

نقش فعالیت‌های گردشگری در توسعه خدمات فرهنگی اکوسیستم‌های شهری (مطالعه موردی: منطقه ۳ شهر اصفهان)

نازنین تبریزی* - استادیار گروه جهانگردی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
محمدحسن زال - استادیار گروه جهانگردی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
ملیکا جعفرپیشه - کارشناس ارشد گروه جهانگردی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

تأیید مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۰۷

پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۵/۰۵

چکیده

خدمات فرهنگی اکوسیستم، مزایایی غیرمادی است که انسان از ارتباط با محیط به دست می‌آورد؛ بدین گونه که انسان ابتدا براساس فرهنگ خود محیط را درک و سپس مزایای مذکور را از آن دریافت می‌کند، اما در حال حاضر به دلیل توسعه سریع، نامناسب و کمتر برنامه‌ریزی شده، در بیشتر شهرهای کشور از جمله اصفهان، خدمات فرهنگی دریافتی مردم در معرض خطر قرار دارد. از آنجا که گردشگری یکی از فعالیت‌های مؤثر بر فرهنگ، مزایا و خدمات آن است، هدف پژوهش حاضر تعیین میزان تأثیرگذاری عملکرد و فعالیت‌های گردشگری بر توسعه خدمات فرهنگی اکوسیستم (CES) در منطقه تاریخی شهر اصفهان (منطقه ۳) است. داده‌های استفاده شده از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) جمع‌آوری و برای تحلیل داده‌ها از روش معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزار LISREL استفاده شده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که در مجموع، فعالیت‌های گردشگری در توسعه CES در منطقه ۳ شهر اصفهان نقش مؤثری داشته است؛ البته این تأثیر در ابعاد مختلف یکسان نیست و مؤلفه‌های خدمات فرهنگی اکوسیستم (CES) یعنی حس مکان، تنوع فرهنگی، روابط اجتماعی، ارزش‌های زیباشناختی و سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی با درجات متفاوت متأثر از فعالیت‌ها و فرایندهای گردشگری هستند. در میان شاخص‌های نامبرده، قوی‌ترین تأثیرپذیری به مؤلفه ارزش‌های زیباشناختی و ضعیف‌ترین تأثیرپذیری به مؤلفه سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی تعلق دارد.

واژه‌های کلیدی: توسعه، خدمات فرهنگی اکوسیستم، شهر، گردشگری، منطقه ۳ اصفهان.

مقدمه

شهر مانند هر اکوسیستم پیچیده دیگر خدمات خاصی برای شهروندان فراهم می‌کند. اکوسیستم‌های شهری خدمات متفاوتی مانند کنترل هوا (تنظیم گاز)، کاهش سر و صدا (تنظیم اختلال)، زهکشی آب باران (تنظیم آب)، تصفیه فاضلاب (ضایعات)، تولید غذا، کنترل فرسایش و همچنین تفریح، سرگرمی و ارزش‌های فرهنگی را به شهروندان ارائه می‌کنند، اما با وجود نقش و اهمیت فراوان خدمات فرهنگی در زندگی انسان‌ها، کمتر به این مقوله در محدوده شهرها توجه شده است (La rosa et al., 2015, 2; Bolund and Hunhammar, 1999, 293). خدمات فرهنگی اکوسیستم (CES)^۱ مزایایی غیرمادی است که مردم از محیط به‌دست می‌آورند و شامل زیباشناختی، هویت فرهنگی، روابط اجتماعی، حس مکان، سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی و غیره است (Alcamo et al., 2003: 58). خدمات فرهنگی اکوسیستم به‌طور مستقیم با سلامت و رفاه انسان در ارتباط است؛ به‌طوری‌که از آن به‌عنوان عامل تقویت رفاه و سلامت انسان از طریق فرایندهای غیرفیزیکی (مانند ذهن یا فرهنگ) یاد شده و از ارتباط چندوجهی بین مردم و محیط زندگی آن‌ها به وجود می‌آید (Andersson et al., 2015). یکی از عواملی که رابطه انسان با محیط را تعریف کرده و بر خدمات فرهنگی دریافتی انسان از محیط تأثیر می‌گذارد، فرهنگ انسان است (Mooney et al., 2005: 46).

مردم به‌کمک فرهنگ خود، محیط را درک می‌کنند (Gatzweiler and Hagedorn, 2013: 336)؛ بنابراین هرگونه تغییر در فرهنگ، بر میزان دریافت خدمات فرهنگی اکوسیستم تأثیر می‌گذارد (UK NEA, 2011)؛ به‌گونه‌ای که با کاهش تعاملات فرهنگی میان مردم و محیط زندگی آن‌ها، هویت جمعی از دست می‌رود و به اختلالات فرهنگی و خلق اجتماع منزوی منجر می‌شود. همچنین فرصت لذت‌بردن از ویژگی‌های زیباشناختی و مزایای طبیعی و فرهنگی محیط محدود می‌شود و این موضوع آثاری منفی بر سلامت جسم و روح شهروندان خواهد داشت. این فرایند درنهایت به کاهش خدمات فرهنگی دریافتی از محیط منجر می‌شود و متعاقباً هزینه‌های بسیاری برای درمان بیماری‌ها، مشکلات زیست‌محیطی و مبارزه با جرائم به همراه خواهد داشت (Rudolf de Groot et al., 2006: 473). با توجه به اهمیت فرهنگ در میزان دریافت CES، حفاظت و استفاده پایدار از منابع فرهنگی ضروری است. از آنجا که میان فرهنگ و گردشگری رابطه پایداری وجود دارد (وای‌گی و سولا، ۱۳۹۰: ۳۰۳) و گردشگری وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف متنوع فرهنگی است (اینسکیپ، ۱۳۹۵: ۳۳) می‌توان با فعالیت‌های گردشگری در محیط‌های انسانی از جمله شهرها، خدمات فرهنگی را توسعه داد. امروزه توسعه سریع، نامناسب و کمتر برنامه‌ریزی‌شده در بیشتر شهرهای کشور از جمله اصفهان، که یکی از شهرهای مهم گردشگری کشور است، پیامدهای منفی عدیده‌ای به‌همراه دارد (زنگی‌آبادی و تبریزی، ۱۳۸۶: ۴۵). به‌علاوه عصر سرمایه‌داری و فرایند مدرنیزاسیون، در پیدایش پیامدهای منفی در این شهر بی‌تأثیر نبوده است. همچنین فرهنگ ناب اصفهان مفهومی نیست که بتوان آن را به‌راحتی در محدوده شهر مشاهده کرد؛ بنابراین همان‌طور که در ابتدای مبحث نیز ذکر شد، بررسی نقش گردشگری یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی شهر اصفهان در توسعه و رونق CES است که ضرورت و اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا چگونگی این ارتباط، در خلق ناهنجاری یا رونق فرهنگی شهر نقش تعیین‌کننده‌ای برعهده خواهد داشت؛ از این‌رو پژوهش حاضر درصدد پاسخگویی

به این پرسش است که آیا فعالیت‌های گردشگری موجب رونق و توسعه CES و مؤلفه‌های آن در منطقه ۳ (منطقه تاریخی و گردشگری) اصفهان شده است.

مبانی نظری

اکوسیستم شهری و خدمات مرتبط با آن

شناخت شهرها به‌عنوان اکوسیستم مبحث گسترده‌ای است (Chen and fath, 2014: 139; Chen, 2015: 1). اکوسیستم شهری از تعامل میان سیستم اجتماعی یعنی انسان‌ها و عناصر حاصل از سایر فرایندهای اکوسیستم مانند جریان انرژی، اطلاعات و مواد شکل می‌گیرد (Dover, 2018: 3). به عبارت دیگر اکوسیستم شهری ترکیب پیچیده‌ای از سیستم‌های زیستی طبیعی و مصنوعی است (Dizdaroglu, 2015: 119). این اکوسیستم بر پایه انسان و متأثر از تعاملات پیچیده میان اجزای سازنده، تنظیم‌کننده و نوع مکانیسمی است که فرایندهای اجتماعی و زیست‌محیطی را شکل می‌دهد (Bai, 2016: 2). همچنین اکوسیستم شهری، سیستم پیچیده‌ای از زیرسیستم‌های اجتماعی، اقتصادی و طبیعی است (Shi and Yang, 2014: 445) که ارتباط مستقیمی با سلامت عمومی و کیفیت زندگی ساکنان شهری دارد (United Nations Conference and Sustainable Urban Development, 2015: 2)؛ بنابراین رابطه‌ای چندوجهی با سلامت انسان دارد و در رفاه اجتماعی، فیزیکی و ذهنی شهروندان نقش مهمی ایفا می‌کند (EEA, 2010: 91). بدین‌گونه که با تأثیرگذاری بر کیفیت احساسات (Papa and Rosas, 2015) و میزان رضایتمندی (Kamp et al., 2003)، سلامتی آنان را تضمین می‌کند (Keles, 2012). از سوی دیگر اکوسیستم شهری با توجه به منابع و ویژگی‌های ساختاری خود، مجموعه خدماتی را برای شهروندان فراهم می‌کند که خدمات اکوسیستم شهری نامیده می‌شود. خدمات اکوسیستم در محیط‌های شهری در دهه‌های اخیر مدنظر بسیاری از برنامه‌ریزان واقع شده است. این خدمات حاصل تعامل انسان با محیط‌زیست است و به‌کمک بخش‌های مرتبط، فرایندهای اکولوژیکی را به رفاه انسان مرتبط می‌کند. این خدمات به چهار دسته تقسیم می‌شوند:

- خدمات پشتیبانی (تنوع زیستی و چرخش آب و غیره)؛
- خدمات تولیدی (فراهم کردن غذا و امکانات بهداشتی و غیره)؛
- خدمات تنظیمی (تصفیه آب، تنظیم اقلیم محلی و جهانی و غیره)؛
- خدمات فرهنگی (CES) (Luederitz et al., 2015).

خدمات فرهنگی اکوسیستم (CES)

ارزیابی اکوسیستم هزاره، CES را این‌گونه تعریف می‌کند: مزایایی غیرمادی که مردم از اکوسیستم پیرامون خود به‌دست می‌آورند که از جمله می‌توان به غنی‌سازی معنوی، توسعه شناخت و تجربه زیباشناختی، تنوع فرهنگی، ارزش‌های معنوی و مذهبی، سیستم آموزشی و دانش، الهامات، روابط اجتماعی، حس مکان، میراث فرهنگی، تفریح و اکوتوریسم اشاره کرد. (MEA, 2005). این خدمات ناملموس است و ویژگی‌های متفاوتی با سایر خدمات اکوسیستم دارد (Milcu et al., 2013)؛ زیرا براساس درک افراد از اکوسیستم ایجاد می‌شود، نه به‌دلیل ماهیت خود اکوسیستم (Dickinson and Hobbs, 2017: 183)؛ بنابراین ارتباط تنگاتنگی با سیستم ارزشی انسان‌ها دارند (Nahuellaul et al., 2014: 90)؛

(Dickinson and Hobbs, 2017: 180) و کاملاً به ویژگی‌های افراد وابسته هستند (Willcock et al, 2017: 1)؛ بنابراین می‌توان اذعان کرد که CES در مکان، تجربه و مصرف شده است (Zwierzchowska et al., 2018) و از رابطه میان محیط و افراد تولید می‌شود (Vaz and Santos, 2018: 168).

