

## بررسی تأثیر توسعه گردشگری بر تغییرات فرهنگی روستای غریب محله

وحید ریاحی<sup>۱</sup>، محمد روشنعلی<sup>۲</sup>

### چکیده

فرهنگ به عنوان یکی از جاذبه‌های اصلی گردشگری محسوب می‌شود که با توجه به آسیب‌پذیری و شکنندگی خاص میراث فرهنگی، توسعه گردشگری در مواردی می‌تواند موجب صدمه دیدن الگوهای فرهنگی بومی گردد. این امر در رابطه با گردشگری روستایی، که از جمله گزینه‌های مطرح و مهم برای کمک به توسعه اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی است، از حساسیت و اهمیت بیشتری برخوردار است. این تحقیق با هدف بررسی تغییرات فرهنگی بومیان روستای غریب محله که ناشی از گسترش تعاملات با گردشگران است، پرداخته شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه ساکنان روستای غریب محله می‌باشد که به صورت نمونه‌گیری در دسترس، ۳۶۸ بعنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده گردید. برای تعیین اعتبار آن از روش اعتبار صوری (نظر کارشناسان بر صحت ابزار سنجش) و برای تعیین پایایی از شیوه هم‌مانگی درونی به روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی (آزمون تی تک نمونه‌ای) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که گردشگری بر پنج مولفه سبک پوشاک، مصرف مواد غذایی، گسترش مصرف‌گرایی، زبان و گویش بومی و سبک ازدواج تأثیر گذاشته است. و بر سه مولفه ارتباطات خانوادگی، هویت و اعتقادات مذهبی تأثیری نداشته است.

**کلمات کلیدی:** توسعه گردشگری، گردشگری روستایی، تغییرات فرهنگی، روستای غریب محله

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

<sup>۱</sup> دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی تهران

<sup>۲</sup> دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیای طبیعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل. Email: mohammadrooshanali@yahoo.com



## مقدمه

امروزه گردشگری، سومین صنعت اقتصادی در جهان شناخته می‌شود (اولیا<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۲: ۵۶۹). در واقع، طی سالهای اخیر، جایگاهی برجسته برای گردشگری و به طور کلی، برای فعالیتهای استراحتی، تفریحی در جوامع نوین شده‌اند، تا جایی که تحرک گردشگرانه را به عنوان پدیده‌ای مثبت از زندگی مدرن به شمار می‌آورند (ویلیامز و مک انتایر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲). در عصر حاضر، گردشگری یکی از عوامل مؤثر در گسترش روابط بین ملت‌ها به شمار می‌رود و به منزله‌ی ایجاد کننده‌ی فرصت‌های شغلی در بخش اقتصادی و ایجاد تعاملات اجتماعی- فرهنگی مطرح می‌شود (ساریسیک<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۱: ۱۰۱۱). از این رو، بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی هستند. یکی از انواع گردشگری که در سال‌های اخیر تقاضا برای آن افزایش یافته است و از این رو مورد توجه محققان بسیاری قرار گرفته، گردشگری روستایی است (دوه<sup>۴</sup>، ۲۰۰۶: ۲۹). گردشگری روستایی عبارت از فعالیتهای و گونه‌های مختلفی از گردشگری در محیط‌های مختلف روستایی و پیرامون آنهاست که می‌تواند دربردارنده آثار مثبت یا منفی برای محیط زیست روستا، انسان و طبیعت باشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۲۰۱). فرهنگ از یک سو عاملی برای ایجاد میل یا نیاز به سیر و سیاحت است و از سوی دیگر، نقش اساسی در تعیین رفتارها، نگرش‌ها و روش‌های زندگی مردم ایفا می‌کند؛ لذا بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند گردشگری پیش از آنکه یک صنعت و فعالیت اقتصادی باشد، پدیده‌ای است فرهنگی و در ایجاد تغییرات فرهنگی بسیار مؤثر است

(یعقوب‌زاده و زندی، ۱۳۹۱: ۱۶). مقصود از تغییرات فرهنگی، تغییراتی است که در هنر، آداب و رسوم، معماری مسکن و رفتار جامعه میزبان رخ می‌دهد (جورج<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۳۶). بر این اساس پرداختن به تغییرات فرهنگی از ضرورتی انکارناپذیر برخوردار است، چرا که عدم توجه به آن سبب بروز مسائل و آسیب‌های بسیاری در سطوح خرد و کلان و فردی و اجتماعی خواهد شد (کروبی و بذرافشان، ۱۳۹۴: ۷۶-۷۵). مطالعات نشان می‌دهد که بین توسعه و شکوفایی گردشگری با تغییر الگوهای فرهنگی ارتباط معناداری وجود دارد. این تغییرات مرتبط با، سبک زندگی روستاییان به دلیل اثرات انکارناپذیر آن بر تجمل‌پرستی در امور زندگی، باورهای مذهبی، سنت‌ها، شیوه‌های رفتاری، سبک‌های پوشش، ادراک، نگرش‌ها و سایر ویژگی‌ها همراه بوده است. روستای غریب‌محلّه یکی از روستاهای مورد هدف گردشگری در شهرستان بهشهر است که در سال‌های اخیر تقاضا برای گردشگری روستایی در آن افزایش چشمگیری پیدا کرده است. از این رهگذر، سالانه حجم بسیار بالایی از گردشگران از مناطق و فرهنگ‌های گوناگون و بعضاً بسیار متفاوت با فرهنگ محلی ساکنان روستا، در رویارویی و تعامل نزدیک با مردم محلی قرار می‌گیرند و علاوه بر تاثیرات مثبت یا منفی که در ابعاد محیطی و اقتصادی برای این جامعه دارند، به لحاظ فرهنگی نیز باعث بروز تاثیرات و تغییرات قابل توجه و متعددی در این روستا شده است که می‌توان به تغییر پوشاک، تغییرات رفتاری، افزایش مهاجرت، مدگرایی، مصرف‌گرایی اشاره کرد. بر این اساس پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سوال اصلی است که آیا بین توسعه گردشگری و تغییر الگوهای فرهنگی در مناطق روستایی ارتباط معنادار وجود دارد؟

