

## باستان‌شناسی کاربردی و نقش آن در جذب گردشگر فرهنگی

بی‌تا سودائی<sup>۱</sup>

### چکیده

باستان‌شناسی در راه شناخت فرهنگ و تمدن‌های جوامع گذشته قدم‌های بسیار بزرگی برداشته و روح تازه‌ای را در کالبد علوم اجتماعی و هنر دمیده است. روش‌های انجام کار باستان‌شناسی و شیوه رسیدن به نتایج مورد نظر، برای عموم مردم قابل توجه است و اغلب حس کنجکاوی مردم به ویژه افراد علاقه‌مند به کشف شهودی و عینی را بیش از سایرین بر می‌انگیزاند؛ بنابراین با این رویکرد، بهترین راهکار مردمی کردن باستان‌شناسی، ارتباط آن با گردشگری است. گردشگری حوزه‌های مشترکی با دانش و فعالیت‌های باستان‌شناسی دارد و در توسعه، حفظ و احیاء و ارتقاء بناها و یادمان‌های حاصل از فعالیت باستان‌شناسی تلاش‌های بسیاری کرده است. حال با توجه به موضوعات مشترک بین باستان‌شناسی و گردشگری، در حوزه فرهنگی می‌توانند ارتباط تنگاتنگی برقرار کنند. هدف از این مقاله توجه به آثار باستانی و تاریخی به عنوان جذب گردشگر و عوامل درآمدزا و نیازهای بلندمدت توسعه‌ای در این بخش است که منجر به بسترسازی لازم در راستای توسعه پایدار گردشگری بر اساس رویکرد تاریخی و فرهنگی می‌گردد. روش تحقیق در این مقاله نظری است و بر مبنای مطالعات کتابخانه‌ای انجام شده است. بر این اساس، رویکرد اصلی در تدوین برنامه توسعه گردشگری با محوریت بخش‌های صیانت، نظارت و بهره‌برداری عقلانی از آثار باستانی و توجه به مقوله عوامل رشد اقتصادی، تاریخی و فرهنگی و اهمیت صنعت گردشگری بر منطقه است که به تدوین فرآیند بررسی و مطالعه صنعت گردشگری منجر می‌شود.

**کلید واژگان:** باستان‌شناسی، گردشگری، فرهنگی.

۱- استادیار گروه باستان‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین پیشوا، ورامین، ایران، sodaei@iauvaramin.ac.ir

## مقدمه

کار باستان‌شناس برای انسان جویای حقیقت و واقعیت بسیار جذاب است. به همین دلیل اکثر مردم دوست دارند کارهای باستان‌شناسان را از نزدیک ببینند، این موضوع یکی از حوزه‌های مهم و مشترک باستان‌شناسی عمومی و گردشگری است، که عامل به وجود آمدن گرایش جدید و میان رشته‌ای با عنوان "گردشگری باستان‌شناختی" شده است. گردشگری باستان‌شناختی<sup>۱</sup> که به صورت مصطلح آرخوتوریسم<sup>۲</sup> هم نامیده می‌شود؛ به مطالعه جوانب گردشگری فرهنگی جوامع باستانی و مکان‌های باستان‌شناختی و حوزه‌های مرتبط از جمله: تاریخ و باستان‌شناسی، مردم و سبک‌های زندگی، تنوع فرهنگی، هنر و معماری، ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و چشم‌اندازها می‌پردازد که هدف اصلی آن ایجاد و افزایش علاقه به باستان‌شناسی، تاریخ و محافظت از بناها و محوطه‌های باستانی و تاریخی و همچنین ارضاء حس کنجکاوی و کمال مطلوب برای افرادی است که به دنبال تعمق و اندیشه بوده و علاقه‌مند هستند نکات معمایی و مبهم تمدن‌های گذشته را کشف و درک کنند (افخمی، ۱۳۹۱: ۲۱). اکثر محققان به تأثیر متقابل میان باستان‌شناسی و گردشگری اعتقاد دارند زیرا با تجربه و در عمل در یافته‌اند که باستان‌شناسی یکی از عوامل بسیار موثر در جذب گردشگر است و متقابلاً صنعت گردشگری می‌تواند به رشد، توسعه و گسترش باستان‌شناسی و بهبود کیفیت آن کمک کند. بر پایه همین اعتقادات و تجربیات به دست آمده، در بسیاری از کشورها باستان‌شناسی و گردشگری در هم ادغام یا رابطه تنگاتنگ و منسجمی با هم دارند. در ایران نیز سازمان میراث فرهنگی و گردشگری با هم ادغام شده و سازمان گسترده‌تری به نام سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری را به وجود آورده است (باوری، ۱۳۸۹: ۶۵-۷۷). سه واژه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، از جمله مفاهیمی هستند که عموماً به جهت اشتراکات سازمانی، در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند برهم‌کنش سه رکن میراث فرهنگی به عنوان کلیت موضوعی، صنایع دستی به عنوان ارتباط‌دهنده مردم با گوشه‌ای از مقوله میراث فرهنگی و در نهایت گردشگری به عنوان قشری از جامعه، می‌تواند گامی موثر در توسعه فرهنگی و جذب گردشگر به شمار آید. امروزه به منظور توسعه گردشگری، ضرورت دارد تا تشکیلات مربوط به میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رابطه بسیار مستحکم و هماهنگی مطلوبی داشته باشند؛ بنابراین می‌توان گفت که تنها حلقه اتصال منطقی بخش میراث فرهنگی با بخش گردشگری، گردشگری فرهنگی است. با ورود گردشگر فرهنگی، روح تازه‌ای به کالبد آثار و بقایای باستانی دمیده می‌شود، چراکه بسیاری از گردشگران فرهنگی به دنبال بعدی فراتر از

