

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

معاونت پژوهشی و فن آوری

کارشناسی ارشد رشته ایران‌شناسی (گرایش فرهنگ مردم، آداب و رسوم و میراث فرهنگی)

بررسی تطبیقی وضعیت توسعه گردشگری میراث
(نمونه موردی: قلعه رودخان فومن و قلعه گوگرد گلپایگان)

از:

لیلا کریمی

استاد راهنما: دکتر مجید یاسوری

استاد مشاور: دکتر محمد زاهدی

شهریور ماه ۱۳۹۲

تقدیم به :

بدر و ماور عزیز

تشکر و قدردانی

سپاس ایزد یکتا را که آدمی را به قوه اندیشه بیآراست تا آن را در راه شناخت آفریدگار خویش به کار بندد.

از استاد ارجمند آقای دکتر مجید یاسوری به پاس حمایت های بی دریغ و پشتگرمی شان سپاسگزارم و نیز مدیون زحمات آقای دکتر محمد زاهدی نیز هستم.

قدردان آقای دکتر سید هاشم موسوی و آقای دکتر روشن بابایی که زحمت بازخوانی و داوری این پژوهش را تقبل کردند می باشم.

از مردمان خوب و مهمان نواز روستای حیدرآلات و شهر گوگرد که اگر همراهی صمیمانه آن ها نبود پژوهش حاضر به سرانجام نمی رسید کمال تشکر را دارم، از آن جمله اند: در روستای حیدرآلات: خانواده های مرادی و مسعودی، و در شهر گوگرد: دوست عزیزم فاطمه حاج نوروزی و خانواده محترم شان، خانم عصار مدیر ارگ گوگرد، آقای منتظری هنرمند پیکره تراش، آقای گرامی مدیر در مانگاه آیت اله گلپایگانی.

از اساتید ارجمند و کارشناسان محترم گروه ایرانشناسی دانشگاه گیلان سپاسگزارم. از کمک و همراهی تمامی دوستان عزیز که موجب دلگرمی ام بودند تشکر می کنم.

۱	مقدمه
۲	فصل اول: کلیات
۳	۱-۱- طرح مسأله
۵	۲-۱- اهداف تحقیق
۵	۳-۱- سؤالات تحقیق
۶	۴-۱- فرضیات تحقیق
۶	۵-۱- ضرورت تحقیق
۶	۶-۱- مشکلات تحقیق
۷	۷-۱- روش تحقیق و مراحل انجام پایان‌نامه
۸	۸-۱- مفاهیم واژگان
۹	۹-۱- پیشینه‌ی تحقیق
۱۸	فصل دوم: مبانی نظری
۱۹	۱-۲- مفهوم گردشگری
۱۹	۲-۲- تاریخچه مسافرت و گردشگری در جهان و ایران
۲۱	۳-۲- گونه های گردشگری
۲۳	۴-۲- میراث فرهنگی و گردشگری
۲۵	۲-۴-۱- قلعه ها
۲۵	۲-۴-۱-۱- پیشینه قلعه ها در جهان و ایران
۲۹	۲-۴-۲- فضای درونی قلعه ها
۳۰	۵-۲- هدف و انگیزه سفر
۳۱	۶-۲- ارکان صنعت گردشگری: عوامل موثر در جذب گردشگر
۳۴	۷-۲- رضایت گردشگر از مقصد
۳۴	۸-۲- رویکردها نسبت به توسعه گردشگری در مقصد
۳۵	۹-۲- اثرات صنعت گردشگری
۳۵	۲-۹-۱- اثرات اقتصادی گردشگری
۳۷	۲-۹-۲- اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری
۳۹	۲-۹-۳- اثرات محیطی گردشگری
۴۰	۲-۱۰- گردشگری پایدار
۴۱	۲-۱۰-۱- گردشگری پایدار و مشارکت جامعه محلی
۴۳	فصل سوم: معرفی ویژگی های طبیعی و انسانی مناطق مورد مطالعه
۴۴	۳-۱-۱- استان گیلان
۴۶	۳-۱-۲- شهرستان فومن
۴۷	۳-۱-۳- روستای حیدرآلات
۴۷	۳-۱-۳-۱- ویژگی های طبیعی

۴۷	۱-۱-۳-۱-۳	موقعیت جغرافیایی
۴۷	۲-۱-۳-۱-۳	خصوصیات اقلیمی
۴۸	۳-۱-۳-۱-۳	منابع آب
۴۸	۲-۳-۱-۳	ویژگی های انسانی
۴۸	۱-۲-۳-۱-۳	جمعیت
۴۸	۲-۲-۳-۱-۳	قومیت
۴۹	۳-۲-۳-۱-۳	زبان
۴۹	۴-۲-۳-۱-۳	مذهب
۴۹	۳-۳-۱-۳	ویژگی های اقتصادی
۴۹	۱-۳-۳-۱-۳	فعالیت و اشتغال
۵۰	۲-۳-۳-۱-۳	امکانات و تسهیلات زندگی
۵۰	۴-۳-۱-۳	وجه تسمیه روستا
۵۰	۱-۲-۳	استان اصفهان
۵۱	۲-۲-۳	شهرستان گلپایگان
۵۲	۳-۲-۳	شهر گوگرد
۵۲	۱-۳-۲-۳	ویژگی های طبیعی
۵۲	۱-۱-۳-۲-۳	موقعیت جغرافیایی
۵۳	۲-۱-۳-۲-۳	خصوصیات اقلیمی
۵۳	۳-۱-۳-۲-۳	منابع آب
۵۳	۲-۳-۲-۳	ویژگی های انسانی
۵۳	۱-۲-۳-۲-۳	جمعیت
۵۳	۲-۲-۳-۲-۳	قومیت
۵۴	۳-۲-۳-۲-۳	زبان
۵۴	۴-۲-۳-۲-۳	مذهب
۵۴	۳-۳-۲-۳	ویژگی های اقتصادی
۵۴	۲-۳-۳-۲-۳	امکانات و تسهیلات زندگی
۵۵	۴-۳-۲-۳	وجه تسمیه شهر گوگرد
۵۶		فصل چهارم: دستاوردهای تحقیق
۵۷	۱-۴	جاذبه های گردشگری مناطق مورد مطالعه
۵۷	۱-۱-۴	جاذبه های گردشگری در منطقه حیدرآلات
۵۷	۱-۱-۱-۴	قلعه رودخان
۵۹	۱-۱-۱-۱-۴	قلعه رودخان در متون تاریخی
۶۰	۲-۱-۱-۴	جاذبه های طبیعی
۶۱	۳-۱-۱-۴	جاذبه های انسانی

