

تحلیل محتوای کیفی گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران

علیرضا اسدی - استادیار گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه ایلام
ناصر بیات* - استادیار دانشگاه علوم انتظامی امین تهران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۰۲/۱۴

دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۹/۲۶

چکیده

در جهان کنونی، گردشگری از اهمیت بسزایی در توسعه اقتصادی و اجتماعی برخوردار است. ایران علی‌رغم برخورداری از پتانسیل‌های فراوان و با وجود داشتن جاذبه‌های گوناگون طبیعی و انسانی - فرهنگی، تاکنون در این زمینه به موقعیت شایان توجهی دست نیافته است. در این شرایط، گردشگری ادبی به‌عنوان یکی از زیربخش‌های گردشگری فرهنگ و میراث شناخته می‌شود که در مقایسه با دیگر اشکال گردشگری، از مزیت نسبی برای کشور برخوردار است. پژوهش حاضر، با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای کیفی، از طریق گردآوری فضای گفتمانی موجود درباره گردشگری ادبی در ایران، به واکاوی، بازنمایی و تحلیل و استنتاج این نوع از گردشگری می‌پردازد. بدین‌منظور، هرگونه متن یا نوشته‌ای که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به موضوع گردشگری ادبی در ایران می‌پردازد، به‌عنوان منبع داده گردآوری شد، مانند مقاله، سخنرانی، مصاحبه‌های منتشرشده در رسانه‌ها، گزارش‌های علمی و خبری، یادداشت‌ها و نوشته‌های شخصی و... مطابق یافته‌ها، گزاره‌های مطرح در گفتمان گردشگری ادبی در ایران، ذیل چهار موضوع کلی قابل‌دسته‌بندی هستند: مفهوم و تعریف گردشگری ادبی، مشکلات و موانع توسعه گردشگری ادبی، راهکارهای توسعه و ترویج گردشگری ادبی و کارکردها و پیامدهای گردشگری ادبی. نتایج پژوهش دربردارنده دستاوردهای نظری و کاربردی برای مجموعه ذی‌نفعان توسعه گردشگری ادبی است.

واژه‌های کلیدی: تحلیل محتوای کیفی، گردشگری ادبی، گردشگری فرهنگی، میراث ادبی.

مقدمه

طی شش دهه گذشته، گردشگری با رشدی فزاینده گسترش و تنوع یافته و امروزه به یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی روبه‌رشد در جهان تبدیل شده است. براساس آمار سازمان گردشگری جهانی^۱، در سال ۲۰۱۴ تعداد گردشگران بین‌المللی ۱۱۳۳ میلیون نفر و درآمد حاصل از این تعداد گردشگر ۱۲۴۵ میلیارد دلار گزارش شده است. همچنین ۶ درصد از کل صادرات کالاها و خدمات در جهان، به گردشگری اختصاص دارد و در مجموع، ۹ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از اقتصاد گردشگری تأثیر می‌پذیرد (UNWTO, 2015: 2). ذکر اهمیت اقتصادی گردشگری در ایران، با استناد به چنین آمارهایی، اغلب با بیان این مسئله همراه است که علی‌رغم برخورداری از پتانسیل‌های بسیار زیاد کشور و داشتن جاذبه‌های گوناگون طبیعی و فرهنگی، در فضای متنوع جغرافیای سرزمینی، کشورمان در عمل سهم چشمگیری در این بخش از اقتصاد جهانی ندارد؛ برای مثال، ترکیه به‌عنوان کشوری مسلمان در همسایگی ایران در سال ۲۰۱۴ به‌لحاظ حجم ورودی گردشگر در رتبه ششم جهانی و به‌لحاظ حجم درآمد گردشگری در رتبه دوازدهم جهانی قرار دارد. از این‌رو، کارشناسان انواع موانع توسعه گردشگری در ایران را شامل ابعاد زیربنایی، اقتصادی، فرهنگی، انسانی، سیاسی، دولتی و مدیریتی را برمی‌شمارند (محرابی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷). در این شرایط، بسیاری از آن‌ها گردشگری فرهنگی^۲ و زیربخش‌های آن از جمله گردشگری ادبی^۳ را به‌عنوان سازگارترین شکل گردشگری با شرایط حاکم بر کشور معرفی می‌کنند که در مقایسه با اشکال دیگر، با موانع کمتری روبه‌روست و از مزیت نسبی برخوردار است. براین‌اساس، اشکال متنوع گردشگری فرهنگی از جمله گردشگری ادبی را می‌توان به‌عنوان گزینه‌ای مطلوب برای خروج از بن‌بست کنونی و راهی برای رونق‌بخشی به توسعه صنعت گردشگری در ایران مطرح ساخت. مطابق این رویکرد، فرهنگ ایرانی از توانایی بازتولید و زاینده‌گی بالایی برخوردار است و همواره بیش از آنکه اثرپذیر باشد، در عرصه جهانی اثرگذار بوده است (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۹). جذابیت‌های میراث ادبی ایران، از جایگاه برجسته‌ای در حوزه تمدنی شرق برخوردار است که بهره‌گیری از قابلیت‌های آن، برای جهانیان به‌ویژه علاقه‌مندان به گردشگری فرهنگی جذاب است و علاوه بر کمک به توسعه بخش گردشگری، به‌عنوان ابزار قدرت نرم^۴ و دیپلماسی فرهنگی^۵ (Bell and Oakley, 2014: 142)، در تعمیق و گسترش جهانی دستاوردها و ارزش‌های میراث فرهنگی کشور نقش مهمی ایفا می‌کند.

مطابق شواهد، فضای گفتمانی توسعه گردشگری ادبی در ایران، طی چند سال اخیر شکل گرفته است. این پژوهش، به روش تحلیل محتوای کیفی^۶ و از طریق گردآوری فضای گفتمانی موجود درباره گردشگری ادبی در ایران، به واکاوی، بازنمایی و تحلیل و استنتاج در این زمینه می‌پردازد. نتایج پژوهش، به‌طور کلی فهم روشنی از موضوع گردشگری ادبی و شناخت چارچوب و ابعاد گفتمان موجود در ایران ارائه می‌دهد، بستر مناسبی برای طرح موضوع گردشگری ادبی (به‌عنوان یک موضوع میان‌رشته‌ای) در مطالعات آکادمیک کشور فراهم می‌آورد و نیز دستاوردهای مناسبی برای برنامه‌ریزان و مسئولان توسعه گردشگری به‌همراه دارد.

1. United Nations World Tourism Organization (UNWTO)
2. Cultural Tourism
3. Literary Tourism
4. Soft Power
5. Cultural Diplomacy
6. Qualitative content analysis

مبانی نظری

به اعتقاد اندرسون و رابینسون (۲۰۰۲: ۱۴) به‌طور کلی، قدمت گردشگری ادبی به قرن‌ها پیش و حداقل به زمان امپراتوری روم برمی‌گردد. با وجود این، واتسون^۱ (۲۰۰۶: ۵) سرآغاز گردشگری ادبی مدرن را در قرن هجدهم جست‌وجو می‌کند که در آن، مردم به قصد بازدید از خانه‌ها و آرامگاه‌های نویسندگان مشهور و همچنین چشم‌اندازهایی که نویسندگان از نواحی یا مکان‌های مختلف در آثار خود ارائه می‌دادند، سفر می‌کردند. هربرت نیز معتقد است در گذشته، بیشتر گردشگران ادبی از افراد فرهیخته و طبقات اجتماعی بالا بوده‌اند. به اعتقاد وی، «ریشه سیاحت‌های ادبی، به سفرهای دانشمندی برمی‌گردد که به قصد دیدار از مکان‌های مرتبط با زندگی و آثار نویسندگان مشهور، در زمینه‌هایی مانند نثر ادبی، نمایشنامه و شعر، سفر می‌کردند و مسافت‌هایی طولانی می‌پیمودند. از این دیدگاه، سیاحت ادبی را می‌توان گردشگرانی تحصیل‌کرده و فرهیخته به‌شمار آورد که از سرمایه فرهنگی بالایی برخوردارند، میراث ادبی را ارج می‌نهند و الگوی مصرف متفاوت‌تری در مقایسه با سایر طبقات اجتماعی دارند»، اما عوامل رشد انبوه گردشگری ادبی طی بیش از دو دهه اخیر را می‌توان در بستر رشد اهمیت مفاهیم و ارزش‌های پسامدرن جست‌وجو کرد (Herbert, 2001: 8; Lowe, 2012: 313). در نگرش پسامدرن، حفظ اصالت^۲ مکان‌های ادبی در مدیریت مقصدهای گردشگری ادبی از اهمیت بسزایی برخوردار است (Fawcett, 2001; 695)؛ تا جایی که بسیاری از پژوهشگران معتقدند انجام‌دادن اقدامات توسعه‌ای و عمرانی در مقصدهای گردشگری ادبی تا حدی مجاز است که اصالت جاذبه‌های ادبی تهدید نشود (Müller, 2006: 216; Hoppen et al., 2014: 39). شواهد نشان می‌دهد درحال حاضر، گردشگری ادبی، بیشتر در جوامع توسعه‌یافته آمریکای شمالی، اروپا و اقیانوسیه رواج دارد و نهادهای مسئول در این کشورها برای توسعه و ترویج گردشگری ادبی بیشتر تلاش می‌کنند (UNESCO, 2013).

