



An analysis of local community's attitude toward effects of tourism; (Case study: Naqsh-e Jahan Neighborhood, Isfahan city)

Vazin, N^a., Mokhtari Hashi, H^b., Taheri, A^{c,1}

^a Assistant Professor, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

^b Assistant Professor, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

^c MA of Geography & Tourism Planning, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

Research Article

ABSTRACT

Objective: Understanding the attitude of the local community in relation to tourism development is an important step in the development of sustainable tourism. Therefore, it is necessary to assess the attitude of the local community on tourism development in order to plan properly for the future. The present study aims to investigate and analyze the residents' attitudes of the Naqsh-e Jahan neighborhood in Isfahan towards tourism.

Methods: Descriptive-analytical method was used and information was collected with questionnaire and interview technique. Data analyzed using descriptive and inferential statistical methods, also qualitative research method.

Results: The results indicated that local residents welcome the tourism development. Because the tourism development leads to the improvement of economic, social and physical conditions in the neighborhood. But locals are skeptical of some aspects of tourism development, such as crime, and believe that tourism development could lead to some anomalies. Also, based on the analysis of the interview, 28 strategies in 7 categories to increase satisfaction by the local community were obtained, including job capacity development, capital attraction, participatory planning, strengthening the interaction of the host and guest community, culture building, strengthening urban security and strengthening neighborhood infrastructure.

Conclusion: The spread of tourism benefits to the whole neighborhood will not only create satisfaction in the local community for tourism, but also with hospitality and providing better services to the guest community will play an effective role in the ultimate satisfaction of tourists.

Keywords: Tourism, Attitude, Local Community, Naqsh-e Jahan Neighborhood, Isfahan City.

Received: May 03, 2021

Reviewed: August 02, 2021

Accepted: September 23, 2021

Published online: September 23, 2021

Citation: Vazin, N., Mokhtari Hashi, H., Taheri, A (2021). *An Analysis of Local Community's Attitude toward Effects of Tourism; Case study: Naqsh-e Jahan Neighborhood, Isfahan city*. Journal of Urban Social Geography, 8 (2), 65-85. (In Persian)

DOI: [10.22103/JUSG.2021.2047](https://doi.org/10.22103/JUSG.2021.2047)

¹ Corresponding author at: University of Isfahan, Isfahan, Iran, P.C: 8174673798. E-mail address: n.vazin@geo.ui.ac.ir (Vazin, N).



تحلیل نگرش جامعه محلی نسبت به اثرات گردشگری (مطالعه موردی: محله نقش جهان شهر اصفهان)

نرگس وزین^a، حسین مختاری هشی^b، احمد طاهری^c

^a استادیار دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

^b استادیار دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

^c دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

مقاله پژوهشی

چکیده

تبیین موضوع: شناخت نگرش جامعه محلی در رابطه با توسعه گردشگری گامی مهم در توسعه گردشگری پایدار محسوب می‌شود. لذا ارزیابی نگرش جامعه محلی در مورد توسعه گردشگری جهت برنامه‌ریزی مطلوب برای آینده ضروری است. هدف تحقیق حاضر تحلیل نگرش ساکنان محله تاریخی- گردشگری نقش جهان در شهر اصفهان نسبت به گردشگری، و ارائه راهکارهای مناسب جهت افزایش رضایت ساکنان محله نسبت به توسعه گردشگری می‌باشد.

روش: روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی است و برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه (برای سنجش نگرش) و مصاحبه (ارائه راهکار) استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق ساکنان محله نقش جهان می‌باشند که براساس تعداد ساکنان محله و با فرمول کوکران ۳۶۶ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند، و دیدگاه آن‌ها نسبت به گردشگری ارزیابی شد. از این تعداد ۶۰ نفر برای انجام مصاحبه و ارائه راهکار مشارکت کردند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه از روش‌های آماری تی تک نمونه‌ای و تحلیل عاملی و برای ارائه راهکار از روش تحلیل محتوا استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد از دیدگاه جامعه محلی در محله نقش جهان اثرات مثبت گردشگری بیش از منفی بوده و جامعه میزبان نسبت به گردشگری رضایت نسبی دارند. بیشترین تأثیر مثبت بر حوزه‌های زیباسازی فضای شهری و فرصت اشتغال و تأثیر منفی در حوزه ازدحام جمعیت ارزیابی شد. از تحلیل مصاحبه ۲۸ راهکار قابل عملیاتی در قالب ۷ مقوله شامل توسعه ظرفیت‌های شغلی، جذب سرمایه، برنامه‌ریزی مشارکتی، تقویت تعامل جامعه میزبان و مهمان، فرهنگ‌سازی، تقویت امنیت شهری و تقویت زیرساخت‌های محله برای افزایش رضایتمندی جامعه محلی بدست آمد.

نتایج: تسری منافع حاصل از گردشگری به کل محله، هم باعث ایجاد رضایتمندی جامعه محلی نسبت به گردشگری خواهد شد و هم با ارائه خدمات مطلوب‌تر به جامعه مهمان در رضایتمندی نهایی گردشگران، نقش مؤثری خواهد داشت.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، نگرش، جامعه محلی، محله نقش جهان، شهر اصفهان.

انتشار آنلاین: ۱۴۰۰/۰۷/۰۱

پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۰۱

بازنگری: ۱۴۰۰/۰۵/۱۱

دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۱۳

استناد: وزین، نرگس؛ مختاری هشی، حسین؛ طاهری، احمد (۱۴۰۰). تحلیل نگرش جامعه محلی نسبت به اثرات گردشگری (مطالعه موردی: محله نقش جهان، شهر اصفهان). دوفصلنامه جغرافیای اجتماعی شهری، ۸ (۲)، ۸۵-۶۵.

DOI: [10.22103/JUSG.2021.2047](https://doi.org/10.22103/JUSG.2021.2047)

مقدمه

امروزه گردشگری از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در جهان محسوب می‌شود و نقش پر رنگی در شکوفایی اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. شهرها به دلیل برخورداری از جاذبه‌های متنوع گردشگری یکی از مقاصد مهم گردشگری هستند و گردشگری شهری یکی از انواع گردشگری می‌باشد. یکی از انگیزه‌های گردشگران برای سفر شناخت دیگر فرهنگ‌ها و بازدید از ابنیه و بافت‌های تاریخی مقاصد و در واقع میراث فرهنگی می‌باشد و همین امر باعث توسعه گردشگری در مقاصد شهری دارای بناها و بافت‌های تاریخی شده است (عادلی، ۱۳۹۱؛ چن و چن^۱، ۲۰۱۰). و در میان کارکردهای مختلف شهرها، فعالیت‌های گردشگری به عنوان شاخص‌ترین فعالیت در شهرهای باارزش تاریخی شناخته شده اند (Szromek et al., 2021). حضور گردشگران در مقاصد شهری علاوه بر ایجاد مزیت‌های فراوان برای مقصد، آثار و پیامدهای منفی نیز به دنبال خواهد داشت که حتی ممکن است موجب واکنش منفی جامعه محلی نسبت به گردشگران شود. در مجموع اثرات گردشگری را می‌توان در دو نوع اثرات مثبت و منفی در چهار گروه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی طبقه‌بندی کرد. اثرات اقتصادی تغییراتی است که در خصوص تقویت اقتصاد محلی، درآمدها، کسب و کارها و جریان سرمایه اتفاق می‌افتد. تأثیرات اجتماعی، تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان به سبب تماس مردم محلی با گردشگران بوجود می‌آید. تأثیرات فرهنگی نیز تغییراتی است که در شیوه زندگی، سبک معماری، هنر و آداب و رسوم جامعه میزبان رخ می‌دهد؛ و اثرات محیطی توسعه گردشگری شامل اثراتی است که بر بخش‌های مختلف محیط زیست و منابع طبیعی شامل فرآیندهای اکولوژیکی و تنوع زیستی رخ می‌دهد (رضوانی، ۱۳۸۷؛ عادلی، ۱۳۹۱؛ غضنفر پور و همکاران، ۱۳۹۳).

مطالعه نشان می‌دهد غفلت از جوامع محلی و نگرش آن‌ها نسبت به گردشگری یک خلاء مهم در برنامه‌ریزی مقاصد گردشگری محسوب می‌شود. در حالی که توسعه، عملکرد موفق و پایداری بخش گردشگری در یک منطقه به حمایت فعال ساکنان محلی بستگی دارد (Albu, 2020; Thetsane, 2019). از این رو توسعه پایدار گردشگری مستلزم توجه به اجتماعات میزبان و آگاهی از نگرش آن‌ها نسبت به فعالیت‌های گردشگری در اجتماع محل زندگی آن‌هاست و بدون در نظر گرفتن این امر برنامه‌ریزی و توسعه فعالیت‌های گردشگری در اغلب موارد مطلوب نخواهد بود (Mcgehee and Anderech, 2004; Fazenda et al., 2004). به بیان دیگر توسعه و موفقیت در گردشگری بدون آگاهی از ادراک و میزان رضایت ساکنان مناطق گردشگری و شناخت عوامل مؤثر بر آن امکان‌پذیر نیست (وٹوقی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱)، چرا که نگرش منفی و عدم رضایت جامعه محلی نسبت به گردشگری، ممکن است باعث عدم موفقیت گردشگری و حتی حذف گردشگری در جامعه میزبان شود (Gursoy and Rutherford, 2004). لذا به منظور پایداری گردشگری در جامعه‌ای، نگرش جامعه محلی و میزان رضایت و نارضایتی‌شان نسبت به گردشگری بایستی به طور پیوسته ارزیابی شود.

شهر اصفهان با برخورداری از انواع بناهای تاریخی و میراث فرهنگی گرانبها در قلمرو ملی و جهانی یکی از مقاصد برتر گردشگری فرهنگی کشور به شمار می‌آید که سالانه میزبان گردشگران داخلی و خارجی بسیاری است. حضور حجم زیاد گردشگر در برخی از ایام سال در اصفهان بخصوص در محلاتی نظیر نقش جهان که بسیاری از جاذبه‌ها و مکان‌های تاریخی در آنجا واقع شده است، موجب فشار بر زیرساخت‌ها و بروز مشکلاتی برای شهروندان می‌شود که در برخی موارد به بروز نارضایتی ساکنان بافت‌های گردشگری منجر می‌شود. این امر به ویژه در بین افرادی که از گردشگری نفع آشکاری نمی‌برند ممکن است مصداق بیشتری داشته باشد. چرا که ساکنان پیرامون مکان‌های گردشگری یکی از

¹ - Chen and Chen

اصلی‌ترین ذینفعان این حوزه محسوب می‌شوند و اگر چنانچه این نفع قابل توجه و محسوس نباشد، چه بسا ممکن است با بی‌تفاوتی و عدم همراهی و حتی رنجش آن‌ها همراه شود.