<sup>۱</sup>. Oila et al

<sup>۲</sup>. Williams&McIntyre

<sup>۳</sup>. Sariisik et al

<sup>۴</sup>. Doh

<sup>۵</sup>. George et al

## مبانی نظری

اگرچه از فرهنگ به سبک کلی زندگی انسان یاد می‌شود، این سبک از تعاملات انسانی شکل می‌گیرد؛ یعنی برخاسته از ارزش‌ها و هنجارهاست که جوهره فرهنگ هستند. فرهنگ محصول جمعی انسان‌ها، قابل انتقال و اکتساب، پویا و انعطاف‌پذیر، برگشت‌پذیر و متأثر از محیط است (شاه طالبی و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۸). تعاریف متفاوتی از فرهنگ ارائه شده است. فرهنگ نقش‌پذیری کارکردی و توسعه یافتگی تاریخ یک ملت است و برخاسته از رسوم، سنت‌ها، عادت‌ها و ارزش‌های جامعه. آنتونی گیدنز فرهنگ را مشتمل بر دو نوع مادی و معنوی می‌داند و معتقد است از سه عنصر مهم که در بستر زمان شکل می‌گیرند، تشکیل شده است: ۱. ارزش‌ها و ایدئال‌های مجردی که اعضای گروه اجتماعی به آنها اعتقاد دارند. ۲. هنجارها و اصول قطعی اجتماعی که اعضا باید آنها را رعایت و از آنها پیروی کنند. ۳. کالاهای مادی با ویژگی‌های خاص که اعضا گروه تولید می‌کنند (نقوی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۹). در بیان صفات و ویژگی‌های فرهنگ، تغییرپذیری از اصلی‌ترین آنها است، زیرا فرهنگ نمی‌تواند بصورت راکد و بدون تغییر باقی بماند. از آنجا که فرهنگ در جهت پاسخگویی به نیازهای انسانی طی زمان، مکان و موقعیت‌های متفاوت است، دچار تغییرات و دگرگونی می‌شوند (آزاد آرمکی، ۱۳۸۷: ۸۶). تغییر فرهنگی شامل کلیه تغییراتی است که در هر بخشی از فرهنگ اتفاق می‌افتد که شامل هنر، علم، فناوری، فلسفه و غیره و همچنین تغییرات در اشکال و نقش‌های سازمان اجتماعی می‌شود (چونگلو<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳: ۲۰). تغییر فرهنگی یعنی فرهنگ در گذر زمان دستخوش دگرگونی می‌شود. مد لباس، موسیقی و معماری‌های که در گذشته مورد قبول بوده، متفاوت با آن چیزی است که امروزه ترجیح می‌دهیم؛ زیرا فرهنگ،

جذابیت و نوع لذت بردن ما را تغییر داده است (پورطاهری و همکاران، ۱۳۹۰: ۸۸). تغییرات فرهنگی از دیدگاه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفت: دیدگاه ساختارگرایی بر تغییر معتقد است و آن را درون ساختارهای اجتماعی اجتناب‌ناپذیر می‌داند. ساختارگرایان بر این باورند که در طول زمان، شکل ساختی ثابت می‌ماند؛ اما ساخت واقعی که شامل شبکه روابط اجتماعی است، در معرض دگرگونی‌های چشمگیری قرار می‌گیرد. این بدان معناست که ساختار اجتماعی مانند خانواده ثابت باقی می‌ماند، اما روابط افراد درون این ساختار تغییر می‌کند (کروبی و بذرافشان، ۱۳۹۴: ۷۸). بر اساس نظریه کارکردگرایی، در مطالعه تغییرات فرهنگی، پیوستگی و کلیت اجزا و عناصر اصلی آن مهم است؛ زیرا با تکیه بر این نظریه می‌توان فرایندها و تغییرات فرهنگی نواحی روستایی را باز شناخت. مکتب کارکردگرایی اجزای فرهنگ را دارای پیوستگی و وابستگی متقابل می‌داند (پورطاهری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۰). از دیگر نظریه‌هایی که معتقد به بروز تغییرات در طول زمان هستند، می‌توان به نظریه اشاعه‌گرایی اشاره کرد. بر اساس این نظریه، فرهنگ جوامع از یک یا چند مرکز نشئت گرفته و در اثر اقتباس، تقلید یا اخذ یک فرهنگ از فرهنگ دیگر شباهت‌هایی بین فرهنگ‌ها به وجود آمده است (پورطاهری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۱). برای بسیاری از گردشگران تجربه کردن فرهنگ محلی، زبان، سنت‌ها، آداب و رسوم، سبک زندگی و محیط طبیعی، خواست و نیت اصلی سفر به شمار می‌آیند. این خواست و این انگیزه، به شکل فزاینده‌ای توسط ساکنان محلی و شرکت‌های توریستی (داخلی و خارجی)، با عناوین مختلفی چون: گردشگری فرهنگی، گردشگری میراث فرهنگی، گردشگری بومی، گردشگری روستایی و بوم‌گردی‌های جامعه محور، با انگیزه کاملاً متفاوت کسب درآمد و سود یا سوداگری، بهره برداری شده و برای آن طراحی‌ها و برنامه‌ریزی‌های حساب شده

