



مقدمه‌ای بر گردشگری هنری

www.ketab.ir

© همه حقوق محفوظ است

ترجمه و انتشار این اثر مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر، انتشار یا بازنویسی کل یا قسمتی از آن، هر یک از تصاویر و یا جلد کتاب به هر نحو از جمله فتوکپی، الکترونیکی، ضبط و ذخیره در سیستم‌های بازیابی و پخش، بدون دریافت مجوز کتبی و قبلی از ناشر ممنوع است و پیگرد قانونی دارد

سرشناسه: موحد، علی، ۱۳۴۸ -

عنوان و نام پدیدآور: مقدمه‌ای بر گردشگری شهری / علی موحد.

مشخصات نشر: تهران: پرهام نشر، ۱۳۹۱.

مشخصات ظاهری: ۲۸۰ ص: جدول: ۱. تعداد: ۱.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۱۲۶-۴۹-۴

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: گردشگری

موضوع: گردشگری و شهرسازی

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴ ۸ م ۱ آ ۱۵۵ G

رده بندی دیویی: ۳۳۸/۴۷۹۱

شماره کتابشناسی ملی: ۴۱۳۷۸۴۱



انتشارات
پرهام نقش

مقدمه‌ای بر گردشگری شهری

نویسنده: علی موحد

ناشر: پرهام نقش

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۵

قیمت: ۱۸۵۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۱۲۶-۴۹-۴

مراکز پخش و فروش:

فروشگاه کتاب پرهام www.parhambook.com

کتابفروشی پرهام، خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پلاک ۲۹۷، تلفن: ۶۶۴۶۸۲۳۵

انتشارات سیمای دانش: ۶۶۴۶۴۷۷۹

کلیه حقوق چاپ و نشر این اثر برای ناشر محفوظ است

مسئولیت صحت مطالب کتاب به عهده نویسنده می‌باشد.

فهرست مطالب

۹	پیش‌گفتار
۱۳	فصل اول: تعاریف و ماهیت گردشگری
۱۴	مفهوم - جغرافیای گردشگری
۲۴	تعریف گردشگری
۳۲	گردشگری به عنوان یک نظام
۳۷	الگوی لیپر
۳۹	الگوی گان
۴۱	الگوی لاو
۴۳	الگوی هولدن
۴۶	نوع شناسی گردشگری
۵۳	فصل دوم: شهر و گردشگری
۵۳	تعریف
۵۶	فضای شهر و گردشگری شهری
۶۰	ساختار فضایی شهر
۶۲	ساختار فضایی گردشگری شهری
۶۳	الگوی فضایی عناصر گردشگری
۶۷	فضای گردشگری شهری
۶۹	کاربری‌های شهری و گردشگری
۷۲	گردشگری و فضای شهری
۷۶	درک و شناخت گردشگر از شهر
۷۹	کتاب
۸۰	روزنامه
۸۰	مجلات تخصصی
۸۰	رادیو و تلویزیون

درگاههای اینترنتی و لوح‌های فشرده.....	۸۰
نشریات و بروشورهای تبلیغی.....	۸۱
خانواده، فامیل و دوستان.....	۸۱
الگوهای رفتاری گردشگران.....	۸۱
الگوی اشمول.....	۸۳
الگوی مانیسون و وال.....	۸۴
گردشگری، فرآیندهای تاریخی و فضای شهری.....	۸۸
فضای تاریخی شهر زیر فشار گردشگری.....	۸۹
گردشگر و رافرنی شهری.....	۹۲
فصل سوم: عناصر گردشگری شهری.....	۹۳
۱- عنصر اولیه گردشگری شهری.....	۹۵
جاذبه‌های شهری.....	۹۶
طبقه‌بندی جاذبه‌ها.....	۱۰۱
گنجینه‌ها.....	۱۰۸
شهر گنجینه‌ای.....	۱۱۰
شهر تاریخی به عنوان یک جاذبه.....	۱۱۳
ساختمان‌های تاریخی و جذاب.....	۱۱۳
الگوی خیابان‌های تاریخی.....	۱۱۴
بوستان و فضای سبز.....	۱۱۵
رودخانه، کانال و دریاچه.....	۱۱۷
دیگر جاذبه‌های مطرح.....	۱۱۷
۲- عناصر ثانویه گردشگری شهری.....	۱۱۸
تأسیسات اقامتی.....	۱۱۸
۳- سایر عناصر گردشگری شهری.....	۱۲۶
حمل و نقل، دسترسی‌ها، توقفگاه.....	۱۲۶
خدمات گردشگری.....	۱۲۹
موسسه‌ها و آژانس‌های گردشگری.....	۱۳۰
خدمات مدیریتی و چگونگی کار گشت گردان‌ها.....	۱۳۲

