

فصلنامه روستا و توسعه، سال ۲۱، شماره ۱، بهار ۱۳۹۷، صفحات ۷۱-۹۰

## تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر مؤلفه‌های فرهنگی ساکنان

### روستایی: مطالعه موردی شهرستان جیرفت

امین دهقانی و محسن عادل ساردویی\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۹/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۶/۱۲

#### چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر ویژگی‌های گوناگون فرهنگی ساکنان روستایی شهرستان جیرفت بود. برای تحلیل اطلاعات، از آماره تی و مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که اثرگذاری گردشگری روستایی بر شش مؤلفه سبک پوشاک، مصرف مواد غذایی، گسترش مصرف‌گرایی، ارتباطات خانوادگی، زبان و گویش بومی، و مشارکت و احساس امنیت در روستاهای هدف گردشگری شهرستان جیرفت در سطح اطمینان ۹۵ معنی‌دار است؛ با این همه، بیشترین اثر فرهنگی گردشگری بر دو مؤلفه گسترش مصرف‌گرایی و سبک پوشاک روستاییان بود. همچنین، نتایج نشان داد که سه روستای شاخص گردشگری در این شهرستان شامل ساردویی، دلفارد و دومار بیش از سایر روستاها در معرض تهدیدهای فرهنگی ناشی از گردشگری روستایی قرار دارند. بنابراین، توسعه گردشگری نه تنها به تداوم فرهنگ محلی در روستاهای شهرستان جیرفت کمک نکرده، بلکه آن را با تهدیداتی نیز مواجه ساخته است.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری، گردشگری روستایی، فرهنگ، توسعه روستایی، جیرفت (شهرستان).

\* به ترتیب، نویسنده مسئول و استادیار دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه جیرفت (amindehghani96@yahoo.com)؛ و عضو هیئت علمی دانشکده کشاورزی دانشگاه جیرفت.

## مقدمه

توسعه گردشگری، به مثابه یک پدیده فرهنگی، موجب می‌شود که فرصت کافی برای تبادل فرهنگی بین گردشگران و جامعه میزبان پدید آید؛ بر این مبنای آنها می‌توانند یکدیگر را بهتر درک کرده، به فرهنگ هم بیشتر احترام بگذارند (۱۱). فرهنگ، از یک سو، عاملی برای ایجاد میل یا نیاز به سیر و سیاحت است و از سوی دیگر، در تعیین رفتارها، نگرش‌ها و روش‌های زندگی مردم نقش اساسی ایفا می‌کند؛ از این رو، بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که گردشگری پیش از آنکه یک صنعت و فعالیت اقتصادی باشد، پدیده‌ای فرهنگی بوده و در ایجاد تغییرات فرهنگی بسیار مؤثر است (۱۲). مقصود از اثرات فرهنگی، تغییراتی است که در هنر، آداب و رسوم، معماری مسکن و رفتار جامعه میزبان رخ می‌دهد، تغییراتی بلند مدت که به پیامدهای مثبت و منفی بسیاری در جوامع روستایی می‌انجامد. رشد و گسترش صنعت گردشگری در مواردی به جدایی‌گزینی و کاهش اثرات اجتماعی- فرهنگی در کل جامعه میزبان منجر می‌شود. با این همه، نمی‌توان بخشی خاص از فرهنگ جامعه را که به محافظت و نگهداری نیاز دارد و مؤلفه‌های هویت مکان، یکپارچگی، ارزش‌ها، اعتقادات، تجارب زندگی روزمره و آزادی مردم بومی روح آن محسوب می‌شوند، به دیگران عرضه کرد (۱۸).

مقصود از گردشگری فرهنگی آن بخش از صنعت (فعالیت) گردشگری است که به جذابیت‌های فرهنگی خاص توجه می‌کند. از این منظر، گردشگری فرهنگی آن نوع از گردشگری را شامل می‌شود که افراد صرفاً برای بازدید از صنایع دستی، موسیقی و رقص‌های محلی و آشنایی با لباس‌های سنتی و محلی هر جامعه به سفر می‌پردازند (۴). بر اساس این تعریف، گردشگری فرهنگی دربرگیرنده هرگونه بازدیدی از جاذبه‌های فرهنگی شامل موزه‌ها، مقبره‌های تاریخی، کارکردهای فرهنگی و سایر جلوه‌های فرهنگی است. گردشگری روستایی می‌تواند در ابعاد مثبت و منفی بر جامعه میزبان تأثیرگذار باشد. سازمان فرهنگی و آموزش ملل متحد (یونسکو)، بر اساس تحقیقاتی در زمینه گردشگری، در سمینار پاریس (سال ۱۹۹۶)، اعلام کرد که مسئله

اساسی قرن بیست و یکم برای پدیده گردشگری «فرهنگ» است و گردشگر بدون فرهنگ وجود نخواهد داشت (۶). تفاوت‌های فرهنگی میان ساکنان و گردشگران می‌تواند زمینه‌ساز بروز تغییرات فرهنگی در جامعه مقصد شود. این تغییرات مرتبط با نظام‌های ارزشی، باورهای مذهبی، سنت‌ها، سبک‌های زندگی، رسوم، شیوه‌های رفتاری، سبک‌های پوشش، ادراک، نگرش‌ها و سایر ویژگی‌هاست (۱۹). بر این اساس، پرداختن به تغییرات فرهنگی ضرورتی انکارناپذیر است، چرا که عدم توجه بدان سبب بروز مسائل و آسیب‌های بسیاری در سطوح خرد و کلان و فردی و اجتماعی خواهد شد.

