

مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال ۶، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶، شماره پیاپی ۱۷

شاپای الکترونیک: ۲۴۹۵-۲۳۸۳

شاپای چاپی: ۲۵۱۴-۲۳۲۲

<http://jrpp.um.ac.ir>

نقش نمادهای گردشگری در توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: باغ تاریخی نشاط روستای تقی آباد)

حسن گیاهی*^۱ - علی اکبر شایان یگانه^۲

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

۲- دکترای ژئومورفولوژی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۹/۲۰ صص ۸۰-۶۹ تاریخ تصویب: ۱۳۹۵/۹/۲۹

چکیده

هدف: از تحقیق حاضر بررسی نقش نمادهای گردشگری و نقش موقعیت گردشگری باغ نشاط (به عنوان یک اثر شاخص تاریخی-فرهنگی) در توسعه روستای تقی آباد شهرستان فیروزه می‌باشد.

روش: روش تحقیق پژوهش، توصیفی-تحلیلی است. اطلاعات تحقیق از طریق منابع اسنادی و مطالعات پیمایشی به دست آمده است. بر این اساس، با توجه به جامعه آماری که حدوداً ۲۰۰۰ نفر را شامل می‌شود، نمونه‌گیری تصادفی به عمل آمده و تعداد ۲۵۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. **یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد که با توجه به مقدار ضریب کای اسکوار (۱۵/۴۲۴) که در سطح خطای کم‌تر از ۰/۰۱ معنی‌دار است، می‌توان با اطمینان ۰/۹۹ درصد گفت که ارزیابی پاسخ‌گویان از آثار گردشگری در سه حوزه اجتماعی، اقتصادی و کالبدی متفاوت است. طبق نتایج، آثار کالبدی گردشگری (۲/۱۲) در منطقه مورد مطالعه مؤثرتر از آثار اجتماعی-فرهنگی (۱/۹۳) و اقتصادی (۱/۹۴) است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مرمت و احیای باغ نشاط می‌تواند به عنوان نماد و برند گردشگری منطقه نقش مهمی در توسعه روستای تقی آباد در زمینه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و کالبدی داشته باشد.

محدودیت و راه‌برد: متکی بودن اعداد به نظرات پاسخ‌دهنده و یک‌دست‌نبودن پاسخ‌ها و عدم ادبیات موضوع قوی از محدودیت‌های این تحقیق می‌باشد. **راه‌کارهای عملی:** نیاز است تا از ابزارهای ثبت در صنعت گردشگری روستایی استفاده شده و در ارتباط با توسعه مناطق، ابزارهای گردشگری آن کاملاً مشخص شود.

اصالت و ارزش: کاربرد این مقاله برای برنامه‌ریزان صنعت گردشگری و حفظ میراث فرهنگی است تا ضمن احیا و حفظ آثار ملی به رونق صنعت گردشگری و توسعه روستایی منجر شود.

کلیدواژه‌ها: گردشگری روستایی، باغ نشاط، باغ ایرانی، نماد، روستای تقی آباد.

ارجاع: گیاهی، ح. و شایان یگانه، ع. ا. (۱۳۹۶). نقش نمادهای گردشگری در توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: باغ

تاریخی نشاط روستای تقی آباد). *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۶(۱)، ۶۹-۸۰.

<http://dx.doi.org/10.22067/jrpp.v5i4.52120>

۱. مقدمه

۱.۱. طرح مسأله

ضرورت تداوم توسعه اقتصادی یک منطقه، ایجاد یک جامعه زنده و سالم است و تحقق آن در صورتی امکان‌پذیر است که هماهنگی لازم بین برنامه‌های اقتصادی و رفاهی جامعه برقرار باشد. به همین جهت، ایجاد و گسترش فضاهای تفریحی توریستی، مرمت و احیای آثار و ابنیه تاریخی و غیره به‌ویژه در مناطق روستایی که ایجاد اشتغال و توسعه همه‌جانبه و پایدار در آن‌ها اولی‌تر از ارائه خدمات اولیه است، می‌تواند ضمن پاسخ‌گویی به نیاز تفریحی روستاییان، زمینه را برای جذب گردشگر که به دنبال خود زنجیروار مشاغل متعددی را به وجود می‌آورد، فراهم سازد. توریسم پدیده‌ای کهن است که از دیرزمان در جوامع انسانی وجود داشته است و به تدریج طی مراحل تاریخی مختلف به موضوعی فنی، اقتصادی و اجتماعی اکولوژیکی کنونی خود رسیده است (جاجرمی و سلیمانی، ۱۳۹۳، ص. ۱۸). توریسم روستایی با فراهم‌آوردن فرصت‌های جدید برای بسیاری از روستاها به عنوان وسیله‌ای است که به آن‌ها حیات دوباره می‌دهد و موجب توسعه این نواحی می‌شود و این سکونت‌گاه‌ها را پابرجا نگه می‌دارد (شریف‌زاده و مرادنژاد، ۱۳۸۱، ص. ۵۲). گردشگری روستایی موجب رشد اقتصادی، ایجاد تنوع و ثبات در اشتغال، پویایی تجارت و صنایع، گسترش فرصت‌هایی برای رشد درآمد به صورت فعالیت‌های چندگانه، ایجاد بازارهای جدید برای محصولات کشاورزی و گسترش مبنای یک اقتصاد منطقه‌ای می‌شود (شارپلی، ۲۰۰۲). در سال‌های اخیر به دلایل مختلف (اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی) گردشگری به عنوان ابزاری برای افزایش توسعه نواحی روستایی که از لحاظ اقتصادی و اجتماعی در تنگنا و انزوا هستند، مورد توجه بوده (پیلار و پرسا، ۲۰۰۵) و در سطح بین‌المللی نیز از لحاظ تعداد گردشگران و درآمد ارزی همواره و به طور بی‌سابقه‌ای در حال افزایش بوده است (جاجرمی و سلیمانی، ۱۳۹۳، ص. ۱۹). خوش‌بختانه با توجه به سابقه کهن کشور عزیزمان ایران، آثار و ابنیه تاریخی زیادی در گوشه و کنار شهرها و روستا وجود دارد که در صورت احیا و بهره‌برداری از آن‌ها می‌توان زمینه ایجاد اشتغال و توسعه شهری و روستایی را با استفاده از پتانسیل‌های گردشگری و میراث فرهنگی به وجود آورد. آثار شاخص تاریخی و طبیعی روستا به عنوان نماد و برند آن‌ها که در سطح منطقه و گاه کشور می‌تواند به عنوان