<sup>۱</sup>. Chongloi

و دامنه‌داری صورت می‌گیرد. این همان فرایندی است که با عنوان رسا و معنادار کالایی شدن و به طور خاص، کالایی شدن فرهنگ از آن نام برده می‌شود. به این ترتیب است که فرهنگ، که از طریق اشکال و جلوه‌های متنوعی به متن زندگی وارد می‌گردد، هسته و جوهره اصلی توریسم محسوب می‌شود (امینی و زیدی، ۱۳۹۴: ۱۶). ارتباط میان صنعت گردشگری و جامعه میزبان و فرهنگ آن ارتباطی دیالکتیک و دوسویه است و نباید به عنوان دو مفهوم مجزا و مستقل نگریسته شوند. چارلسن و جعفری (۱۹۹۶)، دو سوبه بودن این رابطه را در قالب دو واژه فرهنگی شدن صنعت گردشگری و توریستی شدن فرهنگ جامعه میزبان تعبیر کرده‌اند. زمانی که یک جامعه روستایی اقدام به کالایی نمودن ابعادی از فرهنگ محلی خود برای توسعه گردشگری می‌نماید و در این مسیر پیش می‌رود، وجه کاربردی فرهنگ محلی یا همان اصالت‌های فرهنگی ساختارهای اجتماعی، تحت تأثیر و بلکه تحت تسلط وجه مبادله‌ای فرهنگ قرار خواهد گرفت (جورج و همکاران، ۲۰۰۹: ۵۶). با توجه به آنچه پیرامون رابطه دوجوهی بین توسعه گردشگری و فرهنگ جوامع محلی روستایی بیان شد، منظور از تداوم فرهنگی را به اختصار می‌توان هر گونه تأثیر مثبتی در نتیجه گردشگری دانست که موجب ماندگاری و پررنگ‌تر شدن پارامترهای فرهنگی در جامعه محلی می‌شود و گسست فرهنگی را نیز معرف مکانیزمی از اثرگذاری گردشگری بر ساختار و مؤلفه‌های فرهنگی جوامع محلی میزبان قلمداد نمود که در درازمدت به کمرنگ شدن، فراموشی و تخریب آنها منجر گردد. پژوهشگران بسیاری به بررسی تأثیرات ردشگری در زمینه‌های فرهنگی پرداخته و بر ارتباط متقابل بین آنها تأکید کرده‌اند. زارع اشکذری و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به تحلیل نقش جاذبه‌های میراث فرهنگی در توسعه و جذب گردشگری شهر یزد پرداختند. نتایج نشان داد شاخص‌های ظرفیت‌های گردشگری فرهنگی و رضایت‌مندی

گردشگران، از عوامل بسیار مهم در افزایش رونق گردشگری فرهنگی شهر یزد می‌باشند. میرکتولی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی آیین‌های فرهنگی-مذهبی بومی و نقش آن در توسعه گردشگری شهرستان سوادکوه را مورد تحلیل قرار دادند. نتایج حاصله حاکی از آن است که در کنار ضعف امکانات و تأسیسات مختلف، آیین مورد مطالعه (عید مرده‌ها) نقش به‌سزایی در معرفی فرهنگ دینی منطقه دارد و بستر مناسبی برای توسعه همه‌جانبه گردشگری در منطقه مورد مطالعه می‌باشد. امینی و زیدی (۱۳۹۴) به ارزیابی اثرات فرهنگی گردشگری در وستای ایبانه پرداخته‌اند. نتایج بیانگر تأثیرگذاری فرهنگی معنی‌دار گسترش گردشگری، در همه حوزه‌های آداب و رسوم محلی، روابط و انسجام اجتماعی، مبادلات فرهنگی، کالایی شدن فرهنگ محلی، توجه به میراث فرهنگی، آگاهی‌های عمومی، ناهنجاری-های فرهنگی، نمودهای رفتاری و تغییرات یا واگشت‌های فرهنگی، در سطح روستا از دیدگاه ساکنان محلی است. کیاکجوری و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای نقش موسیقی بومی و محلی در جذب گردشگر در استان مازندران را بررسی کردند. نتایج تحقیق نشان دهنده آن است که موسیقی بومی مازندران می‌تواند جاذب گردشگر و موجب رونق و تنوع در بخش گردشگری منطقه باشد. نظری (۱۳۹۳) در پژوهشی نقش جاذبه‌های فرهنگی را در جذب و توسعه گردشگری شهرستان ایلام بررسی کرد و به این نتیجه دست یافت که جاذبه‌های فرهنگی بصورت بالقوه نقش بسزایی در جذب گردشگر و معرفی تاریخ و فرهنگ شهر ایلام دارند که با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح سازمان‌های مربوطه، بویژه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان، می‌توان بستر مناسبی برای توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه فراهم ساخت. سینگلا<sup>۱</sup> (۲۰۱۴)، در مطالعه‌ای که به

