



Market Demand for Literary Tourism (Case study: Kerman Province)

Fatemeh Sam¹, Neda Torabi Farsani^{2*}, Mohammad Mortazavi³, Amir Abbas Najafi Pour⁴

¹ Master of Tourism Management, Department of Museum and Tourism, Art University of Isfahan, Isfahan, Iran

² Associate Professor in Tourism, Department of Museum and Tourism, Art University of Isfahan, Isfahan, Iran

³ Assistant Professor at Faculty of Conservation & Restoration, Art University of Isfahan, Isfahan, Iran

⁴ Higher Education Complex of Bam, Bam, Iran

Abstract: Literary tourism consists of a type of cultural tourism that allows tourists to travel for the purpose of identifying and obtaining cultural and literary values. Literary tourism provides visitors with the opportunity to explore tourism and literature at the same time. The present study aims to investigate the literary tourism potentials of Kerman province; consider the strategies which can promote literary tourism; and measure the domestic tourists' tendency towards literary tourism. Qualitative-quantitative methods were used in this applied research. In the first step of this research, in order to identify the potentials and the strategies to promote this type of tourism in Kerman, using the snowball-sampling method, experts in the fields of tourism, literature, culture, and art were interviewed, and then the results were analyzed through thematic analysis. According to the experts' ideas, four strategies that consist of product development, conglomerate diversification, policymaking, and marketing and market penetration are considered suitable strategies for promoting literary tourism. In the second part, a questionnaire was designed to assess the domestic tourists' tendency towards activities and attractions of literary tourism and tours in Kerman. The quantitative results were analyzed using SPSS software. The results illustrated that domestic tourists have a high desire to participate in literary activities and tours in Kerman province. It is worth mentioning that all indicators except "participation in storytelling workshops, creative writing, songwriting and playwriting" are very popular with tourists.

Key Words: Literary tourism, Cultural Tourism, Literature, Literary destination, Kerman Province.

بررسی تقاضای بازار گردشگری ادبی (مورد پژوهی: استان کرمان)

فاطمه سام^۱، ندا ترابی فارسانی^{۲*}، محمد مرتضوی^۳، امیر عباس نجفی پور^۴

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد موزه و گردشگری، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

۲- دانشیار گروه موزه و گردشگری، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

۳- استادیار گروه مرمت اشیاء تاریخی و فرهنگی، دانشکده حفاظت و مرمت، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

۴- عضو هیات علمی مجتمع آموزش عالی بم، بم، ایران

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۰/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۱۹

چکیده

گردشگری ادبی شکلی از گردشگری فرهنگی است که به کسب تجربیاتی در حوزه ادبیات منجر می‌شود. پژوهش حاضر درصدد است ظرفیت‌های گردشگری ادبی در استان کرمان، راهکارهای رونق و میزان استقبال گردشگران از تورهای ادبی را بررسی کند. این پژوهش از نظر روش، کیفی - کمی و از نظر هدف، کاربردی است. در مرحله نخست، به منظور شناسایی ظرفیت‌ها و راهکارها برای رونق گردشگری ادبی در استان کرمان با استفاده از روش گلوله برفی با کارشناسان حوزه‌های گردشگری، ادبیات و ... مصاحبه و نتایج آن به روش تحلیل مضمون تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان می‌دهند کارشناسان، چهار استراتژی توسعه محصول، تنوع ناهمگون، سیاست‌گذاری، بازاریابی و نفوذ در بازار را استراتژی‌های مناسبی برای رونق گردشگری ادبی می‌دانند. در مرحله بعد، به منظور ارزیابی میزان استقبال گردشگران از شرکت در تورها و فعالیت‌های ادبی در استان کرمان، پرسشنامه‌ای، طراحی و پس از تکمیل توسط گردشگران داخلی، با استفاده از آمارهای توصیفی و استنباطی و با بهره‌گیری از نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. نتایج به‌دست آمده بیان می‌کند گردشگران داخلی تمایل زیادی به شرکت در فعالیت‌ها و تورهای ادبی در استان کرمان دارند. میزان استقبال از همه شاخص‌ها در وضعیت مناسبی قرار داشت. شاخص تمایل به بازدید از مقبره مشاهیر با میانگین نمونه ۳/۷۸ در آزمون تی تک نمونه، بیشترین مقبولیت و شاخص تمایل به شرکت در کارگاه‌های داستان‌نویسی، نویسندگی خلاق و ... با میانگین نمونه ۲/۹۰ کمترین مقبولیت را نزد گردشگران دارند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری ادبی، گردشگری فرهنگی، ادبیات، مقاصد ادبی، استان کرمان.

* Corresponding Author: Neda Torabi Farsani

E-mail address: fatemeh.sam92@gmail.com, n.torabi@au.ac.ir, m.mortazavy@au.ac.ir.

n.najafipour@bam.ac.ir

مقدمه

ادبیات نشان‌دهنده تفکرات، احساسات، فرهنگ و تجارب هر جامعه‌ای است. انسان همواره از ادبیات به‌عنوان ابزاری برای انتقال بهتر پیام‌ها، احساسات و افکار خود استفاده کرده است. زبان و ادبیات فارسی، دومین زبان زنده جهان اسلام، نقش مهمی برای تبادل فرهنگ و انتقال آن دارد و این زبان در کشورهایی همچون ایران، افغانستان و تاجیکستان زبان رسمی کشور محسوب می‌شود. پس گفتنی است ظرفیت‌های بالای کشور ایران که مهد ادبیات فارسی است می‌تواند بستر مناسبی برای رونق گردشگری ادبی ایجاد کند. تمرکز پژوهش حاضر نیز بر گردشگری ادبی است. از نظر هوپن^۱، بروان^۲ و فایل^۳ (۲۰۱۴)، زمانی گردشگری ادبی به وجود می‌آید که نویسندگان و ادیبان آنها به‌گونه‌ای محبوب شوند که مردم به مکان نویسنده یا نوشته‌های او مجذوب شوند. مکان‌های گردشگری ادبی متشکل از مکان‌هایی است که نویسنده در آنجا به دنیا آمده، بزرگ شده، زندگی کرده، درگذشته یا آثار خود را نوشته است (Hoppen et al., 2014:37-39).

در سند چشم‌انداز وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور، مورخ ۱۳۹۹/۶/۱۶، تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری و توسعه محورهای گردشگری فرهنگی از جمله راهبردهای کلان و سیاست‌های توسعه گردشگری و اقدامات اساسی برای حل چالش‌های مربوط به صنعت گردشگری است و پژوهش حاضر با معرفی گردشگری ادبی گامی در راستای رسیدن به اهداف ذکر شده می‌تواند باشد. کشور ایران ادبیات غنی و فرهنگی کهن دارد. ادیبان، شاعران و نویسندگان زیادی در این کشور پرورش یافته‌اند و آثار مرتبط با آنها پتانسیل‌هایی برای گردشگری ادبی محسوب می‌شوند. استان کرمان نیز زادگاه و محل زندگی مشاهیر ادبی بسیاری است که می‌توانند موجب جذب گردشگران علاقمند به این ادیبان و آثارشان شوند؛ از جمله این ادیبان و مفاخر ادبی می‌توان به شاه نعمت‌الله ولی، محمدابراهیم باستانی‌پاریزی، هوشنگ مرادی کرمانی، مشتاق علی‌شاه، خواجه‌جوی کرمانی، بی‌بی حیاتی و بسیاری دیگر اشاره کرد. با توجه به وجود پتانسیل‌هایی در زمینه گردشگری ادبی در استان کرمان، نبود پژوهش و مطالعات منظم علمی در این زمینه و عدم بهره‌برداری از

این شاخه از گردشگری، ضرورت پرداختن به این موضوع احساس شد. با توجه به پیشینه تاریخی این استان، گردشگری ادبی علاوه بر ایجاد تنوع در بازار گردشگری، به معرفی و حفاظت از میراث و مکان‌های ادبی منجر خواهد شد.

