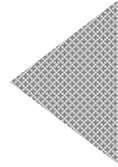


تحلیلی بر اثرات اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری (مطالعه شهرستان بیرجند)



جواد یوسفی^۱

محمد شریفی تهرانی^۲

(تاریخ دریافت ۹۴/۴/۱۰ - تاریخ تصویب ۹۴/۸/۱۵)

چکیده

موضوع اثرات گردشگری در سه حیطه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، و زیست محیطی مورد توجه می‌باشد. آنچه در این تحقیق مورد بحث است اثرات اجتماعی و فرهنگی توسعه صنعت گردشگری در شهرستان بیرجند می‌باشد. تحقیق از نظر روش شناسی توصیفی - تحلیلی و از نوع پژوهش‌های پیمایشی می‌باشد. اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه و همچنین منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی گردآوری شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک آزمون T تک نمونه‌ای صورت پذیرفته است. بر اساس نتایج استخراج شده از آزمون باید گفت توسعه صنعت گردشگری به تقویت اثرات مثبت آن در شهرستان بیرجند کمک خواهد کرد ولی از سوی دیگر این توسعه اثرات منفی را نیز در پی خواهد داشت. از جمله راهبردهایی که می‌توان برای خنثی نمودن اثرات منفی توسعه گردشگری به کار برد، می‌توان به جلب مشارکت بیشتر مردم در فعالیت‌های گردشگری، آموزش مردم جهت برقراری ارتباط مؤثر و حل تعارضات، و دادن اطلاعات و آگاهی به گردشگران از طرق مختلف و ... اشاره نمود.

۱ - مربی، گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)، yousefi.j@skpnu.ac.ir

۲ - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، ایران،

Msharifit@chmail.ir

واژگان کلیدی: اثرات گردشگری، پیامدها و عوارض، توسعه، اثرات اجتماعی و فرهنگی، بیرجند.

۱- مقدمه

امروزه صنعت گردشگری در دنیا یکی از منابع مهم درآمد و درعین حال از عوامل مؤثر در تبدلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان جایگاه ویژه‌ای دارد. هر چند رکن اصلی پدیده گردشگری جاذبه‌های طبیعی مقصد مانند کوه‌ها، دریاها و دریاچه‌ها است که سبب می‌شود گردشگران و جهانگردان برای دیدن آن‌ها به آن مقصد خاص سفر کنند، اما عامل مؤثر دیگر در گردشگری امروز مردم دنیا، آشنایی با سبک زندگی مردمان ملت‌های دیگر است. از این رو برقراری تعاملات میان فرهنگی بین ساکنان منطقه میزبان و گردشگران از موضوعات مورد توجه در این زمینه است.

فرهنگ مردم هر منطقه منعکس‌کننده ویژگی‌های ساکنان هر منطقه است. موفقیت در این عرصه و دستیابی به منافع مادی و غیر مادی حاصل از آن مستلزم درک پدیده گردشگری، شناخت ابعاد و آثار آن و همچنین آشنایی با مدیریت صحیح مؤسسات و دستگاه‌های متولی صنعت گردشگری است.

گردشگری با انسان و انگیزه‌ها، خواسته‌ها و نیازها و آرزوهای او که منبعث از فرهنگ جامعه است، ارتباط دارد به حدی که می‌توان گفت محرک اصلی گردشگری در واقع همین اختلاف فرهنگ‌ها است. بنابراین گردشگری وابسته به انسان و انسان‌محور است.

نگرش مثبت میزبانان به گردشگران، تواضع و ادب و برخورد‌های صمیمی و دوستانه که نشأت گرفته از فرهنگ آن‌هاست مبنای اصلی تجربه لذت‌بخش برای گردشگران و توفیق صنعت گردشگری است.

فرهنگ منبعی حیاتی برای توسعه گردشگری محسوب می‌شود و گردشگری نیز سهم مهمی در توسعه فرهنگی دارد (ریچاردز^۱، ۲۰۰۲: ۹). بنابراین آثار و پیامدهای این دو پدیده دوسویه است. در مقاله پیش رو سعی بر آن است که ضمن معرفی برخی آثار مثبت و منفی اجتماعی و فرهنگی

گردشگری، تحلیلی از تأثیر آنها بر گردشگری ارائه شود و متناسب با آن راهبردهایی جهت تقویت اثرات مثبت و محدود کردن اثرات منفی پیشنهاد گردد.

۲- مبانی نظری تحقیق

چارچوب مفهومی

توسعه چشمگیر صنعت جهانگردی در دهه‌های اخیر این صنعت را به صورت یکی از فعالیت‌های مهم اقتصادی- اجتماعی بسیاری از کشورها درآورده است. تعداد جهانگردان روز به روز در حال فزونی است به همین سبب امروز جهانگردی یکی از راههای اثربخش ارزآوری برای کشورها به شمار می‌آید. کارشناسان اقتصاد منطقه‌ای نیز گردشگری را تنها عامل استقرار منابع و توسعه مناطق کمتر توسعه یافته معرفی نموده‌اند (معصومی، ۱۳۸۸: ۱۴).

در توسعه جهانگردی اگر به جز ارزش‌های اقتصادی ارزش‌های دیگری ملاک انتخاب نباشد، مسلماً آینده این صنعت بسیار تاریک و مبهم خواهد بود. در چنین حالتی توسعه جهانگردی منجر به از بین رفتن منابع طبیعی و فرهنگی و انحطاط اخلاقی و ارزشی شده است و کیفیت‌ها فدای کمیت‌ها می‌شود، بنابراین باید با ارزیابی و تحلیل اثرات و پیامدهای گردشگری بر دیگر جنبه‌ها و ابعاد توسعه جوامع از وقوع این رخدادها جلوگیری به عمل آورد. از طرف دیگر و در حوزه مطالعات و تحقیقات نیز متأسفانه پژوهش‌ها در این حیطه موضوعی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از جمله می‌توان به تحقیق گنل و باربارا^۱ (۲۰۰۸: ۲۳۰) اشاره کرد که بر اساس آن این نتیجه حاصل شده است که با عنایت به اینکه بسیاری از کشورهای در حال توسعه و توسعه نیافته نیاز شدیدی به مزایای اقتصادی صنعت گردشگری دارند و همچنین از پتانسیل‌های لازم مربوطه برخوردارند، اما کشورهای توسعه یافته توجه بیشتری را به این صنعت معطوف ساخته‌اند. همانطور که پیداست تنها به اثرات اقتصادی توجه شده است و دیگر ابعاد اثرات گردشگری مورد توجه قرار نگرفته است.

