

فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۶، شماره پیاپی ۲۴، زمستان ۱۳۹۵

شاپای چاپی: ۶۷۳۵-۲۲۵۱ - شاپای الکترونیکی: ۷۰۵۱-۲۴۲۳

<http://jzpm.miau.ac.ir>

جایگاه «نشانه‌شناسی شهر ایرانی» در گردشگری در راستای آینده‌پژوهی برنامه‌ریزی شهری و توسعه پایدار

طاهره نصر^۱: دکترای تخصصی شهرسازی، استادیار گروه معماری، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

پذیرش: ۱۳۹۵/۶/۲۰

صص ۱۸۹-۲۰۰

دریافت: ۱۳۹۵/۲/۱۰

چکیده

انتخاب عنوان «سال جهانی گردشگری پایدار: ابزار توسعه» توسط مجمع عمومی سازمان ملل متحد برای سال ۲۰۱۷ اهمیت توجه به میراث غنی تمدن‌های گوناگون و ارزش‌های ذاتی فرهنگ‌های مختلف را بیان می‌دارد. بنابراین نقش گردشگری در رعایت ارزش‌های فرهنگ‌های مختلف کاملاً آشکار می‌باشد. از سویی دیگر ساختار شهرها برآیند تفکرات و جهان‌بینی ملل و تمدن‌ها هستند. ساختار شهرهای ایرانی نیز دارای مشخصه‌هایی می‌باشد که هویت را در کالبد آنها شاخص نموده است. اگر چه در عصر حاضر شاخص‌های مادی و کمی به عنوان وجه تمایز شهر و انواع مجتمع‌های زیستی دیگر به کار گرفته می‌شود، ولی از توجه به این نکته اساسی نیز نباید غفلت کرد که در طول تاریخ ابعاد معنوی و فرهنگی و کیفی نیز در تعریف شهر، نقشی شایان توجه ایفا نموده است. در ساختار شهر، نشانه‌شناسی برای تحلیل هویت شهر بسیار قابل توجه می‌باشد. استفاده معنادار از نشانه‌هاست که در کانون اهمیت نشانه‌شناسی قرار دارد. هدف اصلی این نوشتار تبیین مفهوم گردشگری پایدار در شهر ایرانی به عنوان راهکاری برای توسعه پایدار می‌باشد. این تحقیق بر اساس نوع داده‌ها و متغیرها، تحقیقی کیفی است. روش تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی و جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی-اسنادی می‌باشد. متغیر مستقل تحقیق با توجه به موضوع پژوهش، گردشگری پایدار و متغیر وابسته نیز ادراک محیطی است. در این راستا توجه به مفهوم نشانه‌شناسی شهری و به تبع آن توجه به مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر به عنوان ابزاری برای توسعه گردشگری پایدار در نظر گرفته شده است. در مرحله بعد ضمن تحلیل مطالعات صورت گرفته به ارائه مدل پیشنهادی در راستای توجه به گردشگری پایدار با استفاده از ابزار پیشنهادی (نشانه‌شناسی) پرداخته می‌شود. نتایج حاصل حاکی از این است که می‌توان با بازنمایی مؤلفه‌های هویت کالبدی شهرها و توجه به نشانه‌شناسی شهری در راستای گردشگری پایدار که یکی از اهداف توسعه پایدار می‌باشد گام برداشت.

واژه‌های کلیدی: توسعه پایدار، گردشگری پایدار، آینده‌پژوهی، هویت کالبدی شهر ایرانی، نشانه‌شناسی شهری.

^۱ نویسنده مسئول: nasr@iaushiraz.ac.ir ۰۹۱۷۳۱۳۱۵۷۱

بیان مسأله:

گردشگری از مهم‌ترین فعالیت‌های انسان معاصر است که همواره با به وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون ساخته است (Karami Dehkordi et al, 2012: 99). گردشگری بخش مهمی از سیاست‌های اجتماعی و اقتصادی توسعه کشورهاست (Stasiukynasm et al, 2013: 929). گردشگری احیا و نگهداری از مناطق مهم طبیعی، آثار باستانی و گنجینه‌های باستان‌شناسی گردشگری را فراهم می‌کند و دلیلی برای حفظ مناظر طبیعی و مکان‌های تاریخی انسان‌ساخت، شهرها و محله‌های سنتی، روستاها و بنادر می‌باشد (Amirhajlou et al, 2012: 16). فضای گردشگری شهری، بخشی از فضای عمومی شهر است که منابع گردشگری در آن وجود دارد (Movahed, 2010: 43). امروزه گردشگری شهری به صورت مسأله و فعالیتی مهم درآمده است که سبب تغییرات فضایی گسترده در شهرها شده‌است. شهرها میراث سال‌ها تغییر و تحول و پویایی فرهنگی هستند و با توجه به برخورداری از جاذبه‌ها و تأسیسات مختلف گردشگری نظیر جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی و ... می‌توانند جاذب خیل عظیم گردشگران داخلی و خارجی باشند و منافع اقتصادی سرشاری را نصیب خود کنند (Goodarzi et al, 2016: 104). در قطعنامه ۲۱ کنفرانس ریو برای تحقق رهیافت توسعه پایدار گردشگری و ارزیابی پیامدهای آن بر جوامع میزبان، ارزیابی عوامل محیطی، فرهنگی و اقتصادی متأثر از عملیات گردشگری، اندازه‌گیری موفقیت در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری مورد توجه برنامه‌ریزان و پژوهشگران قرار گرفت (Akbari Samani et al, 2013: 33). مجمع عمومی سازمان ملل متحد، سال ۲۰۱۷ را به‌عنوان «سال جهانی گردشگری پایدار: ابزار توسعه»^۱ نام‌گذاری کرده است. سازمان جهانی گردشگری نیز تصویب این قطعنامه در تاریخ ۴ دسامبر ۲۰۱۵ را به رسمیت شناختن اهمیت و نقش گردشگری بین‌المللی در تعمیق شناخت ملت‌ها از یکدیگر، آشنایی بیشتر با میراث غنی تمدن‌های گوناگون، رعایت ارزش‌های ذاتی فرهنگ‌های مختلف و در نتیجه مشارکت آن در تقویت صلح جهانی دانست.

شرایط موجود کشور ایران یا پشتوانه تاریخی آن، نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند بستر مناسبی برای توسعه پایدار باشد و به عنوان یکی از پیش شرط‌های برنامه‌ریزی پایدار می‌تواند مطرح باشد. هنگامی که به شهرهای اصیل ایرانی اندیشیده شود می‌توان دریافت که ساختار هر یک از این شهرهای تاریخی واجد مؤلفه‌هایی هستند که ارزش آنها را دوچندان می‌نماید و در واقع همین مؤلفه‌های ساختاری است که تفاوت میان شهرها را سبب شده‌است. بنابراین به عنوان هدف اصلی تحقیق می‌توان چنین گفت که بررسی ساختار شهر ایرانی برای توسعه پایدار شهر لازم است. لذا با توجه به ضرورت موضوع و کمبود پژوهش‌های جامع در خصوص توجه به مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر این نوشتار در راستای نشانه‌شناسی شهری انجام شده است. مسأله اصلی این است که گردشگری پایدار چگونه می‌تواند به فراهم‌سازی ابزار توسعه منجر شود؟ چگونه می‌توان از پتانسیل‌های ارزشی شکل شهرهای ایرانی در راستای توسعه گردشگری پایدار استفاده نمود؟ و پاسخ این سؤال این است که توجه به مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر ایرانی به عنوان نشانه‌شناسی شهری برای توسعه گردشگری پایدار مؤثر خواهد بود. بر این اساس، مقاله حاضر بعد از مروری بر مفهوم پایداری؛ توسعه پایدار، گردشگری پایدار، به بیان محیط اجتماعی و کالبدی پرداخته و ضمن بیان مفهوم ادارک به ارائه مفاهیم هویت کالبدی شهر می‌پردازد.