لذا پژوهش حاضر با استفاده از روش تحقیق کمی - کیفی بر آن است نگرش جامعه محلی را نسبت به گردشگری بررسی کند و هم راهبردهای مطلوب برای ایجاد رضایتمندی از دیدگاه جامعه محلی را شناسایی کند. تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤالات است که نگرش ساکنان محله نقش‌جهان شهر اصفهان نسبت به گردشگری چگونه است؟ و از دیدگاه جامعه محلی راهکارهای مناسب جهت افزایش رضایت ساکنان نسبت به گردشگری چیست؟

پژوهش‌های متعددی در مقاصد گردشگری شهری مختلف در خصوص نگرش جامعه محلی نسبت به گردشگری انجام شده است. اما در خصوص محلات و بافت تاریخی - فرهنگی گردشگری که مناطق مسکونی در نزدیکی مراکز و جاذبه‌های فعالیت‌های گردشگری قرار دارند و ارتباط و پیوند عمیق‌تری بین جامعه مهمان و میزبان برقرار است، و زندگی جامعه میزبان متأثر از گردشگری است، مطالعه محدودی بیشتر با تأکید بر روش‌های کمی صورت گرفته است. همچنین سعی شده است بر اساس دیدگاه خود جامعه محلی بر اساس اثرات درک شده از گردشگری راهکارهای اجرایی مطلوب برای رضایتمندی ساکنان محله ارائه گردد.

پیشینه نظری

تقاضا برای گردشگری شهری در طی دهه‌های گذشته بسیار رشد کرده است، و به یک عامل تعیین‌کننده در تولد دوباره شهرها تبدیل شده است (Pisonero, 2011). در مناطق شهری گردشگری می‌تواند مزایای درخور توجهی نظیر ایجاد مکان‌های کار جدید، توسعه شرکت‌های گردشگری محلی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید، افزایش درآمد، بهبود استانداردهای زندگی برای جامعه محلی، درآمد مولد از مالیات‌های محلی، توسعه زیرساخت‌ها و بهبود امکانات بوجود آورد (قرخلو و همکاران، ۱۳۸۸).

گروه‌های مختلفی برای توسعه گردشگری در مقصد دخیل هستند، شامل افراد محلی، گروه‌های اجتماعی، کسب و کارها، نهادهای غیردولتی، حامیان محیط زیست، و دولت که ذینفعان گردشگری نامیده می‌شوند (ضرغام و همکاران، ۱۳۹۰). در این میان ساکنان محلی (جامعه میزبان) یکی از ذینفعان مهم در حوزه گردشگری هستند که توسعه گردشگری در مقصد در گرو حمایت و رضایت آن‌ها قرار دارد (پیسنرو، ۲۰۱۱؛ یاسونگ و فیستر^۱، ۲۰۰۸؛ محمدپور و همکاران، ۱۳۹۵). مفهوم «جامعه محلی» به معنای گروهی از مردم است که هویتی مشترک دارند. این هویت می‌تواند شامل موقعیت جغرافیایی، طبقه اجتماعی و یا پیش زمینه‌های قومی باشد (Toghofer et al., 2011). در ارتباط با گردشگری، جامعه میزبان، به گروهی از افراد در یک بازار و یا جامعه خاص که از اثرات گردشگری تأثیر گرفته و یا بر آن تأثیر می‌گذارد اطلاق می‌شود (King et al., 1993). به تعریف دیگر مفهوم جامعه محلی به گروهی از مردمی اطلاق می‌شود که در مرزهای مشخص از یک مقصد گردشگری با عوامل فرهنگی و طبیعی مشخص زندگی می‌کنند. جایی که محصول گردشگری تولید می‌شود، تجربه گردشگر رخ می‌دهد، و جامعه محلی به صورت بالقوه تحت تأثیر اثرات مثبت و منفی توسعه گردشگری قرار می‌گیرند (Uysal, 2013).

با توجه به اهمیت مشارکت جامعه میزبان در موفقیت و پایداری توسعه گردشگری لازم است در برنامه‌ریزی‌ها نگرش و ادراک جامعه محلی نسبت به گردشگری مورد توجه قرار گیرد. نگرش به معنای حالت آمادگی ذهنی و روانی افراد بر اساس تجربه سازماندهی شده در واکنش هنگام رویایی با موقعیت‌ها می‌باشد. بنابراین نگرش را می‌توان به عنوان تمایل به پاسخگویی به یک ایده یا موقعیت به طریقی خاص در نظر گرفت. بررسی نگرش‌های افراد در زمینه‌های مختلف از

¹ - Yasong and Pfister

این جهت مهم است که به تصمیم‌گیرندگان کمک می‌کند که از طرز تفکر مردم درباره موضوعات مشخص مطلع شوند (صدیقی و احمدپور کاخک، ۱۳۸۴). نگرش بر اساس ادراک شکل می‌گیرد و امکان پیش‌بینی نگرش از طریق ادراک وجود دارد. نگرش مانند ادراک می‌تواند منفی یا مثبت بوده و یا شدت آن متغیر باشد. نگرش ساکنین نسبت به گردشگری، تنها بازتاب ادراک آن‌ها از اثرات گردشگری نیست؛ بلکه چنین نگرشی در تعامل میان ادراک ساکنین و مجموعه عوامل مؤثر بر نگرش آن‌ها شکل می‌گیرد (عادلی، ۱۳۹۱).

مطالعه نشان می‌دهد که ادراک ساکنان محلی بر تجربه و رضایت گردشگران از سفر، همچنین موفقیت برنامه‌ها و سیاست‌های سفر و در نهایت پایداری مقاصد گردشگری اثر گذار است (Sharpley, 2014; Ozturk et al., 2015; Gu et al., 2021). در این راستا گرسوی همکاران (۲۰۰۲) بیان می‌کنند با توجه به تعامل میان گردشگران و مردم محلی، تمایل مردم محلی به عنوان میزبان برای برخورد مناسب، عنصری حیاتی برای موفقیت توسعه است. لذا نگرش مردم محلی و ادراک آن‌ها نسبت به اثرات گردشگری بر جامعه باید پیوسته ارزیابی شود. همچنین به گفته چن^۱ (۲۰۰۱)، دلایل ارزیابی ادراک و نگرش جامعه میزبان نسبت به اثرات گردشگری آن است که داشتن درک کامل در رابطه با نگرش و ادراک ساکنان به توسعه گردشگری، به دست اندرکاران و سیاست‌گذاران گردشگری در تدوین استراتژی‌های توسعه گردشگری مقصد کمک می‌کند.

برای ادراک نگرش واکنش جوامع میزبان نسبت به گردشگری، چارچوب‌های تئوریک مختلفی توسعه یافته‌اند که تئوری مبادله اجتماعی^۲، چرخه حیات گردشگری، و مدل رنجش داکسی از جمله آن‌هاست. یکی از چارچوب‌های تئوریک برای درک واکنش و سطح حمایت جامعه میزبان نسبت به توسعه گردشگری، تئوری مبادله اجتماعی است، که اولین بار در مطالعات پردو^۳ و همکاران (۱۹۹۰) به عنوان یک توضیح بالقوه‌ای از چرایی حمایت ساکنین یا مقاومت در برابر توسعه گردشگری پیشنهاد شد. این تئوری برای درک نگرش ساکنین بسیار سودمند است، زیرا در این چارچوب هر دو اثرات منفی و مثبت گردشگری درک شده توسط جامعه میزبان به عنوان یک استدلال به شمار می‌آید (Ap and Crompton, 1993). طبق این چارچوب افراد در صورتی تمایل به شرکت در تبادلات دارند که «نتیجه این مبادله سودمند باشد»، «احتمال تولید سود وجود داشته باشد»، و «هزینه‌های درک شده از سود درک شده هزینه-فایده تجاوز نکند» (Kask and Raagmaa, 2010). این امر در زمینه گردشگری بدین معناست که مردم در صورتی مایل به مبادله با گردشگری و گردشگران وارد شده به منطه خود هستند که به سود و مزیت دست یابند و کمترین هزینه را متحمل شوند (Ap and Crompton, 1993; Hernandez et al., 1996). چارچوب دیگر مدل رنجش داکسی^۴ (۱۹۷۵) است که نگرش متفاوت ساکنان نسبت به گردشگری را در مراحل متفاوت توسعه گردشگری نشان داد. طبق نظر داکسی جوامع چهار مرحله «رضایتمندی، بی‌علاقگی، رنجش و خصومت» را در مواجهه با پدیده گردشگری طی می‌نمایند، که در هر مرحله جوامع محلی بر اساس اثرات گردشگری واکنش متفاوتی از خود بروز می‌دهند. داکسی بیان کرد که در مراحل اولیه گردشگری اجتماع محلی راضی بوده و از مزایای بالقوه اقتصادی و اجتماعی گردشگری استقبال می‌کند و با توسعه گردشگری نگرش مردم تغییر کرده و میزان رضایت کاهش یافته و از بی‌تفاوتی و رنجش به خصومت می‌رسد (بیتون^۵، ۱۳۹۸).

1. Chen

2. Social Exchange Theory

3. Perdue

4. Doxy

5. Beeton

چارچوب دیگر برای درک واکنش مردم به گردشگری، تئوری چرخه حیات مقصد گردشگری باتلر^۱ (۱۹۸۰) است، که مراحل تکاملی چرخه توسعه گردشگری در مقاصد را تبیین می‌کند. باتلر شش مرحله را برای فرایند رشد مقاصد ارائه نمود که عبارتند از: کشف، سرمایه‌گذاری یا درگیر شدن مردم در گردشگری، توسعه، تثبیت یا بلوغ، رکود و افول / احیا (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۹۲: ۳۴۵). به عقیده باتلر چرخه حیات مقاصد از مرحله کشف شروع می‌شود و به مرحله پیشرفت و بلوغ می‌رسد، بعد از مرحله رکود، در مرحله ششم دو وجهه کاملاً متمایز افول یا تجدید حیات ممکن است اتفاق بیافتد. چنانچه به موقع برای پیشگیری از اثرات منفی آن اقدام نشود، به افول منتهی می‌شود (زاهدی، ۱۳۸۶: ۴۶). تجدید حیات زمانی اتفاق می‌افتد که محصولات گردشگری عرضه شود یا تصویر جدید و متفاوتی از مقصد ایجاد شود (Brooker and Burgess, 2008). از نتایج بدست آمده از چارچوب نظری چنین بر می‌آید که ارزیابی نگرش جامعه محلی نسبت به گردشگری پیچیده است و نه تنها نگرش جامعه محلی در مقاصد مختلف متفاوت است، بلکه در طی زمان بخاطر تغییرات بوجود آمده در عملکرد گردشگری، قابل تغییر است. لذا انجام تحقیقات بیشتر برای تعیین ادراک و نگرش جامعه میزبان نسبت به حضور و رفتار گردشگران و شناسایی تغییرات در طول زمان ضروری است.

