

مطالعه و تحلیل اثرات توسعه گردشگری بر سبک زندگی روستایی (مطالعه موردی: شهرستان اردبیل)

وکیل حیدری ساریبان^۱

دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۰۷/۲۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۵/۱۳

چکیده

هدف این مقاله بررسی اثرات گردشگری بر سبک زندگی روستایی در مناطق روستایی شهرستان اردبیل می‌باشد. این تحقیق از لحاظ هدف، توسعه‌ای، و از لحاظ ماهیت، توصیفی و پیمایشی و نیز از نوع علی-مقایسه‌ای و تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه روستاییان ساکن در روستای نمونه گردشگری «وکیل آباد» می‌باشد. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و بر اساس فرمول کوکران، تعداد نمونه مناسب برای این تحقیق ۲۶۹ نفر به دست آمد؛ از سویی، برای برابری در آزمون و نتیجه، ۲۶۹ از روستاییان ساکن در روستای فاقد گردشگری «تبراقلو» به عنوان گروه شاهد انتخاب شدند. این تحقیق به روش پیمایشی با استفاده از پرسش‌نامه انجام گردیده است. روایی صوری پرسش‌نامه توسط پانل متخصصان مورد تأیید قرار گرفت. مطالعه راهنما در منطقه مشابه جامعه آماری با تعداد ۳۰ پرسش‌نامه صورت گرفت و با داده‌های کسب شده و استفاده از فرمول ویژه کرونباخ آلفا در نرم‌افزار SPSS، پایایی پرسش‌نامه تحقیق ۰/۹۴ به دست آمد. نتایج آزمون t در ارتباط با ویژگی‌های شاخص‌های سبک زندگی دو گروه نشان می‌دهد بین متغیرهای توسعه رسانه‌ها، تغییرات مذهبی، افزایش مهاجرت، افزایش تفریح و احساس تعلق با متغیر مستقل (توسعه گردشگری) رابطه معنی‌داری وجود ندارد. اما بین متغیرهای مادی‌گرایی، ثروت‌اندوزی، درآمدزایی، نفوذ فن‌آوری، تغییر پوشاک، تغییر الگوی تغذیه، تغییرات رفتاری، مدگرایی، تغییر زبان، مصرف‌گرایی، استفاده از انرژی و تغییر طبیعت با متغیر مستقل رابطه معنی‌داری وجود دارد. در نهایت، با توجه به نتیجه پژوهش پیشنهادات کاربردی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: گردشگری، سبک زندگی، توسعه روستایی، تغییر اجتماعی، هویت اجتماعی، روستای
وکیل آباد، شهرستان اردبیل.

مقدمه

سبک زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای از رفتارها تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد تا نه فقط نیازهای جاری او را برآورد بلکه روایت خاصی را که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران مجسم سازد. امروزه اصطلاح سبک زندگی، کاربرد عامیانه فراوان و گسترده‌ای یافته است و اغلب برای توصیف نوع خانه و اسباب و اثاثیه به کار می‌رود. اما مفهوم سبک زندگی کلیت بیشتری دارد و دامنه وسیعی از امور عینی و ذهنی را شامل می‌شود. به‌طور کلی، این مفهوم الگوهای روابط اجتماعی، سرگرمی، مصرف، مد و پوشش را در بر می‌گیرد و حتی نگرش‌ها، ارزش‌ها و جهان‌بینی فرد و گروهی که عضو آن است را نیز باز می‌نماید (باینگانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۷) علاوه بر این، سبک زندگی به هستی وجود فرد وحدت می‌بخشد و این وحدت بخشی، اصلی‌ترین ویژگی سبک زندگی است. این وحدت به فرد اجازه می‌دهد تا برای دست و پنجه نرم کردن با معماهای حاصل در تغییر اجتماعی، آمادگی بیشتری داشته باشند. بسیاری از گروه‌های اجتماعی سبک زندگی‌های را که ساختاری و استقلال طلبانه‌اند بروز می‌دهند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۱۲).

مشاهدات نواحی روستایی حاکی از این امر می‌باشد که در سال‌های اخیر تغییرات و تحولاتی در نواحی روستایی به وقوع پیوسته است. تغییراتی که علاوه بر الگوی مصرف در ساختارهایی چون آداب و رسوم، عقاید، ارزش‌ها و ایده‌آل‌ها، هنجارپذیری و هنجارسازی و به‌طور کامل سبک زندگی به وجود آمده است. الگوی مصرف، وسایل خانگی، تزیینات منزل، خوراک و پوشاک و... که می‌توان از آن‌ها به عنوان سبک زندگی نام برد، در این سال‌ها به شدت تغییر کرده است. این تغییرات در جامعه روستایی نسبت به جامعه شهری از شتاب بیشتری برخوردار بوده است. به‌طوری‌که می‌توان از آن به‌عنوان پدیده «شهری شدن روستا» نام برد. (ازکیا و حسینی رودبارکی، ۱۳۸۹: ۵۸) نیز در این ارتباط، بررسی اسناد حاکی از آن است که روستاهای ایران به دلیل برخورداری از دستاوردهای تکنولوژیک دنیای مدرن و به سبب برخورداری از تسهیلات ارتباطی (نوربخش زاده، ۱۳۹۳، ۴۷)، در دوره‌ای از تاریخ تحول فرهنگی و اجتماعی خود قرار گرفته‌اند که حرکتی نسبتاً گسترده را از سبک زندگی سنتی خود به سمت سبک زندگی نوین تجربه می‌کنند. این حرکت و تغییر را می‌توان حاصل عوامل عدیده‌ای دانست که از مهم‌ترین آن‌ها ورود امکانات مدرن، بالا رفتن سطح تحصیلات روستاییان، جای‌گزینی نسلی، اجرای طرح‌های خدمت‌رسانی و عمرانی در روستاها و در رأس آن‌ها برخورداری از زیرساخت‌های ارتباطی و توسعه گردشگری روستایی هستند (رضوان زاده، ۱۳۸۳: ۵). زیرا با افزایش سطح رفاه فراغت نسبی عده‌ای از مردم از دغدغه تأمین نیازهای اولیه در دهه ۱۹۶۰، اوقات و فراغت به‌عنوان یکی از عناصر اصلی در بررسی سبک زندگی موردتوجه قرار گرفت. بنابراین شکل‌گیری، تغییر، تکامل و در نهایت ثبات سبک زندگی در سطوح مختلف فردی و اجتماعی متأثر شرایط ساختاری و کارکردی محیط پیرامون و تاثیرپذیری‌ها و تاثیرگذاری‌ها می‌باشد. یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های تأثیرگذار در تغییرات سبک زندگی، توسعه گردشگری و فعالیت‌های جانبی مربوط به آن می‌باشد که این امر به‌ویژه در مناطق روستایی بیش از پیش قابل مشاهده می‌باشد.

لذا مطالعات نشان می‌دهد که بین توسعه و شکوفایی گردشگری و تغییر سبک زندگی روستاییان ارتباط معناداری وجود دارد. افزون بر این در این ارتباط، اطلاع از میزان تغییرات سبک زندگی روستاییان به دلیل اثرات انکارناپذیر

آن بر تجمل‌پرستی در امور زندگی، گرایش به کالاها و ابزارهای تکراری، جمع‌آوری ثروت، در نظر داشتن میزان سود قبل از انجام فعالیت‌ها، گرایش به عضویت در شبکه‌های اجتماعی بین جوانان روستایی، گرایش به لباس‌های با طرح‌های خارجی، گرایش به دیدن فیلم‌های خارجی، علاقه به استفاده از غذاهای آماده، علاقه‌مندی به انجام فعالیت‌های فردی، درون‌گرایی افراد روستا در مناسبات اجتماعی، اعتقاد به افزایش تنوع در مصرف کالاهای آماده، انجام مسافرت‌های تفریحی سالانه خارج از روستا، روستا را محل مناسبی برای زندگی ندانستن، مهم نبودن آبادانی روستا، تخریب منابع طبیعی برای ایجاد زیرساخت‌ها، کاهش ملموس تعداد جانوران در محیط روستا نسبت به گذشته، استفاده از کودهای شیمیایی و آفت‌کش‌ها در کشاورزی و افزایش تغییر کاربری‌های باغی به کاربری‌های مسکونی و... یکی از مهم‌ترین ابزارهای تصمیم‌گیری است که مسئولان و مدیران در مدیریت توسعه روستایی به آن باید توجه داشته باشند.

