

بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی پایدار (مورد مطالعه: ساکنین روستای چی‌چی‌نی کوتی شهرستان لاهیجان)

محسن نیازی - استاد گروه علوم اجتماعی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران
هادی رازقی مله* - دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران
صبح متولیان - دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران
حسن پیری - دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۲/۲۶

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۱/۲۱

چکیده

مقدمه: اهمیت بوم‌گردی پایدار به عنوان بخش کوچکی از صنعت گردشگری بر کسی پوشیده نیست. بر این اساس مطالعه رابطه عوامل مختلف با بوم‌گردی پایدار دارای اهمیت فراوانی می‌باشد.

هدف پژوهش: هدف اساسی تحقیق حاضر، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی پایدار می‌باشد. برای تبیین ابعاد مسأله از نظریات بوردیو، پاتنام و اورامز استفاده شده است.

روش شناسایی تحقیق: برای انجام تحقیق حاضر از روش پیمایش استفاده شده و جامعه آماری در تحقیق حاضر شامل تمامی ساکنین ۱۸ سال و بالاتر روستای چی‌چی‌نی کوتی شهرستان لاهیجان می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار pass استفاده شد که از این طریق حجم نمونه ۱۰۳ نفر برآورد شده است. در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات نیز از پرسشنامه استفاده شده است.

قلمرو جغرافیایی پژوهش: روستای چی‌چی‌نی کوتی شهرستان لاهیجان، یکی از بکرترین روستاهای ایران، واقع در شمال کشور می‌باشد که طبیعت آن از گزند انسان‌ها در امان مانده است. این روستا در استان گیلان، شهرستان لاهیجان، بخش مرکزی واقع می‌باشد.

یافته‌ها و بحث: یافته‌های تحقیق نشان داده است که متغیر مشارکت (۰/۴۴۱) و متغیر اعتماد اجتماعی (۰/۲۰۲) به ترتیب، بیش‌ترین و کم‌ترین تأثیر را بر متغیر نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی پایدار دارند. همچنین یافته‌ها نشان‌دهنده تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی (شبکه روابط، مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی) بر نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی پایدار می‌باشد؛ به این معنی که با افزایش میزان سرمایه اجتماعی، میانگین نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی پایدار افزایش می‌یابد.

نتیجه‌گیری: اقدام به افزایش مشارکت مردم محلی در طراحی، اجرا و مدیریت طرح‌های بوم‌گردی پایدار می‌تواند عاملی جهت افزایش میزان بوم‌گردی در منطقه مورد مطالعه باشد. رعایت هنجارهای اجتماعی جذب‌کننده و کنار گذاشتن هنجارهای اجتماعی بازدارنده گردشگری، شرایط مناسبی را برای توسعه بوم‌گردی پایدار شکل می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، مشارکت اجتماعی، شبکه روابط، اعتماد اجتماعی، بوم‌گردی پایدار

نحوه استناد به مقاله:

نیازی، محسن، رازقی مله، هادی، متولیان، صباح و پیری، حسن. (۱۴۰۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی پایدار (مورد مطالعه: ساکنین روستای چی‌چی‌نی کوتی شهرستان لاهیجان). *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۶(۳)، ۴۷۱-۴۵۵.
[DOR: 20.1001.1.25385968.1400.16.3.1.8](https://doi.org/10.1001.1.25385968.1400.16.3.1.8)

مقدمه

در عصر حاضر، گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از سریع‌ترین صنایع رو به رشد جهان، ابزاری برای ایجاد درآمد ملی، از اصلی‌ترین ارکان اقتصادی جهان و نیز از مفاهیم، اشکال و ارکان توسعه پایدار قلمداد می‌شود (راتناسونوچچی^۱، ۱۹۹۸: ۲). این درحالی است که با آنکه مفاهیم توسعه پایدار از سال ۱۹۸۰ به بعد در نوشتارهای توسعه جهان به طور گسترده مورد توجه صاحب‌نظران واقع شده، اما توجه به گردشگری پایدار از دهه ۱۹۶۰ با شناسایی تأثیر بالقوه گردشگری انبوه و توجه به تأثیر فعالیت‌های گردشگری بر اقتصاد، محیط زیست و فرهنگ مقاصد گردشگری (میزبان)، آغاز شد (چویی^۲ و همکاران، ۲۰۰۶: ۱۲۵۱). این روند در سال ۱۹۷۰ با شکل‌گیری و پیدایش مفهوم گردشگری سبز ادامه یافت و بیش‌تر بر حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی و سایر منابع گردشگری بر استفاده دائم نسل فعلی و نسل‌های آینده معطوف گردید. واقعیت این است که امروزه شاهد نوعی بهره‌برداری از مناطق روستایی هستیم که عمدتاً به محیط بکر و دست‌نخورده روستا، محیط طبیعی و آرامش آن آسیب وارد می‌کنیم، بدون این‌که کم‌ترین حفاظتی از محیط‌زیست و منابع طبیعی صورت دهیم. این نوع استفاده از طبیعت به‌عنوان تنها محصول اصلی و باقی‌نگذاشتن آن برای نسل‌های آتی "طبیعت فروشی"^۳ است. طرفداران بوم‌گردی^۴ معتقدند که بوم‌گردی می‌تواند باعث بهبود کیفیت زندگی هم‌میزبان و هم‌مهمان (گردشگر) شده، از محیط‌زیست انسانی و طبیعی حفاظت نموده و نقش اساسی در اقتصاد محلی داشته باشد. در واقع، بوم‌گردی، بیش از سایر انواع گردشگری بر روی حفاظت از محیط‌زیست، آموزش و اخلاق تأکید دارد.

یکی از مسایل مورد توجه در بحث توسعه بوم‌گردی این است که تجربه برد-برد بین میزبان و مهمان وجود دارد. در حقیقت، برای این‌که یک منطقه بتواند از به اصطلاح "طبیعت فروشی" به دور باشد، جامعه میزبان، هم باید بخواهد و هم باید بتواند از منابع طبیعی خود در مقابل توسعه بیش از حد و نامتوازن محافظت نماید. توسعه بوم‌گردی می‌تواند به‌عنوان جایگزینی برای بهره‌برداری بیش‌تر و سنتی‌تر از کاربری زمین نظیر (قطع درختان، کشاورزی و...) تلقی شده و انگیزه‌ای برای تلاش فردی و شخصی جهت حفاظت از محیط‌زیست و طبیعت فراهم آورد. بوم‌گردی می‌تواند باعث افزایش آگاهی نسبت به مسایل محیط‌زیست و غیره شود. در واقع، بوم‌گردی باعث افزایش امیدواری نسبت به مشارکت روستاییان و نیز افزایش منافع در مقایسه با گردشگری سنتی می‌شود (صالحی، ۱۳۹۵).

بوم‌گردی می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای برای تامین مالی و بهبود خدمات پایه در مناطق روستایی تلقی شود. خدماتی نظیر آب تمیز و سالم، بهداشت، برق و خدمات حمل و نقل که جزو نیازهای پایه و اساسی اجتماعات امروزی تلقی می‌شود. علاوه بر این، بوم‌گردی می‌تواند انگیزه لازم برای محافظت از برخی از ویژگی‌های فرهنگ سنتی و خاص را فراهم نماید و بالاخره، زمانی که جامعه محلی مشارکت می‌نماید و منتفع می‌شود، حفاظت از منابع طبیعی که بوم‌گردی به آن وابسته است، پایدار خواهد ماند. برخی از صاحب‌نظران معتقدند که اهداف بوم‌گردی در ارتباط با اقدامات مناسب در منطقه مورد نظر، حداقل تأثیرات منفی را بر زمین و دیگر منابع خواهد گذاشت؛ در عین حالی که به شدت باعث افزایش رونق اقتصاد محلی شده و مراقبت و حفاظت از منابع طبیعی را افزایش خواهد داد. از سوی دیگر، تحقق طرح‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای در زمینه گردشگری، به ویژه طرح‌های بوم‌گردی نیازمند مشارکت جامعه محلی است و بدون مشارکت محلی، ممکن است اجرای طرح‌های بوم‌گردی با مشکلات متعددی مواجه شود. اهمیت ضرورت و نقش مشارکت مردم در توسعه گردشگری را نمی‌توان نادیده انگاشت. در واقع، مشارکت جامعه محلی را می‌توان به‌عنوان یک فرایندی تلقی کرد که به وسیله آن ساکنان جامعه محلی حق اظهار نظر داده شده و می‌توانند در مورد تأثیرات زندگی خود دست به انتخاب بزنند. بدین ترتیب، می‌توان گفت که مشارکت جامعه محلی در فرایندهای توسعه گردشگری می‌تواند باعث حمایت از سنت و فرهنگ جامعه محلی شده و در عین حال، دانش و مهارت آن‌ها را افزایش داده و باعث ایجاد انتخاب نسبت به میراث یک جامعه گردد (عارف، ۲۰۱۱). در مقابل، فقدان مشارکت جامعه محلی در تصمیم‌گیری جهت اجرای طرح‌های توسعه گردشگری می‌تواند باعث شکست طرح‌های توسعه گردشگری گردد. از طرف دیگر، همان‌طور که فنل (۱۳۸۸)، مطرح می‌کند، اگر

¹ Rattanasuwongchai

² Choi

³ Eco-selling

⁴ Mass tourism

دست‌اندرکاران امر توسعه توجه داشته باشند که افشار مختلف جامعه دارای خواسته‌های متفاوتی بوده و تقاضاهای آن‌ها به نقش‌شان در جامعه، وابستگی آن‌ها به جامعه و منفعت جامعه بستگی دارد، فعالیت‌های مربوط به توسعه جامعه با رغبت بیشتری از سوی بومیان مورد پذیرش قرار خواهند گرفت. هنگامی که دولت طرحی را بدون مشورت با افراد محلی، بر یک اجتماع تحمیل می‌کند، ممکن است تضاد ایجاد نماید. بنابراین، فرصت کنترل گردشگری باید در دستان اعضای جامعه محلی قرار گیرد که در ارتباط نزدیک با امکانات گردشگری زندگی می‌کنند. البته تردیدی نیست که لازم است سیاست‌ها و قوانینی از سوی دولت جهت توانمندسازی جامعه محلی برای مشارکت فعالانه در فرایند توسعه گردشگری تدوین شود.

