

تهدیدها و فرصتهای گردشگری زیارت در ایران

مریم نهاوندی*

سیده فاطمه نعمتی**

تاریخ دریافت: 1389/7/15

تاریخ پذیرش: 1389/10/15

چکیده

هدف گردشگری در وهله نخست بهبود روابط فرهنگی و درک تفاوت‌های فرهنگی است. گردشگری مذهبی به عنوان یکی از قدیمیترین اشکال روابط فرهنگی بین اقوام و ملل، از جمله پر رونق‌ترین گردشگری‌ها در زمان حاضر است. قدمت این نوع گردشگری با قدمت تاریخ دینی برابری میکند بطوری که عمده‌ترین نیت گردشگری در شکل سنتی یک عمل دینی - فرهنگی بوده است. نگاهی به گذشته در زمینه سفرها و گردش‌های مذهبی مویذ این مطب است.

امروزه گردشگری مذهبی به سبب ویژگی‌های خاص خود، جایگاه مهمی در میان انواع گردشگری یافته و تحقیقات گسترده‌ای در سالهای گذشته در این زمینه انجام شده است؛ اما محققان هنوز بر سر بکار بردن دو واژه زیارت یا گردشگری مذهبی به توافق نرسیده‌اند. از این رو ما در این مقاله هر دو مفهوم را بکار می‌بریم. ایران نیز به دلیل موقعیت‌های مذهبی فراوان، مقصدی مناسب بجهت گردشگران مذهبی است، با وجود آنکه این استعداد بالقوه وجود دارد، اما تا کنون در این زمینه فعالیتهای پژوهشی مناسبی انجام نشده است؛ در حالی که برنامه ریزی صحیح نیازمند پژوهشهای کافی و تولید ادبیات تحقیق است. در مقابل، بسیاری تلاش کرده‌اند تا با انجام چنین مطالعاتی در رابطه با بسیاری از فرق مذهبی ناشناخته، زمینه را برای گسترش گردشگری خود توسعه دهند.

در طول مطالعه انجام شده چند هدف دنبال شد: نخست روشن کردن مفاهیم حوزه زیارت و گردشگری مذهبی. سپس بررسی آمار موجود ایران در این زمینه و در ادامه مطالعه ای روی مسافرین مسجد جمکران انجام شد. انتخاب این مقصد از آن روی صورت گرفت که مسافرین آن در ادامه سفر به شهر قم می‌توانند به دیدن آثار مذهبی و غیر مذهبی بروند.

بدلیل وجود این حق انتخاب می توان فاصله شناختی میان گردشگری و زیارت را بدرستی مشاهده کرد و سطح توقع و رضایت آنها را سنجید . با استفاده از نمونه گیری غیر احتمالی قضاوتی تعداد 80 پرسش نامه با مصاحبه تکمیل شد . سپس با جمعه بندی نظریه ها و تحقیقات انجام شده ، با استفاده از مدل SWOT فرصتها و تهدیدهای پیش روی گردشگری زیارتی در ایران مورد تحلیل قرار گرفت .

کلیدواژه : گردشگری مذهبی ، گردشگری زیارت ، زیارت ، زائر ، مذهب ، سوغات ، تهدیدها و فرصتهای گردشگری

مقدمه

زیارت از قدیمی ترین اشکال گردشگری در گذشته و از جمله پر رونق ترین گردشگری ها در زمان حاضر است . قدمت این نوع گردشگری با قدمت تاریخ دینی برابری میکند بطوری که عمده ترین نیت گردشگری در شکل سنتی یک عمل دینی – فرهنگی بوده است . زیارت دیداری مشتاقانه و احترام آمیز است ، زیارت یک انگیزه فطری در بشر دارد و انسان به طور فطری پیشوایان دینی و رجال خدمتگزار سیاسی و اجتماعی را در حال حیات بزرگ می شمارد و به صور مختلف به آنها ادای احترام می کند . به همین منوال ، پس از رحلت نیز به تعظیم ، تکریم مدفن و آثار به جای مانده از آنها می پردازد و برای ادای احترام و بیان محبت خود ، به زیارتشان می رود . بدین ترتیب ، آدابی خاص همراه با خواندن ادعیه بر مرقد بزرگان دینی یا ملی میان تمام ملل و پیروان مذاهب به اشکال گوناگون رایج شده و این نشان می دهد که زیارت و تکریم انسان های برجسته و صاحب کمال ، حتی بعد از مرگشان ، همچون پرستش و عبادت ، ریشه در فطرت بشر دارد . البته در این بحث ، زیارت به معنای عام آن مورد نظر است که زیارت غیر مسلمین و غیر ادیان را نیز در بر می گیرد و صرف نظر از بعد روحانی و معنوی آن ، شامل مراسم و احترامی می شود که هر ملتی به پیشوا و رهبر مورد احترام خود ادا می کند .

نگاهی به گذشته در زمینه سفرها و گردش های مذهبی موید این مطلب است . مثلاً سفرهایی که برای انجام مراسم مقدس در یونان باستان انجام می شد و یا سفرهایی که در مصر قدیم برای دیدن فراعنه صورت می گرفت . بسیاری از افراد کتابها و متون مقدس را می خوانند، اعمال مذهبی خاصی را انجام می دهند، غذاهای خاصی می خورند،

دعا می کنند و سرود مذهبی زمزمه می کنند و یا راه سفر به اماکن خاصی را در پیش می گیرند که راهی برای تقویت مادی سفرهای روحانی آن ها است. برای میلیون ها تن از مومنین، این عناصر بخشی از سیستم های عقیدتی گسترده ای هستند که اصولی برای زندگی آنان تعیین می کنند و مبدل به بخشی پیوند یافته با هویت اجتماعی فردی و جمعی آن ها می شوند (Timothy & Olsen, 2006: 271).

یکی از ویژگی های اصلی کشور تاریخی ایران، داشتن پیشینه قوی در حفظ باورها و آیین های دینی از دوران باستان تا امروز است. در ایران علاوه بر مذهب رسمی و اکثریت شیعه، گروه های مختلفی از پیروان سایر مذاهب اعم از اسلامی و هموطنان مسیحی، زردشتی، یهودی و... زندگی می کنند که دارای مکان های مقدس و آیین های خاص خود هستند و در سراسر کشور پراکنده اند. علاوه بر اینها مقبره ها و آرامگاه های زیادی وجود دارد که متعلق به بزرگان دینی، عرفا، صوفیان، شاعران و دانشمندان، سرداران ملی و... است که مجموعه این مکانها و نمادهای آنها از منابع کم نظیر و پر جاذبه برای گردشگری زیارتی و دینی محسوب می شود. با وجود این موقعیت منحصر به فرد هنوز تدابیر لازم در جهت گسترش هدفمند این قسم از گردشگری اعمال نشده است و در سوی دیگر پشتوانه علمی مناسبی برای داشتن چشم اندازی روشن وجود ندارد. در این مطالعه سعی بر این است تا با استفاده از مدل (swot) یکی از روش های استراتژیک سنجش وضعیت) و بررسی های آماری و مطالعه میدانی، شمای مناسبی از گردشگری مذهبی و زیارت در ایران بدست آید.

ملاحظات نظری و ادبیات موضوع

مفهوم مذهب به مسائل مختلفی در ادبیات تحقیقات گردشگری مربوط می باشد، اما اکثراً به آن با عنوان زیارت و رابطه ی آن با گردشگری پرداخته می شود. (کوهن¹، 1992آ، 1992ب، 1998؛ دین²، 1989؛ فلیشر³، 2000؛ هیتک⁴، 1990؛ جوزف و کاووری⁵، 2001؛ رینشد، 1992؛ اسمیت¹، 1992، ترنر²، 1973

1-Cohen

2-Din

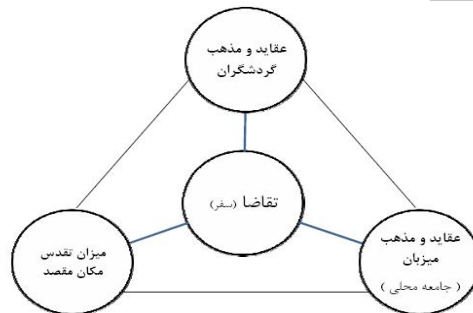
3-Fleischer

4-Hitrec

5-Joseph & Kavoori

سفر به مناطق مذهبی ممکن است بنا به دلایل زیادی شکل گیرد (از اعتقادات مذهبی قوی تارفع کنجکاوی). چنین سفری عموماً مبنای انگیزه های مذهبی است. تمرکز زیارات بر روی بازدید از مکانهایی است که قدرت مافوق طبیعت در آنجاست و به الگوهای مذهبی نزدیکتر است؛ در حالیکه گردشگری اساساً درباره "فرار کردن و دور شدن" برای تجربه کردن تغییر است. به هر حال این دو شکل سفر به هم متصل هستند (shinde, 2008: 247).

