



انجمن علمی گردشگری ایران

الگوی تعامل پایدار سیاست و میراث فرهنگی در توسعه گردشگری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

اکبر پورفرج^۱، محمدرضا صالحی پور^۲، سید مجتبی محمودزاده^۳، احمد گل محمدی^۴

DOI:10.22034/jtd.2021.311886.2489

چکیده

گردشگری فرهنگی از محبوب‌ترین انواع گردشگری در سطح جهان است که برای توسعه آن در کشورهای گوناگون بسیار برنامه‌ریزی شده است. توسعه گردشگری فرهنگی به تعامل مؤلفه‌های بسیاری بستگی دارد. در این میان، سیاست به این دلیل که اجزا و فرایندهای گردشگری فرهنگی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و میراث فرهنگی به این دلیل که منبع سازنده گردشگری فرهنگی است دو مؤلفه‌ای هستند که به تعامل بالایی برای موفقیت گردشگری فرهنگی نیاز دارند. از این منظر، این مقاله در نظر داشته‌تا، به‌منظور توسعه گردشگری فرهنگی در کشور، به بررسی تعامل بین سیاست و میراث فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران بپردازد و عواملی را که می‌توانند به تعامل بهینه این دو مؤلفه منجر شوند به شکل الگو استخراج کند. بر این اساس، محققان تلاش کردند تا این عوامل را با استفاده از روش تحلیل مضمون، با بهره‌بردن از مصاحبه با خبرگان از طریق نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند و همچنین کمک گرفتن از اسناد و مدارک مرتبط به دست آورند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که عوامل تعامل ساز را می‌توان در قالب دو حوزه سازمانی میراث فرهنگی و حوزه فراسازمانی میراث فرهنگی طبقه‌بندی کرد. حوزه سازمانی شامل دو بُعد تقسیم میراث و بعد بهبود سازمانی و حوزه فراسازمانی شامل سه بعد ایدئولوژی محور، بعد سیاست محور و بعد فرهنگ محور هستند. همچنین، نتایج نمایانگر این است که حوزه فراسازمانی، در مقایسه با حوزه سازمانی، اهمیت بیشتری در ایجاد و تقویت این تعامل دارد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۰۳

واژه‌های کلیدی:

تعامل، سیاست، میراث فرهنگی، توسعه، گردشگری فرهنگی

مقدمه

دارد (Timothy, 2015). چنین جایگاه و اهمیتی که از دل فرایند تاریخی توسعه گردشگری فرهنگی حاصل شده جوامع گوناگون را ترغیب کرده تا در پی توسعه گردشگری فرهنگی باشند و بتوانند از منافع گوناگون آن بهره ببرند. منافع متعددی که ساکنان محلی، کسب‌وکارها، کالبد و محیط مقصدهای گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Salehipour, 2015). البته، گردشگری فرهنگی برای نیل به هدف فوق با چالش‌های زیادی مواجه است. عوامل سیاسی، اجتماعی و اقتصادی از جمله عواملی هستند که

امروزه گردشگری فرهنگی یکی از پیشروترین بخش‌های صنعت گردشگری است (McKercher et al., 2004) که بیش از چهل درصد گردشگری جهانی را در اختیار دارد و انتظار می‌رود رشد آن در آینده به صورت مستمر ادامه داشته باشد (Wang et al., 2010). لذا، در آینده تقریباً ۸۵ درصد مسافران بین‌المللی افرادی هستند که انگیزه‌های فرهنگی جزء انگیزه‌های سفر آن‌ها قرار

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

۲. دانشجوی دکتری گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). rezasalehipour@yahoo.com

۳. استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۴. دانشیار، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.



همواره چالش برانگیز هستند و می‌توانند در استراتژی‌ها و خط‌مشی‌های گردشگری فرهنگی تأثیرگذار باشند (Helmy, 2004). در این میان، آنچه از بقیه مهم‌تر به نظر می‌رسد عامل سیاست است که می‌تواند اجزا و فرایند گردشگری فرهنگی را به شدت تحت تأثیر قرار دهد. دلیل این موضوع این است که گردشگری در همه سطوح عمیقاً در دل سیاست قرار گرفته (Hall, 2017) و رابطه جدایی‌ناپذیری با آن دارد (Henderson, 2002). بنابراین، مشخص است که سیاست با فرایند گردشگری فرهنگی خود فرایندی سیاسی است (Robinson & Smith, 2006)؛ زیرا این فرایند از میراث فرهنگی، که ممکن است در خصوص نحوه استفاده از آن، در میان ذی‌نفعان و ایدئولوژی‌های سیاسی گوناگون، اختلاف نظر وجود داشته باشد، به‌منزله منبع گردشگری استفاده می‌شود (Timothy & Boyd, 2006) و همچنین با میراث فرهنگی، که به دلیل متأثر بودن از ارزش‌های گوناگون ذاتاً ماهیتی سیاسی دارد (Henderson, 2008)، رابطه ملموسی دارد و قادر است توسعه گردشگری فرهنگی را دستخوش تغییر و تحولات مثبت یا منفی چشمگیری کند.

سیاست به‌شکل معمول از جانب حکومت‌ها اعمال می‌شود و این حاکمیت است که قدرتمندترین ذی‌نفع در توسعه گردشگری است (Bowen et al., 2017)، به‌طوری‌که معمولاً مداخلات بیشتری از سایر بخش‌ها در حوزه گردشگری می‌کند (Ruhanen, 2013). در کشورهای در حال توسعه، این موضوع نمود بارزتری دارد؛ زیرا هم‌داری‌های میراث فرهنگی را بیشتر دولت و حاکمیت مدیریت می‌کند (Jones, 2012) و هم صنعت گردشگری را به دلیل سابقه نه‌چندان طولانی در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته بیشتر دولت اداره و مدیریت می‌کند (Nuryanti, 1996). به‌علاوه، می‌توان گفت این موضوع سیاست است که تعیین‌کننده شکل و موفقیت یا عدم موفقیت توسعه در جوامع و کشورهای در حال توسعه است (Leftwich, 2005). بنابراین، مسئولیت دولت و حاکمیت در مدیریت میراث فرهنگی و توسعه گردشگری سنگین خواهد بود.

با توجه به آنچه گفته شد، می‌توان انتظار داشت که سیاست حاکمیت، به‌منظور توسعه گردشگری فرهنگی، باید تعاملات بسیاری با میراث فرهنگی ملی و محلی داشته باشد و، به تبع آن، نقش‌آفرینی‌های میراث فرهنگی به‌خوبی تعریف شود و برنامه‌های مدیریتی مناسبی برای این بخش تدوین شوند. میراث فرهنگی، که منبع (UNWTO, 2018) و مبنایی برای توسعه

گردشگری فرهنگی (Bujdosó et al., 2015) و یکی از مهم‌ترین انواع جاذبه‌های گردشگری (Loulanski, 2011) تلقی می‌شود که هر ساله تعداد چشمگیری از گردشگران در سطح جهانی از آن بازدید می‌کنند (Chen & Huang, 2017)، توانسته با گردشگری ارتباط برقرار کند و گردشگری فرهنگی را به راهبردی برای توسعه تبدیل کند (Álvarez-García et al., 2019).

با توجه به آنچه بیان شد، تحقیق کنونی در نظر دارد، به‌منزله خلأی پژوهشی در سطح کشور، به این مسئله پردازد که چرا میراث فرهنگی ملی و محلی، در فرایند توسعه گردشگری فرهنگی کشور، کمتر مورد توجه حکومت قرار می‌گیرد؛ اغلب برنامه‌های مدیریتی مدونی برای این حوزه وجود ندارد و حتی در برخی موارد تعامل حکومت با این میراث فرهنگی به‌سوی اختلاف، تضاد و کشمکش پیش می‌رود؟ نمود عدم تعامل کافی حکومت با میراث فرهنگی و نبود برنامه‌های مدون مدیریتی برای این حوزه را می‌توان در وب‌گاه‌های میراثی متعدد در کشور مشاهده کرد که هم شامل دوره قبل از اسلام و هم دوره اسلامی کشور می‌شوند.

اگر بپذیریم میراث فرهنگی (که، با توجه به آنچه گفته شد، عمیقاً نیز متأثر از سیاست است) منبعی مهم برای توسعه گردشگری فرهنگی کشور است، باید بررسی کرد که چرا حکومت نتوانسته است تعاملی پایدار با میراث فرهنگی کشور برقرار کند تا از این طریق در نهایت گردشگری فرهنگی کشور بتواند منتفع شود و توسعه مناسبی پیدا کند؟ در این زمینه، چه عواملی می‌توانند این تعامل را به‌سمت پایدارتر و سازنده‌تر شدن پیش ببرند؟ با توجه به آنچه گفته شد، سؤال اصلی این تحقیق به این شکل است: الگوی تعامل پایدار سیاست و میراث فرهنگی در توسعه گردشگری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران چگونه است؟

ادبیات نظری و پیشینه تحقیق سیاست و گردشگری

سیاست، به‌دلیل این‌که در تلاش است با تمرکز بر موضوع قدرت مشخص کند که هر بخش یا نهاد اجتماعی چه چیزی را، چه وقت و چگونه به دست می‌آورد (Lasswell, 2018)، با حوزه‌های گوناگونی که جامعه را تشکیل می‌دهند تعامل برقرار می‌کند. یکی از این حوزه‌ها، که رابطه‌ای ناگسستی با سیاست دارد، گردشگری است (Henderson, 2002). از این نظر، تأثیرات متقابل سیاست و گردشگری موضوعی



سیاست و میراث فرهنگی

میراث فرهنگی به مثابه تجلیات ملموس و ناملموس فرهنگ بشری و محصولات فرهنگی فیزیکی و غیرفیزیکی تولیدشده توسط نسل‌های قبلی (Sarttata, 2010: 22)، از آغاز قرن بیستم، همواره به منزله موضوعی سیاسی مورد توجه قرار گرفته است (Logan, 2002). دلیل سیاسی بودن/شدن میراث فرهنگی این است که انتخاب بخشی از گذشته، به منظور این که میراث فرهنگی لقب بگیرد، می‌تواند ارزش‌های گوناگون را تحت تأثیر قرار دهد و این موضوع امری سیاسی است (Zhu & Maags, 2020). این ماهیت سیاسی ذاتی میراث فرهنگی (Ashworth et al., 2007) باعث شده کارکردهای بالقوه و بالفعل گوناگونی را در حوزه سیاست بر عهده بگیرد.

اول، میراث فرهنگی می‌تواند به منزله ابزار دیپلماسی و گفت‌وگو بین دولت - ملت‌هایی که در سطح بین‌المللی در پی همکاری، توسعه و تسامح هستند به کار گرفته شود. نمود بارز این موضوع را می‌توان در وب‌گاه‌های میراث جهانی مشاهده کرد که به کل بشریت تعلق دارند و دارای ارزش‌های برجسته جهانی هستند (Albert & Ringbeck, 2015). از این‌رو، میراث فرهنگی به منزله ابزاری برای اعمال قدرت نرم کشورها استفاده می‌شود و روابط یک ملت را با دیگر ملت‌ها بازتعریف می‌کند (Nakano & Zhu, 2020).

