



انجمن علمی گردشگری ایران

تحلیل رابطه بین گردشگری میراث و تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها در منطقه اورامان

محمدحسن زال^۱، آرمان دانایی‌فر^۲، محمود حسن‌پور^۳

DOI:10.22034/jtd.2024.464482.2943

چکیده

گردشگری میراث یکی از مهم‌ترین گونه‌های گردشگری است که تأثیرات چشمگیری در مقصد، جامعه محلی و فرهنگ میزبان دارد. پژوهش پیش‌رو، با درک این موضوع و براساس رویکردی ترکیبی، به واکاوی نقش گردشگری میراث فرهنگی در تغییرات ارزش‌ها و سنت‌های جامعه محلی اورامان پرداخته است. روش پژوهش طرح ترکیبی متوالی قیاسی و مبتنی بر مطالعه کمی و کیفی است. در بخش کمی، فرضیه‌ای مبنی بر تأثیر گردشگری میراث، به‌عنوان متغیر مستقل، در تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها، به‌عنوان متغیر وابسته، مطرح شده و با استفاده از روش پیمایشی و نیز نمونه‌گیری تصادفی، تعداد ۳۵۴ پرسش‌نامه بین اعضای جامعه محلی توزیع شده است. به‌منظور تأیید روایی و پایایی این پرسش‌نامه، به ترتیب از روش‌های بازنگری دوباره استادان و ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. سپس، با استفاده از نرم‌افزار اسپاس نتایج این بخش پردازش و تحلیل شده است. در بخش کیفی نیز، با استفاده از روش قوم‌نگاری و در چارچوب نظریه زمینه‌ای، اطلاعات لازم گردآوری و با نرم‌افزار مکس کیودی‌ای تحلیل شده است. گفتنی است این پژوهش در نوع خود نخستین پژوهشی است که بر مبنای نظریه ساخت‌یابی گیدنز در حوزه مطالعات گردشگری انجام می‌شود و در این راستا روش ترکیبی را برای نفوذ به لایه‌های متفاوت واقعیت اجتماعی به کار گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد همبستگی معناداری بین گردشگری میراث و ارزش‌ها و سنت‌ها وجود دارد و گردشگری میراث به‌منزله عاملی بیرونی در متن تحولات اجتماعی فرهنگی اورامان قرار دارد. تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها نیز از پیامدهای توسعه گردشگری میراث در اورامان است که به‌واسطه شرایط و تعاملات متعددی مانند گسترش زیرساخت‌ها، ترند شدن گردشگری، مهاجرت معکوس و تغییر باورها تحقق می‌یابد.^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۲۵

واژه‌های کلیدی:

گردشگری میراث، تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها، تحولات اجتماعی- فرهنگی، اورامان.

مقدمه:

(Mason, 2020). از سوی دیگر، گردشگری میراث، به‌منزله یکی از مهم‌ترین انواع گردشگری، بنا به دلایلی مانند اهمیت اقتصادی (IMARC, 2023; Molinero, 2022; McKercher, 2020; Richards, 2018; Lam & Cuong, 2017; Baycan & Girard, 2011; Timothy, 2011; Brooks, 2011; Spanou, 2007; Huh et al., 2006; Kerstetter et al., 2001) و نیز پیوستگی‌اش با

گردشگری در بسیاری از کشورها با پیامدهایی چون تحول در سبک زندگی سنتی (Stezhko, 2020, p. 6) و تغییرات فرهنگی فراگیر (Chattopadhyay, 2021) همراه بوده که سبب نگرانی جوامع ریشه‌دار و دارای فرهنگ غنی شده است (Zakaria et al., 2024). بررسی این پیامدها و به‌ویژه نقش گردشگری در تغییر فرهنگی جوامع از دغدغه‌های اصلی پژوهشگران است

۱. دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران. (نویسنده مسئول)

۲. کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران.

۳. استادیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران.

۴. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد است که در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ در گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه مازندران دفاع شده است.



کلیت "مفهوم فرهنگ" موضوع مطالعات و پژوهش‌های خارجی و داخلی بسیاری بوده است؛ بنابراین این امر باعث طرح مسائل متنوعی در این باره شده است. در همین خصوص، یکی از مسائل مهمی که پیرامون تأثیرات گردشگری میراث وجود دارد اثر آن بر تحولات فرهنگی در مناطق سایت‌های میراث جهانی است (Pedersen, 2002)؛ چراکه تولید و بازتولید حافظه جمعی از کانونی‌ترین مسائل این سایت‌ها است (Offenhuber et al., 2010). اما بیشتر پژوهش‌های مرتبط با تأثیرات فرهنگی گردشگری میراث در سایت‌های جهانی (دست‌کم در حیطه سنجش مطالعه کنونی) براساس رویکردهای نظری موجود در مطالعات گردشگری یا رهیافت‌های اثبات‌گرا انجام شده‌اند، از این رو همانند نتایج این پژوهش نقشی برای آگاهی‌کنشگر (در سطح فردی و جمعی) در فرایند تغییرات فرهنگی قائل نیستند. به همین علت، این مطالعات در نهایت به اثبات تأثیرات مثبت و منفی گردشگری میراث و دیدگاه جامعه محلی به آن اکتفا کرده‌اند (Vazin & Sheikhi, 2019) و تصویر واضحی را از سازوکار انتقال ارزش‌ها و تغییر سنت‌ها ارائه نمی‌کنند. از این رو، پژوهش کنونی، با در نظر داشتن شکاف‌های علمی در پژوهش‌هایی درباره سایت میراث فرهنگی اورامان و با استفاده از رویکردی ترکیبی و میان‌رشته‌ای، به تحلیل و تبیین رابطه گردشگری میراث و تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها در این منطقه پرداخته است. اورامان، به‌عنوان یکی از سایت‌های گردشگری میراث جهانی، در معرض تغییرات ارزشی و سنتی و فرهنگی قرار داشته و تاکنون پژوهش‌های بسیاری در این باره صورت گرفته است. هرچند گردشگری فرهنگی در اورامان از سابقه طولانی برخوردار بوده و عواملی مانند تبدیل شدن اورامان به کانون مذهبی در قرون گذشته (Shams et al., 2012, p. 1; Rahmani et al., 2011, p. 4) و برگزاری بازمانده آیین‌ها و جشن‌های ایران پیش از اسلام (Gilani & Delpak, 2022) همواره گردشگران را جذب می‌کرده است، در دو دهه گذشته و با ورود گردشگری میراث به اورامان، تغییرات اجتماعی اقتصادی حاصل از این پدیده نمایان شده است. افزون بر این‌ها، در دوران اخیر نیز پدیده‌هایی مانند گردشگری رویداد (Farshad et al., 2019; Zardashtian et al., 2023, p.)، طبیعت، معماری و... گردشگران تخصصی زیادی را به منطقه کشانده که سبب بروز تغییراتی در سنت‌ها و ارزش‌ها شده است. بنابراین؛ دغدغه اصلی پژوهش

کنونی تمرکز بر تغییرات فرهنگی با تأکید بر ارزش‌ها و سنت‌ها است. از سوی دیگر، نقش و جایگاه کنشگر (فردی و جمعی) و آگاهی او به این موضوع در کانون توجه این پژوهش قرار دارد. بنابراین، می‌توان گفت پژوهش در پی پاسخ به این پرسش است: چه رابطه‌ای بین گردشگری میراث و تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها در اورامان وجود دارد؟ و جامعه محلی چه تفسیری از این رابطه دارد؟

ادبیات و پیشینه پژوهش مبانی و چارچوب نظری

در منابع متعدد طیف وسیعی از دیدگاه‌ها و نظریات درباره تأثیرات گردشگری ذکر شده است، که پایه این پژوهش به شمار می‌آیند (Wall & Mathieson, 2008; Gursoy & Nunkoo, 2022; Mason, 2020; Stoffelen, 2022; Ioannides, 2022; Godovykh, 2024). به‌عنوان دسته اول این نظریات می‌توان به رهیافت‌های مطالعات فرهنگی اشاره کرد که وظایف اصلی خود را مطالعه ارتباط و تقابل بین فرهنگ‌ها می‌دانند (Adorno & Bernstein, 1991; Storey, 2018). دسته دوم نیز شامل نظریات افرادی است که نظریات آن‌ها به‌طور ویژه‌ای برای واکاوی تأثیرات انواع گردشگری تدوین شده‌اند. افراد بسیاری مانند ریچاردز (2000; 2005) به رابطه متقابل گردشگری و فرهنگ، و لازم و ملزوم بودن این دو نسبت به هم اشاره کرده‌اند. رویکردهای انتقادی تری نیز وجود دارند که گردشگری را عامل مهمی در اشاعه و انتقال فرهنگ و شبکه زندگی به جامعه میزبان لحاظ کرده‌اند (Esmaeil Zaei & Esmaeil Zaei, 2013; Edgell, 2006; Mathieson & Wall, 1982; Barre, 2019; Zhuang et al., 1996) و نظام‌های ارزشی، رفتاری، روابط خانواده‌ها، سبک زندگی جمعی و مراسم سنتی^۲ این جوامع را آماج این تغییرات دانسته‌اند (Rezvani, 2008, p. 93; Kazemi, 2003).

رویکردهای نوین‌تر شدت این تغییرات را در سه سطح دسته‌بندی کرده‌اند: ۱. در گام نخست، پدیده‌ای به نام اثر نمایشی رخ می‌دهد که طی آن، در مراحل اولیه و سطحی ارتباطات میزبان-مهمان،

۲. درواقع ارزش‌ها جزء عناصر بنیادین هر فرهنگی بوده (Mason, 2020, p. ۴۲) و مشخص‌کننده امر مطلوب و پسندیده یا نامطلوب و ناپسند (محسنی، ۱۴۰۱: ۳۸۰).

ارزش‌ها به آدمیان در تعامل با دنیای اجتماعی معنا می‌دهند و آن‌ها را هدایت می‌کنند (Ritzer, 2010, p. 73; Giddens, 2009, p. 35).

۳. واژه سنت نیز ترجمه «ترادیسون» به معنی «انتقال» است و ناظر است به ارزش عنصری که از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد. مثلاً آداب و رسوم یک قوم یا مردم یک ناحیه شیوه و روش رفتاری است که جنبه عادت پذیرفته است (Radin, 1971, pp. 1-2).

۱. براساس تعریف ریچاردز، گردشگری میراث شامل دیدار از جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی، کارکردهای فرهنگی و سایر جلوه‌های فرهنگی می‌شود (Richards, 2011).



بیشترین اهمیت را دارد فهم کنش انسانی است؛ کنشی که نیت‌مندانه است، اما ممکن است نتایج نیت‌نشده‌ای را در بر داشته باشد (Whittington; 2015).