یکی از مهم‌ترین ارکان اساسی توسعه پایدار، حسن انجام کار و همکاری و مشارکت جامعه میزبان می‌باشد. همچنین تجربیات نشان داده است که بدون همکاری، حمایت و مشارکت جامعه محلی نمی‌توان صنعت پایدار گردشگری را ایجاد کرد (چو^۱ و جمال^۲، ۲۰۰۹). از جمله عواملی که نقش مهمی را در دستیابی به توسعه پایدار ایفا می‌کند میزان سرمایه اجتماعی موجود بین مردم است. که امروزه در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی، مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. این مفهوم به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبعی با ارزش اشاره دارد. که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود (الوانی و سید نقوی، ۱۳۸۱).

مفهوم سرمایه اجتماعی با توجه به روند جهانی شدن و تضعیف نقش دولت‌های ملی، به عنوان راه حلی اجرا شدنی در سطح اجتماعات محلی برای مشکلات توسعه، مورد توجه سیاست‌گذاران و مسئولان سیاست اجتماعی قرار گرفته است (وارنر^۳، ۱۹۹۹). استقبال کم‌نظیر از این مفهوم در حوزه‌های گوناگون علوم انسانی و اجتماعی سبب شده است تا در دو دهه گذشته بخش مهمی از ادبیاتی که در این چند حوزه تولید شده است، به بررسی کمیت و کیفیت سرمایه اجتماعی در جامعه‌های صنعتی امروز اختصاص یابد (پاتنام^۴، ۱۹۹۳: ۷۸). در دیدگاه‌های سنتی مدیریت، توسعه سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و انسانی مهم‌ترین نقش را ایفا می‌کردند. اما در عصر حاضر برای توسعه، بیش‌تر از آنچه به سرمایه اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیازمند باشیم به سرمایه اجتماعی نیازمندیم، زیرا بدون این سرمایه استفاده از دیگر سرمایه‌ها به طور بهینه انجام نخواهد شد. در جامعه‌ای که فاقد سرمایه اجتماعی کافی است، سایر سرمایه‌ها تلف می‌شوند. از این رو موضوع سرمایه اجتماعی به عنوان یک اصل محوری برای دستیابی به توسعه محسوب شده و مدیرانی موفق قلمداد تلقی می‌گردند، که بتوانند در ارتباط با جامعه به تولید و توسعه سرمایه اجتماعی بیش‌تری نایل گردند (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۳: ۱۶). شبکه‌های اجتماعی محلی هم می‌توانند بصورت افقی و عمودی خود را گسترش دهند و شبکه‌های اجتماعی افقی در خانواده‌ها و شبکه‌های اجتماعی عمودی در سازمان‌ها، مناطق و کشورها به وجود می‌آیند. جامعه‌ای که از شبکه‌های اجتماعی افقی قوی تشکیل شده است از سرمایه اجتماعی لازم برای ایجاد فرصت‌های جدید مانند توسعه گردشگری برخوردار خواهد بود. همچنین جامعه‌ای که دارای شبکه‌های اجتماعی عمودی قوی است، در برابر گردشگری ذهنیتی روشن‌تر و بازتر دارد (مکبث^۵ و همکاران، ۲۰۰۴).

با توجه به اهمیت بوم‌گردی پایدار به عنوان بخش کوچکی از صنعت گردشگری، در تحقیق حاضر تلاش شده است تا به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی پایدار پرداخته شود. در این مطالعه جهت تسلط بر موضوع، پیشینه‌های تجربی داخلی و خارجی مورد بررسی قرار گرفته است.

سلمانی و همکاران (۱۳۸۹) تحقیقی را با عنوان «بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در توسعه روستایی» انجام داده‌اند. در این تحقیق محققان شاخص‌های اصلی سرمایه اجتماعی در قالب پرسشنامه و از دید دو جامعه روستایی مورد سنجش قرار دادند. یافته‌های مربوط به این پژوهش حاکی از آن است که شاخص‌های مربوط به تعامل بیش‌ترین نقش را در بین شاخص‌های سرمایه اجتماعی در توسعه روستایی دارند.

ایمانی خوش‌خو و آروند (۱۳۹۲)، به نقش اکوتوریسم در توسعه انسانی شهرستان تالش پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن است که ۴۵ درصد پاسخگویان بین ۰ تا ۲۰ درصد و ۳۹ درصد پاسخگویان بین ۲۰ تا ۴۰ درصد و ۱۵ درصد نمونه بین ۴۰ تا ۶۰ درصد درآمد

¹ Choo

² Jamal

³ Warner

⁴ Putnam

⁵ Macbeth

سالیانه خود را از گردشگری به دست آوردند. نتایج مؤید آن است که ورود اکوتوریسم‌ها به مناطق بکر و محروم از بعد اقتصادی در توسعه انسانی بر میزان نرخ بیکاری مردم منطقه با توجه به میانگین رتبه‌ها، طبیعت‌گردها با ورود به منطقه تأثیر قابل توجهی بر شاخص توسعه انسانی منطقه داشته‌اند. در کل بر نرخ بیکاری ۳/۸۹ درصد و معیشت ۸/۶۱ و درآمد ۸۶/۷ درصد تأثیر مثبت داشته است. در مقابل بر بیکاری ۱۱/۷، معیشت ۳۹/۲ و درآمد ۱۳/۳ درصد تأثیرات منفی بر جای نهاد.

شاگردی و مهدوی (۱۳۹۴)، در تحقیقی که با عنوان «تعیین قابلیت و توان بوم‌شناختی شهرستان رودان به منظور کاربری طبیعت‌گردی با استفاده از روش تصمیم‌گیری چند معیاره» انجام شد، به بررسی ظرفیت و توان بوم‌شناختی شهرستان رودان برای کاربری طبیعت‌گردی و انتخاب مناسب‌ترین مکان‌های توسعه آن با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره می‌پردازند. نتایج نشان داد که مناطق دارای درجه توان اندک ۱۴۱۳۲۳،۵ هکتار و ۴۳/۴ درصد از کل اراضی، بیش‌ترین مساحت اراضی را در شهرستان رودان به خود اختصاص داده است. ۹/۱ درصد از مساحت کل شهرستان شامل ۲۹۷۱۱،۳ هکتار دارای توان زیاد، ۵۷۳۲۷،۹ هکتار از سطح شهرستان معادل ۱۷،۶ درصد دارای توان متوسط و حدود ۹۷۳۴۴،۴ هکتار معادل ۲۹/۹ درصد آن، اراضی فاقد توان برای توسعه‌ی طبیعت‌گردی است.

جعفری مهرآبادی و همکاران (۱۳۹۵) تحقیقی را با عنوان «بررسی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی مؤثر بر رضایتمندی گردشگران (مطالعه موردی: شهر ماسوله)» انجام داده‌اند. نتایج این تحقیق نشان داده است که در بین ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد شناختی دارای بهترین عملکرد از سوی گردشگران است و همچنین میزان رضایت گردشگران را نیز بعد محتوای به خود اختصاص داده است. نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داده است که بعد شناختی بر ابعاد عملکردی-ساختاری و محتوایی تأثیر معنادار دارد و ابعاد ارتباطی و ساختاری بر تمام ابعاد رضایتمندی تأثیر معنادار دارند.

ژائو^۱ (۲۰۱۱) در پژوهشی از مفهوم سرمایه اجتماعی برای ایجاد درکی از مفهوم توسعه کسب و کارهای گردشگری در گوانجکسی چین می‌پردازند. در این تحقیق به تأثیر نقش پررنگ سرمایه اجتماعی فردی بر کارآفرینی در گردشگری اشاره شده است. هر چند این تأثیرات با توجه به نوع سرمایه اجتماعی متفاوت است. سرمایه اجتماعی ساختاری، دارای تأثیر مثبت بالایی بر روی توانایی افراد در کارآفرینی و هم بر روی اینکه افراد با احتمال بیش‌تری یک کسب و کار گردشگری را به وجود بیاورند، می‌باشد. سرمایه اجتماعی رابطه‌ای بیش‌تر به توانایی بر کارآفرینی می‌پردازد؛ اما تأثیر آن بر اینکه احتمال راه‌اندازی یک کسب و کار گردشگری به چه میزان است را بررسی نمی‌کند. سرمایه اجتماعی شناختی در هر دو مورد دارای اثر حاشیه‌ای است.

استون و روجرسون^۲ (۲۰۱۱)، نیز تحقیقی را تحت عنوان «مدیریت منابع طبیعی و گردشگری اجتماع-محور: پناهگاه پرنده NATA، بوتسوانا» انجام داده‌اند. این مقاله به بررسی مورد پناهگاه پرنده ناتا در شمال شرقی بوتسوانا پرداخته و کاستی‌های جدی بر حسب احساس جامعه محلی از مدیریت، منافع توزیعی و مالکیت این پروژه را مورد بحث قرار داده است. هدف اصلی در این مقاله پرداختن به شکاف مهم تأکید شده در بورس بین‌المللی گردشگری اجتماع-محور می‌باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تصویر مختلط ظهور از رکورد آفریقای جنوبی در مورد اثرات گسترش گردشگری اجتماع-محور به مدیریت منابع طبیعی وجود دارد. یافته‌های پژوهش پناهگاه پرنده ناتا، پژوهش نظارت Mbaiwa را تأیید می‌کنند. مصاحبه با جامعه مورد پژوهش، نشان گر آن است که بسیاری از اعضای جوامع روستایی درک مزایای چند از این پروژه گردشگری داشته‌اند.

