

Nowruz Holidays and Travel Challenges during the Pahlavi II Era (Case Study: Ettela'at Newspaper, 1976–1978)

Saba Ramezani¹, Dr. Jafar Agazadeh^{2*}

1. Master's Student in History of Iran and Islam, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran
2. Department of History, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

Received:2025/02/07	Received in Revised:2025/02/11	Accepted:2025/02/28	Published:2025/03/21
---------------------	--------------------------------	---------------------	----------------------

Abstract

During the second Pahlavi era, rapid urban expansion, improvement of transportation infrastructure, and economic growth led to a rise in Nowruz travel across different social groups. The government, through development projects and media promotion, attempted to facilitate holiday travel and expand the tourism industry. However, the sharp increase in travel demand revealed infrastructural inadequacies, insufficient transportation capacity, poor management of public travel, and the emergence of black markets for tickets, all creating major policy challenges. Research Question: How did official media, especially Ettela'at newspaper, represent the challenges and socio-economic consequences of Nowruz travel during the holidays of 1976 and 1978? It is hypothesized that the media, particularly Ettela'at, predominantly highlighted infrastructural shortcomings, management weaknesses, and the emergence of black markets, while underlining the social consequences of mass travel. This study uses qualitative content analysis of Ettela'at's Nowruz editions to examine media coverage of travel issues, the role of tourism in development plans, common transportation means, popular destinations, and institutional responses to these challenges. Findings show that, despite government planning, structural inadequacies and unpreparedness led media to focus on these deficiencies and their negative socio-economic impacts.

Keywords: Holiday Travel, Pahlavi II, Tourism, Transportation, Ettela'at Newspaper.

Cite as: Nowruz Holidays and Travel Challenges during the Pahlavi II Era (Case Study: Ettela'at Newspaper, 1976–1978). Iranian History of Culture. 2025; 2(1): 186-202.

Owner and Publisher: University of Tabriz

Journal ISSN (online): 3060-8066

Access Type: Open Access

DOI: 10.22034/IHC.2025.67403.1059

* Corresponding Author: Professor of University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. j.agazadeh@uma.ac.ir

تعطیلات نوروزی و چالش‌های سفر در دوره‌ی پهلوی دوم (مطالعه‌ای بر اساس روزنامه اطلاعات در سال‌های ۱۳۵۵ و ۱۳۵۶)

صبا رضانی^۱، دکتر جعفر آقازاده^۲

^۱. دانشجوی کارشناسی ارشد تاریخ ایران اسلامی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

^۲. گروه تاریخ، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۹ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۱/۲۳ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۰ انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۰۱

چکیده

در دوران پهلوی دوم و همزمان با گسترش شهرنشینی، توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل و افزایش سطح رفاه عمومی، سفرهای نوروزی در میان اقشار مختلف جامعه به شکل بی‌سابقه‌ای رواج یافت. دولت با اجرای برنامه‌های عمرانی و تبلیغات رسانه‌ای سعی در تسهیل این سفرها و توسعه صنعت گردشگری داشت، اما همزمان با افزایش تقاضا، مشکلاتی از جمله کمبود امکانات زیربنایی، محدودیت وسایل نقلیه، ضعف مدیریت سفرهای عمومی و ایجاد بازار سیاه بلیت نمایان شد و چالش‌هایی جدی را پیش روی سیاست‌گذاران قرار داد. پرسش اصلی پژوهش این است که رسانه‌های رسمی، به ویژه روزنامه اطلاعات، چالش‌های سفرهای نوروزی و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی آن را در نوروز سال‌های ۱۳۵۵ و ۱۳۵۶ چگونه بازتاب داده‌اند؟ به نظر می‌رسد رسانه‌ها، به ویژه روزنامه اطلاعات، تمرکز اصلی خود را بر کمبود زیرساخت‌ها، ضعف‌های مدیریتی و شکل‌گیری بازار سیاه و تبعات اجتماعی این پدیده داشته‌اند. این پژوهش با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای کیفی و بررسی شماره‌های نوروزی روزنامه اطلاعات، به تحلیل نحوه گزارش‌دهی رسانه‌ای درباره مشکلات سفر، جایگاه گردشگری در سیاست‌های توسعه، وسایل نقلیه رایج، مقاصد سفر و واکنش نهادهای مسئول می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که علیرغم برنامه‌ریزی‌های دولت، ساختارهای ناکافی و عدم آمادگی لازم در پاسخ به موج سفرهای نوروزی، موجب شد رسانه‌ها بر کاستی‌های موجود و پیامدهای منفی اجتماعی و اقتصادی آن تأکید نمایند.

کلیدواژه‌ها: سفرهای نوروزی، پهلوی دوم، گردشگری، حمل‌ونقل، روزنامه اطلاعات.

نحوه ارجاع: "تعطیلات نوروزی و چالش‌های سفر در دوره‌ی پهلوی دوم (مطالعه‌ای بر اساس روزنامه اطلاعات در سال‌های ۱۳۵۵ و ۱۳۵۶)". تاریخ

فرهنگ ایران. ۱۴۰۴: ۱۸۶، (۱) ۲-۲۰۲.

صاحب امتیاز و ناشر: دانشگاه تبریز

شاپای الکترونیکی: ۸۰۶۶-۳۰۶۰

نوع دسترسی: آزاد

DOI: 10.22034/IHC.2025.67403.1059

مقاله پژوهشی



مقدمه

تحولات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ایران در دهه‌های اخیر به‌ویژه در دوره پهلوی دوم، سیمای زندگی روزمره مردم را به‌طور جدی دگرگون ساخت. ورود تکنولوژی‌های جدید، توسعه زیرساخت‌های شهری، شکل‌گیری طبقه متوسط شهری و افزایش دسترسی به امکانات رفاهی، از جمله عواملی بودند که باعث تغییر در الگوهای زندگی، از جمله نحوه گذراندن اوقات فراغت شد. در این میان، تعطیلات نوروزی جایگاه ویژه‌ای در فرهنگ ایرانی پیدا کرد و شیوه‌های برگزاری آن، به موازات سیاست‌های دولتی و تحولات اجتماعی، دچار تغییرات محسوسی شد. اگرچه آیین سفر در نوروز و دید و بازدیدهای خانوادگی ریشه‌هایی کهن در فرهنگ ایران دارد، اما در سال‌های پایانی حکومت پهلوی دوم، این سنت وارد مرحله جدیدی از فراگیری و تنوع گردید.

افزایش جمعیت شهرها به همراه توسعه شهرنشینی و رشد طبقه متوسط، موجب شد بخش وسیعی از جامعه ایرانی به سفرهای نوروزی به عنوان فرصت استراحت، تفریح و تجدید قوا بنگرند. طبق آمارهای غیررسمی و شواهد مطبوعاتی، هزاران خانواده تهرانی و ساکنان کلان‌شهرها در ایام نوروز به سمت مقاصد گردشگری، مناطق طبیعی و یا شهرهای دارای زیرساخت‌های رفاهی و تفریحی روانه می‌شدند. چنین حجمی از جابجایی جمعیت، پیامدهای متعددی به همراه داشت و زمینه‌ساز بروز چالش‌های ساختاری جدی در حوزه حمل‌ونقل، مدیریت سفرها، ظرفیت اقامتی، ترافیک جاده‌ای و افزایش تقاضا برای خدمات عمومی شد. در کنار این چالش‌ها، فرصت‌هایی نیز برای توسعه اقتصادی مناطق گردشگرپذیر، رونق کسب‌وکارهای خرد، و ارتقای تعاملات فرهنگی بین مناطق مختلف کشور ایجاد گردید.

دولت پهلوی دوم، در چارچوب سیاست‌های کلان و به‌ویژه در قالب برنامه‌های عمرانی، تلاش داشت علاوه بر جذب گردشگران خارجی، صنعت گردشگری داخلی را نیز تقویت کند. توجه به ایجاد جاده‌های استاندارد، گسترش شبکه حمل و نقل عمومی، راه‌اندازی پایانه‌های مسافربری و ساخت مراکز اقامتی ارزان‌قیمت، جزو اولویت‌های اعلام‌شده در برنامه پنجم عمرانی کشور بود. با این حال، نبود رویکرد جامع مدیریتی و کافی نبودن سرمایه‌گذاری در زیربخش‌های گردشگری و حمل‌ونقل، موجب شد بسیاری از این طرح‌ها با موانع اجرایی و مشکلات ساختاری روبه‌رو شوند. از سوی دیگر، رشد سریع تقاضا برای سفر و تغییر سلايق جامعه شهری در استفاده از تعطیلات، فشار مضاعفی بر این ساختارها وارد می‌کرد؛ به طوری که پدیده‌هایی مانند بازار سیاه بلیت، ازدحام در جاده‌ها و انتقاد از مدیریت دستگاه‌های مسئول به صورت مستمر در رسانه‌ها بازتاب می‌یافت.

