

مدیریت فرهنگ شهری و تاثیر آن بر جذب گردشگر فرهنگی (مطالعه موردی: شهر فریدونکنار)

حسین امین تبار^۱، عسگری طالبی^۲، محسن نوتراش^۳، محمد قاسمی^۴، علی مولایی^۵

^۱دانشجوی کارشناسی، مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه امینی، واحد بهنمیر، بهنمیر، ایران (نویسنده مسؤل).

^۲دانشجوی کارشناسی، مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه علمی کاربردی، واحد بابل، بابل، ایران.

^۳دانشجوی کارشناسی ارشد، معماری، دانشگاه غیر انتفاعی پارسا، واحد بابل، بابل، ایران.

^۴دانشجوی کارشناسی، عمران دانشگاه علامه طباطبایی، واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران.

^۵دانشجوی کارشناسی ارشد، معماری، دانشگاه غیر انتفاعی، پردیسان فریدونکنار، فریدونکنار، ایران.

چکیده

در جهان سنتی، فرهنگ در قالب اندیشه و رفتارهایی شکل میگیرد که در هر جامعه‌ای بنیاد زندگی جمعی را تشکیل داده و از نسلی به نسل دیگر منتقل میشود. هنجارهای فرهنگ سنتی برگرفته از میراثی بوده که به نسل امروز رسیده است. از این رو، پژوهش حاضر با هدف بررسی فرهنگ شهری و تاثیر آن بر جذب گردشگر فرهنگی (مطالعه موردی: شهر فریدونکنار) به انجام رسید. این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق را کارکنان و مدیران اجرایی شهر فریدونکنار تشکیل میدهند که تعداد ۶۵۰ نفر میباشند و با توجه به جدول مورگان تعداد ۲۴۲ نفر بعنوان حجم نمونه و بطور تصادفی انتخاب گردیدند. جمعآوری اطلاعات با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام شد و نیز پرسشنامه ها در میان کارکنان توزیع گردید. همچنین جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرمافزار SPSS استفاده شد. روشهای آماری مورد استفاده در این تحقیق آزمون کولموگروف - اسمیرنوف، یک نمونه‌ای و رگرسیون خطی میباشد. با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها، مولفه های فرهنگ شهری (مشارکت جویی، مسئولیت پذیری، رعایت قوانین و مقررات و پایبندی به اصول شهروندی) بر جذب گردشگر فرهنگی در شهر فریدونکنار تاثیری مثبت و معنادار دارد که میتواند راهنمای سیاستگذاری در مدیریت شهری باشد.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ شهری، مشارکت جویی، مسئولیت پذیری، رعایت قوانین و مقررات و پایبندی به اصول شهروندی، جذب گردشگر.

۱- مقدمه

فرهنگ، مجموعه‌ای از رفتارهای آموختنی، باورها، عادات و سنن مشترک، میان گروهی از افراد است که به گونه‌های متوالی توسط دیگران که وارد آن جامعه میشوند، آموخته و به کار گرفته میشوند. در این تعریف، چهار خصوصیت اصلی را در تعریف فرهنگ مدنظر قرار داده است و همین عوامل سبب پذیرش این تعریف از سوی جامعه شناسان شده است. عامل اول، رفتارها و کردارهای مختص یک ملت یا قوم و گروه که هم مورد طبع و پسند آنها، هم آموزشی و تعلیمی هستند. دوم، باورها و اعتقادات آن دسته که از طریق تعیین و به طرز تعلیم، اقناع درونی و تجربی بر ایشان حاصل میشود. سوم، آن نوع عادات و سنتهای مشترک و مورد پذیرش و چهارم خاصیت به ارث رسیدن و تکامل مرحله به مرحله آنها توسط نسل قبل، حاضر و آینده آن جامعه.

در جهان سنتی، فرهنگ در قالب اندیشه و رفتارهایی شکل میگیرد که در هر جامعه‌ای بنیاد زندگی جمعی را تشکیل داده و از نسلی به نسل دیگر منتقل میشود. هنجارهای فرهنگ سنتی برگرفته از میراثی بوده که به نسل امروز رسیده است. این فرهنگ سنتی با توجه به تقاضای موجود در صنعت گردشگری در عصر حاضر میتواند جاذب گردشگرانی باشد که خواهان یافتن مکانهایی با فرهنگ سنتی هستند تا اصالت واقعی را در آن تجربه کنند.

در واقع فرهنگ سنتی به خصوص نشات گرفته از گذشته‌های دور در مناطق مختلف که هنوز دارای اصالتی فرهنگی هستند، میتواند گردشگران بسیاری را به خود جذب کند. از این رو است که در چارچوب گردشگری، تقاضاهای گوناگون فرهنگی در روندی از شناخت دیگر فرهنگها از راه بازدید از مناطق مختلف شکل می‌گیرد.

فرهنگ شهری را میتوان متشکل از ارزشهای گروهی معین و هنجارهایی دانست که از آن پیروی میکنند و کالایی مادی پدید می‌آورند. فرهنگ با زندگی شهری بالیده و راه تکاملی پیموده است. شهر واقعی، فارغ از زمان و مکان، بدون فرهنگ بی معناست. فرهنگ شهری، پدیده‌های کهنسال است که هر روز نو میشود. فرهنگ شهری همراه با دگرگونیهای شگرف سده بیستم، چنان دگرگون گشته است که با تحولات این مفهوم در گستره تاریخ آن برابری میکند. همه عناصر شهری بهطور مستقیم و غیرمستقیم از فرهنگ متأثر میشوند و در مواردی نیز بر آن اثر میگذارند. برای یافتن راهی منطقی و روشمند برای پاسخگویی به پرسشهایی میتوان از الگوی تحلیل سه سطحی بهره جست. این الگوی نوپا گذشته از دو، (فرهنگ انسانی در متن شهری چیست)؟ چون سطح کلان و خرد، سطح میانه‌ای نیز دارد.

