

The Impact of Sport on Social Relationships and Tourism in Urban Recreational Spaces

Parya Nasiri¹, hamidehevazzadeh^{2*}, Gisu Ali Pourbalabiglou³, Maryam Eyazzadeh⁴

1. PhD Student of Geography and Urban Planning, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Social Sciences University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

2. MSc in Sports Facilities and Facilities Management, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

3. MSc in General Psychology from Islamic Azad University, Ardabil Center Branch, Iran.

4. BSc in Sports Science, Physical Education Management and, Iran.

Received Date: 13 March 2025 Accepted Date: 28 May 2025

Abstract

Background and Objective: In recent years, expanding recreational spaces and promoting public sports have emerged as effective strategies for enhancing mental well-being and fostering social connections within urban settings. Despite this, the social dimensions of sports in public and tourism-oriented spaces have received limited attention in many Iranian cities, highlighting a gap in evidence-based policymaking. This study aims to investigate how participation in sports activities influences social relationships, mental health, and social identity within recreational and tourist environments.

Methodology: This applied research adopts a descriptive-survey approach. The target population includes individuals who utilize urban recreational and sports facilities. Using GPower software and statistical parameters ($\alpha = 0.05$, power = 0.80, medium effect size = 0.50), a sample size of 106 participants was determined. Data were gathered through a researcher-designed questionnaire encompassing indicators such as sports participation, quality of recreational spaces, mental health, social relationships, social identity, and the influence of social media. Data analysis was conducted using SPSS software. The Shapiro–Wilk test assessed data normality, and non-parametric tests—including Spearman's correlation and the Mann–Whitney U test—were applied for inferential analysis.

Findings and Conclusion: The findings revealed a significant positive correlation between participation in recreational sports and mental health ($r = 0.56$, $p < 0.01$), as well as with the willingness to attend sports events ($r = 0.41$, $p < 0.05$). Moreover, significant gender-based differences were identified in the domains of social interaction and the perceived impact of sports on social identity ($p < 0.05$). Overall, engaging in sports activities within recreational environments contributes positively to psychological well-being, social engagement, and life satisfaction. Future research is recommended to explore additional factors that influence social interaction and to examine the role of digital media in encouraging public involvement in sports.

Keywords: Sports, Social Relationships, Tourism, Recreational Spaces, Urban Space.

* Corresponding Author Email: hamidehevazzadeh@gmail.com

Cite this article: Nasiri, P., Eyvaz Zadeh, H., Ali Pourbalabiglou, G. and Eyvaz Zadeh, M. (2026). The Impact of Sport on Social Relationships and Tourism in Urban Recreational Spaces. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 6(4), 135-147.

مقدمه و بیان مسأله

ورزش به عنوان یکی از مفاهیم اجتماعی و با توجه به کارکردهای خاص آن در زمینه‌های مختلف، توسط بسیاری از دانشمندان و محققان مورد مطالعه قرار گرفته است. یکی از مهمترین کارکردهای این پدیده نقش مهم آن در توسعه سلامت جامعه است (عبداللهی و همکاران، ۱۴۰۳: ۳). این مطلب می‌تواند از تاثیر ورزشی زندگی افرادی که در این زمینه مشارکت دارند، به وضوح مشاهده کرد. ورزش یکی از ارکان اساسی توسعه فردی و اجتماعی در جوامع مدرن به شمار می‌آید که تأثیرات گسترده‌ای بر روابط اجتماعی و تعاملات انسانی دارد. در فضای گردشگری، به‌ویژه در فضاهای تفریحی، فعالیت‌های ورزشی می‌توانند نقش مهمی در تقویت ارتباطات اجتماعی و همبستگی اجتماعی ایفا کنند. این فعالیت‌ها نه تنها بر سلامت جسمانی و روانی افراد تأثیر مثبت دارند، بلکه فرصتی برای ارتقاء تعاملات اجتماعی میان گردشگران و ساکنان محلی فراهم می‌کنند. فضاهای تفریحی، از جمله پارک‌ها، سواحل، و مکان‌های ورزشی عمومی، می‌توانند بستری مناسب برای برقراری روابط اجتماعی و تقویت همبستگی اجتماعی باشند که خود به توسعه پایداری اجتماعی در جوامع گردشگری منجر می‌شود (Kiviniemi & Koivisto, 2022:104-396).

با وجود گسترش فضاهای تفریحی و ترویج ورزش‌های عمومی در سال‌های اخیر، هنوز در بسیاری از شهرهای ایران به نقش اجتماعی و تعامل محور ورزش توجه کافی نشده است. (یوسفیان و همکاران، ۱۴۰۰، ص. ۹۱-۱۰۴) در حالی که پژوهش‌های متعددی به تأثیرات فردی و جسمانی ورزش پرداخته‌اند (نظیر حسنی و همکاران، ۱۴۰۱)، خلأ جدی در حوزه بررسی نقش ورزش در ارتقای روابط اجتماعی در بستر گردشگری و فضاهای عمومی مشاهده می‌شود.

در ایران، اغلب پژوهش‌های در حوزه ورزش به مسائل فیزیولوژیکی یا توسعه زیرساخت‌های ورزشی محدود شده‌اند و کمتر به ابعاد اجتماعی، روانی و فرهنگی ورزش در فضاهای شهری و تفریحی پرداخته‌اند (خلیلیان، ۱۴۰۰؛ یوسفیان و همکاران، ۱۴۰۲). این در حالی است که پژوهش‌های بین‌المللی بر نقش ورزش در ارتقای سرمایه اجتماعی، کاهش انزوای فردی و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی تأکید دارند. (García & López, 2022; Brown et al., 2023).

افزون بر این، در شرایطی که در جامعه ایران با افزایش چالش‌هایی چون فردگرایی، گسست اجتماعی و اضطراب شهری مواجه هستیم، شناخت و استفاده از ظرفیت‌های اجتماعی ورزش می‌تواند راهکار مؤثری برای ارتقاء همبستگی اجتماعی و نشاط عمومی باشد. در حال حاضر، فقدان سیاست‌گذاری مؤثر مبتنی بر داده‌های علمی در زمینه ورزش و تعاملات اجتماعی در فضاهای گردشگری، یکی از چالش‌های اساسی مدیریت شهری است (Mirzaei et al., 2022).

از این رو، انجام پژوهش حاضر در پر کردن این خلأ علمی و کاربردی حائز اهمیت است و می‌تواند مبنایی برای طراحی سیاست‌های فرهنگی-ورزشی، بهینه‌سازی فضاهای تفریحی و ارتقای مشارکت اجتماعی در ایران فراهم آورد. با توجه به اهمیت روزافزون نقش ورزش در فضاهای عمومی و گردشگری، هدف اصلی این پژوهش، بررسی تأثیر ورزش بر روابط اجتماعی در فضاهای تفریحی و گردشگری است. این هدف در تلاش است تا نشان دهد چگونه مشارکت در فعالیت‌های ورزشی می‌تواند به ارتقای تعاملات اجتماعی، همبستگی جمعی و سلامت روانی در این فضاها منجر شود.

