

ارزیابی مدیریت استفاده از فرصت‌های ناشی از زلزله سال ۱۳۸۲ به 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

محسن هادی‌زاده - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، سیستان و بلوچستان، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۰۹/۰۱

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۹/۰۱

چکیده

بحran‌های محیطی بر گردشگری تأثیرات مثبت و منفی دارد که تأثیرات مثبت آن شامل فرسته‌هایی در زمینه گردشگری سیاه، فرهنگی و مذهبی است. هدف پژوهش حاضر شناسایی فرصت‌های ناشی از زلزله دی ماه ۱۳۸۲ برای توسعه گردشگری و میزان استفاده مؤثر از این فرصت‌ها به منظور توسعه گردشگری شهر به است. نوع پژوهش توصیفی- تحلیلی، و شیوه گردآوری داده‌ها استنادی 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 به وارد شدند. روش توزیع جامعه نمونه تصادفی ساده است و یافته‌ها نشان می‌دهد مردم جهان به را با ارگ و زلزله می‌شناسند و زلزله جزئی از هویت شهر شده است. درنتیجه، خرابه‌های ناشی از زلزله فرصت‌های مناسبی برای توسعه گردشگری شهر به 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 مقصود به پیش از فاجعه، بر رویکرد بازسازی کامل تأکید دارند. در این رویکرد گردشگرانی که به دلیل تغییر در ویژگی‌های مقصود افزایش می‌یابند، نادیده گرفته می‌شوند؛ مانند افرادی که به دیدن سایتها فاجعه و خرابی‌های ناشی از زلزله علاقه‌مند هستند یا افرادی که تمایل دارند روز گرامیداشت قربانیان را ببینند. درمجموع، زلزله به ویژگی‌های مقصود گردشگران این شهر را تغییر داده و فرصت‌های نوینی را در زمینه توسعه گردشگری ایجاد کرده است.

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

مقدمه

بدون شک گردشگری موضوع جدید ذهن بشر نیست. مسافرت روی زمین یکی از فعالیت‌های انسان و ثبت شده در تاریخ زندگی است. فعالیت گردشگری امروزه بهمنزله یکی از فعالیت‌های مهم و پویا در جهان مطرح است؛ به طوری که شمار گردشگران داخلی و خارجی و میزان درآمدزایی آن در سطح جهانی پیوسته رو به افزایش است (قنبی 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 پیش‌بینی شده 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 محاسب می‌شوند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بنای‌های یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهر بازاری، 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 تجارت جهانی، بهویژه در کشورهای زلزله‌خیر 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 محرکی 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 متصاد 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 ظرفی، 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 فراوری 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 (محمدی و مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۳۳). 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).

تاكون مطالعه جامعی درباره قابلیت‌های مقصود 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 گسترش‌های درخصوص استفاده از فرصت‌های ناشی از حادث هستیم. گفتنی است در داخل کشور مطالعاتی در زمینه فرصت‌های گردشگری ناشی از زلزله انجام نشده و تنها پژوهش‌هایی پیرامون بازسازی و احیای شهر بهم صورت گرفته است.

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

سلطان‌زاده (۱۳۸۴) در مقاله‌ای با عنوان «نقش سازمان‌های غیردولتی (NGO) در بازسازی بهم» 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.

محمدی‌آباده در پایان نامه 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 (مقاومنسازی، نظارت بر ساخت و ساز، 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. بهنظر می‌رسد این مسئله از مدیریت ضعیف و ناهمانگی 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 پایان نامه خود با عنوان «توسعه پایدار شهری بهم» 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. درادامه، 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 اجیا و روند بهبود گردشگری پس از فاجعه زلزله سپتامبر سال ۱۹۹۹ معروف به زلزله «۹۲۱» این کشور پرداخته‌اند.

ینگ^۲ (۲۰۱۱) در پایان نامه‌ای 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 پایان نامه‌ای 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 اعتماد به نفس 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 کسب و کار 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 کانتربیری تأکید

^۱Hung and Jennifer

^۲Ying

^۳Minic

^۴Nagai

^۵Coats and Ferguson

^۶Christchurch

کردن.

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 بیش از پیش 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 مستلهٔ پژوهش حاضر را واکاوی فرصت‌های گردشگری ناشی از زلزله بهم در ارگ قدیم و در سطح شهر بهم، همچنین میزان استفاده از این فرصت‌ها و میزان توجه مسئولان به این فرصت‌ها دانست. درواقع، از آنجا که علی‌رغم سعی مسئولان بر بازسازی کامل شهر هنوز دیر نشده و این فرصت باقی است که مخربه‌های 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 بهم سنجیده شود. بر این اساس، پژوهش‌های تحقیق بدین‌صورت طرح می‌شود که زلزله سال ۱۳۸۲ شهر بهم چه فرصت‌هایی را پیش روی توسعه گردشگری منطقه قرار داده است؟ و آیا از فرصت‌های به وجود آمده به‌طور مؤثر برای توسعه گردشگری شهر بهم استفاده شده است؟

مبانی نظری

گردشگری با توجه به تفاوت‌های مکانی و زمانی، اشکال خاصی به خود می‌گیرد و نباید منظر 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 چیانه، ۱۳۹۰: ۱۸). ممکن است مقاصد گردشگری از عوامل تأثیرگذار خارجی که از کنترل آن‌ها خارج است تأثیر پذیرد و آسیب بیینند؛ 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 نایبود می‌شود. گواه این امر سعی و تلاش بی‌وقفهٔ فعالان موفق این بخش در عرصهٔ جهانی است که همواره در صددند از راه‌های مختلف مانند نوسازی هتل‌ها، افزودن امکانات رفاهی جدید، نمازی مدرن، طرح جذابیت‌های نو و خارق‌العاده، ایجاد تفریحات متعدد و ورزش‌های جدید متناسب با مناطق توریستی و هزاران روش ابتکاری و نوآورانه، سبب طرح پکیج‌های متعدد و جذاب گردشگری در منطقهٔ موردنظر شوند و شمار بیشتری از گردشگران علاقه‌مند را از سراسر جهان جذب کنند (زرین‌جوی و عباسپور، ۱۳۹۰: ۲).

