

پیوند کوهستان با گردشگری

بهنام کردی

دانشجوی کارشناسی مدیریت دفاعی دانشگاه افسری امام علی (ع) نازجا، تهران، ایران

چکیده

پیوند کوهستان با گردشگری یک ارتباط بسیار مهم و جذاب است که در توسعه صنعت گردشگری تأثیرگذاری دارد. کوهستان‌ها با طبیعت جذاب، ارتفاعات فرسایش یافته، اقلیم‌های متنوع و چشم‌اندازهای دیدنی، گردشگران را به خود جذب می‌کنند. یکی از اصلی‌ترین جذابیت‌های پیوند کوهستان با گردشگری، فراهم کردن فرصت برای تجربه‌های طبیعی و ورزشی فراوان است. کوهستان‌ها فضایی مناسب برای صعودهای کوهنوردی، کمپینگ، دوچرخه‌سواری و سایر ورزش‌های خارج از اتومبیل را ارائه می‌دهند. این فعالیت‌ها نه تنها به گردشگران امکان ماجراجویی و تجربه بی‌نظیر با طبیعت را می‌دهند، بلکه به توسعه فعالیت‌های اقتصادی در مناطق کوهستانی نیز کمک می‌کنند. همچنین، پیوند کوهستان با گردشگری می‌تواند به حفظ و حراست از محیط زیست منطقه کمک کند. از طریق ترویج گردشگری مسئولانه و اجرای استانداردهای حفاظت از محیط زیست، می‌توان از کاهش تأثیرات منفی گردشگری بر روی طبیعت جلوگیری کرد. در نتیجه، توسعه گردشگری در مناطق کوهستانی نه تنها به اقتصاد محلی کمک می‌کند بلکه به ارتقاء فهم و ارزش‌گذاری اجتماعی نسبت به محیط زیست و طبیعت نیز اساسی می‌شود. این پیوند بین گردشگری و کوهستان‌ها، به عنوان یک منبع توسعه پایدار، اهمیت بسیاری در دنیای امروز دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری کوهستانی، توسعه پایدار، چشم‌اندازهای طبیعی، ترویج گردشگری پایدار، آثار محیطی مثبت

مقدمه

پیوند کوهستان با گردشگری یک اتفاق ممتنع و بی نظیر است که نقش بسیار مهمی در تحول صنعت گردشگری ایفا می کند. کوهستان ها با زیبایی های طبیعی فراوان، اقلیم های متنوع و ارتفاعات فرسایش یافته، سالانه هزاران گردشگر را به خود جذب می کنند. این مناطق نه تنها به عنوان یک مقصد گردشگری محبوب محسوب می شوند، بلکه تجربه های طبیعی و ورزشی فراوانی را به بازدیدکنندگان ارائه می دهند. در این مقدمه، به بررسی نقش کلان کوهستان ها در جذب گردشگران و ارائه فرصت های منحصر به فرد برای تفریح و سرگرمی خواهیم پرداخت. همچنین، تأثیرات مثبت این پیوند بر اقتصاد محلی، حفاظت از محیط زیست و ارتقاء فهم اجتماعی نسبت به اهمیت حفاظت از طبیعت را بررسی خواهیم کرد. این ارتباط چندوجهی بین کوهستان و گردشگری، به عنوان یک چارچوب برای توسعه پایدار و بهینه در حوزه گردشگری، اهمیت چشمگیری دارد.

یافته ها

کوه ها به عنوان مکان های تنوع زیستی، به عنوان مکان های جذاب با مناظر زیبایی شناختی خیره کننده و مظهر ویژگی های چشم انداز منحصربه فردشان تلقی می شوند. از آنجایی که کوه ها پس از سواحل و جزایر، دومین مقوله مقصد در فضای باز در سطح جهانی هستند، رشد مداوم گردشگری فشار زیادی را بر اکوسیستم های حساس کوهستانی وارد می کند. همانطور که از رویه گردشگری در محیط های کوهستانی مشاهده می شود، توزیع فعالیت های گردشگری به شدت ناهموار است. در کوه های آلپ^۱، یکی از شناخته شده ترین مناطق با رشد بی امان گردشگری، تمرکز قابل توجهی از شدت گردشگری را می توان در مکان ها و دره های خاص دنبال کرد، در حالی که سایر بخش ها باید با روندهای حاشیه نشینی کنار بیایند. در این شرایط، بسیاری از دینفعان نگران مدت هاست که از توسعه متعادل تر اقتصادی و گردشگری حمایت می کنند (Price, 1992). ابتکار دهکده های کوهنوردی که توسط کنوانسیون^۲ آلپ ترویج شده است، یکی از معدود اقدامات مربوطه برای تغییر دیدگاه ها و ترغیب گردشگران برای مشارکت در فعالیت های گردشگری پایدار است.