- ۶۱-۱-۱-۳-۱- غذاها و خوراک های محلی.....
- ۶۳-۱-۱-۳-۲- موسیقی.....
- ۶۳-۱-۱-۳-۳- نوروزنامه خوانی.....
- ۶۳-۱-۱-۳-۴- صنایع دستی و چره ریزی.....
- ۶۴-۱-۱-۳-۵- مشارکت فعال زنان در امور کشاورزی.....
- ۶۵-۱-۱-۳-۶- معماری محلی.....
- ۶۶-۱-۲-۱-۲- جاذبه های گردشگری در منطقه گوگرد.....
- ۶۶-۱-۲-۱-۱- قلعه گوگرد.....
- ۶۸-۱-۲-۲-۲- جاذبه های طبیعی.....
- ۷۰-۱-۲-۳-۳- جاذبه های انسانی.....
- ۷۰-۱-۲-۳-۱- صنایع دستی.....
- ۷۱-۱-۲-۳-۲- معماری محلی.....
- ۷۲-۱-۲-۳-۳- آیین نخل برداری روز ۱۲ محرم.....
- ۷۳-۱-۲-۳-۴- غذاها و خوراک های محلی.....
- ۷۴-۱-۲-۴-۴- آثار تاریخی گلپایگان.....
- ۷۸-۲-۲-۲-۲- پرسشنامه گردشگران.....
- ۷۸-۱-۲-۲-۱- اطلاعات فردی گردشگران.....
- ۷۸-۱-۲-۲-۱- جنس.....
- ۷۹-۲-۱-۲-۲- سن.....
- ۸۰-۳-۱-۲-۲- تحصیلات.....
- ۸۱-۴-۱-۲-۲- محل سکونت(مبدأ) گردشگران.....
- ۸۲-۵-۱-۲-۲- شغل گردشگران.....
- ۸۳-۶-۱-۲-۲- درآمد.....
- ۸۴-۲-۲-۲- تعداد دفعات بازدید از قلعه ها.....
- ۸۵-۳-۲-۲-۲- همراهان گردشگران.....
- ۸۶-۴-۲-۲-۲- وسیله سفر گردشگران.....
- ۸۷-۵-۲-۲-۲- منبع کسب اطلاع از وجود قلعه ها.....
- ۸۸-۶-۲-۲-۲- مدت اقامت گردشگران.....
- ۸۹-۷-۲-۲-۲- محل اقامت گردشگران.....
- ۹۰-۸-۲-۲-۲- عوامل موثر بر انتخاب مقصد.....
- ۹۰-۱-۸-۲-۲- ارزش ذاتی قلعه.....
- ۹۱-۲-۸-۲-۲- سرمایه گذاری در امور زیرساختی: امکانات و تسهیلات عمومی.....
- ۹۲-۳-۸-۲-۲- سرمایه گذاری در تسهیلات گردشگری.....
- ۹۳-۴-۸-۲-۲- عوامل اجتماعی-فرهنگی.....

- ۹۴.....عوامل جغرافیایی.....۵-۸-۲-۴
- ۹۵.....قصد از سفر.....۹-۲-۴
- ۹۶.....انگیزه سفر گردشگران.....۱۰-۲-۴
- ۹۷.....ارزیابی مقصد: سنجش سطح رضایت گردشگران از ویژگی های مقصد.....۱۱-۲-۴
- ۹۷.....سطح رضایت از جذابیت های قلعه.....۱-۱۱-۲-۴
- ۹۸.....سطح رضایت از جاذبه های طبیعی و آب و هوا.....۲-۱۱-۲-۴
- ۹۹.....سطح رضایت از عوامل اجتماعی-فرهنگی.....۳-۱۱-۲-۴
- ۱۰۰.....سطح رضایت از امکانات و خدمات عمومی.....۴-۱۱-۲-۴
- ۱۰۱.....سطح رضایت از تسهیلات گردشگری.....۵-۱۱-۲-۴
- ۱۰۲.....رضایت کلی از سفر و بازدید از قلعه ها.....۱۲-۲-۴
- ۱۰۳.....وفاداری به مقصد.....۱۳-۲-۴
- ۱۰۳.....تبلیغ مقصد و پیشنهاد سفر به دیگران.....۱-۱۳-۲-۴
- ۱۰۴.....بازگشت مجدد به مقصد.....۲-۱۳-۲-۴
- ۱۰۵.....پرسشنامه جامعه محلی.....۳-۴
- ۱۰۵.....اطلاعات فردی پاسخ گویان.....۱-۳-۴
- ۱۰۵.....جنس.....۱-۱-۳-۴
- ۱۰۶.....سن.....۲-۱-۳-۴
- ۱۰۷.....مدت سکونت.....۳-۱-۳-۴
- ۱۰۸.....وضعیت تأهل.....۴-۱-۳-۴
- ۱۰۹.....تحصیلات.....۵-۱-۳-۴
- ۱۱۰.....شغل.....۶-۱-۳-۴
- ۱۱۱.....درآمد ماهانه.....۷-۱-۳-۴
- ۱۱۲.....میزان مشارکت ساکنان در فعالیت های اقتصادی گردشگری.....۲-۳-۴
- ۱۱۲.....نقش افراد پاسخ گو در بازار گردشگری.....۱-۲-۳-۴
- ۱۱۳.....میزان مشارکت اعضای خانواده در فعالیت های گردشگری.....۲-۲-۳-۴
- ۱۱۴.....اثرات و پیامدهای اقتصادی گردشگری برای جامعه محلی.....۳-۳-۴
- ۱۱۹.....اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری.....۴-۳-۴
- ۱۲۶.....اثرات محیطی گردشگری.....۵-۳-۴
- ۱۲۹.....دیدگاه های جامعه محلی درباره وضعیت گردشگری در آینده و چگونگی توسعه آن.....۶-۳-۴
- ۱۳۶.....میزان و طریقه مشارکت جامعه محلی در برنامه ریزی.....۷-۳-۴
- ۱۳۸.....آزمون فرضیات.....۴-۴
- ۱۳۸.....فرضیه اول.....۱-۴-۴
- ۱۴۷.....آزمون فرضیه دوم.....۲-۴-۴