دوم، حکومت‌ها می‌توانند از وب‌گاه‌های میراثی که تاریخ، ارزش‌ها، باورها و خصوصیات مشترک ملی را به نمایش می‌گذارند (Palmer, 2005) و باعث ارتقای غرور ملی می‌شوند به مثابه ابزاری برای تقویت ملی‌گرایی استفاده کنند (Wilson, 2018). چنین وب‌گاه‌های میراثی ظرفیت این را دارند تا به مفهوم هویت ملی شکل بدهند؛ زیرا می‌توانند به این دو سؤال پاسخ دهند که افراد یک ملت چه کسانی هستند و از کجا می‌آیند (Palmer, 1999). این موضوع در کشورهایی که دارای قومیت‌های گوناگون هستند و ممکن است برجسته شدن هویت قومی یا خودمختاری اقوام در آن‌ها هویت ملی را به چالش بکشد نمود بسیار جدی‌تری دارد.

سوم، میراث فرهنگی می‌تواند به منظور برندسازی ملی^۲ استفاده شود؛ زیرا تمایزات فرهنگی ملتی خاص را در سطح بین‌المللی به نمایش می‌گذارد (Nakano & Zhu, 2020). به این ترتیب، میراث فرهنگی ابزاری خواهد شد که داشته‌های فرهنگی یک کشور را برای دیگر کشورها در معرض دید قرار دهد و تصویر ذهنی شکل گرفته از آن کشور را ترمیم کند یا بهبود بخشد (Anderson, 2006).

است که متفکران حوزه گردشگری همواره درباره آن تحقیق و به آن توجه می‌کنند (Richter, 1989). در این زمینه، آنان معتقد هستند، از یک سو، سیاست کاملاً گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Hall, 2017) و، از سوی دیگر، مداخلات سیاسی گردشگری، به مثابه عنصر تغییر، جوامع و کشورهای گوناگون را در سطوح ملی و محلی متأثر می‌کند (Zhu, 2012). در حیطه تأثیر سیاست در گردشگری، حکومت به منزله عنصری بسیار تعیین‌کننده در روابط بین سیاست و گردشگری مطرح است (Hall, 2011) که در تصمیم‌سازی، توزیع منابع و خط‌مشی‌گذاری (Sofield, 2003)، منافع ذی‌نفعان گوناگون را در سطوح گوناگون مورد توجه قرار می‌دهد. می‌توان گفت این قدرت سیاسی حاکمیت است که توان ذی‌نفعان گردشگری را در حیطه اثرگذاری در تصمیم‌ها، تخصیص منابع و تدوین و اجرای خط‌مشی‌ها مشخص می‌کند (Altinay & Bowen, 2006). بر این اساس، هال (1994) پنج عنصر سیاست را که به حیطه گردشگری شکل می‌دهند مشخص کرده است: اول، قدرتی که تصمیماتی را برای مجموعه‌ای از مردم اتخاذ می‌کند؛ دوم، ایدئولوژی‌هایی که تعیین‌کننده انتخاب‌هایی هستند که در این تصمیمات اثر می‌گذارند؛ سوم، کسانی که این تصمیمات را اتخاذ می‌کنند؛ چهارم، فرایندهایی که به واسطه آن‌ها تصمیمات گوناگون اتخاذ می‌شوند و، پنجم، این که این تصمیمات چگونه در جامعه اجرا می‌شوند.

در این خصوص نیز می‌توان تأثیر حکومت را به شکلی بارز مشاهده کرد؛ زیرا حکومت است که در جامعه بیشترین قدرت را در اختیار دارد، می‌تواند ایدئولوژی‌های گوناگون را به واسطه قدرت خود در تصمیم‌سازی‌ها دخیل کند و تصمیمات کلان گردشگری را اتخاذ و اجرایی کند.

از سوی دیگر، گردشگری نیز در حوزه سیاست اثرگذار است. گردشگری منافع اقتصادی کلانی را برای بخش سیاست و به ویژه برای حاکمیت تأمین می‌کند و به درآمدهای اکتسابی آن تنوع می‌بخشد. همچنین، گردشگری می‌تواند خدمت دیگری را به بخش سیاست و حاکمیت ارائه کند و آن سهم شدن در ملت‌سازی^۱ و تقویت هویت ملی در کشور است؛ عاملی که می‌تواند نمایانگر و تقویت‌کننده مشروعیت حاکمیت برای جهانیان باشد (Grobler, 2008).

2. National branding

1. Nation building



این موضوع می‌تواند موجب بهبود جایگاه یک کشور در سطح جهانی شود و موقعیت سیاسی مناسب‌تری را در نظام بین‌الملل برای آن کشور فراهم آورد.

پیشینه تحقیق

در این بخش، به بررسی تحقیقاتی پرداخته شده است که در آن‌ها سیاست کشورها، مستقیم و غیرمستقیم، عرصه میراث فرهنگی کشورها را در حیطه توسعه صنعت گردشگری تحت الشعاع قرار داده است.

جدول ۱: تحقیقات خارجی انجام شده مرتبط به موضوع تحقیق

پژوهشگران	نتایج تحقیق	موضوع
Long & sweet, (2006)	تأکید بر نیاز به همکاری هرچه بیشتر منافع ذی‌نفعان گوناگون در تفسیر این شهر میراثی از راه توجه به تعهدات مشترک آن‌ها در قبال این میراث جهانی	بررسی چگونگی تفسیر شهر میراث جهانی لوآننگ پرابانگ در کشور لائوس از منظر سازمان‌های بین‌المللی و دولت لائوس
(Kim et al., 2007)	کنترل جریان و نوع ارتباط بین گردشگران ورودی و مردم محلی توسط ایدنولوژی جوجه ^۱ در کشور کره شمالی	تأثیر ایدنولوژی سیاسی کره شمالی در گردشگری این کشور
Shipley & Kovacs, (2008)	معرفی اصول حکمرانی خوب (برای انواع سازمان‌های دولتی، خصوصی و غیرانتفاعی فعال) در بخش میراث فرهنگی شامل: مشروع بودن فعالیت‌ها و وجود حق اظهارنظر برای دیگران؛ جهت و سمت‌وسوی مشخص امور؛ کارایی در اجرا؛ پاسخ‌گو بودن و بی‌طرفانه بودن فعالیت‌ها	بررسی اصول حکمرانی خوب در بخش میراث فرهنگی از منظر تجربیات بین‌المللی
(Grobler, 2008)	لزوم توجه هم‌زمان به میراث فرهنگی دوره قبل و بعد از آپارتاید و ارائه وجهه و تصویری موثق و قابل اعتماد از افریقای جنوبی	تأثیر سیاست در گردشگری فرهنگی در افریقای جنوبی
(Mak, 2013)	ایدنولوژی سیاسی کشور چین با توسعه سفرهای خارجی چینی‌ها در هم پیچیده است و اثر مهمی در شکل‌دهی به این نوع از گردشگری دارد.	بررسی تأثیر ایدنولوژی سیاسی کشور چین در سفرهای خارجی شهروندان این کشور
Šešić & Mijatović, (2014)	لزوم توجه به تفسیرهای متفاوت از میراث اروپایی - آسیایی و اسلامی - مسیحی این ناحیه برای تعریف مسیرهای گردشگری متفاوت و متنوع فرهنگی	تأثیر میراث فرهنگی متناقض منطقه بالکان در توسعه گردشگری فرهنگی این منطقه
(Barber, 2014)	پیگیری خط‌مشی‌ای عقلایی‌تر از جانب حکومت هنگ‌کنگ در زمینه توسعه میراث فرهنگی این کشور بر اثر توجه هم‌زمان به ملاحظات بین‌المللی و محلی	سازمان‌دهی مجدد خط‌مشی هنگ‌کنگ در حیطه میراث فرهنگی
(Bui & Lee, 2015)	جدایی‌ناپذیر بودن تجاری‌سازی منابع میراثی از سیاسی شدن میراث به‌واسطه فرایند انتخاب منابع، تفسیر آن‌ها و تخصیص آن‌ها برای حضار گوناگون/ لزوم جلوگیری از سیاسی شدن بیش‌ازحد میراث فرهنگی توسط ایدنولوژی سیاسی این کشور	بررسی جایگاه سیاست در تبدیل منابع میراثی به محصولات گردشگری در ویتنام
(González, 2016)	استفاده از میراث فرهنگی برای مرتبط کردن ایدنولوژی، هویت و تاریخ این کشور به یکدیگر و تبدیل ایدنولوژی ملی به میراث ملی برای افزودن بر عمق تاریخی کشور	بررسی نقش میراث فرهنگی در گسترش نظم ایدنولوژیک جدید در کشور کوبا



پژوهشگران	نتایج تحقیق	موضوع
(Pavličić, 2016)	بعد از جنگ کوزوو، در میان مردم آلبانی که در کوزوو بودند، یادمان‌های قرون وسطایی صربستان میراثی نامطلوب تلقی می‌شدند. این میراثی متناقض در دولت تازه تأسیس کوزوو است و تفسیرهای متفاوتی هم از آن می‌شود.	ترویج گردشگری در کوزوو از راه یادمان‌های قرون وسطایی صربستان
(Sima, 2017)	به دلیل آنچه عصر کمونیسم از خود بر جا گذاشته است، بین نمایش رسمی یا حکومتی از میراث کمونیسم و نمایش غیررسمی (رسانه‌ای و گردشگری) از میراث کمونیسم شکاف و تفاوت وجود دارد. حکومت رومانی این میراث را مسئله‌ساز می‌بیند و سعی در تفسیر مجدد آن دارد.	مشخص کردن تنش‌های موجود در بین ذی‌نفعان گوناگون در قبال نحوه نمایش میراث عصر کمونیسم در رومانی
Wall & Zhao, (2017)	دولت چین به گزینش وب‌گاه‌های میراثی دوره کمونیسم در سرتاسر این کشور می‌پردازد و دیدارکنندگان را در این وب‌گاه‌ها و در مقصدهایی محدود متمرکز می‌کند. دولت کمونیست چین تفسیرهایی را که راهنمایان تور در خصوص میراث کمونیسم برای گردشگران بازگو می‌کنند به دقت کنترل می‌کند. میراث کمونیستی چین دستکاری می‌شود تا اهداف سیاسی را برآورده کند. این دولت مرکزی است که می‌گوید چه چیز باید نگهداری شود و چه چیز به یاد آورده شود.	بررسی اثرگذاری حکومت کمونیستی چین در میراث فرهنگی کمونیسم و گردشگری میراث فرهنگی در این کشور
(Bhandari, 2019)	مخالفت ذی‌نفعان سیاسی کشور نپال در خصوص توسعه وب‌گاه میراث جهانی این کشور توسط سرمایه‌گذاران چینی به دلیل وجود روایت‌ها و تفسیرهای متفاوت از این وب‌گاه در بین ذی‌نفعان گردشگری دو کشور	تأثیر مسائل ژئوپلیتیک در توسعه میراث بودایی کشور نپال برای تقویت گردشگری فرهنگی این کشور
(Čaušević, 2019)	میراث فرهنگی در قالب وب‌گاه‌هایی که هم هژمونی ملی‌گرایی گذشته را روایت می‌کنند و هم روایت‌هایی علیه فاشیسم و ارزش‌های مشترک انسانی در خود دارند کارکرد دوگانه‌ای دارد: الف) احیای احساس نوستالژی و ب) درس آموزی از گذشته برای توسعه گردشگری فرهنگی	تأثیر شرایط سیاسی در احیای وب‌گاه‌های میراثی ضدفاشیسم در دولت‌های پس از فروپاشی یوگسلاوی سابق
(Wang, 2019)	در تایوان، میراث و پروژه‌های میراثی اغلب با ایدئولوژی سیاسی، روابط قدرت و توزیع منابع پیوند خورده است. قدرت‌های سیاسی گوناگون در تایوان از میراث برای مشروعیت بخشیدن به کنترل سیاسی خود استفاده می‌کنند.	بررسی میراث و پروژه‌های میراثی محلی در کشور تایوان از منظر حکومت و حقوق مردم بومی - محلی در این پروژه‌ها
Lennon & Tiber- (ghien, 2020)	بر اثر سیاسی شدن میراث فرهنگی در قزاقستان، برخی از وب‌گاه‌های میراثی این کشور توسعه داده شده‌اند و به برخی دیگر بی‌توجهی شده است.	تفسیر گزینشی میراث فرهنگی در قزاقستان

