

## پیوند مفهومی گردشگری و سرمایه اجتماعی در توسعه و تحول جامعه (مطالعه ترکیبی)

جواد معدنی<sup>۱</sup>، استادیار گروه مدیریت دولتی و گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۷/۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۵/۲۹

### چکیده

گردشگری، پدیده‌ای چندوجهی است که از گذشته تا به امروز در ابعاد و حوزه‌های مختلف جامعه جریان دارد. در جامعه مفاهیم اساسی‌ای همچون سرمایه اجتماعی وجود دارند که در پیوند با مفهوم گردشگری می‌توانند توسعه و تحول آن را رقم بزنند. هدف تحقیق حاضر، دستیابی به الگوی پیوند مفهومی گردشگری و سرمایه اجتماعی در توسعه و تحول جامعه است که با استفاده از روش تحقیق ترکیبی، آن را تدوین می‌نماید. رویکرد بکار رفته در آن، نسبی متوالی با وزن نابرابر است که در سه فاز کیفی - کیفی - کمی انجام می‌شود که به ترتیب از سه روش «مرور سیستماتیک - تحلیل مضمون - دلفی تعدیل‌شده» استفاده شده است. مطابق با یافته‌های تحقیق، در فاز اول با استفاده از روش مرور سیستماتیک، از میان ۲۱۱ مقاله بررسی شده، تعداد ۲۶ مقاله انگلیسی و فارسی مرتبط شناخته شده و مورد بررسی قرار گرفتند. در فاز دوم - روش تحلیل مضمون - با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختار یافته اطلاعات گردآوری شدند که ۶۷ مضمون اساسی، ۲۶ مضمون سازمان‌دهنده، چهار مضمون فراگیر شناسایی و استخراج شدند. در فاز سوم با استفاده از متد دلفی تعدیل‌شده، جهت بررسی سطح توافق خبرگان و تأیید اجزای الگو، سه راند دلفی انجام و تمام خبرگان اجزای الگو را مورد بررسی و تأیید قرار دادند. از نتایج تحقیق حاضر می‌توان به نقش اساسی و سازنده مولفه‌هایی چون «حمایت و پشتیبانی از جامعه، مشارکت در گردشگری، رعایت حقوق شهروندی، تقویت زیرساخت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... جامعه» اشاره کرد که موجب ایجاد پیوند و ارتباط دو مقوله‌ی مهم گردشگری و سرمایه اجتماعی شده‌اند که می‌توانند موجبات توسعه و تحول جامعه را فراهم سازند.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری، سرمایه اجتماعی، توسعه و تحول، روش ترکیبی

## مقدمه

گردشگری یکی از مهمترین و با سابقه‌ترین اقدامات بشر است که بر زندگی اجتماعی، روابط خانوادگی، رفاه مادی و اوقات فراغت و ... تأثیر می‌گذارد (پایک و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹: ۴۱). این پدیده، نه تنها از لحاظ اقتصادی، بلکه از بعد اجتماعی و فرهنگی نیز مزایایی برای جامعه دارد (کاکوداکیس و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷: ۱۰۸). چراکه گردشگری یکی از مهمترین مقوله‌هایی است که هویت فرهنگی، ارزش‌ها و آداب و رسوم مبتنی بر سنت‌ها، و همزیستی و همکاری در جامعه را ارتقا می‌بخشد (گاریسیا- ویلاورده و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰: ۱۲). مطالعاتی که اخیراً بر روی شرکت‌ها و سازمان‌های اجتماعی گردشگری در کشورهای در حال توسعه انجام شده است، نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی به ایجاد ارزش اجتماعی کمک می‌کند، بنابراین سازمان‌ها و شرکت‌های گردشگری باید با جوامع محلی ارتباط برقرار کرده و از توسعه شبکه موثر برای تولید ارزش اجتماعی اطمینان حاصل کنند (آلتینای و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۶).

بحث‌ها درباره نقش گردشگری در جامعه نه تنها در حوزه دانشگاهی، بلکه در سایر حوزه‌ها برجسته‌تر شده است. اولاً، مسائل مربوط به تقاضای بیش از حد گردشگری در «نقاط داغ»<sup>۵</sup> باعث واکنش منفی مردم محلی در برخی مقاصد مهم شده است. بحث‌های اجتماعی، مثل نقش رسانه‌ها در ایجاد مطلوبیت گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی، مرتبط با اصطلاح «مازاد تورسیم»<sup>۶</sup> است که باعث محکومیت گسترده صنعت گردشگری و اغلب خود گردشگران در استراحتگاه‌ها، شهرها و مقاصد شلوغ شده است (میلانو و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۱۹). این مسائل نه تنها در حوزه گردشگری، بلکه خود جامعه را نیز در معرض تهدید و خطر قرار می‌دهند. در اینجا نیاز است تا عامل مهم و کلیدی‌ای بتواند یک پیوند مفهومی ایجاد نماید تا این خلأها و شکاف‌ها را پر نماید. سرمایه اجتماعی یکی از مهمترین و اصلی‌ترین این مفاهیمی است که نقش هم‌افزایی<sup>۸</sup> در صنعت گردشگری دارد و می‌تواند برای جوامع مثر ثمر باشد (نولنبرگ و

---

1. Pyke et al  
 2. Kakoudakis et al  
 3. García-Villaverde  
 4. Altinay et al  
 5. hotspots  
 6. overtourism  
 7. Milano et al  
 8. synergizing

همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱: ۱۰۰). سرمایه اجتماعی به عنوان منابع واقعی و بالقوه موجود از طریق شبکه روابط بازیگران با دیگران تعریف می‌شود (استام و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). سرمایه اجتماعی قوی می‌تواند تحقق انعطاف‌پذیری جامعه در مدیریت منابع همگانی را ارتقا دهد (میوسونگن و کلوپرز<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰: ۱).

ارتباط بحث‌برانگیز و ناشناخته و در عین حال غیرقابل انکار میان سرمایه اجتماعی و گردشگری وجود دارد که هنوز جای بحث و بررسی آن بسیار است (دانز و گونزالز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹: ۷۸). اگرچه بسیاری از مناطق در حال توسعه به دنبال گردشگری به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی هستند، اما در مراحل اولیه، این مناطق اغلب فاقد اشکال مختلف مدیریت منابع و سرمایه‌های لازم هستند (ژو و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷: ۳۳۸). سرمایه‌های حیاتی و بسیار ارزشمندی همچون «سرمایه اجتماعی». از طرفی نیز، از دیدگاه گردشگری، برخی از مطالعات رویکردهای چند بعدی نظریه سرمایه اجتماعی را در این حوزه مورد بررسی قرار داده‌اند اما پیوند مفهومی آن را با سایر حوزه‌های خاص مثل حوزه گردشگری همچنان مغفول مانده است (کیم و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۶: ۹۷).

سرمایه اجتماعی ضمن شکل‌دهی به مجموعه قواعد و قوانین ارزشی، اخلاقی و رفتاری هر جامعه، به رفتار افراد نیز شکل می‌دهد و کمک می‌کند تا سرمایه انسانی و سرمایه مادی و اقتصادی بتوانند باهم و در تعامل با یکدیگر به رشد و پویایی دست یابند. چرا که سرمایه اجتماعی از نوع سرمایه‌هایی است که در ارتباط با دیگر عوامل شکل می‌گیرد. این مقوله هم برای گردشگران و هم برای جامعه صادق است و می‌تواند باعث ایجاد روحیه اعتماد متقابل و یا سایر مفاهیم ارزشمند فرهنگی و اجتماعی شود. اما با مطالعه آثار مرتبط در این زمینه می‌توان متوجه شد که بسیاری از مفاهیم مرتبط با آن مغفول مانده‌اند و نیازمند یک الگوی مفهومی و جامعی می‌باشد. با این حال، به دلیل تغییرات مشاهده شده در هنجارها، ارزش‌ها و رفتارها، نگرانی در مورد تأثیرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری ابراز شده است و نیاز است با در نظرگیری مفاهیم مهمی چون سرمایه اجتماعی، اینگونه مسائل را به حداقل رساند. چراکه بدون توجه به این مسائل، جامعه دچار مشکلاتی خواهد شد و نمی‌تواند مسیر ترقی و تحول را بیابد. این مقاله سعی

---

1. Knollenberg et al  
 2. Stam et al  
 3. Musavengane & Kloppers  
 4. Dans & González  
 5. Zhou et al  
 6. Kim et al

دارد پیوند مفهومی گردشگری و سرمایه اجتماعی در توسعه و تحول جامعه را مورد بررسی قرار دهد و تأثیرات و پیش شرط‌های ممکن را تبیین و تحلیل نماید. از همین رو در این تحقیق سعی می‌شود تا ضمن بررسی این خلأها و شکاف‌ها، یک پیوند مفهومی گردشگری و سرمایه اجتماعی در توسعه و تحول جامعه را ایجاد کرد تا این چنین مسائلی را به حداقل رساند. این امر میسر نمی‌شود مگر با تبیین یک الگوی جامع و مولفه‌های مرتبط با آن که یکی از اهداف اصلی این تحقیق است. همچنین، بررسی مفاهیم و مبانی نظری گردشگری و سرمایه اجتماعی و نقش آن‌ها در توسعه و تحول جامعه به عنوان یکی از اهدافی است که در این تحقیق مورد توجه قرار می‌گیرد. از دیگر اهداف این مقاله، رفع چالش‌ها و خلأهای مرتبط با این حوزه است که می‌توانند مسیر توسعه و تحول جامعه را تحت تأثیر قرار دهند. به همین منظور نیاز است تا این موارد با رویکردی مؤثر «حل‌وفصل» شوند. به طور کلی، هدف اصلی تحقیق دستیابی به الگوی پیوند مفهومی گردشگری و سرمایه اجتماعی در توسعه و تحول جامعه است که ضمن بررسی مبانی نظری مرتبط، با استفاده از روش ترکیبی به این مهم دست خواهیم یافت. در ادامه، مبانی نظری، روش شناسی، یافته‌ها و نتیجه‌گیری ارائه خواهند شد.

