

گونه‌شناسی ژئوتوریست‌ها با هدف مدیریت بهینه گردشگری در ژئوسایت‌ها

داود مختاری^۱

چکیده

همگام با گسترش ژئوتوریسم، جامعه علمی‌همچنان در جستجوی پاسخی مناسب در خصوص اهداف، چرایی مسافرت به محوطه‌های ژئوتوریستی، علائق و انگیزه‌ها، نیازها و خواسته‌ها و ویژگی‌های جمعیت شناختی ژئوتوریست‌ها است. از سوی دیگر، وجود برداشتهای متفاوت و تعدد آرا در این خصوص، نوعی آشفتگی در ادبیات موضوع را فراهم نموده است. این مقاله سعی دارد با تحلیل و بیان جامعی از ابعاد و ویژگی‌های یک ژئوتوریست و گرد آوری و ارائه نظریات و پیشنهادها موجود در ادبیات موضوع، اطلاعاتی متقن از ژئوتوریست‌ها را در اختیار محققین و دست‌اندرکاران عرصه ژئوتوریسم قرار دهد. روش تحقیق از نوع توصیفی تحلیل محتوا است. نتایج نشان داد که ژئوتوریست واقعی کسی است که در راستای اهداف ژئوتوریسم و متناسب با ماهیت و قلمرو آن، پاسداری و حمایت از ابعاد پنجگانه کلیدی ویژگی‌های جغرافیایی یک ناحیه؛ یعنی محیط، فرهنگ، زیبایی، علم و آموزش و بهزیستی مردم محلی را وظیفه خود بداند.

واژگان کلیدی: ژئوتوریست، گونه‌شناسی ژئوتوریست‌ها، علائق و انگیزه ژئوتوریست‌ها، مدیریت گردشگری

مقدمه

مدیریت و ارزیابی گردشگری نیازمند تعریف جامع و کامل از مفاهیم آن است. گرچه در دهه‌های گذشته، شاهد پیشرفت‌های قابل توجهی در این زمینه بوده‌ایم ولی بیان اصطلاحات و تعاریف مربوط به گردشگری و گردشگر، همواره با ابهامات و ایراداتی همراه بوده است (Murphy, 2004: 11). علی‌رغم وجود شناخت کافی در مورد گردشگر به‌عنوان یکی از اصول مطرح در مطالعات گردشگری، عمده توجه این مطالعات، به جای به‌کارگیری مفهومی از گردشگر به‌عنوان یک واژه جاافتاده، بر انواع و اشکال فعالیت‌های گردشگری متمرکز است (McCabe, 2005: 85). این مسئله، در مورد ژئوتوریست‌ها، گونه‌شناسی و ویژگی‌های آنها نیز صادق است و ادبیات گردشگری عمده‌تاً فاقد مطالعاتی در مورد ژئوتوریست‌ها بوده و تنها در متون مربوط به ژئوتوریسم می‌توان آثاری از آن را یافت (Allan, 2011a: 28).

علی‌رغم وجود تعاریف متعدد در مورد ژئوتوریسم، اظهارنظر در مورد تعریف ژئوتوریست کار آسانی نیست. در مطالعات متعدد در خصوص پیامدهای منفی گردشگری انبوه و کنترل نشده در ژئوسایت‌ها (از جمله Calaforra et al., 2002; Hose, 2005; Dowling & Newsome, 2006; Hose, 2007; Burne & Chapple, 2008; King, 2010) مطالبی ذکر شده است با این حال، در این مطالعات در مورد این که یک ژئوتوریست باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد تا پیام‌آور یک ژئوتوریسم خوب باشد، مطلبی ذکر نشده است. وجود چنین خلاء مطالعاتی برای معرفی ژئوتوریست‌ها (Hose, 2007: 261; Kim et al., 2008: 299; Mao et al., 2009: 76; King, 2010: 116) موجب شده است تا در ادبیات موضوع طیفی از ژئوتوریست‌ها شکل بگیرد که در این طیف، از ژئوتوریست‌های بدون هرگونه اطلاعات از ژئوتوریسم تا ژئوتوریست‌های واقعی با اطلاعات کامل ژئوتوریستی دیده می‌شود (Grant, 2010: 2). شاخصه‌هایی مثل رضایت‌مندی به

عنوان شرط اصلی مانایی ژئوتوریسم، سلامت و بهداشت ژئوتوریستها به هنگام بازدید، اطلاع‌رسانی صحیح در خصوص فرصتهای ژئوتوریسم و معرفی مقاصد ژئوتوریستی همگی در طبقه بندی ژئوتوریستها و شکل‌گیری این طیف نقش اساسی ایفا می‌کنند (Dowling, 2013:67).

در چنین وضعیتی، جامعه علمی همچنان در جستجوی پاسخی مناسب برای سوالات مطرح در خصوص مخاطبان اصلی ژئوتوریسم یعنی ژئوتوریستهاست. برخی از این سوالات عبارتند از: ژئوتوریستها در بازدیدهای خود کدام اهداف را دنبال می‌کنند؟ چرا ژئوتوریستها به ژئوسایت‌های خاصی مسافرت می‌کنند؟ علائق ژئوتوریستها کدامند و کدام فعالیت‌ها را ترجیح می‌دهند؟ ژئوتوریستها چه نیازها و خواسته‌هایی دارند؟ آیا ژئوتوریستها، جزو گردشگران انبوه هستند؟ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی ژئوتوریست‌های بالقوه کدامند؟

پاسخ به این سوالات همواره بخشی از تلاشهای پژوهشگران و برنامه‌ریزان عرصه گردشگری را به خود معطوف داشته است. از سوی دیگر، وجود برداشتهای متفاوت و تعدد آرا در این خصوص، نوعی آشفتگی در ادبیات موضوع را فراهم نموده است. این مقاله سعی کرده است تا با بررسی ادبیات موضوع، پاسخهایی برای این سوالات ارائه نماید.

روش تحقیق

این تحقیق با تکیه بر اطلاعات و مطالب حاصل از بررسی منابع مکتوب و مجازی در مورد مفهوم ژئوتوریست، مسائل و موضوعات مرتبط با آن و تجربیات نگارنده در طی بیش از یک دهه فعالیت آموزشی و پژوهشی در زمینه ژئوتوریسم، انجام شده است. روش تحقیق از نوع توصیفی است و در طی آن سعی شده است موقعیت و وضعیت مبانی نظری ژئوتوریستها با لحاظ ماهیت و قلمرو ژئوتوریسم توصیف شود.

ویژگیهای یک ژئوتوریست

کلیه کسانی که به صورت شخصی یا گروهی از نواحی طبیعی یا مصنوعی - شهری دارای جاذبه‌های زمین‌شناسی (Stokes and et al., 2003: 1) و ژئومورفولوژیکی بازدید می‌کنند، ژئوتوریست محسوب می‌شوند. اگر کسی زندگی، مسکن، شهر، کشور و سیاره خود را پاس بدارد، آرزوی زندگی بهتر در جهانی زیبا را برای فرزندان خود داشته باشد، از پرتاب زباله در محیط اجتناب نماید و حقوق مردمان دیگر ساکن در پیرامون خود را رعایت کند، بی‌تردید یک انسان مسئولیت‌پذیر در برابر محیط است. یک ژئوتوریست به عنوان یک گردشگر مسئولیت‌پذیر، تمامی این خصوصیات را دارد و مهمتر این که این خصوصیات در یک ژئوتوریست، برخاسته از آگاهی و بصیرت او نسبت به پیرامون خود است. در واقع او کسی است که از یک ژئوسایت یا ژئومورفوسایت بازدید می‌کند و پول و وقت خود را (معمولا بیش از ۲۴ ساعت) برای گذران اوقات فراغت، تجارت، بهداشت و غیره صرف می‌کند و زمانی که محل را ترک می‌کند هم محیط بهتری را از خود بر جای می‌گذارد و هم مردم آن منطقه از وی رضایت دارند.

ملاحظات محیطی و اجتماعی از جمله مهمترین دغدغه‌های یک ژئوتوریست در طی گذران اوقات فراغت در یک ژئوسایت یا ژئومورفوسایت هستند و در روزگار توسعه روزافزون ژئوتوریسم، انتظار می‌رود منابع طبیعی و سبک زندگی جوامع بومی بیش‌ازپیش محترم شمرده شود. رفتارهای انحرافی گردشگران یکی از مهمترین مسائل مطرح در مدیریت گردشگری است (Li and Chen, 2017: 152) آنچه ژئوتوریستها را از سایر گردشگران متمایز می‌کند، تبری آنها از رفتارهای انحرافی بدلیل پایبندی به اصول و ابعاد ژئوتوریسم است (جدول ۱).

داشتن اطلاعات در مورد مقصد گردشگری قبل از آغاز سفر یکی از مهمترین ملزومات یک ژئوتوریسم خوب است. آشنایی با تاریخ، فرهنگ، زبان و محیط طبیعی زمینه تعامل سازنده با مردم محلی و بزرگداشت ژئوسیستمهای محلی را فراهم می‌کند. سطح تعامل مردم محلی با معلومات یک ژئوتوریست در مورد کشور و منطقه آنها افزایش می‌یابد. داشتن معلومات در مورد ژئوسیستمهای محلی به معنی حساسیت بیشتر ژئوتوریستها در بهره‌گیری از زیباییها و توانمندیهای ژئوتوریستی است. در کنار این ملزومات که منطبق بر ماهیت و قلمرو



ژئوتوریسم است، مسائلی مثل اقامت، دسترسی به مکانهای جذاب، اطلاعات در مورد این مکانها، تسهیلات و تجربیات موجود نیز از جمله خواسته‌های ژئوتوریست‌ها است (Mao et al., 2009: 76).

جدول (۱). برخی از نکات اخلاقی که هر ژئوتوریست خود را ملزم به رعایت آنها می‌داند (Li and Chen, 2017: 152).

ردیف	نکات اخلاقی
۱	مسئولیت پذیری در مقابل آسیب پذیری زمین و ژئوسیستمها و حفظ آنها برای نسلهای آینده
۲	پرهیز از نوشتن یادگاری، عکاسی غیر مجاز و ریختن زباله
۳	کسب آموزشهای لازم در خصوص جغرافیا، آداب و رسوم و فرهنگ مقصد ژئوتوریستی و توجه به صحبت‌های مردم محلی در راستای بهبود اقدامات حفاظتی
۴	احترام به حریم خصوصی و منزلت دیگران و کسب اجازه برای تهیه عکس و فیلم
۵	خودداری از خرید محصولات تهیه شده از گیاهان و جانوران در معرض انقراض
۶	استفاده از مسیرهای تعبیه شده برای عبور و مرور و پرهیز از تخریب محل رشد گیاهان، لانه‌ها و آشیانه‌های جانوران
۷	یادگیری در مورد برنامه‌های حمایتی حفاظت محور و سازمانهای فعال در حفظ محیط زیست
۸	در صورت امکان، ارائه راهکارهایی برای کاهش آثار و پیامدهای وسائط نقلیه موتوری مثل ترغیب رانندگان به خاموش نمودن موتور بعد از پارک کردن خودرو
۹	تشویق و ترغیب دست اندرکاران در هتلها، خطوط هوایی، استراحتگاهها، خطوط دریایی، مجریان تورها، و متصدیان امر گردشگری به استفاده بهینه از انرژی، حفظ محیط زیست، ارتقای کیفیت هوا و آب، بازیافت، مدیریت صحیح زباله‌ها و مواد سمی، کاهش آلودگی صوتی و جذب مشارکت مردمی
۱۰	ترغیب سازمانها برای تهیه بروشورهای محیطی

ویژگی‌های ژئوتوریست‌ها با ماهیت و قلمرو ژئوتوریسم مرتبط است. بنابراین، همانند لحاظ ژئوتوریسم در زمره " گردشگری با علائق خاص" (Hose, 1995:16) یا "شکل خاص گردشگری" (Dowling & Newsome, 2006: 6)، ژئوتوریست‌ها را نیز می‌توان در رده گردشگران دارای علائق خاص قرار داد. گردشگری با علائق خاص به مسافرت مردمانی با علائق ویژه که متعلق به ناحیه یا مقصدی خاص است، اطلاق می‌گردد (Read, 1980: 195). به نظر برخی، گردشگری با علائق خاص، حاصل تفکیک انواع جدید گردشگری است که سعی دارد نیازمندی‌های گردشگران و ساکنین محلی را فراهم آورد (Trauer, 2006).