عامل مؤثری در توسعه آن‌ها نقش ایفا کنند. علایم و نمادها از اولین ابزار بشریت برای ارتباط بودند و نشانه‌شناسی درک بهتری از چگونگی استفاده از علایم و هم‌چنین، نشانه‌هایی ایجاد می‌کند که استاندارد شده‌اند. از سویی، نیاز است نشانه و علایم معنای خود را به صورت ساده و همه‌گیر فهم (جهانی‌شده) بیان کنند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۱). امروزه در بازار رقابتی توریسم و گردشگری، نمادها و برندها عامل بسیار مهمی در موفقیت محسوب می‌شوند؛ به طوری که اغلب گردشگران به دنبال «ترین‌ها» هستند. یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین نمادهای تاریخی کشور ما باغ‌های ایرانی هستند؛ به گونه‌ای که این آثار تاریخی و طبیعی جایگاه مهمی در توسعه و شناخت گردشگری ایران در جهان را دارا می‌باشند. در این پژوهش، تلاش شده است به بررسی موقعیت و نقش توسعه‌های باغ نشاط شهرستان فیروزه (به عنوان باغ ایرانی و یک اثر مطرح تاریخی - فرهنگی بازمانده از اواخر قاجار که اخیراً از سوی میراث فرهنگی احیا و مرمت شده) در رشد و شکوفایی روستای تقی‌آباد بپردازد؛ به بیان دیگر، این نوشتار به دنبال پاسخی به این پرسش‌ها بوده که: الف) احیا و زنده‌سازی باغ نشاط به عنوان نماد گردشگری تاریخی شهرستان فیروزه (که تا قبل از سال ۱۳۹۱ مخروبه و فاقد هرگونه امکانات و غیره بود) تأثیری در توسعه (اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و کالبدی) روستا داشته است؟ ب) تأثیر باغ نشاط در کدام یک از شاخص‌های توسعه مثبت‌تر بوده است؟

۲.۱. پیشینه نظری تحقیق

سازمان جهانی گردشگری با انتشار کتاب علایم و نشانه‌های گردشگری (در سال ۲۰۰۱) ضمن اشاره به تاریخچه و نقش مهم علایم و سمبل‌ها در تاریخ ارتباطات بشر، آن‌ها را از مهم‌ترین عوامل توسعه گردشگری معرفی کرده و جهت استاندارد و جهانی‌شدن آن‌ها اقدام به معرفی و شرح هریک از آن‌ها کرده است.

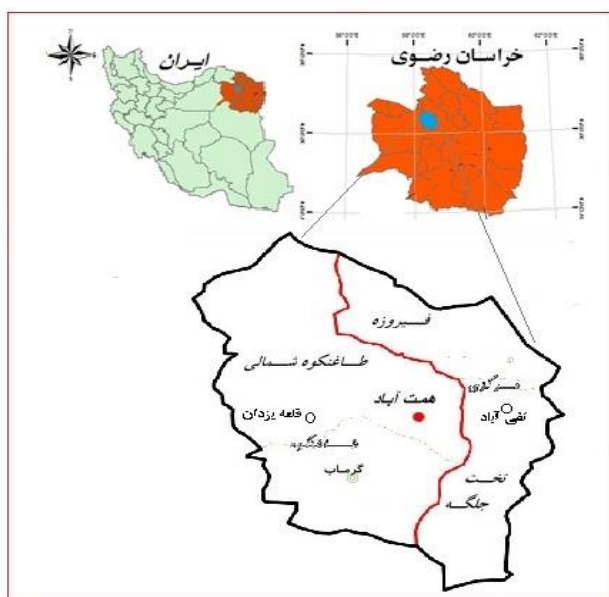
سرور، کاشانی اصل و صلاحی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی نقش نمادها و نشانه‌های شهری در توسعه گردشگری تبریز» نشان داده‌اند که مقوله گردشگری تبریز به مقدار زیادی تحت تأثیر فضای تاریخی شهر قرار گرفته است و در این راستا یک ارتباط قوی ذهنی و فرهنگی بین بازدیدکنندگان و نمادهای تاریخی آن برقرار است. از سویی، بین نوع کاربری اراضی اطراف المان‌ها و جذب گردشگر نیز ارتباط معناداری

بسیاری از روستاهای کشور را گردشگران با برند آثار تاریخی و طبیعی آن می‌شناسند، لزوم بحث و بررسی در این زمینه می‌تواند در آینده اقتصادی و اجتماعی آن‌ها مفید واقع شود.

۲. روش شناسی تحقیق

۱.۲. قلمرو جغرافیایی تحقیق

باغ نشاط به عنوان یکی از بزرگ‌ترین باغ‌های ایرانی کشور، از آثار تاریخی روستای تقی‌آباد بخش مرکزی شهرستان فیروزه است که متعلق به اواخر دوره قاجار و اوایل حکومت پهلوی اول می‌باشد. روستای تقی‌آباد که این اثر فاخر تاریخی در آن واقع شده، در ۳ کیلومتری شمال شهر فیروزه (۱۸ کیلومتری شهر نیشابور) قرار گرفته است. این روستا براساس سرشماری سال ۱۳۹۰ دارای ۲۳۳ خانوار و ۷۸۰ نفر جمعیت است. «آقابالاخان سالار معتمد گنجی» یکی از خوانین بزرگ خراسان در اواخر حکومت قاجار، در زمان جنگ جهانی اول (حدود ۱۳۳۶ ه. ق) زمین غیرقابل کشتی را به باغ تبدیل کرد و نام آن را «نشاط» گذاشت. باغ نشاط دارای ۱۶ هکتار مساحت، کوشک میانی و کوشک شمالی، برج و بارو و حصار و درختان سر به فلک کشیده و غیره است. این اثر تاریخی و طبیعی که به دلایل مختلف از سال‌های دهه ۶۰ شمسی رو به ویرانی نهاده بود، خوش‌بختانه از تابستان سال ۱۳۹۱ توسط اداره میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری شهرستان فیروزه و حمایت‌های سایر ارگان‌ها و اهالی روستا مرمت و احیا شد.



