



Assessing the Status of Social Identity in Tourism-Pilgrimage Destinations (Case Study: Mashhad)

Seyed Mohammad Mousavi

Assistant Professor, Department of Tourism Management, Faculty of Literature and Humanities, Shahrekord University, shahrekord, Iran (Corresponding author).
s.mohammadmousavi@sku.ac.ir  0000-0003-1634-445X

Mohammadreza Majidi

Associate Professor, Department of Political Science, Faculty of Law and Political Science, University of Tehran, Tehran, Iran.
mmajidi@ut.ac.ir  0000-0001-6801-9136

Abstract

Social identity, as one of the key elements in the field of tourism sociology, plays an unparalleled role in improving the level of social security of tourism destinations. Objective: The present study aims to introduce the components and indigenous indicators of social identity in tourism and pilgrimage destinations, and to examine the status of these components in the tourism-pilgrimage destination of Mashhad. Method: The present study is applied and has a descriptive-analytical approach. In this study, the framework of sustainable tourism development and ethical codes in tourism were used, and for social identity, the theory of socialized security was used. Documentary-library techniques were used to collect data. For data analysis, an expert survey using an expertise questionnaire and statistical techniques using a researcher-made questionnaire based on a five-point Likert scale were used in the sample of Mashhad. Findings: Social identity has two components: intra-group and inter-group relations, and the status of the two components of intra-group relations (collectivism and commitment) and inter-group relations (awareness, dialogue, and respect) has been assessed as undesirable in terms of social identity dimensions in the tourism-pilgrimage destination of Mashhad. Conclusion: Sustainable tourism development in the Mashhad metropolis is aimed at maintaining the continuity of the social and cultural identity of the society in changing and evolving social conditions. For the development of tourism, the Mashhad metropolis needs, above all, warm and effective relations between individuals in the host society, which enables commitment and respect, social cohesion and consensus, and ultimately active social awareness.


Keywords: Social identity, Destination, Tourism, Pilgrimage, Mashhad.

ارزیابی وضعیت هویت اجتماعی در مقاصد گردشگری - زیارتی (مورد مطالعه: کلانشهر مشهد)

سیدمحمد موسوی


استادیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران
(نویسنده مسئول).

s.mohammadmousavi@sku.ac.ir

 0000-0003-1634-445X

محمدرضا مجیدی

دانشیار گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
mmajidi@ut.ac.ir


 0000-0001-6801-9136

چکیده

هویت اجتماعی به‌عنوان یکی از عناصر کلیدی در حوزه جامعه‌شناسی گردشگری، نقشی بی‌بدیل در ارتقا سطح امنیت اجتماعی مقاصد گردشگری را دارد. هدف: پژوهش حاضر با هدف معرفی مؤلفه‌ها و شاخص‌های بومی هویت اجتماعی در مقاصد گردشگری و زیارتی، به بررسی وضعیت این مؤلفه‌ها در مقصد گردشگری - زیارتی شهر مشهد پرداخته است. روش: تحقیق حاضر کاربردی بوده و دارای رویکردی توصیفی - تحلیلی است. در این پژوهش از چهارچوب توسعه پایدار گردشگری و کدهای اخلاقی در گردشگری و برای هویت اجتماعی از نظریه امنیت اجتماعی شده بهره برده شد. برای گردآوری داده‌ها از روش اسنادی - کتابخانه‌ای استفاده شده است. برای تحلیل داده‌ها از نظرسنجی خبرگان با استفاده از پرسشنامه خبرگی و از روش‌های آماری با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته بر اساس طیف پنج‌تایی لیکرت در نمونه مورد مطالعه شهر مشهد بهره برده شده است. یافته‌ها: هویت اجتماعی دارای دو مؤلفه روابط درون‌گروهی و بین‌گروهی است که وضعیت دو مؤلفه روابط درون‌گروهی (جمع‌گرایی و تعهد)، روابط بین‌گروهی (آگاهی، گفتگو و احترام) از ابعاد هویت اجتماعی در مقصد گردشگری - زیارتی شهر مشهد نامطلوب ارزیابی شده است. نتیجه‌گیری: توسعه پایدار گردشگری در کلانشهر مشهد معطوف به حفظ تداوم هویت اجتماعی و فرهنگی جامعه، در شرایط متغیر و متحول اجتماعی است. کلانشهر مشهد برای پیشرفت گردشگری بیش از هر چیز نیازمند وجود روابط گرم و مؤثر بین افراد در جامعه میزبان است که تعهد و احترام، انسجام و وفاق اجتماعی و درنهایت آگاهی فعال اجتماعی را ممکن می‌سازد.

کلیدواژه‌ها: هویت اجتماعی، مقصد، گردشگری، زیارت، مشهد.

شاپای الکترونیک: ۲۵۵۸-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبردها اجتماعی فرهنگی

 10.22034/scs.2024.456075.1567





مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبردها اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

امروزه گردشگری به‌عنوان رویکردی جدید در توسعه اقتصادی و اجتماعی مقاصد، جایگاه در خور توجهی یافته است. همچنین به‌عنوان صنعتی پویا و پیچیده در نظام جهانی و از موفق‌ترین صنایع جهان به‌شمار می‌رود (رضوانی و دیگران، ۱۳۹۳). تأثیر قابل توجه توسعه گردشگری در عوامل اقتصادی، جنبه‌های زیست‌محیطی، فرهنگی - اجتماعی زندگی و رفاه باعث شده است بسیاری از کشورها به انتخاب گردشگری به‌عنوان اولویت خود در توسعه اقتصادی شناخته شوند. گردشگری شهری مفهومی در گردشگری است و یکی از وظایف اصلی شهرها است که اهمیت آن هنوز هم در حال رشد است (Hakeem & Khan, 2018). باین‌حال پژوهشگران بر این باورند صنعت گردشگری قبل از آنکه به‌عنوان پدیده‌ای اقتصادی مطرح باشد، به‌عنوان امری اجتماعی - فرهنگی قلمداد شده و فرهنگ به‌عنوان جاذبه اصلی برای گردشگری و سفر محسوب می‌گردد (Jaafar & et al., 2015, p. 6).

گردشگری با انسان و انگیزه‌ها، خواسته‌ها و نیازها و آرزوهای او که برگرفته از فرهنگ جامعه است، ارتباط دارد به‌حدی که می‌توان گفت عامل اصلی جذب گردشگر همین اختلاف هویتی و فرهنگی ملت‌ها است؛ بنابراین گردشگری وابسته به انسان و انسان‌محور است. نگرش مثبت میزبانان به گردشگران، تواضع و ادب و برخوردی صمیمی و دوستانه که نشئت گرفته از فرهنگ آن‌هاست مبنای اصلی یک تجربه لذت بخش برای گردشگران و توسعه و پیشرفت صنعت گردشگری است (یوسفی و شریفی تهرانی، ۱۳۹۵، ص. ۱۳۸).

در تحقیقات گردشگری، جامعه میزبان و در مقابل آنها مسافران، معادل «تعامل اجتماعی» در یک فضای جامعه‌شناسانه است. در این سطح است که سعی می‌گردد که تعاملات میان جوامع میزبان و گردشگر در مقاصد گردشگری بررسی شود (ایمانی خوشخو و دیگران، ۱۳۹۴، ص. ۱۰۷). در واقع سفر و گردشگری تعاملی است اجتماعی میان جامعه میزبان و میهمان. در واقع جامعه‌شناسان می‌کوشند تا آنجا که ممکن است این نکته را به دقت و به‌گونه‌ای عینی توصیف و تبیین کنند که انسان‌ها چرا و چگونه در گروه‌های هویتی مختلف با یکدیگر رابطه دارند (حبیبی قاسم‌آبادی، ۱۳۹۵، ص. ۲۲).

بُعد اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری به روابط انسان‌ها با یکدیگر، ارتقا سطح روابط افراد، افزایش دسترسی به خدمات و توسعه فرهنگ‌های مختلف مرتبط است

(زاهدی، ۱۳۹۰، ص. ۱۱). در این نگاه، سرمایه و هویت اجتماعی و توجه به فرهنگ جامعه و همچنین تقویت انسجام اجتماعی و عزت نفس که به ساکنان اجازه خواهد داد تا زندگی خود را کنترل کنند (Chris, 2012, p. 341). نگاه اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری با معیارهایی همانند رعایت حقوق مردم محلی، زندگی شرافتمندانه و افزایش رضایتمندی مردم، توانمندسازی و مشارکت فعالانه مردم محلی در توسعه، رعایت حقوق زنان را می‌توان یافت (V.R. Van der, 2005, p. 172).

از طرفی نیز در علوم اجتماعی و متون حاصل از آن نشان می‌دهد که هویت اجتماعی در دوران معاصر، به یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین مسائل فرهنگی - اجتماعی زندگی مردم در جوامع در حال توسعه به‌ویژه در کشورهایی مانند ایران تبدیل شده است و از آن به‌عنوان شالوده هستی‌شناختی افراد و جزء اساسی‌ترین مسائل نسل امروز مطرح است (حیدری ساربان، ۱۳۹۵). هویت اجتماعی و توجه به فرهنگ جامعه و امتیازات آن و توجه به حفظ و تقویت انسجام اجتماعی و عزت نفس که به جامعه میزبان گردشگر می‌دهد به میزبان اجازه خواهد داد تا زندگی خود را کنترل کنند (Chris, 2012, p. 341). در واقع جوامع متشکل از یک احساس هویت اجتماعی هستند همان چیزی که به افراد و گروه‌ها امکان می‌دهد خود را به‌عنوان یک جزء از جامعه تلقی نمایند (Buzan, 2000). مثل هویت مشترکی که افراد و گروه‌های مختلفی اجتماعی در مقصد گردشگری از خود بروز می‌دهند (موسوی، ۱۳۹۹، ص. ۲۰۸).

درک ما از هویت اجتماعی، این است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از سوی دیگر، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر از جمله خودمان چیست؟ یکی از نخستین کارهایی که ما در مشاهده یک مسافر غریبه انجام می‌دهیم این است که او را در نقطه‌ای از نقشه شناختیمان قرار دهیم (جنکینز، ۱۳۸۱، صص. ۷-۸). از نظر بوزان جوامع متشکل از یک احساس هویت اجتماعی هستند همان چیزی که به افراد و گروه‌ها امکان می‌دهد خود را به‌عنوان یک جزء از جامعه تلقی نمایند. مثل هویت مشترکی که افراد و گروه‌های مختلفی اجتماعی در مقصد گردشگری از خود بروز می‌دهند (Buzan, 2000).

درواقع می‌توان از نگاه اجتماعی در گردشگری، هویت اجتماعی درونی خود جامعه میزبان در مقصد گردشگری را بررسی کرد؛ زیرا شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های هویت اجتماعی مقاصد گردشگری می‌تواند نقطه شروعی برای تحقق امنیت اجتماعی در این مقاصد باشد. از طرفی، تعیین وضعیت موجود از نظر صاحب

نظران گردشگری نیز می‌تواند زمینه‌ای باشد تا مدیران و مسئولان گردشگری، بهتر تصمیم‌گیری کرده و ارزیابی درستی از ظرفیت هویتی موجود در مقصد هدف گردشگری خود داشته باشند.

از آنجاکه موضوع هویت اجتماعی در حوزه گردشگری به‌خصوص مقاصد زیارتی کمتر بحث شده است و دارای خلأ علمی و پژوهشی در این حوزه هستیم که علت آن هم فقر موضوعی در حوزه مبانی نظری جامعه‌شناسی گردشگری و زیارت است. این پژوهش که در چهارچوب توسعه پایدار گردشگری و کدهای اخلاقی گردشگری انجام شده است می‌تواند نقطه شروعی برای نقد و ارزیابی وضعیت هویت اجتماعی در صنعت گردشگری و زیارت کشور باشد؛ لذا این مقاله بر آن است ضمن معرفی مهم‌ترین شاخص‌های هویت اجتماعی در مقاصد گردشگری، این شاخص‌ها را برای مقصد گردشگری - زیارتی کلانشهر مشهد مورد بررسی و ارزیابی میدانی قرار دهد. کلانشهر مشهد نیز با توجه به موقعیت گردشگری و زیارتی که داراست هم به‌لحاظ اقتصادی و تجاری و هم به‌لحاظ اسلامی دارای جایگاه ویژه‌ای در صنعت گردشگری کشور است؛ لذا بررسی جامعه‌شناسانه و هویتی جامعه میزبان در شهر مشهد اهمیت پژوهش را دوچندان می‌نماید؛ لذا شایسته است تا به‌لحاظ نگاه اجتماعی در گردشگری، وضعیت ابعاد هویت اجتماعی در این کلانشهر بررسی و مطالعه شود.

۱. اهداف پژوهش

- ۱- شناسایی و معرفی مهم‌ترین مؤلفه‌های هویت اجتماعی در یک مقصد گردشگری - زیارتی.
- ۲- ارزیابی وضعیت مؤلفه‌های هویت اجتماعی در مقصد گردشگری - زیارتی کلانشهر مشهد.

۲. سؤال‌های پژوهش

- ۱- مهم‌ترین مؤلفه‌های هویت اجتماعی در یک مقصد گردشگری - زیارتی چیست؟
- ۲- وضعیت مؤلفه‌های هویت اجتماعی در مقصد گردشگری - زیارتی کلانشهر مشهد چگونه است؟

۳. پیشینه پژوهش

در این قسمت از مقاله به پژوهش‌های گذشته که در حیطه هویت اجتماعی و

گردشگری انجام گرفته‌اند، می‌پردازیم.

عظیمی هاشمی و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی را با عنوان مؤلفه‌های اجتماعی - فرهنگی شهر زیارتی پایدار مورد مطالعه: شهر مشهد انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که هشت مؤلفه اجتماعی - فرهنگی در شهر زیارتی مشهد (امنیت، ایمنی، آموزش، فرهنگ میزبانی، هویت دینی، فضاهاى مذهبی، فضاهاى فرهنگی و تفریحی و سرمایه فرهنگی)، در فرایند تحلیل عاملی تأییدی به حک و اصلاح رسید.

حیدری ساربان (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه گردشگری با هویت اجتماعی جوانان روستایی شهرستان اردبیل، مطالعه موردی: دهستان سردابه، نقش مثبت متغیرهای هویت مذهبی، هویت ملی، هویت خانوادگی و هویت جنسیتی در توسعه گردشگری را تأیید کرد.

بابایی و فردوسی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به بررسی اثرهای گردشگری بر هویت اجتماعی شهروندان شهر ابرکوه پرداختند که نتایج این پژوهش نشان داد که مابین گردشگری و هویت اجتماعی شهروندان در سطح ۹۹ درصد با ضریب همبستگی ۸۱/۰ رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد.

بیضایی و صداقتی (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان ارائه شاخص‌های هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی منطبق با انواع گردشگری فرهنگی و با ملاحظه عامل پایداری گردشگری انجام دادند که نتایج این پژوهش نشان داد ایران در حوزه شاخص‌های هویت فرهنگی و در ابعاد مختلف فرهنگی - میراثی، خرده‌فرهنگ‌ها، تاریخی - فرهنگی، دینی - مذهبی و... از قابلیت‌های فراوانی برای جذب گردشگر و توسعه گردشگری فرهنگی برخوردار است که علاوه بر مزایای اقتصادی قابل توجه برای کشور، می‌تواند عامل مهمی برای معرفی و نشر فرهنگ غنی ایرانی - اسلامی در مقیاس بین‌المللی باشد.

شهرایی فراهانی (۱۴۰۱) در نقد نظری علمی با عنوان گردشگری و هویت فرهنگی، نگاهی چندسویه مدعی شد که در میان سویه‌های گوناگون ارتباط میان گردشگری و هویت فرهنگی، می‌توان با بسترسازی و ایجاد نگاهی متفاوت به هویت فرهنگی و ازسوی دیگر گردشگری، همسویی میان آن‌ها برقرار کرد.

شیانی و هاشمی (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان تجربه گردشگری و هویت ملی مورد مطالعه: شهروندان شهر شیراز انجام دادند. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که شش متغیر تجربه وجودی، خاطره‌انگیز بودن سفر، سفر مذهبی، سفر خارجی، کیفیت سفر و سن در مجموع ۲۸/۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته تحقیق (هویت ملی) را تبیین کرده‌اند.

وثوقی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان ارزیابی تأثیر هویت شهر بر رضایت و وفاداری گردشگران (مطالعه موردی: شهر کرمان) به بررسی مؤلفه‌های هویت شهر به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری پرداختند که نتایج حاصل از مدل معادلات ساختاری نشان داد هویت شهر عامل بسیار مهمی در ارتباط گردشگر و مقصد است و بر رضایت از مقصد و وفاداری گردشگر اثر مستقیم و معناداری دارد. همچنین رضایت از مقصد بر وفاداری و هویت شهر بر وفاداری با میانجی‌گری رضایت اثر غیرمستقیم و معناداری دارند.

جان‌پرور و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله با عنوان گردشگری فرهنگی راهبردی جهت تقویت هویت ملی جمهوری اسلامی ایران به این نتیجه دست یافتند که توسعه گردشگری و ارتباط میان اقوام و فرهنگ‌های مختلف که خود می‌تواند منجر به آشنایی اقوام و فرهنگ‌ها با یکدیگر و درنهایت تقویت همبستگی ملی گردد. دریادل و همکاران (۱۴۰۱) تحقیقی با عنوان نقش گردشگران در شکل‌گیری هویت مقاصد هدف گردشگری مطالعه موردی: منطقه ثامن مشهد انجام دادند. نتایج کلی این پژوهش نشان داد که حضور گردشگران بر ویژگی‌های هویت اجتماعی و فرهنگی ساکنان منطقه ثامن اثر زیادی نداشته است؛ اما در شاخص‌های ابعاد معماری - کالبدی و مبلمان شهری این اثرگذاری ویژه‌تر بوده است.

درمجموع آنچه که می‌توان از بسیاری از پژوهش‌های گذشته در خصوص هویت اجتماعی و گردشگری دریافت این است که عمده پژوهش‌ها به سمت رابطه این دو عنصر و اجزای و شاخص‌های وابسته به آن سوق دارد و پژوهش‌های کمتری نسبت به وضعیت‌شناسی و شناخت موضوعی هویت در مقاصد گردشگری به‌خصوص مقاصد زیارتی پرداخته‌اند؛ لذا ما بر آنیم تا در این مقاله وضعیت هویت اجتماعی و در مقصد گردشگری - زیارتی کلانشهر مشهد را بررسی نماییم.

۴. ملاحظه‌های نظری

۴-۱. تعریف مفاهیم

۴-۱-۱. مقصد گردشگری

یک مقصد سفر یا گردشگری مجموعه‌ای محصولات و خدمات مسافرتی است که با عنوان یک نام یا برند مقصد در شکل‌گیری تجربیات بازدیدکنندگان و گردشگران نقش عمده‌ای را بازی می‌نماید. این تجربه بر اساس برنامه سفر گردشگران، پیشینه فرهنگی، هدف از بازدید و تجربیات گذشته آنها شکل می‌گیرد (THI AI CAM, 2011).

۴-۱-۲. توسعه پایدار اجتماعی گردشگری

توسعه پایداری اجتماعی در گردشگری به توانایی یک جامعه اعم از محلی یا منطقه‌ای و ملی برای پذیرش بازدیدکنندگان در دوره‌های زمانی کوتاه یا بلند اشاره دارد، به گونه‌ای که هیچ ناهماهنگی و تضادی در ساخت اجتماعی جامعه به وجود نیاید و یا به حداقل ممکن کاهش یابد (رضوانی، ۱۳۹۰).

۴-۱-۳. هویت اجتماعی

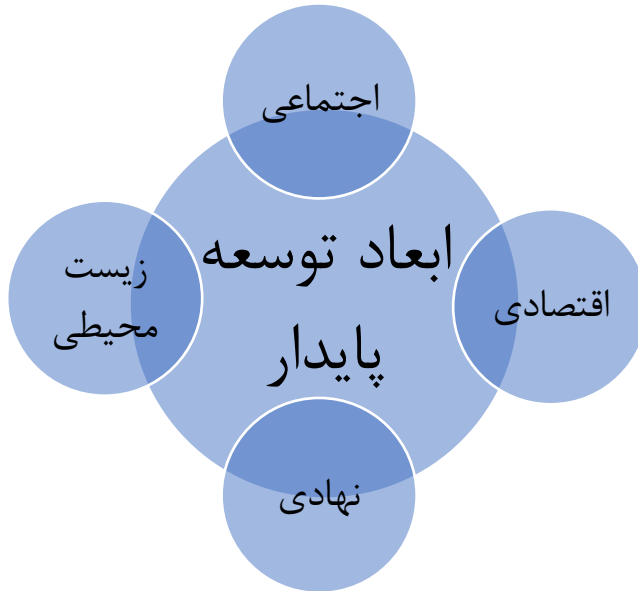
از نظر بوزان جوامع متشکل از یک احساس هویت اجتماعی هستند همان چیزی که به افراد و گروه‌ها امکان می‌دهد خود را به عنوان یک جزء از جامعه تلقی نمایند. مثل هویت مشترکی که افراد و گروه‌های مختلفی اجتماعی در مقصد گردشگری از خود بروز می‌دهند. با این تفاسیل بوزان بحث خود را با تأکید بر اصول نظام ارگانیکی بیان نمود و در ادامه عناصر ارگانیکی امنیت اجتماعی را هویت نامیده و امنیت اجتماعی را مترادف امنیت هویت تلقی می‌کند (Buzan, 2000).

۴-۲. مبانی نظری پژوهش

۴-۲-۱. توسعه پایدار گردشگری

گردشگری پایدار ابعاد مختلفی دارد که هسته آن برابری بین نسلی به عنوان هدف اصلی توسعه پایدار می‌باشد (Abdullaev, 2004). از این رو گردشگری پایدار با الهام از توسعه پایدار، گردشگری است که نیازهای نسل حاضر را بدون اینکه از ظرفیت‌های مربوط به نسل آینده مایه گذارد، تامین نماید (Weaver, 2001, p. 661). توسعه پایدار گردشگری نمی‌تواند توسط یک عامل واحد صورت پذیرد. برای تحقق توسعه پایدار بایستی بسیاری پیش‌نیازهای فرهنگی و گروه‌های ذینفع جامعه را در نظر گرفت (University of Dortmund, 2001, p. 40).

پس اگر رهیافت توسعه پایدار گردشگری شامل ۴ بُعد اصلی اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و نهادی در نظر بگیریم (نمودار ۱).



شکل (۱): ابعاد توسعه پایدار گردشگری

اگر از سایر ابعاد توسعه پایدار گردشگری عبور کنیم امروزه یکی از مهم‌ترین ابعاد این چهارچوب، بُعد اجتماعی آن است. محققان در پایداری اجتماعی، چهارعنصر اصلی را شناسایی کرده‌اند: ۱- عدالت اجتماعی، ۲- همبستگی اجتماعی، ۳- مشارکت، ۴- امنیت. در این مطالعه مؤلفه‌هایی چون فرصت‌های برابر و همراه با پیشرفت برای همه انسان‌ها، زندگی همراه با تعاون و همکاری، فرصت‌های برابر برای تمامی افراد در جهت ایفای نقش‌های اجتماعی آمده است (DFID, 2002, p. 2). در واقع توسعه پایدار به‌عنوان الگواره مسلط بر گردشگری، در نگاه اجتماعی‌اش علاوه بر تأمین نیازهای مادی جامعه، به توسعه سرمایه و هویت اجتماعی جامعه محلی و میزبان گردشگر در مقاصد نیز توجه دارد.

۴-۲-۲. کدهای اخلاقی در گردشگری

در گردشگری کدهای اخلاقی وجود دارد که می‌تواند زمینه را برای کنترل درونی جوامع فراهم آورد و بیشترین نقش را در شکل‌دهی هویت جامعه داشته باشد. برای آنکه کنترل درونی انسان در جهت صحیحی حرکت کند، کدهای اخلاقی تعریف می‌شوند؛ زیرا افراد جامعه بر اساس برداشت ذهنی خود عمل می‌کنند. کدهای اخلاق گردشگری، پنج هدف عمده ذیل را تعقیب می‌کنند:

اول؛ عمل کردن به‌عنوان تسهیل‌گر ارتباط میان دولت و سایر بخش‌های بدنه گردشگری؛

دوم؛ ایجاد آگاهی در دولت و صنعت گردشگری به منظور مدیریت همه‌جانبه اثرات زیست‌محیطی؛

سوم؛ افزایش آگاهی در بین گردشگران در خصوص رفتار مناسب آنان؛

چهارم؛ ایجاد آگاهی در میان جوامع میزبان در خصوص نیاز به حفاظت از منابع محیطی؛

پنجم؛ تشویق همکاری میان سازمان‌های دولتی گردشگری، جامعه میزبان، صنعت و تشکل‌های غیردولتی (جهانیان و زندی، ۱۳۹۷).

لذا شایسته است در هر جامعه میزبان گردشگر باید از جهات مختلف این کدهای جهانی را شناخت و در ارائه مدل‌های نظری و کاربردی سرلوحه قرار داد.

۴-۲-۳. نظریه امنیت اجتماعی شده

در این پژوهش نظریه امنیت اجتماعی شده (افتخاری، ۱۳۹۲) و ابعاد سه‌گانه آن (تأمین اجتماعی، فرهنگ اجتماعی و هویت اجتماعی) شناسایی شد. در این مقاله با تکیه بر بُعد هویت اجتماعی و با تبیین اصول این بُعد، به معرفی و واکاوی آن اقدام شد. همچنین در ادامه با توجه به مفاهیم و مبانی نظری مطرح شده در الگوی امنیت اجتماعی در مقاصد گردشگری (موسوی، ۱۳۹۹) که به مباحث حوزه جامعه‌شناسی گردشگری (چهارچوبی برای جامعه‌شناسی گردشگری، نگاه اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری و کدهای اخلاقی در گردشگری) پرداخته است، ۲ مؤلفه و ۵ شاخص و ۱۰ واحد ارزیابی شناسایی شد که هویت اجتماعی یک مقصد گردشگری با آنها قابلیت طراحی پیدا می‌کند (جدول ۱).

جدول (۱): مؤلفه‌ها و شاخص‌های هویت اجتماعی از منابع مرتبط

مؤلفه	شاخص	مرجع
روابط درون گروهی	جمع‌گرایی	Buzan (1983), Wæver (1996), Ritzer (2010), Doxey (1975), De Kadt (1979), Choi and Sirakaya (2006). قاسمی خطیر (۱۳۸۸)، عظیمی هاشمی (۱۳۹۱)، علی‌خواه و نجیبی ربیعی (۱۳۸۴)، مشکینی و دیگران (۱۳۹۵).
	تعهد	
هویت اجتماعی	آگاهی	Theil (2007), Lindstrom (2008), Moller (2000), Iemert (1993), Pourahmad & et al. (2011), Kılıçlar (2018), Mthembu (2009). علی‌خواه و نجیبی ربیعی (۱۳۸۴)، ضرابی و زنگنه (۱۳۸۹)، متقی و دیگران (۱۳۹۵)، بخارایی و همکاران (۱۳۹۳)، عبدلی و دیگران (۱۳۹۳)، قاسمی خطیر (۱۳۸۸)، آقاسی و همکاران (۱۳۸۸)، عظیمی هاشمی (۱۳۹۱)، نهج‌البلاغه.
	گفتگو	
	احترام	
روابط بین گروهی		

منبع: (موسوی، ۱۳۹۹)

با توجه به جدول ۱، جمع‌گرایی به‌عنوان اولین معیار سنجش مؤلفه روابط درون گروهی، شامل میزان اولویت منافع جمعی بر فردی در یک گروه و تعیین باورهای افراد گروه توسط جمع در جامعه میزبان گردشگر است که در این پژوهش به‌عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص جمع‌گرایی در نظر گرفته می‌شود. همچنین تعهد از مؤلفه روابط درون گروهی، شامل میزان احساس تعلق، تکلیف و غرور افراد جامعه میزبان گردشگر نسبت به یکدیگر است که در این پژوهش به‌عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص تعهد در نظر گرفته می‌شود. آگاهی، معیار مؤلفه روابط بین گروهی است که میزان شناخت و درک متقابل گروه‌های هویتی در جامعه میزبان از هم در مقصد گردشگری را شامل می‌شود که در این پژوهش به‌عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص آگاهی در نظر گرفته می‌شود. گفتگو نیز به‌عنوان دومین معیار سنجش مؤلفه روابط بین گروهی، شامل سطح تمایل به مذاکره بین گروه‌های هویتی مختلف و حل تعارض برای رسیدن به همگرایی بیشتر است که در این پژوهش به‌عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص گفتگو در نظر گرفته می‌شود. درنهایت احترام به‌عنوان معیار سنجش مؤلفه روابط بین گروهی در جامعه میزبان

گردشگری است، شامل سطح احترام گروه‌های هویتی به اعتقادات سایر گروه‌ها و پرهیز از تحقیر یکدیگر در مقصد گردشگری است که در این پژوهش به‌عنوان گزاره‌های عینی و ذهنی، شاخص احترام در نظر گرفته می‌شود. با توجه به مطالب بیان‌شده، و در پاسخ به پرسش اول پژوهش هر یک از مؤلفه‌ها و شاخص‌های مطرح در هویت اجتماعی یک مقصد گردشگری - زیارتی به همراه واحد ارزیابی آن، در جدول ۲ آمده است.

جدول (۲): مؤلفه و شاخص‌های هویت اجتماعی در مقصد گردشگری - زیارتی

مؤلفه	شاخص	واحد ارزیابی
روابط درون‌گروهی	جمع‌گرایی	میزان اولویت منافع جمعی بر فردی در یک گروه و تعیین باورهای افراد گروه توسط جمع در جامعه میزبان
	تعهد	میزان احساس تعلق، تکلیف و غرور افراد جامعه میزبان نسبت به یکدیگر
روابط برون‌گروهی	آگاهی	میزان شناخت و درک متقابل گروه‌های هویتی در جامعه میزبان از هم در مقصد
	گفتگو	سطح تمایل به مذاکره بین گروه‌های هویتی مختلف و حل تعارض برای رسیدن به همگرایی بیشتر
	احترام	سطح احترام گروه‌های هویتی به اعتقادات سایر گروه‌ها و پرهیز از تحقیر یکدیگر در مقصد

منبع: (موسوی، ۱۳۹۹)

۵. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی بوده و از نظر نوع پژوهش، توصیفی است. جامعه آماری این پژوهش شامل متخصصان حوزه گردشگری و زیارت در کلانشهر مشهد است و در دو ماهه اول سال ۱۴۰۳ انجام شده است. متخصصان گردشگری شامل مدیران و کارشناسان فعال حوزه گردشگری و زیارت کلانشهر مشهد؛ از جمله: هتل‌ها، دفاتر خدمات گردشگری، شهرداری‌های مناطق، مؤسسات آموزشی، پژوهشی و خدماتی گردشگری و اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان رضوی‌اند که نسبت به مسائل حوزه گردشگری و زیارت در شهر مشهد آگاهی و شناخت کافی دارند که در این پژوهش تعداد آنها نامحدود برآورد شده

است. روش نمونه‌گیری، غیراحتمالی و از نوع اتفاقی و در دسترس است؛ به طوری که پرسشنامه میان صاحب‌نظران گردشگری و گردشگران خارجی در دسترس پژوهشگر، توزیع شده است. حجم نمونه با توجه به نامحدود در نظر گرفتن جامعه آماری و جدول استاندارد مورگان، ۳۸۴ نفر به دست آمد.

ابزار اولیه گردآوری داده‌ها، پرسشنامه خبرگی شامل ۱۳ گویه و برگرفته شده از مؤلفه‌های شاخص‌های نهایی هویت اجتماعی در مقصد گردشگری - زیارتی (جدول ۲) است که بر اساس پاسخ‌های دوگانه بلی و خیر طراحی گردیده است که ارتباط هریک از گویه‌ها را با متغیر مربوطه می‌سنجد. نظرسنجی خبرگی در این پژوهش پس از مطالعه ادبیات پژوهش و بر اساس نظرهای ۲۵ نفر از خبرگان حوزه گردشگری و زیارت با مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد یا دکترای مدیریت و گردشگری و دارای سابقه اجرایی در حوزه گردشگری به دست آمده است.

در این پژوهش برای آزمون روایی، از نسبت روایی محتوایی (CVR) استفاده شد. بر اساس نظرهای به دست آمده ۲۵ نفر از خبرگان حوزه گردشگری با تحصیلات کارشناسی ارشد یا دکترای مدیریت و گردشگری و دارای سابقه تجربی در حوزه گردشگری، شاخص روایی محتوایی مقدار ۹۱ درصد به دست آمد. همچنین شاخص روایی محتوا (CVI) برای هریک از گویه‌ها پرسشنامه نیز محاسبه گردید. با توجه به اینکه مقادیر به دست آمده تأیید خبرگی هریک از گویه‌ها بالای ۶۰ درصد (۸۴ تا ۱۰۰ درصد) به دست آمده است؛ لذا روایی آن تأیید می‌شود (جدول ۳).

جدول (۳): تأیید خبرگی گویه‌های پرسشنامه

ردیف	مؤلفه	شاخص	گویه	درصد تأیید
۱	روابط درون‌گروهی	جمع‌گرایی	اولویت دادن منافع گروهی به منافع فردی	۸۸
۲			به دست آمدن باور و اعتقاد افراد گروه از درون گروه‌های هویتی خود در مقصد	۸۴
۳		تعهد	احساس تعلق افراد بومی و محلی مقصد به گروه هویتی متعلق به آن	۹۸
۴			احساس غرور افراد بومی و محلی مقصد به گروه هویتی متعلق به آن	۸۶

ردیف	مؤلفه	شاخص	گویه	درصد تأیید
۵	روابط بین گروهی	آگاهی	شناخت گروه‌های هویتی میزبان از همدیگر	۹۷
۶			درک متقابل گروه‌های هویتی میزبان از همدیگر	۹۵
۷		گفتگو	تمایل به مذاکره بین گروه‌های هویتی میزبان	۹۹
۸			تمایل به حل تعارض بین گروه‌های هویتی میزبان	۸۶
۹		احترام	احترام گروه‌های هویتی در مقصد به اعتقادات و باورهای همدیگر	۱۰۰
۱۰			پرهیز گروه‌های هویتی در مقصد از تحقیر همدیگر	۱۰۰

پس از تأیید تمامی گویه‌های پرسشنامه توسط خبرگان، پرسشنامه نهایی بر اساس طیف پنج‌تایی لیکرت (خیلی موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و خیلی مخالفم) تنظیم شد و پس از توزیع در جامعه آماری پژوهش از آنها خواسته شد به سؤالات پاسخ مناسبی دهند. در واقع در این پرسشنامه از پاسخ‌دهندگان خواسته شد نظر خود را درباره وضعیت هر یک از مؤلفه‌ها و شاخص‌های هویت اجتماعی در مقصد گردشگری - زیارتی کلانشهر مشهد، مشخص کنند. در مقاله حاضر با توجه به پیشینه موضوع در شهر تهران (موسوی، ۱۳۹۹) و مطالعه ادبیات موجود، فرض بر نامطلوب بودن وضعیت هویت اجتماعی در مقصد گردشگری - زیارتی مشهد است. لازم به ذکر است که در این مقاله کلیه متغیرهای این پژوهش در نرم‌افزار اکسل طبقه‌بندی شده است و پس از آن از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس برای آمار توصیفی، آزمون آلفای کرونباخ و آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شده است.

۶. یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا و قبل از اینکه به پرسش‌های پژوهش، پاسخ دهیم بایستی ذکر گردد که تحلیل توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری انجام شد، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد نمونه در این مقاله برای گردشگران و زائران خارجی، شامل جنسیت، سن، تحصیلات، رشته و تخصص، شغل، مدت زمان اقامت، ملیت و همراه

مسافر و برای صاحب‌نظران، شامل جنسیت، سن، سطح تحصیلات، رشته و تخصص، شغل و محل کار است. همچنین پایایی سؤالات پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ و تکنیک دو نیم کردن بررسی گردید.

در پاسخ به پرسش اول پژوهش که مهم‌ترین مؤلفه‌های هویت اجتماعی در یک مقصد گردشگری - زیارتی را سؤال می‌نماید، باید گفت مطابق ملاحظات نظری بُعد هویت اجتماعی در نظریه امنیت اجتماعی شده، به‌عنوان یک نظریه بومی و استاندارد برای این پژوهش انتخاب گردید و نهایتاً بر اساس چهارچوب توسعه پایدار گردشگری و کدهای اخلاقی در گردشگری، شاخص‌ها و مؤلفه‌های مدنظر شناسایی و معرفی گردید. در ادامه و در راستای پاسخ به پرسش دوم پژوهش وضعیت مؤلفه‌های هویت اجتماعی در مقصد گردشگری - زیارتی کلانشهر مشهد، با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای، به بررسی وضعیت مؤلفه‌های هویت اجتماعی (روابط درون‌گروهی و روابط بین‌گروهی) در مقصد گردشگری - زیارتی شهر مشهد پرداخته شد.

