

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

9 EVAV

۸۷/۱/۱۶۲۱۷۵

۸۷/۱/۲۵



دانشگاه شهید بهشتی تهران

## پایان نامه کارشناسی ارشد معماری

موضوع:

مجتمع فرهنگی، هنری و گردشگری شاندیز

استاد:

جناب آقای مهندس محسن پدیدار

۱۳۸۷ / ۱۰ / ۶

دانشجو:

زهرا معینی آق کاریز

زمستان ۸۶

۹۴۷۹۷

تقدیم به پدر و مادر عزیزم که صبورند و  
وجودشان بزرگترین سرمایه زندگی من است.

با تشکر از زحمات و الطاف بی دریغ استادم:  
جناب آقای مهندس پدیدار

و با تشکر از کمک و حمایت صمیمانه دوستانم:

فاطمه اصغریان جدی

زهرا فراهانی

مریم فلاح

مهسا درخشانی

آرزو زالی

نرگس ژاله رفعتی

امینه ضرغام

محمد معینی

۱	مقدمه
	<b>فصل اول: شناخت مفاهیم</b>
۵	۱-۱- اوقات فراغت
۵	۱-۱-۱- اوقات فراغت در زمان گذشته
۵	۱-۱-۱-۱- گذران اوقات فراغت در جهان
۶	۱-۱-۲- گذران اوقات فراغت در ایران
۸	۱-۲- اهداف و مقاصد اوقات فراغت
۹	۲-۱- گردشگری
۹	۱-۲-۱- مفاهیم واژگان بر اساس تعریف W.T.O
۱۰	۲-۲-۱- انواع گردشگری
۱۱	۳-۲-۱- اثرات گردشگری
۱۴	۳-۱- نمایش در ایران
۱۵	۱-۳-۱- نقالی
۱۸	۲-۳-۱- خیالی‌سازی ( نقاشی قهوه‌خانه‌ای )

**فصل دوم: تاریخچه و ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی شهر شاندیز**

۱۹	۱-۲- پیشینه تحولات تاریخی و اجتماعی در منطقه
۱۹	۱-۱-۲- موقعیت جغرافیایی
۲۰	۱-۱-۱-۲- نظری به دره کشف‌رود، خاستگاه طرقله و شاندیز
۲۱	۲-۱-۱-۲- نظری به ولایت توس قدیم و جایگاه طرقله و شاندیز
۲۲	۳-۱-۱-۲- نظری به ویژگی‌ها و عملکردهای کلان‌شهر مشهد
۲۲	۲-۱-۲- نظری به تحولات تاریخی منطقه طرقله و شاندیز
۲۳	۱-۲-۱-۲- ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی در منطقه طرقله و شاندیز
۲۴	۲-۲-۱-۲- بررسی عمومی آداب، رسوم و فرهنگ گردشگری در منطقه
۲۶	۲-۲- شناسایی و معرفی کلی آثار تاریخی و میراث فرهنگی
۲۶	۱-۲-۲- آثار تاریخی و جاذبه‌های گردشگری در اطراف منطقه طرقله و شاندیز
۲۷	۲-۲-۲- منابع و جاذبه‌های گردشگری منطقه طرقله و شاندیز
۲۷	۱-۲-۲-۲- شناسایی منابع و جاذبه‌های طبیعی منطقه
۲۸	۲-۲-۲-۲- آثار و جاذبه‌های تاریخی و مذهبی
۳۲	۳-۲-۲-۲- شناسایی هنرها و صنایع دستی و خانگی در منطقه

### فصل سوم: مخاطب‌شناسی

- ۳۹ ۱-۳- تعداد گردشگر  
۳۹ ۲-۳- دسته‌بندی مخاطبین  
۳۹ ۱-۲-۳- گردشگران محلی  
۴۰ ۲-۲-۳- گردشگران ملی  
۴۰ ۳-۲-۳- گردشگران بین‌المللی

### فصل چهارم: ویژگی‌های جغرافیایی و جمعیتی

- ۴۳ ۱-۴- موقعیت جغرافیایی  
۴۴ ۲-۴- وضعیت ارتباطی  
۴۴ ۳-۴- ویژگی جمعیتی

### فصل پنجم: ویژگی‌های اقلیمی

- ۴۵ ۱-۵- بادها  
۴۶ ۲-۵- دما  
۴۶ ۳-۵- بارش

### فصل ششم: شناخت بستر

- ۴۷ ۱-۶- شناخت موقعیت جغرافیایی سایت مجموعه  
۴۷ ۲-۶- دسترسی‌ها و همسایگی‌های سایت (مقیاس کلان)  
۴۸ ۳-۶- دسترسی‌ها و همسایگی‌های سایت (مقیاس خرد)  
۴۹ ۴-۶- شیب و توپوگرافی

### فصل هفتم: بررسی نمونه‌ها

- ۵۰ ۱-۷- فرهنگ‌سرای نیاوران  
۵۳ ۲-۷- مرکز فرهنگی ژان ماری تی‌جی‌بائو  
۵۷ ۳-۷- موزه هنر

### فصل هشتم: برنامه فیزیکی

- ۶۲ ۱-۸- فضاهای شکل‌دهنده مجموعه  
۶۲ ۲-۸- عرصه‌بندی فضاهای مجموعه  
۶۳ ۱-۲-۸- عرصه‌بندی بر اساس عملکردها  
۶۳ ۲-۲-۸- عرصه‌بندی بر اساس بازدیدکننده