مزایای خدمات فرهنگی اکوسیستم به کیفیت فرهنگ افراد بستگی دارد؛ یعنی چگونگی درک آن‌ها از اطلاعات فراهم‌شده به کمک ساختار و عملکرد اکوسیستم (Pleasant et al., 2014: 1). میزان برخورداری از این خدمات در زمینه‌های فرهنگی یک فرد ریشه دارد و به‌طور مستقیم به رفاه انسان منجر می‌شود (Baulcom et al., 2015: 1)، از جمله می‌توان به نتایجی مانند کاهش استرس، بهبود تمرکز، توانایی شناختی، بهبود فرصت‌ها برای فعالیت‌های فیزیکی و بهبود سلامت اجتماعی اشاره کرد (Rall et al., 2017). در واقع CES سلامت روان، رفاه انسانی، کیفیت زندگی، روابط اجتماعی، امنیت و آزادی در انتخاب فعالیت‌ها را ارتقا می‌دهد (Dickinson and Hobbs, 2017: 180). در ادامه به‌منظور شناسایی بهتر ابعاد خدمات فرهنگی اکوسیستم‌های شهری به بررسی مؤلفه‌های پنج‌گانه آن پرداخته می‌شود:

حس مکان و الهامات

حس مکان مفهومی گسترده است (Newell and Canessa, 2018) که در دهه‌های اخیر گسترش یافته است (Lengen and Kistemann, 2012: 1162). براساس نظر استرمان، حس مکان در واقع معنای مکان براساس تجربه، روابط اجتماعی، احساسات و افکار است (Chapin and Knapp, 2015: 2). مکان‌ها انتزاعی و مفهومی نیستند، بلکه به فعالیت ساکنانشان وابسته هستند و به‌طور مستقیم با زندگی و احساساتی که در آن‌ها رخ می‌دهد، تجربه می‌شوند؛ بنابراین تنها با حضور در مکان می‌توان آن‌ها را به‌درستی درک کرد. این حس با تجربه شخصی هر فرد و به صورتی متفاوت به‌دست می‌آید؛ به‌گونه‌ای که ابتدا یک مکان با توجه به میزان اهمیت آن برای افراد قابل‌درک می‌شود، سپس با تفسیر تجربه از مکان معنادار می‌شود و در آخر حس مکان شکل می‌گیرد (Mc Cunn and Gifford, 2017: 2). در واقع حس مکان به‌عنوان مجموعه‌ای از معانی، اعتقادات، نمادها، ارزش‌ها و احساسات در ارتباط با مکانی خاص در نظر گرفته و به‌طور مستمر از سوی افراد بازسازی می‌شود. باید توجه داشت که فرهنگ، مذهب و تاریخچه زندگی افراد در چگونگی شکل‌گیری این حس مؤثر است (Anacio et al., 2016: 108; Convery et al., 2014: 1).

تنوع فرهنگی

تنوع فرهنگی از راه‌های گوناگونی تفسیر می‌شود. تنوع فرهنگی اغلب به‌عنوان تنوع گروه انسانی، جوامع یا فرهنگ‌ها در منطقه‌ای خاص یا آمیزه‌ای از افراد و گروه‌ها با ویژگی‌ها، ارزش‌ها، اعتقادات، فرهنگ‌ها و سنت‌ها، نژاد، قومیت، ملیت، دین یا زبان متفاوت در نظر گرفته می‌شود (Karout, 2013: 173; Reisinger, 2009: 32). البته تنها عقاید و باورها نیست که در فرهنگ‌های گوناگون متفاوت است، بلکه گوناگونی رفتار انسان نیز درخور توجه است. در فرهنگ‌های مختلف، تفاوت زیادی میان رفتارها وجود دارد. در واقع تفاوت‌های رفتاری جنبه‌هایی از تفاوت‌های وسیع فرهنگی است که موجب تمیز و تشخیص جوامع از یکدیگر می‌شود (گیدنز و بردسال، ۱۳۹۶: ۴۲). منظور از «تنوع» در این مبحث، تنها

شامل بحث‌های نژادی، قومی و هویت‌های جنسیتی نیست، بلکه شاخص‌هایی مانند گرایش نسلی، طبقه اجتماعی، توانایی فیزیکی، خانواده، مذهب، مهارت، سیاست و سایر وابستگی‌ها را نیز دربرمی‌گیرد (Mazur, 2010: 6).

روابط اجتماعی

وجود ما در نهاد دیگران است (نقیه، ۱۳۹۴: ۲۷). انسان ماهیتاً باید در اجتماع زندگی کند. روابط اجتماعی نیز نقطه پیوند او با جامعه است (چراغی و کوتیانی، ۱۳۸۸: ۱۱۲). درواقع رابطه اجتماعی به اثر متقابل اجتماعی میان دو یا چند نفر اطلاق می‌شود که فرصت تعامل اجتماعی با معنا میان افراد و گروه‌ها را افزایش می‌دهد (Serje, Hanson, 2014; 2017). اصطلاح رابطه اجتماعی برای ترسیم شرایطی به کار می‌رود که دو یا چند نفر در رفتاری مشارکت دارند که در چارچوب آن، هر فرد رفتار دیگری را به طور معناداری به حساب می‌آورد و در نتیجه، رفتار مذکور بر همین اساس جهت می‌یابد. رابطه اجتماعی از طریق رضایت متقابل مورد توافق قرار می‌گیرد (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۵)؛ بنابراین هنگامی که نظام کنش افراد مختلف در مقایسه با یکدیگر جهت داده شود؛ به طوری که معنادار باشد و با آگاهی صورت گیرد، روابط اجتماعی خوانده می‌شود (حاتمی، ۱۳۹۶: ۲۵۵).

ارزش‌های زیباشناختی و معنوی

زیباشناختی معانی مختلفی دارد که برگرفته از تجارب حسی متفاوت در ارتباط با مفاهیمی مانند فرم، بیان، نمادگرایی، تصویر و احساسات است (Nuttavuthisit, 2014: 432). از سوی دیگر، زیبایی‌شناختی به ارزش‌های هماهنگی شامل انسجام (مجموعه‌ای از عناصر منسجم که در ویژگی‌هایی از قبیل وزن و تناسب دارند)، تناسب (جنبه‌ای از ارتباط میان دو یا چند ترکیب که از نظر بصری مشابهند)، یکپارچگی داخلی (از بین بردن تضاد ترکیبات مصنوعی و کاهش تضاد در عناصر متنوع) و یکپارچگی کیهانی وابسته است (Mokhtar, 2007: 51). براساس مطالعات زیبایی‌شناختی می‌توان اذعان داشت که حواس، دانش و تجربه در سیستم عصبی انسان مطلوبیت را مشخص می‌کنند. درواقع اطلاعات برآمده از حواس در مغز تعبیر می‌شود و احساسات، تجربه و هنر را مدیریت می‌کند (Xenakis et al., 2012: 216). درنهایت می‌توان گفت انسان مزایایی از زیبایی به دست می‌آورد که این مزایا، ارزش‌های زندگی از قبیل شادی، آرامش و الهام‌بخشی و کیفیت زندگی را ارتقا می‌بخشد (Cooper et al., 2016: 220).

سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی

درک انسان از محیط به اطلاعاتی وابسته است که از طریق حواس دریافت می‌کند و دانش امکان تفسیر آن‌ها را فراهم می‌کند. عملکرد و رفتار انسان در گرو دانشی است که با تمرین، یادگیری و تجربه و همچنین گیرنده حسی و سیستم بدنی به دست می‌آید (Hunt, 2003: 101). دانش به طور معمول به باوری که تصحیح شده است اشاره می‌کند (Stefance, 2011). امروزه می‌توان اذعان داشت که سیستم دانش خط مقدم مفهوم شهروندشدن است (Merrifield, 2001: 5)؛ زیرا شهروندان باید بدانند چطور رفتار کنند تا به هدف والای جامعه برسند؛ بنابراین شهروندان برای تعامل با یکدیگر به راهنمایی نیاز دارند که همان سیستم ارزشی آموزش شهروندی است.

گردشگری و CES

صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و روبه‌رشدترین صنایع جهان است (Mao, 2015; Slavov, 2015: 57). براساس تعریف سازمان جهانی گردشگری^۱، گردشگری پدیده‌ای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است که با جابه‌جایی مردم به مکانی خارج از محل زندگی‌شان ارتباط دارد (Cristina Schander De Almeida et al., 2016: 208). گردشگری در واقع یک رویداد بزرگ اجتماعی و فرهنگی است (Tangit, et al., 2014: 3) که می‌تواند تأثیرات متفاوتی مانند تغییر در ارزش‌ها، رفتار افراد، روابط زندگی جمعی، سبک زندگی، سطوح امنیت و رفتار اخلاقی، جشن‌های سنتی و سازمان‌دهی در جوامع را به دنبال داشته باشد. این تأثیرات، مثبت و در راستای افزایش غرور در جامعه میزبان است (Sharply, 2014: 3; Tangit, et al., 2014; Hillman, 2016: 21). پژوهش‌ها نشان می‌دهد، ارتباط و تعامل میان افراد با زمینه‌های فرهنگی متفاوت می‌تواند بر فرهنگ آن‌ها تأثیر بگذارد (Shahzalal, 2016; Grizinik and Vodeb, 2015); بنابراین گردشگری می‌تواند با تغییر دادن فرهنگ، در نهایت میزان دریافت CES را تغییر دهد (Dickinson and Hobbs, 2017: 183). البته باید خاطرنشان کرد که این موضوع با سیستم ارزشی هر فرد ارتباطی نزدیک دارد (Gatzweiler, 2012; and Hagedorn, 2013; Tengberg et al., 2012). زیرا این خدمات محصول درک مستقیم افراد از محیط است (Rudolf de Groot et al., 2006: 458). با مشخص شدن اهمیت فرهنگ در دریافت خدمات فرهنگی اکوسیستم از محیط، محافظت از فرهنگ ضرورت می‌یابد و از آنجا که میان فرهنگ و گردشگری رابطه سودمند متقابلی وجود دارد، می‌توان محافظت از فرهنگ و توسعه آن را تضمین کرد (OECD, 2009: 17); زیرا گردشگری با افزایش آگاهی و افتخار به تمدن و تاریخ می‌تواند به محافظت و توسعه فرهنگ جوامع کمک کند (Engelhardt, 2005) و نقش مهمی در غنی‌سازی فرهنگی داشته باشد (Anstrand, 2006: 9). به عبارت دیگر، با تأثیرات مثبت فرهنگی و اجتماعی گردشگری در محیط مانند افزایش حمایت از فرهنگ سنتی، نشان دادن هویت قومی، افزایش فرصت‌های اجتماعی (وای‌گی و سولا، ۱۳۹۰)، تجدید افتخارات فرهنگی، توجه به سبک معماری بومی و تشویق به حفاظت از عناصر مهم فرهنگی و تاریخی (اینسکیپ، ۱۳۹۵) می‌توان موجب توسعه و غنی‌سازی فرهنگ شد که این دستاورد در نهایت به افزایش درک CES و دریافت آن از سوی انسان منجر می‌شود.

