

سال اول، شماره ۱، تابستان ۱۳۹۷
فصلنامه علمی تخصصی پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار

پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار

بررسی و ارزیابی اثرات و پیامدهای فیزیکی - کالبدی طرح ایجاد
کاشانه‌های گردشگری در روستاها؛ مطالعه موردی: روستای
گازرخان در استان قزوین
آرزو صفاری

بررسی تأثیر ابزارهای آموزش بر سطح دانش و نگرش
گردشگران محیط‌های طبیعی؛ مطالعه موردی: مناطق
گردشگری شهرستان بوکان
حسن کاکه مدی، عادلہ سرادی پور، حسین حسن پور

تبیین انگاره‌های مفهومی شهرهای اسلامی و برندسازی شهری
با رویکرد ارتقاء گردشگری شهرها
صالح قربانی، حمید عزیزی

نقش آیین‌های محلی در جذب توریسم و توسعه گردشگری؛
مطالعه موردی: آیین نوروز خوانی در مازندران
مرجانه نادری گرزالدینی

بررسی نقش گردشگری در توانمندسازی اجتماعی زنان
روستاها؛ ادغام شده به شهر؛ مطالعه موردی: کوی وهب.
شهرستان شوش. استان خوزستان
سید محسن چریم، غلام رضا جولاء، مصطفی خدادادی



صاحب امتیاز و مدیر مسئول:
بهنام کبیری
زیر نظر شورای سردبیری
مدیر داخلی: منیژه ملائی

پژوهش های گردشگری و توسعه پایدار

فصلنامه علمی تخصصی پژوهش های گردشگری و توسعه پایدار
سال اول، شماره ۱، تابستان ۱۳۹۷



۰۲۱ ۳۳ ۲۰ ۲۴ ۸۷



۰۲۶ ۳۴ ۴۳ ۶۹ ۵۹



۰۲۱ ۴۳ ۸۵ ۷۱ ۲۴

نشانی: کرج، بلوار امام خمینی (باغستان)، بین
خیابان پنجم و ششم، روبروی مجموعه ورزشی
انقلاب، پلاک ۷۳۵، ساختمان پرند، واحد ۱

فراخوان پذیرش مقاله

گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های گوناگون از حمل‌ونقل و تغذیه تا اقامت و مدیریت رویدادها است که در جهت خدمت‌رسانی به گردشگران، به صورت زنجیره‌ای بهم پیوسته ایفای نقش می‌کند. درک جنبه‌های مختلف تأثیر این فعالیت فرهنگی بر توسعه اقتصاد ملی و زندگی اجتماعی مردم، مستلزم همفکری اندیشمندان رشته‌های مختلف و درهم آمیزی تجارب دست‌اندرکاران آن است. موفقیت چشمگیر راهبردهای توسعه مبتنی بر توسعه گردشگری در دنیا، موجب تشویق مدیران، کارشناسان، دانشگاهیان، حرف و صنوف مختلف در بهره‌گیری بیشتر از مزیت‌های گردشگری شده است.

تنها با انتشار پژوهش‌ها و تجربیات عملی محققان و اندیشمندان این حوزه، امکان آشنایی با مسایل و چالش‌های توسعه از یکسو و ارائه راهکار برای برون‌رفت از تنگناها، از سوی دیگر امکان پذیر می‌گردد. «نشریه عملی تخصصی پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار» برآن است تا با حمایت اندیشمندان، اساتید، پژوهشگران، کارشناسان و دانشجویان رشته‌های مختلف، زمینه ارتقا توانمندی‌ها و ظرفیت‌های توسعه گردشگری فراهم نموده و بستر مناسبی برای ارائه آخرین پژوهش‌ها و مطالعات در این حوزه باشد. از اینرو از تمامی محققین علاقه‌مند به گردشگری دعوت می‌شود تا مقالات علمی خود را از طریق وب سایت [www. TRSD. ir](http://www.TRSD.ir) به نشریه ارسال نمایند.

برای ارسال مقاله به نشریه کافی است تا در وب سایت ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید. پس از بررسی اولیه و داوری علمی از طرف تحریریه جهت انتشار مقاله با نویسندگان رابط تماس گرفته خواهد شد.

محورهای نشریه پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار

- مبانی و پایه‌های نظری گردشگری و توسعه پایدار مدیریت گردشگری
- گردشگری، اکوتوریسم و محیط‌زیست
- مدیریت و بازاریابی گردشگری
- برنامه‌ریزی فضایی مجتمع‌های گردشگری
- برنامه‌ریزی گردشگری منطقه‌ای
- معماری، شهرسازی و توسعه گردشگری
- جغرافیا، آمایش سرزمینی و گردشگری
- گردشگری، توسعه فرهنگی- اجتماعی
- گردشگری، اقتصاد و مدیریت
- مطالعات میان رشته‌ای در گردشگری و دیگر موضوعات مرتبط

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	بررسی و ارزیابی اثرات و پیامدهای فیزیکی-کالبدی طرح ایجاد کاشانه‌های گردشگری در روستاها (مطالعه موردی: روستای گازرخان در استان قزوین) آرزو صفاری
۱۷	بررسی تاثیر ابزارهای آموزش بر سطح دانش و نگرش گردشگران محیط‌های طبیعی (مطالعه موردی: مناطق گردشگری شهرستان بوکان) حسن کاکه مدی ، عادلہ سرادی پور ، حسین حسنپور
۲۵	تبیین انگاره‌های مفهومی شهرهای اسلامی و برند سازی شهری با رویکرد ارتقا گردشگری شهرها صالح قربانی، حمید عزیزی
۳۵	نقش آیین‌های محلی در جذب توریسم و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: آیین نوروزخوانی در مازندران) مرجانه نادری گرزالدینی
۴۵	بررسی نقش گردشگری در توانمندسازی اجتماعی زنان روستاهای ادغام شده به شهر (مطالعه موردی: کوی وهب. شهرستان شوش. استان خوزستان) سید محسن چریم، غلام رضا جولا، مصطفی خدادادی

بررسی و ارزیابی اثرات و پیامدهای فیزیکی-کالبدی طرح ایجاد کاشانه‌های گردشگری در روستاها (مطالعه موردی: روستای گازرخان در استان قزوین)

آرزو صفاری^۱

دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی

E-mail: a.saffari53@yahoo.com

چکیده

توسعه گردشگری روستایی در روستاها، موجب تغییرات قابل توجهی در روستاها، به ویژه در ویژگی‌های کالبدی- فیزیکی می شود. توسعه اقامتگاه‌ها و خانه‌های گردشگری از گونه‌های مختلف توسعه گردشگری در روستاها به شمار می‌رود که تأثیرات عمده‌ای بر چشم‌انداز روستا دارد. روستای گازرخان در بخش رودبار الموت استان قزوین، با داشتن قلعه الموت و جاذبه‌های تاریخی و مذهبی و چشم‌انداز طبیعی زیبا، از مقاصد مهم گردشگری روستایی منطقه است. بدین منظور، پایگاه میراث فرهنگی منطقه، اجرای طرح کاشانه‌ها و خانه‌های گردشگری در این روستا را به منظور اسکان و اقامت گردشگران به اجرا گذاشته است که این طرح اثرات مختلفی بر روستا داشته است. در این پژوهش، اثرات این طرح بر ویژگی‌های کالبدی و فیزیکی روستای گازرخان از طریق روش ماتریس ایرانی، با شناسایی فعالیتهای شکل گرفته در طرح و اثر آن در ابعاد فیزیکی و کالبدی، از طریق کارشناسان و مردم بومی، بررسی می‌شود. نتایج نشان می‌دهد اجرای این طرح در مجموع اثرات سودمندی بر روستا، از جمله در حوزه مسکن روستایی و امکانات و خدمات گردشگری، آموزشی و بهداشتی داشته است. ضمن اینکه در زمینه چشم‌انداز روستایی و کاربری زمین، با تهدیدهایی رو به رو است که ضرورت دارد، برطرف شود. همچنین اجرای این طرح از نظر شاخص‌های کالبدی - فیزیکی مورد تایید بوده و قابلیت اجرا در آینده را نیز دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، کاشانه‌های گردشگری، روستای گازرخان، ماتریس ایرانی

۱- مقدمه

فضای روستایی اگر چه از دیر باز بیش از هر چیزی قلمرو فعالیت های زراعی و دامداری بوده است، ولی این مقوله از فعالیت، که در مقیاس جهانی جایی بس بزرگ را از فضا های جغرافیایی به خود اختصاص داده، به هیچ وجه روی اشکالی دیگر از اشغال خاک را منتفی نکرده است. گردشگری روستایی، در سال های اخیر، به عنوان عاملی مهم در تحول و توسعه ی نواحی روستایی مورد توجه قرار گرفته است (علیزاده، ۱۳۹۱: ۲۰-۲۱) و در واقع از دهه های گذشته، گردشگری از حالت گردشگری انبوه، در مقیاس بزرگ به گردشگری در اجتماعات محلی با مقیاس محلی که بر فرهنگ و طبیعت محلی و بومی تاکید می کند، تبدیل شده است (Heeravati et al, 2014: 89). گردشگری روستایی بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال درآمد بوده و می توان آن را ابزار مهمی برای توسعه ی اقتصادی اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد. نباید از نظر دور داشت که توسعه گردشگری روستایی مرهون محیط زیست سالم (عنابستانی و اکبری، ۱۳۹۱: ۹۱)، وجود سازمان های محلی ترویج گردشگری (Adeyinka-Ojo et al, 2014: 154-155) و مشارکت مردم محلی با فرایندهای گردشگری است که

زمینه ایجاد تبادلات اجتماعی بیشتر و تصمیم‌گیری قویتر را برای مردم فراهم می‌کند (Parabhakaran et al, 2014: 292-293). توسعه گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند تأثیرات متفاوت و متعددی بر بخش‌های مختلف روستا داشته باشد. بخش مهمی از تأثیرات توسعه گردشگری در یک منطقه، بر ویژگی‌های کالبدی - فیزیکی روستا می‌باشد. برنامه ریزی کالبدی نیز به منظور شناسایی عوامل و شاخص‌های کالبدی روستا و تأثیرات پدیده‌های مختلف بر این بخش ارائه می‌شود. در ارتباط با توسعه روستاها با نگرشی عمقی باید به این موضوع توجه شود که در رویکرد توسعه پایدار برنامه ریزی نیازمند ارائه تصویری چندبعدی از فضای مورد مطالعه است. پیوند ابعاد پایداری، به ویژه پایداری اجتماعی و نهادی و اقتصادی و محیطی، مسئله‌ای بسیار مهم در برنامه ریزی توسعه پایدار مناطق روستایی است و اصولاً کالبد سکونتگاه‌های روستایی، بستری برای عملکرد اقتصادی و اجتماعی آن‌ها محسوب می‌شود. بنابراین، تحول و ساماندهی کالبدی، نخستین گام به منظور ارتقای عملکرد سکونتگاه‌ها است (بدری و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۵۶). برنامه ریزی توسعه کالبدی، علاوه بر اینکه کوششی برای جهت‌بخشیدن به تکامل محیط زندگی بشر است، بازتاب تکامل زندگی اجتماعی نیز محسوب می‌شود. توسعه کالبدی در روستاها عمدتاً با ساختار کالبدی مناطق روستایی مرتبط است و آنگاه با مضامین و مؤلفه‌هایی چون کاربری اراضی، ارتباطات و حمل‌ونقل، تأسیسات و تجهیزات زیربنایی، مسکن، کار، تفریح، گردشگری، و رفاه عمومی که روستاییان به تنهایی قادر به تأمین آن نیستند، در ارتباط قرار می‌گیرد. در توسعه کالبدی، تلاش می‌شود از طریق برنامه کالبدی فرایندهای اجتماعی هدایت شود. بنابراین هدایت پویای روستاها با بهره‌برداری مفیدتر از فضا و محیط طبیعی برای زندگی انسان میسر است. از این رو، توسعه کالبدی هم با عنصر فضا و هم با جامعه مربوط می‌شود. بنابراین، برنامه ریزی توسعه کالبدی در سکونتگاه‌های روستایی جستجویی برای، مطلوب‌ترین حالت سازگاری بین فضا و جامعه، به نفع جامعه است (همان، ۲۵۳).

بخش‌های فیزیکی و کالبدی روستاها می‌تواند شامل موارد مختلف باشد. شاخص‌های کالبدی می‌تواند شامل الگوی مسکن (تغییرات در عناصر مسکن روستایی، پایدار سازی خانه‌های روستایی، تغییر در الگوی ساخت مسکن)، شیوه معیشت (تغییر در الگوی سکونت و شیوه زندگی، نوع نگاه به زندگی) و ارتباطات (ارتباط با روستاهای همجوار، افزایش دسترسی و ارتباط بین خانوارهای روستایی) باشد (عنابستانی و وزیری، ۱۳۹۰: ۲۰۰). مسکن روستایی از مهمترین ویژگی‌های کالبدی و فیزیکی روستاها محسوب می‌شود. مسکن یکی از پدیده‌های جغرافیایی است که قبل از هر چیز از شرایط طبیعی و انسانی محیط پیرامونی و فعالیتهای انجام گرفته در آن متأثر می‌شود؛ بدین معنی که مسکن و در نتیجه رابطه انسان با محیط پیرامون خود، شکل می‌گیرد و به دلیل اشغال فضا و قرارگیری و استقرار در بستر محیط، به خودی خود در قلمرو مطالعات جغرافیایی جای می‌گیرد. بر این اساس، برقراری همبستگی، پیوند و نظم منطقی بین عوامل طبیعی، اجتماعی، اقتصادی و مسکن و به طور کلی ایجاد رابطه‌ای معقول و متناسب در میان اجزا و عناصر مختلف مؤثر در مسکن، در حیطه علم جغرافیا قرار می‌گیرد (ظاهری، ۱۳۸۷: ۱۶۴). شاخص‌هایی که می‌تواند با مسکن روستایی برای ارزیابی تغییرات کالبدی نقش داشته باشد، می‌توان به مواردی چون الگوی ساخت و سازها، الگوی مسکن، میزان بهسازی و مقاوم سازی مساکن، تراکم خانوارها و غیره اشاره کرد (عنابستانی و اکبری، ۱۳۹۱: ۹۷). شبکه معابر بخشی از بافت و کالبد روستاها به شمار می‌رود. واحدهای همسایگی، معابر و بافت فیزیکی سکونتگاه‌های روستایی، سیمای بومی خانه‌های روستایی و غیره بخشی از ویژگی‌های کالبدی روستاها در این بخش می‌باشد. سهولت رفت‌وآمد و کیفیت معابر، نحوه دسترسی به معابر، تغییرات سلسله مراتب معابر و غیره در ارزیابی کالبدی معابر مؤثر می‌باشد. همچنین در حوزه تغییرات کاربری اراضی، نحوه توزیع خدمات، شناخت بافت‌های تاریخی و فرهنگی، انتخاب مناسب جهت توسعه روستاها، کیفیت دسترسی به خدمات، مکان‌یابی مناسب خدمات از شاخص‌های مهم برای ارزیابی هستند (همان، ۹۷). یکی از شاخص‌های مهم کالبدی روستاها، بهبود بهداشت محیط مانند مدیریت دفن زباله‌ها و پسماندها، فاضلاب‌ها و فضولات دامی، نظافت معابر و غیره است (بدری و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۶۵). همچنین باید به شاخص‌هایی عمران و مسائل فیزیکی روستاها مانند بهبود و اصلاح معابر، روشنایی معابر، کنترل و نظارت بر توسعه کالبدی روستاها و تأمین اراضی مورد نیاز روستاها توجه کرد (همان، ۲۶۶).

۲- بیان مسئله

گردشگری می تواند علاوه بر داشتن اثرات متعدد بر درآمد و ساختار کشاورزی مناطق روستایی (Lorio and Corsale, 2010: 154)، اثرات مختلف کالبدی مانند تغییرات در الگوی مسکن، تغییر کاربری باغات، تغییر استفاده از مصالح، تغییر در میزان مقاومت خانه ها و روند بافت و معماری روستاها در بر داشته باشد (باباخانزاده و صدیقی، ۱۳۹۱: ۱۰۶). یکی از اثرات توسعه گردشگری در یک ناحیه روستایی، ایجاد و شکل گیری واحدهای اقامتی و توسعه اقامتگاه ها است. گسترش خانه های دوم یکی از موارد توسعه سکونتگاه های جدید در روستاهای هدف گردشگری است که موجب ایجاد تغییرات فیزیکی و کالبدی مهمی در روستاها می شود. گسترش خانه های دوم ممکن است به هماهنگی و توازن آنها با هویت کالبدی روستا توجه کافی مبذول نشده و به این ترتیب با برهم زدن بصری و تخریب پوشش گیاهی به حس مکانی روستا آسیب وارد آید. در نتیجه زیبایی محیط طبیعی کم می شود و به سبب طرح نامناسب یا موقعیت حساب نشده خانه دوم مهمترین معیار ارزیابی هویت کالبدی روستا، یعنی تمایز از غیر و تشابه با خودی لطمه می بیند. (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۸۴-۲۸۵). همچنین توسعه گردشگری، در بازنده سازی برخی از جاذبه های فرهنگی و طبیعی مانند بناها و یادمان های تاریخی نقش مهمی دارد (شکل دیگری از توسعه اقامتگاه های گردشگری در روستاها، کاشانه ها و خانه های گردشگری هستند که این توسعه این اقامتگاه ها، ایده جدیدی در راه توسعه گردشگری روستایی به شمار می رود. کاشانه ها و خانه های گردشگری، اقامتگاه هایی هستند که برای اسکان گردشگران ایجاد شده و البته اکثرا خانه های روستایی هستند که به گردشگران اجاره داده می شوند. این خانه ها و کاشانه ها دارای امکانات اولیه و مورد نیاز یک اقامتگاه گردشگری با بافت روستایی می باشد. توسعه این اقامتگاه ها خود باعث رونق در گردشگری یک روستا می گردد و رونق این اقامتگاه ها موجب توسعه فعالیت ها و ورود بخش ها و عناصر مختلفی می شود که هر یک می توانند بر ویژگی ها و عناصر متعدد کالبدی و فیزیکی روستا تاثیرگذار باشند. گسترش این اقامتگاه ها نیز می تواند اثرات مثبت و منفی مختلفی در بر داشته باشد. از جمله اثرات مثبت می توان به بازسازی ابنیه ها و خانه ها، بهبود شبکه های معابر روستایی، زیبا شدن نمای خانه ها، تغییرات در فرم و کارکرد روستاها، تغییر در کاربری اراضی، عدم تعادل بین عرضه و تقاضا در زمینه مسکن و خدمات گوناگون در روستا، توسعه ساخت و سازها، وضعیت خیابان ها و معابر، تبدیل و تغییرات در مزارع و زمین های کشاورزی، تخریب برخی بافت ها و خانه ها اشاره کرد (فاضل نیا و همکاران، ۱۳۹۰، ۱۰۵ و ۱۱۰).

در سطح بین المللی مطالعاتی در حوزه تاثیرات گردشگری بر ویژگی های مناطق روستایی صورت گرفته است از جمله اسنیسکا^۱ و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی اثرات عوامل اقتصادی در توسعه مناطق روستایی در کشور لیتوانی پرداختند و به نقش گردشگری در افزایش سرمایه گذاری های خصوصی و دولتی اشاره کرد. همچنین فریزوول^۲ (۲۰۱۲)، تغییرات ایجاد شده در فضای های روستایی و اجتماعات محلی، ناشی از گردشگری از منظر قدرت را مورد بررسی قرار داد. در حوزه تاثیرات توسعه خانه ها و کاشانه های گردشگری بر ویژگی های کالبدی - فیزیکی روستاها، مطالعه چندانی در سطح داخلی و بین المللی صورت نگرفته است. بیشتر مطالعات داخلی در حوزه تاثیرات گسترش خانه های دوم، اجرای طرح های هادی روستایی، مدیریت روستایی و تاثیرات گردشگری به صورت کلی می باشد. از جمله بدری و همکاران (۱۳۹۲) نقش مدیریت روستایی در توسعه کالبدی روستاهای شهرستان آران و بیدگل را بررسی کردند و نقش مدیریت در توسعه کالبدی را مورد تایید قرار دادند. ضیایی و صالحی نسب (۱۳۸۷) به تحلیل اثرات کالبدی گردشگری خانه های دوم اشاره کرده است که نتایج حاکی از این بود که حضور مالکان غیربومی قدیمی خانه های دوم به مراتب کمتر از اثرات متناظر آن از جانب مالکان غیربومی جدید خانه های دوم است. دادورخانی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی گسترش خانه های دوم در تغییرات کالبدی - فیزیکی روستاهای ساوجبلاغ پرداختند. نتایج حاکی از تغییرات در بخش مسکن روستایی، تغییرات کاربری اراضی، ناهمگونی معماری و ناهمگونی ساختار محیط می باشد. فاضل نیا و همکاران (۱۳۹۰) نیز نقش توسعه خانه های دوم بر روستاهای گردشگری تنکابن را بررسی کردند

^۱ Snieska^۲ Frisvoll

که در بخش کالبدی و فیزیکی، تخریب چشم انداز محیطی، تغییرات کاربری اراضی و مالکیت افراد غیربومی بر مسکن روستایی تاثیر بیشتری پذیرفته بودند. عناصه‌های و اکبری (۱۳۹۰) به بررسی و ارزیابی طرح های هادی روستایی بر توسعه کالبدی روستاها پرداختند. نویسندگان به این نتیجه رسیدند که اجرای طرح های هادی بیشتر از همه بر معابر روستایی تاثیرگذار بودند. با این حال هنوز مطالعه چندانی در حوزه اثرات توسعه خانه های روستایی و کاشانه ها در روستا صورت نگرفته است و لذا در این پژوهش به بررسی اثرات فیزیکی - کالبدی توسعه خانه های گردشگری در روستاها پرداخته می شود.

فضای کالبدی و فرهنگی روستاهای ایرانی، اعم از زمین و خانه، معماری، جنگل و مرتع و چراگاه، باغ و کوچه باغ، مسجد و زیارتگاه، آب و انبار و قنات، بازارچه، تعزیه و عروسی، لباس و غذا، تزیینات و هنرهای سنتی و غیره جلوه های گردشگری خاصی را شکل می دهد (زنده دل، ۱۳۸۸: ۱۰-۱۱). در این میان بخش رودبار الموت استان قزوین، یکی از مقاصد مهم گردشگری روستایی کشور محسوب می شود. منطقه الموت در شمال شهر قزوین قرار گرفته و منطقه ای است کوهستانی در میان کوههای الموت، طالقان و دره الموت (مسیر الموت رود) که در قسمتی کوهستان البرز مرکزی و به موزات کرانه های جنوبی دریای خزر قرار داشته است (کاظمی ورکی، ۱۳۸۳: ۴). یکی از ویژگی های بارز بخش الموت، وجود روستاهای هدف گردشگری با پیشینه و سرمایه های تاریخی و فرهنگی می باشد. روستای گازرخان از روستاهای هدف گردشگری استان قزوین و بخش الموت محسوب می شود. این روستا در مرکز این بخش، با داشتن جاذبه های تاریخی و فرهنگی، آداب و رسوم و اقوام مختلف از مقاصد گردشگری روستایی استان به شمار می رود. همین مسئله موجب شده است تا پایگاه میراث فرهنگی الموت برای توسعه گردشگری و افزایش هر چه بیشتر گردشگران، اقدام به سرمایه گذاری و احداث خانه ها و کاشانه های روستایی برای گردشگران در این روستا نماید. این خانه ها به صورت اجاره ای جهت اقامت گردشگران در اختیار آنها قرار می گیرد. این مسئله موجب افزایش تعداد گردشگران از یک سو و ماندگاری بیشتر آنها در این روستا می شود. افزایش تعداد و مدت گردشگران موجب آشنایی بیشتر آنها با روستا شده و این مسئله موجب می شود تا بخش های مختلف روستا در معرض استفاده گردشگران قرار بگیرد. این طرح در روستای گازرخان اثرات مختلف فیزیکی و کالبدی مطلوب و نامطلوبی بر روستا گذاشته است و ادامه این طرح نیازمند شناسایی این عوامل و اثرات و تعیین یک چشم انداز برای آینده طرح و روستا می باشد. با این وصف، هدف اصلی این پژوهش، شناسایی ویژگی های کالبدی و فیزیکی روستای گازرخان، تعیین فعالیت ها و اثراتی که در اثر توسعه خانه های گردشگری در روستا به وقوع پیوسته است و تعیین میزان سودمندی یا مخرب بودن اثرات و تعیین چشم انداز اجرایی طرح در آینده است.

۳- سوالات و فرضیات پژوهش

- با توجه به چالش اصلی پژوهش و تعیین چارچوب نظری، سوالات اصلی این پژوهش را می توان به صورت زیر مطرح کرد:
- آیا توسعه خانه ها و کاشانه های گردشگری، در مجموع اثرات مثبتی بر ویژگی های کالبدی - فیزیکی روستا داشته است؟
- اثرات توسعه خانه ها و کاشانه ها اغلب در چه بخش هایی از ویژگی های فیزیکی و کالبدی می باشد؟
- در ارزیابی نهایی پروژه، آیا می توان این طرح را برای سال های بعد نیز اجرا کرد؟
- با توجه به مطالعات مقدماتی از روستا، فرضیه های پژوهش به صورت تدوین شده است:
۱. به نظر می رسد که توسعه کاشانه های گردشگری، تاثیرات مثبتی بر ویژگی های کالبدی - فیزیکی روستای گازرخان داشته است.
 ۲. به نظر می رسد توسعه کاشانه های گردشگری، بر وضعیت مسکن و بافت مسکن و معابر روستا، بیشترین اثر را داشته است.
 ۳. به منظور ادامه اجرای طرح احداث کاشانه های گردشگری، ضرورت دارد که اصلاحات مهمی صورت گرفته و سپس فرایند طرح در آینده نیز استمرار داشته باشد.

