

ارزیابی شاخص فرهنگ ایرانی و تاثیر آن در توسعه گردشگری

دکتر مجید شمس*

استادیار گروه جغرافیای دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

نصیره امینی

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم

چکیده

کشور ما ایران دارای فرهنگی بسیار متنوع و تاریخ کهنی است و یکی از غنی‌ترین کشورهای جهان از حیث آثار باستانی در بیشترین دوره‌های تاریخی تمدن و فرهنگ بشر و حتی ما قبل تاریخ است. می‌توان با برقراری رابطه بین فرهنگ و گردشگری این گنجینه را به منبع خوبی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی تبدیل کرد زیرا فرهنگ دیرینه کشورمان از مؤلفه‌ها و عناصر متعددی تشکیل شده که از جمله آن‌ها می‌توان به زبان پارسی، آداب و رسوم و اعیاد ملی، ادبیات و شخصیت‌های اسطوره‌ای، معماری ایرانی، تنوع قومی و دین اسلام و ادیان و مذاهب‌های مختلف اشاره کرد. این تنوع و گوناگونی که در فرهنگ و تمدن کهن ایرانی دیده می‌شود را می‌توان برای کشورمان به لحاظ گردشگری، با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح تبدیل به یک سرمایه ارزشمند و جاذبه کرد زیرا از نظر فرهنگی ایران از ظرفیت‌های گردشگری بالایی برخوردار است.

واژگان کلیدی: فرهنگ ایران، مؤلفه‌های فرهنگ ایرانی، قابلیت‌ها، محدودیت‌ها، گردشگری

مقدمه

اهمیت جهانگردی در جهان امروز بر همه آشکار است. در دنیای امروز، پیچیدگی زندگی اجتماعی بشر از یک سو، و امتیازها و سودمندی جهانگردی و درآمدی که نصیب جامعه می‌کند از سوی دیگر، بیش از پیش او را به بررسی علمی مسائل مرتبط با جهانگردی رهنمون می‌سازد. طی چند دهه اخیر، ما شاهد رشد چشمگیر گردشگری بوده‌ایم، و سفرهای بین‌المللی، کشوری و منطقه‌ای برای گذراندن تعطیلات بسیار مرسوم شده است.

در کشور ما صنعت گردشگری از ظرفیت‌های بسیار بالایی برای رشد و توسعه برخوردار است. ایران با داشتن جاذبه‌های باستانی، تاریخی، طبیعی و آب و هوای متنوع و کم‌نظیر، موقعیت استراتژیک، تنوع قومی، زبانی، دینی و مذهبی خود، با فراهم آمدن بسترهای اقتصادی و مدیریتی مناسب، می‌تواند تبدیل به یکی از قطب‌های مهم گردشگری دنیا شود.

فرهنگ غنی ایرانی نیز از جمله سرمایه‌های ارزشمندی است که در صورت مطالعه، شناخت و معرفی جنبه‌های مختلف آن، می‌تواند تبدیل به یکی از موثرترین عامل‌های گسترش گردشگری در کشور ما شود. فرهنگ ایرانی ریشه در دوره‌های پیش از تاریخ دارد. فرهنگ ایرانی را می‌توان به منشور زیبایی تشبیه کرد که هر وجه آن جلوه‌ای از عوامل سازنده آن را باز می‌تاباند: افسانه‌ها و اسطوره‌های پیشاتاریخی ایران، فرهنگ ایران باستان، تاثیر فرهنگ‌های غنی‌ای چون فرهنگ تمدن‌های کهن میان‌رودان و مصر، تاثیر آمیختگی‌های قومی و زبانی که از آغاز ویژگی سرزمین ایران بوده است، تاثیر فرهنگ ژرف اسلامی و گونه خاص ایرانی آن... جلوه‌های مختلف فرهنگ ایرانی را در همه شئون زندگی مردم این مرز و بوم -از معماری و شهرسازی گرفته تا ادبیات و اسطوره‌ها و فرهنگ عامه- می‌توان مشاهده کرد.

هدف‌های پژوهش

در این پژوهش سه هدف دنبال می‌شود

- ۱- مطالعه، شناخت و معرفی ابعاد مختلف فرهنگ ایرانی
- ۲- برجسته ساختن قابلیت‌های فرهنگی ایران در جذب گردشگری
- ۳- معرفی موانعی که در راه استفاده از قابلیت‌های فرهنگی ایران در جذب گردشگر وجود دارد، و ارائه راهکارهایی برای برطرف کردن آن‌ها.

روش تحقیق

این پژوهش به روش کتابخانه‌ای و با استفاده از منابع، آمارها و اطلاعات موجود انجام می‌گیرد. از این رو در گام نخست منابع مختلفی که در زمینه جهانگردی، فرهنگ و ایران‌شناختی وجود داشته مورد مطالعه و فیش‌برداری قرار گرفته است. در گام بعدی نگارنده قابلیت‌های فرهنگی ایران را معرفی کرده، و جایگاه هر یک از آن‌ها را در جهانگردی مورد بحث قرار داده است.

با توجه به اینکه هر دو موضوع فرهنگ و گردشگری از موضوعات مهم مطرح در جهان امروز ما هستند، کتاب‌ها و مقالات بسیاری در مورد هرکدام از آن‌ها در خارج و داخل ایران نوشته شده است هر چند که سهم ایران در انجام

