



طراحی الگوی توسعه گردشگری میراث ناملموس در ایران با رویکرد داده بنیاد

ابولفضل اردشیر تاجزاده نمین^۱، سیامک میکائیلی کیوی^۲، رضا علیزاده سولای^۳

DOI:10.22034/jtd.2021.260560.2195

چکیده

ایران، با بهره‌مندی از پهنه وسیع جغرافیایی، غنای تاریخی و تنوع قومی، ظرفیت‌های بسیاری را برای توسعه گردشگری میراث ناملموس دارد؛ اما تاکنون نظام مدونی برای جذب این‌گونه گردشگر وجود نداشته است. از این رو، هدف از این پژوهش طراحی الگویی برای توسعه گردشگری میراث ناملموس در ایران با استفاده از رویکرد کیفی داده بنیاد است. بدین منظور، مصاحبه‌ای نیمه ساختار یافته متشکل از پنج سؤال کلی با نوزده کارشناس در این حوزه شامل استادان دانشگاه، مدیران گردشگری و راهنمایان فرهنگی تورها انجام شد. این کارشناسان با روش نمونه‌گیری هدفمند و با رویکرد گلوله برفی انتخاب شده بودند. داده‌ها با نرم‌افزار کیفی مکس کیودا و روش کدبندی دستی تجزیه و تحلیل شد. به منظور بررسی روایی صوری و محتوایی، یافته‌ها در اختیار چند نفر از مشارکت‌کنندگان قرار گرفت و نظر آنان اعمال شد. پایایی نیز با روش توافق درون موضوعی بررسی شد که میزان توافق ۸۴ درصد به دست آمد. بنابر یافته‌های پژوهش، عوامل علی شامل عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و دیپلماسی، بسترها و زمینه‌ها شامل خط‌مشی‌گذاری، سازمانی، آموزش و پژوهش و برنامه‌ریزی، موانع شامل نوگرایی (مدرنیسم)، دیوان‌سالاری (بروکراسی)، مدیریت تعارض و دولت، راهکارها شامل بازاریابی، سیستم اطلاعاتی منسجم، مدیریت رویدادها، پشتیبانی و مشارکت، و نتایج و پیامدها شامل پیامدهای اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، ادراکی، توسعه‌ای و پایداری بود. نتایج این پژوهش به سیاست‌گذاران توسعه گردشگری میراث ناملموس در برنامه‌ریزی و اجرا کمک خواهد کرد.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۰۳

واژه‌های کلیدی:

توسعه گردشگری، میراث ناملموس، رویکرد داده بنیاد

مقدمه

بازار گردشگری در بین کشورها، مقاصدی در گسترش گردشگری موفق خواهند بود که از شرایط و امکانات خاص آب‌وهوایی، آثار باستانی، جاذبه‌های طبیعی، آداب و سنن، زیرساخت‌ها و تجهیزات مناسب بهره‌مند باشند (زال و همکاران، ۱۳۹۹). امروزه گردشگری به واقعیت مهم اجتماعی و فرهنگی تبدیل شده است که سبب تغییرات فرهنگی در جوامع میزبان می‌شود. در واقع گردشگری پیش از آن که به عنوان پدیده اقتصادی مطرح

گردشگری یکی از پویاترین بخش‌های در حال توسعه اقتصاد جهان و عامل مهمی در ارتقای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشورها است (Kozhokulov et al., 2019)، به طوری که به منزله صنعتی کاربر به ایجاد اشتغال کمک می‌کند و منبع درآمدزایی برای کشورهای در حال توسعه به‌شمار می‌رود (Groizard & Santana-Gallego, 2018). با توجه به رقابتی شدن

۱. دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران؛

۲. کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)؛ siyamakmikaeeely@gmail.com

۳. کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران؛



باشد امری فرهنگی است (ورهامی و حامدی نسب، ۱۳۹۶). از این رو گردشگری فرهنگی بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد که به گفته دو کروس و مک‌کرچر شامل چهار عنصر گردشگری، استفاده از دارایی‌های میراث فرهنگی، به‌کارگیری تجارب و گردشگر می‌شود (Rodzi et al., 2013). بنابراین آمارهای سازمان جهانی گردشگری که حاکی از افزایش توجه به بازارهای گردشگری فرهنگی در جهان است، ۳۹ درصد از سفرهای بین‌المللی در سال ۲۰۱۷ از این‌گونه گردشگری بوده است که حدود ۵۱۶ میلیون سفر بین‌المللی را در جهان در بر می‌گیرد (Richards, 2018).

تمامی تجربیات بشری که طی قرن‌ها شکل گرفته و به‌سازی شده‌اند در جایی از سرزمین‌ها پنهان می‌شوند که آن را میراث فرهنگی می‌نامند (Bashi, 2015). امروزه میراث فرهنگی و تاریخی جاذبه‌ای مهم برای بسیاری از مناطق است، از این رو عاملی برای جذب گردشگران فعلی و آینده به‌شمار می‌آید. در واقع میراث فرهنگی، به‌منزله بخشی از اقتصاد فرهنگی، مهم‌ترین منبع کسب درآمد از گردشگری شناخته شده است (Gurira & Nglube, 2016). مفهوم دارایی فرهنگی که در کشورهای مختلف به معنای میراث به‌کار می‌رفت نخستین بار در مجمع عمومی شهر لاهه هلند (در سال ۱۹۵۴) روشن و تبیین شد (Vecco, 2010). گردشگری میراث از بعد ملموس و غیرملموس بودن قابل بررسی است. در همین راستا، بنابر نظر یونسکو،^۲ میراث فرهنگی فراتر از آثار تاریخی و عناصر مادی است و بعد ناملموس آن شامل سنت‌های شفاهی برگرفته از آداب و رسوم اجتماعی، آیین‌ها، جشنواره‌ها، هنرهای نمایشی و دانش و توانایی‌های ساخت صنایع دستی است. تا سال ۲۰۰۸، یونسکو ۴۲۹ عنصر میراث فرهنگی ناملموس را شناسایی کرد که ترکیبی از چندین عنصر فرهنگی از جمله رقص، غذا، صنایع دستی و موسیقی است (Oliveira et al., 2020). درک میراث ناملموس فرهنگ‌های گوناگون به گفت‌وگو بین ملت‌ها کمک می‌کند و مردم را به احترام متقابل به سبک‌های دیگر زندگی تشویق می‌کند (UNESCO, 2017). میراث فرهنگی ناملموس نشانه‌ای از ویژگی مهم تمدن بشری شناخته شده است (Su et al., 2020)، همچنین اصالت فرهنگی قوی را نشان می‌دهد و باعث درک عمیقی از

فرهنگ مقصد می‌شود که به‌نوبه خود رقابت‌پذیری آن در عرصه گردشگری میراث را در پی دارد (Kim et al., 2019).