در این ارتباط، تولایی و شاهدی (۱۰) به ارزیابی آثار جمعیت‌شناختی و فرهنگی گردشگری در سرعین اردبیل پرداخته و بیان کرده‌اند که توسعه گردشگری در این منطقه به رنگ‌باختگی برخی ویژگی‌های فرهنگ بومی در حوزه زبان بومی، پوشش، آداب و رسوم سنتی و به‌موازات آن، به ارتقای نحوه آداب و اصول معاشرت، بالا رفتن سطح آگاهی‌های اجتماعی و افزایش روحیه احترام به دیگران منجر شده است. ضرابی و اسلامی (۱۳)، ضمن سنجش تأثیرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری در شهرستان مشکین‌شهر، نتیجه گرفته‌اند که توسعه گردشگری در این شهرستان آثاری نامطلوب را در زمینه محیط زیست و توسعه اقتصادی و اجتماعی در پی داشته است. کروی (۳)، در پژوهشی با عنوان «بررسی نقش فولکلور (فرهنگ عامه) در توسعه گردشگری ایران»، اثرگذارترین منابع برای جذب گردشگران را برخورد فرهنگی مناسب و تکیه بر مناسبات فرهنگی خاص به‌ویژه فرهنگ عامه می‌داند. ساعی و نائیجی (۹) به تحلیل جامعه‌شناختی جذب گردشگران فرهنگی در ایران پرداختند؛ نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که ایران، با داشتن چشم‌اندازهای تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی فراوان، نتوانسته است زمینه جذب گردشگران فرهنگی را فراهم کند. رضایی و همکاران (۷)، با ارزیابی اثرات منفی توسعه گردشگری در روستای ابیانه، این اثرات را در چهار بعد اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی- بوم‌شناختی، کالبدی- بهداشتی، و زیست‌محیطی دانسته‌اند؛ تغییرات منفی در فعالیت‌های سنتی و هنری روستاییان به منظور متناسب‌سازی آنها برای گردشگران، کاهش تدریجی استفاده

از گویش محلی، تأثیر رفتار و شیوه زندگی گردشگران بر رفتار و شیوه زندگی روستاییان، افزایش تمایل روستاییان به استفاده از کالاهای تجملاتی و تزئینی، و افزایش تضادها و اختلافات محلی بین افراد بومی از جمله اثرات منفی اجتماعی- فرهنگی ارزیابی شده‌اند. نتایج پژوهش سوفیلد و همکاران (۲۰) با عنوان «گردشگری پایدار» نشان داد که عملکرد گردشگری فرهنگی سبب افزایش مشارکت، بالا رفتن تجربه افراد در مواجهه با دیگران و افزایش اعتماد به دیگران می‌شود و گردشگری فرهنگی می‌تواند تأثیرات اجتماعی شامل ترویج ساده‌زیستی، افزایش مشارکت‌های مردم و افزایش تعامل و کنش‌های صمیمی را در پی داشته باشد. نتایج پژوهش سساپو (۱۷) با عنوان «بررسی نقش و اهمیت گردشگری فرهنگی در صنعت گردشگری امروزی» نشان داد که در آینده نزدیک، گردشگری فرهنگی پرمخاطب‌ترین نوع گردشگری در جهان خواهد شد و با کمک مؤلفه‌های فرهنگی، جذابیت بیشتری برای گردشگران خواهد داشت.

مروری کلی بر مطالعات پیشین پژوهشگران نشان می‌دهد که گردشگری، با توجه به اثرات چشمگیر آن بر جوامع میزبان، می‌تواند در تضعیف و یا تقویت بنیان‌های فرهنگی جوامع نیز اثرات مثبت و منفی متعدد را به همراه داشته باشد. این اثرات متناسب با شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و ... جوامع میزبان متفاوت خواهد بود. توسعه گردشگری در روستاهای گردشگرپذیر شهرستان جیرفت، گذشته از سابقه نسبتاً طولانی آن، از شدت و ازدحام بسیار بالا به‌ویژه در برخی فصول برخوردار است، که بسیار بیش از ظرفیت و توان محیطی این روستاهاست. از این رهگذر، سالانه شمار بسیار زیادی از گردشگران از مناطق و فرهنگ‌های گوناگون و گاه بسیار متفاوت با فرهنگ محلی ساکنان روستا، در رویارویی و تعامل نزدیک با مردم محلی قرار می‌گیرند و علاوه بر اثرات مثبت یا منفی خود در ابعاد محیطی و اقتصادی برای این جامعه، به لحاظ فرهنگی نیز باعث بروز تأثیرات و تغییرات قابل توجه و متعدد می‌شوند. بر این اساس، پژوهش حاضر با رویکرد پیمایشی و با هدف ارزیابی و تحلیل تأثیرات فرهنگی توسعه گردشگری در این روستاها بر اساس دیدگاه مردم محلی صورت گرفته است.

## مبانی نظری

فرهنگ از راه‌های گوناگون می‌تواند بر جذب گردشگر تأثیر بگذارد؛ عناصر فرهنگی می‌توانند هم مانع و سد جذب گردشگر قلمداد شوند و هم نقش پیش‌رونده و مثبت در زمینه گردشگری ایفا کنند و بستری مناسب برای پیشرفت و ترقی جذب گردشگران شوند. فرهنگ از اصلی‌ترین و مهم‌ترین انگیزه‌های سفر مردم بوده و گردشگری در هر شکل موجد تأثیر فرهنگی بر بازدیدکننده و میزبان است (۲). ارتباط میان صنعت گردشگری و جامعه میزبان و فرهنگ آن ارتباطی دیالکتیک و دوسویه است و نباید در قالب دو مفهوم مجزا و مستقل نگریسته شوند. چارلسن و جعفری (۱۶)، دوسویه بودن این رابطه را در قالب دو اصطلاح «فرهنگی شدن صنعت گردشگری» و «گردشگری شدن جامعه میزبان» تعبیر کرده‌اند. زمانی که یک جامعه روستایی اقدام به کالایی کردن ابعادی از فرهنگ محلی خود برای توسعه گردشگری می‌کند و در این مسیر پیش می‌رود، وجه کاربردی فرهنگ محلی یا همان اصالت‌های فرهنگی ساختارهای اجتماعی تحت تأثیر و بلکه تحت تسلط وجه مبادله‌ای فرهنگ قرار خواهد گرفت (۱۸). وقتی فرهنگ خودش جاذبه شود، نگرانی‌هایی در زمینه اصالت‌های آن در گشودگی به روی گردشگران پدید می‌آید. با کالایی کردن و ارائه فرهنگ‌های بومی از طریق نمایش‌های فرهنگی و سوغات به گردشگران، در طول زمان و برای هم‌خوانی بیشتر با ذائقه‌های مخاطبان، ممکن است تغییر و تبدیل‌هایی در اصالت‌های آن پدید آید (۱). بنابراین، تشریح اصطلاح «گردشگری فرهنگی» با سه مفهوم هویت سرزمینی، فضای مذهبی و خودگردشگری فرهنگی همراه است. به تعبیری، آنچه از مفهوم گردشگری فرهنگی - مذهبی روستایی برمی‌آید، حکایت از ماهیت التقاطی گردشگری، مذهب، زیارت، فرهنگ و رسوم دارد که اهمیت و اعتبار آنها در گرو روابط پیچیده و در حال تغییر میان گردشگران و مکان‌های مورد بازدید در طول زمان است (۱۴).

