیس، به روابط زنجیره‌وار ارکانی مثل توزیع‌کنندگان در چهار محور پدیدآورنده، مصرف‌کننده، جامعه، هنر با تمرکز بر توسعه پایدار هشت نقطه روستایی بخش مرکزی لاهیجان به نام‌های: سوسان، بیجارباغ، آهندان، سرچشمه، سطل سر، لیالمان، شیخانبر و آهندان پرداخته شود؛ این پژوهش می‌کوشد با روش میدانی و بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و الکترونیک از نظریه الماس فرهنگی تعدیل‌شده الکساندر برای بررسی عوامل توسعه اقتصادی روستاهای بخش مرکزی لاهیجان استفاده نماید. بر اساس یافته‌های پژوهش، روستائیان این منطقه با کمک استارت‌آپ، ساخت و اجاره دادن اقامتگاه‌های خلاقانه و سطح‌بندی شده و تقریباً ارزان توانسته‌اند در کنار زراعت و چای‌کاری نقش مهمی در انتقال فرهنگی زیست‌بوم ایفا کنند که حمایت‌های مالی دولتی و بازاریابی بیشتر این جریان فرهنگی - اقتصادی را تقویت خواهد نمود.

کلیدواژه‌ها:

الماس فرهنگی، بوم‌گردی، روستا، ویکتوریا.دی. الکساندر، هنر

مقدمه

عرف به‌عنوان ده، آبادی، دهکده یا قریه نامیده می‌شود (Papli, Yazdi & Ebrahimi, 2012: 22). لافورژ^۱ نیز در این مورد می‌نویسد: روستا «جمعیت کمتر از ۲۰۰۰ یا ۵۰۰۰ نفر با انواع مناسب‌ها و پیوستگی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی خاص هر محیط دارد که یک برتری و فزونی در بهره‌برداری کشاورزی، دامداری و جنگل‌کاری یا یک کمبود و ضعف شدید امکانات و تأسیسات رفاهی در آن مشاهده می‌شود» (Motiei Langroudi, 2012: 31). روستا را می‌توان نمادی از کار و تولید محتوای کشاورزی دانست که چرخه اقتصادی جامعه با فراوری محصولاتش به حرکت درمی‌آید.

بوم که همان خانه در موقعیت روستایی است، به اقامتگاه‌هایی گفته می‌شود که در موقعیت جغرافیایی روستاها با بافتی خاص واقع شده‌اند و بوم‌گردان روستایی به همراه خانواده روستایی و یا فقط خانواده خود در آن اقامت نموده و از شرایط و همچنین

ایران کشوری با جاذبه‌های فراوان است که غنای جاذبه‌ها در ایران موجب شده آن را «جهانی در یک مرز» بنامند. جاذبه‌های ایران آن قدر متنوع است که تقریباً برای هر سلیقه‌ای انگیزه کافی برای سفر به این کشور را به وجود می‌آورد (Nasirizadeh & Tutchi, 2004: 214). در این میان، استان گیلان از استان‌های گردشگر پذیر و بکر کشور محسوب می‌شود که ظرفیت بالایی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد؛ در سال‌های اخیر، طرح بوم‌گردی با حمایت‌های مالی دولتی به خانواده‌های روستایی از جمله استان گیلان در قالب طرح‌های زودبازده، اجرایی شده است که شهرستان لاهیجان از این ظرفیت مستثنا نیست. روستا مبدأ تقسیمات کشوری است که از لحاظ زیستی همگن بوده، اکثریت ساکنان واقعی آن به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به یکی از فعالیت‌های زراعی، دامداری، باغداری و به‌طور اعم صنایع دستی، صید یا ترکیبی از این فعالیت‌ها اشتغال داشته باشند. روستا، در

1. Laforejeh

* نویسنده مسئول:

سید اسدالله جباری

نشانی: رشت، دانشگاه گیلان، دانشکده هنر و معماری، گروه هنر.

تلفن: ۵۴۷۴۴۲۹ (۹۱۱) ۹۸+

پست الکترونیکی: Asadolahjabari@gmail.com

بازتاب می‌دهد، اما به طریقی پیچیده» (Alexander, 2015: 71)؛ در رویکرد شکل‌دهی، همانند رویکرد بازتاب، رابطه بین هنر و جامعه را همچون خطی ساده و مستقیم بیان می‌کند، اما جهت پیکان علیت، جهت تأثیر بین آثار هنری و جامعه را به گونه‌ای وارونه می‌کند که هنر در مقام تأثیرگذار بر جامعه تلقی می‌شود نه برعکس و در اغلب موارد به تأثیرات منفی هنر بر جامعه نظر دارد.

ویکتوریا دی. الکساندر، استاد جامعه‌شناسی و مدیریت هنر در مؤسسه کارآفرینی خلاق و هنری دانشگاه لندن انگلستان، در نقد دو رویکرد مذکور، اساس کار جامعه‌شناختی خود را مدل الماس فرهنگی قرار داده است و استعاره‌ای به نام الماس فرهنگی تعدیل‌شده مطرح کرد که تا پیش از الماس فرهنگی، رویکرد «بازتاب و شکل‌دهی» مطرح بود. الکساندر، رابطه چندوجهی میان جامعه، هنر، هنرمند و مخاطب اثر را با توزیع به شکلی نو مطرح کرد؛ زیرا «رویکرد بازتاب بر این ایده استوار است که هنر همواره چیزی درباره جامعه به ما می‌گوید و رویکرد شکل‌دهی دربرگیرنده طیف گسترده‌ای از نظریه‌ها است که وجه مشترک آن‌ها این عقیده یا استعاره اصلی است که هنر بر جامعه تأثیر می‌گذارد» (Alexander, 2015: 84). الکساندر، این دو رویکرد را مورد بررسی و نقد قرار داد و در تکمیل رویکردها، الماس فرهنگی خود را به عرصه جامعه‌شناسی ارائه نمود که مورد استقبال جامعه شناسان نیز قرار گرفت. بر اساس الماس فرهنگی الکساندر، او رابطه سطحی و ساده‌انگارانه میان جامعه و هنر تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و میانجی‌ها جامعه هنری را رد می‌کند و درک کامل‌تری از رابطه هر اثر فرهنگی با جهان اجتماعی آن اثر که مخاطبین خاصش را تشکیل می‌دهند، دنبال می‌نماید. در الماس فرهنگی تعدیل‌شده الکساندر، این وظیفه بر دوش توزیع‌کننده نهاده شده است.