کشورهای در حال توسعه عمدتاً نسبت به تأثیرهای اجتماعی و فرهنگی گردشگری حساس هستند و حجم ورود گردشگران خارجی به ویژه از کشورهای صنعتی ممکن است به علت

تفاوت‌های فرهنگی و نحوه زندگی سبب بروز تنش‌هایی گردد (ولا و بیرچیل، ۱۳۸۴: ۲۴۵). تیموتی و نیپان نیز در تحقیق خود پیرامون گردشگری در کشورهای در حال توسعه اظهار می‌دارند که این قبیل کشورها بیش از همه واجد قابلیت‌های متعدد برای رشد گردشگری فرهنگی هستند (تیموتی و نیپان، ۲۰۰۹: ۹-۳). بیش از همه این نوع گردشگری متناسب با توسعه در این کشورهاست به این معنا که با این نوع گردشگری، اثرات و پیامدهای ناشی از گسترش آن به مراتب کمتر از دیگر گونه‌های گردشگری خواهد بود. زیرا گردشگری فرهنگی معمولاً با زمینه‌ای از آگاهی و بینش فرهنگی است و گردشگر به منظور معرفت‌شناسی بیشتر سفر می‌کند (علی‌اکبری، ۱۳۹۲: ۷۰). در همین رابطه سازمان جهانی گردشگری تخمین می‌زند که از کل سفرهای بین‌المللی، در حدود ۳۷ درصد با انگیزه بازدید از یکی از عناصر فرهنگی انجام می‌گیرد (دهقان و شریفی تهرانی، ۱۳۹۰: ۵۵) که این سهم گردشگری فرهنگی، رشدی سریع‌تر از میانگین رشد کلی گونه‌های مختلف گردشگری در دنیا را دارد (لوکیتو-سیدریس و سورلی^۲، ۲۰۱۲: ۵۰). این آمارها بر مزایای گردشگری فرهنگی به خصوص برای کشورهای در حال توسعه تأکید دارد (تیموتی و نیپان، ۲۰۰۹: ۶). باید توجه داشت گردشگری فرهنگی تنها مشتمل بر بازدید از آثار و بناهای تاریخی نیست، بلکه بازدید گردشگران از میراث طبیعی و میراث مذهبی را نیز در برمی‌گیرد (شریفی تهرانی و یوسفی، ۱۳۹۱: ۲۵). هال و جنکینز^۳ (۱۳۸۲: ۸۰) نیز عنوان می‌دارند میراث با توجه به محلی که در آن واقع شده، سازه‌ای اجتماعی است و مؤلفه‌ای اساسی در پیشبرد و تبلیغ یک محل محسوب می‌شود.

به هر حال با وجود بررسی‌های زیادی صورت گرفته است، هنوز الگوی روش‌شناختی مناسبی برای توصیف آثار و شناخت تمام قواعد آن وجود ندارد. در سال ۱۹۷۵، ریموند نون‌ها آماری از مقاله‌های جامعه‌شناختی و غیرجامعه‌شناختی در مورد آثار فرهنگی و اجتماعی گردشگری تهیه کرد و به این نتیجه رسید که اقتصاددانان در گذشته کنجکاوی خود را در مورد آثار آن ابراز داشته‌اند؛ زیرا روابط نزدیکی میان اقتصاد و جامعه‌شناسی وجود دارد، به ویژه در مورد

۱ - Timothy and Nyaupane

۲ - Loukaitou-Sideris and Soureli

۳ - Hall and Jenkins

جهانگردی قابل درک است (لانکوار^۱، ۱۳۸۱: ۶۵).

اثرات گردشگری

تعاریف متعددی از گردشگری ارائه شده است اما در این تعاریف کمتر به اثرات گردشگری به طور مستقیم پرداخته شده است. تنها جعفری (۱۹۷۷) در تعریف خود از گردشگری به اثرات آن اشاره دارد. جعفری اظهار داشته است که "گردشگری مطالعه انسان خارج محل سکونت معمولی اش و بررسی اثراتی است که این صنعت بر محیط فرهنگی- اجتماعی و اقتصادی و فیزیکی میزبان دارد." (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۱: ۱۳). گردشگری می تواند به عنوان یک فعالیت انسانی اثرات مهمی داشته باشد. این اثرات در منطقه مقصد جایی که گردشگران با محیط محلی، اقتصاد، فرهنگ و جامعه تعامل دارند، بسیار مشهود است. از این رو می توان به طور مرسوم اثرات گردشگری را تحت عناوین اثرات اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی مورد بررسی قرار داد.

بررسی وضعیت نواحی و سرزمین هایی که همه سال و در فصل های مختلف سال مورد بازدید جهانگردان قرار می گیرد نیز نشان می دهد تغییراتی که بر اثر جهانگردی در آن نواحی به وجود می آید، بسیار چشمگیر و مهم تر از تحولاتی است که از ایجاد و گسترش سایر فعالیت های اقتصادی انسان ناشی می شود. تجهیزات مورد نیاز جهانگردان نظیر مهمانسرا و غذاسرا و مکان های تفریحی که در کرانه های دریا و مناطق جنگلی و در اطراف چشمه های آب گرم معدنی تأسیس شده اند، گویای نقش و تأثیر جهانگردی در دگرگون ساختن چهره زمین است. سنجش اثرات اقتصادی و زیست محیطی به نسبت اثرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری راحت تر است. این امر تا حدی توضیحی است بر این که چرا اثرات فرهنگی و اجتماعی در گذشته کم اهمیت تر از اثرات اقتصادی قلمداد می شده است.