<sup>۱</sup>. Singla

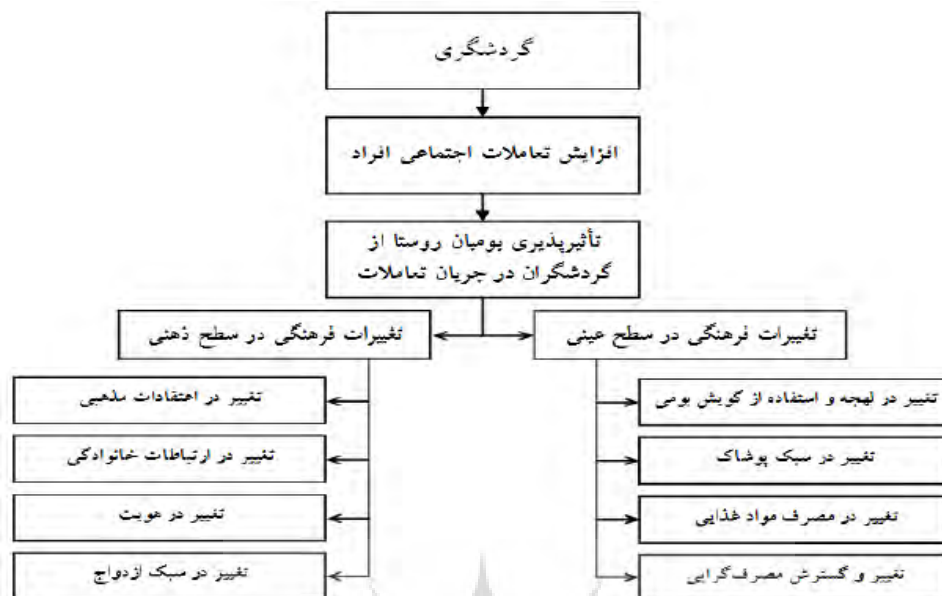
بررسی اثرهای فرهنگی- اجتماعی گردشگری در شهر جای پور هند پرداخته، اثرهای متعدد مثبت و منفی آن را از دید مردم متذکر شده، دیدگاه آنان نسبت به آینده توسعه گردشگری در این شهر را خوش‌بینانه ارزیابی می‌نماید. گنز<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای به اثرات جشنواره‌ها در جامعه و فرهنگ پرداخته است. به زعم وی جشنواره‌ها که بخشی از کسب‌وکارهای تفریحی هستند اغلب در بازاریابی مکان و گردشگری از برنامه‌های اصلی محسوب می‌شوند و به نقش جشنواره‌ها در گردشگری از جمله جذب گردشگر (به یک مکان خاص، و غلبه کردن بر فصلی بودن گردشگری)، کمک کردن به بازاریابی یک مقصد (از جمله شکل‌گیری یک تصویر از مقصد و خلق برند مقصد)، جان بخشیدن به جاذبه‌ها و مکان‌ها، و در نهایت به عنوان یک کاتالیزگر سایر اشکال توسعه اشاره کرده است.

#### مدل نظری تحقیق

تغییرات فرهنگی که در نتیجه توسعه گردشگری در مناطق گردشگرپذیر ایجاد می‌شود، در دو سطح عینی و ذهنی صورت می‌پذیرد. تغییرات عینی، تغییر در شیوه‌های مادی و ملموس زندگی افراد است و تغییرات ذهنی، تغییر در سطوح درونی و پنهانی زندگی را شامل می‌شود. در مدل نظری تحقیق به متغیرهای هر یک از این سطوح اشاره شده است. (شکل ۱)

مجله مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

<sup>۱</sup>. Getz



شکل ۱-مدل نظری تحقیق (نگارندگان، ۱۳۹۵)