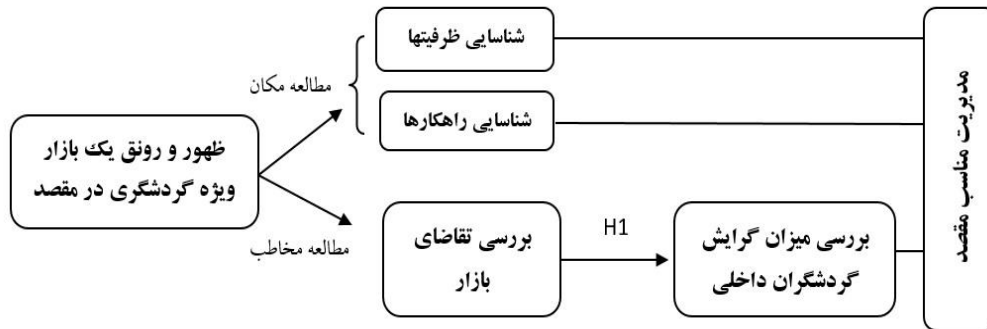
اهداف اصلی این پژوهش، شناسایی ظرفیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری ادبی در استان کرمان، راهکارهای رونق اینگونه از گردشگری و میزان استقبال گردشگران داخلی از این بازار خاص است. پرسش‌های زیر نیز در راستای اهداف پژوهش طراحی شده است:

۱. ظرفیت‌های استان کرمان برای رونق گردشگری ادبی کدامند؟
 ۲. چه راهکارهایی به رونق گردشگری ادبی در استان کرمان کمک می‌کنند؟
 ۳. تمایل گردشگران داخلی به میراث ادبی استان کرمان به چه میزان است؟
 ۴. استقبال گردشگران از تورهای ادبی ساماندهی شده در استان کرمان به چه میزان است؟
- شایان ذکر است رونق یک بازار با علایق ویژه در گردشگری نیاز به مطالعه مکان و مخاطب دارد که سؤالات یک و دو در راستای مطالعه مکان و سه و چهار در راستای مطالعه مخاطب طراحی شده است. بررسی تقاضای بازار، رکن اصلی رونق یک محصول جدید در بازار گردشگری است و بدیهی است گردشگران داخلی، گروه بزرگی از مخاطبان، متقاضیان یا مشتریان یک بازار یا محصول گردشگری را تشکیل می‌دهند و بررسی میزان گرایش از یک محصول جدید مؤلفه کلیدی مطالعات تقاضای بازار است. شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

¹ Hoppen

² Brown

³ Fyall



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش (منبع: نگارنده، ۱۳۹۸)

وسیع‌تر گردشگری فرهنگی و میراث معرفی شده است. هوپن و همکاران (۲۰۱۴)، انواع گردشگری ادبی را در جدولی معرفی کردند که باتلر^۹ (۱۹۸۶) و سپس بازبی و کلاگ (۲۰۰۱) ترسیم کرده‌اند (جدول ۱).

مکان‌های ادبی

طبق گفته اسمیت^{۱۰}، مکلئود و هارت روبرتسون (۱۳۹۱) مکان‌های گردشگری ادبی در سه بخش قرار می‌گیرند؛ مکان‌های واقعی، خیال‌انگیز و ساختگی.

• مکان‌های واقعی

این مکان‌ها وجود خارجی دارند و معمولاً محل تولد، آفرینش آثار، مرگ و آرامگاه نویسنده، شاعر یا شخصیت ادبی‌اند که با زندگی آنها ارتباطی واقعی دارند (اسمیت و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱۰-۱۵۰). کسانی که به این مکان‌ها جذب می‌شوند، علاقه زیادی به زندگی شخصی نویسنده، شاعر و ادیب دارند و این بازدید شرایطی را برای گردشگر به وجود می‌آورد که می‌تواند با مشاهده آن فضا، تجربه جالبی به دست آورد (Herbert, 1996: 21). بازدید از آرامگاه‌های سعدی و حافظ در شهر شیراز، صائب در شهر اصفهان و شهریار در شهر تبریز نمونه‌ای از مکان‌های ادبی واقعی‌اند.

• مکان‌های خیال‌انگیز

مکان‌هایی‌اند که فضای شعر، رمان، نمایشنامه و ... را دربرمی‌گیرند (اسمیت و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱۰-۱۵۰). ترکیب خیال و واقعیت به این مکان‌ها مفهوم و معنایی خاص می‌دهد. رویدادها و شخصیت‌های داستان‌ها در بعضی اوقات بیشترین تصویرسازی را در ذهن به وجود می‌آورند (Herbert, 2001: 17). طریقه نوشتن نویسنده، تصور از محیط و تخیلات او،

مبانی نظری

گردشگری ادبی می‌تواند با انواع مختلف گردشگری از جمله، گردشگری علائق ویژه^۴، فرهنگی، میراث و فیلم مرتبط باشد. گردشگری علائق ویژه نوعی از گردشگری است که در راستای علائق خاص افراد یا گروه‌ها به وجود آمده است و بر انگیزه‌ها و نیازهای گردشگران خاص تمرکز می‌کند؛ بنابراین، می‌توان گردشگری ادبی را زیرشاخه‌ای از گردشگری علائق ویژه در نظر گرفت (Immonen, 2018: 78). هربرت^۵ (۱۹۹۶)، گردشگری ادبی را اینگونه توصیف می‌کند: سفر به مکان‌های ادبی که به زندگی واقعی نویسندگان مربوط‌اند یا فضاهای داستان‌ها و رمان‌ها را تشکیل داده‌اند. به گفته اسمیت^۶ (۲۰۱۲) این تعریف جامعی درباره گردشگری ادبی است؛ اما تولیدات نمایشی و جلوه‌های فیزیکی که در تخیلات نویسنده وجود داشته، در آن گنجانده نشده‌اند. این تولیدات امروزه به شکل پارک‌های موضوعی به وجود آمده‌اند. بسیاری از محققان گردشگری، توسعه اماکن ادبی را به عنوان جاذبه‌های گردشگری به رسمیت شناخته‌اند. براون^۷ (۲۰۱۶)، انواع متفاوت سایت‌های ادبی را به صورت خانه‌های نویسندگان، قبور، کتابفروشی‌ها و جشنواره‌های ادبی معرفی می‌کند. همچنین تعدادی دیگر از محققان، محل تولد، قبور یا گردشگری مرتبط با داستان و فیلم، سفرنامه و مکان‌هایی که کتاب‌ها یا اشعار از آنجا الهام گرفته شده‌اند را از جاذبه‌های مقاصد گردشگری ادبی می‌دانند (Brown & Gentile, 2015: 12; Herbert, 2001: 23).

طبق گفته هوپن و همکاران (۲۰۱۴)، این نوع از گردشگری به عنوان یک گوشه‌ای^۸ (گردشگری مبتنی بر رسانه)، در یک بازار گوشه‌ای دیگر (گردشگری خلاق) و در یک حوزه

⁴ Special Interest Tourism (SIT)

⁵ Herbert

⁶ Smith

⁷ Brown

⁸ Niche

⁹ Butler

¹⁰ Smith

هتل‌های ادبی، هتل کتابخانه‌ها^{۱۷}، پارک‌های موضوعی (مانند پارک موضوعی گالیور [شکل ۲] در ژاپن)، نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها، موزه‌های ادبی، شهر کتاب‌ها (مکان‌های برگزاری نمایشگاه‌های کتاب، بازار فروش کتاب، چاپ و نشر کتاب و ... (MacLeod et al, 2009: 154, 172))، کتابفروشی‌های تاریخی (که مکان فیلمبرداری یک فیلم براساس یک رمان یا داستان بوده‌اند؛ مانند کتابفروشی لئو ترو پرتو پرتغال که محل فیلمبرداری یک قسمت از فیلم هری پاتر بوده است)، کتابخانه‌های تاریخی (مانند کتابخانه تاریخی کومبریا در کشور پرتغال که هنوز کتاب‌های قدیمی و نسخ خطی به کمک خفاش‌ها و به روش سنتی حفاظت می‌شوند) و شهرهای خلاق ادبی از جمله مکان‌های ساختگی برای جذب گردشگر هستند. شایان ذکر است امروزه شهرهای خلاق ادبی (شکل ۳) که در شبکه جهانی شهرهای خلاق یونسکو^{۱۸} ثبت شده‌اند از مهم‌ترین مقاصد گردشگری ادبی‌اند (UCCN, 2020). از سال ۲۰۰۴ تا سال ۲۰۱۹، سی و نه شهر خلاق ادبی (شکل ۳) در شهرهای مختلف جهان به شبکه جهانی خلاق یونسکو پیوسته‌اند (جدول ۲) و علاوه بر حفاظت از میراث‌های ادبی و معرفی آنها، از مهم‌ترین مقاصد گردشگری ادبی نیز به شمار می‌روند.

هربرت (۲۰۰۱) نیز مکان‌های ادبی را اینگونه دسته‌بندی کرده است: الف) مکان‌های واقعی، ب) مکان‌های خیال‌انگیز، ج) مکان‌هایی که گردشگران را به دلیل احساس عمیق آنها نسبت به یک شخصیت ادبی یا داستان به آنجا جذب می‌کنند و د) محلی که اتفاقات چشمگیر و دراماتیک زندگی یک نویسنده در آنجا اتفاق افتاده باشد؛ مانند مکان مرگ یک نویسنده.



شکل ۲- پارک موضوعی گالیور در ژاپن (منبع:

https://i.dailymail.co.uk/i/pix/2014/02/13/article-2558813-1B72C5B700000578-654_964x642.jpg

¹⁷ <https://libraryhotel.com/en/> (Library Hotel, New York, USA)

¹⁸ UNESCO Creative Cities Network (UCCN)

تأثیر بسیار زیادی بر تصور ذهنی خواننده می‌گذارد و ادراکات و تخیلات متفاوتی برای هر کدام از خوانندگان به وجود می‌آورد (Campalto, 2006: 23). موزه معصومیت در استانبول ترکیه که بازدید از آن به مثابه خواندن رمان معصومیت نوشته اورهان پاموک است، نمونه‌ای از مکان‌های ادبی خیال‌انگیز است که امروزه گردشگران بسیاری را به سمت خود می‌کشاند.

