

تحلیلی بر تأثیرات حضور گردشگران بر فرهنگ جامعه با استفاده از رویکرد فازی مطالعه شهر یزد

* سیدحسین اله میرغفوری

** فاطمه عزیزی

*** فائزه اسدیان اردکانی

E-mail: Mirghafoori@yazd.ac.ir

E-mail: Azizi.fateme1750@gmail.com

E-mail: faezehasadian@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۲/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۴/۷

چکیده

امروزه صنعت گردشگری یکی از بخش‌های مهم در اقتصاد جهانی به شمار می‌رود. توسعه گردشگری به‌عنوان یک پدیده فرهنگی، گسترش‌دهنده فرصت‌های تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان است. گردشگری می‌تواند بر فرهنگ جامعه میزبان، به صورت مستقیم یا غیرمستقیم تأثیرگذار باشد. هدف از این تحقیق بررسی تأثیرات فرهنگی گردشگران با استفاده از تکنیک آزمایشگاه آزمون و ارزیابی تصمیم‌گیری (DEMATEL) فازی در شهر یزد است. نتایج نشان می‌دهد که دستیابی به ایده‌های جدید از طریق ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها و روش زندگی آن‌ها، تغییر الگوهای رفتاری جامعه، تقلید از گردشگران و ترک باورهای فرهنگی، احیای غرور فرهنگی و ملی، ایجاد فرصت برای شناخت و سازماندهی منابع غنی فرهنگی منطقه‌ای و بروز تبادلات میان فرهنگی جزء اثرات مستقیم حضور گردشگران در فرهنگ شهر یزد است. نتایج این تحقیق می‌تواند در اتخاذ راهبردهایی برای شناخت و مدیریت اثرات فرهنگی حضور گردشگران در شهر یزد سودمند باشد.

کلید واژه‌ها: گردشگری، فرهنگ، تکنیک آزمایشگاه آزمون و ارزیابی تصمیم‌گیری،

فازی.

* دکتری مدیریت صنعتی، دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، گروه مدیریت

صنعتی دانشگاه یزد، نویسنده مسئول

** دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی

*** دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی



مقدمه

در سال‌های اخیر، گردشگری منبع درآمدی سرشار در تجارت جهانی است. گردشگری در عصر حاضر، به‌عنوان صنعت بدون دود، توانمندی‌ها و طرفداران بسیاری دارد. رشد قابل توجه گردشگری نشان‌دهنده‌ی اهمیت فراوان اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن است (کاظمی، ۱۳۹۰: ۱۶).

امروزه رابطه‌ی لاینفک بین گردشگری و فرهنگ به خوبی شناسایی شده و با آغاز قرن جدید در کانون توجه جهانیان قرار گرفته است. فرهنگ از یک‌سو عاملی برای ایجاد نیاز به سیر و سیاحت است و از سوی دیگر نقشی اساسی در تعیین رفتار، نگرش و روش‌های زندگی مردم ایفا می‌کند؛ بنابراین بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند، گردشگری پیش از آن‌که یک صنعت و فعالیت اقتصادی باشد، پدیده‌ای است فرهنگی و در ایجاد تغییرات فرهنگی بسیار مؤثر است (کاظمی، ۱۳۹۰: ۱۵۲). گردشگری پاسخی به نیاز فطرت جست‌وجوگر انسان برای کشف اسرار زندگی گذشتگان، آشنایی با فرهنگ ملل دیگر و گریز از یکنواختی محیط کار و زندگی معمولی است؛ از این‌رو گردشگری فعالیتی فرهنگی است (کاظمی، ۱۳۹۰: ۱۴۹). رشد گردشگری فرهنگی به‌عنوان گردشگری نوین، توجه سیاست‌گذاران و محققان را در سراسر دنیا به خود جلب کرده است (کاظمی، ۱۳۹۰: ۱۵۳).

یزد اولین شهر خشتی و دومین شهر تاریخی جهان بعد از شهر ونیز ایتالیا است. استان یزد از سرزمین‌های کهن و تاریخی ایران زمین است. از آنجایی که اکثر پژوهش‌های انجام شده در زمینه‌ی تأثیرات گردشگری در این شهر در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بوده و پژوهشی به طور خاص در ارتباط با روابط بین تأثیر حضور گردشگران در فرهنگ جامعه میزبان انجام نشده است و نیز با توجه به اهمیت موضوع، در این پژوهش به تحلیل روابط بین اثرات حضور گردشگران در فرهنگ شهر یزد پرداخته شده است. نوآوری اصلی این پژوهش، طراحی مدل علت و معلولی اثرات حضور گردشگران در فرهنگ شهر یزد است.

گردشگری می‌تواند بر فرهنگ جامعه‌ی میزبان به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم تأثیرگذار باشد، بدین صورت که حضور گردشگران بر برخی از جنبه‌های فرهنگی به صورت مستقیم تأثیرگذار است. این جنبه‌های فرهنگی تأثیر یافته از حضور گردشگران خود باعث ایجاد تغییراتی در سایر جنبه‌های فرهنگی می‌شود. از این‌رو این تحقیق در نظر دارد با استفاده از تکنیک آزمایشگاه آزمون و ارزیابی تصمیم‌گیری (DEMATEL)

فازی، به‌عنوان یکی از تکنیک‌های تصمیم‌گیری مناسب که به روابط سیستماتیک بین متغیرها می‌پردازد، این موضوع را در شهر یزد مورد مطالعه قرار دهد. بنابراین سؤال اصلی این تحقیق این است که تأثیرات فرهنگی حضور گردشگران در شهر یزد چیست؟ نتایج این تحقیق می‌تواند در اتخاذ راهبردهایی برای شناخت و بهبود اثرات فرهنگی حضور گردشگران در شهر یزد سودمند باشد.