۶۴	۳-۸- مکان‌یابی فضاها
۶۴	۴-۸- دسترسی‌ها و ارتباطات
۶۵	۵-۸- امکان گسترش بنا
۶۵	۶-۸- برنامه فیزیکی
۶۵	۱-۶-۸- عرصه خدمات فرهنگی و هنری
۷۴	۲-۶-۸- عرصه فعالیت‌های پژوهشی و اطلاع‌رسانی
۷۶	۳-۶-۸- عرصه‌های آموزشی
۷۷	۴-۶-۸- عرصه خدماتی - پشتیبانی
۸۰	۵-۶-۸- جمع‌بندی برنامه فیزیکی

### فصل نهم: ارائه آلترناتیوها

۸۲	آلترناتیو شماره ۱
۸۳	آلترناتیو شماره ۲
۸۴	آلترناتیو شماره ۳
۸۶	آلترناتیو شماره ۴
۸۷	آلترناتیو شماره ۵
۹۰	آلترناتیو شماره ۶ (ایده برگزیده)

### فصل دهم: معرفی طرح

۹۱	ایده برگزیده
۹۱	روند شکل‌گیری
۹۲	طرح نهایی

۱۰۴	فهرست منابع
-----	-------------

پیوست (نورپردازی)

## مقدمه

پس از انجام مطالعات اولیه در سطح کشور و انتخاب شانديز به عنوان منطقه بين‌المللی گردشگری در سال ۸۴، مهندسين مشاور بافت‌شهر با همکاری سازمان ميراث فرهنگي و گردشگری، دفتر فني استانداری خراسان رضوي (موسسه توسعه گردشگری استانداری خراسان) و شهرداری شانديز، اقدام به تهيه طرح گردشگری منطقه طرقيه و شانديز نمودند.

ارائه برخی راه‌کارهای اجرایی و شناسایی نیازها و کمبودهای این منطقه، یکی از نتایج تهيه این طرح است. احداث امکانات و فضاهای فرهنگي-تفریحی و خدمات جهان‌گردی از جمله این راه‌کارها می‌باشد. موارد زیر برخی از اهداف ایجاد این گونه امکانات در منطقه است:

- تبلیغ، اطلاع‌رسانی و معرفی قطب‌ها، اماکن، آثار و محوطه‌های تاریخی، فرهنگي و طبیعی منطقه.
  - ایجاد بستر مناسب برای جلب مشارکت بخش خصوصی و هدایت سرمایه‌های خارجی برای توسعه ایران‌گردی و جهان‌گردی در منطقه.
  - حفظ و تقویت ارزش‌های اجتماعی، آداب و رسوم، هنرها و صنایع دستی بومی در منطقه.
  - رونق فعالیت‌های فرهنگي و هنري، برگزاری نمایشگاه‌های هنري و تخصصی و تبدیل شانديز به قطب فرهنگي-هنري شهر مشهد.
  - ایجاد موزه (گنجینه تخصصی) برای نگهداری، مرمت و معرفی اسناد و اطلاعات.
  - تشویق آژانس‌ها و دایرکنندگان تورهای مسافرتی به فعالیت در منطقه و همچنین نظارت بر حسن اجرای وظایف و تعهدات این مرکز.
  - آموزش، تبلیغ و ترویج فرهنگ گردشگری، برگزاری کلاس‌های آموزش فنون و اصول مهمان‌داری، مدیریت، ارائه خدمات و آموزش زبان‌های خارجی و برگزاری سمینارها و همایش‌ها به منظور تربیت نیروی انسانی متخصص بومی در عرصه مدیریت و خدمات‌رسانی به گردشگران.
  - همکاری با موسسات کوچک خصوصی مانند انجمن سینمای جوانان، انجمن مستندسازی آماتور برای تهيه فیلم و گزارش از جاذبه‌های و منابع گردشگری و شناساندن آن‌ها به گردشگران و جهان‌گردان.
  - حمایت از انجمن‌ها و چند N.G.O موجود در منطقه، تقویت آنها و گردآوری برخی از آنها در یک مجتمع، مانند انجمن شاعران جوان و انجمن آماتوری نجوم توس.
  - انتشار مرتب اطلاعات قابل اعتماد در زمینه گردشگری در منطقه (بروشور، نقشه‌های جاذبه‌های گردشگری، تهيه کتاب، CD، ارائه خدمات گردشگری الکترونیک و ...)، اطلاع‌رسانی به موقع برای برنامه‌ریزی و جلب گردشگران داخلی و خارجی.
- شهرداری شانديز در سال ۸۵ تصمیم به برنامه‌ریزی و اجرای مجموعه‌ای فرهنگي-هنري گرفت که به عنوان موضوع این پایان‌نامه انتخاب شد.



# فصل اول

## شناخت مفاهیم

## ۱-۱- اوقات فراغت

فراغت در لغت به معنی آسودگی و آسایش است و اصولاً در مقابل اشتغال و درگیری‌های روزمره که معمولاً باعث خستگی می‌گردند به کار برده می‌شود. در تعریف دیگر، فراغت به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که شخص به میل خود برای استراحت، تفریح، گسترش اطلاعات و آموزش، کسب مهارت آفرینش‌های هنری و ادبی و رهایی از کسالت در زمانی فارغ از تعهدات شغلی، خانوادگی و اجتماعی انجام می‌دهد. فراغت به فرد امکان می‌دهد که کارهای تکراری و قراردادی را که در نهادهای خانوادگی و اجتماعی به او تحمیل می‌شود، کنار گذاشته و به آفرینش و فعالیت‌های خلاقانه بپردازد.

