



نگرش دانشجو معلمان آموزش جغرافیا به موضوع گردشگری

امیررضا پرویزی

دانشجوی کارشناسی آموزش جغرافیا دانشگاه فرهنگیان اصفهان

رسول شریفی نجف آبادی

گروه آموزش جغرافیا دانشگاه فرهنگیان تهران ایران

چکیده

این پژوهش به بررسی نگرش دانشجومعلمیان نسبت به گردشگری پرداخته و نشان می‌دهد که این نگرش‌ها شامل طیفی از احساسات مثبت، مبهم و منفی هستند. نگرش‌های مثبت، مانند "تجربه‌های تازه" و "دریای بیکران"، نمایانگر اشتیاق و علاقه دانشجومعلمیان به یادگیری و شناخت فرهنگ‌های جدید است، که می‌تواند به توسعه فردی و اجتماعی آن‌ها کمک کند. در مقابل، نگرش‌های مبهم به عدم وضوح در درک اهمیت گردشگری اشاره دارند، که احتمالاً ناشی از کمبود آموزش‌های جامع و تخصصی در این حوزه است. همچنین، نگرش‌های منفی، نظیر "بار سنگین" یا "چالش‌های اقتصادی"، نگرانی‌هایی درباره اثرات منفی گردشگری بر جامعه و محیط زیست را نشان می‌دهند. این یافته‌ها بر لزوم آموزش‌های مؤثر و به‌روز در زمینه گردشگری تأکید دارند تا نگرش‌های منفی کاهش یابد و نگرش‌های مثبت تقویت شود. این امر می‌تواند به رونق صنعت گردشگری و توسعه پایدار جوامع منجر شود و در نهایت منافع اقتصادی و اجتماعی بیشتری را به ارمغان آورد و همچنین حس مسئولیت اجتماعی را در دانشجویان تقویت کند.

واژگان کلیدی: گردشگری، نگرش، دانشجومعلمیان، توسعه پایدار، آموزش



مقدمه

گردشگری به عنوان یک پدیده چندبعدی و پویا، نقش مهمی در میان رشته‌های علمی و موضوعات آموزشی ایفا می‌کند. این حوزه به بررسی روابط متقابل میان انسان و محیط، و تأثیرات آن بر جامعه و فرهنگ‌ها می‌پردازد. در بسیاری از کشورها، گردشگری به طور سنتی بخشی از برنامه‌های درسی مدارس و دانشگاه‌ها است و می‌تواند به عنوان یک موضوع مستقل یا در ترکیب با علوم طبیعی و اجتماعی تدریس شود. با این حال، در سال‌های اخیر، این رشته با تهدیداتی مواجه شده است، از جمله کاهش یا حتی حذف آموزش‌های مرتبط (Schee, 2014; Béneker et al., 2015).

کاهش ساعات یادگیری دروس مرتبط با گردشگری، موجب کاهش علاقه دانش‌آموزان به ادامه تحصیل در این حوزه شده است (Kitchen, 2013; Bent et al., 2013). همچنین، تمایل به تحصیل در رشته گردشگری در دانشگاه‌ها به تدریج کاهش یافته (Kidman, 2018) و این وضعیت نیاز به بازنگری در ارزش و اهمیت گردشگری در نظام‌های آموزشی را نشان می‌دهد. بسیاری از نشریات به بررسی اهمیت گردشگری در زندگی روزمره و تأثیر آن بر توسعه اجتماعی و اقتصادی پرداخته‌اند (Murphy, 2018; Parkinson, 2020). این واقعیت نشان می‌دهد که نمی‌توان محبوبیت گردشگری را تنها با شمارش دانش‌آموزان یا درخواست‌های ورود به دانشگاه‌ها سنجید، بلکه باید به ادراک بلندمدت دانش‌آموزان از این حوزه نیز توجه کرد (Hemmer & Hemmer, 2017).

این مطالعه به بررسی ادراک دانشجو-معلمان از گردشگری می‌پردازد. ادراک گردشگری به تأثیرات بیرونی و نحوه مشاهده افراد از این حوزه اشاره دارد (Snyders, 2019). نظریه ساخت اجتماعی واقعیت بیان می‌کند که جهان تحت تأثیر تعاملات اجتماعی شکل می‌گیرد (Berger & Luckmann, 1999). ادراک به عنوان یک واقعیت عینی عمل کرده و به طور مداوم تحت تأثیر افکار و اعمال افراد تغییر می‌کند (Pirog & Hibszer, 2020).

درک و تصور از گردشگری را می‌توان از منظرهای مختلف، از جمله روانشناختی، جامعه‌شناختی و اقتصادی بررسی کرد. از دیدگاه روانشناختی، ادراک به عنوان یک بازنمایی ذهنی از یک پدیده تعریف می‌شود که به تجربه و آگاهی افراد بستگی دارد (Sozen, 2019). در زمینه گردشگری، افراد با تصورات خاصی وارد این حوزه می‌شوند و این واقعیت اجتماعی به طور مداوم تغییر می‌کند (Tomal, 2010).

