

**مدلسازی عوامل موثر در بهبود کیفیت زندگی با تاکید بر تأثیرات توسعه صنعت گردشگری
(مطالعه موردی: شهر تهران)**

ابراهیم شیخ زاده^۱

چکیده

در تحقیقات همواره اثرات اجتماعی گردشگری نسبت به اثرات اقتصادی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری شیوه‌هایی هستند که در آن گردشگری تغییراتی را در نظام‌های ارزشی، رفتار افراد، روابط خانواده‌ها، سبک زندگی جمعی، مراسم سنتی و سازمان‌های اجتماعی ایجاد می‌کند. تحقیق حاضر با هدف مدلسازی عوامل موثر در بهبود کیفیت زندگی با تاکید بر تأثیرات توسعه صنعت گردشگری در شهر تهران انجام شده است. روش تحقیق پیمایش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شده است. جامعه آماری ساکنان مناطق ۲۲ گانه شهر تهران می‌باشند که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با تخصیص متناسب ۳۸۴ نمونه انتخاب شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد متغیرهای فرصت‌شغلی بیشتر، درآمد سرانه بالاتر، توسعه زیرساخت‌ها، افزایش سواد، افزایش بهداشت فردی و عمومی، کاهش مهاجرت، بهبود تسهیلات فراغتی، تبادل فرهنگ، افزایش سطح آگاهی، افزایش تعامل با نواحی همجوار و توسعه زیرساخت‌ها از عوامل اصلی کیفیت زندگی هستند که تحت تأثیر توسعه صنعت گردشگری قرار می‌گیرند.

واژگان کلیدی: گردشگری، توسعه فرهنگی، کیفیت زندگی، شهر تهران.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۹/۱۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۱۲/۲۱

^۱. استادیار گروه زبان‌های خارجی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی (Email: Zabannegar01@gmail.com)

مقدمه

ورود گردشگران به جامعه میزبان پیامدهایی را در مقصد ایجاد می‌کند که این پیامدها می‌تواند در ابعاد گوناگون مورد توجه قرار گیرد. بازار گردشگری با تنوع گسترده‌ای از انواع گردشگران مواجه است. گردشگران با اهداف گوناگون به سفر می‌روند و نگاه آن‌ها به جامعه مقصد از یکدیگر متمایز است. هم‌زمان با پیامدهای مثبت، توسعه صنعت گردشگری می‌تواند اثرات تخریبی و منفی نیز در پی داشته باشد. به عنوان نمونه گردشگران فرهنگی، که با هدف آشنایی با سرزمین و مردم مقصد و شاخصه‌های فرهنگی به آن مقصد سفر می‌کنند، به طور متعارف به شدت نسبت به فرهنگ جامعه میزبان احترام می‌گذارند. اما گردشگران تعطیلاتی (گردشگرانی که در یک یا چند مقطع از سال صرفاً برای تفریح به مسافرت می‌روند) به طور معمول چنین دغدغه‌هایی را کمتر مد نظر دارند و عمدتاً اثرات مخربی بر فرهنگ جامعه میزبان می‌گذارند (کروبی، ۱۳۸۲: ۲۳). اثرات اجتماعی گردشگری نسبت به اثرات اقتصادی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از جمله اثرات اجتماعی گردشگری می‌توان به تغییر در رفتار فردی، رفتار اخلاقی، نظام ارزشی، شیوه زندگی جمعی، روابط خانوادگی، خلاقیت و مراسم سنتی اشاره کرد (Faisal, 2013: 30). اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری شیوه‌هایی هستند که در آن گردشگری تغییراتی را در نظام‌های ارزشی، رفتار افراد، روابط خانواده‌ها، سبک زندگی جمعی، مراسم سنتی و سازمان‌های اجتماعی ایجاد می‌کند (Mathieson, 1988: 133). پیژام و میلمان تأثیرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری را عبارت از: تحول ارزش‌ها، تأثیر بر ساختار جمعیت، اصلاح الگوی مصرف و نفوذ منافع گردشگران در سبک زندگی سنتی جامعه میزبان بیان داشته‌اند. همچنین محققان به تأثیر گردشگری بر شیوه‌های گذران اوقات فراغت، تراکم ترافیک، تغییرات در نظم و وضعیت مقررات، گدایی و فحشا را بیان داشته‌اند. یکی از اثرات اجتماعی کلیدی گردشگری دگرگونی در نظام ارزش‌های خانواده و ساختار جوامع میزبان است (Faisal, 2013: 30). که توجه به آن‌ها از دیدگاه جامعه شناختی اهمیت اساسی دارد در این زمینه می‌توان به شکل‌گیری رفتارهای ضد اجتماعی به دلیل هجوم زیاد گردشگران به یک منطقه اشاره کرد. آشنایی بومیان با عقاید جدید گردشگران که در تقابل با ارزش‌های فرهنگی موجود در منطقه می‌باشند باعث وجود تعارض در افراد می‌شود (شارپلی، ۱۳۸۰). همچنین حضور گردشگران در یک منطقه می‌تواند همانند تبلیغات رسانه‌ای عمل کند زیرا تعامل گردشگران و بومیان یک منطقه سبب شده بومیان با بسیاری از رفتارها و آداب و رسوم، وسایل و شیوه‌های جدید زندگی آشنا شده و گاهی شاهد از بین رفتن کامل آداب و رسوم بومی منطقه هستیم که این امر سبب می‌شود بومیان شیوه‌های جدیدی از زندگی را انتخاب کنند. پدیده فرهنگ‌پذیری و تقلید از خصوصیات و شیوه زندگی بازدیدکنندگان عارضه‌ای است که از تماس میان جهانگردان و مردم محلی پدید می‌آید (صالحی فرد، ۱۳۹۰: ۴۴). از جمله مسائل اخلاقی مربوط به توسعه گردشگری می‌توان به افزایش جرم و جنایت، قمار، فحشا و توریسم جنسی اشاره کرد (همان، ۳۱). در خلال دهه‌ی ۱۹۶۰ مکتب‌های فکری به سرعت دچار تغییر و تحول شدند. این مکتب‌ها از سوی رادیکال‌سیم که در آن زمان محبوب و مورد توجه واقع شده بود، تغذیه می‌شدند. جهانگردی شکلی جدید از امپریالیسم محسوب می‌شد. اعتقاد بر این بود که جهانگردی فرهنگ را زایل می‌کند، به محیط زیست آسیب می‌رساند، زمین مردم را از آن‌ها می‌دزد، ارزش هنر و صنایع دستی را پایین می‌آورد، منافع اقتصادی اندکی به بار می‌آورد، اغلب بیمارهای اجتماعی نظیر مصرف مواد مخدر و ... را به ارمغان می‌آورد، نخبه محوری، تملق‌گویی، مصرف‌گرایی و ارزش‌های زودگذر و فانی را در همه‌جا می‌گستراند (داس و ویل، ۱۳۸۴: ۱۹۳). البته تأثیر پذیری جامعه میزبان از حضور گردشگران به عوامل بسیاری بستگی دارد. تعداد گردشگرانی که وارد جامعه می‌شوند یک امر مهم در این زمینه به شمار می‌رود. هر چه تعداد گردشگرانی که وارد مقصد می‌شوند بیشتر باشد، گستردگی حضور آن‌ها می‌تواند تأثیر گذاری بیشتری داشته باشد. یکی از عرصه‌هایی که گردشگران با ورودشان می‌توانند بسیار اثرگذار باشند، محیط اجتماعی است. محیط اجتماعی عبارت است از شکل و شیوه تجمع گروه‌های انسانی که به صورت سازمان‌معی در محیط طبیعی استقرار یافته است. محیط اجتماعی دربرگیرنده ارزش‌ها و معیارهایی است که روابط و مناسبات میان گروه‌های انسانی بر اساس آن تعیین می‌شود (رهنمایی، ۱۳۸۹:

۲۱). به نظر می‌رسد این اندیشه که اصولاً مسائلی در جامعه وجود دارند، تاریخی به درازای تاریخ بشر دارد. اما در واقع چنین نیست. هرچند به نظر می‌آید، مشکلات و رنج‌ها در هر جامعه‌ای و در هر مرحله از تاریخ یافت می‌شوند، ولی اندیشه‌ای که این‌ها مسائلی اجتماعی‌اند که باید در موردشان اقدامی صورت گیرد، نسبتاً تازگی دارد (برای مثال مسئله رشد آسیب‌های اجتماعی ناشی از توسعه گردشگری در شهر همدان) (رابینگتن و واینبرگ، ۱۳۹۰: ۲۳). از آنجایی که در این مقاله از منظر آسیب‌شناسی اجتماعی به مسئله رشد آسیب‌های اجتماعی ناشی از توسعه گردشگری پرداخته‌ایم لازم است در ادامه مختصراً به واکاوی مفاهیم مسأله اجتماعی و آسیب‌شناسی اجتماعی بپردازیم.

