**Journal of Geography**

Journal Homepage: https://mag.iga.ir

Online ISSN: 2717-2996

Research Paper 2025, 22 (83)

# Organizational Capacity Assessment of Literary Tourism for the Development of Urban Tourism (Case Study: Tehran City)

Ali Movahed[1], Fariba Geravandi[2]

1. Associate Professor, Department of Tourism, Kharazmi University, Tehran, Iran (Corresponding author). E: movahed@khu.ac.ir
2. Master of Geography and Tourism Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran

**ARTICLEINFO**

**Keywords**
Organizational capacity
literary tourism
Tehran

Article History:
Received:
03 NO 2024
Received in revised form:
27 JA 2025
Accepted
29 JA 2025
Available online:
19 FE 2025

**ABSTRACT**

Today, literary tourism has a special place in the world, and our country, with its prominent poets and writers, can grow and develop literary tourism. In the meantime, the city of Tehran has always been of interest to poets and writers in our country due to its political location and the existence of cultural and artistic centers. Although this city has a high individual and environmental capacity for creating literary tourism, it seems that the management, planning, and use of existing capacities have fundamental weaknesses. In this study, these shortcomings have been analyzed at three individual, organizational, and environmental levels. The research method is descriptive-analytical. Documentary, library, and field methods have been used to collect information. Field studies have been conducted by conducting surveys. The statistical population consisted of tourists, experts, and local people, and based on the Cochran method, 96 samples were selected and distributed from them in a simple random manner. The collection tool was a researcher-made questionnaire consisting of 5 items with a Likert response method. Data analysis was performed using non-parametric models and SPSS software. The research findings showed that "advertisements" is the most effective organizational capacity variable in the development of literary tourism in Tehran, followed by "literary festivals and events" in second place and "quality of services" in third place. The research results show that the necessary capacities exist for the development of tourism in Tehran in terms of literary tourism. To develop literary tourism, it is necessary to make policies in organizational capacities. This capacity should be considered in the important axes of literary place management and advertising and marketing.

Citation: Movahed A. & Geravandi, F. (2025). Organizational Capacity Assessment of Literary Tourism for the Development of Urban Tourism (Case Study: Tehran City). Journal of Geography, 22 (83), 143-162.

http://doi.org/10.22034/jiga.2025.2044897.1344

© The Author (s). Publisher: Iranian Geographical Associati This is an open access article under the CC BY NC license (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## Extended Abstract

### Introduction

Books and literary works are a subset of the cultural heritage of every country. This heritage has created a type of tourism called "literary tourism". One of the fields of urban tourism development is "literature". Literary works, characters of Persian literature and places related to them are among the aspects of literary tourism.

Literary tourism is one of the important activities of "urban tourism". Urban tourism is considered as one of the types of cultural tourism and cities are one of the most important centers of production, supply and consumption of cultural and artistic products. In addition, the variety of cultural spaces in cities such as museums, exhibitions, cinemas, theaters, libraries and other artistic and cultural spaces makes many tourists come to the city to see these spaces and take advantage of their facilities.

For the development of each type of tourism, there are many effective factors that if any of them are strengthened, they will help to improve the condition of this industry. "Literary tourism" is not an exception to this rule, and factors such as introducing poets and writers and their works to the society, as well as providing services to visitors and holding festivals and programs about these great men and their works play a significant role in the development of literary tourism. Therefore, it is necessary and necessary to conduct a research as "Analysis of organizational capacities of literary tourism".

One of the major challenges of urban tourism development is determining the capacity in economic, socio-cultural and environmental dimensions, based on the environmental characteristics of the host regions. This is very important in urban environments that follow a complex and different nature and pattern.

Literary attractions, literary performances, private sector participation, non-governmental organizations, advertising, information, virtual space capabilities, cinema and filmmaking industry, investment, facilities and services, tourist satisfaction, literary festivals and events, infrastructure, service quality and literary tourism facilities in It is under "organizational capacities of literary tourism" which is effective in the development of this type of tourism. "The growth and development of tourism will not be possible without the government's intervention and investment. Governments have many responsibilities, but recently a new responsibility called tourism development has been added to their duties. "Capacity" is organizational and technical abilities, relationships and values that It empowers countries, organizations, groups and individuals at every level of society to perform tasks and achieve their development goals over time. Capacity not only refers to skills and knowledge, but also to relationships, values, and attitudes.

### Methodology

The research method in conducting this research is "descriptive-analytical". In order to collect information, we will use documentary, library and field studies methods.

A- Library method: To get to know celebrities and their places of residence and graves, numerous books and articles are used, and we collect relevant materials.

B- Field method: In addition to library studies, in order to get more familiar with the cultural and literary attractions of Tehran, we will refer to cultural places and places of residence or tombs of poets and writers. We ask questions in the form of a questionnaire from the statistical community, i.e. tourists and residents of the neighborhood, and check the existing problems and facilities and take pictures of them. We designed the questionnaire based on the research variables and indicators listed in Table 1. In the end, using spss software, the questionnaire data is calculated and statistically analyzed. Then, we answer the research questions and evaluate the correctness of the hypotheses. At the end, we will summarize the discussion and provide appropriate solutions.

### Results and Discussion

A significant number of literary tourists are women. Based on the findings of the questionnaire, 63.5% of the interviewees were women and 36.5% were men. According to the findings of the questionnaire, a large population of interviewees, i.e. 40.6% of them, were young people between 21 and 30 years old. Few of these people were over 50 years old. Also, a significant number of literary tourists were people with bachelor's degrees. These people accounted for 40.6% of the interviewees. After this group, there are post-graduates who made up 18.8% of t

he respondents. Among the local community, a significant number of interviewees were women. These people constituted 61.5% of the respondents. The remaining 38.5% were men. Among the local community, people between 13 and 49 years old accounted for the largest number and constituted 45.8% of the respondents.

The components of organizational capacity include "quality of services provided", "festivals and literary events" as well as "advertisement". We used Friedman's test to compare the importance of these components. The obtained result is P value 001. and less than 0.5. Therefore, the test is meaningful and we can say that the null hypothesis that the assumption of equal importance of these three variables i.e. "the quality of services provided", "festivals and literary events" and "advertisements" is rejected, and the opposite hypothesis that asserts the difference in the role of these three variables is rejected. It is accepted.

The variable "Advertising" with an average rating of 2.31 is the most effective individual capacity variable in the development of literary tourism in Tehran, followed by "Festivals and Literary Events" with an average rating of 1.93. ", with an average rating of 1.76, are in the third place and are less important than the two mentioned cases. Based on this, it can be said that according to tourists, among the organizational capacities, the "advertisement" variable has been more important in attracting literary tourists in Tehran than the other two variables.

Organizational capacity variables include "management of literary places", "the role of the private sector in people's participation" and "interest in holding literary programs in the neighborhood". To compare the importance of these variables, we used Friedman's test, the results of which are shown in chart number 4.

According to the P value of our test is 164 and it is more than 0.5. Therefore, the test is not significant and we can say that the null hypothesis, which is the assumption of equal importance of the three mentioned variables, is accepted, and the opposite hypothesis, which believes that the roles of these three factors are different, is rejected.

**Conclusion**

Today, literary tourism has gained a special place in the world. Iran is also one of the countries that can work in this field and create literary tourism with its poets and writers. The organizational capacity of developing literary tourism in Tehran includes the capacity of holding festivals and literary events, advertising and the quality of services provided. These components have the necessary capacity for the development of literary tourism in Tehran.

Literary tourism takes tourists from books to the places of creation of literary works or the place of birth and death of the creator of the work and the tomb. With its capabilities in literary tourism, Tehran can take valuable steps in attracting and developing this type of tourism. Literary tourists consider the factors of paying attention to infrastructures, increasing advertising and information, holding poetry contests and literary festivals, and launching a website to introduce cheap accommodations as effective in the development of tourism. All of the mentioned factors are manifested under the duties of public and private organizations and institutions, and in this way, the importance of related organizations and institutions can be understood. Therefore, for the development of literary tourism in the city of Tehran, in addition to the existence of places and literary attractions, attention should be paid to the infrastructure and equipment, and this is where the role of organizational capacities in the development of literary tourism is revealed.

Tourists believe that "organizational capacities" are more important than "environmental capacities" for the development of literary tourism; But according to the local community, "environmental capacities" are the most effective factors in the development of literary tourism in Tehran. Also, the literary tourists of Tehran believe that "advertising" is the most effective variable in the development of literary tourism in Tehran. According to the local community, "Management of literary places" is the most effective variable of organizational capacity in the development of literary tourism in Tehran.

**Funding**
There is no funding support.

**Authors' Contribution**
All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

**Conflict of Interest**
Authors declared no conflict of interest.

**Acknowledgments**
We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

**References**
1) Blumenthal, B. (2005). Investing in Capacity Building. Published by Center for the Study of Humon Rights at Columbia University and the Banyan Tree Foundation. In: Capacity Bulding Agenda.
2) Brown, L & Fyall, A. (2014). literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations. Journal of Destination Marketing & Management, 3(1), 37-47
3) Busby, G., &amp. & Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues,Journal of Vacation Marketing, 7(4), 316–332.
4) Carr, W, Hinsz, S, Loomis, M, Consulting Deloitte, LLP. (2011). Client-Driven, Performance-Based Capacity Development, Deloitte Development LLC
5) Carson, S, Hawkes, L, Gislason, K., & Martin, S. (2013). Practices of literary tourism: an Australian case study. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research ,42-50. DOI: 10.1080/14766825.2016.1165237
6) Croy, G. (2012) Literary Tourism. In: Robinson, Peter (editor). Tourism: The Key Concepts, Routledge,pp. 119-121
7) Drabble, M. (2009). The pattern in the carpet: A personal history with jigsaws. Houghton Mifflin Harcourt
8) Kieffer C, Reischmann, J. (2004). Contributions of Community Building to Achieving Improved Public Health Outcomes. Final report, August 2004. From (Retrieved July 15, 2008)
9) Kinninger, C. (2016). "From the page to the place: a look at literary tourism and the advantages it canbring to tourism development." An Honors Thesis. Ball State University Muncie, Indiana.
10) Lavergne, R & Saxby, J. (2001). Capacity Development: Vision and implications, Canadian International Development Agency, CIDA Policy Branch No. 3, January
11) Lusthaus,C, Adrien, M, Perstinger Mark. (1999), Capacity Development: Definitions, Issues and Implications for Planning, Monitoring and Evaluation, Universalia Occasional Paper,No. 35,pp1-21
12) Ommundsen, W. (2014). If it is Tuesday, this is must be Jane Austen literary tourism and the. Available in: heritage industry http://www.textjournal.com.au]
13) Otoo, S, Agapitova, N and Behrens, J. (2009), The Capacity Development Results Framework (A strategic and results-oriented approach to learning for capacity development), Public Disclosure Authorized.
14) Potteri ،C & R, Brough Oxford University Press (2004). Health Policy and Planning Systemic capacity building: a hierarchy of needs. 336–345
15) UNDP. (2009), United Nations Development Programme.304 East 45 th Street, New York, NY10017 USA.
16) Vallejo, B & W, Uta. (2015). Capacity Development Evaluation: The Challenge of the Results Agenda and Measuring Return on Investment in the Global South, World Development, No.79, pp. 1–13,
17) Wang.H-j, Zhang D(2017) Comparing literary tourism in Mainland China and Taiwan: The Lu Xun Native Place and the Lin Yutang House, Tourism Management, No. 59, 234-253, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.008.
Zare Bidaki, A & Hosseini, S. (2014). Literary Tourism as a Modern Approach for Development of Tourism in Tajikistan Journal of Tourism & Hospitality, 1-3

نشریهٔ جغرافیا

Journal Homepage: https://mag.iga.ir

شاپا الکترونیکی: ۲۹۹۶-۲۷۱۷

مقاله مستخرج از پایان نامه ارشد

دوره۲۲، شمارهٔ ۸۳، ۱۴۰۳

# ظرفیت‌سنجی سازمانی گردشگری ادبی برای توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر تهران)

**علی موحد** [۱]، **فریبا گراوندی** [۲]

۱. دانشیار گروه گردشگری دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).E: movahed@khu.ac.ir

