

## شناسایی اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان (مورد مطالعه: روستای ده چشمه)

مهرداد صادقی ده چشمه\*، عباس قائدامینی هارونی\*\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱/۱۶ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۴/۱۸

### چکیده

فرآیند گردشگری، بدون اثرات جانبی نیست و می‌تواند از جنبه‌های مختلف اثراتی را برای گردشگر و مقصد به دنبال داشته باشد. بخشی از این اثرات، اثرات فرهنگی-اجتماعی است. مقصود از اثرات منفی فرهنگی-اجتماعی گردشگری، اثرات افراطی و خارج از اعتدالی است که تجربه سفر بر فرد، خانواده و جامعه (به‌ویژه جامعه میزبان) از خود به‌جا می‌گذارد. از این رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان بود. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات کیفی با استفاده از روش پدیدارشناسی بوده است. جامعه آماری پژوهش افراد بومی روستای ده چشمه بود و داده‌های مورد نیاز از طریق مصاحبه عمیق با ۲۵ نفر از افراد بومی که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده بودند گردآوری شد. به منظور روایی پژوهش از رویکردهای روایی سازه لینکلن و گوبا (۲۰۰۷) روایی بیرونی، روایی توصیفی، روایی تفسیری استفاده گردید که نشان‌دهنده قابلیت اعتبار مقوله‌های پژوهش بود. به منظور بررسی پایایی نتایج از رویکرد سه‌گانه راثو و پری (۲۰۰۳) استفاده شد که نتایج نشان‌دهنده ثبات مقوله‌های استخراج شده بود. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات روش اصلاح‌شده استیویک-کلازی-کن به کار گرفته شده بود. نتایج به دست آمده نشان داد پیامدها در چهار گروه؛ وندالیسم فرهنگی، تهاجم فرهنگی از بیرون، استحاله فرهنگی از درون و شکل‌گیری نگرش فرهنگی نامطلوب به پدیده گردشگری طبقه‌بندی و دسته‌بندی شدند. لذا شناسایی اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان (روستای ده چشمه)، با برنامه‌ریزی اصولی و مناسب با توجه به ظرفیت‌ها و توان بالقوه و بالفعلی که در روستای ده چشمه وجود دارد، می‌توان از گردشگری در راستای اعتلای فرهنگ روستا بهره برد.

کلیدواژه‌گان: وندالیسم فرهنگی، تهاجم فرهنگی از بیرون، استحاله فرهنگی از درون، نگرش فرهنگی.

\* . استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

(نویسنده مسئول) ag7220500@gmail.com

\*\* . دانشجوی دکتری، مدیریت فرهنگی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران

## مقدمه

در جهان فرا صنعتی، بشر از زمینه اساسی حیات خویش یعنی طبیعت به دورمانده و در فضاهای ساخته شده شهرهای بزرگ به سر می برد. گردشگری و به ویژه گردشگری روستایی می تواند فرصتی برای آشتی انسان با طبیعت و فضاهای ساده روستایی فراهم کند. از کارکردهای دیگر گردشگری، برقراری ارتباط میان جوامع انسانی و به عبارتی مناسبات فرهنگی است که از سهم ویژه ای در توسعه ملل برخوردار است (جلالیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۰۶). امروزه گردشگری به عنوان یکی از فعالیت های اقتصادی گسترده جهان به شمار می آید به گونه ای که نمی توان جامعه ای را یافت که نظام برنامه ریزی آن تأکید و تلاشی در جهت کسب درآمدهای ناشی از گردشگری نداشته باشد. رشد و ارتقاء جایگاه این صنعت تا حدی بوده که انتظار می رود در دهه ۲۰۲۰ صنعت شماره یک جهان محسوب شود و در این سال بیش از ۱/۶ میلیارد نفر اقدام به سفر در عرصه های ملی و بین المللی خواهند نمود (سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۰۸: ۱۱). یکی از زیرمجموعه های رو به گسترش گردشگری، روستاگردی و یا گردشگری روستایی است که از علاقه مندان بی شمار و رو به افزایشی برخوردار است. گردشگری روستایی به عنوان جزئی از صنعت عظیم گردشگری می تواند نقش عمده ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع بخشی به رشد اقتصادی و هم چنین خلق فرصت های شغلی جدید در فضاهای روستایی و در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش های اقتصادی ایفا نماید (شریف زاده و مراد نژاد، ۱۳۸۱: ۵۲). در واقع همین ویژگی اساسی گردشگری است که توجه جوامع و دولت ها را برای برنامه ریزی و توسعه آن به ویژه در کشورهای در حال توسعه جلب نموده است. اصولاً توسعه روستایی در کشورهای در حال توسعه با چالش های متعددی طی دهه های اخیر مواجه بوده است؛ زیرا راهبردهای گذشته در زمینه توسعه روستایی موفقیت آمیز نبوده است. مسائلی همچون فقر، اشتغال، امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را تأمین کند. این مسئله باعث شده است که در سال های اخیر بار دیگر توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته و نظریه پردازان، برنامه ریزان و معجریان حکومتی درصدد برآیند تا با ارائه راهکارها و استراتژی های جدید، از معضلات و مسائلی که این نواحی گریبان گیر آن می باشند، بکاهند (بهرامی، ۱۳۹۵: ۱۰۲). یکی از

راهبردهای که اخیراً مورد توجه و به مورد اجرا گذاشته شده و نتایج مثبتی هم به همراه بوده است، توسعه گردشگری برای نواحی روستایی که دارای توان‌های بالقوه برای گسترش این صنعت دارا می‌باشند مناسب به نظر می‌رسد. از طرفی اگر گردشگری روستایی به نحوی مناسب و برنامه‌ریزی شده و منطبق با معیارهای زیست‌محیطی مدیریت گردند، می‌تواند محرکی در فرایند توسعه یافتگی و حصول به پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در کلیه زیرشاخه‌های اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و همچنین خود فعالیت گردشگری باشد (رضوانی، ۱۳۸۴: ۵۴). توسعه صنعت گردشگری می‌تواند عاملی مهم در رفع فقر رشد اشتغال‌زایی و افزایش درآمد برای مردم مناطق روستایی قلمداد شود (سبل<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰: ۱۴۳). به‌بیان دیگر توسعه گردشگری و توسعه روستایی دو عامل مرتبط با یکدیگرند که توسعه هر کدام از این دو، تأثیری مثبت بر دیگری دارد (آرنتنز و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷). با این وجود گردشگری روستایی فعالیت بسیار پیچیده‌ای است که با بخش‌های دیگر جامعه و اقتصاد وجوه مشترکی دارد. در نتیجه دارای آثار و پیامدهای مختلفی است که باید در فرایند برنامه‌ریزی تمامی جوانب آن مورد ملاحظه قرار داد تا از عوامل منفی جلوگیری شود و تأثیرات مثبت عوامل اقتصادی، اجتماعی و محیطی مرتبط با آن افزایش پیدا کند (پیرس<sup>۳</sup>، ۱۹۹۹). در ایران با وجود موقعیت مناسب و مساعد جغرافیایی و برخورداری از مواهب طبیعی و فرهنگی، مسئله گردشگری تاکنون جایگاه واقعی خود را نیافته است و سهم درآمد ارزی ایران از گردشگری به‌ویژه گردشگری روستایی در مقایسه با دیگر کشورهای جهان بسیار ناچیز است. گردشگری روستایی می‌تواند یکی از منابع کسب درآمد غیر کشاورزی برای مردم روستایی باشد (وانگ و لی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵: ۵۰۲؛ تراخاپو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۵: ۳۰۵۴). به‌طوری که گردشگری در کشورهای در حال توسعه، به ابزاری برای کاهش فقر تبدیل شده است (ژانگ و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۵: ۷۶۱). با توسعه گردشگری روستایی، مشارکت روستاییان بیش‌ازپیش اهمیت می‌یابد. شناخت نظرات و دیدگاه

1. Sebele
2. Arntzen et al.
3. Pearce
4. Hwang and Lee
5. Trukhachev
6. Zhang and et al.

آن‌ها می‌تواند درک و فهم مدیریت گردشگری روستایی و توسعه پایدار گردشگری روستایی را بهتر و ساده‌تر نماید (عطائی و همکاران، ۱۳۹۶: ژانگ و همکاران، ۲۰۱۵: ۷۶۱). یکی از شاخص‌های تناسب و توسعه گردشگری، نگرش و دیدگاه ساکنان محلی به گردشگری است. نگرش مثبت به گردشگری می‌تواند به بروز رفتار پیش گردشگری از قبیل مشارکت محلی در توسعه گردشگری و حفاظت از منابعی منجر شود که گردشگری به آن‌ها بستگی دارد (لیپ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷). نتایج پژوهش‌های بایوا<sup>۲</sup> (۲۰۰۲)، بایارد و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۹)، احمد (۲۰۱۰)، اقبالی و همکاران (۲۰۱۱) و سینگلا<sup>۴</sup> (۲۰۱۴)، بیانگر آن بود که گردشگری روستایی می‌تواند دارای اثرات و پیامدهای منفی از قبیل افزایش جرم و بزهکاری، سبک معماری، تجمل‌گرایی، اختلافات اجتماعی و احساس عقب‌ماندگی فرهنگی و غیره بر فرهنگ جامعه میزبان داشته باشد. همچنین انجام این پژوهش از چندین لحاظ دارای اهمیت است: به بهبود وضعیت صنعت گردشگری در این منطقه کمک می‌کند، پرداختن به این موضوع در برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای، حفاظت از توان‌های این منطقه در سطح منطقه و استان توجه ویژه صورت می‌گیرد و پژوهش‌هایی میدانی و گسترده در بررسی این موضوع انجام می‌شود، کنترل آثار منفی (بخصوص آثار منفی فرهنگی - اجتماعی) که از نیازهای ضروری برای یک منطقه گردشگری است و شناسایی آثار منفی گردشگری در جهت برطرف کردن آن‌ها برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری. موفقیت صنعت گردشگری بستگی به شناخت و درک و فهم کیفیت حمایت ساکنان محلی و میزبان دارد. با اینکه گردشگری یک فعالیت منابع پایه است و به خدمات ارائه شده و جاذبه‌های دیدنی بستگی دارد اما توسعه موفقیت‌آمیز آن تا حد زیادی مستلزم میهمان‌نوازی و استقبال از سوی جامعه محلی و میزبان دارد. به طوری که بی‌علاقگی و کج خلقی‌های جامعه محلی و میزبان نهایتاً به گردشگران منتقل خواهد شد که این امر خود نیز منجر به عدم تمایل گردشگران برای بازدیدهای بعدی و تبلیغات منفی می‌گردد. از این رو، درک و فهم واکنش جامعه محلی و میزبان از اثرات گردشگری برای دستیابی به حمایت‌های ایده آل جوامع روستایی برای توسعه پایدار گردشگری امری ضروری است. از طرفی می‌توان

1. Lepp

2. Baiwa

3. Byrd &amp; et al.

4. Singla

اظهار داشت که جامعه میزبان بهترین منبع برای شناخت اثرات مختلف گردشگری روستایی بر محیط روستا و شرایط روستائیان است. چراکه به طور مستقیم و مداوم تغییرات به وجود آمده به وسیله گردشگران را حس می کنند. وجود جاذبه های تاریخی، فرهنگی، اجتماعی، موقعیت تفریحی و گذران اوقات فراغت ناشی از وجود آبشارها، چشمه ها و زندگی عشایری و... سبب جذب گردشگران محلی و غیر محلی و در نتیجه رونق و توسعه روستا شده است؛ بنابراین هدف پژوهش بر مبنای شناسایی اثرات منفی گردشگری بر فرهنگ جامعه میزبان است. عدم آگاهی جامعه روستایی از اثرات گردشگری خود یکی از موانع توسعه این صنعت است؛ چراکه عدم اطلاع روستائیان از اثرات مثبت و منفی گردشگری، مشارکت آن ها در توسعه گردشگری را کاهش می دهد، در حالی که مشارکت جامعه میزبان یکی از ملزومات اساسی در توسعه گردشگری است. از طرف دیگر، اثرات در ابعاد مختلف بروز می کند که ممکن است جامعه میزبان از ابعاد مختلف آن اطلاع جامعی نداشته باشند. بر این اساس رویکرد پدیدارشناسی از سه جنبه مدنظر قرار گرفت. اول آن که رویکردهای پدیدارشناسی به پژوهشگران کمک می کند تا تجارب زیسته و معنای برآمده از ذهن افراد را استخراج، ساده سازی و تفسیر نماید. در این پژوهش نیز از آنجایی که اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه محلی از فرهنگ به فرهنگ دیگر متفاوت است تلاش شده است تا تجارب زیسته افراد از این مفهوم شناسایی گردد. دوم اینکه در رویکرد پدیدارشناسی پژوهشگران آنچه را که در دنیای واقعی افراد رخ می دهد را شناسایی و احصاء می کند در قلمرو پدیده اثرات منفی گردشگری بر فرهنگ جامعه محلی پژوهش های که تاکنون انجام شده اند بیشتر متکی بر ادبیات و پیشینه پژوهش هستند حال آنکه در این حوزه ممکن است مؤلفه ها و مقوله هایی توسط افراد مورد استفاده قرار گیرند که در ادبیات و پیشینه پژوهش چندان مدنظر قرار نگرفته اند. این پژوهش از آنجایی که از روش پدیدارشناسی استفاده می کند می تواند این مؤلفه ها در میدان عمل و دنیای واقعی بیشتر مدنظر قرار دهند. سوم این که در رویکرد پدیدارشناسی مطرح شده در این پژوهش تلاش می کند در چارچوبی نظام مند، تجارب افراد را از اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه محلی در یک روستای فرهنگی (روستای ده چشمه) مورد بررسی قرار دهد؛ و سپس با رویکرد تجزیه و تحلیل کلاسی با مراحل نظام مند مقوله ها و مضامین را شناسایی و در یک قالب مفهومی ارائه کند. به

همین دلیل چارچوب مفهومی اولیه که مانند پیشینه پژوهش‌های گذشته باشد اساساً در پژوهش‌های پدیدارشناسی مدنظر قرار نمی‌گیرند و پژوهشگران بایستی کلیه مفروضه‌های ذهنی خود را به تعلیق درآمده و کنار بگذارد به همین دلیل تنظیم چارچوب مفهومی اولیه با روح پژوهش‌های پدیدارشناسی در تناقض است. در این پژوهش منظور پژوهشگران از گردشگر، گردشگران داخلی است لذا سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان کدام‌اند؟

## مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### گردشگری

گردشگری یک مفهوم چندبعدی است و به همین دلیل باید در تعریف آن از نقطه نظرات مختلف دیدگاه‌های اقتصادی، جامعه‌شناختی، جغرافیایی، مدیریتی و... به کنکاش پردازیم و یک تعریف متفق‌القول برای آن نمی‌توان بیان کرد. «صنعت گردشگری»، نظام منسجمی است که عناصر آن لازم و ملزوم یکدیگر هستند به گونه‌ای که جاذبه‌های گردشگری به تنهایی موجبات سفر یا رونق صنعت را فراهم نمی‌کنند، بلکه امکانات، زیرساخت‌ها و شرایط برای جابجایی و اقامت گردشگران نیز باید فراهم باشد (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۴). مجموعه فعالیت‌هایی که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهد و هرگونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان یک سفر سیاحت‌گر اتفاق می‌افتد را می‌توان «گردشگری» تلقی کرد. در این راستا، گردشگری به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها نظیر برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و غیره اطلاق می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد (میل و موریسون، ۱۹۹۲: ۲۹). ونهوف (۲۰۰۵) نظام گردشگری را به عنوان چارچوبی تعریف می‌کند که برهم کنش بین تقاضای گردشگری (عوامل تعیین‌کننده، انگیزه‌ها و رفتار خریداران)، عناصر اتصالی (حمل و نقل واسطه‌های سفر و واسطه‌های بازاریابی) و عرضه گردشگری در مقصد (جاذبه‌ها، خدمات و تسهیلات و زیرساخت‌ها) را نشان می‌دهد (ونهوف، ۲۰۰۵: ۷۵).

