



<https://sppl.ui.ac.ir/?lang=en>

Spatial Planning

E-ISSN: 2476-3357

Document Type: Research Paper

Vol. 14, Issue 1, No.52, Spring 2024, pp. 1- 4

Received: 10/03/2024

Accepted: 13/04/2024

Identifying and Analyzing Effective Factors in the Development of Literary Tourism in Iran

Farhad Javan¹ *, Behzad Pourgharib²

1- Assistant professor, Department of Tourism Management, Faculty of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism, University of Mazandaran, Babolsar, Iran
f. javan@umz.ac.ir

2- Assistant professor in English Language and Literature, Faculty of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism, University of Mazandaran, Babolsar, Iran
b.pourgharib@umz.ac.ir

Abstract

Background: Literary tourism plays a crucial role in generating wealth and creating jobs worldwide, particularly in Iran and other developing countries. It serves as a fundamental pillar of tourism, offering societies a new path for knowledge, progress, and long-term sustainability. **Purpose:** This study aimed to identify the key factors driving the advancement of literary tourism in Iran. **Research method:** To achieve this objective, the study adopted an applied approach with an interpretive and analytical focus. Methodologically, it fell within the realm of qualitative and quantitative research. The analysis utilized grand theory, Delphi, and the Structural Self-Interaction Matrix (SSIM) model. The research population consisted of experts and elites in the broader field of tourism with a specific emphasis on literary tourism. Targeted sampling methods were employed to select a sample size of 30 individuals for data collection. **Findings:** The study identified several categories for enhancing the development of literary tourism in Iran. These categories included improving managerial and institutional practices, increasing investment in literary tourism and related initiatives, enhancing competitiveness through effective advertising, considering legal aspects, and constructing a localized model. Such factors as discourse narratives, educational initiatives, specialized activity development, and literary route creation were determined through a two-stage Delphi method research and confirmed to be significant by expert consensus. The subsequent analysis

*Corresponding Author

Javan, F., & Pourgharib, B. (2024). Identifying and Analysis the Effective Factors on the Development of Literary Tourism in Iran. *Spatial Planning*, 14 (1), 1 - 4 .

2476-3357 © The Author(s).

Published by University of Isfahan

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>).



10.22108/SPPL.2024.140903.1775

using the SSIM Matrix revealed that improvements in managerial and institutional measures exerted influence over other factors. Additionally, formulation of a local literary tourism model, encompassing discourse narratives, education, specialized activity development, and literary route creation emerged as a crucial factor in attracting literary tourists, influencing other factors while also being influenced by them in return.

Keywords: Development, Literary Tourism, Iran.

Introduction

Literary tourism in Iran stands out as a highly compatible and advantageous form of tourism within the country's unique context, facing fewer obstacles compared to other types of tourism. Iran's rich literary heritage holds a prominent position in Eastern civilization and attracts global audiences, especially those interested in literary tourism. In addition to contributing to the growth of the tourism sector, it serves as a medium for soft power and cultural diplomacy, facilitating the preservation and expansion of the nation's cultural heritage. Despite the potential for several Iranian cities to become international literary tourism hubs, showcasing their abundant cultural and literary offerings, the sector has yet to establish itself as an active, cohesive, and organized industry. Moreover, the invaluable literary assets of the country have been neglected. Addressing this issue requires careful planning and a comprehensive review and analysis of the factors that contribute to tourism development in Iran's specific context. Neglecting this issue risks compromising Iran's global reputation and forfeiting potential economic benefits. Therefore, this study aimed to identify the key factors that influenced the development of literary tourism in Iran, seeking answers to the following questions: What are the effective factors driving the development of literary tourism in Iran? Among these factors, which ones have the greatest and least impact on the advancement of the sector?

Materials & Methods

This study employed a research methodology that combined applied, interpretive, and analytical approaches, integrating both qualitative and quantitative research methods. The information analysis utilized Grand Theory, the Delphi method, and the Structural Self-Interaction Matrix (SSIM). Data collection was conducted through the two main avenues of documentary and library studies, as well as interviews and questionnaires. Initially, unstructured in-depth interviews were conducted based on exploratory studies and data analysis employed an open coding system that incorporated central and selective approaches. The categories derived from constructing the underlying theory were then used as the framework for identifying the effective factors in the development of literary tourism in Iran. Once the factors were identified, each one was translated into a questionnaire and distributed among the sample population. The agreement with the extracted factors was assessed through two stages. Finally, using the SSIM, the relative importance of each factor in the development of literary tourism in Iran was discussed. The statistical population of the study consisted of experts and elites in the broader field of tourism with a specific focus on literary tourism. The sample selection employed targeted sampling methods, resulting in a final sample size of 30 individuals.

Research Findings


The research findings highlighted several factors that played significant roles in the development of literary tourism in Iran. These factors included improving managerial and institutional practices, increasing investment in literary tourism and related sectors, enhancing competitiveness of literary tourism through effective advertising and attention to legal aspects, and establishing a localized model of literary tourism that encompassed discourse narratives, educational initiatives, specialized activity

development, and creation of literary routes. These factors were identified through a two-phase Delphi method with expert consensus confirming their importance. Furthermore, the analysis using the SSIM revealed that improvements in managerial and institutional practices had an influential impact on other factors. Additionally, formulation of a localized model of literary tourism, which encompassed discourse narratives, education, specialized activities, and creation of literary routes, emerged as the most crucial factor in attracting literary tourists. This model not only influenced other factors, but was also influenced by them in return.

Discussion of Results & Conclusion

In conclusion, the findings of this study indicated that literary tourism had emerged as a significant sector within Iran's tourism industry, focusing on renowned sites, symbols, literature, and literary destinations. It had the potential to foster competition, generate economic benefits, create employment opportunities, and preserve cultural identity. Therefore, a proactive approach to identifying and analyzing the current state of literary tourism can pave the way for its further development, positioning Iran as a leading destination in this field. Integrating literary tourism into Iran's tourism strategy holds promise for attracting visitors and promoting sustainable development in the country.

شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ادبی در ایران

فرهاد جوان* ، استادیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

f.javan@umz.ac.ir

بهزاد پورقریب، استادیار زبان و ادبیات انگلیسی، دانشکده میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

b.pourgharib@umz.ac.ir

چکیده

گردشگری ادبی از مهم‌ترین عوامل مولد ثروت و اشتغال در دنیا و همواره از جمله گونه‌های اصلی گردشگری در ایران و به‌طور کلی، کشورهای درحال توسعه است. این نوع گردشگری می‌تواند دریچه‌ای نوین از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع به همراه داشته باشد. هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی در کشور ایران است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است که ماهیت تفسیری و تحلیلی دارد و از لحاظ روش در گروه پژوهش‌های کیفی و کمی قرار دارد. در این مطالعه برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدل‌های گراندد تئوری، دلفی و درنهایت، از ماتریس خودتعاملی (SSIM) استفاده شده است. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل متخصصان و نخبگان درحوزه گردشگری به‌طور عام و به‌طور خاص گردشگری ادبی است. برای گردآوری جامعه نمونه از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده و درنهایت، تعداد ۳۰ نفر به‌عنوان جامعه نمونه انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان داد که مقوله‌هایی از جمله بهبود اقدام‌های مدیریتی و نهادی، افزایش در سرمایه‌گذاری گردشگری ادبی و موارد مربوط به آن، ارتقا در رقابت‌پذیری گردشگری ادبی در خاورمیانه و جهان با تبلیغات مناسب، عوامل قانونی و طراحی الگوی بومی از گردشگری ادبی به روایت‌های گفتمان، آموزش، توسعه فعالیت تخصصی و ترسیم مسیرهای ادبی و ... به‌عنوان عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی در کشور ایران شناسایی شد. سپس نتایج ماتریس خودتعاملی نشان داد که عامل اقدام‌های مدیریتی و نهادی بر سایر عوامل دیگر تأثیر دارد. عامل طراحی الگوی بومی از گردشگری ادبی به روایت‌های گفتمان، آموزش، توسعه فعالیت تخصصی و ترسیم مسیرهای ادبی و ... که مهم‌ترین عامل در جذب گردشگران ادبی است، متأثر از سایر عوامل است و به خودی خود، تأثیری بر عامل دیگری نمی‌گذارد.

واژه‌های کلیدی: توسعه، گردشگری ادبی، ایران.

*نویسنده مسئول

جوان، فرهاد، پورقریب، بهزاد. (۱۴۰۳). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ادبی در ایران برنامه ریزی فضایی، ۱۴ (۱)، ۱۳۶-۱۱۷.



مقدمه

گردشگری پدیده‌ای است که از گذشته‌های دور در جوامع انسانی به آن توجه شده و برحسب نیازهای متفاوت اجتماعی و اقتصادی به پویایی خود ادامه داده است (مروتی شریف آبادی و اسدیان اردکانی، ۱۳۹۳، ص. ۷۴). در سال‌های اخیر نیز با بهبود استانداردهای زندگی، گردشگری به یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های تفریحی تبدیل شده است (Lu et al., 2016, p. 742). براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری (2015) در سال 2014 از هر ۱۱ شغل یک شغل، ۶ درصد صادرات و ۳۰ درصد ارائه خدمات در جهان و به‌طور کلی، ۹ درصد تولید ناخالص جهانی، یعنی ۱۲۴۵ میلیارد دلار درآمد مربوط به صنعت گردشگری بوده که از ۱/۱۳ میلیارد نفر گردشگر بین‌المللی به دست آمده است (ویسی، ۱۳۹۶، ص. ۹۴). در نتیجه، بیشتر منطقه‌ها در سرتاسر جهان در پی بهره‌گیری از مزایای آن به‌ویژه دریافت سهم فراوان از درآمد و افزایش اشتغال ناشی از توسعه این صنعت خدماتی در رقابت با یکدیگر هستند (جلالیان و بیکی، ۱۴۰۲، ص. ۲). از سوی دیگر، به سبب اشتغال جوانان در این صنعت کشورهایی که با مشکلات ناشی از بیکاری دست و پنجه نرم می‌کنند از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای برطرف کردن این مشکلات بهره می‌برند تا آنجا که درآمد حاصل از گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین درآمد صادرات بعضی از کشورهای کوچک در حال توسعه شناخته شده است. همچنین، برخی اوقات بیش از یک چهارم تولید ناخالص داخلی آنها را شامل می‌شود (حاج آقامیر و همکاران، ۱۴۰۱، ص. ۴۱۲).