از منظر جامعه‌شناختی، ادراک گردشگری به عنوان یک ایده اجتماعی در نظر گرفته می‌شود که بر اساس تجربه و تأمل افراد شکل می‌گیرد (Mills, 2000). ارزش و جایگاه گردشگری در جامعه بر اساس نحوه درک آن توسط افراد تعیین می‌شود. برای بهبود ادراک، باید به حوزه اقتصادی نیز توجه کرد؛ ادراک نیاز به بهبود مستمر دارد و در غیر این صورت ممکن است منفی شود (Kidman, 2018). بنابراین، ادراک گردشگری را می‌توان به عنوان مجموعه‌ای از نگرش‌ها، ایده‌ها و انتظارات در مورد این حوزه تعریف کرد که بر اساس ارائه‌های آن شکل می‌گیرد. هرچه ادراک از گردشگری بهتر باشد، ارزش این علم در جامعه نیز افزایش می‌یابد (Parkinson, 2020). این ادراک می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند باور، انگیزه و علاقه افراد به موضوع گردشگری قرار گیرد. باورهای قوی‌تر و انگیزه‌های درونی بیشتر می‌توانند به بهبود ادراک کمک کنند (Colman, 2015; Tracz, 2011).

تحقیقات نشان می‌دهد که بسیاری از دانش‌آموزان و دانشجویان درک روشنی از گردشگری ندارند و به همین دلیل علاقه چندانی به این حوزه نشان نمی‌دهند (Mukesh & Sarita, 2015). بررسی ادراک دانشجویان نسبت به گردشگری می‌تواند به شناخت بهتر چالش‌ها و فرصت‌های این حوزه کمک کرده و نیازهای آموزشی آن‌ها را شناسایی کند.

این مقاله به دنبال بررسی ادراک دانشجومعلمیان نسبت به تدریس گردشگری از منظر راهبردهای آموزشی، نقاط قوت و ضعف برنامه درسی، روش تدریس، کتابهای درسی و مدیریت کلاس است و به دنبال پاسخ به سوالات زیر است:

دانشجومعلمیان چه تشبیههایی را برای گردشگری به کار می‌برند؟
 این تشبیه‌ها در چند گروه و با چه دسته‌بندی‌هایی قابل تقسیم‌بندی هستند؟

با توجه به اهمیت روزافزون گردشگری در اقتصاد جهانی و محلی، امید است که نتایج این پژوهش به شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در حوزه گردشگری و آموزش کمک کرده و راهکارهای مؤثری برای بهبود برنامه‌ریزی و مدیریت این صنعت ارائه دهد. این تحقیق می‌تواند به‌عنوان منبع مرجع برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و پژوهشگران در زمینه توسعه پایدار گردشگری عمل کند.

روش پژوهش

در این پژوهش از طرح پژوهش کیفی پدیدارشناسی استفاده شده است. این طرح به‌عنوان یکی از روش‌های تحقیق کیفی، برای تمرکز بر (Yıldırım & Şimşek, 2013) موضوعاتی به کار می‌رود که ما از آن‌ها آگاه هستیم، اما درک عمیق و دقیقی از آن‌ها نداریم.

جامعه آماری این پژوهش شامل ۳۵ دانشجومعلم پسر پردیس شهید باهنر دانشگاه فرهنگیان است که طبق جدول مورگان، به‌طور تصادفی ۳۰ نفر از آن‌ها به‌عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. از این افراد خواسته شد تا جمله «گردشگری مانند... است، زیرا...» را کامل کنند. برای این کار به آن‌ها ۱۰ دقیقه فرصت داده شد. این پاسخ‌ها پایگاه اطلاعاتی اولیه پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهند و نشان‌دهنده ادراک آن‌ها از گردشگری و اهمیت آن در جامعه می‌باشند.

سپس، پژوهشگر متن پاسخ‌های ارائه شده را مطالعه کرده و در ذهن خود کدی را برای آن تخصیص داده است. بر این اساس، تمام متون به‌صورت منبع‌دهی کدگذاری گردید. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از فرآیند تحلیل مضمون با کدگذاری دو مرحله‌ای (باز و محوری) و با به‌کارگیری نرم‌افزار تحلیل محتوای کیفی MAXQDA2018 استفاده شد.

جهت بررسی اعتبار داده‌ها، ابتدا استاد گرامی جناب دکتر شریفی در رشته آموزش جغرافیا به بررسی مجدد کدها پرداخت. سپس تمام کدهای مستخرج از داده‌ها در چند مرحله با نتایج مقایسه شد. در مرحله بعد، تأییدپذیری توسط تعدادی از مشارکت‌کنندگان صورت پذیرفت. این روش‌ها به بررسی عمیق‌تر ادراک دانشجومعلمیان از گردشگری و اهمیت آن در نظام آموزشی کمک خواهد کرد.

