

شناسایی و رتبه بندی مولفه های فرهنگی گردشگری منطقه گرگاب بر اساس فرآیند سلسله مراتبی

علی اکبر فاتحی^۱، نرگس عطریان^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات فرهنگی و رسانه، گروه علوم ارتباطات واحد شاهین شهر، دانشگاه آزاد شاهین شهر، ایران
^۲ استادیار گروه علوم ارتباطات واحد شاهین شهر، دانشگاه آزاد شاهین شهر، ایران.

نویسنده مسئول:

نرگس عطریان

چکیده

مقدمه: فرهنگ یک عامل مهم در تعیین رفتار است و یکی از مقوله هایی که با گردشگری ارتباط دارد مقوله فرهنگ است و صاحب نظران اعتقاد دارند که فرهنگ یکی از عوامل مهم در توسعه جهانگردی است.

مواد و روش ها: هدف پژوهش که شناسایی پتانسیل های فرهنگی شهر گرگاب و رتبه بندی بود تحقیق به صورت کیفی و کمی و به صورت تحلیل محتوای و روش سلسله مراتبی انجام شد. ۱۲ نفر از خبرگان به شکل نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. روش جمع آوری اطلاعات مصاحبه بود. مصاحبه ها در نرم افزار MAXQDA بارگذاری شد. ابزار گردآوری داده ها در بخش کمی، پرسش نامه ای بود که براساس (AHP) اجرا شد. تجزیه و تحلیل سیستم توسط نرم افزار Expert Choice صورت پذیرفت.

یافته ها: ۶۸ کد اولیه استخراج گردید. با ادغام کدها، ۱۶ طبقه فرعی و با ادغام زیر طبقات مشابه، ۵ طبقه اصلی حاصل گردید. تم های اصلی شامل پتانسیل های فکری، اکولوژیکی، محیطی، تفریحی و هنری بودند. نتایج در بخش کمی نشان داد پتانسیل های هنری (۰/۳۰۶)، پتانسیل های تفریحی (۰/۲۲۰)، پتانسیل های محیطی (۰/۱۸۶)، پتانسیل های اکولوژیکی (۰/۱۸۴) و پتانسیل های فکری (۰/۱۰۳) را به خود اختصاص داد.

نتیجه گیری: پس از تبیین مصاحبه ها، استفاده از پتانسیل های همچون استفاده هدفمند از برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا به صورت مشارکت اجتماعی و مذهبی در سطح خیابان های منطقه، وجود موقعیت استراتژیکی از نظر کریدور مسافرتی در بزرگراه اصفهان - تهران و نمایش هنر قالی بافی توسط بانوان منطقه به عنوان نتیجه پژوهش حاصل شد.

کلید واژه ها: گردشگری، پتانسیل های فرهنگی، منطقه گرگاب، روش سلسله مراتبی

مقدمه

گردشگری شهری در دنیای امروز یکی از بخشهای مهم توسعه فرهنگی محسوب می گردد. این فعالیت مهم از دیدگاههای مختلفی مورد توجه قرار گرفته است. بعضی آن را به عنوان بخشی از بازار گردشگری می شناسند و عده ای نیز آن را سیاستی برای توسعه شهری قلمداد می کنند. شهر گرگاب در زمره مناطق شهری نزدیک به مرکز استان اصفهان یعنی شهر اصفهان است که به رغم دارا بودن ظرفیتهای فرهنگی، اجتماعی، تاریخی، اقتصادی و سیاسی و ... دچار فرسایش سرمایه های فرهنگی و گردشگری است و این امر موجب محدودیت در توسعه فرهنگی این شهر شده است. از این رو نیازمند طرحی جامع برای تحول فراگیر و پایدار در عرصه های گوناگون کالبدی، فعالیتی و رفتاری در جهت ارتقای گردشگری و توسعه فرهنگی این منطقه شهری هستیم. شناسایی پتانسیل های مربوط به گردشگری و تقویت آن در مناطق شهری، به ویژه در شهر گرگاب، و پیاده سازی مدلی جهت ارتقای سطح فرهنگی گردشگری امری ضروری به نظر می رسد.

یکی از عوامل جذب کننده جهانگردان به مقصد مورد بازدید، عامل فرهنگی است که متفاوت از فرهنگ جهانگرد باشد. در واقع این تفاوت ها است که ایجاد انگیزه می نماید و عزم سفر را در افراد به وجود می آورد (احمدی، ۱۳۹۶).

ایران کشوری با تنوع آب و هوایی گوناگون و چهار فصل است در هر فصلی از سال منطقه ای مناسب برای توسعه صنعت جهانگردی دارد. در بعد فرهنگی هم ترکیبی از چند فرهنگ و تنوع زیستی می باشد، ضمن این که خاستگاه یکی از کهن ترین فرهنگ های بشری بوده و به لحاظ ویژگی های جغرافیایی و اقلیمی در طول تاریخ کوره ی ذوب فرهنگ و اقوام قلمداد شده است (آقاجانی، ۱۳۹۶). در واقع آنچه که ما به عنوان جاذبه ها در کشورمان داریم به خصوص آثار و بناهای تاریخی و علمی و فرهنگی نمودی از فرهنگ ماست و نشان دهنده آن موقعیتی است که از گذشته های بسیار دور برای ما مانده است واز این نمادها اکنون می توان جهت توسعه صنعت جهانگردی بهره مند شد. با توجه به اینکه صنعت جهانگردی ابعاد گوناگونی دارد مثل جهانگردی تفریحی، فرهنگی، علمی، ورزشی، و غیره آن بعدی که بیش از همه می تواند در جهت رشد گردشگری به ما کمک کند جهانگردی فرهنگی است (تاج زاده نمین و همکاران، ۱۳۹۳).

شهر اصفهان و روستاهای حاشیه آن دارای جاذبه های برای توسعه فرهنگی و گردشگری محسوب می شوند. گردشگری روستایی می تواند سهمی در متنوع سازی اقتصادی و توسعه پایدار داشته باشد و با ایجاد اشتغال و درآمد موجب توسعه مناطق توسعه نیافته گردد. اگرچه مشاغل مربوط به این صنعت خیلی تخصصی و پر درآمد نیستند، منافع بسیاری را نصیب روستاییان می کنند. گردشگران برای اقامت خرید کالاهای محلی و خدمات پول پرداخت می کنند. این پولها در فعالیتهای محلی جریان می یابد و موجب تحرک روستاییان در برآوردن نیازهای بازدیدکنندگان می شود. گردشگری روستایی با ایجاد اشتغال، افزایش سطوح درآمد، متنوع سازی فعالیتهای اقتصادی، افزایش سطح آگاهی های اجتماعی و ایجاد روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان به حفاظت از میراث فرهنگی و محیط زیست طبیعی کمک کرده و با جلوگیری از مهاجرت بی رویه و بهینه سازی بهره برداری از زمین به توسعه روستایی پایدار کمک می کند. توسعه پایدار ابعاد مختلفی دارد. یکی از آنها به اقتصاد مربوط می شود که در آن توسعه از چرخه محلی به سمت چرخه بین المللی حرکت می کند. گردشگری روستایی پایدار به فرصتهای درآمدی خوبی برای اجتماعات محلی منجر می شود. دومین بعد به اکولوژی مربوط می شود که روش آن حرکت از تخریب به سوی حفاظت است. توسعه پایدار به معنای محدود کردن مصرف منابع فرهنگی و طبیعی و به حداقل رساندن آسیب به آنها و در صورت لزوم سود حاصل از توسعه ترجیحاً صرف بهبود محیط زیست و منابع فرسوده شود. بعد سوم به ارزشهای فرهنگی و اجتماعی مربوط می شود که به حفظ یا تغییر وضع موجود منجر می شود (قدسی، ۱۳۹۳).

بخش مهمی از فرایند گردشگری که به صورت ذهنی شکل گرفته و در تعامل گردشگر و ساکنین بروز پیدا می کند، فرهنگ پذیرش گردشگر است. هر چه افراد یک جامعه بیشتر پذیرای گردشگر باشند، سایر رفتارها و مشارکت های آن ها در گردشگری نیز مثبت و به سمت رونق گردشگری خواهد بود. فرهنگ پذیرش گردشگر از نوع برخورد با گردشگران تا نحوه پذیرایی و تمایل برقرای ارتباط با افراد ناشناس را در بر میگیرد (مرشدی زاده، ۱۳۹۲).

گردشگری همچون موضوعات دیگر علمی و عملی در دنیای امروز مبحثی منفک و جدا از عوامل فرهنگی و سایر گرایش های مربوط به زندگی افراد نیست. در این چارچوب می توان مدیریت زیر ساخت گردشگری را در ارتباط با سایر جنبه های مربوط به آن تعریف کرد بدین معنا که گردشگری خود به عنوان یک موضوع مدیریتی و از طرف دیگر به عنوان موضوعی که در ارتباط با سایر وجوه زندگی افراد است، مورد دقت قرار گیرد (یعقوب زاده، ۱۳۹۶).

رفتار گردشگران نیز به عنوان عملی که عکس العمل ساکنان را در پی خواهد داشت، بر روند گردشگری در مقصد بسار اثرگذار خواهد بود. این موضوع متأثر از مدیریت گردشگری نیز هست و برنامه ریزی و توسعه گردشگری باید در جهت حفظ منافع اقتصادی،

اجتماعی و زیست محیطی مردم منطقه صورت گیرد؛ چرا که در غیر این صورت مردم، گردشگران را سرباری می پندارند که منابع آنان را مصرف می کنند و سود آن نصیب افراد غیر بومی می شود (قادری، ۱۳۸۳: ۴۶).

از فرهنگ محلی در گردشگری به فرهنگ "گردشگری" تعبیر می شود. گردشگری شامل وجوهای فرهنگی مردمان مقصد می شود که در مواجهه با گردشگران بروز پیدا می کند. فرهنگ محلی ساکنان مقصد را میتوان به فرهنگ مدیران و دست اندرکاران همچنین سایر مردم ساکن، مربوط دانست. در همه این موارد نیز مدیریت فرهنگی مقصد تاثیر به سزایی در تجهیز مقصد از این وجه خواهد داشت.

