

مجله علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)
سال چهارم، شماره دوم، (پیاپی ۱۳)، تابستان ۱۳۹۳
تاریخ وصول: ۱۳۹۳/۴/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۶/۲۹
صص: ۵۵-۷۸

ارزیابی اثرات توسعه گردشگری فرهنگ محور در تغییرات اجتماعی - فرهنگی مقاصد روستایی (مطالعه موردی: بخش کن - دهستان سولقان)

محمد ادبی ممقانی^۱، فضیله خانی^۲، حمدالله سجاسی قیداری^۳، سعیده فرخی سیس^۴

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه تربیت مدرس

۲- دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه تهران

۳- استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه فردوسی مشهد

۴- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه تربیت مدرس

چکیده

گردشگری روستایی با وجود برخورداری از ماهیت‌های متفاوت، در همه شرایط دارای بار فرهنگی عظیمی می‌باشد. این اثرگذاری و اثرپذیری فرهنگی در هر دو جامعه میزبان و میهمان مشاهده می‌شود که بستگی به شرایط اجتماعی، پذیرش یا رد آن متفاوت می‌باشد. شناخت اثرات گردشگری بر روی جوامع میزبان، یکی از حوزه‌های اصلی مورد علاقه برای جغرافیدانان و همچنین دیگر محققان گردشگری است. اثرات حاصل از گردشگری به دو صورت مثبت و منفی می‌باشد که در بررسی و تحلیل اثرات آن بر جامعه میزبان باید هر دوی آن‌ها را مورد مطالعه قرار داد. یکی از مهم‌ترین ابعاد گردشگری، بعد فرهنگی می‌باشد. در واقع آثار فرهنگی و اجتماعی گردشگری از جمله مهم‌ترین ملاحظات توسعه گردشگری در هر منطقه به ویژه در مناطق روستایی بشمار می‌رود که تأثیرپذیری و تأثیرگذاری فرهنگی بین جامعه میزبان و میهمان بسیار بالا می‌باشد و تاکنون در محافل علمی کمتر مورد کاوش و بررسی قرار گرفته است. این نوع گردشگری که مطرح شدن آن منوط به وجود آثار و جاذبه‌های فرهنگی می‌باشد، با عنوان گردشگری فرهنگ محور یاد می‌شود، از آنجا که در منطقه سولقان آثار گردشگری مذهبی و فرهنگی زیادی وجود دارند، از این رو، هدف این پژوهش شناخت اثرات و پیامدهای گردشگری روستایی با تأکید بر راهبرد

فرهنگ محور در منطقه سولقان می‌باشد. روش تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی بوده و جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش از نوع میدانی و از طریق پرسشنامه محقق ساخته است. جامعه آماری مورد مطالعه ۳۶۰ نفر در دو گروه گردشگران و جامعه محلی بوده که از طریق فرمول کوکران به دست آمده است. برای تعیین مقدار روایی ابزار پرسشنامه از روش صوری (تایید خبرگان دانشگاهی) استفاده شد و برای تعیین پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که برای پرسشنامه گردشگران ۰/۸۱، جامعه محلی ۰/۸۴ و مدیران و کارشناسان ۰/۸۲ بدست آمده است. تحلیل‌ها داده از طریق آزمون همبستگی، آزمون t تک نمونه‌ای و مدل چند معیاره پرومتی انجام شد که نتایج به دست آمده نشان داد که، بین اثرات توسعه گردشگری با تغییرات اجتماعی - فرهنگی در روستاهای مورد مطالعه رابطه معنادار وجود دارد و بیشترین اثرات در زمینه تغییر در نحوه پوشش جوانان روستا و تغییر آداب و رسوم مردم محلی مشاهده می‌شود. همچنین نتایج نشان می‌دهد که بیشترین تغییرات در بعد فرهنگی با مقدار t محاسبه شده ۴۹/۳۱۸ می‌باشد. بر اساس نتایج به دست آمده از مدل پرومتی بیشترین اثرات و تغییرات اجتماعی - فرهنگی رخ داده در روستاهای سولقان و امام زاده داوود و سنگان بالا می‌باشد. بنابراین می‌توان بیان کرد که توسعه گردشگری در روستاهای منطقه مورد مطالعه تأثیرات عمیقی بر تغییرات اجتماعی - فرهنگی دارد.

واژگان کلیدی: اثرات گردشگری، راهبرد گردشگری فرهنگ محور، گردشگران، جامعه میزبان، دهستان سولقان.

مقدمه

طرح مسئله

گردشگری روستایی یکی از شاخه‌های صنعت گردشگری است، که با توجه به ظرفیت‌ها و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی موجود در روستاها، می‌تواند نقش مهمی در تجدید حیات روستاها، ایجاد اشتغال و درآمد برای روستاییان، حفاظت از میراث طبیعی، فرهنگی، تاریخی و فرهنگی و در نهایت توسعه یکپارچه و پایدار روستایی داشته باشد. گردشگری با توجه به ماهیت مفهومی و ذاتی خود، در برگیرنده ابعاد مختلفی به لحاظ اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی می‌باشد که می‌توان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری گردشگری را در هر دو بعد تحلیل کرد. بر این اساس تاکنون مطالعات بسیار متعددی در رابطه با گردشگری و گردشگری روستایی و ابعاد مختلف آن در کشور صورت گرفته است که از رویکردهای مختلف مانند توسعه پایدار، رویکرد اقتصادی، رویکرد زیست محیطی، رویکرد اجتماعی و ... به بررسی و تحلیل گردشگری روستایی پرداخته شده است. اما نکته مهم اینکه، گردشگری و خاصه گردشگری روستایی با وجود برخورداری از ماهیت‌های متفاوت، در همه شرایط دارای بار فرهنگی عظیمی می‌باشد که می‌توان از آن به عنوان ماهیت بنیادی نرم افزاری، غیر عینی، بلند مدت و خزشی گردشگری یاد کرد. این اثرگذاری و اثرپذیری فرهنگی در هر دو جامعه میزبان و میهمان مشاهده می‌شود که بستگی به شرایط اجتماعی، پذیرش یا رد آن متفاوت می‌باشد. تبادل فرهنگی در زمانی که ناهمسانی و نابرابری بین جامعه میزبان و میهمان بیشتر باشد، افزایش پیدا می‌کند که از جمله آن می‌توان به تأثیرات فرهنگی گردشگران شهری در مناطق روستایی اشاره کرد. علاوه بر اینکه در همه گونه‌های گردشگری، می‌توان تبادلات فرهنگی را مشاهده کرد، بلکه نوع خاصی از گردشگری وجود دارد که ذات بنیادین آن فرهنگ و تبادلات فرهنگی است که از آن تحت عنوان گردشگری

فرهنگ محور^۱ یاد می‌شود که کمتر در حوزه پژوهشی کشور به آن پرداخته شده است. این نوع گردشگری عمدتاً برای آشنایی با میراث‌های هنری و فرهنگی، آداب و رسوم، بناهای تاریخی و معماری صورت می‌گیرد (Butler et al., 1980). در گردشگری فرهنگی، گردشگران در تلاش برای آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان کاوش در چشم اندازهای فرهنگی جوامع انسانی و درک آن‌ها هستند. در این نوع گردشگری به جذابیت‌های فرهنگی از قبیل موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، ارکسترها، نمایشنامه‌ها، هنرهای دستی، معماری، سبک زندگی، آداب و رسوم بومی و ... توجه می‌شود (Mathieson & Wall, 1982) (جهانیان و نادعلی پور، ۱۳۸۸، ۸۴-۸۵). بنابراین فرهنگ و آثار فرهنگی خود به عنوان جاذبه اصلی گردشگری محسوب شده و بدون فرهنگ که تفاوت‌ها را ایجاد می‌کند، همه جا شبیه هم خواهد بود و گردشگری عینیت نخواهد داشت. از نظر فنی، گردشگری فرهنگی، حرکت انسان برای دیدن جاذبه های فرهنگی خاص همچون مکان‌های با میراث فرهنگی، نشانه های زیبایی شناختی و فرهنگی، هنرها و نمایش‌ها که در خارج از مکان معمولی سکونت قرار دارد، می‌باشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵، ۵). اما باید گردشگری در هر نوع و مقیاسی را فعالیتی دو پهلو و یا در واقع، به شمشیری دو لبه تشبیه نمود که از دید مثبت قادر است موجبات پیشرفت‌های اجتماعی- اقتصادی را فراهم آورد، اما در عین حال، رشد سریع و بی رویه آن ممکن است آن را به عامل اصلی تخریب محیط زیست و نابودی هویت محلی و فرهنگ‌های بومی و سنتی جامعه میزبان تبدیل سازد. چرا که بیشترین سهم توسعه گردشگری متکی بر جاذبه‌ها و فعالیت‌هایی است که به محیط طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی مناطق گردشگری مربوط می‌شوند. پس نظارت و پایش اثرات گردشگری به ویژه در بعد اجتماعی- فرهنگی به صورت مثبت و منفی ضروری است. اثرات فرهنگی- اجتماعی مثبت و مهم گردشگری روستایی بر جوامع بومی عبارت است از خودکفایی و تقویت اقتصاد محلی، احترام بیشتر به جامعه محلی و فرهنگ آن‌ها، سرمایه گذاری مجدد درآمد گردشگری در منابع فرهنگی، تقویت و تداوم سنت‌های فرهنگی، افزایش میزان درک مدارا بین فرهنگ‌ها به ویژه از طریق اجرای موسیقی، عرضه صنایع دستی محلی، نوع زندگی بومی، مسکن و سایر تجربیات زندگی روستایی (Buckley, 2004) و اثرات فرهنگی- اجتماعی منفی گردشگری بر جوامع محلی می‌تواند شامل محرومیت از برخی از مزایای رفاهی برای جامعه میزبان، فشار تقاضا برای منابع کمیاب مانند آب آشامیدنی، وابستگی بیش از اندازه نواحی میزبان به گردشگری، رفتار نامناسب و عدم حساسیت فرهنگی گردشگران باشد (محلای، ۱۳۸۱، ۱۲۶). در چنین مواردی رفتارهای جهانگردان گاه با اصول فرهنگی، معنوی جامعه میزبان منافات دارد که می‌توان از آن به عنوان تجاری شدن یا کالایی شدن فرهنگ جامعه میزبان یاد کرد، به این معنا که ساکنان محصولات فرهنگی خود در آن گونه که مورد پسند گردشگران باشد، عرضه می‌کنند. اثر القایی نیز از جمله همین آثار منفی عنوان شده است و به فرآیندی گفته می‌شود که فرهنگ گردشگران و هر چه مربوط به آن‌ها است، برای جامعه میزبان الگو می‌شود و ساکنان به تقلید کورکورانه از فرهنگ میهمان می‌پردازند (رضوانی، ۱۳۸۷، ۳۹۲)، لذا ارزیابی اثرات فرهنگی- اجتماعی گردشگری و سایر عوامل بر سبک زندگی جوامع قومی در روستاهای میزبان، فعالیتی چالش برانگیز است، که نیاز به مطالعه دامنه گسترده ای از تغییرات فرهنگی دارد که در جوامع میزبان رخ

¹ - Culture-Based Tourism

می‌دهد (بوننی فیس، ۱۳۸۰، ۱۴۳). این تأثیرات با توجه به تفاوت‌ها و شکاف زیاد بین روستاهای گردشگری حاشیه کلان‌شهر با گردشگران کلان‌شهری مانند تهران بسیار قابل توجه می‌باشد.