سوریا و گورین (۲۰۱۲)، در یکی از فعالیت‌های علمی، تحقیقی را تحت عنوان «تولید سوغات در گردشگری اجتماع-محور و کاهش فقر در تایلند» انجام داده‌اند. بر اساس این تحقیق، محققان نشان می‌دهند که فعالیت‌های گردشگری ناشی از تولید سوغات را نشان می‌دهد که می‌تواند درآمد را در بین فقرا پخش و پس از آن کاهش فقر در یک روستا را شامل شود که در عمل گردشگری اجتماع-محور می‌گویند. دلیل این است که سوغات نیاز به بسیاری از کارگران بی تجربه دارد. سپس فقرا به راحتی می‌توانند در این فعالیت‌ها مشارکت داشته باشند. در مقابل، فعالیت‌های گردشگری شامل اقامتگاه و کوه‌پیمایی، نشان می‌دهد که نمی‌تواند فقر در روستا را کاهش دهد، چرا که درآمد حاصل از این فعالیت در خانواده غنی‌تر که استطاعت سرمایه‌گذاری دارند تمرکز شده است. با این حال، برای حمایت از گردشگری اجتماع-محور، دولت نمی‌تواند در حمایت از خانواده غنی‌تر در روستاها چشم‌پوشی کند؛ زیرا گردشگری هسته پیش‌شرط لازم برای فعالیت‌های گردشگری است. بدون گردشگری هسته‌ای، گردشگران به خرید سوغات در

¹ Zhao

² Stone & Rogerson

روستا نخواهند آمد و پس از آن اثر سوغاتی بر کاهش فقر محو خواهند شد. این مقاله همچنین به معرفی پنج عامل توزیع درآمد در گردشگری اجتماع-محور پرداخته و شرایط برای حفظ پایداری گردشگری اجتماع-محور را نشان می‌دهد.

پارک^۱ و همکاران (۲۰۱۲)، به بررسی عواملی که سرمایه اجتماعی را در جوامع گردشگری روستایی کره جنوبی، تحت تأثیر قرار می‌دهند پرداخته‌اند. هدف از انجام این تحقیق شناسایی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی به منظور مدیریت تعارضات^۲ در بین ساکنان جامعه در روستاهای گردشگری بوده است. نتایج نشان داد که کشاورزان بخش میوه، سبزیجات و برنج که علاوه بر این بخش‌ها به ارائه خدمت به گردشگران کشاورزی^۳ می‌پرداختند، از سرمایه اجتماعی بالاتری برخوردار بودند. در نهایت آن‌ها نشان دادند که برخی از اشکال سیاست‌گذاری دولتی می‌تواند سرمایه اجتماعی را افزایش دهد و تعارضات را بین ساکنان جامعه کنترل و مدیریت کند، از جمله این سیاست‌ها می‌توان به افزایش مشارکت ساکنان در بخش گردشگری اشاره کرد.

کونتوگورگپولوس^۴ و همکاران (۲۰۱۴)، تحقیقی تحت عنوان «عوامل موفقیت در گردشگری اجتماع-محور در تایلند: نقش شانس، حمایت خارجی، و رهبری محلی» را انجام داده‌اند. این محققان بیان کرده‌اند که با توجه به تلاش‌های پژوهشگران، فعالان محیط زیست، سازمان‌های غیر دولتی و مقامات دولتی، گردشگری اجتماع محور (CBT) در دهه گذشته، تبدیل به یک جزء مهم از بازار گردشگری داخلی و قابل رقابت با روند پیش‌تر با گونه‌های متعارف‌تر از گردشگری در تایلند شده است. محققان در این مطالعه به بررسی ظهور گردشگری اجتماع محور در تایلند و به بررسی مطالعه موردی «مای کامپونگ» (یک روستا در شمال کشور تایلند) می‌پردازند که در سراسر کشور به عنوان نمونه و ویرین جامعه مشهور می‌باشد. این مقاله با تأکید بر داده‌ها و مشاهدات جمع‌آوری شده بیش از ۳۰ تحقیق و مطالعه در مورد تور به کامپونگ، استدلال می‌کند که شرایط ویژه آب و هوایی و جغرافیایی، پشتیبانی خارجی و رهبری محلی با رویکرد تحول محور نشان دهنده عوامل مهم موفقیت برای گردشگری اجتماع محور در تایلند است.

پیج^۵ و همکاران (۲۰۱۵)، در تحقیقی تحت عنوان «مشارکت شبکه‌های اجتماعی و پوشش آن توسط بخش گردشگری» بیان کرده‌اند که مطالعات در مورد شبکه‌های اجتماعی در مطالعات گردشگری به عنوان یک پارادایم علمی در حال ظهور، توسعه یافته است و تمرکز فرضیه شبکه اجتماعی بر روی روابط بین بازیگران در یک شبکه خاص می‌باشد. زیرا موفقیت هر فرد متأثر از ساختار، وسعت و تنوع شبکه هاست.

جعفر و همکاران (۲۰۱۵)، در تحقیق خود تحت عنوان «جامعه محلی و توسعه گردشگری: مطالعه موردی مقصد کوهستانی روستایی» مطرح کردند که مالزی یک قسمت بین‌المللی را به عنوان منطقه محبوب روستایی به دلیل میراث طبیعی آن در نظر گرفته است. گردشگری روستایی به طور فزاینده عنوان نوش‌دارو برای افزایش کارایی اقتصادی از مناطق حاشیه رانده شده است و در آن تحریک بازسازی اجتماعی و بهبود شرایط زندگی جوامع روستایی مشاهده شده است. نتایج مورد بررسی نشان داده که مشارکت محلی از پیامدهای طبیعی پروژه‌های مهم گردشگری است که گردشگری یک پاسخ مؤثر به بسیاری از مشکلات روستایی می‌باشد. علاوه بر این، از مزایای گردشگری، تشویق جوامع محلی برای شرکت در برنامه‌های توسعه گردشگری می‌باشد. در جوامع روستایی مالزی، که در آن پابندی قوی به آئین‌های فرهنگی و مذهبی وجود دارد، آموزش توسعه گردشگری برای ساکنان محلی باید تلقین تحمل فرهنگی و قدردانی از تفاوت‌های فرهنگی باشد. در نتیجه، حتی اگر مردم محلی در راستای توسعه گردشگری در منطقه خود مثبت باشند و دولت و سایر ذینفعان باید هنوز هم از مزایای مشارکت جامعه تأکید شده استفاده کنند. برای این منظور، دولت باید با هدف ایجاد فرصت‌ها و برنامه برای کمک به جامعه در آغوش طیف وسیعی از محصولات گردشگری مربوطه و به توسعه منطقه محلی مفید باشد.

بوم‌گردی

پیرامون واژه بوم‌گردی و سابقه کاربرد آن، اظهارنظرهای متفاوتی صورت گرفته است. سقای و مسعودی (۱۳۹۳)، می‌نویسند برخی از صاحب‌نظران سابقه کاربرد چنین واژه‌ای را اواخر دهه ۱۹۷۰ و برخی دیگر اواخر دهه ۱۹۸۰ ذکر نموده‌اند، اما موضوع واحدی که

¹ Duk-Byeong Park

² Conflict Management

³ Farm stay

⁴ Kontogeorgopoulos

⁵ Paige

وجود دارد آن است که کیپلوس لاسکورین نخستین کسی بوده است که این واژه را به کار برده است. مطابق تعریف او اکوتوریسم مسافرتی است که به منظور مطالعه، تحسین و ستایش و کسب لذت از سیماهای طبیعی و مشاهده‌ی گیاهان و جانوران و آشنایی با ویژگی‌های فرهنگی جوامع محلی در گذشته و حال صورت می‌گیرد. برخی سابقه‌ی کاربرد واژه‌ی بوم‌گردی را به زمان عقب‌تر و به هنرتر نسبت داده‌اند و معتقدند که ابتدا این واژه را در دهه‌ی ۱۹۶۰ برای تشریح روابط متقابل بین گردشگری و محیط زیست و ویژگی‌های فرهنگی استفاده نموده است (سقای و مسعودی، ۱۳۹۳).

بررسی ادبیات موضوع نشان می‌دهد که مفهوم بوم‌گردی به صورت یک مفهوم واحد و ثابت توسط محققان و صاحب‌نظران مورد استفاده واقع نشده است. بلکه بر عکس، محققان و صاحب‌نظران مختلف، از اصطلاحات گوناگون و متفاوتی برای این مفهوم استفاده کرده‌اند.

ملزومات برنامه‌ریزی، توسعه و مدیریت بوم‌گردی عبارتند از مدیریت منابع پایدار و حفاظت از مناطق طبیعی. توسعه پایدار در امر بوم‌گردی مستلزم آن است که منابع طبیعی، فرهنگی و دیگر منابع حفظ شوند تا بدون قربانی کردن نیازهای آتی بتوانند منافع جامعه محلی را تأمین نمایند. بوم‌گردی به درستی بر مبنای مفهوم پایداری توسعه می‌یابد. از نظر نووا و همکاران، توسعه پایدار، واقعاً مورد نیاز می‌باشد، چرا که فعالیت‌های بوم‌گردی با محیط زیست طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی این مناطق در ارتباط می‌باشد. به همین دلیل، مفاهیم و اصول توسعه پایدار به شدت در بوم‌گردی مناطق حفاظت شده، گسترش یافته است. این اصول در ارتباط با صنعت بوم‌گردی به کار گرفته شده‌اند، چرا که بوم‌گردی با مدیریت زیست محیطی در مناطق حفاظت شده مرتبط می‌باشد.

طبق تعریف پیرس^۱ و والارسی^۲ اکوتوریسم عبارتست از: سفر به مناطق طبیعی تقریباً دست نخورده به منظور مطالعه و کسب لذت و اکوتوریست گردشگری است که خود را نسبت به تمامیت گونه‌های گیاهی و جانوری، سرزمین و اکوسیستم‌های یک ناحیه به موازات جوامع محلی با تمامی نیازها و ویژگی‌های فرهنگی‌شان مسئول می‌بیند. او مسافری است که عرصه‌های طبیعی را از دیدگاه جهانی، خانه‌ی همه و از منظر محلی فقط خانه‌ی ساکنین آن می‌داند (سقای و مسعودی، ۱۳۹۳).