مسافرت، سفر و از جایی به جای دیگر نقل مکان کردن از دیر باز در ذات آدمی بوده و جزء لاینفک زندگی و وجود انسان است. سفر و مسافرت دارای قدمت دیرینه‌ای است و به جرأت می‌توان گفت توریسم از دیر باز در جوامع انسانی وجود داشته است و به تدریج مراحل تکامل خود را طی کرده و به موضوع فنی، اقتصادی، اجتماعی، و اکولوژیکی کنونی رسیده است (رضوانی، ۱۳۷۶). ریشه‌های گردشگری و توریسم به یونان باستان و رومیان قدیم بر می‌گردد. شهروندان این جوامع با سفر به مناطق خارجی، اروپا، مدیترانه، خاور میانه و ... به مشاهده فرهنگ‌های مختلف، استفاده از حمام‌های آفتاب و استراحت و تفریح می‌پرداخته‌اند (Oneill, 2002). مردمان ما قبل تاریخ (عهد باستان) با انگیزه‌هایی از قبیل بدست آوردن غذا، دوری جستن از خطر و پیدا کردن محل‌های خوش آب و هوا اقدام به مسافرت می‌کرده‌اند. این روند با گذشت زمان و یکجانشین شدن انسان با اهدافی مانند کسب پول و تجارت، تبادل کالا و غیره توأم شد. بهر حال و با توجه به نکات فوق برای توریسم نمی‌توان نقطه آغازینی بیان کرد، این نکته در رابطه با توریسم روستایی نیز صادق است، با این وجود می‌توان حدس زد که از زمان شکل‌گیری و گسترش شهرها و تمدن‌های بشری، آدمی بدلیل روابط اقتصادی و اجتماعی، همواره در طول زمان جهانگردی و گردشگری را تجربه کرده است (شریف زاده و مرادنژادی، ۱۳۸۱؛ مهدوی، ۱۳۸۲). در خلال قرون وسطی هدف عمده سفر مردم را مسائل مذهبی تشکیل می‌داد. بعنوان مثال فردی بنام آیمیری دو پیکاد در سال ۱۱۳۰ بعنوان اولین کارواندار فرانسوی بود که گروهی را برای دیدن اماکن مقدس اسپانیا به این کشور برد. تا قبل از رنسانس دوم مردم علاقه‌ای به سفرهای گروهی نداشتند ولی انقلاب صنعتی باعث شد تا تحولات زیادی در این عرصه ایجاد شود و مردم به فعالیت‌های گردشگری علاقمندی نشان دهند (Oneill, 2002). با روی کار آمدن قطار و راه آهن در سال ۱۸۵۰ تحولات فوق‌شدهت بیشتری یافت و توریسم روستایی که در اواسط قرن ۱۸ در انگلستان و اروپا و بعنوان یک فعالیت تفریحی - اجتماعی آغاز شده بود، نیز در جنبه‌های مختلف توسعه پیدا کرد که خود ناشی از توسعه فناوری، افزایش اوقات فراغت و افزایش درآمد بود (مهدوی، ۱۳۸۲؛ قادری، ۱۳۸۲). نظر می‌رسد واژه توریسم اولین بار در قرن ۱۹ بکار رفته باشد، همچنین استدلال می‌شود که توریسم روستایی از اروپای شرقی که حالت روستایی بیشتری داشته، آغاز شده باشد (مهدوی، ۱۳۸۲؛ Oneill, 2002).

تعریف مفهوم گردشگر و گردشگری از دیدگاه جامعه‌شناسی

تعریف‌های متعددی از گردشگری شده است. سازمان جهانی گردشگری ملل متحد (UNWTO) در سال ۱۹۹۱ این تعریف را ارائه داده است: «فعالیت یا مسافرت اشخاصی که برای گذران فراغت، انجام تجارت و اهداف دیگر به نقاطی خارج از محیط معمول زندگی‌شان می‌روند و در آنجا می‌مانند، و انجام این فعالیتها به قصد گرفتن مزد از محل بازدید شده نیست». اما جامعه‌شناسان تعاریف دقیق‌تری داده‌اند، از جمله اوری (۲۰۰۵: ۳-۲) گردشگری را فعالیتی مفرح میدانند که مخالفش به نام کار سازماندهی شده و نظم داده شده فرض می‌شود. روابط توریستی از حرکت و اقامت مردم در مقاصد مکانی مختلف نشات می‌گیرد. این مسئله مستلزم جابجایی فضایی یعنی مسافرت و یک دوره‌ی اقامت در مکان یا مکان‌های جدید، بیرون از مکان‌های معمولی اقامت و کار، است. دوره‌های زمانی اقامت در جاهای دیگر دارای طبیعت کوتاه مدت و موقتی هستند و تمایلی آشکار برای

بازگشت به خانه پس از دوره‌ای زمانی نسبتاً کوتاه وجود دارد. مکان‌هایی که مورد توجه گردشگر قرار می‌گیرند برای هدف‌هایی که مستقیماً برای کار با درآمد نیستند و به طور نرمال تضادهای مشخصی با کار (پرداختی یا غیرپرداختی) دارند. گردشگری فرصتی است که در آن تجارب متفاوتی از زندگی روزمره حاصل می‌شود.

کوهن (۲۰۰۴: ۲۱-۲۲) برای تعریف سفری که گردشگری محسوب شود شش بعد را در نظر گرفته است: تداوم، خودخواستگی، جهت، مسافت، تناوب، هدف. او بر اساس این ابعاد نقش گردشگر را از نقش افراد دیگر مشابه او که تغییر مکان فضایی دارند جدا کرده است:

- گردشگر "مسافر موقتی" است که از مکان ثابتی برای اقامت برخوردار است آدرسش در طول مسافرت ثابت است، این شرایط او را از چادر نشین، آواره، دوره‌گرد و دیگر مسافران دائمی متمایز می‌کند.
- گردشگر یک مسافر داوطلب (خود خواسته) می‌باشد. این شرایط او را از مسافران غیر خود خواسته و اجباری چون پناه جویان، تبعید شدگان و اسیران جنگ مجزا می‌کند.
- گردشگر یک مسافرت دوری دارد. نقطه عزیمت او همان مقصد نهایی است. این شرایط موقعیت او را از مهاجران متمایز می‌کند.
- گردشگر یک سفر نسبتاً طولانی دارد و نه یک سفر کوتاه. این شرایط او را از یک مسافر یک روزه یا بازدیدکننده متمایز می‌کند.
- گردشگر در یک سفر غیر تناوبی است، گردشگر سفرش چون یک کارمند و کسی که ماموریت دارد نیست.
- گردشگر یک مسافر است که هدف او از مسافرت غیر ابزاری است. سفرش برای رسیدن به اهداف دیگر نیست (همچون مسافرت‌های تجاری). این تعریف از طبقه بندی گردشگر؛ تجار، فروشندگان دوره‌ای و نمایندگان بین‌المللی و دیگر مسافرانی را که هدفشان از مسافرت، سیاسی اقتصادی و مذهبی است حذف می‌کند.

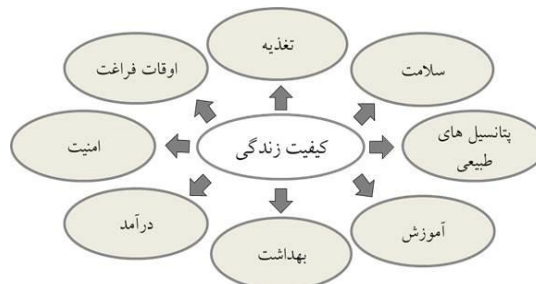
ابعاد نقش گردشگر کوهن اگرچه دارای درجاتی از ابهام است و این را خودش اذعان می‌کند که مرزهای تمایز نقش گردشگر از نقش‌های مشابه را دقیقاً نمی‌توان مشخص کرد، اما مجموعه‌ای ابعاد نقش، می‌تواند تصویری جامعه‌شناختی از گردشگر به دست دهد. با این حال او یادآوری می‌کند که در ادبیات موجود، گردشگری به عنوان سفر غیر ابزاری شناخته می‌شود و هدف گردشگر لذت، تفریح و فرهنگ است. اما از نظر او گردشگری برای این که به لحاظ تئوریک قابل بحث باشد مفهومی است که بر تغییری در روتین‌ها (روزمرگی)، چیزی متفاوت، غریبه، غیر معمول یا برجسته، تجربه‌ای که معمولاً در زندگی روزانه‌ی مسافر غایب است، دلالت می‌کند. او در نهایت تعریف زیر را ارائه می‌کند: «گردشگر یک مسافر داوطلب و موقت است که در پی لذت از تازگی و تغییری است که در سفر رفت و برگشتی غیر مکرر نسبتاً بلندمدت تجربه می‌شود». (کوهن، ۲۰۰۴: ۲۳).