### مبانی نظری

فلدمن و زولر<sup>۱</sup> (۲۰۱۱: ۲۵) اظهار می‌دارند که اصطلاح «اجتماعی» نشان می‌دهد که دارایی خاص از طریق مشارکت با یک جامعه به دست می‌آید. اصطلاح «سرمایه» نشان می‌دهد که جوامع می‌توانند از دارایی‌های خود برای توسعه حمایت کنند، بفروشند یا مصرف کنند (سولارد و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸: ۱۹۱).

سرمایه اجتماعی، همراه با سرمایه فرهنگی و سمبلیک، معمولاً به عنوان اعتبار، اصالت و شهرت شناخته می‌شود و اصطلاحی است که در آن اشکال مختلف سرمایه اقتصادی مشروع تلقی می‌شود و به رسمیت شناخته می‌شود (بوردیو<sup>۳</sup>، ۱۹۸۵). براساس نظر فوکویاما<sup>۴</sup> (۲۰۰۱) سرمایه اجتماعی یک هنجار غیررسمی است که همکاری بین دو یا چند نفر را تشویق می‌کند. همچنین، سرمایه اجتماعی به قدرت‌ها و منابعی اطلاق می‌شود که از شبکه‌های روابط به دست می‌آید (اورت<sup>۵</sup>، ۲۰۰۲). به طور کلی، سرمایه اجتماعی

1. Feldman and Zoller

2. Soularda et al

3. Bourdieu

4. Fukuyama

5. Everett

به‌عنوان ویژگی‌های اجتماعی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها تعریف می‌شود که با اجرای اهداف هماهنگ می‌تواند کارایی جامعه را بهبود بخشد (پوتنام<sup>۱</sup>، ۱۹۹۳).

سرمایه اجتماعی نیز اغلب در شناسایی نقش سازمان‌ها و منابع فردی و اجتماعی که از طریق شبکه‌های رسمی و غیررسمی در اختیار گرفته شده است مورد استفاده قرار می‌گیرد (ژو و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷: ۳۳۸). بنابراین، عملکرد سازمان‌ها و شرکت‌های گردشگری برای موفقیت صنعت گردشگری و اقتصاد بازدیدکنندگان بسیار مهم است. شواهد نشان می‌دهند که شبکه‌های حرفه‌ای و اجتماعی کارآفرین دسترسی به منابع ضروری موفقیت کسب‌وکار مانند اطلاعات بازار، نوآوری و امور مالی را تسهیل می‌کنند (لی و هالک<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰: ۱). به طور کلی، سرمایه اجتماعی تأثیرات مثبتی بر توسعه گردشگری دارد (اشلی<sup>۴</sup>، ۲۰۰۹). همچنین، سرمایه اجتماعی می‌تواند مدیریت مشارکتی منابع طبیعی را بوجود آورد. همچنین می‌تواند در ایجاد انعطاف‌پذیری جامعه، تاب‌آوری جامعه به رفاه و کیفیت زندگی جامعه نیز کمک کند (میوسونگن و کلوپرز<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰: ۱۲).

گردشگری پدیده‌ای است که ماهیت چندبخشی دارد و نیاز اصلی آن همکاری‌های بین بخشی است، زیرا بسیاری از ذینفعان مختلف در روند برنامه‌ریزی گردشگری منافع مختلفی دارند و تنها از طریق فرآیند اشتراک اطلاعات و تصمیم‌گیری با همه ذینفعان است که گردشگری می‌تواند با حداقل تأثیرات منفی تکامل یابد (میناثر<sup>۶</sup>، ۲۰۲۰: ۲).

گردشگری به افراد این فرصت را می‌دهد که با افراد مختلف با درآمدها، سطوح تحصیلی و موقعیت اجتماعی متفاوت بتوانند ضمن آشنایی با فرهنگ‌های مختلف، به توسعه فردی و اجتماعی‌شان کمک کنند (مک کاب و جانسون<sup>۷</sup>، ۲۰۱۳؛ میناثر و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۰۹؛ هیئت گردشگری ویزیت بریتانیا<sup>۹</sup>، ۲۰۱۰). گردشگری با فراهم آوردن زمینه‌ای برای رشد و شکوفایی روابط و دوستی‌ها، نقش مهمی در کمک به سرمایه اجتماعی و خانوادگی ایفا می‌کند. با قرار دادن مسافران در معرض تجربیات جدید، گردشگری

1. Putnam

2. Zhou et al

3. Lee & Hallak

4. Ashly

5. Musavengane & Kloppers

6. Minnaert

7. McCabe & Johnson

8. Minnaert et al

9. VisitBritain

می‌تواند بر سلامت گردشگران تأثیر مثبت بگذارد، دانش آن‌ها را گسترش داده و عملکرد کلی را افزایش دهد (مک کاب و جانسون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳؛ شبکه گردشگری سلامت<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). گردشگری از بعد اجتماعی به چند دلیل یک موضوع مهم را نشان می‌دهد. اولاً، این امر با آرمان‌ها و اخلاقیات بنیادی مرتبط است که پشتوانه رشد و توسعه سیستم گردشگری مدرن است که گردشگری را به عنوان یک فعالیت مصرفی مثبت در جوامع مدرن قرار می‌دهد. ثانیاً، تحلیل‌گران گردشگری اجتماعی بر نابرابری‌های ساختاری مختلف در دسترسی به فرصت‌های سفر که به‌طور سنتی توسط تحقیقات گردشگری نادیده گرفته می‌شدند، تأکید کرده و مفهوم حقوق شهروندی در گردشگری را متمرکز کرده و نقش آن را در مقابله با محرومیت اجتماعی برجسته کرده‌اند. ثالثاً، اکثر تحقیقات نتایج مثبت گردشگری را به‌عنوان یک شیوه تفریحی برای افراد و خانواده‌ها مورد بررسی قرار داده‌اند که می‌تواند برای همه گردشگران تعمیم داده شود، مانند ارتباط بین گردشگری و رفاه ذهنی آنان (مک کاب و کیائو<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰: ۲).

### روش پژوهش

این تحقیق، از لحاظ هدف بنیادی است و روش تحقیق آن آمیخته یا ترکیبی است. در این تحقیق، طرح یا رویکرد پژوهش ترکیبی نسبی متوالی با وزن نابرابر<sup>۴</sup> است که در سه فاز کیفی - کیفی - کمی انجام می‌شود. در این نوع طرح، ابتدا داده‌ها و اطلاعات کیفی و سپس کمی جمع‌آوری و تحلیل می‌شوند. اولویت معمولاً با فاز کیفی است و داده‌های کمی برای تقویت داده‌های کیفی استفاده می‌شوند (کرسول<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸). در این تحقیق، به ترتیب از سه روش «مرور سیستماتیک - تحلیل مضمون - دلفی تعدیل‌شده» استفاده شده است.

توضیح کلی اینکه در بخش کیفی ابتدا به امر، با استفاده از روش مرور سیستماتیک، محورهای موضوعی استخراج شدند، و سپس در مرحله بعد، با استفاده از ابزارهایی چون مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته، مضامین مربوطه استخراج شدند و این مضامین با روش تحلیل مضمون به الگو تبدیل شدند. و سپس الگوی حاصله، از طریق روش دلفی تعدیل‌شده از منظر خبرگان مورد بررسی قرار گرفتند و برای سنجش

1. McCabe & Johnson

2. Wellness Tourism Worldwide

3. McCabe & Qiao

4. Partially mixed sequential dominant status design

5. Creswell

اجزای آن، در مورد روایی آن اعلام نظر شد. بدلیل جدید بودن موضوع و نبود غنای مبانی نظری در این حوزه موضوعی، محقق ملزم به استفاده از روش‌های کیفی شد. یکی از رویکردهای مهم و کاربردی در چنین تحقیقاتی این است که ملاحظه می‌شود اکثر محققان بدون استخراج محورهای موضوعی، وارد بحث و بررسی تحقیق می‌شوند و با استفاده از روش‌های کیفی، پژوهش را انجام می‌دهند. با توجه به موارد مذکور، قبل از ورود به تحقیق، محقق بایستی ابتدا به امر، محورهای موضوعی<sup>۱</sup> را استخراج کند تا در مراحل بعدی بتواند رویکردها یا روش‌های مورد نظر را بکار گیرد. محورهای موضوعی به عنوان عوامل جهت‌دهی در تحقیقات هستند که نیاز است از منظر خبرگان آن حوزه مورد شناسایی و بررسی قرار گیرند. به همین دلیل، در گام اول از روش تحقیق کیفی مرور سیستماتیک یا نظامند استفاده شده است تا محورهای موضوعی استخراج شوند. سپس جهت استخراج مضامین مربوطه، از روش تحلیل مضمون استفاده می‌شود. در این پژوهش، داده‌ها و اطلاعات به‌دست‌آمده از روش مرور سیستماتیک و مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته، با استفاده از روش تحلیل مضمون، گردآوری و تحلیل شدند و همان‌طور که بیان گردید، در اختتام کار از طریق روش کمی دلفی تعدیل شده الگوی حاصله را از منظر خبرگان موردبررسی قرار می‌دهد تا اجزای آن تأیید یا رد گردند.

توضیح بیشتر اینکه، محقق یک رویکرد یکپارچه را با استفاده از مرور نظامند یا مرور سیستماتیک<sup>۲</sup> برای ارائه یک نمای کلی و احصای محورهای موضوعی<sup>۳</sup> از تحقیقات منتشر شده انتخاب کرده است. این کار، با تجزیه و تحلیل گسترده‌تر و وسیع‌تری از ادبیات مرتبط در حوزه‌های موضوعی گردشگری و سرمایه اجتماعی انجام شده است تا مفاهیم و رویکردهایی برای آگاهی از پیوند مفهومی آن‌ها و فراتر از آن، با توسعه یک مدل مفهومی مدنظر قرار گیرد.

تحلیل مضمون نیز یکی از روش‌های کیفی‌ای است که با روش‌های کیفی دیگر همچون مرور سیستماتیک می‌تواند امکان ایجاد یک رویکرد پیشنهادی برای بررسی سریع را فراهم کند (ژیونگ و همکاران، ۲۰۱۹: ۱۰؛ همل و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰: ۲۲).

---

1. Thematic axes or core topics  
 2. Systematic review  
 3. Thematic axes  
 4. Hamel et al

در حالی که رویکردهای متفاوتی برای تحقیقات مفهومی<sup>۱</sup> وجود دارد، محقق در این پژوهش سعی دارد میان نظریه‌های مرتبط و تحلیل مفاهیم ارتباط ایجاد کند، از طرفی نیز سعی می‌کند بسیاری از مطالعات اخیر انجام شده در صنعت گردشگری در حوزه سرمایه اجتماعی را نیز نشان دهد. این یکی از رویکردهای جدید در تحقیقات مفهومی است (پونگ و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰). از همین رو نویسنده در عنوان از واژه «پیوند مفهومی» استفاده نموده است.

جامعه مورد مطالعه تحقیق حاضر شامل متخصصان و برخی از ذینفعان موثر در حوزه موضوعی گردشگری و سرمایه اجتماعی هستند که دارای سابقه چندین ساله در این حوزه‌های علمی می‌باشند. در فاز دوم تحقیق، یعنی روش تحلیل مضمون، این افراد با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند که یکی از روش‌های نمونه‌گیری کیفی است مورد شناسایی و مصاحبه قرار می‌گیرند. البته واضح است که تعداد نمونه‌ها با توجه به دستیابی به اشباع نظری تعیین می‌گردد. در این پژوهش از نمونه‌گیری هدفمند روش متوالی یا متواتر استفاده می‌نماییم. در این روش‌ها به‌جای انتخاب یک نمونه ثابت حجم نمونه آن‌قدر افزایش می‌یابد تا زمانی که دیگر کافی باشد (بنینگ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲). لازم به ذکر است که در این فاز از تحقیق، مصاحبه‌ها از ۱۳ تن از خبرگان احصا و مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند این خبرگان در حوزه‌های گردشگری، علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی دارای سابقه دانشگاهی و اجرایی هستند. مطابق با قاعده نمونه‌گیری هدفمند، تعداد نمونه‌ها با توجه به دستیابی به اشباع نظری تعیین می‌گردد و در مصاحبه یازدهم به بعد، اشباع نظری ایجاد شد که با عطف به تکراری بودن مصاحبه‌ها و گزاره‌های حاصله، به ۱۳ مصاحبه اکتفا گردید. در فاز سوم یعنی دلفی تعدیل شده، از نظر خبرگان و متخصصان در سه دور متوالی استفاده شد. لازم به ذکر است که در انتخاب خبرگان، از افرادی در پژوهش استفاده شد که دارای تجربه چندین ساله در این حوزه هستند و همچنین، با توجه به ماهیت مقوله گردشگری و سرمایه اجتماعی جزء خبرگان و متخصصان این حوزه می‌باشند. تعداد این افراد با توجه به سابقه علمی و اجرایی در این حوزه مورد بررسی قرار گرفت که ۸ نفر از آن‌ها در سه راند دلفی مشارکت نمودند.

در ادامه، مراحل انجام تحقیق به تفصیل توضیح داده می‌شود.

---

1. conceptual research  
2. Pung et al  
3. Banning



### فاز اول: مرور سیستماتیک

مرور سیستماتیک نوعی مرور ادبیات است که اصول روش علمی را برای یافتن و جمع‌بندی تحقیقات به کار می‌گیرد. هدف اصلی این روش، پاسخگویی به سوالات تحقیق از پیش تعیین شده با استفاده از تمام شواهد تجربی مرتبط، با استفاده از روش‌های صریح و قابل تکرار و به حداقل رساندن سوءگیری‌ها است (تامس و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷: ۱).

مرور سیستماتیک کیفی، روشی است که تحقیقات مرتبط در مورد یک موضوع را گرد هم می‌آورد. این روش به طور نظامند شواهد تحقیقات را جستجو کرده و یافته‌ها را با هم جمع‌آوری می‌کند (سیرز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵؛ توی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳؛ کمپبل و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱). گرچه در رابطه با مراحل و نحوه انجام کار این روش اتفاق نظری وجود ندارد، اما عمدتاً شامل مراحل ذیل می‌شود:

ابتدا شروع به کار، سپس، تصمیم‌گیری در مورد موضوعات مرتبط، خواندن مطالعات، تعیین نحوه ارتباط مطالعات با یکدیگر، ترجمه بررسی یکدیگر، ترکیب ترجمه‌ها و بیان نتیجه (نبلیت و هیر<sup>۵</sup>، ۱۹۸۸). لازم به ذکر است که برخی از این موارد همگام با هم صورت می‌گیرند.

همانطور که در قبل گفته شد، این پژوهش یک مطالعه مرور نظامند است که در آن تمامی مقالات چاپ شده مرتبط با گردشگری و سرمایه اجتماعی مورد بررسی قرار گرفتند. در این روش، بایستی بازه زمانی تحقیقات مورد مطالعه را نیز مشخص نمود که محقق، محدوده این مطالعات را در بازه زمانی ده ساله قرار داده است. برای مقالات انگلیسی از سال ۲۰۱۲ تا سال ۲۰۲۱ میلادی و برای مقالات فارسی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ شمسی که نتایج حاصله در جدول ۲ مرقوم شده‌اند.

مرحله بعدی، انتخاب معیار ورود و خروج از مطالعه است که در ادامه توضیح داده می‌شود.

معیار انتخاب مقالات عبارت بودند از: ارتباط با هدف پژوهش: مقالاتی که شاخصه‌های مفهومی و ارتباطی میان گردشگری و سرمایه اجتماعی را دارند (شامل صحت، پایایی، کامل بودن و بهنگامی) و تحقیقاتی که در این حوزه مفهومی نبودند، از مطالعه خارج شدند.

---

1. Thomas et al  
2. Seers  
3. Toye et al  
4. Campbell et al  
5. Noblit G, Hare

مرحله بعدی، استراتژی جستجوی مقالات است. ابتدا با توجه به هدف پژوهش، کلیدواژه‌های مناسب فارسی و انگلیسی شناسایی شدند و برای مقالات فارسی و انگلیسی، رویه بازبایی و تطابق صورت گرفت که با بررسی متون مقالات، چند مقاله نیز از میان مقالات منتخب حذف شدند. در نهایت از میان ۲۱۱ مقاله بررسی شده، تعداد ۲۶ مقاله انگلیسی و فارسی مرتبط شناخته شده و مورد بررسی قرار گرفتند. شاخصه‌های استخراج شده به‌عنوان محورهای موضوعی قرار گرفتند و برای جهت‌دهی به مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته در روش تحلیل مضمون، به عنوان محورهای موضوعی در نظر گرفته شدند.

### فاز دوم: تحلیل مضمون

تحلیل مضمون<sup>۱</sup> توسط براون و کلارک<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۶ به تفصیل توضیح داده شده است و بعد از چندین سال، یعنی در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ توسط نیکیتاس و همکاران<sup>۳</sup> بازبینی و به روز شد. از این روش برای شناسایی، تجزیه و تحلیل و گزارش مضامین (تم‌ها) در داده‌های جمع‌آوری شده در مصاحبه‌ها استفاده می‌شود (لیو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰: ۷۲). در این روش داده‌های متنی به صورت دستی طی چندین مرحله مورد تجزیه‌تحلیل قرار می‌گیرند، از جمله آشنایی با داده‌ها (یعنی خواندن همه داده‌ها و ایجاد فهرستی از ایده‌های اولیه)، ایجاد کدهای اولیه (به‌عنوان مثال، نیازها، مزایا، انگیزه‌ها)، جستجوی موضوعات در میان کدها (به‌عنوان مثال، کشف نیازهای نهفته، نقش مددکاران اجتماعی و سرطان شناسان، گردشگری و مسافرت‌های خانوادگی)، و مرور و نامگذاری موضوعات (چونگ و سیمپسون<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹: ۲؛ براون و کلارک، ۲۰۰۶). در این تحقیق از رویکرد آتراید-استرلینگ<sup>۶</sup> (۲۰۰۱) استفاده می‌شود که مضامین مستخرج، در سه مضمون "اساسی یا پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر"<sup>۷</sup> دسته‌بندی می‌شوند و در جدول ۳ نتایج حاصله به تفکیک مشخص شده‌اند. مراحل شش‌گانه تحلیل تم در ادامه توضیح داده شده‌اند. تحلیل تم فراگردی بازگشتی است که در آن حرکت به عقب و جلو در بین مراحل ذکر شده وجود دارد (براون و کلارک، ۲۰۰۶: ۸۶). به علاوه تحلیل تم فراگردی است که در طول زمان انجام می‌پذیرد.

---

1. Thematic analysis  
 2. Braun & Clarke  
 3. Nikitas et al  
 4. Liu et al  
 5. Chung & Simpson  
 6. Attride-Stirling  
 7. Basic, Organizing, Global

مرحله ۱: آشنایی با داده‌ها؛ مرحله ۲: ایجاد کدهای اولیه؛ مرحله ۳: جستجوی تم‌ها؛ مرحله ۴: بازبینی تم‌ها؛ مرحله ۵: تعریف و نام‌گذاری تم‌ها و مرحله ۶: تهیه گزارش (کالفیلد<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰: ۲؛ مگیور و دلاهورت<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷: ۳۳۵۴).

در جدول ذیل، مشخصات و ویژگی‌های مصاحبه شونده‌گان در دو فاز تحقیق مرقوم می‌شود.

