

از پیتورسک تا پایدار

طبیعت توریستی منظر*

چکیده | «زیبایی» یک منظر تنها براساس نگاهی که به آن اختصاص می‌یابد سنجیده می‌شود. نگاه گردشگران نخستین زیباشناسانه بود. آنها زینت تصویرشدنی را ارج می‌نهادند. سپس، نوبت به نگاه فعالان طبیعت رسید که منظر نزد آنها، یک «زمین بازی» تلقی می‌شد. نگاه بعدی مربوط به حافظان طبیعت بود که تمایل به تبدیل آن به عبادت‌گاه داشتند. در آخر، نگاهی که توسط برخی گردشگران کنونی به منظر اختصاص می‌یابد به مفهوم پایداری پیوند خورده است.

کیفیت توریستی (گردشگرانه) یک منظر، امروزه از طریق این چهار نگاه تحلیل می‌شود که البته یکی، دیگری را حذف نمی‌کند.



ترجمه و تلخیص:
سید محمدباقر منصور،
پژوهشگر دکتری معماری،
دانشگاه پاریس EST

smb.mansouri@gmail.com

به دلیل پیچیدگی، در اواخر قرن بیستم مفهوم غربی منظر از دو دیسپلین اولیه آن یعنی نقاشی منظره (قرن ۱۵) و جغرافی (قرن ۱۹) رهایی یافت. در سال ۲۰۰۰ «مجمع اروپایی منظر فلورانس»، منظر را این‌گونه بازتعریف کرد: «ادراک ساکنان از قسمتی از سرزمین و نتیجه تعامل عوامل طبیعی و یا فرهنگی». «میشل باردیو» تاریخ‌دان که منشأ مفهوم منظر را به نویسندگان یونانی نسبت می‌دهد نیز در همین راستا تعریفی ارائه می‌کند: «پاره‌ای از فضا که ناظر با نظر کردن، به آن مفهومی کلی و قدرتی ورای احساساتش اعطا می‌کند» (Ibid).

از درون شهرها باشد. چراکه برای شهروندان این‌طور جا افتاده طبیعت چیزی غیر از مصنوعات شهری است. طبیعت «هوای خالص» لازم دارد و با اشکال جغرافیایی مناسب و آرمانی‌ای مثل روستاها و کوهستان‌ها تعریف می‌شود. این در حقیقت یکی از تعاریفی است که جغرافی‌دانان از طبیعت دارند (Brunet & Ferras, 1998). این تعریف به دلیل همه آن چیزهایی که در نظر نمی‌گیرد، بحث‌برانگیز است و دلیل آن را می‌توان در تاریخ فرهنگی ارتباط غربی‌ها با فضا و طبیعت جست‌وجو کرد (Baridon, 2006).

مقدمه | شمار زیادی از سرفصل‌های سایت‌های اینترنتی که «گردشگری طبیعت» را پیشنهاد می‌دهند، کاربران را به تماشای پرندگان، ریاضت بودایی، از قایق سواری به پیاده‌روی تا سفر با کاروان، گردش با دوچرخه، روی پیست‌های مرداب پویتوین (Poitevin)، سفر با کایاک در سواحل گرانیست صورتی و همچنین عبور از صحرای غربی الجزایر و صید سالمون در سواحل شبه جزیره کامچاتکا، دعوت می‌کنند. مکان فعالیت‌های ذکرشده که همگی زیرمجموعه اصطلاح «طبیعت» قرار می‌گیرند، می‌تواند هرجایی غیر

نگاه به منظر سیر تاریخی متفاوتی را در حوزه گردشگری داشته است. این سیر شامل انواع نگاه به طبیعت می‌شود. انواع چهارگانه‌ای که شامل نگاه‌های «تزیینی» بر اساس تصویر زیباشناسانه‌ای که از طبیعت برداشت می‌شده، نگاه «تفریحی» از دیدگاه فعالان طبیعت، «حفاظتی» از دید حافظان طبیعت و نگاهی پیوند خورده با مفهوم «پایداری» است. کیفیت فضاهای گردشگری بر اساس تلفیقی از این چهار نگاه تعیین می‌شود تا متناسب با انواع برخوردهای گردشگران با منظر باشد.

