

بررسی مردم شناسی از بعد فرهنگی و گردشگری روستایی در کلاردشت، مازندران

مرضیه گرچی پشته*؛ استادیار مردم شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

چکیده

این موضوع با مطالعه رابطه مردم شناسی و نگاه آن به فرهنگ، قابل مطالعه و بررسی در توسعه گردشگری است. گردشگری سطح بالایی از توسعه را برای بخش اقتصادی اکثر کشورها در سطح جهان فراهم ساخته است، به عنوان بخش پایه ای توسعه اقتصادی دیده می شود. این منابع، شامل منابع طبیعی، فرهنگی، وقایع و رویدادها، منابع فعالیتهای گردشگری و منابع خدماتی میشود. جامعه آماری این تحقیق را که جز مناطق گردشگری منطقه روستایی کلاردشت هستند. خانوار مناطق کلاردشت (کلمه، شکر کوه، کردیچال) تشکیل دادند ۱۵۰۰ خانوار بودند. تعداد نمونه بر اساس جدول مورگان برابر با ۳۵۰ نفر. این پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی و در زمره تحقیقات کاربردی است که از روش نمونه گیری تصادفی ساده و ابزار پرسشنامه در جهت تبیین توصیف جمعیت استفاده شده و از ماتریس سوات ارزیابی شده است. لذا مطالعه فرهنگ یک جامعه، از منظر مردم شناسانه، یک شاخه مهمی است که بعنوان یک موضوع جداگانه و مستقل وجود دارد و به طور خاص به روابط زبان، فولکلور، هنر، فرهنگ، فضای طبیعی و رفتار فرهنگ روستایی می پردازد. براساس نتایج حاصل از تحقیق به ایجاد مناطق حفاظت شده با حیات وحشی متنوع و دسترسی آسان به دریا برای گردشگران توصیه می گردد. تقویت حس همکاری و مشارکت در بین مردم و مسئولین مورد نظر قرار گیرد. همچنین در جهت بهبود ضعف گردشگری در زمینه شاخص های کمبود تقاضا، جانیافتن مزایای گردشگری در بین دولتمردان و نامناسب بودن راه ها و ترافیک بین شهرها در تعطیلات اقدامات لازم را تدوین نمایند.

کلید واژه: مردم شناسی، گردشگری، فرهنگ

مردم شناسی، علم مطالعه و شناخت علمی انسان است که به شناخت دانش فرهنگی، ارزش ها، هویت، باورها، فرهنگ، زبان، پدیده های طبیعی، دگرگونیهای محیطی انسان در زندگی و غیره می پردازد. یکی از اهداف مردم شناسی، توصیف مسائل عینی و پدیده های مادی و غیر مادی است. درآمد زایی گردشگری یکی از مهمترین بحث هایی است که توجه سازمان های مختلف اجتماعی را به بحث گردشگری جلب مینماید در واقع سازمان های اجتماعی از این طریق باعث ارزش آفرینی اقتصادی اجتماعی می شوند، یعنی ایجاد گردش اقتصادی در منطقه، به علاوه کمک به تورسم کمک به اقتصاد ملی 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 ی دوم قرن هجدهم در انگلستان و اروپا ظاهر شد. قبل از آن هم مناطق روستایی، مورد استفاده ی فعالیت های تفریحی قرار گرفته بودند اما شرکت در این فعالیت های تفریحی محدود به اقشار برتر جامعه بوده است. در قرن نوزدهم و بیستم به دلیل توسعه ی حمل و نقل و سهولت جابه جایی، 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 ی گردشگری بین المللی و شاهد رشد جمعیت بوده که افزایش تقاضا برای گردشگری روستایی تا اندازه ای منجر به توسعه ی گردشگری شد (جمالی، ۱۳۹۰: ۵۳). از آنجایی که صنعت گردشگری همانند هر فعالیت دیگر اقتصادی نیازمند بهره گیری از تسهیلات و حمایت های مالی دولت و بانک ها می باشد، لذا به منظور کمک به توسعه سرمایه گذاری در صنعت گردشگری نیاز به اصلاح الگوی تخصیص اعتبارات و تسهیلات بر اساس مزیت های نسبی و شاخص های سرمایه گذاری در هر استان می باشد. این کار سبب می گردد تا هر منطقه با توجه به قابلیت ها و استعدادهای خویش در صنعت گردشگری از تسهیلات و کمک های مالی برخوردار گردیده و با تحقق این امر می توان ضمن حرکت به سمت اصلاح الگوی مصرف منابع در فعالیت های اقتصادی اجتماعی به رشد هر چه سریع تر 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 فولکلور ها، آداب و رسوم، باورهای یک قوم یا ملت است. هدف اصلی مقاله مطالعه و بررسی توسعه گردشگری روستایی است که این نوشتار آنرا دنبال کرده است، به صورت توصیفی و استنباطی بوده است. فرهنگ غنی ایرانی نیز از جمله سرمایه های ارزشمندی است که در صورت مطالعه، شناخت و معرفی بعدهای آن میتواند در گردشگری نقش داشته باشد. بر اساس آنچه در فوق ذکر گردید، سوال اصلی که محقق به دنبال پاسخگویی به آن بود شناسایی نقاط قوت و ضعف گردشگری روستایی در بعد ییلاقات، فعالیت روستایی و جاذبه های فرهنگی بوده است.