با توجه به ارزش‌های حاکم در ایران، به‌نظر می‌رسد الگوی مطلوب برای توسعه گردشگری آن گردشگری فرهنگی و میراث باشد، ولی تاکنون نظامی مدون و اصولی برای جذب این‌گونه گردشگر وجود نداشته است. بنابراین تحلیل وضعیت گردشگری میراث ناملموس ایران در اتخاذ تدابیری هم‌سو با شناخت و تقویت ظرفیت‌ها در این حوزه و در نهایت جذب حداکثری گردشگر مفید خواهد بود. از نظر نوع گردشگران نیز، معمولاً گردشگران میراث جزو تحصیل‌کرده‌ترین و متعهدترین افرادند (باصولی و همکاران، ۱۳۹۸) که به سفر مبادرت می‌ورزند، از این رو سبب ارتقای فرهنگی جامعه میزبان می‌شوند و کمترین آثار نامطلوب فرهنگی و اجتماعی را در پی خواهند داشت. نظر به این‌که ایران، با بهره‌مندی از تنوع فرهنگی، مذهبی و زبانی و پهنه وسیع جغرافیایی و غنای تاریخی، دارای میراث فرهنگی ناملموس فراوانی است، شناسایی تمامی عوامل و عناصر مرتبط با این ظرفیت عظیم و طراحی الگویی برای آن تأثیر بسزایی در توسعه این نوع از گردشگری خواهد داشت و راهنمایی نظری و عملی برای متولیان اجرایی خواهد بود. از این رو، هدف اصلی از این پژوهش طراحی الگویی برای توسعه گردشگری میراث ناملموس در ایران است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش گردشگری میراث

میراث را آداب و رسوم، فعالیت‌ها، مکان‌ها، اشیا، اشکال هنری و ارزش‌ها می‌دانند که منابع اصلی ابراز وجود و در نهایت خودشناسی بوده و همان‌گونه که از گذشتگان به دوران کنونی رسیده است، باید مزایای آن برای نسل‌های آینده نیز حفظ شود (Devidze & Gigauri, 2015). فرهنگ و گردشگری همواره ارتباطی ژرف با هم داشته‌اند (Richards, 2018)، به‌طوری‌که میراث فرهنگی یکی از مهم‌ترین منابع جذب بازدیدکنندگان در جهان است (Leask, 2016). در واقع می‌توان گفت که شمار چشمگیری از گردشگران هرساله از جاذبه‌های میراث فرهنگی بازدید می‌کنند (Chen & Huang, 2018). آشنایی مردم جهان با میراث فرهنگی و تاریخی یکدیگر یکی از راه‌های رسیدن به صلح جهانی و دوستی بین ملت‌ها است و گردشگری میراث ابزاری قدرتمندی است که این امکان را فراهم می‌آورد.

1. du Cros & Mckercher
2. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization



ناملموس به منزله انگیزه اصلی تنوع فرهنگی و ضامن توسعه پایدار و حفظ تنوع فرهنگی و با در نظر گرفتن جریان جهانی شدن و تغییر شکل اجتماعی که موجب زوال و کم‌رنگ شدن و تخریب میراث ناملموس می‌شود و با توجه به فقدان منابع لازم برای حفاظت از این میراث بشری، با هدف تضمین دوام میراث ناملموس و احیای جنبه‌های گوناگون آن، ثبت میراث ناملموس بشریت را آغاز کرد (باب الحوائجی و همکاران، ۱۳۹۸). چهارده میراث ناملموس ایران در یونسکو ثبت شده است:

- ردیف‌های موسیقی ایرانی (در سال ۲۰۰۹)؛
- مهارت‌های سنتی قالیبافی در کاشان، مهارت‌های سنتی قالیبافی در فارس، موسیقی نواحی خراسان، آیین‌های پهلوانی و زورخانه‌ای و هنر نمایشی-آیینی تعزیه (در سال ۲۰۱۰)؛
- هنر نقالی و داستان‌سرایی نمایشی ایرانی، مهارت‌های سنتی لنج‌سازی و لنج‌رانی در خلیج فارس (در سال ۲۰۱۱)؛
- مراسم قالی‌شویان مشهد اردهال در کاشان (در سال ۲۰۱۲)؛
- شیوه پخت نان لواش با نام‌های لواش، کتیرما، ژوپکا و یوفکا^۲ به طور مشترک بین ایران، آذربایجان، قزاقستان، قرقیزستان، ترکیه، عید نوروز به طور مشترک بین ایران، افغانستان، آذربایجان، هند، عراق، قزاقستان، قرقیزستان، ازبکستان، پاکستان، تاجیکستان، ترکمنستان و ترکیه (در سال ۲۰۱۶)؛

- هنر ساخت و نوازندگی کمانچه به طور مشترک بین ایران و آذربایجان، چوگان‌بازی اسب‌سواری همراه با موسیقی و داستان‌پردازی (در سال ۲۰۱۷)
- مهارت‌های سنتی ساخت و نوازندگی دوتار (در سال ۲۰۱۹) (UNESCO, 2019).

در این پژوهش تلاش شده است که عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری میراث ناملموس ایران شناسایی شود و راهکارهای لازم در جهت توسعه این گونه گردشگری در قالب الگویی به نهادهای دولتی و خصوصی صنعت گردشگری ارائه شود. در ادامه به برخی پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه اشاره می‌شود:

کیم و همکاران (2019) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که توسعه میراث فرهنگی ناملموس، به‌منزله منبع گردشگری پایدار، به رابطه هم‌زیستی مثبت و سازنده بین حفاظت از اصالت میراث فرهنگی

مقصود از گردشگری میراث تمرکز بر استفاده گردشگری از بقایای ملموس و غیرملموس گذشتگان (Yu & Xu, 2019) است. به بیان دیگر، گردشگری میراث فرهنگی مسافرت مردم به خارج از محیط زندگی‌شان برای بازدید از مناطق تاریخی، شرکت در جشنواره‌های محلی، لذت‌بردن از صنایع دستی و هنرهای محلی و تفریح و گشت‌وگذار است (زال و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین، گردشگری میراث را میراث فرهنگی محلی می‌دانند که در آن گردشگری انجام می‌شود و هدف از آن ارتقای علاقه و اشتیاق به تاریخ و باستان‌شناسی و حفاظت از محوطه‌های تاریخی است (Baram, 2008).

گردشگری میراث یکی از عوامل رشد اقتصاد محلی، ملی و منطقه‌ای است که نقش مهمی در توسعه پایدار ایفا می‌کند. تقاضا برای گردشگری مبتنی بر میراث فرهنگی به چندین عامل از جمله افزایش آگاهی از میراث، افزایش اوقات فراغت و درآمد و دسترسی بیشتر به هنرهای گوناگون و نیاز به پیشی‌گرفتن از تجارب معاصر برای جبران کمبودها و خواسته‌ها نسبت داده شده است (Park et al., 2019).

میراث ناملموس فرهنگی

امروزه میراث فرهنگی به دو دسته ملموس و ناملموس تقسیم می‌شود (Vecco, 2010). میراث ناملموس فرهنگی احساس هویت مشترک برای جوامع است (Masoud et al, 2019) که مطابق با تعریف کنوانسیون صیانت از میراث فرهنگی ناملموس سازمان یونسکو، به معنای اقدامات، نمایش‌ها، ابزارها، دانش، مهارت‌ها و نیز وسایل، اشیاء، مصنوعات دستی و فضاهای فرهنگی مرتبط با آن‌ها است که جوامع و گروه‌ها و در برخی موارد افراد آن‌ها را بخشی از میراث فرهنگی خود می‌شناسند. این میراث، که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود، مدام توسط جوامع و گروه‌ها در پاسخ به محیط و طبیعت و تاریخ بازآفرینی می‌شود و حس هویت و استمرار را برایشان به ارمغان می‌آورد و بدین ترتیب احترام به تنوع فرهنگی و خلاقیت بشری را ترویج می‌کند (UNESCO, 2003). میراث فرهنگی ناملموس بنیادی‌ترین وجه حیات اجتماعی و فکری ملت‌ها و منشأ هویت‌ها و تنوع‌ها است (Mascari, 2009) که پلی بین گذشته و حال و آینده برقرار می‌کند (Petronela, 2016).