یکی از گونه‌های گردشگری، گردشگری ادبی است که در حیطه گردشگری میراث دسته‌بندی می‌شود. گردشگری ادبی فرآیند بازدید از مکان‌ها و جاذبه‌هایی است که با نویسندگان، شاعران و آثار آنها پیوند دارد و میان آثار فیزیکی برجای مانده از زندگی هنرمندان و مناظر، ساختمان‌ها و فضای واقعی یا خیالی مطرح‌شده در آثار آنها تفاوتی قائل نمی‌شود (گزارش گردشگری ادبی در میدلند شرقی، ۲۰۰۸، به نقل از جزائیان و عامری، ۱۳۹۵، ص. ۵۶). در واقع، مکان‌هایی که در پیوند با نویسندگان و شاعران است آثار آنها برای خوانندگان جاذبه‌ای افسونگر دارد؛ زیرا آنان را مانند زائرانی به سوی خود فرامی‌خواند (Eagle & Carnell, 1977). ولی تنها وجود جاذبه‌های گردشگری ادبی برای تبدیل یک مکان به مقصد گردشگری ادبی کافی نیست و برنامه‌ریزی و مدیریت موفقیت‌آمیز مقصدهای گردشگری ادبی نیازمند اقدام‌ها و راهبردهای مناسب و کارآمد است (Muller, 2006, p. 216-217). هربرت معتقد است که توسعه و ترویج گردشگری ادبی باید براساس ویژگی‌های خاص و عام مکان ادبی صورت گیرد (Herbert, 2001, p. 315). همچنین، حفاظت، اصالت و هویت مکان ادبی موضوع دیگری است که در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری ادبی باید در کانون توجه قرار گیرد؛ زیرا یک مکان فراتر از فضای جغرافیای عینی و قابل مشاهده آن است؛ به طوری که معانی و نمادهای پیوندیافته با مکان، ارزش‌ها، احساسات و عواطف نهفته در چشم‌انداز نقش مهمی در شکل‌گیری هویت مکانی دارند و گردشگری ادبی نیز در پیوند با این بخش از هویت فضای جغرافیایی شکل می‌گیرد (Margues & Cunha, 2013, p. 291).

در این راستا، گردشگری ادبی در ایران به‌عنوان سازگارترین شکل گردشگری با شرایط کشور ایران در مقایسه با اشکال دیگر با موانع کمتری روبه‌روست و از مزیت نسبی برخوردار است. جذابیت‌های میراث ادبی ایران جایگاه

برجسته‌ای را در حوزه تمدنی شرق دارد که بهره‌گیری از قابلیت‌های آن برای جهانیان به‌ویژه علاقه‌مندان به گردشگری ادبی جذاب است و علاوه بر کمک به توسعه بخش گردشگری به عنوان ابزار قدرت نرم و دیپلماسی فرهنگی (Bell & Oakley, 2014, p. 142). در تعمیق و گسترش جهانی، دستاوردها و ارزش‌های میراث فرهنگی کشور نقش مهمی دارد. بر این اساس، بسیاری از شهرهای ایران با دربرداشتن جاذبه‌های فرهنگی و ادبی غنی پتانسیل تبدیل به یکی از قطب‌های گردشگری ادبی را در سطح بین‌المللی دارند؛ با این حال هنوز نتوانسته‌اند جایگاه خود را به عنوان یک مقصد ادبی فعال، منسجم و سازماندهی شده کسب کنند. علاوه بر آن، بافت‌های با ارزش گردشگری ادبی در این کشور نیز روبه نابودی رفته است. در همین راستا، ضروری است برنامه‌ریزی ویژه‌ای صورت پذیرد که برای پیاده‌سازی برنامه‌ریزی در کشور ایران به بررسی و تحلیل دقیق از شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری متناسب با شرایط ایران نیاز است. بدیهی است در صورت بی‌توجهی به این مهم، نمی‌توان انتظار برخورداری از جایگاهی پایدار را در سطح جهانی و بهره‌مندی از مزایای اقتصادی آن داشت؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی در ایران انجام شده است و محققان آن به دنبال بررسی پاسخ به پرسش‌های زیر هستند.

مجموعه عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی در ایران کدام است؟ و از بین عوامل مطرح‌شده، کدام یک بیشترین و کمترین میزان تأثیر را در توسعه گردشگری ادبی در ایران دارد؟

مبانی نظری پژوهش

به اعتقاد اندرسون و رابینسون به‌طور کلی، قدمت گردشگری ادبی به قرن‌ها پیش و حداقل به زمان امپراتوری روم برمی‌گردد (Andersen & Robinson, 2002). با وجود این، واتسون مطرح می‌کند که سرآغاز گردشگری ادبی مدرن قرن هجدهم است که در آن مردم به مکان‌هایی از خانه‌ها و آرامگاه‌های نویسندگان مشهور و چشم‌اندازهایی که نویسندگان از نواحی یا مکان‌های مختلف در آثار خود ارائه می‌دادند، سفر می‌کردند (Watson, 2006). هربرت نیز اعتقاد دارد در گذشته بیشتر گردشگران ادبی از افراد فرهیخته و طبقات اجتماعی بالا بوده‌اند. به اعتقاد وی ریشه سیاحت‌های ادبی به سفرهای دانشمندانی برمی‌گردد که به مکان‌های مرتبط با زندگی و آثار نویسندگان مشهور درزمینه‌هایی مانند نثر ادبی، نمایشنامه و شعر سفر می‌کردند و مسافت‌هایی طولانی را می‌پیمودند. از این دیدگاه، سیاحان ادبی را می‌توان گردشگران تحصیلکرده و فرهیخته به شمار آورد که سرمایه فرهنگی بالایی دارند، میراث ادبی را ارج می‌نهند و الگوی مصرف متفاوت‌تری را در مقایسه با سایر طبقات اجتماعی دارند؛ اما عوامل رشد انبوه گردشگری ادبی را می‌توان در بستر رشد اهمیت مفاهیم و ارزش‌های پسامدرن جست‌وجو کرد (Herbert, 2001, p. 8313; Lowe, 2012, p. 8313). در نگرش پسامدرن حفظ اصالت مکان‌های ادبی در مدیریت مقصد گردشگری ادبی اهمیت بسزایی دارد (Fawcett & Cormack, 2001, p. 695) تا جایی که بسیاری از پژوهشگران معتقدند انجام دادن اقدام‌های توسعه‌ای و عمرانی در مقصدهای گردشگری ادبی تا حدی مجاز است که اصالت جاذبه‌های ادبی تهدید نشود (Hoppen et al., 2014, p. 39; Muller, 2006, p. 216). شواهد نشان می‌دهد که اکنون گردشگری ادبی بیشتر در جوامع توسعه‌یافته آمریکای شمالی، اروپا و اقیانوسه رواج دارد و نهادهای مسئول در این کشورها برای توسعه و ترویج گردشگری ادبی بیشتر تلاش می‌کنند (UNESCO, 2013).

تعریف‌های متنوعی در زمینه گردشگری ادبی صورت گرفته است. بر این اساس، گردشگری ادبی فرصتی برای سفر به زادگاه، مکان دفن، خانه، املاک و محل نگهداری اشیای بازممانده از شخصیت‌های ادبی است (Ommundsen, 2014, p. 1). اینگونه سفرها تجربه‌های فرهنگی ارزشمندی را در پی دارد، فرصتی برای مشارکت در مراسم و جشنواره‌های ادبی را فراهم می‌کند و زمینه‌ای را برای تجسم فضای شکل‌گیری تفکر خلاق یا محل خلق آثار ادبی فاخر پدید می‌آورد (Ommundsen, 2005, p. 1). گردشگری ادبی شکلی از سفر است که عامل انگیزشی آن، آثار ادبی، نویسندگان و مکان‌های مطرح‌شده در متون و آثار ادبی است (Croy, 2012, p. 119). از سوی دیگر، اندرسون و رابینسون گردشگری ادبی را شکلی از گردشگری فرهنگی با مفهوم انسان‌شناختی می‌دانند که در چارچوب آن، گردشگران و بازدیدکنندگان در پی شناخت، کشف و بازآفرینی ارزش‌های فرهنگی کسانی هستند که بخشی از اسطوره‌های فرهنگی مکان‌ها شناخته می‌شوند (Andersen & Robinson, 2002).