جدول ۲: تحقیقات داخلی انجام شده مرتبط به موضوع تحقیق

پژوهشگران	نتایج تحقیق	موضوع
Aminian & Seyed Naghavi, (2018)	تأیید و تأکید بر نقش مدیریت یکپارچه و امنیت در حکمرانی خوب گردشگری در ایران	شناسایی شاخص‌های الگوی حکمرانی خوب گردشگری در ایران
(Veysi, 2015)	ایدئولوژی سیاسی حاکمیت بازار جذب گردشگران ایران را به گردشگران فرهنگی محدود کرده است/ نگاه ایدئولوژیک و امنیت محور حکومت به صنعت گردشگری، منافع ارزی آن را برای کشور محدود کرده است.	بررسی تأثیر ایدئولوژی سیاسی حکومت بر صنعت گردشگری ایران
Veysi & Mehmandoost, (2015)	عوامل سیاسی داخلی و خارجی، نهادی و سازمانی از مهم‌ترین موانع توسعه صنعت گردشگری در ایران هستند.	بررسی موانع توسعه گردشگری بین‌المللی در ایران با تأکید بر گردشگران ورودی
(Neysi, 2008)	دبی، در مقایسه با کیش، در توسعه صنعت گردشگری موفق‌تر عمل کرده است. نویسنده دلیل این موضوع را ایدئولوژی لیبرال حاکم بر کشور امارات و ایدئولوژی اسلامی حاکم در جمهوری اسلامی ایران دانسته است.	بررسی تطبیقی تأثیر ایدئولوژی و سیاست در توسعه گردشگری در کیش و دبی



چه مؤلفه‌های دیگری در تعامل پایدار بین سیاست و میراث فرهنگی تأثیرگذار هستند؟
اگر تعامل پایداری بین سیاست و میراث فرهنگی شکل بگیرد، تأثیر آن در توسعه گردشگری فرهنگی کشور چگونه خواهد بود؟

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر، از نظر هدف، پژوهشی توسعه‌ای - کاربردی است. همچنین، از نظر ماهیت داده‌های مورد استفاده و روش گردآوری آن‌ها، تحقیقی کیفی است. جامعه آماری این تحقیق متخصصان و کارشناسان مرتبط به حوزه میراث فرهنگی و گردشگری بوده‌اند که دانش و تخصص لازم در این دو حوزه را داشتند. همچنین، سایر اسناد و مدارک بالادستی در حوزه میراث فرهنگی و گردشگری نیز استفاده شده‌اند. روش نمونه‌گیری به صورت روش غیراحتمالی قضاوتی هدفمند و همچنین گلوله برفی بوده است. نمونه‌گیری قضاوتی به این دلیل انتخاب شده تا محققان بتوانند، به شکل هدفمند و از طریق مصاحبه، داده‌هایی را جمع‌آوری کنند که با سؤالات و اهداف تحقیق حاضر تناسب دارند. محققان سعی کردند تا مصاحبه‌شوندگان را آگاهانه انتخاب و دست‌چین کنند تا افراد انتخاب‌شده دارای ویژگی مدنظر باشند و از اطلاعات خاص مورد نظر غنی باشند. در واقع، به این دلیل که به نمونه‌های خیره نیاز بود، از نمونه‌گیری قضاوتی استفاده شد (Jalali, 2013). همچنین، از آن‌جا که ممکن بود، در فرایند تحقیق،

با نگاه اجمالی به تحقیقات انجام شده می‌توان متوجه شد که عمده تحقیقات انجام شده در حیطه سیاست و گردشگری فرهنگی را می‌توان در سه حوزه ذیل طبقه‌بندی کرد:

توجه کردن به تفسیرهای متفاوت از میراث فرهنگی شاخصه‌های حکمرانی خوب در حیطه گردشگری و بخش میراث فرهنگی

تأثیر ایدئولوژی سیاسی حکومت‌ها در گردشگری (فرهنگی) و میراث فرهنگی کشورها

این تحقیق درصدد بررسی این مسئله است: آیا همانند سایر تحقیقات تقریباً مشابهی که در برخی از کشورهای درحال توسعه انجام شده (Wall & Zhao, 2019; Wang, 2017) ایدئولوژی سیاسی جمهوری اسلامی ایران تأثیری در تعامل بین میراث فرهنگی و سیاست حاکمیت دارد؟ اگر پاسخ مثبت است، نوع تأثیر آن چگونه است؟ همچنین، آیا همانند تحقیقات لانگ و سوئیت (2006)، بسبیچ و میاتوویچ (2014) و کائوسویچ (2019) تفسیر از میراث می‌تواند، در زمینه تحقیق حاضر، عاملی برای تسهیل فهم متقابل بین میراث فرهنگی و سیاست حاکمیت باشد؟ با مدنظر قرار دادن مطالب فوق، سؤالات فرعی این تحقیق به شکل ذیل هستند:

تفسیر در تعامل بین سیاست و میراث فرهنگی چه تأثیری دارد؟

ایدئولوژی سیاسی حاکمیت در تعامل بین سیاست و میراث فرهنگی چه تأثیری دارد؟



که داده‌های جدید، در صورت وجود، ارزش اندکی به تجزیه و تحلیل انجام شده اضافه می‌کنند (Khanifar & Moslemi, 2019: 44). در این تحقیق نیز، محققان هر اندازه مصاحبه‌های بیشتری انجام می‌دانند به داده‌های جدید کمتری دست پیدا می‌کردند، تا جایی که در چند مصاحبه آخر داده جدیدی را مصاحبه‌شوندگان ارائه نکردند و بنابراین جمع‌آوری داده‌ها متوقف شد.

یافته‌های تحقیق

در این قسمت، مضامین کلی شکل دهنده به مفاهیم (ابعاد) شکل گرفته و به صورت تفکیک شده ذکر شده‌اند. همچنین، به نمونه داده‌هایی که این مضامین از دل آن‌ها بیرون آمده‌اند نیز اشاره شده است.

محقق با جمعیت پنهانی از افرادی مواجه شود، جامعه مورد مصاحبه اولیه معرفی می‌کنند، از نمونه‌گیری گلوله‌برفی نیز استفاده شد. روش جمع‌آوری داده از طریق مصاحبه با جامعه هدف و همچنین بررسی اسناد و مدارک مرتبط به تحقیق بوده است. در نهایت نیز، داده‌های به دست آمده با استفاده از روش تحلیل مضمون و بهره بردن از نرم‌افزار MAXQDA تجزیه و تحلیل شدند. از آن‌جاکه در مطالعات کیفی مقوله کیفیت مهم‌تر از کمیت است و اولویت محقق مسئله تعمیم نیست، معیار دقیقی برای نوع و حجم نمونه وجود ندارد (Khanifar & Moslemi, 2019: 29). بنابراین، محققان تلاش کردند، تا رسیدن به اشباع نظری یا کفایت نسبی داده‌ها، به مصاحبه ادامه دهند. اشباع نظری حالتی است

جدول ۳: مضامین شکل دهنده بعد تفسیر میراث

مضمون	مفهوم	مقوله
نقش مثبت تفسیر (مبتنی بر دانش) در برقراری تعامل بین سیاست و میراث فرهنگی	بعد تفسیر میراث	حوزه سازمانی میراث فرهنگی

در این زمینه، مصاحبه‌شونده چهاردهم معتقد است: «تفسیر می‌تواند هم برای دولت‌مردان، هم برای جامعه محلی و هم برای گروه‌های تندرو باعث تعدیل شود اگر ما میراث را به خوبی تفسیر کنیم و توضیح دهیم.» همچنین، مصاحبه‌شونده پنجم عقیده دارد که: «تفسیر می‌تواند به حفاظت از میراث کمک کند. می‌تواند باعث درک عمیق‌تر از میراث فرهنگی شود. تفسیر میراث فرهنگی، اگر باعث پیوند می‌شود و از اختلاف‌ها می‌کاهد، باید انجام شود.»

جدول ۴: مضامین شکل دهنده به بعد بهبود سازمانی

مضمون	مفهوم	مقوله
نیاز به کارآمدتر شدن ساختار سازمانی حوزه میراث فرهنگی	بعد بهبود سازمانی	حوزه سازمانی میراث فرهنگی
لزوم وجود برنامه‌های بلندمدت راهبردی برای میراث فرهنگی		
نیاز به حضور مسئولان شایسته و دانشی در حوزه سازمانی میراث فرهنگی		
لزوم ایجاد و تقویت همکاری‌های بین‌سازمانی در حوزه میراث فرهنگی		

در حیطه نیاز به کارآمدتر شدن ساختار سازمانی حوزه میراث فرهنگی، مصاحبه‌شونده هفتم معتقد است: «ساختار درستی باید در حوزه میراث فرهنگی برقرار شود؛ اگر ساختار درستی برقرار شود، سیستم درستی هم مبتنی بر آن شکل می‌گیرد.» مصاحبه‌شونده دوم نیز بر این باور است: «ساختار سنتی تشکیلاتی میراث فرهنگی مشکل‌ساز است؛ میراث فرهنگی نیاز به خلاقیت دارد و این ساختار سنتی اجازه رشد به افراد نمی‌دهد.»