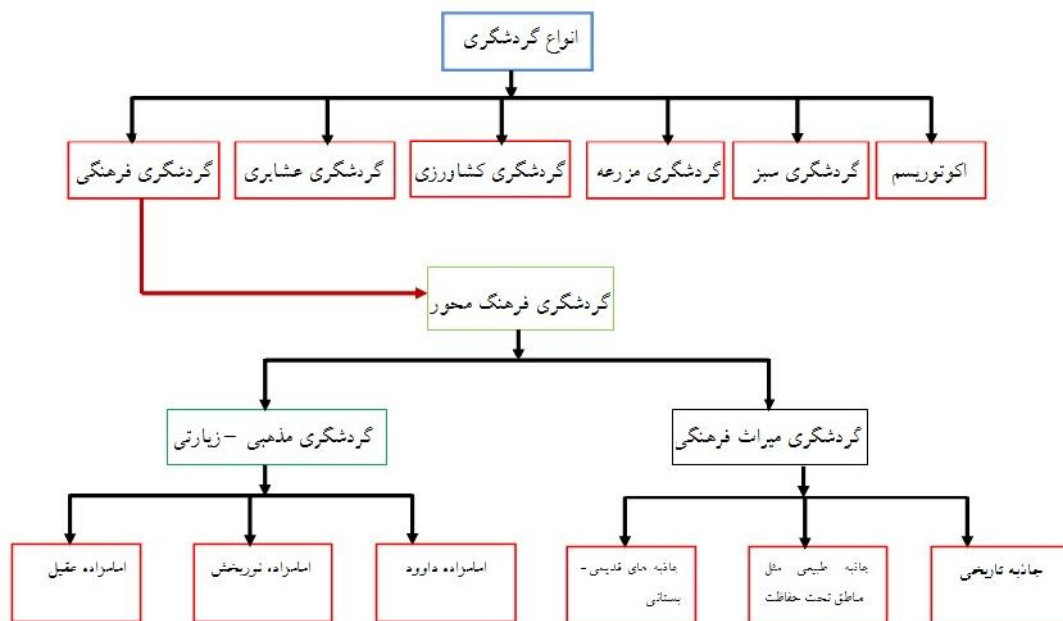
هدف و سؤال کلیدی تحقیق

بر این اساس این پژوهش سعی دارد به شناسایی آثار فرهنگی ناشی از توسعه گردشگری بر فرهنگ جامعه میزبان پردازد. زیرا صنعت گردشگری موجب تغییراتی در زندگی روزانه و فرهنگ جامعه میزبان می‌شود (Mathieson & Wall, 1982) و تغییرات الگوی فرهنگی بومی روستاییان می‌باشد. بر این اساس هدف مطالعه، شناخت اثرات و پیامدهای فرهنگی - اجتماعی گردشگری روستایی بر جامعه روستایی مورد مطالعه می‌باشد، لذا سؤالات کلیدی بدین شکل صورت‌بندی می‌گردد که: آیا بین گسترش گردشگری فرهنگی روستایی و افزایش تغییرات اجتماعی - فرهنگی بر جامعه میزبان ارتباط وجود دارد؟ و توسعه گردشگری روستایی چه تأثیری بر جنبه‌های مختلف فرهنگی جامعه میزبان دارد؟

روش تحقیق و منطقه مورد مطالعه

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و توسعه‌ای و از نظر روش توصیفی - تحلیلی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز، از نوع تحقیقات میدانی و پیمایشی قلمداد می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده گردید که در دهستان سولقان بخش کن از توابع استان تهران انجام می‌گیرد. دهستان سولقان به لحاظ تقسیمات سیاسی و جغرافیایی جزء شهرستان تهران در دامنه‌های جنوبی و کوهستانی البرز قرار دارد. طبق آخرین سرشماری صورت گرفته توسط خانه‌های بهداشت در سال ۱۳۹۰ دهستان سولقان دارای ۱۳ آبادی، ۱۴۴۱ خانوار می‌باشد. حوزه کن و سولقان از شمال به حوزه شهرستانک، از جنوب به حوزه واریش و وردیج، از غرب به حوزه سیجان - واریش و وردیج و از شرق به حوزه حصارک و فرحزاد محدود است. دهستان سولقان، شامل روستاهای رندان، کیگه، سنگان، تالون، وردیج، کشار سفلی و علیا، واریش، امام زاده عقیل و داوود و سولقان می‌باشد که دارای پتانسیل‌های مختلف گردشگری فرهنگی و مذهبی - زیارتی است. ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی یک جامعه نظیر فرهنگ و آداب و رسوم، زبان و گویش‌های محلی، مراسم عروسی، عزاداری‌ها، ویژگی‌های معماری مسکن و بافت آن‌ها و ... می‌تواند هر یک جاذبه‌هایی برای جذب گردشگر باشد. در منطقه کن، روستاها در اکثر موارد بافت روستایی خود را حفظ کرده‌اند. از نظر استقرار و موقعیت مکانی تمام روستاها از وضعیت توپوگرافی محل تبعیت کرده و در طول آبراهه‌ها و درون دره‌ها قرار گرفته‌اند و بعضاً به لحاظ کوهستانی بودن منطقه، توسعه بافت روستا به صورت پلکانی بر روی دامنه‌ها شکل گرفته است. ویژگی‌هایی مانند زیارتگاه‌ها، زبان و گویش، فرهنگ، آداب و رسوم، معماری و ... می‌تواند در جذب گردشگران علاقمند به این منطقه تأثیر به‌سزایی داشته باشد. همچنین، از لحاظ جاذبه‌های مذهبی، دره کن دارای زیارتگاه‌های متعددی شامل امامزاده داوود، امامزاده عقیل، امامزاده علاءالدین و امامزاده قاسم می‌باشد (نجفی، ۱۳۹۰). در این میان امامزاده داوود به عنوان

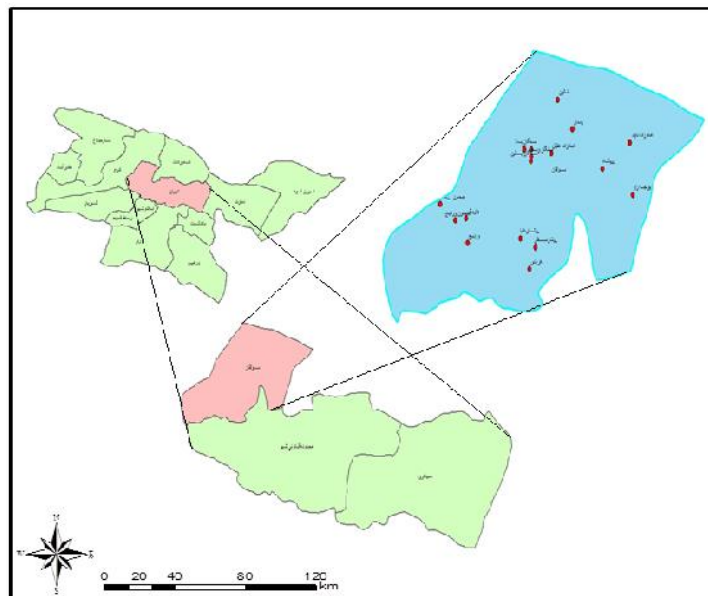
مهم‌ترین و معروف‌ترین زیارتگاه این منطقه به شمار می‌رود که بیش از نیمی از گردشگران دره کن را جذب می‌کند (فهرمانی، ۱۳۸۶) (شکل ۱).



شکل ۱: تقسیم بندی‌های گردشگری روستایی و گردشگری فرهنگ محور در منطقه

منبع: نگارندگان

بر این اساس، از بین ۱۳ روستای دهستان سولقان، ۸ روستای دارای حجم بالای گردشگر پذیری به عنوان نمونه انتخاب شدند. بنابراین، قلمرو تحقیق، شامل روستاهای سولقان، امامزاده داوود، سنگان بالا، سنگان پایین، رندان، کشار علیا، کشار سفلی و کیگانه می‌شود (شکل ۲).



شکل ۲: موقعیت منطقه مورد مطالعه در گستره جغرافیایی ایران

جهت دستیابی به اهداف و پاسخگویی به سؤالات کلیدی مطالعه، دو پرسشنامه جامعه محلی و گردشگر طراحی گردید. از روش نمونه‌گیری و تعیین حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برای مطالعه روستاها استفاده شده است. ابتدا حجم نمونه در ناحیه مورد مطالعه بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران محاسبه و تعداد کل حجم جامعه نمونه در دهستان سولقان تعداد ۳۶۰ نمونه برآورد گردید و سپس به هر یک از روستاهای مورد نظر، بر اساس تعداد جمعیت روستاهای نمونه، سهمیه متناسب تخصیص داده شد و متناسب با اصل برابری نمونه‌های در جهت امکان مقایسه، تعداد ۳۶۰ نمونه گردشگر نیز از بین گردشگران مراجعه کننده به منطقه مورد مطالعه انتخاب شدند (جدول ۱).

