

## بررسی رویکردها و رفتارهای ساکنان بومی منطقه میزبان با توجه به متغیرهای جمعیت شناختی به صنعت گردشگری (مطالعه موردی سنندج)

فریدون ناهیدی آذر<sup>۱\*</sup>، منصور محمودنژاد<sup>۲</sup>

۱- استادیار گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر

۲\* - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد عجب شیر

doctor.nahidi@yahoo.com

### چکیده

امروزه به علت پر اهمیت بودن نقش و مشارکت ساکنان بومی مناطق مختلف در توسعه صنعت گردشگری، بایستی مباحثی در خصوص نگرش جامعه بومی در مورد صنعت گردشگری و حضور گردشگران توجه دانشگاهیان، سیاست گذران و مدیران اجرایی این صنعت را به خود جلب نماید که متأسفانه این امر در کشور ایران صورت نگرفته است. عمده ترین موضوعات مورد بحث در رابطه با دیدگاه جامعه میزبان که در برنامه‌های گردشگری محوریت دارد، رویکردهای اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی، زیست محیطی و تأثیرات دیدارکنندگان بر روی مقصد می‌باشد. از طرفی سنندج با دارا بودن جاذبه‌های فراوان در زمینه‌های مختلف گردشگری به‌عنوان یکی از مقاصد گردشگری ایران در میان گردشگران شناخته شده است و می‌تواند یکی از مراکز عمده جهت انجام تحقیقات علمی در صنعت گردشگری محسوب شود. هدف این مقاله شناخت اثرات اجتماعی گردشگری از دیدگاه ساکنان است. ابتدا با استفاده از متون کتابخانه‌ای، شاخص‌های اجتماعی برای بررسی اثرات استخراج شده و سپس بر اساس آن، داده‌های مورد نیاز از طریق پرسش‌نامه از شهرستان سنندج گردآوری شده است. روش تحقیق این مطالعه توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که ساکنان شهر سنندج نسبت به گردشگری رویکردی مثبت دارند. ضمناً در مجموع می‌توان گفت که از بین متغیرهای جمعیت شناختی تنها جنسیت و سن جامعه میزبان است که با نگرش مثبت و منفی اجتماعی رابطه دارند.

**کلمات کلیدی:** نگرش جامعه میزبان، اثرات گردشگری، اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری، صنعت گردشگری،

شهرستان سنندج

### مقدمه

گردشگری به‌عنوان یک پدیده اجتماعی در سطح بین‌المللی مطرح است تا جایی که ساختار اجتماعی، هنجارهای عرفی و معیارهای اخلاقی را تغییر می‌دهد. در این میان مسائل سیاسی نیز با گردشگری مرتبط است و کوچک‌ترین حرکت سیاسی بر کمیت و کیفیت گردشگران تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر گردشگری یکی از عوامل موثر بر محیط، فرهنگ، سبک زندگی، ارتباطات، اعتقادات، سیاست، اقتصاد نوعی توسعه در یک جامعه می‌باشد. تا حدی که گردشگری در سطح کلان و خرد، باعث تغییر در اقتصاد، اجتماع و نگرش سیاسی می‌شود. به دلیل رابطه متقابل میان جوامع و صنعت گردشگری، بررسی علمی و تحقیق میدانی با عنوان شناخت جامعه شناسی گردشگری مورد نیاز است. روزگاری سفر کردن یک پدیده لوکس به شمار می‌رفت. ولی اکنون دیگر در زمره یک حق مطرح است و این موضوع به تنهایی از لحاظ روانشناسی فردی و جامعه شناسی جهانی قابلیت بررسی و مورد تحلیل واقع شدن را دارد. این که مردم به چه انگیزه‌ای سفر می‌کنند، کدام مکان را به عنوان مقصد انتخاب می‌کنند، سفر چه اثری بر آنان دارد، مسافران چه اثری را روی جامعه میزبان و محیط می‌گذارند و ... همگی در زمره مطالعات جامعه شناسی گردشگری اثرات گردشگری بر جامعه و بالعکس را تنها پس از ورود گردشگران بررسی نمی‌کنند، بلکه چگونگی آماده شدن جامعه برای پذیرش گردشگر هم از مواردی است که در این مقوله می‌گنجد. جامعه برای پذیرش گردشگر باید مراحل را طی کند که بازهم به فرهنگ، رابطه‌های اجتماعی (در سطح دولت و مردم)، هنجارها، امنیت و ... بستگی