مروری بر ادبیات موضوع

بر اساس رویکرد ویکتوریا دی. الکساندر، شرکت‌های استارت‌آپ^۵ در مرکز محور، نقش توزیع‌کننده‌ها را بر عهده دارند. نکته‌ای که در این میان موجب طرح نگارش این مقاله شده آن است که چه میزان از روستائینی که مبادرت به ایجاد و احداث فضاهای بوم‌گردی در روستاهای بخش مرکزی لاهیجان کرده‌اند، برای توسعه اقتصادی و کسب سود فعالیت خود از شرکت‌های استارت‌آپ که در پی تبدیل یک ایده خام به پروژه‌ای با هدف تولید یک محصول یا ارائه خدمات به شیوه پردرآمد است، بهره می‌گیرند؟ همچنین، چه میزان استارت‌آپ‌ها که نقش اطلاع‌رسانی و جذب گردشگران را بر عهده دارند، برای گردشگران موجبات رضایت از هزینه و خدمات و برای صاحبان بوم توسعه اقتصاد پایدار را فراهم نموده‌اند؟

غذاهای محلی آن استفاده می‌کنند که این استقرار کوتاه، منجر به آشنایی ملموس آن‌ها با ابعاد پنهان ولی جذاب روستایی می‌شود.

مهم‌ترین ویژگی و شاخصه اصلی جمعیت روستائینان اشتغال آنان به کشاورزی، باغداری، دامداری، معدن و... است که از این میان، کشاورزی شغل و هویت اصلی روستائیان است. با افزایش جمعیت و فشار بر مناطق شهری، توسعه روستایی و انتقال تکنولوژی می‌تواند به اقتصاد استان‌ها و کشور کمک نماید.

بر همه مبرهن است که زنجیره تولید، توزیع و مصرف هر محتوایی اگر از ساختاری منسجم و دقیق برخوردار نباشد، نمی‌تواند بقای خود را تضمین نماید و از گردونه زیست خود خارج خواهد شد. اگر هر تولیدی را به‌مانند محتوایی زنجیره‌وار بدانیم که قالبی فرهنگی را از تولیدکننده در بردارد، باید به نوع روابط زنجیره‌وار ارکانی مثل تولیدکننده، مصرف‌کننده، جامعه و خود هنر معتقد باشیم. در علوم اجتماعی دیدگاهی وجود دارد که بر محور استعاره الماس فرهنگی^۲ بنا شده است و معتقد است: «کنش هنرمندان هیچ‌گاه در انزوا انجام نمی‌گیرد و همواره خلق هنر با شرایط اجتماعی ارتباط متقابل دارد» (Tanner, 2015: 60 & در این میان، عواملی مثل: «گسترش خطوط حمل‌ونقل دریایی، زمینی و هوایی مابین مناطق مختلف روستایی و شهری جهان و همچنین شکل‌گیری و گسترش زمان ارائه خدمات گردشگری^۳ از عوامل عمده برای رونق گردشگری روستایی به شمار می‌آید» (Amir Azodi et al., 2006: 11). برای نمونه در برخی کشورها مثل آمریکا برای توسعه اقتصاد روستائیان صنعتی را به نام گردشگری ارائه و حمایت نمودند.

طرح گردشگری بوم‌گردی^۴ که به آن اکوتوریسم یا طبیعت‌گردی نیز می‌گویند، سفری کنجکاوانه و مسئولانه است که با هدف لذت بردن از طبیعت، ایجاد اشتغال برای بومیان محلی، ساخت امکانات سازگار با محیط، آموزش به جامعه میزبان و مشارکت با آنان است؛ مثل زندگی با عشایر، گشت‌وگذار در غارها، معدن، جنگل‌ها، سواحل، مناطق کوهستانی و برفی، بیابانی و... .

اهمیت شناخت جامعه هدف و تولید محتوا آن چنان مهم است که هدف از جامعه‌شناسی اثر هنری، ابتدا تحلیل اثر برای یافتن معانی آشکار و پنهان آن و در مرحله بعد ربط یافتن معانی آشکار و پنهان و سپس ربط دادن این معانی به ساخت جامعه معاصر اثر است. در این رویکرد، شناخت جامعه معانی اثر هنری می‌تواند به شناخت محتوای اجتماعی موجود در سطوح مختلف کلان، میانی و خرد جامعه کمک نماید» (Rawdrad, 2016: 92). در اغلب تحلیل‌های جامعه‌شناسی هنر، عموماً گرایش به دورویکرد بازتاب و شکل‌دهی بوده است: بر مبنای رویکرد بازتاب «هنر، جامعه را

5. Victoria D. Alexander

6. Startup

2. Cultural Diamond

3. Tourism

4. Ecotourism

ویل^۹ (۲۰۱۵) با تألیف کتاب «روش تحقیق در جهانگردی و هتل داری یک راهنمای کاربردی»، ترجمه فرید جواهرزاده و همکاران، کوشیده تجربیات هتل داری خود در کشور انگلستان را در اختیار دانشجویان رشته‌های جهانگردی و هتل داری (مقاطع مختلف تحصیلی)، مدیران، سرپرستان، کارکنان و نیز مشاوران قرار دهد. این کتاب از گام‌های آغازین برای روش تحقیق در جهانگردی و هتل داری است.

زاویه و مرادی (۲۰۱۶) با مقاله «مطالعه فلزکاری سلجوقی با تکیه بر رویکرد ویکتوریا دی. الکساندر» به چگونگی روند تولید، نظام صنفی جامعه و جایگاه فلزکاران با رویکرد الماس فرهنگی تعدیل شده نظر داشته و نقش توزیع کنندگان هنر سلجوقی را در آن برهه تاریخی بیش از پیش برجسته و مستند نمودند.

آلتیانی و پارسکواس^{۱۰} (۲۰۰۶) در کتاب روش تحقیق در گردشگری و هتل داری، ترجمه صادق صالحی و همکاران، در یازده فصل کوشیده‌اند با روش استدلالی و میدانی سؤالات تحقیق مناسبی برای گردشگر در طول سفر تدوین کنند که راهنمای خوانندگان خواهد بود. هدف این کتاب ارائه مهارت‌های لازم هنگام مطالعه علمی و راهبردی است. نتیجه این کار این است که گردشگر در طول سفر از پس مشکلات دنیای واقعی برمی‌آید و حاصل پژوهش خود را در قالب داده‌های تحقیق و یک مقاله علمی یا کتاب ارائه می‌دهد.

الکساندر^{۱۱} (۲۰۱۵) در کتاب «جامعه‌شناسی هنرها: شرحی بر اشکال زیبا و مردم‌پسند هنرها»، به اشکال زیبا و مردم‌پسند هنر پرداخته که استعاره الماس فرهنگی را در نقد رویکرد بازتاب و رویکرد دریافت مطرح نموده است.

خوش نیت (۲۰۱۲) در مقاله «بررسی مفهوم و ماهیت گردشگری الکترونیکی و توسعه پایدار» بیان داشته کشور ایران به لحاظ برخورداری از منابع غنی فرهنگی، هنری، تاریخی و اقلیمی پتانسیل‌های بسیاری را در زمینه جذب گردشگر و توریسم دارد که می‌توان با برنامه‌ریزی‌های هدفمند و معرفی مناسب ظرفیت‌های موجود در کشور و معرفی قابلیت‌های توریستی، زمینه‌های اموری همچون ایجاد اشتغال افراد و شکوفایی اقتصادی را فراهم نمود. این مقاله ضمن پرداختن به مفهوم و ماهیت گردشگری الکترونیکی و بررسی اهمیت آن، ابعاد این نوع گردشگری را مورد تأکید قرار می‌دهد. یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که ایران با توجه به پتانسیل‌های فراوان گردشگری و امکانات بی‌شمار تکنیکی، فنی و نیروی انسانی باید بهترین بهره را از توسعه گردشگری به ویژه گردشگری الکترونیکی برای توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی ببرد.

