

گردشگری فرهنگی

(ماهیت و مفاهیم)

دکتر میر نجف موسوی

عضو هیئت علمی دانشگاه ارومیه

علی باقری کشکولی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری

آراد کتاب

سرشناسه	: موسوی، میرنجف، ۱۳۵۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: گردشگری فرهنگی (ماهیت و مفاهیم) / میرنجف موسوی، علی باقری کشکولی.
مشخصات نشر	: تهران: آراد کتاب، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۳۳۶ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۶-۱۲۲-۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: گردشگری فرهنگی
شناسه افزوده	: باقری کشکولی، علی
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۲ ۸۵۵ م ۱۵۵ / آ ۱ G
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۲۰۲۲۵۴

گردشگری فرهنگی (ماهیت و مفاهیم)

نویسندگان	: دکتر میرنجف موسوی، علی باقری کشکولی
ویراستار	: دکتر افشار کیبیری
ناشر	: آراد کتاب
صفحه آرای	: آتلیه طرح نگار پارسی
تیراژ	: ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ	: اول، ۱۳۹۲
لیتوگرافی	: مهرشاد
چاپ	: عطا
صحافی	: کیمیا
بهاء	: ۱۷۰۰۰۰ ریال
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۶-۱۲۲-۲

حق چاپ برای ناشر محفوظ است. کلیه حقوق و حق چاپ متن، طرح روی جلد و عنوان کتاب یا نگارش به قانون حمایت مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ برای انتشارات آراد کتاب محفوظ است و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

مرکز پخش و فروش: آراد کتاب

تلفن: ۰۶۶۴۸۲۲۲۶ - ۶۶۹۷۵۲۸۵ - ۰۹۱۲۳۰۶۲۴۵۸

www.aradbook.com

فهرست مطالب

مقدمه الف

فصل اول / فرهنگ، اکولوژی، چشم انداز و گردشگری فرهنگی ۱

۱-۱- تعریف واژه فرهنگ ۱

۱-۲- مدل تعامل بین فرهنگی ۳

۱-۳- مفهوم اکولوژی فرهنگی ۶

۱-۴- چشم انداز ۸

۱-۴-۱- چشم انداز فرهنگی ۹

۱-۵- گردشگری ۱۲

۱-۵-۱- گردشگری فرهنگی ۱۴

۱-۶- چشم انداز فرهنگی برای گردشگری ۱۶

فصل دوم / مدرنیته، پست مدرنیته، جهانی شدن و گردشگری فرهنگی ۱۹

۱-۲- مدرنیته و گردشگری فرهنگی ۱۹

۲-۲- پست مدرنیته و گردشگری فرهنگی ۲۰

۲-۲-۱- پست توریست ۲۰

۲-۲-۲- فرهنگ از دیدگاه پست مدرن ۲۲

۲-۲-۳- پست مدرن و گردشگری ۲۴

۲۵	۴-۲-۲- پست مدرنیته و گردشگری فرهنگی
۲۸	۵-۲-۲- فرهنگ گردشگری پست مدرن
۴۳	۶-۲-۲- محصول گردشگری فرهنگی شهری: یک تجربه پست مدرن
۴۵	۷-۲-۲- پست مدرنیته و انگیزش‌های مربوط به گردشگری فرهنگی
۴۹	۸-۲-۲- نمای گردشگر فرهنگی
۵۴	۳-۲- جهانی شدن و گردشگری فرهنگی
۵۸	۴-۲- گردشگری، جهانی‌سازی و اعتبار
۶۱	۱-۴-۲- دیدگاه‌های نظری در مورد گردشگری و اعتبار
۷۱	فصل سوم / مفاهیم گردشگری فرهنگی
۷۱	۳- مقدمه‌ای بر گردشگری فرهنگی
۷۱	۱-۳- تعریف واژه گردشگری فرهنگی
۷۹	۱-۱-۳- مسایل مربوط به تعریف گردشگری فرهنگی
۸۳	۲-۱-۳- انتخاب تعریف درباره گردشگری فرهنگی
۸۳	۲-۳- قلمرو گردشگری فرهنگی
۹۰	۳-۳- حوزه داخلی و حوزه خارجی گردشگری فرهنگی
۹۱	۴-۳- نوع‌شناسی گردشگر فرهنگی
۹۳	۱-۴-۳- انواع گردشگری فرهنگی
۱۰۸	فصل چهارم / محصولات و اثرات گردشگری فرهنگی
۱۰۸	۱-۴- محصول گردشگری فرهنگی
۱۰۸	۱-۱-۴- مفهوم محصول گردشگری فرهنگی
۱۱۱	۲-۱-۴- اجزای محصول گردشگری فرهنگی
۱۱۵	۲-۴- تقاضا و انگیزش‌های مربوط به گردشگری فرهنگی
۱۱۶	۱-۲-۴- تنوع انگیزش بطور عام
۱۱۷	۲-۲-۴- تنوع انگیزش گردشگر
۱۱۸	۳-۲-۴- گردشگران فرهنگی و انگیزش‌های آنان

