

پیامدهای فرهنگی توسعه گردشگری در کشور از دیدگاه خبرگان

نرگس وزین^{۱*}، احمدرضا شیخی^۲

۱. استادیار دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، ایران.

۲. استادیار دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۵/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۱۶ تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۳۹۹/۱۱/۰۱

چکیده صنعت گردشگری بر مبنای ارتباطات انسان‌ها با فرهنگ‌های متفاوت در بستر مقاصد گردشگری جریان داشته و این ارتباطات گردشگران با فرهنگ‌های متفاوت، تأثیرات مثبت و منفی متعددی در پی خواهد داشت. بر این اساس هدف پژوهش حاضر شناخت مهمترین اثرات توسعه گردشگری بر فرهنگ مقاصد گردشگری، در سطح جامعه محلی و ملی است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است و برای جمع‌آوری اطلاعات از روش میدانی (پرسشنامه) استفاده شده است. جامعه نمونه ۵۰ نفر از خبرگان میان‌رشته‌ای در حوزه فرهنگ و گردشگری بوده‌اند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و Excel استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهند توسعه گردشگری پیامدهای فرهنگی مثبت و منفی متعددی بر جامعه مقصد گردشگری در سطح محلی و ملی دارد. تأثیرات مثبت گردشگری در سطح جامعه محلی بر شاخص‌های احیای سنت‌ها و مراسم بومی، حفاظت از مکان‌های تاریخی و باستانی و آشنایی با آداب و رسوم فرهنگ‌های مختلف است و چنانچه توسعه گردشگری بدون برنامه‌ریزی دقیق جریان پیدا کند، مخرب بوده و باعث توسعه رفتار تجملی و کالایی شدن فرهنگ در سطح اجتماعات محلی می‌شود. همچنین توسعه گردشگری در سطح ملی نیز نتایجی از قبیل تقویت غرور ملی و تفاهم فرهنگی با سایر ملل در پی خواهد داشت.

واژگان کلیدی گردشگری، پیامدهای فرهنگی، جوامع محلی، سطح ملی.

برجای ماندن اثرات فرهنگی بر جامعه مقصد و گردشگر می‌شود (Barre, 1996). با ورود گردشگران به یک مقصد و شکل‌گیری تعاملات فرهنگی بین مهمانان و جامعه محلی، نه تنها رفتار و فرهنگ گردشگران بر جامعه محلی اثرگذار است، بلکه گردشگران نیز تحت تأثیر فرهنگ جامعه محلی قرار می‌گیرند (آزادخانی، حسین‌زاده و سلیمی باوندپور، ۱۳۹۷). در واقع مهمان‌نوازی، الگوی رفتاری و فضای حاکم بر محیط جامعه مقصد که جزئی از عناصر غیرملموس گردشگری است، تأثیر قابل توجهی بر گردشگران داشته و در مقابل گردشگران نیز براساس آنچه

مقدمه تقاضا برای گردشگری به سرعت در حال افزایش است و هر ساله در سراسر جهان میلیون‌ها نفر گردشگر با اهداف و انگیزه‌های مختلف در حال سفر هستند. توسعه گردشگری با معرفی نظام جدیدی از روابط در تمام فعالیت‌ها، باعث تغییرات در سطوح مختلف زندگی در ابعاد اقتصادی، سیاسی، محیطی، اجتماعی و فرهنگی می‌شود (Lanfant, 1980, 34). بخش فرهنگی یکی از جنبه‌های مهم گردشگری است و توسعه هر نوع از گردشگری موجب