اثرات گردشگری سه گانه معرفی شده می تواند مثبت یا سودمند و هم چنین منفی یا زیان آور باشد. مثبت یا منفی بودن اثرات گردشگری به ارزش گذاری و قضاوت ناظر این اثرات بستگی

دارد. به طور کلی عوامل عمده مؤثر بر اثرات گردشگری عبارتند از: (میسون^۱، ۱۳۸۷: ۵۳)

۱. گردشگری در کجا صورت می گیرد؟
۲. گردشگری در چه میزان و مقیاسی شکل گرفته است؟
۳. گردشگران چه کسانی هستند؟
۴. گردشگران در چه نوعی از فعالیت‌ها شرکت می کنند؟
۵. چه زیرساخت‌هایی برای گردشگری وجود دارد؟
۶. چه مدت از عمر گردشگری می گذرد؟
۷. فصل گردشگری چه زمانی است؟

ویلیامز^۲ (۱۳۸۸: ۱۶۴) نیز به طور کلی این عوامل را در ماهیت رویارویی و نوع دیدارکننده، ماهیت مکان، همجواری جغرافیایی میزبان و مهمان، میزان فراگیر بودن گردشگری، و میزان مشابهت فرهنگی و مرحله توسعه مقصد خلاصه می کند. از آنجا که هر یک از انواع اثرات، تحلیل و ارائه راهبردهای جداگانه‌ای نیاز داشته و دلایل بروز آنها بسیار با هم متفاوت است، در اینجا با محدود کردن حوزه مطالعه به شهرستان بیرجند، تنها به اثرات مثبت و منفی اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری می پردازیم. بعلاوه ذکر این موضوع نیز ضروری است که تفکیک آثار گردشگری از فرآیندها و تغییرهای اجتماعی منتج از آن ممکن نیست؛ زیرا آثار گردشگری نیز بر تمام ساختارهای پیچیده نظام اجتماعی بدون آنکه بتوان آن‌ها را قاطعانه از هم جدا کرد، گسترده می شود (لانکوار، ۱۳۸۱: ۶۷).

آثار اجتماعی - فرهنگی

سیر و سیاحت عاملی برای برقراری ارتباط با همنوعان و سایر اقوام و ملل بوده و موجب تحکیم و تقویت مبانی زندگی اجتماعی می شود. از طریق سیر و سفر آدمی با آداب و سنن، اعتقادات و تحولات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی جوامع گوناگون آشنا شده و از فرهنگ آنان برترین‌ها را به عنوان محاسن ارتباط اجتماعی برمی گزیند. این تعاملات دو جانبه بوده و سبب تبادل عقاید دینی،

۱- Misson

۲- Williams

علمی و تبلیغی می‌شود. اما با توجه به زندگی صنعتی و گسترش تکنولوژی، گاه ره‌آورد سفر نفوذ فرهنگ‌های مبتدل، انتقال بیماری و از خود بیگانگی است. از سوی دیگر هوشیاری جامعه در پذیرش گردشگران مهم و سرنوشت‌ساز است. بسیارند افراد مفسدی که با مکر و فریب تحت عنوان سیاح و جهانگرد وارد کشورهایی با زیربنای فکری و عقیدتی سالم شده و با ترفندها و یورش فرهنگی، آرمان‌ها و ایده‌های اجتماعات آسیب‌پذیر را مورد نفوذ خود قرار می‌دهند و حتی با تحقیر و بی‌ارزش نمودن اعتقادات و باورداشتهای آن‌ها، افراد و جامعه را از ارزش‌های اخلاقی تهی نموده و شیوه‌های استکباری خویش را بر آنان تحمیل می‌نمایند (شالچیان، ۱۳۸۵: ۱۷۱). با این حال رابطه بین گردشگری و فرهنگ صرفاً در نقش فرهنگ به عنوان کانون اصلی توجه گردشگر خلاصه نمی‌شود، بلکه طیف وسیعی از آثار اجتماعی و فرهنگی ناشی از تماس میان میزبان و بازدیدکننده را نیز در بر می‌گیرد. مقصود از اثرات اجتماعی گردشگری، تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان گردشگر 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، عادات، رسوم و معماری مردم ساکن جامعه میزبان رخ می‌دهد. این تغییرات بلندمدت‌تر است و در نتیجه رشد و توسعه صنعت گردشگری رخ خواهد داد. از آنجا که 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 (گی^۱، ۱۳۸۲: ۳۲۷). گردشگری هم عامل و هم محصول توسعه اجتماعی و فرهنگی است و از آنجا که کارگزاران، مؤسسات و شرکت کنندگان مختلف با انگیزه‌های متفاوتی را شامل می‌شود، اثرات آن نیز متنوع و گاهی غیرقابل پیش‌بینی خواهد بود. این امر منجر به تنوع فضایی و زمانی در ماهیت رابطه میان گردشگری، جامعه و فرهنگ و اثرات ناشی از آن خواهد شد. همانطور که قبلاً نیز عنوان شد پیامدهای اجتماعی و فرهنگی گردشگری نیز مانند دیگر آثار طیفی از مثبت تا منفی را در بردارد (ویلیامز، ۱۳۸۸: ۱۶۰ و ۱۶۲). آگاهی از تبعات مثبت و منفی توسعه صنعت گردشگری در خط مشی‌گذاری کمک خواهد کرد تا تصمیم‌گیران

و سیاستگذاران، با شناخت بیشتر اقدام به برنامه‌ریزی نمایند (زاهدی، ۱۳۸۵: ۳۹).

اثرات مثبت اجتماعی - فرهنگی

یکی از مهمترین فواید اجتماعی گردشگری برقراری پیوند و ارتباط فرهنگی میان مرزی، درون مرزی و فرامرزی با جوامع و ملت‌ها است. ضمن سفر انسان با فرهنگ، آداب و رسوم، طرز تفکر و شیوه‌های زندگی، هنر و پیشرفت‌های فنی و صنعتی سایر نقاط جهان آشنا می‌شود و این امر سبب اشاعه فرهنگ و تمدن و توسعه اندیشه‌ها و افکار فلسفی است.