یکی از ویژگیهای خاص ژئوتوریست‌ها مسئولیت‌پذیری و وظیفه‌شناسی آنها بعد از اتمام مسافرت است. ژئوتوریست اگر مشکلات و کاستیهایی را در مدیریت ژئوسایتها و ژئومورفوسایتها مشاهده نماید آنها را به مسئولین و سازمانهای مربوطه گوشزد می‌نماید و راهنماییهای لازم را در اختیار آنان قرار می‌دهد.

تمامی این ویژگیها برای یک ژئوتوریست و در راستای گردشگری پایدار، همانا در مفهوم ژئوتوریسم نهفته است. به عنوان مثال، یک گردشگر قصد دارد به ناحیه‌ای مثل کوه سیلان، برای دیدن دریاچه دهانه آتشفشانی و یخچال‌های دامنه شمالی آن مسافرت نماید، وی در مسیر خود، در آب‌های گرم سرعین یا قوتور سویی و ... آبتنی می‌کند، از مسابقات سوارکاری در یکی از روستاهای منطقه دیدن می‌کند، از نیروگاه زمین‌گرایی شابیل بازدید می‌کند، در جشنواره ایلات و عشایر سیلان شرکت می‌کند و از صنایع دستی و عسل سیلان ره‌توشه‌ای می‌خرد و همه این فعالیت‌های گردشگری می‌تواند در قالب ژئوتوریسم صورت گیرد و در عین حال متناسب با هدف ذاتی ژئوتوریسم، در حفظ و حمایت از محیط، فرهنگ، میراث، زیبایی و بهزیستی جوامع محلی گام بردارد (مختاری، ۱۳۹۴: ۶۲).

اهداف مورد نظر ژئوتوریست‌ها

با وجود طیف گسترده گردشگران حاضر در محوطه‌های ژئوتوریستی، تعیین اهداف آنان از مسافرت، کاری بس دشوار است زیرا، همه آنان ژئوتوریست به مفهوم واقعی نیستند و برخی از این افراد به‌طور تصادفی و بدون هرگونه قصد ژئوتوریستی در این محوطه‌ها حاضر می‌شوند و از وجه مشترک رسالت ژئوتوریسم در تمامی ادبیات موضوع، یعنی «حمایت» (Tourtellot, 2000) سررشته‌ای ندارند و چه بسا

برعکس آن عمل می‌کنند و گام در راستای اضمحلال محوطه برمی‌دارند. به همین جهت و همان‌طوری که در بخشهای دیگر مقاله آمده است، جامعه هدف مطالعات انجام شده برای تعیین اهداف ژئوتوریستها معمولاً طیفهایی از کارشناسان عرصه زمین‌شناسی و ژئومورفولوژی و دانشجویان و اعضای سازمانهای درگیر در این عرصه‌ها بوده است (Stokes et al., 2003: 6; Berrebi, 2006: 55; Reynard and Berrebi, 2008: 17; Mao et al., 2009: 77; Allan, 2011b). این مسأله شاید در نگاه اول نوعی نقصان برای ژئوتوریسم به حساب آید ولی همین خصیصه، ژئوتوریسم را در جرگه گردشگری همسازا قرار داده است و مخاطبان این عرصه از نظر اطلاعات، قدرت تحلیل و تدبیر، حس زیبایی‌شناسی و سازگاری با محیط زیست و حمایت از آن در جایگاه‌والایی قرار دارند.

بر اساس نتایج مطالعات گسترده استوکس و همکاران (Stokes et al., 2003: 3-4)، پاسخ ژئوتوریستها به سؤالی در مورد هدف آنها از ژئوتوریسم به ترتیب اهمیت به شرح جدول ۲ بوده است. نتایج پژوهشی دیگر در خصوص شناخت بهتر انتظارات گردشگران و به‌ویژه تحصیل‌کردگان دانشگاهی در آلپ‌های سوئیس (Berrebi, 2006: 63; Reynard and Berrebi, 2008: 16)، نشان می‌دهد که برای این گروه از گردشگران (تحصیل‌کردگان سایر رشته‌های دانشگاهی به غیر از علوم زمین) کسب اطلاعات دقیق در مورد علوم زمین، اطلاعات بصری و تمرکز بر روی موضوعات ناب علوم زمین در اولویت بوده است. در کل می‌توان گفت همان‌طوری که مائو و همکاران وی (Mao et al., 2009: 77) نیز بدان دست یافته‌اند، افزایش معلومات در مورد ژئوسایتها و ژئومورفوسایتها، ارضای حس کنجکاوی، کسب تجربیات بیاد ماندنی، کسب تحرک فکری، و بازدید از مقاصد دارای مجموعه‌ای بی‌نظیر از پدیده‌ها و جاذبه‌ها مهمترین اهداف مسافرت در میان ژئوتوریستها هستند.

جدول (۲). پاسخ ژئوتوریستها به سؤالی در مورد هدف آنها از ژئوتوریسم به ترتیب اهمیت (Stokes et al., 2003: 3-4)

ترتیب	پاسخ ژئوتوریستها در مورد هدف آنها از ژئوتوریسم	ترتیب	پاسخ ژئوتوریستها در مورد هدف آنها از ژئوتوریسم
۱	افزایش دانسته‌ها در مورد مکان‌های زمین‌شناسی و اشکال ناهمواری‌های زمین	۱۱	بازدید از یک مکان ارزشمند و مورد توجه مردم
۲	ارضای حس کنجکاوی	۱۲	ملاقات با مردمانی از فرهنگ‌های دیگر
۳	کسب تجربه‌ای به یادماندنی	۱۳	بازدید مجدد از مقاصد گردشگری مورد علاقه
۴	کسب تحریک فکری	۱۴	لذت بردن از غذاها و نوشیدنی‌های گوناگون
۵	دیدن مکان‌های دارای مجموعه‌ای منحصر به فرد از پدیده‌ها و جاذبه‌ها(از قبیل زیست‌شناختی، زمین‌شناختی، فرهنگی و تاریخی)	۱۵	گذران اوقات با خانواده و دوستان
۶	دیدن چیزهای متفاوت	۱۶	تجربه سبک زندگی متفاوت
۷	دیدن مکان‌های زمین‌شناختی و اشکال ناهمواری که زمینه تشکیل مکان‌های زیست‌شناختی(حیات گیاهی و حیات جانوری) را فراهم آورده‌اند.	۱۷	استراحت و آرامش جسمانی
۸	بازدید از مقاصد جدید گردشگری که امکان اقامت توأم با آرامش را در خارج از منزل فراهم می‌آورد.	۱۸	تقویت روحیه جسارت و بی‌پروایی
۹	بازدید از مکان‌های دارای امکانات قدم زدن در شهرها و مکان‌های تاریخی	۱۹	امکان به اشتراک گذاشتن تجربیات سفر پس از مراجعت
۱۰	ورزش	۲۰	بازدید از مکان‌هایی که جاذبه‌ها و رویدادهای فرهنگی و هنری متعددی را عرضه می‌کنند.

بی‌تردید، گذران اوقات فراغت مهم‌ترین هدف گردشگری است. از سوی دیگر، یکی از اهداف ژئوتوریسم آموزش علوم زمین است. با توجه به وجود چنین چالشی، طراحی ابزار و ارائه راهکارهایی که بتواند این دو، یعنی گذران اوقات فراغت و آموزش، را باهم ترکیب نماید، ضرورت دارد. البته باید در نظر داشت که نقش بی‌بدیل راهنمایان محلی که بتوانند مفاهیم محیط زنده، غیر زنده و فرهنگی را برای



ژئوتوریست‌ها تبیین نمایند (Mao et al., 2009: 77) و ژئوتوریست‌ها را به سوی سرمایه‌های ژئوتوریستی (Warowna et al., 2016: 47) رهنمون شوند، انکار ناپذیر است.

علائق و انگیزه‌های ژئوتوریست‌ها

داده‌های مطالعاتی در مورد نیازها و خواسته‌های ژئوتوریست‌ها، حتی در میان افرادی که با علم زمین‌شناسی و ژئومورفولوژی آشنایی دارند، بسیار محدود است (Robinson, 2012: 11; Allan, 2011b) و ادبیات ژئوتوریسم هم تعریف جامعی از ژئوتوریست ارائه نمی‌کند. بنابراین، چاره‌ای جز تعریف نیازها و خواسته‌های ژئوتوریست بر اساس ادبیات موجود نیست.

بدیهی است آگاهی از دلیل مسافرت به یک محوطه توریستی برای گردشگران امری حیاتی است. این که چه انگیزه‌ای مردم را به سوی انواع مختلفی از رفتارها از جمله گرایش به گردشگری سوق می‌دهد همواره یکی از موضوعات مورد علاقه محققین و پژوهشگران بوده است (Page & Connell, 2006: 1). با این حال، در دهه‌های اخیر ادبیات انتشار یافته در مورد انگیزه گردشگران بسیار قابل توجه است (Singh, 2008: 148). از سوی دیگر، انگیزه گردشگری یک مفهوم ترکیبی است (Pearce & Butler, 1994: 113) که در آن تئوریهای انگیزشی گردشگری با کمک و بهره‌مندی از علوم دیگر، موضوعیت پیدا می‌کنند (Allan, 2011a). رسالت اصلی این تئوریها معرفی نیازمندیهای گردشگری به عنوان منبع داده برای محققین است تا آنها بتوانند از این داده‌ها در پژوهشهای خود در مورد رضایتمندی، تصمیم‌سازی و بازاریابی استفاده کنند (Pearce & Butler, 1994: 116).

بی تردید انگیزه‌های مردم ریشه در باورهای خانوادگی و شرایط فرهنگی حاکم بر آنها دارد و محققین برای تبیین این مسأله باید به دو موضوع که اتفاقاً باهم مرتبط نیز هستند، بپردازند (Williams, 2004: 59)؛ اولاً، مطالعه در محیط بومی‌جامع و بررسی اثر آن در گردشگری بالقوه از طریق تبیین خواسته‌های متنوع آنان و موانعی که بر سر راه گردشگران بالقوه که در صدد ترتیب دادن یک مسافرت هستند، وجود دارد. ثانیاً، بررسی برنامه جاری سفر و وضعیت مقصد گردشگری بر اساس واکنشهای گردشگران بالقوه با توجه به خواسته‌های مبتنی بر باورهای خانوادگی و موانع موجود. بنابر این، بخش اعظم مطالعات در خصوص تئوری انگیزش به تشریح و تبیین این که "هر کسی چه انگیزه‌هایی دارد" اختصاص دارد. به همین دلیل نیز تئوریهای بی شماری در این مورد طرح شده است (Kozak & Decrop, 2009: 384). با این حال، در کل دو رویکرد در مورد تئوریهای انگیزش وجود دارد (Allan, 2011a: 36): تئوریهای محتوا و تئوریهای فرایند. اساس تئوریهای محتوا بر این است که "نیازها و خواسته‌های انسان چیست و این نیازها در طول زمان چگونه تغییر می‌کنند" (Maslow, 1943; McClelland, 1988). تئوریهای فرایند سعی در تبیین "مکانیسمهایی هستند که نیازهای انسانها را شکل داده و تغییر می‌دهند" (Locke and Latham, 1990; Vroom, 1964).

به نظر آلان (Allan, 2011a: 22)، تعریف ژئوتوریسم بر اساس علائق و انگیزه‌های ژئوتوریست بدین صورت خواهد بود که "ژئوتوریست کسی است که از یک مکان برخوردار از ویژگی‌های زمین‌شناختی و ژئومورفیکی به منظور مشاهده و کسب معلومات در مورد آنها، بازدید می‌کند." این تعریف، حس لذت جویی از زیبایی‌های شگفت‌آور مکان از یک سو، و کسب معلومات در مورد ارزش‌های ذاتی ژئوسایت از دیگر سو را در کنار هم قرار می‌دهد. بنابراین، یک ژئوتوریست می‌تواند تجربه‌ای فوق‌العاده که مشخص‌کننده تفاوت ژئوتوریسم از سایر اشکال ژئوتوریسم است، تجربه نماید.