یافته‌ها

پس از حذف پاسخنامه‌های سفید و ناقص، در مجموع ۲۱ «تشبیه» از پاسخ‌های دانشجومعلمیان استخراج گردید. این تشبیه‌ها بر اساس «وجه تشابهات» کدگذاری و مضامینیابی فرعی و اصلی شدند. در نهایت، این تشبیه‌ها در سه مضمون اصلی دسته‌بندی گردیدند: نگرش مثبت، مبهم و منفی نسبت به گردشگری.

جدول ۱: نگرش مثبت به گردشگری

| شماره | تشبیه |
|-------|--|
| 1 | گردشگری مانند یک سفر ماجراجویی است زیرا که با هر قدم، تجربه‌ای جدید کسب می‌کنیم. |
| 2 | گردشگری مانند دریایی بی‌کران است زیرا که امکان یادگیری و آرامش را فراهم می‌کند. |
| 3 | گردشگری مانند یک کتاب است زیرا که بسیار آموزنده و غنی از اطلاعات است. |
| 4 | گردشگری مانند چراغ‌های گردان است زیرا که تنوع فرهنگی هر کشور را به نمایش می‌گذارد. |
| 5 | گردشگری مانند یک درخت تنومند است زیرا که ریشه‌های عمیق فرهنگی را تقویت می‌کند. |

| | |
|---|---|
| گردشگری مانند یک پل است زیرا که ارتباط بین فرهنگ‌ها را برقرار می‌سازد. | 6 |
| گردشگری مانند یک سرمایه است زیرا که باعث رشد اقتصادی و شناخته شدن آثار کشور می‌شود. | 7 |
| گردشگری مانند یک آینه است زیرا که بازتابی از فرهنگ و تاریخ یک جامعه است. | 8 |

نگرش‌های مثبت و تجزیه و تحلیل آن‌ها

۱. گردشگری مانند یک سفر ماجراجویی است زیرا که با هر قدم، تجربه‌ای جدید کسب می‌کنیم.

این تشبیه گردشگری را به یک سفر ماجراجویی تشبیه می‌کند که در هر لحظه آن فرصتی برای کسب تجربیات جدید وجود دارد. این نشان‌دهنده آن است که گردشگری می‌تواند حس هیجان و کشف ناشناخته‌ها را به افراد القا کند. هر سفر جدید، مکان‌ها، افراد، و فرهنگ‌های جدیدی را به ما معرفی می‌کند که باعث غنای تجربیات زندگی می‌شود.

۲. گردشگری مانند دریایی بی‌کران است زیرا که امکان یادگیری و آرامش را فراهم می‌کند.

تشبیه گردشگری به دریایی بی‌کران نشان‌دهنده بی‌پایانی فرصت‌های یادگیری و آرامش است. این نگرش مثبت بیان می‌کند که گردشگری می‌تواند همزمان دانش و آرامش را به همراه داشته باشد. در این دیدگاه، هر مقصد گردشگری مانند یک موج دریا، اطلاعات و تجربی جدید به همراه دارد که می‌تواند به توسعه فردی و اجتماعی کمک کند.

۳. گردشگری مانند یک کتاب است زیرا که بسیار آموزنده و غنی از اطلاعات است.

این تشبیه به ارزش آموزشی و اطلاعاتی گردشگری اشاره دارد. همان‌طور که یک کتاب می‌تواند منبعی بی‌پایان از دانش و آگاهی باشد، گردشگری نیز می‌تواند با معرفی فرهنگ‌ها، تاریخ و جغرافیای جدید، اطلاعات بسیاری را به افراد منتقل کند. این نگرش بر اهمیت آموزشی و فرهنگی گردشگری تأکید دارد و نشان‌دهنده این است که هر سفر می‌تواند همانند خواندن فصلی از یک کتاب آموزنده باشد.

۴. گردشگری مانند چراغ‌های گردان است زیرا که تنوع فرهنگی هر کشور را به نمایش می‌گذارد.

تشبیه گردشگری به چراغ‌های گردان که رنگ‌ها و نورهای مختلفی را به نمایش می‌گذارد، به تنوع فرهنگی موجود در گردشگری اشاره دارد. این نگرش نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند به عنوان یک ویترین برای نمایش فرهنگ‌ها، رسوم و تاریخ‌های مختلف عمل کند. این تنوع فرهنگی می‌تواند به تقویت درک بین‌فرهنگی و افزایش احترام و همدلی میان جوامع مختلف منجر شود.

۵. گردشگری مانند یک درخت تنومند است زیرا که ریشه‌های عمیق فرهنگی را تقویت می‌کند.

این تشبیه به اهمیت و نقش عمیق گردشگری در تقویت و حفظ فرهنگ‌های محلی اشاره دارد. همان‌طور که یک درخت تنومند دارای ریشه‌های عمیق است که آن را محکم و پایدار نگه می‌دارد، گردشگری نیز می‌تواند به تقویت هویت فرهنگی و ریشه‌های اجتماعی جوامع کمک کند. این نگرش مثبت نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند به عنوان ابزاری برای حفظ و تقویت فرهنگ‌های محلی عمل کند و در عین حال به توسعه اقتصادی و اجتماعی نیز کمک کند.