### گونه شناسی گردشگری

گردشگری یک امر تخصصی است، یک موسسه یا حتی یک کشور نمی‌تواند در همه شاخه‌های گردشگری فعالیت کند. بررسی و مطالعه طبقه‌بندی انواع سفرهای گردشگری و گونه شناسی آن، یکی از مهم‌ترین ابعاد صنعت گردشگری است و در این راستا می‌توان بر اساس عوامل زیر طبقه‌بندی‌های مختلفی ارائه کرد:

دلایل و انگیزه سفر، مدت سفر، زمان سفر، نوع جاذبه گردشگری و چگونگی سازمان‌دهی مسافرت

دکتر علی اصغر رضوانی در کتاب جغرافیا و صنعت توریسم گونه شناسی گردشگری را به شرح زیر تقسیم کرده است: (رضوانی ۱۳۸۷: ۱۸-۲۰)

گردشگری تفریحی، گردشگری درمانی، گردشگری فرهنگی، گردشگری اجتماعی، گردشگری ورزشی، گردشگری مذهبی و زیارتی، گردشگری بازرگانی و تجاری و گردشگری سیاسی.

به‌طور کلی گردشگری را می‌توان برحسب عوامل مختلف زیر، گونه شناسی و دسته‌بندی کرد: اهداف تعیین شده، میزان سرمایه، انگیزه، مقصد، زمان تعطیلات، زمان ماندگاری گردشگر، فعالیت‌های تفریحی جنبی، توان بالقوه طبیعی و فرهنگی، امکانات سرمایه‌گذاری، ارزش‌های فرهنگی، امکانات بهداشتی، ورزشی، علمی و غیره (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۵۰)

### اثرات توسعه صنعت گردشگری

گردشگری مستقیماً زندگی مردمی را که در مناطق سیاحتی زندگی می‌کنند تحت تأثیر قرار می‌دهد (داس ویل<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷: ۲۰۲). پیامدهای اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری از مهم‌ترین ملاحظات توسعه گردشگری در هر منطقه‌ای است و این پیامدها در مناطق دارای بافت سنتی بیشتر است. توسعه گردشگری به موازات فواید بسیار می‌تواند مشکلات عدیده‌ای را برای ساکنین محلی ایجاد نماید. اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری تغییراتی هستند که در تجربه روزانه، ارزش‌ها، شیوه زندگی و محصولات هنری و فکری ساکنین محلی اتفاق می‌افتد (گی<sup>۲</sup>،

1. Das Weil

2. Gee

۲۰۰۳: ۲۹۱) توسعه گردشگری می‌تواند آثار و پیامدهای اجتماعی و فرهنگی مثبتی از قبیل بهبود خدمات و امکانات اجتماعی، توجه و حفظ الگوهای فرهنگی در زمینه موسیقی، لباس، هنر و صنایع دستی، ایجاد امکان مبادلات فرهنگی و ایجاد غرور و مباهات نسبت به فرهنگ محلی را به همراه داشته باشد (رضوانی، ۱۳۸۷: ۹۴) از اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری می‌توان به تغییر در فعالیت‌های سنتی و هنری به منظور متناسب ساختن آن‌ها برای گردشگران، تقویت کلیشه‌ای منفی، افزایش بازار گری، از بین رفتن زبان، افزایش نابرابری‌های اجتماعی و ... نام برد (گی، ۲۰۰۳: ۲۹۳). گردشگری به‌خودی‌خود موجب بروز تعرض بین میهمان و میزبان نخواهد شد و اگر اختلاف فرهنگی بین گردشگران و مردم محلی زیاد باشد به چالشی بزرگ تبدیل می‌شود و اگر گردشگران و مردم محلی در یک‌زمان در یک مکانی حضور داشته باشند، بنابراین حضورشان محتوم به ایجاد خشم و عصبانیت خواهد شد؛ اما از سوی دیگر، اگر از نظر فرهنگی با مردم محل تفاوت نداشته باشند و اصولاً در فضای اختصاص داده شده به آن‌ها حضور یابند، بنابراین حضورشان به‌خوبی و گرمی پذیرفته و تحمل خواهد شد (داس ویل، ۲۰۰۷: ۲۰۵).

همچنین باید به این نکته اشاره نمود که در توسعه گردشگری از تجاری شدن بیش‌ازحد و در نتیجه از بین رفتن اصالت فرهنگی پرهیز نمود یعنی جامعه میزبان به منظور جذب گردشگر بیشتر و سود اقتصادی زیادتر در ارائه منابع فرهنگی خود زیاده‌روی کرده و آن‌ها را به سلیقه گردشگران تغییر می‌دهد. این امر موجب از بین رفتن اصالت و خلوص هنرهای سنتی، آداب و رسوم و الگوی معیشتی می‌شود که سرانجام به مرگ آن‌ها منجر می‌شود. لذا با توجه به مطالب فوق و نتایج پژوهش‌های پیشین مبنی بر اثرات توسعه گردشگری که بر ۴ بعد کلی (فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی) اشاره داشتند در این بخش به اثرات و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری روستایی پرداخته می‌شود.

### اثرات مثبت و منفی فرهنگی-اجتماعی گردشگری

آثار گردشگری از سه زاویه قابل بررسی است: آثار فرهنگی-اجتماعی جهانگردی بر مقصد، مقصد تا چه حد توانایی جذب تعداد معینی جهانگرد را داراست؟، آثار فرهنگی-اجتماعی



جهانگردی بر سبک زندگی- اثری که دیدارکنندگان بر ارزش‌ها و سبک زندگی مردم محل می‌گذارند و آثار فرهنگی- اجتماعی جهانگردی بر هنرها- نفوذ و اثر دیدارکنندگان بر هنرهای نظیر نقاشی، مجسمه‌سازی تئاتر، معماری، صنایع دستی و غیره. این سه اثر، پیامدهای مثبت زیر را به همراه دارند: تعداد دیدارکنندگان باعث رونق اقتصادی محلی می‌شود. (برای مثال، موجب ایجاد ثروت و شغل، بهبود تأسیسات زیربنایی محلی، پایه‌گذاری تسهیلات و خدمات جدید می‌شود و دیگر انواع سرمایه‌گذاری را برمی‌انگیزد)، جهانگردی تماس و ارتباط بیشتری با دنیای بیرون ایجاد می‌کند فرایند بین‌المللی شدن را تقویت و جریان دوطرفه اطلاعات را تشویق و تحریک می‌کند. برای مثال تبادل فرهنگی را ارتقا می‌دهد، به واردات کالاها و خدمات بیشتر منجر می‌شود و به‌طور کلی حیطه تجارت و ارتباطات را توسعه می‌دهد و جهانگردی مخاطبان و شیفتگان جدیدی را برای هنرهای محلی (به‌ویژه موسیقی، تئاتر و صنایع دستی) ایجاد می‌کند. جهانگردی همچنین اثر غیرمستقیم قابل‌توجهی بر همه تبلورها و تجلی هنری دارد (از جمله بر ادبیات، نقاشی و معماری). این آثار ممکن است در جهت منفی زیر عمل کنند. ممکن است مردم محلی تمایلی به تقسیم آثار دلپذیر محیط خود با تعداد زیادی از دیدارکنندگان نداشته باشند. ممکن است مقاومت‌هایی در برابر تغییر در ارزش‌ها و سبک زندگی صورت گیرد و در نهایت ممکن است مخالفت‌هایی با اثر نیروهای این بازار بر هنرهای سنتی و معاصر صورت پذیرد. (داس ویل، ۱۳۸۶: ۱۸۹-۱۹۰) مهم‌ترین اثرات اجتماعی و فرهنگی توسعه صنعت گردشگری به‌صورت جدول زیر خلاصه گردیده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## جدول ۱. اثرات اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری (غضنفر پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۳)

اثرات مثبت	اثرات منفی
۱- ایجاد امکان آشنایی مردم کشور با نحوه زندگی سایر ملل	۱- امکان افزایش جرم و جنایت
۲- افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی مردم جامعه	۲- تهاجم فرهنگی
۳- ایجاد امکان مبادلات فرهنگی و تعامل‌های اجتماعی	۳- تخریب مبانی اعتقادی و ارزشی
۴- ایجاد وسعت نظر و بسط حوزه دید مردم	۴- امکان گسترش آلودگی‌های رفتاری متعارض با هنجارهای جامعه
۵- غنی شدن تجارب فرهنگی افراد جامعه	۵- امکان بروز رفتارهای غضب‌آلود مردم نسبت به گردشگران
۶- ایجاد امکان انتقال ارزش‌های مثبت فرهنگی به جهانیان	۶- اثر نامطلوب نمایشی گردشگران بر مردم کشور
۷- محافظت از میراث فرهنگی و تاریخی کشور	۷- ورود بی‌رویه لغات خارجی و اصطلاحات بیگانه به زبان رایج کشور
۸- احیای سنت‌های ملی	۸- امکان از بین رفتن اصالت کارهای هنری و صنایع دستی
۹- امکان استفاده از تسهیلات تفریحی و فرهنگی برای مردم جامعه	۹- افزایش ترافیک و بروز مشکلات عصبی و روانی حاصل از آن
۱۰- افزایش فضاها و مکان‌های عمومی	۱۰- تخریب و آسیب‌رسانی به میراث فرهنگی و تاریخی
۱۱- ایجاد احترام متقابل بین مردمی با فرهنگ‌های متنوع	۱۱- تحمیل تغییرات فرهنگی بدون آمادگی جامعه میزبان
۱۲- زدودن افکار نژادپرستانه	۱۲- القا احساس عقب‌ماندگی فرهنگی
۱۳- القای احساس افتخار از داشته‌های فرهنگ خودی	۱۳- از هم گسیختگی ساختار خانواده جامعه میزبان
۱۴- افزایش ظرفیت تحمل	

## اثرات مثبت و منفی اقتصادی گردشگری

سازمان جهانی توریسم پنج محور عمده را برای اندازه‌گیری‌های اقتصادی استاندارد پیشنهاد می‌کند: درآمد ایجاد شده و افزوده شده به تولید خالص ملی یا داخلی. این معیار اهمیت نسبی صنعت توریسم در کل اقتصاد را بیان می‌دارد، ارزش خارجی تحصیل شده از توریسم بین‌المللی، اشتغال محلی ایجاد شده به واسطه صنعت توریسم، تأثیر افزایش (ضریب تکاثری)، این معیار به آثار محرکه یک منبع خارجی درآمد بر اقتصاد اشاره دارد. این ضریب نشان می‌دهد، هر مبلغی

که نخست در بخش ترسیم هزینه گردد، در اقتصاد محلی چند بار به گردش درمی آید. این معیار مسیری که مخارج توریسم از آن طریق در اقتصاد نفوذ کرده و به ایجاد فعالیت‌های اقتصادی دیگر منجر می‌گردد را مورد سنجش قرار می‌دهد و در نهایت کمک به درآمدهای دولتی، این معیار مالیات بر درآمد هتل‌ها و دیگر انواع فعالیت‌های مورد استفاده توریسم، عوارض فرودگاهی، عوارض گمرکی بر کالاهای وارداتی مورد مصرف در صنعت توریسم، مالیات بر درآمد مؤسسات و شرکت‌هایی که در زمینه توریسم فعالیت می‌کنند و مالیات بر درآمد کارکنان آن‌ها و مالیات بر دارایی‌های بنگاه‌های توریستی را شامل می‌گردد. (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۶۷-۶۹). در بسیاری از کشورهای جهان، توریسم به عنوان یکی از بخش‌های کلیدی و اصلی برای توسعه و پیشرفت اقتصادی عمل کرده است. مهم‌ترین آثار مثبت و منفی اقتصادی توسعه گردشگری در کشورهای مختلف جهان به صورت جدول ۲ خلاصه گردیده است:

جدول ۲. اثرات اقتصادی توسعه گردشگری (غضنفرپور و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۳)

