

تأثیرات فرهنگی توسعه جهانگردی بر جوامع

دکتر مهدی کاظمی

عضو هیأت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

چکیده

جهانگردی، سفر موقت پاره‌ای از مردمان است به مقصدی غیر از محل زندگی عادی خود. در واقع، صنعت جهانگردی تعاملاتی بین جامعه میزبان و میهمان پدید می‌آورد که پیامد طبیعی آن بروز تغییر و تحول در کیفیت و سطح زندگی، الگوهای فرهنگی-رفتاری و نظام ارزشی، روابط خانوادگی، نگرش‌ها، آداب و سنن و به طور کلی تأثیر بر فرهنگ ساکنان محلی و یا گردشگران است. در این نوشتار، ضمن تشریح ارتباط فرهنگ و جهانگردی و نمایاندن نقش و اهمیت فرهنگ در توسعه این صنعت، به طرح دیدگاه‌های موافق و مخالف در باب پیامدها و آثار توسعه جهانگردی بر فرهنگ جوامع پرداخته می‌شود.

واژگان کلیدی: فرهنگ - جهانگردی - توسعه جهانگردی - تأثیرات فرهنگی - اجتماعی - چرخه جهانگردی - فرهنگ.

مقدمه

با وجود تأکیدی که بر اهمیت نقش جهانگردی در فرایند توسعه و لزوم توجه به آن

شده است، گسترش بی‌رویه این صنعت، مشکلات و معضلاتی چون رشد مشاغل کاذب، تخریب محیط زیست، آسیب‌های فرهنگی-اجتماعی مسائل و آسیب‌هایی را فراروی ما نهاده است. کم توجهی یا بی‌توجهی به این مسایل عواقب دردناک و جبران‌ناپذیری برای جامعه در پی خواهد داشت. در میان مخالفین توسعه جهانگردی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه و کشورهای اسلامی، گروهی نگران آثار مخرب احتمالی و ضایعات فرهنگی ناشی از توسعه این صنعت در جوامع خود هستند. شاید یکی از علل وجود چنین مخالفت‌هایی، عدم آگاهی کافی و وافی در خصوص تاثیرات فرهنگی-اجتماعی توسعه جهانگردی باشد که این خود ناشی از تمرکز مطالعات جهانگردی بر ابعاد اقتصادی موضوعی است که در بادی امر از جذابیت بیشتری برخوردار بوده و باعث غفلت از سایر ابعاد این پدیده شده است. از این‌رو، به نظر می‌رسد بررسی تاثیرات فرهنگی جهانگردی و کسب شناخت لازم در این زمینه نقش موثری در ایجاد دیدگاه مثبت نسبت به توسعه این صنعت پرشتاب جهانی و بهره‌مندی از منافع آن داشته باشد.

باتوجه به اهمیت آشنایی با تاثیرات فرهنگی توسعه جهانگردی، ضمن اشاره به اهمیت ارتباط فرهنگ و جهانگردی، اثرات مثبت و منفی ناشی از این رابطه مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

فرهنگ و جهانگردی

در بررسی رفتار انسان و جامعه، ابعاد فرهنگی حایز اهمیت است. این ابعاد در محیط بین‌المللی نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. زیرا تفاوت‌های فرهنگی مشخصی بین کشورها وجود دارد (داس ویل، ۱۹۹۶). جهانگردی و مسافرت از جنبه‌های برجسته فرهنگی-اجتماعی بشر هستند، حال، این سفر خواه با پای پیاده و خواه با وسایل حمل و نقل پیشرفته چون هواپیما و قطارهای سریع‌السیر صورت گیرد. جابه‌جایی از مکانی به مکان دیگر می‌تواند به خاطر ارضاء حس کنجکاوی و شناخت،

استراحت، تنوع‌طلبی، جستجوی عجایب خلقت و یا انگیزه‌های دیگر باشد. کسانی که مطالعه درباره جهانگردی را پیشه کرده‌اند، به خوبی دریافته‌اند که مطالعه جهانگردی از زاویه بررسی تعاملات مردمان در فرهنگهای مختلف تا چه حد ارزشمند است.