جدول ۱- انواع گردشگری ادبی (Busby & Klug, 2001: 231)

تعریف	نوع
انواع گردشگری اولیه ادبی باتلر	
گردشگران برای بازدید از مکان‌هایی که در آنجا اثر به وجود آمده و برای به دست آوردن بینش جدید درباره اثر یا نویسنده به این مکان‌ها سفر می‌کنند که شامل زیارت ادبی می‌شود (Butler, 1986: 111-132).	جنبه‌های تجلیلی نسبت به یک مکان واقعی
بعضی از آثار، خوانندگان را به بازدید و تجربه فضای آن داستان تشویق می‌کنند؛ مانند رمان تارکای سمور ^{۱۱} از هنری ویلیامسون ^{۱۲} که گردشگران را به فضای رمان درون شمالی ^{۱۳} می‌کشاند (Wreyford, 1996: 20-80)	اماکن با اهمیت در داستان
گونه‌ای از گردشگری است که با شخصیت‌های ادبی مرتبط است (Squire, 1996). این مناطق به‌عنوان مناطقی شناخته می‌شوند که فایده اقتصادی دارند.	شخصیت‌های ادبی مشهور که موجب جذاب بودن یک منطقه می‌شود
این نوع توسط چارلز کینگزلی ^{۱۴} در کتاب «شتاب به سوی باختر!» ^{۱۵} به تصویر کشیده شده است که با ایجاد پاتوق ساحلی در دون شمالی، این چنین نام گرفته است (Busby & Klug, 2001: 316-332)	ادبیاتی که آنقدر محبوب و معروف است که منطقه به یک مقصد گردشگری تبدیل می‌شود
انواع گردشگری ادبی اضافه‌شده توسط بازی و کلاگ (۲۰۰۱)	
وسیله‌ای که از طریق آن مردم و مکان‌ها دوباره تفسیر می‌شوند و با توضیح اتفاقات و تجربه‌ها با مخاطبان ارتباط برقرار می‌کنند؛ مانند کتاب‌های بیل برایسون ^{۱۶} .	سفرنامه
گردشگران پس از تماشای یک فیلم به بازدید از آن منطقه علاقمند می‌شوند.	گردشگری ادبی مبتنی بر فیلم

• مکان‌های ساختگی

مکان‌هایی‌اند که به‌طور عمدی برای جذب گردشگران به وجود آمده‌اند (اسمیت و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱۰-۱۵۰).

¹¹ Tarka the Otter

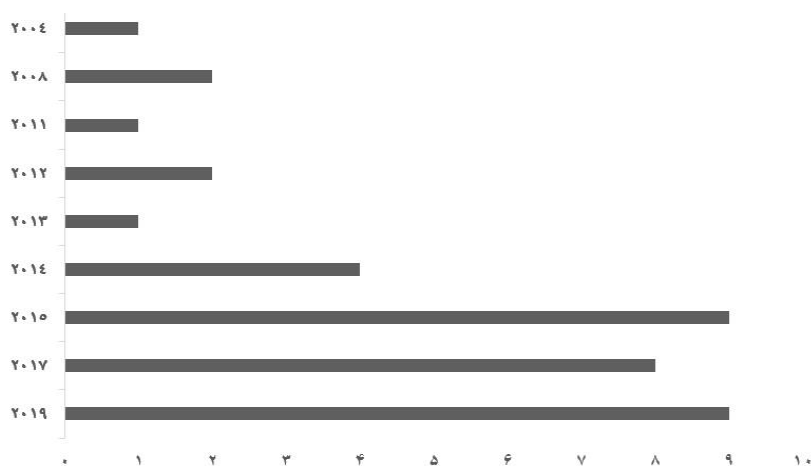
¹² Henry Williamson

¹³ North Devon

¹⁴ Charles Kingsley

¹⁵ Westworld

¹⁶ Bill Bryson



شکل ۳- روند رشد شهرهای خلاق ادبی از سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۹ (منبع: شبکه جهانی شهرهای خلاق یونسکو)

جدول ۲- شهرهای خلاق ادبی دنیا (منبع: شبکه جهانی شهرهای خلاق یونسکو)

سال پیوستن به شبکه جهانی شهرهای خلاق	کشور	شهر خلاق ادبی	سال پیوستن به شبکه جهانی شهرهای خلاق	کشور	شهر خلاق ادبی
۲۰۱۷	انگلستان	منچستر	۲۰۱۹	فرانسه	آنگولم
۲۰۰۸	استرالیا	ملبورن	۲۰۱۵	عراق	بغداد
۲۰۱۷	ایتالیا	میلان	۲۰۱۵	اسپانیا	بارسلونا
۲۰۱۵	اروگوئه	مونته‌ویدئو	۲۰۱۵	لبنان	بیروت
۲۰۱۲	چین	نانجینگ	۲۰۱۷	کره جنوبی	بوچئون
۲۰۱۲	انگلستان	نوریچ	۲۰۱۰	جمهوری ایرلند	دوبلین
۲۰۱۵	پرتغال	آبیدوش	۲۰۱۴	نیوزلند	دنیدن
۲۰۱۵	انگلستان	ناتینگهام	۲۰۱۷	آفریقای جنوبی	دوربان
۲۰۱۴	جمهوری چک	پراگ	۲۰۰۴	اسکاتلند	ادینبرا
۲۰۱۹	اکراین	اودسا	۲۰۱۹	انگلستان	اکستر
۲۰۱۷	کانادا	کیک	۲۰۱۴	اسپانیا	گرانادا
۲۰۱۱	ایسلند	ریکیاویک	۲۰۱۴	آلمان	هایدلبرگ
۲۰۱۷	آمریکا	سیاتل	۲۰۰۸	آمریکا	آیووا سیتی
۲۰۱۹	عراق	سلیمانیه	۲۰۱۳	لهستان	کراکوف
۲۰۱۵	استونی	تارتو	۲۰۱۹	فنلاند	کوهمو
۲۰۱۵	روسیه	اولیانوفسک	۲۰۱۹	پاکستان	لاهور
۲۰۱۷	هلند	اوترخت	۲۰۱۹	هلند	لیواردن
۲۰۱۹	کره جنوبی	ونجو	۲۰۱۷	نروژ	لیلهامر
۲۰۱۹	لهستان	وروتسواو	۲۰۱۵	اسلوونی	لیوبلیانا

پیشینه تحقیق

کارسون^{۱۹}، هاوکس^{۲۰}، گیسلسون^{۲۱} و مارتین^{۲۲} (۲۰۱۳) در مقاله‌ای با عنوان «گردشگری ادبی استرالیا» نتایج توسعه

مسیرهای ادبی برای بازدیدکنندگان داخلی و گردشگران بریزین و کوئینزلند در زمینه تغییرات سیاست دولت، در رابطه با فرهنگ، مشارکت اجتماعی و محیط زیست را ارائه کرده‌اند. یافته‌های این مقاله از طریق مطالعات فرهنگی گسترده و تجزیه و تحلیل تغییرات ملی و بین‌المللی گردشگری فرهنگی و مسائل مربوط به کوئینزلند به دست آمده‌اند. طبق نتایج به دست آمده،

¹⁹ Carson

²⁰ Hawkes

²¹ Gislason

²² Martin

تحلیل کرده‌اند. طبق نتایج این پژوهش، بر مبنای شناخت چالش‌ها یا مسائل و مشکلات توسعه گردشگری ادبی گفتنی است گردشگری ادبی به حمایت همه جانبه دولت، متولیان بخش گردشگری و نهادهای اجتماعی و فرهنگی نیازمند است. یافته‌ها و نتایج پژوهش درباره راهکارها یا رهیافت‌های توسعه گردشگری ادبی در ایران دربردارنده گزاره‌هایی است که بر رویکردها و راهبردهای گوناگون در زمینه توسعه و ترویج گردشگری ادبی تأکید دارند. جوادزاده (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با موضوع «برگزاری رویدادهای ادبی، فرصتی برای توسعه پایدار» گردشگری ادبی، رویدادهای ادبی و نقش آنها به عنوان فرصتی در توسعه پایدار مقاصد گردشگری را بررسی کرده است. روش پژوهش این مقاله توصیفی - تحلیلی با استفاده از جمع‌آوری داده‌های کتابخانه‌ای و منابع اصلی پژوهش اسناد و مدارک موجود در این خصوص بوده است. نتایج این پژوهش به این صورت بود که برگزاری رویدادهای ادبی بر اقتصاد محلی مؤثر است و نقش بسزایی در شناساندن و حفظ آثار ادبی مفاخر یک قوم و ملت دارد. ترابی فارسانی و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «گردشگری میراث ادبی، دیدگاه‌های آژانس‌های مسافرتی در شهر شیراز، در ایران» نگرش مدیران آژانس‌های مسافرتی شهر شیراز به فعالیت در بازار گردشگری ادبی را بررسی کرده‌اند. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان دادند مدیران آژانس‌های مسافرتی به برگزاری تورهای ادبی علاقمند هستند و از آنها حمایت می‌کنند. سعیدمهر (۱۳۹۹) راهبردهای مناسب برای رونق گردشگری ادبی در شهر اصفهان را مطالعه کرده و در این راستا از روش SWOT-QSPM بهره گرفته است؛ نتایج پژوهش نشان دادند موقعیت استراتژیک مناسب برای رونق گردشگری ادبی در شهر اصفهان محافظه‌کارانه است و توسعه بازار، نفوذ در بازار، توسعه محصول و یکپارچگی افقی از راهبردهای مناسب برای ترویج گردشگری ادبی در شهر تعیین شدند که از میان این ۴ راهبرد، راهبرد توسعه محصول در رتبه نخست است.