پیشینه عملی

در دهه‌های گذشته مطالعات متعددی در خصوص نگرش و ادراک جامعه میزبان نسبت به تأثیرات توسعه گردشگری در مقاصد شهری صورت گرفته است. عمده مطالعات انجام شده متمرکز بوده اند بر ادراک مثبت و منفی ساکنان محلی نسبت به توسعه گردشگری (نظیر اجزاء شکوهی و همکاران، ۱۳۹۳؛ مین^۲ و همکاران، ۲۰۱۲؛ لوندبرگ^۳، ۲۰۱۷؛ نگوی و جانی^۴، ۲۰۱۸؛ مورارو^۵ و همکاران، ۲۰۲۱). عوامل مؤثر بر نگرش جامعه محلی (Garcia et al., 2015; Monterrubioa et al., 2018; Moreira Gregori, 2020)، و نگرش نسبت به پایداری گردشگری در مقصد (قدمی و علیقلی زاده، ۱۳۹۱؛ کرمی، ۱۳۹۱؛ فزندا و همکاران، ۲۰۱۰؛ اوبرادویچ و استویانویچ^۶، ۲۰۲۱). در ادامه به برخی از موارد اشاره می‌شود.

در این راستا عادل^۱ (۱۳۹۱)، در پژوهشی به سنجش نگرش جامعه میزبان نسبت به گردشگری و پیامدهای آن در بافت تاریخی فهادان یزد پرداخت. یافته‌ها نشان داد از بعد اجتماعی گردشگری در وضعیت پایداری قرار دارد. وابستگی منطقه به گردشگری، پیش‌بینی بهبود شرایط محله به ویژه در بخش امنیتی و محیطی، میزان آگاهی و حساسیت افراد نسبت به مسائل فرهنگی و هویتی از جمله عوامل تأثیرگذار بر ارزیابی افراد نسبت به گردشگری بوده است. قنبری و شجاعی‌وند (۱۳۹۴)، در پژوهشی به بررسی نگرش مردم به توسعه گردشگری شهری در مناطق ۷ و ۱۰ شهر تبریز پرداختند، که نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که نگرش مردم در دو منطقه مورد مطالعه نسبت به مشارکت و توسعه گردشگری از نظر اقتصادی مثبت بوده است، همچنین مردم نسبت به شرایط اجتماعی و محیطی بعد از توسعه گردشگری امیدوار نبودند. کیانی سلمی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی به تحلیل نقش گردشگری در رضایتمندی و حمایت ساکنان مقصد گردشگری گردشگاه سیاسرد شهر بروجن پرداختند که یافته‌ها نشان داد هر چند گردشگری در منطقه مورد مطالعه تغییرات نامطلوبی در بعد کالبدی شامل تضاد در بافت قدیمی و جدید بواسطه از بین رفتن معماری سنتی، الگو برداری از

1 - Butler

2. Min

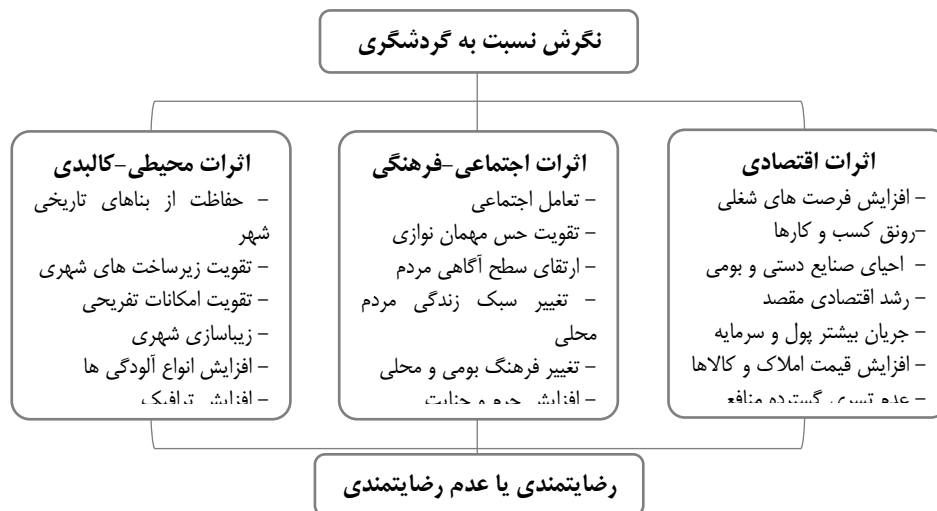
3. Lundberg

4. Ngowi and Jani

5. Moraru

6. Obradović and Stojanović

خانه‌های تاریخی در ساخت مسکن و رواج ویلاهای گردشگری شده است، اما در مجموع توسعه گردشگری با ایجاد رضایتمندی مطابق نظریه تبادل اجتماعی منجر به حمایت از توسعه گردشگری گردیده است. فرزدا و همکاران (۲۰۱۰)، در پژوهشی تحت عنوان گردشگری پایدار و توسعه مقصد به این نتیجه دست یافتند که گردشگری در صورتی پایدار خواهد بود که هم نیازهای گردشگران را تأمین نماید و هم خواسته‌های جامعه میزبان را برآورده نماید. همچنین فرصت‌هایی را برای آینده ایجاد کند که هم‌زمان با حفظ ارزش‌های فرهنگی، فرآیندهای اکولوژیکی، تنوع زیستی و نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیبا شناختی پاسخ داده شود. مین و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی نگرش و ادراک ساکنین محلی از اثرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیس محیطی گردشگری در شهر تاریخی پینگیائو را تحلیل نموده و نتایج نشان داد رضایت ساکنین از توسعه گردشگری زیاد نبوده و میزان اندکی از مخالفت و نارضایتی وجود دارد. همچنین ساکنینی که بنحوی در گردشگری مشارکت نموده‌اند، نگرش متمایزی نسبت به گردشگری داشتند. مورارو و همکاران (۲۰۲۱)، در پژوهشی به تحلیل ادراک ساکنان محلی نسبت به فعالیت گردشگری در شهر کنستانتا در رومانی پرداختند که نتیجه نشان داد از دیدگاه جامعه محلی هر چند گردشگری باعث چندین اثر منفی در مقصد شده است اما معتقد بودند که گردشگری به بهبود تصویر شهر و کیفیت زندگی ساکنان کمک کرده و از توسعه گردشگری حمایت می‌کردند. چلیک^۱ و رسولی منش (۲۰۲۱)، در پژوهشی در خصوص نگرش ساکنان نسبت به توسعه گردشگری و حمایت از گردشگری با واسطه‌گری متغیر هزینه و فایده در استان شیرناک^۲ ترکیه به این نتیجه دست یافتند که نگرش مثبت و منفی ساکنان نسبت به گردشگری تأثیر مستقیمی بر نگرش هزینه- فایده و تأثیر غیرمستقیم بر حمایت از گردشگری داشته است. مدل مفهومی تحقیق برای سنجش نگرش جامعه محلی محله نسبت به گردشگری براساس ادراک مثبت و منفی آنها به گردشگری در سه بعد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی به شرح شکل (۱) است.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (ترسیم: نگارندگان)

۱. Çelik

۲. Şırnak

داده‌ها و روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت به صورت توصیفی-تحلیلی است و به روش پیمایشی انجام شده است. براساس ادبیات تحقیق در زمینه نگرش جامعه میزبان با تأکید بر مناطق شهری و بافت‌های تاریخی، و همچنین ارزیابی شاخص‌ها از دیدگاه ۱۰ نفر از اساتید دانشگاه اصفهان متخصص در حوزه گردشگری، و براساس ویژگی‌های منطقه مورد مطالعه، مهمترین شاخص‌ها شناسایی شد. محدوده مکانی پژوهش، محله نقش جهان شهر اصفهان می‌باشد. جامعه آماری تحقیق ساکنان این محله می‌باشد که طبق آمارنامه شهر اصفهان در سال ۱۳۹۸ تعداد ساکنان محله نقش جهان ۷۶۷۵ نفر می‌باشند که با استفاده از فرمول کوکران ۳۶۶ نفر به عنوان حجم نمونه بدست آمد. داده‌ها با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از پاسخ دهندگان محله نقش جهان جمع‌آوری شد.

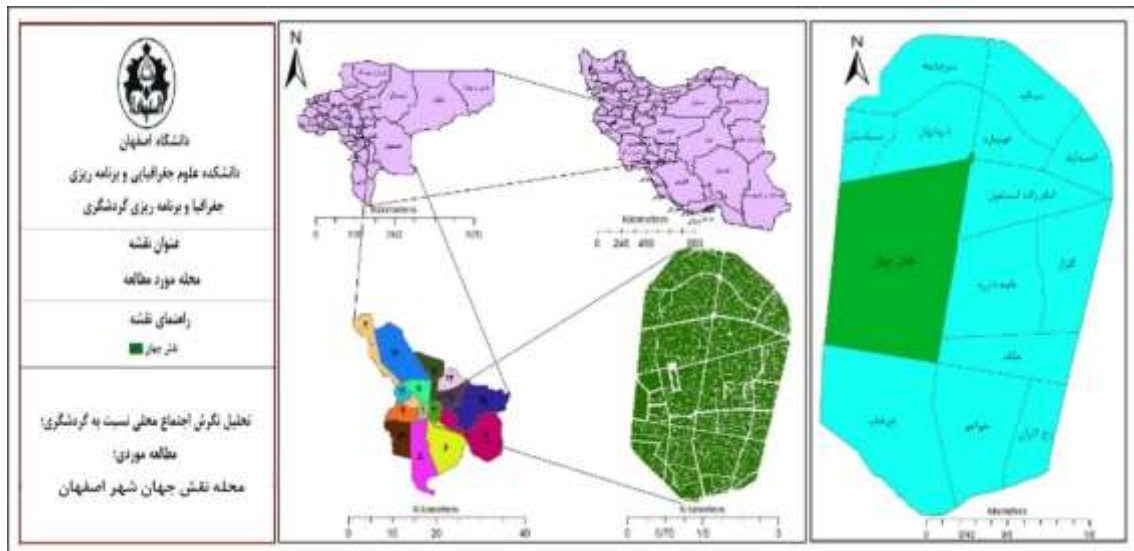
برای شناخت نگرش ساکنان محلی نسبت به توسعه گردشگری از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. سؤالات پرسشنامه شامل مجموعه‌ای از سؤالات بسته در خصوص ویژگی‌های جمعیتی جامعه نمونه و همچنین سؤالاتی در خصوص ارزیابی نگرش جامعه محلی از گردشگری بوده است (جدول ۴). گویه‌های پرسشنامه با استفاده از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) اندازه‌گیری شدند. قبل از جمع‌آوری اطلاعات، برای اطمینان از سؤالات پرسشنامه و فرآیند انجام کار، پرسشنامه به صورت تصادفی بین ۴۰ نفر از جامعه نمونه توزیع و تکمیل شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه از روش آلفا کرونباخ استفاده شد، که مقدار ضریب آلفا ۰.۸۵۶ محاسبه شده است (حیب‌پور و صفری، ۱۳۹۰: ۳۶۶) و می‌توان گفت که اجزای درونی مقیاس‌ها دارای همبستگی قابل قبولی با یکدیگر هستند. اطلاعات حاصل از پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS و روش‌های آمار توصیفی و استنباطی شامل آزمون‌های تحلیل عاملی و تی تک نمونه‌ای تجزیه و تحلیل شده است.