جدول ۱: برآورد تعداد حجم نمونه در دهستان سولقان با استفاده از فرمول کوکران

نام روستا	تعداد جمعیت	تعداد خانوار	حجم نمونه
سولقان	۳۲۲۲	۷۱۷	۲۰۳
امامزاده داوود	۱۸۷	۵۱	۱۲
سنگان بالا	۷۶۹	۲۳۲	۴۹
سنگان پایین			
رندان	۱۹۴	۵۶	۱۲
کشار علیا	۱۰۵۴	۳۱۰	۶۷
کشار سفلی			
کیگاه	۲۷۳	۷۵	۱۷
مجموع	۵۶۹۹	۱۴۴۱	۳۶۰

برای تعیین تعداد پایایی پرسشنامه از محاسبه آلفای کرونباخ استفاده شد که برای پرسشنامه گردشگران ۰/۸۱ و برای پرسشنامه جامعه محلی ۰/۸۴ و برای پرسشنامه مدیران و کارشناسان ۰/۸۲ بدست آمده است که در پژوهش‌های علوم انسانی این مقادیر رضایت‌بخش می‌باشند. روش گردآوری اطلاعات با توجه به ماهیت موضوع تحقیق، به دو صورت کتابخانه‌ای و میدانی است که ابتدا جهت شناخت کامل موضوع تحقیق از روش کتابخانه‌ای، به تبیین نظریات و رویکردهای مرتبط با مسئله تحقیق استفاده گردید. در ادامه با استفاده از میدانی با کمک ابزار پرسشنامه محقق ساخته بر اساس شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق اقدام به جمع‌آوری اطلاعات گردید. متغیرهای سنجش اثرات فرهنگی توسعه گردشگری در منطقه که مستخرج از ادبیات نظری و منطبق با منطقه مورد مطالعه می‌باشد، عبارتند از: تغییر الگوی زندگی، نفرت و انزجار نسبت به گردشگران، تضاد و تنش بین ساکنان محلی روستا و گردشگران، از بین رفتن انسجام و صمیمیت بین ساکنان، از بین رفتن آسایش و آرامش، کاهش مهاجر فرستی و افزایش جمعیت روستا، ازدحام و شلوغی، میزان جرم و جنایت و مسایل اجتماعی، شناخته شدن روستا در سطح منطقه، احساس تعلق خاطر و دلبستگی ساکنان روستا، افزایش روحیه مشارکت در بین روستاییان، ماندگاری جمعیت و جمعیت‌پذیری روستا، انگیزه ساکنان روستا برای بهسازی و ارتقا شرایط زیستی، افزایش روابط اجتماعی

و برقراری ارتباط مناسب در میان روستاییان، بهبود و ارتقا جایگاه زنان روستا، کاهش مفاسد و انحرافات اجتماعی، افزایش روحیه جمع گرایی به جای فردگرایی در روستاییان.

برای تحلیل داده‌ها از سه روش آماری همبستگی (اسپیرمن و پیرسون)، آزمون T به همراه مدل تصمیم‌گیری چند شاخصه پرومتهی استفاده شده است. تکنیک پرومتهی یا روش ساختار یافته رتبه‌بندی ترجیحی برای غنی‌سازی ارزیابی‌ها^۲ که توسط برنز و دیگران در سال ۱۹۸۶ برای اولین بار مطرح شد یک نوع از تکنیک MADM جهت رتبه‌بندی آльтرناتیوها می‌باشد (Brans et al., 1986). این تکنیک برای حل مسائل چند شاخصه با این ساختار مناسب است (رابطه ۱):

رابطه ۱:

$$\text{Max(Min)}\{f_1(a), f_2(a), \dots, f_k(a) | a \in A\}$$

$$f_i = 1, 2, \dots, k \text{ and } a, b \in A$$

در اینجا A نشان‌دهنده یک مجموعه امکان‌پذیر از گزینه‌ها یا آльтرناتیوها (روستاها) است و f_i ها k شاخصی هستند که تصمیم‌گیری بر اساس آن‌ها صورت می‌گیرد. برای هر گزینه یا آльтرناتیو یک ارزیابی وجود دارد که با $f_j(a)$ نشان داده می‌شود. وقتی که دو گزینه $a, b \in A$ مورد مقایسه قرار می‌گیرند، باید بتوان نتیجه این مقایسه را بر اساس اولویت بیان کرد. بنابراین تابع ترجیح یا اولویت که با P نمایش داده می‌شود، به صورت زیر قابل ارائه است (رابطه ۲) (Brans and Mareschal, 1994):

رابطه ۲:

$$P: K \times K \rightarrow [0,1]$$

$$p(a, b) = 0 \text{ عدم تفاوت}$$

$$p(a, b) \sim 0 \text{ ترجیح اندک گزینه a بر b}$$

$$p(a, b) \sim 1 \text{ ترجیح زیاد گزینه a بر b}$$

$$p(a, b) = 1 \text{ ترجیح اکید گزینه a بر b}$$

این تابع در عمل، تابعی از تفاوت میان دو ارزیابی است:

$$d_j(a, b) = f_j(a) - f_j(b)$$

به طور یکنواخت افزایش می‌یابد و برای مقادیر منفی برابر صفر خواهد بود. شش تابع ترجیح توسط ارائه کنندگان روش به تصمیم‌گیرندگان پیشنهاد شده است. انتخاب درست این توابع به تصمیم‌گیرندگان و تحلیلگر و درک آن‌ها از رابطه میان گزینه‌ها و شاخص‌ها بستگی دارد (Kalogeras et al., 2004) (Chou et al., 2004). در جدول ۲ این شش تابع بیان گردیده است.

جدول ۲: توابع ترجیح دو گزینه در PROMETHEE

نوع	نام	پارامتر	شکل
۱	معیار عادی		
۲	معیار پهنای (U شکل)	q'	
۳	معیار V شکل (معیار خطی)	p'	
۴	معیار خم سطح	q', p'	
۵	معیار V شکل با ناحیه می‌تفاوتی	q', p'	
۶	معیار گاوسی	σ'	

در اینجا از تابع ترجیح نوع اول (تابع ترجیح عادی) استفاده شد که شکل این تابع ترجیح با نوع اول جدول بالا منطبق است.

$$p_j(a, b) = \begin{cases} 0 & \text{if } d_{a,b} \leq 0 \\ 1 & \text{if } d_{a,b} > 0 \end{cases}$$

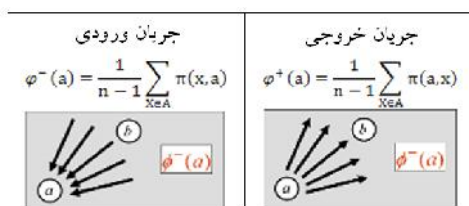
در این مرحله یعنی بعد از انجام مقایسه زوجی و انتخاب یکی از توابع متناسب برای تابع اولویت یا ترجیح، اقدام به ایجاد نماد ترجیح می‌شود که از فرمول زیر بدست می‌آید (رابطه ۳) (Leeneer and Pastijn, 2002):

رابطه ۳:

$$\pi(a, b) = \sum_{j=1}^k w_j p_j(a, b), \quad \left(\sum_{j=1}^k w_j = 1 \right)$$

فرمول $w_j (j=1,2,\dots,n)$ نشان‌دهنده وزن‌های نرمال شده هر شاخص می‌باشد که در این مطالعه از طریق روش آنترپی شانون و با نظر ۳۲ نفر از خبرگان محلی و دانشگاهی در ارتباط با مسئله محاسبه گردید. این مقدار $\pi(a, b)$ در فاصله صفر و یک متغیر می‌باشد و هر چه این مقدار بیشتر باشد، میزان اولویت گزینه a بر b در تمام شاخص‌ها بیشتر است. در نهایت بعد از محاسبه $\pi(a, b)$ ، برای هر $a, b \in A$ جریان‌های غیر رتبه‌ای از طریق فرمول‌های زیر تعریف می‌شود (رابطه ۴):

رابطه ۴



در اینجا $\varphi^+(a)$ بیان کننده قدرت گزینه a و $\varphi^-(a)$ نشان دهنده ضعف گزینه a است. هر جریان می تواند یک رتبه بندی کامل را در A ایجاد کند. بزرگ ترین $\varphi^+(a)$ نشان دهنده بهترین a و بزرگ ترین $\varphi^-(a)$ نشان دهنده بدترین a است. در انتها می توان با محاسبه جریان خالص گزینه برتر را تعیین نمود (رابطه ۵) (Figueira et al., 2004):

$$\varphi(a) = \varphi^+(a) - \varphi^-(a) \quad \text{رابطه ۵:}$$

آنگاه با رتبه بندی مقادیر بدست آمده، می توان گزینه یا آلترناتیو برتر را مشخص کرد.

مبانی نظری

توسعه گردشگری می تواند موجب گسترش یکپارچگی و همگرایی اجتماعی- فرهنگی در سطح کشور و تقویت وحدت و وفاق ملی گردد. به ویژه در کشورهای در حال توسعه که در آن ها گروه های قومی متعدد و مذاهب مختلف در کنار هم حضور دارند، تحرک انسانی، که نتیجه آن درک و تفاهم بیشتر گروه های مذهبی و قومی و اجتماعی و فرهنگی دیگر بوده و می تواند وحدت ملی را قوام بخشد. در عمل گردشگری سعه صدر، تعامل، تساهل و تحمل دیگران را بیشتر می کند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵، ۹۳). بنابراین توسعه گردشگری به عنوان یک پدیده فرهنگی، فرصت کافی برای تعامل و تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان را به وجود می آورد و با انسان ها، انگیزه ها، خواسته ها، نیازها و آرزوهای آن ها که منبعث از فرهنگ جامعه می باشد، در ارتباط است. همچنین، گردشگری یکی از شیوه های کنش متقابل فرهنگی است که به واسطه تفسیر تجربه های گردشگری از فرهنگ محلی، کنشی متقابل را نمایان می سازد (جهانبانیان و نادعلی پور، ۱۳۸۸، ۱۲۰). اما باید توجه داشت که اثرگذاری فرهنگی گردشگری مانند سایر اثرات گردشگری دارای جنبه های مثبت و منفی است. به طور کلی، مفهوم اثرات فرهنگی و اجتماعی را به معنی تغییراتی به کار می برند که در تجربه های روزانه، ارزش ها، شیوه زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه میزبان و میهمان رخ می دهد. بر این اساس می توان گفت که، مقصود از گردشگری فرهنگی، بحث درباره آن بخش از صنعت گردشگری است که به جاذبه های فرهنگی توجه خاص داشته و عمدتاً به مقصد مکان هایی با جاذبه های فرهنگی و به قصد کسب اطلاعات و تجارب برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می شود. بر اساس این تعریف، گردشگری فرهنگی شامل همه دیدارها در جاذبه های فرهنگی از جمله موزه ها، مقبره های تاریخی، کارکردهای فرهنگی و سایر جلوه های فرهنگی می شود که بسیاری از عناصر بازار گردشگری را مشتمل می شود (Brian et al., 2005):

- بازدید از جاذبه ها و مقاصد قدیمی و حضور در جشن های سنتی؛
- سفر به قصد استفاده از غذاها و نوشیدنی های محلی، منطقه ای؛
- تماشای رخدادهای ورزشی سنتی و شرکت در فعالیت های تفریحی محلی؛
- بازدید از کارگاه ها شامل مزارع، مراکز صنعتی یا کارخانجات؛

