



ICTI Secretariat



03240-47157

<sup>st</sup>  
**1 International Conference on  
Tourism Industry**

2-3 October 2024

**Certification of Acceptance**

This certificate is awarded to

*Hamdollah Sojasi Gheidari; Efat Zarei; Mahin Gol  
Makhani*

According to the peer-review evaluation, your article titled “*Analysis of factors affecting the development of literary tourism in Iran*” has been accepted for oral presentation at the 1<sup>st</sup> International Conference on Tourism Industry.

**Prof. Sajad Ferdowsi**

Conference Executive Manager

Faculty of Tourism, University of Tehran



**Prof. Davood Hoomanian**

Conference Chairman

Dean of Faculty of Tourism, University of Tehran



Faculty of Tourism

**ÖHV-TRAINEE**

Tourismuskolleg

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

## تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری ادبی در ایران

حمدالله سجاسی قیداری\*<sup>۱</sup>، عفت زارعی<sup>۲</sup>، مهین گل مکانی<sup>۳</sup>

۱. دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول)

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری دانشگاه فردوسی مشهد

۳. کارشناسی ارشد زبان و ادبیات فارسی دانشگاه آزاد واحد مشهد

ssojasi@um.ac.ir \*

### چکیده

یکی از اجزای مهم میراث فرهنگی یک کشور ادبیات است و برای بسیاری از ادیبان و فرهیختگان و علاقه مندان به تاریخ و زبان و ادب جوامع، گردشگری ادبی<sup>۱</sup> که خود بخش و شاخه یا زیر مجموعه ای از گردشگری فرهنگی و گردشگری میراث شناخته شده واز جذابترین و جدیدترین نوع گردشگری می باشد. در سال های اخیر صنعت گردشگری به یکی از پردرآمدترین صنایع دنیا تبدیل شده و رقابت فشردهای در بین بسیاری از کشورهای جهان برای جذب گردشگر به چشم می خورد. توسعه سریع فناوری در زندگی باعث توجه و ظهور و توسعه انواع گردشگری در دنیا شده و یکی از گونه های گردشگری، گردشگری ادبی می باشد؛ هدف این پژوهش ارائه چارچوبی جامع و مفهومی است که در آن مؤلفه ها و عوامل موثر بر گردشگری ادبی شناسایی و برای فهم و ادراک عمیق از ویژگیها، و تبیین عوامل و چگونگی گردشگری ادبی در مقصدهای گردشگری که از روش مطالعات کتابخانه ای و اسنادی است بدین منظور برای گردآوری اطلاعات و تلفیق از پژوهش های پیشین استفاده شده است و این پژوهش از نظر هدف توصیفی و از نظر نتایج کاربردی است. نتایج حاصل از پژوهش نشان میدهد که کشور ایران مقصد و گنجینه ای غنی و پرآوازه از انواع جاذبه های گردشگری ادبی را در خود جای داده است که شهرت جهانی دارند اما عدم زیرساخت های گردشگری گردشگری ادبی ایران با قابلیت ها و استعداد های بالقوه ای آن تناسبی ندارد

کلواژه ها: توسعه گردشگری، گردشگری ادبی، گردشگری پایدار، مقصدها

<sup>1</sup> Literary tourism

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

## Analysis of factors affecting the development of literary tourism in Iran

Hamdollah Sojasi Gheidari <sup>\*1</sup>, Efat Zarei <sup>2</sup>, Mahin Gol Makhani <sup>3</sup>

1. Associate Professor, Department of Geography, Ferdowsi University of Mashhad (Responsible Author), Mashhad, Iran.

2 Master student of geography and tourism planning of Ferdowsi University of Mashhad

3 Master's degree in Persian language and literature, Azad University, Mashhad branch

\* (ssojasi@um. ac. ir)

### Abstract

One of the important components of the cultural heritage of a country is literature, and for many writers and intellectuals and those interested in the history, language, and politeness of societies, literary tourism, which is a branch or subset of cultural tourism and heritage tourism, is known as the most attractive and newest. It is a type of tourism. In recent years, the tourism industry has turned into one of the most profitable industries in the world, and fierce competition is seen among many countries in the world to attract tourists. The rapid development of technology in life has caused attention and the emergence and development of all types of tourism in the world, and one of the types of tourism is literary tourism; The purpose of this research is to provide a comprehensive and conceptual framework in which the components and factors affecting literary tourism are identified and for a deep understanding and understanding of the characteristics, and to explain the factors and how literary tourism in tourist destinations is based on the method of library and documentary studies. In order to collect information and consolidate, previous researches have been used, and this research is descriptive in terms of purpose and practical in terms of results. The results of the research show that the country of Iran has a rich and famous destination and treasure of all kinds of literary tourism attractions that are world famous, but the lack of literary tourism infrastructure in Iran is not proportional to its potential abilities and talents.

**Keywords:** Tourism development, literary tourism, sustainable tourism, destinations

### مقدمه

گردشگری مفهومی فراگیر و گسترده دارد که تاریخچه آن به سال ۱۸۱۱ میلادی و یا پیش از آن باز می‌گردد و تعریف آن همچنان دستخوش تغییر و دگرگونی است دکتر معین در ذیل واژه سفر چنین آورده است: "بیرون شدن از شهر خود و به محلی دیگر رفتن، قطع مسافت، راهی که بپیمایند از محلی به محل دور،" (فرهنگ لغت معین، ۱۳۷۶: ۱۸۸۸). "گردشگری" ترجمه واژه توریسم است واژه ای فرانسوی از ریشه «تور» گرفته شده است. (کاظمی، ۲۰۰۶: ۳۹-۵۰) تور در زبان فرانسه به معانی زیر آمده است: حرکت دورانی (چرخش)، عمل پیمودن، طی کردن پیرامون، سیر کردن، گردش نمودن و در نهایت به انگلیسی راه یافته است (Oxford, ۱۸۹, ۱۹۷۰) و این واژه نخستین بار در سال ۱۸۱۱ در مجله ای به نام اسپورتینگ آمد. گردشگری ادبی فرصت سفر به زادگاه، مکان دفن، خانه، املاک، و محل نگهداری اشیاء بازمانده از شخصیت‌های ادبی است؛ و در مقایسه با سایر اشکال گردشگری، از مزیت نسبی برای کشور برخوردار و موتور توسعه کشور تلقی میشود (Hosseini, 2013: 114) این گونه سفرها تجربه های فرهنگی ارزشمندی در پی دارد، فرصتی برای مشارکت در مراسم ها و جشنواره های ادبی (Brown and Fayal Redigim, 2014)، را فراهم میسازد، و



29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

همچنین زمینه‌ای برای تجسم فضای شکل‌گیری تفکر خلاق و یا محل خلق آثار ادبی فاخر را پدید می‌آورد (Ommundsen, ۲۰۱۴) و گردشگران ادبی به گردشگرانی اطلاق می‌شود که از مکانهای موجود در آثار ادبی معروف و زادگاه و اقامتگاه نویسندگان و شعرا مشهور بازدید میکنند (Yu & Jiang, ۲۰۱۹). امروزه توجه به عرصه فرهنگی و اجتماعی گردشگری، ضرورتی انکارناپذیر است، زیرا گردشگر و میزبان با دو فرهنگ متفاوت با یکدیگر در تعامل قرار می‌گیرند؛ که این اختلاف فرهنگها، تأثیراتی را بر پایداری هر دو جامعه موجب می‌شود. در نیم قرن گذشته، گردشگری رشدی فزاینده و متنوع داشته و توجه بسیاری از کشورها را به خود جلب و بالاترین مقدار رشد اقتصادی را در جهان به خود اختصاص داده است (افراخته، ۱۳۹۳: ۱۲۷) و صنعت گردشگری امروزه به دلیل وجود زیرساختهای اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی (سرور و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۴) به یکی از بزرگترین بخشهای اقتصادی تبدیل و پس از صنایع خودروسازی، ساختمان و غذایی، چهارمین صنعت برتر در جهان است و صادرات نامرئی محسوب میگردد (Shaw and Williams, ۲۰۱۴: ۷۴) در میان عوامل مختلف مؤثر بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها، صنعت گردشگری یکی از عواملی است که گسترش آن با توجه به اثرات زیست محیطی، (ابراهیم زاده و کریمی، ۱۳۹۳: ۲۹) فرهنگی (تیموری و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۴)، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مختلفی دارد و موفقیت‌های قابل ملاحظه‌ای را برای برخی کشورها به دنبال داشته است (حسنوند و خداپناه، ۱۳۹۳: ۸۸) سازمان جهانی تورسیم (WTO) در چند سال آینده از لحاظ درآمد در رأس همه بخش‌های اقتصادی موجود در دنیا خواهد بود و بزرگترین بخش تجارت بین‌الملل را به خود اختصاص خواهد داد (طلوعی، ۱۳۸۴) هیچ کشوری را نمیتوان یافت که فاقد مواد اولیه برای جهانگردی باشد. شاید مهم‌ترین تغییر در سال‌های اخیر در حوزه گردشگری ادبی، مهاجرت از فرصت‌های گردشگری ویژه، به فرصت‌های گردشگری انبوه بوده که جشنواره‌های ادبی که جلوه‌ای از میراث فرهنگی هستند (ذال، ۱۳۹۵) اکنون در بسیاری از کشورهای جهان دامنه و گستره خود را گسترش داده‌اند، زمینه همکاری و تعامل را در ابعاد مختلف گسترش می‌دهد (صالحی هیکوئی، ۱۳۸۴: ۱۰) همچون جشنواره‌های در ولز که همه ساله به صورت حضوری و در دوران کرونا به صورت مجازی برگزار شد. ریشه گردشگری ادبی را میتوان در قرن‌ها پیش حتی در دوران امپراطوری روم جستجو کرد (Andersen 2002, Robinson) اما سرآغاز گردشگری ادبی مدرن را باید در قرن هجدهم دانست (Watson, ۲۰۰۶) و به عبارت بهتر ریشه گردشگری ادبی، به سفرهای دانشمندانی برمیگردد که به قصد دیدار از مکانهای مرتبط با زندگی و آثار نویسندگان مشهور سفر میکردند و گردشگران ادبی افراد تحصیل کرده و فرهیخته‌ای بودند که الگوی مصرفی متفاوتی در مقایسه با سایر طبقات اجتماعی داشتند (Herbert, ۲۰۰۱). از آنجاکه افراد بیشتری به توانایی، ابزار و آزادی برای سفر کردن دست یافته‌اند، نه تنها بیش از گذشته مردمی شده، بلکه مقیاس و گستره آن نیز بی‌وقفه، رشد یافته است (بروجنی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱) و بسیاری از مدیران و برنامه‌ریزان محلی، منطقه‌ای و ملی برای توسعه آن تلاش نمایند (رنجیریان و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۴). اهمیت گردشگری ادبی در دنیا به عنوان یکی از اشکال صنعت گردشگری خلاق (Herbert ۲۰۱۷: ۳۱۶) به شکل قابل توجهی افزایش یافته است و در تعمیق و گسترش