۱۵۱	فصل پنجم: جمع بندی و نتیجه گیری
۱۵۲	۱-۶- تحلیل پرسشنامه گردشگران
۱۵۷	۲-۶- تحلیل جامعه محلی
۱۶۲	۳-۵- ارائه پیشنهادات و راهکارها
۱۶۲	۱-۳-۵- راهکارهای عمومی
۱۶۳	۲-۳-۵- راهکارهای اختصاصی
۱۶۳	۱-۲-۳-۵- قلعه رودخان
۱۶۴	۲-۲-۳-۵- قلعه گوگرد
۱۶۵	۳-۳-۵- توصیه محقق جهت تحقیقات بعدی
۱۶۶	منابع فارسی
۱۶۹	منابع لاتین
۱۶۹	منابع اینترنتی
۱۷۰	پیوست
۱۷۱	پرسشنامه‌ی گردشگران
۱۷۲	پرسشنامه‌ی جامعه محلی

فهرست جداول

صفحه	جداول
۸	جدول ۱-۱- تعداد پرسشنامه های مورد استفاده در تحقیق
۱۰۵	جدول ۱-۴- جنس پاسخ گویان محلی
۱۰۶	جدول ۲-۴- سن پاسخ گویان محلی
۱۰۷	جدول ۳-۴- مدت سکونت افراد محلی
۱۰۸	جدول ۴-۴- وضعیت تأهل پاسخ گویان محلی
۱۰۹	جدول ۵-۴- تحصیلات افراد محلی
۱۱۰	جدول ۶-۴- شغل پاسخ گویان محلی
۱۱۱	جدول ۷-۴- درآمد ماهانه پاسخ گویان محلی
۱۱۲	جدول ۸-۴- نقش افراد محلی در بازار گردشگری
۱۱۳	جدول ۹-۴- میزان مشارکت اعضای خانواده در فعالیت های گردشگری
۱۱۴	جدول ۱۰-۴- افزایش فرصت های شغلی
۱۱۵	جدول ۱۱-۴- افزایش هزینه های زندگی
۱۱۶	جدول ۱۲-۴- فراهم شدن فرصت تجارت محلی
۱۱۷	جدول ۱۳-۴- افزایش سطح رفاه
۱۱۸	جدول ۱۴-۴- افزایش امکانات، تسهیلات و خدمات عمومی
۱۱۹	جدول ۱۵-۴- کاهش امنیت ساکنین محلی
۱۲۰	جدول ۱۶-۴- افزایش غرور مردم محلی

- جدول ۴-۱۷- افزایش تعاملات و تبادلات میان فرهنگی ۱۲۱
- جدول ۴-۱۸- فراهم شدن فرصت های اجتماعی شدن و معاشرت کردن ۱۲۲
- جدول ۴-۱۹- تغییر فرهنگ آداب و رسوم محلی ۱۲۳
- جدول ۴-۲۰- احیای صنایع دستی بومی ۱۲۴
- جدول ۴-۲۱- لزوم به کنار گذاشتن اعتقادات و تعصبات محلی ۱۲۵
- جدول ۴-۲۲- توجه مسئولین به حفاظت منطقه ۱۲۶
- جدول ۴-۲۳- ایجاد شلوغی، ترافیک و ازدحام جمعیت ۱۲۷
- جدول ۴-۲۴- آلودگی محیط طبیعی ۱۲۸
- جدول ۴-۲۵- نظر سنجی درباره جداسازی اقامتگاه و محل بازدید گردشگران ۱۲۹
- جدول ۴-۲۶- بیشتر بودن وزن منافع مثبت گردشگری ۱۳۰
- جدول ۴-۲۷- گردشگری، عامل اصلی توسعه ۱۳۱
- جدول ۴-۲۸- بهترین نتیجه حاصل از توسعه گردشگری از دید مردم ۱۳۲
- جدول ۴-۲۹- بدترین نتیجه حاصل از گسترش گردشگری از دید مردم ۱۳۳
- جدول ۴-۳۰- نحوه برخورد گردشگران با مردم محلی ۱۳۴
- جدول ۴-۳۱- دیدگاه مردم محلی درباره توسعه گردشگری ۱۳۵
- جدول ۴-۳۲- روش های مشارکت جامعه محلی در برنامه ریزی ۱۳۶
- جدول ۴-۳۳- نتیجه آزمون فرضیه اول-الف در منطقه رودخان ۱۳۹
- جدول ۴-۳۴- نتیجه آزمون فرضیه اول-الف در منطقه گوگد ۱۳۹
- جدول ۴-۳۵- نتیجه آزمون فرضیه اول-ب در منطقه رودخان ۱۴۰
- جدول ۴-۳۶- نتیجه آزمون فرضیه اول-ب در منطقه گوگد ۱۴۱
- جدول ۴-۳۷- نتیجه آزمون فرضیه اول-ج در منطقه رودخان ۱۴۲
- جدول ۴-۳۸- نتیجه آزمون فرضیه اول-ج در منطقه گوگد ۱۴۲
- جدول ۴-۳۹- نتیجه آزمون فرضیه اول-ج-۱ در منطقه رودخان ۱۴۳
- جدول ۴-۴۰- نتیجه آزمون فرضیه اول-ج-۱ در منطقه گوگد ۱۴۴
- جدول ۴-۴۱- نتیجه آزمون فرضیه اول-ج-۲ در منطقه رودخان ۱۴۵
- جدول ۴-۴۲- نتیجه آزمون فرضیه اول-ج-۲ در منطقه گوگد ۱۴۵
- جدول ۴-۴۳- نتیجه آزمون فرضیه اول-د در منطقه رودخان ۱۴۶
- جدول ۴-۴۴- نتیجه آزمون فرضیه اول-د در منطقه گوگد ۱۴۷
- جدول ۴-۴۵- نتیجه آزمون فرضیه دوم در منطقه رودخان ۱۴۸
- جدول ۴-۴۶- نتیجه آزمون فرضیه دوم در منطقه گوگد ۱۴۹
- جدول ۴-۴۷- نتیجه آزمون فرضیه ها ۱۵۰