* نویسنده مسئول: n.vazin@geo.ui.ac.ir، ۰۹۱۲۴۰۶۵۳۴۵

فعالیت‌های اقتصادی بومی و سبک‌های معماری در حال فراموشی، باعث احیا و تقویت میراث فرهنگی و هنری جوامع محلی خواهد شد (سحابی و مرادی، ۱۳۹۰). در واقع گردشگری با معرفی و شناساندن فرهنگ جامعه مقصد، هم باعث افزایش آگاهی مردم نسبت به آداب و سنن بومی و هم باعث احیاء هنر و صنایع بومی جامعه مقصد خواهد شد (چاک وای و فایوسولا، ۱۳۹۰، ۳۸). در این خصوص شارپلی و تلفر (۱۳۹۴، ۳۲۱) اشاره می‌کنند که در شهر «ماه‌بابالی پورام» واقع در جنوب هند، هنر سنتی حکاکی روی سنگ سبز که در حال فراموشی بود با توسعه گردشگری و افزایش تقاضای گردشگران برای خرید سوغاتی دوباره احیا شده است. گردشگری میراث فرهنگی یک منطقه را حفظ کرده و گردشگر کمک می‌کند تا از پتانسیل ابنیه تاریخی و فرهنگی یک مقصد با اهداف اقتصادی برای رفاه اجتماعی جامعه محلی مقصد گردشگری بهره‌برداری شود (کاظمی، ۱۳۹۲، ۱۰۸؛ سقایی و خوشه‌بست، ۱۳۹۱). همچنین برخورد دو فرهنگ، تعامل اجتماعی و فرهنگی دو قوم یا اقوام مختلف نیز خودبه‌خود در افزایش اطلاعات، آگاهی، درک و شناخت شیوه‌های زندگی، ویژگی فرهنگی و اجتماعی اقوام دیگر مؤثر است. بدیهی است اثرات مثبت گفتگو، تعامل اجتماعی و فرهنگی می‌تواند در افزایش سطح آگاهی مردم مؤثر باشد و به نوعی آنها را از انزوا، تک‌نگری و تعصب بیرون آورد (رضوانی، ۱۳۹۲، ۵۳). همچنین گردشگری فرصتی برای آمیختگی مرزهای قومی در مناطق همجوار فراهم می‌آورد و با گرامیداشت اقوام مختلف، باعث تقویت درک بین فرهنگی و اتحاد اجتماعی می‌شود. به بیان دیگر، گردشگری با فراهم‌آوری فرصت‌هایی مناسب جهت نمایش فرهنگ‌ها، زبان‌ها، احیای سنت‌ها و افزایش غرور فرهنگی، نیرویی قوی در جهت تقویت هویت گروه‌های قومی است و با منافع‌ی که از راه گردشگری نصیب اقوام می‌شود، به آنها اعتمادبه‌نفس و تعهد مورد نیاز برای حفاظت از سنت‌ها و پایدار نگه‌داشتن هویت و تمایزهایشان را خواهد داد (صالحی‌پور، ۱۳۹۴، ۲۲۴). افزون بر این، گردشگری سبب حفظ آثار باستانی می‌شود، زیرا گردشگری مقادیر قابل توجهی از پول را به کشورها، مناطق و جوامع وارد می‌کند که از آن می‌توان برای حفظ میراث و فرهنگ استفاده کرد. در حقیقت میراث تاریخی و باستانی و نواحی طبیعی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به علت فقدان بودجه عمومی و خصوصی به مقدار زیادی به درآمدهای گردشگری متکی است (تیموتی و نیائوچان، ۱۳۹۳، ۱۰۰). همچنین با استفاده مجدد از بناهای تاریخی و میراثی در گردشگری می‌توان به حفاظت بیشتر آنها امیدوار شد (صالحی‌پور، ۱۳۹۴، ۵۵). برای نمونه در شهر باستانی «بهاک تاپور» در

در سفر تجربه کرده‌اند، پس از بازگشت به موطن، تقاضا و توقعات جدیدی خواهند داشت (کاظمی، ۱۳۹۲، ۱۵۱-۱۵۲). در اکثر جوامع در حال توسعه بیشتر ذینفعان کلیدی گردشگری به‌ویژه دولت‌ها، به عنوان پایه‌گذار سیاست‌های توسعه گردشگری، بر جنبه اقتصادی گردشگری تمرکز دارند و در برنامه‌ریزی مقاصد، بیشتر به دنبال افزایش تعداد گردشگران ورودی بدون توجه به ملاحظات فرهنگی هستند. لذا از تأثیرات مثبت و منفی فرهنگی گردشگری بر فرهنگ جامعه میزبان غافل می‌مانند و در فرایند توسعه گردشگری بر اساس چرخه حیات مقصد چالش‌های متفاوتی در مرحله رشد و بلوغ مقصد بروز می‌کند و رابطه جامعه میزبان با مهمان از مهمان‌نوازی به خصومت گرایش پیدا کرده و باعث انحطاط و رکود مقصد می‌شود. کشور ایران در مرحله آغاز تبدیل‌شدن به مقصد گردشگری بوده و بدیهی است که تصمیم‌گیران دولتی و خصوصی هدف خود را مبتنی بر جذب حداکثری گردشگر، مخصوصاً گردشگر خارجی قرار داده‌اند و بنابراین به ابعاد فرهنگی و میزان تأثیرگذاری آن بر فرهنگ جامعه میزبان توجه کمتری می‌شود. به همین جهت این مسئله از چالش‌های اساسی صنعت گردشگری کشور به شمار می‌رود. لذا انجام مطالعات میان‌رشته‌ای به منظور پیش‌بینی تأثیرات مثبت و منفی گردشگری و تدوین سیاست‌های مناسب به منظور حفاظت از اصالت‌های فرهنگی و جلوگیری از کالایی‌شدن فرهنگ‌های اجتماعات محلی ضروری است. بر این اساس هدف پژوهش حاضر شناخت اثرات و پیامدهای فرهنگی توسعه گردشگری بر جامعه مقصد است. به بیان دقیق‌تر پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که توسعه گردشگری چه تأثیرات مثبت و منفی بر فرهنگ مقاصد گردشگری در سطح جامعه محلی و ملی دارد؟

اثرات گردشگری بر فرهنگ جامعه مقصد

میان گردشگری و فرهنگ رابطه‌ای دو سویه وجود دارد؛ همان‌طور که فرهنگ منبعی برای توسعه گردشگری محسوب می‌شود، گردشگری نیز در توسعه فرهنگی نقش مهمی ایفا می‌کند (Richards, 2000, 9). منظور از اثرات فرهنگی تغییراتی است که در هنر، عادات، رسوم و معماری جامعه مقصد به سبب تماس مستقیم مردم محلی و گردشگران رخ می‌دهد (چاک وای و فایوسولا، ۱۳۹۰، ۳۲۷). توسعه گردشگری پایدار از طریق تقویت فرهنگ محلی می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر جای بگذارد و به احیای آداب و رسوم باستانی کمک کند (ولا و بشرل، ۱۳۹۱، ۱۶۶). همچنین گردشگری با احیا و بازسازی آداب و سنن، هنرهای قومی (موسیقی، رقص، نمایش)، سبک زندگی،