گردشگری از دید جامعه‌شناسی و روان‌شناسی سبب رشد شخصیت و شکوفایی استعداد، نوآوری و خلاقیت، وسعت نظر، بسط افق دید، افزایش دانش و فهم ما از فرهنگ جامعه میزبان، غنای تجارب فرهنگی، حفظ ارزش‌ها و سنن ملی و فائق آمدن بر خودمحوری و وحدت خانواده انسانی می‌شود (تولایی، ۱۳۸۵: ۸۶).

علاوه بر دو بعد فرهنگی و اقتصادی بعد سیاسی گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و امروزه ارزش سیاسی گردشگری به صورت اصلی مسلم درآمده و اعتباری جهانی به خود گرفته است (رضوانی، ۱۳۸۲: ۵۳). مهم‌ترین اثرات آن بهبود و تقویت مناسبات بین‌المللی، تقویت سیاست عدم تمرکز، وفاق ملی، رونق بازرگانی، صدور کالا و مهار روند مهاجرت‌هاست. مهم‌ترین آثار سفرهای سیاسی انتقال مفاهیم و ارزش‌های اعتقادی به صورت تعاملی بین کشورهاست (شالچیان، ۱۳۸۵: ۱۷۴).

ویلیمز (۱۳۸۸: ۱۷۲) اثرات عمده مثبت گردشگری بر فرهنگ و جامعه میزبان را به این ترتیب عنوان می‌کند: افزایش شناخت و درک جامعه و فرهنگ میزبان، بهبود شهرت و اعتبار فرهنگی جوامع میزبان در نزد جامعه جهانی، معرفی و رواج ارزش‌ها و رویه‌های جدید، و احیاء هنرها و پیشه‌های سنتی و هنرهای نمایشی. همچنین می‌توان بهبود شاخص‌های عدالت اجتماعی، ارتقاء سطح زندگی، رفاه عمومی و تعادل و توازن منطقه‌ای را از عمده اثرات مثبت اجتماعی گردشگری عنوان کرد (معصومی، ۱۳۸۸: ۱۴).

اثرات منفی اجتماعی - فرهنگی

اغلب مخالفان توسعه گردشگری به اثرات زیان‌آور و بسیار گسترده این پدیده بر جامعه و

فرهنگ مناطق میزبان تأکید دارند و از این جهت گردشگری را مخرب و ضد ارزش و ابزار تهاجم فرهنگی معرفی می‌کنند. این نوع نگرش بسیار ساده‌انگارانه با گردشگری برخورد می‌کند. گردشگری نیرویی یکدست و یکسان نیست و از دیگر روندهای گسترده تغییر و توسعه نیز جدا نیست (ویلیامز، ۱۳۸۸: ۱۶۲). در خلال دهه ۶۰ میلادی نیز اعتقاد بر این بود که جهانگردی فرهنگ را زایل می‌کند، به محیط زیست آسیب می‌رساند و ارزش هنر و صنایع دستی را پایین می‌آورد و اغلب بیماری‌های اجتماعی نظیر مواد مخدر و فحشا را به ارمغان می‌آورد (داس و ویل^۱، ۱۳۷۹: ۱۹۳). یکی از اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی بسیار مهم گردشگری اثری است که از آن با عنوان اثر نمایشی یاد می‌شود. این اثر بستگی به تفاوت‌های مشهود بین گردشگر و جامعه میزبان دارد. چنین وضعیتی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به وجود می‌آید. در همین راستا ویلیامز (۱۳۸۸: ۱۶۳) در نظریه فرهنگ‌پذیری اظهار می‌کند که وقتی دو فرهنگ برای مدت زمانی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، مبادله عقاید و محصولات به گونه‌ای صورت می‌گیرد که در طی زمان منجر به ایجاد سطوح مختلف همگرایی بین دو فرهنگ می‌شود، به عبارت دیگر دو فرهنگ شبیه هم می‌شوند.

از جمله آثار منفی دیگر می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

گسترش آلودگی‌های رفتاری، تعارضات و ناهنجاری‌های ناشی از تهاجمات فرهنگی گردشگران از یک سو و ضعف ضوابط محدودکننده در میان گردشگران و جامعه میزبان از دیگر سو، سبب ایجاد اختلال در این فراگرد مهم ارتباطی و بروز آثار مخرب فرهنگی می‌شود. میزان این اثرات به تفاوت‌های فرهنگی گردشگران و سیستم ارزشی و الگوی رفتاری جامعه میزبان بستگی دارد. از دیگر آثار منفی اجتماعی و فرهنگی گردشگری تغییر در سن آداب و ابزار نهادینه فرهنگ محلی و به گونه‌ای تخریب آن‌ها می‌باشد که بر گرفته شده از تجاری شدن برخی جنبه‌های مادی و معنوی است.

ایجاد ساختار اجتماعی جدید و اقتدارگرایی از جمله دیگر آثار منفی اجتماعی - فرهنگی گردشگری است. ترویج فحشا و روسپی‌گری، وقوع جرم و جنایت و گسترش برخی از بیماری‌ها، گسترش مواد مخدر و سوءاستفاده جنسی از کودکان و افزایش منازعات در استفاده از

منابع محلی خصوصاً منابع کمیاب (آب) جهت استفاده مصارف تشریفاتی گردشگران را از دیگر اثرات سوء فرهنگی و اجتماعی گردشگری می‌توان قلمداد کرد. ویلیامز (۱۳۸۸: ۱۷۲) اثرات عمده منفی گردشگری بر فرهنگ و جامعه میزبان را در شش مورد به شرح زیر خلاصه کرده است: ۱- تجاری نمودن و تنزل فرهنگ‌ها، ۲- از بین رفتن بار ارزشی و مفاهیم آداب و رسوم سنتی در نتیجه کالایی شدن آنها، ۳- افزایش تنش میان شیوه‌های زندگی سنتی و وارداتی، ۴- تحلیل تدریجی زبان محلی، ۵- الگوهای نوین مصرف محلی، ۶- افزایش خطر ترویج فعالیت‌های ضد اجتماعی از قبیل قمار و فحشا.

