

## ارائه مدل مفهومی از گردشگری مذهبی سید کامران یگانگی<sup>۱</sup> سحر باش افشار<sup>۲</sup>

### چکیده:

گردشگری، پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع انسانی وجود داشته و به تدریج در طی مراحل تاریخی مختلف، به موضع فنی، اقتصادی و اجتماعی و صنعتی کنونی خود رسیده است. این صنعت آمیزه‌ای از فعالیتهای گوناگون از حمل و نقل و تغذیه تا اقامت و مدیریت رویدادها است که در جهت خدمت رسانی به گردشگران، به صورت زنجیره‌ای بهم پیوسته ایفای نقش می‌کنند. بر این اساس یکی از شاخصه‌های مهم توریسم که سهم قابل توجهی از فعالیت‌های جهانگردی را به خود اختصاص می‌دهد توریسم مذهبی است. گردشگری مذهبی که معمولاً به آن به عنوان گردشگری دین اشاره می‌شود شکلی از گردشگری است که در آن مردم دین دار(با اعتقاد) به طور انفرادی یا گروهی به دلایل زیارتی، تبلیغات مذهبی یا تفریحی(تحقیقی) سفر می‌کنند. بدون تردید، یکی از مهم‌ترین و کهن‌ترین عوامل و انگیزه‌های مسافرت انسان باورهای مذهبی و احساسات دینی بوده است. در این تحقیق که بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و تحلیلی بوده است سعی بر این داشتیم که به بررسی گردشگری مذهبی، جایگاه گردشگری مذهبی در صنعت توریسم، عوامل تأثیر گذار و تأثیر پذیر در توریسم مذهبی و نیازهای اصلی آن از منظر شهرسازی بپردازیم و در نهایت ارائه یک مدل مفهومی برای توریسم مذهبی است.

واژه‌های کلیدی: توریسم-توریسم مذهبی-شهرسازی

### تاریخچه گردشگری:

گردشگری، پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع انسانی وجود داشته و به تدریج در طی مراحل تاریخی مختلف، به موضع فنی، اقتصادی و اجتماعی و صنعتی کنونی خود رسیده است. قدیمی‌ترین اشکال گردشگری که در اروپا بسیار رایج بوده، مسافرت‌های اشراف و شاهزادگان جوان بوده است که به منظور آشنایی با شیوه‌های مختلف حکومت و زندگی مردم به نقاط مختلف صورت می‌گرفته است. چنین مسافرت‌هایی جزئی از برنامه‌های سنتی آموزش و پرورش آنان را تشکیل می‌داده که بعضاً تدارک آن توسط سازمان‌های ویژه‌ای که مأموریت ترتیب دادن آن را به عهده داشتند، انجام می‌گرفته است. بنابراین گردشگری و سفر از جمله عادات قدیمی طبقه حاکم و ثروتمند جوامع بوده است.

اشکال دیگر گردشگری در دنیای قدیم، شامل: سفرهای درویشان، قلندران، جاسوسان و مسافرت‌های استثنایی ماجراجویان بود که برای کسب اطلاعات و ارضای حس حادثه جویی آنان، صورت می‌گرفت که ضمن اقدام به سفرهای زمینی و دریایی، با کشف سرزمین‌ها یا راه‌های تازه، اعم از زمینی یا دریایی، نامشان به عنوان کاشف در تاریخ ثبت می‌گردید، مانند: کریستف کلمب،<sup>۳</sup> ماژلان<sup>۴</sup>، و

<sup>۱</sup> - عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، Email: yeganegi@azu.ac.ir,

<sup>۲</sup> - دانشجوی کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، Email: saharbashafshar@azu.ac.ir,

Christopher Columbus - <sup>۳</sup>: کریستوف کلمب (۱۴۵۱ - ۲۰) مه ۱۵۰۶ سوداگر و دریانورد اهل جزایر ایتالیا بود که بر حسب اتفاق قاره آمریکا را کشف کرد. او که از طرف پادشاهی کاستیل بخشی از اسپانیا مأموریت داشت تا راهی از سمت غرب به سوی هندوستان بیابد، در سال ۱۴۹۲ میلادی با سه کشتی از عرض اقیانوس اطلس گذشت اما به جای آسیا به آمریکا رسید. کلمب هرگز ندانست که قاره‌ای ناشناخته را کشف کرده است.