۱-۲-نظریه 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 لذت بخش‌تر 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 ماهیتاً 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 بکار گرفته نمی‌شوند. چنانکه با وجود مزایای فراوان اقتصادی توسعه گردشگری، فصلی بودن، غیر تخصصی بودن و دشواری مشاغلی که به ساکنین محول می‌شود، ضعف بنیه 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 عواملی اند 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 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 لالایی‌ها از طریق زبان انتقال می‌یابد لذا 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 کرد و این امر نشان‌دهنده نوعی ساختارهای اجتماعی فرهنگی جوامع قومی، روستایی، 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 ی آنها بر گرفته از ، معیارهای فرهنگ است که در فرهنگ معیارهای رفتاری را شامل می شود، اما خود رفتار نیست، درست همانگونه که دستور زبان مجموعه ای از مقررات و یا اصول برای درست صحبت کردن می باشد، فرهنگ نیز شبکه ای از قواعد و یا اصول مورد نیاز برای رفتار مقتضی یا مناسب است. بنابراین زبان، چگونگی بیان مطالب است.

مفهوم فرهنگ

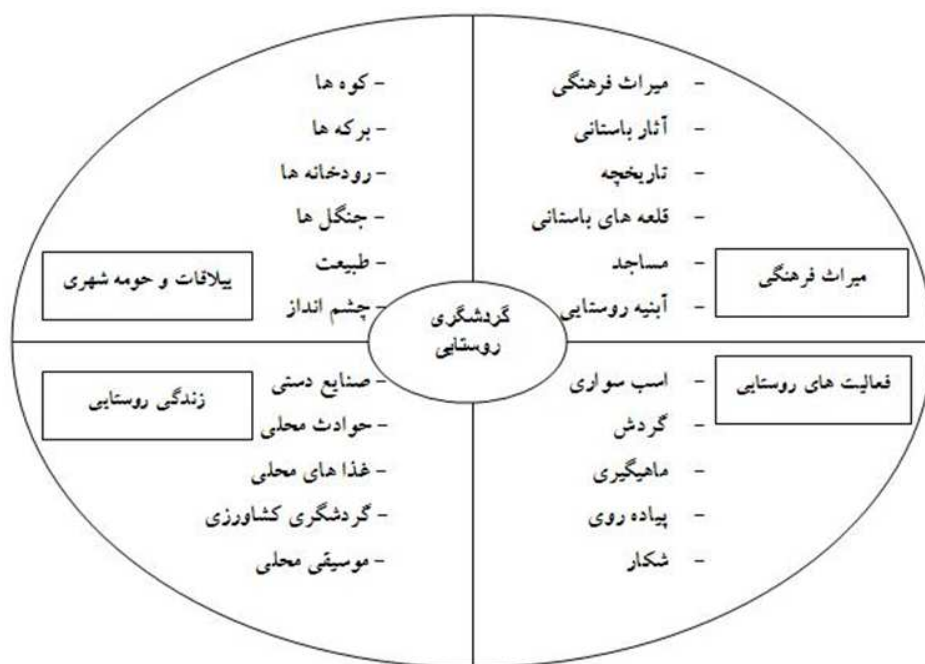
فرهنگ را میتوان به مجموعه ای از اندیشه ها، باورها، ارزش ها، معرفت ها و رفتارها که پایه مشترک کلیه اعمال اجتماعی تشکیل میدهند ، تعریف کرد .ایران در حوزه ی فرهنگ از فضای گردشگری مناسب تری بر خوردار است. همچنین با توجه به عناصر فرهنگ ایرانی در مجموع به زبان، آداب و رسوم، ادبیات و شخصیت، معماری و هنر ایرانی، تنوع قومی است. لذا کلاردشت با توجه به موقعیت جغرافیایی و فرهنگی در خصوص موارد ذکر شده از شاخصه های خوبی برای گردشگری بر خور دار است.