پیشینه نظری تحقیق:

عبدالحمید ابراهیمی به تأثیر صنعت جهانگردی بر متغیرهای اقتصادی، محیطی و اجتماعی فرهنگی ایران پرداخته و با تأکید بر ویژگی‌های فرهنگی و ارزشی ایران، بر لزوم بررسی عوامل اقتصادی، اجتماعی، محیطی در توسعه پایدار گردشگری پرداخته‌اند (Ebrahimi, 1997). حسین حاتمی‌نژاد و همکاران در بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری و با بررسی نمونه شهر سنندج گردشگری شهری را عاملی بسیار مهم در توسعه شهرها دانسته‌اند و معتقد هستند که نیروی زیادی برای جذب گردشگران دارد. نتایج آزمون‌های آماری استفاده شده در این تحقیق بیانگر این است که گردشگری

¹. International Year of Sustainable Tourism for Development

شهری در شهر سنندج توانسته است به شیوه‌ای مؤثر باعث پایداری هرچه بیشتر شهر سنندج شود و بیشترین تأثیر را بر توسعه پایدار اقتصادی و کمترین تأثیر را توسعه پایدار محیطی داشته باشد (Hataminejad et al, 2015). راضیه تیموری و همکاران با بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری مکان‌های تاریخی شهری معتقد هستند که گردشگری امروزه یکی از مسائل مهم و مؤثر اقتصادی و یکی از عوامل برجسته ارتباط اجتماعی و فرهنگی است. در این میان، مکان‌های تاریخی، به دلیل نمایش هویت شهرها، از ارزش بسیار زیادی جهت جذب گردشگر برخوردارند که بازارهای سنتی و تاریخی ایران به دلیل توأم شدن وجهه تاریخی با کاربری تجاری اهمیتی دوچندان برای گردشگران دارند. در این مقاله، ضمن معرفی بازار تاریخی کلانشهر تبریز، عوامل مؤثر بر جذب گردشگران داخلی و خارجی بررسی می‌شود (Teimouri et al, 2016). احمد پوراحمد و همکاران تأثیرات گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهر با تأکید بر ادراک ساکنان با مطالعه موردی: شهر بانه بررسی نموده‌اند و نتایج این تحقیق نیز حاکی از این است که امروزه صنعت گردشگری، به‌ویژه شاخه شهری آن، جایگاه خاصی در اقتصاد کشورها دارد و در ارتقای ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها، به‌خصوص در کشورهای رو به توسعه، نقش فعال و مؤثری ایفا می‌کند. شهرها جاذبه‌های گردشگری فراوانی دارند و همواره گردشگران زیادی را به سوی خود جذب می‌کنند. بنابراین، توسعه گردشگری شهری پایدار و مدیریت خردمندانه آن، نیازمند برنامه‌ریزی است (Pourahamd et al, 2015).

حسن الماسی و همکاران تدوین استراتژی گردشگری کشور بر اساس تحلیل ماتریس SWOT را با مطالعه موردی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان تهران انجام داده و صنعت گردشگری را یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا برای ایجاد درآمد، توسعه اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، قانونی و تکنولوژیکی مطرح نموده‌اند (Almasi et al, 2011). محمدحسین ایمانی خوشخو و همکاران با ارائه الگوی مفهومی رقابت پذیری مقصدگردشگری در چارچوب توسعه پایدار معتقد هستند که امروزه موفقیت مقصدها به میزان زیادی به توان رقابتی آنها در محیط رقابتی گردشگری بستگی دارد. از سوی دیگر، توسعه گردشگری در بسیاری از مقصدها با مسائل زیست محیطی و فرهنگی همراه بوده است؛ بنابراین، در نظر داشتن اصول پایداری در اثنای ارزیابی و تحلیل رقابت‌پذیری می‌تواند اقدامی مفید در راستای کاهش اثرات منفی توسعه گردشگری در مقصدها باشد. بدیهی است که پایداری، از پیش‌نیازهای اساسی در نیل به خودکفایی اقتصادی و رونق و شکوفایی اقتصاد شهرها و در سطحی کلان، اقتصاد ملی است (Imanikhoshkhoo et al, 2016). روح‌اله بیات و همکاران با بررسی تطبیقی شهرهای اصفهان و قزوین در مقوله گردشگری به تبیین تأثیر تداعی‌های برند مؤثر بر شکل‌گیری تصویر مقصد گردشگری در بین گردشگران داخلی بر اساس برندسازی مقصد گردشگری پرداخته‌اند (Bayat et al, 2016). صاحبه موسی پور و همکاران در پژوهش خود ضمن تحلیل تأثیر تصویر ذهنی گردشگران از مقصد گردشگری بر رفتار آینده آن‌ها، نام تجاری مقصد، تصویر مقصد و دلایل بازدید دوباره و توصیه مقصد به دیگران را بررسی می‌کند. در واقع این تحقیق به بررسی روابط بین تداعی‌های نام تجاری (تصویر شناختی، عاطفی و منحصر به فرد) تصویر نام تجاری (تصویر کلی از یک مقصد) و رفتار آینده گردشگران می‌پردازد (Moosapour et al, 2016).

پایداری: به عنوان وجه وصفی توسعه، وضعیتی است که در آن مطلوب بودن و امکانات موجود در طول زمان کاهش پیدا نمی‌کند و از کلمه *Sustenere* یعنی از پایین و *Tenere* یعنی نگه‌داشتن) به معنای زنده‌نگه‌داشتن یا نگه‌داشتن گرفته شده است که بر حمایت یا دوام بلندمدت دلالت می‌کند (Zahedi et al, 2007: 47). پایداری در معنای وسیع خود به توانایی جامعه، اکوسیستم یا هر سیستم جاری برای تداوم کارکرد در آینده نامحدود اطلاق می‌شود، بدون اینکه به طور اجبار در نتیجه تحلیل رفتن منابعی که سیستم به آن وابسته است یا به دلیل تحمیل بار بیش از حد روی آنها، به ضعف کشیده شود (Gilman, 1996: 1). محدودیت منابع و توجه به نیازهای حال و آتی جوامع، پایداری را تبدیل به «چارچوب راهنمای توسعه» کرده است.

مفهوم توسعه پایدار در طی سه دهه گذشته تحول بسیاری پیدا کرده است. گرچه مفهوم توسعه پایدار ذاتاً مرتبط به آینده است (Tibbs, 2011). می‌توان گفت که با به بلوغ رسیدن مفهوم توسعه پایدار، رابطه آن با آینده‌پژوهی قوی‌تر شده است

(Floyd ; Zubevich, 2010). در واقع رسیدن به توسعه پایدار نیازمند به داشتن دورنما در ابعاد مختلف و در سطوح مختلف منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و قراردادن آن در فرآیند خط‌مشی‌گذاری می‌باشد (Esmaeilian et al, 2015). توسعه پایدار، توسعه‌ای است که در عین برآورده کردن نیازهای نسل فعلی، توانایی نسل‌های آینده در برآوردن نیازهایشان را از بین نبرد.

