2-1 مقدمه 13

2-2 گردشگر (توریست) 14

2-3 گردشگري در جهان 14

2-4 گردشگری در ایران 18

2-5 توسعه گردشگری 19

2-6 راهبردهاي توسعه صنعت گردشگري 19

2-7 موانع توسعه صنعت گردشگري 20

2-8 اثرات و کارکردهای گردشگری 21

2-9 اثرات مثبت گردشگری 27

2-10 برنامه ریزی گردشگری 28

2-11 گردشگری پایدار 29

2-12 فرهنگ 30

2-12-1 زبان هاي ايراني 33

2-12-2 آداب و رسوم و اعياد ملي 34

2-12-3 ادبيات و شخصيت هاي اسطوره اي ايران 34

2-12-4 معماري ايراني 35

2-12-5 تنوع قومي در ايران 36

2-12-6 اديان ها و آيين ها و اقليت هاي مذهبي در ايران 37

2-12-7 مراسم مذهبی 37

2-13 فرهنگ و گردشگری 38

2-14 بررسی مشکلات و موانع فرهنگی جهانگردی در ایران 40

2-14-1 بیم از اثرات مخرب جهانگرد بر فرهنگ 40

2-14-2 پندارهای نادرست جهانگردان از ایران 40

2-14-3 عدم تبلیغات مناسب در زمینه جاذبه های سیاحتی ایران 41

2-14-4 عدم شناخت سلایق جهانگردان و سیاحان خارجی 41

2-14-5 مشروط کننده های فرهنگی و مذهبی کشور 41

2-14-6 موانع فقهی و مذهبی 42

2-14-7 وجود برخی برخوردهای نامناسب در فرودگاه چه در بخش پلیس گذرنامه 42

2-14-8 ضعف تحقیقاتی و پژوهشی در این زمینه 42

2-15 تاریخچه استان ایلام 43

2-16 مشخصات جغرافیایی 45

2-17 کشاورزی و دامداری 46

2-18 صنایع و معادن 46

2-19 موقعیت جغرافیایی و تقسیمات سیاسی استان 46

2-20 زبان و گویش های مختلف ایلام 47

2-21 مکان های دیدنی و تاریخی 49

2-22 تحقیقات داخلی 55

2-23 تحقیقات خارجی 56

**2-1 مقدمه:**

پس از جنگ جهاني دوم، گردشگري در تمام طبقات اجتماعي جوامع صنعتي غربي مورد پذيرش قرار گرفت و به عنوان يك پديدة جمعي مدرن شناخته شد. توسعه در زمينه گردشگري از طريق افزايش استانداردهاي زندگي، كاهش ميزان كار ساليانه و همچنين تعدد مرخصي هاي با حقوق و رشد سريع در وسايل حمل و نقل در كشورهاي غربي صنعتي امكان پذير شده است (خاکساری، 1391: 8).

رشد روزافزون و پرشتاب گردشگري بسياري از صاحبنظران را بر آن داشته است که قرن بيستم را قرن گردشگري بنامند. آنتونيو ساوينياك[[1]](#footnote-1) دبير كل پيشين سازمان جهانگردي در ۱۹۹۸ ، اعلام كرد: گردشگري در پايان قرن بيستم به صنعت شمارة یک جهان تبديل خواهد شد. بسياري از كشورها اين صنعت پويا را منبع اصلي درآمد، اشتغال زايي، رشد بخش خصوصي و توسعة ساختار زيربنايي مي دانند (میرزایی، 1388: 51). تجربه‌های سفر، اثرات ژرف و عمیقی بر جامعه و مسافر دارد، زیرا اغلب تجربیات سفر جزء مهم‌ترین و برجسته‌ترین خاطرات زندگی است. (الوانی،۱۳۸۵: ۱۵۶). سفر، تأثیرات برجسته و مشخصی بر درک ملی و شناسایی سایر افراد دارد. حضور بازدیدکنندگان در هر کشوری بر الگوی زندگی افراد بومی تأثیر می‌گذارد. بازدید کنندگان نیز تحت تأثیر فرهنگ کشور میزبان و ارزش‌های موجود در آن قرار می‌گیرند. از سوی دیگر «صنعت جهانگردی همواره عاملی برای پیشرفت وضع اقتصادی بوده است. همچنین این صنعت می‌تواند موجب تغییرات اقتصادی و اجتماعی شود؛ در سایه گفتگو و ایجاد رابطۀ متقابل بین مردمان دو ناحیه، پیام صلح بدهد و از آن جا که این صنعت به ارائه خدمت متکی است می‌تواند موجب افزایش اشتغال و درآمد شود(گی، ۱۳۸۵: ۳-۲۶۲).

صنعت گردشگری آمیزه ای از فعالیت های مختلف است که به صورت زنجیره ای در جهت خدمت رسانی به گردشگران انجام می گیرد بنابراین گردشگری شامل تمامی پدیده ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه کنندگان و فروشندگان محصولات جهانگردی، دولت ها و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران می باشد (زنگی آبادی و همکاران، 1385: 132).

**2-2 گردشگر (توریست)**

گردشگر مسافری است که برای مدتی بیش از یک شب و کمتر از یک سال به منظور تفریح، تجارت، دیدار اقوام و آشنایان و مقاصد دیگر در مکانی دور از محیط معمولی خود اقامت می کند. گردشگری از بعد تقاضا به سه شکل صورت می گیرد:

1. گردشگران داخلی: به ساکنان یک کشور که فقط داخل آن کشور مسافرت می کنند اطلاق می گردد.
2. گردشگران خارجی: به افرادی که ساکن یک کشور نیستند و به آن کشور مسافرت می کنند، اطلاق می گردد.
3. گردشگری خارجی: به افراد ساکن یک کشور که به خارج از آن کشور مسافرت می کنند، گفته می شود.

افرادی مانند پیله وران، مهاجران موقت، مهاجران دائم، چادرنشین ها، مسافران عبوری، نیروهای مسلح و کارکنان در حال مأموریت دولت، در آمار گردشگری لحاظ نمی شوند (زنگی آبادی و همکاران، 1385: 132-133).

**2-3 گردشگري در جهان**

گردشگری در جهان به همراه آغاز مدرنيته شکل گرفت. مدرنيته اشكال مختلف زندگي را تنها بر پايه قابليت‌هاي آنها در توليد منافعي كه توسط افراد مصرف مي‌شوند، مورد ارزيابي قرار داده و با مفاهيمي همچون، همواره به پيش رفتن و كنار گذاردن كهنه، نگرش تازه انسان را به جهان و به خويش سبب گرديد و بدين گونه با پيدايش بعد تازه‌اي از دگرگوني دائمي، انهدام رسوم و فرهنگ سنتي را در صحنه‌ي زندگي اجتماعي رقم زد . تفكيك ميان كار و اوقات فراغت يكي از اين دگرگوني‌ها مي‌باشد كه در آن كار در قالب ضرورت و گردشگري در قالب اوقات فراغت، كه دمي آسودن از كار را براي تجديد قوا فراهم مي‌آورد، قرار مي‌گيرد.

اين رهايي با فشار ناشي از انقباض اجتماعي حاصل از روند مدرنيته، گذران اوقات فراغت را در قالب گردشگري تسهيل نمود و انسان مدرن فارغ از عمق فرهنگي نهفته در اوقات فراغت به عنوان گردشگر تنها رهايي از وظايف مدرن را دنبال نمود. جريان گردشگري شكل گرفته در اين چارچوب نيز، انسان مدرن را با انگيزه تفريح در روند بازساخت شده سرمايه‌داري، به جستجوي محيط‌هاي گوناگون براي تمايز از محيط كار و تفريح واداشت. (پاپلی يزدی و سقايی, 1382 , 30و31).

سفرهاي آموزشي‏ اولين‌ جلوه‌هاي‌ گردشگري‌ مدرن‌ را در در اروپا شكل‌ داد. بيشتر اعضاي اين سفرهاي آموزشي براي كسب دانش و تجربه هاي جديد به مسافرت مي رفتند.معمولاً اين افراد از طبقات بالاي اجتماع بودند كه براي كسب دانش و فرهنگ مسافرت مي كردند.اصولاً پسران خانواده هاي مرفه براي ديدن آثار باستاني ، مطالعه و نيز فراگيري علوم معماري و تاريخ به كشور خاصي اعزام مي شدند.سفرهاي اموزشي يك راهنماي سفر داشت كه در سال 1778 ميلادي توسط توماس نوگنت تهيه شد و پرفروش ترين كتاب معرفي گرديد(واي.گي، 29، 1382).

انقلاب صنعتي با پيش زمينه هاي فراهم آمده از انباشت سرمايه و دانش از نيمه دوم قرن هيجدهم در انگلستان آغاز گرديد كه روند رو به شتاب ان از سال 1780 سرعت زيادي يافت و اثرات بسياري بر جاي نهاد (پالمر،4،1357). نوآوري هاي تكنولوژيكي در روندي از انقلاب صنعتي در مدرنيته نقش با اهميتي را در همه گير شدن جريان گردشگري ايفا نمود. مهمترين اين نوآوري ها ، تكنولوژي راه آهن بود. هرچند نبايد نقش كشتي هاي بخار را نيز در اين امر ناديده گرفت.بعد از اختراع ماشين بخار به وسيله جيمز وات در سال 1769 ، از اين ماشين در فنآوري هاي مختلفي استفاده گرديد.

روند توسعه‌ گردشگري‌ در چارچوب‌ اقتصاد سرمايه‌داري‌ با افزايش‌ نوآوري‌هاي‌ تكنولوژيكي‌ و مديريتي‌ همراه‌ با سير تحول‌ اجتماعي‌ ناشي‌ از آنها، در ميل‌ به‌ مصرف‌ اوقات‌ فراغت‌ بيشتر در مدرنيته‌ متأخر ابعاد ديگري‌ به‌ خود گرفت‌. گردشگري در اين ميان با كسب ويژگي‌هاي سرمايه‌داري در چرخه توليد ـ مصرف، نه به عنوان سفري براي تجربه گردشگري، كه «خود» كار محسوب گرديد. اين «خود» به شكل‌گيري گردشگري انبوه فرصت داد كه در آن گردشگري به عنوان محصولي بسته‌بندي شده و استاندارد به عنوان دو هفته تعطيلات در سال و در كنار دريا ارائه گردد (Meethan, 2001, 69).

سواحل در گردشگري انبوه از اهميت بالايي برخوردار بودند و گردشگران به وسيله تورهاي گردشگري به صورت دسته‌جمعي به مناطق ساحلي روي مي‌آورند و امتداد آرامش در خانه را در اين مكان‌ها جستجو مي‌كردند. «به عنوان مثال سواحل درياي مديترانه نمونه خوبي براي گردشگري انبوه است. به گونه‌اي كه رشد سفر به اين سواحل از كشورهاي اروپايي بعد از جنگ جهاني افزايش چشمگيري يافت (سلطاني، 1374، 96)».

شاید بتوان سومریان را اولین قومی دانست که اقدام به سفرهای تجاری می‌کردند. در مصرحدود پنج هزار سال پیش سفرهای دریایی آغاز شد. پس از اختراع چرخ، چرخ و ارابه‌های چرخدار را از هر راهی نمی‌توانستند عبور دهند. به همین منظور راه‌ها ساخته شدند. اورها، بابلیان، مصریان، ایرانیان و یونانیان در این زمینه پیشگام بودند. آتن از نیمه دوم قرن پنجم پیش از میلاد به شهری با جاذبه‌های فراوان برای گردشگری تبدیل شده بود. اما امپراطوری روم با ثروت و امکاناتی که برای مردمانش فراهم کرده بود و جاده‌ها و جاذبه‌های گردشگری و امکانات اقامت مسافران، جزء اولین کشورهایی بود که نوعی از گردشگری را پایه‌گذاری کرد که به سبک و سیاق گردشگری امروزی نزدیک است. «رومی‌ها برای دیدن بناهای تاریخی مانند معابد مشهور در مدیترانه به ویژه اهرام و آثار تاریخی مصر سفر می‌کردند. یونان و آسیای صغیر محل بازی‌های المپیک، آب گرم‌های طبی، استراحتگاه‌های ساحلی، تماشاخانه‌ها، جشن‌ها و رقابت‌های پهلوانی از جاذبه‌های گردشگری آن دوران به شمار می‌آید (الوانی، ۱۳۸۵: ۱۹).

در قرن‌های چهارم و پنجم میلادی با سقوط امپراطوری روم، امنیت سفرهای تفریحی و گردشگری در اروپا دچار بحران شد و از فروپاشی این امپراطوری (یعنی آغاز قرن وسطی) تا دورۀ رنسانس (تا قرن ۱۴ م) سفر در اروپا با خطرات بسیار همراه بود. مهم‌ترین حادثه قرون وسطی در اروپا را می‌توان جنگ‌های صلیبی دانست. در پایان قرون وسطی، بسیاری از زائران به زیارتگاه‌هایی مانند کانتربری[[2]](#footnote-2) در انگلستان و سنت جیمز در کامپوستیا[[3]](#footnote-3) سفر می‌کردند. عده‌ای اندک شمار نیز به سفرهای طولانی، پرهزینه و اغلب خطرناکی چون سرزمین مقدس می‌رفتند(الوانی، ۱۳۸۵: ۲۷). یکی از عواملی که سفر را در دنیای باستان توسعه داد تجارت کالا علی‌الخصوص ابریشم و ادویه‌جات بود که از شرق به غرب حمل می‌شد و برای این منظور جاده ابریشم احداث شد که تا قرن‌ها محل عبور تجار، مسافران و نمایندگان حکومت‌ها در زمان‌های قدیم بود. «این راه که باید آن را مهم‌ترین شاهراه بازرگانی دنیای قدیم دانست، از دروازه یشم در دیوار چین آغاز می‌شد و از دو طریق تورفان (راه شمال) و ختن (راه جنوبی) به کاشغر می‌رسید و پس از عبور از فلات ایران و گذشتن از بین‌النهرین، به سوریه و سپس به بندر انطاکیه در کنار دریای مدیترانه می‌پیوست» (الوانی، ۱۳۸۵: ۴۴). مارکوپولو[[4]](#footnote-4) جهانگردی که در قرن سیزدهم از ایتالیا به چین سفر کرد، بیشتر مسیر خود را از این طریق طی نمود او از کشورهایی مثل ایران، هند و چین عبور نمود. وی نخستین سیاحتگر غربی بود که با سفرنامه‌اش، تعداد بسیار زیادی از مردم را به جهانگردی علاقمند ساخت.

تور بزرگ مسافرتی اروپا که تا سه سال هم طول می‌کشید توسط دیپلمات‌ها، بازرگانان و دانش‌پژوهانی که به سراسر اروپا – به ویژه شهرهای فرانسه و ایتالیا – سفر می‌کردند، پدید آمد. کاروان‌های مسافرتی دوره الیزابت پس از چندی «گراندتور» نامیده شد. این کاروان‌ها کار خود را در نیمه قرن هفدهم شروع کردند و تا نیمه قرن نوزدهم کماکان رواج داشتند (همایون، ۱۳۸۴، ۶۳).

سفر در میان مسلمانان نیز بسیار متداول بود. اصولاً بینش اسلامی بینش جهان‌گرایی و دنیاگرایی است. قرآن کریم در آیات بسیاری سفر را توصیه کرده است؛ «قل سیروا فی الارض ثم انظرو کیف کان عاقبه‌المکذبین» (انعام ـ ۱۱، نحل ـ ۳۶، نمل ـ ۶۹) .در مجموع سیزده آیه شریفه در قرآن کریم درباره سیر و سیاحت و زمین گردی و جهان گردی است. در پی همین تاکیدها و سفارش‌های قرآن مجید از پیغمبر (ص) و ائمه معصومین (ع)، احادیث بسیاری راجع به سیر و سفر روایت شده است. پژوهش‌های دقیق و قابل توجهی از سوی جهانگردان مسلمان انجام شده است. در همین ارتباط به کتب مسالک می توان اشاره نمود که در خصوص راه‌ها و فاصله‌ها و مسافت‌های شهرها و منزلگاه‌ها و شهرهایی که سر این راه‌ها واقع گردیده‌اند گفتگو به میان می‌آورد. ( دریایی، ۱۳۸۴: ۲۴۲).

در اين ميان گردشگري در عصر حاضر نه به عنوان يک مسافرت ، سياحت ، تفنن و ... بلکه به يک فعاليت عظيم اقتصادي بدل گشته است در طی سال های 1950 تا 2005، گردشگری بین المللی با نرخ رشد سالانه 5/6 درصد، از 25 میلیون گردشگر در سال 1950 به 806 میلیون در سال 2005 افزایش یافت. بر اساس پیش بینی های رسمی سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) [[5]](#footnote-5) تا سال 2020 تعداد گردشگر ورودی در سطح جهان به 5/1 میلیارد نفر خواهد رسید. آنچه در اين مقوله از اهميت اساسي برخوردار است، آن است که گردشگري با تمامي انواع و اشکالش در حال تبديل به فعاليت اقتصادي پيشتاز جهان در ربع اول قرن 21 و مهم ترين و سودآورترين تجارت جهان است (طیبی و همکارانش، 1386: 86).