در این میان، مطبوعات و به‌ویژه روزنامه اطلاعات به عنوان یکی از پرمخاطب‌ترین رسانه‌های عصر پهلوی دوم، نقش کلیدی در بازتاب، تحلیل و نقد وضعیت موجود ایفا نمودند. پوشش اخبار مربوط به تعطیلات نوروزی، مشکلات و حوادث جاده‌ای، توصیه‌های مسئولان، معرفی مقاصد جدید گردشگری و انعکاس مطالبات مردم، بخشی از محتوای پرتکرار این رسانه در ایام نوروز بود. به همین دلیل، بررسی محتوای نوروزی این روزنامه می‌تواند چشم‌انداز روشنی از چالش‌ها، راه‌حل‌های پیشنهادی، رویکردهای انتقادی و حتی موفقیت‌های مدیریت سفر در اواخر دهه ۵۰ ارائه دهد.

پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل محتوای کیفی و بر مبنای شماره‌های نوروزی روزنامه اطلاعات در سال‌های ۱۳۵۵ و ۱۳۵۶، بر آن است تا تصویر روشنی از ابعاد متفاوت تعطیلات نوروزی، چالش‌های موجود در مدیریت سفر، واکنش‌های نهادهای مسئول و بازنمایی رسانه‌ای این رویداد ملی ارائه دهد.

پیشینه و روش تحقیق

درباره تعطیلات نوروزی و چالش‌های سفر در دوره پهلوی دوم تاکنون پژوهش مستقلی انجام نشده است. با این حال، مطالعاتی وجود دارند که می‌توانند به عنوان مبنای نظری و تاریخی برای این بحث مفید واقع شوند؛ رقیه جوادی (۱۳۹۲)، در مقاله «سازمان جهانگردی و تأثیر آن بر توسعه گردشگری در دوره پهلوی دوم» به بررسی نقش این سازمان در ارتقاء صنعت گردشگری ایران پرداخته و تأثیرات آن بر فرهنگ و اقتصاد کشور را تحلیل کرده است. این مقاله به چگونگی جذب گردشگران خارجی، استراتژی‌های تبلیغاتی و سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته در زیرساخت‌های گردشگری اشاره دارد و نتایج مثبت و منفی ناشی از این توسعه را بررسی می‌کند. حسن زندیه و مائده عزیزی (۱۴۰۳)، در مقاله «نقش دولت پهلوی دوم در ایجاد و ارتقاء صنعت توریسم در خلیج فارس» به بررسی اقدامات دولت پهلوی دوم در توسعه صنعت توریسم و تأثیرات آن بر مناطق مختلف کشور، به‌ویژه خلیج فارس، می‌پردازد. این مقاله به تحلیل سیاست‌های دولتی در جذب گردشگران، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و ایجاد جاذبه‌های توریستی در این منطقه می‌پردازد و نقش دولت در ارتقاء صنعت توریسم و تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن بر جوامع محلی را مورد بررسی قرار می‌دهد. کژال فرخنده‌نژاد (۱۴۰۱)، در پایان‌نامه «تأثیر صنعت گردشگری در تحولات اقتصادی و اجتماعی استان بوشهر در دوره پهلوی دوم» زیر نظر دکتر سعیدی‌نیا، به طور خاص به نقش گردشگری در توسعه بوشهر پرداخته و با تحلیل سفرنامه‌ها و اسناد تاریخی، پیامدهای اقتصادی و اجتماعی آن را بررسی کرده است.

با وجود اهمیت موضوع گردشگری و مطالعات انجام شده در این زمینه، باید اشاره کرد که درباره تعطیلات نوروزی و چالش‌های سفر در ایران در دوره پهلوی دوم فعالیت‌های قابل توجهی صورت نگرفته است. از این رو، پژوهش حاضر تلاش می‌کند تا با تحلیل محتوای روزنامه اطلاعات در سال‌های ۱۳۵۵ و ۱۳۵۶، تصویری مستند از مشکلات زیرساختی، حمل و نقل و تأثیرات اجتماعی سفرهای نوروزی در این دوره ارائه دهد.

۱- جایگاه صنعت گردشگری در برنامه پنج ساله پنجم عمرانی کشور (۱۳۵۲-۱۳۵۶ / ۱۹۷۳-۱۹۷۷)

طی برنامه‌های سوم و چهارم عمرانی، سرمایه‌گذاری‌ها در زمینه گردشگری بیشتر به صورت ساختمان هتل‌های درجه یک بود که بیشتر مورد استفاده گردشگران خارجی و تعداد محدودی از مسافران داخلی قرار می‌گرفت که درآمد بالایی داشتند. در حالی که با توسعه اقتصادی و اجتماعی و بالا رفتن سطح رفاهی جامعه، مسافرت‌های داخلی به منظور تفریح و استفاده از تعطیلات، توسط گروه‌های مختلف اجتماعی ایران افزایش قابل توجهی داشت و لازم بود تسهیلاتی با استاندارد قابل قبول برای تمام این گروه‌ها فراهم شود. بنابراین، طی برنامه پنجم عمرانی کشور سیاست جهانگردی مبتنی بر اصول زیر بوده است:

۱. اهمیت دادن به توسعه خدمات برای مسافران داخلی و کوشش در فراهم کردن وسایل و تأسیسات لازم به منظور اقامت و رفاه مسافران داخلی در مراکز تفریح زمستانی، تابستانی، اماکن مذهبی، و تاریخی؛

۲. تشکیل و جلب گروه‌های گردشگری برای دیدار از مراکز گردشگری ایران با همکاری سازمان‌های گردشگری بین‌المللی؛

مقاله پژوهشی



۳. ارائه تسهیلات بیشتر در مراکز ورود و خروج گردشگران به کشور به منظور تأمین آسایش بیشتر گردشگران؛

۴. تأکید بر ساخت هتل‌ها و مراکز پذیرایی متوسط و ارزان قیمت؛

۵. محدود نمودن سرمایه‌گذاری‌های دولتی به مواردی که بخش خصوصی با وجود کمک‌های اعتباری دولت آمادگی سرمایه‌گذاری را نداشته باشد و تشویق بخش خصوصی به رعایت استانداردهای مطلوب؛

۶. تربیت نیروی انسانی در کلیه رشته‌های تخصصی مربوط به گردشگری؛

۷. اقدام به ایجاد تسهیلات قانونی به منظور تأمین وسایل تفریحی و استفاده از ایام فراغت و تشویق مردم به سیر و سیاحت از طرف سازمان جلب سیاحان (فیض بخش، ۱۳۵۵: ۲۵۳-۲۵۴).

برنامه پنجم عمرانی کشور اهداف مشخصی را در حوزه گردشگری دنبال می‌کرد:

۱. افزایش تعداد گردشگران خارجی از ۴۱۵ هزار نفر در پایان برنامه چهارم به ۹۲۵ هزار نفر تا پایان برنامه پنجم.

۲. افزایش تعداد گردشگران داخلی از حدود ۴ میلیون نفر در پایان برنامه چهارم به ۶ میلیون نفر در پایان برنامه پنجم.

۳. افزایش ظرفیت اقامتی کشور از ۱۱،۸۰۰ اتاق و ۲۵،۳۵۰ تخت در پایان برنامه چهارم به ۲۱،۰۰۰ اتاق و ۴۵،۷۵۰ تخت تا پایان برنامه پنجم.

بر این اساس، هدف‌گذاری برای احداث ۹۰۲۰۰ اتاق جدید در هتل‌هایی با درجات مختلف و ۲۰،۴۰۰ تخت انجام شده بود. همچنین ساخت انواع تأسیسات پذیرایی دیگر مانند اقامتگاه جوانان، اردوگاه‌ها، مراکز گردشگری شمال، مراکز آب‌درمانی و دیگر مراکز تفریحی و گردشگری در بیلاغات، اطراف سدها، چایخانه‌ها و زائرسراها نیز پیش‌بینی شده بود (برنامه پنجم عمرانی کشور، ۱۳۵۲-۱۳۵۶: فصل ۲۲).

با بررسی بودجه سال ۱۳۵۶ مشاهده می‌شود که یکی از اهداف مهم آن، افزایش ۸۵ درصدی اعتبارات ساخت و توسعه شاهراه‌ها، راه‌های اصلی و فرعی، راه‌آهن، بنادر و فرودگاه‌ها نسبت به سال قبل بوده است (روزنامه اطلاعات، ۱۵۵۳۲، ۱۷ بهمن ۱۳۵۶: ۲۳).