تعاریف متنوع و نسبتاً متفاوتی از مفهوم گردشگری ادبی وجود دارد (جدول ۱). هاپن و همکاران (۲۰۱۴) با بررسی کلی تعاریف گردشگری ادبی، تفاوت‌های دیدگاهی یا نظری در این زمینه را برآمده از دو برداشت کلی از گردشگری ادبی می‌دانند: یکی به‌عنوان شکلی از گردشگری میراث (برای مثال، Herbert, 2001) و دیگری به‌عنوان گونه‌ای از گردشگری فرهنگی (برای مثال، Squire, 1994; 1996). این در حالی است که دو مفهوم میراث و فرهنگ به‌طور مجزا بر شکل خاصی از گردشگری ادبی دلالت ندارند؛ بلکه با یکدیگر هم‌پوشانی دارند و هر یک بخشی از واقعیت را بیان می‌کنند (Nelson, 2013: 62)، اما تفاوت اصلی در اینجاست که گردشگری میراث، بیشتر مبتنی بر مکان یا مکان‌محور است؛ به‌طوری‌که در مقیاس محلی، سبب ایجاد حس مکان در ارتباط با چشم‌انداز، معماری، مردم، آثار هنری (باستانی و تاریخی)، سنت‌ها (آداب و رسوم) و داستان‌ها (اسطوره‌ها و حماسه‌ها) می‌شود و در مجموع، هویت خاصی به مکان می‌بخشد. گردشگری فرهنگی نیز در پی تجربیاتی مانند گردشگری میراث است؛ با این تفاوت که کمتر مکان را در کانون توجه قرار می‌دهد. از این‌رو، هنگامی که کار یک هنرمند در پیوند با خانه یا استودیو (مکان تولید یا خلق) نگرینسته می‌شود، تجربه گردشگری میراث اهمیت می‌یابد؛ درحالی‌که اگر اثر هنرمند بدون توجه به مکان اقامت یا کار وی نگرینسته شود، تجربه گردشگری فرهنگی به میان می‌آید (Hoppen et al, 2014: 39). در مجموع، می‌توان گفت از آنجاکه ایجاد تمایز میان فرهنگ و میراث به‌روشنی امکان‌پذیر نیست، کاربرد عبارت گردشگری فرهنگی و میراث^۳ به‌طور یک‌جا در کنار یکدیگر منطقی‌تر به‌نظر می‌رسد (VisitBritain, 2010).

1. Watson
2. Authenticity
3. Cultural and Heritage Tourism

جدول شماره ۱: تعاریف مختلف از گردشگری ادبی

گردشگری ادبی، یکی از زیرمجموعه‌های گردشگری فرهنگی و گردشگری میراث است که جاذبه‌های آن، مکان‌های مربوط به نویسندگان ادبیات، داستان‌ها و کتاب‌های ادبی، جشنواره‌های ادبی، هنرهای خلاق، فیلم‌ها و تولیدات رسانه‌ای را دربرمی‌گیرد (Hoppen et al, 2014: 40).
گردشگری ادبی، فرصتی برای سفر به زادگاه، مکان دفن، خانه، املاک و محل نگهداری اشیای بازممانده از شخصیت‌های ادبی است. این‌گونه سفرها تجربه‌های فرهنگی ارزشمندی در پی دارند، فرصتی برای مشارکت در مراسم و جشنواره‌های ادبی را فراهم می‌سازند و زمینه‌ای برای تجسم فضای شکل‌گیری تفکر خلاق یا محل خلق آثار ادبی فاخر را پدید می‌آورند (Ommundsen, 2014: 1).
آژانس مینتل ^۱ (۲۰۱۱) گردشگری خلاق را یکی از شاخه‌های گردشگری فرهنگ و میراث معرفی می‌کند. در این چارچوب، گردشگری خلاق شکلی از گردشگری شناخته می‌شود که دربرگیرنده هنرهای خلاق در زمینه‌هایی مانند ادبیات، طراحی، معماری، موسیقی، فیلم و رسانه است. براساس این تعریف، گردشگری ادبی در زیرمجموعه گردشگری خلاق جای می‌گیرد.
گردشگری ادبی، شکلی از سفر است که عامل انگیزشی آن، آثار ادبی، نویسندگان و مکان‌های مطرح‌شده در متون و آثار ادبی است (Croy, 2012: 119).
گردشگری ادبی را می‌توان به‌عنوان شکلی از سفر برای بازدید از مکان زندگی یا مکان خلق اثر به دست چهره‌های ادبی شناسایی کرد (Stiebel, 2007: 2).
اندرسون و رایبسون ^۲ (2002: xii) گردشگری ادبی را شکلی از گردشگری فرهنگی با مفهوم انسان‌شناختی می‌دانند که در چارچوب آن، «گردشگران و بازدیدکنندگان در پی شناخت، کشف و بازآفرینی ارزش‌های فرهنگی کسانی هستند که بخشی از اسطوره‌های فرهنگی مکان‌ها شناخته می‌شوند.»
گردشگری ادبی، شکلی از گردشگری است که برآیند روابط سه‌جانبه میان نویسندگان، آثار و نوشته‌های ادبی و مکان و چشم‌انداز مرتبط با آن‌هاست که همگام با تحولات زمان-فضا، بر ادراک‌ها و تصورات دیدارکنندگان (گردشگران) تأثیر می‌گذارد (Robinson and Andersen, 2002: 3).
باسی و کلوک ^۳ (۲۰۰۱: ۳۱۶)، گردشگری ادبی را به‌عنوان بخشی از گردشگری مرتبط با رسانه می‌نگرند و آن را چنین تعریف می‌کنند: «بازدید از مکان‌هایی که به‌دلیل ارتباط با کتاب، نویسندگان، برنامه‌های تلویزیونی و انواع فیلم (سینمایی، مستند و...) شهرت یافته‌اند.»
گردشگری ادبی، نوعی از گردشگری یا سفر به مکان‌هایی است که به‌دلیل ویژگی‌های ادبی مورد توجه واقع شده‌اند یا دارای پیوندهایی با اشکال گوناگون جاذبه‌های ادبی هستند (Squire, 1996: 11; Squire, 1993: 5).

