

## بررسی تأثیرات پژوهش‌های باستان‌شناسی و علوم وابسته به میراث فرهنگی در توسعه گردشگری فرهنگی

محمدصادق داوری<sup>۱</sup>، علی محمد علاء‌الدین<sup>۲</sup>

### چکیده

میان باستان‌شناسی و گردشگری فرهنگی و حوزه‌های مرتبط، ارتباط تنگاتنگ و تعامل دوسویه وجود دارد. باستان‌شناسی به‌عنوان یک رشته کارکردگرایانه با فعالیت‌های خیره‌کننده‌ای شناختی ارزشمند از زندگی گذشته و آداب‌ورسوم به دست می‌دهد، همچنین با کاوش‌های باستان‌شناسی گذشته را بازسازی می‌کند و احساس جامعه را درباره میراث باستانی برمی‌انگیزد. باستان‌شناسی به موازات پژوهش و فعالیت‌های تخصصی خود، ویژگی‌های متعدد اعم از مناطق قدیمی و باستانی، قومیت‌ها، سنت‌های فرهنگی، دست‌ساخته‌های هنری و اقلیم و زیست‌بوم متنوع ایران را جهت جذب گردشگر معرفی می‌کند. باستان‌شناسی علاوه بر ایجاد انگیزه و معرفی زمینه‌های جذب گردشگر، می‌تواند زمینه را برای مشارکت نهادهای دولتی و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، جهت ارائه تسهیلات و احیاء ابعاد تاریخی - فرهنگی مهیا نماید. با توجه به ویژگی‌های جغرافیایی، اجتماعی و فرهنگی متنوع و خاص کشور ایران، می‌توان صنعت گردشگری را به‌عنوان یک اقتصاد غیرنفتی جایگزین مناسبی برای اقتصاد وابسته به نفت دانست. با رونق و ارائه تسهیلات به این صنعت و علوم وابسته به آن از جمله: باستان‌شناسی که در این مقاله به کاربرد آن در جذب گردشگر پرداخته شده است، مرمت و احیاء بافت‌های تاریخی، مردم‌شناسی، زبان‌شناسی، هنرهای سنتی و دیگر علوم وابسته، می‌توان بستر مناسبی جهت رشد و توسعه اقتصادی و به همراه آن توسعه اجتماعی و علمی را در سطح منطقه و جهان برای جامعه ایران فراهم نمود.

**واژگان کلیدی:** باستان‌شناسی، سایت موزه، گردشگری فرهنگی، بهره‌وری، نفت فرهنگی

۱- دانشجوی کارشناسی‌ارشد باستان‌شناسی دانشگاه نیشابور (نویسنده مسئول)، m.sadeghdavari@yahoo.com

۲- دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد باستان‌شناسی دانشگاه سیستان و بلوچستان

## مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین صنایع خدماتی دنیا اهمیت روزافزونی یافته است، به‌گونه‌ای که صنعت گردشگری با صناعی چون نفت و خودرو رقابت می‌کند. بسیاری از کشورهای پیشرفته و کشورهای در حال توسعه این صنعت را در الویت‌های اول اقتصادی خود قرار داده‌اند و با برنامه‌ریزی‌های خردمندانه توانسته‌اند سهم بالایی از بازار جهانی گردشگری را به خود اختصاص دهند (به‌روزی‌فر، ۱۳۹۴: ۱). همچنین صنعت گردشگری به‌عنوان یک منشور کثیرالوجه جنبه‌هایی از زندگی و نیازهای جوامع انسانی را متأثر و مرتفع می‌سازد. گردشگری بنا به ماهیت خود دارای کارکردهای متعددی است که در تحول اقتصادی، انتقال و مبادله فرهنگی و جایگاه کشورها در تصمیم‌گیری جهانی نقش مهمی دارد. انسان محوربودن گردشگری موجب شده تا نقش عوامل انسانی در توسعه آن بسیار چشمگیر و نمایان شود و اگر گردشگری به مسئله فرهنگ توجه نماید، 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).

گردشگری فرهنگی از انواع بسیار مهم گردشگری در جهان امروز به شمار می‌رود، امروزه این گردشگران به دنبال فهم بیشتر هویت فرهنگی مکانی هستند که در آن به سر می‌برند و علاقه‌مندند که تفاوت‌های فرهنگی مناطق مختلف را دریابند و در حفظ آن‌ها بکوشند (یونسکو، ۱۳۷۹: ۱۹۶). در این بین آثار تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی عوامل مهمی در جهت جذب گردشگری است؛ چراکه آثار باستانی و کهن هر جامعه‌ای معرف فرهنگ خاص همان کشور و دارای ویژگی‌ها و ارزش‌های درخور توجه همان مملکت و مرزوبوم است. این آثار دارای ارزش‌های معنوی بسیار زیاد برای آن قوم و جاذبه‌ای برای دیگران است (ساعی و دیگران، ۱۳۸۹: ۷۰)، از سوی دیگر این‌گونه آثار معرف سطح فرهنگ و تمدن، خصیصه‌های فرهنگی و الگوی زندگی مردمان ساکن در فضای جغرافیایی ادوار گذشته‌اند بنابراین آثار باستانی از سویی پدیدآورنده هویت و از سوی دیگر تأمین‌کننده حقوق سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برای مردم آن هستند (طالقانی، ۱۳۸۴: ۳۲). یکی از دانش‌هایی که می‌تواند به ما در شناخت این آثار و جاذبه‌های فرهنگی کمک کند پژوهش‌های باستان‌شناسی و علوم وابسته به آن است. بر همین اساس در این نوشتار تلاش بر این شده که با دیدگاهی عامیانه و اکتفا به منابع مختلف، ابتدا به معرفی رشته باستان‌شناسی و در ادامه گردشگری و فعالیت‌های رشته باستان‌شناسی به‌عنوان رشته‌ای کارکردی جهت جذب توریسم، باستان‌شناسان و متخصصان دیگر علوم وابسته به میراث فرهنگی را به‌عنوان گردشگر فرهنگی، آموزشی، درآمدزا، ماجراجو و گردشگر

عصر نوین معرفی کنیم. در نهایت با ادغام وجه اشتراک باستان‌شناسی و گردشگری به‌خصوص گردشگری فرهنگی که نهایتاً منجر به جذب گردشگران داخلی و بین‌المللی می‌شود، راهکاری جهت توسعه و بهره‌وری اقتصادی، اجتماعی و علمی از ویژگی‌های طبیعی و تاریخی- فرهنگی مناطق مختلف ایران ارائه دهیم و میراث تاریخی- فرهنگی و طبیعی کشورمان را به‌عنوان یک اقتصاد غیرنفتی، جایگزین اصلی اقتصاد وابسته به نفت معرفی کنیم.