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

جهانی دستاوردها و ارزش های میراث فرهنگی کشور نقش ایفا می کند (Oakley, David, Bell, ۲۰۱۴) شعر زبان گویای همه ملت هاست؛ هدف اصلی گردشگری ادبی آشنایی با اماکن مربوط به زندگی نویسندگان، شاعران، هنرمندان و آثار آنها است (کیا کجوری، توسلی کلاتی و خوشه بست، ۱۳۹۱) و برای گردشگران الهام بخش است (Herbert, 1995: 33) زبان فارسی دومین زبان زنده دنیای اسلام است و در طول تاریخ هزار و چندصدساله ادبیات فارسی، شاعران و نویسندگان بزرگی در کشور پهناور ایران زیسته اند که هر کدام تاثیر گذاری خاص خود و علاقه مندانی دارند. مقبره ها (شمس الدینی و سنایی مقدم، ۱۳۹۷: ۶۷) و آرامگاههای فراوانی در سراسر کشور وجود دارد که هر کدام میتوانند به عنوان یک قطب گردشگری ادبی مورد توجه قرار گیرند. ایران از نظر جاذبه های گردشگری یکی از ده کشور اول جهان (پور احمد و تجلی، ۱۳۷۹: ۱۷) و از لحاظ آثار باستانی یکی از ۵ سرزمین نخست جهان بوده (تاج علی، ۱۳۸۵) و گردشگران به دنبال نادر بودن هستند (McKercher and Ducross, ۲۰۰۲) شاید از نظر تعداد شاعران و نویسندگان بزرگ، هیچ کشوری به ایران نرسد با توجه به اهمیت موضوع گردشگری ادبی و علل موثر بر آن باور نداشتن به پتانسیل های گردشگری ادبی (زارع، ۱۳۹۵) که نمایانگر یک کشور و مردم آن و منعکس کننده تنوع و تجسمی از آن سرزمین است (Edgel, ۲۰۰۶) برای گردشگران و مسافرانی که به کشوری مسافرت می کنند، فعالیت ها، رویدادها و محصولات فرهنگی به عنوان نیروی الهام بخش است (قادری و همکاران، ۱۳۸۸) و می توان به انتقال و تبادل فرهنگی (فروردین و فراهانی، ۱۳۹۰: ۱) دست یافت و اهمیت گردشگری ادبی در کشور باعث شده است با وجود ظرفیت و پتانسیل های بالا (صیامیان گرجی، ۱۳۹۱) با وجود اینکه در ایران شرایط و فرصت های گردشگری بسیار خوب و برجسته داریم اما برای رشد و گسترش و معرفی این ظرفیت بالقوه نیاز است که عوامل موثر بر توسعه آن از ابعاد مختلف مورد بررسی قرار گیرد و شناخت این عوامل موثر می تواند در برنامه ریزی های آینده و مدیریت مقاصد ادبی و بازاریابی و... در حوزه گردشگری موثر واقع شود

#### چهارچوب نظری

از سازمان جهانی گردشگری ملل متحد گردشگری ادبی عبارت است از گردشگری فرهنگی، مسافرت مردم به سمت جاذبه های فرهنگی در مکانی غیر از محل سکونت آنها به قصد کسب تجربه و دانش به منظور پاسخگویی به نیازهای فرهنگی مانند مشارکت در رویدادهای فرهنگی و هنری، بازدید از میراث فرهنگی، نمایشگاه های فرهنگی و هنری و تماشای فیلم و تئاتر است. گردشگری ادبی از زیرشاخه های گردشگری فرهنگی و گردشگری میراثی محسوب می شود و از قرون ۱۸ و ۱۹ با توجه به گسترش مطالعات ادبی در اروپا شکل گرفت که هم نقشی در انتقال میراث ناملموس دارد و هم نقشی در ایجاد درآمد اقتصادی و ایجاد شغل. از تلفیق این دو مقوله، پدیده ای حاصل می شود که در ادبیات حوزه گردشگری آن را «گردشگری ادبی» می نامند و همگام با رشد ادبیات علمی در این زمینه مطالعات گردشگری ادبی و «نقشه نگاری ادبی» (cartography Literary) نیز رشد یافت (سیدقاسم و نوح پیشه، ۱۳۹۵). اصل گردشگری بر مبنای مقصد بنا شده است. بازدید از مقاصد اصل شناخته شده گردشگری

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

است. هر مقصد به یک دلیل دارای جاذبه گردشگری است. مقاصدی که با خود فرهنگ و ادبیات یک کشور را حمل می کنند، جاذبه گردشگری ادبی هستند. میراث فرهنگی تنها به بناها و اشیای قدیمی محدود نمی شود بلکه دربردارنده سنن، آئین ها و ادبیات مانند نویسندگی، شعر و داستان و اجرای تئاتر، نمایشنامه و شعرخوانی، نقالی و داستان سرایی و هنر سینما (و جشنواره های هنری، مشاهیر، دانشمندان، شعرا، اصطلاحات و ادبیات شفاهی، گویش ها و... بخشی از ظرفیت های گردشگری شناخته می شوند) (کبیری هندی و دانه کار، ۱۳۹۰)؛ علاوه بر این، (Mintel 2011) دو شکل دیگر را که گردشگری ادبی می تواند در گزارش تحقیقات بازار اخیر خود داشته باشد، یعنی جشنواره های ادبی و گردشگری کتاب فروشی پیش می برد. ادبیات بخشی از فرهنگ ماست و توسعه فرهنگی بر ابعاد دیگر توسعه مقدم شمرده می شود (Dehdari Ebrahimi, 2011: 440). شناخت نیازها و علایق گردشگران فهم بهتری از گردشگری را برای مسئولان ارائه داده و در طراحی برنامه های مؤثر توسعه گردشگری پایدار بیشتر اهمیت می یابد (Taghvae, 2011, 35) و گردشگری آمیزهای از فعالیتهای مختلف است که به صورت زنجیرهای در راستای خدمات رسانی به گردشگران تمامی پدیده ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران داخلی و خارجی، دولت ها و جوامع میزبان و فرآیند جذب (علوی، ۱۳۹۴: ۶۴۷) و پذیرایی را در بر میگیرد (McIntagh, Charles, 1995: 1) و این مفاهیم باید بر بستر بازاریابی ادبی شکل گیرد (Watson: 2006). گردشگری ادبی یکی از زمینه های توسعه گردشگری شهری، است و می تواند تأثیرات مثبتی بر توسعه و ارتقای مقاصد شهری داشته باشد و پایه توسعه اقتصادی دیده می شود (Rivero, 2009, 11) و مبادله اطلاعات مناسب را تسهیل کند (هزار جریبی و صفری شالی، ۱۳۸۸: ۱۴). به لحاظ ماهیت مکان های گردشگری ادبی را اسمیت (Smith et al, 2010: 110) به سه دسته تقسیم می کنند: ۱- مقاصد واقعی: این دسته مکانها وجود خارجی دارند و قابل دیدن هستند و محل تولد، زندگی، خانه (قاسمی و همکاران ۱۳۹۷: ۱۲) میز و یا اتاق کار، دستگاه تایپی که با آن تایپ کرده، عکس های مختلف، دست نوشته ها و اسناد حاوی اطلاعات بسیار جزئی از زندگی او را نگهداری کرده و در معرض دید علاقه مندان قرار داده اند ۲- مقاصد تخیلی (ادراکی). در برخی شهرها با استفاده از داستانها و نوشته ها مکان هایی را که در آثار نویسندگان به آنها اشاره شده است، به عنوان مقصدی برای گردشگری ادبی آماده هستند و مردم با بازدید از این مکانها، می توانند درباره یک مکان یا شخصیت های خیالی یک اثر که الهام بخش اشعار بوده (کیانی سلمی ۱۳۹۵: ۳)، اطلاعات جذابی دریافت کنند و خود را در مسیر تخیل نویسنده ببینند. ۳- مقاصد که برساخت اجتماعی دارند و در راستای توسعه گردشگری ادبی ایجاد میشوند، مانند مثلا موزه ای (بیات و اسدی ۱۳۹۶: ۷) که برای یادبود شاعری ساخته می شود. رشد و توسعه گردشگری ادبی به عنوان یکی از اشکال شناخته شده در بخش گردشگری، از سده های هجدهم و نوزدهم همگام با فراگیر شدن رئالیسم ادبی (گسترش مطالعات ادبی) آغاز گردید (Davies & Yiannakis, 2012). گردشگری ادبی حس کنجکاوی بازدیدکنندگان و شناخت مخاطب از متن و استفاده انسان از مکان را افزایش و موجب احساس دل بستگی (Francois, 2003: 14- 1) به مقصد می شود تا جایی که مقصد برای مخاطب دارای معنا و ارتباط عاطفی ایجاد میکند. بسیاری از کشورها این صنعت را در حکم صنعتی پویا (Castanoles et al, 2011: 549-595) و منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه می دانند. امروزه، صنعت گردشگری که سطح بالایی از توسعه را برای بخش اقتصادی اکثر کشورها در سطح جهان فراهم ساخته است، به عنوان بخش پایه