میراث فرهنگی از کهن‌ترین و فعال‌ترین شاخه‌های گردشگری در دنیا به شمار می‌رود که تحت عنوان گردشگری میراث فرهنگی قابل بررسی است. زن^۱ و همکاران (2007) معتقدند میراث فرهنگی تنها موهبتی برای حفاظت یا منبعی برای بهره‌وری فرهنگی نیست، بلکه موقعیتی منحصر به فرد برای توسعه اقتصادی و رقابت فرهنگی به شمار می‌رود. بر همین اساس، میراث فرهنگی اهمیت فزاینده‌ای در سطوح مختلف اقتصادی دارد (Florida, 2002; Hesmondhalgh, 2002; Scott, 2002). یکی از پایانه‌های این نقش مطلوب توسعه گردشگری میراث فرهنگی و تأثیر آن در اقتصاد است. درحقیقت، امروزه تشریک مساعی میراث فرهنگی و صنعت گردشگری یکی از مسیرهای رقابت اقتصادی و فرهنگی جوامع قلمداد می‌شود (Fernando et al., 2013). عبارت میراث فرهنگی از چند دهه قبل در حوزه گردشگری مطرح شد (Chabbra, 2010) و به تدریج آگاهی‌ها درباره قدرت نفوذ ارزش‌های میراث فرهنگی در کیفیت مقاصد گردشگری افزایش یافت (Sasaki, 2004). اما، با وجود افزایش بحث پیرامون اهمیت گردشگری میراث و رقابت‌های اجتماعی و فرهنگی جوامع محلی در این حوزه، این مبحث همچنان در مرحله جنبینی خود قرار دارد (Ferreira & Estevao, 2009). امروزه عموم متخصصان حوزه گردشگری و میراث فرهنگی رونق گردشگری میراث فرهنگی را از بهترین راه‌های جوان‌سازی و پویایی سایر بخش‌های تولیدی بالغ در مناطق دارای منابع میراثی می‌پندارند (Fernando et al., 2013).

پیشینه تجربی پژوهش

بیشتر پژوهش‌ها پیرامون تأثیرات گردشگری در جوامع میزبان به آثار مثبت توسعه گردشگری بر روی جوامع محلی (Huang, 2019)، حفظ ارزش‌ها، افزایش آگاهی درباره اهمیت محافظت از رسوم محلی و سبک زندگی و تقویت حس غرور محلی‌ها (Urošević; Ridderstaat et al., 2012)، ارتقای کیفیت زندگی (2012)، مدل‌سازی دوباره فرهنگی (Deladem, 2011) و تقویت هویت قومی (MacCannell, 1984) پرداخته‌اند. در نظر نگرفتن آثار منفی ورود گردشگری به جوامع مقصد ایراد اساسی چنین مطالعاتی است؛ چنان‌که میسون (2020) بیان می‌کند، ورود گردشگری به جوامع مقصد

تغییراتی در دیدگاه‌ها و ارزش‌ها و رفتار جامعه محلی رخ می‌دهد، که صرفاً منبع آن‌ها مشاهده رفتار گردشگران است (Vrablikova et al., 2023; Půtová, 2018). ۲. در صورت طولانی‌تر و عمیق‌تر شدن ارتباطات، فرایند دیگری به نام فرهنگ‌پذیری رخ می‌دهد که شامل تبادل افکار و محصولات در خلال زمان است که سطوح مختلفی از همپوشانی بین فرهنگ‌ها را ممکن می‌کند (De-Juan-Vigaray et al., 2021; Mason, 2020). فرایند فرهنگ‌پذیری، یک یا چند عنصر فرهنگی به علت تعامل بین میزبان و مهمان وام گرفته می‌شود. ۳. در نهایت امر تجاری شدن فرهنگ رخ می‌دهد که در طی آن عناصر فرهنگی به کالاها [قابل فروش] تبدیل می‌شوند و به صورت انطباق فرهنگی یک مقصد خاص گردشگری با نیازمندی‌های صنعت گردشگری هم قابل مشاهده است (Nurhadi et al., 2022; Půtová, 2018).

چارچوب نظری

با وجود استفاده از دیدگاه‌های گفته‌شده به عنوان شالوده محکم تحلیل در این پژوهش، پژوهش بر نظریه ساختاری آنتونی گیدنز، جامعه‌شناس معروف بریتانیایی، استوار است. باینکه رویکردهای مزبور موقعیت رویارویی و اتصال فرهنگ‌ها در لحظه کنش گردشگرانه را به خوبی درک کرده بودند، اما این نظریات علاوه بر این که جامعه میزبان را سوژه محض در نظر می‌گیرند و اراده‌ای برای آن قائل نیستند، با دیدگاه‌های نوین ارائه‌شده که فاعلیت آگاهانه انسان در شکل‌گیری کنش و فرهنگ دوره جدید را می‌پذیرد (Zare & Gholami Jamkarani, 2019) تناسب چندانی ندارند. اما رویکرد گیدنز در خصوص ساختاری بی‌ارادگی و ناآگاهی جوامع از تغییر فرهنگ و ارزش‌هایشان را رد می‌کند؛ چراکه به نظر او جوامع سیستم‌های ارگانیکی یا مکانیکی نیستند، بلکه اعمال نهادینه‌شده‌ای هستند که همواره از طریق کنش فردی توأم با بازاندیشی ممکن شده‌اند (Seidman, 2014, p. 192). این بدان معنا است که فرد یا جمع کنشگر درباره هر موقعیت کنشی دارای آگاهی بوده و سپس براساس آگاهی خود تصمیماتی را اتخاذ کرده است و اعمالی را انجام می‌دهد که به اجزای ساختار فرهنگ و روابط اجتماعی بعدی را فراهم می‌کند (Kolasi, 2020). به نظر گیدنز، نظام‌های اجتماعی ترکیبی از الگوهای روابط بین کنشگران و جمع‌هایی است که در راستای زمان و مکان بازتولید می‌شوند؛ بنابراین، نظام‌های اجتماعی از فعالیت‌های موقعیت‌مند تشکیل می‌شود (Sidman, 2014, p. 192). درواقع، به‌عنوان نظریه‌پرداز عمل‌گرا، چیزی که برای گیدنز



پژوهش کنونی با درک این مطلب و با اتخاذ رویکرد نظری و روشی مناسب به جبران این نواقص پرداخته است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش بر مبنای رویکرد توصیفی - تحلیلی و با استفاده از روش میدانی مبتنی بر پرسش‌نامه و مصاحبه صورت گرفته است. به لحاظ فلسفی، پژوهش بر پایه آنچه "واقع‌گرایی فلسفی" نامیده می‌شود بنا شده است؛ چراکه بر اساس مبانی این مکتب نه تنها امکان انطباق بین ذهن و عین وجود دارد، بلکه علم حصولی به جهان خارج می‌تواند زمینه شناخت قابل قبولی را فراهم کند (Mousavi, 2019). به لحاظ معرفت‌شناسی نیز، پژوهش بر استفاده از پارادایم‌های اثبات‌گرا و تفسیری یا رویکردهای قیاسی و استقرائی تأکید دارد. از لحاظ روش‌شناسی، بنا به اقتضای رویکرد، توسعه تحلیل و استغناء داده‌ها، از روش تحقیق ترکیبی که از متأخرترین جهت‌گیری روش‌شناختی در علوم اجتماعی - رفتاری معاصر است استفاده شده است (Doyle et al., 2012; Creswell & Plano Clark, 2017; Mohammadpour et al., 2010; Mobini Dehkordi, 2011). مبنای ترکیب روشی در این پژوهش طرح متوالی - تبیینی^۱ کراسول است. در اینجا، در مرحله نخست، داده‌های کمی گردآوری و تحلیل می‌شوند، سپس در مرحله دوم داده‌های کیفی گردآوری و تحلیل می‌شوند. در نهایت، تحلیل‌های کمی و کیفی یک‌جا تفسیر می‌شوند (Creswell & Plano Clark, 2017; Schoonenboom & Johnson, 2017; Shorten & Smith, 2017; Wisdom & Creswell, 2013; Creswell, 2009).

ابتدا، در فاصله زمانی اول مهر تا آخر آبان ۱۴۰۱، سه روستای گردشگری سلین، بلبر، و اورامان تخت، به علت قدمت تاریخی و فراگیر بودن گردشگری میراث در آن‌ها نسبت به روستاهای مجاور، انتخاب شدند؛ سپس، براساس فرمول کوکران، ۳۵۴ نفر از ساکنان محلی این روستاها به صورت تصادفی به عنوان جامعه نمونه برگزیده شدند. روایی صوری پرسش‌نامه، در ارتباط مداوم با استادان راهنما و مشاور، بازنگری و تأیید شد. پایایی پرسش‌نامه نیز براساس ضریب آلفای کرونباخ به تأیید رسید.

جدول ۱: روش پژوهش براساس مدل پیاز پژوهش

هستی‌شناسی پژوهش	معرفت‌شناسی پژوهش	روش‌شناسی پژوهش	تکنیک انجام	رویکرد پژوهش
واقع‌گرایی فلسفی	قیاس - استقرا	ترکیبی مبتنی بر داده‌های میدانی	پرسش‌نامه - مصاحبه باز	توصیف، تبیین و تفسیر

معمولاً، علاوه بر پیامدهای مثبت، پیامدهای منفی نیز دارد. پژوهش‌های داخلی ارزنده‌ای نیز درباره رابطه توسعه گردشگری و تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها صورت گرفته است. یافته‌های پژوهشگرانی مانند صیدایی و رستمی (2013)، کروبسی و همکاران (2016)، امینی و زیدی (2014) نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در مقصد باعث بروز تغییراتی در ارزش‌ها و آداب و رسوم مردمان محلی شده است. نتایج اولیه پژوهش‌های صورت گرفته در اورامان نیز نشان می‌دهد که رویکرد عمومی مثبتی درباره توسعه گردشگری در این منطقه وجود دارد (Mirzaei et al., 2009; Jalalian et al., 2015)؛ همچنین، بعد اجتماعی - فرهنگی برند اورامان از سایر ابعاد مهم‌تر است (Rezvani et al., 2017)؛ پژوهش باباخانزاده (2013) نیز نشان می‌دهد که توسعه گردشگری آگاهی ساکنان اورامان را ارتقا داده است. یافته‌های محمدی (2019) نیز نشان می‌دهد، به جای پدیده صنعت گردشگری، پدیده «شبه گردشگر» یا «گردشگری کاذب» در اورامان استقرار یافته است که این پدیده دارای سود اقتصادی اندک و آثار منفی اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی است. یافته‌های پژوهش قاسمی و همکاران (2020) نیز نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در اورامان پیامدهای منفی برای سبک زندگی و ارزش‌های منطقه داشته و باعث بروز ناهنجاری‌هایی در روستاهای تابعه شده است.

اما، براساس رویکردی که در ابتدای این پژوهش اتخاذ شد، انسان موجودی آگاه به عمل خویش و دارای قدرت بازاندیشی است و نیتمندی در عمل جزء اساسی تحلیل رفتار انسان در گرایش‌های علوم اجتماعی جدید است؛ این در حالی است که پژوهش‌های پیش‌گفته چنین دیدگاهی را اتخاذ نکرده‌اند. به همین علت، نتایج آن‌ها یک‌طرفه بوده و معنا و تفسیر کنشگر جامعه مقصد را پس از موقعیت رویارویی با گردشگران جامعه مبدأ در نظر نمی‌گیرند. از سوی دیگر، بررسی تغییرات عناصر اصلی فرهنگ جامعه میزبان هدف چنین مطالعاتی نبوده و صرفاً به عنوان یک کلیت به بررسی تأثیرات فرهنگی گردشگری پرداخته‌اند. همچنین، این پژوهش‌ها بیشتر از رویکردهای تک‌بعدی (اغلب کمی) استفاده کرده‌اند.



