

بررسی مردم‌شناختی ابعاد فرهنگی و گردشگری روستایی در کلاردشت، مازندران

مرضیه گرجی پشته*؛ استادیار مردم‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

دریافت مقاله: ۹۶/۳/۱۵

پذیرش نهایی: ۹۶/۵/۲۰

چکیده

گردشگری، سطح بالایی از توسعه را برای بخش اقتصادی اکثر کشورها در سطح جهان فراهم ساخته است. اما، در عین حال، جنبه های فرهنگی آن نیز حائز اهمیت می باشد. مطالعه فرهنگ یک جامعه، از منظر مردم شناسانه، یک شاخه مهمی است که به روابط زبان، فولکلور، هنر، فرهنگ، فضای طبیعی و رفتار فرهنگ روستایی می پردازد. جامعه آماری این تحقیق، مناطق گردشگری منطقه روستایی کلاردشت، ۱۵۰۰ خانوار (کلمه، شکر کوه، کردیچال) می باشند و تعداد نمونه بر اساس جدول مورگان، برابر با ۳۵۰ نفر در نظر گرفته شده است. این پژوهش، از نوع توصیفی و تحلیلی و در زمره تحقیقات کاربردی است که در روش نمونه گیری تصادفی ساده و ابزار پرسشنامه در جهت تبیین خانوارها و منطقه استفاده شده است. براساس نتایج حاصل از تحقیق، محقق موارد ذیل را در قسمت پایانی مقاله پیشنهاد نموده است: ایجاد مناطق حفاظت شده با حیات وحشی متنوع و دسترسی آسان به دریا، تقویت حس همکاری و مشارکت در بین مردم و مسؤولین در جهت بهبود ضعف گردشگری، بهبود وضع نامناسب راهها و ترافیک شهرها در ایام تعطیلات و...

واژه های کلیدی: مردم شناسی، گردشگری، فرهنگ، کلاردشت، مازندران.

مقدمه

مردم شناسی، علم مطالعه و شناخت علمی انسان است که به شناخت دانش فرهنگی، ارزش ها، هویت، باورها، فرهنگ، زبان، پدیده های طبیعی، دگرگونی های محیطی انسان در زندگی و غیره می پردازد. یکی از اهداف مردم شناسی، توصیف مسائل عینی و پدیده های مادی و غیر مادی است. درآمدزایی گردشگری یکی از مهم ترین بحث هایی است که توجه سازمان های مختلف اجتماعی را به بحث گردشگری جلب می نماید. در واقع، سازمان های اجتماعی از این طریق باعث ارزش آفرینی اقتصادی اجتماعی می شوند، یعنی ایجاد گردش اقتصادی در منطقه، علاوه بر کمک به توریسم، کمک به اقتصاد ملی نیز است، چه از طریق پرداخت های مستقیمی که منفعت محیطی است و چه از طریق منفعتی که به جیب سایر دستگاه ها می رود، در واقع، گردش اقتصاد ملی است. گردشگری روستایی، به عنوان یک فعالیت تفریحی، اجتماعی، در نیمه دوم قرن هجدهم در انگلستان و اروپا ظاهر شد. قبل

از آن هم مناطق روستایی، مورد استفاده فعالیت‌های تفریحی قرار گرفته بودند، اما شرکت در این فعالیت‌های تفریحی، محدود به اقشار برتر جامعه بوده است. در قرن نوزدهم و بیستم، به دلیل توسعه حمل و نقل و سهولت جابه‌جایی، راهیابی به مناطق روستایی آسان شد. رشد سریع تقاضا برای گردشگری روستایی از سال ۱۹۴۵ آغاز شد، البته، در همین زمان، گردشگری روستایی شاهد رشد برجسته گردشگری بین‌المللی و شاهد رشد جمعیت بوده که افزایش تقاضا برای گردشگری روستایی تا اندازه‌ای منجر به توسعه گردشگری شد (جمالی، ۱۳۹۰: ۵۳). از آنجایی که صنعت گردشگری، همانند هر فعالیت دیگر اقتصادی، نیازمند بهره‌گیری از تسهیلات و حمایت‌های مالی دولت و بانک‌ها می‌باشد، لذا، به منظور کمک به توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری نیاز به اصلاح الگوی تخصیص اعتبارات و تسهیلات براساس مزیت‌های نسبی و شاخص‌های سرمایه‌گذاری در هر استان می‌باشد. این کار سبب می‌گردد تا هر منطقه، با توجه به قابلیت‌ها و استعدادهای خویش در صنعت گردشگری، از تسهیلات و کمک‌های مالی برخوردار گردیده و با تحقق این امر، می‌توان ضمن حرکت به سمت اصلاح الگوی مصرف منابع در فعالیت‌های اقتصادی اجتماعی، به رشد هر چه سریع‌تر این صنعت و برقراری اصل عدالت محوری در کشور کمک شایانی نمود (کریمی و زاهدی کیوان، ۱۳۹۰).

مردم شناسی برای شناخت فرهنگ، به شناخت فرایند درون فرهنگی، توده مردم، دانش عامه مردم همان فولکلورها، آداب و رسوم، باورهای یک قوم یا ملت است. هدف اصلی مقاله، که این نوشتار آن را دنبال نموده است، مطالعه و بررسی توسعه گردشگری روستایی به صورت توصیفی و استنباطی بوده است. فرهنگ غنی ایرانی نیز، از جمله سرمایه‌های ارزشمندی است که در صورت مطالعه، شناخت و معرفی بعدها آن می‌تواند در گردشگری نقش داشته باشد. براساس آنچه در فوق ذکر گردید، سؤال اصلی که محقق به دنبال پاسخگویی به آن بود، شناسایی نقاط قوت و ضعف گردشگری روستایی در بعد بیلاقات، فعالیت روستایی و جاذبه‌های فرهنگی بوده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