بنابراین شواهد نشان می‌دهد که توسعه زیرساخت‌ها و تأسیسات گردشگری نه تنها برای تسهیل سفر گردشگران خارجی بلکه به طور گسترده برای پاسخگویی به نیاز مسافران داخلی و بین‌شهری نیز به کار گرفته می‌شد. با توسعه روزافزون در بخش‌هایی مثل راه‌آهن، فرودگاه، بنادر، هتل‌ها و راه‌های ارتباطی، انگیزه و علاقه مردم برای مسافرت‌های داخلی افزایش یافته و بهره‌برداری از امکانات جدید، محدود به گردشگران خارجی نماند.

برنامه‌ریزی‌ها و زمینه‌سازی دولتی برای توسعه گردشگری تا پیش از اواسط دهه ۵۰

در دهه‌های ۴۰ و اوایل ۵۰ خورشیدی، دولت پهلوی دوم اهمیت گردشگری را به عنوان یکی از محورهای توسعه ملی درک کرد و تلاش نمود برای ارتقای جایگاه ایران در بازار گردشگری منطقه‌ای و جهانی، سیاستگذاری و برنامه‌ریزی کلان را به

صورت مدون و هدفمند در قالب برنامه‌های عمرانی وارد کند. این برنامه‌ها - به‌ویژه برنامه چهارم (۱۳۴۷-۱۳۵۱) و برنامه پنجم عمرانی - هرچند از لحاظ زمانی پیش از تمرکز پژوهش حاضر قرار دارند، اما پی‌ریزی و آثار آنها تا سال‌های پایانی حکومت پهلوی، به ویژه در موضوع سفرهای نوروزی، کاملاً محسوس بود و زمینه بسیاری از واقعیت‌ها و مشکلات آن دوره را شکل داد.

در این دوره، با رویکردی مدرن و متأثر از الگوهای غربی توسعه، دولت اهدافی نظیر جذب گردشگران خارجی، تشویق ایرانیان به سفرهای داخلی، افزایش زیرساخت‌های اقامتی، و بهبود خدمات پشتیبان گردشگری را دنبال می‌کرد. به طور مثال، در برنامه چهارم عمرانی، افزایش گردشگران خارجی از ۲۱۰ هزار به ۵۲۰ هزار نفر، طولانی‌تر شدن مدت اقامت و تجهیز مناطق جذاب برای گردشگران داخلی، از جمله شمال کشور، به طور ویژه هدف‌گذاری شد (جوادی، ۱۳۹۲: ۴۹). دولت با سرمایه‌گذاری در احداث و تجهیز هتل‌ها و متل‌ها، ساخت اقامتگاه‌های جوانان، نوسازی مهمانسراها و تجهیز جاده‌ها و پارک‌های جنگلی، می‌کوشید همزمان با پاسخگویی به نیاز ایرانیان، ظرفیت جذب مسافر خارجی را نیز بالا ببرد.

با این وجود، این اقدامات دامنه‌دار بدون مشکل نبود. در بخش گردشگری داخلی، عواملی همچون ضعف فرهنگ سفر، عدم آشنایی قشرهای جامعه با الگوهای جدید گردشگری، و مشکلات اقتصادی موجب شد بسیاری از اقشار، از استفاده و بهره‌برداری گسترده از ظرفیت‌های ایجادشده بازمانند و فرهنگ سفر همگانی نهادینه نشود. از منظر مدیریتی، عدم هماهنگی نهادهای مسئول، نبود راهبردی یکپارچه در ایام پرتقاضایی همچون نوروز، و گاه ضعف نظارت، منجر به معضلات مزمنی چون بازار سیاه بلیت، صف‌های طولانی، سردرگمی مسافران و نارضایتی عمومی شد. همانطور که در آن دوره، روزنامه اطلاعات بارها گزارش‌ها و نقدهایی درباره ناکارآمدی سامانه‌های فروش بلیت، نبود برنامه‌ریزی برای ساماندهی حجم بالای سفرهای نوروزی، بلامتکلیفی نرخ‌ها و انتظار طولانی مردم منتشر کرد: «هر سال این شرکت‌ها در انتظار تعیین نرخ از سوی اتاق اصناف هستند... مسافران نوروزی گاه شب و روز مقابل گیشه‌های بلیت‌فروشی انتظار می‌کشند» (اطلاعات، ۷ اسفند ۱۳۵۵).

همزمان، دولت در حوزه تبلیغات و فرهنگ‌سازی نیز نقش فعالی داشت؛ از پخش برنامه‌های رادیویی و انتشار راهنمای سفر، تا تعریف سیاست‌های تشویقی برای سفر داخلی. با این وجود، نبود نهادهای هماهنگ‌کننده و ضعف مشارکت عمومی باعث شد بخشی از این سرمایه‌گذاری‌ها و تبلیغات دولت در آستانه تعطیلاتی چون نوروز به نتیجه مطلوب نرسد و سفرهای گسترده، به جای نمایش چهره‌ای مدرن از گردشگری، جلوه‌ای از کمبود زیرساخت، ضعف مدیریت و ناتوانی ساختارهای اجرایی به خود بگیرد.

به طور کلی، بررسی روند تحولات و اقدامات دولتی در دهه‌های قبل از بازه زمانی این پژوهش، نشان‌دهنده اهتمام نظری و عملی دولت برای توسعه گردشگری است؛ اما ضعف در نهادینه‌سازی فرهنگ سفر، کم‌توجهی به نیازها و باورهای جامعه هدف، و محدودیت‌های ساختاری و مدیریتی، سبب شد آثار کامل و پایدار این سیاست‌ها عملاً در دوره مورد مطالعه، یعنی نوروزهای ۱۳۵۵ و ۱۳۵۶، منعکس نشود. بررسی پوشش رسانه‌ای این چالش‌ها، از جمله در روزنامه اطلاعات، منعکس‌کننده تقابل میان آرمان‌ها و واقعیات اجرایی نظام برنامه‌ریزی کشور در اواخر دوره پهلوی است.

با نگاهی تحلیلی به آنچه که تاکنون ذکر شد می‌توان دریافت که در دوره پهلوی اقدامات اساسی برای پیشرفت جهانگردی و جلب گردشگری در داخل و خارج از کشور صورت گرفت (جوادی، ۱۳۹۲: ۶۰). هرچند که در بعد گردشگری

مقاله پژوهشی



داخلی، همه اقشار مردم به دلیل ناآشنا بودن و نهادینه نشدن این فرهنگ و مشکلات اقتصادی و محرومیت‌های ناشی از آن، قادر به استفاده از آن نبودند. یکی از مهمترین شکست‌هایی که گردشگری دوره پهلوی با تمام اقداماتی که برای رونق آن صورت گرفت با آن روبه‌رو شد، همین مسئله عدم مشارکت مردم بود که حاکی از عدم شناخت باورها، عقاید، و ارزش‌های حاکم بر جامعه توسط دستگاه حاکم بود (جوادی، ۱۳۹۲: ۶۰). با این حال، توسعه صنعت گردشگری در دوره پهلوی دوم بدون چالش نبود. یکی از مشکلات عمده، عدم هماهنگی بین نهادهای مختلف دولتی بود که باعث ایجاد نواقص در خدمات‌رسانی می‌شد، بطوریکه «تاکنون برای فروش بلیط مسافرت در ایام عید تصمیمی از سوی شرکت‌های مسافری اتخاذ نشده است، زیرا طبق معمول هر سال این شرکت‌ها در انتظار تعیین نرخ از سوی اتاق اصناف و مرکز بررسی قیمت‌ها هستند. یک مقام مطلع در یکی از شرکت‌های مسافربری گفت: سال گذشته قرار شد بلیط‌های هر روز ۲۴ ساعت قبل بفروش برسد و این امر باعث شد که مسافران نوروزی شب و روز ساعت‌ها در پشت گیشه بلیط فروشی به انتظار بمانند.» (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۴۸، ۷ اسفند ۱۳۵۵: ۵). روزنامه اطلاعات با انتشار گزارش از این وضعیت، تلاش داشت ضمن انعکاس صدای مردم، ضعف برنامه‌ریزی‌ها و ناکارآمدی دستگاه‌های اجرایی را نیز آشکار کند.

2- انواع وسایل نقلیه مورد استفاده در سفرهای نوروزی

در دوره‌های مختلف تاریخ، مردم برای جابه‌جایی در داخل شهرها و حتی بین شهرها گزینه‌های حمل و نقل خاص دوران خود را داشته‌اند، در دوره پهلوی دوم نیز وسایل نقلیه متنوعی وجود داشت مانند: قطار، هواپیما، اتوبوس و اتومبیل شخصی؛ که مردم از آنها برای مسافرت‌های نوروزی خود استفاده می‌کردند.