بنابراین، میراث فرهنگی به عنوان هدف اصلی در بازدیدهای گردشگری فرهنگی شامل عادات محلی، آداب مربوط، سبک‌های معماری و موسیقی، زبان‌های محلی و ارزش‌های دینی معنوی است (Buckley, 2004:205). از این رو میراث فرهنگی حافظه جمعی یک ملت بوده که در مناطق مختلف فرهنگی در قالب پدیده‌ها، مکان‌ها و رویدادها قابل بازدید است که رابطه میان فرهنگ و زیستگاه آن تنگاتنگ است (یعقوب زاده و دولت آبادی، ۱۳۸۸). از این گونه گردشگری که عمدتاً ماهیت آن بازدید از جاذبه‌های فرهنگی می‌باشد با عنوان راهبرد گردشگری فرهنگ محور یاد می‌شود که مایل به آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان کاوش در چشم اندازهای فرهنگی جوامع انسانی و درک آن‌ها است و عمدتاً به دنبال جاذبه‌هایی فرهنگی مانند موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، ارکسترها، نمایشنامه‌ها، هنرهای دستی، آئین‌های سنتی نظیر تعزیه، مراسم چهارشنبه سوری، جشن‌های مذهبی زرتشتی و اسلامی، عزاداری‌ها مانند محرم و ... می‌باشد. در جریان گردشگری فرهنگی جنبه‌های معنوی فرهنگ بومی و همچنین تبلور عینی آن که به عنوان میراث فرهنگی و از پارامترهای اساسی هستند و به صورت دیداری منتقل شده و دنبال کننده اهداف زیر می‌باشد (بونی فیس، ۱۳۸۰، ۱۴۳):

- تشویق و تسهیل کار متصدیان حفظ و مدیریت میراث (میراث فرهنگ مادی و معنوی) به منظور نشان دادن اهمیت میراث به جامعه میزبان و بازدیدکنندگان؛

- کمک به پیشرفت صنعت گردشگری برای حمایت و اداره گردشگری به شیوه‌هایی که میراث و فرهنگ‌های زنده جامعه میزبان را محترم شمارد و آن را اصلاح کند؛

- تسهیل و تشویق گفتگو میان طرفداران محیط زیست و متولیان صنعت گردشگری درباره اهمیت و شکنندگی مکان‌های میراث، مجموعه‌ها و فرهنگ‌های زنده برای دستیابی به آینده ای پایدار برای آن‌ها؛

- تشویق تدوین کنندگان طرح‌ها و سیاست‌ها برای شکل دادن به اهداف و راهبردهای جامع و قابل اندازه گیری مرتبط با ارایه و تبیین مکان‌های میراث و فعالیت‌های فرهنگی در زمینه حفظ و نگهداری از آن‌ها؛

آنچه که در گردشگری بیشتر مدنظر است پردازش جلوه‌های مختلف فرهنگ‌های بومی و سنتی می‌باشد. در جهان سنتی، فرهنگ در قالب‌های اندیشه‌ها و رفتارهایی شکل می‌گیرد که در هر جامعه ای بنیاد زندگی جمعی را تشکیل می‌دهند و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد. هنجارهای فرهنگ سنتی برگرفته از میراثی است که به نسل امروزی رسیده است. این فرهنگ سنتی با توجه به تقاضای موجود در بازار گردشگری در عصر حاضر می‌تواند جاذب گردشگرانی باشد که خواهان یافتن مکان‌هایی با فرهنگ سنتی هستند تا اصالت واقعی را در آن تجربه کنند. از این رو فرهنگ سنتی به خصوص پا گرفته از گذشته‌های دور در مناطق مختلف، که هنوز دارای اصالتی فرهنگی هستند، می‌توانند گردشگران بسیاری را به خود جذب کند. از این رو است که در چارچوب گردشگری، تقاضاهای گوناگون فرهنگی در روندی از شناخت دیگر فرهنگ‌ها از راه بازدید از مناطق مختلف و تبادلات فرهنگی شکل می‌گیرد. این نشان دهنده آن است که بخشی از جریان گردشگری در چارچوب گردشگری فرهنگی، تضاد فرهنگی را پشت سر گذاشته است و بیشتر با قبول فرهنگ میزبان یعنی مناطقی که از آن بازدید می‌کنند، بیشتر به دنبال شناخت از فرهنگ بومی می‌باشند. این روند را باید حاصل از تعامل فرهنگی ناشی از اندیشه‌های پسامدرن دانست

که در تبلور از شناخت و تعامل فرهنگی از راه گردشگری شکل می‌گیرد (Razaq & Nigel, 2007). امروزه یکی از مکان‌های اصلی قرارگیری و ادامه حیات جاذبه‌های فرهنگی بومی، سنتی، تاریخی و مذهبی در مناطق روستایی می‌باشد؛ لذا مناطق روستایی با توجه به در اختیار داشتن میراث و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی به عنوان هدف اصلی گردشگران در دهه‌های اخیر برای تفریح و تمدد اعصاب و فرار از زندگی صنعتی و لذت از جاذبه‌های فرهنگ بومی و سنتی می‌باشد. فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های روستایی صورت می‌گیرد که دربردارنده آثاری مثبت و منفی برای محیط زیست و اقتصاد و فرهنگ ساکنین روستا است (وای گی، ۱۳۷۷، ۱۸۱). گردش یا سفر به قصد دیدن جاذبه‌های خاص گردشگری^۳ مناطق روستایی با هدف‌های مختلف انجام می‌گیرد که در مجموع دوام و بقا و ثبات این صنعت را در آینده تضمین می‌کند (وای گی، ۱۳۷۷، ۱۸۲). از جمله جاذبه‌های گردشگری روستایی، جاذبه‌های فرهنگی می‌باشد که می‌تواند موجبات حفظ آثار و ابنیه تاریخی- فرهنگی و تقویت بنیه‌های فرهنگی گردد. زیرا در اغلب موارد این آثار و ابنیه به موازات توسعه گردشگری به عنوان یک جاذبه مورد توجه قرار گرفته و بازسازی، مرمت و مستحکم می‌شوند و همراه با بهره‌برداری مناسب برای نسل‌های آتی حفظ خواهند شد (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۴۵). همچنین، افزایش آگاهی‌های فرهنگی و اجتماعی، از آثار مثبت فرهنگی گردشگری روستایی است.

گونه شناسی جاذبه‌های فرهنگی

گردشگری به عنوان یک صنعت فراگیر، دارای ابعاد مختلفی به لحاظ اثرگذاری و اثرپذیری می‌باشد؛ لذا در هر گونه از گردشگری (اکو توریسم، طبیعت گردی، مذهبی، روستایی، کشاورزی و ...) و با هر مقیاسی می‌توان اثرات مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی و سیاسی را جستجو کرد که بعد فرهنگی یکی از ابعاد اساسی می‌باشد. بنابراین، فرهنگ، جاذبه اصلی گردشگری بوده و در رأس هرم صنعت گردشگری قرار دارد. اساساً هر گردشگر نماینده‌ای از یک فرهنگ است که با خود نه تنها یک یا چند رفتار و اعتقاد یا سنت را جابجا می‌کند، بلکه تصویر زنده‌ای از یک جامعه را در جامعه دیگر به نمایش می‌گذارد (شالچیان، ۱۳۸۲، ۲۰). بدون فرهنگ که تفاوت‌ها را ایجاد می‌کند، همه جا شبیه به هم می‌رسد (بونی فیس، ۱۳۸۰). «گردشگری نیز جنبه‌ای از فرهنگ مدرن است که در بسیاری از اشکال معمول خود، به عنوان سیستمی از روابط تعریف می‌شود و مفهوم گردشگری عینی‌تر و در عمل اثبات شدنی‌تر از دیگر مفاهیم فرهنگی است» (Margaret et al., 2011)؛ لذا در گردشگری فرهنگی، اثرات فرهنگی به عنوان اساس و ماهیت گردشگری می‌باشد که از طریق جاذبه‌های فرهنگی شکل می‌گیرد. جاذبه‌هایی مانند سایت‌های باستان‌شناسی، تاریخی و فرهنگی، الگوهای خاص فرهنگی، هنرها و صنایع دستی، اماکن شهری و روستایی جذاب، موزه‌ها، فستیوال‌ها و رویدادهای فرهنگی و در آخر هم آداب و رسوم مهمان‌پذیری ساکنین که هر یک از این نوع جاذبه‌ها، ویژگی‌های فرهنگی خاص خود را دارد. ایران از نظر جاذبه‌های فرهنگی بسیار غنی است و از لحاظ پتانسیل‌های فرهنگی در بین ده کشور اول دنیا قرار دارد (UNWTO,)

³- Purpose-built attractions

(2010). این مکان‌ها، سایت‌های باستان‌شناسی، تاریخی و فرهنگی، یادمان‌های ملی و فرهنگی، ساختمان‌های تاریخی، ساختمان‌های مهم مذهبی و مکان‌هایی که در آن یک اتفاق مهم تاریخی و یا مذهبی رخ داده باشد، شامل می‌شود. فرهنگ شرقی به علت قدمت بسیار زیاد خود، موارد بسیاری از این‌ها را شامل می‌شود، انواع مساجد اسلامی، معابد بودایی، کاخ‌ها و ساختمان‌های تاریخی، آرامگاه‌ها و مقبره‌ها، تپه‌ها و سایت‌های باستانی و اماکن مقدس مذهبی از جمله آن هستند (انصاری، ۱۳۸۷، ۱۳) که دارای الگوهای خاص فرهنگی می‌باشند. این الگوهای فرهنگی شامل آداب و رسوم، لباس، جشن‌ها، شیوه‌های زندگی، اعتقادات مذهبی و فعالیت‌هایی که بیشتر در زندگی روستایی می‌باشد. شکل دیگر جاذبه‌های فرهنگی شامل هنرهای اجرایی، رقص‌های محلی، موسیقی، تئاتر و هنرهای تجسمی از قبیل نقاشی و مجسمه‌سازی می‌باشد. یکی دیگر از انواع گردشگری فرهنگی مشاهده، توصیف و یا به تصویر کشیدن پاره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی جذاب از قبیل پرورش گیاهان و محصولات کشاورزی، داد و ستد در بازارهای سنتی، به‌کارگیری روش‌های خاص برای شکار و یا ماهیگیری است که می‌تواند دارای اثرات مثبت و منفی به لحاظ فرهنگی باشد.