جدول ۲: آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

سازه	پرسش‌های سازه	تعداد	مقدار آلفا
تحرک اجتماعی	۱-۱۰	۱۰	۰.۹۱۹
گردشگری میراث	۱۱-۱۶	۶	۰.۹۳۴

همچنین، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نسخه ۲۲ نرم افزار اسپس اس اس استفاده شد؛ بدین صورت که پس از ورود داده‌ها، تحلیل در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام گرفت (پس از اطمینان از نرمال بودن داده‌ها، از تحلیل‌های پیروسون و رگرسیون خطی برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شد).

در بخش کیفی نیز پرسش‌هایی با هدف کسب اطلاعات بیشتر و اشباع نظری طراحی شد که مضمون آن‌ها با میزان آشنایی با گردشگری و سابقه آن در منطقه، میزان استقبال و مشارکت در گردشگری، آثار فرهنگی توسعه گردشگری و... مرتبط بوده است. زمان تقریبی هر مصاحبه سی دقیقه بود (جدول ۳).

جدول ۳: پرسش‌های بخش کیفی پژوهش

پرسش‌ها	مدت مصاحبه	شیوه نمونه‌گیری	بازه زمانی انجام مصاحبه
نظر شما درباره گردشگری میراث در اورامان چیست؟	متوسط سی دقیقه	گلوله برفی	پاییز ۱۴۰۱
آیا اطلاعی از سابقه گردشگری در اورامان دارید؟			
به نظر شما علت جذب گردشگر به اورامان چیست؟			
علل استقبال گردشگران از اورامان چیست؟			
چرا مردم گردشگران را می‌پذیرند؟			
آیا منافع مادی در پذیرش گردشگران مؤثر است؟			
دولت نقشی در توسعه گردشگری اورامان داشته است؟			
حضور گردشگر در اورامان و مراسم محلی چه تأثیری در فرهنگ شما دارد؟			
تغییرات دیدگاه به واسطه گردشگری، از منظر فکری یا اقتصادی توجیه دارد؟			
اثر ورود گردشگران بر سنت‌ها و فرهنگ اصیل اورامان چیست؟			
حفظ کدام آداب و رسوم برای مردم مرجع است؟	آیا ارتباطات گردشگری در خانواده، زندگی روستایی و زبان تأثیر داشته است؟		
آثار فرهنگی گردشگری چه تأثیری در رابطه مردم محلی گذاشته است؟			
آیا ارتباطات گردشگری در خانواده، زندگی روستایی و زبان تأثیر داشته است؟			

یافته‌های توصیفی

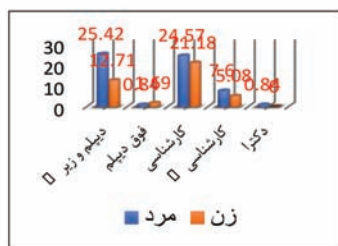
نمودارهای ۱ و ۲ و ۳ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی حجم نمونه (ساکنان روستاهای گردشگری سلین، بلیبر و اورامان) را نشان می‌دهد.

براساس نمودار ۱، ۵۹/۳ درصد کل نمونه مرد و ۴۰/۷ درصد زن هستند. در بین زنان، گروه‌های سنی ۲۰ تا ۲۴ سال دارای بیشترین درصد (۱۰/۱ درصد) است و برای مردان نیز، گروه سنی ۲۵ تا ۲۹ سال با ۱۲/۷ درصد بیشترین فراوانی را دارد.

نمودار ۲ نشان می‌دهد که درجات تحصیلی دیپلم

و زیردیپلم با ۳۸/۱۳ درصد و کارشناسی با ۴۵/۷۶ درصد بیشترین فراوانی را دارد. درواقع، زنان و مردان تمایل برابری را به تحصیل نشان داده‌اند.

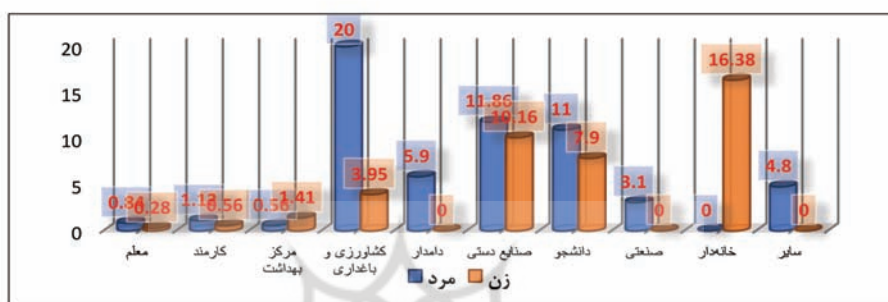
با توجه به یافته‌های نمودار ۳، شغل باغداری و کشاورزی در میان مردان با ۲۰ درصد بیشترین فراوانی را دارد. ۱۶/۳۸ درصد از کل زنان هم خانه‌دارند. اشتغال در بخش صنایع دستی که با پژوهش کنونی ارتباط زیادی دارد در رده دوم قرار دارد؛ ۱۱/۸۶ درصد از زنان و ۱۰/۱۶ درصد از مردان در بخش صنایع دستی مشغول به کار هستند.



نمودار ۲: توزیع درصد نمونه پژوهش برحسب متغیرهای جنس و تحصیلات (۱۴۰۲)



نمودار ۱: توزیع درصد نمونه پژوهش براساس متغیرهای گروه سنی و جنس (۱۴۰۲)



نمودار ۳: توزیع درصد نمونه پژوهش برحسب جنسیت و شغل (۱۴۰۲)

پیرسون (جدول ۴) رابطه معنادار بین گردشگری میراث به عنوان متغیر مستقل و ارزش ها و سنت ها به عنوان متغیر وابسته را تأیید می کند.

یافته های استنباطی پژوهش

برای فرضیه اصلی پژوهش، گردشگری میراث فرهنگی بر تغییر در ارزش ها و سنت های جامعه محلی اورامان اثرگذار بوده است، نتایج آزمون همبستگی

جدول ۴: ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین گردشگری میراث و ارزش ها و سنت ها (یافته های پژوهش، ۱۴۰۲)

	گردشگری میراث	ارزش ها و سنت ها
	۱	۰.۹۹۳/
ضریب همبستگی پیرسون		
سطح معناداری		۰.۰۰/
تعداد	۳۵۴	

پیرسون بین گردشگری میراث و تغییر ارزش ها و سنت ها در اورامان، می توان برای تبیین و پیش بینی رابطه از آزمون رگرسیون خطی نیز استفاده کرد. نتایج حاصل از رگرسیون خطی رابطه بین گردشگری میراث و تغییر ارزش ها و سنت ها در جدول های ۵ و ۶ و آمده است.

با توجه به نتایج جدول ۴ و سطح معناداری ۰، می توان دریافت که رابطه بین گردشگری میراث و ارزش ها و سنت ها معنادار است. همچنین، با توجه به مثبت بودن علامت ضریب پیرسون در جدول ۴ و عدد ۰/۹۹۳، می توان نتیجه گرفت که این رابطه مستقیم و قوی است. به علت معنادار بودن آزمون همبستگی

جدول ۵: ضریب تعیین رگرسیون خطی رابطه بین گردشگری میراث و ارزش ها و سنت ها (یافته های پژوهش، ۱۴۰۲)

مدل ۱	آماره R (ضریب همبستگی)	ضریب تعیین	ضریب تعیین اصلاح شده	خطای استاندارد برآورد
	a/۹۹۳	/۹۸۷	/۹۸۷	/۱۳۶۲۰
a: پیش بین ها: (مقدار ثابت)، گردشگری میراث				

یافته‌های جدول ۵ نشان می‌دهد که ۰/۹۸۷ از تغییرات مستقل (گردشگری میراث) است. متغیر وابسته (ارزش‌ها و سنت‌ها) تحت تأثیر متغیر

جدول ۶: نتایج حاصل از آزمون ANOVA در رگرسیون خطی رابطه بین گردشگری میراث و ارزش‌ها و سنت‌ها (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

سطح معناداری	آماره F	میانگین مجزورات	درجه آزادی Df	مجموع مجزورات	مدل	
/000b	۸۷۹۸/۳۱۵	۱۶۳/۲۱۶	۱	۱۶۳/۲۱۶	رگرسیون	۱
				باقی مانده ۲/۱۵۲ ۳۵۲ /۰۱۹		
			۳۳۳	۱۶۵/۳۶۸	کل	
a. متغیر وابسته: ارزش‌ها و سنت‌ها						
b. پیش‌بین‌ها: (مقدار ثابت)، گردشگری میراث						

همان‌گونه که جدول ۶ نشان می‌دهد، سطح معناداری ۰/۰۰۰ است، بنابراین مدل رگرسیون برای بیان تغییرات متغیر وابسته مدل مناسبی است و به پیش‌بینی متغیر وابسته به خوبی کمک می‌کند.

جدول ۷: ضریب هم‌تغییری رگرسیون خطی گردشگری میراث و ارزش‌ها و سنت‌ها (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

سطح معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل B	
			بتا	انحراف استاندارد		
/۰۶۱	-۱/۸۹۴		./۰۴۰	-./۰۸۶	(مقدار ثابت)	۱
/۰۰۰	۹۳/۷۹۹	/۹۹۳	/۰۱۱	/۹۸۹	گردشگری میراث	
a. متغیر وابسته: ارزش‌ها و سنت‌ها						

بخش دوم: یافته‌های کیفی

رویکرد بخش دوم این پژوهش (که بخش کیفی است) مبتنی بر دیدگاه تفسیرگرایی است و بر دیدگاه افراد بومی و درگیر در موضوع تأکید دارد. ازاین‌رو، براساس سنت پژوهشی، جمع‌آوری داده‌های میدانی از طریق روش مردم‌نگاری و به‌منظور ارائه یک نظریه زمینه‌ای صورت گرفت (Mohammadpour & Iman, 2008). داده‌های این بخش، با استفاده از مقایسه‌های ثابت^۱ و کدگذاری نظری^۲ (کدگذاری باز^۳، محوری^۴ و گزینشی^۵) تجزیه و تحلیل

۶. شایان ذکر است که در پژوهش‌های مردم‌نگارانه و برای ارائه نظریه زمینه‌ای از طیفی از روش‌ها برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات استفاده می‌شود که عبارت‌اند از: مشاهده مشارکتی، مصاحبه‌های ساخت‌نیافته و باز و بررسی‌های اسنادی (Mohammadpour & Iman, 2008)، که در پژوهش کنونی از هر سه مورد استفاده شده است. برای ارائه نظریه زمینه‌ای، سه مرحله کدگذاری داده‌ها وجود دارد که به ترتیب عبارت‌اند از: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی. در مرحله کدگذاری باز مفاهیم اولیه، در مرحله کدگذاری محوری مقولات عمده و در مرحله کدگذاری گزینشی مقوله هسته استخراج می‌شود. این مقوله باید قدرت تحلیلی داشته باشد و دیگر مقولات را در خود جای دهد. کدبندی گزینشی مستلزم بررسی دقیق داده‌ها و کدهای دو مرحله قبلی است.