در برخی از تحقیقات مذهب را به رابطه‌ی بین گردشگران (میهمانان) و جامعه‌ی محلی (میزبان) و مقصد مربوط می‌کنند.



شکل 1: مدل ارتباط میان گردشگر، میزبان و مقصد مذهبی (استخراج از مجموع نظریات توسط نویسندگان)

بر اساس نظر Rinschede (1992) گردشگری مدرن با تور بزرگ مذهبی آغاز شد که توسط توماس کوک در نیمه قرن 19 انجام شد. برخی پژوهشگران این موضوع را نمی‌پذیرند و بر این باورند که گردشگری به خودی خود بمعنای «سفر روحی» است. البته برخی استدلال می‌کنند که گردشگری نوعی سفر "روحانی - مقدس" می‌باشد، زیرا نیازهای روحی را پاسخ می‌دهد. (Graburn, 2001) اما افراد دیگری نیز وجود دارند که بر این باورند که تفاوت‌هایی بین زیارت‌های سنتی و زیارت‌های مذهبی وجود دارد. در جوامع مدرن، بسیاری از مردم به اماکن مقدس سفر می‌کنند و هدف آنان پاسخ به هر

دو گروه نیازهای مذهبی و تفریحی است. این امر موجب پدید آمدن چالش های بزرگی در راستای ارائه تعریف برای گردشگری مذهبی می شود که آیا گردشگری تلقی شود یا زیارت.

محققین در این باره تردید دارند که چگونه تعریف این پدیده روبه رشد "توریسم مذهبی" نامهایی مانند توریسم زائری، توریسم مذهبی و توریسم معنوی گرفته است. درحالیکه به نظر می رسد توریسم مذهبی متداول ترین مورد باشد در تعریف آن هیچ گونه اجماع نظری دیده نمی شود و تا اندازه ای به این خاطر است که واژه مذکور به کلی مورد استفاده تبلیغ کنندگان و محققین توریسم قرار می گیرد تا توصیف گر آن پدیده به دو شکل باشد: کسانی که محرک آنان برای سفر، ترکیبی از انگیزه های مذهبی (انگیزه غالب) و انگیزه های سکولار (انگیزه ثانویه) است و افرادی که تنها در حین سفر به جاذبه های توریستی دیگر، بازدید می کنند. از یک سو طبق یک دیدگاه مذهبی، توریسم مذهبی چیزی مجزا از دیگر شکل های توریسم است چرا که وجه مشخصه آن اهداف، انگیزه ها و مقصدهای آن می باشد (Timothy & Olsen, 2006: 272).

در واقع، در میان گردشگران مذهبی با دو گروه مواجه هستیم (مومنی و دیگران، 1387):

1. زائر¹: زائر به افرادی اطلاق میشود که با انگیزه های صرفاً مذهبی (سفرهای تک منظوره) سفر می کنند. این افراد معتقدین مذهبی هستند که برای انجام فرایض دینی مختلف اقدام به مسافرت میکنند.
 2. گردشگر مذهبی²: این افراد مسافرانی هستند که علاوه بر شرکت در فعالیتهای مذهبی، از دیگر مکانهای فرهنگی و تفریحی بازدید میکنند و اهداف سفرهای آنان چند منظوره یا چند کارکردی با اولویت مذهبی است.
- بنابر این تقسیمات نگاههای متفاوتی نسبت به علل نوع سفرها پدید می آید: چرا افراد در این تقسیم بندی ها جای می گیرند؟

1-Pilgrim
2-Religious Tourist

روس بلک ول¹ انگیزه اینگونه سفرها را در هر دو بخش مذهبی و سفر گردشگری می‌داند. بر طبق نظر وی، تمام انواع سفر به اماکن مذهبی، با انگیزه مذهبی و سفر صورت می‌گیرد. زائران این سفرها را به همراه آیین پرستش انجام می‌دهند. برای نمونه، مناجات کردن یکی از این فعالیتها است (Leppakari, 2008:611). مک کانل² معتقد است میل و علاقه زائران برای حضور در فضایی که با معانی مذهبی آمیخته است، مانند علاقه گردشگران برای حضور در فضاهای اجتماعی، فرهنگی یا تاریخی است (Belhassen & others, 2008:668).

یک رویکرد کاربردی این است که این حرکت را به گردشگری نسبت دهیم، زیرا سفرهای زیارتی کنونی شامل تعداد زیادی از مردم می‌شود که تحت سازماندهی گردشگری انبوه قرار می‌گیرد. تعداد زیادی از زائران از طریق آژانسهای مسافرتی، تسهیلات اقامتی و ... اقدام به سفر می‌نمایند. اینها نشانگر آن است که این مقوله بخشی از صنعت گردشگری است (Tomasi, 2002:21).

زیارت را می‌توان توریسمی دانست که به واسطه فعالیت‌های زیارتی منفک می‌شود و به واسطه این امتیاز، زائر را می‌توان توریستی دانست که سفر او دلایل مذهبی یا معنوی دارد. اما اگر بنا بر دیدگاه سازماندهی شده مذهبی به قضیه نگاه کنیم، این شکل طراحی نامناسب خواهد بود چرا که توریست‌ها ماجراجویان بی‌اخلاقی هستند که استانداردهای اخلاقی در وجود آنها چندان زیاد نیست. لذا ریشه بحث کلا درباره دیدگاه و تفسیرها است. «عزیز»³ در بحث پیرامون توریسم و سفر در محیط عربی / اسلامی می‌نویسد: «نکته قابل بحث این است که آیا حج نوعی توریسم است یا نه و بحث در این باره هم چنان ادامه دارد». با این حال «راسل»⁴ نقطه شروعی برای بحث مطرح می‌کند توریست‌های مذهبی را افرادی می‌داند که «به منظور بازدید از مکانی که اهمیت مذهبی دارد و با هدفی که صرفاً مذهبی است عزم سفر می‌کنند». طبق دیدگاه راسل، توریست مذهبی متفاوت از توریستی است که به بازدید میراث مذهبی می‌رود؛ فردی که از اماکن مذهبی دیدن می‌کند برای پاسخ دادن به علایق فرهنگی و تاریخی خود است و نه به

1-Ruth Blackwell
2-MacCannell (1973)
3-Aziz (2001:155)
4-Russell (1999:40)

دنبال یافتن معنایی معنوی در آن. با این حال طبق تفکیک مدرنی که بین دیدگاههای مذهبی و معنوی از یکسو و دیدگاههای چند گانه درباره توریسم مذهبی وجود دارد، این احتمال هست که تعریف توریسم مذهبی و این که چه کسی یک توریست مذهبی است در آینده منشا بحثهای مختلفی شود. موضوعی که در متون علمی مربوطه و از طرف منتقدین توریسم مذهبی چندان توجهی به آن نشده است، اثرات منفی اجتماعی و بوم شناختی این نوع سفر است. در حالی که «گوپتا»¹ معتقد است توریسم مذهبی بی ضررتر از دیگر انواع توریسم است (Timothy & Olsen, 2006: 273). گردشگری اگر درست انجام شود شاید بتواند به جسم انسان استراحت دهد، اما نمی تواند نیاز عمیق او به استراحت روحی و روانی را تامین کند. شاید یکی از تفاوتهای ماهوی گردشگری با زیارت این باشد که زیارت اگر به قصد زیارت (ونه تجارت و تفریح) انجام شود، هم استراحت جسمی و هم استراحت روحی - روانی را به همراه دارد؛ اما نظام سرمایه داری می کوشد زیارت را به گردشگری تبدیل کند بطوری که در آغاز قرن بیست و یک اکثر زائران، گردشگران زیارتی هستند و این امر از تلاشی که زائران در خرید سوغات می کنند و زمانی که به زیارت می پردازند مشخص می شود. (پاپلی؛ 1385:173)

در واقع، گردشگری مذهبی نوع خاصی از گردشگری است که انگیزه هایش در قالب دلایل قوی مذهبی می گنجد (Rinschede, 1992). توماسی اینطور تصریح می کند که «گردشگری مذهبی، گردشگری به منظور جلب مشتری نیست. می توان گفت شکلی از گردشگری است که بخشی از آن یا تمام آن بر مبنای محرک های مذهبی است و نوعا یا تماما متصل به تعطیلات و گذران آن برای رفع نیازهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی به مقاصد دور یا نزدیک است» (tomasi, 2002: 19)

سفرهایی که مایه مذهبی دارند، بر روی طیفی گسترده قرار می گیرند؛ که در یک سر طیف، مکانهای مقدس قرار دارند که بخش بزرگی از مردم یک ناحیه را جذب می کنند؛ مثل کلیساهای بزرگ اروپا که دارای جلال و شکوه یا زیبایی هستند و در سر

1-Gupta (1999)

دیگر این طیف کسانی قرار دارند که به این مکانها روی می آورند و می خواهند شفا یابند (گی، 1386: 182).

