

تحلیل اثرات فرهنگی منفی گردشگری بر جامعه میزبان (مطالعه موردی: شهر بجنورد)

سمیرا محمدی

پژوهشگر دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

سیدمحمد موسوی*

دکتری تخصصی مدیریت گردشگری، سیاست پژوه حوزه گردشگری

احمدرضا سلیمی

کارشناس ارشد MBA، دانشگاه پیام نور تهران غرب، تهران، ایران.

تاریخ فرارگیری روی سایت: ۱۳۹۹/۰۸/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۵/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۰۴

چکیده | در بسیاری از کشورها، گردشگری بهترین وسیله برای اعتلای فرهنگ به شمار می‌رود و می‌تواند به لحاظ فرهنگی تغییراتی را در جامعه میزبان ایجاد کند. در واقع گردشگری از نظر ماهوی پیش از اینکه به‌عنوان یک پدیده اقتصادی مطرح باشد، پدیده‌ای فرهنگی است. به‌گونه‌ای که پیرامون آن آثار فرهنگی بسیاری شکل می‌گیرد. تحقیق حاضر با هدف تحلیل اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان در شهر بجنورد در تابستان ۱۳۹۸ صورت پذیرفته است. جامعه آماری این تحقیق خانوارهای ساکن شهر بجنورد هستند و حجم نمونه آماری ۳۸۴ نفر است که به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. تحقیق حاضر، از نظر هدف، کاربردی و براساس روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پیمایشی است. همچنین از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار «SmartPls» به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که اثرات فرهنگی منفی و هر یک از ابعاد آن (کالایی‌شدن فرهنگ، اقتباس فرهنگی، اثر نمایشی و تغییر فرهنگی) تأثیر مثبت و معناداری بر تغییر در نگرش جامعه میزبان دارند. همچنین نشان داده شد که متغیر تغییر فرهنگی دارای بزرگ‌ترین مقدار ضریب مسیر است و تأثیر آن نسبت به سایر متغیرها بر تغییر در نگرش جامعه میزبان بیشتر است.

واژگان کلیدی | گردشگری، اثرات منفی فرهنگی، جامعه میزبان، بجنورد.

و از سوی دیگر، نقشی اساسی و تعیین‌کننده در ایجاد رفتارها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و شیوه‌های زندگی انسان‌ها دارد. به‌جرت می‌توان گفت این عامل تفاوت فرهنگی است که محرک و انگیزه گردشگران و باعث سفر (آنها) به مناطق دورافتاده می‌شود. تنوع نژادی، قومیت‌ها، عادت‌های ارزشی، نگرش‌های مردم (میزبان و میهمان)، جنسیت و مذهب از جمله موارد مؤثر در برقراری ارتباط بین گردشگران و افراد بومی (میزبانان) است (امینیان و حسینی، ۱۳۹۵، ۱۳۱-۱۳۲). با

مقدمه | گردشگری از نظر ماهوی پیش از اینکه به‌عنوان یک پدیده اقتصادی مطرح باشد، پدیده‌ای فرهنگی است. فرهنگ با نفوذ قوی خود می‌تواند به بهترین وجه ماهیت، هدف، ساختار و کارکرد گردشگری را توضیح دهد. بدون تفاوت‌های فرهنگی، همه مکان‌ها تقریباً مشابه هم به‌نظر می‌رسند. فرهنگ عاملی برای ایجاد انگیزش به سفر و سیاحت است

* نویسنده مسئول: ۰۹۱۲۰۲۹۴۴۹۵، s.m.moosavi@outlook.com

یک مرز بنامند و این جاذبه‌ها آنقدر متنوع است که تقریباً برای هر سلیقه‌ای انگیزه کافی برای سفر به این کشور به وجود می‌آورد (غنیان، قدیری معصوم، مطیعی لنگرودی و زرافشانی، ۱۳۸۹، ۹۴). استان خراسان شمالی حلقه اتصال شمال و شرق کشور و استانی است که محل عبور سالانه بیش از ۲۰ میلیون مسافر است. این استان، با داشتن ۷۵ درصد منابع طبیعی، سرزمین اسب و ابریشم و چشمه و کوه و جنگل است و روستاهای زیبا، آبشارها و چشمه‌های آب گرم بستر مناسبی برای تقویت بوم‌گردی، اکوتوریسم، توریسم‌درمانی و گردشگری فرهنگی است. زندگی ۴۴ درصد از مردم این استان در روستاها ظرفیت بوم‌گردی استان را ارتقا می‌دهد و ۸ شهرستان خراسان شمالی هریک مهد فرهنگ‌ها و قومیت‌هایی است که جاذبه گردشگری استان محسوب می‌شوند. استان خراسان شمالی، از نظر وجود اقوام و قومیت‌های مختلف که هریک آداب و رسوم، باورها و سبک زندگی خاصی دارند، یکی از مراکز گردشگری فرهنگی در ایران است. این استان به گنجینه‌ای متنوع از اقوام شبیه است و به لحاظ بافت جمعیتی، قومیت‌های مختلف از جمله کرد، ترک، ترکمن، فارس و بلوچ در این استان زندگی می‌کنند. شهر بجنورد به‌عنوان مرکز این استان، تنوع فرهنگی و مذهبی و رواج آداب و رسوم مختلفی را شاهد است، لذا مطالعه چگونگی تأثیرگذاری گردشگری بر فرهنگ مردم این کشور بیش از پیش اهمیت می‌یابد. از طرفی، با رشد روزافزون تعداد گردشگران این استان و شکل‌گیری تبدلات فرهنگی میان گردشگران و مردم جامعه میزبان، اثرات منفی فرهنگی گردشگری به تدریج پدیدار خواهد شد. همین مسئله موجب شد تا در این تحقیق به بررسی اثرات فرهنگی منفی گردشگری بر جامعه میزبان گردشگر در شهر بجنورد پرداخته شود.

پیشینه تحقیق

آزادخانی، حسین‌زاده و سلیمی باوندپور (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «بررسی اثرات اجتماعی-فرهنگی توسعه گردشگری شهری ایلام» انجام دادند. نتایج نشان داد که توسعه گردشگری شهر ایلام در تغییرات اجتماعی و فرهنگی تأثیر معناداری داشته و بین توسعه گردشگری و افزایش تغییرات فرهنگی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، پنج عامل افزایش روابط اجتماعی و برقراری ارتباط مناسب میان شهروندان، شناخته‌شدن شهر در سطح منطقه، افزایش سرخوردگی و کاهش اعتمادبه‌نفس ساکنان، تغییر الگوی صمیمیت بین ساکنان شهر و ازدحام و شلوغی به‌عنوان اثرات اجتماعی-فرهنگی در شهر ایلام شناسایی شد. کروی، احمدی و رسولی (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «ارزیابی اثرات