اثرات فرهنگی گردشگری

اثرات فرهنگی گردشگری، تغییراتی است که در هنر، عادات، رسوم و معماری مردم ساکن جامعه‌ی میزبان رخ می‌دهد. اصطلاح «اثرات اجتماعی - فرهنگی» را به معنای تغییراتی بکار می‌برند که در تجربه‌های روزانه ارزش‌ها، شیوه‌ی زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه‌ی میزبان رخ می‌دهد (وای. گی، ۱۳۷۷: ۳۲۷). این تغییرات بلندمدت‌تر است و در نتیجه رشد و توسعه‌ی صنعت گردشگری (گردشگری) رخ می‌دهد (مهدوی، ۱۳۸۶: ۷۰). به هر حال تجربیات گوناگون نشان داده که گردشگری، فرهنگ و جامعه میزبان گردشگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. امروز در بسیاری از کشورهای آسیایی، آفریقایی، آمریکای لاتین یا خاورمیانه، صنعت گردشگری به فنون و تولید اقلام بسیار زیادی از کالاها و صنایع دستی رونقی دوباره بخشیده است (محلّاتی، ۱۳۸۱: ۶۱). با توجه به اینکه تأثیرات فرهنگی گردشگری بسیار گسترده است. به طور کلی گردشگری فرهنگی در هر منطقه می‌تواند دارای آثار مثبت زیر باشد (Lumesden & Stephan, 2004):

- دوباره کشف کردن و اهمیت یافتن امتیازات و آثار فرهنگی گمشده ساکنان محلی
 - امکان تشخیص و توسعه آگاهی‌های منطقه‌ای در بعد فضایی و هویت فرهنگی و توسعه فزاینده یک احساس خوب تعلق به یک فرهنگ

- ایجاد زیربنای اقتصادی در یک دوره بلندمدت

- افزایش اشتغال در یک اقتصاد در حال رکود

از جمله تأثیرات مثبت گردشگری در مناطق روستایی در ابعاد فرهنگی، حفظ و گسترش ارتباطات فرهنگی است، در صورتی که فرهنگ یک جامعه فرهنگ غالب باشد و مردم محلی به ارزش‌ها و هنرهای فرهنگی و سنن و آداب و رسوم خود احترام بگذارند، آنگاه ارتباطات و تبادلات فرهنگی جنبه مثبت می‌یابند و فرهنگ جامعه

مهمان و میزبان به دلیل تلاقی فرهنگ‌ها، جنبه‌های مثبت آن را تقویت می‌کنند و سعی در جایگزینی جنبه‌های منفی با مثبت دارند. مسئله تهاجم فرهنگی، استحاله فرهنگی و تخریب آثار فرهنگی به دلیل استفاده بیش از حد از و خرابکاری‌های گردشگران کم اطلاع از جمله مضرات گردشگری فرهنگی است. ولی مضرات احتمالی نباید مانع توسعه گردشگری فرهنگی گردد. آموزش و کنترل و نظارت و محافظت هم برای جامعه میزبان و هم میهمان، می‌تواند گردشگری فرهنگی را پایدار نماید (رضوانی، ۱۳۸۵: ۵۰). به طور کلی در بررسی آثار منفی توسعه گردشگری بر فرهنگ جامعه میزبان، برخی نویسندگان به تجاری شدن یا کالایی شدن فرهنگ جامعه میزبان اشاره می‌کنند، بدین معنا که ساکنان محصولات فرهنگی خود را آن گونه که مورد پسند گردشگران باشد، عرضه می‌کنند. در این خصوص گردشگری می‌تواند در نظام‌های گوناگون، نمادهای فرهنگی یک جامعه را تبدیل به کالا نماید و تماس سطحی گردشگران با فرهنگ محلی و صرف تفریح و گذران اوقات فراغتی دلچسب سبب می‌شود که تمام تأسیسات و خدمات محلی به نحوی سازمان یابد که بتواند رضایت گردشگران را جلب نماید. از این رو فرهنگ محلی به مجموعه‌ای در هم پیچیده در چارچوب کالایی شدن تبدیل می‌شود و همه چیز در خدمت پول و درآمد ارزی قرار می‌گیرد و این درآمد به بهای گزافی بدست می‌آید. یکی از این موارد از دست دادن هویت خود برای رضایت غیر خود است. سطحی بودن تماس نه به ساکنان محلی فرصت می‌دهد که تماس فرهنگی را برقرار سازند و نه به گردشگران فرصت می‌دهد که بر دانش و معرفت خود نسبت به فرهنگی دیگر، چیزی بیفزایند (علیقلی زاده فیروزجانی، ۱۳۸۶: ۴۱). مهم‌ترین پیامد منفی در محیط انسان ساخت، مشکلات فرهنگی است که بر اثر تلاقی دو فرهنگ جامعه میزبان و میهمان به وجود می‌آید و سبب تغییر الگوهای فرهنگ بومی می‌شود (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۴۸). از این رو، در مطالعه آثار و تبعات فرهنگی منفی گردشگری، باید به فرهنگ زدایی و تأثیر فرهنگی منفی گردشگران بر مردم بومی، آثار منفی کالایی شدن فرهنگ و آثار فرهنگی مادی و معنوی که در آن روابط اجتماعی بنابر قوانین داد و ستد بازار شکل می‌گیرد و تحلیل می‌شود یا جهانی سازی که در آن ویژگی‌های فرهنگی، شخصی می‌شوند، توجه داشت. از جمله مهم‌ترین آثار و پیامدهای منفی گردشگری بر جامعه میزبان عبارتند از:

- **تخریب آثار فرهنگی:** ممکن است دیدار بیش از حد گردشگران از مکان‌های تاریخی و تاریخی و باستانی مهم، موجب ویرانی تدریجی آن‌ها شود. این ویرانی ممکن است ناشی از بی توجهی به ظرفیت پذیری محل مزبور یا حاصل فعالیت‌های سودجویانه گردشگران نا فرهیخته باشد
- **استحاله فرهنگی:** با توجه به شکنندگی خاص میراث فرهنگی ممکن است توسعه گردشگری موجب صدمه دیدن اصالت الگوهای فرهنگی محلی گردد. مردم محلی که به شیوه سنتی زندگی می‌کنند، ممکن است در تماس با گردشگران برای همیشه دچار استحاله شوند
- **تهاجم فرهنگی:** ممکن است به واسطه افراط در ایجاد جذابیت گردشگری و برخورد بیش از حد تجارت مآبانه با جلوه‌های فرهنگی در مقاصد گردشگری، اعتبار و اصالت مناسک مذهبی، عادات و سنن، جشن‌ها و نمایش‌ها، صنایع دستی، موسیقی و سایر الگوهای فرهنگی از دست برود، و به عبارتی ارزش‌های محلی مبدل به

کالا شود. بعلاوه ممکن است به واسطه مصرف گرایبی گردشگران، مردم مقاصد گردشگری به ویژه جوانان دچار عارضه تشبه به بیگانگان شوند و از الگوهای رفتاری گردشگران تقلید کنند؛ تقلیدی که بدون شناخت تفاوت پیشینه های فرهنگی و موقعیت اجتماعی - فرهنگی گردشگران صورت می‌گیرد. همچنین ممکن است به واسطه نامتوازن شدن تبادلات میان گردشگران و مردم محلی، رفتارهای ضد اجتماعی در جوانان بروز کند

- **ناهنجاری فرهنگی:** ممکن است به واسطه تفاوت زبان و عادات و سنن بین ساکنان محلی و گردشگران، سوء تفاهم‌ها و برخوردهایی بروز نماید (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵، ۹۷).

یافته های تحقیق

بر اساس مسئله تحقیق، برای پاسخ به این سؤالات و دستیابی به نتایج، به تحلیل داده های به دست آمده از پرسشنامه پرداخته شد. جهت بررسی و تحلیل آثار گردشگری فرهنگی به لحاظ اجتماعی و فرهنگی بر جامعه میزبان باید از نگاه افراد جامعه میزبان صورت گیرد.

برای ارزیابی اثرات توسعه گردشگری از لحاظ اجتماعی - فرهنگی در منطقه از ۲۶ متغیر استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین گردشگری فرهنگی در روستاهای مورد مطالعه با همه متغیرهای اجتماعی - فرهنگی با یکدیگر رابطه همبستگی وجود دارد. به عبارت دیگر نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن برای متغیرهای اجتماعی - فرهنگی نشان می‌دهد که سطح معناداری در همه روابط بین متغیرها کمتر از ۰/۰۵ است. یعنی بین گسترش گردشگری فرهنگ محور روستایی و افزایش آثار اجتماعی - فرهنگی گردشگران بر جامعه میزبان رابطه وجود دارد و این رابطه معنادار و به صورت مستقیم می‌باشد (جدول ۳).

جدول ۳: همبستگی بین گردشگری فرهنگی با مؤلفه های اجتماعی - فرهنگی (مآخذ: یافته های تحقیق)

متغیرها	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)	متغیرها	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی داری (p)
تغییر آداب و رسوم	۰/۵۰۰***	۰/۰۰۰	صمیمیت	۰/۲۹۳*	۰/۰۱۲
پوشش جوانان	۰/۴۶۹***	۰/۰۰۰	الگوی زندگی	۰/۴۴۸***	۰/۰۰۰
فرهنگ معنوی	۰/۴۷۰***	۰/۰۰۰	نفرت از گردشگران	۰/۳۳۸***	۰/۰۰۷
میراث فرهنگی	۰/۴۴۸***	۰/۰۰۱	تنش رفتاری	۰/۴۰۳***	۰/۰۰۱
بهبود سطح فرهنگ	۰/۲۸۱*	۰/۰۱۹	کاهش آرامش	۰/۲۵۰*	۰/۰۱۴
پایبندی به آداب	۰/۲۳۷*	۰/۰۳۲	کاهش مهاجرت	۰/۳۹۲***	۰/۰۰۱
مادیات گرایبی	۰/۴۲۵***	۰/۰۰۱	افزایش جنایت	۰/۳۹۸***	۰/۰۰۱
تغییر چشم انداز	۰/۲۵۶*	۰/۰۲۶	شناخته شدن	۰/۳۱۴***	۰/۰۰۹
تضعیف خانواده	۰/۲۹۹*	۰/۰۱۰	تعلق خاطر	۰/۲۳۰*	۰/۰۳۸
احساس بیگانگی	۰/۳۸۳***	۰/۰۰۴	مشارکت	۰/۳۱۰***	۰/۰۰۸
ماندگاری در روستا	۰/۳۰۱***	۰/۰۱۰			

			۰/۰۱۲	۰/۲۹۱*	بهسازی
			۰/۰۰۱	۰/۳۹۶**	روابط اجتماعی
			۰/۰۰۱	۰/۳۸۲**	نقش زنان
			۰/۰۰۶	۰/۳۲۰**	کاهش مفاسد
			۰/۰۱۲	۰/۲۹۳*	جامعه گرایی

بنابراین بین تغییر کلیه متغیرهای اجتماعی- فرهنگی با توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه رابطه معناداری وجود دارد که این تغییرات در متغیرهایی مانند تغییر آداب و رسوم، تغییر پوشش جوانان، تغییر فرهنگ معنوی و تغییر الگوی زندگی بیشترین میزان را داشته است و با گسترش گردشگری در روستاهای منطقه، این شاخص‌ها بیشترین تغییرات را مشاهده کرده‌اند.