در خصوص لزوم وجود برنامه‌های بلندمدت راهبردی برای میراث فرهنگی، مصاحبه‌شونده سیزدهم می‌گوید: «سیاست‌مداران، به‌جای این‌که در بلندمدت به فکر میراث فرهنگی باشند، صرفاً سعی می‌کنند دریابند که چگونه از میراث فرهنگی به‌سرعت پول در بیاورند.» مصاحبه‌شونده چهاردهم نیز مدعی است: «وزارت‌خانه برنامه‌ای راهبردی برای حفظ میراث فرهنگی ندارد. امور، روزمره و کوتاه‌مدت طی می‌شوند.» در خصوص نیاز به حضور مسئولان شایسته و دانشی در حوزه‌های میراث فرهنگی، مصاحبه‌شونده دوم اشاره دارد: «خط‌مشی‌های حوزه میراث فرهنگی را افراد کم‌سواد و بی‌سواد می‌چینند، درحالی‌که متخصص باید سیاست‌گذار باشد.» به‌علاوه، مصاحبه‌شونده دوازدهم عنوان می‌کند: «بعد از ادغام‌هایی که در

سازمان میراث فرهنگی انجام شد، رؤسا و معاونان سازمانی حوزه میراث فرهنگی انسان‌های مرتبط به این حوزه نبوده‌اند. در نتیجه، تصمیمات خطای بسیاری گرفته شده است.»

در زمینه لزوم ایجاد و تقویت همکاری‌های بین‌سازمانی در حوزه میراث فرهنگی، مصاحبه‌شونده دوم عنوان می‌کند: «خودسرانه عمل کردن سازمان‌های دیگر غیر از وزارت میراث فرهنگی، مثل سازمان اوقاف، مشکلاتی ایجاد کرده؛ زیرا این سازمان بدون هماهنگی با این وزارت‌خانه کارهای خود را پیش می‌برد.» مصاحبه‌شونده دهم نیز باور دارد: «باید با سیاست‌مداران گوناگون در حوزه توسعه ارتباط و تعامل برقرار کنیم تا بتوانیم برنامه‌های حوزه میراث فرهنگی را پیش ببریم.»

جدول ۵: مضامین شکل دهنده به بعد ایدئولوژی محور

مضمون	مفهوم	مقوله
ایدئولوژی اسلامی حاکمیت ظرفیتی برای همه میراث فرهنگی ایران	بعد ایدئولوژی محور	حوزه فراسازمانی میراث فرهنگی

در خصوص این‌که ایدئولوژی اسلامی حاکمیت ظرفیتی برای همه میراث فرهنگی ایران است، مصاحبه‌شونده ششم عقیده دارد: «ما هم اسلام را داریم و هم ایران را داریم. ما ایرانی مسلمان هستیم. نگاه‌های تند افراطی درباره میراث فرهنگی دیگر جایی ندارد. خیلی هم طرف‌دار ندارد. هم آثار قبل از اسلام و هم

بعد از اسلام را نظام حمایت می‌کند.» مصاحبه‌شونده نهم هم معتقد است: «هم دوره پیش از اسلام و هم دوره اسلامی در کشور محترم هستند و از روی عمد بی‌توجهی به یک دوره وجود ندارد؛ ایدئولوژی باعث نشده که بی‌توجهی به یک دوره خاص شکل بگیرد.»

جدول ۶: مضامین شکل دهنده به بعد سیاست محور

مضمون	مفهوم	مقوله
نبود تضاد بین هویت سیاسی حاکمیت با برخی از میراث فرهنگی کشور	بعد سیاست محور	حوزه فراسازمانی میراث فرهنگی
اهمیت تقویت اقتصاد فرهنگی و فاصله گرفتن از اقتصاد نفتی و معدنی		

در زمینه نبود تضاد بین هویت سیاسی حاکمیت با برخی از میراث فرهنگی کشور، بسته اجرایی وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۹۴-۱۳۹۰) موضوع ماده ۲۱۷ قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران تأکید دارد: «توجه به حفظ و نگهداری از میراث فرهنگی کاملاً در راستای اهداف

آرمانی کشور بوده و توجه به آن از اساسی‌ترین پایه‌های توسعه کشور است.» همچنین، مصاحبه‌شونده اول معتقد است: «در این مورد، هیچ تضادی وجود ندارد، نه با چغازنبیل نه با پاسارگاد؛ چنین چیزی هیچ‌کجا در قانون نیامده است، هیچ فردی هم در نهادهای قانون‌گذار و سیاست‌مداران را تأیید نمی‌کند. ما برای این مرکز فرهنگی

در زمینه نبود تضاد بین هویت سیاسی حاکمیت با برخی از میراث فرهنگی کشور، بسته اجرایی وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۹۴-۱۳۹۰) موضوع ماده ۲۱۷ قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران تأکید دارد: «توجه به حفظ و نگهداری از میراث فرهنگی کاملاً در راستای اهداف



مصاحبه‌شونده اول می‌گوید: «در ایران، برسر گردشگری اتفاق آرا وجود ندارد و این عامل باعث شده که ناخودآگاه میراث فرهنگی هم که منبع مهمی برای گردشگری است در حاشیه قرار بگیرد؛ البته، اقتصاد نفتی و معدنی کشور باعث شده به میراث فرهنگی توجه کمتری بشود.»

داریم هزینه می‌کنیم. پس، تقابلی وجود ندارد.» در حیطه اهمیت تقویت اقتصاد فرهنگی و فاصله گرفتن از اقتصاد نفتی و معدنی، مصاحبه‌شونده سوم ذکر کرده است: «تازمانی که نفت داریم میراث فرهنگی در حاشیه قرار می‌گیرد. نفت، اگر نباشد، مجبوریم به میراث فرهنگی بیشتر اهمیت بدهیم.» به علاوه،

جدول ۷: مضامین شکل دهنده به بعد فرهنگ محور

مضمون	مفهوم	مقوله
لزوم تصحیح برداشت‌های غلط شخصیت‌های میراث فرهنگی	بعد فرهنگ محور	حوزه فراسازمانی میراث فرهنگی
نیاز به ایجاد و افزایش آگاهی عموم مردم راجع به میراث فرهنگی		
لزوم ایجاد و افزایش شناخت از میراث فرهنگی نزد سیاسیون		
نیاز به رهایی حیطه میراث فرهنگی از سیاسی - امنیتی بودن/شدن		
لزوم مشارکت عمومی در مدیریت میراث فرهنگی		

متأسفانه، ما استاندارها و شهردارهایی نداریم که میراث فرهنگی را بشناسند.» مصاحبه‌شونده دهم نیز عنوان می‌کند: «سیاست‌مداران ما فرهنگ را نمی‌فهمند. سیاست‌مداران ما باید قبل از این که سیاسی بشوند اول فرهنگی بشوند.»

در زمینه نیاز به رهایی حیطه میراث فرهنگی از سیاسی - امنیتی بودن/شدن، مصاحبه‌شونده نهم معتقد است: «پاسارگاد در همه دوره‌ها مورد احترام بوده است. این که امروزه این شرایط در خصوص 7 آبان پیش می‌آید موضوعی است که از خارج از بخش میراث فرهنگی به آن تحمیل شده است. امروزه، پاسارگاد به دلایلی خارج از حوزه فرهنگی امنیتی شده است.» مصاحبه‌شونده ششم نیز شرح می‌دهد: «نگاه به میراث فرهنگی نگاهی سیاست‌زده است؛ میراث فرهنگی مورد استفاده سیاست قرار گرفته است و از سیاسی شدن رنج می‌برد.»

در حیطه لزوم مشارکت عمومی در مدیریت میراث فرهنگی، مصاحبه‌شونده سیزدهم مدعی است: «ما میراث فرهنگی را چیزی دولتی می‌بینیم که صرفاً حکومت باید آن را حفظ کند. این در حالی است که جامعه و مردم باید بیشتر مشارکت کنند.» مصاحبه‌شونده ششم نیز می‌گوید: «در میراث فرهنگی، باید از مشارکت مردمی و بخش خصوصی استفاده حداکثری کرد؛ چون مردم صاحب فرهنگ هستند، ولی الآن دولت را صاحب فرهنگ می‌دانند.»

در خصوص لزوم تصحیح برداشت‌های غلط شخصیت‌های مذهبی درباره میراث فرهنگی، مصاحبه‌شونده دوم اشاره دارد: «قرآن میراث فرهنگی را طور دیگری معرفی می‌کند. اما، وقتی به تحلیل‌های برخی مذهبیون می‌رسیم، داستان متفاوت می‌شود. فقه شیعی، اگر به نگاه‌های فردی محدود شود، می‌تواند برای میراث فرهنگی مشکل ایجاد کند. این نگاه‌های فردی از جایگاه و تأثیر ایران در شکل دادن به معماری اسلامی بی‌خبر هستند.» همچنین، مصاحبه‌شونده پانزدهم مدعی است: «برداشت‌های غلط مذهبی از میراث فرهنگی باعث می‌شود عده‌ای دین را در مقابل بخشی از میراث فرهنگی ببینند؛ مثل این که صحبت راجع به دوران پیش از اسلام را قرار دادن آن در مقابل دوران اسلامی می‌بینند، در حالی که چنین نیست.»

درباره نیاز به ایجاد و افزایش آگاهی عموم مردم راجع به میراث فرهنگی، مصاحبه‌شونده یازدهم می‌گوید: «یک موضوع مهم این است که جامعه میراث فرهنگی خودش را نمی‌شناسد. از این منظر، از مسئولان نمی‌خواهند که به میراث فرهنگی توجه ویژه‌ای داشته باشند.» مصاحبه‌شونده هشتم نیز معتقد است: «چیزهایی بیشتر مورد توجه حکومت قرار گرفته که توجه عموم مردم به آن‌ها بوده است؛ انتظاراتی که مردم از حاکمیت داشته‌اند چیزهایی غیر از میراث فرهنگی بوده است.» راجع به لزوم ایجاد و افزایش شناخت از میراث فرهنگی نزد سیاسیون، مصاحبه‌شونده دوم بیان می‌کند: «مسئولان سازمانی کشور میراث فرهنگی را نمی‌شناسند.»