قبل از اینکه به انواع وسایل نقلیه پرداخته شود لازم به ذکر است؛ محمدعلی باقرزاده، رئیس اتحادیه صنف بنگاه‌های مسافربری در سال ۱۳۵۵، قبل از شروع مسافرت‌های نوروزی در اطلاعیه‌ای، در مورد نحوه فروش بلیط اتوبوس توصیه‌هایی را بیان می‌کند. متن اطلاعیه به این صورت است: «بدینوسیله به اطلاع مسافران محترم نوروز و خریداران بلیط اتوبوس می‌رساند از روز پنجشنبه ۱۳۵۵/۱۲/۲۵ می‌توانند برای خرید بلیط‌های مخصوص نوروز به شرکت‌های مسافربری مراجعه کنند. از خریداران محترم بلیط متمنی است بمنظور همکاری با اتاق اصناف پایتخت و اتحادیه صنف بنگاه‌های مسافربری و همچنین جلوگیری از ایجاد بازار سیاه بلیط و افزایش قیمت آن بوسیله دلال‌ها و واسطه‌ها، هنگام خریدن بلیط، کارت شناسایی یا شناسنامه همراه داشته باشند. بلیط‌های مسافرت که غیر قابل انتقال خواهد بود، بهنگام مسافرت با شناسنامه یا کارت شناسایی مسافران کنترل خواهد شد. بلیط‌هایی که از دلال‌ها و واسطه‌ها خریداری شده باشد و با شناسنامه یا کارت شناسایی مسافران هماهنگ نباشد، از درجه اعتبار ساقط خواهد بود» (باقرزاده، ۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۳۹). از این اطلاعیه می‌توان تشخیص داد که فروش بلیط و خرید آن توسط مردم و مسافران دارای قوانین خاص بوده است و «این از مهمترین تصمیماتی است که تاکنون در زمینه مبارزه با دلال بازی و بازار سیاه بلیط مسافرت صورت گرفته است» (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۴).

2.1. قطار

قدمت ساخت اولین راه‌آهن به دوره قاجار بازمی‌گردد. قطار به عنوان یکی از مهم‌ترین وسایل نقلیه عمومی در دوره پهلوی دوم محسوب می‌شد. در ایام نوروز، قطارهای مسافربری شاهد افزایش چشمگیری در تعداد مسافران و رونق سفرها بودند و به همین منظور «راه‌آهن دولتی ایران امروز اعلام کرد: به علت محدود بودن محوطه ایستگاه راه‌آهن تهران، از روز ۲۵ اسفند ماه جاری که برنامه اعزام قطارهای نوروزی راه‌آهن اجرا می‌شود، از ورود مشایعت کنندگان و استقبال کنندگان مسافران قطار به داخل محوطه ایستگاه راه‌آهن تهران جلوگیری می‌شود..... این تصمیم بمنظور جلوگیری از ازدحام جمعیت در ایستگاه راه‌آهن تهران و سرعت بخشیدن به اجرای برنامه‌های نوروزی راه‌آهن گرفته شده است.» (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۶۲، ۲۴ اسفند ۱۳۵۵: ۴)، دولت نیز برای پاسخگویی به این تقاضای فزاینده با ایجاد این ممنوعیت و وضع این قانون توسط راه‌آهن دولتی ایران، خواسته است تا در پی کنترل شلوغی‌ها برآید و همچنین کار فروش بلیت‌ها و جابه‌جایی مسافران با دقت و آرامش خاطر انجام شود. برای مشخص شدن میزان استفاده مسافران نوروزی از این روش (قطار)، «در حال حاضر بلیط‌های درجه یک، دو و سه قطارهای عادی و سریع‌السير و فوق‌العاده و نیز توربوترن از تهران به مقصد سایر شهرهای کشور برای روزهای ۲۵ تا ۲۹ اسفند ماه تمام شده است..... تا دیشب در باجه‌های فروش بلیط قطار، مجموعاً ۸۷ هزار بلیط فروخته شده بود و پیش بینی می‌شود که تا فردا جمعاً حدود یکصد هزار راه‌آهن فروخته شود» (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۶۲، ۲۴ اسفند ۱۳۵۵: ۴).

2.2. تورهای مسافرتی

در دوره پهلوی دوم با سرمایه‌گذاری‌هایی که دولت در زمینه‌های مختلف برای گسترش گردشگری و سفر انجام داد، گردشگری و سفر به عنوان یک صنعت در ایران مطرح بود، همچنین شرکت‌های هواپیمایی و آژانس‌های مسافرتی با ارائه تورهای داخلی و خارجی نقش مهمی در توسعه گردشگری داشتند. امسال نیز آژانس‌های مسافرتی از طریق ترتیب دادن تورهای مختلف، هزاران نفر از مسافران نوروزی را به خارج از کشور خواهند برد. این قبیل مسافران تنها تا روز دهم اسفند ماه فرصت دارند تا برای سفر در آژانس‌های مربوطه نام‌نویسی کنند، زیرا از دهم اسفند به بعد، به هیچ عنوان جای خالی در تورهای نوروزی یافت نمی‌شود. در حال حاضر در حدود پنجاه آژانس مسافری در تهران وجود دارد که دست به تدارک تورهای مختلف نوروزی زده‌اند. پاره‌ای از این آژانس‌ها بطور انفرادی و پاره‌ای دیگر بطور گروهی اقدام به تدارک تور نوروزی کردند. علاوه بر تورهای خارجی، تعدادی تورهای مسافرتی داخلی نیز از سوی سازمانهای مسئول برای توریستهای داخلی و خارجی ترتیب داده شده که ظرفیت این تورها نیز تکمیل شده است..... تعداد تورهای نوروزی آژانس‌ها به ۱۷۰ تور بالغ می‌شود که جمعاً ۵۱۰۰ تا ۵۲۰۰ مسافر ظرفیت دارد. تاریخ سفر با تورهای نوروزی از هفدهم اسفند ماه شروع می‌شود و تا ۲۱ فروردین ماه سال آینده ادامه می‌یابد. قیمت‌ها نیز بین ۴۲۰۰ تومان تا ۲۳ هزار تومان در نوسان است که شامل مخارج هتل، صبحانه، بلیط مسافرت و راهنما می‌شود. علاوه بر این امسال بجز شرکت‌های هواپیمایی ایران ایر- ۱۹ شرکت هواپیمایی خارجی- پان آمریکن.....، نوزده شرکت دیگر نیز گروه‌های کثیری از مسافران نوروزی را که راساً اقدام به تهیه بلیط مسافرت کرده‌اند به خارج از کشور خواهند برد (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۴۸، ۷ اسفند ۱۳۵۵: ۵).

مقاله پژوهشی



2.3. هواپیما

هواپیما نیز در این دوره به عنوان وسیله نقلیه عمومی برای سفرهای نوروزی به ویژه میان شهرهای دور و سفرهای نوروزی خارج از کشور مطرح بود. با نگاهی به روزنامه‌های اطلاعات می‌توان بیان داشت که، «از وقتی که یکباره چشمه‌های درآمد ملی جوشان شد و الحمدلله وضع مالی اکثریت مردم رونق گرفت و حتی گروهی هم ظرف چند سال ره صد ساله رفتند و به قول فرنگی‌ها عضو باشگاه میلیونرها شدند، فرنگ رفتن در تعطیلات ژانویه و نوروز هم جزو کارهای تفننی شده است. تعطیلات تابستان که دیگر جای خود دارد.» (روزنامه‌های اطلاعات، ۱۵۲۵۳، ۲۵ اسفند ۱۳۵۵: ۵)..... فرودگاه مهرآباد از ده‌دوازده روز پیش، سنگینی زیادی را تحمل می‌کند ترافیکش سنگین و مسافرانش انبوه است..... پیش‌بینی می‌شود در تعطیلات نوروز سی تا سی‌وسه هزار ایرانی به خارج مسافرت کنند (روزنامه‌های اطلاعات، ۱۵۲۵۳، ۲۵ اسفند ۱۳۵۵: ۵)، این پیش‌بینی براساس «یک آمار غیر رسمی در زمینه تعداد مسافران سال گذشته حاکیست که از روز اول تا ۲۹ اسفند ماه سال گذشته حدود ۳۳ هزار ایرانی از مرز هوایی مهرآباد خارج شده‌اند.» (روزنامه‌های اطلاعات، ۱۵۲۴۸، ۷ اسفند ۱۳۵۵: ۵). یک بررسی نشان داده است که تعداد مسافرین کشور ۳۰ درصد نسبت به سال گذشته افزوده شده است، ۲۰ درصد از کسانی که از کشور خارج می‌شوند صرفاً به خاطر وارد کردن اتومبیل، ۵ درصد برای معالجه، ۷۵ درصد بقیه صرفاً بخاطر گردش و تفریح راهی خارج می‌شوند (روزنامه‌های اطلاعات، ۱۵۲۵۳، ۲۵ اسفند ۱۳۵۵: ۵).