برداشت از فرهنگ شهری آن را در سطح میانه که به سازمانها و گروه‌بندیهای اجتماعی اختصاص دارد، قرار میدهد. سطح خرد به فرد رفتار و سطح کلان به ساختار جمعی میپردازد. در برداشت پویا از فرهنگ شهری، ارتباط متقابل سه سطح پیش گفته الزامی میشود. برنامه ریزان شهری به هنگام برخورد با فرهنگ شهری از رابطه ارزشها، هنجارها، روابط انسانی و ساختار شهر و بالاخره برنامه ریزی شهری یاد میکنند. جامعه شناسان فرهنگ شهری را در معنای شهری بودن می‌جویند. برخی غیرشخصی شدن را مهمترین ویژگی فرهنگ شهری میدانند که روابطی با واسطه است نه چهره به چهره.

گردشگری فرهنگی بازدید از جاذبه‌ها، فعالیتها و مراسم فرهنگی میباشد که عوامل عمده انگیزشی برای سفر هستند. این نوع گردشگری شامل زیربخشهایی مانند گردشگری میراث، گردشگری هنری و گردشگری بومی است. به علت وجود تعاریف متنوع و متغیر از فرهنگ، تعریف گردشگری فرهنگی نیز دشوار است. (ریموند ویلیامز ۱۹۷۶)، نظریه پرداز فرهنگی، واژه‌ی فرهنگ را یکی از پیچیده ترین واژگان زبان انگلیسی میداند که دربرگیرنده‌ی "هنر و یادگیری" و "شیوه کلی زندگی" مردم است؛ یعنی،

فرهنگ با گذشته و سنن (مثلاً تاریخ و میراث)، ترجمانهای خلاق (مثلاً کارهای هنری و اجراها)، سبک زندگی و آداب و عادات مردمان مرتبط است. بسیاری از گردشگران، همان اندازه که به فرهنگ مردمان مختلف علاقه مند هستند به سایت های تاریخی، بناهای یادبود، موزهها و نگارخانه ها نیز علاقه مند هستند

۲- مبانی نظری تحقیق

۲-۱- فرهنگ شهری

فرهنگ شهری مجموعه ای از ارزشها، نگرشها، قوانین مشترک بنیادی است که در بردارنده احساس تعلق، احترام به میراث مشترک و همچنین تشخیص حقوق و تعهدات شهروندی است. فرهنگ شهری مجموعه ای از هنجارها، ارزشها و باورهای نوع زندگی انسان را در شهر تعیین میکند و با توجه به موقعیت، کارکرد یا وظیفه اجتماعی که بر آن محول شده، بررسی می شود. از مجموع مطالعات و بررسی های صورت گرفته پیرامون فرهنگ و فرهنگ شهری می توان چند ویژگی کلیدی را در خصوص ارتباط فرهنگ و فرهنگ شهری بیان کرد:

- فرهنگ شهری یک کلیت است، زیرا فرهنگ از عناصر مختلف و متعدد تشکیل شده است.
- فرهنگ شهری یک محصول جمعی است، زیرا فرهنگ توسط جامعه شناخته می شود.
- فرهنگ شهری تاریخ مند است، زیرا که از نسل های گذشته به نسل های امروزی می رسد.
- فرهنگ شهری پایدار است، زیرا که عناصر فرهنگ به سختی و در دراز مدت دستخوش تغییر می شوند.
- فرهنگ شهری یک طیف است، زیرا که این فرهنگ در مقابل بی فرهنگی قرار نمی گیرد بلکه از جنبه های مختلف و درجات متفاوتی برخوردار است.

فرهنگ شهری مانند بسیاری دیگر از مواردی که ما از فرهنگ در رابطه با یک موقعیت یا کارکرد و وظیفه اجتماعی صحبت می کنیم، نوعی عمومیت یافتن مفهوم فرهنگ و رایج شدن آن در زبان عام است و لزوما دارای تعریف دقیقی از نقطه نظر فرهنگ شناسی یا علوم اجتماعی نیست.

باید توجه داشت که وقتی ما از فرهنگ چیزی صحبت میکنیم، این فرهنگ، برایمان نه لزوما مثبت است و نه لزوما منفی بلکه بیشتر به ساز و کارها، شرایط شکلگیری، تحول و یا زوال آن توجه میکنیم و رابطه آن را با سایر پدیدههای فرهنگی و اجتماعی (اخلاق شهروندی) میشود، بیشتر به نوعی (فرهنگ شهری) مد نظر داریم در حالی که در زبان فارسی امروز وقتی صحبت از استناد میشود، یعنی وظایفی که شهروندان در یک شهر نسبت به نهادهای اجتماعی و یا سایر شهروندان دارند.

از این نظر رویکردهای جدیدی در برنامه ریزی و مدیریت شهری مطرح شده است که بر مباحث و عوامل فرهنگی تاکید می ورزد. از آن جمله میتوان به برنامه ریزی محلی در زمینه مشارکت مردم در امور مربوط به حفاظت محیط زیست، بازیافت پسماندها، آموزش شهروندی، ابتکارات محلی در صرفه جویی منابع، توانمندسازی، تشکلهای زنان، جوانان و ناتوانان، اشاره کرد.