توجه به مقوله رفاه، کیفیت زندگی، و اوقات فراغت شهروندان و نیاز به گردشگری و برنامه ریزی برای ارتقای کمی و کیفی «گردشگری» است. در بسیاری از مناطق به دلایل متعدد، پتانسیل های لازم برای گردشگری هم در بعد نرم افزاری پتانسیل ها و هم در بعد سخت افزاری و کالبدی به صورت مناسب فراهم نشده است حال آن که تمامی گروه های سنی نیازمند فراهم بودن پتانسیل های مناسب هستند. بدیهی است که در صورت فراهم نبودن پتانسیل های لازم در هر دو بعد نرم افزاری و سخت افزاری هدف گذاری برای آن ها در زمینه ی گردشگری با مشکل روبرو خواهد شد. واقعیت این است که نقش عوامل فرهنگی در توسعه پتانسیل های صنعت گردشگری تا آنجاست که امروزه در علم توریسم، در تقسیم بندی گردشگری، یکی از انواع آن به توریسم فرهنگی اختصاص دارد که سازمان جهانی گردشگری^۱ آن را «جایابی انسان ها با انگیزه و میل صرفاً فرهنگی شبیه توره های تحصیلی، هنرآموزی، مسافرت به منظور شرکت در فستیوال ها و رویدادهای فرهنگی دیگر، بازدید از بناها، هنر، زیارت و آشنایی با فولکلور» تعریف می کند (لوتر،^۲ ۲۰۰۵).

در مورد گردشگری و عوامل موثر بر آن نظریات مختلفی وجود دارد. که در ادامه به اختصار به بررسی نظریات مرتبط پرداخته خواهد شد.

دیدگاه جهانی شدن در مورد گردشگری بیان می دارد گردشگری بین المللی به عنوان امید بخش ترین و پیچیده ترین و جایگزین ترین صنعتی است که جهان سوم با آن روبرو است. رشد سریع پیشرفت های تکنولوژی و افزایش تعداد کشورهایی که از کنترل دولتی به سوی اقتصاد بازار حرکت می کنند در حال ایجاد روندهای شدید به سوی جهانی شدن است و سبب تغییراتی مهم در حوزه جهانگردی بین المللی خواهد شد. فرایند جهانی شدن در حال شتاب گرفتن است، اما این امر سبب تغییر چهره این واقعیت که جهانگردی بین المللی اساساً موقوف به مهم ترین کشورهای صنعتی جهان شده است. نگاهی گذرا به الگوی جریان مسافر نشان می دهد که مبادلات جهانگرد غالباً در حال گسترش است و جهانگردان انتخاب های نامحدود دارند (ضرغام، ۱۳۹۴).

نظریات عطایای الهی: این نظریه در سال ۱۹۱۹ توسط هکشر ارائه شد و در سال ۱۹۳۳ توسط اوهلین تکمیل گردید. این نظریه متکی به توزیع عطایای الهی در هر کشور است تا بیانگر مزیت نسبی آن به سایر شرکای تجاری خود باشد. کشورهایی که در بعضی از امور دارای منابع فراوان هستند، از مزیت نسبی تولید و صادرات کالاهای ناشی از این منابع برخوردار خواهند شد (نوابخش، ۱۳۹۲).

نظریه هزینه نسبی: این نظریه ابتدا توسط ریکاردو در سال ۱۸۱۷ بیان گردید. نظریه هزینه نسبی تعداد زیادی از مبادلات گردشگری بین المللی را مشخص می کرد. بررسی هزینه های نسبی مشخص می کند که کشوری می تواند در تولید کالاها و خدمات متخصص باشد که کالاها را نسبت به سایر کشورها با قیمت مناسب تری عرضه کند (منسفلد، ۱۳۸۸).

نظریه مزیت مطلق و دانش فنی: این نظریه بسط و توسط تحلیل آدام اسمیت در تجارت بین الملل است. امروزه این نظریه مترادف است با انحصار صادراتی برخی از کشورها که ناشی از ویژگی های طبیعی یا پیشرفت فناوری این کشورها است. مزیت مطلق نقش سازنده ای در گردشگری بین المللی دارد. در حقیقت برخی از کشورهای دارای منابع گردشگری منحصر به فرد هستند و این منابع به صورت اماکن طبیعی استثنایی و یا از منابع طبیعی شناخته شده در سراسر جهان می باشند و بر حسب اهمیت آن ها در گردشگری بین المللی است که منحصر به فرد بودن کشوری تعیین می شود (اسلی و بویل،^۳ ۲۰۰۹).

نظریه شرایط تقاضا: این نظریه در واقع منطبق بر نظریه تقاضا برای کالاها و خدمات می باشد که مصرف کننده با توجه به درآمد و سطوح قیمتی کالاها، درصد حداکثر کردن مطلوبیت خود می باشد (منسفلد، ۱۳۸۸).

هم چنین نظریه فرهنگ پذیری عنوان می کند که وقتی دو فرهنگ برای مدت طولانی با هم تماس پیدا می کنند. یک مبادله اندیشه ها و محصولات جایگزینش می شود که در سطح متفاوتی از همگرایی بین فرهنگ ها را ایجاد می کند بدین معنا که آنها شبیه تر می شوند. تاثیر میهمان و میزبان که در بحث فرهنگ ها مطرح است از سه طریق انجام می گیرد. الف) وقتی که توریست ها کالا یا خدمات را از مردم محلی در بازار یا هتل ها یا رستوران ها خریداری می کنند. ب) وقتی که توریست ها و میزبان ها دارای تسهیلات مشابهی مانند سرگرمی ها و... باشند ج) وقتی که آنها به طور هدفمندانه ای همدیگر را ملاقات می کنند تا یکدیگر را به کیش هم درآورد و یا اندیشه ها

1 UNWTO

2 Lutz

3 Asli & Boylu

و تجربیات یا اطلاعات را مبادله نمایند. تئوری انگیزش یا تئوری ایسو- اهو لا بیان می دارد اگر چه افراد در پی عوامل مختلف انگیزشی هستند ولی می کوشند تا از تحرک بیش از حد و نیز از بی تحرکی و کسالت خودداری کنند. در این تئوری به احساس فرد مبنی بر قاطعیت و شایستگی به عنوان راه یا وسیله برای درک انگیزه مسافر تاکید می شود و به تجربه هایی که شخص در اثر رفتار خود در سفر به دست می آورد توجه می شود (نوابخش، ۱۳۹۲).

نظریه دیگری که در ارتباط با گردشگری مطرح شده، نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو (۱۹۷۰) می باشد این نظریه سطوح اصلی و بالاتر نیازهای انسان را در نظر دارد و اهمیت هرکدام از آنها بیان می کند. یکی از پر کاربردترین نظریه ها در توضیح پدیده های انسانی از جمله رفتار فرد در گردشگری است. گرچه شواهد تجربی هیچ گاه از نظریه مازلو پشتیبانی نکردند. این نظریه معتقد است که افراد نیازمند به دنبال برآورده شدن نیازهای پایه ی خود هستند و در عین حال حتی در تلاش برای برآوردن نیازهای سطح بالاتر خود مانند جستجوی عشق، اعتماد به نفس، شأن یا بالا بردن روحیه هستند. طبیعی است نگرانی های ایمنی و امنیتی، گردشگران را با خطرهای گوناگونی همراه می سازد. با توجه به این که امنیت و احساس آن در مرحله دوم سلسله مراتب نیازهای مازلو می باشد، عدم تأمین این نیاز، باعث افزایش ناامنی و ترس در نزد گردشگران خواهد شد و لذت و شیرینی سفر و گردش را به دلهره و نگرانی مبدل خواهد کرد (اسلی و بویل، ۲۰۰۹).

دیدگاه سرمایه داری یکی دیگر از این دیدگاه هاست. در واقع زمانی که از یک رویکرد سرمایه داری و از دیدگاه کلان به صنعت گردشگری نگاه می شود از یک طرف گردشگری صنعتی مصرف کننده ی خدمات و محصولات و از طرف دیگر یک بخش تولید کننده ی خدمات محسوب می شود. داده ها یا منابع اصلی برای تولید فعالیت های گردشگری سایت های تاریخی، منابع طبیعی، و میراث هستند. بیشتر یا شاید هم همه ی این منابع و داده ها به صورت مستقیم و غیر مستقیم با محیط در ارتباط متقابلند (یکنسی^۱، ۲۰۱۴). فعالیت گردشگری دارای اثرات متقابل و دوسویه ای میان محیط و گردشگری است (ضیایی و میرزایی، ۱۳۸۸). بنابراین گردشگری اساساً شامل دامنه ای از فعالیتهای وابسته به محیط است. به دلیل این پیوند و وابستگی نزدیک است که حفظ و پایداری منابع محیطی در طول ایجاد و اجرای فعالیت های گردشگری از اهمیت بالایی برخوردار است. در واقع انعکاس دیدگاه و نگرانی های خاص محیط گرایان اولیه دهه ی (۱۹۶۰ و ۱۹۷۰) در باره ی پیامدهای محیطی توسعه گردشگری (دولینگ^۲، ۱۹۹۲) باعث پیدایش و رشد گفتمان^۳ توسعه ی پایدار در چارچوب توسعه گردشگری شد، که در ادامه مفاهیمی چون محدودیت های اکولوژیکی، استفاده ی پایدار از منابع و تعریف ظرفیت های تحمل و تاثیرات زیست محیطی و اجتماعی-فرهنگی گردشگری در سال های اخیر به طور گسترده مورد توجه قرار گرفت (شارپلی^۴، ۲۰۰۹، شارپلی و تلفر^۵، ۲۰۱۵). اعتقاد بر این است که مدیریت و برنامه ریزی گردشگری در یک مقصد بدون در نظر گرفتن زیست بوم ها، منابع فرهنگی-اجتماعی و تاریخی ناقص و محکوم به خطا خواهد بود (یکنسی، ۲۰۱۴) بر همین اساس به موازات رشد و توسعه ی فزاینده ی گردشگری در سراسر جهان، نیاز به توسعه گردشگری فرهنگی به یک موضوع جهانی تبدیل شده است. در راستای نظریه توسعه ی پایدار در یک منطقه، با تاکید همزمان بر پیامدهای مطلوب و نامطلوب گردشگری، حرکت از گردشگری انبوه به سمت رویکرد گردشگری فرهنگی آغاز شده است (قدمی و علیقلیزاده فیروزجانی، ۱۳۹۱).

