

Tourism, National and Ethnic Identities: A Bibliometric Analysis

Fatemeh Shekari * 

Assistant Professor, Department of Tourism and
Hospitality Management, Shiraz University,
Shiraz, Iran

Abstract

Tourism can, on the one hand, strengthen national and ethnic identities, and on the other hand, it can accelerate fading of these identities. In addition, national-ethnic identity is one of the obstacles against rapid cultural homogenization due to globalization. Considering more than five decades of research on tourism and national-ethnic identity, and the lack of a comprehensive review of literature, this study aims to conduct a quantitative literature review using bibliometric analysis. Performance analysis and science mapping of 383 documents indexed in the Scopus database were performed using VOSviewer_1.6.18 software in order to understand the social and conceptual structure of the research field. The findings revealed that in the last decade research on heritage tourism among diaspora and immigrants, outbound tourists' representation of their national-ethnic identity, and the representation of the destinations' national-ethnic identity through tourism have been among the hot topics that can also be considered in future studies.

Introduction

Tourism can leave dual effects on national and ethnic identities: on the one hand, it can strengthen these collective identities, and on the other hand, as one of the drivers of cultural globalization, it can accelerate fading of national-ethnic identities. In addition, national-

* Corresponding Author: f.shekari@shirazu.ac.ir

How to Cite: Shekari, F. (2023). Tourism, National and Ethnic Identities: A Bibliometric Analysis. *Tourism Management Studies*, 17(60), 79-. 115 doi: 10.22054/tms.2023.71904.2797

ethnic identity is one of the obstacles against rapid cultural homogenization due to globalization. Considering more than five decades of research on tourism and national-ethnic identity, and the lack of a comprehensive and systematic review of literature, the present study aims to conduct a quantitative literature review using bibliometric analysis.

Materials and Methods

The statistical population of the current research was documents in the field of national identity, ethnic identity, and tourism, which were indexed in the Scopus database. A systematic search on the Scopus database on December 23, 2021, revealed 338 records (including journal articles, book chapters, and conference papers) with “national identity” or “ethnic identity” and “tourism” in their title, abstract, or keywords. Performance analysis and science mapping using VOSviewer_1.6.18 software were conducted in order to identify the most influential documents, authors, sources, institutions, and countries, and also to understand the social and conceptual structure of the research field.

Discussion and Results

Results demonstrated that research on national-ethnic identity and tourism has grown significantly since 1976, with most articles published in 2021. The most influential documents were Packer et al. (2019), Park (2010), Wang et al. (2021), and Zhang et al. (2018), respectively, given their normalized citations. Countries with the most documents and citations were United States, United Kingdom, and Australia. The most influential authors were morais d.b., smith a., bhandari k., and palmer c., respectively, according to their normalized citations. Performance analysis also revealed the most influential sources and institutions. Citation analysis was performed to identify the relationships among the most influential publications. Co-authorship analysis showed the social structure of the research field based on interactions among authors, institutions, and countries. Co-word analysis revealed three clusters that can be categorized as

“heritage tourism and national identity”, “ethnic identity” and “immigration and cultural identity” according to their themes.

Conclusions

The findings revealed that in the last decade research on heritage tourism among diaspora and immigrants has increased. In addition, the outbound tourists’ representation of their national-ethnic identity and the representation of the destinations’ national-ethnic identity through tourism have been among the hot topics of recent research that can also be considered in future studies.

Keywords: Bibliometric analysis, Ethnic identity; National identity; Tourism.



گردشگری و هویت ملی-قومی: تحلیل کتابسنجی

فاطمه شکاری * | استادیار گروه مدیریت گردشگری و هتلداری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

چکیده

گردشگری از یک سو می‌تواند سبب تقویت هویت‌های ملی-قومی و از سوی دیگر، منجر به کم‌رنگ شدن آن‌ها گردد. بعلاوه، هویت ملی-قومی از جمله موانع در برابر روند سریع همگون شدن فرهنگ‌ها تحت تأثیر جهانی شدن است. با توجه به بیش از پنج دهه مطالعه پیرامون گردشگری و هویت ملی-قومی و فقدان مرور جامع پژوهش‌های پیشین، هدف از مطالعه حاضر مرور کمی این پژوهش‌ها با استفاده از تحلیل کتابسنجی می‌باشد. برای این منظور، تحلیل عملکرد و ترسیم نقشه علم ۳۸۳ سند، نمایه شده در پایگاه اسکوپوس با استفاده از نرم افزار VOSviewer_1.6.18 به منظور شناخت ساختار اجتماعی و مفهومی پژوهش‌ها انجام شد. یافته‌ها نشان داد که گردشگری میراث به‌ویژه در میان مهاجران، بازنمایی از هویت ملی-قومی در میان گردشگران خروجی و همچنین بازنمایی از هویت ملی-قومی مقصد از طریق گردشگری از جمله موضوع پژوهش‌های دهه اخیر بوده‌اند که می‌توانند در مطالعات آتی نیز مورد توجه قرار گیرند.

کلیدواژه‌ها: تحلیل کتابسنجی؛ گردشگری؛ هویت ملی؛ هویت قومی.

مقدمه

در بستر فرآیند جهانی شدن که به سرعت هویت‌های مختلف را یکدست می‌کند، مسئله حفظ هویت‌های متمایز به بحثی داغ تبدیل شده است. بعلاوه، افزایش جابجایی‌ها و ارتباطات بین‌المللی در نتیجه توسعه سریع حمل و نقل و فناوری‌های اطلاعاتی، بسیاری از کشورها را با مسائل هویت فرهنگی و ملی مواجه کرده است (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۱). هویت ملی از این رو اهمیت دارد که می‌تواند افراد را در قالب یک جامعه یکپارچه کند و این امکان را فراهم آورد که بدانند کیستند، به کجا تعلق دارند و حس هدف زندگی را به آن‌ها القا نماید (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰).

از سوی دیگر، گردشگری به‌طور فزاینده‌ای تعامل فرهنگی بین اقلیت‌های قومی را افزایش داده و فرصت‌های جدیدی برای توسعه هویت فرهنگی و ملی ایجاد کرده است. در مطالعات سفر و مهمان‌نوازی، فعالیت‌های فرهنگی و جذابیت میراث فرهنگی مقصدها، ابزارهای قدرتمندی برای تقویت هویت ملی به شمار می‌آیند (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۱). گردشگری، فضای مهمی برای مصرف تجربه‌ها و نمادها است و امکان ابراز نمادین و تایید هویت واقعی یا مطلوب فرد را فراهم می‌کند (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰). قومیت به عنوان جنبه‌ای از هویت فرهنگی، سبب توسعه محصول گردشگری جدیدی می‌شود که امکان شناخت ویژگی‌های منحصر به فرد و متمایز جوامع قومی را برای گردشگران فراهم می‌آورد. گردشگری قومی، ابزاری اثربخش برای تقویت هویت جوامع قومیتی است که فرصت نمایش فرهنگ محلی، احیای آداب و رسوم، زبان بومی و غرور قومی را به آن‌ها می‌دهد. با این حال، برخی جوامع بومی و محلی به دلیل نبود ابتکارات پایدار برای حفظ فرهنگ، در حال از دست دادن هویت قومی و سنت‌های خود هستند (سینکلر - مراغ و سیمپسون، ۲۰۲۱).

با این وجود، توسعه گردشگری در کنار مزایای خود، می‌تواند نگرانی‌هایی را برای جوامع محلی در حال توسعه ایجاد کند که برخی از آن‌ها ناشی از تماس این مقصدها با جامعه جهانی است. توسعه گردشگری توسط شرکت‌های چندملیتی و جابه‌جا شدن الگوهای مصرف و ارزش‌ها در سراسر جهان توسط گردشگران سبب شده است که گردشگری، اغلب به عنوان یکی از عوامل اصلی جهانی شدن فرهنگ شناخته شود. جهانی شدن فرهنگ که از آن به عنوان امپریالیسم فرهنگی نیز یاد می‌شود، سبب شبیه شدن یا

همگرایی فرهنگی‌ها به شیوه مطلوب نظام سرمایه‌داری می‌شود. این که فرهنگ یک جامعه چقدر در مقابل نیروهای بیرونی که تغییرات اجتماعی- فرهنگی را پدید می‌آورند، تاب‌آور باشد، چگونگی واکنش جامعه به این تغییرات را مشخص می‌کند (تلفر و شارپلی، ۲۰۱۵). به بیان رکوم (۲۰۰۶) میزان تضعیف هویت‌های محلی جوامع در مقصدهای گردشگری در نتیجه جهانی شدن تا حدی به ارزیابی جامعه از ارزش‌های خود و جایگاه هویت خود در مقایسه با گردشگران خارجی بستگی دارد. به این ترتیب، خودآگاهی از هویت ملی یا قومی یکی از موانع بر سر راه همگرایی فرهنگی است.

مطالعات پیرامون گردشگری و هویت ملی- قومی از دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است. با این حال، علیرغم بیش از پنج دهه پژوهش، تاکنون پژوهشی جامع به مرور مطالعات صورت گرفته در این حوزه نپرداخته است. از این رو، پژوهش حاضر با هدف مرور جامع پژوهش‌های پیشین و در راستای شناخت روندها و ویژگی‌های دانش تولید شده در این حوزه با استفاده از تحلیل کتاب‌سنجی^۱ انجام شده است. تحلیل کتاب‌سنجی، تکنیک سودمندی برای شناخت دامنه دانش در یک حوزه است و با رویکردی عینی، روش‌های سنتی مرور ادبیات را تکمیل می‌کند (پروازی شندی و همکاران، ۱۴۰۰). این تکنیک، برای تحلیل عملکرد^۲ پژوهش‌های پیشین و ترسیم نقشه علم^۳ مفید است (دونتو و همکاران، ۲۰۲۱).

پژوهش حاضر به مرور کمی پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه هویت ملی- قومی و گردشگری که در پایگاه اطلاعاتی اسکوپوس نمایه شده‌اند، می‌پردازد تا تصویری کلی از روند پژوهش‌های انجام گرفته در این حوزه را ارائه دهد و جریان‌های پژوهشی موجود، واقع در ساختارهای اجتماعی و مفهومی این حوزه را ترسیم کند. ترسیم ساختار فکری، اجتماعی و مفهومی دانش در یک حوزه پژوهشی، اطلاعات ارزشمندی را در اختیار پژوهشگران آتی قرار می‌دهد (آریا و همکاران، ۲۰۲۰). نتایج این مطالعه، پژوهشگران و فعالان حوزه گردشگری فرهنگی را با روندهای پژوهشی در حوزه هویت ملی- قومی و گردشگری و همچنین زمینه‌های پژوهشی آتی آشنا می‌سازد.