۲-۲- گردشگری فرهنگی

گردشگری فرهنگی یکی از اشکال قدیمی جهانگردی است که در کنار شاخه های متنوع این صنعت مانند اکوتوریسم، توریسم مذهبی، توریسم ورزشی و ... به رشد و توسعه خویش ادامه می دهد. گردشگری فرهنگی، بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می دهد و به گروه های گوناگونی از مردم مربوط می شود که به دور دنیا، کشورهای گوناگون و جوامع محلی برای بازدید از رخدادهای (رویدادها) گوناگون سفر کرده و به دنبال کسب کردن تجربه از میراث، مذهب و هنر به منظور افزایش آگاهی از کشورهای مختلف و روش های زندگی آنها می باشند که همگی در برگیرنده طیف وسیعی از تجربه توریست

فرهنگی می باشد. گردشگر فرهنگی به عنوان نمونه می تواند در برگیرنده اجرای هنرهای نمایشی، بازدیدهای فستیوالی از آثار تاریخی و یادبودها، تورهای آموزشی، موزه ها، میراث های طبیعی و فسیوال های مذهبی باشد. در این گونه از گردشگری عوامل متعددی می تواند زمینه ساز جذب گردشگران باشد که بازدید از جاذبه های فرهنگی سنتی مانند موزه ها و گالری ها یکی از عوامل رونق دهنده آن می باشد (ریچاردز، ۲۰۰۶: ۲۳).

ریچاردز بیان می کند، گردشگری فرهنگی تنها مصرف محصولات فرهنگی گذشته نیست، بلکه به فرهنگ امروز و سبک زندگی امروزی نیز مرتبط است. به همین دلیل گردشگری فرهنگی هم گردشگری میراثی (مرتبط با هنرها و فرهنگ گذشته) و هم «گردشگری هنری (مرتبط با محصولات فرهنگی امروزی) را در بر می گیرد. مشخص است که آگاهی در مورد گذشته و حال نشان می دهد که گردشگری فرهنگی هم بر مبنای تاریخ و میراث یک مکان و مردم آن و هم بر مبنای زندگی امروزی آنها قرار دارد. لذا گردشگری فرهنگی را می توان نوعی جهانگردی برای آشنایی با میراث فرهنگی و هنری، آداب و رسوم، بناها و آثار تاریخی با هدف های آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی دانست. در سال ۱۹۹۱ اتحادیه اروپا، گردشگری فرهنگی را به صورت زیر تعریف نمودند:

تعریف تکنیکی: به تمام فعالیت های مردم در جهت جاذبه های خاص فرهنگی مانند موزه ها، آثار باستانی، نمایش های هنری و فستیوال ها، خارج از محل سکونتشان اطلاق می شود.

تعریف مفهومی: حرکت مردم در جهت آشکارسازی نمادهای فرهنگی به دور از محل معمول سکونتشان، با هدف جمع آوری تجربیات و اطلاعات جدید برای برطرف کردن نیازهای فرهنگیشان. در هر دوی این اشکال از گردشگری فرهنگی، گردشگر اساساً با تجربه نزدیک و دست اول ارتباط با مردمی که زمینه فرهنگی متفاوت با او دارند، انگیخته می شود (اسمیت، ۲۰۱۳). به طور کلی، در گردشگری فرهنگی هدف اصلی گردشگر دیدن جلوه های فرهنگی یک مقصد از قبیل مراسم رفتارها، نمایشنامه ها، نمایشگاه ها، هنر و موسیقی آن است (کاظمی، ۱۳۹۶: ۲۷).

در بحث گردشگری فرهنگی می توان موضوع را از دو زاویه اصلی مورد بررسی قرار داد. در واقع، نخستین بخش گردشگری فرهنگی به گردشگری مرتبط با میراث تاریخی یک جامعه باز می گردد، محور این دیدگاه بُعد تاریخی جامعه است. در حالیکه در دومین بخش یا دومین نگرش به گردشگری فرهنگی محور موضوع، زمان حال است و فرهنگ جاری یک جامعه را به عنوان موضوع خود پی جویی می کند. گردشگری فرهنگی طبق اصول جهانی به ۲ نوع تقسیم می شود:

گردشگری نوع اول: که دیدار از سایتهای ملموس مانند موزه ها، سایتهای تاریخی، باستان شناسی، معماری و ... می شود گردشگری نوع دوم: که شامل آثار میراثی ناملموس مانند آداب و رسوم، فرهنگ، نوع معیشت و ... جنبه های علمی مردم شناسی می باشد.

طبق آمار سازمان جهانی گردشگری، ۳۷ درصد گردشگری بین المللی با انگیزه فرهنگی است و به طور چشمگیری این فرایند در حال افزایش است. رشد روزافزون این نوع از گردشگری، توجه برنامه ریزان و سیاستگذاران صنعت گردشگری را در جهان به خود معطوف کرده است و در فرایند برنامه های توسعه ایران نیز این تأثیر به خوبی مشاهده میشود. در حال، به نظر کارشناسان، گردشگری فرهنگی عبارت است از: مسافرت افراد از محل سکونت خود به مکانهایی که جاذبه فرهنگی و تاریخی و یادمانی دارند. این جابه جایی به قصد کسب اطلاعات و ارضای نیازهای فرهنگی انجام میشود. همچنین مشخصه های گردشگران فرهنگی شامل: عبارت است از: تحصیلات دانشگاهی، بالابودن میانگین سنی، شاغل بودن، تمایل به آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، علاقه مندی به چشم اندازهای فرهنگی، برنامه ریزی برای بازدید از موزهها، نمایشگاههای هنرهای

سنتی و صنایع دستی و آثار معماری، تمایل به شناخت آیینها و سنتها و رویدادهایی نظیر چهارشنبه سوری، عزاداریها، تعزیه خوانی و لذت بردن از آثار هنری شامل، نقاشی، خوشنویسی، فیلم، تئاتر، موسیقی، مینیاتور، کاشی کاری، قالیبافی و انواع تزیینات وابسته به معماری میباشد. این گونه گردشگری در طی منشور گردشگری فرهنگی اهداف زیر را مدنظر دارد:

- تشویق و تسهیل کار متصدیان حفظ و مدیریت میراث به منظور نشان دادن اهمیت میراث به جامعه میزبان و بازدیدکنندگان .
 - کمک به پیشرفت و تشویق صنعت گردشگری برای حمایت و اداره گردشگری به شیوه هایی که میراث و فرهنگ های زنده جامعه میزبان را محترم شمارد و آن را اصلاح کند .
 - تسهیل و تشویق گفت و گو میان طرفداران محیط زیست و متولیان صنعت گردشگری درباره اهمیت و شکنندگی مکان های میراث، مجموعه ها و فرهنگ های زنده از جمله نیاز رسیدن به آینده ای پایدار برای آنها .
 - تشویق تدوین کنندگان طرح ها و سیاست ها برای شکل دادن به اهداف و راهبردهای جامع و قابل اندازه گیری مرتبط به ارائه و تبیین مکانهای میراث و فعالیت های فرهنگی در زمینه حفظ و نگهداری آنها.
- علاوه بر این اهداف شکل گیری گردشگری فرهنگی در یک منطقه خود وابسته به تدارک فرهنگی و ارائه جذابیت های موجود، پشتیبانی محلی و منطقه ای از گردشگری فرهنگی در مفهوم ساختار اجتماعی و سازمانی و همچنین وجود جاذبه های فرهنگی و طبیعی در تلفیق با هم و شکل دادن به یک چشم انداز فرهنگی می باشد. از این رو شکل گیری این گونه گردشگری و همراه با آن افزایش آگاهی ساکنان محلی درباره مضرات و منافع گردشگری فرهنگی می تواند مفید واقع شود. در این مبنای حمایت از میراث بوم شناختی و دستیابی به شرایط لازم برای حفظ جمعیت محلی در هر منطقه از جمله دیگر نیازها می باشد . بطور کلی گردشگری فرهنگی در هر منطقه می تواند واجد آثار زیر باشد.
- دوباره کشف کردن و اهمیت یافتن امتیازات فرهنگی گم شده ساکنان محلی
 - امکان تشخیص و توسعه آگاهی های منطقه ای در بعد فضایی و هویت فرهنگی و توسعه فزاینده یک احساس خوب تعلق به یک فرهنگ.
 - ایجاد زیر بناهای اقتصادی، در یک دوره بلند مدت
 - افزایش اشتغال در یک اقتصاد در حال رکود

۱-۲-۲ انواع گردشگری فرهنگی

گردشگری فرهنگی به دلیل گستردگی مفاهیم فرهنگ به انواع مختلفی تقسیم می شود که در ادامه به تعریف هر یک از آنها می پردازیم :

گردشگری میراث: گردشگری میراث با جاذبه های ملموس و ناملموس سر و کار دارد. جاذبه هایی مانند اماکن و شهرهای تاریخی، تاریخ و سبک زندگی جوامع بومی اشاره کرد. به تجمع گردشگران در جاذبه های ملموس مانند اماکن تاریخی ، این اماکن را با مشکل محافظت روبه رو خواهد کرد . جاذبه های ناملموس نیز روزه روز اهمیت بیشتری پیدا میکنند و حفاظت از جاذبه های فرهنگی ناملموس از قبیل زبان، داستانها، سبکهای هنری، موسیقی، رقص و باورهای مذهبی تلاش بیشتری را می طلبد.

گردشگری هنری: گردشگری هنری بازدید از هنرهای دیداری و نمایشی، جشنوارهها و رویدادهای هنری را در برمی گیرد . در این نوع گردشگری علاوه بر دیدار از نگارخانه ها، موزهها، تئاترها و کنسرتها از هنرها، صنایع، رقص و موسیقی محلی نیز بازدید میشود. در این گردشگری مسئله مهم جلوگیری از تجاری سازی محض هنر است که موجب کم ارزش شدن آن می شود.

گردشگری خلاق: گردشگری خلاق حاکی از مشارکت فعال تر گردشگران در مقاصد گردشگری فرهنگی است. در جریان این فعالیتهای گردشگر به تنهایی یا همراه با دیگران چیزی به وجود می آورد مانند نقاشی، موسیقی یا حتی رقص. گردشگران گاه جدا از اجتماعات محلی به فعالیت میپردازند، ولی در بیشتر موارد تعامل بین میزبان و میهمان بخش عمده تجربه سفر گردشگران را شکل میدهد. این گردشگری دسترسی بیشتر افراد را به فرهنگ و تاریخ را امکانپذیر می سازد و در جریان آن، گردشگر فعالیتی تجربه محور انجام می دهد و در فرهنگ واقعی یک مقصد و مردمان آن مشارکت خواهد داشت. گردشگری شهری: گردشگری شهری شامل فعالیتهای گردشگری است که در شهرهای بزرگ و کوچک صورت میگیرند. بسیاری از این فعالیتهای با میراث و هنر شهرهای تاریخی و فرهنگی مرتبط هستند. شهرهای جدید نیز جاذبه های جدیدی را به شکل مجموعه های بزرگ فراغتی و سرگرمی، محله های فرهنگی جدید و خلاق و رویدادهای عظیم عرضه میکنند. گردشگری روستایی: گردشگری روستایی شامل فعالیتهایی است که در مناطق خارج از شهرها انجام میشوند؛ چشماندازهای طبیعی، ممکن است جاذبه های اصلی این مناطق باشند.