یونسکو، در سی‌ودومین نشست خود در پاریس (در سال ۲۰۰۳)، به علت اهمیت میراث فرهنگی

1. Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage

2. Katyrma, Jupka & Yufka



ناملموس و ارزش اقتصادی- اجتماعی آن نیاز دارد. همچنین، بیان می‌دارند که علاقه و آگاهی جامعه محلی به میراث ناملموس فرهنگی و توجه کارشناسان به تأثیرات منفی این نوع توسعه لازم و ضروری است. در پژوهشی دیگر با عنوان «نقش میراث فرهنگی ناملموس در گردشگری مناطق حفاظت‌شده طبیعی»، اصفهانی و آلبرشت (۲۰۱۸) نتیجه می‌گیرند که میراث فرهنگی ناملموس محلی در گردشگری به سه روش استفاده می‌شود: اول، منبع جذب گردشگر. دوم، ابزار حفاظت به‌ویژه در مواردی که محیط طبیعی دارای معانی فرهنگی قوی است. سوم، محرکی برای تسهیل فرهنگی. پترونلا (2016) در مقاله خود با عنوان «اهمیت میراث فرهنگی ناملموس در اقتصاد» بیان می‌کند که میراث فرهنگی ناملموس در قالب گردشگری تأثیر بسزایی در تولید ناخالص داخلی کشور و ایجاد اشتغال دارد و به توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور کمک می‌کند. همچنین بیان می‌دارد که مردم محلی مستقیماً از طریق رونق هتل‌ها و بخش حمل‌ونقلی و صنایع دستی و غیرمستقیم از طریق ارتقای زیرساخت‌ها، افزایش توان‌بخشی شهری و حفاظت از مکان‌های تاریخی از مزایای آن بهره‌مند می‌شوند. رودزی و همکاران (۲۰۱۳) در مقاله‌ای با عنوان «ارتباط گردشگری و میراث ناملموس فرهنگی»، ضمن اشاره به افزایش چشمگیر ورود گردشگران به شهر مالاکای مالزی پس از ثبت آن در یونسکو، بیان می‌دارند که این چشم‌انداز همواره مثبت نیست و ممکن است آثار منفی نیز داشته باشد. از آثار منفی به کالایی‌سازی و تصرف فرهنگی اشاره شده است. گونزالز (2008) در پژوهشی با عنوان «گردشگری میراث ناملموس و هویت» بیان می‌دارد که گردشگری میراث ناملموس منبعی از هویت را جدا از مکان‌های محلی فراهم می‌کند و در واقع تبدیل به گردشگری وجودی یا عضوی از وجود فرد می‌شود.

بنابر نتایج پژوهش مقصودی و طاهانی (۱۳۹۹) با عنوان «بررسی ابعاد میراث ناملموس فرهنگی در توسعه صنعت گردشگری»، توسعه این‌گونه گردشگری سبب رونق اقتصادی و افزایش رفاه در جوامع محلی می‌شود و نرخ مهاجرت به شهرهای بزرگ و تغییرات منفی الگوهای جمعیتی را نیز کاهش می‌دهد. فروغی و همکاران (۱۳۹۹) با بررسی «پیامدهای ثبت میراث فرهنگی در فهرست میراث جهانی یونسکو بر اعمال حاکمیت دولت‌ها» به این نتیجه رسیدند که ثبت میراث فرهنگی در میراث جهانی حاکمیت سرزمینی

دولت‌ها را از جنبه‌های متعددی محدود می‌کند، از جمله اختیار دولت‌ها در تعریف و شناسایی مصادیق میراث فرهنگی، صلاحیت کیفری انحصاری دولت‌ها و اعمال اصل سنتی حاکمیت سرزمینی دولت‌ها بر اموال واقع در قلمرو خود. همچنین، نقض تعهدات ناشی از آن مسئولیت بین‌المللی را در پی دارد. عبدی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود با عنوان «شناسایی اثرات برگزاری رویداد ورزشی کشتی باجوچه بر جوامع میزبان» بیان می‌دارند که تأثیرات این رویداد، که میراثی ناملموس است، در بردارنده شش مضمون اصلی اقتصادی، اجتماعی، تفریحی- گردشگری، زیست‌محیطی، فرهنگی و سیاسی و هفده مضمون فرعی است. رزاقی (۱۳۹۸) در بررسی ظرفیت‌های گردشگری میراث فرهنگی و طبیعی در نوار ساحلی مکران استان هرمزگان به این نتیجه رسید که نقش ظرفیت‌های میراث طبیعی در مکران در نظام گردشگری منطقه شایان توجه است و پس از آن ظرفیت‌های میراث فرهنگی ملموس و ناملموس در برنامه‌های مداخلاتی مطرح می‌شود. همچنین افخمی و زینالی آناری (۱۳۹۶) در پژوهش خود با بازنمایی میراث ناملموس سارای به این نتیجه رسیدند که میراث ناملموس سرمایه‌ای فرهنگی است که می‌تواند زمینه‌ساز اراده و مقاومت کنشگران جامعه برای گذر از بحران‌های فرهنگی‌شان شود. این پژوهشگران میراث معنوی را فراتر از میراث مادی و آن را عامل رشد ارزش‌های مشترک می‌دانند. هاله (۱۳۹۵)، در پایان‌نامه خود با عنوان بررسی راهکارهای حفظ و احیای میراث فرهنگی ناملموس به کمک گردشگری، عنوان می‌کند که معرفی و شناساندن میراث ناملموس به مردم و برگزاری کارگاه‌های آموزشی نقش مؤثری در حفظ این میراث ایفا می‌کند. قائدیها هونجانی (۱۳۹۴)، در بررسی پتانسیل‌های ایجاد کسب‌وکار از طریق میراث فرهنگی ناملموس، بیان می‌دارد که در جهت ایجاد کسب‌وکار در زمینه میراث فرهنگی ناملموس نباید نگاه درآمدزایی داشت و هدف از ایجاد کسب‌وکار در این زمینه باید حفظ و نگهداری این میراث باشد. همچنین چهار عامل حمایت دولت، سرمایه‌گذاری بر نیروی انسانی، آگاه‌سازی و تبلیغات و تلفیق کارآفرینی میراث ناملموس با حوزه گردشگری را سبب اشتغال‌زایی بیشتر در این حوزه می‌داند.

با بررسی این مطالعات درمی‌یابیم که تاکنون پژوهش مدونی در خصوص ارائه راهکار و الگو در زمینه توسعه گردشگری میراث ناملموس ایران انجام نشده است. از این رو، پژوهش پیش‌رو با درک ضرورت طراحی

الگوی توسعه گردشگری میراث ناملموس و اهمیت به‌کارگیری رویکرد داده‌بنیاد در استخراج الگوی بومی انجام شده است. نتایج این پژوهش بنیادی سبب توجه بیشتر به توسعه این نوع گردشگری در ایران خواهد شد.

روش پژوهش

پژوهش، از نظر روش، کیفی با رویکرد استقرایی و از لحاظ جهت‌گیری پژوهشی بنیادی است. روش کیفی به‌کاررفته مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد است. تئوری داده‌بنیاد روالی نظام‌مند و کیفی است تا نظریه‌ای تولید کند که فرایند یا کنش یا برهم‌کنشی درباره موضوعی واقعی را در سطح مفهومی کلی تشریح کند (Creswell, 2002). از میان رویکردها نیز، رویکرد اشتراوس و کوربین (2008) به‌علت ساختارمندی بیشتر برای این پژوهش انتخاب شده است. هدف از انتخاب نمونه فهم عمیق‌تر پدیده‌های موردبررسی و کشف نظریه‌ها است. بر این اساس، با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و رویکرد گلوله برفی، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته‌ای با برخی کارشناسان انجام شد که شامل اعضای هیئت علمی و استادان دانشگاه در رشته‌های گردشگری و باستان‌شناسی، مدیران هتل، آژانس و آموزشگاه گردشگری و راهنمایان فرهنگی تورهای گردشگری آشنا به موضوع پژوهش بودند. ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱: مشخصات توصیفی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	نوع و میزان تحصیلات	حرفه	جنسیت
۱	دکتری باستان‌شناسی	استاد دانشگاه	مرد
۲	دکتری باستان‌شناسی	استاد دانشگاه	مرد
۳	دکتری گردشگری	استاد دانشگاه	مرد
۴	دکتری گردشگری	مدرس دانشگاه	مرد
۵	کارشناسی ارشد گردشگری	راهنمای فرهنگی تور	مرد
۶	کارشناسی ارشد گردشگری	راهنمای فرهنگی تور	زن
۷	کارشناسی ارشد گردشگری	راهنمای فرهنگی تور	زن
۸	کارشناسی ارشد گردشگری	مدیر اقامتگاه بوم‌گردی	مرد
۹	کارشناسی ارشد باستان‌شناسی	راهنمای فرهنگی تور	زن
۱۰	کارشناسی ارشد	مدیر آژانس - راهنمای فرهنگی	مرد
۱۱	کارشناسی ارشد گردشگری	مدیر فنی آژانس	مرد
۱۲	کارشناسی ارشد گردشگری	راهنمای فرهنگی تور	زن
۱۳	کارشناسی باستان‌شناسی	راهنمای فرهنگی تور	مرد
۱۴	کارشناسی زبان‌شناسی	راهنمای فرهنگی تور	زن
۱۵	کارشناسی گردشگری	راهنمای فرهنگی تور	زن
۱۶	کارشناسی زبان انگلیسی	مدیر آموزشگاه گردشگری	مرد
۱۷	کارشناسی	راهنمای فرهنگی بین‌المللی تور	مرد
۱۸	کارشناسی	کارمند اداره میراث فرهنگی	مرد
۱۹	کارشناسی زبان انگلیسی	مدیر هتل	مرد