«اولین»¹ و «تیموتی»² سه نوع از میراث فرهنگی مورد اختلاف را در حوزه مذهب بر می شمردند: اول، چند گروه اماکن میراث گونه واحدی دارند، دوم، فرقه‌های یک گروه مذهبی یک میراث فرهنگی واحد را به اشکال متفاوتی تفسیر می کنند و سوم میراث فرهنگی موازی که در تاریخ دو گروه مذهبی در یک مکان و زمان واحد آشکار می شود. در همه این موارد، چنین موقعیتی باعث طرح سؤالاتی در این باره می شود که میراث کدام گروه مهمتر است و کدام یک از آنها مورد حفاظت و تفسیر قرار می گیرد. فراموشی رویدادهای ناخوشایند اجتماعی که رخ داده اند و نسخه های متفاوتی که از گذشته ارایه می شوند همراه با معانی مذهبی و توریسمی، بار مفهومی مهمی برای درک میراث مذهبی ارایه خواهند داد (Timothy & Olsen, 2006: 273, 274).

در واقع مسئله کاربرد یکی از این دو واژه « زیارت » یا « گردشگری مذهبی » هنوز محل اختلاف اندیشمندان است، اما آنچه واضح است اینکه تفکیک این دو مفهوم بسیار دشوار است و در آمارها تفاوت میان زائر و گردشگر مذهبی قابل تفکیک نیست.

روش شناسی

مفاهیم پایه³:

زائر⁴

زائر کسی است که به یک مکان مقدس مثل حرم یا مرکز مذهب خود سفر می کند. درحالیکه غالباً فرض می شود که انگیزه زائر در وهله اول عبادی است بسیاری از افراد به دلایل عملی اقدام به چنین سفری می کنند مثلاً به دنبال شفا گرفتن یک بیماری یا برآورده کردن یک آرزو یا ادای فرضیه ای مذهبی (مثل حج مسلمانان) هستند. زائران عمدتاً به شکل گروهی سفر می کنند (Jafari, 2000: 438).

1-Olsen

2-Timohy

3-با توجه به آنکه مفهوم گردشگری بطور متداول توسط محققین طرح و مورد بررسی قرار گرفته است، در این تحقیق از آوردن مفاهیم تکراری اجتناب شد.

4-Pilgrim

زیارت¹

زیارت سفر مبتنی بر دلایل مذهبی به اماکن مقدس (عناصر محیط جغرافیایی، کوههای مقدس، اماکن علنی شدن فعالیت‌های پیامبران، حرم‌هایی که جسد اشخاص مقدس در آنها دفن شده، عبادت‌گاهها و امثال آن) است. چنینی سفری ممکن است سالها طول بکشد. اشکال ویژه این سفر به زیارت بردن بیماران و اشخاص در حال مرگ می‌باشد (jafari,2000:438).

مسیر زیارت²

مسیر زیارت جاده‌ای است که زایر را به مکان مقدس می‌رساند. قاعده این است که مسیرها ثابت هستند و برخی از آنها طولی به میزان 20 هزار کیلومتر دارند. در قرون وسطی یک سیستم کلی از مسیرها شکل گرفت که از اروپا آغاز می‌شد و به سنتیاگو دی‌کامپوستلا در رم، سرزمین مقدس و دیگر اماکن مقدس منتهی می‌گردید. از مسیرهای دریایی هم برای زیارت استفاده می‌شد و نیز از مسیرهای رودخانه‌ای چون رود نیل و گنگ. همچنین سیستم مسیر عبور کاروان‌ها وجود داشت که به مکه منتهی می‌شد (jafari,2000:438).

مکان زیارتی³

مکان زیارتی را می‌توان مکان اشیای مقدس دانست و جایی که هدف سفرهایی است که با انگیزه‌های مذهبی انجام می‌شوند. برخی مکان‌های مذهبی از این جهت اعتبار دارند که گفته می‌شود از قدرت شفابخشی معجزه‌آسا برخوردارند. ساختار معمول اماکن زیارتی که به لحاظ مذهبی مهم هستند از اهمیت تاریخی یا هنری برخوردار است (jafari,2000:438-439).

مذهب⁴

از دیدی کلی، مذهب یک سیستم سازماندهی شده از عقاید، مناسک، اعمال و عبادات است که محور آنها وجود یک یا چند خدا یا الهه ذی‌وجود می‌باشد. مذهب در وهله اول

1-Pilgrimage

2-Pilgrimage route

3-Pilgrimage site

4-Religion

نوعی جهان‌بینی است و همه‌چیز از این زاویه دیده می‌شود. ایمان منطقی نیست و لذا خدا را نمی‌توان با عقل شناخت همچنانکه ایمان را نمی‌توان با عقل توضیح داد. فرد معتقد به یک آیین می‌تواند تجربه‌ای واحد یا مشابه فردی معتقد به آیین دیگر داشته باشد اما پروان هر آیین ایمان خود را به شکل‌های مختلف عقلی، عاطفی و اخلاقی بروز می‌دهند. تقریباً تمام افرادی که پیرو مذهبی هستند اعتقاد دارند که یک قدرت الهی جهان را خلق کرده و بر زندگی آنها تاثیرگذار است. این هسته مذهبی آنقدر در مقیاس جهانی پایدار هست که بر تمایزات طبقاتی، ملی، ایدیولوژیک، سنی، شغلی یا هرگونه تمایز دیگر فایق آید (jafari,2000:497-500).

مرکز مذهبی¹

مراکز مذهبی عمدتاً اماکنی هستند که در آنها یک مذهب خاص «شکل‌گرفته» یا جاهایی که پیامبران در هنگام ارایه آموزه‌های دین خود در آنها سکونت داشته‌اند. از جمله مهمترین مراکز مذهبی مسیحیت، شهر رم و مهمترین مرکز مذهبی اسلام، شهر مکه است. در برخی مناطق مراکز مذهبی زیادی وجود دارند که به لحاظ اهمیت تفاوت دارند. مراکز مذهبی از دو جهت مبدل به مراکز بسته شده‌اند اول اینکه صرفاً در دسترس کشیش‌ها و مبلغین مذهبی باشند و دوم اینکه مکانی برای زیارت تعداد زیادی از مردم شوند (jafari,2000:50).

سوغاتی مذهبی²

منظور از سوغاتی مذهبی گروهی از اشیا هستند که محتوا یا شکل آنها یادآور آموزه‌ها، چهره‌ها یا اماکن مذهبی خاص باشد. تعداد زیادی از این اشیا وجود دارند که معنایی مذهبی پیدا کرده‌اند و لذا در مناسک مذهبی از آنها استفاده می‌شود و توریست‌های مذهبی آنها را به‌عنوان سوغاتی حتی بعد از بازگشت به خانه‌هایشان نگه می‌دارند و در هنگام اجرای مناسک مذهبی خود از آنها استفاده می‌کنند (jafari,2000:548).

¹ Religious center

² Religion souvenir

زیارت در تاریخ اسلام و تشیع

در فرهنگ اسلامی، سیاحت به عنوان سیر آفاق در برابر سیر انفس مورد توجه قرار گرفته است؛ اسلام به انسان و نیازهای او نگاه ویژه‌ای دارد و آنچه را که به واقع زندگی را لذت‌بخش و آسان می‌کند و در جسم و روح و روان انسان موثر است، به رسمیت می‌شناسد.

مسئله گردشگری و اسلام اکنون به یکی از بحث‌های مهم در کشورهای اسلامی تبدیل شده است. هدف گردشگری بهبود روابط فرهنگی، درک تفاوت‌های فرهنگی و ... است که در فرهنگ اسلامی طی حرکت وحدانی و یگانه‌ای با عنوان حج قابل دستیابی است (Din, 1989:559).