تعدادی از فعالیتهای معمول در این نوع گردشگری عبارتند از دیدن جاذبه های زیست محیطی و کشاورزی، گردشگری غذا و نوشیدنی و بازدید از چشماندازهای فرهنگی. هر روز بر تعداد مراکز سلامت و تندرستی یا مراکز جامع در مناطق روستایی افزوده میشود. در بسیاری از این مراکز فعالیتهای فرهنگی، خلاقانه و معنوی (مثلاً یوگا و مراقبه) در جریان است. گردشگری قومی یا بومی: گردشگری قومی یا بومی، آن گروه از گردشگران را به خود جذب میکند که مایلند مردمان محلی را در خانه هایشان ببینند و سنن و آداب و رسوم آنها را از نزدیک شاهد باشند. دلیل علاقه گردشگران به این نوع گردشگری تعامل واقعی و خودجوش بین آنها و مردم محلی است. فعالیتهای معمول در این نوع گردشگری شامل پیاده روی طولانی مدت و شرکت در مراسم فرهنگی یا خلاق مانند رقص یا صنعتگری است. این نوع گردشگری اگرچه میتواند به احیای سنن و افزایش غرور فرهنگی قومیت ها کمک میکند اما باید آسیب های زیست محیطی، اجتماعی و فرهنگی آن را نیز در نظر گرفت. گردشگری فرهنگی عامه پسند یا معاصر: گردشگری فرهنگی عامه پسند یا معاصر شامل فعالیتهای عامه پسند است که بسیاری از گردشگران در اوقات فراغت خود از انجام آنها لذت میبرند (مانند خرید، ورزش، تماشای تلویزیون و سینما). با ساخت جاذبه های جدیدی که گردشگران میتوانند همزمان تجربه کنند (مجموعه های سرگرمی، فروشگاههای بزرگ، پارکهای موضوعی و استودیوها یا مسیره های فیلمبرداری) این علائق گسترش مییابد. با این حال، این فعالیتهای غالباً در حاشیه گردشگری قرار میگیرند. پیرس موسکاردو نیز اثرات مثبت و منفی گردشگری فرهنگی را به قرار زیر (جدول) می داند.

جدول اثرات فرهنگی گردشگران از پیرس موسکاردو

عوامل	اثرات مثبت	اثرات منفی
استفاده از فرهنگ به عنوان عامل جذب	افزایش حمایت از فرهنگ سنتی	تغییر در فعالیت های سنتی و هنری
	به نمایش گذاردن هویت قومی و ملی	وارد شدن به حریم محدوده های سنتی
تجدید حیات آداب و رسوم فراموش شده	تجدید حیات هنرهای سنتی زبان و گویش	شلوغی و ازدحام بیش از حد در مکانهای سنتی
	تجدید حیات آداب و رسوم فراموش شده	

همچنین، کریگ (۲۰۱۰) مطرح می کند که گردشگری بسته به نوع اجتماع، اثراتی مثبت یا منفی دارد و هر اثری بر حسب اجتماع متفاوت است. واضح است که گردشگری و اثرات آن بر اجتماع محلی یک پدیده چندبعدی است که عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم شناختی، محیطی و سیاسی را در بر میگیرد.

جوامع به صورت یکسان در معرض اثرات مثبت و منفی گردشگری قرار دارند. آنها به صورت منفی طبقه بندی می شوند، زمانی که آنها مؤلفه های جامعه را نقض می کنند و به صورت مثبت زمانی که صفات حیاتی را بهبود می بخشد. تنزل محیط زیست، جرم، الکلیسم، مصرف مواد مخدر، فحشا، قمار، افزایش هزینه زندگی و دگرگونی نظام های ارزشی در موضوع اثرات منفی رتبه بندی شده اند.

در مقابل، برخی مزایای مثبت ساکنان نقل شده است مانند منافع اقتصادی و فرصت لذت از یک شالوده بهبود یافته در نتیجه حضور گردشگرها. در میان نتایج مثبت، رقص سنتی، جشن نها و هنرهای رو به فراموشی (در حال مرگ) که شدت فرهنگ، فرصت های اشتغال، رفاه، تحصیلات، حفظ محیط بومی و غیره را بالا می برد، نیز قابل ذکر است. گردشگر در حقیقت برای تغییر در اجتماع محلی به ویژه در زندگی اجتماعی و فرهنگی، عاملی قدرتمند است.

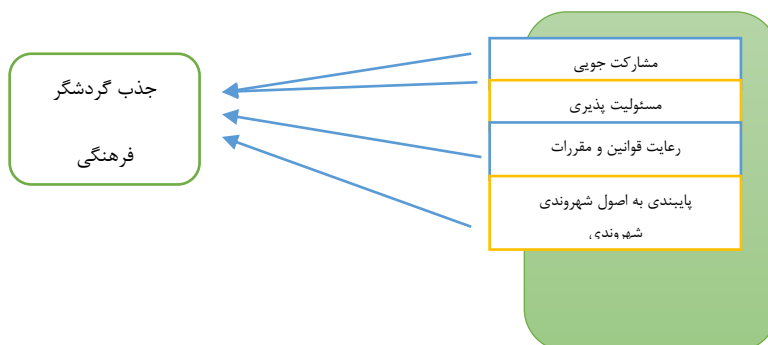
۳- روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر، یک تحقیق توصیفی می باشد که به توصیف ویژگیهای افراد مورد مطالعه جامعه آماری و بررسی فرهنگ شهری و تاثیر آن بر جذب گردشگر فرهنگی (مطالعه موردی: شهر فریدونکنار) پرداخته شده است. همچنین یک تحقیق میدانی از انواع تحقیقات پیمایشی می باشد که با بررسی مجموعه ها، افراد گوناگون و تکمیل پرسشنامه، به جمع آوری اطلاعات پرداخته شده است. جامعه آماری مطالعه حاضر مدیران و کارکنان ادارات اجرایی شهر فریدونکنار به تعداد ۶۵۰ نفر، که حجم نمونه مطابق با جدول مورگان برابر با ۲۴۲ نفر می باشد.