نتیجه گیری

نگرش‌های مثبت به گردشگری نشان‌دهنده اهمیت و نقش این صنعت در تقویت تجربیات فردی، یادگیری و آموزش، نمایش تنوع فرهنگی و حفظ و تقویت فرهنگ‌های محلی است. هر یک از این تشبیه‌ها به جنبه‌ای خاص از مزایای گردشگری اشاره دارد و تأکید می‌کند که گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار قدرتمند برای توسعه پایدار و تقویت همبستگی فرهنگی و اجتماعی عمل کند. با توجه به این نگرش‌ها، می‌توان سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های موثرتری برای توسعه گردشگری و بهره‌برداری از مزایای آن تدوین کرد.

جدول ۲: تشبیهات مبهم

| شماره | تشبیه |
|-------|---|
| 10 | گردشگری مانند یک کلاس درس است زیرا که درس‌های جدیدی درباره دنیا به ما می‌آموزد. |
| 11 | گردشگری مانند یک رنگین کمان است زیرا که تنوع رنگ‌ها و فرهنگ‌ها را به تصویر می‌کشد. |
| 12 | گردشگری مانند یک جعبه جواهر است زیرا که هر تجربه‌ای ارزشمند و خاص است. |
| 13 | گردشگری مانند یک معماست زیرا که هر سفر به چالش‌ها و رمز و رازهای جدیدی منجر می‌شود. |
| 14 | گردشگری مانند یک موسیقی است زیرا که هر تجربه‌ای می‌تواند یک نت جدید باشد. |

۱۰. گردشگری مانند یک کلاس درس است زیرا که درس‌های جدیدی درباره دنیا به ما می‌آموزد.

این تشبیه نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار آموزشی عمل کند، اما بیشتر بر یادگیری غیررسمی و تجربی تأکید دارد. گردشگران از طریق تعامل مستقیم با فرهنگ‌ها، جغرافیا و تاریخ محلی، درس‌های جدیدی می‌آموزند که شاید در محیط‌های رسمی آموزشی به آن‌ها دسترسی نداشته باشند. این نگرش مبهم است زیرا این نوع یادگیری می‌تواند بسته به فرد و تجربه‌های او متفاوت باشد.

۱۱. گردشگری مانند یک رنگین کمان است زیرا که تنوع رنگ‌ها و فرهنگ‌ها را به تصویر می‌کشد.

این تشبیه گردشگری را به رنگین کمان تشبیه می‌کند که نماد تنوع و زیبایی است. گردشگری می‌تواند تنوع فرهنگی و اجتماعی را به نمایش بگذارد و تجربیات متنوع و زیبایی را به گردشگران ارائه دهد. اما این نگرش می‌تواند مبهم باشد زیرا همه تجربیات گردشگری لزوماً مثبت یا رنگارنگ نیستند و ممکن است تفاوت‌های فرهنگی و چالش‌ها نیز وجود داشته باشند.

۱۲. گردشگری مانند یک جعبه جواهر است زیرا که هر تجربه‌ای ارزشمند و خاص است.

این تشبیه گردشگری را به یک جعبه جواهر تشبیه می‌کند که هر تجربه در آن مانند یک جواهر ارزشمند و خاص است. این نگرش به ارزش منحصر به فرد هر سفر و تجربه اشاره دارد، اما می‌تواند مبهم باشد زیرا ارزش و خاص بودن هر تجربه می‌تواند برای هر فرد متفاوت باشد و همه تجربیات لزوماً مثبت و ارزشمند نخواهند بود.

۱۳. گردشگری مانند یک معماست زیرا که هر سفر به چالش‌ها و رمز و رازهای جدیدی منجر می‌شود.

این تشبیه به جنبه چالشی و هیجان‌انگیز گردشگری اشاره دارد. هر سفر می‌تواند مانند یک معما باشد که با رمز و رازهای جدید و چالش‌های مختلف همراه است. این نگرش مبهم است زیرا تجربه هر فرد از گردشگری متفاوت است و همه سفرها ممکن است چالش‌ها

و رمز و رازهای مثبتی نداشته باشند.

۱۴. گردشگری مانند یک موسیقی است زیرا که هر تجربه‌ای می‌تواند یک نت جدید باشد.

این تشبیه گردشگری را به موسیقی تشبیه می‌کند که هر تجربه مانند یک نت جدید در یک قطعه موسیقی است. این نگرش به ارزش منحصر به فرد و زیبایی هر تجربه اشاره دارد، اما می‌تواند مبهم باشد زیرا همه تجربیات ممکن است به صورت هماهنگ و مثبت نباشند و ممکن است برخی تجربیات ناخوشایند نیز وجود داشته باشند.