گردشگری مفهومی فراگیر و گسترده است که تاریخچه آن به سال ۱۸۱۱ یا پیش از آن باز می‌گردد و تعریف آن همچنان دستخوش تغییر و دگرگونی است. اصطلاح گردشگری شامل مسافرت‌های افراد در خارج از خانه و بازرگانی و افرادی می‌شود که در خدمت این بنگاه‌ها هستند که برای آنها انجام مسافرت‌ها را آسان‌تر و لذت‌بخش‌تر ساخته و یا انجام آنها را تسریع می‌کنند. در اینجا، مسافر به اشکال مختلف به صورت فردی تعریف می‌شود که در فاصله معینی (فاصله مورد نظر متغیر خواهد بود) از خانه خود قرار دارد. فصلی بودن اغلب مشاغل صنعت گردشگری، از دیگر معایب آن از

دیدگاه ساکنان محسوب می‌شود؛ زیرا بسیاری از جاذبه‌های گردشگری به لحاظ ماهیت به گونه‌ای هستند که در فصول و ایام خاص، امکان بازدید یا استفاده از آنها وجود دارد. مثلاً بازدید از مناظر پوشیده از برف، استراحت در سواحل دریاها و رودخانه‌ها یا مشاهده مراسم سنتی مناطق مختلف که در ایام خاصی از سال برگزار می‌شود، استفاده از آنها در تمام فصول امکان‌پذیر نیست. همچنین، محدودیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگران نیز در تعیین ایام مسافرت آنها تأثیر می‌گذارد، برای مثال، بخش اعظم سفرهای تفریحی، سیاحتی و زیارتی ایرانیان در ایام تابستان یا نوروز انجام می‌شود. بنابراین، ظرفیت‌های موجود از جمله نیروی انسانی در تمامی فصول به کار گرفته نمی‌شوند. چنانکه، با وجود مزایای فراوان اقتصادی توسعه گردشگری، فصلی بودن، غیر تخصصی بودن و دشواری مشاغلی که به ساکنین محول می‌شود، ضعف بنیة مالی سکنه در سرمایه‌گذاری برای توسعه امکانات زیربنایی و رو بنایی این صنعت در منطقه و همچنین، شرکت نداشتن آنها در سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری‌ها در این زمینه، از جمله عواملی‌اند که آثار مثبت اقتصادی توسعه گردشگری را برای ساکنان کم‌رنگ و آنان را بدبین می‌کنند.

عناصر انسان‌شناسی فرهنگی

از دیدگاه انسان‌شناسی فرهنگی، می‌توان به اهمیت اسطوره‌ها و جشن‌ها و کلیه مسائل که در فرهنگ عامه است، پی برد و از طریق زبان، به مطالعه آنها پرداخت. ما در نظر بگیریم در کشورمان، زبان‌شناسی یا شناخت فرهنگها چقدر مهم است، اسطوره‌ها، جشن‌ها و مناسک در هر منطقه‌ای وجود دارد، از طریق زبان می‌توانیم به استحکام آنها و همچنین، اشاعه آن پرداخت. چرا که این اسطوره‌ها، مناسک، جشن‌ها، هویت فرهنگی - ملی است و باید در حفظ آن کوشا باشیم. فرهنگ عامه و ادبیات شفاهی، مطابق با فرهنگ‌ها، اقوام، زبان‌ها، و متناسب با شرایط اجتماعی دگرگونی را می‌پذیرند. بنابراین، در نواحی مختلف کشور، بازتابنده رنگ و بو، شرایط جغرافیایی فرهنگی مناطق، گردش و اشاعه ترانه‌ها و لایه‌ها از طریق زبان انتقال می‌یابد. لذا، با انتقال مفاهیم فرهنگی به نسل‌های مختلف می‌توان ابعاد مختلف فرهنگ مادی را نیز، با توجه به شرایط مختلف اجتماعی و فرهنگی که در آن زمان و مکان متبلور می‌گردد، مشاهده نمود و این امر، نشان دهنده نوعی ساختارهای اجتماعی فرهنگی جوامع قومی، روستایی و منطقه‌ای مختلف کشور می‌باشد.

لذا، وقتی درباره فرهنگی بودن و تأثیرات فرهنگ و اجتماع در مقابل زبان‌شناسی صحبت می‌شود، به رمزهای مفهومی و به امور تصویری، چیزهای که در ذهن انسان‌ها وجود دارد، استناد می‌کنیم. بنابراین، در باره اجتماعی بودن، به رفتار و الگوهای رفتاری به عنوان نظم دهنده تعامل بین اعضای

جامعه باید توجه کنیم، همه آنها بر گرفته از معیارهای فرهنگ است که در فرهنگ معیارهای رفتاری را شامل می‌شود، اما خود رفتار نیست، درست همانگونه که دستور زبان مجموعه‌ای از مقررات و یا اصول برای درست صحبت کردن می‌باشد، فرهنگ نیز شبکه‌ای از قواعد و یا اصول مورد نیاز برای رفتار مقتضی یا مناسب است. بنابراین، زبان، چگونگی بیان مطالب است.

مفهوم فرهنگ

فرهنگ را می‌توان مجموعه‌ای از اندیشه‌ها، باورها، ارزش‌ها، معرفت‌ها و رفتارها که پایه مشترک کلیه اعمال اجتماعی را تشکیل می‌دهند، تعریف کرد. ایران در حوزه فرهنگ از فضای گردشگری مناسب‌تری برخوردار است. همچنین، با توجه به عناصر فرهنگ ایرانی، و در مجموع، زبان، آداب و رسوم، ادبیات و شخصیت، معماری و هنر ایرانی، تنوع قومی زیاد است. لذا، کلاردشت با توجه به موقعیت جغرافیایی و فرهنگی در خصوص موارد ذکر شده، از شاخصه‌های خوبی برای گردشگری برخوردار است.