اضافه شدن مفهوم پایداری به مفهوم توسعه - در سه دهه اخیر-، در واقع به این دلیل است که مفهوم توسعه عمدتاً با تئوری‌های رشد اقتصادی و نوگرایی متناظر شده است. در این تئوری‌ها عمدتاً تأکید بر اقتصاد بوده و جنبه‌های دیگر مثل حقوق نسل‌های آتی، مسایل زیست محیطی و عدالت اجتماعی نادیده انگاشته شده است (همان). بر اساس تعریفی که در گزارش بروتلند با عنوان «آینده مشترک ما» آمده است: توسعه پایدار توسعه‌ای است که نیازهای زمان حال را بدون اینکه توانایی نسل‌های آینده را در تأمین نیازهایشان به مخاطره اندازد، فراهم کند (Gupta, 2011 ; Nurse, 2006). در توصیف دیگر از توسعه پایدار، فرهنگ نیز به عنوان حوزه اصلی توسعه پایدار مطرح شده است. پایبندی به ارزش‌های ذیل به عنوان ملزومات توسعه پایدار مطرح شده است (Nurse, 2006): هویت فرهنگی، اتکا به خود با تأکید بر نقاط قوت و منابع، عدالت اجتماعی، تعادل اکولوژیکی به این معنا که منابع زیست بوم با آگاهی کامل از ظرفیت‌های اکوسیستم‌ها و محدودیت‌های آنها برای نسل حاضر و نسل آینده مورد استفاده قرار گیرند.

در واقع این نگرش متفاوت و متمایل به فرهنگ در توسعه پایدار، معتقد است که هیچ مدل جهانی توسعه، به پایداری در تمامی ابعاد برای همه جوامع منجر نمی‌شود و توسعه یک فرایند چندبعدی و مجادله‌ای است که از یک جامعه به جامعه دیگر و از یک بافت به بافت دیگر متفاوت است. از آنجا که نگرش‌های قبلی نتوانسته‌اند بین رشد اقتصادی و عدالت اجتماعی آشتی برقرار کنند، نیاز به نگرش‌های جدید برای برقراری آزادی و عدالت در تنش میان فرد و جامعه ضروری است و محدودیت‌های رشد و پایداری در برقراری ارتباط بین هر جامعه و محیط فرهنگی و فیزیکی او اجتناب‌ناپذیر است (Servaes et al., 2012).

پایداری که در گذشته بیشتر بر جنبه محیطی تمرکز داشته است، حال به سمت کاهش فقر و مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری توجه دارد. مشارکت جامعه محلی مستلزم فراهم‌سازی ابزارهایی است که مردم محلی از طریق آنها به افزایش و بهبود فرصت‌های گردشگری پاسخ دهند (Zargham Broujeni, 2013). اما ظهور مفهوم گردشگری پایدار به اواخر دهه ۸۰ میلادی و همزمان با نمایان شدن اثرات منفی گردشگری انبوه و لجام‌گسیخته در مقاصد گردشگری و محیط زیست آن مناطق بازمی‌گردد که از آن بعد به دلیل اهمیت موضوع تبدیل به پارادایم غالب و جدید صنعت گردشگری شد. باتلر صاحب نظر برجسته مطالعات گردشگری، گردشگری پایدار را گردشگری تعریف کرده که «بتواند در یک محیط، در زمان نامحدود ادامه یابد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط صدمه نزند و تا بدان حد فعال باشد که به توسعه سایر فعالیت‌ها و فرآیندهای اجتماعی لطمه‌ای وارد نکند».

لذا گردشگری پایدار آن نوع از گردشگری است که بتواند توسعه پایدار را تسهیل کند. در سال ۱۹۹۵ که نخستین کنفرانس جهانی گردشگری پایدار در شهر مادرید برگزار شد نکات مهمی نیز در بسط این مفهوم مطرح شد، از جمله اینکه:

- توسعه گردشگری باید براساس معیارهای پایداری باشد. بدین معنا که مسائل اکولوژیکی در بلندمدت، مسائل اقتصادی و تعهدات لازم نسبت به جنبه‌های اجتماعی و اخلاقی باید رعایت شود.
- ماهیت پایداری گردشگری مستلزم محیط‌های طبیعی، فرهنگی و انسانی است.
- گردشگری باید جنبه‌های فرهنگی، ارزشی و عناصر سنتی جوامع محلی را مدنظر داشته باشد.

در کنگره جهانی توسعه پایدار در سال ۲۰۰۲ در تعریف گردشگری پایدار به حفاظت از محیط زیست، حفظ منابع و میراث فرهنگی و حرمت و احترام به جوامع اشاره شده است. بنابراین گردشگری پایدار باید با سیاست مشخص به اجرا درآمده و بتواند توسعه همه‌جانبه جغرافیایی را تضمین نماید. گردشگری پایدار برای کارایی بالاتر در این زمینه دارای اصولی می‌باشد

که هماهنگ کننده اهداف و راهکارهای عملی می‌باشد. اصول گردشگری پایدار را می‌توان به شرح زیر بیان نمود (Lumsdone, 2001: 378):

۱. استفاده از ماهیت پایدارگونه منابع: حفظ و استفاده از منابع (طبیعی، اجتماعی و فرهنگی) بسیار حائز اهمیت است و به معنای تجارت دراز مدت می‌باشد.
۲. حفظ تنوع: حفظ و ارتقای تنوع طبیعی، اجتماعی و فرهنگی برای پایداری دراز مدت گردشگری اهمیت ویژه دارد و پایگاه انعطاف‌پذیری را برای گردشگری به وجود می‌آورد.
۳. برنامه‌ریزی: بسط و توسعه گردشگری که وارد یک چارچوب برنامه‌ریزی راهبردی محلی و ملی شده و تأثیرات محیط زیست را مد نظر قرار می‌دهد، پایایی دراز مدت گردشگری را افزایش می‌دهد.
۴. مشارکت اجتماع‌های محلی: مشارکت کلی اجتماع‌های محلی در بخش گردشگری نه تنها به نفع خود آنها و محیط است بلکه نوع تجربه گردشگری را بهبود می‌بخشد.
۵. مسئولیت بازاریابی صنعت گردشگری: از آنجا که بازاریابی، اطلاعات کاملی را در اختیار گردشگران قرار می‌دهد، نه تنها سبب افزایش احترام نسبت به محیط فرهنگی، اجتماعی و طبیعی نواحی دیدنی می‌شود، بلکه رضایت مشتری را نیز افزایش می‌دهد.

مطابق آنچه از مفهوم توسعه پایدار برمی‌آید، برنامه‌ریزی در ورای نسل‌ها یکی از الزامات توسعه پایدار است. این‌گونه برنامه‌ها باید طوری طراحی و اجرا شوند که نسل‌های متفاوت بتوانند در مراحل مختلف آن مشارکت کنند. این برنامه‌های فرازمانی یا فرانسلی که دوره اجرا و تکمیل آنها از دوره حیات یک نسل بیشتر است، باید امکان تجدید نظر، اصلاح و بازسازی خود را داشته باشند به عبارتی باید قابلیت یادگیرندگی داشته باشند (Malekifar, 2013). واژه آینده‌پژوهی به انواع مطالعات مربوط به آینده اطلاق می‌شود. این مطالعه، پیچیده و در عین حال عمومی است و گستره آینده را در خصوص مطالعه آینده ممکن دربرمی‌گیرد.