در حوزه حمل‌ونقل هوایی نیز، دولت پهلوی دوم طی برنامه چهارم عمرانی (۱۳۴۷-۱۳۵۱) توجه ویژه‌ای به توسعه زیرساخت‌ها و ارتقاء شبکه پروازی کشور داشت. در این برنامه اهدافی همچون «تخصیص بودجه جهت احداث فرودگاه جدید به منظور تکمیل شبکه هوایی داخلی کشور» پیش‌بینی شده بود (برنامه چهارم عمرانی کشور، ۱۳۴۷-۱۳۵۱: فصل ۶). همچنین بر لزوم توسعه خطوط پروازی داخلی و خارجی توسط شرکت هواپیمایی ملی ایران تأکید شد. این سیاست‌ها بیانگر آن است که دولت جایگاه حمل‌ونقل هوایی را در تسهیل سفرهای داخلی و خارجی و پاسخگویی به تقاضای روزافزون سفر - به‌ویژه در ایام پر تردد مانند نوروز - به خوبی درک کرده بود و برای رشد این زیرساخت‌ها برنامه جدی داشت. پیگیری این اهداف و اقدامات، بخشی از الزامات برنامه‌ریزی کلان برای پاسخ‌دهی به افزایش تقاضای سفر در دهه ۵۰ و حرکت به سوی نوسازی صنعت گردشگری بود. با این حال، بررسی‌های دوره مورد مطالعه مقاله (۱۳۵۵-۱۳۵۶) نشان می‌دهد که علیرغم این نگاه توسعه‌گرا و سرمایه‌گذاری‌ها، شبکه حمل‌ونقل هوایی همچنان با محدودیت‌هایی نظیر ظرفیت ناکافی فرودگاه‌ها و زیرساخت‌های پشتیبان، کمبود پروازها و مشکلات مدیریتی در خدمات‌رسانی مواجه بود و بخش مهمی از انتقادات رسانه‌ای نیز به همین ناکامی‌ها اختصاص می‌یافت.

2.4. اتوبوس

اتوبوس‌ها و مینی‌بوس‌ها نیز در این دوره به عنوان وسایل نقلیه عمومی برای سفرهای نوروزی مطرح بودند. دولت با توسعه شبکه جاده‌ای، «حمل و نقل و ارتباطات» (برنامه چهارم عمرانی کشور، ۱۳۴۷-۱۳۵۱: فصل ۱۰) و احداث پایانه‌های مسافربری در شهرهای مختلف، زمینه را برای تردد آسان‌تر وسایل نقلیه فراهم می‌کرد، با وجود اینکه «در حال حاضر ۵۲ شرکت مسافربری در تهران دایر است که روزانه بین ۲۰۰ تا ۲۵۰ دستگاه اتوبوس به خارج از شهرها روانه می‌کنند. به گفته یک مقام مطلع در اتحادیه شرکت‌های مسافربری صاحبان بیشتر اتوبوس‌های مسافربری، بواسطه اینکه حمل و نقل مسافر

برای آنها مقرون به صرفه نیست اتوبوس‌های خود را از خطوط شرکت‌های مسافری خارج کرده‌اند و در بخش خصوصی به کار انداخته‌اند...» (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۴۸، ۷ اسفند ۱۳۵۵: ۵)؛ همانطور که قبلاً اشاره شد با افزایش تعداد مسافران در این ایام، پایین آمدن تعداد اتوبوس‌های مسافربری یکی از چالش‌های سفرهای نوروزی در انتقال مسافران و حمل و نقل عمومی این دوره می‌باشد. نرخ بلیط مسافرت برای هشتاد شهرستان پر مسافر ایران که در خطوط و شاهراه‌های اصلی قرار دارند به ترتیب نرخ‌های عادی، دولوکس و سوپرلوکس به شرح زیر اعلام و منتشر گردید: بلیط‌های عادی از ۴۵ تا ۶۷۰ ریال، بلیط‌های دولوکس از ۵۵ تا ۸۳۵ ریال و بلیط‌های سوپرلوکس از ۷۰ تا ۱۱۰۰ ریال. (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۴)

2.5. اتومبیل شخصی

در دوره پهلوی دوم، استفاده از وسایل نقلیه شخصی برای سفرهای نوروزی نیز اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرد. این موضوع متأثر از چند عامل مهم بود: در این دوره، با توسعه صنعت خودروسازی در ایران و افزایش تولید و فروش خودروهای داخلی و وارداتی، دسترسی خانوارها به خودرو شخصی گسترش یافت که این موضوع موجب شد تا تعداد خودروهای شخصی در جاده‌ها در ایام نوروز افزایش یابد. عامل دیگر، بهبود زیرساخت‌های جاده‌ای و توسعه شبکه جاده‌ای در این دوره می‌باشد که شرایط را برای تردد آسان‌تر خودروهای شخصی در ایام نوروز فراهم کرد. در مجموع افزایش دسترسی به خودرو، بهبود زیرساخت‌های جاده‌ای، راحتی و آزادی عمل بیشتر در استفاده از اتومبیل شخصی و تغییر در سبک زندگی و الگوهای مصرف موجب شد تا استفاده از وسایل نقلیه شخصی به ویژه خودرو در سفرهای نوروزی در این دوره جایگاه ویژه‌ای پیدا کند، به طوری که «سال گذشته در یک آمارگیری تقریبی که از جاده‌های مختلف خروجی تهران تهیه شد قریب یک میلیون و پانصد هزار مسافر به ناگهان تا روز ۲۸ اسفند ماه تهران را خالی کردند که قریب ۶۰ درصد این گروه با وسیله شخصی از تهران خارج شدند و امسال نیز با توجه به استقبال کم‌سابقه مردم پیش بینی شده است که حدود سه میلیون ایرانی به مسافرت خواهند رفت» (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۴۸، ۷ اسفند ۱۳۵۵: ۵).

3- مقاصد سفرهای نوروزی

دوره پهلوی دوم (۱۳۴۲-۱۳۵۷) یکی از مهم‌ترین مقاطع تاریخ معاصر ایران محسوب می‌شود که طی آن تحولات چشمگیری در حوزه‌های گوناگون، از جمله گردشگری و تغییر مقاصد سفرهای داخلی رخ داد. در این دوره، دولت با سرمایه‌گذاری گسترده در توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل - به‌ویژه احداث و بهسازی جاده‌ها و راه‌آهن - بسترهای فنی لازم برای تسهیل جابه‌جایی‌های داخلی را فراهم کرد. این اقدامات با همکاری نهادهایی همچون پلیس راه، استقرار اکیپ‌های سیار اورژانس در مناطق حساس و صدور اطلاعیه‌های مشترک از سوی وزارت اطلاعات و جهانگردی، به‌ویژه در ایام نوروز، تقویت شد تا امنیت و رفاه مسافران تا جای ممکن تأمین گردد (روزنامه اطلاعات، شماره ۱۵۲۶۴، ۲۶ اسفند ۱۳۵۵: ۴).

تلاش‌های دولت تنها به توسعه عمرانی محدود نبود؛ بلکه با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی برای معرفی مناطق جدید گردشگری - از جمله انتشار «راهنمای سفر نوروزی» در ویژه‌نامه‌های اسفند ۱۳۵۵ روزنامه

مقاله پژوهشی



اطلاعات- دولت نقش فعالی در هدایت جریان سفرهای نوروزی و ارتقای فرهنگ گردشگری ایفا کرد. این تحولات و سیاست‌ها، همگام با تغییرات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی آن دوران، نه تنها موجب رشد تعداد سفرهای نوروزی شد، بلکه موجب تغییر سلیقه و مقاصد گردشگری مردم و تنوع‌بخشی به نقاط مقصد گردید.