-
1. Bibliometric Analysis
 2. Performance Analysis
 3. Science Mapping

سوال‌های پژوهش

- روند زمانی تولیدات علمی در حوزه هویت ملی- قومی در گردشگری چگونه بوده است؟
- اثرگذارترین تولیدات علمی، منابع، پژوهشگران، موسسه‌ها و کشورها در پژوهش‌های حوزه هویت ملی- قومی و گردشگری کدامند؟
- شبکه‌های هم‌تألیفی (پژوهشگران، موسسه‌ها و کشورها) در پژوهش‌های حوزه هویت ملی- قومی و گردشگری چگونه است؟
- پرتکرارترین کلمات کلیدی، شبکه هم‌رخدادی و روند تحول زمانی آن‌ها در پژوهش‌های حوزه هویت ملی- قومی و گردشگری چگونه است؟

پیشینه پژوهش

هویت ملی - هویت قومی

اعضای جامعه از طریق فرآیند جامعه‌پذیری و در تعامل با دیگران، پنداشتی نسبتاً پایدار از کیستی و چیستی خود را درونی می‌کنند که هویت فردی و جمعی آن‌ها را شکل می‌دهد (ربانی و همکاران، ۱۳۸۸). هویت جمعی، احساس افراد نسبت به سایر افرادی که به عنوان عضو گروه‌های اجتماعی می‌شناسند را توصیف می‌کند (کو و همکاران، ۲۰۲۱). هویت‌های ملی- قومی در زمره هویت‌های جمعی قرار می‌گیرند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۰).

هویت ملی که با تکیه بر آگاهی مشترک، حول مفاهیم تعریف شده جمعی شکل می‌گیرد به معنی مجموعه‌ای از نشانه‌ها و آثار مادی، زیستی، فرهنگی و روانی است که ملت‌ها را از یکدیگر متمایز می‌سازد (امینی و همکاران، ۱۳۹۶). آگاهی از هویت ملی سبب می‌شود که فرد به شباهت‌های خود با هم‌وطنانش و تفاوت‌ها با دیگر جوامع در زمینه‌هایی مانند زبان، دین، گذشته تاریخی و منافع مشترک پی ببرد و حس پایداری، دلبستگی و تعهد با جامعه را تجربه کند (ربانی و همکاران، ۱۳۸۸).

قومیت را می‌توان گروهی تعریف کرد که اعضای آن سرزمین، زبان، تاریخ، نمادها، مناسک و ارزش‌های فرهنگی و اسطوره‌های مشترکی دارند. اعضای یک گروه قومی به هویت قومی باور دارند و خود را از دیگران متمایز می‌کنند (غلامیان و همکاران، ۲۰۲۱).

هویت قومی در پژوهش‌های مربوط به فرهنگ‌پذیری (انتقال فرهنگ اصلی یک جامعه به اقلیت قومی) یا فرهنگ‌سازی^۱ (حفظ و نگهداری فرهنگ قومی اصلی) مورد توجه قرار گرفته است (ملکی و غلامیان، ۲۰۲۰).

گردشگری و هویت ملی - قومی

دو دهه پیش، پالم (۱۹۹۹) اثر مهم خود درباره اهمیت گردشگری میراث در توسعه هویت ملی را منتشر کرد. از آن پس، مطالعات بسیاری به بررسی چگونگی تأثیر گردشگری بر ساخت و ابراز هویت پرداختند (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰).

به‌طور کلی، مطالعات انجام شده در حوزه هویت ملی - قومی و گردشگری را می‌توان در چهار گروه شامل مطالعات متمرکز بر گردشگران داخلی، جوامع میزبان، گردشگران بین‌المللی و کارکرد سیاسی گردشگری در ساخت هویت ملی دسته‌بندی کرد:

• گردشگران داخلی

بخش بزرگی از مطالعات این حوزه بر شیوه‌ای که دیدار از سایت‌های تاریخی به ایجاد و تقویت هویت ملی گردشگران داخلی کمک می‌کند، متمرکز بوده‌اند (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۱). گردشگری میراث، پیوندی جدایی‌ناپذیر با تجربه بقایای ملموس و ناملموس گذشته یک ملت دارد (تیسون و سارن، ۲۰۲۲) و از طریق بازنمایی خاطرات جمعی و ایجاد فرصت‌هایی برای تجربه گذشته جمعی در تقویت هویت ملی نقش دارد (پکر و همکاران، ۲۰۱۹). به بیان پالم (۲۰۰۵) موزه‌ها و سایت‌های میراث، فرصت‌هایی برای کشف هویت و شناخت جایگاه خود در جامعه، کشور یا جهان را فراهم می‌کنند. او به بررسی ساز و کارهایی پرداخت که افراد را در سه سایت میراثی قادر می‌ساخت انگلیسی بودن را تجربه کنند. سوگاو - شیمادا (۲۰۱۵) به بررسی اهمیت گردشگری میراث توسط زنان جوان ژاپن در مفهوم‌سازی مجدد هویت‌های ملی و به چالش کشیدن هنجارهای جنسیتی غالب پرداختند. جیلینگ و اونگ (۲۰۱۶) به تحلیل رابطه بین اهمیت ذهنی ادراک شده هویت هلندی توسط گردشگران دیدارکننده از سایت‌های جنگ در هلند و انگیزه‌ها، احساسات و رضایت کلی آنان پرداختند. یوان و اوزل (۲۰۱۶) مفهوم‌سازی نسل جوان کره جنوبی از جاذبه‌های میراثی ساخته شده در

1. Enculturation

دوران استعمار ژاپن را بررسی کردند. پکر و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر دیدار از موزه‌ها یا سایت‌های جنگ بر حس تعلق و وابستگی دیدارکنندگان به کشورشان پرداختند. یافته‌های وانگ و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد که حس ترس و تجربه اصالت در گردشگری تاریک تأثیر مثبتی بر هویت ملی دارد. ژانگ و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر هویت ملی بر ارزیابی و رضایت گردشگران از جشنواره‌های فرهنگی در جوامع پسااستعماری پرداختند. یافته‌های ژانگ و همکاران (۲۰۲۱) اهمیت گردشگری فرهنگی و خلاق در تقویت هویت ملی گردشگران چینی را نشان داد.

• جوامع میزبان

این دسته از مطالعات، به بررسی پیامدهای توسعه گردشگری بر تقویت یا تضعیف هویت ملی-قومی جوامع میزبان پرداخته و تأثیر متقابل گردشگران و مردم محلی بر یکدیگر را بیان می‌دارد. گردشگری می‌تواند قومیت را تضعیف و حس اصیل یک مقصد گردشگری قومی را تخریب کند؛ مردم محلی خود را با دیگر گردشگران مقایسه می‌کنند و این مقایسه بر ادراک‌شان از خود و محل زندگی‌شان تأثیر می‌گذارد (ملکی و غلامیان، ۲۰۲۰). یافته‌های یانگ (۲۰۱۳) نشان داد که مشارکت فعال در گردشگری و تجاری‌سازی سنت‌های فرهنگی، سبب تثبیت و تقویت هویت جمعی جوامع اقلیت دریاچه لوگو^۱ در چین شده است. سان و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی تغییرات فرهنگی در دو جامعه قومی لیجیانگ^۲ چین از لحاظ معماری، آداب و رسوم، زبان محلی و هویت قومی پرداختند. سینکلر - مراغ و سیمپسون (۲۰۲۱) به تأثیر گردشگری میراث به عنوان ابزاری برای ارتقا هویت و سنت‌های قومی جوامع مارونز^۳ در جامائیکا پرداختند.

• گردشگران بین‌المللی

گردشگری بین‌المللی به واسطه تعامل افراد از کشورها و ملیت‌های گوناگون با یکدیگر، می‌تواند نقش مهمی در شکل‌دهی به هویت گردشگران یا بازاندیشی آنان در مورد هویت‌شان داشته باشد (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰). مطالعات در زمینه گردشگری بین‌المللی و هویت ملی-قومی را می‌توان از نظر تمرکز بر گردشگران ورودی و خروجی تفکیک

1. Lugu
2. Lijiang
3. Maroons

کرد. دسته‌ای از این مطالعات بر مهاجران یا افرادی که دور از وطن^۱ هستند و به دلایلی چون دیدار دوستان و آشنایان^۲، دیدار از سرزمین مادری یا گردشگری قومی به مقصد سفر می‌کنند، متمرکز هستند. دسته دیگر، به گردشگران خروجی پرداخته‌اند.

گردشگری قومی را می‌توان با توجه به این که گردشگر به قومیت مورد نظر تعلق دارد یا نه، به دو گونه تفکیک کرد. از یک دیدگاه گردشگری قومی، شکلی از گردشگری است که در آن آداب و رسوم مردم بومی، گردشگرانی را که به دنبال مقصدهایی با فرهنگ، عادت‌ها، رسوم و سنت‌های ناآشنا هستند، جذب می‌کند. در این مفهوم اقوام بومی در ذهن گردشگر «دیگری» به شمار می‌آیند. از دیدگاهی مغایر، گردشگری قومی نوعی از سفر است که در آن انگیزه اصلی گردشگر، تجدید دیدار یا اتحاد قومی است. گردشگران به دنبال هویت قومی، وابستگی فرهنگی، اصل و نسب و پیوند روحی با وطن نمادین خود، به مقصد سفر می‌کنند. این مفهوم گاهی معادل سفرهای VFR تلقی می‌شود. با این حال، ممکن است هیچ یک از بستگان آن‌ها در مقصد ساکن نباشند. در گردشگری قومی، سفر و بازدید از سایت‌های میراث، هویت ملی-قومی را ارتقا می‌دهد. نمادهای ملی-قومی بیانگر تجربه‌ها، پیروزی‌ها، رنج‌ها و بلایایی است که به یک ملت معنا می‌بخشد و حس تعلق جمعی را تقویت می‌کنند (غلامیان و همکاران، ۲۰۲۱).

مطالعات مختلفی پیرامون رابطه گردشگری مهاجران یا گردشگری قومی (گونه دوم) و هویت ملی-قومی انجام شده است. برای مثال، کیم و استودولسکا (۲۰۱۳) تأثیر آخرین سفر دانشجویان آمریکایی-کره‌ای به کره جنوبی بر هویت قومی آن‌ها را بررسی کردند. تای و همکاران (۲۰۱۵) چگونگی شکل‌گیری هویت، تحت تأثیر سفر به سرزمین مادری را مورد مطالعه قرار دادند. باندری (۲۰۱۶) به این موضوع پرداخت که چگونه پیوند فرهنگی مجدد با میهن، شکلی از ملی‌گرایی را پدید می‌آورد.

دسته دوم مطالعات بر گردشگران خروجی متمرکز بوده است؛ هرچند این گروه کمتر مورد مطالعه قرار گرفته‌اند و در زمینه شناخت شیوه‌هایی که گردشگران از تجربه‌های سفر خود برای شکل دادن به هویت ملی‌شان استفاده می‌کنند، شکاف وجود دارد. غلامیان و

1. Diaspora
2. Visiting Friends and Relatives (VFR)

همکاران (۲۰۲۱) به توصیف هویت قومی - ملی گرایانه گردشگران کرد ایرانی که تجربه سفر به اقلیم کردستان عراق را داشته‌اند، پرداختند.

شناخته شدن با یک واحد اجتماعی و هنجارها و ارزش‌های آن، افراد را برمی‌انگیزد تا به شیوه خاصی رفتار کنند. بنابراین، هویت ملی اغلب به عنوان یک عامل تأثیرگذار بر رفتار جمعی شناخته می‌شود (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹). کو و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی این موضوع پرداختند که آیا هویت ملی سبب می‌شود که گردشگران چینی در سفرهای خروجی از انجام رفتارهای غیرمتمدنانه اجتناب کنند؟ یانگ و همکاران (۲۰۲۰) از تعامل گرایبی نمادین به عنوان چارچوبی برای تحلیل اینکه چگونه گردشگری خروجی در قالب مصرف، مبتنی بر تجربه، بر مذاکره درباره هویت ملی اثر می‌گذارد، استفاده کردند.

• تمرکز بر جنبه سیاسی گردشگری به عنوان ابزاری برای ترسیم هویت ملی - قومی به بیان وانگ و همکاران (۲۰۲۱) گردشگری، کارکردی سیاسی دارد که می‌تواند حافظه جمعی و هویت را از طریق یادآوری و فراموشی گزینشی تاریخ، بازسازی کند. برخی نویسندگان به بررسی نقش گردشگری در مذاکره هویت ملی در چین پرداختند. برای مثال، هندرسون (۲۰۰۱) به بررسی این موضوع پرداخت که توسعه سایت‌های میراثی برای گردشگری ورودی در هنگ کنگ چگونه مذاکره درباره هویت را برای ساکنین تسهیل می‌کند. ژانگ و همکاران (۲۰۱۵) به این سوال پرداختند که اسطوره‌هایی که در مورد تفاوت بین چین و هنگ کنگ روایت می‌شود، چگونه به ساخت هویت ملی متمایز در هنگ کنگ کمک کرده است. این هویت ملی با نام تجاری هنگ کنگ به عنوان یک مقصد گردشگری با هویتی ملی متمایز از چین کمک کرده است. ژانگ و همکاران (۲۰۱۸) چگونگی بهره‌برداری مدیران میراث در ماکائو و هنگ کنگ از خاطرات پیچیده فراملی برای بازسازی هویتی هم‌راستا با چین اما متمایز از آن را بررسی کردند. پژوهش ژانگ و همکاران (۲۰۱۹) نشان داد که برگزاری یک جشنواره فرهنگی نه تنها تاریخ استعماری ماکائو تحت سلطه پرتغال را تصدیق می‌کند، بلکه هویت ترکیبی ساکنین ماکائو را تقویت می‌کند. این مطالعات نشان می‌دهد که چگونه تجربه‌های میراث می‌تواند به تقویت هویت ملی منجر شود. پارک و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند که چگونه گردشگران محلی، گذشته استعماری را در بستر دو کاخ سلطنتی در کره جنوبی بازسازی کردند.

روش

دسترسی به پایگاه‌های اطلاعات برخط و توسعه ابزارهای اثربخش برای تحلیل خودکار داده‌ها، سبب شده است که در سال‌های اخیر مطالعه نظام‌مند ادبیات علمی در یک قلمرو پژوهشی خاص مورد توجه زیادی قرار بگیرد (آریا و همکاران، ۲۰۲۰). به منظور مرور ادبیات، از روش‌های پرکاربردی مانند فراتحلیل، مرور نظام‌مند ادبیات و روش کتاب‌سنجی استفاده می‌شود (دونتو و همکاران، ۲۰۲۱) که در پژوهش حاضر، از تحلیل کتاب‌سنجی استفاده شده است. تحلیل کتاب‌سنجی که اولین بار در سال ۱۹۶۹ مطرح شد، روشی کمی برای تحلیل ویژگی‌های مطالعات پیشین، ارتباط آن‌ها با یکدیگر و ترسیم این روابط است (پروازی شندی و همکاران، ۱۴۰۰). دو دسته کلی تحلیل در روش کتاب‌سنجی انجام می‌شود: تحلیل عملکرد و ترسیم نقشه علم. تحلیل عملکرد به شناسایی سهم^۱ هر یک از اجزای پژوهش (نویسندگان، موسسه‌ها، کشورها و مجله‌ها) کمک می‌کند و خروجی ترسیم نقشه علم، شناسایی روابط^۲ بین اجزا پژوهش است (دونتو و همکاران، ۲۰۲۱).

دونتو و همکاران (۲۰۲۱) به مقایسه روش‌های پرکاربرد مرور پژوهش‌های پیشین شامل مرور نظام‌مند ادبیات و فراتحلیل از نظر هدف، کاربرد، قلمرو، بزرگی مجموعه داده‌ها و روش تحلیل (کمی یا کیفی) پرداختند و نتیجه گرفتند که استفاده از هر یک از این روش‌ها به هدف، بزرگی و ماهیت ادبیات مورد بررسی، بستگی دارد. به بیان آن‌ها، هنگامی که قلمرو مرور، گسترده و مجموعه داده‌ها بزرگ است، به طوری که تحلیل دستی آن‌ها امکان‌پذیر نیست و هدف خلاصه کردن این حجم بزرگ از داده‌های کتاب‌سنجی به منظور نشان دادن ساختار دانش موجود و روندهای نوظهور در یک حوزه است، می‌توان از تحلیل کتاب‌سنجی استفاده کرد. این تحلیل با استفاده از روش‌های کمی انجام می‌شود و می‌توان یافته‌های آن را با کمک تحلیل کیفی محتوای پژوهش‌ها تفسیر کرد. در حالی که فراتحلیل با روش کمی و با هدف خلاصه کردن شواهد تجربی، روابط بین متغیرها و آشکار کردن روابطی که تاکنون مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند، انجام می‌شود. هدف از مرور نظام‌مند ادبیات نیز خلاصه کردن و تلفیق یافته‌ها در یک موضوع خاص با استفاده از تحلیل کیفی است و زمانی به کار می‌رود که قلمرو تحقیق محدود و مجموعه داده‌ها، کوچک است.

-
1. Contributions
 2. Relationships

جامعه آماری پژوهش حاضر، تولیدات علمی در حوزه هویت ملی، هویت قومی و گردشگری بوده است که در پایگاه اسکوپوس نمایه شده‌اند. پایگاه داده اسکوپوس بزرگ‌ترین پایگاه داده چند رشته‌ای در علوم اجتماعی است که پژوهش‌های داوری شده^۱ را نمایه می‌کند و به‌طور گسترده در تحلیل‌های کمی داده‌های بزرگ به کار می‌رود (آریا و همکاران، ۲۰۲۰). بعلاوه، نسبت به Wos بازه زمانی وسیع‌تری را در برمی‌گیرد (امیک و همکاران، ۲۰۲۰).

دونتو و همکاران (۲۰۲۱) پیشنهاد می‌کنند که به جای استفاده از پایگاه‌های داده متعدد، از یک پایگاه مناسب برای گردآوری داده‌ها استفاده شود، چرا که پایگاه‌های مختلف داده‌های کتاب‌سنجی را در قالب‌های مختلفی گردآوری می‌کنند و نیاز به تجمیع داده‌ها در یک قالب واحد برای انجام تحلیل کتاب‌سنجی می‌تواند احتمال خطای انسانی را افزایش دهد.

جدول ۱، راهبرد جستجو در پایگاه اسکوپوس را نشان می‌دهد که در تاریخ ۲۳ دسامبر ۲۰۲۱ انجام شده است. نتایج این جستجو شامل ۳۳۸ رکورد (تولیدات علمی) بود که از این تعداد، ۲۹۰ مورد مقاله (۸۵/۸٪)، ۴۳ مورد فصل کتاب (۱۲/۷٪) و ۵ مورد مقاله کنفرانس (۱/۵٪) یافت شد. اطلاعات رکوردهای بازیابی شده شامل کلیه اطلاعات استناد، اطلاعات کتاب‌شناختی (وابستگی^۲، ناشر)، چکیده و کلیدواژه‌ها (چکیده، کلیدواژه‌های نویسندگان، کلیدواژه‌های نمایه شده^۳) و منابع در قالب فایل اکسل (CSV) ذخیره شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار VOSviewer_1.6.18 انجام شد. VOSviewer نرم افزاری برای ترسیم و نمایش نقشه‌های کتاب‌سنجی با تاکید بر جنبه‌های مختلف اجزای پژوهش است (ون اک و والتمن، ۲۰۱۰). به‌منظور افزایش کیفیت یافته‌ها، قبل از انجام تحلیل، پاکسازی داده‌ها^۴ به وسیله مرور اطلاعات رکوردهای بازیابی شده از اسکوپوس به منظور کسب اطمینان از عدم وجود داده‌های تکراری، نادرست یا نامرتب انجام شد (دونتو و همکاران، ۲۰۲۱).

-
1. Peer-reviewed literature
 2. Affiliation
 3. Index keywords
 4. Data cleaning

در پژوهش حاضر، نرمال سازی با استفاده از روش «قدرت ارتباط^۱» انجام شد. این روش نرمال سازی داده‌های هم‌رخداد به‌طور پیش فرض در نرم‌افزار VOSviewer انتخاب شده است (ون اک و والتمن، ۲۰۲۲). ون اک و والتمن (۲۰۰۹) به‌طور تجربی به مقایسه این روش، با محبوب‌ترین معیارهای تشابه پرداختند. آن‌ها معیارهای تشابه را به دو دسته مرتبط با نظریه مجموعه‌ها^۲ و احتمالی دسته‌بندی کردند. در حالی که کسیونس، شاخص شمول و شاخص جاکارد^۳ معیارهای مرتبط با نظریه مجموعه هستند، قدرت ارتباط یک معیار احتمالی است. آن‌ها با استفاده از نتایج نظری و تجربی نتیجه گرفتند که معیارهای احتمالی بهتر می‌توانند داده‌ها را نرمال کنند.

جدول ۱. راهبرد جستجو در پایگاه اسکوپوس

National identity" OR "Ethnic identity" AND Tourism"	کلیدواژه‌ها
Title, Abstract, Keywords	زمینه جستجو
Unlimited	سال
Document type: Article; Book chapter; Conference paper	معیارهای شمول
Language: English	
Subject area: Decision Sciences; Immunology and Microbiology; Neuroscience; Physics and Astronomy; Veterinary; Energy; Materials Science; Mathematics; Biochemistry, Genetics and Molecular Biology; Chemical Engineering; Chemistry; Computer Science; Economics, Econometrics and Finance; Earth and Planetary Sciences; Engineering; Agricultural and Biological Sciences; Medicine; Undefined	معیارهای خروج

یافته‌ها

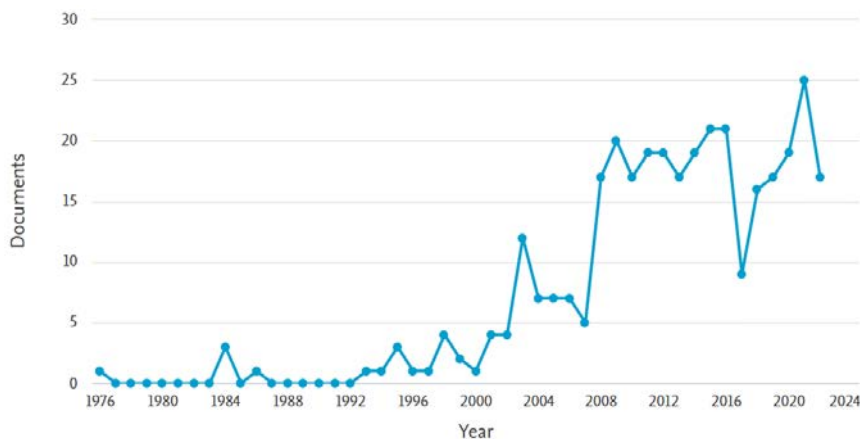
روند انتشار تولیدات علمی

نمودار ۱، روند زمانی انتشار سندها (تولیدات علمی شامل مقاله مجله‌ها، فصل کتاب و مقاله کنفرانس) را نشان می‌دهد. مطابق نمودار، بازه زمانی انتشار سندها بین سال‌های ۱۹۷۶

1. Association strength
2. Set-theoretic
3. The cosine, the inclusion index, and the Jaccard index

تا ۲۰۲۲، با کمترین مقاله به تعداد ۱ در سال‌های دهه اول و بیشترین مقاله به تعداد ۲۵ در سال ۲۰۲۱ بوده است. روند کلی انتشار سندها در این حوزه افزایشی بوده است.

نمودار ۱. روند انتشار سندها در هر سال



(منبع: اسکوپوس)

تحلیل استنادها

تحلیل استنادها^۱ به تحلیل روابط بین تولیدات علمی با شناسایی اثرگذارترین تولیدات در حوزه پژوهش می‌پردازد. واحد تحلیل استنادها، سندها هستند و داده‌های مورد نیاز عبارتند از نام نویسندگان، استنادها، عنوان، نام مجله، شناسه دیجیتال (DOI) و منابع (دونتو و همکاران، ۲۰۲۱).

• تولیدات علمی

به منظور شناسایی پراستنادترین تولیدات علمی، حداقل تعداد استنادهای یک سند، ۳ در نظر گرفته شد. ۲۲۸ مقاله که حداقل سه استناد داشتند، انتخاب شدند که دو سوم مقاله‌ها را شامل می‌شد. جدول ۲، ده سند پر استناد را نشان می‌دهد. بعلاوه، بیشترین استناد نرمال شده متعلق به مقاله پکر و همکاران (۲۰۱۹) با مقدار ۷/۶۹ بود. پس از آن، پارک (۲۰۱۰) با مقدار ۶/۷۶، وانگ و همکاران (۲۰۲۱) با مقدار ۵/۲۰ و ژانگ و همکاران (۲۰۱۸) با مقدار ۵/۱۲ بیشترین استنادهای نرمال شده را داشتند. استنادهای نرمال شده عبارت است

1. Citation analysis

از تعداد استنادهای یک مقاله تقسیم بر میانگین تعداد استناد همه مقاله‌های منتشر شده در سال مورد نظر که در داده‌ها وجود دارند. استنادهای نرمال شده از جهت کاهش تأثیر زمان اهمیت دارند چرا که مقاله‌های قدیمی‌تر زمان بیشتری برای دریافت ارجاع داشته‌اند (ون اک و والتمن، ۲۰۲۲).

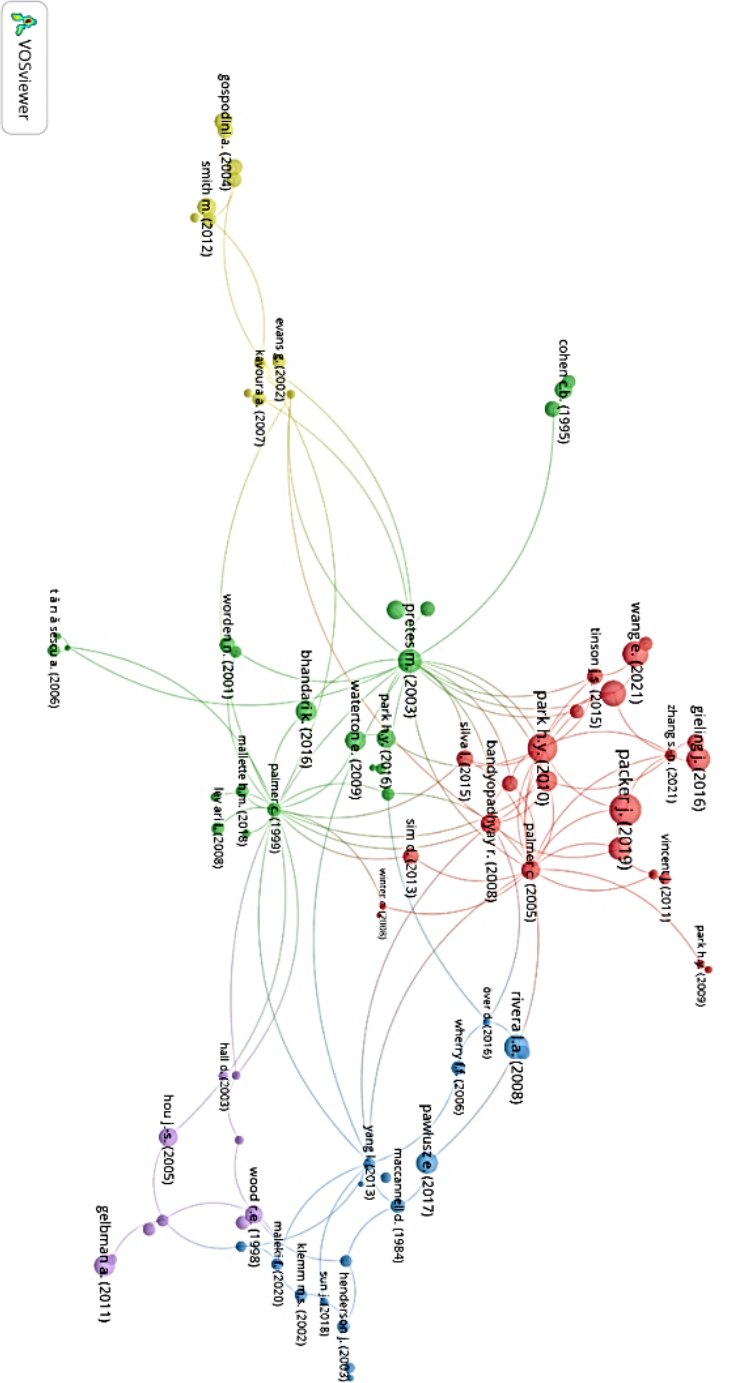
جدول ۲. پراستنادترین سندها

نویسندگان	استناد	پیونده	استنادهای نرمال شده	نویسندگان	استنادها	پیونده	استنادهای نرمال شده
Palmer (1999)	۲۴۲	۱۹	۱/۵۷	MacCannell (1984)	۱۴۸	۳	۱/۶۴
Pretes (2003)	۱۸۵	۲۲	۴/۴۳	Rivera (2008)	۱۴۵	۲	۴/۷۸
Hou et al. (2005)	۱۷۷	۲	۲/۷۵	Palmer (1994)	۱۱۱	۳	۱
Palmer (2005)	۱۶۶	۱۷	۲/۵۸	Gospodini (2004)	۱۰۷	۲	۱/۹۸
Park (2010)	۱۴۸	۱۱	۶/۷۶	Esman (1984)	۹۷	۵	۱/۰۷

از ۲۲۸ مقاله بازیابی شده بر اساس استنادها، ۸۴ مقاله با سایر مقاله‌ها پیوند داشتند که برای تحلیل استنادها بر اساس استنادهای نرمال شده (به عنوان وزن) انتخاب شدند. بر اساس آزمون و خطا، حداقل اندازه هر خوشه، ۱۰ در نظر گرفته شد و پنج خوشه از مقاله‌ها تشکیل شد. شکل ۱، ترسیم شبکه^۲ سندها را نشان می‌دهد. هر شبکه از تعدادی گره و یال تشکیل می‌شود. گره‌ها، بیانگر اجزای پژوهش شامل واژه‌ها، نویسندگان، مقاله‌ها، کشورها، مجله‌ها یا موسسه‌ها هستند و یال‌ها، پیوند بین گره‌ها را نشان می‌دهند. مقدار پیوندها، بیانگر مجموع پیوندهای آن گره با دیگر گره‌های موجود در شبکه است (ایلچی و همکاران، ۱۴۰۰). مقالاتی با بیش از ده پیوند با سایر مقاله‌ها عبارت بودند از: پرتس (۲۰۰۳: ۲۲)، پالم (۱۹۹۹: ۱۹)، پالم (۲۰۰۵: ۱۷)، پارک (۲۰۱۰: ۱۱) و یانگ (۲۰۱۳: ۱۱).

-
1. Links
 2. Network visualization

شکل ۱. ترسیم شبکه سندها



• منابع

به منظور شناسایی اثرگذارترین منابع، حداقل تعداد سندهای یک منبع، ۵ و حداقل تعداد استنادها به منبع، صفر در نظر گرفته شد. از ۲۱۶ منبع، شش منبع این آستانه را برآورده کردند. جدول ۳، منابع با بیشترین تعداد سند، استنادها و قدرت پیوند کل^۱ آنها را نشان می‌دهد. از آنجا که تعداد پیوندها لزوماً نمی‌تواند نشان دهنده اهمیت یک گره در یک شبکه باشد، از شاخص قدرت پیوند کل استفاده می‌شود که بیان‌کننده مجموع قدرت و اهمیت پیوندهای یک گره با دیگر گره‌های موجود در شبکه است (ایلچی و همکاران، ۱۴۰۰).

همچنین ترسیم لایه‌ای^۲ بر اساس تعداد سندها (وزن) و متوسط سال انتشار^۳ (امتیازها)، به ترتیب قدیمی‌ترین (بنفش) تا جدیدترین (زرد) مجله‌هایی که در این حوزه مقاله منتشر کرده‌اند را نشان داد که در جدول ۳ با رنگ‌های مرتبط مشخص شده‌اند. در ترسیم لایه‌ای رنگ‌های نقشه توسط وزن و امتیاز آنها در شبکه نشان داده می‌شود. رنگ آبی دارای کمترین امتیاز، رنگ سبز متوسط و رنگ زرد دارای بیشترین امتیاز است. یعنی هر چه از رنگ آبی به زرد پیش برود، امتیاز بیشتر و اهمیت کلیدواژه در شبکه نیز بیشتر می‌شود (ون اک و والتمن، ۲۰۲۲).

جدول ۳. اثرگذارترین منابع

نام مجله	تعداد سندها	استنادها	پیوندها	قدرت پیوند کل
Annals of tourism research	۲۳	۱۴۱۲	۵	۲۹
Tourism management	۸	۴۹۴	۵	۱۹
Journal of heritage tourism	۹	۲۵۱	۴	۹
Current issues in tourism	۱۶	۲۴۵	۳	۱۰
Journal of tourism and cultural change	۱۵	۲۰۲	۵	۱۱
Asia pacific journal of tourism research	۶	۹۲	۴	۱۶

1. Total link strength
2. Overlay visualization
3. Avg. pub. year

• پژوهشگران

به منظور شناسایی اثرگذارترین پژوهشگران، حداقل تعداد سندهای نویسنده، ۲ و حداقل تعداد استنادها به نویسنده، صفر در نظر گرفته شد. از ۴۹۴ نویسنده، ۳۱ نفر این آستانه را برآورده کردند که از بین آنها، ۱۹ نویسنده با سایر نویسندگان پیوند داشتند که در چهار خوشه قرار گرفتند و در جدول ۴ با رنگ‌های قرمز، سبز، آبی و زرد مشخص شده‌اند. حداقل اندازه هر خوشه، ۴ در نظر گرفته شد. نتایج ترسیم لایه‌ای خوشه‌های این نویسندگان بر اساس استنادهای نرمال شده (وزن) و میانگین سالانه انتشارات در طول زمان از قدیمی‌ترین (بنفش) به جدیدترین (زرد) نیز در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. اثرگذارترین پژوهشگران

نویسنده	تعداد مقالات	قدرت پیوند کل	استنادهای نرمال شده	نویسنده	تعداد مقالات	قدرت پیوند کل	استنادهای نرمال شده	
۱	Bhandari k.	۵	۹	۴,۲۰	۳	Li y.	۲	۲,۶۴
	Gholamian a.	۲	۴	۱,۱۶		Mura p.	۲	۴,۹۷
	Harris j.	۲	۲	۱,۲۹		Park h.y.	۴	۱۱,۴۹
	Kavoura a.	۳	۱	۲,۸۱		Worden n.	۲	۲,۳۴
۲	Maleki f.	۲	۴	۱,۱۶	۴	Saren m.a.j.	۲	۲,۰۵
	Morais d.b.	۲	۷	۵,۷۶		Tinson j.s.	۲	۲,۰۵
	Smith a.	۳	۳	۴,۸۴		Uzzell d.	۲	۸,۹۳
	Mittelberg d.	۲	۱	۱,۵۸		Zhang c.x.	۲	۶,۶۸
۲	Palmer c.	۲	۳۰	۴,۱۶				
	Wang x.	۲	۱	۱,۲۱				
	Winter c.	۲	۲	۱,۸۱				

• موسسه‌ها

به منظور شناسایی اثرگذارترین موسسه‌ها، حداقل تعداد سندهای منتشر شده توسط موسسه، ۲ و حداقل تعداد استنادها به موسسه، صفر در نظر گرفته شد. از ۴۴۷ موسسه، ۶ مورد این آستانه را برآورده کردند (جدول ۵).

جدول ۵. اثرگذارترین موسسه‌ها

استادهای نرمال شده	تعداد استادها	تعداد سندها	نام موسسه
۹,۶۰	۱۷۱	۲	Middlesex university, United Kingdom
۴,۳۹	۳۷	۲	Department of geography, National university of Singapore, Singapore
۱,۵۵	۳۴	۲	The college board, Chicago, united states
۱,۱۶	۳	۲	Faculty of economic, Management & administrative sciences, Semnan university, Semnan, Iran
۰,۴۰	۱۲	۲	California state university, Northridge, United states
۰,۳۵	۲	۲	University college London, United Kingdom

• کشورها

به منظور شناسایی اثرگذارترین کشورها (بر اساس وابستگی پژوهشگران)، حداقل تعداد سندهای کشور، ۵ و حداقل تعداد استادها به کشور، صفر در نظر گرفته شد. از ۶۸ کشور ۱۶ مورد این آستانه را برآورده کردند که در چهار خوشه با رنگ‌های قرمز، سبز، آبی و زرد قرار گرفتند (جدول ۶). حداقل اندازه هر خوشه، ۲ در نظر گرفته شد. کشورهایی که بیشترین سندها و استادها را داشته‌اند، به ترتیب عبارتند از: ایالات متحده (۸۹)، بریتانیا (۶۱) و استرالیا (۲۶). همچنین، نتایج ترسیم لایه‌ای خوشه‌ها بر اساس استادها (نرمال شده (وزن) و میانگین سالانه انتشارات در طول زمان از قدیمی‌ترین (بنفش) به جدیدترین (زرد) در جدول ۶ نشان داده شده است که عبارتند از: ایالات متحده و فنلاند (بنفش)، فرانسه، استرالیا، آفریقای جنوبی، بریتانیا، سنگاپور، نیوزلند (آبی پررنگ)، یونان و اسرائیل (آبی کم‌رنگ)، کانادا (سبز آبی)، کره جنوبی، اسپانیا (سبز روشن)، چین، آلمان و تایلند (زرد).

جدول ۶. اثرگذارترین کشورها

خوشه	نام کشور	تعداد سندها	استادها	قدرت پیوند کل	خوشه	نام کشور	تعداد سندها	استادها	قدرت پیوند کل
۱	Canada	۱۰	۷۰	۷,۸۰	۲	France	۱۰	۱۱۴	۸,۴۵
	Greece	۷	۱۷۸	۷,۸۹		Israel	۵	۱۲۷	۴,۸۴
	South Africa	۵	۷۵	۶,۷۴		Spain	۱۲	۵۹	۶,۸۹
	South Korea	۷	۳۹	۵,۵۱		Thailand	۵	۳۰	۳,۲۳
	United Kingdom	۶۱	۱۴۵۰	۷۶,۱۳		United States	۸۹	۱۷۷۲	۸۶,۰۵
۳	Australia	۲۶	۷۳۶	۴۱,۵۵	۴	China	۱۲	۶۴	۱۱,۹۲
	Finland	۵	۸۰	۴,۲۲		Germany	۹	۴۳	۱۰,۲۰
	New Zealand	۷	۱۵۹	۶,۴۵		Singapore	۷	۱۴۶	۸,۳۵

تحلیل هم‌تألفی^۱

تحلیل هم‌تألفی، ساختار اجتماعی یک حوزه را بر مبنای شبکه‌های همکاری پژوهشگران، موسسه‌ها و پژوهشگران نشان می‌دهد (آریا و همکاران، ۲۰۲۰). واحد تحلیل و داده‌های مورد نیاز، نویسندگان و وابستگی آن‌هاست (دونتو و همکاران، ۲۰۲۱).

• هم‌تألفی پژوهشگران

برای ترسیم شبکه هم‌تألفی نویسندگان، حداقل تعداد مقاله‌های یک نویسنده، ۲ (بنا به آزمون و خطا) و حداقل تعداد استناد، صفر در نظر گرفته شده است. از میان ۴۹۴ نویسنده، ۳۱ نفر شرایط را برآورده کردند. با این حال، بر اساس قدرت پیوند کل، تنها شش خوشه که هر یک شامل دو نویسنده بود تشکیل شد که بیانگر همکاری اندک بین نویسندگان است (جدول ۷). هر خوشه نشان‌دهنده تیم‌های پژوهشی است (ایلچی و همکاران، ۱۴۰۰).

1. Co-authorship analysis

جدول ۷. اطلاعات مرتبط با شبکه هم‌تألفی نویسندگان

تعداد استنادها	تعداد مقاله‌ها	قدرت پیوند کل	نویسندگان	تعداد استنادها	تعداد مقاله‌ها	قدرت پیوند کل	نویسندگان
۳۳	۲	۲	& Saren m.a.j	۳۴	۲	۲	& Barton a.w
۳۳	۲	۲	.Tinson j.s	۳۴	۲	۲	Leonard s.j
۲۳	۲	۱	& Pomeroy a	۳	۲	۲	& Gholamian a
۲۴	۲	۱	.White l	۳	۲	۲	.Maleki f
۰	۲	۲	& Booth k	۶	۲	۲	& Herrmann-Guo m
۲۹	۲	۲	.Wray k	۶	۲	۲	Pillath c.

• هم‌تألفی موسسه‌ها

برای ترسیم شبکه هم‌تألفی موسسه‌ها، حداقل تعداد مقاله‌ها، ۲ (حداکثر پیش‌فرض نرم-افزار) و حداقل تعداد استنادها، صفر تنظیم شد. از میان ۴۴۷ موسسه، ۶ موسسه این آستانه‌ها را برآورده کردند. حداقل تعداد هر خوشه، ۲ در نظر گرفته شد. با این حال، هیچ پیوندی برقرار نگردید که بیانگر فقدان همکاری بین موسسه‌ها است.

• هم‌تألفی کشورها

برای ترسیم شبکه هم‌تألفی کشورها، حداقل تعداد سندها، ۵ (پیش‌فرض نرم‌افزار) و حداقل تعداد استنادها، صفر تنظیم شد. از میان ۶۸ کشور، ۱۶ کشور این آستانه‌ها را برآورده کردند و با تعیین حداقل اندازه ۲ برای خوشه‌ها، ۱۳ کشور که بیشترین مشارکت در تألیف مشترک را با یکدیگر داشته‌اند، در پنج خوشه قرار گرفتند (جدول ۸). کشورهای بریتانیا، ایالات متحده، چین، فرانسه و کره جنوبی بیشترین قدرت پیوند کل و در نتیجه هم‌تألفی با سایر کشورها را داشته‌اند.