جدول ۱. مشخصات و ویژگی‌های مصاحبه شونده‌گان در دو فاز تحقیق

فاز دوم: روش تحلیل مضمون						
۱	۱ تا ۱۰ سال	تجربه زیسته		۱	۲۰ تا ۳۰ سال	مرکز تحقیقاتی و برنامه‌ریزی
۵	۱۱ تا ۲۰ سال			۴	۳۱ تا ۴۰ سال	
۶	۲۱ تا ۳۰ سال			۷	۴۱ تا ۵۰ سال	
۱	۳۰ سال به بالا			۱	۵۰ سال به بالا	
۰	کارشناسی	تحصیلات		۴	گردشگری	مرکز تحقیقاتی و برنامه‌ریزی
۱	کارشناسی ارشد			۴	فرهنگی، اجتماعی و ...	
۱۲	دکتری			۵	علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی	
فاز سوم: روش کمی دلفی تعدیل شده						
۰	۱ تا ۱۰ سال	تجربه زیسته		۰	۲۰ تا ۳۰ سال	مرکز تحقیقاتی و برنامه‌ریزی
۲	۱۱ تا ۲۰ سال			۳	۳۱ تا ۴۰ سال	
۵	۲۱ تا ۳۰ سال			۴	۴۱ تا ۵۰ سال	
۱	۳۰ سال به بالا			۱	۵۰ سال به بالا	
۰	کارشناسی	تحصیلات		۲	گردشگری	مرکز تحقیقاتی و برنامه‌ریزی
۰	کارشناسی ارشد			۲	فرهنگی، اجتماعی و ...	
۸	دکتری			۴	علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی	

منبع: یافته‌های پژوهش

### فاز سوم: دلفی تعدیل شده

مطالعه دلفی شامل مراحل مختلف جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها پس از یک فرآیند تکراری بود (مک کینا<sup>۳</sup>، ۱۹۹۴). دلفی کلاسیک تعدیل شده<sup>۴</sup>، یک روش کمی است که دارای مشخصاتی همچون:

1. Caulfield  
 2. Maguire & Delahunt  
 3. McKenna  
 4. modified classic Delphi

تعاملات در گروه، ناشناس ماندن اعضای گروه متخصصان، عدم نیاز به دستیابی به اجماع، نوع سؤال (باز/ بسته) و روش تجزیه و تحلیل (کیفی/ کمی) است (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷).

این مطالعه، از روش دلفی تعدیل شده استفاده کرده است و طبق مراحل آن، از طریق دوره‌های متوالی و برنامه‌ریزی شده استفاده کرده است تا ضمن بدست آوردن نظرات متخصصان، زمینه‌های اختلاف نظر احتمالی را نیز شناسایی و بررسی نماید. با توجه به شیوع ویروس کرونا، فایل‌ها از طریق اینترنت برای متخصصان ارسال شدند و آن‌ها با استفاده از ایمیل الکترونیکی مطلع شده و موافقت خود را برای شرکت در شروع دور اول دلفی اعلام کردند. علاوه بر این، از متخصصان پرسیده شد که علاوه بر موارد مرقوم شده در فایل، کدام شاخص یا مولفه‌ای را زائد یا نیازمند تغییر می‌دانند تا محقق آن‌ها را در دور بعدی دلفی مورد توجه قرار دهد. ابتدا، برای هر نتیجه (نمره ۱ تا ۹ از اولویت) و میانگین کلی برای تعیین میزان ارتباط آن‌ها محاسبه شد. شاخص اختلاف نظر<sup>۱</sup> (DI) برای تعیین سطح توافق محاسبه شد.  $DI < 1$  نشان دهنده توافق است و نمره نزدیک به صفر نشان دهنده توافق قوی‌تر است. میانگین ۱-۳ با توافق ( $DI < 1$ ) نشان می‌دهد که مولفه مورد نظر مناسب نیست (دایکسترا و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰: ۷). در نتایج اخذ شده، تنها سه مولفه نتوانستند مورد توافق قرار گیرند و حذف شدند.

دور دوم دلفی، از نتایج دور اول شروع شد و هدف آن تعیین ارتباط میان مولفه‌ها بود که توسط متخصصان اضافه شده بود. متخصصان یک فایل با نتایج دور اول دریافت کردند. برای هر یک از مولفه‌ها از مقیاس لیکرت مشابه برای دور اول استفاده شد. علاوه بر این، متخصصان این فرصت را داشتند که پیشنهاداتی را برای بهبود مولفه‌ها، مانند رفع ابهام در واژه‌ها و... ارائه دهند. تجزیه و تحلیل مانند دور اول بود و این کار منجر به ایجاد یک رویه نظامند در کار شد.

دور سوم: بحث گروهی در مورد نمرات مربوطه

نتایج دور دوم نشان داد که بحث گروهی برای تفسیر مولفه‌ها بسیار مطلوب است. در دور سوم، نتایج اولیه و مغایرت‌ها برای بحث در مورد (۱) ابهامات در نمرات مربوطه، (۲) بحث در مورد مولفه‌ها و امتیاز آن‌ها (سطح توافق)، و (۳) نظرات و پیشنهادات لازم برای سایر مولفه‌ها.

1. The disagreement index (DI)

2. Dijkstra et al

متخصصان نتایج مربوط به دوره‌های یک و دو را دریافت کردند. از آن‌ها خواسته شد قبل از بحث در مورد هرگونه ابهام، سوالات مورد نظر را آماده کنند. در این دور، متخصصان این فرصت را پیدا کردند تا دیدگاه‌های فردی در مورد ابهامات را مورد بحث قرار دهند. بحث برای هر مولفه در یک دور رأی‌گیری به پایان رسید تا مشخص شود آیا نمره ارتباط باید تغییر کند یا خیر. برخی تغییرات پیشنهادی مربوط به مولفه‌هایی است که به یک کار پدیده اختصاص داده شده‌اند. براساس بحث، همه نمرات بار دیگر توسط محققان مورد بررسی قرار گرفتند تا نمرات بالقوه مبهم را بیابند و هرگونه تغییر در نمرات یا جمله بندی مولفه‌ها را با توضیحات پیشنهاد دهند. در نتیجه، پاسخ‌های دریافت شده از طریق ایمیل در مورد مولفه‌ها مورد بررسی قرار گرفتند. مراحل طی شده در این تحقیق، در شکل ۱ مصور شده‌اند.



شکل ۱. مراحل طی شده در تحقیق منبع: یافته‌های پژوهش

### یافته‌های تحقیق

همانطور که در قسمت روش پژوهش توضیح داده شد، این تحقیق در فاز اول به مرور سیستماتیک تحقیقات انجام شده در این حوزه می‌پردازد. از همین رو، از میان ۲۱۱ تحقیق مرتبط، ۲۶ تحقیق مورد

بررسی قرار گرفتند و شاخصه‌های مربوطه استخراج گردیدند و این موارد در جدول ۲ به تفکیک نمایش داده شده‌اند.

توضیح بیشتر اینکه این شاخصه‌ها مواردی هستند که در رابطه با تحقیقات گردشگری و سرمایه اجتماعی استخراج شده‌اند و محدود به یک دهه اخیر هستند که محقق با استفاده از روش مرور سیستماتیک، تحقیقات مرتبط در این بازه زمانی یعنی ده سال اخیر را مورد بررسی قرار می‌دهد (سال‌های ۲۰۱۲-۲۰۲۱ میلادی و ۱۳۹۰-۱۴۰۰ شمسی).

جدول ۲. شاخصه‌های مستخرج از تحقیقات مرتبط با استفاده از روش مرور سیستماتیک

مقالات انگلیسی	
منبع	شاخصه‌ها
نولنبرگ و همکاران <sup>۱</sup> (۲۰۲۱)	ظرفیت جامعه، زیرساخت‌های نوآورانه، سرمایه اجتماعی میان گروهی <sup>۲</sup> ، همکاری بین ذینفعان، حمایت از اعضا، مشارکت ذینفعان با جامعه، سرمایه اجتماعی درون گروهی <sup>۳</sup> ، فعالیت کارآفرینانه.
لی و هالک <sup>۴</sup> (۲۰۲۰)	شبکه‌های اجتماعی، منافع عمومی، سرمایه اجتماعی میان گروهی، سرمایه اجتماعی درون گروهی، همکاری جمعی.
مک کاب و کیانو <sup>۵</sup> (۲۰۲۰)	آرمان‌ها و اخلاقیات بنیادی، حقوق شهروندی در گردشگری، توسعه روابط، ارتباطات شبکه‌ای، رفاه عامه، گردشگری اجتماعی، ارتباطات اجتماعی، بهزیستی، کیفیت زندگی، مراقبت اجتماعی، مشارکت در جامعه.
لی و همکاران <sup>۶</sup> (۲۰۲۰)	مشارکت عمومی، تعاملات اجتماعی، ارتباطات اجتماعی، سلامت روانی، اعتماد عمومی، همکاری جمعی، منفعت عامه، گردشگری اجتماعی.
گاریسیا-ویلاورده و همکاران <sup>۷</sup> (۲۰۲۰)	شبکه‌های اجتماعی، پویایی‌های محیطی (جامعه)، همکاری پایدار، شبکه‌های میان گروهی، اعتماد متقابل، شرایط و الزامات محیطی (جامعه)، هویت فرهنگی، ارزش‌ها، سنت‌ها و رسومات.
میوسونگن و کلوپرز <sup>۸</sup> (۲۰۲۰)	گردشگری جامعه محور، انعطاف‌پذیری جامعه، مدیریت منابع طبیعی همگانی، سرمایه اجتماعی قوی، مدیریت مشارکتی، حفاظت از محیط‌زیست، اعتماد عمومی، حکمرانی اثربخش، تاب‌آوری جامعه <sup>۹</sup> .
میناثر <sup>۱۰</sup> (۲۰۲۰)	مشارکت عمومی، گردشگری اجتماعی، شبکه ذینفعان، همکاری جمعی، ارتباطات اجتماعی، شبکه‌های همکاری، کاهش فقر، پارانه‌های گردشگری.
پایک و همکاران <sup>۱۱</sup> (۲۰۱۹)	گردشگری اجتماعی، منفعت اجتماعی، ارتباطات دوستانه، الزامات محیطی (جامعه)، رضایت اجتماعی، مشارکت عمومی، صلح از طریق گردشگری، ایجاد مزایا در جوامع محلی.

