

ارزیابی مدیریت استفاده از فرصت‌های ناشی از زلزله سال ۱۳۸۲ بم از دیدگاه گردشگران ایرانی

حسین یغفوری - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه سیستان و بلوچستان، سیستان و بلوچستان، ایران
ابوذر پایدار* - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشگاه سیستان و بلوچستان، سیستان و بلوچستان، ایران
محسنه هادی‌زاده - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، سیستان و بلوچستان، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۱/۳۰

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۹/۰۸

چکیده

بحران‌های محیطی بر گردشگری تأثیرات مثبت و منفی دارد که تأثیرات مثبت آن شامل فرصت‌هایی در زمینه گردشگری سیاه، فرهنگی و مذهبی است. هدف پژوهش حاضر شناسایی فرصت‌های ناشی از زلزله دی‌ماه ۱۳۸۲ برای توسعه گردشگری و میزان استفاده مؤثر از این فرصت‌ها به منظور توسعه گردشگری شهر بم است. نوع پژوهش توصیفی-تحلیلی، و شیوه گردآوری داده‌ها اسنادی و میدانی است. به منظور سنجش روایی و پایایی پرسشنامه، از نظرات کارشناسان و آلفای کرونباخ استفاده، و داده‌های گردآوری شده در محیط SPSS تحلیل شده است. جامعه نمونه ۲۷۰ نفر از گردشگران داخلی هستند که در سال ۱۳۹۳ به شهر بم وارد شدند. روش توزیع جامعه نمونه تصادفی ساده است و یافته‌ها نشان می‌دهد مردم جهان بم را با ارگ و زلزله می‌شناسند و زلزله جزئی از هویت شهر شده است. در نتیجه، خرابه‌های ناشی از زلزله فرصت‌های مناسبی برای توسعه گردشگری شهر بم ایجاد کرده که البته هنوز بالفعل نشده و به طور مؤثر به کار نرفته است، با این حال مدیران به منظور بازگرداندن بازارها و محصولات گردشگری مقصد به پیش از فاجعه، بر رویکرد بازسازی کامل تأکید دارند. در این رویکرد گردشگرانی که به دلیل تغییر در ویژگی‌های مقصد افزایش می‌یابند، نادیده گرفته می‌شوند؛ مانند افرادی که به دیدن سایت‌های فاجعه و خرابی‌های ناشی از زلزله علاقه‌مند هستند یا افرادی که تمایل دارند روز گرامیداشت قربانیان را ببینند. در مجموع، زلزله بم ویژگی‌های مقصد گردشگران این شهر را تغییر داده و فرصت‌های نوینی را در زمینه توسعه گردشگری ایجاد کرده است.

واژه‌های کلیدی: توسعه گردشگری، زلزله، شهر بم، گردشگر ایرانی، گردشگری نوستالژیک.

مقدمه

بدون شک گردشگری موضوع جدید ذهن بشر نیست. مسافرت روی زمین یکی از فعالیت‌های انسان و ثبت‌شده در تاریخ زندگی اوست. فعالیت گردشگری امروزه به‌منزله یکی از فعالیت‌های مهم و پویا در جهان مطرح است؛ به‌طوری‌که شمار گردشگران داخلی و خارجی و میزان درآمدزایی آن در سطح جهانی پیوسته رو به افزایش است (قنبری و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۰۶). از دهه ۱۹۸۰ میلادی به بعد، نوع جدیدی از گردشگری با عنوان «گردشگری نوین» شروع به رشد کرد که تأکید زیادی بر برنامه‌ریزی و نظارت بیشتر بر مقاصد و سایت‌های گردشگری «در راستای توسعه پایدار» داشت. با بررسی روندهای موجود در صنعت گردشگری، به‌ویژه ظهور مقاصد جدید آن در آسیای جنوب شرقی، آفریقا و خاورمیانه، نتایج پیش‌بینی‌شده تا حد زیادی برای توسعه این صنعت نوین تأیید می‌شود (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۲). در این میان، نواحی شهری به‌دلیل داشتن جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، مقاصد گردشگری مهمی در گردشگری نوین محسوب می‌شوند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارند که گردشگران بسیاری را جذب می‌کند (رضایی‌نیا و جعفری، ۱۳۹۳: ۸۰). با توجه به تجارب جهانی، به‌ویژه در کشورهای زلزله‌خیز ژاپن و چین می‌توان گفت از میان حوادث مهم، زلزله و پیامدهای آن در حوزه گردشگری نوین مدنظر است. این بلای طبیعی علی‌رغم پیامدهای جان‌سوز و ویرانگر خود فرصت‌هایی را در زمینه گردشگری نوین ایجاد می‌کند که زیرمجموعه گردشگری نوستالژیک قرار می‌گیرد. بلایای طبیعی همواره در طول حیات کره زمین وجود داشته و خواهد داشت. وقوع زلزله در اغلب موارد تأثیرات مخربی بر سکونتگاه‌های انسانی باقی می‌گذارد و تلفات سنگینی بر ساکنان آن‌ها وارد می‌کند (قنواتی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۶). گفتنی است ارتباط بین گردشگری شهری و بلایای طبیعی دو جنبه متضاد دارد؛ از یک سو بحث پیامدهای منفی بلایای طبیعی بر بخش گردشگری مطرح است و از سوی دیگر فرصت‌هایی است که پس از وقوع بلایای طبیعی در اختیار بخش گردشگری قرار می‌گیرد. درباره جنبه منفی بلایای طبیعی در بخش گردشگری می‌توان گفت صنعت گردشگری صنعتی بسیار ظریف، حساس و بی‌ثبات است، به‌ویژه زمانی که خطر بلایای طبیعی مطرح می‌شود (موحد، ۱۳۸۶: ۱۵).

باید توجه داشت که وقوع حوادث ناگوار تألمات زیادی به همراه دارد، اما فرصتی را فراروی برنامه‌ریزان قرار می‌دهد تا برنامه‌های مناسبی که پیش‌تر امکان اجرای آن ناممکن بود، عملی شود. با بهره‌گیری از تفکر خلاق و روش‌های مناسب می‌توان چالش‌ها را به فرصت‌هایی برای گردشگری تبدیل کرد (محمودی و مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۳۲). اهمیت گردشگری شهری نوستالژیک زمانی که با تاریخ و تمدن یا شرایط ویژه طبیعی یک ناحیه همراه شود، دوچندان می‌شود و در این بین، شهر آسیب‌دیده با برنامه‌ریزی‌های مناسب قابلیت تبدیل به قطب گردشگری را پیدا می‌کند (یغفوری و همکاران، ۱۳۹۰: ۶).

تاکنون مطالعه جامعی درباره قابلیت‌های مقصد گردشگری پس از بلایا و استفاده از فرصت‌های ناشی از زلزله بر جذب گردشگر و رونق گردشگری در کشور انجام نشده است؛ در حالی که در ادبیات بین‌المللی، به‌ویژه در دهه ۹۰ میلادی به بعد شاهد تدوین اسناد گسترده‌ای درخصوص استفاده از فرصت‌های ناشی از حوادث هستیم. گفتنی است در داخل کشور مطالعاتی در زمینه فرصت‌های گردشگری ناشی از زلزله انجام نشده و تنها پژوهش‌هایی پیرامون بازسازی و احیای شهر بم صورت گرفته است.

کیانی (۱۳۸۳) در مقاله‌ای با عنوان «توسعه پایدار و بازسازی بم» به توسعه پایدار شهرها و نحوه بازسازی پس از زلزله پرداخته است.

سلطان‌زاده (۱۳۸۴) در مقاله‌ای با عنوان «نقش سازمان‌های غیردولتی (NGO) در بازسازی بم» به بررسی نقش این

سازمان‌ها در بازسازی این شهر پرداخته است. در این مقاله ضمن بازگویی شرایط اسفبار در بم، تصویر روشنی از برخی فعالیت‌های این سازمان‌ها ارائه می‌شود.

محمدی‌آبادی در پایان‌نامه خود (۱۳۸۷) با عنوان «شناسایی و ارزیابی فرصت‌های توسعه ناشی از زلزله با تأکید بر ابعاد کالبدی شهر» به این نتیجه رسیده است که از بین معیارهای کالبدی منتخب برای شناسایی میزان استفاده از فرصت‌های توسعه، از معیار مسکن (مقاوم‌سازی، نظارت بر ساخت‌وساز، نمای ساختمان و...) و معیار خدمات عمومی (خدمات آموزشی، درمانی، ورزشی و...) بیشترین استفاده شده است؛ در حالی که خدمات زیربنایی (آب، برق، مخابرات و فاضلاب شهری) معابر و بافت شهر همچنان دچار مشکل هستند. به نظر می‌رسد این مسئله از مدیریت ضعیف و ناهماهنگی برنامه‌های بازسازی ناشی می‌شود و باید توجه داشت که نقش دولت، بازسازی اثرگذارترین عامل در میزان استفاده از فرصت‌های توسعه بوده است.

جلال‌آبادی (۱۳۹۱) در پایان‌نامه خود با عنوان «توسعه پایدار شهری بم» به این نتیجه رسید که این شهر از نظر شاخص‌های پایدار شهری در مقایسه با متوسط نظام شهری کشور وضعیت مطلوب‌تری دارد و در مجموع در ردیف شهرهای پایدار قرار می‌گیرد. در ادامه، خلاصه مطالعاتی که در سطح جهانی در زمینه فرصت‌های ناشی از زلزله انجام شده است بیان می‌شود:

هانگ^۱ و جنیفر (۲۰۰۲) در مقاله‌ای با عنوان «ویرانی زلزله و بهبود در گردشگری: مورد تایوان» به بررسی اقدامات دولت تایوان برای احیا و روند بهبود گردشگری پس از فاجعه زلزله سپتامبر سال ۱۹۹۹ معروف به زلزله «۹۲۱» این کشور پرداخته‌اند.

ینگ^۲ (۲۰۱۱) در پایان‌نامه‌ای تحت عنوان «ایجاد یک مدل گردشگری پایدار پس از فاجعه برای احیای گردشگری: تحلیل واکنش سیچوان به زلزله ونچوان در سال ۲۰۰۸» به تحلیل واکنش سه گروه دولت، ساکنان محلی و گردشگران در مدیریت بحران زلزله ۲۰۰۸، و اقدامات برای تجدید حیات گردشگری این منطقه طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۱ پرداخته است.