در این جستار سعی شده از نظریه مدل الماس فرهنگی تعدیل شده ویکتوریا دی. الکساندر برای تبیین نقش بوم‌گردی هنری بر توسعه پایدار روستایی استفاده شود. در این مدل به رابطه چندوجهی میان جامعه، هنر، هنرمند و مخاطب اثر با توزیع به شکلی نو اشاره می‌شود که وجه مشترک آن‌ها این عقیده یا استعاره اصلی است که هنر بر جامعه تأثیر می‌گذارد. هدف از این پژوهش، برجسته‌سازی نقش استارت‌آپ‌ها و عوامل توزیع کننده در دستیابی به اقتصاد پایدار^۷ و کارآفرینی^۸ در یک نمونه کوچک؛ یعنی هشت روستای گردشگری پذیر بخش مرکزی لاهیجان است که در کنار کشاورزی و باغداری نقش مهمی در کسب درآمد و انتقال فرهنگ گیلان دارند.

تا پیش از این جستار، کتاب، مقاله و رساله با تکیه بر نظریه الماس فرهنگی به نگارش درآمده که غالباً موضوعی را در ساختار محورهای پنج‌گانه الماس فرهنگی تحلیل نموده‌اند که عبارت‌اند از:

یاوری و همکاران (۲۰۱۹) در مقاله «تبیین جامعه‌شناختی یادگاری بافی در قالی‌های عشایری و روستایی ایرانی در کرمانشاه با محور الماس فرهنگی» ضمن توجه به تغییرات پایگاه اجتماعی بافندگان، به بررسی روند تولید و مصرف قالی به نام «یادگاری بافی» در نظام سنتی تاکنون برای رسیدن به خودکفایی نظر دارد.

میرزائی (۲۰۱۷) در مقاله «زمینه‌های پژوهشی هنرهای صناعی ایران از منظر جامعه‌شناسی هنر (مطالعه موردی: قالی)»، به مطالعه و تحلیل بافت و عرضه قالی بر اساس نظریه الماس فرهنگی پرداخته است.

حسینی کهنمویی (۲۰۱۷) با مقاله «پرونده خوانش‌های جدید جامعه‌شناسی به مثابه الگوهای وسوسه‌انگیز جامعه هنری»، شکل طراحی شده در نظام الماس فرهنگی را تنظیم کننده بر میزان و مقدار شدت و ضعف این ارتباط، مؤثر می‌داند که این نوع شاخصه در الماس ساده وجود نداشته و معتقد است که آن الماس ایجاد یک سطحی میان خلاقیت و توزیع هنری است که در الماس فرهنگی تعدیل کننده چنین نیست و از شرایط خوبی برخوردار است.

ارغا و همکاران (۲۰۱۶) در مقاله مشترک «نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری شهر ایلام» با روش توصیفی - پیمایشی از نوع کاربردی و پخش پرسش‌نامه بین ۴۱۳ نفر با تحلیل آماری نرم‌افزار SPSS دریافتند عوامل اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی - محیطی و فردی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری شهر ایلام تأثیر مثبت و معناداری داشته است.

9. Will

10. Altiani & Parsquas

11. Alexander

7. Sustainable economy

8. Entrepreneurship

روبرو هستند (Zangiabadi et al., 2007: 134). گردشگری به دو نوع داخلی و بین‌المللی تقسیم می‌شود و با توجه به ماهیت سفر و انگیزه مسافران به انواعی تقسیم می‌گردد که در تصویر شماره ۱ ترسیم شده است.

در بین انواع گردشگری در نمودار بالا، گردشگری تاریخی قدیمی‌ترین و گردشگری الکترونیک که با استفاده از اینترنت در پی کاهش هزینه‌های سفر است، جدیدتر است که می‌تواند امکان رزرو اقامتگاه، معرفی جاذبه‌های گردشگری، تهیه سوغاتی‌ها و... آن منطقه را با حداقل هزینه فراهم سازد.

گردشگری هنری یا هنرگردی زیرمجموعه گردشگری فرهنگی و تاریخی است و می‌تواند محرکی برای سفر بوم‌گردان باشد و شامل بازدید از تولیدات هنری در نمایشگاه‌های نقاشی، عکس، صنایع‌دستی، موزه‌ها، نگارخانه‌ها، حضور در کنفرانس‌ها، سمپوزیوم‌ها، کنگره‌ها، جشنواره‌های فصلی و آیینی، فستیوال‌های هنری، دیدن شاهکارهای هنری در سالن‌های اپرا، تئاتر و موسیقی است. گردشگری هنری، صنعتی بدون دود است که نقش مهمی در تولید ناخالص ملی، ارزآوری دارد و بر اساس آمار ده سال اخیر، کشورهایی چون ایتالیا، اسپانیا، انگلستان، کانادا، فرانسه، اسپانیا، ایالات متحده آمریکا، آلمان، مکزیک و سوئیس بیشترین گردشگر بین‌المللی را در کشورمان داشته‌اند و در مقابل کشورهایی چون یونان، چین، مالزی و هند توریست بین‌المللی زیادی دارند که نشان از ارتباط مستقیم آثار تاریخی و جاذبه‌های زیست‌محیطی در جذب گردشگران خارجی دارد که با برنامه‌ریزی درست می‌تواند هنرهای صناعی هر منطقه را مورد بازدید گردشگران قرار داد (Perpinchi et al., 2016: 9)؛ زیرا عموماً گردشگران چه داخلی و چه خارجی با خرید سوغات به‌عنوان نمادی از هویت همان کشور یا مکان به تکمیل سفر خود می‌پردازند و به‌نوعی اشتغالات ذهنی گردشگران از همان آغاز تا پایان سفر است و چه‌بسا همین صنایع‌دستی برایشان جاذبه‌ای فراتر از آثار باستانی و تاریخی ایجاد کند. بنابراین تمهیدات لازم برای بازدید از مجتمع‌های تولیدی، نمایشگاهی و فروشگاه‌های صنایع‌دستی باید در برنامه کار تورهایی گردشگری قرار گیرد؛ البته زیبایی نگاره‌ها، دادن رنگ و لعاب بومی و محلی به صنایع‌دستی برای حفظ هویت فرهنگی، افزایش کیفیت و دوام محصولات صناعی، بسته‌بندی مناسب و قابل حمل و یا تمهید تسهیلاتی برای پست سوغاتی‌ها و ارائه خدمات مناسب بیمه، حمل‌ونقل، و تحویل به‌موقع برای ارسال صنایع‌دستی، اجازه تصویربرداری و ضبط موسیقی محلی، برگزاری نمایشگاه‌های سالانه یا فصلی با هدف جذب بوم‌گردان داخلی و خارجی برای بازدید و خرید صنایع‌دستی، گویای مناطق مورد بازدید خواهد بود. در کنار معماری سنتی، صنایع‌دستی و جاذبه‌های زیست‌محیطی، موسیقی محلی نیز می‌تواند کانون توجه بوم‌گردان باشد که موسیقیدانان محلی با پوشش خاص همان اقلیم، به انتقال فرهنگ، احساسات و عواطف اصیل مردم

سید موسوی (۲۰۱۵) «نقش هنر و آثار هنری بر توسعه و رونق گردشگری (مطالعه موردی: صنایع‌دستی و هنرهای تجسمی)» که به تعامل دوسویه اقتصاد و هنر و درآمدهای حاصل از فروش آثار هنری را بر تولید ناخالص ملی، مبادلات خارجی، تعادل بازار و... تأکید کرده است.