### باستان‌شناسی

هر جامعه‌ای در جهان دارای گونه‌هایی از اسطوره هستی و آفرینش است که فرهنگی عامه بیان و مصوب چگونگی موجودیت‌یافتن و منشأ هستی است؛ بنابراین غربی‌ها بیش از ۲ هزار سال در مورد اصل و نسب خود به فرضیه‌پردازی پرداخته‌اند و در زمینه گسترش مدل‌های نظری به‌منظور توصیف اصل و منشأ و «میراث فرهنگی جمعی بشریت» بی‌وقفه تلاش کرده‌اند (فاگان، ۱۳۸۵: ۲۶-۲۷). هر فرد، باستان‌شناس یا غیرباستان‌شناس بر اساس اطلاعات و باور و اندیشه خود، تعریفی از باستان‌شناسی و کار باستان‌شناس می‌تواند ارائه دهد. بسیاری از مردم تصور می‌کنند، باستان‌شناسی موضوعی رمانتیک یا سرگرمی پرجاذبه‌ای در مورد اهرام مصر، نوشته‌های اسرارآمیز و گنجینه‌های مدفون است. امروزه رشته باستان‌شناسی به صورت رشته علمی مهم و پرجاذبه‌ای درآمدی است و تعاریف متعددی از آن ارائه شده که به چند تعریف در اینجا اکتفا می‌کنیم. غلامرضا معصومی می‌نویسد: "باستان‌شناسی علمی پویا و ظریف است که به گذشته بشر مربوط می‌شود. این علم تاریکی‌های تاریخ را روشن و کمبودهایش را جبران می‌کند. باستان‌شناسی به سرگذشت زندگی و یادگارهای بشر و وقایع و فعالیت‌های طولانی انسان می‌پردازد. اشتباهات و لغزش‌های فرضی تاریخ و دیگر علوم را با کاوش‌های علمی سالم و لایه‌نگاری‌های دقیق، تصحیح کرده و در اختیار مورخان زمان قرار می‌دهد. هدف از این علم یافتن گمشده‌ها، روشن‌ساختن تاریکی‌ها و پاسخ به چراها و چگونه‌های بی‌جواب است. هدف باستان‌شناسی تحقیق در آثار به‌جامانده انسان از آغاز تا به امروز است" (معصومی، ۱۳۸۸: ۵-۷).

برایان فاگان نیز تعریفی از باستان‌شناسی ارائه کرده است. فاگان باستان‌شناسی را شاخه‌ای از انسان‌شناسی می‌داند که مطالعه علمی انسان در بعدی وسیع محسوب می‌شود. وی می‌نویسد: "انسان‌شناسان آدمیان را به‌عنوان موجودات زنده و مردم را با در نظر گرفتن ویژگی مشترک «فرهنگ» مورد مطالعه قرار می‌دهند. انسان‌شناسان به دو طریق و با دو گرایش بر روی انسان مطالعه می‌کنند. الف) انسان‌شناسی جسمانی که شامل مطالعه تطور و تحول زیستی انسان

می‌شود و ب) انسان‌شناسی فرهنگی که زندگی اجتماعی انسان را در گذشته و حال و اساساً فرهنگ انسانی و چگونگی سازگاری فرهنگ با محیط را مورد مطالعه قرار می‌دهند". به گفته فاگان، باستان‌شناسی را می‌توان نوع خاصی از یک انسان‌شناس به شمار آورد، که به دنبال برقراری رابطه میان آثار مکشوفه از مکان‌های باستانی و رفتار واقعی انسان است (فاگان، ۱۳۸۵: ۴۵-۴۶). در تعریفی جامع‌تر، «Archaeology» (باستان‌شناسی) از واژه یونانی «Arkhanologia» به معنی «بحث درباره چیزهای قدیمی» گرفته شده است که امروزه معنای آن تغییر کرده و به پژوهش در زمینه گذشته انسان، بر اساس بقایای مادی به‌جامانده از او اطلاق می‌شود. در واقع کار باستان‌شناسی به زمان ظهور نخستین دست‌ساخته‌های (دست‌افزارها) انسان که مربوط به حدود ۲/۵ میلیون سال قبل در شرق آفریقا بوده، تا به امروز و آنچه دیروز در سطل آشغال انداخته‌ایم (گذشته نزدیک) مربوط می‌شود. باستان‌شناسی نه تنها درباره گذشته‌های خیلی دور (صدها یا هزاران سال قبل) بلکه به پدیده‌های گذشته نزدیک مانند محل آزمایش‌های اتمی در صحرای نوادا، کلبه‌های کاوشگران مناطق قطبی و حتی پناهگاه‌های زیرزمینی نازی‌ها نیز تحقیق و پژوهش می‌کند (بان، ۱۳۹۴: ۱۱-۱۳).

نخستین باستان‌شناسی که می‌توان به آن اشاره کرد، نبونعید (نبوکد نصر) است که در قرن ششم پیش از میلاد کف معبدی را که سنگ بنای آن هزاران سال پیش از حیات خود نهاده شده بود حفاری کرد. پس از آن سربازان قیصر (ژولیوس سزار) وقتی در ایتالیا و یونان کلونی‌هایی را برپا می‌کردند به آرامگاهی قدیمی برخوردند که با زیر و رو کردن آن اشیاء مفرغی آن‌ها را به قیمت بالا در شهر رم می‌فروختند (بان، ۱۳۹۴: ۲۳). در قرون وسطی با ظهور جهانگردان و پیشرفت صنعت حمل‌ونقل، عتیقه‌جویی و سفر برای به‌دست‌آوردن عتیقه رواج پیدا کرد و جهانگردان زیادی به کشورهای مختلفی برای به‌دست‌آوردن عتیقه سفر کرده و مجموعه‌هایشان را به معرض نمایش می‌گذاشتند. احداث موزه‌ها با اهداف تجاری، تقریباً از همین زمان شروع شده که نهایتاً امروزه به شکل مراکز آموزشی و پژوهش محور درآمده‌اند. از زمانی که اروپاییان پی بردند ایران زمین، مهد تمدن و گهواره آثار هنری و باستانی است، تشویق شدند که برای به‌دست‌آوردن و یا دیدن این آثار به ایران سفر کنند، برخی از این سیاحان هدفشان دستیابی به آثار باستانی بود که با خود به اروپا برده و در معرض نمایش قرار دهند و به موزه‌های بزرگ عرضه کنند و برخی دیگر از این سیاحان نیز تنها به خاطر علاقه به فرهنگ و تمدن ایران، به این سرزمین مسافرت می‌کردند و پس از مشاهده آثار باستانی و فرهنگ مردمان ایران، آن‌ها را به صورت سفرنامه ثبت و منتشر می‌کردند (معصومی، ۱۳۸۸: ۱۷-۱۸). این گردشگران یا جهانگردان که برای آگاهی از گذشته، پی‌بردن به تبادلات فرهنگی و تمدنی ملت‌ها، دیدن مناطق باستان‌شناختی و تاریخی، الگوهای

فرهنگی (موسیقی، رقص و جشن) و نیز آداب‌ورسوم، فعالیت‌های سنتی اقتصادی به جاهای مختلف دنیا سفر می‌کنند را گردشگر فرهنگی می‌نامند.