اثرات مثبت	اثرات منفی
۱- درآمدزایی برای جامعه میزبان	۱- وابستگی به کشورهای بیگانه
۲- ایجاد تنوع در فعالیت‌های اقتصادی و منابع درآمد	۲- افزایش قیمت زمین خانه و کالاهایی که برای زندگی روزمره مردم لازم هستند (به علت عدم تعادل عرضه و تقاضا و برند شدن یا مورد هدف قرار گرفتن جامعه میزبان در امر گردشگری).
۳- ورود ارزهای خارجی	۳- افزایش تقاضای فصلی برای خدمات عمومی مانند بهداشت امنیت پلیس نیروی انتظامی
۴- بهبود سیستم‌های حمل و نقل و زیرساخت‌های کشور	۴- بهره‌گیری از زمین و فضای شهرها برای هتل‌ها و تأسیسات جهانگردی به جای کاربری آن‌ها در ضروریات شهری مانند مدرسه بیمارستان فضای سبز
۵- کاهش بیماری و ایجاد شغل برای مردم کم درآمد	۵- تحمیل بار اضافی بر سیستم‌های حمل و نقل
۶- کسب درآمد بیشتر برای کشورها	۶- افزایش تقاضا برای زیرساخت‌های اقتصادی
۷- بهبود تراز پرداخت‌ها	۷- چنانچه جهانگردی فقط در یک یا چند ناحیه از کشور یا منطقه متمرکز شود بدون توسعه متناظر در جاهای دیگر از نظر جغرافیایی انحراف‌های اقتصادی
۸- افزایش تقاضا برای کالاهای داخلی	
۹- افزایش صادرات	
۱۰- تشویق صنایع داخلی	
۱۱- افزایش امکان سرمایه‌گذاری	
۱۲- انتقال درآمد از حوزه پس‌انداز به حوزه	

<p>می تواند رخ دهد</p> <p>۸-گاهی اوقات توسعه توریسم در یک ناحیه، واردکردن فناوری نیروی کار متخصص خارجی کالاهای تزئینی لوکس و برخی تجهیزات خارجی را در پی دارد این مسئله می تواند به خارج شدن ارز از کشور یا منطقه منجر شود.</p> <p>۹-اشتغال فصلی و بیکاری</p> <p>۱۰-توسعه بخش خدمات و تحلیل تولید کالایی</p> <p>۱۱-توسعه نامتعادل منطقه‌ای</p> <p>۱۲-آثار تورمی هزینه‌های جهانگرد</p>	<p>سرمایه‌گذاری</p> <p>۱۳-افزایش تسهیلات اقامتی مانند هتل‌ها و رستوران‌ها</p> <p>۱۴-ارتقای استاندارد زندگی مردم جامعه</p> <p>۱۵-ایجاد اشتغال در بخش توریسم بخش‌های پشتیبانی‌کننده مانند مدیریت منابع</p> <p>۱۶-ایجاد فرصت برای کارآفرینان جامعه</p> <p>۱۷-کسب درآمدهای مالیاتی</p> <p>۱۸-ایجاد و برقراری تعادل منطقه‌ای</p> <p>۱۹-تحرك سرمایه ملی</p> <p>۲۰-توسعه منطقه‌ای</p>
---	--

### اثرات مثبت و منفی سیاسی گردشگری

افزایش توریسم در سطح جهان باعث برقراری تماس‌های بیشتر بین ملیت‌ها و قومیت‌های مختلف شده، به درک و تفاهم بیشتری درباره نظام‌های اعتقادی و ارزشی نحوه زندگی و الگوی رفتاری مردم مختلف در سطح جهان منتهی می‌شود. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که این ارتباطات و آمدوشدها می‌تواند در کاهش تنش‌جات سیاسی نیز مؤثر باشد و راهی برای صلح و دوستی و احترام متقابل بین جوامع مختلف به وجود آورد. نظام‌های حکومتی و سیاسی به‌طور مستقیم در صنعت توریسم دخالت می‌کنند. در کشورهای غربی در موارد زیادی از حربه توریسم برای پژوهش هدف‌های سیاسی استفاده شده است. به‌عنوان مثال به علت تیره شدن روابط سیاسی بین ایالات متحده آمریکا و کشور کوبا هیچ پرواز مستقیمی بین این دو کشور وجود ندارد و دولت آمریکا محدودیت‌هایی در این زمینه ایجاد کرده است (غضنفر پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۳). بنابراین در همین راستا مهم‌ترین آثار سیاسی توسعه صنعت گردشگری در کشورهای مختلف جهان به صورت جدول ۳ خلاصه گردیده است:

## جدول ۳. آثار سیاسی توسعه صنعت گردشگری (غضنفرپور و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۷)

آثار مثبت	آثار منفی
۱- ایجاد دوستی و برقراری صلح بین ملت‌ها ۲- اعتلای سطح امنیت جامعه ۳- کاهش کشمکش‌های سیاسی به علت نرخ بیکاری در کشور ۴- تلاش برای تقلیل آشوب‌ها و تشنج‌های سیاسی در کشور ۵- برقراری تماس بین قومیت‌ها و ملیت‌های گوناگون و ارتقای درک متقابل بین آن‌ها ۶- افزایش احترام متقابل بین جوامع مختلف ۷- مردم محبوس در یک گوشه جهان استبداد را تحمل می‌کنند: اما ملت گردشگر پذیر خواه‌ناخواه به مردم‌سالاری دست می‌یابند (گسترش مردم‌سالاری) ۸- دولت‌هایی که در زمینه گردشگری سرمایه‌گذاری کرده‌اند در روابط بین‌المللی خود بازنگری کرده‌اند.	۱- تهدید امنیت جانی توریست‌ها ۲- امکان بروز ناامنی برای توریست‌ها مانند گروگان‌گیری و باج‌خواهی و تروریسم ۳- سوءاستفاده از حربه تروریسم برای رسیدن به هدف‌های سیاسی ۴- امکان بروز جدال سیاسی بین گروه‌های معارض با حکومت

## اثرات مثبت و منفی زیست‌محیطی گردشگری

بدیهی است که محیط طبیعی بستر هر نوع توسعه و برنامه‌ریزی محیط طبیعی محسوب می‌شود. از این رو میان صنعت توریسم و محیط‌زیست ارتباط و وابستگی خاصی وجود دارد. محیط‌های طبیعی جاذبه‌های فراوانی برای توریسم فراهم می‌کند و توسعه صنعت توریسم می‌تواند تأثیرات منفی و مثبت عمده‌ای در محیط طبیعی ایجاد می‌کند. (حیدری چپانه، ۱۳۸۳: ۱۰۳) جهانگردی قادر است کانون توجه را به مسائل مهم، زیست‌محیطی، معطوف کند و پایه‌گذار طرح‌هایی باشد که موجب حفظ و حراست از محیط‌زیست شوند. در همین راستا مهم‌ترین آثار مثبت و منفی توسعه گردشگری بر محیط‌زیست به صورت جدول ۴ خلاصه گردیده است:

## جدول ۴. اثرات مثبت و منفی زیست محیطی گردشگری (غضنفر پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۳)

اثرات مثبت	اثرات منفی
۱- جهانگردی اغلب در توسعه، نوسازی محیط‌های صنعتی، مناطق معدنی و مکان‌های کنار رودخانه‌ای که سال‌ها پس از بهره‌برداری، بلااستفاده مانده‌اند، اثری نافذ و قوی دارد.	۱- آسیب‌رسانی به اکوسیستم‌ها
۲- جهانگردی توجه عموم مردم را به تنوع گونه‌های حیوانی که در معرض نابودی	۲- توسعه سریع و بی‌رویه تسهیلات رفاهی اکو توریستی
۳- ترویج حساسیت و آگاهی نسبت به سیستم‌های اکولوژیکی	۳- تغییرات منفی در جایگاه فیزیکی و یکپارچگی منطقه
۴- تأسیسات جهانگردی اغلب می‌تواند، الگوهای جدید مصرف و صرفه‌جویی انرژی را به جامعه محلی معرفی می‌کند.	۴- جنگل‌زدایی و تخریب کوه‌ها برای ایجاد اماکن تفریحی
۵- افزایش گرایش‌های زیباشناختی	۵- کندن گیاهان و آسیب‌رسانی به پوشش نباتی
۶- جهانگردی دریایی، می‌تواند توجه عموم را به مشکلات آلودگی، نابودی آبزیان، خلیج‌ها و مرجان‌ها و... جلب کند و در نهایت سبب حفظ و نگهداری سیستم‌های حمل‌ونقل سنتی شود.	۶- استفاده از چوب درختان برای برافروختن آتش
۷- بهره‌مندی از شگفتی‌های جهان طبیعت	۷- افزایش زباله‌ها در محیط طبیعی
۸- جهانگردی قادر است در بسیاری از جاها از طریق تغییر و بهبود ظاهر مناظر طبیعی و بهره‌گیری از معماری مدرن نیاز به خرید سیستم‌های گران‌قیمت خنک‌کننده، گرمازا و روشنایی را کاهش دهد.	۸- تنزل وضعیت کیفی جذابیت‌های طبیعی
۹- بهبود مدیریت ضایعات	۹- انتقال بیماری‌ها از انسان به جانوران
۱۰- جهانگردی موجب ایجاد صندوق‌های تامین مالی برای ایجاد پارک و مناطق حفاظت‌شده ملی می‌شود.	۱۰- تهدید حیات وحش
۱۱- جهانگردی می‌تواند توجه عموم را به جاذبه‌های تاریخی و باستانی جلب کند و برای حفظ و مرمت آن‌ها با کمک علاقه‌مندان به این جاذبه‌ها صندوقی را ایجاد می‌کند.	۱۱- آلودگی هوا، آب و خاک.
۱۲- محافظت از منابع طبیعی و پارک‌های ملی	۱۲- آلودگی‌های صوتی مخل آرامش طبیعت
	۱۳- تنش محیط زیستی، تغییر رفتار جانوری
	۱۴- آسیب به خاک و خاکریزها

## پیشینه پژوهش

با توجه به اهمیت یافتن گردشگری روستایی به تدریج مطالعاتی در سال‌های اخیر آغاز شده است؛ بنابراین به خلاصه‌ای از نتایج مطالعات انجام شده در خارج و داخل کشور پیرامون موضوع مورد بحث این پژوهش پرداخته می‌شود. با بررسی انجام شده به‌طور کلی می‌توان گفت تاکنون پژوهش خاصی در زمینه شناسایی اثرات منفی گردشگری بر فرهنگ جامعه میزبان صورت نگرفته است.

یعقوبی (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان "نظرسنجی درباره برخی پیامدهای گردشگری روستایی در مناطق روستایی بخش سلطانیه زنجان که به روش توصیفی - تحلیلی انجام داد به این نتیجه رسید که نتایج تحلیل عاملی در زمینه نقش گردشگری روستایی در توسعه منطقه، بهبود صنایع روستایی و بازاریابی عامل اول و توسعه اشتغال و کارآفرینی، توسعه فرهنگی، توسعه اقتصادی و افزایش خدمات رفاهی و حفاظت از منابع طبیعی عوامل بعدی را تشکیل دادند.

سجادی و احمدی (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان "ارزیابی اثرات گردشگری روستایی شهرستان فومن از دیدگاه جامعه روستایی" که به روش توصیفی از نوع همبستگی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که انباشت زباله و آشغال در محیط‌زیست روستایی و افزایش درآمدهای دستگاه‌های دولتی از قبیل دهیاری‌ها، بخشداری‌ها، شهرداری‌ها مهم‌ترین اثرات گردشگری روستایی در شهرستان فومن بود.

جلالیان و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان "اثرات گردشگری روستایی بر توسعه روستای هجیح کرمانشاه" که به روش توصیفی - تحلیلی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که میزان اثرات مثبت گردشگری ۶۵/۸ درصد و اثرات منفی آن در روستای ۳۴/۲ درصد بود.

بهرامی (۱۳۹۵) در پژوهشی تحت عنوان "تحلیلی بر نقش گردشگری و اثرات آن بر توسعه سکونتگاه‌های روستایی که در شهرستان مریوان به روش توصیفی - تحلیلی انجام داد به این نتیجه رسید که مهم‌ترین نقش‌های مثبت تقویت اقتصاد منطقه از طریق رونق بازارچه پله‌ووری موجب افزایش کیفیت زندگی و حل معضل بیکاری، اما تخریب پوشش گیاهی، افزایش شدید

قیمت زمین و مسکن، از بین رفتن فرهنگ سنتی، تضاد اجتماعی بین جامعه میزبان و جامعه میهمان مهم ترین پیامدهای منفی گسترش گردشگری روستایی در منطقه بود. علی آبادی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان "باورهای جامعه روستایی درباره اثرات توسعه گردشگری روستایی که در روستای فوش، شهرستان کنگاور که به روش توصیفی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که اثرات توسعه گردشگری روستایی در سه عامل فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی جای گرفتند. همچنین میانگین باور جامعه روستایی نسبت به اثرات اجتماعی و اقتصادی توسعه گردشگری از حد مطلوب بیشتر است. یکی از پیامدهای منفی گردشگری روستایی به باور جامعه روستایی این است که برخی از گردشگران باعث آسیب رساندن به محیط طبیعی شدند.

کیانی سلمی و بسحاق (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان "شناسایی اثرات گردشگری و نقش آن در توسعه شهری کاشان" که به روش توصیفی - تحلیلی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که توسعه گردشگری اثر معناداری بر توسعه شهری کاشان دارد. در شاخص های تبیین کننده توسعه شهری رشد خدمات فرهنگی بیش از سایر ابعاد از توسعه گردشگری اثر پذیرفته بود. پارک<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان "درک گردشگران از اثرات اجتماعی - اقتصادی گردشگری" که به روش توصیفی همبستگی انجام داد به این نتیجه رسیدند که اثرات زیست محیطی درک شده توسط روستائیان بر رضایت جوامع محلی از گردشگری تأثیرگذار است و ادراکات گردشگران از اثرات اجتماعی - اقتصادی گردشگری تأثیر حمایتی از گردشگران روستایی را به همراه داشت. اندرسون<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان "اثرات گردشگری بر معیشت روستائیان" که در تانزانیا و به روش توصیفی همبستگی انجام داد به این نتیجه رسید که گردشگری باعث بهبود معیشت خانوارهای روستایی می شود. به طوری که خانوارهای روستایی در مقایسه با فروش دام و محصولات فصلی، قادر به تأمین منابع مالی قابل اتکا شده اند و باعث دسترسی به آموزش و بهداشت مناسب گردیده اند.