امروزه، مناطق روستایی از مکان‌های اصلی قرارگیری و ادامه حیات جاذبه‌های فرهنگی بومی، سنتی، تاریخی و مذهبی است و از این‌رو، با توجه به در اختیار داشتن میراث و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، هدف اصلی گردشگران در دهه‌های اخیر برای

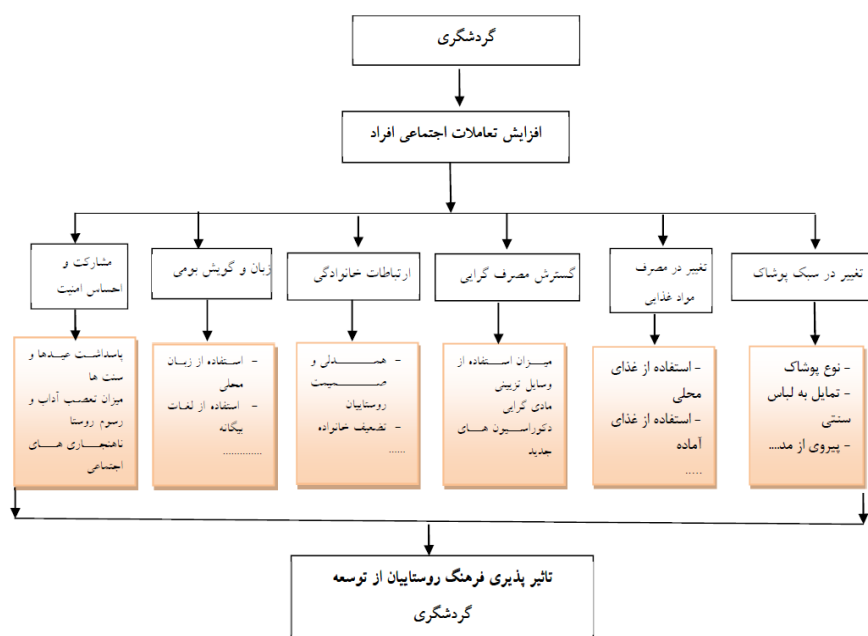
تفریح و تمدد اعصاب، فرار از زندگی صنعتی و لذت از جاذبه‌های فرهنگ بومی و سنتی است. فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های روستایی دربردارنده آثار مثبت و منفی برای محیط زیست و اقتصاد و فرهنگ ساکنان روستاست. برای بسیاری از گردشگران، خواست و نیت اصلی سفر عبارت است از تجربه کردن فرهنگ محلی، زبان، سنت‌ها، آداب و رسوم، سبک زندگی و محیط طبیعی، که با عناوین مختلف چون گردشگری فرهنگی، گردشگری میراث فرهنگی، گردشگری بومی، گردشگری روستایی و بوم‌گردی‌های جامعه‌محور با انگیزه کاملاً متفاوت کسب درآمد و سود صورت می‌گیرد. این همان فرایندی است که از آن با عنوان رسا و معنی‌دار «کالایی شدن» و به‌طور خاص، «کالایی شدن فرهنگ» نام برده می‌شود. بر این اساس، می‌توان گفت که، مقصود از گردشگری فرهنگی، بحث درباره آن بخش از صنعت گردشگری است که به جاذبه‌های فرهنگی توجه خاص داشته و عمدتاً به مقصد مکان‌هایی با جاذبه‌های فرهنگی و به قصد کسب اطلاعات و تجارب برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می‌شود (۱۵).

### اثرات فرهنگی گردشگری

اثرات فرهنگی گردشگری تغییراتی است که در هنر، عادات، رسوم و معماری مردم ساکن جامعه میزبان رخ می‌دهد. به هر حال، تجارب گوناگون نشان داده که گردشگری بر فرهنگ و جامعه میزبان گردشگر تأثیر می‌گذارد. امروزه، در بسیاری از کشورهای آسیایی، افریقایی، آمریکای لاتین یا خاورمیانه، صنعت گردشگری به فنون و تولید اقلام بسیار زیادی از کالاها و صنایع دستی رونقی دوباره بخشیده است (۵).

به‌طور کلی، گردشگری فرهنگی در هر منطقه می‌تواند دارای آثار مثبت و منفی باشد. از جمله تأثیرات مثبت گردشگری در مناطق روستایی در ابعاد فرهنگی، حفظ و گسترش ارتباطات فرهنگی است؛ چنانچه فرهنگ یک جامعه فرهنگ غالب باشد و مردم محلی به ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و سنن و آداب و رسوم خود احترام بگذارند، آنگاه ارتباطات و تبادلات فرهنگی جنبه مثبت می‌یابند و فرهنگ جوامع مهمان و میزبان به دلیل تلاقی فرهنگ‌ها جنبه‌های مثبت آن را تقویت می‌کند و سعی در

جایگزینی جنبه‌های منفی با مثبت دارد. مسئله تهاجم فرهنگی، استحاله فرهنگی و تخریب آثار فرهنگی به دلیل استفاده بیش از حد و خرابکاری‌های گردشگران کم‌اطلاع از جمله مضرات گردشگری فرهنگی است. ولی مضرات احتمالی نباید مانع توسعه گردشگری فرهنگی شود. آموزش و کنترل و نظارت و محافظت هم برای جامعه میزبان و هم برای جامعه میهمان می‌تواند گردشگری فرهنگی را پایدار سازد (۸).



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

## روش تحقیق

شهرستان جیرفت، بر اساس آخرین تقسیمات کشوری، دارای ۵۱۴ نقطه روستایی با جمعیتی برابر با ۲۶۵ هزار نفر است که از آن میان، ۵۸ درصد در نقاط شهری و ۴۲ درصد دیگر در نقاط روستایی سکونت دارند. در میان روستاهای شهرستان جیرفت، دوازده روستا به عنوان مهم‌ترین روستاهای هدف گردشگری شناسایی و معرفی شده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱- تعداد جمعیت و خانوار روستاهای هدف گردشگری در شهرستان جیرفت

نام منطقه	تعداد جمعیت	تعداد خانوار	حجم نمونه
ساردوئیه (درب بهشت)	۹۵۲۹	۲۱۵۴	۱۴۱
ده والی	۱۴۲	۳۲	۴
رمون	۴۰۰۰	۴۵۰	۵۸
دلفارد	۴۳۸۵	۵۲۳	۶۵
اسلام‌آباد	۲۰۱	۶۰	۵
باغ علی شیر	۳۳۰	۸۶	۶
گراغان	۳۷۲	۱۰۳	۷
رضوان	۵۴۵	۱۵۶	۸
محمدآباد	۹۶	۲۸	۲
دومار	۱۲۸	۴۰	۳
دولت‌آباد	۵۵۰۰	۲۱۰۰	۷۹
سرگز	۴۲۹	۱۲۶	۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