نوع گردشگرانی که از ژئوسایت‌ها بازدید می‌کنند متفاوت از سایر گردشگران است زیرا، ژئوتوریسم دارای ویژگی‌های خاصی است که در سایر انواع گردشگری دیده نمی‌شود (Yalgouz-Aga et al., 2010: 1342). به‌عنوان مثال، تکیه ژئوتوریسم بر ارزش‌های علمی، آموزشی و تاریخی، جاذبه ژئوتوریسم، اهمیت بین‌المللی، ساختار فرهنگی و اجتماعی، تنوع زیستی و منظر استپ و فعالیت ژئوتوریسم

می‌تواند در یک ناحیه طبیعی یا نواحی شهری و مصنوع صورت گیرد. داوولینگ و نیوسام (Dowling & Newsome, 2006:12) بر جنبه آموزشی ژئوتوریسم که بر احساس شگفتی، پاس‌داشت و یادگیری مبتنی است، تأکید دارند. به نظر رابینسون (Robinson, 2008: 2)، ژئوتوریسم که اطلاعاتی فوق‌العاده را در اختیار ژئوتوریست به‌عنوان نمودی از یک بازار شناخته شده می‌گذارد، با افزایش جنبه یادگیری، ارزش یک تور را دو برابر می‌کند. فرسانی و همکاران (Torabi Farsani et al., 2012: 1) وی نیز همین دیدگاه را دارند. به نظر آنان، در حال حاضر ژئوتوریسم تحرکی جدید در افزایش معلومات مسافری در مورد منابع طبیعی، هویت فرهنگی میزبانان و راه‌های حفاظت از آنها پدید آورده است.

نکته جالب این است که در ایالات متحده آمریکا، ژئوتوریسم مفهوم دیگری دارد و اساس تعریف آن بر مبنای پدیده‌های جغرافیایی است. در پرتو این مفهوم متفاوت از ژئوتوریسم، پژوهشی از طرف انجمن صنعت سفر آمریکا و گروه تحقیقاتی این انجمن (وابسته به نشنال جئوگرافیک) در سال ۲۰۰۲، به بررسی نگرش‌ها و رفتارهای مسافران پرداخت. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که بیش از ۵۵/۱ میلیون نفر از جمعیت ایالات متحده آمریکا را می‌توان در زمره گردشگران پایدار ۲ یا ژئوتوریست به‌شمار آورد (جدول ۳). وجه مشترک هر سه گروه مورد نظر، در تمایل همه آنها به ژئوتوریسم است (TIA, 2002: 30).

جدول (۳). سه گروه از گردشگران پوشش دهنده بخش‌های اصلی ژئوتوریسم (TIA, 2002: 30)

ردیف	گروه گردشگران	تعداد مسافر(بر حسب میلیون)	ویژگی
۱	پژوهشگران	۱۶/۳	جوانی، تحصیل کرده و دارای آگاهی‌های محیطی
۲	قشر مرفه شهری	۲۱/۲	مسافرینی از قشر مرفه هستند که علاقه وافری به جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی مسافرت دارند.
۳	شهروندان عادی	۱۷/۶	پیری، رفاه کم و دارای آگاهی‌های عمومی

مقوله بازدید مکرر از جمله مواردی است که در بیشتر مطالعات گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است (Reid & Reid, 1993: 5-). همان ژئوسایت به دلایل مختلف است (Allan, 2011b):

مقوله در ژئوتوریسم اندک و ناچیز است. موقعیت ژئوتوریسم به‌عنوان شکل جدید گردشگری، نیازمند توجه به مقوله بازدیدهای مکرر از

گردشگران علاقه‌مند به ژئوتوریسم، دارای ویژگی‌ها و علائق مشترکی از قبیل داشتن پیش‌زمینه زمین‌شناسی، طبیعت‌دوستی، حس زیبایی و تحلیل چشم‌انداز هستند. این گروه از گردشگران برخوردار از معلومات زمین‌شناسی، انگیزه کافی برای تجربه ژئوتوریسم به طور مکرر دارند.

پیدایش ژئوتوریسم به ۱۹۹۰ میلادی برمی‌گردد، بی‌تردید حفظ و ترغیب گردشگران یا ژئوتوریست‌هایی که برای اولین بار ژئوتوریسم را تجربه می‌کنند بسیار مهم‌تر از هزینه‌های هنگفت ساماندهی ژئوسایت برای گردشگران جدید است، بویژه این که ارزش تجربه ژئوتوریسم هنوز، همانند سایر اشکال گردشگری عمومی نیافته و جا نیفتاده است. ژئوتوریسم، در جایگاه اصلی خود در جهان، نیازمند تمرکز بر روی گروه‌های همگن (ژئوتوریست‌ها) است که هم انگیزه کافی برای ژئوتوریسم دارند و هم ماهیت نیازهای آنان زمینه تنظیم رفتارهای متناسب با توانمندی‌های ژئوسایت را فراهم می‌آورد.

هوز (Hose, 1994) و پرالونگ (Pralong, 2006) به گونه‌شناسی علائق عمومی در مورد علوم زمین پرداخته‌اند. شاید به‌کاربردن واژه علائق عمومی در این مورد چندان صحیح نباشد زیرا، هر کدام از بازدیدکنندگان دارای خواسته‌های متفاوتی هستند. برخی از آنها در

1 - Travel Industry Association of America (TIA)

2 - Sustainable tourists



بعضی زمینه‌های علوم زمین مثل کانی‌ها و فسیل‌ها دارای معلومات ارزنده‌ای هستند و برای برخی دیگر علایق فرهنگی در اولویت قرار دارد. در عین حال، بسیاری از بازدیدکنندگان محوطه‌های ژئوتوریستی، دارای اطلاعات اندک و یا حتی فاقد هرگونه اطلاعات در مورد علوم زمین هستند لذا، تولید محصول ژئوتوریستی باید مطابق مذاق کلبه گروه‌های بازدیدکننده باشد.

نتایج مطالعات پرالونگ (Pralong, 2006) در مورد علایق گردشگران محوطه‌های ژئوتوریستی نشان می‌دهد که گردشگران به گذران تعطیلات خود در دامان طبیعت و چشم‌انداز علاقه‌مندند و دوست دارند توضیحاتی از طرف راهنمایان در مورد ویژگی‌های زمین‌شناسی و ژئومورفولوژیکی و همچنین سایر ویژگی‌های محیط مثل حیات جانوری و گیاهی ارائه شود. بر اساس نتایج همین تحقیق، از میان گردشگران با سنین مختلف، افراد سالخورده علاقه‌مندی بیشتری به افزایش معلومات خود در مورد علوم زمین نشان می‌دهند.

به نظر جویس (Joyce, 2006: 1) فرق ژئوتوریست‌ها با سایر گردشگران معمولی در علاقه آنها به مسائل زمین‌شناسی، ژئومورفولوژیکی و جغرافیایی است. لاروود و پروسر (Larwood and Prosser, 1998: 98) معتقد بودند که ژئوتوریسم شامل گردشگرانی می‌شود که به منظور کسب تجربه، یادگیری و التذاذ از میراث زمین مسافرت می‌کنند (Allan, 2011b). بر این اساس، ژئوتوریست، فردی دارای معلومات زمین‌شناختی، ژئومورفولوژیکی و جغرافیایی است که با مسافرت به یک مکان، بر دانسته‌های خود در مورد پدیده‌ها می‌افزاید. به نظر آلان (Allan, 2011a: 11)، ژئوتوریست کسی است که از مکانی دارای ویژگی‌های زمین‌شناسی و ژئومورفولوژیکی دیدن می‌کند و اطلاعاتی را در مورد پدیده‌های آن به دست می‌آورد. این تعریف، دربرگیرنده بعد التذاذ از زیبایی‌های مکان مورد نظر که برانگیزاننده احساس شگفتی ژئوتوریست است، و بعد حصول معلومات در مورد ارزش ذاتی ژئوپارک می‌باشد.

انگیزه ژئوتوریست‌ها تعیین کننده رفتار آنهاست (Dowling, 2013: 6). بازدید مجدد از ژئوسایت ارتباط معنی‌داری با انگیزه‌های درونی و بیرونی ژئوتوریست دارد. این بدان معنی است که تجربه ژئوتوریسم موفق در گرو لحاظ نیازها و خواسته‌های گردشگر است و در چنین صورتی امکان بازدید مجدد از ژئوسایت محتمل‌تر است. بنابراین، می‌توان گفت که بازدیدهای مکرر لازمه ژئوتوریسم در وضعیت فعلی خود به عنوان شکلی جدید از گردشگری است.

مقاصد ژئوتوریست‌ها

ژئوتوریسم نوعی گردشگری نواحی طبیعی است که توجه خاصی به زمین‌شناسی و چشم‌انداز دارد (Dowling, 2013: 69). این تعریف، گردشگری را به سمت ژئوسایت‌ها و حفاظت از تنوع زمینی رهنمون می‌شود و نوعی ارج نهادن به علوم زمین از طریق پاس‌داشت و یادگیری سوق می‌دهد. نیل به این هدف، در گرو بازدیدهای انفرادی از پدیده‌های زمین‌شناختی و ژئومورفولوژیکی، استفاده از معابر و نقاط دیدنی، توره‌های هدفدار، فعالیت‌های زمین‌محور و پشتیبانی از مراکز سازماندهی بازدیدکنندگان از ژئوسایت‌ها و ژئومورفوسایت‌ها است. البته باید در نظر داشت که بعد دیگر نیل به این هدف، آشنایی مردم ساکن در مقاصد گردشگری است که معمولاً خود با آثار منفی و مثبت توسعه گردشگری در جامعه خود آشنا هستند (Jones, 2005: 306; Stronza and Gordillo, 2008: 461; Gholamhossein and Abolqasem, 2012: 126; Lee, 2013: 39; García et al., 2015: 34; Gigović et al., 2016: 349).

بزرگترین پتانسیل ژئوتوریسم در نواحی اتفاق می‌افتد که از ساختار زمین‌شناسی و اشکال ناهمواری متنوع برخوردارند (Warowna et al., 2016: 46). این نواحی شامل ژئوسایت‌ها، ژئومورفوسایت‌ها و در مقیاسی بزرگتر ژئوپارک‌ها هستند. ژئوسایت عبارت است از یک چشم‌انداز، مجموعه‌ای از اشکال ناهمواری‌ها، یک ناهمواری بی‌نظیر، یک برونزد سنگی، یک پهنه فسیلی، یک فسیل خاص، غارها، چاله ایجاد شده در اثر برخورد شهاب‌سنگ‌ها، آتشفشان و حتی یک معدن (Dowling and Newsome, 2006). وریپالست (Verpaelst, 2004) با ارائه یک طبقه‌بندی، انواع ژئوسایت‌ها، تعریف و معیارهای انتخاب آنها را بیان نموده است (جدول ۴).

جدول (۴). انواع ژئوسایت‌ها، مثال‌های جدول به جای آفریقای جنوبی از ایران انتخاب شده است (Verpaelt, 2004).