پیشینه پژوهش

در زمینه اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری در سطح ملی پژوهش‌های زیادی صورت نگرفته است و تنها می‌توان به تحقیق امیرحاجلو و همکاران اشاره کرد که با استفاده از تکنیک رتبه‌بندی بر اساس تشابه به راه‌حل ایده‌آل به ارزیابی و اولویت‌بندی اثرات مثبت و منفی گردشگری می‌پردازند. بر اساس نتایج محققان تأکید دارند کشور نسبت به اثرات اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری بسیار حساس است. در تحلیل شاخص‌های بعد اجتماعی شاخص «تغییر در الگوهای فرهنگی» با بیشترین نزدیکی نسبی به ایده‌آل مثبت (۰.۶۴) حائز بالاترین اولویت بوده و کمترین نزدیکی نسبی به ایده‌آل مثبت شاخص «حفاظت و مرمت آثار تاریخی» (۰.۳۴) است. شاخص‌های «ارتقاء سطح آگاهی» و «احیای سنت‌ها و آداب و رسوم» دارای ارزش بینابین بوده و میزان نزدیکی آن‌ها به ایده‌آل مثبت به ترتیب ۰.۶۳ و ۰.۳۶ است (امیرحاجلو، ۱۳۹۲: ۲۳ و ۲۴). پژوهش دیگر مربوط به قربانی و همکاران است که اثرات منفی توسعه گردشگری را بر روستاهای جاذب گردشگر در روستای کندوان شهرستان اسکو مورد مطالعه قرار داده است. بر این اساس اثرات منفی توسعه گردشگری در روستای کندوان در شش عامل ترکیبی تغییرات منفی در آداب و رسوم سنتی روستا، تغییرات منفی در فعالیت اقتصادی و شکاف درآمدی، فصلی شدن درآمد و افزایش قیمت کالا، تغییرات منفی در شرایط اکولوژیکی، از بین رفتن ابنیه و آثار تاریخی، و افزایش آلودگی‌های زیست محیطی خلاصه می‌شود. در این میان عامل اول بیشترین اثرات منفی را به خود اختصاص می‌دهد و متغیر تأثیر رفتار و شیوه زندگی گردشگران بر رفتار و شیوه زندگی روستاییان بیشترین بار عاملی (۰.۹۳۴) را دارا می‌باشد (قربانی و

همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۳).

تحقیق دیگر را صیدالی و همکاران با عنوان بررسی اثرات گردشگری در توسعه روستایی (مطالعه موردی: روستاهای دهستان چهل چای شهرستان مینودشت) انجام داده‌اند. در زمینه اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری این طور بیان داشته‌اند: در بُعد مثبت اجتماعی گردشگری کارکردهای مطلوب در زمینه کاهش نرخ مهاجرت روستاییان به شهرها، افزایش تعلق خاطر روستاییان، بهبود بهداشت فردی و عمومی و بهبود روابط ساکنان با روستاهای پیرامون را موجب شده است. اما از طرف دیگر اثرات اجتماعی منفی ورود گردشگران نیز قابل توجه است که می‌توان به مواردی از قبیل فاصله گرفتن برخی روستائیان (خصوصاً جوانان) از فرهنگ بومی و گرایش آنان به سمت فرهنگ شهری، بروز برخی ناهنجاری‌ها و بزهکاری‌ها و بروز ناامنی اشاره نمود (صیدالی و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۲ و ۸۳).

تحقیق دیگری توسط مهدوی و همکاران در روستاهای دره کن و سولقان پیرامون اثرات گردشگری در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی انجام شده است که نتایج نشان می‌دهد در زمینه اجتماعی- فرهنگی گردشگری تأثیر مثبتی در کاهش مهاجرت روستاییان به شهر، ارتقای سطح بهداشت عمومی و فردی در روستا، افزایش تعلق خاطر روستاییان و بالارفتن امنیت در روستاها داشته است، اما در گسترش میزان ناهنجاری‌ها در بین جوانان روستا تأثیر منفی داشته است (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۵۱).

شکوهی و همکاران نیز در پژوهشی دیگر به بررسی اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی جامعه میزبان در شهر بندرترکمن پرداخته‌اند که در زمینه عوامل اجتماعی و فرهنگی اثر گردشگری را می‌توان در متغیرهایی نظیر آشنایی ساکنان با سایر فرهنگ‌ها، بهبود تعامل و روابط عمومی، افزایش عزت نفس و آگاهی نسبت به فرهنگ خویش مثبت ارزیابی نمود (شکوهی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۷).

با بررسی ادبیات و پیشینه تحقیق باید اذعان داشت که موضوع بررسی اثرات گردشگری هر چند در کلیت موضوع واحدی است اما در مناطق مختلف با توجه به شرایط و خصوصیات ویژه آن منطقه ابعاد خاصی پیدا می‌کند. از این رو تعمیم نتایج تحقیقات گذشته در کشورها، شهرها و روستاهای دیگر صحیح نبوده و نیاز به پژوهش‌های جدید در منطقه دارد. انتقاد دیگری که می‌توان به عمده پژوهش‌های مشابه وارد ساخت، بررسی همه اثرات گردشگری با یکدیگر در

یک پروژه است که باعث کم‌توجهی و عمیق نشدن پژوهشگران در هر حیطه شده است. به خصوص که محور اثرات اجتماعی و فرهنگی عمدتاً در سایه تأثیرات اقتصادی و زیست‌محیطی گردشگری قرار می‌گیرد و کمتر به آن توجه می‌شود.