برای مدت طولانی، توسعه گردشگری در مناطق کوهستانی به عنوان فرصتی برای مقابله با تهدیدات حاشیه نشینی و توانمندسازی ساکنان مناطق کوهستانی برای دستیابی به درآمدهای افزایش یافته و مشارکت در سبک زندگی مدرن تلقی شده است. با این حال، توسعه گردشگری در مکان ها یا مناطق معدودی متمرکز باقی مانده است که منجر به «نقاط داغ» شدت گردشگری در آلپ های مرکزی و غربی اروپا و مکان های خاص در سراسر رشته کوه های دیگر جهان (مانند ماچوپیکو^۴، پرو^۵) شده است (Williams et al, 2001). پارک ملی گرند کانیون، ایالات متحده؛ پارک ملی کوه های دودی بزرگ، ایالات متحده آمریکا؛ کلیمانجارو، کنیا/تانزانیا؛ برخی از مکان های هیمالیا، نپال/هند؛ پیکوس دو اروپا، اسپانیا و غیره. بسیاری از این مکان ها به دلیل مکان ها یا مناظر نمادین خود، با نقاط خاص به دلیل تمایل به شرکت در نمایش های رسانه های اجتماعی مشهور هستند. به دلیل محدودیت های سخت تر در دسترسی به توپوگرافی های^۶ دشوار کوه ها، به طور کلی، شدت گردشگری کوهستانی به سطح مراکز شهری یا استراحتگاه های ساحلی در مقیاس منطقه ای نمی رسد. مواردی که واقعاً «گردشگری بیش از حد» تجربه می شود، اغلب به یک مکان خاص محدود می شود (مانند منظره، قله، دسترسی تله کابین، جاذبه های طبیعی، استراحتگاه های کنار دریاچه، مکان های فرهنگی یا رویدادها)، به جز برای چند منطقه با گردشگری بالا. شدت تقریباً در تمام جوامع محلی. ارزیابی های اولیه از افزایش گردشگری کوهستانی در نیمه دوم قرن بیستم، تمرکز در نقاط خاص را تأیید می کند. مارتین پرایس پنج موضوع را برجسته می کند که به ویژه برای این نوع گردشگری مرتبط است: «دسترسی. ابعاد زمانی؛

¹ Ecosystem

² Alps

³ Convention

⁴ Machu Picchu

⁵ Peru

⁶ Topographies

انواع گردشگران؛ تغییرات در جوامع که توسط گردشگران درک می‌شود. و تغییرات در ساختار اجتماعی-فرهنگی جوامع توریستی (Bagri and Kala, 2020).

بررسی ادبیات

در آغاز این قرن، تمرکز ویژه‌ای بر پتانسیل توسعه کوهستانی قرار گرفت، همانطور که می‌توان آن را در تعهد تحقیقاتی نوظهور در مورد پیامدهای تغییر جهانی برای کوهها (Price, 1999)، بحث درباره نقش کوهها در توسعه پایدار در کنفرانس‌های توسعه جهانی سازمان ملل مشاهده کرد (به عنوان مثال، ریو ۱۹۹۲، ژوهانسبورگ ۲۰۰۲ و ریو ۲۰۱۲، برپایی سال بین المللی کوهستان سازمان ملل (در سال ۲۰۰۲) و ایجاد نهادهای شبکه کوهستانی (مانند مشارکت کوهستان، ابتکار تحقیقات کوهستان و غیره). گود و همکاران به افزایش آگاهی از رشد گردشگری، از جمله گردشگری کوهستانی اشاره کرد و به طور جدی تأثیرات گردشگری بر زیست کره و همچنین بر مردم و فرهنگ‌ها و جوامع آنها را زیر سؤال برد، اما در عین حال مشاهده کرد که ما شروع به انجام اقدامات جهت دارتر به سمت حفظ پایدار منابع گرانبها کرده‌ایم (Godde et al, 2000).