پژوهش حاضر، از لحاظ هدف، کاربردی از نوع توسعه‌ای و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی از نوع پیمایشی و به لحاظ زمانی نیز تک‌مقطعی بوده که در بازه زمانی یک‌ساله (از فروردین ۱۳۹۴ تا اواسط فروردین ۱۳۹۵) انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش را کلیه ساکنان روستایی دوازده روستای هدف گردشگری شهرستان جیرفت تشکیل می‌دادند که در بازه سنی پانزده تا ۶۵ سال قرار داشتند و تعداد آنها ۱۸۳۶۵ نفر بود که از آن میان، با توجه به محدودیت‌های مالی و زمانی و عدم امکان سرشماری و کسب نظرات همه ساکنان محدوده مطالعاتی، با استفاده از رابطه کوکران، شمار ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه آماری برآورد شدند. در ادامه، متناسب با جمعیت ساکن در هر روستا، تعدادی پرسشنامه به روستاهای هدف اختصاص پیدا کرد و در نهایت، با روش کاملاً تصادفی، پرسشنامه‌ها در میان روستاییان توزیع و تکمیل شد. شایان



یادآوری است که در پژوهش حاضر، گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای (فیش برداری از کتاب‌ها، مقالات و منابع اینترنتی) و میدانی انجام شده است. از آنجا که پژوهش حاضر با هدف تأثیر گردشگری بر تغییرات فرهنگی در مناطق روستایی صورت گرفته و روش گردآوری داده‌ها نیز عمدتاً پیمایشی بود، تأکید بر استفاده از معیارها و شاخص‌هایی بوده است که با استفاده از پرسشنامه و در قالب طیف‌های همسان و قیاس‌پذیر قابل دستیابی باشند. در نهایت، پس از مطالعه و ارزیابی شاخص‌های معرفی شده در منابع و مآخذ مختلف، تعداد ۳۸ شاخص در قالب بخش‌های مختلف (جدول ۲) به عنوان جمع‌بندی نهایی محور کار قرار گرفتند. همچنین، برای بررسی روایی و پایایی پرسشنامه یادشده، از روش‌های متداول علمی استفاده شده است. بدین منظور، برای بررسی روایی پرسشنامه، از نظرات کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری استفاده شد و پس از انجام اصلاحات لازم، روایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت؛ همچنین، برای بررسی پایایی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد، بدین صورت که با انجام پیش‌آزمون و تکمیل سی پرسشنامه در یکی از روستاهای محدوده مورد مطالعه، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای بخش‌های مختلف پرسشنامه بیشتر از ۰/۷ و نشانگر قابل اطمینان بودن ابزار مورد استفاده برای انجام مراحل بعدی پژوهش بود. در ادامه، اطلاعات شاخص‌های مورد نظر در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (بسیار ضعیف، ضعیف، متوسط، زیاد، بسیار زیاد) جمع‌آوری شد. پس از آن، با همسو و یکسان‌سازی، شاخص‌های مثبت و منفی کدگذاری و وارد نرم‌افزار شد. برای تحلیل اطلاعات، از آماره‌های متناسب با اهداف پژوهش در نرم‌افزار SPSS و مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس استفاده شد. شایان یادآوری است که برای وزندهی به مؤلفه‌های اصلی پژوهش در مدل تاپسیس، از نظرات چند تن از کارشناسان و متخصصان امور گردشگری استفاده شده است.

## جدول ۲- مؤلفه‌ها و گویه‌های تغییرات فرهنگی

مؤلفه‌ها	گویه‌ها (متغیرها)	مآخذ
سبک پوشاک	میزان استفاده از پوشاک رایج، نوع پوشاک، پیروی از مد، میزان تمایل فرزندان به پوشیدن لباس سنتی و محلی	(۱۹)، (۱۰)
مصرف مواد غذایی	استفاده از غذای محلی، استفاده از غذای آماده، روش مصرف غذا، راه‌های تهیه مواد لازم برای طبخ غذا، میزان تغییر در الگوی مصرف مواد غذایی	(۷)
گسترش مصرف‌گرایی	نوع وسایل مورد استفاده، میزان استفاده از وسایل تزئینی، میزان مصرف وسایل، مادی‌گرایی، دکوراسیون‌های جدید	(۱۳)، (۷)
ارتباطات خانوادگی	احترام به پدر و مادر از سوی افراد خانواده، احترام به بزرگ‌ترهای روستا، زمان‌های دیدن یکدیگر توسط افراد خانواده، همدلی و همدردی افراد خانواده با یکدیگر، تضعیف خانواده	(۷)
زبان و گویش بومی	میزان استفاده از لهجه و زبان محلی، استفاده از لغات بیگانه، موسیقی‌های خارجی، اکراه مردم بومی از صحبت با گویش محلی	(۳)، (۴)، (۷)
مشارکت و احساس امنیت	پاسداشت عیدها و سنت‌ها، توجه به میراث فرهنگی، افتخار به روستایی بودن، ماندگاری در روستا، میزان تعصب به فرهنگ و آداب و رسوم روستا، سبک برگزاری ازدواج، مشارکت و حس همکاری در بین اهالی روستا (فیزیکی، فکری، کار گروهی)، افزایش جرم، کاهش آرامش، ناهنجاری‌های اجتماعی	(۲۰)

مآخذ: یافته‌های تحقیق

## نتایج و بحث

بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری نشان می‌دهد که از مجموع روستاییان مورد مطالعه، ۹۴/۷ درصد مرد و ۵/۳ درصد را زنان تشکیل می‌دهند؛ از نظر سطح تحصیلات، بیشترین شمار افراد از تحصیلات ابتدایی برخوردارند (۴۶/۴) و از لحاظ وضعیت شغلی نیز عمده افراد در بخش خدمات فعالیت دارند.

## بررسی اثرات فرهنگی گردشگری بر ساکنان روستاها

برای بررسی اثرات گردشگری بر ساکنان روستاهای هدف گردشگری در شهرستان جیرفت، ابتدا وضعیت هر کدام از شاخص‌ها و زیرشاخص‌ها (شاخص‌های سبک پوشاک، مصرف مواد غذایی، گسترش مصرف‌گرایی، ارتباطات خانوادگی، زبان و گویش بومی، و مشارکت و احساس امنیت) مورد بررسی قرار گرفت.

