

## تحلیل جامعه‌شناختی پدیده گردشگری کاذب و شبه‌گردشگر در منطقه اورامانات استان کردستان

جمال محمدی<sup>۱\*</sup>، انور محمدی<sup>۲</sup>، جمیل مفاخری باشماق<sup>۳</sup>

۱ دانشیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.  
۲ دانشجوی دکتری، رشته جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه تهران، تهران، ایران.  
۳ دانشجوی دکتری، رشته جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه تهران، تهران، ایران

چکیده:	تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۱۰ تاریخ پذیرش: ۹۸/۴/۱
<p>گردشگری سیستم پیچیده‌ای است که ذینفعان مختلف دیدگاه‌های متفاوتی در قبال آن دارند. در حالی که تا پیش از این، بیشتر نگاه گردشگران و دیدگاه‌های آنان نسبت به جوامع میزبان واجد اهمیت بیشتری بود، هدف اصلی این تحقیق مطالعه نگاه و درک جامعه میزبان نسبت به گردشگران می‌باشد. روش تحقیق پدیدارشناسی است و داده‌ها از انجام مصاحبه عمیق با ۲۷ نفر گردآوری شده است. جامعه مورد مطالعه منطقه گردشگری اورامانات استان کردستان می‌باشد. یافته‌ها نشان می‌دهد که مردم اورامانات به عنوان میزبان نگاه یکسانی به گردشگران ندارند. از نظر آنان بین گردشگرانی که از مناطق مختلف به اورامانات سفر می‌کنند، تفاوت اساسی وجود دارد. به طور کلی از نظر آنان شش دسته گردشگر وجود دارد: خارجی، داخلی و منطقه‌ای (غیر کردستان)، داخلی (کردستان)، گردشگران غیرمنطقه‌ای نقاط دورتر ایران و اردوهای گروهی دوستان و مدارس. از نگاه مردم منطقه، هر یک از این گروه‌ها بر اساس سه حوزه اصلی اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی تفاوت‌های بارزی بایکدیگر دارند. باتوجه به دیدگاه جامعه میزبان می‌توان بخش غالب گردشگرهایی که به این منطقه سفر می‌کنند را بیش از همه در قالب مفهومی با عنوان «شبه گردشگر» و «گردشگری کاذب» شرح داد، چرا که دارای سود اقتصادی بسیار اندک و اثرات اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی منفی برای منطقه هستند.</p>	<p><b>کلید واژه‌ها:</b> گردشگری، منطق اورامان، گردشگری کاذب، شبه گردشگر.</p>

### مقدمه

گردشگری سیستمی پیچیده است که ذینفعان مختلفی را شامل می‌شود: گردشگرها، ساکنان محلی، شرکت‌های محلی و سازمان و نهادهای دولتی. بر اساس نظریه تبادل اجتماعی نگرش و میزان حمایت ذینفعان از بسط و گسترش گردشگری در یک منطقه متأثر از ارزیابی‌های کلی آنها از هزینه‌ها و مزایای درک شده و واقعی گردشگری است (آندرک و دیگران، ۲۰۰۵). بنابراین وقتی که ذینفعان دیدگاه‌های متفاوتی نسبت به مزایا و هزینه‌های شخصی و جمعی گردشگری دارند، تعارض دیدگاه نسبت به گردشگری در یک منطقه خاص پدیدار می‌شود (بارد و دیگران، ۲۰۰۹). در منطقه گردشگری اورامانات کردستان نیز به دلیل اینکه منابع درآمدزایی اقتصادی مهمی وجود ندارد، و از طرف دیگر واجد پتانسیل بالایی برای گردشگری است که یکی از منابع درآمدزای جدید و مهم در اقتصاد کشورهای پیشرفته می‌باشد، همواره انتظارات خاصی در بین مردم منطقه نسبت به حمایت و استقبال از این صنعت جدید وجود داشته است، اما گردشگری نتوانسته همان مزایایی را که در کشورها و مناطق گردشگرپذیر دارد، برای آنها به همراه داشته باشد، به همین دلیل نگاهی متفاوت و توأم با تردید نسبت به مهمانان وجود داشته است. اینکه

\* نویسنده مسئول m.jamala@gmail.com

آیا اساساً گردشگری برای این منطقه مفید بوده است یا هزینه‌هایی بیشتر از این فواید داشته است، کمتر از نظر جامعه میزبان مورد توجه قرار گرفته است. به دلیل عدم برنامه‌ریزی و مدیریت مشخص گردشگری در این منطقه، و صعب‌العبور بودن و نامناسب بودن جاده‌ها و امکانات و تبلیغات و حمایت اندک، زمینه‌های ورود گردشگران از مناطق و شهرهای دور و خارج چندان فراهم نشده، در نتیجه جمعیت عظیمی از مسافرانی که به این منطقه می‌آیند، عمدتاً از استان‌ها و شهرهای همسایه هستند. آنچه واضح است اینکه عوامل مذهبی و عوامل پزشکی در تعریف تنوع بی حد و حصر گردشگری مدرن، عاجز و ناتوان هستند. گردشگران چشمه‌های آب معدنی، دیگر برای سلامتی به آنجا نمی‌روند، بلکه آنها به دنبال فرصتی هستند برای رفع نیازهای اجتماعی خویش، ایجاد روابط فردی و احساسی، ازدواج و خوشگذرانی؛ این در حالی است که ممکن است از سلامت کامل برخوردار باشند (سیتون و بنت، ۱۹۹۶). در چهل سال گذشته، بسیاری انگیزه‌های دیگر برای گردشگری، در کنار مذهب و سلامتی، از سوی برنامه‌ریزان گردشگری و صاحب‌نظران دانشگاهی، پیشنهاد شده است. افزایش هزینه‌های سفر و نامناسب بودن وضعیت اقتصادی ساکنان غرب کشور سبب شده بسیاری از آنها مناطقی چون اورامانات را برای سفرهای تعطیلاتی خود و مقصد گردشگری انتخاب کنند. اما اهمیت این مسئله از آنجاست که ظهور چنین پدیده‌ای با توجه به وضعیت اقتصادی نه چندان مناسب مسافران داخلی منطقه، نتوانسته آن دستاوردهایی را که از صنعت گردشگری انتظار می‌رود برای جامعه میزبان به همراه داشته باشد. چنین چیزی سبب شکل‌گیری تعاملات و انتظارات مختلف و تمایز گذاشتن بین گردشگران مختلف شده است که از نقاط مختلف به این منطقه می‌آیند. مسئله اصلی این تحقیق نیز تفاوت‌های بین گردشگران در ابعاد مختلف از منظر جامعه میزبان است.

### پیشینه

ریشه مطالعه علمی گردشگری به اروپای قاره‌ای بر می‌گردد، چرا که این منطقه نخستین جایی بود که اثرات گردشگری توده‌ای را تجربه کرد. ل. بادیو<sup>۱</sup> ایتالیایی نخستین مقاله اجتماعی علمی را در این باره در سال ۱۸۹۹ منتشر کرد. با این وجود، نخستین کار مهم در این زمینه در آلمان انجام گرفت (هامبرگ، ۱۹۷۸؛ به نقل از کوهن ۱۹۸۴: ۳۷۳). نخستین نوشته‌های جامعه‌شناختی که به طور خاصی به گردشگری پرداخته‌اند نیز در آلمان پدیدار شدند، و با مقاله کلاسیک ل. فون وایز<sup>۲</sup> (۱۹۳۰) آغاز شد و منجر به اولین کار جامعه‌شناختی کامل در این زمینه توسط ه. ج نابل<sup>۳</sup> (۱۹۶۰) شد. با این وجود، این موضوع توجه اندکی را تا دوره پس از جنگ جهانی دوم دریافت کرد، زمانی که گسترش سریع موجب تحریک برخی نوشته‌های جذاب و انتقادی (بوورستین ۱۹۶۴: ۷۷-۱۱۷) و نخستین مطالعات تجربی شد (کوهن، ۱۹۸۴: ۳۷۴).