دستیابی به این هدف، از طریق اهداف فرعی زیر ممکن خواهد بود:

- سنجش میزان مشارکت افراد در فعالیت‌های ورزشی در فضاهای تفریحی؛
 - بررسی تأثیر ورزش بر سلامت روانی و کاهش استرس در میان استفاده‌کنندگان؛
 - ارزیابی نقش ورزش در ایجاد یا تقویت هویت اجتماعی؛
 - شناسایی موانع و فرصت‌های موجود در استفاده اجتماعی از فضاهای ورزشی؛
 - بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در ترویج مشارکت ورزشی در فضاهای عمومی.
- بر همین اساس، سؤالات پژوهش به صورت زیر قابل طرح است:

سؤال اصلی:

- ورزش چگونه می‌تواند روابط اجتماعی را در فضاهای تفریحی و گردشگری تقویت کند؟
- سؤالات فرعی:

۱. آیا مشارکت در فعالیت‌های ورزشی با سطح سلامت روانی افراد ارتباط دارد؟

۲. ورزش چگونه بر احساس تعلق اجتماعی و هویت جمعی تأثیر می‌گذارد؟
۳. تا چه اندازه فضاهای تفریحی فعلی ظرفیت لازم برای ارتقای تعاملات اجتماعی را دارند؟
۴. چه تفاوت‌هایی میان مردان و زنان در بهره‌گیری اجتماعی از ورزش وجود دارد؟
۵. نقش رسانه‌های اجتماعی در ترغیب افراد به شرکت در فعالیت‌های ورزشی در فضاهای گردشگری چیست؟

پیشینه پژوهش

پیشینه مطالعاتی این پژوهش نشان می‌دهد که فعالیت‌های ورزشی در فضاهای گردشگری و تفریحی می‌توانند تأثیر بسزایی بر تعاملات اجتماعی و بهبود کیفیت تجربه گردشگران داشته باشند. در ادامه، برخی از پژوهش‌های مرتبط با این حوزه ارائه شده است:

چوا و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی رابطه بین عوامل کیفی محیط (کیفیت محیط فیزیکی، کیفیت تعاملی و کیفیت پیامد) با میزان رضایتمندی، تعهد احساسی و تمایلات رفتاری گردشگران پرداختند. نتایج نشان داد که کیفیت محیط و کیفیت تعاملی تأثیر معناداری بر رضایتمندی گردشگران دارند و رابطه بین رضایتمندی و تعهد احساسی در گروه‌های سنی مختلف متفاوت است. (Chua et al., 2022, p. 104396).

استایلدیس و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی رابطه بین اجزای شناختی، احساسی و تصویر کلی مقصد گردشگری با تمایل گردشگران به توصیه آن مقصد پرداختند. یافته‌ها نشان داد که تصویر احساسی نقش مهم‌تری نسبت به تصویر شناختی در شکل‌گیری تجربه گردشگران ایفا می‌کند و تأثیر مثبتی بر توصیه مقصد دارد. (Stylidis et al., 2021, pp. 574-589).

گارسیا و لوپز (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای دریافته‌اند که فعالیت‌های ورزشی در فضاهای تفریحی می‌توانند به افزایش حس تعلق اجتماعی و بهبود تعاملات میان گردشگران و ساکنان محلی کمک کنند. نتایج نشان داد که ورزش در فضاهای گردشگری می‌تواند به کاهش تنش‌های اجتماعی و ایجاد همدلی بیشتر در جوامع میزبان منجر شود. (Garcia & Lopez, 2022, p. 574-589).

براون و همکاران (۲۰۲۳) به بررسی تأثیر ورزش‌های گروهی در فضاهای عمومی گردشگری بر کیفیت تعاملات اجتماعی پرداختند. نتایج نشان داد که ورزش‌های گروهی همچون فوتبال ساحلی و یوگا در فضاهای طبیعی، نه تنها موجب بهبود سلامت روانی شرکت‌کنندگان می‌شود، بلکه نقش مهمی در افزایش تعاملات اجتماعی و کاهش انزوای اجتماعی دارد. (Brown et al., 2023, p. 211-225).

لی و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی دریافته‌اند که ورزش‌های همگانی در پارک‌های شهری به بهبود کیفیت روابط اجتماعی و افزایش میزان رضایت از فضای گردشگری کمک می‌کنند. این پژوهش تأکید می‌کند که طراحی محیطی مناسب برای ورزش‌های مشارکتی می‌تواند تعاملات اجتماعی را در جوامع گردشگری تقویت کند. (Li et al., 2021, p. 128-140).

میرزایی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی به تحلیل عوامل انگیزشی مؤثر بر تصمیم‌گیری گردشگران اروپایی در انتخاب ایران به عنوان مقصد سفر پرداختند. نتایج نشان داد که برای گردشگران اروپایی، کسب دانش و یادگیری تاریخ و میراث فرهنگی از مهم‌ترین انگیزه‌ها است و در کنار آن، تبلیغات دهان‌به‌دهان و ایجاد حس امنیت در مقصد، تأثیر بسزایی در جذب گردشگران دارد. (میرزایی و همکاران، ۱۴۰۱، ص. ۴۵-۵۸).

خلیلیان (۱۴۰۰) تأثیر ورزش‌های تفریحی در پارک‌های شهری را بر تعاملات اجتماعی مورد بررسی قرار داد. نتایج پژوهش نشان داد که ورزش‌های گروهی و همگانی در پارک‌های عمومی نه تنها موجب بهبود سلامت جسمی و روانی افراد می‌شوند، بلکه زمینه‌ساز ارتباطات اجتماعی مثبت میان شهروندان و گردشگران نیز هستند. (خلیلیان، ۱۴۰۰، ص. ۹۱-۱۰۴).

یوسفیان و همکاران (۱۴۰۲) نقش فضاهای تفریحی در توسعه تعاملات اجتماعی را در میان گردشگران داخلی بررسی کردند. یافته‌ها نشان داد که تجهیز فضاهای تفریحی با امکانات ورزشی، موجب افزایش تعاملات اجتماعی و کاهش استرس‌های اجتماعی در جوامع گردشگری شده است. (یوسفیان و همکاران، ۱۴۰۲، ص. ۳۰-۴۴).

حسنی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی دریافته‌اند که میزان مشارکت مردم در فعالیت‌های ورزشی عمومی در فضاهای تفریحی، تأثیر مستقیمی بر حس تعلق اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری دارد. این پژوهش تأکید می‌کند که سیاست‌گذاری در راستای گسترش امکانات ورزشی در فضاهای عمومی، می‌تواند منجر به افزایش ارتباطات اجتماعی و کاهش انزوای فردی شود. (حسنی و همکاران، ۱۴۰۱، ص. ۱۵۳-۱۶۷).