### مبانی گردشگری فرهنگی

گردشگری فرهنگی عبارت است از مسافرت افراد از محل سکونت خود به مکان‌هایی که جاذبه‌های فرهنگی دارد. «این جابه‌جایی به قصد کسب اطلاعات و برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می‌شود» (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵۴) آنچه گردشگری فرهنگی را از دیگر گردشگری متمایز می‌کند، انگیزه و اهداف گردشگران است، که به دنبال درک و تأمل در آثار و بقایای مردمان گذشته و آداب‌ورسوم جوامع بشری و لذت منطقی و عقلانی از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی کشور میزبان است (دیلمان، ۱۳۷۸). این نوع گردشگری صرفاً مصرف محصولات فرهنگی گذشته نیست، بلکه مصرف فرهنگ معاصر یا شیوه زندگی یک اجتماع یا منطقه نیز است؛ بنابراین، گردشگری فرهنگی هم گردشگری میراث (مرتبط با اشیاء بازمانده از گذشته) و هم گردشگری هنری (مرتبط با تولیدات فرهنگی معاصر) است (حسینی‌نیا و دیگران، ۱۳۹۴: ۳). امروزه، شمار این نوع گردشگران، در سراسر جهان از دیگر انواع گردشگری بیشتر است. پس، شاید بتوان گفت که تنها حلقه اتصال منطقی بخش میراث فرهنگی با گردشگری، گردشگری فرهنگی است.

### باستان‌شناسی و گردشگر فرهنگی

میان باستان‌شناسی و گردشگر فرهنگی و حوزه‌های مرتبط، ارتباط تنگاتنگ و تعامل پویا وجود دارد. گردشگری حوزه‌های مشترکی با دانش و فعالیت‌های باستان‌شناسی داشته و در توسعه، حفظ و احیاء، ارتقا بناها و یادمان‌های حاصل از کار کاوش‌های باستان‌شناسی تلاش‌های وافر کرده است. در واقع این گردشگری است که با ایجاد تقاضای سفر به مناطق باستانی و محوطه‌های کشف‌شده توسط باستان‌شناسان هزینه‌های اقتصادی آن را می‌پردازند. از طرف دیگر باستان‌شناسی با فعالیت‌های خیره‌کننده‌اش شناختی ارزشمند از زندگی گذشته و آداب‌ورسوم آن به دست می‌دهد، گذشته را بازسازی می‌کند و احساس جامعه را درباره میراث فرهنگی برمی‌انگیزد (افخمی، ۱۳۸۶: ۹۷). دانش میان‌رشته‌ای باستان‌شناسی عمومی و گردشگری فرهنگی 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، غذاها و نوشیدنی‌ها و تولیدات محلی می‌پردازد. همچنین باستان‌شناسی می‌تواند شناخت و اطلاع کافی درباره گذشته در

اختیار علاقه‌مندان (گردشگران فرهنگی) قرار دهد و امکان بازدید از محل‌های عمده باستانی جهان را نیز ایجاد کند و ضمناً، باستان‌شناسان در جهت تلاش به‌منظور حفظ دنیای قدیم نیز کمک می‌کنند (فاگان، ۱۳۸۷: ۷۲۷).

### نقش کاوش‌های باستان‌شناختی در توسعه گردشگری فرهنگی

حوزه‌ها و محل‌های باستان‌شناسی مکان‌هایی هستند که آثار و نشانه‌های مربوط به فعالیت انسان در دوره‌های گذشته، در آن‌ها یافت می‌شود. این محل‌ها، تجمع آثار و بقایای رفتار انسان را طی اعصار نشان می‌دهند و معمولاً هم با آثار و ابزار مشخص می‌شوند (فاگان، ۱۳۸۷: ۲۱۰). محوطه‌ها یا همان محل‌های باستان‌شناسی در گردشگری عموماً جاذبه‌های منحصر به فردی‌اند که به صورت سرپوشیده یا سرباز مقصد مسافر می‌شوند. این در حالی است که ایران جزء شش کشور اول دنیا از لحاظ آثار تاریخی بوده و عمده گردشگران ورودی کشورمان نیز گردشگران آثار تاریخی هستند. کاوش‌های باستان‌شناس در مکان‌های باستانی، این فرصت را می‌دهد که یک داستان واقعی را بر اساس واقعیت و قرابت کشف و برملا کردن اطلاعاتی که بر روی زمین و در زیر آن نهفته است، تعریف کند. به همین دلیل است که اکثر مردم دوست دارند کار کاوش باستان‌شناس را از نزدیک ببینند و در آن مشارکت کنند. بر همین اساس باستان‌شناسان همواره به‌عنوان مدیران میدانی تیم‌های پژوهشی میراث فرهنگی به ایفای نقش پرداخته‌اند؛ با انجام طرح‌های کاربردی در محل کاوش زمینه را برای توسعه گردشگری فرهنگی در محوطه‌های باستانی مهیا می‌کند که از جمله این طرح‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱: حفاری و شناسایی راه‌های باستانی توسط باستان‌شناسان و ترمیم آن‌ها و برگزاری برنامه‌های تور سفر در این راه‌ها
- ۲: تبدیل محل‌های باستانی در حین کاوش با حفظ امنیت و اصول حفاظتی به محلی برای بازدید گردشگران فرهنگی
- ۳: تبدیل برخی از محوطه‌ها و حوزه‌های باستانی مانند: گورستان و فضای‌های معماری به سایت موزه، چراکه امتیازهای اجرایی و آموزشی موزه‌های کوچک یا همان سایت موزه در محل حفاری زیاد است، به طوری که بازدیدکنندگان به راحتی می‌توانند شواهد و مدارک به نمایش گذاشته شده را در رابطه مستقیم با محل حفاری ارزیابی کنند. در این محل‌ها حضور یک باستان‌شناس برای ارائه توضیحات کارشناسی به گردشگران به‌عنوان راهنما در سایت ضروری است، چراکه به دلیل حرفه‌اش تسلط کامل به موضوع دارد همین برای مراجعین به سایت موزه بسیار جذاب خواهد بود.