پژوهش ها نشان می دهند عوامل اقتصادی و زیرساختی (رحیمی و همکاران، ۱۳۸۹؛ نعمتی و آقابخشی، ۱۳۹۲؛ یالپانیان، ۱۳۹۲؛ گلور و پریدیو، ۲۰۰۹)، کیفیت خدمات (چن، ۲۰۱۴)، سن، هدف سفر، آب و هوا، نوع مسکن، اندازه گروه، نوع سفر و فعالیت های انجام شده در مقصد (آلن و همکاران، ۲۰۱۴)، جنسیت، موقعیت اقتصادی خود ادراک شده، و متغیر زمان در دسترس خود ادراک شده (لوسادا و همکاران، ۲۰۱۶) بر روی گردشگری تاثیر گذار هستند. پژوهشی با تاثیر متغیرهای فرهنگی در این خصوص انجام نگرفته است. پژوهش حاضر قصد دارد به بررسی پتانسیل های نیروی انسانی فرهنگی شهر گرگاب به منظور بهره مندی در توسعه فرهنگی و جذب گردشگری در این تحقیق بپردازد.

روش

این پژوهش با هدف شناسایی و رتبه بندی مولفه های فرهنگی گردشگری منطقه گرگاب بر اساس فرآیند سلسله مراتبی صورت گرفت. با توجه به هدف پژوهش، نوع پژوهش نیز متناسب با آن و کیفی و به صورت تحلیل محتوای قراردادی^۶ است. مشارکت کنندگان این مطالعه،

¹ Ekinci

² Dowling

³ Discourse

⁴ Sharpley

⁵ Telfer

⁶ Conventional Content Analysis

۱۲ خبرگان و کارشناسان فرهنگی شهر گرگاب بودند که علاقه‌مند به شرکت در پژوهش بودند که بصورت روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و با اولین مشارکت‌کننده آغاز و تا رسیدن به حد اشباع اطلاعات ادامه یافت.

پژوهشگر پس از کسب اجازه از دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهین شهر با هماهنگی سازمان های ذکر شده اقدام به یافتن افراد جهت شرکت در پژوهش نمود. ۱۲ نفر از خبرگان و کارشناسان فرهنگی شهر گرگاب درگیر با موضوع به پژوهشگر معرفی شدند. پژوهشگر با افراد معرفی شده به صورت تلفنی صحبت نموده و آن ها را با ماهیت پژوهش و اهداف مطالعه آشنا کرده و برای شرکت داوطلبانه در این مطالعه دعوت به همکاری نمود. با توجه به تمایل نمونه ها به مصاحبه و در نظر گرفتن معیارهای ورود به مطالعه موفق به قرار مصاحبه با ۱۵ نفر گردید. از ۱۵ مصاحبه اولیه با توجه به ملاک های خروج از مطالعه ۳ مصاحبه خارج گردید. در نزدیک ترین زمان ممکن پس از مصاحبه‌ها، مصاحبه ها پیاده سازی شدند. با استفاده از مصاحبه نیمه ساختار یافته که به صورت محاوره با مشارکت کنندگان صورت گرفت و هم چنین مشاهده و یادداشت در عرصه، به کسب اطلاعات از مشارکت کنندگان پرداخته شد. کلیه مصاحبه ها با استفاده از دستگاه ضبط صوت ضبط شد و بلافاصله پس از پایان هر مصاحبه گزارش کوتاهی در مورد روند مصاحبه و نکات مهم آن به صورت نوشته تهیه گردید که در مرحله تامل و نوشتن متون بحث و نتیجه گیری مورد استفاده قرار گرفت حداقل مدت مصاحبه ۳۵ دقیقه و حداکثر ۵۴ دقیقه بود. در کوتاه ترین زمان ممکن پس از انجام هر مصاحبه، اطلاعات ضبط شده چندین بار به طور دقیق گوش داده شد و سپس مصاحبه ها کلمه به کلمه بر روی کاغذ منتقل گردید. این عمل بدین منظور انجام گرفت تا دقت اطلاعات منتقل شده بر روی کاغذ افزایش یافته و تسلط بیشتری بر اطلاعات مذکور حاصل گردد.

قابلیت اعتبار یا باور پذیری

در پژوهش حاضر تلاش گردید با کمک اقدامات زیر به افزایش اعتبار داده‌ها کمک شود. نمونه های پژوهش با حداکثر تنوع از نظر جنس، سطح تحصیلات، میزان تجربیات و سابقه کار مشارکت داده شدند. مشارکت کنندگان ضمن برقراری ارتباط صمیمی و جلب اعتماد و رعایت ملاحظات اخلاقی مصاحبه های عمیق در مکانی آرام و خلوت و مورد تأیید آنها صورت گرفت. از بررسی مداوم داده ها، مکتوب نمودن و پیاده نمودن، اختصاص زمان کافی برای ارتباط مناسب داده ها استفاده شد. مرتب کردن مصاحبه ها به صورت کلمه به کلمه، بلافاصله پس از هر جلسه انجام گرفت. سعی شد در همان روز یادداشت ها و تفاسیر خود محقق نیز مکتوب گردد. برای کاهش تورش تحلیلی و ارتقای قابلیت اعتماد متن مصاحبه و دست‌نوشته‌ها در انتهای مصاحبه یا یک روز پس از پیاده سازی صدای ضبط شده توسط مصاحبه‌شونده تأیید شد. (روش دو بار کنترل). تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار MAXQDA (۲۰۱۸)، استخراج و مرور کدها با فاصله زمانی کوتاه یک یا دو روزه پس از مصاحبه، ضمن درگیری مداوم و طولانی گویای ثبات^۱ مدت با داده‌ها انجام شد. از روش بازبینی مشارکت کنندگان^۲ برای تأیید صحت داده ها و کدهای استخراج شده و یا اصلاح آنها استفاده شد. بدین ترتیب که بعد از کد گذاری هر مصاحبه آن را به تعدادی از مشارکت کنندگان بازگردانده تا از صحت کدها و تفاسیر اطمینان حاصل شده و در مورد کدهایی که بیانگر دیدگاه آنها نبود، اصلاح گردید. همچنین خلاصه ای از یافته های پژوهش، با چند تن از مشارکت کنندگان مرور شد و نظرات آنان در خصوص تأیید تحلیل انجام شده اخذ گردید. در مجموع اتفاق زیادی بین پژوهشگر و مشارکت کنندگان در مورد کدهای بدست آمده و معانی آنها وجود داشت. در نهایت از شیوه بازنگری ناظرین^۳ و کنترل توسط ۲ نفر متخصص در زمینه تحقیق کیفی استفاده شد. به این شکل که داده‌ها توسط استاد راهنما و یک نفر با راهنمایی استاد راهنما جهت تطبیق و اطمینان از همخوانی طبقات با اظهارات شرکت کنندگان، بررسی گردید. علاوه بر تأیید کدگذاری ها توسط استاد راهنما، متن کامل سه مصاحبه پیاده شده همراه با کدگذاری و طبقات اولیه به یک نفر از افراد صاحب نظر که در تحقیق شرکت نداشتند، ارائه و نظر تأییدی آن‌ها درجهت پیاده کردن، کدگذاری و طبقات اولیه دریافت شد. صحت و درستی چگونگی فرآیند انجام کار جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل بر مبنای تحلیل محتوا در جلسات حضوری مورد اصلاح و تأیید اساتید راهنما قرار گرفت.

قابلیت انتقال یا انتقال پذیری

در این مطالعه جهت افزایش قابلیت انتقال، پژوهشگر تلاش نمود با توصیف واضح، دقیق و هدفمند فرآیند تحقیق و کارهای انجام شده در مسیر مطالعه، امکان پیگیری مسیر تحقیق و خصوصیات جمعیت مورد مطالعه را برای دیگران فراهم نماید. همچنین از روش بازبینی خارجی استفاده شد. نتایج تحقیق به ۳ نفر از کارشناسان فرهنگی و گردشگری گرگاب که به دلایلی حاضر به شرکت در پژوهش و مصاحبه نشده بودند صحبت شد و افراد موافقت کردند نتایج و کدهای استخراج شده را مطالعه کنند. مطالعه نتایج تحقیق توسط این افراد نشان داد که توافق زیادی بین کدهای استنباطی و طبقات آن با نظرات و تجارب این افراد وجود دارد.

¹ Dependency

² Member Check

³ Peer check

قابلیت تأیید یا تأییدپذیری

تأییدپذیری زمانی حاصل می‌گردد که سایر پژوهشگران قادر باشند به روشنی مسیر پژوهش و اقدامات صورت گرفته توسط محقق را دنبال کنند و در مورد یافته ها نیز توافق داشته باشند. محقق در این پژوهش سعی نمود با حفظ مستندات در تمام مراحل پژوهش و گزارش مبسوط آن به تضمین قابلیت تأیید پژوهش کمک کند. در بازنگری و نظرخواهی از سایر همکاران و خبرگان فرهنگی و گردشگری که با نحوه آنالیز کیفی آشنا و در تحقیق شرکت نداشتند، نیز روندی که پژوهشگر در استخراج نتایج طی نموده بود مورد تأیید قرار گرفته است.

پایایی ابزار یا اطمینان پذیری

در این مطالعه برای فراهم آوردن قابلیت اعتماد و اطمینان، سعی محقق بر آن بوده که مراحل تحقیق و تصمیمات اخذ شده و فعالیت‌های پژوهشگر درباره چگونگی جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها در طول آن را به طور دقیق مستند و ثبت نماید. همچنین کدهای اولیه از تفسیر تجارب شرکت‌کنندگان و مثال‌هایی از چگونگی استخراج تم‌ها و گزیده‌هایی از متن مصاحبه‌ها برای هر یک از تم‌ها، ارائه شد. همچنین برای پایایی داده‌ها از نظرات اصلاحی استاد راهنما استفاده شد.