آینده‌پژوهی مجموعه فعالیت‌هایی است که با استفاده از تجزیه و تحلیل منابع، الگوها، و عوامل تغییر یا ثبات، به تجسم آینده‌های بالقوه و برنامه‌ریزی آنها می‌پردازد. آینده‌پژوهی بیان می‌کند که چگونه از واقعیت‌های متغیر امروز، فردا ایجاد خواهد شد به عبارتی وظیفه او شناخت فردا است مستقل از آنکه چگونه از آن بهره برداری شود (Esmailian et al, 2015) به نقل از (JRC-IPTS, 2008). به اعتقاد گروهی از آینده‌پژوهان «جهان در سال ۲۰۲۰ و فراسوی آن، ماهیتا یک جامعه فرهنگی خواهد بود و محور رقابت‌های جهانی نیز از رقابت‌های اقتصادی- نظامی به رقابت‌های فرهنگی منتقل خواهد شد» (Malekifar, 2013). معنای این عبارت، این است که هر ملتی که ذخایر غنی‌تری از فرهنگ داشته و علاوه بر آن، توانایی اخذ گزاره‌های لازم از آنها یا پتانسیل ذخایر خود به توانمندی‌هایی مورد نیاز جامعه (فناوری نرم) را داشته باشد، در آینده می‌تواند فرصت‌های بیشتری را در اختیار بگیرد.

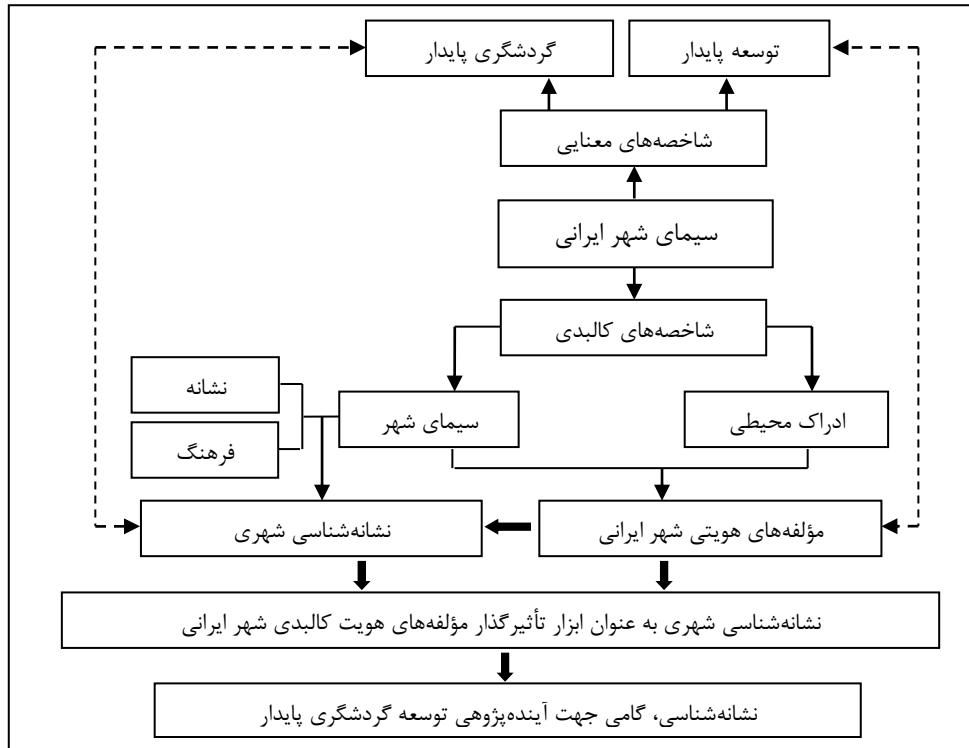
بر اساس تعریفی که بیکر^۱ از توسعه پایدار ارائه می‌دهد، «توسعه پایدار به بررسی آینده‌های بدیل و انتخاب پایدارترین آنها اشاره دارد» (Zovko, 2013)، رابطه آینده‌پژوهی و توسعه پایدار را بیش از پیش می‌نمایاند. آینده‌پژوهی، باعث نهادینه شدن و حاکمیت توسعه پایدار شده و با اتصال به فرآیند خط‌مشی‌گذاری، فرصت‌های جدیدی ایجاد می‌کند (Sedlacko, 2010). در کلی‌ترین سطح، هدف آینده‌پژوهان، تلاش برای تبدیل جهان به مکانی بهتر برای زندگی، سودرسانی به مردم و حفظ و گسترش آن دسته از ظرفیت‌های کره زمین است که به پایداری حیات در آن کمک می‌کنند.

البته با توجه به اهمیت و نقش فرهنگ در عصر جدید، بُعد فرهنگی نیز یکی از ابعاد مهم آن محسوب می‌شود. پس نشانه‌شناسی فرهنگی^۲ نیز در دیدگاه آینده‌پژوهی نقش دارد. از آنجا که شهرها نیز واجد هویت کالبدی می‌باشند و این مورد به‌خصوص در شهرهای سنتی ایرانی نیز مشهود می‌باشد، نشانه‌شناسی به عنوان ابزاری تأثیرگذار در شناسایی مؤلفه‌های هویت

^۱. Baker, Susan

^۲. Cultural Semiotics

کالبدی شهر ایرانی واجد اهمیت است. همچنین می‌توان توجه به مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر ایرانی و در راستای آن، نشانه‌شناسی را گامی در جهت آینده‌پژوهی توسعه گردشگری پایدار دانست. با توجه به مفاهیم و نظرات بیان شده می‌توان ساختار کلی تحقیق را به صورت شکل ۱ ارائه نمود:



شکل ۱- روند تحلیلی جایگاه «نشانه‌شناسی شهر ایرانی» در گردشگری در راستای برنامه‌ریزی شهری و توسعه پایدار

روش تحقیق:

روشی که در این پژوهش به کار گرفته شده با توجه به کنکاش در توسعه گردشگری پایدار و هویت کالبدی شهر ایرانی به صورت توصیفی-تحلیلی است. این پژوهش در مرحله اول با مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای به بررسی ادبیات موجود و تدوین چارچوب نظری تحقیق می‌پردازد. جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی-اسنادی می‌باشد. در مطالعات میدانی به کلیت ساختار شهر ایرانی (که متأسفانه در شهرسازی امروز مورد بی‌توجهی قرار گرفته است و یکسان‌سازی در چهره شهرهای امروز ایجاد شده) توجه شده است. مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر نیز به عنوان پارامترهای اصلی برای توسعه گردشگری پایدار مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند. لذا متغیر مستقل تحقیق با توجه به موضوع پژوهش، گردشگری پایدار و متغیر وابسته نیز ادراک محیطی است. در این راستا توجه به مفهوم نشانه‌شناسی شهری و به تبع آن توجه به مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر به عنوان ابزاری برای توسعه گردشگری پایدار در نظر گرفته شده‌است. در مرحله بعد ضمن تحلیل مطالعات صورت گرفته به ارائه مدل پیشنهادی در راستای توجه به گردشگری پایدار با استفاده از ابزار پیشنهادی (نشانه‌شناسی) پرداخته می‌شود.