در این مقاله واحد تحلیل آمار توصیفی پژوهش، مقصد گردشگری - زیارتی شهر مشهد است و نمونه آماری پژوهش نیز در دو سطح متخصصین حوزه گردشگری ت زیارتی شهر مشهد و گردشگران و زائران خارجی در نظر گرفته شده است. نتایج در دو نمونه آماری نشان می‌دهد که متخصصان حوزه گردشگری و زیارت شهر مشهد را ۶۴٫۷ درصد مرد و ۳۵٫۳ درصد زن و گردشگران خارجی را ۷۵٫۸ درصد مرد و ۲۴٫۲ درصد زن تشکیل می‌دهند. مدرک کارشناسی با ۵۳٫۰ درصد بیشترین فراوانی را دارد و مدرک تحصیلی دیپلم و فوق دیپلم با کمترین فراوانی (۲۰٫۸ درصد) در نمونه متخصصین را داراست همچنین در بین گردشگران خارجی بیشترین فراوانی با ۴۶٫۹ درصد مربوط به کارشناسی و کمترین فراوانی با ۱۰٫۱ درصد برای مدرک کارشناسی ارشد و دکتراست. بیشترین محدوده سنی در نمونه آماری متخصصان را افراد با ۲۸ تا ۴۰ سال و در گردشگران خارجی افراد با سن ۴۱ تا ۵۰ شامل شده‌اند. ۶۵٫۴ درصد افراد متخصص، راهنمای تور بودند که بیشترین فراوانی را به‌لحاظ شغلی در میان متخصصان حوزه گردشگری داشته‌اند؛ در بین گردشگران و زائران خارجی نیز حدود ۶۷ درصد کار آزاد در مقابل ۳۳ درصد کارمند داشته‌اند. ۴۲٫۳ درصد از متخصصین گردشگری با تخصص زیارت بیشترین فراوانی را داشته‌اند و ۸٫۷ درصد افراد با رشته و تخصص تاریخ، دارای کمترین فراوانی در جامعه آماری بودند. از جهت محل کار نیز بیشتر متخصصان گردشگری شهر مشهد (۳۳٫۲ درصد) در مؤسسات و هولدینگ‌های گردشگری - زیارتی و بعد از آن با درصد فراوانی ۲۵٫۶، کار

آزاد داشته‌اند. در نمونه آماری گردشگران و زائران خارجی نیز ۵۷ درصد گردشگران خارجی مدت اقامت بین ۵ تا ۱۰ روز را تشکیل داده و ۶۰ درصد نیز به‌عنوان بیشترین فراوانی گردشگران عراقی را نیز شامل می‌شده‌اند. ۷۷,۲ گردشگران و زائران خارجی با بیشترین فراوانی، به همراه خانواده‌شان به مشهد سفر کرده‌اند.

بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده از پرسشنامه‌های به‌دست‌آمده (موسوی، ۱۳۹۹) برای مؤلفه‌های روابط درون‌گروهی و روابط بین‌گروهی، به ارائه آماره‌های حداقل و حداکثر نمره، میانگین، انحراف استاندارد، چولگی و کشیدگی از منظر گردشگران و زائران خارجی و متخصصان گردشگری و زیارت می‌پردازیم (جدول ۴).

جدول (۴): آماره‌های توصیفی مؤلفه‌های هویت اجتماعی از منظر گردشگران و

زائران خارجی

هویت اجتماعی	روابط بین‌گروهی	روابط درون‌گروهی	
2.7059	2.7517	2.6602	میانگین
2.7500	2.8333	2.5000	میانه
2.00	2.00	2.00	مد
.53833	.52691	.59540	انحراف معیار
.290	.278	.355	واریانس
.079	-.112	.411	چولگی
-1.182	-1.119	-1.053	کشیدگی
1.83	1.83	2.00	دامنه
2.00	2.00	2.00	مینیمم
3.83	3.83	4.00	ماکزیمم
1039.08	1056.67	1021.50	جمع

با توجه به جدول ۴، مؤلفه روابط بین‌گروهی میانگین بیشتری (۲,۷۵) را نسبت به میانگین مؤلفه روابط درون‌گروهی (۲,۶۶) داراست. نتایج آمار توصیفی در مجموع نشان می‌دهد که از منظر گردشگران و زائران خارجی، نه‌تنها مؤلفه‌های روابط بین‌گروهی و درون‌گروهی از وضعیت مطلوبی برخوردار نیستند بلکه روابط درون‌گروهی از وضعیت نامطلوب‌تری نسبت به روابط بین‌گروهی در مقصد گردشگری - زیارتی شهر مشهد برخوردار است.

جدول (۵): آماره‌های توصیفی هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن از منظر متخصصان گردشگری و زیارت

روابط درون گروهی	روابط بین گروهی	هویت اجتماعی	
2.6693	2.7582	2.7138	میانگین
2.6250	2.8333	2.7500	میان
2.00	2.00	2.00	مد
.58928	.52574	.53370	انحراف معیار
.347	.276	.285	واریانس
.407	-.110	.079	چولگی
-1.033	-1.120	-1.167	کشیدگی
2.00	1.83	1.83	دامنه
2.00	2.00	2.00	مینیمم
4.00	3.83	3.83	ماکزیمم
1025.00	1059.17	1042.08	جمع

با توجه به جدول ۵، از منظر متخصصان حوزه گردشگری و زیارت، روابط درون گروهی نسبت به روابط بین گروهی در مقصد گردشگری - زیارتی کلانشهر مشهد از مطلوبیت کمتری برخوردار است و در مجموع وضعیت هر دو مؤلفه هویت اجتماعی نامطلوب ارزیابی می‌گردد.

با این حال، هر دو مؤلفه هویت اجتماعی (روابط درون گروهی و روابط بین گروهی) در شهر مشهد هم از نظر متخصصان گردشگری و زیارت و هم از نظر گردشگران و زائران خارجی و زائران وضعیت مطلوبی ندارند؛ زیرا میانگین آنها کمتر از ۳ بوده است. همچنین عدد ۲ در طیف پنج‌گزینه‌ای پرسشنامه به‌عنوان مُد گزارش شده و دارای بیشترین فراوانی بوده است.

در جدول‌های بالا به میزان دامنه تغییرات نمرات متغیرها، میانگین و انحراف معیار آن‌ها نیز اشاره شده است. همان‌طور که مشاهده می‌گردد تمامی متغیرهای آمده در جداول در دامنه قابل‌قبولی برای دو شاخص چولگی و کشیدگی قرار دارند. لازم به ذکر است که دامنه قابل‌قبول برای چولگی و کشیدگی بین ۳ تا -۳ است و در صورتی که متغیر در این دامنه باشد، دارای توزیع نرمال است.

نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای بررسی وضعیت هویت اجتماعی و مؤلفه‌های

آن از منظر گردشگران و زائران خارجی و متخصصان گردشگری و زیارت در مشهد در جدول ۶ و ۷ آمده است.

جدول (۶): نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای بررسی وضعیت هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن از منظر گردشگران و زائران خارجی

مقایسه با ۳				
سطح خطا	درجه آزادی	آماره تی	میانگین	
.000	383	-11.185	2.6602	روابط درون‌گروهی
.000	383	-9.233	2.7517	روابط بین‌گروهی
.000	383	-10.704	2.7059	هویت اجتماعی

با توجه به سطح معنی‌داری برای هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن که کمتر از ۰/۰۵ است، نتیجه می‌شود میانگین هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن اختلاف معناداری با عدد ۳ که میانگین طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت می‌باشد، دارد و با توجه به میانگین‌های به‌دست‌آمده در جدول ۶ این معیار از عدد ۳ کوچک‌تر بوده و از وضعیت نامطلوبی از منظر گردشگران و زائران خارجی برخوردار است. همچنین جدول ۶ نشان می‌دهد که آماره تی معنادار است.

جدول (۷): نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای بررسی وضعیت هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن از منظر متخصصان گردشگری و زیارت

مقایسه با ۳				
سطح خطا	درجه آزادی	آماره تی	میانگین	
.000	383	-10.998	2.6693	روابط درون‌گروهی
.000	383	-9.011	2.7582	روابط بین‌گروهی
.000	383	-10.510	2.7138	هویت اجتماعی

همچنین با توجه به اینکه سطح معناداری در جدول ۷ نیز برای هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن، کمتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه میانگین بُعد مربوطه و مؤلفه‌های آن اختلاف معناداری با عدد ۳ دارد، و با توجه به میانگین‌های به‌دست‌آمده در جدول بالا و اینکه همه ارقام از عدد ۳ کوچک‌تر است، وضعیت هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن از عدم مطلوبیت از منظر متخصصان گردشگری و زیارت برخوردار است.

