

## Research Paper

# Implementing the Idea of Neighborhood Tourism in a Modern Neighborhood (Case Study: Ekbatan Town)

Ali Shakoori<sup>\*1</sup> , Hamideh AminiFard<sup>2</sup> ,

<sup>1</sup> Associate Professor, Department of Social Planning, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

[shakoori@ut.ac.ir](mailto:shakoori@ut.ac.ir)

<sup>2</sup> Master Of Tourism planning, Department of Social Planning, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

[aminifard.h@ut.ac.ir](mailto:aminifard.h@ut.ac.ir)



© The Author(s)

publisher: University of Mazandaran



10.22080/jtpd.2024.26777.3864

**Received:**

February 7, 2024

**Accepted:**

April 3, 2024

**Available online:**

April 23, 2024

**Keywords:**

Community-based tourism, Neighborhood tourism, Contemporary neighborhoods, Ekbatan Town

## Abstract

**Context and Purpose:** In recent years, tourism has received remarkable attention at the level of neighborhoods and local communities. However, the share of modern neighborhoods using this capacity has not been great due to the traditionally common and often historical attractions. The purpose of this research is to investigate the possibility of implementing the idea of neighborhood tourism in a contemporary neighborhood, Ekbatan, without having the massive common elements of tourism.

**Design/methodology/approach:** This research is qualitative and data was collected through 19 in-depth interviews with residents, local informants, and field observations. The thematic method was used for data analysis to reach a neighborhood tourism model.

**Findings:** The findings show that Ekbatan Town has the capacity to host educated tourists with special interests in social, architectural, and urban planning, as well as those interested in social narratives and historical stories; therefore, it can be chosen as a modern destination for neighborhood tourism. This is subject to consideration of the role of key actors/agents.

**Conclusion:** The research results indicate that neighborhood tourism can be implemented if the residents' views and especially their satisfaction are considered along with the neighborhood's capacities.

**Originality/value:** This research has provided a model of making a modern tourist-friendly neighborhood, in which any successful neighborhood tourism policy and planning should be done within the framework of the neighborhood-participatory tourism approach as active hosts and with the least intervention of public and governmental institutions

\* **Corresponding Author:** Ali Shakoori

**Address:** Department of Social Planning, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

**Email:** [shakoori@ut.ac.ir](mailto:shakoori@ut.ac.ir)

**Tel:** 09124247386



## Extended Abstract

### 1. Introduction

What distinguishes tourism development in the 21st century from the past is the distinctions made in terms of motivations, types, and purposes. These developments have been widely reflected in the emergence of destinations in modern tourism, which are different from traditionally well-known destinations such as natural, historical, and coastal places. Neighborhood tourism is one of these destinations or a type of growing tourism that has received the attention of tourists and planners in recent years, mainly in the sub-group of urban tourism. It is said that, in addition to traditional functions for tourists, this type of tourism also performs new functions for cities and their localities, such as improving the quality level of communities, creating social interactions, and increasing local participation. Promoting localities as a tourist destination/attraction is, on the one hand, due to the growth of global tourism and urbanization, and on the other hand, due to qualitative changes in tourists, such as an increase in their education level and a change in their taste and motivation. This tendency in big cities and sometimes in declining cities has been accompanied by increased local pride and local/place belonging and has caused a positive feeling of residents towards their city or neighborhood as a valuable place to visit. This approach is especially important in contemporary neighborhoods under 100 years old. Unlike traditional and old neighborhoods with historical and heritage buildings, these neighborhoods may lack traditional elements such as historical mosques, museums, or traditional markets, which are defined as "tourist attractions" in the minds of most visitors and tourists. Nevertheless, it is a

new emerging inclination in modern tourism, both from tourists and neighborhoods. Tehran is the largest and most visited city in Iran. However, the traditional view has been more dominant in emphasizing the old and historical neighborhoods. At the same time, this research emphasizes that tourism can be considered a capacity in the modern neighborhoods of Tehran where there are no common historical elements. Therefore, to address the issue of neighborhood tourism in a modern neighborhood and specifically answer the question of whether it is possible to develop the idea of neighborhood tourism in a contemporary neighborhood that does not benefit from the common elements of tourism, such as history and historical and heritage buildings, the present research investigates the tourism capabilities of a neighborhood in "Ekbatan Town", which is among the contemporary neighborhoods

### 2. Research Methodology

The current research was conducted using a qualitative method. Data were obtained through in-depth interviews, field observations, and participation in a test-tour of the Olympic Village. Informed people in the two fields of "tourism" and "urban", as well as a number of Ekbatan Town residents, were the target community of this research. The samples were selected from high-level managers and prominent people in the country during different management periods (from the beginning of the Islamic revolution to the present period) in the urban and tourism field. Regarding experts and tour designers, the participants were among the prominent and influential figures of various intellectual factions in different periods.

### 3. Research Findings

The findings show that preconditions are necessary to implement the idea of neighborhood tourism in Ekbatan Town. Considering the prominent role of the residents and also the events and happenings that Ekbatan Town has gone through from the beginning of ideation to the launching of civil and social movements, it is necessary to consider the role of each of the key players, i.e., residents (host community), urban management (municipality and city council), and the private sector (tour operators). Each of their relationship with the other should be precisely specified and clarified. The interference of different and sometimes conflicting views of each of these three actors points out the necessity of determining the boundaries of their duties and roles. The findings show that Ekbatan Town has the capacity to host educated tourists with special interests in social, architectural, and urban planning and those interested in social narratives and historical stories; therefore, it can be chosen as a modern destination for the implementation of neighborhood tourism. However, one cannot be optimistic about the success of implementing this idea in

Ekbatan Town by underestimating the role of each of the key actors.

### 4. Conclusion

This research has presented a model of making a modern neighborhood called Ekbatan Town a tourist destination and concludes that any policy and planning for neighborhood tourism should be within the framework of the neighborhood-participatory tourism approach, with the consent and cooperation of the residents as active hosts in any type of activity related to tourism, and with the least intervention of public and governmental institutions.

#### Funding

There is no funding support.

#### Authors' Contribution

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work

#### Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

#### Acknowledgments

The authors appreciate all the scientific consultants in this paper.

## علمی پژوهشی

# واکاوی عوامل دخیل در پیاده‌سازی گردشگری محلی از منظر ساکنان در محله اکباتان

علی شکوری<sup>\*۱</sup>، حمیده امینی فرد<sup>۲</sup> 

<sup>۱</sup> دانشیار، گروه برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. ([shakoori@ut.ac.ir](mailto:shakoori@ut.ac.ir))

<sup>۲</sup> دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، گروه برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. ([aminifard.h@ut.ac.ir](mailto:aminifard.h@ut.ac.ir))



10.22080/jtpd.2024.26777.3864

## چکیده

زمینه و هدف: گردشگری در سال‌های اخیر در سطح محله‌ها و اجتماعات محلی مورد توجه قرار گرفته است. با وجود این، سهم محلات مدرن به علت فقدان بافت و جاذبه‌های تاریخی در استفاده از این ظرفیت اندک است. هدف پژوهش حاضر، بررسی امکان پیاده‌سازی ایده گردشگری محله‌ای در یک محله مدرن بدون نماد ++ رایج گردشگری است.

روش‌شناسی: این پژوهش در زمره تحقیقات کیفی است و در آن از روش تحلیل مضمون و ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته بهره گرفته شده است. جامعه آماری متشکل از ساکنان و مطلعین محلی است و نمونه‌گیری به شیوه هدفمند صورت گرفته است.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد شهرک اکباتان ظرفیت میزبانی از گردشگران فرهیخته و با علایق خاص در حوزه اجتماعی، معماری و شهرسازی و علاقمندان به روایت‌های اجتماعی و داستان تاریخی را دارد و بنابراین می‌تواند به‌عنوان یک مقصد مدرن برای اجرای گردشگری محله‌ای انتخاب شود. این امر مشروط به لحاظ کردن نقش بازیگران/کارگزاران کلیدی است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات: نتایج پژوهش حاکی است که ایده گردشگری محله‌ای در صورتی قابل پیاده‌سازی است که دیدگاه ساکنان و به‌ویژه رضایت آنان در کنار ظرفیت‌های آن محله مورد توجه قرار گیرد.