صاحب‌نظران اوقات فراغت را به شیوه‌های گوناگون تقسیم‌بندی می‌کنند. مثلاً تقسیم‌بندی زمانی که فرد در اختیار دارد. (اوقات فراغت ساعتی، روزانه، هفته‌ای و سالیانه) و یا بر اساس سن فرد (اوقات فراغت کودکان، نوجوانان، جوانان، میانسالان و سالم‌خوردگان). در هر صورت برنامه‌ریزی صحیح و ایجاد امکانات مناسب برای گذران اوقات فراغت افراد، و هدایت آنها در بهره‌گیری مناسب از این فرصت‌ها می‌تواند نقش بسزایی در شکل‌گیری شخصیت و سازندگی افراد و جامعه ایفا نماید.

تاگور، شاعر نامدار هندی می‌نویسد: «تمدن‌های انسانی، سرمایه‌های جاویدی هستند که از کاشت، داشت و برداشت صحیح اوقات فراغت متجلی گشته‌اند.» و نیز به گفته برتراند راسل، «آخرین دستاورد تمدن، توانایی انسان در پرکردن هوشمندانه ایام فراغت است.» و این عمل هوشمندانه فقط با یک مدیریت هوشمندانه صورت می‌پذیرد.

### ۱-۱-۱- اوقات فراغت در زمان گذشته

#### ۱-۱-۱-۱- گذران اوقات فراغت در جهان

انسان‌های نخستین در عصر حجر در اوقات فراغت خود آثار هنری به وجود می‌آوردند و بر روی دیوار غارهای محل زندگی‌شان به نقاشی و حکاکی می‌پرداختند که بعضی از آنها تا به حال برای ما به یادگار مانده‌است.

یونانیان، اوقات بیکاری خود را صرف پرورش جسم و فکر می‌کردند. مردم فرصت‌های آزاد خود را به ورزش و پرورش تن اختصاص می‌دادند و پهلوانی نزد ایشان ارزش بسیار داشت. در دوران باستان، در سال ۸۸۴ پیش از میلاد مسیح، بازی‌های المپیک در یونان به وجود آمد. آن بازی‌ها هر چهار سال یکبار، زیر نور ماه و با تشریفات فراوان برپا می‌شد.

این مراسم شامل ۱۵ نوع ورزش می‌شد و یک هفته به طول می‌انجامید. علاوه بر این بخشی از اوقات فراغت مردم به بحث‌های پرشور سیاسی می‌گذشت و بدین ترتیب یونانیان، مردمانی بارمی‌آمدند که هم از لحاظ جسمی مردمی توانا بودند و

هم در سیاست و علم مردمی دانا.

با ظهور امپراطوری روم، نوع دیگری از گذران اوقات فراغت شکل گرفت و آن تماشا و شرکت در مسابقه‌ها، جنگ‌های گلادیاتوری و نمایش‌های کم‌دی بود. گرمابه‌های عمومی نیز مکان‌هایی بودند که ورزش‌ها و بازی‌های مخصوصی در آنها انجام می‌شد و جمعیت زیادی از صبح تا غروب در آنها به سر می‌پردند.

مصریان قدیم نیز به گاو‌بازی و توپ‌بازی علاقه فراوان داشتند. در مصر، روم و یونان قدیم این تفریحات و سرگرمی‌ها بیشتر در اختیار طبقات ممتاز جامعه بود و سرگرمی مردم عادی را بیشتر ورزش و برگزاری جشن‌های مذهبی تشکیل می‌داد.

### ۱-۱-۱-۲- گذران اوقات فراغت در ایران

اگرچه آگاهی از چگونگی زندگی و سرگرمی‌ها و فراغت مردم ایران در دوران پیش از اسلام بسیار محدود است، اما از مدارک و اسناد و شواهد موجود می‌توان دریافت که مزایای آسودگی، بیشتر خاص طبقات ممتاز جامعه بوده و عامه مردم که با کار دشوار و ممتد روزانه درگیر بوده‌اند، از فرصت‌های کوتاهی که بیشتر شب‌ها بود برای استراحت و تفریح و شرکت در مراسم و جشن‌های ملی و مذهبی و برخی فعالیت‌های ساده بهره‌مند می‌شدند.

مردم ایران شبانان پرتاقتی بودند که در نقاط سخت و کوهستانی زندگی می‌کردند. در چنین جامعه‌ای که هنوز به مرحله شهرنشینی و اقتصاد شهری نرسیده بود، اگر پس از انجام کارهای دشوار، اوقات فراغتی باقی می‌ماند، صرف ورزش‌های توان‌آزمایی که افراد را بیشتر آماده کار و مشغله‌های جدی زندگی می‌کرد، مانند کشتی، چوگان و شکار می‌شد و یا به داستان‌سرایی و افسانه‌پردازی و رقص و آواز شبانه می‌گذشت.

رونق روزافزون شهرنشینی در دوران اشکانیان و ساسانیان صورت تازه‌ای از سرگرمی‌های اوقات فراغت را در جامعه ایران پدید آورد. برای نمونه، موسیقی و بازی شطرنج از جمله تفریحات طبقات ممتاز به ویژه در عهد ساسانی بود. در این ایام بین حیات شهری و زندگی روستایی، تضاد روزافزون پدید آمد. اگر فراغتی بود نصیب شهرنشینان می‌شد، زیرا روستاییان در بند مالکان بزرگ اسیر بودند، و بار مسئولیتی سنگین را در تامین معیشت به دوش می‌کشیدند.