امروزه، پیشگامان تحقیق و توسعه بوم‌گردی، تعریفی از بوم‌گردی ارائه می‌کنند که اهداف اساسی آن حفاظت از مناطق طبیعی و توسعه‌ی محلی است. به عنوان مثال، می‌توان به تعریف انجمن بوم‌گردی اشاره نمود و یا تعریفی که کمیسیون پارک‌های ملی و مناطق حفاظت شده اتحادیه حفاظت جهانی در زمینه بوم‌گردی به این صورت ارائه داده است: سفر و بازدید مسئولانه زیست محیطی به مناطق طبیعی نسبتاً دست نخورده جهت لذت بردن و شناخت طبیعت (و ویژگی‌های فرهنگی همراه آن) که باعث بهبود حفاظت شده، تأثیرات منفی اندکی داشته و مشارکت فعالانه اجتماعی - اقتصادی سودمندی را برای جمعیت محلی فراهم می‌کند.

در تعریف دیگر از بوم‌گردی، اورامز (۲۰۰۲) می‌نویسد به نظر برخی از صاحب‌نظران از جمله والماس و پیرس، بوم‌گردی سفری است که نه تنها مبتنی است بر طبیعت، بلکه مبتنی بر مردمی که در آن اطراف و نزدیکی زندگی می‌کنند، نیازهای آن‌ها، فرهنگ آن‌ها و ارتباط آن‌ها با سرزمین باشد. این مفهوم، جنبه مهمی از مفهوم بوم‌گردی را بیان می‌کند که فراتر از تمرکز صرف بر روی حفظ و بهبود اجتماعات طبیعی از بعد اهداف اجتماعی و فرهنگی است.

به نظر الیزابت، با توجه به گستردگی تعاریف فوق، می‌توان ابعاد مختلفی برای مفهوم بوم‌گردی قائل شد که عبارت‌اند از:

۱- بوم‌گردی در مناطق طبیعی (غالباً مناطق حفاظت شده) و یا در اماکنی که از نظر بوم‌شناختی یا جاذبه فرهنگی منحصر به فرد می‌باشد، رخ می‌دهد.

۲- بوم‌گردی باعث حفاظت از منابع طبیعی شده و موجبات ارتقاء مراقبت از منابع طبیعی و فرهنگی را فراهم می‌سازد.

۳- بوم‌گردی می‌بایست باعث تأمین منابع مالی لازم جهت حفاظت پایدار و دائم از منابع بوم‌شناختی و اجتماعی - فرهنگی گردد.

۴- ساکنان محلی از منافع اقتصادی و اجتماعی بهره‌مند گشته و بدین وسیله باعث موفقیت بلندمدت پروژه می‌گردند.

۵- بوم‌گردی باعث آموزش‌های زیست‌محیطی و فرهنگی می‌گردد.

۶- بوم‌گردی می‌بایست به نحو مطلوب مدیریت شود تا در دراز مدت اثرات منفی حداقلی بر روی محیط زیست جامعه میزبان داشته باشد.

¹ Pierce

² Wallarce

۷- بوم‌گردی باید یک تجربه مطلوب گردشگری را فراهم نماید.

اورامز^۱ می‌نویسد که مفهوم «بوم‌گردی» تا حدودی نتیجه دغدغه‌هایی بوده است که در مورد پایداری گردشگری مبتنی بر جاذبه‌ی طبیعی و نیز به عنوان عکس‌العملی در برابر «گردشگری انبوه» مطرح شده است. معمولاً گردشگری انبوه را نوعی سنتی‌تر توسعه گردشگری تلقی می‌کنند که اصول بازار آزاد کوتاه‌مدت بر آن حاکم است و به حداکثر رساندن درآمد نیز یک عامل مهم در آن تلقی می‌شود. طی سال‌های اخیر، پیامدهای منفی این نوع گردشگری بیش از پیش آشکار شد و در نتیجه، پارادایم جدیدی از گردشگری مطرح شد که رویکرد گردشگری انبوه را طرد کرده و در صدد دستیابی به آن نوع گردشگری است که عاقدانه به دنبال به حداقل رساندن این تأثیرات منفی است. بدین ترتیب، «گردشگری جایگزین» بر اصول پایداری و به ویژه بر ابعاد زیست‌محیطی و اجتماعی و فرهنگی مبتنی می‌باشد (اورامز، ۲۰۰۲: ۳۵۵).

سرمایه اجتماعی

الف. پی‌یر بوردیو

بوردیو سرمایه اجتماعی را تمام منابع واقعی یا بالقوه‌ای می‌داند که با شبکه‌ای بادوام از روابط کم و بیش نهادینه شده آشنایی یا درک متقابل پیوند می‌خورد (بوردیو، ۱۹۸۵). یا به عبارت دیگر عضویت در یک گروه برای هر یک از اعضای از طریق حمایت یک سرمایه جنسی، صلاحیتی فراهم می‌کند که آنان را مستحق «اعتبار» به معنای گوناگون کلمه می‌کند (بوردیو، ۱۹۹۷: ۵۳). به اعتقاد بوردیو، سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه‌ای از روابط، یک ودیعه طبیعی یا یک ودیعه اجتماعی نیست بلکه چیزی است که در طول زمان برای کسب آن باید تلاش کرد. همانطور که از تعاریف مشخص می‌شود، سرمایه اجتماعی زمانی ایجاد می‌شود و اثربخش خواهد بود که فرد در یک گروه اجتماعی عضو شود و دارای روابط با اعضای آن گروه شود. همچنین کارکرد سرمایه اجتماعی در نظر بوردیو این است که افراد از طریق آن می‌توانند منافع و وضعیت اقتصادی خود را افزایش دهند. بوردیو، سرمایه اجتماعی را شامل روابط اجتماعی می‌داند که یک فرد می‌تواند برای دسترسی به منابع کسانی که با آن‌ها در ارتباط است، استفاده کند. وی معتقد است که شبکه تماس‌های اجتماعی، به خودی خود ایجاد نمی‌شود، بلکه همانند سرمایه انسانی یا فیزیکی، محصول استراتژی‌های کاربردی و برنامه‌ریزی شده سرمایه‌گذاری است - تولید و بازتولید - سرمایه اجتماعی نیازمند یک تلاش (یا سرمایه-گذاری) دائمی در زمینه جامعه‌پذیری^۲ است (شجاعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۷-۳۶).

ب. رابرت پاتنام

پاتنام با بررسی‌ای که در مناطق مختلف ایتالیا از حیث میزان سرمایه اجتماعی (در شکل‌های میزان مشارکت مدنی، اعتماد اجتماعی و هنجارها و ارزش‌های سودمند) انجام داد، این نظریه را طرح کرد که بین میزان سرمایه اجتماعی و سطح توسعه اقتصادی و رفاه اجتماعی آن منطقه ارتباط متقابلی وجود دارد (پاتنام، ۱۳۸۰). از نظر پاتنام منابع سرمایه اجتماعی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها معمولاً خود تقویت‌کننده‌اند و به تعادل اجتماعی همراه با سطح بالایی از همکاری، اعتماد، معامله متقابل، مشارکت مدنی و رفاه جمعی منجر می‌شوند؛ برعکس فقدان این ویژگی‌ها در جوامع غیرمدنی منجر به عهد شکنی و بی‌اعتمادی، فریب، حيله، بهره‌کشی و انزوا و رکود می‌شود (پاتنام، ۱۳۸۰). وی اعتماد، هنجارها، و شبکه‌ها را ویژگی‌های اصلی سازمان اجتماعی تعریف می‌کند و معتقد است این عوامل بهره‌وری سیستم را افزایش می‌دهد (پاتنام و همکاران، ۱۹۹۳: ۱۶۷). به عبارتی دیگر «سرمایه اجتماعی به خصوصیتی از سازمان اجتماعی نظیر شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد اشاره دارد که همکاری و هماهنگی برای منافع متقابل را تسهیل می‌نماید» (پاتنام، ۱۹۹۹: ۶).

وی مفهوم سرمایه اجتماعی را فراتر از سطح فردی به کار می‌گیرد و به چگونگی کارکرد سرمایه اجتماعی در سطح منطقه‌ای و ملی و نوع تأثیرات سرمایه اجتماعی بر نهادهای دموکراتیک و در نهایت نهادهای اقتصادی می‌پردازد (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۱۵). در تأیید این مهم باید به کتاب «بولینگ یک نفره»^۳ اشاره کرد که پاتنام در این کتاب به بررسی و مطالعه اجتماع و سرمایه

^۱ Orams

^۲ Sociability

^۳ Bowling alone: The collapse and Revival of American community

اجتماعی در چند ایالت در آمریکا پرداخته است و نهایتاً استدلال می‌کند که سرمایه اجتماعی در ایالات متحده کاهش یافته است (پاتنام، ۲۰۰۰ و هولینگن^۱، ۲۰۱۲: ۴۷۰).

پاتنام بر سه مؤلفه سرمایه اجتماعی تأکید می‌نماید. این سه مؤلفه عبارتند از:

شبکه‌های مشارکت اجتماعی (مشارکت مدنی)

پاتنام بیان می‌کند که ایده اصلی نظریه سرمایه اجتماعی این است که شبکه‌های اجتماعی بیش‌تر مردم را به همکاری و اعتماد-پذیری در برخورد هایشان تشویق می‌کند (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۱۲۱). پاتنام معتقد است که شبکه‌های مشارکت مدنی هنجارهای مستحکم رابطه متقابل را تقویت می‌کند. به عبارتی شبکه‌های اجتماعی همکاری و ارتباط را تسهیل می‌کند و اطلاعات موجود درباره اعتمادپذیری افراد دیگر را تقویت می‌نماید (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۹۸).

هنجارهای اجتماعی (هنجارهای همیاری)

به عقیده پاتنام یک هنجار مؤثر مبتنی بر معامله متقابل عمومی احتمالاً با شبکه‌های انبوهی از مبادلات اجتماعی مرتبط است. در جوامعی که در آنها مردم می‌توانند مطمئن باشند که اعتماد مورد سوء استفاده قرار نمی‌گیرد، بلکه جبران می‌شود، احتمال زیادتری برای انجام مبادلات وجود دارد. مبادلات مکرر در طی یک دوره زمانی نیز به نوبه خود توسعه یک هنجار معامله متقابل عمومی را به دنبال دارد. از سویی دیگر روابط اجتماعی مداوم نیز می‌تواند انگیزه‌هایی را برای قابل اعتماد بودن ایجاد کند (پاتنام، ۱۳۸۰). اگر فرد الف برای فرد ب کاری را انجام دهد، به این معناست که به فرد ب اعتماد می‌کند که در آینده او نیز جبران خواهد کرد. این اعتماد در فرد الف انتظاری ایجاد می‌کند که برای فرد ب یک الزام و تکلیف محسوب می‌شود (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۵۷). بنابراین هنجارهای اجتماعی، یک الزام و تکلیفی میان افراد ایجاد می‌نماید که در نهایت منجر به تسهیل کنش‌های اجتماعی می‌شود.

اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی یکی از اساسی‌ترین مسائل و نیازهای جوامع امروزی است و یکی از مهم‌ترین ابعاد زندگی بشری را تشکیل می‌دهد. از اینرو پاتنام اعتماد را یکی از اجزاء اصلی سرمایه اجتماعی می‌داند و اظهار می‌دارد که در مناطق مدنی ایتالیا (شمال) اعتماد اجتماعی مدت‌های مدید، یکی از عناصر کلیدی اخلاقیات عمومی بوده که باعث تقویت پوشش‌های اقتصادی و عملکرد حکومت شده است. همکاری بین قوه مقننه و مجریه، بین کارگر و کارفرما، بین احزاب سیاسی، بین حکومت و گروه‌های خصوصی و ... اغلب ضروری می‌باشند. اما قرارداد و نظارت در این موارد اغلب پرهزینه و یا غیرممکن است. اعتماد، همکاری را تسهیل می‌کند و هر چه سطح اعتماد در جامعه بالاتر باشد احتمال همکاری هم بیشتر خواهد بود و خود همکاری نیز اعتماد ایجاد می‌کند (پاتنام، ۱۳۸۰).

روش پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش، روش پیمایش می‌باشد. جامعه آماری در تحقیق حاضر شامل تمامی ساکنین ۱۸ سال و بالاتر روستای چی‌چی‌نی کوتی شهرستان لاهیجان (بهار ۲۰۱۸) می‌باشد (۱۱۳ نفر). در تحقیق حاضر برای تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار $pass^2$ استفاده شده است. ضریب اطمینانی که محقق جهت نمونه‌گیری در نرم‌افزار مذکور وارد کرده است، ۰/۹۹۹ درصد به همراه ۰/۰۰۱ درصد ضریب خطا می‌باشد. لذا بر اساس ۰/۹۹۹ درصد اطمینان و با حداقل انحراف استاندارد و خطای انحراف استاندارد، حجم نمونه ۱۰۳ نفر محاسبه شده است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است.

در جدول زیر تعریف عملیاتی مفهوم توسعه پایدار بوم‌گردی ارائه شده است. از نظر سنجش عملی نیز در مقابل هر یک از گویه‌های زیر، یک طیف پنج قسمتی لیکرت قرار داده شده است تا پاسخگو نظر خود را در مورد هر یک از گویه‌ها بر روی یکی از نقاط این طیف اعلام نماید. هر طیف دارای حداقل نمره ۱ و حداکثر ۵ می‌باشد.^۳ بنابراین، پاسخگویان در بعد نگرش جامعه محلی نسبت به

^۱ Houwelingen

^۲ Power Analysis & Sample Size

^۳ این مهم در توضیحات جدول شماره ۲ نیز صدق می‌کند و جهت جلوگیری از مطول شدن، از تکرار آن صرف نظر شده است.

بوم‌گردی حداقل نمره‌ی ۵ تا حداکثر ۲۵ می‌گیرند. در صورتی که پاسخگویان در بعد حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی حداقل نمره ۷ تا حداکثر ۳۵ می‌گیرند.

جدول ۱. سنجش متغیر توسعه پایدار بوم‌گردی

متغیر	گویه / عبارت
نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی	۱- بوم‌گردی باعث مشارکت مردم محلی در تصمیم‌گیری خواهد شد. ۲- بوم‌گردی باعث مشارکت مردم محلی در برنامه‌ریزی خواهد شد. ۳- بوم‌گردی باعث خواهد شد تا غریبه‌ها بیش‌تر برای محل احترام قائل شوند. ۴- بوم‌گردی باعث خواهد شد تا نظر جوانان، زنان، افراد مسن و کم‌بضاعت را بپرسند. ۵- بوم‌گردی باعث افزایش حقوق مردم محلی در مدیریت منابع طبیعی خواهد شد.
حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی	۱- من خوش‌بین هستم که بوم‌گردی محلی آینده روشنی دارد. ۲- دوست دارم از توسعه بوم‌گردی در روستای خودم حمایت کنم. ۳- دوست دارم که از منابع طبیعی و محیط‌زیست محلی، در مراحل توسعه بوم‌گردی حمایت کنم. ۴- دوست دارم که در توسعه و برنامه‌ریزی بوم‌گردی مشارکت کنم. ۵- دوست دارم در طرح‌ها و پروژه‌های بوم‌گردی (مثل اجاره منزل، ایجاد رستوران، حمل و نقل) مشغول شوم. ۶- دوست دارم در زمینه بوم‌گردی کار کنم. ۷- دوست دارم که آموزش‌های بوم‌گردی را ببینم.

فرایند شاخص‌سازی مفهوم سرمایه اجتماعی در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۱. فرایند شاخص‌سازی مفهوم سرمایه اجتماعی

متغیر	ابعاد اصلی	ابعاد فرعی	ابعاد فرعی تر	گویه‌ها
سرمایه اجتماعی	شبکه روابط	رسمی	---	تا چه اندازه در گروه‌های ورزشی فعالیت می‌کنید؟ تا چه اندازه در بسیج فعالیت می‌کنید؟ تا چه اندازه در گروه‌های ادبی و هنری (انجمن‌های شعر، تئاتر، موسیقی، خط) فعالیت می‌کنید؟ تا چه اندازه در صندوق‌های قرض‌الحسنه فعالیت می‌کنید؟
				تا چه اندازه در مهمانی‌ها شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه در تعاونی اطرافیان خود فعالیت می‌کنید؟ تا چه اندازه در گروه‌های مذهبی (هیأت‌های مذهبی) فعالیت می‌کنید؟ تا چه اندازه در گروه‌های خیریه فعالیت می‌کنید؟
	مشارکت	غیر رسمی	اندازه و ظرفیت شبکه	تا چه اندازه دوستان به دیدن شما می‌آیند؟ تا چه اندازه همسایگان به دیدن شما می‌آیند؟ تا چه اندازه اقوام به دیدن شما می‌آیند؟ تا چه اندازه به دیدن دوستان خود می‌روید؟ تا چه اندازه به دیدن همسایه خود می‌روید؟ تا چه اندازه به دیدن اقوام خود می‌روید؟
				تا چه اندازه در جلسات قرآن شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه در نماز جماعت شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه در مراسم ادعیه‌ی کمیل، ندبه یا توسل، شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه برای مراسم شب‌های قدر شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه در نماز عید فطر شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه در مراسم تاسوعا و عاشورا شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه در مراسم دهه فاطمیه خود شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه در مراسم دهه‌ی اول محرم شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه به دیدار کسانی که از سفرهای زیارتی (مکه، کربلا، و ...) برگشته‌اند می‌روید؟
	سیاسی	سیاسی	---	تا چه اندازه در جلسات سیاسی شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه از طریق توزیع پوستر و بروشور، تشکیل ستاد، تشکیل و شرکت در جلسات سیاسی از نمایندگان هواداری و حمایت می‌کنید؟
				تا چه اندازه حاضرید در کارهای گروهی شرکت نمایید؟ تا چه اندازه در جشن‌ها و مراسم‌های همسایه‌هایتان شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه در جشن‌ها و مراسم‌های دوستانتان شرکت می‌کنید؟ تا چه اندازه در جشن‌ها و مراسم‌های اقوامتان شرکت می‌کنید؟
	تعمیم‌یافته	بین شخصی	---	تا چه اندازه به دوستان خود اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به همسایگان خود اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به اقوام اعتماد دارید؟
				تا چه اندازه معتقدید آدم تا از کسی بدی ندیده است باید به او اعتماد کند؟ اگر رهگذری، از شما بخواهد تلفن همراه خود را برای ارسال پیامک و یا برقراری تماس به او بدهید، تا چه اندازه امکان دارد این کار را کنید؟

متغیر	ابعاد اصلی	ابعاد فرعی	ابعاد فرعی‌تر	گویه‌ها
	اعتماد اجتماعی	نهادی یا مدنی	سیاسی	تا چه اندازه به شورای روستائیان اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به بسیج اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به دهیاری اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به مجلس اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به دولت اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به دادگستری اعتماد دارید؟
			آموزشی	تا چه اندازه به مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به مدارس اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به دانشگاه‌های دولتی اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به دانشگاه‌های غیر انتفاعی اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به دانشگاه پیام نور اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به دانشگاه آزاد اعتماد دارید؟
			مذهبی	تا چه اندازه به روحانی مساجد اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به هیأت‌های مذهبی اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به انجمن‌های اسلامی اعتماد دارید؟
			اقتصادی	تا چه اندازه به کارگاه‌های تولیدی اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به صندوق‌های قرض‌الحسنه اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به فروشگاه‌های اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به بانک‌های دولتی اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به بانک‌های غیردولتی اعتماد دارید؟ تا چه اندازه به بورس اعتماد دارید؟