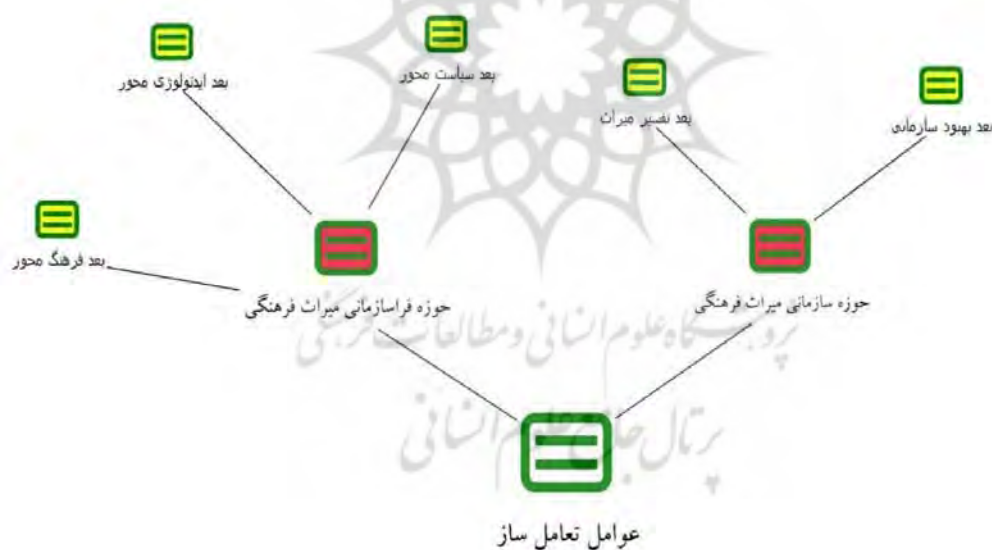
بحث و نتیجه گیری

این تحقیق، به منزله اولین مطالعه علمی انجام شده در حیطه رابطه بین سیاست و میراث فرهنگی، در خصوص موضوع تعامل این دو مؤلفه و تأثیر آن در توسعه گردشگری فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران را در قالب الگویی مشخص بحث و بررسی کرده است. از این منظر، عرصه کلی میراث فرهنگی کشور در بُعد ملموس و ناملموس مدنظر قرار گرفته است و، به منظور دستیابی به توسعه هرچه بیشتر گردشگری فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران، درباره تعامل این عرصه با سیاست به مثابه یکی از عوامل مؤثر در حیطه میراث فرهنگی کشور کندوکاو شده است.

پاسخ به سؤال اصلی تحقیق

الگوی تعامل پایدار سیاست و میراث فرهنگی در توسعه گردشگری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران چگونه است؟
با توجه به سؤال اصلی تحقیق «الگوی تعامل

بین سیاست و میراث فرهنگی»، داده‌های تحقیق از طریق مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک موجود جمع‌آوری و استخراج شدند. البته، ابتدا با بررسی ادبیات موجود، دو عامل تفسیر از میراث و تأثیر آن در تعامل سیاست و میراث فرهنگی و ایدئولوژی سیاسی حاکمیت و تأثیر آن در تعامل بین سیاست و میراث فرهنگی به دست آمدند و در سؤالات تحقیق گنجانده شدند. تأیید این عوامل و بقیه عوامل کسب شده نتیجه مصاحبه با خبرگان حوزه میراث فرهنگی و گردشگری و استفاده از اسناد و مدارک مربوطه در این زمینه بود. الگویی که بعد از مطالعات مفصل و انجام مصاحبه‌ها با بهره بردن از نرم‌افزار MAXQDA تدوین شد متشکل از ۱۱۵ مضمون، ۵ مفهوم، ۲ مقوله و یک محور اصلی بود. پنج مفهوم در واقع همان پنج بُعد هستند که دو بُعد آن متعلق به مقوله عوامل سازمانی تعامل ساز و سه بُعد آن متعلق به مقوله عوامل فراسازمانی تعامل ساز هستند. این الگو به شکل ذیل است:



شکل ۱: الگوی تعامل پایدار سیاست و میراث فرهنگی

در جمهوری اسلامی ایران

پاسخ به سؤالات فرعی تحقیق

تفسیر در تعامل بین سیاست و میراث فرهنگی چه تأثیری دارد؟

درکل، نتایج حاصله از مصاحبه با خبرگان نشان می‌دهد که، اگر تفسیر (مبتنی بر دانش) از میراث فرهنگی ارائه شود یا به عبارتی خوانش‌ها و قرائت‌های

متفاوتی از میراث فرهنگی به سیاست‌مداران ارائه شود، می‌تواند در تعامل آنان با میراث فرهنگی تأثیر بسیار مثبتی داشته باشد.

نتیجه حاصله با نتایج لانگ و سوئیت (2006)، سیسیچ و میاتوویچ (2014) و کائوسویچ (2019) مطابقت دارد. آنان نیز تأثیر تفسیر را در کمک به تسهیل فهم متقابل بین میراث فرهنگی و سیاست‌شایان توجه دانسته‌اند. نتایج نشان می‌دهند، اگر تفسیرهای متفاوت



میراث برای مشروعیت بخشیدن به کنترل سیاسی خود استفاده می‌کند، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که حکومت ایران میراث را به ابزاری برای مشروعیت دادن به کنترل سیاسی خود تبدیل نکرده است.

نتایج این تحقیق نشان از این دارد که ایدئولوژی اسلامی جمهوری اسلامی ایران، نه تنها در پی کنترل و دستکاری میراث فرهنگی خود نیست و با میراث فرهنگی اعصار خود مشکلی ندارد، بلکه این ایدئولوژی، که با گذر زمان به بخشی از میراث فرهنگی کشورمان مبدل شده است، ظرفیتی برای کل میراث فرهنگی ایران است که هم سفارش می‌کند آثار تاریخی باید حفاظت و نگهداری شوند و هم مردم را به دیدن این میراث فرهنگی و درک آن توصیه می‌کند.

در این زمینه، در قرآن، به منزله منشأ ایدئولوژی حاکمیت در جمهوری اسلامی ایران، بیان می‌شود که میراث آسمان‌ها و زمین از آن خداست (سوره آل عمران، آیه ۱۸۰) و خداوند به حفاظت از میراث مادی و معنوی به جامانده از جوامع و نسل‌های پیشین عزم جدی دارد (سوره دخان، آیات ۲۵ تا ۲۸). همچنین، قرآن می‌فرماید که در زمین گردش کنید و از میراث مادی و معنوی به جامانده از جوامع گذشته دیدن کنید. به علاوه، گردش در روی زمین برای شناخت تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی موجود در بین جوامع انسانی گوناگون نیز توصیه این کتاب آسمانی است (سوره حجرات، آیه ۱۳).

در این خصوص، مقام معظم رهبری، در مقام بارزترین جلوه تجلی ایدئولوژی حاکمیت و بلندپایه‌ترین شخصیت مذهبی - سیاسی کشور، می‌گوید:

بناهای تاریخی محصول سرپنجه هنرمندان ایرانی و فکر روشن بین آنان است؛ ذهن ایرانی و سرانگشت هنرمند ایرانیان است که این بناهای تاریخی را به وجود آورده است؛ روحیه بلندنظر و ابتکار و ذوق ایرانی به وجود آورنده این آثار است. این برای یک ملت باعث افتخار است. با این دید وقتی نگاه بکنیم، می‌بینیم این‌ها مثبت است، چه تخت جمشید چه بقیه آثار دیگر. باید اهتمام ویژه‌ای به میراث فرهنگی شود.^۱

بنابراین، فی‌نفسه ایدئولوژی حاکمیت نه تنها با حفاظت، نگهداری و بهره‌برداری از آثار تاریخی و فرهنگی کشور (به خصوص آثار تاریخی پیش از اسلام) تقابلی ندارد، بلکه محافظ و مروج پاسداشت از میراث فرهنگی تاریخی کشور است.

چه مؤلفه‌های دیگری در تعامل پایدار بین سیاست و میراث فرهنگی تأثیرگذار هستند؟

۱. بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار مسئولان اجرایی استان فارس. <https://www.leader.ir/fa/speech/3847/1387>

بتوانند، با استفاده از منابع علمی غنی و دانش محور، قرائت‌های متفاوتی از میراث فرهنگی را به سیاستمداران عرضه کنند، امید می‌رود که این روند بتواند باعث آشتی هرچه بیشتر عرصه میراث فرهنگی و سیاست شود و دیدگاه‌های سیاستمداران را به میراث فرهنگی کشور مثبت (تر) کند. این دیدگاه مثبت طبیعتاً باعث خواهد شد رغبت سیاستمداران برای حفاظت‌های بیشتر و بهتر از میراث فرهنگی و بهره‌برداری‌های عاقلانه و عالمانه از آن را تقویت شود و بودجه‌های بیشتری به این زمینه اختصاص یابد. از سوی دیگر، با این دیدگاه، میراث فرهنگی برای سیاستمداران از حاشیه‌ای بودن خارج می‌شود و به متن سیاست‌های فرهنگی و اقتصادی کشور برمی‌گردد. همچنین، تفسیر می‌تواند عقاید و باورهای سیاستمداران را به این سو سوق دهد که میراث فرهنگی می‌تواند در دیپلماسی فرهنگی کشور به پیشرانی قوی تبدیل شود. مطابق دیدگاه‌های برخی از خبرگان، میراث فرهنگی در صورت تفسیر صحیح می‌تواند ابزاری برای تنش‌زدایی در دیپلماسی و راهی برای تقویت جایگاه کشور در عرصه‌های بین‌المللی باشد.

ایدئولوژی سیاسی حاکمیت در تعامل بین سیاست و میراث فرهنگی چه تأثیری دارد؟

همسو با دیدگاه‌های کیم و همکاران (۲۰۰۷)، وال و ژائو (۲۰۱۷) و وانگ (۲۰۱۹)، نتایج این تحقیق نیز نشان می‌دهند که ایدئولوژی حاکمیت در جمهوری اسلامی ایران در تعامل بین سیاست و میراث فرهنگی تأثیر دارد. البته، برخلاف نتایج به دست آمده از تحقیق کیم و همکاران (۲۰۰۷) در کشور کره شمالی که نشان می‌دهد، به دلیل سیاسی بودن ذاتی میراث، میراث فرهنگی این کشور را نیز ایدئولوژی سیاسی حاکمیت کنترل می‌کند، نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ایدئولوژی سیاسی حاکمیت در ایران در پی کنترل میراث فرهنگی کشور نیست.

همچنین، برخلاف یافته‌های تحقیق وال و ژائو (۲۰۱۷) که در خصوص حکومت چین انجام شده است، نتایج این تحقیق نشان می‌دهند که حکومت ایران همانند چین، که میراث کمونیستی خود را دستکاری می‌کند تا بتواند اهداف سیاسی خود را برآورده کند و تنها حکومت است که می‌گوید چه چیز باید نگهداری و به یاد آورده شود، با میراث خود چنین رفتاری ندارد. حکومت ایران همانند چین تفسیرهای راهنمایان گردشگری در خصوص میراث فرهنگی کشور را کنترل نمی‌کند.

به علاوه، برخلاف نتایج تحقیق وانگ (۲۰۱۹) در کشور تایوان که نشان می‌دهد حکومت این کشور از



مقابله‌ی را نیز ارائه کرد (Bikdelo & Rahnavard, 2017).

همچنین، نتایج نشان می‌دهند که، در بعد سیاست‌محور، نبود تضاد بین هویت سیاسی حاکمیت با برخی از میراث فرهنگی کشور و اهمیت تقویت اقتصاد فرهنگی و فاصله گرفتن از اقتصاد نفتی و معدنی موضوعیت دارند.