منبع: نکارندگان

اسمیت^۴ و همکاران (۲۰۱۰: ۱۱۰) بر مبنای شناخت ادبیات مطالعاتی گردشگری ادبی، به‌طور کلی به‌لحاظ ماهیتی، مکان‌های گردشگری ادبی را به سه دسته تقسیم می‌کنند. نخست، مکان‌های واقعی^۵ که وجود خارجی دارند و قابل دیدن هستند و محل تولد، زندگی، خلق آثار ادبی و مرگ و آرامگاه نویسندگان شناخته می‌شوند. دوم، مکان‌های تخیلی^۶ (ادراکی) که بیانگر فضا، محیط و محتوای داستان‌ها و روایت‌ها، اشعار و فیلم‌ها هستند. سوم، مکان‌هایی که برساخت اجتماعی دارند^۷ و در راستای توسعه گردشگری ادبی ایجاد می‌شوند، مانند مقصدهای برگزارکننده جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های ادبی و فرهنگی و مکان‌های برخوردار از موزه ادبی. در این زمینه هربرت می‌گوید: «مکان‌های ادبی، دیگر محل وقوع تصادف‌های تاریخی به‌عنوان مکان تولد یا مکان مرگ نویسندگان شناخته نمی‌شوند؛ بلکه این‌گونه مکان‌ها توسط اجتماع بنا نهاده می‌شوند و براین اساس، به‌عنوان جاذبه گردشگری ترویج و توسعه می‌یابند.» در دو دهه اخیر، مکان‌هایی که به‌عنوان شهر کتاب شناخته می‌شوند، به‌عنوان نوع دیگری از مقصدهای گردشگری ادبی مطرح شده‌اند. از ویژگی‌های بارز این‌گونه مکان‌ها، وجود بازار فروش کتاب، فعالیت تخصصی در زمینه چاپ و نشر کتاب و برگزاری نمایشگاه‌های کتاب است (MacLeod et al, 2009: 158). مکان‌هایی که در زمینه برپایی جشنواره‌های ادبی و بزرگداشت

۱. مینتل (Mintel): آژانس پیشرو در زمینه هوش بازار در جهان (Market intelligence agency).

2. Robinson and Andersen
 3. Busby and Klug
 4. Smith
 5. Factual site
 6. Imaginative sites
 7. Socially constructed site

نویسندگان و ترویج آثار آنها فعالیت دارند و همچنین مکان‌هایی که در زمینه تولید انواع فیلم نزد عموم مردم شهرت می‌یابند و به مقصد گردشگری تبدیل می‌شوند، از دیگر انواع مقصدهای نوین در گردشگری ادبی به‌شمار می‌آیند (Croy, 119: 2012). در آغاز، بیشتر جشنواره‌های ادبی، تنها به ادبیات و آثار ادبی می‌پرداختند، اما درحال حاضر کارکردهای بیشتری یافته‌اند و انواع دیگر آثار هنری (مرتبط با ادبیات) مانند فیلم‌های سینمایی، مستندهای تلویزیونی، کتاب‌های صوتی و... در آنها مطرح می‌شود؛ آثاری که بخشی از هنر معاصر را شکل می‌دهند (Mintel, 2011: 34). بسیاری از فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی، برگرفته از آثار ادبی هستند و به آشکار ساختن جذابیت ادبیات و مکان‌های ادبی کمک می‌کنند. یکی از نمونه‌های بارز در زمینه نقش فیلم در توسعه گردشگری ادبی، فیلم ارباب حلقه‌ها در کشور نیوزیلند است؛ به‌طوری‌که در سال ۲۰۰۴ یک درصد از گردشگران خارجی، فیلم ارباب حلقه‌ها را مهم‌ترین و تنها عامل انگیزشی خود برای سفر به نیوزیلند بیان کردند. همچنین شش درصد از گردشگران خارجی، این فیلم را یکی از مجموعه دلایل انگیزشی خود ذکر کردند (Hoppen et al, 2014: 41).

وجود جاذبه‌های گردشگری ادبی، برای تبدیل یک مکان به مقصد گردشگری ادبی کافی نیست و برنامه‌ریزی و مدیریت موفقیت‌آمیز مقصدهای گردشگری ادبی، نیازمند اقدامات و راهبردهای مناسب و کارآمد است (Müller, 2006: 216-217). هربرت معتقد است توسعه و ترویج گردشگری ادبی باید براساس ویژگی‌های خاص و عام مکان ادبی صورت گیرد (Herbert, 2001: 315). ویژگی‌های خاص مکان ادبی، دربردارنده عناصری مانند محل تولد، زندگی و مرگ نویسنده، محل وقوع روایت‌های داستانی، نوستالژی و محل وقوع یک اتفاق دراماتیک در زندگی نویسنده است. در کنار ویژگی‌های خاص گردشگری ادبی در یک مکان یا مقصد، ویژگی عام و کلی به افزایش جذابیت آن‌ها کمک می‌کنند و سبب توسعه هرچه بیشتر گردشگری می‌شوند، مانند جذابیت‌های محیطی و برخورداری از مناظر و چشم‌اندازهای زیبا، برخورداری از انواع زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و مهمان‌نوازی، برخورداری از موقعیت جغرافیایی مناسب مانند هم‌جواری با راه‌های اصلی، وجود بازارهای بزرگ و پررونق و نزدیکی به مکان‌های مذهبی و مقدس (Hoppen et al, 2014: 41). حفاظت از اصالت و هویت مکان ادبی، موضوع دیگری است که در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری ادبی باید در کانون توجه قرار گیرد؛ زیرا یک مکان، فراتر از فضای جغرافیایی عینی و قابل مشاهده آن است؛ به‌طوری‌که معانی و نمادهای پیوندیافته با مکان و ارزش‌ها و احساسات و عواطف نهفته در چشم‌انداز، نقش مهمی در شکل‌گیری هویت مکانی دارند و گردشگری ادبی نیز در پیوند با این بخش از هویت فضای جغرافیایی شکل می‌گیرد (Marques and Cunha, 2013: 291). هاپن و همکاران (۲۰۱۴: ۴۳-۴۶) در یک بررسی جامع، شش راهبرد مهم برای توسعه موفقیت‌آمیز گردشگری ادبی را مطرح می‌سازند:

- عمومیت‌بخشیدن به جذابیت گردشگری ادبی، فراتر از گروه‌ها و طبقاتی خاص از جامعه؛
- خلاقیت و نوآوری از طریق تأسیس و توسعه مقصدهای نوین گردشگری ادبی مانند پارک‌های ادبی؛
- مشارکت و همکاری مجموعه ذی‌نفعان در تحرک‌بخشی و توسعه گردشگری ادبی؛
- به‌کارگیری سیاست‌های مناسب برای برندسازی مقصد گردشگری ادبی؛
- بازاریابی و مدیریت مقصدهای گردشگری ادبی با شناخت کافی از بازار و سیاست‌های کلان توسعه گردشگری؛
- مدیریت آثار گردشگری ادبی برای افزایش هرچه بیشتر تأثیرات مثبت و کاهش هرچه بیشتر تأثیرات منفی آن.

روش پژوهش

مفهوم گفتمان، امروزه در بسیاری از رشته‌های حوزه علوم انسانی و اجتماعی به کار می‌رود. تحلیل گفتمان^۱ نیز یکی از روش‌های پژوهش کیفی در عصر پسامدرن به شمار می‌آید که به لحاظ تاریخی، سابقه کاربرد آن به نیمه سده بیستم برمی‌گردد (داوودی، ۱۳۸۹: ۵۱). مکتب‌های نظری ساختارگرا، پساساختارگرا، انتقادی و هرمنوتیک، نقش مهمی در بسط چارچوب نظری و مفهومی تحلیل گفتمان ایفا کرده‌اند و افرادی مانند ارنستو لاکلا، شانتال موف، نورمن فرکلاف و میشل فوکو، شیوه‌های تحلیلی و روش‌شناختی متنوعی در این زمینه ارائه داده‌اند. به طور کلی، گفتمان را تثبیت نسبی معنا در یک قلمرو خاص تعریف کرده‌اند. مطالعات اسنادی و تحلیل متن، از متداول‌ترین رویکردهای تحلیل گفتمان به شمار می‌آیند که با بهره‌گیری از آن‌ها، پژوهشگر به بازشناسی و واکاوی دستاوردهای اندیشه‌ای انسان‌ها می‌پردازد. در این روش، به جای مشاهده مستقیم کنشگران اجتماعی و طرح پرسش از آن‌ها با استفاده از ابزارهایی مانند پرسشنامه و مصاحبه، بر شناخت، تفسیر و تحلیل معانی و مفاهیم یا اندیشه‌ها و دیدگاه‌هایی که آنان از قبل پدید آورده‌اند، تأکید می‌شود (عقیلی و لطفی حقیقت، ۱۳۸۹: ۱۷۰-۱۷۱).