۱۳۵	فصل چهارم: فرصت‌های گردشگری شهری
۱۳۵	مقدمه
۱۳۶	فرصت گردشگری
۱۳۷	همایش‌ها و نمایشگاه‌ها
۱۳۸	الف) همایش، گردهمایی، کنگره و میتینگ
۱۴۰	ب) نمایشگاه و نمایشگاه‌های بین‌المللی
۱۴۲	فرهنگ و هنر
۱۴۳	ورزش
۱۴۹	فرصت‌های سیاسی
۱۵۱	رویدادهای ویژه
۱۵۳	فصل پنجم: شهر، تفرجگاه‌های پیرامونی
۱۵۳	مقدمه
۱۵۵	عوامل مؤثر بر تقاضای تفرجگاه‌ها
۱۵۷	فضاهای گردشگری پیرامون شهر
۱۶۱	شهر و تفرجگاه‌های پیرامونی
۱۶۱	الف - الگوی حد نهایی حوزه گردشگاه کلان‌شهرها
۱۶۲	ب - الگوی رابرت
۱۶۳	ج - الگوی مسافت استاندارد
۱۶۵	فصل ششم: تأثیر گردشگری در شهر
۱۶۵	مقدمه
۱۶۷	تأثیر اقتصادی گردشگری
۱۷۱	گردشگری و درآمد
۱۷۳	گردشگری و اشتغال
۱۷۶	گردشگری و تأثیرات فرهنگی - اجتماعی
۱۷۹	گردشگری و اثرات زیست محیطی
۱۸۴	گردشگری و حفاظت شهری
۱۸۷	برخورد و تأثیر متقابل در فضای شهری
۱۸۹	توقفگاه و ترافیک شهری
۱۸۹	تغییر الگوی تجاری و مالکیت در شهر

۱۹۱	فصل هفتم: بازار گردشگری شهری
۱۹۲	تعاریف و مفاهیم
۱۹۶	شهر هم چون محصول
۱۹۸	شهر هم چون بازار
۲۰۰	نشان تجاری شهر
۲۰۰	تحلیل قابلیت‌های گردشگری شهر
۲۰۲	رقابت شهرها در بازار گردشگری
۲۰۳	راهبرد بازار گردشگری
۲۰۵	فصل هشتم: راهبرد گردشگری شهری
۲۰۶	روش‌شناسی برای راهبرد گردشگری شهری
۲۱۳	راهبرد افزایش ظرفیت‌های پذیرایی
۲۱۷	فصل نهم: گردشگری و برنامه‌ریزی شهری
۲۱۷	مقدمه
۲۱۸	فرایند برنامه‌ریزی گردشگری
۲۲۸	برنامه‌ریزی گردشگری در سطح ملی و منطقه‌ای
۲۳۳	برنامه‌ریزی گردشگری شهری
۲۳۷	برنامه‌ریزی در شهرهای تاریخی
۲۴۰	گردشگری و توسعه پایدار
۲۴۳	گردشگری، شهر و توسعه پایدار
۲۵۳	فصل دهم: آینده گردشگری شهری
۲۵۳	مقدمه
۲۵۳	زمینه‌های رشد گردشگری معاصر
۲۵۵	روند افزایش شهرنشینی و گردشگری
۲۵۹	روند اقتصادی و گردشگری
۲۶۴	روند افزایشی مسافرت و گردشگری شهری
۲۶۷	آینده گردشگری شهری
۲۷۱	منابع و مآخذ