به علاوه با توجه به تغییرات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، تبلیغات دولت در رسانه‌ها، معرفی شهرهای مختلف در شماره‌هایی از روزنامه اطلاعات در اسفند ماه ۱۳۵۵ تحت عنوان «راهنمای سفر نوروزی» و رادیوها، مقاصد سفر در ایران دچار تغییرات چشمگیری شد. شهرهای مختلف ایران به عنوان مقاصد اصلی سفرهای نوروزی مردم مطرح بودند و «هر سال در آستانه نوروز جنب و جوش وسیعی در شهرهای ایران، بخصوص نقاط توریستی برای استقبال و پذیرائی از مسافران نوروزی و راهنمایی و رفع ناراحتی آنها بوجود می‌آید.» (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۱۴، ۲ اسفند ۱۳۵۵: ۷). در یک جمع‌بندی کلی و براساس شواهد به نظر می‌رسد که شهر تهران بیشترین مسافر را به سایر نقاط کشور داشته است به طوریکه «در روزهای عید، تهران چنان خلوت و آرام و بی سرو صدا می‌شود که گوئی پایتخت چهارونیم میلیونی ما بخواب خوشی فرو رفته است» (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۶۶، ۲۹ اسفند ۱۳۵۵: ۵). مقاصد مسافران شهر تهران و سایر شهرها را می‌توان به سه دسته تقسیم‌بندی کرد:

3.1. مقصدهای طبیعی و گردشگری:

شهر جنوبی آبادان در ایام عید آب و هوای گرم و معتدل دارد و با دارا بودن مراکز دیدنی داخل و خارج شهر، نخلستان‌ها و بازار کویتی‌ها می‌توانسته از برنامه‌های جالب برای مسافران باشد (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۳۴)، بندرعباس با هوای ایده‌آل برای شنا کردن در کنار نیلگون خلیج فارس، بازدید از کارخانه‌های کنسروسازی شیلات، موزه محیط‌شناسی، اسکله‌های جدید و مکان‌های دیدنی خارج از شهر مانند جزیره هرمز، جزیره قشم و روستاهای ییلاقی ایسین و سرخون شرایط بسیار مناسبی را برای گردش و تفریح مسافران نوروزی فراهم آورده (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۵۰، ۹ اسفند ۱۳۵۵: ۱۶)، البته تلاش‌ها تقریباً از نیمه دوم حکومت محمدرضا شاه پهلوی، برای رشد و توسعه مناطق جنوب به ویژه بندر و جزایر، آغاز شد. تاسیسات و امکاناتی که برای این مناطق در نظر گرفته شد، در ابعاد گوناگونی همچون صنعتی، نفتی، کشاورزی، تجاری و گردشگری بود (زندیه، حسن؛ عزیزی، مائده، ۱۴۰۳، ۱۴۷). در خرمشهر نیز از طرف فرمانداری و شهرداری اقداماتی برای مسافران نوروزی در مدت تعطیلات صورت گرفته بود- مازندران سرزمین سبز و میعاد آب و جنگل و جویبار است. در شهرهای ساحلی دریای خزر مثل رامسر، بابلسر، ساری، گرگان، آمل و بابل با هتل، پانسیون، مسافرخانه، غذاهای محلی، گردشگاهها و نقاط دیدنی داخل و خارج شهر، کوهپایه‌ها، پارک‌های جنگلی، کنار دریا و سینماها و همکاری از طرف مقامات شهرهای شمالی جهت پذیرایی از مهمانان و مسافران نوروزی و تامین رفاه حال آنها تدارکات وسیعی دیده شده بود (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۶۳، ۲۵ اسفند ۱۳۵۵: ۱۷ و اطلاعات، ۱۵۲۵۹، ۲۱ اسفند ۱۳۵۵: ۱۹). همچنین رشت، مرکز استان گیلان با گردشگاه‌های معروف داخل شهر و نقاط دیدنی پراکنده در خارج شهر است و به لحاظ نزدیکی شهرهای شمالی به یکدیگر مسافران نوروزی معمولاً بین این شهرها رفت و آمد می‌کنند (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۵۲، ۱۱ اسفند ۱۳۵۵: ۹). از دیگر مراکز طبیعی و گردشگری در مناطق غربی کشور، شهرهایی مانند رضائیه، سنندج، قصرشیرین، ملایر، خرم‌آباد و شاه‌آباد غرب هستند که تدارکات و آمادگی‌هایی جهت پذیرش مسافران نوروزی صورت گرفت است (روزنامه اطلاعات،

۱۵۲۶۴، ۲۶ اسفند ۱۳۵۵: ۳۸)، این شهرها با دارا بودن مراکز گردشگری و نقاط دیدنی و تاریخی و با شرایطی به دور از شلوغی شهرهای بزرگ، می‌توانست‌اند مقصد مناسبی برای مسافرانی باشند که به دنبال آرامش بوده‌اند.

3.2. مقصدهای تاریخی و فرهنگی:

ایران با برخورداری از پیشینه‌ای غنی و آثار تاریخی ارزشمند، همواره مقصدی مهم برای گردشگران به شمار می‌رفته است. شهرهایی چون اصفهان با مجموعه بناهایی مانند میدان نقش جهان، چهارباغ، مسجد شاه، کاخ چهل ستون، مسجد شیخ لطف‌الله، بازار بزرگ، سردر قیصریه، سی‌وسه‌پل، پُل خواجه و پُل مارنان (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۴۵، ۳ اسفند ۱۳۵۵: ۲۱)، جایگاه ویژه‌ای در معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور داشته‌اند. شیراز نیز با حافظیه، سعدیه و بازار وکیل که در ایام نوروز با حضور گردشگران رونق می‌گرفت، به همراه بنای باستانی تخت‌جمشید، کازرون و داراب، همواره در صدر فهرست مقاصد تاریخی ایران قرار داشته است (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۳). شهر یزد با معماری منحصر به فرد و بناهای تاریخی چون بقعه سیدرکن‌الدین، دوازده امام، شیخ احمد فهادان، سید شمس‌الدین، شیخ جنید، مجموعه مساجد، تکیه‌ها، خانقاه‌ها، گنبد‌ها، آتشکده و آب‌انبارها، هر ساله مورد توجه گردشگران قرار می‌گرفت. شهر کرمان نیز، با اماکنی چون مرقد شاه نعمت‌الله ولی، زیارتگاه صاحب‌الدان، قلعه دختر، مسجد جامع، گنبد جلیله، مقبره اتابک، گنبد مشتاقیه، مجموعه حاج آقا علی، مجموعه گنجعلی‌خان و مجموعه وکیل، از دیگر مقاصد مهم گردشگری به شمار می‌آمد (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۶۱، ۲۳ اسفند ۱۳۵۵: ۱۶).

علاوه بر این، کرمانشاه با آثار تاریخی چون طاق‌بستان، بیستون و سراب نیلوفر و اردوگاه خضرزنده، همدان با آرامگاه بوعلی‌سینا، پارک باباطاهر، پارک عباس‌آباد، برج قربان، گنبد علویان، گنجمه، کوه امامزاده حسن، غار علی‌صدر و دربند (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۵۷، ۱۷ اسفند ۱۳۵۵: ۱۷)، و دزفول با آثار شوش دانیال، آرامگاه یعقوب لیث صفاری، هفت‌تپه و شاه‌آباد، هر یک بخشی از این ساختار غنی گردشگری را تشکیل داده‌اند. در بوشهر نیز، اماکنی مانند کاخ زمستانی کورش، قلعه ریشهر، چهار برج، امیریه حکومتی، مدرسه سعادت (قدیمی‌ترین مدرسه ایران بعد از دارالفنون)، عمارت ارک، عمارت ملک در بهمنی، کلیسای آرامنه، آب‌انبار قوام، عمارت دربابیگی، ساختمان ملک‌التجار و بقعه شاهزاده عبدالمهیمن، ظرفیت‌های تاریخی و فرهنگی این شهر را برای جذب گردشگر به نمایش می‌گذاشتند (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۵۶، ۱۶ اسفند ۱۳۵۵: ۱۷). مجموعه این مقاصد تاریخی و فرهنگی، جایگاه ویژه‌ای در نقشه سفرهای داخلی و نوروزی مردم ایران داشتند و همواره مورد توجه گردشگران داخلی و خارجی قرار می‌گرفتند.

3.3. مقصدهای مذهبی:

مشهد همواره به عنوان یکی از مراکز مذهبی مهم ایران از اهمیت ویژه‌ای در سفرهای نوروزی برخوردار بود. زائران فراوانی در این ایام به زیارت حرم امام رضا(ع) می‌پرداختند و از جاذبه‌های گردشگری و مذهبی این شهر بهره می‌بردند. اگر به مشهد می‌روید هم زیارت در پیش دارید و هم سیاحت.... با وجود اینکه مشهد از دسته شهرها و مقاصد مذهبی مسافران به شمار می‌رود اما دارای جاذبه‌های گردشگری و تفریحگاه‌های دیگری مانند: پارک آریامهر، باغ ملی، آرامگاه نادر و کتابخانه

مقاله پژوهشی



آستان قدس و آرامگاه فردوسی در طوس، وکیل‌آباد و شاندیز بود (روزنامه‌ی اطلاعات، ۱۵۲۴۶، ۴ اسفند ۱۳۵۵: ۱۷). از دیگر مراکز مذهبی ایران می‌توان به شهر قم اشاره کرد که همیشه مرکز جذب مسلمین پاکدل و تجمع شیفتگان حق و حقیقت است. در ایام نوروز نیز گروه‌های کثیری از مردم متدین به این شهر مذهبی نزدیک تهران روی می‌آوردند و سال نو را در جوار حرم مطهر حضرت معصومه (ع) تحویل می‌کنند. در قم علاوه بر مرقد مطهر حضرت معصومه (ع) خواهر گرامی امام هشتم شیعیان، زیارتگاهها و اماکن متبرک دیگری وجود دارد که برخی از آنها عبارتست از: شاهزاده حمزه، علی ابن جعفر، شاهزاده احمد قاسم، شاهزاده زید، شاهزاده سید علی و مساجد صاحب الزمان، اعظم، جامع امام حسن عسگری بالا سر و مسجد موزه (روزنامه‌ی اطلاعات، ۱۵۲۵۴، ۱۴ اسفند ۱۳۵۵: ۲۲).