نیک^۳ (۲۰۱۲) در پژوهش «توسعه گردشگری سیاه در جامعه معاصر» گردشگری تاریک را نوع ویژه‌ای از گردشگری می‌داند و معتقد است بسیاری از کشورها پتانسیل این نوع گردشگری را دارند، اما توسعه آن به راهکارهای خاص و منطبق با شرایط هر کشور نیازمند است.

ناگای^۴ (۲۰۱۲) در پایان‌نامه‌ای با عنوان «نقش گردشگری پس از زلزله بزرگ شرق ژاپن» به بررسی و تحلیل این نقش در بازسازی مناطق زلزله‌زده پس از زلزله ۱۱ مارس ۲۰۱۱ در این کشور پرداخته و دریافته است که صنعت گردشگری و گردشگران نقشی اساسی در اعتمادبه‌نفس و امیدواری بازماندگان زلزله دارند و بازماندگان با این تفکر که گردشگران تنها حامیان آن‌ها هستند در احیای صنعت گردشگری کشور کمک می‌کنند و مشارکت دارند.

کوتس و فرگوسن^۵ (۲۰۱۳) در مقاله‌ای با عنوان «برداشت‌ها و مفاهیم بعد از زلزله برای تمرین کسب‌وکار در زمینه گردشگری تاریک» به بررسی قابلیت زلزله در زمینه گردشگری سیاه در زلزله ۲۰۱۱ در کرایست‌چرچ نیوزیلند پرداختند و بر نقش ساکنان محلی در توسعه و عرضه هدفمند محصولات گردشگری تاریک پس از زلزله منطقه کانتربری تأکید

^۱Hung and Jennifer

^۲Ying

^۳Minic

^۴Nagai

^۵Coats and Ferguson

^۶Christchurch

کردند.

بیران^۱ و همکاران (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان «مقاصد گردشگری پس از زلزله سیچوان چین» به بررسی انگیزه گردشگران داخلی برای بازدید سیچوان پس از زلزله پرداخته‌اند. این مطالعه اهمیت ویژگی‌های تاریک مقصد را نشان می‌دهد که پس از فاجعه ظاهر، و به ظهور نوع جدیدی از گردشگری در منطقه زلزله‌زده منجر می‌شود؛ از این‌رو، بر مبنای ماهیت موضوع پژوهش و پیشینه مطالعاتی آن درمی‌یابیم با توجه به اهمیت بیش‌ازپیش صنعت گردشگری مرتبط با بلایای طبیعی و انسانی در دنیا از نظر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... ضرورت پرداختن به موارد فرصت‌های جذب گردشگر و روند احیای صنعت گردشگری پس از حوادث و بلایا بسیار حیاتی است.

با توجه به پیشینه و ماهیت موضوع پژوهش می‌توان مسئله پژوهش حاضر را واکاوی فرصت‌های گردشگری ناشی از زلزله بم در ارگ قدیم و در سطح شهر بم، همچنین میزان استفاده از این فرصت‌ها و میزان توجه مسئولان به این فرصت‌ها دانست. در واقع، از آنجا که علی‌رغم سعی مسئولان بر بازسازی کامل شهر هنوز دیر نشده و این فرصت باقی است که مخروبه‌های باقیمانده از زلزله در شهر و ارگ قدیم حفظ شود، یا تپه‌ها و انبارهای الوار محافظت، و برای بازدید از آن برنامه‌ریزی شود، هدف پژوهش حاضر این است که این فرصت‌ها از دیدگاه گردشگران داخلی شناسایی و تحلیل، و میزان استفاده و چگونگی بهره‌گیری از آن‌ها بر رونق و توسعه گردشگری شهر بم سنجیده شود. بر این اساس، پرسش‌های تحقیق بدین‌صورت طرح می‌شود که زلزله سال ۱۳۸۲ شهر بم چه فرصت‌هایی را پیش روی توسعه گردشگری منطقه قرار داده است؟ و آیا از فرصت‌های به‌وجودآمده به‌طور مؤثر برای توسعه گردشگری شهر بم استفاده شده است؟

مبانی نظری

گردشگری با توجه به تفاوت‌های مکانی و زمانی، اشکال خاصی به خود می‌گیرد و نباید منتظر ظهور شکل واحدی از این صنعت در سراسر جهان باشیم. شناخت دقیق ویژگی‌های گردشگری در قالب ظرف زمانی و مکانی هر جامعه، یعنی توجه به تفاوت‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی آن جامعه ضرورتی انکارناپذیر است (حیدری چپانه، ۱۳۹۰: ۱۸). ممکن است مقاصد گردشگری از عوامل تأثیرگذار خارجی که از کنترل آن‌ها خارج است تأثیر بپذیرد و آسیب ببینند؛ مانند تغییرات مد یا تغییر در شرایط سیاسی و زیست‌محیطی. از سوی دیگر بخش گردشگری از صنایعی است که بر نوآوری و تحول استوار است و در غیر این صورت نابود می‌شود. گواه این امر سعی و تلاش بی‌وقفه فعالان موفق این بخش در عرصه جهانی است که همواره درصددند از راه‌های مختلف مانند نوسازی هتل‌ها، افزودن امکانات رفاهی جدید، ناسازی مدرن، طرح جذابیت‌های نو و خارق‌العاده، ایجاد تفریحات متنوع و ورزش‌های جدید متناسب با مناطق توریستی و هزاران روش ابتکاری و نوآورانه، سبب طرح پکیج‌های متنوع و جذاب گردشگری در منطقه موردنظر شوند و شمار بیشتری از گردشگران علاقه‌مند را از سراسر جهان جذب کنند (زرین جوی و عباسپور، ۱۳۹۰: ۲).

عاقلاًنه است در مدیریت گردشگری با توجه به منابعی که در اختیار مقصد قرار دارد گردشگری را متنوع کرد و بیش از یک نوع از آن را ارائه داد (Fabricius, 2011: 46) مانند گردشگری آموزشی / مطالعاتی، گردشگری کشاورزی، گردشگری مذهبی، گردشگری ورزشی، گردشگری فرهنگی، گردشگری تاریخی، گردشگری میراث، گردشگری تلخ، گردشگری نوستالژی و غیره. بلایای طبیعی ممکن است فرصت‌های توسعه گردشگری را فراهم کنند و در این بین مدیریت بازسازی پس از بحران فرصت مهمی برای آغازکردن برنامه‌های توسعه است (Stephenson 1994: 10).

ویرانی و خرابی‌های زیربناها و ساخت‌وسازها فرصتی را برای بازسازی آن‌ها با استاندارد بهتر و مقاوم‌تر یا انتقال دادن این مکان‌ها از مکان‌هایی که آسیب‌پذیر است فراهم می‌کند (Asgary 2005: 5)؛ بنابراین بحران‌ها/ بلایا همیشه تهدید نیست، بلکه می‌توان آن‌ها را فرصت‌هایی برای توسعه نیز در نظر گرفت که عبارت است از:

- مجموعه فرصت‌های نهادی و اجتماعی (ایجاد نهادهای توسعه‌ای و مشارکت در بازسازی)؛

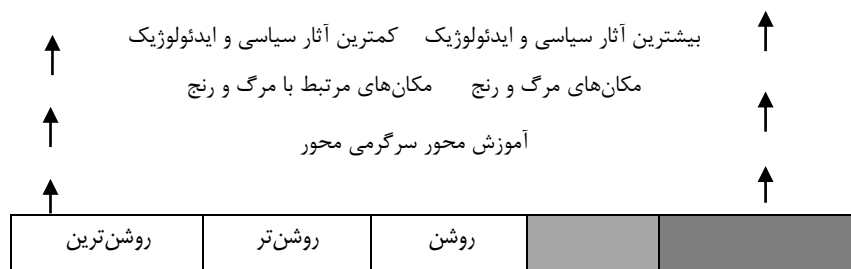
- فرصت‌های اقتصادی و بازرگانی (توسعه صنعت، توریسم، کشاورزی)؛

- فرصت‌های آموزشی و یادگیری (ایجاد آزمایشگاه‌ها، رشته‌های درسی و ایجاد موزه زلزله)؛

- فرصت‌های توسعه کالبدی (مقاوم‌سازی، اصلاح بافت قدیم شهر، اجرای طرح‌های بزرگ در زمان بازسازی) به‌عنوان یک فرصت طلایی (حاجی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۵)؛ بنابراین، یکی از فرصت‌های اصلی ناشی از زلزله فرصت‌های ایجادشده برای بخش گردشگری است که با عنوان گردشگری نوستالژیک (تلخ، تاریک و سیاه) در حال توسعه است، این بخش در شهر بم پس از زلزله سال ۱۳۸۲ ظرفیت و استعداد ویژه‌ای پیدا کرد که باید در مطالعات و برنامه‌ریزی گردشگری این شهر مدنظر قرار بگیرد. اصطلاح گردشگری نوستالژیک را راجک^۱ در سال ۱۹۹۳ مطرح کرد و گفت «گردشگری در مکان‌هایی مانند قبرستان‌ها، یادمان‌ها یا فضاهایی است که در آن شمار زیادی از مردم به‌طور ناگهانی و ظالمانه‌ای کشته شده‌اند» راجک با ارائه نمونه‌هایی مربوط به سده‌های میانه معتقد است هرچند این نوع گردشگری همواره وجود داشته، شکل آن در زمان کنونی متأثر از پست‌مدرنیسم تغییرات بسیاری کرده است (Yuill, 2003: 10-12).

استرانگ گردشگری سیاه را سفر برای رویارویی با صحنه‌های واقعی یا سمبولیک ناشی از مرگ یا مصیبت می‌داند (Strange, 2002: 387). «گردشگری تلخ، مفهومی عمیق‌تر و به‌مراتب بیش از بازدید مکان‌هایی است که در آن‌ها جنگ، بی‌رحمی و فاجعه رخ داده است (Floy & Lennon, 1999: 5).