گردشگری فرهنگی: در این نوع از جهانگردی برای آشنایی میراث‌های هنری و فرهنگی، آداب و رسوم، بناهای تاریخی با هدف‌های آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی، صورت می‌گیرد. گردشگر فرهنگی مایل به آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان کاوش در چشم اندازهای فرهنگی جوامع انسانی و درک آنها است. در این نوع گردشگری، به جذابیت‌های فرهنگی توجه می‌شود. از قبیل موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، ارکسترها، نمایشنامه‌ها، هنرهای دستی، معماری و غیره. گردشگری فرهنگی، برجسته‌ترین روش‌های مبادلات فرهنگی بین مردم کشورهای ارزشمندترین روش‌های گفتگوی درون فرهنگی است.

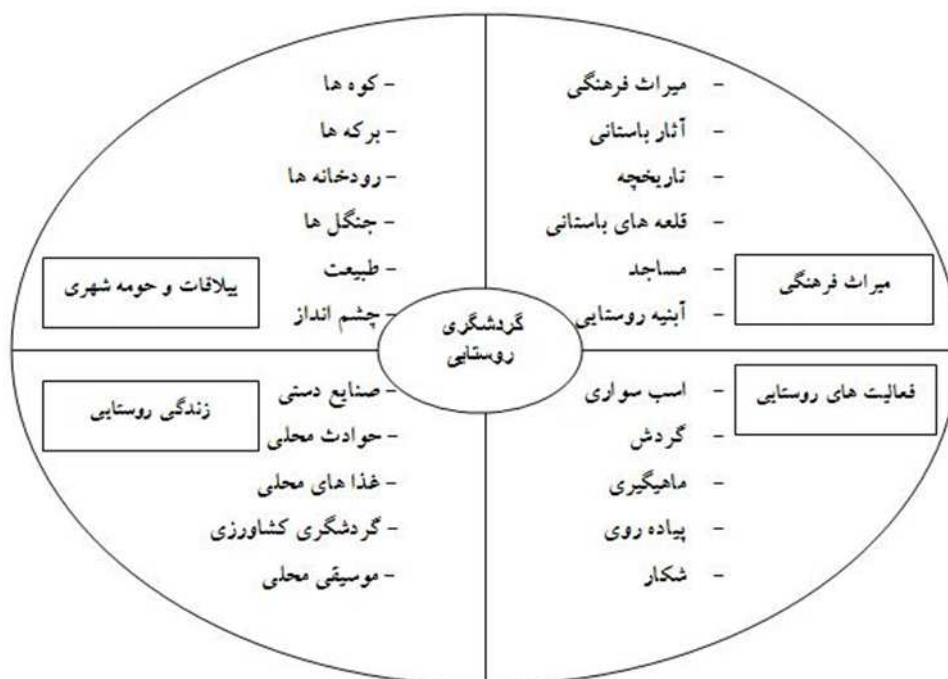
گردشگری فرهنگی را فراتر از یک صنعت و به مثابه یک پدیده پویای جهانی و اجتماعی می‌دانند که پیچیدگی‌های خاص خود را دارد؛ پدیده‌ای که با سازوکاری درهم تنیده و پنهان، در زمان‌ها و مکان‌های مختلف اشکال گوناگونی به خود می‌گیرد. همچنین، از واژه فرهنگ نیز، تاکنون تعاریف متعددی در علوم مختلف مطرح بوده است. عده‌ای معتقدند ارائه یک تعریف جامع از این مفهوم، غیر ممکن است؛ هر چند به نظر می‌رسد تلاش‌های فراوانی نیز در این زمینه صورت گرفته باشد (حیدری، ۱۳۸۷). سزار و میچل معتقدند که فرهنگ‌پذیری در اواخر قرن اخیر، فرآیند مهمی به شمار می‌آید و میل گردشگران به تجربه کردن فرهنگی متفاوت، هنوز، یکی از انگیزه‌های اصلی گردشگری است که این مهم، از طریق تجربه کردن فرهنگ حقیقی و مظاهر آن از حیث هنر، موسیقی، رقص و صنایع

دستی صورت می‌پذیرد (سزار^۱ و میشل^۲، ۲۰۰۸). نخستین دلیل توسعه صنعت گردشگری در اغلب کشورها، بهره‌برداری از منافع اقتصادی آن است؛ اگر چه دلایل دیگری نیز در این مورد ارائه می‌شود (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۷۹). جریان گردشگری روستایی را می‌توان زمینه‌اطلاقی به گردشگرانی دانست که در یک روستا یا در نزدیکی آن اقامت کرده و در مورد زندگی و محیط محلی آن آگاهی کسب می‌نمایند؛ یا می‌توان به گردشگرانی اشاره کرد که با خانواده‌های کشاورز زندگی کرده و در مورد فعالیت‌های کشاورزی، چیزهای می‌آموزند و یا می‌توان گردشگرانی را که در یک روستا یا دهکده ماهیگیری با خانواده صیادان زندگی کرده و با آنها به صید می‌روند را به عنوان گردشگرانی روستایی برشمرد. با این وجود، نباید از درک این نکته غافل بود که گردشگری روستایی می‌تواند در برگیرنده یک گستره وسیعی از گونه‌های مختلف گردشگری باشد. تعاریف بسیاری از گردشگری روستایی وجود دارد در یک مفهوم کلی می‌توان گردشگری روستایی را «فعالیت گردشگری در محیط روستا» دانست و یا در یک حوزه کاربردی وسیع‌تر، آن را «فعالیت‌های گردشگری در حوزه غیر شهری که فعالیت انسانی در آن (اقتصاد وابسته به زمین)، مخصوصاً کشاورزی در جریان است» تعریف نمود. اما، ذکر این نکته ضروری است که اگر گردشگری روستایی را بخواهیم، بنا به تعاریف فوق، تنها به تمامی فعالیت‌های گردشگری فقط در محیط روستا فرو کاهیم، از درک تمامی ابعاد آن ناتوان خواهیم بود. هر چند در ابعاد وسیع‌تر نیز همچون محیط غیر شهری گونه‌های متعدد و متمایزی از گردشگری را بدون رابطه‌ای منطقی در کنار هم قرار داده‌ایم. بر این مبنا با در نظر گرفتن محیط روستا و پیرامونش، گردشگری روستایی را می‌توان اینگونه تعریف کرد: گردشگری روستایی عبارت است از فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های مختلف روستایی و پیرامون آنها، که در بر دارنده ارزش‌ها و آثار متفاوتی برای محیط زیست روستا (طبیعی/انسانی) می‌باشد. بر این اساس، می‌توان گردشگری روستایی را در بر گیرنده زمینه‌های مختلف فعالیت‌های گردشگری چون سکونت‌گاه‌ها، رویدادها، جشنواره‌ها، ورزش‌ها و تفریحات گوناگون دانست که در محیط روستا شکل می‌گیرند (سقایی و جوانبخت، ۱۳۸۲: ۱۱).