مبانی نظری و پیشینه‌ی تجربی

گردشگری پتانسیلی مهم را در سطوح اجتماعی، محیطی و اقتصادی بسیاری از برنامه‌های دولتی به همراه دارد. دولت‌ها، گردشگری را ابزاری برای توسعه و حفاظت از محیط و سنت‌ها با حداقل تأثیر منفی می‌دانند (بوئین، ۲۰۱۳: ۱۱).

توسعه‌ی گردشگری به‌عنوان یک پدیده‌ی فرهنگی، موجب می‌شود که فرصت کافی برای تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه‌ی میزبان به وجود آید. بر این اساس آن‌ها می‌توانند یکدیگر را بهتر درک کرده، به فرهنگ هم بیشتر احترام بگذارند (تقوایی و صفراآبادی، ۱۳۹۱: ۵۹).

در ارتباط با تأثیرات فرهنگی گردشگری می‌توان به دو مورد اشاره کرد. اول این‌که گردشگر، فرهنگ جامعه‌ی میزبان را به سایر جوامع و فرهنگ‌ها معرفی می‌کند. دوم این‌که صنعت گردشگری فرصتی را برای ساکنان ایجاد می‌کند تا فرهنگ خود را، مستقیم و به شکل واقعی، به سایرین عرضه کنند. آثار مثبت صنعت گردشگری می‌تواند با شناسایی فرهنگ‌های خاص و ترویج آن‌ها موجب افزایش آگاهی‌های مردم نسبت به سنت‌های بومی و محلی شود. هم‌چنین به حفظ هنر و صنایع دستی جامعه‌ی میزبان کمک می‌کند (امیر حاجلو و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۷).

کروچ و ریچی و سازمان همکاری اقتصادی و توسعه سازمانی (OECD) دستیابی به ایده‌های جدید از طریق ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها و روش زندگی آن‌ها، تغییر الگوهای رفتاری جامعه (تغییر سبک زندگی سنتی به مدرن)، حفظ میراث فرهنگی، ایجاد فرصت‌هایی جهت تجاری‌سازی و توسعه‌ی فعالیت‌های مرتبط با حوزه‌ی گردشگری فرهنگی (مانند تولید و عرضه‌ی صنایع دستی)، تشویق به تغییر و جهانی‌شدن صنایع دستی و هنر، تقلید از گردشگران و ترک باورهای فرهنگی (از دست دادن اصالت فرهنگی)، تغییرات وسیع در محیط زیست مناطق و تغییر در سبک معماری ساختمان و آداب و رسوم فرهنگی (محلی) را از اثرات گردشگران بر فرهنگ جامعه مطرح کردند



(کراچ و ریچی، ۱۹۹۹: ۱۳۷). هم‌چنین ایجاد فرصت برای شناخت و سازماندهی منابع غنی فرهنگی منطقه‌ای، ایجاد تعارض فرهنگی بین مردم، تحت تأثیر قرار گرفتن ارزش‌ها و باورهای مذهبی و اعتقادی محلی و بروز تبدلات میان فرهنگی نیز از دیگر تأثیرات گردشگری بر فرهنگ جامعه میزبان است (صیدایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۹؛ تقوایی و صفراآبادی، ۱۳۹۱: ۵۹؛ حسینی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۶۳؛ امین‌زاده و دادرس، ۱۳۹۱: ۹۹).

روابط بین فرهنگی و تبادل فرهنگی

برخی از صاحب‌نظران، گردشگری را فعالیتی اجتماعی توصیف کرده‌اند که در برگیرنده رفتار انسانی، استفاده از منابع، تعامل با دیگران، اقتصاد و محیط است. توسعه چنین فعالیتی موجبات استمرار مراودات گردشگران و جامعه میزبان را فراهم می‌کند و در مدت زمان طولانی، موجب بروز تغییر و تحولات فرهنگی و شکل‌گیری فرایند اجتماعی نسبتاً مشخص می‌شود که به آن تعامل میان فرهنگی گردشگر و جامعه میزبان می‌گویند. صنعت گردشگری، بالقوه دارای چنین توانایی در تأثیرگذاری بر فرهنگ‌ها و یا به‌طور کلی مهم‌ترین وسیله تعامل میان فرهنگی جوامع مختلف است (شالچیان، ۱۳۸۲: ۲۱). گردشگری براساس رویکرد گفتمانی، تعاملات میان فرهنگ‌ها را تسهیل کرده و از طریق ارتباطات میان فرهنگی، الگوهای فرهنگی مورد نیاز توسعه را برقرار می‌کند (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۷).

