Sociology of Culture and Art Volume 8. Issue 3. Autumn 2026. P, 98 to 116

Research Paper

The analysis of the cultural-social components of tourism spaces in the city of Sanandaj.

Simin Darvishnoori[1], Ali Baseri[2]*, Mohamad Hadi Mansoor Lakurej[3,]

1. PhD student of Anthropology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
2. Assistant Professor, Department of Anthropology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
3. Assistant Professor, Department of Anthropology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

https://doi.org/10.22034/scart.2026.143249.1704

Received: November 1, 2024
Accepted: June 8, 2025
Available Online: September 23, 2026

Keywords: urban spaces, cultural components, social components, tourism spaces.

Abstract

Urban spaces, as a cultural text, play a crucial role in creating cultural experiences and transmitting collective meanings. Tourism is a social phenomenon that is influenced by the interconnected cultural components of urban spaces, which has a significant impact on the vitality and creation of nostalgic feelings among individuals. The cultural-social functions of urban spaces, taking into account the reciprocal relationships between urban spaces and cultural elements, are an answer to the cultural needs of citizens, which can be achieved through a focus on urban spaces and cultural activities .As there is a multifaceted relationship between cultural Components and urban spaces, social changes and transformations have a direct impact on the functions. Considering the cultural richness and historical significance of Sanandaj city and its tourist attractions, it attracts a large number of tourists every year. Given the importance of this topic, the aim of this research is to investigate the cultural-social Components of tourism spaces in Sanandaj. The research methodology is descriptive-analytical. After collecting primary data through field research, library research, and interviews with participants, the contents of urban spaces were analyzed using content analysis. The codes and categories were extracted from the data. The statistical population in this study includes three groups: local residents, tourists, and employees and officials from various sectors. To determine the sample size, both targeted sampling and theoretical sampling were used simultaneously. The findings of the study indicate that analyzing urban cultural space and social life is related to the city's cultural and historical context. Sustainable urban development, which leads to social and cultural identity, will improve the quality of life for citizens. All these factors will be made possible through changes and increasing awareness. In conclusion, in the framework of grounded theory, the cultural-social functions of tourism spaces lead to the re-creation of cultural identity, strengthening social relationships, and economic development, which can help understand the deeper effects of tourism on culture and society.

Darishnoori, S., Baseri, A., Mansoor lakurej, M. H. (2026). The analysis of the cultural-social components of tourism spaces in the city of Sanandaj. *Sociology of Culture and Art*, 8 (3), 98- 116.

Corresponding author: Ali Baseri
Address: Department of Anthropology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Email: baseridon@gmail.com

Extended Abstract

1- Introduction

Context of globalization, which reflects a range of changes since the Industrial Revolution in societies, is also on the rise. Additionally, the trend towards urban living, which has led to changes in social structures, has increased the inclination towards tourism. Tourism is a social and economic phenomenon that represents the largest peaceful movement of people across the globe and plays a crucial role in the economies of many countries. The city of Sanandaj, with its suitable geographical, historical, natural, and cultural conditions, holds a significant position in the expansion of urban tourism. One of the main features of the culture of this region is the development of its language and folkloric characteristics, which are reflected in prominent ethnic ceremonies and traditions. Important anthropological activities in the field of tourism include researching the cultural and social functions of tourism, which encompasses the thoughts, actions, and reactions of a society towards the behaviors of tourists. It also aims to explore the differences and similarities among human communities, gain awareness about ethnic customs, local heritage, arts, dances, music, rituals, language, and the recreation of national, local, and ethnic identities. By identifying and promoting specific cultures, it seeks to enhance public awareness regarding these customs.

2- Methods

Based on the central questions and objectives, this research is qualitative in nature and in-depth in its approach. By employing qualitative methods, the aim is to achieve findings without bias or preconceptions. To understand the processes and relationships, as well as the interactions of individuals in tourism spaces, and to gain insight into the depth of ongoing phenomena, observation methods are utilized. This study is applied in terms of qualitative content and exploratory in terms of purpose, cross-sectional in terms of time, and analytical in terms of methodology. The data collection methods in this research are conducted through fieldwork, documentation, and library research. Additionally, to illustrate tourism and cultural spaces, symbols, and urban elements, photography is used to aid the researcher in better describing the environment. Thus, the study area includes local community members, tourists, residents of various accommodation centers, managers, and staff from relevant governmental organizations related to tourism and urban spaces. Semi-structured interviews were conducted with 37 individuals from these groups. In this context, two types of purposive sampling are used for selecting interviewees, and theoretical sampling is employed to determine the number of individuals, identify the location of the required data, and find the research pathway. In this research, the approach to data analysis is content analysis. This is a type of research methodology aimed at identifying the most important categories and concepts within a text and uncovering the latent social realities within it. In this method, theoretical sensitivity and continuous comparison of data are considered at every step. Thus, the researcher continuously compares the data to discover the underlying patterns within them.

3- Findings

Urban space is a part of a city that serves as a public arena for urban activities. Urban space possesses communicative features and is a part of the city's living organism, which is related to changing socio-economic and technical conditions. This research gathers six main categories, each encompassing multiple concepts, including cultural functions, exchanges and social functions, preservation of cultural heritage, functions of the tourism industry, urban space functions, and education and awareness-raising, with the central theme being sustainable urban development, social, and cultural identity. In today's urban societies, changing consumption patterns towards more sustainable use of resources, such as energy and water, leads to the development of more sustainable urban structures and a reduction in environmental pollution. Additionally, attention to the optimal use of public spaces and the creation of vibrant and dynamic urban areas can contribute to the development of urban culture, increase social and cultural activities, and enhance human interactions within the city. In other words, sustainable urban development, which leads to social and cultural identity, will enhance the quality and lifestyle of citizens, all of which can be achieved through changes in perception and experiences. Considering the conceptual framework employed as a research strategy in this study, if we regard urban tourism and cultural spaces as cultural elements, meeting biological, psychological, and social needs of individuals in social interaction spaces corresponds to fulfilling cultural needs. Furthermore, applying Radcliffe-Brown's theories to this topic can be expressed by stating that if we view urban tourist spaces as cultural elements, we can focus on their role in meeting the social needs of the community.

4- Discussion & Conclusion

Urban tourism spaces and cultural spaces in this city, as valuable cultural and historical resources, not only play a significant role in attracting tourists and strengthening the local economy but also contribute to improving the quality of life for citizens and promoting sustainable urban development by enhancing cultural identity and social interactions. These spaces help strengthen the

Darishnoori, S., Baseri, A., Mansoor lakurej, M. H. (2026). The analysis of the cultural-social components of tourism spaces in the city of Sanandaj. *Sociology of Culture and Art*, 8 (3), 98- 116.

sense of belonging and local identity in the community through the preservation and promotion of cultural heritage, ensuring cultural and social sustainability in the city. However, given the rich culture, stunning nature, and the respect and hospitality of the people in this region, there is a considerable gap between what officials and relevant managers have stated and the reality reflected in the conducted interviews. The evident underdevelopment must be addressed through proper, suitable, and tailored policies to create an environment conducive to attracting tourists. Sanandaj has the potential to become a tourism hub like other cities in Iran, with the support of officials and greater government attention, utilizing its border opportunities to positively impact the well-being of its people.

5- Funding

There is no funding support.

6- Authors' Contributions

The authors declared equal participation in writing the article.

7- Conflict of Interests

This research does not conflict with personal or organizational interests.

فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر
دوره هشتم، شماره سوم، پاییز ۱۴۰۵، صفحات ۹۸-۱۱۶

مقاله پژوهشی

تحلیل مؤلفه‌های فرهنگی ـ اجتماعی فضاهای گردشگری شهر سنندج

سیمین درویش‌نوری[۱]، علی باصری[۲]*، محمد هادی منصور لکورج[۳]

۱. دانشجوی دکتری مردم‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. استادیار، گروه مردم‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۳. استادیار، گروه مردم‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاداسلامی، تهران، ایران

https://doi.org/10.22034/scart.2026.143249.1704

تاریخ دریافت: ۱۱ آبان ۱۴۰۳
تاریخ پذیرش: ۱۸ خرداد ۱۴۰۴
تاریخ انتشار: ۱ مهر ۱۴۰۵

چکیده

گردشگری پدیده‌ای اجتماعی که متأثر از مؤلفه‌های به‌هم پیوسته فرهنگی شهری می‌باشد که اهمیت زیادی در سرزندگی و ایجاد حس خاطره‌انگیزی افراد دارد. مؤلفه‌های فرهنگی- اجتماعی فضاهای شهری با توجه به روابط متقابل عناصرفرهنگی و فضاهای شهری ، پاسخی است به نیازهای فرهنگی شهروندان که با نگرش بر فضاهای شهری و فعالیت‌های فرهنگی امکان‌پذیر می‌باشد. با توجه به غنای فرهنگی، تاریخی شهرسنندج و داشتن جاذبه‌های گردشگری وتفریحی، همه ساله گردشگران زیادی را به سمت خود می‌کشاند که با توجه به اهمیت موضوع، هدف پژوهش حاضر، بررسی مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی فضاهای گردشگری و تاریخی شهرسنندج می‌باشد. مطالعه حاضر با رویکردکیفی که از نظرروش، توصیفی-تحلیلی است. تجزیه وتحلیل داده‌ها، پس از گردآوری داده‌های اولیه ازطریق مطالعه میدانی، اسنادکتابخانه‌ای و مصاحبه صورت گرفته از مشارکت‌کنندگان، با استفاده از روش تحلیل محتوای فضاهای شهری انجام گردیده و مقولات کدهای معنایی از دل داده‌ها استخراج شده است. جامعه آماری در این رساله ۳۷ نفر، شامل سه گروه جامعه محلی، گردشگران وکارکنان و متولیان بخش‌های مختلف اداری، خدماتی و اقامتی هستند. برای تعیین حجم نمونه از دو نوع نمونه‌گیری هدفمند ونمونه‌گیری نظری به صورت همزمان استفاده شد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که تحلیل فضای فرهنگی و زندگی اجتماعی شهری را با توجه به بافت فرهنگی و تاریخی بیان می‌شود. توسعه پایدارشهری که منجر به هویت اجتماعی و فرهنگی می‌باشد، ارتقاء کیفیت و سبک زندگی شهروندان را به دنبال خواهدداشت. که تمام موارد مذکور با تغییرو افزایش ادراک و تجربیات میسرخواهدبود. از دیگر نتایج پژوهش حاضر این است که، مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی فضاهای گردشگری موجب بازتولید هویت فرهنگی، تقویت روابط اجتماعی وتوسعه اقتصادی می‌شوند که به درک عمیق‌تری از تأثیرات گردشگری برفرهنگ و جامعه کمک می‌کند.

واژه‌های کلیدی: مؤلفه‌های فرهنگی، مؤلفه‌های اجتماعی، فضاهای شهری، فضاهای گردشگری.

استناد: درویش‌نوری، سیمین؛ باصری، علی؛ منصور لکورج، محمد هادی (۱۴۰۵). تحلیل مؤلفه‌های فرهنگی ـ اجتماعی فضاهای گردشگری شهر سنندج. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۳)، ۹۸-۱۱۶.

* **نویسنده مسئول:** علی باصری
نشانی: گروه مردم‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
پست الکترونیکی: baseridon@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

فضای گردشگری شهری، فضایی که منابع گردشگری مانند جاذبه‌ها، محل اقامت، امکانات و خدمات در آن وجود دارد. ساختارفضایی گردشگری جدای از ساختار فضایی شهرنیست و از محصول فرایندهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و طبیعی سازمان می‌یابد. امروزه به خاطر کشف جنبه‌های تاریخی شهرهای باستانی، توجه به گردشگری شکل تازه‌ای یافته است. در واقع در جهان معاصر، گردشگری شهری، تغییرات فضایی گسترده در شهرها را ایجادکرده است. شهرها میراث سال‌ها تغییر، تحول وپویایی فرهنگی هستند و با توجه به برخورداری از تأسیسات وجاذبه‌های مختلف گردشگری می‌توانند جاذب گردشگران داخلی و خارجی باشند. گردشگری پدیده اجتماعی و اقتصادی که بزرگترین حرکت مسالمت‌آمیز مردم در سراسر جهان را تشکیل می‌دهد (هیل، ۲۰۱۷: ۲۴). هم‌چنین چرخ اقتصاد بسیاری از کشورها را می‌چرخاند (نجارزاده و همکاران، ۱۴۰۰: ۳). صنعت گرشگری از یک سو، به رشد اقتصادی و تنوع فعالیت‌های شهری و از سوی دیگر به جذب مازاد نیروی انسانی کمک کرده و به ایجاد اشتغال و درآمد زایی برای ساکنان شهری یاری رساند. لذا فرصتی برای توسعه همه‌جانبه شهری قلمداد می‌شود. این در حالی است که به منظور خودجوش ساختن کنش شهروندی، می‌بایست در کنار فرهنگ‌سازی و قانون، انگیزه لازم را در شکل بخشیدن به کنش شهروندی همسو با این الگو بوجود آورد. اقتصاد میراث[1] در قالب اقتصاد فرهنگ[2] قرار دارد. با نفوذ در سبک زندگی مردم، می‌تواند به ظهور رفتارهای پایدار همسو با ارزش‌های میراث فرهنگی ومحیط‌زیست(میراث طبیعی) شکلی کامل به خود گیرد که شهر سنندج می‌تواند چنین چشم‌اندازی را به نمایش گذارد (بیابانی،۱۳۹۴:۹۹).

در روند جهانی شدن به دلیل ابعاد فراملی خود، مکان‌ها و فرهنگ‌ها تغییر یافته و تقاضای جدید از سوی گردشگران منجر به شکل‌گیری مفاهیمی چون"توریسم فرهنگی"شده است. که میل به شناخت دیگر مردمان، فرهنگشان و غنی کردن فرهنگ فردی خود، انگیزه‌های اساسی برای سفر ومکاشفه در سایر فرهنگ‌ها را ایجاد کرده‌است. تحول محله‌های شهری آن‌ها را از سنت‌های فرهنگی محلی جدا و به محله‌های اصالت یافته جدید در شهرهایی با"سرمایه انسانی بالا" که به فضاهای جهانی تبدیل شده‌اند، می‌برد(بروس هایلر،۱۴۰۰:۵۶۰). ازطرفی ارتباط میان صنعت گردشگری و فرهنگ جامعه میزبان، یک ارتباط دیالکتیک و دوسویه است. فرهنگ جامعه میزبان وگردشگران ممکن است برای مدت طولانی با یکدیگر تماس حاصل کنند و در آن‌ها تبادل ایده و محصول اتفاق افتد و در طول زمان به همگرایی بین فرهنگی منجر شود. در تعامل دوسویه فرهنگی،۴ موقعیت دخالت دارد؛ موقعیت فرهنگی(میزان سنخیت و یا عدم سنخیت ویژگی‌های قومیتی، جلوه‌های فرهنگی ومیزان پای‌بندی آن‌ها)، موقعیت ارتباطی(نمادها، زبان، ارتباطات غیرکلامی، میزان توافق و وفاق میان آن‌ها)، موقعیت اقتصادی(توانایی اقتصادی دوجامعه، میزان حضور آن‌ها در عرصه فعالیت‌های اقتصادی) و موقعیت جمعیتی و جغرافیایی(تراکم و نسبت جمعیت دو گروه). ورود ارزش‌ها وتعالیم جدید در جامعه میزبان، اعتلا و اعتبار و احیاء هویت فرهنگی مقصدگردشگری، گسترش تبادلات فرهنگی میان گردشگر و افرادبومی، حفاظت از آثارباستانی، فرهنگی و تاریخی، افزایش برای اجرای نمایش‌ها، رسوم وسنن فرهنگی را موجب می‌شود (تولایی،۱۳۸۶:۸۸). از طرفی شهرها بر اساس خواسته‌های سرمایه‌داری، یعنی طبقه مسلط ساخته و توسعه می‌یابند. هم‌چنین تولید فضای‌شهری را در جستجوی مداوم آن‌ها برای انباشت ثروت هدایت می‌کنند. هم‌چنین در اقتصادهای شهری، گردشگری بر زندگی شهری در بسیاری از موارد تأثیر می‌گذارد. گردشگری با بازسازی مناظر به عنوان کالا، فضاهای شهری جدیدی تولید می‌کند (جوور،۲۰۲۴:۱۱۷۰). گردشگری در حال حاضر یکی از صنایعی است که سریع‌تر رشد می‌کند و تأثیرات شدیدی بر سرزمین‌ها، از دیدگاه زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی دارد. افزایش تعداد گردشگرانی که به مقاصد هجوم می‌آورند، نیازمند توجه بیشتر به پایداری از طریق ابزارهایی مانند پشتیبانی مدیریت استراتژیک مقصد است (مارینو و همکاران،۲۰۲۳:۱۸). در صنعت گردشگری فرهنگ به عنوان عامل جذب عمل می‌کند. فعالیت‌ها، رویدادها یا محصولات فرهنگی هم‌چون نیروی الهام‌بخش وجذاب بر آنان اثر می‌گذارد. جاذبه‌های فرهنگی شامل تمام تجلی‌ها و تبلورهای بیرونی و رسمی فرهنگ هرکشوراست که می‌توان آن‌ها را دید، نمایش داد و یا به نوعی عرضه کرد. این جاذبه‌ها بخشی از محصول گردشگری است و به جاذبه‌های نرم(معنوی) که شامل موسیقی، هنرهای نمایشی،شعر، ادبیات، نقاشی، فرهنگ عامه می‌باشد وجاذبه‌های سخت (مادی) شامل اماکن تاریخی، موزه‌ها، معماری، بناهای مذهبی، مراکز فرهنگی و مراکز مسکونی معاصر تقسیم می‌شود (کاظمی،۱۳۹۲:۸۸).