نتیجه‌گیری

نگاه هویتی به جامعه میزبان در کلانشهر مشهد به‌عنوان قطب زیارتی و گردشگری کشور از اهمیت خاصی برخوردار بود. توجه به تنوع قومیتی و هویتی ساکنین و فعالین گردشگری و زیارتی کلانشهر مشهد، بحث روابط گروه‌های اجتماعی مختلف و شناخت و نحوه ارتباط آن‌ها با همدیگر برای مقصد پیش نیاز توسعه پایدار گردشگری مشهد است. به‌طور کلی در صورت شکل‌گیری هنجارها، ارزش‌ها، آداب و رسوم رفتاری مشترک و به‌طور کلی فرهنگ، جامعه میزبان گردشگر دچار بحران معنا نمی‌گردد و می‌تواند منجر به تلقی مشترکی از امنیت گردد (عبداللهی و الهیاری، ۱۳۸۲). بررسی‌ها نشان داد که موضوع هویت اجتماعی در حوزه گردشگری به‌خصوص مقاصد زیارتی کمتر بحث شده است و دارای خلأ علمی و پژوهشی جدی در این حوزه هستیم که علت آن هم فقر موضوعی در حوزه مبانی نظری جامعه‌شناسی گردشگری و زیارت است. این پژوهش که در چهارچوب توسعه پایدار گردشگری و کدهای اخلاقی گردشگری انجام شد می‌تواند نقطه شروعی برای نقد و ارزیابی وضعیت هویت اجتماعی در صنعت گردشگری و زیارت کشور باشد

درواقع همان‌طور که گفته شد شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های هویت اجتماعی مقاصد گردشگری می‌تواند نقطه شروعی برای تحقق امنیت اجتماعی در مقاصد گردشگری - زیارتی باشد و از طرفی نیز تعیین وضعیت موجود از نظر علمی و کارشناسی گردشگری نیز می‌تواند مقدمه‌ای برای تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی‌های درست مدیران و مسئولان گردشگری کلانشهر مشهد باشد؛ لذا مدیران قادر خواهند بود تا با استفاده از ابزارهای علمی و ارزیابی‌های درست خود از فرصت‌ها و تهدیدهای هویتی موجود در کلانشهر مشهد خود جهت مدیریت بهتر مقصد خود بهره‌برند.

در هویت اجتماعی دو مؤلفه روابط درون‌گروهی و روابط بین‌گروهی، شناسایی و برای هر یک از آنها شاخص‌هایی استخراج شد. برای مؤلفه روابط درون‌گروهی دو شاخص جمع‌گرایی و تعهد، برای مؤلفه روابط بین‌گروهی سه شاخص آگاهی، گفتگو و احترام شناسایی شده است (موسوی، ۱۳۹۹). در ادامه همان‌طور از نتایج تحلیل مشخص شد، وضعیت هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن در مقصد گردشگری - زیارتی شهر مشهد نامطلوب ارزیابی شده است. مؤلفه‌های به‌دست‌آمده برای هویت اجتماعی در مقصد گردشگری - زیارتی مشهد با برخی از مؤلفه‌های به‌دست‌آمده در پژوهش‌های عظیمی هاشمی و همکاران (۱۳۹۱)، حیدری ساربان (۱۳۹۵)، بیضایی و صدقاتی (۱۳۹۶)، وثوقی و همکاران (۱۳۹۷)، جان‌پرور و همکاران (۱۳۹۸)

مطابقت دارد و در سایر پژوهش‌های مطرح شده نیز ارتباط بین هویت اجتماعی در مقاصد گردشگری نیز تا حد زیادی مورد تأیید قرار گرفته است.

در مجموع می‌توان گفت که نتایج به دست آمده در این پژوهش رد فرضیه صفر را در مورد نامطلوب بودن وضعیت هویت اجتماعی در مقصد گردشگری - زیارتی شهر مشهد از نظر هر دو گروه (گردشگران خارجی و متخصصان گردشگری) نشان می‌دهد؛ لذا فرضیه پژوهش مبنی بر نامطلوب بودن وضعیت هویت اجتماعی و هریک از مؤلفه‌های آن در مقصد گردشگری - زیارتی مشهد از منظر پاسخ‌دهندگان تأیید می‌گردد.

هویت اجتماعی مرتبط با رفتار خود جامعه میزبان در مقصد است، به طوری که گروه‌های مختلف اجتماعی در مقصد گردشگری می‌توانند نقش سازنده‌ای را در فراهم آوردن امنیت اجتماعی ایجاد نمایند. گروه‌های مختلف مردمی و میزبان در شهر مشهد می‌توانند از طریق ارتباط محکم و قوی بین خودشان با احساس تعلق، احساس غرور و همچنین با درک، شناخت و احترام به سایر گروه‌های اجتماعی در مقصد زمینه را برای توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد ایجاد نمایند.

بر اساس واکاوی‌های انجام شده، می‌توان این‌گونه بیان داشت که رویکرد جامعه‌شناسی به بحث هویت اجتماعی و به اضافه نگاه امنیت‌شناسی درون‌نگر (ایجابی) به مقاصد می‌تواند مدیران شهری و گردشگری شهر مشهد در شناسایی متغیرهای مؤثر هویتی و اجتماعی آگاه کرده و منبعی مؤثر برای پیشگیری و حتی واکنش به تهدیدهایی احتمالی که می‌تواند امنیت اجتماعی جامعه میزبان در مقاصد گردشگری و زیارتی را به مخاطره اندازد، فراهم آورد.

در کل توسعه پایدار گردشگری در کلانشهر مشهد معطوف به حفظ تداوم هویت اجتماعی و فرهنگی جامعه، در شرایط متغیر و متحول اجتماعی است. کلانشهر مشهد برای پیشرفت گردشگری بیش از هر چیز نیازمند وجود روابط گرم و مؤثر بین افراد در جامعه میزبان است که تعهد و احترام، انسجام و وفای اجتماعی و در نهایت آگاهی فعال اجتماعی را ممکن می‌سازد.

پیشنهاد‌های سیاستی

در این قسمت از مقاله به ارائه پیشنهاد‌های سیاستی مدیران و سیاست‌گذاران امر پرداخته می‌شود:

۱- آموزش جامعه میزبان و گروه‌های مختلف اجتماعی ذینفع در حوزه گردشگری در شهر مشهد می‌تواند توسط متخصصان گردشگری و زیارت استان در این

- کلانشهر با همکاری شهرداری، اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری و سایر نهادهای مرتبط با تأکید بر توسعه پایدار گردشگری در مشهد صورت گیرد.
- ۲- فرهنگ‌سازی توسعه پایدار گردشگری و تأکید بر روابط درون‌گروهی و بین‌گروهی جامعه میزبان در شهر مشهد از اقدامات مؤثر دولت به‌خصوص نهاد شهرداری مشهد در این خصوص است.
- ۳- لازم است این الگو در سایر مقاصد گردشگری - زیارتی در کشور در مقیاس‌های متفاوت با شهر مشهد، نیز واکاوی و آزمون شود.
- ۴- حضور فعال و مؤثر نمایندگان گروه‌های مختلف اجتماعی گردشگری و زیارت شهر مشهد در رویدادها و نمایشگاه‌های بین‌المللی و ارتباط مؤثر با سایر مقاصد گردشگری کشور و به‌خصوص کشورهای همسایه و حوزه تمدنی کشورمان در راستای تقویت ارتباط فرهنگی، دینی و اجتماعی اثرگذار.
- ۵- مراقبت و توجه دولت و متولیان استانی گردشگری و زیارت مشهد به مکان‌ها و نقاط مستعد آسیب‌پذیری فرهنگی - دینی از طریق آموزش و سامان‌دهی اکیپ‌هایی شهری جهت حفاظت پیشگیرانه.
- ۶- ترویج و توسعه فرهنگ قانونمندی و آگاهی پویا در خصوص نظام حقوقی به جوامع محلی و گردشگران از طریق آموزش‌های فنی، رسانه‌ای و تبلیغاتی در کلانشهر مشهد.
- ۷- ایجاد کارگروه‌های علمی و اندیشه‌ورزی برای توسعه فرهنگی و اجتماعی گردشگری و زیارت در شهر مشهد.
- ۸- طراحی بسته‌های سیاستی جامع گردشگری با پیوست توسعه پایدار هویت اجتماعی شهر مشهد.

فهرست منابع

نهج‌البلغه.

- آقاسی، عبا...؛ ابراهیم‌زاده، عیسی و هادیانی، زهره (۱۳۸۸). نقش امنیت در توسعه گردشگری پایدار مطالعه موردی شهرستان چابهار. اولین همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، اصفهان، انتشارات دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان.
- افتخاری، اصغر (۱۳۹۲). امنیت اجتماعی‌شده، رویکرد اسلامی. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ایمانی خوشخو، محمدحسین؛ پورجم علویجه، افسانه و نادعلی‌پور، زهرا (۱۳۹۴). مطالعات گردشگری. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- بابایی، یاور و فردوسی، سجاد (۱۳۹۸). تحلیل و بررسی اثرات گردشگری بر هویت اجتماعی. کنفرانس ملی اکوتوریسم، فرهنگ و توسعه گردشگری.
- بخارایی، احمد؛ شربتیان، محمدحسن و احمدی، اعظم (۱۳۹۳). امنیت اجتماعی، ضرورتی در ترویج صنعت گردشگری (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳(۱۱)، ۷۶-۹۵.
- بیضایی، میترا و صداقتی، عاطفه (۱۳۹۶). ارائه شاخص‌های هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی منطبق با انواع گردشگری فرهنگی و با ملاحظه عامل پایداری گردشگری. میراث و گردشگری، ۲(۷)، ۱۱۱-۱۳۱.
- جان‌پرور، محسن؛ صالح‌آبادی، ریحانه و مهدی، معصومه (۱۳۹۸). گردشگری فرهنگی راهبردی جهت تقویت هویت ملی جمهوری اسلامی ایران. مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی، ۲(۵)، ۱۳-۲۸.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- جهانیان، منوچهر و زندی، ابتهال (۱۳۹۱). اکوتوریسم. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- حیبی قاسم‌آبادی، امیرنصرت (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی سفر و گردشگری با رویکرد توسعه پایدار. تهران: ناشر جامعه‌شناسان.
- حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۵). بررسی رابطه گردشگری با هویت اجتماعی جوانان روستایی شهرستان اردبیل. مطالعه موردی: دهستان سردابه. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۹(۵)، ۱۳۰-۱۵۲.

