

نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری سیستان در توسعه اقتصادی نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستاهای زهک)

عیسی پوررمضان^۱

استادیار جغرافیا، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

سودابه هاشم زهی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران

فرهاد جوان

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

نازنین نعیم آبادی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۰۶

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۶/۲۷

چکیده

شهرستان زابل با توجه به سابقه کهن آثار و ابنیه تاریخی زیادی دارد که می‌تواند زمینه ایجاد اشتغال و توسعه روستاهای اطراف خود را به وجود آورد. لذا هدف این پژوهش، بررسی نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری سیستان در توسعه اقتصادی روستاهای زهک می‌باشد. روش تحقیق، توصیفی و تحلیلی و مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای، اسنادی و میدانی می‌باشد. جهت انجام تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از نرم افزار SPSS و مدل Expert Choice استفاده شده است. نتایج نشان داد، نخست، به ترتیب شاخص‌های، ترغیب فعالیت‌های کارآفرینی در روستا با میانگین ۳/۶۷، مستعد شدن منطقه جهت سرمایه‌گذاری جهت استفاده از گردشگری با میانگین ۳/۵۶، ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری اقتصادی دولت در روستا با میانگین ۳/۵۴، ایجاد اشتغال در بخش‌های مختلف در روستا با میانگین ۳/۴۵، بالا رفتن نرخ رشد بخش‌های مختلف اقتصادی در روستا و شاخص انگیزه سرمایه‌گذاری مردم در سطح روستا با میانگین ۳/۴۰، ایجاد زمینه‌های نو برای جذب سرمایه‌گذاری در روستا با میانگین ۳/۳۰، امنیت اشتغال در روستا با میانگین ۳/۲۳، بالاترین و پایین‌ترین میانگین‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. در ادامه نیز با استفاده از آزمون T تک نمونه‌ای به میزان نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری در توسعه اقتصادی روستاهای زهک پرداخته شد، در تمامی شاخص‌ها میانگین‌ها به دست آمده بالاتر از حد میانه عدد ۳ می‌باشد. در واقع نتایج بیانگر نقش زیاد هویت تاریخی اماکن گردشگری سیستان در توسعه اقتصادی روستاهای زهک می‌باشد. همچنین نتایج نشان می‌دهد در بین اماکن گردشگری مطرح شده، به ترتیب مکان شهر سوخته با وزن به دست آمده ۰/۳۰۰، چاه نیمه با وزن به دست آمده ۰/۲۹۱، کوه خواجه با وزن ۰/۱۴۹، قلعه سام با وزن ۰/۱۴۵، و در نهایت زاهدان کهنه با وزن ۰/۱۱۵، بالاترین و پایین‌ترین وزن‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، هویت تاریخی، توسعه اقتصادی روستا، روستاهای زهک.

مقدمه

ضرورت تداوم توسعه اقتصادی یک منطقه، ایجاد یک جامعه زنده و سالم است و تحقق آن در صورتی امکان پذیر است که هماهنگی لازم بین برنامه‌های اقتصادی و رفاهی جامعه برقرار باشد. به همین جهت، ایجاد و گسترش فضا-های تفریحی توریستی، مرمت و احیای آثار و ابنیه تاریخی و غیره به ویژه در مناطق روستایی که ایجاد اشتغال و توسعه همه جانبه و پایدار در آن‌ها اولی‌تر از ارائه خدمات اولیه است، می‌تواند ضمن پاسخگویی به نیاز تفریحی روستاییان، زمینه را برای جذب گردشگر که به دنبال خود زنجیره‌وار مشاغل متعددی را به وجود می‌آورد فراهم سازد. توریسم پدیده‌ای کهن است که از دیر زمان در جوامع انسانی وجود داشته است و به تدریج طی مراحل تاریخی مختلف به موضوعی فنی، اقتصادی و اجتماعی و اکولوژیکی کنونی خود رسیده است (جاجرمی و سلیمانی، ۱۳۹۳: ۱۸).

عوامل شناساگر چیستی، کیستی و چگونگی یک ملت که آنرا هویت می‌نامند نه تنها در فهم خود بلکه در چگونگی نقش آفرینی در ساختار امروزی جامعه جهانی تأثیری درخور دارند. به همین دلیل است که مقوله هویت را به دلیل تأثیرگذاری‌اش بر روند نقش آفرینی از ملزومات بحث توسعه به معنای اعم آن می‌دانند. زمانی از هویت یک شهر سخن به میان می‌آید و در خط فکری و تصویر ذهنی از این اصطلاح یکسری ویژگی‌ها خود نمایی می‌کند که نشان دهنده شهر مورد نظر ماست (R. Brace Hull et al, 1994). یکی از زمینه‌ها و عوامل احراز هویت و بویژه احراز هویت جمعی و فرهنگی، تاریخی و تمدن یک جامعه و آحاد آن آثار تمدنی و انسان ساخت است که یکی از بارزترین جلوه‌های این آثار، شهر و به تبع آن فضاها و نمادهای موجود در این فضاها بر می‌گردد (نقی زاده، ۱۳۸۶، ۳۴۰). به عبارتی از جمله عناصر مهم هویت بخشی شهرها نمادها هستند که به صورت شناسنامه‌ای گویا از گذشته و حال شهر، نقش اصلی در معرفی آن به مخاطب دارند (لطفی و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۲). نمادها و المان‌های شهری از جمله بناهای مهم در طراحی معماری و طراحی شهری محسوب می‌شوند، به نحوی که گاه حتی از خود شهر پراهمیت‌تر جلوه می‌نمایند، چرا که بیانگر هویت، شخصیت و عصاره شهر در یک ساختار نمایان هستند. بررسی و مطالعه در خصوص این نمادها نشان می‌دهد که بنیان این نوع بناها بر پایه مفاهیم، سنت‌ها، فرهنگ، هویت و تاریخ شهر استوار شده است (هدفی، ۱۳۸۵، ۱۲). در کشور خودمان برخی شهرها را با سمبل‌های خاصی می‌شناسند مثل تبریز را با مقبره الشعرا، اصفهان را با سی و سه پل یا نقش جهان، مشهد را با بارگاه امام رضا، شیراز با حافظیه، همدان را با مقبره باباطاهر و... که در این میان نمادهای تاریخی ارزش بالایی در معرفی شهر دارند. شاید با ایجاد نقطه عطفی در طرز تفکر انسان‌ها، بار دیگر انسان خصوصیت نمادگرایی خود را باز یابد و شهرها در این راه نقش اساسی خود را دوباره داشته باشند. برای تحقق چنین هدفی باید نمادهای گذشته را شناخت و در حفظ و اعتلا آنها کوشید و علاوه بر آن از عواملی چون اعتقادات، باورها، طبیعت و هنر بهره گرفت تا نمادهای ارزشمند و معنی‌داری را در شهرها پدید آورد (بحرینی، ۱۳۸۶: ۲۳۰).