شکل ۱- موقعیت منطقه مورد مطالعه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

وجود دارد. فرهنگد (۱۳۹۰) در کتاب سیمای گردشگری کلات نادری اثر تاریخی کاخ خورشید این شهر را برند و نماد شهرستان کلات دانسته و این طور نتیجه‌گیری کرده است که اثرات این جاذبه مهم تاریخی، سهم زیادی در تبدیل کلات به مقصد مهم گردشگری در خراسان دارد. فرهنگد کاخ خورشید را محور توسعه شهرستان مرزی و بن‌بست کلات معرفی کرده است. فریبا یوسفی، قبادی و خوش‌قدم‌پور (۱۳۹۱) به بررسی نقش نمادهای مذهبی و ملی در توسعه گردشگری مذهبی پرداخته‌اند که برآیند تحقیق آن‌ها به این شکل است که جاذبه‌های زیارتگاهی و آثار تاریخی- مذهبی و غیره هر ساله پذیرای میلیون‌ها مسافر، زائر و بازدیدکننده است و می‌تواند علاوه بر عواید معنوی، درآمدهای بسیاری را نصیب مناطق برخوردار از این نوع نمادها و جاذبه‌ها کند. عنابستانی، بوزرجمهری و صاحبکار (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «پیامدهای اجتماعی و اقتصادی توسعه گردشگری خانه‌های دوم در نواحی روستایی دهستان شیرین دره قوچان» به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و مستقیم بین توسعه گردشگری خانه‌های دوم و توسعه اجتماعی و اقتصادی در سطح روستاهای منطقه وجود دارد. عبدالله‌زاده، شریف‌زاده و عربیون (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی پیامدهای گسترش گردشگری در نواحی روستایی: روستای زیارت استان گلستان» به این نتیجه رسیدند که پیامدهای مثبت گردشگری بیش‌تر از پیامدهای منفی آن بوده است. نادری (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «واکاوی اثرات گردشگری در روستای ابیانه با استفاده از تکنیک سوات» دریافت که این روستا علی‌رغم برخورداری از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقه نمونه گردشگری، موانعی اساسی را در راه رسیدن به این هدف در مقابل خود دارد. سرایی و شمشیری (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی وضعیت گردشگری در شهر شیراز در راستای توسعه پایدار با استفاده از تکنیک سوات» نتیجه گرفتند که شهر شیراز به دلیل موقعیت و آثار بسیار برجسته تاریخی، فرهنگی، هنری و ادبی خود در موقعیت تهاجمی/ رقابتی قرار دارد و ظرفیت تبدیل شدن به یکی از بزرگ‌ترین مرکز توریستی ایران در سطح بین‌المللی را داراست. هرچند محققان و پژوهشگران زیادی به نقش و جایگاه گردشگری روستایی در توسعه روستاها پرداخته‌اند؛ ولی درباره نقش نمادهای گردشگری روستاها مقاله‌ای منتشر نشده است، حال که

۲.۲. روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش، توصیفی-تحلیلی است و نوع آن کاربردی-توسعه‌ای است. اطلاعات تحقیق از طریق منابع اسنادی و مطالعات پیمایشی و میدانی به دست آمده است. در روش اسنادی برای مطالعه ادبیات موضوع، سوابق موضوع، مباحث نظری و غیره و نیز برای تهیه آمار و اطلاعات بررسی شده است. روش میدانی به صورت تکمیل پرسش‌نامه از روستاییان منطقه مورد مطالعه انجام شده است. بر این اساس با توجه به جامعه آماری که حدود ۲۰۰۰۰ نفر از جامعه روستایی را به خود اختصاص می‌دهد، نمونه‌گیری تصادفی به عمل آمد که از آن تعداد، ۲۵۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب و پرسش‌نامه‌های تحقیق بین آن‌ها توزیع و پس از تکمیل جمع‌آوری شد. روش نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای است و در مرحله ابتدایی باید از بین روستاهای تشکیل‌دهنده جامعه یا جمعیت مورد بررسی تعدادی روستا انتخاب شده‌اند. نحوه انتخاب خوشه‌ها تصادفی ساده است. در هر روستا از افراد به صورت تصادفی آمار گرفته شده است. داده‌های مورد نظر با استفاده از نرم‌افزار SPSS پردازش و نتایج حاصل از آن تجزیه و تحلیل شد. در تحقیق حاضر، جهت افزایش درجه اعتبار، از روش صوری استفاده شده است (هومن، ۱۳۷۶، ص. ۲۲۸)؛ به این منظور، پرسش‌نامه بعد از تدوین در اختیار صاحب‌نظران، متخصصان و استادان قرار گرفت و پس از جمع‌آوری نظرات آن‌ها، اصلاحات لازم انجام شد. برای تعیین روایی این تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است (ساروخانی، ۱۳۸۲، ص. ۱۵۱). در این تحقیق، میزان آلفای محاسبه‌شده اعداد مطلوبی است و می‌توان گفت که دقت لازم برای احراز پایایی سازه‌ها در پرسش‌نامه به کار گرفته شده و گویه‌های طراحی شده برای سنجش متغیرها با یکدیگر هم‌بستگی درونی دارند (جدول ۱).

جدول ۱- ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

ضریب الفا	۰،۹۰۶	۰،۸۸۷	۰،۹۲۰
متغیر	متغیر اقتصادی	متغیر فرهنگی اجتماعی	متغیر کالبدی

۳. مبانی نظری تحقیق

برندسازی مکان‌ها یکی از پیچیده‌ترین مباحث عرصه برند است و در جایگاهی بس فراتر از برندسازی محصول و یا شرکت قرار می‌گیرد. در دنیای به‌هم‌پیوسته و بی‌مرز امروزی تأثیر برندهای مکان را در تجارت، جهان‌گردی و سرمایه‌گذاری می‌توان دید. در حقیقت، این روزها همه می‌دانیم که «برند» همان نام و تصویری است که دیگری از ما در ذهنش دارد و کشور، مکان، شهر و روستا هم مستثنی از این نبوده و مانند دیگر برندها دارای ارزش‌های ویژه و منحصر به خود هستند. روستاها بسته به جغرافیا، فرهنگ و تاریخ خود دارای هویت و ارزش‌های ویژه‌ای هستند که برند آن‌ها بر پایه این ساختار شکل می‌گیرد. نمادهای گردشگری روستایی عبارت‌اند از عناصر معماری قدیمی و یا جاذبه‌های طبیعی که گاه از خود روستا، پرآوازه‌تر حضور پیدا می‌کنند؛ زیرا هویت آن‌ها قوی‌تر و اصیل‌تر شکل گرفته است. نمادهای گردشگری روستایی ترجمان روح روستاها و نشان‌دهنده سیر تاریخی و تمدنی آن‌ها هستند و در حقیقت به عنوان پلی مفاهیم ارزشی آن را به بیننده انتقال داده و او را درگیر می‌کنند (شفیعی، ۱۳۹۴).