1. Fixed Comparisons
2. Theoretical Coding
3. Open Coding
4. Axial Coding
5. Selective Coding



تحلیل یافته‌های کیفی

شده است. بنابراین، پس از اشباع نظری اطلاعات به‌دست آمده، داده‌ها تحت بررسی و کدگذاری قرار گرفت. با اجرای کدگذاری باز، ۳۵ زیرمقوله و با انجام کدگذاری محوری ۱۲ مقوله عمده به دست آمد. پس از انجام کدگذاری محوری، زیرمقوله‌ها به یکدیگر و همچنین به مقوله‌های عمده ربط یافتند و نوع مقوله‌ها از حیث علی، فرایندی و پیامدی نیز مشخص شد. این مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها در جدول ۸ ارائه شده است.

از آنجاکه روش پژوهش در این بخش مردم‌نگاری و حضور در میدان پژوهش است، از شیوه‌های مشاهده مشارکتی، مصاحبه عمیق و اسنادی استفاده شده است. مصاحبه‌ها شامل گفت‌وگوهای ۲۰ تا ۲۵ دقیقه‌ای پژوهشگر با افراد آگاه بومی در زمینه‌های گوناگون مرتبط با پژوهش است. بخشی از اطلاعات و اسناد پژوهش بر مبنای حضور و مشاهده و مطالعه پژوهشگر از میدان پژوهش است که در جهت تکمیل این بخش فراهم

جدول ۸: مقوله‌های شناسایی شده در تحلیل کیفی (براساس یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

نوع مقوله	مقوله عمده	زیرمقوله‌ها
شرایط زمینه‌ای	گسترش زیرساخت‌های ارتباطی و حمل‌ونقل	ساخت جاده آسفالت، توسعه شبکه پرسرعت اینترنت
	تغییر ساختار نظام خانواده و تقسیم کار	مستقل شدن زوجین پس از ازدواج، اشتغال زنان در بخش‌های سابقاً مردانه
شرایط علی	ترند شدن گردشگری در اورامان	ثبت منظر فرهنگی اورامان به‌عنوان میراث جهانی در یونسکو، برگزاری مراسم پیرشالیار، برگزاری جشنواره انار، تبلیغ در پیج اینفلوئنسرهای فضای مجازی
	گسترش باورهای کثرت‌گرایانه	ترویج باورهای انسان‌گرایانه، ترویج فرهنگ برابری، احترام به دیگر فرهنگ‌ها، احترام به اعتقادات طرف مقابل
	استفاده سرمایه‌گذارانه از سنت	سرمایه‌گذاری بر سنت‌ها به‌منظور جلب گردشگر، استفاده از لباس سنتی، احیای صنایع دستی
شرایط میانجی	مهاجرت معکوس	بازگشت به "هه وار" هنگام بهار، خرید مسکن در روستاها توسط اورامی‌های ساکن شهرهای اطراف، راه‌اندازی کسب‌وکار در روستا
	گفتمان حفظ سنت	توافق همگانی در جهت برگزاری باشکوه آداب‌ورسوم، توسعه روزافزون صنایع دستی، تلاش برای حفظ معماری سنتی
تعاملات	شکل‌گیری هسته‌های اولیه گردشگری از نواحی اطراف	ورود مردم شهرهای اطراف برای استفاده از طبیعت در اواخر دهه ۱۳۷۰، ورود گردشگران تجاری از اوایل دهه ۱۳۸۰
	تغییر باورها	اعتقادات دنیوی، مادی‌نگری، مال‌اندوزی، فایده‌گرایی، لذت‌گرایی
	ورود توره‌های میراث	ورود توره‌های گردشگری جهانی، ورود توره‌های میراث داخلی
پیامدها	انطباق با شرایط جدید	هم‌آوا شدن با هنجارها و فرهنگ زمانه، انطباق با فرهنگ گردشگران
	تغییر ارزش‌ها	فراموشی برخی از سنت‌های کهن، فراگیری برخی از ارزش‌ها و هنجارهای جدید، تعدیل ارزش‌ها

شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر شرایط علی

اورامان با فعالیت گردشگری عجین شده است و از دیگر ابعاد وجودی و هویتی اورامان به نفع گردشگری کاسته شده است. در این باره، یکی از اهالی منطقه می‌گوید: «دیگر الان هرجا اسمی از اورامان می‌آید همه یاد گردشگری می‌افتند؛ انگار نه انگار که اورامان شامل چیزهای دیگری هم هست.» از طرفی دیگر، در خود اورامان هم مردم به فکر استفاده از این وضعیت از هر

شرایط علی یا سبب‌ساز معمولاً آن دسته از رویدادها و وقایع هستند که بر پدیده‌ها تأثیر می‌گذارند (Strauss, A., & Corbin, J. 2014, p. 152). «ترند شدن گردشگری در اورامان»، به‌عنوان نخستین شرط علی، به این واقعیت اشاره دارد که در چند سال اخیر هویت



در ارزش‌ها و باورهای اورامان است. این امر تا حد زیادی تابع تحولات صورت گرفته در جهان است که به مرور زمان در بیشتر استان‌های کشور فراگیر شده است و طبیعتاً استان کردستان و مناطق مختلف آن نیز از این قاعده مستثنا نبوده‌اند. در این خصوص، یکی از ساکنان محلی می‌گوید: «من یادم هست زمانی را که چند نسل از یک خانواده کنار هم و در یک خانه با هم زندگی می‌کردند، همه باید سخت کار می‌کردند تا مخارج خانواده تأمین شود.»

شرایط مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر مواردی است که شرایط علی را تخفیف یا به نحوی تغییر می‌دهد (Strauss & Corbin, 2014, p. 154). در این پژوهش «مهاجرت معکوس» و «گفتمان حفظ سنت» به عنوان شرایط مداخله‌گر در تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها شناسایی شده‌اند. در دهه اخیر، بر اثر کاهش جذابیت اقتصادی شهرها، بخشی از جمعیت شهری به روستاهای خود رجعت کرده و در آنجا ساکن شدند و پس از آن به توسعه شغل‌های همخوان با زمینه و بافت روستایی (البته در قالب و سبکی نو) پرداختند. مهاجرت این دسته باعث بروز تحولات بسیاری در فرهنگ و ارزش‌ها و سنت‌های منطقه شد؛ به‌ویژه آنکه بخش زیادی از این جمعیت مهاجر در بخش‌های مرتبط با گردشگری مشغول به کار شدند. برای نمونه می‌توان به درگونی سبک معماری اورامان بر اثر بازگشت این گروه به روستاها اشاره کرد. مهاجران معکوس تمایل دارند از معماری تلفیقی (سنتی و مدرن) و در حومه آبادی‌ها خانه‌سازی و آپارتمان‌سازی کنند و خودشان در آنجا ساکن شوند. همچنین، خانه‌های جدید از یکدیگر فاصله دارند و دیگر این گونه نیست که سقف خانه‌ای حیاط خانه‌ای دیگر باشد. در عوض، این گروه خانه‌های سنتی‌شان در روستا را به گردشگران اجاره می‌دهند.

«گفتمان حفظ سنت» نیز یکی دیگر از شرایط مداخله‌گر در تغییر و تحولات ارزشی-فرهنگی در اورامان است. در واقع، بر اثر گسترش رابطه این منطقه با مناطق هم‌جوار و نیز تأثیرات رسانه‌های ارتباطی و فضای مجازی، در دو دهه گذشته این منطقه تغییرات بسیاری در عناصر و ارزش‌های فرهنگی-سنتی به خود دیده است. در همان حال، مسائلی مانند جلوه مثبت تکرر در جامعه نوین و نیز جنبش‌های اصالت و بازگشت به خویشتن مزید بر علت شده‌اند تا در اورامان نیز نوعی گفتمان حفظ سنت شکل بگیرد. در این خصوص، یکی از ساکنان می‌گوید: «الان دیگر همه در پیچ اینستاگرامشان

راه ممکن از جمله فضای مجازی هستند، تا شاید از این طریق به نان و نوایی برسند.

«گسترش باورهای کثرت‌گرایانه» یکی دیگر از شرایط علی تغییر در ارزش‌ها و سنت‌های اورامان است. باورهای کثرت‌گرایانه از دهه‌ها قبل بر اثر نفوذ سرمایه‌داری در جهان معاصر گسترش یافته و خود گردشگری هم یکی از عوامل اصلی گسترش این باورها بوده است. به گفته یکی از ساکنان محلی، «همه انسان‌ها فارغ از هر قومیت و نژادی پیش خداوند با هم برابرند و حق استفاده از طبیعت و امکانات را دارند.»

«استفاده سرمایه‌گزارانه از سنت» نیز، به عنوان آخرین مورد از شرایط علی تغییر ارزش‌ها و سنت‌های اورامان، شرایطی را شامل می‌شود که در آن ناخودآگاه جمعی ساکنان محلی آن دسته از ارزش‌ها و سنت‌هایی را که تأثیری در وضعیت مادیشان ندارد کنار می‌گذارند و در عوض، آن دسته از مراسم و سنت‌هایی را که برایشان منفعت مادی دارد ارج می‌نهند. برای نمونه، یکی از ساکنان محلی از فراموشی سنت‌های قدیمی در بحث ازدواج، نام‌گذاری فرزندان، مسکن‌گزینی و... می‌گوید که در طول زمان فراموش شده‌اند، «درحالی‌که سنت‌های درآمدزایی مانند کومسای و اعیاد مذهبی حتی با شکوه بیشتری ادامه یافته‌اند.»

شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای آن دسته از شرایطی است که در یک زمان و مکان خاص جمع می‌شوند تا مجموعه‌ای از اوضاع و احوال یا مسائلی را به وجود آورند که اشخاص با عمل یا تعامل‌های خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند (Strauss & Corbin, 2014, p. 154). «گسترش زیرساخت‌های ارتباطی و حمل‌ونقل» یکی از شرایط زمینه‌ای است. در دهه ۱۳۷۰ و هم‌زمان با روی کار آمدن دولت سازندگی، گسترش راه‌ها و جاده‌های شهری و روستایی در استان کردستان و به تبع آن اورامان در دستور کار دولت قرار گرفت و در دولت‌های نهم و دهم نیز سیاست توسعه ارتباطات از راه دور پی گرفته شد و بدین ترتیب دسترسی به مناطق دورافتاده‌ای مانند اورامان آسان شد و زمینه ارتباطات دوسویه با نواحی اطراف و دیگر استان‌ها فراهم آمد و تبادلات فرهنگی-اقتصادی با دیگر نواحی میسر شد. از نمودهای این دوره می‌توان به ازدواج‌ها و مهاجرت‌های خارج از محدوده اشاره کرد، که البته در سال‌های بعد زمینه تغییر باورها و ارزش‌های مردم این منطقه را فراهم ساخت. «تغییر ساختار نظام خانواده و تقسیم کار» نیز یکی دیگر از زمینه‌های تغییر



یک عکس با لباس کردی دارند که دربارهٔ اورامان هم با آن پست گذاشته‌اند.» این گفتمان در بسیاری از مواقع به کنشگران موج اول توسعه و طرفداران زندگی مدرن شهری نهیب می‌زند و در عوض خواستار بازگشت به «اصل خویش» است.