امروزه صنعت گردشگری در دنیا یکی از منابع مهم درآمدزایی و در عین حال از عوامل مؤثر در تبدلات فرهنگی بین کشورها محسوب می‌شود. درباره کارکرد گردشگری در زمینه تعامل میان فرهنگی دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد. برخی منتقدین تحت تأثیر آثار منفی توسعه گردشگری در جوامعی که به هدف کسب منافع اقتصادی هر چه بیشتر به توسعه بی‌رویه این صنعت روی آورده‌اند، بر این باورند که توسعه گردشگری عوارض ناخوشایند فرهنگی به‌ویژه برای جامعه میزبان در پی دارد. تقلید رفتار گردشگران، تغییر زبان و کم‌توجهی به اصالت‌های فرهنگی از جمله این پیامدها بر شمرده شده است. از سوی دیگر طرفداران تعامل میان فرهنگی گردشگری، معتقدند تعامل با گردشگران نتایج ارزشمندی از جمله عرضه مستقیم فرهنگ جامعه میزبان به گردشگران، تقویت غرور و همبستگی ملی و کاهش تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی به همراه دارد و چنین تبدلاتی برای بقای جامعه میزبان و میهمان لازم است، زیرا گردشگری منجر به درک بیشتر فرهنگ بین‌المللی و ایجاد زمینه مناسب برای شناخت و درک سایر فرهنگ‌ها و در نتیجه توسعه فرهنگی می‌شود.

با سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسب می‌توان از آثار میان‌فرهنگی توسعه گردشگری در جهت معرفی فرهنگ اصیل ایرانی به صورت مستقیم و بلاواسطه به جهانیان بهره گرفت و از این طریق بسیاری از تصورات و پنداشت‌های نادرست ناشی از تبلیغات منفی مخالفان ایران و فرهنگ ایرانی را از اذهان جهانیان زدود (کاظمی و کاظمی، ۱۳۹۰: ۱).

تغییرات فرهنگی

تفاوت‌های فرهنگی میان ساکنان و گردشگران می‌تواند زمینه‌ساز بروز تغییرات فرهنگی در جامعه مقصد شود. این تغییرات مرتبط با نظام‌های ارزشی، باورهای مذهبی، سنت‌ها، سبک‌های زندگی، رسوم، شیوه‌های رفتاری، سبک‌های پوشش، ادراک، نگرش‌ها و سایر ویژگی‌ها است (ساری، ۲۰۱۰: ۳۲).

تغییر فرهنگی شامل کلیه تغییراتی است که در هر بخش از فرهنگ اتفاق می‌افتد که شامل هنر، علم، فناوری، فلسفه و هم‌چنین تغییرات در اشکال و نقش‌های سازمان اجتماعی می‌شود (چانگلو، ۲۰۱۳: ۱۸).

پرداختن به تغییرات فرهنگی از ضرورتی انکارناپذیر برخوردار است، چرا که عدم توجه به آن سبب بروز مسائل و آسیب‌های بسیاری در سطوح خرد و کلان و فردی و اجتماعی خواهد شد (کروبی و بذرافشان، ۱۳۹۴: ۷۳).

روابط فرهنگی بین گردشگران و مردمان میزبان، درحالی‌که می‌تواند موجب تغییرات فرهنگ میزبان در جهت تطابق با فرهنگ گردشگران شود، می‌تواند هم‌چنین موجب احیای هویت فرهنگی در سطح محلی شود (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۷). در جدول ۱ به تعدادی از مطالعات انجام شده در زمینه تأثیرات گردشگری بر فرهنگ جامعه اشاره می‌شود.

جدول ۱. تعدادی از مطالعات انجام شده در زمینه تأثیرات گردشگری بر فرهنگ جامعه

| ردیف | منبع | حوزه مورد مطالعه |
|------|-------------------------------|---|
| ۱ | ضرابی و اسلامی پریخانی (۱۳۹۰) | بررسی تأثیرات گردشگری در شهرستان مشکین شهر و ارائه راهکارهایی برای توسعه پایدار گردشگری |
| ۲ | تقدیسی و همکارانش (۱۳۹۱) | بررسی اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری در سطح شهرستان دالاهو از دیدگاه ساکنان و مسئولین |
| ۳ | ضیایی و ضیایی (۲۰۱۳) | بررسی تأثیرات اقتصادی، محیطی، سیاسی و اجتماعی و فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان |
| ۴ | ژانگ و همکاران (۲۰۰۸) | بررسی اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری در کشور چین |

روش تحقیق

نوع تحقیق حاضر از حیث هدف کاربردی است. این پژوهش از نظر رویکرد کیفی و از لحاظ روش توصیفی است. جامعه‌ی آماری این تحقیق را خبرگان آشنا با صنعت گردشگری تشکیل می‌دهند. هدف این پژوهش شناسایی اثرات حضور گردشگران در فرهنگ جامعه میزبان و تبیین و ارزیابی روابط علت و معلولی میان آن‌ها است. به این منظور ابتدا با مرور جامع ادبیات تحقیق، اثرات حضور گردشگران تعیین شد. سپس پرسشنامه‌ی مربوط به روش DEMATEL فازی تدوین و در اختیار ۱۰ نفر از خبرگان قرار گرفت. خبرگان از بین اساتید دانشگاه و افراد صاحب‌نظر در حوزه گردشگری انتخاب شدند. پرسشنامه‌ی مذکور شامل ۱۴ مورد از اثرات حضور گردشگران در فرهنگ شهر یزد بود (جدول ۳) و خبرگان به میزان تأثیر هر اثر نسبت به اثرات دیگر امتیاز دادند. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها با استفاده از روش DEMATEL فازی روابط علی بین اثرات تعیین شده است.