در این بین، براساس تعریف‌های ارائه‌شده و هدف پژوهش حاضر گردشگری ادبی در مفهوم پایداری معنای ویژه‌ای دارد؛ به طوری که زایش این مفهوم در مطالعات گردشگری حاصل تلاش برای دستیابی به پایداری در تمام زمینه‌های توسعه است (ضرغام بروجنی و نیک‌بین، ۱۳۹۱، ص. ۱۶۸). به‌طور سنتی، توسعه گردشگری ادبی شامل ابعاد اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی است؛ اما گردشگری ادبی در بُعد پایدار علاوه بر این عوامل، ابعاد گسترده‌ای را نیز دربرمی‌گیرد که ابعاد اکولوژیکی، اجتماعی، اقتصادی، نهادی و فرهنگی و تکنولوژیکی را در سطح محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی شامل می‌شود (Choy et al., 2006, p. 1275). رویکرد گردشگری پایدار یک جابه‌جایی از رویکردهای سنتی اقتصاد نئوکلاسیک را در زمینه توسعه گردشگری به رویکرد توسعه پایدار نشان می‌دهد (بازی حصار و حیدری ساربان، ۱۳۹۴، ص. ۴۴). هریسون و هوسبان گردشگری پایدار را به‌عنوان راهی برای انجام‌دادن برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و توسعه گردشگری می‌دانند (Harrison & Husban, 1996) و از این طریق سودها به‌طور بهینه، در میان جمعیت مقصد، حکومت‌ها، گردشگران و سرمایه‌گذاران توزیع می‌شود (Harrison et al., 2003, p. 295). برای تحقق موفقیت‌آمیز گردشگری پایدار این پارادایم مستلزم ترکیب چشم‌انداز، سیاست، برنامه‌ریزی، مدیریت، پایش و فرآیندهای یادگیری اجتماعی است (Gunn & Var, 2002, p. 25).

پیشینه پژوهش

در این بخش برخی از مهم‌ترین مطالعات داخلی و خارجی صورت گرفته با توجه به موضوع و حوزه پژوهش آمده است.

اسدی و بیات (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تحلیل محتوای کیفی گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران» به این نتایج دست یافتند که گزاره‌های مطرح در گفتمان گردشگری ادبی در ایران ذیل چهار موضوع: مفهوم و تعریف گردشگری ادبی، مشکلات و موانع توسعه گردشگری ادبی، راهکارهای توسعه و ترویج گردشگری ادبی و کارکردها و پیامدهای گردشگری ادبی دسته‌بندی می‌شود.

قاسمی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «طراحی بافت تاریخی شهر تهران با رویکرد گردشگری ادبی: نمونه موردی: حصار ناصری شهر تهران» ابتدا با استفاده از رویکرد گردشگری ادبی فضاهای شهری واقعی گذشته را از داستان‌ها،

رمان‌ها و روایت‌ها بازنمایی کردند و بعد از پی‌بردن به شکل صحیح این فضاها در گذشته براساس تصویر موجود از آنها و ابزارهای طراحی در هویت‌بخشی ادبی بافت‌های تاریخی به طراحی فضاها و گردشگری ادبی پرداختند. بدین ترتیب، می‌توان حس مکان، هویت، معنا، خاطره‌های جمعی از دست رفته این فضاها را دوباره بازگرداند.

فلاح‌نژاد و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «پدیده عشق به مقصد: بررسی سیستماتیک ادبیات و مسیرهای پژوهشی آینده» به این نتایج دست یافتند که پژوهشگران بیشتر به رضایت از مقصد، تجربه مقصد و تصور ذهنی مقصد به‌منزله پیشایندها و وفاداری به مقصد و به نیت‌های بازدید مجدد از مقصد و تبلیغات شفاهی مقصد به‌منزله پیامدهای مهم توجه کردند. همچنین، بیشتر مطالعات صورت‌گرفته با رویکرد کمی و با روش پیمایشی انجام شده است.

رستمی قادری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «بایسته‌ها و خواسته‌های مدنی در اشعار ملک‌الشعرا بهار و نمود آن در گردشگری فرهنگی» به این نتایج دست یافتند که شاخص‌ترین خواسته‌های مدنی در دیوان بهار، یعنی آزادی، عدالت و حقوق زنان در کنار دیگر مقوله‌ها نظیر رفاه اجتماعی، رفاه اقتصادی، بخشش، علم‌آموزی، امنیت و ... بیانگر اندیشه حق‌جویانه ملک‌الشعراست.

نعیم‌آبادی و جوان (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «واکای موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان» به این نتایج دست یافتند که موانعی از جمله عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص، بازاریابی نامناسب، تقلید از الگوهای ناسازگار با محیط‌های شهری، مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری، مشکلات نظام اداری و خط مشی، عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان‌های مرتبط، عدم مطلوبیت زیرساخت‌ها و زیربنای فیزیکی، عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص شناسایی شد که از بین آنها عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان‌های مرتبط بیشترین و عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص کمترین میزان اهمیت را دارد.

جلالیان و بیکی (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «تحلیل مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی در کلانشهر شیراز» به این نتایج دست یافتند که مؤلفه‌های مدیریتی-نهادی با ضریب استاندارد ۰/۸۳۸، دسترسی و زیرساخت‌ها با ضریب استاندارد ۰/۷۸۶، کالبدی-محیطی با ضریب استاندارد ۰/۳۴۱، مؤلفه تسهیلات با ضریب ۰/۱۸۰ و مؤلفه منابع و جاذبه‌های فرهنگی-ادبی با ضریب ۰/۱۴۷ به ترتیب رتبه اول تا پنجم و بیشترین اهمیت را در توسعه گردشگری فرهنگی در کلانشهر شیراز دارند.

شمس‌الدینی و صادقی (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی اثرات عناصر فرهنگی در توسعه گردشگری شهرستان دزپارت» به این نتایج دست یافتند که عناصر توسعه گردشگری به جزء دو متغیر جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی با میانگین ۳/۶۶ و امنیت با میانگین ۳/۶۸ وضعیت مطلوبی را در منطقه ندارند. همبستگی پیرسون به وجود ارتباط بین عناصر فرهنگی و توسعه گردشگری اشاره دارد که با تحلیل رگرسیون بیشترین تأثیرگذاری در توسعه گردشگری منطقه مربوط به شاخص جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی با ضریب ۰/۱۶۳ و سپس آموزش و سواد با ضریب ۰/۱۳۲ است.

لوپز و همکاران در پژوهشی با عنوان «توسعه پایدار و گردشگری فرهنگی» به این نتایج دست یافتند که قیمت، امنیت، تمیزی و بهداشت، علائم و وضعیت نگهداری از مهم‌ترین مواردی است که در منطقه‌های میراث فرهنگی و در نتیجه، توسعه پایدار نقش دارند (Lopes et al., 2018).

پیرلو در پژوهشی با عنوان «چالش‌های برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری فرهنگی در مراکز تاریخی» به این نتایج دست یافتند که گردشگری فرهنگی می‌تواند با بازسازی و حفظ میراث فرهنگی و نیز با برنامه‌ریزی تفسیری در مدیریت مشارکتی برای ساختن یک محصول نیازهای گردشگری را تأمین و بهبود کند (Pirillo, 2019).

شیرمحمدی و هاشمی باقی در پژوهشی با عنوان «تأثیر گردشگری ادبی بر افزایش بازدیدهای مجدد به مقاصد گردشگری از طریق معنویت و اعتبار» به این نتایج دست یافتند که گردشگری ادبی تأثیر مثبت و معناداری بر افزایش بازدید مجدد دارد. همچنین، آنها دریافتند که مقاصد گردشگری را با اصالت برند مقصد گردشگری، عشق به برند، دل‌بستگی، نوستالژی و وفاداری به نگرش و عمل می‌توان بررسی کرد (Shirmohammadi & Hashemi Baghi, 2021).

ترکنلی و جئورگولا در پژوهشی با عنوان «گردشگری و پایداری فرهنگی: دیدگاه‌ها و چشم‌اندازها از سیکلادس، یونان» به این نتایج دست یافتند که نقش فرهنگ به‌عنوان یک جاذبه گردشگری بالفعل و پتانسیلی برای رشد بیشتر گردشگری فرهنگی و در نتیجه توسعه محلی است (Terkenli & Georgoula, 2022).

باتوجه به مرور و بررسی پژوهش‌های پیشین در دو بخش داخلی و خارجی مشخص شد که محققان در بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته بر تحلیل توسعه پایدار و گردشگری فرهنگی، مقاصد ادبی، اصول خلاقانه توسعه گردشگری فرهنگی، عوامل مؤثر بر وفاداری گردشگری ادبی و ... با در نظر گرفتن مؤلفه‌های تکرارشونده تأکید داشته‌اند. حال آنکه محققان در پژوهش حاضر سعی کرده‌اند با تأکید بر شناسایی مجموعه عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی میزان اهمیت هریک از عوامل را تحلیل و تعیین کنند. از همین رو، این امر نقطه تمایز پژوهش حاضر نسبت به سایر پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه است.