---

1 .Park

2 .Anderson



ژانگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی تأثیر گردشگری در توسعه روستایی که در یکی از روستاهای اوگاندا" به روش توصیفی از نوع همبستگی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که گردشگری روستایی منافع اقتصادی فراوانی را برای خانواده‌های محل به همراه خواهد داشت از طرق دیگر باعث کاهش مهاجرت نیروی کار به مناطق شهری شد. سگروی و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان "اثرات گردشگری بر روستاهای مورد هدف گردشگری" که به روش توصیفی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که گردشگری روستایی باعث فروش مستقیم محصولات کشاورزی و بهبود عملکرد اقتصادی مشاغل روستایی و افزایش سرمایه‌گذاری و خلق فرصت‌های شغلی جدید می‌شود. منافع اقتصادی فراوانی را برای خانوارهای محل به همراه خواهد داشت.

توسعه گردشگری علاوه بر مزیت‌ها، موجب رسیدن آسیب‌ها و اثرات منفی به مناطق دارای جاذبه‌های گردشگری می‌گردد؛ بنابراین شناخت این اثرات منفی توسعه گردشگری در راستای رفع این مشکلات و آسیب‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است. در راستای این موضوع پژوهش حاضر به شناسایی اثرات منفی گردشگری بر فرهنگ جامعه محلی پرداخته، تغییرات فرهنگی بلندمدت‌تر است و در نتیجه رشد و توسعه صنعت گردشگری رخ خواهد داد. از آنجا که نتیجه یا ره‌آورد صنعت گردشگری موجب تغییراتی در زندگی روزانه و فرهنگ جامعه میزبان می‌شود. اصطلاح «اثرات اجتماعی - فرهنگی» را به معنای تغییراتی بکار می‌برند که در تجربه‌های روزانه ارزش‌ها، شیوه زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه میزبان رخ می‌دهد؛ بنابراین گردشگری روستایی از میراث فرهنگی منطقه حفاظت می‌کند و همچنین زمینه حفظ و ارتقای الگوهای فرهنگی در زمینه‌های موسیقی، رقص، تئاتر، لباس، هنر و صنایع دستی، آداب و رسوم، سبک زندگی و سبک معماری از جمله جاذبه‌های مهم گردشگری است که به وسیله گسترش گردشگری زمینه حفظ و ارتقای آن‌ها را فراهم می‌سازند. همچنین گردشگری موجب تغییرات منفی در فعالیت‌های سنتی و هنری روستائیان به منظور متناسب ساختن آن‌ها برای گردشگران روستایی و کاهش تدریجی استفاده از گویش محلی در منطقه می‌شود.

1. Zhang and et al.

2. Sgroi and et al.

مرور مطالعات انجام شده در حوزه اثرات منفی فرهنگی گردشگری در قالب جدول ۵ ارائه شده است.

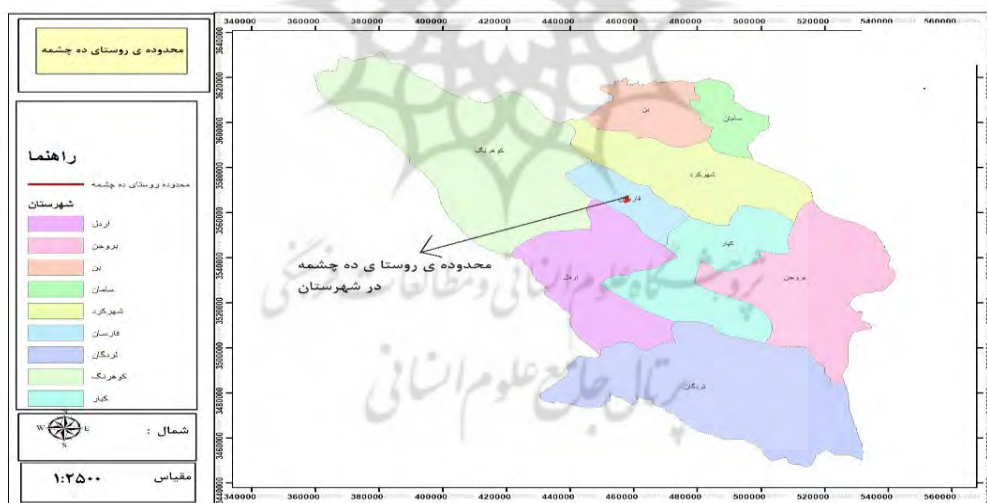
**جدول ۵. پیشینه تجربی پژوهش در ارتباط با اثرات منفی فرهنگی گردشگری**

پژوهشگران	نتایج
سجادی و احمدی (۱۳۹۲)	که انباشت زباله و آشغال در محیط زیست روستایی و افزایش درآمدهای دستگاه‌های دولتی از قبیل دهیاری‌ها، بخش‌داری‌ها، شهرداری‌ها و... مهم‌ترین اثرات گردشگری روستایی در شهرستان فومن می‌باشند.
جلالیان و همکاران (۱۳۹۴)	که میزان اثرات مثبت گردشگری ۶۵/۸ درصد و اثرات منفی آن در روستای هجیج ۳۴/۲ درصد بود.
بهرامی (۱۳۹۵)	که مهم‌ترین نقش‌های مثبت تقویت اقتصاد منطقه از طریق رونق بازارچه پیله‌وری موجب افزایش کیفیت زندگی و حل معضل بیکاری، اما تخریب پوشش گیاهی، افزایش شدید قیمت زمین و مسکن، از بین رفتن فرهنگ سنتی، تضاد اجتماعی بین جامعه میزبان و جامعه میهمان مهم‌ترین پیامدهای منفی گسترش گردشگری روستایی در منطقه بود.
علی آبادی و همکاران (۱۳۹۶)	که اثرات توسعه گردشگری روستایی در سه عامل فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی جای گرفتند. همچنین میانگین باور جامعه روستایی نسبت به اثرات اجتماعی و اقتصادی توسعه گردشگری از حد مطلوب بیشتر است. یکی از پیامدهای منفی گردشگری روستایی به باور جامعه روستایی این است که برخی از گردشگران باعث آسیب رساندن به محیط طبیعی شدند.
کیانی سلمی و بسحاق (۱۳۹۶)	که توسعه گردشگری اثر معناداری بر توسعه شهری کاشان دارد. در شاخص‌های تبیین‌کننده توسعه شهری رشد خدمات فرهنگی بیش از سایر ابعاد از توسعه گردشگری اثر پذیرفته بود.
پارک و همکاران (۲۰۱۵)	که اثرات زیست‌محیطی درک شده توسط روستائیان بر رضایت جوامع محلی از گردشگری تأثیرگذار و ادراکات گردشگران از اثرات اجتماعی - اقتصادی گردشگری تأثیر حمایتی از گردشگران روستایی را به همراه داشت.
اندرسون (۲۰۱۵)	که گردشگری باعث بهبود معیشت خانوارهای روستایی می‌شود. به طوری که خانوارهای روستایی در مقایسه با فروش دام و محصولات فصلی، قادر به تأمین منابع مالی قابل‌تکا شده‌اند و از طرفی باعث دسترسی به آموزش و بهداشت مناسب گردیده‌اند.

که گردشگری روستایی منافع اقتصادی فراوانی را برای خانواده‌های محل به همراه خواهد داشت از طرق دیگر باعث کاهش مهاجرت نیروی کار به مناطق شهری شد.	ژانگ و همکاران (۲۰۱۵)
که گردشگری روستایی باعث فروش مستقیم محصولات کشاورزی و بهبود عملکرد اقتصادی مشاغل روستایی و افزایش سرمایه‌گذاری و خلق فرصت‌های شغلی جدید می‌شود. منافع اقتصادی فراوانی را برای خانوارهای محل به همراه خواهد داشت.	سگروی و همکاران (۲۰۱۴)

### محدوده مورد پژوهش

روستای ده چشمه از توابع، بخش مرکزی شهرستان فارس استان چهارمحال و بختیاری است که با مختصات جغرافیایی ۵۰ درجه و ۳۳ دقیقه طول شرقی و ۳۲ درجه و ۱۳ دقیقه عرض شمالی، در ۳ کیلومتری جنوب غربی شهر فارس قرار دارد. این روستا از غرب و جنوب به کوه لاخرسان محدود می‌شود. ارتفاع روستای ده چشمه از سطح دریا ۲۰۰۰ متر است و اقلیمی معتدل و خشک دارد.

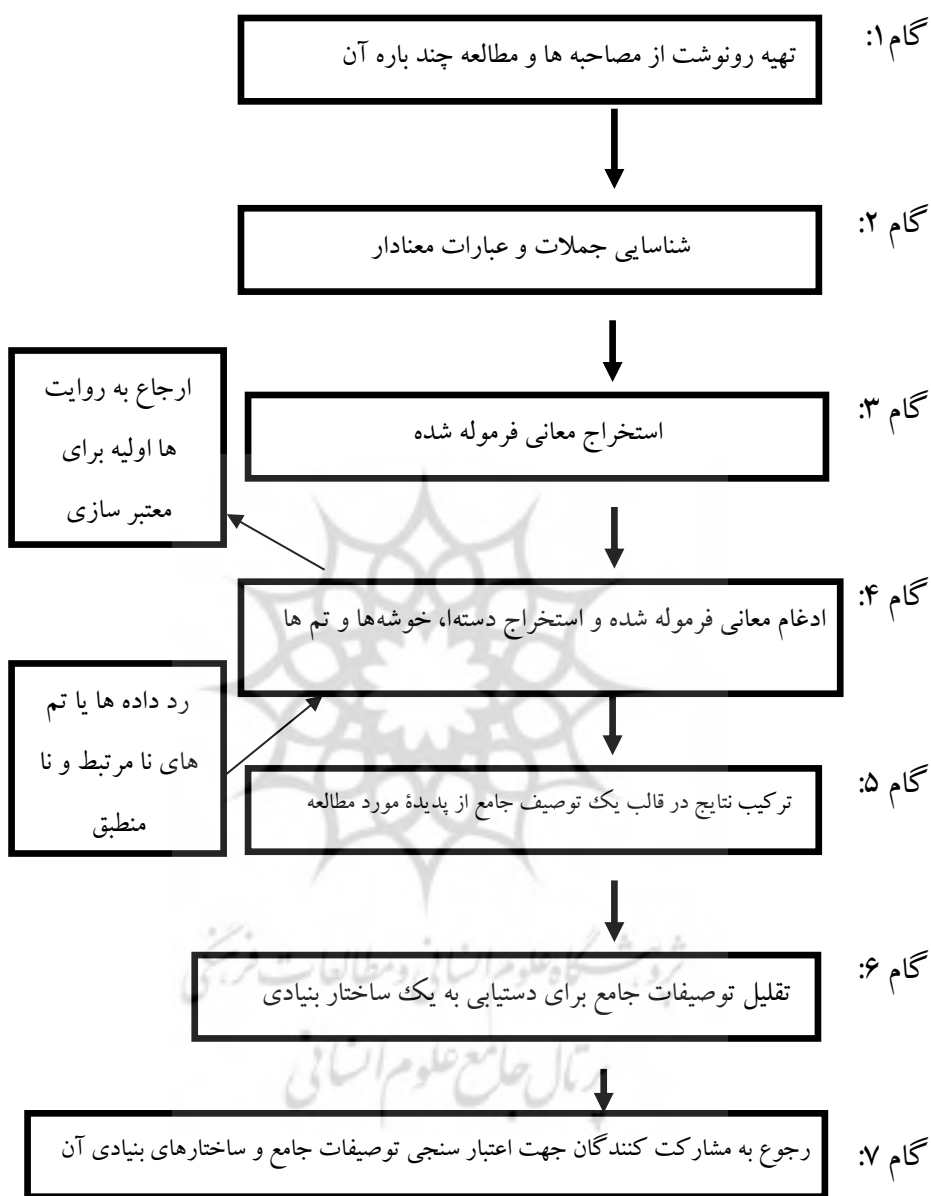


شکل ۱. موقعیت مکانی روستای ده چشمه بر روی نقشه

### روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر با توجه به هدف اصلی پژوهش، روش پژوهش به کار گرفته شده از نوع کیفی و بر اساس روش پدیدارشناسی مبتنی بر الگوی اصلاح شده استیویک - کولایزی - کن<sup>۱</sup> است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش کلیه افراد بومی روستای ده چشمه استان چهارمحال و بختیاری می‌باشند روش تعیین مشارکت‌کنندگان در این پژوهش بر مبنای روش نمونه‌گیری هدفمند تمایز حداکثری بود به منظور گردآوری اطلاعات پژوهشگران از ابزار مصاحبه استفاده کرده است. برای مصاحبه ابتدا مشارکت‌کنندگان در پژوهش که افراد بومی روستای ده چشمه استان چهارمحال و بختیاری را تشکیل داده‌اند به عنوان مشارکت‌کننده انتخاب شدند. سپس آن‌قدر مصاحبه‌ها با رویکرد پدیدارشناسانه انجام گرفت تا به اشباع اطلاعات برسد. به منظور بررسی اشباع اطلاعات از روش نمونه‌گیری تمایزی استفاده شد، هفت عدد نمونه گرفته شد و بررسی شد که آیا کدهای استخراج شده با کدهای ۲۰ نفر مصاحبه‌شونده یکسان است یا خیر؟ نتایج نشان داد که اشباع اطلاعات رخ داده و این هفت نفر چیز جدیدی را ارائه ندادند. سپس قابلیت اعتماد و اعتبار را انجام می‌دهد؛ بنابراین در این مطالعه مصاحبه با اولین مشارکت‌کننده آغاز و تا رسیدن به حد اشباع اطلاعات، یعنی ۲۰ نفر مشارکت‌کننده به اتمام رسیده است.

در این پژوهش از روش تجزیه و تحلیل اطلاعات در این پژوهش بر اساس روش اصلاح شده استیویک - کولایزی - کن، شامل هفت مرحله، به کار رفت.



شکل ۲. روند تجزیه و تحلیل داده‌های پدیدارشناسی توصیفی با روش کولایزی (۱۹۷۸)

روایی پژوهش: بر اساس رویکرد لینکلن و گوبا<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) روایی سازه در بخش کیفی به روش‌های زیر مورد بررسی قرار گرفته است:

روش سه سویه نگر: در این رویکرد هر سؤال مصاحبه از طریق دو یا چند سؤال دیگر، از مشارکت کنندگان پرسیده شده است به طوری که از زوایای مختلف به پدیده مورد نظر نگریسته شود. در این پژوهش پژوهشگران سه گروه سؤال مشابه طراحی نمود و سپس در هر مرحله برای دستیابی به صحت و دقت اطلاعات این سؤالات را مطرح نمود که نتایج نشان داد که کلیه زوایای سؤال مشخص شده و از زوایای متفاوت به مسئله نگریسته شده است.