عمل / تعامل

عمل / تعامل یا کنش / کنش متقابل اصطلاحاتی هستند که افراد برای اشاره به تاکتیک‌های اساسی و طرز عمل‌های عادی یا روزمره و چگونگی مدیریت موقعیت‌ها در رویارویی با مسائل و امور به کار می‌برند. این تاکتیک‌ها یا رفتارهای عادی آن چیزی است که مردم و سازمان‌ها و جوامع یا ملت‌ها انجام می‌دهند یا می‌گویند (Strauss & Corbin, 2014, p. 155). در این پژوهش، «شکل‌گیری هسته‌های اولیهٔ گردشگری»، «تغییر باورها» و «ورود تورهای میراث» به‌عنوان مقوله‌های تعاملی در تغییر ارزش‌ها و سنت‌های منطقه شناسایی شده‌اند. «شکل‌گیری هسته‌های اولیهٔ گردشگری» به دو رویداد مهم به‌عنوان پیش‌درآمد شکل‌گیری گردشگری اورامان اشاره دارد، که خود باعث کشف این منطقه از منظر ناظر بیرونی شده است. ابتدا، در دههٔ ۱۳۷۰، اتومبیل شخصی در دسترس خانواده‌های بیشتری در شهرهایی مانند مریوان و سنندج قرار گرفت و یکی از بهترین و بکرترین مکان‌ها برای تفریح همین اورامان بود. این گردشگران یا کاشفان اولیه غالباً به‌علت بومی بودن پذیرفته و حتی استقبال می‌شدند و تعامل مردم اورامان با آن‌ها مثبت بود. عامل بعدی ورود گردشگران تجاری در دههٔ ۱۳۸۰ بود، که در میان آن‌ها عدهٔ زیادی از افراد غیربومی وجود داشت. این دو موج ورود شبه‌گردشگران به اورامان باعث شکل‌گیری نخستین تصورات و هسته‌های گردشگری در اورامان شد. در طی این دوره، امواج اول و دوم گردشگری زمینه را برای تغییر باورها و ارزش‌های این منطقه فراهم کرد؛ مواردی مانند مال‌اندوزی، فایده‌گرایی و لذت‌گرایی در کانون این تغییرات قرار دارند. در این خصوص، یکی از ساکنان بومی می‌گوید: «خیلی چیزها عوض شده، فکر و ذکر همه شده پول، خیلی وقت‌ها که فکر می‌کنم می‌گویم ای کاش دوران قدیم برمی‌گشت.» «ورود تورهای میراث در دههٔ ۱۳۹۰» نیز یکی دیگر از مقوله‌های تعاملی این پژوهش است. در نگاه اول می‌توان همهٔ تورهایی که به منطقهٔ اورامان می‌آیند را به دلایلی مانند امکانات و فضا یا حس مکان متفاوت اورامان تور میراث نامید؛ اما، با نگاهی محافظه‌کارانه‌تر به موضوع، می‌توان ادعا کرد

که پذیرش تورهای میراث در اورامان به تدریج در دههٔ ۱۳۹۰ صورت گرفت. در اوایل دههٔ ۱۳۹۰ نیز آرام آرام تورهایی به منطقه آمدند که ممکن است از ابتدا با هدف کلی تری شکل گرفته باشند، اما در نهایت، بنا به دلایلی مانند دانش گردشگران و هدف تجربه متفاوت فرهنگی و هدف‌گیری بازار میراث، می‌توان آنان را تور میراث نامید. از اواسط دههٔ ۱۳۹۰ این تورها تخصصی‌تر شد و بعضاً توسط افراد دانشگاهی اجرا می‌شد، به‌گونه‌ای که می‌توان آن‌ها را تور تخصصی میراث نامید. ورود این تورها، به‌علت تیپ‌های متفاوت گردشگران، تغییرات خاصی را در ارزش‌ها و سنت‌های اورامان ایجاد کرد. برخی از سنت‌های دیرین در پی همین تورهای میراث با شکوه بیشتری تداوم یافت.

پیامد

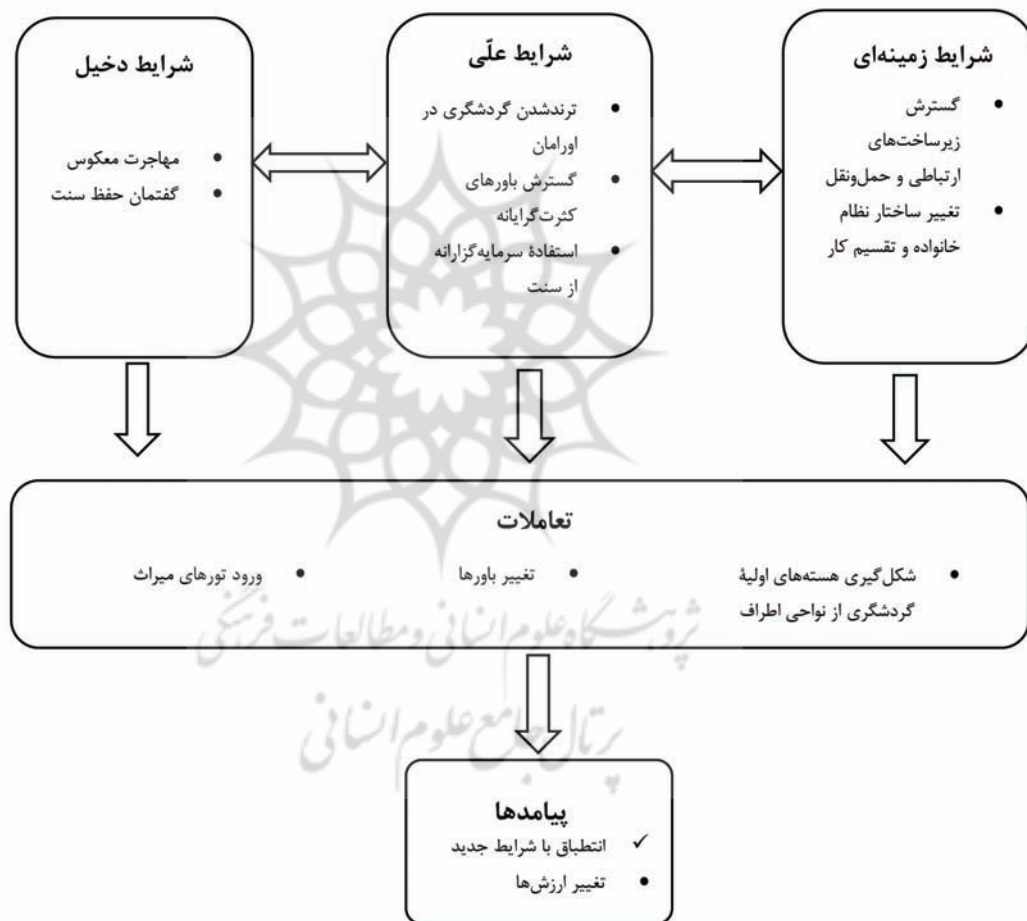
هرجا انجام شدن یا انجام نشدن عمل / تعامل معینی در پاسخ به امر یا مسئله‌ای یا به‌منظور اداره یا حفظ موقعیتی از سوی فرد یا افرادی انتخاب شود، پیامدهایی به وجود می‌آید (Strauss & Corbin, 2014, p. 156). «انطباق با شرایط جدید» و «تغییر ارزش‌ها» مقوله‌های پیامدی این پژوهش است. درواقع می‌توان گفت، پس از فراهم شدن هریک از شرایط زمینه‌ای، علّی و میانجی و همچنین تعاملات صورت‌گرفته، جامعهٔ اورامان در مسیر تغییرات ارزشی - فرهنگی قرار گرفته است که نمود آن را می‌توان در ارزش‌ها و هنجارهای مردمان و به‌ویژه نسل جدید یافت. مقولهٔ «انطباق با شرایط جدید» به این واقعیت اشاره دارد که برآثر ورود گردشگران، به‌ویژه گردشگران میراث، در برخی از عناصر فرهنگی نوعی انطباق با شرایط موجود رخ داده است. برای نمونه می‌توان به مواردی مانند سبک زندگی و طرز تفکر نسل جدید اشاره کرد. به‌طور باورنکردنی نسل جدید زندگی پدران‌شان را حداقلی، ناکافی و منسوخ می‌دانند و خواهان زندگی با رفاه ظاهری مانند آنچه گردشگران از خود بروز می‌دهند هستند. در این خصوص، یکی از ساکنان بومی می‌گوید: «آن چیزی که داغ روی دلم می‌گذارد نگاه‌ها و ژست‌های آن‌هاست؛ حتی از رنگ پوست‌شان معلوم است که سختی نکشیده‌اند. آن‌ها همه چیز دارند؛ پول، امکانات، تفریح، سفر. گاهی وقت‌ها فکر می‌کنم اگر ظاهر را رعایت کنی و دو سه تا ترفند خوب یاد بگیری و به روی خودت هم نیاوری، مثل آن‌ها می‌شوی.» دیگر زیرمقولهٔ مهم در این باره «هم‌آوا شدن با هنجارها و فرهنگ زمانه» است و به این واقعیت اشاره دارد که مردم اورامان در مواجهه با توسعه



روزافزون گردشگری، در جهت هم‌آوایی و اکتساب تم و ترند فرهنگ خاص زمانه، احساس نیاز کرده‌اند و تلاش برای یادگیری زبان، آداب معاشرت رسمی و مهارت‌های گفت‌وگو نمونه آن است. این‌گونه مهارت‌ها، چون مردمان محلی را از حالت سوژه‌بودگی خارج می‌کنند و به آن‌ها حس برابری یا به قول یکی از مشارکت‌کنندگان در پژوهش «حس کم‌نیاوردن» می‌دهند، در بین نسل جدید طرف‌داران بسیاری دارد. در همین راستا، گاهی مشاهده شده است که جوانان علاوه بر منش ترند زمانه (که البته خود دارای تیپ‌های گوناگونی است) به مصرف محصولات فرهنگی در سطوح ملی و جهانی می‌پردازند، تا از هماهنگی و برابری‌شان با گردشگران اطمینان یابند.

الگوی پارادایمی گردشگری میراث و تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها در اورامان

بر اساس آنچه تاکنون گفته شد، می‌توان به یک الگوی پارادایمی اشاره کرد که در سطح اول آن شرایط زمینه‌ای، علی و دخیل قرار دارند و با هم در ارتباط متقابل‌اند. در سطح بعدی، تعاملات قرار دارد که رفتارها و واکنش‌های آگاهانه مردم محلی در این سطح قرار گرفته و پیامد هم‌افزایی شرایط و تعاملات نیز در کل همان تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها است.