اسلام همواره افراد را به سفر تشویق می‌کند و ریاضت و تهذیب نفس را در گرو سفر در راه خدا می‌داند. اما اسلام هیچگاه افراد را به سفرهایی مانند سفرهای متداول کنونی افراد ثروتمند خاور میانه به اروپا یا بانکوک تشویق نمی‌کند. سفر به معنای وسعت یافتن روحی برای درک بزرگی خدا، از طریق دیدن نشانه‌ها در تاریخ و اتفاقات طبیعی و ساخت بشر است که همگی هدیه خداوند هستند. بنابر این مسلمانان تشویق می‌شوند که به سفر بپردازند (Din, 1989:559).

در جهان مسلمانان، اهمیت ارتباط مذهب بسیار مشخص‌تر به نظر می‌رسد. تنها نگارنده‌ای که به گردشگری در کشورهای مسلمان اشاره کرده است می‌گوید دیدگاه‌های مسلمانان نشانه‌های واضحی بر سیاست‌های موثر گردشگری دارد: "تعدادی از کشورهای مسلمان هستند که پتانسیل‌های گردشگرپذیری بالایی دارند که برای بازدید کنندگان غیر مسلمان جالب نیستند (Ritter 1975:59)" البته دیدگاه ریتزر زمانی صادق است که کشورهای مسلمان را برابر با کشورهای عرب بدانیم که این یک نگرش غربی است (Din, 1989:543)، در حالی که اکنون نوع فرهنگها در کشورهای مسلمان با یکدیگر متفاوت و نه صرفاً عربی است. البته علاقه مندی به دست‌یابی به بازارهای بین‌المللی گردشگری در کشورهای مسلمان سبب می‌شود تا چهره متفاوت‌تری از آنچه اکنون وجود دارد تبلور یابد.

تقریباً از بیشتر سفرهای زیارتی در جوامع اسلامی با نام " زیارت " یاد میشود که دلیل اصلی آن همراه بودن روح دینی در سفرها است . بنابراین آنچه بیش از گردشگری در این کشورها اهمیت می یابد مقوله زیارت است که با توجه به ابعاد مختلف آن ، در دنیای غرب با نام گردشگری مذهبی شناخته می شود .

گردشگری مذهبی در ایران

یکی از ویژگی های اصلی کشور تاریخی ایران ، داشتن پیشینه قوی در حفظ باورها و آیین های دینی از دوران باستان تا امروز است . در ایران علاوه بر مذهب رسمی و اکثریت شیعه ، گروههای مختلفی از پیروان سایر مذاهب اعم از اسلامی و هموطنان مسیحی ، زردشتی ، یهودی و ... زندگی می کنند که دارای مکانهای مقدس و آیین های خاص خود هستند و در سراسر کشور پراکنده اند . علاوه بر اینها مقبره ها و آرامگاههای زیادی وجود دارد که متعلق به بزرگان دینی ، عرفا ، صوفیان ، شاعران و دانشمندان ، سرداران ملی و ... است که مجموعه این مکانها و نمادهای آنها از منابع کم نظیر و پر جاذبه برای گردشگری زیارتی و دینی محسوب می شود . به دلیل عشق و ارادتی که ایرانیان نسبت به خاندان پیامبر اکرم و دوستداران ائمه و دیگر کسانی که از جور و ستم خلفا ناچار به ترک وطن خود می شدند و مظلومانه جان خود را از دست می دادند ، امروزه شاهد برپایی هزاران بقعه متبرکه در سراسر ایران هستیم ؛ که افراد و گروههای مختلف از داخل و خارج به دلایل متفاوت علاقه مند به بازدید از این بقاع هستند . همانگونه که مسلمانان سالانه به سفرهای متعددی نظیر : سفر حج و عتبات عالیات می روند ، ایران نیز میتواند جزئی از اهداف گردشگری بسیاری از مسلمانان و شیعیان جهان به شمار آید . همچنین به سبب وجود برخی از کلیساهای قدیمی و باستانی مانند قره کلیسا در آذربایجان غربی و یا کلیسای وانگ در اصفهان ، می تواند مقصد گردشگری مسیحیان و ارامنه باشد .

مطابق پژوهش " طرح افزایش فعالیت های بازاریابی بین المللی جهانگردی " در سال 1379 در ایران، 82% از گردشگران ورودی اصلاً در معرض تبلیغات آژانس ها نبوده اند و تنها 4.2% از آنها تحت تاثیر شدید بوده اند. بعلاوه در مقایسه جذابیت های مورد توجه

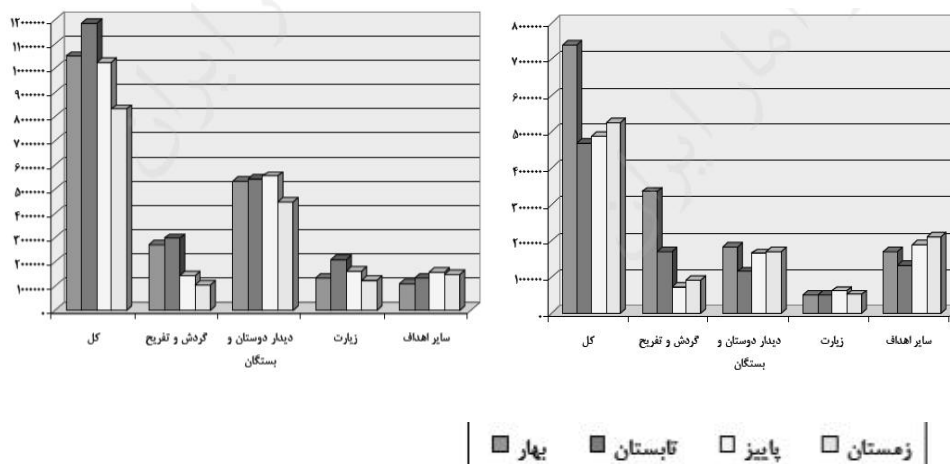
گردشگران، آثار مذهبی و دینی در جایگاه آخر قرار داشته است. نتایج این سنجش در جدول زیر مشخص شده است (ستاری، 1381: 52).

اولویت ها	میانگین رتبه ای	انتخاب اول	انتخاب دوم	انتخاب سوم	انتخاب چهارم بدون پاسخ
1 آثار تاریخی و باستانی	3.51	78%	12%	11%	8%
2 موضوع های فرهنگی و اجتماعی	2.50	11%	40%	29%	16%
3 مناظر طبیعی	2.02	5%	30%	32%	30%
4 آثار مذهبی و دینی	1.96	8%	18%	28%	42%

جدول 1: سنجش اولویت جذابیت های ایران از دید گردشگران خارجی: اقتباس از ستاری (1381)

این موضوع نشان می دهد که با وجود پتانسیل های فراوان زیارت در ایران، این مسئله مورد غفلت مسئولین قرار گرفته است. علاوه بر آن اینکه در مطالعات این تحقیق مشخص شد جز مطالعات موردی، تقریباً هیچ تحقیق نظری کاملی در ارتباط با زیارت انجام نشده است در صورتی که در جهان، در دهه 90 این تحقیقات صورت گرفته است.

مسئله بعدی ضعف آماری در این زمینه است. بر اساس آخرین آمارهای منتشره از سوی مرکز آمار ایران در سال 1387 تفکیک گردشگران به صورت زیر بیان شده است:



نمودار 1: تعداد سفرهای داخلی خانوارها بر حسب هدف اصلی در سال 1387 (مرکز آمار ایران)

این وضعیت در حالی است که گردشگران زیارتی و دیدار کنندگان دوستان و بستگان به راحتی قابل تفکیک نیستند و این آمارها از نظر نوع شناسی (جنس، سن و ..) جدا نشده است.

در رابطه با مراکز مهم زیارتی ایران «مشهد، قم و شیراز» نیز همین مشکلات آماری وجود دارد. در آمار ارائه شده در ارتباط با میزان گردشگران داخلی در سال 1387، این سه شهر جزو پر رفت و آمدترین شهرهای ایران بوده اند.