بنابراین در این شرایط مکان به کالایی مبدل می‌شود که همواره بر مصرف آن بیشتر تأکید می‌شود بدون آنکه تبعات اجتماعی و محیطی آن مورد توجه باشد (قدمی و غلامیان بایی، ۱۳۹۳، ۴۹). از دیگر اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری، اثر نمایشی است که به تفاوت‌های مشهود بین گردشگر و جامعه میزبان اشاره دارد. بدین صورت که تنها مشاهده گردشگران باعث ایجاد تغییرات رفتاری در جامعه محلی به خصوص در افراد جوان خواهد شد. تحت این شرایط ساکنین محلی توانمندی مالی گردشگران را دیده و به دلیل عدم توانایی در دستیابی به شیوه زندگی‌ای که به وسیله بازدیدکنندگان به معرض نمایش گذاشته می‌شود، سرخورده می‌شوند (میسون، ۱۳۹۰، ۷۴). از دیگر پیامدهای گردشگری فرهنگ‌پذیری است. در شرایطی که رابطه میزبان و بازدیدکننده طولانی‌تر و عمیق‌تر شود این پدیده رخ می‌دهد. زمانی که دو فرهنگ در هر مدت زمانی باهم در تماس قرار گیرند، تبادل کالا و عقیده رخ خواهد داد که در طول زمان باعث ایجاد سطوحی از همگرایی بین این دو فرهنگ خواهد شد، یعنی به هم شبیه‌تر می‌شوند. روند این تبادل، متعادل و منصفانه نخواهد بود، زیرا فرهنگ قوی‌تر بر فرهنگ ضعیف‌تر غالب شده و بر هر گونه الگوی جدید اجتماعی-فرهنگی حاصله تأثیر بیشتری خواهد گذاشت (ویلیامز، ۱۳۹۳، ۱۶۳).

پژوهشگران در حوزه اثرات گردشگری بر فرهنگ جوامع مقصد تحقیقات گسترده‌ای در سطح جهان انجام داده‌اند. در این راستا تقدیسی، تقوایی و پیری (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری در شهرستان «دالاهو» پرداختند و نتیجه نشان داد گردشگری منجر به افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی-فرهنگی و تغییر در آداب و رسوم جامعه محلی شده است. ادبی‌مقانی، خانی، سجاسی قیداری و فرخی (۱۳۹۳) در پژوهشی به ارزیابی اثرات توسعه گردشگری فرهنگ‌محور در تغییرات اجتماعی-فرهنگی مقاصد روستایی پرداختند. نتایج نشان داد توسعه گردشگری تأثیرات عمیقی بر تغییرات اجتماعی-فرهنگی منطقه مورد مطالعه داشته است و بیشترین تأثیر در زمینه تغییر در آداب و رسوم محلی و پوشش جوانان روستا بوده است. امینی، بختی و باباجمالی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای در خصوص ارزیابی نگرش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در روستای دماپ استان اصفهان پی بردند که گردشگری باعث ناهنجاری‌های اجتماعی-فرهنگی شامل کالایی و تجاری شدن جنبه‌های فرهنگی روستا و گسترش ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی در روستا شده است. شیخی (Sheikhi, 2015) در پژوهشی در منطقه سیستان و بلوچستان به بررسی تأثیرات گردشگری

نپال (یک میراث جهانی) ورودیه‌ای معادل ۱۰ دلار آمریکا از گردشگران دریافت می‌کند و برای حفظ و نگهداری سایت و محیط پیرامون آن و فراهم کردن تسهیلات رفاهی و خدمات برای ساکنان محلی استفاده می‌شود (تیموتی و نیائوچان، ۱۳۹۳، ۱۰۸). نکته دیگر اینکه گردشگری باعث دوستی و تفاهم بین مردمان جوامع مختلف (Inskeep, 1991, 15) و موجب شناخت فرهنگ‌های مختلف و آگاهی عمومی از ملل مختلف می‌شود. بدین صورت که هم کشور میزبان این فرصت را پیدا می‌کند فرهنگ و ارزش‌های خود را به مردم سایر ملل بشناساند (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵، ۱۲۴) و هم مردم محلی با ملاقات گردشگران با ویژگی‌های اجتماعی-فرهنگی کشور گردشگر فرصت آگاهی می‌یابند (رنجریان و زاهدی، ۱۳۹۰، ۱۲۳).