1. Knollenberg et al
2. Bridging social capita
3. Bonding social capital
4. Lee & Hallak
5. McCabe & Qiao
6. Li et al
7. García-Villaverdea
8. Musavengane & Kloppers
9. community resilience
10. Minnaert
11. Pyke et al

ادامه جدول ۲. شاخصه‌های مستخرج از تحقیقات مرتبط با استفاده از روش مرور سیستماتیک

مقالات انگلیسی	
منبع	شاخصه‌ها
چونگ و سیمپسون <sup>۱</sup> (۲۰۱۹)	مشارکت عمومی، سلامت جسمی و/یا روانی، ارتباطات اجتماعی، نیازهای اجتماعی، فرصت‌ها و مزایای گردشگری برای جامعه، همکاری جمعی، سلامت عمومی، حمایت از طبقات محروم جامعه.
توکارچوک و همکاران <sup>۲</sup> (۲۰۱۹)	مزایای گردشگری، کیفیت زندگی، رضایت از زندگی، خط‌مشی گردشگری، رفاه عمومی، سلامت روانی، زندگی اجتماعی، امنیت فردی، کیفیت محیط زیست، ارتباطات اجتماعی.
سولارد و همکاران <sup>۳</sup> (۲۰۱۸)	اعتماد متقابل، پیوند مشترک، همکاری با دیگران، گروه‌های اجتماعی، حمایت ذینفعان، شبکه‌های اجتماعی.
سم لیو <sup>۴</sup> (۲۰۱۷)	آموزش خلاقانه، همکاری فرهنگی، روابط فردی و اجتماعی، حمایت عاطفی، اعتماد متقابل، ارتباطات یا پیوندهای شبکه‌ای، تسهیم اهداف جمعی، وجود تعامل و ارتباطات.
ژو و همکاران <sup>۵</sup> (۲۰۱۷)	شبکه‌های اجتماعی، پشتیبانی سازمان‌ها، اشتیاق عمومی، سرمایه اجتماعی درون گروهی، سرمایه اجتماعی میان گروهی، ارتباطات متقابل.
کاکوداکیس و همکاران <sup>۶</sup> (۲۰۱۷)	مشارکت عمومی، گردشگری اجتماعی، منافع عمومی، مزایای اجتماعی-اقتصادی، سلامت عمومی، رفتار مثبت جمعی، کاهش بیکاری، ایجاد ظرفیت گردشگری، آموزش عمومی.
کیم و همکاران <sup>۷</sup> (۲۰۱۶)	سرمایه اجتماعی درون گروهی، نوع‌دوستی، نوع‌دوستی همگانی، پیوند مشترک، سرمایه اجتماعی میان گروهی، هویت مشترک، ارتباط مستمر.
اوی و همکاران <sup>۸</sup> (۲۰۱۵)	سرمایه انسانی، پشتیبانی از جامعه، ارتقای عملکرد سازمان‌ها، مسئولیت‌پذیری، ثبات در محیط (جامعه)، امور و فعالیت‌های فرهنگی.
میتلند و میلر <sup>۹</sup> (۲۰۱۴)	کیفیت زندگی، گردشگری اجتماعی، حمایت و پشتیبانی از جامعه، مزایای اجتماعی-اقتصادی، خط‌مشی گردشگری.
عبدالرزاق و همکاران <sup>۱۰</sup> (۲۰۱۳)	آگاهی عمومی، مشارکت و مذاکره عمومی، گردشگری جامعه محور، توسعه اقتصادی-اجتماعی، آموزش همگانی، کاهش فقر.
پارک و همکاران <sup>۱۱</sup> (۲۰۱۲)	ارزش‌ها و هنجارها، شبکه‌های اجتماعی، حمایت و پشتیبانی از جامعه، ارتباطات اجتماعی، حل تعارضات، مشارکت عمومی، کیفیت زندگی، ارتباطات اجتماعی، همکاری جمعی، اعتماد عمومی.
صفایی پور و توکلان (۱۳۹۹)	انسجام، مشارکت، اعتماد، شبکه‌ها و نهادهای محلی، ابعاد اقتصادی، ابعاد اجتماعی-فرهنگی، ابعاد زیست‌محیطی و کالبدی.
رازقی مله و ابراهیمی (۱۳۹۷)	شبکه روابط، مشارکت، اعتماد اجتماعی، توسعه پایدار گردشگری.

1. Chung & Simpson
2. Tokarchuk
3. Soularida et al
4. Sam Liu
5. Zhou et al
6. Kakoudakis et al
7. Kim et al
8. Ooi et al
9. Maitland & Miller
10. Abdul Razzaq et al
11. Park et al

ادامه جدول ۲. شاخصه‌های مستخرج از تحقیقات مرتبط با استفاده از روش مرور سیستماتیک

مقالات فارسی	
منبع	شاخصه‌ها
ابراهیم پور و همکاران (۱۳۹۶)	روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعهد اجتماعی، مشارکت در توسعه گردشگری پایدار، اثرات اقتصادی گردشگری، اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری.
غزالی و همکاران (۱۳۹۵)	مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، همسانی اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، اعتماد اجتماعی، هنجارهای اجتماعی، توانمندی اجتماعی، توانمندی اقتصادی، توانمندی روانشناختی، توانمندی نهادی، توانمندی زیست‌محیطی، توانمندی فرهنگی.
حبیبی (۱۳۹۵)	مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی.
علی‌بیگی و قاسمی (۱۳۹۴)	اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، شبکه اجتماعی، کیفیت زندگی اجتماعی، کیفیت زندگی اقتصادی، کیفیت زندگی زیست‌محیطی، کیفیت زندگی کالبدی.
عینالی و همکاران (۱۳۹۲)	انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، نهادهای محلی.

منبع: یافته‌های پژوهش

همانطور که در جدول بالا نیز ملاحظه می‌شود، شاخصه‌های مستخرج از روش مرور سیستماتیک، تا حدود زیادی شبیه به یکدیگرند و این نشان دهنده همگرایی و همراستایی موضوعی و مفهومی تحقیقات است. بعد از اینکه این شاخصه‌ها احصا و استخراج گردیدند، در قالب محورهای موضوعی قرار می‌گیرند و برای مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته در روش تحلیل مضمون مورد استفاده قرار می‌گیرند. پس از مرور سیستماتیک در این حوزه، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته مورد بررسی قرار می‌گیرند. انجام مصاحبه‌ها، به منظور استخراج مضامین (تم‌ها) اصلی در مرحله اول و دوم، نوار ضبط شده به‌طور دقیق تایپ شد. سپس مضامین مربوط به گزاره‌های هر مصاحبه استخراج و در جداول مربوطه درج شدند. نتیجه این مرحله استخراج ۲۸۳ گزاره بود که برای هر یک مفهومی به‌عنوان کد تعریف شد. در مرحله ۳ جستجوی مضامین صورت می‌گیرد. در این مرحله، دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب مضامین بالقوه، و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب مضامین مشخص شده است.

در واقع، در این مرحله تحلیل کدها شروع می‌شود و در نظر می‌گیریم که چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک تم کلی ترکیب شوند. بدلیل اینکه، حجم گزاره‌های به‌دست‌آمده از مراحل اول و دوم، بسیار زیاد بوده، لذا دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب تم‌های بالقوه و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب تم‌های مشخص شده انجام می‌گیرند [مرحله سوم]. سپس در مرحله بعد [مرحله



چهار] بازبینی تم‌ها انجام می‌شود. این مرحله زمانی شروع می‌شود که مجموعه‌ای از تم‌ها را ایجاد، و آن‌ها را مورد بازبینی قرار دهیم. این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه تم‌ها است. مرحله اول شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار تم‌ها در رابطه با مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود. در مرحله بعد [مرحله پنج]، تعریف و نام‌گذاری تم‌ها صورت می‌گیرد. این مرحله زمانی شروع می‌شود که یک نقشه رضایت‌بخش از تم‌ها وجود داشته باشد. در این مرحله، تم‌هایی را که برای تحلیل ارائه شده‌اند، تعریف و مورد بازبینی مجدد قرار می‌گیرند، سپس داده‌ها داخل آن‌ها را تحلیل می‌شوند. به وسیله تعریف و بازبینی کردن، ماهیت آن چیزی که یک تم در مورد آن بحث می‌کند مشخص شده و تعیین می‌گردد که هر تم کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد. نتایج این مراحل در جدول ۲ مرقوم شده‌اند. سپس در مرحله آخر [مرحله شش]، تحلیل پایانی و تدوین الگو صورت می‌گیرد که هر یک از مراحل، مطابق با مضامین مستخرج در شکل ۲ نشان داده شده‌اند.

مطابق با گام‌های روش تحلیل مضمون، مضامین مرتبط استخراج گردیدند و در جدول ۳، مضامین فراگیر و سازمان دهنده به تفکیک مرقوم شده‌اند. لازم به ذکر است دلیل جلوگیری از اطناب مطلب در مقاله، از آوردن مضامین پایه صرف نظر شد و تنها به آوردن مضامین فراگیر و سازمان دهنده اکتفا گردید.