۴- روش پژوهش

این تحقیق از منظر نوع، کاربردی است. روش گردآوری اطلاعات از نوع زمینه یابی و پیمایشی بوده و برای گردآوری اطلاعات از ترکیب مصاحبه، پرسشنامه، مشاهدات و داده های میدانی استفاده شده است. ارزیابی اثرات کاشانه از طریق دو گروه کارشناسان و مردم بومی و مشاهدات میدانی صورت می گیرد. بنابراین جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه کارشناسان و مردم بومی روستای گازرخان است و نمونه آماری نیز شامل ۱۰ کارشناسان مرتبط با گردشگری روستایی که از فرایند این طرح آگاهی داشتند و همچنین تعدادی از فعالان حوزه گردشگری روستا بوده که در قالب پرسشنامه، ارزیابی خود را صورت دادند. همچنین جهت بررسی دقیق تر، نتایج حاصل از مصاحبه ها و مشاهدات میدانی، با داده های پرسشنامه ترکیب شد. با توجه به دشواری پاسخگویی به پرسشنامه توسط مردم بومی منطقه، فرایند مصاحبه از مردم عادی به پرسشنامه ترجیح داده شد. در این پژوهش، متغیرهای مستقل شامل کلیه متغیرهایی است که در فرایند اجرای طرح احداث کاشانه ها، بر ویژگی های کالبدی و فیزیکی روستای گازرخان تاثیرگذار می شوند. متغیرهای وابسته نیز مجموعه متغیرهایی است که در چارچوب ابعاد کالبدی و فیزیکی روستای گازرخان ممکن است از طرح احداث کاشانه ها، متاثر شوند. تعیین این متغیرها، بخشی از پژوهش به شمار می رود که از طریق ترکیب مصاحبه ها و مشاهدات میدانی حاصل می شود.

برای ارزیابی اثرات یک پدیده در یک منطقه، روش های مختلفی وجود دارد. ماتریس یکی از روش های ارزیابی اثرات می باشد که بیشتر در ارزیابی اثرات زیست محیطی کاربرد دارد. حسن بهره گیری از این روش این است که در انتها فعالیت-هایی که در اجرای طرح برای محیط زیست و منطقه زیانبار است، شناسایی و فاکتور تحت تاثیر و میزان تاثیر پذیری نیز مشخص می شود. هم چنین روشن می شود که کدام یک از فاکتور ها از اجرای این طرح بیشترین آسیب را متحمل می شوند (جهان آرای، ۱۳۸۳، ۳۵). در این پژوهش برای ارزیابی اثرات توسعه خانه ها و کاشانه های گردشگری بر ویژگی های کالبدی - فیزیکی روستای گازرخان، از روش ماتریس ایرانی (لئوپولد تغییر یافته مخدوم، ۱۳۷۶) استفاده شده است بنابراین روش تحلیل داده ها، به صورت توصیفی - تحلیلی بوده و بر اساس نتایج حاصل از ماتریس ایرانی، نتایج و وضعیت کلی طرح ارزیابی می شود. گام های عمده روش ماتریس ایرانی عبارتند از:

در مرحله اول، پروژه و محیط آن به اجزای تشکیل دهنده تجزیه گردید (ریز فعالیت و ریز عوامل محیطی- متغیرهای مستقل) (Josimovic, 2014: 43-44). در واقع ابتدا اثرات و فعالیتهایی که ممکن است در فرایند توسعه کاشانه ها و بعد از آن رخ داده باشد، تعیین شد. منظور این است که در فرایند احداث خانه ها، چه فعالیتهایی انجام می شود و چه گروه هایی وارد کار می شوند و چه پدیده هایی در این فرایند دخیل هستند. البته این تجزیه، اساس طراحی جدول ماتریس قرار می گیرد. برای مشخص کردن این اثرات و فعالیتهای به روش علمی و صحیح، از نظرات کارشناسان و مردم روستای گازرخان استفاده شده است. البته نظرات حاصل از فعالیتهای بازدید ها و پرس و جوهای محققین نیز بسیار مفید و موثر واقع گردید. پس از تعیین اثرات، پیامدها نیز به همان صورت گفته شده تعیین گردید. پیامدها در اینجا مجموعه تاثیراتی است که احداث خانه ها و کاشانه های گردشگری می تواند بر ویژگی های کالبدی - فیزیکی روستای گازرخان داشته باشد (متغیرهای وابسته). در واقع عناصر کالبدی و فیزیکی از روستای گازرخان که ممکن است تحت تاثیر احداث و توسعه خانه ها و کاشانه های گردشگری قرار داشته باشد. این پیامدها نیز از طریق نظرات کارشناس و مردم و جامعه بومی و بازدیدهای میدانی استخراج شد. در مرحله دوم، روابط متقابل و یک به یک ریز عوامل و ریز فعالیتها در قالب آثار مثبت و منفی مورد قضاوت قرار گرفته و جهت کمی کردن ماتریس که از ترکیبی از ماتریس آی کولد و لئوپولد است عددی بین ۵- تا ۵+ داده شد (البرزی منش، ۱۳۹۰: ۴۷). همانطور که گفته شد این اثرات ممکن است اثر مثبت و سودمند باشد یا اثر منفی و مخرب. برای تعیین نوع اثر، ابتدا یک ماتریس تهیه شده و در این ماتریس، اثرات و فعالیتهای در قسمت ستون و پیامدها در قسمت سطر ماتریس به نوشته می شود. پس از تهیه ماتریس حال باید این ماتریس در اختیار کارشناسان مربوطه قرار گرفته شود و از آنها خواسته شود تا میزان اثرگذاری هر فعالیت حاصل در طرح را بر هر یک از پیامدها یا ویژگیهای کالبدی - فیزیکی روستای گازرخان ارزیابی کند. اگر چنانچه این اثرگذاری از نوع

سودمند بود از ۱ تا ۵ مثبت و اگر اثرگذاری از نوع مخرب بود از ۱- تا ۵- ارزش داده شد و چنانچه فعالیتی بر روی پیامدی هیچ اثری نداشت یا اثر خنثی داشت عدد صفر یا خالی گذاشته شد.

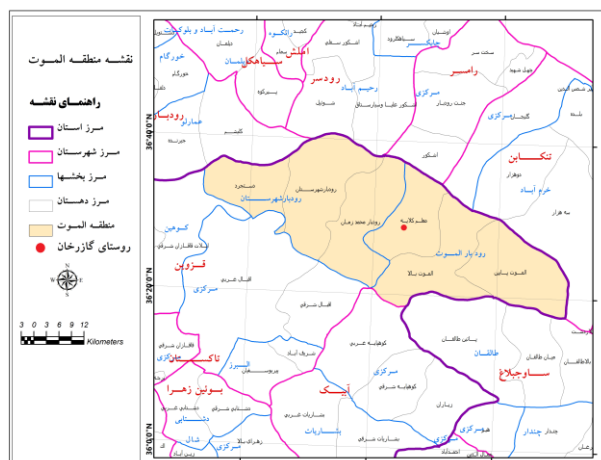
جدول (۱) دامنه ارزش‌های سودمند و مخرب فعالیتها و پیامدها (ماخذ: منوری، ۱۳۸۱)

سودمندی	خیلی خوب (+۵)	خوب (+۴)	سودمندی متوسط (+۳)	سودمندی ضعیف (+۲)	سودمندی ناچیز (+۱)
مخرب	خیلی زیاد (-۵)	زیاد (-۴)	متوسط (-۳)	ضعیف (-۲)	ناچیز (-۱)

پس از ارزشیابی، در این مرحله جهت تعیین میزان اثرگذاری فعالیتها و پیامدها، تعداد پاسخ‌هایی که در یک سطر و ستون به صورت منفی یا مثبت وجود دارد، برای هر سطر و ستون جداگانه شمرده شده و سپس جمع جبری این ارزش‌ها نیز محاسبه گردید و در نهایت با تقسیم جمع جبری بر تعداد کل اثر یا پیامدهای مثبت و منفی، عددی بین ۵- تا ۵+ بدست می‌آید که طبق جدول بالا نشانگر وضعیت سودمندی یا مخرب بودن اثرات و پیامدها می‌باشد. در مرحله پایانی، مشخص می‌گردد که آیا فعالیتها و پیامدهای احداث خانه‌ها و کاشانه‌های گردشگری در حالت کلی بر ویژگی‌های کالبدی و فیزیکی روستایی گازرخان اثرات مثبت دارد یا منفی و چگونه باید این فعالیتها با محیط روستا سازگار شود. برای نیل به این هدف، باید ارزش همه اثرات و پیامدها بایکدیگر ترکیب شود به این ترتیب که اگر در ارزش نهایی همه سطرها و ستونها، عدد ۳- و کمتر وجود نداشته باشد، فعالیت احداث خانه‌ها برای کالبد و فیزیک روستای گازرخان سودمند می‌باشد و باید ادامه پیدا کند. در غیر این صورت این پروژه با اصلاحات و تمهیدات حفاظتی انجام شود.

۵- قلمرو پژوهش

منطقه الموت در شمال شهر قزوین قرار گرفته و منطقه ای است کوهستانی در میان کوههای الموت، طالقان و دره الموت (مسیر الموت رود) که در قسمتی کوهستان البرز مرکزی و به موزات کرانه‌های جنوبی دریای خزر قرار داشته و بین ۳۶°۱۸ تا ۳۵°۳۵ دقیقه عرض شمالی و ۵۰°۱۸ تا ۵۰°۵۱ دقیقه طول شرقی واقع شده است (کاظمی ورکی، ۱۳۸۳: ۴). از شمال به غرب مازندران و رامسر (روستای دو هزار و سه هزار تنکابن)، از جنوب به کوههای طالقان و آبیگ و از جنوب غرب به قزوین و از غرب به ابهر و طارم سفلی محدود می‌باشد (شکل شماره ۱). دره الموت در تقسیمات جغرافیایی به دو منطقه رودبار الموت و رودبار شهرستان تقسیم شده است. رودبار الموت شامل سه دهستان الموت پایین به مرکزیت روستای زوارک، الموت بالا به مرکزیت روستای مینودشت (شترخان) و معلم کلایه با مرکزیت معلم کلایه در مجموع با ۹۴ روستا و وسعت ۸۸۵ کیلومترمربع و رودبار شهرستان که سه دهستان رودبار شهرستان، رودبار محمدزمان خانی و دستجرد را شامل می‌شود و ۹۸ روستا و ۱۱۲۰ کیلومتر مربع وسعت دارد (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۴: ۲۲).



شکل شماره (۱) موقعیت روستای گازرخان در منطقه الموت استان قزوین (ماخذ: سازمان نقشه برداری ۱۳۸۸؛ ترسیم: نگارندگان)

قلعه های الموت وجه مشخصه بارز میراث باستان شناختی منطقه محسوب می شود. این دژها مکان تبلیغ مذهب اسماعیلیه توسط حسن صباح و جانشانش بوده و یادگار جنگ و گریزهای تاریخی بین اقوام مختلف می باشد و از نظر علمی و تاریخی نیز حائز اهمیت است (زنده دل، ۱۳۷۸: ۴۵). بررسی ها و پژوهشهای باستان شناختی نشان می دهد که سرزمین الموت و دره الموت دست کم از چهار هزار سال پیش، زیستگاه مردم بوده و جمعیت چشمگیری داشته است. مطمئنا این دره در مقاطع تاریخی، از مناطق تاریخی به شمار می آمده است (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۴: ۲۴-۲۳). این تنوع قومی و نژادی موجب شکل گیری روستاها با فرهنگ ها و آداب و رسوم مختلف شده است که روستای گازرخان یکی از روستاهای گردشگری الموت محسوب می شود که در فاصله ۱۶ کیلومتری شرق شهر معلم کلایه و ۱۱۰ کیلومتری شمالی شرق شهر قزوین واقع شده است. این روستا از شمال شرقی به کوه صخره ای معروف به الموت، از شرق به کوه هودکان، از شمال به شاتان کوه و از غرب به تپه لیز محدود می شود و پرجمعیت ترین و بزرگترین روستای الموت است. از نظر اقلیمی، معتدل و دارای رودخانه های متعددی است. ساکنان روستا بیشتر به باغداری و دامداری اشتغال داشته و با تولید گیلان، گردو، لبنیات و همچنین با گلیم بافی، چادر شب بافی و جاجیم بافی گذران زندگی می کنند. روستای گازرخان به لحاظ گردشگری همواره در صدر مکان های گردشگری استان قزوین بوده است. این روستا از جاذبه های گردشگری متعددی در ابعاد مختلف طبیعی، کالبدی - فضایی (معماری و مساکن)، فرهنگی - اجتماعی و غیره برخوردار بوده است. بیشتر خانه های این روستا یک طبقه بنا شدند. آثار تاریخی و مذهبی مانند مقبره امامزاده محمود، امامزاده هیجده تن، مسجد قدیمی روستا، میدان قتلگاه در بافت قدیمی روستا و قبرستان قدیمی، خانه های قدیمی منصوری، سمیعی، امامزاده حنیفه و همچنین قلعه تاریخی الموت، از جاذبه های گردشگری فرهنگی روستا به شمار می رود (رضایی و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۶).

امروزه پایگاه میراث فرهنگی استان و سایر نهادها در جهت توسعه گردشگری گازرخان به عنوان یکی از روستاهای هدف گردشگری، طرحها و برنامه های متعددی از منظر مرمت و تاسیس نهاده های مختلف به انجام رسانده و در حال انجام آن هستند. یکی از طرح های صورت گرفته در این روستا، طرح احداث کاشانه ها و خانه های روستایی می باشد که عموماً از سال ۱۳۸۹ آغاز گردید. با راه اندازی اولین خانه روستایی در روستای گازرخان الموت افراد زیادی برای اجرای طرح کاشانه های روستایی متقاضی شده و با اختصاص قسمتی از منزل روستایی خود به مرکز اقامتی برای گردشگران اعلام آمادگی کرده اند (روزنامه ایران، ۱۳۸۹: ۲۳). از نمونه این کاشانه ها، کاشانه رسولی می باشد. در کاشانه رسولی با معماری سنتی و محیطی دلنشین و خاطره انگیز واقع در میدان روستای گازرخان الموت پس از بازسازی، مرمت و تجهیز با امکانات رفاهی، زیر نظر و با همکاری پایگاه میراث فرهنگی الموت، مورد بهره برداری قرار گرفت. امکانات کاشانه رسولی شامل ۲ واحد اطاق خواب و پذیرائی، حمام، و سرویسهای بهداشتی زنانه و مردانه، غذاخوری سنتی، نان پزی سنتی، کباب پزی در حیاط، آشپزخانه مجهز می باشد (مطالعات میدانی، ۱۳۹۳).



عکس شماره (۱) نمایی از کاشانه رسولی در روستای گازرخان (ماخذ: پایگاه میراث فرهنگی الموت (۱۳۹۱))

شرایط اقتصادی		خدمات و امکانات					بافت قلعه الموت				
کشاورزی	شیوه های بهره برداری	شیوه معیشت روستا	جاذبه های تاریخی و فرهنگی	صنایع دستی و محصولات گردشگری روستا	امکانات گردشگری و تفریحی	امکانات بهداشتی و آموزشی	حفاظت منابع طبیعی روستا	چشم انداز روستاها و زیبایی بصری و	مقیاس و بافت اراضی و باغات	دفن زنازه و دفع پسماند	
		۲		۵	۱	۵	۲	۴	۳		۲
۲		۱	۴	۲	۴	۲	۲	۱	۳	۲	۵
۳		۴	۳	۴	۴	۲	۲		۲	۲	۲
۲		۲	۱	۱	۲	۱	-۱		۲	-۱	
۳		۲	۴	۴	۲	۱	۳	۱		۲	۴
۲		۳	۳	۲	۲		۲	۲		۳	۳
۱		۲	۲	۲	۲	۲	-۱	-۲	-۱	۲	۲
-۲		-۲	-۱	-۲	-۲	-۱	-۱	-۲	-۲		
-۳		-۳	۱	-۱	۲		-۲	-۲	-۱	-۲	۵
		۲	۴	۲	۵	۲	۲	۱		۲	۴
		۲	۴	۴	۲	۲	-۱		-۳	-۲	۲
		۲	۲	۲	۴	۲			-۱	-۲	۲
		۲	۵	۴	۴	۲	۱		-۱	۲	۴
		۲	۴	۲	۴	۲	-۲				
		۲	۲	۲	۴	۲	-۲				
		۲	۵	۴	۴	۲	۱				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				
		۲	۴	۵	۴	۲	-۲				

دسترس‌ی ها	میزان تولید محصولات زراعی	۲	۱		۱	۴	۳	-۴	-۴	۲	۱	۳	۳	۱
	میزان تولید محصولات باغی	۲	۱		۲	۵	۱	-۳	-۳	۲	۲	۳	۳	۲
	معیار و معیادین روستا	۳	۳	۲	۱		۲			۱				۳
	ارتباطات با روستاهای همجوار	۴	۲	۲	۲	۴	۴			۱	۳			۴
	دسترسی فیزیکی خانوارهای روستایی	-۲	-۱	-۱	-۲					-۲			-۱	

پس از ارزیابی اثرات و پیامدها، میانگین این هر دو بخش محاسبه شده و میزان سودمندی و مخرب بودن آنها تعیین می شود که نتایج آن در جدول شماره (۳) نشان داده شده است:

جدول (۳) نتایج ارزش یابی اجرای طرح کاشانه های گردشگری در روستای گازرخان (ماخذ: یافته های تحقیق)

اثرات	عوامل مثبت و منفی	جمع جبری	میانگین ارزش ها	وضعیت اثر بر روستا
افزایش تعداد گردشگران و افراد غیربومی	۱۹	۲۹	۱,۵۲۶	سودمندی ضعیف
افزایش سرمایه گذاری های دولتی	۲۰	۳۴	۱,۷	سودمندی ضعیف
افزایش تعداد واحدهای خدماتی	۱۵	۱۱	۰,۷۳۳	سودمندی ناچیز
افزایش واحدهای اقامتی	۱۸	۲۰	۱,۱۱۱	سودمندی ضعیف
برگزاری جشنواره ها	۱۵	۴۸	۳,۲	سودمندی خوب
بهبود شبکه ارتباطی به روستا	۱۴	۳۴	۲,۴۲۹	سودمندی متوسط
تغییرات کاربری زمین	۱۳	-۲۴	-۱,۸۵	مخرب ضعیف
تغییرات در قیمت اراضی، خانه ها و محصولات	۱۷	-۲۶	-۱,۵۳	مخرب ضعیف
افزایش مهاجرت به روستا	۱۸	۱۴	۰,۷۷۸	سودمندی ناچیز
مشارکت و آگاهی مردم روستا از گردشگری	۱۶	۴۱	۲,۵۶۳	سودمندی متوسط
افزایش حس تعلق مکانی	۱۷	۳۷	۲,۱۷۶	سودمندی متوسط
تغییرات در روند تقاضای محصولات اقتصادی	۱۷	۱۹	۱,۱۱۸	سودمندی ضعیف
افزایش تعداد شاغلان	۱۴	۳۸	۲,۷۱۴	سودمندی متوسط
افزایش نظارت و پژوهش های بیشتر در روستا	۱۸	۴۸	۲,۶۶۷	سودمندی متوسط
بازسازی خانه ها و جاذبه های تاریخی	۱۱	۳۵	۳,۱۸۲	سودمندی خوب

همانطور که نتایج نشان می دهد بیشتر فعالیت ها و اثراتی در فرایند اجرای این طرح و بعد از آن به وقوع پیوسته است، بر بخش کالبدی و فیزیکی روستا تأثیرات سودمندی داشته است که البته میزان بیشتر اثرات مثبت، از ضعیف تا متوسط می باشد. در این میان دو اثر بیش از همه بر ویژگی کالبدی - فیزیکی روستا اثرات مثبت داشته است. هر دو اثر، فعالیت هایی هستند که

توسط پایگاه میراث فرهنگی الموت در منطقه اجرا شده است. بازسازی خانه ها و جاذبه های تاریخی از جمله امامزاده هیجده تن و خانه های فرسوده، تاثیرات مثبتی بر روستا داشته است. این طرح موجب رشد و توسعه گردشگران، ایجاد اقامتگاه های گردشگری و همچنین زیبایی ویژگی های بصری، موجب توسعه کالبدی و فیزیکی روستا شده اند. برگزاری جشنواره ها نیز بخش دیگری از اقدامات پایگاه می باشد که به منظور ترویج صنایع دستی و آگاهی مردم روستا از سرمایه های گردشگری روستا به اجرا در آمده است و توانسته در توسعه مسکن و امکانات گردشگری نقش تعیین کننده داشته باشد. بعد از این دو اثر، فعالیت ها و اثراتی همانند افزایش نظارت و پژوهش های بیشتر در روستا، افزایش تعداد شاغلان، مشارکت و آگاهی مردم روستا از گردشگری و افزایش حس تعلق مکانی نیز تاثیرات مثبتی بر ویژگی های کالبدی - فیزیکی روستا داشته اند. در میان اثرات، تنها دو اثر ناشی از اجرای طرح دارای تاثیرات منفی بر روستا بودند. تغییرات کاربری زمین، یکی از این اثرات می باشد. در اثر توسعه کاشانه ها و متعاقب آن رشد گردشگران و افراد غیربومی و واحدهای خدماتی، به تدریج بخشی از زمین های منطقه برای برخی فعالیتهای گردشگری به کار گرفته شد و این مسئله موجب تغییرات کاربری زمین به ضرر ویژگی های اصیل روستا گردید و به نوعی بر چشم انداز زیبای روستا نیز تاثیر منفی داشت. تغییرات در قیمت اراضی و محصولات کشاورزی و خانه های روستایی نیز یکی از اثرات منفی اجرای طرح کاشانه های گردشگری بود. این مسئله موجب افزایش قیمت زمین های روستایی به دلیل ورود گردشگران و افراد غیربومی و مهاجران به روستا بود که موجب شد زمین های روستایی و خانه ها بعضا با افزایش قیمت به ضرر جامعه بومی رو به رو شوند. این مسئله از منظر اقتصادی برای جامعه روستایی مطلوب نبود. لازم به ذکر است که هر دو اثر منفی در مجموع از نظر شدت مخرب بودن، ضعیف و محدود و شاید موقتی بودند. مراحل محاسبه میانگین ارزیابی برای پیامدها و بخش های کالبدی و فیزیکی روستاها نیز انجام گرفت (جدول شماره ۴):

جدول (۴) نتایج ارزشیابی اثرات و پیامدهای اجرای طرح کاشانه های گردشگری در روستای گازرخان (ماخذ: یافته های تحقیق)

ویژگی های کالبدی و فیزیکی (پیامدها)	عوامل مثبت و منفی	جمع جبری	میانگین ارزش ها	وضعیت عامل
روستایی مسکن	مصالح مسکن روستا	۱۱	۲۵	سودمندی متوسط
	معماری و بافت مسکن روستا	۱۳	۵	سودمندی ناچیز
	مقاومت و استحکام خانه های روستا	۱۲	۲۶	سودمندی متوسط
چشم انداز بیرونی	چشم انداز طبیعی روستا	۱۴	-۱۱	مخرب ناچیز
	بافت قلعه الموت	۱۳	۳۷	سودمندی متوسط
	دفن زباله و دفع پسماند	۱۲	۱۳	سودمندی ضعیف
	مقیاس و بافت باغات و اراضی کشاورزی	۱۰	-۵	مخرب ناچیز
	زیبایی بصری و چشم انداز روستاها	۱۰	۲	سودمندی ناچیز
خدمات و امکانات	حفاظت منابع طبیعی روستا	۱۲	۶	سودمندی ناچیز
	امکانات بهداشتی و آموزشی	۱۲	۲۵	سودمندی متوسط
	امکانات گردشگری و تفریحی	۱۵	۵۲	سودمندی خوب
	صنایع دستی و محصولات گردشگری روستا	۱۵	۳۷	سودمندی متوسط
	جاذبه های تاریخی و فرهنگی	۱۵	۴۴	سودمندی متوسط
شرایط اقتصادی	شیوه معیشت روستا	۱۵	۲۶	سودمندی ضعیف
	شیوه های بهره برداری کشاورزی	۱۱	۷	سودمندی ناچیز
	میزان تولید محصولات زراعی	۱۲	۱۳	سودمندی ضعیف
	میزان تولید محصولات باغی	۱۳	۱۸	سودمندی ضعیف
	معايير و میادین روستا	۱۰	۱۸	سودمندی ضعیف
دسترسی ها	ارتباطات با روستاهای همجوار	۱۱	۲۹	سودمندی متوسط
	دسترسی فیزیکی خانوارهای روستایی	۶	۹	مخرب ضعیف

همانطور که نتایج نشان می‌دهد بخش غالب روستای گازرخان از اجرای این طرح سود برده اند و در واقع اثرات این طرح برای بخش های مختلف روستا از نظر کالبدی و فیزیکی مثبت و سودمند بوده است. بیشتر اثرات مطلوب اجرای این طرح بر توسعه امکانات تفریحی و گردشگری منطقه می باشد. این موضوع البته امر قابل پیش بینی بود چرا که توسعه خانه های روستایی موجب توسعه خدمات گردشگری و تفریحی و افزایش گردشگران ورودی به منطقه شده است. اجرای طرح بر بخش های دیگر روستا نیز تاثیرات مطلوبی گذاشته است از جمله می توان به عواملی چون مصالح مسکن روستا، مقاومت و استحکام خانه های روستا، بافت قلعه الموت، امکانات بهداشتی و آموزشی، صنایع دستی و محصولات گردشگری روستا، جاذبه های تاریخی و فرهنگی و ارتباطات با روستاهای همجوار اشاره کرد. توسعه کاشانه های روستایی، موجب رونق دیگر خانه های روستایی نیز شده است و همین مسئله موجب شده تا نوع مصالح استفاده در خانه های جدید نیز نو و مقاومت بیشتری داشته باشد و همین مسئله موجب مقاومت بالای خانه های روستایی گردد. بیشترین تاثیرات مثبت اجرای این طرح بر امکانات و زیرساختهای روستا است. اجرای این طرح موجب افزایش آگاهی و همچنین بهبود شاخص بهداشتی و درمانی در روستا شده است. صنایع دستی و محصولات گردشگری نیز در پی اجرای این طرح با توسعه و رونق چشمگیری رو به رو شدند. از جمله برگزاری جشنواره ها در این زمینه شرایط مناسبی را فراهم آورد. ایجاد و ساخت خانه های ترویج روستایی موجب گسترش فرهنگ گردشگری در روستا شده است. در این میان قلعه الموت نیز که به عنوان نماد فرهنگی این شهر محسوب می شود نیز از اجرای این طرح سود برده است، چرا که توجه مردم و جامعه بومی از یک طرف و گردشگران و مسئولان از طرف دیگر موجب حفاظت و افزایش تعداد گردشگران بازدید کننده شده است.