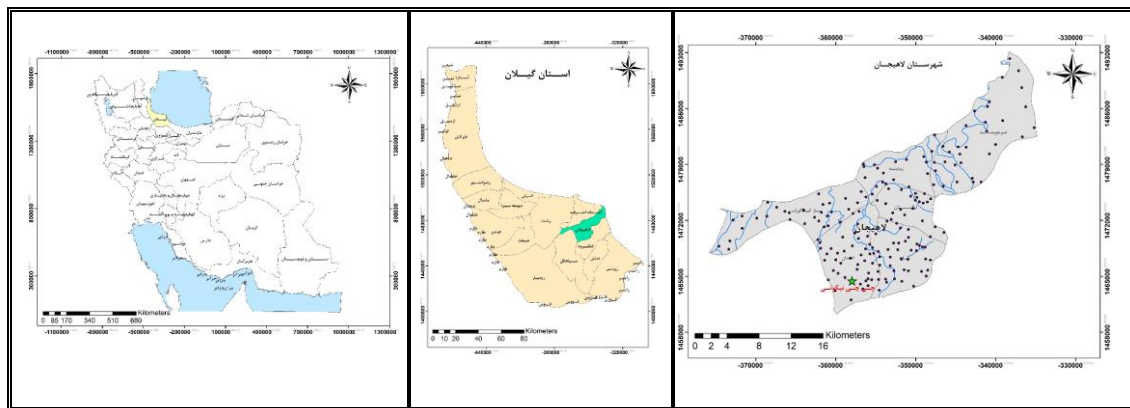
پایایی به خطاهای گوناگونی که ممکن است در ابزار اندازه‌گیری وجود داشته باشد اشاره می‌کند، یعنی خطاهایی که از مشاهده‌ای به مشاهده دیگر، برای یک واحد تحلیل و دو یا چند اندازه‌گیری با یک وسیله سنجش بوجود می‌آید و در نتایج، اندکی تفاوت حاصل می‌شود. این نوع خطا ناشی از ابزار اندازه‌گیری است (فرانکفورد و نجمیاس، ۱۳۸۱: ۲۴۲). چند روش جا افتاده در آزمون پایایی شاخص‌ها وجود دارد که در پژوهش فعلی، ضریب آلفای کرونباخ مورد استفاده قرار گرفت که نتایج آن در جدول زیر آمده است. همچنین اعتبار ابزار پژوهش حاضر نیز مبتنی بر اعتبار صوری می‌باشد.

جدول ۳. ضریب آلفای کرونباخ

متغیر	ابعاد اصلی	آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	شبکه روابط	۰/۷۳۴
	مشارکت	۰/۷۷۸
	اعتماد اجتماعی	۰/۸۲۷
بوم‌گردی پایدار	نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی	۰/۷۰۳
	حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی	۰/۷۷۰

قلمرو جغرافیایی پژوهش

روستای چی‌چی‌نی‌کوتی شهرستان لاهیجان، یکی از بکرترین روستاهای ایران، واقع در شمال کشور می‌باشد که طبیعت آن از گزند انسان‌ها در امان مانده است. این روستا به دلیل برخورداری از طبیعت بکر، دارای گونه‌های بسیار متنوع جانوری و گیاهی می‌باشد. چی‌چی‌نی‌کوتی به معنای لانه گنجشک می‌باشد. این نام‌گذاری به دلیل طبیعت بسیار بکر این روستا بوده است. در شکل (۱) موقعیت جغرافیایی تحقیق حاضر به تصویر کشیده شده است. این روستا در استان گیلان، شهرستان لاهیجان، بخش مرکزی واقع می‌باشد.



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

یافته‌ها و بحث

جدول زیر نشان دهنده توزیع فراوانی و درصدی مشخصات فردی پاسخگویان می‌باشد. همانطور که مشاهده می‌شود، میانگین سنی پاسخگویان تقریباً ۴۳ سال می‌باشد. ۵۸,۲۵ و ۴۱,۷۵ درصد از پاسخگویان به ترتیب دارای جنسیت زن و مرد بوده‌اند. وضعیت تأهل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی متعلق به گروه متأهلین (۸۳,۴۹ درصد) می‌باشد و در مقابل کمترین فراوانی به گروه مطلقه (۰,۹۷ درصد) اختصاص دارد. همچنین وضعیت تحصیلات پاسخگویان نشان می‌دهد که بیشترین و کمترین فراوانی به ترتیب به مدرک تحصیلی ابتدایی (۲۸,۱۶ درصد) و بالاتر از فوق لیسانس (۰,۹۷ درصد) تعلق دارد.

جدول ۴. توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان بر حسب مشخصات فردی

گروه‌های سنی	فراوانی	درصد	جنس	فراوانی	درصد	تحصیلات	فراوانی	درصد
۱۸-۲۵	۱۵	۱۴,۵۶	زن	۶۰	۵۸,۲۵	بی‌سواد	۲۶	۲۵,۲۴
۲۶-۳۳	۱۷	۱۶,۵۰	مرد	۴۳	۴۱,۷۵	ابتدایی	۲۹	۲۸,۱۶
۳۴-۴۱	۱۸	۱۷,۴۸	کل	۱۰۳	۱۰۰,۰	راهنمایی	۱۳	۱۲,۶۲
۴۲-۴۹	۱۸	۱۷,۴۸	وضعیت تأهل	فراوانی	درصد	دیپلم	۲۱	۲۰,۳۹
۵۰-۵۷	۱۹	۱۸,۴۵	مجرد	۱۳	۱۲,۶۳	لیسانس	۹	۸,۷۴
بالاتر از ۵۷	۱۶	۱۵,۵۳	متأهل	۸۶	۸۳,۴۹	فوق لیسانس	۴	۳,۸۸
کل	۱۰۳	۱۰۰,۰	بدون همسر	۳	۲,۹۱	بالاتر از فوق لیسانس	۱	۰,۹۷
				مطلقه	۱			
میانگین	۴۳,۳۲		کل	۱۰۳	۱۰۰,۰	کل	۱۰۳	۱۰۰,۰

توزیع درصدی کل پاسخگویان بر حسب میزان برخورداری از سرمایه اجتماعی در جدول زیر ارائه شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد، در عین حال که میانگین سرمایه اجتماعی کل پاسخگویان ۳,۶۳ از ۵ است، اما نسبت میانگین در میان ابعاد مختلف تشکیل دهنده این مهم برابر نیست. لذا در حالی که بعد «شبکه روابط» بالاترین شدت پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده است، بعد «اعتماد اجتماعی» کمترین شدت پاسخ‌ها را در میان پاسخگویان داراست.

جدول ۵. توزیع درصدی کل پاسخگویان بر حسب میزان برخورداری از سرمایه اجتماعی

انحراف استاندارد	میانگین	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	ابعاد فرعی	ابعاد اصلی
۰,۹۹	۳,۸۸	۳۷,۱	۳۳,۹	۱۶,۰	۶,۵	۶,۵	رسمی	شبکه روابط
۰,۹۸	۴,۰۵	۳۷,۹	۴۰,۳	۱۳,۸	۵,۶	۲,۴	غیر رسمی	
۰,۹۴	۳,۹۷	۳۷,۳	۳۷,۲	۱۵,۰	۶,۱	۴,۴		کل
۰,۹۵	۳,۵۸	۲۶,۶	۲۷,۴	۲۸,۲	۱۳,۷	۴,۱	مذهبی	مشارکت
۰,۹۷	۳,۴۶	۲۰,۲	۳۹,۵	۱۷,۷	۱۲,۱	۱۰,۵	سیاسی	
۱,۰۰	۳,۷۰	۳۲,۵	۲۸,۵	۲۲,۸	۹,۸	۶,۴	اجتماعی	
۰,۹۳	۳,۵۹	۲۶,۴	۳۱,۹	۲۲,۹	۱۱,۹	۶,۹		کل
۱,۰۵	۳,۷۳	۲۴,۴	۴۰,۶	۲۵,۲	۴,۱	۵,۷	بین شخصی	اعتماد اجتماعی
۱,۰۲	۳,۱۰	۱۴,۶	۳۰,۱	۲۱,۰	۱۹,۶	۱۴,۷	تعمیم یافته	
۰,۹۸	۳,۰۰	۱۴,۶	۲۶,۸	۲۱,۱	۱۹,۵	۱۸,۰	نهادی یا مدنی	
۰,۹۸	۳,۲۹	۱۷,۹	۳۲,۵	۲۲,۵	۱۴,۴	۱۲,۷		کل
۰,۹۴	۳,۶۳	۲۷,۲	۳۳,۹	۲۰,۰	۱۰,۸	۸,۱		سرمایه اجتماعی (کل)

توزیع درصدی کل پاسخگویان بر حسب نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار در جدول زیر ارائه شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد، در عین حال که میانگین کل نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار ۳,۵۰ از ۵ است، اما نسبت میانگین در میان ابعاد مختلف تشکیل دهنده این مهم برابر نیست. لذا در حالی که بعد «نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی» بالاترین شدت پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده است، بعد «حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی» کم‌ترین شدت پاسخ‌ها را در میان پاسخگویان داراست.

جدول ۶. توزیع درصدی کل پاسخگویان بر حسب نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار

انحراف استاندارد	میانگین	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	ابعاد اصلی
۱,۰۱	۳,۵۶	۲۱,۱	۳۹,۰	۲۲,۰	۱۰,۶	۷,۳	نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی
۱,۰۶	۳,۴۲	۲۲,۸	۳۰,۱	۲۱,۹	۱۷,۱	۸,۱	حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی
۰,۹۷	۳,۵۰	۲۲,۰	۳۴,۶	۲۱,۹	۱۳,۹	۷,۶	نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار (کل)

تحلیل رگرسیونی خطی چند متغیره جهت تبیین نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی در جداول شماره ۷ و ۸ ارائه شده است. جهت بررسی بهتر تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی (شبکه روابط، مشارکت، اعتماد اجتماعی) بر نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی از رگرسیون خطی چند متغیره به شیوه گام به گام استفاده شده است که نتایج آن در جداول ۷ و ۸ آمده است. در مدل رگرسیونی گام به گام متغیرهای مستقل که برای تبیین نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی صورت گرفته، نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که در مدل شماره (۱) پس از ورود اولین متغیر یعنی شبکه روابط که وارد مدل شده، این متغیر به تنهایی توانسته ۲۱,۷ درصد از تغییرات نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی را پیش‌بینی کند. مدل شماره (۲) نشان می‌دهد که پس از اضافه شدن متغیر مشارکت این مقدار به ۲۳,۴ درصد افزایش یافته است. سرانجام در مدل شماره (۳) با اضافه شدن متغیر اعتماد اجتماعی، این رقم به ۲۴,۴ درصد افزایش یافته است.