اهمیت سیستان در تاریخ تمدن و فرهنگ ایران بر کسی پوشیده نیست. سیستان را بهشت باستان شناسان لقب داده‌اند، تاکنون محققین داخلی و خارجی بسیاری در این دیار کنکاش کرده‌اند کارشناسان توانسته‌اند تاکنون حدود ۵۰۰ اثر باستانی از دوره‌های مختلف تاریخی را در این منطقه شناسایی و تعداد ۳۷۹ اثر را در فهرست ملی به ثبت

برسانند. سیستان سرزمینی است که شهرسوخته در آن جای دارد (شهر هنر، شهری که بزرگترین گواه بر هوش و خرد، دانش و صنعت ایرانی بوده است. شهری که اسطوره برتری تمدنی بین النهرینی را شکست). سرزمین یعقوب عیار، محل حماسه‌ها، جایی که نخستین شعله‌های شعر و ادبیات نوین ایرانی پس از خاموشی چند صد ساله از آنجا نه تنها به تمام ایران، بلکه از مرزهای چین تا سواحل مدیترانه، از سواحل دریای سیاه تا سواحل نیلگون خلیج فارس گسترش یافت. وجود این آثار با ارزش تاریخی و فرهنگ و آداب و رسوم غنی مردم منطقه می‌تواند منبعی گرانبها برای توسعه صنعت توریسم و در نهایت توسعه اقتصادی روستاهای اطراف باشد. در چند سال گذشته بیکاری و اشتغال مهمترین دغدغه‌ی منطقه‌ی سیستان بوده است. محدود ماندن نرخ رشد بخش‌های مختلف اقتصادی به نرخ پایین، انباشت سرمایه و پیدایش فناوری‌های جدید کاهش تقاضا برای نیروی کار آمد بخش اقتصاد و مازاد نیروی کار و جایگزینی سرمایه به جای نیروی کار به خاطر پایین بودن هزینه سرمایه نسبت به هزینه نیروی کار و همچنین به علت خشکسالی‌های پی‌پی در منطقه سیستان موجب افزایش فشار بیکاری در این منطقه شده است. این در حالی است که شغل مستقیم ایجاد شده در صنعت گردشگری می‌تواند طی فرایندی شغل یا شغل‌های غیر مستقیم را ایجاد نماید. بسیاری از شهرها از این راه توانسته‌اند صنعت خود را بهبود ببخشند و مشکلاتی مانند بیکاری، پایین بودن سطح درآمد سرانه و کمبود درآمد ارزی خویش را کاسته‌اند. در واقع می‌توان این چنین بیان نمود که اماکن گردشگری سیستان که دارای هویت تاریخی ارزشمندی دارند به مثابه یکی از بخش‌های فعالیتی نظام اقتصادی - اجتماعی منطقه سیستان به دلیل اثرات مثبت و متعدد بسیاری که در روستاهای اطراف از جمله روستاهای زهک می‌گذارد یکی از عوامل به کارگیری شده در راستای کاهش فقر در این در روستاها می‌باشد. لذا در راستای هدف پژوهش سئوالاتی که مورد کنکاش و بررسی قرار گرفته شده است به صورت ذیل بیان شده است:

- اماکن گردشگری دارای هویت تاریخی ارزشمند به چه میزان در توسعه اقتصادی روستاهای زهک تأثیر دارند؟
- از بین اماکن گردشگری دارای هویت تاریخی کدام یک بیشترین تأثیر را در توسعه اقتصادی روستاهای زهک داشته است؟

در ادامه نیز به بررسی موضوعاتی در حیطه موضوع پژوهش پرداخته شده است:

مرادی صلواتی زاده در سال ۱۳۹۲ در پژوهشی با عنوان "باززنده سازی بافت تاریخی شهرها بانگرشی نو به مسیر- های پیاده گردشگری شهر شوشتر" به بررسی باززنده سازی بافت تاریخی پرداخته است. در این پژوهش سعی بر آن است تا با ایجاد نگرشی نو به مسیرهای پیاده گردشگری ضمن تعیین معیارهایی جهت مشخص کردن مسیرهای پیاده گردشگری کاربری‌هایی که با توجه به ویژگی‌های خاص بافت تاریخی شوشتر مورد نیاز این نوع مسیرها هستند مشخص شوند. چون امروزه با گسترش روزافزون صنعت توریسم در جهان و اقتصاد مبتنی بر آن احیای بافت‌های تاریخی به عنوان قلب تپنده شهرها از اهمیت بالایی برخوردار است. شیبانی و هاشمی در سال ۱۳۹۲ در مقاله‌ای با نگرش "تجربه‌ی گردشگری و هویت ملی مورد مطالعه: شهروندان شهر شیراز" تأثیر گردشگری را بر توسعه و تعمیق هویت ایرانی (ملی) مورد ارزیابی قرار دادند که در این راه از آثار تاریخی و جغرافیایی شیراز بهره گرفته شد. نتایج نشان می‌دهد که گردشگری و شناساندن هویت ملی تأثیر بسزایی دارد. شجری قاسم خیلی و فضل‌ی نژاد در سال ۱۳۹۳ در مقاله‌ای با نگرش "ارزیابی آثار گردشگری در تقویت هویت ملی" به بررسی گردشگری در تقویت

هویت ملی پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که یکی از مهم‌ترین عناصر هویت ایرانی (آگاهی تاریخی) بوده است که در طول تاریخ، نقش به‌سزایی در توسعه و تعمیق هویت ملی در میان ایرانیان دارد. بنابراین گردشگری داخلی (ایرانگردی) از طریق تقویت آگاهی تاریخی بر هویت ملی تأثیرگذار است. اردش و محمود زاده در سال ۱۳۹۳ در مقاله‌ای با عنوان "بررسی ابعاد هویت ملی با تأکید بر گردشگری" به این نتایج رسیدند که گردشگری می‌تواند نقش مهمی را در ترویج سنت‌های بومی و دانش محلی، بلکه در ظهور اشکال جدیدی از جلوه‌های فرهنگی و مهارت‌های انعکاسی، حتی هویت‌ها که قوانین خود تعریف جمعی در جوامع مربوطه را شکل داده‌اند بازی کند. گردشگری ممکن است در حفظ، توسعه و یا حتی احیاء دوباره هویت‌های محلی، یا در تقویت آن نقش داشته باشد. *Bebudi* در سال ۲۰۱۲ در مقاله بررسی ارزش‌های فرهنگی و هویت تاریخی در برندینگ شهری در زابل به بررسی نقش نمادهای تاریخی، فرهنگی در توسعه هویت شهری در زابل می‌پردازد در پایان بر این نکته تأکید دارد که با برنامه‌ریزی در این زمینه می‌توان به رشد هویت شهری در زابل رسید. *Aysem Kilinc* در سال ۲۰۱۱ در پایان‌نامه خود تحت عنوان، بررسی شهرهای تاریخی پس از انفجار گردشگری: شهرهای مورد، فوکا، غرب ترکیه. به تغییرات قبل و بعد از انفجار در سه شهر مورد مطالعه می‌پردازد و تلاش می‌کند تا یک برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب در برابر محافظت این شهرها بکار بگیرد. *Khursiah Abd Aziz* در سال ۲۰۱۱ در مقاله‌ای تحت عنوان توسعه گردشگری میراث فرهنگی در کوتا لاما کنعان، کولا، پراک، در این مقاله روش تحقیق به صورت کمی با استفاده از مصاحبه با گروه‌های مورد بحث با جامعه محلی و مقامات محلی و به مسائل شناسایی ویژگی‌های کلیدی برای توصیف یک مکان به عنوان مقصد برای میراث فرهنگی تاریخی گردشگری پرداخته است. نتایج نشان داد که جاذبه‌های مهم مانند قلعه قدیمی، ویکتوریال، سلطان منصورشاه به عنوان مکان‌های تاریخی به عنوان جاذبه‌های مهم فرهنگی شناسایی شده‌اند. در مجموع مطالعات مطرح شده در ارتباط با موضوع مورد نظر بیشتر در حوزه بافت تاریخی شهری و شهر-های تاریخی و همچنین در حوزه مطالعات هویت ملی و گردشگری می‌باشد، لذا با جمع‌بندی پیشینه‌های مطرح شده می‌توان این چنین مطرح نمود، که تاکنون مطالعاتی در رابطه با نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری در توسعه اقتصادی مناطق روستایی انجام نشده است.