همچنان که قبلاً مشخص شد، ایدئولوژی جمهوری اسلامی، به‌مثابه نظام منسجمی از باورها که سنگ بنای عقاید و نگرش‌های آن را شکل می‌دهد (King, 2012) و وضع مطلوب و آرمانی را برای آن ترسیم می‌کند (Khalili, 2006)، ظرفیتی برای حفاظت و بهره‌برداری از کل میراث فرهنگی کشور در توسعه گردشگری فرهنگی است. هویت سیاسی جمهوری اسلامی نیز به‌منزله باورهایی که راجع به نظم اجتماعی مطلوب این رژیم و چگونگی دستیابی به آن هستند (Erikson & Tedin 2019) و مشخص می‌کنند که جمهوری اسلامی باید چگونه عمل کند (Grove et al., 1974) با میراث فرهنگی کشور تضادی ندارد. در واقع، جمهوری اسلامی، هم در تئوری (ایدئولوژی) و هم در عمل (هویت سیاسی)، با کل میراث فرهنگی کشور سازگاری دارد و، در صورت برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح، زمینه‌های حفاظت و بهره‌برداری از آن‌ها را در توسعه گردشگری فرهنگی کشور مهیا خواهد کرد.

تقویت اقتصاد فرهنگی و فاصله گرفتن از اقتصاد نفتی و معدنی در تعامل بین سیاست و میراث فرهنگی به این دلیل اهمیت دارد که بر طبق یافته‌ها باعث می‌شود به گردشگری به‌مثابه صنعتی فرهنگ‌مبنا بیشتر توجه شود. بر این اساس، میراث فرهنگی نیز، به‌منزله منبع مهم صنعت گردشگری، اهمیت بسیار بیشتری پیدا کرده است و نظر سیاست‌مداران را بیشتر به خود جلب خواهد کرد. زمانی که سیاست‌مداران منافع اقتصادی و اجتماعی استفاده از میراث فرهنگی در گردشگری را مشاهده کنند و بیشتر پی ببرند که سفر و گردشگری همانند نفت تحریم‌شدنی نیست، طبیعتاً رویکرد بسیار مثبتی به گردشگری فرهنگی پیدا خواهند کرد.

در بعد فرهنگ‌محور نیز، لزوم تصحیح برداشت‌های غلط شخصیت‌های مذهبی از میراث فرهنگی، نیاز به ایجاد و افزایش آگاهی عموم مردم راجع به میراث فرهنگی، نیاز به راهیابی حیطه میراث فرهنگی از سیاسی - امنیتی بودن/شدن، لزوم ایجاد

براساس نتایج تحقیق، در بعد بهبود سازمانی، نیاز به کارآمدتر شدن ساختار سازمانی حوزه میراث فرهنگی، لزوم وجود برنامه‌های بلندمدت راهبردی برای میراث فرهنگی، نیاز به حضور مسئولان شایسته و دانشی و لزوم ایجاد و تقویت همکاری‌های بین‌سازمانی در حوزه میراث فرهنگی اهمیت دارند. این نتایج با یافته‌های ویسی و مهمان‌دوست (2015) همسو هستند. آنان نیز، در بررسی خود که مطابق با هدف نهایی این تحقیق است و طبیعتاً به تعامل بخش‌های بسیاری در درون کشور بستگی دارد، به این نتیجه رسیده‌اند که در حوزه سازمانی سوء مدیریت، کمبود نیروهای متخصص و ناهماهنگی میان نهادهای تصمیم‌ساز، مشکلات بسیاری را به وجود آورده است. بنا بر آنچه گفته شد، در حوزه سازمانی میراث فرهنگی موارد زیر ضروری هستند:

به‌کارگیری ساختارهایی که در آن‌ها جایگاه افراد به‌درستی مشخص می‌شود، تقسیم‌بندی واحدهای سازمانی به‌درستی انجام می‌پذیرد و بین این واحدها یکپارچگی مناسب و ارتباطات مؤثری ایجاد می‌شود (Aarabi, 2006) تا در نهایت بتوان به سازمان‌دهی مناسبی در فعالیت‌های حوزه سازمانی (Hall, 2002) میراث فرهنگی دست یافت.

وجود برنامه‌های راهبردی که از نگاه سطحی منفعت‌طلبانه اقتصادی دوری می‌کنند و تلاش دارند تا - با مأموریت محوری، هماهنگ کردن مدیران سازمانی در انجام فعالیت‌های خود، دوری از روزمرگی و جهت‌دهی به برنامه‌های عملیاتی و شناخت صحیح محیط‌هایی که سازمان را در بر گرفته‌اند - به اثربخشی سازمانی (Mobini Dehkordi & Salmanpour, 2006) میراث فرهنگی کمک کنند.

رعایت حداکثری شایسته‌سالاری، که در آن مسئولان به‌کارگرفته‌شده در حیطه میراث فرهنگی هم دارای دانش یا معلومات نظری لازم و کافی در این حیطه و هم مهارت‌های اجرای این معلومات نظری در عرصه عمل هستند (Dargahi et al., 2010)، با ضابطه‌گرایی انتخاب می‌شوند و در قبال فعالیت‌های خود پاسخگو هستند (Soltani, 2009).

توجه به ایجاد و تقویت همکاری‌ها در میان سازمان‌هایی که در حوزه میراث فرهنگی مؤثر و ذی‌نفع هستند. بر این اساس، می‌توان به تهیه برنامه‌های مشترک پرداخت، اهداف و خط‌مشی‌های مشترکی تدوین کرد، مقررات و رویه‌های عملیاتی مشترکی را اجرا کرد، اقدامات مشترکی را انجام داد و بازخوردهای



خوانش‌های جدید منتج از این میراث را بفهمد. یافته‌های تحقیق نیز نشان می‌دهند که تقویت این شناخت به حساسیت‌های بیشتر سیاسیون در خصوص میراث فرهنگی منجر خواهد شد و آنان متوجه خواهند شد که میراث فرهنگی زیرساخت جامعه، پیش‌قراول توسعه، راهی پُر از تجربه برای ساختن آینده و عاملی وحدت‌آفرین در کشور است.

در حوزه لزوم مشارکت عمومی در مدیریت میراث فرهنگی، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که بهبود این مشارکت می‌تواند در کنار جایگاه بی‌بدیل حاکمیت در مدیریت میراث فرهنگی، جایگاه مردم را در پروژه‌هایی از قبیل حفاظت و مرمت میراث فرهنگی و ایجاد موزه‌ها تقویت کند. به این صورت، مردم نیز به نیرویی مهم در حفاظت و بهره‌برداری از میراث فرهنگی (از راه گردشگری) تبدیل خواهند شد. در نتیجه، اهمیت حیات و پایداری میراث فرهنگی برای حاکمیت افزون‌تر خواهد شد؛ زیرا حاکمیت از این‌پس خواست اجتماعی در مدیریت شایسته میراث فرهنگی را نیرویی پیشران پیش‌روی خود می‌بیند. در این جا، لازم است اشاره شود که پس از بررسی مضمون‌های پایه‌ای و تقسیم‌بندی آن‌ها در زیرمجموعه مضمون‌های سازمان‌دهنده مشخص شد که در حیطه عوامل فراسازمانی تعامل‌ساز، بعد فرهنگ‌محور در مقایسه با بعد سیاست‌محور و بعد ایدئولوژی‌محور وزن و معناداری بیشتری دارد. در واقع، به نظر می‌رسد باید به اقدامات و فعالیت‌های فرهنگی در حیطه تعامل بین سیاست و میراث فرهنگی اهمیت بیشتری داد تا از این راه بتوان این تعامل را پایدارتر برقرار کرد.

اگر تعامل پایداری بین سیاست و میراث فرهنگی شکل بگیرد، تأثیر آن در توسعه گردشگری فرهنگی کشور چگونه خواهد بود؟

از دهه هفتاد میلادی به بعد (Drummond, 2001)، میراث ملموس و ناملموس بشری به مهم‌ترین منبع برای گردشگری در عرصه بین‌المللی تبدیل شده (Graham, 2002) و امروزه گردشگری فرهنگی را به یکی از پرسرعت‌ترین بخش‌های در حال رشد صنعت گردشگری در سطح جهان تبدیل کرده است (Gluvačević, 2016). همچنین، باعث شده مقصدهایی که دارای میراث فرهنگی هستند رقابت‌پذیری بالایی را در صنعت گردشگری به دست آورند (Agisilaos, 2012).

بر این اساس، رابطه بین میراث فرهنگی مقصدها و توسعه گردشگری کاملاً واضح است و، مطابق تحقیقات، حفاظت و صیانت از میراث فرهنگی هر مقصد و تبدیل آن‌ها به جاذبه‌های گردشگری به معنای توسعه و رونق

و افزایش شناخت از میراث فرهنگی نزد سیاسیون و لزوم مشارکت عمومی در مدیریت میراث فرهنگی مطرح هستند.

یافته‌ها نشان می‌دهند که تصحیح برداشت‌های غلط شخصیت‌های مذهبی از میراث فرهنگی کشور می‌تواند به تعامل بهتر سیاست و میراث فرهنگی کمک کند؛ زیرا این شخصیت‌ها، به دلیل بافت اسلامی حاکمیت، تأثیر بسیاری در سیاسیون کشور دارند، به خصوص شخصیت‌هایی که در کشور شناخته‌شده‌تر و اثرگذارتر هستند. بنابراین، باید جایگاه، ماهیت و ارزش‌های میراث فرهنگی کشور برای این قشر توضیح داده شود تا بتوان دیدگاه آنان به این میراث (به خصوص میراثی که برای ایشان حساسیت‌برانگیز است) را تغییر داد.

موضوع نیاز به ایجاد و افزایش آگاهی عموم مردم راجع به میراث فرهنگی در تحقیق پاولیچیچ (2016) مطرح شده است. او به افزایش دانش مردم آلبانی مستقر در کوزوو راجع به یادمان‌های قرون وسطایی صربستان اشاره کرده و نیاز به افزایش آگاهی عمومی از این میراث فرهنگی را یادآور شده است. یافته‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها نیز نشان می‌دهد که شناخت جایگاه و ارزش‌های میراث فرهنگی توسط عموم می‌تواند کمک کند تا مردم سیاست‌مداران را ترغیب یا وادار کنند تا به حفاظت از میراث فرهنگی بپردازند. خواست عمومی و فراگیر جامعه در خصوص حراست از میراث فرهنگی موضوعی است که خودبه‌خود سیاست‌مداران را نیز به حفاظت‌های بهتر از میراث فرهنگی ترغیب خواهد کرد. نیاز به رهایی حیطه میراث فرهنگی از سیاسی - امنیتی بودن/ شدن موضوعی است که ویسی (2015) به آن پرداخته است و آن را عاملی مهم برای توسعه گردشگری در کشور می‌داند. بوی و لی (2015) و لنون و تیرقین (2020) نیز جلوگیری از سیاسی شدن میراث فرهنگی را عاملی مهم در ارتقای توسعه صنعت گردشگری دانسته‌اند؛ زیرا سیاسی شدن میراث فرهنگی می‌تواند جایگاه و کارکردهای اصلی آن را در محصول گردشگری فرهنگی تغییر دهد. در ضمن، باعث می‌شود نگاه به میراث فرهنگی از حالت عادی خود خارج شود، حاکمیت همیشه آن را تهدیدی برای خود ببیند و رغبتی برای توجه و بهره بردن از آن نداشته باشد.