۴: ایجاد یک دبستان نمادین باستان‌شناسی در محل‌هایی که کاوش و گمانه‌زنی‌های پژوهشی در آن‌ها صورت می‌گیرد، که این امر باعث می‌شود که کودکان و نوجوانانی که به اتفاق خانواده خود به محل‌های باستانی سفر می‌کنند رأساً و به شیوه فرمایشی به عملیات کاوش دست بزنند. این کار گذشته از این‌که حس علاقه به گذشته را در ایشان نهادینه می‌کند، هر یک از ایشان را تبدیل به مبلغانی برای سفر به این مکان‌ها و همچنین سیاحت کنندگان از میراث فرهنگی می‌کند.

۵: بازسازی فرهنگ‌های بومی اعم از آداب و رسوم اقوام، موسیقی، فعالیت‌های خانگی، پوشش سنتی، غذاها و فعالیت‌های سنتی به‌ویژه صنایع دستی و صنایع کاربردی در حیطه مطالعات مردم‌نگاری و قوم‌شناسی که از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری فرهنگی محسوب می‌شود.

درنهایت می‌توان گفت محوطه‌های فرهنگی و طبیعی در بسیاری از مناطق مختلف دنیا به منابع اقتصادی بسیار مهم تبدیل شده است و پتانسیل اقتصادی آن‌ها تقریباً همیشه از طریق گردشگری مشخص شده، این درحالی است که اگر محوطه‌ها مدیریت نشوند تنزل منابع فرهنگی و طبیعی آن‌ها با حضور شمار زیاد گردشگران و بازدیدکنندگان حتمی است (Dela Torre, 1997: 2-5).

### باستان‌شناسان و متخصصان گروه باستان‌شناسی به‌مثابه گردشگر

باستان‌شناس به‌عنوان یک انسان‌شناس خاص با تمامی ابعاد زندگی انسان از محیط‌زیست گرفته تا فرهنگ و دست‌ساخته‌های بشری و تفکر و معرفت‌شناسی انسان سروکار دارد. به تعبیری بهتر، باستان‌شناس در مورد انسان، محیط‌زیست و بهره‌وری و سازگاری انسان از آن، تطور انسانی، سکنی‌گزینی، فرهنگ، اجتماع، خانه‌ها و خانوارها، سازمان‌های اجتماعی، زندگی مذهبی، صلح و جنگ اجتماعی و قومیتی، شبکه‌های مبادله‌ای، تغییرات فرهنگی، فناوری و ابزارها، معماری، هنر و بافت و محتوای فضایی- مکانی جوامع بشری، مطالعه و پژوهش می‌کند. باستان‌شناس به‌تنهایی نمی‌تواند تمامی جنبه‌های زندگی انسان را که در بالا اشاره شد، مورد مطالعه و پژوهش قرار دهد، بنابراین امروزه باستان‌شناسان برای نیل به اهدافشان از متخصصان و نتایج علوم دیگر همچون انسان‌شناسی اعم از فرهنگی و جسمانی، مردم‌شناسی، دیرین‌شناسی اعم از دیرین گیاه‌شناسی و جانور دیرین‌شناسی، زمین‌شناسی به همراه معدن‌شناسی و فلزشناسی، عکاسی اعم از هوایی و زمینی، تاریخ، زبان‌شناسی، معماری، تاریخ هنر، فیزیک، شیمی و جغرافیا به همراه نقشه‌برداری، هواشناسی و محیط‌زیست، استفاده می‌کنند.

با توجه به همکاری متخصصان علوم دیگر با باستان‌شناسان، می‌توان این‌گونه بیان کرد که یک گروه باستان‌شناسی برای انجام پژوهش و کاوش در یک بنا، محوطه و تپه باستانی و حتی در یک

منطقه روستایی جهت انجام مطالعات مدرن و معاصر، نیازمند هیئتی متشکل از متخصصان علوم دیگر و کارشناسان باستان‌شناسی است. باستان‌شناسان در سرتاسر دنیا می‌توانند کاوش و پژوهش کنند. همان‌طور که قبلاً اشاره شد جغرافیا و محیط‌زیست و منابع طبیعی در شکل‌گیری مکان‌های باستانی نقش به‌سزایی دارند و مکان‌های باستانی اغلب در مناطق خوش آب‌وهوا در کنار رودخانه‌ها، چشمه‌ها، و مناظر طبیعی زیبا و غنی شکل گرفته است که مقصد اصلی باستان‌شناسان محسوب می‌شود. باستان‌شناسان به خاطر این‌که با مکان‌های باستانی جهت کاوش و به‌دست‌آوردن یافته‌ها و دست‌ساخته‌های انسانی سروکار دارند، همیشه در حال سفر هستند. باستان‌شناسان به مناطق مختلف ایران برای شناسایی مکان‌های باستانی و تاریخی گاه به همراه گروه متخصصان و گاه به تنهایی سفر می‌کنند. به‌همین منظور باستان‌شناس به‌مثابه یک گردشگر همیشه در حال سفر در داخل کشور و همچنین سفر به کشورهای و قاره‌های دیگر است. باستان‌شناسان برای شناسایی گذشته انسان به مدت محدودی به همراه گروه متخصصان برای کاوش یک مکان باستانی و تاریخی، به یک منطقه سفر می‌کنند. آن‌ها برای انجام پژوهش‌های میدانی‌شان بودجه دولتی و گاه بودجه خصوصی در اختیار دارند که این بودجه را برای فراهم‌کردن محل اقامت، استخدام نیروی کار به تعداد بالا، تجهیزات اقامتی، تجهیزات کارگاهی و خوراک و تغذیه هیئت همراهش، خرج می‌کند؛ بنابراین هیئت‌های باستان‌شناسی به‌عنوان گردشگر وارد مناطق مختلف می‌شوند و بودجه کارشان را برای فراهم‌کردن محل اقامت در همان منطقه، استخدام نیروی کار بومی و دیگر نیازهایشان که اغلب از همان مناطق فراهم می‌کنند خرج کرده و موجب رونق اقتصادی و افزایش درآمد ساکنین آن مناطق می‌شوند.