مطالعه گردشگری به مثابه یک خصیصه جامعه‌شناختی به جای یک موضوع غریب و حاشیه‌ای در دهه ۱۹۷۰ با مقاله گونه‌شناسی کوهن (۱۹۷۲) و نخستین سنتز نظری مک کانل (۱۹۷۳) ظهور کرد. از اواسط دهه ۱۹۷۰، این حوزه سریعاً رشد کرد، گواه آن انتشار مجموعه‌ای از رساله‌ها و نشریات و مجموعه‌ای کلی از مقالات است (یانگ ۱۹۷۳؛ ترنر و اش ۱۹۷۵؛ مک کانل ۱۹۷۶؛ نورونا ۱۹۷۷؛ دی کات ۱۹۷۹: ۳-۷۶؛ به نقل از کوهن، ۱۹۸۴: ۳۷۴). وسیع‌ترین تعریف پذیرفته شده، اما فنی، از گردشگر توسط اتحادیه بین‌المللی سازمان‌های مسافرتی رسمی<sup>۴</sup> (IUOTO) در سال ۱۹۶۳ و در سال ۱۹۶۸ توسط سازمان جهانی گردشگری<sup>۵</sup> تصویب شد. طبق این تعریف گردشگران (بین‌المللی) «بازدیدکنندگانی موقت هستند که دست کم بیست و چهار ساعت در کشوری که از آن بازدید می‌کنند می‌مانند و هدف آنها از سفر را می‌توان جز یکی از این موارد دانست: (الف) اوقات فراغت (تفریح، تعطیلات، سلامتی، مطالعه، دین و ورزش)؛ (ب) کسب و کار (ماموریت خانوادگی، جلسه) (لیپر، ۱۹۷۹: ۳۹۳). مطالعات مربوط به گردشگری در جامعه محلی معمولاً کمتر به نگاه جامعه میزبان و تفاوت بین گردشگرها از نظرگاه آنان پرداخته‌اند.

<sup>۱</sup> L. Bodio

<sup>۲</sup> L. von Wiese

<sup>۳</sup> H. J. Knebel

<sup>۴</sup> International Union of Official Travel Organizations

<sup>۵</sup> World Tourist Organization

فلوریان کوک و همکارانش (۲۰۱۹)، در تحقیقی با عنوان «گردشگر بیگانه‌هراس» به بررسی پدیده بیگانه‌هراسی و گردشگر بیگانه‌هراس و نقش آن در رفتار گردشگری پرداخته‌اند. بر اساس روانشناسی اجتماعی آنها گردشگر بیگانه‌هراس را به مثابه ناراحتی ادراکی و اضطرابی گردشگر در مورد بیگانه‌هایی تعریف می‌کنند که در مقاصد گردشگری خارجی با آنها مواجه می‌شوند. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که بیگانه‌هراسی محرکی مهم و اغلب نادیده گرفته شده در اولویت‌های گردشگران برای تعطیلات مسافرتی، تمایل نسبت به غذای مردم محلی، تمایل به مسافرت گروهی، و رفتارهای مسافرتی است.

انمو و ادونتان (۲۰۱۲) به بررسی تأثیرات اجتماعی توسعه گردشگری بر اجتماعات میزبان در باغستان مقدس اوسون اوشاگو در استان اوسون در نیجریه پرداختند. هدف تحقیق عبارت بود از شناسایی جاذبه‌های مختلف در مقصد، ارزیابی شیوه‌هایی که بر زندگی جوامع میزبان تأثیر می‌گذارد و تعیین اینکه چگونه این اثرات پایداری زندگی محلی اجتماعات میزبان را متأثر ساخته است. یافته‌های تحقیق نشان داد که توسعه گردشگری اثرات چشمگیری بر زندگی اجتماعی و پایداری زندگی اجتماعی-فرهنگی اجتماعات میزبان دارد. بنابراین باید مشارکت عمومی توسط برنامه‌ریزان توسعه در این اجتماعات تقویت شود. در نتیجه، بسیار مهم که چارچوب‌های اجتماعی استاندارد در مراحل مختلف توسعه برای بهبود و حمایت از ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی مردم نیجریه بویژه جامعه میزبان ایجاد شود.

پیوشان و همکارانش (۲۰۱۸) در تحقیقی به بررسی اثرات اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی گردشگران سرزمین اصلی چین بر ساکنان هنگ کنگ پرداختند. برای اینکار از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته با ده نفر از ساکنان هنگ کنگ مصاحبه شد و از تحلیل محتوا برای تحلیل اطلاعات استفاده شد. نتایج نشان داد که جنبه‌های تأثیراتی منفی بر ابعاد اجتماعی-فرهنگی جامعه میزبان برجایی گذاشته است، از جمله در زمینه فرهنگی، خرید و ناهارخوری، و حمل و نقل، اما بر خلاف آن تأثیرات مثبتی در زمینه آموزش و پرورش و زیرساخت‌ها داشته است. نتایج نشان داد که ساکنان از مزایای اقتصادی خرسند هستند و از به ارمغان آمدن مزایای اقتصادی گردشگری توسط گردشگران سرزمین‌های اصلی چین خوشحال هستند. ماریانو آرتگاس و همکارانش (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان «عوامل تعیین کننده اعتماد به مقصد گردشگری» معتقدند اعتماد یکی از دغدغه‌های مهم مقاصد گردشگری است. تحقیق از طریق توزیع پرسشنامه بین ۷۵۰ گردشگر در مقاصد اصلی گردشگری شیلی انجام گرفته است. آنها در این تحقیق نشان می‌دهند که شهرت، و ارزیابی شناختی و عاطفی از مقصد فاکتورهای مهمی برای اعتماد هستند. اعتماد به مقصد گردشگری مربوط به عواملی چون ساکنان محلی، نهادهای خصوصی و عمومی است که صادق، و خیرخواه هستند.

محمدی (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان «تحلیل کیفی بسترها، دلایل و پیامدهای گردشگری به شیوهی نظریه‌ی زمینه‌ای (مطالعه موردی: گردشگران شهر سنندج)» انجام داده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که پدیده گردشگری در شهر سنندج به دلیل وجود برخی زمینه‌های عینی/ساختاری (جاذبه‌های طبیعی، بازارهای مرزی) و نیز بسترهای فرهنگی/تعاملی (میراث تاریخی متفاوت، فرهنگ بومی پذیرنده) از قابلیت توسعه بالایی برخوردار است. اما در عین حال با یک سری موانع روبرو است، هم موانع توسعه‌ای/ساختاری (ضعف زیرساخت‌های ارتباطی/نقص سازوکارهای فنی و مدیریتی، مهیا نبودن امکانات جذب گردشگر) و هم موانع ذهنی (سیطره گفتمان امنیت). هم‌چنین یافته‌ها حاکی از آن است که گردشگران بنا به دلایل و انگیزه‌های مختلف به شهر سنندج سفر می‌کنند که از انگیزه‌های رهایی بخشی (گذران اوقات فراغت، سفر/تفریح خانوادگی، طبیعت گردی) و انگیزه‌های تعاملی (آشنایی با ویژگی‌های فرهنگی/قومی، ایران گردی) تا انگیزه‌ها و دلایل ابزاری (خریدی کالاها/خارجی) را در بر می‌گیرد. و نیز اینکه از نگاه گردشگران، پدیده گردشگری می‌تواند واجد پیامدها و نتایجی فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، و زیست‌محیطی برای شهر سنندج و کل منطقه باشد.

صالحی و همکاران (۱۳۹۴) تحقیقی با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی رفتار محیط‌زیستی گردشگران (مطالعه‌ی موردی: پارک جنگلی نور)» انجام داده‌اند. هدف تحقیق بررسی جامعه‌شناختی رفتار گردشگران نسبت به محیط‌زیست در پارک جنگلی نور

می‌باشد. روش تحقیق کمی است. یافته‌ها نشان داد که بین سن گردشگران، محل سکونت و رفتارهای محیط‌زیستی رابطه معناداری وجود ندارد. در مقابل، یافته‌های تحقیق نشان داد که بین جنسیت و سطح تحصیلات و رفتارهای محیط‌زیستی رابطه مثبت وجود دارد. همچنین بین رفتارهای محیط‌زیستی گردشگران و متغیرهای مستقل (فشارهای هنجاری، فرصت، دانش محیط‌زیستی، ارزش زیست‌محیطی، پارادایم نوین بوم‌شناختی، توانایی، انگیزه) رابطه معناداری وجود دارد.

### مبانی نظری

نظریه‌های متعددی برای تحلیل رفتار و انگیزه‌های گردشگران و پیامدهای گردشگری طرح شده است. ایرادی که به چنین نظریاتی می‌توان وارد کرد، این است که توصیفاتی کلی از گردشگرها به دست می‌دهند و تفاوتی بین گردشگرها قائل نمی‌شوند. چنانکه کوهن نیز در نقد نظر بوورستین اذعان می‌دارد «بوورستین تعمیمی کلی از آنچه گردشگر می‌نامد ارائه می‌دهد، بدون توجه به هرگونه تفاوتی که ممکن است در زمینه انگیزه، رفتار، تجارب گردشگرهای واقعی دیده شود» (کوهن، ۱۹۸۸: ۳۱).

موضوع رابطه گردشگرها و افراد محلی توسط برخی از نظریه‌پردازان بررسی شده است. ساتن با تحلیل ویژگی متمایز تعامل گردشگر-افراد محلی شروع کرد و آن را به مثابه «مجموعه‌ای از مواجهات [مابین] بازدیدکنندگانی که برای کسب لذت شخصی در حرکت هستند ... و میزبانانی نسبتاً ایستا که برآورده کننده این نیازها و آرزوهای بازدیدکنندگان هستند، توصیف می‌کند (۱۹۶۷: ۲۲۰). چنین مواجهاتی در اصل گذرا، غیرتکراری و نامتقارن هستند؛ شرکت‌کنندگان به جای حفظ رابطه مستمر تمایل به کسب لذت فوری دارند.