۲. کارشناسی‌ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

**اطلاعات مقاله**

**واژگان کلیدی:**
گردشگری شهری
گردشگری ادبی
ظرفیت سازمانی
تهران

تاریخ دریافت:
۱۴۰۳/۰۸/۱۳
تاریخ بازنگری:
۱۴۰۳/۱۱/۰۸
تاریخ پذیرش:
۱۴۰۳/۱۱/۱۰
تاریخ چاپ:
۱۴۰۳/۱۲/۰۱

**چکیده**

امروزه گردشگری ادبی جایگاه ویژه‌ای در جهان دارد و کشور ما نیز با داشتن شعرا و نویسندگان برجسته می‌تواند گردشگری ادبی را رشد و توسعه دهد. در این میان، شهر تهران به دلیل موقعیت سیاسی و وجود مراکز فرهنگی‌هنری همواره موردتوجه شعرا و نویسندگان کشورمان بوده است. گرچه در این شهر ظرفیت بالای فردی و محیطی برای ایجاد گردشگری ادبی به وجود آمده، اما به نظر می‌رسد که مدیریت و برنامه‌ریزی و استفاده از ظرفیت‌های موجود ضعف‌های اساسی دارد. در این مطالعه این کاستی‌ها در سه سطح فردی، سازمانی و محیطی، مورد تحلیل قرارگرفته است. روش تحقیق توصیفی- تحلیلی است. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات از روش اسنادی، کتابخانه‌ای و میدانی استفاده‌شده است. مطالعات میدانی با اجرای پیمایش صورت گرفته است. جامعه آماری متشکل از گردشگران، کارشناسان و افراد محلی بوده و بر مبنای روش کوکران تعداد ۹۶ نمونه به‌صورت تصادفی ساده از میان آن‌ها انتخاب‌شده و توزیع‌شده است. ابزار گردآوری پرسشنامه محقق ساخته و مشتمل بر ۵ گویه با روش پاسخگویی لیکرت بوده است. تحلیل اطلاعات به کمک مدل‌های ناپامتریک و با استفاده از نرم‌افزارهای spss انجام‌شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد «تبلیغات» مؤثرترین متغیر ظرفیت سازمانی در توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران است و پس‌ازآن «جشنواره‌ها و رویدادهای ادبی» در درجه دوم و «کیفیت خدمات» نیز در رده سوم قرار می‌گیرند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد ظرفیت‌های لازم برای توسعه گردشگری شهر تهران از جنبه گردشگری ادبی وجود دارد. برای توسعه گردشگری ادبی لازم به سیاست‌گذاری در ظرفیت‌های سازمانی است. این ظرفیت باید در محورهای مهم مدیریت اماکن ادبی و تبلیغات و بازاریابی موردتوجه قرار گیرد.

**استناد:** **موحد، علی و گراوندی، فریبا. (۱۴۰۳). تأثیر توسعه اراضی شهری بر الگوی چشم انداز سرزمین و ریسک اکولوژیکی، نشریهٔ جغرافیا، (۸۲) ۲۲، ۱۶۲-۱۴۳.**

http://doi.org/10.22034/jiga.2025.2044897.1344

© نویسندگان

**صاحب امتیاز:** انجمن جغرافیایی ایران

## مقدمه و پیشینه

کتاب‌ها و شخصیت‌های ادبی و آثار آن‌ها، زیرمجموعه‌ای از میراث فرهنگی هر کشور محسوب می‌شوند. این میراث، نوعی از گردشگری به نام «گردشگری ادبی» را به وجود آورده است. یکی از زمینه‌های توسعه گردشگری شهری، «گردشگری ادبی» است. آثار ادبی، شخصیت‌های ادبیات فارسی و اماکن مربوط به آن‌ها ازجمله ابعاد گردشگری ادبی هستند. این نوع گردشگری، یکی از انواع گردشگری فرهنگی محسوب می‌شود که هدف اصلی آن آشنایی با اماکن مربوط به زندگی نویسندگان، شاعران، هنرمندان و آثار آن‌هاست. گردشگری ادبی به‌عنوان نوعی از گردشگری فرهنگی در بستر شهر اتفاق می‌افتد و سازنده فضای شهری و گردشگری است (شفیعیان، ۱۳۹۵: ۲۲). اصولاً شهرها، مراکز تفریحی، تجاری، تاریخی و فرهنگی بسیاری را در خود جای‌داده‌اند. فرصت‌های فرهنگی شهرها نقش مهمی در جذب گردشگران ایفا می‌کند. گردشگری ادبی شکلی از سفر است که عامل انگیزشی آن، آثار ادبی، نویسندگان و مکان‌های مطرح‌شده در متون و آثار ادبی است(Croy, 2012: 119).

شهرها به خاطر دارا بودن جاذبه‌های گردشگری متعدد توجه بسیاری از گردشگران را به خود جلب می‌کنند (ضیایی و دیگران، ۱۳۹۴). در این میان، پایتخت‌ها در مقایسه با سایر مقصدهای شهری ویژگی‌هایی دارند که آن‌ها را از سایر شهرها متمایز می‌سازد. در پایتخت‌ها یک محیط انسان‌ساخت پیرامون مراکز قدرت ایجاد می‌شود که اشخاص و وقایع برجسته، آداب‌ورسوم و جایگاه و منزلت مقصد را منعکس می‌کند"(ملک‌نیا، ۱۳۹۲: ۱۳). شهرهای امروز مولد و میراث‌دار فرهنگ جوامع هستند. گردشگری شهری به‌عنوان یکی از گونه‌های گردشگری فرهنگی مطرح است (رهنمایی،۱۳۹۰: ۴۲-۴۱). شهرها از مهم‌ترین کانون‌های تولید، عرضه و مصرف محصولات فرهنگی و هنری هستند. تنوع فضاهای فرهنگی در شهرها مانند موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، سینماها، تماشاخانه‌ها، کتابخانه‌ها و دیگر فضاهای هنری و فرهنگی باعث می‌شود گردشگران بسیاری برای تماشای این فضاها به شهر بیایند و از امکانات آن‌ها بهره گیرند (همان منبع).
برای توسعه هریک از انواع گردشگری، عوامل بسیاری موثرند که اگر هر یک از آن‌ها تقویت شود، به بهبود وضعیت این صنعت و فضای گردشگری کمک می‌کنند. «گردشگری ادبی» هم از این قاعده مستثنی نیست و عواملی ازجمله شناساندن شعرا و نویسندگان و آثارشان به جامعه، همچنین، ارائه خدمات به بازدیدکنندگان و نیز برگزاری جشنواره‌ها و برنامه‌هایی درباره این بزرگان و آثارشان در توسعه گردشگری ادبی نقش بسزایی دارد (گراوندی، ۱۳۹۹: ۲۹). ازاین‌رو، انجام پژوهشی درباره «گردشگری ادبی» می تواند زمینه ها و ظرفیت های آن را برای توسعه مورد بحث قرار دهد.
«بسیاری از بزرگان زبان و ادبیات فارسی برای برخورداری از موقعیت، امکانات فرهنگی و ادبی، از دیار خود به تهران مهاجرت کرده‌اند. آن‌ها در همین شهر زیسته، آثار مشهوری به رشته تحریر درآورده و در همین شهر از دنیا رفته‌اند. بسیاری از این بزرگان در تهران به خاک سپرده‌شده‌اند. فلذا در این شهر تعداد زیادی خانه شعرا و نویسندگان وجود دارد که سالیان طولانی محل زندگی و رفت‌وآمد بزرگان ادبیات بوده است. بازدید از این اماکن برای بسیاری از دوستداران فرهنگ و ادبیات ایران، جوانان و به‌خصوص گردشگران بسیار جالب، جذاب و خاطره‌انگیز است. بنابراین ظرفیت توسعه گردشگری ادبی در تهران وجود دارد؛ اما، تاکنون پژوهش جدّی دراین‌باره انجام نگرفته و شهر تهران به‌عنوان مرکز این نوع گردشگری به گردشگران داخلی و خارجی شناسانده نشده است» (موحد و همکاران، ۱۴۰۲: ۱۱۲). ثبت تاریخی و تغییر کاربری این خانه‌ها می‌تواند نقش مهمی در معرفی شهر تهران به عنوان شهر فرهنگی و ادبی داشته باشد.

«یکی از عمده‌ترین چالش‌های توسعه گردشگری شهری، شناخت و تعیین ظرفیت در ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی، مبتنی بر ویژگی‌های محیطی مناطق مقصد است. این امر در محیط‌های شهری که از ماهیت و الگوی پیچیده و متفاوتی تبعیت می‌کنند، از اهمیت زیادی برخوردارند»(موحد و همکاران، ۱۴۰۲: ۱۱۲).

«جاذبه‌های ادبی، اجراهای ادبی، مشارکت بخش خصوصی، سازمان‌های مردم‌نهاد، تبلیغات، اطلاع‌رسانی، قابلیت‌های فضای مجازی، صنعت سینما و فیلم‌سازی، سرمایه‌گذاری، امکانات و خدمات، رضایتمندی گردشگران، فستیوال‌ها و رویدادهای ادبی، زیرساخت‌ها، کیفیت خدمات و امکانات گردشگری ادبی در ذیل «ظرفیت‌های سازمانی گردشگری ادبی» قرار دارد که در توسعه این نوع گردشگری مؤثر است» (گراوندی، ۱۳۹۹: ۳۰). «رشد و توسعه گردشگری بدون دخالت و سرمایه‌گذاری دولت میسر نخواهد شد. دولت‌ها مسئولیت‌های بسیاری بر عهده‌دارند؛ اما به‌تازگی مسئولیت جدیدی به نام توسعه گردشگری در گروه وظایف آن‌ها قرارگرفته است» (رمضان‌نژاد و رکن‌الدین افتخاری، ۱۳۹۸: ۹۸). «صاحب‌نظران نقش‌های مختلفی را برای دولت و دولت‌های محلی مطرح کرده‌اند؛ اما اصلی‌ترین آن را می‌توان در سه دسته طبقه‌بندی کرد: نقش تنظیمی: دولت‌ها در این نقش به تدوین چارچوب نظارتی برای توسعه و مدیریت گردشگری، حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی و تسهیل مشارکت بخش خصوصی می‌پردازند؛ نقش شناختی: دولت‌ها با استفاده از این نقش (سازه) بر اشاعه دانش و مهارت‌های مرتبط با گردشگری تمرکز دارند؛ نقش هنجاری: درنهایت برنامه‌ها معطوف به بهبود دیدگاه جامعه به گردشگری، محیط هنجاری یک کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهند» (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۱: ۷-۸). نقش دولت‌های محلی (مانند شهرداری تهران)، با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری می‌تواند نقش پررنگ‌تری برای استفاده از ظرفیت‌های گردشگری فرهنگی و ادبی ایفا نماید.

با توجه به آنچه مطرح شد این تحقیق سعی دارد اهمیت و ضرورت و ظرفیت‌های گردشگری ادبی را در شهر تهران را مطرح کند و آنرا از جنبه اوقات فراغت شهروندان به مقصد گردشگری برای تهران را یادآور شود. لذا هدف این تحقیق ظرفیت‌سنجی سازمانی گردشگری ادبی برای توسعه گردشگری شهری شهر تهران است.

در چند سال اخیر، تحقیقات اندکی با موضوع «گردشگری ادبی» و «تحلیل ظرفیتی» به‌طور جداگانه انجام‌شده است. ازجمله تحقیقات داخلی می‌توان به کار تحقیق شفیعیان در سال ۱۳۹۵ در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «بررسی پتانسیل‌های شهر شیراز برای رونق گردشگری ادبی» جاذبه‌های گردشگری ادبی در شهر شیراز را شناسایی می‌کند. هدف شفیعیان از این پژوهش، شناسایی پتانسیل‌های گردشگری ادبی این شهر و بررسی راهکارهای رونق این نوع گردشگری است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، مدیران آژانس‌های گردشگری تمایل بالایی به ارائه بسته‌های سفر گردشگری ادبی و کمک گرفتن از راهنمای متخصص در این زمینه نشان داده‌اند.