پربینچی و همکاران (۲۰۱۶) در مقاله مشترک «نقش موسیقی محلی در جذب گردشگر (نمونه موردی: موسیقی محلی کرمانی)» در اولین همایش ملی توریسم و گردشگری سبز در ایران به اهمیت موسیقی اصیل و محلی در جذب گردشگران با هدف جلوگیری از نابودی و فراموشی این میراث شفاهی فرهنگی در استان کرمان پرداختند.

عرب (۲۰۱۳) «بررسی و مطالعه تأثیر هنر - صنعت گردشگری بر رشد و توسعه اقتصادی در ایران و کشورهای OECD در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۳»، با استفاده از داده‌های آماری از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۳ برای بررسی میزان و چگونگی ارتباط گردشگری با توسعه اقتصادی دریافته در ایران گردشگری تأثیر چندانی بر رشد اقتصادی نداشته و بیشتر اقتصاد ایران متکی به نفت خام بوده است، اما در عوض گردشگری برای کشورهای عضو OECD که سی و پنج کشور هستند، درآمدهای خوبی در تولید ناخالص ملی کشورشان داشته است.

در پژوهش‌های پیشین بیشتر به گردشگری هنری نظر داشته‌اند، اما در جستار حاضر سعی شده به بوم‌گردی الکترونیک به‌عنوان ابزار جدید از توسعه اقتصاد روستاهای بخش مرکزی گیلان توجه ویژه شود.

روش‌شناسی تحقیق

باتوجه به ابعاد متنوع الماس فرهنگی تعدیل‌شده که به‌طور منسجم ارتباط ۴ محور (تولیدکننده، مصرف‌کننده، هنر و جامعه) نظر دارد، جستار حاضر کوشیده از بین ۱۱۸ روستای بخش مرکزی لاهیجان، تنها هشت روستا (سوستان، بیجارباغ، آهندان، سرچشمه، سطل سر، لیالمان، شیخانبر و آهندان) که بیشترین اقامتگاه بومی گردشگری را داشته‌اند، با روش توصیفی - میدانی و گردآوری اطلاعات از طریق منابع کتابخانه‌ای و الکترونیک بر محور رویکرد الماس فرهنگی تعدیل‌شده الکساندر بررسی نماید.

یافته‌ها

ارتباط متقابل اکوتوریسم روستایی و گردشگری هنری^{۱۲}

گردشگری فعالیتی نقدینه ساز و درآمدزا است که با توزیع مجدد و به جریان انداختن بیشتر و سریع‌تر پول و ایجاد اشتغال، راه علاج بسیاری از جوامع روستایی است که با مشکلات اقتصادی

• روستای سوستان: در جنوب غربی شهر لاهیجان و در پای کوه قرار دارد گردشگری در این روستا از حدود سال ۱۳۸۲ رونق فراوانی به خود گرفته است. وجود تالاب زیبا یکی از دلایل جذب گردشگران به این منطقه بوده است؛

• روستای سطل سر: از روستاهای لیل محسوب می‌شود که جزو بخش مرکزی لاهیجان محسوب می‌شود که مملو از چشم‌اندازهایی از باغ‌های چای، نارنج و ترنج است؛

• روستای سرچشمه: این روستا در دامنه عطاکوه لاهیجان و در بالاترین نقطه شهرستان لاهیجان با منظره‌ای فوق‌العاده زیبا قرار گرفته است؛

• روستای بیجار باغ: از جمله مناظر زیبای این روستا که گردشگران زیادی را به سمت خود جلب می‌کند، کوه آقا محمدخان است؛

• روستای کتسال: بنای تاریخی با قدمت بیش از پانصد سال که بقعه شیخ سالار لاهیجی در آن وجود دارد؛

• روستای شیخانبر: از نقاط بسیار زیبا و دیدنی و مهم لاهیجان در سه کیلومتری سمت راست جاده لاهیجان به لنگرود برکمرکش کوه پوشیده از درختان است؛

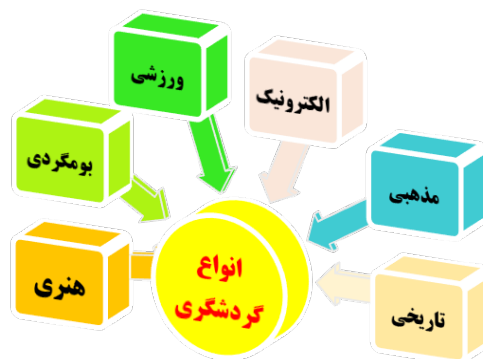
همان منطقه می‌پردازند که در بطن خود می‌تواند مانع نابودی زبان محلی، آداب‌ورسوم و در نهایت هویت فرهنگی آن زیست‌بوم گردد.

ظرفیت‌های بوم‌گردی در روستاهای بخش مرکزی لاهیجان

به دلیل نعمت‌های خدادادی و شرایط مناسب آب و هوایی گیلان؛ به‌ویژه لاهیجان، گردشگران زیادی از داخل و خارج ایران به لاهیجان جذب شده‌اند (تصویر شماره ۲).