### سبک پوشاک

پس از همسو سازی و کد گذاری داده های مربوط به مؤلفه های سبک پوشاک از آن‌ها آزمون به عمل آمده است. همانطوری که نتایج نشان می‌دهد (جدول ۳) میانگین محاسبه شده برای هر یک از متغیرهای شاخص سبک پوشاک به صورت معناداری بالاتر از میانگین فرضی (عدد ۳ به عنوان عدد مبنا) بوده است. بنابراین می‌توان چنین عنوان کرد که گردشگری در میزان استفاده از پوشاک رایج، پیروی از مد، نوع پوشاک و پوشیدن لباس سنتی و محلی در میان روستاییان محدوده مطالعاتی تأثیرگذار بوده است. به عنوان مثال توسعه گردشگری تغییراتی را در پوشاک ساکنان محلی، مخصوصاً جوانان روستا کرده و افراد تمایلی به استفاده از پوشاک محلی ندارند و سعی می‌کنند از لباس‌های مد روز استفاده کنند.

جدول ۳- آزمون t تک‌نمونه‌ای برای سنجش سبک پوشاک

آزمون t تک‌نمونه‌ای (میانگین مبنا= ۳)					متغیرها
میانگین	انحراف استاندارد	مقدار t	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	
۳/۶۳	۰/۹۹۸	۴/۶۶۴	۰/۰۰۰	۰/۶۳	میزان استفاده از پوشاک رایج
۳/۱۲	۱/۲۲۹	۰/۲۸۵	۰/۰۰۷	۰/۰۱۲	پیروی از مد
۳/۳۹	۰/۸۳۶	۹/۶۴۷	۰/۰۰۰	۰/۳۹	نوع پوشاک
۳/۴۴	۰/۸۴۳	۸/۳۷۱	۰/۰۰۰	۰/۴۴	پوشیدن لباس سنتی و محلی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

### مصرف مواد غذایی

بررسی وضعیت مصرف مواد غذایی از دیگر مؤلفه‌های تغییر فرهنگی بر اثر گردشگری روستایی است. نتایج نشان می‌دهد که اثرات ورود گردشگران بر متغیرهای مصرف مواد غذایی (استفاده از غذای محلی، استفاده از غذای آماده، میزان تغییر در الگوی مصرف مواد غذایی و راه‌های تهیه مواد لازم برای طبخ غذا) به لحاظ آماری معنی‌دار بوده است، بدین مفهوم که گردشگری، متغیرهای مربوط به شاخص الگوی مصرف مواد غذایی در روستاهای شهرستان جیرفت را تغییر داده و گرایش روستاییان به استفاده از غذاهای آماده چشمگیر بوده و در الگوی مصرف مواد غذایی روستاییان تغییراتی قابل توجه پدید آمده است (جدول ۴).

## جدول ۴- آزمون t تک‌نمونه‌ای برای سنجش مصرف مواد غذایی

آزمون t تک‌نمونه‌ای (میانگین مبنا = ۳)					متغیرها
اختلاف میانگین	سطح معنی‌داری	مقدار t	انحراف استاندارد	میانگین	
۰/۵۰۸	۰/۰۰۰	۹/۱۹۰	۰/۹۸۱	۳/۴۰	استفاده از غذای محلی
۱/۲۷۶	۰/۰۰۰	۱۰/۶۵۵	۰/۷۴۶	۳/۷۲	استفاده از غذای آماده
۰/۲۲۳	۰/۰۰۰	۵/۴۲۴	۰/۹۷۰	۳/۶۷	میزان تغییر در الگوی مصرف مواد غذایی
۰/۰۱۲	۰/۰۰۷	۰/۲۸۵	۱/۲۲۹	۳/۱۹	راه‌های تهیه مواد لازم برای طبخ غذا

مأخذ: یافته‌های تحقیق

## گسترش مصرف‌گرایی

نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای در خصوص شاخص‌های مصرف‌گرایی روستاهای مورد مطالعه نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری تمامی شاخص‌های مورد بررسی کمتر از ۰/۰۵ است، بدین مفهوم که گردشگری بر کلیه متغیرهای مورد بررسی در شاخص گسترش مصرف‌گرایی مؤثر بوده است. با توجه به میانگین محاسبه‌شده برای کلیه متغیرها، می‌توان گفت که گردشگری بر میزان استفاده از وسایل تزیینی، میزان مصرف وسایل غیرضروری، مادی‌گرایی، دکوراسیون‌های جدید و تنوع فزاینده وسایل مورد استفاده اثر داشته و به‌نوعی روستاییان را به سمت مصرف‌گرایی سوق داده است (جدول ۵).

## جدول ۵- آزمون t تک‌نمونه‌ای برای سنجش گسترش مصرف‌گرایی

آزمون t تک‌نمونه‌ای (میانگین مبنا = ۳)					متغیرها
اختلاف میانگین	سطح معنی‌داری	مقدار t	انحراف استاندارد	میانگین	
۰/۴۹۵	۰/۰۰۰	۱۰/۱۸۷	۱/۰۵۷	۳/۶۵	میزان استفاده از وسایل تزیینی
۰/۳۰۱	۰/۰۰۰	۶/۳۲۵	۰/۹۴۶	۳/۳۵	میزان مصرف وسایل غیرضروری
۰/۳۷۳	۰/۰۰۰	۸/۱۶۸	۱/۰۵۷	۳/۵۸	مادی‌گرایی
۰/۴۶۸	۰/۰۰۰	۹/۸۶۵	۰/۷۷۶	۳/۳۹	دکوراسیون‌های جدید
۰/۳۱۰	۰/۰۰۰	۶/۱۱۷	۱/۱۷۱	۳/۶۴	تنوع فزاینده وسایل مورد استفاده

مأخذ: یافته‌های تحقیق

## ارتباطات خانوادگی

نتایج بررسی وضعیت شاخص ارتباطات خانوادگی در روستاهای هدف گردشگری در شهرستان جیرفت نشان می‌دهد که اثر گردشگری بر چهار متغیر مورد بررسی به لحاظ آماری معنی‌دار بوده است. دقت در میانگین محاسبه شده برای هر کدام از چهار متغیر مربوط به شاخص ارتباطات خانوادگی نشان می‌دهد که این میانگین کمتر از میانگین مناسب است. در تفسیر نتایج به دست آمده، می‌توان گفت که متغیرهای همدلی و همدردی افراد خانواده با یکدیگر، احترام به بزرگ‌ترهای روستا، احترام به پدر و مادر و تضعیف خانواده در وضع مطلوبی قرار دارند؛ از این رو، ساکنان روستا بر این باورند که توسعه گردشگری در تضعیف ارتباطات خانوادگی آنها تغییری ایجاد نکرده است (جدول ۶).