توسعه روزافزون گردشگری، مقصدهای گردشگری و همچنین جامعه میزبان، اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی گسترده‌ای را درک می‌کنند (Reid, 2003, 147). آثار فرهنگی گردشگری از جمله مهم‌ترین ملاحظات توسعه گردشگری در هر منطقه به‌شمار می‌روند. اثرات اجتماعی-فرهنگی همان اثرات گردشگران بر جامعه میزبان است که با ارتباط مستقیم یا غیرمستقیم جامعه میزبان با گردشگران به وجود می‌آید (Mathieson & Wall, 1982, 124). اساساً هر گردشگر نماینده‌ای از یک فرهنگ است و با خود نه تنها یک یا چند رفتار و اعتقاد یا سنت را جابه‌جا می‌کند، بلکه تصویری زنده از جامعه دیگری به‌نمایش می‌گذارد. گردشگران با خود دنیایی از ارزش‌ها و گاه خواسته‌های نه چندان مأنوس با فرهنگ جامعه میزبان را به همراه دارند. استمرار و مداومت در مراودات گردشگری بین یک جامعه با جامعه دیگر یا درون یک جامعه، موجب بروز تغییر و تحولات فرهنگی می‌شود که به آن تعامل میان فرهنگی گردشگر و افراد جامعه میزبان می‌گویند. هر قدر ارتباط بین دو فرهنگ از مسافرت و ملاقات رو در رو بیشتر باشد، به همان میزان کنش و واکنش رفتاری و پذیرش نمادها و سبک‌ها و به‌عبارت دیگر، تعامل میان فرهنگی عمیق‌تر و بادوام‌تر خواهد بود. قطعاً این نوع از ارتباطات و تعامل با محیط میزبانان، فعل و انفعالات فرهنگی و تغییراتی را هم در خود گردشگر و هم در بستر جامعه میزبان به همراه دارد (امینیان و حسنی، ۱۳۹۵، ۱۳۱-۱۳۲).

توسعه گردشگری دارای تأثیرات مثبت فرهنگی، از جمله آشنایی مردم با کشورها و نحوه زندگی سایر ملل، افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی مردم جامعه، ایجاد وسعت نظر و بسط حوزه دید مردم، غنی‌شدن تجارب فرهنگی افراد جامعه، امکان انتقال ارزش‌های فرهنگی به جهانیان، محافظت از میراث تاریخی و فرهنگی کشور و ایجاد احترام متقابل بین مردمی با فرهنگ‌های متنوع است (زاهدی، ۱۳۸۵، ۴۹). همچنین تعاملات گردشگران با جامعه میزبان اثراتی منفی همچون اقتباس فرهنگی، اثر نمایشی، تغییر فرهنگی، کالایی‌شدن فرهنگ و درنهایت از بین رفتن فرهنگ غنی جامعه میزبان در طول زمان را نیز به همراه دارد. در دهه‌های اخیر با رشد روزافزون گردشگری و بروز مشکلات فرهنگی گردشگری در جوامع میزبان، لزوم بررسی و تحقیق در باب اثرات منفی گردشگری هر روز بیشتر و بیشتر خواهد شد، تا جایی که لازمه توسعه پایدار گردشگری را شناخت ظرفیت‌های جوامع، آثار و تبعات منفی گردشگری و تدوین برنامه‌ای برای کنترل این اثرات و هدایت آثار مثبت آن می‌دانند. غنای جاذبه‌ها در ایران موجب شده است که آن را جهانی در

موارد فوق و به عبارتی بروز این تغییرات در محدوده گسست فرهنگی، البته با شدت‌های ملایم بوده است.

علیقلی‌زاده فیروزجایی، رمضان‌زاد لسبویی و اسماعیلی (۱۳۹۳) پژوهشی را تحت عنوان «سنجش نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی مناطق بیابانی و کویری (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک)» انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که جامعه محلی از توسعه گردشگری حمایت زیادی می‌کند و میزان حمایت آنها تابعی از سطح توسعه گردشگری، وابستگی شغلی، وابستگی درآمدی، سطح تحصیلات و غیره است. در عین حال، تصویر ذهنی ساکنان در روستاهای گردشگرپذیر، در بعد اثرات مثبت گردشگری قوی‌تر و در بعد اثرات منفی گردشگری، نسبت به ساکنان روستاهای کمتر گردشگرپذیر، ضعیف‌تر درک شده است.

ادبی ممقانی، خانی، سجاسی قدراری و فرخی سیس (۱۳۹۳) پژوهشی با عنوان «ارزیابی اثرات توسعه گردشگری فرهنگ‌محور در تغییرات اجتماعی-فرهنگی مقاصد روستایی (مطالعه موردی: بخش کن-دهستان سولقان)» انجام دادند. نتایج به دست آمده نشان داد که بین اثرات توسعه گردشگری با تغییرات اجتماعی-فرهنگی در روستاهای مورد مطالعه رابطه معنادار وجود دارد و بیشترین اثرات در زمینه تغییر در نحوه پوشش جوانان روستا و تغییر آداب و رسوم مردم محلی مشاهده می‌شود. بنابراین می‌توان بیان کرد که توسعه گردشگری در روستاهای منطقه مورد مطالعه تأثیرات عمیقی بر تغییرات اجتماعی-فرهنگی دارد.

خاکساری، ابراهیم‌نیا سماکوش، دامادی و معزز (۱۳۹۲) پژوهشی با عنوان «ارزیابی تأثیرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری شهری بر نحوه زندگی مردم شهر بابلسر» انجام دادند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که از دیدگاه مردم تأثیر گردشگری شهری بر ۵ شاخص و از دیدگاه مسئولان بر ۶ شاخص از ۱۴ شاخص بررسی شده مورد تأیید قرار گرفته‌اند که لزوم توجه به این صنعت در برنامه‌ریزی‌ها را اثبات می‌کند.

تقدیسی، مرادی و بهاری (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان «تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری شهرستان دالاهو» انجام دادند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که از دیدگاه ساکنان و مسئولان، گردشگری آثار مثبتی نظیر افزایش آگاهی‌های عمومی و بالارفتن سطح استانداردهای زندگی مردم و آثار منفی‌ای نظیر تغییر در آداب و سنن محلی و افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی-فرهنگی داشته شده است. سحابی و مرادی (۱۳۹۰) پژوهشی با عنوان «تحلیل اثرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری» انجام دادند. نتایج تحلیل نشان می‌دهد گردشگری نقش مهمی در ایجاد تغییرات فرهنگی دارد؛ از یک سو باعث رواج و تقویت عناصر فرهنگی

اجتماعی-فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان (مورد مطالعه: شهر بانه)» انجام دادند. تحلیل یافته‌های تحقیق بیانگر این است که مهم‌ترین عامل تأثیرگذار در پیش‌بینی متغیر وابسته تغییر در جامعه میزبان، تغییر فرهنگی است و بعد از آن دو متغیر اثر نمایشی و اقتباس فرهنگی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر نگرش جامعه میزبان داشته‌اند. کالایی‌شدن فرهنگ کمتر از دیگر شاخص‌ها بر تغییر در جامعه میزبان تأثیرگذار بوده است.