همچنین بررسی‌ها و مطالعات میدانی در نواحی روستایی شهرستان اردبیل حاکی از آن است که میزان سبک زندگی روستاییان ساکن در مناطق روستایی شهرستان اردبیل با وجود اقدامات فرهنگی فراوان از جمله توسعه رسانه‌های محلی و... دچار تغییر و تحول عدیده‌ای از منظر مادی‌گرایی، ثروت‌اندوزی، درآمدزایی، نفوذ فن‌آوری، تغییر پوشاک، تغییرات مذهبی، تغییرات رفتاری، افزایش مهاجرت، مدگرایی، تغییر زیان، مصرف‌گرایی، استفاده از انرژی نو تغییر طبیعت گشته است به این خاطر این تحقیق به دنبال آن است که این سؤال را مورد بررسی و کاوش قرار دهد: که آیا بین توسعه گردشگری و تغییر سبک زندگی در مناطق روستایی ارتباط معنادار وجود دارد؟

مبانی نظری

در عصر حاضر با وجود تغییرات و تحولات گسترده و جهان‌شمولی که همه حوزه‌های زندگی انسان را تحت تأثیر قرار داده است، می‌توان سبک‌های زندگی را به منزله دستگاه مفهومی مناسبی در نظر گرفت که به واسطه آن‌ها می‌توان تغییر اجتماعی و الگوهای قابل تأمل برانگیختن مصرف را ملاحظه کرد. همچنین، نظریه‌های مختلف بیان می‌دارند که سبک‌های زندگی به مثابه پروژه‌های شکل‌دهنده هویت، می‌توانند تفاوت‌ها و تمایزات اشخاص را نمایان سازند. سبک زندگی دیگر الگوی تحمیلی و انتسابی نیست که فرد آن را پذیرفته و در چارچوب آن رفتار کند. امروزه افراد متعلق به گروه‌های مختلف اجتماعی در برخورد و مواجهه با سبک‌های زندگی، منفعلانه رفتار نمی‌کنند، بلکه دارای خلاقیت بسیار بالایی بوده، با استفاده از کنش‌گری خویش در پی ساختن و برگزیدن سبک‌های جدید زندگی به منظور ایجاد تمایز بین خود و دیگران و ساختن حیات و هویتی جدید هستند. به عبارتی؛ امروزه سبک‌های زندگی متمایز و متکثر، کارکردهای جدید و پیامدهای متمایزی به دنبال دارند و مصرف و انتخاب سبک‌های مختلف زندگی با اهداف متفاوتی انجام می‌پذیرد. بر این اساس سبک زندگی از آغاز قرن بیستم توجه اندیشمندان را جلب کرد، آن‌که گاه برخی از صاحب‌نظران به این نتیجه رسیدند که ایده مارکس مبنی بر قشربندی جامعه بر اساس «طبقه» (مبتنی بر روابط اقتصادی)، قدرت توضیح کلیه تحولات اجتماعی و رفتارهای انسان‌ها را ندارد. پیدایش مفهوم سبک زندگی که علاوه بر طبقه اقتصادی، شاخص‌های دیگری را نیز شامل می‌شود، امکان برداشت‌های غیر مارکسیستی از فعالیت‌های مردم را برای صاحب‌نظران فراهم می‌آورد (Thyra, 1996). تاکنون تعاریف متعددی از جانب صاحب‌نظران پیرامون سبک زندگی صورت گرفته است. در این ارتباط، به تعبیر زیمل

(۱۹۸۱) «سبک زندگی»، تجسم تلاش انسان است برای یافتن ارزش‌های بنیادی و یا به تعبیری فردیت برتر خود در فرهنگ عینی‌اش و شناساندن آن به دیگران. ویلن (۱۸۹۹)، سبک زندگی را الگوی رفتار جمعی می‌داند. این رفتارها از جنس رسوم و عادات اجتماعی و روش‌های فکری‌اند. به زعم وبر سبک زندگی ارزش‌ها و رسم‌های مشترکی است که به گروه هویت جمعی می‌بخشد. به عقیده آلفرد آدلر (۱۹۵۶)، سبک زندگی، یعنی کلیت بی‌همتا و فردی زندگی که همه فرآیندهای عمومی زندگی، ذیل آن قرار دارند و ایشان در جایی اشاره می‌کند که سبک زندگی رفتار و منش نیست بلکه امری است که همه رفتارها و تجربیات انسانی را برای واحد هدایت می‌کند. کلمنز (۲۰۰۰)، سبک زندگی را مجموعه‌ها یا الگوهای خودآگاه و دقیق‌ات توسعه‌یافته ترجیحات فردی در رفتار شخصی مصرف‌کننده می‌داند. مک‌کی (۱۹۶۹)، سبک زندگی را الگویی برآمده از ارزش‌ها و باورهای مشترک یک گروه یا جامعه می‌داند که به‌صورت رفتارهای مشترک ظاهر می‌شود. به باور گیدنز (۱۳۸۸)، سبک زندگی، مجموعه نسبتاً هماهنگ از همه رفتارها و فعالیت‌های یک فرد معین در جریان زندگی روزمره است که مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها، و بنابر این، برخورداری از نوعی وحدت است. به باور بوردیو (۱۹۸۴)، سبک زندگی دارایی‌های است که به وسیله آن، اشغال‌کنندگان موقعیت‌های مختلف خودشان را با قصد تمایز و یا بدون قصد آن از دیگران تمایز می‌بخشند. به عقیده لسللی (۲۰۰۱)، سبک زندگی رفتارهایی است که با قشربندی حیثیتی و اعتباری مرتبط‌اند. سبک زندگی فقط آن چه یک فرد از آن موارد دارد نیست، بلکه چگونگی نمایش آن‌ها از سوی فرد است. هم الگوهای مصرف را شامل می‌شود و هم قدرتی که از این ناحیه کسب می‌شود. از منظر سیوبرگ وانگلبرگ (۲۰۰۵)، رفتارهایی که با قشربندی حیثیتی و اعتباری مرتبط‌اند، سبک زندگی نامیده می‌شوند. سبک زندگی از منظر ولمن (۱۹۸۲)، کلیت الگوهای رفتاری و تمایل‌هنجاری... که از طریق فرآیندهای اجتماعی تکامل می‌یابند تعریف شده است. با جمع‌بندی تعاریف باید گفت که سبک زندگی حاکی از عناصری است که کم‌وبیش به‌طور نظام‌مند با هم ارتباط داشته و یک کل را پدید می‌آورند. همین اتحاد و نظام‌مندی این کل را از کل‌های دیگر متمایز می‌کند. وجود کلماتی هم چون، الگو، نظام‌مندی، کلیت، هویت و تمایز در تعریف حاکی از همین مطلب است.

وبر معتقد است که «سبک زندگی از جایگاه و موقعیت اجتماعی ناشی می‌شود و گروه‌های مختلف سبک‌های زندگی متفاوتی دارند وجه تمایزشان در آن چیزی است که مصرف می‌کنند» ویلن در بحث از مصرف، متوجه طبقه تن‌آساست و معتقد است اعضای این طبقه برای کسب تمایز و منزلت اجتماعی با یکدیگر و سایر افراد جامعه کشمکش و رقابت دارند. به باور ویلن (۲۰۰۷)، مدرنیته و تحولات آن، فردیت و هویتی نوین برای انسان به وجود می‌آورند، اما این فردیت در قید محدودیت‌ها و فشارهای جامعه است. مصرف‌گرایی و روی آوردن به مدهای گوناگون و بدیع، یکی از راه‌های گذار از این محدودیت‌ها است. گیدنز (۱۳۸۸)، پیدایش سبک‌های زندگی را محصول بازاندیشی در دنیای مدرن می‌داند که کاربرد آن در عصر پیشامدرن و فرهنگ‌های سنتی چندان رواج نداشت؛ زیرا داشتن سبک زندگی مستلزم آن است که افراد از میان انتخاب‌های مختلف، دست به‌گزینش بزنند. فرد با انتخاب سبک زندگی خاص خود، هم هویت دلخواهش را به وجود می‌آورد و در معرض دید سایرین قرار می‌دهد و هم این که نیازهای زندگی‌اش را برآورده می‌سازد. بوردیو (۱۹۸۴)، سبک زندگی را محصول نظام‌مند عادت واره می‌داند که از خلال رابطه‌اش با آن درک می‌شود و به‌صورت نظامی از نشانه‌ها در می‌آید که بیشتر جنبه

عینی داشته، به گونه‌ای نمادین به فرد هویت بخشید و میان اقشار مختلف تمایز ایجاد می‌کند. در نهایت این که، پست مدرنیست‌ها نیز تغییر نیازهای اقتصادی سرمایه‌داری از تولید به سمت مصرف و تأکید بر مصرف‌کننده را یکی از علائم آغاز و پیدایی عصر پست مدرن می‌دانند به بر همین اساس، به سبک زندگی و مصرف، به مثابه متغیرهایی حیاتی و تأثیرگذار توجه دارند.