در میان اثرات مثبت زیادی که اجرای این طرح بر ویژگی های کالبدی و فیزیکی روستا داشته است، سه بخش از این روستا از اجرای این طرح دچار زیان شده است. بیشترین اثر نامطلوب این طرح بر دسترسی فیزیکی خانوارهای روستایی می باشد. به طوریکه توسعه خانه ها و کاشانه موجب تغییر در بافت و معماری خانه ها شده و کالبد سکونتگاه های روستایی را تغییر داده است که این مسئله بر دسترسی فیزیکی خانوارها تاثیر منفی گذاشته است. چشم انداز طبیعی روستا شامل مزارع و باغات و جنگلها و جاذبه های اکوتوریستی می باشد که در اثر اجرای این طرح دچار بی نظمی و گاه تخریب شده است. افزایش تعداد گردشگران و ساخت و سازها و خدمات گردشگری تا حدودی چهره این چشم انداز را درهم ریخته است. همچنین از تاثیرات منفی دیگر، باید به بافت و شکل باغات و مزارع اشاره کرد تا حدود کمی از اجرای این طرح دچار بی نظمی شده و تغییرات کاربری اراضی بیشتر به چشم می خورد و بعضا کشاورزی منطقه را با مشکل رو به ساخته است.

برای تعیین وضعیت کلی این طرح و اینکه ادامه این پروژه مورد تایید است یا خیر، نیاز است تا مجموعه اثرات و پیامدها باهم ترکیب شده و نتیجه کلی از آن استخراج گردد. نتیجه نهایی طرح بر اساس جدول شماره (۵) تعیین می گردد:

جدول شماره (۵) جدول قضاوت‌های یافته های ماتریس ایرانی (ماخذ: منوری، ۱۳۸۱)

شرایط ارزیابی	نتیجه پروژه
اگر بیش از ۵۰ درصد میانگین رده بندی در ردیف ها و ستون ها کوچکتر از ۳/۱- باشد	اجرای پروژه مردود است
در ردیف ها و ستون ها، میانگین رده بندی کوچکتر از ۳/۱- وجود نداشته باشد	اجرای پروژه کاملاً تایید می شود
در ردیف ها، میانگین کمتر از ۳/۱- وجود نداشته باشد و تعداد ستون های با میانگین کوچکتر از ۳/۱ از ۵۰ درصد کمتر باشد	انجام پروژه با ارایه گزینه های اصلاحی
در ستون ها، میانگین کمتر از ۳/۱- وجود نداشته باشد و تعداد ردیف های با میانگین کوچکتر از ۳/۱ از ۵۰ درصد کمتر باشد	انجام پروژه با اجرای طرح بهسازی
تعداد میانگین ردیف ها و ستون های کوچکتر از ۳/۱- کمتر از ۵۰ درصد تعداد کل میانگین سطرها و ستون ها باشد.	انجام پروژه با ارایه گزینه های اصلاحی و به شرط طرح بهسازی

در این بخش، میانگین ارزش های ردیف ها و ستون ها محاسبه می شود و بر طبق جدول نتیجه نهایی طرح مشخص می شود. همانطور که مشاهده می کنید هیچ یک از اثرات و پیامدهای بررسی شده در روستای گازرخان، ارزشی کمتر از ۳/۱-

نداشتند. به معنی دیگر مخرب بودن هیچ اثر و پیامدی در این طرح به بالاتر حد متوسط نیست، بنابراین با این شرط، طرح احداث کاشانه های گردشگری روستای گازرخان مطلوب بوده و ادامه این طرح تایید می شود.

۷- نتیجه گیری

در این پژوهش، اثرات اجرای طرح کاشانه ها و خانه های گردشگری بر ویژگی های کالبدی - فیزیکی روستای گازرخان مورد بررسی قرار گرفت. نتایج بررسی ها حاکی از این مسئله بود که بیشتر اثرات اجرای طرح بر روستا مثبت و مطلوب بوده است و بسیاری از عناصر فیزیکی و کالبدی روستا نیز با تاثیرات مطلوب ناشی از اجرای طرح رو به رو بودند. اگرچه بیشتر این تاثیرات مطلوب در سطح متوسط و پایین بوده است و این به این معنی است که نقاط ضعفی در طرح وجود دارد برای ادامه کار ضرورت دارد بر طرف گردد. در واقع بیشتر اثرات مطلوب از شدت و قدرت کمتری برخوردار بودند، لذا ضرورت دارد که بیش از پیش بر روی شاخص های آن کار کرد. در میان اثرات بیشتر، اثراتی که با فرهنگ مردم روستا و نیازهای روستائیان در ارتباط بود مثبت بودند و در مقابل اثراتی که بافت و فرهنگ سنتی مردم را خدشه دار می کردند در قالب اثرات مخرب قرار داشتند. ضمن اینکه فعالیت هایی که پایگاه میراث فرهنگی الموت در توسعه گردشگری روستا داشتند از جمله طرح پژوهش های روستایی و بازسازی جاذبه های تاریخی نیز اثرات مطلوبی بر منطقه داشتند. در بین بخش ها و ویژگی های کالبدی و فیزیکی نیز بیشتر اثرات مطلوب در بخش مسکن روستایی مانند نوع مصالح و میزان مقاومت مصالح بوده است. بعد از آن بخش خدمات و امکانات نیز از اثرات مطلوب بی بهره نبوده است به طوریکه اجرای این طرح موجب توسعه خدمات گردشگری و تفریحی، صنایع دستی و امکانات آموزشی و بهداشتی شده است. تاثیرات منفی هم عموماً در حوزه چشم انداز روستایی و بافت و فیزیک خانوارهای روستایی بوده است.

در بررسی نهایی نیز، پروژه انجام شده مورد تایید واقع شد. ارزیابی نهایی نشان داد که طرح کاشانه های گردشگری در روستای گازرخان از منظر کالبدی و فیزیکی اثرات مثبتی گذاشته است و ادامه این طرح برای این بخش از روستا بلامانع است. اگرچه اجرای این طرح اثرات منفی بر بخش های مختلف داشته است اما میزان این اثرات در کنار اثرات منفی ناچیز بوده است و برای ادامه اجرای این طرح نیازی به اصلاحات اساسی نیست. البته این مسئله به معنای ایده آل بوده شرایط نیست. همانطور که گفته شد میزان مطلوبیت بیشتر اثرات متوسط و پایین بوده است و این بدین معنی است که در صورت عدم توجه به تهدیدهای گردشگری و بر طرف نکردن ضعف ها، امکان دارد که در آینده اثرات منفی در این طرح بیشتر خودنمایی کند. لذا ضرورت دارد بر روی شاخص های کالبدی و فیزیکی روستا فعالیت بیشتری صورت گرفته و اثرات نامطلوب نیز اصلاح و به اثرات مطلوب تبدیل شوند. طبیعتاً اثرات نامطلوب در صورت تداوم می توانند بر اثرات مطلوب، تاثیرات منفی داشته باشند و این مسئله باعث می شود ادامه طرح با مشکل رو به رو شده و نیاز به انجام اصلاحات اساسی و حتی رد شدن کامل طرح گردد. بنابراین اجرای این طرح باید متناسب با فرهنگ روستا و رعایت ظرفیت تحمل روستا انجام پذیرد. نکته حائز اهمیت در این پژوهش، توجه به شاخص میزان رضایت مردم بومی از فرایندهای گردشگری، تبادلات مردم با گردشگران و پایداری روند توسعه گردشگری در قالب مدل های چرخه حیات گردشگری مانند باتلر می باشد. میزان رضایت مردم و مقصد گردشگری، به میزان تبادلات اجتماعی مردم با گردشگران دارد و میزان تبادلات نیز به میزان سود و زیان مردم از گردشگری وابسته است. در یک تبادل منطقی و اصولی، مقصد گردشگری و فرایندهای گردشگری به صورت منصفانه از یکدیگر بهره می برند. لازمه این بهره متقابل، وجود آثار مثبت و سازنده گردشگری بر محیط روستای گازرخان و متقابلاً توسعه گردشگری می باشد. بنابراین پیش زمینه چنین کاری، ارزیابی اثرات فعالیتهای گردشگری از جمله طرح کاشانه بر ابعاد متعدد روستایی از جمله کالبدی - فیزیکی است. بنابراین با توجه به نتایج پژوهش، می توان گفت میزان تبادل اجتماعی بالا بوده و میزان رضایت نسبی از گردشگری در بین مردم قرار دارد و با توجه به قرار داشتن گردشگری روستای گازرخان در مرحله رشد گردشگری، برنامه ریزی صحیح به منظور جلوگیری آثار منفی طرح کاشانه ها و تبدیل آنها به نقاط قوت، در پایداری این مقصد گردشگری اهمیت به سزایی خواهد داشت.

مراجع

۱. البرزی منش، میترا (۱۳۹۰)، «نقدی بر روشهای متداول جمع بندی و نتیجه گیری از ماتریسهای ارزیابی اثرات بر محیط زیست»، محیط زیست و توسعه، سال ۲، شماره ۳، صص ۴۵-۵۲
۲. باباخانزاده ادریس، لطفی صدیق (۱۳۹۱)، «ارزیابی اثرات گردشگری بر روستای قوری قلعه»، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال هفتم، شماره ۲۰، صص ۸۱-۱۱۶
۳. بدری سید علی، اکبریان رونیزی سعیدرضا، قصابی محمدجواد (۱۳۹۲)، «نقش مدیریت محلی در توسعه کالبدی سکونتگاه های روستایی (مطالعه موردی: شهرستان آران و بیدگل)»، پژوهش های روستایی، دوره ۴، شماره ۲، صص ۲۴۹-۲۷۶
۴. جهان آرای، تارادخت (۱۳۸۳)، «ارزیابی آثار توسعه آزاد راه شهید کلانتری برای ارائه برنامه مدیریت محیط زیست دریاچه ارومیه»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده محیط زیست دانشگاه تهران، شهریور
۵. حمیدی علی اکبر، رستمی بهروز، فلسفی علی، نادری افشین (۱۳۸۴)، «مردم نگاری الموت»؛ سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، نشر پژوهشکده مردم شناسی، تهران، چاپ اول
۶. دادورخانی فضیله، زمانی حمید، قدیری معصوم مجتبی، عاشری، اسمعیل (۱۳۹۲)، «نقش گردشگری خانه های دوم در تغییرات کالبدی - فیزیکی نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان برغان شهرستان ساوجبلاغ)»، فصلنامه پژوهش های روستایی، دوره ۴، شماره ۲، صص ۲۷۷-۲۹۹
۷. رضایی روح الله، شریف زاده ابوالقاسم، اسدپاسکی امیر (۱۳۹۱)، «واکاوی پیامدهای منفی توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان قزوین (مطالعه موردی: روستای گازرخان)»، مجله مسکن و محیط روستا، شماره ۱۳۷، صص ۸۳-۹۶
۸. روزنامه ایران؛ ۱۳۸۹/۲/۲۲؛ شماره ۴۵۰۱
۹. زنده دل، حسن (۱۳۷۸)، «راهنمای گردشگری استان قزوین»، نشر ایرانگردان، تهران
۱۰. زنده دل، حسن (۱۳۸۸)، «راهنمای گردشگری یکصد روستای شگفت انگیز ایران»، نشر ایرانگردان، تهران
۱۱. ظاهری، محمد (۱۳۸۷)، «تحلیل بر رابطه بین عوامل محیطی و مطلوبیت ساختار فیزیکی مسکن روستایی (مطالعه موردی: استان آذربایجان شرقی)»، نشریه جغرافیا و برنامه ریزی (دانشگاه تبریز)، سال ۱۴، شماره ۲۹، صص ۱۶۳-۱۸۹
۱۲. علیزاده، محمد (۱۳۹۱)، «برنامه ریزی راهبردی گردشگری شهرستان خلخال»، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم، دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران
۱۳. عنابستانی علی اکبر، اکبری محمدحسن (۱۳۹۱)، «ارزیابی طرح های هادی و نقش آن در توسعه کالبدی روستا از دیدگاه روستائیان (مطالعه موردی: شهرستان جهرم)»، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۴۴، شماره ۴، صص ۹۳-۱۱۰
۱۴. عنابستانی علی اکبر، وزیری سمیه (۱۳۹۰)، «تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و کالبدی ITC در توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: شهرستان گرگان)»، پژوهش های روستایی، سال دوم، شماره ۱، صص ۱۸۷-۲۱۳
۱۵. فاضل نیا غریب، کیانی اکبر، رمضان زاده لسبویی مهدی، افشار عمرانی الهام (۱۳۹۰)، «تحلیل اثرات خانه های دوم بر ساختار روستاهای توریستی از نظر جامعه میزبان (مطالعه موردی روستای برسه، شهرستان تنکابن)»، چشم انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)، سال ششم، شماره ۱۵، صص ۱۰۲-۱۱۹
۱۶. کاظمی ورکی، ایرج (۱۳۸۳)، «عقاب آشیان، جغرافیای طبیعی و تاریخی الموت»، نشر ایرانگردان، چاپ اول
۱۷. منوری، مسعود (۱۳۸۱)، «راهنمای ارزیابی اثرات زیست محیطی بزرگراه ها»، انتشارات سازمان حفاظت محیط زیست
18. Adeyinka-Ojo, S.F., Khoo-Lattimore, C., and Nair, V. (2014). **A framework for rural tourism destination management and marketing organisations**, 5th Asia Euro Conference 2014
19. Herawati, A., Purwaningsih, A., Pudianti, A., and Surya, R.V. (2014). **Rural Tourism Community Empowerment Based on Local Resources for Improving Community Welfare: Case on Pentingsari Village, Yogyakarta, Indonesia**, review of integrative & business & Economics research, V. 3 (2), pp. 88-100

20. Iorio, M., and Corsale, A. (2010). **Rural tourism and livelihood strategies in Romania**, Journal of Rural Studies 26 (2010) 152–162
21. Josimovic, B., Petric, J., & Milijic, S. (2014). **The Use of the Leopold Matrix in Carrying Out the EIA for Wind Farms in Serbia**, Energy and Environment Research; Vol. 4, No. 1, pp. 43-54
22. Prabhakaran, S., Naira V., and Ramachandran, S. (2014). **Community participation in rural tourism: Towards a conceptual framework**, Procedia - Social and Behavioral Sciences 144 (2014) 290 – 295
23. Snieska, V., Barkauskiene, K., and Barkauskas, V. (2014). **The impact of economic factors on the development of rural tourism: Lithuanian case**, Procedia - Social and Behavioral Sciences, N. 156 , pp. 280 – 285
24. Svein, Frisvoll. (2012). **Power in the production of spaces transformed by rural tourism**, Journal of Rural Studies 28, pp. 447-457

بررسی تاثیر ابزارهای آموزش بر سطح دانش و نگرش گردشگران محیط‌های طبیعی (مطالعه موردی: مناطق گردشگری شهرستان بوکان)

حسن کاکه مدی^{۱*}، عادلہ سرادی پور^۲، حسین حسن پور^۳

Hasan.kakamadi@yahoo.com

Ad.saradipour@yahoo.com

Ho_hp1979@yahoo.com

چکیده

انسان و طبیعت ترکیبی جدایی ناپذیرند، در این میان آموزش محیط زیست، یکی از مهمترین روشها در حفاظت طبیعت بوده که هدف از آن، پیدا کردن بهترین شیوه ارائه مطالب، نحوه فعالیتها و اجرای ساختاری است که زمینه‌ساز افزایش آگاهیهای محیط زیستی در جامعه باشد. هدف از این پژوهش بررسی تاثیر ابزارهای آموزشی راهنمای گردشگری بر سطح دانش و نگرش گردشگران می‌باشد. به همین جهت از یک تور گردشگری درباره هدف تحقیق استفاده شد و ۳۰ نفر با استفاده از دو روش بروشور و راهنمای انسانی، در تور گردشگری مورد نظر شرکت داده شدند و پیامدهای وارده بر سطح دانش، نگرش آنان مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که، مشارکت در این فعالیت محیط زیستی منجر به افزایش دانش افراد و تغییرات در نگرش آنان شده است. از نظر تاثیر نوع ابزار آموزشی نیز که یکی از جنبه‌های اصلی این تحقیق است، نتایج نشان می‌دهد که تفاوتی میان دو الگوی آموزشی نامبرده، از نظر تاثیرگذاری بر سطح دانش و نگرش مشارکت کنندگان وجود ندارد.

کلمات کلیدی: دانش، نگرش، آموزش محیط‌زیست، مناطق گردشگری

۱- مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از مهمترین پدیده‌های هزاره سوم، طی نیم قرن گذشته با رشد تصاعد گونه خود تأثیر بسزایی در رشد و پویایی اقتصادی و تبادلات فرهنگی کشورها داشته است. به‌طوری‌که بسیاری از صاحب‌نظران، قرن حاضر را قرن گردشگری نام نهاده‌اند. توجه به مقوله گردشگری زمانی مهمتر جلوه می‌کند که براساس آمارهای موجود، صنعت گردشگری امروزه به‌عنوان دومین منبع درآمد بیش از ۴۹ کشور در حال توسعه به حساب می‌آید و راهبردی است برای افزایش درآمد و فقرزدایی این کشورها. براساس پیش‌بینی سازمان جهانگردی جهانی (WTO) تا سال ۲۰۱۰ بیش از ۴۳ درصد از اشتغال جهان مربوط به بخش گردشگری خواهد بود. طبق پیش‌بینی WTO تا سال ۲۰۲۰ میلادی، تعداد جهانگردان به رقمی بالغ بر ۶/۱ میلیارد نفر خواهد رسید. براساس آمار ارائه شده از همین سازمان، بیش از ۵۰ درصد معضل اشتغال در کشورهای در حال توسعه از طریق توسعه این صنعت قابل حل است. به هر حال، توسعه گردشگری همانند توسعه جهانی توجهی به عناصر و

۱ و * - نویسنده مسئول: کارشناس ارشد آموزش محیط زیست دانشگاه پیام نور، شماره همراه ۰۹۳۷۵۵۰۸۸۴۶

۲ - کارشناس ارشد آموزش محیط زیست دانشگاه پیام نور

۳ - رئیس دانشگاه علمی کاربردی بوکان

بسترهای ایجادکننده این صنعت نداشته و با هدف سودآوری و افزایش رفاه اجتماعی آثار مخربی را به همراه داشته به همین دلیل در این میان تصویر نادرست و نامناسبی از رابطه گردشگری و محیط به جا گذاشته است.

رشد و توسعه اقتصادی- اجتماعی منطقه‌ای اجتناب‌ناپذیر است، اما با توجه به اصل توسعه پایدار و درخور، حفاظت از منابع طبیعی باید همواره مدنظر قرار گیرد. پایداری در اینجا بدان معناست که ساکنان امروز اجتماع محلی، روستا، شهر و کشور مفروض آن چنان زندگی کنند و توسعه یابند که نسل‌های بعدی نیز به زندگی قابل قبولی ادامه دهند. مفهوم اکوتوریسم هر دو مقوله حفاظت از محیط‌زیست و جنبه‌های اقتصاد را در بر می‌گیرد. بنابراین اکوتوریسم موضوع بسیار مهمی در صنعت توریسم بوده و به عنوان شیوه‌ای پایدار به منظور توسعه نواحی دارای منابع گردشگری فراوان، به شمار می‌آید. از نظر جنبه حفاظتی اکوتوریسم می‌توان به اصولی همچون آموزش حفاظت از طبیعت به گردشگران و به حداقل رساندن اثرات منفی بر طبیعت اشاره کرد (Zhang, ۲۰۱۲). علت دگرگونی و تخریب ناشی از ناآگاهی و یا عدم توجه به محیط اطراف، به دلیل کمبود آموزش- های علمی و کارشناسانه و نیز خودخواهی انسان و پشت پا زدن به ارزش‌ها و آداب و رسوم گذشته در جهت حفظ و حمایت از آن بوده است. مؤثرترین گام جهت حفظ محیط‌زیست، ارزیابی رفتار و عملکرد مردم در رسیدن به اصول اولیه زندگی پایدار است، یعنی مردم باید رفتار خویش را در مواجهه با محیط‌زیست طوری مورد ارزیابی قرار دهند تا به منش ثابت و اصول همزیستی با طبیعت دست پیدا کنند. چرا که بهره‌وری صحیح از منابع و جلوگیری از تخریب‌های طبیعی، باعث پایداری زندگی می‌گردد (Mooharamnezhad, ۲۰۰۳).

ایجاد آگاهی در میان توده‌های مردم باعث تغییر نگاه ایشان نسبت به محیط‌زیست و بهبود رابطه آنها با محیط‌زیست می‌گردد. بی‌شک آشنا ساختن افراد در سطوح مختلف اجتماعی با اصول حفاظت از محیط‌زیست و ایجاد رغبت و انگیزه‌های داوطلبانه برای حفاظت از آن می‌تواند مسئله تخریب و آلودگی محیط‌زیست را یک بار و برای همیشه حل کند. اگر افراد در درون خود وظیفه‌ای اخلاقی و وجدانی برای حفظ محیط‌زیست را احساس نمایند، مقدمات اولیه مشارکت آنها در برنامه‌های زیست‌محیطی فراهم می‌شود. اگر افراد محیط‌زیست را به مثابه یکی از دارایی‌های شخصی خود تلقی کنند، پاسداری از آن را نه تنها لازم بلکه جزئی جدایی ناپذیر از زندگی خود خواهند دانست (بیژن‌راد، ۱۳۶۹).

آموزش بزرگسالان ابزاری مهم در فرایند افزایش آگاهی‌های زیست‌محیطی و بهبود فعالیت‌های حمایتی زیست‌محیطی می‌باشد (Arrat, ۲۰۰۹). هدف از این پژوهش ارزیابی میزان تاثیر اکوتوریسم بر سطح دانش و نگرش زیست‌محیطی افراد بزرگسال و مقایسه روش‌های گردشگری خود راهنما (استفاده از بروشور به عنوان وسیله راهنما) و راهنمای انسانی می‌باشد.

۲- مواد و روش‌ها

دراین تحقیق از یک تور گردشگری در راستای هدف پژوهش در منطقه گردشگری غار سهولان استفاده شد. موارد و روش‌های دخیل در این تحقیق بر اساس اصول محیط‌زیست بیان شده توسط تیلدن در سال ۱۹۵۷ و هام در سال ۱۹۹۲ تهیه گردیده است. در طی این تور، بازدیدکنندگان از مسیری ۳ کیلومتری بازدید کردند

۲-۱ محدوده مطالعاتی

اثر طبیعی ملی غار سهولان با مختصات E363918 عرض جغرافیایی و E455655 طول جغرافیایی در ۳۰ کیلومتری جنوب شرقی شهرستان مهاباد در استان آذربایجان غربی واقع گردیده است.

این غار دارای یک حوضچه بزرگ و دالانهای متصل به هم با آبی زلال، عمق متوسط ۱۱ متر، عرض ۲ متر و طول ۲۵۰ متر است. وجود استالاکتیت‌های آهکی جلوه خاصی به غار بخشیده است. شکوه و عظمت غار و سرسبزی دره سهولان، زمینه ساز جلب گردشگران به منطقه شده است. به دلیل نبود نور هیچ نوع گیاهی در این غار نمی‌روید. از گونه‌های جانوری میتوان از کبوتر چاهی و خفاش نام برد.

هرچنداز نظر آغاز پیدایش به دوره دوم زمین شناسی (کرتاسه) برمی گردد اما در هیچ یک از کتب معتبر فارسی، کردی، ترکی و عربی نامی از آن برده نشده است. تنها "ژاک دموگان" جهانگرد فرانسوی بین سالهای ۱۸۹۶-۱۸۹۲ میلادی که در ایران مشغول

نوشتن کتاب جغرافیای غرب ایران بوده غار را دیده و با کمک ساکنین روستا بوسیله کلک از راه آبی وارد غارگشته و از راه خشکی بالایی خارج گشته است. کروکی دمرگان ۶۰٪ با واقعیت کنونی همخوانی دارد. در سال ۱۳۵۰ ه. ش یک هیئت غارنورد از دانشگاه آکسفورد با تجهیزات کامل از غاردیدن کرده و درباره ی آن نوشتند که غار سهولان یکی از عجیب ترین غارهای آبی جهان به شمار می رود. سرانجام در سال ۱۳۷۰ ه. ش هیاتی برای شناسایی از غار دیدن کرده و اقداماتی اولیه را برای بازگشایی مسیر انجام دادن که در سال ۱۳۷۶ آن را تکمیل نموده و در نهایت شهرداری مهاباد آن را برای استفاده عموم آماده نمود اما هنوز برای کشف مسیرهای دیگر غار باید کار کرد. هم اکنون این غار توسط شرکت تعاونی گردشگری و تفریحی غار سهولان و شهرداری مهاباد اداره می شود.