روش پژوهش

محدوده مورد مطالعه در این پژوهش استان کرمان است و پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، کیفی - کمی است. روش گردآوری داده‌ها نیز از دو طریق اسنادی (کتابخانه‌ای و اینترنتی) و میدانی (با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه) انجام گرفته است. این پژوهش دارای دو جامعه

شکافی در مدل‌های گردشگری و توسعه فرهنگی برای پیاده‌سازی شبکه‌ای از مسیرهای ادبی پایدار در بریزبن وجود دارد. این مدل می‌تواند در مناطق اطراف شهر گسترش یابد تا نیازهای گردشگر جدید را برآورده کند. هوپن، براون و فیال (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با موضوع «گردشگری ادبی فرصت‌ها و چالش‌ها برای بازاریابی و برندسازی مقاصد گردشگری» به بازاریابی گردشگری ادبی و ابزارهایی برای تعیین اهداف در قالب نام تجاری و استراتژی بازاریابی پرداخته‌اند و همچنین مکان‌های گردشگری ادبی، کلکسیون‌های خانگی نویسندگان و شاعران منطقه که نویسنده از آنجا طلوع می‌کند و برگزاری رویدادها و جشنواره‌های ادبی را معرفی کرده‌اند. جیانگ^{۲۳} و یو^{۲۴} (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان «مصرف یک مکان گردشگری ادبی: چشم‌انداز تجسم» شهر لیانگشان در استان شاندونگ (محل خلق داستان مشهور واتر مارچین در ادبیات کلاسیک چین) را برای ساختن یک چارچوب تحلیلی برای مصرف گردشگری بررسی کرده‌اند. داده‌های این مطالعه از طریق مصاحبه‌های شخصی و وبلاگ‌های آنلاین با تحلیل محتوا به دست آمده‌اند. این مطالعه ساختار رابطه مصرف تجسم‌یافته گردشگر ادبی را مشخص کرده است. ابعاد مختلفی از مصرف تجسم‌یافته گردشگری ادبی وجود داشت که به یکدیگر وابسته بودند و به صورت متقابل در یکدیگر نفوذ می‌کردند. ادراک، تخیل و احساسات در تجربه چند حسی یک مکان گردشگری ادبی برانگیزاننده هستند. این پژوهش با ارائه درک بیشتر گردشگران ادبی از تجربیات زیبایی‌شناختی تجسم مصرف‌شده، پیامدهای توسعه منابع گردشگری ادبی و بازاریابی با نام تجاری مقصد محلی را پیشنهاد می‌دهد.

گردشگری ادبی موضوع نوینی در داخل کشور است و آنگونه که باید در زمینه عملی روی آن کار نشده است. برخی از پژوهشگران داخلی نیز در زمینه گردشگری ادبی بحث کرده‌اند که در اینجا به آنها اشاره می‌شود.

اسدی و بیات (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با موضوع «چالش‌ها و رهیافت‌های توسعه گردشگری ادبی در ایران» با بهره‌گیری از روش کیفی تحلیل مضمون از طریق گردآوری دیدگاه‌ها و داده‌های متنی موجود درباره گردشگری ادبی در ایران، در گام نخست، چالش‌های توسعه گردشگری ادبی در ایران و در گام دوم، رهیافت‌های لازم برای غلبه بر آنها را شناسایی و تجزیه و

²³ Jiang

²⁴ Yu

بحث و یافته‌ها

در راستای رسیدن به اهداف اول و دوم پژوهش، یعنی شناسایی ظرفیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری ادبی و راهکارهای رونق اینگونه از گردشگری در استان کرمان، مصاحبه‌ای با کارشناسان انجام شد. برای رسیدن به هدف اول، با کارشناسان مصاحبه‌ای انجام شد و جواب‌های آنها با استفاده از تعیین مضامین فرعی و اصلی طبقه‌بندی شدند که در جدول ۳ نشان داده شده‌اند. از پاسخ‌های به‌دست‌آمده به همراه مطالعات و مشاهدات پژوهشگر، می‌توان پتانسیل‌های استان کرمان برای رونق گردشگری ادبی را شناسایی و معرفی کرد. نتایج (جدول ۳) نشان می‌دهند استان کرمان مهد ادبا و مشاهیر زیادی بوده است. از این بزرگان مکان‌های بسیاری به یادگار مانده است که به‌عنوان مکان‌های ادبی و پتانسیل‌های این استان در زمینه گردشگری ادبی به شمار می‌روند.

نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها آشکار می‌کنند استان کرمان با داشتن مدارس تاریخی، کتابخانه‌های قدیمی، مقبره مشاهیر، موزه‌های ادبی و فرهنگی، خانه‌های تاریخی مشاهیر ادبی، مکان‌ها و فعالیت‌های فرهنگی و ادبی و مشاهیر ادبی معاصر که خود عامل تمایز این مقصد ادبی از سایر مقاصد است، استان کرمان را قابل رقابت با سایر شهرهای ادبی ایران می‌کند و می‌توان نتیجه گرفت استان کرمان بستر مناسبی برای رونق توره‌های ادبی است.

برای رسیدن به هدف دوم نیز با کارشناسان مصاحبه‌ای انجام شد که پاسخ آنها در جدول ۴ به روش کدگذاری ارائه شده است. این راهکارها از ذهنیت کارشناسان و متخصصان استخراج شده‌اند. برای رسیدن به هدف فوق و تعیین استراتژی‌ها چهار کدگذار متن موجود در داده‌ها را می‌خوانند و به‌طور مستقل کدگذاری می‌کنند. پس از کدگذاری مستقل کدها با هم مقایسه شدند و اعمال نظرهایی با توجه به کدهای مستقل انجام گرفت؛ برای مثال، کد ۴ بازاریابی و نفوذ در بازار نام‌گذاری شد؛ درنهایت، کدگذاران روی عدد ۸۰ درصد تشابه کدگذاری توافق نظر کردند. نتایج جدول ۴ نشان می‌دهند استراتژی‌های توسعه محصول، تنوع ناهمگون، سیاست‌گذاری و بازاریابی و نفوذ در بازار می‌توانند به رونق گردشگری ادبی در استان کمک کنند.

آماري است. جامعه آماری اول شامل کارشناسان حوزه‌های گردشگری (۷ نفر)، ادبیات (۴ نفر)، فرهنگ و هنر (۴ نفر) است. در این مرحله، از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شده است؛ به صورتی که داده‌ها در مصاحبه با ۱۵ نفر از کارشناسان به اشباع رسید. در مرحله نخست پژوهش، به‌منظور شناسایی پتانسیل‌های گردشگری ادبی در استان کرمان و همچنین راهکارهای مناسب برای رونق اینگونه از گردشگری، یک فرم مصاحبه شامل سؤالات باز طراحی شد و در اختیار کارشناسان قرار گرفت. به‌منظور بررسی روایی این فرم مصاحبه، از روایی محتوایی استفاده شده است. ضریب نسبی روایی (CVR) فرم مصاحبه معادل ۱ است که از مقدار جدول، یعنی ۰/۷۵، بزرگ‌تر شد و این نشان‌دهنده روایی بالای آن بوده است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از فرم مصاحبه کارشناسان، از روش کیفی تحلیل مضمون (استفاده از تکنیک کدگذاری باز و محوری که به شناسایی مضامین اصلی و فرعی منجر می‌شود) استفاده شده است.