این سایت‌های ارزشمند در حقیقت مکان‌های گوناگونی را شامل می‌شوند؛ از خیلی شهری و باغبانی گرفته تا خیلی زراعی و جنگلی و وحشی. اینها مناظری هستند که به وسیله هنر تصاویر و ادبیات خلق شده‌اند و همچنان تجدید می‌شوند. نگرانی حفاظت و نگهداری از خاطرات گذشته در آنها پررنگ است.

در خیلی از موارد زیبایی یک منظره به معنای کانتی آن ارجاع داده می‌شود. ارزیابی زیبایی‌شناسانه، از دید «دیوید هیوم» و «امانوئل کانت» (Kant, 1790)، نوعی تجربه ذهنی تعریف می‌شود که قضاوت احساسی و بی‌طرفی را به هم مرتبط می‌داند، اما زیبایی عام را از تصویر (این منظره زیباست) و از لذت (این منظره برای من دلپذیر است) بازمی‌شناسد، همچنین می‌تواند بر اساس ارزش‌های اخلاقی صورت پذیرد: هر آنچه درست و خوب است.

باید تمایز کانتی را به یاد داشت و اینکه از یک طرف ما آنچه (بی‌طرفانه) زیباست را معمولاً با آنچه برای ما دلپذیر، مفید و سودمند (آنچه به آن علاقه‌مندیم) است اشتباه می‌گیریم و از طرف دیگر این رویکرد عمل‌گرا نسبت به جهان، به دیگری، و به خودمان، برای ما جایگزین اخلاق می‌شود.

معیارهایی اخلاقی

و در عین حال زیباشناسانه

گردشگران در طی سفر خود، به قضاوت مناظری که از آن عبور یا بازدید کرده‌اند، با معیارهای اخلاقی و در عین

چرا که «منظره‌ای زیبا» ساختی فرهنگیست. «قبل از ۱۷۵۰، سعی می‌شد از کوهستان‌های فجیع و خطرناک دوری جست و اگر قرار به عبور از آلپ می‌شد، باعث افتخار بود که به سریع‌ترین شکل ممکن از این کوه‌های وحشتناک عبور شود» (Lavenir, 1999). بعد از این تاریخ نمادین، به دلایل متفاوت مسافران شروع به نگاه کردن سرزمین‌هایی کردند که از آن به مثابه مناظری دیدنی می‌گذشتند.

این «عشق ویران‌گر منظر» (Ibid) که با هیجان وطن‌دوستانه عصر خود همراه شده است، برای همه آنهایی که از اواخر قرن نوزدهم برای توسعه گردشگری فعالیت کرده‌اند، دیگر مرزی نمی‌شناسد. نه تنها نقاشان، نویسندگان، گردشگران و طبیعت‌گرایان (ناتورالیست‌ها) نسبت به تخریب مناظر ارزشمند هشدار می‌دهند، بلکه نخبگان (روشنفکران) اروپایی، سیاست‌مداران، هنرمندان، بانکداران، دانشمندان و مهندسان بدنه دولت نیز به منظور بهبود و جذاب‌تر کردن مناظر مادی (materiel)، دست به تغییر آنها می‌زنند.

تمایل به زیباسازی واقعیت

جدال بر سر حفاظت از مناظر در معرض تهدید پیشرفت صنعتی و شهری، با تمایلی در جهت زیباسازی واقعیت مادی مکان‌های گردشگری همراه شده است. نشانه آن در فرانسه ظهور سازمان‌های مشهوری چون تورینگ کلاب فرانسه (Touring Club de France)، کلاب آلپ فرانسه (Le Club alpin français) و جمعیت حفاظت از مناظر فرانسه است که به ترتیب در سال‌های ۱۸۹۰، ۱۸۷۴ و ۱۹۰۱ تأسیس شدند. ۱۰۰ سال پس از قانون سال ۱۹۰۶ مبنی بر حفاظت از بناهای طبیعی و سایت‌ها، دولت هم‌چنان به زیبایی مناظر بهای زیادی می‌دهد. ۲۷۰۰ سایت طبقه‌بندی و ۴۸۰۰ سایت، ثبت شده‌اند. «به عنوان عناصر هویتی غرور ملی، سایت‌ها تنوع و زیبایی مناظر فرانسه را جلوه می‌دهند و در خیلی از موارد تصویر فرانسه را در خارج از کشور نمایندگی می‌کنند» (http://www.ecologie.gouv.fr/~Sites-classes-.html).