### فرضیه‌های پژوهش

#### فرضیه اصلی

توسعه گردشگری در تغییرات فرهنگی ساکنان روستای غریب محله تاثیر داشته است

#### فرضیه‌های فرعی

توسعه گردشگری در تغییر سبک پوشاک ساکنان روستای غریب محله تاثیر داشته است

توسعه گردشگری در تغییر مصرف مواد غذایی ساکنان روستای غریب محله تاثیر داشته است

توسعه گردشگری در گسترش مصرف‌گرایی ساکنان روستای غریب محله تاثیر داشته است

توسعه گردشگری در تغییر زبان و گویش بومی ساکنان روستای غریب محله تاثیر داشته است

توسعه گردشگری در تغییر ارتباطات خانوادگی ساکنان روستای غریب محله تاثیر داشته است

توسعه گردشگری در تغییر هویت ساکنان روستای غریب محله تاثیر داشته است

توسعه گردشگری در تغییر سبک ازدواج ساکنان روستای غریب محله تاثیر داشته است

توسعه گردشگری در تغییر اعتقادات مذهبی ساکنان روستای غریب محله تاثیر داشته است

### مواد و روشها

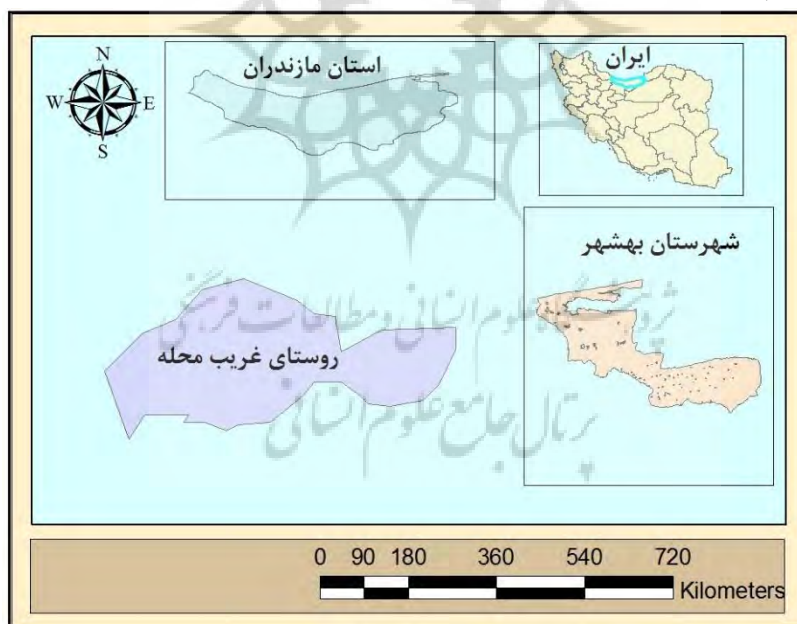
این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش روستای غریب محله از بخش پنجهزاره شهرستان بهشهر است. بر اساس فرمول کوکران و با توجه به جمعیت روستای مورد مطالعه، حجم نمونه تحقیق، ۳۶۸ نفر تعیین گردید که به روش نذ دسترس انتخاب شدند. در جمع‌آوری داده‌های پژوهش از دو روش کتابخانه‌ای (اینترنت، کتب، مقالات، پایان‌نامه‌ها و گزارشات و دیگر موارد) و میدانی (ابزار پرسشنامه) استفاده شد. ابزاری که در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته، پرسشنامه محقق‌ساخته است که بر اساس طیف لیکرت به صورت

آمد که نشان از پایداری مناسب پرسشنامه می‌باشد. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه و آزمون فرضیات، از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، از نرم افزار SPSS مبتنی بر آماره آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شد.

#### محدوده مورد مطالعه

روستای غریب‌محله در جنوب شهرستان بهشهر در منطقه هزار جریب در میان کوه‌های سوچلما و جهانمورا واقع شده است. این روستا از شمال به روستاهای پچیم، زلت، شیخ محله؛ از جنوب به محسن‌آباد و کفکور و از شرق به روستای گالش‌محله و از غرب به چالکده محدود می‌باشد. روستای غریب‌محله بین ۵۳ درجه و ۴۰ دقیقه طول جغرافیایی و ۳۶ درجه و ۳۴ دقیقه عرض جغرافیایی قرار دارد. (شکل ۲).

۵ گزینه‌ای (کاملاً موافق تا کاملاً مخالف) طراحی شد. پرسشنامه مذکور متشکل از دو بخش است. بخش نخست مرتبط با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و بخش دوم در ارتباط با تغییرات فرهنگی ایجاد شده در منطقه مورد مطالعه، بر اساس شاخص‌های تغییرات فرهنگی است. برای آزمون روایی پرسشنامه از روایی صوری و محتوایی استفاده شد، به طوری که پرسشنامه در اختیار اساتید و کارشناسان حوزه مربوط قرار گرفت و پس از چند بار بازبینی به تایید نهایی آنها رسید. پایداری پرسشنامه نیز با انجام آزمون آلفا کرونباخ بر روی ۳۰ نفر از افراد نمونه صورت گرفت. ضریب محاسبه شده برای هر یک از مولفه‌های تغییرات فرهنگی (سبک پوشاک ۰/۷۸، مصرف مواد غذایی ۰/۸۶، گسترش مصرف گرایی ۰/۷۴، ربان و گویش بومی ۰/۸۶، ارتباطات خانوادگی ۰/۸۴، هویت ۰/۷۳، سبک ازدواج ۰/۹۱ و اعتقادات مذهبی ۰/۸۹) و برای کل پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بدست



شکل ۲- موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه (نگارندگان، ۱۳۹۵)

#### یافته‌های پژوهش



به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. با توجه به ۵ گزینه‌ای بودن پاسخ‌ها، ارزش آزمون عدد (۳) در نظر گرفته شده است. همانطور که در جدول ۱ نشان می‌دهد، سطح معناداری آزمون ۰/۰۰۰ برآورد شده است. از این رو می‌توان گفت که اختلاف میانگین پاسخ‌ها با میانگین مورد انتظار در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار است. از آنجا که میانگین محاسبه شده (۳/۱۸) بیشتر از میانگین مورد انتظار (۳) است، فرضیه صفر رد می‌شود و فرضیه تحقیق پذیرفته می‌شود. یعنی توسعه گردشگری در تغییر فرهنگ بومی و محلی روستای غریب محله نقش دارد.

یافته‌های تحقیق به دو صورت توصیفی و تحلیلی مورد برآزش قرار گرفته است. بر اساس یافته‌های مستخرج از پرسشنامه، از بین پاسخ‌دهندگان ۵۵/۴ درصد پاسخ‌دهندگان را مردان و ۴۴/۶ درصد پاسخ‌دهندگان را زنان تشکیل داده‌اند. که ۵۹ درصد این افراد مجرد و ۴۱ درصد متاهل بوده‌اند. بطور میانگین سن سرپرست خانوار، ۴۲ سال و شغل اصلی بیشتر آنان کشاورزی بود. از بین پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات، بیشترین گروه متعلق به بیسواد (۳۰/۵) و کمترین گروه متعلق به فوق لیسانس و بالاتر (۷/۵) می‌باشد.