نوع ژئوسایت	تعریف	معیارهای انتخاب	مثال‌ها
مکان‌های لیتولوژیکی	برونزدهایی از سنگ‌ها که از ارزشی برجسته از نظر ترکیب و چینه‌شناسی، پدیده‌شناسی، سنگ‌شناختی، ساختمانی، تکنوتیکی یا اهمیت تاریخی برخوردارند.	ارزش علمی، پناهگاهی برای گونه‌های نادر آسیب‌پذیری، ارزش آموزشی، تنوع زیستی دیرینه	مجموعه ژئوتوریستی بیستون در کرمانشاه
مکان‌های چینه‌شناختی	برونزی از یک توالی سنگی یا رسوبات که نمادی از یک واحد چینه‌شناختی خاص را ارائه می‌کند.	ارزش علمی، آسیب‌پذیری، ویژگی منحصر به فرد، اهمیت بین‌المللی، نقطه تحول چینه‌شناختی، ارزش آموزشی	چین‌خوردگی‌های سازندهای ژوراسیک در منطقه ژئوتوریستی دره‌دیز جلفا
ژئوسیستم‌ها	مکانی دارای مجموعه‌ای از سنگ‌ها و رسوبات که ویژگی‌های آنها نمادی از یک ژئوسیستم هستند.	ارزش آموزشی، ارزش علمی، جذب ژئوتوریستی، شهرت	مجموعه ژئوفای تخت‌سلیمان
چشم‌اندازهای زمین‌شناسی و ژئومورفولوژیکی	مکانی که اثری ارزشمند از تاریخ زمین‌شناسی یا تحول چشم‌انداز را به نمایش می‌گذارد. این مکان می‌تواند یک سازند زمین‌شناسی زیبا و خاص یا نمادی از یک تحول موزون در یک منطقه باشد.	اهمیت تاریخی، ارزش آموزشی، ارزش علمی، آسیب‌پذیری، جذب ژئوتوریستی، کیفیت زیباشناختی، ارزش اقتصادی	زمین‌لغزش سیمه و تنگ‌های واقع در رشته‌کوه‌های زاگرس چین‌خورده
غارها	عبارتند از مجراهای طبیعی که در اثر فرایندهای ژئودینامیکی مثل ذوب و یخبندان ایجاد شده‌اند و غارهایی که در نتیجه انحلال کربنات کلسیم ایجاد شده‌اند.	ارزش علمی، جذب ژئوتوریستی، آسیب‌پذیری ارزش آموزشی، ویژگی منحصر به فرد، پناهگاهی برای گونه‌های نادر	غار علی‌صدر غار کتله‌خور
معادن	برونزدهایی که دارای انواعی از کانی‌های با ارزش از نظر ترکیب و بلورشناسی، سنگ‌شناختی، زیباشناختی یا اهمیت تاریخی هستند.	ارزش علمی، آسیب‌پذیری، ارزش آموزشی، ارزش اقتصادی	معادن مس سونگون در شمال غرب ایران
مکان‌های معدنی تاریخی	مکان‌های معدنی که از نوعی اهمیت تاریخی و ارزش میراثی برخوردارند یا مکانی برخوردار از ارزش آموزشی و علمی از نظر زمین‌شناسی معدنی هستند.	اهمیت تاریخی، ارزش آموزشی، ارزش علمی، آسیب‌پذیری، جذب ژئوتوریستی، ارزش اقتصادی	معادن فیروزه در نیشابور
پهنه‌های فسیلی	برونزدهایی که دارای فسیل‌هایی بارز هستند و از ارزش بالایی از نظر چینه‌شناختی، زیست‌شناسی دیرینه، زیباشناختی و هر چیز دیگری که می‌تواند در یک اکوسیستم خاص وجود داشته باشد.	ارزش علمی، آسیب‌پذیری، ارزش آموزشی، تنوع زیستی دیرینه، ارزش اقتصادی	پهنه فسیلی مراغه
محل برخورد شهاب‌سنگ‌ها	مکانی که عناصر ساختمانی و فیزیوگرافیکی ایجاد شده در اثر برخورد شهاب‌سنگ‌ها به زمین را به نمایش می‌گذارد.	ارزش علمی، آسیب‌پذیری، جذب ژئوتوریستی، ارزش فرهنگی، شهرت، ارزش اقتصادی	-
محیط‌های زمین‌شناسی که حامی یک اکوسیستم هستند.	مکانی که ترکیب ژئوسیمایی یا کانی‌شناختی آن در واقع پناهگاهی برای گونه‌های نادر و مورد تهدید حیات وحش یا پوشش گیاهی است.	ارتباط با تنوع زیستی، ویژگی فوق‌العاده، شهرت، ارزش علمی، جذب ژئوتوریستی، ارزش اقتصادی	رشته‌کوه‌های قره‌داغ آذربایجان (جنگل‌های ارسباران)

در خصوص ژئوپارک‌ها، یونسکو نقش مهمی در تنظیم استانداردهای معرفی فهرست ژئوپارک‌های جهان داشته است. اولین مباحث در مورد ژئوپارک‌ها و ژئوسایت‌ها، در سال ۱۹۹۶ مطرح شده است و طرح مفهوم ژئوسایت از طرف یونسکو و انجمن بین‌المللی علوم زمین‌شناسی ۱ مربوط به این سال است. این دو سازمان، برنامه‌هایی را با عنوان "ژئوسایت و ژئوپارک" به منظور پیشبرد اهداف توسعه‌ای در مقیاس‌های ناحیه‌ای و روستایی تدارک دیده‌اند (Tapiador, 2007: 61). تفاوت بین ژئوسایت و ژئوپارک در این است که ژئوسایت "یک مکان دارای میراث زمین‌شناسی در مقیاس کوچک" است در حالی که، ژئوپارک دارای ابعادی بزرگتر و مکانی دارای انواعی دیگر از جاذبه‌ها و میراث‌ها مثل جاذبه‌های باستان‌شناختی، زیست‌شناختی، تاریخی و فرهنگی است (Tapiador, 2007: 61).



بروزینسکی (Brozinski, 2009) معتقد است که برای حلّ مشکل فقدان جاذبه در سنگ‌ها، باید زمینه فعالیت‌های جذّاب و ارائه گزارشی در مورد سازند چشم‌اندازها در ژئوسایت را برای گردشگر و به منظور کمک به وی در شناخت اهمیت و احساس هیبت، فراهم نمود. ال وارتیتی و همکاران وی (El Wartiti et al., 2008: 415) ژئوسایت را به این صورت تعریف نموده‌اند:

«مکان یا ناحیه‌ای به وسعت چند متر یا کیلومتر مربع، دارای اهمیت علمی و زمین‌شناختی، که ویژگی‌های زمین‌شناختی (کانی، ساختمانی، ژئومورفیکی و فیزیوگرافیکی) آن دارای معیار یا معیارهایی برجسته (ارزشمند، نادر، آسیب‌پذیر و در معرض مخاطره) می‌باشند».

واحد دیگر مطرح در مورد مقاصد گردشگری ژئومورفوسایتها هستند. ژئومورفوسایت یا مکان ژئومورفیکی به دارایی‌های ژئومورفولوژیکی میراث جغرافیایی یک منطقه اطلاق می‌شود. اشکال ژئومورفولوژیکی همواره بخشی از میراث جغرافیایی و یکی از شاخصه‌های حفاظت از سرمایه‌های جغرافیایی بوده و در عین حال، با توجه به زیبایی، پویایی و اندازه‌ای که دارند، نوع خاصی از ژئوسایتها را ایجاد می‌کنند. در برخی از منابع، مکان‌های ژئومورفیکی به عنوان نوعی ژئوسایت مطرح شده‌اند که شامل اشکال ناهمواری‌هایی هستند که ارزش خود را مدیون وجود انسان هستند (Panizza, 2001: 4). این مکان‌ها در واقع اشکال ژئومورفولوژیکی هستند که بنا به درک یا انتفاع انسان دارای ارزش ویژه‌ای می‌باشند (Panizza and Piacente, 1993: 177). این ارزش می‌تواند بسته به ماهیت علمی، زیست‌شناختی، فرهنگی، زیبایی و اقتصادی آن، متغیر باشد (Reynard, 2005). به عبارتی، یک مکان ژئومورفیکی می‌تواند هر قسمتی از کره زمین باشد که در دانش علوم زمین، اقلیم و تاریخ زندگی، دارای جایگاه خاصی است (Grandgirard, 1997; Reynard, 2005). احراز یک یا چند نوع از ارزش‌های فوق از منظر دید یک انسان در یک منطقه کافی است که در زمره مکان‌های ژئومورفیکی قرار گیرد (Pereira and Pereira, 2010: 216). در این میان، ارزش علمی ارزشی زیربنایی برای شناخت و ارزیابی یک مکان ژئومورفیکی است ولی ارزش‌های دیگر از جمله ارزش‌های زیست‌شناختی، فرهنگی، زیبایی و اقتصادی معمولاً به هنگام انتخاب و مقایسه بین مکان‌های ژئومورفیکی مورد استفاده قرار می‌گیرند. رینارد و همکاران (Reynard et al., 2007: 3) از ارزش‌های اخیر با نام ارزش‌های اکتسابی ۱ یاد می‌کنند. از میان ارزش‌های اکتسابی، ارزش اقتصادی، در اصل برای برآورد توانمندی گردشگری یک مکان ژئومورفیکی به کار می‌رود.

در تعبیری دیگر، یک ژئومورفوسایت عبارت است از یک شکل ژئومورفولوژیکی ۲، که با توجه به درک و استنباط انسان دارای ارزش علمی، فرهنگی-تاریخی، زیبایی‌شناختی و یا اجتماعی-اقتصادی است (Panniza, 2001; Reynard and Panniza, 2005). چنین مکان‌هایی ممکن است شامل یک یا چند پدیده ژئومورفولوژیکی و یا چشم‌اندازهایی وسیع باشند و فعالیت‌های انسانی می‌تواند آنها را تغییر دهد، به آنها خسارت بزند و یا حتی آنها را تخریب نماید. ژئومورفوسایت‌ها، در ادبیات مطالعاتی آن با عناوین دیگری مثل سرمایه‌های ژئومورفولوژیک (Panniza and Piacente, 1993) ۳، کالاهای ژئومورفولوژیکی (Carton et al., 1994) ۴، مکان ژئومورفولوژیک (Hooke, 1994)، ژئوتوپ‌های ژئومورفولوژیک (Grandgirard, 1997) ۵، مکان‌های دارای جذبه ژئومورفولوژیکی (Rivas et al., 1997) ۶ و در نهایت مکان‌های ژئومورفولوژیکی (Pralong, 2005) ۷ نیز معرفی شده‌اند.

1 Additional Values

2 Landform

3 Geomorphological assets

4 Geomorphological goods

5 Geomorphological geotopes

6 Sites of geomorphological interest

7 Geomorphological sites

بررسی منابع داخلی بررسی منابع نیز نشان می‌دهد که تعاریف متعددی از طرف محققین در مورد ژئومورفوسایت ارائه شده است. برخی نشان می‌دهد که این اصطلاح با همان واژه شکل اصلی و لاتین خود به کار برده شده (مقصودی و همکاران، ۱۳۹۰؛ یمانی و همکاران، ۱۳۹۱) و یا با اصطلاحاتی همچون لندفورم‌های ژئومورفولوژیکی (مقصودی و عمادالدین، ۱۳۸۳؛ شایان و همکاران، ۱۳۸۹؛ یمانی و همکاران، ۱۳۹۱؛ بیاتی خطیبی و همکاران: ۱۳۸۹)، و یا معجونی از این اصطلاحات (فتوحی و همکاران، ۱۳۹۱) و ژئومورفوسایت‌ها و مکان‌های ویژه ژئومورفولوژیک (مقیم و همکاران، ۱۳۹۱) مورد استفاده قرار گرفته است. بنابراین، تعریف اصطلاحی که بتواند مفهوم درستی از واژه «ژئومورفوسایت» ارائه نماید نیز یکی دیگر از چالش‌های پیش روی پژوهشگران این عرصه است.

بی تردید برخورداری از مجموعه‌ای از پدیده‌ها و جاذبه‌های گردشگری با ماهیتهای زمین‌شناختی، ژئومورفولوژیکی، زیست‌شناختی، میراثی و فرهنگی یکی از مهمترین ویژگیهای هر محوطه ژئوتوریستی است. بنابراین، ارائه مجموعه‌ای متنوع از جاذبه‌ها که در ادبیات ژئوتوریسم به "ABC" (Mao et al., 2009: 77) معروف است و پدیده‌های غیرزنده (زمین‌شناختی و ژئومورفولوژیکی)، زنده (جانوران و گیاهان) و فرهنگی (جاذبه‌های مصنوعی) را در بر می‌گیرد، از طرف ژئوتورها برای ژئوتوریستها ضروری است.

نهایتاً در مورد ژئوتوریستها می‌توان گفت که آنها قبل از بازدید از یک مقصد گردشگری، سعی می‌کنند اطلاعاتی در مورد آن کسب نمایند و توانمندیهای مقصد گردشگری را با فعالیتهای و درخواستهای خود (جدول ۵) تطبیق نمایند. بنابراین، یک ژئوتوریست فردی مطلع و آگاه است و تمایل دارد بر دانسته‌های خود در مورد اشکال و جاذبه‌های ژئوپارک بیفزاید. اطلاعات جامع در مورد مقصد ژئوتوریسم می‌بایست قبلاً از طریق وبگاه‌ها، بروشورها و غیره در اختیار قرار گیرد و ژئوتوریست در طول بازدید بتواند اطلاعات قبلی خود را در محل جستجو نموده و از مجموع این اطلاعات بهره و لذت لازم را کسب نماید (Dowling, 2009: 15). برای ارائه معلومات غنی در مورد پدیده‌های جغرافیایی و زمین‌شناختی برای ژئوتوریستها، لازم است فعالیتهای ژئوتوریسم با مطالعات علمی در مورد پدیده‌های فوق‌الاشاره همراه شود. در هر حال، نمی‌توان جغرافیا و زمین‌شناسی را به‌عنوان دانش فراموش کرد و اگر سرزمین خود را نمی‌شناسیم نمی‌توانیم از گردشگری سخن به میان آوریم.