بررسی متغیرهای کیفی تحقیق:

متغیر ۱- ادراک محیطی و تأثیرگذاری محیط اجتماعی و محیط کالبدی:

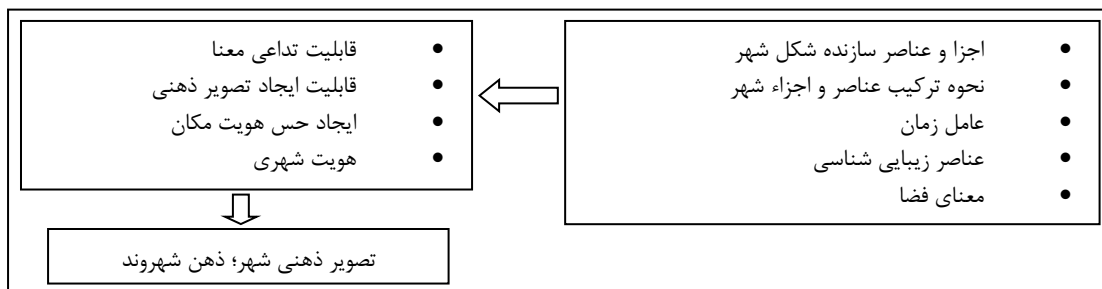
تعاریف گوناگونی از محیط کالبدی ارائه شده‌است. به طور مثال جان لنگ^۱ برای محیط تقسیم‌بندی زیر را ارائه می‌کند: محیط کالبدی شامل محیط‌های زمینی و جغرافیایی، محیط اجتماعی شامل نهادهای متشکل از افراد و گروه‌ها، محیط

^۱ Lang, Jon

روانشناختی شامل تصاویر ذهنی مردم و محیط رفتاری مجموعه عواملی است که فرد به آن واکنش نشان می‌دهد (Lang, 1995). را پاپورت^۱ محیط را حاصل برقراری ارتباط معنادار می‌داند؛ «محیط ممکن است به عنوان یک سری از ارتباط- بین اشیاء و اشیاء، مردم، و مردم و مردم- دیده شود. این ارتباطات منظم هستند. آنها دارای الگو و ساختار هستند.» (Rapoport, 1977). جان پارکینسن^۲ محیط را حاصل برقراری تعامل میان افراد و مکان کالبدی می‌داند و معتقد است: «محیط ساخته شده چیزی بیش از ساختمان‌ها را دربر می‌گیرد. این امر نتیجه تعامل بسیار پیچیده میان مردم و مکان است.» بنابراین می‌توان گفت محیط زیست از طریق روابط فضایی و مفهومی، به طور مستقیم و غیر مستقیم می‌تواند بر نظام ارتباطات تأثیر گذارد و آن را بیان نماید. همچنین فضا همراه آداب و رسوم و تعهدات اجتماعی، تثبیت‌کننده رفتار انسان است و تا زمانی که فضا از هدف فرهنگی خاصی متأثر نباشد نمودی کاملاً خنثی خواهد داشت. بدین ترتیب با رعایت خواسته‌ها و نیازهای اجتماعی مردم- در حیطه فرهنگ و خرده فرهنگ محلی- در طراحی شهرها می‌توان فضاها را به گونه‌ای طراحی کرد که منجر به تقویت تعاملات اجتماعی میان افراد شود و به تبع آن محیط اجتماعی و کالبدی سرزنده‌تر و پویاتری برای ساکنین فراهم آورد (Nasr, 2016: 59). بنابراین می‌توان با رویکردی به تأثیرگذاری محیط اجتماعی و محیط کالبدی، به گردشگری پایدار به عنوان راهکاری برای توسعه پایدار در شهرهای کشور اندیشید. از آنجا که ادراک، فرآیندی هدفمند است و از طریق آن انسان، داده‌های لازم را بر اساس نیازش از محیط پیرامون خود برمی‌گزیند، می‌توان گفت فرآیند ادراک همواره با شناخت انسان از محیط همراه است. لذا آنچه به عنوان تصویر از شهر ایرانی در ذهن گردشگر می‌باشد در واقع مؤلفه‌های هویتی است که کالبد شهر ایرانی را به وجود آورده و به آن معنا داده است.

متغیر ۲- ادراک محیطی و شکل شهر:

فرهنگ، سیاست، اقتصاد، مذهب، روش‌های ساخت و مصالح، مفاهیم زیبایی‌شناسانه و یا رفتارهای انسانی و سکونتی برخی از عوامل تأثیرگذار بر شکل شهر هستند. این عوامل به تنهایی یا توأم و با اولویت‌های مناسب بر شکل شهر تأثیر می‌گذارند. الگوها و تمهیدات اقلیمی به صورت پویا و انعطاف پذیر، به طوری که کمترین محدودیت را برای سایر عوامل ایجاد کند در شکل شهر ایرانی و تصویر ذهنی شهر تأثیرگذارند. آنچه به عنوان الگوی اقلیمی مطرح می‌شود، فرم و فضا را به صورت ماهیت کامل و نمایش نهایی ساختمان ارائه نمی‌کند. این الگوها معنی اقلیمی داشته و قابل تطابق با سایر نیازهای انسانی خواهند بود (Nasr, 2016: 60). محیط ساخته شده نیازهای زیست‌شناختی انسان، مثل سرپناه؛ نیازهای آدمی، همچون نیازهای شناختی از طریق دسترسی به فرصتهایی برای رشد؛ و نیازهای زیباشناختی را از طریق زیبایی صوری (فرمال)، تأمین می‌کند. در شکل ۲ ارتباط مؤلفه‌های گوناگونی که به شکل شهر و تصویر ذهنی شهروند از شهر می‌انجامد، بیان شده است.



شکل ۲- ادراک و شکل‌گیری تصویر ذهنی از شهر در ذهن شهروند (Nasr, 2016: 61)

متغیر ۳- معنا و هویت شهر:

«معنی»^۳ یعنی این که شهر تا چه اندازه می‌تواند به وضوح درک شده، از نظر ذهنی قابل شناسایی باشد و ساکنانش، آن را در زمان و مکان به تجسم درآورند و تا چه اندازه آن ساختار ذهنی با ارزش‌ها و مفاهیم جامعه در ارتباط است. یعنی انطباق

¹ Rapoport, Amos

² Parkinson, John

³ Sense

محیط با توانایی‌های احساسی و ذهنی و ساختارهای فرهنگی (Lynch, 1997: 152). به زعم لینچ، ساده‌ترین شکل بیان معنی در خصوص مفهوم این واژه کلی، هویت است؛ در واقع معنی یک محل یعنی حدی که شخص می‌تواند یک مکان را به عنوان مکان متمایزی از سایر مکان‌ها شناخته و یا بازشناسی نماید. معنی‌دار بودن را می‌توان از طریق بهبود بخشیدن توانایی انسان در درک واضح مکان و برقراری ارتباط و پیوند اجزای آن مکان افزایش داد (Behzad-far, 2007: 38). سیمای شهر به مثابه نظامی از نشانه‌ها قادر به پیام‌رسانی در زمینه‌های گوناگون است. این مفهوم مسئولیت انتقال معانی نهفته در متن شهر را به عهده دارد و از طریق نظام نشانه‌ای خود ارزش‌ها را به بیننده منتقل می‌کند. از آنجا که نشانه‌شناسی می‌تواند به عنوان هدف در گردشگری پایدار مطرح باشد لذا در این نوشتار به بحث نشانه نیز پرداخته می‌شود.