ایران گهواره، یکی از غنی‌ترین تمدن‌ها در تاریخ است که جاذبه‌های باستان‌شناختی، تاریخی و فرهنگی زیادی رابرای گردشگران عرضه داشته است. شهر سنندج با توجه به دارا بودن شرایط جغرافیایی، تاریخی، طبیعی و فرهنگی مناسب در گسترش گردشگری شهری از جایگاه مناسبی برخوردار می‌باشد. لذا عمده‌ترین ویژگی فرهنگ مردم این خطه، تکوین زبان و ویژگی‌های فولکلوریک آن است که به نحوی در مراسم و سنن برجسته قومی انعکاس یافته‌است. از فعالیت‌های مهم مردم‌شناسی در حوزه گردشگری می‌توان به پژوهش درباره کارکردهای

[1] heritage economy
[2] cultural economy

فرهنگی و اجتماعی گردشگری و فرهنگ آن که شامل اندیشه‌ها، کنش‌ها و واکنش‌های یک جامعه در قبال رفتارهای گردشگران اشاره کرد. هم‌چنین به دنبال تفاوت و تشابه اجتماعات انسانی، آگاهی‌یافتن درباره رسوم قومی، میراث محلی، هنرها، رقص، موسیقی، مناسک، زبان و بازآفرینی هویت‌های ملی، محلی و قومی می‌باشد. تا با شناسایی فرهنگ‌های خاص و ترویج آنان موجب افزایش آگاهی‌های مردم نسبت به شناسایی این رسوم شوند. در این رویکرد توجه به مؤلفه‌های فرهنگی فضاهای شهری و گردشگری برای بازشناسی هویت شهری در سنندج می‌باشد که در مطالعات پیشین مفهوم فضاهای شهری و گردشگری سنندج از رویکرهای فرهنگی و اجتماعی مورد ارزیابی کمتر شده یا فاقد آن می‌باشد. بررسی مردم‌شناختی مؤلفه‌های فرهنگی اجتماعی فضاهای گردشگری شهرسنندج با استفاده از یک رویکرد چندگانه، روشی است که در آن می‌توان جنبه‌های مختلف شهر را مورد خوانش قرارداد؛ تا این عناصر فرهنگی و گردشگری را در خدمت فضاهای شهری در جهت هویت‌یابی ومعنابخشی جامعه سنندج تفسیر کرد. لذا می‌تواند همراه با نوآوری باشد. استفاده از روش‌های مردم‌شناسی در تحلیل فضاهای فرهنگی و گردشگری رویکردی نوین است. که به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا به بررسی عمیق‌تر تعاملات اجتماعی و فرهنگی، درک بهتری از آن، شناسایی و تحلیل ویژگی‌های منحصربه فرد این شهر بپردازد و تجربه‌های واقعی ساکنان و گردشگران را در نظربگیرد. در این راستا و با توجه به مطالب فوق هدف اصلی این پژوهش، تحلیل رویکردهای فرهنگی–اجتماعی فضاهای گردشگری شهر سنندج می‌باشد که ورود به دنیای پررمزورازی از شاکله‌های فرهنگی و هویت مردم و ورود به دنیای ذهنی و تاریخی محلی از افراد آن منطقه برای درک مفاهیم و ایدئولوژی‌ها در لایه‌های پنهان و دلالت‌های ضمنی زندگی می‌باشد. چرا که در مطالعات پیشین، ضرورت بررسی این موضوع در شهر سنندج تبیین نشده است. به عبارتی ویژگی‌های فضاهای گردشگری از رویکرد فرهنگی که ضرورت بررسی این موضوع را ایجاب می‌نماید در مطالعات قبلی فاقد آن می‌باشد. در این راستا و با توجه به مطالب فوق، هدف این پژوهش بررسی وتحلیل مؤلفه‌های فرهنگی–اجتماعی فضاهای گردشگری شهر سنندج می‌باشد. بنابراین پرسش پژوهش براین مبنا استواراست که مناسبات اجتماعی و نقش آداب و رسوم در شکل‌دهی فضاهای شهری و جذب گردشگر به چه صورت می‌باشد؟ هویت فرهنگی و تعاملات اجتماعی در میان فضاهای گردشگری چگونه بیان می‌شود؟ تغییرات اجتماعی و فرهنگی حاصل از گردشگری در جوامع محلی چگونه می‌باشد؟

۲- پیشینهٔ پژوهش

۲-۱: پیشینهٔ تجربی

پژوهش‌های مختلفی در حوزه‌های متفاوت در سطح داخلی و خارجی، نسبت به موضوع مورد بحث‌مان انجام گرفته است. با این‌وجود مطالعات مذکور به خصوص پژوهش‌های داخلی، فاقد رویکرد فرهنگی و مردم‌شناسانه به این مسئله بوده‌اند و این دقیقاً نقطهٔ تمایز ما از این دست پژوهش‌هاست. در رویکرد فرهنگی و مردم شناسانه، خردنگری، کلیت نگری، سبک زندگی و تاریخ فرهنگی چاشنی کار می‌گردند. به عبارتی دیگر، هدف ما در این پژوهش پرداختن به مسئلهٔ مورد نظرمان از منظر فرهنگی و اجتماعی از سطح خرد می‌باشد تا به شناخت نسبتاً عمیقی از موضوع مورد بررسی‌مان برسیم که در مطالعات پیشین کمتر اشاره شده یا فاقد آن می‌باشد.

حبیب و حسینی‌نیا (۱۳۹۱)، پژوهشی تحت عنوان" تحلیلی بر مفهوم فرهنگ شهری وتأثیر آن در جذب گردشگرفرهنگی"انجام داده‌اند. در این پژوهش در بررسی مفهوم فرهنگ شهری با رویکردی تحلیلی به تبیین چارچوبی حاصل از مؤلفه‌ها پرداخته و در بررسی تأثیر آن در جذب گردشگر فرهنگی و با توجه به وبژگی تجارب وی، روش تحلیلی– مقایسه‌ای با تمرکز بر مصادیقی چند از تجارب جهانی به چگونگی تأثیر مؤلفه‌ها پرداخته است. نتایج حاصل از پژوهش بیانگر آن است که گردشگرفرهنگی به دنبال تجاربی موثق و تحت تأثیر مؤلفه‌های به‌هم پیوسته فرهنگ شهری بوده که متأثر از مؤلفه‌های فضای شهری می‌باشند.

رهنمایی و عباس‌زاده (۱۳۹۰)، پژوهشی تحت عنوان"تحول کارکردهای فرهنگی فضاهای شهری تهران" انجام داده‌اند. در این مقاله فرایند تحول کارکردهای فرهنگی فضاهای شهری تهران در گذار از یک شهر سنتی کوچک به یک مادرشهر مدرن را با روش تحلیل ثانویه مورد بررسی قرارداده‌اند. در این پژوهش، بر روی دومورد تأکید می‌شود؛۱– الگوی مصرف فرهنگی و به تبع آن تغییراتی که در فضای فرهنگی ایجادشده است. ۲–همراه با تحولات فضایی شهر تهران چه تغییری در روابط فعالیت‌های فرهنگی فضای شهری و جایگاه فضای فرهنگی در شهر ایجاد شده است. یافته‌های تحقیق بیان می‌کند که تحول کارکردهای فرهنگی فضای شهری از یک سو بر تعدد و تنوع فعالیت‌های فرهنگی و فضای آن افزوده و از سوی دیگر با نگرش‌های کارکردگرایانه و برتری عملکرهای تجاری، فرصت کمتری را در مقایسه با شهر سنتی برای ایفای کارکردهای فرهنگی فراهم نموده است.

آمیرادیس وهمکاران (۲۰۲۴)، پژوهشی تحت عنوان"تحلیل گردشگری به عنوان یک پدیده اجتماعی–فرهنگی: پیامدهای حال و آینده" انجام داده‌اند. این مطالعه تحلیلی– انتقادی از گردشگری به عنوان یک پدیده اجتماعی–فرهنگی از یافته های قبلی در مورد تکامل گردشگری

می‌باشد. عوامل فرهنگی شناسایی شده در مطالعه حاضر شامل دانش، تجربه، جهت‌گیری فرهنگی خانواده و با هم بودن خانواده بوده‌است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که درتأثیرات مثبت و منفی گردشگری در یک منطقه، شامل مواردی است که بر شرایط زندگی کشور میزبان تأثیر می‌گذارد، مانند بهبود زیرساخت های عمومی، کیفیت آموزش و فرصت‌های شغلی، پرورش غرور محلی و ملی مردم می‌شود. با این حال، تاثیرات منفی گردشگری از جمله افزایش جرم و جنایت، فحشا، ترافیک، ازدحام، عدم توسعه پایدار، برهم خوردن نظم اجتماعی و افول فرهنگی از طریق تغییرات در جامعه را به‌همراه دارد.

میلانو وهمکاران (۲۰۲۳)، پژوهشی تحت عنوان "مطالعات گردشگری شهری: دستور کار تحقیقاتی متقاطع" انجام داده‌اند. آنان بیان داشته‌اند که بحث گردشگری در شهرها، چه از نظر آکادمیک و چه در عمل، برای مدت طولانی در انزوای نسبی از مطالعات شهری صورت گرفته‌است. گردشگری بیشتر به عنوان یک عامل خارجی و نیروی اقتصادی مورد توجه قرار می‌گیرد که به شهرها فشار وارد می‌کند نه به عنوان بخشی وابسته به هم از سیستم‌های شهر. نتیجه بیان می‌داردکه طراحی و توسعه شهری بیش از۵۰ سال است که با گردشگری گسترش یافته‌است. تصاحب فضاهای عمومی، جاهایی که منافع با هم برخورد می‌کنند و ساختارهای فیزیکی و اجتماعی چگونه در آن قرار می‌گیرند، بسیار مهم است که با چالش گردشگری معاصر در یک فرارشته‌ای گسترده‌تر مواجه شویم. آیبون‌آران‌بورو (۲۰۱۶)، پژوهشی تحت عنوان "گردشگری فرهنگی پایدار در مقاصد شهری: آیا فضا اهمیت دارد؟" انجام داده است. وی بیان می‌دارد که سیاست‌گذاران و توسعه‌دهندگان گردشگری باید رفتار تحرک بازدیدکنندگان و نحوه مصرف فضا و منابع گردشگری را درک کنند تا بتوانند مقاصد گردشگری فرهنگی پایدار ایجاد کنند. لذا الگوهای تحرک گردشگران در مقاصد شهری عمدتاً در مرکز شهر (مرکزیت فضایی) قرار دارند که تجزیه و تحلیل آن ما را قادر می‌سازد تا میزان مرکزیت منابع(موزه‌ها، بناهای‌تاریخی و...) را مشخص کنیم. گردشگران نه تنها فضاها را مصرف می‌کنند، بلکه از تصویر محل مقصد نیز استفاده می‌کنند. نتایج نشان می دهد مرکزیت منابع گردشگری بر تحرک بازدیدکنندگان و مصرف مقصد تأثیر می‌گذارد. بنابراین، سیاست‌گذاران ممکن است استراتژی‌های پایدار را برای مقاصد گردشگری فرهنگی بهتر طراحی کنند.

نتایج حاصل از پیشینه پژوهش و بررسی تئوریک وتحقیقات انجام شده در داخل و خارج کشور، نشان می‌دهد دراغلب تحقیقات انجام شده درباره موضوع نقش مؤلفه‌های فرهنگی بر فضاهای گردشگری مشاهده نشده که این امر تعیین کننده نوآوری پژوهش حاضر نسبت به پیشینه تحقیق است. بیشترتحلیل‌ها بر روی مفهوم فرهنگ شهری وتأثیر در جذب گردشگری بوده‌است ورابطه گردشگری فرهنگی با فضاهای شهری مورد بحث بوده‌است. هم‌چنین تحول کارکردهای فرهنگی بر تنوع فعالیت‌های فرهنگی نقش داشته است. در تحلیل گردشگری به عنوان یک پدیده اجتماعی–فرهنگی، تأثیرات منفی و مثبت گردشگری مطرح شده است. در همین راستا نیزتأثیرات توسعه فضاهای شهری بر جذب گردشگر را مورد ارزیابی قرارداده‌اند. لذا آن‌چه که این پژوهش را از سایر تحقیقات متمایز کرده ومی‌توان آن را به عنوان نوآوری آن مطرح کرد بررسی عمیق مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی در فضاهای گردشگری سنندج می‌باشد. مؤلفه‌هایی که به درک چگونگی نقش گردشگری بر فرهنگ جوامع محلی کمک خواهد کرد. در این راستا داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته، با استفاده از تحلیل محتوای کیفی به شناسایی آن مؤلفه‌ها پرداخته است.

