



انسان‌شناسی گردشگری ایران

## بازسازی معنایی تفسیر مردم محلی از تأثیر تغییرات گردشگری در توسعه فرهنگی - اقتصادی جامعه بومی شرق استان گلستان: ارائه نظریه‌های داده‌بنیاد

منصور مرادی<sup>۱</sup>، علی باصری<sup>۲</sup>، محمود سید<sup>۳</sup>، محمدهادی منصور لکوریج<sup>۴</sup>

DOI:10.22034/jtd.2021.260255.2192

### چکیده

در تعاریفی که از گردشگری بیان شده است، مطالعه و شناخت بشر در کانون توجه آن قرار دارد و بیشتر پژوهش‌های انسان‌شناسان درباره نوع بشر به فرهنگ باز می‌گردد. اگر فرهنگ را هر صورتی از رفتار اکتسابی و غیرغریزی در نظر بگیریم، این مقاله به توصیف و تبیین این رفتار در قلمرو پژوهش در مواجهه با موضوع پژوهش با تمام تأثیرات فرهنگی و اقتصادی می‌پردازد. بررسی سیر تغییرات گردشگری در نیم سده اخیر و بازسازی معنایی آن و تغییرات حاصل از رواج گردشگری در حوزه‌های ذکرشده، مسئله مهم و ضرورت انجام این پژوهش است که نیازمند پشتوانه نظری قوی و مبتنی بر اتخاذ رویکردی پارادایم تفسیرگرایی است که در آن از رویکرد امیک استفاده می‌شود و بدین وسیله کمک می‌کند تا نحوه درک و تفسیر مردم سرزمین مورد مطالعه از تأثیرات گردشگری در توسعه جامعه محلی بررسی شود. پژوهش با روش کیفی انجام شده و از رویکرد مردم‌نگاری به منزله روش عملیاتی پژوهش و از رویکرد نظریه زمینه‌ای به منزله روش تحلیل داده‌ها استفاده شده است. یافته‌ها در قالب هفت مقوله عمده و یک مقوله هسته، یعنی رویکرد مؤثر به گردشگری پایدار، بیان می‌شود. بر اساس این مقوله، حوزه‌هایی از گردشگری در قلمرو پژوهش از حالت انبوه خارج شده و در مسیر نیل به وضعیت گردشگری پایدار است.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۰۲

### واژه‌های کلیدی:

تغییرات گردشگری، رویکرد فرهنگی و اقتصادی، گردشگری انبوه، گردشگری پایدار، توسعه محلی

### مقدمه

انسان‌شناسی گردشگری را یکی از عناصر فرهنگ انسانی می‌داند که بخشی از شیوه زندگی اوست. از این رو می‌کوشد پرسش‌ها و مسائلی را بررسی کند که در پژوهش‌های آتی انسان‌شناسان باید مورد توجه قرار گیرد. مباحثی چون ارتباط بین فرهنگ‌ها (میزبان‌ها و میهمان‌ها)، فرهنگ‌پذیری (معمولاً جوامع میزبان از میهمانان)، توجه به وضعیت‌های چندفرهنگی و چندصدایی جوامع انسانی (بونی فیس، ۱۳۸۶: ۳۵) و به‌طور خلاصه هرآنچه مربوط به فرهنگ جوامع میزبان

و میهمان باشد مورد علاقه انسان‌شناسان است (نیازی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۵). این دو، نه تنها در بسیاری موارد به یکدیگر پیوند خورده‌اند، به شدت به هم وابسته و نیازمندند. از این رو است که انسان‌شناسی گردشگری شاخه‌ای نوپا و نوظهور در دنیای معاصر است که زمینه‌های علمی و پژوهشی و فرهنگی گردشگری را به‌طور اعم و به‌طور اخص فراهم می‌سازد (هاشمی مقدم، ۱۳۹۷) و بر اهمیت پژوهشی آن صحه می‌گذارد. تعاریف گسترده‌ای از واژه گردشگری ارائه شده است که عمدتاً بر پایه مفهوم آن قرار دارند. پیامدها از موضوعات

۱. دانشجوی دکتری، گروه مردم‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲. استادیار گروه مردم‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول): baseridon@yahoo.com.

۳. استادیار گروه تاریخ و باستان‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۴. استادیار گروه مردم‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.



مهم در حوزه مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری است (عبدالله‌زاده، ۱۳۸۴) که جعفری (۱۹۸۱) در تعریف خود از گردشگری به این مورد اشاره کرده است: گردشگری مطالعه انسان خارج از محل سکونت (درواقع) مطالعه صنعتی است که به نیازهای وی پاسخ می‌گوید و همچنین به مطالعه تأثیراتی می‌پردازد که هم انسان و هم این صنعت در محیط فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی جامعه میزبان می‌گذارد (نیک‌بین و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۱۵).

بر این اساس، در مقاله پیش‌رو، دلالت‌های معنایی تغییرات فرهنگی و اقتصادی حاصل از ورود گردشگر و درک و تفسیر و نحوه تعامل ساکنان قلمرو پژوهش با این تغییرات بازسازی شده است تا تفاسیر موجود از تجربه زیسته و روزمره تغییرات در میان افراد جامعه مذکور بررسی شود و در نهایت الگوی نظری داده‌محور از آن ارائه شود. بدین ترتیب، هدف عمده از پژوهش آن است که دریابیم ساکنان قلمرو پژوهش تغییرات و تحولات ایجادشده را از چه منظری مشاهده و چگونه درک و تفسیر می‌کنند. با چنین رویکردی، هدف اصلی بازسازی معنایی تغییرات گردشگری و تأثیر این تغییرات در عناصر مادی و معنوی فرهنگ و توسعه محلی سرزمین مورد مطالعه است.

## مروری بر ادبیات موضوع ملاحظات نظری

استفاده از نظریه در روش کیفی با بنیان‌های فلسفی پژوهش کیفی کاملاً در تضاد است. پژوهشگر کیفی با اتخاذ رویکرد امیک<sup>۱</sup> در صدد استخراج و استنباط و بازنمایی نظام معنایی و برساخته‌های ذهنی سوژه‌ها است؛ آن‌گونه که سوژه‌ها خودشان به شکل طبیعی آن‌ها را می‌سازند، نه آن‌گونه که پژوهشگر یا نظریه برای آن‌ها تصور می‌کند (میرزایی، ۱۳۹۳: ۳۵۴)؛ همانی که گیتز از آن در قالب مفهوم «توصیف ضخیم»<sup>۲</sup> یاد می‌کند (روستاخیز و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۸۵). منظور از فقدان نظریه بی‌نظری یا خنثی بودن انسان نیست؛ چرا که در پژوهش کیفی و مردم‌نگاری، پژوهشگر همواره دارای ذهن نظری است، اما از اتکا به نظریه صوری<sup>۳</sup> برای نظریه‌آزمایی دوری می‌کند (فکوهی، ۱۳۸۱: ۲۱۳). بر همین اساس، فترمن<sup>۴</sup> و کراسول<sup>۵</sup> نقش نظریه را در

پژوهش کیفی به هدایت عمومی فرایند پژوهش، ایجاد حساسیت نظری یا تدوین برخی سؤال‌های عمومی به‌منظور ورود به میدان محدود می‌سازند (محمدپور، ۱۳۹۲: ۲۴۰-۲۴۲).

در همین راستا، به برخی مباحث نظری پرداخته می‌شود که در فرایند پژوهش میدانی مانند طراحی سؤال‌ها راه‌گشا است و استخراج مقوله‌ها و مفاهیم از دل این مباحث نظری و نتایج حاصل از مشاهدات و مصاحبه‌ها صورت می‌پذیرد که در بخش یافته‌ها ارائه می‌شود و در بخش بحث و نتیجه‌گیری جمع‌بندی خواهد شد.

## گردشگری انبوه

دوران مدرن گردشگری انبوه را پدید آورد، یعنی تجمع هزاران و گاه میلیون‌ها انسان در مقاصد گردشگری. از آنجاکه گردشگری و توسعه روستایی به یکدیگر وابسته‌اند، توسعه پایدار گردشگری بدون برنامه‌ریزی درست در نواحی حساس و شکننده روستایی آثار محیطی متعددی را بر ساختار و پیکره روستاهای هدف گردشگری تحمیل می‌کند. از این آثار می‌توان به تخریب بافت سنتی، از بین رفتن برخی از مکان‌های معیشتی، تضاد بین بافت جدید و قدیمی و از بین رفتن اراضی زراعی و باغ‌ها اشاره کرد (ولاشجردی فراهانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۷۷).