برای شناسایی راهکارهای مطلوب از روش مصاحبه باز استفاده شد. از ۳۶۶ نفر حجم نمونه، ۶۰ نفر در مرحله ارائه راهکار مشارکت کردند که برای انجام پژوهش کیفی کفایت لازم را دارد. مصاحبه به صورت حضوری توسط محقق انجام شد، و بر اساس گویه‌های بخش اول پرسشنامه، سؤالاتی از مصاحبه شونده‌گان پرسیده شد. اطلاعات بدست آمده با استفاده از روش تحلیل کیفی و تحلیل محتوا تجزیه و تحلیل شد. ابتدا براساس ادراک جامعه نمونه نسبت به اثرات گردشگری، نظرات و دیدگاه‌های حجم نمونه در خصوص راهکارهای پیشنهادی برای افزایش رضایتمندی جمع‌آوری شد. در مرحله بعد داده‌های جمع‌آوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و راهکارهای مناسب که قابلیت اجرایی داشتند استخراج شد و سپس دسته‌بندی شدند.

قلمرو پژوهش

منطقه سه یکی از مناطق اصلی و مرکزی شهر اصفهان است و در برگیرنده بخش وسیعی از بافت تاریخی شهر است. آثار تاریخی سه دوره حکومت دیلمیان، سلجوقیان و صفویان که از مراکز مهم گردشگری شهر اصفهان محسوب می‌شوند، در این منطقه قرار دارد. تمرکز مراکز گردشگری و بناهای تاریخی، مراکز اداری، بازارهای تاریخی و مراکز تجاری، مقبره‌ها و امامزاده‌ها، حوزه‌های علمیه و دفاتر علمای مذهبی و مراکز علمی این منطقه را به منطقه‌ای خاص با ویژگی‌های خاص تبدیل کرده است. (آمارنامه شهر اصفهان، ۱۳۹۸). محله نقش جهان یکی از ۱۴ محله منطقه ۳ اصفهان می‌باشد. این محله دارای ۲۳۹۲ هزار متر مربع است و با جمعیت ۷۶۷۵ نفر، تراکم آن ۳۲ نفر در هر هکتار است (آمارنامه شهر اصفهان، ۱۳۹۸). بسیاری از جاذبه‌های گردشگری شهر اصفهان شامل میدان نقش جهان و بناهای تاریخی پیرامون آن شامل عمارت عالی قاپو، مسجد امام (ره)، مسجد شیخ لطف‌الله، بازار قیصریه، بازارهای پیرامون میدان، و سایر بازاها تا میدان عتیق، عمارت چهل ستون، موزه هنرهای طبیعی و معاصر، تالار اشرف، خیابان چهار باغ

عباسی، باغ هشت بهشت، مسجد و مدرسه چهار باغ در این محله قرار دارد، که سالیانه درصد جذب قابل توجهی از گردشگران به شهر اصفهان را به خود اختصاص می‌دهد. همچنین میدان نقش جهان بعنوان یکی از مهمترین آثار تاریخی و فرهنگی اصفهان و ایران است که در سال ۱۹۷۹ جزء آثار جهانی یونسکو قرار گرفت و همچنین عمارت چهل ستون که در سال ۲۰۱۱ به عنوان میراث جهانی به ثبت رسید، در این محله قرار دارند (Unesco, 2021).



شکل ۲- موقعیت جغرافیایی محله نقش جهان (ترسیم: نگارندگان)

یافته‌ها

ویژگی جامعه آماری پژوهش

یافته‌های توصیفی تحقیق در جدول (۱) آمده است. از مجموع ۳۶۶ نفر حجم نمونه، ۶۱/۵ درصد مردان و ۳۸/۵ درصد زنان بوده‌اند. به لحاظ سنی بیشتر پاسخ دهندگان در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال با ۳۶/۹ درصد و گروه سنی ۴۰-۵۰ سال با ۳۰/۶ درصد می‌باشند. از نظر مدت سکونت در محله، ۲/۷ درصد به مدت ۱۰-۱۵ سال، ۲۹/۸ درصد به مدت ۱۵-۲۰ سال، ۲۹/۵ درصد به مدت ۲۰-۲۵ سال، ۱۴/۵ درصد به مدت ۲۵-۳۰ سال، ۱۱/۵ درصد به مدت ۳۰-۳۵ سال، ۳ درصد به مدت ۳۵-۴۰ سال، و ۹ درصد بیش از ۴۰ سال در محله اقامت دارند. همچنین در خصوص سؤال ارتباط شغل با گردشگری، ۶۸ درصد پاسخ دادند که شغل آنها به گونه‌ای در ارتباط با گردشگری است. در پاسخ به سؤال آیا رضایت از حضور گردشگران دارند، ۶۰/۴ درصد پاسخ دادند که از حضور گردشگر در محله رضایت دارند و ۳۲/۸ درصد پاسخ دادند که از حضور گردشگر ناراضی هستند.

جدول ۱- ویژگی‌های آماری جامعه نمونه تحقیق

درصد	تعداد	مؤلفه	
۶۱/۵	۲۵۵	مرد	جنسیت
۳۸/۵	۱۱۱	زن	
۳۶/۹	۱۳۵	۲۰-۳۰	سن
۱۸/۳	۶۷	۳۰-۴۰	
۳۰/۶	۱۱۲	۴۰-۵۰	
۱۰/۹	۴۰	۵۰-۶۰	

۳/۳	۱۲	۶۰ به بالا	مدت سکونت در محله
۲/۷	۱۰	۱۵-۱۰ سال	
۲۹/۸	۱۰۹	۲۰-۱۵ سال	
۲۹/۵	۱۰۸	۲۵-۲۰ سال	
۱۴/۵	۵۳	۳۰-۲۰ سال	
۱۱/۵	۴۲	۳۵-۳۰ سال	
۳	۱۱	۴۰-۳۰ سال	
۹	۳۳	۴۰ سال و بیشتر	
۶۸	۳۴۹	بلی	ارتباط شغل با گردشگری
۳۲	۱۱۷	خیر	
۶۰/۴	۲۲۱	مثبت	رضایت از حضور گردشگران
۳۲/۸	۱۲۰	منفی	
۶/۸	۲۵	بی تأثیر	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

ارزیابی مؤلفه‌های نگرش اجتماعی محلی نسبت به گردشگری در محله نقش جهان

در این پژوهش برای ارزیابی نگرش جامعه محلی نسبت به گردشگری، پس از بررسی اولیه و حذف گویه‌های با بار عاملی کمتر از ۰/۵ در مجموع از ۳۷ گویه استفاده شده است. برای خلاصه کردن شاخص‌ها و تبیین مطلوب عوامل اصلی نگرش اجتماعی محلی به گردشگری از تحلیل عاملی استفاده شد. برای ارزیابی تناسب داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی، از آزمون‌های KMO (بیانگر امکان تقلیل داده‌ها به عامل) و آزمون بارتلت (بیانگر همبستگی بین متغیرها و عامل‌ها) استفاده شد. تحلیل عاملی برای هر یک از ابعاد بطور جداگانه انجام شده است. مقدار آماره KMO در تحلیل حاضر برابر با ۰/۷۶۱ است و مقدار آماره آزمون بارتلت برای متغیرها در سطح بالایی قرار دارد و سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمده که بیانگر وجود همبستگی بین متغیرها و تناسب داده‌ها برای اجرای تحلیل است (جدول ۲).

جدول ۲- مقدار آزمون KMO و آزمون بارتلت

آزمون بارتلت (B.T)		آزمون کفایت نمونه‌گیری (KMO)	سنجش نگرش اجتماعی محلی
سطح معنی داری	مقدار	۰/۷۶۱	
۰/۰۰۰	۴۳۵۲/۶۵۴		

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

جدول (۳) نتایج حاصل از استخراج عامل‌ها، مقادیر ویژه و سهم هر کدام از آن‌ها در تبیین واریانس مجموعه متغیرها با چرخش عاملی به روش متعامد واریماکس را نشان می‌دهد. در روش تجزیه به عامل‌های اصلی، تعداد عامل‌های استخراجی به تعداد متغیرهای وارد شده به مدل است که مقادیر ویژه و درصد تبیین واریانس عامل‌های انتهایی عملاً صفر یا نزدیک به صفر است و به همین دلیل معمولاً آن تعداد از عامل‌های نخست که از مقادیر ویژه بزرگ‌تر از واحد برخوردارند به عنوان سازه‌های اصلی لحاظ شده و تحلیل می‌شوند. نتایج حاصل از ۳۶ گویه اولیه به ۹ عامل برتر با مقادیر ویژه بزرگ‌تر از ۱ است. مجموعه عامل‌های استخراج شده ۷۴/۴ درصد از واریانس داده‌ها را تبیین می‌نماید.

جدول ۳ - عامل‌های استخراج شده، مقادیر ویژه و درصد تبیین واریانس

عامل	مقادیر ویژه اولیه			مجموع مجذورات بارهای استخراج شده پس از چرخش		
	مقادیر ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس جمعی	مقادیر ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس جمعی
۱	۱۲/۸۵۹	۳۱/۳۶۳	۳۱/۳۶۳	۷/۶۲۰	۱۸/۵۸۶	۱۸/۵۸۶
۲	۴/۲۴۴	۱۰/۳۵۱	۴۱/۷۱۵	۵/۶۵	۱۳/۷۸	۳۲/۳۶۶
۳	۳/۳۴۸	۸/۱۶۵	۴۹/۸۸	۳/۹۷	۹/۶۸۴	۴۲/۰۴۹
۴	۲/۲۵	۵/۴۸۸	۵۵/۳۶۸	۳/۰۵۳	۷/۴۴۷	۴۹/۴۹۷
۵	۲/۰۴۳	۴/۹۸۳	۶۰/۳۵۱	۲/۳۵۵	۵/۷۴۴	۵۵/۲۴۱
۶	۱/۷۱۸	۴/۱۹	۶۴/۵۴۱	۲/۲۹۵	۵/۵۹۸	۶۰/۸۲۸
۷	۱/۵۱۶	۳/۶۹۷	۶۸/۲۳۸	۲/۱۰	۵/۱۲۲	۶۵/۹۶۱
۸	۱/۴۹۷	۳/۶۵	۷۱/۸۸۸	۱/۷۶۴	۴/۳۰۳	۷۰/۲۶۳
۹	۱/۳۶۶	۳/۳۳۲	۷۵/۲۲	۱/۷۰۳	۴/۱۵۳	۷۴/۴۱۷

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

در ادامه تحلیل، ساختار عامل‌های استخراجی با توجه به مقدار همبستگی بین آنها و گویه‌های اولیه مشخص می‌شود. این ضرایب در واقع نحوه بارگیری عامل‌ها از گویه‌ها را نشان می‌دهند و از همین رو بارهای عاملی نیز نامیده می‌شوند. جدول (۴) سهم گویه‌ها را در عامل‌ها بعد از چرخش نشان می‌دهد. هر متغیر در عاملی قرار گرفته که با آن عامل همبستگی بالایی داشته است.