به منظور انتخاب افراد خبره برای مصاحبه، بنابر روش گلوله برفی، بعد از انجام هر مصاحبه از آنان خواسته می‌شد که فرد دیگری با ویژگی‌های لازم را معرفی نمایند. سوالات مصاحبه پژوهش از نوع سوالات باز پاسخ بدین قرار بود: ضرورت‌های وجود گردشگری میراث ناملموس در ایران چه مواردی است؟ چه بستری برای تحقق گردشگری میراث ناملموس در ایران لازم است؟ چه راهکارهایی برای تحقق توسعه گردشگری میراث ناملموس در ایران پیشنهاد می‌کنید؟ موانع توسعه گردشگری میراث ناملموس در ایران چه مواردی است؟ نتایج و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری میراث ناملموس در ایران چیست؟ میانگین زمان مصاحبه‌ها ۴۵ دقیقه بود. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در مصاحبه ۱۷ اشباع نظری به دست آمد. برای اطمینان بیشتر، دو مصاحبه دیگر نیز انجام گرفت.

مقوله‌ها پایه‌هایی برای ساخت نظریه‌اند (Corbin & Strauss, 2008). بنابراین، از بطن انبوه داده‌های اولیه، مقوله‌های مقدماتی استخراج و سپس تجزیه و تحلیل شد. در آخر نیز جدول کدگذاری باز تشکیل شد. برای کدگذاری مصاحبه‌ها از دو روش نرم‌افزاری و دستی استفاده شد. ابتدا متن مصاحبه‌ها از طریق نرم‌افزار مکس کیودا ۱۱ که از نرم‌افزارهای رایج در پژوهش‌های کیفی است دسته‌بندی شد. سپس کدها به صورت دستی استخراج شد. در مرحله کدگذاری محوری، مقوله اصلی که در این پژوهش توسعه گردشگری میراث ناملموس است به طور دقیق واکاوی شد و بقیه مقوله‌ها حول محور مقوله اصلی به آن ارتباط داده شدند. مقوله‌ها شامل ضرورت‌ها و ملزومات (شرایط علی یا علت‌های شکل‌گیری مقوله اصلی)، بسترها (زمینه‌های شکل‌دهنده مقوله اصلی)، موانع (عواملی که به نوعی بر مقوله اصلی تأثیرگذارند)، راهکارها (همان راهبردها برای تحقق موضوع اصلی) و نتایج و پیامدها (پیامدهای حاصل از تحقق مقوله اصلی) است. در مرحله کدگذاری انتخابی (گزینشی) نیز به تدوین رابطه بین مقوله‌ها پرداخته شده است.

به منظور اطمینان از روایی پژوهش، یافته‌ها برای بررسی در اختیار عده‌ای از مشارکت‌کنندگان قرار گرفت و با مطالعه الگوی نهایی و بررسی نظر آنان اصلاحاتی به عمل آمد. همچنین، با استفاده از نظر خبرگان و ناظر بیرونی پس از اتمام فرایند، نتایج پژوهش

بازبینی شد. برای بررسی و اطمینان از پایایی پژوهش، از میان مصاحبه‌های صورت گرفته چند مصاحبه انتخاب و در فاصله زمانی بیست روز دوباره کدگذاری شد و نتایج دو کدگذاری با یکدیگر مقایسه شد. کدهایی که مشابه بودند «کدهای بدون توافق» نام‌گذاری شد و پایایی بازآزمون نیز از طریق فرمول زیر محاسبه شد.

$$\text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 100}{\text{تعداد کل کدها}}$$

از میان مصاحبه‌ها، سه مصاحبه شماره ۶، ۱۲ و ۱۸ انتخاب شد و یک ناظر بیرونی، در فاصله بیست روز، آن‌ها را دوباره کدگذاری کرد. ۷۳ کد از سه مصاحبه استخراج شد و ۳۱ مورد کد مورد توافق دو مقطع کدگذاری قرار گرفت، که بر اساس فرمول مزبور برابر با ۸۴ درصد شد که پذیرفتنی است.

جدول ۲: پایایی بازآزمون

شماره مصاحبه	تعداد کل داده‌ها	تعداد توافقات	میزان پایایی
۶	۲۴	۱۰	٪۸۳
۱۲	۲۷	۱۱	٪۸۱
۱۸	۲۲	۱۰	٪۹۰
جمع	۷۳	۳۱	٪۸۴

یافته‌های پژوهش

با انجام مصاحبه‌های عمیق و استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا برای استخراج اطلاعات، در نهایت ۲۴ مقوله و ۱۱۷ کد باز از بطن داده‌ها به دست آمد. مجموعه‌ای از کدهای باز به کدهای محوری تبدیل شدند و مقوله‌ها را تشکیل دادند. مقوله‌ها و کدهای باز در پنج جدول، به ترتیب ضرورت‌ها (شرایط علی)، بسترها، موانع، راهکارها و نتایج و پیامدها ارائه شده است که بخش نتایج و پیامدها با ۲۷ کد و بخش موانع با ۲۰ کد دارای بیشترین و کمترین کدهای باز در این پژوهش‌اند. جدول ضرورت‌ها و چالش‌ها شامل ۲۶ کد باز و پنج مقوله محوری اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و دیپلماسی است.

جدول ۳: ضرورت‌های توسعه گردشگری میراث ناملموس

<ul style="list-style-type: none"> - هزینه کمتر از گونه‌های دیگر گردشگری - ایجاد اشتغال و درآمدزایی - پایه و بنیان توسعه سایر بخش‌های گردشگری - توسعه همه‌جانبه گردشگری - ایجاد مقصد گردشگری - تنوع بخشی به صنعت گردشگری و بخش‌های آن 	اقتصادی	
<ul style="list-style-type: none"> - جایگاه فرهنگی ویژه گردشگری میراث ناملموس در بین اقوام - وجود شیوه‌های ساخت و علم صنایع دستی - آداب رسوم و سنن خاص اقوام - فرهنگ‌های متنوع و غنی - وجود اشتراکات فرهنگی بین اقوام - لزوم احیای موارث فراموش شده - تنوع گویش‌ها و زبان گفتاری - شعرها و نوشته‌های کتبی و شفاهی 	فرهنگی	ضرورت‌ها
<ul style="list-style-type: none"> - جایگاه ویژه میراث ناملموس در زندگی اجتماعی - جایگاه ویژه میراث ناملموس در اعتقادات و تفکرات افراد - شناخت دقیق شیوه زندگی اقوام مختلف - وابستگی و ارتباط عمیق افراد با میراث‌های ناملموس 	اجتماعی	
<ul style="list-style-type: none"> - وجود شخصیت‌های افسانه‌ای و تاریخی گوناگون - تقید عمیق مذهبی و مراسمات مذهبی و تاریخی متنوع - داستان‌های تاریخی گوناگون - وجود حوادث و رویدادهای تاریخی در گذشته‌های دور و نزدیک 	تاریخی	
<ul style="list-style-type: none"> - جایگاه ویژه در مجامع بین‌الملل - اجبار کنوانسیون بین‌المللی سازمان یونسکو در خصوص حفظ موارث ناملموس - جلوگیری از ادعای مالکیت میراث‌های ناملموس توسط سایر کشورها - تحکیم روابط سیاسی با کشورهای دارای میراث مشترک و مرتبط 	دیپلماسی	

بسترها و زمینه‌های توسعه گردشگری میراث ناملموس متشکل از ۲۳ کد باز است و این کدهای باز زیر مجموعه چهار مقوله محوری خط‌مشی‌گذاری، عوامل سازمانی، آموزش و پژوهش و برنامه‌ریزی است که در جدول ۴ به تفصیل به آن‌ها اشاره شده است.