در حال حاضر، توسعه مناطق روستایی به همراه شناخت قابلیت‌ها و تنگناهای آن‌ها با توجه به تجربه تاریخی فرآیند توسعه در کشورهای توسعه‌یافته، یکی از محورهای اصلی برنامه‌های توسعه محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورهای جهان سوم است. امروزه گردشگری پدیده مهم قرن بیستم است (کوبان، ۵، ۱۹۷۸، ص. ۸۴) و نقش حیاتی در اقتصاد جهانی ایفا می‌کند (زنگی‌آبادی و سلیمانی، ۱۳۹۱، ص. ۵۲) و به مثابه پدیده پویای جهانی و اجتماعی، پیچیدگی‌های خاص خود را دارد. گردشگری فعالیتی چندبعدی بوده و از آن به عنوان «امیدبخش‌ترین صنعت کشورهای جهان سوم» یاد شده است (لی، ۱۳۷۸، ص. ۱). امروزه عاملی که گردشگری را کارآمدتر و موثرتر در جهان جلوه‌گر می‌کند، استفاده از برند، سمبل و نماد در توسعه آن است که معمولاً آثار تاریخی و هنری ارزشمند نقش برند را در توسعه گردشگری ایفا می‌کنند و نشانه‌ها و علائم گردشگری که به طور یکسان و مشابه در سراسر جهان معرفی می‌شوند، ایفاگر نقش راهنما و زبان جهانی گردشگری هستند. سازمان جهانی گردشگری استفاده از نمادها را برای به‌تصویرکشیدن جاذبه‌های گردشگری، یک گام قاطع در راستا توسعه گردشگری می‌داند. همین سازمان جهت خوانایی گردشگری و سهولت آن برای همه، یک مجموعه جامع

سن ۲۰-۲۶ ساله (۲۲,۹ درصد)، بین سنین ۲۷-۳۴ سالگی (۳۶,۶ درصد) و سن ۳۵-۴۴ ساله (۴۰,۶ درصد) قرار داشته‌اند. از نظر سطح تحصیلات، ۳,۴ درصد پاسخ‌گویان زیردیپلم، ۵۰,۶ درصد دیپلم، ۲۰,۱ درصد مقطع کاردانی، ۱۸,۸ درصد در مقطع کارشناسی و ۸,۱ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر بوده‌اند. هم‌چنین، بیش‌تر پاسخ‌گویان دارای شغل آزاد هستند (۶۳,۱ درصد)، در حالی که ۳۶,۹ درصد دارای مشاغل دولتی هستند.

۲.۴. یافته‌های استنباطی

جهت نرمال بودن یا نبودن متغیرها، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف^۹ استفاده می‌کنیم (جدول ۲).

جدول ۲- آزمون کولموگروف-اسمیرنوف تک نمونه‌ای

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

متغیر کالبدی	متغیر فرهنگی اجتماعی	متغیر اقتصادی	آزمون کولموگروف-اسمیرنوف تک نمونه‌ای
۲۵۰	۲۵۰	۲۵۰	تعداد نمونه
۲/۹۲۰۰	۲/۷۸۰۰	میانگین	پارامترهای نرمال
۱/۱۴۸۴۲	۱/۲۵۲۹۵	انحراف معیار	
۰/۲۱۲	۰/۲۱۷	Absolute	Most Extreme Differences
۰/۲۱۲	۰/۲۱۷	مثبت	
-۰/۱۸۸	-۰/۱۷۱	منفی	
۳/۳۵۶	۳/۴۳۴	۴/۰۴۹	Kolmogorov-Smirnov Z

برای بررسی فرضیه‌ها از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده شده است. پرسش‌نامه‌ای را از نگاه روستاییان تهیه کرده و آثار اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و کالبدی باغ نشاط را در توسعه روستای تقی‌آباد بررسی کردیم (جدول ۳).

از علایم و نشانه‌هایی جمع‌آوری کرده است که یا بوده‌اند و یا می‌تواند به صورت بین‌المللی استاندارد شوند. این علایم که با طرح و رنگ‌های یکسان هستند، مربوط به ایمنی، امنیت و حمل‌ونقل، امکانات، زیرساخت‌ها و غیره جهت راحتی و راهنمایی گردشگران است که اسباب راحتی گردشگران را در تشخیص خدمات و اماکن تاریخی و غیره فراهم می‌کنند (سازمان گردشگری جهانی، ۲۰۰۱). باغ ایرانی یکی از زیباترین و لطیف‌ترین فضاها، محوطه‌های سرسبز و محصور است که از عناصری چون معماری، آب، درخت، هنر و غیره ترکیب شده است. این اثر به عنوان سمبل رویش و زایش در سرزمین خشک و نیمه‌خشک ایران از گذشته‌های بسیار دور تا کنون جلوه‌گر هنر و خلاقیت ایرانی‌ها در استفاده درست و چندمنظوره از آب و تلفیق آن با هنر معماری و غیره. واژه پردیس به معنای بهشت، در زبان عربی «فردوس» و در زبان‌های دیگر به «پارادایز» به معنی محوطه محصور و مدور باغ نامیده می‌شود. امروزه این واژه در زبان یونانی به صورت پارادیس^۶ به معنی باغ و در زبان فرانسه به صورت پارادیس^۷ و در زبان انگلیسی به صورت پارادیز^۸ به معنی بهشت به کار برده می‌شود. بنابراین، ایرانیان با ایجاد باغ ایرانی تصور ذهنیشان را از بهشت که به پاداش اعمال نیک به آن‌ها می‌بخشیده‌اند، در باغ‌هایی سرسبز و خرم تجسم بخشیده‌اند. در بهشت کوثر هست و درختان و گل‌ها و جویبارها و در باغ نیز آب روان آرمید و این محصور در دیواری است که مانع ورود جهنمیان به آن می‌شود (پیرنیا، ۱۳۷۳). باغ ایرانی به عنوان یکی از نمادهای ارزشمند تاریخی و طبیعی کشور که اخیراً در فهرست میراث جهانی (یونسکو) به ثبت رسید، برای همیشه در اذهان جهانیان ماندگار شدند. روستای تقی‌آباد که باغ زیبای ایرانی نشاط را دل خود جای داده، می‌تواند با توجه به شاخص‌ها و فضاهای وسیع و چشم‌نوازی که دارد بیش از گذشته در توسعه روستایی شهرستان فیروزه گام بردارد.