گردشگری فرهنگی: در این نوع از جهانگردی برای آشنایی میراث های هنری و فرهنگی، آداب و رسوم، بناهای تاریخی با هدف های 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 آن ها است. در این نوع گردشگری به جذابیت های فرهنگی توجه میشود. از قبیل موزه ها، نمایشگاهها،ارکسترها،نمایشنامه ها،هنرهای دستی، معماری وغیره. گردشگری فرهنگی برجسته ترین روشهای مبادلات فرهنگی بین مردم کشورها و ارزشمندترین روشهای گفتگوی درون فرهنگی است.

گردشگری فرهنگی را فراتر از یک صنعت و به مثابه یک پدیده ی پویای جهانی و اجتماعی می دانند که پیچیدگی های خاص خود را دارد؛ پدیده ای که با سازوکاری درهم تنیده و پنهان، در زمانها و مکانهای مختلف اشکال گوناگونی به خود می گیرد. همچنین از واژه ی فرهنگ نیز، تاکنون تعاریف متعددی در علوم مختلف مطرح بوده است. عده ای معتقدند ارائه ی یک تعریف جامع از این مفهوم غیر ممکن است؛ هر چند به نظر می رسد تلاش های فراوانی نیز در این زمینه صورت گرفته باشد.(حیدری ، ۱۳۸۷)سزار و میچل معتقدند که فرهنگ پذیری در اواخر قرن اخیر، فرآیند مهمی به شمار می آید و میل گردشگران به تجربه کردن فرهنگی متفاوت، هنوز یکی از انگیزه های 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 و میچل، ۲۰۰۸) نخستین دلیل توسعه ی صنعت گردشگری در اغلب کشورها، بهره برداری از منافع اقتصادی آن است؛ اگر چه دلایل دیگری نیز در این مورد ارائه می شود (رنجریان وزاهدی، ۱۳۷۹). جریان گردشگری روستایی را می توان زمینه اطلاقی به گردشگرانی دانست که در یک روستا یا در نزدیکی آن اقامت کرده ودر مورد زندگی و محیط محلی آن آگاهی کسب می نمایند؛ یا می توان به گردشگرانی اشاره کرد که با خانواده های کشاورز زندگی کرده و در مورد فعالیت های کشاورزی چیزهای می آموزند ویا می توان گردشگرانی را که در یک روستا یا دهکده ماهیگیری با خانواده صیادان زندگی کرده وبا آنها به صید می روند را به عنوان گردشگرانی روستایی بر شمرد. با این وجود نباید از درک این نکته غافل بود که گردشگری