29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

توسعه اقتصادی گردشگری دیده می شود (Rivero, ۲۰۰۹, ص ۱۱). اشتغال در این صنعت به مهارت و کارآموزی بالایی نیاز ندارد و مردم محلی با کمی مهارت می توانند در مشاغل خدماتی مشغول به کار شوند (Brown, 2003) هر چند نیروی انسانی توانمند، بهره ورتر و خلاق تر می باشند و خدمات را با کیفیت بالاتری نسبت به نیروی انسانی ناتوان ایجاد می کنند و با وجود نیروی انسانی توانمند، مقاصد گردشگری نیز کارآمدتر می شوند (۶: ۲۰۱۴, Ajdari) کشور ما به دلیل وجود آثار باستانی ملی، تمدنی، تاریخی و... (فرهودی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۴۶) به عنوان یکی از مهدهای گردشگری فرهنگی، از قابلیت های بسیار بالایی برخوردار است و موجب ایجاد حس هویت و احساس تعلق می باشد (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۷۲). آثار نویسندگان و شاعران یک ملت می تواند فرصت های خوبی را برای ارتقای فرهنگ جامعه ایجاد کند (Chelnokova et al, ۲۰۲۰) و باید آن را به عنوان ابزار بالقوه مهمی برای کاهش فقر (Haghighat et al, 2014) و توسعه اقتصادی جامعه به حساب آورد (سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۰۵) و عاجز کننده فقر مطرح می شود (Maleki; 2010: 3؛ گردشگری در هر جامعه ای، متأثر از عوامل پیچیده و درهم بافته ی سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (حیدری و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۴۴) و همچنین ویژگی های جغرافیایی است که دیگران را مجذوب خود می کند و پایه های اصلی سیاست گذاری در این عرصه، به ویژگی های تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی هر کشور برمیگردد. اهمیت این بخش به عنوان سازوکاری برای توسعه اقتصادی افزایش یافته و دولتها نباید فرصت های به وجود آمده این بخش را نادیده بگیرند (Wanhill, ۲۰۰۵). در واقع برای موفقیت و توسعه گردشگری، شناخت روابط بین سه جنبه اقتصادی، زیست محیطی و فرهنگی - اجتماعی توسعه باید مورد توجه قرار بگیرند (Chris, 2012: 341). امروزه اهمیت این صنعت تمیز یا بدون دود در ایجاد اثرات مثبت اقتصادی در سطح دنیا به طور روز افزون آشکارتر شده و یکی از عوامل مهم ایجاد اشتغال برای جامعه محلی و در سطح کلان (توکلی ۱۳۹۸: ۳) و با سرعتی مضاعف عامل کاهش نرخ بیکاری است. صنعت گردشگری می تواند به اشتغال زایی، جذب ارز، بهبود سطح زندگی مردم در کسب درآمد و رونق دادن به صنایع دستی هنری و فعالیت های ساختمانی، کشاورزی، توسعه و بهبود تجهیزات زیر بنایی جاده ها و خطوط ارتباطی منجر شود چون تفضای گردشگری ارتباط مستقیمی با تقاضا برای مکان، غذا و حمل و نقل، برقرار می شود و این موجب افزایش اشتغال و رونق اقتصادی می گردد و اشاعه فرهنگ و حفظ و احیای آن را نیز به دنبال خواهد داشت (مهدوی، قدیری معصوم و قهرمانی، ۱۳۸۷) توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه گذاری در بخش ها و فعالیت های مختلف اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه گذاری در طرح های زیربنایی و رونمایی، نمی توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را داشت (شاکری و سلیمی، ۱۳۸۵: ۹۵) تأسیسات اقامتی و پذیرایی مهمترین قسمت خدمات گردشگری را شامل شده و یکی از بخش های پویای صنعت توریسم (رحمانی، ۱۳۹۰) و تأسیسات مخابراتی و ارتباطی، امکانات بهداشتی و درمانی، اماکن ورزشی و تفریحی و تأسیسات حمل و نقل می تواند منافع عظیمی را برای جوامع میزبان به همراه داشته باشد (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۹). از جمله نیازهای گردشگران و مسافران است برای تداوم و توسعه آن مشارکت با شناسایی هر چه بهتر توانمندی های مقاصد امری ضروری می باشد (فاضل نیا و هدایتی، ۱۳۸۹: ۱۴۷). جاذبه های ادبی به دلیل ارتباط با گردشگری به شمار می رود (یزدان پناه، ۱۳۸۵، ص ۹۶). در صنعت گردشگری به اینکه مبادا بر ساختار اجتماعی

فرهنگی جامعه میزبان اثرات ویرانگر و منفی گذاشته شود، توجه عمیقی می شود (chuk, 2003: 288) تحقق توسعه پایدار یعنی گردشگر علاوه بر فعالیت های اجتماعی برای محیط زیست نیز ارزش و احترام قائل باشد (ابراهیمی و کریمزاده، ۱۳۸۶: ۶۵). گردشگری پیامدهای اجتماعی گردشگری است (پاپلی یزدی و همکار، ۱۳۸۵، ص ۱۹۶) در گروه رویکرد همه جانبه کل گرا، آینده نگر و مساوات گرا است و محصول گردشگری را تضمین می کند (Gan, ۲۰۰۲: ۸۱) و در سند راهبردی توسعه گردشگری مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی مصوب ۱۴۰۰ نیز تاکید بر حفظ و تقویت هویت فرهنگی، ارتقای آگاهی و فرهنگ سازی و رعایت توسعه پایدار در گردشگری است گردشگری پایدار بر ضرورت استفاده و توسعه منابع گردشگری در مسیرهای سالم تأکید می کند (رحمانی، ۱۳۸۹، ص ۴۴) ورود مسافران بین المللی به کشور نه تنها باعث افزایش درآمد ارزی، درآمد دولت (مالیات)، اشتغال و تنوع اقتصادی شده، بلکه توسعه منطقه ای و تشویق به سرمایه گذاری در بخش های غیر توریستی را موجب میشود (۵۴، pearce ۱۹۹۲). و آگاهی بخشی جامعه در مورد مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیست محیطی استراتژی های گردشگری پایدار از طریق تبلیغات (قاسمی و همکاران ۱۳۹۷: ۱۰) حقیقی و مجازی و بازاریابی و رسانه های اجتماعی به ویژه دیجیتال و شبکه های اجتماعی (Alves al et, ۲۰۲۰) انجام می شود که در واقع نوعی کار فرهنگی است که با تمایل بخش خصوصی برای مشارکت و با حفظ اماکن و منابع طبیعی و جلوگیری از تغییر کاربری آنها و بکارگیری نیروی انسانی متخصص و کارآمد را می توان از عوامل موثر بر گردشگری ادبی مقصدها دانست که منجر به بهبود سطح رفاه و زندگی مردم می شود (نرگسی و همکاران ۱۳۹۷: ۴۲). با بهره گیری از مطالعات نظری، آثار و نتایج گردشگری ادبی در ایران مشخص گردید (جدول ۲).