در این راستا، مشاهدات مکرر از مناطق روستایی در سال‌های اخیر، مبین تغییراتی است که در الگوها و سبک‌های زندگی روستاییان می‌باشد (ازکیا و رودبارکی حسینی، ۱۳۸۹: ۲۴۳). تغییر الگوها و سبک‌های زندگی را می‌توان از عوامل مؤثر بر تغییرات اقتصادی و اجتماعی قلمداد نمود. در گذشته، نهادها و عوامل مؤثر بر فرایند الگوپذیری در روستاها داخلی بودند و ریشه در درون فرهنگ جامعه روستایی داشتند؛ اما امروزه با گسترش ارتباطات بیرونی روستاها، به‌ویژه تحت تأثیر رسانه‌ها و توسعه گردشگری عوامل بیرون از فرهنگ روستایی در فرایندهای الگوپذیری مردم روستا وارد عمل شده‌اند (رضوی زاده، ۱۳۸۴: ۱۱۷). از آنجاکه ماهیت طبیعی جوامع شهری و روستایی تحت تأثیر عوامل بیرونی، تا حدودی قابل بررسی است می‌توان تأثیر آن را در مناطق روستایی نیز مطالعه نمود (Pavis, 1998: 1408). لذا یکی از مهم‌ترین عوامل بیرونی تأثیرگذار در تغییرات سبک زندگی روستاییان، عامل توسعه گردشگری می‌باشد. توسعه گردشگری به واسطه ماهیت چندبعدی، دارای ابعاد مختلف تأثیرگذاری بر زندگی روستاییان بوده و از جهان گوناگون زندگی روستاییان را تحت تأثیر قرار داده است. گردشگری از مهم‌ترین فعالیت‌های معاصر است که همراه با تغییرات شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، منش و روش زندگی انسانها را دگرگون می‌سازد (محلانی، ۱۳۸۱، ۱۳). به‌طور کلی اثرات و پیامدهای مثبت و منفی گردشگری بر جامعه میزبان در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و محیط زیستی توسط پژوهش‌گران مختلف مورد بررسی قرار گرفته است که سر منشاء ایجاد تغییرات در سبک زندگی روستاییان ساکن در مقصدهای گردشگری می‌باشد. بنابراین در مجموع اثرات گردشگری، تغییراتی است که در هنر، عادات، رسوم و معماری مردم ساکن جامعه میزبان رخ می‌دهد. اصطلاح «اثرات گردشگری» را به معنای تغییراتی بکار می‌برند که در تجربه‌های روزانه ارزش‌ها، شیوه زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه میزبان رخ می‌دهد (وای. گی، ۱۳۷۷: ۳۲۷). این تغییرات بلندمدت‌تر است و در نتیجه رشد و توسعه صنعت گردشگری رخ می‌دهد (مهدوی، ۱۳۸۶: ۷۰). لذا تغییرات ناشی از گردشگری در زندگی روستاییان می‌تواند از جنبه‌های گوناگون تغییر در اقتصاد، زندگی اجتماعی، فرهنگ و محیط زیست قابل پی‌گیری و مطالعه باشد. زیرا تغییرات ناشی از تأثیر توسعه گردشگری بر سبک زندگی می‌تواند منجر به تغییرات و تضادهای هویت اجتماعی (خواجه نوری و همکاران، ۱۳۹۳، ۷۱) در جوامع روستایی با پتانسیل گردشگری شود.

نتایج مطالعات محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان «نقش گردشگری در توسعه روستایی، با تأکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی» در ارتباط با سرمایه اجتماعی خانوارهای روستایی مورد مطالعه نشان داد که در بعد انسجام وضعیت خانوارهای مورد مطالعه بعد از گسترش گردشگری بهبود داشته، اما در ابعاد مشارکت و اعتماد اجتماعی، بعد از گسترش گردشگری از سطح این ابعاد کاسته شده است. نتایج مطالعه اکبریان رونیزی (۱۳۹۲)، با عنوان «بررسی رابطه توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی در نواحی روستایی» مبین وجود رابطه مستقیم معنادار

آماري بين توسعه گردشگري و سرمايه اجتماعي است. نتايج مطالعه فاضل و رضاني فرد (۱۳۹۱)، با عنوان «بررسی رابطه توسعه گردشگری و تغییرات سبک زندگی در نواحی روستایی» نشان داد که گردشگری در منطقه مورد مطالعه از اهمیت بالایی برخوردار بوده و در سال‌های اخیر توسعه فراوانی یافته است و بر این اساس تغییراتی را در سبک زندگی (الگوی مصرف مواد غذایی، گفتار، وضعیت مسکن وضعیت پوشاک) به وجود آورده است. به زعم بنت^۱ (۲۰۰۸)، بین توسعه گردشگری با وابستگی به مادیات، تجمل‌پرستی در امور زندگی، جمع‌آوری ثروت و گرایش به فعالیت‌های درآمدزا رابطه معناداری وجود دارد. میلز^۲ (۲۰۱۳)، تلاش برای داشتن چند شغل، افزایش مصرف مواد آرایشی-بهداشتی در بین جوانان روستایی، تغییر الگوی مصرف مواد غذایی، استفاده از کالاهای مصرفی بادوام و تغییرات رفتاری را از اثرات توسعه و شکوفایی گردشگری در مناطق روستایی می‌داند. وانگ^۳ (۲۰۰۹) بر این باور است که بین افزایش مهاجرت، تغییرات مذهبی، توسعه رسانه‌ها، مصرف‌گرایی و افزایش تفریح و توسعه گردشگری روستایی در مناطق روستایی رابطه معنی‌داری وجود دارد. کلارک (۲۰۰۹) اثرات گسترش و توسعه گردشگری را در مناطق روستایی در عدم احساس تعلق به مناطق روستایی، تغییر کاربری اراضی، استفاده از کالاهای مصرفی بادوام، درآمدزایی و ثروت‌اندوزی می‌داند.

روش تحقیق و منطقه مورد مطالعه

پژوهش حاضر به مقایسه تطبیقی سبک زندگی دو روستای دارای گردشگر و فاقد گردشگر، در سال ۱۳۹۴ پرداخته است. این تحقیق از لحاظ هدف، توسعه‌ای، و از لحاظ ماهیت، توصیفی و پیمایشی و نیز از نوع علی-مقایسه‌ای و تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه روستاییان ساکن در روستای نمونه گردشگری «وکیل‌آباد» می‌باشد. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و بر اساس فرمول کوکران، تعداد نمونه مناسب برای این تحقیق ۲۶۹ نفر به دست آمد؛ از سویی، برای برابری در آزمون و نتیجه، ۲۶۹ نفر از روستاییان ساکن در روستای فاقد گردشگری «تپراقلو» به‌عنوان گروه شاهد انتخاب شدند. این تحقیق به روش پیمایشی با استفاده از پرسش‌نامه انجام گردیده است. ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه محقق ساخته می‌باشد. روایی صوری^۴ پرسش‌نامه توسط پانل متخصصان^۵ مورد تأیید قرار گرفت. مطالعه راهنما در منطقه مشابه جامعه آماری با تعداد ۳۰ پرسش‌نامه صورت گرفت و با داده‌های کسب شده و استفاده از فرمول ویژه کرونباخ آلفا در نرم‌افزار SPSS، پایایی پرسش‌نامه تحقیق ۰/۹۴ به دست آمد. و ضریب اصلی آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف پرسش‌نامه ۰/۷۲ الی ۰/۹۱ محاسبه شد.