مطالعات اصیل و برگرفته از مطالعات بومی در این دو زمینه متاسفانه اندک است. هم‌چنین با تأسیس رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم در دانشگاه‌های ایران، پایان‌نامه‌هایی نیز در زمینه موضوعات مختلف جهانگردی انجام شده است. از این میان می‌توان به مواردی چون پاپلی یزدی (۱۳۸۶) اشاره کرد که در کتاب خود زیر عنوان گردشگری (ماهیت و مفاهیم) به مواردی از جمله فرهنگ و گردشگری اشاره می‌کند، و فرهنگ را به دو گروه سنتی و مدرن تقسیم می‌کند که از نظر فهم گردشگری در جهان امروز اهمیت زیادی دارد. به باور او، هرچه فرهنگ سنتی‌تر باشد، برای مردم کشورهای توسعه‌یافته دیدنی‌تر و تماشایی‌تر و از جذابیت بیشتری برخوردار است، و به همان میزان، بهتر برای آن خرج می‌کند. در برابر، هرچه فرهنگ مدرن‌تر و امروزی‌تر باشد، برای پیشینه مردم جهان‌سوم جذاب‌تر است. هم‌چنین محمدی (۱۳۸۲) در گزارش تحقیقی خود، زیر عنوان چشم‌انداز و رویکرد بخش گردشگری مبتنی بر سیاست خارجی در برنامه چهارم، اشاره دارد که در دهه‌های اخیر صنعت گردشگری به لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی رشد چشمگیری داشته، و در حالی که ایران از لحاظ برخورداری از تاریخ و تمدن کهن، و جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی بسیار غنی است، اما مفهوم گردشگری در آن به درستی شناخته نشده، و فرهنگ جهانگردی در آن دارای جایگاه درخور خود نیست. هریسون و هانتینگتون (۲۰۰۰) نیز در کتاب خود با عنوان اهمیت فرهنگ، به قدرت فرهنگ و تأثیر سرنوشت‌ساز آن در زندگی بشر اشاره کرده و عقیده دارند که در جامعه‌های انسانی فرهنگ به دو گونه عمل می‌کند، یا رفاه و پیشرفت را به همراه دارد، یا فقر و بدبختی را. او بر این باور است که این خود نشان‌دهنده قدرت فرهنگ است. اما به طور کلی تا آنجا که نگارنده این نوشته می‌داند، و با توجه به جستجوهای مختلفی که انجام گرفته، هیچ پژوهشی وجود ندارد که به بررسی رابطه فرهنگ و گردشگری پرداخته باشد. از این رو با توجه به اهمیت دو موضوع فرهنگ و جهانگردی از یک سو، و لزوم معرفی قابلیت‌های مختلف کشور ما در این زمینه از سوی دیگر، و نیز با توجه به نبود هیچ گونه پژوهشی در این زمینه، انجام این پژوهش یک ضرورت است.

مفهوم فرهنگ

واژه «culture» یا همان فرهنگ که از زبان کلاسیک لاتین ریشه می‌گیرد نخست در آلمان به کار برده شده اما نه به معنای امروزی بلکه به معنی کشت و کار و بهسازی. در واقع یکی از عوامل اساسی که باعث پیدایش مفهوم تازه‌ای برای فرهنگ شد پدید آمدن مفهوم پیشرفت در تاریخ بود. در دوره رنسانس بر خلاف دوره‌های پیش این احساس در افراد به وجود آمد که انسان ناخواسته به چیزهای بزرگ و تازه‌ای دست یافته و پیشرفت زیادی کرده و علت آن هم خرد ورزی و همه‌گیر شدن روشن اندیشی بود (آشوری، ۱۳۸۰، ص ۳۵-۳۷).

فرهنگ را می‌توان به عنوان مجموعه‌ای از اندیشه‌ها، باورها، ارزش‌ها، معرفت‌ها و رفتارها که پایه مشترک کلیه اعمال اجتماعی را تشکیل می‌دهند، تعریف کرد. البته این تعریف چنانکه باید جامع نیست. فرهنگ زمینه ساز همه اعمال و مشخصات زندگی است (برای افراد یا برای جوامع و تا حد زیادی این فرهنگ است که برای یک کشور الزام می‌آورد چگونه عمل کند) (داس ویل، ۱۳۷۸، ص ۱۹۱).

فرهنگ به معنای الگوهای رفتاری آموخته شده‌ای است که از نسلی به نسل دیگر یا گروهی به گروه دیگر منتقل می‌شود و بر پایه واقعیت‌های ذهنی و اجتماعی شکل می‌گیرد. "فرهنگ در نمادهایی از جلوه‌های گوناگون، انعکاس (بازتابش) زندگی دیرینه در انسان‌های امروزی است. فرهنگ بازتابش زندگی دیرینه در زیست‌بومی است که جوامع بدان خو می‌گیرند و در دوره‌های مختلف و تحت تأثیر عوامل گوناگون صور مختلفی می‌یابد؛ ولی هسته نژادی- سنتی خود را هم‌چنان حفظ می‌کند. فرهنگ در باورهای امروزی، پوششی از نوسنگی را به نمایش می‌گذارد از این رو کلیت هم‌تافته‌ای است از نظام مفهوم‌ها و کاربردها، سازمان‌ها و مهارت‌ها." (پاپلی یزدی، ۱۳۸۶، ص ۸۵).

هانتینگتن (۱۹۴۵) نیز بیان می‌کند که مراد ما از فرهنگ، هر شیء، عادت، اندیشه، نهاد و شیوه فکری یا عملی است که انسان فرا می‌آورد یا می‌آفریند و سپس به دیگران، به ویژه به نسل پسین می‌سپارد.

انسان‌ها در جوامع زندگی می‌کنند و هر جامعه فرهنگی دارد. اما عناصر فرهنگ ممکن است بی‌اختیار از یک سیستم به سیستم دیگر راه یابد (که به آن «پراکنش فرهنگ» [۱] می‌گویند). پس هر جامعه بشری سیستم اجتماعی، فرهنگی خود را دارد که به طور کلی نمودی است خاص و بی‌همتا از فرهنگ بشری. هر سیستم فرهنگی ویژگی‌های خاص خود را دارد، اما در کل سیستم‌ها از نظر ساخت با هم متفاوتند. در هر سیستم با توجه به زیستگاه‌های طبیعی، منابع، زبان و ... فرهنگ خاصی حاکم است.

مفهوم گردشگری

از نظر بیشتر مردم عبارت گردشگری بر سفرهای تفریحی دلالت می‌کند و بیشتر به صورت مترادف تعطیلات به کار می‌رود. هم‌چنین در کتاب‌های لغت از گردشگری به عنوان مسافرت به منظور تفریح یاد می‌کنند. برعکس، سازمان‌های گردشگری [۲] و مراکز دیگری که در پی توسعه، بازاریابی و هماهنگی گردشگری در کشورشان هستند، سعی بر داشتن دیدگاه وسیع‌تری در این مورد دارند؛ از نظر آن‌ها گردشگری یعنی مسافرت با اهداف مختلف به استثنای سفر به منظور کار، مهاجرت و فعالیت‌های محلی و منطقه‌ای.

رضوانی (۱۳۸۵) در کتاب خود تحت عنوان جغرافیا و صنعت توریسم، جهانگردی را این‌گونه تعریف می‌کند: "جهانگردی عبارت از مجموعه تغییرات مکانی انسان‌ها و فعالیت‌هایی است که از آن متشج می‌شود. این تغییرات خود ناشی از به واقعیت پیوستن خواست‌هایی است که انسان را به جابجایی وادار می‌کند و بالقوه در هر شخص با شدت و ضعف متفاوت وجود دارد."