1. Sezar

2. Michall

شکل (۱): نمودار مفهوم گردشگری



لاکوویدو، توریسم روستایی را گونه‌ای از فعالیت های تفریحی و انتخابی می‌داند که کار در مزرعه (کاشت، داشت و برداشت محصولات کشاورزی)، فروش صنایع دستی و مشارکت در زندگی کاملاً روستایی را در برمی‌گیرد. اپرمن، توریسم روستایی را در ارتباط تنگاتنگ با توریسم مزرعه ای و نهادینه کردن ارزش کشاورزی در جامعه روستایی می‌داند که مناطق پارک‌های ملی و حیات وحش حفاظت شده را شامل نمی‌شود (احمدی و محمد علی تقوایی، ۱۳۸۷: ۴۰). مرادنژادی و نظری (۱۳۸۲)، در تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر توسعه گردشگری بر توسعه روستایی» پرداخته و گردشگری ایران را یک عامل اقتصادی عمده و بسیار مؤثر دانسته‌اند که در سال های اخیر، مورد توجه قرار گرفته است. نتایج تحقیق، نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند اثراتی بر توسعه داشته باشد که از آن جمله است: ایجاد مشاغل گوناگون و نیز گستردگی زمینه اشتغال در گردشگری، به گونه‌ای که همه کارگران ساده و بدون مهارت و همچنین، همه صاحبان مهارت‌های گوناگون می‌توانند در این رشته شاغل شوند. مهدوی و قدیری معصومه (۱۳۸۱)، در مطالعه‌ای موردی، که با استفاده از روش پیمایشی در دهستان لواسان صورت گرفته، به بررسی این مسئله پرداخته که آیا گسترش گردشگری در نواحی روستایی به لحاظ اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی به ایجاد توسعه در محیط روستایی انجامیده است یا خیر. نتایج این تحقیق، نمایانگر رابطه گسترش گردشگری با افزایش اشتغال زنان و جوانان، جذب نیروی آزاد بخش کشاورزی و افزایش فرصت‌های شغلی در بخش ساختمان‌سازی است. مرادنژادی و

شریف زاده (۱۳۸۱)، در مقاله‌ای با عنوان، توسعه پایدار و توریسم روستا، آورده اند که با گسترش گردشگری روستایی، امکان، توسعه پایدار و توریسم روستایی، انجام فعالیت های اقتصادی و ایجاد مشاغل گوناگون در مناطق روستایی فراهم می شود؛ این فرصت های شغلی، بیشتر جنبه خدماتی دارند و ممکن است به طور مستقیم یا غیرمستقیم به وجود آیند که از آن جمله اند: حمل و نقل، هتلداری، خدمات و راهنمایی، سازماندهی و بازاریابی و تولیدات صنایع دستی و روستایی (سوینی^۱ و همکاران، ۲۰۰۷). به طور کلی، تبلیغات شفاهی در گفتگو و تبلیغ محصولات را مهم دانسته و توصیه می نماید برای این کار، از تبلیغات شفاهی به خصوص، در مناطق روستایی مستقیماً استفاده نمایند. تبلیغات رو در رو و چهره به چهره در انتخاب مقصد گردشگران به روستا، تأثیر دارد.

روش شناسی تحقیق

این پژوهش، از نوع توصیفی - تحلیلی و در زمره تحقیقات کاربردی می باشد که در آن از روش نمونه گیری تصادفی ساده برای انتخاب نمونه و نیز از ابزار پرسشنامه، جهت جمع آوری داده ها استفاده شده است.

جامعه آماری تحقیق حاضر، از خانوار سه منطقه روستایی کلاردشت (کلمه، شکرکوه، کردیچال) به تعداد ۱۵۰۰ خانوار، تشکیل شده است. تعداد نمونه، براساس جدول مورگان، برابر با ۳۵۰ نفر است. روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق، میدانی است. ابتدا، از طریق آمار توصیفی، به توصیف داده ها پرداخته و سپس، با به کارگیری تکنیک سوات، نقاط قوت و ضعف گردشگری در بعد شاخص بیلاقات، فعالیت روستایی، جاذبه های فرهنگی و نقش آن در توسعه گردشگری، مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین، مشاهدات میدانی نگارند و مراجعه به اسناد و مقالات تحقیقی نیز، مورد استفاده واقع شده است.