اما در جشن‌هایی که جنبه ملی و مذهبی داشت، بی‌شک عامه مردم شرکت می‌کردند. نوروز، مهرگان، سده، تیرگان و آذرگان که هر یک آداب و رسوم مخصوصی داشتند، از جمله این جشن‌ها بودند.

با اسلام آوردن ایرانیان، مردم نه تنها جشن‌های گذشته را برپا می‌داشتند، بلکه تحت تاثیر اسلام اعیادی چون عید قربان و فطر را بزرگ می‌داشتند. در این جشن‌ها، اوقات خود را به دیدوبازدید، گردش در باغ و بستان، تجمع در معابد و مساجد و خانقاه‌ها، گوش‌دادن به نقالان و معرکه‌گیران، تماشای نمایش‌های بومی پهلوانان دوره‌گرد و مبارزه خروس‌های جنگی و شرکت در مراسم آتش‌بازی می‌گذراندند.

همچنین به ورزش‌هایی مانند زورآزمایی، دو، شنا، تیراندازی و گلوله‌پرانی می‌پرداختند.

هرچه جوامع کوچکتر بودند و از تمدن مادی دورتر، وسایل تفریح و سرگرمی جنبه ابتدایی و ساده‌تری می‌یافت، تا اینکه در زمان صفویه و روزگار شاه‌عباس انواع سرگرمی‌های عمومی رونق یافت. ساز و آواز نه تنها در مجالس خصوصی، بلکه در قهوه‌خانه‌ها نیز معمول شد.

آداب و رسوم مربوط به فراغت تا دوران مشروطیت، اساس سنتی خود را حفظ کرد، اما با ورود ماشین و وسایل مدرن به زندگی مردم و رواج غرب‌گرایی مساله فراغت، شکل دیگری به خود گرفت.

در جامعه ایرانی قبل از ورود تکنولوژی و فرهنگ غربی، اوقات فراغت بیشتر به صورت جمعی مطرح بود و با جوامع دیگر دنیا تضاد داشت. زمان فراغت مردم بیشتر در مکان‌هایی چون مساجد، تکیه‌ها، حسینیه‌ها و مجالس مذهبی، قهوه‌خانه‌ها، میادین، گذرگاه‌ها و بازارها می‌گذشت. بازارها در این میان نقش عمده‌ای داشته و فضای معماری آن‌ها از مجموعه‌ای مغازه با معبر سرپوشیده، کاروانسراها، تیمچه‌ها و سراها تشکیل می‌شده‌اند. علاوه بر این، در جوار این مجموعه و در محل‌های مناسب، اماکن عمومی مانند حمام، مدرسه، مسجد، قهوه‌خانه و . . . بوده که در کنار هم بافت کامل و واحدی را به وجود می‌آورده است. این مجموعه، به‌خوبی جوابگوی نیازهای مختلف زندگی و فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، مذهبی و سیاسی مردم بوده است. در حقیقت بازار به صورت یک مجموعه فرهنگی در گذشته عمل می‌کرده و اوقات فراغت مردم را پر می‌کرده است.

علاوه بر گذراندن اوقات فراغت به صورت جمعی، فعالیت‌هایی از قبیل ورزش، کارهای هنری، سفر، نمایش، نظاره و تماشا قسمتی از زمان آزاد مردم را به خود اختصاص می‌داده است.

در روستاهای ایران به علت وضع جغرافیایی و اقلیمی، کشاورزان با اوقات بیکاری فصلی مواجه بودند و این زمان‌ها به فعالیت‌های درون خانه و ساخت صنایع دستی، قالیبافی و دامداری می‌گذشت. هنوز هم در بسیاری از مناطق، گذران اوقات فراغت به همین صورت است.

## ۱-۱-۲- اهداف و مقاصد اوقات فراغت

- استراحت و تجدید قوا
- عبادت و پرداختن به نیازهای معنوی
- تفریح و بازی
- کسب اطلاع و تکمیل معلومات و توانایی‌های شخصی
- پرورش شخصیت از طریق پرداختن به امور فرهنگی و هنری
- نشست و برخاست با هم‌مسلمانان و حضور در مجامع اجتماعی
- خلق آثار در زمینه‌های متفاوت، مثلاً هنری و ادبی
- رهایی از عادات زندگی و گریز به جهان تخیل و وهم

## ۱-۲- گردشگری<sup>۱</sup>

۱. Tourism کشور ما از لحاظ تعداد جاذبه‌های گردشگری جزو ۱۰ کشور اول پرجاذبه گردشگری در جهان است و از لحاظ تنوع زیستی و تنوع جاذبه‌های طبیعی رتبه پنجم را در جهان دارا می‌باشد. ولی متأسفانه به دلیل برخی مشکلات، هرگز جایگاه شایسته خود را در عرصه بین‌المللی گردشگری نیافته‌است. سابقه برنامه‌ریزی گردشگری در کشور، به حدود سال ۱۳۴۱ (آغاز برنامه سوم عمرانی کشور) برمی‌گردد. اما با گذشت بیش از ۴۰ سال از آغاز فعالیت برنامه‌ریزی برای این فعالیت در کشور، توسعه این صنعت هنوز به نحو مطلوبی صورت نمی‌پذیرد. با گذشت زمان و طرح تئوری‌های جهانی‌شدن، جامعه مدنی و گفتگوی تمدن‌ها، این صنعت اهمیت بیشتری یافته و رسالت سنگین‌تری را به عهده دارد.