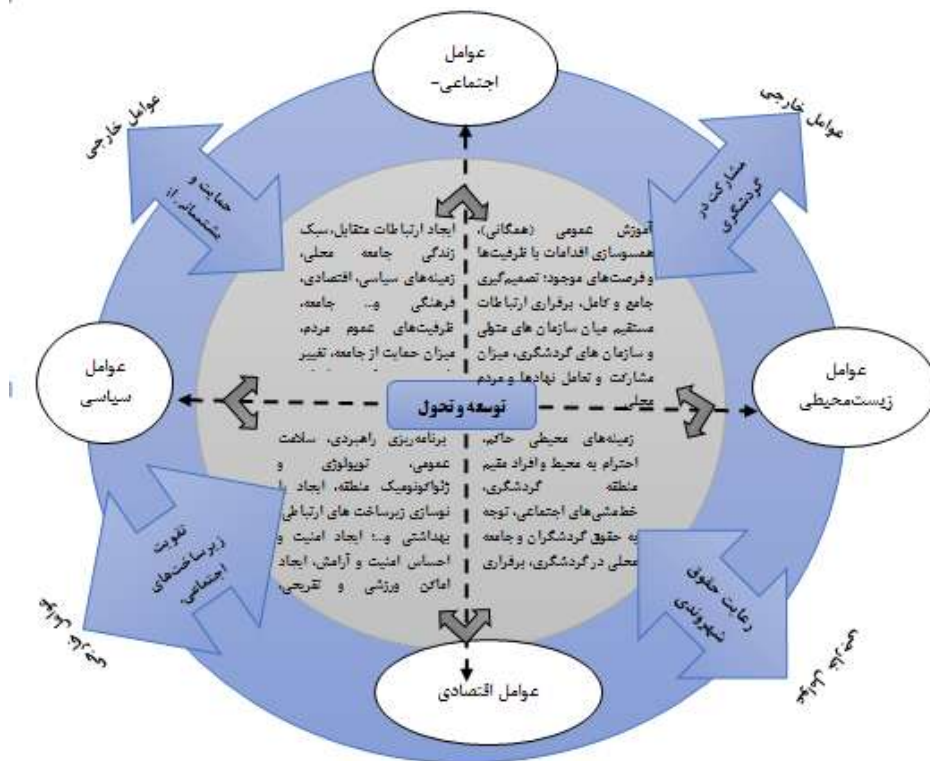
جدول ۳. مضامین فراگیر و سازمان دهنده

ردیف	مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده
۱	مشارکت در گردشگری	آموزش عمومی (همگانی)، همسوسازی اقدامات با ظرفیت‌ها و فرصت‌های موجود؛ تصمیم‌گیری جامع و کامل، برقراری ارتباطات مستقیم میان سازمان‌های متولی و سازمان‌های گردشگری، میزان مشارکت و تعامل نهادها و مردم محلی.
۲	حمایت و پشتیبانی از جامعه	ایجاد ارتباطات متقابل، سبک زندگی جامعه محلی، زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و... جامعه، ظرفیت‌های عموم مردم، میزان حمایت از جامعه، تغییر یا مدیریت نگرش ساکنان نسبت به گردشگری، اعتماد پذیری گردشگران و جامعه.
۳	رعایت حقوق شهروندی	زمینه‌های محیطی حاکم، احترام به محیط و افراد مقیم منطقه گردشگری، خط‌مشی‌های اجتماعی، توجه به حقوق گردشگران و جامعه محلی در گردشگری، برقراری نظام هوشمند و منطقی نظارت و ارزیابی، تنظیم منشور اخلاقی و رفتاری.
۴	تقویت زیرساخت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... جامعه	برنامه‌ریزی راهبردی، سلامت عمومی، توپولوژی و ژئوآنومیک منطقه، ایجاد یا نوسازی زیرساخت‌های ارتباطی، بهداشتی و...؛ ایجاد امنیت و احساس امنیت و آرامش، ایجاد امکان ورزشی و تفریحی، بالابردن استانداردهای ارائه خدمات، ارابه تسهیلات بانکی برای بالا بردن کیفیت خدمات.

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که توضیح داده شد، در پایان و پس از احصای تم‌ها، الگوی حاصله تدوین و ترسیم می‌گردد. بدین منظور، با استفاده از مضامین مستخرج و با مشورت دو تن از خبرگان دانشگاهی، الگوی مربوطه ترسیم شد. این چارچوب، مبنایی است که طرح کلی پژوهش بر آن استوار است. به بیانی دیگر، این الگو پیوند مفهومی گردشگری و سرمایه اجتماعی در توسعه و تحول جامعه را به تصویر می‌کشد که در قالب یک الگوی مفهومی، نوع تئوری‌هایی را که این نوع روابط را تأیید کرده‌اند مشخص و ماهیت و جهت روابط را تبیین می‌کند. در این پژوهش، با بررسی مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته ۲۸۳ شاخص شناسایی شدند که از میان آن‌ها، ۶۷ مضمون پایه، ۲۶ مضمون سازمان دهنده و ۴ مضمون فراگیر استخراج شد. در شکل ۲، الگوی حاصله نشان داده شده است.

لازم به ذکر است که مطابق با توضیحات روش شناسی تحقیق، راندهای دلفی از همین مولفه‌ها و شاخصه‌ها انجام شده‌اند و محقق آن‌ها را جهت تأیید یا رد، در اختیار خبرگان امر قرار داده است.



شکل ۲. الگوی مفهومی تحقیق منبع: یافته‌های پژوهش

همانطور که در الگوی بالا مشاهده می‌شود، در یک جامعه ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و زیست‌محیطی، به‌عنوان عوامل اساسی هستند که زیربنای آن جامعه را تشکیل می‌دهند. به‌منظور تقویت یا توسعه و تحول یک جامعه، راهکارهای بسیاری وجود دارد که تحت این عوامل هدایت می‌شوند. از آنجایی که این تحقیق سعی در پیوند مفهومی گردشگری و سرمایه اجتماعی در بستر جامعه دارد، لذا مولفه‌ها و شاخصه‌هایی مورد نیاز هستند که بتوانند این مهم را به‌منصه ظهور و اجرا برسانند. مطابق با گام‌های طی شده در تحقیق، مضامینی استخراج شدند که در قالب مضامین فراگیر و سازمان‌دهنده دسته‌بندی شدند. همانگونه که در الگو نیز ملاحظه می‌شود، مضامین فراگیر در قالب ارکان اساسی توسعه و تحول جامعه در ارتباط با محیط خارج از آن نیز هستند و می‌توانند به‌عنوان پل ارتباطی میان جامعه و سایر عوامل، عمل کنند. این مقوله، الگو را به یک سیستم باز تبدیل می‌نماید که در ارتباط با عوامل داخلی و خارجی است. مضامین سازمان‌دهنده در حول محور این توسعه و تحول قرار دارند که مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری می‌توانند با استفاده از خط‌مشی‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌های درست، آن‌ها را در جامعه پیاده سازند. به‌عبارتی کلی‌تر، این مضامین در ارتباط با یکدیگر، موجبات توسعه و تحول را در جامعه ایجاد خواهند کرد و نقش اساسی آن‌ها در راستای توسعه و تحول جامعه، در قالب این شکل مصور شده است.

### نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر، پیوند مفهومی گردشگری و سرمایه اجتماعی در توسعه و تحول جامعه است که با استفاده از روش ترکیبی، این مهم را مورد بررسی قرار داده است. مطابق با یافته‌های تحقیق، سرمایه اجتماعی می‌تواند سهم مثبتی در گردشگری داشته باشد. مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری می‌توانند برای دستیابی به گردشگری پایدار، به عوامل و ابعاد تأثیرگذار و تأثیرپذیر جامعه نیز توجه داشته باشند. اولین و مهمترین اصل مربوطه، «حمایت و پشتیبانی از جامعه» است. مضامینی چون «ایجاد ارتباطات متقابل، سبک زندگی جامعه محلی، زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و... جامعه، ظرفیت‌های عموم مردم، میزان حمایت از جامعه، تغییر یا مدیریت نگرش ساکنان نسبت به گردشگری، اعتمادپذیری گردشگران و جامعه» به‌عنوان مضامین سازمان‌دهنده این مضمون فراگیر هستند که در ایجاد آن نقش اساسی‌ای را ایفا می‌کنند.

متعاقب با همین مضمون، مجموعه‌ای از شرایط مورد نیاز برای دستیابی به اهداف آتی جامعه مورد نظر پیشنهاد شده است که جامعه مقصد یا گردشگری پذیر، باید سیستم‌های ارتباطی خوب و روحیه همکاری بالایی داشته باشد. عبارتی کلی‌تر، «مشارکت در گردشگری» به‌عنوان زیربنای ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی در جامعه است. اگر مشارکت جامعه در گردشگری بخوبی ایجاد شده باشد، گردشگری سهم مثبتی در سرمایه اجتماعی خواهد داشت.

به‌عنوان مثال، مردم محلی از بازدیدکنندگان استقبال خواهند کرد. شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی یکپارچه منطقه‌ای بوجود خواهد آمد. اعتماد عمومی، ایده‌های جدید گردشگری، و ارتباط و همکاری خوب بین ذینفعان ... صورت خواهد گرفت (ماسکرادو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷: ۲۹۳).

یکی دیگر از نتایج مهم این تحقیق، اشاره به مفهوم مهم حقوق شهروندی در گردشگری است. بسیاری از محققان و مسئولان، به وجود ضعف و خلأهای منشور حقوق شهروندی در گردشگری اشاره کرده اند که در این تحقیق، برای اولین بار است که چنین مضمونی به‌عنوان مضامین فراگیر دسته‌بندی شده است. علاوه بر ابعاد مادی، گردشگری در ایجاد جهانی سرشار از صلح و صفا بسیار مفید و موثر است و این مقوله، موضوعی انکارنشدنی است که بهره‌برداری پایدار از تمام ظرفیت‌های آن در سایه قواعد اصولی و قانونی امکان‌پذیر است که از آن به‌عنوان حقوق گردشگری به‌عنوان یکی از مصادیق مهم حقوق بشر یاد می‌شود. علاوه بر این، گردشگری به دنبال بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی، ارتقای تجربیات گردشگران و حفظ محیط‌زیست مقصد است، بنابراین توجه به مضمون حقوق شهروندی به‌منظور تداوم و توسعه برنامه‌ریزی بنیادی برای توسعه و مدیریت صنعت گردشگری، امری ضروری است و در نتیجه وضع حقوق و تکالیف برای جوامع محلی نیز از مهمترین اقدامات در این راستا است.

مضمون فراگیر بعدی، «تقویت زیرساخت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... جامعه» است. این مضمون چند بعد دارد. به‌عنوان مثال، بعد اول آن در رابطه با زیرساخت‌ها و امکانات جامعه -مخصوصاً جامعه گردشگری- است که ممکن است در این مورد ضعف اساسی داشته باشد. بعد دوم در رابطه با مردم همان جامعه است. مثلاً، در بسیاری از مطالعات نشان داده شده است که بسیاری از اعضای جامعه، از

محرومیت اجتماعی رنج می‌برند و نمی‌توانند از سرگرمی‌هایی همچون گردشگری بهره ببرند (چونگ و سیمپسون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹: ۱؛ مورا و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). این مقوله نیز به امکانات و زیرساخت‌های ضعیف جامعه بر می‌گردد و نیازمند بازسازی و یا ایجاد امکانات جدید است. زمانی که صحبت از امکانات و زیرساخت‌ها می‌شود، بیشتر اذهان به سمت این مورد معطوف می‌شوند که این موارد باید برای گردشگران فراهم باشند. ضمن تأیید این نکته، این مفهوم نیز قابل ذکر است که جامعه مقصد و گردشگرپذیر نیز نیازمند چنین امکاناتی هم هست که این مضمون فراگیر، با استفاده از مضامین سازمان‌دهنده «برنامه‌ریزی راهبردی، سلامت عمومی، توپولوژی و ژئواکونومیک منطقه، ایجاد یا نوسازی زیرساخت‌های ارتباطی، بهداشتی و...؛ ایجاد امنیت و احساس امنیت و آرامش، ایجاد اماکن ورزشی و تفریحی، بالابردن استانداردهای ارائه خدمات، رایۀ تسهیلات بانکی برای بالا بردن کیفیت خدمات» به این نکات مهم اشاره کرده است.