روش نمونه گیری در این تحقیق تصادفی در دسترس است. سهمیه ها بر اساس چهار متغیر سن، جنس، میزان تحصیلات و سابقه خدمت تعیین شده است. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه بوده است. پرسشنامه این تحقیق دارای اعتبار محتوی است که مبتنی بر نظر کارشناسان می باشد و برای سنجش پایایی آن از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. با توجه به عدد ۰/۹۱۲، از پایایی قابل قبولی برخوردار باشد. از روشهای آماری سطح توصیفی مانند شاخصهای مرکزی و همچنین جداول فراوانی به منظور تجزیه و تحلیل دادهها استفاده شده است. جهت آزمون فرضیه ها نیز از نرم افزار SPSS استفاده شده است.

۴- مدل مفهومی تحقیق

این پژوهش در پی تبیین تاثیر مولفه های فرهنگ شهری بر جذب گردشگر فرهنگی (مطالعه موردی: شهر فریدونکنار) با متغیر وابسته جذب گردشگر و چهار متغیر مستقل شامل: مشارکت جویی، مسئولیت پذیری، رعایت قوانین و مقررات و پایبندی به اصول شهروندی شهر و ندهی، اصول شهروندی می باشد که مدل مفهومی تحقیق محقق ساخته می باشد.



۵- تجزیه تحلیل دادهها

۵-۱- آزمون کولموگروف- اسمیرنف جهت نرمال بودن متغیرها

جدول شماره ۱ - آزمون کولموگروف- اسمیرنف

جذب گردشگر فرهنگی	پایبندی به اصول شهروندی	رعایت قوانین و مقررات	مسئولیت پذیری	مشارکت جویی	سطح معنی داری sig
۰/۷۸۹	۰/۰۸۰	۰/۱۶۴	۰/۰۶۱	۰/۱۰۲	۰/۷۶۱

از آنجا که یکی از شروط رگرسیون، آزمون کولموگروف- اسمیرنف، با در نظر گرفتن $0.05 < sig$ میباشد، در آزمون بالا این شرط برقرار است بنابراین متغیرهای مستقل (مشارکت جویی، مسئولیت پذیری، رعایت قوانین و مقررات و پایبندی به اصول شهروندی) و وابسته جذب گردشگر فرهنگی نرمال میباشند و اولین شرط رگرسیون برقرار است.

۲- آزمون فرضیه ها

- فرضیه: مشارکت جویی شهروندان بر جذب گردشگر فرهنگی در شهر فریدونکنار تاثیری مثبت و معناداری دارد.

جدول ۲ - خلاصه مدل

مدل	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف استاندارد تخمین	دوربین واتسون
۱	۰/۰۲۶	۰/۰۰۱	۰/۰۰۵	۰/۲۷۲۲۹	۱/۹۱۹

الف- متغیر مستقل: مشارکت جویی.

ب- متغیر وابسته: گرایش کارآفرینانه.

جدول ۳ - خلاصه جدول ضرایب رگرسیون

سطح معنی داری	آماره T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		Beta	انحراف استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۱۸/۰۰۱	۰/۰۱۶	۰/۱۹۷	۳/۵۴۶	(مقدار ثابت)
۰/۰۰۰	۰/۳۵۰		۰/۰۵۷	۱/۲۰	مشارکت جویی

الف- متغیر وابسته: جذب گردشگر فرهنگی

همانطور که در جدول فوق مشاهده میشود به علت اینکه sig بدست آمده در جدول آنالیز واریانس یک طرفه کمتر از 0.05 میباشد ($0.05 < 0.000$) کل رگرسیون از اعتبار آماری لازم برخوردار است. در مرحله بعد اثر متغیر مستقل بر متغیر وابسته سنجیده میشود. عدد معناداری (sig) متغیرها در جدول ضرایب رگرسیون نشانگر این مطلب است که متغیر مشارکت جویی از اعتبار آماری برخوردار است. چرا که عدد معناداری این متغیر از سطح معنادار 0.05 کوچکتر میباشد. همچنین آزمون دوربین واتسون رابطه بالا عدد 1.919 میباشد که مناسب است. لذا میتوان ادعا نمود مشارکت جویی شهروندان بر جذب گردشگر فرهنگی در شهر فریدونکنار تاثیری مثبت و معناداری دارد.

- فرضیه: مسئولیت پذیری شهروندان بر جذب گردشگر فرهنگی در شهر فریدونکنار تأثیری مثبت و معناداری دارد.

جدول ۴ - خلاصه مدل

مدل	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف استاندارد تخمین	دوربین واتسون
۱	۹/۴۸۱	۰/۷۴۲	۰/۲۱۷	۰/۲۳۸۷۶	۱/۷۰۷

الف- متغیر مستقل: مسئولیت پذیری.

ب- متغیر وابسته: جذب گردشگر فرهنگی

جدول ۵ - جدول ضرایب رگرسیون

سطح معنی داری	آماره T	ضرایب استاندارد		مدل
		Beta	انحراف استاندارد	
۰/۰۰۰	۱۲/۶۴۵	۰/۴۸۱	۰/۱۸۱	(مقدار ثابت)
۰/۰۰۰	۷/۳۴۵		۰/۰۴۴	مسئولیت پذیری

الف- متغیر وابسته: جذب گردشگر فرهنگی

همانطور که در جدول فوق مشاهده میشود به علت اینکه sig بدست آمده در آنالیز واریانس یک طرفه کمتر از 0.05 / 0.05 میباشد ($0.05 < 0.000$)، کل رگرسیون از اعتبار آماری لازم برخوردار است. در مرحله بعد اثر متغیر مستقل بر متغیر وابسته سنجیده میشود. عدد معناداری (sig) متغیرها در جدول ضرایب رگرسیون نشانگر این مطلب است که متغیر مسئولیت پذیری از اعتبار آماری برخوردار است. چرا که عدد معناداری این متغیر از سطح معنادار 0.05 / 0.05 کوچکتر میباشد. همچنین آزمون دوربین واتسون رابطه بالا عدد 1.707 / 1 میباشد که مناسب است. لذا میتوان ادعا نمود مسئولیت پذیری شهروندان بر جذب گردشگر فرهنگی در شهر فریدونکنار تأثیری مثبت و معناداری دارد.