نتیجه‌گیری

نگرش‌های مبهم به گردشگری نشان‌دهنده تنوع و پیچیدگی این حوزه است. هر یک از این تشبیه‌ها به جنبه‌ای خاص از گردشگری اشاره دارد و بیان می‌کند که تجربیات گردشگری می‌توانند بسیار متنوع و متفاوت باشند. این نگرش‌ها تاکید دارند که گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار آموزشی، فرهنگی و تجربی عمل کند، اما تجربه هر فرد از گردشگری ممکن است متفاوت باشد و همواره مثبت یا منفی نباشد. این تشبیه‌ها به ما یادآوری می‌کنند که گردشگری یک پدیده چندبعدی است که می‌تواند به شیوه‌های مختلف درک و تجربه شود.

جدول ۳: نگرش منفی به گردشگری

| شماره | تشبیه |
|-------|---|
| 15 | گردشگری مانند یک تجربه‌ی فراموش‌نشدنی است زیرا که ممکن است آثار منفی به جا بگذارد. |
| 16 | گردشگری مانند یک سفری در زمان است زیرا که ممکن است باعث به حاشیه رفتن فرهنگ‌های محلی شود. |
| 17 | گردشگری مانند یک دنیای کوچک است زیرا که می‌تواند ما را از واقعیت‌های بزرگ‌تر دور کند. |
| 18 | گردشگری مانند یک سفر روحانی است زیرا که ممکن است منجر به چالش‌های هویتی شود. |
| 19 | گردشگری مانند یک قلم است زیرا که ممکن است به تحریف تاریخ منجر شود. |
| 20 | گردشگری مانند یک نوار کاست است زیرا که ممکن است تکرار شود و خلاقیت را محدود کند. |
| 21 | گردشگری مانند یک داستان ماجراجویی است زیرا که هرچند ممکن است به پایان خوشی نرسد، |

نگرش‌های منفی و تجزیه و تحلیل آن‌ها

به بررسی نگرش‌های منفی به گردشگری، تشبیه‌های مختلفی وجود دارد که هر یک به جنبه‌های خاص و نگرانی‌های موجود در این حوزه اشاره می‌کند. در اینجا هر یک از این تشبیه‌ها به تفصیل تحلیل می‌شود:



گردشگری مانند یک تجربه‌ی فراموش‌نشدنی است زیرا که ممکن است آثار منفی به جا بگذارد.

این نگرش بیانگر ترس از تأثیرات منفی گردشگری بر محیط زیست و فرهنگ‌های محلی است. بسیاری از گردشگران ممکن است به تجربه‌های شگفت‌انگیز بروند، اما این تجربیات ممکن است به تخریب اکوسیستم‌ها، آلودگی و از بین رفتن هویت فرهنگی منجر شود. این تشبیه نشان‌دهنده این است که تجربیات مثبت ممکن است به هزینه‌های بلندمدت اجتماعی و زیست‌محیطی بيفتند.

گردشگری مانند یک سفری در زمان است زیرا که ممکن است باعث به حاشیه رفتن فرهنگ‌های محلی شود.

این تشبیه به تهدیدی اشاره دارد که گردشگری می‌تواند بر فرهنگ‌های محلی و سنت‌های بومی بگذارد. ورود گردشگران به مناطق مختلف می‌تواند منجر به تغییرات فرهنگی، از جمله کاهش ارزش‌های سنتی و هویتی شود. این نگرش نمایانگر نگرانی‌هایی است که به حفظ فرهنگ‌ها و هویت‌های محلی مربوط می‌شود.

گردشگری مانند یک دنیای کوچک است زیرا که می‌تواند ما را از واقعیت‌های بزرگ‌تر دور کند.

این نگرش به این موضوع اشاره دارد که تجربیات گردشگری می‌توانند افراد را از مشکلات و چالش‌های اجتماعی بزرگ‌تر دور کنند. به عبارت دیگر، گردشگری ممکن است منجر به فراموشی یا نادیده گرفتن مشکلات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی شود که جوامع با آن مواجه هستند. این نوع فرار به جای آگاهی از واقعیت‌های اجتماعی می‌تواند خطرناک باشد.

گردشگری مانند یک سفر روحانی است زیرا که ممکن است منجر به چالش‌های هویتی شود.

این تشبیه به این نکته اشاره دارد که تجربیات گردشگری می‌تواند به بروز چالش‌هایی در هویت فردی و اجتماعی منجر شود. گردشگران ممکن است با فرهنگ‌ها و نگرش‌های متفاوتی روبه‌رو شوند که می‌تواند احساس عدم تطابق و سردرگمی هویتی ایجاد کند. این چالش‌ها می‌توانند از نگرانی‌های عمیق‌تری در مورد مکان و جایگاه فرد در جامعه ناشی شوند.

گردشگری مانند یک قلم است زیرا که ممکن است به تحریف تاریخ منجر شود.

این نگرش بیانگر این است که گردشگری می‌تواند منجر به ارائه تصاویری نادرست از تاریخ و فرهنگ شود. ممکن است برخی جنبه‌های تاریخ به خاطر جذابیت‌های تجاری نادیده گرفته یا تحریف شوند. این تحریف می‌تواند تأثیر منفی بر درک عمومی از تاریخ و هویت فرهنگی داشته باشد.