از آن جایی که می‌توان بین شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی نیز به لحاظ تأثیرگذاری گردشگری تمایز برقرار کرد، بنابراین، در ادامه برای تحلیل همبستگی شاخص‌های دوگانه تغییرات اجتماعی- فرهنگی ناشی از گردشگری فرهنگی، کلیه متغیرهای مرتبط با بعد فرهنگی و اجتماعی به صورت جداگانه با هم جمع شده (با هم کامپیوت شدند) و به صورت یک شاخص که داده‌های آن به صورت فاصله ای می‌باشد، تبدیل شده‌اند. نتایج حاصل نشان می‌دهد که در رابطه زوجی بین هر یک از شاخص‌های دوگانه مطالعه (در پرسشنامه مربوط به جامعه محلی) در سطح ۹۹ درصد معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر نتایج آزمون همبستگی پیرسون برای شاخص‌های سه‌گانه تحقیق نشان می‌دهد که سطح معناداری در اغلب روابط بین متغیرها کمتر از ۰/۰۰۱ است. از آنجایی که این مقدار کمتر از مقدار آلفا در سطح خطای ۰/۰۰۱ است، پس، بین افزایش تعداد گردشگران وارد شده به منطقه و آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگران، رابطه وجود دارد و این رابطه معنادار و به صورت مستقیم می‌باشد. به عبارت دیگر، بین شاخص فرهنگی و اجتماعی آثار گردشگری فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد و افزایش و کاهش در یکی از موارد منجر به تغییرات در شاخص دیگر می‌شود؛ لذا می‌توان چنین بیان کرد که بین بعد فرهنگی و اجتماعی گردشگری رابطه وجود دارد و تغییرات آن‌ها وابسته به یکدیگر می‌باشد (جدول ۴).

جدول ۴: آزمون همبستگی پیرسون شاخص اجتماعی و فرهنگی گردشگری (حجم جامعه نمونه: ۳۶۰)

شاخص‌ها	آماره	فرهنگی
اجتماعی	همبستگی	۰/۷۲۴**
	معناداری	۰/۰۰۰

** همبستگی قابل توجه در سطح ۰/۰۱

منبع: یافته‌های تحقیق

به عبارت دیگر همبستگی میان شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری فرهنگی نشان داد که ایجاد تغییر در یکی از زمینه‌های اجتماعی یا فرهنگی می‌تواند در ایجاد تغییر در سایر زمینه‌ها تأثیرگذار باشد زیرا وابستگی میان متغیرهای بعد اجتماعی و فرهنگی بسیار زیاد می‌باشد.

در ادامه با استفاده از آزمون T-Test به معناداری تفاوت بین میانگین‌های هر یک از این متغیرها پرداخته شد. نتایج نشان می‌دهد که در همه متغیرهای مورد مطالعه، با توسعه گردشگری فرهنگی، تغییراتی ایجاد شده است و این تغییرات عمدتاً متأثر از گردشگری می‌باشد. در این میان بیشترین تأثیر اجتماعی - فرهنگی گردشگران بر عامل تغییر در نحوه پوشش جوانان روستا و گرایش زنان روستا به آرایش با مقدار محاسبه شده ۲۳/۶۱۲ می‌باشد. در رتبه دوم بیشترین میزان تغییرات مربوط به تغییر آداب و رسوم مردم محلی با مقدار T محاسبه شده ۲۳/۴۴۵ می‌باشد (جدول ۵).

جدول ۵: آزمون t-test تک نمونه ای جهت معناداری ارتباط بین گسترش گردشگری و افزایش آثار منفی اجتماعی -

فرهنگی

متغیرها	مقدار t	درجه آزادی	معناداری
تغییر آداب و رسوم	۲۳/۴۴۵	۳۵۹	۰/۰۰۰
پوشش و آرایش جوانان	۲۳/۶۱۲	۳۵۹	۰/۰۰۰
کمرنگ شدن فرهنگ معنوی	۱۷/۵۷۹	۳۵۹	۰/۰۰۰
حفظ میراث فرهنگی	۱۸/۲۶۹	۳۵۹	۰/۰۰۰
بهبود و افزایش سطح فرهنگ روستاییان	۲۱/۳۶۵	۳۵۹	۰/۰۰۰
پایبندی به آداب و رسوم محلی	۱۶/۳۴۱	۳۵۹	۰/۰۰۰
ارزش یافتن مادیات	۱۹/۷۸۲	۳۵۹	۰/۰۰۰
تخریب چشم انداز روستا	۱۷/۲۲۵	۳۵۹	۰/۰۰۰
کمرنگ شدن نقش خانواده	۲۱/۴۴۵	۳۵۹	۰/۰۰۰
احساس بیگانگی	۱۶/۸۱۱	۳۵۹	۰/۰۰۰
کم ارزش شدن فرهنگ روستایی	۱۹/۵۵۶	۳۵۹	۰/۰۰۰
بروز تهاجم فرهنگی	۲۱/۳۵۹	۳۵۹	۰/۰۰۰
احیای رسوم محلی	۱۲/۳۷۲	۳۵۹	۰/۰۰۰
معرفی ایده های نو	۲۲/۱۹۲	۳۵۹	۰/۰۰۰
از بین رفتن انسجام و صمیمیت	۳/۱۱۶	۳۵۹	۰/۰۰۰
تغییر الگوی زندگی	۳/۶۰۰	۳۵۹	۰/۰۰۰
ایجاد نفرت نسبت به گردشگران	۲/۶۶۶	۳۵۹	۰/۰۰۰
ایجاد تنش و تضاد بین ساکنان محلی و گردشگران	۲/۹۱۶	۳۵۹	۰/۰۰۰

از بین رفتن آرامش ساکنان محلی	۳/۶۶۶	۳۵۹	۰/۰۰۰
کاهش مهاجرت	۲/۹۸۳	۳۵۹	۰/۰۰۰
افزایش میزان جرم و جنایت	۳/۲۵۰	۳۵۹	۰/۰۰۰
شناخته شدن روستا در سطح منطقه	۳/۹۵۰	۳۵۹	۰/۰۰۰
افزایش احساس تعلق خاطر در بین روستاییان	۳/۱۵۰	۳۵۹	۰/۰۰۰
افزایش روحیه مشارکت	۲/۷۳۳	۳۵۹	۰/۰۰۰
تمایل به ماندگاری جمعیت در روستا	۳/۰۵۰	۳۵۹	۰/۰۰۰
بهبودی و ارتقا شرایط زیستی	۳/۶۸۳	۳۵۹	۰/۰۰۰
افزایش و بهبود روابط اجتماعی	۳/۴۰۰	۳۵۹	۰/۰۰۰
افزایش و بهبود نقش زنان	۳/۱۳۳	۳۵۹	۰/۰۰۰
کاهش مفاسد و انحرافات	۳/۵۱۶	۳۵۹	۰/۰۰۰
افزایش روحیه جمع گرایی به جای فردگرایی	۲/۹۵۰	۳۵۹	۰/۰۰۰

منبع: یافته های تحقیق

در مجموع مقدار محاسبه شده برای هر دو شاخص به ترتیب ۴۱/۴۶۵ و ۴۹/۳۱۸ می باشد، محاسبه هر دو این مقادیر در سطح معناداری ۰/۰۰۰ می باشد و درجه آزادی موجود نیز ۳۵۹ می باشد. بنابراین می توان پذیرفت که در هر دو بعد مذکور (البته از منظر افراد جامعه میزبان) گردشگران دارای تأثیراتی بر جامعه میزبان بوده اند. به طور کلی می توان چنین بیان کرد که در هر دو شاخص اجتماعی و فرهنگی محاسبه مقدار t در سطح معناداری صفر می باشد. این مقدار کمتر از مقدار آلفا در سطح خطای ۰/۰۰۱ است ($P = ۰/۰۰۰ < ۰/۰۰۱$)، یعنی افراد جامعه محلی بر تأثیر گردشگران نسبت به آثار اجتماعی و فرهنگی تأکید داشته اند (جدول ۶).

جدول ۶: آزمون t-test تک نمونه ای جهت معناداری ارتباط بین گسترش گردشگری و افزایش آثار منفی گردشگران

شاخص ها	مقدار t	درجه آزادی	معناداری
اجتماعی	۴۱/۴۶۵	۳۵۹	۰/۰۰۰
فرهنگی	۴۹/۳۱۸	۳۵۹	۰/۰۰۰

منبع: یافته های تحقیق

همچنین برای بررسی اثرات و تغییرات گردشگری فرهنگی در روستاهای مورد مطالعه به لحاظ فرهنگی و اجتماعی، از مدل اولویت بندی پرومتی استفاده شد. برای تعیین میزان اثرات اجتماعی و فرهنگی ناشی از توسعه گردشگری فرهنگی ابتدا ماتریس تصمیم گیری بر اساس داده های حاصل از تکمیل پرسشنامه ها تشکیل شد. در مرحله بعد برای تعیین وزن این معیارها از روش آنتروپی استفاده گردید. بدین منظور ابتدا پرسشنامه ای طراحی و

توسط ۳۲ نفر از خبرگان (متشکل از خبرگان دانشگاهی متخصص در زمینه گردشگری روستایی و خبرگان محلی شامل شوراهای دهیاران) تکمیل شد که وزن‌های مربوط به شاخص‌ها و ابعاد محاسبه شد (جدول ۷).