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. یافته‌های توصیفی

به لحاظ جنسیت، ۷۶/۹ درصد از پاسخ‌گویان مرد هستند در حالی که تعداد ۲۳/۱ درصد زن می‌باشند. به لحاظ ویژگی‌های سنی، پاسخ‌گویان بین ۲۰ تا ۴۴ ساله قرار داشته‌اند. بین

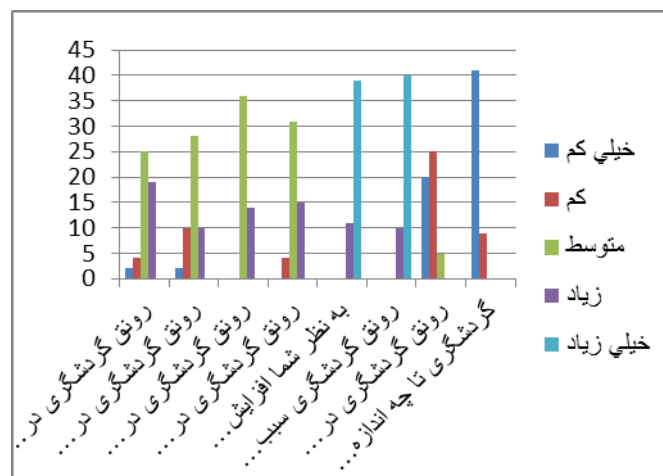
جدول ۳- مطالعه آثار اقتصادی باغ نشاط در توسعه روستای تقی آباد از نگاه روستاییان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

ردیف	سؤال یافته‌های پژوهش	درصد افراد پاسخ‌گو				
		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۱	رونق گردشگری در منطقه سبب افزایش قیمت زمین شده است.	۲	۴	۲۵	۱۹	۴۵۸۴
۲	رونق گردشگری در منطقه باعث تنوع‌بخشی به منابع درآمدی ساکنان منطقه شده است	۲	۱۰	۲۸	۱۰	۱۳۶۸
۳	رونق گردشگری در منطقه باعث ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در منطقه شده است	-	-	۳۶	۱۴	۱۱۸۴
۴	رونق گردشگری در منطقه در افزایش درآمد روستاییان مؤثر بوده است.	-	۴	۳۱	۱۵	۳۱۱۲
۵	به نظر شما افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این روستا تا چه میزان ضروری است.	-	-	-	۱۱	۳۹
۶	رونق گردشگری سبب جذب بیش‌تر منابع مالی و بودجه‌های دولتی شده است.	-	-	-	۱۰	۴۰
۷	رونق گردشگری در منطقه باعث توسعه بازارهای محلی شده است.	۲۰	۲۵	۵	-	۲۹۹۶
۸	گردشگری تا چه اندازه باعث تغییر شیوه زندگی و معیشت مردم شده است	۴۱	۹	-	-	۱۳۵۲
	کل					۲۷۸۸

همان‌طور که در جدول (۳) مشاهده می‌شود، بیش‌ترین اثر اقتصادی گردشگری در گویه (رونق گردشگری سبب جذب بیش‌تر منابع مالی و بودجه‌های دولتی شده است) با میانگین ۴/۸ می‌باشد. این رقم با آمار اعتبارات اداره میراث فرهنگی و سایر ادارت شهرستان که نشان‌دهنده افزایش ۲۰۰ درصدی بودجه مرمتی باغ و ارائه خدمات زیربنایی به روستا است، بیش‌تر مورد تأیید قرار می‌گیرد (آرشیو میراث فرهنگی، ۱۳۹۳). سپس گویه (به نظر شما افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این روستا تا چه میزان ضروری است) با میانگین ۴/۷۸ قرار دارد. ایجاد و تشکیل چند باب مغازه تجاری در

خود باغ نشاط (فیروزه‌فروشی و تراش سنگ‌های قیمتی) و خیابان‌های منتهی به آن نشان می‌دهد. با احیای باغ، بازار محلی و ایجاد مشاغل جدید نیز همان‌طور که گویه (۱۰) نشان می‌دهد، رونق گرفته است. کم‌ترین اثر اقتصادی از نظر پاسخ‌گویان در گویه (رونق گردشگری در منطقه باعث ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در منطقه شده است) با میانگین (۱/۱۸) و گویه (گردشگری تا چه اندازه باعث تغییر شیوه زندگی و معیشت مردم شده است) با میانگین (۱/۳۵) قرار دارد (شکل ۲).



شکل ۲- مطالعه آثار اقتصادی باغ نشاط در توسعه روستای تقی آباد از نگاه روستاییان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

جدول (۴) آثار فرهنگی و اجتماعی را از نگاه روستاییان نشان می‌دهد.

جدول ۴ - مطالعه آثار فرهنگی و اجتماعی باغ نشاط در توسعه روستای تقی آباد از نگاه روستاییان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

ردیف	سؤال	درصد افراد پاسخ‌گو				
		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۱	میزان رضایت‌مندی اهالی روستا از فعالیت‌های عمرانی انجام‌شده در باغ تاریخی نشاط	۱	۳	۱۲	۳۲	۲
۲	رونق گردشگری در منطقه سبب شهرت بیشتر منطقه شده است.	-	-	-	۱۴	۳۶
۳	رونق گردشگری سبب گسترش ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی در منطقه شده است.	۳۳	۱۵	۲	-	-
۴	به نظر شما گردشگری تا چه میزان باعث مصرف‌گرایی و الگوبرداری روستاییان از گردشگران شده است.	۴۴	۶	-	-	-
۵	اطلاع‌رسانی و راهنمایی گردشگران در این محدوده تا چه میزان کافی و قانع‌کننده است.	۴	۷	۱۹	۱۵	۵
۶	رونق گردشگری در منطقه سبب بالا رفتن سطح آگاهی‌های فرهنگی ساکنان منطقه شده است.	-	۷	۳۳	۸	۲
	کل					۲/۷۸

اجتماعی فرهنگی از نظر پاسخ‌گویان در گویه (به نظر شما گردشگری تا چه میزان باعث مصرف‌گرایی و الگوبرداری روستاییان از گردشگران شده است)، با میانگین (۱/۶۱) سپس، گویه (رونق گردشگری در منطقه سبب شهرت بیشتر منطقه شده است) با میانگین (۱/۷۵) قرار دارد. جدول (۵) مطالعه آثار کالبدی گردشگری را بررسی کرده است.