۲-۲- الگوهای آموزشی و شرکت کنندگان

در این تحقیق، دو الگوی آموزشی (برشور، راهنمای انسانی) در دو گروه جهت رسیدن به اهداف، به کار گرفته شد. گروه اول از بروشورهای استفاده می کردند که شامل ۱۰ صفحه متون و تصاویر رنگی محیط زیستی همراه با یک صفحه از نقشه منطقه بود. این گروه که از بروشور به عنوان راهنما استفاده می کردند به نقشه ها و تصاویر مربوطه استفاده می کردند. گروه دوم توسط یک فرد راهنمایی می شدند. همان مطالب مشابه در گروه اول را به صورت شفاهی برای افراد ارائه می داد. تعداد افراد شرکت داده شده در این گروه نسبت به تعداد افراد در گروه خود راهنما بیشتر بود. شرکت کنندگان این تحقیق افراد بزرگسال بودند. در کل ۳۰ نفر برای این تحقیق انتخاب شدند. در جدول ۱ مشاهده می شود، حدود ۶۴٪ از آنها در گروه های راهنمای انسانی و مابقی در گروه دیگر قرار گرفتند با توجه به مهم بودن سطح آموزش در میان بزرگسالان باید به این نکته توجه داشت که ۴۵٪ از افراد گروه بروشور دارای تحصیلات دانشگاهی بودند. در حالی که در گروه دیگر ۵۳٪ افراد تحصیلات دانشگاهی داشتند. همچنین در هر گروه اکثریت افراد در دهه ۳۵ سال سنی به سر می بردند

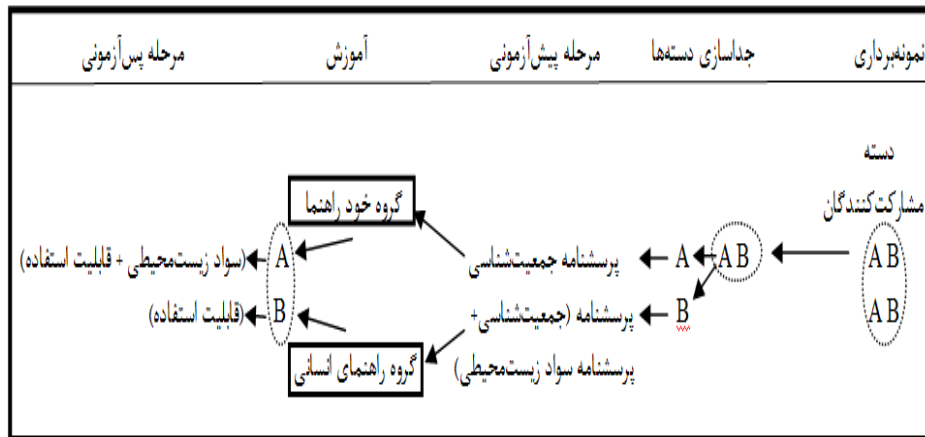
جدول ۱: آمار گروه های با الگوهای راهنمای متفاوت

گروه ها	تعداد افراد	مونث	مذکر	دارای تحصیلات دانشگاهی
راهنمایی از طریق بروشور	۱۱	۴	۷	۵
راهنمای انسانی	۱۹	۷	۱۲	۱۲

۲-۳- رویه و طرح تحقیق

این تحقیق طرحی پیش آزمون/پس آزمون و شبه تجربی بوده که با مقایسه گروه های مختلف همراه می باشد. معمولاً یک چنین طرح پیش آزمون/پس آزمون در زمینه آموزش محیط زیست و به منظور تشخیص تاثیرات وارده بر اقدام آموزش محیط-زیستی مورد استفاده قرار می گیرد. اگرچه بیتنر (Bittne, ۲۰۰۳) اظهار می دارد به منظور داشتن یک مقایسه معتبر بین گروه ها، بایستی تا حد امکان گروه های پیش و پس آزمون مشابه باشند اما برای اجتناب از این تاثیر، سنجش پس آزمون بر روی دسته متفاوتی از نمونه ها مورد نیاز است. بیتنر در سال ۲۰۰۳ (Bittne, ۲۰۰۳). برای حل این مسئله پیچیده، تغییری را در طرح پیش آزمون/پس آزمون پیشنهاد کرد به شیوه ای که یک دسته به نیمه های ایده آل تقسیم شده و سپس به ترتیب برای پیش-آزمون/پس آزمون در نظر گرفته می شوند، رهیافتی مشابه به آنچه که بیان شد در این تحقیق به کار گرفته شد (شکل ۱). در این تحقیق از افراد آزمون اولیه به عمل آمد. قبل از آزمون اولیه نیز افراد تقسیم شدند، به این صورت که به طور تصادفی در گروه های A و B قرار گرفتند سپس تمامی افراد از طریق پرسشنامه مورد آزمون اولیه (مرحله پیش آزمون) قرار گرفتند. در این مرحله تنها نیمی از هر دسته (گروه B در شکل ۲) یک پرسشنامه را که شامل سوالات مربوط به نوع روش راهنمایی و سپس سوالات مربوط به مولفه های جمعیتی - اجتماعی دریافت کردند و به طور همزمان نیم دیگر افراد دسته پرسشنامه ای را که فقط شامل مولفه های جمعیتی- اجتماعی بود، دریافت کردند. این رویه به منظور داشتن عملکردی یکسان و اجتناب از سردرگمی و درهم ریختگی در گروه های پیش و پس آزمون پیشنهاد شد. برای انجام مرحله پس آزمون تمامی افراد به صورت

تصادفی در یکی از دو گروه آزمایشی قرار گرفتند این دو گروه آزمایشی عبارتند از، تور خود راهنما از طریق بروشور و توری که توسط شخص اداره می‌شد. اقدامات آموزشی در این تحقیق، تنها از نظر وسیله ارائه و تشریح باهم متفاوت بودند. به افرادی که بروشور داشتند وقت بیشتری داده شد تا بتوانند از نظر آهنگ حرکت و پیشروی توان رقابت با بقیه افراد را داشته باشند. افراد بلافاصله بعد از اتمام تور در مرحله پس‌آزمونی شرکت داده شدند.



شکل ۲: مرحله پیش و پس آزمونی همراه با نمایش دسته A و B.

به منظور ارزیابی اقدامات انجام شده در این تحقیق نیاز به یک ابزار معتبر و قابلیت اطمینان وجود دارد. در این پژوهش تأثیرات وارده سطح دانش و نگرش شرکت کنندگان مورد ارزیابی قرار گرفت.

شاخص دانش از ترکیب آیتم‌های سیستم ارزیابی و عملکرد تعدیل یافته توسط فریک (۲۰۰۳، Frick) و همچنین آیتم‌های ارزیابی کننده میزان حفظ و نگهداری حقایق که در ارتباط مستقیم با مضمون اقدامات آموزش هستند، تشکیل شده است. شاخص نگرش یا حالت، ترکیبی از عبارات مرتبط با کاربرد و بهره‌برداری از طبیعت می‌باشد که توسط برگنر و همکاران در سال ۲۰۰۰ (Bogner et al., ۲۰۰۰) تعدیل یافته است. همانند مطالعاتی که در گذشته صورت گرفته، در این تحقیق نیز سوالات مربوط به شاخص‌ها در فرمت پاسخ ۵ امتیازی دوقطبی لیکرت (طیف لیکرت ۵ درجه) ارائه شدند. بنابراین آیتم‌ها در دامنه ۵-۱ ارزش‌دهی شدند به این صورت که، بیشترین پاسخ موافق از ارزش ۵ و کمترین پاسخ موافق از ارزش ۱ برخوردار می‌شدند. اما آیتم‌های شاخص دانش به صورت رتبه‌ای نبوده و به عنوان سوالات همراه با پاسخ‌های چند گزینه‌ای ارائه شدند.

نتایج حاصل از سایر ارزیابی‌های آموزش محیط زیست نشان می‌دهد که فاکتورهای مکمل از جمله متغیرهای جمعیتی - اجتماعی بر دانش و نگرش زیست‌محیطی و همچنین رفتار محیط‌زیستی تأثیرگذار هستند. به این ترتیب سوالات نیمه استاندارد شده در رابطه با جمعیت‌شناسی (به عنوان مثال در مرحله پیش‌آزمونی) ارائه گردید. این متغیرهای بیان شده، وضعیت فرد در رابطه با تجربه طبیعت‌گردی، انتخاب خانواده و دوستان در محافظت از طبیعت و میزان درک زیست‌محیطی آن‌ها را ارزیابی می‌کند. همچنین در این تحقیق سوالاتی در رابطه با تجربیات قبلی افراد مطرح گردید.

۲-۴- روش‌های آماری

در این تحقیق برای آزمایش تفاوت بین دو گروه مزبور از آزمون‌های دو نمونه‌ای پارامتریک و غیرپارامتریک استفاده شد. رابطه بین متغیرها با استفاده از فرمول مدل خطی همراه با آنالیز ANOVA ثابته مورد آزمون قرار گرفت. همچنین از نمودارهای جعبه‌ای و برهم‌کنشی (تعاملی) به عنوان روش‌های گرافیکی استفاده شد تحلیل‌های واریانس ANOVA توسط نرم‌افزار SPSS انجام گرفت.

آنالیز ANOVA آزمونی است که برای مقایسه میانگین یک صفت کمی در جمعیت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این آزمون فرض اولیه H_0 این است که اختلافی بین میانگین جمعیت‌ها وجود ندارد و در مقابل فرض ثانویه H_1 آن است که حداقل

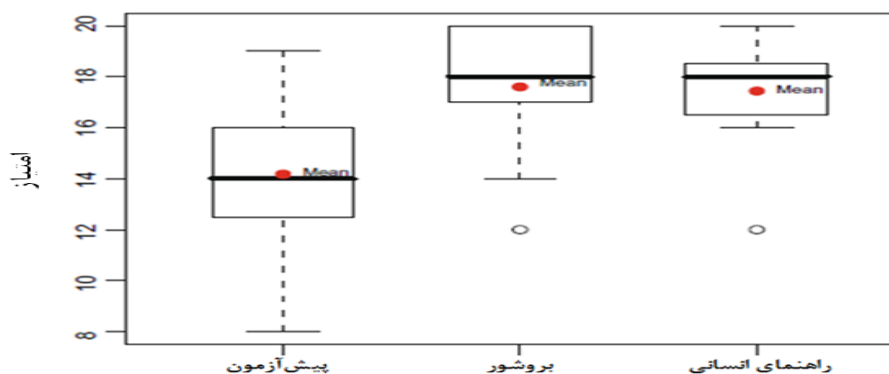
بین میانگین دو گروه از این جمعیت‌ها اختلاف معنی‌داری وجود دارد. اگر فرض H_0 پذیرفته شود، تجزیه و تحلیل به پایان می‌رسد و نشان‌دهنده این موضوع است که بین (میانگین) گروه‌ها تفاوتی وجود ندارد. اما اگر فرض H_0 رد شود نشان‌دهنده اختلاف میان گروه‌ها می‌باشد و باید به دنبال اختلاف‌ها بگردیم. از مزایای استفاده از آنالیز واریانس (ANOVA) این است که تنها با انجام یک بار آزمون، اختلاف بین میانگین‌های کلیه گروه‌های موجود در آزمایش، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۳- نتایج

۳-۱- تاثیرات بر دانش و نگرش

نتایج برای افراد شرکت‌کننده در این تحقیق افزایش چشمگیری را در امتیاز دانش نشان می‌دهد. همان‌طور که در شکل (۲) مشاهده می‌شود، تجزیه و تحلیل داده‌ها تفاوت حائز اهمیتی را میان دو گروه نشان نمی‌دهد. یکی از فاکتورهای مکمل تعیین‌کننده در رابطه با امتیاز دانش افراد، سطح تحصیلات آن‌ها بوده است. شرکت‌کنندگان دارای تحصیلات دانشگاهی نسبت به افرادی که تحصیلات دانشگاهی نداشتند، در مرحله پیش‌آزمونی امتیاز بیشتری را از نظر شاخص دانش کسب نمودند. با این وجود در مرحله پس‌آزمونی، تفاوت قابل ملاحظه‌ای میان این دو گروه مشاهده نشد و نشان می‌دهد افرادی که تحصیلات دانشگاهی نداشتند دانش بیشتری را از طریق اقدام آموزشی کسب نموده‌اند. فاکتور مکمل دیگری که بر امتیاز دانش تاثیرگذار است متغیر قرابت با طبیعت می‌باشد که میزان تجربیات مستقیم با طبیعت را نشان می‌دهد. افرادی که دارای تجربیات روزانه با طبیعت بودند امتیاز بیشتری را از نظر شاخص دانش نسبت به افرادی که تجربیات کمی داشتند، کسب کردند.

در رابطه با شاخص نگرش در افراد، آنالیز داده‌ها نشان داد که اقدام آموزشی این تحقیق منجر به افزایش در امتیاز این شاخص شده است و از این نظر تفاوت قابل توجهی میان گروه‌های مختلف وجود ندارد. همچنین حرفه مشارکت‌کنندگان نیز بر امتیاز این شاخص تاثیرگذار می‌باشد آنچنان که افراد شاغل در زمینه‌های علوم پایه امتیاز بیشتری را نسبت به بزرگسالان شاغل در حرفه‌های صنعتی و مهندسی کسب نمودند.



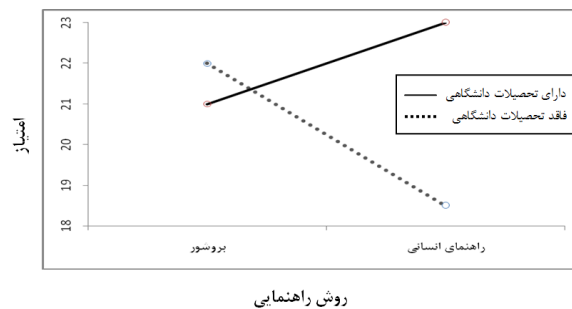
شکل ۲: نمودار جعبه‌ای امتیازات شاخص دانش در مرحله پیش و پس‌آزمونی

۳-۲- رضایتمندی مشارکت‌کنندگان

در مرحله پس‌آزمونی، رضایتمندی کاربران در رابطه با نوع شیوه‌الگوی آموزشی در طول تور (بروشور یا راهنمای انسانی)، بر اساس میزان انگیزه شرکت‌کنندگان در طی اقدام آموزشی تحقیق و بعد از آن ارزیابی شد (به عنوان مثال، پیشنهاد این نوع تورها به دیگران، میل به شرکت در تورهای مشابه و میزان توجه آن‌ها در طول تور مربوطه).

ارزیابی مربوط به رضایتمندی به‌طور عمده شامل بررسی چگونگی درک افراد از سودمندی شیوه‌های مختلف راهنمایی می‌باشد. از آنجایی که افراد بدون تحصیلات دانشگاهی از نظر سودمندی تور امتیاز بالاتری را کسب کرده‌اند بنابراین می‌توان بیان داشت که سطح تحصیلات یک شرکت‌کننده افراد بر میزان درک سودمندی و مفید بودن تور تاثیر دارد. همچنین یک برهم-کنش آشکار میان سطح تحصیلات و وسیله راهنمای مورد استفاده در طول مدت آموزش قابل مشاهده است که در شکل (۳)

نشان داده شده است. همچنان که در این شکل مشاهده می‌شود افراد دارای تحصیلات دانشگاهی قرار گرفته در گروه با راهنمای انسانی میزان سودمندی کمتری را نسبت به افراد بدون تحصیلات دانشگاهی در همان گروه داشتند.



شکل ۳: نمودار تعامل (برهمکنش) شاخص سودمندی وابسته به آموزش

اقدام آموزشی، هم اکنون درک بهتری در رابطه با ملزومات حفاظت از طبیعت دارند که در این مورد میان دو گروه آزمایشی تفاوتی دیده نشد اما نتایج نشان داد که این میزان درک به سطح تحصیلات شرکت‌کنندگان وابسته می‌باشد به این صورت که افزایش بیشتری در میزان درک افراد فاقد تحصیلات دانشگاهی نسبت به افراد دارای تحصیلات دانشگاهی مشاهده شد. در این پژوهش آنالیز میزان سردرگمی و ابهام نشان می‌دهد که بزرگسالان گروه‌های راهنمای انسانی از لحاظ داشتن تجربه مستقیم در طبیعت از طریق اقدام آموزشی مزبور، نسبت به افراد قرار گرفته در گروه استفاده‌کننده از بروشور کمتر دچار ابهام و سردرگمی می‌شوند.

۴- بحث و نتیجه‌گیری

۴-۱- تأثیرات اقدام آموزشی و روش‌های راهنمایی

آنالیزی که در بالا ارائه گردید، تعدادی از تأثیرات اقدام آموزشی را آشکار ساخت. مشارکت در این اقدام زیست محیطی منجر به بالا رفتن قابل توجه دانش افراد و همچنین ایجاد تغییرات قابل ملاحظه‌ای در نگرش و رفتار آنان شد. از نظر تأثیر نوع روش راهنمایی که یکی از جنبه‌های اصلی این تحقیق بوده است، نتایج نشان می‌دهد که تفاوتی میان روش‌های راهنمایی، از نظر تأثیرگذاری بر سطح دانش و نگرش زیست محیطی نداشته‌اند.

در رابطه با دانش زیست محیطی، عمده‌ترین تأثیر بدیهی اقدام آموزشی این تحقیق برای مولفه دانش زیست محیطی قابل مشاهده است زیرا در حین برگزاری تور افزایش چشمگیری در دانش افراد مشاهده شد. بنابراین می‌توان گفت که اقدام آموزشی این تحقیق می‌تواند در جهت انتقال دانش زیست محیطی به کار گرفته شود و بدین ترتیب لازمه اصلی آن اجرا شود.

مولفه نگرش به عنوان متغیری واسطه میان دانش تأثیرگذار و نیت رفتاری مورد بررسی قرار می‌گیرد. بنابراین نگرش‌ها برای داشتن تأثیر بلاواسطه می‌توانند با هم جمع شوند و در این رابطه پولی و اکتر (Pooley, et al, ۲۰۰۳) پیشنهاد داده‌اند که آموزش‌دهندگان محیط زیست به منظور تغییر نگرش‌ها تلاش کنند. اغلب مطالعات صورت گرفته در این زمینه تغییرات نگرش افراد از طریق اقدام آموزش محیط‌زیستی را کوتاه مدت و برخی دیگر ناچیز می‌دانند.

۴-۲- فاکتورهای مکمل

صرف نظر از اقدامات زیست محیطی انجام شده، فاکتورهای مکمل می‌توانند بر مولفه‌های سواد زیست محیطی تأثیر بگذارند و بنابراین باید بیشتر مورد بررسی و آنالیز قرار گیرند.

۴-۲-۱- سن

انتظار می‌رود سن به عنوان یکی از فاکتورهای جمعیت‌شناسی استاندارد، بردانش و نگرش زیست‌محیطی تاثیر گذار باشد و با بالا رفتن سن شرکت‌کنندگان، دانش زیست‌محیطی افزایش یابد. در این تحقیق تقریباً تمامی افراد در یک رده سنی قرار داشتند بنابراین نمی‌توان تاثیر این فاکتور مکمل را بر اقدام آموزشی انجام شده در این تحقیق حائز اهمیت دانست.

۴-۲-۲- تحصیلات و شغل

افرادی که دارای مدارک دانشگاهی هستند از لحاظ شاخص دانش امتیازات بالاتری را در مرحله پیش‌آزمونی دریافت نمودند اما افراد دیگر دانش بیشتری را در طول اقدام آموزشی کسب کردند.

در مورد شاخص نگرش، شغل افراد است که بر آن تاثیر می‌گذارد یعنی افرادی که در زمینه علوم پایه مشغول هستند نسبت به آنهایی که در زمینه مهندسی اشتغال دارند، نرخ بالاتری از نگرش را دریافت می‌کنند. تحقیقات دیگر نیز تاثیر مشاغل بر میزان اهمیت دادن به محیط‌زیست و متعاقباً بر نگرش افراد را تایید می‌کند بدین معنی که در افراد شاغل در زمینه‌های انسان‌شناسی، علوم اجتماعی و علوم زیست‌شناسی نسبت به افراد شاغل در حوزه‌های صنعتی، مهندسی و تجارت، ارتباطی محکم میان شغل آنها و اهمیت دادن به محیط‌زیست وجود دارد.

درکل افراد شاغل در رشته‌های علمی صنعتی، احتمالاً تعهد کمتری به رفتار مسئولانه زیست‌محیطی دارند.

۴-۳- تفاوت میزان رضایت کاربران از روش‌ها

داده‌های این تحقیق تاثیر روش راهنمایی بر اظهارات انگیزشی بزرگسالان را نشان داد بدین معنی که افراد استفاده‌کننده از بروشور امتیاز بالاتری از نظر شاخص مجموع انگیزش را نسبت به افراد گروه دیگر کسب نمودند زیرا افراد گروه خود راهنما (استفاده‌کننده از بروشور)، خود بارها در فعالیت‌های تور شرکت می‌کردند و مکرراً نقش یاری‌رسان را در کل تور و فعالیت‌های آن داشتند.

همچنین یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که افراد گروه خود راهنما احساس سردرگمی بیشتری دارند. برای مثال هنگام تخصیص نمرات ارائه شده برای نوع روش راهنما، راهنمای انسانی نتایج بهتری را نسبت به سیستم راهنمایی توسط بروشور به دست آورد. بنابراین این یافته‌ها نشان می‌دهد که افراد به داشتن راهنمای انسانی تمایل دارند و دلیل آن می‌تواند تمایل افراد به تماس‌های شخصی و همچنین ظرفیت بالای راهنمای انسانی در ارتباطات میان فردی باشد.

مراجع

۱. بیژن راد، محمد رضا، (۱۳۶۹)، «بررسی فضای سبز شهر تهران»، انتشارات جهاد دانشگاهی، ص ۱۰-۲.
2. Bittner, A. (2003). **Außerschulische Umweltbildung in der Evaluation – Wirkungen kurzzeitpädagogischer Maßnahmen auf Umwelt- und Naturschutzinteressen von Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufe I**. PhD thesis, Universität Göttingen, Verlag Dr. Kovac.
3. Bogner, F. X., Brengelmann, J. C., & Wiseman, M. (2000). **Risk-taking and environmental perception**. The Environmentalist, 20, 49–62.
4. Frick, J. (2003). **Umweltbezogenes Wissen: Struktur, Einstellungsrelevanz und Verhaltenswirksamkeit**. PhD thesis, Faculty of Philosophy, University of Zürich
5. Hassan Ara`at, Kamisah Osman, Susan Pudín, 2009. **The Adult Non-Formal Environmental Education (EE): A scenario in Sabah, Malaysia**, *Procedia Social and Behavioral Sciences* 1.
6. Moharamnejad, N., co-workers, (2003); **Environmental Management (Translated)**, Department of the Environment
7. Pooley, J. A., & O'Connor, M. (2000). **Environmental education and attitudes: Emotions and beliefs are what is needed**. *Environment and Behavior*, 32(5), 711–723.
8. Zhang, Heng, Lei S. L; (2012), **A Structural Model of Residents` Intention to Participate in Ecotourism: The Case of Wetland Community**. *Tourism Management* 33. 916-925.

تبیین انگاره های مفهومی شهرهای اسلامی و برند سازی شهری با رویکرد ارتقا گردشگری شهرها

صالح قربانی^۱، حمید عزیزی^۲

۱. دانشجوی دکتری تخصصی شهرسازی

۲. کارشناس ارشد برنامه ریزی شهری و منطقه ای

Maxy.saleh@gmail.com

چکیده

هویت و شناسه، بخشی جدایی ناپذیر از افراد، سازمانها و جوامع مختلف می باشد. با شنیدن نام هر فرد، سازمان یا نام هر منطقه جغرافیایی، مجموعه ای از اطلاعات، تجارب و برداشت ها در ذهنمان شکل میگیرند. فراخوانی ذهنی و تصویری که برند نام دارد ممکن است اثری خوشایند یا ناخوشایند بر روی مخاطب داشته باشد. در واقع برند یک مکان، DNA آن محسوب می شود؛ یعنی آنچه یک شهر از آن ساخته شده است، آنچه نسل به نسل انتقال یافته و آنچه آن شهر را منحصر به فرد و متمایز از مکان های دیگر کرده است. برندینگ شهری، به عنوان ابزاری قدرتمند در دست دولتمردان آن به منظور جذب بازدیدکنندگان و سرمایه گذاران است که نتیجه آن رشد و رونق اقتصادی خواهد بود. البته باید این موضوع را ذکر کرد که استقرار استراتژی برند شهری کار ساده ای نیست. در این نوشتار علمی سعی شده شاخص های برند سازی شهری اسلامی با اقتباس از شاخص های بین المللی برندینگ شهری برای ارتقای گردشگری در شهرهای شاخص اسلامی تبیین و ارائه شود. نتایج حاصله را میتوان بعنوان مرجع برای سنجش و پایش میزان تاثیر گذاری برند سازی شهری اسلامی استفاده کرد.

واژگان کلیدی: برند شهری، شاخص برندینگ آنهولت، برند سازی اسلامی

۱. مقدمه

امروزه بیشتر شهرها که در احیاء و تجدید حیات مراکز شهری خود موفق بوده اند همگی فرایند و مراحل را در پس گرفته اند که جامع و بصورت سیستم باز و پویا بوده است نه اینکه شهر را در یک سیستم بسته مدل سازی نمایند و تبادلات و واکنش های آن را محدود سازند. باید این نکته رانیز در نظر داشت که در همه شهرهای موفق برای مردم و ساکنان آن فرصت هایی ارزشمندی جهت مشارکت و تعامل مهیا گشته است. امروزه این فرآیند های جامع و فراگیر و پویا به عنوان نمادی از مردم گرایی و مردم واری در بهترین جلوه آن نمود داشته – که اغلب با قواعد و آیین نامه ها و تمرکز بر ایجاد وفاق عمومی در فضای عمومی همراه بوده است. این فرآیند با تدوین چشم انداز اولیه ای آغاز می شود که شرکت عموم در آن آزاد بوده و اغلب به شکل کارگاه ها یا گردهم آیی هایی برگزار می گردد. سپس اهداف کلی عمومی و اهداف عملیاتی مشخص گردیده و پتانسیل های قابل بهره برداری شناسایی و فعالیت ها جهت ارائه خدمات آنچنان که باید باشد تعیین می گردد. (Paumier, 2004)

در حالیکه شهرهای دنیا با یکدیگر بر سر جذب گردشگر سرمایه گذار و استعداد ها برای رسیدن به اهدافشان رقابت می کنند، مفهوم راهبردی برند هر چه بیشتر از جهان تجارت وارد عرصه رشد شهری، بازسازی و کیفیت زندگی می شود. عمده

^۱ صالح قربانی، دانشجوی دکتری شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، ۰۹۱۹۳۴۵۳۲۰۹

تحقیقات انتشار یافته در زمینه یادسازی شهری بر پایه و اساس علوم بازاریابی و مطالعات شهری هستند که این دو رشته عمدتاً در امتداد یکدیگر پیش رفته اند تا اینکه با یکدیگر تلاقی داشته باشند.

امروزه نوع نگرش افراد به هر شهری که آن را برای اسکان انتخاب می کنند ، حاکی از هر چیزی است که در ذهن آن ها نقش بسته است. پس همه شهرها همانند دانشگاه هایی که برای جذب اساتید برتر تلاش می کنند، درصدد جذب ساکنینی جدید برای خود هستند. برند شهری از فاکتور هایی است که می تواند یک شهر را متمایز از شهرهای دیگر کرده ، خاطره انگیزی را در ساکنان یا میهمانان آن شهر افزایش دهد و عاملی باشد برای جذب ساکنینی جدید. ازدید بسیاری از صاحب نظران رقابت شهر ها امروزه رقابت برند هایی است که گاهاً فراتر از کشور خود عمل می کنند. (نگارنده ۱۳۹۱)

در حالت کلی می توان رقابت شهرها برای ماندگاری یک برند را از دو بعد اجتماعی و اقتصادی در نظر گرفت. اقتصادی از آن جهت که یک برند می تواند به تنهایی قابلیت و پتانسیل جذب توریست را داشته باشد و می توان آن را ابزاری دانست برای تجارت شهرداری ها. عملکرد اجتماعی یک برند ، فرهنگ سازی و انتقال تجارب ، سنت ها و حتی آیین کهن و فرهنگ یک شهر از کانال برند خود است که در نتیجه آن مشارکت شهروندان برای احیا یا ساخت یک برند را می توان از بعد اجتماعی بررسی کرد.