تحقیق در این پژوهش از نوع کاربردی می‌باشد که پس از استنتاج نتایج، سازمان‌ها و نهادهای مربوطه می‌توانند از آن در جهت بهبود و ساماندهی و توسعه اقتصادی روستاهای مورد مطالعه بهره‌مند شوند. روش تحقیق در این پژوهش به روش زمینه‌یابی یا پیمایشی می‌باشد. روش و ابزار گردآوری اطلاعات مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای، اسنادی و میدانی است. مطالعات کتابخانه‌ای جهت به دست آوردن مطالب از کتب و مقالات ایرانی و خارجی بهره‌برده و ضمن بررسی‌های اینترنتی مطالب لازم گردآوری می‌شود. برای تکمیل داده‌ها به منظور گردآوری آمار سازمانی به سازمان‌های مربوطه در سطح منطقه مراجعه شد و در نهایت از طریق بررسی‌های میدانی و با ابزار پرسشنامه و مصاحبه اقدام به گردآوری داده‌های لازم شد. جهت انجام تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از نرم افزار *spss* و مدل *Expert Choice* استفاده شده است. جامعه نمونه کل روستاهای زهک می‌باشد. بر طبق آمار سال ۱۳۹۵ کل آبادی-های دارای سکنه ۱۸۷ روستا می‌باشد در این پژوهش با نمونه‌گیری هدفمند فقط روستاهای بالای ۵۰۰ خانوار در

نظر گرفته شده است. که تعداد ۲۵ روستا را شامل شد. بر طبق نمونه‌گیری تصادفی و همچنین بر اساس فرمول کوکران (سرمد و همکاران، ۱۳۹۱)، نیز تعداد ۳۸۴ خانوار به عنوان جامعه نمونه انتخاب شدند. برای اطمینان از روایی بودن پرسش‌نامه و همچنین معرفه‌های انتخاب شده جهت تحلیل جهانی شدن و اثرات آن بر توسعه اقتصادی روستاهای مورد مطالعه با توجه به اماکن گردشگری دارای هویت تاریخی، از نظرات متخصصان در این زمینه استفاده شده است. پایایی دلالت بر آن دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد، دامنه ضریب اعتبار از صفر تا یک است. برای تعیین پایایی ابزار اندازه‌گیری شیوه‌های مختلفی وجود دارد. از جمله روش اجرای دوباره (باز آزمایی)، روش مواد موازی، روش تنصیف، روش کودر، ریچاردسون و آلفای کرونباخ که مشهورترین ضریب اعتبار از طریق یک‌بار اجرای آزمون توسط کرونباخ ارائه شده است که به ضریب آلفای کرونباخ معروف است. این روش برای محاسبه درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه به کار می‌رود. در این ابزار پاسخ هر سؤال می‌تواند مقادیر عددی مختلف را اختیار کند (رحیمی، ۱۳۸۸: ۱۵). اعتبار روایی این پژوهش بر اساس اعتبار محتوایی است. اعتبار محتوایی یک آزمون، معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می‌شود. برای افزایش اعتبار این پژوهش، پرسشنامه تهیه شده در اختیار تعدادی از اساتید مطلع قرار داده شده تا مطالعه نموده و نظر خود را بیان نمایند. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ از بسته نرم-افزاری SPSS محاسبه گردید. دامنه آلفای کرونباخ می‌تواند بین صفر تا یک باشد. هرچه آلفای کرونباخ به سمت ۱ میل کند پایایی بیشتر است. اگر آلفای کرونباخ کمتر از ۰/۵ باشد ابزار کار فاقد پایایی است. نتایج ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹۰ محاسبه شده است. پایایی پرسشنامه در سطح مناسبی قرار داشته و قابل اعتماد برای پژوهش میدانی می‌باشد.

مبانی نظری

هویت

هویت از واژه لاتین Idem به معنای "همان" و "مشابه" مشتق گردیده است. و در مفهوم کلی "به ظرفیت یک فرد یا یک گروه برای به رسمیت شناختن خود و نیز به رسمیت شناخته شدن توسط دیگران" (همانجا) تعریف شده است. فعل شناسایی به ضرورت لازمه هویت است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵). آنچه مردم درباره‌ی ما می‌اندیشند از آنچه ما در مورد خودمان می‌اندیشیم اهمیت کمتری ندارد. اینکه افراد بر هویت خودشان تاکید کنند کافی نیست، اشخاصی که با آنان سر و کار داریم نیز باید آن هویت را معتبر بدانند (یا ندانند)، هویت اجتماعی هرگز امری یک جانبه نیست (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵) هویت بنا به تعریف مارسیا، سازمان پویای خودساخته، درونی و خودبنیانی از انگیزه‌ها، توانایی‌ها، اعتقادات و تاریخ است چنین سازمانی که از لحاظ احساس، اعتقاد و رفتار منحصر به فرد است، اگر در فرد مصداق یابد، به آن هویت فردی و اگر در جمع تحقق یابد، به آن هویت جمعی گویند و هویت قومی و ملی از نمونه‌های هویت جمعی است (مارسیا، ۱۹۸۰: ۱۵۹). در ادامه نیز به تعریف مفهوم هویت تاریخی پرداخته شده است. در واقع، احساس تعلق به گذشته و پیوند با علقه‌هایی که آدمی را به اصل و ریشه‌های فرهنگی و تاریخی‌اش مرتبط ساخته و متصل می‌نماید، حس زیبا و بسیار خوشایندی است که به انسان آرامش خاطر و اعتماد به نفس شایانی می‌بخشد. این