جدول ۱- آزمون t تک نمونه‌ای

سطح اطمینان ۹۵٪	اختلاف میانگین	سطح معناداری	آماره t	انحراف معیار	میانگین
-۰/۷۲	-۰/۸۱	۰/۰۰۰	-۱۸/۹۵	۰/۶۷	۳/۱۸

بوده‌اند. جدول ۲ نگرش مردم محلی را در خصوص تغییر فرهنگ بومی و محلی به تفکیک نشان می‌دهد.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تغییر فرهنگ بومی و محلی در منطقه مورد مطالعه اثراتی بر جا گذاشته است که برخی از آنها مثبت و برخی دیگر منفی

جدول ۲- نگرش مردم به نقش گردشگری در تغییر مؤلفه های فرهنگی

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	آماره t	سطح معناداری	اختلاف میانگین	نتیجه آزمون
سبک پوشاک	۳.۴۸	۰.۳۸	۱۵.۳۲	۰.۰۰۰	۰.۴۷	تایید فرض پژوهش
مصرف مواد غذایی	۳.۲۵	۰.۶۴	۴.۸۲	۰.۰۰۰	۰.۲۵	تایید فرض پژوهش
گسترش مصرف‌گرایی	۳.۳۱	۰.۵۶	۶.۶۸	۰.۰۰۰	۰.۳۱	تایید فرض پژوهش
زبان و گویش محلی	۳.۱۰	۰.۶۱	۲.۰۲	۰.۰۴۵	۰.۱۰	تایید فرض پژوهش
ارتباطات خانوادگی	۱.۷۷	۰.۵۱	-۵.۵	۰.۰۵۹	-۰.۲۴	تایید فرض صفر
هویت	۱.۷۵	۰.۴۴	-۶.۸	۰.۰۷۴	-۰.۲۲	تایید فرض صفر
سبک ازدواج	۳.۲۵	۰.۵۸	۵.۳۸	۰.۰۰۰	۰.۲۵	تایید فرض پژوهش
اعتقادات مذهبی	۱.۶۸	۰.۴۴	-۸.۵۹	۰.۰۶۱	-۰.۳۱	تایید فرض صفر

پوشاک، مصرف مواد غذایی، گسترش مصرف‌گرایی، زبان و گویش بومی و سبک ازدواج نقش داشته است؛ به طوری که میانگین محاسبه شده آنها بالاتر از حد

بررسی وضعیت مؤلفه‌های تغییرات فرهنگی بر اساس آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که از دید ساکنان محلی، تغییر فرهنگی در پنج مؤلفه سبک



طوری که میانگین مشاهده شده در این مولفه، ۳/۳۱ است. این مولفه با گویه‌های نوع وسایل مورد استفاده، میزان استفاده از وسایل تزئینی و میزان مصرف وسایل، مورد سنجش قرار گرفته است. بر اساس اطلاعات حاصل از پرسشنامه، با تغییر فرهنگی، تقاضای افراد برای خرید کالای مصرفی افزایش یافته است. اکنون بسیاری از وسایل مورد استفاده افراد نه بر اساس نیاز و ضرورت کارکردی آن، بلکه تنها به منظور تزیین خریداری و نگهداری می‌شوند. یکی دیگر از مولفه‌های تغییر فرهنگی در این تحقیق، زبان و گویش بومی و محلی است که با گویه‌های گویش غالب در منزل، میزان استفاده از لهجه و زبان محلی و اکراه مردم بومی از صحبت با گویش بومی سنجیده شده است. میانگین مشاهده شده برای این مولفه ۳/۱۰ است که حاکی از تغییر این مولفه در سال‌های اخیر است. تا پیش از تغییر فرهنگی، گویش محلی، گویش غالب افراد محسوب می‌شد و ساکنان عموماً به گویش محلی صحبت می‌کردند. اگرچه گویش محلی همچنان گویش غالب مخصوصاً میان میانسالان و سالخوردگان محسوب می‌شود، با این حال جوانان تمایلی به یادگیری و استفاده از آن ندارند. سبک ازدواج از دیگر مولفه‌های تغییر فرهنگی است که میانگین آن ۳/۲۵ بالاتر از حد متوسط بوده است. برای سنجش این مولفه از گویه‌های سبک برگزاری ازدواج، سن ازدواج و نوع همسریابی و همسرگزینی توسط والدین برای افراد خانواده استفاده شده است. با توجه به داده‌های حاصل از پرسشنامه، با تغییر فرهنگی شیوه برگزاری مراسم ازدواج دچار تغییراتی شده است؛ به طوری که مراسم و مناسک سنتی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد و سبک برگزاری ازدواج به شیوه مرسوم انجام نمی‌گیرد. همچنین اگرچه در اغلب موارد همسریابی توسط افراد خانواده برای جوانان انجام می‌گیرد، با این حال نقش جوانان در این میان در قیاس با گذشته پررنگ‌تر شده است. سن ازدواج نیز در میان پسران و دختران افزایش یافته است. مولفه

متوسط (۳) بوده است. در این میان بالاترین ارزش میانگین متعلق به مولفه سبک پوشاک با میانگین ۳/۴۸ بوده است. همچنین از نظر ساکنان، تغییر فرهنگ در مولفه‌های هویت، اعتقادات مذهبی و ارتباطات خانوادگی نقشی نداشته است و در این میان مولفه اعتقادات مذهبی با میانگین ۱/۶۸ کمترین ارزش میانگین را داشته است. برای درک بهتر اثرات گردشگری بر تغییرات فرهنگی، وضعیت مولفه‌های مرتبط با تغییر فرهنگی به تفکیک بررسی می‌شوند.