1 - Archaeological Tourism

2 - Archaeotourism

زیبایی‌شناسی هستند و می‌خواهند فرهنگ‌ها را از نزدیک بشناسند. از این رو باستان‌شناسی با کمک متخصصان مدیریت گردشگری می‌تواند زمینه‌های اقتصادی و فرهنگی کشور را برای جلب این نوع گردشگران فراهم کند. گردشگری مفهوم نسبی است که با هر رویکردی می‌توان از آن کنش‌گری متفاوتی را انتظار داشت. در واقع اصطلاح توریسم یا گردشگری، برای اولین بار در سال ۱۹۳۷ میلادی توسط "جامعه ملل" به کار گرفته شد. لوئیس ترنر گردشگری بین‌المللی را امید بخش‌ترین، پیچیده‌ترین و جایگزین‌ترین صنعتی که جهان سوم با آن روبرو است توصیف کرده است، او می‌گوید در سال‌های اخیر است که گردشگری در کنار اقتصاد سنتی، در متون جهان سوم توانسته جایگاه خود را به دست آورد (لی، ۱۳۷۸: ۴۵).

هم‌اکنون گردشگری به شاخه‌های گوناگونی تقسیم شده است که در تمامی آن‌ها، درآمدزایی و جنبه اقتصادی آن بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. با نگاهی دقیق به تاریخچه گردشگری می‌توان به چگونگی تغییر کاربری آن پی برد. انسان زندگی خود را در زمین با سفر آغاز کرده و مسافرت و سفر در ذات و سرشت انسانی بوده است به‌ویژه همگام و همزمان با پیشرفت تکنولوژی‌های ارتباطی و وسائل حمل‌ونقل پس از جنگ جهانی دوم رونق و گسترش چشمگیری یافته و به شکلی از فراغت همگانی و توده‌ای تبدیل شد. مسافرت‌کردن بعد از انقلاب صنعتی بنا به بروز تحولات استعماری کشورهای اروپایی شکل تازه‌ای پیدا کرد و تبدیل به گردشگری تفریحی شد که ریشه در عوامل جامعه شناختی دارد. به‌طور کلی در کشورهای توسعه‌یافته واژه گردشگری از قرن نوزدهم و به‌ویژه در قرن بیستم که وسایل حمل‌ونقل سریع جایگزین وسایل قدیمی گردید از معنای فردی به سوی مکتبی جمعی برای سفر تغییر ماهیت داد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۱۹). در واقع تولد واژه صنعت گردشگری را می‌توان از قرن نوزدهم دانست (نکوئی صدی، ۱۳۸۸: ۹) واژه صنعت به عنوان پیشوند در کنار واژه گردشگری به این دلیل قرار می‌گیرد که در فرایند فعالیت‌های گردشگری، فعالیت‌های اقتصادی مختلفی همچون حمل‌ونقل، ساخت انواع وسایل صید و شکار تا جاده‌سازی، صنایع دستی و نظیر آن‌ها مورد نیاز واقع می‌شود. به همین دلیل امروزه اصطلاح صنعت گردشگری در اکثر کشورها که عموماً کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته هستند، به‌طور رسمی و قانونی مورد استفاده قرار می‌گیرد. هرچند در بعضی از کشورها این اصطلاح رایج است اما هنوز جنبه قانونی به خود نگرفته است و فعالیت گردشگری عملاً جزء خدمات محسوب می‌شود (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۱۹). بدین ترتیب مفهوم گردشگری در دنیا به عنوان مفهومی اقتصادی، فرهنگی و سیاسی شناخته می‌شود و سیاستمداران کشورهای مختلف سعی می‌کنند تا با جذب گردشگر چه از لحاظ اقتصادی و چه رویکردها تبلیغاتی، کشور خود را مطرح و در سطح بالایی