اصالت و نوآوری: این پژوهش به ارائه مدلی در راستای تحقق گردشگری محله‌ای در اکباتان پرداخته است که کم‌ترین مداخله نهادهای عمومی و حاکمیتی در آن صورت می‌پذیرد. نوآوری و اصالت: این مقاله در حوزه گردشگری معلولان و زنان اولین بار انجام شده است

تاریخ دریافت:

۱۸ بهمن ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش:

۱۵ فروردین ۱۴۰۳

تاریخ انتشار:

۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

## کلیدواژه‌ها:

گردشگری محله‌ای، محلات مدرن، شهرک اکباتان

\* نویسنده مسؤؤل: علی شکوری

آدرس: تهران، بزرگراه جلال آل احمد، دانشکده علوم اجتماعی  
دانشگاه تهران.

ایمیل: [shakoori@ut.ac.ir](mailto:shakoori@ut.ac.ir)

تلفن: ۰۹۱۲۴۲۴۷۳۸۶



## ۱ مقدمه

گردشگری در دستور کار برنامه‌ریزان شهری قرار گیرد.

شهر تهران بزرگ‌ترین شهر کشور و یکی از پربازدیدترین شهرهای ایران است. هرچند دارای محلات متعددی است، ولی از بین ۳۵۵ محله فقط تعداد معدودی مانند "محله تجریش"، "محله عودلاجان"، "محله بازار" و "محله سنگلج" توانسته‌اند از ظرفیت‌های گردشگری خود به علت قدمت تاریخی بهره‌برداری کنند. (Ahmadi & Hahangard, 2018) 015; Ruhanen, 2004). بر اساس این، این پژوهش تأکید دارد که در محلات مدرن تهران که نمادهای رایج تاریخی وجود ندارد نیز گردشگری می‌تواند به‌عنوان یک ظرفیت مورد توجه قرار بگیرد. توجه به این بعد، ظرفیت‌های جدید و پویایی را برای توسعه گردشگری در مقاصد شهری ایجاد می‌کند.

بر اساس این و با توجه به اینکه به‌ندرت در باب این موضوع یا پیرامون آن، به‌ویژه در تهران مطالعه شده است، این تحقیق قصد دارد با بررسی قابلیت‌های گردشگری محله‌ای در «شهرک اکباتان» که در زمره محلات مدرن قرار می‌گیرد، به موضوع گردشگری محله‌ای در یک محله مدرن بپردازد و به‌طور مشخص به این پرسش پاسخ دهد که آیا می‌توان ایده گردشگری محله‌ای را در یک محله مدرن که از نمادهای رایج گردشگری مانند پیشینه و ابنیه تاریخی چندان بهره‌ای ندارد، پیاده کرد؟

## ۲ ادبیات پژوهش

### ۲.۱ مفاهیم و رویکردها

به‌طور کلی، ادبیات مربوط را می‌توان در سه محور مفهومی و سنخ-شناسی و رویکرد نظری مورد بحث قرار دارد. گردشگری محله‌ای (ای) از اشکال جدید گردشگری است که در طبقه‌بندی کلی یکی از زیرگروه‌های گردشگری شهری تقسیم‌بندی می‌شود و از نظر حجم و وسعت مقصد نیز مترادف با انواعی از گردشگری مانند گردشگری روستایی و گردشگری اجتماع-محور یا جماعت-محور تعریف می‌شود.

گردشگری محله‌ای یکی از اشکال مدرن و رو به رشد گردشگری است که در سال‌های گذشته به طور عمده در زیر گروه گردشگری شهری مورد توجه گردشگران و برنامه‌ریزان قرار گرفته است. گفته می‌شود، مطرح‌شدن این نوع گردشگری از یک سو ناشی از رشد گردشگری جهانی و شهرنشینی و از سوی دیگر ناشی از تغییرات کیفی در ویژگی‌های گردشگران مانند افزایش سطح تحصیلات، تغییر در ذائقه و انگیزه آنان بوده که در تمایل به تجربه فرهنگ‌های محلی و مقاصد شهری و الهام از مکان‌ها، تبلور یافته است. آن‌گونه که Dempse et al. (۲۰۱۱) اذعان کرده‌اند، این تمایل در شهرهای بزرگ و گاهی در شهرهای رو به زوال با افزایش غرور محلی و تعلق محلی/مکانی همراه بوده و نوعی احساس مثبت ساکنان به شهر یا محله‌شان را به‌عنوان یک مکان ارزشمند برای بازدید سبب شده است. نکته مهم در گردشگری محله‌ای، نگاهی فراتر از کالبد و بنا است. این رویکرد به‌ویژه در محلات مدرن که قدمتی کم‌تر از ۱۰۰ سال دارند، اهمیت بیشتری دارد. این محلات برخلاف محلات سنتی و قدیمی با بناهای تاریخی، ممکن است فاقد عناصر مرسوم مانند مساجد تاریخی، موزه‌ها و یا بازارهای سنتی باشند که در اذهان بیشتر بازدیدکنندگان و گردشگران به عنوان «جاذبه گردشگری» تعریف می‌شود.

همچنین از منظر توسعه‌ای، از پیش‌شرط‌های اصلی برای تبدیل یک مکان (منطقه، شهر یا محله و غیره) به مقصد گردشگری، مدیریت و برنامه‌ریزی حرفه‌ای برای تبدیل آن به محصولات گردشگری قابل عرضه است. از این منظر، استفاده از ظرفیت‌های نهفته، ولی فراموش‌شده شهری برای تنوع‌بخشی به مقاصد گردشگری یکی از راهبردهایی است که می‌تواند در احیا یا تبدیل مکان‌های غفلت‌شده به سایت‌های گردشگری خصوصاً در شهرهای بزرگ با پیشینه تاریخی و تنوع جاذبه‌های

دهه ۱۹۹۰ اشاره دارند که قرابت زیادی با گردشگری فرهنگی دارد و غالباً مخاطبان آن از افراد تحصیل کرده و نسبتاً مرفه جامعه‌اند. این رویه، به تدریج به شکل گردشگری انبوه، به ویژه در شهرها تبدیل شد که جنبه‌های متعدد زندگی روزمره محلی را در بر گرفت.

گردشگری محله‌ای در حال حاضر در نتیجه توسعه سریع فناوری‌های ارتباطی و حمل‌ونقل، رقابت بین شهرها بر کیفیت محلی متمرکز شده است، به طوری که «محله» نقطه شروع بهبود کیفیت در شهرها معرفی می‌شود. بر اساس این، کیفیت مطلوب محله می‌تواند به طور قابل توجهی، رقابت‌پذیری گردشگری شهری را افزایش دهد.

بر اساس این، گردشگری محله‌ای را می‌توان بخش بزرگ‌تری از گردشگری اجتماع‌محور در نظر گرفت که با تأکید بر مشارکت جامعه محلی به عنوان عنصر اصلی صنعت گردشگری به نقش مکان و جذابیت‌های کالبدی و فراکالبدی محله نیز در جذب گردشگران توجه نشان می‌دهد. همچنین گردشگری محله‌ای را می‌توان با مفهوم گردشگری روستایی مورد قیاس قرار داد که در مفهوم گردشگری روستایی بیش از جامعه محلی بر عنصر جاذبه‌های گردشگری و مکانی در جذب گردشگران تأکید می‌شود. (McMillan & Chavis, 1986) از دیدگاه (Mansilla, et al (2019) در گردشگری اجتماع‌محور، رویکرد اجتماعی به گردشگری از پایین به بالاست. بر اساس این، برنامه‌ریزی برای گردشگری در وهله اول، اهداف، نیازها و خواسته‌های ساکنان را در اولویت قرار داده و با مجوز آن‌ها، جاذبه‌های محلی را به گردشگران معرفی می‌کند. از منظر توسعه‌ای (Figgis & Bushell (2007) تأکید می‌کنند که اگر حقوق و نگرانی‌های جامعه محلی از طریق برنامه‌های توسعه از جمله توسعه گردشگری نادیده گرفته شود، حتی اگر غیرقانونی هم نباشد، نوعی باخت به حساب می‌آید.