با وجود تأثیرات مثبت برشمرده از توسعه گردشگری، مطالعات نشان می‌دهد که چنانچه توسعه گردشگری با مدیریت و برنامه ریزی مناسب نباشد، پیامدهای منفی بر فرهنگ جامعه مقصد خواهد داشت. مطالعات نشان می‌دهد برخی از مقاصد مطرح جهان با توسعه فعالیت‌های گردشگری انبوه، اصالت فرهنگی‌شان به دلیل افزایش گردشگران ورودی از فرهنگ‌های متفاوت، دچار تغییر شده است. از دیگر جنبه‌های منفی توسعه گردشگری که تا حدودی توجه محققان را نیز به خود جلب کرده است، نقش گردشگری در وقوع جرائم است. بسیاری از ساکنان مناطق گردشگری بر این باور هستند که بین گردشگری و وقوع جرائم رابطه وجود دارد و با توسعه گردشگری، جرم و جنایت نیز در مقاصد گردشگری افزایش می‌یابد (Sheikhi, 2014). به نظر آنها هرگاه فعالیت‌های گردشگری افزایش یابد، مواردی نظیر جذابیت‌های جنسی، جنایات سازمان‌یافته، به رسمیت‌شناختن قمار، قاچاق مواد مخدر بیشتر می‌شود (قدمی و غلامیان بایی، ۱۳۹۳، ۴۵-۴۶). همچنین در بسیاری از مقصدهای گردشگری، اماکن مذهبی و بقاع متبرکه تجاری شده‌اند. بسیاری از این اماکن به جاذبه گردشگری بدل شده و بخشی از محصول گردشگری محسوب می‌شوند. در نتیجه، به دلیل اختلال در امور پرستشگاه‌ها و آیین‌های عبادی توسط گردشگران، بین جوامع محلی، بازدیدکنندگان و گردشگران مذهبی تعارض پدید می‌آید (شارپلی و تلفر، ۱۳۹۴، ۳۱۹). جهانی شدن گردشگری با مفهوم کالایی شدن همراه است. نظام تولید گردشگری مکان‌ها را به منظور جذب گردشگر می‌فروشد. گردشگران به خرید کالاهای باکیفیت، معتبر و نشان‌دهنده سبک‌های جدید زندگی تمایل دارند. چیزهایی که آنها را از قیدوبندهای زندگی روزمره رها می‌سازد و راحتی و آسایش را به طور معقول و شرافتمندانه در اختیارشان می‌گذارد.

مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت اندازه‌گیری شدند، لذا میزان ارزش متوسط یا مطلوب، سه در نظر گرفته شد و چنانچه میانگین محاسبه شده سه و بیشتر باشد به معنی تأثیر توسعه گردشگری بر آن شاخص است.

ویژگی جامعه آماری پژوهش

گردشگری، صنعتی به ظاهر ساده، اما در عمل برای پیاده‌سازی تئوری‌ها و استراتژی‌ها از ظرافت و پیچیدگی فوق‌العاده‌ای برخوردار است؛ زیرا با روحیات انسان‌ها و رفتارهای فرهنگی متفاوت ارتباط تنگاتنگ داشته و علاوه بر این با رشته‌های متفاوت ارتباط میان‌رشته‌ای بسیار گسترده‌ای دارد. به همین منظور در پژوهش حاضر همان‌طور که در جدول ۱ قابل مشاهده است، دیدگاه افرادی با تخصص‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفت. همان‌طور که جدول نشان می‌دهد براساس شاخص اشتغال، از ۵۰ نفر جامعه نمونه تحقیق، ۳۰ نفر (۶۰ درصد) هیئت علمی، ۱۳ نفر (۲۶ درصد) پژوهشگر و ۷ نفر (۱۴ درصد) دانشجو بوده‌اند. براساس تخصص و رشته تحصیلی نیز، از مجموع تعداد نمونه، ۱۹ نفر (۳۸ درصد) در رشته گردشگری، ۲۴ نفر (۴۸ درصد) در رشته جغرافیا و ۷ نفر (۱۴ درصد) در رشته جامعه‌شناسی هستند.

یافته‌های تحقیق

در پژوهش حاضر دیدگاه‌های متخصصین میان‌رشته‌ای صنعت گردشگری در خصوص دو موضوع اصلی اثرات مثبت و منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه محلی و تأثیر فرهنگی گردشگری در سطح ملی مورد سنجش و مطالعه قرار گرفت. نتایج دیدگاه خبرگان در خصوص اثرات مثبت گردشگری به شرح تصویر ۱ است که نشان می‌دهد توسعه گردشگری بر احیای سنت‌ها و آداب و رسوم بومی و سنتی مقاصد گردشگری فرهنگی با میانگین ۲۲/۴ اثرگذار است. از دیگر اثرات مهم و مثبت گردشگری بر فرهنگ

جدول ۱. ویژگی‌های آماری جامعه نمونه تحقیق. مأخذ: نگارندگان.

شاخص	تعداد	درصد	
اشتغال	دانشجو	۷	۱۴
	پژوهشگر	۱۳	۲۶
	هیئت علمی	۳۰	۶۰
	گردشگری	۱۹	۳۸
تخصص	جغرافیا	۲۴	۴۸
	جامعه‌شناسی	۷	۱۴
	جمع	۵۰	۱۰۰

در جوامع چندقومی پرداخت و نتایج نشان می‌دهد از طریق توسعه پایدار گردشگری می‌توان تنش‌های بین اقوام را تقلیل بخشید و مرکزگرایی را تقویت کرد. وزین، برقی و طباطبایی (۱۳۹۷) در تحقیقی در خصوص اثرات توسعه گردشگری بیابانی بر جوامع روستایی بخش جرقویه علیا و بن‌رود شهرستان اصفهان به این نتیجه دست یافتند که گردشگری باعث اثرات اجتماعی-فرهنگی مثبت شامل افزایش حس تعلق روستاییان، توجه به آداب و رسوم محلی، ارتقای سطح آگاهی فرهنگی و وسعت نظر روستاییان و اثرات منفی شامل افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی و ایجاد دوگانگی اجتماعی-فرهنگی در روستاهای منطقه شده است. وزین، مختاری‌هشی و ستایش‌منش (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی تأثیر توسعه گردشگری بر تقویت قدرت ملی ایران پرداختند که نتایج نشان داد توسعه گردشگری باعث افزایش انسجام و همبستگی ملی و تبادلات فرهنگی و همچنین شناساندن چهره واقعی ملت و کشور به جامعه جهانی خواهد شد و بر توسعه کشور در سطح ملی و بین‌المللی نیز اثرگذار خواهد بود. در نهایت موجب افزایش منزلت ژئوپلیتیکی کشور در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی خواهد شد.