روستایی می تواند در بر گیرنده یک گستره وسیعی از گونه های مختلف گردشگری باشد . تعاریف بسیاری از گردشگری روستایی وجود دارد در یک مفهوم کلی می توان گردشگری روستایی را ((فعالیت گردشگری در محیط روستا)) دانست و یا در یک حوزه کاربردی وسیع تر آن را ((فعالیت های گردشگری در حوزه غیر شهری که فعالیت انسانی در آن (اقتصاد وابسته به زمین) مخصوصا 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 فعالیت های 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 گونه های متعدد و متمایزی از گردشگری را بدون رابطه ای منطقی در کنار هم قرار داده ایم بر این مبنا با در نظر گرفتن محیط روستا و پیرامونش گردشگری روستایی را می توان اینگونه تعریف کرد. گردشگری روستایی عبارت است از فعالیت ها و گونه های مختلف گردشگری در محیط های مختلف روستایی و پیرامون آنها که در بر دارنده ارزش ها و آثار متفاوتی برای محیط زیست روستا (طبیعی/ انسانی) می باشد. بر این اساس می توان گردشگری روستایی را در بر گیرنده زمینه های مختلف فعالیت های گردشگری چون سکونت گاهها، رویدادها، جشنواره، ورزش ها و تفریحات گوناگون دانست که در محیط روستا شکل می گیرند (سقای، ۱۱، ۱۳۸۲).

شکل ۱-۲ زیر به صورت نمودار مفهوم گردشگری



بنابراین در این مقاله شاخص های بیلاقی و فعالیت روستایی و جاذبه های فرهنگی در زندگی روستایی در روستا های کلاردشت که در ابعاد مردم شناسی نیز مشابه ای از این متغیرها است ، مورد بررسی قرار گرفت.

لاکوویدو: وی توریسم روستایی را گونه ای از فعالیت های تفریحی و انتخابی می داند که کار در مزرعه (کاشت، داشت و برداشت محصولات کشاورزی) فروش صنایع دستی و مشارکت در زندگی کاملاً روستایی را در بر می گیرد. اپرمن توریسم روستایی را در ارتباط تنگاتنگ با توریسم مزرعه ای و نهادینه کردن ارزش کشاورزی در جامعه روستایی می داند که مناطق پارک های ملی و حیات وحش حفاظت شده را شامل نمی شود. (احمدی، ۱۳۸۷: ۴۰). نوری و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی به بررسی تبلیغات شفاهی و تحلیل تاثیر آن بر جذب گردشگران روستایی بیان می کنند یکی از عوامل اصلی در بازار یابی توریسم، جذب گردشگران، در منطقه از طریق تبلیغات است بویژه در حوزه خدمات مانند جاذبه های گردشگری که غیر ملموس هستند را نمی توانند قبل از بازدید و به اصطلاح مصرف مورد ارزیابی قرار دهند. نتایج نشان داده است که منبع اصلی اطلاعات سفر از طریق تبلیغات شفاهی صورت می گیرد. مرادزادی 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 دانسته اند که در سال های اخیر، مورد توجه قرار گرفته است. نتایج تحقیق نشان می دهد که گردشگری می تواند اثرات گوناگون بر توسعه داشته باشد، که از آن جمله است: ایجاد مشاغل گوناگون و نیز گسترده شدن زمینه اشتغال در گردشگری، به گونه ای که همه کارگران ساده و بدون مهارت و همچنین، همه صاحبان مهارت های گوناگون می توانند در این رشته شاغل شوند. مهدوی (۱۳۸۱)، در مطالعه ای 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 فرصت های شغلی در بخش ساختمان سازی است. شریف زاده و مرادزادی (۱۳۸۱) در مقاله های 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 بوجود آیند، که از آن جمله اند: حمل و نقل، هتلداری، خدمات و راهنمایی، سازماندهی و بازاریابی، و تولیدات صنایع دستی و روستایی. سوینی 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 خصوصاً در مناطق روستایی مستقیماً استفاده نمایند. تبلیغات رو در رو و چهره به چهره در انتخاب مقصد گردشگران به روستا تاثیر دارد.

این پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی و در زمره تحقیقات کاربردی می باشد. که از روش نمونه گیری تصادفی ساده و ابزار پرسشنامه جهت توصیف استنباطی توزیع جمعیت استفاده شده است.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری تحقیق حاضر خانوار سه منطقه روستایی کلاردشت (کلمه، شکرکوه، کردیچال) که ۱۵۰۰ خانوار هستند، تشکیل شده است. تعداد نمونه بر اساس جدول مورگان برابر با ۳۵۰ نفر است.