پیشینه پژوهش

محمدی، شاهپوندی و سلطانی (۱۳۹۰) سطح توسعه‌یافتگی فرهنگی استان‌های ایران و تعیین سطوح برخورداری آن‌ها را سنجیده‌اند؛ به طوری که با برنامه‌ریزی منطقه‌ای می‌توان برای از بین بردن محرومیت فرهنگی استان‌ها گام برداشت. همچنین استان‌هایی با کمترین امکانات در اولویت سرمایه‌گذاری و توجه هستند تا ناهمگنی در خدمات فرهنگی در استان‌های کشور از بین برود.

ضرابی، تقوایی و مختاری (۱۳۸۹) برای برنامه‌ریزی کاربری اراضی فرهنگی-تفریحی مناطق شهری اصفهان و نقش آ‌ی‌سی‌تی^۲ در تعادل بخشی منطقه‌ای، به بررسی میزان اختلاف مناطق شهر اصفهان پرداخته‌اند. همچنین به منظور

1. WTO
2. ICT

برقراری توازن و تعادل منطقه‌ای با استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و تأثیر آن به تعادل بخشی توسعه منطقه‌ای راهکارها و پیشنهادهایی را ارائه داده‌اند.

قدیریان و زکی (۱۳۸۹) به بررسی و تبیین تأثیرات گردشگری بر جامعه محلی پرداخته‌اند که موضوع مهم و اساسی در برنامه‌ریزی‌های گردشگری است. تغییرات فرهنگی و اجتماعی در نتیجه توسعه گردشگری ناگزیر است و نگرش به تأثیرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری به عوامل مختلفی بستگی دارد که در همه جوامع یکسان نیست؛ بنابراین در این پژوهش با آوردن مبانی نظری به دنبال بررسی عوامل مؤثر در سنجش آثار فرهنگی و اجتماعی است.

کرجالا (۲۰۱۲) به بررسی یکی از ابعاد خدمات فرهنگی اکوسیستم یعنی تنوع فرهنگی پرداخته و به دنبال مشخص کردن راه‌های کارآمد برای بهبود تنوع فرهنگی در مقصد است؛ زیرا تنوع فرهنگی عامل مهمی در کسب و کارهای گردشگری و مهمان‌نوازی محسوب می‌شود. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با ایجاد رویدادهای فرهنگی و فعالیت‌های مشابه می‌توان شاخص مذکور را بهبود بخشید.

لاززا و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهش خود به تبیین شاخص‌هایی برای ارزیابی و اندازه‌گیری خدمات فرهنگی اکوسیستم پرداخته‌اند؛ زیرا خدمات فرهنگی اکوسیستم اهمیت بسیاری برای برنامه‌ریزی شهری دارد و کمبود اطلاعات در زمینه ارزیابی خدمات فرهنگی اکوسیستم تأثیرات فراوانی در تصمیم‌گیری‌های پایدار مرتبط با خدمات فرهنگی می‌گذارد. نتایج پژوهش به تبیین شاخص‌های ارزیابی پرداخته است.

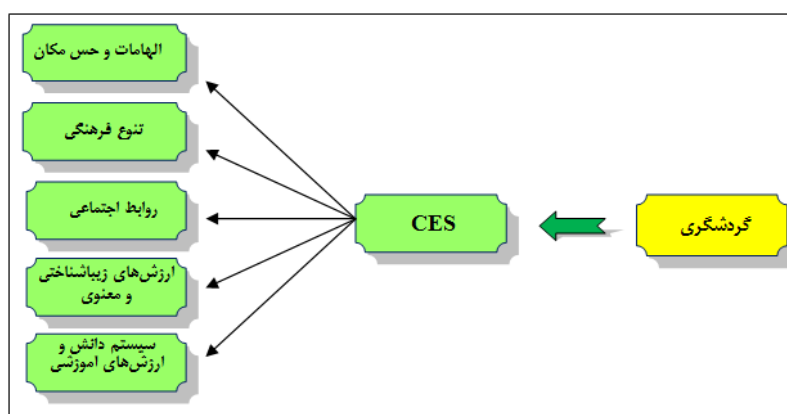
ابوشوک^۱ و همکاران (۲۰۱۷) به تبیین رابطه یکی از مؤلفه‌های خدمات فرهنگی اکوسیستم، یعنی حس مکان با رضایت گردشگران و بازدید مجدد آنان در مصر پرداخته‌اند. در این پژوهش، ابتدا وابستگی به مکان تشریح و سپس تأثیرات آن اندازه‌گیری شده است. در نهایت این پژوهش به این نتیجه رسیده است که با راهبردهای بازاریابی مقصد و با در نظر گرفتن ابعاد مختلف حس مکان می‌توان بازدید مجدد گردشگران را تضمین کرد.

وانگ و همکاران (۲۰۱۷) با در نظر گرفتن نقش ارزش‌های زیباشناختی به عنوان یکی از ابعاد خدمات فرهنگی اکوسیستم در توسعه گردشگری پایدار در پارک ملی ژانگیانجی در چین، به گردشگری پایدار از دیدگاه بهبود و حفاظت از ارزش‌های زیباشناختی نگاه می‌کنند. در نهایت نیز با مشخص کردن اهمیت ارزش‌های زیباشناختی در مکان، پیشنهادهایی مرتبط با حفاظت و بهبود ارزش‌های زیباشناختی ارائه می‌دهند.

روش پژوهش

روش‌شناسی

پژوهش حاضر کاربردی و توصیفی-تحلیلی است که داده‌های آن به روش‌های کتابخانه‌ای، مشاهده و مطالعات میدانی شامل پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل شهروندان منطقه ۳ اصفهان است و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران در سطح خطای ۵ درصد، ۳۸۳ نفر برآورد شده است. با توجه به مطالب ذکر شده در مبانی نظری، شاخص‌های پژوهش استخراج و مدل مفهومی پژوهش تعیین شده است (شکل ۱). براساس مرور منابع، جامع‌ترین ابعاد و مؤلفه‌های خدمات فرهنگی اکوسیستم را می‌توان به شرح جدول ۱ بیان کرد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش
منبع: لارزا و همکاران، ۲۰۱۵

جدول ۱. مؤلفه‌ها و شاخص‌های خدمات فرهنگی اکوسیستم

مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
الهامات و حس مکان	میزان علاقه، میزان ارزش، چگونگی تصورات، چگونگی خاطرات، چگونگی ترجیحات، چگونگی احساسات، درک و شناخت، معانی و نمادها، میزان احساس مسئولیت و آزادی (لارزا و همکاران، ۲۰۱۵؛ مک‌کان و گیفورد، ۲۰۱۸؛ آناسیو و همکاران، ۲۰۱۶؛ جرجسن و استدمان، ۲۰۰۱؛ کیستمال و لنگن، ۲۰۱۲)
تنوع فرهنگی	ارتباط با افراد مختلف، اقدام علیه تبعیض نژادی و اهانت دیگران، آشنایی با افراد متفاوت، احترام به اعتقادات و باورهای متفاوت، یادگیری فرهنگ‌ها و مراسم‌های مختلف (لارزا و همکاران، ۲۰۱۵؛ مازور، ۲۰۱۰؛ چیدیاک، ۲۰۱۵)
روابط اجتماعی	چگونگی روابط افراد با خانواده‌های خود، حمایت‌شدن، اختلاف با دیگران، میزان استحکام جایگاه در جامعه، میزان اثرگذاری در جامعه، نوع روابط افراد با دوستان (لارزا و همکاران، ۲۰۱۵، دو و همکاران ۱۹۹۹ و جرت جلگارد ۲۰۱۷)
ارزش‌های زیبایشناختی و معنوی	تنوع فضاها، عیب و نقص فضاها، میزان تأثیرگذاری بر فضاها، میزان تأثیرگذاری بر هویت، میزان منظم‌بودن فضاها، میزان تأثیرگذاری فضاها بر اهداف افراد (لارزا و همکاران، ۲۰۱۵؛ برگمان و هکرت، ۲۰۱۷)
سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی	احترام به قوانین، جرئت ابراز اندیشه، روحیه حفظ و حراست از دستاوردهای گذشتگان، رعایت حقوق دیگران، یادگیری فرهنگ استفاده از وسایل جمعی و عمومی، تعصبات قوم‌گرایانه، طرز استفاده صحیح از منابع ملی و انرژی (لارزا و همکاران، ۲۰۱۵؛ کیستمال و لنگن، ۲۰۱۲؛ برگمان و هکرت، ۲۰۱۴)

خدمات فرهنگی اکوسیستم

مدل مفهومی پژوهش با استفاده از تکنیک مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) (Structural Equation Modeling) و با استفاده از نرم‌افزار لیزرل آزموده شد. تکنیک مدل‌یابی معادلات ساختاری این قابلیت را دارد که هم مدل اندازه‌گیری (متغیرهای اندازه‌گیری شده تا چه اندازه سازه خود را تعریف می‌کنند) و هم مدل ساختاری (سازه‌های مکنون تا چه اندازه به یکدیگر ربط دارند) را هم‌زمان بررسی کند. پایایی و روایی پرسشنامه این پژوهش به‌صورت زیر در نرم‌افزار لیزرل و SPSS صورت گرفته است:

۱. ضریب بارهای عاملی: مؤید این مطلب است که پایایی درمورد آن مدل قابل قبول است و همه سؤالات بار عاملی بیش از ۰/۴ دارند.
۲. معناداری T-Value: برای بررسی معناداربودن رابطه متغیرها از آماره T-value استفاده شد.
۳. آلفای کرونباخ: در این پژوهش، همه متغیرها آلفای بیش از ۰/۷ دارند. همچنین آلفای کرونباخ کل، ۰/۹۳ و مقدار تأییدشده‌ای است.