هم‌چنین از طریق ابزار پرسش‌نامه، متغیرهای تحقیق حاضر به کمک ۶۴ سؤال بسته مورد سنجش قرار گرفت و برای امتیازدهی آن از طیف پنج قسمتی لیکرت استفاده گردید. در مرحله امتیازدهی، از آن جا که دسته‌ای از سؤالات در جهت منفی مطرح شده‌اند، با استفاده از نرم‌افزار SPSS، کدگذاری مجدد برای این دسته از سؤالات انجام شد. بنابراین، امتیاز پاسخ‌ها در سؤالات با جهت مثبت به‌صورت: ۵= کاملاً موافقم، ۴= موافقم، ۳= نظری ندارم، ۲= مخالفم و ۱= کاملاً مخالفم و در مورد سؤالات منفی عکس این حالت می‌باشد. در این تحقیق فضای مفهومی سبک

¹.Bennett

².Miles

³.Wang

⁴.Face Validity

⁵.Panel of Expert

زندگی در قالب چهار متغیر تغییر سبک معاش اقتصادی روستاییان، تغییر سبک زندگی اجتماعی روستاییان، تغییر سبک فرهنگی و تغییر سبک به کارگیری منابع تعریف شد. متغیر تغییر سبک معاش اقتصادی دارای سه معرف مادی‌گرایی، ثروت‌اندوزی و درآمدزایی می‌باشد که معرف مادی‌گرایی با گویه‌های وابستگی به مادیات در زندگی، گرایش به افزایش وسایل غیرضروری، برتر دانستن پول در برابر همه چیز، تجمل‌پرستی در امور زندگی، گرایش به داشتن کالاها و ابزارهای تکراری؛ معرف ثروت‌اندوزی با گویه‌های جمع‌آوری ثروت، تلاش برای کسب ثروت از طریق شیوه‌های نامتعارف، قانع نبودن به حد معقول ثروت در زندگی، حساس بودن به مناسبات مالی، معرف درآمدزایی با گویه‌های نگاه پولی به همه فعالیت‌ها و مناسبات، تلاش برای داشتن چندین شغل، گرایش به فعالیت‌های درآمدزا و در نظر داشتن میزان سود قبل از انجام فعالیت‌ها سنجش و عملیاتی شده است.

متغیر تغییر سبک زندگی اجتماعی روستاییان دارای هفت معرف نفوذ فن‌آوری، تغییر پوشاک، توسعه رسانه‌ها، تغییرات مذهبی، تغییر الگوی تغذیه، تغییرات فن‌آوری و افزایش مهاجرت می‌باشد که معرف نفوذ فن‌آوری با گویه‌های گرایش به عضویت در شبکه‌های اجتماعی جوانان، وابستگی بیش از حد به موبایل، گذران اوقات و فراغت در بین نوجوانان و جوانان با اینترنت، جای‌گزینی بازی‌های الکترونیکی در برابر بازی‌های بومی، استفاده از کامپیوتر در بین جوانان؛ و معرف تغییر پوشاک با گویه‌های گرایش به لباس‌های با طرح‌های خارجی، افزایش مواد آرایشی و بهداشتی در بین جوانان، ارجحیت دادن به مارک‌های خارجی پوشاک، علاقه پایین جوانان به مدل‌های پوشش بومی و محلی؛ و معرف توسعه رسانه‌ها با گویه‌های علاقه‌مندی به استفاده از ماهواره، استفاده از موسیقی‌های جدید به جای موسیقی‌های بومی و محلی، گرایش به دیدن فیلم‌های خارجی؛ معرف تغییرات مذهبی به وسیله گویه‌های میزان گرایش روستاییان به شرکت در مراسم‌های مذهبی، میزان گرایش روستاییان به شرکت در مراسم فاتحه‌خوانی، میزان گرایش روستاییان به شرکت در مراسم مولودی‌خوانی‌ها؛ و معرف تغییر الگوی تغذیه با گویه‌های علاقه به استفاده از غذاهای آماده، علاقه‌مندی به غذاهای رستورانی، میزان آشنایی با غذاهای خارجی، میزان استفاده از خوراکی‌های (پفک، چیپس و...)، معرف تغییرات رفتاری با گویه‌های علاقه‌مندی به انجام فعالیت‌های فردی، کم بودن میزان ارتباطات خانوادگی، درون‌گرایی افراد روستا در مناسبات اجتماعی؛ معرف افزایش مهاجرت با گویه‌های افزایش ارتباط افراد روستا با شهر، علاقه‌مندی روستاییان به افزایش زمان ماندگاری در شهر، علاقه‌مندی روستاییان به زندگی در شهرها بین جوانان و مهاجرت تعداد قابل توجهی از روستاییان به شهرها سنجش و عملیاتی شده است.

متغیر تغییر سبک فرهنگی روستاییان دارای پنج معرف مدگرایی، تغییر زبان، مصرف‌گرایی، افزایش تفریح و احساس تعلق می‌باشد که معرف مدگرایی با گویه‌های تغییر ظاهر جوانان به الگوهای خارجی (در مدل مو...)، پی‌گیری مدل‌های جدید در زمینه‌های مختلف توسط جوانان، استفاده از سبک‌های شهری دکوراسیون در داخل منازل روستایی، تغییر نمای ساختمان‌های مسکونی به الگوهای شهری؛ معرف تغییر زبان با گویه‌های کاهش علاقه‌مندی جوانان به استفاده از زبان‌های محلی، میزان علاقه به استفاده از زبان فارسی در گفتگو، به کارگیری اصطلاح‌های انگلیسی در صحبت‌ها؛ معرف مصرف‌گرایی با گویه‌های استفاده از مواد غذایی آماده و فروشگاه‌های در منزل، اعتقاد به هزینه‌بر بودن تولید نسبت به خرید، گرایش کم به تولید خانگی مواد اولیه خوراکی، اعتقاد به افزایش تنوع در مصرف کالاهای آماده؛ معرف افزایش تفریح با گویه‌های رفتن به پارک‌ها یا فضاهای سبز برای تفریح در روستاها،

انجام مسافرت‌های تفریحی سالانه خارج از روستا؛ معرف احساس تعلق با گویه‌های روستاها را محل مناسبی برای زندگی نداشتن، تشویق نکردن دیگران برای مسافرت به روستا و یا زندگی در روستا و مهم نبودن آبادانی روستای سنجش و عملیاتی شده است.

متغیر تغییر سبک به کارگیری منابع محیطی روستایی دارای دو معرف استفاده از انرژی و تغییر طبیعت می‌باشد که معرف استفاده از انرژی با گویه‌های استفاده از گاز در پخت‌وپزها، کاهش به کارگیری هیزم در گرمای منزل، افزایش مصرف بنزین روزانه نسبت به گذشته (۱۰ سال قبل)؛ معرف تغییر طبیعت با گویه‌های تخریب منابع طبیعی برای ایجاد زیرساخت‌ها، کاهش ملموس تعداد جانوران در محیط روستا نسبت به گذشته، استفاده از کودهای شیمیایی و آفت کش‌ها در کشاورزی و افزایش تغییر کاربری‌های باغی به کاربری‌های مسکونی سنجش و عملیاتی شده است. در نهایت، در مطالعه حاضر با عنایت به مبانی نظری تحقیق و نیز اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق پرسش‌نامه و بررسی اثرات گردشگری در خصوص سبک زندگی روستایی دو روستای دارای گردشگر و فاقد گردشگر، به تجزیه و تحلیل متغیرها با استفاده از آزمون آماری t پرداخته شده است. در این میان، از آزمون t برای اثبات وجود عدم وجود تفاوت معنی‌دار میان روستاییان ساکن در مناطق روستایی دارای گردشگر و روستاییان ساکن در مناطق روستایی فاقد گردشگر استفاده می‌شود و در نهایت در این تحقیق فرضیه‌های زیر مورد آزمون قرار گرفته است:

- ۱- بین «توسعه گردشگری» و «تغییر سبک معاش اقتصادی روستاییان» رابطه وجود دارد.
- ۲- بین «توسعه گردشگری» و «تغییر سبک زندگی اجتماعی روستاییان» رابطه وجود دارد.
- ۳- بین «توسعه گردشگری» و «تغییر سبک فرهنگی روستاییان» رابطه وجود دارد.
- ۴- بین «توسعه گردشگری» و «تغییر سبک به کارگیری منابع محیطی روستایی» رابطه وجود دارد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

الف) یافته‌های توصیفی تحقیق:

ویژگی‌های فردی نمونه آماری مورد مطالعه

همان‌طوری که جدول شماره (۱) نشان می‌دهد افراد مورد مطالعه در چهار گروه سنی توزیع شده‌اند. در گروه روستای دارای گردشگر و فاقد گردشگر بیش‌ترین فراوانی مربوط به رده سنی ۳۰-۲۱ سال می‌باشد. پیرامون شغل غالب افراد ساکن در روستای دارای گردشگر و فاقد گردشگر همان‌طوری که جدول نشان می‌دهد هم در روستای دارای گردشگر و هم در روستای فاقد گردشگر بیش‌ترین فراوانی مربوط به فعالیت کشاورزی می‌باشد.

جدول (۱) مشخصات فردی نمونه مورد مطالعه

ردیف	گروه سنی	روستای دارای گردشگر		روستای فاقد گردشگر	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
۱	۲۰ سال و کمتر	۵۶	۲۰/۸۱	۸۲	۳۰/۴۸
۲	۲۱-۳۰	۹۲	۳۴/۲۰	۸۷	۳۲/۳۶
۳	۳۱-۴۰	۷۳	۲۷/۱۵	۶۱	۲۲/۶۷
۴	۴۱ سال و بالاتر	۴۸	۱۷/۸۴	۳۹	۱۴/۴۹
۵	جمع	۲۶۹	۱۰۰٪	۲۶۹	۱۰۰٪
فعالیت غالب اقتصادی					
۱	کشاورز	۱۱۳	۴۲/۰۳	۱۳۴	۴۹/۸۱

۲	دامدار	۵۱	۱۸/۹۵	۱۰۳	۳۸/۲۸
۳	خدماتی	۷۳	۲۷/۱۳	۱۸	۶/۶۹
۴	اداری	۱۹	۷/۰۶	۱۰	۳/۷۴
۵	بازنشسته	۱۳	۴/۸۳	۴	۱/۴۸
۶	جمع	۲۶۹	٪۱۰۰	۲۶۹	٪۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

همان‌طوری که جدول شماره (۲) نشان می‌دهد از میان ۲۶۹ نفر نمونه آماری مورد مطالعه روستای دارای گردشگر ۴۹ نفر بی‌سوادند (۱۸/۲۱ درصد)، ۲۷/۵۰ درصد با آموزش نهضت سوادآموزی، توانایی خواندن و نوشتن دارند. ۵۶ نفر (۲۰/۸۱ درصد) در مقطع ابتدایی تحصیل کرده‌اند و ۴۰ نفر (۱۴/۸۶ درصد) در مقطع راهنمایی و ۳۱ نفر (۱۱/۵۶ درصد) در مقطع متوسطه تحصیل کرده‌اند. ۱۹ نفر (۷/۰۶ درصد) نیز مدرک دیپلم و بالاتر دارند. علاوه بر این، از میان ۲۶۹ نفر نمونه آماری مورد مطالعه روستای فاقد گردشگر ۷۱ نفر بی‌سوادند (۳۰/۸۵ درصد)، ۳۰/۸۵ درصد با آموزش نهضت سوادآموزی، توانایی خواندن و نوشتن دارند. ۴۵ نفر (۱۶/۷۲ درصد) در مقطع ابتدایی تحصیل کرده‌اند و ۳۳ نفر (۱۲/۲۶ درصد) در مقطع راهنمایی و ۲۳ نفر (۸/۵۵ درصد) در مقطع متوسطه تحصیل کرده‌اند ۱۴ نفر (۵/۲۳ درصد) نیز مدرک دیپلم و بالاتر دارند.

جدول (۲) میزان تحصیلات نمونه فردی مورد مطالعه

ردیف	سطح تحصیلات	روستای دارای گردشگر		روستای فاقد گردشگر	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۱	بی‌سواد	۴۹	۱۸/۲۱	۷۱	۲۶/۳۹
۲	خواندن و نوشتن	۷۴	۲۷/۵۰	۸۳	۳۰/۸۵
۳	ابتدایی	۵۶	۲۰/۸۱	۴۵	۱۶/۷۲
۴	راهنمایی	۴۰	۱۴/۸۶	۲۳	۱۲/۲۶
۵	متوسطه	۳۱	۱۱/۵۶	۲۳	۸/۵۵
۶	دیپلم و بالاتر	۱۹	۷/۰۶	۱۴	۵/۲۳
۷	جمع کل	۲۶۹	٪۱۰۰	۲۶۹	٪۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

نتایج حاصل از یافته‌های توصیفی در جدول (۳) نشان می‌دهد میزان مادی‌گرایی ۷/۴۳ پاسخ‌گویان ساکن در روستای دارای گردشگر در سطح خیلی کم، ۹/۲۱ درصد در سطح کم، ۱۴/۷۳ در سطح متوسط، ۲۸/۸۱ در سطح زیاد و ۳۹/۸۲ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مقابل، میزان مادی‌گرایی ۳۶/۲۳ پاسخ‌گویان ساکن در روستای فاقد گردشگر در سطح خیلی کم، ۲۴/۴۸ در سطح کم، ۱۸/۱۱ در سطح متوسط، ۱۱/۷۲ در سطح زیاد و ۹/۴۶ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مورد مؤلفه ثروت‌اندوزی میانگین و انحراف معیار روستای دارای گردشگر به ترتیب ۷/۵۱ و ۴/۶۵ برآورد گردید و در مقابل میانگین و انحراف معیار روستای فاقد گردشگر پیرامون مؤلفه ثروت‌اندوزی به ترتیب ۶/۹۹ و ۴/۲۲ برآورد گردید. در مورد مؤلفه درآمدزایی میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای دارای گردشگر به ترتیب ۷/۵۹ و ۳/۹۸ ارزیابی گردید و در مقابل میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای فاقد گردشگر پیرامون مؤلفه درآمدزایی به ترتیب ۷/۲۷ و ۴/۱۵ ارزیابی گردید. در مورد میزان نفوذ فن‌آوری ۱۰/۷۶ پاسخ‌گویان ساکن در روستای دارای گردشگر در سطح خیلی کم، ۲۱/۴۹ درصد در سطح کم، ۱۶/۸۳ در سطح متوسط، ۲۳/۷۱ در سطح زیاد و ۲۷/۲۱ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مقابل، میزان نفوذ فن‌آوری ۳۳/۱۷ پاسخ‌گویان ساکن در روستای فاقد گردشگر در سطح خیلی کم، ۱۹/۵۶ در سطح کم، ۲۴/۷ در سطح متوسط، ۱۳/۳۷