روش گرد آوری و تجزیه و تحلیل

روش گرد آوری اطلاعات در این تحقیق میدانی است. ابتدا از آمار توصیفی، توصیف داده ها سپس و با به کار گیری تکنیک سوات، نقاط قوت و ضعف گردشگری در بعد شاخص ییلاقات، فعالیت روستایی، جاذبه های فرهنگی و نقش آن در توسعه گردشگری مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین مشاهدات میدانی نگارنده و مراجعه به اسناد و مقالات تحقیقی در این زمینه می باشد.

۱-۴-۱- معرفی منطقه مورد مطالعه

وسعت شهرستان کلاردشت ۱۳۲۳ کیلومتر مربع حدود و دارای یک دهستان، و یک منطقه ی 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^۱، 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 منطقه حکمرانی میکردند کلمه را به محل دیدبانی برگزینند. در منطقه ای به نام قلعه گردن آثاری از یک قلعه قدیمی وجود دارد، که البته افرادی سودجو این اثر تاریخی را در اوایل انقلاب ویران کرده اند. محل قرار گیری روستا ابتدا در منطقه ای به نام هلستان بوده سپس در طول زمان به منطقه ای از کلمه به نام هرسی (در اوایل حکومت صفویه) آورده شده است و بعد ها در محل کنونی واقع شده است. از آثار دیدنی می توان به آبشار گردوک، قلعه گردن، درخت چنار هزارساله و چشمه، جنگلهای 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.

¹ koleme

کردیچال، اولین بانک کلاردشت قبل از انقلاب در این روستا احداث شده و همچنین 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.

شکرکوه، 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 کلار دشت

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 مناسبتری برای گردشگران فراهم می نماید. همچنین در کلاردشت با توجه به شاخصه های اصلی فرهنگی، آداب و رسوم، اعیاد، ادبیات و شخصیت های اساطیری، تنوع زبانی، هنر و معماری، گلیم بافی، صنایع دستی، فرش بافی، آیینهای دیگر که از لحاظ مردم شناسی بسیار شاخص هستند از فضای جذب گردشگری خوبی برخوردار است.

آداب و رسوم و اعیاد

فرهنگ ایرانی حاوی مناسبت های 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 بصورت مفصل برگزار مینمایند. همچنین عید

خواجه وند، که از طایفه کردها هستند این مراسم را با شکوه برگزار مینمایند. آداب و رقص ها 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. اسناد 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 در میان کردها در خصوص 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»، «خواجهوند» 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 کوه های مرتفع کلاردشت یخچال های طبیعی و دایمی وجود دارد که پس از گذشت ده ها میلیون سال همچنان ناآرامند. این توده های عظیم یخ که با سنگ و خاک آمیخته شده اند، منابع اصلی آبیگری رودخانه «سرداب رود» مهم ترین رودخانه کلاردشت هستند. دریاچه ولشت (سما) نگین آبی کلاردشت نیز یکی از دریاچه های آب شیرین ایران است. تأمین آب این دریاچه، چشمه های کف و اطراف دریاچه هستند. این دریاچه جزو زیست بوم های نادر مازندران است و پرندگان مهاجری از قبیل مرغابی و غاز وحشی در این

مکان یافت می شوند. پوشش گیاهی جنگل های این منطقه شامل گونه های از سپیدار، افرا، توسکا، نمدار، راش، زرشک، بلوط سیاه، گل سرخ وحشی، تمشک، ازگیل، ملج، زالزالک، 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.

۱-۵- یافته تحقیق

بر اساس توزیع جنسیتی از کل ۳۵۰ نفر ۱۳۷ نفر از افراد نمونه را زنان و ۲۱۳ نفر را مردان تشکیل داده اند 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 فوق دیپلم 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.