پس از انقلاب صنعتی و ورود نظام سرمایه داری به شهرها کم کم شکل شهرها نیز به سویی رفت که مقامات شهری از سویی درصدد استفاده از شهر به عنوان یک کالای تجاری در راستای جذب ساکنان جدید بودند، و از سوی دیگر سعی در حفظ و حراست از هویت گذشته شهر و هر آنچه که مردم از لحاظ تعلق خاطر بدان وابسته بود ، داشتند. از این رو نه تنها شهر ساکنان دیرینه خود را از دست نمی داد و به حیات خود به عنوان یک موجود زنده ادامه می داد ، بلکه روز به روز به جمعیت آن اضافه می شد و گسترش می یافت. در نتیجه باید عاملی درگیر این مساله باشد تا خاطرات افراد را زنده کرده و تجربیات خوشی از آن ها باقی گذارد. پس برند شهری مهمترین و به صرفه ترین راهی بود که می شد به وسیله آن یک شهر را به مسافران و ساکنان جدید شناساند. (Buttle و Embacher ۱۹۸۷)

در راستای دست یابی به یک برند شهری خوب ، ویژگی ها و معیار هایی باید بررسی شوند که شهر به آن ها وابسته است. این معیار ها و ویژگی ها شامل ظاهر شهر ، تجربه مردم از شهر ، عقاید مردم ساکن شهر ، خلیقات ساکنان شهر و هر چیزی که شهر برای رسیدن به آن در تلاش است، می باشد. از سوی دیگر برای اینکه یک شهر دارای برند باشد باید عوامل و عناصری بررسی شوند که طی آن شهر آمادگی یک برند را داشته باشد که عبارتند از :

شهر نباید دارای گرانی بیش از حد ناشی از دستمزد های بالا باشد.

شهر باید دارای خانه سازی های استاندارد و مطلوب باشد.

شهر باید دارای سیستم حمل و نقل عمومی معقول و مطلوب باشد.

شهر باید دارای جاذبه های گردشگری و گذران اوقات فراغت قابل قبولی باشد.

شهر باید دارای ابنیه شاخص و دارای پتانسیل های جهانی باشد.

فرمولی که طی آن یک برند می تواند برای یک شهر کارآمد باشد ، چگونگی عملکرد کیفی این عوامل است. به زبان ساده

تر می توان گفت یک برند زمانی موفق است که ارتباطات اجتماعی را در کنار تبلیغات داشته باشد.

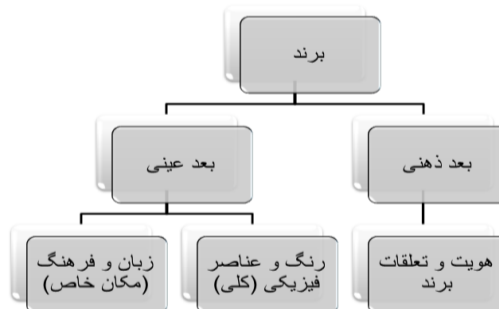
در ادامه این نوشتار پس از بیان تعاریف مربوط به برند و برند سازی شهری، شاخص های برند سازی شهری آنهولت بررسی

می شود و سپس با بررسی آیات و احادیث به معیار های برند سازی شهری اسلامی خواهیم رسید.

۲. برند و برند شهری

به طور کلی هر مفهومی برای تبیین نیاز به تعریف دارد. بسیاری از مفاهیم در نزد متخصصان گوناگون تعابیر متفاوتی دارد. از آنجا که هر کدام از محققین با توجه به چارچوب ذهنی خود به مفهوم مورد نظر می نگرند، تعدد تعاریف و تعابیر امری طبیعی و غیر قابل اجتناب می باشد. برند نیز از جمله مفاهیمی است که تعابیر مختلفی از آن وجود دارد، لذا سعی شده است به شاخص

ترین تعاریف اشاره شود. کمیته (انجمن) بازاریابی آمریکا (۱۹۶۰) اینگونه برند را تعریف می‌کند. «یک نام، واژه، سمبل، یا طرح یا ترکیبی از آن‌ها است که هدف آن شناساندن محصولات و یا خدمات یک فروشنده یا گروهی از فروشندگان به مشتریان و همچنین تمایز محصولات آن‌ها از سایر رقبا می‌باشد. یک برند، به یک محصول یا خدمت ابعادی را اضافه می‌کند تا آن محصول یا خدمت از سایرین متمایز گردد. این تمایزها می‌تواند کارکردی منطقی، یا ملموس و یا حتی غیرملموس داشته باشد». فیلیپ کاتلر نیز تعریفی مشابه با تعریف انجمن بازاریابی آمریکا مطرح کرده است: یک نام، عبارت یا اصطلاح، نشانه، علامت، نماد، طرح یا ترکیبی از آنها که هدف آن معرفی کالا یا خدمتی است که یک فروشنده، یا گروهی از فروشندگان عرضه می‌کنند و بدین وسیله آنها را از محصولات شرکتهای رقیب متمایز می‌سازند. البته تعاریف مطرح شده جامع و مانع نیستند چراکه انتقادهایی بر آن‌ها وارد می‌باشد. شاید اولین انتقاد بر تعریفی باشد که انجمن بازاریابی آمریکا از برند مطرح کرده است. در تعریف انجمن بازاریابی آمریکا بیشتر بر محصول و ویژگی‌های ظاهری آن تمرکز شده است. درحالیکه برندها نه تنها برای محصولات مصرفی بلکه برای مکان‌ها، سازمان‌ها یا مردم نیز به کار می‌روند. از طرفی برای مدت‌های مدید، برندها صرفاً قسمتی از کالای فیزیکی بودند که اغلب تعاریف مرتبط با آن در چندین دهه اشاره به لفظ، یا نام و یا یک نشانه داشته است. امروزه برندها بیش از آن هستند؛ یک برند مجموعه‌ای از انتظارات را نشان می‌دهد، به اعتماد و ثبات اشاره دارد و به صورت مجموعه‌ای از انتظارات تعریف می‌شود. هرنام تجاری دارای دو بُعد (ساختار) است که عبارتند از:



نمودار ۱. ابعاد برند

تعاریف ارائه شده در ارتباط با برندینگ (یادسازی) به شرح زیر است:

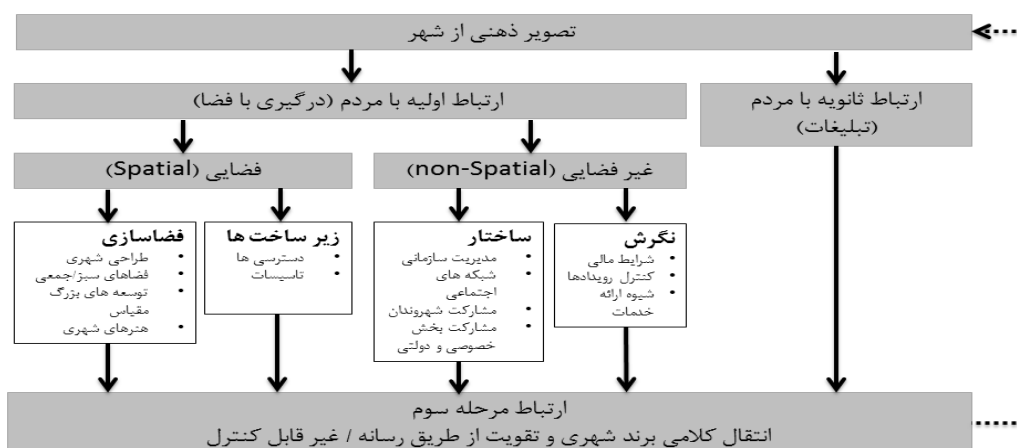
جدول ۱. تعاریف ارائه شده برند

تعریف برند	سازمان، فرد یا نهاد
یک نام، واژه، اصطلاح، نماد، علامت، نشان، طرح یا ترکیبی از این موارد است که معرف اختصاصی کالاها و محصولات یک یا گروهی از تولیدکنندگان و یا فروشندگان است که آن کالاها و خدمات را از کالاها و یا خدمات تولیدکنندگان و فروشندگان دیگر متمایز می‌سازد.	انجمن بازاریابی آمریکا
یک نام، عبارت یا اصطلاح، نشانه، علامت، نماد، طرح یا ترکیبی از آنها که هدف آن معرفی کالا یا خدمتی است که یک فروشنده، یا گروهی از فروشندگان عرضه می‌کنند و بدین وسیله آنها را از محصولات شرکتهای رقیب متمایز می‌سازند.	فیلیپ کاتلر
برند یک اسم، سمبل، طرح یا دیگر ویژگی‌های بیانگر منحصر بفرد بودن شما در ارائه خدمات یا کالا به مشتریان است.	En.wikipedia.org
در ساده‌ترین حالت باید گفت برند شما قولی است که در ازای ارائه خدمات به مشتریان داده اید.	Entrepreneur.com
برند یک ذهنیت یا تصویر محصول خاص یا خدمات منحصر بفرد است که ارتباط بین مصرف‌کننده و ارائه‌دهنده را ایجاد می‌کند.	Brickmarketing.com

مکان‌ها (شهرها) بر خلاف محصولات یا خدمات معمولی بسته پیچیده‌ای از کالاها، خدمات، احساس و ادراک مشتریان و تمامی ترکیبات آن‌ها می‌باشد (رینیستو، ۲۰۰۳). بنابراین برند شهری ترکیبی پیچیده از استنباط‌ها و تصورات ذهنی مخاطبان در خصوص یک شهر و شهروندان آن، فضای زندگی و فضای کسب و کار و جذابیت‌های گردشگری آن است (مظفری ۱۳۹۱). در تعاریف بازاریابی، مفاهیم برند و برندسازی یکی نیست. طبق تعریف فرهنگ لغت بازاریابی، برندسازی شامل کلیه مراحل درگیر در ایجاد یک نام منحصر به فرد (برند) و حفظ آن می‌باشد (استیگل و فریمن ۲۰۰۶). به عبارت دیگر برندسازی شهری یک راهبرد جامع و بلند مدت در کنار راهبرد توسعه شهری (CDS) و راهبرد توسعه اقتصادی شهر (LED) است که خود شامل سلسله‌ای از راهبردها، فرایندها، و فعالیت‌های بهم پیوسته و یکپارچه تشکیل گردیده و در نهایت موجب ارتقای اعتبار و خوشنامی شهر در میان سایر شهرها و افزایش توانمندی‌های رقابتی و بهبود زندگی شهروندان می‌شود (مظفری ۱۳۹۱). برندسازی شهری رشته جدیدی است که از تلاقی چندین رشته ایجاد شده (بازاریابی، سیاست عمومی، دیپلماسی، گردشگری، توسعه اقتصادی، روابط بین‌الملل). بنابراین، اگر در مورد تعریف دقیق برندسازی شهری سردرگمی به وجود آید نباید تعجب کرد (کوزمیوک ۲۰۱۱). تعاریف متعددی از برندسازی شهری و برندسازی مکان ارائه شده است که برخی از آن تعاریف دانشگاهی در ذیل اشاره شده است:

جدول ۲. تعاریف ارائه شده برند سازی شهری

محقق	توضیح برند سازی
نیکرسون و مویسی (۱۹۹۹)	برندسازی شهری ایجاد ارتباط بین مردم و تصویری از شهرشان است.
هال (۱۹۹۹)	هدف اساسی برندسازی شهری، فراهم کردن سازگاری و تمرکز استراتژی ارتباطات است.
کای (۲۰۰۲)	برندسازی شهری به معنی انتخاب ترکیبی از عوامل برند (شامل نام، واژه، اصطلاح، نماد، علامت، نشان، طرح و یا ترکیبی از موارد فوق) است که با ایجاد تصویری مثبت منجر به شناخت و تمایز شهر مورد نظر از سایر شهرها می‌گردد.
رینیستو (۲۰۰۳)	برند سازی شهری روشی است برای افزایش جاذبه شهر و نقطه اساسی شناخت شهر
کاوارتزه (۲۰۰۴)	برند شهری شناسایی تمایز شهرها بر اساس تداعیات مثبت و شکل دهی به آن تداعیات است.
جولیر (۲۰۰۵)	برندسازی شهری تلاشی برای ایجاد و غنی سازی کیفیت های شهری است.
انهالت (۲۰۰۹)	برند سازی شهری هویت رقابتی شهرهاست
مرکز مطالعات آلمان و اروپا (۲۰۱۲)	مجموعه تداعیات مورد قبول و ادراک شده توسط مشتریان شهر که مبتنی بر یک سری ویژگی های بصری، زبانی و ذهنی از شهر است.



نمودار ۲. مدل مفهومی فرآیند برند سازی شهری

۳. شاخص برند شهری آنهولت

هدف از طرح این مفهوم اندازه‌گیری و رتبه‌بندی برندهای شهری اصلی در جهان می‌باشد کیان، (۲۰۱۰) این شاخص اولین بار توسط سیمون آنهولت در سال ۲۰۰۵ مطرح شد. شاخص GMI برندسازی شهری آنهولت، ابزاری برای ارزیابی برند شهری است که توسط آن ۵۰ شهر برتر جهان از ۲۵ کشور شناخته شده است.

رتبه	شهر	رتبه	شهر
۱	پاریس	۶	رم
۲	لندن	۷	واشنگتن دی سی
۳	سیدنی	۸	ملبورن
۴	نیویورک	۹	وین
۵	لوس آنجلس	۱۰	توکیو

جدول ۳. رتبه بندی کلی ده شهر اول جهان بر اساس شاخص برند شهری آنهولت (۲۰۱۱)

ماخذ: (واهی‌رینی، ۲۰۱۱)

شش بعد اصلی برند شهری:

Presence: بر مبنای موقعیت بین‌المللی منطقه و سهم منطقه در فرهنگ، علم و قوانین دولتی آن

Place: بر مبنای ادراکات مردم در مورد جنبه‌های فیزیکی یک منطقه به طور مثال بهداشت منطقه، پارک‌ها و

ساختمان‌ها و...

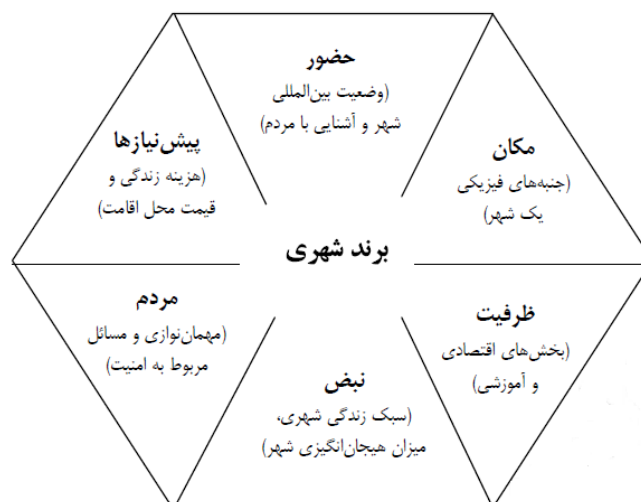
People: مردم

Pre-requisites: تعیین ادراکات مردم از کیفیت یک منطقه به طور مثال مدارس، بیمارستان‌ها، سیستم حمل و نقل

و امکانات ورزشی

Pulse: اندازه‌گیری ادراکات مردم برای پر کردن وقت خود با امکاناتی که برای آن‌ها فراهم شده

Potential: اندازه‌گیری ادراکات از فرصت‌های اقتصادی و تحصیلی آن منطقه



شکل ۱. شاخص‌های برند شهری آنهولت

۴. شاخص‌های برند سازی شهری اسلامی

برای تبیین شاخص‌های اسلامی شهرها، سعی شده تا با اقتباس از ویژگی‌های شهرهای اسلامی از قرآن و احادیث ائمه (ع)، به نتیجه رسید. لازم به توضیح است مواردی که در ادامه آمده است سعی در نشان دادن بارزه‌های مدینه فاضله اسلامی را ندارد.

الف) معماری اسلامی ریشه در قرآن دارد و در آن سعی شده به طور مداوم خداوند و یاد خدا را به مردم یادآور شود. در شهرسازی اسلامی نیز همه عناصر در نظر گرفته شده‌اند. در بحث مسکن برای نمونه، سبک معماری و شهرسازی اسلامی اهدافی مانند استحکام روابط اجتماعی، تقویت عواطف، احیای روح جمعی، و افزایش اقتدار را دنبال می‌کند و از همین رو دستور به ساخت خانه بصورت متمرکز به دور از پراکندگی را مد نظر قرار داده است.

وَ أَوْحَيْنَا إِلَىٰ مُوسَىٰ وَأَخِيهِ أَنْ تَبَوَّءَا لِقَوْمِكُمَا بِمِصْرَ بَيْوتًا وَ اجْعَلُوا بُيُوتَكُمْ قِبْلَةً وَ اقِيمُوا الصَّلَاةَ وَ بَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ (یونس ۸۷)

ساخت خانه‌ها در کنار هم برای ارتقای روحیه کلی جامعه شهری و افزایش همبستگی

ب) حیا و پوشیدگی در اسلام را می‌توان در بحث فضاهای خصوصی، نیمه خصوصی-نیمه عمومی و فضاهای عمومی ارجاع داد و از آن به مسکن ایرانی-اسلامی رسید. بدین صورت که فضای اندرونی خانه از دید غریبه (نامحرم) به دور باشد.

امام صادق (ع): مومن در ۳ چیز آسوده است که یکی از آن‌ها خانه گسترده‌ای است که از نادیدنی‌های او پرده پوشی کند و خالات ناروا را از دید مردم مصون بدارد (کلینی ۱۳۶۹، ج ۵، ص ۳۲۷)

منظور از خانه گسترده تجمل و رفاه طلبی نیست.

ج) نقش رفاه در ایجاد شهر مناسب مسلمین نقش حیاتی و اساسی دارد که به درآمد عادلانه مردم، توزیع امکانات شهری مناسبی، اتلاق می‌شود. قرآن راه رسیدن به رفاه عمومی را با تخصیص مالکیت ثروت‌های عمومی به مردم می‌داند و با مقابله با اسراف سعی بر کاهش فاصله طبقاتی بین اغنیا و فقرا می‌باشد.

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَ لِلرَّسُولِ وَ لِدَى الْقُرْبَىٰ وَ الْيَتَامَىٰ وَ الْمَسَاكِينِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ كَىٰ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَ مَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَ مَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (حشر ۷)

با اینکه عدالت اجتماعی از معیارهای رفاه در جامعه ایرانی است، اما می‌توان گفت استعداد های فردی و استحقاق های انفرادی افراد مختلف در سطح بندی جامعه تاثیر گذار است.

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَ رَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُلْخِيًّا وَ رَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ (زخرف ۳۲)

برخی گروه نسبت به دیگر گروه‌ها برتری دارند که علت سلسله مراتب شهری است، این امر دقیقاً عین عدالت، تدبیر و حکمت است. (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲۱، ص ۵۵) تاریخ اسلام، خود بیانگر اهمیت امنیت عمومی و فردی است. اما آنچه بیشتر در حوزه موضوع مورد بررسی نمود پیدا می‌کند امنیت مسافر است. منظور از امنیت هم امنیت روانی، فیزیکی و علی‌الخصوص امنیت معنوی است.

د) رونق اقتصادی در شهرهایی که طالب جذب گردشگر و شهرت جهانی هستند، از دید اسلام از دروازه امنیت می‌گذرد.

وَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ اجْعَلْ هَذَا بَلَدًا آمِنًا وَ ارْزُقْ أَهْلَهُ مِنَ الثَّمَرَاتِ مَنْ آمَنَ مِنْهُمْ بِاللَّهِ وَ الْيَوْمِ الْآخِرِ قَالَ وَ مَنْ كَفَرَ فَأُمَتِّعُهُ قَلِيلًا ثُمَّ أَضْطَرُّهُ إِلَىٰ عَذَابِ النَّارِ وَ بئسَ الْمَصِيرُ (بقره ۱۲۶)

حضرت ابراهیم از پروردگار اول طلب امنیت و سپس طلب رونق اقتصادی می‌کند.

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَ رَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُلْخِيًّا وَ رَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ (زخرف ۳۲)

برخی گروه نسبت به دیگر گروه ها برتری دارند که علت سلسله مراتب شهری است، این امر دقیقاً عین عدالت، تدبیر و حکمت است. (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲۱، ص ۵۵)

۵) سبک زندگی اسلامی حالت پیچیده و در عین حال جامعی دارد. اما مهمترین بخش هایی که به برند شهری می تواند منتج شود عواملی است که با جامعه مسلمانان ارتباط تنگاتنگی داشته باشد. داشتن روابط اجتماعی و ساخت امت واحده از ارکان نظام شهری شهر اسلامی محسوب می شود. بدین صورت که دگر دوستی در اسلام توصیه شده که همین امر می تواند به تعامل نزدیک با افراد جامعه و همچنین با گردشگران بیانجامد. برادر دینی عاملی برای ارتباط صمیمی و نزدیک تلقی می شود. (و) از سوی دیگر عواملی که به تفرقه در بین مسلمین منجر می شوند نهی شده و حتی مبارزه با آن ها در دستور کار رسول خدا قرار گرفته است تا شهر از راه خود برای نیل به اهداف و ارزش های خود غافل نشود.

وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا مَسْجِدًا ضُرَارًا وَكُفْرًا وَتَفْرِيقًا بَيْنَ الْمُؤْمِنِينَ وَإِرْصَادًا لِمَنْ حَارَبَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ مِنْ قَبْلُ وَلَيَحْلِفُنَّ إِنْ أَرَدْنَا إِلَّا الْحُسْنَىٰ وَاللَّهُ يَشْهَدُ إِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ (توبه ۱۰۷)

آیه ای برای تخریب مسجد ضرار در راستای حفظ وفاق ملی و انسجام اجتماعی (عبدالجلیل، ۱۳۶۳، ص ۱۲۳)
چهره یک شهر برای بازدید کنندگان شهری دارای اهمیت بسزایی است. از این روی، نظافت، بهداشت و پاکیزگی شهری مهم می نماید. در قرآن برای شهر پاک (طیب) ملاک هایی عنوان شده که از آن ها می توان به باغ، بوستان، اشاره کرد.
ز) در قرآن برای شهر پاک (طیب) ملاک هایی عنوان شده که از آن ها می توان به باغ و بوستان اشاره کرد.
لَقَدْ كَانَ لِسَبَإٍ فِي مَسْكَنِهِمْ آيَةٌ جَنَّتَانِ عَنْ يَمِينٍ وَشِمَالٍ كُلُوا مِنْ رِزْقِ رَبِّكُمْ وَاشْكُرُوا لَهُ بَلْدَةٌ طَيِّبَةٌ وَ رَبٌّ غَفُورٌ (سبا ۱۵)

شهر پاکیزه شهری عاری از آلودگی است که حتی گردشگران نیز ملزم به رعایت آن می باشند (طبرسی، ۱۳۶۰، ج ۲۰، ص ۲۴۳)

در قرآن در مقابل واژه بلد الطیب واژه بلد الخبیث قرار گرفته که نشان از توجه فراگیر اسلام به امر آلودگی و پاکیزگی است که آلودگی را تنها ظاهری نمی بیند بلکه آلودگی را هم بصری و قابل لمس و هم ناملموس و معنوی می داند. اهمیت پاکیزگی در اسلام تا حدی بالاست که رعایت آن جزو ایمان لحاظ شده و عدم رعایت آن هم گویای عقوبت الهی است و هم بیانگر عاملی برای ورود بی ایمانی به شهر اسلامی.

فَاعْرُضُوا قَارِئِينَ عَلَيْهِمْ سَبِيلَ الْعَرَمِ وَبَدَلْنَاهُمْ بِجَنَّتَيْهِمْ جَنَّتَيْنِ ذَوَاتِي أَكْلٍ خَمْطٍ وَ أَثْلٍ وَ شَيْءٍ مِنْ سِدْرٍ قَلِيلٍ (سبا ۱۶)
ح) در شهر اسلامی باید تفاوتی بین حق و باطل وجود داشته باشد، برهم زدن و یا حذف آن به جامعه آسیب های جبران ناپذیری وارد می کند. عدم تعیین حد و مرز برای همه کارها حتی عبادت موجب هرج و مرج، و عدم ثبات جامعه اسلامی خواهد شد. رعایت این حدود تعیین شده بر همه واجب است و همه موظفند در حدود خویش فعالیت کنند
الطَّلَاقُ مَرَّتَانٍ فَإِمْسَاكَ بِمَعْرُوفٍ أَوْ تَسْرِيجٍ إِحْسَانٌ وَلَا يَحِلُّ لَكُمْ أَنْ تَأْخُذُوا مِمَّا آتَيْتُمُوهُنَّ شَيْئًا إِلَّا أَنْ يَخَافَا أَلَّا يُقِيمَا حُدُودَ اللَّهِ فَإِنْ خِفْتُمْ أَلَّا يُقِيمَا حُدُودَ اللَّهِ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا فِيمَا افْتَدَتْ بِهِ تِلْكَ حُدُودُ اللَّهِ فَلَا تَعْتَدُوهَا وَمَنْ يَتَعَدَّ حُدُودَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ (بقره ۲۲۹)

حفظ اجتماع، یکپارچگی آن و استمرار بقای جامعه اسلامی نیازمند رعایت حرایم است.
امام صادق (ع) می فرماید: هیچ چیزی نیست مگر آنکه همانند خانه من حد و حدود داشته باشد. هر چیز که در کوچه است مربوط به آن و هر چیزی که در خانه است به خانه مربوط می شود. (مجلسی، ۱۴۰۳، ق، ج ۲، ص ۱۷۰)

ط) از آنجایی که مسئولیت مدیریت یک شهر را می توان بحثی استراتژیک تلقی کرد، باید این نکته را نیز پذیرفت که پیامد های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی هر تصمیمی نیز بر عهده ایشان است. (سعید نیا، ۱۳۷۹، ص ۴۶) بنابراین، حاکمیت های محلی را می توان مهمترین نهاد تصمیم گیری و اجرایی در راستای برند سازی شهری دانست، حال آنکه از نظر اسلام مدیر و

حاکم در شهر باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد؟ دانش و آگاهی بعلاوه امانت دار بودن آنها و حس مسئولیت پذیری از صفات بارز مدیران و حاکمان مردم شهر از دید اسلام است.