بسیاری دیگر از سیاحان و مکتشفین که هنوز برای ما ناشناخته اند. مسافرت های زیارتی به اماکن و یا شهرهای مذهبی، از گذشته های دور رونق داشته و در بین پیروان تمام ادیان، روز به روز رونق گرفته که با استفاده و به کارگیری تسهیلات جدید، گسترش خارق العاده ای یافته است. حج یکی از عوامل اصلی در ترغیب مسلمین به گردشگری بوده است. مردمان بی شماری از کلیه نقاط جهان آن روز، به کعبه مشرف می شدند. تا آنجا که اطلاعات تاریخی نشان می دهد، سیر و سیاحت برای استراحت و تفریح از اوایل قرن شانزدهم شروع شده و مردم برای بازدید از شهرهای بزرگ و معروف دنیا، اقدام به مسافرت نموده اند. بدیهی است که انگیزه اصلی سفر سیاحان معروفی چون مارکوپولو، ابن بطوطه، ناصر خسرو و نظایر آنها را نمی توان به عنوان تفریح و استراحت قلمداد نمود، بلکه اینان سیاحانی حرفه ای بوده اند که برای اکتشافات، تجارت، ماجراجویی و شناخت سرزمین ها و اقوام دیگر و یا زیارت و مقاصدی نظیر آن که قطعا ناشی از استراحت و تفریح نبوده، اقدام به سفرهای چندین ساله می کردند.

### تعریف گردشگری:

واژه گردشگری معادل فارسی کلمه توریسم<sup>۵</sup> در زبان انگلیسی است. این واژه انگلیسی از ریشه ای فرانسوی "تور" گرفته شده و به معنی حرکت چرخشی، عمل پیمودن، طی کردن پیرامون، سیر کردن و گردش نمودن است. البته در بعضی جاها گفته شده است که این لغت از کلمه تور به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین ترنز<sup>۶</sup> به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدا و مقصد و چرخش دارد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته است.

واژه گردشگری نخستین بار در سال ۱۸۱۱، در مجله ای انگلیسی به نام مجله ورزشی<sup>۸</sup> مورد استفاده قرار گرفت. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می رفت. تعریف این مفهوم با گذشت زمان تخصصی و دقیق تر شد.

در دهه های اخیر مفهوم گردشگری گسترش بیشتری یافته و قلمرو وسیعی را در بر گرفته است. برای ارائه تعریفی از این صنعت ابتدا به تعاریفی چند اشاره می شود و سپس تعریف نسبتا جامعی برای آن پیشنهاد می گردد. گردشگری، سیاحت یا توریسم به طور کلی به عنوان مسافرت تفریحی در نظر گرفته می شود. هر چند که در سال های اخیر شامل هرگونه مسافرتی می شود که شخص به واسطه آن از محیط کار یا زندگی خود خارج شود. به کسی که گردشگری می کند گردشگر، سیاح یا توریست گفته می شود. مفهوم گردشگر و مسافر عملا در قاموس واژگان دولت ایالات متحده یکسان و مشابه هستند؛ یعنی هر کسی که بیش از ۲۴ ساعت یا یک شبانه روز را دور از محل اقامت خود به سر کند، استثنائاتی در این خصوص وجود دارد: مسافرت های نظامی، دانشجویان مقیم، دانشجویان مهاجر و دیپلمات ها، و افرادی که کارشان خارج از محل اقامتشان است، جزء گردشگران محسوب نمی شوند.

گردشگری بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری، به کلیه فعالیت های افرادی اطلاق می شود که به مکان هایی خارج از محیط عادی خود به منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف ها، برای مدت کمتر از یک سال می روند. به این ترتیب، محدوده

<sup>۴</sup>-Ferdinand Magellan: فردیناند ماژلان بهار (۱۴۸۰ - ۲۷) آوریل ۱۵۲۱ میلادی پوینده و دریانورد پرتغالی بود که به دولت اسپانیا خدمت می کرد. او نخستین کسی بود که در جهت غرب از اروپا به آسیا رفت و در اقیانوس آرام کشتی راند. ماژلان همچنین نخستین کسی بود که با هدف دور زدن کره زمین، رهبری یک ناوگان اکتشافی را عهده دار شد. اگر چه خود در میانه سفر درگذشت، گروهی از افراد و ناوگانش توانستند در ۱۵۲۲ میلادی کره زمین را با موفقیت دور بزنند و به اروپا بازگردند

<sup>۵</sup> - Tourism

<sup>۶</sup> - Tour

<sup>۷</sup> - Turns

<sup>۸</sup> - Sporting Magazine



گردشگری از مسافرت هایی که صرفاً به منظور گذراندن تعطیلات و سپری کردن چند روز برای دیدار دوستان و آشنایان و بازدید از مناطق جذاب انجام می گیرد، بسی فراتر می رود.