با این حال، بررسی‌ها نشان می‌دهد که بیشتر این مطالعات یا به تأثیرات فردی ورزش پرداخته‌اند (سلامت، نشاط، روان‌پزشکی) یا صرفاً به نقش ورزش در فضاهای خاص شهری اشاره کرده‌اند، بدون آن‌که رویکردی جامع به پیوند میان ورزش، روابط اجتماعی و فضاهای گردشگری ارائه دهند. همچنین، پژوهش‌های داخلی اغلب فاقد تحلیل ترکیبی میان متغیرهای اجتماعی، روانی و فضایی هستند و کمتر به تفاوت‌های گروهی (مانند جنسیت) یا نقش رسانه‌ها در این فرآیند پرداخته‌اند. نوآوری پژوهش حاضر در این است که با رویکردی تلفیقی، به بررسی همزمان تأثیر ورزش بر سلامت روان، هویت اجتماعی و تعاملات انسانی در فضاهای تفریحی-گردشگری می‌پردازد و این تأثیر را از منظر گروه‌های مختلف جمعیتی (جنسیت، نوع مشارکت و...) تحلیل می‌کند. همچنین در این پژوهش تلاش شده است نقش رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یک متغیر جدید در تشویق به ورزش و گسترش روابط اجتماعی در نظر گرفته شود، که در ادبیات پیشین کمتر به آن پرداخته شده است. بر این اساس، پژوهش حاضر می‌کوشد تا با شناسایی این روابط و تحلیل داده‌های میدانی، راهکارهایی برای توسعه پایدار گردشگری اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی در بستر فضاهای عمومی ورزشی ارائه کند.

مبانی نظری

در ادبیات پژوهشی، مجموعه‌ای از نظریه‌ها و دیدگاه‌ها وجود دارد که به بررسی تأثیر ورزش بر روابط اجتماعی و همچنین نقش گردشگری ورزشی در فضاهای تفریحی می‌پردازند. این نظریه‌ها، ضمن تأکید بر ابعاد مختلف سلامت جسمانی و روانی، بر اهمیت تعاملات اجتماعی و فرهنگی ناشی از فعالیت‌های ورزشی و گردشگری تأکید دارند و نشان می‌دهند که چگونه ورزش و گردشگری می‌توانند به عنوان محرک‌های قوی در تقویت سرمایه اجتماعی، انسجام فرهنگی و توسعه پایدار جوامع عمل کنند. ورزش و گردشگری دو حوزه کلیدی در توسعه پایدار اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به شمار می‌آیند که در دهه‌های اخیر مورد توجه ویژه سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان شهری و پژوهشگران قرار گرفته‌اند (حاتمی نژاد و شریفی، ۱۳۹۴: ۲۲). گردشگری ورزشی به‌عنوان یکی از زیرشاخه‌های نوظهور گردشگری، شامل سفرهایی است که با اهدافی نظیر شرکت در رویدادهای ورزشی، انجام فعالیت‌های بدنی تفریحی یا تماشای مسابقات ورزشی انجام می‌شود (Gibson, 2021, 45). این نوع گردشگری نه تنها در ایجاد فرصت‌های اقتصادی و جذب سرمایه مؤثر است، بلکه به صورت هم‌زمان، بر سلامت جسمی، بهزیستی روانی، و تقویت پیوندهای اجتماعی میان گردشگران و جوامع میزبان تأثیر مثبت می‌گذارد (Hinch Higham, 2019, 120). Kiviniemi & Koivisto, 2022, 88).

مطالعات جدید نشان می‌دهند که فضاهای ورزشی و تفریحی، به‌ویژه در محیط‌های شهری، می‌توانند بستر مناسبی برای ارتقای سرمایه اجتماعی، همدلی بین فرهنگی، کاهش انزوای اجتماعی و شکل‌گیری هویت جمعی فراهم سازند (García López, 2022, 8)؛ (Brown et al., 2023, 112). همچنین پژوهش‌ها تأکید دارند که شرکت در فعالیت‌های ورزشی گروهی در فضاهای عمومی مانند پارک‌ها و فضاهای شهری، موجب افزایش نشاط عمومی، رضایت از زندگی، مشارکت مدنی و کاهش فشارهای روانی می‌شود (Chen & Petrick, 2021, 95)؛ (Li et al., 2021, 154).

در ایران نیز، با توجه به رشد شهرنشینی و نیاز به تعاملات انسانی بیشتر در بسترهای اجتماعی، توسعه گردشگری ورزشی می‌تواند نقش مهمی در ارتقای سلامت اجتماعی، انسجام فرهنگی و عدالت فضایی ایفا کند. با این وجود، هنوز ظرفیت‌های بالقوه این نوع گردشگری در بسیاری از مناطق شهری کشور به درستی شناخته نشده یا مورد استفاده قرار نگرفته است (Rahimi & Hosseini, 2023, 47).

نظریه انگیزه سفر به عنوان یکی از پایه‌های مهم در فهم رفتار گردشگران ورزشی مطرح است. این نظریه بیان می‌کند که افراد به دلایل متنوعی از جمله جستجوی ماجراجویی، نیاز به استراحت و تفریح، حفظ یا ارتقای سلامت جسمی و روانی و همچنین ایجاد و تقویت تعاملات اجتماعی به سمت گردشگری ورزشی گرایش پیدا می‌کنند (Dann, 1981, 192). بر اساس این

دیدگاه، مشارکت در فعالیت‌های ورزشی و سفر به مقاصد ورزشی نه تنها به ارتقای سلامت فردی کمک می‌کند، بلکه زمینه‌های لازم برای تجربه‌های اجتماعی جدید، افزایش ارتباطات و شناخت فرهنگ‌های مختلف را فراهم می‌آورد. انگیزه‌های درونی و بیرونی فرد در انتخاب مقصد، نوع فعالیت ورزشی و نحوه مشارکت در گردشگری نقش کلیدی دارد و این انگیزه‌ها متأثر از عوامل فردی، فرهنگی و محیطی هستند.

از سوی دیگر، نظریه تعاملات اجتماعی به بررسی نقش ورزش و گردشگری در ایجاد و تقویت ارتباطات میان فردی و میان فرهنگی می‌پردازد. این نظریه بر این باور است که ورزش و گردشگری می‌توانند به عنوان ابزارهای مؤثر در تحکیم پیوندهای اجتماعی عمل کنند و موجب افزایش همبستگی و انسجام در جوامع متنوع شوند (Weed, 2009, 37). شرکت در رویدادهای ورزشی و فعالیت‌های تفریحی گروهی باعث می‌شود افراد با گروه‌ها و فرهنگ‌های مختلف ارتباط برقرار کرده و مرزهای فرهنگی و اجتماعی را پشت سر بگذارند. این تعاملات، علاوه بر تقویت سرمایه اجتماعی، به ارتقای احساس تعلق و هویت جمعی نیز کمک می‌کنند و زمینه‌ساز مشارکت اجتماعی بیشتر در سطوح مختلف می‌شوند.