گولبی معتقد است که محصولات جهانگردی باعث ایجاد شوق به سفر، نه برای دیدن مکان‌ها، بلکه برای مشاهده مردمان و فرهنگهای دیگر می‌شود. مکلند بر آن است که یکی از واکنش عملهای انسان به فشارهای زندگی ماشینی و تولید انبوه ایجاد این باور است که زندگی خوب و ارزشمند در جایی دیگر از جهان در دسترس است. تعطیلات فرصت مغتنمی است که افراد بتوانند حداقل برای مدت کوتاهی آن شرایط را تجربه کنند (ویلیامز و شاو، ۱۹۹۴). بنابراین، براساس این دیدگاه، جهانگردان برای تجربه شیوه‌های زندگی و فرهنگ والای جوامع دیگر تن به سفر می‌دهند به راستی در انتظار الگوهای رفتاری و فرهنگ‌های برتراند.

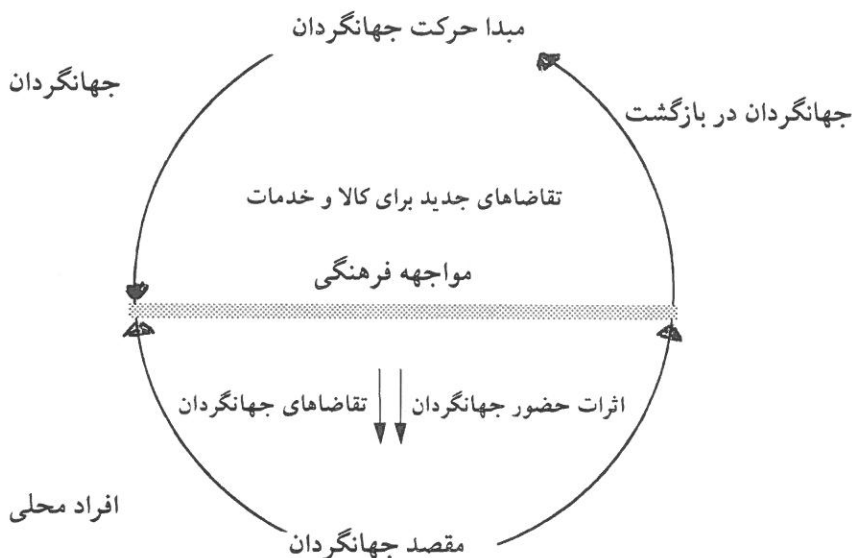
رودخانه‌ها و جنگلهای زیبا، بناهای تاریخی، صحراها، موزه‌ها و امکانات سرگرمی و تفریحی برای جهانگردان، زمانی ارزشمند است که آنان احساس کنند مورد استقبال و خوش‌آمدگویی میزبان‌اند. جهانگردی "وابسته به انسان"^۱ و به عبارتی "انسان محور"^۲ است. بازدیدکنندگان باید از آنچه که می‌بینند و تجربه می‌کنند در مواجهه‌شان با مردم محلی، لذت ببرند. بهترین مراکز اقامتی، رستورانها، فروشگاهها و زمینهای ورزشی، در صورتی که کارکنان آن مکانها و مردم محلی نگرش ناخوشایندی نسبت به گردشگران داشته باشند هیچگاه باعث موفقیت این صنعت نمی‌شوند. نگرش ایجابی مردم محلی به جهانگردان، تواضع و ادب و برخورد‌های صمیمی و دوستانه آنها، مبانی اصلی تجربه‌ای لذت‌بخش برای جهانگردان و موفقیت برای صنعت جهانگردی است. امروزه با رابطه لاینفک جهانگردی و فرهنگ به خوبی شناسایی شده و از آغاز قرن جدید کانون توجه جهانیان قرار گرفته است. فرهنگ عاملی است برای ایجاد میل یا نیاز به سفر و سیاحت و از سوی دیگر نقش اساسی در تعیین رفتارها، نگرشها، ارزشها و شیوه‌های زندگی مردم دارد. بر همین اساس، بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که جهانگردی

بیش از آنکه یک صنعت و فعالیت اقتصادی باشد، پدیده‌ای است فرهنگی و نقش مهمی در ایجاد تغییرات فرهنگی برعهده دارد.