رویکرد انعطاف روش: پژوهشگران کلیه مصاحبه‌ها را پس از پیدا شدن نهایی مفاهیم و طبقه‌بندی، مجدداً ارزیابی کرده، محتوا، طبقه‌بندی و کدگذاری را بازبینی نموده و در این راه دیدگاه چندین نفر از متخصصان حوزه مدیریت و مصاحبه‌شوندگان را در زمینه کدگذاری جویا شده است و بر اساس این دیدگاه این افراد، طبقه‌بندی صورت گرفته، طبقه‌بندی نهایی را انجام داده است.

روایی بیرونی: محقق قبل از آن که مصاحبه‌های انجام شده را با یکدیگر ترکیب کند نتایج حاصل از هر مصاحبه را با نتایج مصاحبه دیگر مقایسه کرده است و میزان تکرارپذیری آن را بر اساس فراوانی تکرارپذیری مورد بررسی قرار داده است در ۵ مصاحبه اولیه میزان تکرارپذیری نظرات افراد حاصل از مصاحبه بر اساس درصد فراوانی و تکرار ۴۰٪ بوده است اما پس از آن و در ۲۰ مورد پایایی میزان تکرارپذیری نظری مفاهیم و مقوله‌ها به نزدیک ۹۸٪ رسیده است. لذا می‌توان نتیجه‌گیری کرد که میزان تکرارپذیری نظری قابل قبول و معیار انتقال‌پذیری مناسب بوده است.

روایی توصیفی: برای دستیابی به نتایج مقبول محقق در مصاحبه‌های خود از چندین مشاهده‌گر برای ثبت و توصیف مفاهیم و اظهارات معنادار استفاده کرده است که در

چندین مورد استاد راهنما نیز به عنوان مشاهده گر در کنار سایر مشاهده کنندگان پژوهش بوده است. به طور متوسط مصاحبه کننده در هر مصاحبه با سه مشاهده گر نتایج را ثبت کرده و سپس مشاهده آن‌ها را با یکدیگر مقایسه و در کنار یکدیگر قرار داده است. ج) روایی تفسیری: کلیه کدگذاری‌ها، مفاهیم و به ویژه اظهارات معنادار استخراج شده از مفاهیم خلاصه شده از مصاحبه‌ها و طبقه‌بندی مقوله‌ای آن‌ها را در اختیار مشارکت کنندگان پژوهش (۲۵ مصاحبه‌شونده) قرار داده است تا مشخص شود آیا افراد با آنچه در مصاحبه‌ها مطرح کرده‌اند، موافق‌اند، آیا اظهارات معنی‌دار استخراج شده و مقوله‌بندی آن‌ها درست بوده است؟ پس از انجام تغییرها و برگشت نظرات مصاحبه‌شوندگان (۲۵ مورد) کلیه موارد مورد بازبینی مجدد قرار گرفت و بر اساس تغییرهای آن‌ها از پدیده مورد بررسی مجدداً اصلاحات صورت گرفت و پس از تأیید نهایی در پژوهش قرار گرفتند (لینکلن و گوبا، ۲۰۰۷). پایایی پژوهش: به این منظور از رویکرد راثو و پری<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) استفاده شده که برای رسیدن به پایایی در این پژوهش اقدامات زیر صورت گرفته است:

استفاده از فرآیندهای ساخت یافته و دقیق در تنظیم مصاحبه‌های پژوهش کلیه مصاحبه‌های انجام شده به صورت اصولی، منطقی و منظم تنظیم شوند.

سازمان‌دهی فرآیندهای ساخت یافته برای ثبت، نوشتن، کدگذاری و تغییر داده‌ها از رویکرد اصلاح شده استیوگ - کن - کلایزی استفاده شود و کلیه موارد به صورت گام به گام و دقیق بر مبنای رویکرد موجود انجام شود.

وجود هفت مصاحبه کننده یا چند مشاهده گر برای انجام مصاحبه و اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ها برای جمع‌آوری اطلاعات مصاحبه‌ها، از چند پرسشگر استفاده شده و نتایج حاصل با یکدیگر مقایسه شده است تا سازگاری یا اطمینان مناسب حاصل آید (راثو و پری، ۲۰۰۳).

از دیرباز در خصوص دقت اندازه گیری دادها و ابزارهای تحقیق در بین پژوهشگران، مباحث مختلفی وجود داشته است. با توجه به اندازه گیری و شاخص پذیر ساختن رفتارهای انسانی، اطمینان از دقت و صحت نتایج، به پیدایش انواع و اقسام اعتبار و پایایی در پژوهش های انسانی منجر شد. این امر در پژوهش های کمی با توجه به مبانی زیربنایی و معرفت شناسانه آن تحت آزمون های آماری دقیق رشد و توسعه یافت، اما با پیدایی روش های پژوهش کیفی و با توجه به برداشت های متفاوت و تأکید آن بر جنبه کیفی رفتار انسانی، اعتبار و پایایی هم از آزمون های آماری حوزه کمی به سوی مفاهیمی نسبی گرایانه تر و تفسیری تر تغییر کرد. موارد یاد شده نشان می دهد که اگرچه در ارزیابی روش های پژوهش کیفی نیز مانند روش های کمی، به ابزارهایی خاص، نظیر اعتبار و پایایی نیاز است؛ اما در پژوهش های کیفی اعتبار و پایایی مانند روش های کمی، بر اصول مشخصی استوار نیست؛ البته، این به زیر بنا و منطق درونی پژوهش کیفی و جنبه تفسیری و تأویلی آن برمی گردد؛ چنانکه حتی عده ای از محققان کیفی احراز اعتبار و پایایی را برای پژوهش کیفی به دلیل برداشت های متفاوت رفتارها و گفتارها از سوی مشاهده گران بی فایده می دانند، اما در مقابل، عده ای دیگر از پژوهشگران هم با توجه به ویژگی متمایز و متفاوت پژوهش کیفی از کمی به جای اعتبار و پایایی، به ابداع مفاهیمی نو همچون تائید پذیری و انتقال پذیری و غیره اقدام نموده اند (وود، ۲۰۰۶). لذا در پژوهش حاضر به منظور روایی پژوهش از رویکردهای روایی سازه لینکلن و گوبا (۲۰۰۷) روایی بیرونی، روایی توصیفی، روایی تفسیری استفاده گردید که نشان دهنده قابلیت اعتبار مقوله های پژوهش بود؛ و به منظور بررسی پایایی نتایج از رویکرد سه گانه رائو و پری (۲۰۰۳) استفاده شد که نتایج نشان دهنده ثبات مقوله های استخراج شده بود.

در پژوهش حاضر با توجه به هدف اصلی پژوهش که شناسایی اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان است، روش پژوهش به کار گرفته شده از نوع کیفی و بر اساس روش پدیدارشناسی مبتنی بر الگوی اصلاح شده استیویک - کولایزی - کن



می‌باشد. با توجه به اینکه پژوهشگران در این پژوهش درصدد شناخت تجارب افراد بومی روستای ده چشمه استان چهارمحال و بختیاری از اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان است. روش تحقیق خود را از نوع کیفی بر اساس روش پدیدارشناسی انتخاب نموده است تا به عمق تجارب افراد بومی وارد شده و مؤلفه‌های آن در این زمینه مورد شناسایی قرار گیرد. استفاده از روش پدیدارشناسی نیز به این دلیل بود که پدیدارشناسی معنای تجارب زندگی چند فرد در مورد یک مفهوم یا پدیده را توصیف می‌کند. در پدیدارشناسی، هدف اصلی، ساده‌سازی تجربیات شخصی افراد در رابطه با یک پدیده و توصیف جوهره کلی آن است. برای نیل به این هدف، پژوهشگر پدیده‌ای را مشخص می‌کند و در ادامه به جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز خود از اشخاص می‌پردازد که آن پدیده را تجربه کرده‌اند و سپس توصیفی پی‌درپی از ماهیت و جوهره آن تجربه برای کلیه افراد ارائه می‌نماید. این توصیف شامل مواردی از قبیل چه چیزی را تجربه کرده‌اند و چگونه آن را تجربه نموده‌اند، می‌شود (کرس ول، ۲۰۰۷). لذا از آنجایی که پژوهشگران به دنبال استخراج مؤلفه‌های اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر مبنای ذهنیات و تجارب افراد بود تا بتواند جوهره پدیده پژوهش که اثرات منفی فرهنگی گردشگری است پی‌برد و مؤلفه‌های این سازه را در چارچوب نظام ارزشی و فرهنگی مورد بررسی، استخراج نماید، از روش پدیدارشناسی استفاده کرده است.

### یافته‌های پژوهش

**گام ۱.** پس از انجام هر مصاحبه، تمام مطالبی که مصاحبه‌شوندگان بیان کردند، به صورت متن در فایل ورد وارد شدند. حالات و احساسات چهره یا لحن صدا نیز به صورت اموجی در متون ترسیم گردید. فایل صوتی ضبط‌شده نیز به دفعات گوش داده شد و هر یک از متون بارها خوانده شدند. در حین انجام این کار نیز پژوهشگران

هرگونه فکر، احساس یا ایده‌ای که بنا به پژوهش‌های قبلی داشت پراتزگذاری<sup>۱</sup> کرد که این امر به کشف پدیده اثرات منفی فرهنگی گردشگری به عنوان تجربه‌های که افراد جامعه میزبان خود تجربه کرده بودند، کمک کرد. از نظر هوسرل، در پراتزگذاری (اپوخه<sup>۲</sup>، یا براکت کردن)، اصلی‌ترین مفهوم پدیدارشناسی است که نیاز است در اجرای پژوهش مدنظر قرار گیرد (توفورد و نیومن<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲) و در آن همه قضاوت‌ها و دانسته‌های قبلی پژوهشگر در مورد واقعیت کنار گذاشته شود (نگرش خنثی) تا زمانی که در مبنای مشخص تری درک شوند.

**گام ۲.** در این مرحله جملات و عبارات‌های معنادار مربوط به چگونگی اثرات منفی فرهنگی گردشگری از هر متن مصاحبه استخراج شدند. این عبارات‌ها در فایل جداگانه‌ای ثبت و بر اساس شماره مصاحبه و شماره پاراگراف کدگذاری شدند. صد و هفت (۱۰۷) عبارت معنادار از ۲۰ متن مصاحبه شناسایی شدند. جدول ۱ چند نمونه از عبارات‌های معنادار شناسایی شده و استخراج شده توسط افراد جامعه میزبان را ارائه می‌کند.

جدول ۱. نمونه‌هایی از عبارات معنادار

شماره پاراگراف	شماره مصاحبه	عبارات معنادار
۵	۱	بعضی‌ها گردشگران به روستایمان آمده بودند با کشیدن کلید بر روی درخت‌ها یادگاری می‌نوشتند.
۶	۲	با توجه به هجوم گردشگران و نامشخص بودن آن‌ها بر روی پل‌ها با ماژیک یادگاری می‌نوشتند.
۲	۳	قبلاً عروسی‌هامون سنتی برگزار می‌شد ساز و دهل و رقص محلی حالا بچه‌ها می‌گن بریم تالار و عروسی هم مختلط باشه همش به خاطر همین گردشگرهاست.

1. Bracketing

2. Epoche

3. Tufford & Newman

**گام ۳.** معنای عبارتهای معنادار استخراج و فرموله شده و هر یک از معانی به یک دسته کدگذاری شدند. از صد و هفت (۱۰۷)، صد و هفت (۱۰۷) عبارت معنادار به وجود آمدند. همه عبارتهای و معانی آنها برای ایجاد اطمینان از صحیح بودن فرایند و سازگار بودن معانی بارها بررسی شدند. جدول ۷ نمونه‌هایی از چگونگی تبدیل عبارتهای معنادار به معانی فرموله شده را نشان می‌دهد.

جدول ۷. نمونه‌هایی از معانی فرموله شده

عبارتهای معنادار	معانی فرموله شده
آسایش رو از ما گرفته‌اند بخصوص تو شش ماهه اول سال، من خودم چند بار تصمیم گرفتم که از این روستا بروم چون واقعا اذیت میشیم یه تالار باغی آخر روستا زدند همش جشن عروسی اونجا برگزار میشه کلی ترافیک تو ه ایجاد می‌کنه شبها تا صبح صدای بوق و شلیک اسلحه به گوشم میرسه نمیزارند استراحت کنیم و حتی توی خیابانها هم جای برای پارک اتومبیل‌های خود مون هم نیست. [م ۱۱، پ ۳].	افزایش آلودگی صوتی توسط گردشگران و ایجاد ناراحتی جامعه محلی
۷-۸ روز از عید گذشته بود یه پژوی نقره‌ای رنگ سر کوچه ما پارک شد و چند تا جیون از تو ماشین دراومدن و شروع کرده بودن به کتک‌کاری همدیگه ما جرئت نمی‌کردیم نزدیکشون بریم و کلی بهمدیگه فحش و بدو بیراه میگفتن و همدیگه رو میزدند چند دقیقه بعد متوجه شدیم اینا مست بودند تعادل روحی نداشتند زنگ زدیم به نیروی انتظامی با نیروی انتظامی هم دعوا شد ماشینشون پلاک ۳۱ بود نمیدونم واسه کجا بود اما یه ترس و وحشتی انداخته بودن تو کوچه زن و بچه هامون کلی ترسیده بودند و بعد همون چندتا از بچه‌های روستا تصمیم گرفتند که نمازجماعت مغرب و عشا را به همراه امام جماعت روستا در محل پیرغار بخوانند چندتا از گردشگران در یک آلاچیق نشسته بودند اتفاقا جوان و خوشگل بودند و داشتند دف میزدن و میخواندن که یهویی بین اونا و بچه‌های روستا دعوا شد. اونا گفتند که شما دهاتی‌ها هنوز در خرافات بسر می‌برید	نبود فضای پارک برای اتومبیل‌های جامعه محلی و احساس ناآرامی و فشار روحی
بروز رفتارهای نابهنجار از طرف گردشگران	اهانت به اعتقادات مذهبی جامعه محلی

**گام ۴.** معانی فرموله شده دسته‌بندی و گروه‌بندی شدند. این دسته‌ها بیان‌گر ساختار منحصر به فردی از خوشه‌ها هستند. هر خوشه به صورتی کدگذاری شد که تمامی معانی فرموله شده مربوط به گروه معانی را شامل شود. سپس گروه‌های خوشه‌ها که منعکس‌کننده دیدگاه خاصی هستند، با یکدیگر ادغام شدند تا ساختار متمایزی از تم را شکل دهند. در واقع، همه این مضمون‌ها از نظر درونی همگرا و از نظر بیرونی واگرا هستند، به این معنا که هر یک از «معانی فرموله شده» فقط در یک خوشه مضمونی که از نظر معنای متمایز از ساختارهای دیگر است قرار می‌گیرد (شوشا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). خوشه پدید آمده در ۴ تم دسته‌بندی شدند. جدول ۸ فرایند ساخت نخستین مضمون «اثرات منفی فرهنگی گردشگری» از ادغام خوشه‌ها را نشان می‌دهد. نقشه تماتیک نهایی نیز در جدول ۹ نمایش داده شده است.