در طول دو قرن اخیر، به موازات تحول ارزش‌های زیبایی‌شناسانه و اخلاقی که به هرکس تفسیری یکتا از جهانی که در آن زندگی می‌کند را می‌دهد، معنی منظر نیز تغییر یافته است. در پس دغدغه‌ای اخلاقی، اصول اخلاقی حاکم بر جوامع غربی ایدئولوژی سلامت فردی و اجتماعی، که رویکرد بهداشتی (hygienism) قرن ۱۹ یکی از ارکان آن به شمار می‌رود و از نظر اجتماعی قدیمی به نظر می‌رسد، را پنهان می‌کند.

از نظر تاریخی، دو فیلتر اولیه هنر و نقاشی منظره (مناظر طبیعی زیبا و عالی) و اخلاق (ارزش‌های سلامت فردی و علی‌الخصوص اجتماعی) بوده‌اند؛ سومین فیلتر که نسبت به دو تای اول متأخر است مربوط به علوم و به ویژه علوم اکولوژیک است. آخرین فیلتر که امروزی است، و عرصه‌ای جدید را به وجود آورده، منظر و توسعه پایدار است. هیچ‌کدام از سه فیلتر قبلی که تاریخ برای جوامع غربی به جا گذاشته تا امروز از بین نرفته‌اند. تا حدی که گردشگری امروزی بنا به فرهنگ و میل خود آنها را به کار می‌گیرد.

یک ساخت فرهنگی

این روش‌های دریافت و ادراک فضا و طبیعت نقشی اساسی در تحول چیزی که به آن نگاه می‌شد ایفا کردند به صورتی که منظره، مطلوب و خوشایند گردشگر قرار گیرد و دل‌زده نشود. منظر، همان‌گونه تا اینجا فهمیدیم، فیلتری فرهنگی متشکل از تصاویر و کلمات است که راه ورود به دنیای محسوس است و به آن معنا می‌بخشد. گردشگر، همان‌طور که «ژان ویارد» جامعه‌شناس می‌گوید: «از طریق منظر به جامعه وارد می‌شود نه از طریق ساکنان آن» (Viard, 2004). گردشگری در واقع فعالیتی است که «برخی مکان‌ها را محبوب کرده و نوعی زیبایی‌شناسی جابه‌جایی را به وجود می‌آورد». در حقیقت «معیار اساسی، ارزش مکان‌هاست». به عبارتی دیگر در اغلب موارد به وسیله احساسی زیباشناسانه- زیبایی یا زشتی- است که یک منظره ادراک می‌شود (مسئله‌ای که مانع تفسیر شخصی افراد از آن نمی‌شود).

حال زیباشناسانه سوق داده می‌شوند. معمولاً عقل سلیم آنچه مفید و یا به طور کلی تر مناسب است را زیبا و دلپذیر می‌داند. یک مزرعه زیبا مزرعه‌ایست که محصول درختان می‌دهد، و این البته با هارمونی فرم‌هایی که کشاورز و گردشگر هر دو آن را بازمی‌شناسد در تضاد نیست. بدین ترتیب تاریخ و وضعیت کنونی گردشگری و فراغت، بیان‌گر سه قطب عملی «از طبیعت» است که پیش از هرچیز به دنبال رفاه فردی و اجتماعی است؛^(۱) «طبیعت احیاگر» به دلایل بهداشت فیزیکی و اخلاقی و نیز به خاطر رضایت‌مندی روحی مفید به نظر می‌رسد،^(۲) «طبیعت پناهگاه» پذیرای گروه‌های خانوادگی و نیز عزت‌گرایان و گردشگران است و^(۳) «طبیعت چالش‌برانگیز» بهره‌وری، فتوحات و امور قهرمانانه را می‌آفریند.

«آلن کرین»، مورخ امور حسی یادآوری می‌کند که در قرن نوزدهم، «ایده یک جنگل پالایند و تنظیم‌کننده تعادل‌های طبیعی و اجتماعی در عملکرد مسئولان نمایان است» (Corbin, 2002). بدین ترتیب، از ۱۵۰ سال پیش، درختان تبدیل به نماد طبیعتی زنده‌کننده شدند که در شهرهای صنعتی آن دوره غایب بودند. امروز هم به دلایل مشابه درختان همین نقش را دارند.