در این پژوهش، برای تحلیل و تفسیر داده‌های متنی، از روش تحلیل محتوای کیفی^۲ استفاده می‌شود. این روش، امکان دستیابی به شناخت گسترده و عمیق در یک قلمرو گفتمانی یا موضوع خاص را فراهم می‌آورد (Egberg Thyme, 2009; Howells and Zelnic, 2008; et al). در پژوهش حاضر، هرگونه متن یا نوشته‌ای که به طور مستقیم و غیرمستقیم به موضوع گردشگری ادبی در ایران می‌پردازد، به عنوان منبع داده شامل مقاله، سخنرانی، مصاحبه‌های منتشرشده در رسانه‌ها، گزارش‌های علمی و خبری، یادداشت‌ها و نوشته‌های شخصی و... گردآوری شد. در روش تحلیل محتوای کیفی، تکنیک‌های کدگذاری و طبقه‌بندی داده‌ها، شکل‌دهنده فرایند پردازش داده‌ها شناخته می‌شوند؛ بنابراین، باید متن‌های به دست آمده از مرحله گردآوری گفتمان را خواند و مضامین^۳ آن‌ها را شناسایی و دسته‌بندی کرد و سپس به استخراج دسته‌بندی مقوله‌ها و تفسیر گزاره‌های اصلی مطرح در فضای گفتمان پرداخت (بورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۳: ۲۰۸). در اینجا نیز در گام نخست، از کدگذاری باز و روش جمله‌به‌جمله استفاده شد و در این چارچوب، جملات براساس محتوای کلیدی مطرح شده در آن‌ها دسته‌بندی شدند. سرانجام پس از حذف مقوله‌های دارای مضامین و معانی یکسان و نیز ادغام مقوله‌های هم‌سنخ و هم‌سو، گزاره‌های اصلی موجود در فضای گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران، براساس ابعاد مختلف طبقه‌بندی شد؛ سرانجام گزارش تحلیلی پژوهش بر مبنای گزاره‌های اصلی به دست آمده به نگارش درآمد.

بحث و یافته‌ها

یافته‌های پژوهش طی مراحل گردآوری و تحلیل داده‌ها به شرح زیر است:

- گردآوری گفتمان: در مجموع ۱۹۴ صفحه متن، اعم از مقاله علمی، سخنرانی، مصاحبه و گفت‌وگو، مقاله خبری، گزارش و... به دست آمد. این حجم مطلب حدود ۵۷ هزار و ۷۰۰ کلمه برای تحلیل گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران فراهم آورد.
- کدگذاری: در این مرحله، داده‌های متنی به روش کدگذاری جمله‌به‌جمله تجزیه و تحلیل شدند و در نهایت، ۴۱۴ مقوله از گفتمان گردشگری ادبی در ایران استخراج شد.
- طبقه‌بندی داده‌ها: طی این مرحله با رویکرد تفسیری، مقوله‌های به دست آمده ذیل چهار موضوع اصلی دسته‌بندی

1. Discourse analysis
2. Qualitative content analysis
3. Themes

شدند، شامل: الف) مفهوم و تعریف گردشگری ادبی (۸۳ مقوله)، ب) مسائل و مشکلات و موانع توسعه گردشگری ادبی (۸۸ مقوله)، ج) راهکارهای توسعه و ترویج گردشگری ادبی (۱۶۵ مقوله) و د) کارکردها و پیامدهای گردشگری ادبی (۷۸ مقوله). سپس مقوله‌های قرارگرفته در ذیل هریک از موضوع‌های چهارگانه، براساس درون‌مایه یا محتوای کلیدی^۱ آن‌ها طبقه‌بندی شدند.

• خلاصه‌سازی و استخراج گزاره‌های اصلی: در مرحله چهارم، مقوله‌های برخوردار از محتوای کلیدی یکسان، از طریق ادغام و حذف موارد تکراری خلاصه‌سازی شد. سرانجام طی این فرایند، گزاره اصلی مربوط به هر محتوای کلیدی استنتاج شد.

در ادامه، شرح یافته‌های پژوهش به تفکیک موضوعات چهارگانه حاصل از تحلیل محتوای کیفی گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران می‌آید.

مفهوم و تعریف گردشگری ادبی در ایران

نتایج تحلیل مفاهیم اصلی این بخش از پژوهش، بیانگر وجود ۱۱ گزاره اصلی در زمینه تعریف و تبیین مفهوم گردشگری ادبی در ایران است (جدول ۲). براینکه این گزاره‌ها نشان می‌دهد تفاوت خاصی میان برداشت موجود از مفهوم گردشگری ادبی در گفتمان جاری در ایران با تعاریف گردشگری ادبی در ادبیات علمی جهانی وجود ندارد (جدول ۱). در واقع، به نظر می‌رسد اهالی گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران، نگاه به بیرون دارند، درصدد ارائه تعاریفی جهان‌شمول از گردشگری ادبی هستند و برای نزدیک‌شدن به ادبیات علمی رایج در سطح بین‌المللی تلاش می‌کنند.

جدول شماره ۲: تحلیل محتوای کیفی گفتمان گردشگری ادبی در ایران: مفهوم و تعریف گردشگری ادبی

موضوع	محتوای کلیدی	گزاره اصلی
تبیین مفهوم و تعریف گردشگری ادبی در ایران	زیرشاخه گردشگری فرهنگی	گردشگری ادبی، زیرشاخه گردشگری فرهنگی و فعالیتی فرهنگی-اقتصادی است.
	ویژگی میان‌رشته‌ای گردشگری رویداد اسطوره‌ها و افسانه‌ها	مطالعه و تحقیق در گردشگری ادبی، ماهیت میان‌رشته‌ای دارد. وجود رویدادهای متنوع ادبی، سبب پیوند گردشگری ادبی با گردشگری رویدادها شده است. امروزه اسطوره‌ها و افسانه‌های ملی و محلی، از زمینه‌های جذاب در توسعه گردشگری ادبی به‌شمار می‌روند.
	شاخه‌ای نوپا	گردشگری ادبی، از اشکال تازه رونق‌یافته و روبه‌رشد در بازار تقاضای گردشگری جهانی است.
	آرامگاه مشاهیر ادبی	بازدید از آرامگاه مشاهیر یا نویسندگان ادبیات، قدیمی‌ترین و ساده‌ترین شکل گردشگری ادبی است.
	گردشگری خلاق	گردشگری ادبی، از نمونه‌های بارز گردشگری خلاق است و پتانسیل بالایی در انجام‌دادن کارهای خلاقانه دارد.
	تلفیق تفریح و آموزش	گردشگری ادبی، ضمن اینکه بستری جذاب برای گذران اوقات فراغت فراهم می‌کند، بر دانش و اطلاعات گردشگر نیز می‌افزاید.
	پیوند با اکوتوریسم	گردشگری ادبی به‌دلیل وابسته‌نبودن به منابع طبیعی و کمک به حفظ میراث، با اکوتوریسم پیوند دارد.
	گردشگر ادبی	گردشگر ادبی، به ادبیات و میراث ادبی علاقه‌مند است: حس مکان، درک فضای خلق آثار ادبی و زوایای مختلف زندگی نویسنده و شرکت در رخدادهای ادبی، از عوامل انگیزش گردشگر ادبی شناخته می‌شوند.
	مکان ادبی:	مکان‌های ادبی سه دسته‌اند: مکان‌های واقعی مانند محل تولد، زندگی و مرگ نویسنده؛ مکان‌های تخیلی (حاصل تصویرسازی و تخیل ذهنی) مانند محل وقوع داستان یا روایت ادبی و مکان‌های ساخته‌شده مانند موزه ادبی، یادمان ادبی و شهرک ادبی.
	پیوند ادبیات و جغرافیا	

منبع: یافته‌های پژوهش

مشکلات و موانع توسعه گردشگری ادبی در ایران

نتایج تحلیل مفاهیم اصلی مشکلات و موانع توسعه گردشگری ادبی در ایران، ۱۹ گزاره اصلی را در این زمینه آشکار می‌سازد (جدول ۳). در ۱۸ مورد از این گزاره‌ها، این مشکلات و موانع، ناشی از عوامل درونی کشور معرفی می‌شوند. تنها در یک مورد، بر نقش عوامل خارجی تأکید می‌شود. گزاره حاصل از تحلیل محتوای این بخش از داده‌ها بدین شرح است: «تبلیغات نادرست و اقدامات خصمانه خارجی (به‌ویژه کشورهای غربی) علیه نظام سیاسی و تاریخ و فرهنگ ایران، بر کل بخش گردشگری و از جمله گردشگری فرهنگی و ادبی تأثیر منفی دارد.»