یونسکو و بسیاری از سازمانهای علمی-فرهنگی بین‌المللی بررسی رابطه فرهنگ و جهانگردی مهم شمرده و بر نقش فرهنگ به عنوان کلید پاسخ به سؤالات پژوهشی که نهایتاً به درک کامل پدیده جهانگردی خواهد انجامید، تأکید نموده‌اند. فرهنگ با نفوذ پرتوان خود، می‌تواند به بهترین صورت ماهیت، هدف، ساختار و کارکرد جهانگردی را توضیح دهد. بسیاری از تحقیقات انجام شده در دهه اخیر نیز بر جدایی ناپذیری فرهنگ و جهانگردی و نقش فرهنگ در تشریح و توضیح فعالیتهای جهانگردی صحنه گذارده‌اند. علی‌رغم تأکیدات بسیاری که در گذشته و امروزه نسبت به ابعاد اقتصادی و مزایا و منافع جهانگردی می‌شود، اما همچنان فرهنگ بیشترین نفوذ و تأثیر را دارد. تأکید بر بعد اقتصادی و مطالعه توانمندیهای بالقوه اقتصادی این صنعت، بدون شک آن را به صنعتی پیشگام تبدیل خواهد نمود. اما هرگز بعد فرهنگی نباید تحت تأثیر قرار گرفته یا به فراموشی سپرده شود (جعفری و زرغام، ۲۰۰۰).

چرخه جهانگردی و فرهنگ

آشکار است ورود جهانگردان به یک مقصد روابط و تعاملاتی بین آنان و میزبانان ایجاد می‌نماید که یک بعد این رابطه فرهنگی است. تأثیر و تأثرات فرهنگی ناشی از این تعاملات به صورت یک فرایند چرخه‌ای^۳ در شکل (۱) نشان داده شده است.



شکل ۱- چرخه جهانگردی و فرهنگ

Source: Williams & Show. (1994) Critical Issues in tourism

همانگونه که در شکل (۱) مشاهده می‌شود جهانگردان هنگام عزیمت به یک مقصد، ابتدا با فرهنگ آن مقصد روبرو می‌شوند و از همان برخورد اول تعاملات فرهنگی میهمانان و میزبانان آغاز می‌شود. ظواهر، رفتارها، برخوردها و تقاضاهای جهانگردان تأثیراتی بر جامعه میزبان می‌گذارد. چنانکه میهمان‌نوازی، ادب و تواضع، رفتارها و فضای حاکم بر محیط مقصد که جزء عناصر غیر ملموس^۴ جهانگردی هستند، تأثیرات انکارناپذیری بر میهمانان دارد. البته جهانگردان نیز با آنچه در سفر تجربه کرده‌اند، در بازگشت به موطن خود، تقاضاهای جدیدی را به همراه می‌برند. برآیند تعاملات جهانگردان با جامعه میزبان می‌تواند آثار خوشایند و ناخوشایندی برای طرفین داشته باشد.