**2-4 گردشگری در ایران**

در تمامی دوران باستان (قبل از اسلام) شهرها، راه‌ها، اقامتگاه‌ها در امپراطوری ایران در حال گسترش بودند و به دلیل وجود یک امنیت نسبی سفر نیز در بین بازرگانان و اشراف رواج داشت. نوشته‌هایی در دست است که از سفر بعضی از یونانیان و رومیان به ایران در دوران پیش از اسلام حکایت دارد. پس از ورود اعراب مسلمان به ایران تا قرن‌ها وضعیت آبادانی در ایران رو به اضمحلال گذاشت با این حال به دلیل بنیان‌هایی که از دوران باستان در ایران وجود داشت از رونق و امکانات سفر برخوردار بود. از آنجا که مسلمانان در پی فتح و اکتشاف دیگر سرزمین‌ها بودند جهانگردی در قرون ۹ و ۱۰ میلادی به بعد در ایران رواج یافت از جمله معروف‌ترین جهانگردان این دوران می‌توان ناصرخسرو قبادیانی (قرن ۹ میلادی) اشاره کرد. از سوی دیگربه تدریج و به ویژه طی قرون هفتم به بعد جهانگردان غربی نیز در پی سفر به شرق و از جمله ایران برآمدند. در قرون اولیه دوران اسلامی به پیروی از دوران پیش از اسلام سعی شد اقامتگاه‌هایی در ایران تأسیس شود که بسیاری از آنها همچنان بر جای مانده است. نخستین کسی که از در دوران بعد از اسلام از مغرب زمین به ایران سفر کرد و سفرنامه‌ای را هم در شرح مسافرت خود به ایران نگاشت، بنیامین تودلای اهل اسپانیا بود. (همایون، ۱۳۸۴: ۶۵).

ایران در در دوران صفویه (قرون ۱۶ و ۱۷ میلادی) و علی‌الخصوص در دوره شاه عباس اول به عنوان کشوری جذاب نظر بسیاری از جهانگردان اروپایی را به خود جلب کرد. دوره سلطنت «شاه عباس اول» تا انقراض سلسله صفوی را می‌توان یکی از مهمترین ادوار توسعه جهان‌گردی در ایران به حساب آورد، این توسعه به چند عامل بستگی داشت که مهمترین آنها عبارت بود از امنیت و توسعه راه‌های ارتباطی و تأسیسات اقامتی. (همایون، ۱۳۸۴: ۶۸). در این دوره جهانگردان بسیاری به ایران سفر کردند که معروف‌ترین آنها می‌توان به آنتونی[[6]](#footnote-6) و رابرت شرلی[[7]](#footnote-7) ، جان باپتیست تاورنیه[[8]](#footnote-8) ، سر توماس هربرت[[9]](#footnote-9) ، پیتر دلاواله[[10]](#footnote-10) ،آدام اولاریوس[[11]](#footnote-11) ،جان کلاردین[[12]](#footnote-12) اشاره کرد.

پس از دوره صفویه به دلیل ناآرامی‌های و بی‌ثباتی تا سال‌ها سرزمین ایران دچار هرج و مرج پی در پی شد اما از اواسط دوران قاجاریه با ثبات تدریجی داخلی از یک سو و گسترش پدیدۀ استعمار و رقابت‌های بین کشورهای قدرتمند اروپایی سفر به ایران راز‌های باستان‌ شناسی و تاریخی بسیاری رادرایران گشود. سیر و سیاحت ایرانیان و میل آنان به گردشگری در اروپا، از عصر مشروطیت رو به فزونی نهاد.

**2-5 توسعه گردشگری**

در ایران نیز با توجه به منابع بالقوه فراوان برای جذب گردشگر، تلاش های فراوانی برای توسعه این صنعت صورت گرفته است. از جمله می توان به طرح جامع ملی توسعه گردشگری و طرح های جامع استانی اشاره کرد که با توجه به نقاط ضعف و قوت و مزیت های نسبی موجود در هر منطقه، سیاست های کلی و استراتژی های منطقه ای و استانی توسعه گردشگری کشور را تدوین و چارچوب و مبنایی برای سایر طرح ها و برنامه های توسعه گردشگری در نظر گرفته شود. پر واضح است موفقیت طرح های کلان، مرهون تدوین برنامه هایی جهت اجرایی و عملیاتی شدن سیاست های پیش بینی شده و استراتژی های پیشنهادی در این طرح ها می باشد (کاظمی، 1387: 82).

توسعه توریسم بطور فزاینده ای بستگی به محیط طبیعی، فرهنگی و اجتماعی دارد. بنابراین حفظ و ارتقای کیفیت محیط توریستی امری ضروری است. از طرفی توسعه توریسم اغلب مانند شمشیر دو لبه است که هم اثرات مثبت دارد (مانند ایجاد اشتغال و... ) و هم اگر درست برنامه ریزی، توسعه و مدیریت نشود، اثرات منفی زیست محیطی (مانند آلودگی آب، آلودگی هوا و تخریب اکوسیستم) و اثرات منفی فرهنگی/اجتماعی (مانند از دست دادن فرهنگ سنتی و بومی) به دنبال خواهد داشت (Zhong et al., 2011: 2972).

**2-6 راهبردهاي توسعه صنعت گردشگري**

راهبردهاي توسعه گردشگري مبناي توسعه و مديريت اين صنعت و عنصري اساسي از برنامه ريزي ملي و منطقه اي گردشگري محسوب مي شود. برخي از موضوعات اساسي كه در تدوين راهبردها بايد به آنها توجه نمود به قرار زير است:

تعيين سياست ها و اهداف توسعه به عنوان نهاده هاي اوليه براي تدوين استراتژي.

تعيين نوع، موقعيت و ويژگي هاي عمده جاذبه هاي گردشگري در هر كشور يا منطقه.

تعيين نوع و موقعيت محلهاي اقامت موجود و محلهاي اقامت پيش بيني شده و ساير تسهيلات گردشگري.

بررسي وضعيت و امكانات حمل و نقل و ساير تأسيسات زيربنايي نظير شبكه هاي آب، برق، تلفن، بهداشت و ... در حال و آينده.

تجزيه و تركيب كلي منطقه از نظر محيطي، اجتماعي، اقتصادي.

با توجه به مطالب فوق به چند راهبرد توسعه گردشگري كه در مناطق مختلف جهان مورداستفاده قرار گرفته است اشاره مي شود : يكي از انواع راهبردهاي توسعه، "ايجاد تفريحگاه (استراحتگاه) براي جهانگردان " است . يك تفريحگاه معمولاً دامنه وسيعي از خدمات و امكانات گردشگري از جمله امكانات تفريحي و استراحتي را ارائه مي كند، كشورهاي مختلفي از اين نوع راهبرد استفاده نموده اند كه از مهمترين آنها مي توان از راهبرد توسعه تفريحگاه مكزيك نام برد . از ديگر راهبردهاي گردشگري مي توان به راهبرد

توسعه گردشگري شهري اشاره كرد، شهرها غالباً گسترة وسيعي از جاذبه هاي تاريخي، فرهنگي، بازار، رستوران ها، هتل ها و پارك هاي شهري را شامل م ي شوند . بسياري از جاذبه ها و تسهيلات رفاهي شهري اساسًا براي خدمت به شهروندان توسعه يافته اند، از طرفي شهرها ممكن است دروازة ور ود و خروج گردشگران به كشور يا منطقه باشند و به عنوان پايگاهي براي گردشگراني كه به نواحي اطراف شهرها مسافرت مي كنند، به حساب آيند .

اين نوع راهبرد بايد به دقت برنامه ريزي شود و احداث هتل ها و ساير تسهيلات گردشگري و جاذبه ها، بايد به دقت عمل شود . امروزه احداث يا عمران مجدد برخي از نواحي شهري كه در جهت استفاده جهانگردان و اوقات فراغت ساكنان آن ناحيه ها قرار مي گيرد، امري متداول است . از ديگر راهبردها مي توان به راهبرد "توسعه گردشگري روستايي" مانند آنچه كه در كشور سنگال اجرا شده و راهبرد "توسعه گردشگري مذهبي" مانند كشور عربستان اشاره كرد (مدهوشی و ناصر پور، 1382: 27).

**2-7 موانع توسعه صنعت گردشگري**

هر چند با توجه به شرايط هر كشور يا منطقه، موانع توسعه صنعت گردشگري متفاوت است، اما بطور كلي موانع عمده در اجراي برنامه هاي توسعه گردشگري عبارت است از:

**الف) موانع سازماني و ساختاري:** نبود يك سازمان يا وزارتخانه مشخص به عنوان متولي صنعت كه در نتيجه وجود سازما ن هاي موازي، باعث ناهماهنگي و تداخل وظايف فراوان مي گردد. از طرفي وجود چند سازمان مختلف و عدم تدوين و اجراي يك برنامه جامع و يكپارچه براي توسعه گردشگري، اين صنعت را با مشكلات عديده اي روبرو مي سازد.

**ب) موانع فرهنگي اجتماعي:** تفاوت هاي فرهنگي بين مناطق گردشگري و آگاهي كم ميزبانان نسبت به نيازها و خواسته هاي گردشگران و از طرف ديگر عدم آگاهي گردشگران از فرهنگ ميزبانان، ضمن بروز مشكلات عديده، مانع عمده اي در گسترش صنعت گردشگري است. اغلب در نقاط و مكان هاي مختلف ساكنان يك محل يا افراد يك جامعه به علت ناآگاهي يا ديدن برخي اعمال از جهانگردان و همچنين تفاوت فرهنگي بين ميزبانان و گردشگران از اين صنعت برداشت ناخوشايند و منفي دارند، و يا كاركردن در بعضي از مشاغل مربوط به گردشگري از طرف افراد بومي مشاغل سطح پائين تلقي شده و ساكنان بومي حاضر به كار كردن در اين مشاغل نيستند.

**ج) موانع موجود در بازار:** عوامل بازار مانند : سطح درآمد، هزينه سوخت، امنيت شغلي، عوامل فصلي و انگيزه هاي مسافرت، ارتباط مستقيم با گسترش صنعت گردشگري دارد. بيشتر عوامل بازار ازكنترل محل يا مقصد گردشگران خارج است، و توانايي اين محلها در جذب گردشگر در بلندمدت، نياز به برنامه ريزي و انعطاف پذيري دارد. بنابراين براي تدوين يك استراتژي بايد تحقيقات جامعي از وضع بازار صورت گيرد.

**د ) موانع آموزشي و كمبود نيروي انساني متخصص:** متأسفانه به علت جوان بودن اين صنعت در اغلب كشورهاي در حال توسعه نيروي انساني متخصص مورد نياز كم است و حتي مراكز آموزشي براي تربيت نيروي انساني مورد نياز هم وجود نداشته و يا بسيار محدود است.

**ه) موانع زيربنايي:** كمبود و نامطلوب بودن وسايل حمل و نقل مسافري، جاده هاي بين شهري، مراكز خريد، تأسيسات اقامتي، شبكه هاي آب، برق , مخابرات، فاضلاب و بهداشت در مناطق گردشگري يكي از موانع عمده توسعه به حساب می آید بنابراین توسعه صنعت گردشگري نيازمند يك مديريت منسجم و كارآمد بوده كه موانع و مشكلات را شناسايي كرده و توانايي اجراي استراتژي هاي تدوين شده را داشته باشد (مدهوشی و ناصر پور، 1382: 27).

**2-8 اثرات و کارکردهای گردشگری**

گردشگری به دلیل ماهیت پیچیده خود می تواند تأثیرات مفید یا مخربی در بر داشته باشد. در اینجا به برخی نقش ها و کارکردهای گردشگری اشاره می شود:

1. **نقش اقتصادی گردشگری:**

ایجاد اشتغال، کسب درآمد ارزی برای کشور میزبان و بهبود تراز پرداخت ها، افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت های اقتصادی مرتبط با گردشگری ،ایجاد تعادل منطقه ای، تعدیل ثروت، دگرگون ساختن فعالیت های اقتصادی و سوق دادن درآ مد، از مناطق شهری به روستاها و بالاخره جلوگیری از برون کوچی روستاییان می تواند از جمله اثرات اقتصادی گردشگری باشد (صدر موسوی و دخیلی، 1384: 129).

البته تاثیر گردشگری بر رشد اقتصادی کشور میزبان از طریق برخی عوامل تعدیل می گردد که به این عوامل در شکل زیر اشاره شده است.

**شکل2-1 عوامل موثر در درجه ی اثرگذاری گردشگری بر رشد اقتصادی کشور میزبان**

* افزایش اشتغال خارجیان در صنعت گردشگری کشور میزبان ، به خروج درآمدهای عمده ی ایشان از کشور به سوی موطن خود منجر می شود. از این رو، وجوه کمتری در اقتصاد کشور میزبان جریان می یابد و از اثرگذاری گردشگری بر رشد اقتصادی کاسته می شود.
* اگر منابعی که صرف ارائه ی خدمات و محصولات صنعت گردشگری در کشور میزبان شده اند، متعلق به این کشور نباشند، یا به عبارت دیگر این کشور در تولید و عرضه ی محصولات و گردشگری خود متّکی نباشد، آنگاه بخش قابل توجهی از وجوهی که گردشگران در آن هزینه می کنند، باید برای تأمین این منابع مجدداً از این کشور خارج شود. از این رو، هرچه درجه ی خود اتکایی صنعت گردشگری کشور میزبان بالاتر باشد درجه ی تأثیرگذاری فعالیت های مرتبط با این صنعت در اقتصاد ملی و منطقه ای بیشتر خواهد بود.
* هر اندازه اقتصاد ملی کشور میزبان گردشگری بزرگ تر باشد و سهم این صنعت در مجموع فعالیت های اقتصادی کشور و به تعبیر دقیق تر اقتصادی ، سهم ارزش افزوده ی صنعت گردشگری در تولید ناخالص ملی قابل توجه تر باشد که به طور متعارف این امر در اقتصاده ای کوچک تر خود را نشان می دهد، آنگاه درجه ی تأثیرگذاری تحوّلات در صنعت گردشگری بر رشد اقتصاد ملی بیشتر خواهد بود.
* جامعه ی توسعه یافته تر، دارای زیر ساخت های مناسب تری است. در چنین جامعه ای صنعت گردشگری با دیگر صنایع از تعامل بیشتر و منطقی تری برخوردار است. از این رو درجه ی توسعه یافتگی کشور میزبان با میزان تأثیرگذاری صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی آن رابطه ی مستقیم دارد.
* افزایش سرمایه گذاری های بخش خصوصی و مخارج دولت برای گسترش زیر ساخت های اقتصادی - اجتماعی مورد نیاز صنعت گردشگری خود به گسترش و افزایش تولید ناخالص ملی با ضریبی فزاینده و به صورت تکاثری خواهد انجامید.
* هم چنین این که گردشگران در کشور میزبان چقدر و چگونه پول خرج می کنند نیز بر درجه ی تأثیر گذاری صنعت گردشگری در رشد اقتصادی آن کشور مؤثر است. نکته ی مهم در این جا تأکید بر دو ویژگی مهم کشور میزبان از نظر هزینه های گردشگران است. نخست اینکه هرچه مجموع مبالغی که گردشگران در یک کشور میزبان هزینه می کنند بیشتر باشد، صنعت گردشگری تأثیرات قابل توجه تری بر اقتصاد این کشور برجای می گذارد. ویژگی دوم آن است که هر گردشگر تا چه اندازه پول در کشور میزبان هزینه می کند. در واقع موضوع شدت هزینه های گردشگران به توانایی کشور میزبان در واداشتن گردشگران به پول خرج کردن وابسته است . به عبارت دیگر، موضوع هزینه کردن از سوی گردشگران به حدود امکانات و تنو ع جذابیت ها مرتبط می شو د. این امر، موجب گسترش حجم فعالیت های اقتصادی مرتبط با صنعت گردشگری در کشور میزبان می شود و بر درجه ی تأثیرگذاری این صنعت در رشد اقتصادی کشور میزبان تأثیری مستقیم برجای می گذارد.
* موضوع وابستگی اقتصادی به یک صنعت یا بخش اقتصادی از مشکلات عمومی کشورهای در حال توسعه به حساب می آید. چنان که نمونه های معروف آن همچون وابستگی اعضای اوپک به صادرات نفت، کوبا به شکر، اکوادور به موز، شیلی به مس و نظایر آن همواره از عوامل تهدید کننده ی این اقتصادها و نقطه ی ضربه پذیر آن ها به حساب می آید، وابستگی کامل اقتصاد یک کشور به گردشگری نیز از این موضوع مبرا نیست . به گونه ای نمونه هایی از قبیل قبرس و مالدیو را می توان یافت که گردشگری بخش اصلی اقتصاد آ ن هاست و ضربات وارده به این بخش ، می تواند کل اقتصاد را تحت تأثیر قرار دهد.
* صنعت گردشگری، صنعتی فصلی به حساب می آید و اشتغال فصلی، نقش مهمی در مجموع اشتغال در این صنعت دارد. برای این که گردشگری بتواند تأثیر بیشتری بر رشد اقتصادی کشور میزبان بگذارد، باید از درجه ی فصلی بودن گردشگری کشور میزبان کاسته شود.
* ریشه های تقاضا برای بازدید از یک کشور در خارج از آن شکل می گیرد . یعنی اقتصاد کشور میزبان و درجه ی توفیق فعالی ت های گردشگری در آن ، تا حدود زیادی تابع روند فعالیت های اقتصادی در کشورهای مبدأ گردشگران است و کشور، میزبان کنترل چندانی برآن نخواهد داشت (طیبی و همکاران، 1386: 96).