روش پژوهش

هدف پژوهش حاضر بررسی اثرات و پیامدهای فرهنگی گردشگری در مقاصد گردشگری در سطح محلی و ملی است. با توجه به نوع هدف، کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق خبرگان بین‌رشته‌ای گردشگری با تأکید بر جنبه فرهنگی است که به صورت هدفمند براساس آثار علمی منتشر در این حوزه انتخاب شدند. روش گردآوری اطلاعات به شیوه پیمایشی با استفاده از تکنیک پرسشنامه بوده که در تابستان ۱۳۹۸ جمع‌آوری شده است. پرسشنامه‌ها به صورت حضوری و یا ایمیل، توزیع شد که در نهایت ۵۰ پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. شاخص‌ها با استفاده از مقیاس پنج طیفی لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) اندازه‌گیری شدند. براساس چارچوب نظری تحقیق، شاخص‌های مرتبط با اثرات مثبت و منفی توسعه گردشگری بر فرهنگ در دو سطح محلی و ملی انتخاب شدند. سپس شاخص‌ها توسط چند نفر از اساتید متخصص در این زمینه ارزیابی شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزار SPSS و روش آمار توصیفی (میانگین) و برای ترسیم نمودار از برنامه Excel استفاده شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که ۰/۸۷ محاسبه شده و بیانگر آن است که پرسشنامه از اعتبار بالایی برخوردار است. به بیان دیگر اجزای درونی مقیاس‌ها دارای همبستگی قابل قبولی با هم هستند. از آنجایی که شاخص‌ها با استفاده از

مقاصد گردشگری در مقیاس محلی، در سطح ملی نیز اثرات متنوعی برای یک کشور و ملت در پی دارد. در تصویر ۳ تأثیرات فرهنگی گردشگری در سطح ملی براساس دیدگاه خبرگان نشان داده شده است. براساس نتایج حاصل از دیدگاه خبرگان، در صورتی که گردشگری کشور به شیوه پایدار توسعه یابد، می توان به اهداف بزرگی در خصوص مسائل فرهنگی دست یافت. توسعه گردشگری سبب ایجاد غرور ملی با میانگین ۳/۹۶، تفاهم فرهنگی با سایر ملت ها با میانگین ۳/۹۰، افزایش تفاهم و ارتباط اقوام کشور با میانگین ۳/۷۸، افزایش صلح و دوستی بین اقوام و ملت ها با میانگین ۳/۷۶، وحدت ملی با میانگین ۳/۷۴، تقویت اعتماد عمومی با میانگین ۳/۶۶، آمیختگی مرزهای قومی در مناطق همجوار با میانگین ۳/۶۴، افزایش ارتباط ملت ها با میانگین ۳/۶۰، انسجام و همبستگی ملی با میانگین ۳/۵۰ و در پایان افزایش شناخت دیگر فرهنگ ها با کمترین میانگین ۱/۴۲ خواهد شد.

بحث و نتیجه گیری

مطالعه حاضر به تحلیل تأثیرات مثبت و منفی فرهنگی گردشگری در دو سطح محلی و ملی براساس یافته های کتابخانه ای و دیدگاه خبرگان در حوزه فرهنگ و گردشگری پرداخته است. براساس یافته های کتابخانه ای و میدانی، مهمترین اثرات فرهنگی گردشگری در دو سطح محلی و ملی در حوزه های زیر قابل تقسیم است:

- **حفظ میراث فرهنگی:** یافته ها نشان داد توسعه گردشگری بر احیای سبک و سیاق زندگی بومی، آداب و رسوم محلی، حفظ اماکن تاریخی و باستانی، هنرهای بومی و معماری محلی

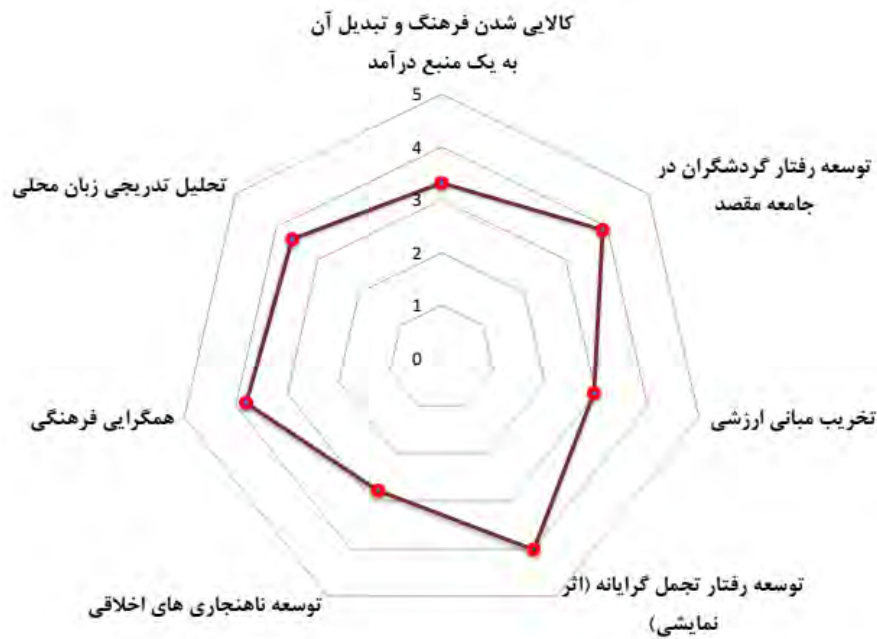
جامعه محلی از دیدگاه خبرگان، حفاظت از اماکن تاریخی و باستانی جامعه مقصد با میانگین ۴/۰۸ است. در واقع هنگامی که اجتماعات محلی جریان گردشگری بین المللی را مشاهده می کنند که به دلیل این موارث گردشگران به مناطق آنان سفر می کنند، وظیفه خود را در زمینه حفاظت دو چندان می بینند و در حفاظت از شناسنامه فرهنگی خود مراقبت لازم به عمل می آورند. علاوه بر موارد اشاره شده، گردشگری زمینه آشنایی با آداب و رسوم و فرهنگ های مختلف را با میانگین ۴/۰۴ در بستر مقاصد گردشگری از طریق ارتباط میهمان و میزبان فراهم می کند. همچنین کمترین تأثیر گردشگری بر احیای معماری بومی و محلی با مصالح بوم آورد با میانگین ۱۲/۳ بوده است.