علاوه بر رونق اقتصادی، حضور هیئت‌های باستان‌شناسی در مناطق مختلف، رونق اجتماعی، علمی و آموزشی را نیز به همراه می‌آورد؛ برای مثال می‌توان به فعالیت هیئت باستان‌شناسی منطقه جیرفت کرمان اشاره کرد، زمانی که باستان‌شناسان به این منطقه وارد شدند، بسیاری از سطح محوطه‌های باستانی این منطقه توسط مردم ناآگاه به صورت غیرعلمی حفاری و اشیاء باستانی آن‌ها به تاراج رفته بود. پس از ورود باستان‌شناسان به این منطقه، سرپرست این گروه (دکتر یوسف مجیدزاده) با سخنرانی‌های متعدد در مساجد و آموزش مردم منطقه در راستای شناخت جایگاه میراث فرهنگی و نقش آن در هویت ملی و اجتماعی این مردمان در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی و همچنین آموزش آن‌ها در راستای حفاظت و صیانت از میراث‌های فرهنگی‌شان، سبب شده بود تا مردمانی که قبل از ورود باستان‌شناسان به آن منطقه به‌وسیله زور و درگیری مشغول تاراج میراث فرهنگی‌شان بودند (بدون این‌که ارزش تاریخی و علمی آن‌ها را درک کنند) به یک‌دفعه تغییر کرده و تبدیل به وارثان فرهنگ و تمدنی بزرگی شوند که به آن می‌بالیدند. نه تنها گروه باستان‌شناسی

منطقه جیرفت بلکه بسیاری از باستان‌شناسان و هیئت‌های باستان‌شناسی در سطح هیئت‌های داخلی و هیئت‌های مشترک ایرانی و خارجی، در طول پژوهش‌های گذشته و حال به این مهم پرداخته و نقش به‌سزایی در فرهنگ‌سازی و آموزش مردم ایفا کرده و می‌کنند. از دل همین مردمان امروزه باستان‌شناسان دل‌سوزی به وجود آمده که محو شگفتی‌های تمدن‌های مدفون در مناطق محل سکونتشان، به رشته باستان‌شناسی گرایش پیدا کرده‌اند و در حال حاضر مشغول به تدریس و تحصیل در دانشگاه‌های کشور و خارج کشور بوده و به‌عنوان باستان‌شناسان بومی مطرح می‌شوند. باین‌حال می‌توان گفت که ورود و حضور هیئت‌های باستان‌شناسی در مناطق مختلف، توسعه و رونق را در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، آموزشی به همراه دارد. پس باستان‌شناسان و گروه متخصصان را می‌توان به‌مثابه گردشگرانی شناخت که برای کار، ماجراجویی و پژوهش، شناخت فرهنگ و قومیت به مناطق مختلف سفر می‌کنند.

#### جاذبه‌های باستان‌شناسی عاملیتی برای جذب گردشگر فرهنگی

جاذبه‌های باستان‌شناسی برای گردشگری به‌ویژه برای گردشگران فرهنگی بهترین نوع جاذبه محسوب می‌شوند، حتی کشورهای دارای مکان‌های باستانی و آثار تاریخی با رعایت‌نکردن بعضی از اصول و موازین بین‌المللی، بازهم گردشگران را جذب کرده‌اند. آثار باستانی و تاریخی همواره جاذبه فوق‌العاده‌ای برای گردشگران داشته است، درعین‌حال زمینه‌های عرضه و تنوع را می‌توان در معماری، هنرها، تزیینات و سبک‌ها مشاهده کرد. بازدید از آثار باستانی و تاریخی گذشته را ترسیم و تاریخ را به صورت عینی و شهودی قابل‌درک می‌کند که از این‌جهت هم جاذبه‌های باستان‌شناسی برای گردشگران متنوع است و هم گردشگران فرهنگی متعدد و متفاوت هستند. همان‌طور که در بالا اشاره شد عمده انگیزه‌های گردشگران (داخلی، خارجی و بین‌المللی) سفر به مناطق تاریخی و قدیمی، چشم‌اندازهای زیبای طبیعت و شناخت سنت‌های فرهنگی مختلف است. هرچند انگیزه‌های متعددی برای مسافرت و گردشگری وجود دارد ولی گردشگران و مجریان تورهای مسافرتی همیشه سعی می‌کنند تا اهداف مختلف و انگیزه‌های متعدد را برای ایجاد یک تور مسافرتی و سفر مدنظر قرار دهند که شامل: بازدید از موزه‌ها، بناهای تاریخی، چشم‌اندازهای زیبای طبیعی، تجربه غذاهای سنتی، اقامت در مناطق زیبا، بازار و خرید صنایع‌دستی می‌شود. موزه‌ها یکی از اولین مقاصد گردشگران محسوب می‌شود، چراکه در موزه‌ها علاوه بر تماشای اشیاء و آثار باستانی می‌توان با فرهنگ‌ها و تمدن‌های باستانی مختلفی آشنایی پیدا کرد. بناهای تاریخی نیز از دیگر مقاصد اولیه گردشگران محسوب می‌شود، زیرا بناهای باستانی به‌عنوان موزه‌های تاریخ هنری و موزه‌های

معماری شناخته می‌شوند. سفر به روستاها نیز از دیگر مقاصد گردشگران محسوب می‌شود چون سفر به این مناطق امکان شناخت و تماشای چشم‌اندازهای زیبای طبیعی را به همراه دارد، علاوه بر آن با سفر به روستاهای می‌توانند با قومیت، فرهنگ، صنایع‌دستی، پوشاک و شیوه‌های مختلف زندگی آشنا شده و خوردن غذاهای محلی را نیز تجربه کنند و به این طریق آسایش و تفریح به همراه تجربیات اجتماعی و فرهنگی برای خود فراهم نمایند.

حال این سؤال مطرح می‌شود که موزه‌ها به چه صورت به وجود می‌آیند و اشیاء و آثار آن‌ها از کجا تأمین می‌شود؟ بناهای تاریخی چگونه شناسایی می‌شوند؟ فرهنگ‌ها چگونه و به چه طریقی و توسط چه کسانی بازسازی و احیاء می‌شوند؟ در یک سؤال کلی می‌توان پرسید که چه کسی عامل شناخت و معرفی تمدن‌ها، آثار باستانی- تاریخی، فرهنگ‌ها، قومیت‌ها و سنت‌ها و آداب رسوم مناطق مختلف است؟ در یک کلام می‌توان گفت: "باستان‌شناسان"؛ چراکه وظیفه و کار باستان‌شناسان و هیئت‌های متشکل از متخصصان دیگر علوم‌شان، شناسایی مکان‌ها و آثار باستانی و تاریخی، شناخت قومیت‌ها، آداب و سنن، جغرافیا و محیط‌زیست، سنت‌های فرهنگی گذشته و زنده امروزی و ماهیت تفکر جوامع بشری در محدوده‌های مکانی و زمانی مختلف است. باستان‌شناسان محوطه‌ها و تپه‌های مدفون را کاوش و آثار آن‌ها را برای مطالعاتشان برداشت و سپس به موزه‌ها برای نمایش و آموزش عرضه می‌کنند و همان‌طور که در بالا اشاره شد با احداث سایت موزه‌ها در محل کاوش، زمینه را برای ایجاد مناطق نمونه گردشگری و جذب گردشگر و پژوهشگر علاقه‌مند به تمدن‌های باستانی، فراهم می‌کنند. باستان‌شناسان بناهای تاریخی را شناسایی و معرفی و در کنار طبیعت‌گردان، طبیعت و محیط‌زیست‌های انسانی را معرفی می‌کنند. درنهایت، باستان‌شناسان در راستای فعالیت‌های تخصصی، جاذبه‌های فرهنگی، هنری، تاریخی مناطق مختلف را معرفی می‌کنند و عاملی جهت جذب گردشگران فرهنگی و رونق صنعت گردشگری محسوب می‌شوند.