تحلیل داده‌ها با شروع جمع‌آوری داده‌ها به صورت تلویحی آغاز گردید. در این پژوهش، برای تجزیه تحلیل محتوایی تمام مصاحبه‌ها از فرآیند استقرایی و کدگذاری استفاده شد. ابتدا کل مصاحبه بلافاصله بعد از انجام هر مصاحبه دست‌نویس و تایپ‌شده، کل متن مصاحبه برای رسیدن به درک کلی از محتوای آن و استخراج کدها، داده‌ها کلمه کلمه چندین بار خوانده شد، مفهوم و محتوای نهفته در داده‌ها در قالب یک تم اصلی استخراج گردید. کلمه‌ها، جمله‌ها و پاراگراف‌هایی از گفته‌های شرکت‌کنندگان که حاوی نکات مهم و مرتبط با موضوع پژوهش بودند، به‌عنوان واحد معنایی^۱ لحاظ شدند. کدهای اولیه استخراج و سپس با مقایسه دائمی داده‌ها، کدهای مشابه و همپوشان مشخص و ادغام بر اساس شباهت‌ها طبقه‌بندی گردید. برای کدگذاری اولیه از کلمات خود شرکت‌کنندگان و برداشت‌های پژوهشگر از گفته‌های آنان استفاده شد. کدها چندین بار بازخوانی شده و بر اساس تشابه معنایی در زیر طبقات و طبقات اصلی جایگزین شدند. کدها بر اساس تشابه، تفاوت معنایی و مفهومی طبقه‌بندی و تغییر شکل داده و محدودتر شدند تا الگوی مفهومی معنادار از ارتباط بین طبقات شناسایی و درون‌مایه‌ها ظاهر گردد. فرآیند برگشت و بررسی تمامی داده‌ها، به‌منظور اطمینان از روایی درون‌مایه‌های استخراج گردیده از داده‌ها، به‌صورت مجزا انجام شد. سپس یک اسم مفهومی که انتزاعی‌تر از مجموعه آن مقوله‌ها باشد، برای آن طبقه خاص در نظر گرفته‌شده و با کدگذاری و ایجاد روابط بین هر مقوله و مقوله‌های فرعی^۲ مرتبط با آن، داده‌ها به‌صورت جدید با یکدیگر مرتبط شدند. وقتی در داده‌ها، پدیده خاصی وجود داشته باشد، مفاهیم آن طبقه‌بندی^۳ می‌شوند. درنهایت با بازنگری مجدد طبقات، کدها و داده‌های درون‌مایه اصلی مطالعه مشخص شدند تا وقتی که درون‌مایه‌ها مشخص و داده‌ها به اشباع برسد، مصاحبه‌ها ادامه یافت. در تمامی مراحل سعی شد تا پیش‌فرض‌های محقق در روند تحلیل داده‌ها دخالت داده نشوند. بعد از تأیید ۱۲ مصاحبه توسط پژوهشگر در نرم افزار (MAXQDA ۲۰۱۸)، بارگذاری شده و هر مصاحبه به‌منظور تحلیل محتوا چندین بار مطالعه شده و کدگذاری گردید.

پیش از شروع کار از شرکت‌کنندگان رضایت‌نامه کتبی دریافت شد. پیش از شروع کار شرکت‌کننده (داوطلب) از موضوع و روش اجرا مطالعه مطلع شد. از اطلاعات خصوصی و شخصی داوطلبین محافظت شد. نتایج در صورت تمایل برای آنها تفسیر شد. در صورت مشاهده هرگونه اختلال، راهنمایی‌های لازم جهت پیگیری به داوطلبین ارائه شد. مشارکت در تحقیق موجب هیچگونه بار مالی برای شرکت‌کنندگان نشد. این پژوهش با موازین دینی و فرهنگی آزمودنی و جامعه هیچ گونه مغایرتی ندارد. محیط مناسب و پذیرایی مختصر جهت انجام مصاحبه فراهم شد.

یافته‌ها

در مطالعه افراد مشارکت‌کننده بر اساس نمونه‌گیری هدفمند و در مجموع ۱۲ نفر شرکت داشتند، به طوری که معیارهای لازم را دارا بوده و قادر بودند اطلاعات غنی و کاملی را در اختیار پژوهشگر قرار دهند. ویژگی‌های شرکت‌کنندگان مورد مطالعه نشان داد تحلیل با مشارکت ۱۲ مشارکت‌کننده (۷ مرد و ۵ زن) صورت گرفت. و مدرک تحصیلی ۱۶/۷ درصد دکتری، ۵۸/۳ درصد کارشناسی ارشد و ۲۵ درصد دیگر کارشناسی و حوزوی بوده است.

در پاسخ به سوال اول تحقیق مبنی بر این که پتانسیل‌های گردشگری منطقه گرگاب کدامند از تحلیل محتوای کیفی استفاده شده و با کدبندی مصاحبه‌ها نتایج زیر به دست آمد:

¹ Meaning Unit

² Subcategory

³ Categories

پتانسیل های فرهنگی در منطقه گرگاب شامل پنج تم اصلی از جمله نوع پتانسیل های فکری- اعتقادی، پتانسیل های موقعیتی- اکولوژیکی، پتانسیل های محیطی، پتانسیل های تفریحی و پتانسیل های هنری- تاریخی می باشد. نتایج حاصل به صورت تم، طبقات اصلی و طبقات فرعی در جدول ۱ و شکل ۱ آمده است.

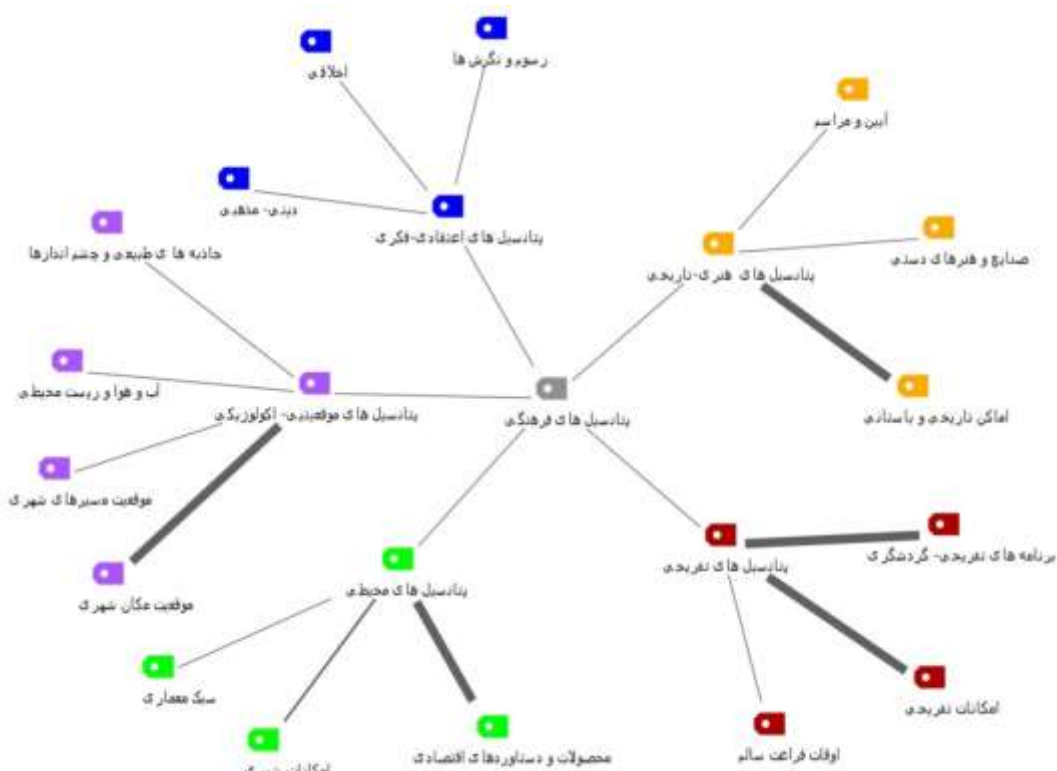
جدول (۱) تم ها، طبقات اصلی و طبقات فرعی

تم	طبقات اصلی	طبقات فرعی
پتانسیل های فکری- اعتقادی	رسوم و نگرش	حفظ بافت مذهبی باوجود مهاجرین
		چادر پوشش اصلی زنان بویژه در مراسمات مذهبی
		برگزاری مراسم های مذهبی ویژه
	اخلاقی	وجود مردم خیر و نیکوکار.
		همکاری و ارتباط با یکدیگر
		مردمی مومن و خیر و معتقد به کمک به همونوع
	دینی- مذهبی	راه اندازی قطار شادی در اعیاد مذهبی
		حضور فراگیر در مراسم های ویژه تاسوعا و عاشورا
		برگزاری برنامه های شاد ویژه اعیاد مذهبی به خصوص در عید غدیر
پتانسیل های موقعیتی- اکولوژیکی	جاذبه های طبیعی و چشم اندازها	مناظر زیبایی از مزارع خربزه و گلخانه ها
		برنامه ستاره شناسی - نجوم به دلیل کویری بودن
		جاذبه گرم و خشک بودن
		کویری بودن
	آب و هوایی و زیست محیطی	آب و هوایی گرم و خشک
		کشت جایگزین به دلیل کم آبی
		آب و هوای خشک و زمستان های سرد
		داشتن هوای مطبوع و تمیز نسبت به کلان شهرها
	موقعیت مسیرهای شهری	وجود ایستگاه مسافری در کنار شهر و ایستگاه شاهین شهر
		داشتن یک پل بزرگ فی ما بین این شهر و شهر شاهین شهر
		داشتن مسیرهای مختلف برای ورود و خروج
		امکانات سفر به تهران و اصفهان از طریق شاهین شهر
	موقعیت مکان شهری	موقعیت خوبی به عنوان استراحتگاه بین شهری
		مهاجرپذیری و تنوع فرهنگی و نزدیکی به شاهین شهر و اصفهان
		بسیار استراتژیک از نظر کریدور مسافرتی و بزرگراه اصفهان - تهران
		اتصال به شاهین شهر
		داشتن فاصله نسبتاً کم با مرکز استان