1. **تأثيرات فرهنگي و اجتماعي گردشگری:**

اماكن تاريخي و باستاني به علت كم توجهي و نبود اعتبارات لازم جهت مرمت و نگهداري در حال تخريب و نابود شدن مي باشند . در صورت توسعة صنعت گردشگري مي توان انتظار داشت كه از تخريب آثار تاريخي جلوگيري شده و اختصاص بودجه براي مرمت آن توجيه اقتصادي پيدا كند. ضمنًا با افزايش مراودات ميان افراد بومي و مسافرا ن مختلف، طرفين با فرهنگ، عادات و رسوم يكديگر آشنا شده و شناخت فرهنگ هاي مختلف مي تواند در ايجاد يك محيط امن و آرام براي زندگي بشر مفيد واقع شود . البته دربارة تأثيرات فرهنگي گسترش جهانگردي بايد با احتياط رفتار نمود تا آداب و فرهنگ و رسوم بومي آسيب نبيند (مدهوشی و ناصر پور، 1382: 27). آثار اجتماعي – فر هنگي گردشگري به اين موضوع اشاره دارد كه گردشگري و مسافرت در نظام ارزشهاي افراد و جامعه، الگوي رفتاري، ساختارهاي اجتماعي، ك ميت و كيفيت زندگي جامعه ميزبان و گردشگران تأثير گذار است؛ اگر چه تمركز عمده مطالعات در اين زمينه بر مقاصد گردشگري است و به نواحي اعزام كننده گردشگر و خود گردشگران، كمتر توجه شده است Hall & page, 2001: 126)).

گردشگری فرهنگی از انواع بسیار مهم گردشگری در جهان امروز به شمار می رود و می تواند نقش بسیار مهمی در کاهش فقر در مناطق محروم و دور افتاده که دارای منابع غنی فرهنگی و غیر مادی نظیر آداب و رسوم و فولکلور هستند، بازی کند. افزایش درک متقابل، برانگیختن حس احترام و خوش نگری به جامعه و فرهنگ حاکم، توجه به هنرهای محلی (به ویژه موسیقی، تئاتر و صنایع دستی) را می توان از جمله نقش های اجتماعی و فرهنگی گردشگری برشمرد. همچنین تغییر در ساختار اجتماعی و نیز تغییر در نقش های اجتماعی، ایجاد فرصت های جدید اجتماعی برای ساکنان، کاهش نابرابری های اجتماعی و کمک به حفظ میراث فرهنگی از دیگر نقش های مهم صنعت گردشگری در این زمینه به حساب می آید(صدر موسوی و دخیلی، 1384: 131).

1. **نقش زیست محیطی گردشگری**

کمک به حفظ نواحی طبیعی مهم و حیات وحش، کمک به اصلاح کیفیت محیطی نواحی (چرا که جهانگردان علاقه مند به بازدید از جاهای جذاب، تمیز و بدون آلودگی هستند)، توسعه و بهبود تشکیلات زیر بنایی، جاده سازی، لوله کشی آب، تدارک سیستم فاضلاب و ... که موجب بهبود شرایط محیطی و کاهش انواع آلودگیها می شود. البته به هیچ عنوان نباید از پیامدهای منفی گردشگری غافل بود چون که هرگونه توسعه بدون برنامه در این صنعت می تواند عواقب منفی زیست محیطی و اجتماعی و حتی اقتصادی را در پی داشته باشد (صدر موسوی و دخیلی، 1384: 131).

تأثیر عوامل زیست محیطی شامل صدمه‌هایی است که بر محیط طبیعی، به ویژه با توجه به حومه‌ای کردن اماکن طبیعی، رشد زیربناهای ارتباطی (مانند جاده‌ها و خیابان‌ها) و آلوده نمودن رودخانه‌ها و سواحل وارد می‌شود (ولا، ۱۳۸۴: ۱۶۵). ساخت جاده‌ها مستلزم تخریب جنگل، دشتها و کوه‌ها است و این امر خسارات جبران ناپذیری بر محیط زیست وارد می‌سازد و علاوه بر آن با عبور خودروها از این جاده‌ها تأثیرات مخربی بر آلودگی هوا خواهد گذاشت همین مسئله را می‌توان در دریاها مشاهده کرد حرکت کشتی‌ها و سوختی که استفاده می‌کنند، غرق شدن یا آتش‌سوزی کشتی‌ها علی‌الخصوص کشتی‌هایی که حامل سوخت هستند موجب آلوده سازی آبها و اسیب به زیست جانوری می شود. صدای کشتی‌ها، خودروها، قطار و هواپیماها همگی عامل آلودگی صوتی و در نتیجه موجب وارد آمدن آسیب‌های جدی به محیط زیست می باشند. رفت و آمد جهانگردان در جنگل‌ها، کوه‌ها، قایق‌رانی بر روی آبها، شلوغی، سر و صدا، جاده سازی، عبور وسایل نقلیه و غیره موجب فرسایش و تغییر محیط گیاهی و جانوری می‌شود.

اندازه­گیری آثار و صدمات توریسم، برای ارزیابی آثار یا پیامدهای زیست محیطی از روش(EIA –Environmetal impact assesment) استفاده می‌شود که به عنوان ارزیابی آثار زیست محیطی خوانده می‌شود (فرج‌زاده‌ی اصل، ۱۱۴:۱۳۸۴).

برای بهره‌برداری متناسب با ظرفیت محیط از ظرفیت برد استفاده می‌شود. این اصلاح به مفهوم تعداد دوره‌های کاربری یک منطقه تفرجی در طول سال است، بدون اینکه زوال دایمی فیزیکی و زیستی در توان منطقه برای پشتیبانی فعالیت توریسم حاصل آید و آسیب محسوس به کیفیت توریسم وارد شود (سازمان ملل متحد، ۱۳۸۰: ۶۵). به عبارت دیگر ظرفیت برد بهینه شامل حداکثر تعداد توریستی است که می‌توانند با استفاده از تسهیلات توریستی پذیرایی شوند و ضمن حداکثر استفاده از تسهیلات تفرجی آسیبی به محیط زیست وارد نکند (فرج‌زاده‌ی اصل، ۱۱۶:۱۳۸۴).

**2-9 اثرات مثبت گردشگری**

**الف)تاثیرات مثبت فرهنگی**

۱- افزایش میزان تکلم بازدیدکنندگان به زبان محلی

۲- تمایل جامعه میزبان برای پذیرفتن و یادگیری زبان‌های دیگر به منظور برقراری ارتباط بیشتر با گردشگران

۳- ایجاد و تقویت حس خویشتن‌شناسی بین ساکنان

۴- کمک به ساکنان محلی در کسب شناخت بیشتر فرهنگ بومی

۵- افزایش غرور ملی و فرهنگی

۶- ایجاد شرایط مناسب برای مشارکت فعال ساکنان بومی در معرفی فرهنگ و آثار فرهنگی منطقه به میهمانان

۷- احیاء و حفظ افسانه‌ها و رسوم محلی که ممکن است فراموش شوند

۸- احیای هنر و سنت‌های بومی

۹- تشویق رشد اقتصاد محلی از طریق گردشگری فرهنگی واحیای آثار وابسته تاریخی – فرهنگی

**ب) تأثیرات مثبت اجتماعی**

1. بهبود کیفیت زندگی
2. افزایش امکانات تفریحی و سرگرمی
3. بهبود کیفیت خدمات شهری
4. بهبود کیفیت خدمات عمومی از بهداشت، پلیس و …) (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۰۸).

**ج) آثار مثبت زیست محیطی**

۱- حضور جهانگرد موجب حفظ و نگهداری گونه‌های خاص گیاهی و جانوری که در معرض انقراض قرار دارند می‌شود.

۱- گردشگری فعالیت گروه‌های ذی نفوذ طرفدار محیط را در پی دارد و موجب گسترش مطالعات در زمینه محیط می‌شود.

۲- گردشگری موجب شناسایی هر چه بیشتر یک محیط و جانوران آن می‌گردد.

۳- توجه محققان بر منابع خاص طبیعی شامل جنگل‌ها، سواحل، کوه‌ها و دریاها را بیشتر می‌کند.

۴- گردشگری می‌تواند رفتار مردم منطقه را در جهت حفظ هر چه بهتر محیط زیست تغییر دهد.

۵- احیای ساختمان‌های موجود (بازنده‌سازی) و اماکن تاریخی

۶-حفاظت از منابع طبیعت، در بسیاری از مناطق جهان سوم با احداث و حفاظت پارک‌های ملی می‌توان این اثر را مشاهده کرد (لی، ۱۳۷۸: ۷۷).

**2-10 برنامه ریزی گردشگری**

گردشگری داخلی، فعالیتی ترکیبی و مستلزم مشارکت بخش های مختلف و متعدد جامعه است و به همان میزان نیز اثرات گسترده ای در بر دارد، از همین رو در هر مرحله نیازمند برنامه ریزی و هماهنگی است.

برنامه ریزی به عنوان یک ابزار علمی به دست اندکاران صنعت گردشگری کمک می کند تا در یک فرایند پیوسته و علمی، بهترین مسیر راهکار توسعه ی گردشگری در یک منطقه را مشخص نموده، این توسعه را در مسیر توسعه سایر بخش های اقتصادی قرار دهند، نکته قابل توجه در برنامه ریزی گردشگری، پویا بودن این فرایند می باشد؛ بدین مفهوم که برنامه ریزی هیچ گاه متوقف نشده و با تغییر شرایط و حصول اطلاعات جدید، نیازمند بازنگری و اصلاح مستمر است (زنگی آبادی، 1385: 133).



**شکل 2-2) مراحل برنامه ریزی گردشگری**

برای فراهم کردن بستر مناسب جهت توسعه امر گردشگری، شناسایی جاذبه های گردشگری در مرحله اول و برنامه ریزی برای توسعه آن در مرحله بعدی، امری ضروری می باشد. برنامه ریزی راهبردی در توسعه گردشگری با توجه به شرایط عدم ثبات موجود در این بخش و ماهیت اینگونه برنامه ریزی می تواند کاربرد داشته باشد. بهره گیری از این نوع برنامه ریزی با توجه به اینکه اصول آن در روند تکامل خود با تعدیل نگرش و پرداختن به موضوعات نظری و شناختی، بیشتر به برنامه ریزی عملی، نحوه اجرا و مشارکت می پردازد، در برنامه ریزی برای توسعه گردشگری قابل بکارگیری می باشد. برنامه ریی راهبردی تلاشی سازمان یافته و منظم برای اتخاذ سیاست های بنیادی و انجام اقدامات اساسی است، که سرشت و سمت گیری فعالیت های یک سامانه را در چارچوبی قائده مند شکل می دهد. فرایند برنامه ریزی از دیدگاه برایسون فرایندی هشت مرحله ای و بسیار منظم تر، مدبرانه و مشارکتی تر از سایر فرایندهاست. این هشت مرحله عبارتند ا: آغاز فرایند برنامه ریزی راهبردی و حصول توافق درباره محتوای آن، تعیین و شناسایی دستورها، روشن ساختن رسالت ها و ارزش ها، ارزیابی محیط خارجی (فرصت ها و تهدیدها)، ارزیابی محیط داخلی (نقاط ضعف و قوت)، شناسایی مسائل راهبردی و تدوین دیدگاه کارساز برای آینده، اجرا، نتیجه گیری و ارزیابی (بهزادفر و زمانیان، 1389: 90).

**2-11 گردشگری پایدار**

گردشگری طبیعت که به نام اکوتوریسم نامیده می شود پدیده ای نسبتاً تازه است که بخشی از صنعت گردشگری را نشان می دهد. درگردشگری طبیعت، اثرات کمتری بر پیکر محیط زیست و بافت فرهنگی وارد شده و عوامل زیربنای کمتری را طلب می کند. اکوتوریسم علاوه بر تاکید بر جنبه های محیطی و طبیعی به رشد اقتصادی و افزایش مراودات فرهنگی بین کشورها کمک می کند.

اتحادیه حفاظت جهانی از پارک های ملی و مناطق حفاظت شده اکوتوریسم را چنین تعریف می کند «مسافرت و بازدید همراه با مسئولیت محیطی که از نواحی کمتر دستخورده» (همراه بادیدار ویژگیهای فرهنگی در گذشته و حال) با هدف لذت بردن و قدرشناسی از طبیعت صورت می گیرد که باعث بهبود حفاظت و تاثیر منفی بازدید آن کم می شود و باعث حضور اقتصادی و اجتماعی سودمند برای افراد محلی می شود (sheng- Hshiung et al , 2006: 641).

رويكرد گردشگري پايدار به عنوان شكلي از گردشگري جايگزين، در پي بهبود كيفيت زندگي ساكنين محلي، ارتقاءتجربيات گردشگران و حفظ محيط زيست مقصد مي باشد (Chris choi and Sirakaya, 2005: 381). از آن جا كه توسعه گردشگري به صورت چشمگيري به حسن نيت جامعه ميزبان بستگي دارد وحمايت آن در توسعه و عملكرد موفقيت آميز گردشگري، امري ضروري محسوب مي شود. در اين رويكرد، موفقيت هر پروژه گردشگري مستلزم شناخت و درك ، كيفيت حمايت جامعه ميزبان مي باشد. اساسا گردشگري يك فعاليت منبع پايه است و به جاذبه ها و خدمات وابسته است، اما در عين حال توسعه موفقيت آميز آن مستلزم ميهمان نوازي و استقبال از طرف جامعه ميزبان نيز مي باشد. به طوري كه بدرفتاري، بي علاقگي و سوءظن جامعه محلي، نهايتاً به گردشگران منتقل خواهد شد و احتمالاً عدم تمايل گردشگران به بازديد مجدد از مقصدهاي مذكور، را در پي خواهد داشت. بدين سان درك واكنش جامعه محلي و عواملي كه برروي اين طرز تفكر تأثير مي گذارند، به منظور دستيابي به حمايت مطلوب جامعه روستايي از توسعه گردشگري امري ضروري به شمار مي آيد. اگر جامعه ميزبان بر اين باور باشد كه توسعه گردشگري در حال تخريب محيط اجتماعي و فيزيكي آن ها است و گردشگران عامل اين روند هستند، ممكن است كيفيت تعاملات ميان ساكنان و گردشگران دچار تنزل شود (علیقلی زاده، 1389: 36).

جامعه اکوتوریسم بین الملل (TIES) اصول زیر را برای ارزیابی اثربخشی اکوتوریسم در اهداف حفاظت و توسعه ، بعنوان دستورالعمل مورد استفاده قرار می دهد. حداقل کردن تاثیرات، برقراری توجه و آگاهی فرهنگی و محیطی، ایجاد تجربیات مثبت برای بازدید کنندگان و میزبان، ایجاد مزایای مالی برای افراد محلی ، افزودن حساسیت نسبت به اوضاع اجتماعی، محیطی و سیاسی کشورهای میزبان، حمایت از قرار دادهای کارگری و حقوق بین المللی بشر ( .(Diedrich, 2010: 234

**2-12 فرهنگ**

واژه فرهنگ در زبان فارسی از پیشوند "فر" به معنی جلو، پیش؛ و "هنگ یا ثنگ" به معنای کشیدن و آوردن، ترکیب یافته است و در مجموع به معنی پیش کشیدن، ارتقا دادن و تربیت کردن می باشد.در زبان فارسی این کلمه با کلماتی مانند: فرن به معنی کاریز و قنات و فرهنج یعنی نهال کشی، پیوند مستقیم دارد. در زبان لاتین هم با واژه cultura به معنی کاشتن و پروراندن و یا cult به مفهوم مراسم و شعائر هم خانواده است. این همه خود بار معنایی ارزشمند فرهنگ را می رساند (بنی سلیم، 1387: 12).

لازم به ذکر است که تا پیش از سده 19 میلادی، روشنفکران نظریه پرداز، تمدن و فرهنگ را به یک معنا و بر پایه برداشت نظری از مسایلی چون، حسن معاشرت و قواعد اجتماعی در نظر گرفته و تعریف می کردند؛ اما از این سده و به ویژه در آلمان، محققان علوم انسانی تمدن را در برابر فرهنگ معنا کردند.

پس از آن که در نیمه سده 19 میلادی، ادوارد تایلر انسان شناس مشهور انگلیسی (1832- 1917م) در کتاب خود جوامع انسانی، تعریف روشنی از فرهنگ ارائه داد (تعریفی که به یک تعبیر، کامل ترین تعریف از فرهنگ در علوم انسانی است؛ تحت این عنوان که فرهنگ مجموعه ای پیچیده از شناسایی ها، اعتقادات و ... است که فرد به عنوان عضو جامعه خود کسب می کند (منظمی و دیگران، 1381: 116).