در برابر شهر «ناسالم» و «خطرناک»، طبیعت غیرشهری برای آنها که خود را در معرض تهدید می‌بینند همچون پناهگاهی نمایان می‌شود.

صنعت گردشگری نیز تمایل به ترویج اوقات کوتاه دور از زندگی شهری و در مقصدهای خارق‌العاده مثل جزیره‌ها دارد. جزایر انتهایی دنیا نمونه بارز چنین تصویری از پناهگاه‌های شگفت‌انگیز هستند؛ دور از دسترس، و «پنهان در دل اقیانوس‌ها» که راهنمایان سفر به خاطر «طبیعت وحشی و حفاظت‌شده‌شان» آنها را انتخاب می‌کنند.

در سایت‌های اینترنتی تخصصی، کلمات رویاگونه برای دعوت به سفرهای واقعی به کار می‌روند؛ به‌گونه‌ای جادویی، برای اینکه مخاطب را به هیجان آورده، احساساتش را تحریک کرده و او را به تصمیم برای سفر وادارد. واقعیت مادی و اجتماعی جزایر اهمیت نمی‌دارد. تنها وعده‌های یکدیگر مکان بهشت‌گونه یا عجیب است که موفق رسیدن به مقصد جستجو می‌شود.

طبیعت‌های ابداع‌شده برای گردشگری
طبیعت مورد مطالعه دانشمندان برای برانگیختن احساسات نیست. براساس کانسپت‌ها و روش‌های بحث‌برانگیز در محافل علمی، نتایج و حقایق آنها نسبی بوده که همواره طی تاریخ طولانی علوم طبیعی تغییر

کرده است. وقتی موضوع مطالعه منظر است، بسیاری از حوزه‌ها، مانند علوم جغرافی، تاریخی، انسانی، و زیست‌محیطی را باید در نظر گرفت.

هم‌نشینی دانش‌های علمی و مواضع زیباشناسانه موجب پدید آمدن ایده صحنه زیست‌محیطی زیبا می‌شود.

این فرهنگ ترکیبی بین هنرهای تصویری و علوم طبیعی، در کشورهای انگلوساکسون بیشتر توسعه یافته است؛ جایی که رابطه انسان با طبیعت وحشی، از آخر قرن نوزدهم تحت تأثیر فلسفه تعالی‌گرایانه رالف والدو امرسون (۱۸۸۲-۱۸۰۳) و هانری دیوید تورو (۱۸۶۲-۱۸۱۷) قرار می‌گیرد.

ایده نشان دادن طبیعت غیرانسانی به گردشگران در فرانسه به تدریج از سال‌های ۱۹۷۰ شکل می‌گیرد. در این زمان اولین راهنماهای زیست‌محیطی منتشر شدند که مکان‌ها و مناظر گیاهی که طبیعی شمرده می‌شدند را توصیف می‌کردند. زیرا در اروپا چون حوزه مدیریت، طبیعت بکر زمان‌های آغازین بشریت دیگر وجود ندارد. همچنین بسیاری از گونه‌ها و محیط‌های در معرض تهدید در واقع به محیط‌هایی انسانی وابسته بوده که خود در حال از بین رفتن هستند. مانند منظر جغرافیایی مراتع جنگلی جنوب اسپانیا (dehesa). اکولوژیست‌های منظر، دیسیپلین اکولوژی منظر را در اواسط دهه ۱۹۸۰ در آمریکا (ecology landscape) چنین بازتعریف می‌کنند که نه مناظری طبیعی به معنای طبیعت بکر است و نه مناظر روستایی سنتی منابع تغییرناپذیر هستند (Decamps & Decamps).

ارتقای مناظر به مرتبه بناهای تاریخی
وقتی مناظر اروپایی سنتی یا به اصطلاح مناظر فرهنگی را همچون بناهای تاریخی در نظر می‌گیریم، حفاظت از آنها کار دشواری می‌شود. یک بنای تاریخی برای گرامیداشت یا تداوم یک خاطره ساخته می‌شود. وقتی مناظر را به مرتبه بناها ارتقا می‌دهیم، این مکان‌های قابل توجه در رده گردشگری مکان‌های پیچیده‌تر قرار گرفته و چون رده‌بندی و ثبت‌شده‌اند غیرقابل تغییر می‌شوند، و دیگر با ماهیت بیشه (وابسته به کشاورزی) یا باتلاق (که خشکی و پایان آن اجتناب‌ناپذیر است) در تناسب نیست، ولی با یک یخچال و یا یک آبشار که در مقیاس انسانی - و البته نه در مقیاس زمین‌شناسی - ثابت هستند، بیشتر قابل انطباق است.

