

تحول پارادایمی گردشگری لاکچری^۱

مورد مطالعه: سواحل هرمزگان

مهرنوش بسته‌نگار^۲

دکتری مدیریت گردشگری، پژوهشکده توسعه تکنولوژی جهاددانشگاهی صنعتی شریف، ایران

چکیده

گردشگری لاکچری به‌عنوان یکی از انواع گردشگری با هزینه بالای آن شناخته می‌شود و اغلب در انحصار طبقات مرفه است. در این نوع گردشگری خدمات و محصولات گران‌قیمت، از جمله حمل‌ونقل، محل اقامت و نوع بازدیدها و تفریحات با هدف نشان‌دادن موقعیت اجتماعی بالا مصرف می‌شود. برخی معتقدند که گردشگران لاکچری بیش از آنچه از مصرف خود لذت ببرند از فخرفروشی و جلب حس حسادت دیگران لذت می‌برند. اما امروزه آثار نامیمون فردی و اجتماعی این نوع گردشگری و همچنین از بین رفتن محیط زیست برملا و آشکار شده است؛ بر همین اساس به نظر می‌رسد که در مقالات و بحث‌های علمی، پارادایم جدیدی از گردشگری لاکچری ایجاد شده که بر مبنای آن کیفیت، اصالت و ارزش تجربه‌های منحصربه‌فرد جایگزین قیمت گران و خودنمایی ناشی از آن شده است. لذا سؤال انتقادی مورد بحث این است که در راستای توسعه دریاپایه سواحل استان هرمزگان، توسعه کدام نوع گردشگری مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان است؟ گردشگری لاکچری را باید امروز در پارادایم نوین آن شناخت و به اجرا گذاشت. در این رهیافت مجبور نیستیم مسیر توسعه را از راه تجربه شده در کشورهای پیشرو، طی کنیم و امکان میان‌برزدن برایمان فراهم است.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری لاکچری، گردشگری لوکس، سواحل جنوب ایران

DOI: 10.22034/JCR.1.1.4.1.1.12

۱. مقاله برآمده از «طرح پژوهشی منظر پیشرفت دریاپایه در هرمزگان» است که با راهبردی دکتر سیدامیر منصوری در پژوهشکده‌نظر در دی ماه ۱۴۰۱ در هرمزگان انجام شده است.
2. Email: mnegar51@gmail.com

نشریه مکتب نقدنظر، ۱۱(۱)-۱۷-۱۲ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۰ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۱۰

در راستای توسعه دریای پایه سواحل استان هرمزگان، توسعه کدام نوع گردشگری مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان است؟

بیان مساله

پس از یک سفر پژوهشی کم نظیر به سواحل هرمزگان در زمستان سال ۱۴۰۱ که با برنامه‌ریزی پژوهشکده‌نظر و مقامات استانی و محلی به انجام رسید، از آنجا که «توسعه دریای پایه» این استان از اهداف اصلی پژوهشی این سفر بود و تمامی گشت و گذارها و مشاهدات بر این مبنا صورت گرفته بود، این پرسش مهم مطرح شد که آیا گردشگری لاکچری برای سواحل جنوبی کشور مناسب است؟ آیا موجه است مسیر توسعه گردشگری را در سواحل جنوبی کشور، بسان توسعه گردشگری در کلان شهرها پیمود؟ و امروزه گردشگری لوکس (لاکچری) به چه معناست؟ آیا همان مفهوم سنتی خود را دارد یا اساساً تحول مفهومی پیدا کرده است؟

بدنه نقد

در گام نخست باید دانست لاکچری^۳ (لوکس) به چه معناهایی دلالت دارد. این مفهوم انتزاعی و بین‌الذهانی است؛ بیانگر حالت، وضعیت یا شرایط فراوانی یا سهولت و آسایش زیاد است؛ آن چیزی است که به لذت یا راحتی می‌افزاید اما کاملاً ضروری نیست؛ خرید محصولات کمیاب و نایاب و مصرف با هدف تبختر است. لاکچری هزینه کرد منابع مادی قابل توجه و عادت و تمایل به مصرف بیش از اندازه در رفتار مصرف‌کننده است که هدف از آن ابراز موقعیت اجتماعی بالا، ارائه و کسب تجربیات منحصر به فرد و تلاش به ارائه آن در جامعه با ترازوی هزینه‌کرد بسیار بالاست