جدول ۴- عامل‌های شناسایی شده از متغیرهای اولیه بعد از چرخش

عامل	گویه	مقدار همبستگی
۱	گردشگری موجب افزایش فرصت‌های شغلی برای زنان در شهر و محله می‌شود.	۰/۸۴۰
	گردشگری موجب افزایش فرصت‌های شغلی جدید بخصوص در بخش خدماتی می‌شود.	۰/۸۲۷
	گردشگری به حفظ و احیای صنایع دستی و مشاغل سنتی شهر اصفهان کمک می‌کند.	۰/۷۸۰
	محله از حضور گردشگران منتفع می‌شود.	۰/۶۵۳
۲	حضور گردشگران موجب ازدحام زیاد در فضاهای سبز و پارک‌های محله می‌شود.	۰/۸۲۷
	حضور گردشگران باعث افزایش ترافیک و آلودگی شهری در خیابان و کوچه‌های محله می‌شود.	۰/۸۱۱
	گردشگری باعث ازدحام جمعیت و افزایش آلودگی صوتی در محله محله می‌شود.	۰/۷۳۶
	گردشگری باعث ازدحام جمعیت و فشار به زیرساخت‌های شهری محله می‌شود.	۰/۷۱۸
	گردشگران خودروهای خود را در محل پارک خودروهای ساکنین محله پارک می‌کنند.	۰/۶۷۸
	حضور گردشگران باعث افزایش تولید زباله و آسیب به محیط زیست محله می‌شود.	۰/۶۴۷
	زندگی در محله بخاطر حضور گردشگران زیاد لذت بخش نیست.	۰/۶۱۷
	در صورت امکان دوست داشتم محله زندگی خود را به خاطر حضور زیاد گردشگران تغییر دهم.	۰/۶۰۳
۳	گردشگری در رشد اقتصادی شهر اصفهان مؤثر است.	۰/۸۵۴
	گردشگری موجب جریان پول و سرمایه به محله می‌شود.	۰/۸۴۵
	حضور گردشگران موجب رونق کسب و کارها در شهر اصفهان می‌شود.	۰/۸۲۳
۴	حضور گردشگران به کاهش بیگانگی مردم شهر اصفهان کمک می‌کند.	۰/۸۱۹
	از حضور گردشگران در اصفهان احساس غرور و افتخار می‌کنم.	۰/۷۹۸
	بین گردشگران و ساکنان محله تعامل اجتماعی مثبتی برقرار می‌شود.	۰/۷۵۲
	گردشگری موجب ارتقای سطح آگاهی‌های فرهنگی مردم محله می‌شود.	۰/۶۹۰
	گردشگری باعث افزایش حس مهمان‌نوازی بین ساکنان محله شده است.	۰/۶۳۸
۵	گردشگری تأثیر منفی بر فرهنگ اصیل اصفهان دارد.	۰/۸۰۳

۰/۷۸۰ ۰/۷۱۷ ۰/۵۶۷	گردشگری تأثیر منفی بر باورهای مذهبی مردم دارد. گردشگری باعث تغییر سبک زندگی مردم می‌شود. گردشگری موجب تغییر فرهنگ در محله می‌شود.	
۰/۷۷۷ ۰/۷۵۳ ۰/۶۵۱ ۰/۵۸۱ ۰/۵۶۹	گردشگری فقط به نفع تعداد بسیار کمی از شهروندان است. حضور گردشگران موجب افزایش قیمت املاک و اجاره‌ها در شهر و محله می‌شود. حضور گردشگران باعث افزایش قیمت کالاها و خدمات در شهر اصفهان و بخصوص محله می‌شود. کسب و کارها بیشتر از گردشگری نفع می‌برند. من از حضور گردشگران نفع نمی‌برم.	۶
۰/۷۵۷ ۰/۷۳۵ ۰/۷۱۲	گردشگری موجب افزایش امکانات تفریحی و گذران اوقات فراغت در محله می‌شود. گردشگری به تمیزی و زیبایی چهره محله کمک می‌کند. حضور گردشگر در اصفهان به افزایش تعداد و بهبود کیفیت فضاهای سبز و پارک‌ها کمک می‌کند.	۷
۰/۷۳۳ ۰/۷۱۱ ۰/۵۶۸	حضور گردشگران به بهبود کیفیت وسایل حمل و نقل عمومی شهر و محله کمک می‌کند. حضور گردشگران به حفظ و مرمت بناهای تاریخی شهر اصفهان کمک می‌کند. گردشگری موجب نوسازی و تقویت زیرساخت‌های شهری محله می‌شود.	۸
۰/۸۲۶ ۰/۸۱۱	گردشگری موجب افزایش جرم و جنایت در محله شده است. گردشگری موجب برهم زدن آرامش و آسایش ساکنان محله شده است.	۹

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

با توجه به میزان همبستگی هر یک از گویه‌ها، می‌توان عناوین مناسب را برای هر یک از عوامل انتخاب نمود. نام گذاری عامل‌ها در خصوص نگرش ساکنان محله نقش جهان نسبت به گردشگری به شرح زیر است:

عامل اول: این عامل با مقدار ویژه ۰/۶۲۰ در مجموع ۱۸/۵۸ درصد از واریانس گویه‌ها را تبیین می‌کند. این عامل از دیدگاه ساکنان محله مهمترین عامل متأثر از حضور گردشگران در محله نقش جهان است. این عامل از ۴ گویه «افزایش فرصت‌های شغلی برای زنان» با بار عاملی ۰/۸۴۰ گویه «افزایش فرصت‌های شغلی در بخش خدماتی» با بار عاملی ۰/۸۲۷ گویه «حفظ و احیای صنایع دستی و مشاغل سنتی» با بار عاملی ۰/۷۸۰ و گویه «انتفاع از حضور گردشگران در محله» با بار عاملی ۰/۶۵۳ بارگیری شده است. این عامل برحسب گویه‌های بارگذاری شده تحت عنوان عامل «فرصت اشتغال» نام گذاری می‌گردد که تأثیری اقتصادی محسوب می‌شود.

عامل دوم: مقدار ویژه این عامل ۵/۶۵ است که ۱۳/۷۸ درصد از واریانس گویه‌ها را تبیین می‌کند. در ذیل این عامل ۸ گویه کالبدی و محیطی شامل افزایش ترافیک، آلودگی صوتی، تراکم در فضای سبز، فشار به زیرساخت‌های شهری، استفاده از فضای پارکینگ ساکنان محلی، افزایش حجم زباله، لذت بخش نبودن محله، و تغییر محله بارگیری شده است. بار عاملی گویه‌های این عامل با توجه به ماتریس چرخش یافته از ۰/۸۲۷ تا ۰/۶۰۳ در نوسان است. براساس گویه‌های بارگذاری شده این عامل را می‌توان «ازدحام جمعیت و رنجش» نامید.

عامل سوم: مقدار ویژه این عامل ۳/۹۷ است و ۹/۶۸۴ درصد از واریانس را تبیین می‌کند. در این عامل ۳ گویه «تأثیر در رشد اقتصادی شهر» با بار عاملی ۰/۸۵۴ «جریان پول به شهر اصفهان» با بار عاملی ۰/۸۴۵ و «رونق کسب و کارها» با بار عاملی ۰/۸۲۳ بارگذاری شده است. با توجه به گویه‌های تشکیل دهنده نام «جریان سرمایه و رشد اقتصادی» برای این عامل انتخاب شد.

عامل چهارم: مقدار ویژه این عامل ۳/۰۵۳ است و به تنهایی ۷/۴۴۷ درصد واریانس را محاسبه می‌کند. در این عامل ۵ گویه بارگذاری شده است. گویه «کاهش بیگانه‌هراسی» با بار عاملی ۰/۸۱۹ بیشترین و گویه «افزایش حس مهمان‌نوازی» با بار عاملی ۰/۶۳۸ کمترین بار عاملی را دارند. با توجه به اهمیت گویه‌های تشکیل دهنده نام «تعامل اجتماعی و مهمان‌نوازی» برای این عامل انتخاب شد.

عامل پنجم: این عامل با ارزش ویژه ۲/۳۵۵ در مجموع ۵/۷۴۴ درصد از واریانس داده‌ها را به خود اختصاص داده است. در این عامل ۴ گویه بارگذاری شده است. گویه «تأثیر منفی بر فرهنگ اصیل اصفهان» با بار عاملی ۰/۸۰۳

بیشترین و گویه «تغییر فرهنگ در محله» با بار عاملی $۰/۵۶۷$ کمترین بار عاملی را دارند. این عامل براساس گویه‌های بارگذاری به عنوان عامل «**تغییرات فرهنگی**» نام گذاری می‌گردد.

عامل ششم: این عامل با ارزش ویژه $۲/۲۹۵$ و تبیین $۵/۵۹۸$ درصد از واریانس گویه‌های اولیه بیانگر «**افزایش هزینه زندگی و عدم تسری گسترده منافع**» است. این عامل از ۵ گویه با بار عاملی بین $۰/۷۷۷$ تا $۰/۵۶۹$ بارگیری کرده است.

عامل هفتم: مقدار ویژه این عامل $۲/۱۰$ است و $۵/۱۲۲$ درصد از واریانس را تبیین می‌کند. با توجه به همبستگی مثبت بین متغیرها نام «**زیبا سازی فضای شهری**» برای این عامل انتخاب شده است. در این عامل سه گویه «تقویت امکانات تفریحی» با بار عاملی $۰/۷۵۷$ ، گویه «تمیزی و زیبایی چهره محله» با بار عاملی $۰/۷۳۵$ و گویه «بهبود کیفیت فضاهای سبز» با بار عاملی $۰/۷۱۲$ بارگذاری شده است.

عامل هشتم: مقدار ویژه این عامل $۱/۷۶۴$ و واریانس داده‌ها برابر با $۴/۳۰۳$ می‌باشد. در این عامل سه گویه بارگیری شده است، که گویه «بهبود کیفیت وسایل حمل و نقل عمومی» با بار عاملی $۰/۷۳۳$ و گویه «تقویت زیرساخت‌های شهری» با بار عاملی $۰/۵۶۸$ بیشترین و کمترین بار عاملی را به خود اختصاص داده‌اند. این عامل با توجه به گویه‌های بارگذاری شده به عنوان «**حفظ بناهای تاریخی و تقویت زیرساخت‌های شهری**» نامگذاری شده است.