به نظر می‌رسد تعریف کوهن، تعریفی جامع‌تر از سایر تعاریف است و با مشخص کردن تمایزها، وضوح بیشتری به تعریف خود بخشیده است. به علاوه با استفاده از مفهوم جامعه‌شناختی «نقش^۱»، وجهه‌ای جامعه‌شناختی به این تعریف داده است.

باومن (۱۹۹۴) به نقل از یاکین^۲ و ویجولا^۳، (۲۰۰۳: ۲۵) گردشگر را یکی از سنخ‌های پست مدرن می‌داند. باومن (باومن، همان: ۳۳) گردشگر را اینگونه تعریف می‌کند: «گردشگر در حال حرکت است... او «در» هر جایی که وارد می‌شود حضور دارد، اما در هیچ کجای مکان قرار ندارد... گردشگر بر اساس «هدف» حرکت می‌کند... هدف تجربه جدید است؛ گردشگر یک فرد هوشیار و منظم است که در جستجوی تجربه است، تجربه‌ای جدید و متفاوت. گردشگران مایلند که در عناصر غریب و نامأنوس غوطه‌ور شوند».

بنابراین چنان که ملاحظه می‌شود باومن دو عنصر اصلی را در تأمل خود بر مفهوم گردشگر لحاظ کرده است: تحرک، و تجربه جدید به مثابه‌ی هدف سیستماتیک یا انگیزه. در واقع تغییر مکان پس زمینه یا شرط این تجربه‌ی متمایز و نامأنوس است که وی در

پی آن است. با گسترش ادبیات آکادمیک گردشگری سنخ‌بندی‌های متنوعی از گردشگران پیشنهاد شد. براساس هر یک از این سنخ‌بندی‌ها ک یا چند متغیر را مبنا قرار دادند از جمله: درآمد، سن، شیوه زندگی، سطح آموزش و فرهنگ، شیوه‌ی سازمان دهی مسافرت از جمله شخصی یا به صورت گروهی، مقاطعه‌ای کامل یا بر مبنای قیمت پایه، ویژگی‌های مسافرت، مدت آن، اقامتی یا حرکتی، کشورها یا نواحی مورد بازدید؛ تجهیزات مورد استفاده، شیوه رفت و آمد (نوع وسیله آمد و رفت) و نوع مسکن‌گزینی. سرانجام، دلیل مسافرت از جمله کاری، ماموریت، دیدار پدر و مادر و یا دوستان، سفرهای ورزشی، مذهبی. طبقه‌بندی‌های جدیدتر که تفاوت‌انگیزه‌ها، نگرش‌ها و تجارب گردشگران را مبنا قرار داده‌اند از لحاظ جامعه‌شناختی ارزش بیشتری دارند. یکی از سنخ‌بندی‌های جامعه‌شناختی مشهور از آن کوهن است، کوهن (۲۰۰۴) سنخ‌بندی خود را به دو شکل نهادی نشده و نهادی شده ارایه کرد. در واقع کوهن از مفاهیم جامعه‌شناختی «نهاد» و «نهادی شدن» استفاده کرده است.



شکل (۱): ابعاد اصلی کیفیت زندگی (بدری و همکاران ۱۳۹۲)

«گردشگر نهادی»^۴ با روش‌های معمول موسسات گردشگری، سر و کار دارد و «گردشگر غیر نهادی»^۵ معمولاً ارتباط کمی با موسسات گردشگری دارند (کوهن، ۲۰۰۴: ۳۹). گردشگران نهادی میل به ماجراجویی ندارند و تابع و مصرف‌کننده‌ی بی‌چون و چرای محصولاتی هستند که توها به خورد آن‌ها می‌دهند و در یک حباب محیطی هستند که آرامش و امنیت محیط معمول زندگی‌شان را تأمین می‌کند، در حال که گردشگر غیرنهادی تازگ و تنوع بیشتری را تجربه می‌کند. اصطلاح دیگری که درباره‌ی گردشگری مدرن به کرات به کار می‌رود گردشگری توده‌ای یا جمعی است. گردشگری جمعی به جریان پیوسته‌ی تعداد زیادی گردشگر به مقصدهایی که افراد تعطیلات را در آنجا می‌گذرانند، اشاره دارد. کوهن (۱۳۸۸: ۸۴-۸۵) چند ویژگی برای گردشگری توده‌ای در مقابل گردشگری سنتی برشمرده است، از جمله گردشگری با هدف گذران اوقات فراغت، انفعالی و غیر مخاطره‌آمیز، با مشارکت توده و جمع‌کنیری از مردم، با عمق و مدت نسبتاً کوتاه. همچنین آثار فرهنگی گردشگری توده‌ای بر جامعه‌ی میزبان از گردشگری سنتی بیشتر است. ساز و کارهای یک صنعت بر آن حاکم است.

کیفیت زندگی

در ادبیات گردشگری پایدار همواره بر نقش کلیدی نگرش ساکنان و گردشگران به عنوان مولفه‌های اصلی گردشگری پایدار تاکید شده و نقطه عطف تمامی ارزش‌یابی‌های انجام شده، همانا سنجش میزان تامین اهداف و نیازهای فعلی و آشتی گردشگران و جوامع روستایی میزبان است. توسعه‌ی تدریجی گردشگری در نواحی روستایی، تاثیراتی را به لحاظ اجتماعی، اقتصادی و محیطی روی این نواحی برجای می‌گذارد که با برنامه‌ریزی راهبردی می‌تواند، در نهایت اهداف اساسی توسعه‌ی پایدار روستایی را برآورده کند و به رشد اقتصادی و ارتقای کیفیت زندگی ساکنان مناطق گردشگرپذیر و در نهایت دستیابی به توسعه‌ی ملی کمک کند.

مفهوم جامع کیفیت زندگی از عبارت "ساخت ویژگی‌های مشترک ساکنان از تجربه در مکان و ارزیابی ذهنی آن‌ها از شرایط ساخته شده" گرفته شده است (Hikmat et al, 2009). در اوایل دهه ۹۰ سازمان ملل، گزارش توسعه را با رویکرد به توسعه انسانی منتشر کرد و از اواسط این دهه در اهداف توسعه‌تغییراتی اساسی حاصل گردید و بهزیستی اجتماعی و کیفیت زندگی در

رأس، اهداف توسعه فرار گرفت. توجه همزمان به ابعاد اجتماعی، سیاسی و فرهنگی توسعه به عنوان هدف اصلی توسعه مورد تاکید قرار گرفت (غفاری و امید، ۱۳۸۷: ۱۰). گریسون و یانگ (۱۹۹۴) ذکر کرده‌اند که به نظر می‌رسد یک توافق عام در مورد تعریف کیفیت زندگی وجود دارد که دو مولفه اساسی را دربر می‌گیرد: عواملی که شرایط ذهنی و روانی را شامل می‌شوند و عواملی که شرایط خارجی و عینی را در بر می‌گیرند (Lotfi, Solaimani, 2009). کامینس هفت بعد کیفیت زندگی را تعریف می‌کند که شامل رفاه، بهداشت، خلاقیت، صمیمیت، امنیت، سعادت جامعه و سلامت روان می‌شود. موسسه تحقیقات توسعه اجتماعی ملل متحد در تعریف مفهوم کیفیت زندگی در مقیاس جهانی، نه بعد اساسی را مطرح می‌کند که شامل تغذیه، مسکن، بهداشت، آموزش، تفریح و اوقات فراغت، محیط فیزیکی، تامین امنیت، پایداری اجتماعی و درآمد می‌باشد (قدمی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴-۵). بنابراین برای معرفی یک چارچوب دقیق و منطقی در جهت سنجش و ارزیابی شرایط و وضعیت رفاهی یا کیفیت زندگی مطابق با معیارهای بالا در نظر گرفته شده است.

رابطه گردشگری و کیفیت زندگی

بررسی رابطه میان گردشگری و کیفیت زندگی جامعه محلی مقصد، موضوعی است که در برخی از تحقیقات مورد توجه قرار گرفته است و عموماً این رابطه در قالب سه جنبه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی طبقه‌بندی می‌شود. بدین روی گردشگری به عنوان فعالیت پایه‌ی بالقوه‌ای که می‌تواند زمینه‌های اصلی بهبود سطح کیفیت زندگی ساکنان محلی را فراهم آورد، اهمیت دارد. نقش گردشگری در ایجاد کیفیت زندگی مطلوب، از طریق استانداردهای بالای سطح زندگی، درآمدهای مالیاتی روزافزون، فرصت‌های شغلی بیشتر، درآمد سرانه بالا، تنوع اقتصادی، ارتقاء و بهبود سطح تسهیلات فراغتی، ارتقای کیفیت و توسعه زیرساخت‌ها و خدمات عمومی در جامعه، تبادل فرهنگی، افزایش سطح آگاهی‌های مردم و گردشگران نسبت به یکدیگر و مانند آن قابل اندازه‌گیری است (قدمی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴-۶).