تحقیقات اخیر این ویژگی‌های اساسی «مواجهه» را بیشتر تقویت کرده است. به دلیل ماهیت گذار و غیرتکراری چنین رابطه‌ای، شرکت‌کنندگان مجبور نیستند اثرات کنش‌های فعلی خود بر روابط آینده را در نظر بگیرند؛ از این رو، نه ضرورت و نه فرصتی برای ایجاد اعتماد متقابل وجود دارد (کوهن، ۱۹۸۴: ۳۷۹). در نتیجه، ون دن برگ معتقد است که چنین «روابطی در اصل به روی فریب، استثمار، و بی‌اعتمادی باز است، از آنجا که گردشگران و افراد بومی می‌توانند به آسانی از عواقب ناشی از خصومت و عدم صداقت بگریزند» (ون دن برگ، ۱۹۸۰: ۳۸۸). رابطه گردشگر-افراد محلی، دارای سطوح مختلفی است، که در دو نظام اجتماعی فرهنگی حک شده و توسط آنها تنظیم شده است: یکی سیستم بومی، که توسط گردشگری مورد هجوم قرار می‌گیرد، و دیگری خود سیستم گردشگری برآینده. پویایی تکاملی اصلی رابطه شامل گذار از اولی به دومی است. مطالعات مربوط به این تکامل معمولاً این فرایند را به مثابه تجاری‌سازی یا «کالایی‌سازی» مهمان‌پذیری نشان می‌دهد: گردشگران در آغاز به مثابه بخشی از رابطه سنتی میزبان-مهمان در نظر گرفته می‌شوند (پی-سانیر ۱۹۷۷: ۱۵۰-۱۵۱)، اما به مجرد اینکه تعداد آنها افزایش می‌یابد، هرچه کمتر مورد استقبال قرار می‌گیرند (کوهن ۱۹۸۲: ۲۴۸).

همانطور که گردشگری از ساحت مهمان‌نوازی بومی خارج می‌شود، اغلب از یک مرحله ناهنجار عبور می‌کند که در جریان آن محلی‌ها آنچه را ساتن (۱۹۶۷: ۲۲۱) یک جهتگیری یغماگرانه<sup>۱</sup> نسبت به گردشگران می‌نامد، پیدا می‌کنند. آنها می‌کوشند تا حد ممکن در جریان هر مواجهه سود کسب کنند، صرف‌نظر از عواقب طولانی مدتی که چنین رفتاری ممکن است بر جریان گردشگری داشته باشد. در طی این مرحله، که مشخصه آن خصومت قابل ملاحظه با گردشگران است (پیرس ۱۹۸۲: ۸۳-۸۵)، افزایش چشمگیر در تبعیض، انحراف و جرائم کوچک مبتنی بر گردشگری رخ می‌دهد (به عنوان مثال نیتو پیفروبا ۱۹۷۷: ۱۴۹؛ پی-سانیر ۱۹۷۷: ۱۵۴-۱۵۵؛ کوهن ۱۹۸۲: ۲۱۹-۲۱؛ به نقل از کوهن، ۱۹۸۴: ۳۸۰).

نگرش‌ها و ادراکات متقابل گردشگران و محلی‌ها در درجه اول از دیدگاه محلی‌ها مورد مطالعه قرار گرفته است؛ اطلاعات قابل اعتماد اندکی درباره اثرات سیاحت بر گردشگری وجود دارد (پیرس ۱۹۸۲: ۸۵). در گذشته، حامیان گردشگری مدعی بودند که درک بین‌المللی را افزایش می‌دهد، در حالی که منتقدان آنها این را انکار می‌کردند. پ.ل. پیرس نشان می‌دهد که بر اساس شواهدی نادر موجود، «گردشگران اگرچه حاشیه‌ای، اما نگرش‌های مثبت‌تری را نسبت به میزبانان در نتیجه سفر خویش نشان

<sup>۱</sup> commoditization

<sup>۲</sup> predatory orientation

می‌دهند؛ اما او همچنین فکر می‌کند که «تجارب تعطیلات بیشتر نگرش‌های از پیش موجود را تایید می‌کند» (۱۹۸۲: ۹۲) که بیشتر منفی است تا مثبت (کوهن، ۱۹۸۴: ۳۸۰).

باتوجه به دیدگاه مردم محلی، ما باید توجه داشته باشیم که گردشگران تقریباً هرگز نخستین غریبه‌ها برای نفوذ حتی به جوامع منزوی‌تر جهان نیستند. پیش از آنها معمولاً فاتحان، دولتمردان، بازرگانان، مبلغان، ماجراجویان، و انسان‌شناسان و غیره رفته‌اند (اسمیت ۱۹۷۷: ۵۲-۵۳). چنین ارتباطات پیشینی ادراکات اولیه مردم محلی و نگرش‌های آنها نسبت به گردشگرانی که ممکن است در قالب اصطلاحات سنتی به مثابه دوستان یا دشمنان یا حتی به مثابه «سربازان» خارجی» طبقه‌بندی نموده باشد را مشروط می‌کند. بر اساس نظر پی-سانر، تا زمانی که آنها به مثابه مهمان پذیرفته شوند، با آنها در ابتدا به مثابه افرادی در یک رابطه شخصی شده برخورد می‌شود (۱۹۷۷: ۱۵۰-۵۱). با این وجود، با ظهور گردشگری گسترده، مردم محلی از برقراری ارتباط شخصی با هر بازدیدکننده ناتوانند و تمایل دارند نوعی «گونه‌شناسی قومی» را توسعه دهند. به مجرد اینکه گردشگری توسعه بیشتری می‌یابد، گردشگران توده‌ای ممکن است در آگاهی مردم محلی از هم جدا شوند و از انسان عادی و از فردیت ضروری و خصائل انسانی محروم شوند» (پی-سانر ۱۹۷۷: ۱۵۵). این ادراک رفتار استثماری را مشروع می‌سازد (نگاه کنید به پ.ل. پیرس ۱۹۸۲: ۸۴؛ کوهن ۱۹۸۲: ۲۲۰).

داکسی (۱۹۷۶) یک مدل تکاملی کلی از تغییر در نگرش‌های مردم محلی نسبت به گردشگران شامل چهار مرحله پیشنهاد کرده است: رضامندی<sup>۸</sup>، بی‌تفاوتی، دلخوری، و خصومت. نگرش مثبت نسبت به گردشگری ممکن است در حقیقت در مراحل ابتدایی توسعه آن وجود داشته باشد، اما رضامندی همیشه نشانه آغاز گردشگری نیست، بویژه زمانی که از خارج تحمیل شده است. خصومت مشخصاً در بسیاری مناطق گردشگری یافت می‌شود، بویژه جایی که تراکم گردشگران به سرعت افزایش می‌یابد (اسمیت ۱۹۷۷: ۵۷)، و صنعت گردشگری تفاوت‌های اجتماعی اقتصادی و فرهنگی مابین محلی‌ها و گردشگران را بدتر می‌کند یا رقابت بر سر منابع محلی کمیاب را تشدید می‌کند (اردن ۱۹۸۰: ۴۳؛ کنت ۱۹۷۵؛ ناکس ۱۹۷۸: ۱۴-۱۵ به نقل از کوهن، ۱۹۸۴: ۳۸۱). مردم محلی همچنین یاد می‌گیرند که با خارجی‌ها مقابله کنند و نسبت به رفتار عجیب و غریب خود تحملی را ایجاد کنند (استوت، ۱۹۷۸: ۸۲).