۴. پایایی ترکیبی: معیار پایایی ترکیبی در مدل‌سازی معادلات ساختاری معیار بهتری از آلفای کرونباخ به‌شمار می‌رود که در این پژوهش همه متغیرها پایایی مناسبی دارند.

برای سنجش روایی از دو شاخص روایی محتوا با توجه به نظر استادان و خبرگان و روایی همگرا که معیاری برای برآزش است، استفاده شده است. معیار میانگین واریانس استخراج‌شده نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته‌شده میان هر سازه با شاخص‌های خود است که در این پژوهش همه متغیرها بیشتر از ۰/۴ است.

محدوده مورد مطالعه

منطقه ۳ شهرداری اصفهان با مساحت ۱۱۰۰ هکتار و با جمعیت ۱۱۰,۳۶۸ نفر در سال ۱۳۹۵ بخش وسیعی از بافت قدیم شهر اصفهان را تشکیل داده و سالانه پذیرای بسیاری از گردشگران داخلی و بین‌المللی است. این منطقه از شمال به فلکه شهدا در مسیر خیابان مدرس تا میدان قدس، از جنوب به میدان بزرگمهر در مسیر زاینده‌رود تا میدان انقلاب، از شرق به میدان احمدآباد تا میدان بزرگمهر و از غرب به میدان انقلاب تا فلکه شهدا ختم می‌شود (شهرداری استان اصفهان، ۱۳۹۸). مجموعه‌های تاریخی اصفهان که بخش وسیعی از آن در منطقه ۳ واقع شده است، دربرگیرنده قدیمی‌ترین و باارزش‌ترین بافت‌ها و بناهای شهر اصفهان است و از نظر تاریخی ترکیبات و سازمان فضایی وسیع و کم‌نظیری دارد. ویژگی این منطقه در برخورداری آن از یک محور فضایی مهم، باارزش و طولانی است که از آن با عنوان محور تاریخی یاد می‌شود. عملکرد وسیع و مختلف این محور و پایداری چشمگیر آن از ابتدای پیدایش تاکنون، آن را به یکی از ساختارهای شهری ارزشمند دنیا تبدیل کرده و از این نظر شهرت ویژه‌ای برای شهر اصفهان به ارمغان آورده است. محور تاریخی اصفهان، از محله میدان کهنه و مسجد جامع عتیق از نواحی شمالی منطقه ۳ آغاز شده است و در جهت جنوب غربی، در راستای بازار امتداد می‌یابد و به مجموعه میدان نقش جهان می‌رسد. پس از آن از یک سو به غرب و به سوی کاخ‌های سابق صفوی تداوم پیدا کرده و از طریق محور چهارباغ با گذر از سی‌وسه‌پل به طرف جنوب کشیده شده است. درنهایت نیز به باغ‌های هزارگریب می‌رسد. از سوی دیگر با محور چهارباغ صدر به جنوب و متمایل به شرق تا پل خواجو پیش آمده و از این طریق در جنوب زاینده‌رود به تخته فولاد خاتمه یافته است. بدین ترتیب بخش نسبتاً بزرگ این محور، در محدوده منطقه ۳ جای می‌گیرد. شایان ذکر است، تنوع عملکردهای استقرار یافته در کنار محور تاریخی در گذشته، همواره عامل اصلی و مهمی در تقویت و ایجاد جنب‌وجوش و قدرت این محور بوده است (تقی‌زاده، ۱۳۹۳: ۶۶). همچنین در این منطقه علاوه بر بازارها و آثار تاریخی ذکر شده، ۴۴ تندیس و نمادهای موضوعی، ۲۳۲ مسجد، ۵ زورخانه فعال، ۱۳ کتابخانه و سالن مطالعه، ۱۲ مرکز فرهنگی، ۱۰ مرکز ورزشی و ۷ ایستگاه ورزشی قرار گرفته است (شهرداری استان اصفهان، ۱۳۹۸). شکل ۲ موقعیت منطقه ۳ اصفهان را نشان می‌دهد.

بحث و یافته‌ها

توصیف جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه

داده‌های توصیفی تکمیل پرسشنامه‌ها در منطقه مورد مطالعه در جدول ۲ قابل مشاهده است. پاسخگویان شامل ساکنان و شاغلان در منطقه یا افرادی هستند که به‌طور مستمر با منطقه ارتباط دارند. با توجه به جدول ۲، شغل بیشتر پاسخگویان

آزاد است (۷۳/۷ درصد). همچنین بیشتر پاسخگویان در بازه سنی ۲۱ تا ۳۰ سال قرار دارند و دانش‌آموختگان مقطع کارشناسی هستند. بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۳ درصد) در منطقه ۳ شاغل هستند و مابقی ساکن آن بوده‌اند. میزان رضایت از این منطقه نیز فراوان است (۷۴/۳ درصد).



شکل ۲. محدوده پژوهش

جدول ۲. بررسی توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان N=۳۶۹

متغیر	فراوانی	درصد	متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	۴۷	۱۲/۷	موقعیت شغلی (کارمند، کارگر،	۶۶	۱۷/۹
زن	۳۲۲	۸۷/۲	شغل آزاد و سایر)	۹	۲/۴
مرد	۳۰	۸/۱	رضایت از منطقه: بله خیر	۲۲	۶/۰
زیر ۲۰ سال	۱۶۱	۴۳/۶	وضعیت اقامت ساکن منطقه ۳ و	۲۷۴	۷۴/۳
بین ۲۱ تا ۳۰ سال	۱۴۸	۴۰/۱	ساکن مناطق دیگر	۹۵	۲۵/۷
تا ۵۰ سال بالای ۵۱ سال	۳۰	۸/۱			
میزان تحصیلات: تا مقطع	۱۵۲	۴۱/۲			
دیپلم، کارشناسی و	۱۸۹	۵۱/۲			
کارشناسی ارشد به بالا	۲۸	۷/۶			

منبع: نگارندگان

نتایج توصیفی ابعاد و شاخص‌های پژوهش

داده‌های توصیفی تکمیل پرسشنامه‌ها در ابعاد پنج‌گانه خدمات فرهنگی اکوسیستم در منطقه مورد مطالعه در جدول‌های ۳ تا ۷ قابل مشاهده است. بررسی‌های مطالعات میدانی نشان می‌دهد در بیشتر شاخص‌ها، تأثیر فعالیت‌های گردشگری بر بهبود خدمات فرهنگی منطقه ۳ شهر اصفهان، برای کاربران این فضا قابل درک و محسوس است. همچنین می‌توان اذعان داشت که تأثیرات نامبرده در شاخص‌های مکانی و زیباشناختی نمود ملموس‌تری داشته است. در این میان، شاخص‌هایی مانند افزایش

ارزش مکانی، ارتقای کیفیت تصویر ذهنی، ترجیح مکانی، احترام به عقاید متفاوت، پذیرش رفتارهای فرهنگی متنوع و کاهش تعصب، اثرپذیری چشمگیری دارند. شایان ذکر است که کمترین اثر در شاخص روابط اجتماعی گزارش شده است.

جدول ۳. بررسی توصیفی نتایج شاخص حس مکان و الهامات فرهنگی (درصد)

مؤلفه	شاخص	کد سؤال	سؤالات	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
خدمات فرهنگی اکوسیستم	حس مکان و الهامات فرهنگی	Q ₁	فعالیت‌های گردشگری سبب تشدید علاقه شما به منطقه ۳ اصفهان شده است.	۲۲/۵	۳۵/۵	۳۳/۱	۷/۹	۱/۱
		Q ₂	فعالیت‌های گردشگری سبب افزایش ارزش منطقه ۳ اصفهان از دیدگاه شما شده است.	۳۳/۱	۴۴/۴	۱۶/۸	۴/۹	۰/۸
		Q ₃	فعالیت‌های گردشگری بر تصور شما از منطقه ۳ اصفهان تأثیرگذار بوده است.	۲۲	۴۰/۴	۲۷/۴	۷/۳	۳
		Q ₄	فعالیت‌های گردشگری بر خاطرات شما از منطقه ۳ اصفهان تأثیر گذاشته است.	۲۲/۲	۳۰/۴	۳۳/۹	۹/۵	۴/۱
		Q ₅	فعالیت‌های گردشگری سبب می‌شود شهر خود را به سایر شهرها ترجیح دهید.	۳۵/۸	۳۰/۴	۲۲	۷/۹	۴/۱
		Q ₇	فعالیت‌های گردشگری سبب ترجیح دادن فرهنگ خود به سایر فرهنگ‌ها شده است.	۲۳/۶	۳۷/۴	۳۰/۱	۱۱/۹	۷
		Q ₇	فعالیت‌های گردشگری بر احساسات شما به منطقه ۳ اصفهان تأثیر گذاشته است.	۱۶/۸	۳۴/۴	۳۵/۲	۱۰	۳/۵
		Q ₈	فعالیت‌های گردشگری در درک و شناخت بیشتر شما از منطقه ۳ اصفهان تأثیرگذار است.	۱۶/۸	۳۹/۳	۳۰/۱	۱۱/۱	۲/۷
		Q ₉	فعالیت‌های گردشگری سبب برطرف شدن بیشتر خواسته‌ها و نیازهای فرهنگی شما در منطقه ۳ شده است.	۱۳/۳	۲۲/۲	۳۲/۸	۲۰/۳	۱۱/۴
		Q ₁₀	فعالیت‌های گردشگری سبب بازدید بیشتر از جاذبه‌های گردشگری منطقه ۳ اصفهان شده است.	۱۴/۴	۲۸/۵	۳۶/۶	۱۳/۸	۶/۸
		Q ₁₁	فعالیت‌های گردشگری بر معانی و نمادها در این شهر و فکر شما درباره منطقه ۳ اصفهان تأثیر گذاشته است.	۱۲/۵	۲۷/۱	۴۰/۹	۱۳/۶	۶
		Q ₁₂	فعالیت‌های گردشگری در منطقه ۳ بر حس مسئولیت اجتماعی شما تأثیر گذاشته است.	۱۱/۴	۲۵/۲	۳۷/۴	۱۶/۵	۹/۵

جدول ۴. بررسی توصیفی نتایج شاخص تنوع فرهنگی (درصد)