فرهنگ کلیت زندگی اجتماعی انسان تلقی گشت. سپس تحول عمده در محفل گفتمانی آلمان اتفاق افتاد و متفکران آلمانی معنای فرهنگ را از تمدن جدا کردند. از همین دوران بود که واژه culture به مفهوم علمی وارد حوزه مطالعات اجتماعی شد و به دنبال برداشت و معنایی که محققان علوم اجتماعی نمودند و فرهنگ را شامل دانستنی ها، نهادها، اعتقادات، هنرها، اخلاقیات، قوانین و عادات انسان ها دانستند، به ناگاه موجی از برداشت ها، تفاسیر و معانی متعدد در مورد فرهنگ به قلمرو علوم انسانی وارد شد. بنابراین تا حدود 400 تعریف از فرهنگ ارائه گردید و حتی برخی معتقدند که فرهنگ مفهومی است گسترده که تمامی الگوهایی را که در جامعه آموخته می شوند، در آن غنا می یابند و از طریق نمادها منتقل می شوند، در بر می گیرد. پس فرهنگ به عنوان وجه ممیزه انسان از دیگر موجودات شامل تمام دستاوردهای جامعه یا گروه ... و حتی ابزار مادی می شود (ساروخانی، 1375: 75).

یکی از محققان دربارۀ فرهنگ، در تعریف و تبیین فرهنگ معتقد است که: فرهنگ از نظر عامه مردم به معنی موفقیت هنری و فکری متعالی است و توسعۀ علم و هنر و ادبیات و فلسفه، بیانگر نبوغ یک ملت است ولی از نظر جامعه شناسان و مردم شناسان، فرهنگ علاوه بر همه این ها، شامل تمامی چیزهایی است که فرد به عنوان یک عضو از جامعه کسب می کند، یعنی همه عادات و اعمالی که فرد از راه تجربه و سنت آموخته است به انظمام تمام اشیاء مادی که توسط گروه، تولید می شود و آنچه را که می تواند در آثار هنری و مطالعات علمی متجلی دید، به علاوه در آنچه که می خوریم و می آشامیم و می پوشیم؛ در انواع خانه هایی که بنا می کنیم، در روابطمان با اعضاء خانواده خود و با سایر افراد جامعه، در نظام ارزشی جامعه، در آنچه می آموزیم، در تصورمان از خوب و بد، در آرزوهایمان، در نظرمان نسبت به جوامع و در بسیاری چیزهای دیگر تجلیّات فرهنگ مشهود است (دانش پژوه، 1381: 68-69).

عوامل مختلفي موجب تيرگي و ابهام مفهوم فرهنگ شده است كه در شناخت و ارائه تصوير و ايجاد درك روشن آن مؤثر است؛ اين عوامل عبارت اند از:

1- مشترك بودن مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعي و كاربرد عاميانه آن در زندگي روزمره مردم، بسياري از مفاهيم خاص علوم اجتماعي و علمي با اين مشكل مواجه اند. مفاهيمي چون « جامعه »، طبقه اجتماعي يا فرهنگ با برداشتهاي افراد غير متخصص يكسان نيست.

2- رشته هاي علوم انساني چون روان شناسي، روان شناسي اجتماعي، جامعه شناسي، مردم شناسي، باستان شناسي، علوم سياسي، تاريخ ، اقتصاد، مديريت ، حتي فلسفه و ادبيات و هنر، هر يك به نوعي با برداشت خاصي از فرهنگ سر و كار دارند، به همين دليل مفاهيم و تعاريف مختلفي از آن ارائه شده و اين امر موجب پيچيدگي و ابهام بيشتر در مفهوم فرهنگ گرديده است.

3- گاهي جزء و عنصري از فرهنگ، كليت آن می شود، به خصوص برنامه ريزان و سياست گذاران فرهنگي بيشتر مرتكب چنين اشتباهي مي شوند، مثلا تلقي هنر يا روابط اجتماعي به منزله كليت فرهنگ از رايج ترين اين نوع برداشتهاي خطاست.

4- زمينه هاي فلسفي و يا انسان شناسي خاصي كه هر يك از مكاتب علمي در علوم اجتماعي از آن متأثر گشته و اصول خود را بر پايه آن بنا نهاده اند، در تعاريفي كه از مفهوم فرهنگ ارائه شود بسيار مؤثر است.

5- آخرين عاملي كه مفهوم فرهنگ را مبهم تر می سازد ودستيابي به تصويري آشكار و ملموس از آن را دشوار مي نمايد، فقدان تناسب و انسجام دروني ميان عناصر محتوايي فرهنگ است. فهرست پديده ها و اموري كه در دايره شمول فرهنگ قرار مي گيرند بسيار طولاني است و عناصر متعدد مادي و غير مادي را شامل مي شود.

امروزه، فرهنگ الزاماً معاني قديمي را در بر ندارد، بلكه معني عام تري را می رساند و آن عبارت است از اينكه گروههاي مختلف مردم به روشهاي متفاوتي زندگي مي كنند و معمولاً زماني كه درباره فرهنگ صحبت مي كنيم، نوعاً به الگويي از توسعه اشاره مي كنيم كه در نظام دانش، ايدئولوژي، ارزشها قوانين و تشريفات و مراسم روزانه جامعه منعكس مي شود (کاظمی و کاظمی، 1387: 2).

عناصر اصلي فرهنگ ايراني را در مجموع مي توان به اختصار چنين برشمرد: 1-زبان هاي ايراني، به خصوص زبان پارسي كه از شاخص ههاي اصلي فرهنگ ايراني است. 2-آداب و رسوم و اعياد ملي از جمله نوروز و شب يلدا و تقويم هجري شمسي 3-ادبيات وشخصيت هاي اسطوره اي از جمله رستم و اساطير تمثيلي همچون ديو، سيمرغ و... 4-معماري و هنر ايراني 5-تنوع قومي 6-دين اسلام و به خصوص مذهب تشيع و هم چنين دين ها و آيين هاي ديگر مانند،زرتشتي، مهرپرستي و غيره. در ادامه به هر كدام از آن ها به طور مختصر اشاره مي شود (شمس و امینی، 1388: 87).

**2-12-1 زبان هاي ايراني**

در ايران گويش وران خانواده هاي زباني مختلفي زندگي مي كنند كه مي توان آن ها را در غالب خانواده زباني هند و اروپايي، آلتايي و سامي ها قرار داد. در گروه خانواده زبانهاي هند و اروپايي زبان پارسي به عنوان مهمترين زبان شاخه ايراني اين خانواده نه تنها براي پارسي زبانان جهان، پژوهشگران كشورهاي فارسي زبان ايران، افغانستان و تاجيكستان و شهرهاي فارسي زبان ازبكستان داراي جذابيت بسياري است. بلكه ادبيات غني اين زبان و جايگاه آن به عنوان زبان دوم جهان اسلام و نقشي كه به عنوان زبان ميانجي در طول تاريخ از بالكان تا چين بازي كرده است جذابيت هاي بسياري را براي پژوهشگران ادبي، تاريخ، اسطوره شناسي و مردم شناسي فراهم كرده است. بنابراين زبان فارسي مي تواند موجبات جذب پژوهشگران بسياري را كه در اين زمينه كار مي كنند به كشورمان فراهم كند.

هم چنين بسياري از منابعي كه در مورد تاريخ اسلام نوشته شدهاند به زبان فارسي به همراه دو زبان تركي و عربي توليد شده اند. بنابراين اسلام شناسان دنياي اسلام براي پژوهش درباره اسلام ناچارند كه از اين زبان استفاده كنند و به ايران بيايند.

از ديگر زبانهاي هند و اروپايي ايران كردي، بلوچي، گيلكي، مازندراني، تالشي، تاتي، لري، لكي و صدها گويش و هزاران لهجه ديگر را ميتوان نام برد كه هنوز جنبههاي مختلف فرهنگي، زباني، تاريخي و غيره آن ها بررسي و مطالعه نشده است و ايران را تبديل به گنجينه دست نخورده اي از سرمايه هاي زباني كرده است كه معرفي و شناخت آن ها موجب جذب گردشگران و پژوهش گران در اين زمينه را فراهم خواهد كرد.

در گروه خانواده زباني آلتايي، تركي آذري، قشقايي، تركمني با ميليونها گويشور روبرو هستيم كه اين نيز خود مي تواند باعث جذب گردشگران و ترك شناسان دنيا به ايران شود. كتابها و منابعي نيز در اين زمينه توليد شده اند كه فقط در ايران وجود دارند. در ايران گروه زبانهاي سامي حامي را نيز داريم. زبان عربي داراي جايگاه برجستهاي در جهان اسلام است.

وجود اين همه زبان و گويش و لهجه از خانواده هاي زباني مختلف در ايران و پيشينه تاريخي آن كه همواره محل برخورد فرهنگ ها، تمدن ها، زبان ها و قوم هاي مختلف بوده است شرايط زباني ايران را به لحاظ فرهنگي و اجتماعي بسيار پيچيده و در عين حال به لحاظ زبان شناختي جالب نموده است. اين خود يكي از امتيازات فرهنگي و گردشگري براي كشورمان مي باشد و مي تواند علاقه مندان زيادي را از داخل و خارج كشور به منظور بررسي و آشنايي با اين زبانها به سمت خود جلب كند (شمس و امینی، 1388: 88).

**2-12-2 آداب و رسوم و اعياد ملي**

در فرهنگ ايراني به مناسبتهاي مختلف عيدهايي مانند نوروز، سيزده بدر، چهارشنبه سوري، مهرگان ، جشن سده، شب يلدا (چله و...)برگزار مي شوند كه هر كدام نمادهاي خاصي از اين فرهنگ كهن و باستاني هستند، كه توجه به آن ها و معرفيشان مي تواند علاقه مندان زيادي را به خود جذب كند. به لحاظ فرهنگي وآداب و رسوم هرگوشه از ايران داراي شرايط ويژه و منحصرب هفردي مي باشد كه در قسمت هاي ديگر و جود ندارد. هر نقطه از ايران داراي فرهنگ و آداب و رسوم خاص خود است. به عنوان نمونه، از آداب مرسوم در ايران ميتوان به رقص ها و بازيهاي محلي در گوشه و كنار آن اشاره كرد. موسيقي و رقص تمام مناطق ايران قابل توجه اند. رقص هاي كهن آييني و نيايشي هر قوم و ملتي ارتباط او را با مبدا جهان بيان مي كند. در كشورمان رقص و پاي كوبي از قدمت زيادي برخوردار است، به همين دليل ميتوان از اين آداب به عنوان يكي از عناصر فرهنگي ايران ياد كرد. رقص هاي خاص در مناطق مختلف كشورمان، همچون رقص قاسم آبادي در شمال، رقص هاي آذربايجاني، رقص تربت جام، باباكرم، رقص هاي كردي ورقص هاي مخصوص مناطق جنوبي كشورمان و بسياري رقص هاي ديگر كه هر كدام ويژگي و آداب و ارزش مخصوص به خود را دارند، مي تواند به عنوان بخشي از فرهنگ كشورمان، نقش مهمي در صنعت گردشگري و جذب علاقه مندان خاص خود داشته باشد (شمس و امینی، 1388: 89).

**2-12-3 ادبيات و شخصيت هاي اسطوره اي ايران**

از وظايف و نقشهاي بسيار مهم ادبيات فارسي در طول تاريخ ايران و حيات پرارزش آن، احيا و غنا بخشيدن به هويت فرهنگي ايرانيان بوده و از آنجا كه اغلب موضوعات و مطالب فرهنگي با بيان والاي ادبي، در خلال متون زيباي نظم و نثر و در قالب انواع مختلف بازگو ميشده همواره مورد توجه همگان بوده است.

اسطوره ها، شخصيت هاي ادبي و تاريخي، شاعران و نويسندگان و قهرمانان اساطيري كشور نيز بخشي از هويت ايراني و مي توان گفت آسيايي هستند. امروز همه كس مي داند كه شاعري مانند فردوسي، بزرگترين شاعر ايران، و شاهنامه ي او ارزنده ترين شاهكار جاوداني زبان و انديشه و فرهنگ ايراني است و بسياري از محققان به حق آن را بزرگترين حماسه ي جهان خوانده اند. داستانهايي چون؛ زال و رودابه، رستم و سهراب، بيژن و منيژه، بيژن و گرازان، و جز اينها، و بعضي داستان هاي ديگر به طور خاص چون رستم و اسفنديار و يا همان رستم و سهراب از شاهكارهاي مسلم ادبيات جهان به شمار مي آيند كه علاقه مندان زيادي در سرتاسر جهان دارند.

علاوه بر فردوسي، آثار شاعراني چون حافظ، مولانا، سعدي، بابا طاهر، عطار نيشابوري، پروين اعتصامي، اخوان ثالث و ... به عنوان شاهكارها و گنجينه هاي بي نظيري هستند كه افتخار داشتن آن ها تنها نصيب كشور ما شده و وجود آن ها نقش ويژه اي در فرهنگ ايران دارد. به ويژه در ميان آن ها سعدي و حافظ شهرت جهاني پيدا كرده اند. آرامگاه اين دو شاعر همواره پذيراي جهانگردان بسياري از سراسر جهان مي باشد (شمس و امینی، 1388: 89).

**2-12-4 معماري ايراني**

معماري هر كشور و ملتي شناساننده وجه مادي تمدنها و الگويي براي ديگر فرهنگ هاست. كشور ايران، بهشت باستان شناسان است و بيش از 6000 سال تاريخ پيوسته دارد. معماري در كشورهايي كه صاحب تاريخ و فرهنگ باستاني هستند، از مهمترين پايه هاي تمدن ديرينه به شمار مي آيد. ايران با پيشينه مدنيت چندين هزار ساله خود، داراي راهكارهاي معماري است. از نظر مردم علاقه مند به رشته هاي گوناگون، اين هنر حائز اهميت است. بناهاي منحصر به فرد تاريخي، بناهاي مذهبي مختلف، تپه هاي تاريخي تأثير تمدنهاي مختلف در شكل گيري تمدن ايران را نشان مي دهند. به عنوان نمونه گفته مي شود كه در شكل گيري تخت جمشيد عناصر تمدن هايي مثل مصر و ميان رودان نقش داشته اند. بناهاي شهري منحصر به فردي مثل چغازنبيل، سازه هاي آبي شوشتر، آتشكده نوشيجان در 20 كيلومتري غرب ملاير، ارگ بم، بناهاي مساجد ايران، كه بسيار منحصر به فردند، تپه هايي مانند تپه زاغه، تپه گنج دره، تپه علي كش، گودين تپه، تپه هگمتانه، بابا خان تپه و ... آتشكده ها، معابد هندوها، زيرزمين ها، مثل شهر زيرزميني كه در سامن و روستاهاي ننج و كسب شهرستان ملاير است، وبسياري موارد ديگر كه همه معرف معماري اصيل ايراني هستند اگر شناسايي و معرفي شوند قابليتهاي بسياري دارند و مي توانند باعث جذب گردشگران خاص خود شوند. شايد معماري كهن ايران كه در شكل و فرم جديدش به بهترين و صحيح ترين وجهي معماري اسلامي را از نظر هنر و طرز تأثيرش بر تمدن كهن ايراني به ما مي شناساند حداقل پنج هزار سال پيش از ميلادتا عصر حاضر نمونه هايي مشخص ارائه نموده كه از سوريه يا شامات تا هندوستان شمالي و كناره هاي چين و قفقاز پراكنده شده اند. پروفسور پوپ در اين زمينه مي گويد:" بناهاي ايراني گوناگون است و از كلبه هاي دهقاني و قهوه خانه ها و كوشك ها گرفته تا زيباترين و باشكوه ترين ساختمان هايي كه جهان به چشم خود ديده است، از نظر مذهبي و هدف در ايران وجود دارد. آثار معماري ايران بيش از هر چيز مذهبي است." (شمس و امینی، 1388: 90).

**2-12-5 تنوع قومي در ايران**

در چهار گوشه كشورمان اقوام مختلفي زندگي مي كنند. اين تنوع قومي هم مي تواند براي كشور ما فرصت باشد و هم تهديد. چنانچه به زمينه هاي انسجام ملي بي توجهي شود و چنانچه سرمايه هاي فرهنگي مختلف اقوام ايراني ناديده گرفته شود، بي گمان تنوع قومي كشور به مركز گريزي و رشد گفتمان هاي حاشيهاي و قومي خواهد انجاميد. اما چنانچه سرمايه هاي فرهنگي قوم هاي مختلف ايراني شناخته گردد، به آن ها بها داده شود و از هر يك از آن ها در جهت تقويت هويت ملي استفاده گردد و هويت ملي ايراني متشكل از عناصر فرهنگي و هويتي همه اقوام ايراني معرفي گردد، تنوع قومي در ايران نه تنها تهديد نيست بلكه فرصتي است براي رشد و شكوفايي كشور. براي نمونه، تقريبا در تمامي نواحي مرزي ما قوم هايي زندگي ميكنند كه در بيرون از مرزهاي ايران داراي دنباله ها و همبستگي هايي هستند. از اين ميان مي توان به كردها در غرب و شمال غرب ايران اشاره كرد، كه در كشورهاي همسايه ما چون عراق، تركيه و ارمنستان و كشورهاي غير همسايه چون سوريه داراي دنباله هايي هستند. چنان چه زمينه هاي لازم فراهم شود، تبادلات مختلفي كه بين كردان ايران و كردان كشورهاي صورت مي گيرد موجب جذب كردان ديگر كشورها به ايران و سرازير شدن سرمايه هاي آن ها به ايران مي شود. و يا در خراسان شمالي وجود قوميت هاي گوناگون كرمانج، فارس(تات)، ترك، تركمن، كرد و اقليت هاي بلوچ، عرب، لر و ترك ها با همه ويژگي هاي فرهنگي خاص خود شان سبب شده لقب "گنجينه فرهنگ ها" برازنده اين استان باشد.