که انسان بدانند مهد و گاهواره نخستین او کدام است و ریشه‌های او در کدامین نقطه از این کره خاکی در زمین فرورفته است، قهرمانان و الگوهای تاریخی و میهنی‌اش در طول دوران چه کسانی بوده‌اند، امری حیاتی است که وی را در ببحوحه‌های تاریخ مدد می‌رساند. الگوها و اسطوره‌های حماسی، تاریخی و فرهنگی، به افراد یک ملت هویتی مشترک و یکسان می‌بخشد به طوری که برآیند و حاصل این هویت، وحدت و یکپارچگی ملی در برابر بیگانگان است و به همین دلیل نباید این قهرمانان و اسطوره‌ها و باورهای ریشه دار را از مردم گرفت. چرا که نابودی آنها، نابودی کلیت و یکپارچگی ملتی را به دنبال خواهد داشت. تداوم اجتماعی مستلزم یک گذشته‌ی معنادار است. گذشته منبع مهمی است که در تفسیر اینجا- اکنون و پیش بینی آینده، باید به آن رجوع کرد. گذشته به طور فردی، خاطره؛ و به طور جمعی تاریخ است. این دو، دو وجه مهم از هویت هستند (چنکینز، ۱۳۸۱: ۴۷). مکان از مؤلفه اساس هویت شخصی می‌باشد (Wester-Herber, 2004). هویت مکان را می‌توان به عنوان فرایندی تعریف کرد که در آن از طریق تعامل با مکان، مردم خود را به یک محل خاض متعلق می‌دانند (Stedman, 2002). هویت مکان می‌توان جزئی از هویت شخصی باشد که بر اساس عناصری که یک مکان خاص را مشخص می‌کند و ماهیت این فعل و انفعالات رخ می‌دهد (Bernardo & PALMA, 2005).

جاذبه‌های تاریخی

یادمان‌های قدیمی، در فضاها و محیط‌های ساخته شده مصنوعی یا در مکان‌هایی که وقایع مهم اتفاق افتاده، به نوبه خود می‌تواند نوعی جاذبه باشد. بعضی مکان‌ها ممکن است قبل از اینکه به یک جاذبه گردشگری تبدیل گردند، احتیاج به محوطه‌سازی تفریح‌گاہی، مرمت و محافظت دارند. مکان‌های ماقبل تاریخ یا دوره‌های ابتدایی تاریخ به مقدماتی مانند کاوش و تحقیق راجع به اهمیت انحصار و ارتباط‌تشان با زندگی مدرن امروزی احتیاج دارند. این کاوش هم سرگرم کننده و هم آموزنده است و برای جاذبه‌های تاریخی ضروری می‌باشد. در این راستا نیاز است تا تعریفی از مفهوم نماد نیز بیان شود، نشان موجب دلالت است. در منطق قدیم، همان گونه که دلالت طبیعی و دلالت عقلی و دلالت وضعی تقسیم می‌کردند (Khonsari, 1993: 58)، نشان‌ها را نیز را در سه دسته ذکر شده جای می‌دادند. در نگاه هنرشناسان مشتمل است بر نشان طبیعی، نشان تصویری، نشان وضعی و نشان‌های ترکیبی (Shafikhani, 2003: 4)، نشان طبیعی همان نشان نمایی است که در آن، رابطه همجواری بین صورت و مفهوم وجود دارد، مانند دود که نشانه سوختگی و نیز بوی سوختگی. در نشانه تصویری که نشان نسخه‌ای به آن اطلاق می‌شود، میان صورت و مفهوم رابطه عینی وجود دارد؛ مانند نقش مهر که دلالت بر وجود مهر دارد. این نشانه‌ها عموماً مصنوعات بشری هستند. در نشان وضعی، که "نماد" نیز نام گرفته و با symbol مترادف است، رابطه بین صورت و مفهوم رابطه قراردادی است؛ مانند نور قرمز در چهار راه که به صورت قراردادی دلالت بر توقف کامل اتومبیل دارد. بسیاری از نشانه‌ها از ترکیب دو یا سه نوع از نشانه‌های ذکر شده به دست آمده‌اند و از این رو آنها را نشانه‌های ترکیبی می‌نامند. به عنوان مثال، گاه از دود که نشانه‌ای طبیعی است، بر طبق قرارداد برای ارسال پیام و اطلاع رسانی نیز استفاده می‌شود.

در پژوهش‌ها و نوشتارهای متعارف، نشان به معنای "علامت"، "مظهر"، "نمود" و "سمبل" به کار رفته است. و عموماً سمبل را نیز به معنای "نماد" دانسته‌اند. در لغت نامه دهخدا، "نماد" به صورت فاعلی و به معنای "نماینده"

و "ظاهر کننده" آمده است (دهخدا، ۱۳۷۷: ۲۸) و آریانپور آن را "علامت، رمز، اشاره، کنایه، و حتی نشانه خویشاوندی و همبستگی" دانسته است.

نقش گردشگری در اقتصاد

بسیاری از نویسندگان گردشگری را یک فرصت منحصر به فرد اقتصادی می‌دانند. و بیش از هر فضای دیگری به شهر به عنوان کانون اقتصاد گردشگری می‌نگرند، زیرا در دوران جدید شهرها محل جریان کار و سرمایه و محل اقتصاد ملی با اقتصاد جهانی هستند، ایجاد اشتغال و توسعه شهری و منطقه‌ای از آثار مهمی است که توسعه صنعت گردشگری به همراه آورده است. در بسیاری از کشورهای جهان، توریسم به عنوان یکی از بخش‌های کلیدی اصلی برای توسعه و پیشرفت اقتصادی عمل کرده است. آثار اقتصادی توریسم، چند گانه است. مهم‌ترین اثر توسعه این صنعت، ایجاد اشتغال و درآمد است. داگلاس پیرس به طور مختصر و مفید اثر تکاثری گردشگری را چنین تعریف می‌کند: مخارج گردشگری وارد بخشی از اقتصاد شود که این بخش دیگر بخش‌ها را به حرکت وا می‌دارد و آنها نیز موجب حرکت‌های دیگر می‌شوند این فرایند اثر تکاثری نامیده می‌شود. توسعه صنعت توریسم در افزایش درآمد-های مالیاتی نیز تأثیر مستقیم دارد. بخشی از درآمدهای مالیاتی از مالیات بر شرکت‌ها و مالیات بر فروش اخذ می‌شود و چنانچه مردم تعطیلاتشان را در داخل کشور سپری کنند (Ryan, 1995: 89) نوعی جانشین واردات صورت می‌گیرد. یانگ (۱۹۷۳) خاطر نشان می‌سازد، میزان اتکای قابل قبول به گردشگری نیز با ساختار اقتصاد مرتبط است. هر جا که بیکاری شدید، نیروی کار غیر ماهر و منابع جانشین بسیار محدود برای اشتغال وجود دارد راه اندازی صنعت گردشگری می‌تواند، مناسب‌ترین اقدام باشد (خسروی، ۱۳۹۱: ۳۶). سیرس معتقد است "کم شدن فقر، بیکاری و نابرابری از پایه‌های اساسی توسعه در مناطق می‌باشد" (مؤمنی، ۱۳۷۷: ۱۶). برنشتاین می‌گوید: تلاش برای توسعه، بار ارزشی به همراه دارد که کمتر کسی با آن مخالف است. سیرز، توسعه را جریانی چند بعدی می‌داند که تجدید سازمان و سمت گیری‌های متفاوت کل نظام اجتماعی را به همراه دارد و می‌گوید توسعه دستاورد دست بشر و پدیده‌ای است که دارای ابعاد مختلف است.