نشان دهند (لنن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰). در کشور ایران نیز گردشگری جزء مجموعه خدماتی محسوب می‌شود. در رابطه با پژوهش‌های داخلی انجام‌شده در زمینه جهانگردی می‌توان گفت، بیشترین پایان‌نامه‌هایی که در این زمینه به ثبت رسیده‌اند از دیدگاه جامعه‌شناسی است و بررسی علمی جهانگردی و گردشگری و ارتباط آن با باستان‌شناسی تاریخچه جوانی دارد و تا قبل از سال ۱۳۸۲ محدود به چند مقاله می‌شود که در مجلات علمی تخصصی به چاپ رسیده است و از سال ۱۳۸۳ به بعد با اولین نشریه مطالعات جهانگردی وابسته به دانشگاه علامه طباطبائی فعالیت‌های علمی-پژوهشی در زمینه مطالعات جهانگردی منتشر گردیده است. پژوهش‌های خارجی در این زمینه با ابعاد گوناگون، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی در طی دهه‌های ۱۹۷۰-۹۰ به چاپ رسیده، از جمله این کتاب‌ها می‌توان به رویکردهایی درباره اثرات فرهنگی و اجتماعی جهانگردی در جهان سوم اثر دکات را نام برد (زکی، ۱۳۸۳: ۹۷-۹۹). این مقاله به مهم‌ترین دستاورد باستان‌شناسی یعنی جذب گردشگر فرهنگی و عوامل درآمدزا و نیازهای بلندمدت توسعه‌ای با هدف توجه به آثار باستانی و تاریخی پرداخته است.

### روش‌شناسی

یکی از مباحث اساسی در تمام حوزه‌های علمی، اختصاص به روش پژوهش دارد که شامل موضوعاتی هم‌چون تعریف و مراحل پژوهش، انواع و اشکال پژوهش و ... است. با توجه به اهداف مقاله روش پژوهش در این مقاله نظری است و بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای انجام شده است.

### یافته‌ها

توجه به آگاه‌سازی جامعه در خصوص میراث فرهنگی یکی از موضوعات مهمی بود که در دهه ۷۰ میلادی در کشورهای اروپایی و آمریکا بسیار بدان پرداخته شد، تا جایی که در تخصص‌هایی چون باستان‌شناسی شاخه‌ای با عنوان "باستان‌شناسی عمومی" به وجود آمد که یکی از رهیافت‌های آن گام برداشتن متخصصین در زمینه علایق عموم مردم و ارائه ساده مباحث تخصصی به آنان است (رنفرو<sup>۲</sup>، بان<sup>۳</sup>، ۱۳۹۰). بر مبنای چنین روش‌هایی است که می‌توان علاوه بر بهره‌برداری مادی از مقوله گردشگری، به آگاه‌سازی جامعه نیز در خصوص میراث فرهنگی پرداخت. در واقع باستان‌شناسی می‌تواند با توجه به محیط یک منطقه- نه فقط محیط فیزیکی بلکه محیط انسانی- و با در نظر گرفتن ارزش‌های فرهنگی سعی در آگاه‌سازی مردم در کنار بحث گردشگری داشته باشند