جدول شماره ۳: تحلیل محتوای کیفی گفتمان گردشگری ادبی در ایران: مشکلات و موانع توسعه گردشگری ادبی

موضوع	محتوای کلیدی	گزاره اصلی
وضعیت شهرهای ادبی	علی‌رغم پتانسیل موجود، شهرهای ادبی ایران جایگاهی در میان مقصدهای گردشگری ادبی جهان ندارند.	جهان ندارند.
ضعف حمایت دولت	حمایت دولت از گردشگری فرهنگی و ادبی بیشتر شعاری است تا عملی.	حمایت دولت از گردشگری فرهنگی و ادبی بیشتر شعاری است تا عملی.
خلأ گفتمان عمومی	هنوز مسئله پاسداشت و حفاظت از میراث فرهنگی و ادبی کشور به یک گفتمان عمومی تبدیل نشده است.	هنوز مسئله پاسداشت و حفاظت از میراث فرهنگی و ادبی کشور به یک گفتمان عمومی تبدیل نشده است.
نبود باور جمعی	مسئولان فرهنگی و فعالان گردشگری کشور، به باور لازم برای توسعه گردشگری فرهنگی و ادبی نرسیده‌اند.	مسئولان فرهنگی و فعالان گردشگری کشور، به باور لازم برای توسعه گردشگری فرهنگی و ادبی نرسیده‌اند.
شناساندن میراث ادبی	با وجود میراث ادبی غنی، ایرانیان در شناساندن ادبیات کشور خود به مردم جهان تلاش چندانی نکرده‌اند.	با وجود میراث ادبی غنی، ایرانیان در شناساندن ادبیات کشور خود به مردم جهان تلاش چندانی نکرده‌اند.
مصادره مشاهیر ادبی	در سال‌های گذشته، کشورهای همسایه درصدد مصادره میراث ادب پارسی بوده‌اند.	در سال‌های گذشته، کشورهای همسایه درصدد مصادره میراث ادب پارسی بوده‌اند.
نبود شناخت کافی از گردشگری ادبی	ظرفیت‌های توسعه گردشگری ادبی در ایران هنوز ناشناخته است و درک جامعی از آن وجود ندارد.	ظرفیت‌های توسعه گردشگری ادبی در ایران هنوز ناشناخته است و درک جامعی از آن وجود ندارد.
فضای مجازی	قابلیت‌های گسترده اینترنت و فضای مجازی برای ترویج و توسعه گردشگری ادبی مغفول مانده است.	قابلیت‌های گسترده اینترنت و فضای مجازی برای ترویج و توسعه گردشگری ادبی مغفول مانده است.
میراث بومی و محلی	حفاظت از ادبیات شفاهی و فولکلوریک اقوام بومی و محلی کشور به‌عنوان یک منبع غنی برای توسعه گردشگری فرهنگی و ادبی، مورد توجه جدی قرار ندارد.	حفاظت از ادبیات شفاهی و فولکلوریک اقوام بومی و محلی کشور به‌عنوان یک منبع غنی برای توسعه گردشگری فرهنگی و ادبی، مورد توجه جدی قرار ندارد.
اصالت مکان‌های ادبی	حفاظت از اصالت مکان‌های ادبی کشور، با چالش و مشکل مواجه است (مانند مسئله ارث).	حفاظت از اصالت مکان‌های ادبی کشور، با چالش و مشکل مواجه است (مانند مسئله ارث).
برداشت نادرست از مفهوم گردشگری ادبی	اراده لازم برای تغییر الگوی گردشگری از تاریخی صرف به گردشگری فرهنگی - ادبی خلاق وجود ندارد؛ گردشگری ادبی، تنها بازدید از مزار ادیبان نیست.	اراده لازم برای تغییر الگوی گردشگری از تاریخی صرف به گردشگری فرهنگی - ادبی خلاق وجود ندارد؛ گردشگری ادبی، تنها بازدید از مزار ادیبان نیست.
معنا و مفهوم نو	در ایران، گردشگری ادبی به معنا و مفهوم جهانی آن مورد توجه مسئولان واقع نشده است و سابقه چندانی ندارد.	در ایران، گردشگری ادبی به معنا و مفهوم جهانی آن مورد توجه مسئولان واقع نشده است و سابقه چندانی ندارد.
مکان‌های ادبی بر ساخته	میراث ادبی کشور، به‌عنوان منبعی غنی برای ایجاد خلاقیت در ساخت جاذبه‌های ادبی نگریسته نمی‌شود (حتی یک موزه ادبی استاندارد در ایران ساخته نشده است).	میراث ادبی کشور، به‌عنوان منبعی غنی برای ایجاد خلاقیت در ساخت جاذبه‌های ادبی نگریسته نمی‌شود (حتی یک موزه ادبی استاندارد در ایران ساخته نشده است).
عوامل خارجی	تبلیغات نادرست و اقدامات خصمانه خارجی (به‌ویژه کشورهای غربی) علیه نظام سیاسی و تاریخ و فرهنگ ایران، بر کل بخش گردشگری و از جمله گردشگری فرهنگی - ادبی تأثیر منفی دارد.	تبلیغات نادرست و اقدامات خصمانه خارجی (به‌ویژه کشورهای غربی) علیه نظام سیاسی و تاریخ و فرهنگ ایران، بر کل بخش گردشگری و از جمله گردشگری فرهنگی - ادبی تأثیر منفی دارد.
بی‌مکانی و بی‌زمانی ادبیات استانی	پیوند ادبیات داستانی ایران با زمان و مکان واقعی ضعیف است.	پیوند ادبیات داستانی ایران با زمان و مکان واقعی ضعیف است.
یادمان‌ها و بناهای ادبی	ساخت یادمان‌ها و مکان‌های ادبی با جاذبه نمادین و قوی، مورد توجه مسئولان فرهنگی کشور نیست.	ساخت یادمان‌ها و مکان‌های ادبی با جاذبه نمادین و قوی، مورد توجه مسئولان فرهنگی کشور نیست.
ضعف امکانات گردشگری	کمبود هتل و امکانات پذیرایی و ضعف زیرساخت‌ها و امکانات حمل‌ونقل، از مشکلات بنیادین کل بخش گردشگری کشور است.	کمبود هتل و امکانات پذیرایی و ضعف زیرساخت‌ها و امکانات حمل‌ونقل، از مشکلات بنیادین کل بخش گردشگری کشور است.
آموزش و سرمایه انسانی	بخش آموزش کشور، در پرورش نیروی انسانی متخصص و کارآزموده برای فعالیت در گردشگری فرهنگی - ادبی با ضعف مواجه است.	بخش آموزش کشور، در پرورش نیروی انسانی متخصص و کارآزموده برای فعالیت در گردشگری فرهنگی - ادبی با ضعف مواجه است.
صنعت سینما	از ظرفیت‌های صنعت سینما در شناساندن جذابیت‌های فرهنگی - ادبی کشور به حد کافی استفاده نشده است.	از ظرفیت‌های صنعت سینما در شناساندن جذابیت‌های فرهنگی - ادبی کشور به حد کافی استفاده نشده است.