پیش‌گفتار

مسئله جهانگردی به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا، جایگاه ویژه‌ای در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به خود اختصاص داده است. صنعت گردشگری با ۱۰۰ میلیون مسافر (۸ درصد کل اشتغال دنیا) و گردش مالی سالانه در حدود ۵/۴ تریلیون دلار، به بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت دنیا تبدیل شده، به طوری که در بیش از ۱۵۰ کشور، گردشگری یکی از پنج منبع مهم کسب ارز خارجی است و در ۶۰ کشور رتبه اول را به خود اختصاص داده است. تعداد کل گردشگران از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۷۶۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۴ افزایش یافته و پیش‌بینی می‌شود که این تعداد در سال ۲۰۲۰ به ۱/۵۶ میلیارد نفر برسد. نرخ رشد سالانه گردشگری در دهه ۱۹۰۰ سالانه ۷ درصد و در سال ۲۰۰۴ به بیش از ۱۰ درصد رسیده است (UNWTO، ۲۰۰۱: ۴-۱۲).

رشد گردشگری نتیجه سه تغییر اجتماعی، توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل، افزایش درآمد و فراهم شدن دسترسی همگانی به فن‌آوری‌های ارتباطی است. (Kolb, 2006: 29) این تغییرات سبب افزایش گردش و تفریح مردم و رشد سفرهای تفریحی و رشد گردشگری سبب توسعه شهرهای بزرگ و کوچک به عنوان مقصد گردشگری گردید.

امروز محیط‌های شهری از سه‌نظر در صنعت گردشگری اهمیت دارند، از یک سو کانون‌های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آن‌ها و فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و فعالیت به عنوان مبدأ مسافرت‌های گردشگری محسوب می‌شوند و از سوی دیگر بعضی از شهرها به علت وجود امکان فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی و ارتباطی، فراغت و جاذبه‌های تاریخی و گردشگری به عنوان مقصد مسافرت‌های گردشگری هستند و سوم شهرها مرکز

خدماتی و ارتباطی مناطق گردشگری پیرامونی خود به شمار می‌آیند.

شهر مهم‌ترین، کامل‌ترین و پیچیده‌ترین شکل مکانی انسان است که در برگیرنده مراکز مهم اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و... است. تنوع و تمرکز فعالیت‌های مکانی - فضایی شهر را به عنوان مظهر تمدن جدید بشری ساخته است. بروز تحولات تأثیرگذار جهانی، ملی و منطقه‌ای را می‌توان در مادرشهر مشاهده کرد که روستاها و شهرهای کوچک و بزرگ حوزه نفوذ خود را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند و به نظر بسیاری از صاحب نظران، گردشگری بک فرصت بزرگ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای شهرها به خصوص مادر شهرها است. نواحی شهری به علت آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند غالباً مقاصد گردشگری مهم محسوب می‌شوند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، موزه‌های تاریخی، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهرسازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می‌کند. علاوه بر این حتی در صورتی که جاذبه‌های گردشگری در مناطق غیر شهر واقع باشند از آنجا که شهرها به پیرامون خود خدمات می‌دهند در رابطه با گردشگری قرار می‌گیرند. لذا حجم زیادی از امکانات گردشگری در شهرها متمرکز می‌شود. به عبارتی دیگر، محل سکونت، سرو غذا، ارتباطات، حمل و نقل و سایر خدمات گردشگری در شهرها واقع اند که بازدیدکنندگان از مناطق اطراف شهر و خود شهر از آنجا استفاده می‌کنند" (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۸۸).

گرچه گردشگری شهری موضوع نسبتاً جدید از گردشگری است که سابقه طرح آن در محافل علمی به دهه ۱۹۸۰ می‌رسد. گردشگری به عنوان فعالیت چهارم انسان شهرها را به عنوان یکی از فضاها مورد توجه گردشگران تحت تأثیر خود قرار داده است؛ مسافرت و رفت و آمد میلیون‌ها گردشگر، ساختارهای فضایی، فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی شهر را به شکل مثبت یا منفی به چالش کشانده است.