همجواری با شهر تمدن فرهنگ خلاقیت		
باقی ماندن قسمتی از بافت قدیمی و جالب شهر گرگاب	سبک معماری	پتانسیل های محیطی
وجود معماری بافت جدید و قدیم یعنی شهری - تاریخی		
وجود بافت سنتی- مدرن ساختمان ها		
بافت قدیمی و مدرن به لحاظ شهرک سازی شدن و وجود مهاجرین		
پایین بودن هزینه زندگی	امکانات شهری	
نزدیکی و دسترسی به جاده اصلی		
نزدیک بودن به شاهین شهر		
حمل و نقل و تاکسی های آنلاین		
وجود پژوهشگران و دانشمندان علمی در دانشگاه های هم جوار منطقه		
کشت محصول معروف خربزه	محصولات و دستاوردها	
خاک حاصلخیز و محصولات خاص گرگاب		
صادرات محصول خربزه		
کاشت خربزه گلخانه ای		
کاشت پسته به دلیل کم آبی		
وجود باغات پسته و انگور		
پخت نان خانگی و سمنو توسط زنان		
محیط آرام و بدون سر و صدا برای آرامش اعصاب و استراحت فکری		اوقات فراغت سالم
قلل مرتفع و ارتفاعی آن جهت ورزش ها و تفریحات سالم		
سفره خانه ها و نشیمن گاه ها	امکانات تفریحی	
زمین های زیبای کشاورزی		
جاذبه دیدنی بافت شهری- تاریخی		
وجود باغات پسته و انگور		
وجود پارک ها و باغ ها		
ایجاد شب نشینی های مختلف با موضوعات ارزشمند	برنامه های تفریحی- گردشگری	
برنامه هایی همچون اسب سواری ، شتر سواری و برخی مسابقات ورزشی		
شتر سواری و اسب سواری و بازیهای سنتی		
جشن خربزه به لحاظ خاص بودن خربزه گرگاب		
جشنواره خربزه گرگاب		
آیین قدیمی سمنو پزی	آیین و مراسم	پتانسیل های هنری- تاریخی
برگزاری کنگره شهدای شهر گرگاب		

برگزاری مراسم و جشن خربزه	صنایع و هنرهای دستی	
زنده بودن فرهنگ های سنتی و بومی منطقه		
وجود فرش های دستباف صادراتی		
هنر قالی بافی زنان در کنار خانه داری		
پخت غذاهای سنتی مثل سمنو		
پخت نان خانگی		
موزه ی حمام شهر گرگاب	اماکن تاریخی	
کشف و شناسایی ابنیه های تاریخی جدید		
وجود خانه های تاریخی		
بناهای قدیمی و تاریخی من جمله حمام		
وجود خانه های تاریخی و ابنیه های ناشناخته در این شهر		

نتایج حاصل از شکل ۱ و جدول ۱ نشان می دهد که پتانسیل های گردشگری منطقه گرگاب در ۵ تم اصلی و ۱۷ تم فرعی خلاصه شده است:



شکل (۱) نمودار کلی متغیرهای پتانسیل های فرهنگی موثر بر توسعه فرهنگی و گردشگری منطقه (برگرفته از داده های محقق با کمک نرم افزار MAXQDA)

در ادامه به شرح هر یک از تم های اصلی پرداخته می شود:

تم پتانسیل های فکری- اعتقادی موثر بر توسعه فرهنگی و گردشگری

گردشگری شهری و روستایی یکی از شاخه های صنعت گردشگری است، که با توجه به ظرفیت ها و جاذبه های طبیعی و فرهنگی موجود در شهرها و روستاها، می تواند نقش مهمی در تجدید حیات شهرها و روستاها، ایجاد اشتغال و درآمد برای روستاییان، حفاظت از میراث طبیعی، فرهنگی، تاریخی و فرهنگی و در نهایت توسعه یکپارچه و پایدار روستایی داشته باشد. گردشگری با توجه به ماهیت مفهومی و ذاتی خود، در برگرفته ابعاد مختلفی به لحاظ اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی می باشد که می توان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری گردشگری را در هر دو بعد تحلیل کرد. گردشگری و خاصه گردشگری با وجود برخورداری از ماهیت های متفاوت، در همه شرایط دارای بار فرهنگی عظیمی می باشد که می توان از آن به عنوان ماهیت بنیادی نرم افزاری، غیر عینی، بلند مدت و خزشی گردشگری یاد کرد. این اثرگذاری و اثرپذیری فرهنگی در هر دو جامعه میزبان و میهمان مشاهده می شود که بستگی به شرایط اجتماعی، پذیرش یا رد آن متفاوت می باشد. تبادل فرهنگی در زمانی که ناهمسانی و نابرابری بین جامعه میزبان و میهمان بیشتر باشد، افزایش پیدا می کند که از جمله آن می توان به تأثیرات فرهنگی گردشگران شهری در مناطق شهری و روستایی اشاره کرد.

تم پتانسیل های موقعیتی-اکولوژیکی موثر بر توسعه فرهنگی و گردشگری

چشم اندازهای تاریخی و جاذبه های فرهنگی نقش مهمی در میزان جذب توریست فرهنگی به کشور دارد. ایران با داشتن مناطق زیبا و بکر تاریخی باستانی، در ارائه تسهیلات و در نتیجه جذب گردشگر همچنان در تنگنا است به طوری که مقایسه تاریخ و فرهنگ ایران با کشورهای دیگر، و ورود گردشگران معدود به ایران حکایت از ضعف های صنعت جهانگردی در ایران دارد. چشم انداز طبیعی به عنوان اثری طبیعی زمین شناختی از ظرفیت های موثر در رونق اکوتوریسم است؛ برای تعریف چشم انداز طبیعی می توان گفت که شامل خصوصیات بصری و قابل رویت قسمتی از زمین یا ناحیه است که عناصر زنده و غیرزنده ای شامل پوشش گیاهی، حیات وحش، عرصه دریا، جنگل، کوه و حتی ویژگی های اقلیمی و رنگ شناسی را در برمی گیرد. به عبارتی چشم اندازهای طبیعی اماکنی هستند که در آن فرصت تماشای منظره های مختلف طبیعی مانند جنگل، کوه، دره، دریا، بیابان، ساحل، حیات وحش، غروب یا طلوع خورشید را به صورت منفرد و یا توأمان برای هر گردشگری ممکن می کند. چشم اندازهایی که علاوه بر دارا بودن ویژگی های زیبایی شناختی لازم، جاذبه های فرهنگی، قومیتی و اقلیمی را نیز با خود به یدک می کشد و از این رو اهمیت دادن به نقش آن به منظور دستیابی به توسعه پایدار امری ضروری است. نباید از نظر دور داشت. منطقه گرگاب از تنوع اقلیمی برخوردار است اکوتوریسم یا طبیعت گردی یکی از شاخه های توریسم است که بر جاذبه های طبیعی مبتنی بوده، هدف آن گردشگری پایدار است و برنامه ریزی و توسعه زیرساخت ها باید بر اساس شاخص های زیست محیطی انجام پذیرد، موضوعی که در خصوص چشم اندازهای گلستان هنوز مد نظر نیست. اینکه یک یا چند گروه یا تور محلی با طرح فراخوان در شبکه های اجتماعی علاقه مندان به طبیعت را جذب کرده و در هر هفته تعدادی گردشگر را برای دیدن این چشم اندازهای زیبا ببرند، تامل برانگیز بوده و نیاز به بازنگری دارد. جاذبه های فرهنگی شامل اماکن تاریخی، موزه ها، معماری، بناهای مذهبی، مراکز فرهنگی و مراکز مسکونی معاصر می شود. موسیقی، هنرهای نمایشی، شعر، ادبیات، نقاشی، مواردی از این قبیل می باشند.

تم پتانسیل های محیطی موثر بر توسعه فرهنگی و گردشگری

محیط به عنوان رکن اصلی جریان گردشگری در تبلور فضایی برای جذب گردشگر نقش مهمی ایفا می کند و ابزارهای متنوعی را در اختیار می نهد. از این رو گردشگری و محیط (در ابعاد انسانی و طبیعی) به طور متقابل به هم وابسته اند. محیط بسیاری از جاذبه ها را شکل می دهد. در حالی که توسعه جریان گردشگری خود به کیفیت محیط مورد بازدید بستگی دارد. منظور از توانهای محیطی مجموعه داده های طبیعی است که در بهره وری اقتصادی انسان از محیط مؤثر است. در سنجش توانهای محیطی جهت بهره وری گردشگری از محیط، عوامل جغرافیایی متعددی به عنوان عوامل تشکیل دهنده توان محیطی مطرح اند. این عوامل اگرچه در ساختار محیط به صورت نظام مند مرتبط با هم عمل می کنند و هر یک به نوبه خود تحت تأثیر عوامل دیگر شکل می گیرند، ولی بنا به شرایط جغرافیایی و ویژگی های منطقه ای هر کدام در شکل دهی به سیمای طبیعی محیط نقش ویژه ای دارند. عناصر طبیعی در اقتصاد گردشگری به عنوان ماده اولیه و خام در نظر گرفته و به شکل های مختلف عرضه می شود.

گردشگری شهری ترکیب پیچیده ای از فعالیت های مختلف است که از به هم پیوستن ویژگی های محیطی و میزان توانمندی و کشش شهر در جذب بازدیدکنندگان و ارائه خدمات است. نخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت های

مناسب شهری، یکپارچگی همه سازمان های ذیربط و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی است. از طرف دیگر آمایش جاذبه های شهر، استفاده پایدار از منابع گردشگری، ایجاد امکانات و تسهیلاتی که دسترسی به جاذبه ها را تسهیل کند، رضایت خاطر بازدید کنندگان و کنترل محلی دومین شرط لازم در توسعه گردشگری است. در راستای تحقق توسعه گردشگری، مدیریت شهری و امکانات شهری مهم ترین ابزار است. بدین ترتیب مدیریت شهری که از سازماندهی عوامل، نیروها و منابع برای اداره امور و پاسخ گویی نیازهای ساکنان شهر شکل گرفته و شامل کارکردهای برنامه ریزی، اجرا، نظارت و کنترل است، با سازماندهی و شکل دهی به شهر، آماده سازی و مدیریت بهره برداری از جاذبه ها، بهسازی و مرمت سایت های تاریخی، توسعه فضاهای سبز و پارک ها، تبلیغات و بازار یابی برای پتانسیل های گردشگری، اجرای طرح های توسعه شهری و گردشگری، مهم ترین نقش را در توسعه گردشگری شهرها و حوزه های نفوذ آن ها ایفا می کند.