Mitchell (۱۹۹۷) معتقد است که مهم‌ترین اصل در فرآیند توسعه حقیقی از جمله توسعه

همین طور با توجه به هدف و انگیزه بازدید گردشگران، گاهی در حوزه گردشگری فرهنگی نیز مورد ملاحظه قرار می‌گیرد.

سازمان جهانی گردشگری، گردشگری شهری را یک نوع فعالیت در فضای شهری توصیف می‌کند و به دلیل این که طیف گسترده و ناهمگنی از تجربیات و محصولات فرهنگی، معماری، تکنولوژی، اجتماعی و طبیعی را با هدف گذران اوقات فراغت و ایجاد کسب‌وکار پیش روی بازدیدکنندگان قرار می‌دهد، در دل خود اشکال مختلف گردشگری از جمله گردشگری محله‌ای را دارد (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۷). از دیدگاه این سازمان، سفر گردشگران به شهرها یا اماکنی با تراکم جمعیت بالا برای مدتی کوتاه گردشگری شهری تعریف می‌شود (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۲). بر اساس گزارش (Euromonitor International, 2015) تعامل با افراد محلی از جمله ویژگی ذاتی گردشگری شهری است که آن را از دیگر انواع گردشگری متمایز می‌کند. تغییر ماهیت گردشگری شهری از بازدید از مکان‌های تاریخی و طبیعی صرف، به تجربه‌های محلی و تعامل با ساکنان محلی از مشخصه‌های تغییر ذائقه بازدید گردشگران عصر مدرن است. بر اساس آن گزارش، ارتباط با مردم محلی به عنوان ویژگی برجسته گردشگری شهری امروز است که شاهد بروز علایق جدید میانگردشگران و به تدریج شکل‌گیری نوعی از گردشگری به نام گردشگری محله‌ای شده است که خود را از تعامل میان محله و گردشگری نمایان می‌سازد. در خود مفهوم محله علاوه بر مشخصه جغرافیایی، تعاملات اجتماعی نهفته است. بر این مبنا، توسعه محله‌ای نیز، ایده‌ای از انسجام اجتماعی را مطرح می‌کند که از تقویت قدرت ساکنین برای ارائه ارزش‌های مشترک، رفع مسائل و حفظ کنترل اجتماعی ایجاد می‌شود (Mac Millan & Chavis, 1986).

برخی محققان مانند Richards (۲۰۱۸) و (Ruhanen, 2004) به اشاعه نوع خاصی از گردشگری محله‌ای با ذائقه‌های تاریخی و هنری در



وجود آورده است. برای نمونه، Mansilla & Milano (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان «تبدیل شدن به مرکز: مکان‌سازی گردشگری و تولید فضا در دو محله بارسلون» نتیجه می‌گیرند که تحولات اقتصادی و اجتماعی مدرن موجبات تبدیل محله‌های شهری به جاذبه‌های گردشگری را فراهم آورده است. آن‌ها به‌طور اخص به «مدل بارسلونا» به‌عنوان مدل موفق از نظر بازآفرینی شهری اشاره می‌کنند که بیانگر دگرگونی نمادهای شهری قدیمی و جایگزین شدن جاذبه‌های جدید است. به‌زعم آن‌ها، این هم به معنی مشارکت‌دادن محله در فرآیند توسعه گردشگری است و هم معرف همراهی ساکنان محله و رضایت آن‌ها از این فرآیند است. Bock (۲۰۱۵) در مطالعه خود با عنوان «تغییر ماهیت گردشگری شهری و پیامدهای احتمالی آن برای آینده شهرها» به این نتیجه رسیده است که علاوه بر گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات، پدیده‌های سفر تجربی و شتاب اجتماعی به افزایش محبوبیت گردشگری محله‌ای و شهری کمک کرده است. به باور او، این نشان از برجسته‌شدن جایگاه محله در گردشگری شهری و حاصل مشارکت نهادهای برنامه‌ریز شهری و همکاری محلی در بازآفرینی یا ایجاد مقاصد خرد گردشگری در دل گردشگری شهری همچنین، سرتیپی اصفهانی (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای با عنوان «محله به مثابه امکانی برای جذب گردشگر: همبستگی اجتماعی عمل قوام حیات محله» به فاصله‌گرفتن مقاصد گردشگری از موزه‌ها و اماکن تاریخی و ورود به عرصه‌ای جدید برای کسب تجربیات متفاوت به‌عنوان تحول کیفی در گردشگری مدرن یاد می‌کند. شهاب موحد (۱۳۹۱) نیز در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به امکان‌سنجی تحقق گردشگری محله‌ای در عولادجان با تمرکز بر ظرفیت‌های این محله پرداخته و به این نتیجه رسیده است که بنا بر ظرفیت‌های این منطقه سه مسیر گردشگری قل ارائه هستند. شمعی و همکاران (۱۴۰۲) نیز در پژوهشی تحت عنوان شناسایی پیشران‌ها در بازآفرینی توسعه گردشگری محله در تجریش اذعان کرده‌اند مدیریت محله، ایجاد مرکز

گردشگری، مشارکت یا حمایت جامعه محلی/مقصد است. توسعه واقعی به قول بروکاج جز با تغییر در خط مشی‌ها و تغییر جهت به سوی جلب حمایت مردمی و اجرای برنامه‌های مشارکت‌محور و لحاظ کردن مردم و خصوصاً ذی‌نفعان میسر نیست. بر اساس نظریه مبادله و عقلانیت ماهوی، حمایت مردم تحت تأثیر عوامل متعددی چون منافع و عواید اقتصادی و سایر ارزش‌های ادراک‌شده قرار دارند. به عبارتی، تا زمانی که ساکنان مناطق گردشگری، منافع گردشگری را بیش از هزینه‌های آن ادراک نکنند، نسبت به حمایت از توسعه این صنعت در محل زندگی خود ترغیب نخواهند شد و در نتیجه نگرش مثبتی به آن نخواهند داشت. (Perdue et al., 1990)

Heyer et al (۱۹۸۱) استدلال می‌کنند که توسعه، مجموعه پیچیده‌ای از نهادها و اقداماتی است که «منافع چندگانه و گاهی متناقض» را در بر می‌گیرد. در توسعه گردشگری محله‌ای، این منافع و کارگزاران متعدّداند. به‌طور اخص می‌توان از دولت، نهادها و سازمان‌های دولتی و عمومی، مردم محلی و امثالهم نام برد. به علاوه، چون محله به‌عنوان مقصد گردشگری در طرف عرضه نمادهای شهری قرار دارد، وجود جاذبه‌ها (تاریخی-میراثی، طبیعی و غیره) و امکانات و تسهیلات مانند حمل‌ونقل و اقامتگاه و غیره از شرایط لازم جذب بازدیدکننده توصیف می‌شود. با این حال چون در رویکرد گردشگری محله‌ای فرض بر مشخصه‌های نوین ورای جاذبه‌های مرسوم سنتی است، اساس در این جا مشارکت محلی است که جهت تحقق نیاز به ابتکار دارد و این مسأله نیز بدون همکاری مردم محلی میسر نیست.