از نظر شارپلی گردشگری سیاه «سفر و بازدید از مکان‌ها، یادمان‌ها، نمایشگاه و موزه‌هایی است که صحنه‌های واقعی یا بازسازی‌شده‌ای از مرگ، مصیبت و فجایع را به‌عنوان موضوع اصلی خود ارائه می‌دهند (Sharpley, 2008: 577). گردشگری تلخ شامل زیرمجموعه‌هایی از جمله گردشگری جنگ، گردشگری زندان، گردشگری فقر و گردشگری مصیبت و بلاست. درحقیقت، بسیاری از حوادث، رویدادها و پدیده‌ها، در دنیای پست‌مدرن ممکن است به محصول و مقصد گردشگری تبدیل شوند. نوستالژی و یادمان‌های جنگی و حماسه‌ای یک جامعه، کلید و راهنمای ورود به فرهنگ پست‌مدرنیسم آن جامعه، و گردشگری تلخ نیز به مفهوم زمینه‌ای برای تجربه پست‌مدرنیسم است. خیلی بیشتر از یک جاذبه گردشگری، این سفری منحصربه‌فرد است، به‌ویژه برای کسانی که در آن روزهای تلخ، شیرین زندگی می‌کردند، یا کسانی که جوان‌تر از آن هستند که این خاطرات را به یاد بیاورند (Lennon & Floy, 1999, 47). محصولات گردشگری تلخ، به‌دلیل تنوع گسترده براساس مشخصه‌های تعریف‌شده و با توجه به ویژگی‌های هر محصول، در طیفی پویا و سیال قرار می‌گیرد که با آن مکان‌ها و جاذبه‌های خاصی، سیاه‌تر یا تلخ‌تر و مکان‌ها و جاذبه‌هایی روشن‌تر از بقیه است.



شکل ۱. طیف محصولات گردشگری تلخ

(منبع: غضنفرپور و پایدار، ۱۳۹۱: ۴۴-۳۲)

خلاصه‌ای از تجربیات مرتبط با مدیریت فرصت‌های گردشگری ناشی از فجایع و بلایا

جدول ۱. تجربیات جهانی مرتبط با فرصت‌های گردشگری ناشی از بلایا

فاجعه/حادثه	سال وقوع	اقدامات انجام‌شده برای توسعه و تنوع گردشگری
زلزله ژاپن	۱۷ ژانویه ۱۹۹۵ ۱۱ مارس ۲۰۱۱	- بازسازی زیرساخت‌های شهری و ساختمان‌ها با شیوه‌های مهندسی مقاوم در برابر زلزله - ساخت موزه زلزله کوبه، حفاظت از تنها درخت کاج بازمانده از حادثه ۱۱ مارس (جاذبه گردشگری درخت معجزه) و توسعه گردشگری سیاه در ژاپن
زلزله چین	۱۲ می ۲۰۰۸	- ساخت پارک آثار زلزله و موزه، به‌منظور حفظ یاد و خاطره زلزله و توسعه گردشگری آموزشی - برگزاری تورهای یک‌روزه به شهر «بیچوان» برای گردشگران
زلزله تایوان	۲۱ سپتامبر ۱۹۹۹	- ساخت موزه روباز زلزله و توسعه گردشگری آموزشی (معروف به زلزله ۹۲۱)
طوفان کاترینا	۲۰۰۵	- رونق گردشگری سیاه پس از طوفان در منطقه نیوارلثان و مشاهده خانه‌های رهاشده
فوران آتش‌فشان اندونزی	۲۰۱۰	- برگزاری تور آتشفشان به‌وسیله مؤسسات تورگردانی محلی فرصتی برای مشاهده تخریب‌های گسترده و عمیق، توسعه گردشگری سیاه
چرنوبیل	۲۶ آوریل ۱۹۸۶	- توسعه گردشگری سیاه، ارائه تورهای ویژه برای مسافران علاقه‌مند در شهرهای متروک اوکراین
حادثه آمریکا	۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱	- سایت گراندزبرو پس از حادثه با برنامه‌ریزی به یکی از ده جاذبه گردشگری نیویورک تبدیل شده است. حفظ یاد و خاطره حادثه و گرامیداشت قربانیان و جذب میلیون‌ها گردشگر هرساله

منابع :

<http://www.japantimes.co.jp>

<https://www.insidejapantours.com>

<http://www.hyogo-tourism.jp>

<http://muza-chan.net/japan>

<http://blog.jtbusa.com>, (Sagala, et al., 2012), (Jin Yan, et al., 2016)

<http://www.921emt.edu.tw>

<http://stephc.wixsite.com>

<http://m.taiwan.net.tw>

<http://www.dark-tourism.com>

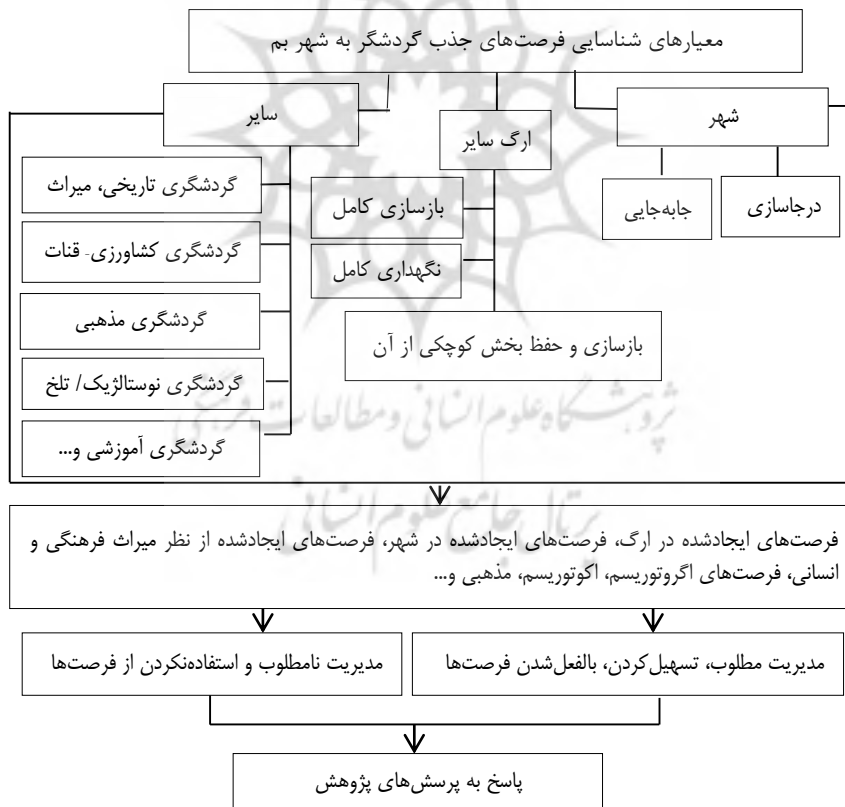
<https://chernobyl-tour.com/english>

جدول ۲. تجربیات داخلی مرتبط با فرصت‌های گردشگری ناشی از بلایا

فاجعه/حادثه	سال وقوع	اقدامات انجام شده برای توسعه و تنوع گردشگری
جنگ تحمیلی	۳۱ شهریور ۱۳۵۹	- کاروان راهیان نور به مناطق عملیاتی جنوب - توسعه گردشگری جنگ - حفظ یاد و خاطره جنگ
زلزله طبس	۲۵ شهریور ۱۳۵۷	- جابه‌جایی روستای کریت (ساخت روستای جدید در بالادست مکان قبلی) - خرابه‌های روستا تقریباً دست‌نخورده باقی مانده و به ثبت آثار ملی رسیده است. - ساخت روستای جدید اصفهک در جوار روستای زلزله‌زده اصفهانک - حدود ۳۰ روستا پس از زلزله طبس دست‌نخورده باقی مانده است.
زلزله اردبیل	۱۰ اسفند ۱۳۷۵	- ساخت روستای جدید در جوار روستای زلزله‌زده - خرابه‌های روستا تقریباً دست‌نخورده باقی مانده است (جاذبه گردشگری).

منبع: www.tabasgardeshgari.com؛ www.isna.ir، www.chn.ir

با توجه به پیشینه پژوهش و تجربیات جهانی و داخلی استفاده از فرصت‌های ناشی از بلایا و مشاهدات صورت گرفته از منطقه، در شکل ۱ الگوی تحلیلی برای شناسایی و تحلیل فرصت‌های توسعه و جذب گردشگر به شهر بم نشان داده می‌شود.

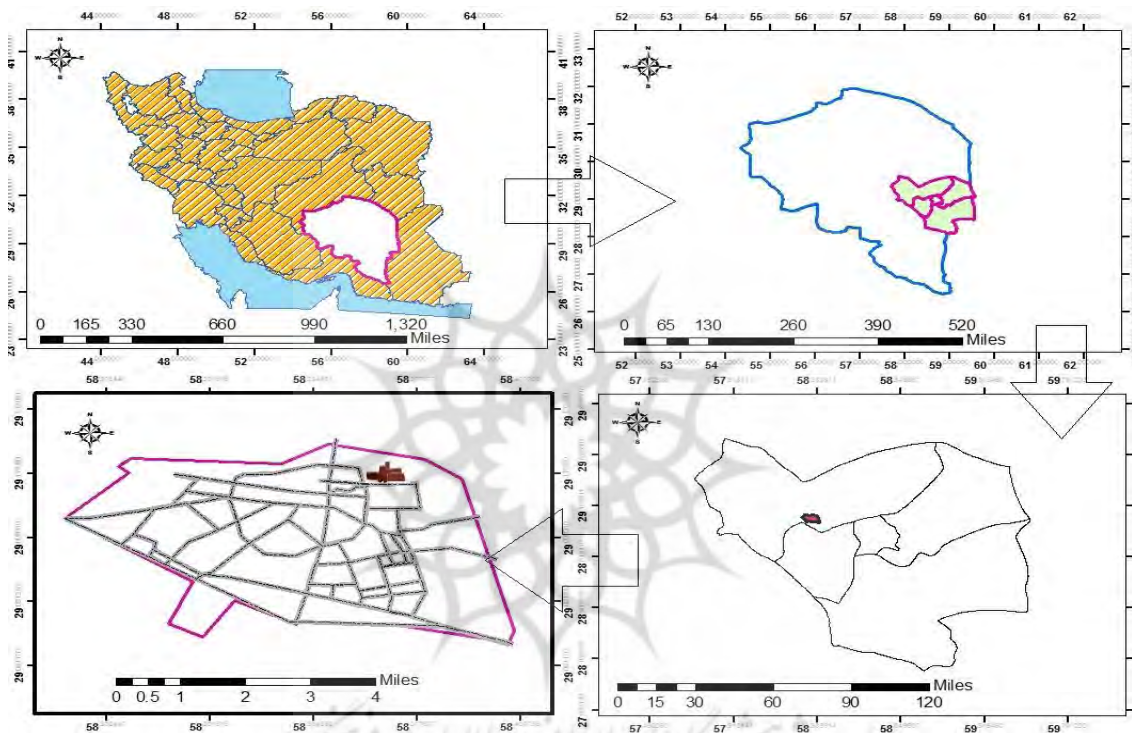


شکل ۱. الگوی مفهومی پژوهش

محدوده مورد مطالعه

شهر بم مرکز شهرستان بم، در مسیر کرمان-زاهدان واقع است که از نظر موقعیت جغرافیایی طول آن ۵۸ درجه و ۲۱ دقیقه و ۴۲ ثانیه و عرض آن ۲۹ درجه و ۶ دقیقه و ۲۷ ثانیه است. این شهر از شمال به شهرستان کرمان، از جنوب به