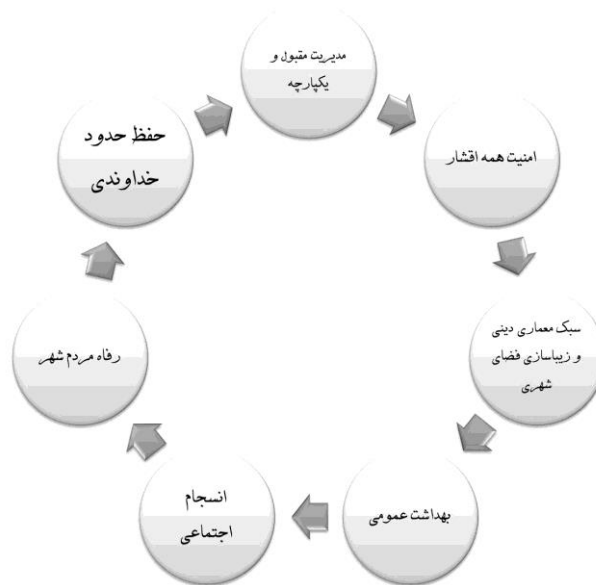
قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ (یوسف ۵۵)

برای پذیرش پست‌های حساس در راستای اهداف بلند (خصوصاً اهداف اقتصادی) آگاهی و تخصص حرف اول را در مدیران شهری می‌زند.

از سوی دیگر چون بحث برند سازی شهری بحثی همگانی بوده و سود و زیان ناشی از موفقیت و یا شکست یک برند به همه مردم می‌رسد، پس مشارکت اجتماعی و دخالت مردم در فرایند تصمیم سازی و تصمیم گیری شهری امری مهم و حیاتی تلقی می‌شود.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (آل عمران ۱۵۹)

با توجه به مطالب عنوان شده از احادیث و آیات قرآن، عوامل و شاخصه‌های زیر را میتوان به عنوان شاخصه‌های برند سازی شهرهای اسلامی عنوان کرد.



شکل ۳. شاخص‌های نهایی برند سازی اسلامی شهرها

۵. نتیجه گیری

از مطالب گذشته چنین می‌توان نتیجه گرفت که شهر یا جامعه‌ی اسلامی معطوف به اصول و مبانی و نوعی نگرش خاص نیست به هستی، انسان و آخرت و خدا است. این مبانی و اصول اساساً ویژگی‌ها و خصلت‌های شهر اسلامی را توضیح میدهد. شهر نظم اجتماعی که متکی به چنین نگرش و اصولی باشد و روابط افراد و نظم اجتماعی بر مبنای آن شکل پذیرفته باشد. شهری اسلامی است و شهری که نظم و روابط اجتماعی اش مبتنی بر این اصول نباشد، شهری اسلامی نیست. در شهر اسلامی، اصل اساسی اعتقاد انسان به خدا، حاکمیت وی، ایمان به جهان آخرت و جهان ماورای طبیعه است. در جامعه اسلامی یا در یک شهر اسلامی تمامی انسانها دارای نوعی برداشت مشترک در این ارتباط اند. محور چنین نگرشی اصل حاکمیت خدا است. ایمان به وی و اینکه خداوند در زندگی بشر حضور دارد، برداشت انسان از نفس خود، جهان و طبیعت و رابطه‌ی خود با آنها را دگرگون می‌کند. در این چهارچوب سعادت و خیرحقیقی به عنوان بزرگترین آرمان بشر کسب رضایت خدا است، و انسان در این فضا است که به تلاش و تکاپو می‌پردازد. در هر صورت شهر اسلامی زمانی تحقق می‌یابد که افراد در عالم دینی قرار گیرند و به این

اصول و مبانی ایمان داشته باشند. شهری اسلامی بدون تردید با ساختن مسجد، حسینیه، و مظاهر دینی و ... اسلامی نمی‌شود بلکه در صورتی تحقق می‌یابد که عالم دینی تحقق یافته باشد.

منابع

۱. قرآن کریم، مترجم، محمد مهدی فولادوند
۲. ابن بابویه، محمد بن علی، (۱۳۶۲) الخصال، قم، جامعه مدرسین
۳. ابن منظور، محمد بن مکرم، (۱۳۸۷)، لسان عرب، بیروت، دارصادر
۴. ایازی، سید علی نقی (۱۳۸۷)، تبیین اندیشه اسلامی شهر و شهرنشینی با تاکید بر متون برون دینی، نخستین همایش آرمانشهر اسلامی، اصفهان، دانشگاه اصفهان
- 5- Copeland, Larry. "Cities in Need Selling Themselves. For Sale. Your City." USA Today 6/9/2003 B2
- 6- Johnson, Mark. "Sponsorships offer image, budget boosts (how event marketing can help Municipalities develop needed sources of revenue for infrastructure development). American City and County. 09/01/1994 p.12
- 7- Gardyn, Rebecca "Packaging cities; American Demographics". 01-01-2002
Packaging cities Volume: 24 Number: 1 ISSN: 01634089 01-01-2002 p 34
- 8- Smith, Jay Walker. "More In Common". Smart City. City View. May 3, 2003.
2/29/04. <http://www.colettaandcompany.com/public/4_3_5cityviews.cfm?showsmartcityID=118>.
- 9- www.placebrands.net
- 10- Creating powerful brands in consumer, service and industrial markets / Leslie De Chernatony and Malcolm McDonald
- 11- Local and global: the management of cities in the information age / Jordi Borja and Manuel Castells in collaboration with Mireia Belil and Chris Benner
- 12- The Branding of Cities: Exploring City branding: case studies of weak and strong cities.

نقش آیین‌های محلی در جذب توریسم و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: آیین نوروزخوانی در مازندران)

مرجانه نادری گرزالدینی

مدرس دانشکده فنی و حرفه ای الزهرا بابل

Naderi.marjan43@yahoo.com

چکیده

امروزه در بسیاری از کشورهای دنیا استفاده از الگوهای جدید در معرفی میراث فرهنگی و ایجاد زمینه های جذب گردشگران از سراسر جهان، نه تنها مایه هایی از غرور ملی را برای آن‌ها ایجاد نموده بلکه موجب رونق اقتصادی و گسترش صنعت توریسم در کشورشان گشته است. از این رو، بررسی و شناخت جشن ها و آیین های کهن، راه موثری در حفظ میراث فرهنگی کشور محسوب شده و زمینه های مناسبی را برای جذب گردشگر فراهم می آورد. نوروز خوانی یکی از آیین های کهن مازندران است که از نیمه دوم اسفند ماه تا قبل از حلول سال نو اجرا می شود در این مراسم نوروزخوان با خواندن اشعاری زیبا به وصف بهار، ستایش پروردگار، رسول و ائمه پرداخته و پس از اتمام مراسم از صاحب خانه پاداش دریافت می کند. هدف از پژوهش حاضر، شناسایی منشأ و خاستگاه آیین نوروز خوانی و بررسی قابلیت های فرهنگی- تاریخی آن در جذب توریسم و توسعه گردشگری است. روش تجزیه و تحلیل داده های این مقاله توصیفی- تحلیلی بوده و ابزار گردآوری اطلاعات آن کتابخانه ای می باشد. نتایج بیانگر آن است که مضامین ظریف و زیبای اشعار نوروز خوانی همواره احساسی از شادمانی را برای مردم به ارمغان آورده و نیز ماهیت توصیفی- نمایشی آن زمینه های مناسبی را برای جذب گردشگر ایجاد می نماید.

واژگان کلیدی: گردشگری، نوروز خوانی، موسیقی مازندرانی، مراسم آیینی، نوروز

۱- مقدمه

ایرانیان مانند همه ملل باستانی از جشن ها و آیین های بسیاری بهره می برند. در هر جامعه ای برگزاری جشن ها بر پایه محاسبه های گاهشماری آن جامعه استوار است.

گاهشماری ایران پیش از اسلام به گونه ای تنظیم شده بود که هر روز دارای نامی خاص و نام هر یک از دوازده ماه سال نیز، هم نام با یکی از روزهای ماه بود. چنانچه در هر ماه، نام روز با نام آن ماه یکی می شد آن روز را جشن می گرفتند. اگر چه امروزه بسیاری از این جشن ها به دست فراموشی سپرده شده؛ ولی هنوز هم برخی از آنها رایج می باشند.

در کشور ما یکی از مهم ترین جشن های ملی و باستانی جشن نوروز است که دارای آن چنان نفوذ و تأثیری در میان ایرانیان بوده که هنوز هم نزد آنان نسبت به همه جشن های دینی، آیینی، تقویمی و... از ارجحیت آشکار و غیر قابل مقایسه ای برخوردار می باشد. این جشن به عنوان عیدی، بزرگ در هر منطقه با توجه به فرهنگ بومی آن با آداب و مراسم مخصوصی برگزار می گردد. از جمله این گونه مراسم، سنت باستانی نوروز خوانی است. این آیین یکی از کهن ترین مناسک نوروزی در مازندران محسوب می شود که زمان اجرای آن پیش از آغاز سال نو است. در این مراسم، نوروزخوان با خواندن سرودهای خاص، آمدن بهار را به مردم نوید داده و انعام دریافت می کند. نوروز خوانی از نظر مضمون، بخشی از موسیقی آیینی مازندران به شمار

می آید. دقت در نغمه ها، اشعار، آداب و دیگر موضوعات مربوط به نوروز خوانی حاکی از آن است که جشن نوروز در طول قرون گذشته با آیین ها، نمایش ها و مناسک خاصی همراه بوده و هر کدام از این گونه آیین ها نقش درخوری در تعمیق فرهنگ ملی ایفا نموده اند (نصری اشرفی، ۱۳۸۵: ۱۵).

مجموعه سنت ها و مراسم نوروزی بخش عظیمی از میراث فرهنگی کشورمان را تشکیل می دهد. این مراسم به دلیل قابلیت های اجتماعی عید نوروز و اهمیت تاریخی و فرهنگی آن همواره در بین جوامع مختلف از جذابیت بالایی برخوردار بوده و عامل مهمی در جذب گردشگران داخلی و خارجی محسوب می گردد.

۱-۱- اهداف پژوهش

هدف از این پژوهش، بررسی و شناخت ویژگی های فرهنگی، تاریخی و اجتماعی آیین نوروزخوانی مازندران و نقش آن در توسعه گردشگری می باشد.

۱-۲- سئوالات پژوهش

۱- ساختار اشعار در نوروز خوانی های مازندران چگونه است؟

۲- نوروزخوانی های مازندران چه مضامینی دارند؟

۱-۳- فرضیه های پژوهش

۱- به نظر می رسد بخشی از اشعار، از فرم و قالبی عروضی برخوردارند و بخشی دیگر، مبتنی بر بداهه سرایی و بداهه خوانی بوده و با هیچ یک از قالب ها و سبک های شناخته شده شعر فارسی منطبق نمی باشند.

۲- عمده ترین مضامین نوروزخوانی های این منطقه، ستایش خداوند، وصف بهار، رثای پیامبران و ائمه و نیز بیان وقایع مذهبی و روایات اساطیری می باشد.

۲- گردشگری

از نظر کارشناسان مسائل اقتصادی، گردشگری یکی از مهمترین محرک های اقتصادی در سطح بین المللی محسوب می شود. با توجه به اینکه گردشگری منبع درآمد ارزی قابل ملاحظه ای را در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می دهد، باعث شده است که مفهوم بسیار گسترده ای در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا نموده و به عنوان یک صنعت تلقی گردد. بسیاری از کارشناسان، صنعت گردشگری را رکن اصلی توسعه پایدار قلمداد می کنند.

امروزه صنعت عظیم توریسم جایگاه خاصی در اقتصاد کشورها دارد و نقش فعال و مؤثری در ارتقاء ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها، به خصوص در کشورهای روبه توسعه ایفا می کند. در این میان، ایران با وجود جاذبه های فراوان طبیعی، فرهنگی و تاریخی هنوز نتوانسته جایگاه خود را به عنوان یک کشور پذیرنده گردشگر در بازار جهانی صنعت توریسم بباید. بنابراین می بایست با شناسایی حساب شده توانایی ها و پتانسیل های توریستی در نواحی مختلف کشور، اقدامات و برنامه های مفیدی جهت استفاده بهینه از این پتانسیل ها و همچنین توسعه و گسترش اثرات مثبت توریسم در این نواحی صورت گیرد (معصومی، ۱۳۸۴: ۱۳). توجه و آگاهی نسبت به داشته های فرهنگی و تاریخی به عنوان ثروت های ملی، علاوه بر ارزش های خاص، از جنبه های اقتصادی به عنوان دستمایه های مهم گسترش صنعت توریسم نیز قابل استفاده هستند.

۳- رده بندی جشن ها

جشن ها و آیین ها را در ایران می توان به پنج دسته تقسیم بندی کرد که عبارتند از:

۱- جشن ها و آیین های باستانی، اسطوره ای و فصلی؛

۲- جشن ها و آیین های دینی و مذهبی؛

۳- جشن ها و آیین های ملی، میهنی و حکومتی؛

۴- جشن ها و آیین های خانوادگی؛

۵- جشن ها و آیین های منطقه ای که در همه شهرها برگزار نمی شود و ویژه یک شهر یا یک روستا است و از نظر موضوعی در رده بندی ۱ و ۲ و ۳ جای دارد. جشن ها و آیین های محلی و منطقه ای در بسیاری از شهرها و آبادی ها، به مناسبت ها و انگیزه هایی چون درو، برداشت خرمن و یا رویدادهای دینی و ... برگزار می گردد که ویژه منطقه و محلی معین است و معمولاً در شهرها و مناطق دیگر مشاهده نمی شود (روح الامینی، ۱۳۷۸ : ۱۸-۱۵). برخی از جشن های کهن را نمی توان تنها در زمره یکی از گروه های یاد شده به شمار آورد؛ مانند نوروز که از یک سو جشن باستانی، اسطوره ای و فصلی است و از سوی دیگر با برگزاری آیین های دینی همراه است و همچنین برای دولت ها و حکومت ها جشنی رسمی محسوب می گردد.

۴- پیدایش جشن نوروز

بسیاری از شاعران و نویسندگان قرون گذشته پیدایش نوروز را به دوران پادشاهی «جمشید» نسبت داده اند که تنها به چند نمونه اشاره می گردد. فردوسی در حماسه بزرگ «شاهنامه» پیدایش نوروز را مقارن با شروع سلطنت و پادشاهی «جمشید» می داند:

جهان انجمن شد بر تخت اوی	از آن بر شده فره بخت اوی
به جمشید بر گوهر افشاندند	مر آن روز را روز نو خواندند
سر سال نو هرمز فرودین	بر آسوده از رنج تن، دل ز کین
به نوروز نو شاه گیتی فروز	بر آن تخت بنشست فیروز روز
بزرگان به شادی بیاراستند	می ورود و رامشگران خواستند

محمد جریر طبری درباره پیدایش نوروز چنین گفته است : « جمشید علما را فرمود در آن روز که من بنشستم به مظلالم، شما نزد من باشید تا هر چه در او داد و عدل باشد بنمایید، تا من آن کنم و آن روز که به مظلالم نشست روز هرمز بود از ماه فرودین. پس آن روز رسم کردند» (طبری، ۱۳۵۲: ۲۱).

ابوریحان بیرونی در «آثار الباقیه» درباره پیدایش نوروز چنین می گوید : « چون جمشید برای خود گردونه ساخت ، در این روز بر آن سوار شد و جن و شیاطین او را در هوا حمل کردند و به یک روز از کوه دماوند به بابل آمد و مردم برای دیدن این امر در شگفت شدند و این روز را عید گرفته برای یادبود آن روز در تاب می نشینند و تاب می خورند» (بیرونی، ۱۳۶۳: ۳۲۷). بر طبق گاهشماری ایرانیان با اولین روز بهار، سال ایرانی آغاز می گردد. نوروز، اول فروردین، به عنوان روز سالگرد آفرینش تلقی شده و روزی است که تجدید حیات در آن روز انجام خواهد گرفت؛ اما در ماورای این ارزش جهان شناسی، جشن نوروز از ارزش سیاسی نیز برخوردار است؛ زیرا نشان دهنده مرحله اساطیری استقرار پادشاهی ایرانی است، به عبارت دیگر در نوروز، جمشید، به آسمان صعود می کند و از آن جا عنوان شاهی را به همراه می آورد (موله، ۱۳۷۷ : ۹۵). به همین دلیل ایرانیان در این روز جشنی بزرگ به پا می کردند و به شادی و نیایش آفریدگار می پرداختند. جشن سالانه نوروز چندین روز ادامه داشت و معمولاً از چند روز مانده به نوروز مراسم و آیین های ویژه آن آغاز می گردید که با شادی و نیایش همراه بود. ستایش نوروز در آغاز سال نو و بهارخوانی ها نمونه هایی از آن است که همچنان در برخی از مناطق از جمله مازندران رایج است.

۵- نوروزخوانی

آن چه از شواهد و آثار به جا مانده بر می آید، نوروزخوانی ریشه ای کهن و قدمت دیرینه ای به اندازه نوروز دارد. در روزگاران پیشین، نوروز جشن کاملاً مردمی بود و هزینه آن را مردم می پرداختند به همین سبب افرادی با خواندن آواز، آغاز نوروز را به اطلاع مردم می رساندند و هدایا دریافت می کردند. برگزاری این جشن ها چنان بود که از چند روز مانده به نوروز

کوسان های شاهی با «عَلَم عید» در شهر می گشتند و فرارسیدن نوروز را با موسیقی به آگاهی مردم رسانده و هزینه عید را از آن ها می گرفتند (یوسفی، ۱۳۹۰ : ۲۵). همه اقشار مردم اعم از دامداران، کشاورزان و پیشه‌وران با شنیدن صدای نوروز خوانان، احساس شادی و خوشحالی می کردند.

در واقع نوروزخوان نمادی از میمنت، خیر، برکت، سرور، رفاه، آسایش و فراوانی بوده است. از این رو ایشان نزد مردم از جایگاه و منزلت ویژه ای برخوردار بوده و پیوسته با آغوشی گشاده و تبسم و مهربانی مورد استقبال بوده اند (نصری اشرفی، ۱۳۸۵ : ۲۳).

در روستای کندلوس از توابع کجور یک ماه قبل از عید، چوپانان و گالش‌ها، شب هنگام به در خانه ها می روند و آمدن بهار را مژده می دهند. رسیدن بهار به معنی زنده شدن دوباره طبیعت و رها شدن از سختی های زمستان. چوپانان و گالش‌ها زنگوله ای به دست می گیرند و با تکان دادن و ایجاد سر و صدای بسیار وارد دهکده می شوند و مقابل خانه‌ها با آهنگ مخصوص، اشعاری که به مناسبت فرارسیدن عید نوروز سروده شده، می خوانند و از صاحب خانه مزدگانی دریافت می کنند (یوسفی، ۱۳۹۰ : ۲۵).

نوروزخوان به همراه خود یک فانوس، یک چوب دستی و برگ سبز دارد. برگ سبز سمبل برکت و زایش زمین، چوب دستی برای تکیه دادن و دفاع از خود در برابر سگ های نگهبان خانه ها و گله ها است. از آن جا که نوروز خوانان در بیشتر نقاط کار خود را با شروع سپیده آغاز نموده و هنگام غروب خاتمه می دهند، فانوس وسیله ای جدی در پیشبرد کار آنان می باشد (نصری اشرفی، ۱۳۸۵ : ۴۳). زمانی که نوروزخوان اشعارش را به پایان می رساند، صاحب خانه تحفه ای به وی داده و از او شاخه شمشادی دریافت می کند و آن را در خزانهٔ برنج می‌کارد؛ زیرا آن‌ها اعتقاد دارند که بر پایه این آیین، سبزینه ها سبز و خزانه بارورتر خواهد شد. (تصاویر ۱ و ۲)



تصویر ۱- گروه نوروزخوانان در حال اجرای نوروزخوانی



تصویر ۲- نوروزخوان در حال دریافت عیدی از صاحب خانه

۵-۱- مضمون در نوروزخوانی

مطلع نوروزخوانی با سلام بهاری و ستایش خداوند آغاز می شود. سلام و بشارت به صاحبان منازل و خانه ها، تبریکات نوروزی، شکوفایی بهار و اعلام نوشدن جهان و نیز دعاهایی که طلب خیر و نیکبختی را به همراه دارد. اصلی ترین مفاهیم، بخش آغازین نوروزخوانی هاست. در این قسمت تلاش نوروزخوان معطوف به این نکته است تا با ایجاد حس همدلی در مخاطب و ایجاد گوش شنوا، زمینه را جهت ورود به موضوعات بعدی آماده نماید. از همین رو بیشتر تاکید و تکیه نوروزخوان بر این اصل است که نوروز در درجه اول، زمان کنار نهادن کدورت ها و دشمنی ها، مساعدت و مدارا و شادمانی و سرور است.

۵-۲- نمونه ای از مطلع نوروزخوانی

ترجمه

نو بهار نو رسیده است
گل شکفت و رایحه پراکند
بابا نوروز خوان آمده است
با چویدستی که دارد
نو بهار مبارک باشد
لاله زار مبارک باشد

متن شعر

نوبهارِ نو بَموئه
گل بِشکفته ببو بَموئه
نوروزِ خون ببو بَموئه
با دستِ دَسچو بَموئه
نوبهارِ مبارک بوئه
لاله زارِ مبارک بوئه

معمولاً قسمت آغازین نوروزخوانی به اختصار برگزار می گردد و نوروزخوان بلافاصله مدح انبیاء، اولیا و امامان را آغاز می کند. لازم به ذکر است بیشتر اشعار در این بخش از نوروزخوانی به زبان فارسی است. مهم ترین رکن مدح و منقبت در نوروزخوانی، علاوه بر توجه نوروزخوانان به جوهره دینی و مذهبی، جنبه های تعلیمی این گونه مراسم است که غالباً با روایات و احادیث اسلامی انطباق یافته است.

توضیح سیره پیامبران و اولیاء نام بردن از یکایک امامان و خصوصیات شناخته شده آنان و خاصه تأکید بر زهد، علم، شجاعت، کمال و مردم داری آنان از یک سو اشاعه دهنده آگاهی های دینی و مذهبی و از سوی دیگر تعمیق معارفی است که از سوی این گونه خنیاگران نوروزی الهام بخش مخاطبین بوده است. در زیر به نمونه ای از آن اشاره می شود:

همان دین محمد برقراره	علی در خدمت پروردگاره
بخوانم من امام اولین را	شه کشور امیرالمومنین را
همان دین محمد برقراره	علی در خدمت پروردگاره
امام دو بخوانم من حسن را	زبان بگشای که گویم این سخن را
همان دین محمد برقراره	علی در خدمت پروردگاره

پس از پایان یافتن مدح و منقبت، نوروزخوان ها، داستان ها و روایات پراکنده ای را درباره برخی موضوعات اساطیری و البته عموماً با جان مایه دینی و مذهبی آغاز نموده و همچنین از این طریق به انتشار بخشی از دانش شفاهی در زمینه تاریخ و قصه های کهن و یا حوادث تاریخی می پرداختند.

ترجمه

باد بهاران آمد
گل در گلستان آمد
مژده دهید ای دوستان
نوروز سلطان آمد
حضرت آدم روانه شد
آوارگی نصیب او شد
او از کرده خود پشیمان بود
به میان صحرا رفت
گفت ای خدای مهربان
من از کرده خود پشیمانم
باد بهاران آمد
گل در گلستان آمد
مژده دهید ای دوستان
نوروز سلطان آمد

متن شعر

باد بهارون آمد
گل در گلستون آمد
مژده دهید دوستون
نوروز سلطون آمد
آدم بهییه روونه
بهییه وه آواره
وه بهییه پشیمون
بورده صحرای میون
با ته خدای مهربون
من هستمه پشیمون
باد بهارون آمد
گل در گلستون آمد
مژده دهید دوستون
نوروز سلطون آمد

قصه ای که توسط نوروزخوان عرضه می گردید عموماً به طور خلاصه بیان شده و بازتاب کلی سرگذشت برخی پیامبران چون حضرت نوح، قصه آدم و حوّا، رشادت ها و معجزات خدادادی پیامبران و امامان و برخی غلوها و افسانه های بر ساخته درباره اولیا و به ویژه حضرت علی علیه السلام بوده است؛ به طور نمونه نبرد حضرت علی با اژدها و آن هم هنگامی که حضرت علی طفلی بیش نبوده و پیروزی قاطعانه بر این جانور از نمونه های آن است:

متن شعر	ترجمه
آسمون دَیّه ستاره	آسمان پر از ستاره بود
پر از نقش و نگاره	آسمانی پر از نقش و نگار
علی جون دَیّه گهواره	حضرت علی (ع) در گهواره بود
اژدر بِیموئه مَله	اژدها به آبادی آمد
وچه خارده باگره	بچه ها را با گهواره می خورد
علی جون از گره بموینه	علی (ع) از گهواره فرود آمد
اژدر ره هاگردِه پاره	اژدها را پاره پاره کرد
یا صاحب ذوالفقار	یا صاحب ذوالفقار
صاحب خَینه را نگه دار	صاحب خانه را نگه دار

باید متذکر شد که این گونه روایات بر اساس سنت های شفاهی و جوهره بداهه سرایی پیوسته با تغییراتی همراه بوده و به همین دلیل برخی ابیات حتی در روایت های مختلف یک نوروزخوانی متفاوت بوده اند.

۳-۵- داستان پردازی در نوروزخوانی

به جز اشعار توصیفی و رثایی، داستان های اساطیری و دینی نیز در مضامین اشعار نوروزخوانی وجود دارد. این موضوع از یک سو بیانگر نقش و اهمیت قصه پردازی در جلب توجه اذهان عمومی در هر شرایط و موقعیتی است و از دیگر سو، مبین آگاهی شعرخوانان و نوروزخوانان از تأثیر این گروه از نقل ها در مجذوب ساختن مخاطبان و در نتیجه معطوف نمودن احساس و ادراک آن ها به موضوعات اصلی است. (همان: ۷۵-۷۲).

۶- موسیقی مازندرانی

موسیقی با تمامیت زندگی روستایی درآمیخته است و آهنگ های دل نشین و گیرا به یاری سرودها می آیند تا آرمان ها و رسوم و مناسبات اجتماعی را بازگو کنند. (جمالی، ۱۳۹۲ : ۲۹۲).

در اشعار و ملودی های مازندران خصیصه های اقلیمی و طبیعی منطقه به وضوح دیده می شود و عناصر زنده و ملموس طبیعت نمود دارد. اغلب اوقات ، سرایندگان این اشعار، هنرمندان عام هستند که در میان توده مردم زندگی می کنند. این هنرمندان به تناسب حال، بداهه سرایی می کنند، شهر می سرایند و ترانه هایی نیز می خوانند. موسیقی و ترانه های بومی مازندران از گذشته تا حال هم چنان دارای طرفداران بسیار است؛ زیرا از لطافت و زیبایی برخوردار می باشد. شاید، شعر به مفهوم محافل ادبی امروز در آن مطرح نباشد؛ اما مفهوم آن در زندگی مردم این دیار، حضور دارد. برخی از مضامین اشعار، بیانگر آداب و سنن مردم هستند و برخی دیگر، سخن از پند و اندرز می دهند. همچنین بعضی از اشعار از عشق و دلدادگی سخن می گویند.

