

عنوان مقاله:

فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری

محل انتشار:

فصلنامه رفاه اجتماعی، دوره 7، شماره 28 (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

Mehdi Karrobi

خلاصه مقاله:

طرح مساله: مقاله حاضر به تعریف سه مفهوم کلیدی فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و گردشگری پرداخته، آن گاه کوشیده است تا با طرح کارپایه یا چارچوب مفهومی برآمده از ترکیب این سه مفهوم کلیدی، پیش فرض اصلی مقاله یعنی اهمیت فرهنگ قومی به عنوان بخشی از سرمایه فرهنگی هر جامعه را مورد بحث قرار دهد تاکید بر ارزش افزوده و ضریب فزاینده درآمد و اشتغال در بحث گردشگری نشان دهنده ارتباط عوامل اجتماعی فرهنگی و متغیرهای اقتصادی است. روش: مقاله حاضر در چارچوب کلی روش اسنادی می گنجد و بر مرور مهم ترین منابع در دسترس استوار است. مقاله کوشیده است تا ارتباط منطقی سه مفهوم کلیدی را از یک سو مورد بررسی قرار دهد و از سوی دیگر آن ها را به شرایط خاص ایران ربط داده از جایگاه رفیع ایران در عرصه گردشگری سخن به میان آورد. نتایج: ایران از جمله کشور مستعد گردشگری در سطح جهان ارزیابی می شود. فولکلور یا فرهنگ قومی یکی از چند محور مهم برنامه ریزی گردشگری در ایران به شمار می رود. ضروری است با توجیه فرهنگ قومی به عنوان سرمایه فرهنگی، گردشگری در قالب یکی از مهم ترین منابع درآمدزادی مغفول مانده کشور مورد توجه قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

Cultural capital, Cultural tourism, Folklore, Income multiplier, Tourism Industry, ارزش

افزوده گردشگری، سرمایه فرهنگی، فرهنگ قومی، گردشگری خارجی، گردشگری داخلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1846535>