- ۴-۲-۴- نقش گردشگری فرهنگی در بازار جهانی گردشگری ۱۲۳
- ۴-۳- اثرات مختلف گردشگری فرهنگی ۱۲۶
- ۴-۳-۱- اثرات مثبت و منفی گردشگری فرهنگی ۱۲۸
- ۴-۳-۲- اثرات اقتصادی گردشگری فرهنگی ۱۳۰
- ۴-۳-۳- اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری فرهنگی ۱۳۱
- ۴-۳-۴- اثرات سیاسی گردشگری فرهنگی ۱۳۴
- ۴-۳-۵- اثرات زیست محیطی گردشگری فرهنگی ۱۳۵
- ۴-۴- پایداري در گردشگری فرهنگی ۱۳۶
- ۴-۴-۱- اکوتوریسم به عنوان مدل توسعه گردشگری فرهنگی ۱۳۸

فصل پنجم / نقش موسیقی و تئاتر در گردشگری فرهنگی ۱۴۱

- ۵- نقش موسیقی و تئاتر در گردشگری فرهنگی ۱۴۱
- ۵-۱- هنرهای نمایشی ۱۴۱
- ۵-۱-۱- تئاتر ۱۴۲
- ۵-۱-۲- موسیقی ۱۴۲
- ۵-۲- نقش تئاتر در گردشگری فرهنگی ۱۴۳
- ۵-۳- هنرهای نمایشی و مخاطبان غیربومی ۱۴۶
- ۵-۴- مخاطبان غیربومی و خلق مجدد (نوزایی) ۱۴۷
- ۵-۵- نقش موسیقی در جذب گردشگران فرهنگی ۱۵۰
- ۵-۵-۱- موسیقی اهالی بالی، گردشگری و جهانی شدن به عنوان نمونه ۱۵۳

فصل ششم / جشنواره‌ها و رویدادها در گردشگری فرهنگی ۱۷۱

- ۶-۱- تعریف جشنواره یا رویداد ۱۷۱
- ۶-۲- مفاهیم جشنواره‌ها و گردشگری فرهنگی ۱۷۲
- ۶-۲-۱- گردشگری جشنواره و رویداد ۱۷۳
- ۶-۳- چشم‌اندازهای جشنواره‌ای ۱۷۶
- ۶-۴- مروری بر بحث‌های موجود در مطالعات جشنواره ۱۸۰