جدول ۶- آزمون t تک‌نمونه‌ای برای سنجش ارتباطات خانوادگی

آزمون t تک‌نمونه‌ای (میانگین مبنا = ۳)					
متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	مقدار t	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین
عدم همدلی و همدردی افراد خانواده با یکدیگر	۱/۵۳	۱/۱۱۱	-۴/۶۹۹	۰/۰۰۰	-۰/۳۷۰
عدم احترام به بزرگ‌ترهای روستا	۲/۱۲	۱/۱۴۵	-۱/۲۵۵	۰/۰۰۰	-۰/۰۷۳
عدم احترام به پدر و مادر	۱/۶۵	۱/۱۲۳	-۴/۰۰۳	۰/۰۰۰	-۰/۲۴۳
تضعیف خانواده	۲/۳۴	۱/۲۳۱	-۴/۱۳۳	۰/۰۰۰	-۰/۳۴۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق

## زبان و گویش بومی

نتایج بررسی اثرات گردشگری بر وضعیت شاخص زبان و گویش بومی در روستاهای هدف گردشگری در شهرستان جیرفت نشان می‌دهد که اثر گردشگری بر متغیرهای مورد بررسی به لحاظ آماری معنی‌دار بوده است. دقت در نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که متغیر میزان استفاده از لهجه و زبان محلی با میانگین ۲/۵۱، کمترین

اثرپذیری و متغیر اکراه مردم بومی از صحبت با گویش محلی با میانگین ۳/۷۵ بیشترین اثرپذیری را از گردشگری روستایی داشته است. در مجموع، می‌توان گفت که با توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه، از اهمیت گویش محلی کاسته شده است و روستاییان با گرایش به استفاده از لغات بیگانه و موسیقی‌های غیربومی و خارجی، به یادگیری و استفاده از زبان و گویش بومی منطقه تمایلی ندارند (جدول ۷).

جدول ۷- آزمون t تک‌نمونه‌ای برای سنجش زبان و گویش بومی

آزمون t تک‌نمونه‌ای (میانگین مبنا=۳)					متغیرها
اختلاف میانگین	سطح معنی‌داری	مقدار t	انحراف استاندارد	میانگین	
-۰/۴۸۹	۰/۰۰۰	-۹/۸۴۲	۱/۲۵۷	۲/۵۱	میزان استفاده از لهجه و زبان محلی
۰/۳۸۲	۰/۰۰۰	۷/۶۸۷	۰/۸۴۶	۳/۳۸	استفاده از لغات بیگانه
۰/۵۸۵	۰/۰۰۰	۱۰/۳۰۸	۱/۰۴۳	۳/۵۹	موسیقی‌های خارجی
۰/۷۵۲	۰/۰۰۰	۱۳/۱۵۳	۰/۸۷۶	۳/۷۵	اکراه مردم بومی از صحبت با گویش محلی

مأخذ: یافته‌های تحقیق

### مشارکت و احساس امنیت

نتایج بررسی اثرات گردشگری بر متغیرهای شاخص مشارکت و احساس امنیت در روستاهای هدف گردشگری در شهرستان جیرفت نشان می‌دهد که اثر گردشگری بر کلیه متغیرها به لحاظ آماری و در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار بوده است. دقت در میزان اثرات گردشگری بر متغیرهای مورد بررسی نشان می‌دهد که بیشترین اثر گردشگری بر دو متغیر کاهش افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی و کاهش آرامش به ترتیب با میانگین ۳/۷۲ و ۳/۵۳ بوده و گردشگری روستایی بر دو متغیر میزان مشارکت فیزیکی در امور روستا و توجه به میراث فرهنگی روستا به ترتیب با میانگین ۱/۷۲ و ۲/۱۵ کمترین اثرگذاری را داشته است (جدول ۸).

## جدول ۸- آزمون t تک نمونه‌ای برای سنجش مشارکت و احساس امنیت

آزمون t تک نمونه‌ای (میانگین مبنا = ۳)					متغیرها
اختلاف میانگین	سطح معنی داری	مقدار t	انحراف استاندارد	میانگین	
-۰/۷۶۳	۰/۰۰۰	-۱۴/۰۸۸	۱/۸۵۷	۲/۲۳	پاسداشت عیدها و سنت‌ها
-۰/۸۴۸	۰/۰۰۰	-۱۹/۰۱۳	۱/۶۴۶	۲/۱۵	توجه به میراث فرهنگی
۰/۰۳۳	۰/۰۰۰	-۱/۸۶۳	۰/۹۴۳	۲/۷۸	افتخار به روستایی بودن
-۰/۵۴۹	۰/۰۰۰	-۱۰/۹۶۹	۰/۷۷۶	۲/۳۰	میزان تعصب به فرهنگ و آداب و رسوم روستا
۰/۷۲۶	۰/۰۰۰	۱۸/۶۰۵	۱/۱۴۳	۳/۷۲	ناهنجاری‌های اجتماعی
-۱/۲۷۶	۰/۰۰۰	-۲۷/۳۲۵	۰/۸۵۶	۱/۷۲	میزان مشارکت فیزیکی
-۰/۸۰۷	۰/۰۰۰	-۱۸/۳۸۰	۱/۵۳۶	۲/۱۹	میزان مشارکت فکری
-۰/۳۴۶	۰/۰۰۰	-۶/۱۰۸	۱/۸۵۶	۲/۶۵	میزان روحیه کار گروهی
-۰/۲۸۱	۰/۰۰۰	-۵/۵۳۶	۱/۲۶۷	۲/۷۱	افزایش خشونت
۰/۱۰۹	۰/۰۰۰	۱/۷۳۱	۰/۷۴۶	۳/۱۰	تغییر سبک برگزاری ازدواج
۰/۵۳۱	۰/۰۰۰	۱۱/۱۸۸	۰/۹۷۶	۳/۵۳	کاهش آرامش