## ۲،۲ پیشینه تحقیق

بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که مطالعات مرتبط با موضوع پژوهش در دو محور متمرکزند:

الف- تغییر در ماهیت گردشگری مدرن. این تغییر گرایشی نوظهور را در عرصه گردشگری به



را در حوزه اهمیت گردشگری محله‌ای، امکان‌سنجی تحقق گردشگری محله‌ای، شناسایی پیشران‌ها در گردشگری محله‌ای و عوامل دخیل در توسعه این شکل از گردشگری سامان‌دهی کرد. بدین ترتیب می‌توان مدعی شد هر یک از پژوهش‌های صورت گرفته، به ارزیابی و مطالعه یک جنبه از عوامل مؤثر در تحقق این شکل از گردشگری پرداخته‌اند؛ درحالی‌که در مطالعه حاضر تلاش شده است با نگرشی همه‌جانبه به ارزیابی عوامل دخیل در پیاده‌سازی ایده گردشگری محله‌ای در اکباتان پرداخته شود.

### ۲،۳ جمع‌بندی

به‌طور کلی، گردشگری محله‌ای در قالب توسعه گردشگری مشارکتی قابل تحلیل است و در بطن چنین توسعه‌ای همکاری و مشارکت همه کارگزاران مرتبط وجود دارد؛ چون عملاً مجموعه پیچیده‌ای از نهادها و اقدامات را شامل می‌شود که منافع چندگانه و در مواردی متناقض را درگیر می‌کند. در گردشگری محله‌ای که اخیراً در ادبیات مطرح شده و عموماً بر نقش محله‌های جدید با نمادهای غیر رایج تأکید شده، بدون مشارکت محله و ابتکار محلی، رونق این شکل از گردشگری میسر نیست. در این نوع گردشگری امکان شکل‌گیری نوع متفاوتی از گردشگری با توجه به ظرفیت‌ها و ویژگی‌های آن از طریقی مانند روایت‌گردی، داستان-سرایی و سناریوسازی از مقصد وجود دارد. همچنین می‌توان گردشگران را جذب این شهرک کرد. این به مفهوم لحاظ کردن ساکنان محله و کسب نظر اهالی محله است که به تأمین منافع و رضایت آنان بستگی پیدا می‌کند.

خرید، ایجاد قطب فرهنگی و تفریحی در شمال تهران، شکوفاسازی اکو گردشگری مناطق اطراف محدوده محله تجریش همچون دربند و درکه و... توسعه موزه سینمای ایران و... از آنجاکه در ناحیه استراتژیک قرار گرفته اند نقش بسزا و تعیین‌کننده و راهبردی در توسعه گردشگری محله تجریش دارند و به‌عنوان متغیرهای کلیدی محسوب می‌شوند.

ب- عنصر روایت‌گری و داستان‌سرایی مطالعات نشان می‌دهد که این عنصر نوعی مشارکت محله در فرآیند جذب گردشگری است و در محلات مدرن بدون پشتوانه تاریخی یکی از راهکارهای مشارکتی- محلی است که طرف عرضه را تقویت یا ایجاد می‌کند. برای نمونه، Bushell, & McCool (۲۰۰۷) در تحقیق خود با نام «داستان‌سرایی در مورد مکان‌ها: بازاریابی گردشگری در عصر دیجیتال» به موضوع داستان‌سرایی درباره مکان‌ها، محلات به‌عنوان ابزاری برای افزایش شهرت مناطق پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که داستان‌سرایی در بخش گردشگری قادر به تعریف هویت و بهبود شهرت سیستم‌های خدمات گردشگری است. Alexandra & Moscardo (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «داستان و طراحی در گردشگری» به بررسی استفاده از داستان‌ها به‌عنوان مفهومی برای هدایت طراحی ابعاد مختلف گردشگری پرداخته است. او در این پژوهش با بررسی ادبیات گسترده‌تر علوم اجتماعی درباره نقش مهم داستان در تجربه انسانی به موضوعات اصلی مرتبط با داستان‌ها و تجربه گردشگری موجود به‌خصوص در مورد مکان‌های خاص از جمله محلات شهری پرداخته است. ارزیابی مطالعات پیشین حاکی از آن است که می‌توان مطالعات صورت گرفته





### ۳ روش‌شناسی پژوهش

درک عمیق‌تر تحقق ایده توسعه گردشگری محله‌ای ایجاب می‌کند تا از روش کیفی سود جسته شود. اطلاعات مورد نیاز از طریق مصاحبه عمیق، مشاهدات میدانی و شرکت در یک تور آزمایشی در دهکده المپیک به دست آمده است. افراد متخصص، صاحب تجربه و همچنین فعال در دو حوزه «گردشگری» و «شهری» و همچنین تعدادی از ساکنان شهرک اکباتان جامعه آماری پژوهش حاضر را تشکیل داده‌اند. نمونه‌گیری در پژوهش حاضر به صورت هدفمند است. نمونه‌ها از میان مدیران سطح بالا و افراد شاخص کشور در دوره‌های مختلف مدیریتی (از ابتدای انقلاب اسلامی تا دوره حاضر) در حوزه شهری و گردشگری انتخاب شده‌اند. در بخش متخصصان و طراحان تور نیز مشارکت‌کنندگان از میان چهره‌های شاخص و تأثیرگذار متناسب به جناح‌های متنوع فکری در دوره‌های زمانی مختلف انتخاب شدند. بر اساس این، در مرحله اول، از میان یک نمونه بزرگ‌تر، تعداد ۱۹ نفر با توجه به سطح اطلاعات، دانش و تخصصشان درباره موضوع پژوهش گزینش و در مرحله دوم، مصاحبه‌های شفاهی از میان نمونه‌های انتخابی انجام شد. محور پرسش اصلی پژوهش «عوامل دخیل در پیاده‌سازی ایده گردشگری محله‌ای در اکباتان» بوده است که بر اساس آن سایر سؤالات فرعی و عملیاتی حول «موانع و محدودیت‌ها برای تبدیل محله به کانون گردشگری»، «ویژگی‌های گردشگران محله اکباتان»، «نگرش ساکنان برای ورود گردشگران به شهرک» طراحی و تنظیم شدند. فرآیند اجرای مصاحبه‌ها نیز تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت.

در مرحله دوم برای ارزیابی ابعاد مختلف پژوهش، یک تور آزمایشی محله‌ای با موضوع «بررسی امکان تعریف یک بازدید میدانی برای محققان و پژوهشگران علاقمند از دهکده المپیک» انجام و مشاهدات میدانی بدون واسطه ثبت شد. تحلیل داده‌ها نیز به روش تحلیل موضوعی (تماتیک) و براساس مدل شش مرحله‌ای براون و کلرک (۲۰۰۶) انجام گرفت. در این راستا پس بعد از مطالعه و بازخوانی دقیق داده‌ها، طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، پژوهشگر به استخراج مفاهیم از داده‌های پیاده‌سازی شده و گنجاندن آن‌ها ذیل گروه‌های متفاوت قالب مقولات مفهومی پرداخت. به منظور تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی اطلس‌تی آی (۸) بهره گرفته شد. در جریان تحلیل داده‌ها از ۱۹ مصاحبه عمیق، حدود ۸۰۰ عبارت مفهومی به دست آمد که بعد از بازنگری به حدود ۵۰۰ کد اولیه (مفهوم) کاهش یافت. گفتنی است به منظور تحقق اعتماد و اعتبار در پژوهش حاضر، مجموعه مشاهدات و مصاحبه‌ها به‌دقت پیاده‌سازی و از نظر داوران خارجی درباره صحت انجام فرآیند تحلیل اعم از استخراج مفاهیم و جامعیت مقولات بهره گرفته شد.