### اهمیت گردشگری:

امروزه گردشگری مفهوم و جریانی کاملاً متفاوت با گذشته پیدا کرده است، زمینه اقتصادی آن بیش از پیش افزایش یافته است. گردشگری اکنون بعنوان یک امر اقتصادی نگریسته می شود، در نتیجه لزوماً باید در جریان کار و فعالیت خود تابع هدف معین باشد. می توان گردشگری را به کالاهای بازرگانی تشبیه کرد که نیازمند بازار فروش است تا به خریداران و علاقه مندان عرضه شود. برای آگاهی از اهمیت گردشگری در اقتصاد، باید آمار مسافران و میزان هزینه کرد آنها را به صورت دقیق در اختیار داشت. درآمدهای حاصل از گردشگری معرف نوعی «صادرات نامرئی و پنهان» است، یعنی این درآمد، نتیجه فروش خدمات گردشگری در یک کشور به گردشگران و مسافران خارجی است. مخارج گردشگری عکس درآمدها هستند. این مخارج و هزینه ها که به سبب مسافرت اتباع یک کشور به خارج بر کشور تحمیل می شوند، نشان دهنده نوعی «واردات پنهان» هستند، یعنی اتباع یک کشور، محصولات و خدمات گردشگری را از جایی دیگر خریداری کرده اند. از نظر اقتصادی، گردشگری به مراتب بیشتر از آن چه در گمان آید سود آور است، در واقع امروزه صنعت گردشگری آنچنان جریان سرمایه ها، درآمدها، هزینه ها، آرایه ارقام مثبت و منفی در توازن حسابهای دولت ها و انباشت سرمایه ها و سرمایه گذاریها را بوجود آورده است که تا سی و چهار سال پیش در ذهن نمی گنجید. هم اکنون گردشگری بیش از هر فعالیت اقتصادی و صنعتی دیگر در جهان موجب حرکت سرمایه ها و انتقال پول ها شده است، مصارف و درآمدهای حاصل از گردشگری به مراتب بیشتر و سریع تر از تولیدات ناخالص ملی و صادرات جهانی کالا و خدمات رشد می یابد. صنعت گردشگری بدون شک نقش مهمی در برقراری ارتباطات فرهنگی و پرهیز از اجرای یک برنامه یکنواخت روزمره ایفا می نماید. این صنعت به دلایل مختلف از جمله افزایش درآمد ارزی، ایجاد اشتغال، فروش محصولات تولیدی و ... در سال های اخیر مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. این صنعت علاوه بر تأثیرات شگرفی که در بهبود سلامت بدن و فکر دارد و علاوه بر آنکه باعث استراحت و تمدد اعصاب و آمادگی بیشتر برای کار و فعالیت می شود، تأثیرات مثبت و تعیین کننده ای بر فرهنگ، اقتصاد و توسعه پایدار می گذارد.

### جایگاه گردشگری در آینده:

بر اساس اطلاعات سازمان جهانی جهانگردی کل مسافران بیت المللی در سال ۱۹۵۰ بالغ بر ۲۵ میلیون نفر بوده اند، در ۱۹۶۰ این رقم به حدود ۷۰ میلیون نفر رسید و در ۱۹۷۰، در حدود ۱۶۰ میلیون نفر به سفر رفتند. میزان مسافران بین المللی در سال ۱۹۸۰ بالغ بر ۵۶۰ میلیون نفر و در پایان هزاره به حدود ۷۰۰ میلیون نفر رسید. این تعداد مسافر تا سال ۲۰۱۰ به بیش از یک میلیارد نفر و درآمد حاصل از آن به ۱.۵ تریلیون دلار رسیده است. پیش بینی میشود که تعداد گردشگران بین المللی تا سال ۲۰۲۰ میلادی به بیش از ۱/۵ میلیارد نفر در سال برسد. شواهد حاکی از آن است که اروپا بیشترین میزان جلب گردشگران را در آن تاریخ خواهد داشت. یکی از اصلی ترین منابع درآمد برای کشورهای مطرح در زمینه گردشگری از جمله آلمان، ایالات متحده آمریکا، ژاپن، انگلستان، فرانسه، ایتالیا، اتریش، فدراسیون روسیه، هلند و کانادا گردشگری در سطح جهان تابع تجارت و اقتصاد جهانی است و از آنجا که فرایند جهانی شدن، اقتصاد را به شدت جهانی نموده است، گردشگری نیز بیش از پیش گرایش به جهانی شدن پیدا کرده است.

## تاریخچه گردشگری مذهبی :

در این مقاله تاریخچه گردشگری مذهبی در پنج دوره به ترتیب زیر بررسی شده است.

### عهد باستان :

مردم تمدن های ما قبل تاریخ ، با انگیزه بدست آوردن غذا، دوری از خطر و نقل مکان به آب و هوای مساعد، مسافرت می کردند. با افزایش مهارت و کسب فنون، نیاز انسان به خانه بدوشی کاهش یافت و این بار با انگیزه تجارت و معامله کالا مسافرت می کرد. از آنجا که امپراطوری عهد باستان در قاره های آسیا، آفریقا و خاورمیانه ایجاد شدند، زیر بنای اقتصادی به وجود آمد که باعث ایجاد جاده و راه های آبی و وسایل نقلیه شد. اولین مسافرت ها از جانب نمایندگان حکام بود که آن ها را به مناطق دور دست اعزام می کردند تا جنگ های قبیله ای را اداره کنند و از مردم مالیات و خراج بگیرند. در دوره حکومت خانواده های سلطنتی در مصر، مسافرت با قصد تجارت و تفریح انجام می گرفت و رونق زیادی یافت. در دوره اوج اقتدار امپراطوری آسوری، مفهوم مسافرت گسترش یافت و بعد از اینکه ایرانیان امپراطوری آسوری را شکست دادند، اقدام به توسعه راه سازی و ساخت کالسکه هایی نمودند.