نفر سفر	بهار	تابستان	پاییز	زمستان
مشهد	4773601	7099432	4265979	2626202
قم	2228003	1764803	2335928	1564949
شیراز	2157806	1394993	977459	747378

جدول 2: میزان مسافرت به تفکیک ماه (ماخذ: استخراج شده از جداول استانی مرکز آمار ایران - 1387)

جدول 3: تعداد و رتبه مهمترین شهرهای مذهبی جهان اسلام

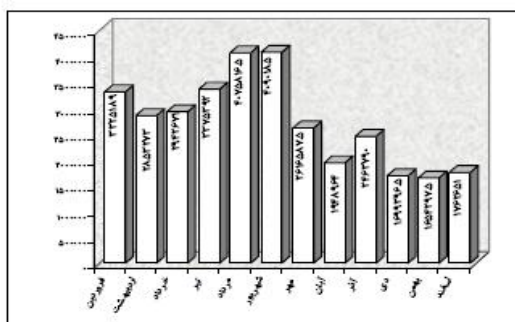
شهر	جمعیت	سال	رتبه
مکه	۱۲۹۴۱۶۷	۲۰۰۴	۳
مدینه	۱۳۰۰۰۰۰	۲۰۰۶	۲
کربلا	۵۷۲۳۰۰	۲۰۰۳	۵
نجف	۵۸۵۶۰۰	۲۰۰۳	۴
مشهد	۲۴۲۷۳۱۶	۲۰۰۷	۱
سامرا	۲۰۱۷۰۰	۲۰۰۳	۶

در رابطه با آمارهای تفکیکی استانها نیز تنها آمار دقیق اماکن متبرکه، بازدیدکنندگان از مراکز مختلف و گردشگران خارجی وارد شده وجود دارد که در رابطه با شیراز آمار خارجیان در دسترس نیست. همچنین آمار دقیقی از زائران وارد شده به حرم های اصلی این سه استان موجود نیست. تنها در این زمینه به دلیل اهمیت شهر مشهد آمارهای متناسبتری وجود دارد. شهر مشهد به عنوان اصلی ترین قطب گردشگری مذهبی ایران به شمار میرود و در میان شهرهای مذهبی جهان اسلام در دنیا از موقعیت ویژه ای برخوردار است.

شهرى كه عظيم ترين بناى مذهبى مسلمانان يعنى مرقد مطهر امام هشتم ، امام رضا (ع) در آنجا قرار دارد و سالانه بيش از 10 ميليون زائر داخلى و هزاران گردشگر خارجى به آنجا سفر مى كنند . آمارهاى منتشره نشان مى دهد ميزان گردشگران ورودى به شهر مشهد در طول 7 سال گذشته تغيير فراوانى داشته است ، اما آنچه در آمارها وجود ندارد تعداد دقيق گردشگران است و اكثر آمارها بصورت نفر سفر ارائه مى شود كه دقيق نيست .

سال	تعداد گردشگران			درصد رشد سالانه	
	جمع كل	داخلى	خارجى	داخلى	خارجى
۱۳۸۵	۳۳۵۰۲۶۸۶	۳۲۸۰۸۲۱۳	۶۹۴۴۷۳	۱۱۴	۳۴
۱۳۸۴	۱۵۸۳۳۴۵۱	۱۵۳۱۶۵۵۴	۵۱۶۸۹۷	۱۰	۸۶
۱۳۸۳	۱۴۱۵۰۹۲۰	۱۳۸۷۳۸۱۸	۲۷۷۱۰۲	۹	-۲۲
۱۳۸۲	۱۳۰۴۵۱۹۰	۱۲۶۸۷۰۷۶	۳۵۸۱۱۴	۱	۱۹
۱۳۸۱	۱۲۸۴۲۹۸۷	۱۲۵۴۴۵۵۸	۲۹۸۴۲۹	۱۴	۴۷
۱۳۸۰	۱۱۱۶۸۳۵۵	۱۰۹۶۵۴۵۶	۲۰۲۸۹۹	-۱۴	۲۶
۱۳۷۹	۱۲۹۸۵۸۱۳	۱۲۸۲۵۸۱۳	۱۶۰۰۰۰	-	-

جدول 4: تعداد گردشگران مذهبى - فرهنگى داخلى و خارجى شهر مشهد 1379-1385 (ماخذ : سازمان ميراث فرهنگى ، صنايع دستى و گردشگرى استان خراسان)



نمودار 2: تعداد گردشگران داخلى ورودى به شهر مشهد بر حسب ماههاى سال - 1385 (ماخذ : سازمان ميراث فرهنگى ، صنايع دستى و گردشگرى استان خراسان)

در خراسان علاوه بر مرقد مطهر امام هشتم ، تعداد 686 بقعه متبرکه در نقاط مختلف استان قرار دارد که گردشگران ورودی از این مناطق نیز بازدید می کنند و در تحقیقات صورت گرفته تا کنون آمار دقیق گردشگران مذهبی و زائرین تفکیک نشده است .

جدول ۲: تقسیم‌بندی انواع جاذبه‌های گردشگری مشهد بر اساس کارکرد

کارکرد	جاذبه ها
مذهبی - فرهنگی و تاریخی	بارگاه مطهر امام رضا(ع)، مقبره خواجه ربیع، گنبد خستنی، گنبد سبزه، مقبره پیر پالاندوز و...
مذهبی - فرهنگی	امامزاده یحیی، خواجه‌مراد، خواجه اباصلت، امامزادگان یاسر و ناصر و...
فرهنگی - تاریخی	مسجدشاه (هفتادو دو تن) و حمام‌شاه، مصلاهی مشهد، آرامگاه و موزه نادری، مصلاهی طرق، شهر توس، آرامگاه فردوسی، هارونیه و...
تاریخی - تفریحی	بند گلستان، موزه و باغ ملک آباد و...
تاریخی - طبیعی	نمایشگاه حیات وحش، موزه تاریخ طبیعی و موزه علوم طبیعی و...
فرهنگی - تفریحی	کوهسنگی، پارک ملت، پارک جنگلی طرق، پارک جنگلی وکیل آباد و...
طبیعی - تفریحی	منطقه نمونه گردشگری بین‌المللی طرقلیه و شاندریز، محور ابرده - زشک، جاعرق، محور نقندر - کنگ، ازغد، سد کارده، سد چالی دره، سد طرق و...
تجاری	بازار رضا، نمایشگاه بین‌المللی، مجموعه سپاد و...
سایر (درمانی، ورزشی و...)	چشمه‌گراب، مجتمع ناخن و...

شهر قم نیز به عنوان قطب مهم دیگری مطرح است . وجود مرقد مطهر حضرت فاطمه معصومه و مسجد مقدس جمکران و 544 امامزاده و بقعه متبرکه ، سالیانه هزاران زائر را به خود جلب می کند. بر اساس اسناد موجود، 255 امامزاده در 100 بقعه در استان شناسایی شده اند که در برخی از آن ها بیش از یک امامزاده به خاک سپرده شده است.

نزدیکی این شهر به تهران و قرار گرفتن در مسیر شهر های جنوبی عواملی هستند که به گسترش گردشگری مذهبی این شهر کمک می کنند . در استان تهران نیز علاوه بر بقعه متبرکه حضرت عبدالعظیم حسنی ، 67 بقعه متبرک دیگر نیز وجود دارد . در استان فارس نیز علاوه بر بقعه امام زاده احمد ابن موسی شاه چراغ ، بیش از 800 امامزاده و بقعه متبرکه پذیرای زائران است .

در سایر استانهای دیگر کشور نیز بقاع متبرکه فراوانی وجود دارد ، از جمله : اصفهان 858 بقعه ، استان اردبیل 188 بقعه ، استان قزوین 210 بقعه ، استان گلستان 118 بقعه ، استان سمنان 145 بقعه ، و استان مازندران 1280 بقعه .

اگر به این بقاه متبرکه سایر اماکن دیدنی این مناطق نیز افزوده شود ، منابع گردشگری مذهبی ایران به بیش از 8 هزار مرکز خواهد رسید که منبع مناسبی برای سرمایه گذاری گردشگری است .

مکان و روش پژوهش (مطالعه موردی)

این تحقیق در مسجد مقدس جمکران صورت گرفت . این مقصد به دلایل زیر انتخاب شد :

- این مسجد از جمله مکانهایی است مداوما در طول سال شاهد حضور تعداد زیادی زائر است و انجام تحقیق را ممکن می سازد .
- مسافران این مسجد ، کشوری و فرا ملی نیز هستند .
- زائرین این مسجد پس از اتمام اعمال خود می توانند مقاصد مختلفی را برای ادامه سفر برگزینند و از این جهت میتوانند دیدگاه روشنی نسبت به سفر خود داشته باشند .

