

مجموعه  
مقالات

# همایش ملی گرایش‌های محل‌های اصفهان و ارتقای هویت شهری

اصفهان

اردیبهشت ماه ۱۳۹۴



### انواع گردشگری

سفر و تفریح است که از دید باز با شکل های خاص خود در جوامع انسانی وجود داشته و به تدریج طی مراحل تاریخی، سیر تکامل خود را تا عصر حاضر پیموده است. انگیزه های که انسان را به سفر و سفر واهی دازد، حس کنجکاوی و جستجوگری اوست که ریشه در نیازهای روانی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی او دارد بنابراین هر یک از نیازهای انسانی و همچنین هر یک از توان ها و چانه های زیست محیطی که با فراغت انسان در رابطه هستند به توریسم شکل مختلفی می بخشند و موجب تنوع فعالیت های فراغتی و انواع توریسم می شوند.

طبق دسته بندی های انجام شده انواع توریسم بدین شرح است:

توریسم فرهنگی و آموزشی: گروهی که با انگیزه های قوی فرهنگی در صدد آشنایی با فرهنگها و تمدن های باستانی هستند

توریسم درمانی: مسافرت هایی که برای درمان های روحی و جسمی صورت می گیرد

توریسم روستایی: این نوع از گردشگری معمولاً توأم با اکوتوریسم است؛ چرا که بسیاری از مناطق چنان طبیعت گردی با روستاها مجاور هستند،

توریسم بازرگانی و تجاری: توریسم مذهبی و زیارتی؛ توریسم ورزشی؛ توریسم سیاسی؛ توریسم اجتماعی؛ توریسم طبیعی (اکوتوریسم)؛ توریسم کشاورزی؛ گردشگری کنسروازی (اصمدی، ۱۳۹۱)؛

### فضای شهری و تعریف های آن

شاید، فضای شهری یکی از عناصر مهم بافت شهری است که در طول زمان و با تاریخ ملتها شکل گرفته و همواره در حال تحول بوده است. در واقع، فضای شهری مرکز فعالیت های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی شهرها بوده و گاهی با حیات انسانی عین شده است که خود آن فضای شهری، قسمتی از تاریخ آن ملتها و جوامع قلمداد می شود و گاهی حتی آن فضای شهری به نماد و نشانه آن شهر و حتی آن ملت تبدیل شده است. این مساله نشان دهنده اهمیت فضای شهری در زندگی و حیات مادی و معنوی جوامع در طول تاریخ است؛ لذا به طور قطع و یقین می توان گفت که هیچ مطالعه ای درباره مباحث شهر و شهر سازی نمی تواند و نباید فارغ از فضای شهری باشد؛ اما تعریف ارائه شده درباره فضاهای شهری بسیار متنوع هستند که در این قسمت به بعضی از آن ها اشاره می کنیم

به طور مثال راب کربیر فضای بین ساختمان ها در شهرها و سایر مکان ها را فضای شهری می داند. (هالشمی، ۱۳۷۵:۱۵) یا پروتوزوی معتقد است که فضاهای معماری است و فضای شهری جایی است که مانند خیابان ها، میدان ها و پارک ها و... خالی هستند؛ ولی محصور می باشد (مدنی پور، ۱۳۷۹:۱). روبر فضای شهری را ساختاری سازمان یافته، آراسته و واحد نظم به صورت کالبدی برای فعالیت های انسانی و استوار بر قواعد معین و روشن می داند (توسلی و بنیادی، ۱۳۷۱:۱۸).

### ۱. مقدمه

گردشگری از دیر باز چه به صورت داخلی و چه در بین ملل مختلفه، رایج بوده است که با توسعه تدریجی عوامل زیربنایی آن، رشد کرده و سبب رونق اقتصادی بیشتر جوامع انسانی شده است. در این راستا بنا به اهمیت سیلی، اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، به موضوع گردشگری در بسیاری از کشورها توجهی زیربنایی شده است و سهم ترین منبع کسب در آمدشان شناخته می شود. نگاهی به آمار جهانی صنعت توریسم در دنیا و نقش عمده اقتصادی آن، ما را به اهمیت این صنعت بیشتر واقف می کند (اصمدی، ۱۳۹۱).