مأخذ: یافته‌های تحقیق

## بررسی اثرات کلی گردشگری روستایی بر مؤلفه‌های فرهنگی

در ادامه، با ترکیب هر کدام از متغیرهای مربوط به هر شاخص، اثرات کلی گردشگری روستایی بر مؤلفه‌های فرهنگی در شهرستان جیرفت مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که به لحاظ آماری اثر گردشگری بر شش مؤلفه اصلی مورد بررسی در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی دار بوده است. دقت در میزان اثرات مربوط به هر کدام از مؤلفه‌ها نشان می‌دهد که گردشگری روستایی بیشترین اثر را بر گسترش مصرف‌گرایی، سبک پوشاک، زبان و گویش بومی، و مصرف مواد غذایی داشته، به گونه‌ای که میانگین محاسبه شده برای هر کدام از چهار مؤلفه یادشده بیشتر از عدد مبنا بوده است. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که گردشگری روستایی بر دو مؤلفه ارتباطات خانوادگی و مشارکت و احساس امنیت تأثیری ناچیز داشته است. در مجموع، می‌توان گفت که اثرات فرهنگی گردشگری روستایی بر شاخص‌های منفی مؤثرتر بوده و به‌نوعی در تضعیف شاخص‌های فرهنگی اثرگذاری بیشتری داشته، که در تقابل با اصول گردشگری پایدار بوده و نیازمند توجه اساسی و پایه‌ای برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه روستایی و گردشگری در شهرستان جیرفت است (جدول ۹).

## جدول ۹- ترکیب ارزش شاخص‌ها و جمع‌بندی هر معیار

آزمون t تک‌نمونه‌ای (میانگین مبنا = ۳)					
ترکیب معیارها	میانگین	انحراف استاندارد	مقدار t	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین
سبک پوشاک	۳/۵۳	۰/۴۶	۱۲/۴۳	۰/۰۰۰	۰/۵۳
مصرف مواد غذایی	۳/۲۵	۰/۶۸	۶/۶۴	۰/۰۰۰	۰/۲۵
گسترش مصرف گرایی	۳/۷۶	۰/۵۸	۸/۴۲	۰/۰۰۰	۰/۷۶
زبان و گویش بومی	۳/۲۷	۰/۶۴	۴۸/۴	۰/۰۰۰	۰/۲۷
ارتباطات خانوادگی	۲/۶۹	۰/۴۴	-۴/۲۵	۰/۰۰۰	-۰/۳۱
مشارکت و احساس امنیت	۱/۶۸	۰/۴۶	-۸/۷۶	۰/۰۰۰	-۱/۳۲

مأخذ: یافته‌های تحقیق

## اولویت‌بندی روستاهای هدف بر اساس اثرات فرهنگی گردشگری روستایی

در ادامه، با توجه به اثرات فرهنگی گردشگری روستایی بر روستاهای هدف گردشگری در شهرستان جیرفت، با استفاده از شیوه تاپسیس (که از متداول‌ترین روش‌های اولویت‌بندی مکان‌های جغرافیایی است)، دوازده روستای مورد مطالعه اولویت‌بندی شدند، بدین صورت که با استفاده از داده‌های گردآوری‌شده مربوط به هر روستا در قالب شش مؤلفه تغییر سبک پوشاک، مصرف مواد غذایی، گسترش مصرف‌گرایی، زبان و گویش بومی، ارتباطات خانوادگی، و مشارکت و احساس امنیت، ابتدا ماتریس تصمیم‌گیری تشکیل شده و در ادامه، مراحل بعدی مدل تاپسیس انجام گرفت. همان‌گونه که پیش‌تر نیز گفته شد، برای وزن‌دهی بدین شاخص‌های شش‌گانه، از نظرات کارشناسان استفاده شد (جدول ۱۰).

## جدول ۱۰- وزن مؤلفه‌های مؤثر بر گردشگری فرهنگی

مؤلفه‌ها	سبک پوشاک	مصرف مواد غذایی	گسترش مصرف‌گرایی	زبان و گویش بومی	ارتباطات خانوادگی	مشارکت و احساس امنیت
وزن	۰/۱۲۶	۰/۱۵۴	۰/۱۷۶	۰/۱۸۳	۰/۱۹۴	۰/۱۶۷

مأخذ: یافته‌های تحقیق



نتایج بررسی اثرات فرهنگی گردشگری بر روستاهای مورد مطالعه در شهرستان جیرفت نشان می‌دهد که سه روستای ساردوئیه (درب بهشت)، دلفارد و دومار به ترتیب با ضریب اولویت ۰/۹۳، ۰/۵۴ و ۰/۴۸ بیشترین و سه روستای سرگز، دولت‌آباد و اسلام‌آباد به ترتیب با ضریب اولویت ۰/۲۲، ۰/۱۸ و ۰/۱۶ کمترین اثرپذیری را از ورود گردشگران به منطقه داشته‌اند، بدین مفهوم که روستاهای با ضریب بالاتر به نوعی بیشتر در معرض تهدیدهای فرهنگی ناشی از گردشگری روستایی قرار دارند. یکی از دلایل اصلی امتیاز بالاتر سه روستای ساردوئیه (درب بهشت)، دلفارد و دومار نسبت به دیگر روستاها بیشتر بودن جاذبه‌های گردشگری آنها و به تبع آن، تردد و بازدید بیشتر گردشگران از این روستاهاست (جدول ۱۱).

#### جدول ۱۱- رتبه‌بندی روستاها بر اساس تغییرات فرهنگی ناشی از توسعه گردشگری با

##### استفاده از مدل تاپسیس

رتبه	ضریب اولویت	منطقه
۱	۰/۹۳	ساردوئیه (درب بهشت)
۲	۰/۵۴	دلفارد
۳	۰/۴۸	دومار
۴	۰/۴۵	ده والی
۵	۰/۴۰	باغ علی شیر
۶	۰/۳۸	رضوان
۷	۰/۲۹	محمدآباد
۸	۰/۲۶	رمون
۹	۰/۲۴	گراغان
۱۰	۰/۲۲	سرگز
۱۱	۰/۱۸	دولت‌آباد
۱۲	۰/۱۶	اسلام‌آباد