جدول ۴: بستر و زمینه‌های توسعه گردشگری میراث ناملموس

<ul style="list-style-type: none"> - سیاست‌گذاری‌های کلان درخصوص توسعه این حوزه از گردشگری - خط‌مشی‌های اجرایی در ارتباط با این حوزه از گردشگری - ایجاد جایگاه ویژه برای این حوزه در برنامه‌های کلان توسعه کشور - ایجاد جایگاه ویژه به این حوزه در طرح‌های جامع استان‌ها - تصویب قوانین در راستای حمایت از مستندسازها - تصویب قوانینی برای حمایت از سازمان‌های مردم‌نهاد - تصویب قوانینی برای حمایت از هنرمندان صنایع دستی - خط‌مشی‌های صلح طلبانه در سیاست خارجی 	خط‌مشی‌گذاری	
	سازمانی	
<ul style="list-style-type: none"> - تسهیل محدودیت‌های میان‌سازمانی - تسریع فرایند صدور مجوزها - تسهیل ارتباط بخش خصوصی و دولتی 	آموزش و پژوهش	بستر و زمینه‌ها
<ul style="list-style-type: none"> - اهمیت‌دادن به بخش پژوهش‌های نظری - اهمیت‌دادن به پژوهش‌های میدانی در این حوزه - توسعه دانش دانشگاهی و مدرسه‌ای در این حوزه - تربیت جامعه دغدغه‌مند در مورد میراث‌های ناملموس - نظام بازآموزی کارشناسان 	برنامه‌ریزی	



(بروکراسی)، مدیریت تصویر، تعارض و دستگاه دولت. کدهای باز نیز در این عوامل تأثیرگذارند که در جدول ۵ گزارش شده‌اند.

در بخش سوم یافته‌های پژوهش، موانع توسعه گردشگری میراث ناملموس ارائه می‌شود. در این بخش، پنج مفهوم کلی موانع توسعه این‌گونه گردشگری شناخته شده است: نوگرایی (مدرنیسم)، دیوان‌سالاری

جدول ۵: موانع توسعه گردشگری میراث ناملموس

<ul style="list-style-type: none"> - آگاهی کم نسل جدید از میراث‌های ناملموس - دگرگون شدن شکل برخی از میراث‌های ناملموس - از یاد رفتن برخی از میراث‌ها - یکسان شدن فرهنگ‌ها در جهان - جایگزینی برخی از سخت‌افزارهای میراث ناملموس با انواع جدید - مدرن شدن سبک‌های زندگی 	نوگرایی	
<ul style="list-style-type: none"> - طولانی بودن فرایند صدور مجوزها - ناهماهنگی بین بخش خصوصی و دولتی - ناهماهنگی میان سازمانی در بخش دولتی - مجوز قانونی برای شرکت در برخی آیین‌ها 	دیوان‌سالاری	
<ul style="list-style-type: none"> - کلیشه ناامنی خاورمیانه - تبلیغات منفی برخی رسانه‌های خارجی درباره ایران - تبلیغات منفی برخی رسانه‌های خارجی درباره مسلمانان 	مدیریت تصویر	
<ul style="list-style-type: none"> - تفاوت‌های فرهنگی گردشگران و جامعه میزبان - مجوز عرفی شرکت در آیین‌ها و جشن‌ها - پنهان‌کاری برخی از خرده‌فرهنگ‌ها - محدودیت اجتماع در برخی موارد 	تعارض	موانع
<ul style="list-style-type: none"> - حمایت‌های اندک دولتی - آگاهی کم دستگاه دولت از پتانسیل‌های این حوزه - تقابل برخی میراث‌ها با ارزش‌های حاکم دستگاه دولت 	دولت	

به منظور رفع موانع پیش‌رو و تحقق توسعه گردشگری میراث ناملموس، راهکارها و راهبردهایی به دست آمده است که در جدول ۶ به تفصیل بیان شده است. این جدول شامل پنج مقوله محوری و ۲۱ کد باز است. مقوله‌های محوری شامل بازاریابی، سیستم اطلاعاتی منسجم، مدیریت رویدادها، پشتیبانی و مشارکت است.

جدول ۶: راهکارهای توسعه گردشگری میراث ناملموس

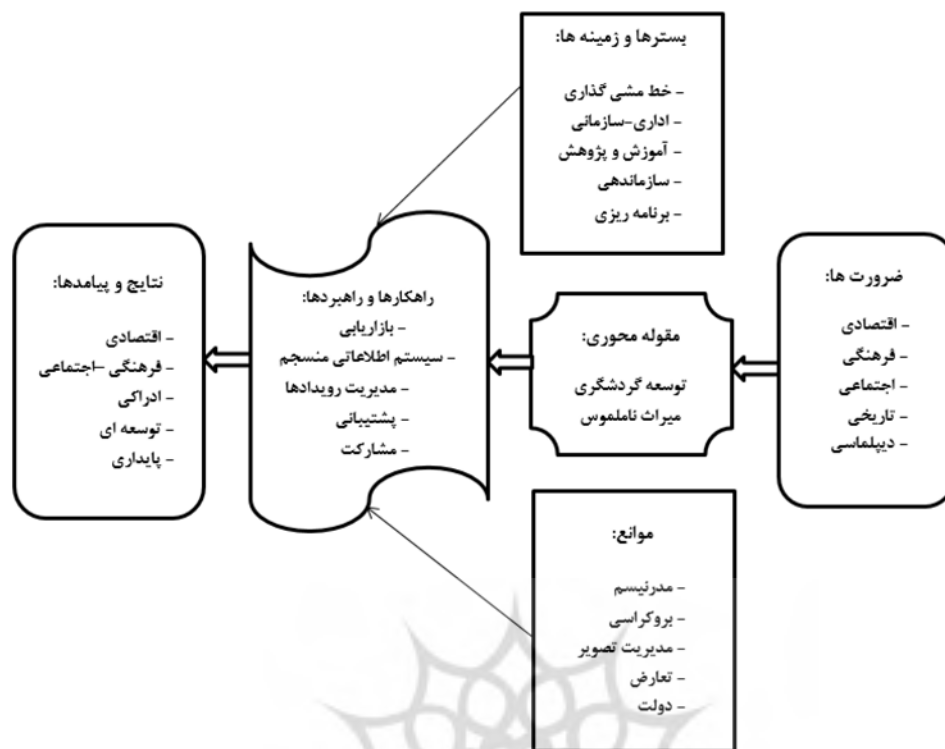
<ul style="list-style-type: none"> - الگوبرداری از نمونه‌های موفق در جهان - تقویت تصویر جاذبه - تبلیغات و تولید محتوا در رسانه‌های داخل و خارج - تولید محتوا در فضای مجازی - برندسازی میراث ناملموس ایران - طراحی تقویم میراث ناملموس ایران - اعطای تقویم میراث ناملموس به تورگردان‌های بین‌المللی - طراحی و پیشبرد تورهای خلاقانه میراث ناملموس 	بازاریابی	
<ul style="list-style-type: none"> - ریشه‌یابی آثار ناملموس و خارج کردن آن از حالت اسطوره و افسانه - احیای آیین‌های فراموش شده - افزایش تعداد ثبت‌های میراث ناملموس - تعیین شاخص‌ها، معیارها و استانداردهای فعالیت در این حوزه 	نظام اطلاعاتی منسجم	
<ul style="list-style-type: none"> - برگزاری نمایشگاه‌هایی در این حوزه - گرامی‌داشت زبان‌ها و گویش‌ها و سنن معنوی کشور - ایجاد نمایشگاه دائمی میراث ناملموس کشور 	مدیریت رویدادها	
<ul style="list-style-type: none"> - اعطای مشوق‌های سرمایه‌گذاری به بخش خصوصی - حمایت مادی و معنوی از فعالان این حوزه - معافیت‌های مالیاتی برای احیای برخی مشاغل 	پشتیبانی	راهکارها
<ul style="list-style-type: none"> - جلب اعتماد و مشارکت جامعه محلی با دولت - مشارکت بخش خصوصی با جامعه محلی - مشارکت بخش خصوصی با دولت 	مشارکت	



در آخرین بخش یافته‌ها، ۲۷ کد باز و پنج مفهوم تأثیرات و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری میراث ناملموس شناخته شد. مقوله‌های محوری این بخش شامل اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، ادراکی، توسعه‌ای و پایداری است. مقوله فرهنگی - اجتماعی بیشترین کد باز این بخش را شامل می‌شود. جدول ۷ این نتایج و پیامدها را بیان می‌کند.