از طرفی باید توجه داشت ساختار شهرها برآیند تفکرات و جهان بینی ملل و تمدن‌ها هستند. سیمای کالبدی و مکان‌های شهر مازای ساختارهای ذهنی ساکنان آن و یا مشخص‌کننده روش فکری آنها هستند (Stringer, 1975). همچنین توجه به این نکته نیز ضروری است که نمادها و نشانه‌ها وسیله‌های بالقوه برای رساندن معنا هستند (Madani Pour, 2000: 102). اهمیت و ضرورت حضور نمادها در شهر به حدی است که کوبین لینچ وجود شبکه‌ای از نمادها را جهت ایجاد خوانایی در شهری ضروری می‌داند (Lynch, 1960). تأثیر نشانه بر سیمای شهر علاوه بر هویت، تنوع است که آن را از بی‌حالی و یکنواختی که پسندیده طبع آدمی نیست در می‌آورد. به‌کارگیری نشانه‌شناسی به مثابه ابزاری برای تحلیل و ارزیابی هویت، استعاره‌ها و دلالت‌های تصریحی و تلویحی در ساختار شهر، نمودی از کاربرد نشانه‌شناسی شهری است (Majedi; Zarabadi, 2011: 49). برخی فضاها و عملکردهای شهری می‌توانند موجد خوانایی شهر و تمایز آن شده و بیان‌کننده هویت ملی و برانگیزاننده احساس غرور در مردم شهر باشند. برای تداوم ارزشی این عناصر باید ابزارهای هویت‌دهنده و روش‌های نوینی در نظر گرفت تا آنچه باقی مانده است به صورت دائمی و کارا حفظ شود (Behzad-far, 2007: 50).

یافته‌های تحقیق:

۱- امروزه در شهرهای سنتی ایران، بر اثر توسعه مداوم اما پراکنده و بی‌سازمان شهرها، الگوی سازمان فضایی شهر و هویت اصلی آن دگرگون شده است. همچنین قطع تداوم فرهنگی در ایجاد پیوند عملکردهای شهری و به ویژه مجموعه‌های تاریخی به مرور خدشه وارد آورده است. همچنین شالوده‌های نمادین و نشانه‌های شهری نیز مورد بی‌توجهی قرار گرفته‌اند. اما باید توجه داشت که حس هویت مردم و ریشه‌دار بودن در محیط کالبدی شهرها رقم می‌خورد.

۲- همچنین این نشانه‌ها را می‌توان در محیط شهری به عنوان عناصر هویتی مشاهده نمود که در شهرهای مختلف این عناصر دیده می‌شوند و در هویت کالبدی شهرها تأثیر دارند. شاخص‌های تعیین‌کننده در هویت کالبدی شهر را می‌توان مؤلفه‌های طبیعی، مصنوعی و انسانی برشمرد (Nasr, 2013).

۳- استخوان‌بندی شهر مجموعه‌ای است مرکب از ستون فقرات و شبکه‌ای به‌هم‌پیوسته از کاربری‌ها و عناصر مختلف شهری که شهر را در کلیت آن انسجام می‌بخشد و تار و پودش در همه گستره شهر تا انتهای‌ترین اجزای آن یعنی محله‌های مسکونی امتداد می‌یابد. این مجموعه مبین ویژگی‌ها و خصوصیات کلی شهر است و شامل عوامل مصنوع (مساجد، کلیساها، کاخ‌ها و دیوارها و حصارها) و عناصر طبیعی (کوه‌ها، تپه‌ها، رودخانه، ساحل دریا و پوشش‌های گیاهی انبوه و نظایر آن) است. عناصر استخوان‌بندی شهر که همان شبکه نمادین شهر را تشکیل می‌دهند، ابزارهای هویت‌دهنده و نقاط عطفی در شهر هستند که با سازمان فضایی خاص خود در ایجاد خاطره ذهنی از شهر و خوانایی آن به کار می‌آیند (Hamidi, 1997). رودها، دریاچه‌ها، پوشش گیاهی و گونه‌های جانوری مختص نقاط ویژه و سایر عوامل طبیعی که به عنوان نماد اصلی یک شهر در می‌آیند و خود را به عنوان عناصر اصلی هویت‌بخشی در شهر معرفی می‌کنند، نقش مهمی را در شناخته شدن شهر و ساکنین آن ایفا می‌نمایند. علاوه بر عناصر طبیعی که نمود ظاهری از یک شهر را نمایش می‌دهد، ساختمان‌ها، شبکه راه‌ها، فضاهای عمومی، عناصر تکمیل‌کننده فضا همچون مبلمان شهری و به طور کلی محیط مصنوع در صورت هویت‌دار بودن قادرند منظر و سیمای متفاوتی را از کالبد هر شهر به نمایش گذارند. بنابراین هویت‌بخشی به این ابعاد، بایستی هماهنگ و متناسب با فرهنگ و اعتقادات ساکنان شهر باشد.

۴- با توجه به مطالب گفته شده، ضرورت بیان مؤلفه‌های هویتی و شکلی در شهرهای ارزشمند کشور مشخص است. بنابراین مدلی برای این موضوع تدوین گردیده است که در ادامه به آن پرداخته می‌شود. قابل ذکر است که توجه به مقوله «هویت» و «حیات‌بخشی» برای گردشگری پایدار و به تبع آن توسعه پایدار در شهر ایرانی ضروری می‌باشد. آنچه شهرهای ایرانی را واجد ارزش می‌نماید، هویت آنهاست. در (جدول ۱) «مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر» بیان می‌شود، پیشنهاد گردیده است.

جدول ۱- مدل «مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر» (Nasr, 2016: 80)

مؤلفه‌های هویت شهر	
جایگاه کلی طبیعی (طول و عرض جغرافیایی آن شهر و شاخص‌های وابسته)	مؤلفه‌های طبیعی هویت شهر
مؤلفه‌های ساختاری جغرافیایی (توپوگرافی، هیدروگرافی و شاخص‌های وابسته)	
مؤلفه‌های ساختاری طبیعی (رود و دره‌ها)	
مؤلفه‌های حوزه‌ای و ساختی طبیعی (تنوع خاک، پوشش گیاهی، سرریز حوضه‌ها)	
مؤلفه‌های نقطه‌ای (چشمه‌ها، تپه‌ها و ...)	
مؤلفه‌های نقطه‌ای خطی (مسیر آب و مشابه)	
منظر عمومی: کلیت فرم شهر با دید پرنده (خطی - شطرنجی، شعاعی یا ارگانیک)	مؤلفه‌های مصنوعی هویت شهر
عناصر خطی - ساختاری شاخص: خیابان‌های اصلی ساخت شهر	
شاخص‌های کانونی و نقطه‌ای شهری: میداين، دروازه‌ها، پارک‌ها و ...	
شاخص‌های خطی - نقطه‌ای تاریخی و کالبدی: کاخ‌ها و بازار و ...	
تک‌بناهای شاخص شهری	
توده‌ها، حوزه‌ها و فضاهای شاخص شهری: محلات قدیمی شهر قدیم، مجموعه ساختمان‌های مسکونی و نظیر اینها	مؤلفه‌های انسانی هویت شهر
تبار و نیاکان	
اوضاع دینی و مذهبی	
آداب و رسوم	
زبان	

۵- بر طبق جدول ۱، مؤلفه‌های تأثیرگذار بر هویت کالبدی شهر را می‌توان در سه دسته تقسیم‌بندی نمود که هر یک از این مؤلفه‌ها به عنوان نشانه‌ای در کالبد شهر می‌تواند مطرح باشد:

- مؤلفه‌های طبیعی هویت شهر: هر شهر از جایگاه ویژه طبیعی برخوردار است که آن را از سایر شهرها متمایز می‌کند. ویژگی‌های بستر طبیعی هر شهر، بخشی از هویت شهر را به تصویر می‌کشد که در قالب هویت طبیعی قابل تعریف است.
- مؤلفه‌های مصنوعی هویت شهر: به صورت ساختاری - کالبدی در لایه‌های مختلف زمان بر هویت شهر تأثیر دارند و شامل عواملی هستند که در طول زمان بر اجزاء مصنوعی شهر تأثیر می‌گذارند.
- مؤلفه‌های انسانی هویت شهر: متأثر از آداب و رسوم و عقاید و سیره زندگی ساکنان هر شهر است.