۲-۲: ملاحظات نظری

چارچوب مفهومی پژوهش: مسائل و پدیده‌های اجتماعی چندبعدی بوده و از علت‌های گوناگون نشأت می‌گیرد. لذا نمی‌توان به آن‌ها نگاه تک عاملی داشت. از آن‌جایی‌که انسان موجودی چند بعدی و غیرقابل پیش‌بینی است، در واقع برای تبیین مسائل مرتبط با انسان، نمی‌توان از یک تئوری خاص استفاده کرد. لذا نظریه‌ها و تئوری‌های مختلف مکمل یکدیگرند. پژوهشگر کیفی با اتخاذ رویکرد امیک در صدد استخراج، استنباط، بازنمایی نظام معنایی و برساخته‌های ذهنی سوژه‌هاست؛ آن‌گونه که سوژه‌ها خودشان به شکل طبیعی آن‌ها را می‌سازند، نه آن‌گونه که پژوهشگر نظریه‌ای برای آن‌ها تصور می‌کند (میرزایی،۱۳۹۳:۳۵۴).گیرتز از آن در قالب مفهوم "توصیف ضخیم" یادمی‌کند (روستاخیز و همکاران،۱۳۹۸:۲۸۵). منظور از فقدان نظریه، بی نظری یا خنثی بودن انسان نیست؛ چراکه در پژوهش کیفی پژوهشگر همواره دارای ذهن نظری است، اما از اتکاء به نظریه صوری برای نظریه‌آزمایی دوری می‌کند (فکوهی،۱۳۸۱:۲۱۳). در همین راستا، در بخش مفهومی این پژوهش نظریه‌ها ومکاتب انسان‌شناسی مرتبط با موضوع موردبررسی هستند، مورداستفاده قرارگرفت و با این کار دامنه پژوهش تحقیق را از گزند محدودیت نظریه‌ای محافظت کرده و با استفاده از نظریه‌های انسان‌شناسی مرتبط مورد تحلیل و تبیین قرار گرفته است. البته با توجه به تحلیل داده‌های این پژوهش در چارچوب تحلیل محتوا، بدیهی است که استفاده از نظریات انسان‌شناسی مطرح شده در این بخش به منظور هدایت عمومی فرایندتحقیق، ایجاد حساسیت نظری و تدوین برخی سؤال‌های عمومی جهت ورود به میدان تحقیق می‌باشد، و از اتکا به نظریه‌ها برای نظریه‌آزمایی و محدودساختن تحقیق یا نظریه‌ها پرهیزشده است.

کارکردگرایی: محوری‌ترین مفهوم در کارکردگرایی واژۀ کارکرد[3] است. مالینوفسکی کارکرد را برآورده شدن یک نیاز به وسیله یک عمل و هدف از کارکردگرایی را شناخت روابط متقابل بین اعضا، قسمت‌ها و وظیفه‌ی آن را شناخت نظام اجتماعی می‌داند(روح‌الامینی،۱۳۷۲:۹۰). کارکردهای اجتماعی به صورت‌های مختلفی تقسیم شده‌اند. یکی از این تقسیم‌بندی‌ها تقسیم کارکرد به کارکرد آشکار[4] و کارکرد پنهان[5] است. کارکردهای آشکار، آنهایی است که با قصد قبلی انجام می‌گیرند. در مقابل کارکردهای پنهان یا غیرمقصود، آن دسته از کارکردهایی است که جزء لوازم علّی و معلولی یک نهاد و از مقتضیات ذاتی آن محسوب می‌شوند» (ریتزر،۱۳۸۹:۱۴۷)(اسکیدمور،۱۳۷۲:۱۴۷).

برانیسلاومالینوفسکی: مالینوفسکی بر نهادها و رفتار فردی به عنوان اصل عمدۀ سازمان‌دهندۀ جامعه تأکید می‌کند. شکل و کارکرد به روشنی و به طور تفکیک‌ناپذیر به یکدیگر مربوط هستند»(مالینوفسکی،۱۳۸۳:۹۹). نظریه نیازهای مالینوفسکی نقش کلیدی در رویکرد کارکردی او نسبت به فرهنگ دارد که بیانیه‌ای نظری است که فرد و جامعه را به هم مرتبط می‌کند و یک مفهوم ساده است: وجود فرهنگ برای برآوردن نیازهای اساسی بیولوژیکی، روان‌شناختی و اجتماعی فرد است (مور،۱۳۹۱:۱۶۹).

رادکلیف براون: دیگر متفکر برجسته کارکردگرا یعنی رادکلیف براون، جوامع را چونان ارگانیسم‌های زنده در نظر می‌گرفت، یعنی مانند نظام‌های سامان‌مندی از اجزای متفاوت که هر یک باید در نگهداشت کل جامعه نقش بازی کند. هنجارها با حفظ "اجزای" اجتماعی، یعنی رسوم، عرف‌ها، باورها و روابط اجتماعی، استواری ساختاری را فراهم می‌کنند. تفاوت‌هایی میان جوامع گوناگون بستگی به آن شیوه‌ی دارد که هر جامعه‌ای برای ساخته و پرداختن ساختار منحصر به فردش که همان نظم ویژه اجزایش است، در پیش می‌گیرد. به نظر وی، کارکرد بنیادی نهادها نه برآوردن نیازهای فردی بلکه نگه‌داشت ساختار اجتماعی و نهادهای جامعه است که نظریه‌اش را کارکردگرایی ساختاری می‌نامند(بیتس و پلاگ،۱۳۷۵:۷۱). این مفهوم "جامعه" بود که رادکلیف براون از آن عمدتاً "روابط اجتماعی" را درک می‌کرد و بر آن بود که حتی برای شناخت فرهنگ خاص یک جامعه، ورودی مناسب ورودی "جامعه" است (فکوهی،۱۳۸۷:۱۷۵). کاربست نظریه نیازهای مالینوفسکی در موضوع موردمطالعه یعنی فضاهای گردشگری شهری را می‌توان بدین گونه بیان کرد: در فضاهای شهری ما با یک وضعیت صرف مکانیکی که بر مبنای آن هر نیاز یک کارکرد دارد رو به رو نیستیم و کارکردها دارای یک تیپ از انعطاف‌پذیری بر اساس نیازهای سیال می‌باشند. فضاهای گردشگری و فرهنگی شهری را اگر به عنوان عنصرفرهنگی در نظربگیریم که برآورده ساختن نیازهای بیولوژیکی(تمدد اعصاب و لذت جویی)، نیازهای روانشناختی (خوانش هویت و اصالت معنایی) و نیازهای اجتماعی افراد که فضای تعاملات اجتماعی می‌باشد. هم‌چنین کارکردها، قواعد و مکانیسم‌های این عمل مورد واکاوی قرار خواهند گرفت. هم‌چنین کاربست نظریات رادکلیف براون را در موضوع می‌توان بدین‌گونه بیان کرد که چنان‌چه فضاهای گردشگری شهری به عنوان یک عنصرفرهنگی، می‌توانیم به کارکرد آن در برآورده ساختن نیازهای اجتماعی جامعه بپردازیم.

نظریه بوم‌شناسی فرهنگی ژولیان استیوارد[6]: استیوارد در واقع درنظریه بوم‌شناسی فرهنگی به تحلیل رابطه میان منابع طبیعی(محیط) و فرهنگ مادی(تکنولوژی تولیدی) می‌پردازد. درهمین راستا، در مطالعات مربوط به فضاهای گردشگری، انسان‌شناسان برای توضیح چرایی انواع گردشگری در فضاهای شهری و در نوع خاصی از جوامع پژوهش‌هایی انجام داده‌اند. پرسشی که غالباً مطرح می‌شود این است که چه شرایط خاص اجتماعی، سیاسی و زیست‌محیطی در هرجامعه‌ای، سبب بروز نوع خاصی از سفر تفریحی یا نوع خاص از گردشگران می‌شود (هاشمی‌مقدم،۱۳۹۷:۶۹). کاربست نظریه بوم شناسی فرهنگی ژولیان استیوارد در پژوهش مذکور، می‌تواند به درک عمیق‌تری از تعاملات بین فرهنگ ومحیط زیست بپردازد. نظریه بوم‌شناسی فرهنگی بر این اصل تأکیددارد که فرهنگ‌ها به طور مستقیم تحت تأثیر محیط طبیعی و اجتماعی خود که به تدریج به نیازها و شرایط محیطی پاسخ می‌دهند. فضاهای فرهنگی و گردشگری شهر سنندج، به طور مستقیم تحت تأثیر محیط طبیعی، جغرافیا ومنابع محلی قراردارد. با استفاده از این نظریه، می‌توان بررسی کرد که چگونه این عوامل طبیعی بر شکل‌گیری فرهنگ محلی و فضاهای گردشگری تأثیرمی‌گذارند. لذا در سنندج می‌توان به بررسی این موضوع که چگونه مردم این منطقه با استفاده از دانش و تجربیات فرهنگی خود به سازگاری با چالش‌ها و فرصت‌های جدید پرداخته و فضاهای گردشگری را توسعه می‌دهند. چگونه افراد محلی وگردشگران در این فضاها با یکدیگر تعامل و به شکل‌گیری تجربیات فرهنگی واجتماعی منجر می‌شود. در نهایت کمک می‌کند تا راهکارهایی برای حفظ هویت فرهنگی و توسعه پایدار این فضاها پیداکنیم و به خوبی از ظرفیت‌های فرهنگی و طبیعی این منطقه بهره‌برداری کنیم.

[3] function
[4] manifest function
[5] latent function
[6] Stewaed, julian

جدول شماره۱: چهارچوب مفهومی پژوهش

مکاتب	نظریه‌پردازان	نظریه	کاربست نظریه با موضوع پژوهش
بوم‌شناسی فرهنگی	ژولیان استیوارد	بوم شناسی فرهنگی	تحلیل رابطه میان منابع طبیعی(محیط) و فرهنگ مادی(تکنولوژی تولیدی)
کارکردگرایی	مالینوفسکی	نظریه نیازها	فضاهای گردشگری و فرهنگی شهری به عنوان عنصرفرهنگی در برآورده ساختن نیازهای بیولوژیکی، روانشناختی و نیازهای اجتماعی افراد در فضای تعاملات اجتماعی می‌باشد.
	رادکلیف براون	اندام وارگی	کارکرد را پاسخ به نیازهای اجتماعی می‌داند

۳- روش پژوهش

با توجه به سؤالات محوری و اهداف، این پژوهش به لحاظ ماهیت از نوع کیفی و به لحاظ عمق از نوع ژرفانگر است. بررسی مردم شناختی فضاهای شهری(گردشگری–فرهنگی)درسنندج، با روش‌های کمی امکان‌پذیرنمی‌باشد چراکه در این تحقیق نیازمند حضور پژوهشگر در میدان تحقیق می‌باشد. با بکارگیری روش‌های کیفی بدون قصد و غرضی به یافته‌هایی دست یابد. به منظور اطلاع از فرایندها وروابط هم‌چنین نحوه تعاملات افراد در فضاهای گردشگری هم‌چنین دستیابی به عمق پدیده‌های در حال اتفاق از روش مشاهده استفاده می گردد. تحقیق حاضر از نوع کاربردی از نظر محتوا کیفی و به لحاظ هدف، شناختی و اکتشافی، از نظر زمان، مقطعی و از منظر روش، ارزیابی تحلیلی است. روش گردآوری داده‌ها در این تحقیق به صورت میدانی و اسنادی و کتاب‌خانه‌ای می‌باشد. هم‌چنین به منظور نشان دادن فضاهای گردشگری، فرهنگی، نمادها وعناصر شهری از عکس برداری استفاده گردید تا به توصیف بهتر محیط توسط پژوهشگر کمک گردد. لذا حوزه مورد مطالعه افراد جامعه محلی،گردشگران واقامت‌کنندگان در مراکز اقامتی مختلف، مدیران، کارکنان بخش اداری ارگان‌های دولتی مرتبط با گردشگری و فضاهای شهری را شامل می‌شوند که با ۳۷ نفر از افراد مذکور مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام گرفته است. در همین راستا از دونوع نمونه‌گیری هدفمند برای گزینش افراد مورد مصاحبه ونمونه‌گیری نظری برای تشخیص تعداد افراد، تعیین محل داده‌های مورد نیاز و یافتن مسیرپژوهش استفاده می‌شود.

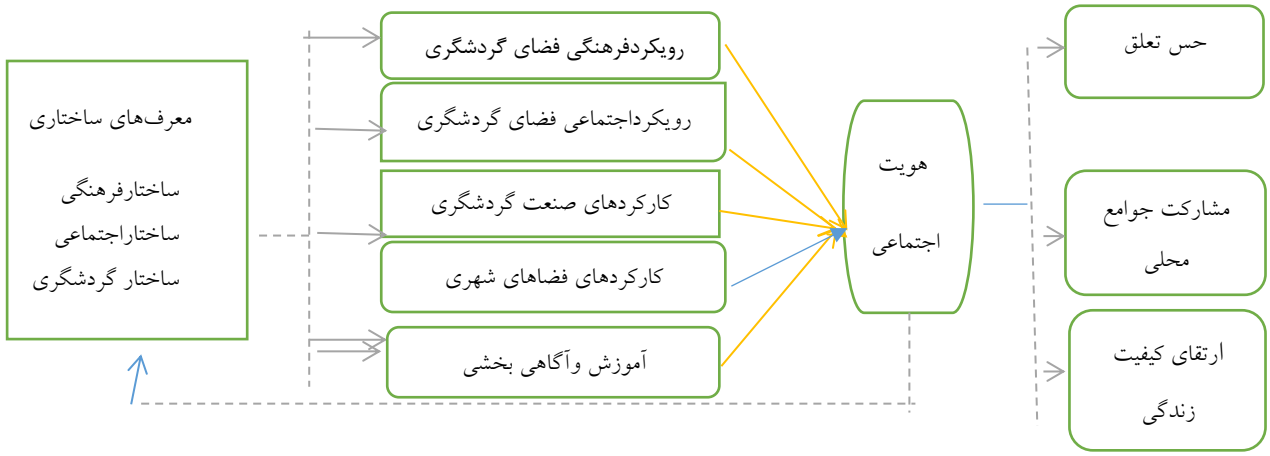
جامعه موردمطالعه: پژوهش حاضر، به بررسی فضاهای شهری(گردشگری–فرهنگی) شهر سنندج در استان کردستان پرداخته است. منطقه انتخاب شده دارای تنوع در زمینه‌های مختلف جغرافیایی، طبیعی، فرهنگی و اجتماعی می‌باشد. به تبع این تنوع در حوزه فضاهای شهری، حوزه گردشگری نیزاز جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی زیادی برخورداراست. شهرستان سنندج مرکز استان کردستان، با مساحت ۳۶۸۸/۶ هکتار در غرب ایران در بخش جنوبی استان کردستان و در فاصله۵۱۲کیلومتری غرب شهر تهران قرار دارد. از نظر طبیعی محصور بین تپه‌های آبیدر، کوچکه‌رش و توش‌نودر که در سلسله جبال زاگرس هستند واقع شده است. از لحاظ وضعیت طبیعی و اقلیمی سنندج یک شهر کوهستانی با آب‌وهوای سرد کوهستانی است. مردم مناطق کردنشین، شهر سنندج را "سنه" می‌گویند. سنندج یکی از مهم‌ترین مراکز اهل سنت ایران است و بیشتر مردم آن اهل تسنن هستند. زبان اهالی سنندج کردی سورانی و لهجه آن‌ها اردلانی است(گازرانی،۹۷:۱۳۷۸). شهرسنندج دارای جاذبه‌های طبیعی زیبا و فراوانی برای جذب گردشگران است. از مهم‌ترین این جاذبه‌ها، پارک کوهستانی آبیدر در بین کوه‌های آبیدر و غرب سنندج است و به نوعی بام این شهر محسوب می‌شود. در این مجموعه تفریحی، پارک‌ها وچشمه‌های مختلفی مثل پارک مشاهیر، پارک امیریه، چشمه کانی‌شفا، چشمه خضرزنده، و... وجود دارد. به جز کوه آبیدر که نماد شهر سنندج است مهمترین دلیل محبوبیت این مجموعه تفریحی، سینمای روباز پارک آبیدر است. . این شهر به دلیل قدمت تاریخی خود بسیار خانه و عمارت‌های تاریخی دارد و به عنوان شهری باستانی در غرب ایران شناخته می‌شود. از جمله موزه سنندج، عمارت خسروآباد، عمارت سردرفهیم، عمارت مشیردیوان، عمارت وکیل‌الملک، عمارت احمدزاده، عمارت شیخ محمدباقرغیاثی، عمارت آصف وزیری، خانه پیرمرادی، خانه معمارباشی، خانه آیت‌اله شیخ می‌توان نام برد. فضاهای تاریخی سنندج به عنوان نقاط تجمع اجتماعی و فرهنگی عمل می‌کنند. این مکان‌ها معمولاً محلی برای تبادل نظر، خریدوفروش، برگزاری مراسم‌های اجتماعی ومذهبی هستند. این ویژگی‌ها به تقویت روابط اجتماعی وحفظ آداب‌ورسوم محلی کمک می‌کند. تزئینات هنری زیبای این فضاها شامل گچ‌بری‌ها، کاشی‌کاری‌ها و نقاشی‌های دیواری، هرکدام داستانی از تاریخ و فرهنگ منطقه را روایت می‌کنند. هم‌چنین این فضاها می‌توانند به عنوان مراکز آموزشی برای پژوهشگران و دانشجویان مختلف مانند تاریخ، معماری و فرهنگ مورداستفاده قرارگیرد. بازار قدیمی سنندج دارای تاریخچه طولانی و به دوران قاجار برمی‌گردد که در طول تاریخ شاهد رویدادهای مهم اجتماعی و اقتصادی بوده و به عنوان یکی از مراکز تجاری و فرهنگی شهر شناخته می‌شود و به عنوان یکی از جاذبه‌های مهم گردشگری و فرهنگی این شهر تبدیل شود. که نشان‌دهنده هنر و فرهنگ اسلامی–ایرانی است. مسجد جامع و امامزادهای این شهر نه تنها محل عبادت، بلکه مرکز فرهنگی و اجتماعی مهمی در سنندج بوده است. دراین مکان‌ها مراسم مذهبی و مناسبت‌های خاصی برگزار می‌شود که به تقویت پیوندهای اجتماعی و مذهبی مردم کمک می‌کند.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها؛ در این پژوهش رویکرد تحلیل محتوا می‌باشد. نوعی روش‌شناسی پژوهش، که هدف غایی آن شناسایی مهم‌ترین طبقه‌ها ومقولات در یک متن وکشف واقعیت اجتماعی نهان در آن است. در این روش حساسیت نظری ومقایسه مستمر داده‌ها در هر گام مدنظر قرار می‌گیرد. پژوهشگر با مقایسه مستمر داده‌ها به الگوهای مستتر در آن‌ها پی می‌برد. تحلیل محتوای کیفی، برای تفسیر محتوایی داده‌ها از طریق فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، رمزبندی، تم‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته شده برای رسیدن به اهداف وسؤالات پژوهش می‌باشد. در ابتدا محقق کدها را مطالعه تا نقاط کلیدی ومضامین مهم را شناسایی کند. سپس کدها را به بخش‌های مرتبط از داده‌ها اختصاص می‌دهد. در نهایت به بررسی کدها و الگوهای مرتبط با آن‌ها می‌پردازد تا بینش‌های جدیدی را استخراج ونظریه‌هایی را درباره موضوع تحقیق توسعه دهد.