نظریه رویدادهای کاذب<sup>۹</sup> و دروغین بودن ذائقه، مربوط به گردشگری توده‌ای است و نظریه فضاهای کاذب<sup>۱۰</sup> یا شباهت تصنعی زودگذر<sup>۱۱</sup> نفرت شدیدی از گردشگر به مثابه یک مصرف‌کننده مبتذل و همه‌جایی و بی‌هوده و سبک رفتار فضاهایی دارد که بدون هیچ گونه جدیت و تعمق جدی از آجامه میزبان بازدید می‌کند. به زعم بوورستین (۱۹۶۱)، رویدادهای گردشگری یکسره موهومی نیستند؛ اما تاحدودی کاذبند؛ از نظر ترنر و اش (۱۹۷۵) گردشگران ایل و تبارهایی طلایی هستند که فرهنگ محلی را ویران می‌کنند؛ از نظر ایوج فضاهای گردشگری تصنعی و غیر واقعی هستند، در حالی که مک کانل، آنها را زمین‌های ملاقاتی تهی می‌داند. بازنمایی انتقادی گردشگری نسبت به مکان‌هایی که به فعالیت‌های گردشگری اختصاص داده شده است نگاهی تحقیرآمیز دارد، و رسالت خود را نقد و افشا کردن بازنمایی‌های مثبت اپراتورهایی می‌داند که مشغول سودبری بدون هیچ مشکلی هستند. نویسندگان ذکر شده کم و بیش نوستالژیک هستند. بوورستین، آدلر (۱۹۸۹)، و ایوج به صراحت برای هنر گمشده مسافرت<sup>۱۲</sup> افسوس می‌خورند، در دیدگاه آنان توهمات جای آن را گرفته است. در این رویکرد روش تطبیقی اتخاذ شده عمدتاً یا به شکلی ضمنی در زمانی<sup>۱۳</sup> است، همانطور که منتقدان برای مقایسه بدترین سفرهای امروزی با بهترین سفرهای دیروزی از آن بهره می‌برند. زبان آن شبیه زبانی است که توسط نویسندگان طنز نویسی استفاده می‌شود که گردشگر را در موقعیت‌های شرم‌آوری برای تبدیل او به یک کاریکاتور به تصویر می‌کشد، و در کلیشه‌سازی گردشگر اغراق می‌کند. چنین نقدی منجر به انکار

<sup>۸</sup> euphoria

<sup>۹</sup> pseudo-events

<sup>۱۰</sup> pseudo-spaces

<sup>۱۱</sup> ephemeral simulacra

<sup>۱۲</sup> lost art of traveling

<sup>۱۳</sup> diachronic

یک درک جامعه‌شناختی از فضاهاى گردشگری می‌شود، نظریه‌پردازی بیهودگی مکان‌های گردشگری و «غیرممکن بودن سفر» را جایگزین آن می‌سازد (کاستا و مارتینوتی، ۲۰۰۳: ۵۴).

### روش‌شناسی

تحقیق حاضر مطالعه کیفی و به روش پدیدارشناسی می‌باشد. این تحقیق بر تجربه زیسته و ذهنیت شکل‌گرفته مردم از گردشگران و نوع رفتار آنان متمرکز است و پیش‌انگاره‌های ذهنی مردم منطقه اورامانات را در مورد گردشگران رجوع‌کننده به این منطقه مورد مطالعه قرار می‌دهد. پدیدارشناسی در اصل به مطالعه تجربه زیسته افراد و زیست‌جهان آنان می‌پردازد (مانن، ۱۹۹۰). پدیدارشناسی جهان را به صورتی که توسط فرد زیست می‌شود، نه جهان یا واقعیتی که خارج از انسان باشد در نظر می‌گیرد (واله و کینگ، ۱۹۸۹). در واقع هورن تجربه زیسته و توجه بدان را به منزله کوشش برای درک معانی تجربه زیسته انسان، آن‌گونه که زیسته می‌شوند، در نظر می‌گیرد. وی هدف از مطالعه زیست جهان را خوانشی مجدد از تجارب بدیهی پنداشته شده و هویدا نمودن معانی جدید و یا مغفول مانده می‌داند (پل کینگوم، ۱۹۸۳). به نظر هوسرل می‌توان از پدیدار موضوع آگاهی شروع نمود و خود موضوع را در پرتو گذاشت. به همین جهت، مکتب وی را «پدیدارشناسی» نام نهاده‌اند. یعنی نیازی نیست که از خود اشیاء برای کسب معرفت پرسش کنیم، بلکه می‌توانیم پدیدار اشیاء را به جای آن‌ها بگذاریم. پدیدارشناسی، تحلیل هر چیزی است که به تجربه درمی‌آید. و این تجربه نه اشیاء مادی بلکه بسیاری از امور نتراعی را نیز در بر می‌گیرد (امامی سیگارودی و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۷).

هوسرل بر این باور است که روش‌های شناختی موجود در جهان ریاضی به درد جهان واقعی انسان‌ها نمی‌خورند. بلکه می‌بایست با مراجعه به تجارب زیسته افراد و خالص‌سازی اذهان و اشیاء مورد نظر نسبت به کشف و فهم واقعیات پدیدارهای مختلف اقدام نمود. وی برای این کار روش سه مرحله‌ای «فروکاست پدیدارشناسانه» را پیشنهاد می‌کند، شامل: ۱- اپوچه یا تقلیل که به معنای معلق نمودن پیش‌فرض‌ها، مفروضات، داوری‌ها و درک‌هایمان می‌باشد؛ ۲- تقلیل آیدتیک دومین نوع تقلیل است و به معنای ساده کردن تجربه‌ها برای رسیدن به یک ماهیت ذات فراگیر می‌باشد و ۳- سومین گام تقلیل محقق است و محقق با رها شدن از همه آنچه معنای پیش‌فرضی و ماقبلی دارد به سوی من ناب و یا من محض خود پیش می‌رود (قدوسی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۳۳). با توجه به این اصول محقق به سراغ جامعه مورد نظر می‌رود و با توجه به همان روال تحقیقات کیفی سعی در ایجاد مطالعات و مصاحبه عمیق دارد که در این تحقیق نیز این مصاحبه عمیق از افراد مطلع و مختلف که تجربه زیسته از پدیده گردشگری دارد. بعد از شناخت افراد آگاه به موضوع و جلب اعتماد سوالات اصلی و فرعی تحقیق برای رسیدن به درک و توصیفی درست از پدیده پرسیده می‌شود (همان). بعد از مصاحبه محققین در این تحقیق با تاکید بر رویه پدیدارشناسی توصیفی هوسرلی متن مصاحبه‌ها را بررسی و تحلیل نموده است. بر همین اساس به تاسی از روش تحلیل گیورکی (۱۹۸۵) برای تحلیل داده‌ها متن‌ها چندباره خوانده شدند و درک عمومی از توصیفات هر شرکت‌کننده حاصل شد؛ سپس واحدهای معنا شناسایی شدند و به صورت قیاسی ترکیب گردیدند و به دسته‌بندی‌های مفهومی دست یافتیم. با ترکیب دسته‌بندی‌های مفهومی تم‌های که نشان‌دهنده بینش مشترک شرکت‌کنندگان در مورد پدیده می‌باشد استخراج گردیده‌اند، و سپس امر توصیف این نوع نگاه و تجربه افراد در قالب یک توصیف ارائه شده است. روش کدگذاری معمول در کارهای کیفی برای توصیف درست و رسیدن به تم‌ها و مفاهیم اصلی مشترک در این کار اتخاذ شده‌اند.

### تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها

جمعیت پاسخگو در تحقیق شامل ۲۷ نفر از اهالی منطقه اورامانات خصوصاً ۳ روستای پالنگان و بلبر و همچنین شهر اورامان تخت می‌باشند. بیشتر مطلعین محلی در فرآیند تحقیق شرکت کرده‌اند، این افراد شامل کسانی است که در زمینه گردشگری و تولید محصولات دامی و صنایع دستی و همچنین رستوران‌داری فعالیت دارند.

جدول شماره ۱- نمونه‌های شرکت کننده در تحقیق

نمونه مورد بررسی	مرد	زن
شورا و دهیار	۴	۰
مغازهدار و دارای رستوران	۳	۱
کسانی که خانه اجاره می‌دهند	۳	۱
تولید کنندگان محصولات دامی و شیلات	۳	۲
کسانی که در زمینه صنایع دستی فعالند	۳	۱
سایر اهالی منطقه	۳	۳

برای بررسی کامل موضوع تحقیق بیشتر اهالی منطقه در فرایند تحقیق شرکت داده شده‌اند. در این تحقیق همانطور که قبلاً نیز اشاره شد به دنبال تعریف و دسته‌بندی گردشگری و گردشگر بر حسب رفتار آن در محیط از دید افراد محلی هستیم. ابتدا نوع تعریف منطقه از مزایا و معایب اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی را ارائه خواهیم نمود، و سپس به تحلیل این نوع رفتار و ارتباط آن با نوع گردشگران از دید مردم منطقه خواهیم پرداخت.