پیوند مفهومی گردشگری و سرمایه اجتماعی می‌تواند توسعه و تحول جامعه را به همراه داشته باشد. در همین راستا بنابر اسناد بالادستی در کشورمان، در قانون برنامه ششم توسعه «سند راهبردی توسعه گردشگری» به تصویب رسید که به موجب آن، سازمان‌ها و نهادهای متولی گردشگری در این سند، موظف به انجام اقداماتی شده‌اند. ایران به‌عنوان سرزمینی چهار فصل و با تمدنی چند هزار ساله، از جاذبه‌های متنوع و منحصر به فردی برخوردار است که در رتبه‌بندی‌های مختلف جهانی، از مقاصد گردشگرپذیر بین‌المللی است. بنابراین با تمرکز بر گردشگری می‌توان ضمن حرکت به سمت مزایای اقتصادی و سیاسی، در ابعاد فرهنگی و اجتماعی نیز گام‌های بهتری برداشت. سرمایه اجتماعی مهمترین رکن یک جامعه است که کشورهای مختلفی با استفاده از گردشگری سعی در ارتقای آن دارند. بسیاری از اندیشمندان نیز معتقدند که گردشگری می‌تواند موجب رضایت از زندگی اجتماعی شود و این مقوله به عنوان یکی از مهمترین نتایج تحقیق حاضر است (توکارچوک و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹؛ تاکارچوک و همکاران، ۲۰۱۷؛ وو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵؛ ناواین و میتاس<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲؛ آندرک و نایائوپان<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). همچنین موجب

---

1. Chung & Simpson  
 2. Moura et al  
 3. Tokarchuk  
 4. Woo et al

مزایای مختلفی می‌شود که در ادامه با ذکر منابع مرتبط با این حوزه، همراستی نتایج این تحقیق با بسیاری از آن‌ها را نشان می‌دهد. گردشگری می‌تواند برای اعضای جامعه، رضایت از زندگی را به‌عنوان معیاری منعکس‌کننده منافع کلی خالص گردشگری در جامعه در نظر گیرد (دینر و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸؛ یوزل و سیرگی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). گردشگری می‌تواند جامعه‌ای پویا و با نشاط ایجاد کند و افرادی که از نظر اجتماعی با خانواده، دوستان و جامعه ارتباط بیشتری دارند، شادتر، سالم‌تر از نظر جسمی و طولانی‌تر از افرادی هستند که ارتباط کمتری باهم دارند (پایک و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹؛ والدینگر<sup>۶</sup>، ۲۰۱۶). رضایت از روابط خانوادگی و اجتماعی در نتیجه سفر بهبود می‌یابد بنابراین گردشگری می‌تواند به کاهش انزوای اجتماعی و افزایش ارتباط اجتماعی در زندگی مردم کمک کند (پایک و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۱۹؛ ۳۹). مزایایی چون: مشارکت عمومی، مزایای اجتماعی-اقتصادی، سلامت عمومی را دارد (کاکوداکیس و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۱۷). ارتقای انگیزه‌های مثبت رفتاری و حمایت از محیط‌زیست (وانگ و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۲۱). رفع نیازهای اجتماعی، ایجاد فرصت مشارکت در برنامه‌های گردشگری، حمایت از طبقات محروم جامعه، ایجاد فرصت‌های برابر برای مشارکت در برنامه‌های گردشگری؛ تنها گوشه‌ای از مزایای گردشگری و سرمایه اجتماعی در بستر جامعه هستند (چونگ و سیمپسون، ۲۰۱۹). پس با این تفاسیر می‌توان فهمید که مقوله گردشگری و سرمایه اجتماعی، دو پدیده مهم و درهم تنیده هستند که می‌توانند موجبات توسعه و تحول جامعه را فراهم سازند. در ادامه، پیشنهادهای کاربردی هریک از مضامین مطرح می‌گردند.

- مطابق با مضمون فراگیر «مشارکت در گردشگری» پیشنهاد می‌شود تا انجمن‌ها، تشکل‌ها، نهادهای غیردولتی فعال در زمینه گردشگری تشکیل شوند که هدف اصلی آن‌ها جلب مشارکت‌های مردمی، نهادی، و سایر بخش‌ها در گردشگری باشد. اصولاً این بخش‌ها - که اغلب بخش‌های غیردولتی نیز

---

1. Nawijn & Mitas  
 2. Andereck & Nyaupane  
 3. Diener et al  
 4. Uysal & Sirgy  
 5. Pyke et al  
 6. Waldinger  
 7. Pyke et al  
 8. Kakoudakis et al  
 9. Wang et al

- نمیده می‌شوند- می‌توانند با هماهنگی و همکاری بخش‌های دولتی، بسیاری از خلاها و چالش‌های موجود در این زمینه را مدیریت و حل و فصل نمایند.
- مطابق با مضمون فراگیر «حمایت و پشتیبانی از جامعه» پیشنهاد می‌شود تا نهادها و سازمان‌های متولی، با تخصیص بودجه ویژه‌ای در حوزه‌های آموزش جامعه، فرهنگ‌سازی مردم، افزایش سطح مهارت و تخصص ساکنان در گردشگری و... فضایی را ایجاد کنند تا در راستای کاربرد اصول گردشگری در جامعه موثر باشند.
- مطابق با مضمون فراگیر «رعایت حقوق شهروندی» پیشنهاد می‌شود وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به عنوان متولی اصلی گردشگری در ایران، با تنظیم «منشور حقوق گردشگر-شهروند» احکام بالادستی در این حوزه را تدوین نماید تا هم حقوق گردشگران و هم حقوق جامعه محلی در سایه قانون حفظ و حراست گردد.
- مطابق با مضمون فراگیر «تقویت زیرساخت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... جامعه» پیشنهاد می‌شود تا ذینفعان یا بخش‌های مختلف و مرتبط با این حوزه که به عنوان بخش‌های تأثیرگذار در گردشگری هستند، از طریق برنامه‌ها و استراتژی‌های نهادی، «فرایندهایی» را برای جامعه تدوین و طراحی نمایند تا ضمن ایجاد تعامل و مشارکت، موجبات ارتقای همکاری چندسویه، ایجاد بستر مناسب جهت اخذ تصمیمات کاربردی در توسعه گردشگری پایدار، توانمندسازی اقتصادی جامعه میزبان و... را فراهم سازند.

## منابع

- ابراهیم پور، حبیب؛ بابایی، یاور؛ سخندان، الناز. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه موردی: شهر سرعین). *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*. دوره ۶، شماره ۲۲، پاییز ۱۳۹۶، صفحه ۱۱۸-۱۴۳.
- احمدی، فضل‌اله؛ نصیریانی، خدیجه؛ ابادری، پروانه. (۱۳۸۷). تکنیک دلفی: ابزار برای تحقیق. *مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی*. بهار و تابستان ۱۳۸۷، دوره ۸، شماره ۱ (پیاپی ۱۹)، از صص ۱۷۵-۱۸۵.

- حبیبی، فاتح. (۱۳۹۵). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تمایل به ورود گردشگر (مطالعه موردی: شهرستان مریوان). فصلنامه مطالعات شهری. دوره ۵، شماره ۱۸ - شماره پیاپی ۱۸، بهار ۱۳۹۵، صص ۳۷-۵۰.
- رازقی مله، هادی؛ ابراهیمی، قربانعلی. (۱۳۹۷). تحلیل رابطه علی سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهروندان شهر ساری). برنامه ریزی و توسعه گردشگری. تابستان ۱۳۹۷، دوره ۷، شماره ۲۵؛ صص ۴۶-۷۱.
- صفایی پور، زهرا؛ توکلان، علی. (۱۳۹۹). بررسی نقش و اثرات سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر ایلام. پژوهش های گردشگری و توسعه پایدار. سال سوم تابستان ۱۳۹۹ شماره ۲ (پیاپی ۱۰)).
- علی بیگی، جواد؛ قاسمی، یارمحمد. (۱۳۹۴). تأثیر گردشگری مذهبی بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: روستای بردی؛ شهرستان دهلران). مطالعات اجتماعی گردشگری. پاییز و زمستان ۱۳۹۴، دوره ۳، شماره ۶، صص ۸۷-۱۱۶.
- عینالی، جمشید؛ فراهانی، حسین؛ رومیانی، احمد. (۱۳۹۲). ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر خانه‌های دوم مطالعه‌ی موردی: دهستان حصار ولیعصر - شهرستان بوئین‌زهرا. فصلنامه برنامه ریزی و توسعه گردشگری. دوره ۲، شماره ۶، شماره پیاپی ۶، پاییز ۱۳۹۲، صص ۵۲-۷۴.
- غزانی، عزت اله؛ بیژنی، مسعود؛ چیذری، محمد. (۱۳۹۵). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران. دوره ۱۲، شماره ۱؛ صص ۵۳-۶۹.