موحد و همکاران در سال ۱۳۹۹ در مقاله‌ای با عنوان «تحلیلی بر ظرفیت‌های گردشگری پایدار شهری، مطالعه موردی: شهر یزد» مفهوم ظرفیت در تحقق گردشگری پایدار را بررسی کردند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد می‌توان با اتکاء به ظرفیت‌های گردشگری شهر یزد در سه سطح فردی، محیطی و سازمانی و جذب نیروهای متخصص درزمینهٔ گردشگری، بهره‌گیری از پتانسیل‌های بافت قدیم این شهر، با شناسایی محورهای گردشگری پایدار، برگزاری جشنواره های متنوع در جهت رونق اقتصادی و مانند آن بسیاری از نقصان‌های کنونی در پاسخگویی به نیازهای گردشگران را برطرف نمود و فضای گردشگری پایدار شهری یزد را توسعه داد.

سیمایی‌چافی و معمارزاده طهران در سال ۱۴۰۱ مقاله‌ای به نام «طراحی‌مدل‌ظرفیت‌سازی‌حکمرانی‌شبکه‌ای» منتشر کردند. هدف آن‌ها از انجام این پژوهش، طراحی ظرفیت‌سازی حاکمیت شبکه‌ای دولت بود. یافته‌های پژوهش بیانگر

آن است که ظرفیت‌سازی حکمرانی شبکه‌ای در قالب مقوله‌های محوری تدوین خط‌مشی حکمرانی شبکه‌ای، ایجاد مناسبات شبکه‌ای بین بخش‌های دولتی، خصوصی و جامعه مدنی، ایجاد نهاد تصمیم‌گیری مشارکتی بین بازیگران حاکمیتی، ارتقای ظرفیت اجرایی مبتنی بر شبکه، برون‌سپاری وظایف دولت و استقرار سازوکارهای مدیریت شبکه صورت می‌پذیرد.

موحد و همکاران در سال ۱۴۰۲ مقاله‌ای به نام تحلیل «ظرفیت‌های محیطی گردشگری ادبی برای توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر تهران» بر ظرفیت‌های محیطی گردشگری ادبی تهران تاکید کردند. هدف از انجام این تحقیق، شناخت و تحلیل ظرفیت‌های محیطی در توسعه گردشگری ادبی شهر تهران است. یافته‌های پژوهش نشان داد «انواع گردشگری ادبی» مؤثرترین متغیر ظرفیت محیطی در توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران است و پس‌ازآن، «زیرساخت‌ها» در درجه دوم اولویت قرار دارد. «مکان‌های ادبی» هم در رده سوم هستند و نسبت به دو مورد مذکور اهمیت کمتری دارد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد شهر تهران ظرفیت محیطی مناسبی برای ایجاد و توسعه گردشگری ادبی دارد و این ظرفیت می‌تواند زمینه‌ای برای توسعه گردشگری شهر تهران باشد.

در سطح بین‌المللی نیز تحقیقاتی درزمینه ظرفیت تحمل و گردشگری ادبی صورت گرفته است از جمله: فریبرز عارف و معروف ریدزوان مقاله‌ای به نام «ظرفیت‌سازی جامعه برای توسعه گردشگری» در سال ۲۰۰۹ نوشتند. هدف آن‌ها از نگارش این مقاله، بررسی مشارکت ظرفیت‌سازی جامعه برای رسیدن به توسعه گردشگری بود. این محققان این‌طور نتیجه‌گیری می‌کنند که ظرفیت‌سازی جامعه باعث تقویت نقاط قوت و اعتماد لازم برای توسعه گردشگری می‌شود.

کارسون، هاوکس، گیسلاسون و مارتین در سال ۲۰۱۳ در مقاله‌ای با عنوان «شیوه‌های گردشگری ادبی مطالعه موردی: استرالیا» به نقاط ضعف و قوت شهر بریزبن پرداختند. در نتایج این پژوهش آمده است این شهر باید به سمت به‌روز کردن سیستم‌های الکترونیکی و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای توسعه آن‌ها پیش برود.

زارع بیدخی و حسینی در سال ۲۰۱۴ مقاله‌ای به نام «گردشگری ادبی رویکردی جدید برای توسعه گردشگری در تاجیکستان» نوشتند. آن‌ها در این مقاله به معرفی این نوع گردشگری پرداختند. هدف از انجام این تحقیق، بیان ساختار و اهمیت گردشگری ادبی و همچنین، ارائه راهکارهای توسعه آن بود. بر اساس یافته‌های پژوهش، تاجیکستان ظرفیت زیادی برای توسعه گردشگری ادبی دارد که مغفول مانده است.

هاپن و همکاران در سال ۲۰۱۴ در مقاله‌ای با عنوان «گردشگری ادبی: فرصت‌ها و چالش‌ها برای بازاریابی و برندسازی مقاصد» بررسی مجدد پدیده گردشگری ادبی می‌پردازد و ابزارهایی را که از طریق آن مقاصد می‌توانند در قالب برندسازی مقصد و استراتژی‌های بازاریابی از منفعت بهره ببرند را بررسی می‌کند. این مقاله با مروری بر گونه‌شناسی‌های مورداستفاده برای دسته‌بندی پدیده و تشریح اشکال مختلف آن درزمینهٔ جغرافیایی خاص بریتانیا آغاز می‌شود. سپس، میزانی که گردشگری ادبی زیرمجموعه‌ای از گردشگری فرهنگی و میراثی است، با مهاجرت از فرصت گردشگری انبوه به یک‌روند نوظهور بررسی می‌شود. با توجه به مکان‌های ادبی، این مطالعه اشکال گردشگری ادبی مرتبط با نویسنده، داستانی، کتاب و جشنواره را شناسایی می‌کند. پس‌ازآن، این مطالعه مهاجرت از گردشگری ویژه به گردشگری انبوه، حرکت از گردشگری فرهنگی و میراث به توسعه مضمون ادبی بین‌المللی، توسعه مشترک محصولات و تجربیات مقصد ادبی، فرصت‌هایی برای توسعه برند مقصد و درنهایت سیاست‌های گسترده‌تر و مدیریت گسترده‌تر بازدیدکنندگان محلی را موردنقد قرار می‌دهد (Hoppen, Brown, Fyall, 2014).

براون در سال ۲۰۱۵ در مقاله «گردشگری و زیارت» به بررسی تجارب بازدیدکنندگان از آرامگاه‌های نویسندگان معروف پرداخته است. تحلیل و بررسی وی نشان داده است که بازدیدکنندگان برای ایجاد حس نزدیکی به نویسنده، ادای احترام به وی یا اذعان به تأثیر عمق او در نزدیکی خود به دیدن این اماکن ترغیب می‌شوند.

وانگ و زانگ در سال ۲۰۱۷ در تحقیقی با عنوان مقایسه گردشگری ادبی در سرزمین اصلی چین و تایوان پرداختند. نتایج کار آن‌ها نشان داد اقامتگاه‌ها و زادگاه‌های قبلی ادیبان به نقاط عطفی تبدیل می‌شوند که خوانندگان می‌توانند به مکان‌هایی که الهام‌بخش ادبیات هستند، ادای احترام کنند یا ردپای آن‌ها را دنبال کنند. هر دو سایت گردشگری ادبی موردبررسی شاهد رشد مداوم تعداد گردشگران بوده‌اند. این می‌تواند به‌عنوان یک پیام مثبت در مورد رشد سریع تجارت گردشگری آسیا و نیاز به آماده‌سازی سایت‌هایی مانند دو موردبررسی شده در اینجا تلقی شود (Wang &Zhang, 2017).

با توجه به بررسی پیشینه موضوع مشخص شد که بروی ظرفیت سنجی گردشگری ادبی کمتر کارشده و بیشتر بروی گردشگری ادبی از جنبه‌های برند و بازاریابی متمرکز است. لذا تحلیل «ظرفیت‌های سازمانی گردشگری ادبی» را در توسعه گردشگری ادبی تهران اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

## مبانی نظری

در طولِ تاریخ، شهرها کانون توجه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری بودند و "گردشگری شهری" به‌عنوان مهم‌ترین بخش گردشگری همواره موردتوجه متخصصان قرار گرفت. نواحی شهری به دلیلِ آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند، اغلب مقاصدِ گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. اهمیتِ این نوع گردشگری، زمانی که با تاریخ و تمدن یا شرایط ویژه طبیعی آن ناحیه همراه شود، دوچندان می‌گردد و با برنامه‌ریزی‌های مناسب توانایی تبدیل‌شدن به قطبِ بزرگ گردشگری را دارد. نواحی شهری به علت آن‌که جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند، غالباً مقاصدِ گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. به عبارتی، آن‌ها به علت تجمع زیرساخت‌ها و نهادهای مدنی می‌توانند مکانِ ایده آلی برای جذب گردشگران به‌حساب آیند (موسی کاظمی و همکاران، ۱۴۰۳: ۵۴).

امروزه، فرصت‌های فرهنگی شهرها نقش مهمی در جذب گردشگران ایفا می‌کند و بدین‌وسیله، شهرها می‌توانند موقعیت خود را در بازار گردشگری تثبیت کنند یا بهبود بخشند. «شهرها برای کسب امتیازهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و گردشگری در رقابت هستند. برخی از چنین فرصت‌هایی که برای کسب آن رقابت جدی صورت می‌گیرد، عبارت‌اند از میزبانی بازی‌های المپیک، بازی‌های جام جهانی، نمایشگاه‌های اقتصادی و فرهنگی، برگزاری نشست‌ها و همایش‌های علمی، جشنواره‌های هنری همایش‌های سیاسی و غیره» (موحد، ۱۳۸۶: ۱۰۳).

گردشگری ادبی، فعالیتی گردشگری است که درنتیجه مطالعه اثر یا علاقه به میراث ادبی به وجود می‌آید. بنابراین، گردشگران ادبی به بازدید از مکان‌های تولد، آرامگاه‌ها، موزه‌ها، مسیرهای ادبی یا سایر اماکن مرتبط با نویسندگان و آثار ادبی آن‌ها علاقه زیادی دارند. به‌طور سنتی، گردشگری ادبی را شاخه‌ای از گردشگری فرهنگی می‌دانند (گراوندی، ۱۳۹۹: ۳۰). مدیران فرهنگی گردشگری سعی می‌کنند این مکان‌ها را به همان شکل اولیه حفظ و احیا کنند تا گردشگران بتوانند از نزدیک و از همان زاویه دید این هنرمندان نظاره‌گر محیط باشند. این محیط ممکن است واقعی، خیالی یا داستانی باشد که فضای اصلی یک رمان در آن اتفاق افتاده و باشخصیت‌ها و اتفاقات داستان ارتباط پیداکرده

باشد (درابل[۱] ۲۰۰۹). می‌توان گفت گردشگری ادبی زمانی اهمیت می‌یابد که نویسندگان یا آثار ادبی‌شان چنان به شهرت می‌رسند که مردم را از نقاط مختلف به محل‌هایی جذب می‌کنند که با نویسنده (مثلاً محل تولد، خانه، آرامگاه) یا جنبه‌هایی از درون نوشته‌های آن‌ها به‌نوعی مرتبط هستند (بازبی و کلاگ، ۲۰۰۱).[۲]

گردشگری ادبی فرصتی برای سفر به زادگاه، مکان دفن، خانه، املاک و محل نگهداری اشیاء بازمانده از شخصیت‌های ادبی است (بیات و اسدی، ۱۳۹۶: ۷). این‌گونه سفرها تجربه‌های فرهنگی ارزشمندی در پی دارد، فرصتی برای مشارکت در مراسم‌ها و جشنواره‌های ادبی را فراهم می‌سازد. همچنین زمین‌های برای تجسم فضای شکل‌گیری تفکر خلاق یا محل خلق آثار ادبی فاخر را پدید می‌آورد (آموندسون[۳] ۲۰۱۴).