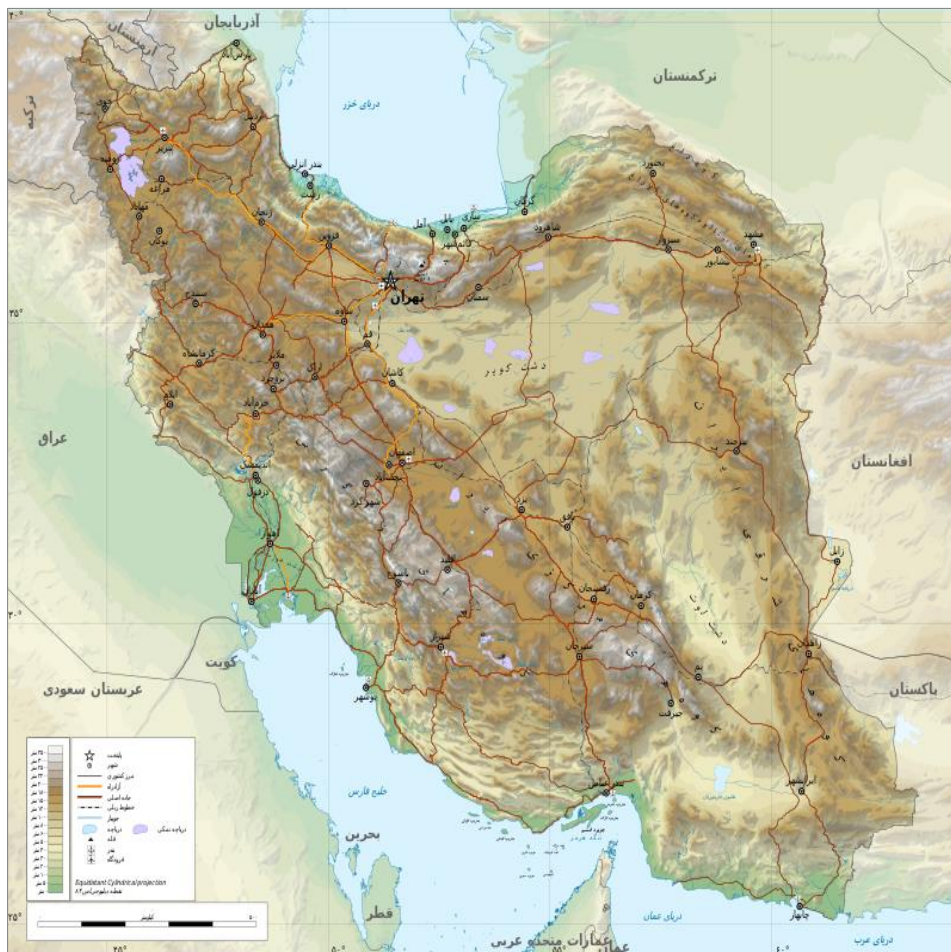
روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است که ماهیت تفسیری و تحلیلی دارد و از لحاظ روش در گروه پژوهش‌های کیفی و کمی قرار دارد. در این مطالعه برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش گراند تئوری و دلفی و در نهایت از ماتریس خودتعاملی (SSIM) استفاده شده است. روش گردآوری اطلاعات نیز به دو صورت مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسشنامه بود؛ بنابراین در ابتدا از مصاحبه عمیق بدون ساختار مبتنی بر مطالعه اکتشافی بهره گرفته شد. تحلیل داده‌ها در این روش نیز با استفاده از سیستم کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد و در نهایت، مقوله‌های به دست آمده در فرآیند ساخت نظریه زمینه‌ای به‌عنوان خط سیر داستانی از بررسی شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی در ایران محسوب شد. پس از شناسایی عوامل مطرح شده هریک از آنها در قالب پرسشنامه منعکس و در میان جامعه نمونه توزیع شد. سرانجام، موافقت آنها در دو مرحله نسبت به عوامل استخراج شده بررسی و در نهایت، با استفاده از ماتریس خودتعاملی بیشترین و کمترین میزان اهمیت هریک از عوامل در توسعه گردشگری ادبی در ایران بررسی شد.

جامعه آماری در پژوهش حاضر متخصصان و نخبگان در حوزه گردشگری به‌طور عام و به‌طور خاص گردشگری ادبی است. در این مطالعه برای گردآوری جامعه نمونه از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده و در نهایت، تعداد ۳۰ نفر به‌عنوان جامعه نمونه انتخاب شدند.

محدوده مطالعه شده

ایران کشوری در آسیای غربی است. این کشور با مساحت ۱/۶۴۸/۱۹۵ کیلومتر مربع دومین کشور بزرگ خاورمیانه و هفدهمین کشور بزرگ دنیاست. ایران به لحاظ موقعیت جغرافیایی در نیمه جنوبی منطقه معتدل شمالی که در مختصات جغرافیایی ۲۵ تا ۴۰ درجه عرض شمالی و ۴۴ تا ۶۳ درجه طول شرقی است، جای دارد. حدود ۹۰ درصد از خاک کشور در محدوده فلات ایران واقع شده است. سرزمین ایران به طور کلی، کوهستانی و نیمه خشک بوده و میانگین ارتفاع آن بیش از ۱۲۰۰ متر از سطح دریاست. کشور ایران جاذبه‌های گردشگری ادبی فراوانی در شهرهایی از جمله شیراز، همدان، نیشابور، مشهد، کرج، بوش، مرزن‌آباد، تنکابن، آستانه اشرفیه، لاهیجان، رشت، زنجان، توس، سبزوار، بیرجند، کاشان، اصفهان، قم، شاهرود، دامغان، بوشهر، گنبدکاووس، یزد، اردکان، قزوین، همدان، تویسرکان، شهرسوق، کازرون، خوی، مراغه، تبریز، ماهان، کرمان، گتوند، تهران دارد. از جمله جاذبه‌های گردشگری ادبی مهم در کشور آرامگاه حافظ، سعدی، خیام نیشابوری، فردوسی، خانه شهیار در تبریز، خانه نیما یوشیج، مشهداردهال، مقبره سهراب سپهری، خانه جلال آل احمد و سیمین دانشور، خانه هوشنگ ابتهاج، خانه موزه مقدم است.



شکل ۱: نقشه موقعیت جغرافیایی کشور ایران (منبع: wikipedia)

Fig1: Geographical location map of Iran

یافته‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل

یافته‌های توصیفی

در ابتدا خلاصه‌ای از اطلاعات جمعیت‌شناختی (جنسیت، سن، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی و شغل) مصاحبه‌شوندگان مطرح شده است. در این راستا، مشخص شد از بین ۳۰ نفر متخصص در حوزه گردشگری، ۲۱ نفر معادل (۷۰/۰۰) مرد و ۹ نفر معادل (۳۰/۰۰) زن بودند. دامنه سنی آنها نیز از ۳۵ تا ۶۵ و میانگین سنی نیز ۴۵ بود. رشته تحصیلات متخصصان در حوزه گردشگری، برنامه‌ریزی گردشگری و مدیریت بود. از میان افراد مطالعه‌شده نیز ۱۷ نفر معادل (۵۶/۶۶) استادان دانشگاه در شهرهای مختلف ایران و ۱۳ نفر معادل (۴۳/۳۳) در سازمان‌هایی از جمله اداره میراث فرهنگی و گردشگری مشغول به فعالیت بودند.

یافته‌های تحلیلی

شناسایی مجموعه عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ادبی در ایران

برای شناسایی عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ادبی در ایران تعداد ۳۰ مصاحبه بین (۶۰ تا ۹۰ دقیقه) ضبط و یادداشت و پیاده‌سازی شد. در مرحله اول پس از کدگذاری باز مشخص شد که حدود ۳۷ مفهوم از متون مصاحبه استخراج شده است. سپس نتایج کدگذاری باز واحدهای معنایی استخراج شد (جدول ۱).

مطابق جدول (۱)، ۱۳ واحدهای معنایی از جمله اقدام‌ها و مدیریت مؤثر دولت محلی و شهرداری‌ها در سطح ملی و بین‌المللی، توسعه بسترهای فیزیکی و تبلیغاتی گردشگری ادبی، توسعه سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ادبی، مشارکت نهادها، جلوگیری از عوامل خارجی مؤثر در عدم توسعه گردشگری ادبی، ترسیم نقشه، مسیرهای ادبی و نمایش‌های ادبی، برندسازی، بازاریابی و تنوع‌سازی، دسترسی و زیرساخت‌ها، هماهنگی و انسجام در بین سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری، قوانین و ضوابط مرتبط و صحیح در بخش گردشگری ادبی، توسعه در گفتمان، آموزش و باور جمعی میراث ادبی کشور، گسترش فعالیت تخصصی و پژوهشی در زمینه گردشگری ادبی، ترسیم الگوی بومی از گردشگری ادبی استخراج شد.

جدول ۱: واحدهای معنایی استخراج‌شده از مفاهیم

Table 1: Extracted semantic units from concepts

شاهد مثال	واحد معنایی	ردیف	شاهد مثال	واحد معنایی	ردیف
افزایش کیفیت مسیرهای دسترسی درون‌شهری، برون‌شهری و بین‌شهری	دسترسی و زیرساخت‌ها	۸	کمک به شهرداری به تسهیل تبادل دانش و تجربه‌های مرتبط با توسعه گردشگری ادبی	اقدام‌ها و مدیریت مؤثر دولت محلی و شهرداری‌ها	۱
دسترسی آسان، ایمن و باکیفیت به اماکن گردشگری ادبی			برنامه‌ریزی فضایی و سرمایه‌گذاری شهرداری درباره تأمین زیرساخت‌های گردشگری ادبی	در سطح ملی و بین‌المللی	
تنوع در وسایل حمل‌ونقل در سطح ملی و بین‌المللی			زیرساخت‌ها، تسهیلات و امکانات اقامتی مناسب و کافی	توسعه بسترهای	
ارتقا در هماهنگی سازمان‌های مرتبط با		۹	وجود راهنمایان فرهنگی و ادبی		