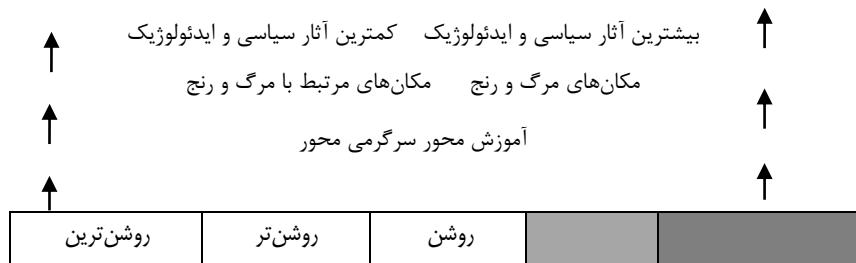
عقایلانه است در مدیریت گردشگری با توجه به منابعی که در اختیار مقصد قرار دارد گردشگری را متعدد کرد و بیش از یک نوع از آن را ارائه داد (Fabricius, 2011: 46) مانند گردشگری آموزشی / مطالعاتی، گردشگری کشاورزی، گردشگری مذهبی، گردشگری ورزشی، گردشگری فرهنگی، گردشگری تاریخی، گردشگری میراث، گردشگری تلخ، گردشگری 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 آغاز کردن برنامه‌های توسعه است (Stephenson 1994: 10).

ویرانی و خرابی‌های زیربنایها 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 درنظر گرفت که عبارت است از:

- مجموعه فرصت‌های نهادی و اجتماعی (ایجاد نهادهای توسعه‌ای و مشارکت در بازسازی);
- فرصت‌های اقتصادی و بازارگانی (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) به عنوان 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 بهم 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 سمبلیک ناشی از مرگ یا مصیبت می‌داند (Strange, 2002: 387). «گردشگری تلخ، مفهومی عمیق‌تر و به مراتب 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 به عنوان 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. در حقیقت، بسیاری از حوادث، رویدادها و پدیده‌ها، در دنیای پست‌مدرن ممکن است به محصول و مقصد گردشگری تبدیل شوند. نوستالژی و یادمان‌های جنگی و حمامه‌ای 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 منحصر به فرد است، به ویژه برای کسانی که در آن روزهای تلخ، شیرین زندگی می‌کردن، 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 تلح

(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	- بازسازی زیرساخت‌های شهری و ساختمان‌ها با شیوه‌های مهندسی مقاوم در برابر زلزله
زلزله چین	۱۱ مارس ۲۰۱۱	- ساخت موزه زلزله کوبه، حفاظت از تنها درخت کاج بازمانده از حادثه ۱۱ مارس (جاده گردشگری درخت معجزه) و توسعه گردشگری سیاه در ژاپن
زلزله تایوان	۲۰۰۸ می	- ساخت پارک آثار زلزله و موزه، به منظور حفظ یاد و خاطره زلزله و توسعه گردشگری آموزشی
طوفان کاترینا	۱۹۹۹ سپتامبر	- ساخت موزه رویا زلزله و توسعه گردشگری آموزشی (معروف به زلزله ۹۲۱)
فوران آتش‌فشان اندونزی	۲۰۰۵	- رونق گردشگری سیاه پس از طوفان در منطقه نیوارلان و مشاهده خانه‌های رهایشده
چرنوبیل	۲۶ آوریل ۱۹۸۶	- برگزاری تور آتش‌فشان به وسیله مؤسسه تورگردانی محلی فرصتی برای مشاهده تخریب‌های گسترشده و عمیق، توسعه گردشگری سیاه اوکراین
حادهه آمریکا	۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱	- توسعه گردشگری سیاه، ارائه تورهای ویژه برای مسافران علاقه‌مند در شهرهای متروک هرساله

منابع :