در این تحقیق از روش پیمایش استفاده شد . با توجه به آنکه در مسجد جمکران آمارگیری روزانه انجام نمی شود ، لذا روش نمونه گیری غیر احتمالی قضاوتی و با توجه به حدود تقریبی مسافرین ، تعداد 80 پرسش نامه با روش مصاحبه تکمیل گردید . پرسشنامه ای که تدوین گردید میزان اعتبار هر پارامتر را به کمک طیف لیکرت (1: کاملاً مخالف تا 5: کاملاً موافق) می سنجد و همچنین ضریب اطمینان پارامتر مربوطه با ارزش گذاری 1 تا 4، صورت گرفت (پیوست شماره 1). هدف از قرار دادن این بخش سنجش سطح اطمینان پاسخگویان از جواب خود است . پرسش نامه بگونه ای تنظیم شد که بتوان رضایتمندی و علاقه زائران در سفر به این مسجد سنجید و نمره بالا نشان دهنده علاوه بر نشان دادن سطح بالای علاقه مندی و رضایت مخاطبان نشان می دهد که این مقصد به عنوان یک نمونه از مناطق مذهبی ایران مخاطبان فراوان و قابلیت های بسیار دارد .

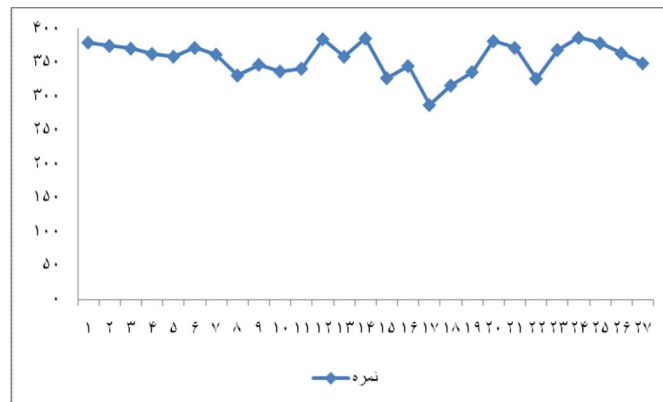
یافته ها و نتایج

پس از تکمیل پرسش نامه ها ، نتایج محاسبات صورت گرفته در تعیین جمع نمرات و میزان اطمینان حاصل از هر سوال به شرح زیر است :

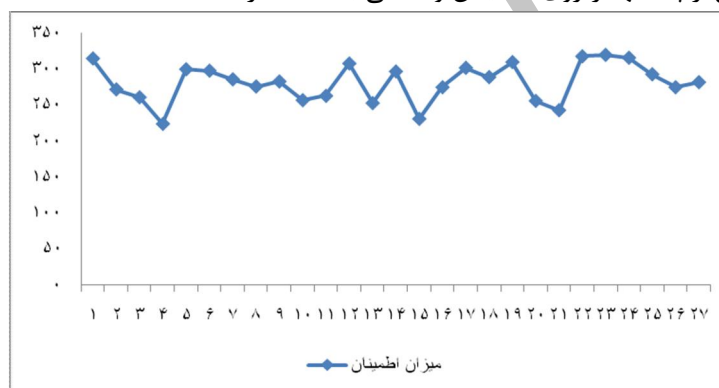
سوال	نمره (400- 80)	درصد نمره	میزان اطمینان (320- 80)	درصد میزان اطمینان
1. آمدن به شهرهای مذهبی و بخصوص مسجد جمکران برای من یک خواست قلبی است .	380	76	315	78.75
2. اگر بین رفتن به شهرهای مذهبی و سایر نقاط حق انتخاب داشته باشم ، شهر های مقدس انتخاب اول است .	375	75	272	68
3. به جز مسجد جمکران تنها به حرم می روم .	371	74.2	261	65.25
4. حرم مطهر و مسجد جمکران تنها دلایل من برای آمدن به قم است .	363	72.6	224	56
5. هر بار که به قم می آیم به زیارت حرم و مسجد می روم اما برای دیدن سایر مناطق شهر برنامه خاصی ندارم .	359	71.8	300	75
6. راجع به سایر مناطق دیدنی قم شنیده ام اما حرم و مسجد اهمیت بیشتری برای رفتن دارند .	372	74.4	298	74.5
7. این مکان ها حتما جالب و زیبا خواهند بود اما هرگاه از زیارت خسته شدم به دیدن آنها می روم .	362	72.4	286	71.5
8. از نظر من زیارت کاملا مسئله ای دینی است و نمی توان آنرا با گردشگری ادغام کرد .	331	66.2	276	69
9. گردشگری به معنای مطلق وجود ندارد اما زیارت معنای خاص و ویژه ای دارد .	347	69.4	283	70.75
10. همیشه برای تفریح و گردش وقت وجود دارد اما برای زیارت نه .	337	67.4	257	64.35
11. زیارت سبب می شود که احساس آرامش و نزدیکی به خدا داشته باشم اما در گردشگری این احساس وجود ندارد .	341	68.2	263	65.75
12. علاقه به زیارت امری قلبی و درونی است اما گردشگری برای من ناشی از فشار جامعه است.	385	71.6	308	77
13. در سفر به مناطق تفریحی علاقه بیشتری به بازدید از مراکز مختلف دارم .	359	71.8	253	63.25

74.25	297	77.2	386	14. خرید سوغات از شهر های مقدس را جزئی از وظایف خود می دانم.
57.75	231	65.4	327	15. خرید سوغات برای دیگران را دوست دارم .
68.75	275	69	345	16. اگر در این منطقه برنامه های مذهبی مانند جشن میلاد برگزار شود حتما در آنها شرکت خواهم کرد .
75.5	302	57.4	287	17. در چنین سفرهایی ترجیح می دهم از وسایل همراه خودم استفاده کنم اگر حتی مانند آنها ارائه شود .
72.25	289	63.2	316	18. در سفرهای زیارتی بیشتر وسایل مورد نیاز را همراه می آورم .
77.5	310	67.2	336	19. به جز مواد خوراکی بیشتر از وسایل همراه استفاده می کنم .
64	256	76.4	382	20. از نظر من امکانات موجود در مسجد جمکران بسیار کم است .
60.75	243	74.4	372	21. امکانات موجود کیفیت بسیار پایینی دارد و من علاقه زیادی به استفاده از آنها ندارم .
79.5	318	65.2	326	22. چنانچه وضعیت امکانات بهبود یابد تعداد سفرهای خود را افزایش خواهم داد.
100	320	73.8	369	23. امکانات ضعیف مانع از سفر من به این مکان نمی شود .
79	316	77.4	387	24. انتخاب این مکان بدلیل دینی است نه کیفیت خدمات و امکانات .
73.25	293	75.8	379	25. چنانچه امکانات موجود نیز نباشد باز هم به اینجا خواهم آمد .
68.75	275	72.8	364	26. امکانات مهم مانند سرویس های بهداشتی بسیار مهمتر از امکاناتی مانند هتل یا رستوران است
70.5	282	69.8	349	27. از رستوران و هتل بیشتر در سفرهای غیر زیارتی استفاده می کنم .

- میانگین حاصل از مجموع گویه های مد نظر 355.81 است که نشانه قوت زیارت درمیان پاسخ دهندگان است .
- نمرات گویه ها نیز بالاتر از میانگین عمومی است که نشانه رضایت مندی و علاقه بالای مسافری است .



- نمودار جمع میزان اطمینان از پاسخ مصاحبه شوندگان نشان می دهد که در صد بالایی از پاسخها از روی اطمینان و آگاهی به مسئله ارائه شده است .



- با توجه به تعریف جهانی از گردشگری ، یکی از وجوه مهم آن بخش عرضه می باشد که شامل : خدمات مختلف از جمله اقامت ، غذا و ... است که ضعف آن سبب کاهش مسافرت های مجدد می گردد. . گویه های 17 تا 27 به بررسی تاثیر بخش عرضه بر سفر زیارتی مسافرین پرداخته است . میانگین حاصل از جمع گویه ها 351.35 است و این نشان می دهد که بیش از 70 درصد مسافرین تاثیر این خدمات را کم دانسته اند و نوع سفر را به شکل آن ترجیح میدهند .
- در ایران میان زیات و گردشگری انفکاک وجود دارد . شواولات پرسش نامه به گونه ای تنظیم شده بود که نمره بالا نشان دهنده ترجیح زیارت بر گردشگری باشد . با

توجه به نمرات حاصل بیش از 70 درصد پاسخ دهندگان در موقعیت مشابه ، زیارت را بر گردش و یا هم زمانی این دو را بر گردشگری صرف و تفریحی ترجیح می دهند که نشان از قدرت اغنای بالای این شکل از مسافرت در ایران است .