در تصویر ۲ دیدگاه خبرگان در خصوص تأثیرات منفی گردشگری بر جامعه محلی آمده است. براساس نتایج داده های آماری حاصل از دیدگاه خبرگان، در صورت عدم برنامه ریزی مناسب، با افزایش آمار ورودی گردشگران و افزایش ارتباطات اجتماعی محلی، اثرات منفی متعددی در مقاصد گردشگری رخ خواهد داد؛ که می توان به توسعه رفتارهای تجمل گرایانه (اثر نمایشی) با میانگین ۰/۲۴، توسعه رفتار گردشگران در جامعه مقصد با میانگین ۹۰/۳، همگرایی فرهنگی با میانگین ۸۰/۳، تحلیل تدریجی زبان محلی با میانگین ۶۲/۳، کالایی شدن فرهنگ اجتماعات محلی و تبدیل آن به یک منبع اقتصادی با میانگین ۳۲/۳، تخریب مبانی ارزشی با کمترین میانگین ۹۶/۲ و در پایان توسعه ناهنجاری های اخلاقی با پایین ترین میانگین یعنی ۷۸/۲ اشاره کرد.

توسعه گردشگری علاوه بر پیامدهای فرهنگی مثبت و منفی بر



تصویر ۱. نمایش اثرات مثبت فرهنگی گردشگری بر جامعه محلی. مأخذ: نگارندگان.



تصویر ۲. نمایش اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه محلی. مأخذ: نگارندگان.

تأثیر مثبت دارد. زیرا از یک سو با افزایش جریان‌های گردشگری مدیران حوزه گردشگری نسبت به بهره‌گیری از منابع و جاذبه‌های گردشگری با هدف ماندگاری و هزینه‌کرد بیشتر گردشگر در مقصد محلی سوق پیدا می‌کنند و لذا از موارث فرهنگی با هدف کسب درآمد اقتصادی بیشتر حفاظت بهینه صورت می‌پذیرد و از سوی دیگر مردم محلی به خصوص پس از درک اثرات گردشگری، علاقمند به حفاظت از جاذبه‌ها و میراث فرهنگی خود خواهند شد.

است که توسعه گردشگری را عاملی جهت تغییر در آداب و سنن مردم محلی مطرح کرده‌اند. در واقع فرهنگ و آداب و رسوم محلی ممکن است صرفاً کالایی نمادین برای گردشگران شود و در این صورت دیگر معنا و مفهوم واقعی خود را از دست می‌دهد. یافته‌های به دست آمده منطبق با نتایج امینی و همکاران (۱۳۹۴) است که معتقد هستند گسترش گردشگری منجر به کالایی شدن جنبه‌های فرهنگی مقصد گردشگری می‌شود. از این رو لازم است آموزش و آگاهی‌های لازم اجتماعات محلی به خصوص در مقاصدی که با گردشگری انبوه مواجه هستند صورت گیرد تا از رکود و انحطاط فرهنگ بومی محلی جلوگیری شود.

تعامل فرهنگی: نتایج نشان داد گردشگری با افزایش تعامل فرهنگی بین مردم موجب افزایش سطح آگاهی مردم شده و حتی باعث کم‌رنگ شدن تعصبات فرهنگی خواهد شد. افزون بر این به صورت غیرمستقیم مردم محلی علاقمند می‌شوند تا از سبک زندگی گردشگران با فرهنگ‌های مختلف، از طریق مشاهده رفتارهای متفاوت آنها در محل زندگی خویش آشنا شوند. نتایج، با یافته‌های وزین و همکاران (۱۳۹۷) که معتقد بودند توسعه گردشگری باعث ارتقای آگاهی فرهنگی مردم محلی می‌شود، منطبق است.