فهرست نمودارها

نمودار	صفحه
نمودار ۴-۱- جنس گردشگران قلعه رودخان.....	۷۸
نمودار ۴-۲- جنس گردشگران قلعه گوگد.....	۷۸
نمودار ۴-۳- سن گردشگران قلعه رودخان.....	۷۹
نمودار ۴-۴- سن گردشگران قلعه گوگد.....	۷۹
نمودار ۴-۵- تحصیلات گردشگران قلعه رودخان.....	۸۰
نمودار ۴-۶- تحصیلات گردشگران قلعه گوگد.....	۸۰
نمودار ۴-۷- مبدأ گردشگران قلعه رودخان.....	۸۱
نمودار ۴-۸- مبدأ گردشگران قلعه گوگد.....	۸۱
نمودار ۴-۹- شغل گردشگران قلعه رودخان.....	۸۲
نمودار ۴-۱۰- شغل گردشگران قلعه گوگد.....	۸۲
نمودار ۴-۱۱- درآمد ماهانه گردشگران قلعه رودخان.....	۸۳
نمودار ۴-۱۲- درآمد ماهانه گردشگران قلعه گوگد.....	۸۳
نمودار ۴-۱۳- دفعات بازدید گردشگران از قلعه رودخان.....	۸۴
نمودار ۴-۱۴- دفعات بازدید گردشگران از قلعه گوگد.....	۸۴
نمودار ۴-۱۵- همراهان گردشگران قلعه رودخان.....	۸۵
نمودار ۴-۱۶- همراهان گردشگران قلعه گوگد.....	۸۵
نمودار ۴-۱۷- وسیله سفر گردشگران قلعه رودخان.....	۸۶
نمودار ۴-۱۸- وسیله سفر گردشگران قلعه گوگد.....	۸۶
نمودار ۴-۱۹- منبع خبر گردشگران قلعه رودخان.....	۸۷
نمودار ۴-۲۰- منبع خبر گردشگران قلعه گوگد.....	۸۷
نمودار ۴-۲۱- مدت اقامت گردشگران قلعه رودخان.....	۸۸
نمودار ۴-۲۲- مدت اقامت گردشگران قلعه گوگد.....	۸۸
نمودار ۴-۲۳- محل اقامت گردشگران قلعه رودخان.....	۸۹
نمودار ۴-۲۴- محل اقامت گردشگران قلعه گوگد.....	۸۹
نمودار ۴-۲۵- اثرگذاری ارزش ذاتی قلعه رودخان بر انتخاب گردشگران آن.....	۹۰
نمودار ۴-۲۶- اثرگذاری ارزش ذاتی قلعه گوگد بر انتخاب گردشگران آن.....	۹۰
نمودار ۴-۲۷- اثرگذاری امکانات و تسهیلات عمومی بر انتخاب گردشگران قلعه رودخان.....	۹۱
نمودار ۴-۲۸- اثرگذاری امکانات و تسهیلات عمومی بر انتخاب گردشگران قلعه گوگد.....	۹۱
نمودار ۴-۲۹- اثرگذاری تسهیلات گردشگری بر انتخاب گردشگران قلعه رودخان.....	۹۲
نمودار ۴-۳۰- اثرگذاری تسهیلات گردشگری بر انتخاب گردشگران قلعه گوگد.....	۹۲
نمودار ۴-۳۱- اثرگذاری عوامل اجتماعی-فرهنگی بر گردشگران قلعه رودخان.....	۹۳
نمودار ۴-۳۲- اثرگذاری عوامل اجتماعی-فرهنگی بر گردشگران قلعه گوگد.....	۹۳