چنین است که صاحب‌نظران معتقدند مهمترین هدف تجزیه و تحلیل تأثیرات اجتماعی- فرهنگی جهانگردی، تهیه اطلاعات در باب شرایط محیطی و نحوه نگرش و

ادراک میزبان به توسعه جهانگردی است و این اطلاعات برای برنامه‌ریزان، مدیران و همه دست‌اندرکاران جهانگردی در یک منطقه سودمند است. آنها باید بکوشند نگرشها و ادراکات جانبدارانه نسبت به جهانگردی را تقویت و نگرشها و ادراکات منفی جامعه به تأثیرات توسعه جهانگردی را فروکاهند. وجود نگرشهای منفی نسبت به جهانگردی در جامعه، یکی از موانع عمده و اساسی در موفقیت این صنعت است (رتز، ۲۰۰۱). تناسب ویژگی‌های اصلی جهانگردان و جامعه میزبان در کاهش ادراکات و نگرشهای منفی و گسترش تعاملات مثبت سازنده بین آنها مؤثر است. البته هر چه اختلافات فرهنگی بین آنان کمتر باشد، امکان برقراری ارتباطات و درک و پذیرش طرفینی افزایش خواهد یافت.

تأثیرات فرهنگی - اجتماعی جهانگردی

عده‌ای بر این باورند که توسعه جهانگردی پیامدها و آثار مخرب بر فرهنگ جامعه دارد و استدلال می‌کنند که مردم هر جامعه دارای فرهنگ و ارزشهای خاص خوداند و هنگام سفر به سرزمینهای دیگر تمایل دارند محصول جهانگردی را طبق علایق و سلیق خود دریافت دارند. در همانحال، و براساس نگرش اقتصادی به جهانگردی و مفروض گرفتن قوانین عرضه و تقاضا بر بازار جهانگردی، عرضه‌کننده (جامعه میزبان) باید محصول خود را مطابق خواسته‌های تقاضاکننده (جامعه میهمان) ارائه نماید.

نتیجه این فرایند پدیده‌ای است که به نام تجاری شدن فرهنگ^۵ یا کالایی شدن فرهنگ^۶ به عبارت دیگر، مردم جامعه میزبان برای ارائه و عرضه فرهنگ خود به شکل محصولات فرهنگی، آن را بگونه‌ای منطبق با خواسته‌های جهانگردی تبدیل می‌کنند تا برای دیگران و در سطح گسترده بین‌المللی نیز قابل مصرف باشد. نقش آفرینی با اثر القایی^۷ نیز، فرایندی است که براساس آن، فرهنگ جهانگردان و هرچه که مربوط به آنهاست، برای جامعه میزبان الگو می‌شود. تداوم چنین فرایندهایی می‌تواند آسیبهایی جدی به فرهنگ جامعه میزبان وارد آورده و به شیوع از خود بیگانگی بینجامد.

اما مدافعان جهانگردی بر این اعتقاداند که فرهنگ یکی از عوامل مهم در بسط و توسعه جهانگردی است و نقش در انگیزش جهانگردان برای سفر دارد، چرا که امروزه این باور در سطح جهانی تقویت شده که آثار فرهنگی و تاریخی متعلق به یکی گروه یا ملت نیست و هر یک از این آثار مَعْرِف گوشه‌هایی از تاریخ تمدن بشر در کرهٔ خاکی است و میراث جهانی محسوب است، بنابراین، آثار فرهنگی، به همهٔ جهانیان و همه نسلهای آینده تعلق دارد و جهانگردی راهی برای حفظ و صیانت این میراث همگانی و فرهنگ جهانی است. نمونه‌ای از بروز این احساس مسئولیت جهانی در مقابل میراث فرهنگی و تاریخی را به هنگام تخریب مجسمه‌های بودا در افغانستان شاهد بودیم. بسیاری از مجامع و سازمانهای رسمی و غیررسمی بین‌المللی، به نوعی مراتب اعتراض، انزجار و نگرانی خود را از این عمل غیرانسانی و ضدفرهنگی حکومت وقت افغانستان اعلام کردند. در واقع، علاقه‌مندی و حساسیت جهانی به حفظ آثار فرهنگی و تاریخی و حمایت از الگوهای رفتاری و آداب و سنن جوامع مختلف، یکی از الزامات اساسی در طرح اندیشهٔ جهانگردی پایدار^۸ بوده است، از این رو، صاحب‌نظران توسعهٔ جهانگردی براساس اصول پایداری نه تنها آسیبی به فرهنگ جامعهٔ میزبان نمی‌دانند، بلکه در احیاء^۹ آن نیز مؤثر می‌دانند (ابی و کرامپتن ۱۹۹۸).