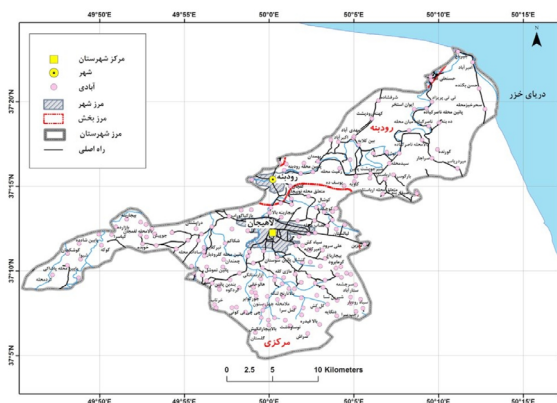
«روستاهای بخش مرکزی لاهیجان در استان گیلان ۱۱۸ روستاست» (Jafari & Hatami, 2017: 198). در دو دهه گذشته با سیاست‌های حمایتی دولت، استقبال روستانشینان و دلایل متعدد دیگر با احداث و یا بازآفرینی منازل روستایی به رونق و رواج گردشگری روستایی که به بوم‌گردی معروف است، پرداختند که از این میان هشت روستای شاخص انتخاب گردیده است که به نسبت دیگر روستاها دارای جاذبه‌های گردشگری بهتر بوده است که عبارت‌اند از:

• روستای لیالستان: در بخش جلگه‌ای لاهیجان و در حفاصل دو شهر لاهیجان و لنگرود قرار دارد که در گذر ایام کلمه (ر) به (ل) حذف به قرینه لفظی گردیده است. «لیارستان به داشتن کدو قلیانی معروف است» (Rabino, 1972: 385)؛



فصلنامه پژوهش‌های روستایی

تصویر ۱. انواع گردشگری. منبع: www.fanpardazan.com



فصلنامه پژوهش‌های روستایی

تصویر ۲. نقشه ظرفیت‌های گردشگری روستاهای شهرستان لاهیجان. منبع: خبرگزاری ایمن، ۱۴۰۲

• روستای آهندان: وجود جنگل، کوه و آبشار ماهی موشه و همچنین رودخانه جاری در آن مناظری زیبا را برای گردشگران به وجود آورده است.

امتیازهای مرتبط با گردشگری و تحولات کالبدی و کارکردی؛ مثل: خدمات اقامتی، خدمات پذیرایی، کیفیت ابنیه و قیمت کل در خدمات جدا از موارد تبلیغات و جذب گردشگر در ابعاد فیزیکی و یا ابزارهای رسانه‌ای بسیار حائز اهمیت است.

استارت‌آپ‌های فعال لاهیجان در حوزه بوم‌گردی

استارت‌آپ‌ها در سال‌های اخیر نقشی پررنگ در جهت توزیع گردشگران و سطوح متنوع کسب‌وکار ایفا کرده‌اند، یقیناً تعدد و ازدیاد لحظه‌به‌لحظه آن‌ها شاید در ظاهر برای محدود شدن شرکت‌ها زنگ خطر باشد، ولی از سویی می‌توان این‌گونه تصور کرد که این ازدیاد از جهت ایجاد رقابت برای رونق محصولات فرهنگی و هنری اقامتگاه‌ها و بنگاه‌های دیگر فعال در این عرضه سودمند بوده و ضمن رونق اقتصاد روستایی، اشتغال پایدار را نیز به همراه دارد. درنهایت با رشد استارت‌آپ‌ها و فراگیر شدن فعالیت‌های اینترنتی، همه استارت‌آپ‌ها برای بقا نیاز به جنگجویی بیشتر و ارائه محصولات باکیفیت‌تر دارند که این امر درنهایت به نفع مشتری است. طبق چشم‌اندازهای برنامه ششم و هفتم توسعه که به ارتقای عوامل مؤثر در توسعه بوم‌گردی روستایی نظر دارد و از سال (۱۳۹۶ تا ۱۴۰۴) را در برمی‌گیرد، رشد و توسعه روستاها نیازمند برنامه‌ریزی و همچنین نظام برنامه‌ریزی جامع و کارآمد است. باوجود سابقه بیش از پنجاه‌ساله برنامه‌ریزی توسعه در کشور، نظام برنامه‌ریزی توسعه ملی و توسعه روستایی دارای نارسایی‌های اساسی است. فقدان برنامه‌ریزی و تهیه برنامه‌های پنج‌ساله توسعه در سطح محلی، عدم وجود رابطه منطقی بین سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی برنامه‌ریزی و حاکمیت تصمیم‌گیری بالا به پایین در این زمینه، حاکمیت برنامه‌ریزی بخشی در ساختار نظام برنامه‌ریزی روستایی، عدم مشارکت مردم و سازمان‌های غیردولتی در برنامه‌ریزی روستایی و همچنین فقدان مدیریت یکپارچه در برنامه‌ریزی و توسعه نواحی روستایی، مهم‌ترین ویژگی‌ها و یا به عبارتی نارسایی‌های نظام برنامه‌ریزی روستایی کشور است. بنابراین، اصلاح نظام برنامه‌ریزی توسعه روستایی ضروری است (Rezvani, 2008: 25).

شرکت‌های استارت‌آپ در سال‌های اخیر با حمایت سازمان پارک‌علم و فن‌آوری در گیلان شروع به کار کرده‌اند، با تکیه بر دانش کسب‌وکار و به کارگیری فنون ثبت معیارهای انگیزشی گردشگران رابط بین تولید محتوای فرهنگی در مکان‌های بوم‌گردی شده‌اند، این شرکت‌ها می‌کوشند با استفاده از توان فیزیکی و همچنین وسعت دامنه فضای مجازی از طریق نرم‌افزارهای پرکاربرد در شرایط ایدئالی را برای گردشگران بر اساس میزان سلاقی و بودجه مالی آنان مهیا نمایند تا از طریق واسطه تعدیل‌شده شرکت که

در حکم محور مرکزی و پخش‌کننده محصول فرهنگی است، با تنظیم و تعدیل شرایط برای تولیدکننده محصول؛ یعنی اجاره دهنده خانه بوم‌گردی، و مصرف‌کننده هدف یا همان گردشگران ضمن رضایتمندی دو محور از جهت لذت بردن از شرایط سفر و رسیدن به اهداف گردشگران در مناطق روستایی، شرایط ایجاد اشتغال پایدار روستایی، عدم مهاجرت به شهرها و ایجاد مسافرت معکوس روستایی را حاصل نمایند که در کنار همه موارد اقتصادی مذکور، شاهد توسعه پایدار روستاهای گیلان با حفظ فرهنگ، آداب و سنت‌ها خواهیم بود. به‌نوعی می‌توان گفت به نسبت ده سال قبل حالا دیگر داشتن یک سفر راحت دیگر رؤیا نیست. وجود بسترهای ارتباطی از طریق اینترنت و رسانه‌های آن و همچنین ایجاد گستره تبلیغات جامع ضمن فرصت اشتغال‌زایی در تمام مناطق، اهداف و رسیدن به مقاصد را نیز سهل و آسان نموده است.

موهبت خداوندی روستاهای گیلان در کنار فرهنگ و هنرهایی که جزء رفتارهای روزمره مردم روستائین است، به همراه تلاش‌های خستگی‌ناپذیر اعضای خانواده روستائینان از جهت تولید محصولات کشاورزی، دامداری و ایجاد طرح اشتغال خانواده در طرح‌های بوم‌گردی که نمادهای اصیل گیلانی‌هاست، در سایه بی‌توجهی به نقطه هدف، شرایط بی‌ثباتی را برای سرمایه‌گذاران این اشتغال رقم‌زده است که در دوران شیوع ویروس کرونا در سراسر جهان و به طبع آن در کشور ایران، ارتباط هر اقامتگاه که به تعبیری جزیره‌هایی مجزا بود با گردشگران قطع شد که این خلأ بزرگ ضربات جبران‌ناپذیری را به خانواده‌های فعال در مشاغل بوم‌گردی وارد آورد. در اینجا تنها به موفق‌ترین استارت‌آپ‌هایی که حلقه مفقوده در رویکرد الماس فرهنگی الکساندر هستند، اشاره می‌شود:

جاجیگاه: استارت‌آپی اینترنتی - فیزیکی است که توسط بابک سهرابی با شعار: «همه‌جا مثل خونه خودته» با رزرو آنلاین اقامتگاه در شهرستان لاهیجان از سال ۱۳۹۴ تاکنون توانسته با دانش و بینش و کسب تجربه کافی برای جذب گردشگر شهرستانی، استانی، کشوری و گاه فرامرزی اقدام نماید. کاری که بوم‌گردان به خاطر عدم دسترسی راحت به صاحبان اقامتگاه‌ها یا عدم بودجه کافی و یا نوع لذتشان مقاصد گردشگری را پیدا نمی‌کردند (Sajjadi, 2022)؛

علی بابا: این شرکت اینترنتی توسط مجید حسینی نژاد در سال ۱۳۸۹ دایر شد تا برای افرادی که در نوع و مقاصد سفرهایشان مردد و سردرگم بودند، راهنمایی مطمئن و ارزان باشد. او با راه‌اندازی وب‌سایت علی‌بابا در سال ۱۳۹۳ رسماً فعالیت اینترنتی خود را شروع کرد و مسئولیت واسطه میان مناطق و اماکن گردشگری و بوم‌گردی را برای مسافران و تبلیغات برای صاحبان اقامتگاه‌ها فراهم آورد که می‌توان گفت حسینی نژاد با بیش از ده سال سابقه بازرگانی و پنج سال سابقه کار تولیدی در رساندن

فعال‌تر بوده و با استقبال بیشتری از گردشگران مواجه شده‌اند؛ البته تالاب نیلوفر آبی سوستان و نزدیکی آن به بخش شهری هم منجر به ساخت بیشترین اقامتگاه نوساز در این نقطه شده؛ در عوض، روستاهای بیجارباغ، آهندان و لیالستان با داشتن بافت سنتی و عدم فعالیت استارت‌آپ‌ها در وضعیت مطلوب گردشگری قرار نگرفته‌اند. بنابراین، بین جاذبه‌های گردشگری، نوساز بودن اقامتگاه با فعالیت استارت‌آپ‌ها یک ارتباط زنجیره‌وار وجود دارد که حلقه واسط همه این‌ها واحدهای توزیع‌کننده خدمات؛ یعنی استارت‌آپ‌ها قرار دارند که می‌توانند نقش مهمی در بازاریابی و معرفی نقاط گردشگر پذیر برای انتقال فرهنگ ایفا نمایند.

کاربست الماس فرهنگی تعدیل‌کننده الکساندر در بوم‌گردی

«گردشگری روستایی می‌تواند در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی، تنوع‌بخشی اقتصادی و رشد آن، خلق فرصت‌های شغلی، حل معضل بیکاری، ارتقای استانداردهای زندگی از طریق تأمین خدمات اجتماعی و پر کردن شکاف بین نواحی شهری و روستایی در زمینه‌های مختلف و کاهش مهاجرت روستایی به کلان‌شهرها نقش عمده‌ای داشته باشد» (Mahdavi & Qadiri Masoum, 2009: 67).

اهداف دوطرفه؛ یعنی لذت سفر و کسب درآمد پایدار موفق بوده است، او با تأسیس استارت‌آپ علی‌بابا و هلدینگ^{۱۳} توشا که شرکت سهامی با چند شرکت زیرمجموعه که کنترل آنان مستقیماً زیر نظر مدیران و هیئت‌مدیره اصلی است، توانست نامزد نهمین انتخابات اتاق بازرگانی تهران و عضو ائتلاف برای فردا شود (Alidost, 2017).

فلامینگو: این استارت‌آپ در سال ۱۳۹۵ آغاز به کار کرده است که به‌مانند شرکت‌های پیش از خود از طریق شناسایی استعدادهای گردشگری بوم‌گردی و تقاضاهای گردشگران در مناطق مختلف، جامعه هدف خود را پیدا کرده است و در اواسط این مسیر پرپیچ‌وخم قرار دارد.

تحلیل واحدهای بوم‌گردی

بر اساس جدول شماره ۱، هر کنشی در ساخت‌های اجتماعی چه کنش‌های آفرینش‌گرانه و یا نوآورانه باشد، از ترکیب پیچیده‌ای از عوامل تعیین‌کننده و شرایط ساختاری متعدد ناشی می‌شوند (Wolff, 2013: 132). روستاهای سرچشمه، سوستان و شیخانیر که واحدهای نوساز بیشتری داشته‌اند، نقش استارت‌آپ‌ها در آنجا

13. Holding Company

جدول ۱. ارزیابی کمی و کیفی واحدهای بوم‌گردی در هشت روستای بخش مرکزی لاهیجان.

واحدهای بوم‌گردی روستاهای بخش مرکزی لاهیجان									
نام روستا	نوع ارتباط تولیدکننده با عرضه محتوا	نوع جاذبه بصری و اکوسیستم	در دست احداث (تعداد)	نوساز (تعداد)	میزان استقبال گردشگران (کم / متوسط / زیاد)	مرمتی (تعداد)	نقش استارت‌آپ (زیاد / کم)	استفاده از استارت‌آپ گردشگری (بله / خیر)	تخریبی (تعداد)
۱- آهندان	سنتی	جنگل کوه آبشارماهی موشه و رودخانه	۴	۵۷	کم	۲۶۳	زیاد	نه	۴۴
۲- لیالستان	سنتی	دامنه کوه سرسبز کدو قلیانی	۱۲	۷۰	کم	۵۸۵	زیاد	نه	۱۵
۳- شیخانیر	سنتی و مدرن	جاذبه‌های سرسبز در کمرکش کوه	۳	۱۲۴	زیاد	۱۶۳	زیاد	بله	-
۴- سوستان	سنتی و مدرن	سرسیزی و تالاب زیست‌محیطی	۱۵	۲۲۸	زیاد	۵۲۱	زیاد	بله	۴
۵- سطل سر	سنتی	بالاترین ارتفاع و باغ‌های ترنج، چای و پرتقال	۷	۵۳	متوسط	۵۳	زیاد	نه	۲
۶- بیجارباغ	سنتی	سرسیزی و کوه آقا محمدرخان	۴	۴۷	کم	۴۷	زیاد	نه	-
۷- کتشل	سنتی	بقعه شیخ سالار لاهیجی	۳	۳۶	متوسط	۳۶	زیاد	نه	۵
۸- سرچشمه	سنتی	مرتفع و سرسبز	۲	۳۸	زیاد	۳۸	زیاد	بله	۳

در این الماس جامعه هدف مصرف‌کننده محصول فرهنگی، گردشگران یا بوم‌گردانی هستند که به خاطر کسب لذت و تخلیه کنجکاویشان به دنبال مکان‌هایی با شاخصه‌های منحصر به فرد هستند

جامعه

باتوجه به رشد آپارتمان‌نشینی و صنعتی شدن تقریبی شهرها عموم مردم تمایل دارند در فضایی ساکت و سالم با جاذبه‌های طبیعی و هنری سکنی گزینند. امروزه به راحتی با جستجوی کوتاه در اینترنت یافتن نام نقاط روستایی کمتر شناخته شده کاری بس آسان است. بنابراین هر گردشگری حتی اگر از لحاظ مالی قدرت خرید چنین مکان‌هایی را نداشته باشد، در حد اجاره اتاق چندروزه یا حتی یک‌روزه سعی می‌کند از جاذبه‌های طبیعی و گردشگری مناطق روستایی استفاده بهینه داشته باشد.