کالایی شدن فرهنگ محلی: یافته‌ها نشان می‌دهد چنانچه گردشگری بدون برنامه‌ریزی نظام‌مند و بدون استفاده از دیدگاه‌های دینفعان گردشگری باشد، می‌تواند به مرور زمان از جذابیت مقاصد بکاهد. مقاصد گردشگری به مرور و به فراخور رشد آمار گردشگران ورودی، به مرحله‌ای از توسعه می‌رسند که تأثیرات منفی از تأثیرات مثبت پیشی گرفته و آداب و رسوم مردم محلی دستخوش تغییر می‌شود. نتایج به دست آمده همسو با یافته‌های تقدیسی و همکاران (۱۳۹۱) و ادبی و همکاران (۱۳۹۳)

تحلیل فرهنگ بومی: گردشگری باعث تبادل اطلاعات و افزایش ارتباط بین گردشگران و جامعه محلی شده و در صورت عدم توجه ممکن است فرهنگ در مقصد محلی تحت تأثیر فرهنگ گردشگران قرار گیرد. به خصوص زمانی که آمار گردشگران به مرور از جمعیت مردم محلی پیشی گرفته و بعضاً به چند برابر محلی‌ها می‌رسد. در صورت تداوم، دیگر مقصد تصویر واقعی و جذابیت لازم را نخواهد داشت و با شکست و رکود مواجه خواهد شد. از این رو لازم است اقدامات مناسب برای حفاظت از فرهنگ بومی و محلی نظیر تعیین ظرفیت برد اجتماعی و کنترل آمار گردشگران و همچنین افزایش مهارت و دانش اجتماعات محلی با برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی در مقاصد گردشگری انجام شود.

همگرایی ملی: توسعه گردشگری در درون کشور باعث ارتباط بیشتر اقوام مختلف در فضای درون کشور خواهد شد و از واگرایی خرده‌فرهنگ‌ها و اقوام جلوگیری می‌کند. همچنین



تصویر ۳. نمایش تأثیر فرهنگی گردشگری در سطح ملی. مأخذ: نگارندگان.

ملتها خواهد شد. در واقع می‌توان با توسعه گردشگری به همگرایی فرهنگی در سطح جهان کمک کرد. به بیان دیگر با آشناسازی گردشگران خارجی با فرهنگ ملی، می‌توان زبان گفتگو و تفاهم را در مجامع بین‌المللی تعمیق بخشید؛ و با گسترش ژئوپلیتیک فرهنگی از طریق گردشگری به صورت نرم برای مسائل ژئوپلیتیکی سیاسی و اقتصادی زمینه‌سازی کرد. نتایج به دست آمده همسو با وزبن و همکاران (۱۳۹۷) است که دست یافتند توسعه گردشگری با تبادلات فرهنگی و معرفی چهره واقعی کشور به جامعه جهانی باعث توسعه کشور و در نهایت افزایش منزلت ژئوپلیتیکی کشور در سطح بین‌المللی خواهد شد. لذا انجام اقداماتی نظیر گسترش روابط بخش‌های گردشگری کشور با سازمان‌های بین‌المللی مرتبط با گردشگری نظیر سازمان علمی، فرهنگی و آموزش سازمان ملل متحد (یونسکو)، سازمان جهانی گردشگری، شورای جهانی مسافرت و گردشگری؛ تمرکز سیاست‌های ملی توسعه گردشگری بر جذب سهم از بازارهای هدف گردشگری خارجی؛ و همچنین کاستن از سختگیری‌های اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی برای گردشگران بین‌المللی جهت بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی گردشگری پیشنهاد می‌شود.

فرصتی برای درهم آمیختگی مرزهای قومی در مناطق همجوار به وجود خواهد آمد و همین امر علاوه بر کاهش تنش بین اقوام، موجب تقویت و اتحاد اجتماعی بین اقوام مختلف خواهد شد. یافته‌های به دست آمده منطبق با یافته‌های شیخی (Sheikhi, 2015) است که معتقد است گردشگری با تقلیل تنش‌ها میان اقوام، موجب تقویت مرکزگرایی خواهد شد. از این رو لازم است در سیاست‌های توسعه گردشگری، گسترش گردشگری داخلی با هدف افزایش ارتباطات با اقوام کشور مورد توجه قرار گیرد. در این راستا با انجام برنامه‌ها و تسهیلاتی برای افزایش سفر نظیر پرواز ارزان قیمت، می‌توان به افزایش سفر نسل جوان کشور کمک کرد. این امر به صورت غیرمستقیم نتایج پربراری نصیب فرهنگ ملی خواهد کرد، زیرا با افزایش تکرار سفر و آشنایی بیشتر خرده فرهنگ‌ها با یکدیگر تحت لوای فرهنگ ملی، زندگی بدون چالش و دغدغه سیاسی و واگرایی را می‌توان برای نسل‌های آینده رقم زد.

– توسعه تبادلات و تفاهم فرهنگی: یافته‌ها نشان می‌دهد توسعه گردشگری می‌تواند باعث افزایش شناخت دیگر فرهنگ‌ها و تقویت ارتباط ملتها با یکدیگر شود، که این امر زمینه‌ساز نزدیکی بیشتر ملتها به یکدیگر و افزایش تفاهم فرهنگی بین

پی‌نوشت‌ها

۱. UNESCO/UNWTO/WTTC

فهرست منابع

• آزادخانی، پاکزاد؛ حسین‌زاده، جعفر و سلیمی باندپور، آذین. (۱۳۹۷). بررسی اثرات اجتماعی-فرهنگی توسعه گردشگری شهری ایلام. جغرافیای اجتماعی