1 -Lennon

2 - Renfero

3 - Ban

(افخمی، ۱۳۸۷). امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین صنایع خدماتی دنیا اهمیت روزافزونی یافته به گونه‌ای که با صناعی چون نفت و خودرو رقابت می‌کند. بسیاری از کشورهای پیشرفته و کشورهای در حال توسعه این صنعت را در اولویت‌های اول اقتصادی خود قرار داده‌اند و با برنامه‌ریزی‌های خردمندانه توانسته‌اند سهم بالایی از بازار جهانی گردشگری را به خود اختصاص دهند. به همین علت است که امروزه به عنوان صنعت گردشگری از آن یاد می‌شود. موفقیت این صنعت در سه دهه اخیر انکارناپذیر است. این موفقیت نشان می‌دهد که تقاضا همچنان در آینده رو به افزایش خواهد بود. این صنعت سالانه بیش از ۴۰۰ میلیارد دلار روزانه روانه صندوق‌های کشورهای می‌کند که به صورت فعال در این بازار حضور دارند.

در کشور ایران نیز با دارا بودن زیست‌بوم مناسب و پتانسیل‌های فرهنگی فراوانی که در دل خود دارد با مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح می‌تواند به تنهایی درآمد بالایی را در امر گردشگری داشته باشد. متأسفانه تاکنون به مفهوم میراث فرهنگی در ایران به خوبی پرداخته نشده است. شاید بسیاری از مردم ایران میراث فرهنگی را تنها به ارگان و سازمانی نسبت می‌دهند و این در حالی است که میراث فرهنگی مفهومی بسیار پیچیده و گسترده‌ای دارد. طبق تعریفی که بخش فرهنگی سازمان ملل یونسکو در سال ۱۹۷۲ ارائه کرده است، میراث فرهنگی به مجموعه نشان‌های مادی اعم از هنری یا نمادین که از گذشته به هر فرهنگی و در نتیجه به بشریت رسیده اطلاق می‌شود که به دو دسته فرهنگی و طبیعی تقسیم می‌شود. نوع اول شامل مقبره‌ها، ابنیه‌های تاریخی، محوطه‌های باستانی (شامل تپه‌ها و سایت موزه‌ها) و جاذبه‌های معماری و یادمان‌های تاریخی است و نوع دوم شامل زیست‌شناسی، زمین‌شناسی، همچنین گیاهان و حیوانات حفاظت شده و نواحی از زمین که دارای ارزش علمی و زیباشناختی است (ریچاردز، ۲۰۰۰: ۱۱). از این رو توسعه گردشگری، میراث طبیعی با میراث فرهنگی، با وجود تفاوت‌های موضوعی دارای ارتباط تنگاتنگی هستند (نکوئی صدری، ۱۳۸۸: ۱۱). در واقع مفهوم میراث شامل بناها، محوطه‌های باستانی، چشم‌اندازهای طبیعی و حتی سنت‌های زنده‌ای چون مراسم نوروز، رقص‌ها و عزاداری‌ها و ... می‌شود (رنفریو، بان، ۱۳۹۰: ۳۵۱). زمانی که بحث گردشگری با میراث فرهنگی ارتباط برقرار می‌کند رویکردی با عنوان توسعه فرهنگی را به وجود می‌آورد. در مبحث توسعه فرهنگی و جهانگردی چیزی که مهم است، این موضوع است که تنها به رابطه مردم و اشیاء و یا انواع فرهنگ‌ها و آثار باستانی و نظایر آن محدود نیست، بلکه به بسط نوعی رابطه معنوی فرهنگ که شامل آگاهی از روش‌ها و نمودارها و به طور خلاصه هنر و نحوه زندگی و روابط انسانی اقوام مختلف و مسافرت مردم جهت آگاهی از آن‌چه که در دنیایی امروز می‌گذرد نقش بسیار مهم و ارزنده‌ای در