تم پتانسیل های تفریحی موثر بر توسعه فرهنگی و گردشگری

فراغت یک نیاز همگانی است، از این جهت یکی از مسائل اساسی عصر حاضر است. تلاش برای شناختن فراغت گفتگو را به مسئله کار می کشاند. کار و فراغت دو جنبه از یک واقعیت است. این سخن بدان معنا نیست که فراغت را نمی توانیم جدا از مسئله کار بررسی نماییم. بلکه اقتضا زندگی حکم می کند که این دو مسئله را هم در کنار یکدیگر و هم جدای از یکدیگر بررسی کنیم و برای هر کدام چاره ای بیابیم. گروهی کار و فراغت را چنان می نگرند که به لذت و الم می نگرند. ولی جامعه شناسی جدید این را نمی پذیرد. یک زندگی سالم و یک جامعه سالم به کار و فراغت در کنار هم نیاز دارد. بیشترین پیشرفت و بهره گیری در هر دو زمینه مستلزم آن است که این دو مکمل یکدیگر باشند.

کسانی که کارشان را با عشق و لذت انجام می دهند برایشان کار و فراغت از هم جدا نیست. ولی گروهی چنین نیستند و فراغت برایشان یک مسئله اساسی است. فراغت آن بخش از زمان بیداری انسان است که از تعلقات کاری و شغلی آزاد است و به آن کاری می پردازد که می خواهد. برای بیشتر مردم فراغت به معنای زمان است. زمانی که در متن آن احساس آزادی عمل دارند. در نتیجه چنین تصویری ممکن است پدید آید که جامعه حق ندارد برای اوقات فراغت افراد برنامه ریزی کند. البته هر کس می تواند آزادانه برای بهره گیری از زمان فراغت خود راهی بیندیشد. ولی در این اندیشه چندان هم آزاد نیست، زیرا باید از میان امکان های فراغت یکی را انتخاب کند. فراغت به مانند یک ورزش روانی و عصبی باید روح اندوهگین و یأس و ناامیدی را به نشاط و امید برساند. هدف از بحث فراغت هم روشن کردن جنبه های تئوریک و اجرایی آن است. در پرتو این روشنگری است که می توان کارکردهای فراغت را تشخیص داد و چگونگی بهره گیری از آنها را تعیین نمود.

شلوغی بیش از حد شهرهای عصر صنعتی، آلودگی های محیط زیست شهری اعم از آلودگی های هوا و صوتی و نیاز به تمدد اعصاب و استراحت موجب شده است که انسان از هر فرصتی برای پناه بردن به دامن طبیعت و یا لذت بردن از آثار هنری و باستانی داخل شهرها استفاده نموده و خستگی زندگی روزمره را از تن خود خارج نماید.

رشد و توسعه توریسم بین المللی طی هفتاد سال اخیر نتیجه عوامل چندگانه ای بوده است که اهم آن ها عبارتند از: افزایش سطح درآمد، افزایش طول اوقات فراغت از کار، پیشرفت و توسعه وسایل حمل و نقل، کاوش های عظیم و پرازش جغرافیایی و بالاخره طول مدت اقامت در منطقه یا کشور پذیرای جهانگرد. این عوامل کلاً و توأمأ سبب شده اند که توریسم بین المللی در سطح جهانی و سیاحت و گشت و گذار داخلی در سطح کشورها و شهرها توسعه یابد.

در حقیقت برنامه ریزی برای توریسم، برنامه ریزی برای اوقات فراغت انسان هاست به صورتی که انسان از محل خود خارج شود و حداقل یک شب را در محیطی دور از محل اقامت دائم خود به منظور عمدتاً تفریحی و تفرجی سپری نماید. از این رو محصول بخش گردشگری و توریسم، ایجاد نشاط و آرامش و رضایت خاطر از تعطیلات و اوقات فراغت برای انسانی است که باید سرشار از انرژی و نشاط بر سر کار خود بازگشته و چرخه از گردش اقتصادی کشورش را به حرکت درآورد.

تم پتانسیل های هنری-تاریخی فرهنگی موثر بر توسعه فرهنگی و گردشگری

آیین ها، آداب و رسوم هر ملت، سازنده عناصر فرهنگی جامعه محسوب می شوند. تنوع، تفاوت ها و کثرت آیین ها و آداب و رسوم از دلایل غنای فرهنگی یک جامعه است. در روزگار بحران هویت یکی از راه های حفظ هویت فرهنگی، بازگشت به آیین ها، آداب و رسوم سنتی و فولکلوریک است. سرزمین ایران از دیرباز به عنوان یکی از گهواره های تمدن مطرح بوده است. برخی از آداب و رسوم رایج مردم کنونی ایران، مانند جشن نوروز و چیدن سفره هفت سین، چهارشنبه سوری، جشن تیرگان، مهرگان، سده، امرداد، پنجابدر و سیزده بدر، شب یلدا و برخی آئین های دیگر، بازمانده آداب و رسوم ایرانیان پیش از اسلام است. اگرچه پس از اسلام نیز جشن ها و آداب و رسوم مختلف

فرهنگی، مذهبی نیز بجای مانده است که در جای خود نیازمند توجه ویژه است، مانند جشن های میلاد، غدیر، قربان، فطر و...؛ در باز شناسی عناصر فرهنگی همانند شب چله (شب یلدا) آنچه بیشتر از همه خودنمایی می کند کرامت رابطه انسان با انسان است. فلسفه پیشینیان در شب یلدا در قالب مثل ها، شعر ها، روایت ها و شاهنامه خوانی ها به آموزش نسل بعد می پرداختند و نسل آینده را با آنچه از پیشینیان به آنها رسیده بود هر چند شفاهی آشنا و آگاه می کردند.

تمامی ملزومات شب چله بهانه ای برای شادی، پیوند دوباره با آفرینش، احساس هویت و پیوند با جاودانگی است. شاید به ظاهر یک شب نشینی بوده و هست اما، فلسفه آن ایجاد پیوند میان نسل های مختلف در یک خانواده است. چیزی که امروزه به مدد تکنولوژی و فضای رسانه ای و مجازی خانواده ها را به تنهایی و انزوا کشانده است. نسل جدید و امروزی ما که بیشترین اطلاعات خود را از فضای مجازی دریافت می کند به راستی تا چه اندازه از رسوم، آیین، جشن و اعیاد ما که بخشی از هویت و فرهنگ ما را تشکیل می دهد، اطلاع دارند. اما اطلاعاتی که بوسیله تکنولوژی های مدرن رد و بدل می شود، سبب دلبستگی و پیوند عاطفی نسل های مختلف نمی شود و گاهی به دلیل وابستگی مردمان به رسانه های نوین، جدایی و گسست بین آدمیان بیشتر هم می شود.

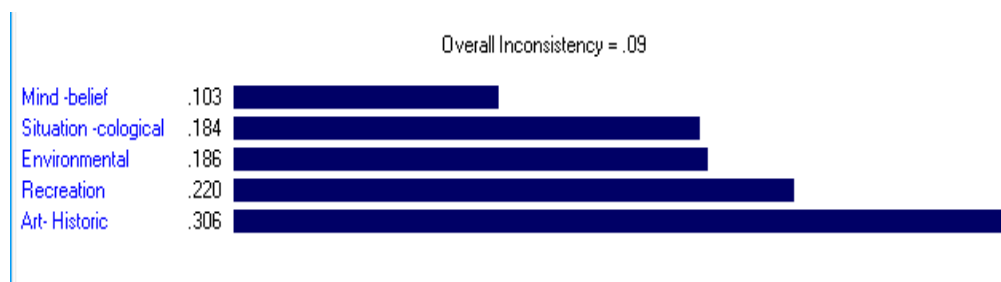
برای پاسخ گویی به سوال دوم مبنی بر رتبه بندی پتانسیل های شناسایی شده در منطقه گرگاب چگونه است از تحلیل سلسله مراتبی استفاده شد که نتایج در ادامه آمده است:

پس از وارد نمودن داده های پرسش نامه سلسله مراتبی اخذ شده از خبرگان در نرم افزار اکسپرت چویس و ترکیب نتایج به دست آمده از هر پرسش نامه با یکدیگر، ضریب تأثیر پتانسیل های فرهنگی محاسبه گردید که در جدول ۲، به ترتیب نزولی مشاهده می شود. براساس این نتایج ۳ پتانسیل فکری- اعتقادی، پتانسیل های موقعیتی- اکولوژیکی، پتانسیل های محیطی از میزان تأثیر نزدیک به یکدیگر برخوردارند و به ترتیب در جایگاه خای ۳ تا ۵ از نظر میزان اهمیت قرار گرفته اند. بنابراین در ابتدا با به پتانسیل های تفریحی و پتانسیل های هنری- تاریخی پرداخته شود که دارای اولویت بالاتری است و سپس، به تحلیل و طراحی ۳ پتانسیل فکری- اعتقادی، پتانسیل های موقعیتی- اکولوژیکی، پتانسیل های محیطی به ترتیب اولویت بپردازد.

جدول (۲) رتبه بندی معیارهای اصلی پتانسیل های فرهنگی

رتبه	ضریب تأثیر	معیار اصلی
۵	۰/۱۰۳	پتانسیل فکری- اعتقادی
۴	۰/۱۸۴	پتانسیل های موقعیتی- اکولوژیکی
۳	۰/۱۸۶	پتانسیل های محیطی
۲	۰/۲۲۰	پتانسیل های تفریحی
۱	۰/۳۰۶	پتانسیل های هنری- تاریخی

نرخ ناسازگاری حاصل شده از مقایسه زوجی معیارهای پتانسیل های فرهنگی ۰/۰۹ به دست آمد، با مقایسه این مقدار با مقدار ۰/۱، این نتیجه حاصل می گردد که ناسازگاری به دست آمده کمتر از ۰/۱ است و این موضوع نشان دهنده دقت بسیار بالای مقایسات زوجی خواهد بود.