سطح کیفیت زندگی جامعه محلی با مراحل مختلف مدل چرخه حیات گردشگری در ارتباط است. اهمیت این موضوع از آن جهت است که در ادبیات گردشگری، همواره بر نقش و اهمیت نگرش جامعه محلی به عنوان یکی از ارکان موفقیت توسعه گردشگری تاکید شده است. ساکنان، بازیگران مهمی هستند که بر موفقیت و شکست گردشگری محلی تاثیر می‌گذارند و بررسی نگرش آن‌ها درباره اثرات توسعه گردشگری ضروری است. اهمیت نسبی نگرش ساکنان محلی، نسبت به گردشگری در جدایی کلی نواحی توریستی در مطالعات زیادی مورد تاکید و تایید قرار گرفته است (همان ماخذ).

پیشینه تحقیق

پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور

تحقیقات متعددی در مورد آثار فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری در مناطق شهری ایران انجام شده است. اما به چند مورد در این جا اشاره می‌شود.

شمس و امینی (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی شاخص فرهنگ ایرانی و تاثیر آن در توسعه گردشگری» بعد فرهنگ و عناصر سازنده آن و تاثیر و نقشی که فرهنگ کهن ایرانی می‌تواند در گسترش گردشگری این کشور داشته باشد را بررسی کرده و نتیجه گرفته‌اند فرهنگ هر جامعه بستر مناسبی جهت رشد و تکامل گردشگری است و گردشگری ایجاد شده می‌تواند بر مبنای فرهنگ رایج در جامعه تعریف شود. بسیاری از قابلیت‌های فرهنگی و مدنی در پهنه گستره تاریخ و فرهنگ کشور می‌تواند و یا باید به خارجیان و یا جهانگردان عرضه شود. ایران به معنای کامل کشوری غنی است. هم از لحاظ فرهنگی، هم تاریخی و هم مذهبی همواره حرفی برای گفتن داشته و در جای جای دنیا می‌توانیم تاثیر فرهنگ ایرانی اسلامی را ببینیم احترام به سنت‌ها را می‌توان از ویژگی‌های حسن برانگیز مردم ایران دانست. هر کدام از عناصر سازنده فرهنگ ایران، در صورت مطالعه و معرفی، می‌تواند تبدیل به یک جاذبه برای صنعت گردشگری کشورمان شود. زیرا به لحاظ جاذبه‌های فرهنگی و گردشگری هر شهر از

ایران دارای ویژگیهای خاص خود میباشد. وثوقی، خانی، مطیعی لنگرودی، رهنمایی (۱۳۹۰) در مقاله ای با عنوان ارزیابی نگرش جامعه روستایی به گردشگری، بر مبنای مدل معادلات ساختاری آورده اند که هدف اصلی تحقیق بررسی نگرش ساکنان منطقه به گردشگری و ظرفیت های حمایت و مشارکت آنان و عوامل تاثیر گذار بر این نگرش، بر مبنای نظریه تبادل اجتماعی بوده است. محدوده انجام تحقیق، بخش رودبار قصران است و جامعه آماری را ۲۷۰ نفر از ساکنان روستایی این بخش تشکیل می دهند. روش تحقیق توصیفی- تحلیلی است و داده های مورد نیاز با استفاد از نرم افزارهای SPSS و Lisrel برای تحلیل داده ها، مورد استفاده قرار گرفته است. با یافتن متغیرهای تاثیر گذار، مدل فرضی متشکل از ۵ ساختار پنهان مبتنی بر ۹ مسیر فرضی طراحی شد، که در تحلیل داده ها شش گویه در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ تایید شدند. این بدین معناست که اگرچه درک تاثیرات مثبت گردشگری ساختاری است که قوی ترین ارتباط را در تعیین نگرش و حمایت از توسعه آن دارد، اما ساختارهای دیگری نیز در این زمینه دخیل اند، که باید به آنها توجه شود.

ضیایی و تریایان (۱۳۸۹)، در تحقیقی به سنجش سطح قابل قبول اثرات منفی اجتماعی گردشگران بر جوامع محلی در منطقه تالاب پریشان، پرداخته و در پایان به این نتیجه رسیده است که: افزایش جرم و جنایت، ازدحام جمعیت، کاهش کیفیت محیط زیست، افزایش ترافیک، کالایی شدن فرهنگ و افزایش هزینه های زندگی از عمده ترین آسیب های اجتماعی ناشی از توسعه گردشگری و افزایش حضور گردشگران در تالاب پریشان می باشد.

رضایی و همکاران (۱۳۹۱)، در تحقیقی به واکاوی پیامدهای منفی توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان قزوین (روستای گازرخان) پرداخته اند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان دهنده آن است که توسعه گردشگری در روستای گازرخان موجب گسترش الگوهای فرهنگی آنان، ایجاد تغییرات فرهنگی بر روستائیان در زمینه های مختلفی همچون نوع پوشش، گویش محلی و... شده و موجب کم رنگ شدن برخی جاذبه های فرهنگی در سطح منطقه شده است. همچنین بروز تعارض و تضاد بین افراد بومی منطقه به دلیل توزیع ناعادلانه منافع حاصل از گردشگری بین روستائیان از دیگر آسیب های ناشی از توسعه گردشگری در این منطقه می باشد.

آمار (۱۳۹۲)، در پژوهشی به آسیب شناسی توسعه گردشگری در سکونتگاه های روستایی دهستان دیلمان شهرستان سیاهکل در استان گیلان پرداخته است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد که این منطقه با وجود آنکه فاقد امکانات لازم برای توسعه گردشگری بوده ولی در سال های اخیر مورد هجوم گردشگران قرار گرفته که این موضوع تبعات منفی فراوانی برای این منطقه به وجود آورده است. از جمله مهمترین آسیب های ناشی از توسعه گردشگری در این منطقه می توان به: آلودگی های شدید زیست محیطی، تغییر کاربری اراضی به نحو گسترده، ساخت و سازهای بی رویه و عدم مدیریت مناسب را در جهت توسعه گردشگری اشاره کرد.

پژوهش های انجام شده در خارج

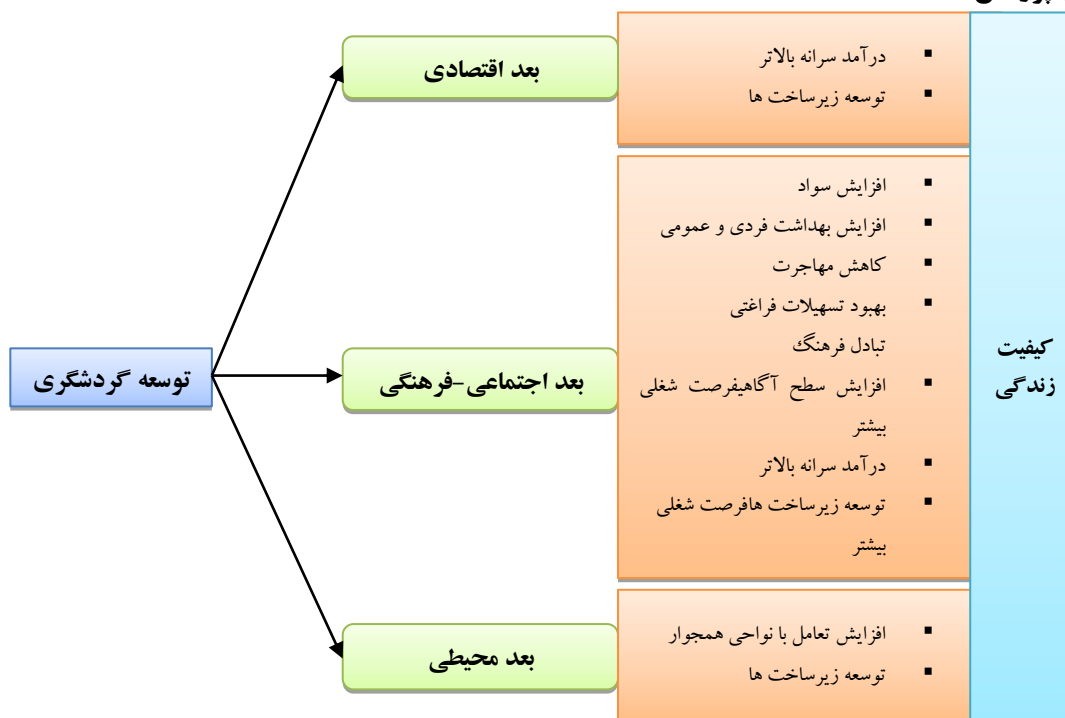
پارک و موکواسکی^۶ (۲۰۰۹)، در تحقیقی به مطالعه نظریه اختلال های اجتماعی و جرم و جنایت در جوامع روستایی: تحقیقی در زمینه رشد گردشگری، پرداخته اند. این تحقیق که در جامعه روستایی کلرادو انجام گرفته نشان داده است که بین رشد سریع گردشگری در جامعه و افزایش گوناگون جرم و جنایت رابطه معناداری وجود دارد.