بسط توسعه فرهنگی ملل مختلف ایفاء می‌کند (رضوانی، ۱۳۷۴: ۵۲). یکی از مهم‌ترین رهیافت‌های گردشگر فرهنگی در کنار بحث درآمدزایی، آگاه‌سازی فرهنگی است (ماسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰). آنچه این گردشگران را از سایر انواع گردشگری متمایز می‌کند، انگیزه و اهداف آنان است. این نوع گردشگران به دنبال درک و تأمل در آثار و بقایای مردمان گذشته و آداب و رسوم جوامع بشری و لذت منطقی و عقلانی از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی کشور میزبان هستند. امروزه، شمار این نوع گردشگران، در سراسر جهان از دیگر انواع گردشگری بیشتر است. اگر گردشگری به مسئله فرهنگ توجه کند، این امر می‌تواند یکی از راه‌های توسعه فرهنگی و آگاه‌سازی جوامع در خصوص ارزش‌های بومی و محلی به شمار آید. در واقع این گردشگری فرهنگی است که فرصت‌هایی را به وجود می‌آورد که افراد متعلق به فرهنگ‌های گوناگون بتوانند یکدیگر را درک کنند و به غنای فرهنگ یکدیگر پی ببرند (وای‌گی، ۱۳۸۲: ۱۵۷).

در زمانی که جهانی‌شدن رو به افزایش است، حفظ و پایداری چشم‌اندازهای فرهنگی بومی مستلزم معرفی و تبلیغات است، یعنی این‌که جهانی فکر کنیم و منطقه‌ای و محلی عمل کنیم و در عین احترام به قوانین جهانی، فرهنگ بومی را پاس بداریم. این در حالی است که دستیابی منطقی و مادی، معنوی و عاطفی به توسعه فرهنگی هم یک حق و هم یک امتیاز محسوب می‌شود. از این رو شناخت دیگر فرهنگ‌ها و میراث حاصل از آن‌ها به امری ضروری مبدل شده است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۵۶). برگزاری جشن‌های ملی و قومی، نمایشگاه‌های بین‌المللی و ... همگی جزو راهکارهایی به شمار می‌آیند که می‌تواند به اعتبار بخشیدن این ثروت فرهنگی کمک کند. شناخت میراث فرهنگی و ارزش‌های موجود در جوامع انسانی برای تداوم فرهنگ جوامع ارزشمند بوده و در درازمدت تفسیرکننده تداوم فرهنگی است. علم باستان‌شناسی از دو عنصر تاریخ (آنچه در بستر زمان اتفاق می‌افتد) و فرهنگ (آثار مادی و غیرمادی ملموس و غیر ملموس که از انسان دوران عصر حجر تا عصر حاضر بر جای مانده و قابل انتقال است). تشکیل شده است و بر این اساس می‌تواند ارتباط نزدیکی با جذب گردشگر فرهنگی داشته باشد (کنورگ<sup>۲</sup>، ۱۹۹۷). در اینجا با توجه به مفهوم باستان‌شناسی کاربردی که به استفاده مناسب و متناسب از میراث فرهنگی و باستان‌شناختی با در نظر گرفتن نیازهای یک جامعه در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می‌پردازد (افخمی، ۱۳۹۱: ۳۸) می‌تواند بسیار رهگشا باشد. در این راستا موزه‌ها، سایت موزه‌ها و محوطه‌های باستانی از مهم‌ترین مراکزی هستند که در جذب گردشگری فرهنگی نقش به‌سزایی دارند. گردشگران در موزه‌ها، هنر، مذهب، پیشرفت‌های صنعتی و موضوعات مختلف زندگی یک ملت را از کهن‌ترین ایام