یوسفی و شریفی تهرانی (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «تحلیلی بر اثرات اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری (مطالعه شهرستان بیرجند)» انجام دادند. براساس نتایج استخراج شده از آزمون باید گفت توسعه صنعت گردشگری به تقویت اثرات مثبت آن در شهرستان بیرجند کمک خواهد کرد، ولی از سوی دیگر این توسعه اثرات منفی را نیز در پی خواهد داشت.

بهاری و بابانسیب (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان شبستر)» انجام دادند. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که از دیدگاه جامعه محلی، گردشگری در شهرستان شبستر اثرات مثبت و پیامدهای منفی زیادی را در هر یک از بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به دنبال داشته است.

وثوقی و خوش‌نمک (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «تبیین تفاوت‌های میان فرهنگی در گردشگری مبتنی بر درک جامعه محلی مورد مطالعه: ناحیه قره‌داغ (ارسباران)» انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که عوامل تأثیرگذار بر تماس بین گردشگران و جامعه محلی، نقش فرهنگ در گردشگری، انواع برخورد‌های میان فرهنگی، تفاوت‌های فرهنگی بین گردشگران و جامعه محلی، مشکلات تفاوت‌های فرهنگی گردشگران با جامعه محلی، تأثیر تفاوت‌های فرهنگی بر جامعه محلی و نحوه برخورد جامعه محلی در مواجهه با تفاوت‌های فرهنگی گردشگران با آن‌ها، هفت موضوع اصلی مرتبط با تفاوت‌های میان فرهنگی در گردشگری هستند و ۲۶ موضوع فرعی بر این موضوعات اصلی تأثیرگذارند.

امینی و زیدی (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «تأثیرات فرهنگی گردشگری در مناطق روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای ایبانه)» انجام دادند. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها براساس دیدگاه طیفی تداوم/گسست فرهنگی، بیانگر تأثیرگذاری فرهنگی معنی‌دار گسترش گردشگری، در همه حوزه‌های آداب و رسوم محلی، روابط و انسجام اجتماعی، مبادلات فرهنگی، کالایی‌شدن فرهنگ محلی، توجه به میراث فرهنگی، آگاهی‌های عمومی، ناهنجاری‌های فرهنگی، نمودهای رفتاری و تغییرات یا واگشت‌های فرهنگی، در سطح روستا از دیدگاه ساکنان محلی است. گذشته از تفاوت‌های جزئی و انگشت‌شمار، ارزیابی جامعه محلی حاکی از تضعیف همه

احمد (Ahammed, 2010)، در «بررسی درک اثرهای اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و محیطی توسعه توریسم از سوی ساکنان بازار کاکس در بنگلادش» از سویی موافقت گسترده پاسخگویان با مزایای اقتصادی و اجتماعی توریسم و از سوی دیگر، تأثیرات منفی اجتماعی و فرهنگی آن در قالب افزایش جرم و اختلافات اجتماعی در منطقه را نشان داده است.

بایارد، باسلی و درونبرگر (Byrd, Bosley & Dronberger, 2009)، در تحقیق «مقایسه نگرش ذی‌نفعان مختلف نسبت به پیامدهای گردشگری در مناطق روستایی شمال غرب کالیفرنیا» نشان دادند که مهم‌ترین پیامدهای منفی گردشگری شامل ازبین‌رفتن سبک معماری سنتی بر اثر توسعه خانه‌سازی مدرن و گسترش تسهیلات گردشگری، آسیب به ابنیه و آثار تاریخی منطقه و افزایش جرم و بزهکاری در روستاها بوده است. جورج، مایر و رید (George, Mair & Reid, 2009) در کتاب خود، توسعه گردشگری روستایی در کشور کانادا را از دیدگاه محلی‌گرایی و تغییرات فرهنگی مطالعه کرده‌اند. دیدگاه تئوریک آنان در مطالعات موردی‌شان پیرامون مناطق روستایی در چند ایالت کانادا، که الگوی مطالعه حاضر نیز قرار گرفته است، بر این پایه استوار است که تأثیرات فرهنگی توسعه گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند در طیف گسترده‌ای از گسست فرهنگی^۱ تا پیوستگی و تداوم فرهنگی^۲ اتفاق افتد. نونکو و رامکیسون (Nunkoo & Ramkissoon, 2007) در تحقیقی با موضوع «ادراک ساکنان از اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری در موریس» به این نتیجه رسیدند که بیشتر اعضای جامعه میزبان نسبت به توسعه گردشگری عقاید مثبت داشتند و نتایج نشان داد که اغلب ساکنان از توسعه گردشگری حمایت می‌کنند، ولی درباره اثرات گردشگر در ایجاد تصویری از منطقه خود نگران بودند.

لپ (Lepp, 2007) در تحقیقی تحت عنوان «نگرش ساکنان نسبت به گردشگری در روستای بیگودی اوگاندا» به این نتیجه رسید که افراد ساکن در این منطقه برداشت مثبت و موافقی نسبت به گردشگری دارند. این برداشت مثبت ناشی از اعتقاد افراد ساکن به این مطلب است که گردشگری باعث رشد و گسترش جامعه، ارتقای بازارهای کشاورزی، تولید در بازار و بالاخره باعث خوشبختی و رفاه می‌شود. در این راستا فرض بر این شد که نگرش‌های مثبت به رفتار موافق گردشگری منجر شود. مشاهدات رفتار در طی شش ماه در بیگودی این فرضیه را تأیید کرد.

تامارا (Tamara, 2002) در پژوهشی مهم‌ترین اثر تعامل فرهنگی گردشگران و جامعه میزبان را تقلید ساکنان محلی از رفتار گردشگران دانست. از پیامدهای این تقلید رفتاری می‌توان به تغییر در کاربرد زبان، لباس و فرهنگ و یا کمک به فزونی ناهنجاری‌های اجتماعی، از جمله فحشا، قمار و تغییرات اشکال مادی و غیرمادی فرهنگ محلی، اشاره کرد.

مثبت می‌شود و از سوی دیگر در یک فرهنگ ناهنجاری اجتماعی ایجاد می‌کند.

سینگلا (Singla, 2014)، در مطالعه‌ای که به «بررسی اثرهای فرهنگی- اجتماعی گردشگری در شهر جیپور هند» پرداخته، اثرات متعدد مثبت و منفی آن را از دید مردم متذکر می‌شود و دیدگاه آنان را نسبت به آینده توسعه گردشگری در این شهر خوش‌بینانه ارزیابی می‌کند.

چوانگ (Chuang, 2013) پژوهشی با موضوع «ادراک ساکنان تائو از اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری» در جزیره تائو انجام داد و به این نتیجه رسید که ساکنان از تعامل با گردشگران لذت می‌برند و دید مثبتی نسبت به توسعه گردشگری دارند. همچنین نتیجه تحقیق نشان داد که ادراک ساکنان این روستاها از اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری ارتباط قابل توجهی با جنسیت، محل اشتغال، مدت زمان اقامت در منطقه و سن ندارد، بلکه ارتباط قابل توجهی با سطح تحصیلات، وضعیت اشتغال، سطح درآمد، وضعیت تأهل و روستای محل اقامت دارد.