شکل ۱: الگوی پارادایمی رابطه گردشگری میراث و تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها در اورامان (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

دیگر، مجموعه شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر، که در بخش دوم مطرح شد، بستر لازم برای اعطای هویت گردشگرانه و مهمان‌پذیر به اورامان را مهیا می‌سازد. به دنبال این امر، تغییراتی در سطح اول ارزش‌ها (برخوردهای اولیه، ظاهر و منش) و سپس برآثر تعاملات عمیق‌تر بین گردشگران و جامعه محلی، تغییراتی در جهان‌بینی،

یافته‌های پژوهش

یافته‌های بخش اول پژوهش نشان می‌دهد که رابطه معنادار، مثبت، و مستقیمی بین متغیر مستقل گردشگری میراث و متغیر وابسته تغییر ارزش‌ها و سنت‌ها وجود دارد و جامعه محلی استقرار گردشگری میراث را عاملی در تغییرات سنتی - ارزشی خود ارزیابی می‌کند. از سوی



ارزش‌های اصلی و برخی از سنت‌ها در راستای انطباق با شرایط جدید رخ داده است. اگرچه این صورت‌بندی‌های جدید ارزشی در بیشتر موارد التقاطی است و شامل ترکیب بدیعی از عناصر فرهنگ جامعه میزبان، گردشگران و در برخی موارد کدهای فرهنگی خارج از موضوع این مقاله است، اما در بیشتر موارد ماهیت تعاملی و تعریفی دارند و در جهت تقویت هویت جامعه میزبان در مقابل گردشگران تعریف می‌شوند.

از سویی دیگر، توجه به فعالیت بخش زیادی از جمعیت نمونه پژوهش در بخش صنایع دستی، تغییر ارزش‌ها و سنت‌های دیرین امری عجیب به نظر می‌رسد، اما نکته کلیدی در اینجا رواج شکلی از منفعت‌محوری در حفظ یا تغییر ارزش‌های موجود است، که البته با وجود عاملی مانند «گفتمان حفظ سنت» تعدیل و محدود می‌شود. اما، با توجه به استدلال‌های پیش‌گفته، این کنشی آگاهانه و منفعت‌طلبانه از سوی نسل جدید است. نسل‌های پیشین این مردمان سخت‌کوش‌تر و پرتلاش‌تر بودند، اما به علت بهتر شدن نسبی شرایط، نسل کنونی تا آنجا که منافعش اجازه دهد خود را ملزم به ارزش‌ها و سنت‌ها می‌داند و چون گردشگری در این منطقه در مراحل اولیه قرار دارد، تطبیق ارزش‌ها و سنت‌ها به صورت گزینشی از سوی اعضای جامعه محلی صورت می‌گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش کنونی، در مقام مقایسه با پژوهش‌های پیشین، سه مسیر متمایز را طی می‌کند. در وهله نخست، نقاط اشتراک این پژوهش با سایر پژوهش‌های پیشین است. نتایج این پژوهش، همسو با نتایج پژوهش هوانگ (2019)، نشان می‌دهد که گردشگری در اورامان باعث توجه بیشتر ساکنان به آداب و رسوم و گذشته‌شان شده است. همچنین، همسو با نتایج پژوهش ریدرستات و همکاران^۱ (2016)، ساکنان اورامان گردشگری میراث را عامل مهمی در افزایش کیفیت زندگی خود به شمار می‌آورند. مهم‌تر از همه، همانند نتایج پژوهش‌های صیدایی و رستمی (2013)، کروب‌بی و همکاران (2016) و امینی و زیدی (2014)، گردشگری باعث تغییراتی در ارزش‌ها و سنت‌های اورامان شده است. در نهایت، همسو با نتایج پژوهش میرزایی و همکاران (2009) و جلالیان و همکاران (2015)، در مرحله کنونی رویکرد عموماً مثبتی درباره توسعه گردشگری در اورامان وجود دارد.

اما، برخلاف نتایج پژوهش‌های اورو‌شویچ^۲

(2012) و مک‌کانل^۳ (1984)، در این پژوهش و در مرحله کنونی نتیجه‌ای مبنی بر تأثیر توسعه گردشگری در تقویت غرور محلی‌ها یا تقویت هویت قومی آن‌ها به دست نیامد. همچنین، برخلاف نتایج پژوهش قاسمی و همکاران (2020)، نتایج این پژوهش (دست‌کم در مرحله کنونی توسعه گردشگری در منطقه) آثار یا پیامدهای منفی برجسته‌ای را برای سبک زندگی و ارزش‌های منطقه نشان نمی‌دهد یا دست‌کم لازم است در این مورد با سایر عوامل دخیل هم‌سنجی صورت گیرد.

سومین و مهم‌ترین براینده این پژوهش مربوط به مسئله «آگاهی» است؛ هرچند باباخانزاده (2013) در پژوهش خود به این مسئله و ارتقای آن بر اثر توسعه گردشگری پرداخته است، پژوهشگران هدفی متفاوت از طرح این موضوع دارند. طبیعتاً گردشگری، مانند هر موقعیت کنشی دیگر، دارای پیامدهایی است که تا حدود زیادی از عملکرد کنشگران حاضر در صحنه تأثیر می‌پذیرد. در واقع، براساس رویکردی که این پژوهش در ابتدا اتخاذ کرده است، این عاملان انسانی (چه کنشگر فردی و چه جمعی) هستند که ساختارهای بعدی اجتماعی فرهنگی را شکل می‌دهند و این عوامل دارای قدرت بازاندیشی، آگاهی، و نیت‌مندی هستند. از سوی دیگر، کنش این کنشگران می‌تواند پیامد نیت‌شده یا نیت‌نشده‌ای را شامل شود. از این‌رو، براساس یافته‌های این پژوهش می‌توان اذعان کرد اعضای جامعه محلی که تغییر سنت‌ها و ارزش‌ها را می‌بینند یا درباره آن سخن می‌گویند در مورد آن آگاه‌اند؛ چراکه قدرت بازاندیشی و نیت‌مندی دارند و تا حدی بر آن صحنه مشرف‌اند که منافع خود را در درون آن تشخیص دهند. از این‌رو می‌توان گفت، هرچند دیدگاه‌های اثر نمایشی (Vrablikova, et al., 2023; Půtová, 2018)، فرهنگ‌پذیری (De-Juan-Vigaray et al., 2021; Mason, 2020) و تجاری شدن فرهنگ (Nurhadi et al., 2022; Půtová, 2018) مفاهیم مفید و کاربردی در تحلیل تأثیرات گردشگری هستند، دست‌کم در مرحله کنونی از توسعه گردشگری میراث در اورامان مناسبت تحلیلی لازم را با شرایط و اطلاعات استخراج‌شده در این پژوهش ندارند؛ اما مفهوم «بازاندیشی» انتونی گیدنز (Sidman, 2014) و نیز مقوله هسته «استفاده سرمایه‌گذارانه از سنت» چرای و چگونگی تغییرات ارزش‌ها و سنت‌ها در مقطع کنونی در اورامان را پوشش می‌دهد. در اینجا تفاوتی که بین «اثر نمایشی»، «تجاری شدن فرهنگ» و مفهوم «استفاده سرمایه‌گذارانه از سنت» وجود دارد در چگونگی و ترکیب تغییرات فرهنگی ایجادشده است؛ درحالی‌که در دو مفهوم

1. Ridderstaat

2. Urošević

3. MacCannell



جلالیان، حمید، نامداری، فریوش و پاشازاده، اصغر (۱۳۹۴). اثرات گردشگری بر توسعه روستای هجیج کرمانشاه. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۵(۳۶)، ۲۰۵-۲۲۸. <http://jgs.khu.ac.ir/article-1-2290-fa.html>

رادین، ماکس و بدره‌ای، فریدون (۱۳۵۰). سنت. فریدون بدره‌ای (مترجم). فرهنگ و زندگی، ۴ و ۵.

زردشتیان، شیرین، نادری، نادر، خسروی، احسان و کریمان، فرانک (۱۴۰۲). تحلیل استراتژیک توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه فرهنگی در اورامانات با تأکید بر گردشگری رویدادمحور. پیشرفت توسعه استان کرمانشاه، ۸، ۳-۲۴. <https://doi.org/10.22034/mpo.2023.404046.1081>

رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷). توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

رضوانی، محمدرضا، فرجی سبکبار حسنعلی، دربان آستانه علیرضا و کریمی، سیدهادی (۱۳۹۶). شناسایی و اعتبارسنجی عوامل و شاخص‌های کیفیت محیطی مؤثر در برندسازی مقاصد گردشگری روستایی با استفاده از روش تحلیل محتوا (مورد مطالعه: منطقه قومی فرهنگی اورامانات در استان‌های کردستان و کرمانشاه). پژوهش‌های روستایی، ۸(۲)، ۳۲۱-۳۴۵. <https://doi.org/10.22059/jrur.2017.62675>

ریترز، جرج (۱۳۸۹). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی (مترجم). انتشارات علمی، چاپ شانزدهم.

رحمانی، خلیل، پورطاهری، مهدی و رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی: مطالعه موردی روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج. برنامه‌ریزی و آمایش فضا، ۱۷(۱)، ۴۳-۶۴. <http://hsmmp.modares.ac.ir/article-21-6895-fa.html>

زارع، ایمان و غلامی جمکرانی، رضا (۱۳۹۸). تنوری ساخت‌یابی آنتونی گیدنز و نقش آن در تعیین مدل پاسخگویی سازمانی در نظام حسابداری. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، ۸(۳۰)، ۵۸-۴۱. https://www.jmaak.ir/article_14289.html

اول گرایش‌های جامعه‌میزبان به سمت نوعی از مستعمره شدن فرهنگی است، در مفهوم «استفاده سرمایه‌گذارانه از سنت» سوژه‌بودگی جامعه‌میزبان به معنی بی‌قدرتی یا بی‌ارادگی آن نیست. از سوی دیگر، هرچند نمود این تغییرات در بسیاری از ارزش‌های تلفیقی جدید یا عمل نکردن به سنت‌ها به وضوح قابل مشاهده است، این تغییرات شامل همه سنت‌ها و ارزش‌ها نمی‌شود؛ از طرف دیگر، با وجود رونق گردشگری میراث، برخی از این سنت‌ها به شدت تقویت شده‌اند. حتی بخش‌هایی از مردم اورامان معتقد بودند، با وجود آشکار بودن مانور بر روی مراسم‌ها و مناسبت‌های ویژه اورامان، این کار باید ادامه یابد. اما در اینجا نه با پدیده تجاری شدن فرهنگ، بلکه با مقوله استفاده سرمایه‌گذارانه از سنت مواجهیم.

از سوی دیگر، براساس نتایج این پژوهش، در مرحله کنونی با تغییرات ساختاری عمیق فرهنگی مانند تغییر سبک زندگی و استحاله کلی ارزش‌ها مواجه نیستیم؛ اما می‌توان انتظار داشت در آینده گردشگری میراث نقش بیشتری را در تغییرات ویژه سبک زندگی ایفا کند. وانگهی تغییر در عناصر اصلی فرهنگ هر جامعه (ارزش‌ها و سنت‌ها)، که در پژوهش کنونی در قالب تطبیق با شرایط جدید به آن پرداخته شد، می‌تواند مقدمه‌ای بر تغییرات ژرف‌تر و ساختاری‌تری باشد که جامعه محلی این دیار را درگیر خود کند و سبب بروز مسائل اجتماعی مهم‌تری شود.