جدول(۲) کدگذاری در روش تحلیل محتوا

خرده مقولات	مقولات نهایی
ساختار فرهنگی جامعه	کارکردهای فرهنگی
ارزش های فرهنگی وتاریخی	
فعالیت های فرهنگی وهنری	
پویایی و تعاملات اجتماعی	کارکردهای اجتماعی
ناهنجاری های اجتماعی	
تقویت اقتصاد محلی	کارکردهای صنعت گردشگری
ارتقای تعاملات اجتماعی	
جاذبه های اصلی	کارکردهای فضاهای شهری
خدمات	
برنامه های آموزشی و آگاهی سازی	آموزش و آگاهی سازی
توسعه فعالیت های فرهنگی	
حس تعلق وهویت محلی	هویت اجتماعی
مشارکت جوامع محلی	
ارتقای کیفیت و سبک زندگی شهروندان	

با توجه به موضوع پژوهش، هم‌چنین چارچوب مفهومی واهداف پژوهش لازم است فضاهای شهری وگردشگری را از رویکردهای فرهنگی مورد ارزیابی قرارگیرد که در قالب مدل مفهومی پژوهش(نمودار۱) ارائه شده است.



نمودار(۱) مدل مفهومی پژوهش

٤- تحلیل یافته‌ها

فضای شهری جزئی از یک شهر است که به عنوان عرصه عمومی تجلی‌گاه فعالیت‌های شهری است. فضای شهری دارای ویژگی‌های ارتباطی بوده و بخشی از ارگانیسم زنده شهر است که با شرایط اجتماعی–اقتصادی و فنی درحال تغییر مرتبط است. این فضاها مشتمل بر فضاهای گوناگونی چون خیابان‌ها، معابر، میدان‌ها، پارک‌ها، زمین‌های بازی، سیتی‌هال‌ها، سواحل و کناره‌ها و سایر فرم‌های فضاهای تجمع می‌باشند(عبدالهی و همکاران،۱۳۹۸: ۳). به منظور پاسخ به پرسش‌های اصلی پژوهش، داده‌های گردآوری‌شده که نتایج حاصل از مصاحبه‌های عمیق ومشاهده مشارکت‌آمیز است در جریان کدگذاری تحقیق از رویکردتحلیل محتوا که در جدول۲ قابل رویت می‌باشد موفق به استخراج (۱۴) خرده‌مقوله و (۶) مقوله اصلی شدیم که در ادامه به تشریح آنها خواهیم پرداخت. از طرفی اتکای شدید به شواهد میدانی، حفظ ادبیات مشارکت‌کنندگان و حذف پیش‌داوری‌ها برخی از شاخص های اصلی افزایش اعتبار این تحقیق هستند.

مقوله اول: کارکردهای فرهنگی

ساختارفرهنگی جامعه محلی در قلمرو تحقیق: جاذبه‌های فرهنگی شامل تمام تجلی‌ها وتبلورهای بیرونی و رسمی فرهنگ هرکشور که می‌توان آن‌ها را دید، نمایش داد و یا عرضه کرد. این جاذبه‌ها بخشی از محصول گردشگری است. جاذبه‌های فرهنگی سخت شامل اماکن تاریخی، موزه‌ها، معماری، بناهای مذهبی، مراکز فرهنگی ومسکونی می‌باشد. جاذبه‌های فرهنگی نرم شامل موسیقی، هنرهای نمایشی، نقاشی فرهنگ عامه و.... می‌باشد. شهر سنندج از نظر فرهنگی، هنری و مذهبی جایگاه ویژه‌ای در میان مناطق کردنشین دارد. تعداد هنرمندان برتر عرصه‌های مختلف هنری و فرهنگی، سنندج را به یک شهر فرهنگی تبدیل نموده است. سنندج نمونه کاملی از یک شهرایرانی در معنای سنتی آن محسوب می‌شود. فضاهای شهری و روابط اجتماعی درون آن‌ها بر مبنای عوامل درون‌زا شکل نهایی خود را یافته است. سازمان فضایی شهر تحت تأثیر کارکردهای سیاسی، تجاری و قومی از اهمیت زیاد برخورداراست. به لحاظ ساختار فرهنگی، ابعاد ومؤلفه‌هایی چون مهمان‌نوازی یا نمودهای ارتباطی افراد متعلق به جامعه محلی با دیگران(گردشگر، مسافر، مسافرعبوری، مأموردولتی و...)پرداخته می‌شود و تغییرات ایجادشده در فضاهای شهری ناشی از جهانی شده و ناشی از ورود گردشگر و رواج گردشگری به لحاظ فرهنگی بیان می‌گردند.

"آقای حمیدی از مدیران هتل شادی، درباره شهر سنندج این‌گونه بیان می‌دارد: در سنندج قدیم، زندگی روزمره مردم به بازار گره می‌خورد. آن‌ها مایحتاج روزانه خود را از آن تهیه می‌کردند، محلی برای گردش و مواجهه با رویدادهای زندگی شهری بوده است. لذا بازار به عنوان بستر فرهنگ شهری سنتی در سنندج که مجموعه‌ای از فعالیت‌های فرهنگی، هنری، مذهبی و تفریحی بوده است. این فعالیت‌های فرهنگی در خلال زندگی روزمره تحت تأثیر افکار، عادات، میراث فرهنگی و اعتقادات مذهبی بوده است. فضا و فعالیت‌های فرهنگی در شهر سنتی سنندج بیشتر به وسیله فرهنگ عامه تعریف و با تغییر در الگوی فضاها و فعالیت‌های فرهنگی، نهادهای فرهنگی نقش ویژه خود را در فضاهای شهری ایفا می‌کنند. به عنوان نمونه در دوران گذشته، قهوه‌خانه‌ها نماینده فرهنگ عامه بودند اما امروزه فضاهای فرهنگی جدید مانند فرهنگ‌سراها، تئاترها، کافه کنسرت‌ها متناسب با ذائقه فرهنگی آن‌ها شکل گرفت".

ارزش‌های فرهنگی و تاریخی فضاهای شهری: فضاهای شهری علاوه بر مبادلات اقتصادی، عرصه بیان و بروز فرهنگ جامعه و بسترهای تولید ومصرف فرهنگی و ایفاکننده کارکردهای فرهنگی است. در حقیقت ارتباطی چند لایه وپیچیده بین کارکردهای فرهنگی و فضای شهری برقراراست که شناخت چگونگی تحول کارکردی فرهنگی مستلزم درک فرایندهای تحول فضای شهری است. کارکردهای فرهنگی یا به عبارتی عرصه‌هایی که می‌تواند در متن فرهنگ واردشود را می‌توان به چند دسته تقسیم نمود:

- حفظ و صیانت از فرهنگ ملی و بومی؛ معرفی فرهنگ و تمدن سایرملل و کشورها؛ بالابودن سطح فرهنگ عمومی کشور(میرگذارلنگرودی،۱۳۹۷:۳۱).
- ایجادشرایط مناسب برای مشارکت فعال ساکنان بومی در معرفی آثار فرهنگی منطقه به مهمانان؛ افزایش میزان تکلم بازدیدکنندگان به زبان محلی؛ تمایل جامعه میزبان برای پذیرفتن ویادگیری زبان‌های دیگر برای برقراری ارتباط بیشترباگردشگران؛ کمک به ساکنان محلی در کسب شناخت بیشتر از فرهنگ بومی؛ تشویق رشد اقتصادی محلی از طریق گردشگری فرهنگی و احیاء آثار و ابنیه تاریخی–فرهنگی(کاظمی،۱۳۹۲:۱۰۸).

"خانم حسینی دبیر وساکن سنندج در این خصوص بیان می‌دارد که، در سنندج دو فرقه عمده تصوف وجوددارد که یکی طریقه قادریه که مریدان شیخ عبدالقادر گیلانی هستند که درک حقیقت وصول به حق را در قیل و قال می‌دانند و در حالت سماع، دف زنان به عالم جذبه می‌روند. فرقه دیگر طریقه نقشبندی که مؤسس آن خواجه بزرگ مولانا بهاءالدین محمد نقشبند بخارایی است و پیروان او وصول به حق را در تفکر وسکوت می‌دانند. مهم‌ترین جشنی که در میان مردمان این دیار مرسوم است برگزاری جشن نوروز است که به صورت خودجوش همراه با رقص کردی و برپایی آتش برگزار می‌گردد. عید فطر، عیدقربان ومیلاد پیامبر اکرم نیز به عنوان روزی خجسته همراه با مراسم مولودی خوانی و نواختن دف دارای جایگاه ویژه‌ای در میان مردم است.



عکس(۱) صنایع دستی سنندج



عکس(۲) رقص گروهی کردی درسنندج

رویکرد فرهنگی فضاهای شهری سنندج به بررسی چگونگی تأثیر فضاهای شهری برفرهنگ، هنر وهویت اجتماعی افرادمی‌پردازد. این رویکرد بر اهمیت فرهنگ و هنر در شکل‌دهی به فضاهای شهری و ایجاد حس تعلق و هویت تأکیددارد. مراکز فرهنگی به عنوان ابزار مهم توسعه و پایداری فرهنگی در جهت گسترش دست‌آوردهای هویت فرهنگی یک جامعه و رفع نیازهای فرهنگی مردم تأسیس می‌گردند که با عملکرد خود از طریق آموزش، شناخت ونمایش نقش مؤثری در احیاء و پایداری فرهنگ جامعه و هم‌چنین موجب تبادل ایده‌ها، تقویت حس همبستگی و بالا رفتن آگاهی درباره هویت فرهنگ بومی می‌شود. درگردشگری فرهنگی، هدف اصلی گردشگر دیدن جلوه‌های فرهنگی یک مقصد از قبیل مراسم، رفتارها، نمایش‌گاه‌ها، هنر و موسیقی و کارگاه‌های صنایع دستی آن است.

حفظ هویت فرهنگی: طراحی فضاهای شهری، نشان‌دهنده هویت فرهنگی وتاریخی سنندج هستند. حفظ ونگه‌داری بناهای تاریخی، بازارها ومحله‌های سنتی به تقویت هویت محلی و به جذب گردشگران وعلاقمندان به فرهنگ وتاریخ این منطقه منجرشود.

ترویج هنر و فرهنگ محلی: مکان‌های همایش ونمایش‌گاه‌ها، مکانی برای تجمع مردم به منظور استفاده وبهره‌گیری ازفعالیت‌های خاص آن است. که اغلب به دلیل اهمیت، شکوه و عظمت، مورد توجه مردم و به عنوان یکی از اجزای اصلی جاذبه‌های گردشگری شهری است. فعالیت‌های هنری(موسیقی، تئاتر، سینما،...)علاوه بر استفاده ساکنان شهری با اهمیت داشتن در ابعاد ملی و بین‌المللی، گردشگران شهری را نیز دربرمی‌گیرند. هم‌چنین فرصتی برای هنرمندان محلی، تا آثار خود را به نمایش بگذارند. مراسم‌های سنتی در شهر سنندج، در گسترش فرهنگ ایرانی ونمایش آن به جهانیان مهم می‌باشد. ارتباط مستقیم مردمان بومی سنندج با گردشگران ضمن رشد و شکوفایی فرهنگی، اجتماعی و عمرانی این خطه، در معرفی، توسعه وشناساندن فرهنگ سنندج نقش بسزایی داشته است.

آموزش فرهنگی: فضاهای شهری مکان‌هایی برای آموزش‌وآگاهی‌بخشی درباره فرهنگ و تاریخ محلی عمل می‌کنند. برگزاری دوره‌های آموزشی وکارگاه‌ها، به افزایش آگاهی مردم درباره ارزش‌های فرهنگی‌و تاریخی منجر می‌شود.

تنوع فرهنگی: سنندج یک شهر با تنوع فرهنگی بالا، نیاز به فضاهایی دارد که این تنوع را منعکس کند. درفضاهای شهری باید همه گروه‌های اجتماعی، از جمله اقلیت‌ها وگروه‌های مختلف قومی، احساس تعلق و نمایندگی کنند.

با توجه به داده‌های گردآوری شده توسط محقق در جامعه موردمطالعه، هم‌چنین با استفاده از مکتب کارکردگرایی و نظریه مالینوفسکی می‌توان این‌گونه بیان داشت که از نظر مالینوفسکی نیازهای بیولوژیکی انسان‌ها به صورت فرهنگی ارضاء می‌شوند. در واقع در فضاهای شهری کارکردها دارای یک تیپ از انعطاف‌پذیری بر اساس نیازهای سیال می‌باشند. فضاهای گردشگری و فرهنگی شهری به عنوان عنصرفرهنگی در برآورده ساختن نیازهای بیولوژیکی، نیازهای روانشناختی و نیازهای اجتماعی افراد در فضاهای فرهنگی شهری می‌باشد. در نهایت رویکرد فرهنگی فضاهای شهری سنندج باید به‌گونه‌ای باشد که به تقویت هویت محلی، ترویج هنر و فرهنگ و ایجاد فضایی مناسب برای تعاملات

اجتماعی باشد. این رویکرد به بهبود کیفیت زندگی ساکنان، جذب گردشگران و افزایش آگاهی از فرهنگ غنی این منطقه نیز کمک می‌کند. مشارکت فعال جامعه در طراحی و برنامه‌ریزی فضاهای شهری به نیازها و خواسته‌های واقعی مردم پاسخ می‌دهد و حس تعلق و هویت را تقویت می‌کند.این رویکرد باید همگان، از جمله جوانان، بزرگ‌ترها و اقلیت‌های مختلف، حس امنیت و شادی را در فضاهای شهری تجربه کنند تا نیازهای افراد در تمام حوزه‌های مذکور برطرف گردد.