این رویکرد جدی شامل پیچیدگی نمی‌شود. تصاویر کارتها، دی‌گرام‌ها و عکس‌ها پیش از هرچیز نقش بیان‌کننده و تحلیل‌کننده را دارند. زیبایی هم از این امر مستثنا نیست، اما یا براساس فرم‌های زنده است

(یک ارکیده، یک پرند، یک مرجان) و یا وابسته به دیدهای هوایی تماشایی و جذابی چون «یان آرتوس-برتراند» (Yann Arthus-Bertrand) است. در این مورد اخیر، نوشته‌های مرتبط با تصاویر بیان‌گر ارزش‌های زیست‌محیطی نویسنده خود هستند (ارزش‌هایی که مستقیماً به زیبایی‌شان مربوط نیستند).

چالش توسعه پایدار

گردشگری طبیعت‌گرا، با وجود سرشت خاصش، تنها براساس آگاهی علمی، دانش‌ورانه و گاهی خشک بنا نشده است. این نوع گردشگری، مکان‌ها را گاهی با زیبایی در هویت آنها به تصویر می‌کشد.

چالش چنین دیدگاه‌های ترکیبی به جهان طبیعی، اصلاح مدل‌هایی ذهنی است که همان قدر منجر به کاهش تنوع جهان زنده ۳ می‌شوند که به تغییرات آب و هوایی، حساس ساختن فضای جهان زنده، نه به عنوان مکان حفظ خاطره گونه‌ها و زیستگاه‌های در معرض انقراض، بلکه به عنوان میراث مشترک نسل‌های آینده، یکی از عوامل استراتژیک توسعه پایدار است.

به این ترتیب، از پس نقد گردشگری توده‌ای، گردشگری پایدار و همدلانه، براساس آگاهی از مسئولیت‌مندی و گردشگران و در ارتباط با جوامع میزبان و بومی به وجود آمده است. به روشی مشابه، اکوتوریسم یا گردشگری زیست‌محیطی هم یکی از شاخه‌های گردشگری با روحیه زیست‌محیطی است که هدف اصلی آن بهره‌وری از طبیعت، مناظر یا گونه‌های خاص، با احترام به خصوصیات زیست‌بوم‌های حساس است. فعالان گردشگری زیست‌محیطی خود را به برهم‌نزدن محیط طبیعی و اجتماعی ملزم کرده که می‌بایست به رفاه مردم محلی، با در نظر گرفتن هویت فرهنگی آنها کمک کند.

دیگر گردشگری به دنبال ایجاد شور و شغف تحسین‌کننده و کنجکاوانه وفاداران به راهنمایان گردشگری در برابر بناهای معروف و یا مناظر زیبا نیست. برعکس، اصل بر این است که موقعیتی برای گردشگران فراهم شود که هریک با همکاری خود مسئول شرکت در ایجاد صحنه‌ها و مکان‌هایی شود که می‌خواهند کشف کنند. بخشی از هزینه‌ای که می‌پردازد نیز به سود جامعه میزبان محلی می‌رود. مناظر و صحنه‌هایی که او با خود به یادگار می‌برد (عکس‌ها، فیلم‌ها، خاطرات)، طبیعی یا غیران، از سه تجربه بهره‌مند می‌شوند: اشتراک لحظات زندگی، مشاهده شیوه‌های دیگر زندگی و به رسمیت شناختن دیگری، نه به واسطه تفاوتی که جدایی می‌اندازد،

معانی مختلفی که از طبیعت در ذهن گردشگران تحت عنوان «منظر» شکل گرفته است، با عبور از چهار فیلتر هنر و نقاشی، اخلاق، علوم زیست‌محیطی و ارتباط منظر با توسعه پایدار تحولاتی اساسی را یافته‌اند. تحولاتی که گاه بر اصول زیباشناسی و گاه بر ارزش‌های سلامت فردی و اجتماعی استوار بوده است. در دوره معاصر توجه به علوم و ارزش‌های حفاظتی و زیست‌محیطی و در نهایت پایداری شکل‌دهنده مفهوم منظر در فکر و اندیشه گردشگران بوده است.