جدول ۲- عوامل موثر بر گردشگری ادبی مقصدها

بعد	مثبت	منفی
اقتصادی	برگزاری نمایشگاه ها تقویت و بهبود راه های ارتباطی و مواصلاتی تعداد جاذبه های جانبی	نیروی انسانی غیر متخصص و ناکارآمد فصلی بودن اشتغال ضعف فعالیت های بازاریابی
اجتماعی- فرهنگی	زبان و ارتباطات و تبلیغات احیای سنن و رسوم فراموش شده یا در حال فراموشی وجود جاذبه فرهنگی - ادبی	کمبود امکانات و زیرساختها سیاست گذاری و قانون گذاری بر خورد نامناسب افراد محلی با گردشگران
زیست محیطی	وجود جاذبه طبیعی	تخریب اماکن و منابع طبیعی کمبود یا کیفیت پایین تاسیسات رفاهی مانند سرویس های بهداشتی، پارکینگ ها و امکانات پذیرایی در محل جاذبه ها

منبع: یافته های تحقیق برگرفته از مطالعات پیشین، ۱۴۰۳

موانع متعددی بر توسعه صنعت گردشگری ادبی تأثیرگذار می باشد کارشناسان انواع موانع توسعه گردشگری ادبی در ایران را شامل ابعاد زیربنایی، فرهنگی، انسانی، سیاسی، دولتی و مدیریتی را برمی شمارند (محرابی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷) از این دسته عوامل می توان موارد زیر را نام برد ۱- عدم زیرساخت های گردشگری: داشتن یک برنامه جامع و استراتژیک و عوامل مدیریتی، نهادی و تصمیم گیری همچون سرمایه گذاری در بهبود تسهیلات و خدمات گردشگری از جمله آرامگاه های مشاهیر و ادیبان، اقامتگاه ها، رستوران ها، مراکز خرید سوغات و صنایع دستی و حمل و نقل عمومی می تواند جذابیت گردشگری ادبی ایران را برای گردشگران افزایش دهد. که باید برای رفع نیازهای آنها تسهیلات ویژه ای فراهم شود (Matheson and Wall, ۱۹۸۲: ۶) ۲- حفظ و ارتقاء جاذبه های



طبیعی و فرهنگی: عوامل فرهنگی و اجتماعی همچون روحیه مهمان‌نوازی، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی مناطق و امکانات و خدمات پذیرایی و اقامتی و حفظ و نگهداری از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی ادبی ایران، همراه با ارائه اطلاعات کافی و خدمات راهنمایی، می‌تواند تجربه گردشگران را بهبود بخشد و برای جذب تعداد بیشتری گردشگر ادبی مؤثر باشد. ۳- ارتقاء کیفیت خدمات گردشگری: خدمات و امکانات گردشگری به عنوان یکی از بنیادی‌ترین اشکال عرضه در این صنعت، بیشترین حجم درآمدزایی را برای جوامع میزبان پس از صنعت حمل و نقل و جابجایی گردشگران به وجود می‌آورد آموزش و آماده‌سازی نیروی انسانی مشغول در بخش گردشگری ادبی و ارتقاء کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگران، می‌تواند باعث ایجاد تجربه مثبت برای گردشگران و افزایش نگرش مثبت آنها نسبت به گردشگری ادبی ایران شود. و تأسیسات اقامتی، یکی از ارکان صنعت گردشگری هست که خدمات فراوانی ارائه می‌دهد (ختایی، ۹۹۱۱: ۹) ۴- تبلیغات و بازاریابی مناسب: عوامل ارتباطی و موقعیتی همچون استفاده از روش‌های مدرن تبلیغات و بازاریابی می‌تواند ایران را به عنوان یک مقصد گردشگری ادبی جذاب معرفی کرده و تعداد گردشگران را افزایش دهد گردشگری چیزی بیش از بازاریابی صرف بوده و خط مشی گردشگری باید مقولات مختلف گردشگری را در نظر بگیرد (ادگلر و همکاران ۱۴۹۵: ۱۹). برای موفقیت این در صنعت علاوه بر داشتن شرایط، باید به دنبال برنامه ریزی برای جذب و معرفی بهتر امکانات و شرایط خود به بازارها داخلی و جهانی بود (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۸) به طور کلی توسعه گردشگری و حفاظت از میراث فرهنگی و ادبی همواره رقیب بوده اند گردشگری (داخلی و خارجی) در دنیا و ایران از دیرباز آغاز و با توسعه تدریجی عوامل زیربنایی آن، رشد و همچنین سبب رونق اقتصادی بیشتر جوامع انسانی شده است ولی برخی از آنها موجب تخریب محیط زیست گردید (ملکان، ۱۳۷۸) رقابت در صنعت گردشگری فاکتورهای بسیار و خصوصیات متفاوتی از مقاصد گردشگری را در برمیگیرند که به جذابیت آنها می‌افزاید (Bulin, ۲۰۱۴) به علت فصلی بودن گردشگری و وجود دوره های پیک در این بخش (Preuss, 2011)، و مدیریت و سیاست مقصد گردشگری (پورجهان، ۱۳۹۰) و کیفیت زیر ساختها، پیشرفتهای فناوری (کازمی زاد، ۱۳۸۹) در توسعه گردشگری پایدار و کاهش نگرانی های محیط زیستی (کازمی نسب، ۱۳۹۴) دارند.

### پیشینه تحقیق

به دلیل اهمیت موضوع تاکنون پژوهش های بسیاری در زمینه گردشگری ادبی و عوامل مؤثر بر توسعه و پیشرفت آن صورت گرفته و پیامدهای ناشی از آن مورد بررسی قرار گرفته است (جدول ۱).

جدول ۱- برخی از مطالعات صورت گرفته در زمینه گردشگری ادبی

محقق/سال	عنوان پژوهش	نتیجه پژوهش
فتحی و همکاران (۱۳۹۲)	ارزیابی پتانسیل گردشگری اینبه تاریخی شهر تبریز	بر اساس این مطالعه می توان به میزان توانمندی ها و قابلیت های هر یک از بناهای تاریخی به راحتی پی برد که در نتیجه برنامه ریزان گردشگری و مسئولین مرتبط می توانند طرح های ویژه در منطقه گردشگری شهر تبریز جهت توسعه گردشگری در این منطقه را فراهم آورند توانمندی های خاص هر یک از بناهای تاریخی را شناخت و سرمایه گذاری کرد

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

<p>اگر بین سرانه مطالعه افراد جامعه با کیفیت گردشگری ادبی کشور یک رابطه دوطرفه تلقی کنیم، میتوان امیدوار بود با بهره گیری از این شاخه گردشگری، مردم ایران به مطالعه بیشتر تشویق شوند و با شعر و ادب دوباره اشتهی کنند. ایران که از دیرباز مهد ادب بوده و از این نظر میان کشورهای جهان کمتر رقیبی دارد، قدردان این میراث هنگفت نیست؛ در حالی که کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری را از دایره تقسیمات ابتدایی فراتر نهاده و فضاهای خیالی یا سمبلیک برای جذب گردشگر ادبی ایجاد می کنند. این سبک گردشگری، وظیفه آشنایی آنان را با این میراث فرهنگی برعهده دارد.</p>	<p>گردشگری ادبی و نقش آن در توسعه مکان های ادبی شرقی (نمونه موردی: کاشان)</p>	<p>کیانی سلیمی ۱۳۹۵</p>
<p>در پژوهش حاضر، نتایج تحلیل محتوای کیفی گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران، چارچوبی روشن در این زمینه ارائه می دهد. گفتمانی که در پی کنارزدن برداشتهای نادرست از گردشگری ادبی است و با ارائه تعریفی جامع و جهان شمول به گفتمان جهانی نزدیک می شود، به تبیین مشکلات و موانع توسعه گردشگری ادبی در ایران از زوایای مختلف می پردازد، راهکارها و جایگزین های گوناگونی برای توسعه گردشگری ادبی پیشنهاد می دهد و سرانجام کارکردهای مطلوب، آثار و پیامدهای مثبت توسعه موفقیت آمیز گردشگری ادبی را برمی شمارد. به طور خلاصه، مطابق یافته ها گردشگری ادبی به مفهوم نوین آن، شاخه ای نوپا از گردشگری فرهنگی و گردشگری خلاق است که ماهیت میان رشته ای دارد. در عمل تلفیقی از تفریح و آموزش است و با مفهوم اکوتوریسم سازگار است. گردشگر ادبی نیز فردی است که به ادبیات و میراث ادبی علاقه مند است و به بازدید از انواع مکان های ادبی یا مشارکت در انواع رویدادهای ادبی می پردازد. همچنین گردشگری ادبی، حاصل پیوند ادبیات با جغرافیا (ادبیات با مکان ادبی) است</p>	<p>تحلیل محتوای کیفی گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران</p>	<p>اسدی و همکار (۱۳۹۶)</p>
<p>نتایج تحقیق نشان داد گردشگران ادبی عوامل توجه به زیرساختها، افزایش تبلیغات و اطلاع رسانی، برگزاری مسابقات مشاعر و جشنواره های ادبی، طراحی اپلیکیشن برای معرفی جاذبه های ادبی، راه اندازی سایت برای معرفی اقامتگاه های ارزان قیمت، کاهش هزینه بازدید و امکانات اماکن گردشگری و نیز تربیت راهنما برای راهنمایی علاقه مندان را در توسعه گردشگری مؤثر می دانند. بنابراین، می توان به این نتیجه رسید برای توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران علاوه بر وجود اماکن و جاذبه های ادبی باید به زیرساخت ها و تجهیزات هم توجه شود و مطابق با استانداردهای صنعت گردشگری باشد</p>	<p>تحلیل ظرفیتهای محیطی گردشگری ادبی برای توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر تهران</p>	<p>موحد و همکاران (۱۴۰۰)</p>
<p>این مطالعه با هدف بررسی نقش آرامگاه های مشاهیر ادبی ایران در توسعه صنعت گردشگری، به شیوه مروری سیستماتیک صورت پذیرفته است. در راستای مطالعات مرور شده از منابع معتبر مربوطه میتوان نتیجه گیری نمود، گردشگری ادبی زمانی به وجود میاید که نویسندگان و ادیبان آنان به گونه ای محبوب شوند که مردم به مکان نویسنده یا نوشته های او مجذوب شوند. شاعران بزرگی در ادوار مختلف تاریخ در ایران زیسته اند، مقبره ها و آرامگاههای فراوانی در سراسر کشور از این شعرا وجود دارد. در کشور ما با توجه به تاریخ کهن و میراث ناملموس فرهنگی موجود در آن، متاسفانه کاری در خور این گنجینه پر بار صورت نگرفته است. در این رابطه تدوین برنامه های متعدد و فراهم ساختن زیرساخت های الزم می تواند به توسعه گردشگری ادبی کمک کند. در شرایط فعلی باید سازماندهی و بسترسازیهایی الزم را انجام دهیم تا پتانسیلهای موجود در ایران را بالفعل کنیم که در نتیجه آن جایگاه و اهمیت گردشگری ادبی ما بهتر مشخص شود</p>	<p>نقش آرامگاههای مشاهیر ادبی ایران در توسعه صنعت گردشگری ادبی</p>	<p>کرد ۱۴۰۲</p>
<p>بر اساس یافته ها یکی از شناخته شده ترین صنایع فرهنگی، میراث های ملموس و ناملموس ادبی است و در این میان، به اساطیر و داستان های عامیانه ادبی میتوان اشاره کرد. یکی از راه های تجاری سازی پایدار اساطیر و داستان های عامیانه ارائه آنها به عنوان محصول فرهنگی خلاق در گشت شهرها و بسته های سفر گردشگران و بازدیدکنندگان است که موضوع پژوهش حاضر است. نتیجه تجزیه و تحلیل داده ها نشان دادند چهار مضمون فرعی داستان های عامیانه درباره شاه عباس کبیر، داستان عامیانه درباره کوچه سوزن</p>	<p>گردشگری ادبی با تأکید بر شناسایی اساطیر و داستانهای عامیانه اقتصادی خلاق برای شهر اصفهان</p>	<p>سعید مهر (۱۴۰۲)</p>