۲. Ecotourism

در صنعت گردشگری محیط<sup>۲</sup>، (محیط طبیعی و مصنوعی) گردشگری هم‌بستر فعالیت است و هم یک جاذبه. برخی از اشکال و پدیده‌های محیطی که جاذبه‌هایی برای گردشگران هستند، خود به دو دسته عمده تقسیم می‌شوند. جاذبه‌های محیطی طبیعی و دیگر جاذبه‌های محیطی فیزیکی مصنوع بشر همانند شهرها و عناصر آن و آثار تاریخی و کهن.

۳. World Touris Organization

## ۱-۲-۱- مفاهیم واژگان بر اساس تعریف W.T.O<sup>۳</sup>

تعاریف سازمان جهانی جهانگردی (W.T.O)، در مورد اصطلاحات صنعت گردشگری به شرح زیر است:

### گردشگری (توریسم، جهانگردی)

عبارت است از فعالیت‌های افرادی که برای استراحت، کار و دیگر دلایل به خارج از محیط معمول خویش سفر کرده و حداکثر برای یک سال و حداقل برای ۲۴ ساعت متوالی در آنجا اقامت می‌کنند.

۴. tourist

### گردشگر (جهانگرد، توریست)<sup>۴</sup>

براساس تعریف ارائه شده توسط سازمان ملل در سال ۱۹۶۴، جهانگرد به کسی اطلاق می‌شود که به منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت (معامله)، ورزش یا زیارت به کشوری غیر از کشوری که در آن اقامت دارد، سفر می‌کند. مشروط بر اینکه حداقل ۲۴ ساعت و حداکثر شش ماه تا یک سال اقامت گزیند.

### ایرانگردی (گردشگری در داخل کشور)

عبارت است از همان جهانگردی با این تفاوت که محدوده آن داخل یک کشور است. البته مدت آن کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از ۳ ماه نیست و سفر نباید به قصد انجام کار صورت گیرد.

## کالای گردشگری<sup>۱</sup>

Tourism products .۱

کالاهایی که به گردشگران ارائه می‌گردند، شامل: جاذبه‌های طبیعی، آثار تاریخی، موزه‌ها، امکانات تفریحی، مراسم و جشن‌ها، محل اقامت، غذا، کالاهای محلی، وسایل حمل‌ونقل و خدمات راهنمایی گردشگران.

## منطقه گردشگری<sup>۲</sup>

Tourism zone.۲

ناحیه‌ای است برنامه‌ریزی و طراحی شده برای توسعه جاذبه‌ها، فعالیت‌ها، امکانات و خدمات گردشگری، که به زیرساخت‌ها نیز وابسته می‌باشد. این منطقه، ممکن است انواع دیگر کاربری‌ها را نیز دارا باشد و برای گردشگری نیز استفاده شود.

## تورگردان‌ها<sup>۳</sup>

Tour operators .۳

گروهی که سفرهای گروهی را ایجاد و سازماندهی می‌کنند. تورگردان‌های برون‌مرزی که راهنمایان سفر، افراد آگاه تور را گرد هم آورده و سفر و محل آن را تعیین می‌کنند. تورگردان‌های درون‌مرزی افرادی که خدمات‌رسانی و یافتن محل اقامت را برای گروهی گردشگر خارجی که به عنوان میهمان به جامعه میزبان می‌آیند، بر عهده دارند.

## ۱-۲-۲- انواع گردشگری

گردشگری دارای انواع بومی، درون‌مرزی و برون‌مرزی است. از ترکیب این سه نوع، انواع دیگری از گردشگری حاصل می‌گردند که در این جا به برخی از آنها اشاره خواهد شد.

## گردشگری محیطی

گردشگری به منظور بازدید از محیط طبیعی اصطلاحاً گردشگری محیطی و یا اکوتوریسم نامیده می‌شود. در واقع اکوتوریسم تنها نوعی از گردشگری نیست که طبیعت را در نظر می‌گیرد، بلکه نیاز به سیستم جدیدی برای الگوهای رفتاری و اخلاقی گردشگری را مطرح می‌کند. اکوتوریسم به عنوان نوعی گردشگری معرفی شده است که ویران‌کننده سرمایه‌های طبیعی و فرهنگی نبوده و برای منطقه‌ای که گردشگری در آن توسعه می‌یابد، فواید و منافع به بار می‌آورد و به مفهوم ایده‌آل، باید عامل آموزشی نیز در خود داشته باشد.

## گردشگری فرهنگی<sup>۴</sup>

Cultural Tourism .۴

در این نوع جهان‌گردی، هدف از مسافرت، آشنایی با فرهنگ و تمدن شهر یا کشور میزبان است، و شامل بازدید از موزه‌ها و بناها و شهرهای کهن تمدن جامعه میزبان، شرکت در جشن‌های ملی،... می‌شود.

### گردشگری درمانی (توریسم درمانی)<sup>۱</sup>

هدف اصلی این نوع از جهان‌گردی، استفاده از امکانات و تجهیزات پزشکی کشور میزبان (به دلیل تخصص و تکنولوژی برتر و یا هزینه کمتر)، ویا بهره‌گیری از آب‌های معدنی و چشمه‌های درمانی و لجن‌های طبیعی است.

### گردشگری مذهبی<sup>۲</sup>

انواع به‌خصوصی از گردشگری در مکان‌هایی مانند رم، مکه، کربلا، مشهد، نقاط گوناگون در هند و برخی نقاط در آسیا است.