در مجموع، مقاصد سفرهای نوروزی در دوره پهلوی دوم نمایانگر تغییر الگوهای سفر از زیارتی به ترکیبی از زیارتی، تفریحی و فرهنگی بودند؛ تغییری که با گسترش رسانه‌ها و توسعه زیرساخت‌های گردشگری همراه شد. افزایش سفرها به مقاصد مختلف نه تنها بر زندگی اجتماعی مردم تأثیر گذاشت بلکه موجب رونق اقتصادی نیز شد. بعنوان مثال رادیو اهواز برای ارائه برنامه‌های ویژه نوروزی به ۳۰۰ هزار مسافر و بیش از یک میلیون نفر از مردم خوزستان که در شهر و دیار خود خواهند ماند دست به تلاش وسیعی زده‌اند. در برنامه‌های ویژه نوروزی اهواز حفظ اصالت محلی در نظر گرفته و سعی می‌شد ویژگی‌های خاص شهرهای خوزستان در خلال این برنامه‌ها به شنوندگان شناسانده شود (روزنامه‌ی اطلاعات، ۱۵۲۴۳، ۱ اسفند ۱۳۵۵: ۱۱). همچنین صنعت گردشگری در این دوره رشد قابل توجهی داشت و بسیاری از مشاغل مرتبط با این صنعت ایجاد شدند. رستوران‌ها، هتل‌ها و مراکز تفریحی جدیدی در اطراف مقاصد گردشگری ساخته شدند که به افزایش اشتغال کمک کردند.

4- چالش‌ها و راهکارهای سفر نوروزی

4.1. مشکلات زیرساختی:

مشکلات زیرساختی شامل زیرساخت‌های حمل و نقل از جمله جاده‌ها، راه‌آهن و سرویس‌های حمل و نقل عمومی بود که به‌طور کامل توسعه نیافته بود؛ همچنین کمبود امکانات اقامتی و رفاهی در مقصدهای گردشگری در دوره پهلوی دوم، با وجود ترقی در صنعت گردشگری، هنوز هم بسیاری از مناطق گردشگری از امکانات اقامتی و رفاهی کافی برخوردار نبودند. هتل‌ها و مسافرخانه‌ها در بسیاری مواقع پاسخگوی حجم بالای مسافران نبودند و خدمات ارائه شده نیز به شدت محدود بود. این وجود، دولت در طی برنامه‌هایی از سوی سازمان برنامه و بودجه و برنامه‌های عمرانی تا حدود زیادی برای حل این مشکل تلاش می‌کرد و هر ساله برنامه‌هایی برای بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل، گردشگری و اقامتی و رفاهی تدارک می‌دید و بودجه‌ای نیز برای پیشبرد آنها در نظر گرفته می‌شد. دولتمردان می‌خواستند با سرمایه‌گذاری در بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل و ایجاد خطوط جدید حمل و نقل عمومی، بهره‌وری سفرها را افزایش دهند و از بروز مشکلات ترافیکی جلوگیری کنند. همچنین با توجه به سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری می‌توانستند به جذب مسافران بیشتر در ایام نوروز و در نتیجه بهبود وضعیت اقتصادی جوامع محلی کمک کنند. ایجاد زیرساخت‌های گردشگری مدرن و جذاب می‌توانست فرصتی برای رونق بیشتر فراهم کند. (روزنامه‌ی اطلاعات، ۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۳۹).

4.2. کمبود بلیط و ایجاد بازار سیاه:

کمبود بلیط همواره پایه ثابت چالش های مسافران نوروزی بوده است بطوریکه هر مسافر نوروزی به هر شهرستانی که وارد میشد، قبل از هر چیز سراغ بنگاههای مسافری را می گرفت تا بلیط بازگشت را فراهم کند (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۶۸، ۶ فروردین ۱۳۵۶: ۵). پس این مسئله چه در مبدأ و چه در مقصد مطرح بوده است، البته بیشتر برای افرادی یا کسانی که از حمل و نقل عمومی برای مسافرت استفاده می کردند صدق می کند. همچنین نمی توان موضوع استقبال کم سابقه مردم در امر مسافرت نوروزی را نادیده گرفت و طبیعی است که هرچه متقاضی بیشتر باشد، احتمال اینکه با مشکلات این چنین روبه رو باشیم و حتی در مواردی بازار سیاه تشکیل شود بیشتر است (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۴۸، ۷ اسفند ۱۳۵۵: ۵). با این وجود تلاش هایی از سوی اتحادیه صنف بنگاههای مسافری تهران صورت می گرفت و با اعلام اطلاعیه ای در خصوص تاریخ و نحوه خرید بلیط های مخصوص نوروزی، به مسافران اطلاع رسانی می کردند تا از شدت مشکل بلیط در این ایام کاسته شود (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۳۹).

4.3. سرگردانی مسافران در پایانه های مسافری:

این چالش یکی از مشکلاتی است که می تواند دارای دلایل متعددی باشد: مانند بی نظمی در پایانه ها، که بخاطر نبود نظارت و مدیریت مناسب باعث سردرگمی مسافران می شد، کمبود اطلاعات، نقص زیرساخت ها در پایانه ها و ضعف در امکانات رفاهی و بهداشتی، ترافیک سنگین راه ها و ازدحام مسافران، نبود تدابیر ایمنی مناسب، تفاوت قیمت ها و وجود افراد متقلب و سودجو، کمبود وسایل نقلیه همراه با افزایش مسافران که به چالش بزرگی در برخی شهرها تبدیل شده بود، در مجموع این مسائل باعث می شد مسافران در سفرهای خود با چالش مواجه باشند و سفری راحت و مطمئن نداشته باشند. اما یکی از اقداماتی که برای پیشگیری از این بی نظمی و عدم مدیریت صورت گرفت از طرف راه آهن دولتی ایران بود که بعلت محدود بودن محوطه راه آهن تهران، استقبال و مشایعت را در فرودگاه و راه آهن ممنوع اعلام کرد، تا از ازدحام جمعیت جلوگیری شود تا اجرای برنامه ها با سرعت بیشتر و جابه جایی مسافران با آرامش و دقت انجام شود (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۶۲، ۲۴ اسفند ۱۳۵۵: ۴).

4.4. افزایش ترافیک در جاده ها و ورودی و خروجی شهرها:

در دوره پهلوی دوم، به دلیل رونق اقتصاد و افزایش محبوبیت سفر در ایام نوروز، جاده ها به ویژه به سمت مناطق گردشگری شلوغ می شدند. با اشاره به ازدیاد سریع جمعیت، توسعه روزافزون شهرها و بالا رفتن درآمد سرانه، استفاده بدون برنامه از وسایل نقلیه موتوری در برنامه پنجم عمرانی کشور (برنامه پنجم عمرانی کشور، ۱۳۵۶-۱۳۵۲، فصل ۱۷) و در نتیجه تعداد بالای خودروها که طبق پیش بینی ها، تهران با افزایش ۲۵۰ هزار وسیله نقلیه، دارای یک میلیون اتومبیل خواهد شد و کمبود زیرساخت های مدرن سبب می شد مسافران با مشکلات ترافیکی و شلوغی در مسیرها مواجه شوند. طبق آمار بیان شده در روزنامه اطلاعات می توان گفت که مسافران نوروزی تقریباً از روزهای ۶ تا ۱۳ فروردین ماه به سمت شهرهای خود حرکت