جامعه آماری دوم را گردشگران داخلی استان کرمان تشکیل می‌دهند. در این راستا، بر مبنای نظرات متخصصان (نتایج حاصل از فرم مصاحبه)، مطالعات پیشینه و اهداف پژوهش، پرسشنامه بسته‌ای به‌منظور سنجش میزان تمایل گردشگران داخلی به میراث ادبی استان کرمان و سنجش میزان استقبال گردشگران از توره‌های ادبی طراحی شد. به‌منظور سنجش پایایی این پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که این معیار با نرم‌افزار SPSS به راحتی محاسبه می‌شود. در پژوهش حاضر، میزان ضریب پایایی ۰/۸۹ محاسبه شد که نشان‌دهنده پایایی بالای پرسشنامه است؛ درنهایت، این پرسشنامه‌ها در اماکنی توزیع شدند که گردشگران حضور بیشتری داشتند (میدان و بازار گنجعلیخان، مرقد شاه نعمت‌الله ولی، مشتاقیه و غیره). در این مرحله، پژوهشگر به روش تصادفی در دسترس، شروع به نمونه‌گیری کرده است و به‌منظور تعیین تعداد نمونه، از جدول مورگان بهره گرفته که حجم نمونه برابر با ۳۸۵ نفر در نظر گرفته شده است. در مرحله بعد، پژوهشگر پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، داده‌های به‌دست‌آمده را در نرم‌افزار SPSS وارد کرده و با توجه به ماهیت داده‌ها و نرمال بودن آنها، هم از آمار توصیفی (فراوانی و درصد فراوانی) و هم از آزمون‌های آمار استنباطی (تی تک نمونه^{۲۵}) برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده کرده است.

²⁵ One Sample T-test

جدول ۳- ظرفیت‌های استان کرمان برای رونق گردشگری ادبی (منبع: نویسندگان)

مضامین اصلی	مضامین فرعی
مقبره مشاهیر	مشتاقیه: این بنا متعلق به دوره قاجار است. بعد از دفن مشتاق و عرفای دیگر در این مکان به‌عنوان یکی از اماکن مقدسه شهرت یافت.
	آستانه شاه نعمت‌الله ولی: این اثر تاریخی در قرن هشتم در شهرستان ماهان استان کرمان بنا شده است که صحن‌های مختلفی دارد. این آرامگاه در دوره‌های متفاوت تاریخ (صفویه، تیموری و قاجار) گسترش یافته است.
	مزار آقا: این اثر ملی مربوط به دوره قاجار در شهر کرمان است و مرقد حاج سید جواد شیرازی عالم دانا و گرانقدر است.
	گنبد جلیله: برخی تاریخ‌نگاران معتقدند این اثر ۸ ضلعی سنگی واقع در شهر کرمان، به عصر ساسانیان مربوط است. گفته شده است آرامگاه یکی از عرفا به نام سید محمد تباشیری در آن قرار دارد.
	مقبره سید حسین: این مکان مقبره سید نورالدین یکی از سادات و عرفای کرمان است که در قسمت شمالی مسجد صاحب‌الزمان در شهر کرمان واقع شده است.
	آرامستان هنرمندان: مکانی است که در آن قبور هنرمندان، شاعران، ادیبان و مشاهیر کرمان قرار دارد. بزرگانی همچون ارفع کرمانی، فاطمه جهانگرد، فواد کرمانی، همایون کرمانی و ...
	مقبره سید علویه: این بنای ارزشمند واقع در کنار بازار و مسجد حاج آقا علی در کرمان، قدمتی بیش از ۲۰۰ سال دارد.
	آرامگاه بابا کمال: آرامگاه بابا کمال که از درویش، عارفان و طبیبان برجسته و از شاگردان شاه نعمت‌الله ولی بود، در شمال شرقی شهر کرمان واقع شده است.
	مقبره خواجه اتابک: این بنای تاریخی آرامگاه عارف و سیاست‌مدار معروف و بزرگ قرن ششم و عصر سلجوقی خواجه محمد اتابک است که در شهر کرمان قرار دارد.
	پیر جارسوز یا برحق: این بنا واقع در بردسیر کرمان، ۷۰۰ سال قدمت دارد و قبل از اسلام با دفن یکی از عرفای بزرگ تقدس اسلامی یافته است.
	مقبره شیخ عبدالسلام زرنندی: مقبره این عارف بزرگ در زرنند و در قبرستان قدیم ریحان قرار دارد.
	زیارتگاه سید شمس‌الدین و سید طاهرالدین بمی: آرامگاه این پدر و پسر که از عرفای برجسته دوره تیموریان بوده‌اند، در بم واقع شده است.
آرامگاه پیران پیرجل: دو عارف و پیر در این مکان در روستایی به همین نام در شهر بابک دفن شده‌اند.	
آرامگاه هدایت علیشاه کوهبنانی (شهید کوهبنانی): گفته شده است این بنا به قرن ۱۱ هجری تعلق دارد.	
مدارس قدیمی و تاریخی	مدارس قدیمی
	قبه سبز: این اثر که گویی ۷۰۰ سال قدمت دارد، متعلق به حکومت قراختیایان در کرمان است. گفته شده این مکان به‌عنوان نخستین دانشگاه کرمان است که مراکز فرهنگی دیگری در اطراف آن قرار داشته است.
	مدرسه ابراهیم خان: این اثر تاریخی از بناهای دوره ابراهیم خان ظهیرالدوله حاکم کرمان در زمان قاجار است. این مدرسه هم‌اکنون نیز دایر و محل سکونت و درس و بحث طلاب است.
	مدرسه محمودیه: این مدرسه در بازار بزرگ کرمان واقع شده و گفته شده است متعلق به عصر شاه طهماسب صفوی بوده است. هم‌اکنون نیز بیش از ۱۰۰ طلبه در این مدرسه در حال تحصیل‌اند.
	مدرسه معصومیه: این مدرسه در بازار حاج آقا علی در شهر کرمان واقع شده و گفته شده است بیش از ۳۲۰ سال قدمت دارد. این مدرسه هم‌اکنون دایر و به‌صورت حوزه علمیه درآمدی است.
	مدرسه و کاروانسرای گنجعلیخان: این بنای تاریخی متعلق به عصر صفویه در ضلع شرقی میدان گنجعلیخان قرار دارد که در گذشته مدرسه‌ای پر رونق بوده است و بعدها به کاروانسرا تبدیل شده است.
	مدارس جدید
	دبیرستان پهلوی (امام): این مدرسه با نام «مدرسه پسران» توسط انگلیسی‌ها در زمان پهلوی اول و در سال ۱۳۰۵ خورشیدی احداث شده است. هم‌اکنون بخش‌های این مدرسه جدا شده و به‌عنوان موزه، پژوهشکده و ... درآمدی است.
	مدرسه ایرانشهر: این مدرسه در سال ۱۲۸۵ خورشیدی توسط انجمن زرتشتیان تأسیس شده و هنوز قسمت‌هایی از بنای این مدرسه موجود است.
	مدرسه سعادت: این مدرسه در سال ۱۲۸۶ شمسی بنا شده که مدیریت آن بر عهده احمد بهمنیار یکی از چهره‌های نامدار ادب فارسی بوده است.
دبیرستان شاهپور: این مدرسه واقع در کوچه همجوار پرورشگاه مشتاقیه در میدان مشتاقیه کرمان، در سال ۱۳۰۴ خورشیدی احداث شده که از جمله مراکز فرهنگی با سابقه کرمان است و تعداد زیادی از شخصیت‌های علمی و دانشگاهی امروز از آن مدرسه برخاسته‌اند (گلابزاده، ۱۳۹۶: ۲۳۳).	