گردشگری در سطح ایران			مجرب و متخصص	فیزیکی و تبلیغاتی گردشگری ادبی	
افزایش در ثبات مدیریتی در بین سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری	هماهنگی و انسجام در بین سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری		گسترش برنامه‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی درباره جاذبه‌های گردشگری ادبی		
ارتقا در توسعه تفکر سیستمی در بین سازمان‌های ذی‌ربط			تصورسازی از گردشگری ادبی در بین شهرهای ایران		
هماهنگ‌سازی گردشگری ادبی در سازمان‌ها با سایر انواع گردشگری در ایران			تخصیص بودجه به گردشگری ادبی	توسعه سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ادبی	۳
ایجاد و تدوین استانداردها و ضوابط فنی و تخصصی در این نوع گردشگری	قوانین و ضوابط مرتبط و صحیح در بخش گردشگری ادبی	۱۰	توسعه در سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش خصوصی در این نوع گردشگری		
جلوگیری از قوانین دست‌وپاگیر در بین سازمان‌ها برای توسعه این نوع از گردشگری			مشارکت سازمان‌های مردم‌نهاد	مشارکت نهادها	۴
توسعه در آموزش گردشگری ادبی در بین مدیران سازمان‌ها	توسعه در گفتمان، آموزش و باور جمعی میراث ادبی کشور	۱۱	مشارکت منابع انسانی با نهادها در ارتقا گردشگری ادبی		
توسعه در باور جمعی بین مسئولان فرهنگی و فعالان گردشگری کشور			جلوگیری از تبلیغات نادرست و اقدام‌های خصمانه خارجی به‌ویژه کشورهای غربی بر نظام سیاسی و تاریخی کشور	جلوگیری از عوامل خارجی مؤثر در عدم توسعه گردشگری ادبی	۵
شناسایی میراث ادبی غنی به مردم جهان			توسعه در پیوند ادبیات داستانی ایران با زمان و مکان		
تبدیل مسئله پاسداشت و حفاظت از میراث فرهنگی و ادبی کشور به یک گفتمان عمومی			تهیه نقشه گردشگری از شاعران معروف در شهرهای مختص به این نوع از گردشگری	ترسیم نقشه، مسیرهای ادبی و نمایش‌های ادبی	۶
به‌کارگیری نیروهای متخصص و تحصیلکرده در زمینه گردشگری در سازمان‌های ذی‌ربط	گسترش فعالیت تخصصی و پژوهشی در زمینه گردشگری ادبی	۱۲	طراحی مسیرهای ادبی براساس محتوای آثار ادبی و زندگی شاعران		
تشکیل آژانس‌های گردشگری تخصصی برای انجام‌دادن فعالیت در گردشگری ادبی			ایجاد و پایه‌ریزی نمایش‌های ادبی در مکان‌های مختص به گردشگری ادبی		
پیوند تخصصی بین دانشگاه‌ها و سازمان‌های ذی‌ربط در زمینه گردشگری ادبی			افزایش در برندسازی برای بهره‌گیری از ظرفیت بازار گردشگری ادبی	برندسازی، بازاریابی و تنوع‌سازی	۷
عدم چشم‌پوشی از ارزش‌های شهرهای مختص به گردشگری ادبی	ترسیم الگوی بومی از گردشگری ادبی	۱۳	بازاریابی درست در راستای ظرفیت بازار گردشگری		
ایجاد الگوی بومی و مناسب گردشگری متناسب با استان و شهرهای ایران			تنوع‌بخشی به بسته‌های گردشگری ادبی		
بهره‌گیری از تجربه‌های موفقیت سایر کشورها در این نوع از گردشگری					

در [جدول \(۲\)](#) مقوله‌ها و مضامین اصلی از دل واحدهای معنایی استخراج شده است. بدین صورت که عواملی از جمله بهبود اقدام‌های مدیریتی و نهادی، افزایش در سرمایه‌گذاری گردشگری ادبی و موارد مربوط به آن، ارتقا در رقابت‌پذیری گردشگری ادبی در خاورمیانه و جهان با تبلیغات مناسب و قانونی و طراحی الگوی بومی از گردشگری ادبی به روایت‌های گفتمان، آموزش، توسعه فعالیت تخصصی و ترسیم مسیرهای ادبی و ... از دل واحدهای معنایی استخراج شد.

جدول ۲: مقوله‌های مؤثر در توسعه گردشگری ادبی در ایران

Table 2: Influential factors in the development of literary tourism in Iran

ردیف	مقوله	واحد معنایی
۱	بهبود اقدام‌های مدیریتی و نهادی	هماهنگی و انسجام در بین سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری
		اقدام‌ها و مدیریت مؤثر دولت محلی و شهرداری‌ها در سطح ملی و بین‌المللی
		مشارکت نهادها
۲	افزایش در سرمایه‌گذاری گردشگری ادبی و موارد مربوط به آن	توسعه سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ادبی
		دسترسی و زیرساخت‌ها
۳	ارتقا در رقابت‌پذیری گردشگری ادبی در خاورمیانه و جهان با تبلیغات مناسب	توسعه بسترهای فیزیکی و تبلیغاتی گردشگری ادبی
		جلوگیری از عوامل خارجی مؤثر در عدم توسعه گردشگری ادبی
		برندسازی، بازاریابی و تنوع‌سازی
۴	عوامل قانونی	قوانین و ضوابط مرتبط و صحیح در بخش گردشگری ادبی
۵	طراحی الگوی بومی از گردشگری ادبی به روایت‌های گفتمان، آموزش، توسعه فعالیت تخصصی و ترسیم مسیرهای ادبی و ...	توسعه در گفتمان، آموزش و باور جمعی میراث ادبی کشور
		گسترش فعالیت تخصصی و پژوهشی در زمینه گردشگری ادبی
		ترسیم نقشه، مسیرهای ادبی و نمایش‌های ادبی
		ترسیم الگوی بومی از گردشگری ادبی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

در این مطالعه برای میزان موافقت متخصصان نسبت به هر یک از عوامل مطرح‌شده از روش دلفی استفاده شد. بر این اساس، خبرگان با متغیرهای کلامی (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) میزان موافقت خود را اظهار کردند. از آنجا که خصوصیات متفاوت افراد با تعابیر ذهنی آنها نسبت به متغیرهای کیفی تأثیرگذار است، با تعریف دامنه متغیرهای کیفی، خبرگان با ذهنیت یکسان به سؤال‌ها پاسخ دادند. این عامل‌ها به شکل اعداد فازی مثلثی و اعداد فازی قطعی شده تعریف شد. در این راستا، در ابتدا بعد از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، تعداد پاسخ‌های داده‌شده به هر عامل شمارش و بررسی شد که نتایج شمارش پاسخ‌های داده‌شده در نظرسنجی مرحله اول و دوم در [جدول \(۳\)](#) مطرح شده است.

جدول ۳: نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله اول و دوم نظرسنجی

Table 3: Results of counting responses from the first and second phases of the survey

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	عامل
-	-	۴	۱۱	۱۵	بهبود اقدام‌های مدیریتی و نهادی
-	-	۵	۷	۱۸	افزایش در سرمایه‌گذاری گردشگری ادبی و موارد مربوط به آن
-	-	۸	۶	۱۶	ارتقا در رقابت‌پذیری گردشگری ادبی در خاورمیانه و جهان با تبلیغات مناسب
-	-	۴	۷	۱۹	عوامل قانونی
-	-	۳	۷	۲۰	طراحی الگوی بومی از گردشگری ادبی به روایت‌های گفتمان، آموزش، توسعه فعالیت تخصصی و ترسیم مسیرهای ادبی و ...
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	عامل
-	-	-	۱۱	۱۹	بهبود اقدام‌های مدیریتی و نهادی
-	-	۳	۷	۲۰	افزایش در سرمایه‌گذاری گردشگری ادبی و موارد مربوط به آن
-	-	۶	۸	۱۷	ارتقا در رقابت‌پذیری گردشگری ادبی در خاورمیانه و جهان با تبلیغات مناسب
-	-	-	۱۰	۲۰	عوامل قانونی
-	-	۱	۷	۲۲	طراحی الگوی بومی از گردشگری ادبی به روایت‌های گفتمان، آموزش، توسعه فعالیت تخصصی و ترسیم مسیرهای ادبی و ...
اختلاف مقدار کریسپ	مقدار کریسپ مرحله دوم	مقدار کریسپ مرحله اول		متغیر	
۰/۰۱۵	۰/۵۹۹	۰/۵۸۴		عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

مطابق [جدول \(۳\)](#) بیشترین تعداد پاسخگویان در گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد است. در این بین با انجام دادن نظرسنجی در هر دو مرحله لازم است که اختلاف میان میانگین فازی زدایی شده (مقدار کریسپ) عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی در ایران بررسی شود که نتایج آن در [جدول \(۳\)](#) آمده است. با توجه به نظرهای ارائه شده در مرحله اول و مقایسه آن با نتایج مرحله دوم چنانچه اختلاف میانگین فازی زدایی شده در دو مرحله کمتر از آستانه ۰/۱ باشد، فرآیند نظرسنجی متوقف می‌شود. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود اختلاف میانگین فازی زدایی شده نظر خبرگان در دو مرحله از حد آستانه کمتر است؛ بنابراین خبرگان درباره عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی در کشور ایران به اجماع رسیدند و نظرسنجی در این مرحله به اتمام رسید و نیازی به ادامه این روش وجود نداشت.

در نهایت، برای رتبه‌بندی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی از ماتریس خودتعاملی استفاده شده است. در ابتدا نظر خبرگان درباره عوامل مقایسه می‌شود. برای این منظور از شاخص مد استفاده شد؛ به گونه‌ای که از بین ۴ گونه رابطه ممکن بین عوامل، رابطه‌ای که بیشترین فراوانی را از نظر خبرگان دارد، در جدول نهایی منظور خواهد شد. بعد از مشخص شدن روابط مفهومی ماتریس خودتعاملی ساختاری و شناسایی مهم‌ترین عوامل نوبت به وارد کردن آنها در

ماتریس ساختار خودتعاملی است. در این مرحله با توجه به نمادهای معرفی شده (V-X-A-O) نوع ارتباط دوبه‌دو فاکتورها مشخص می‌شود. برای این منظور از نظرهای خبرگان استفاده شد. ماتریس به ابعاد متغیرها که در سطر و ستون اول آن متغیرها به ترتیب ذکر شده است، تشکیل می‌شود. نتایج آن در [جدول \(۴\)](#) آمده است.

جدول ۴: ماتریس خودتعاملی (SSIM)

Table 4: Self-similarity interaction matrix (SSIM)

V5	V4	V3	V2	V1	شاخص
V	V	V	V		V1 بهبود اقدام‌های مدیریتی و نهادی
A	A	O			V2 افزایش در سرمایه‌گذاری گردشگری ادبی و موارد مربوط به آن
V	V				V3 ارتقا در رقابت‌پذیری گردشگری ادبی در خاورمیانه و جهان با تبلیغات مناسب
V					V4 عوامل قانونی
					V5 طراحی الگوی بومی از گردشگری ادبی به روایت‌های گفت‌وگو، آموزش، توسعه فعالیت تخصصی و ترسیم مسیرهای ادبی و ...