معرفی منطقه مورد مطالعه

وسعت شهرستان کلاردشت ۱۳۲۳ کیلومتر مربع حدود و دارای یک دهستان و یک منطقه شهری است. شهر کلاردشت در گوشه ی جنوب غربی دشت کلاردشت، مرکز بخش می باشد. شهر کلاردشت با وسعت تقریبی ۱۵۰۶ هکتار در ۳۶ درجه و ۱ دقیقه عرض شمالی و ۵۱ درجه و ۱۰ دقیقه طول شرقی واقع شده است، کلمه، روستایی است از توابع شهرستان کلاردشت در استان مازندران یکی از دیدنی ترین نقاط این منطقه که اشراف کاملی به کوه، جنگل، رودخانه و دشت کلاردشت دارد. از نظر جغرافیایی، در ضلع شمالی کلاردشت قرار دارد. همین امر، موجب شده تا حکومت هایی که در این

¹. Sweeny

منطقه حکمرانی می کردند، کلمه را به محل دیدبانی برگزینند. در منطقه‌ای به نام قلعه گردن، آثاری از یک قلعه قدیمی وجود دارد که البته، افرادی سودجو این اثر تاریخی را در اوایل انقلاب، ویران کردند. محل قرار گیری روستا، ابتدا، در منطقه‌ای به نام هلستان بوده، سپس در طول زمان به منطقه‌ای از کلمه به نام هُرسی (در اوایل حکومت صفویه) آورده شده است و بعدها در محل کنونی، واقع شده است. از آثار دیدنی، می توان به آبشار گردوک، قلعه گردن، درخت چنار هزارساله و چشمه، جنگل های دیدنی و بکر و سایر اماکن طبیعی دیگر نام برد. این روستا، در شهرستان کلاردشت واقع شده است و براساس سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۵، جمعیت آن ۲۸۵ نفر (۱۱۴ خانوار) بوده است.

کردیچال، اولین بانک کلاردشت قبل از انقلاب در این روستا احداث شده و همچنین، ن دومین مدرسه کلاردشت پس از لاهو در سال ۱۳۰۶، در این روستا تأسیس شد. کردیچال، بعد از شکر کوه، قدیمی ترین محل محسوب می گردد و هم اکنون، به همراه چند محل دیگر، شهر کلاردشت شمالی را می سازد. جمعیت این روستا برابر با ۱۲۰۰ نفر و ۴۳۵ خانوار می باشد.

شکر کوه، روستایی از توابع شهرستان کلاردشت در استان مازندران می باشد. این روستا براساس سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۵، جمعیت آن ۱۰۱ نفر (۷۷ خانوار) بوده است.

نقشه شماره (۱): موقعیت شهر کلاردشت در منطقه روستایی (ماخذ: مهندسین مشاور کریاس بنا، ۱۳۸۹)



فرهنگ و عناصر آن در کلاردشت

کلاردشت در زمینه های جاذبه های گردشگری بی نظیر است. با توجه به منطقه مورد مطالعه، در بعد تاریخی و طبیعی، موقعیت جغرافیایی، وسعت خاک، آب و هوای مطلوب، رودخانه، و... فضای مناسب تری برای گردشگران فراهم می نماید. همچنین، در کلاردشت، با توجه به شاخصه های اصلی

فرهنگی، آداب و رسوم، اعیاد، ادبیات و شخصیت‌های اساطیری، تنوع زبانی، هنر و معماری، گلیم بافی، صنایع دستی، فرش بافی، آیین‌های دیگر که از لحاظ مردم‌شناسی بسیار شاخص هستند، از فضای جذب گردشگری خوبی برخوردار است.

آداب و رسوم و اعیاد

فرهنگ ایرانی حاوی مناسبت‌های مختلف مانند: نوروز، سیزده بدر، چهارشنبه سوری، جشن مهرگان، جشن یلدا(چله) و غیره است که نماد خاصی از فرهنگ کهن باستانی هستند که در کلاردشت، این مراسم را به صورت مفصل برگزار می‌نمایند. همچنین، عید خواجه‌وند، که از طایفه کردها هستند، این مراسم را باشکوه برگزار می‌نمایند. آداب و رقص‌ها و بازی‌های کهن آیینی و نیایشی هر قوم، در این منطقه دیده می‌شود.

تنوع قومی در منطقه

تنوع قومی کلاردشت از سرمایه فرهنگی غنی برخوردار است و هویت ملی و عناصر فرهنگی کلاردشت را تشکیل می‌دهد. آسناد، نشان می‌دهند که گروهایی از کردها، توسط آقامحمدخان قاجار، به دیگر نقاط ایران کوچانده شدند. در دوره پهلوی اول نیز، به دلیل سیاست‌های جدیدی که رضاشاه درپیش گرفت، نارضایتی‌هایی درمیان کردها درخصوص حکومت جدید به وجود آمد، به طوری که در این دوره، سخنانی درباره تبعید این قوم مطرح می‌شد. کلاردشت از جمله شهرهایی است که در سده‌های گذشته، میزبان کردهایی بود که از کرمانشاه و کردستان به این ناحیه کوچانده شدند. با ورود مهاجران به کلاردشت، نوعی رقابت بین بومیان و مهاجران آغاز شد که این موضوع البته، سالیان دراز به طول انجامید. ولی امروزه، با گذشت زمان، سازش و دوستی خوبی جای خود را به تقابل و برتری‌نگری داده است. در حال حاضر، مردم کلاردشت ترکیبی از دو گروه «ایل» و «گیل» هستند. مقصود از ایل، گرد و لرهای مهاجرند که به ۵ دسته «سلطان‌قلی‌خانی»، «کاکاوند»، «لک»، «خواجوند» و «دلفان» تقسیم می‌شوند.

زبان

مردم کلاردشت به زبان‌های مازنی، کردی، گیلکی، لکی، لری و یا فارسی صحبت می‌کنند. از شاعران کلاردشت، ابوذر فقیه ملک مرزبان که اشعاری در توصیف کلاردشت سروده است را می‌توان نام برد.