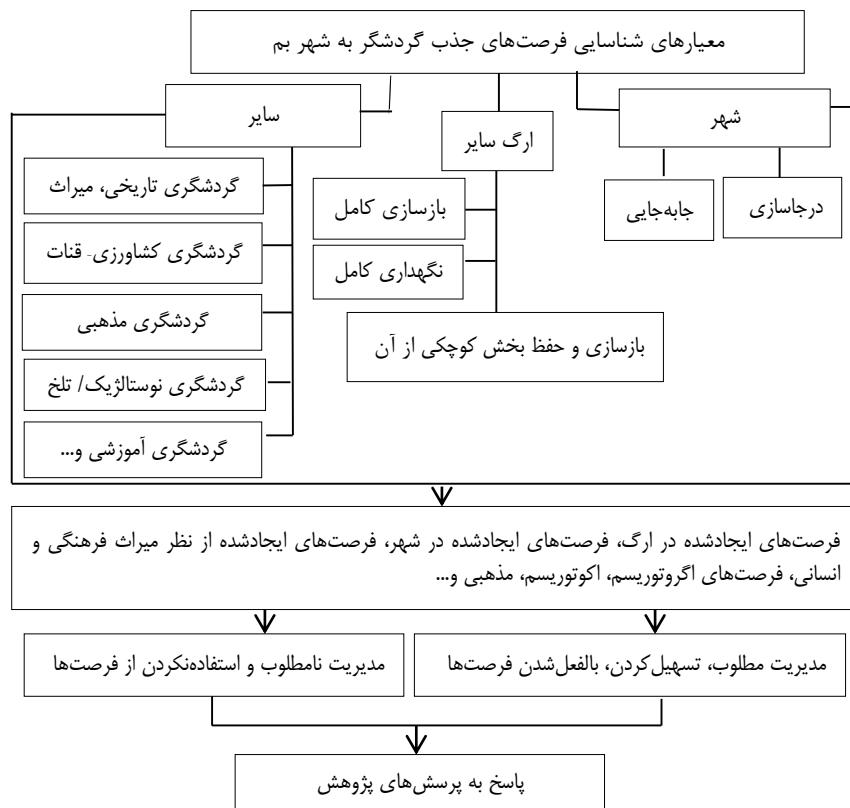
- <http://www.japantimes.co.jp>
<https://www.insidejapantours.com>
<http://www.hyogo-tourism.jp>
<http://muza-chan.net/japan>
<http://blog.jtbusa.com>, (Sagala, et al., 2012), (Jin Yan, et al., 2016)
<http://www.921emt.edu.tw>
<http://stephc.wixsite.com>
<http://m.taiwan.net.tw>
<http://www.dark-tourism.com>
<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 تحملی	۱۳۵۹ شهریور ۳۱	- کاروان راهیان نور به مناطق عملیاتی جنوب - توسعه گردشگری جنگ - حفظ یاد و خاطره جنگ
زلزله طبس	۱۳۵۷ شهریور ۲۵	- جابه جایی 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 اصفهانک در جوار روستای زلزله‌زده اصفهانک - حدود ۳۰ روستا پس از زلزله طبس دست‌نخورده باقی مانده است.
زلزله اردبیل	۱۳۷۵ اسفند ۱۰	- ساخت روستای جدید در جوار روستای زلزله‌زده - خرابه‌های روستا تقریباً دست‌نخورده باقی مانده است (جاده گردشگری).

منبع: www.tabasgardeshgari.com ; www.isna.ir, www.chn.ir

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

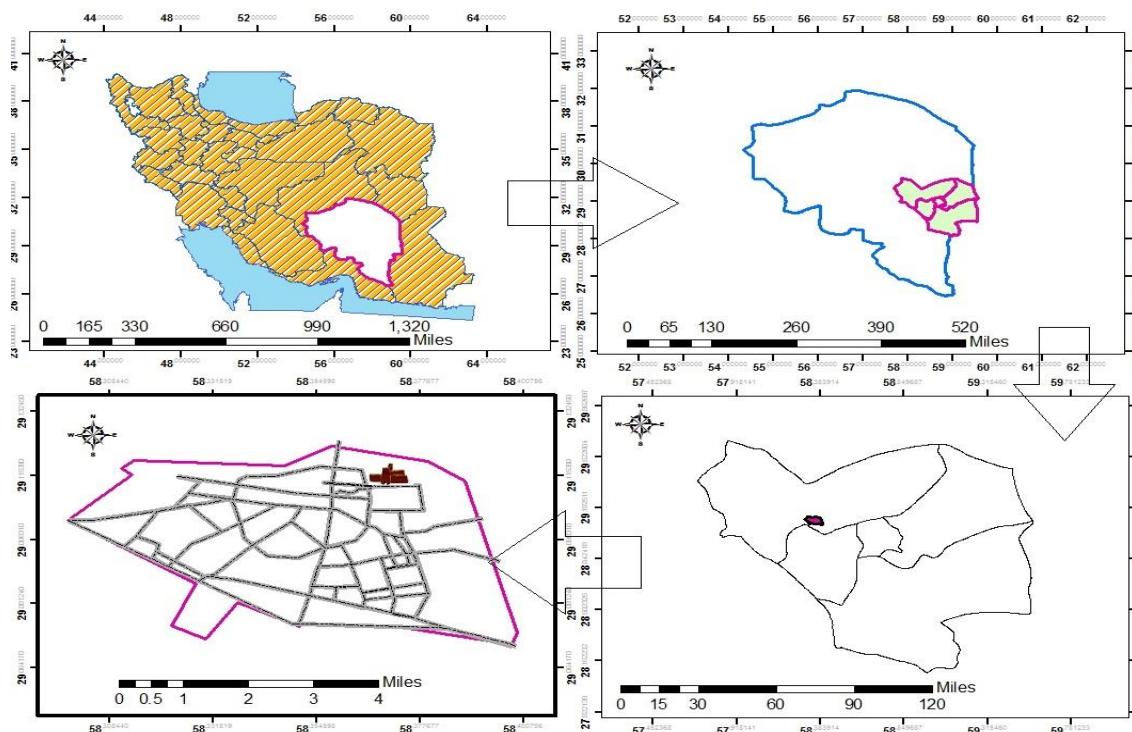


شکل ۱. الگوی مفهومی پژوهش

محدودهٔ مورد مطالعه

شهر به مرکز شهرستان به، در مسیر کرمان- Zahidan 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 بهشت لرزاند و تلفات و خسارات مالی و جانی جبران ناپذیری بر جای گذاشت. علاوه بر این میراث تاریخی و فرهنگی ملموس و ناملموس نیز متتحمل 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 حدود 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 به‌دست آمد. روش توزیع جامعه نمونه روش نمونه‌گیری تصادفی است. به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها از دو روش کتابخانه‌ای و روش میدانی، و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. روابطی 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