همچنین نظریه اقتصاد گردشگری ورزشی به ابعاد اقتصادی این پدیده توجه دارد و تأثیرات آن را در سطح جوامع محلی و ملی بررسی می‌کند. طبق این نظریه، گردشگری ورزشی به طور مستقیم و غیرمستقیم موجب افزایش درآمدهای محلی، ایجاد فرصت‌های شغلی در بخش‌های مختلف اقتصادی مرتبط و توسعه زیرساخت‌های شهری و ورزشی می‌شود (Gibson et al., 2020, 109). از مزایای بلندمدتی همچون افزایش جذب گردشگران، توسعه بازارهای محلی، بهبود تصویر شهری و ارتقای کیفیت زندگی بهره‌مند شوند. این تأثیرات اقتصادی در نهایت به توسعه پایدار شهری و ارتقای رفاه اجتماعی کمک می‌کند (Smith & Stewart, 2021, 175)؛ (Taiefe Aliakbarkhani et al., 2019: 19).

در مجموع، مجموعه این نظریه‌ها نشان می‌دهد که ورزش و گردشگری ورزشی نه تنها از منظر فردی و سلامت جسمی و روانی اهمیت دارند، بلکه نقش بسیار مهمی در تقویت روابط اجتماعی، ارتقای سرمایه اجتماعی، توسعه اقتصادی و فرهنگی و بهبود کیفیت زندگی شهری ایفا می‌کنند. شناخت و بهره‌گیری از ظرفیت‌های این حوزه‌ها می‌تواند راهکاری مؤثر در جهت توسعه پایدار و بهبود وضعیت فضاهای تفریحی و ورزشی در شهرها باشد.

تأثیر ورزش و گردشگری بر سلامت و کیفیت زندگی

مطالعات متعددی نشان داده‌اند که مشارکت در ورزش و گردشگری نقش مهمی در ارتقای کیفیت زندگی دارد. ورزش‌های تفریحی و فعالیت‌های گردشگری می‌توانند به کاهش استرس، افزایش رضایت از زندگی و بهبود سلامت جسمی و روحی افراد کمک کنند (Chen & Petrick, 2021). همچنین، پارک‌های شهری و فضاهای ورزشی به عنوان فضاهای عمومی نقش مهمی در تقویت ارتباطات اجتماعی و افزایش نشاط عمومی دارند (Li et al., 2021).

این نظریه بیان می‌کند که افراد تعاملاتی را دنبال می‌کنند که برای آنها منفعت دارد و از رفتارهایی که هزینه‌بر هستند، اجتناب می‌کنند. به عبارت دیگر، تمام رفتارهای اجتماعی بر پایه ارزیابی‌های ذهنی افراد از مشارکت و سهم آنها در تبادل اجتماعی مبتنی بر ارزیابی مزیت-هزینه است (شیرمحمدی و عابدی، ۱۳۹۸: ۱۰۴). با توجه به اینکه مشارکت افراد در شبکه‌های اجتماعی بر اساس دلایلی که پیش‌تر ذکر شد، جبران نمی‌شود، به نظر می‌رسد افراد به دلایل شخصی با دیگران در شبکه‌های اجتماعی مشارکت می‌کنند. وبلاگ‌های گردشگری و سایت‌های شبکه‌های اجتماعی سال‌هاست که متوجه این حقیقت شده‌اند که بیشتر افراد مصرف‌کننده اطلاعات هستند تا تولیدکننده و منتشرکننده آن. در این راستا، شاخص جهانی وب (۱۸۳۸) بیان می‌کند که کاربران شبکه‌های اجتماعی به چهار گروه عمده و اصلی تقسیم می‌شوند:

۱. تماشاگران: افرادی که از اطلاعات اشتراک‌گذاشته شده صرفاً جهت تصمیم‌گیری خود استفاده می‌کنند.
۲. مشترکین: افرادی که اطلاعات و دانسته‌های خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند.
۳. یادداشت‌گذاران: این افراد به بررسی و ارزیابی محصولات و خدمات پرداخته و دیگران را به مشارکت در این ارزیابی‌ها تشویق می‌کنند.

۴. تولیدکنندگان: افرادی که به دنبال احراز هویت و شخصیت خود هستند (Li, 2021:5).

مشارکت تفریحی

واژه مشارکت تفریحی از حیث لغوی به معنای درگیری و تجمع برای منظوری خاص است. در مورد معنای اصطلاحی آن، بحث‌های فراوانی شده است؛ ولی به طور کلی می‌توان جوهر اصلی آن را درگیری، فعالیت و تاثیرپذیری دانست. مشارکت به فعالیت‌های آزاد و داوطلبانه‌ای اطلاق می‌شود که از طریق آن اعضای یک جامعه در امور محله، شهر یا روستای خود مشارکت می‌کنند و به صورت مستقیم و غیرمستقیم در شکل‌دهی به حیات اجتماعی خود سهم دارند (حسینی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۵۳).

روش پژوهش

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر ورزش بر روابط اجتماعی گردشگری در فضاهای تفریحی انجام شده است. از نظر هدف، پژوهش کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای است که بر پایه مطالعات نظری و پژوهش‌های پیشین طراحی شده است. برای طراحی این پرسشنامه، ابتدا مفاهیم و شاخص‌های کلیدی از ادبیات نظری و مطالعات تجربی مرتبط استخراج شد؛ از جمله نظریه‌های تعامل اجتماعی، سرمایه اجتماعی، انگیزش گردشگری و سلامت روان، و همچنین پژوهش‌هایی چون (García & López, 2022)، حسینی و همکاران (۱۴۰۱) و خلیلیان (۱۴۰۰). بر اساس این منابع، مدلی مفهومی مشتمل بر هشت شاخص اصلی تدوین شد که شامل مشارکت ورزشی در فضاهای تفریحی، روابط اجتماعی و تعاملات انسانی، کیفیت فضای تفریحی، سلامت روانی، هویت اجتماعی، نقش رسانه‌های اجتماعی، تسهیلات و خدمات ورزشی و تمایل به شرکت در رویدادهای ورزشی بود. پرسشنامه نهایی شامل ۴۰ گویه در چارچوب طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) تنظیم شد.