با این وصف، گردشگری لاکچری، که با گردشگری لوکس، تجملاتی و چشمگیر هم مترادف است، به معنای سپری کردن تعطیلات پرهزینه، اقامت در مقصدی منحصر به فرد، سفر گران‌قیمت (حمل و نقل)، مصرف آشکار در سفر برای نشان دادن موقعیت اجتماعی و اقتصادی بالا و تحت تأثیر قراردادان دیگران و سفری با کیفیت و کمیت عالی و انحصاری است در مطالعات صورت گرفته در حوزه گردشگری لاکچری، فاکتورهای کلیدی معرف این نوع گردشگری عبارتست از طبقه^۴ اجتماعی بالا، قیمت و گرانی، برند، تعدد ستاره، محصولات گردشگری خاص (هتل، رستوران، دکور و فضا و ...)، تجربیات گردشگری ویژه (امنیت، راحتی، شخصی و سفارشی شده، تجربه‌ای افسانه‌ای و ...) کسب ارزش (موقعیت، پرستیژ، مصرف نمادین و ...)، جلب سایر ارزش‌ها (خودشکوفایی، منحصر به فرد بودن، ارزش‌های عاطفی و ...)، دریافت خدمات بیشتر از نرمال و ویژه، مصرف خدمات و کالاهای با کیفیت،

3. luxury
4. Class

انحصاری و گران (Iloranta, 2022)

امروزه بررسی تجربه‌های متعدد نشان داده است که این نوع گردشگری آثار مخرب اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی به همراه دارد که در ادامه به آنها اشاره می‌شود

- سرخوردگی افراد بومی و تمایل بالا به تقلید از گردشگران
- تجاری‌شدن فرهنگ و نابودشدن اصالت فرهنگی
- مصرف بیش از حد منابع
- تولید پسماند بیش از اندازه و غیرارگانیک (غیرقابل بازگشت به طبیعت)
- فشار بیش از توان به محیط‌زیست به دلیل اصرار بر مصرف زیاد
- اجبار به تغییر کاربری اراضی باغ‌ها و مزارع به ساخت‌وسازهای مسکونی، تجاری و خدماتی
- کاهش زیبایی‌های چشماندازهای طبیعی
- رکود فعالیت‌های باغداری و کشاورزی و صنایع بومی
- تغییر مالکان زمین از بومی به غیربومی
- یکدست‌شدن مقاصد گردشگری و از بین‌رفتن مزیت‌های منحصربه‌فرد مقاصد روستایی و بومی
- اسیرشدن در چرخه درآمد بیشتر، مصرف بیشتر
- از دست‌دادن زندگی (سلامت جسم و روان و حظ لحظه) برای بدست‌آوردن پول
- توسعه ناپایدار و غیرمتوازن/ محیط‌زیست قربانی اقتصاد
- تغییر ساختار اخلاقی جامعه/ تحمیل استرس به طبقه متوسط/ افزایش انتظارات و کاهش رضایت از زندگی

تبیین این آثار زیان‌بار در مجامع علمی و بیان چالش پایداری به‌علاوه تغییرات روان‌شناسانه نسل جدید گردشگران و نیازهای در حال تکامل مصرف‌کنندگان در بالارفتن در هرم مازلو، ظهور

فناوری‌های نوین و نوآوری‌های تکنولوژیکی، افزایش ثروت جهانی و گسترش و ارتقای طبقه متوسط و تغییرات اجتماعی حاصل شده، سبب شده تا لاکچری‌بودن گردشگری نیازمند بازنگری و بازتعریف باشد. با تعبیر ظریفی می‌توان گفت: «درست است که مسافران لاکچری می‌خواهند رؤیاهای خود را محقق کنند، اما امروزه این رؤیاهای سنتی مورد تردید جدی هستند.» برخی محققان (Insights, 2022) با ارائه چارچوب 5C تلاش کرده‌اند تا این بازتعریف را ارائه‌دهند که به‌نظر می‌رسد نوعی تغییر پارادایمی در مفهوم لاکچری‌بودن گردشگری ایجاد شده‌است. در ادامه به اختصار مفهوم هریک از Cها بیان شده‌است

فرهنگ: گردشگر لاکچری، سیاح پرمایه و فرهیخته‌ای^۵ است که انگیزه‌اش از سفری که در تعطیلات در پیش می‌گیرد واکاوی و کشف فرهنگ و سنت‌های جوامع اعم از هنر، رقص، موسیقی، آداب و سنن و اعتقادات مردمانی است که به دیدارشان رفته است. میزان لاکچری‌بودن در چنین سفری با میزان اکتشاف و یافته‌ها و آموخته‌های بیشتر سنجیده می‌شود