- فرضیه: رعایت قوانین و مقررات شهروندان بر جذب گردشگر فرهنگی در شهر فریدونکنار تأثیری مثبت و معناداری

جدول ۶ - خلاصه مدل

مدل	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف استاندارد تخمین	دوربین واتسون
۱	۹/۴۹۵	۰/۲۱۱	۰/۲۰۶	۰/۲۴۲۰۰	۱/۸۰۳

الف- متغیر مستقل: رعایت قوانین و مقررات.

ب- متغیر وابسته: جذب گردشگر فرهنگی

جدول ۷ - جدول ضرایب رگرسیون

سطح معنی داری	آماره T	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		Beta	انحراف استاندارد	
۰/۰۰۰	۱۶/۱۰۲	۰/۴۵۹	۰/۱۷۵	۲ / ۵۳۴ (مقدار ثابت)
۰/۰۰۰	۶/۹۱۱		۰/۰۴۰	۰/ ۲۷۵ مسئولیت پذیری

الف - متغیر وابسته: جذب گردشگر فرهنگی

همانطور که در جدول فوق مشاهده میشود به علت اینکه Sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ (میباشد) ۰/۰۵ < ۰/۰۰۰، کل رگرسیون از اعتبار آماری لازم برخوردار است. در مرحله بعد اثر متغیر مستقل بر متغیر وابسته سنجیده میشود. عدد معناداری (Sig) متغیرها در جدول ضرایب رگرسیون نشانگر این مطلب است که متغیر رعایت قوانین و مقررات از اعتبار آماری برخوردار است. چرا که عدد معناداری این متغیر از سطح معنادار ۰/۰۵ کوچکتر میباشد. همچنین آزمون دوربین واتسون رابطه بالا عدد ۱/۸۰۳ میباشد که مناسب است. لذا میتوان ادعا نمود رعایت قوانین و مقررات شهروندان بر جذب گردشگر فرهنگی در شهر فریدونکنار تاثیری مثبت و معناداری دارد.

- فرضیه: پایبندی به اصول شهروندی شهروندان بر جذب گردشگر فرهنگی در شهر فریدونکنار تاثیری مثبت و معناداری دارد.

جدول ۸ - خلاصه مدل

مدل	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف استاندارد تخمین	دوربین واتسون
۱	۹/۲۹۶	۰/۰۸۸	۰/۰۸۲	۰/۷۶۰۱۹	۱/۹۸۰

الف - متغیر مستقل: پایبندی به اصول شهروندی.

ب - متغیر وابسته: جذب گردشگر فرهنگی.

جدول ۹ - جدول ضرایب رگرسیون

سطح معنی داری	آماره T	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		Beta	انحراف استاندارد	
۰/۰۰۰	۲۲/۵۹۹	۰/۲۹۶	۰/۱۳۵	۳/۰۵۹ (مقدار ثابت)
۰/۰۰۰	۱/۱۴۳		۰/۰۳۸	۰/۱۵۸ پایبندی به اصول شهروندی

الف - متغیر وابسته: جذب گردشگر فرهنگی.

همانطور که در جدول فوق مشاهده میشود به علت اینکه Sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ (میباشد) ۰/۰۵ < ۰/۰۰۰، کل رگرسیون از اعتبار آماری لازم برخوردار است. در مرحله بعد اثر متغیر مستقل بر متغیر وابسته سنجیده میشود. عدد معناداری

(sig) متغیرها نشانگر این مطلب است که متغیر پایبندی به اصول شهروندی از اعتبار آماری برخوردار است. چرا که عدم معناداری این متغیر از سطح معنادار ۰/۰۵ / کوچکتر میباشد. همچنین آزمون دوربین واتسون رابطه بالا عدد ۱ / ۹۸۰ / میباشد که مناسب است. لذا میتوان ادعا نمود پایبندی به اصول شهروندی شهروندان بر جذب گردشگر فرهنگی در شهر فریدونکنار تاثیری مثبت و معناداری دارد.

۶- نتیجه گیری

هنگامی که عرصه های گردشگری شهری همراه با خصوصیات فرهنگی کالبدی نمادین (باز، نیمه باز و گاهی بسته) متأثر از کنش ها و تعاملات نمادین اجتماعی گردشگر فرهنگی در فضا تبلور می یابد، تجربه حضور حاصل از ارتباط وی با ویژگیهای نمادین فرهنگ شهری (درک سبک زندگی جامعه میزبان) شکل یافته و لذا فضا به مکان گردشگری فرهنگی در شهر تبدیل خواهد گردید. به بیان دیگر فضای اشباع بامعنای فرهنگی، تبدیل به مکان فرهنگی گردیده و لذا مکان های شهری در جذب گردشگر فرهنگی، مکان های گردشگری فرهنگی خواهند بود. ظهور صحنه هایی غیرمتعارف از هنرهای جدید و واقعی در درون شهر ناشی از تجدید نظر از نقش فرهنگ، تغییر مسیر گردشگری فرهنگی سنتی به گردشگری خلاق و تولید صحنه های فرهنگی واقعی در شهر است؛ به گونهای که گردانندگان این صحنه ها هم تولید کننده و هم مصرف کننده کالاهای نمادین فرهنگی بوده و می توانند علاوه بر ایجاد طیف گستردهای از تجارب موثق و چندگانه برای گردشگران فرهنگی، سبب حضور و مشارکت خلاقانه ایشان در تجارب هر روزه شهر گردیده و با حصول معانی و قرائت هایی متفاوت حاصل از هویت آن مکان، در جذب ایشان تأثیر بسزایی داشته باشند.

