



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



ارزبمان محیط زیست کلان

نقش صنعت توریسم در توسعه فرهنگی شهرستان خرم آباد

دکتر محسن شاطریان^۱

معصومه دلفان^۲

فرشاد میرسپهوند^۳

چکیده

پدیده گردشگری که به بزرگترین و جابجایی انسان‌ها در زمان صلح اطلاق می‌شود خود به صورت یک پدیده اجتماعی-فرهنگی مطرح است. صنعت گردشگری که جزو بزرگترین صنعت در دنیا است بر ظرفیت‌ها و بخش‌های واقعی به ویژه بخش خدمات که برای رشد دراز مدت مناسب بوده استوار است؛ و در این بین نباید بر نقش گردشگری بر توسعه اجتماعی و فرهنگی غافل بود. توریسم یکی از عوامل تقویت کننده فرهنگ‌هاست، مسلماً گسترش صنعت توریسم علاوه بر جنبه‌های مثبت فرهنگی دارای تبعات منفی نیز خواهد بود. هدف اصلی این مقاله پی بردن به این تبعات از بعد فرهنگی و اجتماعی می‌باشد. داده‌ها و نتایج به کار گرفته شده در این پژوهش از روش «پیمایشی» استفاده شده است. جامعه آماری آن را افراد بالای ۲۲ سال ساکن شهرستان خرم‌آباد تشکیل می‌دهند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۲۶۵ نفر تعیین شده است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری با تلفیقی از شیوه نمونه تصادفی ساده توأم با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شد. ابزار پژوهش پرسشنامه توأم با مصاحبه بود که روایی و پایایی آن در مرحله مقدماتی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که مردم منطقه معتقدند که گسترش صنعت توریسم باعث شناخت فرهنگ‌ها و افزایش سطح آگاهی عمومی منطقه شده است. توسعه زیر ساخت‌های فرهنگی، افزایش مشارکت مردم در امر گردشگری و نوزایی صنایع دستی در منطقه می‌شود. در عین حال آن‌ها نگران از بین رفتن فرهنگ محلی و ضعیف شدن قواعد اخلاقی خویش هستند.

^۱. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه کاشان

^۲. کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی دانشگاه کاشان

^۳. کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی دانشگاه کاشان



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



ارزنامان محیط زیست همدان

کلمات کلیدی: توریسم، توسعه فرهنگی، پیامدهای فرهنگی، خرم آباد

مقدمه

سفر و جهانگردی هر چند پدیده‌ای کهن است، اما انقلاب صنعتی، اختراعات و اکتشافات جدید، افزایش رفاه عمومی و اوقات فراغت انسان‌ها، باعث تغییرات اساسی در نقش، ابعاد و اهمیت آن شده است (دولت آبادی، ۱۳۸۸: ۱۵). از میانه‌های سده بیستم به بعد، گردشگری دیگر فقط مشغولیت اقلیت ثروتمند نبوده و به یکی از شکل‌های فراغت تبدیل شده است، شکلی که طیف گسترده‌تری از مردم آن را تجربه کرده و پذیرفته‌اند. این وضعیت تا اندازه‌ی زیادی به دلیل پیشرفت‌های فناوری مقدور گردیده که پیدایش روش‌های بهتر و ارزان‌تر حمل و نقل را سبب شده و مسافرت‌های دور را در دسترس شمار رو به افزایشی از مردم قرار داده است (بنت، ۱۳۸۶: ۲۲۳). در واقع نیمه دوم قرن بیستم را باید عصر صنعت گردشگری نام نهاد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۶). پیشرفت‌هایی که در طول قرن بیستم در زمینه‌ی حمل و نقل هوایی و دریایی به وقوع پیوست، گردشگری را فعالیت فراغتی همگانی‌تری تبدیل کرد. به طور مثال در طول دهه‌ی ۱۹۶۰ ایجاد تورهای مسافرتی ارزان قیمت برای گذاران تعطیلات در اسپانیا، یونان و سایر مناطق مدیترانه به این معنا بود که گذران تعطیلات در آن سوی دریاها برای خانواده‌های طبقه‌ی کارگر و اقشار پایین طبقه متوسط نیز امکان پذیر بود، کسانی که چنین تجملی را قبلاً به خواب هم نمی‌دیدند (urry, 1990: 130). و این روند به حدی با تعجیل صورت می‌گیرد که سازمان جهانی جهانگردی (wto) تعداد گردشگران را برای سال ۲۰۱۰ بالغ بر یک میلیارد نفر برآورده نموده است. با توجه به حجم بالای مسافران در سال‌های اخیر، گردشگری و جهانگردی توانسته است خود را به عنوان یکی از بزرگترین صنایع در دنیا معرفی می‌نماید (شاطریان، ۱۳۸۸: ۱۱۷). امروزه سیاحت و گردشگری به عنوان فعالیتی فرهنگی و اقتصادی در جوامع مختلف شناخته شده است و به منزله نیروی محرک توسعه اقتصادی کشورها می‌باشد. از این رو گردشگری از نظر فرهنگی دارای اهمیت است. این امر در کوتاه مدت موجب اتحاد و پیوند بیشتر اقوام، مذاهب و فرهنگ‌های مختلف شده است. به همین دلیل روز به روز بر اهمیت بعد «عصر فرهنگ» این صنعت افزوده می‌شود. گردشگری موجب افزایش آگاهی جوامع از شیوه‌های زندگی یکدیگر و در نتیجه نزدیکی فرهنگ‌های ملل مختلف شده و سبب می‌شود تا گردشگری فرهنگی به عنوان نزدیک‌ترین گونه به عنصر فرهنگ، رشدی سریع از میزان رشد گردشگری را در دنیا کسب