- نمودار ۳۳-۴- اثر گذاری عوامل جغرافیایی بر گردشگران قلعه رودخان..... ۹۴
- نمودار ۳۴-۴- اثر گذاری عوامل جغرافیایی بر گردشگران قلعه گوگد..... ۹۴
- نمودار ۳۵-۴- قصد سفر گردشگران قلعه رودخان..... ۹۵
- نمودار ۳۶-۴- قصد سفر گردشگران قلعه گوگد..... ۹۵
- نمودار ۳۷-۴- انگیزه سفر گردشگران قلعه رودخان..... ۹۶
- نمودار ۳۸-۴- انگیزه سفر گردشگران قلعه گوگد..... ۹۶
- نمودار ۳۹-۴- سطح رضایت از جذابیت های قلعه رودخان..... ۹۷
- نمودار ۴۰-۴- سطح رضایت از جذابیت های قلعه گوگد..... ۹۷
- نمودار ۴۱-۴- سطح رضایت از جاذبه های طبیعی و آب و هوا- گردشگران قلعه رودخان..... ۹۸
- نمودار ۴۲-۴- سطح رضایت از جاذبه های طبیعی و آب و هوا- گردشگران قلعه گوگد..... ۹۸
- نمودار ۴۳-۴- سطح رضایت از عوامل اجتماعی-فرهنگی: گردشگران قلعه رودخان..... ۹۹
- نمودار ۴۴-۴- سطح رضایت از عوامل اجتماعی-فرهنگی: گردشگران قلعه گوگد..... ۹۹
- نمودار ۴۵-۴- سطح رضایت گردشگران قلعه رودخان از امکانات و خدمات عمومی..... ۱۰۰
- نمودار ۴۶-۴- سطح رضایت گردشگران قلعه گوگد از امکانات و خدمات عمومی..... ۱۰۰
- نمودار ۴۷-۴- سطح رضایت گردشگران قلعه رودخان از تسهیلات گردشگری..... ۱۰۱
- نمودار ۴۸-۴- سطح رضایت گردشگران قلعه گوگد از تسهیلات گردشگری..... ۱۰۱
- نمودار ۴۹-۴- رضایت کلی گردشگران قلعه رودخان از سفر..... ۱۰۲
- نمودار ۵۰-۴- رضایت کلی گردشگران قلعه گوگد از سفر..... ۱۰۲
- نمودار ۵۱-۴- تمایل گردشگران قلعه رودخان به تبلیغ آن..... ۱۰۳
- نمودار ۵۲-۴- تمایل گردشگران قلعه گوگد به تبلیغ آن..... ۱۰۳
- نمودار ۵۳-۴- بازگشت مجدد گردشگران قلعه رودخان..... ۱۰۴
- نمودار ۵۴-۴- بازگشت مجدد گردشگران قلعه گوگد..... ۱۰۴
- نمودار ۵۵-۴- جنس پاسخ گویان حیدرآلات..... ۱۰۵
- نمودار ۵۶-۴- جنس پاسخ گویان گوگد..... ۱۰۵
- نمودار ۵۷-۴- سن پاسخ گویان حیدرآلات..... ۱۰۶
- نمودار ۵۸-۴- سن پاسخ گویان گوگد..... ۱۰۶
- نمودار ۵۹-۴- مدت سکونت پاسخ گویان محلی حیدرآلات..... ۱۰۷
- نمودار ۶۰-۴- مدت سکونت پاسخ گویان محلی گوگد..... ۱۰۷
- نمودار ۶۱-۴- وضعیت تأهل پاسخ گویان در حیدرآلات..... ۱۰۸
- نمودار ۶۲-۴- وضعیت تأهل پاسخ گویان در گوگد..... ۱۰۸
- نمودار ۶۳-۴- تحصیلات پاسخ گویان در حیدرآلات..... ۱۰۹
- نمودار ۶۴-۴- تحصیلات پاسخ گویان در گوگد..... ۱۰۹
- نمودار ۶۵-۴- شغل پاسخ گویان محلی حیدرآلات..... ۱۱۰
- نمودار ۶۶-۴- شغل پاسخ گویان محلی گوگد..... ۱۱۰

- نمودار ۶۷-۴- درآمد ماهانه پاسخ گویان محلی حیدرآلات..... ۱۱۱
- نمودار ۶۸-۴- درآمد ماهانه پاسخ گویان محلی گوگرد..... ۱۱۱
- نمودار ۶۹-۴- نقش افراد پاسخ گو در بازار گردشگری-حیدرآلات..... ۱۱۲
- نمودار ۷۰-۴- نقش افراد پاسخ گو در بازار گردشگری-گوگرد..... ۱۱۲
- نمودار ۷۱-۴- مشارکت خانواده در فعالیت های گردشگری-حیدرآلات..... ۱۱۳
- نمودار ۷۲-۴- مشارکت خانواده در فعالیت های گردشگری-گوگرد..... ۱۱۳
- نمودار ۷۳-۴- افزایش فرصت های شغلی-حیدرآلات..... ۱۱۴
- نمودار ۷۴-۴- افزایش افزایش فرصت های-گوگرد..... ۱۱۴
- نمودار ۷۵-۴- افزایش هزینه های زندگی: حیدرآلات..... ۱۱۵
- نمودار ۷۶-۴- افزایش هزینه های زندگی: گوگرد..... ۱۱۵
- نمودار ۷۷-۴- فراهم شدن فرصت تجارت محلی: حیدرآلات..... ۱۱۶
- نمودار ۷۸-۴- فراهم شدن فرصت تجارت محلی: گوگرد..... ۱۱۶
- نمودار ۷۹-۴- افزایش سطح رفاه: حیدرآلات..... ۱۱۷
- نمودار ۸۰-۴- افزایش سطح رفاه: گوگرد..... ۱۱۷
- نمودار ۸۱-۴- افزایش امکانات، تسهیلات و خدمات عمومی: حیدرآلات..... ۱۱۸
- نمودار ۸۲-۴- افزایش امکانات، تسهیلات و خدمات عمومی: گوگرد..... ۱۱۸
- نمودار ۸۳-۴- کاهش امنیت ساکنین محلی: حیدرآلات..... ۱۱۹
- نمودار ۸۴-۴- کاهش امنیت ساکنین محلی: گوگرد..... ۱۱۹
- نمودار ۸۵-۴- افزایش غرور مردم محلی: حیدرآلات..... ۱۲۰
- نمودار ۸۶-۴- افزایش غرور مردم محلی: گوگرد..... ۱۲۰
- نمودار ۸۷-۴- افزایش تعاملات و تبادلات میان فرهنگی: حیدرآلات..... ۱۲۱
- نمودار ۸۸-۴- افزایش تعاملات و تبادلات میان فرهنگی: گوگرد..... ۱۲۱
- نمودار ۸۹-۴- فراهم شدن فرصت های اجتماعی شدن و معاشرت کردن: حیدرآلات..... ۱۲۲
- نمودار ۹۰-۴- فراهم شدن فرصت های اجتماعی شدن و معاشرت کردن: گوگرد..... ۱۲۲
- نمودار ۹۱-۴- تغییر فرهنگ آداب و رسوم محلی: حیدرآلات..... ۱۲۳
- نمودار ۹۲-۴- تغییر فرهنگ آداب و رسوم محلی: گوگرد..... ۱۲۳
- نمودار ۹۳-۴- احیای صنایع دستی بومی: حیدرآلات..... ۱۲۴
- نمودار ۹۴-۴- احیای صنایع دستی بومی: گوگرد..... ۱۲۴
- نمودار ۹۵-۴- لزوم به کنار گذاشتن اعتقادات و تعصبات محلی: حیدرآلات..... ۱۲۵
- نمودار ۹۶-۴- لزوم به کنار گذاشتن اعتقادات و تعصبات محلی: گوگرد..... ۱۲۵
- نمودار ۹۷-۴- توجه مسئولین به حفاظت منطقه: حیدرآلات..... ۱۲۶
- نمودار ۹۸-۴- توجه مسئولین به حفاظت منطقه: گوگرد..... ۱۲۶
- نمودار ۹۹-۴- ایجاد شلوغی، ترافیک و ازدحام جمعیت: حیدرآلات..... ۱۲۷
- نمودار ۱۰۰-۴- ایجاد شلوغی، ترافیک و ازدحام جمعیت: گوگرد..... ۱۲۷