1 - Mason

2 - Conorg

تا به امروز مشاهده می‌کنند؛ بنابراین در موزه‌ها تاریخ شفاهی یک ملت به عینیت می‌رسد. بدین‌گونه داده‌های باستان‌شناسی داخل موزه‌ها عاری از هر گونه تحریف و دستکاری هستند و همه چیز را آن‌گونه در حیات واقعی خود بودند نشان می‌دهد و این همان چیزی است که گردشگر فرهنگی به دنبال آن است؛ بنابراین موزه‌ها به عنوان یک محل مشخص و سازمان یافته در جهت تبادل افکار مردم باستان با جوامع امروزی نقش اصلی را ایفا می‌کند (دونون<sup>۱</sup> و پرایس<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹). موزه‌ها تنها مجموعه‌ای از آثار را در دل خود نهفته نداشته بلکه به انتقال مفاهیم و پیام‌های زندگی بشری از نسلی به نسل دیگر پرداخته‌اند (صفری، ۱۳۹۰: ۶۲۲) و به عنوان عاملی برای جلوگیری از انحراف و انحطاط نگاره‌ها، طرح‌ها و فرم‌ها محسوب می‌شود. اهمیت موزه‌ها در تکامل بخشیدن به طرح‌های صنایع دستی در اغلب کشورها بسیار مورد توجه بوده و از این رو ارتباطی میان موزه‌ها، با سایر موسسات آموزشی و دستگاه‌های اجرایی دارای اهمیت بسیاری است (یاوری، ۱۳۸۹: ۶۵-۷۷). در کشور ما نیز با وجود موزه‌های متعدد (زاهدی و دیگران، ۱۳۸۷ و نفیسی، ۱۳۸۷).

می‌توان با برنامه‌ریزی و اقدامات ارزشمند، زمینه را برای جذب گردشگر فرهنگی ایجاد کرد. یکی دیگر از راهکارهای جذب گردشگر فرهنگی عینیت بخشیدن به پارک‌های باستان‌شناسی است. پارک‌های باستان‌شناسی می‌توانند بر اساس اهداف از قبل تعیین شده از جمله با در نظر گرفتن ارزش‌های زیبایی‌شناسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، متفاوت و متنوع طراحی شوند که بر این اساس پارک‌ها فقط وابسته به مکان خاصی که دارای آثار تاریخی هستند، به وجود نمی‌آیند بلکه مهم‌ترین عامل ایجاد این پارک‌ها می‌تواند عوامل هویت ملی، اعتقادی و فرهنگی باشد. از این رو ایجاد این پارک‌ها می‌تواند با هدف آگاه‌سازی جامعه در راستای هویت ملی فرهنگی، تولید در بخش صنایع دستی، جذب گردشگر و در نهایت ایجاد شغل و کارآفرینی گام بردارد.

### نتیجه‌گیری

ارزش و اهمیت سیر و سیاحت در دین اسلام بسیار بیشتر از آن چیزی است که تصور می‌کنیم. در دین اسلام تأکید به سیر و سیاحت با تأمل دقیق و علمی در طبیعت و آثار و بقایای باستانی است. به طوری که در هفت آیه از قرآن کریم با کلمه "سیروا" آغاز شده‌اند که دلالت بر امر گردشگری دارد؛ به عنوان مثال در آیه ۲۰ سوره مبارکه عنکبوت خداوند می‌فرماید: "در زمین سفر کنید و بنگرید که خداوند چگونه آفرینش را آغاز کرد..."<sup>۳</sup>. همچنین در آیه ۹ سوره مبارکه روم می‌فرماید

1 - Doenon

2 Price

۳- سیروا فی الارض فانظرو کیف بدالخلق ...