لات‌کوا و ووت (Látková & Vogt, 2012) در تحقیقی با عنوان «نگرش‌های ساکنان نسبت به رشد و توسعه گردشگری کنونی و آینده در جوامع روستایی» که براساس مدل بردو، لانگ و آلن^۱ ساخته شده است، نشان دادند که ساکنان سه منطقه روستایی مجزا حامی رشد و توسعه گردشگری شدند و شواهد اندکی یافت شد که نشان می‌داد نگرش‌ها نسبت به گردشگری، با وجود سطح بالای گردشگری، منفی بوده است. نتایج تحقیق ری، داس، سنگوپتا و قوش (Ray, Das, Sengupta & Ghosh 2012) نشان داد که گردشگری روستایی پیامدهای بسیاری را بر اقتصاد محلی و روش زندگی مردم داشته و تغییرات اجتماعی فرهنگی متعددی را در جامعه مورد مطالعه به همراه داشته است. به‌عنوان مثال تسهیلات رفاهی مانند ارتباطات، خدمات بهداشتی، حمل و نقل و به‌طور کلی استانداردهای زندگی مردم بهبود یافته است.

براساس مطالعه عارف (Aref, 2011)، گردشگری اثرات مثبتی بر کیفیت زندگی ساکنان منطقه دارد. در این تحقیق، مهم‌ترین این اثرات رفاه عاطفی، رفاه جامعه، اشتغال و درآمد بیان شد. این در حالی است که این پدیده آثار منفی بر امنیت و سلامتی افراد منطقه داشته است.

اقبال، بخشنده نصرت و علی‌پور (Eghbali, Bakhshandeh & Nosrat & Alipour, 2011)، در «بررسی ابعاد تأثیرگذاری گردشگری روستایی در استان سمنان» موارد منفی متعددی چون بالابودن میزان ریسک فعالیت‌های گردشگری، افزایش هزینه‌ها، ایجاد تغییر در فرهنگ بومی، فشار بیش از حد بر منابع و امکانات محلی و تخریب آنها، ایجاد آلودگی‌های زیست محیطی و فرسایش خاک را برمی‌شمارند.

با مطالعه روابط سازه‌های مطرح‌شده، پیشینه تحقیق ارائه می‌شود که در تصویر ۱ نشان داده شده است.

فرضیات تحقیق

- فرضیه اصلی: اثرات فرهنگی منفی گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر تغییر نگرش جامعه میزبان دارد.
- فرضیات فرعی:
 ۱. کالایی شدن فرهنگ بر تغییر نگرش جامعه میزبان تأثیر مثبت و معناداری دارد.
 ۲. اقتباس فرهنگی بر تغییر نگرش جامعه میزبان تأثیر مثبت و معناداری دارد.
 ۳. اثر نمایشی بر تغییر نگرش جامعه میزبان تأثیر مثبت و معناداری دارد.
 ۴. تغییر فرهنگی بر تغییر نگرش جامعه میزبان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

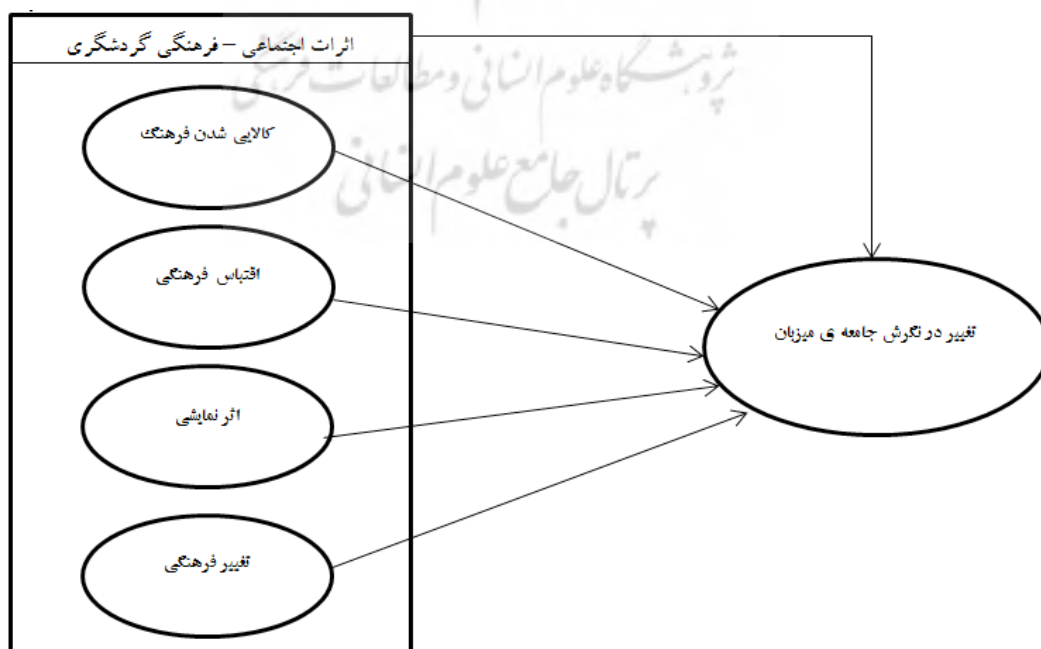
اهداف تحقیق

- هدف اصلی: تعیین اثرات فرهنگی منفی گردشگری بر تغییر نگرش جامعه میزبان.
- اهداف فرعی:
 ۱. تعیین تأثیر کالایی شدن فرهنگ بر تغییر نگرش جامعه میزبان.
 ۲. تعیین تأثیر اقتباس فرهنگی بر تغییر نگرش جامعه میزبان.
 ۳. تعیین تأثیر اثر نمایشی بر تغییر نگرش جامعه میزبان.

آندرک و ووت (Andereck & Vogt, 2000)، در تحقیقی که در سراسر ایالات آریزونا انجام دادند، به این نتیجه رسیدند ساکنان می‌توانند پیامدهای مثبت و منفی گردشگری را درک کنند. افرادی که از گردشگری سود می‌برند احساس می‌کنند گردشگری برای توسعه اقتصادی اهمیت دارد و درباره اثرات مثبت آن آگاهی بیشتری دارند، ولی در مورد درک پیامدهای منفی گردشگری با دیگر افراد تفاوتی ندارند. نتایج مطالعه باویا (Baiwa, 2000) پیرامون تأثیرات فرهنگی- اجتماعی گردشگری در دلتای آکواونگو در بوتسوانا بیانگر دوسویه بودن این تأثیرات در آداب و رسوم محلی و هنجارهای فرهنگی سنتی این ناحیه بوده است. در همین رابطه هارلمبو پلوس و پیزام (Haralambopoulos & Pizam, 1996) اثرات ادراک‌شده گردشگری را از دیدگاه ساکنان مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد گردشگری پیامدهای منفی از جمله افزایش قیمت، اعتیاد، تخریب، هرج و مرج و افزایش جرم و جنایت را در جامعه میزبان برجای گذاشته است. همچنین نتایج نشان‌دهنده نگرش مثبت‌تر افراد وابسته به صنعت گردشگری نسبت به افرادی است که این وابستگی درآمدی را ندارند.