### گردشگری، توسعه و بهره‌وری

قرون وسطی در کنار شخصیت میسیونر، شخصیت دیگری را نیز به وجود آورد که اهمیت آن و اندیشه‌هایش پس از دوران نوزایی رواج پیدا کرد. این شخصیت «جهانگرد» بود، البته این واژه سال‌ها بعد و در قرن نوزدهم میلادی ظاهر شد. وجود کسانی که با کنجکاوی در پی شناخت فرهنگ‌ها و مردمان دیگر بودند، از قدیمی‌ترین دوره‌ها (پیش‌از تاریخ) به چشم می‌خورد که بعدها در تاریخ قرون وسطی اروپا و چه در تمدن اسلامی با آن‌ها روبه‌رو می‌شویم. در حقیقت جهانگردان، متفکرانی بودند که سعی می‌کردند با شناخت مردمان و فرهنگ‌ها به درک تازه‌ای از انسان و جهان دست یابند. به‌جز توجه به دیگران و فرهنگ‌هایشان، جهانگردان و اندیشمندان به «خود» نیز توجه

می‌کردند و بسیاری بر آن بودند تا با سفر و سیاحت در این جهان به‌گونه‌ای آن را کشف کنند؛ از این‌رو نگاه این متفکران به خود نیز نوعی مفهوم «دیگربودگی» را حمل می‌کرد که کاملاً با برداشت اتنوگرافیک نزدیکی دارد و این درک عمدتاً بر دو محور اساسی قرار می‌گرفت که عبارت بود از، تاریخ و جغرافیا (فکوهی، ۱۳۹۰: ۵۸-۶۸). در طی این فعالیت‌ها و سیر و سیاحت‌ها بود که قاره آمریکا کشف شد و متفکران زیادی در جهان اسلام از جمله ابن‌خلدون، ابن‌خردادبه، مقدسی و متفکران زیاد دیگری ظهور کردند که ساختاری منسجم از کلیه جوانب تاریخی، جغرافیایی، اجتماعی و ... جهان اسلام ارائه کردند. این نوع اندیشه نهایتاً منجر به اتفاقاتی شد که امروزه جهان کنونی وام‌دار آن‌هاست و در طی فعالیت این متفکران، علاوه بر رشد علوم مختلف، نظریه‌ها و رویکردهای جدیدی و همچنین شاخه‌های جدیدی از علوم نیز به وجود آمد که از جمله می‌توان به علوم انسانی به‌خصوص انسان‌شناسی فرهنگی، انسان‌شناسی زیستی، باستان‌شناسی و موارد بسیار دیگری اشاره کنیم.

مسافرت‌های کوتاه‌مدت، با این مقیاس گسترده که امروزه متداول است پدیده‌ای نسبتاً جدید است. پیش‌ازین، در دوره‌های قبل، افراد معدودی از اوقات فراغت خود لذت می‌بردند، مردم عادی وقت آزاد خود را به امور مذهبی اختصاص می‌دادند و بیشتر مسافران هم زائران مکان‌های مذهبی بودند. با پیدایش مناطقی که چشمه‌های آب معدنی داشتند مردم برای معالجه و درمان بیماری‌هایشان به آن نقاط مسافرت می‌کردند. با فرارسیدن عصر خرد و منطق مردم مسافرت‌های فرهنگی را نیز به سفرهای خود افزودند و از اینجاست که مسافرت‌ها و تورهای بزرگی که امروزه معمول شده، مورد استقبال و توجه مردم قرار گرفت (داس و ویل، ۱۳۷۹: ۱۶). به تدریج مقاصد مسافرتی جدیدی به وجود آمد و در نتیجه امروزه جهانگردی به یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده است. صنعت مسافرت و جهانگردی به‌عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به حساب می‌آید و بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند (چاگ وای، ۱۳۸۵؛ نوابخش و رفیعی، ۱۳۸۹: ۱۱۶). تعاریف متعددی از جهانگردی و گردشگری ارائه شده است، اما به تعریف آرتور بورمن (۱۹۳۱) جهانگردی مجموعه مسافرت‌هایی را در برمی‌گیرد که به‌منظور استراحت، تفریح، تجارت و یا دیگر فعالیت‌ها و حضور در مراسمی خاص انجام گیرد و غیبت جهانگرد از محل سکونت خود موقتی و گذرا باشد (نوابخش و رفیعی‌فر، ۱۳۸۹: ۱۱۷؛ تقی‌زاده‌انصاری، ۱۳۸۳). در تعریف گردشگری آمده است: عمل جابه‌جایی به خارج از جامعه ساکن در آن برای تفریح، تجارت و نه برای انجام کار روزمره است. جهانگردی از منظر سازمان جهانی جهانگردی به سه شکل صورت

می‌پذیرد: الف) گردشگری داخلی، یعنی مسافرت ساکنان یک کشور در داخل کشور محل سکونتشان ب) گردشگری خارجی سفر افراد کشوری به یک کشور دیگر ج) گردشگری بین‌المللی؛ یعنی مسافرت افرادی به خارج از کشور و منطقه و قاره محل سکونتشان که دارای مقاصد متعددی نیز است.