در زمان یونانیان باستان، با گسترش ضرب سکه از یک سو و نیز گسترش زبان یونانی در سراسر حوزه مدیترانه، مسافران توانستند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. در یونان بیشتر مسافرت ها به دلیل ساحلی بودن شهر ها به وسیله خطوط دریایی انجام می شد. آن ها علاقه زیادی به بازدید شهرها به ویژه آتن و جشن های مذهبی و مسابقات المپیک داشتند. اهالی روم به دیدن مصر و مسافرت به آنجا علاقه مند مصر بودند، تا از ابولهل و اهرام ثلاثه دیدن کنند. در تمدن های آسیایی هم مردم به تفریح و گردش علاقه مند بودند.

### ۱- قرون وسطی:

در قرون وسطی (دوره ۵ تا ۱۴ میلادی) تجارت و مسافرت رونق کمتری داشت. جاده ها تقریباً از بین رفته و شرایط مسافرت بسیار مشکل و خطرناک شد. در آن زمان دیدار از کلیساهای مسیحیان نخستین اولویت سفر بود. زیرا کشیشان مسیحی مردم را تشویق به زیارت و دیدن این مکان ها می کردند. در سده چهاردهم، مسیحیان به بیت المقدس و روم مسافرت می کردند و مسافرت ها اساس و رنگ مذهبی داشتند. در نیمه دوم سده ۱۳، مارکوپولو<sup>۱</sup> مسیری از اروپا به آسیا تعیین کرد. کتاب او نخستین منبع اطلاعاتی غرب درباره زندگی شرق در آن دوران قرار گرفت. نخستین مسافرت کاروانی (دسته جمعی) مربوط به کاروانی است در سده ۱۵ که از ونیز به بیت المقدس می رفت و قبل از سفر، مبالغی پول از مسافران دریافت می کردند. در این سفرها نخستین غذاهای فوری امروزی وجود داشته است.

<sup>۱</sup> Marco polo: مارکو پولو زاده ۱۵ سپتامبر ۱۲۵۴ - درگذشته ۹ ژانویه ۱۳۲۴ تاجر و جهانگرد ونیزی بود. وی بین ۱۲۷۱ تا ۱۲۹۵ از اروپا به آسیا سفر کرد و ۱۷ سال در چین اقامت داشت. مارکو پولو به همراه پدرش، نیکول پولو و عمویش مافو از اولین اروپاییانی بودند که از طریق جاده ابریشم به چین سفر کردند و به ملاقات قوبلای خان نوه چنگیز خان و اولین امپراتور چین از سلسله یوان رفتند. آنها در این سفر از سرزمین هایی همچون بیت المقدس و ایران و آسیای میانه بازدید کردند. شرح حال این سفرها در سفرنامه مارکو پولو نوشته شده است.



## ۲- رنسانس:

در سده ۱۴ تا ۱۷ بیشتر مسافرت ها با هدف کسب دانش و تجربه آموزی انجام می شد و در انگلستان، ملکه الیزابت اول برای تربیت و پرورش نمایندگان خارجی مسافرت هایی را برای آن ها فراهم کرد. کاروان های مسافرتی دوره الیزابت پس از چندی، دارای ساختار و سازمان منتظمی شد و آن را «گراندتور»<sup>۱۰</sup> نامیدند. بیشتر اعضای این کاروان ها از طبقات بالای جامعه بودند که برای کسب دانش و فرهنگ مسافرت می کردند.

## ۳- انقلاب صنعتی:

انقلاب صنعتی که از سال ۱۷۵۰ تا ۱۸۵۰ ادامه یافت، پایه و اساس گردش های دسته جمعی را به وجود آورد. در ابتدا مسافرت های تفریحی یک روزه بودند. زیرا هم مردم دارای توان مالی زیاد نبودند و هم اینکه روزهای کاری هفته پنج روز نبود. در پایان سده نوزدهم کارگران تعطیلات سالانه داشتند و برای فرار از مناطق شهری آلوده و شلوغ به کنار دریا ها سفر می کردند. تا حدی مانند کارهایی بود که جهانگردان کنونی انجام می دهند.

## ۴- جهانگردی نوین:

جهانگردی امروز به همراه مجموعه ای از تمایلات، حرکت، دسترسی به امکانات و توانایی هایی مالی، مسافرت توده ها را امکان پذیر ساخت. فناوری های نوین مانند خطوط هواپیمایی، کامپیوتر، رباط و ارتباطات ماهواره ای باعث شد که در سده بیستم شیوه زندگی، کار، بازی و تفریح افراد، دگرگون شود.