جدول (۵). نمونه‌هایی از فعالیتهای و درخواستهای تفریحی مورد توجه گردشگران در نواحی طبیعی بدون استفاده از وسائط نقلیه موتوری (Newsome and Lacroix, 2011: 320)

فعالیت تفریحی	ویژگی‌ها	پیامد بالقوه
پیاده روی و پیمایش	سفرها و پیاده‌روی‌های روزانه در مسافت‌های کوتاه و بلند که می‌تواند چند روز ادامه داشته باشد و یا به صورت کمپ زدن و به همراه امکانات اسکان باشد.	بستگی به طراحی و مدیریت مسیر و شرایط محیطی دارد.
تکریم حیات وحش	طیف وسیعی از فعالیتهای که دامنه آن از مشاهدات موردی تا اجرای تورهایی با سازماندهی بالا متغیر است. تماشای پرندگان، سیاحت‌های ماجراجویانه و تماشای پستانداران دریایی از جمله موارد خاص این طیف هستند.	متغیر، بستگی به مدیریت دارد.
تماشای مناظر جالب و بازدیدهای روزانه	بازدید از نواحی دیدنی، چشم‌اندازها و محصولات ژئوتوریسم مثل غارها، اجرای گردش‌های ژئوتوریستی و ایجاد مراکز دید و بازدید مردم	معمولاً پیامد چندانی ندارد. مکان‌های دارای تراکم بازدید معمولاً مدیریت شده هستند.
اردو زدن	هم می‌تواند در مکان‌های با برنامه‌ریزی و مدیریت شده باشد و هم در مکان‌های دور افتاده و به دور از هرگونه مدیریت. بیشترین مشکلات زمانی اتفاق می‌افتد که اردو زدن بدون کنترل و بی ضابطه باشد.	متغیر، بستگی به برنامه‌ریزی و مدیریت دارد.
تورهای نواحی طبیعی و مقاصد حیات وحش	دامنه وسیعی از تجربیات گردشگری، از گشت‌های ویژه تا مکان‌هایی با گردشگر انبوه که در آنها گردشگران از طرف تورگردانان مدیریت می‌شوند و زیرساخت‌های لازم برای این امر فراهم است.	با توجه به مدیریت دقیق و مؤثر تورگردانان پیامدهای کمی دارد.
مسابقات	پیمایش مسافت‌های بلند در مقیاس کشوری که می‌تواند با مشارکت تعداد زیادی از	نامعلوم، اطلاعات چندانی در دسترس نیست.

1 'ABC' attractions including Abiotic (non-living features such as geological attractions), biotic features (including fauna and flora) and Cultural (including built attractions).



صحرا نوردی	شرکت کنندگان انجام پذیرد. در اغلب موارد فعالیتی مداوم و ۲۴ ساعته لازم است تا شرکت کنندگان به انت‌های مسیر برسند. این گونه مسابقات معمولاً شبانه روزی است و مستلزم بهره گیری از یک اردوگاه مرکزی است.
اسب سواری	معمولاً مسیره‌های خاص تحت کنترل هستند و معمولاً این گونه مسیره‌ها در مناطق حفاظت شده جایی ندارند.
رویدادها و مسابقات اسب سواری	مسابقات اسب سواری و رویدادهای استقامت، این گونه مسابقات معمولاً در فواصل بیش از ۳۰۰ کیلومتر اتفاق می‌افتد و بیش از ۳ روز طول می‌کشد. تعبیه نقاط کنترل و مکان‌های پشتیبانی نیز بخشی از این رویدادها هستند. این مورد برای مناطق حفاظت شده ممنوع است.
دوچرخه سواری کوهستان	شامل طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها از دوچرخه سواری تفریحی در مسیره‌ها گرفته تا فعالیت‌های ورزشی حرفه‌ای است. مسأله اصلی در این گونه مسیره‌ها عملکرد استفاده کنندگان می‌باشد. دوچرخه سواری کوهستان در مواردی بخشی از یک رویداد بزرگ ورزشی است که می‌تواند با شرکت تعداد زیادی از ورزشکاران و تماشاگران همراه باشد.
کوه پیمایی	شامل پیمایش مسیری تعیین شده برای فتح قلّه یک تپه یا کوه به صورت حرفه‌ای یا غیر حرفه‌ای که می‌تواند بدون محدودیت شرکت کنندگان صورت گیرد.
مسابقات ماجراجویانه	ترکیبی از دوچرخه سواری کوهستان، دو و میدانی، قایقرانی، سنگ‌نوردی، طناب کشی و فرود آزاد است که با همکاری راهنمایان و مربیان و با حمایت حامیان بازرگانی صورت می‌گیرد. خدمات حمل و نقل و به‌کارگیری افراد زبده در این زمینه‌ها جزو ضروریات است. این مسابقات می‌تواند با شرکت تعداد زیادی از افراد و تماشاچیان برگزار شود. در سال‌های اخیر، درخواست‌ها برای اجرای این مسابقات در مناطق حفاظت شده افزایش یافته است.
فعالیت‌های متفرقه	مراسم ازدواج، میهمانی‌های بزرگ، رویدادهای اجتماعی، و رویدادهای موسیقی و ارکستر از جمله این موارد هستند. این فعالیت‌ها می‌تواند در غارها یا دیگر محیط‌های حساس برگزار شوند.
	نامعلوم، داده‌ای وجود ندارد.

ژئوتوریست: گردشگر انبوه یا همساز؟

بعد از جنگ جهانی دوم، صنعت گردشگری با هدف استاندارد نمودن خدمات گردشگری و پاسخگویی به نیاز تنوع‌بخشی محصول، به گردشگری انبوه روی آورد. در میانه‌های قرن بیستم، گردشگری انبوه مترادف گردشگری بزرگ مقیاس، محسوب می‌شد و به نوعی مرهمی بر درد بیکاری و اقتصاد ورشکسته کشورها بود. به نظر هانی (Honey, 2008: 3) توسعه افراطی و نابرابر، آلودگی محیطی، تهاجم فرهنگی و حضور اقتصاد بیگانه در مقاصد گردشگری، از جمله عواقب این گونه از گردشگری است. خان (Khan, 1997: 988) معتقد است که گردشگری انبوه در کشورهای در حال توسعه با تبدیل مقاصد گردشگری به مناطقی وابسته به خارج، آنها را به صورت ابزاری در دست بیگانگان برای اعمال نفوذ در این مناطق درمی‌آورد.

مسائل پیش‌آمده در مورد بهره‌مندی مقاصد گردشگری از منافع گردشگری در نتیجه اجرای گردشگری انبوه از نظر فرهنگی، اقتصادی و محیطی موجب گردید تا زمینه برای ایجاد نهضتی جهانی برای نجات این گونه مقاصد که با مدل گردشگری انبوه اداره می‌شدند، فراهم آید (Honey, 2008: 3). جامعه جهانی با برگزاری سلسله نشست‌هایی مانند بیانیه مانیل ۱ در مورد گردشگری جهانی در سال ۱۹۸۰ میلادی، و بیانیه‌هاگ ۲ در مورد گردشگری به سال ۱۹۸۹ میلادی، به آثار زیانبار گردشگری واکنش نشان داد و بدین ترتیب نگرانی خود را در مورد تهدیدهای گردشگری اعلام و مدیران مقاصد گردشگری را برای به‌کارگیری روش‌هایی جهت پایدارسازی توسعه گردشگری ترغیب نمود (Ceballos-Lascuráin, 1996). با این که بیانیه‌های فوق در جلب توجه جامعه جهانی به آثار زیانبار گردشگری

1- Manila

2- Hague

انبوه نقش داشتند ولی این انتشار گزارش «آینده مشترک ما» (WCED, 1987) و به عبارتی گزارش برون‌تلدن^۲ بود که با طرح مفهوم توسعه پایدار در عرصه بین‌المللی، زمینه گذر از گردشگری انبوه را فراهم نمودند (Hardy et al., 2002: 491). به نظر باتلر (Butler, 1999: 8) طرح مفهوم توسعه پایدار، نقش تعیین کننده‌ای در تغییر ماهیت صنعت گردشگری داشته است. موفقیت توسعه پایدار و به تبع آن گردشگری پایدار می‌تواند به حل مشکلات علمی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و محیطی بیانجامد؛ مشکلاتی که در طول دهه ۱۹۸۰ ایجاد نهضتی فراگیر در سطح جهان را برای حفاظت از مقاصد گردشگری به دنبال داشت (Hardy et al., 2002: 487).

این مسائل تا حدود زیادی نتیجه گذر از مدل فوردیسم^۳ گردشگری (گردشگری انبوه) بزرگ مقیاس که بر استاندارد نمودن خدمات گردشگری و پاسخگویی به نیاز تنوع بخشی محصول تأکید داشت، به مدلی مسئولیت‌پذیر و کوچک مقیاس از مسافرت که اساس آن بر حفاظت از مقصد گردشگری بنا نهاده شده است، می‌باشد (Perez & Sampol, 2000: 635). نتیجه چنین ملاحظاتی در مورد گردشگری انبوه، شکل‌گیری نوعی مدیریت پایدار در زمینه گردشگری را در پی داشته است.

اندیشه تغییر وضعیت گردشگری از حالت تخریبی و انبوه، به چیزی کوچک‌تر و پایدارتر، زمینه ظهور اشکال همساز گردشگری (شکل ۱) مثل اکوتوریسم (Ceballos-Lascuráin, 1996)، ژئوتوریسم (Stokes, Cook, & Drew, 2003)، گردشگری نوین^۴ (Rosenow & Pulsipher, 1979)، گردشگری نژادی^۵ (Moscardo & Pearce, 1999)، گردشگری فقرمدارانه^۶ (Ashley & Roe, 2002)، گردشگری همساز^۷ (Butler, 1990)، گردشگری قضایی^۸ (Scheyvens, 2002)، گردشگری صلح^۹ (Higgins-Desbiolles, 2006)، و گردشگری عشق^{۱۰} (Wearing, 2001) را فراهم آورده است. هر کدام از این اشکال گردشگری همساز، سعی دارند منظری خاص از مقصد گردشگری را در کانون توجه خود قرار دهند و بدین ترتیب با هدایت گردشگرانی علاقه‌مند به این‌گونه مقاصد، زمینه شکوفایی بیش از پیش توانمندی‌های گردشگری آنها را فراهم آورند. ژئوتوریسم نیز به‌عنوان نوعی گردشگری همساز از این قاعده مستثنی نیست و با توجه به این که بر بهره‌مندی تمام بخش‌های یک مقصد گردشگری تأکید دارد و پایداری کلیه ویژگی‌های جغرافیایی آن را در کانون توجه دارد، دارای جایگاه ویژه‌ای است و بر همین اساس، می‌توان آن را مترادف گردشگری پایدار در نظر گرفت. در چنین تعریفی ژئوتوریست یک گردشگر طرفدار توسعه پایدار است.

البته باید در نظر داشت که طرح ژئوتوریسم به عنوان یکی از اشکال گردشگری همساز در مواردی قابل دیکته کردن برای ژئوتوریست نیست و به طوری که نتایج مطالعات آلان (Allan, 2011a: iii) در مقایسه انگیزه‌های ژئوتوریست‌ها در کشور استرالیا و اردن، وجود تفاوت در این انگیزه‌ها را در مناطق مختلف زمین تأیید می‌کند. بر اساس این نتایج انگیزه ژئوتوریست‌های استرالیایی مبتنی بر علاقه به شگفتی‌ها، حس لذت جویی و کسب معلومات با کمترین حد دل‌بستگی است در حالی که در اردن این انگیزه‌ها بر گرفته از خلاصی از مشکلات زندگی، حس لذت جویی و استراحت با کمترین دل‌بستگی است. در این میان، وجه مشترک بین ژئوتوریست‌های دو کشور است.