شهرستان ریگان، از شرق به شهرستان فهرج و از غرب به شهرستان جیرفت محدود است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان بم، ۱۳۹۴). سحرگاه جمعه ۵ دی ماه سال ۱۳۸۲، برابر با ۲۶ دسامبر ۲۰۰۳ زلزله‌ای ویرانگر، شهر تاریخی بم، بروات و روستاهای اطراف را به شدت لرزاند و تلفات و خسارات مالی و جانی جبران‌ناپذیری برجای گذاشت. علاوه بر این میراث تاریخی و فرهنگی ملموس و ناملموس نیز متحمل خسارات سنگینی شد و ارگ تاریخی بم، بزرگ‌ترین بنای خشتی جهان، آسیب کلی و اساسی دید. این فاجعه ملی موجب کشته شدن بیش از ۳۰ هزار و زخمی شدن حدود ۲۵ هزار نفر شد (فرمانداری بم، ۱۳۹۴). از نظر جمعیتی، براساس نتایج سرشماری ۱۳۹۰ جمعیت شهرستان بم ۱۹۵ و ۱۹۲ نفر برآورد شده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰).



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی شهر بم در کشور و استان

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و به روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری آن را نیز گردشگران ایرانی به مقصد ارگ و شهر بم در سال ۱۳۹۳ تشکیل می‌دهند که براساس آمار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهر بم، تعداد آن‌ها ۳۰۹ هزار و ۳۵۰ نفر بوده است. حجم نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری کوکران ۲۷۰ نفر به دست آمد. روش توزیع جامعه نمونه روش نمونه‌گیری تصادفی است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از دو روش کتابخانه‌ای و روش میدانی، و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه از طریق استادان و کارشناسان صاحب‌نظر و آگاه به موضوع پژوهش انجام و پایایی پرسشنامه با آزمون آلفای کرونباخ ۰/۹۲ محاسبه شد. در سطح مؤلفه‌ها و شاخص‌ها نیز میزان پایایی پرسشنامه در جدول ۲ ارائه شد.

جدول ۲. مؤلفه‌ها و شاخص‌های ارزیابی فرصت‌های ناشی از زلزله در شهر بم و مدیریت آن

مؤلفه	شاخص‌ها و گویه‌ها	مقدار آلفا
گردشگری نوستالژیک	خرابی‌های زلزله در ارگ، خرابی‌های زلزله در شهر، بازسازی و جابه‌جایی در شهر، بازدید از قبرستان‌ها و تپه‌های آوار	۰/۸۹
گردشگری تاریخی، میراث	موزه شهر بم، هویت خانه‌باغی بم، بافت خشتی اطراف بم، و ...	۰/۹۴
گردشگری کشاورزی-قنات	بازدید از نخلستان‌های شهر بم، نخل کهن بم، قنات، مراسم برداشت خرما، جشن خرما در شهر یورماه و...	۰/۹۱
گردشگری آموزشی	آشنایی با وضعیت گسل و اثرات مخرب زلزله، عبرت از تاریخ	۰/۹۳
گردشگری ورزشی	ورزشگاه رئال مادرید، مسابقات اسب‌سواری و رالی بیابان لوت مجاور بم	۰/۸۸
گردشگری مذهبی	مراسم عظیم عاشورا در بم، امامزاده‌ها، روشنایی شمع در شب‌های جمعه و...	۰/۹۵
گردشگری صنایع‌دستی و هنری	بازارچه و کارگاه‌های ویژه تولید صنایع‌دستی به‌دست بازماندگان زلزله	۰/۹۲

بحث و یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

شهر بم و جاذبه‌های آن مقصد سفر گردشگران ایرانی از همه بخش‌های کشور است. تحلیل توزیع فضایی مبدأ سفر گردشگران داخلی شهر بم نشان داد گردشگران وارد شده به این شهر در مجموع از ۱۵ استان هستند که بیشترین فراوانی به استان کرمان (۹۰ نفر معادل ۳۳/۳ درصد) و کمترین فراوانی (۱ نفر معادل ۰/۴ درصد) به استان سمنان مربوط است (جدول ۳).

جدول ۳. مبدأ سفر گردشگران داخلی به تفکیک استان

استان	اصفهان	تهران	خراسان رضوی	خراسان جنوبی	خراسان شمالی	خوزستان	سیستان و بلوچستان	سمنان	قزوین	کرمان	لرستان	مازندران	هرمزگان	یزد	مجموع
فراوانی	۲	۸۰	۱۲	۷	۳	۲	۲۸	۱	۶	۹۰	۴	۳	۱۵	۱۳	۲۷۰
درصد	۰/۷	۲۹/۶	۴/۴	۲/۶	۱/۱	۰/۷	۱۰/۵	۰/۴	۰/۲	۳/۳	۱/۵	۱/۱	۵/۶	۴/۸	۱۰۰

از میان گردشگران، ۳۰ درصد برای بار اول، ۱۴/۸ درصد برای بار دوم، و ۵۵/۲ درصد بیش از دو بار پس از زلزله به شهر بم سفر کرده‌اند. از نظر میزان تمایل به مسافرت مجدد، حدود ۹۴/۱ درصد بسیار علاقه‌مندند که در اولین فرصت به شهر بم سفر کنند و ۵/۹ درصد علاقه‌ای به سفر مجدد ندارند.

یافته‌های تحلیلی پژوهش

یافته‌ها در راستای پاسخ به پرسش اول پژوهش

در راستای پاسخ به پرسش اول مبنی بر اینکه «به نظر می‌رسد زلزله چه فرصت‌هایی را برای جذب گردشگر در شهر بم ایجاد کرده است؟» از یافته‌های حاصل از بررسی آمار سازمانی و کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسشنامه استفاده شد که یافته‌های آن در ادامه بیان می‌شود.

الف) یافته‌های حاصل از آمار سازمانی و کتابخانه‌ای

براساس آمار سازمان میراث فرهنگی شهرستان بزم، در سال ۱۳۸۲ (تا ۱۳۸۲/۱۰/۵) حدود ۱۲۰ هزار نفر از ارگ تاریخی بزم بازدید کردند، اما در سال ۱۳۹۲ تقریباً ۳ برابر یعنی ۳۹۰ هزار و ۳۰۲ این مکان را دیدند که در این بین، تعداد گردشگران داخلی از گردشگران خارجی بیشتر بوده است، همچنین آمار گردشگران ارگ بزم در مقایسه با دوران پیش از زلزله به‌طور محسوسی افزایش یافته است. در واقع، کنجکاوی گردشگران برای دانستن اتفاقی که در بزم رخ داده، توجه آنان را به شهر و ارگ افزایش داده است؛ به‌طور کلی هرچند ورود گردشگران به شهر بزم پس از زلزله نوسان داشته است، فراوانی سالانه گردشگران نشان‌دهنده روند صعودی ورود گردشگر به شهر بزم است.

ب) یافته‌های حاصل از مصاحبه

در راستای شناخت فرصت‌های گردشگری ناشی از زلزله ۵ دی‌ماه ۱۳۸۲ شهر بزم، براساس مصاحبه‌های انجام‌شده با کارشناسان، صاحب‌نظران و مسئولان می‌توان گفت پیش از زلزله به‌منظر فرهنگی و معماری ارگ بزم در سطح جهانی توجه کمتری می‌شد. در واقع، چنین فاجعه بزرگی توجهات را در سطح جهانی و ملی بیشتر به‌سوی ارگ بزم جلب کرد و اکنون این شهر تنها شهر ایرانی است که منظر فرهنگی آن ثبت جهانی شده است، این فرصتی راهبردی است زیرا مزیتی برای دیگر ابعاد گردشگری و اقتصاد شهر بزم به‌حساب می‌آید.

با وجود تخریب قسمت اعظم ارگ در زلزله، بازدید از ارگ قدیم بیشتر از گذشته وجود دارد. تخریب ارگ بزم توجه خاص همگان را - چه در زمینه بازدید و چه در زمینه بازسازی و نجات بخشی ارگ قدیم و دیگر جاذبه‌های تاریخی بزم - بیشتر جلب کرده است و گردشگرانی با تحصیلات و درآمد بالا و کنجکاوی بیشتر از این مکان بازدید می‌کنند که این نشانگر پتانسیل زلزله برای جذب گردشگر و فرصتی برای جلب رضایتمندی و ماندگاری گردشگران در این شهر است.

ج) یافته‌های حاصل از پرسشنامه

در اینجا یافته‌های حاصل از نظرسنجی گردشگران درمورد فرصت‌های گردشگری بزم ارائه می‌شود:

فرصت‌های ناشی از حفظ خرابی‌های زلزله (راهبرد حفظ نمادین آثار زلزله)

این مؤلفه دربرگیرنده حفظ بخشی از یک محله یا تمام یک محله شهر، احیای نخلستان و حفظ گوشه‌ای از خرابی‌ها در ارگ به‌منظور تجدید خاطره زلزله در شهر بزم است. نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد به‌طور کلی ۶۴/۱۷ درصد گردشگران موافقت خود را با حفظ خرابی‌های شهر بزم در حد زیاد و خیلی زیاد، و ۲۵/۹۶ درصد در حد متوسط و تنها ۹/۸۷ درصد در حد کم ارزیابی کرده‌اند. از نظر گردشگران داخلی مطلوب است یاد و خاطره زلزله برای شهر بزم حفظ شود و بخش‌هایی از شهر و ارگ دست‌نخورده باقی بماند. درمورد راهبرد و فرصت حفظ یک محله (گردشگری تلخ) به‌طور کلی ۶۴/۹ درصد موافقت خود را در حد زیاد و خیلی زیاد و ۲۷/۷ درصد در حد متوسط بیان کردند، همچنین درباره راهبرد حفظ یک محله به‌صورت دست‌نخورده با احیای نخلستان آن (راهبرد مرگ در کنار حیات یا راهبرد ترکیبی گردشگری تلخ و کشاورزی)، ۹۹ درصد پاسخگویان موافقت خود را برای حفظ گوشه‌ای از خرابی‌های ارگ، متوسط به بالا ارزیابی کرده‌اند.