## تعریف گردشگری مذهبی :

گردشگری مذهبی که معمولاً به آن به عنوان گردشگری دین اشاره می شود شکلی از گردشگری است که در آن مردم دین دار(با اعتقاد) به طور انفرادی یا گروهی به دلایل زیارتی، تبلیغات مذهبی یا تفریحی(تحقیقی) سفر می کنند. بدون تردید، یکی از مهم ترین و کهن ترین عوامل و انگیزه های مسافرت انسان باورهای مذهبی و احساسات دینی بوده است. انسان از ابتدای تاریخ مکان هایی را مقدس می دانسته است و به منظور تأمین نیازها و خواسته های روحی، روانی و مادی خود و از ترس بلایای طبیعی و غیر طبیعی که زندگی او را تهدید می کرده، به زیارت و دیدن آن مکان های مقدس می رفته است. بزرگترین شکل گردشگری مذهبی انبوه جهان در زیارت سالانه حاجیان در مکه، عربستان سعودی اتفاق می افتد. مسیحیان به واتیکان یا کلیساهای مقدس، بوداییان به بنارس و برهمنیان به لهاسا سفر می کنند. گردشگری با این انگیزه نیز رونق فراوان دارد. عبادت گاه هایی نظیر مساجد، آرامگاه پیشوایان مذهبی، کلیساها و ... هر ساله پذیرای میلیون ها معتقدان خود هستند. گردشگران مذهبی آمریکایی های جنوبی یک تخمین ۱۰ بیلیون دلاری این صنعت را تشکیل می دهند. نمونه هایی از مراسم و شعائر مذهبی که توجه برخی از گردشگران را جلب می کنند عبارتند از: مراسم عزاداری عاشورا و مراسم قالیشوین اردهال مشهد.

## انواع گردشگری مذهبی :

در یک تعریف کلی می توان گردشگری مذهبی را گونه ای از گردشگری دانست که شرکت کنندگان در آن دارای انگیزه های مذهبی(منحصراً و یا به صورت ترکیب با سایر انگیزه ها) هستند که از اماکن مقدس نظیر کلیساها، مساجد، مقابر امامزاده ها و نظایر آنها بازدید می کنند.

<sup>10</sup> -Grand tour

با توجه به تعریف بالا، ما در این زمینه با دو دسته مختلف از گردشگران رو به رو هستیم . دسته اول کسانی که از اماکن مقدس دین خود بازدید می کنند مانند مسلمانانی که به زیارت اماکن مقدس خود نظیر کعبه ، عتبات عالیات و یا سایر اماکن متبرکه می روند و دسته دوم کسانی که از اماکن مقدس سایر ادیان دیدن می کنند به عنوان مثال افراد زیادی وجود دارند که مسیحی نبوده اما از کلیساهای نقاط مختلف بازدید می کنند و یا مسیحیانی که به دیدن معابد بودایی ها یا سایر ادیان می روند.

در یک تعریف دیگر می میتوان توریسم مذهبی را بخشی از توریسم فرهنگی دانست که قدرت زیادی برای اتصال احساسات دینی، هنر و ارزش های روحانیت است.

### گردشگری فرهنگی :

از جمله نمونها گردشگری از نوع گردشگری فرهنگی<sup>۱۱</sup> است. از آنجا که مذهب عامل و مسئول اکثر میراث های معماری ، هنری به وجود آمده توسط انسان ها در طی قرون گذشته است ، لذا تعجب آور نیست که قسمت اعظم گردشگری فرهنگی را باید به عنوان گردشگری در فضای مذهبی (گردشگری مذهبی - فرهنگی) دسته بندی کنیم . بر این اساس به طور کلی باید گفت که گردشگری فرهنگی نقطه صفر (گردشگری که تمام دستاوردهای مادی و غیر مادی ، مذهبی و غیر مذهبی بشر را در طول تاریخ در دل خود دارد ) به طرف گردشگری مذهبی ارتقاء یافته و نقطه اوج و نهایی آن به تقدس و زیارت ختم می شود.

### تقسیم بندی انواع گردشگری مذهبی از ابعاد و جنبه های مختلف :

انواع گردشگری مذهبی را می توان از ابعاد و جنبه های مختلفی تقسیم و مورد بررسی قرار داد که هر یک از تقسیم بندی های زیر می تواند بر بازاریابی محصول گردشگری تأثیر بسزایی داشته باشد

#### • طول مدت اقامت:

انواع گردشگری مذهبی از نظر طول مدت اقامت به دو دسته کلی تقسیم می شوند:

۱. **گردشگری مذهبی کوتاه مدت :** عبارت است از سفری که از نظر مکانی محدود و در فواصل کوتاه اتفاق

می افتد. هدف از این سفر رفتن به یک مرکز مذهبی با حوزه نفوذ محلی، منطقه ای و یا فرا منطقه ای و یا شرکت در یک جشن مذهبی، کنفرانس مذهبی و یا جلسه ی مذهبی است که این نوع سفر هم به لحاظ بعد زمانی و هم به لحاظ بعد مکانی کوتاه و شامل اقامت شبانه در مقصد نمی شود.