عامل نهم: این عامل با مقدار ویژه $۱/۷۰۳$ و تبیین $۴/۱۵۳$ درصد از واریانس گویه‌های اولیه بیانگر «**بی‌نظمی اجتماعی**» است. این عامل از گویه‌های «افزایش میزان جرم و جنایت» و «بر هم خوردن آرامش و آسایش شهروندان» بارگیری کرده است.

نگرش اجتماع محلی نسبت به تأثیر گردشگری بر هر یک از عوامل شناسایی شده

جهت ارزیابی دقیق در خصوص نگرش ساکنان محله نقش جهان نسبت به حضور گردشگر و اثرات گردشگری، عوامل بدست آمده از تحلیل عاملی با استفاده از آزمون آماری تی تک نمونه‌ای مورد تحلیل قرار گرفت (جدول ۵). همان طور که ملاحظه می‌شود به طور کلی نگرش ساکنان نسبت به پنج مورد از اثرات گردشگری مثبت و نسبت به ۵ مورد منفی بوده است. همچنین اثرگذاری گردشگری بر همه عامل‌های مثبت و منفی بالاتر از حد متوسط ۳ ارزیابی شده است، و سطح معناداری بدست آمده نیز کمتر از $۰/۰۵$ است.

از دیدگاه اجتماع محلی در عرصه اقتصادی، گردشگری و حضور گردشگر اثرات مثبت و منفی بر محله نقش جهان داشته است. بر اساس نتایج بدست آمده نگرش ساکنان محلی نسبت به حوزه‌های «فرصت اشتغال» با میانگین $۳/۹۶$ و «جریان سرمایه و رشد اقتصادی» با میانگین $۳/۷۵$ مثبت بوده است و در حوزه «افزایش هزینه زندگی و عدم تسری گسترده منافع» با میانگین $۳/۲۱$ منفی بوده است. همانطور که ملاحظه می‌شود از دیدگاه ساکنان محلی میزان اثرات مثبت اقتصادی گردشگری بیشتر از اثرات منفی در محله بوده است. توسعه گردشگری در محله باعث افزایش فرصت‌های شغلی بخصوص برای زنان، حفظ و احیای صنایع دستی، رونق کسب و کارها، رشد اقتصادی شهر و افزایش جریان سرمایه به محله شده است. اما افزایش قیمت کالاها و خدمات در محله، افزایش قیمت املاک و اجاره‌بها و عدم تسری منافع به همه مردم باعث عدم رضایت و رنجش ساکنان محله شده است.

در عرصه اجتماعی- فرهنگی، نگرش اجتماع محلی در خصوص «تعامل اجتماعی و مهمان‌نوازی» با میانگین $۳/۷۱$ مثبت بوده است. به بیان دیگر از دیدگاه ساکنان محله گردشگری باعث کاهش بیگانه‌هراسی، احساس غرور و افتخار، ایجاد تعامل اجتماعی مثبت، ارتقای سطح آگاهی فرهنگی، افزایش حس مهمان‌نوازی مردم محله شده است. با وجود اثرات مثبت درک شده، از دیدگاه ساکنان محلی، گردشگری اثرات منفی اجتماعی - فرهنگی نیز در حوزه‌های «بی

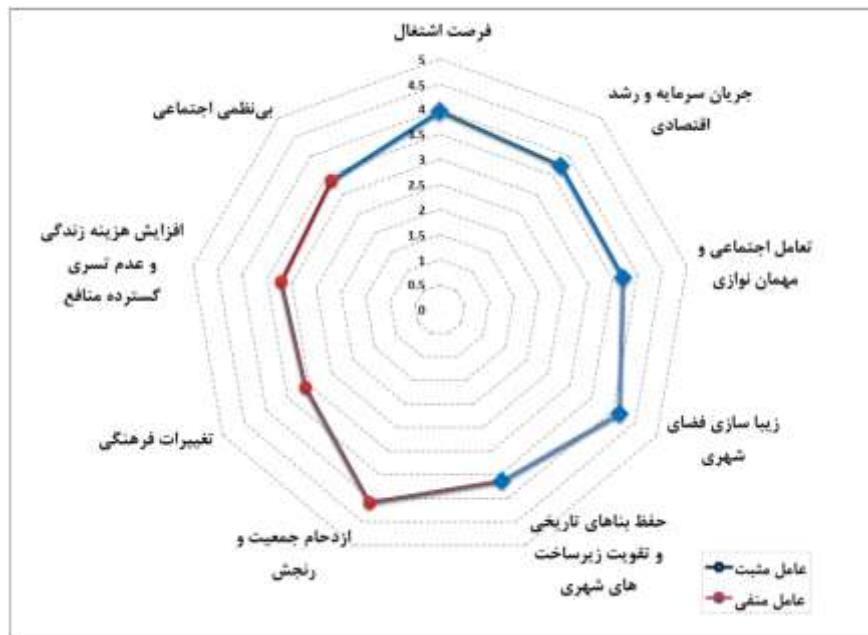
نظمی اجتماعی» با میانگین ۳/۳۶ و «تغییرات فرهنگی» با میانگین ۳/۰۹ ایجاد کرده است. ساکنان محلی تأثیر گردشگری و حضور گردشگر بر فرهنگ اصیل بومی، باورهای مذهبی، تغییر سبک زندگی، تغییر فرهنگ مردم، و همچنین افزایش جرم و جنایت و برهم خوردن آسایش را درک کرده‌اند.

در عرصه کالبدی- محیطی نیز از دیدگاه ساکنان محلی، گردشگری پیامدهای مثبت و منفی متعددی بر محله نقش جهان داشته است. نگرش ساکنان محلی در خصوص موارد «زیباسازی فضای شهری» با میانگین ۴/۱۴ و «حفظ بناهای تاریخی و تقویت زیرساخت‌های شهری» با میانگین ۳/۶۳ مثبت ارزیابی شده است. به بیان دیگر ساکنان محلی تأثیر گردشگر بر افزایش اماکن تفریحی، زیبایی محله، افزایش تعداد و بهبود کیفیت فضاهای سبز، نوسازی زیرساخت‌های شهری، حفظ و مرمت بناهای تاریخی، و بهبود کیفیت وسایل حمل و نقل عمومی را درک کرده‌اند. با وجود اثرات مثبت زیاد در محله، از دیدگاه ساکنان محلی گردشگری تأثیر منفی در حوزه «ازدحام جمعیت و رنجش» با میانگین ۴/۰۹ بر سطح محله داشته است. گردشگری به دلیل ایجاد ازدحام جمعیت در فضاهای سبز، افزایش ترافیک، آلودگی صوتی، فشار به زیرساخت‌های شهری محله، مشکل فضای پارکینگ در محله، باعث شده سکونت در محله برای برخی از ساکنان محلی لذت بخش نباشد و برخی از ساکنان مایل به تغییر محله سکونت داشته‌اند.

جدول ۵- نگرش ساکنان محله تاریخی-گردشگری نقش جهان نسبت به اثرات درک شده از گردشگری با استفاده از One-Sample T-test

Sig	T	میانگین	جهت تأثیر	عامل	بعد
۰/۰۰۰	۲۱/۰۷۴	۳/۹۶	مثبت	فرصت اشتغال	۱ اقتصادی
۰/۰۰۰	۲۳/۶۹۰	۴/۰۹	منفی	ازدحام جمعیت و رنجش	۲ کالبدی- محیطی
۰/۰۰۰	۱۹/۴۴۵	۳/۷۵	مثبت	جریان سرمایه و رشد اقتصادی	۳ اقتصادی
۰/۰۰۰	۱۰/۶۷۹	۳/۷۱	مثبت	تعامل اجتماعی و مهمان‌نوازی	۴ اجتماعی- فرهنگی
۰/۰۰۰	۲۱/۳۰۰	۳/۰۹	منفی	تغییرات فرهنگی	۵ اجتماعی- فرهنگی
۰/۰۰۰	۱۷/۹۶۶	۳/۲۱	منفی	افزایش هزینه زندگی و عدم تسری گسترده منافع	۶ اقتصادی
۰/۰۰۰	۲۴/۹۲۴	۴/۱۴	مثبت	زیباسازی فضای شهری	۷ کالبدی
۰/۰۰۰	۸/۰۸۸	۳/۶۳	مثبت	حفظ بناهای تاریخی و تقویت زیرساخت‌های شهری	۸ کالبدی
۰/۰۰۰	۹/۷۴۹	۳/۳۶	منفی	بی‌نظمی اجتماعی	۹ اجتماعی- فرهنگی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰



شکل ۳- وضعیت نگرش ساکنان محور تاریخی-گردشگری میدان نقش جهان شهر اصفهان نسبت به گردشگری (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰)

راهکارهای پیشنهادی ساکنان محله نقش جهان جهت افزایش رضایت نسبت به گردشگری

براساس نتایج تجزیه و تحلیل مصاحبه و دیدگاه‌های ساکنان محله نقش جهان، ۲۸ راهکاری که هم فراوانی بیشتری داشتند و هم قابلیت اجرایی توسط سازمان ها و نهادهای مسئول داشتند استخراج شد، راهکارهای پیشنهادی در ۷ مقوله دسته‌بندی شدند:

مقوله «توسعه ظرفیت های شغلی» از دسته بندی راهکارهای تقویت کسب و کارهای مرتبط با گردشگری، حمایت از کسب و کارهای خلاقانه، ایجاد کاربری برای محصولات گردشگری، ایجاد بازارچه های خرید، و استفاده از تمام ظرفیت‌های تاریخی محله بدست آمد. مقوله «جذب فرصت های سرمایه‌گذاری» که بر راهکارهای انجام سرمایه گذاری بیشتر در محله با استفاده از مشارکت مالی ساکنان و جذب سرمایه از بیرون تأکید دارد. مقوله «برنامه‌ریزی مشارکتی و سرمایه‌گذاری» بر راهکارهای تقویت مدیریت گردشگری، مشارکت جامعه محلی، حمایت بیشتر نهادهای مسئول و کمک‌های مالی تأکید دارد. مقوله «تقویت تعامل جامعه میزبان و مهمان» از دسته بندی ایجاد ظرفیت‌ها برای تبادلات فرهنگی، برگزاری رویدادها، ایجاد نهادهای محلی و آموزش دسته بندی شد. مقوله «توسعه قوانین و فرهنگ‌سازی» بر راهکارهای آموزش، اعمال قوانین و دستورالعمل برای ورود و رفت و آمد با خودرو و استفاده از علائم در خصوص حساسیت ساکنان محله تأکید دارد. مقوله ششم «تقویت امنیت شهری» بر افزایش تجهیزات امنیتی، حضور نیروی امنیتی، و تقویت علائم روشنایی در شب تأکید دارد. و مقوله هفتم «تقویت زیرساخت‌های شهری محله» از راهکارهای ارتقاء کیفیت خدمات عمومی، تقویت وسایل حمل و نقل عمومی، امکانات تفریحی، تجهیزات جمع‌آوری زباله، کیفیت مبلمان شهری و ایجاد مکان های برگزاری مراسمات فرهنگی بدست آمد.