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

در مرحله بعد (تشکیل ماتریس دستیابی) با تبدیل نمادهای روابط ماتریس ساختاری به اعداد صفر و یک براساس [جدول \(۵\)](#) می‌توان ماتریس دستیابی را تشکیل داد. در واقع، این مرحله با عنوان به دست آوردن ماتریس ساختاری روابط درونی شاخص‌ها (SSIM) مشهور است.

جدول ۵: ماتریس دستیابی

Table 5: Attainment matrix

قدرت نفوذ	V5	V4	V3	V2	V1	عامل
۵	۱	۱	۱	۱	۱	V1
۱	۰	۰	۰	۱	۰	V2
۲	۱	۰	۱	۰	۰	V3
۳	۱	۱	۱	۰	۰	V4
۲	۱	۰	۰	۱	۰	V5
-	۴	۲	۳	۳	۱	میزان وابستگی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

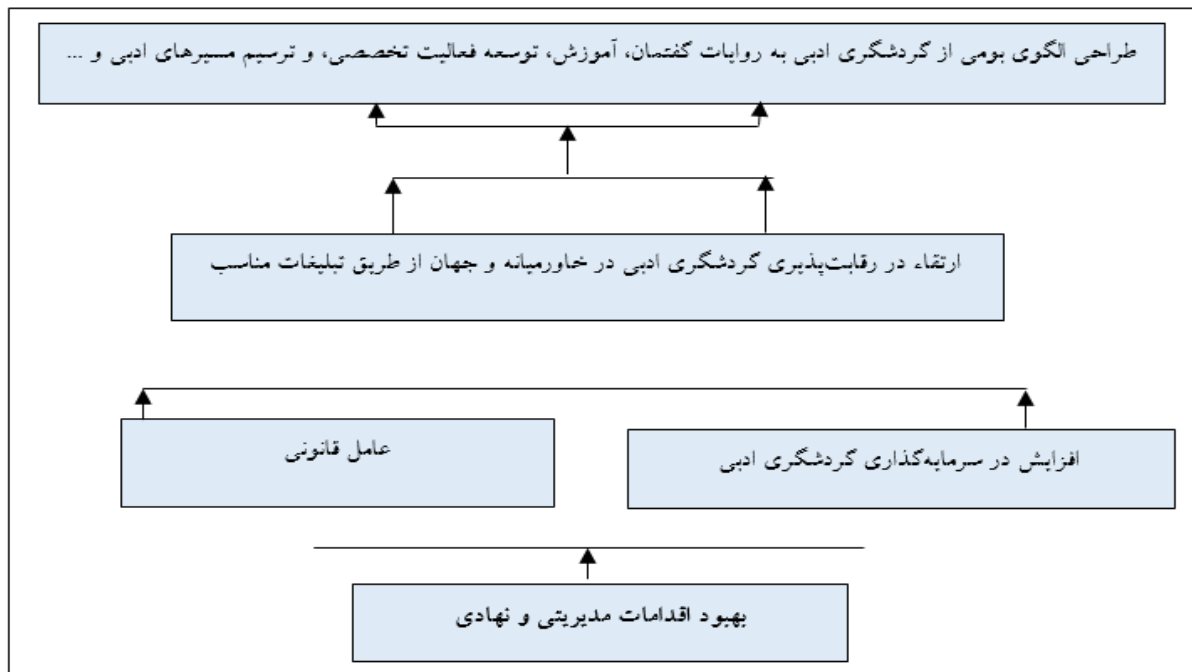
در ادامه، سطح‌های مختلف عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی دسته‌بندی شده است. برای تعیین سطح عامل‌ها در مدل نهایی به ازای هر کدام از آنها سه مجموعه خروجی، ورودی و مشترک تشکیل می‌شود. در نهایت، پس از تعیین روابط و سطح عوامل آنها [شکل ۲](#) ترسیم شد. به همین منظور، ابتدا عوامل برحسب سطح‌های آنها به ترتیب از بالا به پایین تنظیم شد. در پژوهش حاضر عوامل در چهار سطح قرار گرفته است.

جدول ۶: سطح‌بندی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی

Table 6: Classification of factors influencing the development of literary tourism

سطح	مجموعه مشترک	مجموعه پیش‌نیاز	مجموعه دستیابی	عامل
چهارم	(۳، ۲، ۱)	(۱)	۵، ۴، ۳، ۲، ۱	V1
سوم	(۳)	۳	۴، ۳، ۲	V2
دوم	(۳، ۲)	۱، ۳، ۲	۱، ۴، ۳، ۲	V3
سوم	۵	۵، ۳	۵، ۴، ۳	V4
اول	۱، ۳، ۲	۱، ۴، ۳، ۲	۵، ۳، ۲، ۱	V5

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

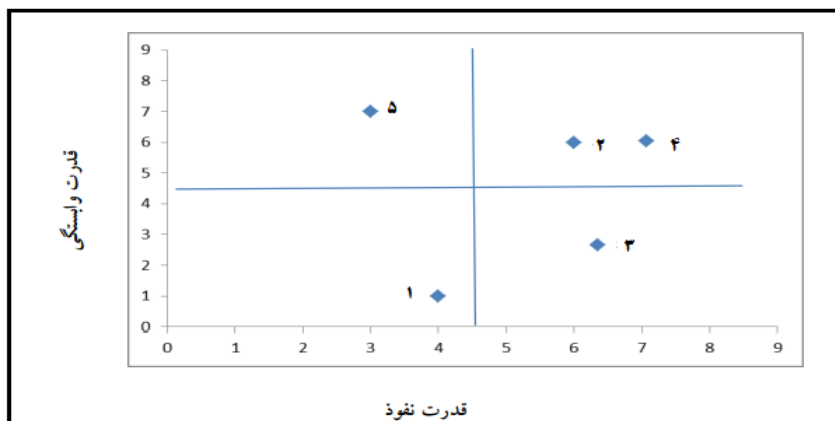


شکل ۲: مدل توسعه گردشگری ادبی در ایران (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

Fig 2: Model of literary tourism development in Iran

براساس [شکل \(۲\)](#) عامل اقدام‌های مدیریتی و نهادی بر سایر عوامل دیگر تأثیر دارد. عامل طراحی الگوی بومی از گردشگری ادبی به روایت‌های گفتمان، آموزش، توسعه فعالیت تخصصی و ترسیم مسیرهای ادبی و ... که مهم‌ترین عامل در جذب گردشگران ادبی است، متأثر از سایر عوامل است و به خودی خود تأثیری بر عامل دیگری نمی‌گذارد. همچنین، می‌توان عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی ایران را براساس قدرت نفوذ (میزان تأثیری که هر یک از عوامل بر سایر عوامل دارند) و میزان وابستگی (تعداد عواملی که بر عامل مربوط تأثیر می‌گذارد و منجر به دستیابی به آن می‌شود) هر عامل در چهار سطح خودمختار، وابسته، متصل و مستقل دسته‌بندی کرد. در این بین، مطابق با [شکل \(۳\)](#) عوامل افزایش در سرمایه‌گذاری گردشگری ادبی و موارد مربوط به آن، قانونی و ارتقا در رقابت‌پذیری گردشگری

ادبی در خاورمیانه و جهان با تبلیغات مناسب جزء دسته متصل هستند که قدرت نفوذ و وابستگی زیادی دارند. عواملی که قدرت نفوذ زیادی دارند، جزء عوامل کلیدی هستند.



شکل ۳: نمودار قدرت نفوذ و وابستگی (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

Fig 3: Penetration and dependency diagram

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی در ایران انجام شد. مطابق نتایج به‌دست‌آمده عامل اقدام‌های مدیریتی و نهادی بر چهار عامل دیگر تأثیر می‌گذارد. این عامل با واحدهای معنایی (هماهنگی و انسجام در بین سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری، اقدام‌ها و مدیریت مؤثر دولت محلی و شهرداری‌ها در سطح ملی و بین‌المللی و مشارکت نهادها) شناسایی شد. ظرفیت مدیریت در سازمان‌های مرتبط با گردشگری از عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ادبی در ایران است. در واقع، مدیریت به‌عنوان عامل مؤثر و حیات‌بخش سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری است. مدیریت صحیح و انسجام سازمانی و یکپارچگی در بین آنها سبب توازن در توسعه گردشگری ادبی می‌شود. در این بین، لازم است برای توسعه گردشگری ادبی در ایران ظرفیت هماهنگی بین بخش‌های دولتی و خصوصی ارتقا یابد و با تفکر سیستمی در بین سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری، ثبات مدیریتی در بین آنها شکل گیرد. نتایج این قسمت از پژوهش با مطالعه **نعیم‌آبادی و جوان، ۱۴۰۰**، **جلالیان و بیکی، ۱۴۰۲** مطابقت و همخوانی دارد. همچنین، در این مطالعه تأکید شد که اقدام‌ها و مدیریت مؤثر دولت محلی و شهرداری‌ها در سطح ملی و بین‌المللی با کمک به شهرداری برای تسهیل تبادل دانش و تجربه‌های مرتبط با توسعه گردشگری ادبی، برنامه‌ریزی فضایی و سرمایه‌گذاری شهرداری درباره تأمین زیرساخت‌های گردشگری ادبی اتخاذ شود. در ادامه، وجود قوانین دست‌وپاگیر و مزاحم همواره خلل بزرگی را در راستای توسعه گردشگری ادبی در ایران ایجاد می‌کند. در این راستا لازم است که استانداردها و ضوابط فنی و تخصصی در گردشگری ادبی اتخاذ شود و به‌دنبال آن سازمان‌ها و مدیران مربوط برای شکل‌گیری قوانین مزاحم اقدام‌های لازم را در راستای توسعه گردشگری انجام دهند.