تکنیک DEMATEL فازی از انواع روش‌های تصمیم‌گیری بر پایه‌ی مقایسه‌ی زوجی است. این تکنیک با بهره‌مندی از قضاوت خبرگان در استخراج عوامل، ساختار سلسله‌مراتبی از عوامل موجود را در سیستم با روابط تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متقابل، عناصر مذکور را بدست می‌آورد (میرغفوری و همکاران، ۱۳۹۱: ۹۴). گام‌های این تکنیک به شرح زیر است.

گام اول: ایجاد ماتریس روابط مستقیم

گام دوم: طراحی معیارهای زبانی فازی؛ در این تحقیق از معیارهای کلامی فازی مطابق جدول ۲ استفاده شده است (جاسبی و همکاران، ۲۰۱۱: ۲۴۳).

جدول ۲: تناظر اعداد کلامی با عبارات کلامی

| عبارات کلامی | کاملاً بی‌تأثیر | تأثیر کم | تأثیر متوسط | تأثیر زیاد | تأثیر بسیار زیاد |
|--------------|-----------------|----------------|-------------------|-----------------|------------------|
| مقادیر کلامی | (۰، ۰، ۰/۲۵) | (۰، ۰/۲۵، ۰/۵) | (۰/۲۵، ۰/۵، ۰/۷۵) | (۰/۷۵، ۰/۷۵، ۱) | (۰/۷۵، ۱، ۱) |

گام سوم: ساخت ماتریس تصمیم‌گیری اولیه (\tilde{O})

ساخت ماتریس تصمیم‌گیری اولیه (\tilde{O}) (ماتریس ۱)، در حقیقت از میانگین ساده نظرات تمام افراد استخراج می‌شود (جاسبی و همکاران، ۲۰۱۱: ۲۴۳).

گام چهارم: ماتریس نرمالایزه شده (\tilde{Z}) (ماتریس ۲) محاسبه می‌شود.

گام پنجم: در این گام ماتریس (\tilde{V}) برای هر حد فازی (L_{ij}'' , m_{ij}'' , u_{ij}'')، محاسبه می‌شود.

گام ششم: هر \tilde{V}_{ij} از ماتریس \tilde{V} به عدد قطعی تبدیل می‌شود. سپس ماتریس V ایجاد می‌شود.

گام هفتم: محاسبه‌ی مقادیر $D_i - R_i$ و $D_i + R_i$ که D_i و R_i به ترتیب جمع هر سطر و ستون ماتریس V است. پس از محاسبه‌ی مقادیر $D_i - R_i$ و $D_i + R_i$ ، نمودار شدت اثرگذاری و اثرپذیری ترسیم می‌شود (جاسبی و همکاران، ۲۰۱۱: ۲۴۳).

یافته‌های تحقیق

با مرور ادبیات تحقیق و نظرخواهی از خبرگان تعداد ۱۴ مورد به‌عنوان اثرات حضور گردشگران در فرهنگ شهر یزد شناسایی شد. جدول ۳، عوامل مورد استفاده را در این تحقیق نشان می‌دهد.

جدول ۳. اثرات حضور گردشگران در فرهنگ شهر یزد

| ردیف | اثرات حضور گردشگران در فرهنگ شهر یزد |
|------|--|
| ۱ | دستیابی به ایده‌های جدید از طریق ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها و روش زندگی آن‌ها |
| ۲ | تغییر الگوهای رفتاری جامعه (تغییر سبک زندگی سنتی به مدرن) |
| ۳ | حفظ میراث فرهنگی |
| ۴ | ایجاد فرصت‌هایی جهت تجاری‌سازی و توسعه فعالیت‌های مرتبط با حوزه گردشگری فرهنگی (مانند تولید و عرضه صنایع دستی) |
| ۵ | تشویق به تغییر و جهانی‌شدن صنایع دستی و هنر |
| ۶ | تقلید از گردشگران و ترک باورهای فرهنگی (از دست دادن اصالت فرهنگی) |
| ۷ | تغییرات وسیع در محیط زیست مناطق |
| ۸ | تغییر در سبک معماری ساختمان، آداب و رسوم فرهنگی (محلی) |
| ۹ | ایجاد تعارض فرهنگی بین مردم |
| ۱۰ | احیای غرور فرهنگی و ملی |
| ۱۱ | ایجاد تغییر در زبان و گویش‌های محلی |
| ۱۲ | تحت تأثیر قرار گرفتن ارزش‌ها و باورهای مذهبی و اعتقادی محلی |
| ۱۳ | ایجاد فرصت جهت شناخت و سازماندهی منابع غنی فرهنگی منطقه‌ای |
| ۱۴ | بروز تبادلات میان فرهنگی |

در تکنیک DEMATEL با بهره‌گیری از نظرات خبرگان روابط تأثیرپذیری و تأثیرگذاری متقابل عناصر به‌صورت امتیاز عددی بدست می‌آید (میرغفوری و همکاران،