جدول ۶- نتایج تجزیه و تحلیل مصاحبه در خصوص ارائه راهکار برای افزایش رضایتمندی از گردشگری

مقوله	راهکار
توسعه ظرفیت‌های شغلی	<ul style="list-style-type: none"> - تقویت کسب و کار مرتبط با گردشگری برای بهره‌مندی جامعه محلی مثل چاپخانه، اقامتگاه و هتل سنتی - حمایت از کسب و کارهای خلاقانه گردشگری - ایجاد کاربری برای محصولات گردشگری در بناهای تاریخی - ایجاد بازارچه‌های خرید و فروش کالاها و محصولات گردشگری بخصوص صنایع دستی در مراکز گردشگری - احیای بناهای تاریخی و با ارزش در تمام سطح محله برای جذب گردشگر در تمام سطح محله
جذب فرصت‌های سرمایه‌گذاری	<ul style="list-style-type: none"> - انجام سرمایه‌گذاری بیشتر در سطح محله - استفاده از مشارکت ساکنان محله برای سرمایه‌گذاری - جذب سرمایه‌گذاری‌های غیربومی در منطقه
برنامه‌ریزی مشارکتی و سرمایه‌گذاری	<ul style="list-style-type: none"> - تقویت مدیریت گردشگری منطقه - مشارکت مردم محله در برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری - حمایت نهادهای مسئول بخصوص شهرداری از کسب و کارهای گردشگری محلی - کمک‌های مالی و وام از سوی نهادهای گردشگری برای کسب و کارهای مرتبط با گردشگری برای ساکنان محله
تقویت تعامل جامعه میزبان و مهمان	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد ظرفیت‌ها (مکان‌ها، برنامه‌ها) برای تبادلات فرهنگی بین ساکنین محله و گردشگران بخصوص گردشگران خارجی - افزایش برگزاری رویدادها و جشنواره‌های فرهنگی - ایجاد نهادهای محلی در زمینه میراث فرهنگی و گردشگری - آموزش به جامعه میزبان و مهمان در خصوص مسائل فرهنگی
توسعه قوانین و فرهنگ سازی	<ul style="list-style-type: none"> - استفاده بیشتر از علائم و تابلوهایی که بیانگر حساسیت ساکنان محله است. - آموزش و فرهنگ سازی - ایجاد قوانین و دستورالعمل برای ورود گردشگران به بافت‌های تاریخی - اعمال محدودیت رفت و آمد خودرو در بخش‌های تاریخی و محله‌های قدیمی
تقویت امنیت شهری	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش امکانات و تجهیزات امنیتی - حضور نیروی انتظامی - تقویت وسایل و علائم روشنایی در شب
تقویت زیرساخت‌های شهری محله	<ul style="list-style-type: none"> - ارتقاء کیفیت خدمات عمومی - تقویت مکان‌های برگزاری مراسم و رویداد فرهنگی - تقویت وسایل حمل و نقل عمومی در اطراف مکان‌های تاریخی - تقویت امکانات تفریحی و گذاران اوقات فراغت - ارتقاء کیفیت مبلمان شهری نظیر معابر و پیاده‌روی‌ها - افزایش تجهیزات جمع‌آوری و دفع زباله

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

نتیجه‌گیری

شهر اصفهان به عنوان یک مقصد عمده گردشگری در کشور که زندگی تعداد زیادی از شهروندان به فعالیت‌های مرتبط با گردشگری وابسته است، نیازمند برخورد علمی با همه جنبه‌های مقوله گردشگری است، لذا شناخت نگرش و میزان رضایتمندی شهروندان ساکن در بافت‌های تاریخی فرهنگی گردشگری این شهر امری ضروری است. لذا پژوهش حاضر به مطالعه نگرش جامعه محلی در محله نقش جهان شهر اصفهان نسبت به گردشگری و ارائه راهکارهای مناسب جهت افزایش رضایت ساکنان محله پرداخته است. نتایج در خصوص نگرش جامعه محلی نسبت به گردشگری نشان می‌دهد بیشترین رضایت گردشگران در خصوص ابعاد کالبدی و اقتصادی شامل حوزه زیباسازی فضای شهری (تقویت امکانات تفریحی، بهبود کیفیت

فضای سبز، زیبایی چهره محله) و حوزه فرصت اشتغال (شامل افزایش تنوع شغلی، فرصت شغلی برای زنان، حفظ و احیاء صنایع دستی) بوده است. نتایج بدست آمده همسو با عادل (۱۳۹۱) است که در پژوهشی در خصوص نگرش جامعه میزبان به گردشگری در بافت تاریخی فهادان یزد به این نتیجه دست یافت که گردشگری از دیدگاه جامعه میزبان بر حفاظت از ابنیه تاریخی، و توسعه اقتصادی ساکنان اثرگذار بوده است. افزون بر این در عرصه اقتصادی هر چند ساکنان محله نقش جهان نگرش مطلوبی نسبت به اثرات اقتصادی گردشگری داشته‌اند، و اثرات آن را در خصوص ایجاد فرصت‌های شغلی، رشد اقتصادی و جریان سرمایه به محله درک کرده‌اند، اما معتقد بودند که گردشگری باعث افزایش هزینه زندگی آن‌ها شده و منافع ناشی از گردشگری بیشتر برای قشر خاص و کسب و کارهای حوزه گردشگری بوده است.

در بخش کالبدی نیز با وجود درک پیامدهای مطلوب در حوزه‌های حفاظت از بناهای تاریخی و زیبایی شهری، نارضایتی در خصوص ازدحام جمعیت در محله و پیرامون مراکز گردشگری زیاد بوده است، از دیدگاه آنان گردشگری و حضور گردشگران باعث ازدحام جمعیت در فضا سبز، افزایش ترافیک، آلودگی صوتی، فشار به زیرساخت‌های شهری، و تولید زباله شده است، که این مسئله باعث آزاردگی و رنجش ساکنان محله شده است. در خصوص بعد اجتماعی- فرهنگی گردشگری، نگرش و قضاوت جامعه محلی بیشتر منفی بوده است. گرچه توسعه گردشگری و حضور گردشگران باعث افزایش تعامل اجتماعی بین جامعه محلی و گردشگران، افزایش آگاهی مردم محلی و تقویت مهمان‌نوازی مردم شده است، اما تغییراتی در فرهنگ مردم و محله، و همچنین بی‌نظمی اجتماعی شامل ناامنی و ایجاد ناراحتی و عدم آرامش برای مردم محله ایجاد کرده است. نتایج بدست آمده همسو با قنبری و شجاعی وند (۱۳۹۴) است که در پژوهشی در خصوص نگرش مردم به گردشگری در مناطقی از شهر تبریز دست یافتند که پاسخ‌دهندگان به شرایط اجتماعی بعد از توسعه گردشگری امیدوار نبوده‌اند.

در خصوص راهکارهای ارائه شده جامعه محلی برای ایجاد نگرش مثبت و افزایش رضایتمندی، از نتایج مصاحبه، ۲۸ راهکار در قالب ۷ مقوله توسعه ظرفیت‌های شغلی، جذب سرمایه، برنامه‌ریزی مشارکتی، تقویت تعامل جامعه میزبان و مهمان، فرهنگ‌سازی، تقویت امنیت شهری و تقویت زیرساخت‌های محله بدست آمد. راهکارهای بدست آمده همسو با نگرش و ادراک جامعه محلی نسبت به گردشگری و حضور گردشگران در محله است. به بیان دیگر برخی از راهکارهای ارائه شده در راستای تقویت پیامدهای مطلوب گردشگری و تسری اثرات مثبت گردشگری برای تمامی ساکنان محله و برخی از راهکارها برای کاهش یا حذف پیامدهای منفی درک شده می‌باشند. مجموعه راهکارهای ارائه شده قابلیت اجرایی یا توسط مسئولین و برنامه‌ریزان بخش گردشگری و یا توسط مردم و نهادهای محلی را دارد، لذا می‌تواند راهگشایی برای برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران بخش گردشگری در محله نقش جهان، منطقه سه و شهر اصفهان برای افزایش رضایتمندی جامعه محلی به گردشگری و در نهایت پایداری گردشگری در محله تاریخی- گردشگری نقش جهان باشد.

در مجموع نتایج بدست آمده نشان می‌دهد براساس قضاوت و ارزیابی جامعه محلی گردشگری و حضور گردشگران در محله نقش جهان، پیامدهای متعدد مثبت و منفی در عرصه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و کالبدی در پی داشته است. همچنین نتایج نشان می‌دهد اثرات و پیامدهای مثبت گردشگری بیش از اثرات و پیامدهای نامطلوب بوده است. جامعه محلی اثرات مثبت گردشگری در محله و شهر اصفهان را

درک کرده‌اند و نسبت به گردشگری و حضور گردشگران رضایت نسبی دارند. به بیان دیگر نگرش و ادراک جامعه محلی نسبت به گردشگری، پذیرش گردشگری و حضور گردشگر در محله است و همچنین احساس مهمان نوازی به گردشگران دارند.

با وجود این از دیدگاه جامعه محلی توسعه گردشگری و حضور گردشگران پیامدهای منفی متعددی در هر یک از ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و کالبدی بر زندگی ساکنان محله داشته است. حضور زیاد گردشگران باعث بی‌نظمی اجتماعی، برهم زدن آرامش و رنجش جامعه محلی شده است. همچنین گردشگری باعث افزایش هزینه زندگی و بهره برداری از زیرساخت‌های شهری محله برای فعالیت‌های مرتبط با گردشگری شده ولی منافع ناشی از گردشگری به کل محله تسری نیافته است، که در صورت بی‌توجهی به نیازهای جامعه محلی و تداوم این روند در دراز مدت منجر به نارضایتی و واکنش منفی جامعه محلی خواهد شد. با توجه به نظریه مبادله اجتماعی که مطرح می‌کند چنانچه فواید گردشگری برای مردم بیش از هزینه باشد، گردشگری توسط مردم محلی مورد حمایت قرار می‌گیرد؛ در محله نقش جهان جامعه محلی در درازمدت در صورتی از گردشگری حمایت خواهند کرد که فواید درک شده از گردشگری در همه حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، محیطی و کالبدی بیش از هزینه باشد. در واقع چنانچه ساکنان محلی از توسعه گردشگری و حضور گردشگران در محله منتفع شوند، و درک مثبت و رضایتمندی ایجاد شود، قطعاً در تمام برنامه‌های توسعه گردشگری مشارکت خواهند کرد و با برخورد مناسب و مهمان‌نوازی و ارائه خدمات مطلوب‌تر به جامعه مهمان در رضایتمندی نهایی گردشگران نقش مؤثری ایفا خواهند کرد.