- نمودار ۴-۱۰۱- آلودگی محیط طبیعی: حیدرآلات..... ۱۲۸
- نمودار ۴-۱۰۲- آلودگی محیط طبیعی: گوگد..... ۱۲۸
- نمودار ۴-۱۰۳- نظر سنجی درباره جداسازی اقامتگاه و محل بازدید گردشگران: حیدرآلات..... ۱۲۹
- نمودار ۴-۱۰۴- نظر سنجی درباره جداسازی اقامتگاه و محل بازدید گردشگران: گوگد..... ۱۲۹
- نمودار ۴-۱۰۵- بیشتر بودن وزن منافع مثبت گردشگری: حیدرآلات..... ۱۳۰
- نمودار ۴-۱۰۶- بیشتر بودن وزن منافع مثبت گردشگری: گوگد..... ۱۳۰
- نمودار ۴-۱۰۷- گردشگری، عامل اصلی توسعه: حیدرآلات..... ۱۳۱
- نمودار ۴-۱۰۸- گردشگری، عامل اصلی توسعه: گوگد..... ۱۳۱
- نمودار ۴-۱۰۹- بهترین نتیجه حاصل از توسعه گردشگری از دید مردم حیدرآلات..... ۱۳۲
- نمودار ۴-۱۱۰- بهترین نتیجه حاصل از توسعه گردشگری از دید مردم گوگد..... ۱۳۲
- نمودار ۴-۱۱۱- بدترین نتیجه حاصل از گسترش گردشگری از دید مردم حیدرآلات..... ۱۳۳
- نمودار ۴-۱۱۲- بدترین نتیجه حاصل از گسترش گردشگری از دید مردم گوگد..... ۱۳۳
- نمودار ۴-۱۱۳- نحوه برخورد گردشگران با مردم محلی حیدرآلات..... ۱۳۴
- نمودار ۴-۱۱۴- نحوه برخورد گردشگران با مردم محلی گوگد..... ۱۳۴
- نمودار ۴-۱۱۵- دیدگاه مردم محلی درباره توسعه گردشگری: حیدرآلات..... ۱۳۵
- نمودار ۴-۱۱۶- دیدگاه مردم محلی درباره توسعه گردشگری: گوگد..... ۱۳۵
- نمودار ۴-۱۱۷- مشارکت جامعه محلی حیدرآلات در برنامه ریزی: حیدرآلات..... ۱۳۷
- نمودار ۴-۱۱۸- مشارکت جامعه محلی گوگد در برنامه ریزی: گوگد..... ۱۳۷

فهرست تصاویر

- | صفحه | تصویر |
|---------|--|
| ۲۷ | تصویر ۲-۱- نمای قلعه ای در آلمان..... |
| ۲۷ | تصویر ۲-۲- نمای قلعه ای در انگلستان..... |
| ۴۴ | تصویر ۳-۱- موقعیت جغرافیایی دو قلعه بر روی نقشه ایران..... |
| ۵۹ | تصویر ۴-۱- قلعه رودخان از نمای گوناگون..... |
| ۶۰ و ۶۱ | تصویر ۴-۲- طبیعت حیدرآلات..... |
| ۶۱ | تصویر ۴-۳- مسیر دسترسی به قلعه رودخان..... |
| ۶۲ | تصویر ۴-۴- سفره گیلانی..... |
| ۶۴ | تصویر ۴-۵- زن تالشی روستا در حال چره ریسی..... |
| ۶۴ | تصویر ۴-۶- پاتون..... |
| ۶۵ | تصویر ۴-۷- زنان و کشاورزی -گیلان..... |
| ۶۶ | تصویر ۴-۸- معماری خانه ای در حیدرآلات..... |
| ۶۶ | ۴-۹- تصویر ظرف سنتی -گمچ..... |
| ۶۶ | ۴-۱۰- تصویر ظرف سنتی -نرخه تالشی..... |