- ۱-۴-۶- مباحثه در مورد نقش‌ها، معانی و اثرات جشنواره‌ها در جامعه و فرهنگ. ۱۸۱
- ۲-۴-۶- مباحثه در مورد گردشگری جشنواره..... ۱۸۳
- ۳-۴-۶- مباحثه بر سر مدیریت جشنواره..... ۱۸۴
- ۴-۴-۶- مرور نوشته‌های سازمان‌دهی شده..... ۱۸۵
- ۵-۴-۶- سوابق مشارکت در جشنواره‌ها..... ۱۹۲
- ۶-۴-۶- اثرات و پیامدهای جشنواره‌ها..... ۱۹۶
- ۷-۲-۶- برنامه‌ریزی و اداره جشنواره‌ها..... ۲۰۱
- ۸-۲-۶- طراحی تجربه جشنواره‌ها..... ۲۱۰
- ۹-۴-۶- الگوها و فرایندهای جشنواره‌ها..... ۲۱۳
- ۵-۶- رقص و موسیقی عنصر مهم گردشگری فرهنگی و جشنواره‌ها..... ۲۱۸
- ۱-۵-۶- رقص و موسیقی: بازاریابی یک محصول گردشگری..... ۲۱۸
- ۲-۵-۶- جشنواره خاجوراها: ویژگی‌های مقصد و جاذبه‌های اولیه..... ۲۱۹
- ۳-۵-۶- رابطه جشنواره رقص و موسیقی و گردشگری..... ۲۲۱
- ۴-۵-۶- روش سازمان‌دهی..... ۲۲۲
- ۵-۵-۶- احساس مردم محلی..... ۲۲۳
- ۶-۵-۶- احساس گردشگرها..... ۲۲۳
- ۶-۶- بررسی تأثیرات جشنواره‌ها..... ۲۲۴
- ۱-۶-۶- نقش جشنواره‌ها..... ۲۲۴
- ۲-۶-۶- تأثیر یک رویداد فرهنگی واحد..... ۲۲۶
- ۷-۶- دستاوردها و نقص‌های جشنواره..... ۲۲۸
- فصل هفتم / موزه‌ها و گردشگری فرهنگی..... ۲۲۹
- ۱-۷- مفاهیم موزه و انواع آن..... ۲۲۹
- ۲-۷- موزه‌ها و گردشگری فرهنگی..... ۲۳۳
- ۳-۷- موضوعات موزه‌ها و میراث فرهنگی..... ۲۳۶
- ۱-۳-۷- سهام‌داران (ذی‌نفعان)..... ۲۳۶
- ۲-۳-۷- منابع..... ۲۴۲

- ۳-۳-۷- توسعه پایدار ۲۴۶
- ۴-۷- روابط متقابل موزه‌ها و گردشگری فرهنگی ۲۵۳

فصل هشتم / صنایع دستی و گردشگری فرهنگی ۲۵۶

- ۱-۸- مفهوم صنایع دستی ۲۵۶
- ۲-۸- بررسی روابط گردشگری و صنایع دستی ۲۵۸
- ۳-۸- اثرات اقتصادی صنایع دستی در گردشگری ۲۶۰
- ۱-۳-۸- اثرات اقتصادی: صنعتگران و تولید هنر ۲۶۱
- ۴-۸- هنرهای گردشگری فرهنگی ۲۶۲
- ۱-۴-۸- تکامل تاریخی ۲۷۰
- ۵-۸- گردشگری، صنعتگران و هنرهای دستی ۲۷۵
- ۱-۵-۸- تلاش برای پیوستن: برخی موارد ۲۸۱
- ۶-۸- نقش صنایع دستی در محافظت از میراث فرهنگی ۲۸۴
- ۷-۸- انتظارات گردشگران و صنایع دستی ۲۸۵
- ۸-۸- ارتباط دادن صنعتگران با بازار گردشگری ۲۸۶
- ۹-۸- نقش بخش خصوصی در صنایع هنردستی ۲۸۸
- ۱-۹-۸- حیطه و امتیازاتی برای بخش خصوصی ۲۹۰
- ۲-۹-۸- نقش حمایت‌کنندگان داوطلب در صنایع هنردستی ۲۹۰
- ۱۰-۸- نقش دولت در صنایع هنردستی ۲۹۳
- ۱۱-۸- صنایع دستی و گردشگری فرهنگی به عنوان بخشی از توسعه یک منطقه ۲۹۴
- ۱۲-۸- جاذبه‌های گردشگری محصولات صنایع دستی ۲۹۸
- ۱-۱۲-۸- میراث فرهنگی و فرهنگ عامه ۳۰۰
- ۲-۱۲-۸- گردشگری و تغییر فرهنگی ۳۰۱
- ۳-۱۲-۸- مشارکت گردشگران در محافظت و انتشار صنایع دستی ۳۰۲
- ۱۳-۸- پیامدهای گردشگری مرتبط با تولیدات صنایع دستی ۳۰۵

منابع و مأخذ ۳۰۷

سایر مکان‌ها و ملاقات با افراد دیگر به انتشار عناصر مرتبط با سبک‌های زندگی کمک می‌کند. قبل از شکل‌گیری انقلاب علمی، سیستم‌های انتقال اطلاعات کند عمل می‌کردند. در واقع تعداد اندکی از افراد درگیر این فعالیت بوده‌اند و به طور کلی فاصله بین بازدیدکننده‌ها و گروه‌های بومی حفظ می‌شد.