سوال: پراهمیت ترین و کم اهمیت ترین نقاط قوت گردشگری روستایی در شهرستان کلاردشت کدام است؟

جدول ۱) رتبه بندی نقاط قوت گردشگری روستایی شهرستان کلاردشت

| ردیف | شاخص ها در بعد ییلاقات روستایی، فعالیت روستایی و جاذبه های فرهنگی | مجموع وزن ها | میانگین وزن ها | رتبه |
|------|---|--------------|----------------|------|
| ۱ | وجود چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد و فضای سبز | ۱۰۵۰ | ۳/۰۰ | ۱۶ |
| ۲ | آب و هوای خنک در تابستان | ۱۲۴۹ | ۳/۵۷ | ۷ |
| ۳ | وجود ارتفاعات و قله های مرتفع برای کوهنوردی | ۱۱۹۰ | ۳/۴۰ | ۱۰ |
| ۴ | امکان دسترسی آسان به جنگل های زیبا | ۱۱۶۶ | ۳/۳۳ | ۱۱ |
| ۵ | روحیه بالای مهمان نوازی در بین مردم | ۱۲۷۰ | ۳/۶۳ | ۵ |
| ۶ | مستعد بودن منطقه برای سرمایه گذاری گردشگری | ۱۲۵۹ | ۳/۶۰ | ۶ |
| ۷ | دسترسی آسان به دریا جهت استفاده گردشگران | ۱۳۴۱ | ۳/۸۳ | ۲ |
| ۸ | وجود منابع طبیعی فراوان و معرفی آن به صورت قطب مهم گردشگری در | ۱۱۲۰ | ۳/۲۰ | ۱۴ |
| ۹ | محل عبور و مرور مسافران و امکان فروش محصولات غذایی در سطح بالا | ۹۵۶ | ۲/۷۳ | ۱۷ |
| ۱۰ | وجود جاذبه های تاریخی و باستانی در منطقه | ۱۲۱۱ | ۳/۴۶ | ۹ |

| | | | | |
|----|---|------|------|----|
| ۱۱ | وجود رودخانه های متنوع | ۱۱۴۱ | ۳/۲۶ | ۱۲ |
| ۱۲ | شکل گیری باور به وجود اشتغالزایی و درآمدزا بودن گردشگری | ۱۱۳۱ | ۳/۲۳ | ۱۳ |
| ۱۳ | وجود آداب، رسوم و فرهنگ بومی و محلی | ۱۲۸۱ | ۳/۶۶ | ۴ |
| ۱۴ | تقویت حس همکاری و مشارکت در بین مردم | ۱۳۳۰ | ۳/۸۰ | ۳ |
| ۱۵ | بهبود سطح آموزش و آگاهی از طریق رفت و آمد گردشگران | ۱۲۶۰ | ۳/۶۰ | ۶ |
| ۱۶ | امکان ایجاد بازار محلی برای تولیدات سنتی و بومی منطقه | ۱۱۹۰ | ۳/۴۰ | ۱۰ |
| ۱۷ | وجود میوه‌هایی مثل گردو و گلابی | ۱۰۹۶ | ۳/۱۳ | ۱۵ |
| ۱۸ | وجود مناطق حفاظت شده با حیات وحشی متنوع | ۱۳۵۱ | ۳/۸۶ | ۱ |
| ۱۹ | ایجاد تعامل بین بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری در سال‌های | ۱۲۳۶ | ۳/۵۳ | ۸ |

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 به عنوان مهمترین نقاط قوت و شاخص‌های محل عبور و مرور مسافران و امکان فروش محصولات غذایی در سطح بالا، وجود چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد و فضای سبز و وجود میوه‌هایی مثل گردو و گلابی به عنوان کم اهمیت‌ترین نقاط قوت در صنعت گردشگری شهرستان کلاردشت مطرح می‌باشد. همچنین لازم به ذکر است که محقق در بعضی از ابعاد مردم شناسی، فرهنگ را به صورت توصیفی بررسی نموده و در ابعاد گردشگری روستایی که در مدل مفهومی ذکر شده است، به تحقیق پرداخته است.