جدول ۴. فرصت‌های ناشی از خرابی‌های زلزله از نظر گردشگران

گویه	پاسخ	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
چقدر تمایل داشتید در هنگام بازسازی، یاد و خاطره زلزله برای بازدید شما حفظ شود؟	فراوانی درصد	۲۰ ۷/۴	۷۵ ۲۷/۷	۸۶ ۳۱/۹	۸۹ ۳۳
چقدر علاقه‌مند بودید محله‌ای در شهر که کاملاً پس از زلزله تخریب شده بود برای حفظ یاد و خاطره زلزله و بازدید شما دست‌نخورده باقی می‌ماند؟ (گردشگری تلخ)	فراوانی درصد	۵۱ ۱۸/۹	۶۳ ۲۳/۳	۸۷ ۳۲/۲	۶۹ ۲۵/۶
چقدر تمایل داشتید محله‌ای در شهر برای حفظ یاد و خاطره زلزله و بازدید، دست‌نخورده باقی می‌ماند و فقط نخلستان‌های آن احیا می‌شد؟ (گردشگری تلخ + کشاورزی)	فراوانی درصد	۳۳ ۱۲/۲	۷۷ ۲۸/۶	۱۲۴ ۴۵/۹	۳۶ ۱۳/۳
تا چه اندازه تمایل دارید گوشه‌ای از خرابی‌ها در ارگ حفظ شود؟ (برای حفظ یاد و خاطره زلزله)	فراوانی درصد	۴ ۱	۶۴ ۲۴/۲	۱۱۴ ۴۲/۲	۸۸ ۳۲/۶
میانگین	درصد	۹/۸۷	۲۵/۹۶	۳۸/۰۵	۲۶/۱۲

راهبردهای جابه‌جایی شهر به هنگام بازسازی یا بازسازی کامل شهر بدون حفظ نمادهای زلزله

جابه‌جایی شهر بم به هنگام بازسازی و بازسازی کامل شهر بدون حفظ نمادهای زلزله از دیدگاه جامعه نمونه بررسی شد (جدول ۵ و ۶). با توجه به جدول ۵ در مورد جابه‌جایی شهر به هنگام بازسازی و حفظ تمامی شهر تخریب‌شده با تدابیر ویژه، به‌طور کلی ۵۸/۵ درصد گردشگران داخلی در حد کم و خیلی کم ارزیابی کرده‌اند. ۲۷/۴ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و ۱۴/۱ درصد در حد متوسط اظهار داشته‌اند. در ارتباط با مکان ساخت شهر، به‌طور کلی به‌دلیل تجربه بازسازی‌های ناموفق پیشین پیرامون جابه‌جایی مناطق آسیب‌دیده و نیز درخواست مردم بم مبنی بر درجاسازی و ساخت منازل آنان در محل‌های قبلی خود و پرهیز از جابه‌جایی شهر، همچنین با تکیه بر مطالعات زمین‌شناسی صورت گرفته در این زمینه، ستاد راهبری و سیاست‌گذاری بازسازی بم تصمیم گرفت به رویکرد درجاسازی توجه کند؛ یعنی شهر در همان مکان قبلی بازسازی شود. از دلایل دیگر برای بازسازی شهر در همان مکان قبلی (درجاسازی)؛ و حفظ هویت شهر بوده است.

جدول ۵. یافته‌های مربوط به مؤلفه جابه‌جایی شهر و حفظ شهر تخریب‌شده از دیدگاه جامعه نمونه

واحد تحلیل	پاسخ	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
گردشگران داخلی	فراوانی	۱۷	۱۴۱	۳۸	۶۴	۱۰
	درصد	۶/۳	۵۲/۲	۱۴/۱	۲۳/۷	۳/۷

همچنین ۸۳/۳ درصد گردشگران ایرانی موافقت خود را با راهبرد بازسازی کامل شهر، بدون حفظ نمادهای زلزله در حد کم و خیلی کم، ۱۴/۱ درصد در حد متوسط و ۲/۶ درصد هم در حد زیاد ارزیابی کرده‌اند. گردشگران داخلی نمی‌خواهند یاد و خاطره زلزله بم را فراموش کنند و از نظر آن‌ها حفظ نمادهای زلزله ممکن است فرصتی همیشگی برای جذب گردشگر باشد (جدول ۶).

جدول ۶. یافته‌های مربوط به بازسازی کامل شهر بدون حفظ نمادهای زلزله از دیدگاه جامعه نمونه

واحد تحلیل	پاسخ	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
گردشگران داخلی	فراوانی	۹۳	۱۳۲	۳۸	۷	-
	درصد	۳۴/۴	۴۸/۹	۱۴/۱	۲/۶	-

نتایج نظرات جامعه نمونه به‌طور خلاصه در شکل ۳ آورده شده است. مسیر پررنگ نشان‌دهنده موافقت گردشگران

داخلی برای اجرای راهبردهای جذب گردشگر و حفظ یاد و خاطره زلزله است.



شکل ۳. فرصت‌های ناشی از زلزله سال ۱۳۸۲ در زمینه گردشگری شهر بم

یافته‌ها در راستای پاسخ به پرسش دوم

در راستای پاسخ به این پرسش که «آیا از فرصت‌های ناشی از زلزله برای توسعه گردشگری شهر بم به‌طور مؤثر استفاده شده است؟» یافته‌های حاصل آمار سازمانی و پرسشنامه مبنای تحلیل قرار گرفت که در ادامه بیان می‌شود.

یافته‌های حاصل از نظرسنجی گردشگران داخلی در مورد میزان استفاده از فرصت‌ها

الف) یافته‌ها در مورد رضایت از مدیریت احیا و توسعه جاذبه‌های بم بعد از زلزله

الف-۱. سنجش رضایتمندی گردشگران از بازسازی و مرمت ارگ تاریخی بم پس از گذشت ۱۳ سال

به‌طور کلی ۵۶/۳ درصد رضایتمندی خود را از بازسازی ارگ در حد متوسط اظهار داشته و ۳۸/۶ درصد در حد کم و خیلی کم، و تنها ۵/۲ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند. براساس مطالعات کتابخانه‌ای و مشاهدات میدانی، با توجه به تخریب ۹۰ درصدی ارگ قدیم بم پس از زلزله (قرار گرفتن کانون زمین‌لرزه بم در خیابان منتهی به ارگ بم سبب شد بیشترین آسیب به این ارگ تاریخی وارد شود) این مکان و چشم‌اندازهای آن در تیرماه سال ۱۳۸۳ در فهرست میراث در خطر جهانی به ثبت رسید که این اقدام به‌منظور حمایت و انجام پروژه‌های مرمتی و حمایتی صورت گرفت. کمیته میراث جهانی در تیرماه سال ۱۳۹۲ این اثر را پس از ده سال که در فهرست میراث درخطر قرار گرفته بود، دوباره به فهرست میراث جهانی بازگرداند. گفتنی است بازسازی قسمت‌های مشخص‌شده ارگ تاریخی هنوز به اتمام نرسیده است و کشفیات باستان‌شناسی ارگ در ساختمان پایگاه میراث جهانی در نزدیکی ارگ نگهداری می‌شود و تنها در ایام نوروز در معرض دید عموم گردشگران قرار می‌گیرد. در

حال حاضر بازدید از بیشتر قسمت‌های ارگ ممنوع است؛ از این رو مسیری برای بازدید گشایش یافته که گردشگران تنها در این مسیر می‌توانند وارد ارگ شوند و بازگردند. امکان خروج از این مسیر وجود ندارد و برای گردشگری که دوست دارد از ارگ بازدید کند، وارد خیابان‌ها و خانه‌های خشتی شود و به‌نوعی زندگی گذشته آن را لمس کند چنین امکانی وجود ندارد. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد ارگ بم به‌عنوان یک بنای تاریخی بزرگ و درآمدزا زمینه‌احیای هرچه بیشتر صنعت گردشگری و حضور گردشگران داخلی و خارجی را در بم فراهم می‌کند؛ بنابراین، برای جذب و ماندگاری هرچه بیشتر گردشگران به شهر بم باید به نظرات آنان در خصوص ادامه بازسازی و مرمت ارگ تاریخی توجه کرد.

الف-۲. سنجش میزان رضایتمندی گردشگران از احیا و بازسازی دیگر جاذبه‌های میراثی بم (بازار، امامزاده و...)
امتیاز داده‌شده به این مؤلفه به گزینه متوسط (۸۵/۶ درصد)، ۸/۹ درصد در حد کم و خیلی کم و ۵/۵ درصد زیاد است. پس از گذشت بیش از یک دهه از زلزله، هنوز آثار تاریخی بم احیا نشده، البته اقداماتی برای بازسازی این آثار انجام شده، اما هنوز به اتمام نرسیده است و باید به انتظارات گردشگران در این خصوص توجه شود.

الف-۳. سنجش میزان تمایل گردشگران به احیا و عرضه صنایع دستی بم به گردشگران
بیشتر گردشگران میزان علاقه خود را گزینه خیلی زیاد و زیاد (۸۵/۵ درصد) و ۱۳/۷ درصد در حد متوسط بیان کرده‌اند. نتایج نشان داد گردشگران داخلی علاقه زیادی به احیای سنت‌ها و صنایع دستی مردم بم و خریداری آنان به‌عنوان یادگاری از شهر بم دارند. مورد مهمی که پس از زلزله در زمینه صنایع دستی اتفاق افتاد، آموزش حدود ۳۰ رشته از سوی مربیان صنایع دستی کشور به خانم‌های آسیب‌دیده بود که فرصتی در کنار تولید و احیای صنایع دستی و بومی منطقه، برای تبدیل بم به بازار صنایع دستی ایران و جذب گردشگر به این شهر فراهم کرد.