در خصوص لزوم ایجاد و افزایش شناخت از میراث فرهنگی نزد سیاسیون، سیما (2017) اشاره می‌کند که حکومت رومانی تلاش می‌کند تا درباره میراث عصر کمونیسم این کشور شناخت جدیدی به دست آورد و



گردشگری فرهنگی آن مقصد است (نک: Timothy, 2015). با توجه به آنچه گفته شد، اگر تعامل پایداری بین سیاست و میراث فرهنگی شکل بگیرد، میراث فرهنگی می‌تواند، به‌منزله مبنایی برای توسعه گردشگری فرهنگی، سبب توسعه مناطق بسیاری از کشور شود و گردشگری فرهنگی می‌تواند، با استفاده بجا و درست از میراث فرهنگی نواحی گوناگون، به توسعه پایدار آن‌ها کمک کند.

به‌جز توسعه گردشگری فرهنگی کشور در عرصه داخلی، تعامل پایدار سیاست و میراث فرهنگی و نمود یافتن آن در گردشگری فرهنگی کشور می‌تواند رقابت‌پذیری کشور را در عرصه بین‌المللی گردشگری هرچه بیشتر ارتقا دهد. این موضوع به‌خصوص می‌تواند در رقابت با رقبای منطقه‌ای کشور و همسایگانمان نمود یابد. اگر بپذیریم که ایران در میان کشورهای هم‌جوار و همسایگان خود دارای غنی‌ترین منابع میراث فرهنگی است، خواهیم فهمید که چرا به تعامل هرچه بهتر سیاست و میراث فرهنگی نیاز دارد. اگر این تعامل به‌شکل بهینه محقق شود، میراث فرهنگی کشور می‌تواند به‌خوبی در عرصه منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای خود را نشان دهد و گردشگری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران می‌تواند در عرصه رقابت‌های بین‌المللی از رقبای خود پیشی بگیرد. این تعامل بهینه می‌تواند باعث شود موج ورود گردشگران فرهنگی به کشور فزاینده شود و منافع اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی فراوانی از این طریق به دست آید.

این تحقیق، مانند تمام تحقیقات، با محدودیت‌هایی مواجه بود. همه‌گیری بیماری کرونا (کووید-19) محدودیتی بود که محقق و جامعه تحقیق را در خصوص جمع‌آوری اطلاعات و دسترسی به نمونه‌های بیشتر با محدودیت مواجه کرد. فقدان تحقیقات مشابه در حوزه تعاملات سیاست با میراث فرهنگی و گردشگری توأمان موجب می‌شد، برای ایجاد مضامین و مقوله‌های تحقیق، زمان و انرژی زیادی صرف شود.

پیشنهادهای محققان به سایر پژوهشگران این است که: این تحقیق به‌شکل کلی هر دو حیطه میراث ملموس و ناملموس کشور را بررسی کرده است. لذا، توصیه می‌شود که تحقیقاتی به‌طور جداگانه در خصوص میراث ملموس و ناملموس کشور انجام شود تا بتوان نتایج مشخص‌تری را در خصوص هر یک از آن‌ها حاصل کرد. پیشنهاد بعدی این است که تحقیقاتی نیز به‌طور مجزا در وب‌گاه‌های میراث فرهنگی به‌خصوص وب‌گاه‌های میراث جهانی انجام شود تا بتوان نحوه تعاملات وزارت

میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی را با میراث ملموس و ناملموس نهفته در این وب‌گاه‌ها بهتر ارزیابی کرد.

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است.

اعرابی، سیدمحمد (۱۳۹۸). طراحی ساختار سازمانی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. <https://www.adinehbook.com/gp/product/964626901x>

امین‌یان، ناصر و سیدنقوی، میرعلی (۱۳۹۷). «ارائه الگوی حکمروایی مطلوب گردشگری در ایران». فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۳(۲۴)، 102-67. <https://doi.org/10.22054/102-67>. TMS.2018.9018

بیکدلو، فهیمه و رهنورد، فرح‌الله (۱۳۹۶). سنجش هماهنگی میان سازمانی و شناسایی عوامل مؤثر بر آن در سازمان‌های عمومی. فرایند مدیریت و توسعه، 30(2)، 23-3. <https://doi.org/20.100.3-23>. 1.1.17350719.1396.30.2.1.7

جلالی، رستم (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی. مجله تحقیقات کیفی در علوم سلامت، 4(1)، 310-320. <http://eprints.kmu.ac.ir/id/eprint/31134>

خلیلی، رضا (1385). ایدئولوژی و استراتژی؛ نسبت‌سنجی مفهومی نگرش ایدئولوژیک و تفکر استراتژیک. فصلنامه مطالعات راهبردی، 4(9)، 759-788. http://quarterly.risstudies.org/article_964.html

خنیفر، حسین و مسلمی، ناهید (۱۳۹۸). اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی. تهران: نگاه دانش. <https://www.adinehbook.com/gp/product/9641573462>

درگاهی، حسین (1389). ارائه مدل شایستگی در توسعه منابع انسانی. نشریه راهبرد، 23(2)، 91-۱۱۳. <http://noo.rs/M4htk>

سلطانی، ایرج (۱۳۸۸). سازوکارهای استقرار شایسته‌سالاری در سازمان‌های دولتی. دوام‌نامه مدیریت، 20(148-147)، 37-32. <https://www.magiran.com/paper/659799>



- Altinay, L., & Bowen, D. (2006). Politics and tourism interface: the case of Cyprus. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 939-956. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.03.020>
- Álvarez-García, J., Maldonado-Erazo, C. P., Río-Rama, D., de la Cruz, M., & Castellano-Álvarez, F. J. (2019). Cultural heritage and tourism basis for regional development: mapping of scientific coverage. *Sustainability*, 11, 1-21. <https://doi.org/10.3390/su11216034>
- Aminian, N., & Seyed Naghavi, M. A. (2018). A Model of tourism good governance in Iran. *Quarterly of Tourism Management Studies*, 13(24), 67-102. <https://doi.org/10.22054/TMS.2018.9018> [In Persian]
- Anderson, B. (2006). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso. <https://www.versobooks.com/en-gb/products/1126-imagined-communities>
- Ashworth, G. J., Graham, B., & Tunbridge, J. E. (2007). *Pluralising Pasts: Heritage, Identity and Place in Multicultural Societies*. London: Pluto Press. <https://www.plutobooks.com/9781783716111/pluralising-pasts/>
- Barber, L. (2014). (Re) making heritage policy in Hong Kong: A relational politics of global knowledge and local innovation. *Urban Studies*, 51(6), 1179-1195. <https://doi.org/10.1177/0042098013495576>
- Bhandari, K. (2019). Tourism and the geopolitics of Buddhist heritage in Nepal. *Annals of Tourism Research*, 75, 58-69. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.006>
- Bikdelo, F., & Rahnavard, F. (2017). Measuring Inter-organizational Coordination and Identifying Factors affecting it in Public Organizations. *Management And Development*
- صالحی‌پور، محمدرضا (۱۳۹۴). مدیریت گردشگری میراث فرهنگی: راهنمای عمل. اصفهان: چهارباغ.
- میمنی دهکردی، علی و سلمان‌پور، مجید (۱۳۸۵). درآمدی بر برنامه‌ریزی استراتژیک و عملیاتی. راهبرد یاس، 2(6)، 187-202. <http://noo.rs/Lz4eq>
- نیسی، ناجیه (۱۳۸۷). بررسی تطبیقی تأثیر ایدئولوژی و سیاست بر توسعه توریسم (مطالعه موردی: کیش و دبی). (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- ویسی، هادی (۱۳۹۴). بررسی تأثیر ایدئولوژی سیاسی بر صنعت گردشگری (مطالعه موردی: ایران). مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، 4(14)، 45-66. http://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1128.html
- ویسی، هادی و مهماندوست، خدیجه (۱۳۹۴). بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری بین‌المللی در ایران با تأکید بر گردشگری ورودی. فصلنامه ژئوپلیتیک، 11(1)، 135-156. <https://doi.org/20.1001.1.17354331.1394.11.37.6.7>
- Aarabi, S. M. (2006). *Organizational Structure Designing*. Tehran: Cultural Researches Office. <https://www.adinehbook.com/gp/product/964626901x> [In Persian]
- Agisilaos, E. (2012). Cultural Heritage, Tourism and the Environment. *Sustainable Development, Culture, Traditions*, 1, 70-78. <https://doi.org/10.26341/issn.2241-4002-2012-1a-6>
- Albert, M. T., & Ringbeck, B. (2015). *40 Years World Heritage Convention: Popularizing the Protection of Cultural and Natural Heritage*. Berlin: Walter De Gruyter. https://www.scribd.com/document/343298369/Heritage-Studies-Marie-Theres-Albert-Birgitta-Ringbeck-40-Years-World-Heritage-Convention-Popularizing-the-Protection-of-Cultural-and-Natural-Heritage?language_settings_changed=English

- book/9780750646758#
- Erikson, R. S., & Tedin, K. L. (2019). American public opinion: Its origins, content, and impact. New York: Routledge. <https://www.routledge.com/American-Public-Opinion-Its-Origins-Content-and-Impact/Erikson-Tedin/p/book/9781138490703#>
- Gluvačević, D. (2016). THE POWER OF CULTURAL HERITAGE IN TOURISM -EXAMPLE OF THE CITY OF ZADAR (CROATIA). *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(1), 3-24. <http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/68>
- González, P. A. (2016). Transforming ideology into heritage: A return of nation and identity in late socialist Cuba? *International Journal of Cultural Studies*, 19(2), 139-159. <https://doi.org/10.1177/1367877914562712>
- Graham, B. (2002). Heritage as Knowledge: Capital or Culture? *Urban Studies*, 39(5-6), 1003-1017. <https://doi.org/10.1080/00420980220128426>
- Grobler, J. (2008). The impact of politics on heritage and cultural tourism in South Africa. *South African Journal of Cultural History*, 22(1), 163-185. <https://doi.org/10.4314/sajch.v22i1.6366>
- Grove, D. J., Remy, R. C., & Zeigler, L. H. (1974). The effects of political ideology and educational climates on student dissent. *American Politics Quarterly*, 2(3), 259-275. <https://doi.org/10.1177/1532673X7400200301>
- Hall, C. M. (1994). Tourism and politics: policy, power and place. New York: John Wiley & Sons. <https://www.worldcat.org/title/tourism-and-politics-policy-power-and-place/oclc/1057967770>
- Process, 30(2), 3-22. <https://doi.org/20.1001.1.17350719.1396.30.2.1.7> [In Persian]
- Bowen, D., Zubair, S., & Altinay, L. (2017). Politics and Tourism Destination Development: The Evolution of Power. *Journal of Travel Research*, 56(6), 725-743. <https://doi.org/10.1177/0047287516666719>
- Bui, H. T., & Lee, T. J. (2015). Commodification and politicization of heritage: Implications for heritage tourism at the Imperial Citadel of Thang Long, Hanoi (Vietnam). *Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 8(2), 187-202. <https://doi.org/10.14764/10.ASEAS-2015.2-5>
- Bujdosó, Z., Dávid, L., Tőzsér, A., Kovács, G., Major-Kathi, V., Uakhitova, G., ..., & Vasvári, M. (2015). Basis of heritagization and cultural tourism development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 307-315. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.399>
- Čaušević, S. (2019). Reclaiming heritage from anti-communist discourse. *Annals of Tourism Research*, 77, 12-25. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.03.013>
- Chen, G., & Huang, S. (2017). Understanding Chinese cultural tourists: Typology and profile. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 162-177. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1350253>
- Dargahi, H., Alipour, M. H., & Heidari, H. (2010). A competency model in human resource development. *Strategy*, 23, 91-113. <http://noo.rs/M4htk> [In Persian]
- Drummond, S. (2001). Introduction to quality, In: S. Drummond & I. Yeoman, (Ed.), *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann. <https://www.routledge.com/Quality-Issues-in-Heritage-Visitor-Attractions/Yeoman-Drummond/p/>