### گردشگری تجاری

این نوع مسافرت‌ها، به علت نیازهای حرفه‌ای و شغلی است و بستگی به فصل ندارد. در این نوع جهان‌گردی، در کنار فعالیت‌های کاری، معمولاً زمانی هم به تفریح و بازدید از جاذبه‌های کشور میزبان اختصاص می‌یابد.

### گردشگری الکترونیک

نوع جدیدی از گردشگری اخیراً در جهان مطرح شده است که شاید بتوان آن را مسافرت الکترونیک نامید. این نوع گردشگری علاوه بر تأکید به برخورداری از تمام امکانات فناوری اطلاعات در برنامه‌ریزی و مدیریت بخش به ابتکارات جدیدی نیز تأکید دارد. ابتکاری که با اتکای به آن بازدید (ارائه کالا) از طریق امکانات الکترونیک و رسانه‌های اطلاعاتی (اینترنت، حافظه‌های قابل حمل مانند سی‌دی و...) ممکن شده است.

### ۱-۲-۳- اثرات گردشگری

گردشگری، فعالیتی است با ابعاد گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و سیاسی به نحوی که غالب شئون زندگی انسان را شامل می‌گردد. با یک نگاه دقیق‌تر می‌توان ابعاد دیگری هم‌چون روان‌شناختی، حقوقی و ... را به آن اضافه نمود. در این‌جا به برخی از اثرات این صنعت اشاره خواهد شد. از نظر متخصصان محیط زیست، گردشگری مطلوب آن نوع از گردشگری می‌باشد که پیامدهای منفی آن بر محیط در حداقل میزان ممکن و پیامدهای مثبت آن در حداکثر میزان ممکن باشد. این نوع رابطه گردشگری و محیط، نه تنها صدمه‌ای بر محیط نمی‌زند بلکه فواید و اثرات مثبتی بر محیط دارد و به حفاظت هرچه بیشتر محیط در برابر صدمات احتمالی منتهی می‌گردد.

• افزایش درآمد ارزی و صادرات پنهان.

• افزایش اشتغال.

گردشگری یک صنعت خدماتی کارگر بر است و نیاز به شمار زیادی نیروی انسانی با تحصیلات محدود و کم دارد و مهارت‌های آن با آموزش‌های کوتاه



مدت قابل یادگیری هستند. این صنعت حتی افراد مسن را به خدمت می‌گیرد.

- نوسازی ساختمان‌ها و آثار و سایت‌های تاریخی موجود.
- تغییر نوع استفاده از ساختمان‌های قدیمی بر اساس نیازهای جدید. (به‌عنوان نمونه: تبدیل کاروانسرا به موزه مردم‌شناسی)
- ایجاد انگیزه و اقدام برای برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب محیط طبیعی.
- حفاظت دائم و مستمر محیط.
- بهبود پرداخت‌ها برای حفاظت از سایت‌های باستانی و بناهای تاریخی و بخش‌های با ارزش معماری.
- افزایش آگاهی ساکنین نسبت به محیط طبیعی و فرهنگی.
- بهسازی محیط

منطقه‌ای که جذب گردشگران را از اهداف خود قرار می‌دهد، برای نیل به این هدف می‌کوشد تا محیطی عاری از آلودگی و بهسازی شده را در معرض دید گردشگران قرار دهد. خیابان‌های پاکیزه، دیوارهای رنگ‌آمیزی شده و میدان‌های گلکاری شده، همه در جذب گردشگران نقش عمده ای دارند. توسعه گردشگری در منطقه و درآمدزا شدن آن برای مردم، آگاه شدن ساکنان منطقه در مورد ارزش محیط را در مناطقی که ساکنان آن چندان اهمیتی به محیط نمی‌دهند، به دنبال دارد و مردم را برای حفظ و حراست آن مصمم‌تر می‌کند.

- توسعه روابط فکری، فرهنگی، هنری و اجتماعی بین افراد کشورهای صادرکننده گردشگر و پذیرای گردشگر

- حفاظت و نگهداری آثار و ابنیه تاریخی

گردشگری انگیزه حفظ آثار باستانی را تقویت می‌کند و موجب می‌شود تا برای جلب نظر جهانگردان کوشش‌های جدی‌تری در زمینه حفاظت از آثار تاریخی به عمل آید. در کشورهایی که از نظر بودجه در تنگنا به سر می‌برند، درآمد حاصل از گردشگری این امکان را فراهم می‌آورد که وجوهی برای مرمت و نگهداری آثار تاریخی که از جاذبه‌های جهانگردی هستند، صرف شود.

- حفظ و اشاعه هنرهای سنتی و آداب و رسوم باستانی

با توسعه گردشگری، هنرهای سنتی رشد می‌یابند و آداب و رسوم باستانی احیا می‌شود.

- احیای هویت فرهنگی و احساس غرور ملی

زمانی که ساکنان بومی، علاقه و اشتیاق گردشگران را نسبت به فرهنگ و سنت‌های خود مشاهده می‌کنند، با احساس غرور، هویت فرهنگی، خود را بیش از پیش درمی‌یابند. بدین ترتیب، فرهنگ اقلیت که عموماً در فرهنگ اکثریت تحلیل می‌رود، شکل اولیه خود را پیدا می‌کند و نمود می‌یابد.