گردشگری ادبی خود به سه دسته مکان‌های واقعی، مکان‌های خیالی و مکان‌های ساخته‌شده تقسیم می‌شود (شفیعیان، ۱۳۹۵: ۲۴). در جامعه مدرن کنونی مجموعه‌ای وسیع از آثار ادبی وجود دارند که می‌توانند الهام‌بخش افراد برای سفر باشند (کینینگر،[۴]۲۰۱۶). در نوع‌شناسی گردشگری ادبی باتلر (۱۹۸۶) چند نوع گردشگری ادبی وجود دارد: اولین نوع آن، ادای احترام به یک مکان واقعی است که به ترکیبی از هر دو گردشگری ادبی مربوط به داستان و گردشگری ادبی مربوط به نویسنده اشاره دارد. به یک مکان واقعی مربوط می‌شود و درمورد ارتباط نویسنده با آن مکان خاص است (بازبی،[۵] ۲۰۰۴). نوع دوم، به گردشگری ادبی به داستان اشاره دارد. به‌طوری‌که صرفاً فقط مکان در اثر داستانی اهمیت پیدا می‌کند و درنتیجه، کمتر بر روی نویسنده متمرکزشده است. سومین نوع گردشگری ادبی در رابطه با جاذبه مناطق است چون آن‌ها برای چهره‌های ادبی و دیگران جذاب بودند. در نوع چهارم، امکان دارد منطقه به یک «کشور» تبدیل شود؛ مانند «کشور هاردی»، «کشور کاترین کوک سان» یا «کشور آگاتاکریستی». نوع پنجم و ششم «سفرنامه» و «گردشگری ادبی ناشی از فیلم» است. سفرنامه از عوامل مؤثر در گردشگری و تصمیم‌گیری برای پیدا کردن مقصد است و به‌عنوان دریچه‌ای برای شناساندن مکان موردنظر به افراد است. گردشگری ادبی ناشی از فیلم بر اساس گردشگری متأثر از فیلم است. به‌موجب آن‌یک گردشگر اثر نویسنده‌ای را می‌خواند و بعد، فیلمی که بر اساس آن ساخته‌شده را مشاهده می‌کند (شفیعیان، ۱۳۹۵: ۲۳).

باوجوداین، برخی محققان انواع دیگری از گردشگری ادبی را نیز معرفی و ارائه می‌کنند: "بهترین نوع گردشگری ادبی، تورهای سازمان‌یافته در چهارچوب خاص خود است. آنچه اساساً در این تورها مهم می‌نماید، در نظر گرفتن تعریف یک مسیر گردشگری است. به گفته کارشناسان، طراحی مسیری برای گردشگری ادبی مستلزم انجام تحقیقات علمی، دفاع از مفاهیم اساسی و احیای هویت تاریخی است. اما بسیاری از موسسه‌های مسافرتی و فعالان گردشگری سعی می‌کنند چیزی را فقط در حد شنیدن یک نام بدون گذراندن مراحل علمی توسط آن عملیاتی و تقلید کنند" (Zare 2014: 3 Bidaki and Hosseini).

ظرفیت جامعه نتیجه تعامل سرمایه انسانی، منابع سازمانی و سرمایه اجتماعی موجود در آن است که می‌تواند برای حل مشکلات جمعی و نیز بهبود و نگهداری مطلوب جامعه به کار گرفته شود (سیمایی چافی و معمارزاده‌طهران، ۱۴۰۱:

---

[۱] Drabbel
[۲] Busby and Klug
[۳] Ommundsen
[۴] Kinninger
[۵] Busby

۳۰). ظرفیت‌سازی در جامعه می‌تواند در چهار سطح به کار گرفته شود: اعضا، روابط، ساختار سازمانی و برنامه‌هایی که آن‌ها را حمایت می‌کنند یا ظرفیت‌سازی روی افراد، روابط، سازمان‌ها و حاکمیت انجام می‌شود (همان منبع).

ظرفیت‌سازی را روشی نظام‌مند و هدفمند و همراه با برنامه‌ریزی مدون برای تغییر بینش‌ها، باورها، نگرش‌ها و ساختارها تعریف می‌نمایند و بر همین اساس، نمی‌تواند جریانی کوتاه‌مدت برای توسعه‌یافتگی شهری باشد؛ بلکه باید آن را برنامه‌ای بلندمدت برای بهبود اثربخشی در ابعاد مختلف توسعه دانست که وظیفه اصلی و اساسی آن متحول نمودن شهر ایستا به پویا در قالب توسعه‌یافتگی پایدار است (موحد و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۳-۴۲).

ظرفیت‌سازی دارای سلسله‌مراتب چهارگانه ای است که عبارت‌اند از: (۱) سازه‌ها، سیستم‌ها و نقش‌ها؛ (۲) کارکنان و امکانات؛ (۳) مهارت‌ها؛ و (۴) ابزار (Potteri & Brough, 2004: 336–345).

سازمان برنامه توسعه سازمان ملل متحد (UNDP,۲۰۰۹ ) ظرفیت را در سه سطح یعنی در یک محیط توانمند، در سازمان‌ها و همچنین درون افراد مشخص می‌کند. سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD,۲۰۰۲ ) نیز توسعه ظرفیتی را به‌عنوان فرآیندی که به‌موجب آن افراد، سازمان‌ها و جامعه به‌طورکلی، تقویت، ایجاد، تطبیق و حفظ ظرفیت را در طول زمان به دست می‌گیرند، معرفی می‌کند (Otoo et al 2009).

توسعه ظرفیتی در گردشگری را می‌توان توانایی شرکت افراد جامعه در فعالیت‌های گردشگری دانست. به‌نوعی که منجر به تقویت منابع انسانی، سازمان‌دهی و ظرفیت‌های فردی شود و باعث پیشرفت افراد، سازمان‌ها و جوامع در مدیریت و انجام امور و تغییر و پرورش پایدار می‌گردد. سطح سازمانی، ظرفیت‌های فردی را تعیین و تقویت می‌کند و شامل موارد زیر است: منابع انسانی، منابع فیزیکی، منابع فکری، روابط درون‌سازمانی، سیستم‌های انگیزشی و پاداش، فرهنگ مدیریت و رهبری (موحد و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۲-۴۳).

متصدیان گردشگری غالباً دوست دارند برای کمک به توسعه جامعه در آموزش‌های محلی و ظرفیت‌سازی جوامع سرمایه‌گذاری کنند. ظرفیت‌سازی جوامع در سه سطح می‌تواند درزمینه گردشگری استفاده شود: سازمانی، اجتماعی و فردی (Reischmann and Kieffer 2004).

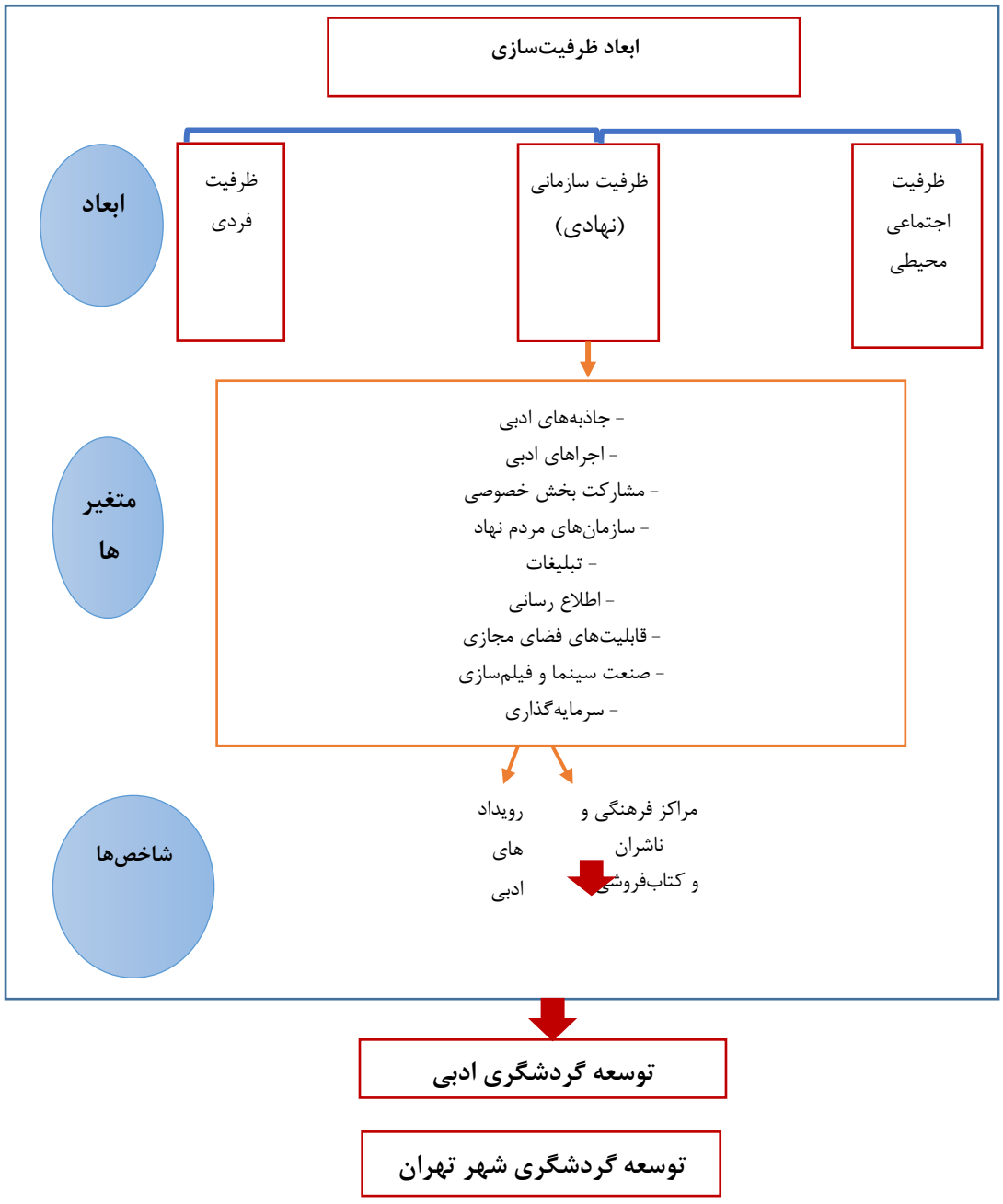
ظرفیت در سطح سازمان به عاملی اشاره می‌کند که بر عملکرد سازمان تاثیرگذار است و شامل این موارد است: منابع انسانی (ظرفیت‌های افراد در سازمان)، منابع فیزیکی (امکانات، تجهیزات، مواد و...)، منابع فکری (راهبرد سازمان، برنامه ریزی راهبردی، مدیریت چگونگی انجام کار، فناوری تولید، مدیریت برنامه، مدیریت فرایند مثل مهارت حل مسأله، فرایند تصمیم‌گیری، ارتباطات و...) ارتباط درون‌سازمانی (شبکه، مشارکت و...)، سیستم‌های انگیزه و پاداش، فرهنگ‌سازمانی و رهبری مدیران (رمضان‌نژاد و رکن‌الدین افتخاری، ۱۳۹۸: ۹۹).

اهمیت سازمان‌ها در بخش گردشگری بر اساس میزان توانایی آن‌ها در تحقق اهداف عمومی تعیین می‌شود. سازمان‌ها به‌منظور دستیابی به اهداف موردنظر خود، بیشتر به گروه‌های تخصصی مختلف تقسیم می‌شوند که هریک عملکرد خاصی دارند (پیچ[۱] و کنل[۲] ۱۳۹۴: ۱۸۱).