مأخذ: یافته‌های تحقیق

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر به شناسایی آثار فرهنگی ناشی از توسعه گردشگری بر فرهنگ جامعه میزبان پرداخته است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که گردشگری در حوزه مورد مطالعه در بروز تغییرات فرهنگی مؤثر بوده است. در پژوهش حاضر، اثر گردشگری بر تغییرات فرهنگی با مؤلفه‌های سبک پوشاک، مصرف مواد غذایی، گسترش مصرف‌گرایی، زبان و گویش بومی، ارتباطات خانوادگی، و مشارکت و احساس امنیت مورد سنجش قرار گرفته است. مطابق نتایج به دست آمده، گردشگری بر پنج مؤلفه سبک پوشاک، مصرف مواد غذایی، گسترش مصرف‌گرایی، و زبان و گویش بومی تأثیر گذاشته است و عمده تأثیرات به روحیه مصرف‌گرایی در روستاییان مربوط بوده است. افزون بر این، برخی از عادات و سنن، جشن‌ها، صنایع دستی و موسیقی و دیگر الگوهای فرهنگی، به دلیل ارائه نامناسب و ناشایست آنها در قالب جاذبه‌های گردشگری، اعتبار و اصالت خود را تا حدودی از دست داده و به کالای بدل شده‌اند. علاوه بر تأثیر رفتار و شیوه زندگی گردشگران بر رفتار و شیوه زندگی روستاییان، از دیگر اثرات منفی گردشگری در بعد فرهنگی می‌توان به افزایش تمایل روستاییان به استفاده از کالاهای تجملی و تزئینی و کاهش تدریجی استفاده از گویش محلی در منطقه اشاره کرد. همچنین، بر اساس نتایج به دست آمده از مدل تاپسیس، بیشترین تغییرات فرهنگی در روستاهای دلفارد، ساردوئی (درب بهشت) و دوما رخ داده است. میزان بازدید گردشگران شهرهای اطراف (از جمله بندر عباس، کرمان و جیرفت) از این روستاها به دلیل آب و هوای مناسب آنها در فصل‌های بهار و تابستان زیاد بوده و به همین دلیل، تغییرات فرهنگی در ساکنان این مناطق نسبت به سایر روستاها بیشتر مشهود است. اگرچه استفاده یا بهره‌برداری از فرهنگ و داشته‌های فرهنگی جوامع روستایی چه‌بسا در شرایطی خاص و با رعایت جوانب لازم، برای پایداری اقتصادی این جوامع مفید واقع شود، توجه به پایداری فرهنگی و مصون و پایدار ماندن بنیان‌های فرهنگی این جوامع از اولویت و تقدم بیشتری برخوردار است، که خود نیازمند پایش نحوه و میزان گسترش گردشگری‌های روستایی و برنامه‌ریزی‌هایی برای هدایت اصولی

و منطقی آنها در آینده برای حمایت از میراث فرهنگی و دستیابی به شرایط لازم برای حفظ و نگهداشت جمعیت‌های محلی است. بنابراین، حفظ فرهنگ‌های بومی برای هر جامعه و هر فرهنگ دارای ضرورتی اساسی است؛ از این‌رو، مقتضی است که سیاست‌های اجتماعی- فرهنگی در حوزه گردشگری روستایی به سمت حفظ ارزش‌ها و فرهنگ بومی سوق داده شود تا از بروز مشکلات در ناحیه‌های هدف گردشگری جلوگیری به عمل آید. این به معنی ضرورت توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران در خصوص آسیب‌شناسی و تقویت آثار مثبت نظیر حفظ و ترویج هویت بومی روستاها و بهره‌گیری از آن برای توسعه اقتصادی و گردشگری و کاهش آثار منفی نظیر تغییرات فرهنگی و مهاجرت و در نتیجه، بهبود کیفیت زندگی است.

#### منابع

1. Cohen, G. (1999). The tourism industry and sustainable development are symbols of dynamic management. *Journal of Environmental Studies*, 21: 79-90. (Persian)
2. Jafari, J. (2000). Scientific strategy for cultural development. M. Fazel (Trans.), Tehran: Tabiyan Publication. (Persian)
3. Karroubi, M. (2005). Investigating the role of folklore (popular culture in tourism development of Iran). *Journal of Tourism Studies*, No. 10. (Persian)
4. Kazemi, M. (2006). Tourism management. Tehran: SAMT Publication. (Persian)
5. Mahallati, S. (2002). An introduction to cultural tourism. Tehran: Shahid Beheshti University Press. (Persian)
6. QadiriMasoum, M. and Pakzizi, M. (2010). Sustainable tourism (rural and nomadic). Tehran: Tehran University Press. (Persian)
7. Rezaei, R., Hosseini, S. M., Ranjbaran, P. and Safa, L. (2012). Evaluation of negative effects of tourism development in Abyaneh village of Isfahan province using factor analysis model. *Journal of Tourism Space*, 1: 28-38. (Persian)
8. Rezvani, M.R. (2008). Rural tourism development with sustainable tourism approach. Tehran: Tehran University Press. (Persian)

9. Saeie, A. and Naji, M.R. (2011). Sociological analysis of cultural tourism attraction in Iran: a case study of foreign tourists of Isfahan. *Social Sciences Quarterly*, 52: 59-78. (Persian)
10. Tavallae, S. and Shahedi, N. (2008). Evaluation of demographic and cultural tourism in Ardebil city. *Journal of Geographic Sciences*, 11: 191-205. (Persian)
11. Turner, T. (1999). City as perspective. F. Noorian (Trans.). Tehran: Processing and Urban Planning Publications. (Persian)
12. Ya'ghubzadeh, R. and Zandi, I. (2012). Identifying and prioritizing socio-cultural and security threats affecting foreign tourists in Iran. *Social Security Studies*, 29: 102-113. (Persian)
13. Zarabi, A. and Eslami, S. (2010). Measurement of economic, socio-cultural and environmental impacts of tourism development (case study: Meshkinshahr). *Human Geography Research*, 75: 37-52. (Persian)
14. Atlas, S. (2003). Religious tourism and pilgrimage: Fátima. Tourism Board of Leiria/Fátima. Retrieved at October 15, 2014. Available at [http://www.atlas-euro.org/sig\\_religious.aspx](http://www.atlas-euro.org/sig_religious.aspx)
15. Archer, B., Cooper, Ch. and Ruhanen, L. (2005). The positive and negative impacts of tourism. *Global Tourism (Third Edition)*, 2005, Pages 79-102.
16. Charlsen, J. and Jafari, J. (1996). Culture and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(4): 955-958.
17. Csapó, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. INTECH Open Access Publisher.
18. George, G. and Wanda, E. (2009). Mair, Heather and Reid, Donald rural tourism development (localism and cultural change). Channel View Publication, Bristol, Buffalo, Toronto.
19. Sari, O. (2010). Tourism as a tool for development: the case of Mawlana tourism in Konya. PhD Thesis. Middle East Technical University.
20. Sofield, T., De Lacy, T., Lipman, G. and Daugherty, S. (2004). Sustainable tourism, eliminating poverty (ST ~ EP): an overview. CRC for Sustainable Tourism, Queensland, Australia.