جدول شماره ۲- معایب و مزایای گردشگری از دید مردم منطقه

مفاهیم	توضیحات	مقولات میانی	مقوله نهایی
اقتصادی (رونق محدود شیلات، خرید لبنیات محلی، درآمدزایی کودکان، رونق نان خانگی، خرید محدود صنایع دستی، خرید کم از روستا، رونق نسبی رستوران‌ها، فصلی بودن گردشگری، مکفی نبودن برای همه، شغل دوم بودن)	بله بعضی‌ها ماهی می‌خرند برای کباب؛ بچه من با یک الاغ روزی ۱۵۰ تومان درآمد دارد؛ درآمد ما در بهار و اوایل پاییز محدود می‌شود؛ من گردشگری و کار رو شغل کمکی خانواده می‌دونم	رونق فرآوردهای محلی رونق بخش خدماتی عدم کفایت درآمدی	بی‌هنجاری اجتماعی- محیطی و مزایای اقتصادی اندک
فرهنگی-اجتماعی (مدگرایی جوانان، رواج بی-حجابی، افزایش اعتیاد، پخش مواد مخدر، افزایش دعوا، تضاد رفتاری، بی‌هنجاری، تعامل خانوادگی، مختل شدن جریان زندگی، به حاشیه رفتن کار سنتی، عدم تمایل به دامداری،	باعث شده زنان ما و دختران جوان ما رفتار آن‌ها را کپی کنن؛ راستش اینا اعتیاد رو آوردن؛ تو چادرها بوده دختر و پسر سگس کردند؛ مشروب می‌خورند و قمه می‌کشند؛ بله بعضی‌ها دارای رابطه دوستی و خانوادگی شدن	ترویج بی‌هنجاری خطر اعتیاد تضعیف اشتغال سنتی تعامل اجتماعی	
زیست محیطی (تولید بیش از حد زباله، عدم توجه به محیط‌زیست، آلودن محیط، آتش زدن درختان، اشغال مکان‌های محدود غیر کوهستانی، تبدیل منطقه به پارکینگ، ترافیک، آلودگی صوتی)	خیلی زباله تولید می‌کنند؛ الان ما تو پالنگان هرچی درآمد داریم تو دهیاری صرف جمع-آوری و معدوم کردن زباله می‌کنیم؛ روزهای تعطیل اینجا پر از ماشین میشه و ترافیک وحشتناکی داریم	آلودگی زیست‌محیطی ترافیک	

### مزایا و معایب گردشگری از منظر مردم محلی

در بررسی پدیده گردشگری از دید مردم منطقه نوع نگاه آنان به پدیده گردشگری می‌توان تفاوت‌های را به گردشگری در نوع نگاه و یا به دلیل کنش خاص گردشگران مشاهده نمود. در واقع پدیده گردشگری باعث می‌شود که بسیاری از رفتارها خصوصاً در مناطق سنتی شکل بگیرد و اتفاق بیافتد که ذهنیت بومیان منطقه را به نسبت گردشگران شکل دهد. درست است که صنعت گردشگری یکی از درآمدزاترین صنایع در بعد جهانی است اما آیا در مناطق خاص فقیر نیز، این صنعت توان درآمدزایی و ایجاد واکنش مثبت مردم منطقه را دارا می‌باشد.

در بعد اقتصادی در تحقیق حاضر همانگونه که بررسی شد بر اساس ذهنیت و تجربه زیسته مردم منطقه گردشگری توانسته تغییری حداقلی در زیست اقتصادی مردم این مناطق ایجاد نماید، مانند رونق کسب و کارهایی که قبل از گردشگر پذیر بودن

مناطق وجود نداشت. گردشگری سبب شده است که مردم منطقه به درآمدهای مختلفی از جمله اجاره دادن منزل، رستوران‌داری، نانواپی سنتی و خانگی دست یابند. حتی چهارپایان در روستایی مانند پالنگان در روزهای پنجشنبه و جمعه درآمدزا شده‌اند. مثلاً یکی از افرادی که خود به کار در این زمینه مشغول بود می‌گفت: «من با الاغ در هفته نزدیک به چهارصد تومان درآمد داریم و حاضر نیستم الاغ را با یک ماشین عوض کنم». یا یکی از رستوران‌داران که همزمان دارای چایخانه نیز بود، می‌گفت: «من در ماه‌های مشخصی از سال درآمد خوبی دارم و مردم زیادی برای خرید و یا اجاره جای نشستن به اینجا میان».

اما نکته مهم عدم توجه کافی یا خرید فرآورده‌های دامی و کشاورزی توسط گردشگرها می‌باشد. به نوعی بسیاری از گردشگران مشتری این فرآورده‌ها نیستند و از آن استفاده نمی‌نمایند. یکی از خانم‌های که خود دامداری داشت می‌گفت: «اینجا این مسافران نمی‌آیند از ما روغن، کشک و شیر بخورند بلکه بیشتر تولیدات ما به کامیاران، تهران و یا سنندج برده میشن و مشتری عمده داریم». یکی از باغداران بلبری می‌گفت: «ما انار درجه یک داریم ولی دریغ از اینکه یک مسافر بیاد و ۳۰ کیلو انار یکجا بخره، مریوان و سنندج و تهران مشتری ما هستند ولی این افراد خیلی هاشون فقط تماشگران نه خرج کننده».

در زمینه زیست دامداری نیز گردشگری سبب شده است که بسیاری به این کار مشغول باشند و شغل دامداری را کنار بگذارند، به نوعی به شغل جایگزین موقتی تبدیل شده است. یکی از اهالی اورامان تخت می‌گفت: «من اینجا کارم موقتیه و دیگه نمیتونم دامداری کنم و به هوار برم، به همین خاطر تا مسافر باشه چای می‌فروشم و تا نمونه میرم کولبری که بتونم خرج زن و بچم رو بدم. کاش این مسافران همیشگی بودن خوب خرج میکردن من این می‌شد کار همیشگیم».

اما یکی از ابعاد مهم پیامدی گردشگری تاثیر آن بر بافت فرهنگی اجتماعی مردم منطقه است، خصوصاً مناطق دارای بافت سنتی مانند اورامانات. از دید مردم منطقه که مردمان مذهبی نیز می‌باشند گردشگران سبب رواج بسیاری از ناهنجاری‌های اجتماعی شده‌اند که بر جوانان و زنان تاثیر زیادی گذارده است. به نظر اهالی منطقه، اعتیاد، مدگرایی، بی‌حجابی، شکل‌گیری دعوای گروهی و بسیاری چیزهای دیگر پیامدهای منفی گردشگرها برای منطقه بوده‌اند. دهیار پالنگان در این زمینه می‌گفت: «اینجا خیلی از جوانان ما توسط مسافرای شهرهای اطراف معتاد شدن و حتی الانم تامین کننده مواد هستند». پیمان که خود مواد مصرف می‌کرد، در این زمینه می‌گفت: «بله من مواد رو از کرمانشاه تهیه می‌کنم و به دوست اهل اونجا من رو معتاد کرد». در زمینه ناهنجاری‌های دیگر اجتماعی نیز مردم همین نظر رو دارا بودند و گردشگران را مقصر بسیاری از ناهنجاری‌ها می‌دانستند. بی‌حجابی، و مصرف مشروبات الکلی و ناهشیاری مصرف کننده و ایجاد تنش با اهالی یا سایر گردشگران از پیامدهای گردشگری بوده است. یکی از زنان می‌گفت: «روزهای که شلوغ است من دوست ندارم که دخترام بیان بیرون چون این زن‌ها و مردم برهنه رو میبینن و انسان و هم‌چشمی؛ من میترسم از بدرفتار و بی‌حجاب شدن بچه‌هام». یکی از اهالی پالنگان می‌گفت: «خیلی وقت‌ها اینا مست میکنند و با مردم یا اهالی روستا دعوا میکنند، یه بار همه مردم جمع شدن چند جوان رو بزنی ما با بدبختی نداشتیم».

علاوه بر این بعد ناهنجاری و ترویج ناهنجاری و ساخت بی‌اعتمادی مردم منطقه نسبت به رفتار گردشگران نوعی بعد مثبت نیز وجود دارد و آن‌هم گسترش نوعی تعامل اجتماعی بین مردم منطقه و سایر گردشگران است. در بین مردم منطقه گرایش به تعامل با گردشگران خارجی و اعتماد اجتماعی بدان‌ها بیشتر است و در مرتبه بعدی گردشگران داخلی دارای فرهنگ مشترک قرار دارند. به نظر یکی از ساکنین منطقه اورامان تخت: «من راستش دوست دارم با گردشگرهای خارجی تعامل داشته باشم و حتی اونها رو به خونه میبرم بدون اینکه پولی بگیرم، چون هم انسان‌های محترمی هستن و هم یه چیزهای جدیدی ازشون یاد می‌گیریم». یکی از ساکنین پالنگان می‌گفت: «من راستش خودم با چند نفر بوکانی و مهابادی رابطه دارم و همینجا آشنا شدم و الان رفت و آمد خانوادگی دارم». یکی از پرورش دهندگان ماهی می‌گفت من الان چند مشتری ماهی از سنندج و بوکان دارم که با هم رفت و آمد داریم.



از دید مردم منطقه گردشگری بیشتر پیامد فرهنگی و اجتماعی منفی دارد، هرچند بعد تعاملی نیز برای آنان ایجاد نموده است، اما با در نظر گرفتن ذهنیت سنتی- مذهبی مردم منطقه، از دید آنان گردشگران عاملان ایجاد ناهنجاری‌های زیادی هستند و بیشتر نسبت به اعتیاد و ترویج آن خصوصاً توسط طیف خاصی از گردشگران حساس‌اند و بعد تاثیر بر دختران و پسران جوان از لحاظ سبک پوشش و رفتار دغدغه آنان بوده است.