همان‌طور که جدول (۴) نشان می‌دهد بیشترین اثر اجتماعی فرهنگی گردشگری در گویه (اطلاع‌رسانی و راهنمایی گردشگران در این محدوده تا چه میزان کافی و قانع‌کننده است) با میانگین (۴/۴۲) است. سپس، گویه (رونق گردشگری در منطقه سبب بالا رفتن سطح آگاهی‌های فرهنگی ساکنان منطقه شده است) با میانگین (۳/۵) قرار دارد. کمترین اثر

جدول ۵ - مطالعه آثار کالبدی باغ نشاط در توسعه روستای تقی آباد از نگاه روستاییان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

ردیف	سؤال	درصد افراد پاسخ‌گو				
		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۱	رونق گردشگری در منطقه تا چه حد موجب بهبود وضعیت معابر و راه‌های ارتباطی روستا با دیگر مناطق شده است.	۲	۱۵	۲۳	۱۰	۲/۸۲۰۰
۲	رونق گردشگری در منطقه سبب گسترش امکانات بهداشتی و درمانی شده است.	۳۶	۱۴	-	-	۱/۳۸۰۰
۳	رونق گردشگری در منطقه در افزایش ساخت‌وسازهای مسکونی مؤثر بوده است.	۲	۴	۲۷	۱۷	۳/۱۰۰۰
۴	رونق گردشگری در منطقه سبب بهبود بافت و الگوی معماری مسکن شده است.	۱۶	۲۸	۴	۲	۱/۸۴۰۰
۵	رونق گردشگری تا چه اندازه موجب افزایش دسترسی به امکانات و خدمات حمل‌ونقل شده است؟	۲۷	۱۳	۱۰	-	۱/۶۶۰۰
۶	به نظر شما روستای شما قابلیت‌های لازم را برای توسعه گردشگری دارد؟	-	-	۷	۸	۴/۵۶۰۰
۷	کافی نبودن زیرساخت‌ها و امکانات را چه قدر در عدم توسعه گردشگری در این منطقه دخیل می‌دانید؟	۱	۵	۱۶	۲۶	۳/۴۶۰۰
۸	رونق گردشگری در منطقه سبب گسترش خانه‌های دوم در منطقه شده است.	۳۸	۱۰	۲	-	۱/۳۸۰۰
	کل					۲/۹۲

درصد ارزیابی پاسخ‌گویان از آثار گردشگری در سه حوزه اجتماعی، اقتصادی و کالبدی متفاوت است (جدول ۷).

جدول ۷- آزمون رتبه‌های دبلیو کندال

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

۲۵۰	N
۰/۰۳۱	Kendall's W(a)
۱۵/۴۲۵	Chi-Square
۲	Df
۰	Asymp. Sig.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری به عنوان صنعتی نوپا، به‌ویژه در سال‌های اخیر تأثیرات عمیقی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بیش‌تر کشورهای جهان داشته است. گردشگری امروزه در اشکال مختلف خود بیش‌تر مناطق، به‌ویژه شهرها و روستاهای گردش‌گرپذیر را تحت تأثیر مستقیم خود قرار داده است. امروزه در توسعه گردشگری سعی بسیاری در نمادسازی می‌شود. هرچه نماد مورد نظر منحصربه‌فردتر بوده و با ارزش‌ها و ویژگی‌های گذشته و حال آن فضا و مردمانش بیش‌تر تطابق داشته باشد، ماندگاری‌اش در ذهن گردش‌گر بیش‌تر می‌شود و یادآوری دوباره آن آسان‌تر است و در عین حال، میل به بازدید دوباره آن مکان در گردش‌گر افزایش می‌یابد. گردشگری که وارد پاریس می‌شود، همیشه دوست دارد که برج ایفل را ببیند، حتی اگر برای چندمین بار باشد. تحقیقات گسترده پیشین نشان داده است که گردشگری و توریسم در زمینه توسعه پایدار از بعد فرهنگی و اجتماعی سبب تعامل فرهنگی با دنیای خارج، بین‌المللی شدن فرهنگ بومی، بهبود نظام‌های آموزشی و بهداشتی و غیره خواهد شد و نیز تحقیقات گذشته نشان داده است که باغ ایرانی نماد و یکی از برندهای میراث فرهنگی کشور در استفاده بهینه از مواهب خدادادی است و به زیباترین صورت با هنر و معماری اسلامی- ایرانی تلفیق شده و چشم‌انداز بسیار زیبایی را پیش روی علاقه‌مندان و گردش‌گران قرار داده است. این تحقیق نشان داده است که باغ نشاط روستای تقی‌آباد فیروزه که در ۱۸ کیلومتری غرب شهر تاریخی نیشابور واقع شده نیز مثل سایر باغ‌های تاریخی کشور دارای جایگاه مطلوبی در گردشگری منطقه و استان است؛ به طوری که امروزه به برند گردشگری شهرستان فیروزه تبدیل شده است. همان‌طور که نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، احیا