در مقابل این دغدغه‌های ایجاد اشکال گردشگری که به محیط زیست و سیستم‌های فرهنگی اجتماعی احترام می‌گذارند، مقیاس گردشگری کوهستانی همراه با رشد گردشگری عمومی گسترش یافته است. UNEP استدلال کرد که "مناطق کوهستانی پس از سواحل و جزایر به عنوان مقاصد گردشگری محبوب در رتبه دوم قرار دارند و ۱۵ تا ۲۰ درصد از گردشگری جهانی سالانه یا ۷۰ تا ۹۰ میلیارد دلار آمریکا در سال را تولید می‌کنند (Río-Rama et al, 2019). براساس برآورد اخیر UNWTO، گردشگری کوهستانی حدود ۹ تا ۱۶ درصد از کل ورود گردشگران بین المللی^۱ را تشکیل می‌دهد، با تفاوت‌های قابل توجه بین کشورها و مناطق (Moss, 2006). به عنوان محرک‌های اصلی جذابیت بالای مقاصد کوهستانی، مجموعه‌ای از عوامل تقویت‌کننده متقابل ذکر شده است: شرایط اقلیمی خاص، هوای پاک، مناظر منحصر به فرد و حیات وحش، و همچنین زیبایی منظره بر اساس توپوگرافی، برداشت از فرهنگ محلی، تاریخ و میراث، و فرصتی برای فعالیت‌های خاص در فضای باز، از جمله ورزش (زمستان و تابستان) و فعالیت‌های مرتبط با طبیعت. از آنجایی که سهم بزرگی از این جریان‌های گردشگری در کوه‌های آلپ متمرکز است، علاقه علمی و تدوین سیاست‌های مربوطه خیلی زود مورد توجه قرار گرفت و به ویژه برای آن منطقه پیشرفته است.

گروه کاری کنوانسیون توسعه گردشگری آلپ تخمین زده است که حدود ۹۵ میلیون گردشگر طولانی مدت و ۶۰ میلیون بازدید کننده یک روزه در سفرهای یک روزه هر سال زمان کم و بیش طولانی را در کوه‌های آلپ سپری می‌کنند (Edition, 2013). گردشگران طولانی مدت عمدتاً خارجی هستند، اما با توجه به مناطق خاص، تعداد قابل توجهی از گردشگران از طریق گردشگری داخلی نیز انجام می‌شود. این بررسی اجمالی قبلاً نشان می‌دهد که اندازه‌گیری میزان گردشگری همیشه آنطور که تصور می‌شود آسان نیست، زیرا اشکال مختلف اقامت در مناطق و انواع جدید اقامتگاه‌ها با هم همپوشانی دارند. به این ترتیب، ارقام مربوط به کمیت گردشگری آلپ ممکن است دست کم گرفته شود. به طور خاص، اشکال مهاجرت رفاهی از طریق اقامت در اقامتگاه‌های ثانویه، آپارتمان‌ها، اجاره کلبه و غیره به سختی در آمار رسمی ملی قابل مشاهده است.

مناظر کوهستانی، بلوک ساختمانی برای روستاهای کوهنوردی^۲

ابتکار محلی MV، که توسط باشگاه آلپ اتریش^۳ در چارچوب استراتژی کنوانسیون^۴ آلپ برای ترویج گردشگری پایدار توضیح داده شده است، ارائه و تحلیل شد. هدف اصلی این است که پتانسیل و دامنه آن برای استفاده از ویژگی‌های مناظر کوهستانی برای مسیرهای جایگزین توسعه گردشگری تقویت شود. این طرح نشان دهنده یک برند بازاریابی مهم است که کلید استراتژی و فعالیت‌های Alpine Club و یک پیشنهاد بسیار مناسب برای اعضای آن است. این برجسب اهداف اصلی و وظایف توسعه موسسات حمایتی را ترکیب می‌کند و طرحی قابل فهم برای گردشگری کوهستانی پایدار، متمایز از سایر فعالیت‌های مشابه

¹ International

² Mountaineering Villages (MV)

³ Austria

⁴ Convention strategy

ارائه می‌دهد. شکل دادن به مناظر فرهنگی کوه‌ها به عنوان عنصر کلیدی برای مقاصد مربوطه و کوهنوردی به عنوان فعالیت-های هدف اصلی برای بازدیدکنندگان، پیشنهاد فروش منحصر به فرد این جوامع محلی را به تصویر می‌کشد (Saunders et al, 2018).