- دریادل، طاهره؛ مافی، عزت‌الله و رجبی، مریم (۱۴۰۱). نقش گردشگران در شکل‌گیری هویت مقاصد هدف گردشگری مطالعه موردی: منطقه ثامن مشهد. *جغرافیایی فضای گردشگری*، ۴۳(۱۱)، ۷۹-۹۸.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۰). *توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- رضوانی، محمدرضا؛ حسام، مهدی و کریمی، سیدهادی (۱۳۹۳). *تحلیل شبکه در گردشگری*. تهران: انتشارات مهکامه.
- زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۹۰). *جهانی شدن و توسعه پایدار. مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، ۲(۳)، ۱-۱۸.
- شهرابی فراهانی، مهدیه (۱۴۰۱). *گردشگری و هویت فرهنگی، نگاهی چندسویه*. *گردشگری فرهنگ*، ۳(۱۰)، ۵۳-۵۴.
- شیانی، ملیحه و هاشمی، سمیه (۱۳۹۱). *تجربه گردشگری و هویت ملی مورد مطالعه: شهروندان شهر شیراز. مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۱۴(۲)، ۵۷-۷۸.
- ضرابی، اصغر و زنگنه، مهدی (۱۳۸۹). *جایگاه امنیت اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری با تأکید در ایران*. *مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای صنعت توریسم*.
- ضرابی، اصغر و زنگنه، مهدی (۱۳۸۹). *جایگاه امنیت اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری با تأکید در ایران*. *مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای صنعت توریسم*.
- عبداللهی، عبدالله و الهیاری، خدیجه (۱۳۸۲). *فرایند جهانی شدن در چالش با امنیت اجتماعی (رهیافت فضایی)*. *مجموعه مقالات همایش امنیت اجتماعی*، شماره یک، معاونت اجتماعی ناجا، تهران.
- عبدلی، اصغر؛ محمدی، جمال و ابراهیمی، رضا (۱۳۹۳). *تحلیلی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری (مطالعه موردی: گردشگران داخلی شهر اصفهان)*. *نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۱۸(۵۰)، ۲۳۵-۲۵۷.
- عظیمی هاشمی، مژگان؛ شریعتی مزینانی، سعید و اعظم کاری، فائزه (۱۳۹۱). *مؤلفه‌های اجتماعی - فرهنگی شهر زیارتی پایدار مورد مطالعه: شهر مشهد*. *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۶(۴)، ۱۳۵-۱۵۹.
- علی‌خواه، فردین و نجیبی ربیعی، مریم (۱۳۸۴). *زنان و ترس از جرم در فضاهای شهری*. *رفاه اجتماعی*، ۶(۲۲)، ۱۰۹-۱۳۱.
- قاسمی خطیر، نبی‌اله (۱۳۸۸). *بررسی و مطالعه پیامدهای گردشگری بر امنیت اجتماعی منطقه خلیج فارس با رویکرد جامعه‌شناختی*. *همایش بین‌المللی خلیج فارس*.

متقی، سمیرا؛ صادقی، محمد و دلالت، مراد (۱۳۹۵). نقش امنیت در توسعه گردشگری خارجی (نمونه موردی: گردشگران خارجی شهر یزد). نشریه گردشگری شهری، ۳(۱)، ۷۷-۹۱.

مشکینی، ابوالفضل؛ حسینی، معصومه؛ ربانی، طاهّا و عباسزاده، صغری (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری (مطالعه موردی: شهر طرّقه). نشریه گردشگری شهری، ۳(۱)، ۱۷-۳۰.

موسوی، سیدمحمد (۱۳۹۹). *ارائه الگو امنیت اجتماعی در مقاصد گردشگری (مورد مطالعه: شهر تهران)*، رساله دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، تهران.

وثوقی، لیلیا؛ یزدانی، محمدرضا و توانایی، عاطفه (۱۳۹۷). ارزیابی تأثیر هویت شهر بر رضایت و وفاداری گردشگران (مطالعه موردی: شهر کرمان). نشریه گردشگری شهری، ۵(۱)، ۱۷-۳۱.

یوسفی، جواد و شریفی تهرانی، محمد. (۱۳۹۵). تحلیلی بر اثرات اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری (مطالعه شهرستان بیرجند). راهبرد توسعه، ۱۲(۴۸)، ۱۳۷-۱۵۵.

Abdullaev, A. (2004). Rural tourism and sustainable development in Hookkaido, Candidate for the Degree of Master. *Division of Urban and Environmental Engineering*, 162-165.

Buzan, Barry. (2000). Security studies: beyond strategy, www. Yorku.com.

Choi, H.S. Chris & Sirakaya, Ercan (2006). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: development of sustainable ourism scale. *Journal of Travel Research*, (43), 380-394.

Chris, Ryan (2012). Assisting the poor in China through tourism development: A eview of research. *Tourism Management*, 33(2), 239-248.

De Kadt, E. (Ed.). (1979). *Tourism: Passport to development?* New York: Oxford University Press.

DFID (2002). Indicatrs for socially sustainability development. [Http://:www.livelihood.Org/info/wssd-indbr-pdf](http://www.livelihood.Org/info/wssd-indbr-pdf) Martin, speech delivered to conference on the European social Agenda and the international partners, the social dimensions of sustainable development.

Doxey, G. V. (1975). A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. *In Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings (195-198)*. San Diego: September.

Duim, V.R. van der (2005). Tourismscapes: An Actor-network Perspective on Sustainable Tourism Development, *Wageningen: WUR Wageningen*, 164-165.

- Hakeem, S. M. A. & Khan, M. Y. (2018). Urban tourism: the perspective on tourism impacts in Cambridge, United Kingdom. *Маркетинг іменеджмент інновацій*, (3), 268-275.
- Jaafar, M.; Ismail, S. & Rasoolimanesh, S.M. (2015). Perceived social effects of tourism development: a case study of kinabalu national park, *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 10(2), 5-20.
- Kılıçlar, A.; Uşaklı, A. & Tayfun, A. (2018). Terrorism prevention in tourism destinations: Security forces vs. civil authority perspectives. *Journal of Destination Marketing & Management*, (8), 1-15.
- Lemert, C. (1993). 'Social Theory: Its Uses and Pleasures' in Lemert, C. (ed.) *Social Theory: The Multicultural and Classic Readings*, Oxford, Westview Press.
- Lindstrom, M. (2008). Social Capital, Anticipated Ethnic Discrimination and Self-Reported Psychological Health: A Population-Based Study. *Social Science & Medicine*, 66(1), 1-13.
- Mthembu, N. (2009). Tourism Crime, Safety and Security in the Umhlathuze District Municipality, MSs Thesis of Recreation and Tourism, Faculty of Arts, University of New Zealand, P. 138.
- Pourahmad, A.; Eyvazlou, M. & Mahbob, H. (2011). Examine the relationship between religiosity and sense of security in rural and urban areas (study city Kuhdasht). *Journal of Strategic Studies security and social order, the first year, the first issue*, S37-1.
- Theil, H. (2007). *Economics and Information Theory*. Amsterdam: North Holland.
- THI AI CAM, T. (2011). *EXPLAINING TOURISTS SATISFACTION AND INTENTION TO REVISIT NHA TRANG, VIET NAM*. Master Thesis in Fisheries and Aquaculture Management and Economics (30 ECTS), The Norwegian College of Fishery Science University of Tromso, Norway & Nha Trang University, Vietnam.
- University of Dortmund (2001). *Sustainable Regional Development for Tourism in County Donegal*. Republic of Ireland, Faculty of Spatial Planning.
- Weaver, David B. (2001). *The encyclopedia of ecotourism*. CABI Publishing, New York.