منابع فارسی که معادل لاتین آن در فهرست منابع آمده است:

استراوس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۳). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها. بیوک محمدی (مترجم). تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

امینی، عباس و زیدی، زهرا (۱۳۹۳). تأثیرات فرهنگی گردشگری در مناطق روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی روستای ابیانه). تحقیقات جغرافیایی، ۳۰(۳)، ۱۳-۳۲. <http://georesearch.ir/article-1-168-fa.html>

باباخانزاده، ادریس (۱۳۹۲). بررسی اثرات اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری در منطقه اورامانات. برنامه‌ریزی فضایی، ۳(۳)، ۱۴۵-۱۶۴. https://sppl.ui.ac.ir/article_15962.html?lang=fa



- سیدمن، استیون (۱۴۰۲). کشاکش آراء در جامعه‌شناسی. هادی جلیلی (مترجم). نشر نی، چاپ دوم.
- شمس، مجید، احمدی دهرشید، محمد و خداکرمی، مهناز (۱۳۹۱). توریسم و توانمندسازی اقتصاد روستایی (نمونه موردی: روستای اورامان تخت). چشم‌انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)، ۷(۲۰)، ۵۷-۷۰.
- صیدایی اسکندر و رستمی، شهین (۱۳۹۱). سنجش تأثیرات اقتصادی و اجتماعی فرهنگی توسعه گردشگری (نمونه موردی شهر کرمانشاه). برنامه‌ریزی فضایی، ۲(۷)، ۶۵-۱۱۰. https://sppl.ui.ac.ir/article_15940.html?lang=fa
- فرشاد، لقمان، ساریخانی، عادل و بهادری، بهناز (۱۳۹۹). نقش جشنواره انار در توسعه پایدار گردشگری جوامع محلی در نواحی مرزی مورد مطالعه: (روستاهای منطقه اورامانات شهرستان پاوه). جغرافیا و روابط انسانی، ۳(۹)، ۴۲۲-۴۴۱. https://www.gahr.ir/article_113345.html?lang=fa
- قاسمی، یارمحمد، منصوری مقدم، منصور و مفاخری باشماق، جمیل (۱۳۹۹). تأثیرات فرهنگی گردشگری بر اجتماعات میزبان (مورد مطالعه: منطقه هورامان استان کردستان). جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۱۲(۱)، ۱۵۲-۱۲۸. <https://doi.org/10.34785/J016.2020.237>
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۲). بررسی تأثیرات اقتصادی فرهنگی توسعه جهانگردی از دیدگاه ساکنان. مطالعات جهانگردی، ۱(۳)، ۱-۱۶. https://journals.atu.ac.ir/article_4867.html?lang=fa
- کروبی مهدی، احمدی، ساسان و رسولی، محمد (۱۳۹۵). ارزیابی اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان (مورد مطالعه: شهر بانه). مطالعات اجتماعی گردشگری، ۴(۷)، ۲۱-۱. <http://www.journalitor.ir/fa/Article/35219>
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی. حسن چاوشیان (مترجم). نشر نی. تهران چاپ اول
- گیلانی، نجم‌الدین و دلپاک، بهرام (۱۴۰۱). بازمانده آیین‌ها و جشن‌های دوران کهن در هورامان و کردستان. مطالعات تاریخ فرهنگی، ۱۲(۵۰)، https://www.chistorys.ir/77-102article_203612.html
- مبینی دهکردی، علی (۱۳۹۰). معرفی طرح‌ها و مدل‌ها در روش تحقیق آمیخته. راهبرد، ۲۰(۶)، ۲۱۷-۲۳۴.
- محمدی، جمال (۱۳۹۸). تحلیل جامعه‌شناختی پدیده گردشگر کاذب و شبه‌گردشگر در منطقه اورامانات کردستان. برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، ۸(۲۹)، ۱۴۵-۱۵۸.
- محمدپور، احمد و ایمان، محمدتقی (۱۳۸۷). بازسازی معنایی پیامدهای تغییرات اقتصادی در منطقه اورامان تخت کردستان ایران: ارایه یک نظریه زمینه‌ای. رفاه اجتماعی، ۷(۲۸)، ۱۹۱-۲۱۴. <http://refahj.uswr.ac.ir/article-۱-۲۰۳۶-fa.html>
- محمدپور، احمد، صادقی، رسول و رضایی، مهدی (۱۳۸۹). روش‌های ترکیبی به عنوان سومین جنبش روش‌شناختی: مبنای نظری و اصول علمی. جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۱(۲۸)، ۷۷-۱۰۰. https://jas.ui.ac.ir/article_18154.html
- محسنی، منوچهر (۱۴۰۱). مقدمات جامعه‌شناسی. انتشارات دوران. چاپ سی‌وسوم.
- میرزایی، رحمت، سام آرام، عزت‌الله و خاکساری، علی (۱۳۸۹). نقش صنعت گردشگری بر اشتغال و مقایسه آن با سایر بخش‌های اقتصادی (مطالعه موردی منطقه اورامانات استان کرمانشاه). برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱(۴)، ۳۴-۱. https://qjds.atu.ac.ir/article_3655.html
- موسوی، ریحانه (۱۳۹۸). واقع‌گرایی هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی در تفاسیر اصالت وجود و اعتبار ماهیت. فرهنگ پژوهش، ۱۲(۳۷)، ۵۳-۸۴. <https://doi.org/10.22081/FPQ.2019.69862>
- وزین، نرگس و شیخی، احمدرضا (۱۳۹۹). پیامدهای فرهنگی توسعه گردشگری در کشور از دیدگاه خبرگان. گردشگری فرهنگ، ۱(۳)، ۲۸-۲۱. <https://doi.org/10.22034/toc.2020.241748.1012>
- Adorno, T. W., & Bernstein, J. M. (1991). The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture. Routledge. London. <https://doi.org/10.4324/9781003071297>
- Amini, A., & Zaidi, Z. (2014). Cultural Impacts of Tourism in Rural Areas from the Perspective



- the Sociocultural Setting of Rural Communities In Ghana. A Case Study of Boabeg - Fiema in the Brong Ahafo Region. Thesis for Master of Public Policy. *Submitted to KDI School of Public Policy and Management, December 2011.* <https://archives.kdischool.ac.kr/handle/11125/30317>
- De-Juan-Vigaray M. D., Garau-Vadell, J. B., & Sese, A. (2021). Acculturation, shopping acculturation, and shopping motives of International Residential Tourists. *Tourism Management*, 83, 104229. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104229>
- Doyle L., Brady A. M., & Byrne G. (2012). An overview of mixed method research. *Journal of Research in Nursing*, 14(2), 175-185. <https://doi.org/10.1177/1744987108093962>
- Edgell, D. (2006). *Managing Sustainable Tourism: a legacy for the future.* London and New York: Routledge.
- Esmail Zaei, M., & Esmail Zaei, M. (2013). The Impacts Of Tourism Industry On The Host Community. *European Journal of Tourism Hospitality and Research*, 1(2), 12-21. <https://www.eajournals.org/wp-content/uploads/THE-IMPACTS-OF-TOURISM-INDUSTRY-ON-HOST-COMMUNITY.pdf>
- Farshad, L., Sarikhani, A., & Bahadori, B. (2019). The role of pomegranate festival in the sustainable development of tourism in local communities in border areas. case study: (Villages of Oramanat region of Paveh city). *Geography and Human Relationships*, 3(1), 422-441. https://www.gahr.ir/article_113345.html?lang=en [In Persian]
- Fernando, G., Alberti, F. G., & Giusti, J. D., (2012). Cultural heritage, tourism, and regional competitiveness: The Motor Valley cluster. of the Local Community (Case Study of Abyaneh Village). *Geographical Research*, 30(2), 13-32. <http://georesearch.ir/article-1-168-fa.html> [In Persian]
- Babakhazadeh, E. (2013). Measuring the socio- cultural, economic and cultural impact of tourism development in Uramanat region. *Spatial Planning*, 3(3), 145-164. https://sppl.ui.ac.ir/article_15962.html?lang=en [In Persian]
- Barre, H. (1996). Culture, tourism, development: crucial issues for the XXIst century. *Paris: UNESCO.* <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000108539>
- Baycan, T., & Girard, L. F. (2011). Heritage in Socio-Economic Development: Direct and Indirect Impacts. *ICOMOS, Paris.* https://openarchive.icomos.org/id/eprint/1299/1/IV-2-Article9_Baycan_Girard.pdf
- Brooks, G. (2011). Heritage as a Driver for Development. *ICOMOS, Paris.*
- Chabbra, D. (2010). Sustainable marketing of cultural and heritage tourism. *London: Routledge publication.*
- Chattopadhyay, M., Kumar, A., Ali, S., & Mitra, S. K. (2022). Human development and tourism growth's relationship across countries: a panel threshold analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(6), 1384-1402. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1949017>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches.* SAGE Publications, Inc.
- Creswell, J., & Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research (3rd edn).* Thousand Oaks CA: SAGE Publications.
- Deladem, T. G. (2011). The Impact of Tourism on

- of Historical Sites in Panyu, China. *Thesis Submitted to Flinder University for Degree of Master of Tourism*, November 2019
- Huh, J., Uysal, M., & McCleary, K. (2006). Cultural/heritage destinations: Tourist satisfaction and market segmentation. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(3), 81-99. https://doi.org/10.1300/J150v14n03_07
- IMARC. (2023). Heritage Tourism Market Report by Type (Cultural Heritage, Natural Heritage, Intangible Heritage), Booking Channel (Online, Offline), End User (30 and Under, 31 to 50, 51 to 70, 71 and Above), and Region 2023-2028. <https://www.imarcgroup.com/Report-ID:SR112023A10249>
- Jalalian, H., Namdari, F., & Pashazadeh, A. (2015). Effects of Tourism on the Development of Hajij Village, Kermanshah. *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, 15(36), 205-228. <http://jgs.khu.ac.ir/article-1-2290-fa.html> [In Persian]
- Karoubi, M., Ahmadi, S., & Rasouli, M. (2016). Evaluation of the socio-cultural impacts of tourism on the host community (case study: Baneh city). *Journal of Social Studies of Tourism*, 4(8), 1-21. <http://www.journalitor.ir/en/Article/35219> [In Persian]
- Kazemi, M. (2003). Investigating the economic and cultural impacts of tourism development from the perspective of residents. *Journal of Tourism Studies*, 1(3), 16-1. https://journals.atu.ac.ir/article_4867.html?lang=fa [In Persian]
- Kerstetter, D. L., Confer, J. J., & Graefe, A. R. (2001). An exploration of the specialization concept within the context of heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 39(3), 267-274. <https://doi.org/10.1177/004728750103900304>
- City, *Culture and Society*, 3(4), 261-273. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2012.11.003>
- Ferreira, J., & Estevao, C. (2009). Regional competitiveness of tourism cluster: A conceptual model proposal. *Tourism & Management Studies*, 5. <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388777675004.pdf>
- Florida, R. (2002). The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community, and everyday life. New York: Basic Books. <https://doi.org/10.2307/3552294>
- Ghasemi, Y., Mansouri Moghadam, M., & Mafakheri Bashmagh, J. (2020). Tourism and its scientific and cultural encounters with the host community (Case study: Horman region of Kurdistan province). *Sociology of Culture and Art*, 2(1), 152-128. <https://doi.org/10.34785/J016.2020.237> [In Persian]
- Giddens, A. (2009). Sociology. H. Chavoshian (Trans.). Ney Publishing House. Tehran, First Edition. In Persian.
- Gilani, N., & Delpak, B. (2022). Remnants of ancient rituals and celebrations in Horaman and Kurdistan. *Cultural History Studies*, 12(50), 77-102. https://www.chistorys.ir/article_203612.html?lang=en [In Persian]
- Godovykh, M. (2024). Tourism Impacts: A Guide to Understanding, Evaluating, and Managing the Positive and Negative Impacts of Tourism Development. *Independently published*.
- Gursoy, D., & Nunkoo, R. (2022). The Routledge Handbook of Tourism Impacts: Theoretical and Applied Perspectives. *Routledge*.
- Hesmondhalgh, D. (2002). Cultural industries. London: *Sage publication*.
- Huang, H. (2019). The Impacts of Growing Tourism on local Communities: A Case Study