طرح کلی و ویژگی مدل آن برای گردشگری کوهستانی پایدار یک سری جنبه‌های اضافی را برای ایجاد مقاصد گردشگری جذاب، به ویژه مرتبط با اشکال نرم، که اغلب گردشگری کند و تعهد محلی نامیده می‌شوند، برجسته می‌کند (Dax and Tamme, 2023). نمای کلی زیر معیارهای انتخاب این مکان‌ها را فهرست می‌کند و نقش اصلی ویژگی‌های چشم‌انداز را برای این ابتکار نشان می‌دهد. تعدادی از معیارهای در معرض دید مستقیم و بسیاری دیگر به طور غیرمستقیم با مناظر کوهستانی به عنوان مبنایی برای گنجاندن در این فعالیت مرتبط هستند. برخی از آن‌ها، مانند شاخص‌های دوری (فاصله تا شبکه جاده‌ای، ساختمان‌های زیرساختی محدود) و حداقل آستانه برای مناطق ذخایر طبیعی در شهرداری‌های منتخب، بر اهداف یک رویکرد گردشگری جایگزین تأکید می‌کنند.

جدول (۱) معیارهای انتخاب دهکده‌های کوهنوردی (MV)

شاخص	فهرست	تعریف
معیارهای فیزیکی	امکانات گردشگری ناکافی است	نبودن اقامتگاه با کیفیت
	ویژگی‌های کوهستانی پراکنده و ویژگی‌های محدود چشم‌انداز	انرژی امداد بسیار کم (حداقل اختلاف ارتفاع ۱۰۰۰ متر)؛ بدون آسیب به چشم‌انداز؛ مداخلات محدود در مناطق حفاظت شده، امکانات ورزشی زمستانی و تولید انرژی
	فقدان بافت روستایی	تعداد بسیار زیاد ساکنین (حداکثر ۲۵۰۰ نفر در هر شهرداری/واحد)، عدم وجود شرکت یا ساختمان بزرگ، گسترش شهری، و عدم غلبه اقامتگاه-های غیر هتلی
	تأثیر قابل توجهی از مسیرهای ترافیکی	نزدیک به مکان و/یا ضربه از بزرگراه‌ها یا فرودگاه‌ها
معیارهای اجرایی	افزایش کیفیت گردشگری	پناهگاه‌ها و کلبه‌های موجود (بالتر از ۱۵۰۰ متری)، تنها با پای پیاده، شرکت‌های گردشگری دهکده کوهنوردی، طیف مناسبی از دسته‌های اقامتی و رستوران‌ها
	صلاحیت اثبات شده "آلپین" برای خدمات و پیشنهاد گردشگری	مسیرهای کوهستانی مراقبت شده، خدمات مشاوره محلی آلپ، اجاره تجهیزات کوهنوردی، برنامه تور و همکاری با باشگاه‌های آلپاین
	ظاهر محلی با کیفیت بالا	استراتژی توسعه محلی و مفهوم MV مرحله بندی؛ حفظ ظاهر محلی
	کیفیت چشم‌انداز بالا (بخش‌های بی‌جاده از منطقه و قرار گرفتن در معرض زیرساخت‌های محدود)	فقدان زیرساخت‌های "سخت"، فعالیت‌های مسابقه‌ای و دسترسی فنی به قله‌های کوه. عدم ساخت جدید نیروگاه‌های آبی؛ عدم حمل و نقل انفرادی موتوری در مراتع و جنگل‌های کوهستانی؛ حداقل ذخایر طبیعی (بیش از ۲۰ درصد مساحت شهرداری)
	شرح و بسط تحرک پایدار بالا	پیشنهادهای جابجایی برای کوهنوردان (حمل و نقل عمومی، خدمات وانت، همراهی با ماشین)
	بهبود کیفیت همکاری	همکاری کارکنان مربوطه از جمله باشگاه‌های آلپاین و گروه‌های کاری