-
- 1- Our Common Future
 - 2- Bruntland
 - 3- Fordism
 - 4- New tourism
 - 5- Ethnic tourism
 - 6- Pro-poor tourism
 - 7- Alternative tourism
 - 8- Justice tourism
 - 9- Reconciliation tourism
 - 10- Volunteer tourism



به عبارت دیگر، ژئوتوریست‌های کشور استرالیا گردشگرانی برون‌گرا ۱۱ هستند که سفر به مناطق جدید و کشف نقاط ناشناخته را ترجیح می‌دهند در حالی که ژئوتوریست‌های اردن گردشگرانی درون‌گرا ۲۱ هستند که ترجیح آنها مسافرت به مقاصد آشنای گردشگری انبوه است.

تحقیق دیگری در مورد ژئوتوریست‌های کشور استرالیا حاکی از تمایل آنها به مسافرت انفرادی در استرالیا و یا خارج از این کشور به جای مشارکت در تورهای گروهی است (Mao et al., 2009: 77). این نتایج به نوعی نشان دهنده نبود امکانات مقاصد گردشگری ژئوتوریسم برای تورهای گروهی است و گرایش مطالعات و داده‌های موجود به سمت و سوی مسافرت‌های انفرادی نیز مزید بر علت است. شاید اگر در ایران نیز مطالعه ای مبتنی بر گرایش ژئوتوریست‌ها برای انجام مسافرت‌های انفرادی یا گروهی انجام گیرد، نتایجی مشابه نتایج فوق را خواهد داشت.

پیشنهادات مائو و همکاران (Mao et al., 2009: 77) در مورد توسعه مقاصد ژئوتوریسم در آینده در نوع خود قابل توجه است. این پیشنهادات عبارتند از:

توسعه ژئوتوریسم باید بر بازار نسل بزرگسال، بازنشستگان و افرادی که فرزندانشان بزرگ شده و تنها هستند، متمرکز شود. این گروه از مردم دارای وقت و پول بیشتری برای خرج در مسافرت‌های ژئوتوریستی هستند. آنها علاقه بیشتری هم به ژئوتوریسم دارند و اشتیاق آنها به فرصت‌های مسافرت بیشتر از سایر گروه‌هاست.

احترام به علاقه ژئوتوریست‌ها به مسافرت انفرادی در مقابل مسافرت‌های گروهی

بسط آموزش‌های حرفه ای برای صنوف دیگر مثل معلمان، پزشکان، مهندسان و غیره

توسعه مقاصد گردشگری باید مبتنی بر دسترسی، اقامت، فعالیتها، جاذبه‌ها و امکانات رفاهی که در ادبیات گردشگری به پنج "A" معروف است، باشد این توسعه باید خواسته‌های مسافران مختلف (انفرادی یا گروهی) و بویژه برای افراد ناتوان را در بر گیرد.

با توجه به این که مقاصد ژئوتوریسم در مواردی در مناطق دور دست قرار دارند، تمهیدات دسترسی به امنیت و کمک‌های اولیه پزشکی به ویژه برای سالمندان و در مواقع آسیب دیدگی

ایمنی نقل و انتقال ژئوتوریست‌ها باید در سطحی بالا باشد.

اطلاعات جامع در مورد محوطه ژئوتوریستی مورد بازدید قبل از این که ژئوتوریست‌ها این اطلاعات را از سایتهای اینترنتی، بروشورها یا دفاتر گردشگری بگیرند، باید در اختیار آنها قرار گیرد.

در اختیار قرار دادن اطلاعات صحیح و مکفی در سطوح مختلف از طریق نصب علائم جاده ای، تابلوها، نقشه‌ها و راهنمایان گردشگری

توسعه ژئوتوریسم نباید حفاظت از محوطه‌های ژئوتوریستی را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین، دست اندرکاران توسعه و آمایشگران سرزمین باید به هر نحوی، نوعی تعادل بین حفاظت و توسعه ژئوتوریسم برقرار کنند.

ویژگیهای جمعیت شناختی ژئوتوریست‌ها

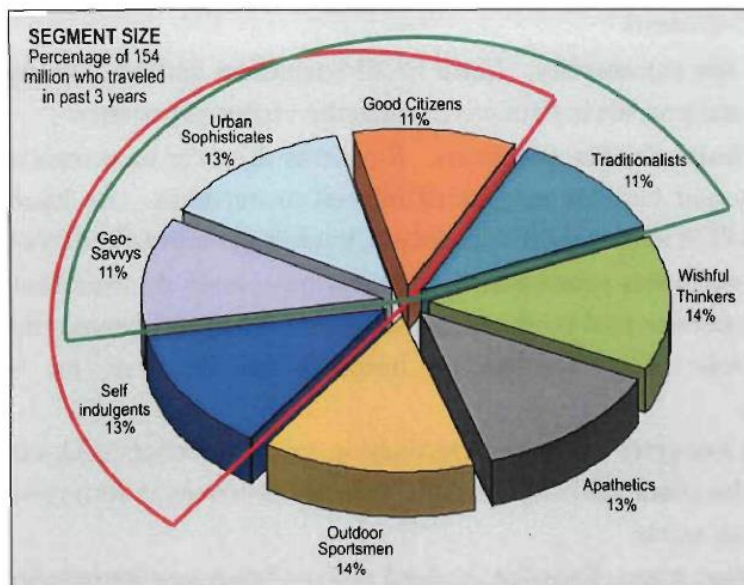
ژئوتوریست کسی است که به منظور کسب معلومات در مورد پدیده‌های زمین شناختی و ژئومورفولوژیکی و بازدید از آنها مسافرت می‌نماید و همانند یک گردشگر پایدار یا یک اکوتوریست اطلاعاتی در مورد پدیده‌های موجود در مقصد گردشگری دارد (Allan, 2011a:

1 - Allocentric

2 - psychocentric

3- Five A's (that is, Access, Accommodations, Activities, Attractions, Amenities)

11). ژئوتوریست‌ها معمولاً آدم‌هایی با درآمد بالا و تعدد سفر هستند که علاقه خاصی به مسافرت‌های محیط‌محور دارند و مسافرت‌هایی را ترجیح می‌دهند که علاوه بر محیط‌محوری، ماهیتی فرهنگی و اجتماعی نیز دارند. بر اساس مطالعات انجام شده بر روی ۱۵۴ میلیون آمریکایی که در سه سال منتهی به گزارش منتشره (Tourtelott, 2005) حداقل یک بار مسافرت کرده بودند، نشان داد که این مسافران در هشت دسته جای می‌گیرند (شکل ۱). این مطالعات مبتنی بر سه شاخص جمعیت، سفر و ژئوتوریسم بود. این گزارش نشان داد که تنها سه دسته از گردشگران به عنوان ژئوتوریست محسوب می‌شوند و آنهایی هستند که با محیط آشنایی کافی دارند و به هنگام مسافرت، به دنبال فرهنگ و تجربیات منحصر به فرد هستند. این دسته از گردشگران نه تنها میلیون‌ها نفر از گردشگران را شامل می‌شوند، بلکه برای صنعت گردشگری نیز بسیار سودمند هستند.



شکل (۱). هشت قسم مسافران (Tourtelott, 2005)

دو دسته اخیر از گردشگران ذکر شده، علاقه‌مندی خاصی نیز به مسافرت‌های دارای محتوای فرهنگی و اجتماعی دارند. سه بخش بعدی گردشگران شامل گردشگرانی هستند که پتانسیل بالایی برای حضور در عرصه ژئوتوریسم دارند و عبارتند از: ۱) سنت گرایان، این دسته از گردشگران دارای سن بیشتری نسبت به دسته شهروندان خوب هستند، ۲) خیالبافان، ۳) در محدوده طیف سنی X و ۳۷ هستند و ۳) بی تفاوت‌ها، که عمدتاً از بین کهنسالان هستند.

همانند شهروندان خوب، سنت‌گرایان، گروه جمعیتی پیرتری را تشکیل می‌دهند و به همین دلیل تعداد آنها نسبت به سایر گروه‌های گردشگران کمتر است. خیالبافان اغلب اعضای نسل‌های X و Y را تشکیل می‌دهند در حالی که دسته بی تفاوت‌ها اغلب از متولدین بعد از جنگ جهانی دوم (متولدین دهه ۶۰ میلادی) هستند.

1 Traditionalists

2 Wishful Thinkers

3 به دنیا X که به متولدین هزاره معروفند، به دنبال نسل Y به متولدین بین جنگ جهانی دوم و سال ۱۹۸۰ میلادی اطلاق می‌شود و نسل X- در ایالات متحده آمریکا نسل آمدند.

4 - Apathetics



دو گروه سنت‌گرایان و بی‌تفاوت‌ها در انتخاب‌های مسافرتی خود محافظه‌کارند و سطوح بالایی از نظافت، بهداشت و ایمنی را مد نظر قرار می‌دهند. خیالبافان در آرزوی مسافرت‌هایی هستند که تاکنون تجربه نکرده‌اند و دوست دارند در طول مسافرتشان بسیار فعال و مشغول باشند. این دسته از گردشگران به دنبال سرگرمی و داشتن مسافرتی مفرح هستند. هیچ یک از سه گروه اخیر، علاقه‌مند سفرهای فرهنگ‌محور نیستند و در زادگاهشان نیز با فعالیت‌های فرهنگی سر و کار ندارند. این سه گروه با سفرهای محیط‌محور هم بیگانه‌اند و چه در هنگام سفر و چه در محل زندگی خود، به محیط و مسائل آن کاری ندارند.

در هر صورت، ایجاد زمینه آموزش ژئوتوریست‌ها جزو وظایف مهم متخصصین علوم زمین که در عرصه ژئوتوریسم فعالیت دارند، می‌باشد. بی‌تردید، برای توضیح و آموزش زمین‌شناسی و ژئومورفولوژی برای ژئوتوریست‌ها، بهره‌گیری از ابزارهای ساده و سازگار با روحیه ژئوتوریست‌ها ضرورت دارد. با این حال، در مواردی اگر تحلیل و تشخیص نیازمندی‌های گردشگران مطلوب نباشد، دستیابی به موفقیت نیز درهاله‌ای از ابهام خواهد بود. در واقع، یک محصول ژئوتوریستی مثل مورفونز یک جاذبه ژئومورفولوژیکی، شاید برای قشر خاصی از ژئوتوریست‌ها مثل سالخورده‌گان جاذبه داشته باشد ولی برای قشر دیگر، مثل دانش‌آموزان یک دیستان هیچ گونه جذابیتهایی ندارد. با این حال، این تحلیل‌ها در بسیاری از امور آموزشی علوم زمین نادیده گرفته می‌شود و لحاظ نیازمندی‌های ژئوتوریست هنوز هم در نزد جامعه علمی علوم زمین چندان جا نیفتاده است.

بحث

توجه به گونه‌شناسی ژئوتوریست‌ها، درک بهتر ابعاد ژئوتوریسم را به دنبال داشته و به گسترش و بازاریابی ژئوتوریسم کمک شایانی می‌کند. همچنین، نوعی بصیرت افزایی در انتخاب مقصد گردشگری و ایجاد فضایی رقابتی در مورد این مقاصد را فراهم می‌کند (Dowling, 2013: 69). با این که جوینس (Joyce, 2006) انواع ژئوتوریست‌ها را در یک مطالعه کوچک مقیاس به بازدیدکنندگان عادی علاقه‌مند به بخش یا بخش‌هایی از زمین‌شناسی، علاقه‌مندان خبره و غیر خبره زمین‌شناسی و ژئومورفولوژی، انواع گروه‌های دانش‌آموزی، اعضای هیأت علمی شرکت‌کننده در کنفرانس‌ها و مسافرت‌های علمی، داوطلبین کارآموزی عرصه اکوتورها و ژئوتورها، و عکاسان چشم‌انداز، هنرمندان، مورخان و ... تقسیم بندی کرده است، همزمان تلاش‌هایی نیز برای تعیین انگیزه ژئوتوریست‌ها برای مشارکت در ژئوتوریسم صورت گرفته است (Allan et al., 2011). در این مطالعات انگیزه‌هایی مثل حس کنجکاوی، آموزش، همراهی خانواده و دوستان، بازدید از یک پدیده منحصر بفرد مثل وجود یک غار در یک ژئوپارک از طرف ژئوتوریست‌ها مطرح شده است. بر این اساس، انواع دیگری از ژئوتوریست‌ها مطرح شده‌اند (McKercher & du Cros, 2002) که عبارتند از: ۱) ژئوتوریست‌های مصمم و با اراده که انگیزه اصلی آنها برای مسافرت بازدید از یک ژئوسایت است و تجربه‌ای مثبت از ژئوتوریسم دارند، ۲) ژئوتوریست‌های تعددی که انگیزه آنها برگرفته از تجربه مثبت از ژئوسایت و لذت بردن از کسب اطلاعات است، ۳) ژئوتوریست‌های بختی که ژئوتوریسم نقش تعیین‌کننده‌ای در تصمیم آنها برای بازدید از یک ژئوسایت ندارد ۴) ژئوتوریست‌های اتفاقی که انگیزه آنها ارتباطی با ژئوتوریسم ندارد و قبل از بازدید از ژئوسایت هیچ اطلاعی از آن ندارند و ژئوتوریست ضمنی ۵) که ژئوتوریسم هیچ نقشی در انتخاب مقصد ندارد و پس از بازدید تجربه‌ای منفی از آن را بروز می‌دهد.