مدل مفهومی تحقیق

در این بخش مدلی مفهومی برای تحلیل اثرات فرهنگی منفی گردشگری بر جامعه میزبان (مطالعه موردی: شهر بجنورد)،



تصویر ۱. مدل مفهومی تحقیق. مأخذ: نگارندگان.

۴. تعیین تأثیر تغییر فرهنگی بر تغییر نگرش جامعه میزبان.

توصیف متغیرهای تحقیق

- کالایی شدن فرهنگ: فرایندی است که در آن، روش زندگی، سنت‌ها و نمادهایی که فرهنگ مردم را به تصویر می‌کشد به محصولات قابل قبول تبدیل می‌شود. به‌طور خلاصه کالایی شدن فرهنگ یعنی تبدیل آن به محصول برای فروش و درآمد.

- اقتباس فرهنگی: فرایندی است که می‌تواند به شناخت و آشنایی عناصر فرهنگی گردشگران توسط جامعه میزبان منجر شود و تا حدی تأثیرگذار بر الگوی زندگی افراد جامعه میزبان باشد.

- اثر نمایشی: اثری بر جوامع میزبان، با توجه به سیستم‌های ارزشی، استانداردهای رفتاری و نگرش‌ها نسبت به گردشگران، اموال، فرهنگ و فضاهاست. در واقع اثر نمایشی بیان می‌کند که تغییرات در نگرش، روش و الگوی رفتار میزبان به راحتی و تنها در نتیجه مشاهده رفتاری گردشگر ایجاد می‌شود.

- تغییر فرهنگی: عبارت از تغییر و دگرگونی در ابعاد فرهنگی در اثر ارتباط بین گردشگران و جامعه میزبان است. تغییرات فرهنگی در نتیجه تحولات به‌وجودآمده در جامعه، تغییر در روش زندگی مردم و تماس بین افراد جامعه و گروه‌های با فرهنگ مختلف به‌وجود می‌آید (کروبی و همکاران، ۱۳۹۵).

در این پژوهش اثرات فرهنگی منفی گردشگری و ابعاد آن که عبارت است از کالایی شدن فرهنگ، اقتباس فرهنگی، اثر نمایشی و تغییر فرهنگی به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده‌اند. متغیر تغییر نگرش جامعه میزبان به‌عنوان متغیر وابسته (تابع) در نظر گرفته شده است که تأثیر کلی اثرات فرهنگی منفی گردشگری و هر یک از ابعاد آن در ایجاد تغییر نگرش جامعه میزبان مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

روش تحقیق

پژوهش حاضر، از حیث هدف، کاربردی است و از حیث روش انجام آن، در دسته پیمایشی-هم‌بستگی قرار می‌گیرد. قلمرو مکانی این تحقیق شهر بجنورد و قلمرو زمانی آن تابستان ۱۳۹۸ است. در این پژوهش برای آزمون فرضیه‌های پژوهش و برازش مدل مفهومی، مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار «SmartPls» استفاده شده است که در زمینه مدل‌سازی معادلات ساختاری بر پایه روش حداقل مربعات جزئی، نرم‌افزاری پرکاربرد و مفید است. ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها در این مطالعه پرسشنامه محقق ساخته است و سؤالات پرسشنامه در قالب مقیاس ۵ رتبه‌ای لیکرت تدوین شده است. جامعه آماری این تحقیق خانوارهای ساکن شهر بجنورد و حجم نمونه آماری ۳۸۴ نفر است که به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. براساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، جمعیت شهر بجنورد ۲۲۸۹۳۱

نفر است که برای برآورد حجم نمونه از روش نمونه‌گیری کوکران، با سطح اطمینان ۹۵ درصد و احتمال خطای ۵ درصد، از ۳۸۴ نفر به‌دست آمد.

$$n = \frac{z^2 pq}{d^2} \div \left(1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right) \right)$$

که در آن سطح اطمینان ۹۵٪ است، $Z=1.96$ ، $p=q=0.5$ ، مقدار خطا (d): 0.05 و تعداد جامعه آماری (n) ۲۲۸۹۳۱ است. به‌منظور سنجش روایی پرسش‌نامه، دو نوع روایی منطقی و روایی سازه در نظر گرفته شده و در این راستا، روایی محتوا، اعتبار ظاهری و اعتبار عاملی (تحلیل عاملی) بررسی شدند. آزمون اعتبار عاملی پرسش‌نامه با کمک تحلیل عاملی تأییدی و با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس انجام گرفته است. همه بارهای عاملی متغیرهای تحقیق بالاتر از 0.5 بوده که نشان‌دهنده روایی بالای پرسش‌نامه است. همچنین اعتبار محتوای پرسش‌نامه با اتکا به نظر متخصصان و اساتید تأیید و اصلاحات لازم اعمال شده است. به‌منظور سنجش پایایی ابزار تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. در تحقیق حاضر ضریب آلفای کرونباخ کل پرسش‌نامه برابر 0.875 بوده است، و برای هر یک از متغیرهای تحقیق به‌صورت مجزا محاسبه شد که نتایج آن در جدول ۱ ارائه شده است. همان‌طور که نتایج ضریب آلفای کرونباخ نشان می‌دهد، پرسشنامه مورد نظر از پایایی مناسبی برخوردار است.

یافته‌های تحقیق

براساس نتایج تحقیق ۵۵ درصد افراد نمونه مرد و ۴۵ درصد زن بوده‌اند. در زمینه توزیع سنی نیز ۲۶ درصد در رده سنی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۴۴ درصد در رده سنی ۳۰ تا ۴۰ سال، ۲۳ درصد در رده سنی ۴۰ تا ۵۰ سال و ۷ درصد در رده سنی ۵۰

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق. مأخذ: نگارندگان.

متغیرهای تحقیق	تعداد سؤالات	ضریب آلفای کرونباخ
کالایی شدن فرهنگ	۸	۰/۹۱۱
اقتباس فرهنگی	۴	۰/۸۸۹
اثر نمایشی	۴	۰/۷۷۵
تغییر فرهنگی	۴	۰/۹۴۶
جمع	۲۰	۰/۸۷۵

جدول ۲. شاخص‌های برازندگی مدل. مأخذ: نگارندگان.