۱-۵-۱- آزمون سوال دوم

سوال: 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 ییلاقات روستایی، فعالیت روستایی و جاذبه های فرهنگی | مجموع وزن‌ها | میانگین وزن‌ها | رتبه |
|------|---|--------------|----------------|------|
| ۱ | نامناسب بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی | ۱۱۹۰ | ۳/۴۰ | ۱۲ |
| ۲ | از بین رفتن زمین های کشاورزی | ۱۲۴۶ | ۳/۵۶ | ۹ |
| ۳ | نامناسب بودن راه ها 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 آسیب های اجتماعی به دلیل حضور توریست ها | ۱۲۷۱ | ۳/۶۳ | ۸ |
| ۸ | فقدان برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در این ناحیه | ۱۳۰۶ | ۳/۷۳ | ۷ |
| ۹ | جا نیافتن مزایای گردشگری در بین دولت مردان | 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 سرمایه گذاری در بخش گردشگری به دلایل مختلف | ۱۳۴۱ | ۳/۸۳ | ۴ |

با توجه به میانگین ها و رتبه های نشان داده شده در جدول فوق، به ترتیب شاخص های کمبود تقاضا برای این صنعت به دلایل مختلف، جا نیافتن مزایای گردشگری در بین دولت مردان و نامناسب بودن راه ها و ترافیک بین شهرها در تعطیلات به عنوان مهمترین نقاط ضعف و شاخص های نامناسب بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی، نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی و عدم انجام آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران به عنوان کم اهمیت ترین نقاط ضعف در صنعت گردشگری شهرستان کلاردشت مطرح می باشند. از دیدگاه مردم شناسی، بعد فرهنگی و گردشگری فرهنگ، طبیعت زیبای منطقه، شئون زندگی مردم، اداب و رسوم، فرهنگ عامه، جاذبه باستانی و تاریخی و ادبیاتی، آب و هوای متنوع، تاثیر زیادی در جذب گردشگری داشته و دارد. لذا بسیاری از قابلیت های 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.

۱-۶- نتیجه گیری

امروزه روستاییان برای کسب درآمد و گذران زندگی در محیط روستاها ناچارند دست به فعالیتهای مختلفی در زمینه های کشاورزی، دامداری، صنایع دستی و یا خدماتی بزنند. در روستاها ظرفیتهای بسیاری وجود دارد که می تواند موجب رونق گردشگری روستایی شود؛ یکی از این ظرفیتهای بحث گردشگری روستایی است. گردشگری روستایی می تواند منبع جدید درآمد برای روستاییان و به ویژه روستاییان کشورهای در حال توسعه باشد و تا اندازه ای مشکلات آن ها را حل کند و یا تقلیل دهد. این امر مستلزم مدیریت و برنامه ریزی خاصی است تا گردشگران علاوه بر دیدن مناظر و چشم اندازهای 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 علاقه مند می شوند و این به معنی افزایش درآمد روستاییان است که به طور مستقیم یا غیر مستقیم در این صنعت فعالیت می کنند.

مسئولین ملی و محلی باید در این امر توجه باشند که صنعت گردشگری تا چه حد می‌تواند باعث پویایی اقتصادی در منطقه شود. زمانی که مسئولین توجه 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، جا نیافتن 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 به عنوان یک پدیده اقتصادی مطرح گردد یک امر فرهنگی است، به طوریکه 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.