۱۳۹۱: ۹۴). در این تحقیق میزان تأثیر هر یک از موارد (جدول ۲) بر روی یکدیگر با توجه به نظرات خبرگان مشخص شده است. سپس با استفاده از روش DEMATEL فازی از بین اثرات حضور گردشگران بر فرهنگ شهر یزد، دستیابی به ایده‌های جدید از طریق ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها و روش زندگی آن‌ها، تغییر الگوهای رفتاری جامعه (تغییر سبک زندگی سنتی به مدرن)، تقلید از گردشگران و ترک باورهای فرهنگی (از دست دادن اصالت فرهنگی)، احیای غرور فرهنگی و ملی، ایجاد فرصت جهت شناخت و سازماندهی منابع غنی فرهنگی منطقه‌ای، بروز تبادلات میان فرهنگی مطابق جدول ۴ عوامل تأثیرگذار هستند، میزان (شدت) تأثیرگذاری آن‌ها در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۴: عوامل تأثیرگذار بر حضور گردشگران بر فرهنگ شهر یزد

| عوامل تأثیرگذار | ۱ | ۲ | ۶ | ۱۰ | ۱۳ | ۱۴ |
|-----------------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|
| مقدار | ۰/۱۱۵ | ۰/۱۲۸ | ۰/۰۵۴۶ | ۰/۰۷۰ | ۰/۰۲۷۵ | ۰/۰۸۹۸ |

عوامل تأثیرگذار به این معنی است که این عوامل تأثیر مستقیم بر سایر عوامل دارند.

جدول ۵: شدت عوامل تأثیرگذار بر حضور گردشگران بر فرهنگ شهر یزد

| عوامل تأثیرگذار | ۱ | ۲ | ۶ | ۱۰ | ۱۳ | ۱۴ |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| مقدار | ۰/۲۷۵۴ | ۰/۲۸۹۷ | ۰/۱۸۹۱ | ۰/۱۸۹۸ | ۰/۱۶۵۱ | ۰/۱۹۲۰ |

شدت عوامل تأثیرگذار در جدول ۴ مجموع اثرگذاری و اثرپذیری هر عامل تأثیرگذار را نشان می‌دهد. از بین اثرات حضور گردشگر در فرهنگ جامعه شهر یزد، حفظ میراث فرهنگی، ایجاد فرصت‌هایی جهت تجاری‌سازی و توسعه فعالیت‌های مرتبط با حوزه گردشگری فرهنگی (مانند تولید و عرضه صنایع دستی)، تشویق به تغییر و جهانی شدن صنایع دستی و هنر، تغییرات وسیع در محیط‌زیست مناطق، تغییر در سبک معماری ساختمان، آداب و رسوم فرهنگی (محلی)، ایجاد تعارض فرهنگی بین مردم، ایجاد تغییر در زبان و گویش‌های محلی، تحت تأثیر قرار گرفتن ارزش‌ها و باورهای مذهبی و اعتقادی محلی مطابق جدول ۶ عوامل تأثیرپذیر است، میزان (شدت) تأثیرپذیری آن‌ها در جدول ۷ نشان داده شده است.

جدول ۶: عوامل تأثیرپذیر بر حضور گردشگران بر فرهنگ شهر یزد

| عوامل تأثیرگذار | ۳ | ۴ | ۵ | ۷ | ۸ | ۹ | ۱۱ | ۱۲ |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|
| مقدار | -۰/۰۳۹ | -۰/۰۱۹ | -۰/۰۵۰ | -۰/۰۰۶ | -۰/۰۸۱ | ۰/۰۴۹ | -۰/۰۱۷ | -۰/۰۶۱ |

عوامل تأثیرپذیر به این معنی است که این عوامل تأثیر مستقیم بر سایر عوامل نداشته و از عوامل دیگر تأثیر می‌پذیرد.

جدول ۷: شدت عوامل تأثیرپذیر بر حضور گردشگران بر فرهنگ شهر یزد

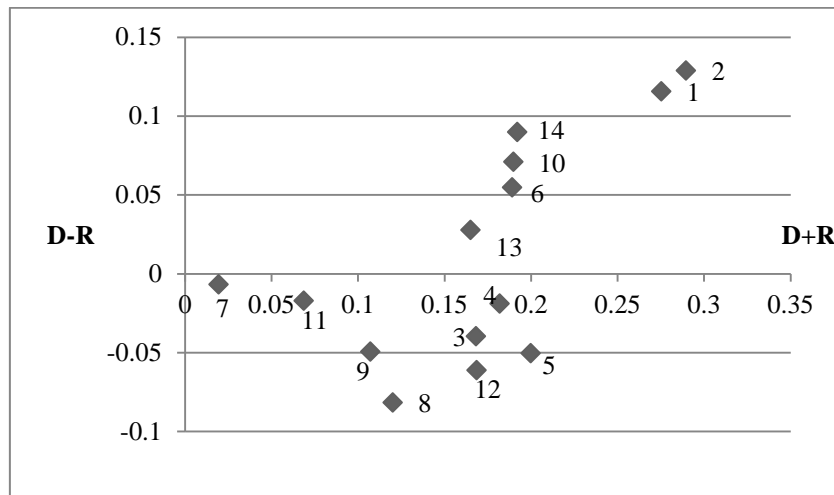
| عوامل تأثیرگذار | ۳ | ۴ | ۵ | ۷ | ۸ | ۹ | ۱۱ | ۱۲ |
|-----------------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
| مقدار | ۰/۱۶۸ | ۰/۱۸۱ | ۰/۲۰۰ | ۰/۰۱۹۵ | ۰/۱۲۰ | ۰/۱۰۷ | ۰/۰۶۸ | ۰/۱۶۸ |

شدت عوامل تأثیرپذیر در جدول ۷، مجموع اثرگذاری و اثرپذیری هر عامل تأثیرپذیر را نشان می‌دهد.