زیست‌محیطی، همبسته و عادلانه، آیا این گردشگری‌ها واقعاً «پایدار» هستند؟ پاسخ این است که در واقع هیچ‌کدام کاملاً به عنوان مدینه فاضله، ایده‌آل نیستند، ولی در عین حال کمی از آن را محقق می‌کنند. بسان تمام ایده‌های کنترل‌کننده و افق دید برای عمل، توسعه پایدار نیز آثاری در اقتصادهای گردشگری جایگزین به جای گذاشته است. به این معنا مشتری‌های این بازار وجود دارند و کسانی هستند که رویای ممکن‌های دیگر را در سر می‌پروراند. علاوه بر این زمینه‌های این بازار نیز آماده‌اند و یا در حال آماده شدن هستند. آماده برای رویاپردازی؛ چه به صورت محدوده‌های خصوصی، مناطقی با دسترسی کنترل‌شده از طرف دولت (پارک‌ها و ذخایر) و چه به صورت فضاهایی کاملاً آزاد. با نوستالژی موزه‌وار بهشت گمشده یا آرمان شهر مبارز، این‌گونه‌های گردشگری همان قدری از تخیلاتی که ایجاد می‌کنند تشکیل شده‌اند که از ردپایی که بر جای می‌نهند.

بلکه به واسطه غیریتی که یگانگی می‌آفریند. مناظر به یاد مانده بیش از اینکه تصاویر منحصر به فرد باشند، روایت‌هایی بوده که بازتاب مکان‌های تجربه‌شده و رفتارهای احترام‌آمیز نسبت به زندگی طبیعی و اجتماعی منطبق با آنها هستند.

رویاها و خواسته‌های گردشگر

این نوع از گردشگری بر اساس تخیلات، تصورها و ارزش‌های منحصر به خود بنا شده که وامدار ایده‌های کنترل‌گر (Kant, 1787) توسعه پایدار است: همبستگی، عدالت، حفظ میراث مشترک «طبیعی» و فرهنگی. آنها دیگر تنها بر محوریت خوشایند گردشگر، مواجهه با محیط‌های خصمانه و لذت بردن از سواحل آرام بنا نشده‌اند، بلکه هدف اصلی‌شان ایجاد رابطه‌ای رضایت‌بخش‌تر از مصرف‌گرایی راحت طلب با جهان اطراف است. اما باید در نظر داشت این انتخاب‌ها موانع خود را نیز دارند.

نتیجه‌گیری | به طور خلاصه، چهار روش برای اینکه مکان و طبیعت، در راستای اهداف گردشگری و تفریحی به منظر تبدیل شود وجود دارد که البته از همدیگر جدا نیستند؛ اهدافی که همراه با تاریخ این حوزه تغییر می‌کنند: اولی، در نتیجه مستقیم نقاشی و ادبیات منظر به وجود آمد و بر اساس ایده فرهنگی و زیباشناسانه استوار است. در حالی که هنوز زنده و محبوب است، اولویت را به حافظه، سایت، صحنه‌آرایی، آرایش یا دکور می‌دهد. دومی، که در اواخر قرن نوزدهم به منظر نسبت داده شد، بر دستیابی به سلامتی، با تمرکز بر ارزش‌های اخلاقی تأکید می‌کند. بعضی از آنها مرتبط با ورزش‌های طبیعی هستند: بازسازی فیزیکی، تکامل اخلاقی و روحی، برتری جویی جمعی، تمایز اجتماعی، شجاعت و قهرمانی. بعضی دیگر به خاطر فرار از شهر ایجاد شده‌اند (طبیعت چون پناهگاه). در این گردشگری اقداماتی ترویج می‌شود که در آنها منظر بیش از اینکه خود هدف باشد، چارچوب فعالیت‌هاست. سومی، که بیشتر در اواخر قرن بیستم در فرانسه گسترش یافت، اولویت را به شناخت طبیعت‌گرایانه جهان زنده در معرض تهدید می‌دهد. این فیلتر منظرین، که مفهوم زیبایی زیست‌محیطی را ایجاد می‌کند، نیازمند یک رویکرد علمی و در بیشتر موارد، فضاهای تخصصی، محافظت‌شده و مدیریت‌شده (پارک‌ها و ذخایر) است. و در نهایت چهارمی، با دنباله‌روی از آرمان‌های جدید توسعه پایدار، به جستجوی ایجاد فعالیت‌های جایگزین و مبارز برای گردشگری همبسته، عادلانه، و زیست‌محیطی می‌پردازد. به طور کلی می‌توان گفت گردشگران به هنگام انتخاب سفرهای خود ممکن است با توجه به سلیقه و اهداف شخصی‌شان، این چهار جنبه را مخلوط کنند، به برخی از آنها روی آورند و یا فقط یکی از این جنبه‌ها را انتخاب کنند. به هر حال شاید که فردا مبارزه‌های امروز محبوب شوند.