مضامین اصلی	مضامین فرعی
	مدرسه عصمتیه: این مدرسه قدیمی دخترانه در خیابان شریعتی شهر کرمان واقع شده که در سال ۱۲۹۳ شمسی احداث شده است.
	مدرسه فخریه: این مدرسه در حدود یک قرن پیش در شهرستان راور در استان کرمان احداث شده که هم‌اکنون به‌عنوان مدرسه علمیه پسرانه دایر است.
	مدرسه حیاتی: بنای این مدرسه در زمان ناصرالدین شاه قاجار به‌عنوان بانک احداث شده است و از سال ۱۳۲۰ خورشیدی به‌عنوان دبستان دخترانه فعالیت داشت که به نام «بانو حیاتی» شاعر زمان قاجار نامگذاری شد و هم‌اکنون به موزه تبدیل شده است.
	مدرسه میرزا حسین وزیر: این مدرسه در خیابان شریعتی و در کوچه اخوان احداث شده است و بنای آن به دوره قاجار بازمی‌گردد.
	دبیرستان دخترانه بهمنیار: این دبیرستان در خیابان شریعتی کرمان قرار دارد و در سال ۱۳۰۶ شمسی با نام دارالمعلمات بانوان تأسیس شد. سپس به ریاست استاد باستانی پاریزی درآمد. امروزه به‌عنوان بخشی از اداره کل آموزش و پرورش واحد دانش‌آموزان استثنایی فعالیت دارد.
	مدرسه دانش: این مدرسه قدیمی‌ترین مدرسه سیرجان بود و توسط میرزا قاسم ادیب مؤلف «خارستان و نیستان» تأسیس شد و هم‌اکنون با نام مدرسه شهید علوی فعالیت می‌کند.
کتابخانه‌های قدیمی	کتابخانه ملی کرمان: بنای این کتابخانه که اثری ملی است به سال ۱۳۰۸ خورشیدی و دوره پهلوی اول بازمی‌گردد که در آن زمان کاربری کارخانه پشم‌ریسی داشته و تا سال ۱۳۳۰ با همین کاربری دایر بوده است. این بنای زیبای تاریخی در سال ۱۳۷۰ هم‌زمان با کنگره جهانی خواجوی کرمانی به‌عنوان مرکز فرهنگی و کتابخانه معرفی شد. امروزه با بیش از یکصد هزار جلد کتاب روزانه پذیرای ۵۰۰ هزار نفر از فرهنگ‌دوستان است.
	کتابخانه هرندی: این کتابخانه در کنار مسجد تاریخی جامع کرمان و در خیابان شریعتی و بافت تاریخی قرار دارد و در سال ۱۳۴۸ تأسیس شده است. هم‌اکنون نزدیک به ۷۰ هزار جلد کتاب دارد که بخشی از این کتاب‌ها نایاب و کمیاب‌اند.
	کتابخانه مفتاح (میمندی‌نژاد): این کتابخانه در دهه ۱۳۴۰ توسط دکتر محمدحسین میمندی‌نژاد از نویسندگان معاصر در محل باغ ملی کرمان راه‌اندازی شد. او با فروش کتب خود این کتابخانه را احداث کرد و هم‌اکنون بیش از ۱۵ هزار جلد کتاب در آن قرار دارد.
خانه‌های تاریخی مشاهیر	خانه پدری استاد باستانی پاریزی: این خانه حدود یک قرن قدمت دارد و بخشی از این خانه به خانه فرهنگ و هنر پاریزی تبدیل شده است و احیاگر فرهنگ استاد پاریزی خواهد بود.
	دیوان‌خانه امام جمعه: این خانه تاریخی، قدمتی بیش از ۱۰۰ سال دارد و در بازار میدان قلعه در شهر کرمان واقع شده است و بانی آن، حاج سید جواد شیرازی امام جمعه کرمان بود که در آن به امور دیوانی مردم می‌پرداخته است. بالاخانه این خانه، کتب خطی حاج جواد شیرازی نگهداری می‌شده است که در دهه ۴۰ به تهران اهدا شد. این خانه در زمان حاضر استفاده می‌شود و در دهه اول محرم میعادگاه عاشقان اباعبدالله الحسین است.
موزه‌های فرهنگی و ادبی	موزه شاه نعمت‌الله ولی: این موزه، یادگاری از دوره قاجار و در آستانه شاه نعمت‌الله ولی در صحنه وکیل ملکی واقع شده است. در این موزه اشیای باارزشی نگهداری می‌شود که غالب آنها با فرهنگ تصوف مرتبط‌اند.
	موزه مطبوعات: این بنای ارزشمند قدمتی بیش از ۲۰۰ سال دارد و آرامگاه سید علویه و ناظم‌الاسلام کرمانی است.
	اکونوموزه حیاتی: این بنا پیش از تبدیل به موزه، مدرسه دخترانه بود و هم‌اکنون در آن آثار فرهنگی و هنری به نمایش گذاشته و کارگاه‌های مختلف هنری در آن برگزار می‌شود.
	موزه آگیا: در این موزه کتاب‌ها، اسناد، عکس‌هایی از مدارس قدیمی و بزرگان معاصر و وسایل کمک آموزشی و قدیمی از سال ۱۲۷۳ خورشیدی نگهداری می‌شود.
	موزه استاد باستانی پاریزی: خانه پدری استاد باستانی پاریزی در پاریز، حدود یک قرن قدمت دارد و به موزه ارزشمندی تبدیل شده و بخشی از این خانه به خانه هنر و فرهنگ پاریز تبریز شده است.
مکان‌ها و فعالیت‌های فرهنگی و ادبی	خانه گفتمان کرمان: در این مکان که در خانه تاریخی بسیار زیبای کریم‌نژاد ایجاد شده است، معماران، شهرسازان، هنرمندان، شاعران، نویسندگان، مشاهیر، فعالین گردشگری و میراث فرهنگی و ... گفتگو و نشست‌های تخصصی برگزار می‌کنند و نتیجه این گفتگوها به کمک بازآفرینی شهری خواهد آمد.
	خانه ادبیات کرمان: در این مکان جلسات هفتگی با حضور استادان زبان و ادبیات فارسی، پژوهشگران، شاعران و نویسندگان حول محور یک موضوع خاص مرتبط با ادبیات، در یکی از مراکز فرهنگی، گردشگری، هنری و علمی شهر کرمان برگزار می‌شود.
	اندیشه‌سرای فردوسی کرمان: در این مکان که در پارک مادر شهر کرمان واقع شده است، نشست‌های شاهنامه‌خوانی و انس با حافظ برگزار می‌شود.
	کانون نویسندگان: در این مکان کارگاه‌های نویسندگی و جلسات داستان‌خوانی و نقد داستان برگزار می‌شود.
	فرهنگسرای کوثر: در این فرهنگسرا که در کنار کتابخانه ملی واقع شده است، کارگاه‌های نویسندگی برگزار می‌شود.
	برگزاری جلسات داستان‌خوانی و نقد داستان، شهرخوانی و نقد شعر و کارگاه‌های مبانی ادبیات کودک و نوجوان در سالن باستانی پاریزی کتابخانه ملی کرمان.

مضامین اصلی	مضامین فرعی
	حوزه هنری کرمان: در حوزه هنری، کارگاه‌ها، مسابقات و جشنواره‌های ادبی و هنری برگزار می‌شود. برای مثال، کارگاه نویسندگی خلاق، شب شعر و جلسات شعرخوانی و نقد شعر، کارگاه شعر و ادبیات داستانی و نمایشنامه‌نویسی و کارگاه شاهنامه‌خوانی و ...
مشاهیر معاصر	ابراهیم باستانی پاریزی، فاطمه جهانگرد، طاهره صفارزاده، هوشنگ مرادی کرمانی، محمود روح‌الامینی، احمد ناظرزاده کرمانی، احمد بهمینیار، سعید نفیسی، احمد رضا احمدی، علی‌اکبر سعیدی سیرجانی، جمشید سروش سروشیان، سعید نیاز کرمانی، ایرج بسطامی، فتح‌الله قدسی (فواد کرمانی) و سید محمود توحیدی (ارفع کرمانی).
دیگر مشاهیر	مشتاق علیشاه، شاه نعمت‌الله ولی، خواجوی کرمانی، ملا بمانعلی راجی، بانو بی‌بی حیاتی کرمانی، ترکان خاتون، افضل‌الدین ابو‌حامد، ابواسحاق کوهبنانی، شیخ برهان‌الدین، شهید کوهبنانی، شاه شجاع، سید شمس‌الدین بمی، سید طاهرالدین بمی، خواجه عبدالله مروراید، لاله خاتون و خواجه اتابک.

جدول ۴- راهکارهای رونق گردشگری ادبی در استان کرمان (منبع: نویسندگان)

مضامین اصلی	مضامین فرعی
استراتژی توسعه محصول	برگزاری تورهای گردشگری ادبی
	تعیین مسیر گردشگری ادبی در شهر کرمان
	تعیین محور گردشگری ادبی در ایران به صورتی که یکی از مسیرهای آن استان کرمان باشد.
استراتژی تنوع	طراحی نرم‌افزارهایی برای مسیرهای گردشگری ادبی در استان کرمان
	تنوع‌بخشی محصولات گردشگری ادبی با بهره‌گیری از میراث‌های ناملموس ادبی (ادبیات شفاهی، قصه‌ها و داستان‌های محلی)
استراتژی سیاست‌گذاری	برگزاری شب‌های قصه با حضور مشاهیر ادبی معاصر مانند هوشنگ مرادی کرمانی
	همکاری سازمان‌های مربوطه و حمایت مالی آنها، از جمله اداره ارشاد، دانشکده ادبیات دانشگاه کرمان، شهرداری و میراث فرهنگی برای رونق گردشگری ادبی
	ایجاد زیرساخت‌های لازم برای رونق گردشگری در استان که گردشگری ادبی نیز از آن مستثنی نیست
	توسعه مراکز فرهنگی در استان
	حفظ و نگهداری از میراث ادبی استان
	توسعه و حمایت از مؤسسات، NGOها و شبکه‌های ادبی خصوصی
استراتژی بازاریابی و نفوذ در بازار	حمایت از پایان‌نامه‌ها و رساله‌های مربوط به گردشگری ادبی در دانشگاه‌های استان
	تبلیغات و بازاریابی (شبکه‌های اجتماعی، بازاریابی الکترونیکی، اطلاع‌رسانی مکان‌ها، تهیه بروشورها، کتابچه‌های راهنما، نقشه‌ها و ...)
	گرافیک محیطی با بهره‌گیری از المان‌های ادبی استان
	معرفی میراث ادبی ملموس و ناملموس کرمان و به‌کارگیری آنها برای جذب گردشگران

بررسی میزان گرایش گردشگران به تورها، فعالیت‌ها

و میراث ادبی در استان کرمان

بخش اول سؤالات پرسشنامه با توجه به مورد استفاده در این پژوهش، سؤالات جمعیت‌شناختی نظیر جنسیت، سن، تحصیلات، وضعیت شغلی، محل سکونت و مدت اقامت و بخش دوم سؤالات، شامل سؤالات تخصصی درباره مؤلفه‌های گردشگری ادبی بوده است. در ادامه با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده از سؤالات، داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی تجزیه و تحلیل می‌شوند.