جدول ۷: نتایج و پیامدهای توسعه گردشگری میراث ناملموس

<ul style="list-style-type: none"> - توزیع متوازن درآمد گردشگری - کسب درآمد بیشتر از صنعت گردشگری - ورود ارز به کشور - افزایش تنوع خدمات و محصولات گردشگری و تورها - طولانی شدن فصل گردشگرپذیر و کاهش بیکاری فصلی - احیای مشاغل سنتی و صنایع دستی 	اقتصادی	نتایج و پیامدها
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش قرابت فرهنگی بین اقوام کشور - ایجاد حس تفاخر فرهنگی در جامعه میزبان - رونق گردشگری سالم و معنویت محور - تثیر پذیری گردشگران از فرهنگ ایرانی-اسلامی - آشنایی عمیق تر گردشگران با غنای فرهنگی ایران - کمک به حفظ زبانها و گویشها - انسجام اجتماعی جامعه محلی 	فرهنگی-اجتماعی	
<ul style="list-style-type: none"> - اصلاح تصاویر رایج و کلیشه‌ای از مردم مناطق مختلف کشور - اصلاح تصویر ذهنی از ایران در دنیا - افزایش غنای بازدیدی و محتوایی سفرها - خلق تجربه‌های اصیل برای گردشگران - عادی شدن حضور گردشگران در مراسمات 	ادراکی	
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش تعداد مسیرهای گردشگری - افزایش تعداد ثبت‌های میراث ناملموس - توسعه دیگر بخش‌های گردشگری - افزایش تعداد گردشگران ورودی به کشور - بهبود کیفیت زیرساخت‌ها 	توسعه‌ای	
<ul style="list-style-type: none"> - توزیع متوازن تعداد گردشگر - کمک به تحقق توسعه پایدار - حفظ موارث ناملموس - احیای میراث‌های ناملموس فراموش شده 	پایداری	



شکل ۱: الگوی توسعه گردشگری میراث ناملموس

آداب و رسوم و سنن خاص اقوام و همچنین مواردی فراموش شده آشکار می شود. این یافته ها با نتایج پژوهش های افخمی و زینالی آناری (۱۳۹۶) و اصفهانی و آبرشت (۲۰۱۸) هم خوانی دارد.

همچنین، بنابر نتایج پژوهش، شناخت دقیق اقوام کشور و درک وابستگی و ارتباطشان با میراث ناملموس از ضرورت های اجتماعی توسعه این نوع از گردشگری است که یافته های مطالعه افخمی و زینالی آناری (۱۳۹۶) با نتایج این بخش هم راستا است. بنابر دیدگاه خبرگان شرکت کننده در این پژوهش، شخصیت های افسانه ای و تاریخی، داستان های تاریخی و حوادث و رویدادهای تاریخی فراوانی در محدوده فرهنگی ایران وجود دارد و مردم ایران هنوز هم اعتقاد عمیقی به مراسمات تاریخی و مذهبی دارند که این موارد مهم ترین ضرورت های تاریخی توسعه گردشگری میراث ناملموس ایران است. نتایج پژوهش گونزالز (2008) با این یافته ها هم سو است.

در بحث ضرورت های دیپلماتیک، نتایج پژوهش بیانگر آن است که ثبت و توسعه میراث ناملموس جایگاه ویژه ای را برای هر کشور در مجامع بین المللی فراهم می سازد و موجب جلوگیری از تحریف این

بحث و نتیجه گیری

در پژوهش پیش رو، الگوی توسعه گردشگری میراث ناملموس در ایران با رویکرد داده بنیاد طراحی شده است. بر این اساس، داده های حاصل از مصاحبه با نخبگان کدگذاری شده و با استفاده از تئوری داده بنیاد نظریه پردازی صورت گرفته است. الگوی نهایی مشتمل بر ۲۴ مفهوم اصلی و ۱۱۷ خرده مفهوم طراحی شده است. بنابر یافته های پژوهش، محور ضرورت ها شامل پنج مقوله اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و دیپلماسی است. در مقوله اقتصادی، یافته های پژوهش نشان می دهد که گردشگری میراث ناملموس هزینه کمتری از انواع دیگر گردشگری دارد، از قابلیت اشتغال زایی گسترده ای برخوردار است، موجب توسعه همه جانبه و تنوع بخشی به دیگر گونه های گردشگری در مقصد می شود. این یافته ها با نتایج مطالعات اصفهانی و آبرشت (۲۰۱۸)، پترونلا (2016)، مقصودی و طاهایی (۱۳۹۹) هم سو است.

از طرفی، یافته های پژوهش نشان می دهد که میراث ناملموس در بین اقوام ایران از جایگاه والایی برخوردار است، از این رو ضرورت توجه بیشتر به روش های ساخت صنایع دستی، حفظ و احیای



و مسلمانان در اذهان گردشگران خارجی تأثیرات منفی بسیاری دارد و خود از موانع جذب گردشگر برای دیدار از میراث ناملموس ایران به‌شمار می‌رود. همچنین، با توجه به نتایج پژوهش، موانع تعارضی بیانگر وجود برخی ناملازمات در برخورد جامعه میزبان و مهمان در اثر تفاوت‌های فرهنگی، اجتناب از حضور گردشگران در برخی مراسمات و پنهان‌کاری برخی از خرده‌فرهنگ‌ها در تشریح میراث ناملموسشان است. دستگاه دولت نیز، با ناآگاهی از پتانسیل‌های این حوزه که در برخی موارد موجب حمایت نکردن از این بخش می‌شود، موانعی را در راستای توسعه گردشگری میراث ناملموس ایجاد می‌کند. نتایج پژوهش قاندها هونجانی (۱۳۹۴) با یافته‌های این پژوهش در زمینه موانع دولتی هم‌راستا است.

بنابر یافته‌های پژوهش، عوامل بازاریابی، سیستم اطلاعاتی منسجم، مدیریت رویدادها، پشتیبانی و مشارکت راهکارهای توسعه گردشگری میراث ناملموس شناخته شد. در بخش بازاریابی، یافته‌ها نشان می‌دهد که با الگو برداری از نمونه‌های موفق این حوزه در منطقه و جهان می‌توان چارچوبی مشخص تهیه کرد. بنابر نتایج پژوهش، با تقویت تصویر جاذبه‌های میراث ناملموس کشور از طریق تبلیغات و تولید محتوا در فضای مجازی و برندسازی، این میراث به دنیا معرفی می‌شوند. همچنین می‌توان با ایجاد تقویم میراث ناملموس کشور و ارائه این تقویم به تورگردان‌های بین‌المللی و طراحی تورهای میراث ناملموس گامی مؤثر در پیشبرد فروش تورهای این شاخه از گردشگری برداشت. نتایج پژوهش قاندها هونجانی (۱۳۹۴) با این یافته‌ها هم‌سویی دارد.