#### • تبادل فرهنگی

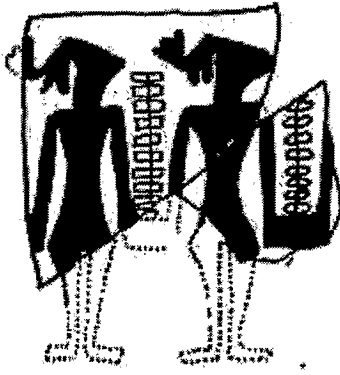
جهانگردی، مردم جوامع میزبان و مهمان را به هم نزدیک و نوعی تبادل فرهنگی را بین آنان ایجاد می‌کند. تفاهم بین ملت‌ها و احترام و دوستی نسبت به یکدیگر از مزایای مهم گردشگری است. در کشورهایی که قبایل و نژادهای مختلف دارند، گردشگری موجب نزدیکی ساکنان بخش‌های مختلف کشور به یکدیگر و وحدت ملی می‌شود. به‌طور کلی، گردشگری به بازدیدکنندگان نکات تازه‌ای را از فرهنگ کشورهای دیگر می‌آموزد و قدرت عمل و قبول دیگران را در ارزش‌ها و سنت‌های آن‌ها ایجاد می‌کند، پیام‌آور دوستی و تفاهم بین مردمان جوامع مختلف می‌شود و کشور میزبان این فرصت را پیدا می‌کند تا فرهنگ و ارزش‌های خود را به مردم سایر ملل بشناساند و از آن‌ها نمایندگانی برای تبلیغ اندیشه‌ها و افکار ایدئولوژیک خود بسازد.

گردشگری فرهنگی، احترام به جامعه محلی را بیشتر نموده و فرصت‌های لازم برای درک و شناخت بیشتر و برقراری ارتباطات با مردم محلی را در زمینه‌های گوناگون بهبود می‌بخشد.

#### • زمینه‌سازی مشارکت ساکنین محلی در انجام تحقیقات و گردآوری اطلاعات

در حال حاضر حدود ۹۰ درصد گردشگران سراسر جهان را گردشگران فرهنگی تشکیل می‌دهند که صرفاً برای آشنایی با آثار تمدن بشری، ارضای حس کنجکاوی و یا پرکردن اوقات فراغت خود مسافرت کرده‌اند. آمار مربوط به گردشگران نشان می‌دهد که اغلب گردشگران، انگیزه‌ای به‌جز خوش‌گذرانی و اقدام به کارهای ضد ارزش در جامعه میزبان ندارند. در مورد اثرات منفی نیز باید اظهار داشت، این اثرات غیر قابل کنترل و کاهش نیستند. بلکه می‌توان آنها را با برنامه‌ریزی، مدیریت و ارزیابی صحیح به حداقل رساند و عامل ایجاد آن را تا حد ممکن محدود و مسدود نمود. برای کنترل و ارزیابی توسعه این فعالیت، روشهای متنوعی وجود دارد و همچنین مفاهیم جدیدی از جمله سنجش اثرات محیطی رواج پیدا کرده‌است که به کارگیری آنها بسیار مؤثر خواهد بود.

### ۱-۳- نمایش در ایران<sup>۱</sup>



رقص دسته‌جمعی با صورتک‌های بزکوهی

در بشر پیش از تاریخ در ایران، در اجتماع‌های قبیله‌ای، به هنگام بازگشت شکارچیان و شبانان، وابستگان یک قبیله یا طایفه گرداگرد آتشی که آن را برای گرم شدن و یا ترساندن جانوران افروخته‌بودند، جمع‌می‌شدند و به رقص‌های ستایش با حرکات و آرایش‌های عجیب می‌پرداختند. نقش‌هایی که از رقص‌های دسته‌جمعی به گرد آتش و نظایر آن بر تکه‌های سفالی به دست آمده، وجود چنین اجتماع‌هایی را در ایران تأیید می‌کند. این گونه مجلس‌ها که تحریک‌کننده روحیه جنگاوری مردان بود، گاهی به نمایش از جنگ و شکار بدل می‌شد که در آن چندتن با صورتک جانوران می‌گریختند و چند تن دیگر به نشانه شکارچیان تعقیبشان می‌کردند، تا عاقبت طی قراردادهایی از پیش تعیین‌شده، جانور تعیین شده، به خاک می‌افتاد و این نشانه آرزو یا میل شکارچی به غلبه مداوم بر شکار بوده‌است. رقص‌های ستایش نیز گاه با پوشش و چهره‌آرایی غریب با صورتک همراه بوده‌است. بر تکه سفال کوچکی که تاریخ آن را حوالی نیمه اول هزاره دوم پیش از میلاد ذکر کرده اند، و نظایر آن در بخش‌هایی از ایران قدیم از جمله خوارزم به دست آمده‌است، تصویر دو تن از اجراکنندگان یک رقص دسته‌جمعی، با صورتک‌های بزکوهی دیده می‌شود، که بین خود شاخه‌هایی با برگ‌های متقارن دارند. نتیجه باید گرفت که چندین مشخصه اساسی نمایش، بعدها از این اجتماع‌های پیش از تاریخ به نمایشگران دوره‌های تاریخی منتقل شد، چون شبیه سازی، به کاربردن صورتک، افزودن بازی و حرکات القاکننده به کلام، به وجود آوردن قراردادهای نمایشی. جای بازی این نمایش‌ها که عرصه میان حلقه مردم بوده‌است، طبیعی‌ترین شکل صحنه‌است، که امروزه صحنه گرد می‌خوانندش.

آنچه که بعد در این اجتماع‌های قبیله‌ای آغاز شد، نقالی بود. در اجتماع‌های غروب، اهل قبیله می‌نشستند و به آن چه رییس یا پهلوان یا جادوگر قبیله، در شرح جنگ‌هایی که دیده‌بود و نزاع با حیوانات وحشی در شکار و خاصه عوامل ظاهراً عجیب طبیعت می‌گفت، گوش می‌دادند.