گردشگری فرهنگی: "این نوع جهانگردی برای آشنایی میراث‌های هنری و فرهنگی، آداب و رسوم، بناهای تاریخی با هدف‌های آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی، صورت می‌گیرد. گردشگر فرهنگی مایل به آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان کاوش در چشم اندازهای فرهنگی جوامع انسانی و درک آن‌ها است. در این نوع گردشگری به جذابیت‌های فرهنگی توجه می‌شود. از قبیل موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، ارکسترها، نمایشنامه‌ها، هنرهای دستی، معماری و... در ایران علاوه بر موارد فوق، آیین‌های سنتی نظیر تعزیه، مراسم چهارشنبه سوری، جشن‌های مذهبی زرتشتی و اسلامی، عزاداری‌ها مانند محرم و... نیز از جذابیت‌های فرهنگی می‌تواند تعریف شود. گردشگری داخلی و بین‌المللی هم‌چنان یکی از برجسته‌ترین راه‌های مبادلات فرهنگی، ایجادکننده تجربه شخصی نسبت به نه تنها از آنچه از گذشته

باقی مانده است، بلکه زندگی و جامعه معاصر دیگران است. گردشگری فرهنگی برجسته‌ترین روش‌های مبادلات فرهنگی بین مردم کشورها و ارزشمندترین روش‌های گفتگوی درون فرهنگی است. صنعت گردشگری اغلب "آداب و رسوم" و "سبک زندگی" غیر بومیان را به عنوان جاذبه‌های توریستی عرضه می‌کند (می‌فروشد). گردشگران نیز اغلب خواستار عرضه آن نوع از فرهنگ و سبک زندگی هستند که به طور قابل ملاحظه‌ای با فرهنگ و روش زندگی خودشان متفاوت باشد.

داس ویل (۱۳۷۸) نیز عقیده دارد که « به جهانگردی باید از دیده تعاملی بین عرضه و تقاضا نگریست؛ طراحی و توسعه یک محصول، به منظور مرتفع ساختن یک نیاز. همین تعامل است که آثار اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی، فرهنگی و دیگر آثار را تعریف می‌کند.

راه‌های بسیاری برای بررسی فعالیت جهانگردی وجود دارد. یک راه این است که جهانگردی را به سه مرحله تقسیم کنیم:

- آنچه پیش از ترک خانه روی می‌دهد (مطالعه مواد تبلیغاتی یعنی آگهی‌ها و...، انتخاب مقصد، خرید و...).
- آنچه در راه رفتن به مقصد معین شده و برگشت از آنجا روی می‌دهد (مسافرت، عزیمت، ورود).
- آنچه که در مقصد برای مسافر اتفاق می‌افتد (خاطرات و رضایت‌مندی‌ها، نارضایتی‌ها و دلخوری‌ها).

تاریخ گردشگری و فرهنگ در ایران

یکی از عواملی که به رشد و توسعه گردشگری کمک می‌کند فرهنگ هر کشور و شاخصه‌های آن می‌باشد، که تا امروز توجه کمتری به آن شده. از جمله در کشور ما که از فرهنگ و تمدنی کهن برخوردار است این موضوع به چشم می‌خورد. فرهنگ ایران دارای تاریخی بسیار کهن، مربوط به هزاران سال پیش می‌باشد که در ادامه به آن می‌پردازیم.

آثار به دست آمده در برخی از مناطق باستانی فلات ایران نشان می‌دهد که از دیرباز، رفت و آمد در میان اقوام پیش از تاریخی که در این فلات می‌زیسته‌اند رایج بوده است. اطلاعات به دست آمده از آثار برجای مانده از عیلامی‌ها نشان می‌دهد که یقیناً راه‌های ارتباطی مطلوب و مناسبی داشته‌اند. بی‌گمان در سرزمین باستانی عیلام، سیر و سفر از رونق و اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده است. و تا پیش از نابودی این تمدن، مسافران داخلی و خارجی در میان شوش و ایالت‌های داخلی و سرزمین‌های دیگر در رفت و آمد بوده‌اند و احتمال می‌رود که تأسیساتی برای آن‌ها ساخته شده بوده است (الوانی، ۱۳۸۵، صص ۲۴-۱۵). در دوره هخامنشیان داریوش برای رفاه حال مسافران ایستگاه‌هایی ایجاد کرده بود. این ایستگاه‌ها را می‌توان هسته اولیه واحدهای اقامتی به حساب آورد. ساختن و اداره کردن ۲۵۰۰ کیلومتر (به روایت پروفیسور گیرشمن. ۲۸۸۳ کیلومتر) را، از افتخارات ایرانیان باستان به شمار می‌آید. در دوران اسلامی نیز سیر و سیاحت در سرزمین‌های اسلامی و به ویژه در ایران، بسیار آسان بود و از این جنبه، در جهان آن روزگار نظیر نداشت. سادگی مسلمانان، سنت کهن مهمان‌نوازی در شرق، احداث بناهای عام‌المنفعه برای مسافران و گردشگران و برقراری موقوفات برای پذیرایی از آنان، مسافرت را برای مردم از هر طبقه‌ای آسان کرده بود.

و اما از زمان سلطنت شاه عباس اول تا انقراض سلسله صفوی را می‌توان درخشان‌ترین دوره توسعه سیاحت‌گری در ایران به شمار آورد. توسعه گردش و سیاحت در آن دوره به چند عامل بستگی داشت که مهم‌ترین آن‌ها عبارت بودند از: راه‌های ارتباطی مناسب، اقامت‌گاه‌های متعدد و مناسب و امنیت عبور و مرور.

در اینجا باید یاد آور شد که تمدن عظیم بین‌النهرین نه تنها شکل حکومت را در ایران تعیین کرد، بلکه تأثیری چنان عمیق بر فرهنگ ایرانی ما گذاشته که امروزه هر چه بیشتر در فرهنگ ملی خود دقیق شویم، نشانه‌های عظیم این تأثیر را بیشتر می‌یابیم.

امروزه در بسیاری از کشورها جهانگردی بهترین وسیله برای اعتلای فرهنگ به شمار می‌رود و می‌تواند به لحاظ فرهنگی و اجتماعی تغییراتی را روی جوامع میزبان داشته باشد. در واقع گردشگری قبل از آنکه به عنوان یک پدیده اقتصادی مطرح باشد یک امر فرهنگی است، به‌گونه‌ای که در پیرامون آن آثار فرهنگی بسیاری شکل می‌گیرد. گردشگری انسان را با فضاهای جغرافیایی، انسان‌ها و فرهنگ‌های دیگر آشنا می‌سازد. این آشنایی مقدمه‌ای برای شناخت بیشتر انسان از خویش است. این در حالی است که فرهنگ خود به عنوان جاذبه اصلی گردشگری محسوب می‌شود. بدون فرهنگ که تفاوت‌ها را ایجاد می‌کند همه جا شبیه هم خواهد بود و گردشگری عینیت نخواهد داشت (پاپلی یزدی، ۱۳۸۶، ص ۸۸). کشور ما نیز با داشتنی تمدنی کهن و فرهنگ و آداب و رسوم خاص خود در زمینه گردشگری از قابلیت‌های بسیار زیادی برخوردار است.