از پیشینه موسیقی و ترانه سرایی در مازندران کم و بیش اطلاعی به دست آمده است که سابقه اش به دوره باستان یعنی قبل از ورود اسلام به ایران می رسد. چنانچه در شاهنامه از گوسانی (خنیاگر، شاعر نوازنده) مازندرانی یاد می شود که نوای گرم او کیکلوس را بر آن می دارد که در رسیدن به آرزوهای دیرینه خود یعنی گشودن مازندران تجهیز شود و لشکر آراید.

چو کاووس بشنید از او این سخن
یکی تازه اندیشه افکند بن
دل رزمجوش بیست اندر آن
که لشکر کشد سوی مازندران
(یزدان پناه، ۱۳۸۲: ۷۲)

به این ترتیب وجود شعر به گویش محلی مازندرانی به روایت شاهنامه فردوسی، حتی در دوره پیش از ساسانیان مسلم است.

۱-۶- انواع موسیقی مازندرانی

به طور کلی موسیقی مازندران به سه گونه تغزلی، آیینی و حماسی تقسیم می شود.

۱-۱-۶- موسیقی تغزلی: موسیقی کتولی، امیری و صنم از جمله آوازهای تغزلی این منطقه اند که هر یک وصف حال عاشق و معشوق و دلدادگی است. در بخش تغزلی موسیقی آوازی مازندران عشق به طبیعت، دام و زمین نیز وجود دارد (مرزبند، ۱۳۸۹: ۱۷۷).

۱-۱-۱-۶- کتولی: از جمله آوازهای سنتی این مرز و بوم است که در میان مردم این سامان سینه به سینه تداوم یافته است. کتول نام شهری است در شرق مازندران به نام علی آباد کتول، برخی معتقدند که این آواز مربوط به این منطقه است که به هنگام فعالیت های کشاورزی و چوپانی خوانده می شود. این آواز در دستگاه شور و مایه دشتی است (کبیری، ۱۳۸۰: ۵۸).

۱-۱-۲-۶- امیری: این آواز که در زمان قدیم، طوری یا تبری نامیده می شده است در ارتباط با نام مازندران است. این آواز، آهنگ جاودانه دیگری است که در حقیقت، معرف اشعار آوازی مازندران است و بیشتر مردم این منطقه به ویژه کشاورزان، گالش ها و چوپان ها، دشواری کار در مزرعه، دشت و زحمت نگهداری از گله و دام ها را با خواندن و یا نواختن آن، تحمل پذیر می کنند و به شب نشینی های زمستانی شان رونق می بخشند. (همان: ۶۰)

۱-۱-۳-۶- صنم: از یگر آوازهای تغزلی مازندرانی است که بیانگر تفکرات و باورهای جدیدتر اجتماعی است. تصنیف ها نیز از بخش های دیگر موسیقی آوازی مازندران می باشد از جمله آن تصنیف معروف طالبا است (مرزبند، ۱۳۸۹: ۱۷۸).

۱-۱-۴-۶- طالبا: اشعار طالبا منسوب به خواهر طالب آملی (ستی النساء بیگم) می باشد و قدمتش به دوره صفوی می رسد. در منظومه طالبا از ناکامی عشق طالب و زهره و از جدایی طالب و مهاجرت او به هندوستان گفتگو می شود؛ لذا بعضی از سرودهای طالبا را منسوب به معشوق زهره و بعضی دیگر را به خواهرش ستی النساء بیگم انتساب می دهند (نجف زاده بارفروش، ۱۳۷۵: ۱۱۸).

۲-۱-۶- موسیقی آیینی:

موسیقی آیینی شامل: "نوروزخوانی"، "چاوش خوانی" و "موری" است.

۱-۲-۶- نوروز خوانی: هنگام نزدیک شدن سال نو خوانده می شود. از نیمه دوم اسفند ماه عده ای در خیابان های شهر و روستا دوره می افتند به این افراد نوروزخوان می گویند. فرد نوروزخوان بعد از حمد و ستایش خدا و رسول و ائمه اطهار به وصف اعضای خانواده می پردازد و تقاضای انعام و عیدی میکند (دهاز، ۱۳۷۰: ۲۵). بخش عمده آواز نوروزخوانی توسط «سرخوان» که خواننده اصلی است اجرا می شود و دیگران او را در برگردان ها هم راهی می کنند (ملکی، ۴۱ - ۱۳۴۰: ۳۵). موسیقی نوروزخوانی برگرفته از نغمه های ساده هستند. این نغمه ها به آواز دشتی و ابوعطا شباهت دارد.

۲-۲-۱-۶- چاوش خوانی: آوازهای زیارتی اند. کلام این آوازهای غیربومی که اکنون تقریباً از رواج افتاده اند، اشعار مذهبی فارسی بوده که توسط چاوشی خوان ها در سفرهای زیارتی اجرا می شده است (فاطمی، ۱۳۸۱: ۲۸). ملودی چاوشی خوانی در دستگاه های سه گاه و شور اجرا می شود.

۳-۲-۱-۶- موری‌ها: موری آوازهای عزاداری هستند که توسط نزدیکان متوفی بداهه سرایی و خوانده می‌شود. موری به معنای شیون و زاری است. این آواز از نظر محتوا بسیبار حزن انگیز است.

۳-۱-۶- موسیقی حماسی

موسیقی حماسی مازندران از نظر تاریخی و با توجه به قرن‌ها درگیری و منازعه با طوایف آسیای میانه و نیز آمیزش آن با موسیقی اقوام هم‌جوار و یا ساکن در منطقه، شکل‌های متفاوت و متعددی دارد. اصیل‌ترین و قدیمی‌ترین موسیقی حماسی این منطقه مربوط به مردمان تبری زبان ساکن در کوهستان‌ها و کوهپایه‌ها بوده، در دو بخش سازی و آوازی چه از نظر ساختار نغمه و چه از حیث محتوا و مضمون، دارای ارزش‌های غنی و دست‌نخورده است. یکی بودن کوهستان‌های مرکزی، دور بودن منطقه و نداشتن هم‌آوازی با سایر اقوام، موجب ادامه حیات و تثبیت تعداد قابل‌توجهی از نغمه‌های حماسی مربوط به ساز «سُرنا» شده است. از این رو، هنوز می‌توان شاهد قطعاتی بود که با الهام از رزم‌ها، حماسه‌ها، حرکات موزون نمایشی، کشتی و ورزش‌های محلی، حماسه و داستان‌های مربوط به خود را دارند و بازگوکننده گوشه‌ای از تاریخ اجتماعی مردم منطقه هستند. به عنوان نمونه در مبارزه پهلوانی کشتی «لوچو» از آغاز تا پایان مبارزه، قطعاتی توسط «سُرنا» و «نقاره» اجرا می‌شود که مفاهیم شروع مسابقه، پیروزی، شکست و پایان آن است (مرزبند، ۱۳۸۹: ۱۷۹).

۷- نتیجه‌گیری

برگزاری جشن و عید از ویژگی‌های فرهنگی همه جوامع است، از دوران کهن، بسیاری از جشن‌ها همراه با اسطوره‌ها و افسانه‌هایی درباره پیدایش آن‌ها، بر جای مانده که یکی از مهم‌ترین آن‌ها جشن نوروز است. ستایش نوروز در آغاز سال نو یا نوروز خوانی قدمت دیرینه‌ای به اندازه نوروز داشته و در بسیاری از مناطق ایران مرسوم می‌باشد. با توجه به مطالعات صورت گرفته پیرامون نوروزخوانی در مازندران ویژگی‌های این آیین را می‌توان بدین شرح خلاصه نمود:

- در مازندران نوروزخوان با عناوینی چون نوروزخون، امام خون و بهارخون شناخته شده و عنوان‌های نوروزخونی، بهارخونی و امام خونی از اسامی مختلف و معمول جهت نامیدن مراسم نوروزخوانی است. بر این اساس عنوان مراسم نیز به بهارخونی، نوروزخونی و امام خونی مشهور است.

- زمان برگزاری نوروزخوانی غالباً از نیمه دوم اسفند ماه آغاز گردیده تا حلول سال نو ادامه می‌یابد.

- این نوع موسیقی از نظر مضمون، بخشی از موسیقی آیینی مازندران به شمار می‌آید.

- اشعار در نوروزخوانی‌های مازندران همواره ترتیب خاصی را دنبال می‌نماید. این اشعار ابتدا و به صورت عام، به اختصار مدح و ستایش پروردگار و توصیف بهار بوده و سپس به اوصاف دوازده امام می‌پردازد. این بخش از اشعار غالباً در ادامه خود به بیان سرگذشت و وصف برخی کرامات و معجزات پیامبرانی همچون حضرت یوسف، موسی و ابراهیم (علیه السلام) پرداخته و آن‌گاه با تکریم و مدح صاحبان مشاغل و منازل خاتمه می‌یابد.

- بیان اساطیری برخی از حوادث و رویدادهای دینی- مذهبی و تاریخی از دیگر ویژگی‌های نوروزخوانی‌های مازندران است.

- بخشی از اشعار نوروزخوانی‌ها از فرم و قالبی عروضی برخوردارند و بخشی دیگر عمدتاً مبتنی بر بداهه سرایی و بداهه خوانی است.

- موسیقی آوازی از ارکان اصلی نوروزخوانی بوده و اشعار در این مراسم همواره با موسیقی و لحن ویژه‌ای به اجرا در می‌آید.

- زبان در اشعار نوروز خوانی‌های منطقه ترکیبی از گویش تبری و فارسی می‌باشد.

- نغمگی نوروز خوانی‌های مازندران تلفیقی از موسیقی بومی و ملی است.

- نوروزخوانی‌های این منطقه در نواحی مختلف استان در دستگاه‌های متفاوتی همچون دوگاه، چهارگاه، بیات ترک، شور و دشتی اجرا می‌شود.

- نوروزخوانان مازندران طی اشعاری بداهه خود را معرفی نموده و با عنوان نمودن نام و نشان خود و « پی خوان » و نام بردن از محل تولد، شغل و میزان دارایی و امکانات خود شأن و جایگاهش را یادآور می‌شود. این کار تمهیدی جهت دریافت انعام بیشتر است.

- نوروزخوانی در مازندران همواره توسط دو نفر اجرا می‌گردد که یکی « سرخوان » و دیگری « پی‌خوان » نام دارد. - پایان بخش اشعار و مضامین نوروزخوانی‌ها دعای خیر جهت یکایک افراد خانه و آرزوی سالی سرشار از برکت و فراوانی و نیز آرزوی نیک‌بختی برای آن‌هاست.

- درخواست انعام در بخش پایانی اشعار به معنی پایان یافتن کار نوروزخوان تلقی گردیده و نوروزخوان خود را جهت ترک منزل و عزیمت به خانه‌ای دیگر آماده می‌سازد.

مراجع

- ۱- بیرونی، ابوریحان، (۱۳۶۳)، « آثار الباقیه » ترجمه اکبر دانا سرشت، تهران : انتشارات، امیرکبیر.
- ۲- جمالی، سمانه سادات، (۱۳۹۲)، « کارآواهای مازندران یا ترانه‌های کار »، مجموعه مقاله‌های نخستین همایش ملی هنر تبرستان، چاپ اول، انتشارات، موسسه آموزش عالی مارلیک.
- ۳- دهاز، بابک، (۱۳۷۰)، « عید نوروز در شمال ایران »، مجله ایران شناسی، شماره ۳ و ۴، اسفندماه.
- ۴- روح الامینی، محمود، (۱۳۷۸)، « آیین‌ها و جشن‌های کهن در ایران امروز »، چاپ اول، تهران : انتشارات، آگاه.
- ۵- طبری، محمدبن جریر، (۱۳۵۲)، « تاریخ طبری »، ترجمه ابوالقاسم پاینده، جلد اول، تهران : انتشارات، اساطیر.
- ۶- فاطمی، ساسان، (۱۳۸۱)، « موسیقی و زندگی موسیقایی مازندران مسأله تغییرات »، چاپ اول، تهران : انتشارات، موسسه فرهنگی هنری ماهور.
- ۷- کبیری، غلامرضا، (۱۳۸۰)، « زمزمه‌هایی از شهر بی خزان من »، چاپ اول، ساری : ناشر، مولف.
- ۸- مرزبند، عباس، (۱۳۸۹)، « گذری بر موسیقی مازندران و ویژگی اشعارش »، فصلنامه فرهنگ، دانشگاه جامع علمی کاربردی مرکز فرهنگ و هنر شماره ۵ مازندران، شماره ۲، آمل : انتشارات، شمال پایدار.
- ۹- معصومی، مسعود، (۱۳۸۷)، « سابقه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در ایران »، چاپ اول، تهران : انتشارات، سمیرا.
- ۱۰- ملکی، ا... (۴۱ - ۱۳۴۰)، « سرودهای ساسانی و ترانه‌های نوروزی »، مجله موسیقی، شماره‌های ۶۲ و ۶۳، تهران.
- ۱۱- موله، مازیان، (۱۳۷۷)، « ایران باستان »، ترجمه ژاله آموزگار، چاپ پنجم، تهران : انتشارات، توس.
- ۱۲- نجف‌زاده بارفروش، محمدباقر (م - روجا)، (۱۳۷۵)، « نغمه‌های مازندرانی »، چاپ اول، تهران : انتشارات، حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی.
- ۱۳- نصری اشرفی، جهانگیر، (۱۳۸۵)، « خنیاگران نوروزی » چاپ اول، ساری : انتشارات، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان مازندران.

۱۴- یزدان پناه لموکی، طیار، (۱۳۸۲)، « تاریخ مازندران باستان » چاپ چهارم، تهران : انتشارات، چشمه.

۱۵- یوسفی زیرابی، فریده، (۱۳۹۰)، « آیین‌های باستانی مازندران »، چاپ اول، ساری : انتشارات، شلفین.

بررسی نقش گردشگری در توانمندسازی اجتماعی زنان روستاهای ادغام شده به شهر (مطالعه موردی: کوی وهب. شهرستان شوش. استان خوزستان)

۱. سید محسن چریم^۲. غلام رضا جولاء^۳. مصطفی خدادادی

چکیده

به عقیده پژوهشگران رسیدن به اهداف توسعه پایدار روستایی بدون حضور نیمی از پیکره جامعه روستایی یعنی زنان، امری غیرممکن خواهد بود. با وجود اهمیت این موضوع، عوامل اجتماعی و فرهنگی مختلفی مانع از حضور زنان روستایی در عرصه فعالیت‌های اجتماعی می‌گردد. ماهیت تحقیق حاضر، کاربردی و روش انجام پژوهش، توصیفی تحلیلی و از نوع پیمایشی است. جامعه‌ی آماری تحقیق، شامل ۳۶۹ نفر از زنان ساکن در کوی شهید وهب هستند. نمونه‌ی آماری، با استفاده از فرمول منطقی کوکران به تعداد ۱۸۸ نفر، تعیین و برای انتخاب نمونه‌ی آماری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه‌ی محقق ساخته جمع‌آوری گردید. تهیه‌ی داده‌های مورد نیاز این تحقیق مبتنی بر روش میدانی و جمع‌آوری آن از طریق پرسش‌نامه صورت گرفته است. تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده نیز از طریق بسته نرم‌افزاری SPSS صورت پذیرفته است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که بین توسعه گردشگری روستایی و میزان توانمندی اجتماعی زنان روستای مورد مطالعه رابطه معنی‌داری وجود دارد، به طوری که این رابطه در معیارهای اعتماد اجتماعی، انسجام و همبستگی اجتماعی، برون‌گرایی و تعلق مکانی ملموس‌تر می‌باشد. تحلیل داده‌ها در سطوح بالاتر نیز نشان می‌دهد، بین سن زنان روستایی با توانمندی اجتماعی آنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین رابطه بین سطح تحصیلات زنان روستای شهید وهب با میزان توانمندی اجتماعی آنان نیز معنی‌دار می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، گردشگری روستایی، توانمندسازی اجتماعی، زنان روستایی، روستای شهید وهب.

مقدمه

گردشگری، به عنوان صنعتی پاک در تعاملی دیرپا و پایدار با مجموعه‌ی عوامل اجتماعی فرهنگی نقشی مهم و انکارناپذیر در تحول و توسعه‌ی روستایی ایفا می‌نماید (غفاری، ۱۳۹۱: ۱۰۵). در همین زمینه، گردشگری روستایی یکی از شاخه‌های صنعت گردشگری است که با بسیاری از الگوهای دیگر گردشگری پیوند دارد و وجه مشخصه‌ی آن، استقرار در نواحی روستایی است که با توجه به ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی موجود در روستاها، می‌تواند نقش مهمی در ایجاد اشتغال و درآمد برای روستاییان، حفاظت از میراث طبیعی، تاریخی و فرهنگی و به‌طور کلی تجدید حیات روستاها داشته باشد (رضوانی، ۱۳۸۷: ۲۵). و با تنوع سازی اقتصاد روستایی و توانمندسازی مردمان محلی، فرصت‌های شغلی متعددی را در سکونتگاه‌های روستایی به وجود آورد و ثروت و جمعیت را از مراکز تمرکز و ثقل صنعتی به سوی روستاها و طبیعی جذب کند (دیبايي، ۱۳۷۱: ۴۴). در کنار سایر فعالیت‌های اجتماعی اقتصادی از جمله بخش کشاورزی، صنعت و خدمات، امکان رسیدن به توسعه‌ی پایدار و رشد

۱. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری (نویسنده مسئول) - mohsencherim62@gmail.com - شماره تماس ۰۹۳۶۶۳۱۲۶۵۳

۲. کارشناس ارشد جامعه شناسی و مدرس دانشگاه پیام نور شوش javadjola1@gmail.com - شماره تماس ۰۹۱۶۶۴۰۰۱۵۳

۳. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری

ارگانیک را در جوامع روستایی فراهم نموده (شکری، ۱۳۸۳: ۳۶). و ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد گردد (علیقلی زاده، ۱۳۸۶: ۲۴). به طوری که طی سال های اخیر در سراسر اروپا برای رفع چالش های اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی و حاشیه ای، گردشگری در کانون توجه قرار گرفته است (شارپلی، ۲۰۰۲: ۲۳۳). شناخت توانایی های زنان و اعتقاد به نقش آنان در جامعه، فرایندی است که به تدریج در همه ی کشورهای در حال توسعه آغاز شده است (شادی طلب، ۱۳۷۸: ۵۹). زیرا زنان به عنوان نیمی از جمعیت انسانی، نه تنها موضوع و هدف هر برنامه توسعه ای، بلکه به عنوان عامل پیشبرد اهداف توسعه ی اقتصادی و اجتماعی جامعه ی روستایی محسوب می شود (اعظمی و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۷۹). با توجه به اینکه توانمندسازی زنان روستائی از راه های مختلفی امکان پذیر است؛ اما یکی از این راه های توسعه ی توانمندسازی زنان روستائی، گردشگری روستائی است که میتواند فرصت های متنوع برای تواناسازی زنان روستائی فراهم نماید. در واقع توانمندسازی اجتماعی زنان روستائی، تلاشی برای ارتقاء سطح اجتماعی و فرهنگی آنان است، زیرا امروزه در مباحث توسعه در سطح بین المللی بر حضور شهروند در فرآیند تدوین سیاست ها و اجرای آن ها تأکید می شود. با این وجود مسلماً شهروندانی می توانند مشارکت داشته باشند که ظرفیت، قابلیت و توانمندی لازم را نیز دارا باشند. با ذکر این مهم و با توجه به این که توانمندسازی اجتماعی زنان روستائی از راه های مختلفی امکان پذیر است؛ اما یکی از این راه ها، توسعه گردشگری روستائی در این نواحی می باشد. در همین زمینه، به نظر می رسد که طی سال های اخیر فعالیت گردشگری در روستای شهید وهب از توابع شهرستان شوش در استان خوزستان، آثار و پیامدهای مختلف اجتماعی و اقتصادی را از خود بر جامعه میزبان به خصوص زنان این روستا بر جای گذاشته است که یکی از اثرات اجتماعی آن، توانمندسازی زنان این روستا در بعد اجتماعی می باشد. به همین جهت تحقیق حاضر در جهت پاسخ گویی به این سؤال کلیدی طراحی شده است که "گردشگری روستائی چه نقشی در توانمندسازی اجتماعی زنان روستای شهید وهب داشته است؟".

۲- مبانی نظری

کشورهای مختلف سراسر جهان در حال تبدیل گردشگری، به عنوان یک راهبرد برای توسعه مناطق خود هستند. بر همین اساس پژوهشگران بر این باورند که گردشگری، یکی از مهم ترین سرمشق های توسعه است به طوری که بسیاری از برنامه ریزان و سیاست گذاران توسعه نیز، از صنعت گردشگری به عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار یاد می کنند و بر این باورند که گردشگری به عنوان یک موضوع چند ارزشی از راه کارهای مهم نیل به توسعه پایدار به شمار می رود (رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲۴). در همین راستا، گردشگری روستائی نیز به عنوان یکی از شاخه های صنعت گردشگری است که با بسیاری از الگوهای دیگر آن پیوند دارد و وجه مشخصه ی آن استقرار در نواحی روستائی است (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۴). در واقع گردشگری روستائی به عنوان یکی از اشکال گردشگری، با قدمتی بیشتر از یک قرن با ارائه جذابیت و ایجاد تمایل در استفاده از فضا و ویژگی های محیط روستائی برای گردشگران و همچنین کارکردی جهت بهبود و ارتقاء شاخص های اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی منطقه میزبان مورد توجه بسیاری واقع شده است و با این دیدگاه، برنامه ریزان تلاش دارند تا با شناسایی مزیت ها و محدودیت ها، هم موجبات توفیق گردشگری روستائی را در پاسخ گویی به نیازهای گردشگران فراهم آورده و هم موجبات اصلاح مناطق روستائی را فراهم نمایند (Dimitrovski et al, 2012, 289). این دیدگاه نتایج مثبتی را نیز در بر داشته، به طوری که بسیاری از صاحب نظران می پندارند که توسعه گردشگری، راه حل بسیاری از مشکلاتی است که مناطق روستائی گرفتار آن می باشند. بر این اساس توسعه گردشگری در مناطق روستائی می تواند عنصری اساسی در غلبه بر انگاره های توسعه نیافتگی و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی به حساب آید (رکن الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵: ۲). از همین رو این نوع گردشگری به عنوان شکلی نوین و گزیداری از گردشگری، با هدف توسعه پایدار جوامع محلی در نواحی روستائی، مدتی است که به عنوان ابزاری برای توسعه اجتماعی و فرهنگی این نواحی مدنظر سیاست گذاران و برنامه ریزان توسعه ی پایدار قرار گرفته است (رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۴). هرچند گردشگری روستائی در مجموع موضوع جدیدی نیست، اما اهمیت و نقشی که در توسعه پایدار جوامع محلی ایفا می کند، به تازگی مورد تأیید قرار گرفته است (ظهراپی، ۱۳۸۵: ۱۰).