در سطح زیاد و ۹/۲ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مورد میزان تغییر پوشاک ۸/۶۵ پاسخ‌گویان ساکن در روستای دارای گردشگر در سطح خیلی کم، ۱۱/۴۸ درصد در سطح کم، ۱۵/۲۷ در سطح متوسط، ۲۷/۸۱ در سطح زیاد و ۳۶/۷۹ در سطح خیلی زیاد ارزیابی گردید. در مقابل، میزان تغییر پوشاک ۳۱/۹۸ پاسخ‌گویان ساکن در روستاهای فاقد گردشگر در سطح خیلی کم، ۲۷/۷۳ در سطح کم، ۱۸/۴۵ در سطح متوسط، ۱۱/۸۹ در سطح زیاد و ۹/۹۵ در سطح خیلی زیاد ارزیابی گردید. در مورد وضعیت توسعه رسانه‌ها، ۳۰/۸۶ پاسخ‌گویان ساکن در روستای دارای گردشگر در سطح خیلی کم، ۲۸/۹۱ درصد در سطح کم، ۱۹/۳۹ در سطح متوسط، ۱۴/۷۶ در سطح زیاد و ۶/۰۹ در سطح خیلی زیاد ارزیابی گردید. در مقابل، وضعیت توسعه رسانه‌ها ۵/۶۷ پاسخ‌گویان ساکن در روستاهای فاقد گردشگر در سطح خیلی کم، ۱۷/۶۸ در سطح کم، ۲۱/۴۳ در سطح متوسط، ۲۵/۷۳ در سطح زیاد و ۲۹/۴۹ در سطح خیلی زیاد ارزیابی گردید. در مورد مؤلفه تغییرات مذهبی میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای دارای گردشگر به ترتیب ۷/۵۵ و ۳/۳۶ برآورد گردید و در مقابل میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای فاقد گردشگر پیرامون مؤلفه تغییرات مذهبی به ترتیب ۷/۹۸ و ۳/۹۷ برآورد گردید. در مورد مؤلفه تغییر الگوی تغذیه میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای دارای گردشگر به ترتیب ۵/۵۵ و ۴/۶۵ برآورد گردید و در مقابل میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای فاقد گردشگر پیرامون مؤلفه تغییر الگوی تغذیه به ترتیب ۴/۲۱ و ۳/۶۶ برآورد گردید. در مورد مؤلفه تغییرات رفتاری میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای دارای گردشگر به ترتیب ۳/۹۸ و ۴/۶۵ برآورد گردید و در مقابل میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای فاقد گردشگر پیرامون مؤلفه تغییرات رفتاری به ترتیب ۳/۸۵ و ۵/۶۶ برآورد گردید. در مورد وضعیت مهاجرت، ۲۷/۶۵ پاسخ‌گویان ساکن در روستای دارای گردشگر در سطح خیلی کم، ۳۰/۴۱ درصد در سطح کم، ۲۰/۴۶ در سطح متوسط، ۱۲/۲۱ در سطح زیاد و ۹/۲۷ در سطح خیلی زیاد ارزیابی گردید. در مقابل، وضعیت مهاجرت ۵/۸۳ پاسخ‌گویان ساکن در روستاهای فاقد گردشگر در سطح خیلی کم، ۱۴/۳۹ در سطح کم، ۲۲/۷۸ در سطح متوسط، ۲۷/۸۳ در سطح زیاد و ۲۹/۱۷ در سطح خیلی زیاد ارزیابی گردید. در مورد وضعیت مدگرایی، ۱۰/۷۲ پاسخ‌گویان ساکن در روستای دارای گردشگر در سطح خیلی کم، ۱۸/۴۹ درصد در سطح کم، ۱۶/۴۳ در سطح متوسط، ۲۸/۳۰ در سطح زیاد و ۲۶/۰۶ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مقابل، وضعیت مدگرایی ۲۹/۴۶ پاسخ‌گویان ساکن در روستاهای فاقد گردشگر در سطح خیلی کم، ۲۳/۰۹ در سطح کم، ۱۷/۴ در سطح متوسط، ۱۵/۸۳ در سطح زیاد و ۱۴/۲۲ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مورد تغییر زبان، ۱۱/۳۸ پاسخ‌گویان ساکن در روستای دارای گردشگر در سطح خیلی کم، ۱۴/۵۴ درصد در سطح کم، ۲۳/۸۱ در سطح متوسط، ۲۴/۱۷ در سطح زیاد و ۲۶/۱۰ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مقابل، وضعیت تغییر زبان ۲۹/۴۸ پاسخ‌گویان ساکن در روستاهای فاقد گردشگر در سطح خیلی کم، ۳۰/۵۲ در سطح کم، ۱۷/۴۳ در سطح متوسط، ۱۴/۳۲ در سطح زیاد و ۸/۲۵ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مورد مؤلفه مصرف‌گرایی میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای دارای گردشگر به ترتیب ۳/۹۸ و ۷/۶۵ برآورد گردید و در مقابل میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای فاقد گردشگر پیرامون مؤلفه مصرف‌گرایی به ترتیب ۳/۸۴ و ۶/۵۵ برآورد گردید.

در مورد وضعیت تفریحی، ۳۰/۰۱ پاسخ‌گویان ساکن در روستای دارای گردشگر در سطح خیلی کم، ۱۴/۸۹ درصد در سطح کم، ۲۱/۳۶ در سطح متوسط، ۲۵/۳۹ در سطح زیاد و ۸/۳۵ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مقابل، وضعیت تفریحی ۴/۷۵ پاسخ‌گویان ساکن در روستاهای فاقد گردشگر در سطح خیلی کم، ۱۹/۸۱ در سطح کم، ۲۱/۴۳ در سطح متوسط، ۲۶/۰۷ در سطح زیاد و ۲۷/۹۴ در سطح خیلی زیاد برآورد گردید. در مورد مؤلفه احساس تعلق میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای دارای گردشگر به ترتیب ۷/۱۱ و ۳/۵۲ برآورد گردید و در مقابل میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای فاقد گردشگر پیرامون مؤلفه احساس تعلق به ترتیب ۷/۸۷ و ۱/۶۷ برآورد گردید. در مورد مؤلفه استفاده از انرژی میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای دارای گردشگر به ترتیب ۲/۶۷ و ۱/۸۵ برآورد گردید و در مقابل میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای فاقد گردشگر پیرامون مؤلفه استفاده از انرژی به ترتیب ۲/۵۷ و ۱/۳۵ برآورد گردید. در مورد مؤلفه تغییر طبیعت میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای دارای گردشگر به ترتیب ۴/۷۷ و ۱/۲۵ برآورد گردید و در مقابل میانگین و انحراف معیار پاسخ‌گویان روستای فاقد گردشگر پیرامون مؤلفه تغییر طبیعت به ترتیب ۴/۶۵ و ۲/۶۲ برآورد گردید.

جدول (۳)، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار در خصوص سبک زندگی روستای داری گردشگری و فاقد گردشگر

متغیر	مؤلفه	روستا	درصد پاسخ‌گویان (درصد)						
			خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	ترتیب	
مادی‌گرایی	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۷/۴۳	۹/۲۱	۱۴/۷۳	۲۸/۸۱	۳۹/۸۲	۷/۲۲	۴/۵۵
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۳۶/۲۳	۲۴/۴۸	۱۸/۱۱	۱۱/۷۲	۹/۴۶	۷/۰۶	۴/۲۱
ثروت‌اندوزی	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۱۰/۳۸	۱۳/۵۶	۲۰/۷۶	۲۴/۳۱	۳۰/۹۹	۷/۵۱	۴/۶۵
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۲۸/۴۶	۲۱/۸۹	۱۹/۴۳	۱۶/۷۱	۱۳/۵۱	۶/۹۹	۴/۲۲
درآمدزایی	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۱۲/۷۳	۱۷/۴۶	۲۱/۴۹	۲۳/۵۱	۲۴/۸۱	۷/۵۹	۳/۹۸
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۲۸/۶۳	۲۲/۹۳	۱۹/۷۳	۱۶/۴۳	۱۲/۲۸	۷/۲۷	۴/۱۵
نفوذ فن‌آوری	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۱۰/۷۶	۲۱/۴۹	۱۶/۸۳	۲۳/۷۱	۲۷/۲۱	۷/۲۲	۳/۶۶
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۳۳/۱۷	۱۹/۵۶	۲۴/۷۰	۱۳/۳۷	۹/۲۰	۷/۰۵	۳/۵۸
تغییر پوشاک	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۸/۶۵	۱۱/۴۸	۱۵/۲۷	۲۷/۸۱	۳۶/۷۹	۶/۹۸	۴/۶۸
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۳۱/۹۸	۲۷/۷۳	۱۸/۴۵	۱۱/۸۹	۹/۹۵	۶/۵۵	۲/۶۶
توسعه رسانه‌ها	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۳۰/۸۶	۲۸/۹۱	۱۹/۳۸	۱۴/۷۶	۶/۰۹	۳/۶۸	۴/۶۵
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۵/۶۷	۱۷/۶۸	۲۱/۴۳	۲۵/۷۳	۲۹/۴۹	۴/۵	۴/۱۹
تغییرات مذهبی	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۳۳/۸۰	۲۶/۵۹	۱۹/۹۱	۱۲/۸۳	۶/۸۷	۷/۵۵	۳/۳۶
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۸/۴۹	۱۴/۷۳	۲۲/۸۳	۲۸/۷۱	۲۵/۲۴	۷/۹۸	۳/۹۷
تغییر الگوی تغذیه	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۵/۷۶	۱۳/۵۹	۲۴/۷۱	۲۹/۸۹	۲۶/۰۵	۵/۵۵	۴/۶۵
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۱۲/۴۵	۷/۸۶	۲۶/۴۳	۲۱/۷۸	۳۱/۴۸	۴/۲۱	۳/۶۶
تغییرات رفتاری	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۸/۹۱	۲۱/۴۳	۱۸/۰۸	۳۰/۱۲	۲۱/۴۶	۳/۹۸	۴/۶۵
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۲۶/۵۴	۲۹/۳۳	۱۹/۷۱	۱۴/۲۰	۱۰/۲۲	۳/۸۵	۵/۶۶
افزایش مهاجرت	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۲۷/۶۵	۳۰/۴۱	۲۰/۴۶	۱۲/۲۱	۹/۲۷	۷/۲۷	۳/۶۵
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۵/۸۳	۱۴/۳۹	۲۲/۷۸	۲۷/۸۳	۲۹/۱۷	۷/۵۸	۴/۷۵
مدگرایی	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۱۰/۷۲	۱۸/۴۹	۱۶/۴۳	۲۸/۳۰	۲۶/۰۶	۶/۶۷	۳/۳۳
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۲۹/۴۶	۲۳/۰۹	۱۷/۴۰	۱۵/۸۳	۱۴/۲۲	۶/۲۸	۳/۴۵
تغییر زبان	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۱۱/۳۸	۱۴/۵۴	۲۳/۸۱	۲۴/۱۷	۲۶/۱۰	۴/۶۷	۲/۵۵
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۲۹/۴۸	۳۰/۵۲	۱۷/۴۳	۱۴/۳۲	۸/۲۵	۴/۴۳	۳/۸۱
مصرف‌گرایی	دارای گردشگر	دارای گردشگر	۱۶/۳۷	۱۰/۰۹	۲۱/۱۳	۲۵/۱۲	۲۷/۲۹	۳/۹۸	۷/۶۵
	فاقد گردشگر	فاقد گردشگر	۳۱/۳۸	۲۸/۱۴	۱۷/۵۶	۱۳/۷۱	۹/۲۱	۳/۸۴	۶/۵۵