در این تحقیق مولفه سبک پوشاک با استفاده از گویه‌های میزان استفاده از پوشاک رایج، نوع پوشاک، رنگ پوشاک، پیروی از مد، سبک آرایش مو و میزان تمایل فرزندان به پوشیدن لباس سنتی و محلی مورد بررسی قرار گرفت. درباره مولفه مذکور، میانگین مشاهده شده (۳/۴۸) بالاتر از میانگین مورد انتظار است. تغییر فرهنگ تغییراتی در پوشاک ساکنان محلی، مخصوصاً جوانان ایجاد کرده است. افراد تمایلی به استفاده از پوشاک محلی ندارند و سعی می‌کنند از لباس‌های مد روز استفاده کنند. سبک آرایش مو نیز در سال‌های اخیر دستخوش تغییر شده است. مصرف مواد غذایی از دیگر مولفه‌های تغییر فرهنگی است که در این تحقیق به آن پرداخته شده است و میانگین مشاهده شده آن (۳/۲۵) بالاتر از میانگین مورد انتظار است. این مولفه با گویه‌های استفاده از غذای محلی، استفاده از غذای آماده، محل مصرف غذا، روش مصرف غذا، راه‌های تهیه مواد لازم برای طبخ غذا و میزان تغییر در الگوی مصرف مواد غذایی مورد آزمون قرار گرفت. بر اساس تغییر فرهنگی، الگوی مصرف مواد غذایی تغییر کرده است و افراد تمایل بیشتری به استفاده از غذاهای آماده دارند. روش مصرف مواد غذایی نیز دستخوش تغییر شده است و با روش سنتی آن فاصله گرفته است. همچنین مواد لازم برای طبخ غذا و راه‌های تهیه آن نیز تغییر کرده است. تغییر فرهنگ موجب گسترش مصرف‌گرایی شده است. به



مثبت آن برای جوامع میزبان؛ بویژه 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. روستای غریب محله یکی از مقاصد گردشگری است که در سال‌های اخیر مورد هجوم بی‌رویه گردشگران شهری قرار گرفته است. ارزان بودن قیمت زمین و مسکن در این منطقه، انگیزه‌ای برای شهرنشینان نقاط دور و نزدیک شده است تا در این روستا به ساخت و ساز بپردازند. این اماکن باعث سکونت طولانی مدت ساکنان شهرهای مختلف در روستای غریب‌محله شده است و این تداوم و طولانی شدن سکونت خود عاملی برای گسترش تعامل با بومیان روستا شده که این امر متعاقباً سبب انتقال الگوهای فرهنگی به بومیان روستای غریب‌محله گشته است. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که گردشگری در حوزه مورد مطالعه در بروز تغییرات فرهنگی موثر بوده است. در این پژوهش رابطه گردشگری و تغییرات فرهنگی با مولفه‌های سبک پوشاک، مصرف مواد غذایی، گسترش مصرف گرایبی، زبان و گویش بومی، ارتباطات خانوادگی، هویت، سبک ازدواج و اعتقادات مذهبی مورد سنجش قرار گرفته است. مطابق نتایج بدست آمده، گردشگری بر پنج مولفه سبک پوشاک، مصرف مواد غذایی، گسترش مصرف گرایبی، زبان و گویش بومی و سبک ازدواج تاثیر گذاشته است. و بر سه مولفه ارتباطات خانوادگی، هویت و اعتقادات مذهبی تاثیری نداشته است. بر این اساس به نظر می‌رسد که در تغییر فرهنگی ابتدا جنبه‌های صوری و عینی فرهنگ تغییر می‌کند و ایجاد تغییر در جنبه‌های درونی فرهنگ نیازمند زمانی طولانی‌تر است و تحول سریع آن به سرعت امکان‌پذیر نیست. مسلماً تداوم گردشگری در روستای غریب‌محله به طور جدی نیازمند تدوین ساختار مدیریتی صحیح و مناسب، سیاست‌گذاری‌های مرتبط و بهینه برای توسعه آن در آینده است.

دیگری که در این پژوهش بر اساس تغییر فرهنگی مورد بررسی قرار گرفت، ارتباطات خانوادگی است. این مولفه با گویه‌های احترام به پدر و مادر از سوی افراد خانواده، احترام به بزرگترها، زمان دیدن یکدیگر توسط افراد خانواده، همدلی و همدردی افراد خانواده با یکدیگر، مسئولیت‌پذیری اعضای خانواده و احساس امنیت و خوشبختی در خانواده سنجدیده شد. میانگین این مولفه ۱/۷۷ محاسبه شده است. از این رو، می‌توان گفت که ساکنان معتقدند که با تغییرات فرهنگی در ارتباطات خانوادگی آنها تغییری ایجاد نکرده است. همچنین به اعتقاد ساکنان با تغییر فرهنگی در هویت افراد نیز تغییری ایجاد نشده است. این مولفه که میانگین آن ۱/۷۵ محاسبه شده است با گویه‌های پاسداشت عیدها و سنت‌ها، توجه به میراث فرهنگی، تعصب داشتن به فرهنگ و آداب و رسوم، اعتماد به نفس و توجه به توان خود مورد بررسی قرار گرفته است. اعتقادات مذهبی با میانگین ۱/۶۸ دیگر مولفه است که ساکنان تغییری در آن احساس نکرده‌اند. این مولفه با گویه‌های میزان شرکت در نماز جمعه، میزان رفتن به مسجد، میزان شرکت در جلسات قرآن، میزان شرکت در جشن‌ها و عزاداری‌های مذهبی و توسل به ائمه (ع) سنجدیده شده است.