کشور ایران یکی از ده کشوری است که چانه های تاریخی زیادی دارد و یکی از پنج کشور دنیا که بیشترین تنوع زیستی اقلیمی دنیا در آن دیده می شود؛ به این دلیل از پتانسیل های بسیاری در زمینه صنعت توریسم برخوردار است (اصمدی، ۱۳۹۱). ولی به دلیل نبود برنامه ریزی مناسب برای استفاده صحیح از این منبع درآموز، کشور ایران در این رابطه بسیار ناچیز است.

اگرچه گردشگری با انگیزه های متفاوتی تصمیم به گردشگری میگیرد؛ ولی تمامی این انگیزه های متفاوت یک وجه مشترک دارند گردشگر برای به دست آوردن پدیده موضوع یا موقعیتی منحصر به فرد، گردشگری را آغاز می کند و هرچه این منحصر به فرد بودن، خود را شاخص تر نشان دهد، جذابیت آن برای گردشگر یا گردشگران بیشتر خواهد بود. این ویژگی های منحصر بفرد می تواند با عنوان هویت خود را نشان دهد؛ بنابراین داشتن هویت ویژه و متمایز برای هر پدیده، موضوع و یا موقعیت، نقش بسزایی در جذب گردشگر خواهد داشت؛ از آنجایی که شهرها و فضاهای آن ها یکی از مهم ترین پدیده های بشری محسوب می شوند؛ هویت ممتاز آن ها در جذب گردشگران بسیار مؤثر خواهد بود. مقاله حاضر در صدد است با تمرکز بر بحث هویت و ابعاد مختلف آن در شهرها و فضاهای آن ها نشان دهد که چگونه ارتقای هویت شهری می تواند برای ارتقای سطح گردشگران مؤثر باشد.

### ۲. روش تحقیق

از آنجایی که مقاله حاضر تلاش می کند به کیفیت فضاهای شهری از زاویه هویت نگاه کرده و به رابطه هویت فضاهای شهری و تاثیر آن بر گردشگری بپردازد؛ لذا مقاله از نوع کیفی و مبتنی بر استفاده از روش توصیفی تحلیلی است.

### ۳. مفاهیم و دیدگاه ها و مبانی نظری

توریسم یا گردشگری یکی از بهترین تعاریف توریسم را در سال ۱۹۸۲ ماتیسون و وال ارائه کرد. بر اساس این تعریف توریسم عبارت است از حرکت موقت افراد به مکان های خارج از محل سکونت و کارشان که طی اقامت در آن مکان، کارهای روزمره را تعطیل می کنند و در آنجا امکانات رفاهی جهت برآورد نیازهای آنان فراهم آمده است. (اصمدی، ۱۳۹۱).

لازم به ذکر است که در این مقاله تفاوت چندانی بین فضا و مکان از نظر ماهیت وجود ندارد مکان، یعنی از فضا است و نسبت به آن خاص تر و کوچکتر. تمام خواص فضا را دارد و همواره رابطه دوطرفه بین مکان و فضا برقرار است.

#### هویت و مفاهیم مرتبط

شاید کمتر مفهومی به اندازه هویت، معانی متعددی داشته باشد. هویت، با زندگی، اصیل انسانی که یکی از بزرگترین شاخصه های منویات است، رابطه نزدیکی دارد. هویت ممکن است از منظر مباحث مبتنی بر واقعیتها و هم از منظر مباحث مبتنی بر ارزشها معامله شود. هویت در واقع پاسخی به پرسش، درباره چیستی و کیستی موجودات و پدیده ها است، اما تنها موجودی که دغدغه هویت دارد انسان است. به طور کلی هویت، مجموعه خصوصیت‌هایی است که فرد یا شیء را از دید تعلق به گروه یا نوع تمیز می کند. در واقع هویت که همان اونیت یا آئیت شخص یا شیء است، معادل این معانی فرد یا شیء است (صیادیان، ۱۳۸۳: ۱۲۸). در واقع از نوع تعلق سرچشمه می‌گیرد اما هویت هیچگاه مفهوم ثابتی نداشته و پایداری برای خود نمی پذیرد؛ به همین دلیل از انسداد یا رکود حتی ثبات به یک معنی گریزان است، هر چند خود هویت و مفهوم هویت در واقع با نوعی ثبات شخصیت همگن است (فاسمی، ۱۳۸۳: ۱۴). در حقیقت، پویایی یکی از مشخصات اصلی هویت و مفاهیم مربوط به آن است. هویت به معنای متداول خود، فرآیند این هملی است. همان گونه که از اصطلاح تشخیص هویت برمی آید، منظور فرآیند مقایسه میان عینیتی موجود با اطلاعات داده‌هایی از آن در یک حافظه است. بنابراین هویت در عین اعلام وجود شیء یا مفهومی با مشخصات خاص می‌تواند مجموع صفات ممیزه پدیده‌ها و موضوعات نسبت به یکدیگر معرفی شود (رقعی زاده، ۱۳۷۹: ۶۵۵). در یک جمله هویت، چیزی به جز آنچه بدان هر آدم خویش را از دیگری باز می‌شناساند، کیستی و چیستی خود را در بر تو آن تعریف می‌کند. نیستی، از طرفی مفهوم هویت به‌طور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت برقرار می‌کند. از یک طرف شباهت و از طرفی دیگر تفاوت (طنیبی، ۱۳۸۸). بنابراین با توجه به آنچه گذشت، می‌توان گفت که تعلق و پویایی و دوری از هرگونه رکود و در عین حال ثبات شخصیت و تمایز و تنبیه، از مشخصات مهم مفهوم هویت است.