مقوله دوم: کارکردهای اجتماعی فضاهای گردشگری

از منظر مردم‌شناسی، رویکردهای اجتماعی گردشگری شهری را در مؤلفه‌های گردشگر، رابطه میان آنان با مردم محلی، ساختارو عملکرد نظام گردشگری و کارکردها، پیامدهای اجتماعی و محیطی را مورد بررسی قرار می‌دهد. به بیان دیگر، رفتارهای اجتماعی گردشگران، الگوی مشارکت و تأثیر آن بر جامعه مدنظرقرار می‌گیرد. هم‌چنین با شناخت ارزش میراث قومی مناطق مختلف به منظور جذب گردشگر، هویت جامعه ومسائلی که مربوط به سیاست‌های اجتماعی و مهاجرتی است و در نهایت پیچیدگی‌هایی که در پویایی اجتماعی و فرهنگی در قلمروهای گردشگری شهری می‌باشد استدلال‌هایی را در مورد بافت مقصد شهری، ساختار، شکل قلمروها، روابط میان آن‌ها، رفتارگردشگران درون این قلمروها و اثرات زیست‌محیطی، اجتماعی، فرهنگی را می‌توان ارائه کرد.

"آقای صادقی از گردشگران شهر سنندج در زمان گردآوری داده‌های موردنظر، سنندج را این‌گونه توصیف می‌کند: سنندج با محیط و طبیعتی سرسبز و کوه‌های بسیارزیبا، همراه با معماری و هنر ساختمان‌سازی همراه با بافت قدیمی جذابیتی قابل توجهی دارد. برگزاری موسیقی و اجرای برنامه‌های مناسبتی، بیانگر هم‌دلی وخون‌گرم‌بودن اهالی این دیار می‌باشد. فضاهای فرهنگی شهر سنندج و آشنایی با فرهنگ اقوام کرد در افزایش تجربه سفرم مؤثربوده است."

ساختار اجتماعی قلمرو تحقیق: معیارهای اجتماعی قلمرو تحقیق را می‌توان در چند مورد بیان کرد. گروه قومی کردی با زبان، مذهب مخصوص به خود، برخورداری از زمین‌های وسیع و حاصلخیز کشاورزی را در نظرگرفت. در محیط اجتماعی شهر سنندج در مقوله جاذبه‌های مذهبی می‌توان به زیارت‌گاه بی‌بی‌هاجرخاتون، زیارتگاه خضرزنده در آبیدر، زیارت‌گاه پیرمحمد در محله پیرمحمد، پیرمحمد در محله قطارچیان، قرآن تاریخی در مسجدقوله اشاره کرد.



عکس(۳) امامزاده هاجره خاتون **سنندج**



عکس(۴) امامزاده پیرعمر سنندج

لباس کردی زیباترین نوع پوشاک ایرانی با دامن‌های بلند و پرچین، پیراهن‌های رنگارنگی که کاملاً مناسب وضعیت اقلیمی این ناحیه بوده است. پوشش محلی مردان در سنندج از شلوارگشاد به نام"پانتول" و نیم‌تنه به نام" کەوا"، شال پارچه‌ای بلند و باریک که برروی کمرمی‌بندند و"گیوه" یا "کلاش" که کفش سنتی مردان این دیار می‌باشد. پوشش زنان این منطقه شامل پیراهن بلند به نام"کراس" ونیم‌تنه‌ای برروی کراس"سوخمه"، هم‌چنین کلاهی سنتی به نام"کلاوفیس" که برروی لباس کردی می‌پوشند. زبان مردمان این دیار، کردی که همانند زبان فارسی در مجموعه زبان‌های گروه هند و اروپایی قراردارد. این زبان دارای لهجه‌های اصلی و زیرلهجه زیادی می‌باشد. مردم سنندج با لهجه اردلانی از گویش سورانی است. مطابق با زبان وگویش منطقه، موسیقی محلی نیز به زبان کردی است. سنندج از غنی‌ترین شهرها در کشور از لحاظ موسیقی می‌باشد. گروه‌های موسیقی مختلف، وجود اساتید ، ساخت سازهای موسیقی به علت پیشرفت صنایع چوبی ونازک‌کاری در کنار استعداد موسیقی موجود ، سنندج را از این لحاظ غنی می‌سازد. رقص کردی با زیبایی خاص، آیینه‌ای تمام نما از زندگی گذشته این مردم است که به صورت زنده در زمان حال در وجود آنان در حرکت و جریان است. ریشه این هنر در زندگی و کارروزانه مانند کشاورزی، اعتقادات دینی، مراسم و جشن‌های بزرگ، بازی‌های محلی، جنگ و دفاع حالات روحی و درونی افراد است. برون‌گرایی مردم کرد تأثیر کاملی بر این رقص داشته و بیانگر فعالیت‌های درونی، طرز فکر و شرح اتفاقاتی است که بازآفرینی این اتفاقات در قالب هەلپەرکی پدیدارگشته است. رقص کردی به‌صورت جمعی و حرکت آن دایره‌واربوده ونفراول به علت دستمالی که دارد "سرچوبی" نام دارد. دستمال نمادی از نشانه و پرچم هرمنطقه و قوم بوده است.

"آقای مرادی کارشناس امورفرهنگی بیان می‌کند که: رقص کردی که به صورت گروهی می‌باشد وپایکوبی می‌کنند هرکدام در گروه نقشی دارند. پای بر زمین کوبیدن نشان دفاع از مرز و میهن و آداب و فرهنگی نهفته در آن است. رقص کردی بسیار قابل دفاع و جذاب برای دیگران است. یک دست بودن و با هم بودن بدون داشتن عشوه فرهنگ کردها را بیان می‌کنند. خواندن اشعار در حین رقص، ریتم و انرژی آن، ناخودآگاه دیگران را جذب خود می‌کند."

انواع گوناگونی از غذاهای محلی نظیر آش‌دوغ، کلانه، قاورمه، دوینه، شه لمین، دانه کولانه، خورش گیلاخه و آش عدس بلغور است. که در مجالس وجشن‌ها تهیه و سرو می‌کنند. در قسمت بافتنی مردم این دیارنوعی کفش مردانه به نام"کلاش" ونوعی لباس مردانه که از موی بز بافته شده و"مەرەز" نام دارد. انواع بافت شال، جاجیم، موج، قالی، گلیم، سجاده، و... می‌باشد. از سوغاتی‌های معروف سنندج نان برنجی، سقز، شیرینی کنجدی، کاک، عسل، تنبورسازی، دف و نازک کاری می‌باشد.

رویکرد اجتماعی فضاهای شهری سنندج به عنوان نقاط تجمع اجتماعی و فرهنگی که تأثیرات عمیقی بر زندگی روزمره مردم داشته به بررسی چگونگی تأثیر فضاهای شهری بر تعاملات اجتماعی، هویت فرهنگی وکیفیت زندگی ساکنان این شهر می‌پردازد.

تعاملات اجتماعی: فضاهای عمومی مکان‌های برای تعاملات اجتماعی که به افراد این امکان را می‌دهد که درارتباط با هم، تجربیات خود را به اشتراک گذاشته و روابط جدیدی برقرارکنند. این تعاملات به تقویت جامعه وافزایش حس تعلق به محل زندگی منجر می‌شود.

هویت فرهنگی: فضاهای شهری به عنوان نماینده هویت فرهنگی و تاریخی سنندج، درحفظ و نگه‌داری بناها، بازارهای محلی و فضاهای فرهنگی این منطقه کمک می‌کند. نقاط مرجع فرهنگی که به ساکنان وگردشگران احساس تعلق، ارتباط با تاریخ و فرهنگ محلی می‌دهند.

کیفیت زندگی: طراحی و مدیریت مناسب فضاهای شهری به بهبود کیفیت زندگی ساکنان، افزایش مشارکت اجتماعی و فعالیت‌های جمعی کمک می‌کند. فضاهای سبز، پارک‌ها ومناطق تفریحی، برای استراحت و تفریح که درسلامت روانی وجسمی افراد نقش دارند.

مشارکت جامعه: مشارکت ساکنان در فرایند طراحی ومدیریت فضاهای شهری به ایجاد فضاهایی که نیازها وخواسته‌های جامعه را برآورده می‌سازد. برگزاری جلسات مشاوره‌ای، نظرسنجی‌ها وکارگاه‌های آموزشی که ساکنان نظرات و ایده‌های خود را بیان کنند. **تنوع اجتماعی:** طراحی مناسب فضاهای شهری، تنوع اجتماعی را ترویج می‌کنند و به همه گروه‌های اجتماعی، از جمله زنان، کودکان وافراد با نیازهای خاص، دسترسی بدهند. ایجاد فضاهای چند منظوره با فعالیت‌های مختلف به تقویت همبستگی اجتماعی منجرشود.

آموزش و آگاهی: در فضاهای شهری برگزاری رویدادهای فرهنگی ونمایش‌گاه‌ها به افزایش آگاهی جامعه درباره مسائل اجتماعی، فرهنگی ومحیط زیستی منجرمی‌شود. این‌فعالیت‌ها به ایجاد حس مسئولیت اجتماعی ومشارکت فعال در میان ساکنان می‌باشد.

حفظ ونگه‌داری: نگه‌داری‌وبهبود فضاهای عمومی و اجتماعی، زیرساخت‌ها، پاک‌سازی فضاها و فراهم کردن امکانات مناسب برای استفاده عمومی، می‌تواند تأثیر مثبتی برروحیه ساکنان و احساس امنیت آن‌ها داشته باشد.

با توجه به داده‌های گردآوری شده توسط محقق در جامعه موردمطالعه، استفاده از مکتب کارکردگرایی و نظریه نیازهای مالینوفسکی می‌توان بیان داشت که نیازهایی از انسان که مربوط به نیازهای اجتماعی، نیاز به همکاری و همبستگی برای دست‌یابی به نیازهای نخستین می‌باشد، باید با برآورده سازی نیازهای اجتماعی باشد. هم‌چنین سطح دیگرنیازها که مربوط به یکپارچگی‌اند، شامل نهادها و سنت‌هایی می‌باشند که فراهم کنندهٔ الگوهای رفتاری‌اند و با انتقال از نسل‌ها برای ارضای نیازهای اجتماعی ایجاد شده‌اند. در نهایت رویکرد اجتماعی فضاهای گردشگری در سنندج باید به ارتقاء کیفیت زندگی، تقویت هویت فرهنگی و افزایش تعاملات اجتماعی منجر می‌شود. که نیازمند همکاری و مشارکت فعال جامعه، نهادهای دولتی و سازمان‌های غیردولتی است تا به یک نتیجه مثبت و پایدار دست یابند.

مقوله سوم: کارکردهای صنعت گردشگری

زیرساخت‌های گردشگری در قلمرو تحقیق: با عنایت به تحقیق حاضر و مطالعات مشابه، فضاهای همگانی شهری و کیفیت این‌گونه فضاها یکی از شاخصه‌های مهم توسعه،گردشگری شهری بوده چراکه مجموعه‌های رفاهی و تأسیسات و تجهیزات مناسب از جمله مبلمان شهری در فضاهای عمومی شهری متناسب با طیف گردشگران می‌باشد که علاوه بر رعایت الگوی معماری و سبک تاریخی بناهای مستقر در فضاهای عمومی شهری، به سهولت دسترسی به شبکه حمل‌ونقل همگانی برای مراجعه به محل اسکان(مهمان‌پذیرها و هتل‌ها)، رستوران‌ها، پارک‌ها، بازار و مراکز خرید و مراکز گردشگری شهری مهیا و از طرفی ایجاد احساس امنیت در مکان‌های فضاهای شهری بسیارپراهمیت است تا خاطرات سفرزیبایی را در حافظه گردشگر به جای گذارد. شهرسازان و برنامه‌ریزان شهری جنبه‌های مختلفی را در مورد کیفیت محیط شهری از جمله دارای شهریت، دارای تنوع، بداعت، خوش منظری را درنظر می‌گیرند که نمایانگر جامعه و هویت آن جامعه می‌باشد.

جدول(۳)مؤلفه‌های مستخرج در ساختار کالبدی-نهادی گردشگری

مقوله	مفاهیم	مقوله	مفاهیم
خدمات و زیرساخت	وجودزیرساخت‌های مناسب ارتباطی	معماری و سکونت‌گاه بومی	سکونت‌گاه سنتی
خدمات اقامتی و رفاهی	خدمات اقامتی رفاهی	زیرساخت راه‌های ارتباطی	وسایل حمل‌ونقل عمومی
	خدمات پذیرایی		

صنعت گردشگری تأثیرات مثبتی برفضاهای شهری سنندج داشته و کارکردهای مختلفی را به همراه دارد. لذا با توجه به مطالعات صورت‌گرفته می‌توان مقولات زیررا ارائه نمود:

توسعه اقتصادی: صنعت گردشگری به عنوان یک منبع درآمد برای شهر سنندج، جذابیت‌های اقتصادی آن ابعاد وسیعی را در کارکردهای این صنعت دارا می‌باشد. گردشگری در ایجاد فرصت‌های شغلی(هتلداری، رستوران‌داری، راهنمایی گردشگران، خدمات حمل‌ونقل)، کاهش معضل بیکاری، تصحیح الگوی اشتغال و ایجاد ظرفیت‌های شغلی پایدار ومستمر نقش بسزایی دارد. از طرفی معرفی منطقه به عنوان یک مقصد گردشگری و تجاری و معرفی توانمندی‌های بالقوه منطقه برای سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های تجاری نیز از جمله راه‌کارهای مناسب تلقی می‌گردد. این درآمد درتوسعه زیرساخت‌ها و خدمات عمومی نقش مهمی دارد.

"خانم حمیدی فروشنده و ساکن سنندج می‌گوید: از نظر توسعه اقتصادی، گردشگری می تواند فرصت های اشتغال و درآمد را ایجادکند. با جذب گردشگران، صنعت گردشگری می‌تواند به رشد اقتصادی کشورها کمک کند و درآمدی پایدار را فراهم آورد. این درآمد می‌تواند به توسعه بخش‌های دیگر اقتصادی مانند صنعت، کشاورزی و خدمات کمک کند. هم‌چنین، با ایجاد فرصت های کسب و کار محلی، گردشگری می‌تواند به توسعه اقتصادی پایدار و کاهش فقر در کشورهای در حال توسعه کمک کند".

حفظ و معرفی فرهنگ وتاریخ: از کارکردهای این صنعت در این حوزه، تقویت ارزش‌ها و سنن محلی در منطقه، افزایش سطح پایداری منافع و مشارکت در فعالیت‌های متنوع منطقه می‌باشد. صنعت گردشگری ضمن حفاظت از آثارباستانی، فرهنگی، تاریخی و اثرات مثبت اقتصادی تبعی آن، در حفاظت از فرهنگ میزبان و افزایش تقاضا برای اجرای نمایش‌ها، رسوم و سنن فرهنگی نقش بسزایی دارد. لذا معرفی و رونق برخی از جلوه‌های فرهنگ، نشر و تبلیغ جلوه‌های حیات معنوی جامعه میزبان از کارکردهای صنعت گردشگری می‌باشد.

توسعه پایدار: مدیریت صنعت گردشگری به طور پایدار، در حفظ منابع طبیعی و فرهنگی مؤثراست. ترویج گردشگری اکولوژیک ومسئولانه به حفاظت از محیط زیست و فرهنگ محلی و جذب گردشگرانی که به دنبال تجربه‌های اصیل و پایدارهستند کمک کند.