مقاله پژوهشی



می‌کنند. در ایام عید شهرهای مختلف هم از لحاظ ترافیک وضعی شبیه تهران پیدا کردند. چون در خیابان‌های شیراز، اصفهان، مشهد، آبادان و اهواز گاهی صدها اتومبیل پشت سرهم متوقف می‌شدند. از جمله مسیرهایی که شلوغ و پرتدد و دارای ترافیک سنگین بوده‌اند می‌توان به شیراز-اصفهان، جاده هراز (شهرهای شمالی)، رشت-لاهیجان، رشت-تهران و قم-تهران اشاره کرد... این ترافیک‌های سنگین موجب حوادث جاده‌ای نیز شده‌اند بطوریکه در سال ۱۳۵۵ متجاوز از ۶۰ کشته و تعداد زیادی مجروح داشته است که ناشی از بی‌احتیاطی رانندگان و وسائط نقلیه‌ای بوده است که این حوادث را به وجود آورده‌اند (روزنامه اطلاعات، ۱۴۹۶۷، ۷ فروردین ۱۳۵۵: ۳)، (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۶۸، ۶ فروردین ۱۳۵۶: ۵). با این حال، پلیس ژاندارمری یک طرح نوروزی ترافیک جاده‌ای را تهیه و اعلام کرده است که از ۲۷ اسفند تا ۱۵ فروردین ۱۳۵۶ اجرایی می‌شود که طی آن ۶ هلیکوپتر برای کنترل ترافیک‌ها و انتقال مجروحین احتمالی مورد استفاده قرار می‌گیرد، به علاوه از تعمیرگاه‌های سیاری گفته شده که در جاده‌ها مستقر می‌شوند تا نسبت به رفع نقص اتومبیل‌ها بپردازند، همچنین پلیس راه مرخصی کلیه مأموران خود را در ایام عید نوروز لغو کرده است تا بر ترافیک و جاده‌ها نظارت و مدیریت کافی را داشته باشد (روزنامه اطلاعات، ۱۵۵۱۸، ۱ بهمن ۱۳۵۶: ۲۸). با این اقدام، قابل مشاهده است که دولت و ارگان‌هایی مانند پلیس راه به مسافران اهمیت می‌دهند و در پی انجام یک سری اقدامات و مہیای سفری راحت برای مسافران نوروزی هستند و قطعاً انتظار خواهند داشت که متقابلاً مردم نیز با رعایت یک‌سری نکات و موارد آنها را در پیش برد وظایفشان یاری رسانند.

یکی دیگر از مواردی که در بحث راهکارهای سفرهای نوروزی می‌تواند مفید واقع شود، امر آموزش و تقویت فرهنگ گردشگری بین اقوام و مناطق مختلف می‌باشد که از طریق رسانه‌های این دوره (پهلوی دوم) مانند روزنامه، رادیو و تلویزیون و برگزاری کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی برای ارتقا آگاهی از آداب و رسوم مناطق مختلف می‌توانستند به همزیستی بهتر و تعامل فرهنگی بین مسافران و ساکنان محلی کمک کنند. به طوریکه در روزنامه اطلاعات به توصیه‌هایی جهت گذراندن نوروزی خوش برای مسافران و آموزش راه و رسم سفر اشاره شده است (روزنامه اطلاعات، ۱۵۲۵۴، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۷).

نتیجه

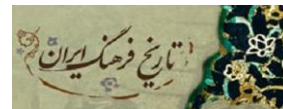
بررسی تعطیلات نوروزی و چالش‌های سفر در دوره پهلوی دوم نشان می‌دهد که این دوره، با ویژگی‌های خاص خود، تأثیرات عمیقی بر فرهنگ سفر و سبک زندگی مردم ایران داشت. روزنامه اطلاعات، به عنوان یکی از مهم‌ترین رسانه‌ها در آن زمان، نه تنها به انعکاس اخبار و رویدادها پرداخت، بلکه نقش مهمی در شکل‌دهی به افکار عمومی و فرهنگ مسافرت ایفا کرد. در این دوره، با وجود محدودیت‌هایی همچون کمبود زیرساخت‌های مناسب، مشکلات اقتصادی و نوسانات سیاسی که سفرهای نوروزی را با دشواری‌هایی مواجه ساخته بود، علاقه‌ی مردم به دیدوبازدید و تا حدودی چشم و هم چشمی‌ها، موجب شد تا مردم به سفر بپردازند و از این فرصت برای تجدید دیدار با خانواده و دوستان بهره‌مند شوند. این مطالعه همچنین نشان می‌دهد که چگونه تعطیلات نوروزی، به عنوان یک سنت فرهنگی، در کنار چالش‌های آن، فرصتی برای تقویت پیوندهای اجتماعی و فرهنگی بین مردم فراهم آورد. به طور کلی، این دوره نه تنها نمایانگر تغییرات اجتماعی و اقتصادی در ایران بود، بلکه تأثیرات عمیقی بر نحوه نگرش مردم به سفر و تفریح در تعطیلات نوروزی داشت.

تضاد منافع

بدین وسیله نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ نفع متقابلی از انتشار این مقاله ندارند.

منابع

- باقرزاده، م. (۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۳۹).
- برنامه پنجم عمرانی کشور. (۱۳۵۲-۱۳۵۶: فصل ۲۲).
- برنامه پنجم عمرانی کشور. (۱۳۵۲-۱۳۵۶، فصل ۱۷).
- برنامه چهارم عمرانی کشور. (۱۳۴۷-۱۳۵۱: فصل ۱۰).
- برنامه چهارم عمرانی کشور. (۱۳۴۷-۱۳۵۱: فصل ۱۷).
- جوادی، ر. (۱۳۹۲: ۴۹). سازمان جهانگردی و تاثیر آن بر توسعه گردشگری در دوره پهلوی دوم (۱۳۲۰-۱۳۵۷ ش). فصلنامه گنجینه اسناد، ۱۰.
- جوادی، ر. (۱۳۹۲: ۶۰). سازمان جهانگردی و تاثیر آن بر توسعه گردشگری در دوره پهلوی دوم (۱۳۲۰-۱۳۵۷ ش). فصلنامه گنجینه اسناد، ۵۹-۶۰.
- جوادی، ر. (۱۳۹۲: ۶۱). سازمان جهانگردی و تاثیر آن بر توسعه گردشگری در دوره پهلوی دوم (۱۳۲۰-۱۳۵۷ ش). فصلنامه گنجینه اسناد، ۶۰.
- روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۱۴، ۲ اسفند ۱۳۵۵: ۷).
- روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۴۳، ۱ اسفند ۱۳۵۵: ۱۱).
- روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۴۵، ۳ اسفند ۱۳۵۵: ۲۱).
- روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۴۶، ۴ اسفند ۱۳۵۵: ۱۷).
- روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۴۸، ۷ اسفند ۱۳۵۵: ۵).
- روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۰، ۹ اسفند ۱۳۵۵: ۱۶).
- روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۲، ۱۱ اسفند ۱۳۵۵: ۹).
- روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۳).



مقاله پژوهشی



روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۳۴).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۴).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۳، ۲۵ اسفند ۱۳۵۵: ۵).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۴، ۱۴ اسفند ۱۳۵۵: ۲۲).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۶، ۱۶ اسفند ۱۳۵۵: ۱۷).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۷، ۱۷ اسفند ۱۳۵۵: ۱۷).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۶۱، ۲۳ اسفند ۱۳۵۵: ۱۶).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۶۲، ۲۴ اسفند ۱۳۵۵: ۴).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۶۳، ۲۵ اسفند ۱۳۵۵: ۱۷ و اطلاعات، ۲۱ اسفند ۱۳۵۵: ۱۹).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۶۴، ۲۶ اسفند ۱۳۵۵: ۳۸).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۶۴، ۲۶ اسفند ۱۳۵۵: ۴).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۶۶، ۲۹ اسفند ۱۳۵۵: ۵).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۵۳۲، ۱۷ بهمن ۱۳۵۶: ۲۳).

روزنامه اطلاعات. (۱۴۹۶۷، ۷ فروردین ۱۳۵۵: ۳).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۳، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۳۹).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۵۴، ۱۲ اسفند ۱۳۵۵: ۷).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۶۲، ۲۴ اسفند ۱۳۵۵: ۴).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۲۶۸، ۶ فروردین ۱۳۵۶: ۵).

روزنامه اطلاعات. (۱۵۵۱۸، ۱ بهمن ۱۳۵۶: ۲۸).

زندیه، حسن؛ عزیزی، مائده. (۱۴۰۳، ۱۴۷). نقش ددولت پهلوی دوم در ایجاد و ارتقا صنعت توریسم در خلیج فارس. *مطالعات سیاسی- اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*. ۱۴۷.

سازمان برنامه و بودجه. (۱۳۴۷: ۵۵).

فرخنده‌نژاد، کژال (1401)، «تأثیر صنعت گردشگری در تحولات اقتصادی و اجتماعی استان بوشهر در دوره پهلوی دوم»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، زیر نظر دکتر سعیدی‌نیا. دانشگاه بوشهر.

فیض بخش، ه. (۱۳۵۵: ۲۵۳-۲۵۴). *صنعت جهانگردی در ایران و جهان*. انتشارات مدرسه عالی خدمات جهانگردی و اطلاعات.