۲. **گردشگری مذهبی بلند مدت :** عبارت است از بازدید از مراکز مذهبی با حوزه نفوذی محلی، منطقه ای، فرا

منطقه ای ، ملی و بین المللی و یا شرکت در جشن ها، کنفرانس ها و یا جلسات مذهبی برای چند روز یا هفته است

#### • انگیزه ها و اهداف سفر :

انواع گردشگری مذهبی از نظر اهداف و انگیزه های سفر به سه دسته کلی تقسیم می شوند :

<sup>11</sup> -Culture Tourism



۱. سفر به منظور بازدید از مراکز مذهبی و زیارتی همچون مساجد، کلیساها، معابد، صومعه ها، آرامگاه ها، امامزاده ها... که این نوع سفر در اسلام به دو دسته:

✓ **سفرهای عبادی و زیارتی**

✓ **سفرهای تبلیغی**

تقسیم می گردد. سفرهای عبادی و زیارتی شامل سفر برای زیارت خانه خدا (سفر حج)، زیارت اماکن و بقاع متبرکه، زیارت آرامگاه ها و قبور، سفر برای صلح ارحام و دیدار از خویشان و دوستان و عیادت بیماران، سفر برای انجام کارهای خیر و مطالعه بعثت انبیاء و پیامبران، سفر برای کمک به مستمندان و رسیدگی به ایتم و نیازمندان و ... میشود و سفرهای تبلیغی شامل تبلیغ دین اسلام سفر برای ارشاد و هدایت مردم و ... می شود.

۲. سفر به منظور شرکت در کنفرانس ها، جلسات و جشن های مذهبی

۳. سفر به منظور بازدید از آثار تاریخی و معماری اماکن مذهبی و زیارتی

• **میزان سازمان یافته بودن سفر:**

از این منظر گردشگری مذهبی را می توان به دو دسته تقسیم نمود:

۱. اشکال سازمان نیافته گردشگری مذهبی که عبارت است از گونه هایی از مسافرت که افراد به تنهایی دست به آن می زنند که این نوع سفرها در ادیان و مذاهب مختلف به دلیل آموزه های این ادیان به پیروانشان کمتر دیده می شود.

۲. اشکال سازمان یافته گردشگری مذهبی که این سفرها با توجه به ویژگی های مشخصی سازمان دهی می شوند که این ویژگی ها عبارتند از:

• **تعداد شرکت کنندگان:** همان طور که در بالا اشاره شد اغلب سفرهای مذهبی و زیارتی به صورت گروهی صورت می گیرند به طوریکه برای بسیاری از گردشگران مسافرت با یک گروه که با آنها هم عقیده و اعتقاد هستند و یا گروه همسالان بسیار حائز اهمیت می باشد. مثل سفر زائران مسلمان به مکه مکرمه که هر ساله به صورت گروهی در زمان خاصی انجام می پذیرد.

• **شیوه و وسیله حمل و نقل:** تا اواسط قرن ۱۹ زائران در سراسر جهان با پای پیاده و گاه به صورت ترکیبی از پیاده روی و سواری (با کشتی یا حیوان) به مسافرت می پرداختند (که امروزه نیز رفتن به زیارت با پای پیاده هنوز در بسیاری از مناطق، فرهنگ ها و ادیان وجود دارد)

• **الگوهای فصلی:** گردشگری مذهبی نیز همچون سایر انواع گردشگری با فصل خاص پیوند خورده و در ارتباط می باشد از جمله عوامل موثر در این زمینه می توان به مراسم های مذهبی در روزهای یادبود، موقعیت های اقلیمی اماکن زیارتی و تقویم کاری جمعیت محلی و ... اشاره کرد که نقش بزرگی در فصلی بودن گردشگری مذهبی و زیارتی ایفا می کنند. به عنوان مثال در ماه ذی الحجه افراد زیادی برای شرکت در مراسم و مناسک حج به مکه می روند.

• **ساختار اجتماعی:** ساختار اجتماعی از جمله سن، جنس، موقعیت اجتماعی و... نیز در سازمان دهی اینگونه سفرها تاثیرگذار می باشد و به طور کلی تفاوت هایی در سن و جنسیت زائران مذاهب مختلف دیده می شود.



## زیر شاخه های گردشگری مذهبی :

### ۱- گردشگری زیارتی :

زائران اماکن مقدس قدیمی (مثل برخی نقاط زیارتی در رم و سانتیاگو دی کامپوستلا ویژه ی کاتولیک ها)، معابر و عبادتگاه های ویژه هندوان و بوداییان، مونت آتوس یا کلیساهای رنگ آمیزی شده شمال مولداوی برای ارتودکسها و مراکز مذهبی مانند مساجد، مقبره ها و غیره.

### ۲- گردشگری حلال :

گردشگری حلال یک محصول جدید در صنعت گردشگری است که مقاصد تعطیلات را برای خانواده های مسلمان که محدود به قوانین شرعی هستند، فراهم می کند. هتل ها در چنین مقاصدی الکل (مشروبات الکلی) سرو نمی کنند و استخرهای شای مجزا برای زن و مرد دارند. مالزی، ترکیه و بسیاری دیگر از کشورها در تلاش برای جذب گردشگران مسلمان از سرتاسر جهان هستند و امکاناتی مطابق با اعتقادات مذهبی گردشگران مسلمان فراهم و ارائه می کنند. صنعت گردشگری حلال خدماتی را با توجه به شرایط هر دین فراهم می کند، به عنوان مثال در دین مبین اسلام زمان نماز اعلام می شود و برنامه های مذهبی به عنوان بخشی از برنامه های گردشگری اعلام می شود. یک گزارش بین المللی منتشر شده در مارک جهانی مسافرت ۲۰۰۷ در لندن می گوید که پتانسیلی برای یک پیشرفت و توسعه در گردشگری حلال در خاورمیانه وجود دارد. گزارش به بازاری برای ایجاد و آغاز خط هوایی حلال اشاره می کند که غذای حلال، فراخوان نماز، قرآن های جیبی و مکان (بخش) هایی جداگانه برای مسافری زن و مرد فراهم می کند