یهه لانگ^۷ (۲۰۱۰)، در تحقیقی تحت عنوان: بررسی آثار اجتماعی گردشگری در جزیره هینان، به این نتیجه دست یافته است که توسعه گردشگری در این جزیره از سال ۱۹۹۰ آغاز شده و این استراتژی تغییراتی را اعم از مثبت و منفی در آنجا به وجود آورده است. در این جزیره موفقیت معمولاً با رشد اقتصادی ارزیابی می شود و آثار منفی در هینان اغلب مورد چشم پوشی واقع گردیده است. این مطالعه با هدف بررسی آثاری که گردشگران با ورود خود به مقصد گردشگری بر جای گذاشته اند و به وسیله تجزیه و

تحلیل عمیق از ساکنان جزیره هینان انجام شده است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان دهنده آن است که اگرچه ورد گردشگران باعث رونق اقتصادی آنجا شده است اما در عین حال دارای پیامدهای منفی همچون: نمایشی و کالایی شدن فرهنگ گردشگران، جابجایی‌های بیش از حد برای بومیان، وابستگی بیش از حد به صنعت گردشگری، افزایش نسبی جرم و جنایت، فحشا و شیوع بیمار یهایی مانند ایدز به تبع آن، رواج مصرف مواد مخدر و ... را در پی داشته است.

مور^۸ و همکاران (۲۰۱۳)، در پژوهشی به مطالعه آثار و پیامدهای منفی ناشی از رشد گردشگری و افزایش حضور گردشگران در کشورهای حوزه‌ی دریای کارائیب پرداخته‌اند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان دهنده آن است که افزایش حضور گردشگران دارای آثار منفی همچون: افزایش میزان سر و صدا و آلودگی صوتی، افزایش ترافیک، گسترش جرم و جنایت، ازدحام بیش از حد در مناطق شهری و افزایش قیمت مواد غذایی برای این گروه از کشورها می‌باشد که مشکلات عدیده‌ای را برای این جوامع به وجود آورده است.

مدل نظری پژوهش



فرضیه های پژوهش

۱. به نظر می‌رسد توسعه صنعت گردشگری با کاهش میزان مهاجرت در جامعه رابطه معناداری دارد.
۲. به نظر می‌رسد توسعه صنعت گردشگری با افزایش درآمد سرانه رابطه معناداری دارد.
۳. به نظر می‌رسد توسعه صنعت گردشگری بر میزان تبادل فرهنگی جامعه تاثیر مثبتی دارد.
۴. به نظر می‌رسد توسعه صنعت گردشگری بر کیفیت زندگی جامعه تاثیر گذار است.

جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق را خانواده های شهر تهران تشکیل می‌دهد چرا که با توجه به ویژگی های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی تهران به عنوان بزرگترین شهر و مرکز سیاسی کشور، دستخوش تغییرات قابل توجهی در زمینه های متفاوت و بخصوص خانواده شده و لذا به یکی از حوزه های مورد مطالعه در جامعه شناسی تبدیل شده است.

جدول (۱): اطلاعات جمعیتی شهر تهران به تفکیک مناطق

منطقه	تعداد خانوار	زن	مرد	جمعیت
تهران ۱	۱۴۱۴۲۶	۲۲۳۴۵۶	۲۱۶۰۱۱	۴۳۹۴۶۷
تهران ۲	۲۰۵۸۸۳	۳۲۰۰۸۷	۳۱۲۸۳۰	۶۳۲۹۱۷
تهران ۳	۱۰۶۰۴۶	۱۶۵۴۹۱	۱۴۸۶۲۱	۳۱۴۱۱۲
تهران ۴	۲۷۰۹۴۸	۴۳۱۳۷۷	۴۲۹۹۰۳	۸۶۱۲۸۰
تهران ۵	۲۵۵۳۳۳	۴۰۲۴۵۳	۳۹۱۲۹۷	۷۹۳۷۵۰
تهران ۶	۷۳۲۱۲	۱۱۹۲۲۹	۱۱۰۷۵۱	۲۲۹۹۸۰
تهران ۷	۱۰۸۷۲۸	۱۵۹۷۲۰	۱۵۰۰۲۵	۳۰۹۷۴۵
تهران ۸	۱۲۵۷۵۷	۱۹۲۶۰۳	۱۸۵۵۱۵	۳۷۸۱۱۸
تهران ۹	۵۰۵۹۱	۷۷۷۷۲	۸۰۷۴۴	۱۵۸۵۱۶
تهران ۱۰	۱۰۴۷۲۰	۱۵۲۸۰۲	۱۵۰۰۵۰	۳۰۲۸۵۲
تهران ۱۱	۹۸۵۵۶	۱۴۶۰۰۷	۱۴۲۸۷۷	۲۸۸۸۸۴
تهران ۱۲	۷۶۶۲۸	۱۱۸۵۷۹	۱۲۲۱۴۱	۲۴۰۷۲۰
تهران ۱۳	۸۹۵۸۲	۱۳۹۳۲۱	۱۳۶۷۰۶	۲۷۶۰۲۷
تهران ۱۴	۱۵۳۶۴۹	۲۴۰۲۱۱	۲۴۴۱۲۲	۴۸۴۳۳۳
تهران ۱۵	۱۹۲۶۱۰	۳۱۳۴۲۷	۳۲۵۳۱۳	۶۳۸۷۴۰
تهران ۱۶	۸۹۹۲۸	۱۴۳۲۲۵	۱۴۴۵۷۸	۲۸۷۸۰۳
تهران ۱۷	۷۵۸۷۲	۱۲۳۲۲۵	۱۲۵۳۶۴	۲۴۸۵۸۹
تهران ۱۸	۱۱۵۱۵۱	۱۹۱۷۴۵	۱۹۹۶۲۳	۳۹۱۳۶۸
تهران ۱۹	۷۰۳۴۹	۱۱۹۸۶۹	۱۲۴۴۸۱	۲۴۴۴۵۰
تهران ۲۰	۱۰۴۲۷۵	۱۷۰۰۰۲	۱۷۰۸۵۹	۳۴۰۸۶۱
تهران ۲۱	۵۰۳۸۱	۸۰۶۶۷	۸۲۰۱۴	۱۶۲۶۸۱
تهران ۲۲	۳۸۱۰۶	۶۳۴۸۲	۶۵۴۷۶	۱۲۸۹۵۸
جمع کل	۲۵۹۷۷۳۱	۴۰۹۴۷۵۰	۴۰۵۹۳۰۱	۸۱۵۴۰۵۱

روش نمونه گیری

چنان که می دانیم در تحقیقات اجتماعی، امکان مراجعه به تک تک افراد جمعیت مورد مطالعه وجود ندارد و یا بسیار مشکل به نظر می رسد. چنین کاری مستلزم صرف وقت و هزینه فراوانی است و در نهایت هم ممکن است نتیجه درستی دربر نداشته باشد. از این رو انجام نمونه گیری درست و علمی که امکان مراجعه به درصدی از جمعیت را برای ما فراهم می کند، ضروری به نظر می رسد. برای تحکیم اعتبار درونی و ارتقاء صحت اطلاعات، از روش سهمیه ای استفاده شد. در نمونه گیری سهمیه ای سعی می شود ساختار نمونه مشابه ساختار جمعیت باشد. سپس برای مؤلفه های این ساختار (طبقات) سهمیه هایی متناسب با حجم آنها در نظر گرفته می شود، ولی انتخاب واحدها در نمونه گیری سهمیه ای در چارچوب تکالیف تعیین شده، به عهده پرسشگر است. از این رو نمونه گیری سهمیه ای در مقوله نمونه گیری های غیر احتمالی است. با توجه به مشابهت ساختار نمونه و جمعیت در نمونه گیری سهمیه ای، احتمال معرف بودن برآوردهای حاصل از آن بیش از برآوردهایی است که از نمونه گیری اتفاقی یا قضاوتی به دست می آید (سرایی، ۱۳۸۲:ص ۱۲).

برای دستیابی به به جامعه نمونه ابتدا از همه مناطق شهر تهران و با توجه به شاخص های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی چند منطقه به صورت سیستماتیک انتخاب شده و سپس از هر منطقه چند ناحیه انتخاب خواهد شد. در مرحله بعد از هر ناحیه چند محله انتخاب

شده و سپس با بلوک بندی کرده محله ها بلوک های مورد نظر انتخاب و از هر بلوک خانوار مورد نظر انتخاب شده و مورد پرسش قرار می گیرند.