تاریخ فرهنگ ایران از حیث استقامت و ثبات در بقا و دوام، استعداد قابل ملاحظه‌ای نشان می‌دهد. امیل گروسه در این مورد می‌نویسد: «ایران حق بزرگی به گردن بشریت دارد زیرا به شهادت تاریخ، ایران با فرهنگ نیرومند و ظرفیتی که در طی قرون به وجود آورده وسیله تفاهم و توافق و هم‌آهنگی را میان ملل ایجاد کرده است، در اثر نفوذ افکار و فرهنگ ایران نژادهای مختلف دارای ایمان و عقیده مشترک شده‌اند. شعرای ایران جهانی را متمتع نموده‌اند. عرفای ایران با وجود این که کاملاً مسلمان هستند همان قدر قلب یکی مسیحی را به تپش در می‌آورند که دل یک برهمن را و به همین دلیل تعلق به تمام بشریت دارند.»

تاریخ فرهنگ ایرانی به هزاران سال پیش برمی‌گردد. مادها که نخستین قوم آریایی بودند که در نجد ایران به قدرتی عظیم رسیدند در کنار اقوام بومی شمال غربی ایران و در کنار همسایگانی متمدن‌تر و مقدم بر خود مانند قوم کشور اورارتو و آشور می‌زیستند. مادها جنبه‌های بسیاری از تمدن و فرهنگ آنان را پذیرفتند. آثار این پذیرش فرهنگی را در بسیاری از آداب آن‌ها می‌توان دید. هم‌چنین همسایگی با بین‌النهرین [میان‌رودان] باعث شده بود که طبعاً تأثیر بیشتری از تمدن بین‌النهرینی بپذیرند. بعضی از آداب دینی که بعدها در ایران عمومیت می‌یابد نیز زیر تأثیر فرهنگ بین‌النهرینی قرار داشته است. مانند این رسم که مردگان را بر سر کوهی می‌گذاشتند تا پرنندگان استخوان آن‌ها را از گوشت ایشان جدا سازند. از دوره هخامنشی نیز آثاری بر جای مانده - مانند کتیبه‌های بیستون و تخت‌جمشید - که امروزه نشان‌دهنده فرهنگ و تمدن کهن و غنی ایران است (بهار، ۱۳۸۶، صص ۱۴۸-۱۴۴).

فرهنگ ایرانی و عناصر سازنده آن

جهانگردی، دیدار و شناخت یادمان‌های تاریخی و طبیعی بی‌بدیلی است که هر کشور نمونه‌ای از آن را در خود دارد. سرزمین ما، ایران، کشوری باستانی است که زمینه‌ها و جاذبه‌های گردشگری کم نظیری را از اسلاف خود به ارث برده و این توانایی ذاتی را، به صورت رایگان، دارد که توجه تعداد زیادی از افراد مختلف در گوشه و کنار دنیا را به خود جلب کند. کشور ایران، سرزمین پهناوری است که به سبب وسعت خاک، موقعیت جغرافیایی، راه‌های ارتباطی و جاذبه‌های گردشگری، برای جهانگردان خارجی اهمیت ویژه‌ای دارد. موقعیت جغرافیایی ایران سبب شده که همانند پلی اروپا و آسیا را به هم مرتبط کند. این کشور از جنوب به دریای آزاد، و از شمال و از طریق دریای مازندران به جمهوری استقلال یافته اتحاد جماهیر شوروی سابق راه دارد. از این رو افرادی که می‌خواهند از طریق زمین از اروپا به شبه قاره هند و یا دورتر بروند، ناچار از ایران می‌گذرند.

ایران در مقایسه با سایر کشورها در حوزه‌ی فرهنگ و دینداری از فضای گردشگری مناسب‌تری برخوردار است. توانمندی‌های کشور ما برای جذب توریست با موضوع فرهنگ قابل توجه است، یعنی به خاطر قدمتی که کشور ما دارد بیشترین جذابیت را در حوزه‌ی فرهنگ و تمدن دارد. بسیاری از کشورها قادرند در حوزه‌های دیگر راحت‌تر فضا سازی کنند، ولی کشور ما در حوزه‌ی فرهنگ و مؤلفه‌های فرهنگی توانسته از مزیت نسبی لازم برخوردار شود. همان‌طور که قبلاً اشاره شد، عناصر اصلی فرهنگ ایرانی را در مجموع می‌توان به اختصار چنین برشمرد: ۱- زبان‌های ایرانی، به خصوص زبان پارسی که از شاخصه‌های اصلی فرهنگ ایرانی است. ۲- آداب و رسوم و اعیاد ملی از جمله نوروز و شب یلدا و تقویم هجری شمسی ۳- ادبیات و شخصیت‌های اسطوره‌ای از جمله رستم و اساطیر تمثیلی همچون دیو، سیمرغ و... ۴- معماری و هنر ایرانی ۵- تنوع قومی ۶- دین اسلام و به خصوص مذهب تشیع و هم‌چنین دین‌ها و آیین‌های دیگر مانند، زرتشتی، مهرپرستی و غیره. در ادامه به هر کدام از آن‌ها به طور مختصر اشاره می‌شود.

زبان‌های ایرانی

در ایران گویش وران خانواده‌های زبانی مختلفی زندگی می‌کنند که می‌توان آن‌ها را در غالب خانواده زبانی هند و اروپایی، آلتایی و سامی‌ها قرار داد. در گروه خانواده زبان‌های هند و اروپایی زبان پارسی به عنوان مهم‌ترین زبان شاخه ایرانی این خانواده نه تنها برای پارسی زبانان جهان، پژوهشگران کشورهای فارسی زبان ایران، افغانستان و تاجیکستان و شهرهای فارسی زبان ازبکستان دارای جذابیت بسیاری است^۱. بلکه ادبیات غنی این زبان و جایگاه آن به عنوان زبان دوم جهان اسلام و نقشی که به عنوان زبان میانجی در طول تاریخ از بالکان تا چین بازی کرده است جذابیت‌های بسیاری را برای پژوهشگران ادبی، تاریخ، اسطوره شناسی و مردم شناسی فراهم کرده است. بنابراین زبان فارسی می‌تواند موجبات جذب پژوهش‌گران بسیاری را که در این زمینه کار می‌کنند به کشورمان فراهم کند.

^۱ در واقع همان‌طور که قبلاً گفته شد، اگر بخواهیم نگاهی واقع بینانه به و مؤلفه‌های ایران گذشته داشته باشیم، می‌توان به مؤلفه‌هایی چون دین، فرهنگ، میراث فرهنگی، آداب و رسوم زبان و ... اشاره کنیم. اما با توجه به تجزیه کشورهای آسیای میانه و قفقاز و پراکندگی فرهنگی موجود در هند و پاکستان اصلی‌ترین عامل و مؤلفه پیوند دهنده میان کشورهای یاد شده زبان است. هنوز در کشورهایی چون افغانستان، تاجیکستان، قزاقستان و بخش‌هایی از شبه قاره هند و ایران به زبان فارسی سخن می‌گویند.

همچنین بسیاری از منابعی که در مورد تاریخ اسلام نوشته شده‌اند به زبان فارسی به همراه دو زبان ترکی و عربی تولید شده‌اند. بنابراین اسلام شناسان دنیای اسلام برای پژوهش درباره اسلام ناچارند که از این زبان استفاده کنند و به ایران بیایند.

از دیگر زبان‌های هند و اروپایی ایران کردی، بلوچی، گیلکی، مازندرانی، تالشی، تاتی، لری، لکی و صدها گویش و هزاران لهجه دیگر را می‌توان نام برد که هنوز جنبه‌های مختلف فرهنگی، زبانی، تاریخی و غیره آن‌ها بررسی و مطالعه نشده است و ایران را تبدیل به گنجینه دست نخورده‌ای از سرمایه‌های زبانی کرده است که معرفی و شناخت آن‌ها موجب جذب گردشگران و پژوهش‌گران در این زمینه را فراهم خواهد کرد.

در گروه خانواده زبانی آلتایی، ترکی آذری، قشقایی، ترکمنی با میلیون‌ها گویشور روبرو هستیم که این نیز خود می‌تواند باعث جذب گردشگران و ترک شناسان دنیا به ایران شود. کتاب‌ها و منابعی نیز در این زمینه تولید شده‌اند که فقط در ایران وجود دارند.

در ایران گروه زبان‌های سامی حامی را نیز داریم. زبان عربی دارای جایگاه برجسته‌ای در جهان اسلام است. وجود این همه زبان و گویش و لهجه از خانواده‌های زبانی مختلف در ایران و پیشینه تاریخی آن که همواره محل برخورد فرهنگ‌ها، تمدن‌ها، زبان‌ها و قوم‌های مختلف بوده است شرایط زبانی ایران را به لحاظ فرهنگی و اجتماعی بسیار پیچیده و در عین حال به لحاظ زبان شناختی جالب نموده است. این خود یکی از امتیازات فرهنگی و گردشگری برای کشورمان می‌باشد و می‌تواند علاقه‌مندان زیادی را از داخل و خارج کشور به منظور بررسی و آشنایی با این زبان‌ها به سمت خود جلب کند.

آداب و رسوم و اعیاد ملی:

در فرهنگ ایرانی به مناسبت‌های مختلف عیدهایی مانند نوروز، سیزده بدر، چهارشنبه سوری، مهرگان، جشن سده، شب یلدا (چله‌و...) برگزار می‌شوند که هر کدام نمادهای خاصی از این فرهنگ کهن و باستانی هستند، که توجه به آن‌ها و معرفی‌شان می‌تواند علاقه‌مندان زیادی را به خود جذب کند.

به لحاظ فرهنگی و آداب و رسوم هر گوشه از ایران دارای شرایط ویژه و منحصر به فردی می‌باشد که در قسمت‌های دیگر وجود ندارد. هر نقطه از ایران دارای فرهنگ و آداب و رسوم خاص خود است. به عنوان نمونه، از آداب مرسوم در ایران می‌توان به رقص‌ها و بازی‌های محلی در گوشه و کنار آن اشاره کرد. موسیقی و رقص تمام مناطق ایران قابل توجه‌اند. رقص‌های کهن آیینی و نیایشی هر قوم و ملتی ارتباط او را با مبدا جهان بیان می‌کند. در کشورمان رقص و پای‌کوبی از قدمت زیادی برخوردار است، به همین دلیل می‌توان از این آداب به عنوان یکی از عناصر فرهنگی ایران یاد کرد. رقص‌های خاص در مناطق مختلف کشورمان، همچون رقص قاسم آبادی در شمال، رقص‌های آذربایجانی، رقص تربت جام، باباکرم، رقص‌های کردی و رقص‌های مخصوص مناطق جنوبی کشورمان و بسیاری رقص‌های دیگر که هر کدام ویژگی و آداب و ارزش مخصوص به خود را دارند، می‌تواند به عنوان بخشی از فرهنگ کشورمان، نقش مهمی در صنعت گردشگری و جذب علاقه‌مندان خاص خود داشته باشد.

نیز بازی‌هایی مانند قایم موشک، ماچلوس، چوگو (چوپ و توپ)، گوبازی، چوب بازی، ترکه بازی، شتر سواری، طناب کشی، ترش بازی و به طور خلاصه، آداب و رسوم و مهم‌تر از آن زمان‌های خاص برگزاری آن‌ها، ایران را از

تنوع قابل توجهی برخوردار نموده است. مراسم و آیین‌هایی مانند، مراسم شالی کاری و هم چنین برداشت برنج در شمال، مراسم قالی شویی در مشهد اردهال در هفته دوم مهر، مراسم شیره پزی ملایر در مهر و جشن گردو در مهر و آبان در توپسرکان، مراسم برداشت خرما در دشتستان و تنگستان در اواسط شهریور، جشنواره سراسری موسیقی محلی در آذر در ایلام، جشن مهرگان در دهم مهر و جشن سده در دهم بهمن در استان تهران، برداشت زعفران و برداشت خرمن اواخر تابستان در تربت جام و گناباد، مراسم برداشت زعفران و جشن برداشت محصول زرشک در قائن و بیرجند در آذر، جشن سمنو و کلوچه پزان هفته آخرسال و مراسم آغاز آبیاری اوایل مهر در سیستان و بلوچستان، جشنواره قوچ سنجابی بهمن در ماهیدشت در اواخر بهمن و جشنواره سرپناهای عشایری در دالاهو در استان کرمانشاه، جشنواره بلوط غرب در اورامانات در اواخر پاییز، جشنواره سوارکاری در سرپل ذهاب و جشنواره تیراندازی در ماهیدشت در دهه فجر، مراسم نوروزخوانی هفته آخر سال در استان مازندران، جشنواره نوروز وصیاد در قشم و بندرعباس در اواخر آذر، جشنواره گل و گیاه شهریور در محلات، جشن انار در مهردر ساوه، مراسم کردعلی به کوه در خمین در اسفند و مراسم ناقالدی در اواخر اسفند در آشتیان، جشن سده دهم بهمن در آتشکده، جشنواره شب های کویر شب یلدا در هتل های سنتی یزد در سی ام آذر، جشنواره انار چینی در نیمه دوم مهر در تفت، جشنواره پاراگلایدر در دربید نیمه دوم مهرماه در استان یزد، مراسم عزاداری امام حسین در ماه محرم در کل کشور، تنوع پوشش زنان و مردان در جای جای ایران و هزاران مورد دیگر از جمله آداب مرسوم ایرانیان است.