#### اهمیت هویت

حرکت و تغییرات و تحولات اهمیت جوامع در گذشته و رویدادهای محدود آن‌ها باعث شده بود که انسان‌ها و جوامع انسانی هویت نسبتاً مشخص و تعریف شده‌ای داشته باشند که کمتر با تغییرات ناگهانی مواجه می‌شد. بنابراین طی زمان، هویت جوامع، تکامل یا بحران تدریجی داشت. ولی ویژگی‌های حاکم بر جهان امروز و تحولات صورت گرفته در عرصه‌های مختلف علوم و فناوری و مخصوصاً جریان فناوری، اطلاعات و حضور بی‌چون و چرای آن در زندگی انسان معاصر و مفروضات جهانی شدن و جهانی‌سازی، مساله هویت را به یکی از بزرگترین دغدغه‌های انسان معاصر

کولکومن فضای شهر را شامل فضای اجتماعی و فضای ساخته شده و متنوع می‌نالد (دلفی پور، ۱۳۷۹: ۱۵). یا اینکه معتقد است: جایی که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شده و برخوردی از پیش تدوین نشده به وقوع پیوندد، فضای شهری است (پاکزاد، ۱۳۷۵: ۱). اما برخی از صاحب نظران داخلی نیز تعریف متفاوتی را ارائه کرده‌اند. به‌طور مثال: بحرینی فضای شهری را صحه‌هایی از فعالیت‌های عمومی زندگی شهری می‌داند (بحرینی، ۱۳۷۷: ۳۱۳). اما پاکزاد فضایی را که تعاملات اجتماعی و سه شاخصه ساز بودن و عمومی بودن و برقراری تعاملات اجتماعی دارد، فضای شهری قلمداد می‌کند (پاکزاد، ۱۳۷۵: ۵). برخی مانند توسلی فضای شهری را جایی می‌دانند که ارزش دارد (توسلی، ۱۳۷۱: ۴۱). محمد تقی زاده معتقد است فضای شهری، ادراکی است که انسان با توجه به همه ویژگی‌ها از یک شهر در ذهن خود دارد (رقعی زاده، ۱۳۸۶: ۱۲۲). هر یک از تعاریف ارائه شده بر ویژگی‌هایی تأکید داشته و از نکاتی، غفلت نموده‌اند. معمولاً در اکثر تعاریف از ابعاد معنایی فضا با ابعاد کیفی آن غفلت شده است. اما به نظر می‌رسد اول آنکه فضای شهری نمی‌تواند صرفاً کالبدی باشد و دوم، علاوه بر رابطه تنگاتنگی که با فضای اجتماعی جاری در خود دارد به شدت تحت تأثیر ابعاد منوی نشأت گرفته از جهان بینی و فرهنگ بستر شکل گیریش می‌باشد. بنابراین بهتر می‌رسد که این تعریف نیز مطرح‌شدنی است:

هر فضای غیر خصوصی که از تلاقی محیط مصنوع، محیط طبیعی وانسان، زمان و تحت تأثیر جهان بینی و فرهنگ اهلی شکل گرفته و از نظر فرم و عملکرد و معنا، کیفیتی منحصر به فرد داشته باشد که این کیفیت همان هویت آن است، فضای شهری به حساب می‌آید (طنیبی، ۱۳۸۸: ۱۰۸).

#### رابطه بین مفهوم مکان و مفهوم فضا

مطالعات نظریه‌های اندیشمندان و صاحب نظران مباحث فضا و مکان نشان می‌دهد نحوه نگارش به آن کلا متفاوت است. در بعضی از نظریه‌ها مکان و فضا تفاوت دارند و در بعضی از آن‌ها تفاوت چندانی بین مکان و فضا وجود ندارد. در این قسمت به برخی از نظریه‌ها اشاره‌ای خواهیم کرد هر چند گذرا.

به‌طور مثال در بعضی از تعریف‌ها مکان، محدوده‌ای از فضا است که ارزش بیشتر و واقعی تری دارد در بعضی تعریف‌های دیگر، فضا را گستره‌ای باز و انزاعی و مکان را مفهومی انسانی می‌دانند (رضازاده، ۱۳۸۵: ۳۲۸). یا مکان جایی است که تجربه کردنی باشد (الورغ، ۱۳۷۷: ۵۱). یعنی از تعریف‌ها فضا را پویا و مکان را ایستا و محل درنگ می‌دانند (مینی پور، ۱۳۷۹: ۳۲۲). گاهی مکان را با کیفیت روابط اجتماعی تعریف می‌کنند (رضازاده، ۱۳۸۵: ۳۲۸). یعنی‌ها فضا را کلاماً عینی و در مقابل مکان، یک نوعیت تلقی می‌کنند (فاسمی، ۱۳۷۸: ۷۲). اما در تعاریف حکما و اندیشمندان ایرانی و مسلمانان بین فضا و مکان تفاوتی نیست و از واه مکان به جای فضا استفاده می‌شود (به نقل از طنیبی، ۱۳۸۸).

استفادۀ انسان بوده و آنان را برای رسیدن به آرمان هایشان یاری می کند (تقی زاده، ۱۳۸۵:۲۸). اما در بین آثار انسانی هیچ کدام به اندازه شهرها و فضاهای آن‌ها در طول تاریخ، نماد پیشرفت و تمدن بشری کمال و انحصاط او نبوده و نیست. لذا هویت شهرها زمان‌دهنده هویت جوامع و تمدن‌هایی است که آن‌ها را به وجود آورده‌اند و از آنجایی که طبق تعریف ارائه شده در این پژوهش مکان، کوچکترین جزء فضاهای شهری به حساب می‌آید، بنابراین هویت مکان کاملاً در رابطه با هویت انسان است. رابطه بین هویت انسان و هویت مکان کاملاً دوطرفه است، چراکه انسانی که مکان را می‌سازد و از آن استفاده می‌کند، مسلماً بر سببهای جهانی‌بینی و فرهنگ حاکم بر فضای فکری و عملی خود و جامعه خود، آن را شکل می‌دهد؛ لذا هویت انسان در آن مکان متجلی می‌شود. این ایجاد هویتی ممکن است در فرم و عملکرد و معنای مکان، بروز کند. با گذشت زمان ایجاد هویتی مکان نیز کاملاً انسان‌های آن مکان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و هویت آن‌ها را سمت و سوی می‌دهد. نکته درخور توجه این است که شاید تجلی و تأثیر هویت انسان در مکان، سریع‌تر از تأثیر هویت مکان بر انسان باشد؛ اما به نظر می‌رسد که اهمیت تأثیر هویت مکان بر انسان بیشتر است. زیرا نخست و معمولاً تأثیر هویت انسان در هویت مکان با هر یک از آثار انسانی تا حدودی آگاهانه و کنترل‌گرفته است ولی تأثیر هویت مکان یا آثار انسانی بر هویت انسان اگر چه در طول زمان و آرام‌تر است ولی تا حدودی اجباری و ناخودآگاه (طغیانی ۱۳۸۸:۱۲۱).

مراتب هویتی درک شده در فضاهای شهری همان‌گونه که قبلاً نیز ذکر کردیم آثار و تولیدات انسانی نیز همانند انسان هویت دارند و این هویت کاملاً در رابطه با جهان‌بینی به عنوان فضای فکری و فرهنگ به‌عنوان فضای عملی ویرگرفته از آن‌ها است. همان‌طور که هویت انسانی مراتب و انواع گوناگونی دارد، مسلماً هویت آثار انسانی را نیز باید در مراتب مختلفی بررسی کرد. معماری و شهرسازی نیز از این قاعده مستثنی نیست. مراتب مهم هویتی در گذشته در فضاهای شهری ممکن است به قرار زیر باشد:

هویت دینی؛ هویت تاریخی؛ هویت فرهنگی؛ هویت کالبدی؛ هویت عملکردی؛ هویت طبیعی و هویت انسانی (رک تقی زاده، ۱۳۸۶:۳۴۲-۲۵۱).