جدول ۸. اطلاعات مربوط به شبکه هم‌تألفی کشورها

خوشه	کشورها	قدرت پیوند کل	خوشه	کشورها	قدرت پیوند کل
۱	کانادا	۱	۳	چین	۶
	فنلاند	۱		آلمان	۲
	اسرائیل	۲	استرالیا	۳	
۲	ایالات متحده	۹	۴	کره جنوبی	۴
	فرانسه	۵		اسپانیا	۱
	یونان	۱	بریتانیا	۱۰	
	تایلند	۱			

تحلیل هم‌واژگانی^۱

تحلیل هم‌واژگانی به بررسی روابط فعلی یا آتی میان عنوان‌ها در حوزه پژوهش با تمرکز بر محتوای مکتوب تولیدات علمی می‌پردازد. واحد تحلیل، کلمات است و عنوان، چکیده، کلیدواژه‌های نویسنده‌گان و کلیدواژه‌های نمایه شده تحلیل می‌شوند (دونتو و همکاران، ۲۰۲۱). تحلیل هم‌واژگانی، ساختار مفهومی یک حوزه پژوهش را مشخص می‌سازد. در این تحلیل، هر چه فاصله بین گره‌ها کوتاه‌تر باشد، پیوند بین کلیدواژه‌ها قوی‌تر است و دو کلیدواژه در مقایسه با هم‌رخدادی با سایر کلیدواژه‌ها رابطه نسبی قوی‌تری با هم دارند. تحلیل هم‌رخدادی، کلیدواژه‌ها را بر اساس تعداد دفعاتی که با یکدیگر در یک سند آمده‌اند، در قالب خوشه‌ها مشخص می‌کند (عبدالهی و همکاران، ۲۰۲۱).

• هم‌رخدادی کلیدواژه‌ها

به منظور تحلیل هم‌رخدادی همه کلیدواژه‌ها (شامل کلیدواژه‌های نویسنده‌گان و کلیدواژه‌های نمایه شده)، حداقل تعداد رخداد یک کلیدواژه، ۵ تعیین شد که از ۱۴۱۵ کلیدواژه، ۶۰ مورد این آستانه را برآورده کردند. سپس ۱۱ واژه نامرتب و کلی حذف شدند. به منظور خوشه‌بندی، ۴۹ کلیدواژه باقی مانده و حداقل اندازه یک خوشه با آزمون و خطا، ۱۰ تعیین شد و در نهایت سه خوشه به دست آمد. شکل ۲ و جدول ۹ خوشه‌بندی کلیدواژه‌ها بر اساس هم‌رخدادی آن‌ها را نشان می‌دهد. در جدول ۹ خوشه‌ها با رنگ‌های قرمز (خوشه ۱)، سبز (خوشه ۲) و آبی (خوشه ۳) مشخص شده‌اند. بر اساس مضامین هر

خوشه می‌توان به ترتیب عنوان‌های «گردشگری میراث و هویت ملی»، «هویت قومی» و «مهاجرت و هویت فرهنگی» را برای آن‌ها مشخص کرد.

ده کلیدواژه National Identity، Heritage Tourism، Cultural Heritage، Identity، Nationalism، Ethnic Identity، Heritage، Ethnicity، Cultural Identity و China به ترتیب بیشترین رخداد (بزرگ‌ترین گره‌ها) را داشته‌اند. همچنین، ده کلیدواژه National Identity، Heritage Tourism، Cultural Heritage، Identity، Eurasia و United Kingdom بیشترین قدرت پیوند کل را داشته‌اند (جدول ۹).

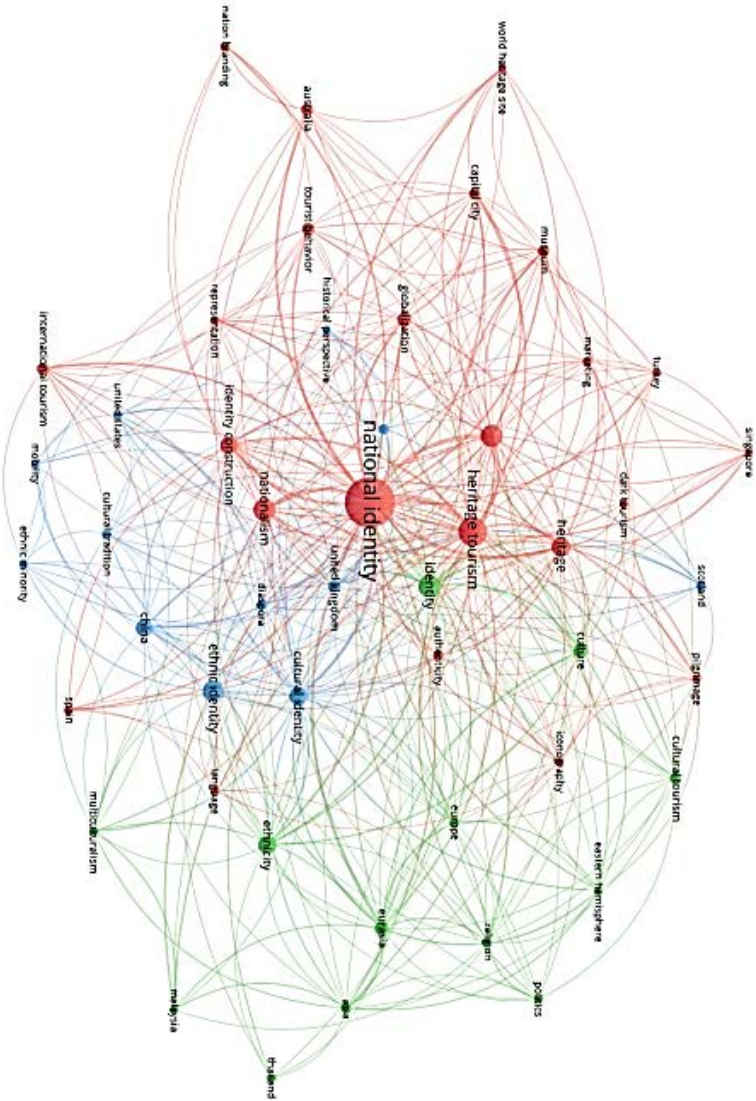
جدول ۹. اطلاعات مربوط به شبکه هم‌رخدادی کلیدواژه‌ها

کلیدواژه	رخداد	قدرت پیوند کل	متوسط سال انتشار	خوشه	کلیدواژه	رخداد	قدرت پیوند کل	متوسط سال انتشار
World Heritage Site	۵	۱۶	۲۰۱۰	خوشه ۲ (مورد)	Eastern Hemisphere	۵	۲۵	۲۰۰۴
International Tourism	۱۰	۲۳	۲۰۱۰		Europe	۶	۲۷	۲۰۰۵
Globalization	۱۲	۳۷	۲۰۱۱		Eurasia	۱۲	۵۹	۲۰۰۶
Authenticity	۷	۲۰	۲۰۱۱		Malaysia	۵	۱۶	۲۰۰۶
Heritage	۲۲	۳	۲۰۱۲		Asia	۷	۳۲	۲۰۰۷
Pilgrimage	۵	۱	۲۰۱۲		Religion	۶	۲	۲۰۰۸
Cultural Heritage	۲۸	۹۱	۲۰۱۲		Culture	۱۳	۴۰	۲۰۰۸
National Identity	۱۴۱	۲۹۳	۲۰۱۲		Multiculturalism	۵	۱۹	۲۰۰۰
Tourist Behavior	۱۰	۲۵	۲۰۱۳		Politics	۵	۱۵	۲۰۰۹
Australia	۹	۲۲	۲۰۱۳		Ethnicity	۱۹	۲۳	۲۰۰۹
Capital City	۸	۴۰	۲۰۱۳		Cultural Tourism	۱	۱	۲۰۱۱
Heritage Tourism	۴۷	۱۴۹	۲۰۱۳		Identity	۲	۷۹	۲۰۱۲
Representation	۵	۲۱	۲۰۱۴		Thailand	۵	۷	۲۰۱۵
Nation Branding	۶	۱۱	۲۰۱۴	Cultural Identity	۱۹	۶۹	۲۰۰۸	
Museum	۸	۳۶	۲۰۱۴	United Kingdom	۱۰	۴۵	۲۰۰۹	
Turkey	۵	۱۵	۲۰۱۶	Ethnic Minority	۵	۱۳	۲۰۱۰	
Dark Tourism	۵	۹	۲۰۱۶	United States	۵	۱	۲۰۱۰	
Singapore	۵	۱	۲۰۰۵	Ethnic Identity	۲۵	۳۲	۲۰۱۰	
Language	۵	۱۲	۲۰۰۷	Cultural Tradition	۶	۱	۲۰۱۱	
Iconography	۵	۲۲	۲۰۰۸	Diaspora	۷	۲۴	۲۰۱۲	
Identity Construction	۱۷	۶۳	۲۰۱۰	Historical Perspective	۵	۱۳	۲۰۱۲	
Spain	۶	۱۴	۲۰۱۰	Scotland	۶	۱۹	۲۰۱۴	
Marketing	۶	۱	۲۰۱۲	Memory	۷	۱۹	۲۰۱۴	
Nationalism	۲۸	۷۲	۲۰۱۴	China	۱۷	۳۹	۲۰۱۶	
				Mobility	۵	۱۱	۲۰۱۰	

خوشه ۱ (۲۴ مورد)

خوشه ۳ (۱۲ مورد)

شکل ۲. ترسیم شبکه هم‌رخدای کلیدواژه‌ها بر اساس میزان رخداد



جدول ۱۰، روند زمانی تغییرات رخداد کلیدواژه‌ها را بر اساس ترسیم لایه‌ای آن‌ها نشان می‌دهد. نام‌گذاری هر دوره بر اساس کلیدواژه‌ای که بیشترین قدرت پیوند کل را داشته، انجام شده است. در شکل ۳ که ترسیم لایه‌ای کلیدواژه‌ها را بر اساس رخداد (وزن) و متوسط سال انتشار (امتیاز) نشان می‌دهد، رنگ خوشه‌ها از قدیم (بنفش) به جدید (زرد) تغییر می‌کند. در این شکل، کلیدواژه‌هایی که حداقل ۵ رخداد داشته‌اند بر اساس متوسط سال انتشار در بازه‌های زمانی از ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۸ قرار گرفته‌اند. همان‌طور که مشخص است با گذشت زمان، توجه به هویت قومی و گردشگری میراث به‌ویژه در میان مهاجران و افراد دور از وطن افزایش یافته است.