یکی دیگر از ابعاد مهم تاثیر گردشگران تاثیرات زیست‌محیطی است. با توجه به برجسته شدن محیط‌زیست و اهمیت روزافزون آن در محافل سیاسی، علمی و حتی افکار عمومی تاثیر گردشگران بر محیط‌زیست خصوصاً مناطقی که بیشتر دارای جاذبه‌های طبیعی هستند توجه به این مهم دارای جایگاه خاصی در کارهای علمی می‌باشد. از دید مردم منطقه اورامانات گردشگران تاثیرات زیست‌محیطی مخربی برجایی می‌گذارند. یکی از معضلات اصلی و حتی هزینه بر اورامان تخت، بلبر، و پالنگان زباله‌های تولید شده و عدم رعایت انبار کردن و پخش کردن زباله در سطح منطقه می‌باشد. حتی مشاهده محققین نیز این آلوده شدن محیط-زیست و پخش شدن پسماندها را در محیط تایید می‌نماید. به نظر یکی از شوراهای پالنگان: «گردشگران زباله زیادی درست میکنند و حتی پولی که بابت پارکینگ می‌گیریم صرف جمع کردن و معدوم کردن زباله می‌شود. با اینکه سطل آشغال تعبیه کرده‌ایم اما خیلی از گردشگران توجهی نمی‌کنند». یکی دیگر از اهالی بلبر می‌گفت: «همه چی با خودشون میارن حتی پفک و چیپس و فقط آشغالشونو برای ما میزارن، آب و کوه روستارو کثیف کردن و خیلیا رعایت نمی‌کنن».

در زمینه ترافیک نیز مردم منطقه بسیار گله‌مند بودند. البته بیشتر تقصیر را به گردن دولت و عدم توجه به ساخت و گسترش راه‌ها می‌انداختند و بر این باور بودند با توجه به وضعیت کوهستانی و سخت منطقه هم گردشگران و هم مردم منطقه با معضلات زیادی مواجه می‌شوند و درصد تصادفات بالا می‌رود. یکی از مسئولین و پارکبانان می‌گفت: خیلی از روزها با مشکل جا مواجهیم و تازشم آمار تصادفات بالا میره و جاده‌ها خیلی شلوغ میشه. یکی دیگر از اهالی پالنگان می‌گفت: «زمین بازی بچه‌ها روزهای تعطیل تبدیل به پارکینگ میشه و بچه‌ها نمیتونن فوتبال یا بازی دیگه‌ای انجام بدن».

از لحاظ معایب و مزایا می‌توان گفت که با توجه به زیست جهان مردم منطقه و تجربه آن‌ها از پدید گردشگری، گردشگران بیشتر تبدیل به نماد ناهنجاری اجتماعی - محیطی و مزایای اقتصادی کم شده‌اند. هرچند تبلیغات زیادی در زمینه گردشگری شکل گرفته و توان گردشگری در شکل‌دهی به حیات اقتصادی منطقه و رونق آن بسیار برجسته شده است، اما گردشگران و حداقل گردشگرانی که در حال حاضر بازدیدکنندگان این مناطق هستند، توان تحول عظیمی در بعد اقتصادی ندارند و در زمینه اجتماعی و فرهنگی نیز مزایای چندانی برای مردم منطقه نداشته‌اند و با رعایت نمودن بسیاری از اصول اولیه وظیفه شهروندی و بی‌توجهی به محیط سبب آلودگی بیشتر محیط‌زیست شده‌اند.

با نگاهی به نظر و ذهنیت مردم منطقه اورامانات می‌توان گردشگران را در چند دسته مختلف طبقه‌بندی نمود، که نماینگر رفتارهای مختلفی در ذهنیت مردم منطقه هستند. گردشگران به چند گروه اصلی تقسیم می‌شوند: ۱- گردشگران خارجی؛ ۲- گردشگران منطقه‌ای (مناطق اطراف و استان کردستان)؛ ۳- گردشگران غیر منطقه‌ای و نقاط دوردست ایران؛ ۴- اردوهای گروهی یا جمعی جوانان و مدارس. از دید مردم منطقه بیشتر گردشگران در قالب این گروه‌ها قابل طبقه‌بندی هستند و هرکدام تقسیم به خرده گروه‌های می‌شوند. مثلاً گردشگران داخلی منطقه‌ای بیشتر بین دو استان کردستان و کرمانشاه قابل تقسیم‌اند. و بین متمول و طبقه متوسط به پایین نیز تقسیم‌پذیرند. مثلاً یکی از افراد در این زمینه می‌گفت: «اینجا مسافرای زیادی میان از مسافرای خارجی و داخلی. مسافرای داخلی هم کرمانشاهی داریم و کسانی که از کردستانات خودمان می‌آیند و از جاهای مختلف ایران هم مردم میان.... به نظرم مردم ثروتمند و خارجی‌ها خوب خرج میکنند ولی یارو میاد یک کارگر کشاورز یا معلم و کارمنده همه چیز رو با خودش میاره دیگه اینجا نه خونه میگیره نه حتی یه تخم مرغ می‌خره».

هرکدام از این گروه‌های گردشگر رفتار خاصی را در ذهن مردم منطقه تداعی می‌کنند که در زیر در قالب یک جدول آورده خواهند شد.

جدول شماره ۳- گروه‌های مختلف گردشگر و نوع تعریف مردم منطقه از رفتار آنان

زیست محیطی	فرهنگی- اجتماعی	اقتصادی	
توجه به محیط زیست؛ احترام به طبیعت	تعامل مناسب با مردم؛ قابل اعتماد بودن؛ رفتار مناسب؛ احترام به مردم	دارای منفعت؛ پرداخت پول کافی؛ توجه به صنایع دستی؛ اهمیت اقتصادی زیادی	خارجی
آلوده نمودن محیط؛ عدم توجه به محیط زیست؛ بی احتیاطی در جاده	عامل اعتیاد؛ ناهنجاری اخلاقی؛ برهم زدن آرامش سایر گردشگران؛ تعامل منفی؛ تاثیر بر پوشش	بازده اقتصادی کم؛ عدم خرید محصولات دامی و دستی؛ همراه داشتن تمام مایحتاج؛	داخلی و منطقه‌ای غیر کردستان
عدم توجه به محیط زیست؛ عامل ترافیک، آلودن محیط طبیعی	نگاه با احترام؛ تعامل بیشتر مثبت؛ برخی ناهنجاری اخلاقی؛ ایجاد مدگرایی؛ تاثیر بر دختران	بازده اقتصادی کم؛ خرید کم محصولات منطقه؛ همراه داشتن بیشتر مایحتاج	داخلی (کردستان)
عدم توجه به محیط‌زیست؛ آلودن منطقه	تعامل مثبت و منفی؛ رواج مدگرایی؛ تاثیر بر زنان؛ عدم تاثیر زیاد	بازده اقتصادی؛ پرداخت پول و خرید از رستوران؛ توشه ناچیز سفر؛ عدم خرید محصولات دامی و دستی	گردشگران غیر منطقه‌ای نقاط دور ایران
آلودن و عدم توجه محیط‌زیست؛	تعامل منفی، ایجاد ناهنجاری خصوصا جوانان؛ مشروب خوری؛ تاثیر منفی	بازده اقتصادی کم؛ همراه داشتن توشه برای مدارس؛ عدم خرید صنایع دستی و دامی	اردوهای گروهی دوستان و مدارس