دیگر عامل با اهمیت در توسعه گردشگری، افزایش در سرمایه‌گذاری گردشگری ادبی است. کشور ایران جاذبه‌های گردشگری ادبی فراوانی دارد. همچنین، برای جذب گردشگران داخلی و خارجی ظرفیت‌های مطلوبی نیز

در اختیار دارد؛ اما تاکنون از این ظرفیت‌ها استفاده‌ی شایسته‌ای نشده است و عمده‌ی این جاذبه‌های گردشگری ادبی در شهرهای ایران برای بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی ناشناخته مانده است. بدیهی است که بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های گردشگری ادبی در ایران نیازمند سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری است. بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته در بخش گردشگری مختص به گردشگری تاریخی، طبیعی و ... است و کمترین بودجه در اختیار این نوع از گردشگری داده می‌شود. این درحالی است که گردشگری ادبی نشان از تاریخ، فرهنگ و میراث ایران دارد؛ بنابراین باید بودجه به بخش‌های مختلف از جمله کیفیت مسیرهای دسترسی درون‌شهری و برون‌شهری، دسترسی آسان، ایمن و کیفیت اماکن گردشگری، تنوع در وسایل حمل و نقل در سطح ملی و بین‌المللی، تسهیلات و امکانات اقامتی تخصیص داده شود. این نتایج با مطالعه‌ی **جلالیان و بیکی، ۱۴۰۲** همخوانی دارد. همچنین، باید برای تصویرسازی از گردشگری ادبی در بین شهرهای ایران، برنامه‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی درباره‌ی جاذبه‌ها نیز ایجاد شود.

عامل ارتقا در رقابت‌پذیری گردشگری ادبی در خاورمیانه و جهان با تبلیغات مناسب از دیگر موارد با اهمیت در توسعه‌ی گردشگری ادبی در ایران است. این عامل با واحدهای معنایی از جمله توسعه‌ی بسترهای فیزیکی و تبلیغاتی گردشگری، جلوگیری از عوامل خارجی مؤثر در عدم توسعه‌ی گردشگری، برندسازی، بازاریابی و تنوع‌سازی مشخص شد. در این راستا، اگر بخواهیم صنعت گردشگری ادبی برای کشور منبع درآمد خوبی باشد باید ارگان‌های مختلف حمایت‌های لازم را برای توسعه‌ی این نوع از گردشگری به عمل آورند و برای امنیت گردشگری و تبلیغات صحیح اهمیت زیادی قائل شوند. بازاریابی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی از ضروریات گردشگری است و این ضرورت از آنجا نشئت می‌گیرد که امروزه تبلیغات در جهان حرف اول را می‌زند. هیچ یک از مؤسسه‌ها و سازمان‌های تولیدی و خدماتی در جهان حتی با برخورداری از مزیت‌های نسبی بسیار نمی‌توانند در عرصه‌ی تجارت جهانی به موفقیت‌های درخور دست یابند (مگر با تبلیغات مناسب). در واقع، تبلیغات و جلوگیری از عوامل خارجی برای کشور ایران در گردشگری ادبی نوعی سرمایه‌گذاری است که اگر به‌خوبی تهیه و اجرا شود، دستاوردهای ارزشمندی به همراه خواهد داشت. ظهور و گسترش ارتباطات جمعی فرامرزی نظیر شبکه‌های تلویزیونی، ماهواره‌ای و ... مخاطبان ملی را به مخاطبان بین‌المللی تبدیل کرده است؛ بنابراین مردم کشورهای مختلف به توان و قدرت آن ایمان آورده‌اند تا با رسانه‌ها به شکل مستقیم و بی‌واسطه با ویژگی‌های زندگی، آداب و رسوم، مشاعر ادبی و ... آشنا شوند. تبلیغات یکی از معمول‌ترین ابزارهای انتقال اطلاعات و آگاه‌سازی جهانگردان از کم و کیف جاذبه‌های گردشگری ادبی در ایران است. در این راستا، لازم است که تبلیغات صحیح و بازاریابی برای اتخاذ راهبردهایی به‌منظور جذب گردشگران به مقاصد گردشگری صورت گیرد.

درنهایت، عامل طراحی الگوی بومی از گردشگری ادبی به روایت‌های گفتمان، آموزش، توسعه‌ی فعالیت تخصصی، ترسیم مسیرهای ادبی و ... از دیگر موارد با اهمیت در توسعه‌ی گردشگری ادبی در ایران شناسایی شد. برای طراحی الگوی بومی از گردشگری ادبی در ایران لازم است، گردشگری ادبی در بین مدیران سازمان‌های مرتبط آموزش داده شود و به‌دنبال آن باور جمعی بین مسئولان فرهنگی و فعالان گردشگری کشور نیز توسعه یابد. از سوی دیگر، میراث

ادبی غنی ایران به مردم جهان شناسایی و حفاظت از میراث فرهنگی و ادبی کشور به یک گفتمان عمومی تبدیل شود. همچنین، لازم است نیروهای متخصص و تحصیلکرده در زمینه گردشگری همراه با آژانس‌های گردشگری تخصصی برای انجام دادن فعالیت در این نوع از گردشگری فعالیت‌های تخصصی و پژوهشی خود را در این زمینه افزایش دهند. از دیگر موارد با اهمیت در راستای طراحی الگوی بومی این است که نقشه‌های گردشگری از شاعران معروف در شهرهای ایران در کنار ایجاد نمایش‌های ادبی در مکان‌های مختص به گردشگری ادبی ترسیم و تهیه شود. در نهایت، برای ایجاد الگوی بومی گردشگری ادبی لازم است در کنار بهره‌گیری از تجربه‌های موفق سایر کشورها از ارزش‌های ادبی، آداب و رسوم، سنن و میراث کشور در گردشگری ادبی چشم‌پوشی نکنیم.

سرانجام، از نتایج پژوهش حاضر می‌توان چنین مطرح کرد که در حال حاضر گردشگری ادبی با تمرکز بر سایت‌های مشاهیر، نمادها و ادبیات، مکان‌های ادبی و ... از شاخه‌های مهم گردشگری در ایران است که برای رقابت، کسب و منفعت اقتصادی، ایجاد اشتغال و حفظ و به تبع آن هویت فرهنگی بسیار مورد توجه قرار گرفته است؛ بنابراین در چنین عرصه‌ای مقصدی برنده است که از پیش با شناسایی و تحلیل دقیق وضعیت موجود خود در راستای تحقق هر چه بیشتر گردشگری ادبی که به‌عنوان یکی از شاخه‌های جذاب در گردشگری و توسعه پایدار ایران مطرح است، گام بردارد.

منابع

- اسدی، علیرضا، و بیات، ناصر (۱۳۹۶). تحلیل محتوای کیفی گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران. گردشگری شهری، ۴(۱)، ۱-۱۴. [10.22059/JUT.2017.61994](https://doi.org/10.22059/JUT.2017.61994)
- جزائیان، نکیسا، و عامری، محسن (۱۳۹۵). مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری ادبی. گردشگری و اوقات فراغت، ۳(۴)، ۵۵-۶۰. https://tlj.usc.ac.ir/article_129812.html
- جلالیان، سید اسحاق، و بیکی، پریسا (۱۴۰۲). تحلیل مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی در کلانشهر شیراز. مجله گردشگری شهری، ۱۰(۱)، ۱-۲۱. [10.22059/JUT.2023.351748.1088](https://doi.org/10.22059/JUT.2023.351748.1088)
- حاج‌آقامیر، سید مصطفی، رشادت جو، حمیده، ابطحی، عطاءالله، صالحی‌امیری، سید رضا، و عزیزآبادی فراهانی، فاطمه (۱۴۰۱). تبیین مدل‌های توسعه گردشگری فرهنگی در ایران. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۲(۶۶)، ۴۲۷-۴۱۱. [10.52547/jgs.22.66.411](https://doi.org/10.52547/jgs.22.66.411)
- رستمی قادری، علیرضا، کریمی، احمد، کریم‌پسندی، کوروس، و عباسی، اصغر (۱۴۰۰). بایسته‌ها و خواسته‌های مدنی در اشعار ملک الشعرا بهار و نمود آن در گردشگری فرهنگی. نشریه مطالعات هنر اسلامی، ۲۰(۴۹)، ۳۹۵-۴۱۲. [10.22034/IAS.2022.314624.1795](https://doi.org/10.22034/IAS.2022.314624.1795)
- شمس‌الدینی، علی، و صادقی، حجت‌اله (۱۴۰۱). بررسی اثرات عناصر فرهنگی در توسعه گردشگری شهرستان دزپارت. فصلنامه جغرافیایی فضایی گردشگری، ۱۲(۴۵)، ۹۵-۱۱۸. <https://sanad.iau.ir/journal/gjts/Article/701078?jid=701078>

ضرغام بروجنی، حمید، و نیکبین، مهتا (۱۳۹۱). سنجش پایداری توسعه گردشگری در جزیره کیش. فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)، ۱۲(۲)، ۱۳۸-۱۶۲.

https://ecor.modares.ac.ir/browse.php?a_id=6365&sid=18&slc_lang=fa

فلاح‌نژاد، عباس، عبدالوند، محمدعلی، حیدرزاده هنزائی، کامبیز، و خون سیاوش، محسن (۱۴۰۰). پدیده عشق به مقصد: بررسی سیستماتیک ادبیات و مسیرهای پژوهشی آینده. فصلنامه گردشگری و توسعه، ۱۱(۳۳)، ۱۶۵-۱۸۸. [10.22034/JTD.2021.302790.2441](https://doi.org/10.22034/JTD.2021.302790.2441)

قاسمی، تارا، امینی، الهام، و مدیری، آتوسا (۱۳۹۷). طراحی بافت تاریخی شهر تهران با رویکرد گردشگری ادبی (نمونه موردی: حصار ناصری شهر تهران). فصلنامه مطالعات ساختار و کارکرد شهری، ۵(۱۶)، ۹-۲۶.