هنر

هرچند جاذبه‌های بومی و خدادادی چشم‌نواز و آرامش‌بخش است اما تلفیق این جاذبه‌ها با هنر بومی همان منطقه مثل: انواع صنایع دستی، موسیقی محلی، خوراک و پوشاک محلی و بومی اهمیت این مکان‌ها را دوچندان می‌کند.

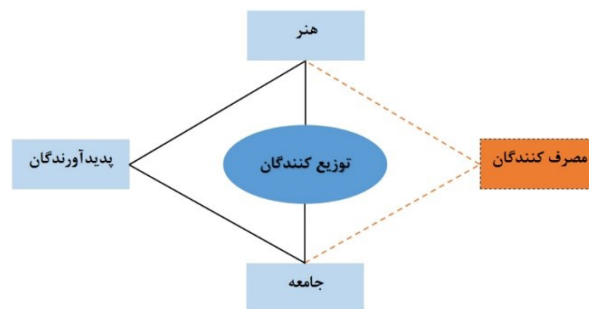
بر اساس نظریه الکساندر چهار محور پدیدآورنده، مصرف‌کننده، جامعه، هنر در رشد بوم‌گردی و رسیدن به توسعه پایدار نقش دارد و هر یک در تکمیل این الماس فرهنگی نقش آفرینی می‌کنند؛ البته لازمه رسیدن به شرایط مطلوب منوط به انسجام در همه محورهای الماس است. که در تصاویر شماره ۳ و ۴، این رابطه با محور توزیع‌کنندگان نمایش داده شده است:

باتوجه به ظرفیت بالای گردشگری لاهیجان، استارت‌آپ‌ها می‌توانند حلقه واسط چهار محور الماس فرهنگی باشند که تحلیل این محورها بر اساس مدل الماس فرهنگی تعدیل شده عبارت‌اند از:

پدیدآورنده

در کنار همه مواردی که شاخصه روستانشینی را رقم می‌زند، خود روستانشینان به عنوان تولیدکنندگان فرهنگ با تجمیع و ارائه محصولات فرهنگی و هنری خود در قالب آداب، سنت، پوشش و غذاهای محلی در تولید محتوا برای جامعه هدف خود که گردشگران داخل و خارج استان و حتی فرامرزی‌اند، نقش مؤثری ایفا می‌کنند؛

مصرف‌کننده



تصویر ۳. دیاگرام الماس فرهنگی تعدیل شده. منبع: (Alexander, 2015: 114)

فصلنامه پژوهش‌های روستایی



تصویر ۴. دیاگرام الماس فرهنگی تعدیل‌کننده در قالب بوم‌گردی. منبع: نگارنده، ۱۴۰۲

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

آسیب‌شناسی گردشگری هنری در اکوتوریسم روستاهای لاهیجان

گردشگری و هنر، هر دو مقوله‌ای انسان‌مدار، آسایشی و آرامشی هستند و نباید دو مقوله مجزا از یکدیگر تلقی شوند؛ ظرفیت گردشگری عموماً محدود است؛ اما قابلیت هنر بالا است از این رو وقتی این دو کنار هم قرار گیرند، می‌توانند به منابع هنری و غیرنفی کشور کمک کنند. بسیاری از گردشگران خارجی به قصد شناخت فرهنگ و آثار هنری کشور به ایران سفر می‌کنند که در این راستا تبلیغات برای جذب گردشگران فرهنگی می‌تواند آمار دقیقی از این دست گردشگران و محاسبه درآمد ناخالص ملی به همراه داشته باشد. چالشی که در این مسیر پیش پای هنرمندان و فعالان فرهنگی و هنری وجود دارد، عدم موازی کاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و میراث فرهنگی است به گونه‌ای که هنر زیرمجموعه وزارت ارشاد و گردشگری زیرمجموعه وزارت میراث فرهنگی است؛ مثلاً منابع هنری هم متفاوت‌اند بخشی از هنر مثل هنرهای سنتی و صنایع دستی زیرمجموعه گردشگری، و سینما، هنرهای تجسمی، موسیقی و تئاتر زیرمجموعه وزارت ارشاد هستند. در حالی که در گردشگری هنری به هماهنگی هر دو وزارتخانه نیاز است که اگر یک تفاهم‌نامه‌ای کلی و رسمی بین این وزارت خانه بسته شود، با تغییر مدیران هم مشکلی در برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری و اجرا به وجود نخواهد آمد (Sumia Momeni's interview with Sevedah Mehbooba Kazemi, 2022: 3).

راهکارهای توسعه اکوتوریسم در روستاهای لاهیجان

هر یک از روستائیان و بوم‌گردان می‌توانند در حفظ و گسترش عوامل پایدار اجتماعی و فرهنگی جوامع روستایی سهیم باشند که در این راستا نیاز به توجه و حمایت‌های همه‌جانبه از سوی دولت‌مردان و مردم است؛ البته راهکارهای اقتصادی ساده‌ای در زمینه منطقه‌بندی گردشگری روستایی که موزاییک‌وار کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند، وجود دارد که عبارت‌اند از:

شناخت منابع فرهنگی و تاریخی هر روستا، صنایع دستی، غذاهای محلی، آداب و رسوم خاص و... برآورد تراکم و ظرفیت گردشگری در هر روستا، توانسنجی شاخص‌های اقتصاد روستایی، قابلیت عرضه دیگر محصولات موردنیاز گردشگران و بررسی و برآورد امکانات و گونه‌های مختلف اقامتی آنان؛

حمایت مالی از روستائیان برای نوسازی ویلاهای چوبی به سبک خانه‌های گیلانی و آذین منازل روستایی با لوازم محلی خاص همان منطقه مثلاً مفروش کردن خانه با گلیم و جاجیم، آویزان کردن گلدان، کدو، سیر و ... با گیس بافت‌های حصیری از تالار خانه‌ها، سرو خورش و ماست در ظروف گلی، سفره‌های حصیری؛

اجرای موسیقی محلی، برگزاری جشنواره غذا در نواحی روستایی با هدف معرفی روستا و گونه‌های گردشگری؛