با عنایت به آنچه مطرح شد در تحقیق حاضر با توجه به متغیرهای تعریف شده توسط محققان مختلف از جمله تحقیق لیو و یین^۱ (۲۰۱۰) تنها اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری مورد مطالعه قرار گرفته است و عواملی همچون «افزایش تصادفات رانندگی»، «تخریب‌های مختلف و متفرقه»، «شلوغی بیش از حد»، «تخریب فرهنگ محلی و بومی»، «اثر منفی بر نحوه زندگی ساکنان مناطق نزدیک» برای پژوهش در شهرستان بیرجند به عنوان اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی مناسب تشخیص داده شد و در رابطه با اثرات مثبت اجتماعی و فرهنگی گردشگری نیز، ۵ عامل «شکل‌گیری ویژگی‌های خاص فرهنگی»، «ارتقای کیفیت زندگی مردم منطقه»، «حفظ فعالیت‌های متنوع فرهنگی»، «توسعه محصولات منحصر به فرد»، و «افزایش سطح تجارب شخصی بازدیدکنندگان» مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

۳- روش‌شناسی تحقیق

از آنجا که در پژوهش حاضر به توصیف و مطالعه آنچه هست می‌پردازیم، از نظر نحوه گردآوری داده‌ها یک تحقیق توصیفی است، و از سویی چون در تحقیقات توصیفی می‌توان ویژگی‌های جامعه مورد نظر را از طریق پیمایش ارزیابی نمود. این تحقیق، یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است. از نظر هدف نیز جزء تحقیقات کاربردی به حساب می‌آید. در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات مبانی نظری تحقیق و روش‌شناسی از مقالات و منابع اینترنتی و کتابخانه‌ای استفاده شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه‌هایی بوده که در بین کارشناسان مرتبط با فعالیت‌های گردشگری در سازمان‌ها و اداره‌های ذیربط توزیع شده است. پرسشنامه در قالب ۱۰ گویه جنبه‌های مثبت و منفی اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری را به تفکیک مطرح می‌نماید. مقیاس مورد استفاده نیز طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت می‌باشد.

۴- یافته‌های تحقیق

همانطور که پیش‌تر ذکر شد جهت بررسی اثرات مثبت اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری در شهرستان بیرجند ۵ سؤال از کارشناسان متولی و درگیر در فعالیت‌های گردشگری شهرستان در رابطه با «شکل‌گیری ویژگی‌های خاص فرهنگی»، «ارتقای کیفیت زندگی مردم منطقه»، «حفظ فعالیت‌های متنوع فرهنگی»، «توسعه محصولات منحصر به فرد»، و «افزایش سطح تجارب شخصی بازدیدکنندگان» مطرح شد.

برای بررسی اثرات منفی نیز با ۵ سؤال به شرح ذیل نظر کارشناسان راجع به اثر توسعه گردشگری در شهرستان بیرجند بر آنها جمع‌آوری گردید:

«افزایش تصادفات رانندگی»، «تخریب‌های مختلف و متفرقه»، «شلوغی بیش از حد»، «تخریب فرهنگ محلی و بومی»، «اثر منفی بر نحوه زندگی ساکنان مناطق نزدیک».

فرضیه‌های تحقیق:

۱- توسعه گردشگری در شهرستان بیرجند باعث تقویت اثرات مثبت اجتماعی و فرهنگی می‌شود.

۲- توسعه گردشگری در شهرستان بیرجند باعث افزایش اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی می‌شود.

جدول ۱-۴- تجزیه و تحلیل اثرات مثبت

| ارزش آزمون = ۳ | | | | | |
|----------------|------------|-------------------------------|---------------|--------------------------------|--------|
| آماره t | درجه آزادی | سطح معنی‌داری Sig. (2-tailed) | تفاوت میانگین | تفاوت فاصله اطمینان در سطح ۹۵٪ | |
| | | | | حداقل | حداکثر |
| ۹/۴۲۹ | ۴۴ | ۰/۰۰ | ۴/۶۸۸ | ۳/۶۸۶ | ۵/۶۹۱ |

فرضیه صفر: توسعه گردشگری در شهرستان بیرجند باعث تقویت اثرات مثبت اجتماعی و فرهنگی نمی‌شود.

فرضیه مقابل: توسعه گردشگری در شهرستان بیرجند باعث تقویت اثرات مثبت اجتماعی و فرهنگی می‌شود.

با توجه به نتایج حاصل از آزمون اطلاعات گردآوری شده در جدول فوق می‌توان چنین استدلال کرد که با توجه به اینکه مقدار سطح معنی داری (مقدار آماره p) در سطح اطمینان ۹۵ درصد کمتر از ۰.۰۵ است ($0.05 > 0.00$)؛ فرض صفر رد می‌شود به این معنا که با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد توسعه گردشگری در شهرستان بیرجند باعث تقویت اثرات اجتماعی و فرهنگی می‌شود.

جدول ۲-۴- تجزیه و تحلیل اثرات منفی

| ارزش آزمون = ۳ | | | | | | اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی |
|--------------------------------|-------|---------------|-------------------------------|------------|---------|-----------------------------|
| تفاوت فاصله اطمینان در سطح ۹۵٪ | | تفاوت میانگین | سطح معنی داری Sig. (2-tailed) | درجه آزادی | آماره t | |
| حداکثر | حداقل | | | | | |
| ۱/۳۰۳ | ۱/۶۱۴ | ۰/۳۱۱ | ۰/۸۳۱ | ۴۴ | ۰/۲۱۵ | |

فرضیه صفر: توسعه گردشگری در شهرستان بیرجند باعث افزایش اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی نمی‌شود.

فرضیه مقابل: توسعه گردشگری در شهرستان بیرجند باعث افزایش اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی می‌شود.

با توجه به نتایج حاصل از آزمون اطلاعات گردآوری شده در جدول فوق می‌توان چنین استدلال کرد که با توجه به اینکه مقدار سطح معنی داری (مقدار آماره p) در سطح اطمینان ۹۵ درصد بزرگتر از ۰.۰۵ است ($0.831 > 0.05$)؛ نمی‌توان فرض صفر تحقیق را رد کرد. از این رو باید گفت به احتمال ۹۵ درصد توسعه گردشگری در شهرستان بیرجند باعث افزایش اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی می‌شود.

۵- نتیجه

اثرات گردشگری بر جوامع و فرهنگ‌ها تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد. آنچه مسلم است این آثار باید در چارچوب جامعه‌شناسی تغییرها و حرکات اجتماعی و جامعه‌شناسی تاریخی تحلیل شود. اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری متنوع بوده و می‌تواند مثبت یا منفی باشد. آنچه در این تحقیق به آن پرداخته شد بررسی پیرامون اثر توسعه گردشگری بر ۵ عامل مثبت و ۵ عامل منفی بوده است.