موقعیت جغرافیایی

منطقه کلاردشت در ارتفاع ۱۲۰۰ تا ۱۳۰۰ متری از سطح دریا در دامنه رشته کوه البرز قرار دارد. علم کوه و تخت سلیمان شهرت و زیبایی این منطقه را نیز جهانی کرده و هر ساله در ایام نوروز هزاران گردشگر ایرانی و خارجی از این منطقه دیدن می‌کنند. در کوه‌های مرتفع کلاردشت، یخچال‌های طبیعی و دایمی وجود دارد که پس از گذشت ده‌ها میلیون سال، همچنان ناآرامند. این توده‌های عظیم یخ که با سنگ و خاک آمیخته شده‌اند، منابع اصلی آبیگری رودخانه «سرداب رود» مهم‌ترین رودخانه کلاردشت هستند. دریاچه ولشت (سما) نگین آبی کلاردشت نیز یکی از دریاچه‌های آب شیرین ایران است. تأمین آب این دریاچه، چشمه‌های کف و اطراف دریاچه هستند. این دریاچه جزء زیست بوم‌های نادر مازندران است و پرندگان مهاجری از قبیل مرغابی و غاز وحشی در این مکان یافت می‌شوند. پوشش گیاهی جنگل‌های این منطقه شامل گونه‌های از سپیدار، افرا، توسکا، نمدار، راش، زرشک، بلوط سیاه، گل سرخ وحشی، تمشک، ازگیل، ملج، زالک، سیاتلو و خوج است. از این رو، سفر به این منطقه در ایام نوروز خالی از لطف نیست، چرا که هم شهری دیدنی و هم مردمانی میهمان نواز دارد.

یافته‌ها

بر اساس توزیع جنسیتی از کل ۳۵۰ نفر، ۱۳۷ نفر از افراد نمونه را زنان و ۲۱۳ نفر را مردان تشکیل داده‌اند که به ترتیب، ۶۱ درصد افراد نمونه مرد و ۳۹ درصد افراد نمونه زن بودند. از نظر توزیع تحصیلاتی، ۲۰۱ نفر از افراد نمونه ۵۸ درصد دارای مدرک تحصیلی دیپلم و کمتر، ۵۷ نفر از افراد نمونه ۱۶ درصد دارای مدرک تحصیلی فوق‌دیپلم و ۹۲ نفر ۲۶ درصد دارای مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر بودند و از نظر توزیع سنی، ۳۲ درصد از افراد نمونه دارای سن کمتر از ۲۵ سال، ۱۸ درصد دارای سن ۲۵-۳۵ سال، ۲۸ درصد دارای سن ۳۶-۴۵ سال، ۱۷ درصد دارای سن ۴۶-۵۵ سال و ۵ درصد دارای سن بالاتر از ۵۵ سال بودند.

سؤال: پراهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین نقاط قوت گردشگری روستایی در شهرستان کلاردشت

کدام است؟

جدول(۱): رتبه‌بندی نقاط قوت گردشگری روستایی شهرستان کلاردشت

رتبه	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	شاخص‌ها در بعد ییلاقات روستایی، فعالیت روستایی و جاذبه های فرهنگی	ردیف
۱۶	۳/۰۰	۱۰۵۰	وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد و فضای سبز	۱
۷	۳/۵۷	۱۲۴۹	آب و هوای خنک در تابستان	۲
۱۰	۳/۴۰	۱۱۹۰	وجود ارتفاعات و قله‌های مرتفع برای کوهنوردی	۳
۱۱	۳/۳۳	۱۱۶۶	امکان دسترسی آسان به جنگل‌های زیبا	۴
۵	۳/۶۳	۱۲۷۰	روحیه بالای مهمان نوازی در بین مردم	۵
۶	۳/۶۰	۱۲۵۹	مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری گردشگری	۶
۲	۳/۸۳	۱۳۴۱	دسترسی آسان به دریا جهت استفاده گردشگران	۷
۱۴	۳/۲۰	۱۱۲۰	وجود منابع طبیعی فراوان و معرفی آن به صورت قطب مهم گردشگری در کشور	۸
۱۷	۲/۷۳	۹۵۶	محل عبور و مرور مسافران و امکان فروش محصولات غذایی در سطح بالا	۹
۹	۳/۴۶	۱۲۱۱	وجود جاذبه‌های تاریخی و باستانی در منطقه	۱۰
۱۲	۳/۲۶	۱۱۴۱	وجود رودخانه‌های متنوع	۱۱
۱۳	۳/۲۳	۱۱۳۱	شکل‌گیری باور به وجود اشتغال‌زایی و درآمدزا بودن گردشگری	۱۲
۴	۳/۶۶	۱۲۸۱	وجود آداب، رسوم و فرهنگ بومی و محلی	۱۳
۳	۳/۸۰	۱۳۳۰	تقویت حس همکاری و مشارکت در بین مردم	۱۴
۶	۳/۶۰	۱۲۶۰	بهبود سطح آموزش و آگاهی از طریق رفت و آمد گردشگران	۱۵
۱۰	۳/۴۰	۱۱۹۰	امکان ایجاد بازار محلی برای تولیدات سنتی و بومی منطقه	۱۶
۱۵	۳/۱۳	۱۰۹۶	وجود میوه‌هایی مثل گردو و گلابی	۱۷
۱	۳/۸۶	۱۳۵۱	وجود مناطق حفاظت شده با حیات وحشی متنوع	۱۸
۸	۳/۵۳	۱۲۳۶	ایجاد تعامل بین بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری در سال‌های اخیر	۱۹

با توجه به میانگین‌ها و رتبه‌های نشان داده شده در جدول بالا، به ترتیب شاخص‌های وجود مناطق حفاظت شده با حیات وحشی متنوع، دسترسی آسان به دریا جهت استفاده گردشگران و تقویت حس همکاری و مشارکت در بین مردم به‌عنوان مهم‌ترین نقاط قوت و شاخص‌های محل عبور و مرور مسافران و امکان فروش محصولات غذایی در سطح بالا، وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد و فضای سبز و وجود میوه‌هایی مثل گردو و گلابی به‌عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقاط قوت در صنعت گردشگری شهرستان کلاردشت مطرح می‌باشد. همچنین، لازم به ذکر است که محقق در بعضی از ابعاد مردم‌شناسی، فرهنگ را به صورت توصیفی بررسی نموده و در ابعاد گردشگری روستایی که در مدل مفهومی ذکر شده است، به تحقیق پرداخته است.