**2-12-6 اديان ها و آيين ها و اقليت هاي مذهبي در ايران**

ايران به عنوان مركز شيعه جهان بزرگترين منبع مطالعه علاقه مندان در اين زمينه است. شهرهايي همچون شيراز، اصفهان، قم، تهران و مهم تر از همه مشهد همواره مقصد و ميعادگاه شيفتگان فرهنگ ايراني، اسلامي و شيعي بوده است. از سوي ديگر تأثير ژرف فرهنگ شيعي بر زبان و ادبيات و معماري و ساختار قومي و ذهني ايرانيان زمينه هاي خوبي را براي جذب پژوهشگراني كه در تشيع كار مي كنند فراهم آورده است. بدون اغراق مي توان گفت كه شكوفايي تشيع در ايران و وجود حوزه هاي علميه بسيار در آن قابليت تبديل كشورمان به مركز شيعه شناسي جهان و جذب دانشجويان و پژوهشگران علاقه مند به شيعه شناسي را دارد و در نتيجه درآمد ارزي بسياري را نصيب كشور مي كند. اما علاوه بر اسلام و مذهب شيعه همانطور كه در بالا اشاره شد، اديان ديگري زير عنوان اقليت هاي ديني در ايران نيز وجود دارند كه از اهميت زيادي برخورداند و پيروان زيادي دارند و اين خود مي تواند يكي از سرمايه هاي كشورمان محسوب شود. زيرا اين تنوع ديني در كشور مي تواند گردشگران زيادي را از داخل و خارج به خود جلب كند (شمس و امینی، 1388: 91).

**2-12-7 مراسم مذهبی**

مراسم فرهنگی – مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادات مردم یک جامعه دارد، از نمونه جریاناتی است که ایجاد جاذبه می کند. بسیاری از کشورها اینگونه مراسم را به عنوان یک رخداد احیا می نمایند و از طریق برپایی فستیوال ها و کارناوال ها به آنها رونق داده، به طوری که جذابیت آنها بیشتر نمود پیدا می کند. در کشور ایران، مراسم ایم محرم (تاسوعا و عاشورا) یکی از نمونه های مراسم فرهنگی – مذهبی مسلمانان شیعه بوده که بیانگر فرهنگ و مذهب آنان می باشد و هر ساله در قالب یک حرکت و جریان مردمی برگزار می شود. این مراسم این قابلیت را دارد که به صورت یک رخداد در قالب کارناوال غم به کشورهای غیر مسلمان معرفی گردد تا امکان جذب گردشگران خارجی را فراهم آورد (قادری و همکاران، 1388: 77).

**2-13 فرهنگ و گردشگری**

در اکثر موارد فرهنگ علاوه بر اینکه عنصر مهمی در توسعه توریسم محسوب می شود، یکی از ذینفعان این توسعه نیز به شمار می آید. فرهنگ عامل مهمی در ایجاد جذابیت برای توریست های خارجی و همچنین جذب توریست های داخلی و تشویق آنها به سرمایه گذاری محسوب می شود(Arzeni, 2009: 19).

در طول قرن بیستم، توریسم و فرهنگ به عنوان دو متغیر کاملاً مجزای از هم فرض می شدند و به منابع فرهنگی به عنوان میراث گردشگاه نگریسته می شد و به طور گسترده ای به سطح تحصیلات مردم محلی و زیربنای هویت فرهنگ ملی و محلی مربوط می شد. از سوی دیگر به توریسم به عنوان فعالیت های مربوط به استراحت، جدای از زندگی روزمره و فرهنگ مردم محلی نگریسته می شد. این مساله در اواخر قرن بیستم، تغییر چشم گیری یافت و نقش منابع فرهنگی در جذب توریست و برطرف ساختن نفرت از یکدیگر مشهود شد. بویژه از 1980 به بعد، توریسم فرهنگی به عنوان منشأ مهمی برای توسعه اقتصادی به شمار می آید (Arzeni, 2009: 19).

گردشگري فرهنگي براي آشنايي ميراث هاي هنري و فرهنگي،آداب و رسوم، بناهاي تاريخي با هدف هاي آموزشي، تحقيقاتي و پژوهشي، صورت ميگيرد. گردشگر فرهنگي مايل به آشنايي با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان كاوش در چشم اندازهاي فرهنگي جوامع انساني و درك آن ها است. در اين نوع گردشگري به جذابيت هاي فرهنگي توجه مي شود. از قبيل موزه ها، نمايشگاه ها، اركسترها، نمايشنامه ها، هنرهاي دستي، معماري و...در ايران علاوه برموارد فوق، آيين هاي سنتي نظير تعزيه، مراسم چهارشنبه سوري، جشن هاي مذهبي زرتشتي و اسلامي، عزاداري ها مانند محرم و...نيز از جذابيت هاي فرهنگي مي تواند تعريف شود. گردشگري فرهنگي برجسته ترين روش هاي مبادلات فرهنگي بين مردم كشورها و ارزشمندترين روش هاي گفتگوي درون فرهنگي است. صنعت گردشگري اغلب " آداب و رسوم"و" سبك زندگي"غير بوميان را به عنوان جاذبه هاي توريستي عرضه مي كند(مي فروشد). گردشگران نيز اغلب خواستار عرضه آن نوع از فرهنگ و سبك زندگي هستند كه به طور قابل ملاحظه اي با فرهنگ و روش زندگي خودشان متفاوت باشد. (شمس و امینی، 1388: 84).

امروزه در بسياري از كشورها جهانگردي بهترين وسيله براي اعتلاي فرهنگ به شمار مي رود و مي تواند به لحاظ فرهنگي و اجتماعي تغييراتي را روي جوامع ميزبان داشته باشد. در واقع گردشگري قبل از آنكه به عنوان يك پديده اقتصادي مطرح باشد يك امر فرهنگي است، به گونه اي كه در پيرامون آن آثار فرهنگي بسياري شكل مي گيرد. گردشگري انسان را با فضاهاي جغرافيايي، انسان ها و فرهنگ هاي ديگر آشنا مي سازد.اين آشنايي مقدمه اي براي شناخت بيشتر انسان از خويش است .اين در حالي است كه فرهنگ خود به عنوان جاذبه اصلي گردشگري محسوب مي شود. بدون فرهنگ كه تفاوت ها را ايجاد مي كند همه جا شبيه هم خواهد بود و گردشگري عينيت نخواهد داشت (پاپلي يزدي و سقایی، 1386 ،ص 88 )

تمايل به شناخت پديده ها و كسب آگاهي از ناشناخته ها از خصايص اصلي است كه انسان از ديرباز به وجود آن در نهاد و فطرت خود پي برده است. نمود اين خصيصه در بسياري از رفتارها و انديشه هاي بشر قابل مشاهده است از جمله سير و سفر، تحرك و جابجايي براي ديدن، شنيدن و احساس كردن آنچه كه قبلاً تجربه نكرده يا به آن علاقمند نبوده ايم. اين خصيصه رفتار بشري مانند ساير خصلت هاي رفتاري او، ماهيتي فرهنگي دارد؛ به اين معني كه انگيزه ها، اهداف و رفتار گردشگران و ميزبانان با توجه به فرهنگي كه به آن تعلق دارند، از جامعه اي به جامعه ديگر متفاوت است .به بيان ديگر، گردشگري پاسخي به نياز فطرت جستجو گر انسان به كشف اسرار زندگي گذشتگان، آشنايي با فرهنگ ملل ديگر و گريز از يكنواختي محيط كار و زندگي معمولي است؛ از اين رو گردشگري فعاليتي فرهنگي است.

گردشگري با ا نسان و انگيزه ها، خواستها و آ رزوهاي او كه منبعث از فرهنگ جامعه است ارتباط دارد، به حدي كه مي توان گفت محرك اصلي گردشگري، در واقع همين اختلاف فرهنگ هاست (ضرغام، 391:1376 ). گردشگري فرهنگی، بخش مهمي از تقاضاي جهاني گردشگري را تشكيل مي دهد. طبق آمار سازمان جهاني گردشگري 37 درصد گردشگري بين الملل با انگيزه فرهنگي انجام مي شود و اين تقاضا سالانه در حال افزايش است. رشد گردشگري فرهنگي و گردشگري ميرا ث به عنوان عناصر گردشگري نوين، توجه سياست گذاران و محققان را در سراسر دنيا به خود جلب كرده است، به طوري كه امروزه در ادبيات گردشگري مطالب زيادي درباره گردشگري فرهنگي به چشم مي خورد Richards, 2002: 9)).

**2-14 بررسی مشکلات و موانع فرهنگی جهانگردی در ایران**

موانع و تنگناهای فرهنگی موجود در جهانگردی ایران ابعاد مختلفی دارد که اهم این موانع را می توان به شرح ذیل بر شمرد:

**2-14-1 بیم از اثرات مخرب جهانگرد بر فرهنگ**

نگاهی به دیدگاههای افراد جامعه در ارتباط با ورود جهانگردان به ایران حاکی از آن است که بسیاری از افراد هنوز هم جریانهای توریستی را با دید منفی ارزیابی می کنند و چنین می پندارند که توریسم موجب تخریب و آسیب رسانی به فرهنگهای محلی در کشور می شود.

زمانیکه باور داشته باشیم که فرهنگ غنی و پالایش یافته ای داریم و در پرتو این فرهنگ غنی رفتاری سنجیده و حساب شده با جهانگردی می توانیم داشته باشیم، نباید از جریانهای توریستی وحشتی بخود راه دهیم بلکه ورود جهانگردان را بیشتر نوعی صدور فرهنگ و ارزشهای فرهنگ تلقی کنیم و با گنجاندن تعداد برنامه های اصولی در نحوه مسافرت و سیر و سیاحت جهانگردان از انها را از عناصر فرهنگی خویش متأثر نماییم.

در این زمینه می توان به نحوه تدارک مکانهای مورد بازدید جهانگردان، نحوه اطلاع رسانی به آنها چگونگی تبلیغ استانداردها به الگوها و عناصر فرهنگی خودی و کیفیت سیر و سیاحت اشاره کرد. کیفیتی که بتوان در حین جالب کردن جاذبه های مورد بازدید و خدمات رسانی رفاهی مناسب، بستر مناسبی برای اشاعه فرهنگ و ارزشهای اسلامی فراهم کرد و ضمن ایجاد شرایطی مناسب، توریست در زمان بازگشت به وطن خویش، علاوه بر کسب خاطرات شیرین و جالب با دست مایه های فرهنگی مناسب که آموخته است همراه باشد (uonsm.blogfa.com).

**2-14-2 پندارهای نادرست جهانگردان از ایران**

یکی دیگر از موانع فرهنگی موجود در زمینه جذب توریست به کشور، پندارهای نادرست بسیاری از توریستهای خارجی درباره ایران و پندارهای نابجای پاره ای از مسوولین دیگر کشورها در مورد این کشور می باشد.

انعکاس پاره ای از مسایل بعد از انقلاب به طور نادرست از سوی محافل خبری مختلف در جهان موجب شده است تا پیشینه ذهنی نامناسبی از طرز رفتار ایرانیان با خارجیان ایجاد شود و بسیاری از افراد جهانگرد که خواهان مسافرت به ایران هستند، انگیزه لازم برای مسافرت به ایران پیدا نکنند. پاره ای از اینگونه مسایل به دلیل جو تبلیغاتی غیر واقعی و مسایل ارتباطی جمعی جهانی می باشند. بنابراین نحوه تبلیغ و پیراستن پیش داوریهای موجود از جمله مسایلی است که می بایست در بازایابی توریسم ایران قرار گیرد (uonsm.blogfa.com).

**2-14-3 عدم تبلیغات مناسب در زمینه جاذبه های سیاحتی ایران**

عدم شناخت جهانگردان از جاذبه های کشور موجب کاهش میزان جهانگردی در کشور شده است. علاوه بر آن در خارج از ایران نیز تصویر نامناسبی از کشور ترسیم شده است. لازم است رسانه های ایران بویژه؛ رادیو و تلویزیون نقشی فعال در زمینه معرفی واقعیتهای اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی ایران ایفا کنند (uonsm.blogfa.com).

**2-14-4 عدم شناخت سلایق جهانگردان و سیاحان خارجی**

یکی از مهمترین ابزارها برای جذب جهانگردان خارجی میزان آشنایی با انگیزه سیاحان، سلایق و علایق آنان است.

با توجه به عناصر فرهنگی، ارزشها و هنجارها حاکم مناسب است که آگاهی و شناخت کافی از علایق و انگیزه های سیاحان خارجی داشته باشیم. بالاخص در ارتباط با سیاحان کشورهای مسلمان و آسیایی که هم از نظر مذهبی و هم از نظر فرهنگی نزدیکی بیشتری با ما دارند (uonsm.blogfa.com).

**2-14-5 مشروط کننده های فرهنگی و مذهبی کشور**

مسایل مذهبی موجبات مشروط سازی در ورود جهانگردان می شود. خصوصاً خانمها که در بدو ورود باید از نظر حجاب ضوابطی داشته باشند واین ضوابط و قواعد قیود تورستها می شود، این قیود و محدودیتها سبب می گردد جهانگردان کمتر جذب سفر به ایران بشوند. به عبارت دیگر برنامه ریزی مناسب جهانگردی باید به نحوی باشد که در حین حفظ ارزشها و عناصر ارزشمند فرهنگی، بتواند آنگونه که شایسته است نسبت به جذب سیاحان و جهانگردان خارجی اقدامات لازم را به عمل آورد. در این زمینه بسیاری از کشورهای پیشرفته و صنعتی توانسته اند از این عناصر محدود کننده و مشروط کننده بطوری دقیق و برنامه ریزی شده بهره برداری کنند که در حین حفظ ارزشها و اصالتهای فرهنگی خویش آنها را به عنوان جاذبه های فرهنگی به جهانگردان معرفی کنند، بنابراین مشروط کننده های صنعت جهانگردی کشور نباید آنچنان مطرح شود که هیچ جهانگرد خارجی به ایران نیاید، بلکه اتفاقاً از مشروط کننده های صنعت جهانگردی باید به عنوان مکانیزمهای جلب جهانگرد استفاده شود (uonsm.blogfa.com).

**2-14-6 موانع فقهی و مذهبی**

بسیاری از جهانگردان غیر مسلمان مشتاق دیدار از اماکن مقدس ایران بوده اند که با توجه به غیر مسلمان بودن و به جا نیاوردن آداب لازم در زمینه ورود به این اماکن با مشکل مواجه بوده و هستند. مادامیکه چنین تنگناهای ساختاری وجود داشته باشد، کوشش در جذب جهانگردان خارجی آنهم جهانگردان غیر مسلمان با موانع و مشکلاتی مواجه خواهد بود (uonsm.blogfa.com).

**2-14-7 وجود برخی برخوردهای نامناسب در فرودگاه چه در بخش پلیس گذرنامه و چه در گمرک**

برخورد صحیح در فرودگاهها به عنوان دروازه های ورودی کشور اثرات تعیین کننده ای را بر ذهن مسافر بر جا می گذارد. بیشترین گلایه اتباع کشورهای منطقه در مراجعه به نمایندگیها در ارتباط با فرودگاه و بویژه گمرک آن است (uonsm.blogfa.com).

**2-14-8 ضعف تحقیقاتی و پژوهشی در این زمینه**

بدلیل ضعف فعالیتهای جهانگردی تحقیق و مطالعه نیز در این زمینه با رکود و محدودیتهای زیادی روبروست. از بین مؤسسات تحقیقاتی دانشگاهها، هیچ یک گرایش خاصی برای تحقیق در زمینه جهانگردی ندارند. در سالهای قبل از انقلاب، طرح جامع جهانگردی کشور توسط مشاورین توریست کنسولت برای دولت ایران تهیه شده بود همچنین در کنار آن طرحهای موردی و منطقه ای زیادی نیز انجام شده بود. لیکن از آنجایی که شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی لازم برای تهیه این طرحها، پیش فرضهای حاکم بر زمان خود را تعیین و دیکته کرده بودند، متأسفانه در حال حاضر هیچکدام از آنها برای شرایط امروز قابل استفاده نیستند (uonsm.blogfa.com).