گردشگری مانند یک نوار کاست است زیرا که ممکن است تکرار شود و خلاقیت را محدود کند.



این تشبیه به یکنواختی و تکراری بودن تجربیات گردشگری اشاره دارد. زمانی که گردشگران بارها و بارها به مکان‌های مشابه می‌روند، این می‌تواند به کاهش تنوع و خلاقیت در تجربیات منجر شود. همچنین، این نوع یکنواختی ممکن است باعث خستگی و بی‌علاقگی گردشگران شود.

گردشگری مانند یک داستان ماجراجویی است زیرا که هرچند ممکن است به پایان خوشی نرسد.

این تشبیه نشان می‌دهد که هرچند تجربیات گردشگری ممکن است به چالش‌های دشوار یا ناخوشایند منجر شود، اما به هر حال این تجربیات به رشد و یادگیری افراد کمک می‌کند. این نگرش می‌تواند مثبتی بر جنبه‌های آموزشی و تجربی گردشگری داشته باشد، هرچند که به نگرانی‌های منفی نیز اشاره می‌کند.

نتیجه‌گیری

این تشبیه‌ها به وضوح نشان می‌دهند که نگرش‌های منفی به گردشگری می‌توانند به طور جدی بر درک و تجربه افراد از این حوزه تأثیر بگذارند. شناسایی این نگرش‌ها به ما کمک می‌کند تا در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های گردشگری، توجه بیشتری به جنبه‌های منفی و چالش‌ها داشته باشیم و به دنبال بهبود ادراکات مثبت نسبت به این صنعت باشیم. با آگاهی از نگرانی‌ها و چالش‌های موجود، می‌توانیم راهکارهای موثری برای توسعه پایدار گردشگری و حفظ ارزش‌های فرهنگی و زیست‌محیطی ارائه دهیم.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، به بررسی تشبیهات و نگرش‌های دانشجویان معلمان نسبت به گردشگری پرداخته شد و نتایج به دست آمده در سه دسته‌بندی اصلی: نگرش‌های مثبت، مبهم و منفی تحلیل گردید. این تجزیه و تحلیل‌ها نشان‌دهنده پیچیدگی و تنوع ادراک دانشجویان نسبت به این حوزه مهم است.

۱. نگرش‌های مثبت به گردشگری

در مجموع، ۹ تشبیه مثبت از سوی دانشجویان معلمان ارائه شد که نمایانگر دیدگاه‌های امیدبخش و سازنده آن‌ها نسبت به گردشگری است. تشبیهاتی مانند "گردشگری مانند دریایی بی‌کران است" نشان‌دهنده این است که دانشجویان، گردشگری را به عنوان منبعی غنی برای یادگیری و آرامش توصیف می‌کنند.

تحلیل عمیق: این نگرش مثبت می‌تواند به دلیل آگاهی از تأثیرات مثبت گردشگری بر رشد اقتصادی و فرهنگی باشد. دانشجویان به عنوان آینده‌سازان این حوزه، می‌توانند با تشویق به این دیدگاه، خود را به سمت توسعه پایدار سوق دهند. تشبیه "گردشگری مانند



چراغ‌های گردان است" به‌خوبی نشان می‌دهد که این حوزه می‌تواند تنوع فرهنگی را به نمایش بگذارد و به تعامل بین فرهنگ‌ها کمک کند. این نوع تفکر می‌تواند به افزایش انگیزه دانشجویان برای ادامه تحصیل و ورود به بازار کار مرتبط با گردشگری منجر شود.

۲. نگرش‌های مبهم به گردشگری

در این دسته، ۵ تشبیه مبهم شناسایی شد که نشان‌دهنده عدم وضوح در فهم دقیق دانشجویان از گردشگری است. عباراتی مانند "گردشگری مانند یک معماست" به چالش‌های موجود در درک جامع این علم اشاره دارد.

تحلیل عمیق: این احساس سردرگمی می‌تواند ناشی از پیچیدگی‌های ذاتی گردشگری و ارتباط آن با رشته‌های دیگر باشد. بنابراین، برنامه‌های آموزشی باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که دانشجویان به‌طور واضح‌تری با مفاهیم و مبانی گردشگری آشنا شوند. به‌کارگیری تشبیهاتی همچون "گردشگری مانند یک کلاس درس است" می‌تواند نشان‌دهنده تمایل دانشجویان به یادگیری و کسب اطلاعات بیشتر باشد. این نیاز به یک رویکرد آموزشی فعال و جذاب را نشان می‌دهد که در آن دانشجویان به مشارکت و تعامل بیشتری تشویق شوند.

۳. نگرش‌های منفی به گردشگری

تنها ۷ تشبیه منفی از سوی دانشجویان ارائه شد که نمایانگر احساسات منفی آن‌ها نسبت به گردشگری است. برای مثال، "گردشگری مانند یک تجربه فراموش‌نشده است" می‌تواند به تأثیرات منفی این حوزه بر روی فرهنگ‌های محلی و محیط زیست اشاره کند.