امروزه علارغم نو بودن موضوع گردشگری شهری جایگاه مناسب خود را سریع پیدا کرده و در حال ظهور و رشد دوباره است؛ از این روست که در شهرهای گردشگری سنگ زیر بنای توسعه شهر سیاست‌های گردشگری است.

کتاب حاضر سعی دارد با طرح مباحث نظری و پایه‌ای گردشگری شهری و به مدد بررسی نمونه‌های موردی توجه علاقه‌مندان به مباحث گردشگری و برنامه‌ریزان شهری را جلب و بر اهمیت و نقش گردشگری شهری تأکید نماید.

فصل اول کتاب به دلیل اهمیت مباحث پایه‌ای و تعاریف گردشگری به مباحث کلی گردشگری و جغرافیای گردشگری اختصاص یافته است. با وجود این که موضوع کتاب اختصاص به گردشگری شهری دارد، در این فصل گردشگری را از جنبه ساختاری در مدل‌های مختلف از نوع سیستمی مورد توجه قرار گرفته و در ادامه نوع شناسی گردشگری مورد بررسی واقع شده است.

فصل دوم کتاب اختصاص به ارتباط شهر و گردشگری از جنبه‌های فضایی، ساختار فضایی و رفتار گردشگر در فضای شهر دارد و موضوعاتی نظیر فضا، فضای شهری، درک و شناخت گردشگران از شهر، فضای شهری، فضای گردشگری شهری، ساختار فضایی گردشگری و گردشگر شهر را مورد بحث قرار داده است.

فصل سوم بررسی عنصر اولیه گردشگری شهری است. در این بحث جاذبه‌های شهری، طبقه‌بندی جاذبه‌ها، گنجینه و شهر گنجینه‌ای و مطرح شده است. در این فصل عناصر ثانویه گردشگری شهری شامل تأسیسات اقامتی، مدارسها، فروشگاه‌ها و سایر عناصر گردشگری شهری چون حمل و نقل و پارکینگ بررسی شده است.

فصل چهارم کتاب، اختصاص به فرصت‌ها و موقعیت‌های شهری در جذب گردشگر دارد و در فصل پنجم با عنوان شهر و تفرجگاه‌های پیرامونی سعی در ارتباط فضاهای پیرامونی واجد گردشگری با شهر است. در این فصل با مدل‌های ریاضی فاصله مسافتی برای این مهم برآورد و ارائه شده است.

در فصل ششم، تاثیر گردشگری در شهری برای استفاده بهتر از موقعیت گردشگری و ظرفیت‌های گردشگری شهری بحث شده است.

در فصل هفتم با عنوان بازار گردشگری برای شهر، مباحث مربوط به برنامه‌ریزی شهری با تأکید بر مسأله گردشگری بحث شده است.

در فصل هشتم راهبرد گردشگری شهری و در فصل نهم گردشگری و برنامه‌ریزی بحث شده است.

و در فصل پایانی آینده گردشگری شهری با بررسی زمینه‌های تاریخی و اقتصادی سعی در تبیین وضعیت آینده گردشگری را دارد.

این کتاب با دیدگاهی جغرافیایی نگاشته شده است؛ اما سعی شده است تا همپوشی سایر رشته‌های مؤثر در گردشگری رعایت شود و قابل استفاده برای سایر رشته‌های مرتبط چون جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، جغرافیای شهری، برنامه‌ریزی شهری، شهرسازی، مدیریت توریسم، جامعه‌شناسی، علوم اجتماعی و اقتصاد شهری باشد. نویسنده اذعان دارد که همه مباحث طرح شده، تمامی مطلب نباشد و بدین رواز طرح موضوع در محافل علمی و دریافت نظرات استقبال می‌نماید.

در نشر این اثر مایه‌ای از زحماتی هستم که بدون کمک آن‌ها انجام آن ممکن نبود. از دست اندرکاران انتشارات پرشور، چاپ این اثر سپاسگزاری می‌نمایم. فرجام سخن سپاس گذاری از خانواده همدل و صبور و خود گذشته‌ام دارم که مرا در این راه مدد کار بوده و بدون حمایت آن‌ها این اثر ممکن نبود.

علی موحد

دانشیار دانشگاه خوارزمی

زمستان ۱۳۹۴