جامعه آماری پژوهش را کلیه افرادی تشکیل می‌دهند که از فضاهای ورزشی و تفریحی استفاده می‌کنند. حجم نمونه با استفاده از نرم‌افزار GPower و با در نظر گرفتن سطح معناداری ۰,۰۵، توان آزمون ۰,۸۰ و اندازه اثر متوسط ۰,۵۰ برابر با ۱۰۶ نفر محاسبه شد. نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده انجام گرفت. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با نظر جمعی از اساتید حوزه‌های ورزش، گردشگری و علوم اجتماعی تأیید شد. برای سنجش پایایی ابزار، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که برای کل پرسشنامه مقدار ۰,۸۷ به دست آمد و نشانگر پایایی قابل قبول ابزار بود.

در تحلیل داده‌ها ابتدا از روش‌های آمار توصیفی از جمله میانگین و انحراف معیار استفاده شد. سپس برای بررسی نرمال بودن داده‌ها، آزمون شاپیرو-ویلک به کار رفت که نشان داد برخی از شاخص‌ها توزیع غیرنرمال دارند. بر این اساس، در تحلیل استنباطی از آزمون همبستگی اسپیرمن برای بررسی روابط بین متغیرها و از آزمون مان‌ویتنی برای مقایسه تفاوت بین گروه‌ها از نظر جنسیت استفاده شد. کلیه تحلیل‌ها با نرم‌افزار SPSS انجام پذیرفت.

جدول ۱: شاخص‌ها و گویه‌های پژوهش در زمینه ورزش و روابط اجتماعی در فضاهای تفریحی

ردیف	نام شاخص	گویه‌ها
۱	مشارکت ورزشی در فضاهای تفریحی	میزان فعالیت در ورزش‌های گروهی، تعداد جلسات ورزش هفتگی، انگیزه برای شرکت در ورزش، نوع ورزش ترجیحی، استفاده از امکانات ورزشی عمومی
۲	روابط اجتماعی و تعاملات انسانی	میزان آشنایی با افراد جدید در فضاهای ورزشی، احساس تعلق به گروه‌های ورزشی، میزان گفتگو و تعامل با سایر ورزشکاران، ایجاد دوستی‌های جدید، نقش ورزش در کاهش تنهایی
۳	کیفیت فضای تفریحی و گردشگری	دسترسی به فضاهای ورزشی، کیفیت امکانات ورزشی، امنیت در فضاهای ورزشی، میزان ازدحام و شلوغی، میزان تمایل به بازدید مجدد
۴	سلامت روانی و تأثیر ورزش بر کاهش استرس	تأثیر ورزش بر کاهش اضطراب، میزان افزایش اعتماد به نفس، احساس شادی بعد از ورزش، تأثیر ورزش بر خواب، کاهش تنش‌های روزمره

۵	تأثیر ورزش بر هویت اجتماعی	نقش ورزش در تقویت حس تعلق به جامعه، میزان تأثیر ورزش بر حس مسئولیت پذیری، تأثیر ورزش بر نگرش مثبت به جامعه، نقش ورزش در ارتقای فرهنگی، احساس ارزشمندی در گروه‌های ورزشی
۶	نقش رسانه‌های اجتماعی در ترویج ورزش در فضاهای گردشگری	میزان تأثیر تبلیغات ورزشی بر رسانه‌ها، نقش شبکه‌های اجتماعی در جذب ورزشکاران، میزان اشتراک‌گذاری تجربیات ورزشی، دنبال کردن صفحات ورزشی، تأثیر رسانه‌ها بر انگیزه ورزشی
۷	تسهیلات و خدمات موجود در فضاهای ورزشی	میزان رضایت از امکانات رفاهی، دسترسی به وسایل ورزشی، نظافت و نگهداری فضاهای ورزشی، هزینه‌های ورزشی، میزان کمک و راهنمایی مربیان
۸	تمایل به شرکت در رویدادهای ورزشی در فضاهای تفریحی	میزان تمایل به شرکت در مسابقات ورزشی، میزان تمایل به فعالیت در گروه‌های ورزشی، تأثیر خانواده بر شرکت در ورزش، تأثیر محیط بر انگیزه ورزش، تمایل به شرکت در ورزش‌های جدید

(منبع: Jianga, 2017; Hinch, & Higham, J. (2019); Styliadis, D., Woosnam, K. M., & Ivkov, M. (2021).)

تجزیه و تحلیل داده‌ها

- یافته‌های توصیفی

نتایج تحلیل توصیفی نشان می‌دهد که شاخص "کیفیت فضای تفریحی و گردشگری" با میانگین ۴,۰۱ بالاترین مقدار را در میان شاخص‌های مورد بررسی دارد، که نشان‌دهنده رضایت نسبی پاسخ‌دهندگان از کیفیت این فضاها است. در مقابل، شاخص "روابط اجتماعی و تعاملات انسانی" کمترین میانگین را با مقدار ۳,۱۲ به خود اختصاص داده است، که می‌تواند نشان‌دهنده محدودیت‌هایی در برقراری تعاملات اجتماعی در این فضاها باشد. انحراف معیار شاخص‌ها نیز در محدوده‌ای نسبتاً متعادل قرار دارد که حاکی از پراکندگی متوسط داده‌ها است.

- یافته‌های استنباطی

جدول ۲: نتایج استنباطی شاخص‌های مورد بررسی

شاخص	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	میانگین
کیفیت فضای تفریحی و گردشگری	5.0	2.1	0.78	4.01
سلامت روانی و تأثیر ورزش بر کاهش استرس	5.0	1.9	0.82	3.85
مشارکت ورزشی در فضاهای تفریحی	5.0	1.5	0.88	3.67
تأثیر ورزش بر هویت اجتماعی	5.0	1.3	0.92	3.45
تمایل به شرکت در رویدادهای ورزشی	5.0	1.0	0.89	3.32
روابط اجتماعی و تعاملات انسانی	5.0	1.0	0.94	3.12

بررسی نرمال بودن داده‌ها (منبع یافته‌های پژوهش، ۱۳۰۴)

در بررسی نرمال بودن داده‌ها، آزمون شاپیرو-ویلک نشان داد که برخی از شاخص‌ها مانند "روابط اجتماعی و تعاملات انسانی"، "تأثیر ورزش بر هویت اجتماعی" و "تمایل به شرکت در رویدادهای ورزشی" دارای توزیع غیرنرمال هستند. این موضوع ایجاب می‌کند که در تحلیل روابط بین متغیرها از آزمون‌های ناپارامتری مانند همبستگی اسپیرمن استفاده شود.