جدول ۸. نمونه پدید آمدن نخستین مضمون «اثرات منفی فرهنگی گردشگری» با استفاده از معانی فرموله شده و خوشه‌ها

تم پدیده آمده	خوشه‌ها	نمونه‌هایی از معانی فرموله شده
وندالیسم فرهنگی	تخریب آثار توریستی و تاریخی و تفریحی	یادگاری نوشتن بر روی درختان توسط گردشگر یادگاری نوشتن بر روی آثار باستانی، مذهبی و تفریحی با ماژیک توسط مسافران یادگاری نوشتن بر اماکن تاریخی توسط گردشگران
عدم امنیت فرهنگی	تغییر در ارزش‌ها	کم توجهی به اعیاد و مناسبت‌های خاص موردحمله قرار دادن اعتقادات جامعه محلی تغییر سبک زندگی جامعه محلی همراه با ارزش‌های جدید

## جدول ۹. نقشه تماتیک نهایی

ردیف	مضمون‌ها	خوشه‌ها	معانی فرموله شده	شماره عبارت معنادار	فراوانی
۱	وندالیسم فرهنگی	آثار تخریب فرهنگی و تاریخی و...	یادگاری نوشتن بر روی درختان توسط گردشگر	۷	۱
			یادگاری نوشتن بر روی آثار باستانی، مذهبی و تفریحی با مازیک توسط مسافران	۸	۱
			نوشتن جملات و اصطلاحات زشت و ناپسند بر روی دیوار و درب‌های دستشویی	۹	۱
			یادگاری نوشتن بر اماکن تاریخی توسط گردشگران	۲۹	۱
			استفاده بیش‌ازحد از اماکن توریستی، تفریحی و تخریب آن‌ها	۶۹	۱
۲	توزیع ناعادلانه و تمرکز منافع حاصل از گردشگران در دست سرمایه‌گذاران و نهادهای دولتی	سوءاستفاده افراد سرمایه‌گذار از توریستی بودن روستا	۳۵-۴۴	۲	
			عدم رضایت اکثریت جامعه محلی و رضایت اقلیت (سرمایه‌گذار) از حضور گردشگران و منابع در اختیار آن‌ها	۸۰	۱
۲	تغییر در سبک معماری (از بین رفتن معماری سنتی)	از بین رفتن هویت و بافت روستا	معانی فرموله شده	شماره عبارت معنادار	فراوانی
			استفاده از سرویس‌های بهداشتی مدرن در برابر سرویس‌های سنتی	۷۲	۱
			تغییر سبک معماری جامعه محلی مطابق با خواسته گردشگران	۳۱-۳۸-۶۳-۹۳	۴

۱	۵۳	کم توجهی به اعیاد و مناسبت های خاص	تغییر در ارزش ها	استحاله فرهنگی از درون
۱	۲۶	موردحمله قرار دادن اعتقادات جامعه محلی		
۱	۵۳	اهانت به اعتقادات مذهبی جامعه محلی		
۱	۷۵	کمرنگ شدن اعتقادات در بین مردم روستا		
۱	۱۰۳	ایجاد ارزش های جدید و تغییر ارزش های مذهبی		
۱	۵۷	تغییر سبک زندگی جامعه محلی همراه با ارزش های جدید		
۱	۶۶	از دست رفتن هویت و اصالت روستا		
۲	۱۰۵-۷۴	تبدیل شدن فرهنگ روستا به فرهنگ شهرنشینی		
۱	۴۹	رخ دادن ازدواج های بین فرهنگی و منجر شدن به طلاق	تغییر در نوع مراسم روستائیان	
۲	۶۰-۶	ایجاد تغییر در نحوه برگزاری مراسم شادی و سوگواری		
۵	۴-۱۳-۳۰-۴۸-۵۸	تغییر پوشش جوانان محلی که برگرفته از پوشش گردشگران	تغییر در پوشش افراد بومی	
۲	۲۰-۶۲	مورد تمسخر قرار گرفتن پوشش عشایر توسط گردشگران		
۱	۶۸	عدم استفاده از پوشش محلی		
۲	۸۳-۱۴	آشنایی و استقبال افراد بومی از غذای مصرفی گردشگران	تغییر در سبک غذای مصرفی	
۱	۸۴	از بین رفتن کیفیت غذاهای محلی و مطابق با علاقه گردشگران		
۴	۳۸-۱۰۱-۲۸-۸۹	کمرنگ شدن یا از بین رفتن گویش محلی	کاهش تدریجی استفاده از گویش محلی و استفاده از لغات بومی	
۱	۳۷	استفاده از زبان های بیگانه در مکالمات افراد بومی		

۱	۱۰۷	نام‌گذاری فرزندان به تقلید از نام گردشگران	بیگانه		
۲	۶۸-۵۹	تغییر در زبان و گویش محلی			
۱	۷۳	فاصله گرفتن مردم از همدیگر		تهاجم فرهنگی از بیرون	۳
۱	۵۵	به وجود آمدن افکار منفی و یا بدبین بودن افراد بومی از حضور گردشگران دانشجوی	تغییر در نگرش		
۱	۵	اشتیاق جامعه محلی برای ادامه زندگی در شهر			
۲	۱۰۴-۷۸-۸۱	مهاجرت مردم روستایی به شهرها و روستاهای اطراف به خاطر نداشتن آرامش			
۳	۹۲-۶۵-۳۶	افراد محلی سعی می‌کنند مطابق با خواسته جامعه میهمان رفتار کنند.	تغییر در رفتار (نمایشی شدن فرهنگ)		
۳	۷۱-۴۳-۳۲	اختلاف و درگیری بین افراد جامعه محلی	افزایش اختلافات و تضادهای محلی بین افراد		
۶	۱۱-۵-۲-۹۱-۷۶-۵۱	مغایرت رفتارهای گردشگران با جامعه محلی باعث بروز تضاد و اختلاف رفتاری بین جامعه میزبان و میهمان می‌شود	افزایش اختلافات و تضادهای محلی		
۱	۲۳	برهم زدن مراسم جامعه محلی و رخ دادن درگیری و اختلاف بین افراد بومی و گردشگرها	بین جامعه میزبان و میهمان		
۲	۵۱-۲۱	استفاده از مشروبات الکلی و ازدیاد و ترویج این مواد در روستا	افزایش استفاده از مشروبات		
۲	۹۶-۹۷	استفاده از مواد افیونی به تقلید از رفتارهای گردشگران	الکلی و مواد مخدر		
۱	۷۹	افزایش قاچاق و شغل‌های کاذب در روستا	ایجاد شغل‌های		
۲	۸۶-۶۷	ایجاد شغل‌های کاذب و غیراخلاقی	کاذب و قاچاق		
۳	۸۷-۸۵-۳۳	ترویج تجمل‌گرایی و مصرف‌گرایی در بین	تجمل‌گرایی و		

		جامعه محلی	مصرف‌گرایی جامعه محلی		
۱۳	۲۰-۱۷- ۲۵-۲۳- ۵۲-۵۰- ۶۴-۵۴- ۹۴-۸۸- ۶۱-۲۴-۹۸	بروز رفتارهای غیراخلاقی و نابهنجار توسط جامعه میهمان	افزایش نابهنجاری‌های اخلاقی		
۲	۱۶-۱	حجم ترافیک زیاد باعث ایجاد ناآرامی و سلب آسایش جامعه محلی می‌شود.	سلب آسایش از جامعه محلی	شکل‌گیری نگرش فرهنگی نامطلوب به پدیده گردشگری	۴
۲	۱۲-۲	به علت افزایش اجاره و کمبود منازل در روستا برای جامعه محلی باعث ایجاد ناآرامی می‌شود.			
۳	۱۵-۱۸-۹۰	ایجاد آلودگی صوتی توسط گردشگران و برهم زدن آرامش جامعه محلی			
۳	۴۱-۵۶-۷۰	نبود آرامش جامعه محلی از حضور گردشگران			
۶	۳۴-۲۷- ۷۰-۴۶- ۴۰-۱۰۶	عدم رضایت محلی از حضور گردشگران	عدم رضایت افراد بومی از حضور گردشگران		
۲	۴۵-۱۰۲	عدم استفاده مردم از مکان‌های توریستی و ناراحتی آن‌ها به خاطر ازدحام گردشگران			
۱	۸۲	عدم رضایت مردم جامعه محلی از صنعت گردشگری و تمایل به کشاورزی			
۲	۹۵-۹۹	عدم کنترل رفتارهای نابهنجار جوانان و ناراحتی افراد بومی			



**گام ۵.** در این مرحله از تجزیه و تحلیل، همه مضمون‌ها به صورت توصیف جامعی تعریف شدند. پس از ادغام همه مضمون‌های مطالعه، فرایند «شناخت، احساس، ارزیابی و تصمیم‌گیری» به عنوان ساختار کلی پدیده استخراج شد.

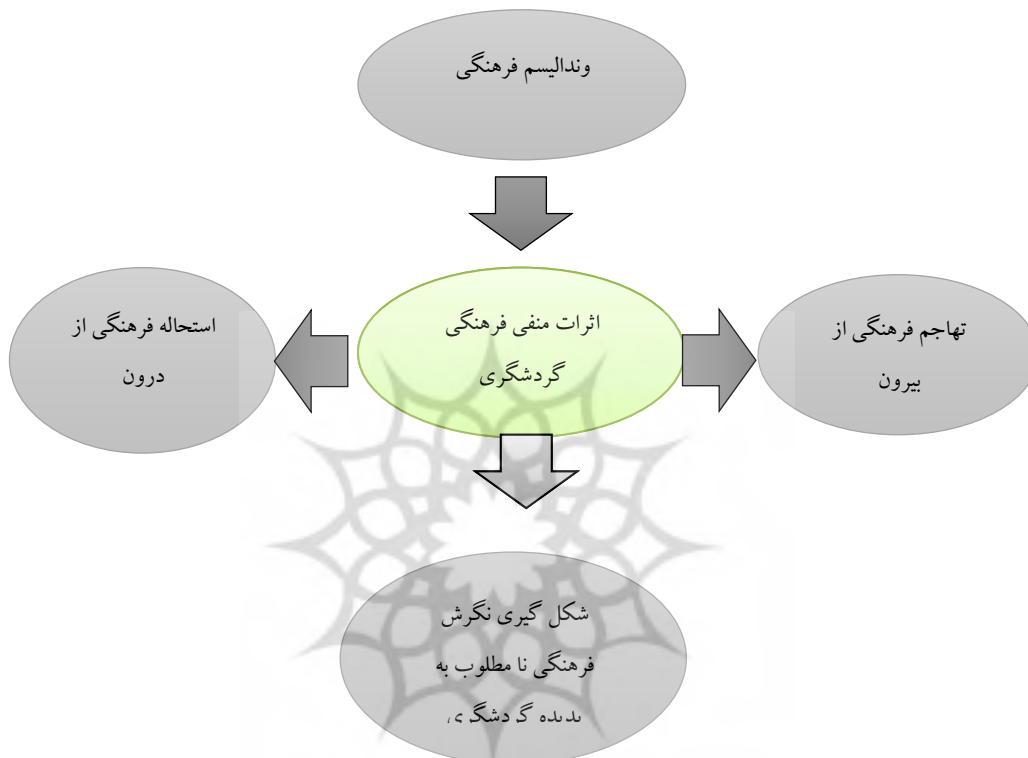
**گام ۶.** این مرحله تا حدودی شبیه مرحله پیش است اما به دنبال معانی جامع نبودیم. در این مرحله تقلیل یافته‌ها انجام شد و توصیفات زائد و اشتباه از ساختار کلی حذف شدند. برخی اصلاحات به منظور ایجاد ارتباط شفاف بین خوشه‌ها و مضمون‌های استخراج شده، انجام شد و برخی از عبارات‌های مبهم که توصیف کلی را ضعیف می‌کردند، حذف شدند.

**گام ۷:** در این مرحله سعی در اعتبارسنجی یافته‌های پژوهش داشتیم. امانت‌داری در پژوهش، روایی و اعتبار یافته‌ها جزء مبانی اولیه پژوهش کیفی هستند که در روش پژوهش پدیدارشناسی نیز دارای اهمیت فراوانی هستند. کولایزی به اعتبار نهایی که با مراجعه به هر یک از افراد مطلع صورت می‌گیرد، اشاره می‌کند و مهم‌ترین معیار ارزیابی یافته‌های پژوهش پدیدار شناختی را از طریق اعتبار یابی توصیف‌های جامع از پدیده مورد مطالعه از سوی خود مشارکت‌کنندگان می‌داند (کرسول<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳). بنابراین این اعتبارسنجی با رجوع مجدد به مصاحبه‌شوندگان، نشان دادن یافته‌های نتایج و مباحثه با آن‌ها انجام شد. در نهایت همه شرکت‌کنندگان رضایت خود را نسبت به این نتایج، که نشان‌دهنده احساسات و تجارب ایشان بود، اعلام کردند. پژوهشگران نیز به منظور امانت‌داری در پژوهش، کلیه مفروضات قبلی خود در زمینه پدیده خرید احساسی را از قبل یادداشت کرده و طی فرایند پژوهش نیز سعی بر در پراترگذاری (جیرینگ<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴) کلیه مفروضات پیشین کرد.

1. Creswell

2. Gearing

پیامدهای منفی شامل: وندالیسم فرهنگی، تهاجم فرهنگی از بیرون، استحاله فرهنگی از درون و شکل‌گیری نگرش فرهنگی نامطلوب به پدیده گردشگری بود که در شکل ۳ ترسیم شده است.