بروکفیلد می‌گوید: فرآیند علمی که در این زمینه وجود دارد این است که توسعه را برحسب پیشرفت به سوی اهداف رفاهی، نظیر تقلیل فقر و بیکاری و کاهش نابرابری تعریف کنیم. سیدیک دیالیک در مورد لزوم درگیر ساختن مستقیم مردم، فرایند توسعه از یک تغییر هویت با دگرگونی ریشه‌های اجتماعی می‌داند که در جریان آن نهاده‌های بنیادی جامعه و رفتارهای اساسی مردم اگر جبراً دگرگون نشوند الزاماً از آن دگرگونی تأثیر می‌پذیرند (چیدان، ۱۳۹۱: ۲۱-۲۰). جمعیت علاقه مند و توانا به انجام سفر را گردشگر نامیده و آن را تشکیل دهنده تقاضا و عرضه که شامل انواع گوناگونی از وسایل رفت و آمد، جاذبه‌ها، تسهیلات و خدمات برای گردشگران و اطلاعات گردشگری است معرفی می‌نماید (موحد، ۱۳۸۱: ۱۹). پروفیسور جرالدمی‌یر معتقد است ارائه تعریفی دقیق و جامع از توسعه اقتصادی مشکل است. وی توسعه اقتصادی را چنین تعریف می‌کند: فرآیندی است که به موجب آن درآمد واقعی سرانه در یک کشور در دورانی طویل‌المدت افزایش یابد. از نظر می‌یر توسعه اقتصادی هدف نیست بلکه وسیله‌ای برای فراهم آوردن شرایط بهتر اجتماعی است. آمارتیاسن توسعه را این گونه تعریف می‌کند: توسعه عبارت است از: افزایش توانمندی‌ها و بهبود استحقاق‌ها در واقع وی بر عامل نیروی انسانی و سرمایه‌گذاری تأکید می‌کند و معتقد

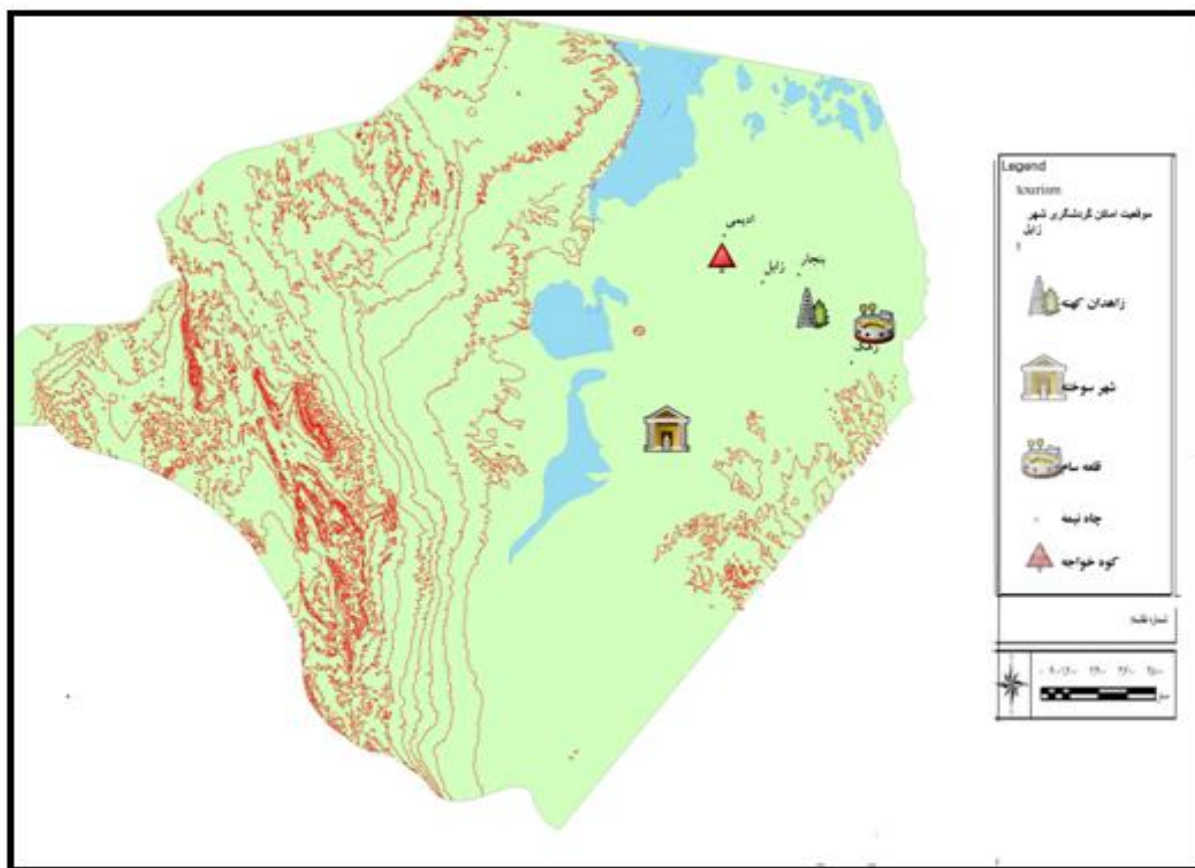
است درجه توسعه اقتصادی جوامع به میزان گستره حقوقی افراد، میزان برخورداری آنان از امکانات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، گردشگری و نظایر آن، و میزان تحقق استحقاق‌ها بستگی دارد. به طور کلی توسعه اقتصادی عبارت است از افزایش مداوم ظرفیت تولید یک جامعه که بر اساس تکنولوژی پیشرونده پی‌ریزی شده باشد (موسوی جهرمی، ۱۳۸۹: ۵ و ۶).

قلمرو جغرافیایی

استان سیستان و بلوچستان نیز در منتهی الیه جنوب شرقی کشور، از نظر موقعیت جغرافیایی در مختصات ۲۵ درجه و ۳ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۲۹ دقیقه عرض شمالی و ۵۸ درجه و ۵۱ دقیقه تا ۶۳ درجه و ۲۰ دقیقه طول شرقی واقع شده است. این استان از شمال با استان خراسان جنوبی همجوار است و از شرق با یک مرز خاکی به طول ۱۱۰۰ کیلومتر، دیواره‌ی همسایگی ایران با کشورهای افغانستان و پاکستان را تشکیل می‌دهد. از مغرب به استانهای کرمان و هرمزگان می‌رسد و جنوب آن نواره‌ی آبی ۳۰۰ کیلومتری دریای عمان می‌باشد. منطقه سیستان (شهرستان زابل) حوزه فراگیر شهر زابل است، که در منتهی الیه شرقی کشور ایران واقع شده است. این منطقه قسمتی از استان پهناور سیستان و بلوچستان می‌باشد و با قرارگیری در شمال این استان قسمت وسیع و مهمی از استان و حتی ایران را به خود اختصاص داده است (شکل شماره ۱ و شکل شماره ۲).