۶- در ایجاد هویت در فضاهای شهری، در فضای جدید باید مؤلفه‌های کالبدی و فرهنگی را مد نظر قرار داده به گونه‌ای که توان ایجاد حس تعلق خاطر در ساکنان جدید را داشته باشد.

بحث و آزمون فرضیه:

فرضیه اول: بررسی ساختار شهر ایرانی برای توسعه پایدار شهر لازم است.

مقر شهر که همان نشستگاه شهر است، مکانی است که به مقتضای توپوگرافی محل به اشغال انسان‌ها در آمده و نطفه شهر همان جا تکوین یافته، ریشه دوانده و بالاخره توسعه پذیرفته است (Farid, 1992: 51). چنانچه ذکر گردید هویت مکانی بخشی از زیر ساخت هویت فردی انسان را تشکیل می‌دهد. حال اگر هویت شهری را جنبه خاص‌تری از هویت مکانی به شمار آورد، می‌توان گفت عناصر و عوامل مؤثر در ایجاد هویت یک مکان، می‌توانند زمینه‌ساز ایجاد بخشی از هویت فردی افراد

گردند. این عوامل متنوع بوده و از ریخت‌شناسی شهر تا ابعاد فرهنگی و اجتماعی را شامل می‌شود. بنابراین با توجه به مبانی توسعه پایدار و همچنین برنامه‌ریزی‌هایی که برای توسعه پایدار شهرها صورت می‌گیرد، می‌توان گفت جایگاه ساختار شهر ایرانی را برای توسعه پایدار نمی‌توان در نظر نگرفت.

فرضیه دوم: توجه به مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر ایرانی به عنوان نشانه‌شناسی شهری برای توسعه گردشگری پایدار مؤثر خواهد بود.

چنانچه گفته شد «هویت» در ادراک محیطی شهر تأثیر به‌سزایی دارد. لذا آنچه به عنوان تصویر از شهر در ذهن شکل می‌گیرد رابطه تنگاتنگ با مقوله «هویت» دارد. در جدول شماره ۱ مؤلفه‌های طبیعی، مصنوعی و انسانی هویت شهر بیان گردید. می‌توان با شناسایی هریک از مؤلفه‌های هویتی کالبدی در شهرها به ویژه شهرهای ایرانی، به جذب گردشگر برای آن منطقه کمک نمود. به بیانی دیگر می‌توان گفت شناسایی نشانه‌های هویتی شهرها می‌توانند در گردشگری پایدار و به تبع آن توسعه پایدار مؤثر باشد.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها:

امروزه در اکثر جوامع شهری توجه به توسعه پایدار مورد تأکید می‌باشد و دیدگاه‌ها و روش‌های مختلفی برای آن ارائه شده است که بر حسب شرایط هر جامعه می‌توان از آن استفاده نمود. در واقع ظهور پایداری و توسعه را می‌توان وابسته به عوامل و زمینه‌هایی دانست که در این میان گردشگری پایدار نقشی قابل توجه دارد. برای آشنایی با مفهوم گردشگری پایدار ابتدا باید با خاستگاه آن که «توسعه پایدار» است، آشنا شد، چرا که گردشگری پایدار حاصل تلاش در دستیابی به توسعه پایدار است. در واقع پایداری نیازمند شناسایی ساختارهای مناسب و مؤثری است که بتواند شرایط لازم را برای تحقق پایداری در کل جامعه فراهم آورد. یکی از ساختارهای مناسب برای این امر را می‌توان گردشگری پایدار دانست. برای مؤثر بودن گردشگری پایدار ابزارهای مختلفی می‌توان در نظر گرفت. اما بسته به موقعیتی که شهر در آن قرار گرفته است و بسته به مؤلفه‌های هویت کالبدی شهرها می‌توان از نشانه‌شناسی به عنوان ابزار مؤثری در زمینه گردشگری پایدار در راستای اهداف توسعه پایدار شهری بهره گرفت. در تحقیق حاضر مسأله اصلی ضرورت توجه به ساختار شهر ایرانی برای توسعه پایدار بوده که در این راستا توجه به مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر ایرانی به عنوان نشانه‌شناسی شهری برای توسعه گردشگری پایدار مؤثر خواهد بود. در واقع هدف این پژوهش پاسخ به این سؤال بوده است که گردشگری پایدار چگونه می‌تواند به فراهم سازی ابزار توسعه منجر شود و چگونه می‌توان از پتانسیل‌های ارزشی شکل شهر ایرانی در راستای توسعه گردشگری پایدار استفاده نمود. بنابراین با توجه به نتایج تحقیق می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه نمود:

- کشور ایران دارای شهرهایی است که با معماری و شهرسازی سنتی، واجد مفهوم هویت در کالبد خود می‌باشند. هویت کالبدی شهر ایرانی را می‌توان در مجموع مؤلفه‌های تأثیرگذار طبیعی، مصنوعی و انسانی دانست که به شهر معنا بخشیده‌اند. شکل شهر ایرانی و مؤلفه‌های هویت‌بخش آن برای جذب گردشگر بسیار تأثیرگذار است.
- باید دانست که گردشگری پایدار، فرهنگ جوامع میزبان را تخریب نمی‌کند، بلکه از طریق آموزش و برخوردهای سازمان‌دهی‌شده، احترام به اصالت‌های فرهنگی را تشویق می‌کند؛ موجب افزایش کیفیت و حفاظت از منابع طبیعی که برای گردشگری اساسی مستند می‌شود.
- توسعه پایدار در گردشگری بسیار اهمیت دارد زیرا سرمایه اصلی این صنعت محیط‌های طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی مناطق مختلف است. اگر این منابع ضایع شوند دیگر قادر نخواهند بود جهانگردی را جذب کنند.
- در همین راستا آینده‌پژوهی در شناسایی و معرفی پتانسیل بازار گردشگری، تدوین مقررات حفظ هویت فرهنگی و حراست زیست محیطی، توسعه زیرساخت‌ها و آموزش عمومی و مهارت‌سازی نیروی انسانی ضروری می‌باشد.