سؤال: پراهمیت‌ترین و کم اهمیت‌ترین نقاط ضعف گردشگری روستایی در شهرستان کلاردشت کدام است؟

جدول (۲): رتبه‌بندی نقاط ضعف گردشگری روستایی در شهرستان کلاردشت

ردیف	شاخص‌ها در بعد بیلاقات روستایی، فعالیت روستایی و جاذبه‌های فرهنگی	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	رتبه
۱	نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی	۱۱۹۰	۳/۴۰	۱۲
۲	از بین رفتن زمین‌های کشاورزی	۱۲۴۶	۳/۵۶	۹
۳	نامناسب بودن راه‌ها و ترافیک بین شهرها در تعطیلات	۱۳۵۱	۳/۸۶	۳
۴	نامناسب بودن و ناکافی بودن تسهیلات اقامتی و رفاهی	۱۳۱۶	۳/۷۶	۶
۵	کمبود تقاضا برای این صنعت به دلایل مختلف	۱۳۸۶	۳/۹۶	۱
۶	نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات خدماتی و بهداشتی	۱۳۳۰	۳/۸۰	۵
۷	افزایش آسیب‌های اجتماعی به دلیل حضور توریست‌ها	۱۲۷۱	۳/۶۳	۸
۸	فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در این ناحیه	۱۳۰۶	۳/۷۳	۷
۹	جا نیافتن مزایای گردشگری در بین دولت‌مردان	۱۳۶۵	۳/۹۰	۲
۱۰	نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی	۱۲۱۱	۳/۴۶	۱۱
۱۱	عدم انجام آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران	۱۲۳۶	۳/۵۳	۱۰
۱۲	تمایل نداشتن مردم منطقه به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری به دلایل مختلف	۱۳۴۱	۳/۸۳	۴

با توجه به میانگین‌ها و رتبه‌های نشان داده شده در جدول فوق، به ترتیب شاخص‌های کمبود تقاضا برای این صنعت به دلایل مختلف، جا نیافتن مزایای گردشگری در بین دولت‌مردان و نامناسب بودن راه‌ها و ترافیک بین شهرها در تعطیلات به‌عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف و شاخص‌های نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی، نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی و عدم انجام آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران به‌عنوان کم اهمیت‌ترین نقاط ضعف در صنعت گردشگری شهرستان کلاردشت مطرح می‌باشند.

از دیدگاه مردم شناسی، بعد فرهنگی و گردشگری فرهنگ، طبیعت زیبای منطقه، شئون زندگی مردم، آداب و رسوم، فرهنگ عامه، جاذبه باستانی و تاریخی و ادبیاتی، آب و هوای متنوع، تأثیر زیادی در جذب گردشگری داشته و دارد. لذا، بسیاری از قابلیت‌های فرهنگی جذب در گردشگران داخلی و خارجی خواهد داشت. بنابراین، برای توسعه آن می‌توان در گردشگری تبلیغی، شفاهی، گردشگری درمانی، گردشگری مجازی، دیجیتالی، گردشگری تفریحی و غیره برای بالا بردن ظرفیت جذب گردشگران در منطقه استفاده نمود.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه، روستاییان برای کسب درآمد و گذران زندگی در محیط روستاها ناچارند دست به فعالیت‌های مختلفی در زمینه‌های کشاورزی، دامداری، صنایع دستی و یا خدماتی بزنند. در روستاها ظرفیت‌های بسیاری وجود دارد که می‌تواند موجب رونق گردشگری روستایی شود؛ یکی از این ظرفیت‌ها، بحث گردشگری روستایی است. گردشگری روستایی می‌تواند منبع جدید درآمد برای روستاییان و به‌ویژه، روستاییان کشورهای در حال توسعه باشد و تا اندازه‌ای مشکلات آن‌ها را حل کند و یا تقلیل دهد. این امر، مستلزم مدیریت و برنامه‌ریزی خاصی است تا گردشگران علاوه بر دیدن مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی آن نقاط، با آداب و رسوم و فرهنگ آن روستا نیز آشنا شوند. بدین ترتیب، گردشگران به خرید محصولات روستا از قبیل صنایع دستی، محصولات محلی، غذاهای سنتی و غیره علاقه‌مند می‌شوند و این به معنی افزایش درآمد روستاییانی است که به طور مستقیم یا غیر مستقیم در این صنعت فعالیت می‌کنند.