این تقسیم‌بندی که بر اساس ذهنیت مشارکت‌کنندگان در تحقیق از گروه‌های گردشگری ساخته شده است، بیانگر نوع نگاه آنان و نوعی ذهنیت شکل گرفته و متعاقب آن ادامه این نوع ذهنیت در تعامل با آنان می‌باشد. از دید مردم منطقه گردشگران خارجی از همه محبوب‌تر و قابل احترام‌تر بودند و این مهم دلایل اقتصادی، اجتماعی و حتی زیست‌محیطی دارد. بازده اقتصادی و متمول بودن گردشگران خارجی باعث شده است که مقدار پول خرج شده توسط این گردشگران بسیار بیشتر از سایر گروه‌ها باشد و نوع مصرف آنان تماما از مغازه‌ها و محصولات منطقه است. یکی از رستوران‌داران می‌گفت: «وقتی یک خارجی میاد رستوران برایش مهم نیست و بهترین غذا رو سفارش میده و خیلی مودب حساب میکنه حتی یه عکس هم بگیره، ولی گردشگرای خودمون یا نمیخرن با چونه میزنن». یکی دیگر از افراد میگفت «کاش بیشتر گردشگرهای ما خارجی بودن کار ما هم رونق زیادی میگرفت». این نوع رفتار و بازده اقتصادی زیاد گردشگران خارجی سبب شده است از لحاظ اقتصادی برای مردم منطقه جذابیت بیشتری داشته باشند. این در حالی است که اکثریت گردشگران داخلی و منطقه‌ای یک چنین رفتاری را ندارند و میزان خرید آنان به نسبت جمعیت مراجعه‌کننده به اورامانات بسیار کم است. بیشتر گردشگران که به اورامانات سفر یک روزه دارند بیشتر تمایل دارند توشه سفر و مایحتاج خود را همراه خود داشته باشند و حتی خوراکی‌های ساده را به همراه دارند. این گردشگران در بسیاری از مواقع تمایلی به خرید محصولات دامی، باغی و صنایع دستی ندارند. یکی از کسانی که در پالنگان با الاغ بار مردم را جابجا می‌نمود می‌گفت: «خیلی از مسافرها که من بارشون رو جابجا میکنم یه خانواده ۵ نفری هستن ولی بعضی وقتا انقدر بار دارن که خر من زیر بار میخوابه، خوب این همه چی آورده میاد از مغازه و مردم چیزی بخوره، خر من ۲۰۰ کیلو بار میبره زیر وسایل اونا میخوابه». این نوع گردشگران منطقه‌ای به دلیل نزدیکی راه و دید محدود یک روزه تفریحی به مسافرت و همچنین امکان تامین مایحتاج در مقصد و همزمان دسترسی به صنایع دامی، باغی و دستی در محل سکونت تمایل چندانی به خرید محصولات ندارند و یا از لحاظ مالی توان هزینه کردن را دارا نمی‌باشند. یکی دیگر از باغداران که باغ انار داشت می‌گفت: «خیلی از این

مسافرا تو فصل برداشت محصول نمیان ۲۰ کیلو بخرن، هم قیمتش مناسبه هم تازه و هم مطمئنه». نوع دیگر گردشگران که از لحاظ اقتصادی برای مردم منطقه مهم‌اند گردشگران سایر مناطق ایران می‌باشند که از لحاظ فاصله از مناطق دورتری می‌آیند و بر اساس آمارهای توسعه‌ای و اشتغال و درآمد، دارای وضعیت مادی و رفاهی بهتری نسبت به استان‌های کرمانشاه، کردستان، آذربایجان غربی و ایلام هستند. این نوع گردشگران از لحاظ اقتصادی دارای مزایای بیشتری هستند، به دلیل نداشتن توشه راه و انواع غذا و خوراکی و همزمان تمایل به اقامت یک شبه یا چند شبه مزیت اقتصادی بیشتری را دارا هستند. یکی از اهالی می‌گفت «بله من اینجا خونه اجاره میدم و بیشتر مشتریای من خانواده‌های تهرانی، اصفهانی و سایر جاهای ایران هستن که میان و تمایل دارن یه شب رو اینجا اقامت کنن».

اردوهای دوستانه و دانش‌آموزی نیز از لحاظ منفعت اقتصادی متفاوتند به نظر اهالی محل اردوهای دانش‌آموزی منفعت چندانی برای اهالی منطقه ندارد و تقریباً مقدار خرید آن‌ها ناچیز است اما گروه‌های دوستانه بیشتر تمایل دارند که یک شب را در منطقه مانده و از محصولات و فروشگاه‌های و رستوران‌ها خرید نمایند.

یکی از اهالی می‌گفت: «راستش بیشتر اردوهایی که میان اینجا یه می‌نی‌بوس بچه میارن که غذا و همه چی براش فرستادن حالا یه بستنی چیزی بخرن دیگه از اون بیشتر نمیتونن و نمیخرن».

از لحاظ فرهنگی و اجتماعی بازهم نگاه مردم منطقه به گردشگران متفاوت است. در واقع در این بین تمایل به تعامل فرهنگی، عدم آسیب جدی رفتار کنشگران خارجی و همچنین احترام به رسوم و مردم در بین گردشگران خارجی بیشتر است. یکی از اهالی پالنگان می‌گفت: «من گردشگرهای خارجی رو خیلی می‌پسندم، راستش حتی شده شب هم مهمون من بودن و اومدن خانه من بدون اینکه پولی ازشون بگیرم و با خانوادهم بودن. خیلی آدمای محترمین، نه کار ناشایستی میکنن و خیلی به مردم و اطرافشون اهمیت می‌دن. به نظرم میشه بهشون اعتماد کرد و تو خونه راهشون داد». دید مردم منطقه نسبت به این نوع گردشگران بسیار مثبت است و نوع تعامل آنان هم این مهم را سبب شده است. اما در مورد گردشگران منطقه‌ای غیر کردستان یک چنین نگاه مثبتی ندارند و با دید منفی به آنان می‌نگرند. بیشتر ناهنجاری‌ها و اعتیاد مردم منطقه را ناشی از تاثیر آنان می‌دانند. یکی از اهالی پالنگان می‌گفت: «خیلی از جوانای مارو (مسافران استان‌های اطراف) از راه بدر کردن و معتاد کردن، الانم مواد معتادارو تامین می‌کنند». دهیار پالنگان نیز بر افراط در مشروب‌خواری و تضاد آن‌ها با مردم منطقه صحبت می‌کرد و عامل خیلی از ناهنجاری‌ها در روزهای تعطیل می‌دانست. این دید نسبت به اردوهای دوستی و مجردی پسران نیز وجود داشت. مردم منطقه نسبت به رفتارهای آنان نگاه مثبتی نداشتند. در برخورد با مردمان منطقه کردستان اما نوع نگاه متفاوتی حاکم بود، تعامل دوستی و خانوادگی با آنان بیشتر بود و اشاره‌ای به شیوع اعتیاد و سایر ناهنجاری‌ها نمی‌نمودند. اما رفتارها و سبک پوشش آنان را موثر می‌دانستند و بیشتر تاثیر را بر جوانان داشتند. یکی از اهالی می‌گفت: «من خودم الان با چند نفر از مسافرای سندنجدی و بوکانی رابطه خانوادگی دارم». یا یکی دیگر از زنان پالنگان این مسافران را تاثیرگذار بر رفتار دختران می‌دانست. یکی از اهالی اورامان تخت می‌گفت: «کردهای کردستان خوبن و برای ما مشکلی درست نمی‌کنن و خیلی چیزهارو رعایت می‌کنن و ما هم براشون احترام می‌زاریم. رو جوانای ما هم تاثیری بدی ندارن». این نوع تعامل مثبت بیشتر می‌تواند ناشی از همخوانی فرهنگی با آنان باشد. در مورد گردشگران مناطق دورتر و غیر منطقه‌ای نیز نوع نگاه متفاوت است و تاثیر آنان را چندان زیاد نمی‌دانند، هرچند در زمینه مدگرایی بر این باورند که بر نوع پوشش جوانان تاثیرگذارند. یکی از اهالی بلبر می‌گفت: «این مسافرای تهرانی رو میبینی با چه لباس‌های می‌گردن، انگار اینجا خونه خودشونه خیلی راحتن... خیلی هاشون اینطورین و رعایت نمی‌کنن».

از لحاظ فرهنگی و اجتماعی نوع نگاه مثبت به گردشگران چندان مثبت نیست و به دلیل ناهمخوانی فرهنگ سنتی با رفتار گردشگران نوع تعامل مردم و ذهنیت آنان نسبت به رفتار گردشگران مثبت نمی‌باشد.

از لحاظ زیست‌محیطی نیز از دید مردم منطقه تنها گردشگران خارجی در زمینه جمع نمودن و عدم آلودگی محیط زیست با احتیاط عمل می‌کنند و این امر برایشان مهم است. اما از دید مردم منطقه مابقی گردشگران به عبارت دیگر گردشگران داخلی شامل تمام گروه‌ها توجه‌ای به این امر نمی‌نمایند و به صورت حداکثری در آلودن و عدم رعایت اصول جمع‌آوری زباله یک رفتار را به نمایش می‌گذارند. از دید یکی از اهالی پالنگان: «اینجا مردم هیچی از ما نمی‌خرند و با خودشون تنقلات هم می‌ارند ولی آشغالش رو برای ما جا می‌زارن، و حتی زحمت انداختنش رو به داخل سطل آشغال نمی‌کشند».

در واقع پدیده‌ای با عنوان «شبه‌گردشگر» یا «گردشگری کاذب» شکل گرفته است که نفع اقتصادی جامعه میزبان، احترام به رسوم مردم منطقه مبدا و توجه به محیط‌زیست را رعایت نمی‌نمایند و از لحاظ ذهنی مردم منطقه ذهنیت مثبتی نسبت به رفتار آنان ندارند. البته استثنای این گردشگران از دید مردم منطقه گردشگران خارجی می‌باشند. بر اساس آنچه گفته شد گردشگران در کردستان بیشتر نوعی «شبه‌گردشگر» و «گردشگر کاذب» هستند.