طبق نتایج، ۵۴ درصد از پاسخ‌دهندگان را زنان و ۴۶ درصد

از آنها را مردان تشکیل داده‌اند. آمار توصیفی متغیر سن پاسخ‌دهندگان نشان داد گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال با ۳۴ درصد بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. پس می‌توان نتیجه گرفت بیشتر گردشگران مشارکت‌کننده در پژوهش جوان بوده‌اند که لزوم بهره‌گیری از فعالیت‌های شاد و مهیج در زمینه ادبیات و گردشگری ادبی را نشان می‌دهد. طبق آمار توصیفی متغیر میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان، بیشترین فراوانی متعلق به افراد دارای مدرک کارشناسی با ۴۲ درصد است و این گواهی بر تحصیلات بالای گردشگران داخلی است و لزوم فعالیت‌های آموزشی را در بسته‌های تورهای ادبی آشکار می‌کند. گردشگرانی که به مدت ۳ تا ۵ روز در استان کرمان اقامت داشته‌اند با ۳۶/۹

مقادیر ۱ تا ۵ به مقیاس فاصله‌ای، تبدیل و برای بررسی فرضیه از آزمون T تک نمونه استفاده کرده است (مؤمنی و قیومی، ۱۳۹۴: ۲۳۹). فرضیه طراحی شده توسط پژوهشگر به صورت زیر است:

- میزان تمایل گردشگران داخلی به میراث ادبی و همچنین تورهای ادبی در استان کرمان بالا است. به این منظور دو فرضیه تعریف می‌شود که فرضیه‌ها و محدوده میانگین در جدول ۵ نشان داده شده‌اند.

در این مرحله با استفاده از آزمون T تک نمونه میزان تمایل گردشگران به میراث و تورهای ادبی در استان کرمان نسبت به عدد میانگین ۳ و با سطح اطمینان ۹۵ درصد بررسی شده است تا در نتیجه آن، میزان تمایل بالا یا پایین هریک از فعالیت‌ها و مؤلفه‌های مربوط به گردشگری ادبی مطرح شده در پرسشنامه مشخص شود.

درصد، بیشترین میزان فراوانی را در میان گردشگران دارند؛ در نهایت، نتایج نشان دادند بیشتر گردشگران داخلی استان کرمان از استان‌های تهران، یزد، فارس و سیستان و بلوچستان هستند که مهم‌ترین بازارهای هدف گردشگری استان را تشکیل می‌دهند.

برای رسیدن به هدف سوم و چهارم پژوهش، یعنی سنجش میزان تمایل گردشگران داخلی به میراث و تورهای ادبی در استان کرمان، پرسشنامه بسته‌ای طراحی و توسط گردشگران تکمیل شد. طبق نتایج آمار توصیفی به دست آمده، به‌طور کلی گردشگران داخلی که به استان کرمان سفر می‌کنند، تمایل زیادی به میراث ادبی استان کرمان دارند. همچنین، ۵۷ درصد از گردشگران تمایل زیاد و خیلی زیادی به شرکت در تورهای ادبی در استان کرمان دارند.

برای رسیدن به اهداف سوم و چهارم، با توجه به اینکه داده‌ها توزیع نرمال دارند، پژوهشگر فرضیه‌ای را مطرح کرده است و براساس این، طیف پنج گزینه‌ای لیکرت را با اختصاص

جدول ۵- معرفی فرضیه‌ها و محدوده میانگین (منبع: نگارنده، ۱۳۹۸)

فرضیه	وضعیت	محدوده میانگین
H_0 = میزان تمایل گردشگران داخلی به میراث ادبی و همچنین تورهای ادبی در استان کرمان پایین است.	کمتر یا در حد متوسط (نامناسب)	$H_0 = \mu \leq 3$
H_1 = میزان تمایل گردشگران داخلی به میراث ادبی و همچنین تورهای ادبی در استان کرمان بالا است.	بیشتر از متوسط (مناسب)	$H_1 = \mu > 3$

جدول ۶- نتایج آزمون T تک نمونه (منبع: نگارنده، ۱۳۹۸)

شاخص	تعداد نمونه	میانگین نمونه	عدد معناداری (Sig)	فاصله اطمینان ۹۵٪		وضعیت
				حد بالا	حد پایین	
میزان استقبال گردشگران از تورهای گردشگری ادبی	۳۸۵	۳/۵۷	۰/۰۰	۰/۶۶	۰/۴۷	مناسب $\mu > 3$
میزان تمایل به بازدید از مقبره مشاهیر	۳۸۵	۳/۷۸	۰/۰۰	۰/۸۸	۰/۶۹	مناسب $\mu > 3$
میزان تمایل به بازدید از مدارس قدیمی و تاریخی	۳۸۵	۳/۶۰	۰/۰۰	۰/۷۰	۰/۴۹	مناسب $\mu > 3$
میزان تمایل به بازدید از کتابخانه‌های قدیمی و تاریخی	۳۸۵	۳/۵۸	۰/۰۰	۰/۶۹	۰/۴۸	مناسب $\mu > 3$
میزان تمایل به شرکت در جلسات گفتگو با مشاهیر معاصر	۳۸۵	۳/۴۷	۰/۰۰	۰/۵۸	۰/۳۶	مناسب $\mu > 3$
میزان تمایل به بازدید از خانه‌های قدیمی مشاهیر	۳۸۵	۳/۷۲	۰/۰۰	۰/۸۳	۰/۶۲	مناسب $\mu > 3$
میزان تمایل به بازدید از موزه‌های ادبی	۳۸۵	۳/۴۳	۰/۰۰	۰/۵۴	۰/۳۳	مناسب $\mu > 3$
میزان تمایل به شرکت در خانه‌های گفتمان و ادبیات کرمان	۳۸۵	۳/۱۱	۰/۰۳۷	۰/۲۳	۰/۰۰۷	مناسب $\mu > 3$
میزان تمایل به شرکت در نشست‌های شعرخوانی	۳۸۵	۳/۲۱	۰/۰۰	۰/۳۳	۰/۱۰۲	مناسب $\mu > 3$

وضعیت	استنباط از جامعه	فاصله اطمینان ۹۵٪		عدد معناداری (Sig)	میانگین نمونه	تعداد نمونه	شاخص
		حد بالا	حد پایین				
مناسب	$\mu > 3$	۰/۶۶	۰/۸۸	۰/۰۰	۳/۷۷	۳۸۵	تمایل به شرکت در رویدادهای ادبی با حضور مشاهیر و روایت داستان‌هایشان از زبان خودشان
نا مناسب	$\mu \leq 3$	-۰/۲۱	-۰/۰۲۲	۰/۱۱۵	۲/۹۰	۳۸۵	میزان تمایل به شرکت در کارگاه‌های داستان‌نویسی، نویسندگی خلاق، ترانه‌نویسی، نمایشنامه‌نویسی
مناسب	$\mu > 3$	۰/۴۱۲	۰/۶۴	۰/۰۰	۳/۵۲	۳۸۵	میزان تمایل به شرکت در جلساتی که در آنها ادبیات شفاهی محلی استان کرمان (مانند قصه‌ها و لالایی‌های محلی) روایت می‌شوند
مناسب	$\mu > 3$	۰/۴۱۶	۰/۶۳	۰/۰۰	۳/۵۲	۳۸۵	میزان تمایل به بازدید از خانه‌هایی که سریال‌های تلویزیونی یا فیلم‌های سینمایی در آنها فیلم‌برداری شده است
مناسب	$\mu > 3$	۰/۶۶	۰/۸۷	۰/۰۰	۳/۷۶	۳۸۵	میزان تمایل به شنیدن قصه‌های قدیمی کرمان از زبان مادر بزرگ‌ها و پدر بزرگ‌ها
مناسب	$\mu > 3$	۰/۴۳	۰/۶۴	۰/۰۰	۳/۵۴	۳۸۵	میزان تمایل به بازدید از مکان‌هایی در استان کرمان که داستان رمان‌ها در آن اتفاق افتاده است

طبق نتایج (جدول ۶) تمامی شاخص‌ها به‌جز شاخص «میزان تمایل به شرکت در کارگاه‌های داستان‌نویسی، نویسندگی خلاق، ترانه‌نویسی، نمایشنامه‌نویسی و ...» دارای میانگین بالاتر از ۳، حد بالا و پایین مثبت و همچنین عدد معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ هستند و از نظر گردشگران مقبولیت بالایی دارند. مطالعه مخاطب در منطقه مطالعه‌شده نشان می‌دهد تقاضا برای ظهور گردشگری ادبی در شهر کرمان وجود دارد و گردشگران تمایل بالایی به شرکت در تورها و فعالیت‌های ادبی و بازدید از مکان‌های ادبی دارند؛ بنابراین، راهنمایان تور با توجه به وجود ظرفیت‌های ادبی در استان و گرایش بالای گردشگران به این بازار با علایق ویژه گردشگری، می‌توانند برای ساماندهی تورهای ادبی در استان برنامه‌ریزی کنند.