تقویت روابط بین‌المللی: با جذب گردشگران از کشورهای مختلف، فرصتی برای تبادل فرهنگی و اجتماعی ایجاد می‌شود. این تبادل می‌تواند به افزایش آگاهی نسبت به فرهنگ و تاریخ سنندج و هم‌چنین تقویت روابط دوستانه میان کشورها منجر شود.

مصرف‌گرایی و اوقات فراغت: مصرف که تحت عنوان سرمایه فرهنگی[۷]بیان می‌شود، یک اقدامی اجتماعی که در ایجاد و حفظ تمایز فرهنگی در بافت سلسله مراتب طبقاتی می‌باشد که در آن فرد و اجتماع با یکدیگر پیوند می‌یابند. با تغییر هویت‌های مصرف‌کنندگان در فضاهای شهری، مکان‌هایی برای پاسخ‌گویی به نیازهای مصرف‌کنندگان شکل می‌گیرد. لذا مکان‌های شهری در حال تبدیل به کالا که علاوه بر محصولات بر تجربه‌ها ونمادها نیز تمرکز می‌کنند که تبدیل شهرها به مناطق گردشگری به وضوح مشاهده می‌گردد. لذا تغییرات اقتصادی و فضایی، تغییر در الگوی مصرف و در پی آن تغییر در سبک زندگی را به همراه داشته است. لذا جنبه نمادین از مد، موسیقی، زبان، تزئینات، آرایش‌های جسمانی که از عناصر مهم هستند، بیانگر هویت‌های فرهنگی و دیدگاه‌های سیاسی و حتی گریزگاهی ازدغدغه‌های اقتصادی و سیاسی روزانه می‌باشند. به بیان دیگر مصرف شکل مهمی از ابراز وجود که به افراد امکان می‌دهد که خودشان را از دیگران متمایز و سرمایه اقتصادی و فرهنگی خود را به نمایش بگذارد و جایگاه اجتماعی خود را تعیین کنند. لذا پدیده گردشگری نوعی مصرف متظاهرانه که پیام‌های فرهنگی در خصوص سبک زندگی و هویت گردشگر را بازتاب می‌دهد.

باتوجه به جارچوب مفهومی به کاربرده شده دراین پژوهش، از منظر بوم شناسی فرهنگی ژولیان استیوارد، فضاهای فرهنگی و گردشگری شهر سنندج، به طور مستقیم تحت تأثیر محیط طبیعی، جغرافیا ومنابع محلی قراردارد و این منابع مانند مواداولیه برای صنایع دستی، محصولات کشاورزی محلی یا مناظر طبیعی به جذب گردشگران و شکل‌گیری فعالیت‌های فرهنگی هم‌چنین به عنوان پایه‌ای برای توسعه فضاهای گردشگری و فرهنگی در سنندج عمل می‌کنند. در نهایت صنعت گردشگری در فضاهای شهری سنندج به عنوان یک محرک مهم برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی عمل کند. با مدیریت صحیح وپایدار این صنعت، ایجاد زیرساخت‌های مناسب، آموزش و آگاهی‌بخشی به جامعه محلی و ارتقای تجربه گردشگران می‌توان به شکل‌گیری شهری پویا و جذاب منجرشود. لذا به نفع گردشگران و هم ساکنان محلی

[۷] Cultural capital

است تا از مزایای این صنعت بهره‌مند و حس تعلق به شهر خود را تقویت کنند. در نهایت، با فراهم کردن خدمات و امکانات مناسب، سنندج به عنوان یک مقصد جذاب و فرهنگی در عرصه گردشگری شناخته می‌شود.

مقوله چهارم: کارکردهای فضاهای شهری

از منظر مردم‌شناسی، فضاهای شهری در طول تاریخ بر شاخصه‌ها و ویژگی‌های فرهنگی و تاریخی یک جامعه(هنر، موسیقی، زبان، رسوم، ادبیات، سنت‌ها، باورها....) تأکیددارد و بیان کننده تمایز آن جامعه با جوامع دیگر است. مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده شخصیت یک شهر، مؤلفه‌های طبیعی(کوه، رود، دشت)، مصنوع (تک‌بناها، راه، محله، میدان)و انسانی(فرهنگ، زبان، مذهب، سواد)که هرکدام مقوله‌های خاص خود را دارد. یکی از ویژگی‌های بارز فضاهای شهری گردشگری، حضور تعدادزیاد گردشگران است. آن فضاها با انجام برخی کارکردها به بعضی از نیازهای گردشگران پاسخ می‌دهند که مکان‌های دیگر شهر نمی‌توانند به این درجه برسند.

"آقای مرادی از کارشناسان میراث فرهنگی درباره کارکردهای فرهنگی فضاهای شهری سنندج بیان می‌دارد که: کارکردهای فضاهای شهری می‌توان به فعالیت‌های مختلف جهت برگزاری جشن باستانی نوروز که سنندج را پایتخت نوروزی ساخته است اشاره کرد. فعالیت‌های مختلف منجمله احداث مجتمع فرهنگی شهرداری و تبدیل سنندج به پایتخت کتاب ایران و تلاش در جهت تبدیل شهر سنندج به شهر خلاق مویسقی یونسکو می‌باشد. هم‌چنین برگزاری مراسم‌های مختلف از ایام ویژه سازها و عناصر مختلف نیز می‌باشد." کارکردهای فضاهای شهری سنندج، به بهبود کیفیت زندگی وتوسعه پایدار شهرکمک می‌کند. لذا می‌توان مقولات زیررا ارائه نمود:

فضاهای عمومی و تعامل اجتماعی: فضاهای شهری مانند پارک‌ها، میدان‌ها وخیابان‌های پیاده‌رو که فرصتی برای تعامل اجتماعی فراهم می‌کنند مکان‌هایی برای گردهمایی اجتماعی و رویدادهای فرهنگی که حس تعلق به جامعه را تقویت می‌کنند.

حفظ هویت فرهنگی: فضاهای شهری نمایانگر هویت فرهنگی و تاریخی سنندج هستند. حفظ و بازسازی بناهای‌تاریخی‌و ایجاد فضاهایی برای نمایش‌هنروفرهنگ‌محلی، درتقویت هویت‌فرهنگی شهرمفید می‌باشند.

توسعه اقتصادی: فضاهای شهری به عنوان مراکز تجاری و اقتصادی عمل می‌کنند. خیابان‌های تجاری و بازارها می‌توانند به جذب کسب‌وکارها و ایجاد فرصت‌های شغلی کمک کنند. این توسعه اقتصادی به بهبود معیشت ساکنان و افزایش درآمد شهر منجر می‌شود.

حفاظت از محیط زیست: فضاهای شهری نقش مهمی در حفاظت از محیط زیست دارند. ایجادپارک‌ها و فضای سبز درحفظ تنوع زیستی و بهبود کیفیت هوا حائزاهمیت و کاهش اثرات اقلیمی وگرمایشی جهانی را به‌همراه دارد.

ایجاد حس امنیت: طراحی مناسب فضاهای شهری در افزایش حس امنیت شهروندان نقش مؤثری دارد. نورپردازی مناسب، طراحی فضاهای باز و ایجاد مکان‌های دیدنی به کاهش جرم وجنایت و افزایش احساس امنیت در میان ساکنان منجرمی‌گردد.

نتایج حاصل ازداده‌های گردآوری شده توسط محقق و چارچوب مفهومی درنظر گرفته شده، در فضاهای گردشگری و فرهنگی شهری به عنوان عنصرفرهنگی، برآورده ساختن نیازهای بیولوژیکی، روانشناختی و نیازهای اجتماعی افراد در فضای تعاملات اجتماعی ضروری می‌باشد. در نهایت، فضاهای شهری سنندج بسترهایی برای توسعه پایدار، حفظ هویت فرهنگی وتقویت تعاملات اجتماعی عمل می‌کنند. این فضاها مکان‌های عمومی برای تفریح و سرگرمی، مراکز آموزشی و فرهنگی می‌باشند که به ترویج آگاهی و تبادل فرهنگی در میان ساکنان و بازدیدکنندگان کمک می‌کند.

مقوله پنجم: آموزش و آگاهی‌سازی

از آن‌جایی‌که رفتار در یک محیط اجتماعی رخ می‌دهد، بررسی تعاملات انسان‌ها تنها بر اساس محیط کالبدی آن‌ها انجام نمی‌گیرد. قلمروهای شهری فضاهایی چندوجهی هستند که افراد حین حرکت، خود را همزمان خارج و داخل ساختارها می‌یابند و رابطه‌ای پیچیده بین تجربه‌ها، فعالیت‌ها و تفسیرها ایجادمی‌کند. تجربه‌های شخصی که افراد به دنبال کسب آن هستند مختص خود آن‌ها می‌باشد. توجه به مصرف بهینه فضاهای عمومی و ایجاد فضاهای شهری شاداب و پویا، به توسعه فرهنگ شهری، افزایش فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و افزایش ارتباطات انسانی در شهر کمک کند. که تمام موارد مذکور با تغییرو افزایش ادراک و تجربیات میسر خواهد بود. لذا با توجه به مطالعات صورت‌گرفته می‌توان مقولات زیررا در این حوزه ارائه نمود.

برنامه‌های آموزشی: مقصود از آموزش در این مقوله، آموزش مدرنی که تمامی کارکنان ادارات مربوطه و مسئوولین و راهنمایان تور در طی دوره‌های آموزشی قبل از کسب مجوز فعالیت فراگرفته‌اند. در توسعه پایدارفضاهای شهری و گردشگری به فرایند آموزش- یادگیری اهمیت فراوانی قائلو معتقدند اگر در سفری یادگیری اتفاق نیفتد، نمی‌توان آن را سفری با ویژگی‌های پایدارو مسئولانه دانست.

آگاهی‌سازی عمومی: آموزش مردم محلی در زمینه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری به طوری که بتوانند در فعالیت گردشگری مشارکت و از منافع اقتصادی آن بهره‌مند شوند. تلاش برای ارتقاء محصولات محلی و صنایع دستی مرتبط با صنعت گردشگری در

سطح محلی، ملی و بین‌المللی را به دنبال خواهدداشت. لذا افزایش سطح آگاهی از ضرورت حفاظت از میراث جهانی و ارزش‌های آن در صنعت گردشگری می‌باشد.

توانمندسازی زنان: توانمندسازی زنان در صنعت گردشگری سنندج نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی این شهر ایفا می‌کند. ارائه دوره‌های‌آموزشی مرتبط با گردشگری، ازمدیریت تا مشاغل اجرایی هتل، راهنمایی گردشگری، آشپزی محلی و صنایع دستی، ایجاد بازارهای محلی و نمایش‌گاه‌ها به بهبود وضعیت اقتصادی آنان و توسعه پایدار و تقویت جوامع محلی منجر می‌شود.

خانم لطیفی معلم شهر سنندج در خصوص توانمندسازی زنان می‌گوید: "فرهنگ کردها هضم‌پذیر است. افرادی بودند که دوست داشتند با دختران کرد ازدواج کنند. از شاخصه های زنان این دیار، همگن بودن فرهنگی در بین آنان و احترام خاصی که جامعه وخانواده برای زنان و دختران قائل می‌باشند. زنان در این دیاربرای حضور در جامعه و ادامه تحصیل اصلاً محدود نیستند؛ بلکه اهمیت بسیاری برایشان قائلند که فضا برای حضور زنان در جامعه بازتر می‌باشد. به لحاظ پوشش بسیار شیک‌پوش هستند و به لحاظ موسیقی، اهمیت خاصی برای فرهنگ قائل هستند."

باتوجه به جارچوب مفهومی به کاربرده شده دراین پژوهش، از منظر بوم شناسی فرهنگی ژولیان استیوارد و مصاحبه‌ها ومشاهدات میدانی در فضاهای شهری وگردشگری سنندج توسط محقق، تعاملات اجتماعی و روابط میان افراد نقش مهمی در شکل‌گیری آگاهی و آموزش جامعه خواهند داشت. در سنندج، ایجاد فضاهای عمومی که تعاملات اجتماعی را تسهیل می‌کند به افزایش آگاهی ومشارکت شهروندان در فرایندهای شهری می‌شود. بدیهی است در توانمندسازی بانوان، ایفای نقش یک نیمه از افراد یک جامعه که پیش از آن از پتانسیل آن‌ها بهره چندانی برده نمی‌شد، از یک تغییر در هر حیطه فعالیتی خبر می‌دهد. این تغییرات در موضوع گردشگری شهری سبب غنی‌ترشدن وحرکت آن به سوی معیارهای پایداری گردیده است.

مقوله ششم: هویت اجتماعی

فضاهای شهری مکان‌هایی که متعلق به عموم شهروندان که با حضور و فعالیت آنان معنا می‌یابد. هم‌چنین بستری برای برقراری روابط، تعاملات اجتماعی و پاسخ به نیازهای ذاتی انسان‌ها می‌باشد. هماهنگ بودن محیط با ارزش‌ها، باورهاو نظام‌های نمادی مشترک مردم که به واسطه آن‌ها به محیط معنا می‌بخشند و قابل رویت بودن عناصر منجر به افزایش درک و تجربیات حسی می‌باشد و جزئی از وجود و خاطره آن‌ها می‌شود. در مجموع باعث شکل‌گیری کل و هویتی جاودانه می‌شوند.

حس تعلق و هویت محلی: حس تعلق و هویت محلی در توسعه پایدار شهری- گردشگری و هویت فرهنگی نقش بسیار مهمی دارد. حس تعلق به معنای احساس ارتباط و وابستگی فرد به مکان، جامعه و فرهنگ محلی است. این حس می‌تواند به تقویت روابط اجتماعی و همکاری‌های محلی کمک کند. هویت محلی شامل ویژگی‌ها، ارزش‌ها، سنت‌ها و تاریخ یک جامعه که به شکل‌گیری فرهنگ و رفتارهای اجتماعی کمک می‌کند. برخی از جنبه‌های این موضوع عبارتند از:

میراث فرهنگی: حفاظت از آثار تاریخی و فرهنگی، سنت‌ها و آداب و رسوم محلی، مرمت بناهای تاریخی و برگزاری رویدادهای فرهنگی منجربه تقویت هویت محلی و حس تعلق می‌گردد.

تنوع فرهنگی: احترام به تنوع فرهنگی و اجتماعی در جامعه محلی و ترویج همزیستی مسالمت‌آمیز ضروری می‌باشد که شامل برگزاری رویدادهایی است که به معرفی فرهنگ‌های مختلف می‌پردازند.

توسعه پایدار: ایجاد برنامه‌های توسعه‌ای به نیازهای محلی پاسخ می‌دهد. هم‌چنین به حفظ محیط زیست و منابع طبیعی توجه می‌کند. این شامل شناسایی و درک نیازهای شهروندان و مشارکت آن‌ها در فرآیندهای تصمیم‌گیری است. همکاری با سازمان‌ها و نهادهای محلی به منظور برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌هایی که به تقویت حس تعلق و هویت محلی کمک می‌کند، بسیار مؤثر است.

شبکه‌های اجتماعی: ایجاد و تقویت شبکه‌های اجتماعی محلی، مانند گروه‌های محلی، انجمن‌ها و تشکل‌های اجتماعی، افزایش تعاملات اجتماعی و حس تعلق را به همراه دارد. این شبکه‌ها می‌توانند فضایی برای تبادل نظر و همکاری در پروژه‌های محلی فراهم کنند.

فرصت‌های شغلی محلی: حمایت از کسب‌وکارهای محلی و ایجاد فرصت‌های شغلی در زمینه‌های مرتبط با فرهنگ و هویت محلی هم‌چنین حمایت از هنرمندان و تولیدکنندگان محتوای فرهنگی محلی می‌تواند به تقویت حس تعلق و هویت محلی کمک کند. این شامل برگزاری نمایشگاه‌ها و برنامه‌های هنری است که آثار هنرمندان محلی را به نمایش می‌گذارد.