هوز (Hose, 2008) معتقد است گروه‌های ژئوتوریستی دو دسته‌اند: ۱) گروه‌های آموزشی، شامل دانش‌آموزان و دانشجویان در تمامی سطوح تحصیلی که دارای مطالعات زمین‌شناسی یا مطالعات مرتبط با آنها هستند. ۲) گروه‌های تفریحی شامل اقلشار گوناگون مردمی از

- 1- Purposeful geotourist
- 2- Intentional geotourist
- 3- Serendipitous geotourist
- 4- Accidental geotourist
- 5- Incidental geotourist

عوام تا متخصص. افراد و گروه‌های دیگری هم وجود دارند که هدفشان تماشای جاذبه‌های زمین‌شناختی و ژئومورفیکی در یک ژئوسایت یا ژئوپارک است.

با توجه به مطالب بالا، در مجموع می‌توان ژئوتوریست‌ها را در سه گروه عمده جای داد: علما؛ جغرافیدانان، زمین‌شناسان و ژئومورفولوگها؛ و طرفداران جغرافیا و زمین‌شناسی و ژئومورفولوژی.

تعریف ژئوتوریسم، بر نگاهداری و حمایت از ابعاد پنجگانه کلیدی ویژگی‌های جغرافیایی یک ناحیه؛ یعنی محیط، فرهنگ، زیبایی، علم، آموزش و بهزیستی مردم محلی تأکید دارد (Stokes and et al., 2003: 1). این بدان معنی است که هر کس به عنوان مجری یا مخاطب ژئوتوریسم، موظف به رعایت کلیه اصول و ابعاد آن است. اهم این اصول عبارتند از: به حداقل رساندن پیامدها، نکوداشت و آگاهی بخشی محیطی و فرهنگی، ایجاد تجربیات مثبت برای بازدیدکنندگان و میزبانان، جلب حمایت‌های مالی مستقیم برای اقدامات حفاظتی، ایجاد درآمدهای مالی و توانمندسازی مردمان محلی، ارتقای سطح حساسیت سیاسی، محیطی، اجتماعی جوامع میزبان، حمایت از حقوق شهروندی.

نکته مهم در مورد ژئوتوریست‌ها، تبعیت کلیه ویژگی‌های آنها از قلمرو و ماهیت ژئوتوریسم است به عبارت دیگر، با درک صحیح از حدود و مفاهیم مربوط به ژئوتوریسم می‌توان طیف علاقمندان، اهداف، ویژگیها، علائق و انگیزه‌ها، نیازها و خواسته‌ها، گونه شناسی، مقاصد گردشگری، ویژگی‌های جمعیت شناختی ژئوتوریست‌ها را تعریف نمود. بر این اساس، ژئوتوریست واقعی کسی است که پاسداری و حمایت از ابعاد پنجگانه کلیدی ذکر شده را وظیفه خود بداند و در راستای اهداف ژئوتوریسم و متناسب با ماهیت و قلمرو آن گام بردارد.

نتیجه گیری

پژوهشها در مورد ژئوتوریسم و مفاهیم مرتبط با آن مراحل اولیه رشد خود را طی می‌کنند. مخاطبان اصلی این شاخه از گردشگری نواحی طبیعی یعنی ژئوتوریست‌ها نیز در ادبیات موضوع بسیار غریب هستند و نتایج انگشت شمار جستجو در موتورهای جستجوگر اینترنتی و ادبیات مکتوب، گویای این مطلب است. این مقاله سعی نمود با بررسی منابع و جمع آوری مستندات مکتوب داخلی و خارجی، تصویری از ژئوتوریست‌ها و ویژگی‌های آنها ارائه نماید. روند فزاینده علاقمندی به دیدار از محوطه‌های ژئوتوریستی، افزایش معلومات زمین‌شناختی و ژئومورفولوژیکی، بازدید از فرهنگ‌های گوناگون، لذت بردن از فعالیتها در فضای باز، و اسکان در اقامتگاههای ساده علی رغم ترغیب گردشگران به ژئوتوریسم، تمایل ژئوتوریست‌ها به مسافرت‌های انفرادی نسبت به مشارکت در تورهای گروهی را در پی داشته است. شاید دلیل این امر، فقدان چنین تورهایی در ایران و حتی جهان است و یا اگر هم وجود داشته باشند نیازها و خواسته‌های ژئوتوریست‌ها را برآورد نمی‌کنند.

گسترش ژئوتوریسم در ایران را می‌توان در راستای اقتصاد مقاومتی و برنامه‌های توسعه کشور دانست و تعریف صحیح از مخاطبان اصلی این نوع از گردشگری می‌تواند برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران این صنعت را یاری نماید. این مقاله سعی نمود با تحلیل و بیان جامعی از ابعاد و ویژگی‌های یک ژئوتوریست و گردآوری و ارائه نظریات و پیشنهاد‌های موجود در ادبیات موضوع، اطلاعاتی متقن از ژئوتوریست‌ها را در اختیار محققین و دست‌اندرکاران عرصه ژئوتوریسم قرار دهد.



منابع

- بیاتی خطیبی، مریم. شهبای، هیمن. قادری زاده، هانا. ۱۳۸۹. ژئوتوریسم، رویکردی نو در بهره‌گیری از جاذبه‌های ژئومورفولوژیکی «مطالعه موردی: غار کرفتو در استان کردستان». *فضای جغرافیایی*، شماره ۲۹، صص ۲۷-۵۰.
- فتوحی، صمد. تقی زاده، زهرا. رحیمی، دانا. ۱۳۹۱. ارزیابی توانمندی‌های ژئومورفوتوریسمی لندفرم‌ها براساس روش پرالونگ مورد مطالعه: منطقه نمونه گردشگری بیستون. *فصلنامه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، شماره ۲۶، ص ۲۳.
- مختاری، داود. ۱۳۹۴. *ژئوتوریسم*. انتشارات دانشگاه تبریز. ۴۴۴ صفحه.
- مقصودی، مهران. شمسی پور، علی اکبر. نوربخش، سیده فاطمه. ۱۳۹۰. پتانسیل‌سنجی مناطق بهینه توسعه ژئومورفوتوریسم (مطالعه موردی: منطقه مرنجاب در جنوب دریاچه نمک). *فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای طبیعی*، شماره ۷۷، ص ۱.
- مقصودی، مهران. عمادالدین، سمیه. ۱۳۸۳. ارزیابی ویژگی‌های ژئوتوریستی لندفرم‌های نواحی بیابانی با تأکید بر دشت لوت. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، شماره ۶، ص ۹۵.
- مقیمی، ابراهیم. رحیمی هرآبادی، سعید. هدائی آرانی، مجتبی. علیزاده، محمد. اروچی، حسن. ۱۳۹۱. ژئومورفوتوریسم و قابلیت‌سنجی ژئومورفوسایت‌های جاذبه‌ای با بهره‌گیری از روش پری‌برا؛ مطالعه موردی: آزاد راه قم-کاشان. *فصلنامه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، شماره ۲۷، صص ۱۶۳-۱۸۴.
- یمانی، مجتبی، نگهبان، سعید، رحیمی هرآبادی، سعید، علیزاده، محمد، ۱۳۹۱. ژئومورفوتوریسم و مقایسه روش‌های ارزیابی ژئومورفوسایت‌ها در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: استان هرمزگان). *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، دوره ۱، شماره ۱، صفحه ۸۳ تا صفحه ۱۰۴.
- Alegre, J., & Juaneda, C., 2006. *Destination Loyalty: Consumers' Economic Behavior*. *Annals of Tourism Research*, 33, 684-706.
- Allan, M., 2011a. *Toward a better understanding of motivations for a geotourism experience: a self-determination theory perspective..* Retrieved from <http://ro.ecu.edu.au/theses/438>.
- Allan, M., 2011b. *International Workshop on Geotourism and Geoparks*, Perth, Western Australia.
- Allan, M., Dowling, R, Sanders, D., 2011. *Eploring the motivations for tourist undertaking a geotourism experience in the Middle East*. Paper presented at the The Third Global Geotourism Conference Muscat, Oman.
- Ashley, C., & Roe, D., 2002. *Making tourism work for the poor: Strategies and challenges in southern Africa*. *Development Southern Africa*, 19(1), 61-82.
- Berrebi, Y., 2006 - *Les sentiers didactiques. Analyse de la perception du public face à quatre réalisations didactiques*. Mémoire de licence, Université de Lausanne, 197 pp.
- Brozinski, A., 2009. *Geotourism Now, Terms, Development Strategies and Practical Examples*. 6.
- Burne, R., & Chapple, R., 2008. *Under the boardwalk – Tourism's encounters with stromatolites. Addressing the issues of stromatolite protection and visitor management*. In Dowling, R. K., & Newsome D. (Eds.), *Inaugural Global Geotourism Conference Australia 2008 'Discover the Earth Beneath our Feet' Conference Proceedings* (pp. 107–112). Perth: Promaco Conventions.
- Butler, R.W., 1990. *Alternative tourism: Pious hope or Trojan Horse?* *Journal of Travel Research*, 28(3), 40-45.
- Butler, R.W., 1999. *Sustainable tourism: A state-of-the-art review*. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.

- Calaforra J., Fernandez-Cortes A., Sanches-Martos F., Gisbert J., & Pulido-Bosch A., 2002. *Environmental control for determining human impact and permanent visitor capacity in a potential show cave before tourist use*. Environmental Conservation, 30(2), 160-167. DOI: 10.1017/S0376892903000146.
- Carton, A., Cavallin, A., Francavilla, F., Mantovani, F., Panizza, M., Pellegrini, G. G., Tellini, C., 1994. *Ricerche ambientali per l'individuazione e la valutazione dei beni geomorfologici – metodi ed esempi*. Il Quaternario 7(1):365-372.
- Ceballos-Lascuráin, H., 1996. *Tourism, ecotourism, and protected areas*. IUCN Protected Areas Programme. Gland:Switzerland. 230 pp.
- Cooke, S., 2002. *Remarks for the geotourism study New York City*. (Appendix 2. "Geotourism study executive summary" at the Joint NGT/TIA press conference, NY. USA. 13 March 2002.).
- Dowling, R., & Newsome, D., 2006. *Geotourism*. Oxford:Elsevier Ltd.
- Dowling, R., 2009. *Geotourism's contribution to local and regional development*. In C. Neto de Carvalho, Rodrigues, J (Ed.), *Geotourism and local development* (pp. 15–37). Câmara Municipal: Idanha-a-Nova, Portugal.
- Dowling, R., 2013. *Global geotourism—an emerging form of sustainable tourism*. Czech J Tour 2(2):59–79.
- El Wartiti, M., Malaki, A., Zahraoui, M., El Ghannouchi, A., & Di Gregorio, F., 2008. *Geosites inventory of the northwestern Tabular Middle Atlas of Morocco*. Environ Geol, 55, 415–422.
- García, F.A., Vázquez, A.B., Macías, R.C., 2015. *Resident's attitudes towards the impacts of tourism*. Tourism Management Perspectives, vol. 13., pp. 33–40.
- Gholamhosssein, A., Abolqasem, S., 2012. *Rural residents' perceptions toward tourism development: a study from Iran*. Int. J. Tourism Res. 16, 126–136.
- Gigović, L., Pamučar, D., Lukić, D., Marković, S., 2016. *GIS-Fuzzy DEMATEL MCDA model for the evaluation of the sites for ecotourism development: A case study of "Dunavski ključ" region, Serbia.*, Land Use Policy 58, 348–365.
- Grandgirard, V., 1997. *Géomorphologie, protection de la nature et gestion du paysage*. These de doctorat en géographie, université de Fribourg, 210 p.
- Grant, C., 2010. *Towards a typology of visitors to geosites. Paper presented at the Second Global Geotourism Conference, Making Unique Landforms Understandable*. Mulu, Sarawak, Malaysia, 17-20 April.
- Hardy, A., Beeton, R.J.S., & Pearson, L., 2002. *Sustainable Tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of Tourism*. Journal of Sustainable Tourism, 10(6), 475-496.
- Higgins-Desbiolles, F., 2006. *More than an "industry": The forgotten power of tourism as a social force*. Tourism Management, 27(6), 1192-1208.
- Honey, M., 2008. *Ecotourism and sustainable development: who owns paradise?* New York: Island Press.
- Hong, S., Lee, S., Lee, S., & Hang, J., 2009. *Selecting revisited destinations*. Annals of Tourism Research, 36, 268-294.
- Hooke, J. M., 1994. *Strategies for conserving and sustaining dynamic geomorphological sites*. In: O'halloran, D. et al.(eds.): Geological and Landscape Conservation. Geological Society, London: 191-195.