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

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 واردشده به این شهر در مجموع از ۱۵ استان هستند که بیشترین فراوانی به استان کرمان (۹۰ نفر معادل $\frac{۳۳}{۳}$ درصد) و کمترین فراوانی (۱ نفر معادل $\frac{۴}{۴}$ درصد) به استان سمنان مربوط است (جدول ۳).

جدول ۳. مبدأ سفر گردشگران داخلی به تفکیک استان

استان	تهران	اصفهان	قم	کرج	رشت	کاشان	آمل	پاوه	چالوس	گرگان	آذربایجان غربی	آذربایجان شرقی	قزوین	همدان	شمال	آستانه	زنجان	گلستان	لرستان	همدان	چهارمحال و بختیاری	کردستان	خوزستان	تهران
۲۷۰	۱۳	۱۵	۳	۴	۹۰	۴	۶	۱	۲۸	۲	۳	۷	۱۲	۸۰	۲	۱۵	۶	۱۰	۷	۱۰	۲	۱۰	۱۰	۱۰
۱۰۰	۴/۸	۵/۶	۱/۱	۱/۵	۳/۳	۱/۵	۰/۲	۰/۴	۱۰/۵	۰/۷	۱/۱	۲/۶	۴/۴	۲۹/۶	۰/۷	۷	۷	۷	۷	۷	۷	۷	۷	۷

از میان گردشگران، ۳۰ درصد برای بار اول $\frac{۱۴}{۸}$ درصد برای بار دوم، و $\frac{۵۵}{۲}$ درصد بیش از دو بار پس از زلزله به شهر بم سفر کرده‌اند. از نظر میزان تمايل به مسافت مجدد، حدود $\frac{۹۴}{۱}$ درصد بسیار علاوه‌مندند که در اولین فرصت به شهر بم سفر کنند و $\frac{۵}{۹}$ درصد علاوه‌ای 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 بم، در سال ۱۳۸۲ (تا ۱۰/۵/۱۳۸۲) حدود ۱۲۰ هزار نفر از ارگ تاریخی بم 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 بم در مقایسه با دوران پیش از زلزله به طور محسوسی افزایش یافته است. درواقع، کنجکاوی گردشگران برای دانستن اتفاقی که در بم رخ داده، توجه آنان را به شهر و ارگ افزایش داده است؛ به طورکلی هرچند ورود گردشگران به شهر بم پس از زلزله نوسان داشته است، فراوانی سالانه گردشگران نشان‌دهنده روند صعودی ورود گردشگر به شهر بم است.

ب) یافته‌های حاصل از مصاحبه

در راستای شناخت فرصت‌های گردشگری ناشی از زلزله ۵ دی ماه ۱۳۸۲ شهر بم، براساس مصاحبه‌های انجامشده با کارشناسان، صاحب‌نظران و مسئولان می‌توان گفت پیش از زلزله به منظر فرهنگی و معماری ارگ بم در سطح جهانی توجه کمتری می‌شد. درواقع، چنین فاجعه بزرگی توجهات را در سطح جهانی و ملی بیشتر بهسوی ارگ بم 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 بم به حساب می‌آید.

با وجود تخریب قسمت اعظم ارگ در زلزله، بازدید از ارگ قدیم بیشتر از گذشته وجود دارد. تخریب ارگ بم توجه خاص همگان را - چه در زمینه بازدید و چه در زمینه بازسازی و نجات بخشی ارگ قدیم و دیگر جاذبه‌های تاریخی بم - 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 رضایتمدی و ماندگاری گردشگران در این شهر است.

ج) یافته‌های حاصل از پرسشنامه

در اینجا یافته‌های حاصل از نظرسنجی گردشگران درمورد فرصت‌های گردشگری بم 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 گوشاهی از خرابی‌ها در ارگ به منظور تجدید خاطره زلزله در شهر بم است. نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد به طورکلی ۶۴/۱۷ درصد گردشگران موافقت خود را با حفظ خرابی‌های شهر بم 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 بم حفظ شود و بخش‌هایی از شهر و ارگ دست‌نخورده باقی بماند. درمورد راهبرد و فرصت حفظ یک محله (گردشگری تلخ) به طورکلی 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 به صورت 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 گوشاهی 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	۲۰	۷۵	۸۶	۸۹
درصد	درصد	۷/۴	۲۷/۷	۳۱/۹	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	۵۱	۶۳	۸۷	۶۹
چقدر تمایل داشتید محله‌ای در شهر برای حفظ یاد و خاطره زلزله و بازدید، دست‌نخورده باقی ماند و فقط نخلستان‌های آن احیا می‌شد؟ (گردشگری تلخ + کشاورزی)	فراوانی	۳۳	۷۷	۱۲۴	۳۶
تا چه اندازه تمایل دارید گوشاهی از خرابی‌ها در ارگ حفظ شود؟ (برای حفظ یاد و خاطره زلزله)	فراوانی	۴	۶۴	۱۱۴	۸۸
درصد	درصد	۱۲/۲	۲۸/۶	۴۵/۹	۱۳/۳
میانگین	درصد	۹/۸۷	۲۵/۹۶	۳۸/۰۵	۲۶/۱۲