آشپزی: چشیدن و تجربه‌کردن غذاهای با کیفیت و با اصالت. غذایی

گردشگران لاکچری بیش از آنچه از مصرف خود لذت ببرند از فخر فروشی و جلب حس حسادت دیگران لذت می‌برند. امروزه آثار نامیمون فردی، اجتماعی و زیست‌محیطی این نوع گردشگری برملا شده‌است؛ بر همین اساس به‌نظر می‌رسد که در مباحث علمی، پارادایم جدیدی از مفهوم گردشگری لاکچری ایجاد شده که بر مبنای آن کیفیت، اصالت و ارزش تجربه‌های منحصربه‌فرد جایگزین قیمت گران و خودنمایی ناشی از آن شده است

اصیل است که مطابق با فرهنگ و شرایط اقلیمی منطقه مورد بازدید طبخ و سرو شود. جامعه: گرچه گردشگران لاکچری همچنان ممکن است تمایلی به تورهای گروهی یا اقامتگاه‌های خوابگاهی نشان ندهند، اما تماس، برقراری ارتباط و تعامل با جامعه محلی، از جمله مواردی است که مایه تفاخر است. امروزه سفری سطح بالا ارزیابی می‌شود که با تجربه داستان‌سرایی و رویدادهای شاد و شبانه و البته آزادی عمل در انتخاب سایر مهمانان همراه باشد. در واقع تعریف لاکچری در این محور، در امور جزئی و به ظاهر کم‌اهمیت تبلور پیدا می‌کند.

محتوا: به نظرنگارنده مهمترین وجه گردشگری لاکچری در تعریف جدید آن، محتوای غنی و برنامه‌ریزی شده آن است. سفری که معنابخش زندگی باشد و معناداری آن را یادآوری کند. لازم است تأکید شود که منظور از برنامه‌ریزی لزوماً تعداد بازدید از جاذبه‌ها و موزه‌ها نیست، بلکه فراهم‌ساختن شرایطی است که بر غنای سفر بیفزاید. چه بسا گاهی این محتوای غنی از پرسه‌زدن در کوچه‌پس‌کوچه‌های یک روستای قدیمی حاصل گردد

سفارشی‌سازی: تجربیات منحصربه‌فرد و شخصی‌شده و داشتن حق انتخاب‌های بیشتر در سفر، از دیگر شاخص‌های لاکچری‌بودن گردشگری است

بنابر آنچه ذکر شد، می‌توان فهمید که ادراکات سنتی از سفرهای لوکس با معنا و مفهوم امروزی گردشگری لاکچری تفاوت بنیادین پیدا کرده است. می‌توان فاصله این تفاوت را در فاصله میان «اصالت» و «ارزش» در مقابل «نمایش» خود و «هزینه» دید. همین‌طور در تفاوت میان «محصولات» لوکس و «تجربه» لوکس؛ به این معنی که تجمل در گردشگری به سمت تجربه و امور نامحسوس تغییر ماهیت داده است. برخی از تجربیات گردشگری لاکچری در پارادایم نوین آن را می‌توان چنین برشمرد

- سفر آهسته^۶
- گذران تعطیلات سفارشی و در مقیاس کوچک/ گردشگری قومی/ عشایری
- گردشگری مبتنی بر جامعه/ اجتماع‌محور
- گردشگری در راه‌های روستایی
- گردشگری کشاورزی/ گردشگری مزرعه
- برگزاری جشنواره‌های موسیقی
- سفر به جزایر خصوصی منحصربه‌فرد
- اقامت در هتل‌های پاپ‌آپ^۷
- خوردن غذاهای خیابانی؛ بازارهای کشاورزان؛ غذاخوردن با مردم محلی
- سفر برای رویدادها و جشنواره‌ها و کارناوال‌های بزرگ فرهنگی، ورزشی و ...
- گردشگری دریایی، تجربه انحصاری ماجراجویی و آرامش بطور توأمان
- گردشگری غذا، کسب تجارب خاص در پخت غذا و چشیدن مزه‌های تجربه نشده
- آفرینش مشترک تجربیات میان گردشگر و ارائه‌دهنده خدمات گردشگری/ توسعه شخصی سفر
- به اشتراک‌گذاری تجربه‌های خاص از طریق رسانه‌های اجتماعی

۶ مراجعه شود به بسته‌نگار، مهرنوش، (۱۳۹۹). گردشگری کم‌شناخت در ساحت فلسفه آهستگی. گردشگری فرهنگ، (۱۱)، ۴۴-۳۷