تجربیات گوناگون نشان داده که گردشگری، فرهنگ جامعه میزبان و گردشگر را تحت تأثیر قرار میدهد. منطقه گردشگری از میراث فرهنگی حفاظت میکند و همچنین زمینه حفظ و ارتقاء، الگوهای فرهنگی در زمینه صنایع دستی، موسیقی، رقص، تئاتر، هنر و آداب و رسوم، سبک زندگی سبک و معماری از جمله جاذبه های مهم گردشگری است که به وسیله گسترش گردشگری زمینه حفظ و ارتقاء آنها را فراهم میسازد. (رنجبریان و زاهدی، ۷۹ : ۱۳۹۷).

با توجه به مطالب فوق و فرضیه های تحقیق حاضر نتایج نشان داد که هر چهار مولفه فرهنگ شهری بر جذب گردشگر فرهنگی تاثیر دارد و لذا مدیران، کارکنان و شهروندان فریدونکنار میبایست نسبت به بالا بردن فرهنگ شهری خود تلاش نمایند. وظیفه مدیران آموزش و پیگیری و نظارت بر رفتار و رعایت قوانین و مقررات، نظم عمومی و نیز وظیفه شهروندان، کمک و یاری مسئولان، مشارکت جویی و مسئولیت پذیری میباشد.

منابع

- ۱) انصاری، سید حسن، (۱۳۹۷)، گردشگری فرهنگی و آثار آن، روزنامه ایران، شماره ۳۹۳۸ به تاریخ ۵ / ۳ / ۹۷، صفحه ۱۳
- ۲) بونی فیس، پریسیلا، (۱۳۹۰) مدیریت گردشگری فرهنگی، ترجمه محمود عبدالله زاده، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران.
- ۳) پاپلی یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی، (۱۳۹۵)، گردشگری پایدار (ماهیت و مفاهیم) انتشارات سمت، تهران.
- ۴) جهانیان، منوچهر و نادعلی پور، زهرا، (۱۳۹۶)، مدیریت گردشگری (تعاریف، ماهیت و اجزا)، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
- ۵) شالیچیان، طاهره، (۱۳۹۳)، صنعت گردشگری و برنامه چهارم توسعه، ماهنامه تخصصی بازار، شماره ۳۲.
- ۶) محلاتی، صلاح الدین، (۱۳۹۱)، درآمدی بر جهانگردی فرهنگی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- ۷) وای گی، چاک، (۱۳۹۵)، جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی، انتشارات مرکز پژوهشهای فرهنگی، تهران.
- ۸) یعقوب زاده، رحیم، دولت آبادی، فیروز، (۱۳۹۸)، گردشگری فرهنگی و راهکارهای ارتقای آن در ایران، انتشارات دانشگاه آزاد، تهران.
- 9) Brian Archer, Chris Cooper, Lisa Ruhanen,(2005) , The positive and negative impacts of tourism, Global Tourism (Third Edition), 2005, Pages 79-102.
- 10) Buckley .R, (2004) , Enviromental Impacts of Ecotourism, Series No. 2, CABI International Publishing, Wallingford, UK.
- 11) Butler Richard; Hall, C. Michael & Jenkins Jhon(1980) , Tourism and recreation in rural case study in Santa Marta; Annals of tourism research; Vol 7,(1).
- 12) Lumesdon, Les & J. Stephan 2004, Tourism & Transport(Issues and Agenda for the New Millennium).
- 13) Margaret Deery , Leo Jago , Liz Fredline, (2011) , Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda, Tourism Management, vol. 33, PP.64-73.
- 14) Mathieson and Wall, (1982) , Tourism; economic, physical and social impacts, Longman, Routledge,London&New York: van no strand Reinhold; 1991.
- 15) Razaq Raj, Nigel D. Morpeth, (2007) , Religious Tourism and Pilgrimage managemenet: an international perspective, CABI international Publishing, Wallingford, UK.
- 16) Brans, J.P., Mareschal, B., Vincke, H., (1986) , How to Select and How to Rank Projects: The PROMETHEE Method, European Journal of Operational Research, Vol. 24, PP. 228-238.
- 17) Brans, J.P., and Mareschal, B, (1994) , The Promcalc-gaia Decision Support System for Multicriteria Decision Aid, Decision Support Systems, Vol. 12, No. 4/5, pp. 297-310.
- 18) Kalogeras, N., Baourakis, G., Zopounidis, C., and Dijk, G., (2004) , Evaluate the Financial Performance of Agri-Food Firms: a “Multicriteria Decision-Aid Approach, Journal of Food Engineering, Vol. 70. pp. 365–371.
- 19) Chou, T., Lin, W., Lin, C., Chou, W., and Haung, P., (2004) , Application of the Promethee Technique to Determine Depression Outlet Location and Flow Direction in DEM, Journal of Hydrology, Vol. 287, pp. 49–61.

- 20) Leeneer, I., and Pastijn, H., (2002) , Selecting Land Mine Detection Strategies by Means of Outranking MCDM Techniques, European Journal of Operational Research, Vol. 139, pp. 327–338.
- 21) Figueira, J., Smet, Y., and Brans, J.P., (2004) , MCDM Methods for Sorting and Clustering Problems: Promethee Tri and Prpmethee Cluster; www.vub.ac.be.
- 22) UNWTO, (2010) , Tourism Highlights 2007 Edition, Available in www.unwto.co