تحلیل نتیجه از ابعاد مردم‌شناسی

مناطق روستایی از جمله در منطقه کلار دشت 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 جهان‌گردان 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، محمدعلی تقوایی، مسعود (۱۳۸۱) "توسعه منطقه برخوار اصفهان از طریق گسترش توریسم روستایی" در جهاد، مهر و آبان، ش ۲۵۳: ۵۰ - ۵۹.
- احمدی، عبدالحسین، (۱۳۸۷) "توریسم روستایی" در کشاورزی و صنعت، مهر، ش ۳۹: ۲۰ - ۲۲.
- افتخاری، عبدالرضا رکن الدین، مهدوی داوود، پورطاهری مهدی (۱۳۹۰)، ارزیابی پایداری گردشگری در روستاهای تاریخی - فرهنگی ایران با تأکید بر پارادایم توسعه پایدار گردشگری، فصلنامه مطالعات گردشگری شماره ۱.
- جمالی، محمد جعفر (۱۳۹۰)، بسامان کردن، توسعه و گسترش مجموعه تفریحی و توریستی روستای زیارت (طراحی مجموعه فرهنگی، گردشگری) دانشگاه بین المللی امام خمینی دانشکده معماری و شهرسازی.
- حیدری، خلیل و همکاران (۱۳۸۷)، اصلاح نظام پرداخت یارانه کالاهای اساسی در ایران (با تأکید بر هدفمندی یارانه) مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی، (۱۳۷۹) برنامه - ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه - ای، انتشارات دانشگاه اصفهان.
- سقای مهدی، جوانبخت قهفرخی زهره (۱۳۸۲)، مکان سنجی گردشگری روستایی در خراسان شمالی، مطالعات گردشگری، دوره اول، سال اول، شماره اول.
- شریف زاده، ابوالقاسم و مراد نژاد، همایون (۱۳۸۱)، توسعه پایدار و توریسم روستایی، ماهنامه اجتماع اقتصادی جهاد، خرداد و تیر شماره ۲۵۱ - ۲۵۰.
- کریمی، فرزاد و زاهدی کیوان، مهدی (۱۳۹۰)، تعیین الگوی تخصیص بهینه یارانه های بخش کشاورزی به مصرفکنندگان و تولید کنندگان (رهیافت: تحلیل سلسله مراتبی بازهایی)، فصلنامه تحقیقات اقتصاد کشاورزی، جلد ۹، شماره ۹، زمستان.

مرادنژادی، همایون؛ شریف‌زاده، ابوالقاسم، (۱۳۸۱)، "توسعه پایدار و توریسم روستایی" در جهاد، خرداد و تیر، ش ۲۵۰ و ۲۵۱: ۵۲-۶۳.

مرادنژادی، همایون؛ نظری، شیرزاد، (۱۳۸۲)، "توریسم و توسعه روستایی در ایران" در جهاد، فروردین و اردیبهشت، ش ۶۱: ۲۵۶-۶۷.

مهدوی حاجیلوئی، مسعود، قدیری معصوم، مجتبی (۱۳۸۱)، نقش و تاثیر خانه‌ها ی دوم بر ساختار اقتصادی ، اجتماعی ناحیه کلار دشت، پژوهشهای جغرافیای انسانی ، شماره ۶۵، ص ۳۱-۱۹.

Mitchell, Timothy (۲۰۰۸). "Society, Economy, and the State Effect". In Sharma, Aradhana & Gupta, Akhil. *The anthropology of the state: a reader*. Wiley-Blackwell. p. ۱۷۹. ISBN ..۷-۱۴۶۷-۴۰۵۱-۱-۹۷۸

Sweeny, J. C., Soutar, G. N. & Mazzarol, T. (2007). "*Factors influencing word of mouth effectiveness: receiver perspectives*", *European Journal of Marketing*, 42(3/4), 344-364.

The present study has considered the relationship between anthropology and tourism development. Tourism industry which provides a high level development of the economic sector of the most worldwide countries is considered as a fundamental sector of the economical development. The tourism activities include natural resources, cultural resources, events, tourism activities, service resources. Families of three rural areas of Kalardasht formed the statistical society of the present study. The sample number was 350 subjects based on Morgan table. The study was a descriptive-analytic one and among applied studies in which the random sampling and questionnaire. Considering the obtained results from SWOT matrix has been evaluated. Therefore, studying the culture of a society, investigates the language relations, folklore, art, culture, natural space, and the behavior of rural culture. It also studies cultural attractions and their role in tourism development with the view point of tourism weak points and strengths of tourism in terms of countryside and rural activity as well as cultural attractions. The results of the research, the creation of protected areas with diverse wildlife and easy access to the sea for tourists is recommended. And encourage teamwork and collaboration among people and officials to be considered. In order to improve tourism weakness in the context of indicators of lack of demand, lack of information on the benefits of tourism between the authorities, and inadequate roads and traffic between towns in vacation, have done the necessary action in this regard.