مؤلفه	شاخص	کد سؤال	سؤالات	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
خدمات فرهنگی اکوسیستم	تنوع فرهنگی	Q ₁₃	فعالیت‌های گردشگری سبب راحتی ارتباط افراد با فرهنگ‌های متفاوت شده است.	۲۰/۶	۳۱/۴	۳۲/۲	۱۰/۳	۵/۴
		Q ₁₄	فعالیت‌های گردشگری سبب اقدام کردن علیه تبعیض نژادی و جلوگیری از اهانت به دیگران شده است.	۱۴/۶	۲۰/۳	۳۳/۶	۱۵/۴	۱۶
		Q ₁₅	فعالیت‌های گردشگری سبب اشتیاق برای آشنایی با افراد از فرهنگ‌های مختلف شده است.	۱۷/۳	۳۱/۷	۳۲/۸	۱۳/۳	۴/۹
		Q ₁₆	فعالیت‌های گردشگری سبب احترام گذاشتن به اعتقادات و باورهای متفاوت شده است.	۲۰/۶	۳۷/۷	۲۸/۵	۱۰	۳/۳
		Q ₁₇	فعالیت‌های گردشگری موجب اشتیاق به یادگیری فرهنگ‌ها و مراسم فرهنگی دیگران شده است.	۲۰/۱	۳۵	۳۷/۶	۱۲/۵	۴/۹
		Q ₁₈	فعالیت‌های گردشگری سبب پذیرش رفتارهای فرهنگی متفاوت شده است.	۲۳/۸	۴۰/۴	۲۶/۶	۷/۳	۱/۹
		Q ₁₉	فعالیت‌های گردشگری سبب درک این موضوع شده است که افراد با فرهنگ‌های متفاوت نیز به حمایت و ارتباط با دیگر گروه‌ها نیاز دارند.	۲۳	۴۳/۴	۲۶/۶	۳/۸	۳/۳

جدول ۵. بررسی توصیفی نتایج شاخص روابط اجتماعی (درصد)

مؤلفه	شاخص	کد سؤال	سؤالات	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
خدمات فرهنگی اکوسیستم	روابط اجتماعی	Q20	فعالیت‌های گردشگری بر روابط شما با خانواده تأثیر گذاشته است.	۱۱/۱	۲۴/۷	۳۶/۳	۱۷/۹	۱۰
		Q21	فعالیت‌های گردشگری سبب شده است تا دیگران از شما حمایت کنند.	۷/۹	۱۹	۳۹	۲۳	۱۱/۱
		Q22	فعالیت‌های گردشگری بر حل اختلافات شما با دیگران تأثیر گذاشته است.	۶/۵	۱۵/۴	۳۴/۴	۲۵/۵	۱۸/۲
		Q23	فعالیت‌های گردشگری سبب تحکیم جایگاه اجتماعی شما در جامعه شده است.	۹/۸	۲۴/۱	۳۳/۱	۲۳/۳	۹/۸
		Q24	فعالیت‌های گردشگری محبوبیت شما را در میان دیگران افزایش داده است.	۱۰/۶	۲۰/۹	۳۴/۱	۲۲	۱۲/۵
		Q25	فعالیت‌های گردشگری سبب اثرگذاری بیشتر شما در جامعه شده است.	۸/۷	۲۸/۷	۳۰/۶	۲۳	۸/۹
		Q26	فعالیت‌های گردشگری بر نوع و کیفیت روابط شما با دوستانتان تأثیر گذاشته است.	۱۳	۲۷/۴	۳۰/۹	۲۰/۱	۸/۷

جدول ۶. بررسی توصیفی نتایج شاخص ارزش‌های زیباشناختی (درصد)

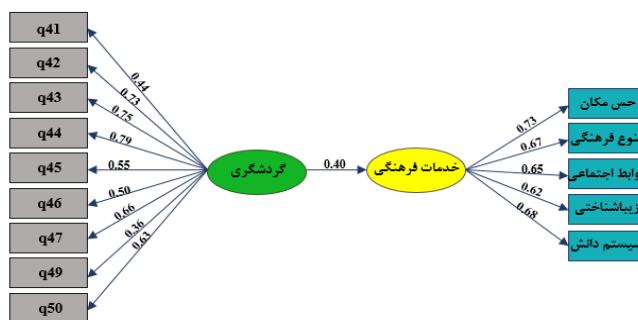
مؤلفه	شاخص	کد سؤال	سؤالات	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
خدمات فرهنگی اکوسیستم	ارزش‌های زیباشناختی	Q27	فعالیت‌های گردشگری بر تنوع فضایی منطقه ۳ شهر اصفهان تأثیر گذاشته است.	۲۰/۳	۳۸/۸	۲۹/۸	۷/۶	۳/۵
		Q28	فعالیت‌های گردشگری موجب اصلاح عیب و نقص فضاهای شهری منطقه ۳ شهر اصفهان شده است.	۱۲/۵	۲۳/۶	۳۷/۴	۱۶/۳	۱۰/۳
		Q29	فعالیت‌های گردشگری بر کیفیت و زیبایی منطقه ۳ شهر اصفهان افزوده است.	۲۱/۷	۳۰/۹	۳۳/۱	۹/۸	۴/۶
		Q30	فعالیت‌های گردشگری بر هویت کالبدی منطقه ۳ شهر اصفهان افزوده است.	۸/۹	۲۱/۷	۴۰/۴	۲۰/۱	۸/۹
		Q31	فعالیت‌های گردشگری موجب نظم ظاهری فضای شهری منطقه ۳ اصفهان شده است.	۱۵/۷	۳۴/۴	۳۲/۸	۱۰/۶	۶/۵
		Q32	فعالیت‌های گردشگری بر کیفیت میلمان شهری و فضای سبز منطقه ۳ اصفهان افزوده است.	۶/۸	۱۸/۲	۳۷/۱	۲۴/۷	۱۳/۳

جدول ۷. بررسی توصیفی نتایج شاخص سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی (درصد)

مؤلفه	شاخص	کد سؤال	سؤالات	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
خدمات فرهنگی	سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی	Q33	فعالیت‌های گردشگری موجب شده بیشتر به قوانین اجتماعی احترام بگذارید.	۱۵/۴	۳۶/۶	۳۳/۶	۸/۱	۶/۲
		Q34	فعالیت‌های گردشگری سبب افزایش مسئولیت‌پذیری و جرئت ابراز اندیشه در شما شده است.	۹/۵	۲۹/۸	۴۰/۴	۱۵/۷	۴/۶
		Q35	فعالیت‌های گردشگری موجب تقویت روحیه حراست از دستاوردهای گذشتگان و میراث فرهنگی در شما شده است.	۲۰/۹	۳۸/۵	۲۹/۵	۷/۶	۳/۵
		Q36	فعالیت‌های گردشگری سبب رعایت بیشتر حقوق دیگران و یادگیری چگونگی استفاده از وسایل جمعی و عمومی شده است.	۳۳/۸	۳۶/۹	۲۶/۸	۸/۹	۳/۵
		Q37	فعالیت‌های گردشگری سبب آموزش احترام بیشتر به ادیان و فرهنگ‌های دیگر شده است.	۲۶	۴۰/۹	۲۰/۳	۸/۴	۴/۳
		Q38	فعالیت‌های گردشگری سبب کاهش تبعیض نژادی و رد تعصبات قوم‌گرایانه در شما شده است.	۲۰/۶	۳۴/۱	۳۰/۱	۱۰/۳	۴/۹
		Q39	فعالیت‌های گردشگری پایبندی شما به صلح و قوانین حقوق بشر را تقویت کرده است.	۲۷/۴	۳۳/۹	۲۶/۸	۸/۴	۳/۵
		Q40	فعالیت‌های گردشگری موجب ارتقای دانش شما در طرز استفاده از منابع ملی و انرژی شده است.	۲۰/۹	۲۸/۷	۳۱/۷	۱۲/۲	۶/۵

یافته‌های استنباطی پژوهش

در این قسمت، به منظور دستیابی به اهداف پژوهش و برای بررسی اعتبار مقیاس گردشگری در مرحله اول (مدل اندازه‌گیری) از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد (مدل اول). همچنین برای بررسی اعتبار مقیاس CES و مؤلفه‌های آن (الهامات و حس مکان، تنوع فرهنگی، روابط اجتماعی، ارزش زیباشناختی و معنوی، سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی) از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم (مدل دوم) استفاده شد. مقدار بارهای عاملی به دست آمده برای همه سوالات متغیرهای اصلی بیشتر از ۰/۴ است و تمامی مقادیر T بزرگ‌تر از ۱/۹۶ هستند؛ بنابراین اعتبار سازه همه متغیرهای پژوهش تأیید شده است. سپس در مرحله دوم مدل ساختاری رابطه میان متغیرهای پنهان بررسی شد و خروجی، دو مدل را به همراه داشت. مدل ۱ (شکل ۳. مدل اول پژوهش) به بررسی رابطه متغیر گردشگری با متغیر خدمات فرهنگی می‌پردازد و مدل ۲ (شکل ۴) رابطه متغیر گردشگری با ابعاد حس مکان، تنوع فرهنگی، روابط اجتماعی، زیباشناختی و سیستم دانش (ابعاد پنج‌گانه خدمات فرهنگی اکوسیستم) را بررسی می‌کند. همچنین شاخص‌های برازش دو مدل نهایی در جدول ۸ و ۹ ذکر شده است. در مجموع با ارزیابی همه شاخص‌های برازش می‌توان استنباط کرد که شاخص‌های برازش به دست آمده برای هر دو مدل مقدار مناسبی دارد و شاخص‌های برازش مدل را تأیید می‌کنند. به عبارت دیگر، داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری پژوهش برازش مناسبی دارند و این بیانگر اعتبار سازه است.