مسئولین ملی و محلی باید در این امر توجیه باشند که صنعت گردشگری تا چه حد می‌تواند باعث پویایی اقتصادی در منطقه شود. زمانی که مسئولین توجیه شوند، از طریق تخصیص امکانات لازم، برخی از ضعف‌های منطقه در زمینه گردشگری پوشش داده خواهد شد. از جمله نقاط ضعفی که شاید سایر مناطق بکر گردشگری منطقه نیز با آن مواجه باشند، راه‌های پر تردد و حجم ترافیک سنگین در شمال کشور است. در صورت مناسب بودن راه‌ها، درخواست جهت گردشگری و همچنین، بازدید از این مناطق بیشتر خواهد بود. براساس نتایج حاصل از تحقیق، توصیه می‌گردد به ایجاد مناطق حفاظت شده با حیات وحشی متنوع و دسترسی آسان به دریا برای گردشگران توجه گردد و تقویت حس همکاری و مشارکت در بین مردم و مسئولین را مورد نظر قرار دهند، همچنین، در جهت بهبود ضعف گردشگری در زمینه شاخص‌های کمبود تقاضا، جانیافتن مزایای گردشگری در بین دولتمردان و نامناسب بودن راه‌ها و ترافیک بین شهرها در تعطیلات اقدامات لازم را تدوین نمایند. همچنین، از دیدگاه فرهنگی و گردشگری فرهنگی، برجسته‌ترین روش‌های مبادلات فرهنگی بین مردم منطقه، گفتگوی درون فرهنگی است. صنعت گردشگری، اغلب فرهنگ و رسوم و سبک زندگی غیر بومی را به جذب توریسم عرضه می‌کند. در حقیقت، گردشگری قبل از آنکه به‌عنوان یک پدیده اقتصادی مطرح گردد، یک امر فرهنگی است، به طوری که در پیرامون آن آثار فرهنگی بسیاری شکل می‌گیرد. لذا، گردشگری انسان را با فضاهای جغرافیایی، انسان‌ها و فرهنگ‌های دیگر آشنا می‌سازد. بنابراین، هر

موضوع و یا جذابیت‌های منطقه، باعث جذابیت‌های بسیاری برای پژوهشگران ادبی، تاریخی، اسطوره‌شناسی و مردم‌شناسی فراهم می‌نماید.

مناطق روستایی، از جمله در منطقه کلاردشت به عنوان بخشی از استان مازندران، به دلیل برخورداری از تنوع زیاد در زمینه‌های فرهنگی، سنت‌ها، آداب و رسوم و منابع می‌تواند به مکان جذابی برای جهان گردان تبدیل شود. فرهنگ هر جامعه بستر مناسبی جهت رشد و تکامل گردشگری است. احترام به سنت‌ها و مذاهب از عناصر معرفی فرهنگ آن منطقه و کشور است. بنابراین، در بعد گردشگری روستایی شناسایی فرهنگ و ارزش‌ها که همان نقش مردم‌شناسی است، در جلوه‌های گردشگری و فرهنگ کهن منطقه و حفظ آن بسیار موثر بوده و در گسترش گردشگری نقش آفرین است.

منابع

- احمدی شاپورآبادی و محمدعلی تقوایی، مسعود (۱۳۸۱). توسعه منطقه بر خوار اصفهان از طریق گسترش توریسم روستایی، **در جهاد، مهر و آبان**، شماره ۲۵۳: ۵۰ - ۵۹.
- احمدی، عبدالحسین (۱۳۸۷). توریسم روستایی در کشاورزی و صنعت، **در جهاد، مهر**، شماره ۳۹: ۲۰ - ۲۲.
- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین، مهدوی داوود و پورطاهری مهدی (۱۳۹۰). ارزیابی پایداری گردشگری در روستاهای تاریخی - فرهنگی ایران با تأکید بر پارادایم توسعه پایدار گردشگری، **فصلنامه مطالعات گردشگری**، شماره ۱، صص: ۱-۳۹.
- جمالی، محمد جعفر (۱۳۹۰). **بسامان کردن، توسعه و گسترش مجموعه تفریحی و توریستی روستای زیارت (طراحی مجموعه فرهنگی، گردشگری)**، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی دانشکده معماری و شهرسازی.
- حیدری، خلیل و همکاران (۱۳۸۷). **اصلاح نظام پرداخت یارانه کالاهای اساسی در ایران (با تأکید بر هدفمندی یارانه)**، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد (۱۳۷۹). **برنامه ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه ای**، انتشارات دانشگاه اصفهان.
- سقایی، مهدی و جوانبخت قهفرخی، زهره (۱۳۸۲). مکان‌سنجی گردشگری روستایی در خراسان شمالی، **مطالعات گردشگری**، دوره اول، سال اول، شماره اول، صص: ۵۱-۶۲.
- شریف زاده، ابوالقاسم و مراد نژاد، همایون (۱۳۸۱). **توسعه پایدار و توریسم روستایی، ماهنامه اجتماع اقتصادی جهاد، خرداد و تیر** شماره ۲۵۱ - ۲۵۰، صص: ۵۲-۶۳.

- کریمی، فرزاد و زاهدی کیوان، مهدی (۱۳۹۰). تعیین الگوی تخصیص بهینه یارانه‌های بخش کشاورزی به مصرف کنندگان و تولیدکنندگان (رهیافت: تحلیل سلسله مراتبی بازه‌ایی)، فصلنامه تحقیقات اقتصاد کشاورزی، جلد ۹، شماره ۹، صص: ۲۹-۵۲.
- مرادنژادی، همایون و شریف‌زاده، ابوالقاسم (۱۳۸۱). توسعه پایدار و توریسم روستایی، در **جهاد**، خرداد و تیر، شماره ۲۵۰ و ۲۵۱، صص: ۵۲ - ۶۳.
- مرادنژادی، همایون و نظری، شیرزاد (۱۳۸۲). توریسم و توسعه روستایی در ایران، در **جهاد**، فروردین و اردیبهشت، شماره ۲۵۶، صص: ۶۱ - ۶۷.
- مهدوی حاجیلوئی، مسعود و قدیری معصوم، مجتبی (۱۳۸۱). نقش و تأثیر خانه‌های دوم بر ساختار اقتصادی، اجتماعی ناحیه کلاردشت، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۵، صص ۳۱-۱۹.
- Mitchell, T.(2008). Society, Economy, and the State Effect, In Sharma, Aradhana & Gupta, Akhil, **The anthropology of the state: a reader**, Wiley-Blackwell. p. 179.
- Sweeny, J.C., Soutar, G.N. & Mazzarol, T.(2007). Factors influencing word of mouth effectiveness: receiver perspectives, **European Journal of Marketing**, Vol. 42, No. 4/3, PP: 344-364.