بنابر یافته‌ها در بخش سیستم اطلاعاتی منسجم، ریشه‌یابی آثار ناملموس و خارج کردن آن‌ها از حالت اسطوره، احیای میراث از یادرفته، افزایش تعداد ثبت میراث ناملموس و تعیین شاخص‌ها و استانداردهای فعالیت در این حوزه پیشنهاد می‌شود. نتایج پژوهش رودزی و همکاران (۲۰۱۳) با این یافته هم‌خوانی دارد. بنابر نتایج، ایجاد نمایشگاه‌های دائمی و فصلی در این حوزه و تعیین روزهای خاصی برای گرامیداشت زبان‌ها، گویش‌ها و سنن معنوی کشور برای مدیریت رویدادها توصیه می‌شود. این یافته‌ها با نتایج پایان‌نامه هاله (۱۳۹۵) هم‌خوان است. یافته‌ها نشان می‌دهد که در بخش پشتیبانی، با اعطای مشوق‌های سرمایه‌گذاری به بخش خصوصی و حمایت‌های مادی و معنوی دولت از فعالان این حوزه و ایجاد معافیت‌های مالیاتی برای پویا نگه‌داشتن برخی

مواریث به نام دیگر کشورها می‌شود. در برخی موارد نیز توسعه میراث مشترک با همسایگان به تحکیم روابط سیاسی با این کشورها منجر می‌شود. این نتایج، به‌علت منفی‌دانستن نقش ثبت میراث ناملموس در تحکیم هر دولت و محدودکردن اختیارات آن در پژوهش فروغی و همکاران (۱۳۹۹)، با آن ناهم‌خوان است.

آنچه از یافته‌های این پژوهش برمی‌آید بستر زمینه‌های توسعه گردشگری میراث ناملموس ایران شامل خط‌مشی‌گذاری، سازمانی، آموزش و پژوهش و برنامه‌ریزی است. بنابر نتایج پژوهش در بخش خط‌مشی‌گذاری، با دخیل کردن این موضوع در سیاست‌گذاری کلان کشور و طرح‌های جامع استانی، تصویب قوانینی در راستای حمایت از مستندسازی میراث ناملموس، تصویب قوانین حمایتی از سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در این حوزه، همچنین قوانین حمایتی از هنرمندان صنایع دستی، می‌توان راه توسعه را در این زمینه هموارتر ساخت. درخصوص بستر آموزش و پژوهش، یافته‌ها نشان می‌دهد که با اهمیت‌دادن به پژوهش‌های نظری و میدانی در این حوزه و همچنین آشناسازی دانش‌آموزان با میراث ملی و قومی خویش می‌توان جامعه‌ای دغدغه‌مند و حافظ میراث ناملموس را پروراند. یافته‌های این بخش با نتایج مطالعات کیم و همکاران (۲۰۱۹) و هاله و همکاران (۱۳۹۵) هم‌راستا است. در زمینه برنامه‌ریزی، بنابر نتایج پژوهش، با احداث خانه میراث ناملموس، توجهات دولت و بخش خصوصی و راهنمایان گردشگری بیش‌ازپیش به این حوزه معطوف شده و راه برای تعریف ردیف بودجه‌های چشمگیر، احصای میراث قابل توسعه از میراثی که قابلیت توسعه در زمینه گردشگری را ندارند و تهیه برنامه جامع برای این کار فراهم می‌شود.

بنابر یافته‌های پژوهش، موانع توسعه این گوته گردشگری در ایران، نوگرایی، دیوان‌سالاری، مدیریت تصویر، تعارض و دولت شناخته شده است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، مواردی مانند رنگ‌باختن قهوه‌خانه‌های سنتی در برابر کافی‌شاپ‌های مدرن، ظهور بازی‌های رایانه‌ای و حذف بازی‌های بومی و محلی جزو موانع نوگرایی در راه توسعه این حوزه است. همچنین، ناهماهنگی میان بخش‌های مختلف سازمان‌ها و ادارات دولتی و بین بخش دولتی و خصوصی، و صادر نکردن مجوز برای شرکت در آیین‌های گوناگون از نتایج به‌دست‌آمده در زمینه موانع دیوان‌سالاری به‌شمار می‌آید. یافته‌ها نشان می‌دهد که تصویر کلیشه‌ای نامنی خاورمیانه و مخدوش کردن چهره ایران



نمین علمی پژوهشی گردشگری توسعه

مشاغل، به‌ویژه صنایع دستی، می‌توان موجب توسعه گردشگری در این حوزه را فراهم ساخت. نتایج پژوهش فائدیها و هونجانی (۱۳۹۴) با این یافته‌ها هم‌سو است. در بحث مشارکت نیز، سه جنبه از مشارکت یعنی مشارکت دولت با بخش خصوصی و جامعه محلی و مشارکت بخش خصوصی با جامعه محلی به‌منزله راهکار معرفی و توصیه می‌شود.

با توجه به نتایج پژوهش، پیامدهای توسعه این نوع گردشگری در ایران اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، ادراکی، توسعه‌ای و پایداری است. از پیامدهای اقتصادی توسعه گردشگری میراث ناملموس می‌توان به توزیع متوازن درآمد گردشگری در نقاط مختلف کشور، کسب درآمد بیشتر از گردشگری با افزایش هزینه‌کرد گردشگران، ورود ارز به کشور با افزایش تعداد گردشگران ورودی، طولانی‌شدن فصل گردشگری به‌علت گسترده‌شدن رویدادهای مربوط به میراث ناملموس در طول سال، کاهش بیکاری فصلی و همچنین احیای مشاغل سنتی از یادرفته اشاره نمود. نتایج پژوهش پترونلا (2016) با این یافته‌ها هم‌خوانی دارد.

بنابر یافته‌ها در بحث اجتماعی- فرهنگی آثاری چون افزایش قرابت فرهنگی میان اقوام کشور، ایجاد احساس افتخار و غرور در جوامع محلی نسبت به فرهنگ بومی در اثر مهم‌شدن این فرهنگ برای گردشگران، رونق نوع سالم و معنویت‌محور گردشگری، کمک به حفظ زبان‌ها و گویش‌ها با تبدیل‌شدن آن‌ها به جاذبه و انسجام اجتماعی جامعه محلی قابل دست‌یابی است. نتایج پژوهش مقصودی و طاهایی (۱۳۹۹) و عبدی و همکاران (۱۳۹۸) با پیامدهای اجتماعی و فرهنگی پژوهش هم‌سویی دارد. همچنین مطابق با یافته‌ها، در بخش پیامدهای ادراکی، تصویر کلیشه‌ای که از برخی مناطق کشور وجود دارد به‌مرور با رونق این نوع از گردشگری اصلاح و تعدیل خواهد شد و با افزایش مراودات مثبت، تصویر ذهنی موجود از ایران در جهان اصلاح خواهد شد. یافته‌ها گویای آن است که افزایش تعداد مسیرهای گردشگری، افزایش شمار گردشگران ورودی به کشور و بهبود کیفیت زیرساخت‌ها با الزام به ایجاد امکانات برای گردشگران از پیامدهای توسعه‌ای به‌دست‌آمده در این پژوهش است. یافته‌های پژوهش اصفهانی و آلبرشت (۲۰۱۸) با نتایج پژوهش در این زمینه هم‌خوان است. آخرین پیامد توسعه گردشگری میراث ناملموس بحث فراگیر پایداری است که از نظر خبرگان شامل توزیع متوازن تعداد گردشگر (به‌منظور ایجاد کمترین

میزان تخریب و مدیریت ظرفیت تحمل)، حفظ میراث فراموش‌شده و تحقق توسعه پایدار است. نتایج پژوهش کیم و همکاران (۲۰۱۹) با یافته‌های این پژوهش درباره پیامدهای توسعه‌ای هم‌خوانی دارد. نظر به پتانسیل‌ها و ضرورت‌های گردشگری میراث ناملموس و تعدد پیامدهای مناسب آن، امید است که برنامه‌ریزان و مدیران دولتی و خصوصی صنعت گردشگری به این حوزه نگرش کاربردی داشته باشند و برای تحقق توسعه آن بکوشند.