نتیجه‌گیری

براساس مشاهدات میدانی پژوهشگر و نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها، استان کرمان دارای ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های زیادی برای توسعه گردشگری ادبی است که در بخش‌های قبل، به تفصیل معرفی شدند. با این حال، اقدام مفیدی در این زمینه

صورت نگرفته و از این ظرفیت‌ها به خوبی استفاده نشده است. در بخش سیاست‌گذاری نیز عملی صورت نگرفته است که نهادهای مسئول و دولت باید تمهیدات لازم را ببندیشند. سهل‌انگاری نسبت به آگاه‌سازی مردم درباره ارزشمند بودن میراث فرهنگی و ادبی، عدم اطلاع‌رسانی به مردم و همچنین ضعیف بودن تبلیغات و بازاریابی را می‌توان از دلایل دیگری برای شکوفانیدن اینگونه از گردشگری دانست. طبق یافته‌های پرسشنامه، به‌طور کلی، گردشگرانی که به استان کرمان سفر کرده بودند، علاقه زیادی به گردشگری ادبی به‌خصوص بازدید از خانه‌های قدیمی و مقبره‌های مشاهیر و همچنین شرکت در رویدادهای ادبی با حضور مشاهیر و روایت داستان‌هایشان از زبان خودشان و شنیدن قصه‌های قدیمی محلی کرمان از زبان مادر بزرگ‌ها و پدر بزرگ‌ها داشتند. کارشناسان و متخصصان نیز راهکارهایی را به منظور رونق گردشگری ادبی در استان کرمان پیشنهاد داده‌اند که به چهار بخش استراتژی‌های توسعه محصول، تنوع ناهمگون، سیاست‌گذاری و نفوذ در بازار و بازاریابی تقسیم شده‌اند. به نظر می‌رسد به‌کارگیری این استراتژی‌ها کمک زیادی به رونق گردشگری ادبی در استان

کیفی گفتمان گردشگری ادبی در ایران»، *فصلنامه گردشگری شهری*، دوره ۴، شماره ۱، ص ۱۴-۱.

اسمیت، ملانی و همکاران (۱۳۹۱). *مفاهیم کلیدی در مطالعات گردشگری*، ترجمه جعفر باپیری، تهران: مهکامه.

جوادزاده، محبوبه (۱۳۹۶). «برگزاری رویدادهای ادبی فرصتی برای توسعه پایدار»، *پنجمین کنفرانس ملی مهندسی عمران، معماری و توسعه شهری پایدار*، تهران: مؤسسه آموزش عالی مهر اروند و مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار.

سعیدمهر، فریبا (۱۳۹۹). «شناسایی راهبردهای مناسب برای رونق گردشگری ادبی در شهر اصفهان»، *پایان نامه کارشناسی ارشد*. مدیریت جهانگردی، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان.

کمالی مهاجر، مرضیه و کریمی، الهام (۱۳۹۲). «طراحی مسیرهای گردشگری ادبی در منطقه مازندران»، *دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین*، دوشنبه ۱۷ تیر ۱۳۹۲، شرکت هم‌اندیشان محیط زیست فردا، همدان: ایران.

گلاب‌زاده، محمدعلی (۱۳۹۶). *کرمان در آینه گردشگری*، کرمان: نشر ولی و مرکز کرمان‌شناسی.

مؤمنی، منصور و فعال قیومی، علی (۱۳۹۴). *تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS*، چاپ هشتم، تهران: انتشارات مؤلف.

Brown, L. (2016). Treading in the footsteps of literary heroes: an autoethnography. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(2), 135-145.

Brown, L., & Gentile, R. (2015). A life as a work of art: Literary tourists' motivations and experiences at Il Vittoriale degli Italiani. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(2), 25-47.

Busby, G., & Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 316-332.

Butler, R. W. (1986). Literature as an influence in shaping the image of tourist destinations: a review and case study. *Canadian studies of parks, recreation and tourism in foreign lands*, 111-132.

Campalto, M. (2006). *To what extent does literature have an influence on tourists' expectations and perception of destinations?* Dissertation. Bournemouth University.

Carson, S & et al. (2013). Practices of literary tourism: an Australian case study. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality*

کرمان خواهد کرد. علاوه بر این، در راستای رونق گردشگری در استان کرمان، به‌ویژه در بخش گردشگری ادبی و فرهنگی می‌توان بسته‌های سفری متناسب با مکان‌های ادبی پیشنهاد داد. در این راستا، ویژگی بارز چنین بسته‌هایی می‌تواند گنجانیدن مکان‌های ادبی با موقعیت‌های نزدیک به هم در بازه‌های زمانی مختلف، برای مثال در دو یا سه روز باشد. باید در نظر داشت پژوهشگرانی همچون کارسون، هاوکس، گیلسون و مارتین (۲۰۱۳) و سعید مهر (۱۳۹۹) استراتژی‌های توسعه محصول (توسعه مسیرهای ادبی، تعیین محورهای گردشگری ادبی در ایران و ...، هوپین، براون و فیال (۲۰۱۴) استراتژی‌های بازاریابی، کمالی مهاجر و کریمی (۱۳۹۲) استراتژی توسعه محصول (تعیین مسیر گردشگری ادبی)، اسدی و بیات (۱۳۹۶) استراتژی‌های سیاست‌گذاری (حمایت دولت، متولیان بخش گردشگری و نهادهای اجتماعی و فرهنگی) و جوادزاده (۱۳۹۶) استراتژی‌های تنوع ناهمگون (برگزاری رویدادهای ادبی) و سعید مهر (۱۳۹۹) استراتژی نفوذ در بازار را برای رونق گردشگری ادبی مناسب می‌دانند و این پژوهش‌ها، یافته‌های پژوهش حاضر را تأیید می‌کنند.

پس گفتنی است تقاضای داخلی و ظرفیت مناسب برای رونق گردشگری ادبی و ساماندهی توره‌های ادبی در استان کرمان وجود دارد و رونق این بازار ویژه گردشگری در استان گامی برای متنوع‌سازی بازار گردشگری شهری است، همچنین باعث اشتغال‌زایی برای راهنمایان تور می‌شود و راهی برای کسب درآمد از جاذبه‌های ادبی (مانند مدارس تاریخی و ...) است که تاکنون در کانون توجه گردشگری قرار نداشتند.

پیشنهاداتی نیز برای پژوهش‌های آتی در نظر گرفته شده‌اند که این پیشنهادات عبارت‌اند از:

- بررسی میزان گرایش گردشگران خارجی به رونق گردشگری ادبی در استان کرمان
- تعیین موقعیت استراتژیک استان کرمان در راستای رونق گردشگری ادبی
- بررسی ظرفیت‌های گردشگری فیلم و رونق گردشگری ادبی در استان کرمان
- تهیه نقشه راهنمای گردشگری ادبی در استان کرمان و ایران

فهرست منابع

اسدی، علیرضا و بیات، ناصر (۱۳۹۶). «تحلیل محتوای

- Research*, 7(1), 42-50.
- Herbert, D. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 312-333.
- Herbert, D. T. (1996). Artistic and literary places in France as tourist attractions. *Tourism Management*, 17(2), 77-85.
- Hoppen, A & et al. (2014). Literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations? *Journal of Destination Marketing and Management*, 3, 37-47.
- Immonen, T. (2018). *Literary Tourism in Finland*. Thesis. Saimaa University of Applied Sciences. Faculty of Tourism and Hospitality.
- Jiang, L., & Yu, L. (2019). Consumption of a literary tourism place: a perspective of embodiment. *Tourism Geographies*, 1-24.
- MacLeod, N & et al. (2009). Reading the landscape: The development of a typology of literary trails that incorporate an experiential design perspective. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2-3), 154-172.
- Smith, Y. (2012). Literary tourism as a developing genre: South Africa's potential (Doctoral dissertation, University of Pretoria), Pretoria, South Africa.
- Squire, S. J. (1996). Literary tourism and sustainable tourism: promoting 'Anne of Green Gables' in Prince Edward Island. *Journal of Sustainable Tourism*, 4(3), 119-134.
- Torabi Farsani, N & et al. (2018). Persian literary heritage tourism: travel agents' perspectives in Shiraz, Iran. *Journal of Heritage Tourism*, 13(5), 381-394.
- UCCN (The UNESCO Creative Cities Network). Literature. Available at: <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map> (accessed: 20 December 2020).
- Wreyford, P. (1996). A literary tour of Devon. Orchard Publication, UK.