با توجه به متغیرهای وابسته و مستقل و چگونگی ارتباط و تاثیرگذاری و تأثیرپذیری این متغیرها از یکدیگر، مدل مفهومی پژوهش که از ادبیات نظری و پیشینه پژوهش مطالعات نگارندگان حاصل‌شده، در نمودار ۲ ارائه گردیده است. حضور شعرا و نویسندگان، همزادپنداری با نویسنده، جاذبه‌های ادبی، اجراهای ادبی، مشارکت بخش خصوصی،

[۱] Pich
[۲] Kenel

سازمان‌های مردم‌نهاد، تبلیغات، اطلاع‌رسانی، قابلیت‌های فضای مجازی، فستیوال‌ها و رویدادهای ادبی، زیرساخت‌ها و... متغیرهای مستقل (تأثیرگذار) و توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران، متغیر وابسته (تأثیرپذیر) تحقیق است. مدل مفهومی پژوهش، فرایند بررسی و مطالعه مولفه‌ها و متغیرها و چگونگی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن‌ها را نشان می‌دهد.




**شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش بر اساس مدل UNDP،**
**منبع: (ترسیم از نویسندگان، ۱۴۰۳)**

## روش تحقیق

این تحقیق از نوع کاربردی است. روش تحقیق در این پژوهش «توصیفی- تحلیلی» است. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات از روش اسنادی، کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده‌شده است. در روش کتابخانه‌ای برای آشنایی با مشاهیر و محل زندگی و آرامگاه آن‌ها کتاب‌ها و مقالات متعدد استفاده شد. در روش میدانی به‌منظور آشنایی بیشتر با موقعیت و وضعیت جاذبه‌های فرهنگی و ادبی شهر تهران به اماکن فرهنگی و محل زندگی یا آرامگاه شعرا و نویسندگان مراجعه و داده‌های تحقیق جمع‌آوری شد. از جامعه آماری یعنی گردشگران و ساکنان محله پرسشنامه به‌صورت تصادفی تهیه شد. مشکلات و امکانات موجود را بررسی و از آن‌ها عکس تهیه گردید.

پرسشنامه را بر اساس متغیرها و شاخص‌های تحقیق که در جدول شمارهٔ ۱ آمده است، طراحی گردید. با استفاده از نرم‌افزار spss داده‌های پرسشنامه را محاسبه و تحلیل آماری انجام گردید.

جدول۱. ابعاد و متغیرهای تحقیق

| ابعاد | متغیرها | شاخص‌ها | گویه‌ها |
|---|---|---|---|
| | – جاذبه‌های ادبی | – رویدادهای ادبی | – میزان آشنایی با جاذبه‌های ادبی |
| | – اجراهای ادبی | –ناشران‌وکتاب‌فروشی‌ها | – وضعیت پارکینگ |
| | – مشارکت بخش خصوصی | | – وضعیت حمل‌ونقل |
| | – سازمان‌های مردم‌نهاد | | – وضعیت نمازخانه |
| | – تبلیغات | | – وضعیت سرویس‌های بهداشتی |
| | – اطلاع‌رسانی | | – وضعیت رستوران‌ها |
| | – قابلیت‌های فضای مجازی | | – نحوه آشنایی با مکان مورد بازدید |
| | – صنعت سینما و فیلم‌سازی | | –نقش سازمان‌های دولتی در توسعه گردشگری ادبی |
| ظرفیت‌های | – سرمایه‌گذاری | | – نقش بخش خصوصی در توسعه گردشگری ادبی |
| سازمانی (نهادی) | – امکانات و خدمات | | – نقش شهرداری در توسعه گردشگری ادبی |
| | – رضایتمندی گردشگران | | – چگونگی استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی برای توسعه گردشگری ادبی |
| | – فستیوال‌ها و رویدادهای ادبی | | |
| | – زیرساخت‌ها | | – چگونگی کمک صنعت سینما و فیلم‌سازی به توسعه گردشگری ادبی |
| | – کیفیت خدمات و امکانات گردشگری ادبی | | |
| | – نقش بخش خصوصی در مشارکت مردم | | – نقش برنامه‌های تشویقی در رونق گردشگری ادبی |
| | – علاقه به برگزاری برنامه‌های ادبی در محله | | – نقش فضای مجازی در توسعه گردشگری ادبی |
| | – شهرداری | | – نقش برنامه‌ها و اجراهای ادبی در توسعه گردشگری ادبی |
| | – سازمان‌های مردم‌نهاد | | |
| | – صنعت سینما و فیلم‌سازی | | – بررسی میزان رضایت گردشگران |

منبع: (نویسندگان)

**روش تعیین حجم نمونه، حجم نمونه، روش نمونه‌گیری:** روش نمونه‌گیری با استفاده از روش تصادفی ساده و بر اساس آزمون کوکران صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش، گردشگران ادبی، جامعه محلی و نخبگان گردشگری از قبیل استادان این حوزه، پژوهشگران و صاحبان کافه کتاب‌ها هستند.

**روش جمع‌آوری، مراجع و منابع داده‌ها و اطلاعات موردنیاز تحقیق:**

**روش کتابخانه‌ای**: کتب و مقالات گوناگون در زمینه گردشگری ادبی برای بخش ادبیات تحقیق

**روش میدانی:** این پژوهش از طریق پر کردن پرسشنامه انجام‌شده است.

**مراجع داده و اطلاعات:** مراکز آمار ایران، سازمان میراث فرهنگی

**منابع داده و اطلاعات:** در پژوهش موردنظر، از روش تحقیق پیمایشی استفاده‌شده است. جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسش‌نامه بوده است. در این پژوهش، تجزیه‌وتحلیل داده‌ها هم در بخش آمار توصیفی و هم استنباطی از نرم‌افزار SPSS و آزمون فریدمن استفاده شد. روش به‌کاررفته در این تحقیق توصیفی- تحلیلی بوده و به‌صورت پیمایشی با استفاده از ابزار پرسش‌نامه انجام‌گرفته است.

## جامعه و نمونه آماری

**جامعه آماری**: جامعه آماری این پژوهش، سه گروه هستند: گردشگران ادبی شهر تهران، جامعه محلی و نخبگان گردشگری هستند.

جامعه آماری تحت مطالعه در این فرایند شامل سه جامعه زیر است:

۱. جامعه گردشگران: گردشگرانی که از خانه موزه جلال و سیمین، خانه موزه استاد معین، خانه موزه دکتر شریعتی، خانه موزه شهید چمران، آرامگاه ظهیرالدوله، باغ نگارستان، باغ کتاب تهران دیدن کرده‌اند.

۲. جامعه محلی: ساکنان محلات اطراف اماکن ادبی مذکور را در برمی‌گیرد.

بنابراین، برای دو جامعه آماری- گردشگران و جامعه محلی دو نوع پرسشنامه متفاوت بر اساس نیاز جامعه محلی و دیدگاه گردشگران طراحی شد. پرسشگری به‌صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده و حجم نمونه با استفاده از مدل کوکران برآورد شده است. نظر به اینکه پرسشنامه در سه بخش مجزا تهیه گردیده است. علاوه بر بررسی دیدگاه گردشگران که هدف اصلی پژوهش است، به بررسی دیدگاه نخبگان گردشگری و جامعه محلی هم پرداخته‌شده است. پرسشنامه گردشگران ادبی حاوی ۱۴ سؤال و پرسشنامه جامعه محلی ۲۰ سؤال است. برخی گزینه‌های پرسش‌نامه بر اساس «طیف لیکرت» یعنی از خیلی کم تا خیلی زیاد است که خیلی کم به معنای کمترین ارزش و خیلی زیاد به معنای بیشترین ارزش است و برخی دیگر شامل ۴ تا ۷ گزینه متفاوت است. همچنین، به‌طور جداگانه پایایی پرسشنامه هم بررسی‌شده است. این پرسشنامه با بررسی متون و با نظر صاحب‌نظران ساخته و درواقع، این تحقیق براساس «پرسشنامه محقق‌ساخته» انجام‌شده است. برای سنجش روایی پرسش‌نامه از فن «قضاوت خبرگان» استفاده شد. بدین منظور پس از طراحی، روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه توسط صاحب‌نظران تأیید گردید.

به‌منظور سنجش پایایی پرسشنامه گردشگران از آزمون آلفای کرونباخ استفاده کردیم که عدد ۷۴۴/ به دست آمد که بیشتر از ۷/ است و می‌توانیم بگوییم که آلفای کرونباخ موردنظر ما مناسب است. و بر این اساس، نرمال بودن داده‌های ما تأیید شد. یعنی نشان می‌دهد ۱۰۰ درصد نمونه‌ها قابل‌اعتماد هستند و پاسخ خای مناسبی به پرسش‌ها داده‌اند. همچنین، برای بررسی پایایی پرسشنامه جامعه محلی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده کردیم که ۸۷۵/ به دست آمد و نرمال بودن داده‌ها تأیید شد. برای بررسی پایایی پرسشنامه نخبگان نیز از آزمون آلفای کرونباخ استفاده کردیم و عدد ۷۹۹/ به دست آمد و نرمال بودن داده‌ها تأیید شد.

برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از روش آزمون کلموگروف و اسمیرنوف استفاده شد. در این آزمون sig کوچک‌تر از ۰۵/ بود. به معنی که توزیع نرمال نیست و بنابراین، باید از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده کنیم.

آزمون فریدمن یکی از آزمون‌های آماری است که برای مقایسه چند گروه کاربرد دارد و ازنظر میانگین رتبه‌های گروه‌ها را معلوم می‌کند که آیا این گروه‌ها می‌توانند از یک جامعه باشند یا نه؟ مقیاس در این آزمون باید حداقل رتبه‌ای باشد. آزمون فریدمن برای تجزیه واریانس دوطرفه (برای داده‌های غیر پارامتری) به روش رتبه‌بندی به کار می‌رود و نیز برای مقایسه میانگین رتبه‌بندی گروه‌های مختلف کاربرد دارد.

آزمون فریدمن یک آزمون ناپارامتری، معادل آنالیز واریانس با اندازه‌های تکراری (درون‌گروهی است) که از آن برای مقایسه میانگین رتبه‌ها در بین k متغیر (گروه) استفاده می‌کنیم. در آزمون فریدمن اندازه‌ها، امتیازات داده‌شده توسط یک نمونه است. در

آزمون فریدمن فرض H0 مبتنی بر یکسان بودن میانگین رتبه‌ها در بین گروه‌هاست. رد شدن فرض صفر به این معنی است که در بین گروه‌ها حداقل دو گروه باهم اختلاف معناداری دارند.

## محدوده مورد مطالعه

شهر تهران با قدمت بیش از دویست سال در مقام پایتخت کشور، بسیاری از جاذبه‌های گردشگری مانند اماکن فرهنگی از قبیل موزه‌ها، نمایشگاه‌های هنری، نگارخانه‌ها، سالن‌های هنری را در خود دارد. این عوامل در کنار هم می تواند در توسعه گردشگری مؤثر باشد و در عرصه بین‌الملل با دیگر شهرها به رقابت بپردازد (ملک‌نیا، ۱۳۹۲). کاخ گلستان، کاخ نیاوران، کاخ‌موزه سعدآباد، کاخ‌موزه ملت، موزه هنرهای زیبا، موزه ملی ایران باستان، موزه آزادی، موزه عبرت و تئاتر شهر ازجمله جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی تهران به شمار می‌رود (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۴). شهر تهران با داشتن پنجاه موسسه فرهنگی هنری تک‌منظوره و ۹۷ فرهنگسرا و خانهٔ فرهنگ در مناطق مختلف دارای موقعیت مناسب فرهنگی و هنری است. همچنین، این شهر ۳۷۴ سرای محله دارد که در آن‌ها انواع مختلف کلاس‌های فرهنگی و هنری برگزار می‌شود و امکان رشد را برای شهروندان فراهم کرده است.