الف-۴. سنجش نظر گردشگران درمورد حفظ هویت خانه‌باغی بم پس از زلزله و هنگام بازسازی
بیشترین امتیاز داده‌شده به این مؤلفه به گزینه متوسط (۵۲/۳ درصد)، ۴۶/۲ درصد در حد کم و خیلی کم و تنها ۱/۵ درصد در حد زیاد مربوط است. با توجه به اینکه بم شهری تاریخی و خانه‌باغی است، هویت این خانه‌ها برای گردشگران نیز مهم است. در جریان زلزله به نخلستان‌ها کمترین آسیب رسیده که باید هنگام بازسازی به حفظ آن توجه می‌شد.

الف-۵. سنجش میزان علاقه گردشگران برای بازدید از نخلستان‌های شهر بم
بیشترین امتیاز داده‌شده به این مؤلفه به گزینه خیلی زیاد و زیاد با امتیاز ۸۴ درصد مربوط است. نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد گردشگران داخلی تمایل و علاقه زیادی به بازدید از نخلستان‌های بم دارند و مسئولان امر باید به این خواسته آن‌ها و توسعه گردشگری کشاورزی هم توجه داشته باشند. در حال حاضر تور خاصی تحت عنوان گردشگری کشاورزی در بم نداریم و این به معنی بالفعل‌نشدن این نوع گردشگری و نادیده‌گرفتن انتظارات گردشگران با سلیقه‌های متفاوت است؛ در حالی که با ثبت جهانی باغ شهر بم، قنات‌ها و نخلستان‌های آن در فهرست میراث جهانی می‌توان از این فرصت برای توسعه گردشگری کشاورزی و قنات بهره برد.

شایان ذکر است که بلندترین و قدیمی‌ترین نخل بم در جریان زلزله هیچ آسیبی ندید که می‌توانست به‌عنوان جاذبه گردشگری، همچنین نماد مقاومت بم حفظ شود (مانند درخت معجزه ژاپنی‌ها پس از زلزله ۲۰۱۱)، اما به دلیل بی‌توجهی مسئولان عده‌ای در سال ۹۳ آن را نابود کردند.

الف-۶. سنجش میزان رضایت گردشگران از مدیریت و حفظ آثار به‌جای مانده از زلزله

بیشترین درصد امتیاز داده شده به این مؤلفه به گزینۀ کم و خیلی کم با امتیاز ۶۳/۴ درصد مربوط است. ۲۷/۸ درصد در حد متوسط ارزیابی کرده اند و تنها ۸/۹ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد اظهار داشته اند. یافته ها نشان می دهد گردشگران داخلی انتظار داشته اند حفظ یاد و خاطره زلزله به صورت آثار باقیمانده برای شهر بم بیشتر مدنظر مسئولان قرار می گرفت؛ به طور کلی براساس مشاهدات میدانی، در حال حاضر تنها نماد زلزله که در شهر و با هدف جذب گردشگر و یاد و خاطره زلزله باقی مانده ساختمان قدیمی ثبت احوال است، همچنین تپه های از آوار زلزله در محل بهشت زهرای شهر قرار دارد که ممکن است به عنوان نمادهایی حفظ شود که خوشبختانه در مجاورت چشم اندازهای دیگر مانند قبرستان و... قرار دارند. با چنین تپه ها و یادبودهایی امکان حفظ خرابی های زلزله در شهر برای جذب گردشگران وجود دارد.

جدول ۷. یافته های مربوط به نظرسنجی گردشگران برای احیا و توسعه گردشگری بم پس از زلزله

گویه	پاسخ	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
تا چه اندازه از بازسازی ارگ بم پس از زلزله (تا سال ۱۳۹۴) رضایت دارید؟	فراوانی درصد	۱۵ ۵/۶	۸۹ ۳۳	۱۵۲ ۵۶/۳	۹ ۳/۳	۵ ۱/۹
تا چه اندازه از بازسازی دیگر جاذبه های شهر بم (امامزاده ها و ...) پس از زلزله رضایت دارید؟	فراوانی درصد	۵ ۱/۹	۱۹ ۷/۰	۲۳۱ ۸۵/۶	۱۲ ۴/۴	۳ ۱/۱
تا چه اندازه می توانید بخش هایی از ارگ را که بازسازی نشده به راحتی بازدید کنید؟	فراوانی درصد	۱۷ ۶/۳	۶۹ ۲۵/۶	۱۴۳ ۵۲/۹	۴۱ ۱۵/۲	-
تا چه اندازه تمایل دارید صنایع دستی بومی شهر بم برای بازدید شما حفظ، احیا و عرضه شود؟	فراوانی درصد	- -	- -	۳۷ ۱۳/۷	۷۴ ۲۷/۴	۱۵۷ ۵۸/۱
به نظر شما تا چه اندازه هویت خانه باغی شهر بم پس از زلزله و بازسازی حفظ شده است؟	فراوانی درصد	۱۹ ۷	۱۰۶ ۳۹/۲	۱۴۱ ۵۲/۳	۴ ۱/۵	-
تا چه اندازه علاقه مندید از نخلستان های شهر بم بازدید کنید؟ (هنگام فصل برداشت خرما و ...)	فراوانی درصد	- -	۲ ۰/۷	۳۹ ۱۴/۴	۸۱ ۳۰	۱۴۸ ۵۴
تا چه اندازه بقایای زلزله در شهر بم که دست نخورده باقی مانده انتظارات شما را از نظر تجدید خاطره زلزله تأمین می کند؟	فراوانی درصد	۴۸ ۱۷/۸	۱۲۳ ۴۵/۶	۷۵ ۲۷/۸	۱۶ ۵/۹	۸ ۳/۰

ب) یافته های حاصل از نظرسنجی گردشگران در راستای پاسخ به پرسش دوم

ب-۱. مدیریت اقامتگاه ها

سنجش کیفیت خدمات اقامتگاهی شهر بم و هماهنگی آن با انتظارات گردشگران

این مؤلفه دربرگیرنده مواردی همچون کیفیت و کمیت بازسازی و خدمات اقامتگاه ها در شهر بم و کیفیت و کمیت سایر تسهیلات و خدمات گردشگری مانند رستوران و پذیرایی، خرید و خدمات شخصی، تأسیسات ارائه دهنده اطلاعات گردشگری و... است. بیشترین پاسخ به این مؤلفه مربوط به امتیاز متوسط (۵۵/۲ درصد) است. ۲۴/۵ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و ۲۰ درصد هم در حد کم و خیلی کم ارزیابی کرده اند.

سنجش نظرات گردشگران در مورد بازسازی و نوسازی اقامتگاه ها طبق فرهنگ بومی منطقه

فرهنگ بومی منطقه و احیای سنت های بم برای گردشگران بسیار مهم است. بیشترین پاسخ زیاد و خیلی زیاد (۶۶/۷ درصد)، ۱۹/۶ درصد در حد متوسط و ۱۲/۶ درصد در حد کم و خیلی کم است.

سنجش میزان علاقه گردشگران به احیای صنایع دستی بومی بم و نمایش آن در اقامتگاه ها

در مورد این مؤلفه ۶۳ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و ۱۷/۴ درصد هم در حد کم و خیلی کم ارزیابی کرده اند. گردشگران

به ارزش‌های فرهنگی بم به‌ویژه صنایع‌دستی اهمیت زیادی می‌دهند. پس از زلزله تنها یک هتل سه ستاره در شهر ساخته شده است. در حال حاضر نیز پنج هتل و چند مهمان‌پذیر در این شهر وجود دارد. در زمان زلزله هتل‌های شهر آسیب جدی ندیده‌اند. گفتنی است در زمان اوج ورود گردشگر به شهر بم اقامتگاه‌های موجود پاسخگوی مسافران نیست.

جدول ۹. یافته‌های مربوط به نظرسنجی گردشگران درمورد کیفیت خدمات اقامتگاه‌ها پس از زلزله

گویه	پاسخ	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
تا چه اندازه از کیفیت خدمات ارائه‌شده در اقامتگاه خود (هتل، فراوانی مهمان‌پذیر و ...) رضایت دارید؟	فراوانی درصد	۳	۵۱	۱۴۹	۳۴	۳۲
با گذشت ۱۲ سال از زلزله بم کیفیت خدمات اقامتگاه‌های این شهر تا چه میزان با انتظارات شما هماهنگ است؟	فراوانی درصد	۱۹	۳۸	۱۲۵	۸۸	-
تا چه اندازه تمایل داشتید محل اقامت شما (هتل، مهمان‌پذیر و ...) مطابق با فرهنگ بومی بم ساخته شود؟	فراوانی درصد	۷	۲۷	۵۳	۷۲	۱۰۸
تا چه اندازه علاقه‌مند بودید در هتل و اقامتگاه شما آثار به‌جامانده از زلزله نمایش داده یا عرضه شود؟ (حفظ یاد و خاطره زلزله)	فراوانی درصد	-	۵۹	۸۴	۹۸	۲۸
تا چه اندازه در اقامتگاه شما ایده‌های خلاقانه به‌کار رفته است؟ (استفاده از موسیقی محلی، حفظ یاد و خاطره زلزله، عکس و ...)	فراوانی درصد	۷۶	۱۱۴	۸۰	-	-
تا چه اندازه علاقه‌مندید در محل اقامت شما صنایع‌دستی بم نمایش داده و به شما عرضه شود؟	فراوانی درصد	۲	۴۵	۵۳	۱۱۱	۵۹

ب-۲. سایر تسهیلات و خدمات گردشگری

سنجش رضایتمندی گردشگران از خدمات تورگردانان بومی

بیشترین پاسخ به این مؤلفه به گزینه متوسط (۴۴/۸ درصد) است. ۳۳/۷ درصد هم در حد زیاد و خیلی زیاد، همچنین ۱۸/۵ درصد در حد کم و خیلی کم ارزیابی کردند؛ بنابراین، گردشگران عمدتاً از نحوه برخورد و رفتار تورگردانان رضایت دارند.

سنجش رضایتمندی گردشگران از خدمات ارتباطی و مخابراتی بم

۵۲/۳ درصد کم و خیلی کم، ۳۳ درصد متوسط و تنها ۱۳/۷ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کردند.

سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت راهنمایی در بازار و تأمین نیازهای شخصی در شهر بم

۵۷ درصد در حد متوسط، ۲۴/۵ درصد در حد کم و خیلی کم و ۱۸/۶ درصد هم در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کردند.

سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات درمانی در بم

۸۲/۶ درصد به این پرسش پاسخ دادند که ۵۶/۷ درصد در حد متوسط و ۲۵/۹ درصد رضایت داشتند.