**بخش دوم: تاریخچه و نقاط گردشگری استان ایلام**



**2-15 تاریخچه استان ایلام**

در گوشه باختري سرزمين پهناور ايران؛ نام ايلام ذهن را به دور دست تاريخ هدايت مي كند. سرزمين طلوع آفتاب و عروس زاگرس با كوهستان هاي سلسله وار و دشت هاي پهناور كه زيستگاه انواع گونه هاي گياهي و جانوري است، از قابليت هاي برجسته اي در زمينه گردشگري طبيعي برخوردار است. از كوه هاي دالاهو كه مي گذري كوه قلاقيران كه سمبل و نماد استقامت و جوان مردي مردم اين ديار است, با ظاهري چشم نواز همراه با درختان تنومند بلوط , نمايان مي شود و چشم هاي هر بيننده اي را مي نوازد . مواهب زيباي خدادي در استان ايلام باعث شده كه اين خطه از خاك ايران از لحاظ منابع طبيعي ‌يكي از جذاب ترين مناطق ايران باشد. جاذبه هاي اجتماعي و فرهنگي استان ايلام از ديگر زيبايي هاي منطقه هستند. زندگي ايل ها و عشاير متعدد در منطقه و ييلاق و قشلاق آن ها در ميان كوه ها و دشت هاي ايلام؛ جذاب ترين شيوه معيشت اجتماعي را در قرن صنعتي معاصر به نمايش مي گذارد و حيرت هر بيننده اي را بر مي انگيزد. هنوز آداب و رسوم اجتماعي و فرهنگي حاكم بر منطقه از قبيل: پوشش و لباس محلي ، گويش شيرين زبان كردي و صفاي باطن و مهمان نوازي در اين خطه حرف اول را مي زند. ايلام به عنوان بخش مهمي از تمدن هاي باستاني ايران و داشتن بيش از يك هزار اثر و ابنيه تاريخي از جاذبه هاي گردشگري تاريخي فراواني نيز برخورداراست.

این سرزمین، بنا به اسناد تاریخی فراوان، بخشی از کشور عیلام باستان بوده که در حدود 3000 سال پیش از میلاد به فرمان آشور بانی پال منقرض شد. در کتیبه های بابی، عیلام را " آلامتو" یا "آلام"خوانده اند. که به قولی به معنای کوهستان یا "کشور طلوع خورشید" است. مدتی پس از سقوط عیلام، حوزه فرمانروایی آنان به دو منطقه تحت نفوذ پارسها و مادها در غرب تقسیم شد. در دوره هخامنشی جزئی از امپراطوری هخامنشی بوده است. بعد از تسخیر ایران به وسیله اعراب مسلمان، احتمال دارد که این ناحیه جزئی از ایالت کوفه باشد. از اوایل قرن چهارم تا اوایل قرن ششم خاندان حسنویه کرد بر لرستان و ایلام حکومت می کردند و از سال570 تا 1006 اتابکان لر بر لرستان و پشتکوه حکومت کرده اند. از سال 1309 شمسی در تقسیمات کشوری، ایلام جزو استان پنجم یعنی کرمانشاه گردید.

بنا به نوشته مورخان يونانی، در زمان سلوكيه، ساكنين زاگرس بيش تر اوقات با اقوام مهاجم و بيگانه در نبرد بوده اند. وجود آثار باستانی فراوانی از دوره ساسانی در استان های ايلام و لرستان، نشان می دهد كه اين منطقه در آن زمان بسيار آباد و با اهميت بوده است. اسامی شهرهايی مانند ‹‹ماسبندان››، ‹‹مهرگان كدك››، ‹‹دارشهر››، ‹‹سيمره››، ‹‹اريوخ›› و ‹‹شيروان›› اين نظر را تاييد می كند. محل دقيق برخی از اين شهرها هنوز روشن نشده است. در اواخر دوره ساسانی، خاندان فيروزان بر اين سرزمين و خوزستان حكومت داشته اند كه آخرين آن ها پس از شكست در جنگ جولا به دارالخلافه اعزام شده است. بعد از تسخير ايران به وسيله عرب های مسلمان، احتمال دارد كه اين ناحيه جزيي از ايالت كوفه شده و اسامی شهرهای ماسبندان، مهرگان و سيمره معرب شده باشند. در اواخر قرن چهارم هجری قمری، حسنويه كرد بر لرستان و ايلام فعلی حكومت می كرده است و تا اوايل قرن ششم هجری قمری حكومت اين خاندان ادامه داشته است. از سال 570 تا 1006 هجری قمری، اتابكان لر بر لرستان و پشتكوه حكومت كرده اند. آخرين اتابك لر به نام شاهوردي خان را شاه عباس صفوی به قتل رسانده و حسين خان سيلورزی جد واليان ابوقداره را به حكومت لرستان و پشتكوه منصوب كرده است. اين خاندان پس از مدتی، مقر حكومت خود را به پشتكوه (ايلام كنونی) منتقل كرده اند و غلام رضا خان والی ابوقداره، آخرين والی پشتكوه پس از كودتای 1299 شمسی به نحوی نسبتا مسالمت آميز، منطقه تحت حكومت خود را رها كرده و به كشور عراق رفته است.

**2-16 مشخصات جغرافیایی**

از سال 1309 شمسی در تقسيمات كشوری، ايلام جزو استان پنجم يعنی كرمانشاه شد. سپس به علت موقعيت مهم سياسی و مرزی و محروميت های فراوان به فرمان داری كل تبديل شد و اكنون يكی از استان های مهم كشورمحسوب می شود.

استان ايلام در حدود 4/1 درصد مساحت كل كشور را تشكيل می دهد. اين استان در باختر دامنه سلسله كوه هاي زاگرس بين 31 درجه و 58 دقيقه تا 34 درجه و 15 دقيقه پهنای شمالی از خط استوا و 45 درجه و 24 دقيقه تا 48 درجه و 10 دقيقه درازای خاوری از نيمروز گرينويچ در گوشه باختری ايران قرار گرفته است. استان ايلام از جنوب با استان خوزستان، از خاور با استان لرستان، از شمال با استان كرمانشاه و از سمت باختر با 425 كيلومتر مرز مشترك با كشور عراق هم جوار است. مركز استان؛ شهر ايلام است كه به علت زيبايی های طبيعی فراوانی كه دارد، عروس زاگرس نام گرفته است. به طور كلی نواحی شمالی و شمال خاوری استان ايلام كوهستانی و نواحی جنوب باختری و باختر آن از اراضی پست و كم ارتفاع تشكيل يافته است. مهم ترين ارتفاعات استان ايلا م را كبير كوه و ديناركوه تشكيل مي دهند. استان ايلام از نظر شرايط اقليمی جزو مناطق گرمسيري كشور محسوب می شود اما به علت وجود ارتفاعات، اختلاف درجه حرارت و بارندگی در بخش های شمالی، جنوبی و باختری آن زياد است. به طوری كه می توان از نظر اقليمی، مناطق سه گانه سردسيری، گرمسيری و معتدل را در اين استان به خوبی مشاهده نمود. بارندگی های سالانه فراوان از يك سو و نقش استان ايلام به عنوان زهكش آب های سطحی سلسله كوه هاي زاگرس از سوی ديگر، موجب پيدايش رودخانه های زيادی شده كه به منظور استفاده از آب آن ها سدهای انحرافی و كانال های متعددی نيز ساخته شده است. مسيرهاي متعددي براي دسترسي به استان ايلام وجود دارد كه مهم ترين آن ها جاده تهران – همدان- كرمانشاه – ايلام است. اين منطقه از راه هاي داخلي نيز برخوردار است كه برخي از آن ها ناهموار بوده و مشكلاتي را به وجود مي آورند. اين منطقه هم چنين دارای فرودگاهی برای پروازهای داخلی است كه به پايتخت ايران پرواز دارد.

استان ایلام دارای 8 شهرستان با نام های آبدانان، ایلام، ایوان، دره شهر، دهلران، شیراوان و چرداول، ملکشاهی و مهران می باشد.

**2-17 کشاورزی و دامداری**

كشاورزی در بيش تر نقاط استان به صورت سنتی انجام شده و مراحل مختلف آن از كاشت، داشت و برداشت با استفاده از اصول و روش های ابتدايی و سنتی صورت می گيرد. مهم ترين محصول كشاورزی استان، گندم است. در اين استان امكانات بالقوه فراوانی برای توسعه و گسترش دام داری و دام پروری وجود دارد و هم اكنون نيز بخش مهمی از درآمد و حتی اشتغال مردم استان ايلام در بخش كشاورزی متمركز شده است. آب و هوای متنوع، وجود كوهستان ها، جنگل ها و مراتع نسبتا سرسبز و انواع گل و گياه در بهار و تابستان و وجود مناطق گرمسيری و سردسيری در كنار هم بهترين شرايط را برای پرورش زنبور عسل فراهم آورده است.

**2-18 صنایع و معادن**

بخش صنعت سهم ناچيزی از اشتغال را نسبت به بخش خدمات و كشاورزی به خود اختصاص داده است. صنعت استان ايلام بيش تر در صنايع خانگی و كارگاهی خلاصه می شود. زماني منابع معدنی استان منحصر به منابع رسوبی بوده ولي هم اكنون منابع نفت و گاز نيز در اين منطقه شناسايي شده است.استان ايلام منطقه ای عشاير نشين است و به همين دليل از صنايع دستي پر رونقي نيز برخوردار است. مهم ترين صنايع دستي استان عبارتند از: فرش كرك، ابريشم، گليم گل برجسته، جاجيم، نمد، فرنجی، قتره و صنايع چوبی. از ديگر صنايع دستی ايلام می توان به سياه چادر، رسن، گيوه كه با توجه به فراوانی مواد اوليه مانند پشم و موی بز توليد آن ها از گذشته هاي دوررايج بوده, اشاره نمود. استان ايلام همانند ساير مناطق ايرانی دارای سوغاتی های محلی خاص خود است كه مهم ترين آن ها عبارتند از: سقز محلی (صمغ درخت بنه)، شيرينی بژی بر ساق، ‌شيرينی گمگه، حلوای كله كنجی، روغن حيوانی معروف به روغن كرمانشاهي.

**2-19 موقعیت جغرافیایی و تقسیمات سیاسی استان**

در سال 1343 به فرمانداری كل تبدیل شد ودر سال 1353 به دلایل سیاسی - مرزی - اداری به صورت یك استان درآمد.استان ایلام مشتمل بر 7 شهرستان، 17 بخش و 36 دهستان است.

استان ایلام با مساحتی برابر با 19045 كیلومتر مربع در جنوب‌غربی كشور واقع شده كه 2/1 درصد مساحت كل كشور را تشكیل می‌دهد. بر اساس آمارگیری عمومی نفوس مسكن در سال 75 این استان دارای 487886 نفر جمعیت، 7 شهرستان 17 بخش و 36 دهستان است. كه از نظر اقلیمی دارای دو اقلیم نیمه مرطوب سرد در شمال با متوسط بارندگی 639 میلی‌متر و بیابانی گرم با متوسط بارندگی 200 میلی‌متر در جنوب استان می‌باشد. قسمت‌های شمالی استان عمدتا كوهستانی بوده و سلسله جبال زاگرس به صورت رشته‌كوه‌های موازی در امتداد چین‌خوردگی‌ها، دره‌های نسبتا كم‌عرض و ارتفاعات متوالی را به وجود آورده است در قسمت‌های جنوبی استان كبیركوه، حوزه‌های آبریز رودخانه‌های كوچكی را در دامنه‌های جنوبی خود ایجاد كرده كه در نهایت به دشت‌هایی منتهی می‌گردند البته این دشت‌ها در شهرستان دهلران وسیع‌تر می‌باشند.

شهرستان ایلام به مركزیت شهر ایلام و در سال 1308 شمسی در خاور و شمال خاوری ده ‌بالا و در منطقه‌ای كه حسین ‌آباد (منسوب به حسین قلی خان والی) نامیده می‌شد و در جوار ساختمانهای به جا مانده از والی ، بنا گردید و با به توجه به سابقه‌ی تاریخی منطقه و تصویب فرهنگستان ایران، ایلام نامیده شد.دیواره‌های سنگی و دامنه‌های جنگلی كوه‌های مانشت، سیوان، شلم و سیاه كوه، به شكل دژی وسیع شهر و دشت‌های اطراف آن را برگرفته است.

شهر ایلام در مركز جغرافیایی استان قرار نگرفته است. از این رو، موقعیت آن تا حدودی كه اهمیت ارتباطی و تجارتی آن را محدود می‌كند، به طوریكه محصولات بخش‌ها و روستاهای دور دست به استان‌های دیگر صادر می‌شود.

اما ایجاد شبكه‌ی راهها و اتصال مراكز شهری به ایلام مخصوصاً نزدیكی با مرزبا وجود آب و هوایی نسبتاً مناسب و مساعد، مركزیت سیاسی، وجود مؤسسات رفاهی و... به آن موقعیتی ویژه، داده است.

بخش مركزی ایلام دارای دهستان‌های میش‌خاص و حومه 36 روستاست. توتون از مهمترین محصولات دهستان میشخاص است. چوار، یكی از بخش‌های شهرستان ایلام در 18 كیلومتری شهر ایلام و بر سر راه اصلی ایلام - ایوان - اسلام آباد غرب قرار گرفته است (www.tebyan.net). زهره حضرتی، 1388)

**2-20 زبان و گویش های مختلف ایلام**

زبان کردی و گویش های آن

زبان کردی یکی از زبانهای هند و ایرانی است که زبان شناسان آن را در زمره زبانهای ایرانی شمال غربی قرار داده اند. آن چه که امروزه کردی نامیده می شود در واقع گویش های مختلفی است که گاه اختلاف آنها چنان زیاد است که گویشوران سخن همدیگر را در نمی یابند،اما اگر دقیق مورد مطالعه قرار گیرند مشخص می شود که همگی دارای اشتراکات فراوان هستند.شاید بتوان گفت که دلیل اختلاف زیاد گویش های کردی،زیستن در مناطق مختلف جغرافیایی و همسایگی با اقوام مختلف باشد که در شکل گیری این گویش های متنوع بی تاثیر نبوده است. وجود گویش های مختلف زبان کردی از یک سو و پراکندگی گویشوران در کشورهای مختلف از سوی دیگر باعث شده است تا تقسیم بندی های مختلفی درباره آنها ارائه شود.

ظاهر سارایی گویش های کردی را بر حسب موقعیت جغرافیایی به شرح زیر تقسیم کرده است:

1-کردی شمال غربی:که شامل گویش کرمانجی و فروع آن است.این گویش در مناطق کرد نشین ترکیه،سوریه،بخش های از کردستان عراق،آذربایجان ایران و شمال خراسان،مناطقی از جمهوری های شمالی مانند:ارمنستان،آذربایجان،گرجستان و ترکمنستان رایج است.

2- کردی شمالی:که شامل گویش سورانی و شعبات آن است و در کردستان عراق و ایران و بخش هایی از استان کرمانشاه و آذربایجان غربی بدان تکلم می شود.

3-کردی مرکزی:که شامل گویش هورامی است و گویشورانش در اورامانات ایران و عراق پراکنده اند.

4-کردی جنوبی:که شامل کلهری،ایلامی و لکی است.

گونه های کردی جنوبی

1-کردی کلهری:که در کرمانشاه و مناطق از استان ایلام،از جمله شهرستانهای ایوان و شیروان چرداول و بخش چوار رایج است و با گویش کردی ایلامی اندکی تفاوت دارد.

2-کردی ایلامی:گویش عمده مردم استان ایلام از جمله طوایف عمده و قدیمی آن است که با اندک اختلافاتی در شهرهای ایلام،مهران،سرابله،بدره،بخش های عمده ای از نواحی جنوبی استان مانند دهلران،دره شهر،آبدانان و مناطقی از کشور عراق نظیر مندلی و خانقین بدان تکلم می شود.

3-لکی:این گویش در سطح نسبتاً گسترده ای در استان های لرستان،کرمانشاه،همدان و بخشهای از ایلام گویشوران بسیاری دارد.این گویش اغلب به اشتباه لری یا شعبه ای از آن قلمداد شده است.

نظام آوایی،واژگان و نحو و نیز سنتهای فرهنگی و بسیاری از ویژگی های دیگر نشان می دهد که لکی گویشی اصیل و برجسته از کردی است.

جستاری در باب کردی ایلامی

کردی ایلامی که گاه آن را «فیلی» نیز نامیده اند،در بیشتر مناطق استان ایلام رایج است. واژه فیلی در بین مردم ایلام معروفیت بسیار ندارد. این را کردهای ساکن عراق به مناسبت سلطه والیان لرستان موسوم به فیلی بر ایلام،رواج داده اند و آن از مقوله مجاز خاص و عام است(سارایی)

گویش فیلی دارای لهجه های گوناگونی است که مهمترین آنها عبارتند از :

1-ملکشاهی:در شهرستان های ایلام و مهران

2-خزلی:در بخش های از شهرستان شیروان چرداول

3-آبدانانی:در شهرستان های آبدانان،دهلران و دره شهر

4-ایلامی:در شهرستانهای ایلام،مهران،شیروان چرداول

5-بدره ای:در بخش بدره از شهرستان دره شهر **(سایت میراث فرهنگی ایلام**)

**2-21 مکان های دیدنی و تاریخی**

سرزمين ايلام با كوهستان هاي سلسله وار و دشت هاي پهناور؛ زيست گاه انواع گونه هاي گياهي و جانوري است كه چشم اندازهاي زيباي طبيعي را در اين منطقه به وجود آورده اند. اين منطقه كه بر دامنه كوه هاي خود چشم انداز سبزي از جنگل هاي بلوط را دارد؛ در بر گيرنده رودخانه ها و آبشارهاي زيادي است كه هر يك جاذبه هاي خاص و مناظر روح پروري را به نمايش مي گذارند. ايلام كه از بكر ترين مناطق سرزمين ايران است ؛ از قابليت هاي برجسته و با ارزشي در زمينه گردشگري طبيعي برخوردار است.