مدل swot (گردشگری مذهبی ایران)

از مجموع اطلاعات بدست آمده و مطالعات تحقیقات صورت گرفته می توان به فرصتها و تهدیدهای این بخش اشاره کرد که به جهت اهمیت مسئله نقاط قوت و ضعف جدا شده است تا بتوان نگاه موشکافانه تری داشت .

نقاط قوت :

- مرقد مطهر هشتمین امام شیعیان و تعداد 686 بقعه متبرکه در استان خراسان
- مرقد مطهر حضرت فاطمه معصومه، دختر امام موسی ابن جعفر (ع) و 544 بقعه متبرکه در استان قم
- بقعه حضرت امام زاده احمد ابن موسی شاه چراغ و تعداد 800 امامزاده و بقعه متبرکه دیگر در استان فارس
- بقعه حضرت عبدالعظیم حسنی و 67 بقعه متبرکه در استان تهران
- 585 بقعه در استان اصفهان، 188 بقعه در استان اردبیل، 756 بقعه در استان گیلان، 210 بقعه در استان قزوین، 118 بقعه در استان گلستان، 145 بقعه در استان سمنان و 1280 بقعه در استان مازندران.
- برخی کلیساهای باستانی مانند قره کلیسا در آذربایجان غربی و کلیسای وانگ در اصفهان
- مقابر و آرامگاههای یهودیان از جمله آرامگاه دانیال نبی در استان همدان
- زیارتگاههای زرتشتیان
- امکانات اقامتی در همه سطوح تختهای ارزان، متوسط و تجملی در شهرهای مشهد، تهران، شیراز، اصفهان و یزد
- توسعه حمل و نقل هوایی به مقصد مشهد در حد مطلوب

- امکانات تفریحی و خدمات مطلوب به صورت محدود در شهرهای مشهد، تهران، شیراز و اصفهان

فرصتها:

- اشتراک فرهنگی اکثریت مردم جامعه ایران در صورت توسعه گردشگری اسلامی
- امکان جذب ارامنه، یهودیان و زرتشتیان در کنار مسلمانان
- امکان ادغام گردشگری تفریحی و مذهبی برای مسلمانان در ایران به دلیل وجود جذابیت‌های گردشگری متنوع در مقایسه با سایر مقاصد گردشگری مذهبی
- توجه به گردشگری مذهبی در جهان بخصوص در سال 2010

نقاط ضعف:

- محدود بودن اماکن اقامتی در سطح تجملی و متوسط
- عدم وجود فرودگاه‌های بین‌المللی و تسهیلات حمل و نقل سازمان یافته
- محدود بودن تنوع خدمات و امکانات تفریحی
- عدم وجود مراکز اطلاع رسانی
- عدم برنامه ریزی به منظور ساماندهی و ایجاد نظم در اماکن مقدس، خصوصا بارگاه امام رضا (ع)
- نیاز به سرمایه گذاری در سطح کلان
- عدم وجود آمارهای دقیق و تفکیک شده (سن، جنس، طبقه اجتماعی، قومیت و ...)
- عدم انجام تحقیقات منسجم
- عدم آموزش مردم محلی در ارتباط با نحوه تعاملات با گردشگران
- عدم امکان سنجی و مطالعات علمی در رابطه با بقاع متبرکه

تهدیدها:

- وجود کشورهای رقیب مانند عربستان، سوریه و عراق
- عدم پذیرش محلی بدلیل خطر نابودی فرهنگ ملی ایرانی در اثر هجوم فرهنگ اعراب

- فاصله گرفتن از مبانی توسعه پایدار بدلیل جاری شدن سیل مسلمانان با هر نوع فرهنگ ملی و قومی
- نگرش نادرست پیروان سایر ادیان به ایران
- وجود تبلیغات منفی جهانی
- عدم تولیدات رسانه ای مناسب در جهت معرفی مراکز ایران به جهان

ماتریس SWOT – توسعه گردشگری مذهبی و زیارتی

ضعف‌ها (W):	قوت‌ها (S):	توسعه گردشگری مذهبی و زیارتی
<ul style="list-style-type: none"> • محدود بودن اماکن اقامتی در سطح تجملی و متوسط • عدم وجود فرودگاه‌های بین‌المللی و تسهیلات حمل و نقل سازمان یافته • محدود بودن تنوع خدمات و امکانات تفریحی • عدم وجود مراکز اطلاع‌رسانی • عدم برنامه ریزی به منظور ساماندهی و ایجاد نظم در اماکن مقدس، خصوصا بارگاه امام رضا (ع) • نیاز به سرمایه گذاری در سطح کلان • عدم وجود آمارهای دقیق و تفکیک شده (سن، جنس و ...) • عدم انجام تحقیقات منسجم • عدم آموزش مردم محلی در ارتباط با نحوه تعاملات با گردشگران 	<ul style="list-style-type: none"> • مرقد مطهر هشتمین امام شیعیان • مرقد مطهر حضرت فاطمه معصومه • بقعه حضرت امام زاده احمد ابن موسی شاه چراغ • بقعه حضرت عبدالعظیم حسنی • 585 بقعه در استان اصفهان، 188 بقعه در استان اردبیل، 756 بقعه در استان گیلان، 210 بقعه در استان قزوین، 118 بقعه در استان گلستان، 145 بقعه در استان سمنان و 1280 بقعه در استان مازندران • برخی کلیساهای باستانی • مقابر و آرامگاه‌های یهودیان • زیارتگاه‌های زرتشتیان • امکانات اقامتی در همه سطوح تخت‌های ارزان، متوسط و تجملی در شهرهای مشهد، تهران، شیراز، اصفهان و یزد • توسعه حمل و نقل هوایی به مقصد مشهد در حد مطلوب • امکانات تفریحی و خدمات مطلوب به صورت محدود در شهرهای مشهد، تهران، شیراز و اصفهان 	

<ul style="list-style-type: none"> • عدم امکان سنجی و مطالعات علمی در رابطه با بقاع متبرکه 		
<p style="text-align: center;">: W.O.</p> <ul style="list-style-type: none"> • توسعه سریع زیرساختها و امکانات و خدمات گردشگری • برنامه ریزی و مدیریت کارآمد در اماکن مقدس به منظور سهولت زیارت 	<p style="text-align: center;">: S.O.</p> <ul style="list-style-type: none"> • تبدیل شدن ایران به قطب گردشگری مذهبی، تفریحی مسلمانان • تبدیل شدن ایران به مقصد گردشگری ارامنه، یهودیان و زرتشتیان کشورهای همسایه 	<p style="text-align: center;">فرصتها(O):</p> <ul style="list-style-type: none"> • اشتراک فرهنگی • امکان جذب ارامنه، یهودیان و زرتشتیان در کنار مسلمانان • امکان ادغام گردشگری تفریحی و مذهبی برای مسلمانان در ایران • توجه به گردشگری مذهبی در جهان بخصوص در سال 2010
<p style="text-align: center;">: W.T.</p> <ul style="list-style-type: none"> • برنامه ریزی و اجرای هماهنگ در همه ابعاد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی به منظور توسعه گردشگری • برنامه ریزی گردشگری در راستای توسعه پایدار 	<p style="text-align: center;">: S.T.</p> <ul style="list-style-type: none"> • استفاده از روشهای جدید و کارآمد به منظور جذب سرمایه گذاری در توسعه زیر ساختهای گردشگری • آموزش نیروی انسانی و جامعه محلی • توجه به مبانی توسعه پایدار و کنترل تعداد زائران ورودی به اماکن مقدس • ایجاد بسته های سفر با ترکیب دیگر جاذبه های گردشگری و جذابیتهای مذهبی به منظور متمایز کردن گردشگری مذهبی در ایران در مقایسه با دیگر مقاصد • تبلیغات و بازاریابی گردشگری مذهبی ادیان غیر اسلامی 	<p style="text-align: center;">تهدیدها(T):</p> <ul style="list-style-type: none"> • وجود کشورهای رقیب مانند عربستان، سوریه و عراق • عدم پذیرش محلی • فاصله گرفتن از مبانی توسعه پایدار • نگرش نادرست پیروان سایر ادیان به ایران • وجود تبلیغات منفی جهانی • عدم تولیدات رسانه ای مناسب در جهت معرفی مراکز ایران به جهان

نتیجه گیری

برنامه ریزان گردشگری مذهبی برای اینکه مکانی را به عنوان مقصد مذهبی معرفی نمایند، لازم است بازارهای مختلفی را با در نظر گرفتن وابستگی های متفاوت مذهبی گردشگران ارائه دهند؛ زیرا مردم به دلایل مختلف ترقیب به بازدید از آن مکان شده اند. با توجه به پتانسیل های ایران در امر گردشگری مذهبی، برنامه ریزان می توانند از این فرصت نهایت بهره را ببرند. البته تاکنون پیشرفت های زیادی در این زمینه صورت نپذیرفته است که علت آن بیشتر وجود کاستی هایی در کل صنعت گردشگری ایران می باشد. امید است که با بهره مندی از تشکیل «کمیته گردشگری مذهبی» در معاونت گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، بتوان اقدامات صحیح و دقیقی را نه تنها برای رونق سفرهای زیارتی و مذهبی داخلی، بلکه برای جذب گردشگران خارجی انجام داد.