### ۳- گردشگری مسیحی :

گردشگری مسیحی زیر مجموعه ای از گردشگری مذهبی است. برآورد شده است که به عنوان یکی از بزرگترین شاخه های گردشگری مذهبی، هفت درصد مسیحیان جهان- در حدود ۱۵۰ میلیون نفر هر سال به عنوان زائر در سفر هستند. گردشگری مسیحی به کل صنعت های مسافرت، گردشگری، مهمان یاری مسیحی اشاره دارد. در سال های اخیر این نوع گردشگری رشد یافته است و نه تنها شامل مسافرت ها و زیارت های مذهبی فردی و یا گروهی می شود بلکه همچنین سفرهای دریایی مذهبی، تفریحات، نهضت ها، راه پیمایی ها، عقب نشینی ها، بازدیدهای صومعه ای و کمپ های مسیحی و بازدید از جاذبه های گردشگری مسیحی را در بر می گیرد.

### ۴- گردشگری جنگ :

تقریباً بعد از جنگ جهانی دوم بود که زمزمه های گردشگری جنگ روی زبان ها افتاد. ایده ای که وقتی مطرح شد، هدفی جز رونق دوباره مناطق جنگ زده و بهبود وضعیت اقتصادی این مناطق نداشت اما بعد از مدتی وجهه تاریخی آن قوت گرفت و با بهبود وضعیت مناطق جنگ زده، به حاشیه دنیای گردشگری رانده شد. خاک، خرابه، آوار... این تنها هدیه ای است که دنیای گردشگری جنگ به بازدید کنندگانش می دهد تا با تماشای فجایع انسانی عواطف بشردوستانه و جنگ ستیزی و کمک به همونوع را در آنها بیدار کند. گردشگری جنگ با تمام بهره ای که نصیب دولت ها می کند، چیز زیادی برای گردشگران ندارد. اما همین شاخه توریسم وقتی به مرزهای ایران می رسد، رنگ و بوی دیگری می گیرد... تاریخ، معنویت و حماسه دستاوردهایی هستند که گردشگران جنگ در ایران، از آوار مناطق جنگی نصیب می برند تا این شاخه تلخ گردشگری در ایران، چهارچوب های تازه ای پیدا کند. مثل موزه شهدا

### ۵- گردشگری سیاه :

توریسم سیاه یا توریسم درد و رنج به معنی گردشگری در نواحی و محوطه هایی است که به نحوی با مقوله مرگ، بیماری و تهدیدهایی از این دست مرتبط است. بهترین نمونه از توریسم سیاه یا توریسم درد و رنج، در نیویورک یعنی مخروبه های برج های



دوقلوی امریکاست و نمونه دیگر زندان آشویتس<sup>۱۲</sup> در لهستان است. عبارت توریسم سیاه یا بلاو مصیبت، برخی حوادث و تهدیدهای طبیعی را نیز دربرمی گیرد و زلزله بم درصورت آگاهی کافی و سازماندهی صحیح می توانست خود به عنوان مقصدی برای توریسم سیاه یا توریسم مصیبت در ایران باشد. نمونه دیگر از این دست، توریسم معنوی است. همین نوع گردشگری یعنی توریسم معنوی در کشوری چون هند، همچنان منبع جذب بیشترین گردشگر و بالاترین درآمدهای ملی است. کشور هند و دیگر کشورهای برخوردار از فرهنگ های غنی امروزه بیش از هر زمان دیگری متوجه اهمیت سنت های معنوی و روحانی خود شده اند. آنان متوجه اهمیت تفکر و تنوع مذاهب و عقایدی شده اند که بستری برای توریسم این کشور فراهم کرده است.

#### ۶- گردشگری درمان:

گونه ای از گردشگران با هدف شفا گرفتن و یا درمان شدن بیماری های لاعلاج خود، رفع شدن مشکلات زندگی به اماکن مذهبی می آیند که در این میان می توان به تینوس ویرجین ماری<sup>۱۳</sup> اشاره کرد.

#### ویژگی های سفرهای مذهبی:

۱- گردشگری مذهبی دارای اثرات منفی زیست محیطی، فرهنگی- اجتماعی کمتری نسبت به سایر گونه های گردشگری است که شاید بخشی از این ویژگی به دلیل آموزه های مکاتب، ادیان و مذاهب زائران باشد و اینکه اغلب زائران افرادی آرام، اهل صلح و مطیع قانون هستند.