همان‌طور که در جدول (۵) مشاهده می‌شود، بیش‌ترین اثر کالبدی گردشگری در گویه (به نظر شما روستای شما قابلیت‌های لازم را برای توسعه گردشگری دارد؟) با میانگین (۴/۵۶) است که این، بازگوکننده ایمان روستاییان به جایگاه گردشگری باغ نشاط در رشد گردشگری و توسعه روستای تقی‌آباد است. سپس، گویه (کافی نبودن زیرساخت‌ها و امکانات را چه قدر در عدم توسعه گردشگری در این منطقه دخیل می‌دانید؟) با میانگین (۳/۴۶) قرار دارد. همان‌طور که گویه (۱) نشان می‌دهد، رونق (احیای باغ نشاط) باعث آسفالت راه‌های دسترسی به روستای تقی‌آباد (مسیر سه‌کیلومتری شهر فیروزه به تقی‌آباد، مسیر چهارصدمتری روستا به باغ نشاط و مسیر یک‌کیلومتری آن به جاده قوچان) از محل اعتبارات میراث فرهنگی و استانداری شده است (اداره میراث فرهنگی فیروزه، ۱۳۹۳). با احیای باغ نشاط، فضاهای بدون کاربری اطراف آن که طبق نقشه طرح هادی روستا جهت کاربری مسکونی (با ارتفاع کم) در نظر گرفته شده بود، هم‌اینک در حال ساخت‌وساز می‌باشند (دهیاری تقی‌آباد، ۱۳۹۳) که این موضوع با ۳/۱ درصد در گویه (۳) اشاره شده است. کم‌ترین اثر اجتماعی فرهنگی از نظر پاسخ‌گویان در گویه‌های (رونق گردشگری در منطقه سبب گسترش امکانات بهداشتی و درمانی شده است) با میانگین (۱/۲۸) سپس، گویه (رونق گردشگری در منطقه سبب گسترش خانه‌های دوم در منطقه شده است) با میانگین (۱/۲۸) قرار دارد. برای سنجش این متغیر از آزمون رتبه‌های دبلیو کندال ۱۰ استفاده می‌کنیم.

جدول ۶- میانگین رتبه اقتصادی، فرهنگی اجتماعی و کالبدی

مأخذ: ن یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

متغیرها	Mean Rank
اقتصادی	۱/۹۴
فرهنگی-اجتماعی	۱/۹۳
کالبدی	۲/۱۲

به منظور بررسی این که «در کدام حوزه آثار گردشگری مثبت‌تر و در کدام حوزه منفی‌تر است» از جدول میانگین رتبه استفاده می‌کنیم. طبق نتایج جدول (۶) آثار کالبدی گردشگری (۲/۱۲) در منطقه مورد مطالعه، مؤثرتر از آثار اجتماعی- فرهنگی (۱/۹۳) و اقتصادی (۱/۹۴) است. با توجه به مقدار ضریب کای اسکوار (۱۵/۴۲۴) که در سطح خطای کم‌تر ۰/۰۱ معنی‌دار است، می‌توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹

راهکارهای پیشنهادی برای اثرگذاری بیشتر باغ‌های ایرانی بر توسعه روستایی عبارت‌اند از:

- حفظ جایگاه باغ نشاط به عنوان برند گردشگری شهرستان فیروزه با استفاده از ادامه مرمت و احیای اصولی آن.
- استفاده از علائم و نشانه‌های گردشگری استاندارد شده جهانی و بین‌المللی در مسیرهای ارتباطی شهرستان جهت آشنایی گردشگران خارجی با باغ تاریخی نشاط.
- کمک به افزایش شهرت بیش از پیش برند گردشگری باغ تاریخی نشاط با انجام تبلیغات و اطلاع‌رسانی مناسب.
- آگاهی و اطلاع‌رسانی به مردم و اهالی بومی در نقش و اهمیت باغ نشاط به عنوان برند گردشگری در توسعه منطقه و اخذ مشارکت آن‌ها جهت هم‌کاری و مشارکت در تکمیل به‌سازی و حفاظت و نگهداری از آن.
- تعریف کاربری‌های مناسب شأن و جایگاه باغ نشاط مثل ایجاد غرفه‌های فروش صنایع دستی، سفره‌خانه‌های سنتی و غیره جهت جذب گردشگر و کمک به توسعه باغ و روستای تقی‌آباد.

یادداشت‌ها

1. sharply
2. pilar and Teresa
3. WTO
4. SWOT
5. Kuban
6. paradeisos
7. paradis
8. paradise
9. Kolmogorov-Smirnov
10. Kendal W Rank

و مرمت این اثر و برند تاریخی توانسته در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و کالبدی در توسعه روستای تقی‌آباد نقش داشته است. آمار اداره میراث فرهنگی شهرستان فیروزه در سال‌های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ نشان می‌دهد که بعد از مرمت باغ نشاط بیش از ۱۳۵۰۰ نفر از آن دیدن کردند که این رقم قبل از سال ۱۳۹۲ بسیار اندک بوده است. این ارقام به خوبی علاوه بر جایگاه ارزشمند باغ نشاط، بین فرهنگ‌دوستان، نوید نقش بسیار خوب آن در جذب و جلب گردشگر و در نهایت، توسعه روستا را می‌دهد. آمار همین سازمان بازگوکننده این است که نگاه دولت‌مردان به فضای کالبدی روستا و خود باغ بسیار تغییر کرده؛ به طوری که اعتبارات مالی فراوانی جهت سامان‌دهی روستا و باغ به تقی‌آباد تزریق شده است (گزارش شفاهی اداره میراث فرهنگی فیروزه، ۱۳۹۳). یافته‌های پژوهش به دو سؤال تحقیق این‌طور پاسخ داده است که باغ نشاط در هر سه شاخص توسعه (اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی و کالبدی) روستای تقی‌آباد مؤثر بوده است؛ ولی نقش آن در بهبود آثار کالبدی (با ۲/۱۲ درصد) روستا از نگاه پاسخ‌دهندگان (که مورد تأیید ارگان‌های ذی‌ربط نیز می‌باشد) پررنگ‌تر بوده است. همچنین، با توجه به مقدار ضریب کای اسکوار (۱۵/۴۲۴) که در سطح خطای کم‌تر از ۰/۰۱ معنی‌دار است، می‌توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹ درصد ارزیابی پاسخ‌گویان از آثار گردشگری در سه حوزه اجتماعی، اقتصادی و کالبدی متفاوت است. طبق نتایج، آثار کالبدی گردشگری (۲/۱۲) در منطقه مورد مطالعه، مؤثرتر از اقتصادی (۱/۹۴) و آثار اجتماعی- فرهنگی (۱/۹۳) است.