آقای باباخانی کارمندمنابع طبیعی شهر سنندج درباره توسعه گردشگری در این شهربیان می‌دارد که:"با این که سنندج شهر صنعتی نیست، اگر گردشگری توسعه پیداکند مشاغل مردم بیشتر می‌شود. گفت‌وگوی فرهنگی شکل می‌گیرد. پیامد صلح دارد. فرهنگ منتقل می‌شود. غرور فرهنگی به خاطر لباس، غذا، آداب و رسوم پویا و روان می‌باشد. در سنندج هنوز گردشگری به داخل زندگی مردم نفوذ نکرده است. معمولاً گردشگر سنندج را برای مدت کوتاهی انتخاب می‌کنند بعد به دامن طبیعت و مریوان، اورامان، و.. می‌روند. در سنندج معضلات گردشگری همان خانه‌های استیجاری است که اداره میراث برای خانه‌های داخل شهر هنوز مجوزی صادرنکرده است. در این شهر بخش خصوصی از لحاظ گردشگری نیز اقدامی نکرده‌اند. چرا که در برنامه‌ریزی‌های مشاوره‌ای در بخش خصوصی، توسعه پایدار بررسی می‌گردد. اما متأسفانه چون گردشگری در اولویت مسئولین نیست و حتی شهرداری بخش گردشگری ندارد، این حوزه پیشرفت چندانی ندارد. در حالی که توسعه این صنعت، رفاه اجتماعی و کیفیت زندگی بهتر اهالی را نیز دربرخواهدداشت."

مشارکت جوامع محلی: مشارکت یکی از نیازهای اساسی فعالیت‌های مربوط به فضاهای شهری(فرهنگی-گردشگری) است. در فعالیت‌های مشارکتی، ذی‌نفعان می‌بایست در تصمیم‌گیری‌ها به صورت طولانی مدت و مداوم مشارکت داشته باشند. مشارکت جوامع محلی یکی از عوامل کلیدی در توسعه پایدار و بهبود کیفیت زندگی می‌تواند به شکل‌های مختلفی انجام شود؛ برگزاری جلسات عمومی و مشورتی برای جمع‌آوری نظرات و پیشنهادات شهروندان، تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های محلی برای همکاری در پروژه‌های اجتماعی و فرهنگی، آموزش شهروندان در زمینه‌های مختلف به منظور توانمندسازی و افزایش آگاهی می‌باشد. مشارکت محلی به معنای دخالت فعال شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌های محلی است. مزایای مشارکت محلی شامل:

افزایش شفافیت: مشارکت شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری می‌تواند به افزایش شفافیت و اعتماد به نهادهای محلی کمک کند.

تقویت حس تعلق: مشارکت در فرآیندهای محلی، حس تعلق و هویت محلی‌را تقویت وآنان را به مسئولیت‌پذیری بیشتر تشویق می‌کند.

تأمین نیازهای واقعی: مشارکت محلی به شناسایی نیازها و مشکلات واقعی جامعه کمک می‌کند و برنامه‌ها و پروژه‌ها را متناسب با این نیازها طراحی می‌کند.

ارتقای کیفیت زندگی شهروندان: یکی از اهداف اصلی توسعه پایدار شهری-گردشگری و هویت فرهنگی که نیازمند توجه به جنبه‌های مختلف زندگی شهری و ایجاد زیرساخت‌ها و خدمات مناسب است. راهکارها و جنبه‌های ارتقای کیفیت زندگی شهروندان شامل:

توسعه زیرساخت‌های شهری: ایجاد و بهبود زیرساخت‌های اساسی مانند آب، برق، گاز، فاضلاب و حمل و نقل عمومی که باید به گونه‌ای طراحی شوند که به نیازهای جامعه پاسخ دهند.

توسعه خدمات بهداشتی و درمانی: دسترسی به خدمات بهداشتی و درمانی با کیفیت و مناسب که شامل ایجاد مراکز بهداشتی و درمانی، برنامه‌های پیشگیری و ارتقاء سلامت می‌باشد، از عوامل کلیدی در ارتقای کیفیت زندگی است.

توسعه حمل و نقل عمومی: ایجاد سیستم‌های حمل و نقل عمومی کارآمد و پایدارکه شامل توسعه خطوط مترو، اتوبوس‌ومسیرهای دوچرخه‌سواری است، درکاهش ترافیک، آلودگی‌هوا و هزینه‌های حمل‌ونقل شهروندان مفیدخواهدبود.

امنیت اجتماعی: تأمین امنیت، کاهش جرم و جنایت در جامعه که شامل همکاری با نهادهای امنیتی و ایجاد برنامه‌های اجتماعی برای پیشگیری از جرم است منجربه ارتقای کیفیت زندگی شهروندان خواهدشد.

توسعه خدمات اجتماعی، فرهنگی و هنری: فراهم کردن فرصت‌های فرهنگی و هنری، مانند نمایشگاه‌ها، کنسرت‌ها و رویدادهای فرهنگی، به غنی‌سازی زندگی اجتماعی و فرهنگی شهروندان کمک می‌کند. ارائه خدمات اجتماعی مناسب، مانند مشاوره، حمایت از خانواده‌ها و برنامه‌های اجتماعی نیز در بهبود کیفیت زندگی و هویت فرهنگی بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

حفظ محیط زیست: توجه به مسائل زیست‌محیطی و اجرای برنامه‌های حفاظت از محیط زیست که شامل مدیریت پسماند، کاهش آلودگی و حفاظت از منابع طبیعی است، دربهبود کیفیت زندگی و سلامت شهروندان نقش مهمی خواهدداشت.

توسعه فناوری‌های نوین: استفاده از فناوری‌های نوین در مدیریت شهری، مانند سیستم‌های هوشمند برای مدیریت ترافیک و خدمات عمومی، می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی شهروندان کمک کند.

اقشار آسیب‌پذیر: برنامه‌ریزی برای حمایت از اقشار آسیب‌پذیر جامعه، از جمله زنان، کودکان و افراد دارای معلولیت، به منظور تضمین دسترسی برابر به خدمات و امکانات، از اهمیت بالایی برخوردار است.

با توجه به داده‌های گردآوری شده توسط محقق که از مشاهدات میدانی از فضاهای گردشگری و فرهنگی شهر سنندج ومصاحبه‌های به عمل آمده در این حوزه، چارچوب‌های مفهومی درنظرگرفته شده دراین پژوهش، تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش کیفی و رویکرد تحلیل محتوا

می‌توان این‌گونه بیان داشت که ابعاد اجتماعی که مترتب بر ارتباط میان گردشگران با جامعه میزبان می‌باشد منجر به بروز مجموعه‌ای از آثار در جامعه مقصد یا میزبان می‌شود که متشکل از؛ جوانب اجتماعی، کلامی، تندرستی، مذهبی و اخلاقی می‌باشد. صنعت گردشگری ضمن حفاظت از آثارباستانی، فرهنگی، تاریخی و اثرات مثبت اقتصادی تبعی آن، در حفاظت از فرهنگ میزبان و افزایش تقاضا برای اجرای نمایش‌ها، رسوم و سنن فرهنگی نیز نقش بسزایی دارد. لذا معرفی و رونق برخی از جلوه‌های فرهنگ، نشر و تبلیغ جلوه‌های حیات معنوی جامعه میزبان منجر به تقویت حس تعلق و هویت محلی می‌گردد.لذا تقویت حس تعلق و هویت محلی در سنندج و سایر شهرها در ارتقای کیفیت زندگی شهروندان و ایجاد جامعه‌ای پایدار، همبسته و مقاوم منجرمی‌گردد که در آن شهروندان احساس مسئولیت و تعلق بیشتری نسبت به محیط و جامعه خود ونهایتاً به هویت فرهنگی خود دارند. این امر به بهبود شرایط، کیفیت زندگی شهروندان و به ایجاد یک جامعه توسعه یافته و مقاوم در برابر چالش‌ها و تغییرات اجتماعی و اقتصادی منجر شود.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

در چند دهه اخیر گسترش و اشاعه روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات، ما شاهد کاربرد گردشگری شهری و جذب کاربران به فضاهای عمومی می‌باشیم. فضاهای شهری همانند تمام محصولات اجتماعی تولید و مصرف می‌شوند و تجربه روابط اجتماعی افراد در این فضاها شکل می‌گیرد. در واقع فضاهای شهری یک فرایند تولیدشده و یک عرصه‌ی تأثیرگذار در زندگی انسان می‌باشد. گردشگران به دنبال تجربه‌های متنوع وجذاب هستند؛ مانند طبیعت زیبا، تاریخ و فرهنگ، آشنایی با فرهنگ محلی(غذا، موسیقی، هنر و دیگرعناصرفرهنگی)، امکانات رفاهی گردشگری(هتل‌های لوکس) وفعالیت‌های تفریحی متنوع هستند. در این پژوهش با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش، سعی ما شناسایی مؤلفه‌های مطرح در انسان‌شناسی از قبیل کارکردهای فضاهای فرهنگی، تعامل فرهنگی، بازآفرینی هویت‌های محلی، آگاهی یافتن درباره مناسبات و مراسمات محلی از منظر آن‌هاست. در این میان نظریه‌های انسان‌شناسان این مؤلفه‌ها مانند مالینوفسکی و استیوارد را در تحلیل و تفسیر داده‌ها مورد توجه قرارداده‌شده است. آن‌چه که سنندج را از سایر شهرهای غربی ایران متمایز می‌کند جمعیت زیادی از اقوام کردنشین که در پایتخت استان کردستان می‌باشند. این امر منجر به شکل‌گیری فرهنگ و زبانی متمایز از سایر شهرهای این منطقه شده و به سنندج یک هویت فرهنگی و اجتماعی خاص می‌بخشد. لذا شهر سنندج می‌تواند یکی از کانون‌های جادب گردشگری به‌حساب آید که شناخت کافی جاذبه‌های تاریخی این شهر می‌تواند علاوه بر جنبه‌های فرهنگی، برنامه‌ریزی‌های گسترش وتوسعه گردشگری را هدفمند نماید. در مقام مقایسه با پژوهش‌های پیشین می‌توان گفت؛ در واقع بر اساس تحقیقات به عمل‌آمده یک همسویی بین پیشینه قبلی و مطالعه حاضر وجود دارد. اما بیشترتحلیل‌ها در مطالعات قبلی در حوزه فضاهای گردشگری، بر روی مفهوم فرهنگ شهری وتأثیر در جذب گردشگری، رابطه گردشگری فرهنگی با فضاهای شهری، هم‌چنین تحول کارکردهای فرهنگی بر تنوع فعالیت‌های فرهنگی بوده است. هم‌چنین اکثر مطالعات قبلی صرفاً به بررسی و ارزیابی تعاملات بین فرهنگی و اهمیت فضاهای گردشگری بسنده کرده‌اند. لازم به ذکر است که در مطالعات پیشین مفهوم هویت در فضاهای گردشگری سنندج کمتر اشاره شده یا فاقد آن می‌باشد. اما این پژوهش، از منظر مردم‌شناسی، کارکردهای فضاهای گردشگری را با رویکردهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و توسعه پایدار به طور جامع ارزیابی می‌کند. هم‌چنین مفهوم هویت اجتماعی را با توجه به مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی در فضاهای گردشگری بیان می‌کند.

در رویکردهای اجتماعی، در مطالعاتی که انجام پذیرفته و براساس چهارچوب مفهومی استفاده شده در این پژوهش، به رابطه میان گردشگران ومردم محلی، ساختار و عملکرد نظام گردشگری و پیامدهای اجتماعی و محیطی گردشگری و تأثیر شهرنشینی گردشگری بر جوامع میزبان می‌پردازد. تعاملات اجتماعی افراد بر اساس منافع، توقعات ونقش‌های معین آنان شکل می‌گیرد. گاهی افراد در جست‌وجوی مکان‌هایی که در آن با افراد دارای خصوصیات مشابه به لحاظ طبقه، مذهب، قوم، الگوی زندگی، تحصیلات و درآمد حضوردارند را بشناسند. در حقیقت پیوندهای اجتماعی، فرهنگی، شغلی و کارکردی وجود دارد. در جریان سالم تبادل فرهنگی توسط گردشگران، با نفوذ در جامعه میزبان و آشناشدن با ویژگی‌های فرهنگی، ورود ارزش‌ها وتعالیم جدید درجامعه میزبان و در پی آشنا شدن با فرهنگ‌های دیگر صورت می‌پذیرد که منجربه تقویت همبستگی، افزایش غرور ومباهات نسبت به فرهنگ خود را موجب می‌شود. از طرفی یکی از کارکردهای مهم اجتماعی–فرهنگی فضاهای شهری گردشگری تحقق وفاق اجتماعی می‌باشد.

در رویکرد فرهنگی فضاهای شهری سنندج، پیشینه تاریخی و فرهنگی شهرجاذبه‌های فراوانی برای گردشگران فرهنگی فراهم نموده‌است. آثار تاریخی، معماری سنتی، موزه‌ها ونمایش‌گاه‌های شهر جاذبه‌های مهم شهری هستند. برگزاری جشنواره‌ها، نمایش‌گاه‌ها، کنسرت‌ها، نمایش‌های تئاتر و سینما و کارگاه‌های هنری و فرهنگی، اجرای موسیقی محلی فرصتی را برای گردشگران ایجاد کرده تا فرهنگ وهنر محلی این شهر را تجربه کنند. غذاهای محلی، سبک زندگی محلی، پیاده‌روی در خیابان‌های تاریخی، بازدیدازبازارهای محلی، شرکت در مراسم و سنت‌های محلی بخشی از تجربه گردشگری فرهنگی این دیار می‌باشد که با ترویج و ارتقاء این جنبه‌ها می‌توان جذب گردشگران فرهنگی را

تسهیل و ترویج داد. به بیانی دیگرفضاهای فرهنگی شهر سنندج انواع مختلفی از کارکردها را دارا می‌باشد. فضاهای فرهنگی شهری می‌توانند به عنوان مکان‌های نمایش و ترویج هویت و ارزش‌های فرهنگی محلی عمل کنند. هم‌چنین به عنوان مکان‌های آموزش و یادگیری برای جامعه محلی از طریق کارگاه‌ها، سخنرانی‌ها، نمایش‌گاه‌ها به ترویج فرهنگ و آموزش هنر و صنایع دستی بپردازند که به عنوان یک منبع برای جذب گردشگران وتوسعه اقتصادی محلی عمل کنند. این فضاها می‌توانند به عنوان مکان‌های بازدید و تفریح برای گردشگران خارجی و داخلی مورد استفاده قرارگیرند. آن فضاها، به عنوان مکان‌های تروج هنر وخلاقیت برای جوانان ونوجوانان محلی ومکان‌های تفریح وتفکر(مکان‌های سبز، کافه‌ها، کتابخانه‌ها و تئاتر) برای شهروندان عمل می‌کنند.