کوچ نشینی نیز کهن ترین شیوه زیست بشر است که پابرجا بودن آن تا عصر حاضر از بزرگ ترین جاذبه های این شیوه معیشت است و همین شیوه خاص زندگی سبب شده ایلات و عشایر «دیدنی ترین جاذبه عصر تکنولوژی» لقب بگیرند. عشایر به شیوه ای جذاب و باورنکردنی طی قرن ها و سال های طولانی اقدام به حفظ سنن و آداب و رسوم گذشته خود نموده اند و این اصالت به جاذبه ای برای صنعت گردشگری تبدیل شده است. به طور کلی، زندگی عشایر چادرنشینی که شیوه معاش و زندگی آن ها یادگار قرن ها تلاش برای سازگاری با محیط تلقی می شود، یکی از زیباترین جاذبه های فرهنگی و اجتماعی ایران محسوب می شود.

ادبیات و شخصیت های اسطوره ای ایران

از وظایف و نقش های بسیار مهم ادبیات فارسی در طول تاریخ ایران و حیات پرارزش آن، احیا و غنا بخشیدن به هویت فرهنگی ایرانیان بوده و از آنجا که اغلب موضوعات و مطالب فرهنگی با بیان والای ادبی، در خلال متون زیبای نظم و نثر و در قالب انواع مختلف بازگو می شده همواره مورد توجه همگان بوده است. اسطوره ها، شخصیت های ادبی و تاریخی، شاعران و نویسندگان و قهرمانان اساطیری کشور نیز بخشی از هویت ایرانی و می توان گفت آسیایی هستند.

امروز همه کس می داند که شاعری مانند فردوسی، بزرگترین شاعر ایران، و شاهنامه ی او ارزنده ترین شاهکار جاودانی زبان و اندیشه و فرهنگ ایرانی است و بسیاری از محققان به حق آن را بزرگترین حماسه ی جهان خوانده اند. داستان هایی چون؛ زال و رودابه، رستم و سهراب، بیژن و منیژه، بیژن و گرازان، و جز این ها، و بعضی داستان های

دیگر به طور خاص چون رستم و اسفندیار و یا همان رستم و سهراب از شاهکارهای مسلم ادبیات جهان به شمار می‌آیند که علاقه‌مندان زیادی در سرتاسر جهان دارند.

علاوه بر فردوسی، آثار شاعرانی چون حافظ، مولانا، سعدی، بابا طاهر، عطار نیشابوری، پروین اعتصامی، اخوان ثالث و ... به عنوان شاهکارها و گنجینه‌های بی‌ظیری هستند که افتخار داشتن آن‌ها تنها نصیب کشور ما شده و وجود آن‌ها نقش ویژه‌ای در فرهنگ ایران دارد. به ویژه در میان آن‌ها سعدی و حافظ شهرت جهانی پیدا کرده‌اند. آرامگاه این دو شاعر همواره پذیرای جهانگردان بسیاری از سراسر جهان می‌باشد.

معماری ایرانی

معماری هر کشور و ملتی شناساننده وجه مادی تمدن‌ها و الگویی برای دیگر فرهنگ‌هاست. کشور ایران، بهشت باستان‌شناسان است و بیش از ۶۰۰۰ سال تاریخ پیوسته دارد. معماری در کشورهایی که صاحب تاریخ و فرهنگ باستانی هستند، از مهمترین پایه‌های تمدن دیرینه به شمار می‌آید. ایران با پیشینه مدنیت چندین هزار ساله خود، دارای راهکارهای معماری است. از نظر مردم علاقه‌مند به رشته‌های گوناگون، این هنر حائز اهمیت است. بناهای منحصر به فرد تاریخی، بناهای مذهبی مختلف، تپه‌های تاریخی تأثیر تمدن‌های مختلف در شکل‌گیری تمدن ایران را نشان می‌دهند. به عنوان نمونه گفته می‌شود که در شکل‌گیری تخت جمشید عناصر تمدن‌هایی مثل مصر و میان رودان نقش داشته‌اند. بناهای شهری منحصر به فردی مثل چغازنبیل، سازه‌های آبی شوشتر، آتشکده نوشیجان در ۲۰ کیلومتری غرب ملایر، ارگ بم، بناهای مساجد ایران، که بسیار منحصر به فردند، تپه‌هایی مانند تپه زاغه، تپه گنج دره، تپه علی کش، گودین تپه، تپه هگمتانه، بابا خان تپه و ... آتشکده‌ها، معابد هندوها، زیرزمین‌ها، مثل شهر زیرزمینی که در سامن و روستاهای ننج و کسب شهرستان ملایر است، و بسیاری موارد دیگر که همه معرف معماری اصیل ایرانی هستند اگر شناسایی و معرفی شوند قابلیت‌های بسیاری دارند و می‌توانند باعث جذب گردشگران خاص خود شوند. شاید معماری کهن ایران که در شکل و فرم جدیدش به بهترین و صحیح‌ترین وجهی معماری اسلامی را از نظر هنر و طرز تأثیرش بر تمدن کهن ایرانی به ما می‌شناساند حداقل پنج هزار سال پیش از میلاد تا عصر حاضر نمونه‌هایی مشخص ارائه نموده که از سوریه یا شامات تا هندوستان شمالی و کناره‌های چین و قفقاز پراکنده شده‌اند. پروفیسور پوپ در این زمینه می‌گوید: "بناهای ایرانی گوناگون است و از کلبه‌های دهقانی و قهوه‌خانه‌ها و کوشک‌ها گرفته تازیانه‌ترین و باشکوه‌ترین ساختمان‌هایی که جهان به چشم خود دیده است، از نظر مذهبی و هدف در ایران وجود دارد. آثار معماری ایران بیش از هر چیز مذهبی است."