- Hose, T. A., 1995. *Selling the Story of Britain's Stone*. Environmental Interpretation, 10(2), 16-17.
- Hose, T. A., 2005. *Geotourism: appreciating the deep time of landscapes*. In Novelli, M. (Ed.), *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. Oxford, UK: Elsevier Butterworth –Heinemann.
- Hose, T. A., 2007. *Geotourism in Almeria Province, southeast Spain*. Tourism Interdisciplinary Journal, 55(3), 259-276.
- Hose, T. A., 1994. - *Telling the story of stone - assessing the client base*. In: D. O'Halloran, C. Green, M. Harley & J. Knill (Eds.), «*Geological and Landscape Conservation*». Proceedings of the Malvern International Conference 1993, Geological Society, London, 451-457.
- Hose, T., 2008. *Towards a history of geotourism: definitions, antecedents and the future*. In C. Burek, Prosser, C (Ed.), *The history of geoconservation*. Bath: Geological Society.
- Jones, S., 2005. *Community-based ecotourism: the significance of social capital*. Ann. Tourism Res. 32 (2), 303–324.
- Joyce, E., 2006. *Geomorphological Sites and the new Geotourism in Australia*. Geological society of Australia.
- Khan, M. M., 1997. *Tourism development and dependency theory: Mass tourism vs. Ecotourism*. Annals of Tourism Research, 24(4), 988-991.
- Kim, S. S., Kim, M., Park, J., & Guo, Y., 2008. *Cave tourism: Tourists' characteristics, motivations to visit, and the segmentation of their behaviour*. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 13(3), 299-318.
- King, L. M., 2010. *Geotourism in the Hawaiian Islands*. In Newsome, D., & Dowling, R. K. (Eds.), *Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape* (pp. 114-125). Oxford, UK: Goodfellow Publishers.
- Kozak, M., & Decrop, A. (Eds.). (2009). *Handbook of Tourist Behavior: Theory & Practice*. New York: Taylor & Francis.
- Larwood, J., & Prosser, C., 1998. *Geotourism, conservation and society*. Geologica Balcanica, 28(2-4), 97-100.
- Lee, T.H., 2013. *Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development*. Tourism Manag. 34, 37–46.
- Li, T., Chen, Y., 2017. *The destructive power of money and vanity in deviant tourist behavior*. Tourism Management, 61, 152–160.
- Locke, E., & Latham, G., 1990. *A theory of goal setting & task performance*. NJ: Englewood Cliffs.
- Mao, I., Robinson, A. M., & Dowling, R. K. (2009). *Potential geotourists: An Australian case study*. Journal of Tourism, 5(1), 71–80.
- Maslow, A., 1943. *A theory of human motivation*. Psychological Review, 50(4), 370-396.
- McCabe, S., 2005. 'Who is a tourist?': A critical review. Tourist Studies, 5(1), 85-106.
- McClelland, D., 1988. *Human Motivation*. New York: Cambridge University Press.
- McKercher, B., & du Cros, H., 2002. *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Binghamton, NY: Hawthorn Hospitality Press.
- Moscardo, G., & Pearce, P., 1999. Understanding ethnic tourists. Annals of Tourism Research, 26(2), 416-434.

- Murphy, A., 2004. *Strategic management for tourism communities: bridging the gaps*. Clevedon ; Buffalo ; Toronto: Channel View Publications.
- Newsome, D. and Lacroix, C., 2011 *Changing recreational emphasis and the loss of 'natural experiences' in protected areas: an issue that deserves consideration, dialogue, and investigation*. Journal of Travel and Leisure Studies 17 (special issue): 315–333.
- Newsome, D., & Dowling, R. (Eds.), 2010. *Geotourism: The tourism of Geology and landscape*. Oxford: Goodfellow.
- Newsome, D., Dowling, R., Leung, Y-F., 2012. *The nature and management of geotourism: A case study of two established iconic geotourism destinations*. Tourism Management Perspectives, 2-3 (April). pp. 19-27.
- Oh, H., 1999. Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Value: A Holistic Perspective. International Journal of Hospitality Management 18, 67-82.
- Oppermann, M., 1998. *Destination Threshold Potential and the Law of Repeat Visitation*. Journal of Travel Research, 37, 131-137.
- Oppermann, M., 1999. *Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Value: A Holistic Perspective*. International Journal of Hospitality Management 18, 67-82.
- Page, S., & Connell, J., 2006. *Tourism: a modern synthesis*. London: Cengage Learning EMEA.
- Panizza M., 2001. *Geomorphosites: concepts, methods and example of geomorphological survey*. Chinese Science Bulletin, 46, Suppl. Bd, 4-6.
- Panizza, M. and Piacente, S., 2003. *Geomorphological Assets Evaluation*. Zeitschrift für Geomorphologie, 87, 13–18.
- Pearce, D., & Butler, R., 1994. *Tourism Research: Critiques and Challenges*. London: Routledge.
- Pereira, P., Pereira, D., 2010. *Methodological guidelines for geomorphosite assessment Indications méthodologiques pour l'évaluation des géomorphosites*. Géomorphologie: relief, processus, environnement, n° 2, p. 215-222.
- Perez, E.A., & Sampol, C.J., 2000. *Tourist expenditure for mass tourism markets*. Annals of Tourism Research, 27(3), 624-637.
- Pralong, J. P., 2006. *Research approaches concerning the guiding image of «Protection through Use» in geoparks and geotouristic destinations*. Regionalwissenschaftliche Forschung, 31, 51-55.
- Pralong, J.-P., 2005. *A method for assessing the tourist potential and use of geomorphological sites*. Géomorphologie. Relief, processus, environnement 3: 189-196.
- Read, S. E., 1980. *A prime force in the expansion of tourism in the next decade: special interest travel*. In D. E. Hawkins, E. L. Shafer & J. M. Rovelstad (Eds.), *Tourism marketing and management issues* (pp. 193-202). Washington, DC: George Washington University: CAB.
- Reid, L., & Reid, S., 1993. *Communication and channel systems in tourism marketing: Building repeat visitor relationships*. In M. Uysal, Fesenmaier, D (Ed.), *Communication and channel systems in tourism marketing* (pp. 3-20). New York: Routledge.
- Reynard, E. & Berrebi, Y., 2008. *Percorsi geodidattici e aspettative del pubblico*. In: «Geologia e turismo - beni geologici e geodiversità. Atti del 3° congresso nazionale, Bologna 1-2-3 marzo 2007». Regione Emilia-Romagna - Associazione Italiana Geologia e Turismo, 15-21.
- Reynard, E., Fontana, G., Kozlik, L., Scapozza, C., 2007. *A method for assessing «scientific» and «additional values» of geomorphosites*. Geographica Helvetica Jg. 62, Heft 3, p. 148-158.

- Reynard, E., 2005. *Geomorphological sites, public policies and property rights. Conceptualization and examples from Switzerland*, II Quaternario, Volume speciale, 18/1, 321-330.
- Reynard, E., Panizza, M., 2005. *Geomorphosites: definition, assessment and mapping. An introduction*. In: Géomorphologie. Relief, processus, environnement, 3:177-180.
- Ritter, D. F., Kochel, R. C., Miller, J. R., 1995. *Process geomorphology*. WCB Pub. 544 p.
- Rivas, V., Rix, K., Frances, E., Cenderero, A., Brunnsden, D., 1997. *Geomorphological indicators for environmental impact assessment: consumable and non-consumable geomorphological resources*. *Geomorphology* 18:169-182.
- Rivas, V., Rix, K., Francés, E., Cendrero, A., Brunnsden, D., 1995. *Assessing impacts on landforms*. *ITC Journal*, 4, 316–320.
- Robinson, D., and Garratt, C., 1999 *Introducing Ethics (2nd ed.)*. Cambridge: Icon Books. Simmons, I.
- Robinson, M., & Novelli, M., 2005. *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Robinson. A. M., 2012. *Geotourism: who is geotourist?*. Retrieved from: http://www.google.com/search?q=Robinson.+A.+m.%2C+2012.+who+is+geotourist&hl=en&gbv=2&oq=Robinson.+A.+m.%2C+2012.+who+is+geotourist&gs_l=heirloom-serp.12...79016.106641.0.108953.22.5.0.17.0.0.609.1561.3-3j0j1.4.0...0...1ac.1.24.heirloom-serp..21.1.609.d-z2CpaH_5Y.
- Robinson. A., 2008. *Geotourism: who is a geotourist?* Paper presented at the 2008 Inaugural National Conference Green Travel , Climate Change and Ecotourism, Adelaide.
- Scheyvens, R., 1999. *Ecotourism and the empowerment of local communities*. *Tourism Management*, 20(2), 245-249.
- Singh. T., 2008. *Fundamental Of Tourism And Travel*. Delhi: Gyan Publishing House.
- Stokes, A., Cook, S., & Drew, D., 2003. *Geotourism: The New Trend in Travel. Travel Industry America and National Geographic Traveler*. Washington D.C.
- Stronza, A., Gordillo, J., 2008. *Community views of ecotourism*. *Ann. Tourism Res.* 35 (2), 448–468.
- Tapiador, f., 2007. *Rural analysis and management: an earth science approach to rural science*. Toledo, Spain: Springe.
- Torabi Farsani, N., Coelho, C. O. C., Costa, C. M. M., Carvalho, C. N.(eds.). 2012. *Geoparks and geotourism, New approach to sustainability for the 21 ST century*. Brown Walker press.
- Tourtellot, J. B. 2005. *Nature, landscapes and culture: geotourism*. 11 lp.
- Tourtellot, J. B., 2000,. *Geotourism for your community*,. National. Geographic. Drafts,. Washington. DC,. USA,. p. 2.
- Trauer, B., 2006. *Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis*. *Sciencedirect*, 27, 183-200.
- Travel Industry Association of America (TIA). 2002. *The Geotourism Study: Phase I Executive Summary (pp. 1-24)*. Washington, D.C.: Travel Industry Association of America.
- Verpaelst, P., 2004. *Outstanding geological sites. Highlights on the mines. Quebec Department of Natural Resources, Fauna and Parks*. (<http://www.mrnfp.gouv.qc.ca/english/mines/quebec-mining/qc-mining-geological.jsp>)

- Vroom, V., 1964. *Work and motivation*. Oxford:Wiley.
- Warowna, J., Zgłobicki, W., Kołodyńska-Gawrysiak, R., Gajek, G., Gawrysiak, L., Telecka, M., 2016. *Geotourist values of loess geoheritage within the planned Geopark Malopolska Vistula River Gap*, E Poland. *Quaternary International*, 399, 46-57.
- WCED-World Commission on Environment and Development., 1987. *Our Common Future*. New York:Oxford University Press.
- Wearing, S., 2001. *Volunteer tourism: Experiences that make a difference*. Oxon:CABI International.
- Williams, S., 2004. *Tourism: critical concepts in the social sciences*. London:Taylor & Francis.
- Yalgouz-Agaj, A., Ardebil, L., & Karimdoust, S., 2010. *Identification of Some of the Geotourism Sites in Iran*. *World Applied Sciences Journal*, 11(11), 1342-1347.