## گردشگری پایدار

گردشگری پایدار دارای ویژگی‌ها و مفاهیمی چون هماهنگی با ارزش‌های طبیعی و فرهنگی، برآورده ساختن نیازهای کنونی گردشگران و جامعه محلی و گسترش این فرصت برای آیندگان، مشارکت دادن جوامع محلی، سازگاری با آستانه تحمل زیست‌محیطی و اجتماعی جامعه بومی، ارتقای شناخت و درک جامعه از ارزش‌های طبیعی و فرهنگی و احترام به دانش بومی است (اینسکیپ، ۱۳۹۲: ۵۴).

## توسعه در گردشگری انبوه و گردشگری پایدار

در جامعه‌ای که گردشگری انبوه حاکم است، توسعه صنعت‌مدار است و استنباط اصلی بر پایه گردشگری به‌منزله مصرف‌گرایی است و توزیع ثروت را بازار آزاد بر عهده خواهد داشت و مردم فقط واحدهای نیروی کار در نظر گرفته می‌شوند (شارپلی، تلفر، ۱۳۹۴: ۱۲۶). اقتصاد از وضعیت عمومی به خدماتی تبدیل می‌شود، به طوری که دیگر جوانان صبر و حوصله کار

1. Emic approach
2. Thic Description
3. Formal theory
4. David M. Fetterman
5. John W. Creswell



کاهش پیش‌داوری‌ها و نزدیک‌تر شدن انسان‌ها به یکدیگر می‌شود (بذرافشان، ۱۳۹۴: ۱۴۶).

### تغییرات اقتصادی در گردشگری انبوه

فصلی بودن و ایجاد تورم در نقاط گردشگری: گردشگری ماهیتی فصلی دارد. بنابراین، هنگامی که گردشگری اصلی‌ترین صنعت هر منطقه است، در فصل‌های تعطیلی (تعطیلی از نظر مراجعه‌نکردن گردشگر)، مشکلات ناشی از بیکاری شدت می‌گیرد (کازمی، ۱۳۸۶: ۱۰۷). به علاوه، به نظر لاندبرگ (1974)، توسعه صنعت گردشگری در هر منطقه موجب گرانی کالا و خدمات می‌شود و قیمت زمین به سرعت افزایش می‌یابد.

### تغییرات اقتصادی در گردشگری پایدار

عدالت توزیعی ثروت: یکی از ویژگی‌های گردشگری پایدار آن است که پول و گردشگر از مرکز به پیرامون حرکت می‌کند. یعنی جریان مداومی از سرمایه و انسان از مرکز به پیرامون وجود دارد. هیچ رشته اقتصادی دیگری (صنعتی، خدماتی و کشاورزی) این همه انسان را از مراکز عمده سکونتی و شهرهای بزرگ به سوی مناطق دورافتاده کوهستانی، صحرایی، ساحلی و روستایی به حرکت در نمی‌آورد. بدین صورت، گردشگری در عدالت اجتماعی و توزیع اجتماعی درآمدها و عدالت جغرافیایی در جهان تأثیر بسزایی دارد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۱۰).

### پیشینه موضوع

توجه پژوهشگران به انسان‌شناسی گردشگری از دهه ۱۹۷۰ گسترش یافت. از انسان‌شناسانی که در این حوزه به پژوهش پرداخته‌اند و موضوع پژوهش آنان به این مقاله نزدیک است به این موارد اشاره می‌شود: نش (۱۹۹۶) که گردشگری را حاصل تلاقی تاریخ دو یا چند فرهنگ یا خرده‌فرهنگ در نظر می‌گیرد و نظریات بریسوین 2 (1996) که نشان می‌دهد چگونه گردشگری منطقه مالتا را در یک دوره ۳۵ ساله تغییر داده است (هاشمی مقدم، ۱۳۹۷: ۱۰۵-۱۰۷).

از میان تألیفات داخلی به کتاب انسان‌شناسی گردشگری هاشمی مقدم (۱۳۹۷) اشاره می‌شود که شامل یک مقدمه و هفت مقاله است. مقاله پنجم این کتاب با عنوان «فرهنگ در ازای پول؛ کالایی شدن فرهنگی: رهیافتی انسان‌شناختی نسبت به گردشگری» را دیوید گرینوود (۲۰۱۲) به رشته تحریر درآورده

در مزارع و انجام کارهای مربوط به دامداری را ندارند و به فعالیت‌های مزدبگیری که زمینه برآوردن نیازهای زودگذر گردشگران را فراهم می‌سازد روی می‌آورند (رحیم‌پور، ۱۳۹۳: ۱۲۱). درحالی که در جامعه‌ای با گردشگری پایدار توسعه مردم‌مدار خواهد بود و مردم توانایی مشارکت کامل در فعالیت‌های اقتصادی را دارند و توسعه با مردم محقق می‌شود نه از مردم. گردشگری غنی‌ساز فرهنگ استنباط می‌شود و احیای محیط زیست پایدار و حفاظت از آن را نوید می‌دهد (برنز، 1385: 208-209).

### تغییرات فرهنگی در گردشگری انبوه

کالایی شدن فرهنگ: نگاه انسان‌شناختی به فرهنگ متفاوت است با نگاه اقتصاددانان و برنامه‌ریزانی که به فرهنگ به مثابه کالا، منابع طبیعی یا خدمات می‌نگرند و این، یکی از دغدغه‌های اصلی انسان‌شناسان است. نویسنده مقاله «فرهنگ در ازای پول» این دغدغه را با ذکر مثالی درباره مراسم آلارد در شهر فنون‌تربیی اسپانیا بهتر توضیح می‌دهد. این مراسم سنتی، که در واقع نوعی مناسک جمعی است، با بازآفرینی بخشی از تاریخ این شهر، حس هم‌بستگی اجتماعی مردمش را تقویت می‌کند. درحالی که با هجوم گردشگران برای بازدید از این مراسم، اکنون مردم این مراسم را برای خوشایند گردشگران و جذب بیشتر آنان انجام می‌دهند (هاشمی مقدم، ۱۳۹۷: ۱۳۰).

از دیگر پیامدهای رایج گردشگری انبوه در عرصه فرهنگی می‌توان به تعارض فرهنگی اشاره کرد که به علت تفاوت فرهنگ دو جامعه میزبان و میهمان به وجود می‌آید و باعث سوء تفاهم و برخورد ارزش‌ها می‌شود (تیموثی و نائوپان، 1392: 104). هنگامی که شمار گردشگران بیشتر و ارتباط آن‌ها با جامعه میزبان طولانی‌تر می‌شود، تغییراتی در ارزش‌ها، هنجارها و استانداردهای جامعه میزبان به وجود می‌آید و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود که به استحاله فرهنگی می‌انجامد (رایزنگر، 1395: 111-114).

### تغییرات فرهنگی در گردشگری پایدار

تعامل فرهنگی: توسعه گردشگری فرصت‌هایی را برای برقراری مبادلات فرهنگی بین گردشگران و مردم محلی فراهم می‌سازد (Cohen, 1984:220) تا دو طرف با فرهنگ یکدیگر بیشتر آشنا شوند و به تدریج به فرهنگ هم احترام بگذارند. مبادلات فرهنگی حاصل از گردشگری موجب وسیع‌تر شدن افق اندیشه طرفین،



است که بحث اصلی آن کالایی شدن فرهنگ در گردشگری با طرح مناسک جمعی آلود در اسپانیا است. از میان پایان نامه‌های دانشگاهی که نزدیکی موضوعی و مکانی با این مقاله دارند به بررسی اثرات اقتصادی - گردشگری پارک ملی گلستان بر جوامع محلی، نمونه موردی: روستای تنگراه اشاره می‌شود که پشین (۱۳۹۳) در مقطع کارشناسی ارشد و در مؤسسه آموزش عالی باختر ایلام به نگارش درآورده است. همان‌گونه که از عنوان این پایان‌نامه پیداست، به پیامدها و تغییراتی که گردشگری در میان جامعه محلی روستای تنگراه، در مجاورت پارک ملی گلستان، داشته پرداخته شده است.

### پرسش‌های اصلی پژوهش

با توجه به بررسی موضوع از منظر انسان‌شناسی و همان‌گونه که در مقدمه گفته شد، پرسش‌های اصلی این مقاله عبارت است از:

۱. سیر معنایی تغییرات گردشگری در قلمرو پژوهش چگونه است؟
۲. تغییرات ایجادشده در گردشگری چه تغییراتی را در عناصر فرهنگ مادی و معنوی و عوامل اقتصادی در قلمرو پژوهش ایجاد کرده است؟
۳. مردم قلمرو پژوهش این تغییرات را در توسعه جامعه محلی خودشان چگونه درک و تفسیر می‌کنند؟

### روش‌شناسی

با توجه به سؤالات محوری و اهداف پژوهش، این پژوهش با روش کیفی انجام شده است. همچنین، از رویکرد مردم‌نگاری به‌عنوان روش عملیاتی پژوهش و رویکرد نظریه زمینه‌ای<sup>۱</sup> به‌عنوان روش تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است.

جامعه آماری پژوهش در بردارنده افراد جامعه محلی، گردشگران، متولیان و کارکنان اقامتگاه‌ها، راهنمایان محلی، مسئولان دولتی مرتبط با گردشگری و مالکان منازل و ویلاهای استیجاری است.

در این پژوهش هم‌زمان از دو نوع نمونه‌گیری هدفمند و نظری استفاده شده است: نمونه‌گیری هدفمند برای گزینش مصاحبه‌شوندگان و نمونه‌گیری نظری برای تشخیص تعداد افراد، تعیین محل داده‌های لازم و یافتن مسیر پژوهش با هدف گردآوری اطلاعات لازم از مطلعان محلی. پس از انجام مصاحبه‌های عمیق با ۲۵ نفر در بازه زمانی پاییز ۱۳۹۸ تا تابستان ۱۳۹۹

در نقاط مختلف قلمرو پژوهش (شرق استان گلستان شامل دو شهرستان کلاله و گالیکش)، اشباع نظری به‌دست آمد.

با توجه به اصول نمونه‌گیری هدفمند و به‌منظور تحت پوشش قراردادن بیشترین گوناگونی گروه‌های قومی، زبانی و مذهبی ساکن در قلمرو پژوهش، تمامی گروه‌های قومی بومی از جمله ترکمن‌ها (گوگلان و یموت<sup>۲</sup>)، قزلباش‌ها و تات‌ها بررسی شدند.

در این مقاله، مجموعه‌ای از روش‌های شناخته‌شده و عمده برای گردآوری داده‌ها به‌کار رفته است: مشاهده مشارکتی، مصاحبه عمیق، سنج‌های غیرواکنشی شامل اسناد و مدارک از پیش موجود مانند آرشیوهای دولتی، یادداشتهای شخصی، نامه‌ها، اسناد تصویری و صوتی و اسناد و مدارک محقق‌ساخته (مستندسازی تصویری).

### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از گردآوری داده‌ها و نتایج مشاهدات و مصاحبه‌ها با مطالعه فیش‌ها و با توجه به طرح پژوهش از پیش تنظیم‌شده، تقسیم موضوعی آن‌ها انجام شد. هریک از مقوله‌ها دارای چندین مفهوم است. هر فیش با توجه به موضوع متنی و اشتراک موضوعی در زیرمجموعه هریک از مقوله‌ها قرار داده شد و سپس با مطالعه سطر به‌سطر آن در مفهوم موردنظر در هر مقوله جای‌گذاری شد. بدین ترتیب، کدبندی یا مفهوم‌بندی داده‌های گردآوری‌شده انجام شد.

این کدبندی دارای سه مرحله کدبندی باز، محوری و گزینشی است (دانایی‌فرد و امامی، ۱۳۹۶: ۷۸). توضیحات داده‌شده شامل دو مرحله کدبندی باز و محوری بود. در مرحله کدبندی گزینشی، مفاهیم و مقوله‌ها کنار یکدیگر قرار گرفت و با توجه به روند مفهومی و در نظر گرفتن هدف پژوهش و سیر پژوهش که پس از انجام مرحله گردآوری داده‌ها و کدبندی باز و محوری به‌دست آمد، مقوله هسته استخراج شد.

انجام این سه مرحله کدگذاری مستلزم دقت فراوان است و همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، با مقوله‌بندی، اختصاص مفاهیم عمده به هریک از مقوله‌ها، مشخص کردن شرایط و تعاملات و پیامدها با توجه به مقوله‌ها که سیر ترتیبی پژوهش را برای رسیدن به مقوله هسته نمایان می‌سازد (محمدی و همکاران، ۱۳۹۴: ۹۶)، مقوله هسته استخراج شد و در پایان یک الگوی زمینه‌ای ارائه شده است که به

۲. از طوایف اصلی گروه قومی ترکمن ساکن در قلمرو پژوهش

1. Grounded Theory



پرسش‌های پژوهش پاسخ می‌دهد و اهداف پژوهش را تحقق می‌بخشد.

یک الگوی سه‌بعدی ارائه شوند. در نهایت، در مرحله کدگذاری گزینشی، مقوله هسته استخراج شده است که تمامی مقولات را دربر می‌گیرد و تم یا موضوع پژوهش را آشکار می‌سازد که در شکل ۱ ارائه شده است. در ادامه، همه مقوله‌های محوری (۷) مقوله) و مفاهیم و ابعاد تشکیل دهنده هر مفهوم بیان شده و مصادیق نظری و میدانی هر یک در قالب مباحث نظری و مصاحبه‌های صورت‌گرفته ارائه شده است. فهرست این مقوله‌ها و مفاهیم در جدول ۱ مشاهده می‌شود.

## یافته‌های پژوهش

به‌منظور پاسخ به پرسش‌های اصلی پژوهش، داده‌های گردآوری شده که نتایج حاصل از مصاحبه‌های عمیق و مشاهده مشارکت‌آمیز است در قالب مفاهیم (در مرحله کدگذاری باز) و مقوله‌های عمده (در مرحله کدگذاری محوری) تنظیم و تدوین شد. به‌فراخور معنا و ویژگی، هر یک از مقوله‌ها به‌عنوان شرایط، تعاملات و پیامدهای مفهومی تعیین شدند تا در قالب

جدول ۱: مفاهیم، مقولات عمده و مقوله هسته گزینش شده از داده‌ها

ردیف	مقوله‌های محوری یا عمده	مفاهیم	مقوله هسته
۱	ویژگی‌های ساختاری	ساختار فرهنگی جامعه محلی ساختار اقتصادی جامعه محلی	
۲	رویکرد فرهنگی تغییر و تحولات در گردشگری قلمرو پژوهش	- کالایی شدن فرهنگ - تعارض فرهنگی	
۳	رویکرد اقتصادی تغییر و تحولات در گردشگری قلمرو پژوهش	فصلی بودن و تورم در مراکز هدف گردشگری	
۴	گردشگری انبوه	دوره مدرنیته	
۵	ورود عناصر تغییردهنده	آموزش، آگاهی، تفسیر رسانه‌های تصویری و فضای مجازی توانمندسازی زنان	
۶	رویکرد فرهنگی در تغییر و تحولات جامعه محلی قلمرو پژوهش	تعامل فرهنگی اثر القایی	
۷	رویکرد اقتصادی در تغییر و تحولات جامعه محلی قلمرو پژوهش	گردشگری، درآمد ملی و اشتغال گردشگری و عدالت توزیعی ثروت	

رویکرد موثر به گردشگری پایدار

مفهوم ساختار فرهنگی دربردارنده ابعاد گوناگونی است. روح مهمان‌نوازی (کریم‌زاده ۱۳۹۴: ۱۸۷)، به‌منزله مؤلفه‌ای فرهنگی، به‌خوبی می‌بین ویژگی‌های فرهنگی قلمرو پژوهش در بیش از دو دهه گذشته است؛ به‌طوری‌که اقدامات مهمان‌نوازان آن‌ها بدون هیچ‌گونه چشمداشت مالی یا جبرانی بوده و تنها دلیل آن رعایت آموزه‌های فرهنگی و عرفی درخصوص مهمان‌نوازی بوده است.

## ویژگی‌های ساختاری

هدف از بیان مفاهیم ساختارهای فرهنگی و اقتصادی در این مقوله ارائه وضعیت قلمرو پژوهش در زمینه‌های مذکور تا قبل از ورود عناصر تغییردهنده است تا در ادامه، تغییرات ایجادشده را نمایان سازد و تأثیر این تغییرات در حوزه‌های ذکرشده جامعه محلی بررسی شود و از درک و تفسیر مردم و نحوه تعاملشان با این تغییرات آگاهی لازم به‌دست آید.





یکی از مشارکت‌کنندگان پژوهش که مردی کهنسال با ۸۶ سال سن است، در این خصوص می‌گوید: برادر کوچک‌ترم، ارازقلی، نژده‌ای داشت که به اتفاق همسر و سه فرزندش زندگی می‌کرد. شبی از شب‌ها که از نیمه گذشته بود صدایی از در برمی‌خیزد. در چوبی نژده را باز می‌کند؛ دو اسب‌سوار را در تاریکی تشخیص می‌دهد؛ از آن‌ها می‌خواهد که از اسب پیاده شوند. اسب آن‌ها را به آغل می‌برد و آب و علوفه می‌دهد و از آن‌ها می‌خواهد که بفرمایند داخل! داخل نژده‌ای که در یک گوشه آن زن و فرزندانش در خواب‌اند و در گوشه دیگر هم چند کیسه آرد و گندم ذخیره شده است. صبح، پس از بیدارشدن، صبحانه مفصلی برایشان تدارک می‌بیند و از حالشان خبر می‌گیرد. این دو نفر از اهالی روستای پشت کوه (سمت شمالی) بودند که برای خرید دام به خراسان رفته بودند و به علت دوری راه، دیرنگام به تنگراه<sup>۲</sup> رسیده بودند.

ساختار اقتصادی در نقاط نمونه‌گیری شده این پژوهش، تا پیش از گسترش گردشگری، بر پایه کشاورزی، دامداری، پرورش زنبور عسل و کرم ابریشم و مشاغل خدماتی و کارگری جوانان و میانسالان روستا در شهرهای بزرگ بوده است که با رواج گردشگری تغییراتی در کسب‌وکار و گروه‌های شغلی ایجاد می‌شود.

### رویکرد فرهنگی تغییر و تحولات در گردشگری قلمرو پژوهش

این مقوله و مقوله دیگر که در ادامه بدان می‌پردازیم به بیان تغییرات حاصل از گردشگری از منظر فرهنگی و اقتصادی می‌پردازد. با ورود گردشگر به صورت انبوه و بی‌ضابطه، تغییر و تحولاتی در عرصه فرهنگی قلمرو پژوهش ایجاد شده است، از قبیل استحاله فرهنگی<sup>۳</sup>، تعارض فرهنگی<sup>۴</sup>، اثر القایی<sup>۵</sup> یا تأثیر خودنمایی و کالایی شدن در عرصه برنامه‌های فرهنگی و هنری مانند اجرای موسیقی (افتخاریان، ۱۳۹۶: ۳۳).

یکی از مشارکت‌کنندگان پژوهش در این خصوص چنین می‌گوید:

گروه گردشگران را برای اسکان به یکی از اقامتگاه‌های بوم‌گردی در روستای قوشه چشمه برده بودم. آن شب اجرای موسیقی سنتی ترکمنی در مکان آل‌اچیق سنتی برای گروه من و مهمانان دیگر بوم‌گردی برنامه‌ریزی

۱. تک‌اتاقی که دیواره آن از دو ردیف نی به هم بافته و دو طرف آن گل‌اندود می‌شود.  
۲. آخرین روستای استان گلستان در سوی شرقی

3. Cultural transformation
4. Cultural conflict
5. Demonstration effect

شده بود. پس از اجرای چند مقام سنتی، بخشی<sup>۶</sup> برای خوشایند گردشگران و احیاناً بالابردن جذابیت برنامه خود، لباس محلی خود را از تن کند و با لباس معمولی شروع به اجرای یکی از آهنگ‌های موسیقی پاپ فارسی با همان سازهای سنتی نمود که البته با استقبال مهمانان و گردشگران مواجه شد!

### رویکرد اقتصادی تغییر و تحولات در گردشگری قلمرو پژوهش

مقوله تغییر و تحولات ناشی از تسلط گردشگری انبوه در مقصد گردشگری شامل مفاهیمی چون تبدیل اقتصاد عمومی به اقتصاد خدماتی، ایجاد تورم در اقلام مصرفی، مشکلات ناشی از فصلی بودن این صنعت و افزایش شدید قیمت زمین است.

مصاحبه‌شونده<sup>۴</sup> ۳۴ ساله در خصوص پیامدهای اقتصادی گردشگری انبوه در روستای خود می‌گوید:

به نظر من عواید اقتصادی رواج گردشگری در روستای ما تنها برای ۲۰ درصد از اهالی سودمند و برای بقیه بدون سود است. یکی از آثار سوء این امر بالارفتن قیمت زمین مسکونی در روستا است که نسل‌های دوم و سوم دیگر زمینی برای احداث خانه ندارند و اگر بخواهند خرید کنند، قدرت مالی‌شان به قیمت‌های روز که به‌صورت سرسام‌آوری افزایش پیدا کرده است کفاف نمی‌دهد.

### - گردشگری انبوه

همان‌گونه که در مقوله‌های پیشین درباره ساختار و رویکرد فرهنگی و اقتصادی در قالب شرایط زمینه‌ساز پدید آمدن این نوع گردشگری و تعاملات میان گردشگر و جامعه محلی در این نوع گردشگری گفته شد، به‌طور خلاصه، این نوع گردشگری کمتر به دنبال تجربه کردن است، به محیط حساس نیست، به دنبال ادامه آرامش خانه و لذت طبیعی است، در جست‌وجوی دریا و ماسه و نور آفتاب است و آنچه اهمیت ندارد مقصد گردشگری است (کی‌هایس و دی‌نیمیر، ۱۳۹۴: ۲۶۸). مونت در ۱۹۹۴ عقیده داشت، درحالی‌که گردشگری انبوه به‌عنوان تجربه‌ای نازل و سطحی برای ملت‌ها و مردم میزبان جهان سوم مورد حمله شدید منتقدان قرار گرفته است، فعالیت‌های اخیر گردشگری با دیده تحسین نگرینگر می‌شود. این فعالیت‌ها با عناوینی چون گردشگری پایدار، مسئولانه، خلاق یا اکوتوریسم شناخته می‌شود (هاشمی مقدم، ۱۳۹۷: ۸۶). در

۶. به نوازنده و خواننده در موسیقی ترکمنی بخشی گفته می‌شود.



و از آخرین تغییر و تحولات و رویدادها کسب آگاهی کنند. این گروه علاوه بر کانال و صفحه‌های شخصی هر اقامتگاه در تلگرام و اینستاگرام است که سعی در ارائه و عرضه قابلیت‌های خودشان و تداوم ارتباط با مهمانان و جلب گردشگران جدید دارند. اهمیت نظرات ارائه‌شده در فضای مجازی به اندازه‌ای است که هر شب ساعتی را برای مطالعه تک‌تک نظرات ارائه‌شده اختصاص می‌دهم و از تجربیات دیگر همکاران در زمینه‌های مختلف کاری بهره می‌برم.

### رویکرد فرهنگی در تغییر و تحولات جامعه محلی قلمرو پژوهش

این مقوله و مقوله بعدی به بررسی جامعه محلی قلمرو پژوهش در زمان حال از دیدگاه فرهنگی و اقتصادی می‌پردازد. بدیهی است که طی چند دهه گذشته تغییراتی در شکل و ماهیت گردشگری در سرزمین مورد مطالعه ایجاد شده است. این تغییرات، به‌طور طبیعی، از منظر رویکردهای دوگانه مزبور (فرهنگی و اقتصادی)، تطوراتی را در جامعه محلی پدید آورده است که با تغییر و تحولات ایجادشده در مقوله‌های پیشین، که با همین عنوان بیان شد، تفاوت‌ها و تمایزاتی دارد که مرور زمان در آن‌ها پدید آورده است.

در اینجا اشاره می‌شود که گردشگری در قلمرو مورد پژوهش در حال خروج از حالت انبوه و حرکت در مسیر گردشگری پایدار و در واقع در مرحله گذار است. همچنین، تأثیر این تغییرات در جوه فرهنگی و اقتصادی سرزمین مورد مطالعه بیان می‌شود.

مشارکت‌کننده پنجاه‌ساله، مدیر یکی از اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستای پنو (منطقه جنگلی کوهستانی)، درخصوص تجربه‌ای که هنگام اجرای برنامه‌های دیدار - گردشگری اقامتگاه برای گردشگران با آن مواجه شده است می‌گوید:

هنگام بازدید از زیارتگاه خالد نبی که حدود ۱۱۰ کیلومتر از اقامتگاه فاصله دارد، گروه گردشگران را به اقامتگاه بوم‌گردی ترکمن اوی که در روستای گچی سو و در شش کیلومتری زیارتگاه قرار دارد هدایت می‌کنم و ضمن اقامت یک‌ساعته و بازدید و آشنایی با فرهنگ شفاهی، بافت روستا و معماری خانه‌های آن و خوراک محلی آن منطقه که متفاوت با اقامتگاه ما است، ناهار را که غذای محلی و معروف ترکمن‌ها به نام چکدرمه است در آنجا می‌خوریم. این امر باعث همکاری و همیاری متقابل اقامتگاه‌های بوم‌گردی با یکدیگر می‌شود، بدین صورت که ممکن است آن اقامتگاه

ادامه، شرایط زمینه‌ساز پدید آمدن این نوع گردشگری و تعاملاتی که به لحاظ فرهنگی و اقتصادی در آن رخ می‌دهد تا این نوع گردشگری در یک جامعه پدید آید بررسی خواهد شد.

### - ورود عناصر تغییر دهنده

آنچه در این مقوله بدان پرداخته خواهد شد عناصر فرهنگی و اقتصادی است که با پیدایش و تثبیت موقعیت خود فضا را برای ایجاد تغییراتی در حیطه گردشگری و وضعیت فرهنگی و اقتصادی جوامع محلی به‌طور اعم و مقاصد گردشگری به‌طور اخص فراهم ساخته‌اند.

حضور فراگیر زنان در حوزه گردشگری یکی از عناصر اصلی تغییردهنده است. نتایج مشاهدات میدانی نشان می‌دهد که بیش از نیمی از مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی در قلمرو پژوهش را زنان تشکیل داده‌اند و این اقامتگاه‌ها از نظر نظم و پاکیزگی و ارائه خدمات مهمان‌نوازی با اقامتگاه‌هایی که مردان اداره می‌کنند تفاوت چشمگیری دارد.

مفهوم دیگر این مقوله آموزش و تفسیر است و مقصود از آن آموزش مدرنی است که کم‌وبیش تمامی مدیران و کارکنان و راهنمایان تور هر مجموعه اقامتگاهی در طی دوره‌های آموزشی پیش از دریافت مجوز فعالیت دیده‌اند.

یکی از پاسخ‌گویان که خانمی ۴۵ ساله و مدیر یکی از اقامتگاه‌های بوم‌گردی است در این خصوص می‌گوید: به‌نوبه خود سعی می‌کنم در تمامی کارگاه‌های آموزشی که توسط اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری یا دانشگاه‌های مختلف برگزار می‌شود مشارکت فعال داشته باشم که اتفاقاً روز پنجشنبه هفته جاری (دی‌ماه ۱۳۹۸) یکی از این کارگاه‌ها در دانشگاه حکیم جرجانی گرگان با عنوان «کارگاه بازاریابی و فروش» برگزار می‌شود.

رسانه‌های تصویری و اپلیکیشن‌های متعدد فضای مجازی، با توجه به گسترش و نفوذ روزافزون آن‌ها، نقش مؤثری در فعالیت‌های گردشگری به‌ویژه بازاریابی و ارائه قابلیت‌های اقامتگاه‌ها و برنامه‌های دیدار گردشگری ایفا می‌کنند.

مشارکت‌کننده‌ای دیگر که مالک اقامتگاه بوم‌گردی است می‌گوید:

مدیران اقامتگاه‌های شهرستان و استان (به‌طور مستقل) عضو یک گروه با همین عنوان در فضای مجازی هستند که در آن همه سعی می‌کنند تجارب گذشته و روزمره خود را برای استفاده دیگر همکاران به اشتراک بگذارند



گروه گردشگران خود را برای دیدن جاذبه‌های طبیعی و صرف ناهار به اقامتگاه ما بیاورد و با فرهنگ خاص این منطقه نیز آشنا شوند.

در مورد اخیر، در واقع ایجاد تنوع در بازدید از جاذبه‌ها، صرف غذای محلی در دیگر مناطق داخل استان که فرهنگ مادی و معنوی آن‌ها متفاوت است نوعی تعامل فرهنگی است که یک گروه از گردشگران در مدت چند روز اقامت در استان دست‌کم با عناصر مادی و معنوی فرهنگ سه قوم آشنا می‌شوند؛ با پوشاک، معیشت، خوراک و تا حدی آیین‌ها و آداب و رسوم آن‌ها آشنا می‌شوند و چه بسا این تنوع موجب رغبت آن‌ها به بازدید مجدد در سال‌های بعدی از دیگر نقاط استان شود که تأثیر مهمی در توسعه گردشگری در استانی چون گلستان می‌گذارد که هنوز استانی گردشگرپذیر شناخته نشده است.

### رویکرد اقتصادی در تغییر و تحولات جامعه قلمرو پژوهش

مقوله رویکرد اقتصادی در دوران گذار گردشگری انبوه به گردشگری پایدار در بردارنده مفاهیمی چون تنوع‌بخشی به اقتصاد است که نمود آن در قلمرو پژوهش در اضافه شدن درآمد هنرمندان موسیقی محلی، مالکان ویلاهای شخصی و منازل استیجاری اهالی روستاهای مقصد گردشگری و تولیدکنندگان صنایع دستی، فرآورده‌های لبنی و غذاهای محلی مشاهده می‌شود که هر گروه چیزی برای عرضه به گردشگران دارند. مشارکت‌کننده سی‌ساله و راهنمای تورهای طبیعت‌گردی در این خصوص می‌گوید: به نظر من به لحاظ اقتصادی توسعه گردشگری در منطقه دارای پیامدهای مثبت بسیاری بوده و هست که از چند بُعد بدان اشاره می‌کنم. یکی اسکان مسافران گذری در منازل اهالی روستا است که از این راه به اقتصاد خانواده کمک می‌کنند. دیگری گروه‌های خاص گردشگری که در قالب اکوتوریسم یا آموزشی یا اکوتوریست‌های خارجی هستند که برای بازدید از پارک ملی گلستان مراجعه می‌کنند و اغلب آن‌ها در روستای تنگراه اقامت می‌گزینند. با اسکان آن‌ها در منازل اهالی روستا، علاوه بر پرداخت اجاره‌بها، سوپرمارکت محل نیز از عواید حاصل از فروش اجناس بهره‌مند می‌شود. کسانی که دارای وسایل نقلیه شخصی هستند برای ایاب و ذهاب دستمزد دریافت می‌کنند. از لبنیات محلی، عسل طبیعی، تخم‌مرغ و نان محلی نیز استفاده می‌کنند که همگی در راستای تقویت بنیه

اقتصادی دام‌دار، زنبوردار و دیگر مشاغل خانگی است. برخی از آن‌ها نیز علاقه‌مند به خرید صنایع دستی محلی مانند نم‌د و قالیچه هستند که این نیز باعث حفظ و احیای بسیاری از صنایع بومی می‌شود.

### رویکرد مؤثر به گردشگری پایدار

آنچه در این مقوله بدان پرداخته می‌شود این است که منطق موردپژوهش از مرحله گردشگری انبوه که در مقولات پیشین گفته شد گذر کرده و در مسیر رسیدن به گردشگری پایدار است. در این مقوله ویژگی‌های گردشگری پایدار در مفاهیم مشخص شده ارائه می‌شود، چرا که در دو مقوله پیش از این، خصوصیات فرهنگی و اقتصادی این نوع گردشگری بیان شد و در اینجا برخی از مفاهیم و مقوله‌های ذکر شده از منظر گردشگری پایدار بررسی می‌شود.

بوم‌گردی: یکی از الگوهایی که برخی از کشورها در دو دهه اخیر برای توسعه گردشگری پایدار خود به آن توجه کرده‌اند پرداختن به هویت و ساختارهای بومی در حوزه گردشگری است که سبب شکل‌گیری پدیده بوم‌گردی شده است (فرج‌زاده اصل، ۱۳۸۴: ۴۳). بوم‌گردی هر سفر و بازدید زیست‌محیطی مسئولانه از مناطق بکر و درک مواهب آن و ویژگی‌های فرهنگی مرتبط با آن است. بوم‌گردی راهبردی پایدار در زمینه کسب درآمد و به موازات آن حفظ منابع طبیعی است. اشتغال‌زایی، افزایش درآمد و کاهش مهاجرت موجب شده است که توسعه گردشگری در روستاهایی که ظرفیت لازم برای بوم‌گردی را دارند مورد توجه قرار گیرد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۶)

تجربه مراجعه و مشاهده در یکی از روستاهایی که فقط در یک نیم‌روز برای مصاحبه با مدیر اقامتگاه آن رفته بودم:

روستای کومرلی در چهارکیلومتری گلیداغ قرار دارد. این روستا نیز از نظر بافت سنتی دارای ویژگی‌های روستایی برای استقرار اقامتگاه بوم‌گردی است. در طی ساعاتی که در آن روستا اقامت داشتم، همان حس و حالی که در بازدید از روستای فرنگ یا پنو داشتم را تجربه کردم. معماری اغلب خانه‌ها کاه‌گلی، جو حاکم بر روستا کاملاً دهکده‌ای که هر تازه‌واردی به خوبی آن را حس می‌کند. همان فضای دلنشین روستایی با ویژگی‌هایش: آرامش، مناظر بدیع، رقص موزون دود از دودکش‌های بخاری هیزمی، آوای پرندگان وحشی و طيور خانگی، سروصدای سگ‌ها که به صورت منقطع و گاه‌گاه شنیده می‌شد، صدای زنگوله و مهمه فریاد



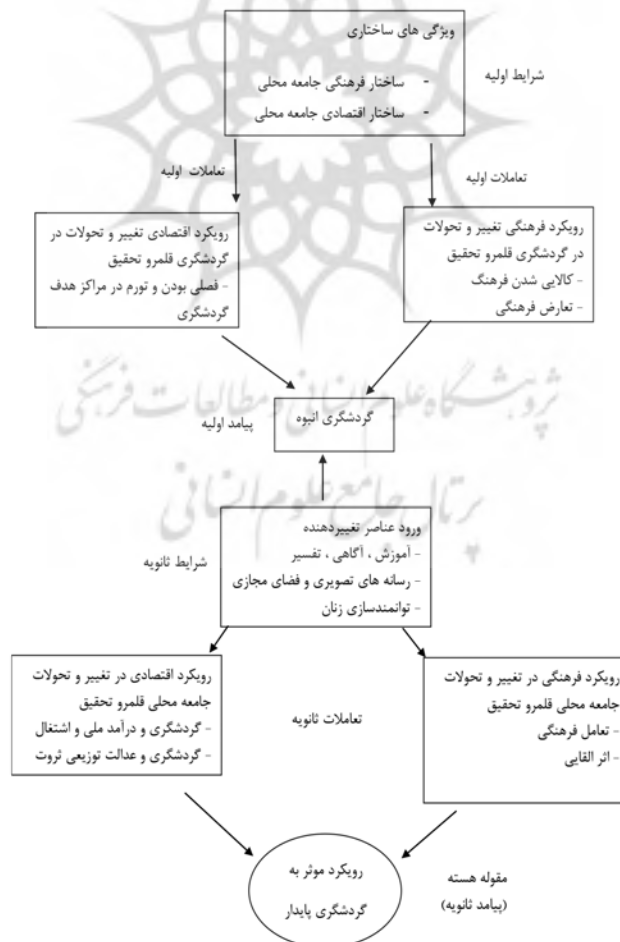


شده است که متشکل از هفت مقوله عمده و سیزده مفهوم مرتبط با آن است (شکل ۱). شرایط اولیه در بردارنده مقوله ویژگی‌های ساختاری، تعاملات اولیه در بردارنده دو مقوله رویکرد فرهنگی و اقتصادی تغییر و تحولات در گردشگری قلمرو پژوهش، و پیامد (اولیه) با مقوله گردشگری انبوه نمایان می‌شود. گذر زمان باعث به وجود آمدن شرایط جدیدی در عرصه گردشگری قلمرو پژوهش شده است که مقوله عناصر تغییردهنده به منزله شرایط ثانویه قابل طرح است. این شرایط جدید به تعاملات ثانویه منجر می‌شود که در قالب دو مقوله رویکرد فرهنگی و اقتصادی در تغییر و تحولات جامعه محلی قلمرو پژوهش بیان می‌شود. شرایط جدید و تعاملات ثانویه در نهایت به ظهور و استخراج مقوله هسته یعنی رویکرد مؤثر به گردشگری پایدار می‌انجامد.

چوپان برای هدایت گله، پستی و بلندی‌های اطراف روستا، مرد پایه‌سن گذاشته‌ای که جواب سلام مرا به گرمی می‌دهد در حال بازگشت از جمع‌آوری نوعی قارچ جنگلی به نام ترافل که چند سالی است منبع درآمدی برای اهالی جنگل نشین شده، تیشه و تبر کوچکی به دست و لبخند رضایت و رویی گشاده و آثار آرامشی که بر چهره‌اش هویداست، نشان رضایت خاطر از روزگاری که گذرانده!

## بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش، درک تغییرات گردشگری و تأثیر این تغییرات در روند توسعه پایدار فرهنگی و اقتصادی مردم سرزمین مورد مطالعه و چگونگی درک و تفسیر مردم جامعه محلی از این تغییرات و تأثیرات، در قالب الگویی زمینه‌ای شامل شرایط (اولیه و ثانویه)، تعاملات (اولیه و ثانویه) و پیامد (اولیه و ثانویه) ترسیم



شکل ۱: الگوی زمینه‌ای رویکرد مؤثر به گردشگری پایدار



بر مبنای شکل ۱، الگوی سه‌بعدی بر اساس شرایط و تعاملات و پیامدها طراحی شده است که در ادامه چگونگی ارتباط بین مفاهیم، مقولات عمده و مقوله هسته‌نهایی شرح و بسط داده خواهد شد.

ساختار فرهنگی قلمرو پژوهش تا پیش از گسترش گردشگری با مفهوم روح مهمان‌نوازی که با رعایت آموزه‌های فرهنگی و عرفی عجین بود بیان شد. ساختار اقتصادی نیز بر پایه معیشت سنتی آن دوره یعنی کشاورزی و دامداری بود و گردشگری جایی در آن نداشت. با گذشت سالیانی چند، به تدریج گردشگری با پذیرش مسافران بین‌راهی آغاز و با ورود گردشگران منطقه‌ای و اضافه‌شدن توره‌های گردشگری فرامنطقه‌ای فراگیر شد. این فرایند که برنامه‌ریزی و مدیریت مطلوبی نداشته دچار کالایی‌شدن برخی از عناصر فرهنگی شده است یا به‌علت تفاوت‌های فرهنگی میان دو جامعه میزبان و میهمان تأثیر منفی در درک رفتار طرفین می‌گذارد که در آن، به تعبیر اعضای جوامع محلی، گردشگران احترام شایسته و بایسته به آداب و رسوم و باورهای آن‌ها نمی‌گذارند. کالایی‌شدن و تعارض فرهنگی دو مفهوم مقوله رویکرد فرهنگی تغییر و تحولات در مرحله گردشگری انبوه قلمرو پژوهش را تشکیل می‌دهد. نکته‌ای که لَن و برامول (1994: 258) بر آن تأکید دارند این است که گردشگری روستایی باید هماهنگ با اهداف محلی و مطابق با منش و آداب و رسوم و فرهنگ منطقه باشد. احمد دیناری در پژوهش خود به تأثیرات منفی گردشگری در جوامع و افراد محلی مانند جابه‌جایی افراد بومی و تهدید فرهنگ بومی اشاره کرده و به این نتیجه رسیده است که ادامه این وضعیت باعث رنجش و کینه می‌شود (پشین، ۱۳۹۳: ۹۴). آنچه به‌عنوان تعارض و خصومت فرهنگی (Greenwood, 1989: 145) در این مقاله بیان شد، در بعد اقتصادی، به تورم در اقلام مصرفی و افزایش یک‌باره قیمت زمین منجر می‌شود، به طوری که نسل بعدی توان خرید زمین برای ساخت منزل مسکونی را نخواهد داشت و ممکن است به مهاجرت به روستاهای مجاور مجبور شود. درک و تفسیر جامعه محلی از تغییرات صورت‌گرفته، که در اظهاراتشان در مصاحبه‌ها نمایان است، حاکی از نارضایتی شدید در این زمینه است. فصلی‌بودن و تورم در مراکز هدف گردشگری، مفهوم مقوله رویکرد اقتصادی تغییر و تحولات در مرحله گردشگری انبوه قلمرو پژوهش را شکل می‌دهد. بدری و همکاران (۱۳۸۸: ۱۰۲) در مقاله خود آثار منفی اقتصادی از قبیل افزایش قیمت کالا و خدمات،

افزایش قیمت زمین و وابستگی بیش از حد اقتصادی روستا به واسطه غلبه کارکرد گردشگری و ناتوانی در برقراری پیوند مؤثر با دیگر فعالیت‌های اقتصادی در نواحی روستایی شهرستان نوشهر را بیان می‌کنند. مقوله رویکرد اقتصادی همراه با مقوله رویکرد فرهنگی تعاملات اولیه و ثانویه حاصل از شرایط اولیه را تشکیل می‌دهند. این تعاملات نتایجی به دنبال دارد که گردشگری، انبوه به‌عنوان پیامد اولیه، نتیجه طبیعی این فعل و انفعالات است.

با گذشت سالیان، عناصر تغییردهنده در قلمرو پژوهش فرصت ظهور می‌یابند. گردشگری پسانوگرا یکی از مفاهیم مطرح در این مقوله است که یکی از موارد تأثیر آن در بعد رفتار گردشگر، تمایل به استفاده از اقامتگاه‌های بوم‌گردی و دوست‌دار طبیعت به جای هتل است تا بدین وسیله در روند تعامل فرهنگی با جامعه میزبان قرار گیرد. برگزاری دوره‌های آموزشی برای متولیان اقامتگاه‌ها پیش از دریافت مجوز فعالیت و حضور راهنمایان خبره سبب آشنایی آن‌ها با رهیافت سیستمی گردشگری (سقای و مسعودی، ۱۳۹۳: ۱۲۹) می‌شود که مطابق با آن، در برخورد با گردشگران و جامعه محلی، دیدگاه جامع گردشگری آموزش داده می‌شود که در آن، گردشگری در ارتباط با جامعه محلی و روند فرهنگ بررسی می‌شود، نه صرفاً سازوکاری اقتصادی؛ که مؤلفه‌ای در مسیر نیل به گردشگری پایدار است. نمود آن را می‌توان در برنامه‌های طبیعت‌گردی، روستاگردی و مشاهده فرهنگ روزمره جوامع محلی مشاهده کرد که گردشگران با ارزش‌های طبیعی و فرهنگی جامعه میزبان آشنا می‌شوند و با صحنه‌گذاشتن گردشگران بر این ارزش‌ها اعضای جامعه محلی به دانسته‌ها و داشته‌های فرهنگی و طبیعی خود واقف می‌شوند و چه‌بسا بدان افتخار کنند. در نتیجه این تعامل، تمایل و علاقه به حفظ و احیای این ارزش‌ها در هر دو گروه ایجاد می‌شود. ورود زنان به عرصه گردشگری و توانمندسازی آنان (احسانی، ۱۳۹۵: ۱۷۰)، گسترش استفاده از رسانه‌های تصویری و فضای مجازی، آغاز زمزمه‌هایی از طبیعت‌گردی و احداث اقامتگاه‌های بوم‌گردی و گسترش سریع آن در نقاط روستایی که به معیارهایی نظیر حفاظت از محیط فرهنگی و طبیعی و هماهنگی با فرم و منظره و رنگ محیط پای‌بند است، نوید تغییرات تازه در گردشگری می‌دهد.

بهرامی و فرهادیان (۱۳۸۲: ۱۷۹) نتیجه پژوهش‌های خود در این زمینه را این‌گونه بیان می‌کنند: بوم‌گردی



که در نقاط دوردست قرار داشتند و تا پیش از این مقصد گردشگری به حساب نمی‌آمدند، عدالت توزیعی ثروت آن مناطق کم‌برخوردار فراهم می‌شود.

پژوهش بهرامی (۱۳۸۹: ۲۴۲) در کردستان نیز نشان می‌دهد که گردشگری در این وضعیت موجب خودکفایی و تقویت اقتصاد منطقه، رونق صنایع دستی محلی، افزایش کیفیت زندگی و حل معضل بیکاری در جوامع محلی روستایی می‌شود.

سه مقوله‌ی اخیر که بدان‌ها پرداخته شد، یعنی عناصر تغییردهنده به‌منزله شرایط ثانویه، مقوله‌ی رویکرد فرهنگی و مقوله‌ی رویکرد اقتصادی به‌منزله تعاملات ثانویه، هرکدام بنا به پرسش‌ها و اهداف این پژوهش، یعنی سیر تغییرات گردشگری، تأثیر این تغییرات در ابعاد فرهنگی و اقتصادی و درک و تفسیر چگونگی تعامل مردم محلی (از دیدگاه امیک) با این تغییرات و تأثیرات ناشی از آن قابل استنباط است. مباحث تفصیلی آن‌ها در بخش یافته‌ها در قالب مصاحبه با اهالی بومی جامعه محلی و گردانندگان واحدهای اقامتی و گردشگران بیان شد.

در نهایت، همان‌گونه که در ابتدای این بخش گفته شد، فرایند ارتباط منطقی و معنایی بین مقولات عمده بیانگر مقوله‌ی هسته‌ی نهایی است. این مقوله‌ی نهایی که دربرگیرنده کل فرایند تغییرات و تطورات در گردشگری و تأثیر این تطورات در جامعه محلی است با عنوان رویکرد مؤثر در گردشگری پایدار مطرح شده است. مقوله‌ی هسته انتزاعی‌تر از دیگر مقولات است و دارای قدرت تحلیلی است و شمول معنایی آن در حدی است که دیگر مقولات در مدل زمینه‌ای نهایی حول مقوله‌ی گزینشی یا تم اصلی نظریه قرار می‌گیرند و شرایط و تعاملات و پیامدها را به تصویر می‌کشد. در این پژوهش نیز مراحل مذکور داده‌های کیفی را تحلیل کرده است و الگویی زمینه‌ای ارائه شده است که تحولات گردشگری و عوامل زمینه‌ساز را در میدان و قلمرو پژوهش نشان می‌دهد.

نتایج مشاهدات فراوان و مصاحبه‌های متعدد نشان از آن دارد که موضوع گردشگری در قلمرو پژوهش در حال حاضر در مسیر گردشگری پایدار قرار گرفته و با اطمینان می‌توان گفت که در ابتدای راه است. اما برخی شرایط و تعاملات متأثر از این شرایط در قلمرو پژوهش در حال تکوین‌اند. امید است، چنانچه مسائل و موضوعات سیاسی اجتماعی کلان کشوری در خصوص ارتباطات بین‌المللی راه‌گشا باشد، سرعت این تطور و سیر به سوی گردشگری پایدار که همراه با بهره‌مندی جوامع محلی از پیامدهای مثبت آن از جمله توسعه پایدار این

یکی از ابزارهای مناسب در فرایند توسعه پایدار است و قادر است رشد اقتصادی را به روند حفاظت از منابع طبیعی در کشورهای در حال توسعه پیوند بزند

مقوله‌ی عناصر تغییردهنده با مفاهیم مزبور، به‌منزله شرایط ثانویه در روند تغییرات گردشگری قلمرو پژوهش، تعاملات ثانویه (رویکرد فرهنگی و اقتصادی در تغییر و تحولات جامعه محلی) را در پی دارد.

مقوله‌ی رویکرد فرهنگی به کمک مفاهیمی چون تعامل فرهنگی، اثر نمایشی و نگاه خیره گردشگر بیان می‌شود. می‌توان در نظر داشت که در تعاملات ثانویه، این مفاهیم جای مفاهیم قبلی مانند کالایی‌شدن و تعارض فرهنگی را گرفته‌اند که نشان از تغییراتی است که مرور زمان و جدا شدن از حالت گردشگری انبوه در آن‌ها پدید آورده است.

در بیان توضیح این مفاهیم می‌توان به اثر نمایشی (گلدنر و برنت ریچی، ۱۳۹۴: ۲۶۸) اشاره کرد که در آن ساکنان به کار بیشتر و بهره‌وری بهتر تشویق می‌شوند، زیرا می‌کوشند با سبک زندگی گردشگران هماهنگی داشته باشند. یا بر مبنای تعامل فرهنگی، هر دو گروه جامعه محلی و گردشگران یکدیگر را بهتر درک می‌کنند و به فرهنگ هم بیشتر احترام می‌گذارند. در مفهوم نگاه خیره گردشگر (شفیعی و ربانی، ۱۳۹۷: ۱۶۷)، هرچند بومی‌ها به ارائه تصویری از خود می‌پردازند که گردشگران را خشنود سازد (Ashworth, 1994:87)، باین حال به قول مک‌کنل (۱۹۸۴) این فرایند موجب بازسازی یا تجدید قوم‌گرایی می‌شود (MacCannell, 1984). که در آن بومی‌ها آگاهانه می‌کوشند تا خود را با برداشت بازدیدکنندگان از آن چیزی که اصیل است تطبیق دهند؛ اسمیت (2012) آن را ابزاری برای تقویت هویت قومی نام می‌برد.

در همین ارتباط، ویور (1986) در گزارش پژوهشی خود به این نتیجه رسیده است که گردشگری روستایی در وضعیت پایدار آن برای ساکنان محلی استحکام پایه‌های بومی را به دنبال دارد و فرصت‌های فرهنگی را برای ساکنان محلی افزایش می‌دهد.

در وضعیت جدید، یعنی جدا شدن بخش‌هایی از جوه مختلف صنعت گردشگری از آنچه گردشگری انبوه نام نهاده‌اند و قرار گرفتن در مسیر گردشگری پایدار، تغییرات اقتصادی نیز ایجاد می‌شود، از جمله اشتغال بیشتر و افزایش درآمد که در نتیجه الزام سرمایه‌گذاران در به‌کارگیری نیروی کار جامعه محلی یا با احداث واحدهای اقامتی در محل جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی



جوامع و مصون ماندن از پیامدهای منفی گردشگری انبوه است به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یابد. جست‌وجو در منابع پژوهش‌های انسان‌شناسی گردشگری ما را به نکاتی درباره محدودیت‌ها و مشکلات پژوهش رهنمون می‌سازد که کمبود منابع و مآخذی که با روش کیفی و رویکرد مردم‌شناسانه به موضوع گردشگری پرداخته باشند مهم‌ترین آن است. گستره وسیع جغرافیایی قلمرو پژوهش و قرارگرفتن بیشتر اقامتگاه‌های بوم‌گردی در روستاهای دورافتاده نیز انجام کار میدانی را دشوار می‌کند. شیوع بیماری کووید ۱۹ و اعمال قرنطینه‌های پی‌درپی مانع از ایجاد فضای گردشگری برای انجام مشاهدات در ایام پیک سفر (اسفند ۱۳۹۸ و فروردین ۱۳۹۹) و پس از آن شد و توصیه‌های بهداشتی مبنی بر فاصله‌گذاری اجتماعی نیز مزید بر علت گردید تا بسیاری از پاسخ‌گویان در انجام مصاحبه‌های حضوری دچار تردید شوند.

## منابع

- احسانی، افسانه (۱۳۹۵). اکوتوریسم، راهی برای گردشگری پایدار. تهران: انتشارات مهکامه.
- افتخاریان، بهنام (۱۳۹۶). گردشگری موسیقی. تهران: انتشارات مهکامه.
- اینسکیپ، ادوارد (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی گردشگری رویکردی یکپارچه و پایدار به برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. محمود حسن‌پور و سعید داغستانی (مترجمان). تهران: انتشارات مهکامه.
- بدری، سید علی، مطیعی لنگرودی، سید حسن، سلمانی، محمد، علیقلی زاده فیروزجایی، ناصر. (۱۳۸۸)، اثرات اقتصادی گردشگری بر نواحی روستایی مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی نوشهر، جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، ۷(۱۲).
- بذرافشان، مرتضی (۱۳۹۴). درآمدی بر صنعت گردشگری. تهران: انتشارات مهکامه.
- برنز، پترم. (۱۳۸۵). درآمدی بر مردم‌شناسی گردشگری. هاجر هوشمند (مترجم). تهران: پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری و نشر افکار.
- بونی فیس، پرسیلا (۱۳۸۰). مدیریت گردشگری فرهنگی. محمود عبدالله‌زاده (مترجم). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- بهرامی، اعظم و فرهادیان، همایون (۱۳۸۲). نقش بوم‌گردی در معیشت پایدار محلی و حفظ منابع طبیعی، توسعه روستایی و کشاورزی. جهاد، ۲۳(۲۵۸)، ۳۲-۴۵.
- بهرامی، رحمت‌الله (۱۳۸۹). بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای توسعه گردشگری روستایی در استان کردستان. چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافی دانان جهان اسلام.
- بیابانی، غلامحسین (۱۳۹۵). گردشگری روستایی و جذب گردشگر به مثابه رکن مهم توسعه پایدار: رویکرد مردم‌شناختی. مردم و فرهنگ، ۴۱(۴)، ۹۳-۱۱۳.
- بیس، دانیل و فرد، پلاگ (۱۳۷۵). انسان‌شناسی فرهنگی. محسن ثلاثی (مترجم). تهران: انتشارات علمی.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران: انتشارات سمت.
- پشین، اراز (۱۳۹۳). بررسی اثرات اقتصادی گردشگری پارک ملی گلستان بر جوامع محلی (مطالعه موردی: روستای تنگراه). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی، مؤسسه آموزش عالی غیرانتفاعی و غیردولتی باختر ایلام.
- تیموئی، دالن جی و نیاوپان، جیان پی (۱۳۹۲). میراث فرهنگی و گردشگری در کشورهای درحال توسعه. اکبر پورفرج و جعفر پاپیری (مترجمان). تهران: انتشارات مهکامه.
- دانایی‌فرد، حسن، امامی، سیدمجتبی (۱۳۹۶). استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد. اندیشه مدیریت، ۱(۲)، ۶۹-۹۷.
- رایزینگر، یوته (۱۳۹۵). گردشگری بین‌الملل، فرهنگ‌ها و رفتار. جمال مرادنژاد، امید حکیمی و محمد نجارزاده (مترجمان). تهران: انتشارات مهکامه.
- رحیم‌پور، علی (۱۳۹۳). گردشگری در کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه. تهران: پژوهشگاه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری.
- روستاخیز، بهروز، آذرشب، عطیه و نرسیسیانس، امیلیا (۱۳۹۸). دلالت‌های معنایی مصرف قلیان بین زنان بلوچ (مطالعه‌ای کیفی در روستای دامن شهرستان ایرانشهر). زن در توسعه و سیاست، ۱۷(۲)، ۲۷۹-۳۰۱.



- سقایی، مهدی و مسعودی، محمدباقر (۱۳۹۳). اکوسیستم‌های طبیعی و اکوتوریسم با تأکید بر ایران. تهران: انتشارات مهکامه.
- شارپلی، ریچارد و تلفر، دیوید (۱۳۹۴). برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه. حمید ضرغام بروجنی، زهرا نکونی، نیلوفر عباسپور و مسلم شجاعی (مترجمان). تهران: انتشارات مهکامه.
- شفیعی، زاهد و ربانی، راضیه (۱۳۹۷). بوم‌گردی و اقامتگاه دوست‌دار طبیعت. تهران: انتشارات مهکامه.
- عبدالله‌زاده، محمود (مترجم) (۱۳۸۴). برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی. سازمان جهانی جهانگردی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
- فرج‌زاده اصل، منوچهر (۱۳۸۴). سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه‌ریزی توریسم. تهران: انتشارات سمت.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۱). تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی. تهران: نشر نی.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۶). مدیریت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.
- کریم‌زاده، علیرضا (۱۳۹۴). سفر، مهمان‌پذیری، مهمان‌نوازی (جستاری در فرهنگ و مفاهیم مهمان‌پذیری در ایران و اسلام). تهران: انتشارات مهکامه.
- کی‌هایس، دیوید و دی‌نیمیر، جک (۱۳۹۴). مدیریت منابع انسانی در صنعت گردشگری و هتلداری، علی‌اکبر فرهنگی، مرتضی بذرافشان و الهه‌سادات کرباسی‌زاده (مترجمان). تهران: انتشارات مهکامه.
- گلدنر، چارلز آر و برنت ریچی، جی. آر (۱۳۹۴). شناخت صنعت گردشگری اصول، رویه‌ها و رویکردها. حمیدرضا ضرغام بروجنی، مرتضی بذرافشان و حمید ایوبی یزدی (مترجمان). تهران: انتشارات مهکامه.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش پژوهش کیفی ضد روش منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی، جلد اول. تهران: جامعه‌شناسان.
- محمدی، جواد، عزیزی، امیر، سپهوندی، محمدعلی و پیدا، نگین (۱۳۹۴). بررسی رویکرد مؤثر به پیری: مطالعه نظریه داده‌بنیاد. فصلنامه سالمند، ۱۰(۴)، ۸۸-۱۰۰.
- مرادی، حشمت، پورسعید، علیرضا، واحدی، مرجان و آرایش، محمدباقر (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه بوم‌گردی روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه. گردشگری و توسعه، ۱(۱)، ۲۵-۴۶.
- مرادی، منصور (۱۳۸۴). خالدنبی، زیارتگاه و سنگ‌مزارها. نامه پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، ۱۱، ۷۳-۸۴.
- میرزایی، خلیل (۱۳۹۳). شیوه‌های عملی مقاله‌نویسی. تهران: جامعه‌شناسان.
- نیازی، محسن، جهانی، عباس و کرمانی نصرآبادی، محسن (۱۳۸۹). مردم‌شناسی جهانگردی. تهران: انتشارات سخنوران.
- نیک‌بین، مهنا، ضرغام بروجنی، حمید، صالحی امیری، سیدرضا، محمدخانی، کامران و غفاری، فرهاد (۱۳۹۹). مدل‌سازی پیامدهای توسعه پایدار گردشگری فرهنگی؛ رویکرد آمیخته. گردشگری و توسعه، ۱(۱)، ۲۳۴-۲۱۴.
- ولاشجردی فراهانی، راضیه، پورطاهری، مهدی و رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۸). شناسایی و ارزیابی شاخص‌های سنجش کیفیت محیطی روستاهای هدف گردشگری؛ مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان تهران. گردشگری و توسعه، ۱(۱)، ۲۷۶-۲۹۸.
- هاشمی مقدم، امیر (۱۳۹۷). انسان‌شناسی گردشگری. تهران: انتشارات مهکامه.
- Ashworth, Gregory John. 1994. Building a new Heritage: Tourism, Culture, and Identity in the New Europe. London: Routledge
- Lane, B., & Bramwell, W. (1994). Rural tourism and sustainable rural development. Clevedon, Channel View Publications.
- Cohen E. (1984). The sociology of tourism: approaches, issues and findings. *Annu. Rev. Sociol.*, 10, 373-92
- Greenwood, D. J. (2012). 8. Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. *In Hosts and guests* (pp. 169-186). University of Pennsylvania Press.



- Smith, V. L. (Ed.). (2012). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Weaver, G. (1986). *Tourism development: A potential for economic growth*.
- Jafari, J. (1989). Tourism models: the sociocultural aspects. *Tourism management*, 8, 151-159.
- MacCannell, D. (1984). Reconstructed ethnicity tourism and cultural identity in third world communities. *Annals of tourism research*, 11(3), 375-391.
- Nash, D. (1996). *Anthropology of Tourism*. Oxford: Pergamon
- Selwyn, T. (1995). The anthropology of tourism: Reflections on the state of the art. in A. V. Seaton (ed), *Tourism: The State of the Art*, Chichester: Wiley, 729-36. (A overview of the field with insight into future directions)