برخی از آثار مثبت فرهنگی توسعه جهانگردی عبارتند از: (W.T.O. ۷۷)

- توسعه جهانگردی حفظ میراث فرهنگی جامعه میزبان را در پی دارد که در غیر این صورت الگوهای فرهنگی موسیقی، رقص، نمایش، مدل‌های لباس، هنرها و صنایع دستی، مراسم، شیوه زندگی، رفتارها و برخوردها، فعالیتهای سنتی اقتصادی و سبک‌های معماری نیز جاذبه‌هایی مهم برای جهانگردان‌اند. چنانچه این نهادها و نمادها و سنت‌ها از میان بروند، جهانگردی فرهنگی در ناحیه موردنظر موفق نخواهد بود. در بعضی مناطق، جهانگردی می‌تواند نیروی محرکه‌ای برای احیای الگوهای فرهنگی باشد که ممکن است به مرور زمان به کنار نهاده شوند و توسعه جهانگردی به حفظ و نگهداری این الگوها کمک می‌کند.

- به توسعه و حفظ موزه‌ها، تئاترها و سایر امکانات فرهنگی مدد می‌رساند. جهانگردی تا حدودی از این امکانات حمایت می‌کند، ولی ساکنان بومی نیز از آنها بهره‌مند می‌شوند. بسیاری از موزه‌ها و تأثرهای مهم دنیا بیشترین حمایت مالی را از طریق خرید بلیطهای ورودی جهانگردان دریافت می‌کنند.
- وقتی مردم یک منطقه مشاهده می‌کنند جهانگردان به فرهنگ آنها ارزش و احترام فائلند احساس غرورشان تقویت و تجدید می‌شود. این امر به خصوص در بعضی جوامع سنتی که دستخوش تحولات سریع و از دست دادن اعتماد به نفس فرهنگی هستند، صادق است.
- فرصت مبادلات میان فرهنگی بین جهانگردان و ساکنان محلی را فراهم می‌کند و بدین‌گونه آن دو درباره فرهنگ‌های یکدیگر شناخت پیدا می‌کنند و به آن‌ها احترام می‌گذارند. این مبادله به بهترین وجه می‌تواند از طریق برخی از اشکال جهانگردی مانند جهانگردی فرهنگی فراچنگ آید.
- در خصوص آثار فرهنگی - اجتماعی جهانگردی مطالعات چندی صورت گرفته که در جدول (۱) نتایج برخی از این تحقیقات ذکر شده است.

جدول ۱- تأثیرات مثبت و منفی فرهنگی و اجتماعی گزارش شده در تحقیق‌ها

تأثیرات مثبت اجتماعی	
Pizam (1978), Milman & Pizam (1988), Perdue, Long & Allen (1990), Bystzanowski (1989)	● بهبود کیفیت زندگی
Pizam (1978), Belisle & Hoy (1980), Sheldon & Var (1981), Liu & Var (1986)	● افزایش امکانات تفریح و سرگرمی
Pizam (1978), Milman & Pizam (1988)	● بهبود کیفیت خدمات آتشنشانی
Pizam (1978)	● بهبود کیفیت خدمات پلیس
تأثیرات مثبت فرهنگی	
Pizam (1978), Sheldon & Var (1984), Liu, Sheldon & Var (1978), Milman & Pizam (1988)	● بهبود درک و تصور در مورد فرهنگها و جوامع دیگر
Belisle & Hoy (1980), Brouham & Butler (1981), Sheldon & Var (1984)	● گسترش تبادلات فرهنگی
Sheldon & Var (1984), Liu & Var (1986)	● تسهیل در ملاقات با جهانگردان و بازدیدکنندگان
Liu & Var (1986)	● حفاظت از حیثیت فرهنگی جامعه میزبان
Belisle & Hoy (1980), Liu & Var (1986)	● افزایش تقاضا برای نمایش
Liu & Sheldon (1987)	● آثار فرهنگی و تاریخی جامعه میزبان
تأثیرات منفی اجتماعی و فرهنگی	
Belisle & Hoy (1980), Liu & Sheldon (1987)	● افزایش فحشاء
Belisle & Hoy (1980), Milman & Pizam (1988)	● رشد الکلیسم
Rothman (1978)	● افزایش بی‌قراری در جامعه و زندگی شخصی
Brougham & Butler (1981)	● شکل‌گیری فرهنگ محلی غلط