اهدای یکی از صنایع دستی به صورت رایگان به بوم‌گردان با هدف یادگاری دادن و تبلیغات.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از بررسی‌ها در این مقاله نشان داد که گردشگری یک علم است و باید صاحبان استارت‌آپ در گام آغازین کتاب‌هایی مثل روش تحقیق در جهانگردی و هتل‌داری یک راهنمای کاربردی از آنتونی ویل یا روش تحقیق در گردشگری و هتل‌داری از آلتیانی و پارسکواس را مطالعه کنند تا با اصول علمی صنعت گردشگری آشنا شوند و به صاحبان اقامتگاه روستایی راهنمایی لازم را به عمل آورند تا ضمن حفظ شرایط فرهنگی همان زیست‌بوم منجر به اشتغال‌زایی و درآمد افزایشی برای بومیان گردد. در برخی از روستاهای بخش مرکزی لاهیجان مردم در کنار اشتغال روزمره کشاورزی به بوم‌گردی نیز مشغول هستند و توانستند با تلفیق هنر معماری چوبی و صنایع دستی از ظرفیت‌های گردشگری لاهیجان استفاده کنند. عمده مشکل بر سر راه اقامتگاه‌های بوم‌گردی که به نوعی در روستاها که تولیدکننده محتوای فرهنگی و هنری هستند، حاکم است جزیره‌ای عمل کردن هر یک از اقامتگاه‌ها با محور تبلیغات سنتی (فیزیکی) است که با کمک شرکت‌های استارت‌آپ که در مرکز الماس فرهنگی تعدیل شده قرار دارند مثل: جاجیگاه، علی‌بابا و فلامینگو این مشکل حل می‌شود و در درازمدت باعث رفاه گردشگران، رشد اشتغال پایدار، جلوگیری از مهاجرت روستائیان به کلان‌شهرها و ایجاد بستری مناسب برای تحقق مهاجرت معکوس به روستاها می‌شود که در این میان یقیناً نقش حمایتی دولت از اقتصاد چنین مشاغلی دو چندان خواهد بود. بر اساس مقایسه‌ای که بین روستاهای مرکزی لاهیجان انجام شد، روستاهایی که اقامتگاه آنان در اینترنت نمایه شده، از نظر معماری و امکانات داخلی رونق بیشتری داشته‌اند.

تشکر و قدردانی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، مقاله حامی مالی نداشته است.

References

- Alexander, V. D. (2015). *Sociology of arts: a beautiful and popular description of arts*, translated by Roya Azadfar, Tehran: Soura Mehr.
- Alidost, Z. (2017). The story of Alibaba, date of last access: 11/12 2017 at the address: www.alibaba.ir
- Altiani, L., Parsquas, A. (2006). *Research method in tourism and hotel management*, translated by Sadegh Salehi and others, Mehkameh, Tehran.
- Amir Azodi, T., Golzari Amin, H., & Rezaei Payam, M. (2006). Investigating effective factors on the promotion of entrepreneurship in members of rural cooperative companies (case study: New Castle), International Conference on Applied Research in Agriculture, December 20, 14-1.
- Arab, Z. (2013). Investigation and study of the impact of art - tourism industry on economic growth and development in Iran and OECD countries in the years 2010 to 2013, *Applied Arts*, No. 5, 59-65.
- Argha, M., Azadkhani, P., Karimi Dostan, R. (2016). "The role of tourism in entrepreneurship and sustainable development of tourism in Ilam city", *Urban Civil Studies Quarterly*, Volume 1, Number 3, 18-33.
- Diagram of types of tourism, address: www.fanpardazan.com.
- Jafari, H., Hatami, S. M. (2017). The role of tourism in physical-functional transformations of rural settlements; A case study of villages in the central part of Lahijan, *Regional Planning Quarterly*, Year 6, Number 23, 191-200.
- Hosseini Kohnmoui, S. B. (2017). The file of new readings of sociology as tempting models of the artistic community, last access date: 11/6/2017, site address: www.avammag.com.
- Khoshnit, M. (2012). "Reviewing the concept and nature of electronic tourism and sustainable development", *Sepehr Geographical Information Journal*, 85, 102-109.
- Mahdavi, M., Qadiri Masoum, M. (2009). The effects of tourism on rural development with a survey of villagers, *Village and Development*, No. 2, 39-60.
- Mirzai, A. (2017). Research fields of Iran's artificial arts from the perspective of sociology of art; A case study of carpet, *Islamic Art Quarterly*, Year 3, Number 1, 27-37.
- Motiei Langroudi, H. (2012). *Rural planning with an emphasis on Iran*, Academic Jihad, Mashhad.
- Nasirizadeh, H. R., Tutchi, Kh. (2004). The role of tourism in creating employment in rural areas; Raimag case study. Tehran: Seminar on the study of tourism development policies and programs in the Islamic Republic of Iran.
- Papli Yazdi, M.H., Ebrahimi, M. A. (2012). *Theories of rural development*, Samt, Tehran.
- Perpinchi, Z. A., Zarrabi, M. M., Mohtsham, A., & Hissari, P. (2016). The role of local music in attracting tourists (case example: Kermani folk music). The first national conference of tourism and green tourism in Iran, March 2016, 9.
- Rabino, Y. Q. (1972). *Provinces of Dar al-Marz, Iran, Gilan*, translated by Jafar Khomamizadeh, Tehran: Iran Culture and Art Foundation Publications, Tehran.
- Rawdrad, A. (2016). *Sociology of works of art*, *Research Journal of Culture and Literature*, 66-92.
- Rezvani, M. (2008). "A perspective on the rural development planning system in Iran", *Geographical Researches*, No. 41, 25-38.
- Sajjadi, P. (2022). *Jajiga startup ups and downs*, last access date: 03/13/1401, at www.jajigah.com.
- Seyed Mousavi, S. (2015). The role of art and works of art on the development and prosperity of tourism (case study: handicrafts and visual arts), the third international conference on sustainable development, solutions and challenges, Tehran.
- Sumia Momeni's interview with Seyedah Mehbooba Kazemi, Iran Labor News Agency, January 23, 2022, address: www.ilna.ir
- Taqa, A. R., Tanner, J. (2015). *Sociology of the artist*, Zeba Togh, No. 15, 59-63.
- Will, A. (2015). *Research method in tourism and hotel management, a practical guide*, translated by Farid Javaherzadeh and others, Pardis Publishing House, Tehran.
- Wolff, J. (2013). *Social structure and artistic creation, the basics of sociology of art*, translated by Ali Ramin, Tehran: Nei Publications, Tehran.
- Yavari, F., Mohajer, F., Alireza, Kh. (2019). Sociological explanation of souvenir weaving in nomadic and rural carpets in Kermanshah with the focus of cultural diamonds, *Volume 14, Number 33*, 63-82.
- Zangiabadi, A., Mohammadi, J., & Zirkebash, D. (2007). Analysis of the domestic tourism market of Isfahan city, *Geography and Development*, Zahedan, No. 8, 156-131.
- Zavieh, S., Moradi, A. (2016). The study of Seljuk metalwork based on the approach of Victoria D. Alexander, *Visual Arts*, Volume 22, Number 1, 81-93.