در قرن بیستم بود که گردشگری با پیوند به میراث فرهنگی به عنوان شیوه‌ای برای تأیید هویت خود شروع شد. در عین حال دولت‌ها نیز متوجه نقش خود در توسعه گردشگری فرهنگی شدند. تمامی اینها نشان می‌داد که میراث فرهنگی نقش اقتصادی مهمی را در آینده خواهد داشت و بدین ترتیب به عنوان یک جزء ضروری در معرض گردشگران مد نظر قرار داده شد.

امروزه وقتی درباره گردشگری فرهنگی صحبت می‌شود به چیزی خاص‌تر از علایق ملموس بعضی از گردشگران به بازدید از مکان‌های ویژه اشاره می‌شود. این موارد در سایر انواع گردشگری‌ها نیز گنجانده می‌شوند و در آن مکانات دیگری خارج از محل اقامت در یک مکان کم و بیش زیبا و با آب و هوای جذاب ارائه می‌شوند. سازمان بین‌المللی کار، گردشگری فرهنگی را به عنوان یک امکان بالقوه تعریف می‌کند. افراد باید در تاریخ طبیعی، میراث فرهنگی و انسانی، هنر و فلسفه و مؤسسات سایر کشورها یا مناطق از آن بهره‌برداری کنند.

آن دسته از افرادی که معمولاً به گردشگری فرهنگی می‌پردازند، به دنبال جنبه‌های میراث فرهنگی یک فلسفه خاص هستند تا بدان وسیله مکان و افراد ساکن آن را درک کنند. این کار باید از طریق تصاویر نمایش داده شده و اطلاعات اضافی حاصل از بروشورها و کتاب‌های راهنما، راهنماهای گردشگری، مستندات و همچنین تماس با افراد میزبان انجام گیرد.

کتاب حاضر سعی بر آن دارد که ضمن بررسی و مطالعه مقوله گردشگری فرهنگی از دیدگاه‌های مختلف و جدید، به ارائه اصول و مبانی آن بپردازد؛ و می‌تواند راهنمای مناسبی برای دانشجویان کارشناسی، کارشناسی ارشد، پژوهشگران و محققان باشد که از هشت فصل تشکیل شده است:

در فصل اول مفهوم فرهنگ، اکولوژی فرهنگی، چشم انداز فرهنگی و گردشگری فرهنگی از ابعاد مختلف مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در فصل دوم به گردشگری فرهنگی از دیدگاه‌های پارادایم مدرنیته، پست مدرنیته و جهانی شدن پرداخته خواهد شد. در فصل سوم مفاهیم گردشگری فرهنگی از ابعاد و زوایای گوناگون نوع شناسی گردشگری فرهنگی شامل گردشگری میراث، مسیرهای موضوعی، گردشگری شهری، قومی، مذهبی و غیره بررسی می گردد. فصل چهارم به محصولات گردشگری و تقاضای آن و همچنین اثرات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی گردشگری فرهنگی می پردازد. در فصل پنجم نقش موسیقی و تئاتر در جذب گردشگری فرهنگی و اثرات اقتصادی آن در رشد و توسعه شهرها بررسی می گردد. فصل ششم جشنواره‌ها و رویدادها را در توسعه و گسترش گردشگری فرهنگی و تأثیرات آن در تحولات فرهنگی مورد بحث قرار خواهد داد. فصل هفتم به توصیف موزه‌ها، انواع موزه‌ها و تأثیرات هنر در جذب گردشگر فرهنگی می پردازد و فصل هشتم به نقش صنایع دستی در رشد و توسعه گردشگری فرهنگی و اثرات گوناگون و حمایت‌های بخش خصوصی و دولتی از صنایع دستی برای گردشگری خواهد پرداخت.

مؤلفان ادعا ندارند که مجموعه حاضر بی عیب و خالی از کاستی‌ها است. لذا از اساتید محترم تقاضا می شود، با انتقادات و پیشنهادات سازنده، نویسندگان را در رفع کاستی‌ها و هرچه بهتر شدن مجموعه حاضر در چاپ‌های بعدی یاری فرمایند.

موسوی - باقری کشکولی

سال یک هزار و سیصد و نود و دو هجری شمسی