نمودار اثرات حضور گردشگران در فرهنگ جامعه شهر یزد مطابق شکل ۱ است. شماره‌های نشان داده شده در شکل ۱، متناظر با شماره عوامل موجود در جدول ۳ است. در این نمودار محور طولی و عرضی مجموع تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هر عامل را نشان می‌دهد.

- عواملی که در زیر محور طولی قرار دارند، تأثیرپذیرند به طوری که هر چه مقدار $D_i - R_i$ آن‌ها کمتر باشد، شدت اثرپذیری آن‌ها بیشتر خواهد بود. عوامل حفظ میراث فرهنگی (۳)، ایجاد فرصت‌هایی جهت تجاری‌سازی و توسعه فعالیت‌های مرتبط با حوزه گردشگری فرهنگی (۴)، تشویق به تغییر و جهانی‌شدن صنایع دستی و هنر (۵)، تغییرات وسیع در محیط زیست مناطق (۷)، تغییر در سبک معماری ساختمان، آداب و رسوم فرهنگی (۸)، ایجاد تعارض فرهنگی بین مردم (۹)، ایجاد تغییر در زبان و گویش‌های محلی (۱۱) جزء عوامل تأثیرپذیر هستند.

- عواملی که در بالای محور طولی قرار دارند، تأثیرگذارند به طوری که هر چه مقدار $D_i - R_i$ آن‌ها بیشتر باشد، شدت اثرگذاری آن‌ها بیشتر خواهد بود. عوامل دستیابی به ایده‌های جدید (۱)، تغییر الگوهای رفتاری جامعه (۲)، تقلید از گردشگران و ترک باورهای فرهنگی (۶)، احیای غرور فرهنگی و ملی (۱۰)، ایجاد فرصت جهت شناخت و سازماندهی منابع غنی فرهنگی منطقه‌ای (۱۳)، بروز تبادلات میان فرهنگی (۱۴) جزء عوامل تأثیرگذار هستند.



شکل ۱: شدت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری اثرات حضور گردشگران در فرهنگ شهر یزد

خلاصه و نتیجه گیری

با توجه به اهمیت تأثیر گردشگری در فرهنگ جامعه میزبان، در این پژوهش ابتدا با مرور جامع ادبیات تحقیق و استفاده از نظرات خبرگان اثرات مربوط به حضور گردشگران در فرهنگ جامعه شهر یزد استخراج شده و به منظور تعیین روابط علی و معلولی بین آنها و ابهام مربوط به نظرهای خبرگان از روش DEMATEL فازی استفاده شده است. نتایج حاصل از روش DEMATEL فازی نشان داد که اثرات دستیابی به ایده‌های جدید از طریق ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها و روش زندگی آنها، تغییر الگوهای رفتاری جامعه (تغییر سبک زندگی سنتی به مدرن)، تقلید از گردشگران و ترک باورهای فرهنگی (از دست دادن اصالت فرهنگی)، احیای غرور فرهنگی و ملی، ایجاد فرصت جهت شناخت و سازماندهی منابع غنی فرهنگی منطقه‌ای، بروز تبادلات میان فرهنگی جزء عوامل تأثیرگذار و به عبارتی اثرات مستقیم حضور گردشگران در فرهنگ شهر یزد است. اثرات حفظ میراث فرهنگی، ایجاد فرصتهایی جهت تجاری‌سازی و توسعه فعالیت‌های مرتبط با حوزه‌ی گردشگری فرهنگی (مانند تولید و عرضه‌ی صنایع دستی)، تشویق به تغییر و جهانی‌شدن صنایع دستی و هنر، تغییرات وسیع در محیط زیست مناطق، تغییر در سبک معماری ساختمان، آداب و رسوم فرهنگی (محلی)، ایجاد تعارض فرهنگی بین مردم، ایجاد تغییر در زبان و گویش‌های محلی، تحت تأثیر قرار

گرفتن ارزش‌ها و باورهای مذهبی و اعتقادی محلی از جمله اثرات غیرمستقیم حضور گردشگران در فرهنگ شهر یزد است.

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود با بهره‌گیری از صنعت گردشگری و با توجه به انعکاس آثار و ابنیه تاریخی و فرهنگی در ذهن بینندگان، به تعمیق و توسعه‌ی آگاهی تاریخی و در نتیجه تقویت هویت ملی، پرداخت. گردشگری موجب گسترش یکپارچگی، انسجام و همگرایی اجتماعی - فرهنگی و تقویت وحدت و هویت ملی می‌شود. با توجه به جایگاه شهر یزد در حوزه بناهای تاریخی و فرهنگی توجه به گردشگری به‌ویژه گردشگری تاریخی از اهمیت زیادی برخوردار است.

احیای غرور و هویت ملی موجب جلوگیری از بیگانه‌گرایی و احساس حقارت فرهنگی می‌شود و به نوعی اعتماد به نفس فرهنگی را در جامعه تزریق می‌کند.