سنجش رضایتمندی گردشگران از خدمات ارائه‌دهنده اطلاعات گردشگری (کیوسک‌ها و ...)

بیشترین پاسخ به این مؤلفه به امتیاز کم و خیلی کم (۷۱/۱ درصد) مربوط است. ۱۸/۱ درصد در متوسط و ۱۰/۷ درصد در حد زیاد ارزیابی کرده‌اند. نتایج نشان داد وجود این مؤلفه در مقاصد گردشگری اهمیت اساسی دارد و دلیل امتیاز کم با درصد بالا به این مؤلفه نبود خدمات اطلاع‌رسانی کافی درمورد جاذبه‌ها در سطح شهر است.

سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات پذیرایی و هماهنگی آن با انتظارات آن‌ها

بیشترین پاسخ‌ها به این مؤلفه به گزینۀ متوسط (۴۰/۷ درصد) مربوط است، همچنین ۳۴/۱ درصد در حد کم و خیلی کم و ۲۵/۲ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند. درمورد مؤلفه هماهنگی نیز کیفیت و کمیت رستوران و پذیرایی با انتظارات گردشگران ۵۸/۵ درصد در حد متوسط، ۳۳ درصد در حد کم و خیلی کم و ۹/۵ درصد هم در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند. با توجه به اینکه بیشترین هزینه گردشگران پس از اقامتگاه به هزینه رستوران و پذیرایی مربوط است؛ برای جلب رضایت گردشگران کمیت و کیفیت این مؤلفه باید مدنظر مسئولان گردشگری بام باشد.

سنجش علاقه‌مندی و تمایلات گردشگران به بیمه گردشگری برای سفر به شهر بام

بیشترین امتیاز به گزینۀ زیاد و خیلی زیاد با ۷۰/۸ درصد و متوسط ۲۹/۲ درصد است. با توجه به اینکه شهر بام شهری زلزله‌خیز است شاید این هراس در گردشگران باشد که در زمان حضور در شهر زلزله رخ بدهد. یکی از مؤلفه‌های همکاری مسئولان در احیای گردشگری بام و استفاده از فرصت‌های گردشگری پس از زلزله توجه به بیمه گردشگران برای سفر به بام است. حداقل اینکه بیمه کوتاه‌مدت گردشگری در مدت‌زمان حضور گردشگر در بام برقرار شود.

سنجش انطباق خدمات و تسهیلات گردشگری پس از زلزله با انتظارات گردشگران داخلی

درمورد مؤلفه هماهنگی انتظارات گردشگران با کیفیت خدمات و تسهیلات گردشگری پس از زلزله ۴۷/۸ درصد در حد متوسط، ۳۷/۴ درصد در حد کم و خیلی کم و ۱۴/۴ درصد هم در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند، همچنین مؤلفه هماهنگی انتظارات گردشگران داخلی با وضعیت کلی گردشگری شهر پس از زلزله ۵۸/۵ درصد در حد متوسط، ۳۳ درصد در حد کم و خیلی کم و ۸/۵ درصد نیز در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند. به‌طورکلی می‌توان گفت پس از گذشت یک دهه از زلزله بام، زیرساخت‌های مناسبی در همه زمین‌ها ایجاد شده است، اما پاسخگوی گردشگران نیست. فراهم کردن شرایط مناسب برای پذیرایی گردشگران، بهداشت، اقامت و... کمتر از اهمیت بازسازی آثار تاریخی نیست.

نتیجه‌گیری

زمین‌لرزه ۵ دی‌ماه ۱۳۸۲ شهر گردشگری بام، این شهر را به نامی ماندگار در اذهان مردم ایران و جهان تبدیل کرد. شهر بام را همه مردم ایران و جهان و گردشگران پیش از زلزله به‌واسطه ارگ قدیم می‌شناختند، اما در حال حاضر بام را به‌واسطه زلزله و ارگ می‌شناسند. در حقیقت، زلزله جزئی از هویت این شهر شده است و باید یاد و خاطره آن در این شهر باقی بماند. همچنین با وجود ویرانی ۸۰ درصدی ارگ در زمین‌لرزه بام، این مکان همچنان میزبان هزاران گردشگر داخلی است. پیش از زلزله در شهر بام گردشگری تاریخی و فرهنگی رواج داشته است، اما پس از زلزله جاذبه‌های جدیدی ایجاد شده که با برنامه‌ریزی و مشارکت مردم و مدیریت کارا می‌توان انواع دیگر گردشگری را در شهر توسعه داد. با توجه به موارد گفته‌شده این نکته مهم است که پیامدهای زلزله تخریب، نابودی و از بین رفتن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری در شهر بام بود، اما سبب شکل‌گیری جاذبه‌های جدیدی شد (جاذبه‌های طبیعی و انسان‌ساخت). زلزله پتانسیلی برای توسعه انواع گردشگری در بام ایجاد کرد که این فرصت بزرگی است برای توسعه و تنوع گردشگری در بام که توجه و هماهنگی و همکاری همه‌جانبه مردم، بخش خصوصی، دولت و همه ذی‌نفعان و ذی‌نفعان صنعت گردشگری بام را می‌طلبد؛ از این‌رو باید برای توسعه پایدار انواع گردشگری در شهر بام برنامه‌ریزی شود. وجود جاذبه‌های گردشگری تنها به‌عنوان یکی از معیارهای ورود گردشگر به شهر بام مطرح می‌شود و درنهایت تبلیغات، تسهیلات در این شهر و سیاست‌های کلی

کشور است که سهم عمده جذب گردشگر را به خود اختصاص می‌دهد. توسعه صنعت گردشگری بم و حضور مؤثر در بازارهای بین‌المللی، همچنین استفاده از فرصت‌های که هنوز از دست نرفته، نیازمند برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بلندمدت است که با ایجاد بسترهای مناسب، توسعه پایدار صنعت گردشگری را به همراه خواهد داشت.

از نظر مدیریت فرصت‌ها و توسعه گردشگری شهر بم نتایج نشان داد که از فرصت‌ها به خوبی استفاده نشده و امکانات و زیرساخت‌های لازم فراهم نشده است. متأسفانه بر مدیریت بازسازی شهر و ارگ بم، رویکرد بازسازی کامل حاکم است؛ رویکردی که گردشگران و مردم بم را از مزایای گردشگری نوین نوستالژیک محروم می‌کند؛ یعنی اعتقاد مسئولان به بازسازی کامل شهر و اصرار آن‌ها بر بازگرداندن شهر به حالت قبل از زلزله، انتظارات و آرزوهای گردشگران و در نتیجه مردم بم را در زمینه گردشگری در حال رونق نوستالژیک نادیده می‌گیرد.

در پایان، براساس نتایج میدانی مطالعات پیشین و تجربیات جهانی در زمینه مدیریت فرصت‌های ناشی از بلایا، همچنین براساس سلايق و انتظارات گردشگران ایرانی، پیشنهادهایی برای استفاده مؤثر از فرصت‌های ناشی از زلزله، تنوع و توسعه پایدار گردشگری بم، و جذب هرچه بیشتر گردشگران به شهر و ارگ بم ارائه می‌شود:

- ایجاد موزه‌های روباز و انتقال آوارهای ارگ به این موزه در نزدیک ارگ، همچنین انتقال کاوش‌های باستان‌شناسی به این موزه و حفاظت از آن‌ها.

- نصب بنر در کنار تک‌تک بخش‌های مرمت و بازسازی‌شده ارگ و توضیح اقدامات انجام‌شده برای بازسازی هر بخش به همراه عکس قبل و بعد از زلزله از این بخش‌ها که گردشگران تصور واقعی از ارگ داشته باشند.

- ساخت نماد یادبود تمام کشورهایایی که در بازسازی ارگ و شهر همکاری داشته‌اند و نصب این در مقابل ارگ یا در مکان مناسبی در شهر.

- شناسایی، تجهیز و طراحی چند نخلستان در نقاط مختلف شهر و تبدیل آن‌ها به فضاهای گردشگری برای توسعه گردشگری کشاورزی در تمام فصول سال و احیای سنت‌های بومی مردم در نخلستان‌ها (کاشت نخل، آبیاری، باروری، برداشت، جمع‌آوری، انتقال خرما به سردخانه و...)، تولید فراورده‌های خرما (شیره‌و...)، تولید صنایع‌دستی (سبد، حصیر و...) برای فروش یا به‌عنوان هدیه به گردشگران.

- طراحی مسیر گردشگری قنات‌های شهر بم، راه‌اندازی تور خاص قنات‌گردی، استفاده از مردم بومی برای راهنمایی گردشگران در گردشگری قنات، تهیه بروشور قنات‌های بم و در اختیار گذاشتن آن به گردشگران، استفاده از آب قنات برای درمان بیماری‌ها و... (می‌توان از تجربه چین استفاده کرد).

- برگزاری نمایشگاه فعالیت‌های مرمتی انجام‌شده بر روی سازه‌های قنات از زمان تخریب زلزله تاکنون.

- با توجه به اینکه چند سالی از برگزاری مراسم عاشورا در بم و پخش آن از شبکه‌های سیما می‌گذرد، بستر توسعه گردشگری مذهبی و محرم در شهر بم فراهم شده است؛ از این‌رو برگزاری تور خاص عاشورا در بم لازم است.

- پس از زلزله تجهیزات و امکانات ورزشی شهر بم افزایش یافته است؛ برای نمونه مجموعه ورزشی فجر یکی از کامل‌ترین مجموعه‌های ورزشی کشور و فرصتی برای توسعه گردشگری ورزشی در بم است.

- برگزاری تور خاص سالگرد زلزله بم (۸۲/۱۰/۵) با طراحی لوگوی مناسب برای این تور که یادآور تاریخ زلزله بم است (مثل زلزله ۱۰۵) و جلب نظر گردشگرانی که انگیزه اصلی‌شان شرکت در مراسم سالگرد زلزله است. (حس نوستالژی، یادآوری خاطرات، عبرت‌آموزی، یادآوری مرگ و...)، در این زمینه می‌توان از تجربه کشور ژاپن استفاده کرد.

- ایجاد موزه روباز یا بسته زلزله در شهر بم (در سایه همکاری کشورهای موفق مثل ژاپن، چین و...)

- برگزاری تورهای آموزشی و علمی زلزله بم برای دانشجویان و... از سایر نقاط کشور (بازدید از گسل بم، ساخت‌وسازهایی که دوباره روی گسل بم انجام شده، مقاوم‌سازی شهر پس از زلزله و...).