شکل ۳. اثرات منفی فرهنگی گردشگری جامعه میزبان

### بحث و نتیجه‌گیری

باید گفت که پدیدارشناسی فلسفه‌ای است که به بررسی ماهیت یا ذات پدیده‌ها می‌پردازد؛ یعنی بررسی و کاوش آن چیزی که چیزها را به آنچه هستند تبدیل می‌کند و بدون آن چیز، آن چیز نمی‌توانست چیزی باشد که اکنون هست. از نقطه نظر پدیدارشناسی، ما به جایگاه موارد خاص علاقه‌اندکی داریم، خواه چیزی اتفاق بیفتد، یا هرازگاهی رخ دهد یا این که رخداد یک تجربه یا حوادثی دیگر ارتباط پیدا کند. از این

رویکرد می‌توان به دو نکته ضمنی روش‌شناختی اشاره کرد: نکته نخست آن است که آنچه مهم است دانسته شود تجربه انسان‌ها و تفاسیرشان از آن تجربه‌هاست. از این رو تجربه و تفسیر، موضوع و نقطه تمرکز پژوهش پدیدارشناختی است. نکته دوم که صبغه روش‌شناختی تری دارد آن است که تنها شیوه‌ای که ما از طریق آن می‌توانیم تجربه شخص دیگری را بشناسیم، تجربه کردن آن توسط خود ما به گفته شلر یک رابطه بی‌واسطه شهودی نسبت به اشیاست. در اینجا پدیدارشناسی تنها یک روش یا مجموعه‌ای از عملیات روانی مورد نظر هوسرل نیست بلکه نگرش خاصی یا نوعی شیوه دیدن تلقی می‌شود که به رهیافت‌های دیگر نزدیک‌تر است. این تلقی ما را به سمت مشاهده مشارکتی و مصاحبه‌های عمیق سوق می‌دهد. به عبارت دیگر در گزارش یافته‌های پدیدارشناختی ذات یا ماهیت یک تجربه به‌طور مناسب در زبان توصیف شده است، اگر این توصیف ما را مجدداً بیدار کند یا کیفیت و معناداری تجربه زیسته را به شکل کامل‌تر و عمیق‌تری به ما نشان دهد. لذا پژوهشگران به دنبال این هستند که پیامدهای منفی گردشگری فرهنگی حاصل از تجارب افراد جامعه محلی کدام‌اند؟

با توجه به هدف اصلی پژوهش که شناسایی اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان بود، یک سؤال مطرح گردید، افراد بومی روستای ده چشمه چه تجاربی از اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر روستا خود دارند؟ نتایج حاصل از جدول بالا خروجی تجارب افراد را نشان می‌دهد. بر اساس این خروجی می‌توان تجارب افراد را به چهار مؤلفه اصلی: وندالیسم فرهنگی، تهاجم فرهنگی از بیرون، استحاله فرهنگی از درون، شکل‌گیری نگرش فرهنگی نامطلوب به پدیده گردشگری طبقه‌بندی کرد. گردشگری روستایی فعالیتی بسیار پیچیده است که با بخش‌های دیگر جامعه و اقتصاد وجود مشترکی دارد، لذا دارای نتایج و آثار مختلفی است که می‌باید در فرایند برنامه‌ریزی تمامی جوانب آن مورد توجه قرار بگیرد تا از آثار منفی آن جلوگیری و آثار مثبت آن نیز تقویت گردند؛ بنابراین پژوهش حاضر با این نگاه و با هدف کلی شناسایی اثرات

منفی فرهنگی گردشگری بر فرهنگ مردم روستای ده چشمه (با توجه به اهمیت این شهر در صنعت گردشگری) از دید اهالی روستایی آن به مرحله طراحی و اجرا گردید. نتایج تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد که اثرات گردشگری روستایی در روستای ده چشمه در چهار عامل نندالیسم فرهنگی، تهاجم فرهنگی از بیرون، استحاله فرهنگی از درون، شکل‌گیری نگرش فرهنگی نامطلوب به پدیده گردشگری به دلیل استفاده بیش‌ازحد و خرابکاری‌های گردشگران کم‌اطلاع از جمله مضرات گردشگری فرهنگی شناسایی شدند. ولی مضرات احتمالی نباید مانع توسعه گردشگری فرهنگی گردد. آموزش و کنترل و نظارت و محافظت هم برای جامعه میزبان و هم میهمان، می‌تواند گردشگری فرهنگی را پایدار نماید. به‌طور کلی در بررسی آثار منفی توسعه گردشگری بر فرهنگ جامعه میزبان، برخی نویسندگان به تجاری شدن یا کالایی شدن فرهنگ جامعه میزبان اشاره می‌کنند، بدین معنا که ساکنان محصولات فرهنگی خود را آن‌گونه که مورد پسند گردشگران باشد، عرضه می‌کنند. در این خصوص گردشگری می‌تواند در نظام‌های گوناگون، نمادهای فرهنگی یک جامعه را تبدیل به کالا نماید و تماس سطحی گردشگران با فرهنگ محلی و صرف تفریح و گذران اوقات فراغتی دل‌چسب سبب می‌شود که تمام تأسیسات و خدمات محلی به نحوی سازمان یابد که بتواند رضایت گردشگران را جلب نماید. از این‌رو فرهنگ محلی به مجموعه‌ای درهم‌پیچیده در چارچوب کالایی شدن تبدیل می‌شود و همه چیز در خدمت پول و درآمد ارزی قرار می‌گیرد و این درآمد به بهای گزافی به دست می‌آید. یکی از این موارد، از دست دادن هویت خود برای رضایت غیر از خود است. سطحی بودن تماس نه به ساکنان محلی فرصت می‌دهد که تماس فرهنگی را برقرار سازند و نه به گردشگران فرصت می‌دهد که بر دانش و معرفت خود نسبت به فرهنگی دیگر، چیزی بیفزایند. مهم‌ترین پیامد منفی در محیط انسان‌ساخت، مشکلات فرهنگی است که بر اثر تلاقی دو فرهنگ جامعه میزبان و میهمان به وجود می‌آید و سبب تغییر الگوهای فرهنگ بومی می‌شود. از این‌رو، در

مطالعه آثار و تبعات فرهنگی منفی گردشگری، باید به فرهنگ زدایی و تأثیر فرهنگی منفی گردشگران بر مردم بومی، آثار منفی کالایی شدن فرهنگ و آثار فرهنگی مادی و معنوی که در آن روابط اجتماعی بنا بر قوانین دادوستد بازار شکل می‌گیرد و تحلیل می‌شود یا جهانی‌سازی که در آن ویژگی‌های فرهنگی، شخصی می‌شوند، توجه داشت. در تفسیر این یافته‌ها باید گفت که از جمله مهم‌ترین آثار و پیامدهای منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان که در این پژوهش شناسایی شدند عبارت‌اند از:

وندالیسم فرهنگی تخریب کنترل نشده اشیای و آثار فرهنگی با ارزش یا اموال عمومی است که یک ناهنجاری اجتماعی به حساب می‌آید. وندالیسم در زمره انحرافات و بزهکاری‌های جوامع جدید دسته‌بندی می‌کنند و آن را عکس‌العملی خصمانه و واکنشی کینه‌توزانه نسبت به برخی از فشارها، تحصیلات، نامالایمات و اجحاف‌ها تحلیل می‌شود. وندالیسم فرهنگی که ممکن است دیدار بیش‌ازحد گردشگران از مکان‌های تاریخی و باستانی مهم موجب ویرانی تدریجی آن‌ها شود. این ویرانی ممکن است ناشی از این بی‌توجهی به ظرفیت‌پذیری جامعه میزبان یا حاصل فعالیت‌های سودجویانه گردشگران نافرهيخته باشد. موافق با یافته‌های چيو و راین (۲۰۱۱) و شمس‌الدین (۱۳۸۹)، علیقلی زاده و فیروز چایی و همکاران (۱۳۸۹) بوده است.

استحاله فرهنگی که با توجه به شکنندگی خاص میراث فرهنگی ممکن است توسعه گردشگری موجب صدمه دیدن اصالت الگوهای فرهنگی محلی گردد. مردم محلی که به شیوه سنتی زندگی می‌کنند، ممکن است در تماس با گردشگران برای همیشه دچار استحاله شوند. از این منظر، باید به میزان ارزش و اهمیت فرهنگ، برای امنیت ارزش و اعتبار قائل شد چراکه بذر ارزشمند فرهنگ در زمین شوره‌زار ناامنی هرگز نمی‌روید و به برگ و بار نمی‌نشیند و لذا اگر امنیت برای فرهنگ جنبه مقدمی داشته باشد از مقدمات واجب است که با توجه به شکنندگی خاص میراث فرهنگی ممکن است توسعه گردشگری موجب صدمه دیدن اصالت الگوهای فرهنگی محلی گردد. مردم محلی که

به شیوه سنتی زندگی می‌کنند، ممکن است در تماس با گردشگران برای همیشه دچار بدبینی شوند. نتایج ممقانی و همکاران (۱۳۹۴)، چپو وراین (۲۰۱۱) موافق با پژوهش حاضر بوده است.

تهاجم فرهنگی که ممکن است به واسطه افراد در ایجاد جذابیت گردشگری و برخورد بیش از حد تجارت مآبانه با جلوه‌های فرهنگی در مقاصد گردشگری، اعتبار و اصالت مناسک مذهبی، عادات و سنن، جشن‌ها و نمایش‌ها، صنایع دستی و موسیقی و سایر الگوهای فرهنگی از دست برود و به عبارتی ارزش‌های محلی مبدل به کالا شود. بعلاوه ممکن است به واسطه مصرف‌گرایی گردشگران، مردم مقاصد گردشگری به‌ویژه جوانان دچار تشبه به بیگانگان شوند و الگوهای رفتاری گردشگران تقلید کنند، تقلیدی که بدون شناخت تفاوت پیشینه‌های فرهنگی و موقعیت اجتماعی - فرهنگی گردشگران صورت می‌گیرد. همچنین ممکن است به واسطه نامتوازن شدن تبادلات میان گردشگران و مردم محلی رفتارهای ضداجتماعی در جوانان بروز کند. نتایج این بعد از پژوهش با نتایج قربانی و همکاران (۱۳۹۲)، امینی و زیدی (۱۳۹۴) هم‌راستا بوده است.

شکل‌گیری نگرش فرهنگی نامطلوب به پدیده گردشگری، نگرش به آمادگی جامعه محلی، نگاه مسئولین جامعه میزبان برای واکنش ویژه نسبت به حضور گردشگران و نقش آن در پیشرفت و توسعه روستا است. با این منوال و نابرابری‌های اجتماعی و نگاه منفی میزان مشارکت افراد محلی در عرصه گردشگری، کاهش پیدا می‌کند. یکی از عوامل بسیار مهم در افزایش مشارکت جامعه محلی در گردشگری میزان رضایتمندی جامعه محلی از حضور گردشگران است. یافته‌ها نشان داد حجم ترافیک، نبود آرامش جامعه محلی و عدم رضایت افراد بومی از حضور گردشگران باعث نگرش فرهنگی نامطلوب جامعه میزبان به پدیده گردشگری شده است. این نتایج با پژوهش‌های (ترایان، ۱۳۸۷؛ رحمانی و ضیایی، ۱۳۹۱؛ آلن و دیگران ۱۹۹۳؛ مرسون، ۱۳۹۶) هم‌راستایی دارد. در یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان اظهار داشت که گردشگری روستایی می‌تواند راهبردی برای

توسعه همه‌جانبه دولت از نظر اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی باشد. از نظر اقتصادی، گردشگری روستایی می‌تواند اثرات اقتصادی مهمی را برای نواحی روستایی در برداشته باشد. گردشگران روستایی برای اقامت، خرید کالاهای محلی و خدمات، پول پرداخت می‌کنند. این پول‌ها در فعالیت‌های محلی جریان می‌یابد و موجب تحرک مناطق روستایی در برآورده کردن هرچه بهتر و بیشتر نیازهای بازدیدکنندگان می‌شود و اثرات مهم اقتصادی آن به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی، کاهش مهاجرت به شهرها منتهی می‌شود. در ابعاد اجتماعی نیز ورود گردشگران به مناطق روستایی باعث ارتباطات مردم بومی با این افراد و تأثیرات قابل توجهی در تغییر فرهنگ مردم بومی، افزایش مصرف کالاهای لوکس شهری به واسطه افزایش درآمد و ارتباط مستمر با شهرنشینان و الگوپذیری از آنان می‌شود. از سوی دیگر چنانچه این فعالیت و گسترش آن در مناطق روستایی که برای بسیاری از گردشگران و کسانی که جویای آرامش و گریز از روزمرگی زندگی شهری و فشارها و استرس‌های ناشی از آن از طریق سپری نمودن بخش‌هایی از اوقات فراغت خود در محیط‌های آرام و دورافتاده غالباً روستایی هستند، بدون برنامه و مدیریت صحیح و اصولی صورت بگیرد، در بلندمدت آسیب‌ها و مخاطراتی را برای مناطق روستایی در ابعاد مختلف محیطی و اجتماعی در پی خواهد داشت و به این ترتیب، با هدف و فلسفه اولیه خود، یعنی کمک به توسعه مناطق روستایی، در تقابل و تضاد قرار خواهد گرفت. اثرهای اجتماعی و فرهنگی گردشگری، شیوه‌ها و رویه‌هایی هستند که از طریق آن‌ها، گردشگری تغییراتی را در نظام‌های ارزشی، الگوهای رفتار افراد، روابط خانوادگی و اجتماعی جوامع هدف، سبک زندگی جمعی، مراسم و آداب و رسوم سنتی و کارکردهای نهادها و سازمان‌های اجتماعی سنتی، به مرور ایجاد می‌کند. شناسایی و آینده‌نگری در رابطه با انواع مختلف و جوانب مثبت و منفی این گونه تغییر و تبدیل‌ها، در راستای جلوگیری از بروز و پیامدهای آثار منفی و نیز تقویت آثار مثبت آن برای جوامع میزبان، به‌ویژه در مناطق روستایی، از اهمیت و

ضرورتی غیرقابل انکار برخوردار بوده و هرگونه اهمال و کوتاهی در این زمینه چه بسا غیرقابل جبران خواهد بود. به عبارت دیگر، همان گونه که استفاده یا بهره برداری از فرهنگ و داشته‌های فرهنگی جوامع روستایی، ممکن است در شرایطی و با رعایت جوانب لازم، برای پایداری اقتصادی این جوامع مفید واقع شود، توجه به پایداری فرهنگی و مصون و پایدار ماندن بنیان‌های فرهنگی این جوامع، از اولویت و تقدم بیشتری برخوردار است. این امر نیازمند پایش نحوه و میزان گسترش گردشگری‌های روستایی و برنامه‌ریزی‌هایی برای هدایت اصولی و منطقی آن‌ها در آینده برای حمایت از میراث فرهنگی و دستیابی به شرایط لازم برای حفظ و نگهداشت جمعیت‌های محلی است.