### ۴ یافته‌ها و بحث

یافته‌های پژوهش را می‌توان در قالب ۸ مقوله کلی سامان‌دهی کرد. همان‌گونه که در بخش‌های پیشین به آن اشاره شد، هدف از انجام مطالعه حاضر، واکاوی و شناسایی عوامل دخیل در پیاده‌سازی ایده گردشگری محله‌ای در اکباتان بوده است. تحلیل داده‌ها گویای آن هستند که این عوامل را می‌توان ذیل ۸ مقوله کلی نهادهای عمومی و حاکمیتی، تسهیلات خدماتی، ویژگی‌های ساختاری، ظرفیت‌ها، مخاطبان، امکان‌سنجی، فرصت‌ها و مزایا و همچنین چالش‌ها و محدودیت‌ها سامان‌دهی کرد. بدیهی است هر مقوله، خود در بردارنده مفاهیمی است که در ادامه به شرح آن‌ها پرداخته می‌شود.

در مقوله ویژگی‌های ساختاری، مفاهیم تاریخی، کالبدی و فرهنگی-اجتماعی گنجانیده شده‌اند.

"مشابهت‌های فرهنگی و اجتماعی" ذکر نمود. این‌ها از جمله دلایلی هستند که ساکنان ترجیح داده‌اند طی چند نسل در اکباتان باقی بمانند. اطلاعات به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که حس تعلق خاطر به اکباتان و تمایل به ماندگاری در ساکنان زیاد است. "تداوم سکونت" یکی از عوامل افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان اکباتان از زبان مصاحبه‌شوندگان اعلام می‌شود.

به‌لحاظ عوامل جمعیت‌شناختی، ساکنان شهرک اکباتان در رده سنی بالای ۵۰ سال قرار دارند که به نظر می‌رسد با توجه به منحنی جمعیت در مناطق تهران، این منطقه به سمت سالمندی گرایش پیدا کرده است.

مقوله ظرفیت‌های گردشگری محله‌ای در شهرک اکباتان نیز در بردارنده ۳ مؤلفه "کالبدی"، "فراکالبدی" و "دسترس‌پذیری" است.

ظرفیت‌های کالبدی: منظور از ظرفیت‌های کالبدی، ظرفیت‌های ملموس قابل بازدید است. این ظرفیت‌ها شامل ۱- معماری و شهرسازی، ۲- طبیعی و ۳- حوزه قلمرو عمومی است. یکی از نقاط قوت شهرک اکباتان، سبک معماری و شهرسازی این شهرک است. سبک معماری بروتال و مدرن امروزی است که به‌عنوان یک ویژگی اصلی شهرک نام برده شد، از مهم‌ترین ظرفیت‌های آن برای جذب گردشگران با علایق خاص است. این ویژگی از این جهت یک ظرفیت محسوب می‌شود که اولاً جامع و کامل است؛ دوماً با وجود تغییر و تحولات شهرسازی همچنان توانسته نقشه و پلن اصلی خود را حفظ کند.

یافته‌ها نشان داد که فضای سبز و پیاده راه سلامتی، می‌تواند به یکی از مهم‌ترین جاذبه‌های متمایزکننده شهرک اکباتان از محلات دیگر برای گردشگران طبیعی تبدیل شود.

در خصوص مفهوم فراگیر ظرفیت فراکالبدی که به مجموعه‌ای از قابلیت‌ها و ویژگی‌هایی اشاره دارد و در زمره ظرفیت‌های غیرملموس و غیر فیزیکی قرار

به‌لحاظ کالبدی، شهرک اکباتان یکی از شهرک‌های اقماری تهران محسوب می‌شود که از نظر جغرافیایی، تفاوت‌های عملکردی و ظاهری با مناطق اطراف دارد (مهندسان شارمد، ۱۳۸۲).

به لحاظ تاریخی، اکباتان زاده تحولات سیاسی و اجتماعی دورانی است که همه حوزه‌ها در آن از جمله معماری و شهرسازی نیز متحول شد.

همچنین مهم‌ترین ویژگی‌های فرهنگی-اجتماعی این شهرک ذیل سه عنوان قابل ذکراند:

الف- ویژگی طبقاتی ساکنان: مهم‌ترین وجه غالب ساکنان، وجود قشر متوسط و یا میانه اجتماعی با گروه‌های درآمدی همگن است که از نظر کیفیت زندگی اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی در سطحی مشابه قرار دارند. ویژگی دیگر، وجود قشر تحصیل‌کرده، اهل فرهنگ و اداری (کارمند دولتی) است که با توجه به سطح سوادشان از حقوق خود آگاه بوده و به دنبال احقاق حق خود در زمینه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی‌اند. جمعیت ساکن در اکباتان فراتر از بعد زمانی (مدت زمان سکونت) و بعد مکانی (ساکن فعلی شهرک اکباتان) در دو گروه عمده دسته‌بندی می‌شود: نخست، ساکنانی که به علت وابستگی فرهنگی و اجتماعی و تداوم سکونت خود را متعلق به اکباتان می‌دانند و افرادی که با وجود جابه‌جایی و نقل مکان به نقاط دیگر، همچنان در شکل‌ها و گروه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی این شهرک شرکت کرده و خود را یک "اکباتانی" معرفی می‌کنند. درحال حاضر اکباتانی‌ها لایه وسیع‌تری از جمعیت فعلی شهرک را تشکیل می‌دهند. دوم، ساکنانی که در سال‌های اخیر و بعد از ساخت فازهای جدید به اکباتان نقل مکان کرده و به جمعیت فعلی اضافه شده‌اند و از نظر اجتماعی، فرهنگی و اعتقادی، با سایر ساکنان تفاوت‌هایی دارند که مسامحتاً غیراکباتانی می‌توان نامید.

شاید مهم‌ترین ویژگی اجتماعی- فرهنگی را بتوان در "احساس تعلق به محله"، "حس آرامش و آسایش"، "شبکه قدرتمند همسایگان" و



می‌شود. یکی از ساکنان شهرک اکباتان معتقد است: «یکی از آیتم‌هایی که در اکباتان خیلی اهمیت دارد، بحث کتاب است. براساس آن برآوردها و آمار و ارقام‌هایی که انجام داده‌اند، سرانۀ فروش کتاب در شهرک اکباتان بیشتر از هر کجای دیگر تهران است...» (مشارکت‌کننده کد ۱۷).

شایان ذکر است که توسعه گردشگری محله‌ای در اکباتان با چالش‌هایی همراه است. براساس یافته‌های پژوهش، مقولۀ چالش‌های گردشگری در شهرک اکباتان دربردارندۀ سه مفهوم «تهدیدات بالقوه»، «ابعاد منفی» و «کمبودها و محدودیت‌ها» است. بر اساس اطلاعات دریافتی از مصاحبه-شوندگان، یکی از مهم‌ترین تهدیدات بالقوۀ پیش روی شهرک اکباتان که به واسطۀ حضور گردشگران ایجاد خواهد شد، آلودگی‌های محیط زیستی است. این آلودگی‌ها می‌تواند در دو بعد ۱- آلودگی محیطی ۲- آلودگی صوتی تعریف شود. از دیدگاه ساکنان، در حال حاضر، ورود افراد خارج از شهرک برای استفاده از پیاده راه سلامتی و همین طور کافی شاپ‌های داخل فازهای متراکم، آلودگی‌های محیطی زیادی در شهرک ایجاد کرده است. به طور کلی می‌توان ابعاد منفی پیش روی پیاده‌سازی ایده گردشگری محله‌ای را ذیل سه مضمون پایۀ دوم اقتصادی، اجتماعی و محیطی مورد ملاحظه قرار داد.