پی‌نوشت

طبیعت است و دنباله‌رو رمانتیسم بوده است (فرهنگ لغت لاروس).
 ۲. به دو معنی: آنچه توجه را جلب می‌کند و آنچه رنگ شده، به تصویر کشیده شده و درخور بودن است.
 ۳. به اعتقاد بیوجغرافی‌دان آمریکایی، ادوارد ا. ویلسون، کسی که کلمه تنوع زیستی را در ۱۹۸۶ ابداع کرد، نیمی از گیاهان و حیوانات شناخته‌شده سیاره زمین در خطر نابودی تا قبل از پایان قرن ۲۱م هستند.

* این مقاله ترجمه و خلاصه‌ای است از:
 Donadieu, P. (2007). Du pittoresque au durable. Les natures touristiques du paysage. *Journal of ESPACES*, 254: 16-23.
 ۱. تصویر شدنی: آنچه به واسطه یگانگی و دلربایی‌اش، شایسته تصویر شدن، نقاشی شدن [ثبت شدن] است. جریان در هنر باغ‌سازی و معماری قرون ۱۸ و ۱۹ انگلستان با عنوان Picturesque. اصول این جریان هنری، جستجوی تقارن، بازی نور و سایه و جنبه «وحشی»

Touristic Nature of Landscape*

From Pittoresque to Sustainable

Pierre Donadieu
Translated and Summarized (from the French to Persian): Seyed Mohammad-Bagher Mansouri, Ph.D
Candidate in Architecture, University of Paris EST
smb.mansouri@gmail.com

Abstract | What has turned “nature” into a landscape and a tourism destination has transformed over time and comprised various aspects in different definitions. Landscape Definitions have considered nature as a tourism destination in multiple points of view. Four main viewpoints are debatable in a time period from the first landscape definition till today. The first definition discusses the pictorial and scene setting aspects and the image formed in tourists’ minds. In the second definition, landscape is defined as a tourism context rather than destination. This viewpoint considers nature a tourism destination as a shelter for citizens. The third viewpoint to nature in terms of landscape refers to naturalistic understanding of the world which is mostly discussed in France’s academic societies. Lately, the aspects of landscape viewpoint to nature address sustainable development goals and activities for the protection and fair utilization of the environment. According to the mentioned issues, nature tourism is sometimes defined on the basis of existing viewpoints or as a compilation of resulted viewpoints from the landscape discipline. Natural or cultural landscape tourism is shaped due landscape viewpoint to the nature which is developed and transformed according to landscape definition.

Endnote

* This article is translated and summarized in:
Donadieu, P. (2007). Du pittoresque au durable. Les natures touristiques du paysage. *Journal of ESPACES*, 254: 16-23

Reference list

- Brunet, R., Ferras, R. & Thery, H. (1998). Mots de la géographie. Dictionnaire critique. La Documentation française.
- Baridon, M. (2006). Naissance et renaissance du

paysage. Paris: Actes Sud.

- Kant, I. (1787). Critique de la raison pure.
- Kant, I. (1790). Critique de la faculté de juger.
- Decamps, H. & Decamps, O. (2004). Au Printemps des paysages.
- Arthus-Bertrand, Y. (1999). La Terre vue du ciel, éd. La Martinière.
- Corbin, A. (2002). Naissance de la politique du paysage en France. La revue des Deux Mondes.
- Viard, J. (2004). Entretiens. revue Pour, 182: 163.
- Bertho-Lavenir, C. (1999). La Roue et le stylo.