در ایران برخلاف کشورهای دیگر پیشرفته به و پیامدهای فرهنگی منفی گردشگری بر جامعه میزبان بخصوص روستاهای کوچک گردشگری توجه زیادی نمی‌شود و این پژوهش چون با روش کیفی از نوع پدیدار شناسایی، می‌تواند تجارب زیسته (واقعی) افراد بومی روستای ده چشمه را استخراج کند و این تجارب زیسته (واقعی) می‌تواند مؤلفه‌ها را استخراج کند که تا به حال در کشور ما انجام نشده و این امر سبب می‌شود که مؤلفه‌های جدید در رابطه با پیامدهای فرهنگی منفی گردشگری بر جامعه میزبان ارائه کند که به نوبه خود جدید است لذا این پژوهش می‌تواند به عنوان یک پژوهش آسیب شناسانه نیز مدنظر قرار گیرد و مشخص نماید که پیامدهای حاصل از تجارب زیسته جامعه میزبان از حضور گردشگران کدام‌اند؟ شناسایی این پیامدها می‌تواند به برنامه ریزان و سیاست‌گذاران و مدیران فرهنگی کمک کند تا بتوانند اول‌ازهمه چارچوبی برای ارزیابی نگرش جامعه میزبان از پدیده گردشگری داشته باشند و دوم اینکه بتوانند با توجه به مؤلفه‌ها و ابعاد احصاء شده از این پژوهش در کاهش پیامدهای فرهنگی منفی گردشگری اقدام کنند و تصمیمات بهتری اتخاذ نمایند؛ بنابراین تحقیق حاضر در حوزه مدیریتی و سیاست‌گذاری جامعه میزبان می‌تواند مفید باشد. در همین راستا پژوهشگران برای اجرای پژوهش حاضر با محدودیت‌های روبه‌رو بودند که عبارت‌اند از ۱-



از آنجایی که روش پژوهش حاضر با رویکرد پدیدارشناسی است، لذا نتایج آن قابلیت تعمیم به زمان دیگر به هیچ وجه امکان پذیر نخواهد بود، چراکه رویکردهای پدیدارشناسی توصیفی و تفسیری بوده و امکان تغییر نگرش پاسخ دهندگان وجود دارد. ۲- از آنجایی که پژوهش حاضر با رویکرد پدیدارشناسی است، لذا نتایج آن قابلیت تعمیم به سایر شهرها و روستاها را نخواهد داشت، چراکه رویکردهای پدیدارشناسی مختص به پاسخ دهندگان همان شهر یا روستا یا سازمان است و امکان دارد در دیگر روستا پاسخ دهندگان نظرات دیگری در مورد این مسئله داشته باشند.

بنابراین پژوهش حاضر در حوزه مدیریتی و سیاست گذاری جامعه میزبان می تواند مفید باشد. لذا پیشنهادهای زیر ارائه شده است.

توسعه گردشگری در روستای مورد مطالعه تأثیرات عمیقی بر تغییرات فرهنگی - اجتماعی دارد که برای کاهش سطح تغییرات می توان از طریق آموزش به گردشگران و جامعه محلی در رابطه با اهمیت میراث تاریخی و فرهنگی، زمینه های حفظ ارزش های فرهنگی بومی را در مناطق روستایی دارای میراث و جاذبه های فرهنگی حفاظت کرد. آموزش گردشگران با هدف مطلع ساختن گردشگران درباره جامعه محلی، رسوم، رفتار قابل قبول در اماکن مذهبی و غیره.

آموزش گردشگرها در مورد سنت ها، عادات و خواسته های مردم از طریق اطلاعات و نوشته های منتشر شده و پوسترها و منابع شفاهی، به طوری که رفتار، گفتار و پوشش آنها موجب جدایی و اثرات نامطلوب در جامعه محلی نگردد.

آموزش و اطلاع رسانی به مردم در مورد ارزش های فرهنگی موجود در روستا و نحوه برخورد با گردشگران اقدام شود. بدین ترتیب، زمینه های احساس تعلق خاطر بیشتر به میراث فرهنگی در بین روستاییان به وجود آمده و همچنین از ایجاد تنش بین ساکنان محلی منطقه و گردشگران جلوگیری می گردد.

تدوین سند ضوابط گردشگری فرهنگ محور در روستاهای با جاذبه‌های فرهنگی می‌توان از انتشار فرهنگ‌های غیربومی پیشگیری نمود. در این سند به مواردی زیر تأکید بیشتر کرد: الف- نحوه ورود گردشگران به روستاهای دارای ارزش‌های فرهنگی-نحوه ترویج فرهنگ بومی روستا برای گردشگران از طریق افزایش تولید اقلام غذایی محلی، صنایع دستی و غیره؛ و در همین راستا با توجه به این‌که پژوهش حاضر کیفی با رویکرد پدیدارشناسانه است که نمی‌تواند روابط علت و معلولی را به‌درستی استخراج کند، پیشنهاد می‌گردد همین پژوهش با رویکرد نظریه برخاسته از داده‌ها صورت پذیرد تا بتوان رویکرد دقیق‌تر و جامع‌تر از این پدیده، علل، پیامدها و استراتژی‌های آن ارائه نمود و توصیه می‌شود این پژوهش در سایر روستاها و شهرها و سایر استان‌های کشور انجام پذیرد و نتایج آن با نتایج این پژوهش مقایسه شود. توصیه می‌شود با توجه به این‌که مبحث رضایتمندی جامعه میزبان از میهمان مهم است لذا ضرورت دارد پژوهشی صرفاً در حیطه رضایت دوطرفه به‌صورت کمی با حجم نمونه زیاد انجام شود.

## منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی؛ ضیائی، محمود و دلشاد، علی. (۱۳۹۱). *اصول و فرایند برنامه‌ریزی راهبردی توسعه توریسم، مدل کاربردی: سیستان و بلوچستان*. مشهد: انتشارات صحرا شرق.
- باقرنیا، آذین و احمدیان، رضا. (۱۳۹۳). *مبانی گردشگری فرهنگی*. تهران: انتشارات تیسرا.
- بهرامی، رحمت. (۱۳۹۵). *تحلیلی بر نقش گردشگری و اثرات آن بر توسعه سکونتگاه‌های روستایی*: مورد مطالعه شهرستان مریوان. *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۱(۳۴)، ۱-۲۲.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی. (۱۳۸۶). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*. چاپ دوم، تهران، انتشارات سمت.
- جلالیان، حمید؛ نامداری، فریوش و پاشازاده، اصغر. (۱۳۹۴). *اثرات گردشگری روستایی بر توسعه روستای هجیج کرمانشاه*. *فصل‌نامه پژوهشات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۱۵(۳۶)، ۱-۳۶.
- داس ویل، راجر. (۱۳۸۶). *مدیریت جهانگردی: مبانی راهبردها و آثار*. ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، چاپ چهارم، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- دهشیری، محمدرضا. (۱۳۹۳). *بررسی نقش عوامل زمینه‌ای بر اهمیت به توسعه گردشگری بین‌المللی*. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۳(۸)، ۱۰۸-۱۲۶.
- رضوانی، علی اصغر. (۱۳۸۷). *جغرافیا و صنعت توریسم*. انتشارات پیام نور.
- سعیده زرآبادی، زهراسادات و عبدالله، بهار. (۱۳۹۲). *ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار با بهره‌گیری از روش فرآیند تحلیل شبکه‌ای*. *معماری و شهرسازی ایران*، ۶(۶)، ۳۷-۴۸.
- سازمان جهانی جهانگردی. (۱۳۷۹). *برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای*. ترجمه بهرام رنجبریان و محمد زاهدی، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، چاپ اول.
- سجادی، اشرف و احمدی، فاطمه. (۱۳۹۲). *ارزیابی اثرات گردشگری روستایی شهرستان فومن از دیدگاه جامعه روستایی*. *فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری*، ۸(۲۳)، ۱۷۵-۱۵۵.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم و مراد نژاد، همایون. (۱۳۸۱). *توسعه پایدار و توریسم روستایی*. *ماهنامه اقتصادی جهاد*، ۲۵۱، ۶۸-۵۲.

- عطائی، پوریا؛ ایزدی، نسیم و یعقوبی فرانی، احمد. (۱۳۹۵). سازه‌های تعیین کننده جذب گردشگران در مناطق روستایی از دیدگاه جامعه میزبان (مورد مطالعه: روستای اسفیدان، شهرستان بجنورد). *راهبردهای توسعه روستایی* ۳(۱)، ۱۲۵-۱۱۳.
- غضنفر پور، حسین؛ کانداری، محسن و مصطفی پور، نصرت. (۱۳۹۳). *جغرافیای گردشگری*. چاپ اول، نشر نور علم، تهران.
- فلاح، مهدی؛ زارع، بیژن و بردیا، نیما. (۱۳۹۳). مطالعه سبک زندگی جوانان در شهر تهران. *فصلنامه پژوهشات فرهنگی ایران*، ۷(۳)، ص ۲۴-۱.
- کاظمی، مهدی. (۱۳۸۵). *مدیریت گردشگری*. چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.
- کلدی، علیرضا و فلاح مین باشی، فاطمه. (۱۳۸۸). بررسی کارکردهای اجتماعی و فرهنگی دانشگاه‌ها از نظر دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه واحد علوم پژوهشات). *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، ۳(۱)، ۸۹-۷۱.
- رضوانی، محمدرضا. (۱۳۸۷). *توسعه گردشگری روستایی (رویکرد گردشگری پایدار)*. دانشگاه انتشارات تهران، تهران.
- لومسدون، لس. (۱۳۸۰). *بازاریابی گردشگری*. ترجمه گوهریان، ابراهیم، انتشارات پژوهش‌های فرهنگی.
- منصوری، علی. (۱۳۸۱). *گردشگری و توسعه پایدار*. رشد آموزش جغرافیا، دفتر انتشارات کمک آموزشی.
- میسون، پیترو. (۱۳۸۷). *گردشگری (اثرات، برنامه‌ریزی و مدیریت)*. ترجمه روزبه میرزایی و پونه ترابیان، چاپ اول، انتشارات ترمه.
- واحدپور، غلام عباس و جعفری، مهتاب. (۱۳۹۰). *راهبردهای مدیریت و توسعه زیرساخت‌های گردشگری ایران*. فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱(۱)، ۹۷-۸۳.
- الوانی، سید مهدی و پیروز بخت، معصومه. (۱۳۸۵). *فرایند مدیریت جهانگردی*. دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول، تهران.

یعقوبی، جواد. (۱۳۹۱). نظرسنجی درباره برخی پیامدهای گردشگری روستایی در مناطق روستایی بخش سلطانیه، استان زنجان. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۵(۲)، ۱۵۳-۱۳۹.

Anderson, W. (2015). Cultural tourism and poverty alleviation in rural Kilimanjaro, Tanzania. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(3), 208-224.

Arntzen, J., Sethlhogile, T. & Barnes, J. (2007). *Rural livelihood, poverty reeducation and food security in southern Africa CBNRM the Answer*. Wshington, DC: international resources Group.

Creswell, J. W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Das Weil, R. (2007). *Tourism: How effective management makes the difference*. Translated by S.M. A'rabi & D. Izadi, Cultural Research Bureau, Tehran.

Gee, C.Y., & Fayos-Sola, E. (2003). *International Tourism: A Global Perspective*, Translated by A.Parsayan & S.M. A'rabi, Cultural Research Bureau, Tehran.

Hwang, J., & Lee, S. (2015). The effect of the rural torism policy on non- farm income in South Korea. *Tourism management*, 46, 501- 513.

Leap, A. (2007). Residents attiudes toward tourism in Bigodi village,Uganda. *tourism management*, 28(200),876-885.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2007). *The sage handbook of qualitative research*. Thousands Oaks, CA: Sage.

Mill, R.C., & Morrison, A.M. (.1992) *TheTourism System:an Introductory Text*.2nd ed, Prentice Hall,New Jersey.

Patterson I. R. (2006).Growing older: tourism and leisure behavior of older adults. CABI Raj R, & Morpeth N. D. (2007).*Religious Conference*,6December.

Pearce, D. (1999). *Tourist development*. Longman, Harlow.

Rao. S., & Perry. C. (2003). Convergent interviewing to build a theory inunder-researched areas: principles and anexample investigation of Internet usage ininter-firm relationships. *Qualitative Marke Research: An International Journal*, 6(4), 236-247.

Sebele, L. S. (2010). community- based Tourism Ventures, Benefits and challenges:kkama Rhio sanctuary Trusit. Central District, Botswana. *Journal of Tourism management*,31, 136-146.

Sgroi, F., Di Trapani, A.M., Testa,R., & Tudisca, S.(2014). The ruraltourism as development opportunity or farms. The case of direct sales in sicily. *American Journal of Agricultural and Biological Science*, 9(93), 407-419.

Shosha, G. A. (2012). Employment of Colaizzi's strategy in descriptive phenomenology a reflection of a researcher. *European Scientific Journal*, 8(27), 31-43.

Strauss, A.L. & Corbin, J. (1998). *Basic of Qualitative Research (2nd edn)*. London:SAGE.

Trukhachev, A. (2015). Methodology for evaluating the rural tourism potentials: A tool to ensure sustainable development of rural settlements. *Sustainability (Switzerland)*,7(3), 3052- 3070.

Tufford, L., & Newman, P. (2012). Bracketing in Qualitative Research. *Qualitative Social Work*, 11(1), 80-86.

Wood, P. (2006). *Successful Writing for Qualitative Researchers*. second edition, Routledge.