### نتیجه‌گیری

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، بمرور 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

## منابع و ماخذ

۱. آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۷)، *جامعه‌شناسی فرهنگ*، تهران: نشر علم
۲. امینی، عباس و زیدی، زهرا (۱۳۹۴)، *تأثیرات فرهنگی گردشگری در مناطق روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای ایبانه)*، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۳۰، شماره ۲، صص ۱۳-۳۲.
۳. پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۶)، *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*، تهران: انتشارات سمت.
۴. پورطاهری، مهدی، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا حسینی، نعمت الهه (۱۳۹۰)، *نقش میراث فرهنگی در کیفیت زندگی ساکنان روستایی مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان لامرد*، فصلنامه فضای جغرافیایی، شماره ۳۳.
۵. پورطاهری، مهدی، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا نیکبخت، منصوره (۱۳۹۰)، *اثرات تغییرات فرهنگی بر الگوی مسکن روستایی نمونه موردی: روستاهای بخش مرکزی شهرستان قزوین*، فصلنامه فضای جغرافیایی، شماره ۳۵.
۶. شاه طالبی، بدری، قلی‌زاده، آذر، شریفی، سعید (۱۳۸۸)، *تدوین مولفه های فرهنگ شهروندی در حیطه ارزش ها و هنجارها برای دانش آموزان دوره راهنمایی تحصیلی، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، دوره ۲، شماره ۵.
۷. زارع اشکذری، سید محمد، سقایی، محسن، موسوی، میرنجف، مختاری ملک آبادی، رضا (۱۳۹۵)، *تحلیلی بر نقش جاذبه های میراث فرهنگی در توسعه و جذب گردشگری شهری در ایران مرکزی (مطالعه موردی: شهر یزد)*، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۴۸، شماره ۳.
۸. کروی، مهدی و بذرافشان، شیما (۱۳۹۴)، *توسعه گردشگری و تغییر الگوهای فرهنگی در نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستای آسیاب سر شهرستان بهشهر)*، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هشتم، شماره ۲، صص ۷۳-۹۴.
۹. کیاکجوری، داود، رزقی، خدیجه و ادهم، بنیامین (۱۳۹۳)، *بررسی نقش موسیقی بومی و محلی در جذب گردشگر (مطالعه موردی: استان مازندران)*، همایش ملی گردشگری، سرمایه های ملی و چشم انداز آینده، اصفهان، پژوهشکده علوم جغرافیایی.
۱۰. میرکتولی، جعفر، مهدیان بهنمیری، معصومه، مهدی، علی و میرزایی کوتنایی، زهرا (۱۳۹۴)، *تحلیلی بر آیین های فرهنگی-مذهبی بومی و نقش آن در توسعه گردشگری؛ آیین عید مرده ها در شهرستان سوادکوه*، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال یازدهم، شماره ۳۸.
۱۱. نظری، فاطمه (۱۳۹۳)، *نقش جاذبه های فرهنگی در جذب و توسعه گردشگری (مطالعه موردی شهرستان ایلام)*، پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت جهانگردی گرایش برنامه ریزی توسعه جهانگردی، موسسه آموزش عالی باختر ایلام.
۱۲. نقوی، محمدرضا، پایدار، ابوذر، محمودی، سمیرا (۱۳۹۰)، *نقش مدیریته (نوگرایی) در تغییرات فرهنگی مناطق روستایی با استفاده از مدل تشابه به حل ایدئال (TOPSIS) نمونه موردی: دهستان شهدا بهشهر*، فصلنامه برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره هفدهم، شماره ۱.
۱۳. یعقوب زاده، رحیم و زندی، ابتهال (۱۳۹۱)، *شناسایی و اولویت بندی تهدیدات اجتماعی-فرهنگی و امنیتی موثر بر گردشگران خارجی ایران*، مطالعات امنیت اجتماعی، شماره ۲۹، صص ۱۱۳-۱۰۲.
۱۴. Chongloi, L. (۲۰۱۳). *Culture change among the kuki; A case study of chalva village in manipur. Journal of North East India Studies, Vol ۳, No ۱, pp. ۱۸-۳۹.*



Analysis and Related Strategies, Procedia Social and Behavioral Sciences, Vol ۲۴, pp. ۱۰۱۴-۱۰۲۵.

۲۰. Singla, M. (۲۰۱۴). A case study on socio-cultural impacts of tourism in the city of Jaipur, Rajasthan: India. Journal of Business Management & Social Sciences Research Vol ۳, No ۲.

۲۱. Williams, D. R & McIntyre, N. (۲۰۱۲). Place Affinities, Lifestyle Mobilities, and Quality-of-Life, in: M. Uysal et al. (eds.), Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities, International Handbooks of Quality-of-Life, Springer Science & Business Media B.

۱۵. Doh, M. (۲۰۰۶). Change through tourism: Resident perceptions of tourism development. PhD Thesis. Texas A & M University.

۱۶. Getz, D, (۲۰۱۰). The Nature And Scope Of Festival Studies, Event Management Research, Vol ۵, No ۱, pp. ۱-۴۷.

۱۷. George, E, Wanda, M.H and Reid, D.G. (۲۰۰۹). Rural tourism development (localism and cultural change), Channel View Publication, Bristol, Buffalo, Toronto.

۱۸. Oila, M., Mrtines, K & Gabriel, L. (۲۰۱۲). Tourism Management in Urban Region: Brazile Vest Urban Region, Journal of Sustainable Tourism, Vol ۹۹, pp. ۵۶۷- ۵۶۹.

۱۹. Sariisik, M., Turkay, O & Akova, O. (۲۰۱۱). How to Manage Yacht Tourism in Turkey: A SWOT