تنوع قومی در ایران

در چهار گوشه کشورمان اقوام مختلفی زندگی می‌کنند. این تنوع قومی هم می‌تواند برای کشور ما فرصت باشد و هم تهدید. چنانچه به زمینه‌های انسجام ملی بی‌توجهی شود و چنانچه سرمایه‌های فرهنگی مختلف اقوام ایرانی نادیده گرفته شود، بی‌گمان تنوع قومی کشور به مرکز گریزی و رشد گفتمان‌های حاشیه‌ای و قومی خواهد انجامید. اما چنانچه سرمایه‌های فرهنگی قوم‌های مختلف ایرانی شناخته گردد، به آن‌ها بها داده شود و از هر یک از آن‌ها در جهت تقویت هویت ملی استفاده گردد و هویت ملی ایرانی متشکل از عناصر فرهنگی و هویتی همه اقوام ایرانی

معرفی گردد، تنوع قومی در ایران نه تنها تهدید نیست بلکه فرصتی است برای رشد و شکوفایی کشور. برای نمونه، تقریباً در تمامی نواحی مرزی ما قوم‌هایی زندگی می‌کنند که در بیرون از مرزهای ایران دارای دنباله‌ها و همبستگی‌هایی هستند. از این میان می‌توان به کردها در غرب و شمال غرب ایران اشاره کرد، که در کشورهای همسایه ما چون عراق، ترکیه و ارمنستان و کشورهای غیر همسایه چون سوریه دارای دنباله‌هایی هستند. چنانچه زمینه‌های لازم فراهم شود، تبادلات مختلفی که بین کردان ایران و کردان کشورهای صورت می‌گیرد موجب جذب کردان دیگر کشورها به ایران و سرازیر شدن سرمایه‌های آن‌ها به ایران می‌شود. و یا در خراسان شمالی وجود قومیت‌های گوناگون کرمانج، فارس(تات)، ترک، ترکمن، کرد و اقلیت‌های بلوچ، عرب، لر و ترک‌ها با همه ویژگی‌های فرهنگی خاص خود شان سبب شده لقب "گنجینه فرهنگ‌ها" برازنده این استان باشد.

ایران با داشتن چندین ملیون ترک، چند هزار قزاق، قرقیز، گرجی، سیک‌ها در زاهدان، عرب‌ها و چندین قوم دیگر دارای گنجینه‌ای غنی از قوم‌ها و زبان‌هاست. هر کدام از این‌ها می‌تواند باعث شود که هم‌قوم‌های آن‌ها در خارج از مرزهای ایران گرایش به داخل کشورمان داشته باشند. اما تمامی این موارد باید به نحو بسیار خوبی مدیریت شوند که این مزیت برای کشورمان در آینده برای آن مشکل ساز نباشد. به این ترتیب چنانچه در مورد هر کدام از این اقوام ایرانی با رعایت تمام جوانبی که باعث سوءاستفاده نشوند ما می‌توانیم دپارتمان‌های عرب‌شناسی، کردشناسی و غیره را ایجاد کنیم که این خود باعث جذب گردشگر می‌شود.

ادیان‌ها و آیین‌ها و اقلیت‌های مذهبی در ایران

ایران به عنوان مرکز شیعه جهان بزرگترین منبع مطالعه علاقه‌مندان در این زمینه است. شهرهایی همچون شیراز، اصفهان، قم، تهران و مهم تر از همه مشهد همواره مقصد و میعادگاه شیفتگان فرهنگ ایرانی، اسلامی و شیعی بوده است. از سوی دیگر تأثیر ژرف فرهنگ شیعی بر زبان و ادبیات و معماری و ساختار قومی و ذهنی ایرانیان زمینه‌های خوبی را برای جذب پژوهشگرانی که در تشیع کار می‌کنند فراهم آورده است. بدون اغراق می‌توان گفت که شکوفایی تشیع در ایران و وجود حوزه‌های علمیه بسیار در آن قابلیت تبدیل کشورمان به مرکز شیعه‌شناسی جهان و جذب دانشجویان و پژوهشگران علاقه‌مند به شیعه‌شناسی را دارد و در نتیجه درآمد ارزی بسیاری را نصیب کشور می‌کند. اما علاوه بر اسلام و مذهب شیعه همان‌طور که در بالا اشاره شد، ادیان دیگری زیر عنوان اقلیت‌های دینی در ایران نیز وجود دارند که از اهمیت زیادی برخوردارند و پیروان زیادی دارند و این خود می‌تواند یکی از سرمایه‌های کشورمان محسوب شود. زیرا این تنوع دینی در کشور می‌تواند گردشگران زیادی را از داخل و خارج به خود جلب کند.

ایران کانون زردتشتیان جهان است. در حال حاضر، زرتشتیان ایران را می‌توان دومین جمعیت غیر مسلمان از لحاظ تعداد دانست.

هم‌چنین ارمنیان در ایران اکثراً در شهرهای تهران، اصفهان و تبریز تمرکز یافته و جوامع کوچکی از آنان نیز در شهرها و روستاهای مختلف ایران پراکنده شده‌اند.

در مورد یهودیان نیز می‌توان گفت که، پیشینه حضور آن‌ها در ایران به ۲۷۰۰ سال پیش باز می‌گردد.

گروه‌های مسیحیان فارسی زبان ایران از چندین سال قبل (دوره قاجار) و مصادف با ترجمه کتاب مقدس (عهد عتیق و عهد جدید) ایجاد شدند و شروع به رشد نمودند.

همان‌طور که در بالا اشاره کردیم، ایران علاوه بر آثار اسلامی، دارای معابد و کلیساهای بی‌بدیلی است که در کشورهای دیگر وجود ندارد. به طور مثال قدیمی‌ترین کلیسای جهان در ایران قرار دارد. هم‌چنین می‌توان با توجه به حضور ادیان توحیدی متفاوت و وجود پیروان و معتقدان بسیار آن‌ها در ایران، انواع توریسم مذهبی را در کشور ایجاد کرد. همان‌گونه که مسلمانان سالانه به سفرهای متعدد مذهبی مثل، سفر حج، عتبات عالیات و اماکن مقدسه کشور سوریه می‌روند و اثرات مختلف در این مناطق بر جای می‌گذارند، ایران نیز می‌تواند جزء اهداف گردشگری بسیاری از مسلمانان جهان به شمار آید.

گردشگری مقدمه‌ای است با پیچیدگی‌های بسیار و از آنجا که در ارتباط مستقیم با مسائل انسانی است و افراد محور اصلی این مقوله محسوب می‌شوند و توجه به این نکته که گردشگری برای فرد گردشگر عواید مادی در بر نداشته و اشخاص جهت تقویت روحیه، استراحت و تفریح یا پژوهش اقدام به گردشگری می‌نمایند، بنابراین توجه به سهولت دسترسی به امکانات توسط افرادی که از کشورهای مختلف با فرهنگ‌ها و قوانین متفاوت وارد کشور مقصد می‌شوند و با تفاوت‌ها و گاهی تناقضاتی روبرو می‌شوند حائز اهمیت بوده و در جهت جلب گردشگر و برداشتن موانع فرهنگی از سر راه گردشگر بسیار حائز اهمیت است.