نتایج حاصل از انجام آزمون‌های آماری در خصوص عوامل مثبت مطرح شده نشان داد توسعه گردشگری می‌تواند زمینه‌ساز بروز اثرات و پیامدهای مثبتی برای جامعه شهرستان بیرجند باشد. به عبارت دیگر توسعه گردشگری و حضور گردشگران می‌تواند باعث شکل‌گیری ویژگی‌های خاص فرهنگی در بین مردم این شهرستان شود. همچنین کیفیت زندگی مردم منطقه ارتقا خواهد یافت و جامعه سطح بالاتری از رفاه را تجربه خواهد کرد. بعلاوه توجه گردشگران به مقوله‌های فرهنگی باعث حساسیت بیشتر مردم نسبت به حفظ فعالیت‌های متنوع فرهنگی در جامعه خواهد شد و سطح تجارب شخصی بازدیدکنندگان افزایش می‌یابد. از سوی دیگر توجه گردشگران به محصولات منحصر به فرد زمینه توسعه و تولید هر چه بیشتر آنها را فراهم می‌سازد که به طور مستقیم بر اشتغال و درآمدزایی خانوارهای جوامع میزبان اثر مثبت دارد.

نتایج بررسی عوامل منفی اجتماعی و فرهنگی مطرح شده بیانگر این واقعیت است که حتی در بین کارشناسان مرتبط با فعالیت‌های گردشگری نیز این دغدغه در مورد اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری وجود دارد که در صورت توسعه گردشگری وقوع اثرات منفی آن گریز ناپذیر است. این مسئله در شهرستان بیرجند به دلیل کوچک بودن جامعه و همچنین بافت سنتی و مذهبی آن اهمیت بیشتری پیدا می‌کند و از همین رو کارشناسان بر وقوع اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی گردشگری در شهرستان بیرجند تأکید بیشتری داشته‌اند. از این رو در ادامه به بعضی از راهبردهای مؤثر جهت کاهش تأثیر پیامدهای منفی اشاره می‌شود.

۶- راهبردهای پیشنهادی

تعیین راهبردها مشخص کننده نقشه راه دستیابی به اهداف می‌باشند (لامزدن^۱، ۱۳۸۷: ۱۶۲). با توجه به مباحث مطرح شده و اهمیت مدیریت اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری جهت تقویت آثار مثبت و کنترل و محدود نمودن آثار منفی راهبردهایی برای توسعه گردشگری به شرح ذیل پیشنهاد می‌گردد:

➤ به نظر می‌رسد در مقصدهای گردشگری به ویژه در مناطق کوچک مانند شهرستان بیرجند تحلیل به موقع وضعیت گردشگری از نظر اینکه گردشگری در آن منطقه در کدام مرحله از چرخه حیات خود به سر می‌برد ضروری است تا برنامه‌ریزی با توجه به آن به درستی صورت گیرد. نتایج مطالعات نیز نشان داده است گردشگری در کشورهایی که به شکل بد و ضعیفی برنامه‌ریزی و کنترل شده، آثار مخربی را ایجاد کرده است (داس و ویل، ۱۳۷۹: ۱۹۴).

➤ استفاده از الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری تا بدین وسیله ابعاد متفاوت اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی در کنار هم مورد توجه قرار گیرد. بر اساس آنچه گی (۱۳۸۲: ۳۱۴) و زاهدی (۱۳۸۵: ۱۲۱) و رضوانی (۱۳۸۷: ۱۲۰) اظهار می‌دارند گردشگری پایدار بر سه محور ابعاد زیست محیطی، ابعاد اجتماعی و ابعاد اقتصادی متمرکز است و توسعه در صورتی پایدار خواهد بود که تعاملی سازنده میان سه عامل مؤثر در توسعه گردشگری یعنی گردشگران، میزبانان و ویژگی‌های مقصد برقرار شود. به عبارت دیگر هر چه بیشتر بتوان ابعاد سه گانه را بسمت یکدیگر نزدیک کرد و همپوشانی بین سه عامل مؤثر در توسعه گردشگری را محقق ساخت؛ آنگاه می‌توان توسعه پایدار گردشگری را انتظار داشت (الوانی و پیروزیخت، ۱۳۸۵: ۱۱۵). در گردشگری پایدار مدیریت تمامی منابع به گونه‌ای پیش‌بینی می‌شود که نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیبایی شناختی، همزمان با نگهداری تمامیت فرهنگی، فرایندهای ضروری زیست محیطی، تنوع زیستی و سیستم‌های حفاظت از محیط زیست و حیات وحش محقق شود (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۱: ۲۶).

- فرهنگ سازی در جوامع میزبان در جهت معرفی قابلیت‌های گردشگری برای ایجاد رفاه در جوامع انسانی می‌تواند نقش مهمی در تعامل مثبت بین جوامع میزبان و میهمان ایفا نماید.
- دستگاه‌های متولی گردشگری و به ویژه دفاتر خدمات مسافرتی و تورگردان‌ها باید ملزم شوند تا به مسافران خود آگاهی‌های لازم پیرامون ویژگی‌های فرهنگی مقصد ارائه نمایند تا گردشگران از قبل با آمادگی وارد تعامل با جوامع میزبان شوند.
- تدوین، چاپ و نشر دفترچه‌ها، کتابچه‌ها و بروشورها و لوح‌های فشرده ضمن اینکه می‌تواند به عنوان یک ابزار مناسب تبلیغاتی برای مقصدهای گردشگری مطرح باشد به عنوان یک ابزار اطلاعاتی می‌تواند آگاهی‌بخشی مناسبی برای گردشگران به همراه داشته باشد و از بروز رفتارهای نامناسب جلوگیری به عمل آورد.
- جلب مشارکت مردم جامعه میزبان به فعالیت در زمینه گردشگری می‌تواند فرآیند توسعه را با سرعت و سهولت بیشتری همراه سازد. در صورت مخالفت و عدم همکاری جامعه میزبان تضاد و تعارض بین آنها و گردشگران بیشتر می‌شود.