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

Jabeh-e-Jayi شهر 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 تخریب شده با تدبیر ویژه، به طور کلی ۵۸/۵ درصد گردشگران داخلی در حد کم و خیلی کم ارزیابی کردند. ۲۷/۴ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و ۱۴/۱ درصد در حد متوسط اظهار داشته‌اند. در ارتباط با مکان ساخت شهر، به طور کلی بدليل تجربه بازسازی‌های ناموفق پیشین پیرامون جابه‌جایی مناطق آسیب‌دیده و نیز درخواست مردم به 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 به 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 تخریب شده از دیدگاه جامعه نمونه

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

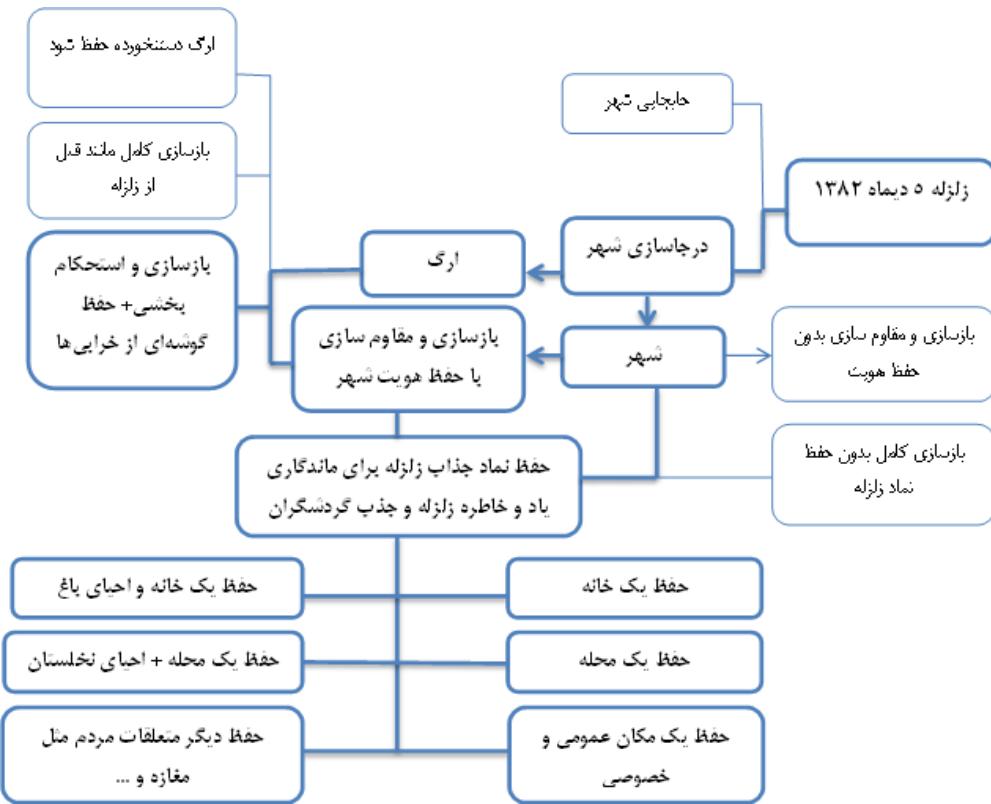
همچنین ۸۳/۳ درصد گردشگران ایرانی موافقت خود را با راهبرد بازسازی کامل شهر، بدون حفظ نمادهای زلزله در حد کم و خیلی کم، ۱۴/۱ درصد در حد متوسط و ۲/۶ درصد هم در حد زیاد ارزیابی کردند. گردشگران داخلی نمی‌خواهند یاد و خاطره زلزله بهم را فراموش کنند و از نظر آن‌ها حفظ نمادهای زلزله ممکن است فرصتی همیشگی برای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

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

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

نتایج نظرات جامعه نمونه به طور خلاصه در شکل ۳ آورده شده است. مسیر پرزنگ نشان‌دهنده موافقت گردشگران

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



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

یافته‌ها در راستای پاسخ به پرسش دوم

در راستای پاسخ به این پرسش که «آیا از فرصت‌های ناشی از زلزله برای توسعه گردشگری شهر به طور 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 بهم بعد از زلزله

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

به طور کلی $\frac{56}{3}$ درصد رضایتمندی خود را از بازسازی ارگ در حد متوسط اظهار داشته و $\frac{38}{6}$ درصد در حد کم و خیلی کم، و تنها $\frac{5}{2}$ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند. براساس مطالعات کتابخانه‌ای و مشاهدات میدانی، با توجه به تخریب ۹۰ درصدی ارگ قدیم بهم پس از زلزله (قرار گرفتن کانون زمین‌لرزه بهم در خیابان متنه) به ارگ بهم سبب شد بیشترین آسیب به این ارگ تاریخی وارد شود) این مکان و چشم اندازهای آن در تیرماه سال ۱۳۸۳ در فهرست میراث در خطر جهانی به ثبت رسید که این اقدام به منظور 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 در خطر قرار گرفته بود، دوباره به فهرست میراث جهانی بازگرداند. گفتنی است بازسازی قسمت‌های مشخص شده 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 منوع است؛ از این‌رو مسیری برای بازدید گشايش 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 بهم به عنوان یک بنای تاریخی بزرگ و درآمده زمینه احیای هرچه بیشتر صنعت گردشگری و حضور گردشگران داخلی و خارجی را در بهم فراهم می‌کند؛ بنابراین، برای جذب و ماندگاری هرچه بیشتر گردشگران به شهر بهم باید به نظرات آنان درخصوص ادامه بازسازی و مرمت ارگ تاریخی توجه کرد.