در زمینه شناخت و سازماندهی منابع فرهنگی، شهر یزد مجبور است به منظور ارائه این منابع، آن‌ها را مدیریت کرده و استانداردهایی را برای حفظ کیفیت آن‌ها اعمال کند. بروز تبادلات میان فرهنگی موجب آشنایی مردم میزبان و گردشگران با فرهنگ یکدیگر شده و راه را برای گفت‌وگوی تمدن‌ها هموار می‌کند. هم‌چنین باعث می‌شود که مردم میزبان و گردشگران به فرهنگ یکدیگر احترام بگذارند.

در زمینه سبک‌های معماری محلی، سبک‌های منحصر به فرد محلی باید حفظ شود و توسعه یابد. هم‌چنین سعی شود برای احداث تسهیلات گردشگری جدید از نماهای معماری محلی استفاده شود که در شهر یزد از خانه‌های قدیمی نیز به‌عنوان هتل استفاده می‌شود و بسیار مورد استقبال گردشگران قرار گرفته است.

حفظ فرهنگ‌های بومی برای هر جامعه و هر فرهنگی دارای ضرورتی اساسی است؛ از این‌رو مقتضی است که سیاست‌های اجتماعی - فرهنگی در حوزه گردشگری به سمت حفظ ارزش‌ها و فرهنگ بومی سوق داده شود تا از بروز مشکلات در ناحیه‌های هدف گردشگری جلوگیری به عمل آید.

با توجه به این‌که یکی از آثار مستقیم حضور گردشگران دستیابی به ایده‌های جدید از طریق ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها است، باید تلاش کرد تا فعالان گردشگری در حوزه دفاتر خدمات مسافرتی به‌عنوان رایزنان فرهنگی، ارتباطات فرهنگی را افزایش دهند.

ساختار اجتماعی و بافت فرهنگی جامعه در میزان تأثیرگذاری گردشگری باید مورد توجه قرار گیرد. یکپارچگی محیط مقصد یا اصالت سنت‌ها در جامعه میزبان در واکنش نسبت به گردشگران و تغییر فرهنگ مهم است.



گردشگران آشنا با فرهنگ جامعه، ارتباط خوبی با میزبان داشته و تعاملی درونی و همدلانه با یکدیگر دارند و نسبت به رعایت قواعد فرهنگی جامعه مقصد، خود را متعهد می‌دانند و به نوعی می‌کوشند تا به سنت‌ها احترام بگذارند. بنابراین آموزش گردشگران در زمینه فرهنگ و باورها، آداب و رسوم و ارزش‌های جامعه از اهمیت برخوردار است.

زبان و گویش‌های محلی و ارزش‌ها و باورهای مذهبی و اعتقادی محلی باید حفظ شود حتی اگر برای ارائه به گردشگران هماهنگ شده باشد. با شیوه‌های بازاریابی مناسب بهتر است بازاری مناسب با آداب و رسوم اجتماعی و سنت‌های فرهنگی جامعه انتخاب شود.

افزایش طول مدت اقامت گردشگر باعث آشنایی بیشتر او با مکان و نزدیک شدن رفتار وی به سوی هنجار مقصد می‌شود و بدین ترتیب آشنایی او با فرهنگ مقصد افزایش می‌یابد و به درک کاملی از باورها و فرهنگ محلی می‌رسد.

ایجاد تعارض فرهنگی به علت تفاوت در زبان، آداب و رسوم، ارزش‌های مذهبی، اجتماعی و الگوهای رفتاری است. در مدیریت این بخش به نظرات جامعه‌شناسان و روانشناسان نیاز است تا رفتارشناسی فرهنگی جوامع را مورد بررسی قرار دهند. هم‌چنین به منظور حل تعارض گروه‌های محلی و جامعه‌ی مهمان‌پذیر باید در مورد مذاکره و حل مسأله از مهارت‌های لازم برخوردار باشند تا بتوانند هر نوع بحث، مشاجره یا گفت‌وگو را حل کنند.

به منظور کاهش تعارض فرهنگی پیشنهاد می‌شود در زمان ورود گردشگر، اطلاعاتی در زمینه فرهنگ و قوانین منطقه در اختیار او قرار بگیرد و از شیوه‌های تبلیغاتی مناسب جهت معرفی فرهنگ منطقه بهره گرفته شود.