جدول ۷: وزن شاخص‌های اجتماعی - فرهنگی ارزیابی آثار توسعه گردشگری

تغییر آداب و رسوم	تغییر پوشش و آرایش جوانان	کمرنگ شدن فرهنگ معنوی	حفظ میراث فرهنگی	پایبندی به آداب و رسوم محلی	ارزش یافتن مادیات	کمرنگ شدن نقش خانواده	وزن
0.042	0.094	0.056	0.061	0.032	0.071	0.086	
کم ارزش شدن فرهنگ روستایی	احیای رسوم محلی	از بین رفتن انسجام و صمیمیت	تغییر الگوی زندگی	تنش زایی بین روستاییان و گردشگران	از بین رفتن آرامش ساکنان محلی	کاهش مهاجرت	
0.075	0.094	0.045	0.067	0.056	0.007	0.037	وزن
افزایش میزان جرم و جنایت	شناخته شدن روستا در سطح منطقه	افزایش احساس تعلق بین روستاییان	تمایل به ماندگاری در روستا	افزایش و بهبود روابط اجتماعی	افزایش و بهبود نقش زنان	کاهش مفاسد و انحرافات	
0.046	0.007	0.079	0.002	0.027	0.004	0.012	وزن

سپس در هر یک از ماتریس‌های تصمیم‌گیری، بر اساس تک تک معیارها مقایسه زوجی صورت گرفت. همان‌طور که گفته شد بر اساس تابع ترجیح نوع اول (عادی) این توابع تعیین گردید و آنگاه وزن‌های بدست آمده از تکنیک مقایسه زوجی در این توابع تأثیر داده شد و $\pi(a, b)$ ماتریس تصمیم‌گیری محاسبه گردید. آنگاه با محاسبه جریان‌های خروجی و ورودی یعنی $\varphi^+(a)$ و $\varphi^-(a)$ به محاسبه جریان خالص که همان $\varphi(a)$ است پرداخته و بر اساس رتبه‌بندی آن‌ها گزینه برتر انتخاب شد که در جدول ۸ نشان داده شده است.

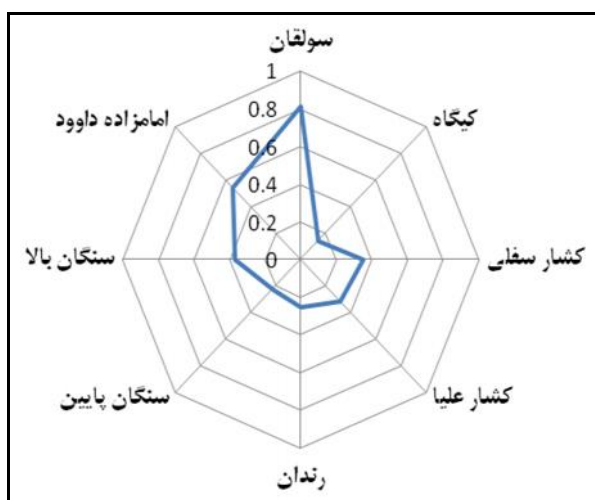
جدول ۸: رتبه‌بندی روستاها بر اساس فی کل محاسبه شده در رابطه با تغییرات اجتماعی - فرهنگی ناشی از توسعه

گردشگری فرهنگی

آلترناتیوها	سولقان	امامزاده داوود	سنگان بالا	سنگان پایین	رندان	کشار علیا	کشار سفلی	کیگاه
فی () کل	۰/۸۱	۰/۵۴	۰/۳۷	۰/۲۲	۰/۲۵	۰/۳۱	۰/۳۵	۰/۱۴
رتبه‌ها	۱	۲	۳	۷	۶	۵	۴	۸

بدین ترتیب نتایج نشان می‌دهد که به اثرات اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه روستاهای سولقان، امامزاده داوود و سنگان بالا به ترتیب با امتیاز نهایی فی () ۰/۸۱، ۰/۵۴ و ۰/۳۷ نسبت به سایر روستاهای منطقه بیشتر از آثار توسعه گردشگری متأثر بوده و در این روستاها بیشتر تغییرات اجتماعی - فرهنگی به لحاظ حضور گردشگران مشاهده می‌شود. این امر مرتبط با حجم مراجعات گردشگری به روستاهای منطقه می‌باشد، به عبارت دیگر در روستاهایی که بیشترین میزان مراجعات گردشگری وجود دارد، بالاترین میزان تغییرات

اجتماعی- فرهنگی نیز مشاهده شده و گردشگران در تغییر آداب و رسوم فرهنگی روستاها تأثیرگذار بوده‌اند (شکل ۳).



شکل ۳: مقایسه تغییرات اجتماعی- فرهنگی ناشی از توسعه گردشگری فرهنگی در روستاها

نتایج به دست آمده از آزمون t از نگاه مدیران و کارشناسان نشان می‌دهد که متغیر پوشاک محلی با مقدار ۱۰/۷۸۲ کمترین میزان تأثیر را بر ارتقای فرهنگ میزبانی گذاشته و در مقابل بیشترین تأثیرپذیری را داشته است. متغیر روابط اجتماعی با مقدار ۳۳/۶۴۴ بیشترین تأثیر را بر ارتقای فرهنگ میزبانی گذاشته است. محاسبه این مقادیر در سطح معناداری ۰/۰۰۰ نشان می‌دهد که با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان پذیرفت که راهبرد گردشگری فرهنگ محور بر ارتقای فرهنگ میزبانی از طریق عامل روابط اجتماعی بیشترین تأثیر را می‌گذارد. در بررسی بیشترین میزان تأثیر مشخص شده است که عامل روابط اجتماعی با فاصله میانگینی بسیار زیادی نسبت به دیگر متغیرها (به عنوان مثال فاصله میانگینی با عامل دوم یعنی آداب و رسوم سنتی با مقدار ۱۵/۸۹۷) در رتبه اول تأثیر قرار گرفته است (جدول ۹).

جدول ۹: آزمون t-test تک نمونه ای جهت معناداری تفاوت بین راهبرد گردشگری فرهنگ محور با ارتقای فرهنگ

میزبانی

متغیرها	مقدار t	درجه آزادی	معناداری
ارزش‌های فرهنگ سنتی و آداب و رسوم محلی	۱۳/۸۵۴	۲۵۹	۰/۰۰۰
لباس و پوشش محلی-بومی ساکنان روستای شما	۱۰/۷۸۲	۲۵۹	۰/۰۰۰
مراسم و آیین‌های ملی و مذهبی	۱۵/۸۹۷	۲۵۹	۰/۰۰۰
ارزش‌های دینی-مذهبی	۱۵	۲۵۹	۰/۰۰۰
زبان و گویش محلی	۱۴/۹۸۳	۲۵۹	۰/۰۰۰
بهبود روابط اجتماعی	۳۳/۶۴۴	۲۵۹	۰/۰۰۰

منبع: یافته های تحقیق

تحلیل رابطه بین گردشگری فرهنگ محور با وضع موجود فرهنگ منطقه نشان می‌دهد که راهبرد گردشگری فرهنگ محور در ارتقای وضع موجود فرهنگی منطقه تأثیرگذار بوده و این میزان تأثیر را از طریق معناداری ۰/۰۰۰ و میزان اطمینان ۹۹ درصد می‌توان پذیرفت. متغیر قیمت زمین و مسکن با مقدار t محاسبه شده ۲۶/۱۰۰ و در سطح معناداری ۰/۰۰۰ و سطح اطمینان ۹۹ درصد دارای بیشترین عامل بر بهبود وضع فرهنگ موجود منطقه است. عامل دومی که بیشترین تأثیر را دارد، متغیر افزایش درآمد مردم منطقه با مقدار ۲۱/۳۹۷ می‌باشد (جدول ۱۰).

جدول ۱۰: آزمون t-test تک نمونه ای جهت معناداری تفاوت بین راهبرد گردشگری فرهنگ محور با وضع موجود

فرهنگ منطقه

متغیرها	مقدار t	درجه آزادی	معناداری
میزان استفاده ساکنان روستا از گیرنده های ماهواره ای	۱۳/۴۶۴	۲۵۹	۰/۰۰۰
افزایش جمعیت روستا از طریق بازگشت مهاجرین	۱۷/۰۸۵	۲۵۹	۰/۰۰۰
تغییر کاربری زمین های کشاورزی به کاربری تجاری و یا مسکونی در روستا	۱۷/۷۶۴	۲۵۹	۰/۰۰۰
میزان اثرگذاری توسعه گردشگری بر تغییر الگوی مسکن روستا	۲۳/۸۵۸	۲۵۹	۰/۰۰۰
میزان اثرگذاری توسعه فعالیت های گردشگری بر میزان تولیدات فرآورده های کشاورزی روستا	۱۵/۶۵۲	۲۵۹	۰/۰۰۰
میزان اثرگذاری گردشگری بر افزایش قیمت زمین و مسکن	۲۶/۱۰۰	۲۵۹	۰/۰۰۰
میزان اثرگذاری توسعه فعالیت های گردشگری بر بهبود درآمد ساکنان روستا	۲۱/۳۹۷	۲۵۹	۰/۰۰۰
میزان اثرگذاری توسعه فعالیت های گردشگری بر افزایش ساخت و سازها	۲۰/۸۴۰	۲۵۹	۰/۰۰۰
میزان اثرگذاری گردشگری بر کاهش مهاجرت از روستا	۱۰/۵۹۶	۲۵۹	۰/۰۰۰
میزان اثرگذاری گردشگری بر اشتغالزایی و تنوع اشتغال روستا	۱۳/۸۷۷	۲۵۹	۰/۰۰۰
میزان اثرگذاری گردشگری بر تقویت ارتباطات روستا با نواحی هم جوار	۱۷/۹۲۰	۲۵۹	۰/۰۰۰
تأثیرات توسعه گردشگری بر بهبود رفاه ساکنان روستا	۱۲/۶۷۴	۲۵۹	۰/۰۰۰
اثرات توسعه گردشگری بر امنیت روستا	۱۰/۸۱۴	۲۵۹	۰/۰۰۰

منبع: یافته های تحقیق

نتیجه گیری

توسعه گردشگری به عنوان یکی از رویکردهای جدید در اقتصاد خدماتی است که در قرن اخیر بیشتر از گذشته مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به افزایش تعداد گردشگران و تنوع نیازهای آنها، گونه های مختلفی از گردشگری در ادبیات گردشگری شکل گرفته است که یکی از مهم ترین گونه های گردشگری، گردشگری روستایی می باشد که در دهه های اخیر به جهت غلبه زندگی صنعتی و شهر نشینی برای گذران اوقات فراغت و بازدید از