جدول ۳: نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها (آزمون شاپیرو-ویلک)

شاخص	آماره شاپیرو-ویلک	سطح معناداری (Sig)
کیفیت فضای تفریحی و گردشگری	0.976	0.082
سلامت روانی و تأثیر ورزش بر کاهش استرس	0.981	0.064
مشارکت ورزشی در فضاهای تفریحی	0.972	0.041
تأثیر ورزش بر هویت اجتماعی	0.958	0.023
تمایل به شرکت در رویدادهای ورزشی	0.945	0.015
روابط اجتماعی و تعاملات انسانی	0.932	0.009

منبع یافته‌های پژوهش، ۱۳۰۴

بنابراین با توجه جدول بالا اگر مقدار Sig کمتر از ۰,۰۵ باشد، نشان‌دهنده توزیع غیرنرمال داده‌ها است. بر این اساس، شاخص‌های روابط اجتماعی و تعاملات انسانی، تأثیر ورزش بر هویت اجتماعی و تمایل به شرکت در رویدادهای ورزشی دارای توزیع غیرنرمال هستند و برای تحلیل روابط بین آن‌ها باید از آزمون‌های ناپارامتری مانند همبستگی اسپیرمن استفاده شود.

تحلیل همبستگی شاخص‌ها

نتایج آزمون همبستگی نشان داد که شاخص "مشارکت ورزشی در فضاهای تفریحی" ارتباط مثبت و معناداری با شاخص "سلامت روانی و تأثیر ورزش بر کاهش استرس ($r=0.56, p<0.01$)" دارد که تأییدکننده تأثیر مثبت فعالیت‌های ورزشی بر سلامت روان است. همچنین، شاخص "تأثیر ورزش بر هویت اجتماعی" با "روابط اجتماعی و تعاملات انسانی" همبستگی بالایی دارد ($r=0.56, p<0.01$)، که نشان می‌دهد ورزش می‌تواند به تقویت هویت اجتماعی افراد و افزایش تعاملات اجتماعی کمک کند. از سوی دیگر، برخی شاخص‌ها مانند "نقش رسانه‌های اجتماعی در ترویج ورزش" ارتباط ضعیفی با سایر متغیرها نشان داده‌اند، که می‌تواند بیانگر تأثیر محدود رسانه‌ها در تشویق افراد به مشارکت ورزشی باشد.

تحلیل تفاوت‌های گروهی

در بررسی تفاوت میان گروه‌های پاسخ‌دهندگان، آزمون مان-ویتنی نشان داد که تفاوت معناداری بین مردان و زنان در برخی از شاخص‌ها وجود دارد. به‌طور خاص، مردان نسبت به زنان در شاخص‌های "روابط اجتماعی و تعاملات انسانی" و "تأثیر ورزش بر هویت اجتماعی" میانگین بالاتری دارند ($p<0.05$)، که می‌تواند نشان‌دهنده نقش پررنگ‌تر ورزش در شبکه‌سازی اجتماعی مردان باشد. در مقابل، در شاخص "تمایل به شرکت در رویدادهای ورزشی"، زنان و مردان تقریباً مقادیر نزدیکی داشتند، که حاکی از علاقه مشترک دو گروه به این رویدادها است.

جدول ۴: نتایج تحلیل آماری

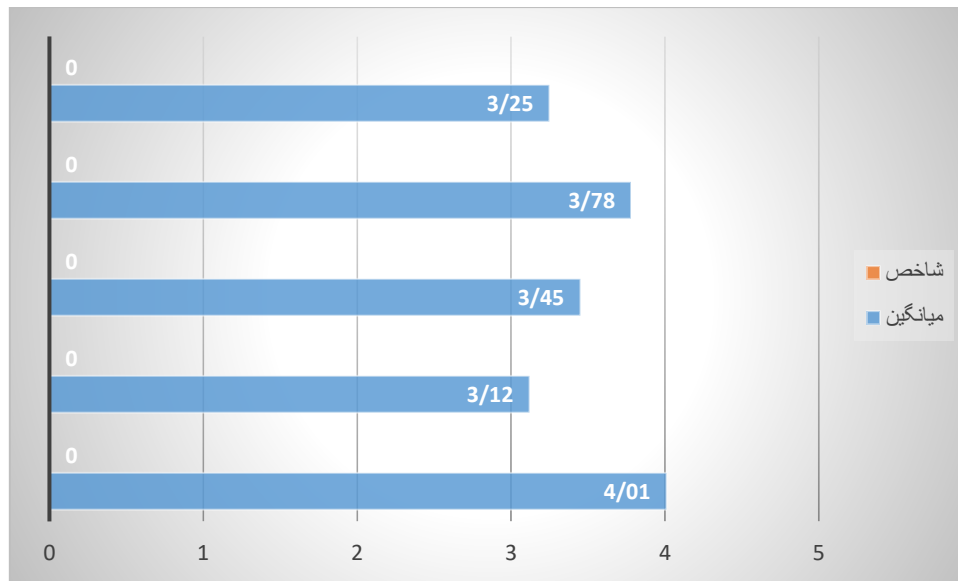
شاخص	تفاوت معنادار بین زنان و مردان (P-value)	همبستگی با سلامت روان (r)	آزمون نرمال بودن (Sig)	انحراف معیار	میانگین
کیفیت فضای تفریحی و گردشگری	0.08	0.48**	0.052	0.75	4.01
روابط اجتماعی و تعاملات انسانی	0.03*	0.56**	0.014*	0.89	3.12
تأثیر ورزش بر هویت اجتماعی	0.02*	0.49**	0.031*	0.81	3.45
تمایل به شرکت در رویدادهای ورزشی	0.09	0.51**	0.065	0.68	3.78
نقش رسانه‌های اجتماعی در ترویج ورزش	0.12	0.32**	0.089	0.92	3.25

منبع یافته‌های پژوهش، ۱۳۰۴

در مجموع، نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل‌های آماری نشان می‌دهد که شاخص‌هایی مانند مشارکت ورزشی، کیفیت فضای تفریحی و سلامت روانی دارای بالاترین میانگین‌ها بوده‌اند که حاکی از تأثیر مثبت این متغیرها بر روابط اجتماعی در فضاهای گردشگری است. از سوی دیگر، شاخص «روابط اجتماعی و تعاملات انسانی» پایین‌ترین میانگین را داشته که می‌تواند نشانگر ضعف در تحقق کامل ظرفیت‌های اجتماعی فضاهای ورزشی فعلی باشد.

همچنین، نتایج آزمون مان‌ویتنی تفاوت معناداری میان زنان و مردان در شاخص‌هایی مانند «روابط اجتماعی» و «هویت اجتماعی» نشان داد؛ به‌طوری‌که مردان نمرات بالاتری کسب کرده‌اند. این یافته‌ها اهمیت توجه به برنامه‌ریزی جنسیتی در طراحی فضاهای تفریحی را نشان می‌دهد. بررسی همبستگی میان شاخص‌ها نیز وجود رابطه مثبت و معنادار میان مشارکت ورزشی و سلامت روان را تأیید می‌کند ($r=0.56, p<0.01$).