منابع

- الوانی، سیدمهدی و معصومه پیروزبخت (۱۳۸۵)، **فرآیند مدیریت جهانگردی**، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. چاپ اول.
- امیرحاجلو، الهام؛ سمین تولایی؛ احمد زنگانه؛ ابوالفضل زنگانه (۱۳۹۲)، ارزیابی و اولویت‌بندی اثرات گردشگری در سطح ملی با استفاده از تکنیک Topsis، **برنامه‌ریزی منطقه‌ای**، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۲۶-۱۵.
- تولایی، سمین (۱۳۸۵)، **مووری بر صنعت گردشگری**، تهران: دانشگاه تربیت معلم، چاپ اول.
- داس ویل، راجر (۱۳۷۹)، **مدیریت جهانگردی: مبانی، راهبردها و آثار**، ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۲)، **جغرافیا و صنعت توریسم**، تهران: دانشگاه پیام نور، چاپ پنجم.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷)، **توسعه گردشگری روستایی (با رویکرد گردشگری پایدار)**، انتشارات دانشگاه تهران.
- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵)، **مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تأکید بر محیط زیست)**، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول.

- دهقان، نبی‌اله؛ شریفی‌تهرانی، محمد(۱۳۹۰)، برنامه‌ریزی راهبردی موزه ملی ایران، **مطالعات مدیریت گردشگری**، شماره ۱۶ (پاییز و زمستان): ۹۰-۵۳.
- شالچیان، طاهره(۱۳۸۵)، **آداب و فرهنگ سفر**، تهران: دانشگاه پیام نور، چاپ اول.
- شکوهی، محمداجزا، خدیجه بوذرجمهری، مصطفی ایستگلدی و مهدی مودودی(۱۳۹۳)، بررسی اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی جامعه میزبان نمونه مطالعاتی: شهر بندر ترکمن، **فصلنامه فضای جغرافیایی**، سال چهاردهم، شماره ۴۷، صص ۱۲۵-۱۰۱.
- شریفی‌تهرانی و جواد یوسفی(۱۳۹۱)، بررسی ارتباط بین گونه‌های گردشگری مذهبی، روستایی و بوم‌شناختی با گردشگری فرهنگی مورد مطالعه: استان خراسان جنوبی، **فصلنامه مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان**، سال هفتم، شماره اول.
- محسن صیدالی؛ رضا سلیمانگلی؛ هادی قراگوزلو(۱۳۹۱)، بررسی اثرات گردشگری در توسعه روستایی (مطالعه موردی: روستاهای دهستان چهل جای شهرستان مینودشت)، **فصلنامه فضای گردشگری**، سال اول، شماره ۳، صص ۸۸-۶۹.
- ضرغام بروجنی، حمید(۱۳۹۱)، **برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی رویکرد همپوند و پایدار**، تهران: نشر مهکامه، چاپ دوم.
- ضیایی، محمود و مژگان تراب احمدی(۱۳۹۱)، **شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی**، تهران: نشر علوم اجتماعی، چاپ اول.
- رسول قربانی؛ فاطمه زادولی؛ شاهرخ زاد ولی خواجه(۱۳۹۳)، ارزیابی اثرات منفی توسعه گردشگری بر روستاهای جاذب گردشگر (نمونه موردی: روستای کندوان- شهرستان اسکو)، **برنامه‌ریزی منطقه‌ای**، سال چهارم، شماره ۱۵، صص ۱۰۸-۱۰۳.
- علی اکبری، اسماعیل(۱۳۹۲)، **جغرافیای گردشگری ایران**، تهران: انتشارات سمت، چاپ دوم.
- گی، چاک وای(۱۳۸۲)، **جهانگردی در چشم‌اندازی جامع**، ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
- لامزدن، لس(۱۳۸۷)، **بازاریابی گردشگری**، ترجمه ابوالفضل تاج‌زاده نمین، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- لانکوار، روبر(۱۳۸۱)، **جامعه‌شناسی جهانگردی و مسافرت**، ترجمه صلاح‌الدین محلاتی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- محلاتی، صلاح‌الدین(۱۳۸۰) **درآمدی بر جهانگردی**، تهران: دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول.
- معصومی، مسعود(۱۳۸۸)، **درآمدی بر رویکردها در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری محلی**، **شهری و منطقه‌ای**، تهران: انتشارات سمیرا.

- مسعود مهدوی؛ مجتبی قدیری معصوم؛ نسرين قهرمانی (۱۳۸۷)، اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستاییان دره کن و سولقان، *فصلنامه روستا و توسعه*، سال ۱۱ شماره ۲، صص ۳۰-۳۹.
- میسون، پیتز (۱۳۸۷)، *گردشگری: اثرات برنامه‌ریزی و مدیریت*، ترجمه روزبه میرزایی و پونه ترابیان، تهران: انتشارات ترمه، چاپ اول.
- هال، کالین مایکل و جان ام. جنکینز (۱۳۸۲)، *سیاستگذاری جهانگردی*، ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
- ولا، فرانسوا و یونل بیرجیل (۱۳۸۴)، *گردشگری بین‌المللی*، ترجمه محمدابراهیم گوهریان و محمد مهدی کتابچی، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- ویلیامز، استفان (۱۳۸۸)، *جغرافیای گردشگری*، ترجمه دکتر محمود ضیایی، تهران: دانشگاه پیام نور، چاپ دوم.

- Connel, John and Rugendyke, Barbera (2008), *Tourism at the Grassroots, Villagers and Visitors in the Asia-Pacific*, Routledge, UK.
- Liu, Chin-Hung and Yen, Li-Chen(2010), The Effects of Service Quality, Tourism Impact, and Tourist Satisfaction on Tourist Choice of Leisure Farming Types, *African Journal of Business Management* Vol. 4(8), pp. 1529-1545, 18.
- Loukaitou-Sideris, Anastasia and Soureli, Konstantina(2012), Cultural Tourism as an Economic Development Strategy for Ethnic Neighborhoods, *Economic Development Quarterly*, Vol. 26, No. 1, pp. 50-72.
- Richards, G (2002), "Torism and the World of Culture and Heritage", *Tourism Receration Research*, vol. 25(1), pp. 9-17.
- Timothy, Dallen J. and Nyaupane, Gyan P. (2009), *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective*, Routledge, USA.