اهمیت این موضوع به این دلیل است که در جهان پرتلاطم کنونی، روستاها به کانون تردد انسان‌هایی بدل شده‌اند که برای فرار از زندگی پرهیاهوی شهری و زندگی ماشینی به آنجا سفر می‌کنند، به طوری که امروزه با توجه به دامنه تقاضا و نیازهای محیط روستایی، گردشگری روستایی رو به توسعه گذاشته است و روز به روز بر اهمیت و جاذبه‌ی خاص آن افزوده می‌شود. از این رو در فرایند برنامه‌ریزی منطقه‌ای، می‌توان گردشگری روستایی را ابزاری برای افزایش اشتغال محلی و بهبود کیفیت زندگی و در نتیجه، افزایش سطح رفاه اقتصادی و امکانات اجتماعی منطقه‌ای به حساب آورد (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۶۶). این امر موجب آن شده است که گردشگری روستایی، فرصتی مناسب برای تبادل و تعامل فرهنگی بین روستاییان و گردشگران محسوب گردد که این تبادل فرهنگی به پویایی و تعالی فرهنگی و اجتماعی روستاییان منجر می‌شود (قدیری معصوم، ۱۳۸۹: ۱۰۵). بر همین اساس اکثر و راسل بر این باورند که گردشگری روستایی، سیستم زندگی است که باید آن را به عنوان یک نهاد پویا در نظر گرفت، چرا که حضور گردشگران در یک منطقه و برخورد آن‌ها با روستاییان، باعث ترویج فرهنگ‌ها و شیوه‌های مختلف زندگی در روستا شده و بدین ترتیب تغییراتی را در وضعیت زندگی مردم روستا به وجود می‌آورد. از طرف دیگر، تعامل بین گردشگران و افراد جامعه‌ی میزبان تغییراتی را در رفتار و آداب و رسوم آن‌ها ایجاد می‌کند؛ به گونه‌ای که آن‌ها با بسیاری از شیوه‌های جدید زندگی آشنا شده و سعی می‌کنند تغییراتی را در وضعیت زندگی خود به وجود آورند (فاضل و رضانی‌فر، ۱۳۹۱: ۱۱۷). با توجه به ماهیت فعالیت گردشگری روستایی و ارتباط و تعامل تنگاتنگ آن با فعالیت‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی، بالطبع نقش این فعالیت در نواحی روستایی می‌تواند بسیار متنوع و گسترده باشد و بر مردم محلی روستایی به عنوان جوامع میزبان اثرات عمیقی بر جای بگذارد (رضوانی و صفایی، ۱۳۸۴: ۱۱۰). از طرف دیگر مطالعات اخیر صاحب‌نظران علوم اجتماعی نشان می‌دهد که دستیابی به توسعه پایدار روستایی، بدون مشارکت آحاد ساکنین این نواحی در تمامی عرصه‌ها اعم از عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی امکان‌پذیر نیست، به همین جهت از مهم‌ترین مؤلفه‌های دستیابی به پیشرفت و توسعه در جوامع امروزی "توسعه مهارت‌های نیروی انسانی" می‌باشد (Wang & Zang, 2005: 547). در واقع توسعه به اتکای دو منبع مهم سرمایه‌ای، یعنی سرمایه‌ی انسانی و سرمایه‌ی فیزیکی صورت می‌گیرد که سرمایه‌ی انسانی را می‌توان به این شکل تعریف کرد: دانش، مهارت، شایستگی‌ها و ویژگی‌هایی که در افراد جمع می‌شود و دستیابی به موفقیت‌های شخصی، اقتصادی و اجتماعی را آسان می‌کند (کردستانی، ۱۳۸۷: ۲۷). بر این اساس می‌توان منابع انسانی توسعه یافته را عامل کلیدی و پیش‌شرطی برای دستیابی به توسعه پایدار روستایی دانست که در این میان رسیدن به اهداف توسعه پایدار بدون حضور نیمی از پیکره جامعه روستایی یعنی زنان، امری غیرممکن خواهد بود. با وجود اهمیت این موضوع، بررسی‌هایی که در زمینه مشارکت زنان روستایی در انجام امور جامعه صورت پذیرفته نیز حاکی از آن است که عوامل اجتماعی و فرهنگی و انتظارات متفاوت جامعه از زن و مرد، از جمله موانع مهم بر سر راه فعالیت‌های اجتماعی زنان روستایی به حساب می‌آیند (ساعی‌ارسی و ولی‌پور، ۱۳۸۷: ۶۹). به همین دلیل در دهه ۱۹۸۰ به جای اصطلاح زن در توسعه، اصطلاح «جنسیت و توسعه» به کار گرفته شد و در پی آن، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، راهبردهایی برای افزایش مشارکت اجتماعی زنان در روند توسعه و برطرف شدن موانع این هدف اتخاذ شد. یکی از مهم‌ترین راهبردهای عملی مشارکت زنان در توسعه، توانمندی زنان با تأکید بر این نکته است که مشارکت زنان در فعالیت‌های اجتماعی صرفاً به مفهوم بهره‌مندی آنان از مزایا و نتایج برنامه‌های توسعه نیست، بلکه آنان باید در اجرای برنامه‌ها و طرح‌های توسعه مشارکت فعالانه داشته باشند (شادی‌طلب، ۱۳۸۱: ۲۴). توانمندسازی زنان فرآیندی است که به وسیله آن زنان برای سازماندهی خودشان توانمند می‌شوند و اعتماد به نفس خود را افزایش می‌دهند و از حقوق خود برای انتخاب مستقل و کنترل بر منابع، که منجر به از بین رفتن جایگاه فرودستی ایشان می‌گردد؛ دفاع می‌کنند (شکوری و همکاران، ۱۳۸۶: ۴). همین طور آگبومه توانمندسازی زنان را به معنای دستیابی بیشتر آنان به منابع و کنترل بر زندگی خود می‌داند که موجب احساس استقلال و اعتماد به نفس بیشتری در آن‌ها می‌شود (همان). در این میان توانمندسازی اجتماعی به عنوان یکی از انواع توانمندسازی، بستر کسب مهارت‌های لازم جهت دستیابی به خواسته‌ها و نیازهای درونی زنان روستایی را فراهم می‌نماید، به طوری که آن‌ها بر شرم بی‌مورد خود فائق آیند، کردار و گفتارشان حاکی از اعتماد به نفس و اطمینان خاطر باشد، قادر به ارزیابی صحیح و شناخت واقعی خویش‌شان باشند، به استعدادها و محدودیت‌های درونی خویش آگاه باشند، قدرت

رویارویی با دشواری‌ها را داشته باشند و در جهت رفع آن بکوشند، از توانایی و قابلیت نیل به هدف‌های خویش برخوردار باشند و بتوانند با افزایش توانمندی خویش به هدف‌های مورد نظر دست یابند (فرخی، ۱۳۷۶: ۷۶). در همین زمینه از جمله راهبردهای اساسی که جهت دستیابی به توانمندسازی اجتماعی زنان روستایی در راستای دستیابی به اهداف توسعه پایدار کشورها می‌تواند به کار گرفته شود، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- آموزش و بهسازی توان حرفه‌ای گروه‌های مختلف زنان روستایی.
- تسهیل مشارکت گروه‌های مختلف زنان روستایی در فرآیند برنامه‌ریزی، اجرا و ارزشیابی فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی.

- مشارکت گروه‌های مختلف زنان روستایی در تدوین سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌های اساسی جامعه.
- افزایش آگاهی‌های اجتماعی و فرهنگی زنان روستایی و تلاش برای اجرای موثر قوانین و بسط عدالت اجتماعی (Sutawa, 2012: 414).

روش تحقیق و معرفی محدوده مطالعه

محدوده مورد مطالعه این تحقیق، روستای ادغام شده به شهر شوش کوی شهید وهب از توابع شهرستان شوش در خوزستان می‌باشد. این کوی بر اساس آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن کشور در سال ۱۳۹۰، دارای ۳۷۵۲ نفر جمعیت می‌باشد، که از این تعداد ۲۱۵۲ نفر آن را مردان و ۱۶۰۰ نفر آن را زنان تشکیل می‌دهند. کوی شهید وهب سال‌هاست که به دلیل همجواری با شهر شوش و همچنین داشتن جاذبه‌های طبیعی فراوان، پذیرای گردشگران زیادی از نقاط مختلف است که با ورود خود به این کوی و تعامل با ساکنین محلی، زمینه رونق فعالیت‌های مرتبط با گردشگری را در این کوی فراهم نموده‌اند. رونق فعالیت‌های گردشگری در طی سال‌های اخیر در این کوی به حالت روستا مانده همانند اکثر روستاهای گردشگرپذیر، اثرات مختلف اجتماعی - فرهنگی را بر جامعه محلی میزبان وارد نموده است که از جمله آن می‌توان به نقش گردشگری در توانمندسازی اجتماعی زنان این کوی اشاره کرد. این پژوهش نیز در پی پاسخ‌گویی به این سؤال اساسی تدوین یافته است که "گردشگری روستایی چه نقشی در توانمندسازی اجتماعی زنان کوی شهید وهب داشته است؟". بر همین اساس ماهیت این تحقیق کاربردی، و روش انجام آن توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را تمامی زنان ساکن کوی شهید وهب تشکیل می‌دهند که به دلیل گستردگی حجم آن و برای دستیابی به نتایج بهتر فقط زنان بیشتر از هجده سال استفاده شده که از طریق فرمول کوکران تعداد ۱۸۸ نفر به عنوان حجم نمونه از این تعداد در نظر گرفته شده است. گردآوری داده‌های مورد نیاز این پژوهش با استفاده از روش اسنادی و میدانی تهیه شده که روش میدانی مبتنی بر ابزار پرسش‌نامه است. پایایی پرسش‌نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۷۸ محاسبه شده است که در حد مطلوبی مورد تأیید قرار گرفت. برای سنجش مفهوم اصلی تحقیق، یعنی توانمندسازی اجتماعی زنان کوی شهید وهب، این مفهوم کلی به ۱۰ بعد جزئی تقسیم گردید و سپس برای سنجش هر بعد، سؤالاتی طراحی و پس از تأیید اعتبار محتوایی سؤالات با رجوع به متخصصان (اعتبار صوری) و اطمینان از پایایی سؤالات با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، ابزار سنجش در نمونه‌های اصلی تحقیق اجرا گردید. مفهوم اصلی، بعد فرعی و سؤالات سنجش توانمندسازی اجتماعی زنان روستایی به شرح جدول زیر است (جدول ۱).

جدول (۱): مفهوم، ابعاد و مقدار آلفای متغیر وابسته تحقیق

مفهوم	ابعاد	آلفا
نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی زنان روستایی	اعتماد اجتماعی	۷۴
	تعلق مکانی	۷۱
	انسجام و همبستگی اجتماعی	۷۸
	برون‌گرایی و تعامل‌پذیری	۷۵
	مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۶۷

۷۳	تعامل اجتماعی	
۸۲	مشارکت اجتماعی	
۶۹	تمایل به انجام فعالیت‌ها بیرون از خانه	
۷۲	تغییر شیوه زندگی	
۷۸	مهارت و دانش	

منبع: یافته‌های تحقیق



موقعیت کوی شهید وهب در شهر شوش

موقعیت شهرستان شوش در کشور و استان

تحلیل یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

برای تعیین نقش گردشگری در توانمندسازی اجتماعی زنان روستایی، تعداد ۱۰ بعد طراحی و سپس برای هر یک از ابعاد آن تعدادی گویه در قالب یک پرسش‌نامه تنظیم و مورد سؤال قرار گرفت. پاسخ‌های به دست آمده به شرح جدول زیر مورد مطالعه قرار گرفته است (جدول ۲).

جدول (۲): ارزیابی نسبی متغیرهای توانمندسازی اجتماعی (منبع: یافته‌های تحقیق)

میانگین از پنج	ارزیابی نسبی								گویه‌های توانمندسازی اجتماعی
	خیلی زیاد		زیاد		کم		خیلی کم		
	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۳/۴۳۶	۵۶/۴	۱۰۶	۳۰/۹	۵۸	۱۲/۸	۲۴	-	-	اعتماد اجتماعی
۳/۴۴۶	۵۲/۱	۹۸	۴۳/۱	۸۱	۲/۱	۴	۲/۷	۵	تعلق مکانی
۳/۵۰۵	۵۰/۵	۹۵	۴۹/۵	۹۳	-	-	-	-	انسجام و همبستگی اجتماعی
۳/۲۸۷	۴۱	۷۷	۴۶/۸	۸۸	۱۲/۲	۲۳	-	-	برون‌گرایی
۳/۳۳۵	۴۲/۶	۸۲	۸۰	۹۳	۶/۹	۱۳	۱/۱	۲	مهارت و دانش اجتماعی
۲/۸۶۱	۲۲/۹	۴۳	۵۰/۵	۹۵	۱۶/۵	۳۱	۱۰/۱	۱۹	تعامل اجتماعی
۳/۲۱۲	۴۲/۶	۸۰	۹/۶	۱۸	۵/۹	۱۶	۵/۹	۱۱	مشارکت اجتماعی
۳/۱۹۶	۳۹/۴	۷۴	۴۳/۶	۸۲	۱۴/۴	۲۷	۲/۷	۵	تمایل به انجام فعالیت‌ها بیرون از خانه
۳/۳۶۷	۵۵/۹	۱۰۵	۲۶/۱	۴۹	۱۷	۳۲	۱/۱	۲	تغییر شیوه زندگی
۲/۸۰۳	۱۹/۱	۳۶	۴۷/۹	۹۰	۲۷/۱	۵۱	۵/۹	۱۱	مسؤولیت‌پذیری اجتماعی

مقایسه‌ی میانگین‌های محاسبه شده نشان می‌دهد که به طور متوسط، پاسخ‌گویان، بیشترین نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی را در انسجام و همبستگی با میانگین ۳/۵۰۵ از ۴ و کمترین نقش آن را در مسئولیت‌پذیری اجتماعی با میانگین ۲/۸۰۳۰۰۷ از ۴ دانسته‌اند. بررسی سایر مؤلفه‌ها، حاکی از آن است که انسجام و همبستگی اجتماعی، مهارت و دانش اجتماعی، تعلق مکانی و برون‌گرایی، از نقش‌های برجسته‌ی گردشگری روستایی در میان زنان کوی شهید وهب است؛ در حالی که این نقش در خصوص تمایل به انجام فعالیت‌ها بیرون از خانه و تغییر شیوه زندگی در حد کمتری ارزیابی شده است.

یافته‌های تحلیلی (تحلیل داده‌ها)

برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش‌های آمار استنباطی به تناسب سطح سنجش متغیرها استفاده شده است. برای تحلیل میزان توانمندی اجتماعی زنان کوی شهید وهب، متغیرهای گروه سنی، سطح تحصیلات، وضعیت اشتغال (دائمی یا فصلی بودن شغل) و وضعیت تأهل زنان مورد توجه قرار گرفت که نتایج یافته‌های آن به شرح زیر است:

گروه سنی

برای سنجش رابطه‌ی بین سن زنان روستایی با میزان توانمندی آنان در بعد اجتماعی، از تکنیک ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. نتیجه‌ی آزمون به شرح زیر است (جدول ۳).

جدول (۳): رابطه‌ی بین سن و میزان توانمندی اجتماعی زنان کوی شهید وهب

متغیر مستقل	شاخص‌های آزمون‌های آماری	توانمندی اجتماعی
سن	ضریب همبستگی	-۰/۴۷۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد مشاهدات	۱۸۸

منبع: یافته‌های پژوهش

همچنان که ملاحظه می‌شود، بین سن زنان روستایی با توانمندی آنان در بعد اجتماعی، رابطه‌ی منفی معنی‌داری وجود دارد. جهت رابطه نیز نشان می‌دهد که در بعد اجتماعی توانمندی زنان کوی شهید وهب، با افزایش سن از میزان توانمندی آنان کاسته می‌شود. این نتیجه حاکی از آن است که جوانان و زنان کم سن و سال بیشتر از میانسالان و سالخوردگان از منافع گردشگری بهره‌مند می‌شوند. به عبارتی، گردشگری روستایی از لحاظ گروه‌های سنی جمعیت زنان، جوان‌گزین است و برای جوانان و کم سن و سال‌ها فواید بیشتری دارد.

سطح تحصیلات

برای سنجش رابطه‌ی بین سطح تحصیلات و میزان توانمندی اجتماعی زنان کوی شهید وهب از تکنیک ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. نتیجه این آزمون به شرح جدول زیر می‌باشد (جدول ۴).

جدول (۴): رابطه‌ی بین سطح تحصیلات و میزان توانمندی اجتماعی زنان کوی شهید وهب

متغیر مستقل	شاخص‌های آزمون‌های آماری	توانمندی اجتماعی
سطح تحصیلات	ضریب همبستگی	۰/۲۶۰
	سطح معناداری	۰/۰۰۳
	تعداد مشاهدات	۱۸۸

منبع: یافته‌های پژوهش

همچنان که ملاحظه می‌شود، بین سطح تحصیلات و میزان توانمندی اجتماعی زنان کوی شهید وهب رابطه‌ی مثبتی وجود دارد. نتیجه حاصله حاکی از آن است که زنان دارای تحصیلات بالاتر، بیش از هر چیز به دنبال کسب منافع اجتماعی و ارتقای سطح زندگی اجتماعی خود هستند.

وضعیت تأهل

از کل پاسخ‌دهندگان این پژوهش ۶۷ نفر مجرد و ۱۲۱ نفر نیز متأهل بوده‌اند. برای آزمون تفاوت معنی‌داری بین دو گروه از پاسخ‌گویان مجرد و متأهل، از آزمون یومن‌ویتنی استفاده شده است. نتیجه این محاسبات آماری به شرح جدول زیر است (جدول ۵).

جدول (۵): تفاوت میزان توانمندی اجتماعی زنان کوی شهید وهب بر حسب وضعیت تأهل

متغیر وابسته	متغیر مستقل	گزینه‌ها	میانگین رتبه‌ها	مقدار آزمون یومن‌ویتنی	سطح معنی‌داری
توانمندی اجتماعی	وضعیت تأهل	مجرد	۴۹/۹	۲/۰۳۷-	۰/۰۴۲
		متأهل	۶۶/۷۰		

منبع: یافته‌های پژوهش

با عنایت به نتایج حاصل از بررسی تفاوت میانگین رتبه‌های توانمندی اجتماعی زنان کوی شهید وهب، می‌توان اذعان داشت که تفاوت معنی‌داری بین دو گروه از زنان این کوی از لحاظ تأثیر گردشگری در توانمندی اجتماعی آنان وجود دارد. به طوری که توانمندی زنان متأهل بیشتر از زنان مجرد می‌باشد. به عبارتی زنان متأهل از منابع و منافع گردشگری بیش از زنان مجرد بهره‌مند شده‌اند.

وضعیت شغلی

از کل پاسخ‌گویان این تحقیق، ۱۲۳ نفر دارای شغل دائمی از طریق گردشگری روستایی و ۶۵ نفر دارای شغل فصلی بوده‌اند. برای آزمون تفاوت معنی‌دار بین دو گروه از پاسخ‌گویان با مشاغل دائمی و فصلی، از آزمون یومن‌ویتنی استفاده گردیده است که نتیجه‌ی محاسبات آماری آن به شرح جدول زیر می‌باشد (جدول ۶).

جدول (۶): تفاوت میزان توانمندی اجتماعی زنان کوی شهید وهب بر حسب وضعیت شغلی (دائمی و فصلی)

متغیر وابسته	متغیر مستقل	گزینه‌ها	میانگین رتبه‌ها	مقدار آزمون یومن‌ویتنی	سطح معنی‌داری
توانمندی اجتماعی	وضعیت شغلی	مشاغل دائمی	۶۶/۳۷	۱/۱۳۰-	۰/۲۸۵
		مشاغل فصلی	۵۸/۸۳		

منبع: یافته‌های پژوهش

با عنایت به نتایج محاسبات آماری حاصل از بررسی تفاوت میانگین رتبه‌های توانمندی اجتماعی زنان کوی شهید وهب، بر حسب دائمی یا فصلی بودن شغل، می‌توان اذعان نمود که تفاوت معنی‌داری بین دو گروه از زنان کوی وجود ندارد. میانگین تفاوت رتبه‌ها نشان می‌دهد که توانمندی اجتماعی زنان دارای مشاغل دائمی، بیش از زنان دارای مشاغل فصلی بوده است. به عبارت دیگر زنان دارای مشاغل دائمی از منابع و منافع گردشگری روستایی بیش از زنان دارای مشاغل فصلی بهره‌برده‌اند.

۵- جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادات کاربردی

این پژوهش با هدف بررسی نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی زنان کوی شهید وهب از توابع شهرستان شوش در خوزستان و با استفاده از روش پیمایشی صورت پذیرفت. در این تحقیق، ۱۸۸ نفر از زنان ساکن این روستا به عنوان حجم نمونه انتخاب گردیدند و مفهوم توانمندی اجتماعی به وسیله یک پرسش‌نامه مورد ارزیابی و سنجش قرار گرفت. با توجه به رسالت گردشگری روستایی در رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع میزبان روستایی، توانمندسازی اجتماعی زنان روستایی از طریق گردشگری در این نواحی، هم می‌تواند موجبات ارتقای خدمات به گردشگران را فراهم نماید و هم موجب رشد و تعالی اجتماعی آنان گردد. نتایج این مطالعه در بعد اجتماعی توانمندی زنان روستایی نشان داد که زنان با گسترش گردشگری در این کوی، به میزان قابل توجهی از برون‌گرایی و تعامل‌پذیری، و انسجام و همبستگی اجتماعی برخوردار شده‌اند و میزان مشارکت آنان در فعالیت‌های اجتماعی به میزان قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته و بر سطح دانش و آگاهی اجتماعی آنان نیز افزوده شده است و همچنین ظرفیت‌ها و توانایی‌های گردشگری را نیز در حد بالایی ارزیابی نموده‌اند. تحلیل داده‌ها در سطوح بالاتر نیز نشان داد که بین سن زنان روستایی و میزان توانمندی اجتماعی آنان رابطه‌ی منفی معنی‌داری وجود

دارد. این نتیجه حاکی از آن است که جوانان و زنان کم سن و سال، بیش از میان‌سالان و سال‌خوردگان از منافع گردشگری بهره‌مند می‌شوند. به عبارت دیگر جوان‌گزینی از ویژگی‌های گردشگری روستایی در روستای مورد مطالعه بوده است. همچنین رابطه‌ی بین سطح تحصیلات زنان روستایی با توانمندی اجتماعی آنان نیز معنی‌دار بوده است این نتیجه نشان می‌دهد زنان روستایی دارای تحصیلات بالاتر به میزان بیشتری توانسته‌اند از مزایای گردشگری بهره‌مند گردند.

با توجه به نتایج توصیفی و تحلیلی پژوهش، پیشنهادهای کاربردی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- با توجه به نقش زنان در مسائل اجتماعی و نیاز به حضور آنان در عرصه‌های اجتماعی پیشنهاد می‌گردد تا امکانات و زیربنای فعالیت زنان در خدمات رسانی به گردشگران گسترش یابد، تا از این طریق زمینه تعامل آنان با گردشگران به عنوان حاملان فرهنگ‌های گوناگون مهیا گردد.

- با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش و تأثیر گردشگران روستایی بر روی تغییر شیوه‌ی زندگی و فرهنگ زنان روستایی، پیشنهاد می‌گردد با افزایش آگاهی‌های اجتماعی و مدنی، زنان روستایی با الگوها و مدل‌های جدید زندگی آشنا شوند.

- نتایج یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که زنان باسواد و یا زنان با تحصیلات بالاتر، بیشتر از زنان بی‌سواد و کم‌سواد از منافع حاصل از گردشگری روستایی بهره‌مند و توانمند شده‌اند؛ لذا پیشنهاد می‌گردد برنامه‌ریزان نسبت به افزایش و بالا بردن سطح سواد و دانش زنان روستایی، جهت بهره‌مندی از منافع حاصل از گردشگری روستایی، تلاش بیشتری نمایند.

منابع

- ۱) اعظمی، موسی و همکاران، ۱۳۸۹، تأثیر متغیرهای فردی و اقتصادی زنان روستایی بر مشارکت آنان در تعاونی تولید، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، سال اول، شماره‌ی چهارم.
- ۲) دیبایی، پرویز، ۱۳۷۱، شناخت جهانگردی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- رضوانی، محمدرضا و همکاران، ۱۳۹۱، تأثیر گردشگری بر تقویت نگرش‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، سال سوم، شماره دوم.
- ۳) رضوانی، محمدرضا و سید علی بدری و فرخنده سپهوند و سعیدرضا اکبریان رونیزی (۱۳۹۰)، گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر بهبود کیفیت زندگی ساکنان روستایی، مطالعه موردی: بخش رودبار قصران شهرستان شمیرانات، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، شماره سیزدهم، صص ۴۰ - ۲۳.
- ۴) رضوانی، محمدرضا و جواد صفایی (۱۳۸۴)، گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی: فرصت یا تهدید، مورد مطالعه: نواحی روستایی شمال تهران، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۵۴، صص ۱۲۱-۱۰۹.
- ۵) رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و داوود مهدوی و ناهید اکبری سامانی (۱۳۹۲)، ارائه‌ی الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری پایدار روستایی، مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۱، صص ۱۴۶-۱۲۳.
- ۶) رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و داوود مهدوی (۱۳۸۵)، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT، مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک، مدرس علوم انسانی، شماره ۲، صص ۳۰ - ۱.
- ۷) رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و داوود مهدوی و مهدی پورطاهری (۱۳۸۹)، فرآیند بومی‌سازی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران، پژوهش‌های روستایی، شماره ۴، صص ۴۱-۱.
- ۸) ساعی‌ارسی، ایرج و شهربانو ولی‌پور (۱۳۸۶)، شناسایی عوامل مؤثر بر توانمندسازی زنان جهت مشارکت در توسعه اجتماعی، مطالعه موردی: استان لرستان، فصلنامه علوم رفتاری، شماره ۴، صص ۱۰۱-۶۸.
- ۹) شادی طلب، ژاله (۱۳۸۱)، توسعه و چالش‌های زنان در ایران، تهران: نشر قطره.
- ۱۰) شادی طلب، ژاله، ۱۳۷۸، مشارکت زنان روستایی در تهمین و تجهیز منابع، نشریه علمی پژوهشی - نامه‌ی علوم اجتماعی، شماره‌ی ۱۴.

- ۱۱) شکری، ولی ا. ...، ۱۳۸۳، نقش گردشگری در توسعه پایدار روستایی، مطالعه موردی: اسکومحله (شهرآمل). پایاننامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستائی، دانشگاه تهران.
- ۱۲) شکوری، علی و مریم رفعت‌جاء و معصومه جعفری (۱۳۸۶)، مؤلفه‌های توانمندی زنان و تبیین عوامل مؤثر بر آن‌ها، پژوهش زنان، شماره ۱، صص ۱-۲۶.
- ۱۳) علیقلی زاده فیروزجایی، ناصر و همکاران، ۱۳۸۶، نگرش جامع‌ی میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی، مطالعه موردی بخش مرکزی شهرستان نوشهر، فصلنامه علمی پژوهشی - روستا و توسعه، شماره ۱-۱.
- ۱۴) غفاری، سیدامین و همکاران، ۱۳۹۱، بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی مؤثر بر توسعه گردشگری - روستایی مطالعه موردی: روستای یاسه چای استان چهارمحال و بختیاری، فصلنامه گردشگری و چشم انداز آینده، سال دوم، شماره ۲.
- ۱۵) ظهراپی، حمید (۱۳۸۵)، تدوین الگوی مدیریت اکوگردشگری در حوزه آبخیز پریشان، مرکز علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی اهواز.
- ۱۶) فاضل، رمضان و حدیثه رضانی‌فر (۱۳۹۱)، بررسی رابطه توسعه گردشگری و تغییرات سبک زندگی در نواحی روستایی مطالعه موردی: ساکنان محلی دهستان دوهزار، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۳، صص ۱۲۹-۱۱۵.
- ۱۷) فرخی، طاهره (۱۳۷۶)، نقش زنان در توسعه پایدار: تواناسازی زنان، ماهنامه تعاون، شماره ۷۴.
- ۱۸) قدیری معصوم، مجتبی (۱۳۸۹)، گردشگری پایدار (روستایی و عشایری)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۱۹) کردستانی، غلامرضا (۱۳۸۷)، اندازه‌گیری و گزارش‌گیری سرمایه انسانی، فصلنامه حسابرس، شماره ۴۱، صص ۳۷-۲۳.
- ۲۰) منشی‌زاده، رحمت‌اله (۱۳۸۴)، اندر مقوله گردشگری، تهران: پیام مؤلف.
- 21) Dimitrovski, Dragi Drako & Aleksander Tomislav Todorovic & Aleksander Djordje Valjarevic (2012), Rural tourism and regional development: case study of development of rural tourism in the region of Gruza Serbia, *procedia Environmental sciences*, vol 14, pp 288-297.
- 22) 'Sharpley, Richard (2002), rural tourism and the challenge of tourism diversification. *Tourism management*. Vol 23.
- 23) Sutawa, Gusti Kade (2012), Issues on Bali Tourism Development and Community Empowerment to Support Sustainable Tourism Development, *procedia Economics and Finance*, vol 4, pp 413-422.
- 24) Zhongming Wang & Zhi Zaang (2005), Strategic human resources, innovation and entrepreneurship fit, A cross – regional comparative model, *International Journal of Manpower*, vol 26, p.p 544-554.

فصلنامه علمی
پژوهش‌های
گردشگری و
توسعه پایدار
سال اول، شماره ۱
تابستان ۹۷
www.TRSD.ir