نمودار ۱. میله‌ای مقایسه میانگین‌ها، تحلیل تفاوت‌های گروهی



منبع یافته‌های پژوهش، ۱۳۰۴

نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر ورزش بر روابط اجتماعی گردشگری در فضاهای تفریحی انجام شد. نتایج نشان داد که فعالیت‌های ورزشی در این فضاها تأثیر مثبتی بر سلامت روان، تعاملات اجتماعی، و رضایت افراد دارند. مشارکت ورزشی با سلامت روانی و تمایل به شرکت در رویدادهای ورزشی رابطه مثبت و معناداری داشت، که این یافته با پژوهش‌های پیشین مانند گارسیا و لوپز (۲۰۲۲) و لی و همکاران (۲۰۲۱) همسو است. این مطالعات نیز تأکید کرده‌اند که ورزش در فضاهای تفریحی می‌تواند به کاهش استرس و افزایش تعاملات اجتماعی کمک کند. همچنین، تفاوت معنادار بین مردان و زنان در شاخص‌های "روابط اجتماعی و تعاملات انسانی" و "تأثیر ورزش بر هویت اجتماعی" نشان داد که مردان بیشتر از زنان از تعاملات اجتماعی و حس تعلق بهره می‌برند. این نتیجه با یافته‌های خلیلیان (۱۴۰۰) و یوسفیان و همکاران (۱۴۰۲) همخوانی دارد که نشان دادند ورزش‌های گروهی در فضاهای عمومی می‌توانند نقش مهمی در تقویت روابط اجتماعی ایفا کنند.

مقایسه نتایج این پژوهش با مطالعات همسو نشان می‌دهد که ورزش در فضاهای تفریحی نه تنها به بهبود سلامت روانی و جسمانی کمک می‌کند، بلکه به عنوان ابزاری برای تقویت روابط اجتماعی و کاهش انزوای اجتماعی عمل می‌کند. با این حال، برخی شاخص‌ها مانند "نقش رسانه‌های اجتماعی در ترویج ورزش" ارتباط ضعیفی با سایر متغیرها داشتند، که این موضوع با پژوهش‌های براون و همکاران (۲۰۲۳) و گارسیا و لوپز (۲۰۲۲) همسو است. این مطالعات نیز نشان دادند که رسانه‌ها به تنهایی نمی‌توانند انگیزه کافی برای مشارکت ورزشی ایجاد کنند و نیاز به برنامه‌ریزی‌های جامع‌تر در این زمینه وجود دارد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مشارکت ورزشی در فضاهای تفریحی به طور معناداری با بهبود سلامت روانی و افزایش تمایل به شرکت در رویدادهای ورزشی مرتبط است. همچنین، ورزش در این فضاها به تقویت روابط اجتماعی و ایجاد حس تعلق کمک می‌کند. با این حال، تفاوت‌های جنسیتی در برخی شاخص‌ها مانند تعاملات اجتماعی و هویت اجتماعی نشان می‌دهد که مردان بیشتر از این فعالیت‌ها بهره می‌برند. این یافته‌ها تأکید می‌کنند که توسعه فضاهای تفریحی و ورزشی می‌تواند به عنوان یک استراتژی مؤثر برای بهبود روابط اجتماعی و سلامت روانی در جوامع شهری و گردشگری مورد توجه قرار گیرد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، عوامل مؤثر بر تعاملات اجتماعی و نقش رسانه‌ها در ترویج ورزش به صورت عمیق‌تر بررسی شود. همچنین، برنامه‌ریزی‌های شهری و گردشگری باید به گونه‌ای باشد که دسترسی به فضاهای ورزشی و تفریحی برای همه گروه‌های اجتماعی تسهیل شود و مشارکت زنان و مردان به صورت برابر تقویت گردد.

با توجه به یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود تعداد و کیفیت فضاهای تفریحی و ورزشی در مناطق شهری و گردشگری افزایش یابد تا دسترسی عموم مردم به این امکانات آسان‌تر شود. همچنین، تجهیز فضاهای موجود به امکانات مدرن و ایمن برای جذب بیشتر افراد و افزایش رضایت آن‌ها ضروری است. برگزاری رویدادهای ورزشی گروهی و مسابقات محلی در فضاهای تفریحی می‌تواند به افزایش تعاملات اجتماعی و ایجاد حس تعلق در میان شهروندان و گردشگران کمک کند. طراحی برنامه‌های مشارکتی که افراد را به همکاری و تعامل در فعالیت‌های ورزشی تشویق کند نیز مؤثر خواهد بود. توجه به تفاوت‌های جنسیتی و برنامه‌ریزی برای افزایش مشارکت زنان در فعالیت‌های ورزشی با ایجاد فضاهای اختصاصی و ایمن برای آن‌ها از دیگر پیشنهادات است. طراحی فعالیت‌های ورزشی متنوع که برای هر دو جنسیت جذاب و قابل دسترس باشد نیز می‌تواند مفید واقع شود. استفاده از رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های مجازی برای تبلیغ فعالیت‌های ورزشی و جذب بیشتر افراد به این فضاها نیز توصیه می‌شود. تولید محتوای آموزشی و انگیزشی در زمینه فواید ورزش و تأثیر آن بر سلامت روان و روابط اجتماعی نیز می‌تواند مؤثر باشد. توسعه گردشگری ورزشی با ایجاد زیرساخت‌های مناسب و برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی و محلی نیز پیشنهاد می‌شود. همکاری با سازمان‌های گردشگری و ورزشی برای طراحی تورهای ورزشی و تفریحی در مناطق گردشگری نیز می‌تواند مفید باشد. انجام پژوهش‌های بیشتر برای بررسی عوامل مؤثر بر تعاملات اجتماعی در فضاهای ورزشی و تفریحی و مطالعه تأثیر فعالیت‌های ورزشی بر گروه‌های سنی و اجتماعی مختلف به منظور طراحی برنامه‌های هدفمند نیز پیشنهاد می‌شود. برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی برای آگاهی‌بخشی درباره فواید ورزش بر سلامت روان و روابط اجتماعی و فرهنگ‌سازی برای افزایش مشارکت عمومی در فعالیت‌های ورزشی و تفریحی نیز از دیگر پیشنهادات است. اجرای این پیشنهادات نیازمند همکاری نهادهای دولتی، سازمان‌های غیردولتی، و بخش خصوصی است.