کتاب‌نامه

1. Absollahzadeh, Gh., Sharifzadeh, A., & Arabiyon, A. (1392/ 2014). Explores the implications developing tourism in rural areas: Ziyarat village of Golestan Province. *Geography and Environmental Planning Journal*, 52, 15-32. [In Persian]
2. Administration of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Firoozeh city (1393/2014). Reports and statistics. Firooze: Office of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism in Firooze city. [In Persian]
3. Anabestani, A.A., Bozerjmehri, KH., & Sahebkar, N. (1391/2012). Social and economic consequences of tourism development of second homes in rural areas rural case study: Shirindare Ghochan. *Journal of Research and rural planning*, (1), 12-42. [In Persian]
4. Roknoddin-e-Eftekhari, R., & Ghaderi, A. (1382/2003). The role of rural tourism in rural development. *Journal of Tarbiat Modarres*, 6(2), 10-28. [In Persian]
5. Farahmand, Sh. (1390/2011). *Tourist face Kalat Naderi*. Mashhad: Iran Azad publication. [In Persian]

6. Hooman, c. AS. (1376). *Research Methodology* (5th ed.). Tehran: SAMT Publications. [In Persian]
7. Jajarmi, K., & Solaymani, H. (1393/2013). Analysis of tourism potentials and capabilities from the perspective of rural residents Bagh bahadoran. *Journal of geographical landscape in human studies*, 9(26), 28-17. [In Persian]
8. Kuban, D. (1978). Conservation of the historical environment for cultural survival. *Conservation as Cultural Survival*, 1-8, Istanbul: The Aga Khan Award for Architecture.
9. Lee, J. (1378/ 1999). *Tourism and development in the Third World*, (A. Rokneddin Eftekhari, & A. Salehi, Trans.). Tehran: Commercial printing & sawing company. [In Persian]
10. Pirnia, M. K. (1373/1993). Persian gardens. *Journal of Abadi*, (15), 41-25. [In Persian]
11. Saraei, M. H., & Shamshiri, M. (1392/ 2013). Study of Shiraz tourism for sustainable development, using SWOT. *Journal of Geography and Environmental Planning*, 49, 88-69. [In Persian]
12. Sarokhani, B. (1376/1997). *Dictionary of Social Sciences*. Tehran: Kayhan Publications. [In Persian]
13. Sarvar, H., Kashayni Asl, A., Eslami, M., & Salahi Sarikhan Biglo, V. (1393/2014). The effects of city symbols and signs in urban development (case study: Tabriz city). *Journal tourism planning and development*, 3(11), 18-36. [In Persian]
14. Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism management*, 23(3), 233-244.
15. Yosefi, F., Ghobadi, A., & Khoshghadampour, S. (1391/2012). The Role of religious and national symbols in the development of religious tourism in Iran. *First National Conference on Geography and tourism in the Third Millennium* (pp.40-56), Islamic Azad University, Najaf Abad, Iran. [In Persian]
16. Zangiabadi, A., & Solaymani, H. (1391/2012). Analysis of the spatial development of tourism in the city of Isfahan Province Using Topsis. *Journal of Geography and Urban Development*, 1(1), 51-73. [In Persian]

The Role of Tourism Symbols in Rural Development (Case Study: Neshat Historical Garden in Taqiabad Village)

Hasan Giyahi*¹ – Aliakbar Shayan Yeganeh²

1- Ph.D. Candidate in Geography and Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.

2- Ph.D. in Geomorphology, Hakim Sabzevari University, Sabzevar, Iran.

Received: 11 December 2015

Accepted: 20 December 2016

Extended abstract

1. INTRODUCTION

Although symbol creation has had a long record in human history, throughout the history, the symbols as a mark bearing visual identity, have been used as a tool for communication. This means humans have used the symbols for thousands of years to describe natural phenomena and express their emotions, feelings and ideas. There are many historical and natural monuments in rural areas that are symbols and brands of those areas. Accordingly, they can have a huge impact on sustainable development of rural areas if they receive due attention. Nowadays in many rural areas, tourism has changed from a passive factor into a dynamic and effective one which may have positive effects on controlling the rural social landscape. The nature and significance of such changes make it necessary to pay special attention to functions of tourism and leisure activities in rural areas, so that in some cases it may prompt one to predict the possible effects.

2. THEORETICAL FRAMEWORK

Since tourism and the use of natural and historical resources has changed into a need, the various uses of space has provided more opportunities for rural people to benefit from natural and historical monuments in their areas. Today, tourism as a phenomenon of the twentieth century plays a vital role in the global economy, and as a social phenomenon play a significant role in dynamic global economy. At the same time, as the world's largest service industry, tourism contributes to cultural exchange between countries. Persian Garden as one of the valuable historical and natural symbols of Iran which has recently been registered in World Heritage list (UNESCO) would remain in the minds of the people of the world.

3. METHODOLOGY

The research was conducted in a descriptive-analytical method. The data were obtained through

documentary research and surveys. The population included about 20,000 people, of which 250 people were selected in a random sampling method as the sample of the study. We also used Kendall W Rank test to find which area has more positive tourism driven effects. The data were processed using SPSS software package. Cronbach's alpha coefficient was used to measure the reliability of the items.

4. DISCUSSION

The results showed that according to the value of chi-square (15.424), which is a significant at error level of less than 0.01, we may conclude with a confidence level of 0.99 percent that ideas of the participants about the effects of tourism on social, economic and physical aspects are different. According to the results, the physical effects of tourism (2.12) in the study area, have been stronger than social-cultural (1.93) and economic ones (1.94). The largest economic impact of tourism was on the item of "tourism has attracted more funds and state budget" with an average of 4.8. The largest socio-cultural impact of tourism was on the item of "To what extent have advertising and guiding the tourists been adequate in the area?" with an average of 4.42. The largest physical impact of tourism was on the item of "Do you believe your village has essential capabilities for tourism development" with an average of 4.56. The study results show the revival and restoration of the garden as the symbol and brand of regional tourism has positive economic, social and physical effects on development of Taqi Abad village.

5. CONCLUSION

Neshat Garden in Taghiabad Firozeh village, situated 18 km West of Nishabur, similar to other historical gardens in Iran, have a favorable status in tourism of the region and the province. As the study results show the revival and restoration of the monument has had positive economic, social

*. Corresponding Author: farda_1300@yahoo

and physical effects on development of Taqiabad village. The statistics of Cultural Heritage Administration of Firozeh County in 2013-2014 show that after restoration of the garden, more than 13,500 people have visited the site. Nevertheless, the number was too small in 2013. This figure well

indicates the status of Neshat Garden among culture lovers, promising its essential role in attracting tourists and eventually in rural development.

Key words: Rural tourism, Neshat Garden, Persian garden, Symbol, Taqiabad village.

How to cite this article:

Giyahi, H. & Shayan Yeganeh, A. A. (2017). The role of tourism symbols in rural development (Case study: Neshat historical garden in Taqiabad village). *Journal of Research & Rural Planning*, 6(1), 69-80.

<http://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.52120>

ISSN: 2322-2514

eISSN: 2383-2495