انواع جهانگردی و گردشگری را بر اساس انگیزه جهانگرد می‌توان به دو صورت زیر تعریف کرد:

- ۱- مسافرت و گردش به قصد تماشای طبیعت
- ۲- سفرهای خویشاوندی
- ۳- گردش‌های فرهنگی و علمی
- ۴- سفر و بازدید از روستاها
- ۵- سفر و گردش‌های حادثه‌جویانه برای کسب تجربه‌های مخاطره‌آمیز چون صخره‌نوردی، قایق‌رانی و...
- ۶- سفر و گردشگری زیارتی
- ۷- سفرهای آموزشی
- ۸- سفرهای سیاسی
- ۹- سفر برای تجارت، کار و کسب درآمد
- ۱۰- سفر برای درمان
- ۱۱- سفرهای نوین برای پرداختن به امور معنوی و معرفت‌شناختی

با این تفاسیر گردشگری به نوعی با جغرافیا، جامعه، مردم و فرهنگ رابطه مستقیم دارد. جان آوری و مک کانل دو جامعه‌شناسی هستند که در رابطه با گردشگری نظریه دارند. جان آوری معتقد است که فناوری و توسعه به همراه نیازها و موضوعات جالب توجه گردشگر به وجود می‌آید. به گفته آوری باید موضوعی وجود داشته باشد یا به وجود آید که منحصر به فرد، یگانه، دیدنی و فرهنگی باشد تا گردشگر را به سوی خود جلب کند، مانند نقطه‌ای مقدس؛ اما مک کانل می‌گوید: گردشگر به‌مثابه فراز از زمان و مکان و یا فرار به تاریخ است؛ بنابراین گردشگران به دنبال یک منطقه قدیمی هستند و اگر بخواهیم منطقه‌ای گردشگری درست کنیم، باید آن را به مناطق تاریخی تبدیل کنیم. کانل معتقد است که برای مناطق گردشگری باید سنت ابداع و حتی جعل کرد، زیرا گردشگر به دنبال تاریخ، قدمت و فرهنگ است. طبق آراء آوری و کانل درباره گردشگری، نخست باید چشم‌اندازهای زیبای طبیعی و مناطق قطب گردشگری را شناسایی و سپس سنت‌های فرهنگی این مناطق را احیاء کرد تا برای گردشگران جذاب باشد (نوابخش و رفیعی‌فر، ۱۳۸۹: ۱۱۸)؛ بنابراین محل و منطقه گردشگری در صنعت جهانگردی ضروری است. این درحالی است که با اشاره

به انگیزه‌های گردشگران و همچنین اشاره به نظریه‌های جان آوری و مک کانل، کشور ایران در نقاط مختلف دارای عمده شرایطی است که انگیزه گردشگران و جهانگردان محسوب می‌شود. نقاط مختلف ایران هم دارای طبیعتی متنوع و فصل‌های چهارگانه است و هم دارای مناطقی تاریخی-باستانی، زیارتی، ناشناخته و ماجراجویانه (مثل صحرای دشت کویر و دشت لوت و...)، چشمه‌های درمانی آبگرم، بناهای تاریخی متعدد، قومیت و نژادهای مختلف با فرهنگ‌های مجزا و منحصر به فرد، صنایع دستی، غذاهای متنوع و سبک زندگی‌های منحصر به فردی است که می‌تواند همواره پذیرای گردشگران داخلی، خارجی و بین‌المللی با انگیزه‌های متفاوت باشد.

از اثرات و بهره‌وری گردشگری می‌توان به اشتغال‌زایی، درآمدزایی، تنوع اقتصادی، درآمد مالیاتی، معروفیت، و فواید فرهنگی اشاره کرد (نک: رنجبران و زاهدی، ۱۳۸۸). علاوه بر این اثرات به فواید و بهره‌وری‌های علمی و فرهنگی، تاریخی، هنری، آموزشی، کاربردی و زیست‌محیطی نیز می‌توان اشاره کرد؛ به صورتی که با رونق گردشگری در یک منطقه شغل‌های متعدد، مراکز آموزشی و فرهنگی، فعالیت‌های هنری و آموزشی از جمله صنایع دستی، و به همراه آن نوزایی‌های فرهنگی، علمی بروز کرده و به همراه خود فناوری، ارتباط با جهان امروزی و توسعه و پیشرفت را در کنار حفظ ارزش‌های فرهنگی، قومی، مذهبی، زبانی و سنت‌ها، به ارمغان می‌آورد. با عملکرد بخشی از جامعه به امور گردشگری، ضمن حفظ ارزش‌های سنتی، فرهنگی و هنری، این فعالیت‌ها و اثرات آن را در بطن زندگی خود و جامعه قرار داده است که توسعه، پیشرفت، رونق اقتصادی و بهره‌وری‌های اجتماعی، آموزشی و علمی را در سطح فردی، اجتماعی، ملی و منطقه‌ای از جمله ماحصل آن محسوب می‌شود.

### تأثیر گردشگری بر اقتصاد

گردشگری از طریق تأثیر بر درآمد ملی، تغییر قیمت‌ها و تراز بازرگانی ملی، اقتصاد یک کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد (تقی‌زاده‌انصاری، ۱۳۸۳؛ نوابخش و رفیعی‌فر، ۱۳۸۹: ۱۲۰). با این حال، گردشگری و جهانگردی به یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده است. شورای جهانی مسافرت و جهانگردی در سال ۱۹۹۴ درآمد حاصل از این بخش را ۳/۴ میلیارد دلار برآورد کرده است. افزون بر این، بخش جهانگردی ۲۰۴ میلیون شغل جدید ایجاد کرده و به‌تنهایی منشأ ۱۰ درصد درآمد ناخالص داخلی در سطح جهان بوده است. در سال ۱۹۹۵ کشورهای خاورمیانه از کشورهایی بودند که سریع‌ترین رشد را در جهانگردی داشتند؛ به صورتی که کشورهایی فقط ۲ درصد از مسافران بین‌المللی و جهانگردان را جذب می‌کردند، ولی این عدد به ۱۱/۸ درصد رسید

که درآمد ناشی از آن ۳۰ درصد افزایش یافت. تنها در زمینه بهره‌وری از آثار باستانی و تاریخی با هدف گردشگری، کشورهای اروپایی چندین برابر درآمد نفت کشور ایران سود برده و می‌برند. به‌طورمثال اگر در سال ۱۹۹۹ درآمد نفتی ایران ۱۲ میلیارد دلار بوده است، در همان سال کشور ترکیه ۸ میلیارد دلار تنها از بهره‌وری میراث‌های فرهنگی (مادی و معنوی: آثار و ابنیه و سنت‌های فرهنگی، سبک زندگی، پوشاک محلی، صنایع‌دستی، غذاهای محلی و...) درآمد کسب کرده است؛ کشور فرانسه در این زمان ۱۲۸ میلیارد دلار (۹/۴ درصد تولید ناخالص ملی خود) از میراث فرهنگی کشورش بهره‌وری داشته است (صفاران، ۱۳۸۱).