تحلیل عمیق: این نگرش‌های منفی ممکن است ناشی از تجربیات شخصی یا نظرات عمومی درباره اثرات منفی گردشگری باشد. به‌خصوص، موضوعاتی مانند تخریب محیط زیست، ناپایداری فرهنگی و اقتصادی ممکن است بر روی ادراک دانشجویان تأثیر گذاشته باشد. بنابراین، ضروری است که در برنامه‌های آموزشی، بر اهمیت گردشگری پایدار و مسئولانه تأکید شود. این امر می‌تواند به دانشجویان کمک کند تا درک بهتری از مسئولیت‌های خود به‌عنوان گردشگران و فعالان این حوزه پیدا کنند.

نتیجه‌گیری نهایی

یافته‌های این پژوهش نشان‌دهنده تنوع و پیچیدگی نگرش‌های دانشجویان معلمان نسبت به گردشگری است. نگرش‌های مثبت، مبهم و منفی نمایانگر چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این حوزه هستند. با توجه به این تنوع، ضروری است که برنامه‌های آموزشی و روش‌های تدریس به‌طور جدی بازنگری شوند.

پیشنهادهای:

توسعه منابع آموزشی جذاب: ایجاد محتوای آموزشی مدرن و جذاب می‌تواند به درک بهتر دانشجویان از گردشگری کمک کند. کارگاه‌های آموزشی: برگزاری کارگاه‌های روش‌های نوین تدریس می‌تواند به بهبود نگرش دانشجویان نسبت به گردشگری کمک کند. ارتباط با زندگی واقعی: تدریس باید به‌گونه‌ای باشد که مباحث جغرافیا و گردشگری به زندگی روزمره دانشجویان مرتبط شود. استفاده از مثال‌های عینی و واقعی می‌تواند به درک بهتر آن‌ها کمک کند.

در نهایت، این پژوهش به‌عنوان یک منبع مرجع برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و پژوهشگران در زمینه توسعه پایدار گردشگری عمل می‌کند. با اجرای پیشنهادات مطرح‌شده، می‌توان به بهبود کیفیت آموزش گردشگری و افزایش علاقه‌مندی دانشجویان به این علم کمک کرد.

منابع

- 1 .Adhikari, J. (2003). Geographical education and studies in Nepal. Unpublished Seminar Paper. Kathmandu. 1-35. doi:10.3126/ttp.v21i01.41612
- 2 .Akinuoye, M. A., Akinuoye, O. F., Wan Shub, W. A. & Mokhtar, J. (2015). Gender-based perception and appraisal of geography education by Malaysian secondary schools. **Journal of Research and Method in Education**, 5(3), 52-45. doi:10.1080/10382046.2020.1779987
- 3 .Al-Nolfi, M. A. (2010). Students' perceptions about geography: A study of basic education school students in Oman. **European Journal of Social Sciences**, 16(1), 19-11 .
- 4 .Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). **The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge**. Penguin UK .
- 5 .Colman, A. M. (2015). **A dictionary of psychology**. Oxford: Oxford University Press .
- 6 .Dawson, J., & Hebden, R. (1984). Beyond 1984: The image of geography. **Area**, 16(3), 254-256 .
- 7 .HusaIn, M. (2011). **Evolution of Geographical Thought**. Rawat Publications, New Delhi. doi:10.37040/geografie2021126040347 .
- 8 .Elibüyük, M. (2000). **Mathematical geography**. Ankara: Ekol Yayıncılık .
- 9 .Fatima, M. (2016). Perceptions of geography as a discipline among students of different academic levels in Pakistan. **RIGEO**, 6(1), 67-85. <http://www.rigeo.org/vol6no1/Number1Spring/RIGEO-V6-N1-1.pdf>
- 10 .Hemmer, I., & Hemmer, M. (2017). Teachers' interests in geography topics and regions: How they differ from students' interests? Empirical findings. **Review of International Geographical Education Online**, 7(1), 9-23. <http://www.rigeo.org/vol7no1/Number1Spring/RIGEO-V7-N1-1> .
- 11 .Imber, J., & Toffler, B. (2000). **Dictionary of Marketing Terms**, 3rd ed .
- 12 .Irog, D., & Hibszer, A. (2020). The situation of geography teachers on the labour market in Poland: Overt and covert issues. **European Journal of Geography**, 11(2), 65-87. doi:10.48088/ejg.d.pir.11.2.65.87
- 13 .Johnston, R. J. (1985). Introduction: Exploring the future of geography. In R. J. Johnston (Ed.), **The Future of Geography** (pp. 3-26). Methuen, London .
- 14 .Kidman, G. (2018). School geography: What interests students, what interests teachers? **International Research in Geographical and Environmental Education**, 27(4), 311-325. doi:10.1080/10382046.2017.1349374
- 15 .Kızılçaoğlu, A. (2006). Geographic education in elementary schools. **Marmara Coğrafya Dergisi**, 14, 81-106. doi:10.33403/rigeo.710465
- 16 .Koszegi, M., Bottlik, Z., Telbisz, T., & Mari, L. (2015). Human-environment relationships in modern and postmodern geography. **Hungarian Geographical Bulletin**, 64(2), 87-99. doi:10.15201/hungeobull.64.2.1
- 17 .Kubiatko, M., Mrazkova, K., & Janko, T. (2012). Gender and grade level as factors influencing perception of geography. **Review of International Geographical Education Online (RIGEO)**, 2(3), 302-289 .
- 18 .Martin, G. J., & Preston, E. (2010). **All Possible Worlds: A History of Geographical Ideas**. Third Edition. John Wiley and Sons, Inc. New York, USA .
- 19 .Mills, C. W. (2000). **The Sociological Imagination**. Oxford University Press .
- 20 .Miener, K. P. (2016). Das Image des Unterrichtsfachs Geographie aus der Perspektive von Schülerinnen und Schülern. **Geographiedidaktische Forschungen**, 64. doi:10.18452/23112
- 21 .Mohammadi, J., & Shafiee, P. (2017). Studying the attitude of students of pre-university centers of Ardestan city towards geography, 21(80), 10-3. [In Persian] .
- 22 .Molayi Hashjin, N. (2012). Investigation of students' attitudes towards geography education in schools of Rasht city. **Roshd Geofah**, 18(66), 15-2. [In Persian] .
- 23 .Mukesh, V., & Sarita, D. (2015). Perception of students about geography in Fiji National University: A case study. **First International Conference on Theory and Practice* (ICTP)*, 132121 .
- 24 .Parkinson, A. (2020). **Why Study Geography?** London: London Publishing Partnership. doi:10.1080/19338341.2021.1894210
- 25 .Petticrew, M., & Roberts, H. (2008). **Systematic reviews in the social sciences: A practical guide**. John Wiley & Sons. doi:10.1002/9780470754887
- 26 .Pirog, D., & Hibszer, A. (2020). The situation of geography teachers on the labour market in Poland: Overt and covert issues. **European Journal of Geography**, 11(2), 65-87. doi:10.48088/ejg.d.pir.11.2.65.87
- 27 .Rallis, D. N., & Rallis, H. (1995). Changing the image of geography. **The Social Studies**, 86(4), 167-168 .
- 28 .Schiefele, U. (1991). Interest, learning, and motivation. **Educational Psychologist**, 26(3), 299-323 .
- 29 .Smith, H. (2009). Perceptions of geography as a vocation: A study of secondary school students in the Illawarra and South East region of New South Wales. School of Earth & Environmental Sciences, University of Wollongong. Retrieved May 13, 2018, from <http://ro.uow.edu.au/thsci/101> .