آنچه باید ذکر کرد اینک در هر شهر یا فضای شهری ممکن است بعضی از ایجاد هویتی پررنگ‌تر و در عوض بعضی کم‌رنگ‌تر باشد و از طرفی بعضی از مراتب هویتی را ممکن است در همه شهرها و فضاهای آن بتوان درک کرد. همچنین ممکن است که شهری همه مراتب هویتی را یکجا داشته باشد. مسئله دیگر اینکه چنان‌که در این مراتب صرفاً به دلیل سهولت در مسیر مطالعات است و گونه تفکیک آن‌ها به طور کامل امکان‌پذیر نبوده و بسیاری از مراتب نسبت به هم هم‌پوشی دارند. مثلاً ممکن است بعضی از مراتب تحت تأثیر مراتب دیگر قرار گیرند به عنوان مثال هویت عملکردی، تحت تأثیر هویت فرهنگی قرار گیرد.

تبدیل کرده و به همین ترتیب، بحران هویت به یکی از چالش‌های مهم انسان در دنیای متعین مدرن تبدیل شده است. این مسئله از یک طرف عمده‌ای را به چالش کشانیده و از طرف دیگر بستری شده‌است برای به چالش کشاندن گروهی برای منافع عمده‌ای دیگر؛ لذا جامعه‌ای می‌تواند در این جریان خود را اثبات کند که بتواند هویت ممتاز و یگانگی را به منصفه ظهور برساند.

در غیراین صورت چاره‌ای جز تسلیم در برابر حوادث مذکور نخواهد داشت. از آنجایی که از یک طرف بین هویت انسان و آثار مستتسب به او رابطه‌ای کاملاً مستحکم و اثبات‌شده وجود دارد و از طرف دیگر شهرها یکی از آثار مهم جوامع بشری در طول تاریخ بوده و خواهند بوده لذا ایجاد هویتی شهرها و فضاهای آن‌ها در این جریان اهمیت بسیار دارد. هویت شهرها نشان دهنده هویت اهانشان حتی فراتر از این، شکل دهنده هویت ساکنان خود خواهند بود (طغیانی، ۱۳۸۸:۱).

#### هویت مکان

از آنجایی که هویت و مفاهیم مرتبط با آن پیچیدگی‌های خاصی دارد و واژه مکان نیز به اندازه خود پیچیده و مهم به‌نظر می‌رسد، مسلماً هویت مکان نمی‌تواند از ابهامات موجود در این دو واژه فارغ باشد. نظریه‌های اندیشمندان حاکی از این است که نگرش‌ها متفاوت است. در اینجا به بعضی از نظریات اشاره می‌کنیم:

بعضی هویت مکان را برابر معنای مکان می‌دانند و معتقدند که هویت مکان علاوه بر شکل و کیفیت فضایی تحت تأثیر فرهنگ، منش، موقعیت و تجربه مشاهده کننده است (بلیچ، ۱۳۷۶:۱۶۷). بعضی هویت مکان را رابطیاق تصویر ذهنی از یک مکان با عینیت آن مکان می‌دانند (قاسمی، ۱۳۸۰:۶۵). گاهی هویت مکان با هویت انسان برابر است (رضازاده، ۱۳۸۰:۵). گاهی هویت مکان را نتیجه روابط اجتماعی بدون ثبات و چندگانه، جاری در مکان و طول زمان می‌دانند (مدنی پور، ۱۳۷۹:۳۳). بعضی رابطه بین انسان و مکان را منبع هویت معرفی می‌کنند (انورخ، ۱۳۷۷:۵۲). اما به‌نظر می‌رسد این‌گونه نیز بتوان هویت مکان را تعریف کرد؛ اگر مکان، تلاقی فرم، عملکرد و معنا باشد، هویت مکان، محل تلاقی فرم، عملکرد و معنا در طول زمان و در ارتباط با انسان است (طغیانی، ۱۳۸۸:۱۱۷).