جدول ۱۰. خوشه‌بندی کلیدواژه‌ها بر اساس ترسیم لایه‌ای

اوراسیا	هویت فرهنگی	بریتانیا و قومیت	هویت بومی	هویت ملی و گردشگری میراث	ملی‌گرایی
۲۰۰۴-۲۰۰۶	۲۰۰۸-۲۰۰۷	۲۰۰۹-۲۰۰۸	۲۰۱۰-۲۰۰۹	۲۰۱۲-۲۰۱۱	۲۰۱۸-۲۰۱۳
Eurasia Singapore eastern hemisphere Europe Malaysia Asia	Cultural Identity Language Iconography religion culture multiculturalism	United Kingdom ethnicity politics	Identity Construction world heritage site international tourism globalization spain cultural tourism ethnic minority united states ethnic identity cultural tradition	National Identity Heritage Tourism authenticity heritage pilgrimage cultural heritage tourist behavior Australia capital city marketing diaspora historical perspective	Nationalism representation nation branding museum turkey dark tourism Thailand Scotland memory china mobility

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

با توجه به نقش گردشگری در تقویت یا تضعیف هویت‌های ملی و قومی به‌ویژه در عصر جهانی شدن، از حدود پنج دهه پیش مطالعات متعددی در این حوزه انجام شده است. با توجه به فقدان مرور جامع و نظام‌مند پژوهش‌های پیشین، هدف از مطالعه حاضر مرور کمی مطالعه‌های گذشته با استفاده از تحلیل کتاب‌سنجی بوده است. برای این منظور، تحلیل عملکرد تولیدات علمی حوزه «هویت ملی-قومی و گردشگری» نمایه شده در پایگاه اطلاعات علمی اسکوپوس به منظور ترسیم نقشه علم و شناخت ساختار اجتماعی و مفهومی آن انجام شد.

بر اساس نتایج پویایی‌های زمانی هم‌رخدادی واژه‌ها، به نظر می‌رسد که بتوان سه حوزه «گردشگری مهاجران»، «گردشگری خروجی» و «بازنمایی هویت ملی و برندسازی ملی» را به‌عنوان حوزه‌هایی که در پژوهش پیرامون گردشگری و هویت ملی-قومی در یک دهه اخیر مورد توجه بیشتری قرار گرفته‌اند و با توجه به روندهای جمعیت‌شناختی و اجتماعی فرهنگی معاصر در پژوهش‌های آتی نیازمند توجه بیشتری هستند را مشخص کرد. با استمرار روند جهانی شدن، تغییر توازن قدرت در سطح جهانی، افزایش جابه‌جایی جمعیت رو به رشد جهان، به‌ویژه با انگیزه‌های گردشگری، مهاجرت تحصیلی و شغلی (پاولوفسکایا، ۲۰۲۱) در حوزه «گردشگری مهاجران» موضوعاتی چون گردشگری قومی برای دیدار از سرزمین مادری و هویت ملی (بهنداری، ۲۰۱۶؛ تای، ۲۰۱۵) و هویت ملی مسافران تجاری (ریچ وی و کرک، ۲۰۲۱) مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. سفر به سرزمین مادری یا میهن یکی از رو به رشدترین انواع گردشگری میراث است و توجه محققان زیادی را به خود جلب کرده است. به این پدیده، واژه‌هایی چون گردشگری میراث، سفر افراد دور از وطن، گردشگری ریشه‌ها^۱، گردشگری قومی، VFR، گردشگری تبارشناسی^۲ اطلاق شده است. گردشگری افراد دور از وطن، ارتباطی قوی با ساخت هویت‌ها و ایجاد حس تعلق فردی به سرزمین اجدادی در اعضای گروه‌های اقلیت قومی و نژادی دارد (کیم و استودولسکا، ۲۰۱۳).

1. (diasporic) Roots-tourism
2. Genealogical tourism

نقش هویت ملی در رفتار «گردشگران خروجی» (کاراگوز و اویسال، ۲۰۲۰) و بازنمایی هویت ملی در سفر (هارپاز و نصار، ۲۰۲۲) از جمله موضوعاتی است که به تازگی علاقه بیشتر پژوهشگران را به خود معطوف کرده است و در پژوهش‌های آتی می‌تواند مورد توجه قرار بگیرد. سفر به دیگر کشورها می‌تواند تمایزهای بین محیط معمول زندگی و محیط بیرون را به تصویر بکشد و به این ترتیب شیوه‌ای که فرد، خود را با جامعه تعریف می‌کند و درک او از هویت ملی را تغییر دهد (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰). بعلاوه، هویت ملی هنگام سفر به یک کشور خارجی در مقایسه با زمانی که گردشگران در کشور خود هستند برجسته‌تر می‌شود (ما، ۲۰۲۱). بنابراین، گردشگری خروجی مبنای تجربی و تحلیل سودمند و مهمی برای شناخت بیشتر هویت ملی و گردشگری فراهم می‌کند (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰).

بسیاری از کشورها از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای ابراز اصالت فرهنگی و هویت ملی خود استفاده کرده‌اند (بهنداری، ۲۰۲۲). چگونگی استفاده از گردشگری برای «بازنمایی هویت ملی و برندسازی ملی» از جمله حوزه‌های مطالعاتی اخیر بوده است (بونارو، ۲۰۲۱؛ Fayzullaev و همکاران، ۲۰۲۱؛ زانتیدها، ۲۰۱۶). بنابراین، با رشد فزاینده رسانه‌های دیجیتال به نظر می‌رسد که مطالعه نقش این رسانه‌ها در بازنمایی هویت ملی توسط سازمان‌های مدیریت و بازاریابی مقصد، گردشگران و ساکنین، یکی از زمینه‌های پژوهشی آتی باشد.

به‌طور خلاصه، یافته‌های این پژوهش می‌تواند از دیدگاه نظری و مدیریتی سودمند باشد. از دیدگاه نظری، این مطالعه به شناسایی پرکارترین و اثرگذارترین نویسندگان، منابع، موسسه‌ها و کشورها و اثرگذارترین تولیدات علمی در حوزه «گردشگری و هویت ملی - قومی» پرداخت و ساختار اجتماعی و مفهومی آن را آشکار ساخت تا محققان دیدگاهی جامع از ساختار دانش در این حوزه پیدا کنند. همچنین، مهم‌ترین مفاهیم مورد مطالعه در این حوزه را در بازه‌های زمانی مختلف شناسایی کرد تا پژوهشگران را با روند تکامل دانش در این حوزه و مسیرهای پژوهشی پیش رو آشنا سازد. از نقطه نظر مدیریتی، یافته‌ها حاکی از اهمیت توجه سیاست‌گذاران حوزه فرهنگ و گردشگری به پتانسیل گردشگران مهاجر و ترغیب آنان به بازدید از وطن در راستای تقویت هویت ملی - قومی و همچنین، لزوم بهره‌گیری از پتانسیل گردشگری به‌عنوان ابزاری برای تقویت هویت ملی

شهروندان ایرانی در عصر جهانی شدن فرهنگ و بازنمایی هویت ملی و برندسازی کشور در سطح بین‌المللی است.

با این حال، پژوهش حاضر محدودیت‌هایی نیز داشته است که می‌تواند در پژوهش‌های آتی مورد توجه قرار گیرد. در این پژوهش نمودار راهبردی^۱ به منظور دسته‌بندی مضمون‌ها بر اساس مرکزیت و چگالی آن‌ها و شناسایی مضمون‌های پژوهشی اصلی ترسیم نشده است. پژوهش‌های آتی می‌توانند با استفاده از نرم‌افزارهای دیگری مانند SciMat تحلیل‌های تکمیلی را انجام دهند. همچنین می‌توان از تکنیک‌های کتاب‌سنجی دیگری مانند Bibliographic Coupling استفاده کرد و دیدگاه‌های غنی‌تری ارائه داد. محدودیت دیگر تحلیل‌های کتاب‌سنجی، اتکای آن‌ها به کلیدواژه‌هایی است که توسط محققین برای جستجوی اسناد تعیین می‌شود که ممکن است به اندازه کافی جامع نباشد. پژوهش‌های آتی با انتخاب کلیدواژه‌های دقیق‌تر می‌توانند به جامعیت یافته‌ها بیفزایند. در این پژوهش، تحلیل هم‌رخدادی کلیدواژه‌ها، بر اساس کلیدواژه‌های نویسندگان و نمایه شده انجام شد. انجام تحلیل‌های تکمیلی بر اساس کلیدواژه‌های عنوان و نیز چکیده می‌تواند یافته‌های بیشتری ارائه دهد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Fatemeh Shekari  <http://orcid.org/0000-0001-7738-3853>

منابع

امینی، محمد؛ رحیمی، حمید؛ و نعمت‌الهی، حمید. (۱۳۹۶). بررسی وضعیت ابعاد هویت ملی و دینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه کاشان). *نشریه نامه آموزش عالی*، ۱۰(۳۹)، ۱۵۹-۱۸۴.

ایلچی، سارا؛ ونکی، امیرسالار؛ و سیوندیان، مصباح. (۱۴۰۰). تحلیل کتاب‌سنجی و مصورسازی پژوهش‌های منتشر شده در زمینه رسانه‌های اجتماعی و گردشگری. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۶(۵۵)، ۱۰۵-۱۳۸.

پروازی شندی، حمیدرضا؛ ایرانی، حمیدرضا؛ کردنائیچ، اسدالله؛ و خواجه نیان، داتیس. (۱۴۰۰). تحلیل کتاب سنجی پژوهش های جهانی حوزه صنایع خلاق. *پژوهشنامه علم سنجی*، ۷(۱۴)، ۲۲۱-۲۴۴.

ربانی، علی؛ ربانی، رسول؛ و حسنی، محمدرضا. (۱۳۸۸). رسانه های جمعی و هویت ملی مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان. *فصلنامه پژوهش های ارتباطی*، ۱۶(۵۸)، ۹۳-۶۵.

قاسمی، علی اصغر؛ خورشیدی، مجید؛ و حیدری، حسین. (۱۳۹۰). همسازی هویت ملی و قومی در ایران و رویکرد اقوام ایرانی به وحدت ملی و حق تعیین سرنوشت. *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۱۸(۵۵)، ۵۷-۹۲.

References

- Abdollahi, Alireza; Rejeb, Karim; Rejeb, Abderahman; Mostafa, Mohamed M.; & Zailani, Suhaiza. (2021). Wireless Sensor Networks in Agriculture: Insights from Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 13(21).
- Amini, M., Rahimi, H., & Nematollahi, H. (2017). Investigating the Dimensions of Students' Religious and National Identity (the Case of University of Kashan). *Higher Education Letter*, 10(39), 157-182. [In Persian]
- Aria, Massimo; Misuraca, Michelangelo; & Spano, Maria. (2020). Mapping the Evolution of Social Research and Data Science on 30 Years of Social Indicators Research. *Social Indicators Research*, 149(3), 803-831.
- Bhandari, Kalyan. (2016). Imagining the Scottish nation: tourism and homeland nationalism in Scotland. *Current Issues in Tourism*, 19(9), 913-929.
- Bhandari, Kalyan. (2022). Tourism and commercial nationalism. *Annals of Tourism Research*, 95, 103443. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103443>
- Bonarou, Christina. (2021). The poetics of travel through unravelling visual representations on postcards: A critical semiotics analysis. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 7(1), 44-53.
- Donthu, Naveen; Kumar, Satish; Mukherjee, Debmalaya; Pandey, Nitesh; & Lim, Weng Marc. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Emich, Kyle J.; Kumar, Satish; Lu, Li; Norder, Kurt; & Pandey, Nitesh. (2020). Mapping 50 Years of Small Group Research Through Small Group Research. *Small Group Research*, 51(6), 659-699.
- Esman, Marjorie R. (1984). Tourism as ethnic preservation: The Cajuns of Louisiana. *Annals of Tourism Research*, 11(3), 451-467.