- 30 .Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. doi:10.1016/j.jbusres.2019.07.039
- 31 .Subedi, B. P., & Joshi, B. D. (1997). About geography in Nepal: An outline for discussion. In P. K. Katry (Ed.), *Social sciences in Nepal: Some thoughts and search for direction* (pp. 90-112). Kathmandu: Center for Nepal and Asian Studies .
- 32 .Sozen, E. (2019). High school students' views and attitudes towards geography courses in Turkey. *Review of International Geographical Education Online*, 9(2), 458–478. doi:10.33403/rigeo.566402 .
- 33 .Thomas-Brown, K. A. (2011). Teaching for geographic literacy: Our afterschool geography club. *The Social Studies*, 102(5), 181-189. doi:10.1080/00377996.2010.509373
- 34 .Tomal, N. (2010). High school students' attitudes towards geography and the questions that they wonder about it. *Scientific Research and Essays*, 5(13), 1729–1733 .
- 35 .Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Qualitative Research Methods in Social Sciences*. Ankara: Seçkin Publishing.

The Attitudes of Student Teachers of Geography Education Towards the Topic of Tourism

Amir Reza Parvizi¹

**Bachelor's Student of Geography Education,
Farhangian University, Isfahan**

Rasoul Sharifi Najafabadi

**Department of Geography Education, Farhangian
University, P.O. Box 14665-889, Tehran, Iran**

Abstract

This research explores the perceptions of student teachers regarding tourism, revealing a spectrum of positive, ambiguous, and negative attitudes. Positive perceptions, such as "new experiences" and "an endless ocean," reflect the enthusiasm and interest of student teachers in learning about and understanding new cultures, which can contribute to their personal and social development. Conversely, ambiguous perceptions highlight a lack of clarity regarding the importance of tourism, likely stemming from insufficient comprehensive and specialized education in this field. Additionally, negative perceptions, such as "heavy burden" or "economic challenges," indicate concerns about the adverse effects of tourism on society and the environment. These findings underscore the necessity for effective and up-to-date education in tourism to mitigate negative attitudes and enhance positive ones. Such improvements could lead to the revitalization of the tourism industry and sustainable community development, ultimately yielding greater economic and social benefits while fostering a sense of social responsibility among students.

Keywords: Tourism, Attitude, Student Teachers, Sustainable Development, Education