خاص با مشارکت منظم در فعالیت های MV		
تامین نیازهای روزانه محلی؛ قابل دسترسی با حمل و نقل عمومی و اطلاعات مناسب در دسترس گردشگران	کیفیت پشتیبانی گردشگری	م. هاشمی
با تکیه بر ویژگی های میراث، فعالیت هایی برای تقویت طرح ها و پیشنهادات موجود	ویژگی های خاص فرهنگی و منطقه ای	
کتاب های راهنما، نقشه ها، افراد تماس، اطلاعات مسیر آنلاین، دوره های آلاین و فرصت های آموزشی، بسته های جامع، فروشگاه ورزشی محلی برای کوهنوردان (حداکثر ۱۰ کیلومتر مسافت)	بسته اطلاعاتی در مورد شایستگی آلاین	
خدمات حفاظت از طبیعت؛ تورها، کارگاه ها، و حمایت از حساسیت برای طبیعت و مسائل فرهنگی منطقه	خدمات کاربر و اطلاعات در مورد کیفیت چشم انداز	

تمرکز فقط بر مفهوم مناظر کوهستانی نیست، بلکه شامل چشم اندازی از ساختارهای کوچک در مقاصد گردشگری و حذف شهرداری ها با تمرکز بیش از حد بر رشد عملکرد گردشگری و اثرات مضر بر محیط زیست است. به این ترتیب، تنها شهرداری های کوچک و آن هایی که در کانون های گردشگری قرار ندارند می توانند شرکت کنند. از سوی دیگر، ویژگی ها و جاذبه های کوهستانی برای فعالیت های فضای باز کوهستانی برای تصویر مقصد و گنجاندن آن در طرح بسیار مهم هستند. اجرای ابتکار در MV اتریش در جدول ۳ با فهرست کردن تمام روستاهای فعال طرح با اندازه جمعیت، شدت گردشگری "کوهستانی" اختلاف ارتفاع در شهرداری (با هدف حداقل ۱۰۰۰ متر اختلاف ارتفاع) نشان داده شده است (Muskat et al, 2022). این شاخص ها بر سه جنبه حیاتی این طرح تأکید می کنند: ساختار کوچک توسعه محلی، شدت کم گردشگری در جوامع شرکت کننده، و سطح رفاه بالا از طریق اختلاف ارتفاع بالا در همان شهرداری. اینها پایگاهی برای فعالیت های عالی کوهنوردی در فضای باز به عنوان اصلی ترین ویژگی مقصد گردشگری «آلاین» هستند. تفاوت در شدت گردشگری بر اساس شاخص اقامت های شبانه به ازای هر ساکن در بین MV کاملاً قابل توجه به نظر می رسد. با این حال، تعداد بسیار کم جمعیت در روستاهایی با شدت گردشگری بسیار بالا (Vent im Ötztal و Johnsbach im Gesäuse)، و بافت های محلی خاص آن روستاها باید در نظر گرفته شود. از نظر توسعه گردشگری از زمان دسترسی به طرح MV، اکثر شهرداری های شرکت کننده ثبات نشان می دهند و دو سوم آنها حتی توسعه کمی مثبت در تعداد گردشگران نشان می دهند (Elmi and Wolff, 2021). شدت گردشگری در شهرداری های مشاهده شده بر این یافته تأکید می کند که MV به سمت طرح های کم شدت گرایش دارد و زیرساخت های بزرگ گردشگری را از بین می برد. این ارقام کمی به عنوان شاهدهی بر استراتژی انتخاب شده ارائه می شوند، اما اضافه کردن این نکته ضروری است که جنبه های کیفی سیستم های مدیریت زمین مبتنی بر طبیعت و از نظر زیست محیطی سودمند، عناصری هستند که بیشتر مورد توجه بازدیدکنندگان قرار می گیرند (Poudel and Joshi, 2020).

جدول (۲) جمعیت، شدت گردشگری و اختلاف ارتفاع در MV (اتریش).

دهکده کوهنوردی	شروع سال در طرح MV	ساکنان (۲۰۱۹)	اقامت شبانه/ساکن (۱۹/۲۰۱۸)	اختلاف ارتفاع (متر)
Mallnitz	۲۰۰۸	۷۶۳	۱۵۹	۲۱۶۹
Malta im Maltatal	۲۰۰۸	۱۹۶۷	۴۲	۲۵۱۷
Mauthen	۲۰۱۱	۷۱۸	۳۵	۲۰۷۰
Zell/Sele	۲۰۱۳	۶۰۱	۲	۱۱۸۹
Lesachtal	۲۰۰۸	۱۳۱۹	۸۷	۱۷۳۶