- Mohamadi, J. (2019). sociological study of the phenomenon of pseudo-tourist" in the Oramanat area of Kurdistan Province. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(29), 145-158. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.15590.2983>
- Mohammadpour, A., & Iman, M. T. (2008). The Meaning Reconstruction of Economic Changes' Consequences in Ouraman - e - Takht Region of Iranian Kurdistan: A Grounded Theory Approach. *Refahj*. 7(28), 191-214. <http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-2036-fa.html> [In Persian]
- Mohammadpour, A., Sadeghi, R., & Rezaei, M. (2010). Mixed Methods Research as Third Methodological Movement: Theoretical Foundations and Practical Procedures. *Journal of Applied Sociology*, 21(2), 77-100. https://jas.ui.ac.ir/article_18154.html?lang=en [In Persian]
- Mousavi, R. (2019). Ontological and epistemological realism in interpretations of the originality of existence and the validity of nature., 12(37), 53-84. <https://doi.org/10.22081/fpq.2019.69862> [In Persian]
- Nurhadi, I., Sumarti, T., Dharmawan, A. H., & Damanhuri, D. S. (2022). The Commodification of Culture and Ethical Transition of Tourism Development: An Insight from Oasing Community, Indonesia. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 10 (01), 24-43 <https://doi.org/10.22500/10202238564>
- Offenhuber, D., Zimmerly, W. Ch., & Albert, M. T. (2010). World Heritage and Cultural Diversity. *German Commission for UNESCO*.
- Pedersen, A. (2002). Managing Tourism at World Heritage Sites: A Practical Manual for World Heritage Site Managers. *UNESCO World Heritage Centre*. <https://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-113-2.pdf>
- Kolasi, K. (2020). *Structuration Theory*. ResearchGate. https://doi.org/10.1007/978-3-319-74336-3_360-1
- Lam N.T., & Cuong, N.V. (2017). Intragenerational and Intergenerational Mobility in Viet Nam. Asian Development Bank Institute Osun Oshogbo Sacred Grove. *IOSR Journal of Humanities and Social Science (JHSS)*. 2(6), 30-35. <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/296061/adbi-wp722.pdf>
- MacCannell, D. (1984). Reconstructed ethnicity tourism and cultural identity in third world communities. *Annals of tourism research*, 11(3), 375-391. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(84\)90028-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(84)90028-8)
- McKercher, B. (2020). Cultural tourism market: a perspective paper. *Tourism Review*, 75(1), 126-129. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2019-0096>
- Mason, P. (2020). Tourism Impacts, Planning and Management. *Butterworth Heinemann Publications, London*
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism: economic, physical and social impacts. Longman: Harlow, UK.
- Mirzaei, R., Sam Aram, E., & Khaksari, A. (2009). The Role of Tourism Industry in Employment in Comparison With Other Economic Sectors. *Social Development & Welfare Planning*, 1(4), 1-34. https://qjssd.atu.ac.ir/article_3655.html?lang=en [In Persian]
- Molinero, P. E. (2022). Trends in cultural tourism. *Smart Tourism*, 4(1). <https://doi.org/10.54517/st.v3i2.2147>
- Mobini Dehkordi, A. (2011). Introducing Designs and Models in Mixed Research Methodology. *Strategy Quarterly*, 20(60), 217-234. [In Persian]

- Ridderstaat, J., Croes, R., & Nijkamp, P. (2016). A two-way causal chain between tourism development and quality of life in a small island destination: An empirical analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(10), 1461-1479. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1122016>
- Ritzer, G. (2010). Sociological Theory in Contemporary Times. M. Salasi (Trans.). *Scientific Publications*, 16th edition. [In Persian]
- Sasaki, M. (2004). Creativity and cities: The role of culture in urban regeneration. *Journal of Economic Research (Osaka City University)*, 27(3), 29-35. https://www.researchgate.net/publication/228799504_The_role_of_culture_in_urban_regeneration
- Saydaei, E., & Rostami, S. (2013). Economic and Social Impacts Assessment - Cultural Tourism Development (Case in Kermanshah). *Spatial Planning*, 2(3), 95-110. https://sppl.ui.ac.ir/article_15940.html?lang=en [In Persian]
- Schoonenboom, J., & Johnson, R. B. (2017). How to construct a mixed methods research design. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 69(2), 107-131. <https://doi.org/10.1007/s11577-017-0454-1>.
- Scott, A. J. (2002). The cultural economy of cities. *London: Sage*.
- Seidman, S. (2014). The Conflict of Opinions in Sociology. H. Jalili (Trans.). Ney Publishing, *Second Edition*. [In Persian]
- Shams, M., Ahmadi Dehrashid, M., & Khodakarami, M. (2012). Tourism and Empowerment of Rural Economy (Case Study: Oraman Takht Village). *Geographical Perspective (Human Studies)*, 7(20), 57-70. In Persian.
- Půtová, B. (2018). Anthropology of Tourism: Researching Interactions between Hosts and Guests. *Czech Journal of Tourism*, 7(1), 71-92. <https://doi.org/10.1515/cjot-2018-0004>
- Radin, M. (1971). Tradition. Fereydoun Badrei (Trans.). *Journal of Culture and Life*, 4, 5. [In Persian]
- Rahmani, K., Pourtaheri, M., & Rokn al-Din Eftekhari, A. (2011). Strategic Planning for the Development of Religious Tourism in Rural Areas: A Case Study of Villages with Religious Places in Auraman Takht, Najjar and Hejj. *Spatial Planning and Planning*, 17(1), 43-64. <http://hsmmp.modares.ac.ir/article-21-6895-fa.html> [In Persian]
- Rezvani, M. R. (2008). Rural tourism development with a sustainable tourism approach. *Tehran: Tehran University Publications*. [In Persian]
- Rezvani, M. R., Faraji Sabokbar, H., Darban Astaneh, A., & Karimi, S. H. (2017). Identifying and validating factors and indicators of environmental quality effective in branding rural tourism destinations using content analysis method (case study: Oramanet ethno-cultural region in Kurdistan and Kermanshah provinces). *Rural Research Quarterly*, 8(2), 321-345. <https://doi.org/10.22059/jrur.2017.62675> [In Persian]
- Richards, G. (2000). Tourism and the world of culture and heritage. *Tourism Recreation Research*, 25 (1), 9 -17. <https://doi.org/10.1080/02508281.2000.11014896>
- Richards, G. (2005). Cultural Tourism in Europe. *ATLAS, UK*.
- Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36 (September). <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>



- experts. *Journal of Culture Tourism*, 1(3), 21-28. <https://doi.org/10.22034/toc.2020.241748.1012> [In Persian]
- Vrablikova M., Turciakova, A. H., & Baranova, M. (2023). Tourism as a Factor of Local and Regional Development. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 199-212. <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.1-17>
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). Tourism: Change, Impacts, and Opportunities. *Pearson Prentice Hall*.
- Wisdom, J., & Creswell, J. W. (2013, March). Mixed Methods: Integrating Quantitative and Qualitative Data Collection and Analysis While Studying Patient-Centered Medical Home Models. *AHRQ and PCHM*.
- Whittington, R. (2015). Giddens, structuration theory and strategy as practice. *ResearchGate*. <https://doi.org/10.1017/CCO9781139681032.009>
- Zakaria, S. A., Azinuddin, M., Ab Ghani, H. H., Wan Mohd Zain, W. M. A., Mior Shariffuddin, N. S., & Hanafiah, M. H. (2024). Tourism Development Impacts, Cultural Intelligence and Community Support for Future Development. *Tourism and Hospitality Management*, 30(2), 211-223, 2024. <https://doi.org/10.20867/thm.30.2.5>
- Zan, L., Bonini Baraldi, S., & Gordon, C. (2007). Cultural heritage between centralization and decentralization: Insights from the Italian context. *International Journal of Cultural Policy*, 13(1), 49-70. <https://doi.org/10.1080/10286630701201723>
- Zardashtian, S., Naderi, N., Khosravi, E., & Karmian, F. (2023). Strategic analysis of rural tourism development from a cultural perspective in Oramanet with emphasis
- Shorten A., & Smith J. (2017). Mixed methods research: Expanding the evidence base. *Evid Based Nurs*, 20, 74-5. <http://dx.doi.org/10.1136/eb-2017-102699>
- Spanou, E. (2007). The Impact of Tourism on the Sociocultural Structure of Cyprus. *Tourismos*, 2(1), 145-162. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/25392/1/MPPA_paper_25392.pdf
- Stezhko, N., Oliinyk, Y., Polishchuk, L., Tyshchuk, I., Parfinenko, A., & Markhonos, S. (2020). International tourism in the system of modern globalization processes. *International Journal of Management (IJM)*, 11(3), 97-106. <https://ssrn.com/abstract=3568378>
- Storey, J. (2018). Cultural Theory and Popular Culture: A Reader. *Routledge*.
- Timothy, D. J. (2011). Cultural heritage and tourism: an introduction. *UK: Channel View Publications*.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2014). Principles of Qualitative Research Method: Grounded Theory, Procedures and Methods. *Buyuk Mohammadi (Trans.)*. *Tehran: Institute of Humanities and Cultural Studies*. [In Persian]
- Stoffelen, A., & Ioannides, D. (2022). Handbooks on Impact; Social and Environmental Perspectives Research Assessment series, (vol. 486). <https://doi.org/10.4337/9781800377684>
- Urošević, N. (2012). Cultural Identity and Cultural Tourism between the Local and the Global (A Case Study of Pula, Croatia). *The European Journal of Applied Economics*, 9(1), 67-76. <https://doi.org/10.5937/sjas1201067U>
- Vazin, N., & Sheikhi, A. R. (2019). Cultural consequences of tourism development in the country from the perspective of

- Accounting and Auditing Knowledge*, 8(30), 41-58. https://www.jmaak.ir/article_14289.html?lang=en [In Persian]
- Zhuang, X., Yao, Y., & Li, J. J. (2019). Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China. *Sustainability*, 11(3), 840. <https://doi.org/10.3390/su11030840>
- on event-based tourism. *Progress and Development of Kermanshah Province*, 8, 3-24. <https://doi.org/10.22034/mpo.2023.404046.1081> [In Persian]
- Zare, I., & Gholami Jamkarani, R. (2019). Anthony Giddens's Theory of Structuration and Its Role in Determining the Organizational Accountability Model in the Accounting System. *Journal of Management*