صنعت گردشگری در سنندج دارای کارکردهای متعددی که به توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی این شهر کمک می‌کند. ایجاد اشتغال و درآمدزایی و تشویق سرمایه‌گذاری، حفظ و ترویج فرهگ محلی و حفظ آثار تاریخی، توسعه اجتماعی و توسعه زیست‌محیطی، آموزش و توانمندسازی با ارتقاء مهارت‌ها و افزایش آگاهی عمومی، ترویج و بازاریابی و تقویت اقتصاد محلی می‌باشد. هرچند که متاسفانه با مطالعات انجام گرفته هم افراد بومی و هم مسافران وگردشگران بیان می‌داشتند که آنطور که لایق و شاسیته مردم این دیار تاریخی می‌باشد صنعت گردشگری و توریسم پیشرفتی نداشته و مستولان صنعت گردشگری را در اولویت برنامه‌های خود قرارنداده‌اند. در حالی‌که صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان یک عامل کلیدی در توسعه چندجانبه سنندج عمل کرده و به بهبود کیفیت زندگی ساکنان و جذب گردشگر کمک کند. نتایج بیان می‌دارد که آموزش و آگاهی به مردم درباره فضاهای شهری سنندج به بهبود کیفیت زندگی، ارتقای حس تعلق و مشارکت اجتماعی نهایتاً به ایجاد جامعه‌ای همبسته و مقاوم منجر می‌شود. توسعه فرهنگ استفاده از فضاهای عمومی در مورد حفظ نظافت، احترام به دیگران و استفاده بهینه از امکانات موجود وتوسعه مهارت‌های اجتماعی و ارتباطی برای تعامل مؤثر با دیگران و نهادهای محلی ضروری می‌باشد. آموزش در زمینه مسائل زیست‌محیطی در کاهش آلودگی و بهبود کیفیت زندگی وترویج فعالیت‌های فرهنگی و هنری در غنی‌سازی زندگی اجتماعی و فرهنگی شهروندان بسیار مهم است. هم‌چنین توانمندسازی زنان در صنعت گردشگری سنندج می‌تواند نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی این شهر ایفا کند که به بهبود وضعیت اقتصادی آنان، و هم به توسعه پایدار و تقویت جوامع محلی منجر می‌شود. این تغییرات در موضوع گردشگری شهری سبب غنی‌ترشدن وحرکت آن به سوی معیارهای پایداری گردیده است. در نهایت می‌توان بیان داشت که فضاهای گردشگری شهری و فضاهای فرهنگی این شهر به عنوان منابع ارزشمند فرهنگی وتاریخی، نه تنها نقش مهمی در جذب گردشگران و تقویت اقتصاد محلی دارند، بلکه با تقویت هویت فرهنگی وارتقای تعاملات اجتماعی به بهبود کیفیت زندگی شهروندان وتوسعه پایدارشهری کمک می‌کنند. این فضاها از طریق حفظ و ترویج میراث فرهنگی، به تقویت حس تعلق و هویت محلی در جامعه کمک کرده و پایداری فرهنگی و اجتماعی را در شهر تضمین کنند. ولیکن با توجه به فرهنگ غنی، طبیعت بسیارچشم‌نواز، احترام ومهمان‌نوازی مردمان این دیار، آن‌چه که توسط مسئولین ومدیران مربوطه بیان شده با واقعیت ومصاحبه‌های صورت گرفته بسیار فاصله دارد. عدم توسعه یافتگی که به وضوح مشهود است باید با سیاست‌گذاری درست، مناسب و درخور این شهر زمینه‌های جذب گردشگر فراهم گردد. . سنندج می‌تواند مانند سایر شهرهای ایران با حمایت مسئولین و توجه بیشتر دولت به یک قطب گردشگری تبدیل شود واز فرصت‌های مرزی استفاده گردد تا در رفاه مردم این دیار نیز مؤثرواقع گردد.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تامین شد.

مشارکت نویسندگان

مقاله محصول مشارکت مشترک نویسندگان است.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع

اسکیدمور، ویلیام (۱۳۷۲). *تفکر نظری در جامعه‌شناسی*. ترجمهٔ جمع مترجمان، تهران: انتشارات سفیر.

برت، پاتریک (۱۳۸۹). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*. ترجمهٔ محمد خانی، تهران: رخداد نو.

بیابانی، غلام‌حسین (۱۳۹۴). گردشگری روستایی و جذب گردشگر به‌مثابه رکن توسعه پایدار: رویکرد مردم‌شناختی. *فصلنامه تخصصی پژوهش‌گاه میراث فرهنگی گردشگری*، ۲ (۳)، ۹۳-۱۱۲.

بیتس، دانیل و پلاگ، فرد (۱۳۷۵). *انسان‌شناسی فرهنگی*. ترجمهٔ محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

تولایی، سیمین (۱۳۸۶). *مروری بر صنعت گردشگری*. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت معلم.

حبیب، فرح؛ حسینی‌نیا، مهدیه (۱۳۹۱). تحلیلی بر مفهوم فرهنگ شهری و تأثیر آن در جذب گردشگر فرهنگی. *هویت شهر*، ۷ (۱۴)، ۵-۱۶.

روح‌الامینی، محمود (۱۳۷۲). *زمینه فرهنگ‌شناسی، پویایی و پذیرش*. تهران: انتشارات عطار.

روستاخیز، بهروز؛ آذرشب، عطیه؛ نرسیسیانس، امیلیا (۱۳۹۸). دلالت‌های معنایی مصرف قلیان بین زنان بلوچ (مطالعه‌ای کیفی در روستای دامن شهرستان ایرانشهر). *زن در توسعه و سیاست*، ۱۷(۲)،۳۰۱-۲۷۹.

رهنمایی، محمدتقی؛ عباس‌زاده، مهدی (۱۳۹۰). تحول کارکردهای فرهنگی فضاهای شهری تهران. *فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی*، ۱ (۳)، ۷۷-۸۸.

ریتزر، جورج (۱۳۸۹). *نظریه‌های معاصر در جامعه‌شناسی*. ترجمهٔ محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

سالنامه آماری استان کردستان (۱۳۷۸). انتشارات سازمان برنامه و بودجه استان کردستان.

صداقت رستمی، کبریا (۱۴۰۱). *فضاهای کوچک شهری موفق (چارچوب مفهومی مبتنی بر زمینه فرهنگی)*. تهران: انتشارات شهرسازی.

عبدالهی، راشین و همکاران (۱۳۹۷). بررسی تأثیر فضای عمومی شهری بر ابعاد رفاه اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان شهر تهران). *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۹ (۳۷)، ۵۸-۲۸.

عسگری‌خانقاه، اصغر (۱۳۹۱). *مردم‌شناسی(روش، بینش، تجربه)*. تهران: نشر علم.

عمید، حسن (۱۳۸۰). *فرهنگ فارسی عمید*. تهران: امیرکبیر.

فکوهی، ناصر (۱۳۸۱). *تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی*. تهران: نشر نی.

کاظمی، مهدی (۱۳۸۶). *مدیریت گردشگری*. تهران: انتشارات سمت.

کوپر کریس و همکاران (۱۳۸۰). *اصول و مبانی جهانگردی*. ترجمه اکبرغم‌خوار، تهران: انتشارات فراماد.

لینچ، کوین (۱۳۸۸). *تئوری شکل خوب شهر*. ترجمه حسین بحرینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

مالینوفسکی، برانیسلاو (۱۳۸۹). *سه گزارش از زندگی اجتماعی مردم بدوی (ابتدایی)*. ترجمه اصغر عسگری خانقاه، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی .

مالینوفسکی، برونیسلاو (۱۳۸۳). *نظریهٔ علمی فرهنگ*. ترجمهٔ منوچهر فرهومند، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.

مرکز آمار ایران (۱۳۷۷). سرشماری عمومی نفوس و مسکن. نتایج تفصیلی شهرستان سنندج.

مور، جری دی (۱۳۹۱). *زندگی و اندیشه بزرگان انسان‌شناسی*. ترجمه هوشنگ آقابیگ‌پوری و جعفر احمدی، تهران: نشر دالاهو.

میرزایی، خلیل (۱۳۹۳). *شیوه‌های عملی مقاله‌نویسی*. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

میرگذارلنگرودی، پروین (۱۳۹۷). *هویت و فرهنگ در فضای شهری: تبیین شاخصه‌های هویت‌بخش شهری در فضاهای فرهنگی-هنری چالوس*. تهران: گوهردانش، چاپ اول.

نجارزاده، محمد؛ باقری‌قره‌بلاغ، هوشمند؛ عین‌علی، محسن (۱۴۰۰). تأملی بر راهبردهای بازاریابی پساکرونا در صنعت گردشگری و هتل‌داری جهان، مطالعه مروری. *نشریه گردشگری و توسعه*، ۱۰ (۲)، ۱-۹.

هایلر بروس، گریفن تونی، ادورادز دبورا (۱۴۰۰). *فضاهای شهری- مکان‌های گردشگری، قلمروهای گردشگری شهری*. ترجمه مژگان ثابت تیموری، حسین مبینی، علی علیزاده زوارم، مشهد: انتشارات جهاددانشگاهی.

References

Abdollahi, Rashin, and colleagues (2018). Examining the Impact of Urban Public Space on Dimensions of Social Welfare (Case Study: Citizens of Tehran), Welfare and Social Development Planning, Volume 9, Issue 37, 58-28. [in Persian].

Anyu Liu, Yoo Ri Kim, Haiyan Song (2022), Toward an accurate assessment of tourism economic impact: A systematic literature review., Elsevier, Annals of Tourism Research Empirical Insights, https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100054.

Asgari Khaneqah, Asghar (2012). Anthropology (Method, Insight, Experience), Tehran: Scientific Publishing. [in Persian].

Beats, Daniel and Fred Plag (1996). Cultural Anthropology, translated by Mohsen Salathi, Tehran: Scientific Publications. [in Persian].

Bert, Patrick (2010). Sociological Theories, translated by Mohammad Khani, Tehran: Rokhdad No. [in Persian].

Biyabani, Gholam Hossein (2015). Rural Tourism and Attracting Tourists as a Pillar of Sustainable Development: An Anthropological Approach, Journal of Cultural Heritage and Tourism Research Institute, First Period, Year 2, Issue 4. [in Persian].

Christos Amoiradis a., Efstathios Velissariou and Mariya Stankova (2024), Analysis of Tourism as a Socio-Cultural Phenomenon: Present and Future Consequences, Recent Research Advances in Arts and Social Studies Vol. 9, https://www.researchgate.net/publication/380829324.

Cooper, C. Fletcher, J, Gilbert, D, and Wanhill, S. (2000) Tourism Principles &Practice, Long man.

Cooper Chris and colleagues (2001). Principles and Foundations of Tourism, translated by Akbar Ghamkhvar, Tehran: Faramad Publications. [in Persian].

Firth, Raymond (1988), Malinowski in the History of Social Anthropology. In Malinowski between Two World: The Polish Roots of an Anthropoloical Tradition. R. Ellen, E.G. Kubia, and J. Mucha, Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

Jaime Jover,. María Barrero-Rescalvo(2024), When tourism disrupts it all: An approach to the landscapes of touristification, Journal of Urban Affairs Volume 46, Pages 1161-1179.

John Ebejera, Andrew Smithb, Nancy Stevensonb and Robert Maitlandb, (2019). The Tourist Experience of Heritage Urban Spaces: Valletta as a Case Study. TOURISM PLANNING & DEVELOPMENT https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1683886.

Haile, A. (2017). Sustainable Tourism Assessment Peace Through Commerce; Tourism and Development in Erittea, 1St edition, Ehtiopia.

Habib, Farah, Hosseini Nia, Mahdieh (2012). An Analysis of the Concept of Urban Culture and Its Impact on Attracting Cultural Tourists, Journal of City Identity, Year 7, Issue 14. [in Persian].

Heiler Bruce, Griffin Tony, Edwards Deborah (2021). Urban Spaces - Tourist Places, Urban Tourism Territories, translated by Mojgan Sabat Taimouri, Hossein Mobini, Ali Alizadeh Zavar, Mashhad: Jihad University Publications. [in Persian].

Ibon Aranburu 1, *, Beatriz Plaza 2 and Marisol Esteban, (2016). Sustainable Cultural Tourism in Urban Destinations: Does Space Matter? Sustainability, 8, 699.

John Ebejera, Andrew Smithb, Nancy Stevensonb and Robert Maitlandb, (2019). The Tourist Experience of Heritage Urban Spaces: Valletta as a Case Study. TOURISM PLANNING & DEVELOPMENT https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1683886.

Kazemi, Mehdi (2007). Tourism Management, Tehran: Samt Publications, Second Edition. [in Persian].

Luis Encalada-Abarca, Carlos C. Ferreira, Jorge Rocha(2024), Revisiting city tourism in the longer run: an exploratory analysis based on LBSN data , Current Issues in Tourism Volume 27- Issue 4, Pages 584-599.

KOENS, KO ; MILANO, CLAUDIO(2023), URBAN TOURISM STUDIES: A TRANSVERSAL RESEARCH AGENDA, Cognizant Communication Corporation, MS 23 059 Tourism, Culture & Communication e-publication,. https://doi.org/10.3727/109830423X16999785101653.

Lynch, Kevin (2009). The Theory of Good City Form, translated by Hossein Bahraini, Tehran: Tehran University Publications. [in Persian].

Malinowski, Bronislaw (2010). Three Reports on the Social Life of Primitive People, translated by Asghar Asgari Khaneqah, Tehran: Scientific and Cultural Publishing Company. [in Persian]

Malinowski, Bronislaw (2004). The Scientific Theory of Culture, translated by Manouchehr Farahmand, Tehran: Cultural Research Office. [in Persian]

Mehta, V. (2019). The Main Sample Street as a Social Public Space, translated by Fardin Ali Khah and Shahrzad Farzin Pak, Tehran: Tehran Beautification Organization Publications. [in Persian]

Mirgozar Langroudi, Parvin (2018). Identity and Culture in Urban Space; Explanation of Urban Identity Features in Cultural-Artistic Spaces of Chalus, Tehran: Gohardasht Publications, First Edition. [in Persian]

Mirzaei, Khalil (2014). Practical Methods of Article Writing, Tehran: Sociologists Publications. [in Persian]

Moore, Jerry D. (2012). Life and Thoughts of Great Anthropologists, translated by Hoshang Aghabigpour and Jafar Ahmadi, Tehran: Dalahoo Publishing. [in Persian]

Najarzadeh, Mohammad, Bagheri Qareh Balagh, Houshmand, Ein Ali, Mohsen (2021). Reflection on Post-Corona Marketing Strategies in the Global Tourism and Hospitality Industry; A Review Study, Journal of Tourism and Development. [in Persian]

Nuria Galı ´-Espelt. (2012). Identifying cultural tourism: a theoretical methodological proposal. Journal of Heritage Tourism Vol. 7, No. 1, February, 45–58.

Omid, Hassan (2001). Omid Persian Dictionary, Tehran: Amir Kabir. Fakouhi, Nasser (2002). History of Thought and Theories in Anthropology, Tehran: Ney Publishing, First Edition. [in Persian]

Rahmani, Mohammad Taghi, Abbaszadeh, Mehdi (2011). Transformation of Cultural Functions of Urban Spaces in Tehran, Quarterly Journal of Iranian-Islamic City Studies, Issue 3. [in Persian]

Ritzer, George (2010). Contemporary Theories in Sociology, translated by Mohsen Salathi, Tehran: Scientific. [in Persian]

Rouh-al-Amini, Mahmoud (1993). The Context of Cultural Studies, Dynamics and Acceptance, Third Edition, Tehran: Attar Publications. [in Persian]

Roustakhiz, Behrouz, Azarshab, Atieh, and Narsisian, Emilia (2019). The Meaning Implications of Hookah Consumption among Baluch Women (A Qualitative Study in the Village of Daman, Iranshahr County), Women in Development and Politics, 17(2), 301-279. [in Persian]

Sadaqat Rostami, Kobra (2022). Successful Small Urban Spaces (A Conceptual Framework Based on Cultural Context), Tehran: Urban Planning Publications, First Edition. [in Persian]

Skidmore, William (1993). Theoretical Thinking in Sociology, translated by a group of translators, Tehran: Safir.

Statistical Yearbook of Kurdistan Province (1999), Publications of the Kurdistan Province Planning and Budget Organization. [in Persian]

Statistical Center of Iran (1998). General Population and Housing Census, Detailed Results of Sanandaj County. [in Persian]

Talayi, Simin (2007). An Overview of the Tourism Industry, Tehran: Tarbiat Moalem University, First Edition. [in Persian].