روشن‌ترین مدرکی که از آن دوران باقی مانده‌است، درباره تعزیه مردم بخارا است بر مرگ سیاوش، که پایه‌ای در افسانه و دنباله‌ای در واقعیت دارد در کتاب تاریخ بخارا که به سال ۳۳۲ توسط ابوبکر محمد بن جعفر/نرشخی به عربی تألیف و در سال ۵۲۲ توسط ابونصر قبادی به فارسی ترجمه شده، ذکر گردیده‌است: «مردمان بخارا را در کشتن سیاوش نوحه‌هاست، چنان‌که درهمه ولایت‌ها معروف‌است و مطربان آن را سرود ساخته‌اند و قوالان آن را گریستن مغان خوانند، و این سخن زیادت از سه هزار سالست...»

گفته نرشخی<sup>۲</sup> در سال ۳۳۲، رسم‌های عزاداری بر مرگ سیاوش را به وسیله مردم و مطربان و قوالان بیان می‌کند، و قدمت آن را به سه هزار سال پیش از خود نسبت می‌دهد.

۱. بیضایی، بهرام، نمایش در ایران،

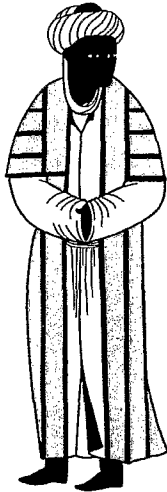
انتشارات روشنگران و مطالعات زنان،

تهران، ۱۳۸۵

۲. نرشخی، محمد بن جعفر، تاریخ بخارا،

تصحیح مدرس رضوی، نشر توس،

تهران، ۱۳۶۳



سیاه، از شخصیت‌های نمایش ایرانی

در لشکرکشی‌های بزرگ ایرانیان به جاهای دوردست معمولاً عده‌ای بازیگر همراه سپاه بوده‌اند، هم برای سرگرم کردن سپاهیان در بیتوته‌ها و هم برای تحریک روحیه مبارزه‌طلبی ایشان از راه اجرای رقص‌های نمایشی جنگی. ظاهراً این بازیگران رسوبی از نمایش‌های خود در سرزمین‌هایی که از آنها می‌گذشتند باقی گذاشته‌اند.

نویسندگان عهد اسلامی ایران، گاه از جشن‌هایی سخن گفته‌اند که مایه نمایشی داشته‌اند. سرآغاز این جشن‌ها معلوم نیست، ولی مسلم است که چند تا آنها تا قرن‌ها پس از آمدن اسلام، بدون تغییر مهمی ادامه داشته‌است. یکی از این جشن‌ها، برنشستن کوسه است که پس از اسلام هم به صورت بازی میر نوروزی باقی مانده و هنوز هم در برخی دهات دور افتاده، هست.

در قرون بعد، انواع گوناگونی از بازی‌ها و نمایش‌ها به وجود آمد و نام‌های متعددی هم گرفت، هم چون نمایش‌های شادی‌آور، تخت‌حوضی، نمایش‌های عروسکی، سایه‌بازی، تعزیه،... اما نقالی، قدیمی‌ترین و ساده‌ترین شکل نمایش، از میان آنهاست.

### ۱-۳-۱- نقالی

نقالی عبارتست از نقل یک واقعه یا قصه، به شعر یا به نثر، با حرکات و حالت و بیان مناسب در برابر جمع. نقالی از آن جهت که قصد القای اندیشه خاصی را با توسل به استدلال ندارد، و تکیه آن بیشتر بر احساسات تماشاگران است تا منطق ایشان، و هم از آن رو که موضوع داستان‌ها، قهرمانان بزرگ شده فوق طبیعی هستند، و یا قصد واقع بینی صرف را ندارد، با خطابه متفاوت است. منظور از نقالی سرگرم کردن و برانگیختن هیجان‌ها و عواطف شنوندگان و بینندگان است به وسیله حکایات جذاب، لطف بیان، تسلط روحی بر جمع، و حرکات و حالات القا کننده و نمایشی نقال به آن حد که بیننده او را در هر دم به جای یکی از قهرمانان داستان ببینند و به عبارت دیگر بتواند به تنهایی بازیگر همه اشخاص بازی باشد.

شرح اعمال قهرمانی و قهرمانان و داستان‌های مردان و کارهای فوق انسانی‌شان به این ترتیب، در چنین مجامعی به شنوندگان منتقل می‌شده‌است و برخی از این شنوندگان بعدها به نوبه خود، چنین داستان‌هایی را در چنین مجامعی برای دیگران نقل کردند، و برای کسب یا حفظ امتیاز، و داشتن تماشاگران بیشتر، بر حرکات نمایشی و بیان کننده خود، و نیز حوادث افزودند، و طی زمان هر کس با ذوق و مایه خود وسعتی به این مرحله داد. بدین قرار بود که هم یک تماشای تازه و ماندنی پیداشد، و هم اساطیر توسعه یافت و سینه به سینه رفت تا به روزگاری رسید که کاتبان آنها را ثبت کردند.

نقالی از مهم‌ترین عوامل زنده ماندن شاهنامه در فرهنگ ایرانی است.

در مورد تماشاخانه‌های آن دوره‌ها باید گفت که در آن روزگار محل اجرای نمایش بیشتر میدانگاه‌ها بوده است، زیرا نمایش در فضای سرپسته به واسطه ضعف وسایل