منابع

افخمی، بهروز و زینالی‌اناری، محمد (۱۳۹۶). بازنمایی میراث ناملموس «سازاری» در فرهنگ شهروندان زن اردبیل. دو ماهنامه فرهنگ‌وادیات عامه، ۵(۱۴)، ۲۲-۱.

باب الحوائجی، فهیمه، عابدی، هدی و منصورکیایی، ربابه (۱۳۹۸). نقش کتابخانه‌های کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در انتقال میراث فرهنگی ناملموس. ترویج علم، ۱۰(۱۶)، ۵-۳۶.

باصولی، مهدی، ایمانی خوشخو، محمدحسین و میرغفوری، سیدحسین‌الله (۱۳۹۸). نقش عوامل مؤثر گردشگری فرهنگی در توسعه کارآفرینی شهر میراث جهانی یزد. مطالعات شهر ایرانی اسلامی، ۹(۳۵)، ۷۹-۸۹.

زراقی، علیرضا (۱۳۹۸). مطالعه ظرفیت‌های گردشگری میراث فرهنگی و طبیعی در نواحی ساحلی مکران استان هرمزگان. گردشگری و توسعه، ۸(۴)، ۱۴۸-۱۸۰.

زال، محمدحسن، رمضان‌زاده لسبویی، مهدی و جوربنیان، فرشته (۱۳۹۹). عملکرد موزه‌های باستان‌شناختی و نقش آن در توسعه گردشگری میراث فرهنگی؛ مطالعه موردی: موزه خانه کلبادی شهر ساری. گردشگری شهری، ۷(۱)، ۳۷-۵۰.

زال، محمدحسن، رمضان‌زاده لسبویی، مهدی و اسماعیلی، امین (۱۳۹۷). بافت سنتی شهری و نقش آن در توسعه گردشگری میراث فرهنگی؛ مطالعه موردی: بافت قدیم شهر ساری. مدیریت شهری، ۵۳، ۷-۲۶.

عبدی، شهرام، طالب‌پور، مهدی، میرزاده، زهراسادات و قربانی، محمد (۱۳۹۸). شناسایی اثرات برگزاری رویداد ورزشی کشتی با چوخه در جوامع میزبان توسعه محلی، ۱۱(۱)، ۵۵-۷۸.



- Devidze, E., & Gigauri, L. (2015). Promotion of Cultural Heritage Tourism in Chokhatauri District in Georgia. In *Cultural Tourism in a Digital Era* (pp. 113-119). Springer, Cham.
- Esfehani, M. H., & Albrecht, J. N. (2018). Roles of intangible cultural heritage in tourism in natural protected areas. *Journal of Heritage Tourism*, 13(1), 15-29.
- Gonzalez, M. V. (2008). Intangible heritage tourism and identity. *Tourism management*, 29(4), 807-810.
- Grozard, J. L., & Santana-Gallego, M. (2018). The destruction of cultural heritage and international tourism: The case of the Arab countries. *Journal of Cultural Heritage*, 33, 285-292.
- Gurira, N. A., & Ngulube, P. (2016). Using contingency valuation approaches to assess sustainable cultural heritage tourism use and conservation of the outstanding universal values (OUV) at Great Zimbabwe World Heritage Site in Zimbabwe. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 225, 291-302.
- Kim, S., Whitford, M., & Arcodia, C. (2019). Development of intangible cultural heritage as a sustainable tourism resource: the intangible cultural heritage practitioners' perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5-6), 422-435.
- Kozhokulov, S., Chen, X., Yang, D., Issanova, G., Samarkhanov, K., & Aliyeva, S. (2019). Assessment of Tourism Impact on the Socio-Economic Spheres of the Issyk-Kul Region (Kyrgyzstan). *Sustainability*, 11(14), 3886.
- Leask, A. (2016). Visitor attraction management: A critical review of research 2009-2014. *Tourism Management*, 57, 334-361.
- Mascari, G. F., Mautone, M., Moltedo, L., & Salonia, P. (2009). Landscapes, heritage and culture. *Journal of Cultural Heritage*, 10(1), 22-29.
- فروغی، فضل‌الله، صادقی، محمدهادی و غنی، کیوان (۱۳۹۹). پیامدهای ثبت میراث فرهنگی در فهرست میراث جهانی بونسکو بر اعمال حاکمیت و مسئولیت دولت‌ها. *مطالعات راهبردی*، ۲۳(۸۸)، ۱۸۱-۲۱۲.
- قاندیها هونجانی، نفیسه (۱۳۹۴). بررسی پتانسیل های ایجاد کسب و کار از طریق میراث فرهنگی ناملموس: با تکیه بر میراث فرهنگی ثبت‌شده جهانی در اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. پایگاه اطلاعات علمی ایران‌داک.
- مقصودی، حسین و طاهائی، علیرضا (۱۳۹۹). بررسی ابعاد میراث ناملموس فرهنگی در توسعه صنعت گردشگری. پنجمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و مهندسی و دومین کنگره بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی آسیا.
- ورهامی، ویدا و حامدی‌نسب، مریم (۱۳۹۶). تأثیر فرهنگ بر رشد اقتصادی و گردشگری. *میراث و گردشگری*، ۵(۲)، ۱۳۹-۱۶۶.
- هاله، مسعود (۱۳۹۵). بررسی راهکارهای حفظ و احیای میراث فرهنگی ناملموس گردشگری (مورد مطالعه: گردشگران داخلی شهر اصفهان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. پایگاه علمی ایران‌داک.
- Baram, U. (2008). TOURISM AND ARCHAEOLOGY. *Encyclopedia of Archaeology*, 3, 2131-2134.
- Bashi, E. (2015). Cultural heritage of Albania—a fabulous economic source for the sustainable economic development of tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 89-94.
- Chen, G., & Huang, S. (2018). Understanding Chinese cultural tourists: Typology and profile. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 162-177.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks: California, CA, USA.
- Creswell, J. W. (2002). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

- Su, X., Li, X., Wang, Y., Zheng, Z., & Huang, Y. (2020). Awe of Intangible Cultural Heritage: The Perspective of ICH Tourists. *SAGE Open*, 10(3), 2158244020941467.
- UNESCO (2003). Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage 2003. Retrieved from <https://ich.unesco.org/en/convention>
- UNESCO (2017). What is intangible cultural heritage? Retrieved from <http://www.unesco.org/culture/ich/en/what-is-intangible-heritage-00003>
- UNESCO. (2019). List of Intangible Cultural Heritage of Iran. Retrieved from [https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country\[\]=00105&multinational=3&display1=inscriptionID#2019](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country[]=00105&multinational=3&display1=inscriptionID#2019)
- Vecco, M. (2010). A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible. *Journal of Cultural Heritage*, 11(3), 321-324.
- Yu, X., & Xu, H. (2019). Cultural heritage elements in tourism: A tier structure from a tripartite analytical framework. *Journal of Destination Marketing & Management*, 13, 39-50.
- Masoud, H., Mortazavi, M., & Farsani, N. T. (2019). A study on tourists' tendency towards intangible cultural heritage as an attraction (case study: Isfahan, Iran). *City, Culture and Society*, 17, 54-60.
- Oliveira, B. S., Tricárico, L. T., Sohn, A. P. L., & Pontes, N. (2020). The culinary intangible cultural heritage of UNESCO: a review of journal articles in EBSCO platform. *Journal of Culinary Science & Technology*, 18(2), 138-156.
- Park, E., Choi, B. K., & Lee, T. J. (2019). The role and dimensions of authenticity in heritage tourism. *Tourism Management*, 74, 99-109.
- Petronela, T. (2016). The importance of the intangible cultural heritage in the economy. *Procedia Economics and Finance*, 39, 731-736.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Rodzi, N. I. M., Zaki, S. A., & Subli, S. M. H. S. (2013). Between tourism and intangible cultural heritage. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 85, 411-420.