الف-۲. سنجش میزان رضایتمندی گردشگران از احیا و بازسازی جاذبه‌های میراثی بهم (بازار، امامزاده و...)
امتیاز داده شده 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 بهم 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 بهم 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 بهم و خریداری آنان به عنوان یادگاری از شهر بهم دارند. مورد مهمی که پس از زلزله در زمینه صنایع دستی اتفاق افتاد، آموزش حدود ۳۰ رشته از سوی مریان صنایع دستی کشور به خانمهای آسیب‌دیده بود که فرصتی در کنار تولید و احیای صنایع دستی و بومی منطقه، برای تبدیل بهم به بازار صنایع دستی ایران و جذب گردشگر به این شهر فراهم کرد.

الف-۴. سنجش نظر گردشگران درمورد حفظ هویت خانه‌باغی بهم پس از زلزله و هنگام بازسازی
بیشترین امتیاز داده شده 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 بهم 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 بهم
بیشترین امتیاز داده شده 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 بهم 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 بهم نداریم و این به معنی بالفعل نشدن این نوع گردشگری و نادیده‌گرفتن انتظارات گردشگران با سلیقه‌های متفاوت است؛ در حالی که با ثبت جهانی باغ شهر بهم، 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 بهم در جریان زلزله هیچ آسیبی ندید که می‌توانست به عنوان جاذبه گردشگری، همچنین نماد مقاومت بهم حفظ شود (مانند درخت معجزه ژاپنی‌ها پس از زلزله ۲۰۱۱)، اما بهدلیل بی‌توجهی مسئولان عده‌ای در سال ۹۳ آن را نابود کردند.

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

بیشترین درصد امتیاز داده شده به این مؤلفه به گزینه کم و خیلی کم با امتیاز $63/4$ درصد مربوط است. $27/8$ درصد در حد متوسط ارزیابی کردند و تنها $8/9$ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد اظهار داشته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد گردشگران داخلی انتظار داشته‌اند حفظ یاد و خاطره زلزله به صورت آثار باقیمانده برای شهر بهم بیشتر مدنظر مسئولان قرار می‌گرفت؛ 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 ثبت‌حوال است، همچنین تپه‌ای از آوار زلزله در محل بهشت‌زهرا شهر قرار دارد که ممکن است به عنوان نمادهایی حفظ شود که خوشنختانه در مجاورت چشم‌اندازهای دیگر مانند قبرستان و... قرار دارند. با چنین تپه‌ها و یا بودهایی امکان حفظ خرابی‌های زلزله در شهر برای جذب گردشگران وجود دارد.

جدول ۷. یافته‌های مربوط به نظرسنجی گردشگران برای احیا و توسعه گردشگری بهم پس از زلزله

گویه	پاسخ	خیلی کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
تا چه اندازه از بازسازی ارگ بهم پس از زلزله (تا سال ۱۳۹۴)	فراوانی	۱۵	۸۹	۱۵۲	۹
رضایت دارید؟	درصد	۵/۶	۳۳	۵۶/۳	۳/۳
تا چه اندازه از بازسازی دیگر جاذبه‌های شهر بهم (امان‌داده‌ها و ...)	فراوانی	۵	۱۹	۲۳۱	۱۲
پس از زلزله رضایت دارید؟	درصد	۱/۹	۴/۴	۸۵/۶	۳/۳
تا چه اندازه می‌توانید بخش‌هایی از ارگ را که بازسازی نشده به راحتی بازدید کنید؟	فراوانی	۱۷	۶۹	۱۴۳	۴۱
بازسازی حفظ شده است؟	درصد	۶/۳	۲۵/۶	۵۲/۹	۱۵/۲
تا چه اندازه تمایل دارید صنایع دستی بومی شهر بهم برای بازدید شما حفظ، احیا و عرضه شود؟	فراوانی	–	–	۳۷	۷۴
با نظر شما تا چه اندازه هویت خانه‌باغی شهر بهم پس از زلزله و بازسازی حفظ شده است؟	فراوانی	۱۹	۱۰۶	۱۴۱	۴
تا چه اندازه علاقه‌مندید از نخلستان‌های شهر بهم بازدید کنید؟ (هنگام فصل برداشت خرما و ...)	درصد	۷	۳۹/۲	۵۲/۳	۱/۵
تا چه اندازه بقایای زلزله در شهر بهم که دست‌نخورده باقی‌مانده انتظارات شما را از نظر تجدید خاطره زلزله تأمین می‌کند؟	فراوانی	۴۸	۱۲۳	۷۵	۱۶
درصد	۱۷/۸	۴۵/۶	۲۷/۸	۵/۹	۳/۰

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

ب-۱. مدیریت اقامتگاه‌ها

سنجدش کیفیت خدمات اقامتگاهی شهر بهم و هماهنگی آن با انتظارات گردشگران

این مؤلفه دربرگیرنده مواردی همچون کیفیت و کمیت بازسازی و خدمات اقامتگاه‌ها در شهر بهم و کیفیت و کمیت سایر تسهیلات و خدمات گردشگری مانند رستوران و پذیرایی، خرید و خدمات شخصی، تأسیسات ارائه‌دهنده اطلاعات گردشگری و... است. بیشترین پاسخ به این مؤلفه مربوط به امتیاز متوسط ($55/2$ درصد) است. $24/5$ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و 20 درصد هم در حد کم و خیلی کم ارزیابی کردند.