۳/۳۶	۶/۶۵	۸/۳۵	۲۵/۳۹	۲۱/۳۶	۱۴/۸۹	۳۰/۰۱	دارای گردشگر	افزایش تفریح
۲/۵۹	۶/۷۲	۲۷/۹۴	۲۶/۰۷	۲۱/۴۳	۱۹/۸۱	۴/۷۵	فاقد گردشگر	
۳/۵۲	۷/۱۱	۱۳/۲۸	۹/۴۱	۱۶/۸۰	۲۴/۴۳	۳۶/۰۸	دارای گردشگر	احساس تعلق
۱/۶۷	۷/۸۷	۲۹/۱۶	۲۳/۳۱	۲۵/۰۹	۱۴/۱۶	۸/۲۸	فاقد گردشگر	
۱/۸۵	۲/۶۷	۳۰/۹۴	۳۰/۸۰	۱۵/۸۹	۱۰/۹۱	۱۱/۴۶	دارای گردشگر	استفاده از انرژی
۱/۳۵	۲/۵۷	۷/۵۶	۱۱/۳۲	۲۰/۹۳	۳۱/۴۹	۲۸/۷۰	فاقد گردشگر	
۱/۲۵	۴/۷۷	۲۲/۸۳	۲۷/۷۰	۲۲/۰۸	۱۹/۸۳	۷/۵۶	دارای گردشگر	تغییر طبیعت
۲/۶۲	۴/۶۵	۳۵/۱۷	۲۶/۴۰	۱۷/۱۹	۱۱/۱۳	۱۰/۱۱	فاقد گردشگر	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

ب) نتایج استنباطی تحقیق:

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون t:

مطابق جدول (۴)، نتایج آزمون t در ارتباط با شاخص‌های سبک زندگی روستای دارای گردشگر و فاقد گردشگر نشان می‌دهد که بین متغیرهای توسعه رسانه‌ها، تغییرات مذهبی، افزایش مهاجرت، افزایش تفریح و احساس تعلق با متغیر مستقل (توسعه گردشگری) رابطه معنی‌داری وجود ندارد. اما بین متغیرهای مادی‌گرایی، ثروت‌اندوزی، درآمدزایی، نفوذ فن‌آوری، تغییر پوشاک، تغییر الگوی تغذیه، تغییرات رفتاری، مدگرایی، تغییر زبان، مصرف‌گرایی، استفاده از انرژی و تغییر طبیعت با متغیر مستقل رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۴) نتایج آزمون t در مورد سبک زندگی روستای دارای گردشگر و روستای فاقد گردشگر

ردیف	خصوصیات	روستای دارای گردشگر		روستای فاقد گردشگر		مقدار t	Sig
		میانگین	SD	میانگین	SD		
۱	مادی‌گرایی	۷/۲۲	۴/۵۵	۷/۰۶	۴/۲۱	۸/۱۲	۰/۰۰۸
۲	ثروت‌اندوزی	۷/۵۱	۴/۶۵	۶/۹۹	۴/۲۲	۷/۵۴	۰/۰۰۶
۳	درآمدزایی	۷/۵۹	۳/۹۸	۷/۲۷	۴/۱۵	۷/۵۷	۰/۰۰۲
۴	نفوذ فن‌آوری	۷/۲۲	۳/۶۶	۷/۰۵	۳/۵۸	۸/۱۱	۰/۰۰۰
۵	تغییر پوشاک	۶/۹۸	۴/۶۸	۶/۵۵	۲/۶۶	۴/۵۵	۰/۰۰۳
۶	توسعه رسانه‌ها	۳/۶۸	۴/۶۵	۴/۵	۴/۱۹	۴/۹۷	۰/۰۰۹
۷	تغییرات مذهبی	۷/۵۵	۳/۳۶	۷/۹۸	۳/۹۷	۶/۷۵	۰/۱۲۴
۸	تغییر الگوی تغذیه	۵/۵۵	۴/۶۵	۴/۲۱	۳/۶۶	۶/۳۷	۰/۰۰۰
۹	تغییرات رفتاری	۳/۹۸	۴/۶۵	۳/۸۵	۵/۶۶	۹/۰۹	۰/۰۰۰
۱۰	افزایش مهاجرت	۷/۴۷	۳/۶۵	۷/۵۸	۴/۷۵	۵/۶۷	۰/۰۰۷
۱۱	مدگرایی	۶/۶۷	۳/۳۳	۶/۲۸	۳/۴۵	۴/۴۳	۰/۰۰۱
۱۲	تغییر زبان	۴/۶۷	۲/۵۵	۴/۴۳	۳/۸۱	۶/۰۷	۰/۰۰۰
۱۳	مصرف‌گرایی	۳/۹۸	۷/۶۵	۳/۸۴	۶/۵۵	۷/۵۴	۰/۰۰۰
۱۴	افزایش تفریح	۶/۶۵	۳/۳۶	۶/۷۲	۲/۵۹	۳/۹۹	۰/۱۰۱
۱۵	احساس تعلق	۷/۱۱	۳/۵۲	۷/۸۷	۱/۶۷	۶/۵۴	۰/۳۲۱
۱۶	استفاده از انرژی	۲/۶۷	۱/۸۵	۲/۵۷	۱/۳۵	۵/۴۲	۰/۰۰۰
۱۷	تغییرات طبیعت	۴/۷۷	۱/۲۵	۴/۶۵	۲/۶۲	۴/۶۷	۰/۰۰۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادات

دلایلی نظیر تحولات جهانی، توسعه شهری، توسعه تکنولوژیکی، فراگیر شدن تأثیر رسانه‌ها سبب شده که جامعه روستایی ایران به‌عنوان جامعه در حال گذار دست‌خوش تغییرات و دگرگونی‌های فراوانی در ابعاد مختلف سبک زندگی شود. گستردگی دامنه این تحولات منجر به تغییر ارزش‌ها، تحولات خانواده و شکاف نسلی در جوامع