- شهری، ۱۵-۱، (۱)، ۱۵-۱.
- ادبی ممقانی، محمد؛ خانی، فضیله؛ سجاسی قیداری، حمدالله و فرخی، سعیده. (۱۳۹۳). ارزیابی اثرات توسعه گردشگری فرهنگ‌محور در تغییرات اجتماعی- فرهنگی مقاصد روستایی، مطالعه موردی: بخش کن، دهستان سولقان، برنامه‌ریزی فضایی، ۴(۲)، ۵۵-۷۸.
 - آزادخانی، پاکزاد؛ حسین‌زاده، جعفر و سلیمی بوندپور، آذین. (۱۳۹۷). بررسی اثرات اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری شهری ایلام. *جغرافیای اجتماعی شهری*، ۱۵(۱)، ۱-۱۵.
 - الوانی، مهدی و پیروزبخت، معصومه. (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهانگردی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
 - امینی، عباس؛ بختی، سمیرا و باباجامالی، فرهاد. (۱۳۹۴). ارزیابی نگرش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در مناطق روستایی. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۰(۳۰)، ۷۷-۱۰۶.
 - تقدیسی، احمد؛ تقوایی، مسعود و پیری، سیامک. (۱۳۹۱). تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری شهرستان دالاهو. *برنامه‌ریزی فضایی*، ۱۲(۱)، ۱۲۱-۱۴۰.
 - تیموتی، دالن جی و نیانوچان، گیان پی. (۱۳۹۳). *میراث فرهنگی و گردشگری در کشورهای در حال توسعه* (ترجمه اکبر پورفرج و جعفر باپیری). تهران: نشر مهکامه.
 - چاک وای، گی و فایوسولا، ادواردو. (۱۳۹۰). *جهانگردی در چشم‌اندازی جامع* (ترجمه علی پارساییان و محمد اعرابی). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
 - رضوانی، علی اصغر. (۱۳۹۲). *جغرافیا و صنعت توریست*. تهران: پیام نور.
 - رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد. (۱۳۹۰). *شناخت گردشگری*. اصفهان: انتشارات چهار باغ.
 - سحابی، جلیل و مرادی، عبدالله. (۱۳۹۰). تحلیل اثرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری. *اولین همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، مرودشت: دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت*.
 - سقایی، مهدی و خوشه‌بست، فرزانه. (۱۳۹۱). بررسی نقش گردشگری فرهنگی در پایداری و اشاعه فرهنگ ایرانی. *اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت‌گردی ایران زمین*. همدان: هم‌اندیشان محیط زیست فردا.
 - شارپلی، ریچارد و تفر، دیوید جی. (۱۳۹۴). *برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه* (ترجمه حمید ضرغام بروجنی؛ زهرا نکویی؛ نیلوفر عباسپور و مسلم شجاعی). تهران: نشر مهکامه.
- صالحی‌پور، محمدرضا. (۱۳۹۴). مدیریت گردشگری میراث فرهنگی (راهنمای عمل). اصفهان: انتشارات چهار باغ.
- قدمی، مصطفی و غلامیان بایی، محمد. (۱۳۹۳). *اثرات گردشگری: پیامدها، چارچوب‌ها و سیاست‌ها*. تهران: نشر مهکامه.
- کاظمی، مهدی. (۱۳۹۲). مدیریت گردشگری. تهران: سمت.
- میسون، پیتر. (۱۳۹۰). *گردشگری: اثرات، برنامه‌ریزی و مدیریت* (ترجمه روزبه میرزائی و پونه ترابیان). تهران: انتشارات نرمة.
- وزین، نرگس؛ برقی، حمید و طباطبایی، سید محمد. (۱۳۹۷). ارزیابی اثرات توسعه گردشگری بیابانی بر جوامع روستایی، مطالعه موردی: روستاهای بخش‌های جرقویه علیا و بن رود شهرستان اصفهان. *جغرافیای سرزمین*، ۱۵(۵۷)، ۱۰۵-۱۲۱.
- وزین، نرگس؛ مختاری‌هشی، حسین و ستایش‌منش، مهدی. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر توسعه گردشگری بر تقویت قدرت ملی ایران. *پژوهش‌های جغرافیای سیاسی*، ۴۳(۴)، ۱۱۵-۱۳۹.
- ولا، فرانسوا و بشرل، لیونل. (۱۳۹۱). *گردشگری بین‌المللی* (ترجمه محمد ابراهیم گوهریان و محمد مهدی کتابچی). تهران: انتشارات امیرکبیر.
- ویلیامز، استفان. (۱۳۹۳). *جغرافیای گردشگری* (ترجمه محمود ضیایی). تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.

• Barre, H. (1996). *Culture, tourism, development: crucial issues for the XXIst century*. Paris: UNESCO.

• Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.

• Lanfant, M. F. (1980). Introduction: Tourism in the process of internationalisation. *International Social Science Journal*, 23 (1), 14-43.

• Richards, G. (2000). Tourism and the world of culture and heritage. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 9-17.

• Sheikhi, A. (2014). Hostility, tourism. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of tourism*. Oxford: Routledge.

• Sheikhi, A. R. (2015). Tourism impacts in a multiethnic society: The case of Baluchis in Iran. *Tourism Culture & Communication*, 15(1), 33-46.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

وزین، نرگس و شیخی، احمدرضا. (۱۳۹۹). پیامدهای فرهنگی توسعه گردشگری در کشور از دیدگاه خبرگان. *گردشگری فرهنگ*، ۱(۳)، ۲۱-۲۸.

DOI: 10.22034/toc.2020.241748.1012

URL: http://www.toc-sj.com/article_122898.html