سنجدش نظرات گردشگران درمورد بازسازی و نوسازی اقامتگاه‌ها طبق فرهنگ بومی منطقه

فرهنگ بومی منطقه و احیای سنت‌های بهم برای گردشگران بسیار مهم است. بیشترین پاسخ زیاد و خیلی زیاد $66/7$ درصد، $19/6$ درصد در حد متوسط و $12/6$ درصد در حد کم و خیلی کم است.

سنجدش میزان علاقه گردشگران به احیای صنایع دستی بومی بهم و نمایش آن در اقامتگاه‌ها

درمورد این مؤلفه 63 درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و $17/4$ درصد هم در حد کم و خیلی کم ارزیابی کردند. گردشگران

به ارزش‌های فرهنگی بهم بهویژه صنایع دستی 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 بهم 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 ارائه شده در اقامتگاه خود (هتل، فراوانی مهمنان‌پذیر و ...) رضایت دارید؟	فراآنی	۳	۵۱	۱۴۹	۳۶	۳۲
با گذشت ۱۲ سال از زلزله بهم کیفیت خدمات اقامتگاه‌های این شهر تا چه میزان با انتظارات شما هماهنگ است؟	درصد	۱/۱	۱۸/۹	۵۵/۲	۱۲/۶	۱۱/۹
تا چه اندازه تمایل داشتید محل اقامت شما (هتل، مهمنان‌پذیر و ...) مطابق با فرهنگ بومی بهم ساخته شود؟	فراآنی	۷	۱۴/۱	۴۶/۳	۳۲/۶	-
تا چه اندازه علاقه‌مند بودید در هتل و اقامتگاه شما آثار بهجامانده از زلزله نمایش داده یا عرضه شود؟ (حفظ یاد و خاطره زلزله)	فراآنی	۷	۲۷	۵۳	۷۲	۱۰/۸
تا چه اندازه در اقامتگاه شما ایده‌های خلافانه به کار رفته است؟ (استفاده از موسیقی محلی، حفظ یاد و خاطره زلزله، عکس و ...)	فراآنی	۷۶	۱۱۴	۸۰	۹۸	۲۸
تا چه اندازه علاقه‌مندید در محل اقامت شما صنایع دستی به نمایش داده و به شما عرضه شود؟	درصد	۲۸/۱	۴۲/۲	۲۹/۶	-	-
با گذشت ۱۲ سال از زلزله بهم کیفیت خدمات ارائه شده در اقامتگاه خود (هتل، فراوانی مهمنان‌پذیر و ...) رضایت دارید؟	فراآنی	۲	۴۵	۵۳	۱۱۱	۵۹
با گذشت ۱۲ سال از زلزله بهم کیفیت خدمات ارائه شده در اقامتگاه خود (هتل، فراوانی مهمنان‌پذیر و ...) رضایت دارید؟	درصد	۰/۷	۱۶/۷	۱۹/۶	۴۱/۱	۲۱/۹

ب-۲. سایر تسهیلات و خدمات گردشگری

سنجدش 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.

سنجدش رضایتمندی گردشگران از خدمات ارتباطی و مخابراتی به

۵۳/۳ درصد کم و خیلی کم، ۳۳ درصد متوسط و تنها ۱۳/۷ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کردند.

سنجدش رضایتمندی گردشگران از کیفیت راهنمایی در بازار و تأمین نیازهای شخصی در شهر به

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.

سنجدش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات درمانی در به

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

سنجدش 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 کردند. 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.

سنچش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات پذیرایی و هماهنگی آن با انتظارات آنها بیشترین پاسخ‌ها به این مؤلفه به گزینه 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 بم باشد.

سنچش علاقه‌مندی و تمایلات گردشگران به بیمه گردشگری برای سفر به شهر بم بیشترین امتیاز به گزینه زیاد و خیلی زیاد با ۷۰/۸ درصد و متوسط ۲۹/۲ درصد است. با توجه به اینکه شهر بم 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 بم و استفاده از فرصت‌های گردشگری پس از زلزله توجه به بیمه گردشگران برای سفر به بم است. حداقل اینکه بیمه کوتاه‌مدت گردشگری در مدت‌زمان حضور گردشگر در بم برقرار شود.

سنچش 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.