References

- Nahjul-Balagha. (In Persian)
- Abdoli, Asghar; Mohammadi, Jamal; Ebrahimi, Reza. (2014). "An analysis of the level of social security of urban tourists (case study: domestic tourists in Isfahan)". *Journal of Geography and Planning*, 18(50), 235-257. (In Persian)
- Abdollahi, Abdollah; Al-Hayaari, Khadija. (2003). "The Process of Globalization in Challenge to Social Security (Spatial Approach)". *Collection of Papers of the Social Security Conference, Issue 1, NAJA Social Affairs Office, Tehran*. (In Persian)
- Abdullaev, A. (2004). Rural tourism and sustainable development in Hookkaido, Candidate for the Degree of Master. *Division of Urban and Environmental Engineering*, 162-165.
- Aghasi, Abda...; Ebrahinzadeh, Isa; Hadiani, Zohreh. (2009). "The role of security in the development of sustainable tourism: a case study of Chabahar city". *The first national conference on security and sustainable development of tourism, Isfahan, Publications of the Applied Research Office of the Isfahan Provincial Police Command*. (In Persian)
- Alikhah, Fardin; Najibi Rabiei, Maryam. (2005), "Women and fear of crime in urban spaces". *Social Welfare*, 6(22), 109-131. (In Persian)
- Azimi Hashemi, Mojgan; Shariati-Mazinani, Saeed; Azam-Kari, Faezeh (2012). "Socio-cultural components of a sustainable pilgrimage city, case study: Mashhad city". *Iranian Journal of Social Studies*, 6 (4), 135-159. (In Persian)
- Babaei, Yavar and Ferdowsi, Sajjad (2019). "Analysis and investigation of the effects of tourism on social identity", *National Conference on Ecotourism, Culture and Tourism Development*. (In Persian)
- Beizaei, Mitra, and Sedaghati, Atefeh. (2017). "Presenting Iranian-Islamic cultural identity indicators in accordance with types of cultural tourism and considering the sustainability factor of tourism". *Heritage and Tourism*, 2 (7), 111-131. (In Persian)
- Bokharai, Ahmad; Sharbatian, Mohammad Hassan; Ahmadi, Azam. (2014). "Social Security, a Necessity in Promoting the Tourism Industry (Case Study: Mashhad Metropolitan City)". *Tourism Planning and Development*, 3(11), 76-95. (In Persian)
- Buzan, Barry. (2000). *Security studies: beyond strategy*, www. Yorku.com.
- Choi, H.S. Chris & Sirakaya, Ercan (2006). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: development of sustainable ourism scale. *Journal of Travel Research*, (43), 380-394.
- Chris, Ryan (2012). Assisting the poor in China through tourism development: A eview of research. *Tourism Management*, 33(2), 239-248.
- Daryadel, Tahereh, Mafi, Ezzatollah and Rajabi, Maryam. (2014). "The Role of Tourists In the formation of tourism destination identity, a case

- study: Samen region of Mashhad". *Geography of Tourism Space*, 43(11), 79-98. (In Persian)
- De Kadt, E. (Ed.). (1979). *Tourism: Passport to development?* New York: Oxford University Press.
- DFID (2002). Indicators for socially sustainability development. [Http://:www.livelihood.org/info/wssd-indbr-pdf](http://www.livelihood.org/info/wssd-indbr-pdf) Martin, speech delivered to conference on the European social Agenda and the international partners, the social dimensions of sustainable development.
- Doxey, G. V. (1975). A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. *In Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings (195-198)*. San Diego: September.
- Duim, V.R. van der (2005). Tourismscapes: An Actor-network Perspective on Sustainable Tourism Development, *Wageningen: WUR Wageningen*, 164-165.
- Eftekhari, Asghar. (2013). Socialized Security, an Islamic Approach. Tehran: Humanities and Cultural Studies Research Institute Publications. (In Persian)
- Ghasemi-Khatir, Nabi-Allah. (2009). "Investigation and study of the consequences of tourism on social security in the Persian Gulf region with a sociological approach". International Conference on the Persian Gulf. (In Persian)
- Habibi Ghasemabadi, Amir Nosrat (2016). *Sociology of travel and tourism with a sustainable development approach*, Tehran, Sociologists Publisher. (In Persian)
- Hakeem, S. M. A. & Khan, M. Y. (2018). Urban tourism: the perspective on tourism impacts in Cambridge, United Kingdom. *Маркетинг іменеджмент інновацій*, (3), 268-275.
- Heydari Sarban, Vakil. (2016). Investigating the Relationship between Tourism and the Social Identity of Rural Youth in Ardabil County, Case Study: Sardabeh Village. *Tourism Planning and Development*, 5(19), 130-152. (In Persian)
- Heydari-Sarban, Vakil. (2016). "Investigating the relationship between tourism and the social identity of rural youth in Ardabil city", case study: Sardabeh village. *Tourism Planning and Development*; 19 (5), 130-152. (In Persian)
- Imani Khoshkho, Mohammad Hossein; Pourjam Alavijeh, Afsaneh; Nadalipour, Zahra. (2015). *Tourism Studies*. Tehran: Jihad-Daneshgahi Publishing Organization. (In Persian)
- Jaafar, M.; Ismail, S. & Rasoolimanesh, S.M. (2015). Perceived social effects of tourism development: a case study of kinabalu national park, *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 10(2), 5-20.
- Jahanian, Manouchehr; Zandi, Ebtihal. (2012). *Ecotourism*. Tehran: Jihad-Daneshgahi Publishing. (In Persian)

- Janparvar, Mohsen, Salehabadi, Reyhaneh and Mehdi, Masoumeh (2019). "Strategic Cultural Tourism to Strengthen the National Identity of the Islamic Republic of Iran". *Applied Studies in Social Sciences and Sociology*. 2(5), 13-28. (In Persian)
- Jenkins, Richard. (2002). *Social Identity*. Translated by Touraj Yarahmadi, Tehran: Shiraz (In Persian)
- Kılıçlar, A.; Uşaklı, A. & Tayfun, A. (2018). Terrorism prevention in tourism destinations: Security forces vs. civil authority perspectives. *Journal of Destination Marketing & Management*, (8), 1-15.
- Lemert, C. (1993). 'Social Theory: Its Uses and Pleasures' in Lemert, C. (ed.) *Social Theory: The Multicultural and Classic Readings*, Oxford, Westview Press.
- Lindstrom, M. (2008). Social Capital, Anticipated Ethnic Discrimination and Self-Reported Psychological Health: A Population-Based Study. *Social Science & Medicine*, 66(1), 1-13.
- Meshkini, Abolfazl; Hosseini, Masoumeh; Rabbani, Taha; Abbaszadeh, Soghari. (2016). "Investigating Factors Affecting the Feeling of Social Security of Urban Tourists (Case Study: Torqeba City)". *Urban Tourism Journal*, 3(1), 17-30. (In Persian)
- Mottaghi, Samira; Sadeghi, Mohammad; Dalalat, Morad. (2016). "The Role of Security in the Development of Foreign Tourism (Case Study: Foreign Tourists in Yazd City)". *Urban Tourism Journal*, 3(1), 77-91. (In Persian)
- Mousavi, Seyed Mohammad (2010). *Presenting a Social Security Model in Tourism Destinations (Case Study: Tehran City)*, PhD Thesis in Tourism Management, University of Science and Culture, Tehran. (In Persian)
- Mthembu, N. (2009). *Tourism Crime, Safety and Security in the Umhlatuze District Municipality*, MSs Thesis of Recreation and Tourism, Faculty of Arts, University of New Zealand, P. 138.
- Pourahmad, A.; Eyvazlou, M. & Mahbob, H. (2011). Examine the relationship between religiosity and sense of security in rural and urban areas (study city Kuhdasht). *Journal of Strategic Studies security and social order, the first year, the first issue*, S37-1.
- Rezvani, Mohammad Reza, Hesam, Mehdi, Karimi, Seyed Hadi (2014). *Network Analysis in Tourism*, Mahkameh Publications, Tehran. (In Persian)
- Rezvani, Mohammad Reza. (2011). *Rural Tourism Development with a Sustainable Tourism Approach*. Tehran: Tehran University Press, Second Edition. (In Persian)
- Shahrabi-Farahani, Mahdieh. (2014). "Tourism and Cultural Identity, a Multifaceted Perspective: Cultural Tourism 3(10), 53-54. (In Persian)
- Shiani, Malihe and Hashemi, Somayeh. (2012). "Tourism Experience and National Identity Case Study: Citizens of Shiraz". *Iranian Journal of Sociology*, 14(2), 57-78. (In Persian)
- Theil, H. (2007). *Economics and Information Theory*. Amsterdam: North

- Holland.
- THI AI CAM, T. (2011). *EXPLAINING TOURISTS SATISFACTION AND INTENTION TO REVISIT NHA TRANG, VIET NAM*. Master Thesis in Fisheries and Aquaculture Management and Economics (30 ECTS), The Norwegian College of Fishery Science University of Tromso, Norway & Nha Trang University, Vietnam.
- University of Dortmund (2001). *Sustainable Regional Development for Tourism in County Donegal*. Republic of Ireland, Faculty of Spatial Planning.
- Vosoghi, Leila, Yazdani, Mohammadreza and Tamahani, Atefeh. (2018). "Evaluating the Impact of City Identity on Tourist Satisfaction and Loyalty (Case Study: Kerman City)". *Urban Tourism Journal*, 5(1), 17-31. (In Persian)
- Weaver, David B. (2001). *The encyclopedia of ecotourism*. CABI Publishing, New York.
- Yousefi, Javad; Sharifi-Tehrani, Mohammad. (2016). "An Analysis of the Social and Cultural Effects of Tourism Development (Study of Birjand County)". *Development Strategy*, 12 (48), 137-155. (In Persian)
- Zahedi, Shams-Sadat. (2011). "Globalization and Sustainable Development". *Strategic Studies of Public Policy*, 2 (3), 1-18. (In Persian)
- Zarrabi, Asghar; Zanganeh, Mehdi. (2010). "The Place of Social Security in Sustainable Tourism Development with Emphasis on Iran". *Collection of Articles of the Regional Conference on Tourism Industry*. (In Persian)
- Zarrabi, Asghar; Zanganeh, Mehdi. (2010). "The place of social security in sustainable tourism development with emphasis on Iran". *Collection of articles of the regional conference of the tourism industry*. (In Persian)