۱۲۷۳	۲۳	۱۷۷۹	۲۰۰۸	Lunz am See
۱۹۸۷	۳۱	۲۰۵۸	۲۰۰۸	Grünau im Almtal
۱۳۵۳	۳۵	۸۸۲	۲۰۰۸	Steinbach am Attersee
۱۹۶۸	۶۳	۴۱۲	۲۰۰۸	Weißbach bei Lofer
۱۸۵۶	۵۴	۹۰۶	۲۰۰۸	Hüttschlag im Großarlal
۱۶۰۰	۲۲۱	۱۴۹	۲۰۰۸	Johnsbach im Gesäuse
۱۵۶۷	۲۰	۱۳۹۰	۲۰۰۸	Steirische Krakau
۱۴۵۴	۱۱۰	۱۶۶۶	۲۰۰۸	Tiroler Gailtal
۱۶۷۵	۴۴	۱۶۷۱	۲۰۰۸	Villgratental
۲۵۱۰	۱۱۱	۳۶۰	۲۰۰۸	Ginzling/Zillertal
۲۰۳۵	۴۴	۱۷۵۷	۲۰۱۹	Gschnitztal
۲۳۷۶	۲۴	۱۴۱۰	۲۰۱۲	St. Jodok, Schmirn und Valsertal
۱۷۸۵	۹۷	۲۱۳۰	۲۰۱۳	Region Sellraintal
۱۸۷۹	۹۴۰	۱۳۸	۲۰۰۸	Vent im Ötztal
۱۲۱۸	۵۸	۳۴۰۰	۲۰۰۸	Großes Walsertal
۱۲۸۴	۵۶	۲۸۱	۲۰۲۱	Steinberg am Rofan
۱۶۸۳	۵۱	۳۴۵	۲۰۲۱	Göriach
۱۷۸۱	۶۳	۱۱۸۶	۲۰۱۰	22 Villages (average)

بحث

تجزیه و تحلیل استراتژی MV و اجرای آن، و همچنین رضایت گردشگران، دامنه وسیع رانندگان و پیوندها را با جاذبه‌های مناظر کوهستانی برجسته می‌کند. این ابتکار بر اساس گفتمان توسعه گردشگری در کوه‌های آلپ در طی چندین دهه و تنش‌های بین رشد فشرده و جستجو برای اقدام توسعه محلی یکپارچه در مقاصد با شدت گردشگری کم اما امکانات رفاهی کوهستانی قابل توجه، توضیح داده شد. اینها را می‌توان به ویژگی‌های توپوگرافی و منظر نسبت داد، که اغلب از طریق تخصیص وضعیت منطقه حفاظت شده تجسم می‌شود، اما در واقع بر عملکرد اکولوژیکی منطقه تأثیر می‌گذارد. این می‌تواند به عنوان یک مدل خاص از گردشگری کوهستانی پایدار، نشان دهنده نوع خاصی از گردشگری روستایی (Lane, 2009)، به دنبال جایگزینی الهام بخش برای استراتژی‌های اصلی گردشگری رشد و فرآیندهای تمرکز فزاینده باشد.

از تجزیه و تحلیل فرآیند مفهوم‌سازی، آماده‌سازی، انتخاب و اجرای جوامع محلی برای تحقق این رویکرد خاص برای توسعه پایدار گردشگری کوهستانی، برمی‌آید که تجربه تاریخی و زمینه‌های فرهنگی اهمیت زیادی دارند. علاقه به پیشنهاد توریستی این ابتکار تنها در پس زمینه بحث طولانی مدت در مورد چگونگی مهار رشد فشرده گردشگری و پیامدهای منفی، برانگیختن میل و تقاضا برای این نوع فعالیت گردشگری، حداقل در یک محدوده کوچک اما در حال افزایش قابل درک است. سهم بازدیدکنندگان از کوه‌های آلپ بنابراین شامل یک طرح معنادار برای الگوهای گردشگری با شدت کم بر اساس تمرکز سیاست اولیه برای تغییر استراتژی‌های گردشگری در مناطق کنوانسیون آلپ (Markus, 2017) است که ارتباط نزدیکی با چشم‌اندازی برای حفاظت از طبیعت، استفاده از زمین از نظر اکولوژیکی مفید و توسعه چشم‌انداز دارد. تنش‌ها مدت‌ها قبل قابل مشاهده بودند، و گفتمان به‌ویژه متحرک بود، به طوری که تغییر به سمت اشکال کم‌شدت گردشگری تنها از طریق موارد آزمایشی محلی امکان‌پذیر بود (Heshmati et al, 2022). رویکرد خاص MV یک پیشنهاد گردشگری حساس را ترویج می‌کند که از تنش‌های توسعه عمومی گردشگری، استفاده از منابع طبیعی، تراکم سکونتگاه و مدیریت مقصد با تمرکز بر نقاط مهم نمادین آگاه است. به عنوان یک جایگزین، هدف آن پاسخگویی به چالش‌های الزامات ابعاد پایدار است.