پيشينه تاريخي و باستاني اين خطه از ايران سبب شده جاذبه هاي باارزشي در اين منطقه وجود داشته باشد كه نام آن ها يادآور اساتير افسانه اي ايران باستان است. جاذبه هاي اجتماعي و فرهنگي استان ايلام از ديگر زيبايي هاي منطقه هستند كه بر جاذبه هاي گردشگري استان مي افزايد. فصل بهار كه زمان رويش گل هاي زيبا و وحشي در اين خطه است و فصل تابستان با رودخانه هاي خروشان و آبشارهاي زيبا مناسب ترين زمان سفر به استان ايلام است.

1. آتشکده سیاهکل:

آتشكده سياهگل يكي از آثار دوره شكوهمند ساساني است كه در 25 كيلومتري شهرستان ايوان و در منطقه‌اي به همين نام در حاشيه جنوبي رودخانه پرآب گنگير قرار گرفته است. اين اثر سالم‌ترين آتشكده شناسايي شده استان ايلام است كه در نوع خود بي‌نظير و از اهميت زيادي در مطالعات باستان‌شناسي برخوردار است. آتشكده داراي چهار پايه و يك سقف گنبدي و نيز در اطراف داراي راهروي جهت نيايش است كه متأسفانه در سالهاي اخير بر اثر عوامل طبيعي و انساني تخريب شده است و فقط آثاري از اين راهرو وجود دارد. مصالح ساخت اين آتشكده تشكيل شده است از گچ نيم‌كوب و قلوه‌سنگهاي رودخانه‌اي.

1. **شهر گمشده آريوحان:**

با توجه به بررسي‌هاي باستان‌شناسي صورت گرفته در اطراف آتشکده سیاهکل، آثاري از بناها و معماري هم‌دوره با آتشكده مورد شناسايي قرار گرفت كه احتمال وجود شهر گمشده آريوحان (آريوجان) را در اين منطقه بيشتر مي‌كند. شهر گمشده آريوحان (آريوجان) يكي از شهر‌هاي تاريخي استان ايلام است كه بر اساس شواهد و مدارك تاريخي و گفته سياحان و سفرنامه نويسان در ساحل رودخانه گنگير استقرار داشته كه وجود اين مجموعه آثار و ديگر شواهد باستان‌شناسي حكايت از وجود يك شهر تاريخي در اين منطقه دارد.

1. **پشت قلعه آبدانان، سند افتخار:**

پشت قلعه در فاصله پنج کیلومتری در ناحیه جنوبی شهرستان آبدانان و در شمال غربی روستای پشت قلا بر روی تپه‌ای بلند قرار دارد كه رودخانه دویرج از پای آن می‌گذرد. اين اثر يكي از آثار دوره ساساني است كه مصالح ساخت آن از قلوه سنگهاي رودخانه‌اي و گچ نيم‌كوب تشكيل شده است. آثار به جا مانده از اين اثر ارزشمند شامل برجهای نگهبانی، بارو، شاه‌نشین، اتاق‌های مسکونی، پلکان و... است. باروی بیضوی شکل که ارتفاع آن به سه متر می‌رسد محوطه قلعه را در بر گرفته است. دیوارهای بیرونی و اصلی قلعه تقریبا سالم مانده است. این دیوارها قلعه را به سه قسمت مجزا تقسیم می‌کنند. در قسمت غربی قلعه، آثار برج دیده می‌شود و سوراخی بر روی برج قسمت جنوبی قلعه است که كاربري آن دیده‌بانی است. بر باروها و دیوارهای آن، برجهایی با فواصل تقریباً مساوی در اطراف دژ به صورت کنگره‌دار ساخته شده که دارای اتاق‌های کوچک دیده‌بانی و طاق‌های قوسی شکل است. در منتهي‌الیه قسمت جنوبی و جنوب شرقی دژ، شاهنشین قلعه و اتاق‌های مسکونی قرار دارند که يك چهارم دژ را تشکیل می‌دهند و مابقی محوطه قلعه است. این قسمت دارای اتاق‌هایی با تاق‌های نیم‌دایره و تاقچه‌ها و طاقنماهایی است که گاه قطر دیوار آن به یک متر می‌رسد. این قلعه جنبه نظامی داشته و دور تپه‌ها کانالی طبیعی قرار دارد که مانند خندقی از دژ محافظت می‌کند. در یک قسمت از این خندق طبیعی رودخانه دویرج عبور مي‌كند.

1. **محراب امامزاده مهدی صالح (ع):**

تزئينات وابسته به معماري در محراب بناي امامزاده مهدي صالح (ع) ماژين چشم هر بيننده اي را به خود جلب مي‌كند. اين بنا يكي از آثار دوره ايلخاني استان ايلام است كه در بخش ماژين شهرستان دره شهر قرار گرفته است. متأسفانه در سالهاي اخير به دليل فرو ريختن سقف بنا و تأثيرات عوامل جوي، باعث تخريب قسمتهايي از تزئينات اين محراب منحصر به فرد شده است. در كنار اين محراب آيات آية‌الكرسي با هنرمندي خاصي به خط كوفي گچبري شده است. لزوم توجه بيشتر به معماري اين بنا و تزيينات وابسته به آن بيشتر احساس مي‌شود.

1. **معماري د‍ژ شيخ ماخو:**

دژ شيخ ماخو يكي از آثار دوره ساساني شهرستان دره شهر است كه بر یک بستر طبیعی و در یک تورفتگی غار مانند (ناودیس) و یا به اصطلاح اشگفت ساخته شده است. این بستر در ارتفاع 6 متری از کف رودخانه ایجاد شده است. سطح داخلی و طبیعی این اشگفت برابر 126 مترمربع است که از شیب 4 تا 6 درجه برخوردار است و شکل ظاهری سطح این پناهگاه به صورت یک نیم دایره کشیده شده است. این بستر در ارتفاع ۵ متری از کف رودخانه ایجاد شده است ، سطح داخلی و طبیعی این اشگفت برابر126 متر است. برای دسترسی به فضای داخل قلعه پله‌هایی ساخته شده که این مکان را فراهم نموده است، اما در حال حاضر به علت گذر زمان آثاری از آن مشاهده نمی‌شود و به کلی تخریب شده‌اند.

ساختار این بنا تلفیقی از مصنوعات بشری و طبیعت است که توانسته مقابله‌ای تقریباً برابر در گذشت زمان با عوامل مخرب جوی داشته باشد. سازندگان بنا به خوبی دانسته‌اند که برای حفظ و بقاء آثار چه نوع مصالح و با چه شیوه‌ای اجرا نمایند. نوع مصالح همگون با سایر قسمتها و عاملی در سالم ماندن دیوار بوده است و در آن از قلوه سنگهای نیمه‌درشت رودخانه‌ای استفاده شده است. ملات بکار رفته در ساخت این قلعه ملات گچ نیم‌کوب می‌باشد . کلیه اتصالها و پوشش سقف و قفل و بستهای این بنا از مصالح مصرفی در کل بنا بوده و هیچ‌گونه مصالح دیگری از قبیل آجر و ... چه در پوشش سقف و چه در دیوار به کار نرفته است. پوشش سقف در این بنا از مصالح طاق سنگی است که بصورت ضربی اجراء شده است. در نمای داخل دیوار آثاری از چوب وجود دارد که وظیفه اتصال بین دیوار و صخره‌های جانبی را داشته که عامل پایداری دیوار در گذر زمان نیز بوده است. نوع این چوبها از چوبهای بلوط منطقه بوده است. در ساختار این بنا از دو نوع تیرکش استفاده شده است یکی بصورت کنگره‌ها با مقطع مربع و دیگری در دیوار با مقطع ذوزنقه می باشد. اندود کاری این قلعه از نوع اندود گچی است که با استفاده از دست و در قابهای یکسان بر روی دیوار انجام شده است. این اندود در دوره های بعدی تجدید شده است که آثار آن مشاهده می‌شود. در محدوده این اثر تاسیسات جانبی هم‌دوره وجود ندارد، لیکن آثاری از یک آسیاب آبی متعلق به دوره صفویه درست در مقابل دژ دیده می شود. بنا تا حدود 65% تخریب شده است و مصالح آن از سنگ و گچ می‌باشد.

1. **سنگ نوشته تخت خان:**

سنگ نوشته تخت خان يا تخت خاتون بر سر راه ايلام به مهران در منطقه خوش آب و هواي بان‌روشان بر روي قطعه سنگي بزرگ نوشته شده است. شكل سنگ نوشته يك متوازي الاضلاع در ابعاد 145×190 سانتي‌متر بوده كه ابتدا آنرا حدود دو سانتي‌متر به لحاظ فراهم نمودن يك سطح صاف و يكنواخت تراش داده و آنگاه با تراش دادن مجدد حروف و كلمات را برجسته نموده‌اند. خط كتيبه نستعليق، و متن آن خلاصه اي از شجره نامه واليان و شرح برخي از خدمات عمراني غلامرضا خان والي است كه در سال 1325 هـ.ق دستور نوشتن آنرا داد.

1. **تپه گوران نشان تمدني ديرين:**

تپه "گوران" يكي از آثار دوره نوسنگي است كه در بخش هليلان شهرستان شيروان چرداول و در استان ايلام واقع شده است. با توجه به حفاري در اين تپه كه در سال 1963 توسط هئيت دانماركي به سرپرستي ملرگارد صورت گرفت، 21 لايه فرهنگي در آن مشخص گرديد. در دو لايه تحتاني اين تپه هيچگونه سفالي به دست نيامد. اولين نمونه‌هاي بقاياي معماري در لايه 16 به دست آمد. با توجه به نوع معماري دو لايه اول تپه "گوران" به نظر مي رسد كه ساكنان اوليه "گوران" را كوچ‌نشينان منطقه تشكيل مي‌دادندكه فقط مدتي كوتاهي در محل به سر مي‌بردند و در فصل نامناسب سال، به ساير نقاط كوچ مي‌كردند.

1. **معرفی گورستان هلوچ:**

گورستان هلوج در استان ايلام، شهرستان ايوان و در سمت راست ورودی بخش زرنه قرار دارد. اين گورستان در فاصله 200 متری شمال شرقی تپه تاريخی قلا زرنه واقع شده است. نوع بافت خاک زمينهای اطراف، رسی آبرفتی و زراعی است.

1. **امامزاده پير حسين، آرميده در دل كوه خُورمه:**

امامزاده پير حسين يكي از امامزاده‌هاي واقع در استان ايلام است كه در روستاي زنجيره عليا شهرستان شيروان چرداول در دل كوه خُورمه آرميده است. اين امامزاده نوه امام موسي كاظم (ع) است كه در نزد مردم از احترام خاصي برخوردار است. بناي امامزاده يكي از آثار ثبت شده استان در فهرست آثار ملي كشور است. امامزاده پير حسين زنجيره هرساله پذيراي زائران زيادي از جاي جاي استان و نيز استانهاي همجوار است كه به قصد زيارت و تفريح به اين نقطه زيبا از استان ايلام سفر مي‌كنند. طبيعت زيبا و بكر اطراف و داخل تنگه، آب فراوان، چشمه‌هاي زياد آب شيرين و نيز آب و هواي معتدل كوهستاني همگي لذت يك زيارت را بر زائران و گردشگران اين منطقه دو چندان مي‌كند. درخت توت کهنسال کنار بنای امامزاده حکایت از تاریخ کهن و نیز سرسبزی این منطقه در گذشته های دور دارد.

1. **سنگ نوشته قوچعلی ایلام:**

سنگ نوشته زيباي قوچعلي در ضلع جنوبي كوه اناران بر روي صخره‌اي در تنگ قوچعلي و در شمال شهر ايلام قرار دارد.. ارتفاع اين سنگ نوشته از سطح 5/4 متر است كه بدستور غلامرضا خان والي و به خط زيباي نستعليق نگارش يافته است. دسترسي به اين سنگ نوشته مشكل بوده و بايد مسير چند صد متري دامنه تنگ قوچعلي را پياده طي نمود. ابعاد اين سنگ نوشته 40 \* 75 و به شكل ذوزنقه است.

1. **قلعه سام شکوه یک تمدن:**

بنای با عظمت قلعه سام بر فراز کوهي به همين نام در غرب روستای چم بور از توابع شهرستان شیروان و چرداول قرار دارد. معماری این قلعه متعلق به دوره پرشکوه ساسانی است. علاوه بر این معماری در قسمت جنوب غربی قلعه آثار چهارطاقی مشهود است. در کنار این مجموعه معماری چند درخت کهنسال چنار با قدمتی ۵۰۰ ساله و چشمه ای گوارا از دل کوه بیرون آمده چشم اندازی بکر و طبیعی را آفریده است که چشم هر گردشگری را می نوازد. علاوه بر درخت چنار ریشه درختی به نام عود یا هومه که از آن در اعیاد و جشنها استفاده می شده یافت شد. برای رسیدن به این قلعه با چشم انداز طبیعی و زیبا باید ۴ ساعت کوهنوردی را تحمل کرد.

1. **تاریخچه مطالعات باستان شناسی دشت ایوان:**

شهرستان ايوان غرب در موقعيت جغرافيايي 19/46 طول شرقي و59/33 عرض شمالي در غرب كشور و در شمال غربي استان ايلام واقع شده كه متوسط ارتفاع آن از سطح دريا 1170 متر است. اين منطقه از شمال به گيلان غرب كرمانشاه، از جنوب به بخش چوار، از شرق به شيروان چرداول و از غرب به كشور عراق منتهي ومحدود مي شود. اين شهرستان داراي دو بخش مركزي و زرنه است. اين شهرستان از نظر مطالعات باستان شناسي عصر برنز ، عصر آهن 1، 2 و 3 دارای اهمیت زیادی است. سایت های مربوط به این دوره‌هابیشتر به صورت قبرستان است.

1. **شهر ساساني سيمره:**

شهر باستانی سيمره که در تقسیم بندی جغرافیایی کهن جزء سرزمین جبال قرار گرفته ، در ۱۲۰ کیلومتری جنوب شرقی ایلام و 45 کیلومتری غرب پل دختر به عرض و طول جغرافیایی 33درجه و 7 دقیقه و 47 درجه و 21 دقیقه ، با ارتفاع 720 متر از سطح دریا واقع است و هم اکنون شهر جدید دره شهر در غرب ویرانه های آن بنا شده است . دره شهر در مرز پشتکوه و پیشکوه در دره سیمره، در دامنه های شمالی کبیر کوه قرار دارد و با کوه های مله در شمال و کبیرکوه در جنوب احاطه شده است . کبیر کوه پوشیده از جنگل های بلوط از مله آفتو (گردنه آفتاب) شروع شده و در محلی به نام دمشا همانجائیکه رودخانه ی سیمره به جانب خوزستان تغییر مسیر می دهد و ادامه آن در خاک بختیاری کشیده شده است . در شرق این محوطه باستانی کوه های کم ارتفاعی است كه اهالی محل آن ها را تپه های گچی می نامند و ادامه بقایای ساخت و سازهای معماری شهر کهن تا بالای این ارتفاعات پیش می رود (خانزادی، 1385).