Source: AP & Crompton. (1998) development & testing Tourism Impacts scale.

همانگونه که در جدول (۱) مشاهده می‌شود توسعه بی‌رویه جهانگردی اثرات منفی چون افزایش فحشاء، الکلیسم و رشد فرهنگ غلط محلی را به دنبال دارد، در حالی که توسعه برنامه‌ریزی شده جهانگردی می‌تواند نظام ارزشها، سبک زندگی، روابط خانوادگی، رفتار فردی و ساختار اجتماعی جامعه میزبان تأثیرات مثبت داشته باشد.

نتیجه گیری

در دوران ما تعداد جهانگردانی که با انگیزه‌های فرهنگی اقدام به سفر می‌کنند و مایلند هر چه بیشتر با فرهنگ ملت‌های دیگر آشنا شوند به سرعت فزونی می‌یابد. این افزایش انگیزه، برنامه‌ریزان صنعت جهانگردی را ملزم ساخته است که با در نظر گرفتن نیازهای این گروه از جهانگردان، زمینه‌های آشنایی و تعاملات فرهنگی و اجتماعی بین ملل مختلف را در قالب فعالیت‌های توسعه این صنعت فراهم نمایند. همچنان که این بررسی نشان می‌دهد برقراری این‌گونه ارتباطات، نه تنها پیامدهای منفی دربر ندارد بلکه طریقی مناسب مطمئن و عملی در تحقق ایده گفتگوی تمدن‌ها خواهد بود.

منابع و مأخذ

- ۱- ضرغام، حمید، (۱۳۷۶). راهکارهایی برای توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران. نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، کیش.
- ۲- وای گن، چاک. (۱۳۷۷). جهانگردی در چشم اندازی جامع. سازمانی جهانی جهانگردی، مترجمین: پارسایان و اعرابی. انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- 3- Ap, John & Crompton, John. (1998). Development & Testing a Tourism Impact scale. Journal of Travel Research. Vol 37. November. pp: 120-137.
- 4- Bukart, Erick & Mead like, M. (1979). Tourism, past, present & Future. By: williams Heinemann.
- 5- Doswell, Roger. (1996). Tourism: How effective Management make the different, By: Heineman.
- 6- Jafari, Jafar & Zargham, Hamid. (2000). Culture as the Bedrock of Tourism Multidisciplinary Landscape of knowlege. Presented at south Anniversary congress of knowlege. Presented at Soth Anniversary congress of Unesco in china.
- 7- Quinn, Tom. (1986). Tourism: Greeting the Guest. Michigan statue University.
- 8- Ratz, Tamara. (2001). The socio cultural Impacts of Tourism. By: W.T.O.
- 9- Williams, Gareth & shaw, M.Allen. (1994). Critical Issues in Tourism. By: Blackwell.

پی نوشتها

- 1- People dependent
- 2- People oriented
- 3- Cyclical process
- 4- intangible
- 5- commercialization
- 6- commodization
- 7- demonstration effect
- 8- sustainable tourism
- 9- revitalization