### نتیجه‌گیری

گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین عامل‌های رونق اقتصادی تأثیری عمیق بر اقتصاد یک منطقه و حتی یک کشور دارد و در حال حاضر با نام صنعت تعریف می‌شود. اما نکته مهم در بررسی گردشگری عدم توجه به پیامدهای آن خصوصاً از دید مردم منطقه گردشگر پذیر می‌باشد. در واقع پدیده‌ای به نام گردشگر بر اساس تجربه مناطق میزبان به صورت خاصی تعریف می‌شود و دسته‌بندی‌های مختلفی می‌تواند توسط اهالی بومی نسبت بدانان صورت پذیرد. در این تحقیق مردم منطقه اورامانات گردشگران را به ۵ دسته یا گروه بر اساس تجربه زیسته و ذهنیت خود تقسیم نموده‌اند که هرکدام در حوزه‌های مختلف نوع رفتار متفاوتی را به نمایش می‌گذارند. نوع اول گردشگران خارجی‌اند که از دید مردم منطقه از لحاظ اقتصادی مفید هستند و همزمان احترام زیادی برای محیط‌زیست قایل‌اند و از لحاظ فرهنگی نیز نسبت به سنن مردم منطقه کنجکاوند و با دیده احترام بدان می‌نگرند، در کل از دید مردم منطقه گردشگران خارجی بسیار محبوب و از لحاظ اقتصادی مفید و از لحاظ فرهنگی و اجتماعی قابل اعتماد و احترام هستند. بهترین نوع گردشگر از دید آنان گردشگران خارجی هستند. اما در تعامل با سایر گروه‌های گردشگری منفی‌ترین نگاه و ذهنیت متعلق به دو دسته از گردشگران است و آنان شامل گردشگران داخلی منطقه‌ای غیر از کردستان و جوانان یا اردوهای مجردی می‌باشند. از دید مردم منطقه اینان عامل ناهنجاری اجتماعی هستند و اعتیاد، بی‌حجابی و رواج آن و انجام اعمال ناشایست را به راحتی انجام می‌دهند و عوامل اصلی ترویج آنند. این گردشگران از دید مردم منطقه از لحاظ اقتصادی چندان سودمند نبوده و تمایلی به مصرف و خرید کالاهای مختلف از منطقه ندارند و این خرید در سطح حداقلی است. از لحاظ زیست‌محیطی نیز این گروه‌ها همانند سایر گردشگران داخلی به نظر اهالی منطقه توجه‌ای به محیط‌زیست و پاک نگهداشتن آن ندارند. گردشگران داخلی و منطقه‌ای کردستان از لحاظ اقتصادی منفعت زیادی برای مردم منطقه ندارند اما از لحاظ فرهنگی و تعامل اجتماعی مردم اروامانات رویکرد مثبتی و دید مثبتی را نسبت به آنان دارا می‌باشند. گردشگران غیر منطقه‌ای و سایر نقاط ایران نیز از لحاظ فرهنگی خصوصاً حجاب و رعایت یک سری اصول سنتی مذهبی منطقه مورد تایید نیستند اما از لحاظ اقتصادی برای مردم منطقه دارای منفعت هستند و برای آنان سودمندند.

در کل بر اساس تجربیات مردم منطقه می‌توان گفت با توجه به اکثریت مراجعه‌کنندگان و گردشگران رجوع‌کننده به اورامانات نوعی پدیده شبه‌گردشگری شکل گرفته است که مزایای اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی آن بسیار کم بوده و در بسیاری مواقع نمی‌تواند آن نوع تعاریفات خاص از گردشگری را برآورده نماید و سبب رونق اقتصادی شود. در واقع بیشتر گردشگرانی که اورامانات را به عنوان مقصد خود انتخاب می‌نمایند از قشر متوسط و متوسط به پایین می‌باشند که به عنوان یک مسافرت کوتاه یک‌روزه به این مناطق می‌نگرند که از لحاظ مصرف کاملاً خودکفا بوده و نیازی به تأمین مایحتاج سفر از این مناطق ندارند.

منابع

- امامی سیگارودی، عبدالحسین؛ ناهید دهقان نیری، زهرا رهنوردی، علی نوری سعید (۱۳۹۱). روش‌شناسی تحقیق کیفی. مجله علمی پژوهشی پرستاری و مامایی جامع‌نگر. سال ۲۲. شماره ۶۸. پاییز و زمستان ۱۳۹۱. ص ۵۶-۶۳.
- صالحی، صادق؛ معمار، رحمت‌الله؛ باید، آرزو (۱۳۹۴)، تبیین جامعه‌شناختی رفتار محیط‌زیستی گردشگران (مطالعه موردی: پارک جنگلی نور). مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. سال چهارم، شماره ۱۵، زمستان ۱۳۹۴. صص ۱۰۷-۱۲۷.
- قدوسی، فائزه؛ موسی‌پور، نعمت‌الله و علیرضا فقیهی (۱۳۹۶). پدیدارشناسی؛ رویکردی نوین در فهم برنامه‌درسی. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی. شماره ۶۲. سال شانزدهم. تابستان ۱۳۹۶.
- محمدی، جمال (۱۳۹۲)، تحلیل کیفی بسترها، دلایل و پیامدهای گردشگری به شیوه نظریه زمینه‌ای (مطالعه‌ی موردی: گردشگران شهر سنندج). مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. سال دوم، شماره ۷. زمستان ۱۳۹۲. صص ۱۸۲-۲۰۳.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (۲۰۰۵). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, ۳۲(۴), ۱۰۵۶-۱۰۷۶.
- Adler, J, ۱۹۸۹a: Travel as a performed art. *American Journal of Sociology* ۹۶: ۱۳۶۶-۹۱.
- Boorstin, D. ۱۹۶۴: *The Image: A Guide to Pseudo Events in America*. New York: Atheneum.
- Byrd, E. T., Bosley, H. E., & Dronberger, M. G. (۲۰۰۹). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, ۳۰(۵), ۶۹۳-۷۰۳.
- Cohen, E. (۱۹۸۲a). Jungle guides in northern Thailand: The dynamics of a marginal occupational role. *Sociol. Rev.* ۳۰(۲):۲۳۴-۶۶.
- Cohen, Erik (۱۹۸۸), *TRADITIONS IN THE QUALITATIVE SOCIOLOGY OF TOURISM Annalro/v/rm Remmh*, Vol. ۱۵, pp. ۲۹-۴۶.
- Cohen, Erik (۱۹۸۴), *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings*, *Annual Review of Sociology*, Vol. ۱۰. (۱۹۸۴), pp. ۳۷۳-۳۹۲.
- Costa, Nicolo and Martinotti, Guido (۲۰۰۳), *Sociological Theories of Tourism and Regulation Theory*, in *CITIES AND VISITORS* (۲۰۰۳), Edited by Lily M. Hoffman, Susan S. Fainstein, and Dennis R. Judd. First edition, Blackwell Publishing.
- Leiper. N. (۱۹۷۹). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist and the tourist industry. *Antz. Tourism Res.* ۶(۴):۳۹&۴۰۷.
- Pearce. P. L. ۱۹۸۲. *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. New York: Pergamon.
- Pi-Sunyer, (۱۹۷۷). Through native eyes: Tourists and tourism in a Catalan maritime community. See Smith ۱۹۷۷c, pp. ۱۴۹-۵۵.
- Polkinghorne D. (۱۹۸۳). *Methodology for the human sciences: Systems of inquiry*. Albany: State University of New York Press.
- Seaton, A.V. & Bennett, M.M., (۱۹۹۶). *Marketing Tourism Products*, International Thomson Business Press, ۱st ed.
- Smith. V . L. (۱۹۷۷a). Eskimo tourism: Micromodels and marginal man. See Smith ۱۹۷۷c, pp. ۵۱-۷۰.
- Stott, M. A. (۱۹۷۸). Tourism in Mykonos: Some social and cultural responses. *Medirerr. Srcid.* ۱ (۲):۷۲-۹۰.
- Sutton, W. A. (۱۹۶۷). Travel and understanding: Notes on the social structure of touring. Inr. J. *Comp. Sociol.* ۸(۲):۲۱۸-۲۳.

- Turner, L. and Ash, J. (۱۹۷۵). *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. London: Constable.
- Valle R, King M, Haling S. (۱۹۸۹) An introduction to existential phenomenological thought in psychology. In R. Valle & S.
- van den Berghe, P. (۱۹۸۰). Tourism as ethnic relations: A case study of Cuzco, Peru. *Erhn. Racial Srcid.* ۳(۴):۳۷۵-۹۲.
- van Manen M. (۱۹۹۰). *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy* New York, State University of New York Press; ۱۹۹۰.۹.