شکل (۲) ضریب تأثیر پتانسیل های گردشگری فرهنگی در منطقه گرگاب

بحث و نتیجه گیری

گردشگری عمدتاً برای آشنایی با میراث‌های هنری و فرهنگی، آداب و رسوم، بناهای تاریخی و معماری صورت می‌گیرد. در گردشگری فرهنگی، گردشگران در تلاش برای آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان کاوش در چشم اندازهای فرهنگی جوامع انسانی و درک آن‌ها هستند. در این نوع گردشگری به جذابیت‌های فرهنگی از قبیل موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، ارکسترها، نمایشنامه‌ها، هنرهای دستی، معماری، سبک زندگی، آداب و رسوم بومی و... توجه می‌شود. بنابراین فرهنگ و آثار فرهنگی خود به عنوان جاذبه اصلی گردشگری محسوب شده و بدون فرهنگ که تفاوت‌ها را ایجاد می‌کند، همه جا شبیه هم خواهد بود و گردشگری عینیت نخواهد داشت. از نظر فنی، گردشگری فرهنگی، حرکت انسان برای دیدن جاذبه‌های فرهنگی خاص همچون مکان‌های با میراث فرهنگی، نشانه‌های زیبایی شناختی و فرهنگی، هنرها و نمایش‌ها که در خارج از مکان معمولی سکونت قرار دارد، می‌باشد. اما باید گردشگری در هر نوع و مقیاسی را فعالیتی دو پهلوی یا در واقع، به شمشیری دو لبه تشبیه نمود که از دید مثبت قادر است موجبات پیشرفت‌های اجتماعی-اقتصادی را فراهم آورد، اما در عین حال، رشد سریع و بی‌رویه آن ممکن است آن را به عامل اصلی تخریب محیط زیست و نابودی هویت محلی و فرهنگ‌های بومی و سنتی جامعه میزبان تبدیل سازد. چرا که بیشترین سهم توسعه گردشگری متکی بر جاذبه‌ها و فعالیت‌هایی است که به محیط طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی مناطق گردشگری مربوط می‌شوند.

توریسم در دنیای ارتباطی امروز یک حرکت جدید و یکی از عناصر مهم و اثرگذار ارتباطی بین تمدن‌ها تلقی می‌شود. صنعت توریسم نقش بسیار قدرتمندی در روند توسعه کشورها به عهده دارد و دارای ابعاد گسترده‌ای است که مهم‌ترین زمینه‌های مورد توجه ملل مختلف ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. ارتباط بین ملل و جوامع مختلف در تحقق این زمینه‌ها و شرایط، ضرورتی اجتناب ناپذیر است. همان طوری که منابع اقتصادی، راه‌ها و جاده‌های مواصلاتی، نیازهای فرهنگی و ارتباطات تاریخی و اجتماعی از ضروریات ارتباط مستمر و مداوم بین کشورها و ملل مختلف است و از زیر ساخت‌های توسعه به حساب می‌آید، نمی‌توان از عامل اقلیم و آب و هوا و تأثیر آن بر توسعه و تحول در بخش توریسم غافل بود، چراکه این مقوله از شرایط و زمینه‌های اولیه و اصلی ارتباطات بین کشورها و حتی بین مناطق و سرزمین‌های یک کشور و یا منطقه محسوب می‌گردد. ایران علاوه بر توانمندی‌های اقتصادی، فرهنگی، تاریخی و اجتماعی از نظر موقعیت مکانی و آب و هوا شرایط مطلوب و منحصر به فردی را در منطقه دارا است.

به طور کلی باید گفت در مفهوم محیط جغرافیایی، قبل از هر چیز تأکید بر موجودیت و حضور جامعه است و نمی‌توان ویژگی‌های جامعه را از شرایط طبیعی یا مکانی جدا کرد. هر چشم انداز جغرافیایی، هماهنگی و سازگاری انسان را با شرایط مکانی ظاهر می‌سازد و هیچ محیط جغرافیایی بدون نمایش فعالیت‌های انسان تحقق نمی‌یابد، از این جهت روی فرهنگ انسانی و بستر مکانی بیش از هر چیز تأکید می‌شود، که با گذشت زمان یعنی در طول تاریخ شکل گرفته و به حیات خود ادامه می‌دهد. از آنجا که مناطق جغرافیایی هر کدام ویژگی‌های خاص خود را دارد، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی نیز به تبعیت از آنها شکل می‌گیرند و به همین دلیل حوزه‌های فعالیت گردشگری نیز متنوع بوده و از حوزه‌ای به حوزه دیگر فرق می‌کند. در واقع هر کدام از محیط‌های طبیعی، جغرافیایی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی زمینه ساز فعالیتهای گوناگونی هستند که گردشگری نیز از جمله آنها محسوب می‌شود. ارتباط میان جغرافیا و برنامه ریزی از یک سو و پذیرش دید برنامه ریزی در مطالعات گردشگری از دیگر سو، بعد جغرافیایی را غنای بیشتری می‌بخشد. شالوده علم جغرافیا دروازه فضا نهفته است. افزون بر آن، در دهه‌های اخیر مدل سازی نیز در این علم از جایگاه خاصی برخوردار بوده است. از سوی دیگر مطالعات گردشگری نیز به نوبه خود متضمن پذیرش مفهوم فضا و مدل سازی می‌باشد. در حقیقت بنیان مدل‌های گردشگری در ملحوظ نمودن واژه‌های محیط طبیعی، محیط دست ساز و مصنوع بشر از زیر ساخت‌ها، فناوری و سیستم اداره واحدهای جغرافیایی می‌باشد، که همه و همه بار جغرافیایی گردشگری را استحکام می‌بخشد. جغرافیا بر بستری که فعالیتهای گردشگری در آن تحقق می‌یابد می‌تواند اثرگذار باشد.

امروزه تولید صنایع دستی که مزین به نقش آثار تاریخی، باستانی و یادمان‌های ویژه هر کشور است در دستور کار صنعتگران جهان قرار دارد و تلاش می‌شود که حتی بخشی از این گونه آثار که از سنگ، چوب، فلز و یا بر روی سرامیک و پارچه پدید می‌آید با قیمت‌های ارزان در اختیار توریست‌ها قرارگیرد. نقش و اهمیت صنایع دستی بعنوان هنری مقدس، صنعتی مستقل، بومی و اصیل با جنبه‌های قوی کاربردی از جهات هنری، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی بر همگان آشکار است که نقش بی‌بدیلی در توسعه گردشگری پایدار دارد. امروزه تمامی ممالک جهان، اعتقاد به تأثیر متقابل صنایع دستی و صنعت گردشگری دارند. چرا که در عمل و تجربه در یافته‌اند که هنرهای صناعی یکی از عوامل بسیار مؤثر در جلب و جذب گردشگر در تمامی گرایش‌های ملی، منطقه‌ای و داخلی است و متقابلاً به این نتیجه هم رسیده‌اند که صنعت گردشگری می‌تواند به رشد، توسعه و گسترش صنایع دستی و بهبود کیفیت آن کمک کند. پس شایسته است که ما توسعه هنرهای صناعی را به طریق اولی در زادگاه آن، یعنی روستا جستجو کنیم، روستا مادر شهرهاست و به تعبیری شهر، زائیده روستا است. این فرزند قدر شناس و یاغی چون به حرف والدیهی خویش گوش نداد، مورد آق والدین

قرار گرفته و امروز شهر دچار آنچنان در هم تنیدگی و گره خوردگی شده که مهاجرت معکوس و یا پناه آوردن مجدد به آغوش زادگاه اولیه یعنی روستا را برگزیده است. رمز ماندگاری و حیات آینده کشورها در روند جهانی شدن، در گرو نگاه کیفی و برنامه ای به صنایع دستی است. مولود فرآیند جهانی شدن حرکت به سمت یکپارچگی زندگی بشری است و آنچه که در این فضا می تواند اصالت و قومیت ها را زنده و پویا نگه دارد، عمق دادن به هنر و فرهنگ محلی و منطقه ای با رویکرد زمان خود است. فضای جهانی شدن، روح حاکم زمان ماست و با انزوا، بی تفاوتی و یا پیروی کورکورانه نمی توان پیروز این میدان رقابت بود.

گذران اوقات فراغت که بخش توریسم یکی از اشکال عمده آن است، تابع دو متغیر زمان و مکان است. با توجه به این عامل، اشکال و شیوه های متفاوت و متنوعی از گذران اوقات فراغت بوجود می آید که هر کدام جایگاه خاص خود را دارند. بنابر این، برای اینکه بتوان ویژگی های صنعت توریسم و فعالیت های آن را مشخص نمود، لازم است معیارها و ضوابط تقسیم بندی گذران اوقات فراغت را باز شناخت. بدین لحاظ دو عامل زمان و مکان در تقسیم بندی اشکال متنوع آن اهمیت زیادی دارد.

واضح است چنانچه در یک منطقه یا سایت گردشگری تاسیسات زیربنایی مناسبی وجود نداشته باشد نمی توان انتظار داشت که صنعت گردشگری در آن منطقه رونق و توسعه چندانی داشته باشد و این موضوع باعث می شود تا رقبا جریانات گردشگری را به نفع خود تغییر دهند. و اما روساخت ها به عنوان تاسیساتی که صرفاً به منظور ارائه خدمات به گردشگران ساخته می شوند از قبیل مراکز اقامتی، مجتمع های گردشگری، بنگاه های تورگردان و... نیز دارای اهمیت زیادی هستند. گردشگر جایی را برای سفر انتخاب می کند که توأمان دارای جاذبه و امکانات رفاهی، تفریحی و سرگرمی باشد چرا که تنها وجود جاذبه در یک منطقه نمی تواند نیازهای گردشگران را مرتفع سازد. تمامی برنامه ریزی ها، بازاریابی و تبلیغات و تلاش های مسئولین و دست اندرکاران بخش دولتی و خصوصی می بایست منجر به جذب گردشگر شود اما اگر قبل از افزایش تعداد گردشگران تاسیسات گردشگری استاندارد و کافی پیش بینی و ایجاد نشده باشد بدون شک تمام تلاش های صورت گرفته بی اثر و بی نتیجه خواهد بود.

علاوه بر اینکه در همه گونه های گردشگری، می توان تبدلات فرهنگی را مشاهده کرد، گردشگری که عمدتاً با محوریت بازدید از آثار فرهنگی مانند میراث های تاریخی، هنری، معماری ها، اماکن مذهبی، موزه ها، نمایشگاه ها، سبک و شیوه زندگی، آداب و رسوم بومی، صنایع دستی، بازی های بومی، موسیقی محلی، آئین های سنتی و... انجام می گیرد که دارای ارزش فرهنگی می باشد. با توجه به غلبه زندگی صنعتی در شهرها، عمده ارزش های هنری سنتی و بومی امروزه در مناطق روستایی واقع هستند که به واسطه انزوای جغرافیایی کمتر تحت تأثیر پدیده جهانی شدن و شهری شدن و صنعتی گرایی قرار گرفته اند. بنابرین می توان بیان کرد که توسعه گردشگری در روستاهای منطقه مورد مطالعه تأثیرات عمیقی بر تغییرات اجتماعی- فرهنگی دارد که برای کاهش سطح تغییرات می توان از طریق آموزش به گردشگران و جامعه محلی در رابطه با اهمیت میراث تاریخی و فرهنگی، زمینه های حفظ ارزش های فرهنگی بومی را در مناطق روستایی دارای میراث و جاذبه های فرهنگی حفاظت کرد.