" آیا در زمین سیر نکردند تا عاقبت کار پیشینیان را بنگرند" با توجه به این آیات می‌توان تأکید بر حفظ آثار و کشف آثار باستانی و در معرض نمایش گذاشتن آن‌ها جهت عبرت گرفتن، در قرآن کریم بسیار تأکید شده است. چراکه مشاهده عاقبت پیشینیان لازمه اش؛ وجود بقایای مادی و معنوی آن مردمان است. امروزه در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، حفاری‌ها و کاوش‌های باستان‌شناسی با نگاهی به صنعت گردشگری انجام می‌گیرد. در کشور ایران علی‌رغم زمینه‌های بسیار مساعد برای جلب گردشگر فرهنگی به دلیل کاربردی نبودن باستان‌شناسی ایجاد ظرفیت اقتصادی در میراث فرهنگی وجود ندارد، لیکن تنظیم برنامه مناسب برای حضور گردشگران نیازمند همکاری علمی میان‌رشته‌ای دارد که باستان‌شناسی کاربردی در این میان نقش بسیار بنیادی می‌تواند داشته باشد. برای شروع باید قوانین بهره‌برداری اقتصادی از میراث فرهنگی را به وجود آورد و سپس می‌توان حوزه‌های مشترک و گام‌های نخست را در زمینه عینیت بخشی در میراث فرهنگی آغاز کرد. از جمله بهادادن به موزه‌ها، سایت موزه‌ها و پارک‌های باستان‌شناسی می‌تواند در جذب گردشگری فرهنگی و توسعه صنعت گردشگری نقش به‌سزایی داشته باشد. با عینیت بخشی و به روز رسانی در حوزه میراث فرهنگی به‌ویژه در محوطه‌های باستان‌شناسی می‌تواند در جذب گردشگر بسیار مهم باشد.



منابع

- افخمی، بهروز، (۱۳۸۷)، مقدمه‌ای بر ارتباط باستان‌شناسی و گردشگری فرهنگی، تهران، پژوهشکده گردشگری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری.
- افخمی، بهروز، (۱۳۹۱)، مدیریت باستان‌شناسی کاربردی در محوطه‌های میراث جهانی ایران، مورد مطالعه تخت جمشید، دانشگاه تهران، رساله دوره دکتری.
- پاپلی یزدی، حسین و مهدی سقایی، (۱۳۹۰)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ دوم، تهران، انتشارات سمت.
- چاک، وای، گی، (۱۳۸۲)، جهانگردی در چشم‌انداز جامع، ترجمه پارسیان، علی و اعرابی، سید محمد، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی. رضوانی، علی اصغر، (۱۳۷۴)، جغرافیا و صنعت توریسم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- رنفرو، کالین و پل بان، (۱۳۹۰)، مفاهیم بنیادی در باستان‌شناسی، ترجمه پورفرج، اکبر و سمیه عدیلی، تهران، سمیرا.
- زاهدی، محمد، بهاره حاجی‌ها و مریم خیام‌باشی، (۱۳۸۷)، موزه، موزه‌داری و موزه‌ها، چاپ اول، اصفهان، نشر چهارباغ.
- زکی، محمد علی، (۱۳۸۳). درآمدی بر جامعه‌شناسی جهانگردی و گردشگری، فصلنامه مطالعات جهان گردی، شماره ۵
- صفری، مجتبی، نرجس حیدری و رقیه مجتبابی، (۱۳۹۰)، نقش موزه‌ها در پژوهش‌های باستان‌شناختی و جایگاه این پژوهش‌ها در گردآوری منابع موزه‌ها، همایش هشتاد سال باستان‌شناسی ایران، تهران، موزه ملی: ص: ۶۲۱-۶۲۷.
- نفیسی، نوشین‌دخت، (۱۳۷۸)، موزه‌داری، چاپ چهارم، تهران، انتشارات سمت.
- نکوئی صدری، بهرام، (۱۳۸۸)، مبانی زمین گردشگری با تأکید بر ایران، تهران، انتشارات سمت.
- لی، جان (۱۳۷۸). گردشگری و توسعه در جهان سوم، مترجم عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری، معصومه السادات صالحی امین، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، تهران
- یآوری، حسین، (۱۳۸۹)، شناخت صنایع دستی ایران، تهران، انتشارات مهکامه.
- Conroy, C, (1997)., “ Reconstructing Human Origins”, Norton& Company, USA.
- Mason, Peter, (2008)., Tourism Impacts, Planning and Management, Burlington, MA: Elsevier Ltd
- Downum, Ch., Price, L, (1999)., “ Appleied archaeology”, Human Organaizition, Vol 58, pp 226-238.
- Lennon, J& Malcolm, Foley, (2000)., Dark Tourism. London: Continuum
- Richards, G, (2000)., Turism and the word of culture and heritage, Turism Recreation research, Vol, 25, pp. 9-17.