الف- بعد اقتصادی: براساس گفته‌های مطلعین کلیدی، مهم‌ترین پیامد منفی اقتصادی به واسطۀ حضور گردشگران در شهرک اکباتان، افزایش نرخ اجاره بها و خرید و فروش ملک در این محدوده است. یکی از ساکنان قدیمی معتقد است: «وقتی یک منطقه تبدیل به یک جاذبۀ گردشگری شد، ممکن است ساکنان نتوانند آن جا دیگر زندگی کنند، چون نرخ خانه بسیار زیاد می‌شود. یا ممکن است جابه‌جایی رخ دهد...» (مشارکت‌کننده کد ۱۳).

ب- بعد اجتماعی: یافته‌های پژوهش تأکید دارد که جذب گردشگران بیشتر از طریق تورهای گردشگری محله‌ای و معرفی اکباتان به‌عنوان مقصد گردشگری مدرن، تعادل زیستی شهرک را برهم

می‌گیرد، یافته‌ها نشان می‌دهد که ظرفیت‌های فراکالبدی شهرک اکباتان در مقایسه با ظرفیت‌های کالبدی آن قوی‌تر است. این ظرفیت‌ها را می‌توان در سه عنوان کلی ۱- روایت‌سازی، ۲- مکان-رویداد، ۳- سناریوسازی و ۴- فرهنگی و اجتماعی دسته‌بندی کرد. از آنجاکه اکباتان در زمرۀ محلات مدرن قرار می‌گیرد و از نظر تاریخی فاقد پیشینه قابل توجه است، می‌توان از ظرفیت‌های غیر کالبدی این شهرک در قالب روایی‌سازی استفاده کرد. تولید روایت و قصه از رخدادهایی که در این شهرک افتاده است، با عنوان روایت‌پذیر کردن مکان می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. رویدادسازی از مکان به معنای ارزش‌گذاری گردشگری به مکانی است که رویداد مهمی در آن رخ داده است. این ارزش‌گذاری از جنس رویدادهایی است که در آن مکان خاص اتفاق افتاده و آن نقطه از نظر مکانی، دارای اهمیت است برای نمونه می‌توان به بمباران هوایی که در ساعت ۲ و ۱۲ دقیقه ۳۱ شهریور ماه ۱۳۵۹ از سوی هواپیماهای عراقی به اکباتان اتفاق افتاد، اشاره کرد. یکی از شهرداران اسبق پایتخت بر این باور است: «همین اکباتان نقطه‌ای که گفتم بمب خورده است. این همان مکان-رویدادهاست که روز شروع جنگ این جا مورد اصابت قرار گرفت. شما می‌توانید یادبودی هم بسازید یا فضا را بازسازی کنید که چنین اتفاقی اینجا افتاده است...» (مشارکت‌کننده کد ۳).

مشارکت‌کنندگان بر این باوراند که شهرک اکباتان از نظر روایت‌های اجتماعی دارای قابلیت بالایی برای روایت‌سازی و تولید قصه است. از نمونه پرونده‌های جنایی مشهور در شهرک اکباتان، قتل بابک خرم‌دین، کارگردان و مستندساز مشهور ایرانی است. همچنین براساس داده‌های به‌دست‌آمده می‌توان «کتاب» را مهم‌ترین عامل فرهنگی برای جذب گردشگران فرهنگی در اکباتان معرفی کرد. آن‌طور که ساکنان می‌گویند سرانۀ فروش کتاب در شهرک اکباتان در مقایسه با سایر محلات تهران بیشتر است و آمار کتاب‌هایی که در کتابخانه‌ها نگهداری می‌شود بین ۸ تا ۱۲ هزار جلد تخمین زده



اطلاعات به‌دست آمده نشان می‌دهد که به‌زعم مشارکت-کنندگان در پژوهش، تحقق گردشگری محله‌ای می‌تواند مزایا و فرصت‌های زیادی برای جامعه محلی به دنبال داشته باشد. از جمله فرصت‌های پیش روی شهرک اکباتان ذیل مضامین پایه دو شامل بعد اجتماعی-فرهنگی و بعد اقتصادی قابل دسته‌بندی است.

بعد اجتماعی-فرهنگی: شامل محورهای زیراند:  
الف-گردشگری و تغییر ذهنیت منفی به اکباتان: شناسایی و معرفی ظرفیت‌ها و ویژگی‌های شهرک موجب می‌شود تا ذهنیت منفی که طی سال‌های اخیر با توجه به پرونده‌های قتل و کلاهبرداری از این شهرک ایجاد شده تا حدودی اصلاح شود. این قابلیت می‌تواند با زدودن کلیشه‌های ذهنی نادرست، یک منطقه جرم‌خیز را به مرکز گردشگری تبدیل کند. ب- سرزندگی محله‌ای و احیای فضاهای مرده: گفته‌های مشارکت‌کنندگان بر این تأکید دارد که با پیاده‌سازی ایده گردشگری محله‌ای و ایجاد تعامل و ارتباط می‌توان با تغییر ذهنیت‌ها درباره تصویر بتنی و خاکستری شهرک، فضای مرده اکباتان را سرزنده کرد. پ- هویت‌بخشی و مراقبت جمعی از مکان: در صورتی که منافع، حمایت و مشارکت ساکنان مد نظر قرار داده شود، می‌توان با معرفی دارایی‌های گردشگری یک مکان، در ساکنان حس غرور و تعلق به مکان ایجاد و یا آن را تقویت کرد. در این‌صورت علاوه بر حفظ داشته‌های هویتی، حس مراقبت جمعی از مکان نیز افزایش می‌یابد. ت- نمادسازی، شخصیت‌سازی و برندسازی: براساس یافته‌های پژوهش می‌توان از هر شخصیت، یک نماد یا برند ویژه برای شهرک اکباتان ساخت و با تبلیغ و معرفی زندگی‌نامه و نقش او در ساخت و اداره شهرک، بازدیدکنندگان متناسب با حوزه فعالیت او را جذب کرد.

بعد اقتصادی: پیاده‌سازی ایده گردشگری محله‌ای در صورتی که با رضایت، مشارکت و حمایت جامعه میزبان توأم باشد، می‌تواند منافع کوتاه‌مدت و بلندمدت اقتصادی را برای ساکنان شهرک اکباتان

خواهد زد. به باور مشارکت‌کنندگان، تغییر اخلاق و رفتار ساکنان و انعکاس تصویر غیر واقعی از مردم محله به واسطه حضور افراد غریبه در شهرک موجب ضعف هویتی و به تبع آن کاهش تعلق محله‌ای در ساکنان به علت این تصویرسازی منفی خواهد شد. همین‌طور گفته شد که حضور گردشگران در شهرک اکباتان بیش از آنکه موجب تقویت حس امنیت و کاهش آسیب‌های اجتماعی بشود، در ایجاد احساس خطر و کاهش امنیت در شهرک تأثیر گذاشته است. ساکنان معتقدند که افزایش تعداد کافی شاپ‌ها روبه‌روی بلوک ۱۵ و ۱۶ موجب شده است تا افراد خارج از شهرک به‌راحتی از طریق مترو و محوطه‌های دسترس‌پذیر وارد محدوده باز اکباتان شده و مواد مخدر و مشروبات الکلی مصرف کنند.

ج- بعد محیطی: در حال حاضر تردد افراد خارج از اکباتان در داخل شهرک موجب ایجاد ترافیک‌های سنگین، نبود جای پارک و برهم خوردن نظم زندگی روزمره آن‌ها شده است. برای جلوگیری از پدیده منفی گردشگری بیش از اندازه که باعث برهم خوردن تعادل زیستی و بروز مشکلات جدی در زندگی عادی ساکنان می‌شود، لازم است که با توجه به نظریه تبادل اجتماعی که بر نقش حمایتی ساکنان از توسعه گردشگری در محله تأکید دارد و در بخش ادبیات نظری نیز مرور شد، پیش از اجرای هر نوع برنامه یا فعالیت گردشگری، مشارکت و حمایت ساکنان محله را جلب کرد.