- Fayzullaev, Kamoliddin; Cassel, Susanna Heldt; & Brandt, Daniel. (2021). Destination image in Uzbekistan – heritage of the Silk Road and nature experience as the core of an evolving Post Soviet identity. *The Service Industries Journal*, 41(7-8), 446-461. <https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1519551>
- Ghasemi, A., Khorshidi, M., & Heidari, H. (2012). Conformity of National and Ethnic Identity in Iran and Approach Of Iranian Peoples to National Unity and Right to Self-Determination. *Social Sciences*, 18(55), 57-92. doi: 10.22054/qjss.2012.886. [In Persian]
- Gholamian, Aram; Maleki, Fatemeh; & Rezaii, Ahmad. (2021). Are they the “other”? The ethno-nationalism experiences of Iranian Kurdish ethnic tourists. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(5), 587-605.
- Gieling, Joost; & Ong, Chin-Ee. (2016). Warfare tourism experiences and national identity: The case of Airborne Museum “Hartenstein” in Oosterbeek, the Netherlands. *Tourism Management*, 57, 45-55.
- Gospodini, Aspa. (2004). Urban morphology and place identity in European cities: built heritage and innovative design. *Journal of Urban Design*, 9(2), 225-248. <https://doi.org/10.1080/1357480042000227834>
- Harpaz, Yossi; & Nassar, Ikhlas. (2022). Crossing borders, choosing identity: strategic self-presentation among Palestinian-Israelis travelling abroad. *Ethnic and Racial Studies*, 45(12), 2340-2361.
- Henderson, J. (2001). Heritage, identity and tourism in Hong Kong. *International Journal of Heritage Studies*, 7(3), 219-235.
- Hou, Jing-Shoung; Lin, Chung-Hsien; & Morais, Duarte B. (2005). Antecedents of attachment to a cultural tourism destination: The case of Hakka and non-Hakka Taiwanese visitors to Pei-Pu, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 44(2), 221-233. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0047287505278988>
- <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02281-3>
- [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(84\)90031-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(84)90031-8)
- [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90084-1](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90084-1)
- <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.006>
- <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.08.001>
- <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.03.001>
- <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102966>
- <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.05.017>
- <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.013>
- <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.020>

- <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104612>
<https://doi.org/10.1080/01419870.2021.2008465>
<https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1175486>
<https://doi.org/10.1080/13527250120079402>
<https://doi.org/10.1080/13683500.2013.789005>
<https://doi.org/10.1080/14766825.2013.827201>
<https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1802471>
<https://doi.org/10.1080/1743873X.2020.1712408>
<https://doi.org/10.1177/1046496420934541>
<https://doi.org/10.18778/1733-8077.17.4.04>
<https://doi.org/10.3390/su132112011>
<https://doi.org/10.5281/zenodo.4519317>
- Ilchi, S., vanaki, A., & seivandian, M. (2021). Bibliometric Analysis and Visualization of Published Research on Social Media and Tourism. *Tourism Management Studies*, 16(55), 105-138. doi: 10.22054/tms.2021.53998.2390. [In Persian]
- Karagöz, Deniz; & Uysal, Muzaffer. (2020). Tourists' Need for Uniqueness as a Representation of Differentiated Identity. *Journal of Travel Research*, 61(1), 76-92. <https://doi.org/10.1177/0047287520972804>
- Kim, Jungeun; & Stodolska, Monika. (2013). Impacts of diaspora travel on ethnic identity development among 1.5 generation Korean-American college students. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 11(3), 187-207.
- Ma, Fangheyue. (2021). "You Are First a Chinese Citizen, Then A Consumer": Presenting and Balancing Identities Online as Chinese International Tourists. *Qualitative Sociology Review*, 17(4), 58-81.
- MacCannell, Dean. (1984). Reconstructed ethnicity tourism and cultural identity in third world communities. *Annals of Tourism Research*, 11(3), 375-391. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(84\)90028-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(84)90028-8)
- Maleki, Fatemeh; & Gholamian, Aram. (2020). Antecedents and consequences of ethnic tourist satisfaction: the moderating role of ethnic identity. *Journal of Heritage Tourism*, 15(6), 597-611.
- Packer, Jan; Ballantyne, Roy; & Uzzell, David. (2019). Interpreting war heritage: Impacts of Anzac museum and battlefield visits on Australians' understanding of national identity. *Annals of Tourism Research*, 76, 105-116. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.03.012>
- Palmer, Catherine A. (1994). Tourism and colonialism: The experience of the Bahamas. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 792-811.

- Palmer, Catherine. (1999). Tourism and the symbols of identity. *Tourism Management*, 20(3), 313-321. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00120-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00120-4)
- Palmer, Catherine. (2005). An Ethnography of Englishness: Experiencing Identity through Tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 7-27.
- Park, Hyung yu. (2010). Heritage Tourism: Emotional Journeys into Nationhood. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 116-135.
- Park, Hyung yu. (2016). Tourism as reflexive reconstructions of colonial past. *Annals of Tourism Research*, 58, 114-127.
- Parvazi Shandi, H., Irani, H., Kordnaeij, A., & Khajeheian, D. (2021). Bibliometric Analysis of Global Research in the Field of Creative Industries. *Scientometrics Research Journal*, 7(14), 221-244. doi: 10.22070/rsci.2020.5342.1372. [In Persian]
- Pavlovskaya, Anna. (2021). National identity in international education: Revisiting problems of intercultural communication in the global world. *Training, Language and Culture*, 5(1), 20-36. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2021-5-1-20-36>
- Pretes, Michael. (2003). Tourism and nationalism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 125-142. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00035-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00035-X)
- Qu, Zhirui; Cao, Xinyue; Ge, Hong; & Liu, Yan. (2021). How does national image affect tourists' civilized tourism behavior? The mediating role of psychological ownership. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 468-475. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.04.019>
- Rabani, A., Rabani, R., & Hasani, M. (2009). Mass Media and National Identity, A Case Study of Isfahan University Students. *Quarterly Journal of Communication Research*, 16(2), 65-93. [In Persian]
- Rekom, Johan van; & Go, Frank. (2006). Cultural Identities in a Globalizing World: Conditions for Sustainability of Intercultural Tourism. In P. M. Burns & M. Novelli (eds.), (P. M. Burns & M. Novelli, eds.), *Tourism and Social Identities*. Elsevier.
- Ridgway, Maranda; & Kirk, Susan. (2021). Home sweet home: Creating a sense of place in globally mobile working lives. *Global Networks*, 21(4), 749-768. <https://doi.org/10.1111/glob.12313>
- Rivera, Lauren A. (2008). Managing "spoiled" national identity: War, tourism, and memory in Croatia. *American Sociological Review*, 73(4), 613-634. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0003122408073004>
- Sinclair-Maragh, Gaunette; & Simpson, Shaniel Bernard. (2021). Heritage tourism and ethnic identity: A deductive thematic analysis of Jamaican

- Maroons. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 7(1), 64-75. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4521330>
- Sugawa-Shimada, Akiko. (2015). Rekijo, pilgrimage and “pop-spiritualism”: pop-culture-induced heritage tourism of/for young women. *Japan Forum*, 27(1), 37-58. <https://doi.org/10.1080/09555803.2014.962566>
- Sun, Jiuxia; Wang, Xinrui; & Ma, Tao. (2018). De-localization and re-localization of ethnic cultures: what is the role of tourism? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(11), 1034-1046. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1513947>
- Telfer, David J.; & Sharpley, Richard. (2015). *Tourism and Development in the Developing World* (second). Routledge.
- Tie, Caroline; Holden, Andrew; & Park, Hyung yu. (2015). A “reality of return”: The case of the Sarawakian-Chinese visiting China. *Tourism Management*, 47, 206-212. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.021>
- Tinson, Julie S.; & Saren, Michael A.J. (2022). The role of tourism in personal nationalism: A case study. *Tourism Management*, 93, 104612.
- van Eck, Nees Jan van; & Waltman, Ludo. (2009). How to normalize cooccurrence data? An analysis of some well-known similarity measures. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(8), 1635-1651. <https://doi.org/10.1002/asi.21075>
- van Eck, Nees Jan; & Waltman, Ludo. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- van Eck, Nees Jan; & Waltman, Ludo. (2022). VOSviewer manual. *Manual for VOSviewer for VOSviewer version 1.6.18*.
- Wang, Enxu; Shen, Caiyun; Zheng, Jingjing; Wu, Di; & Cao, Ning. (2021). The antecedents and consequences of awe in dark tourism. *Current Issues in Tourism*, 24(8), 1169-1183. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1782857>
- Yang, I-Chieh Michelle; French, Juliana Angeline; Lee, Christina; & Watabe, Motoki. (2020). The symbolism of international tourism in national identity. *Annals of Tourism Research*, 83, 102966.
- Yang, Li. (2013). Ethnic Tourism and Minority Identity: Lugu Lake, Yunnan, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(7), 712-730. <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.695289>
- Youn, Seung Ho; & Uzzell, David. (2016). The young generations’ conceptualisation of cultural tourism: colonial heritage attractions in

South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(12), 1324-1342.

- Zantides, Evripides. (2016). Looking inwards, designing outwards: national identity and print advertisements of the Cyprus Tourism Organisation. *Visual Studies*, 31(3), 248-259.
<https://doi.org/10.1080/1472586X.2016.1209987>
- Zhang, Carol X.; L'Espoir Decosta, Patrick; & McKercher, Bob. (2015). Politics and tourism promotion: Hong Kong's myth making. *Annals of Tourism Research*, 54, 156-171.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.003>
- Zhang, Carol X.; Pearce, Philip; & Chen, Ganghua. (2019). Not losing our collective face: Social identity and Chinese tourists' reflections on uncivilised behaviour. *Tourism Management*, 73, 71-82.
- Zhang, Carol X.; Xiao, Honggen; Morgan, Nigel; & Ly, Tuan Phong. (2018). Politics of memories: Identity construction in museums. *Annals of Tourism Research*, 73, 116-130.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.011>
- Zhang, Carol Xiaoyue; Fong, Lawrence Hoc Nang; Li, ShiNa; & Ly, Tuan Phong. (2019). National identity and cultural festivals in postcolonial destinations. *Tourism Management*, 73, 94-104.
- Zhang, Shu-Ning; Ruan, Wen-Qi; & Yang, Ting-Ting. (2021). National Identity Construction in Cultural and Creative Tourism: The Double Mediators of Implicit Cultural Memory and Explicit Cultural Learning. *SAGE Open*, 11(3), 21582440211040788.
<https://doi.org/10.1177/21582440211040789>