شکل شماره ۱: نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه



شکل شماره ۲: نقشه توزیع اماکن گردشگری دارای هویت تاریخی شهر زابل

نتایج

- یافته‌های توصیفی تحقیق

در این قسمت ویژگی افرادی که در بین آنها پرسشنامه‌ی افراد نمونه توزیع و تکمیل شده است شامل سن، جنس آورده شده است. از لحاظ ترکیب سنی پاسخ‌گویان در ۵ گروه سنی طبقه‌بندی شده است، همانطور که در جدول شماره (۱)، ملاحظه می‌شود، ۳۹/۵۸ درصد افراد مورد پرسش قرار گرفته در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال، ۳۹/۰۶ درصد بین ۳۰-۴۰ سال، ۱۰/۴۱ درصد بین ۴۰-۵۰ سال، همچنین ۶/۵۱ پاسخگویان در گروه سنی ۵۰-۶۰ و ۴/۴۴ درصد نیز گروه سال ۶۰ به بالا را تشکیل می‌دهند. و همچنین در بین پاسخگویان ۵۰ درصد پاسخگویان مرد و ۵۰ درصد پاسخگویان زن می‌باشند (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۱. توزیع سنی افراد پاسخگو

گروه‌های سنی	فراوانی	درصد
۳۰-۲۰	۱۵۲	۳۹/۵۸
۴۰-۳۰	۱۵۰	۳۹/۰۶
۵۰-۴۰	۴۰	۱۰/۴۱
۶۰-۵۰	۲۵	۶/۵۱
گروه سنی ۶۰ به بالا	۱۷	۴/۴۴

جدول شماره ۲. توزیع جنسی افراد پاسخگو

جنس	فراوانی	درصد
مرد	۱۹۲	۰/۵۰
زن	۱۹۲	۰/۵۰
جمع	۳۸۴	۰/۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

- یافته‌های استنباطی تحقیق

جهت بررسی نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری در توسعه اقتصادی روستاهای زهک تعدادی شاخص متناسب با هدف پژوهش تهیه و تدوین و در قالب پرسشنامه منعکس شده است. پرسشنامه‌ها در میان افراد مورد مطالعه توزیع شد و اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه نیز با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفته شده است.

جدول شماره ۳. نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری در توسعه اقتصادی روستاهای زهک

شاخص‌ها	میانگین	نمونه
بالا رفتن نرخ رشد بخش‌های مختلف اقتصادی در روستا	۳/۴۰	۳۸۴
ایجاد اشتغال در بخش‌های مختلف در روستا	۳/۴۵	۳۸۴
ایجاد زمینه‌های نو برای جذب سرمایه گذاری در روستا	۳/۳۰	۳۸۴
ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری اقتصادی دولت در روستا	۳/۵۴	۳۸۴
انگیزه سرمایه گذاری مردم در سطح روستا	۳/۴۰	۳۸۴
مستعد شدن منطقه جهت سرمایه‌گذاری جهت استفاده از گردشگری	۳/۵۶	۳۸۴
امنیت اشتغال در روستا	۳/۲۳	۳۸۴
ترغیب فعالیت‌های کارآفرینی در روستا	۳/۶۷	۳۸۴

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

همانطور که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود، در بین شاخص‌های مطرح شده، به ترتیب شاخص‌های، ترغیب فعالیت‌های کارآفرینی در روستا با میانگین ۳/۶۷، مستعد شدن منطقه جهت سرمایه‌گذاری جهت استفاده از گردشگری با میانگین ۳/۵۶، ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری اقتصادی دولت در روستا با میانگین ۳/۵۴، ایجاد اشتغال در بخش‌های مختلف در روستا با میانگین ۳/۴۵، بالا رفتن نرخ رشد بخش‌های مختلف اقتصادی در روستا و شاخص انگیزه سرمایه گذاری مردم در سطح روستا با میانگین ۳/۴۰، ایجاد زمینه‌های نو برای جذب سرمایه گذاری در روستا با میانگین ۳/۳۰، امنیت اشتغال در روستا با میانگین ۳/۲۳، بالاترین و پایین‌ترین میانگین‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

- نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری در توسعه اقتصادی روستاهای زهک

برای بررسی نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری در توسعه اقتصادی روستاهای زهک با استفاده از نرم‌افزار SPSS از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شده است. در ذیل به‌طور کامل توضیح داده شده است.

همانطور که در جدول (۴)، ملاحظه می‌شود در تمامی شاخص‌ها میانگین‌ها به دست آمده بالاتر از حد میانه عدد ۳ می‌باشد. در واقع نتایج بیانگر نقش زیاد هویت تاریخی اماکن گردشگری سیستم در توسعه اقتصادی روستاهای زهک می‌باشد. در ادامه نیز به رتبه بندی اماکن گردشگری در منطقه زابل که دارای هویت تاریخی ارزشمندی دارند پرداخته شده است. این اماکن شامل (زاهدان کهنه، شهرسوخته، قلعه سام، چاه نیمه، کوه خواجه) می‌باشد. در واقع با استفاده از نظر متخصصین به رتبه‌بندی نقش هر یک از این اماکن در توسعه اقتصادی روستاها پرداخته شده است.

جدول شماره ۴. بررسی نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری در توسعه اقتصادی روستاهای زهک

شاخص‌ها		T میانگین فرضی (۳): میانگین فرضی	
فاصل اطمینان	معناداری (۲ دامنه)	میانگین	میانگین
تفاوت ۰/۹۵			
پایین	بالا		
۳/۳۳	۳/۵۰	۰/۰۰۰	۴۶/۵۵۰
۳/۳۴	۳/۶۰	۰/۰۰۰	۴۶/۸۲۴
۳/۲۱	۳/۴۰	۰/۰۰۰	۴۹/۴۸۸
۳/۴۳	۳/۶۰	۰/۰۰۰	۴۶/۵۴۹
۳/۳۳	۳/۵۶	۰/۰۰۰	۴۶/۹۰۰
۳/۴۵	۳/۷۰	۰/۰۰۰	۴۷/۴۶۲
۳/۱۹	۳/۳۴	۰/۰۰۰	۴۶/۴۶۳
۳/۵۸	۳/۷۵	۰/۰۰۰	۴۹/۶۷۸

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

– ارزیابی و رتبه‌بندی مکان‌های گردشگری دارای هویت تاریخی با استفاده از مدل (AHP)

مزیت این مدل این است که ارزیابی همه مولفه‌ها به بررسی کارشناسی نیاز ندارد بلکه می‌توان از داده‌های خام استفاده می‌کرد. برای وزن دهی به اماکن و تعیین اهمیت نسبی اماکن، از روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی ((AHP استفاده شد. در این مطالعه گروه‌های تصمیم‌ساز شامل نخبگان و افراد آشنا به وضعیت نقش هویت تاریخی هر یک از اماکن گردشگری در توسعه اقتصادی روستاهای زهک می‌باشد. همانطور که در جدول شماره (۵)، ملاحظه می‌شود، پس از تشکیل ساختار سلسله مراتبی برای تعیین وزن هر عنصر تصمیم‌گیری، مقایسه دو به دو عناصر صورت گرفت.