نتیجه‌گیری

اگرچه رشد گردشگری پس از همه‌گیری COVID-19 به عنوان یک نگرانی اصلی برای بسیاری از مناطق، از جمله مکان‌های کوهستانی، احیا شده است، بحث مسیرهای جایگزین انگیزه جدیدی دریافت کرده است. ابتکارات محلی مانند MV یک رویکرد "تخیلی" برای گردشگری با شدت کم ارائه می‌دهد، با برخی جذابیت‌ها برای جوامع کوچک مقیاس، که به تقاضای فزاینده برای فعالیت در فضای باز، تجربیات توریستی، و رویکردهای مبتنی بر جامعه اشاره دارد که به مسائل اجتماعی-اقتصادی نیز می‌پردازد. چالش‌های مناطق کوهستانی دور افتاده مجموعه کوچک MV واقع در مناطق آلپ، در تضاد آشکار با مفاهیم گردشگری فشرده بخش‌های بزرگی از آلپ است. این چالش‌ها همچنین ممکن است فرصتی برای این طرح باشد، زیرا رویکردی الهام‌بخش برای تعادل پیشنهاد گردشگری و نیازهای توسعه محلی را نشان می‌دهد، جنبه‌ای که ممکن است با تغییر در درک تحرک، افزایش هزینه‌های انرژی و حمل‌ونقل و تغییر در الگوهای تقاضای گردشگری توجه بیشتری را به همراه داشته باشد.

همانطور که تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد، اجرای آن مستلزم جابجایی جاه طلبانه استراتژی‌های محلی است. این امر به آگاهی و تعهد مجریان طرح، نهادها و حاکمیت محلی بستگی دارد که به دنبال غلبه بر ضرورت سرمایه‌گذاری غالب و نزدیک بینی "رشد" سیاست‌های قبلی هستند. گسترش فعالیت‌های محلی در حدود ۲۰ شهرداری کوچک کوهستانی در اتریش در طول بیش از یک دهه، توجه کشورهای همسایه و مناطق همسایه را برانگیخته است که اکنون نیز در حال توسعه برنامه‌های کاربردی در شهرداری‌های مناسب هستند که به معیارهای خاص این طرح احترام می‌گذارند. البته گردشگری کوهنوردی یک پدیده اخیر نیست بلکه بخشی از یک سنت دیرینه است. بنابراین MV یک نام تجاری خاص سرزمینی است که این نوع گردشگری جایگزین را قابل مشاهده می‌کند و بحث در مورد چالش‌های توسعه چشم انداز، تأثیرات زیست محیطی و نتایج اجتماعی-اقتصادی در مناطق کوهستانی را برانگیخته می‌کند.

هم واکنش گردشگری و هم گفتمان‌ها به کوه‌های آلپ یا زمینه‌های اروپایی محدود نمی‌شوند، بلکه در سراسر رشته‌کوه‌های جهان مرتبط هستند. همراه با بسیاری دیگر از نمونه‌های کوچک مقیاس گردشگری کوهستانی، ابتکار MV ممکن است نیاز به حرکت به سمت فعالیت‌های گردشگری کوهستانی پایدار را تقویت کند. آنها ممکن است به عنوان پیشرو برای روندهای جهانی تلقی شوند که، با این حال، به حمایت قوی برای تقویت فعالیت‌های محلی و پیشبرد انتقال به سمت چنین فعالیت‌های گردشگری نیاز دارند. در اجرا و پرورش چنین فرآیند تغییری، مشکلات مهمی وجود دارد. به طور خاص، به نظر می‌رسد که در دام موفقیت کوتاه مدت اقتصادی نیفتیم، بلکه انتقال درک تغییرات ذاتی در ارزش‌ها و اهداف ضروری است. عملکرد بوم‌شناختی، «بی‌نظیر بودن» بافت‌های کوهستانی، از جمله مناظر فرهنگی، بنیاد در میراث طبیعی و فرهنگی، و مشارکت اصلی ذینفعان و افراد محلی ویژگی‌های اصلی هستند. تحقق توسعه گردشگری با شدت کم را می‌توان به عنوان هنر ایجاد تعادل بین حفاظت، عملکرد زیست محیطی با کیفیت بالا و استفاده معقول از امکانات رفاهی مناطق کوهستانی، یعنی ارزش‌های زیبایی‌شناختی و مناظر، فراهم کردن فضا برای فعالیت‌ها و تجربیات در فضای باز درک کرد.