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

گرها و حمله افغانها به اصفهان، حکایت تخلم مرغ ها و داستان عامیانه بخت گشایی دختران، زیر گروه مضمون اصلی داستان های عامیانه ادبی شهر اصفهان هستند.		
همانطور که کانل(۲۰۰۵) در زمینه گردشگری فیلم اشاره کرد، حتی اگر قصدی برای ایجاد یک مقصد گردشگری ادبی وجود نداشته باشد، بازدیدکنندگان به هر حال برای "صرف" مکان خود می آیند. گردشگری ادبی به یک پدیده تجاری با اهمیت تبدیل شده است که با وجود فقدان شواهد آماری در مورد این نوع خاص از گردشگری مشهود است. پیشنهاد می شود که از ارتباط مکانها با نویسندگان یا ادبیات برای تبلیغ بیشتر مقاصد استفاده شود، اما گردشگری ادبی همچنان باقی است.	گردشگری ادبی: فرصت ها و چالش ها برای بازاریابی و برندسازی مقاصد	هاپن و همکاران (۲۰۱۴) Hoppen et al (۲۰۱۴)
یافته ها نشان می دهد که این خوانندگان مشتاق ترجیح می دهند سفرهای خود را برنامه ریزی کنند و از جاذبه های سازمان یافته و اطلاعات گردشگران جریان اصلی به نفع استفاده از متون به عنوان منبع اجتناب کنند. این یافته ها با استفاده از مفهوم تلفیق وام گرفته شده از نظریه ادبی مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند. این مفهوم که در مطالعات قبلی گردشگری مورد استفاده قرار نگرفته است، منعکس کننده تجربه این بازدیدکنندگان است که از سفر برای تقویت خواندن کتاب های مورد علاقه خود استفاده می کنند. بنابراین این تحقیق وابستگی متقابل متون و سفرها را برجسته می کند و بر نقش مهمی که تخیل در تجربه و یادآوری سفرهای گردشگری ایفا می کند تأکید می کند.	خواننده تور: درک تجربه کتاب دوست از گردشگری ادبی	مک لنود و همکاران (۲۰۱۸) McLeod et al (۲۰۱۸)
این مطالعه بر ارزش زیبایی شناختی گردشگری مبتنی بر طبیعت تمرکز دارد و یک مطالعه تجربی بر روی عوامل موثر بر وفاداری گردشگران از منظر زیبایی شناسی انجام می دهد. نظریه S-OR برای بررسی تأثیرات کیفیت زیبایی شناختی منظره طبیعی بر قضاوت زیبایی شناختی، احساسات زیبایی شناختی و وفاداری گردشگران استفاده می شود. تأثیرات تداعی ادبی بر تجربه زیبایی شناختی و وفاداری گردشگر نیز تحلیل و آزمایش می شود	درک تجربیات زیبایی شناختی در گردشگری مبتنی بر طبیعت: نقش مهم انجمن های ادبی گردشگران	فانگ ژانگ (۲۰۲۰) fang Zhang (۲۰۲۰)
یافته ها نشان می دهد که اعضای انجمن ادبی تمایل بیشتری به بازدید از مقاصد گردشگری ادبی دارند. با این حال، زمانی که با کتاب یا فیلم مرتبط آشنا هستند، احتمال بیشتری برای بازدید دارند، در حالی که گردشگران عمومی بدون توجه به این موضوع آماده بازدید هستند. علاوه بر این، اعضای انجمن ادبی در سفرهای بین المللی نسبت به گردشگران جریان اصلی ترجیح می دهند که سفرهای مستقل - نسبت به سازمان یافته - را ترجیح دهند.	بازاریابی «انگلستان ادبی» فراتر از گردشگران مورد علاقه خاص	اینگرام (۲۰۲۱) همکاران Ingram et al (۲۰۲۱)

بررسی پیشینه تحقیق نشان می دهد که صاحب نظران بسیاری تلاش کرده اند تا به بررسی و تبیین جنبه های مختلفی از این تحقیق بپردازند و در این بین هریک از آنان نیز متناسب با مطالعات و تحقیقات خود، الگوهای گوناگونی را برای بررسی و ارزیابی وضعیت گردشگری ادبی ارائه نموده اند و تا کنون از بعد نظری به بررسی اثرات ناشی از توسعه گردشگری ادبی پرداخته نشده است و لذا ضرورت دارد بر اساس ادبیات نظری به این مسئله پرداخته شود.

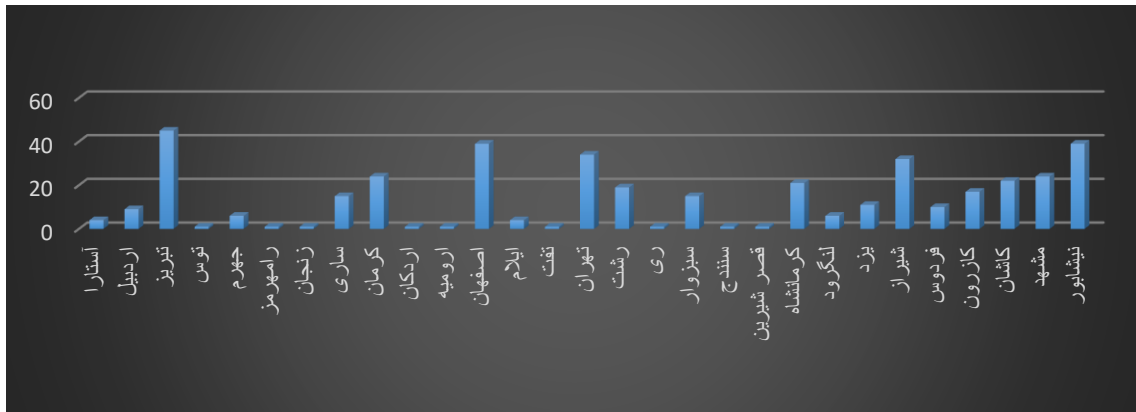
### روش تحقیق

در این مطالعه، از روش توصیفی تحلیلی برای بررسی و تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری ادبی در ایران استفاده شده است. برای این منظور، مطالعات کتابخانه ای و مروری بر منابع تاریخی و مطالعات پیشین درباره موضوع مورد مطالعه انجام شده است. همچنین، از منابع متعددی مانند کتابها، مقالات و پایگاه های اینترنتی برای جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. با توجه به بررسی تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری ادبی در ایران، به مطالعه منابع تاریخی و مطالعات پیشین در این زمینه پرداخته شده است بدین منظور، هر گونه متن یا نوشته ای که به طور مستقیم و غیرمستقیم به موضوع گردشگری ادبی در ایران می پردازد، به عنوان منبع داده گردآوری شده است