[10.22080/SHAHR.2018.2010](https://doi.org/10.22080/SHAHR.2018.2010)

مروتی شریف‌آبادی، علی، و اسدیان اردکانی، فائزه (۱۳۹۳). ارائه مدل توسعه گردشگری سلامت با رویکرد تلفیقی تاپسیس فازی و مدل‌سازی ساختاری تفسیری در استان یزد. مدیریت سلامت، ۱۷(۵۵)، ۷۳-۸۸.

<http://jha.iuums.ac.ir/article-1-1458-fa.html>

نعیم‌آبادی، نازنین، و جوان، فرهاد (۱۴۰۰). واکاوی موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه محیط شهری، ۱(۳)، ۱-۱۶.

<https://sanad.iau.ir/journal/juep/Article/686983?jid=686983>

ویسی، هادی (۱۳۹۶). بررسی سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۷(۲۵)، ۹۳-۱۱۲.

https://sspp.iranjournals.ir/article_29728.html

یاری حصار، ارسطو، و حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۴). سنجش و ارزیابی چرخه حیات گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: بررسی تطبیقی روستاهای واقع در محورهای گردشگری استان‌های تهران و البرز). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۴(۱۲)، ۵۶-۴۱. [10.22067/JRRP.V4I4.40484](https://doi.org/10.22067/JRRP.V4I4.40484)

References

- Andersen, H.-C., & Robinson, M. (2002). *Literature and tourism: Reading and writing tourism texts*. Continuum. <https://search.worldcat.org/en/title/611685860>
- Asadi, A., & Bayat, N. (2017). A qualitative content analysis of the discourse of literary tourism development in Iran. *Urban Tourism*, 4(1), 1-14. [10.22059/JUT.2017.61994](https://doi.org/10.22059/JUT.2017.61994) [In Persian].
- Bell, D., & Oakley, K. (2014). *Cultural policy*. Routledge. <https://www.routledge.com/Cultural-Policy/Bell-Oakley/p/book/9780415665018>
- Choy, C. K., Yew, W., & Lin, B. (2006). Criteria for measuring KM performance outcomes in organisations. *Industrial Management Data Systems*, 106(7), 917-936. <https://doi.org/10.1108/02635570610688850>
- Croy, G. (2012). *Literary tourism In Robinson* (P. Robinson, Ed.). Published by Routledge. <https://www.routledge.com/Tourism-The-Key-Concepts/Robinson/p/book/9780415677936>
- Eagle, D., & Carnell, H. (1977). *The oxford literary guide to the british isles*. The clarendon press. <https://www.amazon.com/Oxford-Literary-Guide-British-Isles/dp/0198691238>
- Falahneshad, A., Abdolvand, M., Heidarzadeh Hanzaee, K., & Khounsivash, M. (2022). The phenomenon of destination love: a systematic literature review and future research directions. *Journal Of Tourism And Development*, 11(33), 165-188. [10.22034/JTD.2021.302790.2441](https://doi.org/10.22034/JTD.2021.302790.2441) [In Persian].

- Fawcett, C., & Cormack, P. (2001). Guarding authenticity at literary tourism sites. *Annals Of Tourism Research*, 28(3), 686–704. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00062-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00062-1)
- Ghasemi, T., Amini, E., & Modiri, A. (2018). Designing the historical texture of cities based on literary tourism (A case study of Hesar Nasser district, Tehran). *Urban Structure And Function Studies*, 5(16), 9-26. [10.22080/SHAHR.2018.2010](https://doi.org/10.22080/SHAHR.2018.2010) [In Persian].
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781003061656>
- Haj Agha Mir, S.M., Reshadat jo, H., Abtahi, A A., Salehi Amiri, S.R., Aziz Abadi Farahani, F. (2022). Explaining the models of cultural tourism development in Iran. *Jgs*, 22(66), 411-427. [10.52547/jgs.22.66.411](https://doi.org/10.52547/jgs.22.66.411) [In Persian].
- Harrison, L. C., Jayawardena, C., & Clayton, A. (2003). Sustainable tourism development in the Caribbean: Practical challenges. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 294-298. <https://doi.org/10.1108/09596110310482227>
- Harrison, L.C., & Husbands, W. (1996). *Practicing responsible tourism: International case studies in tourism planning policy and development*. Publisher J. Wiley. <https://search.worldcat.org/en/title/34548811>
- Herbert, D. (2001). Literary places tourism and the heritage experience. *Annals Of Tourism Research*, 28(2), 312–333. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00048-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00048-7)
- Hoppen, A., & Brown, L., & Fyall, A. (2014). literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations? *Journal Of Destination Marketing & Management*, 3(1), 37-47. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.12.009>
- Jalalian, S. I., & Beiki, P. (2023). Analysis of factors affecting cultural tourism development in Shiraz metropolis. *Urban Tourism*, 10(1), 1-21. [10.22059/JUT.2023.351748.1088](https://doi.org/10.22059/JUT.2023.351748.1088) [In Persian].
- Jazaiyan, N., & Ameri, M. (2016). Management and planning of literary tourism. *Tourism And Leisure*, 3(4), 55-60. https://tlj.usc.ac.ir/article_129812.html [In Persian].
- Lopes, E., Almeida, R., & Marques, C. (2018). *Cultural tourism and sustainable development*. 7th Intentional Conference On Tourism & Hospitality Management, Sri Lanka. https://www.researchgate.net/publication/359095444_Cultural_Tourism_and_Sustainable_Development
- Lowe, H.I. (2012). *Mark twain's homes and literary tourism*. University of Missouri Press. <http://hdl.handle.net/1808/7015>
- Lu, H-Ch., Fang, Sh. H., & Tseng, V. S. (2016). Integrating tourist packages and tourist attractions for personalized trip planning based on travel constraints. *GeoInformatica*, 95(7), 478–429. https://www.researchgate.net/publication/304815753_Integrating_tourist_packages_and_tourist_attractions_for_personalized_trip_planning_based_on_travel_constraints
- Marques, L., & Cunha, C. (2013). Literary rural tourism entrepreneurship: Case study evidence from Northern Portugal. *Journal Of Policy Research In Tourism, Leisure And Events*, 5(3), 289-30. <https://doi.org/10.1080/19407963.2013.801158>
- Morovati Sharifabadi, A., & Asadian Ardakani, F. (2014). A model for health tourism development using fuzzy topsis and interpretive structural modeling in yazd province. *Journal Of Health Administration*, 17(55), 73-88. <http://jha.iuums.ac.ir/article-1-1458-fa.html> [In Persian].
- Müller, D. K. (2006). Unplanned development of literary tourism in two municipalities in rural sweden. *Scandinavian Journal Of Hospitality And Tourism*, 6(3), 214–228. <https://doi.org/10.1080/15022250600667433>
- Naim Abadi, N., & Javan, F. (2021). Analysis of barriers to tourism policy in the urban environments of Guilan. *Journal Of Urban Environmental Policy*, 1(3), 1-16. <https://sanad.iau.ir/journal/juep/Article/686983?jid=686983> [In Persian].
- Ommundsen, W. (2005). If it's tuesday, this must be jane austen: Literary tourism and the heritage industry. *TEXT*, 9(4), 1–9. <https://doi.org/10.52086/001c.31937>
- Pirillo, S. (2019). Challenges of the planning and development of cultural tourism in historical centers taken by heritage: The case of Penedo-Alagoas. *Urbe, Rev. Bras. Gest. Urbana*, 11(11), 2175-3369. <http://dx.doi.org/10.1590/2175-3369.011.e20180075>

- Rostami Ghaderi, A., Karimi, A., Karimpasandi, K., & Abbasi, A. (2023). The interdisciplinary study of civil requisites and requirements in the poems of malek o'shoara bahar and its manifestation in cultural tourism. *Islamic Art Studies*, 20(49), 395-412. [10.22034/IAS.2022.314624.1795](https://doi.org/10.22034/IAS.2022.314624.1795) [In Persian].
- Shamsoddini, A., & Sadeghi, H. (2023). The impact of cultural elements on the tourism development of the dezpart county. *Geography Of Tourism Space*, 12(45), 95-118. <https://sanad.iau.ir/journal/gjts/Article/701078?jid=701078> [In Persian].
- Shirmohammadi, Y., & Hashemi Baghi, Z. (2021). The effect of literary tourism on increasing re-visits to tourism destinations through spirituality and authenticity. *Tourism Culture And Spirituality*, 5(1), 13-36. <https://doi.org/10.22133/ijts.2021.136615>
- Terkenli, T. S., & Georgoula, V. (2022). Tourism and cultural sustainability: Views and prospects from cyclades greece. *Sustainability*, 14(1), 78-96. <https://doi.org/10.3390/su14010307>
- UNESCO. (2013). *Creative cities network*. Available from: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network> Accessed 28.10.13
- Veicy, H. (2018). The study of tourism industry in national basic laws of Islamic republic of Iran. *Special Issue On The Environment And Society*, 7(25), 93-112. https://sspp.iranjournals.ir/article_29728.html [In Persian].
- Watson, N. (2006). *The literary tourist: Readers and places in romantic and victorian britain*. Basingstoke. <https://oro.open.ac.uk/3430/>
- Yari Hesar, A., & Heidari Sarban, V. (2016). Measurement and evaluation of the rural sustainable tourism of life cycle (Case study: Comparative survey of village located in tourism pivots of Tehran and Alborz provinc). *Journal Of Research And Rural Planning*, 4(12), 41-56. [10.22067/JRRP.V4I4.40484](https://doi.org/10.22067/JRRP.V4I4.40484) [In Persian].
- Zarqam Broojeni, H., & Nikbin M. (2012). Evaluating the sustainability of tourism development in Kish Island. *Economic Research*, 12(2), 137-168. https://ecor.modares.ac.ir/browse.php?a_id=6365&sid=18&slc_lang=fa [In Persian].