راهکارهای توسعه گردشگری ادبی در ایران

در مجموع، تحلیل محتوای کیفی این بخش از گفتمان گردشگری ادبی در ایران، ۲۸ گزاره به‌عنوان راهکار توسعه گردشگری ادبی به دست می‌دهد (جدول ۴). پایه و اساس اغلب این راهکارها، از یک سو رفع مشکلات توسعه گردشگری فرهنگی-ادبی در کشور است و از سوی دیگر با دستاوردها و تجربیات جهانی در زمینه توسعه گردشگری فرهنگی-ادبی پیوند استواری دارد. از این‌رو، گفتمان گردشگری ادبی در ایران، در هنگام طرح راهکار توسعه گردشگری ادبی در کشور، هم نگاه به درون و هم نگاه به بیرون دارد.

جدول شماره ۴: تحلیل محتوای کیفی گفتمان گردشگری ادبی در ایران: راهکارهای توسعه گردشگری ادبی در ایران

موضوع	محتوای کلیدی	گزاره اصلی
	نقشه ادبی	نقشه گردشگری نویسندگان مشهور و آثار ادبی تهیه شود.
	حمایت دولت	دولت در گام نخست، با سرمایه‌گذاری از توسعه و ترویج گردشگری ادبی حمایت کند.
	مشارکت بخش خصوصی	بخش دولتی، بسترسازی لازم برای مشارکت بخش خصوصی در گردشگری ادبی را فراهم سازد.
	سازمان‌های مردم‌نهاد	چارچوب نهادی و قانونی لازم، ایجاد و زمینه مشارکت سازمان‌های مردم‌نهاد در گردشگری ادبی فراهم شود.
	مسیر گردشگری ادبی	بر اساس محتوای آثار ادبی و زندگی نویسندگان، مسیرهای ادبی طراحی شوند.
	برنامه تشویقی	برنامه‌های تشویقی (مانند مسابقه سفرنویسی، کتاب‌خوانی و...) اجرا شوند.
	اجرای ادبی	محتوای آثار ادبی برای انواع اجراهای ادبی استفاده شود (مانند شاهنامه‌خوانی و نمایش ادبی).
	ساخت مکان اقتباسی	برای طراحی و ساخت مکان‌های گردشگری ادبی، از آثار ادبی اقتباس شود.
	ظرفیت غنی میراث ادبی	از ظرفیت‌های غنی میراث ادبی ایران، برای توسعه گردشگری ادبی بهره‌گیری شود.
	حفاظت از میراث ادبی	از میراث ادبی حفاظت شود.
	مشاهیر ادبی	شناخت مردم از مشاهیر ادبی کشور افزایش یابد تا زمینه‌های اجتماعی توسعه گردشگری ادبی فراهم شود.
	محتوای آثار ادبی / روایت‌ها	از محتوای آثار ادبی، برای توسعه گردشگری بهره‌گیری شود (مانند ساخت مکان‌های ادبی، مکان‌یابی جاذبه‌ها و طراحی مسیرهای ادبی).
	برندسازی و بازاریابی	روش‌های برندسازی و بازاریابی مناسب برای بهره‌گیری از ظرفیت بازار گردشگری به کار رود.
	تنوع‌بخشی به محصولات	تنوع‌بخشی به بسته‌های گردشگری فرهنگی و ادبی، برای جذب بخش‌های مختلف بازار در دستور کار قرار گیرد.
	تجربه‌های موفق	از تجربه‌های موفقیت‌آمیز دیگر کشورهای جهان، در زمینه توسعه گردشگری ادبی بهره‌گیری شود.
	خانه نویسندگان	خانه نویسندگان به جاذبه گردشگری ادبی تبدیل شود (حفظ اصالت خانه نویسندگان ضروری است).
	آموزش	آموزش، رکن اساسی توسعه گردشگری ادبی شود (مانند زمینه‌های مدیریت و بازاریابی، راهنمای گردشگری ادبی).
	فرهنگ‌سازی	فرهنگ‌سازی و آشناساختن جامعه با جذابیت‌های گردشگری ادبی در دستور کار قرار گیرد تا به اجتماعی شدن کمک شود.
	ادبیات فولکلور	داستان‌های فولکلور و افسانه‌های محلی، برای توسعه گردشگری ادبی به کار گرفته شود (مانند داستان عشاق).
	تنوع قابلیت‌ها	از قابلیت‌های متنوع ادبیات در ایران بهره‌گیری شود.
	اندیشه خلاق	از اندیشه‌های خلاق و کارهای خلاقانه در زمینه توسعه گردشگری فرهنگی و ادبی حمایت شود.
	تنوع‌بخشی به جاذبه‌ها	انواع مکان ادبی ایجاد شود تا جذابیت گردشگری ادبی افزایش یابد (مانند موزه ادبی و شهرک ادبی).
	مکان‌های مربوط به نویسنده	به مکان تولد، زندگی، خلق اثر و آرامگاه شاعران و نویسندگان، به‌عنوان بسترساز توسعه گردشگری ادبی توجه شود.
	رخدادهای ادبی	به رخدادهای ادبی، به‌عنوان عوامل راهبردی در ترویج و توسعه گردشگری ادبی توجه صورت گیرد.
	نهادسازی	برای توسعه گردشگری ادبی، نهادسازی انجام شود.
	فعالیت تخصصی	از تشکیل آژانس‌های گردشگری تخصصی برای فعالیت در گردشگری فرهنگی و ادبی حمایت شود.
	پژوهش	طرح‌های پژوهشی کاربردی برای توسعه گردشگری ادبی اجرا شوند.
	فیلم و سینما	از ظرفیت‌های سینما برای توسعه گردشگری ادبی استفاده شود.

راهکارهای توسعه گردشگری ادبی در ایران

کارکردها و آثار مطلوب توسعه گردشگری ادبی

نتایج تحلیل محتوای این بخش از گفتمان گردشگری ادبی در ایران، بیانگر ۱۴ گزاره اصلی است (جدول ۵). در واقع، یافته‌های این بخش از گفتمان تأکید می‌کند که رفع موانع و مشکلات توسعه گردشگری ادبی و تحقق موفقیت‌آمیز آن، کارکردهای مثبت و آثار مطلوبی در پی خواهد داشت. اغلب این کارکردها و آثار، هم در محیط جهانی و بین‌المللی و هم در سطح ملی از اهمیت بسزایی برخوردارند. شایان ذکر است که محتوای این گزاره‌ها با کارکردها و آثار مثبت و قابل‌انتظار حاصل از توسعه گردشگری فرهنگی و ادبی در دیگر کشورها نیز همخوانی و سنخیت دارد.

جدول شماره ۵: تحلیل محتوای کیفی گفتمان گردشگری ادبی در ایران: کارکردها و آثار مطلوب توسعه گردشگری ادبی

موضوع / تم	محتوای کلیدی	گزاره اصلی
کارکردها و آثار مطلوب توسعه گردشگری ادبی	قدرت نرم	توسعه گردشگری ادبی سبب افزایش قدرت نرم کشور می‌شود.
	دیپلماسی فرهنگی و صلح	گردشگری ادبی، از طریق ایجاد دیپلماسی فرهنگی میان ملت‌ها، به گسترش صلح کمک می‌کند.
	تبلیغ فرهنگ و تمدن	گردشگری ادبی، به تبلیغ فرهنگ و تمدن کشور در سطح جهان می‌انجامد.
	خنثی‌سازی تبلیغ منفی	تبلیغ و اشاعه فرهنگ و ادبیات از طریق گردشگری، خنثی‌سازی تبلیغ منفی علیه کشور را در پی دارد.
	تصویرسازی مثبت از فرهنگ و ادب کشور	عرضه ارزش‌های فرهنگی و ادبی به گردشگران خارجی، به تصویرسازی مثبت از فرهنگ و ادبیات کشور می‌انجامد.
	جلوگیری از مصادره شکوفایی ادبیات و فرهنگ	معرفی چهره‌های ادبی کشور از طریق گردشگری ادبی، از مصادره آن‌ها جلوگیری می‌کند.
	هویت و وحدت ملی	گردشگری ادبی، با تقویت جریان فرهیختگی در جامعه، به شکوفایی ادبیات و فرهنگ کشور کمک می‌کند.
	حفاظت از میراث ادبی	گردشگری ادبی، با بسط ارزش‌های فرهنگی و ادبی کشور سبب ارتقای هویت و وحدت ملی می‌شود.
	توسعه اقتصادی	توسعه گردشگری ادبی، ضرورت حفاظت و پاسداری از میراث ادبی کشور را آشکار می‌سازد.
	خودآگاهی فرهنگی	گردشگری ادبی، از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمدزایی سبب تقویت اقتصاد ملی و محلی می‌شود.
	ترویج اوقات فراغت سالم	افزایش شناخت مردم از ادبیات و میراث ادبی کشور، به ارتقای سطح خودآگاهی فرهنگی-ادبی می‌انجامد.
	بسط تعامل‌های فرهنگی	گردشگری فرهنگی-ادبی، از سالم‌ترین اشکال گذران اوقات فراغت و تفریحی از تفریح و آموزش است.
	توانمندسازی محلی	گردشگری ادبی، گفت‌وگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و بسط تعامل‌های فرهنگی را به همراه دارد.
		گردشگری ادبی در سطح جوامع محلی به ارتقای هویت فرهنگی و توانمندسازی اجتماعی کمک می‌کند.