جدول ۷. مدل رگرسیونی جهت تبیین نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی

مدل	ضریب همبستگی (R)	ضریب تعیین (R Square)	ضریب تعیین تعدیل شده Adjusted R Square	Anova (F)	سطح معنی داری (Sig)
مدل شماره یک	۰,۴۵۳	۰,۲۱۷	۰,۲۱۶	۵۱۱,۵۹۴	۰,۰۰۰
مدل شماره دو	۰,۴۷۰	۰,۲۳۶	۰,۲۳۵	۲۳۰,۲۷۹	۰,۰۰۰
مدل شماره سه	۰,۴۸۲	۰,۲۴۴	۰,۲۴۳	۱۸۹,۴۲۸	۰,۰۰۰

جدول زیر نشان‌دهندی ضرایب تأثیر مدل نهایی متغیرهای مستقل تبیین‌کننده نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی است. چنان‌که در این مدل نشان داده شده است، متغیر شبکه روابط (۰/۳۸۰) و متغیر اعتماد اجتماعی (۰/۱۳۹) به ترتیب، بیش‌ترین و کم‌ترین تأثیر را بر متغیر وابسته مذکور دارند. باید اضافه نمود که از بین سه متغیر وارد شده به معادله رگرسیونی، تمامی متغیرها در معادله باقی مانده است. لازم به ذکر است که تأثیر تمام متغیرها بر متغیر وابسته نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی مثبت است.

جدول ۸. ضرایب تأثیر مدل نهایی متغیرهای مستقل برای نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی

متغیرها	ضریب رگرسیونی غیر استاندارد (B)	Std.error	ضریب رگرسیونی استاندارد (Beta)	T-value	سطح معنی‌داری (Sig)
مقدار ثابت	۱,۸۵۱	۰,۱۳۱		۱۶,۱۶۸	۰,۰۰۰
شبکه روابط	۰,۲۷۸	۰,۰۲۲	۰,۳۸۰	۱۴,۳۵۷	۰,۰۰۰
مشارکت	۰,۱۸۰	۰,۰۲۹	۰,۱۵۴	۹,۵۹۱	۰,۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰,۱۴۱	۰,۰۲۰	۰,۱۳۹	۷,۴۶۸	۰,۰۰۰

تحلیل رگرسیونی خطی چند متغیره جهت تبیین حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی در جداول ۹ و ۱۰ ارائه شده است. جهت بررسی بهتر تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی (شبکه روابط، مشارکت، اعتماد اجتماعی) بر حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی از رگرسیون خطی چند متغیره به شیوه گام به گام استفاده شده است که نتایج آن در جداول ۹ و ۱۰ آمده است. در مدل رگرسیونی گام به گام متغیرهای مستقل که برای تبیین حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی صورت گرفته، نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که در مدل شماره (۱) پس از ورود اولین متغیر یعنی مشارکت که وارد مدل شده، این متغیر به تنهایی توانسته ۱۶٫۶ درصد از تغییرات حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی را پیش‌بینی کند. مدل شماره (۲) نشان می‌دهد که پس از اضافه شدن متغیر شبکه روابط این مقدار به ۲۱٫۸ درصد افزایش یافته است. سرانجام در مدل شماره (۳) با اضافه شدن متغیر اعتماد اجتماعی، این رقم به ۲۴٫۰ درصد افزایش یافته است.

جدول ۹. مدل رگرسیونی جهت تبیین حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی

مدل	ضریب همبستگی (R)	ضریب تعیین (R Square)	ضریب تعیین تعدیل شده Adjusted R Square	Anova (F)	سطح معنی‌داری (Sig)
مدل شماره یک	۰,۳۹۰	۰,۱۶۶	۰,۱۶۵	۷۲۴,۲۵۷	۰,۰۰۰
مدل شماره دو	۰,۴۳۳	۰,۲۱۸	۰,۲۱۷	۳۶۸,۱۹۸	۰,۰۰۰
مدل شماره سه	۰,۴۵۲	۰,۲۴۰	۰,۲۳۸	۲۱۹,۳۷۵	۰,۰۰۰

جدول زیر نشان‌دهندی ضرایب تأثیر مدل نهایی متغیرهای مستقل تبیین‌کننده حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی است. چنان‌که در این مدل نشان داده شده است، متغیر مشارکت (۰/۳۲۰) و متغیر اعتماد اجتماعی (۰/۱۲۷) به ترتیب، بیش‌ترین و کم‌ترین تأثیر را بر متغیر وابسته مذکور دارند. باید اضافه نمود که از بین سه متغیر وارد شده به معادله رگرسیونی، تمامی متغیرها در معادله باقی مانده است. لازم به ذکر است که تأثیر تمام متغیرها بر متغیر وابسته حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی مثبت است.

جدول ۱۰. ضرایب تأثیر مدل نهایی متغیرهای مستقل برای حمایت جامعه محلی از بوم‌گردی

متغیرها	ضریب رگرسیونی غیر استاندارد (B)	Std.error	ضریب رگرسیونی استاندارد (Beta)	T-value	سطح معنی‌داری (Sig)
مقدار ثابت	2.165	۰,۰۷۶		18.259	۰,۰۰۰
مشارکت	۰,۲۲۹	۰,۰۱۸	۰,۳۲۰	17.681	۰,۰۰۰
شبکه روابط	۰,۲۰۲	۰,۰۱۲	۰,۱۶۶	7.733	۰,۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰,۱۱۸	۰,۰۱۳	۰,۱۲۷	6.687	۰,۰۰۰

تحلیل رگرسیونی خطی چند متغیره جهت تبیین نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار در جداول شماره ۱۱ و ۱۲ ارائه شده است. جهت بررسی بهتر تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی (شبکه روابط، مشارکت، اعتماد اجتماعی) بر نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار از رگرسیون خطی چند متغیره به شیوه گام به گام استفاده شده است که نتایج آن در جداول ۱۱ و ۱۲ آمده است. در مدل رگرسیونی گام به گام متغیرهای مستقل که برای تبیین نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار صورت گرفته، نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که در مدل شماره (۱) پس از ورود اولین متغیر یعنی مشارکت که وارد مدل شده، این متغیر به تنهایی توانسته ۲۶٫۱ درصد از تغییرات نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار را پیش‌بینی کند. مدل شماره (۲) نشان می‌دهد که پس از اضافه شدن متغیر شبکه روابط این مقدار به ۲۷٫۴ درصد افزایش یافته است. سرانجام در مدل شماره (۳) با اضافه شدن متغیر اعتماد اجتماعی، این رقم به ۲۸٫۲ درصد افزایش یافته است.

جدول ۱۱. مدل رگرسیونی جهت تبیین نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار

مدل	ضریب همبستگی (R)	ضریب تعیین (R Square)	ضریب تعیین تعدیل شده Adjusted R Square	Anova (F)	سطح معنی‌داری (Sig)
مدل شماره یک	۰٫۴۶۱	۰٫۲۶۱	۰٫۲۶۰	۳۰۷٫۱۶۸	۰٫۰۰۰
مدل شماره دو	۰٫۴۸۲	۰٫۳۷۴	۰٫۳۷۳	۲۴۰٫۸۷۵	۰٫۰۰۰
مدل شماره سه	۰٫۴۹۸	۰٫۳۸۲	۰٫۳۸۱	۱۹۹٫۹۱۵	۰٫۰۰۰

جدول زیر نشان‌دهندی ضرایب تأثیر مدل نهایی متغیرهای مستقل تبیین‌کننده نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار است. چنان‌که در این مدل نشان داده شده است، متغیر مشارکت (۰/۴۴۱) و متغیر اعتماد اجتماعی (۰/۲۰۲) به ترتیب، بیش‌ترین و کم‌ترین تأثیر را بر متغیر وابسته مذکور دارند. باید اضافه نمود که از بین سه متغیر وارد شده به معادله رگرسیونی، تمامی متغیرها در معادله باقی مانده است. لازم به ذکر است که تأثیر تمام متغیرها بر متغیر وابسته نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار مثبت است.

جدول ۱۲. ضرایب تأثیر مدل نهایی متغیرهای مستقل برای نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار

متغیرها	ضریب رگرسیونی غیر استاندارد (B)	Std.error	ضریب رگرسیونی استاندارد (Beta)	T-value	سطح معنی‌داری (Sig)
مدل نهایی	مقدار ثابت	۰/۱۵۴		۱۵/۶۱۷	۰/۰۰۰
	مشارکت	۰/۳۸۵	۰/۰۲۸	۱۰/۱۹۷	۰/۰۰۰
	شبکه روابط	۰/۳۷۶	۰/۰۱۹	۶/۱۷۷	۰/۰۰۰
	اعتماد اجتماعی	۰/۱۹۵	۰/۰۲۹	۴/۶۴۱	۰/۰۰۰

نتیجه‌گیری

هدف اصلی در تحقیق حاضر بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و نگرش جامعه محلی نسبت به بوم‌گردی پایدار بوده است. یافته‌های توصیفی تحقیق حاضر نشان داده است که میانگین سرمایه اجتماعی کل پاسخگویان ۳٫۶۳ از ۵ و میانگین کل نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار ۳٫۵۰ از ۵ می‌باشد. در ادامه، یافته‌های استنباطی نشان داده است که سرمایه اجتماعی به همراه سه بعد شبکه روابط، اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی دارای تأثیر معناداری بر نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار می‌باشد. همچنین لازم به ذکر می‌باشد که جهت تأثیر سرمایه اجتماعی بر نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار، مثبت می‌باشد. به این معنا که هرچه میزان سرمایه اجتماعی افزایش یابد، میزان نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار نیز افزایش می‌یابد و در مقابل با کاهش میزان سرمایه اجتماعی، میزان نگرش نسبت به بوم‌گردی پایدار نیز کاهش خواهد یافت.