به طور کلی شیوه نمونه گیری در این تحقیق جزء گروه نمونه گیری احتمالی (یعنی احتمال برابر حضور کلیه افراد جامعه آماری در فرآیند نمونه گیری) و از نوع نمونه گیری طبقه بندی متناسب می باشد و حجم نمونه در هر طبقه با استفاده روش متناسب از فرمول مربوطه استفاده شده است (منصورفر، ۱۳۸۰: ۳۲۱). بعد از تعیین و تخصیص نمونه به هر واحد از طریق نمونه گیری تصادفی ساده نسبت به جمع آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه اقدام شده است. دومین قدم در بحث نمونه گیری انتخاب روش نمونه گیری است. در این تحقیق بهترین شیوه برای نمونه گیری، نمونه گیری طبقه ای^۹ متناسب با حجم است. بدین دلیل که شهر تهران شامل مناطق مختلفی است که خانواده ها در آن ها زندگی می کنند، بنابراین نمونه آماری تحقیق از خانواده های شهر تهران که تعداد آنها برابر با ۲۵۹۷۷۳۱ خانواده است، تشکیل شده است. در این روش به تناسب توزیع فراوانی هر طبقه، طبقات تعیین می شود و سپس در مرحله بعد، از هر طبقه به صورت نمونه گیری تصادفی ساده افراد نمونه انتخاب می شوند. با توجه به این که حجم نمونه در این تحقیق ۲۵۹۷۷۳۱ بدست آمده و با در نظر گرفتن طبقات موجود به محاسبه تعداد نمونه متناسب با حجم هر طبقه می پردازیم.

$$n = \frac{\frac{(1/96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.5)^2}}{1 + \frac{1}{2597731} \frac{(1/96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.5)^2}} = \frac{384/16}{1/0.00147} = 384/1.03 \approx 384$$

یافته های تحقیق

مدل رگرسیون تأثیرات توسعه صنعت گردشگری بر بهبود کیفیت زندگی

جدول (۲): متغیرهای وارد شده در مدل و روش برازش رگرسیونی

روش رگرسیونی	متغیرهای حذف شده	متغیرهای وارد شده در مدل	مدل
Enter	--	فرصت شغلی بیشتر درآمد سرانه بالاتر توسعه زیرساخت ها افزایش سواد افزایش بهداشت فردی و عمومی کاهش مهاجرت بهبود تسهیلات فراغتی تبادل فرهنگ افزایش سطح آگاهی افزایش تعامل با نواحی همجوار	۱

با توجه به جدول ۲ متغیرهای وارد شده در مدل که عبارتند از فرصت شغلی بیشتر، درآمد سرانه بالاتر، توسعه زیرساخت ها، افزایش سواد، افزایش بهداشت فردی و عمومی، کاهش مهاجرت، بهبود تسهیلات فراغتی، تبادل فرهنگ، افزایش سطح آگاهی، افزایش تعامل با نواحی همجوار و توسعه زیرساخت ها و همچنین روش برازش مدل رگرسیونی (Enter) ارائه شده اند. در این روش همه متغیرها وارد مدل می شوند و از تمامی اطلاعات وارد شده در تحلیل مدل استفاده می شود. به عبارت دیگر این روش همه رگرسیون های ممکن را در اختیار محقق می گذارد.

جدول (۳): ضریب تعیین برازش رگرسیونی

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
۱	۰/۴۳	۰/۱۸	۰/۱۷۵	۰/۴۰۱۲۰۵۳

با توجه به جدول ۳ ضریب همبستگی متغیرهای ارتقای کیفیت محیطی، آلودگی زیست محیطی، معرفی جاذبه های طبیعی، بهبود مدیریت ضایعات و پسماند و بهسازی محیطی زیست و چشم اندازهای طبیعی برابر ۰/۴۳ و مجذور آن یعنی ضریب تبیین برابر $R^2 = 0/18$ و ضریب تبیین تعدیل شده نیز برابر $\bar{R}^2 = 0/175$ می باشد. به عبارت دیگر در حالت تعدیل یافته ۰/۱۷۵ درصد از واریانس متغیر بهبود کیفیت زندگی توسط متغیرهای فرصت شغلی بیشتر، درآمد سرانه بالاتر، توسعه زیرساخت ها، افزایش سواد، افزایش بهداشت فردی و عمومی، کاهش مهاجرت، بهبود تسهیلات فراغتی، تبادل فرهنگ، افزایش سطح آگاهی، افزایش تعامل با نواحی همجوار و توسعه زیرساخت ها پیش بینی می شود.

جدول (۴): تحلیل واریانس برازش رگرسیونی

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معنی داری (۰/۰۵)
۵۱/۱۴۶	۱۰	۴/۱۱۴	۵۲/۰۷۵	۰/۰۰۰
۲۲/۶۱۷	۲۸۳	۰/۰۷۹		
۲۸/۵۲۹	۳۸۳			
رگرسیون				
باقیمانده				
کل				

جدول ۴ تحلیل واریانس برازش رگرسیونی را نشان می دهد که در آن مجموع مربعات، میانگین مربعات، درجات آزادی، مقدار آماره F (۴/۰۷۷) و همچنین سطح معنی داری (۰/۰۰۰) نشان داده شده است. با توجه به اینکه مقدار سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ بدست آمده است می توان معنی داری رگرسیون را استنتاج نمود.

جدول (۵): ضرایب مدل رگرسیون

مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	t	سطح معنی داری (۰/۰۵)
	B	خطای استاندارد			
(ثابت)	۳/۳۸۹	۰/۲۹۴	-	۱۱/۵۳۲	۰/۰۰۰
فرصت شغلی بیشتر	۰/۴۴۱	۰/۰۶۲	۰/۴۶۵	۷/۱۲۹	۰/۰۰۰
درآمد سرانه بالاتر	۰/۳۴۱	۰/۰۴۲	۰/۲۰۴	۵/۰۲۹	۰/۰۰۱
توسعه زیرساخت ها	۰/۲۱۹	۰/۰۴۶	۰/۰۲۷	۳/۱۸۶	۰/۰۱۷
افزایش سواد	۰/۰۰۷	۰/۰۲۷	۰/۱۴۹	۰/۱۵۷	۰/۰۰۰
افزایش بهداشت فردی و عمومی	۰/۹۶۲	۰/۰۳۳	۰/۴۰۷	۷/۲۶۸	۰/۰۰۶
کاهش مهاجرت	۰/۵۱۷	۰/۰۱۷	۰/۵۲۸	۶/۲۵۸	۰/۰۰۰
بهبود تسهیلات فراغتی	۰/۰۶۸۷	۰/۴۰۸	۰/۴۳۷	۹/۴۶۳	۰/۰۰۰
تبادل فرهنگ	۰/۷۱۲	۰/۰۲۷	۰/۱۵۴	۲/۴۸۴	۰/۰۱۴
افزایش سطح آگاهی	۰/۴۵۲	۰/۰۰۴	۰/۰۰۸	۰/۱۴۱	۰/۰۰۸
افزایش تعامل با نواحی همجوار	۰/۵۶۲	۰/۰۵۱	۰/۵۵۹	۱۱/۰۷۹	۰/۰۰۰

جدول ۵ برآورد ضرایب مدل رگرسیونی را نشان می دهد. ضریب رگرسیون برای متغیر درآمد سرانه برابر ۰/۳۴۱، مقدار خطای استاندارد ۰/۰۴۲ و ضریب استاندارد برابر ۰/۲۰۴ بدست آمده است. با توجه به اینکه مقدار آماره t برابر ۵/۰۲۹ بدست آمده و سطح معنی داری (برابر ۰/۰۱) کمتر از ۰/۰۵ بدست آمده است می توان معنی داری ضریب متغیر درآمد سرانه و تاثیر آن بر متغیر بهبود کیفیت زندگی را تایید کرد. برای سایر متغیرها نیز چنین نتیجه ای حاصل شده است. نتایج حاصله از تحلیل رگرسیونی متغیرهای موجود در معادله را می توان به صورت استاندارد شده در رابطه ریاضی ذیل نشان داد:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_{11} X_{11} + \varepsilon$$