### یافته‌ها

همان طور که ملاحظه شد پتانسیل و ظرفیت برنامه های خلاقانه فراوانی در گردشگری ادبی ایران وجود دارد که یکی از اساسی ترین ظرفیت های گردشگری شناخته می شود با اینکه زبان رسمی ایران فارسی می باشد اما بسیاری از شاعران علاوه بر زبان فارسی با گویش و زبان دیگری همچون ترکی و کردی و عربی و ... اشعار فراوانی دارند و بسیاری از کشورهای آسیایی از زبان ترکی و کردی و کشورهای جهان اسلام نیز از زبان عربی استفاده می کنند. از گردشگری ادبی می توان برای شناساندن و حفظ آثار ادبی از نوشته های به جا مانده تاریخ پرافتخار کشور استفاده کرد. گردشگری ادبی به شیوه ای خلاقانه و جذاب، پیوند دهنده بین بافت تاریخی و فرهنگی است بسیاری از آثار مشاهیر ایرانی به زبان آلمانی یا انگلیسی ترجمه شده و در این اشعار می توان آداب و سنن ایران را جست همچون آئین پهلوانی و زورخانه ای، کشتی های محلی و سنتی، بازی ها و مسابقاتی با قدمت بالا مثل چوگان در ایران و موسیقی مثل موسیقی های محلی و بومی، حرکات نمایشی، نقاشی و معماری و دکوراسیون، مجسمه سازی و اصطلاحات و گویش ها که باعث بهبود بینش فرهنگی در سطح فراملی می شود و ادبیات و شعر و داستان ایران زمین به سایر نقاط جهان صادر می شود (شکل ۱).



شکل ۱: ظرفیت گردشگری شهرهای ایران بر مبنای تعداد شاعران و نویسندگان

منبع: مطالعات نگارندگان در منابع پیشین

در دنیای امروزی و با توجه به بحران های بشری نقش گردشگری و توسعه آن در ابعاد اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و... در زندگی ما بسیار پررنگ و ملموس و از اهمیت والایی برخوردار است و برنامه های مربوط به اوقات فراغت و گردشگری به عنوان پدیده اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مهمی تلقی می شوند؛ محیط زیست و گردشگر رابطه دیرینه ای با یکدیگر دارند چرا که هر دو نیازمند یکدیگر می باشند و با تغییر تعادل زیست محیطی و تخریب و آلودگی های غیر قابل جبران آن سبب کاهش تقاضای گردشگری در مقاصد می گردد.

### جدول ۲. جاذبه ها و ظرفیت های گردشگری ادبی ایران

استان	جاذبه	مقصد	استان	جاذبه	مقصد
تهران	خانه ها و موزه ها	موزه نادر ابراهیمی در اراضی عباس آباد	خراسان رضوی	توس	فردوسی
		خانه نیما			مهدی اخوان ثالث

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

محمد رضا شجریان		خانه سیمین دانشور و جلال آل احمد	
عماد خراسانی		خانه ملک الشعراء بهار	
احمد کمال پور		خانه مهدی اخوان ثالث	
محمد قهرمان		ابوالحسن صبا	
ابو حامد محمد غزالی		درویش خان	
ذبیح ا. صاحبکار		محمد تقی بهار	
شیخ بهایی مشهد		روح الله خالقی	
حیدر یغما		ایرج میرزا	
پرویز مشکاتیان		فروغ فرخزاد	
دقیقی در نیشابور	نیشابور	قمرالملوک وزیری	گورستان ظهیرالدوله
عطار در نیشابور		رهی معیری	
خیام در نیشابور		خانه هوشنگ ابتهاج	
کمال الملک نیشابور		خانه موزه محسن مقدم	
حمید سبزواری	سبزوار	علامه دهخدا	
ملاهادی سبزواری		دکتر محمد مهدی فولادوند	
شیخ احمد جامی	تربت جام	سید اشرف الدین حسینی گیلانی	آرامستان ابن بابویه
بابا طاهر		میرزاده عشقی	
عارف قزوینی	همدان	قائمی شیرازی	
ابن سینا		عباس اقبال آشتیانی	
رضی آرتیمانی در تپه «همینه» روستای آرتیمان	تویسرکان	علامه محمد قزوینی	حرم حضرت عبدالعظیم
باباطاهر		وحید دستگردی	
اوحدی مراغه ای	مراغه	بدیع الزمان فروزانفر	
پروین اعتصامی	خانه	ادیب نیشابوری	
شهریار		سید حسن حسینی	
اسدی طوسی		نادر ابراهیمی	
انوری		سیمین بهبهانی	
همام تبریزی	مقبره الشعراء تبریز	فریدون مشیری	
خاقانی		عمران صلاحی	
قطران تبریزی		امیر حسین فردی	
سید محمد حسین شهریار		عبدالحسین زرین کوب	بهشت زهرا (س): قطعه نام آوران یا هنرمندان بهشت زهرا ی تهران
شمس تبریزی	خوی	عباس زریاب خویی	
خانه تاریخی سرور اعظم باکوچی	کاشان	منوچهر احترامی	
محتشم کاشانی		دکتر محمد تقی دانش پژوه	
مهران رهبران		شاهرخ مسکوب	
صائب تبریزی	اصفهان	عارف قزوینی	خانه
تخت فولاد اصفهان		احمد غزالی	آرامگاه
			قزوین

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

صباحی بیدگلی	امامزاده حسین آران و بیدگل		احمد محمود			
سهراب سپهری در کاشان	مشهد اردهال		هوشنگ چالنگی	امامزاده طاهر	البرز	
سعیدی	سعدیه	فارس	احمد شاملو	بوشهر	بوشهر	
شوریده شیرازی			م. آزاد			
حافظ	حافظیه شیراز		منوچهر آتشی	خانه و آرامگاه	مازندران	
خواجوی کرمانی			شیخ حسین چاه کوتاهی			
اهلی شیرازی			خانه نیما پوشیچ در یوش			
فریدون توللی			آرامگاه سلمان هراتی در تنکابن			
دکتر مهدی حمیدی شیرازی			بیژن الهی در روستای نیچده نو			
رسول پرویزی	حرم حضرت شاهچراغ		سروش اصفهانی	قم	قم	
لطفعلی صورنگر			آرامگاه پروین اعتصامی			
فرصت شیرازی			هادی خسروشاهی بهشت معصومه			
وصال شیرازی	محلہ سنگ سیاه			محمد معین	بقعه شیخ زاهد گیلانی	گیلان
سیبویه	کازرون			بیژن نجدی		
آرامگاه نصر... مردانی	اردبیل	اردبیل	هوشنگ ابتهاج	رشت		
شمس عطار اردبیلی	بیرجند	خراسان جنوبی	قیصر امین پور	گتوند	خوزستان	
سعدالدین نزاری قهستانی	آرامستان	کرمان	رحیم معینی کرمانشاهی	باغ فردوس	کرمانشاه	
فواد کرمانی	هنرمندان		ابوالحسن خرقانی	شاهرود		
ارفع کرمانی	شهر ماهان		بایزید بسطامی	دامغان		
شاه نعمت... ولی	کرمان		منوچهر دامغانی	سمنان		
خانه پدری باستانی پاریزی که به خانه فرهنگ و هنر باستانی تبدیل شده			ابن یمن			
ابوعبدالله محمد بن عیسی ماهانی			شاکه	ایلام	ایلام	
شاه شجاع			خان منصور			
حسین پناهی	سوق	کهنکویه و بویر احمد	بهجتی شفق	اردکان	یزد	
فخرالدین عراقی	مرکزی	مرکزی	فرخی یزدی	خانه		



29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

آرامگاه کاووس بن وشمگیر	گنبد کاووس	گلستان	مهدی آذریزدی	آرامگاه	
مختوم قلی	ترکمن صحرا		وحشی بافقی		
دهقان سامانی	چهارمحال و بختیاری	چهارمحال و بختیاری	مولانا همتی	انگوران	زنجان
			ابراهیم منصفی (نیمای هرمز)	هرمزگان	هرمزگان

منبع: مطالعات نگارندگان ۱۴۰۳ بر اساس منابع در دسترس

بطور کلی، عوامل موثر در توسعه ادبی گردشگری کشور را می توان در چند بعد دسته بندی کرد:

**عوامل فرهنگی موثر بر توسعه گردشگری ادبی:** کشور کهنسال ایران به لحاظ وسعت و تنوع جغرافیایی و قومی مشاهیر و ادیبان و سابقه تاریخ ادبیات از کشورهای کم نظیر جهان و از نظر جاذبه های گردشگری ادبی بسیار غنی است اما با چالش های اجتماعی - فرهنگی فراوانی روبرو بوده و معرفی و مطرح شدن گردشگری ادبی ایران بر میزبانی و در نتیجه ایجاد فرصت های بیشتر برای توسعه و پیشرفت و ایجاد ارتباطات فرهنگی و بین المللی بیشتر و بستر سازی مناسب جهت توسعه و عمران مقاصد گردشگری ادبی ایران که بخشی از بافت تاریخی و فرهنگی هستند و نشانه فرهنگ و دانش و جزئی از هویت ملی ما محسوب می شود باید در برنامه ریزی های ملی مورد توجه قرار گیرد گردشگری ادبی و محیط زیست دو مقوله جدایی ناپذیرند و نقش رستم شاهد این مدعاست؛ با تعامل محیط زیست و با شناخت قابلیت ها و حفظ چشم اندازها و توسعه و بهبود و تقویت راه های مواصلاتی می توان به گردشگری پایدار ادبی رسید.