- Abdul Razzaq, Abdul Rasid; Mohamad, Nor Haniza; Syed A.Kader, Syed Shikh; Mustafad, Mohamad Zaid; Ab.Hadi, Mohd Yusop; Hamzah, Amran & Khalifah, Zainab. (2012). Developing Human Capital for Rural Community Tourism: Using Experiential Learning Approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 93 ( 2013 ) 1835 – 1839.
- Altinay, L., Sigala, M., & Waligo, V. (2016). Social value creation through tourism enterprise. *Tourism Management*, 54, 404e417.
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260.
- Ashley, C. (2009). The impacts of tourism on rural livelihoods. Retrieved on 10/3/2013 from <http://dspace.cigilibrary.org>.
- Attride-Stirling, J. (2001), "Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research", *Qualitative Research*, Vol. 1, No. 3, Pp. 385-405.
- Banning EB. Archaeological survey. New York ; London: *Kluwer Academic/Plenum Publishers*; 2002.
- Bourdieu, P. (1985). The social space and the genesis of groups. *Theory and Society*, 14(6), 723e744.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.



- Caulfield, Jack. (2020). How to do thematic analysis. Published on September 6, 2019 by. Revised on August 14, 2020. <https://www.scribbr.com/methodology/thematic-analysis/>
- Campbell R, Pound P, Morgan M, et al. Evaluating meta-ethnography: systematic analysis and synthesis of qualitative research. *Health Technol Assess.* 2011; 15: 1–164.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative and mixed methods approaches*. SAGE Publications, Inc; 5th edition (January 2, 2018).
- Dijkstra, Nienke E. et al. (2020). Developing a competence framework for nurses in pharmaceutical care: A Delphi study. *Nurse Education Today*. Volume 104, September 2021, 104926.
- Dans, Eva Parga & González, Pablo Alonso. (2019). Sustainable tourism and social value at World Heritage Sites: Towards a conservation plan for Altamira, Spain. *Annals of Tourism Research*. 74 (2019) 68–80.
- Diener, E., Oishi, S., & Tay, L. (2018). Advances in subjective well-being research. *Nature Human Behaviour*, 2(4), 253.
- Everett, J. (2002). Organizational research and the praxeology of Pierre Bourdieu. *Organizational Research Methods*, 5(1), 56e80.
- Feldman, M., & Zoller, T. D. (2012). Dealmakers in place: Social capital connections in regional entrepreneurial economies. *Regional Studies*, 46(1), 23–37.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7e20.
- García-Villaverde, Pedro M.; Elche, Dioni & Martínez-Pérez, Ángela. (2020). Understanding pioneering orientation in tourism clusters: Market dynamism and social capital. *Tourism Management*. 76 (2020) 103966.
- Hamel, Candyce; Michaud, Alan; Thuku, Micere; Skidmore, Becky; Stevens, Adrienne. (2020). Defining Rapid Reviews: a systematic scoping review and thematic analysis of definitions and defining characteristics of rapid reviews. *Journal Pre-proof*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2020.09.041>.
- Kakoudakis, Konstantinos I.; McCabe, Scott & Story, Vicky. (2017). Social tourism and self-efficacy Exploring links between tourism participation, job-seeking and unemployment. *Annals of Tourism Research*. 65 (2017) 108–121.
- Kim, Myung Ja; Lee, Choong-Ki & Bonn, Mark. (2016). The effect of social capital and altruism on seniors' revisit intention to social network sites for tourism-related purposes. *Annals of Tourism Research*. Volume 85, November 2020, 103103. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.007>.
- Knollenberg, Whitney; GilArroyo, Claudia; Barbieri, Carla & Boys, Kathryn. (2021). Craft beverage tourism development: The contributions of social capital. *Journal of Destination Marketing & Management*. Volume 20, June 2021, 100599. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100599>.

- Lee, Craig & Hallak, Rob. (2020). Investigating the effects of offline and online social capital on tourism SME performance: A mixed-methods study of New Zealand entrepreneurs. *Tourism Management*. 80 (2020) 104128.
- Liu, Na; Nikitas, Alexandros & Parkinson, Simon. (2020). Exploring expert perceptions about the cyber security and privacy of Connected and Autonomous Vehicles: A thematic analysis approach. *Transportation Research*. Part F. 75 (2020) 66–86.
- Maguire, Moira & Delahunt, Brid. (2017). Doing a Thematic Analysis: A Practical, Step-by-Step: Guide for Learning and Teaching Scholars. *AISHE-J*. Volume , Number 3 (Autumn 2017) 3351- 33514.
- McCabe, S., & Johnson, S. (2013). The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 42–65.
- McCabe, Scott & Qiao, Guanghui. (2020). A review of research into social tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Social Tourism. *Annals of Tourism Research*. 85 (2020) 103103.
- McKenna, H.P. (1994) The delphi technique: a worthwhile research approach for nursing? *J. Adv. Nurs.*, 19 (6) (1994), pp. 1221-1225, 10.1111/j.1365-2648.1994.tb01207.x
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353–357.
- Minnaert, Lynn. (2020). Stakeholder stories: Exploring social tourism networks. *Annals of Tourism Research*. 83 (2020) 102979.
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2009). Tourism and social policy: The value of social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 316–334.
- Minnaert, L; Maitland, R. & Miller, G. (2014.). Social Tourism: Perspectives and Potential, Edited Routledge, Oxon, UK (2013). *Tourism Management*. 43 (2014) 3. 123. pp., US\$ 128.95, ISBN: 978-0-415-52378-3.
- Moscardo, Gianna; Konovalov, Elena; Murphy, Laurie; McGehee, Nancy G. & Schurmann, Andrea. (2017). Linking tourism to social capital in destination communities. *Journal of Destination Marketing & Management* (2017), Volume 6, Issue 4, December 2017, Pages 286-295. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.001>.
- Musavengane, Regis & Kloppers, Roelie. (2020). Social capital: An investment towards community resilience in the collaborative natural resources management of community-based tourism schemes. *Tourism Management Perspectives*. 34 (2020) 100654.
- Nawijn, J., & Mitas, O. (2012). Resident attitudes to tourism and their effect on subjective well-being the case of Palma de Mallorca. *Journal of Travel Research*, 51(5), 531–541.
- Nikitas, A., Avineri, E., & Parkhurst, G. (2018). Understanding the public acceptability of road pricing and the roles of older age, social norms, pro-social values and trust for urban policy-making: The case of Bristol. *Cities*, 79, 78–91.

- Nikitas, A., Wang, J. Y., & Knamiller, C. (2019). Exploring parental perceptions about school travel and walking school buses: A thematic analysis approach *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 124, 468–487.
- Noblit G, Hare R. (1988). *Meta-ethnography: synthesising qualitative studies* (Qualitative research methods, Series 11). Thousand Oaks, CA: SAGE, 1988.
- Ooi, Chai-Aun; Chee-Wooi, Hooy & Mat Som, Ahmad Puad. (2015). Diversity in human and social capital: Empirical evidence from Asian tourism firms in corporate board composition. *Tourism Management*. 48 (2015) 139e153.
- Park, Duk-Byeong; Lee, Kwang-Woo; Choi, Hyun-Suk & Yoon, Yooshik. (2012). Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea. *Tourism Management*. 33 (2012) 1511e1520.
- Pung, J. M., Gnoth, J., & Del Chiappa, G. (2020). Tourist transformation: Towards a conceptual model. *Annals of Tourism Research*, 81, 102885.
- Rawls, J. A. (1972). *Theory of justice*. Oxford: Clarendon Press
- Pykea, Joanne; Sarah Pyke & Richard Watuwa. (2019). Social tourism and well-being in a first nation community. *Annals of Tourism Research*. 77 (2019) 38–48.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, NJ.: Princeton University Press.
- Sam Liu, Chih-Hsing. (2017). Remodelling progress in tourism and hospitality students' creativity through social capital and transformational leadership. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. 21 (2017) 69–82.
- Seers, Kate. (2015). Qualitative systematic reviews: their importance for our understanding of research relevant to pain. *Br J Pain*. 2015 Feb; 9(1): 36–40. doi: 10.1177/2049463714549777.
- Soulard, Joelle; Knollenberg, Whitney; Boley, B. Bynum; Perdue, Richard R; McGehee, Nancy Gard. (2018). *Tourism Management*. 69 (2018) 189–200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.011>.
- Thomas, James et al. (2017). Living systematic reviews: 2. Combining human and machine effort. *Journal of Clinical Epidemiology*. 2017, pp. 1-7.
- Tokarchuk, O., Gabriele, R., & Maurer, O. (2017). Development of city tourism and well-being of urban residents: A case of German Magic Cities. *Tourism Economics*, 23(2), 343–359.
- Tokarchuka, Oksan; Gabriele, Roberto & Maurer, Oswin. (2019). Estimating tourism social carrying capacity. *Annals of Tourism Research*. 86(3):102971.
- Toye F, Seers K, Allcock N, et al. A meta-ethnography of patients' experience of chronic non-malignant musculoskeletal pain. *Health Serv Deliv Res*. 2013; 1(12).
- Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2019). Quality-of-life indicators as performance measures. *Annals of Tourism Research*, 76, 291–300.
- VisitBritain (2010). VisitBritain foresight, British destinations. Retrieved from <https://britishdestinations.net/1194-2/content/visitbritain-foresight-issue-148-howthe-world-views-britain-2016/>.

- Waldinger, R. (2016). What makes a good life? Lessons from the longest study on happiness, TED talks. Retrieved from [http://blog.zparkl.com/happiness/what-makesyou-happy-harvards-78-year-study-reveals?utm\\_content=28660006&utm\\_medium=social&utm\\_source=facebook/](http://blog.zparkl.com/happiness/what-makesyou-happy-harvards-78-year-study-reveals?utm_content=28660006&utm_medium=social&utm_source=facebook/).
- Wang, Jing; Wang, Shanyong; Wang, Hualong; Zhang, Zengtian & Liao, Fangwei. (2021). Is there an incompatibility between personal motives and social capital in triggering pro-environmental behavioral intentions in urban parks? A perspective of motivation-behavior relations. *Tourism Management Perspectives*. Volume 39, July 2021, 100847.
- Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84–97.
- Xiong, Ying; Cho, Moonhee & Boatwright, Brandon. (2019). Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the #MeToo movement. *Public Relations Review*. Volume 45, Issue 1, March 2019, Pages 10-23.
- Zhou, Lingxu; Chan, Eric & Song, Haiyan. (2017). Social capital and entrepreneurial mobility in early-stage tourism development: A case from rural China. *Tourism Management*. 63 (2017) 338e350.