توان‌افزایی محلی از این رو اهمیت دارد که می‌تواند در ایجاد چرخه‌های پایدار تواناساز مؤثر واقع شود. در این جا فرایند توان‌افزایی محلی منجر به مشارکت آگاهانه و فعال مردم در اجتماع محلی می‌گردد. این فرایند مانند بسیاری از فرایندهای اجتماعی دیگر، فرایندی است تدریجی که با تجربه‌های کوچک آغاز می‌شود. سرمایه اصلی در این تجربه‌های کوچک، اعتمادی است که مردم به هم می‌کنند. مردم کم‌کم فرا می‌گیرند، که گرد هم آمده و با هم درباره نحوه تأثیرگذاری طبیعی موجود در محیط گفتگو کنند.

تجربیات خود را با هم در میان بگذارند و تلاش کنند که با درک نیازها بر منابع مشترک، برنامه‌ای را به منظور بهبود وضع موجود طراحی کنند. تجربه با هم بودن، با هم نشستن، با هم فکر کردن و گفت و شنود و مشاهده، تجربه شیرینی است که یک تسهیل‌گر محلی می‌تواند نقش مهمی را در شکل‌گیری و تقویت آن ایفا نماید (نوری نشاط، ۱۳۸۹: ۱۴).

برخی از نتایج تحقق حاضر با تحقیقات انجام شده توسط سلمانی و همکاران (۱۳۸۹) و ژائو (۲۰۱۱) هم‌خوانی دارد و تأیید کننده نتایج آن تحقیقات می‌باشد. در این تحقیقات سرمایه اجتماعی به عنوان بستر و همچنین ساختاری جهت توسعه گردشگری روستایی در نظر گرفته شده است. در مورد منشاء سرمایه اجتماعی، قطعیتی وجود ندارد. دلیل اینکه چرا بعضی از جوامع نسبت به سایر جوامع سرمایه اجتماعی بالاتری دارند هنوز مشخص نیست. با این حال تحقیقات انجام شده در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که کشورهای با سرمایه اجتماعی بالا، به صورت جمعی برای انجام دادن اهداف توسعه در بین بخش‌های گوناگون و فعالیت‌های متنوع، عمل می‌کنند (پاتنام، ۱۹۹۳).

در بستر توسعه، سرمایه اجتماعی به طور کلی متشکل از سه ویژگی است: اعتماد، روابط متقابل، و همکاری. هنگامی که این سه عنصر در جوامع قوی باشند، ساکنان جامعه به احتمال زیاد، بیش‌تر قادر به استفاده از فرصت‌های اقتصادی، جامعه‌سازی، افزایش ظرفیت هستند. توسعه ممکن است روابط بین ساکنان با یکدیگر و یا با جامعه میزبان را تحت تأثیر قرار دهد. بخش قابل توجهی از ادبیات توسعه اجتماعی گردشگری حاکی از آن است که مشارکت ذینفعان و برنامه‌ریزی مبتنی بر جامعه باید در مراحل اولیه‌ی توسعه گردشگری گنجانده شود.

اهمیت سرمایه اجتماعی در این مهم نهفته است که اعتماد و عمل متقابل، همکاری را از طریق کاهش هزینه‌های معامله افزایش می‌دهد چرا که افراد مجبور نیستند هزینه‌هایی را برای نظارت بر رفتار دیگران انجام دهند و به جای آن به ایجاد اعتماد برای انجام کارهای جمعی و گروهی می‌پردازند. لذا اقدام به افزایش مشارکت مردم محلی در طراحی، اجرا و مدیریت طرح‌های بوم‌گردی پایدار می‌تواند عاملی جهت افزایش میزان بوم‌گردی در منطقه مورد مطالعه باشد. همچنین دیدگاه روستائیان در مورد توسعه بوم‌گردی پایدار وابسته به مواردی چون رعایت اخلاق و حقوق شهروندی، حفظ منابع طبیعی، رعایت بهداشت فردی و محیطی می‌باشد. بنابراین، رعایت هنجارهای اجتماعی جذب‌کننده و کنار گذاشتن هنجارهای اجتماعی بازدارنده گردشگری، شرایط مناسبی را برای توسعه بوم‌گردی پایدار شکل می‌دهد.

منابع

الوانی، سید مهدی و سید نقوی، میرعلی. (۱۳۸۱). سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها. *فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، ۳۳ و ۳۴، ۳-۲۶.

الوانی، سید مهدی و شیروانی، علیرضا. (۱۳۸۳). سرمایه اجتماعی؛ اصل محوری توسعه. *ماهنامه تدبیر*، ۱۴۷، ۲۲-۱۶. ایمانی خوشخو و آرون، پونه. (۱۳۹۲). نقش اکوتوریسم بر شاخص توسعه انسانی در شهرستان تالش (شاخص نرخ بیکاری، معیشت، درآمد)، *فصلنامه گردشگری گروه مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ*، ۲(۲)، ۶۵-۷۱.

پاتنام، رابرت. (۱۳۸۰). *دموکراسی و سنت‌های مدنی*، ترجمه محمد تقی لفرز، تهران: انتشارات روزنامه سلام. تاجبخش، کیان. (۱۳۸۴). *سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه*، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه. توسلی، غلامعباس و موسوی، مرضیه. (۱۳۸۴). مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تأکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی، *نامه علوم اجتماعی*، ۲۶، ۳۲-۱.

جعفری مهرآبادی، مریم و امامی، فاطمه و سجودی، مریم. (۱۳۹۵). بررسی مولفه‌های سرمایه اجتماعی موثر بر رضایتمندی گردشگران: مطالعه موردی شهر ماسوله. *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۸(۵)، ۷۳-۹۶.

سقا، مهدی و مسعودی، محمد باقر. (۱۳۹۳). *اکوسیستم‌های طبیعی و اکوتوریسم با تأکید بر ایران*، تهران: انتشارات مهکامه. سلمانی، محمد و تقی پور، فریده و رمضان زاده لسبویی، مهدی و جلیلی پروانه، زهرا. (۱۳۸۹). بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در توسعه روستایی: مطالعه موردی روستاهای باغستان و برون، شهرستان فردوس، *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر*، ۴(۱۱)، ۴۰-۱۱.

شاکری زاده، ابراهیم و مهدوی، فاطمه. (۱۳۹۴). تعیین قابلیت و توان بوم‌شناختی شهرستان رودان به منظور کاربری طبیعت گردی با استفاده از روش تصمیم‌گیری چند معیاره. *پژوهش‌های جغرافیای طبیعی*، ۲(۲)، ۳۳۲-۳۱۷.

- شجاعی باغبینی، محمد مهدی و مهرمنش، آرش و انصاری، رضا. (۱۳۸۷). *مبانی مفهومی سرمایه اجتماعی*. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- صالحی، صادق. (۱۳۹۵). *توسعه بوم‌گردی در روستای جنت رودبار با تأکید بر مشارکت جوامع محلی*، طرح تحقیقاتی، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مازندران.
- فرانکفورد، چاوا و نجمیاس، دیوید. (۱۳۸۱). *روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی*. ترجمه فاضل لاریجانی و رضا فاضلی، تهران: سروش (انتشارات صدا و سیما).
- فیل، دیوید ای. (۱۳۸۸). *مقدمه‌ای بر طبیعت‌گردی*. مترجم جعفر اولادی قادیکلایی، مازندران: انتشارات دانشگاه مازندران.
- نوری نشاط، سعید. (۱۳۸۹). *پژوهش محلی و برنامه‌ریزی برای حفظ محیط زیست و منابع طبیعی*. تهران: نشر برگ زیتون.
- Aref, F. (2011). Sense of community and participation for tourism development. *Life Science Journal*, 8(1), 20-25.
- Bourdieu, Pierre. (1985). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Richard Nice (Tran) ,Rootled & Keagan Paul.
- Bourdieu, P., & J. C. Passeron. (1997). *the Inheritors: French Students and their Relations to Culture*, Chicago. University of Chicago Press.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism management*, 27(6), 1274-1289.
- Choo, H., & Jamal, T. (2009). Tourism on organic farms in South Korea: a new form of ecotourism². *Journal of Sustainable Tourism*, 17(4), 431-454.
- Van Houwelingen, P. (2012). Neighborhood associations and social capital in Japan. *Urban Affairs Review*, 48(4), 467-497.
- Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A., & Duangsaeng, V. (2014). Success factors in community-based tourism in Thailand: The role of luck, external support, and local leadership. *Tourism planning & development*, 11(1), 106-124.
- Macbeth, Jim, Carson, Dean. Northolt, Jeremy. (2004). Social Capital, Tourism & Regional Development: SPSS as a basic for Innovation and Sustainability, *Current Issue in Tourism Journal*, 7(6), 502-522.
- Jaafar, M., Bakri, N. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Local community and tourism development: A study of rural mountainous destinations. *Modern Applied Science*, 9(8), 399.
- Stone, M. T., & Rogerson, C. M. (2011). Community-based natural resource management and tourism: Nata bird sanctuary, Botswana. *Tourism Review International*, 15(1-2), 159-169.
- Orams, M. B. (2002). Marine ecotourism as a potential agent for sustainable development in Kaikoura, New Zealand. *International Journal of Sustainable Development*, 5(3), 338-352.
- Viren, P. P., Vogt, C. A., Kline, C., Rummel, A. M., & Tsao, J. (2015). Social network participation and coverage by tourism industry sector. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(2), 110-119.
- Park, D. B., Lee, K. W., Choi, H. S., & Yoon, Y. (2012). Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea. *Tourism Management*, 33(6), 1511-1520.

- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, N.J: Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and Revival of American community*. New York, N.Y.: Simon & Schuster.
- Putnam, R. (1993). The prosperous community: Social capital and public life. *The american prospect*, 13(Spring), Vol. 4. Available online: <http://www.prospect.org/print/vol/13> (accessed 7 April 2003).
- Putnam, Robert, D. (1999). *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life*, the American Prospect, Inc.
- Rattanasuwongchai, N. (1998). *Rural tourism—the impact on rural communities*, Bangkok: Thailand: Kasetsart University, Department of Career Sciences.
- Warner, M. (1999). Social Capital Construction and the Role of the Local State 1. *Rural sociology*, 64(3), 373-393.
- Zhao, W., Ritchie, J. B., & Echtner, C. M. (2011). Social capital and tourism entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1570-1593.