جدول شماره ۵. اندازه‌های ترجیحات برای مقایسه‌ی زوجی

مقدار عددی	وضعیت مقایسه
۱	ترجیح یکسان
۲	یکسان تا نسبتاً مرجح
۳	نسبتاً مرجح
۴	نسبتاً تا قویاً مرجح
۵	قویاً مرجح
۶	قویاً تا بسیار قوی مرجح
۷	ترجیح بسیار قوی
۸	بسیار تا بی اندازه مرجح
۹	بی اندازه مرجح

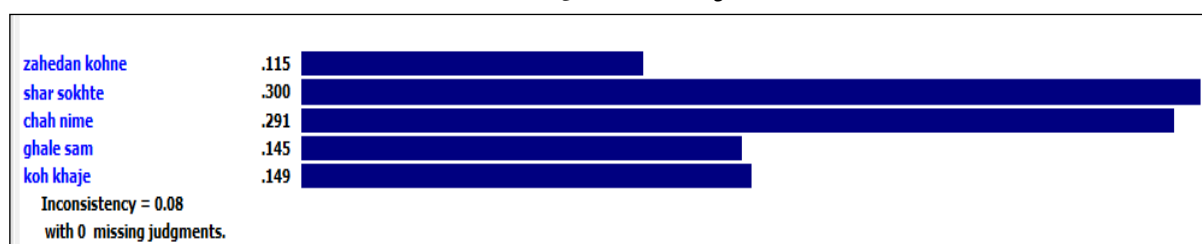
منبع: قدسی پور، ۱۳۸۵

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، جهت تحلیل آنها از نرم افزار Expert Choice که بر اساس فرایند تحلیل سلسله مراتبی عمل می‌کند، استفاده شد. بدین ترتیب برای هر مؤلفه در هر سطح از مجموع نظرات کارشناسان، میانگین هندسی گرفته شد و سپس میانگین‌ها وارد نرم‌افزار Expert Choice شد و یک جدول نهایی در هر سطح به دست آمد که این جدول اولویت‌بندی معیارها را در همان سطح نشان می‌دهد. در فرایند تحلیل سلسله مراتبی همواره می‌توان میزان سازگاری تصمیم را محاسبه نمود. در صورتی که شاخص ناسازگاری از ۰/۱ بیشتر باشد، سطح ناسازگاری

مجموعه رتبه‌ها غیر قابل قبول بوده و رتبه بندی‌ها بایستی مجدداً تکرار گردند. در نهایت، نرم‌افزار از روی قضاوت-های اصلاح شده، وزن نهایی هر گزینه را محاسبه می‌کند.

Compare the relative importance with respect to: Goal: hoviyaat tarikhi					
	zahedan ki	shar sokhte	chah nime	ghale sam	koh khaje
zahedan kohne		5.0	2.0	1.0	1.0
shar sokhte			1.0	1.0	2.0
chah nime				2.0	3.0
ghale sam					2.0
koh khaje	Incon: 0.08				

شکل شماره ۳. وزن دهی به مولفه‌ها



شکل شماره ۴. وزن نهایی مولفه‌ها

همانطور که در دو شکل، ملاحظه می‌شود، در بین اماکن گردشگری مطرح شده، به ترتیب مکان شهر سوخته با وزن به دست آمده ۰/۳۰۰، چاه نیمه با وزن به دست آمده ۰/۲۹۱، کوه خواجه با وزن ۰/۱۴۹، قلعه سام با وزن ۰/۱۴۵، و در نهایت زاهدان کهنه با وزن ۰/۱۱۵، بالاترین و پایین‌ترین وزن‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

نتیجه‌گیری و دستاوردهای پژوهشی مقاله

گردشگری دارای ابعاد اجتماعی و اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی است و امروزه به یکی از بزرگترین بخش‌های اقتصاد جهانی تبدیل شده است. صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی و منطقه‌ای می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد. گردشگری به خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش می‌باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. تقاضای روزافزون گردشگران برای بازدید از اماکن تاریخی-باستانی، فرهنگی و مذهبی، بستر مناسبی را برای توسعه اقتصادی روستاهای اطراف خود فراهم آورده است. در این پژوهش نتایج یافته‌های توصیفی نشان داده شد، از لحاظ ترکیب سنی پاسخ‌گویان در ۵ گروه سنی طبقه‌بندی شده است، ۳۹/۵۸ درصد افراد مورد پرسش قرار گرفته در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال، ۳۹/۰۶ درصد بین ۳۰-۴۰ سال، ۱۰/۴۱ درصد بین ۴۰-۵۰ سال، همچنین ۶/۵۱ پاسخگویان در گروه سنی ۵۰-۶۰ و ۴/۴۴ درصد نیز گروه سال ۶۰ به بالا را تشکیل می‌دهند. و همچنین در بین پاسخگویان ۰/۵۰ پاسخگویان مرد و ۰/۵۰ پاسخگویان زن می‌باشند. همچنین نتایج یافته‌های تحلیلی مشخص شد که، در بین شاخص‌های مطرح شده، به ترتیب شاخص‌های، ترغیب فعالیت‌های کارآفرینی در روستا با میانگین ۳/۶۷، مستعد شدن منطقه جهت سرمایه‌گذاری جهت استفاده از گردشگری با میانگین ۳/۵۶، ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری اقتصادی دولت در روستا با میانگین ۳/۵۴، ایجاد اشتغال در بخش‌های مختلف در روستا با میانگین ۳/۴۵، بالا رفتن نرخ رشد بخش‌های مختلف اقتصادی در روستا و شاخص انگیزه سرمایه‌گذاری مردم در سطح روستا با میانگین ۳/۴۰، ایجاد زمینه‌های نو برای جذب سرمایه‌گذاری در روستا با میانگین ۳/۳۰، امنیت اشتغال در

روستا با میانگین ۳/۲۳، بالاترین و پایین‌ترین میانگین‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. و در ادامه نیز جهت بررسی سؤال پژوهش، اماکن گردشگری دارای هویت تاریخی ارزشمند به چه میزان در توسعه اقتصادی روستاهای زهک تأثیر دارند؟ با استفاده از آزمون T تک نمونه‌ای به میزان نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری در توسعه اقتصادی روستاهای زهک پرداخته شد، نتایج نشان داده شد، در تمامی شاخص‌ها میانگین‌ها به دست آمده بالاتر از حد میانه عدد ۳ می‌باشد. در واقع نتایج بیانگر نقش زیاد هویت تاریخی اماکن گردشگری سیستان در توسعه اقتصادی روستا-های زهک می‌باشد.