- تصویر ۴-۱۱- قلعه گوگرد از نمای گوناگون..... ۶۷ و ۶۸
- تصویر ۴-۱۲- تفرجگاه کوچری..... ۶۸
- تصویر ۴-۱۳- سد گلپایگان..... ۶۹
- تصویر ۴-۱۴- آهوی منطقه حفاظت شده موته..... ۶۹
- تصویر ۴-۱۵- کوه های گلپایگان و طبیعت آن ها در فصول مختلف سال..... ۷۰
- تصویر ۴-۱۶- منبت کاری در گلپایگان..... ۷۱
- تصویر ۴-۱۷- پیکر تراشی بر چوب در گوگرد..... ۷۱
- تصویر ۴-۱۸- خانه های قدیمی گلپایگان در حال تخریب..... ۷۲
- تصویر ۴-۱۹- آیین نخل برداری روز ۱۲ محرم در گوگرد..... ۷۳
- تصویر ۴-۲۰- سفره گلپایگانی..... ۷۴
- تصویر ۴-۲۱- مسجد گلپایگان..... ۷۵
- تصویر ۴-۲۲- مناره گلپایگان..... ۷۶
- تصویر ۴-۲۳- پل تاریخی قاضی زاهد..... ۷۶
- تصویر ۴-۲۴- بازار سنتی گلپایگان..... ۷۷
- تصویر ۴-۲۵- زیارتگاه سیدالسادات..... ۷۷
- تصویر ۴-۲۶- بقعه هفده تن..... ۷۷

امروزه گردشگری به دلیل منافع مادی و غیرمادی آن مورد توجه قرار گرفته و گردشگری میراث فرهنگی که شامل بازدید اماکن تاریخی چون: عمارت ها، موزه ها، قلعه ها و دیدار از آداب و رسوم، شیوه زندگی، صنایع دستی و مواردی مانند آن هاست، سهم عمده ای از گردشگری بین المللی را به خود اختصاص داده است.

ایران به دلیل بهره مندی از آثار تاریخی متعدد و تنوع اقوام می تواند به قطب مهم گردشگری میراث در سطح جهانی مبدل شود. جز شهرهای تاریخی که همواره محور گردشگری میراث ایران بوده اند، محل های فرهنگی منفرد نیز موجودند که گردشگری حول محور آن ها به توسعه نواحی مجاور آن ها کمک خواهد کرد. قلعه رودخان در نزدیکی روستای حیدرآلات و قلعه گوگد در شهر گوگد نمونه محل های فرهنگی منفرد هستند که به دلیل بهره مندی از شرایط ویژه مورد توجه گردشگران میراث قرار گرفتند و گردشگری بر زندگی ساکنان این مناطق اثرات بسیاری داشته است.

روش این پژوهش میدانی و ژرفانگر بوده و داده های پژوهش از طریق پرسشنامه های توزیع شده بین گردشگران و مردمان محلی به دست آمده است.

هدف پژوهش، بررسی عوامل تأثیرگذار بر تصمیم گیری گردشگر در انتخاب مقصد میراث، شناخت اثرات گردشگری بر زندگی مردم محلی و میزان مشارکت آنان در برنامه ریزی گردشگری است. براساس یافته های تحقیق، در توسعه گردشگری قلعه رودخان، جز وجود قلعه منحصر به فرد، عوامل جغرافیایی و اجتماعی-فرهنگی موثرند و در ارتباط با قلعه گوگد، عوامل سرمایه گذاری، جغرافیایی و اجتماعی-فرهنگی هر سه تأثیرگذار بوده اند.

یافته های پژوهش نشان داد که گردشگری میراث در توسعه اجتماعی-فرهنگی جوامع میزبان نقش ایفا کرده است و نتیجه دیگر این که مردمان محلی به عنوان صاحبان اصلی میراث در برنامه ریزی گردشگری آن نقش ندارند.

توصیه پژوهش، برنامه ریزی صحیح برای توسعه گردشگری و مشارکت مردم محلی در تصمیم گیری هاست.

کلید واژه: گردشگری میراث فرهنگی، گردشگر، مردم محلی، اثرات گردشگری، قلعه رودخان، قلعه گوگد

Abstract

The comparative survey of situation of heritage tourism development (case study: Qale Rudkhan Fuman and Qale Gugad Golpaigan)

Leyla Karimi

Today, tourism is considered due to its monetary and non-monetary interests and tourism of cultural heritage which includes visiting historical places such: buildings, museums and viewing customs, life style, handicrafts and etc. dedicated itself major share of international tourism.

Iran due to having different monuments and various races can be a central place for tourism of cultural heritage at global level. Except those ancient cities which always have been base of tourism of Iran cultural heritage, there are individual cultural places which attracting tourism for them helps to develop next regions. Qale Rudkhan near Heidaralat village and Qale Gogad in Gogad city are sample of individual cultural places which were considered by tourists due to having certain circumstances and tourism have had many effects on peoples life.

This is a field and depth research and data was obtained through distributed questionnaires among tourists and local community.

Aim of research is to assess effective factors on tourists' decision for choosing destination of cultural heritage, identifying tourism effects on local people life and amount of their participation at tourism planning. Based on findings, in development of Qale Rudkhan tourism, other than existence of unique castle, geographical and cultural-social factors were effective and for Gogad castle, investment, social and cultural factors were effective.

Findings showed that cultural heritage tourism plays important role in social-cultural development of host societies and other consequence is that local people have no role in tourism planning as owners of cultural heritage.

Suggestion of this research is to correct planning for tourism development and local participation at decision makings.