شیوه‌ها و آداب و رسوم بومی مورد استقبال قرار گرفته است. در هر فعالیت گردشگری، دو عنصر اساسی میهمان و میزبان وجود دارد که به مبادله اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌پردازند. از سوی دیگر جاذبه‌های موجود و مورد استفاده در گردشگری در دو دسته عینی و رفتاری قرار دارند، جاذبه‌های طبیعی و همچنین جاذبه‌هایی که موجودیت فیزیکی دارند در دسته جاذبه‌های عینی بوده و جاذبه‌هایی که با نوع کنش و نحوه برخورد و سطح فرهنگ مردم منطقه سروکار دارند، در دسته جاذبه‌های غیر ملموس و رفتاری و در واقع ذهنی قرار دارند. بر اساس ماهیت گردشگری، مبادلات رفتاری و تبادلات ذهنی متعددی شکل می‌گیرد که در بعد نرم افزاری گردشگری خلاصه می‌شود. مبادلات ذهنی عمدتاً در زمینه‌های اجتماعی- فرهنگی می‌باشد که بستگی به شرایط اجتماعی، پذیرش یا رد آن متفاوت می‌باشد. تبادل فرهنگی در زمانی که ناهمسانی و نابرابری بین جامعه میزبان و میهمان بیشتر باشد، افزایش پیدا می‌کند که از جمله آن می‌توان به تأثیرات فرهنگی گردشگران شهری در مناطق روستایی اشاره کرد. علاوه بر اینکه در همه گونه‌های گردشگری، می‌توان تبادلات فرهنگی را مشاهده کرد، بلکه نوع خاصی از گردشگری وجود دارد که ذات بنیادین آن فرهنگ و تبادلات فرهنگی است که از آن تحت عنوان گردشگری فرهنگ محور یاد می‌شود. این نوع گردشگری که عمدتاً با محوریت بازدید از آثار فرهنگی مانند میراث‌های تاریخی، هنری، معماری‌ها، اماکن مذهبی، موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، سبک و شیوه زندگی، آداب و رسوم بومی، صنایع دستی، بازی‌های بومی، موسیقی محلی، آئین‌های سنتی و ... انجام می‌گیرد که دارای ارزش فرهنگی می‌باشد. با توجه به غلبه زندگی صنعتی در شهرها، عمده ارزش‌های هنری سنتی و بومی امروزه در مناطق روستایی واقع هستند که به واسطه انزوای جغرافیایی کمتر تحت تأثیر پدیده جهانی شدن و شهری شدن و صنعتی‌گرایی قرار گرفته‌اند. بر این اساس در این مطالعه به مطالعه گردشگری فرهنگ محور در منطقه روستایی سولقان شهرستان تهران پرداخته شد. زیرا این منطقه به واسطه قرار گیری در منطقه کوهستانی البرز دارای اماکن تاریخی، مذهبی و فرهنگی خاصی می‌باشد که با وجود قرار گیری در فاصله بسیار نزدیک در کلان‌شهر تهران، اما همچنان بخش قابل توجهی از میراث فرهنگی روستایی را حفظ نموده است. برای این منظور ۸ نقطه روستایی از دهستان سولقان انتخاب گردید. روش تحقیق مطالعه از نوع توصیفی- تحلیلی بوده و جمع‌آوری اطلاعات از نوع میدانی و از طریق پرسشنامه محقق ساخته است. جامعه آماری مورد مطالعه ۳۶۰ نفر در دو گروه گردشگران و جامعه محلی بوده که از طریق فرمول کوکران به دست آمده است. تحلیل‌ها داده از طریق آزمون همبستگی، آزمون t تک نمونه‌ای و مدل چند معیاره پرومیتی انجام شد که نتایج به دست آمده نشان داد که، بین اثرات توسعه گردشگری با تغییرات اجتماعی- فرهنگی در روستاهای مورد مطالعه رابطه معنادار وجود دارد و بیشترین اثرات در زمینه تغییر در نحوه پوشش جوانان روستا و تغییر آداب و رسوم مردم محلی مشاهده می‌شود. همچنین نتایج نشان می‌دهد که بیشترین تغییرات در بعد فرهنگی با مقدار t محاسبه شده ۴۹/۳۱۸ می‌باشد. بر اساس نتایج به دست آمده از مدل پرومیتی بیشترین اثرات و تغییرات اجتماعی- فرهنگی رخ داده در روستاهای سولقان و امام زاده داوود و سنگان بالا می‌باشد. بنابراین می‌توان بیان کرد که توسعه گردشگری در روستاهای منطقه مورد مطالعه تأثیرات عمیقی بر تغییرات اجتماعی- فرهنگی دارد که برای کاهش سطح تغییرات می‌توان از طریق آموزش به گردشگران و جامعه

محلی در رابطه با اهمیت میراث تاریخی و فرهنگی، زمینه‌های حفظ ارزش‌های فرهنگی بومی را در مناطق روستایی دارای میراث و جاذبه‌های فرهنگی حفاظت کرد. انجام آموزش با هدف:

- مطلع ساختن گردشگران درباره جامعه محلی، رسوم، لباس، رفتار قابل قبول در اماکن مذهبی و غیره.
- آموزش گردشگرها در مورد سنت‌ها، عادات و خواسته‌های مردم از طریق اطلاعات و نوشته‌های منتشر شده و پوسترها و منابع شفاهی، به طوری که رفتار، گفتار و پوشش آن‌ها موجب جدایی و اثرات نامطلوب در جامعه محلی نگردد.

- آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در مورد ارزش‌های فرهنگی موجود در روستا و نحوه برخورد با گردشگران اقدام شود. بدین ترتیب، زمینه‌های احساس تعلق خاطر بیشتر به میراث فرهنگی در بین روستاییان به وجود آمده و همچنین از ایجاد تنش بین ساکنان محلی منطقه و گردشگران جلوگیری می‌گردد.

همچنین با تدوین سند ضوابط گردشگری فرهنگ محور در روستاهای با جاذبه‌های فرهنگی می‌توان از انتشار فرهنگ‌های غیر بومی پیشگیری نمود. در این سند می‌توان به مواردی زیر تاکید بیشتر کرد:

- نحوه ورود گردشگران به روستاهای دارای ارزش‌های فرهنگی
- نحوه ترویج فرهنگ بومی روستا برای گردشگران از طریق افزایش تولید اقلام غذایی محلی، صنایع دستی و...

منابع

- ۱- انصاری، سید حسن، (۱۳۸۷)، گردشگری فرهنگی و آثار آن، روزنامه ایران، شماره ۳۹۳۸ به تاریخ ۸۷/۳/۵، صفحه ۱۳.
- ۲- بونی فیس، پرسیلا، (۱۳۸۰)، مدیریت گردشگری فرهنگی، ترجمه محمود عبدالله زاده، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- ۳- پاپلی یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی، (۱۳۸۵)، گردشگری پایدار (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران.
- ۴- جهانیان، منوچهر و نادعلی پور، زهرا، (۱۳۸۸)، مدیریت گردشگری (تعاریف، ماهیت و اجزا)، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
- ۵- رضوانی، محمدرضا، (۱۳۸۷)، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۶- شالچیان، طاهره، (۱۳۸۳)، صنعت گردشگری و برنامه چهارم توسعه، ماهنامه تخصصی بازار، شماره ۳۲.
- ۷- علیقلی زاده فیروزجانی، ناصر، (۱۳۸۶)، اثرات گردشگری بر نواحی روستایی، رساله دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، استاد راهنما، دکتر علی بدری، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران.
- ۸- قدیری معصوم، مجتبی، پاکزی، معصومه، (۱۳۸۹)، گردشگری پایدار (روستایی و عشایری)، انتشارات دانشگاه تهران.

- ۹- قهرمانی، نسرین، (۱۳۸۶)، نقش گردشگری در توسعه روستایی، مطالعه موردی: دره کن - دهستان سولقان، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، استاد راهنما، مسعود مهدوی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران.
- ۱۰- محلاتی، صلاح الدین، (۱۳۸۱)، درآمدی بر جهانگردی فرهنگی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- ۱۱- مهدوی، مسعود، (۱۳۸۶)، جغرافیای روستایی ایران، انتشارات سمت، تهران.
- ۱۲- نجفی، ضیالالدین، (۱۳۹۰)، امامزاده های ایران: فهرست بخشی از امامزاده های آرمیده در کشور ایران همراه با معرفی آرامگاه پیامبران، انتشارات موسسه فرهنگی حفظ و نشر آثار اهل بیت، تهران.
- ۱۳- وای گی، چاک، (۱۳۸۵)، جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه علی پارسایان و سید محمد اعرابی، انتشارات مرکز پژوهش های فرهنگی، تهران.
- ۱۴- یعقوب زاده، رحیم، دولت آبادی، فیروز، (۱۳۸۸)، گردشگری فرهنگی و راهکارهای ارتقای آن در ایران، انتشارات دانشگاه آزاد، تهران.
- 15- Brian Archer, Chris Cooper, Lisa Ruhanen,(2005) , **The positive and negative impacts of tourism**, Global Tourism (Third Edition), 2005, Pages 79-102.
- 16- Buckley .R, (2004) , **Enviromental Impacts of Ecotourism**, Series No. 2, CABI International Publishing, Wallingford, UK.
- 17- Butler Richard; Hall, C. Michael & Jenkins Jhon(1980) , **Tourism and recreation in rural case study in Santa Marta**; Annals of tourism research; Vol 7,(1).
- 18- Lumesdon, Les & J. Stephan 2004, **Tourism & Transport**(Issues and Agenda for the New Millennium).
- 19- Margaret Deery , Leo Jago , Liz Fredline, (2011) , **Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda**, Tourism Management, vol. 33, PP.64-73.
- 20- Mathieson and Wall, (1982) , **Tourism; economic, physical and social impacts**, Longman, Routledge,London&New York: van no strand Reinhold; 1991.
- 21- Razaq Raj, Nigel D. Morpeth, (2007) , **Religious Tourism and Pilgrimage managemanet: an international perspective**, CABI international Publishing, Wallingford, UK.
- 22- Brans, J.P., Mareschal, B., Vincke, H., (1986) , **How to Select and How to Rank Projects: The PROMETHEE Method**, European Journal of Operational Research, Vol. 24, PP. 228-238.
- 23- Brans, J.P., and Mareschal, B, (1994) , **The Promcalc-gaia Decision Support System for Multicriteria Decision Aid**, Decision Support Systems, Vol. 12, No. 4/5, pp. 297-310.
- 24- Kalogeras, N., Baourakis, G., Zopounidis, C., and Dijk, G., (2004) , **Evaluate the Financial Performance of Agri-Food Firms: a “Multicriteria Decision-Aid Approach**, Journal of Food Engineering, Vol. 70. pp. 365–371.
- 25- Chou, T., Lin, W., Lin, C., Chou, W., and Haung, P., (2004) , **Application of the Promethee Technique to Determine Depression Outlet Location and Flow Direction in DEM**, Journal of Hydrology, Vol. 287, pp. 49–61.
- 26- Leeneer, I., and Pastijn, H., (2002) , **Selecting Land Mine Detection Strategies by Means of Outranking MCDM Techniques**, European Journal of Operational Research, Vol. 139, pp. 327–338.
- 27- Figueira, J., Smet, Y., and Brans, J.P., (2004) , **MCDM Methods for Sorting and Clustering Problems: Promethee Tri and Prpmethee Cluster**; www.vub.ac.be.
- 28- UNWTO, (2010) , **Tourism Highlights 2007 Edition**, Available in www.unwto.co