به طور کلی می‌توان گفت پس از گذشت یک دهه از زلزله بم، زیرساخت‌های مناسبی در همه زمینه‌ها 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 بم، این شهر را به نامی ماندگار در اذهان مردم ایران و جهان تبدیل کرد. شهر بم را همه مردم ایران و جهان و گردشگران پیش از زلزله به‌واسطه ارگ قدیم می‌شناختند، اما در حال حاضر بم را به‌واسطه زلزله و ارگ می‌شناشد. 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 بم، این مکان همچنان میزبان هزاران گردشگر داخلی است. پیش از زلزله در شهر بم 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 گفته شده این نکته مهم است که پیامدهای زلزله تخریب، نابودی و از بین رفتن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری در شهر بم بود، اما سبب شکل‌گیری جاذبه‌های جدیدی شد (جادبه‌های طبیعی و انسان‌ساخت). زلزله پتانسیلی برای توسعه انواع گردشگری در بم ایجاد کرد که این فرست بزرگی است برای توسعه و تنوع گردشگری در بم که توجه و هماهنگی و همکاری همه‌جانبه مردم، بخش خصوصی، دولت و همه ذی‌نفعان و ذی‌نفوذان صنعت گردشگری بم را می‌طلبد؛ از این‌رو باید برای توسعه پایدار انواع گردشگری در شهر بم برنامه‌ریزی شود. وجود جاذبه‌های گردشگری تنها به عنوان یکی از معیارهای ورود گردشگر به شهر بم 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 به و حضور مؤثر در بازارهای بین‌المللی، همچنین استفاده از فرصت‌های که هنوز از دست نرفته، نیازمند برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بلندمدت است که با ایجاد بسترها مناسب، توسعه پایدار صنعت گردشگری را به همراه خواهد داشت.

از نظر مدیریت فرصت‌ها و توسعه گردشگری شهر به نتایج نشان داد که از فرصت‌ها به خوبی استفاده نشده و امکانات و زیرساخت‌های لازم فراهم نشده است. متاسفانه بر مدیریت بازسازی شهر و ارگ بهم، رویکرد بازسازی کامل حاکم است؛ رویکردی که گردشگران و مردم به 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 درنتیجه مردم به 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 سلایق و انتظارات گردشگران ایرانی، پیشنهادهایی برای استفاده مؤثر از فرصت‌های ناشی از زلزله، تنوع و توسعه پایدار گردشگری بهم، و جذب هرچه بیشتر گردشگران به شهر و ارگ به ارائه می‌شود:

- ایجاد موزه‌ای رویا 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 بازسازی شده ارگ و توضیح اقدامات انجامشده برای بازسازی هر بخش به همراه عکس قبیل و بعد از زلزله از این بخش‌ها که گردشگران تصور واقعی از ارگ داشته باشند.

- ساخت نماد یادبود تمام کشورهایی 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 سرخانه و...)، تولید فراوردهای خرما (شیره‌هو...)، تولید صنایع دستی (سبد، حصیر و...) برای فروش یا به عنوان هدیه به گردشگران.

- طراحی مسیر گردشگری قنات‌های شهر بهم، راهاندازی تور خاص قنات‌گردی، استفاده از مردم بومی برای راهنمایی گردشگران در گردشگری قنات، تهیه بروشور قنات‌های بهم 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 بهم و پخش آن از شبکه‌های سیما می‌گذرد، بستر توسعه گردشگری مذهبی و محرم در شهر بهم فراهم شده است؛ از این‌رو برگزاری تور خاص عاشورا در بهم لازم است.

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

- برگزاری تور خاص سالگرد زلزله بهم (۵/۱۰/۱۰) با طراحی لوگوی مناسب برای این تور که یادآور تاریخ زلزله بهم 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 رویا یا بسته زلزله در شهر بهم (در سایه همکاری کشورهای موفق مثل ژاپن، چین و...)

- برگزاری تورهای آموزشی و علمی زلزله بهم برای دانشجویان و... از سایر نقاط کشور (بازدید از گسل بهم، ساخت و سازهایی که دوباره روی گسل بهم 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 به عنوان 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 (مورور بم پیش از زلزله: حسن نوستالژی)

حیات در بم: نخلستان، قنات، خشت و گل، خانه‌باغ، آداب و رسوم 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: سوبرآوردن از زیر آوار)

نشان‌دادن 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) حیدری‌چیانه، رحیم (۱۳۹۰) مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، چاپ سوم، تهران: انتشارات سمت.
- ۵) رضایی‌نیا، حسن و جعفری، فرهاد (۱۳۹۳) اولویت‌بندی مدیریت مقاصد گردشگری با استفاده از مدل‌های کمی و کیفی (مطالعه موردی: شهر سلطانیه، گردشگری شهری)، دوره ۱، شماره ۱، صص. ۷۶-۷۹.
- 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، صنایع دستی 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. ۲۱۸-۲۰۵.

- (۱۱) قنواتی، عزت‌الله؛ قلمی، شبینم؛ عبدالی اصغر (۱۳۸۸) توانمندسازی مدیریت بحران شهری در جهت کاهش بلاای طبیعی شهر خرم‌آباد، *فصلنامه جغرافیای طبیعی*، سال اول، شماره ۴، صص. ۲۴-۱۵.
- (۱۲) کیانی، مصطفی (۱۳۸۳)، توسعه پایدار و بازسازی به، نشریه آبادی، دوره ۱۶، شماره ۷ (پیاپی ۴۲)، صص. ۱-۱۵.
- (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 کلان‌شهرها، اولین کنفرانس اقتصاد شهری ایران، آذرماه، دانشگاه فردوسی مشهد، صص. ۱۰۰-۱۱۶.
- (۱۷) محمدی آباده، 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. ۱-۱۷.
- (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, Anna is 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.insidejaptours.com>
- ۴۳) www.chn.ir
- ۴۴) www.isna.ir
- ۴۵) www.tabasgardeshgari.com