در عین حال باید اشاره کرد توسعه گردشگری محله در منطقه مورد مطالعه با کمبودها و محدودیت‌هایی مواجه است که بر اساس یافته‌های تحقیق می‌توان در دو دسته تقسیم کرد. نخست شامل محتوا و متن، برنامه‌ریزی محله‌ای، طراحی شهری و برنامه‌های توسعه شهری است. یافته‌های مستخرج از مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که محله‌های تهران در حوزه گردشگری شهری و محله‌ای فاقد محتوای متنی قوی و منسجم هستند. گری شهری در اسناد دیگر اشاره کرد.

به ارمغان آورد و در بهبود کیفیت زندگی آن‌ها تأثیر مثبت بگذارد.

با توجه به ظرفیت‌ها و ویژگی‌های شهرک اکباتان به‌عنوان یک محله مدرن، امکان پیاده‌سازی ایده گردشگری محله‌ای در این شهرک وجود دارد. یکی از مهم‌ترین وجوه اجرای برنامه‌های گردشگری محله‌ای در شهرک اکباتان، راه‌اندازی تورهای تخصصی مانند تور سیر تحول معماری در اکباتان، تور تلفیقی اکباتان و جاذبه‌های اطراف آن، تور قصه‌ها و روایت‌های اکباتان، تور جنایی تور اجتماعی برای خبرنگاران و فعالان اجتماعی، تور گردشگری فیلم، تور آموزشی، کتاب‌گردی، برگزاری کارگاه آموزشی، تورشهرسازی، تشکیل گروه‌های ورزشی، کتاب‌خوانی، محیط زیستی و گردشگری، تبدیل خانه مشاهیر و بزرگان شهرک به موزه، نصب یادبود از مکان‌رویدادها و بهره‌برداری از فضاهای عمومی و محوطه باز شهرک برای اجرای برنامه‌های گردشگری مانند موسیقی زنده است.

با توجه به ویژگی‌های منحصربه‌فرد شهرک اکباتان در حوزه معماری و شهرسازی و با عنایت به یافته‌های حاصل از پژوهش می‌توان گفت که یکی از پرتقاضاترین نوع گردشگری در این شهرک،

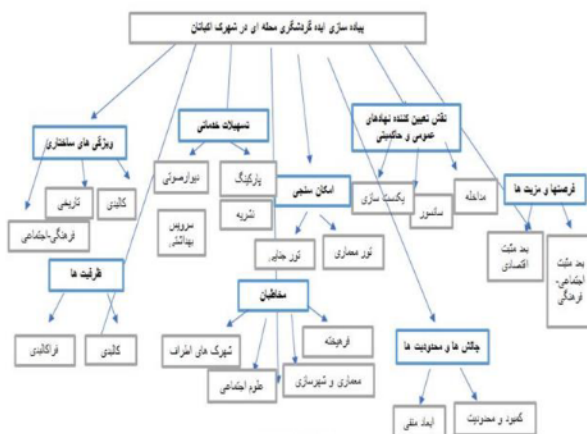
گردشگری آموزشی خواهد بود. غالب بودن ظرفیت‌های غیر کالبدی در مقایسه با ظرفیت‌های کالبدی شهرک اکباتان به‌عنوان یک عامل فرهنگی، نشان می‌دهد که این شهرک برای بازدیدکنندگان با علائق خاص جذابیت دارد.

بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان مخاطبان شهرک اکباتان را در چهار گروه «فرهیخته و عمیق»، «دانشجویان، فعالان، خبرنگاران و عکاسان حوزه اجتماعی»، «استادان و دانشجویان معماری و شهرسازی و فعالان و متخصصان در هر دو حوزه» و «ساکنان شهرک‌های اطراف» دسته‌بندی کرد.

بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده می‌توان این‌گونه بیان کرد که ایده پیاده‌سازی گردشگری محله‌ای در شهرک اکباتان اگرچه در نگاه اول، ساده و قابل اجرا به نظر می‌رسد، اما دارای کنشگران و ذی‌مدخلانی مانند «اجتماع محلی»، «نهاد مدیریت شهری» و «بخش خصوصی» است. با توجه به آن چه در یافته‌ها به آن اشاره شد، مضامین، مفاهیم و شبکه ارتباطی آن‌ها را می‌توان در جدول و مدل زیر خلاصه کرد.

مدل ۱. شبکه مضامین عوامل دخیل در پیاده‌سازی گردشگری محله‌ای

منبع: یافته‌های پژوهش



مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	
عوامل دخیل در پیاده‌سازی ایده گردشگری محل‌های در اکباتان	عملکرد نهادهای عمومی و حاکمیتی	سانسور	
		مداخله	
		یکدست‌سازی	
	فرصت‌ها و مزیت‌ها	اقتصادی	
		اجتماعی-فرهنگی	
	چالش‌ها و محدودیت‌ها	کمبودها	
		ابعاد منفی	
	مخاطبان	فرهیخته	متخصصین معماری و شهرسازی
			متخصصین علوم اجتماعی
			ساکنان شهرک‌های اطراف
			تورهای معماری
	امکان‌سنجی	تورهای جنایی	پارکینگ
			دیوار صوتی
	تسهیلات خدماتی	نشریه	سرویس‌های بهداشتی
			کالبدی
			فرا کالبدی
	ظرفیت‌ها	کالبدی	کالبدی
			فرا کالبدی
			کالبدی
	ویژگی‌های ساختاری	تاریخی	تاریخی
فرهنگی اجتماعی			
فرهنگی اجتماعی			

## ۵ نتیجه‌گیری

این مقاله پیاده‌سازی ایده گردشگری محل‌های را در شهرک اکباتان مورد تفحص قرار داد. یافته‌ها نشان می‌دهد شهرک اکباتان ظرفیت میزبانی از گردشگران فرهیخته و با علایق خاص در حوزه اجتماعی، معماری و شهرسازی و علاقمندان به روایت‌های اجتماعی و داستان تاریخی را دارد و بنابراین می‌تواند به‌عنوان یک مقصد مدرن برای اجرای گردشگری محل‌های انتخاب شود. با این وجود نمی‌توان با دست کم گرفتن نقش هریک از بازیگران کلیدی، به موفقیت پیاده‌سازی این ایده در شهرک اکباتان

خوش-بین بود. بر اساس یافته‌های تحقیق، برای پیاده‌سازی ایده گردشگری محل‌های در شهرک اکباتان، پیش‌شرط‌هایی لازم است. با توجه به نقش پررنگ ساکنان و همچنین رخدادهای و اتفاقاتی که شهرک اکباتان از بدو ایده‌پردازی تا راه‌اندازی جنبش‌های مدنی و اجتماعی پشت سرگذاشته، لازم است تا نقش هریک از بازیگران کلیدی یعنی ساکنان (جامعه میزبان)، مدیریت شهری (شهرداری و شورای شهر) و بخش خصوصی (تورگردانان) تعریف و ارتباط هریک از آنها با دیگری به طور دقیق مشخص شود. تداخل نقشی و دیدگاه متفاوت





تا یک مدل سامان یافته با هدف شناسایی ظرفیت‌های پیاده‌سازی ایده گردشگری محله‌ای در شهرک اکباتان با حضور ذی‌نفعان و بهره‌وران کلیدی طراحی شود تا هریک از آن‌ها در تعامل با یکدیگر، از فرصت‌ها و مزایای گردشگری محله‌ای به نفع ایجاد یک فرآیند مشارکتی پایدار در شهرک اکباتان استفاده کنند. در این صورت توسعه محله‌ای (جماعتی) می‌تواند در الف- ابعاد اقتصادی مانند تکمیل زیرساخت‌ها، رونق کسب‌وکارهای خرد و همچنین مشارکت ساکنان در فعالیت‌های گردشگری و کسب درآمد از آن‌ها، ب- ابعاد اجتماعی-فرهنگی همچون رشد فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی ساکنان و ایجاد سرزندگی و حس تعلق به مکان با حضور گردشگران و ج- ابعاد امنیتی نظیر افزایش گشت‌های پلیس و نظارت بیشتر بر فضای باز مجموعه و کاهش آسیب‌های اجتماعی و سرقت، برای جامعه میزبان و دیگر بازیگران منفعت‌زایی کند. همچنین با توجه به نقش کلیدی ساکنان باید عنوان "گردشگری محله‌ای" را به "گردشگری محله‌ای مشارکتی" تغییر داد. براساس یافته‌ها باید تأکید کرد که محله شهرک اکباتان نیازمند یک برنامه منسجم و یکپارچه گردشگری است.

### حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسؤول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

### سهم نویسندگان در پژوهش

نویسندگان به اندازه برابر در مفهوم‌سازی و نگارش مقاله سهیم بودند. همه نویسندگان محتوای مقاله را تأیید کردند و در مورد تمام جنبه‌های کار توافق داشتند.

### تضاد منافع

نویسنده (نویسندگان) اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

و بعضاً متضاد هریک از این سه بازیگر، لزوم تعیین مرز میان وظایف و نقش هریک از آن‌ها را گوشزد می‌کند. بر اساس این، لازم است تا در وهله اول رضایت و حمایت ساکنان برای پیاده‌سازی این ایده در شهرک اکباتان جلب شود؛ چراکه در غیراین‌صورت با چالش‌ها و موانعی مواجه خواهد شد. بر اساس نتایجی که در این پژوهش به دست آمده است، می‌توان به دو مؤلفه مهم یعنی «امنیت» و «تراکم جمعیتی» از دیدگاه ساکنان اشاره کرد که آنان را درباره ورود گردشگران نگران کرده است. درواقع ذهنیت منفی ساکنان به مداخلاتی که با عناوین مختلف در این شهرک صورت گرفته، موجب شده است تا با اجرای هر نوع ایده‌ای که به بار جمعیتی این شهرک اضافه می‌کند، ابراز مخالفت کنند. این مخالفت صرفاً به علت مداخله نهادهای عمومی نیست، بلکه تعرضات و تصرفاتی که به گفته آن‌ها به بهانه یا به علت اقدامات توسعه‌ای مانند ساخت مترو و یا مجتمع تجاری مگامال و راه‌اندازی کافی شاپ‌های متعدد در این شهرک انجام گرفته، موجب کاهش امنیت و افزایش آسیب‌های اجتماعی در اکباتان شده است. باید تأکید کرد که بدون حضور بازیگر کلیدی دوم یعنی بخش خصوصی نیز پیاده‌سازی ایده گردشگری محله‌ای به راحتی امکان‌پذیر نیست. بر اساس این، اجرای ایده گردشگری محله‌ای در شهرک اکباتان در قالب راه‌اندازی تور و برگزاری کارگاه‌های تخصصی، نیازمند طراحی تورهای ویژه و فراهم کردن امکانات تبلیغاتی و برندسازی از ظرفیت‌های موجود و بالقوه شهرک اکباتان است که بدون نقش‌آفرینی تورگردانان و دعوت از رابیان حرفه‌ای امکان‌پذیر نیست. با توجه به کمبود امکانات و زیرساخت‌های کافی برای بازدید گردشگران مانند پارکینگ، سرویس بهداشتی، می‌توان به نقش جدی بازیگر سوم یعنی مدیریت شهری پی برد. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که ایده گردشگری محله‌ای در صورتی که بتواند به صورت یک زنجیره مکمل با حضور هر سه بازیگر اجرا شود، به توسعه جماعتی یا محله‌ای در شهرک اکباتان منجر خواهد شد. بر اساس این، لازم است



## تقدیر و تشکر

نویسنده (نویسندگان)، از همه افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکت‌شان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نماید (می‌نمایند).



## منابع

- Ahmadi, A, Jahangard, E. (2019) Ranking of Tehran's neighborhoods in terms of the level of wealth and quality of life using the Fuzzy TOPSIS approach, *Urban Economy Quarterly*, Volume 5, Number 1, pp. 148-127. (In Persian) Doi: 10.22108/ue.2021.12442.1151
- Alexandra, s & Ferreira, M (2015). Location Based Transmedia Storytelling: Enhancing the Tourism Experience. *Pro Quest*:0593574.
- Bock, K (2015). The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities. *Eur J Futures Res*, 3, 20, 1-8.  
<https://doi.org/10.1007/s40309-015-0078-5>
- Bushell R, McCool SF (2007). Tourism as a tool for conservation and support of protected areas: Setting the agenda. In: R Bushell, PFJ Eagles (Eds.): *Tourism and Protected Areas: Benefits Beyond Boundaries*. Wallingford: CABI International.
- Dempsey, Nicola. & Bramley, Glen. &power, Sinead. & Brown, Caroline. (2011). The social dimension of sustainable development: Defining Urban social sustainability, *sustainable Development*, Vol. 19, No. 5, pp. 289-300.  
DOI: 10.1002/9781118568446.eurs0215
- Enright M. J., Newton J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism management* 25(6), 777-788.
- Euromonitor International (2015) Top 100 City Destinations Ranking [Online] Available at:  
<http://blog.euromonitor.com/2023>
- Figgis P, Bushell R (2007). Tourism as a tool for community-based conservation and development. In: RB Staiff, PFJ Eagles (Eds.): *Tourism and Protected Areas: Benefits Beyond Boundaries*. Wallingford: CABI, 101 - 104.
- Gianna Moscardo (2020). Stories and design in tourism, *Annals of Tourism Research* 83, 1-10.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102950>
- Heyer, J., Roberts, D., & Williams, G. (1981). *Rural development in tropical Africa*. London, UK: Macmillan.
- Mansilla. j & Claudio Milano (2019). *Becoming centre: tourism placemaking and space production in two neighborhoods in Barcelona*, *Tourism Geographies*  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1571097>
- McMillan, D. W., and. Chavis, D. M 1986. "Sense of Community: A Definition and Theory." *Journal of Community Psychology*, 14: 6-23. DOI: 10.1002/1520-6629(198601)14:1<6:AIDJCOP2290140103>3.0.CO;2-I
- Mitchell, B. (1997). *Resource and environmental management*. Harlow, OH: Longman.
- Mohammadi, S., & Reza, V. (1391). *The tourism potential of Aoladjan magazine in the direction of tourism routes* (Master's thesis). Islamic Azad University, Central Unit.



- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of tourism Research*, 17(4), 586-599.  
10.1177/004728759002800301.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Ruhanen, Liza (2004). Strategic planning for local tourism destinations: an analysis of tourism plans, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1:3, 239-253.  
<http://dx.doi.org/10.1080/1479053042000314502>
- Sertipi Esfahani, M. R. (2022). The neighborhood as a possibility to attract tourists (social solidarity in traditional neighborhoods, the factor of neighborhood vitality), *Journal of Tourism and Culture of the 11th period*, No. 3, pp. 544-57. (In Persian) DOI: 10.22034/toc.2023.379383.1106
- Shamai, A., Fasih, H. A., & Delfan Nasab, M. (1402). Identification of driving factors in the revitalization and development of tourism in Tajrish neighborhood. *Applied Research in Geographic Sciences*, 8.(۲۳)
- Suansri, P. (2003). CBT, Community Based Tourism.  
<http://www.rest.or.th/studytour/medias/chapter1eng.pdf>
- United Nations World Tourism Organization and United Nations Development Programme (UNDP) (2017). *Tourism and the Sustainable Development Goals - Journey to 2030*. Madrid: United Nations.  
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419401>. (Accessed august 5, 2023).
- United Nations World Tourism Organization and World Tourism Cities Federation (WTCF) (2018). *City Tourism Performance Research*. Madrid: United Nations. Available at:  
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419616> (Accessed august 5, 2023).