- ca/_flysystem/fedora/sfu_migrate/12314/etd7259_SJones.pdf
- Khalili, R. (2006). Ideology and strategy: Conceptual proportion of ideologic attitude and strategic thinking. *Journal of Strategic Studies*, 9(4), 759-788. http://quarterly.risstudies.org/article_964.html [In Persian]
- Khanifar, H., & Moslemi, N. (2019). *Fundamentals of Qualitative Research Methods*. Tehran: Negahe danesh. <https://www.adinehbook.com/gp/product/9641573462>. [In Persian]
- Kim, S. S., Timothy, D. J., & Han, H. C. (2007). Tourism and political ideologies: A case of tourism in North Korea. *Tourism Management*, 28(4), 1031-1043. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.08.005>
- King, P. (2012). Political Ideologies. *International Encyclopedia of Housing and Home*: 317-321. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-047163-1.00658-5>
- Lasswell, H. (2018). *Politics: Who gets What, When, how?* Peter Smith Press. Doi: <https://www.worldcat.org/title/politics-who-gets-what-when-how/oclc/781592033>
- Leftwich, A. (2005). *States of Development: On the Primacy of Politics in Development*. Cambridge: Polity Press. <https://www.amazon.com/States-Development-Primacy-Politics/dp/0745608434>
- Lennon, J. J., & Tiberghien, G. (2020). Kazakhstan Gulag heritage: Dark tourism and selective interpretation. *International Journal of Tourism Research*, 22(3), 364-374. <https://doi.org/10.1002/jtr.2341>
- Logan, W. S. (2002). Globalizing heritage: World Heritage as a manifestation of modernism and challenges from the periphery. In: D. Jones, (Ed.), *Twentieth century heritage: our recent cultural legacy*. University of Adelaide &
- Hall, C. M. (2011). A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 437-457. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346>
- Hall, D. (2017). *Bringing Geopolitics to Tourism*. In: D. Hall, (Ed.), *Tourism and Geopolitics: Issues and Concepts from Central and Eastern Europe*. Boston: CABI. <https://www.amazon.com/Tourism-Geopolitics-Concepts-Central-Eastern/dp/1780647611>
- Hall, R. H. (2002). *Organizations: Structure, Processes and Outcomes*. Delhi: Prentice Hall. <https://www.scribd.com/document/535326191/Organizations-Structures-Processes-And-Outcomes>
- Helmy, E. (2004). Towards Integration of Sustainability into Tourism Planning in Developing Countries: Egypt as a Case Study. *Current Issues in Tourism*, 7(6), 478-501. <https://doi.org/10.1080/13683500500408668199>
- Henderson, J. C. (2002). Tourism and politics in the Korean Peninsula. *The Journal of Tourism Studies*, 13(2), 16-27. <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/ielapa.200211545>
- Henderson, J. C. (2008). *Managing Urban Ethnic Heritage: Little India in Singapore*. *International Journal of Heritage Studies*, 14(4), 332-346. <https://doi.org/10.1080/13527250802155851>
- Jalali, R. (2013). Sampling in qualitative researches. *Journal of Qualitative Research in Health Sciences*, 1(4), 310-320. <http://eprints.kmu.ac.ir/id/eprint/31134> [In Persian]
- Jones, S. (2012). *Sustainable heritage tourism planning in Ethiopia: an assessment framework*. (Master dissertation). Canada. Simon Fraser University. <https://summit.sfu>

- Nuryanti, W. (1996). Heritage and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 249-260. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00062-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00062-3)
- Palmer, C. (1999). Tourism and the symbols of identity. *Tourism Management*, 20(3), 313-321. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00120-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00120-4)
- Palmer, C. (1999). Tourism and the symbols of identity. *Tourism Management*, 20(3), 313-321.
- Palmer, C. (2005). An ethnography of Englishness: Experiencing identity through tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 7-27. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.006>
- Pavličić, J. (2016). Dissonant heritage and promotion of tourism in the case of Serbian medieval monuments in Kosovo. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 14(3), 189-205. <https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1169349>
- Richter, L. K. (1989). *The politics of tourism in Asia*. Honolulu: University of Hawaii Press. <https://onlinebooks.library.upenn.edu/webbin/book/lookupid?key=olbp92973>
- Robinson, M., & Smith, M. (2006). Politics, Power and Play: The Shifting Contexts of Cultural Tourism. In: M. Robinson, & M. Smith, (Ed.), *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re) presentation*. Ontario: CHANNEL VIEW. https://books.google.nl/books/about/Cultural_Tourism_in_a_Changing_World.html?id=imYjUFSP7BcC&redir_esc=y
- Ruhanen, L. (2013). Local government: facilitator or inhibitor of sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 80-98. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.680463>
- Australia ICOMOS. <https://digital.library.adelaide.edu.au/dspace/handle/2440/40836>
- Long, C., & Sweet, J. (2006). Globalization, nationalism and World Heritage: Interpreting Luang Prabang. *South East Asia Research*, 14(3), 445-469. <https://doi.org/10.5367/000000006778881564>
- Loulanski, T., & Loulanski, V. (2011). The sustainable integration of cultural heritage and tourism: A meta-study. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(7), 837-862. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.553286>
- Mak, B. (2013). The Influence of Political Ideology on the Outbound Tourism in China. *Journal of China Tourism Research*, 9(1), 1-26. <https://doi.org/10.1080/19388160.2013.756764>
- McKercher, B., Ho, P. S. Y., & Du Cros, H. (2004). Attributes of popular cultural attractions in Hong Kong. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 393-407. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.008>
- Mobini Dehkordi, A., & Salmanpour, M. (2006). Introduction to strategic and operational planning. *Rahborde Yas*, 2(6), 187-202. <http://noo.rs/Lz4eq> [In Persian]
- Nakano, R., & Zhu, Y. (2020). Heritage as soft power: Japan and China in international politics. *International Journal of Cultural Policy*, 26(7), 869-881. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1845322>
- Neysi, N. (2008). Comparative analysis of impact of ideology and politics on tourism development. Case study: Kish Island and Dubai (Master of political geography dissertation). Iran. Tarbiat Modarres University. [In Persian]





- & Akbari, Mona. Tehran: Mehraban. <https://www.iranketab.ir/book/105070-cultural-heritage-and-tourism>
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1-16. <https://doi.org/10.1080/17438730608668462>
- UNWTO (2018). *Tourism and Culture Synergies*. United Nations World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
- Veysi, H. (2015). [Assessment of ideology impact on tourism industry. Case study: Iran. *Tourism Planning and Development*, 4(14), 45-66. http://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1128.html [In Persian]
- Veysi, H., & Mehmandoost, K. (2015). Assessment of international tourism industry development limitations in Iran. *Geopolitics*, 11(1), 135-156. <https://doi.org/20.1001.1.17354331.1394.11.37.6.7> [In Persian]
- Wall, G., & Zhao, N. R. (2017). China's red tourism: communist heritage, politics and identity in a party-state. *International Journal of Tourism Cities*, 3(3), 305-320. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2017-0017>
- Wang, S. L. (2019). Museums, heritage and the politics of pursuing indigenous rights in Taiwan. *Asian Education and Development Studies*, 8(4), 474-484. <https://doi.org/10.1108/AEDS-06-2018-0104>
- Wang, Y. J., Wu, C., & Yuan, J. (2010). Exploring Visitors' Experiences and Intention to Revisit a Heritage Destination: The Case for Lukang, Taiwan. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 11(3), 162-178. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2010.483418>
- Salehipour, M. R. (2015). *Cultural heritage tourism management: a practical guide*. Isfahan: Chaharbagh.
- Sarttata, I. (2010). *Conservation and sustainable tourism in spa cha moa archaeological site and cham pi sirindhorn forest* (doctoral dissertation). Thailand. Silpakorn University. http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/SU0136/SU0136_fulltext.pdf
- Šešić, M. D., & Mijatović, L. R. (2014). Balkan dissonant heritage narratives (and their attractiveness) for tourism. *American Journal of Tourism Management*, 3(1B), 10-19. <https://doi.org/10.5923/s.tourism.201402.02>
- Shiple, R., & Kovacs, J. F. (2008). Good governance principles for the cultural heritage sector: lessons from international experience. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 8(2), 214-228. <https://doi.org/10.1108/14720700810863823>
- Sima, C. (2017). Communist heritage representation gaps and disputes. *International Journal of Tourism Cities*, 3(3), 210-226. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2017-0015>
- Sofield, T. (2003). *Empowerment for sustainable tourism development*. Oxford: Pergamon. http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/SU0136/SU0136_fulltext.pdf
- Soltani, I. (2009). Mechanisms of Meritocracy establishment in public organizations. *Journal of Management*, 20(147-148), 32-37. <https://www.magiran.com/paper/659799> [In Persian]
- Timothy, D. J. (2015). *Cultural heritage and tourism*. Translated by Pourfaraj, Akbar., Ashtiani, Tahereh., Hashem zadeh, ZHaleh

- Zhu, Y., & Maags, C. (2020). Heritage politics in China: The power of the past. Oxon: Routledge. <https://www.routledge.com/Heritage-Politics-in-China-The-Power-of-the-Past/Zhu-Maags/p/book/9781032175942>
- Wilson, R. J. (2018). Heritage and Politics. The Encyclopedia of Archaeological Sciences. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781119188230.saseas0285>
- Zhu, Y. (2012). When the global meets the local in Tourism-Cultural performances in Lijiang as case studies. Journal of China Tourism Research, 8, 302-319. <https://doi.org/10.1080/19388160.2012.704243>