با توجه به اینکه هدف نهایی همه گردشگران شهر بم، ارگ تاریخی است و به عقیده گردشگران، ارگ حتی بعد از زلزله همچنان شگفت‌انگیز است و از طرف دیگر زلزله اکنون جزئی از هویت شهر و ارگ است، راهبرد مرگ و حیات به‌عنوان راهبرد نهایی برای توسعه گردشگری بم ارائه می‌شود. طبق این راهبرد در هر نوع اقدامی برای توسعه گردشگری شهر بم باید یاد و خاطره زلزله حفظ شود. طبق این راهبرد باید سه مسیر در شهر شناسایی و طراحی شود که در صورت مدیریت صحیح به توسعه انواع گردشگری در شهر بم منجر می‌شود:

مسیر اول (مرور بم پیش از زلزله: حس نوستالژی)

حیات در بم: نخلستان، قنات، خشت و گل، خانه‌باغ، آداب‌ورسوم مردم بم، خرما، نارنج، حنا، پارچه‌بافی و... که همه موارد باید احیا، بازسازی و طراحی شود که یادآور گذشته و میراث شهر بم است.

مسیر دوم (زمان زلزله)

مرگ و فاجعه: بازدید از تخریب‌ها، آوار، گسل، گورستان، یتیم‌خانه و ...

مسیر سوم (پس از زلزله: سربرآوردن از زیر آوار)

نشان دادن هم‌دلی و همکاری همه مردم ایران و جهان برای بازسازی شهر بم، مقاوم‌سازی‌ها، نوسازی‌ها و... (مجموعه ورزشی فجر، مدارس ساخته‌شده، بازار بم و ...).

انتهای مسیر به ارگ شگفت‌انگیز ختم می‌شود. براساس همین در ارگ هم باید این سه مسیر طراحی، و از مشارکت مردم بومی برای احیای زندگی گذشته در ارگ استفاده شود. با توجه به انگیزه‌ها و سلیقه متفاوت گردشگران، انتخاب مسیر، ابتدا و انتهای آن بر عهده گردشگر است.

منابع

- ۱) ابراهیم‌زاده، عیسی؛ ضیائی، محمود؛ دلشاد، علی (۱۳۹۱) اصول و فرایند برنامه‌ریزی راهبردی توریسم، مشهد: صحرا شرق.
- ۲) جلال‌آبادی، لیلا (۱۳۹۱) توسعه پایدار شهری بم، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، به راهنمایی حجت‌الله شرفی، دانشگاه آزاد اسلامی زاهدان.
- ۳) حاجی‌نژاد، علی؛ عسگری، علی؛ رفیعیان، مجتبی؛ محمدی، سمیه (۱۳۸۹) شناسایی فرصت‌های ناشی از زلزله با تأکید بر ابعاد کالبدی شهر: شهر بم، مجله جغرافیا و توسعه، دوره ۸، شماره ۱۹، صص. ۷۱-۸۲.
- ۴) حیدری‌چیان، رحیم (۱۳۹۰) مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، چاپ سوم، تهران: انتشارات سمت.
- ۵) رضایی‌نیا، حسن و جعفری، فرهاد (۱۳۹۳) اولویت‌بندی مقاصد گردشگری با استفاده از مدل‌های کمی و کیفی (مطالعه موردی: شهر سلطانیه، گردشگری شهری، دوره ۱، شماره ۱، صص. ۷۹-۹۶).
- ۶) زرین‌جوی الوار، سهیلا و عباسپور، احسان (۱۳۹۰) گردشگری و توسعه اقتصادی، اولین همایش ملی گردشگری، اقتصاد و بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی زابل، صص. ۹۸-۱۱۲.
- ۷) سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری شهرستان بم، ۱۳۹۴.
- ۸) سلطان‌زاده، مهدی و مقدس جعفری، محمدحسن (۱۳۸۴) نقش سازمان‌های غیردولتی (NGO) در بازسازی بم، دومین همایش علمی-تحقیقی مدیریت امداد و نجات.
- ۹) غضنفرپور، حسین و پایدار، ابوذر (۱۳۹۱) جغرافیا و گردشگری زیارتی، تهران: انتشارات نور علم.
- ۱۰) قنبری، ابوالفضل؛ آدمی، معصومه؛ هاشمی امین، سمیرا (۱۳۹۴) سنجش پایداری توسعه گردشگری از دید جامعه محلی (شهر تبریز)، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۲، شماره ۲، صص. ۲۰۵-۲۱۸.

- ۱۱) قنوتی، عزت‌الله؛ قلمی، شبنم؛ عبدلی اصغر (۱۳۸۸) توانمندسازی مدیریت بحران شهری در جهت کاهش بلایای طبیعی شهر خرم‌آباد، فصلنامه جغرافیای طبیعی، سال اول، شماره ۴، صص. ۱۵-۲۴.
- ۱۲) کیانی، مصطفی (۱۳۸۳)، توسعه پایدار و بازسازی بم، نشریه آبادی، دوره ۱۴، شماره ۷ (پیاپی ۴۲)، صص. ۱۵-۱.
- ۱۳) محمودی میمند، محمد و مقدمی، امیر (۱۳۹۰) مدیریت نوین توریسم: شناخت مفاهیم، اصول و بازاریابی توریسم، تهران: مهکامه.
- ۱۴) مرکز آمار ایران (۱۳۹۰) سرشماری عمومی نفوس و مسکن.
- ۱۵) موحد، علی (۱۳۸۶) گردشگری شهری، اهواز: دانشگاه شهید چمران اهواز.
- ۱۶) یغفوری، حسین؛ تقی زاده، زهرا؛ رحیمی، دانا (۱۳۹۰) راهبردهای گردشگری در ایران و تأثیر آن بر اقتصاد کلان شهرها، اولین کنفرانس اقتصاد شهری ایران، آذرماه، دانشگاه فردوسی مشهد، صص. ۱۰۰-۱۱۶.
- ۱۷) محمدی آباد، سمیه (۱۳۸۷) شناسایی و ارزیابی فرصت‌های توسعه ناشی از زلزله با تأکید بر ابعاد کالبدی شهر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی علی حاجی‌نژاد و علی عسکری، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

- ۱۸) Coats, A. & Ferguson, Sh. (2013) Rubbernecking or Rejuvenation: Post Earthquake Perceptions and the Implications for Business Practice in a Dark Tourism Context, *Journal of Research for Consumers*, University of Otago, New Zealand.
- ۱۹) Asgary, A. (2008) Utilizing Post-Disaster Development Opportunities after Bam Earthquake and the Role of Stakeholders, *The Journal of Humanities*, Vol.15, No.2, pp. ۱-۲۰.
- ۲۰) Biran, A. & Wei, Liu. & Gang, Li. & Victori, Eichhornb. (2014) Consuming post-disaster destinations: The case of Sichuan, China, *Annals of Tourism Research*, Vol.7, No. 4, pp. 1-17.
- ۲۱) Bing-Jin, Y. & Jie, Zhang. & Hong-Lei, Zhang. & Shao-Jing, Lu. & Yong-Rui, Guo. (2016) Investigating the motivation experience relationship in a dark tourism space: case study: the Beichuan earthquake relics, China, *Tourism Management*, No. 53, pp. 108-121.
- ۲۲) Hung, J. & Huang, J. & Min, C.H. (2002) Earthquake devastation and recovery in tourism: the Taiwan case, *Tourism Management*, Vol. 23, No. 2, pp. 145-154.
- ۲۳) Li, Y. (2011) Developing a Post-disaster Sustainable Tourism Model For Tourism Revitalization: Analysis of Sichuan's Response to the Wenchuan Earthquake in ۲۰۰۸, Thesis Presented to the Higher Degree Committee Of Ritsumeikan Asia Pacific University for the Degree of Master of Science in International Cooperation Policy.
- ۲۴) Minic, Natalija. (2012) Development of dark tourism in the contemporary society, Available online at www.gi.sanu.ac.rs, *J. Geogr. Inst. Cvijic*, Vol. 62, No. 3, pp. ۸۱-۱۰۳.
- ۲۵) Noriyuki, N. (2012) Disaster Tourism The Role of Tourism in Post-Disaster Period of Great East Japan Earthquake, in partial fulfillment of the requirements for obtaining the degree of Masters of arts in development studies, the Hague-Netherlands.
- ۲۶) Sagala, Saut. & Arief, Rosyidie. & Alpian, Pratama. & Ramanditya, Wimbardana. & Anastasia, Wijayanti. (2012) Promoting Volcano Tourism in Hazard Zone Area for Rebuilding Local Economy: Case study of Tourism in Cangkringan Sub-District, Mt. Merapi, Yogyakarta. School of Architecture, Planning and Policy Development, Bandung, Indonesia.
- ۲۷) Stephenson, R.S. (1994) *Disasters and Development* (UNDP).
- ۲۸) Yuill, Marie Stephanie. (2003) A Thesis, *Dark Tourism: Understanding Visitor Motivation at sites of Death and Disaster*, Texas A and M University.

- ۲۹) strange, C. (2002) Shades of Dark Tourism Alcatraz, and Robben Island, *Annals of Tourism Research*, Vol,30, No. 2, pp. 386-405.
- ۳۰) Lennon, J. & Floy, M. (1999) Interpretation of the Unimaginable: The US Holocaust Memorial Museum, Washington, DC and Dark Tourism, *Journal of Travel Research*, Vol. 38, No. 5, pp. 568-579.
- ۳۱) Sharpley, R. & Stone. p. (2008) Consuming Dark Tourism: A Thanatological perspective, *Annals of tourism Research*, Vol. 35, No. 2, pp. 574 - 595.
- ۳۲) <http://blog.jtbusa.com>
- ۳۳) <http://m.taiwan.net.tw>
- ۳۴) <http://muza-chan.net/japan>
- ۳۵) <http://steph1c.wixsite.com>
- ۳۶) <http://www.921emt.edu.tw>
- ۳۷) <http://www.dark-tourism.com>
- ۳۸) <http://www.hyogo-tourism.jp>
- ۳۹) <http://www.japantimes.co.jp>
- ۴۰) <https://chernobyl-tour.com/english>
- ۴۱) <https://en.wikipedia.org>
- ۴۲) <https://www.insidejapantours.com>
- ۴۳) www.chn.ir
- ۴۴) www.isna.ir
- ۴۵) www.tabasgardeshgari.com