گردشگری تاریخی راهی در جهت حفظ جاذبه های فرهنگی است. این گونه از گردشگری که گردشگری میراث نیز نامیده می شود و به بازدید از موزه ها، مکان ها و ابنیه تاریخی می پردازد، امروزه بخش عمده ای از گردشگری را به خود اختصاص داده است. این نوع گردشگری یکی از اصلی ترین و مهم ترین انواع گردشگری است و شاید به جرأت بتوان گفت اصلی ترین نقش را در تبلیغ و جذب گردشگران به عهده دارد؛ زیرا آشکارترین و زنده ترین اسناد و نشانه های وجود تاریخ و تمدن در کشورها محسوب می شود. در مجموع دوام و بقا و ثبات این صنعت را در آینده تضمین می کند از جمله جاذبه های گردشگری شهری و روستایی، جاذبه های فرهنگی می باشد که می تواند موجبات حفظ آثار و ابنیه تاریخی- فرهنگی و تقویت بنیه های فرهنگی گردد. زیرا در اغلب موارد این آثار و ابنیه به موازات توسعه گردشگری به عنوان یک جاذبه مورد توجه قرار گرفته و بازسازی، مرمت و مستحکم می شوند و همراه با بهره برداری مناسب برای نسل های آتی حفظ خواهند شد همچنین، افزایش آگاهی های فرهنگی و اجتماعی، از آثار مثبت فرهنگی گردشگری شهری و روستایی است. در پایان راهکارهای زیر جهت بهبود گردشگری در منطقه گرگاب اصفهان پیشنهاد می گردد:

تغییر نگاه مردم به سمت فرهنگ شهری و مستعد اقتصادی با سرمایه گذاری از آثار فاخر و ارزشهای شهر، فعال نمودن رسانه ها و تقویت فضاهای مجازی برای معرفی شهر گرگاب، آگاهی و بیداری مردم در خصوص ارتقای فرهنگ شهر نشینی و معرفی استعداد های موجود در شهر، ساخت استراحتگاه و مجموعه رفاهی بین شهری، ایجاد شهرک های سلامت و قطب سلامت، استفاده از ابزارهای رسانه ای مثل فضاهای مجازی و تشکیل گروه های مختلف مجازی و دعوت از هموطنان، برنامه ریزی و دعوت از خبرنگاران برای شناساندن موقعیت و امکانات موجود در شهر و متصل شدن به تورهای گردشگری شهرهای اطراف، در خواست از جوانان و نخبگان برای تشکیل کمپین گردشگری و به عنوان سفیران این شهر در خارج از شهر گرگاب، ایجاد کاروانسراها یا مجتمع رفاهی بین راهی در مسیر کریدور گرگاب و شاهین شهر (اصفهان - تهران) و عرضه محصولات این شهر و دعوت از مسافری و گردشگران در آن مسیر و هدایت به سمت شهر گرگاب برای گذراندن شبی خاطره انگیز، ایجاد پارک هایی چون پارک مادر و کودک و پارک خانواده و... در این شهر و آرایش زیبا

سازی، برگزاری برنامه های تفریحی شتر سواری و اسب سواری و بازیهای سنتی، ایجاد سفره خانه ها و نشیمن گاه ها که بتواند توجه گردشگران خارجی را به خود جلب کند، ترویج و ایجاد کارگاه های قالی بافی سنتی، تشویق مردم به مرمت خانه های تاریخی و ابنیه های ناشناخته در این شهر در جهت بهره برداری اقتصادی، کشف و مرمت ابنیه های تاریخی جدید و موجود در شهر با همکاری میراث فرهنگی و مدیریت شهر گرگاب.

منابع

- آقاجانی، سمیه، ۱۳۹۶، راههای تقویت جاذبه های گردشگری در شهرهای ایران شوراها، شماره ۲۰، صص، ۲۲-۱۸.
- احمدی، علی، ۱۳۹۶، تأثیرات توریسم تجاری بر توسعه کالبدی فضایی شهر بانه. پایان نامه ی کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- تاج زاده نمین، ا.، اصغری، ه.، اسماعیلی، مشرفی، ۱۳۹۳، رسانه و گردشگری. نهادها و سازمان های مرتبط با گردشگری در ایران، با تاکید بر مفاهیم. چاپ اول. تهران: آوای ظهور، صص ۱۲۳-۴۰.
- رحیمی، ابوالفضل، انوشه، منیره، احمدی، فضل اله، فروغان، مهشید، ۱۳۸۹، تجارب سالمندان تهرانی در زمینه اوقات فراغت و تفریحات، **مجله سالمند (سالمندی ایران)**، سال پنجم، شماره پانزدهم، صص: ۶۱-۷۷.
- ضرغام، حمید، ۱۳۹۴، خوشه های گردشگری (از نظریه تا عمل). تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی
- ضیایی، محمود، میرزایی، روزبه، ۱۳۸۸، چالش های مدیریتی و توسعه گردشگری در مناطق تحت حفاظت سواحل جنوبی دریای خزر (مطالعه موردی پناهگاه حیات وحش میانکاله) فصلنامه مدیریت جهانگردی. شماره ۱۰، ۱-۳۴.
- قادری، زاهد، ۱۳۸۳، اصول و برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی. تهران: انتشارات سازمان شهرداری ها و دهرداری های کشور.
- قدسی، سوده، ۱۳۹۳، روند شاخص اقلیمی گردشگری در شهر اصفهان. **مطالعات مدیریت گردشگری**. دوره ۹، شماره ۲۷، پاییز ۱۳۹۳، صفحه ۱۶۴-۱۴۳.
- قدمی، مصطفی، علیقلیزاده فیروزجانی، ناصر، ۱۳۹۱، ارزیابی توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه دو متب ایده آلیسم و پراگماتیسم. **مجله ی برنامه ریزی و توسعه ی گردشگری**، شماره ۸، ۳۰-۱۱.
- مرشدی زاده، حسن، ۱۳۹۲، اثر شاخص های فرهنگی بر جریان گردشگری. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه ایلام. مدیریت فرهنگی.
- منسفلد، یونل، ۱۳۸۸، گردشگری، امنیت و ایمنی (از نظریه تا عمل). مترجمین علی صحرانشین، مالک جعفری فشارکی، حسام ولیدی. اصفهان: شهید حسین فهمیده
- نعمتی، داریوش، آقابخشی، حبیب، ۱۳۹۲، تهران شهر دوستدار سالمند، گام های آغازین تحقق نخستین پایتخت سالمندی جهان (به مناسبت سال سالمندی)، **پژوهش اجتماعی**، دوره ۶، شماره ۱۸، صص ۱۵-۴۴.
- نوابخش، مهرداد، ۱۳۹۲، جامعه شناسی گردشگری شهری: (تاریخ اندیشه و نظریه در جامعه شناسی توریسم). تهران: انتشارات بهمن برنا.
- یالپانیان، آمنه، ۱۳۹۲، برنامه ریزی محله دوستدار سالمند با رویکرد مشارکتی (نمونه موردی: محله قیطریه، تهران). دانشگاه آزاد اسلامی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی - دانشکده هنر و معماری. کارشناسی ارشد.
- یعقوب زاده، رحیم، ۱۳۹۶، **گونه شناسی گردشگری**. ناشر جامعه شناسان.
- Alén, Elisa. , Nicolau, Juan Luis. , Losada, Nieves. , & Domínguez, Trinidad. (2014). Determinant factors of senior tourists' length of stay, *Annals of Tourism Research*, Vol 49, pp 19-32.
- Asli, Tasci. , & Boylu, Yasin. (2009). Cultural comparison of tourists, safety perception in Relation satisfaction, *scool of tourism and Hospitality. Management*, Mugla University, turkey.
- Chen-Fu, C. (2014). "Tourism expansion, tourism uncertainly and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea", *Tourism Management*, No 30, pp 812-818.
- Dowling, R. (1992). Tourism and environmental integration: The journey from idealism to realism, In C. Cooper and A. Lockwood (eds) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, Vol. 4, pp. 33-46. London: Bellhaven Press
- Ekinci, M. B. (2014). The Cittaslow philosophy in the context of sustainable tourism development; the case of Turkey, *Tourism Management*, 41: 178-189.
- Glover, Petra. , & Prideaux, Bruce. (2009). Implications of population ageing for the development of tourism products and destinations, *Journal of Vacation Marketing* Volume 15 Number 1.
- Losada, Nieves. , Alen, Elisa. , Domínguez, Trinidad. , & Nicolau, Juan Luis. (2016). Travel frequency of seniors tourists, *Tourism Management*, Vol 53, pp 88e95.
- Lutz, Clem. (2005). Economic Aspect of Ecotourism: Wildlife-based Tourism and Its Contribution to Nature, *Sir Lankan Journal of Agricultural Economics*, Vol 5, No1.
- Mahdi, Ali. , Hosseini, Ali. , Pourahmad, Ahmad. , & Hataminejad, Hossein. (2016). Analysis of effective environmental factors an urban health, a case study of Qom, Iran, *Habitat International*.

- Shabgoo Monsef, Seyed Mahmoud. (2015). Cultral factors effecting tourism development in ilam province Indian. Journal of Fundamental and Applied Life Sciences, Vol 5 (S1), 5328-5334.
- Sharpley, R. (2009). Tourism, Development and the Environment: Beyond pp Sustainability? London: Earthscan.
- Sharpley, R. , & Telfer, D. (2015). Tourism and Development: Concepts and Issues, 2end edition. Channel View Publications: UK.
- Soleimanpour, H. (2006). Nature Based Tourism: A Draft International Covenant, Center for Sustainable Development (CENESTA) publication, TEHRAN, IRAN.