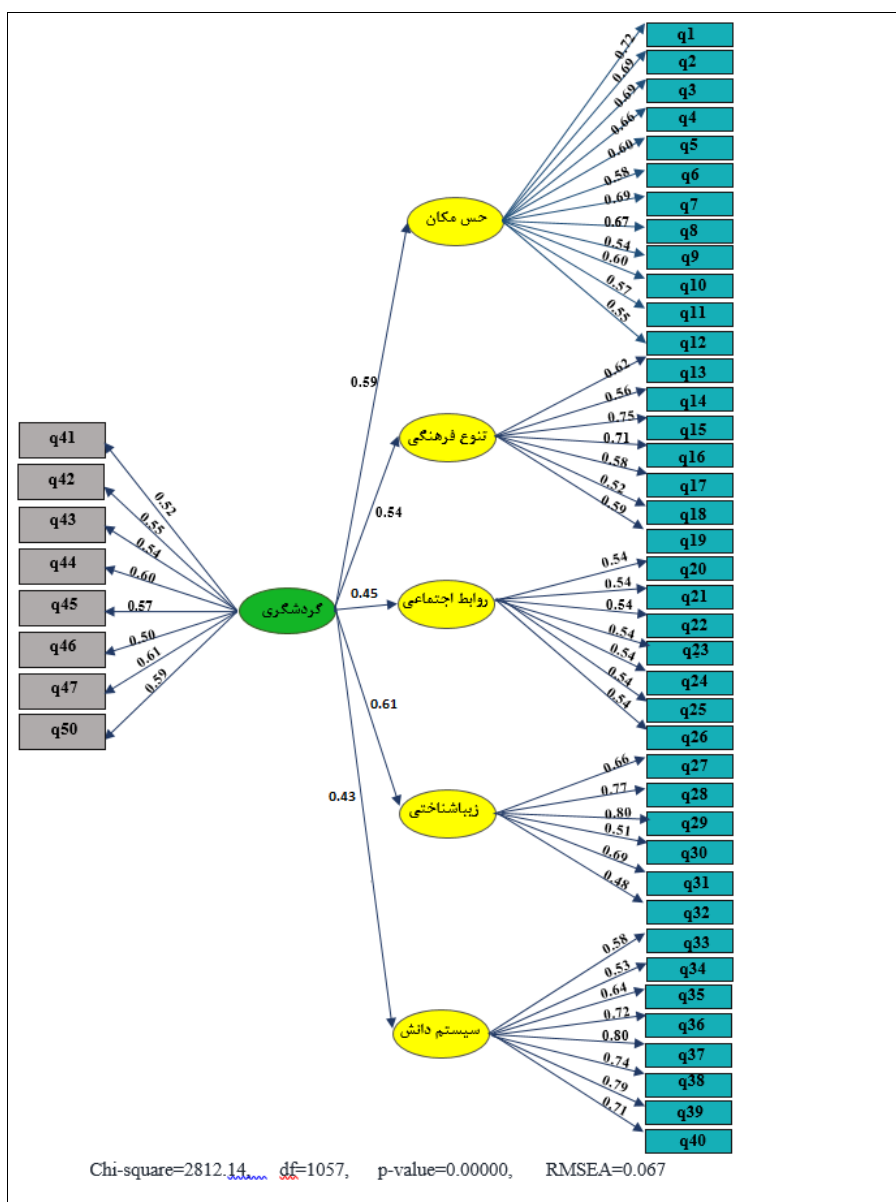
Chi-square=225.11, df=72, |p-value|=0.00000, RMSEA=0.076

شکل ۳. مدل اول پژوهش

منبع: نگارندگان

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل اول پژوهش

مدل نهایی	مقدار قابل قبول	شاخص‌ها
۲۲۵/۱۱ p=۰	بزرگ‌تر از ۰/۰۵	Chi-Square / آماره کای اسکوئر
۰/۹۲	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	GFI / شاخص نیکویی برازش
۰/۰۷۶	کوچک‌تر از ۰/۰۸	RMSEA / جذر برآورد واریانس خطای تقریبی
۰/۹۶	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	CFI / شاخص برازش تطبیقی
۰/۹۵	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	NNFI / شاخص برازش هنجار شده
۰/۹۶	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	IFI / شاخص برازش افزایشی
۰/۹۴	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	NFI / شاخص برازش تعدیل شده
۳/۱۲	۵ ≤ شاخص ≤ ۱	Chi-Square/df / نسبت کای اسکوئر بر درجه آزادی



شکل ۴. مدل دوم پژوهش

جدول ۹. شاخص‌های برازش مدل دوم پژوهش

مدل نهایی	معیار مقدار قابل قبول	شاخص‌ها
۲۸۱۲/۱۴ p=۰	p بزرگ‌تر از ۰/۰۵	Chi-Square / آماره کای اسکوئر
۰/۷۶	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	GFI / شاخص نیکوئی برازش
۰/۰۶۷	کوچک‌تر از ۰/۰۸	RMSEA / جذر برآورد واریانس خطای تقریبی
۰/۹۵	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	CFI / شاخص برازش تطبیقی
۰/۹۴	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	NNFI / شاخص برازش هنجار شده
۰/۹۵	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	IFI / شاخص برازش افزایشی
۰/۹۱	بزرگ‌تر از ۰/۹۰	NFI / شاخص برازش تعدیل شده
۲/۶۶	۵ ≤ شاخص ≤ ۱	Chi-Square/df / نسبت کای اسکوئر بر درجه آزادی

منبع: نگارندگان

در جدول ۱۰ نتایج آزمون مدل ساختاری، ضریب تعیین R^2 و مقدار T به دست آمده گزارش شده است. در ارتباط با مقادیر T، چنانچه قدر مطلق مقدار T بیشتر از $1/96$ شود بدین معناست که روابط به دست آمده با اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. یافته‌های مدل‌یابی معادلات ساختاری نشان می‌دهد در هر دو مدل نهایی پژوهش تمام روابط تأیید شده‌اند. در مدل ۱، تأثیر مثبت گردشگری بر توسعه خدمات فرهنگی و در مدل ۲ تأثیر مثبت گردشگری بر شاخص‌های الهامات و حس مکان، ایجاد تنوع فرهنگی، توسعه روابط اجتماعی، تبلور ارزش‌های زیباشناختی و معنوی و سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی در منطقه ۳ اصفهان تأیید می‌شود. نتایج پژوهش حاکی از آن است که قوی‌ترین رابطه، به تأثیر گردشگری بر تبلور ارزش‌های زیباشناختی و معنوی با مقدار $0/61$ و ضعیف‌ترین رابطه به تأثیر گردشگری بر سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی با مقدار $0/43$ مربوط است. همچنین شاخص ضریب تعیین نشان می‌دهد گردشگری ۱۶ درصد از واریانس خدمات فرهنگی را تبیین کرده است. ۳۵ درصد تغییرات الهامات و حس مکان، ۳۰ درصد تغییرات تنوع فرهنگی، ۲۰ درصد تغییرات روابط اجتماعی، ۳۷ درصد تغییرات ارزش‌های زیباشناختی و معنوی و ۱۸ درصد تغییرات سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی ناشی از گردشگری است.

جدول ۱۰. نتایج آزمون مدل ساختاری

مدل	نوع تأثیر	ضریب استاندارد شده	R^2	مقدار T	نتیجه
	تأثیر گردشگری بر توسعه خدمات فرهنگی در منطقه ۳ شهر اصفهان	۰/۴۰	۰/۱۶	۶/۲۹	تأیید
	تأثیر گردشگری بر ایجاد الهامات و حس مکان در منطقه ۳ شهر اصفهان	۰/۵۹	۰/۳۵	۹/۴۲	تأیید
نهایی	تأثیر گردشگری بر ایجاد تنوع فرهنگی در منطقه ۳ شهر اصفهان	۰/۵۴	۰/۳۰	۷/۷۴	تأیید
	تأثیر گردشگری بر توسعه روابط اجتماعی در منطقه ۳ شهر اصفهان	۰/۴۵	۰/۲۰	۷/۰۶	تأیید
	تأثیر گردشگری بر تبلور ارزش‌های زیباشناختی و معنوی در منطقه ۳ شهر اصفهان	۰/۶۱	۰/۳۷	۸/۸۸	تأیید
	تأثیر گردشگری بر سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی در منطقه ۳ اصفهان	۰/۴۳	۰/۱۸	۶/۵۰	تأیید

منبع: نگارندگان

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش گردشگری در توسعه CES در منطقه تاریخی شهر اصفهان (منطقه ۳)، به تبیین تأثیرات و پیامدهای گردشگری بر مؤلفه‌های پنج‌گانه موضوع مورد بحث (حس مکان و الهامات، تنوع فرهنگی، روابط اجتماعی، ارزش‌های زیباشناختی و معنوی، سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی) پرداخته است. به منظور ارزیابی مدل نظری پژوهش، از تکنیک مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) در دو مرحله استفاده شد. در مرحله اول، رابطه متغیر پنهان با نشانگرهای آن آزموده شد که نتایج حاکی از تأیید همه شاخص‌های برازش، مقدار T و ضرایب استاندارد است. رابطه گردشگری نیز با نشانگرهای آن تأیید شد. سپس رابطه متغیر CES با مؤلفه‌های حس مکان و الهامات، تنوع فرهنگی، روابط اجتماعی، ارزش‌های زیباشناختی و معنوی و سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی (تحلیل عامل تأییدی مرتبه دوم) بررسی شد. همه نتایج مقدار T، ضریب استاندارد و شاخص‌های برازش سطح قابل قبولی را نشان دادند که به معنای تأیید رابطه متغیرهای پنهان با نشانگرهای آن‌هاست. در گام بعدی تحلیل داده‌های پژوهش، رابطه فعالیت‌های گردشگری با CES و مؤلفه‌های آن آزموده شد و دو مدل نهایی به دست آمد. مدل اول رابطه فعالیت‌های گردشگری با

CES و مدل دوم رابطه فعالیت‌های گردشگری با حس مکان و الهامات، تنوع فرهنگی، روابط اجتماعی، ارزش‌های زیباشناختی و معنوی و سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی را نشان می‌دهد. براساس نتایج مدل اول، فعالیت‌های گردشگری در منطقه ۳ اصفهان با CES رابطه‌ای معنادار دارد. ضریب تعیین به‌دست‌آمده حاکی از آن است که ۱۶ درصد تغییرات CES در منطقه ۳ ناشی از فعالیت‌های گردشگری است. در مدل دوم، میان فعالیت‌های گردشگری و حس مکان و الهامات رابطه معناداری وجود دارد. بدین‌صورت که گردشگری در این منطقه سبب شده است مردم علاقه بیشتری به شهر خود پیدا کنند و ارزش این شهر از دید آن‌ها بیشتر شده است؛ به‌طوری‌که همه تصورات، احساسات و خاطرات آن‌ها متأثر از گردشگری است. این ارتباط میان مردم منطقه ۳ اصفهان و گردشگران سبب شده است که مردم این منطقه احساساتی مانند وابستگی به مکان، دل‌بستگی به محیط، رضایت، درک و معنا را داشته باشند و شهر و فرهنگ خود را به سایر شهرها و فرهنگ‌ها ترجیح دهند. از سوی دیگر، گردشگری موجب تغییرات چشمگیری از تغییرات تنوع فرهنگی در این منطقه تاریخی شده است؛ به‌طوری‌که ارتباط میان مردم منطقه ۳ اصفهان و گردشگران، مردم این منطقه را به آشنایی با افراد متفاوت سوق داده است؛ به‌گونه‌ای که مردم به یادگیری فرهنگ‌ها و مراسم فرهنگ‌های دیگر اشتیاق بیشتری نشان داده‌اند و درک کرده‌اند که افراد با پیش‌زمینه فرهنگی متفاوت، رفتار متفاوتی نیز خواهند داشت. با استناد به نتایج می‌توان گفت گردشگری موجب تنوع فرهنگی در منطقه ۳ شهر اصفهان شده است. همچنین تغییرات روابط اجتماعی در این منطقه نیز از گردشگری متأثر بوده است. همچنین گردشگری بر روابط مردم این منطقه با دوستان و خانواده‌هایشان و همچنین کاهش اختلافات میان آن‌ها تأثیر بسیار داشته و سبب شده است که مردم این منطقه بیشتر از جانب دیگران حمایت شوند و با محبوب شدنشان در جامعه توانسته‌اند جایگاه محکم‌تری به‌دست بیاورند و بیشتر در جامعه تأثیرگذار باشند. شایان ذکر است که پیوستگی و حمایت اجتماعی در این منطقه نیز از جمله شاخص‌هایی است که در سال‌های اخیر متأثر از گردشگری، قوی‌تر شده است. تغییرات ارزش‌های زیباشناختی و معنوی در این منطقه نیز از گردشگری تأثیر پذیرفته است؛ به‌طوری‌که گردشگری بر فضای ظاهری شهر اصفهان از جمله در فضای سبز، گسترش پیاده‌راه‌ها و آرایه‌های شهری تأثیر فراوانی داشته و علاوه بر برطرف کردن عیب و نقص فضای شهری، بر هویت مردم نیز تأثیر گذاشته است. درنهایت براساس دستاوردهای پژوهش حاضر می‌توان گفت تغییرات سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی این منطقه نیز از گردشگری متأثر شده است. ارتباط مردم این منطقه با گردشگران سبب شده است که به حقوق دیگران احترام بیشتری بگذارند. گردشگری توانسته است به رفع تبعیض نژادی و رد تعصبات قوم‌گرایانه نیز کمک کند. همچنین سبب شده است که مردم این منطقه به صلح و قوانین حقوق بشر بیشتر پایبند شوند و طرز استفاده صحیح از منابع ملی و انرژی را بیاموزند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که گردشگری بر سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی در منطقه ۳ اصفهان نیز تأثیر گذاشته است. درصد فراوانی از شاخص‌های پنج‌گانه CES در منطقه ۳ اصفهان متأثر از فعالیت‌های گردشگری است. با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت گردشگری در منطقه تاریخی (منطقه ۳) اصفهان سبب توسعه CES شهری شده است. از آنجا که تأثیرات نامبرده از سطح ایده‌آل فاصله دارد، موارد زیر برای تقویت اثرگذاری پیشنهاد می‌شود:

- ارتقای آگاهی گردشگران درباره فرهنگ مردم محلی منطقه ۳ اصفهان از روش‌های خلاقانه تبلیغاتی؛

- آموزش جامعه در ارتباط با حفظ آثار فرهنگی-تاریخی، حضور گردشگران و نحوه برخورد با فرهنگ‌های متفاوت؛
- ارزیابی ادواری آثار گردشگری بر CES در منطقه ۳ اصفهان توسط مسئولان و برنامه‌ریزان؛
- زیباسازی فضاها و بهسازی نمادهای شهری در منطقه؛
- احداث یا بهسازی فضاهای مناسب برای افزایش تعاملات اجتماعی میان گردشگران و شهروندان.

منابع

- اینسکیپ، ادوارد، ۱۳۹۴، برنامه‌ریزی گردشگری: رویکردی یکپارچه و پایدار به برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، چاپ دوم، ترجمه محمود حسن‌پور و سعید داغستانی، انتشارات مهکامه، تهران.
- تقوایی، علی‌اکبر، معروفی، سکینه و سمیه پهلوان، ۱۳۹۱، «ارزیابی تأثیر کیفیت محیط شهری بر روابط اجتماعی شهروندان»، دوره ۳، شماره ۱، صص ۴۳-۵۴.
- تقی‌زاده، الهام، ۱۳۹۳، بررسی نقش مشارکت‌های مردمی در کاهش ترافیک (مطالعه موردی شهر اصفهان)، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، استاد راهنما اصغر ضرابی، دانشگاه اصفهان.
- چراغی کوتیانی، اسماعیل، ۱۳۸۸، «اصلاح در روابط اجتماعی، ره‌آورد ظهور منجی»، مشرق موعود، دوره سوم، شماره ۹، صص ۱۱-۳۴.
- حاتمی، یاسر، ۱۳۹۶، «ارزیابی تأثیر کیفیت محیط شهری بر روابط اجتماعی استفاده‌کنندگان از فضا (مطالعه موردی: پیاده‌راه بوعلی سینا شهر همدان)»، نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال هشتم، شماره ۳۰، صص ۲۴۵-۲۶۶.
- زنگی‌آبادی، علی و نازنین تبریزی، ۱۳۸۶، «تحلیل فضایی مبلمان شهری محدوده گردشگری بخش مرکزی شهر اصفهان»، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، شماره ۱، صص ۴۵-۶۶.
- شهرداری اصفهان، ۱۳۹۷، *آمارنامه شهرداری اصفهان منطقه ۳*، بازیابی شده در ۲۰ شهریور ۱۳۹۷.
- شهرداری اصفهان، ۱۳۹۶، گزارش عملکرد دوساله معاونت فرهنگی-اجتماعی شهرداری منطقه ۳.
- ضرابی، اصغر، تقوایی، مسعود و رضا مختاری ملک‌آبادی، ۱۳۸۸، «برنامه‌ریزی اراضی فرهنگی-تفریحی مناطق شهری اصفهان و نقش ICT در تعادل بخشی منطقه‌ای»، جغرافیا و توسعه، شماره ۱۸، صص ۱۳۵-۱۵۸.
- قدیریان، فرشید و محمدعلی زکی، ۱۳۹۳، بررسی آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگری بر جامعه محلی، اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار، تهران، مؤسسه ایرانیان، قطب علمی برنامه‌ریزی و توسعه پایدار گردشگری دانشگاه تهران.
- گیدنز، آنتونی و کارن بردسال، ۱۹۳۸، *گزیده جامعه‌شناسی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- محمدی، جمال، شاهمیوندی، احمد و مرضیه سلطانی، ۱۳۹۰، «تحلیلی بر توزیع فضایی خدمات فرهنگی و تعیین سطوح برخورداری استان‌های ایران»، جغرافیا (فصلنامه علمی-پژوهشی انجمن جغرافیای ایران)، سال نهم، شماره ۲۹، صص ۱۴۹-۱۶۳.
- نقیه، محمد، ۱۳۹۴، *طبیعت باز و بسته و روش استدلال در طبیعت*، تهران، نشر نی.
- وای‌گی، چاک و اداردوفایو سولا، ۱۹۳۳، *جهانگردی در چشم‌اندازی جامع*، چاپ ششم، ترجمه علی پارسیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- Alcamo, J., and Bennett, E. M., 2003, *Ecosystems and Human Well-Being: A Framework for Assessment*, Washington, DC, Island Press.
- Anacio, D. B et al., 2016, *Dwelling Structures in a Flood-Prone Area in the Philippines: Sense of Place and Its Functions for Mitigating Flood Experiences*, in *Ternational Journal of Disaster Risk Reduction*, Vol. 15, PP. 108-115.

- Andersson, E., Tengö, M., Mcphearson, T., and Kremer, P., 2015, *Cultural Ecosystem Services as a Gateway for Improving Urban Sustainability*, Ecosystem Services, Vol. 12, PP. 165-168.
- Anstrand, M., 2006, *Community-Based Tourism and Socio-Culture Aspects Relating to Tourism -A Case Study of a Swedish Student Excursion to Babati (Tanzania)*, Environment and Development, Supervisor: Vesa-Matti Loiske, Södertörns Högskola University.
- Bai, X., 2016, *Eight Energy and Material Flow Characteristics of Urban Ecosystems*, Ambio, Vol. 45, No.7, PP. 819-830.
- Baulcomb, C. et al., 2015, *A Pathway to Identifying and Valuing Cultural Ecosystem Services: An Application to Marine Food Webs*, Ecosystem Services, Vol. 11, PP. 128-139.
- Bolund, P. and Hunhammar, S., 1999, Ecosystem Services in Urban Areas, Vol. 29, No. 2, PP. 293-301.
- Chapin, F. S., and Knapp, C. N., 2015, *Sense of Place: A Process for Identifying and Negotiating Potentially Contested Visions of Sustainability*, Environmental Science and Policy, Vol. 53, and PP. 38-46.
- Chen, B., 2015, *In tegrated Ecological Modelling for Sustainable Urban Metabolism and Management*, Ecological Modelling, Vol. 318, PP. 1-4.
- Chen, S., Chen, B., and Fath, B. D., 2014, *Urban Ecosystem Modeling and Global Change: Potential for Rational Urban Management and Emissions Mitigation*, Environmental Pollution, Vol. 190, PP. 139-149.
- Cheraghi Kootiani, E., 2009, *Correction in Social Relations Led to the Emergence of Savior*, Mashregh Mouod Journal, Vol. 9, No 3. (In Persian)
- Convery, I., Corsane, G., and Davis, P., 2014, *Making Sense of Place: Multidisciplinary Perspectives*, Woodbridge, the Boydell Press.
- Cooper, N. et al., 2016, *Aesthetic and Spiritual Values of Ecosystems: Recognising the Ontological and Axiological Plurality of Cultural Ecosystem Services*, Ecosystem Services, Vol. 21, PP. 218-229.
- Cristina Schander De Almeida, Izabel, Charko Ribeiro, Helena and Santos, Eurico De Oliveir Santos, 2016, *Domestic Medical Tourism: A New Look on Patients of the Public Health System and the ir Companions*, Springer, in ternational Publishing.
- Dickinson, D. C., and Hobbs, R. J., 2017, *Cultural Ecosystem Services: Characteristics, Challenges and Lessons for Urban Green Space Research*, Ecosystem Services, Vol. 25, PP. 179-194.
- Dizdaroglu, D., 2015, *Developing Micro-Level Urban Ecosystem in dicators For Sustainability Assessment*, Environmental Impact Assessment Review, Vol. 54, PP. 119-124.
- Dover, J. W., 2018, *in trodution to Urban Sustainability Issues*, Nature Based Strategies for Urban and Building Sustainability, PP. 3-15.
- EEA, 2010, *The European Environment State and Outlook 2010: Synthesis*, European Environment Agency, Copenhagen.
- Engelhardt, R., 2005, *Culturally and Ecologically Sustainable Tourism Development Through Local Community Management*, in Hooper A. (Ed.), Culture and Sustainable Development in the Pacific, PP. 174-186, ANU Press. Retrieved From <http://www.jstor.org/stable/j.ctt2jbj7c.20>.
- Gatzweiler, F. W., and Hagedorn, K., 2013, *Biodiversity and Cultural Ecosystem Services*, Encyclopedia of Biodiversity, PP. 332-340.
- Ghadirian, F., and Zaki, M. A., 2014, *in vestigating the Social and Cultural Effects of Tourism on the Local Community*. First National Conference on Geography, Tourism, Natural Resources and