منبع: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری

از میانه سده بیستم تاکنون، صنعت گردشگری رشدی فزاینده را در عرصه تجارت و اقتصاد جهانی پشت سر گذشته است؛ تا جایی که امروزه به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع خدماتی^۱ درآمدزا در جهان، به یکی از عرصه‌های رقابت اقتصادی میان دولت‌ها تبدیل شده است. ایران علی‌رغم اینکه همواره در رتبه‌بندی جهانی هم به‌لحاظ برخورداری از جاذبه‌های طبیعی و هم به‌لحاظ برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی، در ردیف برترین کشورهای جهان جای می‌گیرد، تاکنون نتوانسته است سهم شایان توجهی از گردش مالی صنعت گردشگری در اقتصاد جهانی را در اختیار داشته

باشد. از مهم‌ترین دلایل این مسئله، در اولویت قرار نگرفتن صنعت گردشگری در برنامه‌های توسعه کشور بوده است. با وجود این، از اوایل دهه ۱۳۸۰ شمسی (آغاز قرن ۲۱) به تدریج توسعه گردشگری مورد توجه کارشناسان و محافل علمی و آکادمیک ایران واقع شد (رضوانی و بیات، ۱۳۹۳: ۲۵). در بخش اجرایی نیز طی سال‌های اخیر، به دلایلی مانند رکود و ناپایداری درآمدهای نفتی برای کشور، بخش گردشگری مورد توجه دولت واقع شد؛ تا جایی که به‌عنوان یکی از محوره‌های پیشران در برنامه ششم توسعه مطرح می‌شود.

گردشگری فرهنگی و زیربخش‌های آن، سازگارترین نوع گردشگری با پارادایم توسعه پایدار شناخته می‌شوند؛ زیرا تجربه جهانی نشان داده است که در مقایسه با دیگر اشکال گردشگری، آثار منفی بسیار کمتری بر جامعه و محیط زیست ایجاد می‌کنند. در ایران نیز با توجه به الگوی نظام سیاسی و ساختار اجتماعی کشور، گردشگری فرهنگی از مزیت نسبی برخوردار است و به‌عنوان الگوی مطلوب توسعه گردشگری شناخته می‌شود (مجیدی، ۱۳۸۹: ۲۵۷). در این میان، ادبیات از جایگاه برجسته‌ای در میراث فرهنگی و تاریخی ایران برخوردار است و برخی از بزرگان ادبی این سرزمین مانند فردوسی، نظامی گنجه‌ای، سعدی، حافظ، مولوی، خیام و عطار را می‌توان در تراز بزرگان فرهنگ و ادب جهانی به‌شمار آورد. در مجموع، میراث و فرهنگ ادبی ایران را می‌توان بستری مناسب و منبعی غنی برای توسعه گردشگری ادبی به‌شمار آورد. امروزه در سطح جهانی، این شاخه از گردشگری به‌عنوان یکی از بارزترین جلوه‌های گردشگری فرهنگی و میراث شناخته می‌شود (Hoppen et al, 2014: 40).

در پژوهش حاضر، نتایج تحلیل محتوای کیفی گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران، چارچوبی روشن در این زمینه ارائه می‌دهد. گفتمانی که در پی کنارزدن برداشت‌های نادرست از گردشگری ادبی است و با ارائه تعریفی جامع و جهان‌شمول به گفتمان جهانی نزدیک می‌شود، به تبیین مشکلات و موانع توسعه گردشگری ادبی در ایران از زوایای مختلف می‌پردازد، راهکارها و جایگزین‌های گوناگونی برای توسعه گردشگری ادبی پیشنهاد می‌دهد و سرانجام کارکردهای مطلوب، آثار و پیامدهای مثبت توسعه موفقیت‌آمیز گردشگری ادبی را برمی‌شمارد.

به‌طور خلاصه، مطابق یافته‌ها گردشگری ادبی به مفهوم نوین آن، شاخه‌ای نوپا از گردشگری فرهنگی و گردشگری خلاق^۱ است که ماهیت میان‌رشته‌ای 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 علاقه‌مند است و به بازدید از انواع مکان‌های ادبی یا مشارکت در انواع رویدادهای ادبی می‌پردازد. همچنین گردشگری ادبی، حاصل پیوند ادبیات با جغرافیا (ادبیات با مکان ادبی) است. از نکات شایان توجه در این تعریف می‌توان به مفهوم گردشگری خلاق اشاره کرد (جدول ۱). این مفهوم، برآمده از ویژگی‌های متکثر بازار گردشگری فرهنگ و میراث در عصر پسامدرن است که با طیف گسترده‌ای از انگیزه‌های فرهنگی در سفر همراه می‌شود (Garibaldi, 2012: 43).

آن بخش از گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران که به طرح مشکلات و موانع مرتبط با این حوزه می‌پردازد، رویکرد انتقادی دارد و بیشتر بر شرایط درونی کشور تأکید می‌کند. این رویکرد انتقادی، از یک سو به نقد دولت و مدیریت کلان کشور و از سوی دیگر، به انتقاد از جامعه و نهادهای مرتبط با میراث فرهنگی و ادبی (مانند نهادهای آموزشی و رسانه‌ای) می‌پردازد (جدول ۲). هاپن و همکاران (۲۰۱۴) با در نظر گرفتن پتانسیل‌های فراوان موجود در ادبیات و میراث فرهنگی مشرق زمین، کم‌رونقی گردشگری ادبی در کشورهای آسیایی (مانند ایران)، در قیاس با کشورهای اروپای غربی و آمریکای شمالی را بیشتر ناشی از مسائل ساختاری و شناختی می‌دانند و معتقدند انجام‌دادن پژوهش‌های کاربردی در این زمینه به‌عنوان عاملی پیشرو و بسترساز عمل می‌کند.

در مقایسه با سه موضوع اصلی دیگر، راهکارهای توسعه گردشگری ادبی در ایران با ۲۸ گزاره اصلی، حجم وسیع‌تری از محتوای گفتمان موجود را دربرمی‌گیرد. در مجموع، ماهیت بیشتر این راهکارها بر نقش دولت به‌عنوان عاملی حمایتگر، تسهیلگر، شتاب‌دهنده و برانگیزاننده و نظارت‌کننده در ترویج و توسعه گردشگری ادبی تأکید می‌کند (جدول ۳). در این زمینه شایان ذکر است که اغلب متخصصان و صاحب‌نظران مطالعات گردشگری نیز بر نقش کلیدی دولت‌ها به‌عنوان بازیگر اصلی عرصه اقتصاد سیاسی در توسعه بخش گردشگری تأکید دارند؛ برای مثال، هال (۲۰۰۵) - که از برجسته‌ترین صاحب‌نظران توسعه گردشگری شناخته می‌شود - معتقد است که هفت کارکرد کلیدی دولت در توسعه بخش گردشگری عبارت‌اند از: هماهنگی، برنامه‌ریزی، وضع قانون، کارآفرینی، تشویق و جلب مشارکت، بسط منافع (گردشگری) در جامعه و حفاظت از منافع عمومی و ملی.

