

## اثرات گردشگری شهری بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهر شیراز

احسین نگهداری<sup>۱</sup>، آسیروس سلیمانی<sup>۲</sup>، روح الله صفایی<sup>۳</sup>، محمود رضا اشرف منصوری<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup>باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد داریون، دانشگاه آزاد اسلامی، داریون، ایران.  
<sup>۲</sup>باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد داریون، دانشگاه آزاد اسلامی، داریون، ایران.  
<sup>۳</sup>باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد داریون، دانشگاه آزاد اسلامی، داریون، ایران.  
<sup>۴</sup>باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد داریون، دانشگاه آزاد اسلامی، داریون، ایران.

negahdary\_h@yahoo.com

### چکیده

از زمینه های گردشگری شهری، بررسی وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می باشد. از مهمترین زمینه های شکل گیری گردشگری شهری شیراز می توان به اماکن تاریخی، موزه ها، معماری، فرهنگ و آداب و رسوم خاص شهر شیراز، نظیر موسیقی محلی، خوراک، پوشاک، صنایع دستی و همچنین به اماکن زیارتی مانند مرقد مطهر احمد ابن موسی شاهچراغ (ع)، سید علادین حسین (ع) و... اشاره نمود. گردشگری و به ویژه گردشگری شهری می تواند یک دریچه تازه از تاثیرات گردشگری شهری بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهر شیراز باشد. با این پیش زمینه فرض کلی این تحقیق بر این اساس می باشد؛ تا ضمن شناخت اثرات گردشگری شهری بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهر شیراز به عنوان یک شهر تاریخی و زیارتی در سطح کشور و جهان مورد بررسی قرار گیرد. نوشتار حاضر، تحقیق توصیفی- تحلیلی و مبتنی بر روش کتابخانه ای و اسنادی می باشد. و نتایج تحلیل نشانگر این است که اثرات گردشگری شهری بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهر شیراز از آنجا که باید مثبت باشد بیشتر از جنبه منفی برخوردار می باشد.

**کلمات کلیدی:** گردشگری شهری، وضعیت اقتصادی،

اجتماعی، فرهنگی و شهر شیراز

### مقدمه

صنعت گردشگری به ویژه گردشگری شهری پس از جنگ جهانی دوم (۱۹۵۰)، با گسترش شهرنشینی، کاهش ساعات کار، توسعه ی روز افزون راه ها و شبکه های حمل و نقل، ارتقای سطح فرهنگ عمومی و اصلاح قوانین و مقررات تحولی شگرف یافت، به طوری که امروزه گردشگری از نمادهای عصر تمدن تبدیل شده است (رضوانی، ۱۳۷۷، ۱۵). به علت ویژگی های منحصر به فرد گردشگری شهری، این صنعت از سوی دانشمندان و صاحب نظران به صادرات پنهان و صنعت بدون دود شهرت یافته است. این صنعت در سال های اخیر در رشته های مطرح اقتصادی جهان بعد از نفت و خودرو سازی مقام سوم را دارا بوده و بر اساس پیش بینی محققان تا

سال ۲۰۱۵، به عنوان بزرگترین صنعت و فعالیت اقتصادی جهان در خواهد آمد. صنعت گردشگری آمیزه ای از فعالیت های مختلف است که به صورت زنجیره ای در جهت خدمت رسانی به گردشگران انجام می گیرد.

گردشگری تمامی پدیده ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت ها و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی را در بر می گیرد (دریستساکیس، ۲۰۰۴، ۳۰۹). در کشورهای صنعتی، توسعه ی صنعت گردشگری موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می شود و در کشورهای در حال توسعه، فرصتی برای صادرات ایجاد می کند؛ به طوری که نرخ رشد آن از اشکال سنتی صادرات بیشتر است (لواسانی، ۱۳۸۵، ۳۴). اهمیت گردشگری شهری از نظر اقتصادی و اشتغال زایی به حدی است که می توان آن را به عنوان نیروی محرک اقتصادی هر کشوری محسوب کرد (بالاگوئر، ۲۰۰۲، ۱۸). گردشگری فعالیتی است که غیر از مزایای اقتصادی و اشتغالزایی، تاثیرات اجتماعی و فرهنگی بسیاری دارد. از تعامل افکار، اندیشه ها، سلیق و باورها در بستر مکان و در عرصه ی زمان است که بعد مرئی فرهنگ، تمدن متبلور می شود و مدنیت و شهرنشینی زاده می شود. شهرهای امروزی در ابعادی ملی، منطقه ای و جهانی کانون برخورد و انتشار فضایی ابعاد و عناصر فرهنگی متفاوت و گاه متضاد هستند که این مهم نه تنها نقشی مهم در حصول توسعه ی اجتماعی- اقتصادی و سیاسی آنها ایفاء می نماید؛ بلکه الزاماتی مکانی فضایی جهت توسعه ی ساخت ها و زیرساخت های مناسب را ایجاد می کند. در واقع گردشگران داخلی و خارجی، سفیران صلح و دوستی و عاملان و ناشران گفتگوی فرهنگی بین ملل محسوب می شوند که در تعامل با جامعه ی شهری میزبان می توانند به اشکال و نمودهای متفاوتی موجبات رشد و توسعه ی اجتماعی- فرهنگی شهر را فراهم آورند؛ هر چند که شهر و مدیریت شهری نیز در این تعامل دو جانبه ناگزیر است در جهت تامین نیازهای اجتماعی- فرهنگی گردشگام بردارد، امری مهم است که پاسخگوی نیاز فراغتی شهروندان ساکن در شهر نیز می باشد (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸، ۳۴).