



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
سال دوم، شماره‌ی ۷، زمستان ۱۳۹۲
صفحات ۱۴۷-۱۲۶

ارزیابی تأثیرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری شهری بر نحوه زندگی مردم شهر بابلسر

علی خاکساری*

سعید ابراهیم‌نیا سماکوش**

محمد دامادی***

وحید معزز****

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۱/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۴/۲۹

چکیده

توجه به جایگاه صنعت گردشگری، از آن رو اهمیت دارد که می‌توان با بهره‌گیری مناسب از منابع طبیعی و انسانی، علاوه بر امکان رشد اقتصادی، به ترویج بخش کشاورزی و تولید صنایع بومی و محلی پرداخت و گامی در مسیر بهبود شرایط زیست‌محیطی و پاس‌داشت موارث فرهنگی بومی و آداب و رسوم محلی در جوامع میزبان برداشت. شهر بابلسر به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری ایران با جاذبه‌های غنی و مواهب طبیعی و مصنوعی شاخص و کم‌نظیر هر ساله میزبان تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی است که بررسی تأثیرات اجتماعی - فرهنگی این دست از گردشگران و سهم آنان در توسعه‌ی پایدار شهر امری اجتناب‌ناپذیر است. در پژوهش حاضر، از روش تحقیق پیمایشی از نوع توصیفی - تحلیلی استفاده شده تا از دید مردم و مسئولین شهر، تأثیر گردشگری بر توسعه‌ی فرهنگی - اجتماعی آن، مورد مطالعه و تجزیه و تحلیل قرار گیرد. داده‌های مورد نیاز با استفاده از منابع اسنادی - کتابخانه‌ای و هم‌چنین با به‌کارگیری پرسش‌نامه‌ی تدوین شده‌ی پژوهشگر، بازدید میدانی و مصاحبه با سازمان‌های مرتبط و سرپرست خانوارهای ساکن در شهر بابلسر، گردآوری شده است. نتایج پژوهش با استفاده از آزمون‌های آماری پیرسون و کندال-b، نشان می‌دهد که از دیدگاه مردم تأثیر

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

* نویسنده مسئول، دانشیار گروه برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، (akhaksari@yahoo.com)

** کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه علامه طباطبایی

*** کارشناس ارشد مهندسی عمران-سازه، دانشگاه نوشیروانی بابل

**** کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه علامه طباطبایی

گردشگری شهری بر ۵ شاخص و از دیدگاه مسئولین بر ۶ شاخص از ۱۴ شاخص مورد بررسی مورد تأیید قرار گرفته‌اند که لزوم توجه به این صنعت در برنامه‌ریزی‌ها را اثبات می‌نماید.
واژگان کلیدی: گردشگری شهری، تأثیرات اجتماعی گردشگری، شهر بابلسر.

مقدمه

صنعت گردشگری به‌ویژه گردشگری شهری پس از اتمام جنگ جهانی دوم (۱۹۵۰)، با گسترش شهرنشینی، کاهش ساعات کار، توسعه‌ی روزافزون راه‌ها و شبکه‌های حمل و نقل، ارتقای سطح فرهنگ عمومی و اصلاح قوانین و مقررات تحولی شگرف یافت. به‌طوری‌که امروزه گردشگری از نمادهای عصر تمدن تبدیل شده است (رضوانی، ۱۳۷۷: ۱۵). به علت ویژگی‌های منحصر به فرد گردشگری شهری، این صنعت از سوی دانشمندان و صاحب‌نظران به صادرات پنهان و صنعت بدون دود شهرت یافته است. این صنعت در سال‌های اخیر در رشته‌های مطرح اقتصادی جهان بعد از نفت و خودروسازی مقام سوم را دارا بوده و بر اساس پیش‌بینی محققان تا سال ۲۰۱۵، به‌عنوان بزرگ‌ترین صنعت و فعالیت اقتصادی جهان در خواهد آمد. صنعت گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به‌صورت زنجیره‌ای در جهت خدمت‌رسانی به گردشگران انجام می‌گیرد.

گردشگری تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی را در بر می‌گیرد (دریتساکیس^۱، ۲۰۰۴: ۳۰۹). در کشورهای صنعتی، توسعه‌ی صنعت گردشگری موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می‌شود و در کشورهای در حال توسعه، فرصتی برای صادرات ایجاد می‌کند؛ به‌طوری‌که نرخ رشد آن از اشکال سنتی صادرات بیشتر است (لواسانی، ۱۳۸۵: ۳۴). اهمیت گردشگری شهری از نظر اقتصادی و اشتغال‌زایی به‌حدی است که می‌توان آن را به‌عنوان نیروی محرکه‌ی اقتصادی هر کشوری محسوب کرد (بالاگوئر^۲، ۲۰۰۲: ۱۸). گردشگری فعالیتی است که غیر از مزایای اقتصادی و اشتغال‌زایی، تأثیرات اجتماعی و فرهنگی بسیاری دارد. از تعامل افکار، اندیشه‌ها، سلايق و باورها در بستر مکان و در عرصه‌ی زمان است که بعد مرئی فرهنگ، تمدن، متبلور می‌شود و مدنیت و شهرنشینی زاده می‌شود. شهرهای امروزی در ابعادی ملی، منطقه‌ای و جهانی کانون برخورد و انتشار فضایی ابعاد و عناصر فرهنگی متفاوت و گاه متضاد هستند که این مهم نه‌تنها نقشی مهم در حصول توسعه‌ی اجتماعی- اقتصادی و سیاسی آن‌ها ایفا می‌نماید؛ بلکه الزاماتی مکانی فضایی جهت توسعه‌ی ساخت‌ها و زیرساخت‌های مناسب را ایجاب می‌کند. در واقع گردشگران داخلی و خارجی،

^۱ Dritsakis

^۲ Balaguer

سفیران صلح و دوستی و عاملان و ناشران گفتگوی فرهنگی بین‌ملل محسوب می‌شوند که در تعامل با جامعه‌ی شهری میزبان می‌توانند به اشکال و نمودهای متفاوتی موجبات رشد و توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی شهر را فراهم آورند؛ هرچند که شهر و مدیریت شهری نیز در این تعامل دو جانبه ناگزیر است در جهت تأمین نیازهای اجتماعی- فرهنگی گردشگر گام بردارد، امری مهم است که پاسخگوی نیاز فراغتی شهروندان ساکن در شهر نیز می‌باشد (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸: ۳۴). التفات به جایگاه صنعت توریسم، از آن‌رو اهمیت دارد که می‌توان با بهره‌گیری مناسب از منابع طبیعی و انسانی، علاوه بر امکان رشد اقتصادی، به ترویج بخش کشاورزی و تولید صنایع بومی و محلی پرداخت و گامی در مسیر بهبود شرایط زیست‌محیطی و پاس‌داشت موارث فرهنگی بومی و آداب و رسوم محلی در جوامع میزبان برداشت؛ علاوه بر این، توریسم می‌تواند موجبات بهبود فرایند توسعه‌ی شهری و روستایی را با ایجاد فعالیت مکمل بخش کشاورزی، اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای خانوارها امکان‌پذیر سازد (افتخاری، ۱۳۸۱: ۳۷). بابلسر به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری ایران هر ساله میزبان تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی است؛ اما با جاذبه‌های غنی و داشتن آثار و ابنیه‌ی برجسته‌ی تاریخی و مذهبی و صنایع‌دستی متنوع و گسترده و مواهب طبیعی شاخص و کم‌نظیر به‌دلایلی نتوانسته در جذب گردشگران به‌ویژه در عرصه‌ی بین‌المللی موفقیت به‌دست آورد. جاذبه‌های متعدد و متنوع تاریخی- فرهنگی و طبیعی، برای این شهر و استان فرصت‌های مناسبی برای دستیابی به توسعه‌ی پایدار هستند. باتوجه به سهم قابل توجه حضور گردشگران در شهر بابلسر، بررسی تأثیرات اجتماعی- فرهنگی این دست از گردشگران و سهم آنان در توسعه‌ی پایدار شهر امری اجتناب‌ناپذیر است. این، خود نیازمند پژوهشی درباره‌ی تأثیرات مثبت و تبعات منفی آن در زندگی شهروندان است که رویکرد پژوهش حاضر را هم تشکیل می‌دهد.

ضرورت و اهمیت موضوع

امروزه گردشگری شهری به‌عنوان یکی از صنایع برتر به‌شدت در حال رشد و توسعه است. در کشور ما ایران که به‌عنوان سرزمین چهارفصل شناخته می‌شود و یکی از برترین کشورهای جهان، به‌جهت داشتن آثار و جاذبه‌های گردشگری است، توجه چندانی به صنعت گردشگری نمی‌شود. باتوجه به این‌که توسعه‌ی پایدار به‌عنوان جریانی مداوم در تغییرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی برای افزایش رفاه و خوشبختی طولانی‌مدت کل اجتماعات تعریف شده و پویایی چندبعدی است که به‌گونه‌ای پایدار درصدد وحدت اهداف اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی است، بنابراین باید توسعه‌ی گردشگری را زمانی پایدار بنامیم که مخرب نبوده و امکان حفظ منابع آب و خاک، منابع ژنتیکی، گیاهی و جانوری و حتی فرهنگی و اجتماعی را برای آیندگان فراهم آورد. در واقع، گردشگری شهری پایدار باید بتواند در یک محیط، در زمانی نامحدود ادامه یابد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط‌زیست صدمه نزند و تا

بدان حد فعال باشد که به توسعه‌ی سایر فعالیت‌ها و فرایندهای اجتماعی لطمه‌ای وارد نسازد (باتلر^۱، ۲۰۰۱: ۲۹). گردشگری شهری هنوز فعالیت جدیدی برای بسیاری از کشورهاست که تجربه‌ای کم و یا ناچیز در توسعه‌ی این بخش از اقتصاد دارند. باتوجه به رشد فوق‌العاده‌ی گردشگری شهری در دهه‌های اخیر، از آنجایی که این امر، هنوز فعالیت نسبتاً جدیدی است، مثال‌های کمی وجود دارد که نشان بدهد چگونه رشد گردشگری بی‌نظم و بدون برنامه‌ریزی می‌تواند نتایج منفی اغلب همراه با صدمه‌های جبران‌ناپذیر به محیط‌زیست و همچنین نتایج منفی برای ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی یک جامعه به وجود بیاورد. بنابراین برنامه‌ریزی گردشگری منسجم اهمیت زیادی به تأکید بر رهیافت طولانی و جامع دارد تا به توسعه‌ی پایدار هماهنگ با اهداف توسعه‌ای کلی کشور دست یابد. گردشگری یکی از منابع اصلی تبادل فرهنگی و آشنایی با آداب و رسوم و اجتماعات بومی جوامع میزبان در سراسر دنیا می‌باشد. شهر بابلسر نیز به‌عنوان یکی از شهرستان‌های جذاب و گردشگرپذیر کشور ما، باتوجه به حجم عظیم ورود گردشگر به این شهر در هر سال، از این امر مستثنی نبوده و ورود گردشگر به این شهر اثرات مثبت و منفی‌ای را در توسعه‌ی اجتماعی - فرهنگی شهر با خود به همراه دارد. لذا در این پژوهش سعی شده تا ابتدا مفهوم گردشگری شهری و جاذبه‌های شهر تبیین شده و سپس از دیدگاه مردم و مسئولین مرتبط با امر گردشگری در این شهر، اثرات اجتماعی - فرهنگی توسعه‌ی گردشگری مشخص شود.

سؤالات و فرضیات پژوهش

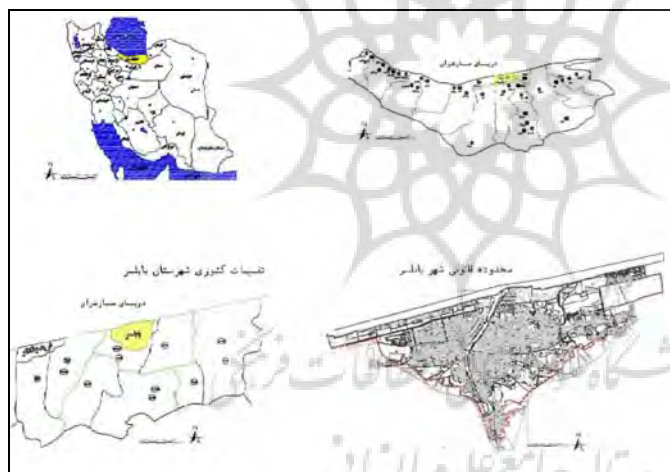
مهم‌ترین پرسش‌های مطرح شده در این پژوهش عبارتند از:

- ۱- گردشگری شهری چیست و چه تعاریفی از آن می‌توان ارائه نمود؟
 - ۲- مهم‌ترین اثرات مثبت و منفی اجتماعی - فرهنگی توسعه‌ی گردشگری بر جوامع میزبان کدامند؟
 - ۳- و در نهایت توسعه‌ی گردشگری در شهر بابلسر به لحاظ اجتماعی و فرهنگی چه تأثیراتی بر شهر گذارده است؟
- که در جهت پاسخ‌گویی به سؤالات عنوان شده فرضیات زیر تبیین شده است:
- ۱- به‌نظر می‌رسد گسترش گردشگری در شهر بابلسر سبب تغییر شیوه‌ی زندگی و الگوی مصرف مردم این شهر شده است.
 - ۲- به‌نظر می‌رسد گسترش و توسعه‌ی گردشگری در شهر بابلسر موجب کاهش مهاجرت و افزایش انگیزه‌ی ماندگاری مردم شهر بابلسر شده است.
 - ۳- به‌نظر می‌رسد گسترش و توسعه‌ی گردشگری در شهر بابلسر موجب افزایش تعاملات فرهنگی و پویایی فعالیت‌های جمعیتی شهر بابلسر شده است.

^۱ Butler

شهر مورد مطالعه

شهر بابلسر با مساحت ۱۳۵۰ هکتار در مصب رودخانه بابلرود در کرانه‌ی جنوبی دریای خزر و در مختصات جغرافیایی ۵۲ درجه و ۳۷ دقیقه و ۵۰ ثانیه الی ۵۲ درجه و ۴۰ دقیقه و ۵۰ ثانیه طول شرقی و ۳۶ درجه و ۴۰ دقیقه و ۱۵ ثانیه الی ۳۶ درجه و ۴۳ دقیقه عرض شمالی استقرار دارد (آقامیری و یزدانیان، ۱۳۸۸: ۵۳). این شهر، در شمال استان مازندران قرار داشته و بر اساس بررسی‌های انجام شده بر سطح رسوبات و ماسه‌های ساحلی و آبرفت‌های دلتایی رودخانه‌ی بابلرود استقرار یافته و از لحاظ ساختمان زمین‌شناسی در زون زمین‌ساختی گرگان- رشت واقع شده است. شهر در کرانه‌های جنوبی دریای خزر و حد انتهایی دلتای رودخانه‌ی بابلسر قرار گرفته و ویژگی‌های جغرافیایی آن متأثر از این دو عامل است. در حد شمالی این شهر دریای خزر، حد شرقی آن شهر بهنمیر، حد غربی آن شهر فریدونکنار و حد جنوبی آن شهرستان بابل قرار گرفته است (طرح جامع بابلسر، ۱۳۸۱: ۱۶۵) و بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵ شهر بابلسر، دارای جمعیتی برابر با ۵۰۰۳۲ نفر است (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵) که نسبت به دوره‌ی پیش با جمعیت ۴۰۶۳۰ نفر، نرخ رشدی برابر با ۱/۲۳ درصدی داشته است. جلوه‌ی کلی شهر شامل دریای خزر در شمال آن، رودخانه‌های بابلرود در مرکز و شازده‌رود در شرق آن، بافت مسکونی به‌همراه فضاهاى باز و سبز و زمین‌های کشاورزی در جنوب شهر می‌باشند. وجود پلاژها و تأسیسات گردشگری ساحلی در شمال غرب شهر و نیز ساختمان‌ها و امکانات آموزش عالی در شمال شرقی آن از دیگر چشم‌اندازهای شهری هستند.



شکل ۱: موقعیت شهر بابلسر در شهرستان بابلسر و استان مازندران

منبع: طرح جامع بابلسر: ۱۳۸۱ (به‌روز شده به وسیله نویسندگان)

از جمله مزیت‌های هر منطقه در مقایسه با مناطق دیگر و مناطق رقیب در زمینه جذب گردشگر و توسعه‌ی گردشگری، موقعیت جغرافیایی آن از لحاظ دسترسی‌ها، توقف‌های بین راهی و همچنین وسعت و چگونگی استقرار سکونتگاه‌ها و جاذبه‌ها نسبت به یکدیگر است. در این منطقه با توجه به نزدیکی آن به تهران و دسترسی آسان و غیره، دارای موقعیت مطلوبی در جهت جذب گردشگر است. در این شهر وجود دریا، سواحل رودخانه‌ای، اماکن متبرکه، جنگل‌های طبیعی، مراتع، دشت‌های سرسبز و زیبا، باغ‌های زیبا و سیاحتی چمن‌زارها و محیط‌های حیات وحش به‌عنوان مقاصد تفریحی و سیاحتی مزیتی برای جذب گردشگر محسوب می‌شود. منطقه‌ی مورد مطالعه دارای پتانسیل‌ها و توانایی‌های گوناگونی جهت توسعه‌ی گردشگری شهری، همچون موقعیت جغرافیایی مناسب (نزدیکی به مراکز جمعیت)، آب و هوای معتدل و خنک، پوشش گیاهی مزارع و باغات، رودخانه‌ها، چشمه‌ها، دریا و مناظر روستایی جالب می‌باشد. به‌علاوه، این ناحیه دارای ضعف‌ها و کاستی‌هایی جهت گسترش و توسعه‌ی گردشگری شهری است که از جمله می‌توان به رطوبت و شرجی بودن هوا و بارندگی کم در فصل تابستان، خصوصی بودن باغ‌ها و مزارع و محدودیت استفاده از آن‌ها، محدودیت‌های ویژه برای استفاده از ساحل دریا و ساحل رودخانه و غیره اشاره کرد.

واژه‌های عملیاتی تحقیق

تعریف توریسم^۱ (گردشگری)

به عقیده پل روبره، گردشگری عمل مسافرت کردن و طی مسافرت نمودن و رفتن به جای غیر از مکان همیشگی و متعارف زندگی به‌منظور لذت بردن است، حتی اگر این کار شامل یک جابجایی کوچک باشد. با این‌که هدف اصلی از این جابه‌جایی غیر از تفنن و لذت بردن بوده و گردشگر کسی است که این کار را به دلیل کنجکاوی یا بیکاری و برای لذت بردن و تفریح یا بالاخره به‌منظور ادعای این‌که «مسافرت» کرده است، انجام می‌دهد (محللاتی، ۱۳۸۰: ۲۰).

در فرهنگ و ادبیات فارسی جهانگردی به سفر کردن در قطار عالم، به‌منظور تفریح، سیاحت، زیارت و مسافرت به مقصدی و بازگشت به محل سکونت اصلی اطلاق گردیده و سفرهای کوتاهی و موقتی از منطقه‌های خارج از محل کار و سکونت اصلی به‌منظور سیر و سیاحت تعریف شده است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۲۳).

در مجموع توریسم به مجموعه فعالیت‌ها و اقداماتی گفته می‌شود که به شکلی مرتبط با فرد گردشگر به همراه کلیه‌ی فعالیت‌هایی که گردشگران در هنگام مسافرت به مکانی خارج از محل سکونت شان انجام می‌دهند، صورت می‌گیرد. بنابراین ویژگی اصلی توریسم این است که در درجه‌ی اول، به سفری اطلاق می‌شود که دور از خانه یا محل کار است، و دوم، اقامت کوتاه

^۱ Tourism

مدتی است که گاهی ممکن است بدون توقف شبانه باشد و هدف از این مسافرت می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

۱. دیدار دوستان و آشنایان
 ۲. جهت استفاده از فضا و چشم اندازهای طبیعی
 ۳. برای تجارت و انجام کارهای شخصی
 ۴. جهت درمان (آب درمانی، استفاده از آب و هوای سالم و غیره)
 ۵. زیارت و انجام امور مذهبی
 ۶. تفریح و ورزش
- گردشگری شهری**

گردشگری در چارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می‌کند که یکی از این الگوهای فضایی گردشگری شهری است. نواحی شهری به‌علت آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌گردند. معمولاً شهرهای با جاذبه‌های متنوع و بزرگ شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، تئاترها، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید و مناطقی که معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور را دارا بوده، گردشگران بسیاری را جذب می‌کنند (تایموزی^۱: ۱۹۹۵: ۶۳). علاوه بر این حتی در صورتی که جاذبه‌های گردشگری در مناطق غیر شهری واقع باشند، از آنجا که شهرها در عینیت یافتگی مکانی، تبلور فضایی را در رابطه با پیرامون خود شکل می‌دهند، در این فضای شهری کارکرد تنگاتنگ شهر و پیرامون از اهمیت اساسی در برکنش‌های فضایی برخوردار می‌باشد و باز هم حجم زیادی از گردشگری در شهرها متمرکز می‌شوند. زیرا محل سکونت، سرویس غذا، ارتباطات، حمل و نقل سایر خدمات گردشگری در شهرها واقع‌اند که بازدیدکنندگان از مناطق اطراف شهر و خود شهر، از آن‌ها استفاده می‌کنند. به‌علاوه در این بین رشد فزاینده‌ی میل به تمایز زدایی در پسامدرنیته، مرزهای بین کار و اوقات فراغت را درهم‌ریخته و کار به جزئی از زندگی معاصر بدل گشته است. با از بین رفتن تمایز میان کار و اوقات فراغت، این دو درکلیتی یکسان ذوب شده و به شکل‌گیری سبکی از زندگی، که سبک اکسپرسیونیستی^۲ نامیده می‌شود، منتهی گردیده است. در این سبک از زندگی، انسان سعی می‌کند چیزی را به‌وجود آورد که زندگی‌اش را مهیج و لذت‌بخش نماید. از مشخصه‌های این سبک زندگی، پویایی و انعطاف‌پذیری زیاد آن

^۱ Timothy

^۲ Expressionist

است (پاپلی یزدی، ۱۳۸۲: ۷۲). این سبک زندگی در هم‌پوشی با شهرنشینی گسترده وسیعی می‌یابد و میل به گذران اوقات فراغت را در پیرامون این‌گونه از سبک-مندی زندگی در شهرها افزایش می‌دهد. از این رو شهرنشینی نیز امر گردشگری را تسهیل نموده است، به‌گونه‌ای که فشردگی فضا-زمان در بسترسازی پسامدرن^۱، درصد بالایی از شهرنشینی را شکل داده و تبیین علیت انباشت سرمایه را در کلان شهرها سبب گردیده است و همراه با آن برآورد فضاهای گذران اوقات فراغت را در رابطه با مکان گذران اوقات فراغت در شعاع‌های متفاوت برای پاسخگویی به نیازهای این‌گونه از سبک زندگی و همچنین تدارک کسب سود را در روندی از سرمایه‌گذاری در مکان به‌دنبال دارد. همگام با توسعه‌ی گردشگری در نواحی شهری، برای برآوردن نیازهای گردشگران، خدمات حمایتی بیشتری نظیر رستوران و محل اقامت ساخته می‌شود. اگرچه این نکته قابل ذکر است که بازدیدکنندگانی که از خارج شهر می‌آیند، تنها کسانی نیستند که از این امکانات استفاده می‌کنند. توسعه‌ی زیربنای گردشگری سهم زیادی در تغییرات شکل و کارکرد نواحی شهر داشته و تصویر شهر تحت تأثیر انواع هتل‌ها و خدمات جنبی ارایه شده، قرار می‌گیرد. از این‌رو در راستای پردازش یک الگوی فضایی در شهر، گردشگری شهری را می‌توان به‌صورت زیر تعریف کرد: «گردشگری شهری، کنش متقابل گردشگران میزبان و تولید فضای گردشگری پیرامون سفر به مناطق شهری با انگیزه‌های متفاوت و بازدید از جاذبه‌ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را در فضای شهری برجای می‌نهد».

صاحب‌نظران گردشگری در دنیا، ۴ فضای کلی را برای آن مشخص کرده‌اند (نوری کرمانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۷۷-۱۸۶):

- ۱- فضای روستایی یا جهانگردی سبز
- ۲- فضای کوهستانی برای ورزشهای کوهستانی
- ۳- فضای ساحلی با ویژگی‌های خاص خود
- ۴- فضای شهری

سرمآمد انواع این گردشگری‌ها و پر مشتری‌ترین آن‌ها گردشگری شهری است، به‌طوری‌که باتوجه به جایگاه ویژه‌ی شهر، در بسیاری از کشورهای موفق در این صنعت، شهر پایه و اساس توسعه‌ی گردشگری است. ایجاد و توسعه‌ی فضاهای شهری مناسب، بازسازی فضاهای ظاهراً متروک و مرده به قصد زنده‌کردن جنبه‌های کهن جامعه از جمله آثار توسعه‌ی گردشگری

^۱ Postmodern

شهری است. بدین منظور بسیاری از شهرها درصد هستند تا از ویژگی‌ها و امکانات خاص شهر خود سود برده و از مزایای جلب گردشگری شهری بهره بگیرند.

عناصر و اجزای تشکیل دهنده گردشگری

گردشگری مانند هر عضو چند بعدی دیگر، یک سیستم می‌باشد. به تبع این خصیصه و این‌که هر سیستم از اجزایی تشکیل می‌شود، گردشگری نیز عناصر و اجزایی دارد که با ترکیب یکدیگر، یک کلیت را به وجود می‌آورند. درک درست هر سیستم به شناخت اجزای سیستم و کلیت هر دو آن، نیازمند است. نظام گردشگری از دیدگاه اینسکپ^۱، متشکل از عناصر زیر است:

- جاذبه‌ها و فعالیتهای گردشگری

- مراکز اقامتی

- تسهیلات و خدمات حمل و نقل

- تاسیسات زیربنایی

- عناصر موسساتی (اینسکپ، ۱۹۹۱: ۳۹)

گان و فرانسیس^۲ ساختار گردشگری را به مفهوم اقتصادی عرضه و تقاضا تعریف نموده است. وی تقاضا را معادل جمعیت می‌داند و معتقد است که عرضه شامل چهار جزء حمل و نقل، جاذبه‌ها، خدمات، اطلاعات و تبلیغات است (گان و فرانسیس، ۱۹۹۸: ۶۵).

گردشگری شهری و پیامدهای حاصل از آن در نواحی مقصد

گسترش گردشگری بنا به اهمیت پیچیده و چندبعدی خود با اثرات گوناگون مثبت و منفی و نتایج متعارض همراه است، بنابراین به مطالعه و ارزیابی همه جانبه نیاز دارد. مهم‌ترین ابعاد و اثرات توسعه‌ی گردشگری را می‌توان در سه میدان: اثرات زیست‌محیطی، اثرات اقتصادی و اثرات اجتماعی و فرهنگی آن جست.

هر چند هیچ شکی نیست که گردشگری نقش مهمی را در احیاء و متنوع‌سازی اقتصادی جوامع ایفا می‌کند، اما در عین حال می‌تواند باعث ایجاد تغییراتی در محیط اجتماعی-اقتصادی و فضای زیستی نواحی میزبان شود (شارپلی و ریچارد^۳، ۱۹۹۷: ۱۲). اثرات و تغییراتی که این صنعت بر جامعه می‌گذارد می‌تواند به صورت فیزیکی، اقتصادی یا اجتماعی- فرهنگی باشد (نوری کرمانی، ۱۳۸۸: ۲۲۳). به هر حال از آنجا که معمولاً دست‌آوردهای صنعت گردشگری بسیار پیچیده بوده و در مناطق گوناگون متفاوت می‌باشد، بنابراین اثراتی را که بر جای می‌گذارد نیز بسیار متفاوت و در مناطق و نواحی مورد بازدید مختلف می‌باشد. از این رو شناسایی پیامدها و تأثیرات بجای مانده در مناطق توریستی به منظور برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه‌ی گردشگری و افزایش فواید حاصله از توسعه‌ی گردشگری و کاهش زیان‌های احتمالی یا تأثیرات منفی در

¹ Inskip

² Gunn and Fransis

³ Sharply and Richard

جوامع میزبان و در نهایت دستیابی به توازن و توسعه پایدار مناطق میزبان، امری اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. بنابراین با توجه به عنوان پژوهش، در این تحقیق سعی شده است که پیامدهای اجتماعی - فرهنگی گردشگری مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد.

مقصود از اثرات اجتماعی گردشگری، تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان گردشگران رخ می‌دهد و این تغییرات بیشتر به سبب تماس مستقیم اهالی و ساکنان آن دیار و گردشگران صورت می‌گیرد و مقصود از اثرات فرهنگی تغییراتی است که در هنر، عادت رسوم و معماری مردم ساکن جامعه میزبان رخ می‌دهد. این تغییرات بلند مدت‌تر است و در نتیجه رشد و توسعه سنت گردشگری رخ خواهد داد. از آنجاکه 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 (نوری کرمانی، ۱۳۸۸: ۲۳۷). به‌رحال توسعه و گسترش گردشگری در یک منطقه و یا یک شهر، موجب تغییرات اجتماعی و فرهنگی آن منطقه گردیده و می‌بایست جهت جلوگیری از آثار منفی و نیز تقویت آثار مثبت آن در جامعه میزبان مورد بررسی و ملاحظه قرار گیرند. بدین منظور جان لی (۱۹۹۶) سه راه کلی و مکمل را برای بررسی گردشگری بر شرایط اجتماعی فرهنگی کشورهای جهان سوم ارائه می‌دهد. نخستین شیوه، برخورد گردشگر و میزبان را به صورت پدیده‌ایی قابل شناسایی با شماری از پیامدهای مثبت و منفی به تصویر می‌کشد. دومین راه عبارت است از دیدگاه کارکردی عناصر مختلف جامعه جهان سوم که ممکن است تغییری را به‌عنوان پیامد مستقیم گردشگری - نظیر رفتار اخلاقی، زبان و بهداشت - تجربه کند. سومین دیدگاه جنبه‌های تغییر فرهنگی را در نظر می‌گیرد که ناشی از نفوذ گردشگری در بازنگری مهارت‌ها و رسوم سنتی است، می‌باشد مانند صنایع دستی و غیره.

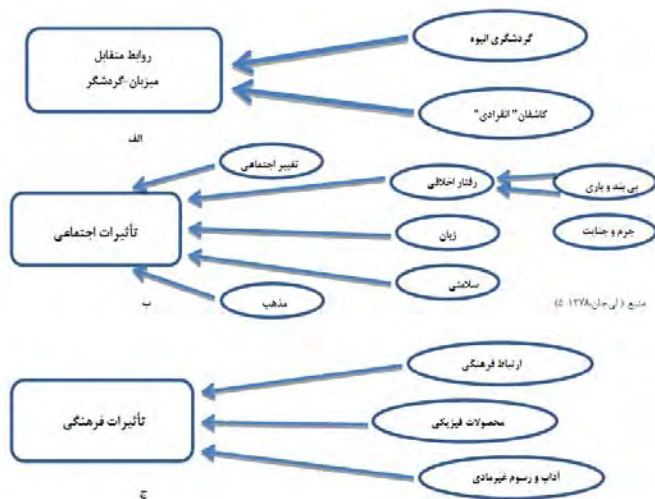
در مجموع، این سه شکل تأثیر اجتماعی تا حد زیادی برهم منطبق‌اند و تشخیص آن‌ها از یکدیگر عملاً مشکل است. به‌خصوص شناسایی تمایز میان مطالعات اجتماعی و فرهنگی مشکل است. اما تشخیص میان تحقیقات مربوط به مباحث علم و مشترک انسان نظیر جنایت یا سلامتی و تحقیقات مربوط به مواردی که رفتار انسانی را محدود می‌کند، مفید است (لی جان، ۱۳۷۸: ۸۷). پیامد و نتیجه‌ی مشترک جالب توجه توسعه‌ی گردشگری که در بسیاری از مطالعات بدست آمده همانا، «نقش گردشگری در تقویت یکی از دو مورد زیر یعنی تجدید حیات علاقه‌ها و دلبستگی‌ها و یا تقویت پایداری ساکنین منطقه میزبان به آداب و رسوم سنتی و محلی» می‌باشد.

از این رو صنعت گردشگری علاوه بر زنده نگه داشتن یا تجدید حیات آداب و رسوم محلی مردم نواحی مورد بازدید، باعث نشر و گسترش آن نیز می‌شود و همچنین سبب ایجاد علاقه و

انگیزه‌ی ساکنین این نواحی به سنت‌هایی که از گذشته به آن‌ها به ارث رسیده است، می‌شود. پیامد و اثرات جالب‌توجه دیگر توسعه‌ی گردشگری بر درون نواحی میزبان، ایجاد و یا تقویت مؤسسات اداری و مدیریتی در این نواحی می‌باشد که این خود موجب تشدید رقاب بین شرکت‌ها و سازمان‌هایی است که در این زمینه فعالیت می‌کنند. البته در بعضی از مطالعات انجام شده در این زمینه از این پیامد گردشگری انتقاد کرده‌اند چرا که آن‌ها معتقدند که ساختار مدیریتی بکارگرفته شده در این مؤسسات به‌ویژه در نقاط روستایی به‌وسیله نمایندگان و کارمندانی که جدا از محیط‌های روستایی می‌باشند طراحی و اجرا می‌شود و از مردم ساکن در آنجا استفاده به‌عمل نمی‌آید. به‌همین دلیل شگفت‌آور نیست که مؤسسات مدیریتی موجود در این نواحی ناموفق می‌باشد (باتلر، ۲۰۰۱: ۷-۶).

از جمله پیامدهای دیگر گردشگری، می‌توان به تأثیر آن بر زندگی و رفتار زنان و جوانان نواحی میزبان اشاره نمود. شارپلی (۱۹۹۷) معتقد است که توسعه‌ی گردشگری باعث افزایش نقش زنان در جوامعی که سنتی و دور افتاده‌اند می‌شود (شارپلی، ۱۳۸۰: ۴۲)، در حالی که با بررسی مطالعات مختلف می‌توان دریافت که پیامد توسعه‌ی گردشگری برای زنان بسیار مبهم و پیچیده است و اثراتی مانند تغییر در الگوهای سنتی تربیت کودکان، افزایش فرصت‌های شغلی و پایگاه اجتماعی زنان، ایجاد استقلال و خودکفایی، ایجاد فرصت‌های برای کسب موقعیت‌ها و جایگاه مدیریتی و رهبری و افزایش فرصت‌ها برای زنان در فعالیت‌ها و موقعیت‌های جانبی را به‌دنبال دارد. هم‌چنین پیامد آن بر روی جوانان نیز مبهم است (باتلر، ۲۰۰۱: ۱۱).

از یک طرف جوانان با بدست‌آوردن درآمد و فرصت‌های وابسته به گردشگری، انگیزه ماندگاری بیشتری جهت سکونت در شهر محل سکونت خود پیدا می‌کنند و از طرف دیگر با شیوه زندگی جدید و کالاهای تجملاتی و لوکس که گردشگران به آن ناحیه می‌آورند، آشنا می‌شوند که منجر به تقلید از آن‌ها و روی آوردن به سبک آن‌ها می‌شود. این موضوع خود می‌تواند به‌عنوان عامل منفی در توسعه‌ی گردشگری مطرح گردد. علاوه بر این موارد، در این‌جا می‌توان به تأثیر گردشگری بر کاهش و یا جلوگیری مهاجرت جوانان به‌عنوان پیامد دیگری از گردشگری در این نواحی اشاره نمود که مستقیماً به افزایش فرصت‌های شغلی که با توسعه‌ی گردشگری ایجاد شده، وابسته است.



شکل ۲: تأثیرات اجتماعی فرهنگی گردشگری

منبع: (لی جان، ۱۳۷۸: ۵)

بعضی جنبه‌های منفی توسعه‌ی گردشگری برای جوانان، تأثیر شیوه و سبک زندگی گردشگران بر آمال و آرمان‌های (خواسته‌های) جوانان و افزایش تشابهات بین گردشگران و جوانان می‌باشد. یکی از تأثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگی گردشگری بر جوامع میزبان، ایجاد فرصت‌هایی برای تعامل و روابط متقابل مردم محلی و گردشگران می‌باشد که در این خصوص برخی از مطالعات نشان داده‌اند که مردم محلی از این فرصت‌ها که موجب افزایش درک و آگاهی‌شان نسبت به افراد و فرهنگ‌های مختلف خارج از محل زندگی‌شان می‌شود، لذت می‌برند (باتلر، ۲۰۰۱: ۱۲).

جدول ۱: رویکرد راهبردی؛ نقاط ضعف و قوت اجتماعی - فرهنگی توسعه‌ی گردشگری

نقاط قوت	نقاط ضعف
برانگیختن دلبستگی و تقویت پایبندی مردم بومی به آداب و رسوم محلی: سبک معماری، شیوه زندگی سنتی، صنایع دستی و محلی، پوشاک، آوازاها و رقص‌ها.	تغییر در الگوی سنتی تربیتی کودکان
تأسیس و تقویت مؤسسات اداری و مدیریتی در شهر	افزایش میزان کار برای زنان
جلوگیری از مهاجرت به شهرهای بزرگتر و مادرشهرها	افزایش تکدی و درخواست کمک از گردشگران، عدم خویشن باوری
افزایش فرصت‌های شغلی و احساس استقلال در زنان و جوانان	از بین بردن شیوه زندگی سنتی، تضعیف پایبندی بومیان به آداب و رسوم محلی
امکان تعامل بومیان با مردم خارج از گروه فرهنگی	احساس نگرانی از وضعیت ظاهری، پوشاک و

رفتارهای نادرست گردشگران	خودشان
	افزایش توانایی‌های جوانان در اداره سکونتگاه خود
	افزایش تمایل جوانان شهری برای اشتغال در فعالیت‌های سنتی شهری

منبع: (رنجریان و زاهدی، ۱۳۷۹: ۵۴)

روش‌شناسی تحقیق

در تحقیق حاضر که از نوع تحقیقات کاربردی می‌باشد، از روش‌های پیمایش (روش زمینه‌یابی با هدف‌های توصیفی و اکتشافی) و روش توصیفی-تحلیلی از طریق تحلیل آثار و پیامدهای فرهنگی-اجتماعی گسترش گردشگری شهری در شهر بابلسر استفاده شده است. در واقع در ابتدا با توجه به اطلاعات اولیه‌ی موجود، اطلاعات برداشتی و نتایج حاصل از تکمیل پرسش‌نامه‌ها به بررسی تأثیرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری در شهر بابلسر پرداخته شده و در نهایت با توجه به تجزیه و تحلیل‌های آماری اطلاعات جمع‌آوری شده، پیشنهادات راهبردی مناسب برای توسعه‌ی گردشگری در شهر مورد مطالعه ارائه گردیده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق عبارت‌اند از: خانوارهای ساکن و مسئولان دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط با امر گردشگری در شهر بابلسر. لازم به ذکر است که در این شهر تعداد ۱۳۴۸۶ خانوار ساکن می‌باشند که از طریق روش نمونه‌گیری کوکران، تعداد ۲۹۶ سرپرست خانوار به‌عنوان حجم نمونه انتخاب گردیده‌اند و به‌منظور انتخاب نمونه از بین مسئولان نیز، با توجه به در دسترس نبودن تعداد دقیق مسئولان مرتبط با امر گردشگری در شهر بابلسر، از روش نمونه‌گیری تخمینی استفاده شده و برای ۵۰ نفر از آن‌ها پرسش‌نامه تهیه گردید. در مورد خانوارها، سرپرست خانوارهایی که ساکن شهر بابلسر می‌باشند از طریق نمونه‌گیری طبقه‌بندی ساده و به‌صورت اتفاقی مورد پرسش قرار گرفته و برای مسئولین نیز از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده و به‌صورت اتفاقی از تعداد نفراتی از جامعه‌ی آماری که می‌بایست مورد پرسش و مصاحبه قرار گیرند، به‌عنوان نمونه انتخاب شده و پاسخ آنان از طریق پرسش‌نامه با استفاده از تکنیک‌های آماری پیرسون^۱ و کندال-^۲b مورد تحلیل قرار گرفته است.

پرسش‌نامه‌ها در این تحقیق، قبل از تنظیم نهایی، از نظر سنجش روایی مورد بررسی قرار گرفته و از روش آلفا کرون‌باخ^۳ که مبتنی بر مناسب‌ترین همبستگی گویه‌ها بوده و ضریب کل طیف را مشخص می‌نماید، استفاده شده است. بدین‌منظور با استفاده از نرم‌افزار SPSS علاوه بر محاسبه ضریب آلفا (روایی کل طیف)، موقعیت تک تک گویه‌ها را در جهت

¹ Pearson

² Kandall's-b

³ Cronback

نقش آن‌ها در کاهش یا افزایش ضریب کل مشخص نموده و گویه‌های نامناسب که ضریب روایی کل طیف با حذف آن‌ها، افزایش می‌یابد، مشخص شده‌اند. همانطوری که از جدول (۲) استنباط می‌شود، ضریب روایی کل طیف به‌دست آمده برای هر یک از پرسش‌نامه‌ها در حد بالا بوده و این موضوع نشان‌دهنده همبستگی درونی بین متغیرها برای سنجش مفاهیم مورد نظر، مناسب می‌باشد، بنابراین می‌توان گفت که پرسش‌نامه‌ی تحقیق حاضر از قابلیت اعتماد یا روایی برخوردار است.

جدول ۲: میزان آلفای محاسبه شده برای پرسش‌نامه‌های هر گروه

پرسش‌نامه‌ی سرپرست خانوار (مردم)	پرسش‌نامه‌ی مسئولان
۰/۸۱	۰/۷۹

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

در این قسمت باتوجه به هدف تحقیق جهت بررسی اثرات اجتماعی گردشگری شهری در شهر مورد مطالعه، شاخص‌هایی نظیر تغییر شیوه زندگی و الگوی مصرف، تعاملات فرهنگی و پویای جمعیت و افزایش انگیزه ماندگاری و کاهش مهاجرت استفاده شده که از دو دیدگاه سرپرست خانوارهای ساکن در محلات ۲۲گانه شهر بابلسر و مسئولین سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با امر گردشگری در شهر بابلسر مورد بررسی قرار گرفته و نتایج نظرسنجی‌ها براساس آزمون آماری پیرسون و کندال - b مشخص شده است.

در این قسمت باتوجه به سؤال اصلی تحقیق و باتوجه به فرضیه‌ی اصلی که مبین این مطلب بوده که گسترش گردشگری در شهر بابلسر منجر به ایجاد تغییرات اجتماعی و فرهنگی در سطح این شهر شده است، به ارایه فرضیه H. در برابر فرضیه H_۱ و آزمون آن پرداخته می‌شود:

H. = بین گسترش گردشگری در شهر مورد نظر و بروز تغییرات اجتماعی و فرهنگی شهر رابطه معناداری وجود ندارد.

H_۱ = بین گسترش گردشگری در شهر مورد مطالعه و بروز تغییرات اجتماعی و فرهنگی شهر رابطه معناداری وجود دارد.

بنابراین جهت بررسی، متغیرهای مختلف اجتماعی و فرهنگی که در فرضیه‌ی اصلی بیان گردیده، سعی شده تا با تبیین فرضیات ذیل این تغییرات را توسط سه متغیر (تغییر شیوه زندگی و الگوی مصرف، کاهش مهاجرت و افزایش انگیزه ماندگاری در بین مردم شهر و در نهایت تعاملات فرهنگی و پویایی جمعیت) مورد آزمون قرار داده و آنگاه باتوجه به نتایج حاصله از این فرضیات نتیجه‌گیری کلی برای فرضیه اصلی ارایه می‌گردد.

۱- مولفه تغییر شیوه زندگی و الگوی مصرف

در این قسمت باتوجه به فرضیه اول که مبین این مطلب بوده که گسترش گردشگری در شهر بابلسر منجر به تغییر شیوه زندگی و الگوی مصرف در سطح این شهر شده است، به آرایه فرضیه H. در برابر فرضیه H_۱ و آزمون آن پرداخته می‌شود:

H. = بین گسترش صنعت گردشگری در شهر مورد مطالعه و تغییر در شیوه زندگی و الگوی مصرف مردم رابطه معناداری وجود ندارد.

H_۱ = بین گسترش صنعت گردشگری در شهر مورد مطالعه و تغییر در شیوه زندگی و الگوی مصرف مردم رابطه معناداری وجود دارد.

جهت بررسی فرضیه ذکر شده از دو شاخص استفاده از کالاها و وسایل مصرفی بادوام و تغییر در نوع نگرش مردم نسبت به شیوه زندگی شهری استفاده شده که نتایج حاصل از آزمون معناداری در جدول (۳) نشان می‌دهد که در ارتباط با هر دو شاخص عنوان شده از دیدگاه مردم و مسئولان باتوجه به میزان احتمال محاسبه شده که بزرگتر از ناحیه رد در سطح الفا ۰/۰۵ می‌باشد، تفاوت معناداری بین گسترش گردشگری با روی آوردن مردم به استفاده از کالاها و وسایل مصرفی بادوام و نیز تغییر در نوع نگرش مردم نسبت به شیوه زندگی شهری در شهر بابلسر مشاهده می‌شود و نمی‌توان فرض H. را رد نمود. این بدان معناست که از دیدگاه مردم و مسئولان، هیچگونه ارتباطی بین گردشگری شهری و تغییر در شیوه زندگی و الگوی مصرف مردم مشاهده نمی‌گردد.

جدول ۳: نمایش میزان همبستگی بین گسترش گردشگری با مولفه تغییر شیوه زندگی و الگوی

مصرف در بین خانوارهای شهر

نتیجه آزمون	مسئولان سطح معناداری	مردم (سرپرست خانوار)		آزمون آماری (ضریب همبستگی)	
		نتیجه آزمون	سطح معناداری	پیرسون	تاو کندال-b
H. رد	۰/۵۱۲	H. رد	۰/۳۱۴	پیرسون	استفاده از کالاها و
H. رد	۰/۳۳۹	H. رد	۰/۱۴۴	تاو کندال-b	وسایل مصرفی با دوام
H. رد	۰/۵۶۸	H. رد	۰/۹۹۸	پیرسون	تغییر در نوع نگرش
H. رد	۰/۴۱۴	H. رد	۰/۸۲۴	تاو کندال-b	مردم نسبت به شیوه زندگی شهری

منبع: پرسش‌نامه‌ی تحقیق

۲- مولفه کاهش مهاجرت و افزایش انگیزه ماندگاری بین مردم شهر

در این قسمت باتوجه به فرضیه دوم که مبین این مطلب بوده که گسترش گردشگری در شهر بابلسر منجر به کاهش مهاجرت و افزایش انگیزه ماندگاری بین مردم شهر شده است، به ارایه فرضیه H. در برابر فرضیه H_۱ و آزمون آن پرداخته می‌شود:

H. = بین گسترش صنعت گردشگری در شهر مورد مطالعه و افزایش انگیزه ماندگاری و کاهش مهاجرت مردم رابطه معناداری وجود ندارد.

H_۱ = بین گسترش صنعت گردشگری در شهر مورد مطالعه و افزایش انگیزه ماندگاری و کاهش مهاجرت مردم رابطه معناداری وجود دارد.

جهت بررسی فرضیه ذکر شده از شش شاخص افزایش انگیزه جوانان جهت سکونت و اشتغال در شهر خودشان، گسترش امنیت و رعایت بیشتر ضوابط و قوانین در سطح شهر و بین مردم، افزایش حس تعلق خاطر شهروندان به موطن اصلی (محل سکونت)، افزایش انگیزه ماندگاری در بین مردم شهر، کاهش مهاجرت به دیگر شهرها، به‌ویژه کلانشهرها و جلوگیری از مهاجرت نیروی مازاد بخش کشاورزی و سایر بخش‌ها استفاده شده است.

باتوجه به جدول (۳) نتایج آزمون معناداری شاخص‌های مورد بررسی فرضیه دوم در سطح الفا ۰/۰۵ نشان می‌دهد که از دیدگاه مردم تأثیر گردشگری بر دو شاخص از شش شاخص لحاظ شده مورد تأیید قرار گرفت که این شاخص‌ها عبارتند از: افزایش انگیزه‌ی جوانان جهت سکونت و اشتغال در شهر خودشان، گسترش امنیت و رعایت بیشتر ضوابط و قوانین در سطح شهر و بین مردم.

جدول ۴: نمایش میزان همبستگی بین گسترش گردشگری با کاهش مهاجرت و افزایش انگیزه

ماندگاری بین مردم شهر

مسئولان		مردم (سرپرست خانوار)		آزمون آماری (ضریب همبستگی)		
		نتیجه آزمون	نتیجه آزمون			
نتیجه آزمون	سطح معناداری	سطح معناداری	سطح معناداری	پیرسون	افزایش انگیزه جوانان جهت سکونت و اشتغال در شهر خودشان	
	۰/۰۹۱	۰/۰۴	۰/۰۲۵	۰/۰۴۹		تاو کندال-b
تأیید H.	۰/۰۱۴	۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	پیرسون	گسترش امنیت و رعایت بیشتر ضوابط و قوانین در سطح شهر و بین مردم
	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۵۶۸	۰/۴۱۶	تاو کندال-b	
تأیید H.	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۵۶۸	۰/۴۱۶	پیرسون	افزایش حس تعلق خاطر شهروندان به موطن اصلی(محل سکونت)
	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۵۶۸	۰/۴۱۶	تاو کندال-b	

H. رد	۰/۸۸۱	H. رد	۰/۷۳۷	پیرسون	افزایش انگیزه ماندگاری در بین مردم شهر
	۰/۱۴۲		۰/۵۶۵	تاو کندال-b	
H. رد	۰/۱۷۸	H. رد	۰/۳۸۸	پیرسون	کاهش مهاجرت به دیگر شهرها، به‌ویژه کلانشهرها
	۰/۱۷۴		۰/۷۱۷	تاو کندال-b	
H. رد	۰/۸۷۷	H. رد	۰/۹۲۷	پیرسون	جلوگیری از مهاجرت نیروی مازاد بخش کشاورزی و سایر بخشها
	۰/۸۲۲		۰/۸۱۹	تاو کندال-b	

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

همچنین از دیدگاه مسئولان تأثیر گردشگری بر سه شاخص از شش شاخص مورد بررسی، مورد تأیید قرار گرفته که این شاخص‌ها شامل: افزایش انگیزه جوانان جهت سکونت و اشتغال در شهر خودشان، گسترش امنیت و رعایت بیشتر ضوابط و قوانین در سطح شهر و بین مردم، افزایش حس تعلق خاطر شهروندان به موطن اصلی می‌باشند.

۳- مولفه تعاملات فرهنگی و پویایی جمعیت

در این قسمت نیز باتوجه به فرضیه سوم که مبین این مطلب بوده که گسترش گردشگری در شهر بابلسر منجر به افزایش تعاملات فرهنگی و پویایی جمعیت مردم شهر شده است، به آرایه فرضیه H. در برابر فرضیه H_۱ و آزمون آن پرداخته می‌شود:

H. = بین گسترش صنعت گردشگری در شهر مورد مطالعه و افزایش تعاملات فرهنگی و پویایی جمعیت شهر رابطه معناداری وجود ندارد.

H_۱ = بین گسترش صنعت گردشگری در شهر مورد مطالعه و افزایش تعاملات فرهنگی و پویایی جمعیت شهر رابطه معناداری وجود دارد.

جهت بررسی فرضیه ذکر شده از شش شاخص افزایش سطح آگاهی و دانش عمومی مردم نسبت به محیط زندگی خود، احساس مسئولیت مردم شهر در قبال گردشگر و گردشگری در شهر، معرفی آداب و رسوم منحصر به فرد بومی و محلی، بهبود سطح آموزش بهداشت و مسکن و سایر خدمات، افزایش مشارکت مردم شهر در تهیه و اجرای طرح‌های گردشگری و حمایت از پویایی و گسترش آداب و رسوم محلی استفاده شده است.

جدول ۵: نمایش میزان همبستگی بین گسترش گردشگری با افزایش تعاملات فرهنگی و پویایی

جمعیت مردم شهر

مستولان		مردم (سرپرست خانوار)		آزمون آماری (ضریب همبستگی)	
		نتایج آزمون	سطح معناداری	نتایج آزمون	سطح معناداری
H. تأیید	۰/۰۲۱	H. تأیید	۰/۰۷۶	پیرسون	افزایش سطح آگاهی و دانش عمومی

	۰/۰۳۹		۰/۰۴۹	b- تاو کندال	مردم نسبت به محیط زندگی خود
H. رد	۰/۲۲۶	H. رد	۰/۴۱۹	پیرسون	احساس مسئولیت مردم شهر در
	۰/۲۰۷		۰/۴	b- تاو کندال	قبال گردشگر و گردشگری در شهر
H. تأیید	۰/۸۰۱	H. رد	۰/۸۷۱	پیرسون	معرفی آداب و رسوم منحصر به فرد
	۰/۰۳۶		۰/۱۷۵	b- تاو کندال	بومی و محلی
H. رد	۰/۰۶۱	H. تأیید	۰/۰۰۷	پیرسون	بهبود سطح آموزش بهداشت و
	۰/۱۴۲		۰/۰۰۳	b- تاو کندال	مسکن و سایر خدمات
H. رد	۰/۱۱۹	H. رد	۰/۷۴۸	پیرسون	افزایش مشارکت مردم شهر در تهیه
	۰/۰۷۶		۰/۴۸۵	b- تاو کندال	و اجرای طرح‌های گردشگری
H. تأیید	۰/۰۰۱	H. تأیید	۰/۰۴۵	پیرسون	حمایت از پویایی و گسترش آداب و
	۰/۰۰۱		۰/۰۹۵	b- تاو کندال	رسوم محلی

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

نتایج آزمون معناداری شاخص‌های مورد بررسی فرضیه سوم در سطح الفا ۰/۰۵ در جدول (۵) نشان می‌دهد که دیدگاه مردم و مسئولین از همسانی برخوردار است، به طوری که از دیدگاه هر دو گروه پاسخگو، تأثیر گردشگری بر سه شاخص از شش شاخص لحاظ شده مورد تأیید قرار گرفته که این شاخص‌ها عبارتند از: افزایش سطح آگاهی و دانش عمومی مردم نسبت به محیط زندگی خود، بهبود سطح آموزش بهداشت و مسکن و سایر خدمات و حمایت از پویایی و گسترش آداب و رسوم محلی.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تجربیات گوناگون نشان داده که گردشگری، فرهنگ جامعه میزبان و گردشگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. گردشگری از میراث فرهنگی منطقه حفاظت می‌کند و همچنین زمینه حفظ و ارتقا، الگوهای فرهنگی در زمینه‌های موسیقی، رقص، تئاتر، هنر و صنایع دستی، آداب و رسوم، سبک زندگی و سبک‌های معماری از جمله جاذبه‌های مهم گردشگری است که به وسیله گسترش گردشگری زمینه حفظ و ارتقاء آن‌ها را فراهم می‌سازد (رنجریان و زاهدی، ۱۳۷۹: ۷۹).

امروزه در بسیاری از کشورهای آسیایی، آفریقایی، آمریکای لاتین یا خاور میانه، صنعت گردشگری به فنون و تولید اقلام بسیار زیادی از کالاها و صنایع دستی رونقی دوباره بخشیده است (محلانی، ۱۳۸۰: ۶۱). باتوجه به اینکه تأثیرات اجتماعی، فرهنگی گردشگری بسیار گسترده است، در زیر با بررسی مطالعات مختلف در این زمینه بطور خلاصه بعضی از این جنبه‌ها را که در متن به آن اشاره نشده است آورده می‌شود:

- توسعه گردشگری، جرم و جنایت و سایر انحرافات اجتماعی را افزایش می‌دهد.
- تراکم و افزایش جمعیت، تجاوز به حریم ساکنان بومی را افزایش می‌دهد.

- تقویت و حمایت از خدمات محلی مثل حمل و نقل عمومی و مراقبت‌های بهداشتی.
- ایجاد امکانات و جاذبه‌های جدید مثل امکانات فرهنگی، ورزشی.
- گردشگری به امر خانه‌سازی تأکید نموده و سبک معماری سنتی را از بین می‌برد.
- باعث توسعه‌ی روابط فرهنگی و تحکیم وحدت محلی می‌شود.
- سطح زندگی مردم ارتقاء یافته، و خدمات و امکانات اجتماعی (از نظر مالی) بهبود می‌یابد (محللاتی، ۱۳۸۰: ۸۴).

در نهایت بررسی‌های صورت گرفته در سطح شهر مورد مطالعه از طریق مطالعات میدانی و ارایه‌ی پرسش‌نامه در بین شهروندان و مسئولین مرتبط با امر گردشگری شهری در شهر بابلسر انتخاب شده بودند، نشان می‌دهد که این شهر از قابلیت‌های گردشگری بالایی برخوردار است و گردشگران زیادی به‌ویژه در نیمه‌ی اول سال از آن دیدن می‌کنند. گردشگری در شهر مورد نظر در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی-کالبدی اثراتی را موجب شده است که برخی جنبه‌ی مثبت و برخی جنبه‌ی منفی داشته‌اند که در این تحقیق، به بررسی اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری بر شهر بابلسر پرداخته شده است.

نتایج آزمون معناداری شاخص‌های مورد بررسی باتوجه به جدول (۵)، در سطح الفا ۰/۰۵ نشان می‌دهد که از دیدگاه مردم تأثیر گردشگری شهری بر پنج شاخص از چهارده شاخص لحاظ شده مورد تأیید قرار گرفته که این شاخص‌ها عبارتند از: افزایش انگیزه‌ی جوانان جهت سکونت و اشتغال در شهر خودشان، گسترش امنیت و رعایت بیشتر ضوابط و قوانین در سطح شهر و بین مردم، افزایش سطح آگاهی و دانش عمومی مردم نسبت به محیط زندگی خود، بهبود سطح آموزش بهداشت و مسکن و سایر خدمات و حمایت از پویایی و گسترش آداب و رسوم محلی.

همچنین از دیدگاه مسئولان تأثیر گردشگری شهری بر شش شاخص از چهارده شاخص مورد بررسی، مورد تأیید قرار گرفته که این شاخص‌ها شامل: افزایش انگیزه جوانان جهت سکونت و اشتغال در شهر خودشان، گسترش امنیت و رعایت بیشتر ضوابط و قوانین در سطح شهر و بین مردم، افزایش حس تعلق خاطر شهروندان به موطن اصلی (محل سکونت)، افزایش سطح آگاهی و دانش عمومی مردم نسبت به محیط زندگی خود، بهبود سطح آموزش بهداشت و مسکن و غیره حمایت از پویایی و گسترش آداب و رسوم محلی می‌باشد.

در مجموع جهت بررسی و آزمون این ادعا که «بین گسترش گردشگری در شهر مورد مطالعه و بروز تغییرات اجتماعی و فرهنگی شهر رابطه‌ی معناداری وجود دارد» ضمن تبیین فرضیه‌ی H. (عدم وجود رابطه بین این دو متغیر) در مقابل فرضیه H_۱ (وجود رابطه بین این دو متغیر) باتوجه به مجموع شاخص‌های اجتماعی- فرهنگی به آزمون فرضیه پرداخته شده که نتایج حاصله در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول ۶: نمایش میزان همبستگی بین گسترش گردشگری و بروز تغییرات اجتماعی و فرهنگی در شهر بابلسر

مستولان		مردم(سرپرست خانوار)		آزمون آماری (ضریب همبستگی)
نتیجه‌ی آزمون	سطح معناداری (apprpx. sig)	نتیجه‌ی آزمون	سطح معناداری (apprpx. sig)	
تأیید H.	۰/۰۶۹	رد H.	۰/۷۶۴	پیرسون
	۰/۰۴۳		۰/۶۴۸	تاو کندال-b

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

نتایج حاصل از آزمون مبین این مطلب است که از دیدگاه مردم، با ۹۵ درصد اطمینان، باتوجه به میزان احتمال محاسبه شده که بزرگ‌تر از ناحیه‌ی رد در سطح الفا ۰/۰۵ است، نمی‌توان فرض H_۰ را به نفع فرض H_۱ رد نمود و پذیرفت که توسعه‌ی گردشگری شهری سبب بروز تغییرات اجتماعی و فرهنگی در شهر بابلسر شده است، ولی از نظر مستولان باتوجه به میزان احتمال محاسبه شده که کوچک‌تر از ناحیه‌ی رد در سطح الفا ۰/۰۵ است، می‌توان فرض H_۰ را رد نمود که این بدان معناست که از این دیدگاه توسعه‌ی گردشگری شهری منجر به بروز تغییرات اجتماعی و فرهنگی در سطح شهر شده است. درنهایت در راستای توسعه‌ی گردشگری شهری و افزایش پیامدهای مثبت حاصل از ورود گردشگر به شهر بابلسر، راهبردهای اجتماعی، فرهنگی زیر پیشنهاد می‌گردد:

۱. زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه‌ی زیرساخت‌ها، تجهیزات و تسهیلات مختلف توریستی و کسب درآمد از این طریق.
۲. بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه‌ی مسافران در بین طبقه‌ی شهرنشین و نیز نزدیکی با مراکز شهری پرجمعیت (تهران و دیگر کلان‌شهرها) در جهت بهره‌برداری از جاذبه‌ها و فرآورده‌های توریستی به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای ساکنان.
۳. ضمن بازنگری به نوع و نحوه‌ی بهره‌گیری از مشارکت‌های مردمی در توسعه، تهیه و اجرای طرح‌ها و تجهیز منطقه‌ی مورد مطالعه لازم است اقداماتی جدی از طرف نیروهای متخصص و نهادهای مختلف در جهت احیا و توسعه‌ی نواحی دارای قابلیت جذب گردشگر این شهر صورت گیرد.
۴. آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه‌ی برخورد با گردشگر و گردشگری شهری به‌منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم، می‌باید به گردشگران در زمینه‌ی فرهنگ و آداب و رسوم، مکان‌های خاص و سایر موارد آموزش داده شود.

۵. برقراری نظم و انضباط عمومی در مراکز تفریحی و گردشگری شهر به‌ویژه در روزهای تعطیل که گردشگران بیشتری وارد آن می‌شوند.
۶. تبلیغ از طریق تهیه‌ی بروشور، عکس و کارت‌پستال‌هایی از جاذبه‌های شهر بابلسر و استان مازندران و توزیع آن‌ها میان گردشگران.
۷. حفظ حریم ابنیه‌های تاریخی و مذهبی شهر و جلوگیری از خدشه‌دار شدن هویت فرهنگی آن‌ها در اثر ساخت و سازهای شهری و تخصیص اعتبار مناسب برای آزادسازی حرائم محوطه‌های باستانی و آثار تاریخی-فرهنگی و شناسنامه‌دار کردن ابنیه‌ی تاریخی.
۸. احیای سنت‌های محلی توسط گروه‌های هنری و تشکل‌های مردمی و نشر تألیفات مرتبط.
۹. آماده‌سازی ذهنی و اجتماعی و آموزش جامعه‌ی میزبان در جهت شناخت هویت و ارزش‌های فرهنگ بومی و استفاده از مشارکت‌های مردمی برای معرفی تاریخ و فرهنگ استان.

منابع

- ۱) افتخاری، رکن‌الدین و قادری، اسماعیل (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی در توسعه‌ی روستایی (نقد و تحلیل چهارچوب‌های نظریه‌ای)، مجله‌ی مدرس، دوره‌ی ۶، شماره‌ی ۲: ۴۰-۲۳.
- ۲) پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت.
- ۳) تقوایی، مسعود، اکبری، محمود (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری، انتشارات پیام علوی، چاپ اول، اصفهان.
- ۴) رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۷۷). جغرافیا و صنعت توریسم، تهران، دانشگاه پیام نور.
- ۵) رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمود (۱۳۷۹). برنامه‌ریزی گردشگری در سطح ملی و منطقه‌ای، دانشگاه صنعتی اصفهان.
- ۶) شازلی، جولیا ریچارد (۱۳۸۰). گردشگری روستایی، ترجمه‌ی رحمت‌الله منشی‌زاده و فاطمه نصیری، نشر منشی.
- ۷) لواسانی، سیدعلی (۱۳۸۵). توریسم صنعت نوین قرن بیست و یکم، مجله‌ی اینترنتی فصل نو، شماره‌ی ۴۷.

۸) لی، جان (۱۳۷۸). گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه‌ی رکن الدین افتخاری و معصومه السادات صالحی امینی، چاپ و نشر بازرگانی.

۹) مازند طرح (۱۳۸۱). طرح جامع بابلسر، ساری: وزارت مسکن و شهرسازی.

۱۰) محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰). درآمدی بر گردشگری، نشر دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول.

۱۱) مرکز آمار ایران (۱۳۸۵). نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن، استان مازندران.

۱۲) نوری کرمانی، علی؛ ذوقی، ایوب؛ یاری حصار، ارسطو و علایی، مسعود (۱۳۸۸). گردشگری شهری و پیوند عملکردی آن با اکوتوریسم (مطالعه‌ی موردی: استان کردستان)، مجله‌ی فضای جغرافیایی، سال ۹، شماره‌ی ۲۶.

13) Balaguer, J. and Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a Long-run economic Growth, **Applied Economics**, 34(7): 877-884.

14) Butler, R. (2001). **Impacts of alternative types of tourism in rural village communities in less developed countries**, PN.10.

15) Dritsakis, N. (2004). Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: An Empirical Factor: the Spanish Case, **Applied Economics**, 34(7): 877-884.

16) Gunn, Taylor and francis (1998). **Tourism planning**, vashington.

17) Hall Mand, C. (1999). **The Geography of Tourism and Recreation**, Routledge, 10(5).

18) Inskip, E. (1991). Tourism planning, an integrated and sustainable development approach, **Tourism Economics**, 10(3).

19) Pearce Douglas, G. (2001). An Integrative Framework for Urban Tourism Research, **Annals of Tourism Research**, 28: 305- 316.

20) Sharply, J. and Richard, H. (1997). An Introduction Rural Tourism, India, **Tourism Economics**, 8(1): 110-123.

21) Timothy, D. J. and Wall, G. (1995). Tourist Accommodation in an asian historic city, **The Journal of Tourism Studies**, 6(2): 23-24.