سرانجام می‌توان کارکردها و آثار مطلوب توسعه گردشگری ادبی را به‌عنوان فلسفه بنیادین گفتمان گردشگری ادبی شناسایی کرد. براساس یافته‌ها، این کارکردها و آثار، در ابعاد اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی قابل‌شناسایی هستند. این‌گونه کارکردها و آثار مورد انتظار، نقشی تعیین‌کننده در ترسیم اهداف مورد نظر از توسعه گردشگری ادبی دارند؛ بنابراین، اگرچه به‌طور کلی، اهداف اقتصادی نقشی کلیدی و تعیین‌کننده در توسعه کلیت بخش گردشگری دارند، براساس نتایج پژوهش به‌نظر می‌رسد اهداف اساسی در توسعه گردشگری فرهنگی، تا حدودی با سایر اشکال گردشگری تفاوت دارند و دارای ویژگی چندبعدی هستند.

با توجه به نبودن مفهوم گردشگری ادبی در مباحث علمی و آکادمیک کشور، در مجموع، نتایج پژوهش حاضر، بستری نظری و شناختی برای پژوهشگران علاقه‌مند به این حوزه مطالعاتی فراهم می‌آورد. تک‌تک گزاره‌های حاصل از تحلیل محتوای کیفی گفتمان گردشگری ادبی در ایران، دریچه‌ای تازه برای ورود به پژوهش و مطالعه در این زمینه باز می‌کند. همچنین نتایج پژوهش، رهنمودهای ارزنده‌ای برای دولت و سازمان‌های مرتبط با توسعه گردشگری، علاقه‌مندان به گردشگری فرهنگی و ادبی، مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری، صاحبان کسب‌وکار گردشگری و علاقه‌مندان به فعالیت در این زمینه، متولیان میراث فرهنگی و ادبی، سازمان‌های مردمی فعال در بخش فرهنگ و میراث دارد.

منابع

۱. داوودی، علی‌اصغر (۱۳۸۹) نظریه گفتمان و علوم سیاسی، فصلنامه مطالعات سیاسی، سال ۲، شماره ۸، صص ۷۴-۵۱.
۲. رضوانی، محمدرضا و بیات، ناصر (۱۳۹۳) تحلیل جایگاه گردشگری روستایی در برنامه‌های کلان توسعه‌ی کشور (با تأکید بر برنامه‌های پنج‌ساله توسعه‌ی ملی)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۳، شماره ۹، صص ۳۰-۱۱.
۳. سعیدی علی‌اصغر؛ بهشتی، سیدمحمد؛ رضوانی، رضا (۱۳۹۱) موانع اساسی سیاست‌گذاری گردشگری از نظر نخبگان، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال اول، شماره ۲، صص ۳۳-۵۶.
۴. عقیلی، وحید و لطفی حقیقت، امیر (۱۳۸۹) کاربرد روش تحلیل گفتمان در علوم رفتاری، نشریه دانشنامه، شماره ۷۸، صص ۱۹۴-۱۶۹.
۵. مجیدی، محمدرضا (۱۳۸۹) سیاست گردشگری خارجی در ایران: جستجوی الگوی مطلوب، فصلنامه سیاست، دوره ۴۰، شماره ۴، صص ۲۷۲-۲۵۷.
۶. محرابی، جواد؛ خلیلی شورینی، سیاوش؛ خلفی، احمد (۱۳۸۹) بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در جمهوری اسلامی ایران، مدیریت توسعه و تحول، دوره ۴، شماره ۹، صص ۱۰-۱.
۷. یورگنسن، ماریان و لویز، فیلیپس (۱۳۹۳) نظریه و روش در تحلیل گفتمان، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
8. Andersen, H.-C., & Robinson, M. (2002) Literature and tourism: Reading and writing tourism texts, London: Continuum .

9. Bell, David & Oakley, Kate. (2014) *Cultural Policy*, Routledge.
10. Busby, G., & Klug, J. (2001) Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues, *Journal of Vacation Marketing*, Vol 7, No.4, pp. 316–332.
11. Croy, Glen (2012) *Literary Tourism*. In: Robinson, Peter (editor). *Tourism: The Key Concepts*, Routledge, pp. 119-121 .
12. Egberg, Thyme. & K., Wiberg, B., & Sundin, E. C. (2008) The entangled butterfly and the blue cactus. Two case studies on time-limited psychodynamic psychotherapy, In K. Egberg Thyme (Ed.), *What do you see? Studies on time-limited psychodynamic art psychotherapy*. pp. 1–21.
13. Fawcett, C. & Cormack, P. (2001) Guarding authenticity at literary tourism sites, *Annals of Tourism Research*, Vol.28, No.3, pp. 686–704.
14. Garibaldi, R. (2012) *Il turismo culturale europeo: prospettive verso il 2020*, FrancoAngeli.
15. Hall, C. M. (2005) The role of government in the management of tourism: the public sector and tourism policies, In L. Pender, & R. Sharpley (Eds.), *The management of tourism* (pp. 217-230). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
16. Herbert, D. (2001) Literary places, tourism and the heritage experience, *Annals of Tourism Research*, Vol28, No 2, pp. 312–333.
17. Hoppen, A., & Brown, L., & Fyall, A. (2014) Literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations ,? *Journal of Destination Marketing & Management* 3, pp. 37-47.
18. Howells, V., & Zelnik, T. (2009) Making art: A qualitative study of personal and group transformation in a community arts studio, *Psychiatric Rehabilitation Journal*, Vol 32, No 3, pp. 215–222.
19. Lowe, H.I. (2012) *Mark Twain's Homes and Literary Tourism*, University of Missouri Press.
20. MacLeod, N., & Hayes, D., & Slater, A. (2009) Reading the Landscape: The Development of a Typology of Literary Trails that Incorporate an Experiential Design Perspective, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, Vol 18, No. 2-3, pp. 154-172.
21. Marques, L., & Cunha, C. (2013) Literary rural tourism entrepreneurship: case study evidence from Northern Portugal, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, Vol 5, No 3, pp. 289-303.
22. Mintel (2011) *Literary tourism – international – September* (p. 2011) London: Mintel International Group.
23. Müller, D. K. (2006) Unplanned development of literary tourism in two municipalities in rural Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol 6, No 3, pp. 214–228.
24. Nelson, V (2013) *An Introduction to the Geography of Tourism*, Lanham, MD: Rowan & Littlefield.
25. Ommundsen, W. (2014) If it is Tuesday, this is must be Jane Austen literary tourism and the heritage industry, Available in: [<http://www.textjournal.com.au>]
26. Robinson, M., & Andersen, H. (Eds) (2002) *Literature and tourism: Essays in the reading and writing of tourism*, London: Thomson International.
27. Smith, M & MacLeod, N & Hart Robertson, M. (2010) *Key Concepts in Tourist Studies*, 1st end. SAGE ,London.
28. Squire, S. J. (1994) The cultural values of literary tourism. *Annals of Tourism Research*, No.21, pp. 103–120.
29. Squire, S. J. (1996) Literary tourism and sustainable tourism: Promoting ‘Anne of Green Gables’ in Prince Edward Island, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol 4, No 3, pp. 119–134.
30. Squire, Sh. (1993) Valuing countryside: reflections on Beatrix Potter tourism, *Area* Vol 25, No 1. pp.5-10.

31. Stiebel, Lindy. (2007) Going on (literary) pilgrimage: constructing the Rider Haggard literary trail. Lindy Stiebel, English Studies, UKZN.
32. UNESCO (2013) Creative Cities Network. Available from: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network> □/Accessed 28.10.13.
33. UNWTO. (2015) Tourism Highlights. Accessed: 21st December 2014 [<http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights>]
34. VisitBritain, (2010) Culture and heritage: [<https://www.visitbritain.org/inbound-culture-heritage-attractions-research>] Accessed 07.10.2016 .
35. Watson, Nicola. (2006) The Literary Tourist: Readers and Places in Romantic and Victorian Britain. Basingstoke: Palgrave.