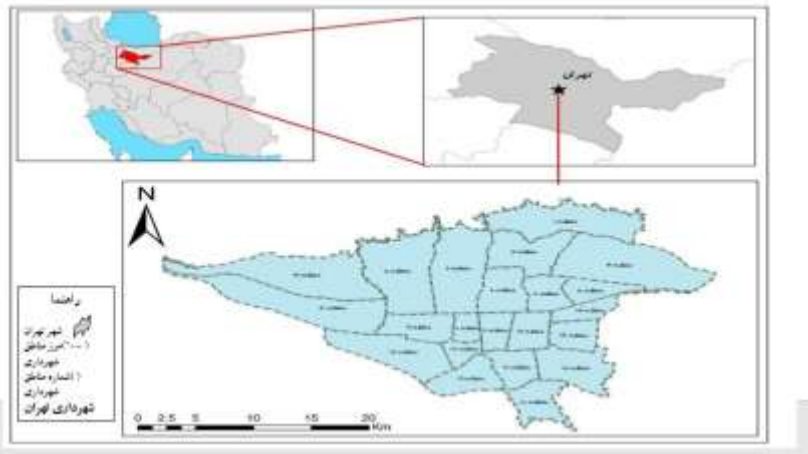
در جدول شمارهٔ ۲ تعدادی از خانه‌های ادبا در شهر تهران ذکرشده است. اکثر این خانه‌ها یا تخریب‌شده‌اند یا وضعیت نامناسبی دارند و فقط تعداد اندکی از آن‌ها به خانه‌موزه تبدیل‌شده‌اند. اغلب این خانه‌ها در مناطق مرکزی تهران قرار دارند و ایجاد مسیر پیاده‌روی برایشان امکان‌پذیر است.

**جدول ۲. خانه‌های مشاهیر فرهنگی و ادبی تهران،**

| شخصیت ادبی | وضعیت فعلی | ثبت در آثار ملی | مکان استقرار خانه یا موزه |
|---|---|---|---|
| نیما یوشیج | خانه موزه | * | تجریش |
| ملک‌الشعرای بهار | در حال تخریب | * | خ بهار |
| فرخی یزدی | کاملاً مخروبه | - | سه‌راه امین‌حضور |
| میرزاده عشقی | تخریب و تبدیل به آپارتمان شده است. | - | خ خیام |
| پروین اعتصامی | نامناسب | * | سرچشمه – چهارراه سیروس |
| مهدی اخوان ثالث | نامشخص | * | خ زرتشت |
| فروغ فرخزاد | فروخته‌شده و صاحب‌خانه قصد تخریب دارد. | - | خ مختاری |
| سهراب سپهری | فروخته‌شده و در حال تخریب است. | - | زیر پل گیشا |
| فریدون مشیری | در اختیار وارث | - | خ توانیر |
| هوشنگ ابتهاج | در اختیار شرکت سیمان | - | میدان فردوسی |
| عباس یمینی شریف | فروخته‌شده | - | پامنار |
| مهرداد اوستا | در اختیار خانواده | - | خ زرتشت – بهجت‌آباد |
| عمران صلاحی | فروخته‌شده | - | ۲۱ متری جی |
| بدیع‌الزمان فروزانفر | تخریب و آپارتمان سازی شده | - | خ بهار |
| عبدالحسین زرین‌کوب | تخریب و آپارتمان‌سازی شده | - | خ میرزای شیرازی |
| سعید نفیسی | موسسهٔ غیرانتفاعی آثار نفیسی | * | پیچ شمیران |

| | | | |
|---|---|---|---|
| علی‌اکبر دهخدا | هنرستان جابربن‌حیان | - | خ ایرانشهر |
| محمد معین | خانه فرهنگی غدیر | * | چهارصد دستگاه |
| جلال آل احمد | پیشنهاد خانواده برای تبدیل به موزه | - | محله پامنار |
| صادق هدایت | کتابخانه بیمارستان | * | خ.سعدی. پشت بیمارستان امیراعلم |
| دکتر علی شریعتی | خانه‌موزه | * | خ جمال‌زاده |
| سیمین دانشور | خانه‌موزه | * | تجریش |
| ذبیح‌الله منصوری | تعاونی مصرف بانک سپه | - | خ فردوسی – دفتر مجله خواندنی‌ها |
| نادر ابراهیمی | پیشنهاد تبدیل به خانه فرهنگی داده‌شده است. | - | خ ۱۵-کارگر شمالی |
| مهدی آذریزدی | در تهران خانه ندارد. | - | در طبقه سوم انبار کتاب میدان بهارستان ساکن بود. |

منبع: (ظهیری، ۱۳۹۴)




**شکل۱. موقعیت جغرافیایی شهر تهران**
**منبع: (شهرداری تهران، ۱۳۹۸)**

## بحث و یافته ها

### مشخصات فردی گردشگران ادبی

جمعیت قابل‌توجهی از گردشگران ادبی را زنان به خود اختصاص داده‌اند. براساس یافته‌های پرسشنامه، ۶۳/۵ درصد مصاحبه‌شوندگان زن و ۳۶/۵ درصد آنان مرد بودند. بر اساس یافته‌های پرسشنامه، جمعیت زیادی از مصاحبه شوندگان یعنی ۴۰/۶ درصد آنان را جوانان بین ۲۱ تا ۳۰ سال تشکیل می‌دادند. جمعیت اندکی از این افراد نیز بالای ۵۰ سال بودند. همچنین، تعداد قابل‌توجهی از گردشگران ادبی را افراد دارای تحصیلات لیسانس تشکیل می‌دادند. این افراد ۴۰/۶ درصد از مصاحبه‌شوندگان را به خود اختصاص می‌دادند. بعدازاین گروه، افراد فوق‌لیسانس قرار دارند که ۱۸/۸ درصد پاسخگویان را تشکیل می‌دادند.

### مشخصات فردی جامعه محلی

**جنسیت:** در بین جامعه محلی نیز تعداد قابل‌توجهی از مصاحبه‌شوندگان زن بودند. این افراد ۶۱/۵ درصد پاسخگویان را تشکیل می‌دادند. ۳۸/۵ درصد باقی‌مانده نیز مرد بودند.

**سن:** در بین جامعه محلی، افراد بین ۱۳ تا ۴۹ سال بیشترین تعداد را به خود اختصاص داده و ۴۵/۸ درصد پاسخگویان را تشکیل داده‌اند.

## تحلیل استنباطی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ادبی

عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ادبی شامل بعد فردی، سازمانی و محیطی است و آن را ازنظر دو گروه گردشگران ادبی و جامعه محلی سنجیدیم. در اینجا به بررسی نظرات گروه «گردشگران ادبی» می‌پردازیم و اهمیت این سه بعد را ازنظر گردشگران می‌سنجیم. سپس، هریک از ابعاد را جداگانه بررسی و مهم‌ترین شاخص آن را ارزیابی می‌کنیم.

مؤلفه‌های ظرفیت سازمانی شامل «کیفیت خدمات ارائه‌شده»، «فستیوال‌ها و رویدادهای ادبی» و نیز «تبلیغات» است. برای مقایسه اهمیت این مولفه‌ها از آزمون فریدمن استفاده کردیم. بر اساس داده‌های نمودار شماره ۱ عدد P value ۰۰۱. و از ۰۵/ کمتر است. بنابراین، آزمون معنی‌دار است و می‌توانیم بگوییم فرض صفر که فرض برابری اهمیت این سه متغیر یعنی «کیفیت خدمات ارائه‌شده»، «فستیوال‌ها و رویدادهای ادبی» و نیز «تبلیغات» است، رد می‌شود و فرض مقابل که قائل به تفاوت نقش این سه عامل است، پذیرفته می‌شود.

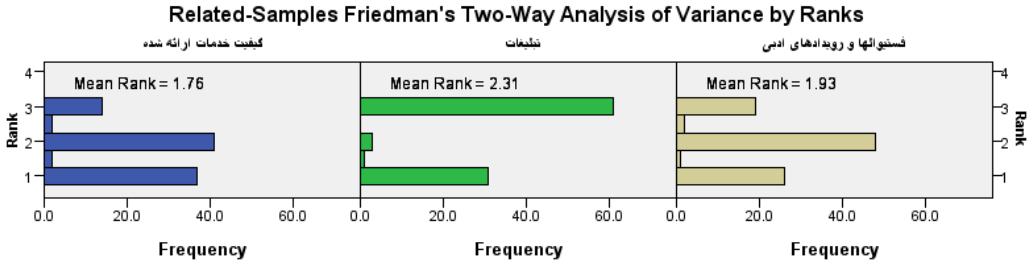
در قسمت پایین جدول، رتبه میانگین هریک از این متغیرها نشان داده‌شده است. به‌طوری‌که «تبلیغات» با میانگین رتبه ۲/۳۱ مؤثرترین متغیر ظرفیت فردی در توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران است و پس‌ازآن «فستیوال‌ها و رویدادهای ادبی» با میانگین رتبه ۱/۹۳ در درجه دوم اولویت قرار دارد و نیز «کیفیت خدمات ارائه‌شده»، با میانگین رتبه ۱/۷۶ در رده سوم هستند و نسبت به دو مورد مذکور، اهمیت کمتری دارد. بر این اساس می‌توان گفت به نظر گردشگران از میان ظرفیت‌های سازمانی، متغیر «تبلیغات» در جذب گردشگر ادبی در شهر تهران نسبت به دو متغیر دیگر از اهمیت بالاتری برخوردار بوده است.

طبق داده‌های پرسشنامه، با سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت افراد بیکار با تحصیلات لیسانس، نقش ظرفیت‌های سازمانی در توسعه گردشگری ادبی را بین ۳ تا ۵ می‌دانستند. افراد دارای کار آزاد با تحصیلات دیپلم، این نقش را بین ۲/۵ تا ۳/۵ می‌دانستند. افراد لیسانس با شغل دولتی، این نقش را بین ۲/۹ تا ۳/۸ می‌دانستند. میانگین نظر افراد بیکار با تحصیلات لیسانس درباره نقش ظرفیت‌های سازمانی در توسعه گردشگری ادبی ۴ و افراد دارای شغل دولتی با تحصیلات لیسانس ۳/۲ و افراد خانه‌دار با تحصیلات لیسانس ۳/۹ است. طبق داده‌های پرسشنامه، با سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت حدود ۵۰ درصد نقش ظرفیت‌های سازمانی در توسعه گردشگری ادبی، بین ۳/۵ تا ۴/۵ است. ۱۰ درصد بین ۴/۵ تا ۴/۷ است و ۳۵ درصد بین ۲/۲ تا ۳/۲ است.

**Hypothesis Test Summary**

| | Null Hypothesis | Test | Sig. | Decision |
|---|---|---|---|---|
| 1 | The distributions of کیفیت خدمات ارائه شده, تبلیغات, and فستیوالها و رویدادهای ادبی are the same. | Related-Samples Friedman's Two-Way Analysis of Variance by Ranks | .001 | Reject the null hypothesis. |

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.




| | |
|---|---|
| Total N | 96 |
| Test Statistic | 15.174 |
| Degrees of Freedom | 2 |
| Asymptotic Sig. (2-sided test) | .001 |

**شکل۲. خروجی آزمون فریدمن برای مقایسه نقش سه عامل تبلیغات، فستیوال‌ها و رویدادهای ادبی و کیفیت خدمات ارائه شده در بین ظرفیت‌های فردی**

**منبع: (ترسیم از نگارندگان)**

## تحلیل ظرفیت توسعه گردشگری ادبی ازنظر «جامعه محلی»

متغیرهای ظرفیت سازمانی شامل «مدیریت اماکن ادبی»، «نقش بخش خصوصی در مشارکت مردم» و نیز «علاقه به برگزاری برنامه‌های ادبی در محله» است. برای مقایسه اهمیت این متغیرها از آزمون فریدمن استفاده کردیم که نتایج آن در (شکل۳) آمده است. بر اساس داده‌های (شکل۲) عدد P value آزمون ما ۱۶۴. است و از ۰۵/ بیشتر است. بنابراین، آزمون معنی‌دار نیست و می‌توانیم بگوییم فرض صفر که فرض برابری اهمیت سه متغیر مذکور است، پذیرفته می‌شود و فرض مقابل که قائل به تفاوت نقش این سه عامل است، رد می‌شود.