ایران با داشتن اماکن مذهبی و زیارتی، برای مسلمانان و بویژه شیعیان و همچنین سایر مذاهب، می تواند سهم بزرگی از بازار گردشگری مذهبی را بعنوان بازار بزرگ تعامل فرهنگی را به خود اختصاص دهد. بررسی پتانسیل های گردشگری مذهبی در ایران ثابت می کند که ایران می تواند خود را به عنوان قطب گردشگری مذهبی در منطقه و دنیا معرفی کند. آمار های منتشره نشان می دهد که کشورهای مانند اسپانیا، واتیکان، عربستان و مصر سرمایه گذاری های عظیمی در راستای توسعه گردشگری مذهبی انجام داده اند و در صورتی که ایران از چنین فرصتی استفاده نکند، جمعیت مشتاق بسوی بازارهای این کشورها جذب می شوند.

ایران پس از رخداد انقلاب، گسترش تعاملات فرهنگی در منطقه را در دستور کار خود قرار داد که توسعه گردشگری زیارتی بطور حتم می تواند یکی از راهکارهای دستیابی به این هدف باشد. از راهکارهای موجود برای بهبود گردشگری مذهبی، می توان شناسنامه و بانک اطلاعاتی دقیق جاذبه های مذهبی را به همراه بافت شناسی و آشنایی با ادبیات گردشگری گردآوری کرد. راهکار دیگر، همگامی با برنامه سازمان جهانی گردشگری است که به توسعه 150 تور با علایق ویژه به جای گردشگری کلاسیک اقدام نموده است. یکی از این تورها، تورهای گردشگری مذهبی می باشد که

طرفداران آن رو به افزایش است. در پایان نیز می‌توان توسعه‌ی این نوع گردشگری را در فرآیندهای نوآورانه در نظر گرفت و با دیدی چند جانبه و سیستماتیک، جاذبه‌های منحصر به فرد ایران را با یک برنامه ریزی هدفمند، تجهیز زیرساخت‌ها و یکپارچگی فعالان گردشگری به جهانیان معرفی و عرضه کنیم.

علاوه بر نتایج جدول SWOT، تسهیلات و امکانات زیر می‌تواند سبب توسعه گردشگری زیارتی در ایران شود:

1. حذف روایید برای گردشگران مذهبی و زیارتی
2. برگزاری جشنواره‌ها و همایش‌های مذهبی در شهرهای مذهبی با دعوت از سران دینی جهان
3. گسترش امور تبلیغاتی در جهت اطلاع‌رسانی و معرفی بخش‌های مختلف مقاصد مذهبی
4. ایجاد و افزایش خطوط حمل و نقل از کشورهای مبدا و بازارهای هدف
5. شناسایی بازارهای بلقوه و سطوح زائرین مکانهای بالقوه
6. توسعه گسترده زیرساختها و خدمات مورد علاقه زائرین
7. تسریع تدوین طرحهای جامع مناطق زیارتی و پیش‌بینی بازار جهانی
8. انجام تبلیغات در خارج از کشور
9. توسعه تحقیقات علمی در سطوح ملی و منطقه‌ای
10. اطلاع‌رسانی و آموزش مردم بومی و ایجاد مشارکت مردمی
11. ایجاد آژانس‌های مسافرتی ویژه گردشگری مذهبی و زیارتی
12. حمایت از بخش خصوصی در زمینه برنامه ریزی و جلب مشارکت بین‌الملل
13. ایجاد هماهنگی با سایر بخش‌های متولی مراکز مذهبی و تدوین برنامه‌های راهبردی در این راستا.

منابع :

1. ابراهیمی ، محمد علی (1387). مبانی فقهی ، آثار روحی و روانی زیارت، مجموعه مقالات هم اندیشی زیارت (جلد دوم) ، قم : نشر مشعر
2. پاپلی یزدی ، محمد حسین و دیگران (1385) گردشگری (ماهیت و مفاهیم) ، تهران : سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)
3. ترکی ، اعظم (1387). مفهوم زیارت و نقش آن در بهداشت روانی و تعالی روح ، مجموعه مقالات هم اندیشی زیارت (جلد دوم) ، قم : نشر مشعر
4. گئی، چاک وای (1386). جهانگردی در چشم اندازی جامع ، ترجمه : علی پارسائیان و محمد اعرابی ، تهران : دفتر پژوهشهای فرهنگی
5. مومنی ،مصطفی و دیگران (1387). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی _ فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد ، تهران : جغرافیا و توسعه ، شماره 11
6. جان پرور ، محسن و تقی زاده ، اکرم (1387). نقش مکان های زیارتی در همبستگی اسلامی ، مجموعه مقالات هم اندیشی زیارت (جلد دوم) ، قم : نشر مشعر
7. قاسمی ، نرگس (1387). جایگاه سیاسی و اقتصادی زیارت ، مجموعه مقالات هم اندیشی زیارت (جلد دوم) ، قم : نشر مشعر
8. صادقی ، مریم (1387). لوازم ، ارکان و آثار تربیتی سفرهای زیارتی ، مجموعه مقالات هم اندیشی زیارت (جلد دوم) ، قم : نشر مشعر
9. حجت فر ، گلی (1387). آداب زیارت ، مجموعه مقالات هم اندیشی زیارت (جلد دوم) ، قم : نشر مشعر
10. یوسفی جولندان ، منصور (1387). کارکرد مزارات و زیارتگاه ها، مجموعه مقالات هم اندیشی زیارت (جلد دوم) ، قم : نشر مشعر
11. Leppakari, Maria K.(2008). [Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective](#), Annals of Tourism Research, Vol 35(2) , 611-612
12. Henderson , Joan C.(2003). [Managing Tourism and Islam in Peninsular Malaysia](#) , Tourism Management, Vol24(4) , 447-456
13. Din, Kadir H.(1989). [Islam and tourism : Patterns, issues, and options](#), Annals of Tourism Research, vol 16 (4) , 542-563
14. Jackowski , Antoni, and Smith , Valene L.(1992). [Polish pilgrim-tourists](#) , Annals of Tourism Research, vol 19 (1) , 92- 106
15. Jafari ,jafar . (2000) . Encyclopedia of Tourism(Routledge world reference) , USA&Canada: Routledge
16. Lee Nolan, Mary, and Nolan , Sidney . (1992). [Religious sites as tourism attractions in Europe](#) , Annals of Tourism Research, Vol 19 (1), 68- 78.

17. Gladstone, D. (2005). From pilgrimage to package tour: Travel and tourism in the Third World. New York: Routledge.
18. Shinde, K. (2008). Religious Tourism: Exploring a New Form of Sacred Journey in North India. In Janet Cochrane (eds.), Asian Tourism: Growth and Change ,access at : books / Elsevier . com
19. Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). Conclusion: whither religious tourism? . In Timothy, Dallen and Daniel H. Olsen (eds.), Tourism, Religion and Spiritual Journeys. London & New York, NY : Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group
20. Rinschede , Gisbert .(1992). [Forms of religious tourism](#) , Annals of Tourism Research, Vol 19(1), 51-67 .
21. Tomasi, L. (2002). Homo Viator: From pilgrimage to religious tourism via the journey. In: J. William, H. Swatos & L. Tomasi (Eds.), From medieval pilgrimage to religious tourism: The social and cultural economics of Piety (pp. 1–24). Westport: Praeger
22. Belhassen, Yaniv and others .(2008). [The search for authenticity in the pilgrim experience](#) , Annals of Tourism Research, Vol 35(3), 668-689
23. Chis, A; Tîrca, A. (2007), Improving competitiveness- Porter's Model in Romanian religious tourism, (In Electronic Proceeding of First Conference of The International Association for Tourism Economics, Palma de Mallorca)

Archive