Key words: cultural heritage tourism, tourist, community, tourism effects, Qale Rudkhan, Qale Gogad

گردشگری یکی از صنعت های برتر دنیای امروز است، صنعتی رو به رشد و در حال گسترش که نسبت به دیگر صنایع جدید بشری بسیار متفاوت است. صنعت گردشگری که آمیزه ای گسترده از فعالیت های گوناگون است (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۹: ۱۱) بدون نیاز به سرمایه گذاری کلان و انتظار طولانی مدت جهت بهره برداری، درآمد زیادی را به اقتصاد کشورهای سرمایه گذار تزریق می کند. از این رو، کشورهای توسعه یافته جهان با آگاهی نسبت به این مهم، از توانمندی های خود حداکثر استفاده را برده اند و در سال های اخیر کشورهای کمتر توسعه یافته نیز به تبعیت از کشورهای مزبور و با استفاده از تجارب آنان، اقدام به برنامه ریزی و جذب گردشگران بین المللی کرده اند که می تواند به ایجاد بازارهای مهم بیانجامد.

"تعداد کشورهای ایجاد کننده بازارهای جهانگردی در حال افزایش است. علاوه بر بازارهای خوب سازمان یافته اروپای غربی، آمریکای شمالی، ژاپن و استرالیا، کشورهای تازه صنعتی شده شرق آسیا، آمریکای لاتین، اروپای شرقی و خاور میانه ممکن است در آینده نزدیک بازارهای مهمی را ایجاد کنند." (ضرغام، ۱۳۸۹: ۵۶)

ایران علیرغم این که از نظر میراث فرهنگی و تاریخی جزو ۱۰ کشور برتر جهان و از لحاظ تنوع زیستی در بین ۵ کشور اول جهان قرار دارد، (رضوانی، ۱۳۸۷: ۱) سهمی ناچیز از گردشگران بین المللی دارد که می بایست از طریق همکاری و مدیریت کل نگر (تیموئی و نیاوپان، ۱۳۸۹: ۵۷)، برنامه ریزی صحیح و جذب سرمایه گذاری پا به صحنه رقابت با کشورهای تازه وارد گذارد تا بتواند سهمی در خور کسب نماید. علاوه بر منافع مادی حاصل از جذب گردشگر خارجی برای کشور، گردشگری به ویژه از نوع فرهنگی آن، موجب اشاعه فرهنگ غنی و تمدن باشکوه ایران زمین و نیز ابزار تبلیغ طبع و روحیه آرام و صلح دوست ایرانیان خواهد شد. "گردشگری نه تنها باعث ایجاد فرصت های شغلی و درآمدزایی و توسعه اقتصادی مردم بومی می شود، بلکه ابزاری مناسب برای شناخت و ترویج ارزش ها، باورها و دانسته های جوامع گوناگون است. از این رو، گردشگری می تواند پنجره ای برای صلح و دوستی ساکنین زمین محسوب شود." (جلالیان و دیگران، ۱۳۸۹: ۸۲)

فصل اول

کلیات

۱-۱- طرح مسأله

امروزه گردشگری برای بسیاری از کشورها منبع درآمدی مهم به شمار می آید و در برنامه ریزی ملی و منطقه ای مورد توجه قرار گرفته است. گردشگری میراث فرهنگی که شامل بازدید از ابنیه و اماکن تاریخی و باستانی مانند: مساجد، کلیساها، عمارت ها، کاخ ها، موزه ها، قلعه ها و نیز دیدار از آداب و رسوم، جشن ها و آیین ها، شیوه زندگی، صنایع دستی و مواردی از این قبیل است سهم عمده ای از گردشگری بین المللی را به خود اختصاص داده است. کشور ما به واسطه موقعیت جغرافیایی منحصر به فرد (چهار راه شرق و غرب و قرار گرفتن در مسیر جاده ابریشم) و نیز پیشینه تاریخی درخشان دارای آثار تاریخی بی شماری است که متأسفانه درصد زیادی از آن ها یا نابود شده اند یا اکنون خرابه ای بیش نیستند.

یکی از مهمترین دلایل این ویرانی آن است که این محل های فرهنگی به ویژه محل های فرهنگی منفرد در گذشته بنا به ضرورت زمان و برآوردن احتیاجات زمانه بنا شده اند و چون در دوره جدید کارکرد خود را از دست داده اند بدان ها توجهی نمی شوند و دوم این که در کشور ما گردشگری آثار تاریخی متمرکز به شهرهای تاریخی بزرگ و مشهور چون: اصفهان، تبریز، شیراز، کرمانشاه، همدان و مانند آن ها بوده است و به توسعه گردشگری میراث روستایی و شهرهای کوچک توجه کمتری شده است.

یکی از مهم ترین آثار بر جای مانده از دوره های پیشین، که نمونه خوبی برای تأیید توضیحات بالاست قلعه ها هستند که از لحاظ قدمت و نوع معماری اهمیت خاصی دارند و انجام تحقیقات و اقدامات باستان شناسی در آن ها می تواند شناخت جامع تری از تاریخ و سرگذشت اقوام ایرانی ارائه دهد و نیز اگر در برنامه ریزی گردشگری مورد توجه قرار گیرد علاوه بر آن که درآمد حاصل از بازدید اثر، منبعی برای حفاظت میراث ملی است، می تواند به تجدید حیات و توسعه نواحی دور افتاده و حاشیه ای کمک شایانی کند. اما در عصر حاضر بنا به دلایلی که در بالا گفته شد بیشتر قلعه های پراکنده در ایران - که به نام های دیگری چون دژ و ارگ نیز خوانده می شوند- تخریب شده اند.

علیرغم این بی توجهی در ایران، کشورهایی اروپایی چون انگلستان و آلمان به مرمت و بازسازی قلعه های تاریخی متعلق به قرون وسطی پرداخته اند و از عرضه آن ها به گردشگران داخلی و خارجی درآمد زیادی کسب می کنند.

به جز قلعه فلک الافلاک خرم آباد که نماد قلعه های ایرانی است و از دیرباز مورد توجه بازدیدکنندگان ایرانی و غیر ایرانی بوده است، اخیراً در نقاط دیگری از ایران قلعه های انگشت شماری به دلیل بهره مندی از شرایطی خاص مورد بازدید قرار می گیرند.