در قسمت پایین جدول، رتبه میانگین هریک از این متغیرها نشان داده‌شده است. به‌طوری‌که «مدیریت اماکن ادبی» با میانگین رتبه ۲/۱۱ مؤثرترین متغیر ظرفیت فردی در توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران است و پس‌ازآن «نقش بخش خصوصی در مشارکت مردم» با میانگین رتبه ۲/۰۲ در درجه دوم اولویت قرار دارند و نیز «علاقه به برگزاری

برنامه‌های ادبی در محله»، با میانگین رتبه ۱/۸۸ در رده سوم هستند و نسبت به دو مورد مذکور، اهمیت کمتری دارند. بر این اساس می‌توان گفت که از میان ظرفیت‌های سازمانی، «مدیریت اماکن ادبی» در جذب گردشگر ادبی در شهر تهران نسبت به دو متغیر دیگر از اهمیت بالاتری برخوردار بوده است.

**Hypothesis Test Summary**

| | Null Hypothesis | Test | Sig. | Decision |
|---|---|---|---|---|
| 1 | The distributions of مدیریت اماکن ادبی, علاقه برنامه های ادبی در محله and نقش بخش خصوصی در مشارکت مردم are the same. | Related-Samples Friedman's Two-Way Analysis of Variance by Ranks | .164 | Retain the null hypothesis. |

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

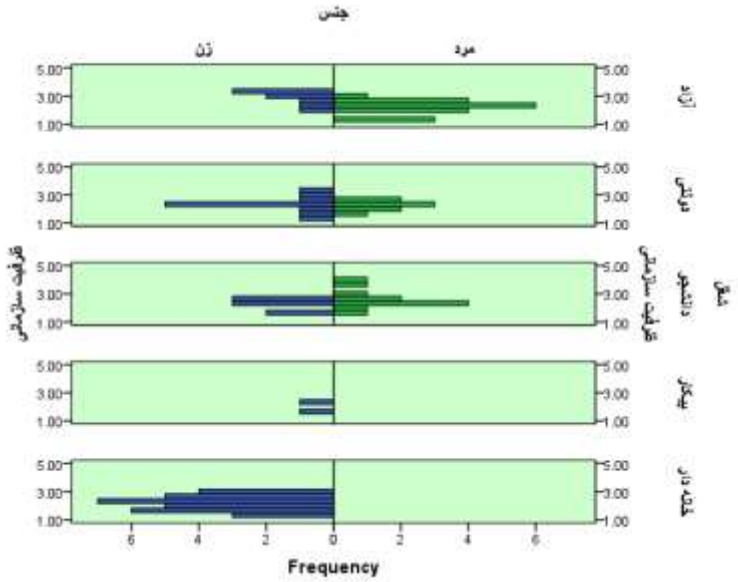
| | |
|---|---|
| Total N | 96 |
| Test Statistic | 3.613 |
| Degrees of Freedom | 2 |
| Asymptotic Sig. (2-sided test) | .164 |

1. Multiple comparisons are not performed because the overall test retained the null hypothesis of no differences.

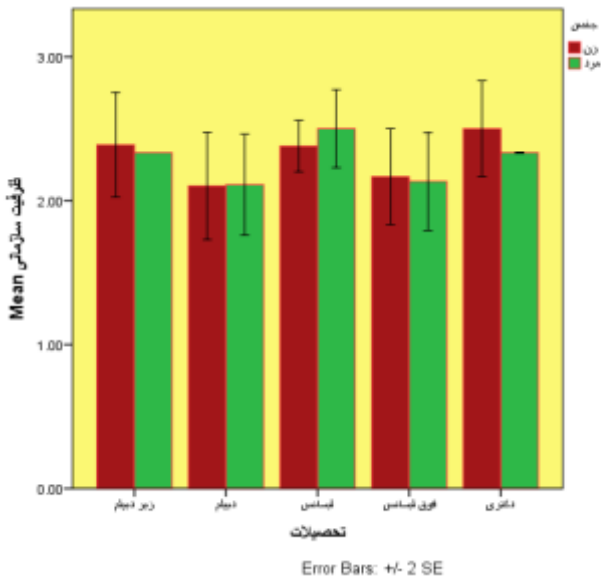
**شکل۳. خروجی آزمون فریدمن برای مقایسه نقش سه عامل نقش بخش خصوصی در مشارکت مردم، علاقه‌مندی به برگزاری برنامه‌های ادبی در محله و نیز مدیریت اماکن ادبی از بین ظرفیت‌های سازمانی**
**منبع: (ترسیم از نگارندگان)**

طبق (شکل۴) از بین دو گروه زنان و مردان با مشاغل مختلف، مردان دانشجو نقش ظرفیت‌های سازمانی را در توسعه گردشگری بیشتر از سایر گروه‌ها می‌دانستند. همچنین، زنان خانه‌دار نقش آن را در توسعه گردشگری کم می‌دانستند. طبق نمودار ۴ با سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت زنان دیپلم نقش ظرفیت سازمانی برای توسعه گردشگری را بین ۱/۸ تا ۲/۵ می‌دانند، این عدد برای زنان لیسانس بین ۲/۲ تا ۲/۵ است. همچنین مردان لیسانس نقش ظرفیت‌های سازمانی در توسعه گردشگری را ۲/۲ تا ۲/۷ می‌دانند. مردان با تحصیلات فوق‌لیسانس ۱/۸ تا ۲/۵ و زنان فوق‌لیسانس نقش آن را ۱/۸ تا ۲/۵ می‌دانند. چون این بازه با یکدیگر هم‌پوشانی دارند، می‌توان نتیجه گرفت که بین دو متغیر با

سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و نظرات هر دو گروه باهم مشابه است. بنابراین، می‌توان گفت عامل جنسیت و تحصیلات تأثیری بر اهمیت ظرفیت فردی نداشته است.



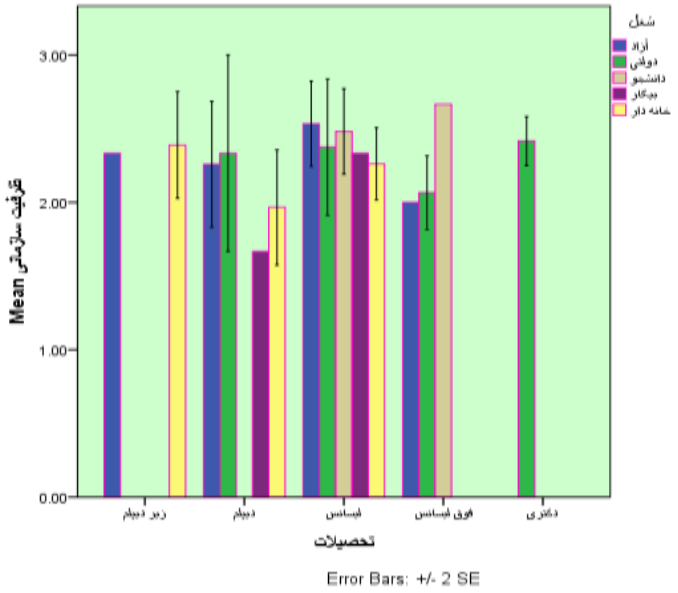

**شکل۴. نقش ظرفیت‌های سازمانی در توسعه گردشگری ادبی بر اساس شغل و جنسیت پاسخگویان**
**منبع: (ترسیم از نگارندگان)**




**شکل۵. نقش ظرفیت‌های سازمانی در توسعه گردشگری ادبی بر اساس جنسیت و تحصیلات پاسخگویان**
**منبع: (ترسیم از نگارندگان)**

طبق (شکل۴) با سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت افراد دارای شغل آزاد با تحصیلات دیپلم، نقش ظرفیت‌های سازمانی در توسعه گردشگری ادبی را بین ۱/۸ تا ۲/۲ و افراد دارای شغل دولتی با تحصیلات دیپلم این عدد بین ۱/۷ تا ۳ می‌دانند. همچنین، افراد لیسانس با شغل آزاد، میزان اهمیت ظرفیت سازمانی در توسعه گردشگری ادبی بین ۲/۲ تا ۲/۸ و افراد لیسانس با شغل دولتی، این عدد را بین ۱/۹ تا ۲/۹ می‌دانند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که بین دو

متغیر با سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و دو عامل شغل و تحصیلات تأثیری در اهمیت ظرفیت سازمانی در توسعه گردشگری ادبی ندارند.




شکل۶. نقش ظرفیت‌های سازمانی در توسعه گردشگری ادبی بر اساس شغل و تحصیلات پاسخگویان
**منبع: (ترسیم از نگارندگان)**

مقایسه اهمیت ظرفیت‌های سه گانه در توسعه گردشگری ادبی از نظر دو گروه گردشگران و جامعه محلی نشان داد ازنظر گردشگران، «ظرفیت‌های سازمانی» مؤثرترین عامل توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران است. ظرفیت‌های فردی و محیطی به ترتیب در رده دوم و سوم قرار دارند. در میان ظرفیت‌های سازمانی، «تبلیغات» مهم‌ترین عامل توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران است. ازنظر جامعه محلی، ظرفیت‌های محیطی، مؤثرترین عامل توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران است. ظرفیت‌های فردی و سازمانی به ترتیب در رده دوم و سوم قرار دارند. از میان آن‌ها نیز «کافه کتاب‌ها» مهم‌ترین عامل ظرفیت محیطی در توسعه گردشگری ادبی شهر تهران است و ازنظر جامعه محلی، بیشترین اهمیت را در این زمینه دارد. «ظرفیت‌های سازمانی» شهر تهران در توسعه گردشگری ادبی با استفاده از آزمون فریدمن نشان می‌دهد گردشگران درباره نقش «ظرفیت‌های سازمانی» در توسعه گردشگری ادبی شهر تهران معتقدند «تبلیغات» با میانگین رتبه ۲/۳۱ مؤثرترین متغیر ظرفیت فردی در توسعه گردشگری ادبی و پس‌ازآن «فستیوال‌ها و رویدادهای ادبی» در درجه دوم و نیز «کیفیت خدمات ارائه‌شده» در رده سوم هستند.

متغیرهای ظرفیت سازمانی ازنظر جامعه محلی شامل «مدیریت اماکن ادبی»، «نقش بخش خصوصی در مشارکت مردم» و نیز «علاقه به برگزاری برنامه‌های ادبی در محله با استفاده از آزمون فریدمن نشان می‌دهد «مدیریت اماکن ادبی» با میانگین رتبه ۲/۱۱ مؤثرترین متغیر ظرفیت فردی در توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران است و پس‌ازآن «نقش بخش خصوصی در مشارکت مردم» درجه دوم و «علاقه به برگزاری برنامه‌های ادبی در محله» در رده سوم قرار دارد. بر این اساس می‌توان گفت به نظر افراد محلی از میان ظرفیت‌های سازمانی، «مدیریت اماکن ادبی» در جذب گردشگر ادبی در شهر تهران نسبت به دو متغیر دیگر از اهمیت بالاتری برخوردار بوده است

## نتیجه گیری

گردشگری ادبی یکی از انواع گردشگری فرهنگی است که هدف اصلی آن آشنایی با اماکن مربوط به زندگی نویسندگان، شاعران، هنرمندان و آثار آن‌ها است. این نوع گردشگری چندین بعد دارد: مکان‌های تولد، سایت‌های خاک‌سپاری، موزه‌ها، مسیرهای ادبی یا سایر سایت‌های مرتبط با نویسندگان و آثار ادبی آن‌ها. گردشگران ادبی، افراد اهل مطالعه و هنردوستی هستند که علاقه‌مندند به محل زندگی یا کار شاعران و نویسندگان سفر کنند و از نزدیک از محیط‌های الهام‌بخش این افراد بازدید نمایند.