References:

- اجزاشکوهی، محمد؛ بوذرجمهری، خدیجه؛ ایستگلی، مصطفی؛ مودودی، مهدی (۱۳۹۳). *بررسی اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی جامعه میزبان نمونه مطالعاتی، شهر بندر ترکمن*. فضای جغرافیایی، دوره ۱۴، شماره ۴۷، صص ۱۰۱-۱۲۵.
- آمارنامه شهر اصفهان (۱۳۹۸). شهرداری اصفهان، معاونت برنامه‌ریزی، پژوهش و فناوری اطلاعات اصفهان.
- بیتون، سو (۱۳۹۸). *توسعه اجتماع از طریق گردشگری*. ترجمه حسین مختاری هشی، نرگس وزین، مرتضی نصرتی، تهران: انتشارات مهکامه.
- حبیب پور، کرم؛ صفری، رضا (۱۳۹۰). *راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی*. تهران: نشر لویه.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷). *توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- رنجبریان، بهران؛ زاهدی، محمد (۱۳۹۲). *بازاریابی گردشگری*. اصفهان: انتشارات چهارباغ.
- زاهدی، شم السادات (۱۳۸۶). *مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تأکید بر محیط زیست)*. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

صدیقی، حسن؛ احمدپور کاخک، امیر (۱۳۸۴). *سنجش نگرش کشاورزان زعفرانکار نسبت به تولید و توسعه کشت زعفران و بررسی مسائل و مشکلات آنان (مطالعه موردی، شهرستان گناباد)*. علوم کشاورزی ایران، دوره ۳۶، شماره ۳، صص ۶۸۹-۶۹۹.

ضرغام بروجنی، حمید؛ رسولی، نسترن؛ کهزادی، سالار (۱۳۹۰). *نقش مشارکت جامعه محلی برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری در کشورهای در حال توسعه*. همایش گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

عادل، سمیرا (۱۳۹۱). *بررسی نگرش جامعه میزبان نسبت به گردشگری و پیامدهای آن در یک بافت زنده تاریخی (پژوهش موردی: بافت تاریخی فهادان یزد)*. نشریه هنرهای زیبا معماری و شهرسازی، دوره ۱۷، شماره ۴، صص ۱-۱۵.

غضنفر پور، حسین؛ کمانداری، محسن؛ مصطفی پور، نصرت (۱۳۹۳). *جغرافیای گردشگری با تاکید بر گردشگری شهری*، تهران: انتشارات نور علم.

قدمی، مصطفی؛ علیقلی زاده فیروزجانی، ناصر (۱۳۹۱). *ارزیابی توسعه گردشگری مقصد در چارچوب پایداری، نمونه مورد مطالعه، دهستان تمشک شهرستان تنکابن*. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، دوره ۲۷، شماره ۱۰۴، صص ۷۹-۱۰۴.

قرخلو، مهدی؛ رمضان زاده لسبوئی، مهدی؛ گلین شریفدینی، جواد (۱۳۸۸). *اثرات زیست محیطی گردشگری بر سواحل شهر رامسر*. فصلنامه جغرافیای انسانی، دوره ۱، شماره ۳، صص ۱-۱۲.

قنبری، ابوالفضل؛ شجاعی وند، بهمن (۱۳۹۴). *بررسی نگرش مردم نسبت به توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی مناطق ۷ و ۱۰ تبریز*. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، دوره ۳۰، شماره ۴، صص ۱۶۸-۱۸۵.

کرمی، مهرداد (۱۳۹۱). *سنجش پایداری گردشگری از نگاه جامعه محلی؛ مطالعه موردی؛ شهر نیاسر*. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، دوره ۱۲، شماره ۲۵، صص ۳۱-۵۵.

کیانی سلمی، صدیقه؛ صادقیان بروجنی، نجمه؛ نوروز آورگانی، اصغر (۱۳۹۹). *تسناسایی اثرات و تحلیل نقش گردشگری در رضایتمندی و حمایت ساکنان مقاصد گردشگری (مطالعه موردی: گردشگاه سیاسرد بروجن)*. فصلنامه مطالعات ساختار و کارکرد شهری، دوره ۷، شماره ۲۴، صص ۲۰۵-۲۲۹.

محمدپور، نسیبه؛ رجب زاده، علی؛ آذر، عادل؛ ضرغام بروجنی، حمید (۱۳۹۵). *بررسی نقش جوامع میزبان در پشتیبانی از توسعه گردشگری: استان گیلان*. پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۶، شماره ۲، صفحات ۱۲۵-۱۳۹.

وئوقی، لیلا؛ دادورخانی، فضیله؛ مطیعی لنگرودی، حسن؛ رهنمایی، محمدتقی (۱۳۹۰). *ارزیابی عوامل مؤثر بر رضایت در گردشگری زمستانی؛ مطالعه موردی دو مقصد زمستانی شمشک و دربند سر*. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۶، شماره ۱۵، صص ۱-۲۷.

Albu, R. G (2020). *Study on the effects of tourism development on the local community of Brasov*. Economic Sciences, 12(61), pp. 37-42.

- Ap, J., J. L. Crompton (1993). *Residents' Strategies for Responding to Tourism Impacts*. Journal of Travel Research, 32(1), pp. 47-50.
- Brooker, E., Burgess, J (2008). *Marketing destination Niagara effectively through the tourism life cycle*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20 (3), pp. 278-292.
- Çelik, S., Rasoolimanesh, S.M (2021). *Residents' Attitudes towards Tourism, Cost-Benefit Attitudes, and Support for Tourism: A Pre-development Perspective*. Tourism Planning & Development, 19, pp. 1-19.
- Chen, C.F., Chen, F.S (2010). *Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists*. Tourism Management, 3(1), pp. 29-35.
- Chen, J. S (2001). *Assessing and Visualizing Tourism Impacts from Urban Residents' Perspective*. Journal of Hospitality and Tourism Research, 25(3), pp. 235-250.
- Fazenda, N., Nunes da Silva, F., Costa, C (2010). *Douro Valley Tourism Plan, The plan as part of a sustainable tourist destination development process*. Worldwide Hospitality and tourism themes, 2 (4), pp. 428-440.
- Garcia, F. A., Vázquez, A. B., Macías, R. C (2015). *Resident's attitudes towards the impacts of tourism*. Tourism Management Perspectives, 13(1), pp. 33-40.
- Gu, X., Hunt, C.A., Lengieza, M.L., Niu, L., Wu, H., Wang, Y., Jia, X (2021). *Evaluating Residents' Perceptions of Nature-Based Tourism with a Factor-Cluster Approach*. Sustainability, 13(199), pp. 1-19.
- Gursoy, D., Rutherford, D.G (2004). *Host attitudes toward tourism an improved structural model*. Annals of Tourism Research, 31 (3), pp. 495-516.
- Gursoy, D., Jurowski, C., Uysal, M (2002), *Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach*. Annals of Tourism Research, 29 (1), pp. 79 –105.
- Hernandez, S.A., Cohen, J., Garcia, H.L (1996). *Residents' attitudes towards an instant resort enclave*. Annals of Tourism Research 23 (4), pp.755-779.
- Kask, T., Raagmaa, G (2010). *The spirit of place of West Estonian Resorts*. Norwegian Journal of Geography, 64 (3), pp. 162-171.
- King, B., Pizam, A., Milman, A (1993). *Social impacts of tourism: Host perceptions*. Annals of Tourism Research, 20 (4), pp. 650-665.
- Lundberg, E (2017). *The importance of tourism impacts for different local resident groups: A case study of a Swedish seaside destination*. Journal of Destination Marketing & Management, 6(1), pp. 46–55.
- McGehee, N. G., Andereck, K. L (2004). *Factors predicting rural residents' support of tourism*. Journal of Travel Research, 43 (2), pp. 131-140.
- Min, Z., Pan, X., Wu, B (2012). *Research on residents' perceptions on tourism impacts and attitudes: a case study of Pingyao Ancient City*. 6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU), TOURBANISM, Barcelona, pp. 25-27.
- Monterrubio, C., Osorio, M., Benítez, J (2018). *Comparing enclave tourism's socioeconomic impacts: A dependency theory approach to three state-planned resorts in Mexico*. Journal of Destination Marketing and Management, 8, pp. 412-422.

- Moraru, A.D., Duhnea, C., Barbulescu, A., Juganaru, M., Juganaru, I.D (2021). *Residents' Attitude toward Tourism—Do the Benefits Outweigh the Downsides? The Case of Constanta, Romania*. Sustainability, 13(2), pp. 1-16.
- Moreira Gregori, P.E., Roman, C., & Martin, J.C (2020). *Residents' perception of a mature and mass tourism destination: The determinant factors in Gran Canaria*. Tourism Economics, pp. 1-20.
- Ngowi, R. E., Jani, D (2018). *Residents' perception of tourism and their satisfaction: Evidence from Mount Kilimanjaro, Tanzania*. Development Southern Africa, 35(6), pp. 731–742.
- Obradović, S., Stojanović, V (2021). *Measuring residents' attitude toward sustainable tourism development: a case study of the Gradac River gorge, Valjevo (Serbia)*. Tourism Recreation Research, 46, pp. 1-13.
- Ozturk, A.B., Ozer, O., Çaliskan, U (2015). *The relationship between local residents' perceptions of tourism and their happiness: A case of Kusadasi, Turkey*. Tourism Review, 70, pp. 232–242.
- Perdue, R. R., Long, P.T., Allen, L (1990). *Resident Support for Tourism Development*. Annals of Tourism Research, 17(4), pp. 586-599.
- Pisonero, R. D (2011). *Actuation and Promotion Mechanisms of Urban Tourism: The Case of Seville (Spain)*. Turizam, 15 (1), pp. 26-39.
- Sharpley, R (2014). *Host perceptions of tourism: A review of the research*. Tourism Management, 42, pp. 37-49.
- Szromek, A.R., Kruczek, Z., Walas, B (2021). *Stakeholders' attitudes towards tools for sustainable tourism in historical cities*. Tourism Recreation Research, 46, pp. 1-13.
- Thetsane, R (2019). *Local community participation in tourism development: The case of Katse Villages in Lesotho*. Athens Journal of Tourism, 6(2), pp. 123–140.
- Toglhofner, C., Eigner, F., Prettenhaler, F.E (2011). *Impacts of snow conditions on tourism demand in Austrian ski areas*. Climate Research, 46(1), pp. 1-14.
- Unesco (2021). *Properties inscribed on the World Heritage List of Iran*. available in <https://whc.unesco.org/en/statesparties/IR>
- Uysal, U. E (2013). *Urban Tourism Promotion: What Makes the Difference*. Current Research Journal of Social Sciences, 5(1), pp. 17-27.
- Yasong, W., Pfister R. E (2008). *Residents' Attitudes Toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community*. Journal of Travel Research, 47 (1), pp. 84-93.