- Sustainable Development, Tehran, Iranian Institute of Science and Technology, University of Tehran. (In Persian)
- Gidzenz, A., and Berdsal, K., 1938, *Selection of Sociology*, Hasan Chavoshian, 2017, Ninth Edition, and Nei Press. (In Persian)
- Groot, R. S. et al., 2002, *A Typology for the Classification, Description and Valuation of Ecosystem Functions, Goods and Services*, Ecological Economics, Vol. 41, No. 3, PP. 393-408.
- Grzinić, J., and Vodeb, K., 2015, *Cultural Tourism Destination Impacts*, Pula, Juraj Dobrila University.
- Haines Young, R., and Potschin, M., 2013, *Common International Classification of Ecosystem Services (CICES), Consultation Version 4, August-December 2012*, Report to the European Environment Agency, Download at www.cices.eu.
- Hatami, Y., 2017, *Assessing the Impact of the Quality of the Urban Environment on the Social Relationships of Space Users (Case Study: Buali Sina Walk in Hamedan City)*, Journal of Urban Research and Planning, Vol 30, PP. 245-266. (In Persian)
- Hillman, P. R., 2016, *Tourism and Quality of Life: Perceptions of Local Industry Employees in Ubud Bali*, Master's thesis, University of Technology Sydney (UTS), Tourism Management, Southern Cross University, Lismore, NSW.
- Hunt, D. P., 2003, *The Concept of Knowledge and How to Measure It*, Journal of Intellectual Capital, Vol. 4, No. 1, PP. 100-113.
- Inskip, E., 1934, *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Approach to Tourism Planning and Development*, Mahmoud Hasan Pour and Saeid Daghestani, 2016, Second Edition, Mahkameh Press, Tehran. (In Persian)
- Isfahan Municipality, 2017, *Biennial Performance Report of Municipal Cultural and Social Deputy of District 3*. (In Persian)
- Isfahan Municipality, 2018, *Isfahan Municipality Statistics District 3*, Retrieved September 20. (In Persian)
- Kamp, I. V., Leidelmeijer, K., Marsman, G., and Hollander, A. D., 2003, *Urban Environmental Quality and Human Well-Being*, Landscape and Urban Planning, Vol. 65, No. 1-2, PP. 5-18.
- Karout, N., et al., 2013, *Cultural Diversity: A Qualitative Study on Saudi Arabian Women's Experience and Perception of Maternal Health Services*, Journal of Nursing Education and Practice, Vol. 3, No. 11, PP. 172-182.
- Keles, R., 2012, *The Quality of Life and the Environment*, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol. 35, PP. 23-32.
- Korjala, V., 2012, *Cultural Diversity in Hospitality Management-How to Improve Cultural Diversity Workforce*, Supervisor: Susanna Saari, Hospitality Management, Turku University of Applied Sciences.
- Lengen, C., and Kistemann, T., 2012, *Sense of Place and Place Identity: Review of Neuro Scientific Evidence*, Health and Place, Vol. 18, No. 5, PP. 1162-1171.
- Luederitz, Christopher et al., 2015, *A Review of Urban Ecosystem Services: Six Key Challenges for Future Research*, Ecosystem Services, Vol. 14, PP. 98-112.
- Mao, N., 2015, *the Role of Tourism in Poverty Reduction: A Case Study of Siem Reap-Angkor Region*, Supervisors: Prof. Terry Delacy, Philosophy, Doctoral Dissertation, Victoria University, Melbourne, Australia.

- Mazur, B., 2010, *Cultural Diversity in Organisational the Ory and Practice*, Journal of In Tercultural Management, Vol. 2, PP. 5-15.
- Mccunn, L. J., and Gifford, R., 2018, *Spatial Navigation and Place Imageability in Sense of Place*, Cities, Vol. 74, PP. 208-218.
- MEA (Millennium Ecosystem Assessment), 2005b, *A Framework for Assessment*, Washington, DC: Island Press.
- Milcu, A. I., Hanspach, J., Abson, D., and Fischer, J., 2013, *Cultural Ecosystem Services: a Literature Review and Prospects for Future Research*, Ecology and Society, Vol. 18, No. 3, PP. 565-598.
- Mohammadi, J., Shahivandi, A. and Soltani, M., 2011, *An Analysis on the Spatial Distribution of Cultural Services and Determination of Levels of Providence in Iranian Provinces*. Geography (Iranian Journal of Geography Association), Vol. 9, No. 29, PP. 149-163. (In Persian)
- Mokhtar, M., 2007, *Aesthetics Values in Urban Dsign Case Study CONSTANTIN, Doktorat D'ETAT*, Supervisor: Pr. Sahnoune Tayeb, Architecture, Universite Mentouri.
- Mooney, A. et al., 2005, *Ecosystem and Human Well-Being, Synthesis*, A Report of the Millennium Ecosystem Assessment, World Resources in Stitute.
- Naghieh, M., 2015, *Open and Closed Nature and Reasoning Method In Nature*, Vol. 1, First Edition. (In Persian).
- Nahuelhaul, L., Carmona, A., Larterra, P., Barrena, J., and Aguayo, M., 2014, *A Mapping Approach to Assess in tangible Cultural Ecosystem Services: The Case of Agriculture Heritage in Southern Chile*, Vol. 41, PP. 90-101.
- Newell, R., and Canessa, R., 2018, *From Sense of Place to Visualization of Place: Examining People-Place Relationships for in sight on Developing Geovisualizations*, Heliyon, Vol. 4, No. 2, PP. 1-37.
- Nuttavuthisit, K., 2014, *How Consumers as Aesthetic Subjects Co-Create the Aesthetic Experience of the Retail Environment*, Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 21, No. 4, PP. 432-437.
- OECD, 2009, *The Impact of Culture on Tourism*, Published on the Responsibility of the Secretary-General of the OECD, ISBN- 978-92-64-05648-0.
- Papa C., I., and Rosas C., M., 2015, *An in tegrative Methodology for the Quality of Life Measurement in Urban Places Based on the Accomplishment of Human Needs*, PP. 1-19.
- Pleasant, M. M. et al., 2014, *Managing Cultural Ecosystem Services*, Ecosystem Services, Vol. 8, PP. 141-147.
- Reisinger, Y., 2012, *In ternational Tourism: Cultures and Behavior*, London: Routledge.
- Riechers, M., Barkmann, J., and Tscharrntke, T., 2016, *Perceptions of Cultural Ecosystem Services from Urban Green*, Ecosystem Services, Vol. 17, PP. 33-39.
- Rudolf de Groot, P. S., van de Berg, A., & Amelung, B. (2005). *Cultural and amenity services. Ecosystems and Human Well-Being: Current State and Trends: Findings of the Condition and Trends Working Group*, PP. 455-476.
- Serje, M., 2017, *Social Relations: A Critical Reflection on the Notion of Social Impacts As Change*, Environmental Impact Assessment Review, Vol. 65, PP. 139-146.
- Sharpley, R., 2014, *Host Perceptions of Tourism: A Review of the Research*, Tourism Management, Vol. 42, PP. 37-49.
- Shi, X., and Yang, J., 2014, *A Material Flow-Based Approach For Diagnosing Urban Ecosystem Health*, Journal of Cleaner Production, Vol. 64, PP. 437-446.

- Slavov, S., 2015, *Impacts of Tourism on the Local Community*, Vol. 5, PP. 57-62.
- Stefance, D., 2011, *The Conceptions of Knowledge in Educational Discourse: Some Problems*, Vol. 1, PP. 120-140.
- Taghi Zadeh, E., 2014, *In vestigating the Role of Public Participation in Traffic Reduction (Case Study: Isfahan City)*, Geography and Urban Planning, Supervisor Asghar Zarabi, Isfahan University. (In Persian).
- Taghvai, A. A., Maroufi, S., and Pahlevan, S., 2012, *An Evaluation of the Impact of the Quality of the Urban Environment on the Social Relations of Citizens*, Vol. 3, No. 1, PP. 54-43. (In Persian).
- Tangit, T., and Md Hasim, A., and Adanan, A., 2014, *Rural Tourism At Its Peak: Socio-Cultural Impacts Towards Host Communities of Kinabalu Park*, Sabah (Malaysian-Borneo), SHS Web of Conferences, Vol. 12.
- Tengberg, et al., 2012, *Cultural Ecosystem Services Provided by Landscapes: Assessment of Heritage Values and Identity*, Ecosystem Services, Vol. 2, PP. 14-26.
- UK NEA, 2011, *Drivers of Change in UK Ecosystems and Ecosystem Services*, UK National Ecosystem Assessment, Understanding Nature's Value to Society, Technical Report, Cambridge.
- UN Conference on Housing and Sustainable Urban Development Habitat III, 2015, *Issues Paper 11 – Public Space*, Habitat III, New York, www.habitat3.org/the-new-urban-agenda/issue-papers.
- Vai Gi, C., and Sola, E. F., 1933, *Tourism in Comprehensive Outlook*, Ali Parsian and Seyed Mohamad Erabi, 2011, 6th Edition, Edit 2, of Fice of Cultural Research, Tehran. (In Persian)
- Vaz, A. S., and Santos, H., 2018, *Transplanetary, Perspective of Cultural Ecosystem Services Extending Dickinson and Hobbs (2017)'S Definitions*, Characteristics and Challenges of Cultural Services' Research, Ecosystem Services, Vol. 29, PP. 168-169.
- Wallace, K. J., 2007, *Classification of Ecosystem Services: Problems and Solutions*, Biological Conservation, Vol. 139, No. 3-4, PP. 235-246.
- Wang, Y. et al., 2008. *Aesthetic Values in Sustainable Tourism Development: A Case Study in Zhangjiajie National Park of Wuling Yuan, China*, Journal of China Tourism Research, Vol. 4, PP. 205–218.
- Willcock, S., Camp, B. J., and Peh, K. S., 2017, *A Comparison of Cultural Ecosystem Service Survey Methods Within South England*, Ecosystem Services, Vol. 26, PP. 445-450.
- Xenakis, I., Arnellos, A., and Darzentas, J., 2012, *The Functional Role of Emotions in Aesthetic Judgment, New Ideas in Psychology*, Vol. 30, No. 2, PP. 212-226.
- Zangi Abadi, A., and Tabrizi, N., 2007, *Spatial Analysis of Urban Furniture in the Tourism Area of the Central District of Isfahan*, Journal of Humanities of Isfahan University, Vol 1, PP. 45-66. (In Persian)
- Zarabi, A., Taghvaei, M., and Mokhtari Malekabadi, R., 2009, *Isfahan Urban-Cultural Landscape Planning and the Role of ICT in Regional Balancing*, Geography and Development, No. 18, PP. 135-158. (In Persian)
- Zwierzchowska, I. et al., 2017, *Multi-Scale Assessment of Cultural Ecosystem Services of Parks in Central European Cities*, Urban Forestry and Urban Greening, Vol. 30, PP. 84-97.