تصویر ۱. تحول پارادایمی در گردشگری لاکچری؛ سمت راست: رستوران گارگوپ بندر خمیر؛ رستورانی که از چوب‌های دورریختنی ساخته شده و توانسته با احیای غذاهای محلی برای زنان بندر اشتغال ایجاد کند. سمت چپ: رستورانهای لاکچری در پارادایم سنتی. مأخذ: آرشیو نگارنده.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بسیاری از تجربیات گردشگری لاکچری در ادراک نوین از این نوع گردشگری را می‌توان در سواحل جنوبی کشور ایران توسعه داد. این سواحل، از جمله سواحل استان هرمزگان که آب و هوای معتدلی در فصول سرد سال به همراه طبیعت زیبا دارد، بهره‌مند از فرهنگ غنی و تاریخ پربراری است، روستاهای توریستی، جنگل‌ها، کوهستان‌ها، دریاچه‌ها، صخره‌ها، ساحل‌ها و جزایر بسیار متنوعی دارد، امکانات رفاهی و خدمات گردشگری (رستوران‌ها، هتل‌ها و ...) و غذاهای متنوع و ارزان‌قیمت آن هم، از جمله مزایای این سواحل شمرده می‌شود، مقصد بسیار مناسبی برای گردشگری لاکچری در پارادایم نوین آن است. به این منظور ضروری است موارد زیر در سیاست‌گذاری‌های گردشگری این منطقه با دقت و وسواس زیاد مورد توجه قرار گیرد

حفاظت از محیط‌زیست: محیط‌زیست سواحل جنوبی ایران بسیار حساس است و باید در برابر تخریب و آلودگی حفاظت شود. حفظ پوشش گیاهی و بویژه جنگل‌های حرا، جلوگیری از دخالت در شن و ماسه سواحل، تعیین

با درک این رهیافت
مجبور نخواهیم بود،
مسیر «توسعه دریاپایه»
سواحل جنوبی کشور را
بسان الگوهای لاکچری
سنتی تاریخ مصرف
گذشته طی کنیم و
امکان میانبرزدن برایمان
فراهم است.

مناطق محدود برای انجام فعالیتهای توریستی، لزوم طراحی برنامه‌های تفریحی و توریستی سازگار با محیط‌زیست برای جلوگیری از تخریب آن و آسیب به میراث فرهنگی. به‌عنوان مثال: برنامه‌های غواصی، شنا، شناور، کایاک و قایقرانی که تأثیر کمتری بر محیط‌زیست دارند و ضمناً پسماند تولیدشده آن هم کاملاً قابل مدیریت باشد.

تشویق به خرید محصولات محلی: ایجاد مال‌ها و مراکز خرید بزرگ و لبریز کردن آن از محصولات و کالاهای وارداتی و صرف وقت گردشگران به خرید از این مراکز، که به نوعی شبیه‌سازی کلان‌شهرها در این سواحل است، لازم است جایگزین شود با ترویج و حمایت از تولیدات محلی، توانمندساختن مردم بومی برای توسعه صنایع دستی و محصولات کشاورزی/ دریایی و همزمان تشویق گردشگران به خرید از بازارهای محلی که نه فقط سبب ارتقای اقتصاد محلی می‌شود که به حفظ بافت سنتی سواحل هم کمک می‌نماید.

آموزش مسافران: توصیه می‌شود به گردشگران سواحل جنوب ایران از طریق رسانه‌ها و بروشورها و سایر تکنولوژی‌های فراگیر و جذاب، به‌طور مؤثر آموزش داده شود که چگونه باید با محیط‌زیست و فرهنگ محلی مسئولانه رفتار کنند

ترویج گردشگری مسئولانه: برای حفاظت و جلوگیری از تخریب محیط‌زیست و حفظ بافت‌های سنتی، گردشگران این خطه باید فراگیرند که از دستورالعمل‌ها و قوانین مربوط به محیط‌زیست پیروی کنند. همچنین، باید از آنها خواست که در مصرف انرژی حد بهینه را رعایت کرده و مواد پلاستیکی و زباله‌های خود را در محیط‌زیست پراکنده نکنند

موارد یاد شده در بالا بیش و پیش از آنکه متوجه گردشگران سواحل هرمزگان باشد، متوجه مسئولان حاکمیتی ملی و محلی این استان است تا در دام راه طی شده گردشگری لاکچری سنتی گرفتار نشوند و زیرساخت‌های توسعه گردشگری در این استان را با تعاریف و مفاهیم تاریخ مصرف گذشته، پی نریزند

منابع

- Iloranta, R. (2022). Luxury tourism—a review of the literature. *European Journal of Tourism Research*, 30, 3007-3007.
- Insights, E. H. L. (2022). The 5 C's: A new definition of luxury travel. *Luettavissa*: <https://hospitalityinsights>.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Journal of Critical Reviews (JCR); The Iranian Journal of Critical Studies in Place. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/version4/>)