### نتیجه‌گیری

بر اساس آمار بانک جهانی در سال ۲۰۰۰ تعداد گردشگران، در سراسر جهان بالغ بر ۷۰۱ میلیون نفر بوده و از این جریان گردشگری در فضاهای جغرافیایی، مبلغ حدود ۴۷۵ میلیارد دلار وارد چرخه اقتصاد جهان کرده است و بر اساس پیش‌بینی‌های رسمی سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) تا سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگر ورودی در سطح جهان به ۱/۵ میلیارد نفر خواهد رسید. این ارقام به بخش کلی گردشگری مربوط است؛ اما انتظار می‌رود گردشگری فرهنگی و گردشگری در محوطه‌های میراث جهانی از این هم فراتر برسد. چنانکه امروزه گردشگری فرهنگی سریع‌تر از بخش‌های مختلف گردشگری و با نرخ بیشتری از گردشگری جهانی رشد می‌کند. همان‌طور که اشاره شد باستان‌شناسی علوم وابسته به آن در تفسیر و حفظ میراث فرهنگی جهت جذب گردشگری فرهنگی نقش بسیار مهمی در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورهای در حال توسعه؛ مانند کشورمان ایران که دارای آثار غنی تاریخی و محوطه‌های باستانی هست؛ ایفا می‌کند. گردشگری فرهنگی مبتنی بر فعالیت‌های باستان‌شناسانه با همکاری متخصصان علوم وابسته به میراث فرهنگی، می‌تواند فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل گوناگونی را در مناطق مختلف به‌خصوص مناطق روستایی و شهرهای کوچک به وجود آورد که این فرصت‌های شغلی بیشتر خدماتی هستند؛ در کنار آن تولیدات صنایع‌دستی و فروش آن، گسترش خدمات هتل‌داری و حمل‌ونقل، ایجاد فروشگاه‌ها، ایجاد امنیت اجتماعی شغل‌های جدید و خدماتی دیگری را به وجود می‌آورد که نرخ بیکاری و مهاجرت از روستا و شهرهای کوچک را به شهرهای بزرگ کاهش داده و نیروی مازاد بخش کشاورزی و دامداری را در بخش خدمات افزایش می‌دهد که نهایتاً منجر به کاهش فقر و اشتغال‌زایی جوانان می‌شود.

منابع

- افخمی، بهروز، (۱۳۸۶)، *مقدمه‌ای بر ارتباط باستان‌شناسی و گردشگری فرهنگی*، تهران، چ ۱، پژوهشکده گردشگری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری.
- بان، پل، (۱۳۹۴)، *مختصر و مفید باستان‌شناسی*، ترجمه کامیار عبدی، تهران: نشر ماهی.
- بهروزی‌فر، داود، (۱۳۹۴)، «بررسی و مطالعه صنعت گردشگری با رویکرد تاریخی و فرهنگی (باستان‌شناسی)»، دومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط‌زیست پاک، مجله تخصصی سیویلیکا.
- تقی‌زاده انصاری، حسن، (۱۳۸۳)، *جهانگردی در ایران*، تهران: اندیشه پویا.
- حسینی نیا، سید مهدی، شهبازی شیران، حبیب و محمد باشکوه، (۱۳۹۴)، «نقش گردشگری و موزه‌های مردم‌شناسی و باستان‌شناسی در حفظ و معرفی میراث معنوی کشور (مطالعه‌موردی: موسیقی آذربایجان)»، *اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری، جغرافیا و باستان‌شناسی*؛ تهران.
- داس ویل، راجر، (۱۳۷۹)، *مدیریت جهانگردی (مبانی)*، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- دیلمان، فریدون، (۱۳۷۸)، *گسترش جهانگردی در ایران به جای فروش نفت*، تهران: نشر چشم‌انداز، جلد اول.
- رنجبران، بهرام و محمد زاهدی، (۱۳۸۸)، *شناخت گردشگری*، تهران: انتشارات چهارباغ.
- ساعی، علی، مختار، نائجی و محمدرضایی، (۱۳۸۹)، «ارتباط بین تبلیغات و جذب گردشگر فرهنگی در ایران (مطالعه موردی گردشگران خارجی فرهنگی اصفهان)»، *دانشنامه علوم اجتماعی*، دوره ۱، (ش ۴).
- صفاران، الیاس، (۱۳۸۱)، «بهره‌وری از میراث‌های فرهنگی و باستان‌شناسی در کشورهای اروپایی»، *فصلنامه علمی - پژوهشی علوم انسانی دانشگاه الزهراء*، (س ۱۲)، (ش ۴۳).
- طالقانی، محمد و سیده سارا فتاحی، (۱۳۸۴)، «کیفیت خدمات گردشگری و اهمیت آن در جلب رضایت گردشگری، نشریه مدیریت، (ش ۳۱).
- فاگان، برایان، (۱۳۸۵)، *سراغاز؛ درآمدی بر باستان‌شناسی (اصول، مبانی و روش‌ها)*، ترجمه دکتر غلامعلی شاملو، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، جلد ۱ و ۲.
- فکوهی، ناصر، (۱۳۹۰)، *تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی*، چاپ هفدهم، تهران: نشر نی.
- کاظمی، مهدی، (۱۳۸۵)، *مدیریت گردشگری*، تهران: سمت.
- گی، چاگ وای، (۱۳۸۲)، *جهانگردی در چشم‌انداز جامع*، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، چاپ دوم، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- معصومی، غلامرضا، (۱۳۸۸)، *تاریخچه علم باستان‌شناسی*، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- نوابخش، مهرداد و مریم رفیعی‌فر، (۱۳۸۹)، «بررسی اجمالی آثار گردشگری بر زندگی اقتصادی اجتماعی مردم روستای زیارت»، *فصلنامه آمایش محیط* (س ۹)، صص ۱۱۵-۱۳۲.
- یونسکو، (۱۳۷۹)، *راهبردهای علمی توسعه فرهنگی*، ترجمه محمد فاضلی، تهران: تلبان.

- Torre, M. D. L. , & MacLean, M. (1997). The archaeological heritage in the mediterranean region. In *The conservation of archaeological sites in the Mediterranean region: an international conference organized by the Getty Conservation Institute and the J. Paul Getty Museum, 6-12 May 1995* (pp. 5-14). Getty Conservation Institute.
- world bank (2002): world development indicators Volume1, No. 1hp: //econ.worldbank.org/external/default/main?pagePK=64165259&theSitePK=46932&piPK=64165421&menuPK=64166093&en□ tyID=000020439\_20070628155358.
- WTO. <http://www.world-tourism.org/newsroom/release/2005/July 2005b>

Archive of SID