#### رابطه بین هویت انسان و هویت مکان

هویت، همواره یکی از مفاهیم‌های مهم بشر در طول تاریخ بوده است؛ ولی در هیچ عصری مانند دوره معاصر به دلایل ویژگی‌های خاص حاکم بر جهان، این‌گونه به اهمیت آن توجه نشده است. انسان وقتی هویت خود را می‌شناسد و به‌واسطه آن به تبیین ارتباط خود با جهان هستی می‌پردازد؛ در همین رابطه برای اینکه بتواند هویت خود را به دیگران معرفی کند، چاره‌ای جز بروز آن در محیط اطراف خود ندارد (طغیانی، ۱۳۸۸:۱۲۰). به‌طور کلی انسان‌ها همواره علاقمندند که آنچه را تولید و خلق می‌کنند براساس و منطبق بر باورهایشان باشد به‌نحوی که آثارشان مظهر

با ویژگی‌های منحصر به‌فرد، چاره‌های نیانند و این همان هویت ممتاز آن فضا است؛ لذا مدیریت شهری باید برای حفظ و ارتقاء حسی ایجاد هویت‌های جدید برنامه‌های مشخص، یا زمان‌بندی کوتاه‌مدت و میان‌مدت و بلندمدت داشته باشد.

۴. بانوجه به توضیحات قبل، به‌نظر می‌رسد که موضوع هویت در شهرها و فضاهای آن‌ها کاملا واقعی و در دسترس بوده و مدیریت شهری به‌طور قطع می‌تواند در این زمینه برنامه‌ریزی کند. بانوجه به کیفی بودن موضوع هویت، به‌نظر می‌رسد دقت در برنامه‌ریزی بسیار اهمیت دارد و ارائه روش‌های مسکن‌وار و زودبازده نه تنها مفید نخواهد بود، بلکه خود می‌تواند زمینه‌ساز بحران هویت شود زیرا ارتقای هویت فرآیندی کاملا کیفی و زمان‌بر است. در این راستا صبر و شکیبایی مدیریت شهری از یکسو و جامعه هدف را ازسوی دیگر، طلب می‌کند.

۵. هویت یا کیفیت منحصر به‌فرد در فضای شهری در مرحله اول می‌تواند زمینه‌ساز تبلیغی مؤثر برای ورود گردشگران و تشویق آن‌ها برای حضور مجدد و نهایتا جذب سایر گردشگران باشد، البته استفاده از تمامی ابزارهای تکنولوژی روز برای تبلیغات نیز بسیار مؤثر است و استفاده از تجربه‌های سایر کشورها.

سخن آخر اینکه، ارتقای هویت در شهرها و فضاهای آنها، حتما با بحث ارتقای سطح گردشگری خواهد شد. لازم به‌ذکر است که علاوه بر هویت، مسائل دیگری نیز مانند امنیت اسکان و بهداشت و غیره... گزینه‌هایی است که باید در بحث مدیریت گردشگری به‌طور ویژه به همه آن‌ها توجه کرد؛ اما در این پژوهش صرفا بر هویت به عنوان عاملی که می‌تواند جرقه شروع گردشگری باشد تاکید شده است.

نکته دیگر اینکه هر یک از این مراتب به دو صورت ممکن است در شهرها بررسی و درک شوند: یکی در سطح کلان یعنی در مقایسه شهرها با یکدیگر و دیگری در فضاهای عناصر شهری، که البته هر یک ممکن است زیر مجموعه‌هایی متناسب با خود داشته باشند (طیفانی ۱۳۸۸: ۱۱۳۴).

با توجه به ظرفیت تحقیق در این قسمت یکی از این مراتب را با اختمل بررسی می‌کنیم. یکی از مراتب هویتی، درک و احراز شده در شهرها هویت دینی است. هویت دینی در شهرها و فضاهای آن‌ها در دو سطح کلی مطرح است. یکی در سطح کلان یعنی در کل شهر در چارچگاه یک پدیده و دیگری در سطح فضا و عناصر شهری به‌دست می‌آید. در سطح کلان، هویت دینی به‌صورت عام شهری متناسب با جهان‌بینی خاص را شکل می‌دهد که آن شهر را از سایر شهرها به علت جهان‌بینی حاکم بر آن کاملا متمایز می‌کند مانند شهرهای سرزمین‌های اسلامی؛ اما به این هویت ممکن است خاص‌تر و عینی‌تر توجه کرد. شهرهایی با هویت کاملا دینی که اصولا کارکرد و عملکرد آن‌ها بر مبنای همین عامل دین و مذهب است مانند مکه برای مسلمانان و مراکز جهان تشیع یا واتیکان در عالم مسیحیت. هویت دینی در سطح دیگری یعنی فضاهای و عناصر شهری نیز می‌تواند تجلی یابد که البته در این سطح نیز، به صورت عام و خاص بررسی کردنی است. ممکن است هویت دینی در جامعه‌های دینی در تمام کالبدهای آن به‌گونه‌ای خود را نشان دهد. تفاوت بین مسکن مسلمانان در شهر اصفهان و آرامنه و یهودیان ساکن در این شهر نمونه‌ای از این هویت دینی است؛ ولی این مرتبه از هویت ممکن است به‌طور خاص در ساختمانی با عملکرد مذهبی تجلی یابد و عامل هویت‌بخش به کل شهر نیز باشد مانند مایند، دیرها، مساجد و سایر اماکن مذهبی در ادیان مختلف. لازم به‌ذکر است که هویت دینی، سایر مراتب هویتی شهرها را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد که در این جا مجال برای پرداختن به همه آن‌ها نیست (طیفانی، ۱۳۸۸: ۱۱۳۶).