امروزه گردشگری ادبی جایگاه ویژه‌ای را در جهان کسب کرده است. کشور ایران نیز با داشتن شعرا و نویسندگان بنام یکی از کشورهایی است که می‌تواند در این عرصه فعالیت کند و گردشگری ادبی را ایجاد نماید. ظرفیت‌های سازمانی توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران شامل ظرفیت برگزاری فستیوال‌ها و رویدادهای ادبی، تبلیغات و کیفیت خدمات ارائه‌شده است. این مؤلفه‌ها ظرفیت لازم را برای توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران دارد.

گردشگری ادبی، گردشگران را از کتاب‌ها به اماکن خلق آثار ادبی یا محل تولد و مرگ خالق اثر و آرامگاه می‌برد. تهران باقابلیت‌های خود در امر گردشگری ادبی می‌تواند در جذب و توسعه این نوع از گردشگری قدم‌های ارزنده‌ای بردارد. گردشگران ادبی عوامل توجه به زیرساخت‌ها، افزایش تبلیغات و اطلاع‌رسانی، برگزاری مسابقات مشاعره و جشنواره‌های ادبی و راه‌اندازی سایت برای معرفی اقامتگاه‌های ارزان‌قیمت را در توسعه گردشگری مؤثر می‌دانند. همه عوامل مذکور در ذیل وظایف سازمان‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی متجلّی است که از این طریق می‌توان به اهمیت سازمان‌ها و نهادهای مرتبط پی برد. بنابراین، برای توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران علاوه بر وجود اماکن و جاذبه‌های ادبی باید به زیرساخت‌ها و تجهیزات هم توجه شود و اینجاست که نقش ظرفیت‌های سازمانی در توسعه گردشگری ادبی نمایان می‌شود.

یافته‌های تحقیق نشان داد از دیدگاه گردشگران «ظرفیت‌های سازمانی» برای توسعه گردشگری ادبی از «ظرفیت‌های محیطی» مهم‌ترند؛ اما به نظر جامعه محلی «ظرفیت‌های محیطی» مؤثرترین عامل در توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران هستند. همچنین، گردشگران ادبی شهر تهران معتقدند از میان مؤلفه‌های ظرفیت سازمانی «تبلیغات» مؤثرترین متغیر در توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران است. به نظر جامعه محلی «مدیریت اماکن ادبی» مؤثرترین متغیر ظرفیت سازمانی در توسعه گردشگری ادبی در شهر تهران است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد ظرفیت‌های لازم برای توسعه گردشگری شهر تهران از جنبه گردشگری ادبی وجود دارد. برای توسعه گردشگری ادبی لازم به سیاست‌گذاری در ظرفیت‌های سازمانی است. این ظرفیت باید در محورهای مهم مدیریت اماکن ادبی و تبلیغات و بازاریابی موردتوجه قرار گیرد. در این راستا پیشنهادها زیر ارائه می گردد:

- ❖ مدیریت هماهنگ و مشارکتی در برگزاری جشنواره‌ها، مسابقات ادبی و شب‌شعر در اماکن ادبی و محلات شهری؛
- ❖ برگزاری برنامه‌های نقالی و حافظ خوانی در فضای ادبی و فضاهای پرتردد؛
- ❖ تبلیغات جهت معرفی اماکن فرهنگی و ادبی شهر تهران در فضای مجازی، روزنامه‌ها و مجلات، صداوسیما؛
- ❖ اطلاع‌رسانی اقامتگاه‌های ارزان‌قیمت برای گردشگران مثل خدمات سایت زودروم؛
- ❖ ساخت زنجیره‌ها و مستندهای تلویزیونی از زندگی شخصیت‌های ادبی و فرهنگی و محل زندگی آن‌ها،
- ❖ برگزاری پاتوق فرهنگی با حضور شعرا و نویسندگان؛
- ❖ تهیه نقشه گردشگری ادبی؛

- ❖ برگزاری تورهای گردشگری ادبی رایگان توسط سازمان‌های ذی‌ربط مثل شهرداری و سازمان میراث فرهنگی؛
- ❖ فعال کردن بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد برای احداث اماکن فرهنگی در محلات و فرهنگ‌سازی جهت رفتار مناسب با گردشگران، تشکیل کلاس‌های فرهنگی در محلات؛

**حامی مالی**
این اثر حامی مالی نداشته است.

**سهم نویسندگان**
نویسندگان در انجام این پژوهش سهم برابر دارند.

**تضاد منافع**
نویسندگان اعالم می‌دارند، هیچ تضاد منافعی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

**تقدیر و تشکر**
نویسنده مسئول این مقاله که مستخرج از پایان نامه ارشد است، از عاملین چاپ مقاله تشکر می‌کند.

## منابع

۱) بیات، ناصر و اسدی، علیرضا (۱۳۹۶). چالش‌ها و رهیافت‌های توسعه گردشگری ادبی در ایران، جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۸ (۱)، ۱-۲۲.
۲) پیج، استفان و کنل، جوان (۱۳۹۴). گردشگری ترکیبی نو، ترجمه فضیله داروخانی و همکاران، تهران: نشر مهکامه
دانایی‌فرد، حسن؛ جاوید، سیدداریوش و فانی، علی‌اصغر (۱۳۹۱). ارتقای ظرفیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران: تحلیلی بر ابزارهای خط مشی‌گذاری ملی گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۷ (۱۹)، ۱-۴۲.
DOI:20.1001.1.23223294.1391.7.19.1.7
۳) رمضان‌نژاد، یاسر (۱۳۹۵). طراحی الگوی ظرفیت‌سازی نهادی توسعه پایدار گردشگری ساحلی مطالعه موردی (سواحل روستایی استان گیلان)، پایان‌نامه دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، به راهنمایی عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۴) رمضان‌نژاد، یاسر و رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۸). ارزیابی ظرفیت مدیریتی سازمان‌های متولی مقاصد گردشگری ساحلی روستایی استان گیلان، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۱ (۱)، ۴۳-۶۴.
DOI:20.1001.1.20086296.1398.51.1.7.7
۵) رهنمایی، محمدتقی (۱۳۹۰). گردشگری شهری، چاپ اول، تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
سیمایی‌چافی، حسین و معمارزاده طهران، غلامرضا (۱۴۰۱). طراحی‌مدل‌ظرفیت‌سازی‌حکمرانی‌شبکه‌ای، فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، (۱) ۳۵، ۲۷-۶۲.
۶) شفیعیان، ارمغان (۱۳۹۵). بررسی پتانسیل‌های شهر شیراز برای رونق گردشگری ادبی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی ندا ترابی فارسانی، دانشکده مدیریت جهانگردی، دانشگاه هنر اصفهان.
۷) ضیایی، محمود؛ عباسی کارجگان، داود؛ کاظمیان، غلامرضا و کروبی، مهدی (۱۳۹۴). شناسایی و تعیین ابعاد الگوی مدیریت گردشگری شهر تهران، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، ۴ (۱۳)، ۱۱۰-۱۴۱.
DOI:20.1001.1.23452870.1394.4.13.8.5
۸) ظهیری، نسرین (۱۳۹۳). آمدیم خانه نبودید، چاپ دوم، تهران: نشر ثالث.
۹) گراوندی، فریبا (۱۳۹۹). تحلیل ظرفیتی توسعه«گردشگری ادبی» در شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی علی موحد، دانشکده جغرافیا، دانشگاه خوارزمی تهران.

۱۰) ملک‌نیا، محبوبه (۱۳۹۲). بررسی مهمترین عوامل توسعه گردشگری در شهر تهران، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران، گزارش شماره ۱۱۱.

۱۱) موحد، علی (۱۳۸۶). گردشگری شهری، چاپ اول، اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران.

۱۲) موحد، علی؛ رضایی، ناصر؛ گراوندی، فریبا (۱۴۰۲). تحلیل ظرفیت‌های محیطی گردشگری ادبی برای توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر تهران)، فصلنامه گردشگری شهری، ۱۰ (۳)، ۱۱۱-۱۲۶.

۱۳) موحد، علی؛ شماعی، علی؛ ساسان‌پور، فرزانه؛ ارجمندی، منصور (۱۳۹۹). تحلیلی بر ظرفیت‌های گردشگری پایدار شهری، مطالعه موردی: شهر یزد، فصلنامه جغرافیا، ۱۸ (۶۷). doi: 20.1001.1.27172996.1399.18.4.3.4

۱۴) کاظمی، موسی؛ سیدمهدی، محمدتقی رهنمایی؛ حسینی، سیدعلی و بهناز پورخداداد، (۱۴۰۱). راهبردهای توسعه گردشگری شهری با رویکردِ فرهنگی ـ تاریخی (مورد مطالعه: استان گیلان)، جغرافیا (نشریه انجمن جغرافیایی ایران)، ۲۲(۱۸)، http://doi.org/10.22034/iga.2024.2021402.1288

15) Blumenthal, B. (2005). Investing in Capacity Building. Published by Center for the Study of Humon Rights at Columbia University and the Banyan Tree Foundation. In: Capacity Bulding Agenda.

16) Brown, L & Fyall, A. (2014). literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations. Journal of Destination Marketing & Management, 3(1), 37-47

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

18) Carr, W, Hinsz, S, Loomis, M, Consulting Deloitte, LLP. (2011). Client-Driven, Performance-Based Capacity Development, Deloitte Development LLC

Carson, S, Hawkes, L, Gislason, K., & Martin, S. (2013). Practices of literary tourism: an 19) Australian case study. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research ,42-50. https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1165237

20) Croy, G. (2012) Literary Tourism. In: Robinson, Peter (editor). Tourism: The Key Concepts, Routledge,pp. 119-121.

21) Drabble, M. (2009). The pattern in the carpet: A personal history with jigsaws. Houghton Mifflin Harcourt

22) Kieffer, C. & Reischmann, J. (2004). Contributions of Community Building to Achieving Improved Public Health Outcomes. Final report, August 2004. From (Retrieved July 15, 2008)

23) Kinninger, C. (2016). "From the page to the place: a look at literary tourism and the advantages it canbring to tourism development." An Honors Thesis. Ball State University Muncie, Indiana.

24) Lavergne, R & Saxby, J. (2001). Capacity Development: Vision and implications, Canadian International Development Agency, CIDA Policy Branch No. 3, January

25) Lusthaus,C, Adrien, M, Perstinger Mark. (1999), Capacity Development: Definitions, Issues and Implications for Planning, Monitoring and Evaluation, Universalia Occasional Paper,No. 35,1-21

26) Ommundsen, W. (2014). If it is Tuesday, this is must be Jane Austen literary tourism and the. Available in: heritage industry http://www.textjournal.com.au

27) Otoo, S, Agapitova, N and Behrens, J. (2009), The Capacity Development Results Framework (A strategic and results-oriented approach to learning for capacity development), Public Disclosure Authorized.

28) Potteri ،C &amp., R, Brough Oxford University Press (2004). Health Policy and Planning Systemic capacity building: a hierarchy of needs. 336–345

29) UNDP. (2009), United Nations Development Programme.304 East 45 th Street, New York, NY10017 USA.

30) Vallejo, B. & Amp W, Uta. (2015). Capacity Development Evaluation: The Challenge of the Results Agenda and Measuring Return on Investment in the Global South, World Development, Vol. 79, 1–13,

31) Wang. H. & Zhang, D. (2017) Comparing literary tourism in Mainland China and Taiwan: The Lu Xun Native Place and the Lin Yutang House, Tourism Management, No 59, 234-253, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.008.

32) Zare Bidaki, A & Hosseini, S. (2014). Literary Tourism as a Modern Approach for Development of Tourism in Tajikistan Journal of Tourism & Hospitality, 1-3