منابع

- Price, M. F. (1992). Patterns of the development of tourism in mountain environments. *GeoJournal*, 27, 87-96.
- Williams, P. W., Singh, T. V., & Schlüter, R. (2001). Mountain ecotourism: creating a sustainable future. In *The encyclopedia of ecotourism* (pp. 205-218). Wallingford UK: CABI Publishing.
- Bagri, S. C., & Kala, D. (2020). Identification and Assessment of Offbeat Destinations for Community-Based Ecotourism Development and Promotion in Uttarakhand, India. In *Global Opportunities and Challenges for Rural and Mountain Tourism* (pp. 59-77). IGI Global.
- Price, M. F. (Ed.). (1999). *Global change in the mountains*. Taylor & Francis
- Godde, P. M., Price, M. F., & Zimmermann, F. M. (2000). Tourism and development in mountain regions: moving forward into the new millennium. In *Tourism and development in mountain regions*. (pp. 1-25). Wallingford UK: CABI Publishing.
- Río-Rama, M., Maldonado-Erazo, C., Durán-Sánchez, A., & Álvarez-García, J. (2019). Mountain tourism research. A review. *European Journal of Tourism Research*, 22(2019), 130-150.
- Moss, L. A. (Ed.). (2006). *The amenity migrants: Seeking and sustaining mountains and their cultures*. Cabi.
- Edition, A. S. S. (2013). SUSTAINABLE TOURISM IN THE ALPS.
- Dax, T., & Tamme, O. (2023). Attractive Landscape Features as Drivers for Sustainable Mountain Tourism Experiences. *Tourism and Hospitality*, 4(3), 374-389.
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., ... & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & quantity*, 52, 1893-1907.
- Muskat, B., Reichenberger, I., Muskat, M., & Aigner, A. E. (2022). Sustainable Tourism Development–The Mountaineering Village Initiative. *Tourism Case Studies*, (2022), tourism20220021.
- Elmi, M., & Wolff, S. (2021). Mountaineering villages for sustainable Alpine tourism. *Mountain tourism–Towards a more sustainable path*, 46.
- Poudel, B., & Joshi, R. (2020). Ecotourism in Annapurna conservation area: Potential, opportunities and challenges. *Poudel, B. and Joshi*, 49-73.
- Lane, B. (2009). Rural tourism: An overview. *The SAGE handbook of tourism studies*, 354-370.
- Markus, T. (2017). The Alpine Convention's Soil Conservation Protocol: A model regime?. *International Yearbook of Soil Law and Policy 2016*, 149-164.
- Heshmati, M., Gheitury, M., & Shadfar, S. (2022). Factors affecting possibility of ecotourism development and sustaining natural resources using SWOT approach in west Iran. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 10(2), 173-18



Linking Mountains with Tourism

Behnam kordi

**Bachelor's student of Defense Management, Imam
Ali (AS) Nazaja Officers University, Tehran, Iran**

1-1-

Abstract - ۲-۱

Connecting mountains with tourism is a very important and attractive relationship that has an impact on the development of the tourism industry. Mountains attract tourists with their attractive nature, eroded heights, diverse climates, and spectacular views. One of the main attractions of linking mountains with tourism is providing opportunities for many natural and sports experiences. The mountains offer a perfect environment for climbing, camping, biking, and other non-motorized sports. These activities not only allow tourists to have a unique adventure and experience with nature but also help to develop economic activities in mountainous areas. Also, connecting the mountains with tourism can help preserve and protect the environment of the region. Through the promotion of responsible tourism and the implementation of environmental protection standards, it is possible to prevent the reduction of the negative effects of tourism on nature. As a result, the development of tourism in mountainous areas not only helps the local economy but also becomes essential to improve social understanding and appreciation of the environment and nature. This link between tourism and mountains, as a source of sustainable development, is very important in today's world.

Keywords: Mountain tourism, sustainable development, natural landscapes, promotion of - ۱-۳
sustainable tourism, positive environmental effects