**عوامل اقتصادی موثر بر توسعه گردشگری ادبی:** گردشگری ادبی به صورت مستقیم و غیرمستقیم در توسعه و رشد اقتصادی مشاغل خدماتی و غیرخدماتی و موقت و دائمی در جذب نیروی کار و راه حلی مناسب و کم هزینه برای معضل بیکاری و بالا رفتن سطح رفاه افزایش درآمد موزه ها و سرانه واحدهای پذیرایی و تجاری بویژه صنایع دستی و چاپ و انتشارات و افزایش انگیزه سرمایه گذاران داخلی و خارجی در مقاصد ادبی ایران، به دلیل رونق و افزایش بازدید کنندگان و مهمانان و متقاضیان خدمات فرهنگی و ادبی و افزایش منابع مالی به منظور حفظ آثار فرهنگی و ادبی و احیا و توسعه صنایع دستی، بومی و محلی از طریق رابطه بدون واسطه گردشگر با تولید کننده، نقش مهمی دارد

**عوامل زیر ساختی موثر بر توسعه گردشگری ادبی:** استفاده از روش های موثر تبلیغات و بازاریابی و رسانه های اجتماعی، وبسایت ها، راهنماها، بروشورها و رویدادهای تبلیغاتی برای معرفی و توسعه گردشگری ادبی به گردشگران و جذب آنها از اهمیت بالایی برخوردار است. زیرساخت ها عامل اساسی در توسعه اقتصادی هستند؛ بهبود و توسعه زیرساخت های گردشگری مانند جاده ها و حمل و نقل دسترسی به مقاصد گردشگری ادبی ایران را آسان تر و عاملی مهم در توسعه گردشگری ادبی می باشد برنامه ریزی و توسعه فعالیت های فرهنگی مانند جشنواره ها، نمایشگاه ها و رویدادهای فرهنگی از عوامل زیر ساختی نشات می گیرد و باعث جذب گردشگران ادبی می شود

**بحث و نتیجه گیری**

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

سیاست ها و برنامه های توسعه گردشگری و توصیه ها و رهنمودها باید به منظور واقعی تر و اجرایی شدن قاعده مند شوند. نتایج پژوهش نشان می دهد که، کمبود بستر سازی و زیرساخت های کافی، ضعف فعالیت های تبلیغاتی و بازاریابی، ضعف ارتباطات و مدیریت گردشگری، مهمترین موانع اساسی بر سر راه توسعه گردشگری ادبی ایران تشخیص داده شدند. صنعت گردشگری به تبع رشد و گسترش، محصولات و خدمات متنوعی را در راستای جلب و جذب، بازارهای گسترده تر ارائه می نماید و در فضای سخت و تنگاتنگ رقابتی عصر حاضر، رقابت بین مقصدها برای جلب تعداد بیشتر گردشگران و یا جلب رضایت بیشتر آنان از طریق بهبود شاخص های رقابت پذیری، افزایش مداومی را نشان می دهد. این نوع از گردشگری رشد قابل توجه نداشته و به آن کم توجهی شده است و می توان یکی از عوامل موثر بر آن را فقدان و کمبود زیر ساخت ها و بستر سازی مناسب در زمینه اجتماعی و فرهنگی و تبلیغات و... دانست البته برداشت محدود و ناقصی از گردشگری ادبی در ایران وجود دارد که این مفهوم را تنها محدود به شهرهایی مانند شیراز و توس مشهد می داند در صورتی که اگر با نگاهی بلندمدت و راهبردی به این مقوله پرداخته و نقشه جامع گردشگری ادبی ایران تهیه شود، مجموعه ای وسیع و نفیس داریم و تهیه کارتوگرافی ادبی مکان ها و مسیرهای ادبی به همراه تهیه نقشه گردشگری و ساخت موزه های ادبی و استفاده از بستر رسانه که می تواند فرصت های سرمایه گذاری داخلی و خارجی را در ایران فراهم کند؛ اتفاقی که در کشور ما نیفتاده است و مفهوم گردشگری ادبی در کشور ما چندان مورد توجه قرار نگرفته است و در میان ۱۵۰ کشور عضو سازمان جهانی گردشگری، در امر گردشگر پذیری در مقام هفتاد و پنجم قرار دارد که با بستر سازی و زیرساخت های لازم می توان این ظرفیت های بالقوه را بالفعل کرد و باعث بهبود جایگاه گردشگری ادبی ایران شدن نقشه های ادبی گوناگونی در سراسر دنیا وجود دارد که بر اساس محل تولد شاعران و یا مکان وقوع داستان های نویسندگان و یا مکان های نقل شده در کتب ادیبان ترسیم شده اند به طور مثال نقشه ادبی پنسلوانیا و یا نقشه نارنیا و نقشه ادبی لندن اما اینکه جایگاه ایران با این ظرفیت غنی در کجاست جای بس تامل دارد. با توجه به نتایج پژوهش و پیشرفت فناوری و تأثیر آن در تقریب جهان، استفاده از فناوری های نوین در صنعت گردشگری ادبی بسیار حائز اهمیت است. و می توان توصیه های زیر را برای توسعه گردشگری ادبی در ایران ارائه داد:

- ✓ توسعه ارتباطات و رفع مسایل امنیتی و بستر سازی مناسب
- ✓ توسعه اقتصادی و تسهیلات حمل و نقل و زیرساخت ها
- ✓ توسعه فرهنگی و معرفی و برگزاری جشنواره های ادبی مناسبی
- ✓ ایجاد بانک اطلاعاتی گردشگری ادبی

### منابع

- ابراهیم نیاسماکوش، سعید؛ خاکساری، علی؛ لطیفی، غلامرضا؛ دامادی محمد (۱۳۹۲). ارزیابی نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی-محیطی شهر بابلسر. مجله اقتصاد و مدیریت شهری، ۱(۳)، ۳۱-۱۷

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

- اسدی، علیرضا؛ بیات، ناصر (۱۳۹۶). تحلیل محتوای کیفی گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران. مجله گردشگری شهری، (۱)، ۱-۱۴.
- اسدیان اردکانی، فائزه؛ احمدی پیداخویدی، عاطفه (۱۴۰۰). تحلیلی بر عوامل موثر بر توسعه گردشگری ادبی (مورد مطالعه استان یزد). مجله بررسی مسایل اقتصاد ایران، ۸ (۲)، ۳۹-۶۶.
- آقاعلیخانی، مصطفی؛ بخشنده نصرت، عباس؛ رحمانی، محمود (۱۳۹۷). نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری شهری، مطالعه موردی: شهر رامسر. مجله مدیریت شهری، ۵۱، ۱۹۷-۱۸۳.
- ایزدی، نسیم؛ عطائی، پوریا (۱۳۹۱). اثرات زیستی گردشگری در روستاها از دیدگاه کارشناسان منابع طبیعی شهرستان شیراز. چهارمین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی ایران. تهران: مرکز همایشها و سمینارهای توسعه پایدار و مرکز آموزش عالی کاشمر. ۱۴ شهریور ۱۴۰۱.
- بابایی اقدم، فریدون؛ حیدری چپانه، رحیم؛ رحیمی فرد، قاسم (۱۴۰۰). بررسی مطابقت نیازهای گردشگران با اقدامات مدیریت گردشگری شهری تبریز. مجله تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۱ (۶۲)، ۴۷۵-۴۸۸.
- بالیده، امین الله؛ آذربرزین، نیلوفر؛ باقری، کیوان؛ قاسم زاده مهدی (۱۳۹۳). بررسی میزان رضایت گردشگران از امکانات گردشگری استان کردستان. اولین همایش بین‌المللی علمی-راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران چالش ها و چشم اندازها. مشهد: پژوهشکده جهاد دانشگاهی. ۲۵ مهر ۱۳۹۳.
- براتی، جواد (۱۴۰۱). بررسی اثر ازدحام در اقتصاد گردشگری شهر مشهد. مجله گردشگری و توسعه، ۱۱ (۲)، ۲۰۳-۲۱۴.
- پوراحمد، احمد؛ دربان آستانه، علیرضا؛ پورقربان، شیوا (۱۳۹۵). نقش استراتژی توسعه شهری (XΔΣ) در مدیریت شهری در راستای توسعه گردشگری جزیره هرمز. مجله مطالعات شهری، ۵ (۱۹)، ۵۶-۳۷.
- پورمحمدی، محمدرضا؛ صدرموسوی، میرستار؛ پناهی قدیم، فرید (۱۳۹۶). امکان سنجی تحقق پذیری شهر الکترونیک در کلاشهرهای ایران (مطالعه موردی: کلاشهر تبریز). مجله برنامه ریزی منطقه ای، ۸ (۳۱)، ۱۱۵-۱۲۸.
- جزائریان، نکیسا؛ عامری، محسن (۱۳۹۵). مدیریت و برنامه ریزی گردشگری ادبی. دو فصلنامه گردشگری و اوقات فراغت، ۳ (۴)، ۵۵-۶۰.
- دلشاد، علی (۱۴۰۰). تحلیل رقابت پذیری مقصدهای گردشگری شهری در ایران. مجله گردشگری شهری، ۸ (۱)، ۱۴۳-۱۶۰.
- رحیمی، عبدالرحیم؛ میترا، توسلی (۱۳۹۸). تبیین رابطه سرمایه گذاری فرهنگی با توسعه های جاذبه گردشگری شهر تهران (مطالعه موردی: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهر تهران). مجله جغرافیایی فضای گردشگری، ۹ (۳۳)، ۵۵-۶۷.
- سپیدرود، مهسان؛ پوراحمد، احمد (۱۳۹۵). شناسایی و ارزیابی فاکتورهای رقابتی در صنعت گردشگری. سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش های نوین در عمران معماری و شهرسازی. تهران: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی. ۱۹ اسفند ۱۳۹۴.
- سعیدمهر، فریبا؛ ترابی فارسانی، ندا؛ سعادت جلی، افسانه (۱۴۰۲). گردشگری ادبی با تأکید بر شناسایی اساطیر و داستانهای عامیانه: اقتصادی خلاق برای شهر اصفهان. مجله اقتصاد شهری، ۷ (۲)، ۳۹-۵۶.
- سعیدی، علی اصغر؛ بهشتی، سید محمد؛ رضوانی، رضا (۱۳۹۱). موانع اساسی سیاست گذاری گردشگری از نظر نخبگان. مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱ (۲)، ۳۵-۵۶.
- سیدقاسم، لیلا؛ نوح پیشه، حمیده (۱۳۹۸). جغرافیای ادبی و شاخه های آن: معرفی مطالعات نوین بینارشته های در ادبیات. مجله نقد ادبی، ۹ (۳۳)، ۷۷-۱۰۸.