پیشنهاد می‌شود با استفاده از منابع حاصل از این تحقیق، مدل ساختاری عوامل ترسیم و با استفاده از روش معادلات ساختاری و تحلیل مسیر مورد تحلیل قرار گیرد. هم‌چنین با استفاده از ISM مدل چند سطحی نحوه تأثیرگذاری تک‌تک عوامل روی یکدیگر مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- امیرحاجیلو، الهام؛ سیمین، تولایی؛ زنگانه، احمد؛ زنگانه، ابوالفضل (۱۳۹۲)؛ «ارزیابی و اولویت‌بندی اثرات گردشگری در سطح ملی با استفاده از تکنیک TOPSIS»، *فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، س ۳، ش ۱۰، صص ۲۶-۱۵.
- امین‌زاده، بهناز؛ دادرس، راحله (۱۳۹۱)؛ «بازآفرینی فرهنگ‌مدار در بافت تاریخی شهر قزوین با تأکید بر گردشگری شهری»، *مطالعات معماری ایران*، ش ۲، صص ۱۰۸-۹۹.
- تقدیسی، احمد؛ تقوایی، مسعود؛ پیری، سیامک (۱۳۹۱)؛ «تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری شهرستان دالاهو»، *مجله علمی - تخصصی برنامه‌ریزی فضایی*، س ۲، ش ۱، صص ۱۲۱-۱۴۰.
- تقوایی، مسعود؛ صفراآبادی، اعظم (۱۳۹۱)؛ «توسعه گردشگری فرهنگی با تأکید بر جاذبه‌های تاریخی (مطالعه‌موردی: جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان)»، *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ش ۱۲، صص ۵۹-۷۸.
- حسینی، سیدفرهاد؛ احمدی، پرویز؛ خدادادحسینی، سیدحمید (۱۳۸۹)؛ «بررسی تأثیرگذاری توسعه گردشگری قومی بر موضوعات اجتماعی و فرهنگی جامعه (مورد پژوهی: روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه)»، *مدیریت شهری*، ش ۲۶، صص ۱۶۳-۱۸۰.
- رنجبر، هادی؛ حق‌دوست، علی‌اکبر؛ صلصالی، مهوش؛ خوشدل، علیرضا؛ سلیمانی، محمدعلی؛ بهرامی، نسیم (۱۳۹۱)؛ «نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع»، *مجله دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران*، س ۱۰، ش ۳، صص ۲۳۸-۲۵۰.
- شالچیان، طاهره (۱۳۸۲)؛ «آثار میان فرهنگی و نقش گردشگری در ایجاد وفاق بین ادیان اسلام و مسیحیت»، *فصلنامه و مطالعات گردشگری*، ش ۳، صص ۱۷-۳۷.
- صیدایی، سیداسکندر؛ خسروی‌نژاد، محبوبه؛ کیانی، صدیقه (۱۳۸۹)؛ «تأثیر خانه‌های دوم بر توسعه منطقه باغ بهادران شهرستان لنجان»، *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، س ۱، ش ۴، صص ۱۹-۳۶.
- ضرابی، اصغر؛ اسلامی پریخانی، صدیف (۱۳۹۰)؛ «سنجش تأثیرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان مشکین شهر)»، *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ش ۷۵، صص ۳۷-۵۲.
- قدیری معصوم، مجتبی؛ خراسانی، محمدامین؛ ضیاء‌نوشین، محمد مهدی؛ ویسی، فرزاد (۱۳۹۰)؛ «همگرایی و همکاری محدود منطقه‌ای، راهکاری برای توسعه گردشگری فرهنگی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۱۲، ش ۱، صص ۱۱۷-۱۴۰.
- کاظمی، مهدی (۱۳۹۰)، *مدیریت گردشگری*، ج ۵، تهران: سمت.
- کاظمی، مهدی؛ کاظمی، سمیه (۱۳۹۰)؛ «بررسی آثار فرهنگی توسعه گردشگری و نقش آن در تقویت فرهنگ ملی با نگاهی به برنامه چهارم توسعه»، *همایش حوزه هنری انقلاب اسلامی*.
- کروی، مهدی (۱۳۸۷)، «فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، س ۷، ش ۲۸، صص ۳۰۹-۳۲۴.
- کروی، مهدی؛ بذرافشان، شیما (۱۳۹۴)، «توسعه گردشگری و تغییر الگوهای فرهنگی در نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستای آسیابسر، شهرستان بهشهر، استان مازندران)»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ش ۲، صص ۹۴-۷۳.



– میرغفوری، حبیب اله؛ اسفندیاری، سعید؛ صادقی آرنانی، زهرا (۱۳۹۱)، «بررسی روابط علت و معلولی بین معیارهای کیفیت خدمات در کتابخانه‌ها با رویکرد ترکیبی لایب کوآل - دیماتل فازی»، *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۱ (پیاپی ۵۷)، صص ۸۹-۱۱۲.

- Bhuiyan, A.H., Siwar, C. & Mohamad Ismail, S. (2013); "Tourism Development in Malaysia from the Perspective of Development Plans", *Asian Social Science*, 9.
- Chongloi, L. (2013); "Culture change among the kuki; A case study of chalva village in Manipur", *Journal of North East India Studies*, 3 (1), 18-39.
- Crouch, G. & Ritchie, J. (1999); "Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity", *Journal of Business Research*, 44: 137-152.
- Hsu, C-W., Kuo, T-C., Chen, S-H. & Hu, A-H. (2011); "Using DEMATEL to develop a carbon management model of supplier selection in green supply chain management", *Journal of Cleaner Production*, 56: 164-172.
- Jassbi, J., Mohamadnejad, F. & Nasrollahzadeh, H. (2011); "A Fuzzy DEMATEL Framework for Modeling Cause and Effect relationships of strategy ma", *Safety Science*, 49: 243-252.
- Lioua, J., Yenb, L. & Tzeng, G-H. (2008); "Building an effective safety management system for airlines", *Journal of Air Transport Management*, 14: 20-26.
- Sari, O. (2010); *Tourism as a Tool for Development: The Case of Mawlana Tourism in Konya*, PhD Thesis. Middle East Technical University.
- UNESCO, (2001); *Universal Declaration on Cultural Diversity*, Adopted by the 31st Session of the General Conference of UNESCO, Paris.