### ۳. جمع‌بندی

با توجه به آنچه در قسمت‌های قبل گفته شد می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد:  
۱. از آنجایی که گردشگر کسی است که به دنبال دریافت و ادراک یک پدیده و موضوع و موقعیت منحصر به‌فرد به گردشگری روی می‌آورد؛ لذا شهرها و فضاهای آن‌ها در این زمینه بسیار اهمیت دارند؛ آن‌قدر که خود شهرها و فضاهای آن‌ها عامل گردشگری هستند.

۲. بانوجه به اهمیت اقتصادی موضوع گردشگری با بهسازی بهتر صنعت گردشگری که از آن به صادرات نامرئی هم یاد می‌شود و بازده اقتصادی بالایی آن بدون داشتن عوارض خاص، به‌نظر می‌رسد مدیریت کشور در سطح کلان و مدیریت شهری در سطح خاص جز سرطایه‌گذاری روی این منبع پابکار تولید درآمد، چاره‌ای نداشته باشد.

۳. بانوجه به هدف گردشگران، به‌نظر می‌رسد برای جذب آن‌ها جز ایجاد فضاهای منحصر به‌فرد

#### کتابنامه

۱. افریق، عابد(۱۳۷۷)، فضا و تابرابری اجتماعی، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
۲. اصمعی، فرشته(۱۳۹۱)، مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت.
۳. بحرینی، حسن(۱۳۷۷)، فرآیند طراحی شهری، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۴. پاکزاد جهاننام(۱۳۷۵)، هویت و این همگی با فضا صفا، سال ششم، شماره ۲۱-۲۳.
۵. توسلی، محمود پینالی، ناصر(۱۳۷۱)، طراحی فضای شهری، جلد اول، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
۶. روزآزاده، راضیه(۱۳۸۵)، رویکرد روانشناسانه و جامعه شناسانه به هویت مکان در شهرهای جدید، مر و نمازاده، راضیه(۱۳۸۵)، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.
۷. کتاب هویت شهرهای جدید، تهران، انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.
۸. طغیانسی، شیرین(۱۳۸۸)، مبانی مدیریت پهنابهای ممبوی در فضاهای شهری نمونه موردی بحران هویت، رساله دکتری، دانشگاه علوم و تحقیقات.
۹. عبادیان، محمود(۱۳۸۲)، بحران هویت، نه بی هویتی، قرن کتاب هویت و بحران هویت در ایران، تهران، انتشارات جهان دانشگاهی.
۱۰. قاسمی، مرورزید(۱۳۸۲)، اهل کجا هستیم؟ (هویت بخشی به بافتهای مسکونی)، تهران، انتشارات روزبه.
۱۱. قاسمی، مرورزید(۱۳۸۰)، هویت بخشی به بافتهای مسکونی، فصلنامه مدیریت شهری، سال دوم، شماره ۸.
۱۲. لیلیچ، کوین(۱۳۷۶)، تئوری شکل خوب شهر، ترجمه سید حسین بحرینی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۳. نقی زاده، محمد(۱۳۸۵)، مبانی هنر دینی در فرهنگ اسلامی، اصهبان، انتشارات راهبان.
۱۴. نقی زاده، محمد(۱۳۸۶)، ادراک زیبایی و هویت شهر در تفکر اسلامی، اصهبان، سازمان فرهنگی تفریحی، شهرسازی اصهبان.