متغیرهای تحقیق	تعداد سوالات	ضریب آلفای کرونباخ
کالایی شدن فرهنگ	۸	۰/۹۱۱
اقتباس فرهنگی	۴	۰/۸۸۹
اثر نمایشی	۴	۰/۷۷۵
تغییر فرهنگی	۴	۰/۹۴۶
جمع	۲۰	۰/۸۷۵

همان‌گونه که ملاحظه شد، تمام متغیرهای تحقیق به‌صورتی مستقیم بر تغییر در نگرش جامعه میزبان اثر می‌گذارند. در تصویر ۲ می‌توان درجه اثرگذاری هریک از این عناصر را روی تغییر در نگرش جامعه میزبان ملاحظه کرد. در بین ابعاد اثرات فرهنگی منفی گردشگری، متغیر تغییر فرهنگی بیشترین تأثیر را بر تغییر در نگرش جامعه میزبان داشته و سپس به‌ترتیب متغیرهای اقتباس فرهنگی، اثر نمایشی و کالایی شدن فرهنگ بر تغییر در نگرش جامعه میزبان تأثیرگذار بوده‌اند.

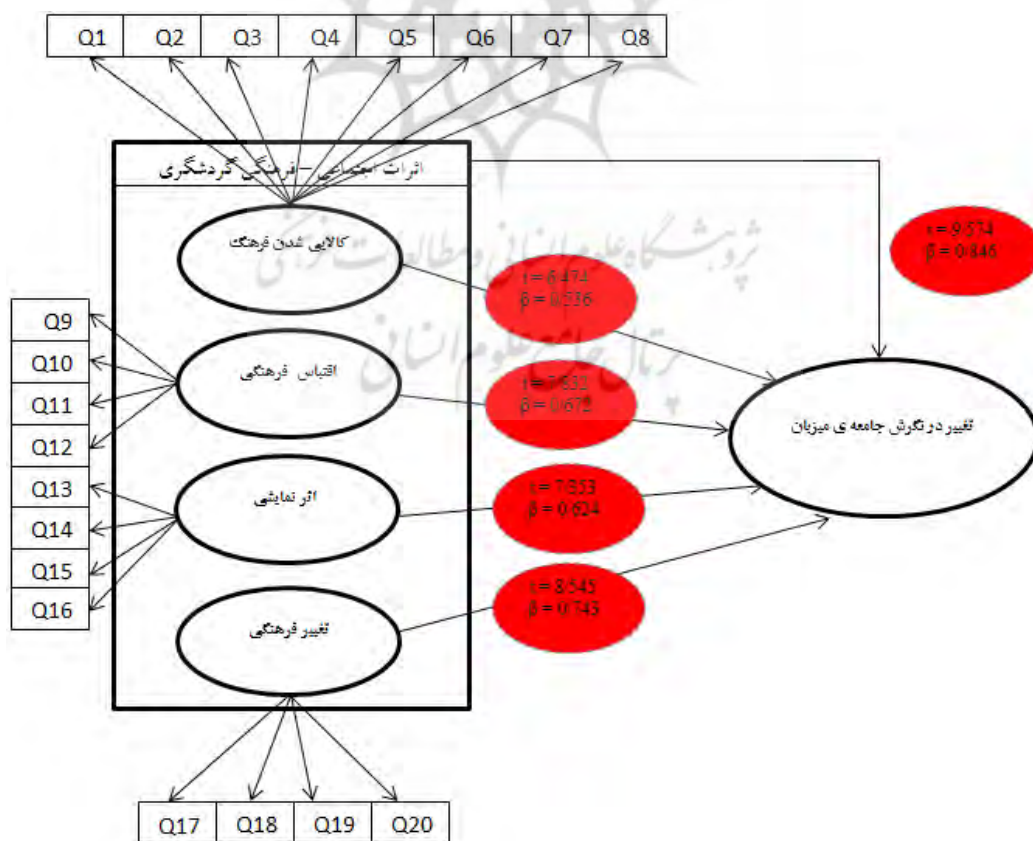
سال به بالا بوده‌اند. همچنین در زمینه میزان تحصیلات، ۲۹ درصد دیپلم، ۳۷ درصد فوق‌دیپلم، ۲۳ درصد کارشناسی و در نهایت ۱۱ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر بوده‌اند.

بررسی شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌های نیکویی برازش نسبی و مطلق، هر دو شاخص‌های توصیفی هستند. چنانچه این شاخص‌ها بزرگ‌تر یا مساوی با ۰/۵ باشند، مناسب مدل‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، از نتایج حاصل از برازندگی مدل نتیجه می‌گیریم که شاخص نیکویی برازش نسبی برای این مدل مناسب‌تر از مطلق است. بنابراین، بعد از تأیید مدل می‌توان نتایج تحلیل مسیر را در آزمون فرضیات به‌کار برد و به تفسیر آنها پرداخت (جدول ۲).

تحلیل مسیر

در تحلیل مسیر روابط بین متغیرها در یک جهت جریان می‌یابند و به‌عنوان مسیرهای متمایز در نظر گرفته می‌شوند. مفاهیم تحلیل مسیر در بهترین صورت از طریق ویژگی عمده آن، یعنی نمودار مسیر که پیوندهای علی احتمالی بین متغیرها را آشکار می‌کند، تبیین می‌شوند. برای بررسی فرضیه‌های تحقیق لازم است که مدل کلی ارائه‌شده در تصویر ۲ برازش شود.



تصویر ۲. تحلیل مسیر مدل. مأخذ: نگارندگان.

آزمون فرضیه‌های تحقیق

به‌منظور بررسی تمامی فرضیه‌های این پژوهش، ابتدا ضریب مسیر محاسبه، سپس معناداری این ضریب مسیر با آماره آزمون بررسی می‌شود (جدول ۳).

در فرضیه اول ضریب مسیر ۰/۸۴۶ است و با توجه به مقدار احتمال معناداری (برابر با ۰/۰۰۰) که کمتر از ۰/۰۵ است می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است، یعنی اثرات فرهنگی منفی گردشگری بر نگرش در نگرش جامعه میزبان تأثیر معنی‌دار و مثبتی دارد. در فرضیه دوم ضریب مسیر ۰/۵۳۶ است و با توجه به مقدار احتمال معناداری (برابر با ۰/۰۰۰) که کمتر از ۰/۰۵ است می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است، یعنی کالایی شدن فرهنگ بر تغییر در نگرش جامعه میزبان تأثیر معنی‌دار و مثبتی دارد. در فرضیه سوم ضریب مسیر ۰/۶۷۲ است و با توجه به مقدار احتمال معناداری (برابر با ۰/۰۰۰) که کمتر از ۰/۰۵ است می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار یعنی اقتباس فرهنگی بر تغییر در نگرش جامعه میزبان تأثیر معنی‌دار و مثبتی دارد. در فرضیه چهارم ضریب مسیر ۰/۶۲۴ است و با توجه به مقدار احتمال معناداری (برابر با ۰/۰۰۰) که کمتر از ۰/۰۵ است، می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است، یعنی اثر نمایشی بر تغییر در نگرش جامعه میزبان تأثیر معنی‌دار و مثبتی دارد. در فرضیه پنجم ضریب مسیر ۰/۷۴۳ است و با توجه به مقدار احتمال معناداری (برابر با ۰/۰۰۰) که کمتر از ۰/۰۵ است می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵

معنی‌دار است، یعنی تغییر فرهنگی بر تغییر در نگرش جامعه میزبان تأثیر معنی‌دار و مثبتی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری، به‌عنوان پدیده‌ای با اهمیت برآمده از فعالیت‌های انسانی، اثرات قابل توجه فرهنگی بر زندگی مردم در مقصد دارد. این اثرات به این دلیل است که گردشگری بین گردشگران و جامعه محلی در مقصد تعامل به‌وجود می‌آورد. به‌جرت می‌توان گفت آثار توسعه گردشگری در همه مقاصد گردشگری، در زمینه‌های مختلف فرهنگی بسیار پررنگ است. گردشگری ضمن اینکه می‌تواند عاملی تعیین‌کننده در رشد اقتصادی و اجتماعی جوامع میزبان گردشگر باشد، همچنین می‌تواند موجب تهدید فرهنگ سنتی و یکدستی جامعه میزبان گردشگر در مقصد شود. نتایج به‌دست آمده از این تحقیق در شهر بجنورد، حاکی از آن است که اثرات فرهنگی منفی گردشگری و هریک از ابعاد آن (کالایی شدن فرهنگ، اقتباس فرهنگی، اثر نمایشی و تغییر فرهنگی) تأثیر مثبت و معناداری بر تغییر در نگرش جامعه میزبان در این شهر دارند. همچنین نشان داده شد که متغیر تغییر فرهنگی دارای بزرگ‌ترین مقدار ضریب مسیر است و تأثیر آن نسبت به سایر متغیرها بر تغییر در نگرش جامعه میزبان بیشتر است. ذکر این نکته لازم است که متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق ذاتاً اثرات منفی فرهنگی را در نظر می‌گیرند. از این رو مثبت و معنادار بودن رابطه بین گردشگری و متغیرهای مذکور، خود، نمایانگر اثرگذاری منفی بر بعد فرهنگی جامعه میزبان است. به‌عنوان مثال در توصیف کالایی شدن

جدول ۳. مسیرهای مستقیم متغیرهای فرضیات اصلی. مأخذ: نگارندگان.

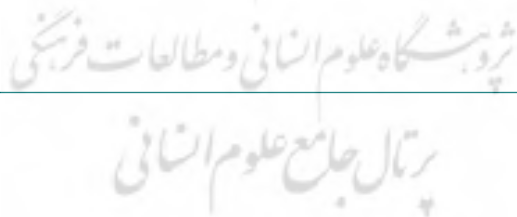
مسیر مستقیم	ضریب مسیر	آماره آزمون (t)	سطح معناداری
اثرات فرهنگی منفی گردشگری ← تغییر در نگرش جامعه میزبان	۰/۸۴۶	۹/۵۷۴	۰/۰۰۰
کالایی شدن فرهنگ ← تغییر در نگرش جامعه میزبان	۰/۵۳۶	۶/۴۷۴	۰/۰۰۰
اقتباس فرهنگی ← تغییر در نگرش جامعه میزبان	۰/۶۷۲	۷/۸۳۲	۰/۰۰۰
اثر نمایشی ← تغییر در نگرش جامعه میزبان	۰/۶۲۴	۷/۳۵۳	۰/۰۰۰
تغییر فرهنگی ← تغییر در نگرش جامعه میزبان	۰/۷۴۳	۸/۵۴۵	۰/۰۰۰

فرهنگ، می‌توان این‌گونه بیان کرد در حالتی که جامعه میزبان تنها به‌عنوان یک جاذبه گردشگری تلقی شوند، آداب و رسوم اقوام مختلف، صرفاً برای کسب درآمد حفظ و منتقل شود، تأثیر منفی در بعد فرهنگی (مانند دزدگی از فرهنگ اصیل محلی و منطقه‌ای و تأثیر منفی بر اعتماد و عزت‌نفس جامعه میزبان، افزایش سرخوردگی و...) نمود خواهد یافت. متغیرهای تغییر فرهنگی، اقتباس فرهنگی و اثر نمایشی نیز از جمله متغیرهایی هستند که آثار منفی بسیاری را (مانند تغییر در سبک پوشش، دوری‌گزیدن از گویش محلی و واردشدن لغات جدید به زبان محلی، فراموشی آداب و رسوم و سنن رایج، تغییر و دگرگونی در ارزش‌های الگوگیری و غالب‌شدن زندگی لذت‌جویانه و...) بر جامعه میزبان تحمیل خواهند کرد.

استان خراسان شمالی و مشخصاً شهر بجنورد به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی، از تنوع فرهنگی و اقوام مختلفی برخوردار است. اما نکته مهم حفظ اصالت و یکپارچگی فرهنگی در میان اقوام مختلف این منطقه است که با حضور گردشگر و افراد غیربومی تحت تأثیر قرار می‌گیرد. به‌عنوان مثال، اگر عرضه فرهنگ توسط مردم این منطقه فقط با نگاه صرف اقتصادی باشد، ضمن اینکه در گذر زمان فرهنگ اصیل مردم خراسان شمالی را فقط به یک کالای قابل فروش تبدیل می‌کند، می‌تواند به‌مرور اصالت فرهنگی این منطقه را تحت‌الشعاع قرار داده و با افزایش درآمد اقتصادی به تغییر آرام سبک زندگی و فرهنگ اصیل مردم به‌سوی زندگی مدرن امروزی نیز منجر شود. این اتفاق می‌تواند به تدریج به از بین رفتن اصالت فرهنگی استان و سرخوردگی

فرهنگ، می‌توان این‌گونه بیان کرد در حالتی که جامعه میزبان تنها به‌عنوان یک جاذبه گردشگری تلقی شوند، آداب و رسوم اقوام مختلف، صرفاً برای کسب درآمد حفظ و منتقل شود، تأثیر منفی در بعد فرهنگی (مانند دزدگی از فرهنگ اصیل محلی و منطقه‌ای و تأثیر منفی بر اعتماد و عزت‌نفس جامعه میزبان، افزایش سرخوردگی و...) نمود خواهد یافت. متغیرهای تغییر فرهنگی، اقتباس فرهنگی و اثر نمایشی نیز از جمله متغیرهایی هستند که آثار منفی بسیاری را (مانند تغییر در سبک پوشش، دوری‌گزیدن از گویش محلی و واردشدن لغات جدید به زبان محلی، فراموشی آداب و رسوم و سنن رایج، تغییر و دگرگونی در ارزش‌های الگوگیری و غالب‌شدن زندگی لذت‌جویانه و...) بر جامعه میزبان تحمیل خواهند کرد.