به عبارت دیگر

...+(درآمد سرانه) ۰/۲۰۴+(فرصت شغلی بیشتر) ۰/۴۶۵ = بهبود کیفیت زندگی

$$\begin{aligned}
 & ۰/۴۶۵ \text{ (فرصت شغلی بیشتر)} \\
 & + ۰/۲۰۴ \text{ (درآمد سرانه بالاتر)} \\
 & + ۰/۰۲۷ \text{ (توسعه زیرساخت ها)} \\
 & + ۰/۱۴۹ \text{ (افزایش سواد)} \\
 & + ۰/۴۰۷ \text{ (افزایش بهداشت فردی و عمومی)} \\
 & + ۰/۵۲۸ \text{ (کاهش مهاجرت)} \\
 & + ۰/۴۳۷ \text{ (بهبود تسهیلات فراغتی)} \\
 & + ۰/۱۵۴ \text{ (تبادل فرهنگ)} \\
 & + ۰/۰۰۸ \text{ (افزایش سطح آگاهی)} \\
 & + ۰/۵۵۹ \text{ (افزایش تعامل با نواحی همجوار)}
 \end{aligned}
 \quad + \varepsilon$$

بهبود
کیفیت
زندگی

بحث و نتیجه گیری

فرهنگ و گردشگری اثرات متقابلی بر یکدیگر دارند. اگرچه جامعه شناسی گردشگری حوزه ای نسبتاً جوان در مطالعات گردشگری است، اما به تبیین و روشن کردن زوایای متعدد از زمینه ها و آثار توسعه گردشگری در جوامع پرداخته است. این زمینه ها و آثار در ساختار این جوامع و ویژگی ها فردی و جمعی گردشگران ریشه دارد و جامعه میزان و گردشگران را به اشکال مختلف تحت تاثیر قرار می دهد. در همین راستا سنخ های مختلفی از گردشگران تاکنون شناسایی و معرفی شده است. یکی از معروف ترین آن ها توسط کوهن بر اساس نقش گردشگر صورت گرفته است. کوهن همچنین یک سنخ شناسی بر مبنای مفهوم نهادی شدن در جامعه شناسی ارائه کرده است. اثر فرهنگ گردشگران بر اساس نوع گردشگران و مدت اقامت و نحوه تعامل شان با جامعه ی میزبان متفاوت است. همزمان اثرات مثبت و منفی فرهنگی برای گردشگری برشمرده شده است، از جمله تقویت هویت و غرور محلی، قومی و ملی و فراهم کردن فرصت گفت و گویای بین فرهنگی و کاهش و محو کلیشه های فرهنگی از رهگذر این تعاملات. مهم ترین اثر منفی گردشگری حاصل فرایندهای تجاری شدن و کالایی شدن فرهنگ مادی و غیرمادی جامعه ی مقصد است. گردشگری به عنوان یک فعالیت فراغتی از لحاظ تاریخی ریشه در پدید آمدن وقت آزاد پیرو تصویب قوانین کار دارد. وجود زمان فراغت اشکال متنوعی از گردشگری را پدید آورده است. همچنین گردشگری به زعم برخی نظریه پردازان به رغم افزایش اشتغال در مواردی منجر به وابستگی جامعه مقصد به جوامع توسعه یافته تر شده است. گردشگری بر تقسیم کار اجتماعی و تقسیم زمان کار و فراغت تاثیر می گذارد. خرید و مصرف در گردشگری نیز ویژگی های خاصی دارد که آن را از دیگر اشکال خرید و مصرف متمایز می کند از جمله همزمانی و هم مکانی تولید محصول. همچنین قابل توجه است که مصرف و خرید در گردشگری واجد و حامل وجوه فرهنگی است. نابرابری نیز به عنوان یکی از مهم ترین موضوعات مورد بررسی جامعه شناسی در گردشگری نیز قابل بررسی است از جمله این که اگرچه گردشگری در دهه های اخیر به سمت دموکراتیزه شدن پیش رفته است، اما تابع دیگر نابرابری های اجتماعی (نظیر نابرابری درآمدی و جنسیتی) نابرابری هایی در میان انتخاب ها و فرصت های گردشگران نیز دیده می شود. همچنین گردشگری در جامعه ی مقصد منجر به ظهور اشکالی از نابرابری می شود. گردشگری توزیع فضایی جمعیت را تحت تاثیر قرار میدهد و ساختار جمعیتی مناطق گردشگرپذیر و مناطق مجاور آن ها تغییر میدهد. علاوه بر همه آن چه گفته شد سیاست های دولت ها در جهت دهی به گردشگری عامل بسیار مهمی است که نباید آن را نادیده گرفت و می تواند در ابعاد مختلفی که برشمرده شد تاثیر بگذارد و رشد گردشگری را در سمت و سوی خاصی ترغیب کند یا مانع شود. امروزه نقش گردشگری در کمک به توسعه ی نواحی دارای جاذبه های گردشگری بر همگان آشکار شده است. گردشگری روستایی یکی از اشکال گردشگری است که هر روز بر میزان توجه و تاکید بر آن در برنامه ریزی های روستایی و منطقه ای افزوده می شود. گردشگری روستایی گستره ای فراگیر از فعالیت ها، خدمات و تسهیلات را شامل می شود که به وسیله ی روستاییان برای تفریح، استراحت، جذب و نگهداشت گردشگران در نواحی روستایی صورت می گیرد (رجبی، ۱۳۹۰). معمولاً گردشگری روستایی اثرات مثبت اقتصادی در جامعه میزبان بجا می گذارد اما با تدابیر اصولی باید شناخت کافی از منابع و بنیان های توسعه پایدار کسب نمود، زیرا با ادامه روند و تحلیل منابع طبیعی، تغییر و تحول چشم اندازهای روستایی، مهاجرت افراد بومی از روستا و تخریب محیط زیست، جامعه میزبان متحمل اثرات منفی خواهد

شد و برای جذب بیشتر گردشگران از تبلیغات گسترده چه رسانه ها و چه وسایل دیگر ارتباطی نهایت استفاده را برد (جعفری و حاتمی، ۱۳۹۱: ۶). وجود جاذبه های گردشگری منطقه و نیز افزایش فرصت های شغلی درآمدها، در بین مردم طبقه نوعی نگاه از موضع برتر و غرورآمیز نسبت به گردشگران را موجب شده است.

پی نوشت ها

1. Role
2. Jokinen
3. Veijola
4. Institutionalized
5. Non-institutionalized
6. Park & Mukowski
7. Yihe Long
8. Moore
9. Stratified Sampling

منابع

۱. آپوستولوپولوس، یورکوس (۱۳۸۴). معرفی جامعه شناسی گردشگری. در آپوستولوپولوس، یورکوس؛ لیوادی، استلا و کیس، اندرویان. جامعه شناسی گردشگری. ترجمه: بیژن. شفیع، چاپ اول، رشت: وارسته. صص ۲۹-۳۹.
۲. اثرات گردشگری روستایی بر توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: روستای داش دیبی شهرستان گرمی)
۳. اوری، جان (۱۳۸۸). گردشگری، فرهنگ و نابرابری اجتماعی. در آپوستولوپولوس، یورکوس؛ لیوادی، استلا و کیس، اندرویان. جامعه شناسی گردشگری. ترجمه: بیژن. شفیع، چاپ دوم، رشت: وارسته. صص ۱۲۲-۱۳۸.
۴. بدری، سید علی، رضوانی، محمدرضا و قرنجیک، مجید (۱۳۹۲). سنجش شاخص های ذهنی کیفیت زندگی در نواحی روستایی: دهستان جعفریای جنوبی شهرستان ترکمن، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی. شماره ۲.
۵. بررسی پتانسیل های گردشگری و ارتباط آن با توسعه پایدار در هستان نیوانین شهرستان گلپایگان (مطالعه موردی روستای وانسان)
۶. بررسی توسعه گردشگری و تأثیر آن در فرآیند توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی خور و بیابانک)
۷. بوردیو، پییر (۱۳۹۰). تمایز: نقد قضاوت های ذوقی. تهران: نشر نی.
۸. تحلیلی بر گردشگری مذهبی و تأثیر آن بر توسعه روستایی (مطالعه موردی: شهرستان میاندوآب بخش مرحمت آباد)
۹. تیموتی، دالن جی. (۱۳۸۸). جامعه شناسی مصرف (گردشگری و خرید). مترجمین: سعیدی، علی اصغر و حسین آبادی، مهدی. تهران: جامعه شناسان. چاپ: اول.
۱۰. جعفری، حمید و حاتمی شاه خال، سیده محدثه، (۱۳۹۱) بررسی تاثیر گردشگری روستای در بخش اقتصادی دهستان سراوان طی دهه های اخیر، همایش ملی توسعه روستایی
۱۱. حقیقتیان، منصور (۱۳۹۳)، عوامل اجتماعی موثر بر کیفیت زندگی زنان شهر اصفهان، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ششم، شماره دوم.
۱۲. رجبی، سپیده، (۱۳۹۰) نقش گردشگری در توسعه ی پایدار روستایی مطالعه ی موردی: (شهرستان خشکیبجار)
۱۳. رضوانی، محمدرضا، (۱۳۸۷) توسعه ی گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران
۱۴. رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود و پورطاهری، مهدی (۱۳۸۹). فرایند بومی سازی شاخص های توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران، مجله پژوهش های روستایی، شماره ۴، ۴۲-۱.
۱۵. زکی، محمد. (۱۳۸۳). درآمدی بر جامعه شناسی جهانگردی و گردشگری. فصلنامه مطالعات جهانگردی. شماره ۵، تابستان ۱۳۸۳. ۸۷-