این موانع و تنگناها عبارتند از: تبلیغات، متخصص نبودن راهنمایان تور، پندارهای نادرست، اطلاعات و آگاهی ناکافی مردم در زمینه مسایل جهانگردی، کمبود امکانات رفاهی و پزشکی، عدم توجه به علایق مختلف جهانگردان، امنیت، ضعف نظام آماری، مدیریت و سازمان‌دهی نیروی انسانی و آموزش.

از دیگر مشکلات فرهنگی که بین میزبان و گردشگر می‌تواند وجود داشته باشد می‌تواند حضور زبان باشد. که به‌عنوان مانعی ممکن است عامل مهمی باشد که درک بازدیدکننده را از جامعه میزبان محدود می‌کند. موانع زبانی مانند پوششی عمل می‌کنند که تعامل بین گردشگر و میزبان را محدود می‌کنند. این موانع مشکلاتی را به وجود می‌آورند و نیازمند آموزش گردشگری برای بازدیدکننده و میزبان است. نکته اصلی در آموزش گردشگری فراهم کردن اطلاعات برای گردشگر، توصیف مثلاً رفتارهایی که برای مردم محلی قابل قبول نیست، آداب و رسوم لباس پوشیدن و ادب و نزاکت و غیره است (هاشیموتو، ۲۰۰۲، ص ۲۱۶).

نیز برخی از گردشگران بیش از دیگران نسبت به فرهنگ بومی حساسند. بعضی از افراد نسبت به آداب و رسوم و سنت‌های محلی جامعه میزبان بی‌تفاوتند و هدف دیگری از گردشگری دارند. اما بعضی دیگر صرفاً به‌خاطر فرهنگ و یا آداب و رسوم خاص یک منطقه به آنجا می‌روند. یکی از مشکلاتی که در فعالیت گردشگری وجود دارد این است که گردشگران و میزبانها اغلب دیدگاه‌های بسیار متفاوتی نسبت به یک کشور و جامعه آن دارند (همان).

بنابراین می‌توان گفت که کشور ایران با وجود این همه قابلیت که در زمینه‌های مختلف به لحاظ گردشگری دارد با موانع و مشکلاتی روبرو است که مانع رشد و توسعه گردشگری در آن می‌شود. این موانع که می‌توان از جمله مهمترین آن به مواردی اشاره کرد مانند، نبود نیروی متخصص و کارآزموده یا همان راهنمایان تور با تجربه و تحصیل کرده در این زمینه و آشنا نبودن آن‌ها با زبان‌های پرگویشور دنیا، فقدان تبلیغات، کتاب، بروشور، کاتالوگ و

غیره به منظور معرفی و شناخت بیشتر جاذبه‌های مختلف کشورمان، نبود امنیت در بعضی نقاط کشور مانند ربوده شدن گردشگران خارجی در استان سیستان و بلوچستان، البته رخ دادن چنین اتفاقاتی باعث شده که گردشگران خارجی تصورات اشتباهی راجع به ایران پیدا کنند و به لحاظ سیاسی، حجاب و بسیاری مسایل دیگر ایران را ناامن تلقی کنند و وظیفه پژوهشگران و افراد متخصص در زمینه گردشگری است که با معرفی و تبلیغات صحیح چنین تصوراتی را برطرف کنند و دید گردشگران را نسبت به کشورمان مثبت کنند، و بسیاری مسایل دیگر.

نتیجه‌گیری

آن چه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته بُعد فرهنگ و عناصر سازنده آن و تأثیر و نقشی که فرهنگ کهن ایرانی می‌تواند در گسترش گردشگری این کشور داشته باشد بوده است. فرهنگ هر جامعه بستر مناسبی جهت رشد و تکامل گردشگری است و گردشگری ایجاد شده می‌تواند بر مبنای فرهنگ رایج در جامعه تعریف شود. بسیاری از قابلیت‌های فرهنگی و مدنی در پهنه گستره تاریخ و فرهنگ کشور می‌تواند و یا باید به خارجیان و یا جهانگردان عرضه شود. ایران به معنای کامل کشوری غنی است. هم از لحاظ فرهنگی، هم تاریخی و هم مذهبی همواره حرفی برای گفتن داشته و در جای جای دنیا می‌توانیم تاثیر فرهنگ ایرانی اسلامی را ببینیم احترام به سنت‌ها را می‌توان از ویژگی‌های حسن برانگیز مردم ایران دانست. هر کدام از عناصر سازنده فرهنگ ایران، در صورت مطالعه و معرفی، می‌تواند تبدیل به یک جاذبه برای صنعت گردشگری کشورمان شود. زیرا به لحاظ جاذبه‌های فرهنگی و گردشگری هر شهر از ایران دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشد. ما در گوشه و کنار ایران آثاری از این فرهنگ را می‌بینیم. به عنوان نمونه، آداب و رسوم و جشن‌ها و تنوع زبانی و قومی ایران در کمتر جایی از دنیا دیده می‌شود، معماری اصیل ایرانی که قدمت آن به هزاران سال پیش برمی‌گردد و در برخی از سبک‌های خاص آن رمزهای ناگشوده‌ای نهفته است، از جلوه‌های گردشگری ایران به حساب می‌آید.

پی‌نوشت‌ها

1-cultural diffusion

2-Tourist boards

منابع

- آشوری، داریوش (۱۳۸۰). *تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ*. تهران: انتشارات آگاه.
- الوانی، سید مهدی؛ و پیروزیخت، معصومه (۱۳۸۵). *فرایند مدیریت جهانگردی*. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، بهار، مهرداد (۱۳۸۴). *از اسطوره تا تاریخ*. تهران: نشر چشمه،
- پاپای یزدی، محمدحسین؛ و سقایی، مهدی (۱۳۸۶). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*. تهران: انتشارات سمت،
- داس‌ویل، راجر (۱۳۷۸). *مدیریت جهانگردی*. ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی،
- رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۸۵). *جغرافیا و صنعت توریسم*. تهران: دانشگاه پیام نور،
- محمدی، محمود (۱۳۸۲). « چشم‌انداز و رویکرد بخش گردشگری مبتنی بر سیاست خارجی در برنامه چهارم». همایش کاستی‌ها و راهکارهای بخش فرهنگ، ۱۳۸۲، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران.
- هریسن، لارنس؛ و هاتینگتون، ساموئل (۱۳۸۳). *اهمیت فرهنگ، انجمن توسعه مدیران ایران*. تهران: انتشارات امیرکبیر،
- Hashimoto, Atsuko, (2002) "Tourism and Socio-cultural Development Issues", in **Tourism and Development**, Edited by Richard Sharply and David J. Telfer, Toronto: Channel View Publications
- J. Lickorish, Leonard and L. Jenkins, Carson, (1997) **An Introduction to Tourism**, Reed Educational and Professional Publishing Ltd
- K. Smith, Melanie, (2003), **Issues in Cultural Tourism**, London;Rutledge.