29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

- شالبافان، علی اصغر؛ ادیبی سده، زهرا؛ مرادی قشالقی، فاطمه (۱۳۹۳) نقش دولت در سیاست گذاری توسعه گردشگری، چالش‌ها و راهکارها. اولین همایش بین المللی علمی-راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران چالش ها و چشم اندازها. مشهد: پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی. ۲۵ مهر ۱۳۹۳.
- شمس الدینی، علی؛ درخشان، الهام؛ کریمی، برباز (۱۳۹۵). ارزیابی اثرات توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد). مجله برنامه ریزی منطقه‌ای، ۶(۲۴)، ۸۹-۱۰۰.
- عباسی، محمدجواد؛ سجادی، ژیلا؛ عبدالهی، علی، رضویان، محمدتقی (۱۳۹۹). تبیین عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در ایران. مجله مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۲)، ۱-۲۶.
- فتحی، محمدحسین؛ اشرفی، زهرا؛ خلیجی، محمدعلی (۱۳۹۲). ارزیابی پتانسیل گردشگری ابنیه تاریخی شهر تبریز. مجله جغرافیایی چشم انداز زاگرس، ۵(۱۸)، ۱۰۷-۱۲۳.
- قاسمی، تارا؛ امینی، الهام؛ مدیری، آتوسا (۱۳۹۷). طراحی بافت تاریخی شهر تهران با رویکرد گردشگری ادبی نمونه موردی: حصار ناصری شهر تهران. مجله مطالعات ساختار و کارکرد شهری، ۵(۱۶)، ۹-۲۶.
- قدمگاهی، سیدناصر؛ قادری، اسماعیل (۱۳۹۷). شناسایی راهکارهای بازاریابی در گردشگری ادبی: مطالعه موردی شهرستان نیشابور. فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، ۷(۲۷)، ۹۹-۱۱۰.
- قنبری، ابوالفضل؛ کریمی، فریبا؛ ایمان زاده، طاها (۱۴۰۱). ارزیابی موانع گردشگری پزشکی شهر تبریز. مجله گردشگری شهری، ۹(۲)، ۲۷-۳۹.
- کاظمی، سیدمرتضی؛ اقبالی، وحیدرضا؛ رفیعی نیا، سمیرا (۱۳۹۵). تحلیلی بر گردشگری سبز و محیط زیست در راستای توسعه پایدار روستایی. چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت اقتصاد و علوم انسانی. یونان یا تهران: دبیرخانه دائمی کنفرانس. ۱۹ خرداد ۱۴۰۲.
- کرد، فرحناز (۱۴۰۲). نقش آرامگاه‌های مشاهیر ادبی ایران در توسعه صنعت گردشگری ادبی. ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت گردشگری و تکنولوژی. پنانگ مالزی: موسسه پژوهشی مدیریت مبدرو دانشگاهها و مجامع علمی بین المللی. ۲۴ خرداد ۱۴۰۲.
- کیانی سلیمی، صدیقه (۱۳۹۵). گردشگری ادبی و نقش آن در توسعه مکان های ادبی شرقی (نمونه موردی: کاشان). کنفرانس بین المللی شرق شناسی، تاریخ و ادبیات پارسی. ارمنستان: دانشگاه دولتی ایروان ارمنستان با همکاری موسسه سفیران فرهنگی مبین. ۶ خرداد ۱۳۹۵.
- لوفان، علی (۱۴۰۲). واکاوی نقش میراث فرهنگی بر کالبد شهری و توسعه پایدار صنعت گردشگری. هفتمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی. تهران: موسسه پژوهشی مدیریت مبدر. ۱۷ خرداد ۱۴۰۲.
- لوفان، علی (۱۴۰۲). واکاوی نقش میراث فرهنگی بر کالبد شهری و توسعه پایدار صنعت گردشگری. هفتمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی. تهران: موسسه پژوهشی مدیریت مبدر. ۱۷ خرداد ۱۴۰۲.
- معین، محمد (۱۳۷۶). فرهنگ لغت معین. تهران: انتشارات امیر کبیر.
- ملک زاده، علی؛ شمعی، علی؛ امیرحاجلو، الهام (۱۳۹۱). ارزیابی کارکرد های فراملی کلاتشهر تبریز. مجله فضای جغرافیایی، ۱۴(۴۷)، ۳۷-۵۶.
- مهدی، عاطفه؛ مهدی، بهروش؛ جاسمیان، عقیل (۱۳۹۱). گردشگری محیط زیست اقتصاد پنهان در سفره جوامع روستایی. همایش ملی توسعه روستایی. رشت: دانشگاه گیلان. ۱۴ شهریور ۱۳۹۱.

29 September 2024

۸ مهر ۱۴۰۳

- موحد، علی؛ رضایی، ناصر؛ گراوندی، فریبا (۱۴۰۲). تحلیل ظرفیتهای محیطی گردشگری ادبی برای توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر تهران. مجله گردشگری شهری، ۱۰(۳)، ۱۱۱-۱۲۶.
- مودودی ارخودی، مهدی؛ فردوسی، سجاد (۱۴۰۰). تبیین نقش بوم گردی در توسعه جوامع روستایی (مورد مطالعه: روستای افین). مجله کاوش های جغرافیایی مناطق بیابانی، ۹(۱)، ۲۵۷-۲۴۱.
- میرجعفری، حسین؛ بزادست فروش، مهدی (۱۳۸۸). مزارات چرندآب تبریز. مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان، ۴۵(۴)، ۱۹-۴۲.
- هزارجریبی، جعفر؛ نجفی، ملک محمد (۱۳۸۹). اعتماد اجتماعی و توسعه گردشگری. مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، ۲(۷)، ۵۳-۷۰.
- رافتی، سینا (۱۳۹۵). جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری. دومین کنفرانس بین المللی نوآوری در علوم و تکنولوژی. تهران: شرکت همایش آروین البرز. ۳۰ تیر ۱۳۹۸.
- Ann Hoppen, Lorraine Brown, Allan Fial. (2014) Literary Tourism: Opportunities and Challenges for Destination Marketing and Branding? Journal of Destination Marketing and Management. 3(1), 37-47
- Claire Ingram, Christos Themistoclovas, Jillian M. Rickley, Scott McCabe. (2021) Marketing 'literary England' beyond special interest tourists? Annals of Tourism Research Empirical Insights. 2(2),
- Nicola McLeod, Jennifer Shelley, Alastair M. Morrison. (2018) The Tourist Reader: Understanding the Book Lover's Experience of Literary Tourism. Journal Tourism management. 67, 388-398
- Qing Fang Zhang, Honggang Kho. (2020) Understanding aesthetic experiences in nature-based tourism: The important role of tourists' literary associations. Journal of Destination Marketing & Management. 16,
- Sheikh Biglo Rana (2021). Experience of foreign tourists: tripartite relationships between the sense of place in relation to the destination city, tourist attractions and overall satisfaction of tourists - Evidence from the city of Shiraz, Iran. Journal of Destination Marketing and Management, 19