استان خراسان شمالی و مشخصاً شهر بجنورد به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی، از تنوع فرهنگی و اقوام مختلفی برخوردار است. اما نکته مهم حفظ اصالت و یکپارچگی فرهنگی در میان اقوام مختلف این منطقه است که با حضور گردشگر و افراد غیربومی تحت تأثیر قرار می‌گیرد. به‌عنوان مثال، اگر عرضه فرهنگ توسط مردم این منطقه فقط با نگاه صرف اقتصادی باشد، ضمن اینکه در گذر زمان فرهنگ اصیل مردم خراسان شمالی را فقط به یک کالای قابل فروش تبدیل می‌کند، می‌تواند به‌مرور اصالت فرهنگی این منطقه را تحت‌الشعاع قرار داده و با افزایش درآمد اقتصادی به تغییر آرام سبک زندگی و فرهنگ اصیل مردم به‌سوی زندگی مدرن امروزی نیز منجر شود. این اتفاق می‌تواند به تدریج به از بین رفتن اصالت فرهنگی استان و سرخوردگی



پی‌نوشت‌ها

۱. Perdue, Long and Allen

۲. rupture

۳. continuity

فهرست منابع

- ادبی ممقانی، محمد؛ خانی، فضیله؛ سجاسی قدراری، حمدالله و فرخی سیس، 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.
- امینی، عباس و زیدی، زهرا. (۱۳۹۴). تأثیرات فرهنگی گردشگری در مناطق روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای ابیان). *تحقیقات جغرافیایی*، ۳۰(۲)، ۱۳-۳۲.
- امینیان، ناصر و حسینی، علی. (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر برند شهری و اولویت‌بندی آنها از دیدگاه گردشگران بین‌المللی، (مطالعه موردی برج میلاد تهران). *اقتصاد و مدیریت شهری*، ۴(۱۴)، ۱۱۵-۱۳۶.
- آزادخانی، پاکزاد؛ حسین‌زاده، جعفر و سلیمی باوندپور، آذین. (۱۳۹۷). بررسی اثرات اجتماعی-فرهنگی توسعه گردشگری شهری ایلام، *جغرافیای اجتماعی شهری*، ۱۵(۱)، ۱-۱۵.
- بهاری، عیسی و بابانسیب، رسول. (۱۳۹۴). *تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اقتصادی-فرهنگی و زیست‌محیطی گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان شبستر)*. اولین کنگره بین‌المللی زمین، فضا و انرژی پاک، اردبیل، دانشگاه محقق اردبیلی.
- تقدیسی، احمد؛ مرادی، نصرت و بهاری، عیسی. (۱۳۹۱). *سنجش سطح برخورداری عشایر استان‌های ایران با استفاده از فنون تحلیل عاملی و تحلیل خوشه‌ای*. *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۳(۱۰ و ۹)، ۱۲۱-۱۵۲.

- Baiwa, J. E. M. (2000). The socio-economic and environmental impacts of tourism development on the Okavango Delta, north-western Botswana. *Arid Environments*, (54), 447-467.
- Byrd, E., Bosley, H. & Dronberger, M. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(1), 693-703.
- Chuang, Sh. (2013). Residents' attitudes toward rural tourism in Taiwan: a comparative viewpoint. *International Journal of Tourism Research*, 15(2), 152-170.
- Eghbali, N., Bakhshandeh Nosrat, A. & Alipour, K. (2011). Effect of positive and negative rural tourism (case study: rural Semnan province). *Geography and Regional planning*, (2), 63-76.
- George, E. W., Mair, H. & Reid, D. G. (2009). *Rural Tourism development: Localism and Cultural Change*. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publication.
- Haralambopoulos, N. & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
- Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' Attitudes toward Existing and Future Tourism Development in Rural Communities. *Travel Research*, 51(1), 50-67.
- Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, (28), 876-885.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Logman.
- Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2007). Residents' perceptions of the socio-cultural impact of tourism in Mauritius. *Anatolia*, 18(1), 138-145.
- Ray, N., Das, D. K., Sengupta, P. P. & Ghosh, S. (2012). Rural tourism and its impact on socioeconomic condition: evidence from west Bengal, India. *Global Journal of Business Research*, 6(2), 11-22.
- Reid, D. (2003). *Tourism, Globalization and Development: Responsible Tourism Planning*. London: plutopres.
- Singla, M. (2014). A case study on socio-cultural impacts of tourism in the city of Jaipur, Rajasthan: India. *Business Management & Social Sciences Research*, 3(2).
- Tamara, R. (2002). The socio cultural impacts of tourism (Research paper). Budapest University of Economic, Sciences-Tourism.
- خاکساری، علی؛ ابراهیم‌نیا سماکوش، سعید؛ دامادی، محمد و معزز، وحید. (۱۳۹۲). ارزیابی تأثیرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری شهری بر نحوه زندگی مردم شهر بابلسر. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲(۷)، ۱۲۶-۱۴۷.
- زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۸۵). مباحث توریسم و اکوتوریسم پایدار با تأکید بر محیط زیست. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
- 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.
- علیقلی‌زاده فیروزجایی، ناصر؛ رمضان‌زاد لسبویی، مهدی و اسماعیلی، مجید. (۱۳۹۳). سنجش نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی مناطق بیابانی و کویری (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک). مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۵(۱۸)، ۳۷-۵۳.
- غنیان، منصور؛ قدیری معصوم، مجتبی؛ مطیعی لنگرودی، سیدحسن و زرافشانی، کیومرث. (۱۳۸۹). تحلیل ابعاد گردشگری روستایی با رویکرد جنسیتی از دیدگاه جامعه میزبان (مطالعه موردی: منطقه اورامان). زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، ۸(۳)، ۹۳-۱۰۹.
- کروی، مهدی؛ احمدی، ساسان و رسولی، محمد. (۱۳۹۵). ارزیابی اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان (مورد مطالعه: شهر بانه). مطالعات اجتماعی گردشگری، ۴(۸)، ۱-۲۱.
- وثوقی، لیلا و خوش‌نمک، صادق. (۱۳۹۴). تبیین تفاوت‌های میان فرهنگی در گردشگری مبتنی بر درک جامعه محلی مورد مطالعه: ناحیه قره‌داغ (ارسباران). تحقیقات فرهنگی ایران، ۸(۲)، ۹۵-۱۲۹.
- یوسفی، جواد و شریفی‌تهرانی، محمد. (۱۳۹۵). تحلیلی بر اثرات اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری (مطالعه شهرستان بیرجند). راهبرد توسعه، ۱۲(۴۸)، ۱۳۷-۱۵۵.
- Ahammed, S. S. (2010). *Examining the Cox Bazar Residents' perception of social, cultural, economic, and environmental effects of tourism in Bangladesh* (Master thesis) North South University, Bangladesh.
- Andereck, K. & Vogt, C. (2000). The relationship between residents attitudes toward tourism and tourism development options. *Travel Research*, 3 (39), 27-36.
- Aref, F. (2011). The effects of tourism on quality of life: a case study of Shiraz, Iran. *Life Science*, 8(2), 26-30.

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

محمدی، سمیرا؛ موسوی، سیدمحمد و سلیمی، احمدرضا (۱۳۹۹). تحلیل اثرات فرهنگی منفی گردشگری بر جامعه میزبان، مطالعه موردی: شهر بجنورد. گردشگری فرهنگ، ۱(۲)، ۱۱-۲۰.

DOI: 10.22034/toc.2020.240564.1008

URL: http://www.toc-sj.com/article_115507.html