در ادامه نیز جهت پاسخ به سؤال دوم، از بین اماکن گردشگری دارای هویت تاریخی کدام یک بیشترین تأثیر را در توسعه اقتصادی روستاهای زهک داشته است؟ به رتبه بندی اماکن گردشگری در منطقه زابل که دارای هویت تاریخی ارزشمندی دارند پرداخته شده است. این اماکن شامل (زاهدان کهنه، شهرسوخته، قلعه سام، چاه نیمه، کوه خواجه) می‌باشد. در واقع با استفاده از نظر متخصصین به رتبه‌بندی نقش هر یک از این اماکن در توسعه اقتصادی روستاها با استفاده از مدل Expert Choice پرداخته شده است. نتایج نشان داده شد، در بین اماکن گردشگری مطرح شده، به ترتیب مکان شهر سوخته با وزن به دست آمده ۰/۳۰۰، چاه نیمه با وزن به دست آمده ۰/۲۹۱، کوه خواجه با وزن ۰/۱۴۹، قلعه سام با وزن ۰/۱۴۵، و در نهایت زاهدان کهنه با وزن ۰/۱۱۵، بالاترین و پایین‌ترین وزن‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

در واقع این منطقه بعد از خشکسالی‌های پی در پی الگوهای اقتصادی روستاها دچار متزلزل شده است و با رکورد بسیار جدی روبرو می‌باشد و این نکته با شناساندن این اماکن گردشگری دارای هویت تاریخی ارزشمند که دارای هویت غنی فرهنگی و پیشینه تاریخی بسیار درخشانی دارند می‌توان با جذب گردشگران داخلی و خارجی روح تازه‌ای به روستاهای این بخش زهک دمید. این در حالی است که بسیاری از اماکن دارای هویت تاریخی در این منطقه نادیده گرفته شده و برای گردشگران بسیار ناشناخته می‌باشند. تفاوت پژوهش حاضر با سایر پژوهش‌های صورت گرفته در سطح داخلی و خارجی، در نقش هویت تاریخی اماکن گردشگری در توسعه اقتصادی نواحی روستایی می‌باشد. در واقع بسیاری از پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه هویت ملی و تاریخی اماکن گردشگری با تأکید بر نمادهای تاریخی و فرهنگی صورت گرفته است، و تاکنون در این زمینه پژوهشی صورت نگرفته است، این عامل می‌تواند نقطه قوت پژوهش حاضر باشد.

منابع

- اردش، مجید؛ محمودزاده، سید مجتبی (۱۳۹۳). بررسی ابعاد هویت ملی با تأکید بر گردشگری. همایش ملی گردشگری، مجله سرمایه-های ملی و چشم انداز آینده، دانشگاه علامه طباطبائی.
- بحرینی، سیدحسین (۱۳۸۶). فرآیند طراحی شهری، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- پاپلی یزدی، محمد حسین؛ مهدی سقایی (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران، چاپ دوم.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی، ترجمه: تورج یار احمدی، تهران: شیرازه.
- چیدان، اعظم (۱۳۹۱). تأثیر گردشگری بر توسعه ناحیه‌ای شهرستان آبدانان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان.

- خسروی، مهدی (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی راهبردی توریسم شهری باتاکید بر توسعه پایدار، مطالعه موردی شهرستان دزفول، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحدزاهدان.
- شجری قاسم، رضا، خیلی و فضل‌نژاد، احمد (۱۳۹۳). ارزیابی آثار گردشگری در تقویت هویت ملی، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، ش ۹: ۷۴ - ۸۷.
- شیبانی، ملیحه و هاشمی، سمیه (۱۳۹۲). تجربه‌ی گردشگری و هویت ملی مورد مطالعه: شهروندان شهر شیراز، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره‌ی چهارم، ش ۲: ۵۷ - ۷۸.
- کیانی، محمد یوسف (۱۳۶۵). نظری اجمالی به شهرنشینی و شهرسازی در ایران، انتشارات ارشاد، تهران.
- لطفی، صدیقه و محمدی، عبدالمجید (۱۳۹۱). بررسی ارتباط نمادهای شهری با هویت شهر (مطالعه موردی: شهر گنبد کاووس). فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، سال دوم، ش ۲: ۶۱ - ۷۰.
- مرادی، ابراهیم، صلواتی‌زاده، مسعود (۱۳۹۲). باززنده سازی بافت تاریخی شهرها بانگرشی نو به مسیرهای پیاده گردشگری، همایش ملی معماری، فرهنگ و مدیریت شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات ایلام گروه معماری ایران ایران.
- موحد، علی (۱۳۸۱). گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهیدچمران.
- موسوی جهرمی، یگانه (۱۳۸۹). توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی، انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران.
- مؤمنی، مهدی (۱۳۷۷). اصول و روش‌های برنامه‌ریزی ناحیه‌ای، انتشارات گویا.
- نقی زاده، محمد (۱۳۸۶). ادارک زیبایی و هویت شهر در پرتو تفکر اسلامی اصفهان، سازمان فرهنگی و تفریحی شهرداری اصفهان.
- هدفی، فرزانه (۱۳۸۵). نماد و نماد شهری، پایگاه اطلاع رسانی معماری و شهرسازی ایران آرونا.
- Aysem Kilinc, U. (2011). A Study of Historic Towns after "Tourism Explosion": The Case of Çeşme, Foça and Şirince in Western Turkey. University of Pennsylvania Scholarly Commons.
- Brace Hull. R. et al, (1994), Place identity, symbol of self in the urban fabric, land scape and urban planning.
- Behboodi, N. (2012). Analysis of cultural values and historical identity in Branding of urban system (Case study: Zabol), No.7, volume 4, Jul 2012.
- Bernardo, F., & Palma, J. M. (2005). Place change and identity processes. Medio Ambiente y Comportamiento humano, 6, 71-87.
- Jajarmi, K., & Solaymani, H. (2013). Analysis of tourism potentials and capabilities from the perspective of rural residents Bagh bahadoran. Journal of geographical landscape in human studies, 9(26), 28-17.
- Khansari, M. (1993). External Logic, 16th edition, Tehran, Agah Publication, Vol. 1, P. 58.
- Khursiah, A. A. Fakhrul Zaman, A. (2011). Cultural heritage tourism development in kota lama kanan, kuala kangsar, perak. universiti tun abdul razak e-journal vol. 7, no. 2.
- Marcia, J. (1980). Identity in Adolescence, In J. Adelson" (Ed.), Handbook of Adolescent Adolescent Psychology, New York: Wiley Interscience.
- Ryan, C, (1995), Recreational tourism, a social science perspective: routledge, new York, USA.
- Shafikhani, S. (2003). A Glance on the Symbols & Signs, Tehran, Centre for the fundamental researches, P. 4.
- tedman, R. (2002). Toward a social psychology of place: Predicting behavior from place-based cognitions, attitude, and identity. Environment and Behavior, 34, 561-581.
- Wester-Herber, M. (2004). Underlying concerns in land-use conflicts—the role of place identity in risk perception. Environmental Science & Policy, 7, 109-116.
- www.shahr-i-sokhta.ir
- www.wikimwoia.org