References:

1. Akbari Samani, N., Badri, S. A. And M. Salmani (2013): *Evaluation of rural tourism: the Saman- Shahrekord city*, *Journal of Geography and Regional urban planning*, no. 9, pp: 29-48. (in Persian).
2. Almasi, H. and M. S. Doorfard, (2011): *The Formulation of Tourism Strategy Using the Analysis SWOT Matrix (Case Study: Tourism Organization of Tehran Province)*, *Tourism and Development Journal*, vol. 1, no. 1, pp: 97-121. (in Persian).
3. Amirhajlou E.; S. Tavalla; A. Zanganeh and A. Zanganeh (2012): *Evaluating and Classification of Tourism Effects in National Level Using TOPSIS Technique*, *Journal of Regional Planning* , Vol. 3, No. 10, Summer, pp15-26. (in Persian) .
4. Bayat, R. and M. Marandi, (2016): *The effect of bran associations of forming tourism destination image among internal tourism based on tourism destination branding: A comparative study of Qazvin and Isfahan*, *Quarterly Journal of Tourism and Development*, Period 5 - Issue 1 - Successive Number 7. (in Persian).
5. Behzad-far, M. (2007): *The Identity of City*, Shahr Press, Tehran. (in Persian).
6. Ebrahimi, A. (1997): *The impact of tourism on economic, environmental, and cultural factors of Iran*, *The first conference on tourism of Islamic Republic of Iran*, Kish. (in Persian).
7. Esmaeilian, M.; A. Kari and f. Saghafi, (2015): *Conceptualization of sustainable development in futurology*, *The First National Conference on IT Management Challenges in Industries and Organizations*, Payam Noor University, Tehran. (in Persian).
8. Farid, Y. (1992): *Geographie et Urbanologie*, University of Tabriz Publications, Tabriz. (in Persian).
9. Floyd, J. and K. Zubevich, (2010): *Linking foresight and sustainability: An integral approach*, *Futures* 42, pp: 59–68.
10. Gilman, R. (1996): *Sustainability*, URL: <http://www.context.org/ICLIB/DEFS/AIADef.htm>.
11. Goodarzi, M.; M. Molaee and M. Abdelahi, (2016): *An Analysis of Urban Tourist Spaces in New Cities Focusing on Women's Sense of Security (Case Study: New City of Baharestan)*, *Journal of Urban Tourism*, Volume 6, Issue 22, pp: 97-108. (in Persian).
12. Gupta, S. (2011): *Strategies for sustainable development in India, with special reference to future generation*, *Asian Journal of Social Science Review*, Vol.01, No, 01.
13. Hamidi, M. (1997): *Tehran City Structure*, *Technical and engineering Organization of Tehran*, Tehran. (in Persian).
14. Hataminejad, H. and A. Sharifi, (2015): *Examines the role of urban tourism development on sustainable urban development (Case study: Sanandaj)*, *Journal of Urban Tourism*, Volume 2, Issue 1, pp: 61-74. (in Persian).
15. Imanikhoshkhoo, M. and Z., Nadalipour, (2016): *Developing a conceptual model for tourism destination competitiveness in the framework of sustainable development*, *Quarterly Journal of Tourism and Development*, Period 5 - Issue 1 - Successive Number 7. (in Persian).
16. Karami Dehkordi, M.; A.A. Mirakzade and F. Ghiyasvand Ghiyasi, (2012): *Analysis the effective factors on improvement of rural tourism in viewpoint of villagers of Charmahal-va-Bakhtiyari province*, *Journals Geography and Environmental Planing*, Volume 23, Number 1 Spring, pp99-112. (in Persian)
17. Lang, J. (1995): *The Human Dimension of Urban Design*, in *Urban Futures*.
18. Lumsdone, L. (2001): *Marketing for tourism*, Translated by M. E. Goharian, *Cultural Researches Office*, Tehran. (in Persian).
19. Lynch, K. (1960): *The image of the city*, M.I.T. Press, Cambridge, Mass.
20. Lynch, K. (1997): *A Theory of Good City Form*, Translated by H. Bahreini, *University of Tehran Publications*, Tehran. (in Persian).
21. Madani Pour, A. (2000): *Design of Urban Space, Processing and Urban Planning Organization Press*, Tehran. (in Persian).
22. Majedi, H. and Z. Saeideh Zarabadi, (2011): *an Investigation in the Urban Semeiology*, *Armanshahr Journal*, no.4, pp: 49-56. (in Persian).

23. Malekifar, A. (2013): *Futurology center in one look*, Training and Research Institute of Defense Industries, Tehran. (in Persian).
24. Moosapour, S.; M. Asfidani; M. Rahmati and Tajalli Ardakani, M. (2016): *The impact of tourists' mental images of tourism destinations on their future behaviors: Case study of Chalus*, *Quarterly Journal of Tourism and Development*, Period 5 - Issue 1 - Successive Number 7. (in Persian).
25. Movahed, A. (2010): *Urban tourism*,: Chamran University of Ahvaz Publication, Ahvaz. (in Persian).
26. Nasr, T., (2013): *Components of the Physical Identity of Iranian Cities*, (Ph.D) Theses in Urban Planning, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran. (in Persian).
27. Nasr, T. (2016): *Urban Physical Identity; Conceptual Basis and Theories (The Case- Studies: Shiraz, Isfahan, Yazd and Bushehr)*, Islamic Azad University, Science and Research Branch Publications, Tehran. (in Persian).
28. Nurse, K. (2006): *Culture as the Fourth Pillar of Sustainable Development*, Institute of International Relations.
29. Pourahamd, A.; R. Yousefi; Y. Alinia and N. Moradpour, (2015): *study of effects urban tourism in Sustainable Development urban with emphasis on the Residents perception (Case Study: Baneh city)*, *Journal of Urban Tourism*, Volume 2, Issue 3, pp: 253-273. (in Persian).
30. Rapoport, A. (1977): *Human Aspects of Urban Form*, Pergamon Press, New York.
31. Sedlacko, M. and N. Gjoksi, (2010): *Futures studies in the governance for sustainable development: Overview of different tools and their contribution to public policy making*, ESDN, *Quarterly Report March*.
32. Servaes, J.; E. Polk; S. Shi; D. Reilly and T. Yakupitijage, (2012): *Towards a framework of sustainability indicators for 'communication for development and social change' projects*, *International Communication Gazette*, 74: 99, DOI: 10.1177/1748048511432598.
33. Stasiukynas, A.; Raslanas, S. and Jurgelaityte, E.(2013): *Sustainability Assessment Studies of Recreational Buildings*, *Procedia Engineering*, No 57, pp 929-937.
34. Stringer, P. (1975): *Environmental interaction: Psychological Approaches to Our Physical Environment*, Surrey University Press, London.
35. Teimouri, R.; F. Karimi; Z. Teimouri and A. Safdari, (2016): *Affecting Factors in Urban Historical Sites Tourism Case Study: Tabriz Metropolis Historic Market*, *Journal of Urban Tourism*, Volume 1, Issue 1, pp: 63-78. (in Persian).
36. Tibbs, H. (2011): *Changing Cultural Values and the Transition to Sustainability*, *Journal of Futures Studies*, 15(3), pp: 13 – 32.
37. Zahedi, Sh. S. and Gh. Najafi, (2007): *Conceptualization of sustainable development*, *Journal of Humanities Lecturer*, vol. 10, no.4, pp: 43-76. (in Persian).
38. Zargham Broujeni, H. (2013): *Strategic principles of strategic sustainable tourism development in the Islamic Republic of Iran*, *International Symposium to facilitate sustainable tourism*, Cultural Heritage and Handicrafts- Social Affairs and Economic Department of United Nations, Tehran. (in Persian).
39. Zovko, V. (2013): *Exploration of the future a key to sustainable development*, *Interdisciplinary Description of Complex Systems* 11(1), pp: 98-107.