**بخش سوم: پیشینه تحقیق**

**2-22 تحقیقات داخلی**

1. در مقاله ای که توسط شمس و امینی در سال (1389) ارایه شد به ارزیابی شاخص فرهنگ ایرانی و تاثیر آن در توسعه گردشگری پرداخته است و بیان می کند که می توان با برقراری رابطه بین فرهنگ و گردشگری این گنجینه را به منبع خوبی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی تبدیل کرد زیرا فرهنگ دیرینه کشورمان از مولفه ها و عناصر متعددی تشکیل شده که از آن ها می توان به زبان پارسی، آداب و رسوم و اعیاد ملی، ادبیات و شخصیت های اسطوره ای، معماری ایرانی، تنوع قومی و دین اسلام و ادیان و مذهب های مختلف اشاره کرد. این تنوع و گوناگونی که در فرهنگ و تمدن کهن ایرانی دیده می شود را می توان برای کشورمان به لحاظ گردشگری، با برنامه ریزی و مدیریت صحیح تبدیل به یک سرمایه ارزشمند و جاذبه کرد زیرا از نظر فرهنگی ایران از ظرفیت های گردشگری بالایی برخوردار است (شمس و امینی، 1389).
2. جهانیان و همکارانش (1389) با تاکید بر ارتباط مؤلفه های فرهنگ و گردشگری، نشان دادند که ایران، كشوري متنوع، متكثر و مركب از اقوام و خرده فرهنگ هاي گوناگون است كه در ميان آنها عناصر هويتي، ديني، ذهني، تاريخ مشترك و جغرافياي واحد از اهميتي بسيار برخوردار است. بديهي است كه گسترش ايرانگردي در قالب گردشگري، زيربناي برقراري شناخت مشترك و درك متقابل ميان خرده فرهنگ ها محسوب مي شود (جهانیان و همکارانش، 1389).
3. نتایج حاصل از کار پژوهشی مدهوشی و ناصر پور (1382) نشان می دهد که بین تعداد مراکز تصمیم گیری و توسعه یافتگی صنعت گردشگری، ضعف بازاریابی و توسعه نیافتگی، ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و توسعه نیافتگی و بالاخره فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد (مدهوشی و ناصر پور، 1382).
4. خاکساری در مقاله ای با عنوان برنامه ریزی توسعه گردشگری در ایران، در سال (1391) نشان داد که ايران با وجود ظرفيت هاي مناسب و گسترده جذب گردشگر خارجي با محدوديت ها و موانع مذهبي-سياسي منحصربفردي مواجه است كه بشدت بر روي انتخاب مقصد توسط گردشگران بالقوه تاثير مي گذارد. اين واقعيت لزوم برنامه ريزي خاص و بومي سازي توسعه اين صنعت را در جمهوري اسلامي ايران بشدت نمايان مي سازد (خاکساری، 1391).
5. علیقلی زاده فیروز جایی و همکارانش (1388)، در مقاله خود که به نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی پرداخته بود، نشان دادند که گردشگري يك فعاليت منبع پايه است و به جاذبه ها و خدمات وابسته است، اما در عين حال توسعه موفقيت آميز آن مستلزم ميهمان نوازي و استقبال از طرف جامعه ميزبان نيز مي باشد. به طوري كه بدرفتاري، بي علاقگي و سوءظن جامعه محلي، نهايتاً به گردشگران منتقل خواهد شد و احتمالاً عدم تمايل گردشگران به بازديد مجدد از مقصدهاي مذكور، را در پي خواهد داشت (علیقلی زاده فیروز جایی و همکارانش، 1388).
6. صدر موسوی و دخیلی کهنمویی طی مطالعه ای در سال (1384) تاکید کردند که برنامه ریزی اصولی و به ویژه تهیه و اجرای طرح جامع گردشگری نه تنها می تواند امکان جذب گردشگر بیشتر را فراهم آورد، بلکه می تواند آثار زیان بار توسعه گردشگری بر محیط زیست و فرهنگ جامعه را نیز کاهش دهد (صدر موسوی و دخیلی کهنمویی، 1384).
7. طیبی و همکارانش در سال (1386) طی تحقیقی با عنوان بررسی رابطه ی بین توسعه ی گردشگری و رشد اقتصادی نشان دادند که امروزه گردشگری ، یکی از بزرگ ترین بخشهای اقتصادی در بسیاری از کشورها به شمار می رود. گردشگری برای ایران که وابستگی شدیدی به درآمدهای نفتی دارد، می تواند به عنوان راهی برای رهایی از وابستگی به درآمدهای نفتی و خروج از اقتصاد تک محصولی باشد. همچنی نشان دادند که رابطه ی علّی بین گردشگر ی و رشد اقتصادی ایران، یک رابطه ی علّی دوطرفه است و بین این دو متغیّر، یک تعادل بلند مدت وجود دارد (کمیل طیبی و همکارانش، 1386).

**2-23 تحقیقات خارجی**

1. در کتابی که با هدف تحلیل روابط بین توریسم و فرهنگ و بررسی جذابیت ها و موقعیت رقابتی مکان های گردشگری توسط آرزنی (2009) به رشته تحریر درآمده تاکید شده که فرهنگ عامل مهمی در ایجاد جذابیت برای توریست های خارجی و همچنین جذب توریست های داخلی و تشویق آنها به سرمایه گذاری محسوب می شود (Arzeni, 2009).
2. ویلیامز (2006) در پژوهشی به این نتیجه دست یافت که وضعیت اماکن تاریخی و آثار باستانی، تسهیلات اقامتی و ایجاد دفاتر بازاریابی و اطلاع رسانی از عوامل موثر در توسعه صنعت گردشگری است (Williams, 2006).
3. گیل مور (2002) در پژوهشی به این نتایج دست یافت که حفظ، نگهداری، مرمت، توجه بیشتر به جاذبه های گردشگری، تاکید بر استفاده از معماری سنتی در ساخت اماکن گردشگری و ایجاد زیرساخت های مناسب می تواند به افزایش ورود گردشگران و توسعه صنعت گردشگری منجر شود Gilmore, 2002)).
4. یوزاما (2008) با ارائه مقاله ای نشان دادند که توسعه گردشگری در بر گیرنده توجه به ابعاد توسعه در تمامی سطوح فردی، هدایت سرمایه ها، جهت گیری پیشرفت فن آوری و تغییر ساختاری و نهادی است که با نیازهای حال و آینده گردشگران سازگار باشد (Austin, 2008).
5. لوییس و همکارانش (2004)، به بررسی رابطه ی گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای آمریکای لاتین طی دوره ی 1985 تا 1988 پرداخته اند. آنها برآوردی از روابط بین رشد اقتصادی و رشد سرانه ی گردشگری را به دست آورده اند. نتایج مطالعه آن ها نشان می دهد که صنعت گردشگری برای رشد اقتصادی کشورهای با درآمد پایین و متوسط هم چون کشورهای آمریکای لاتین مناسب است (Luis, 2004).
6. کیم و همکاران (2006)، رابطه ی علّی بین گسترش گردشگری و رشد اقتصادی را در تایوان آزمون می کنند. یک آزمون علی به دنباله ی روش هم جمعی انجام شده است ، تا جهت علّیت بین گسترش گردشگری و رشد اقتصادی را مشخص کند. نتایج نشان می دهد که یک رابطه ی تعادلی بلندمدت بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشور تایوان وجود دارد و هم چنین رابطه بین این دو متغیر، یک رابطه ی علّی دو طرفه است . به عبارت دیگر در کشور تایوان، گردشگری و رشد اقتصادی یکدیگر را تقویت می کنند (Kim et al., 2006).
7. دریتساکیس (2004)، اثر گردشگری بر رشد اقتصادی بلندمدت یونان را با استفاده از روش علّیت گرنجر آزمون کرد. یک بردار هم جمع بین میزان ارز مؤثر و , GDP درآمد حاصل از گردشگری بین المللی طی دوره ی 1960 تا 2000 وجود داشت. آزمون های علّیت گرنجر که بر مدل های تصحیح خطا پایه ریزی شده بود، مشخص کرد که یک رابطه ی علّی قوی دو طرفه بین درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی و رشد اقتصادی وجود دارد. به طور مشابه، روابط علی معنی داری بین نرخ ارز مؤثر و رشد اقتصادی و هم چنین، بین نرخ ارز مؤثر و درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی در این دوره در کشور یونان مشاهده شد (Dritsakis, 2004).
8. سکیورا و کمپوز (2005)، در مقاله ای با استفاده از روش داده های تابلویی و چهار دوره ی زمانی پنج ساله بین 1980 تا 1999 ، به این نتیجه دست یافتند که به طور متوسط کشور های گردشگر محور نسبت به کشورهای دیگر رشد بیشتری دارند. آنان هم چنین اشاره می کنند که گردشگری، به تنهایی نمی تواند نرخ های رشد بالاتر این کشورها را توضیح دهد (Sequeira & Campos, 2005).
9. توه و همکاران (2001)، به منظور بررسی رابطه بین مراحل توسعه ی کشور و وضعیت گردشگری آن، روش نظری تجاری جدیدی را معرفی کرده اند. فرض اساسی در این نظریه این است که بر اساس تراز مسافرت، کشورهای کمتر توسعه یافته عموماً به وضعیت ابتدایی یا مرحله ی مقدماتی (صادرکننده خالص گردشگر ) و کشورهای توسعه یافته به وضعیت نهایی یا مرحله ی نهایی (وارد کننده ی خالص گردشگر ) نزدیک تر هستند (Toh et al., 2001).
10. توسام و جنکینز (1996) ، در تحقیقات خود عنوان کرده اند که می توان با اتخاذ سیاست های توزیع امکانات توریستی در سطح کشور به نحوی که با ایجاد جاذبه های متنوع برای جهانگردان از تراکم بی رویه و هجوم به نقاط مشخص توریستی جلوگیری به عمل آورد. هم چنین برنامه ریزی های متمرکز در سطح ملی در خصوص توریسم نمی تواند به طور کارا و موثری عمل کند و بهتر است از نظام غیرمتمرکز استفاده شود (Tosum & Jenkins, 1996).

فهرست منابع:

فهرست منابع فارسی:

1. ابراهیم زاده، ع.، طارمیان، ح.، کاظمی زاد، ش. (1389). چهارمین کنگره بین المللی جغرافی دانان جهان اسلام. ایران، زاهدان.
2. بنی سلیم، م. (1387). جلوه های پیوستگی در تمدن و فرهنگ ایران. *فصلنامه تخصصی فقه و تاریخ تمدن*، 4(15)، 30-9.
3. پاپلي يزدي، م.ح.، سقايي، م. ( 1385 ). گردشگري(ماهيت و مفاهيم). چاپ اول، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
4. تقوایی، م.، موسوی، س.ع.، غلامی بیمرغ، ی. (1389). تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی. *فصلنامه علمی – پژوهشی فضای جغرافیایی،* 10(31)، 64-39.
5. جهانیان، م.، قرخلو، م.، زندی، ا. (1389). مقدمه ای بر همبستگی ملی با تاکید بر مولفه های فرهنگ و گردشگری ، *فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیایی انسانی*، 2(3)، 114-101.
6. خاکساری، ع. (1391). برنامه ريزي توسعه گردشگري در ايران: ويژگي ها و نقش برنامه ريزان توسعه گردشگري در كشورهاي اسلامي. *فصلنامه علوم اجتماعی*، (58)، 33-1.
7. دانش پژوه، م. (1381). فرهنگ ایرانی و تاثیر آن در فرهنگ جهان. *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران*، 78-67.
8. دریایی، م. (۱۳۸۴). سیاحت و جهانگردی در فرآیند تمدن و قرآن. *تهران: نشر سبحان نور*، چاپ اول
9. رنجبریان، ب.، زاهدی، م. (1386). خدمات صنعت گردشگری. اصفهان، *انتشارات چهار باغ.*
10. زاهدی، ش. (1377). تحلیلی بر تبعات توسعه جهانگردی. *فصلنامه مطالعات مدیریت،* (20)، 53-43.
11. زنگی آبادی، ع.، محمدی، ج.، زیرک باش، د. (1385). تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان*. مجله جغرافیا و توسعه*، 156-131.
12. ساروخانی، باقر. (1375). درآمدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی. جلد 1، تهران، کیهان.
13. شمس، م.، امینی، ن.(1388). ارزیابی شاخص فرهنگ ایرانی و تاثیر آن در توسعه گردشگری. *فصلنامه جغرافیای انسانی*، 1(4)، 93-81.
14. صدر موسوی، م.، دخیلی کهنمویی، ج. (1384). ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران. *پژوهش های جغرافیایی*، (61)، 143-129.
15. ضرغام، ح. (1376). راهکارایی برای توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران. *مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران*، جلد 1، 404-299.
16. طیبی، س.ک.، بابکی، ر.، جباری، ا. (1386). بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (1383-1338). *پژوهشنامه ی علوم انسانی و اجتماعی "ویژه اقتصاد"،* 7(26)، 110-83.
17. علیقلی زاده فیروز جایی، ن.، قدمی، م.، رمضان زاده لسبویی، م. (1389). نگرش و گرايش جامعه ميزبان به توسعه گردشگري در نواحي روستايي نمونه مورد مطالعه: دهستان گليجان، شهرستان تنكابن. *پژوهش هاي جغرافياي انساني،* (71)، 48-35.
18. فاضل نیا، غ.، هدایتی، ص. (1389). راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه ی زریوار. *جغرافیا و توسعه*، (19)، 170-145.
19. فرج زاده اصل،م. (۱۳۸۴). سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه ریزی توریسم. *انتشارات سمت*، تهران ، چاپ اول.
20. قادری، ا.، عزتی، ع.ا.، حافظی زاده، ش. (1388). راهکارهای استفاده از مراسم تاسوعا و عاشورا به عنوان پتانسیل توریسم فرهنگی – مذهبی در محدوده ی بخش مرکزی تهران. *مجله علمی – پژوهشی فضای جغرافیایی*، 9(28)، 101-75.
21. کاظمی، م. (1387). تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار. *جغرافیا و توسعه*، (12)، 100-81.
22. کاظمی، م.، کاظمی، س. (1387). بررسی آثار فرهنگی توسعه گردشگری و نقش آن در تقویت فرهنگ ملی با نگاهی به برنامه چهارم توسعه. 17-1.
23. لی، ج. (۱۳۷۸). گردشگری و توسعه در جهان سوم. ترجمه؛ افتخای، علی رضا رکن الدین و صالحی امین ، معصومه،شرکت چاپ و نشر بازرگانی، تهران، چاپ اول.
24. مافی، ع.، سقایی، م. (1388). کاربرد مدل ms-swot در تحلیل مدیریت گردشگری مطالعه موردی : کلانشهر مشهد. *جغرافیا و توسعه* ، (14)، 50-27.
25. مدهوشی، م.، ناصر پور، ن. (1382). ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان. *فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی،* (28)، 58-25.
26. میرزایی، ر. (1388). تاثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه. *فصلنامه روستا و توسعه*، 12(4)، 76-49.
27. الوانی، س. م.، پیروزبخت، م. (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهانگردی. تهران : دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ اول.
28. وای گی، چ.و. (۱۳۸۵). جهانگردی در چشم اندازی جامع. ترجمه پارساییان ، علی و اعرابی، محمد، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ سوم.
29. ولا، ف.، بیچریل، ی. (۱۳۸۴). گردشگری بین المللی. ترجمه گوهریان، محمد ابراهیم و کتابچی ، محمد مهدی، موسسه انتشارات امیر کبیر،تهران ، چاپ اول.
30. همایون، م. ه. (۱۳۸۴). جهانگردی: ارتباطی میان فرهنگی. *انتشارات دانشگاه امام صادق*، تهران، چاپ اول.

**فهرست منابع غیر فارسی:**

1. Alavi, J. and Yasin, M. (2000). Iran’s Tourism Potential and Market Realities: An Empirical Approach to Closing the Gap. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 9(3).
2. Arzeni, S. (2009). The Impact of Culture on Tourism. OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development, 1-159.
3. Austin, U. (2008). Marketing Japans Tourism to the World. Paper Presented at the Annual Conference of British Association of Japenese Studies in University of Manchester ,11-12 April.
4. Dritsakis, N. (2004).Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305–316.
5. Gilmore, J. H . (2002). Differencing Hospitality Cooperation’s via Experiences. Cornell Hotel and Restaurant: Quarterly,43 (3), 87-92.
6. Gnoth, J., Zins, A.H. (2013). Developing a tourism cultural contact scale. *Journal of Business Research 66*, 738–744.
7. Hall, C. M., page, J. (2001). The Geography of tourism and Recreation, Routledge .
8. Kim, H.J., Chen, M.H., Jang, S.SH. (2006). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism Management*, 27, 925–933.
9. Luis, J., Morales, N.M., Scarpa, R. (2004). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach. Natural Resources Management (NRM), NOTA DILAVORO 26.
10. Machintosh, R., & Ritchie, R. B. (1995). Tourism principle, practice, philosophies. United States of America: John Wiley & sons, Inc.
11. Richards,G. (2002). Torism and the world of Culture and Heritage. *tourism Receration Research*, (25)1, 9-17.
12. Sequeira, T.N., Campos, C. (2005). International Tourism and Economic Growth: a Panel Data Approach. *Natural Resources Management (NRM*), NOTA DI LAVORO 141.
13. Toh, R.S., Khan, H. Koh, A.J. (2001). A travel balance approach for examining tourism area life cycles: The Case of Singapore. *Journal of travel Research,* 39, 426-432.
14. Tosum, C. and Jenkins, L. (1996). Regional Planning Approach to Tourism Development: The Case of Turkey. *Tourism Management*, 17 (7), 112-119.
15. UNWTO. (2009). Tourism: Creating Opportunities in Challenging Times*. UNTWO News: Magazine of the World Tourism Organization* XXIII (1), 1-57.
16. Van Beynen , M. (2007). Tourism Industry. The Christchurch Press.
17. Williams, A. (2006). Tourism Hospitality Marketing : Fantasy, Feeling and Fun. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, (18)6,482-491.
18. World Tourism Organisation. (2000). Tourism 2020 Vision 6, South Asia , 11.
19. Zhong, L., et al. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect. *Journal of Environmental Management 92*, 2972-2983.
20. Chris choi, H.S., Sirakaya, E. (2005). Measuring residents attitude toward sustainable tourism: development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of travel research*, (43).

1. Antonio Savignak [↑](#footnote-ref-1)
2. Canterbury [↑](#footnote-ref-2)
3. Composteia [↑](#footnote-ref-3)
4. Marco Polo [↑](#footnote-ref-4)
5. The United Nations World Tourism Organization [↑](#footnote-ref-5)
6. Anthony [↑](#footnote-ref-6)
7. Robert Sherley [↑](#footnote-ref-7)
8. Jean Babtiste Tavernier [↑](#footnote-ref-8)
9. Sir Thomas Herbert [↑](#footnote-ref-9)
10. Pietro Dela Valle [↑](#footnote-ref-10)
11. Adam Olearius [↑](#footnote-ref-11)
12. Jean Clardin [↑](#footnote-ref-12)