روستایی شده است. عوامل متعددی در این تغییر سبک زندگی تأثیر بوده‌اند. از جمله این عوامل می‌توان به عامل توسعه و گسترش گردشگری روستایی اشاره کرد که سبب ورود فرهنگ‌ها و سلاقی متعدد خارج از روستا به درون محیط‌های روستایی شده است. همچنین تلاش روستایی برای پاسخگویی به نیازهای گردشگران بیرونی و افزایش سطح رضایتمندی آن‌ها منجر به تغییر در شرایط زندگی روستایی شده است. لذا اثرات عینی و ذهنی گردشگری به صورت آنی و با مرور زمان در قالب تغییرات سبک زندگی قابل مشاهده می‌باشد. در این راستا روستاهای مقصد گردشگری به واسطه حضور گردشگران یکی از مکان‌های زیست روستایی هستند که به شدت با چالش مربوط به تغییرات سبک زندگی و شهری شدن روستاها مواجه می‌باشند. در این راستا در روستاهای مقصد گردشگری شاهد وجود شکاف‌های بین نسلی در جنبه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، فعالیت‌های اقتصادی و بکارگیری محیط زیست می‌باشیم که در این مطالعه تلاش شده است دامنه و شدت آن مورد مطالعه قرار گیرد. بر این اساس و با هدف شناسایی اثرات توسعه گردشگری بر سبک زندگی روستاییان، اقدام به انجام یک مطالعه مقایسه‌ای بین دو روستا در شهرستان اردبیل شد. در این راستا نتایج آزمون t در ارتباط با ویژگی‌های شاخص‌های سبک زندگی دو گروه نشان می‌دهد بین متغیرهای توسعه رسانه‌ها، تغییرات مذهبی، افزایش مهاجرت، افزایش تفریح و احساس تعلق با متغیر مستقل (توسعه گردشگری) رابطه معنی‌داری وجود ندارد. اما بین متغیرهای مادی‌گرایی، ثروت‌اندوزی، درآمدزایی، نفوذ فن‌آوری، تغییر پوشاک، تغییر الگوی تغذیه، تغییرات رفتاری، مدگرایی، تغییر زبان، مصرف‌گرایی، استفاده از انرژی و تغییر طبیعت با متغیر مستقل رابطه معنی‌داری وجود دارد. لذا در مجموع می‌توان چنین نتیجه گرفت که گردشگری در تغییر سبک زندگی روستاییان تأثیرگذار بوده است. بنابراین در راستای کاهش اثرات منفی گردشگری در تغییرات غیر ضروری سبک زندگی روستایی می‌توان پیشنهادات زیر را ارائه کرد:

- ترویج حس تعلق مکانی در بین روستاییان واقع در مقصدهای گردشگری
- افزایش باور به ارزشمندی دارایی‌ها و میراث فرهنگی و تولیدی روستاهای محل سکونت در بین روستاییان
- تبلیغ و توسعه سبک گردشگری بوم محور و رعایت محدودیت‌های محیطی موجود در مقصدهای روستایی در بین گردشگران
- آموزش گردشگران و مردم روستایی نسبت به اهمیت میراث بومی روستاها و سبک زندگی بومی روستایی.

منابع

- ازکیا، مصطفی و سکینه حسینی رودبارکی (۱۳۸۹)، تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه روستایی، فصلنامه علمی و پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ۱۰، شماره ۳۷، صص ۲۶۴-۲۴۲.
- اکبریان رونیزی، سعید رضا (۱۳۹۱)، بررسی رابطه توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی در نواحی روستایی، مطالعه موردی: دهستان سولقان (شهرستان تهران)، سال دوم، شماره ۶، صص ۹۲-۷۵.
- باینگانی، بهمن، ایراندوست، سیدفهم و سینا احمدی (۱۳۹۲)، سبک زندگی از منظر جامعه‌شناختی: مقدمه‌ای بر شناخت واکاوی مفهوم سبک زندگی، فصلنامه مهندسی فرهنگی، سال هفتم، شماره ۷۷.
- بودریار، ژان (۱۳۸۹)، جامعه مصرفی، ترجمه پیروز ایزدی، تهران، نشر ثالث.
- خواجه نوری، بیژن، پرنیان، لیلا و همت، صغری (۱۳۹۳)، مطالعه رابطه سبک زندگی و هویت اجتماعی (مطالعه موردی: جوانان شهر بندرعباس)، مجله تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۷، شماره ۱، پیاپی ۲۵، صص ۶۹-۹۴.

رضوی زاده، سیدنورالدین (۱۳۸۴)، «بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی». علوم اجتماعی (دانشگاه علامه طباطبایی)، شماره ۳۱، صص ۱۱۱-۱۴۴.

سعیدی، علی اصغر (۱۳۸۲)، جامعه مصرفی و جوانان، فصلنامه مطالعات جوانان، شماره پنجم، بهار. فاضل، رضا و حدیثه رضانی فرد (۱۳۹۱)، بررسی رابطه توسعه گردشگری و تغییرات سبک زندگی در نواحی روستایی، مطالعه موردی: دهستان دو هزار، دوره ۱، شماره ۳، صص ۱۴۷-۱۲۶.

فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، تهران، سبک زندگی.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸)، تجدد و تشخیص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.

محلای، صلاح‌الدین؛ (۱۳۸۱)، درآمدی بر جهانگردی فرهنگی؛ انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.

محمدی یگانه، بهروز، چراغی، مهدی و محمد ولانی (۱۳۹۲)، نقش گردشگری در توسعه روستایی، با تأکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی، مطالعه موردی: روستای قیچاق شهرستان میان‌دوآب، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال سیزدهم، شماره ۳، صص ۲۵-۷.

مهدوی، مسعود؛ (۱۳۸۶)، جغرافیای روستایی ایران؛ انتشارات سمت، تهران.

نش، کیت (۱۳۸۷)، جامعه‌شناسی سیاسی معاصر؛ جهانی‌شدن، سیاست و قدرت، ترجمه محمد تقی دلفروز، تهران: نشر کویر.

نوربخش زاده، فرزاد (۱۳۹۳)، تغییرات سبک زندگی در فرآیند توسعه ابزارهای نوین فناوری؛ فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران، دوره ۶، شماره ۲، مسلسل ۲۲، صص ۴۵-۶۳.

وبلن، تورستاین (۱۳۸۶)، نظریه طبقه تن آسا، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران، نشر نی.

Adler, A. (1956), *The individual Psychology of Alfred Adler*, NewYork: Basic Books Inc..American Heritage Dic., (2000).

Bourdieu, P. (1984), *distinction and life style*, NewYork: Routledge & Kegan paul.

Chaney, D. (2002). *Lifestyles*. London: Rutledge.

Clarke, J. (2009). *Consumption*; Encyclopedia of Governance, Sage publication.

Clemens, Ch. (2000) *Theories of (Management?) Fashion; the Contributions of Veblen,*

Simmel, Blumer, and Bourdieu. Copenhagen Business School.

Mckee, J, B. (1969), *Introduction to sociology*, Holt Rinehart & Winston Inc.introduction to sociology, Holt Rinehart & Winston Inc. Introduction to SociologyMsn Encarta Dic., WWW.Msn.com.

O'Brien & Schrag & Martin, (1969), *Reading in general sociology*, Houghton, Mifflin Co.Oxford Advanced Learner's Dic.

Pavis, S, Cunningham-Burley, S, & Amos, A. (1998). Health related behavioral change in context: young people in transition. *Social Science & Medicine*, 47(10), 1407-1418.

Sioberg, L. & E. Engelberg (2005). *Lifestyles and Consumer Behavior*. Center for Risk Research.

Sobel, M. (1981). *Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, and Analyses*. Academic Press.

Thyra C. (1996), "Definition of Life Style and its Application to Travel Behavior", Department of Marketing at the Aarhus V, Denmark.

Wang, Yang (2009), *Rural Community Participation in TourismDevelopment: Cases from Hainan Province, China*. UnpublishedPh.D. Dissertation. Waterloo (Ontario): University of Waterloo.

Wolman, B. (1982), *contemporary Theories & System in Psychology*, Plenum Press.