با وجود تلاش پژوهشگران برای گردآوری داده‌های دقیق و جامع، این پژوهش با برخی محدودیت‌ها مواجه بوده است که می‌تواند بر تعمیم‌پذیری نتایج تأثیرگذار باشد. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، همکاری نکردن کامل برخی از پاسخ‌دهندگان، به‌ویژه در بیان نگرش‌ها و تجارب شخصی مرتبط با روابط اجتماعی بود؛ موضوعی که ممکن است به دلیل حساسیت اجتماعی آن یا نگرانی از افشای اطلاعات رخ داده باشد. همچنین، دسترسی محدود به آمارهای به‌روز و اطلاعات محلی دقیق در حوزه فضاهای گردشگری، تحلیل برخی شاخص‌ها را با دشواری مواجه کرد. علاوه بر آن، محدودیت در منابع مالی و فنی باعث شد امکان بهره‌گیری از ابزارهای میدانی پیشرفته‌تر (مانند GPower یا تحلیل GPower دقیق‌تر یا انجام مطالعات تطبیقی گسترده‌تر وجود نداشته باشد). از سوی دیگر، تمرکز پژوهش بر ابعاد کالبدی، امنیتی، اجتماعی و اجتماعی به‌گونه‌ای بود که برخی متغیرهای مؤثر کلان مانند سیاست‌گذاری‌های اقتصادی، تحولات فرهنگی و الگوهای حاکم بر توسعه فضاهای گردشگری در تحلیل نهایی کمتر مورد بررسی قرار گرفتند. این امر می‌تواند در مطالعات آتی مورد توجه قرار گیرد تا تصویری جامع‌تر از عوامل مؤثر بر روابط اجتماعی در بستر شهری به‌دست آید.

منابع و مأخذ

- Abbaszadeh, M. and Parvin, R. (2025). Investigating the Role of Tourism Infrastructure in the Development of Cultural-Heritage Tourism (Case Study: Takht-e-Soleiman World Heritage Complex). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 6(1), 183-197. <https://www.srds.ir/> https://www.srds.ir/article_214075.html?lang=fa. [inPersian].
- Abdollahi, A., Ramezani Nejad, R., & Naderi Nasab, M. (2024). The impact of sporting events on sports tourism. *Journal of Research and Innovation in Education and Development*, 4(3), 136-152. <https://doi.org/10.61838/jsied.4.3.8> [inPersian]
- Brown, C., Essex, S., & Gibbons, T. (2023). The role of community sports events in local social development: A case study of Parkrun. *Sport in Society*, 26(1), 45-61. <https://doi.org/10.1080/17430437.2022.2075678>.
- Chen, C., & Petrick, J. F. (2021). The role of group sports participation in urban parks on community wellbeing. *Leisure Sciences*, 43(2), 177-193. <https://doi.org/10.1177/0047287520961212>.

- Chua, B. L., Lee, S., Goh, B., & Han, H. (2022). Impacts of cruise service quality and price on vacationers' cruise experience: Moderating role of price sensitivity. *International Journal of Hospitality Management*, 100, 103082. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103082>
- Dann, G. M. S. (1981). Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187–219. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90082-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90082-7)
- García, J. A., & López, M. (2022). Sports tourism and social capital in host communities: The role of participation and involvement. *Journal of Sport & Tourism*, 26(2), 115-133. <https://doi.org/10.1080/14775085.2022.2034789>.
- Gibson, H. J. (2021). Sport tourism: Concepts and theories. *Journal of Sport & Tourism*, 25(3), 175–192. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1904732>.
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2020). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(2), 235–252. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1621878>
- Gibson, H., Qi, C., & Zhang, J. (2020). Economic impacts of sport tourism events. *Tourism Economics*, 26(3), 385-399. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.5367/te.2020.0001>
- Hasani, N., Mousavi, H., & Abbasi, M. (2022). The effect of participation in public sports activities on the sense of social belonging and sustainable tourism development. *Journal of Sport Management and Development*, 10(4), 153-167. [inPersian]
- Hataminejad, H. and Sharifi, A. (2015). Examines the role of urban tourism development on sustainable urban development (Case study: Sanandaj). *urban tourism*, 2(1), 61-74. [doi: 10.22059/jut.2015.54066](https://doi.org/10.22059/jut.2015.54066) [inPersian].
- Hinch, T., & Higham, J. (2019). Sport tourism development. Channel View Publications. <https://www.amazon.com/Sport-Tourism-Development-ASPECTS-TOURISM/dp/1845416554>
- Khanzadeh, H., Rahnavard, F., Bamdad, N., & Mahmoudzadeh, S. M. (2021). A model explaining the competitiveness of tourism in Iranian tourist cities. *Modern Marketing Research*, 11(2), 45-68. [10.22108/nmrj.2021.126677.2339](https://doi.org/10.22108/nmrj.2021.126677.2339). [inPersian].
- Kiviniemi, M., & Koivisto, L. (2022). The wellbeing impacts of sports tourism: A review. *Tourism Management*, 90, 104481. DOI: [10.1016/j.tourman.2022.104481](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104481).
- Kiviniemi, M., & Koivisto, T. (2022). The social impact of sports tourism: Understanding the role of recreational sports in tourist destinations. *Tourism Management*, 88, 104396. DOI: [10.1016/j.tourman.2021.104396](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104396)
- Li, X., Zhang, H., & Zhang, J. (2021). The impact of urban park attributes on user satisfaction: A study in China. *Urban Forestry & Urban Greening*, 64, 127273. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2021.127273>.
- Mirzaei, M., Ahmadi, S., & Rezaei, K. (2022). Analysis of motivational factors influencing European tourists' decision-making in choosing Iran as a travel destination. *Journal of Tourism and Sustainable Development*, 9(2), 45-58. SID: <https://www.sid.ir/paper/140299/fa> [inPersian]
- Moradi, H., Zeinivand, M. and Mousavi Alizadeh, S. M. A. (2024). Strategic Planning of Water Tourism Development in Khuzestan (with Emphasis on Water Structures). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 5(4), 100-114. <https://www.srds.ir/> https://www.srds.ir/article_210366.html. [inPersian].
- Smith, A., & Stewart, B. (2021). The economic impacts of major sports events: A systematic review. *Journal of Sport & Tourism*, 25(3), 211-235. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14775085.2021.1871234>
- Stylidis, D., Woosnam, K. M., & Ivkov, M. (2021). Tourists' emotional solidarity with residents: A segmentation analysis and its links to destination image and revisit intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100537. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100537>

- Weed, M. (2009). Sport, tourism and sports tourism: Evidence of policy convergence. *Journal of Sport & Tourism*, 14(4), 241–255. <https://doi.org/10.1080/14775080903453738>.
- Yousefian, M., Hosseini, R., & Karimi, F. (2023). The role of recreational spaces in the development of social interactions among domestic tourists. *Iranian Journal of Tourism Studies*, 11(1), 30-44 https://journal.iorj.ir/article_704297.html. [inPersian]
- Taiefe Aliakbarkhani, A. , Lahimian, R. and Ahmadi, H. (2019). Investigation on Urban Economic and Social Homogeneous Neighborhoods with the Approach of Using Green Space in Terms of Social Justice (Case Study: Sari). *Human Geography Research*, 51(4), 969-988. [doi: 10.22059/jhgr.2018.244010.1007570](https://doi.org/10.22059/jhgr.2018.244010.1007570). [inPersian]