۱۷. شریف‌زاده، ابوالقاسم و مرادنژاد، همایون (۱۳۸۱). توسعه پایدار و گردشگری روستایی، ماهنامه اجتماعی اقتصادی جهاد، شماره ۲۵۰ و ۲۵۱، ۶۳-۵۲.
۱۸. شمس، مجید و امینی، نصیره (۱۳۸۸)، «ارزیابی شاخص فرهنگ ایرانی و تاثیر آن در توسعه گردشگری»، نگرش های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، ۱(۴): ۸۱-۹۳.
۱۹. صیدالی، محسن، سلیمانگلی، رضا و فراگوزلو، هادی (بی تا). بررسی اثرات گردشگری در توسعه روستایی (مطالعه موردی: روستاهای دهستان چهل جای شهرستان مینودشت).
۲۰. ضوانی، محمدرضا، (۱۳۸۷) توسعه ی گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران
۲۱. طرح بازنگری روستای زیارت (۱۳۹۲). مهندسین مشاور نقش آوگون.
۲۲. طرح مطالعات راهبردی-ساختاری گردشگری روستایی کشور، روستای زیارت استان گلستان (۱۳۸۶). مهندسین مشاور پارس ویستا.
۲۳. غفاری، غلامرضا و امیدی، رضا (۱۳۸۷). کیفیت زندگی در برنامه‌های عمرانی و توسعه ایران، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال هشتم، شماره ۳۰ و ۳۱.
۲۴. قادری، اسماعیل، (۱۳۸۲) نقش گردشگری روستایی در توسعه ی پایدار، پایان نامه دکتری
۲۵. قدمی، مصطفی، علیقلی‌زاده فیروزجایی، ناصر (۱۳۹۱). ارزیابی توسعه گردشگری مقصد در چارچوب پایداری نمونه مورد مطالعه: دهستان تمشکل شهرستان تکابن، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۲۷، شماره ۱، ۱۰۴-۸۰.
۲۶. کلدی، علیرضا و دیگران (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین سبک زندگی ارتقا دهنده سلامت با کیفیت زندگی دانشجویان دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ششم، شماره چهارم.
۲۷. کوهن، اریک (۱۳۸۸). جامعه شناسی گردشگری. در آپوستولوپولوس، یورکوس؛ لیوادی، استلا و کیس، اندرویانا. جامعه شناسی گردشگری. ترجمه: شفیع، بیژن. چاپ دوم، رشت: وارسته. صص ۷۲-۸۶.
۲۸. گودرزی سروش، محمدمهدی (۱۳۹۰). بررسی تأثیر گردشگری در توسعه روستایی مورد مطالعاتی روستای ورکانه همدان، مجله هویت شهر، شماره ۸.
۲۹. گبی، چاک وای (۱۳۸۲). جهانگردی در چشم اندازی جامع. پارسائیان، علی. اعرابی، محمد. تهران. دفتر پژوهشهای فرهنگی.
۳۰. لانکوار، روبر (۱۳۸۱). جامعه شناسی جهانگردی و مسافرت (صلاح الدین محلاتی، مترجم). تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
۳۱. محلاتی، ص.ا. (۱۳۸۰). درآمدی بر جهانگردی. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
۳۲. مرادنژاد، همایون، (۱۳۸۱) ماهنامه ی اجتماعی - اقتصادی جهاد، خرداد و تیر ماه، شماره ی ۲۵۰-۲۵۱
۳۳. مهدوی، داود، (۱۳۸۲)، نقش توریسم در توسعه نواحی روستایی پیرامون شهرها و ارائه مدل استراتژیک (نمونه، موردی: دهستان لواسان کوچک)، به راهنمایی دکتر افتخاری
۳۴. مهدوی، مسعود، قدیری معصوم، مجتبی و قهرمانی، نسرین (۱۳۸۷)؛ «اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستاییان دره کن و سولقان»، فصلنامه روستا و توسعه، ۱۱(۲)، ۳۹-۶۰.
۳۵. مهندسان مشاور معمار و طراح شهری آویژه مهر (۱۳۹۱). گزارش طرح جامع منطقه نمونه گردشگری چالیدره، جلد سوم مطالعات فرهنگی طرح، شرکت گردشگری نمونه چالیدره.
۳۶. نوابخش، مهرداد و رفیعی فریم (۱۳۸۹). بررسی اجمالی آثار گردشگری بر زندگی اقتصادی و اجتماعی مردم روستای زیارت.
۳۷. واتسون، لیولین و کاپوچفسکی، جوزف پی. (۱۳۸۴). گردشگری به عنوان کالا. در آپوستولوپولوس، یورکوس؛ لیوادی، استلا و کیس، اندرویانا. جامعه شناسی گردشگری. ترجمه: بیژن. شفیع، چاپ اول، رشت: وارسته. صص. ۲۱۲-۲۲۹.
۳۸. هال، کالین مایکل. جنکیز، جان ام. (۱۳۷۸). سیاستگذاری جهانگردی. ترجمه سید محمد اعرابی. داود ایزدی. تهران. دفتر پژوهشهای فرهنگی.

39. Cohen E. (2004) Contemporary tourism- diversity and change. London: Elsevier.

40. Crang, Philip (2003). Performing the tourist product. In Chris Rojek and John Urry (Ed.), Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory. (pp. 137-154). London: Routledge.

41. Dann, Graham (2000). Theoretical advances in the sociological treatment of tourism. In. Quah, Stella R. and Sales, Arnaud. The International Handbook of Sociology. SAGE Publications (Electronic Version), Pp. 367-384.

42. Graburn, N.H.H. (2001). Relocating the tourist. *International Sociology*. 16(2): 147-158.
43. Graburn, Nelson H.H. (2000). Commoditization. In: *Encyclopedia of Tourism*, Jafar Jafari, *Encyclopedia of tourism*. London: Routledge, 2000. pp. 91-92.
44. Hollinshead, Keith (2000). Commercialisation. In: *Encyclopedia of Tourism*, Jafar Jafari, *Encyclopedia of tourism*. London: Routledge, 2000. Pp.90-91.
45. Jokinen, Eeva and Veijola, Soile (2003). Transformations of Travel and Theory. In Chris Rojek and John Urry (Es.), *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. (pp. 23-51). London: Routledge.
46. MacCannell D. (1999) *The tourist – a new theory of the leisure class, modernity and the production of touristic experiences*. Berkeley: University of California press.
47. Riley, Michael (2004). Labor mobility and market structure in tourism. In Alan A.Lew and C.Michael Hall and Allan M.Williams (ed.). *A companion to tourism*. (Pp. 135-145). Blackwell.
48. Rojek, Chris (2003). Indexing, dragging and the social construction of tourist sights. In Chris Rojek and John Urry (Es.), *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. (pp. 52-74). London: Routledge.
49. Urry, J. (2005). *The Tourist Gaze*, Second Edition, London: SAGE Publication.
50. Jokinen, Eeva and Veijola, Soile (2003). The disoriented tourist the figuration of the tourist in contemporary cultural critique. In *Transformations of Travel and Theory* Chris Rojek and John Urry(ed). London: Routledge. 23-51.
51. Bahrami,Rahmat & Noori,Kamran (2013). Analysis of the role of tourism and its impact on rural development (Case study of the central part of Marivan). *Technical journal of engineering and applied sciences*.
52. Hikmat H Ali, Fuad K.Malkawi , Yamen N.AL Betwai (2009). *Quality Of Life In Cities: Setting Up Criteria For Amman-Jordan*. *Soc Indic Res*.
53. Horner, S. and Swarbrooke, J (2012). *International Cases in Tourism Management*, Routledge.
54. Irshad,Humaira(2010). *Rural Tourism,An Overview*. Government Of Alberta.
55. Li,W(2005). *Community Desicionmaking Participation In Development* .*Journal Of Annals Of Tourism Research*. VOL33. NO.1.
56. Lotfi,Sedighe And Soleimani,Karim(2009). *An Assesment Of Urban Quality Of Life By Using Analytic Hierarchy Process Approach (Case Study: Comparative Study Of Quality Of Life In North Of Iran)*. *Jouranl Of Social Science*.
57. Sharply,R(2002). *Rutal Tourism And The Challenge Of Tourism Diversification:The Case Of Cyprus*. *Tourism Management*.NO23.