۲- فصلی بودن سفرهای مذهبی و اینکه بسیاری از این گونه سفرها تنها در فصل های خاصی صورت می گیرند.

۳- افرادی که دست به اینگونه سفرها می زنند به دلیل اینکه بیشتر در جست و جوی معنویات می باشند زیاد تنوع طلب نبوده و اکثرا به دنبال سادگی هستند.

۴- تمامی افراد از هر طبقه اجتماعی می توانند دست به اینگونه سفرها بزنند. به عبارت دیگر اینگونه سفرها مختص طبقه خاصی از اجتماع نیست. تا جایی که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه که گردشگری در مراحل ابتدایی خود به سر می برد، برای بسیاری از طبقات اجتماعی، گردشگری مذهبی تنها فرصت سفر به شمار می آید. همچنین این وضعیت در جوامع متوسط و میانی که طبقات متوسط آن از نظر مالی و از نظر اجتماعی توانایی سفرهای طولانی را ندارند بیشتر به چشم می خورد و وقت آزاد آنها اکثرا به وسیله بازدید از اماکن مذهبی و زیارتی پر می شود.

۵- اکثر سفرهای مذهبی و زیارتی به صورت گروهی و جمعی و به صورت سازمان دهی شده صورت می گیرند.

۶- برخی از سفرهای مذهبی از لحاظ اجرای فرامین مربوط به آن دین و یا مذهب، حالت اجباری و یا تاکیدی به خود می گیرند که به ناچار تمامی افراد مومن به آن دین یا مذهب مجبور به اجرای آن سفر دسته کم برای یکبار می گردند. دقیقا نظیر آنچه در دین اسلام مبنی بر زیارت خانه خدا که بر تمامی مسلمانان واجب است وجود دارد.

<sup>۱۲</sup> - Auschwitz: اردوگاه آشویتس، در پاییز ۱۹۴۱ میلادی، توسط آلمان نازی در خاک لهستان تاسیس شد. برای پیشبرد طرح راه حل نهایی، آزمایشات ابتدایی بر روی اسیران جنگی روسی انجام گرفت که در اتاق ها گاز بوسیله سیکلون ب خفه شده و سپس به کوره آدمسوزی فرستاده شدند. باز ده خفه کردن دسته جمعی به وسیله گاز سیکلون ب، آنقدر برای برای نازی ها رضایت بخش بود که در فاصله چند ماه چهار اتاق گاز در اردوگاه مرگ برکناو، واقع در مجتمع اردوگاه آشویتس نصب شد و در مارس ۱۹۴۲ میلادی، نسل کشی یهودیان بصورت سازمان یافته در این اردوگاه آغاز گردید.

<sup>۱۳</sup> - tinos: tinos-virginmary : جزایر Cyclades جنوب شرقی Anddros و شمال غربی myconos قرار گرفته است. در منطقه virgini مجسمه ای به نام mary وجود دارد که مردم آن منطقه و زائرانی که به آنجا می روند نسبت به قدرت شفا دهی آن مجسمه و حل مشکلات حل نشدنی و معجزات آن اعتقاد بسیار دارند.



۷- مراکز مذهبی و زیارتی مکان هایی را برای دیدار و ارتباط مردم از فرهنگ ها و مناطق مختلف فراهم می کنند.

۷- تولید و فروش صنایع دستی قدیمی، طرح ها و تولیدات باستانی مناطق مختلف در مراکز مذهبی و زیارتی گردشگری مذهبی دارای جنبه های سیاسی نیز است به طوریکه بسیاری از اماکن مذهبی متعاقبا اماکن ملی نیز به شمار می آیند و بسیاری از اماکن مذهبی برای برپایی جشن های ملی مورد استفاده قرار می گیرند.

### اهمیت گردشگری مذهبی :

در دنیای ماشینی امروز، انسان بیش از گذشته به استراحت و گردش نیازمند است تا آثار ناشی از فشارهای روحی و روانی را حتی المقدور خنثی کند؛ زیرا از این منظر، گردشگری و سیاحت یک تجربه درون گرایانه است. بشر می خواهد لحظاتی را بدست آورد که جان و روح خسته، مکدر، تاریک و متلاشی شده اش به آزادی، فراخی، لذت و زیبایی ماورایی برسد؛ می خواهد از این راه معنویت زندگی اش را تأمین و فروریختگی اش را جبران کند.

گردشگری مذهبی یکی از قدیمی ترین و پر رونق ترین گردشگری های گذشته و حال حاضر در سراسر جهان است که قدمت آن به فرهنگ دینی می رسد. اگر نگاهی به تاریخ گذشته در زمینه سفر ها و گردشگری مذهبی داشته باشیم به گردش های مذهبی چون مراسم مقدس یونانیان باستان در معابد آپلون و...، سفرهای مصریان برای دیدار از فراعنه و ایرانیان باستان به معبد آناهیتا در کنگاور و نظایر آن بر می خوریم که هریک به گونه ای، قدمت و رواج این شکل از گردشگری را در میان ملل مختلف نشان می دهند.

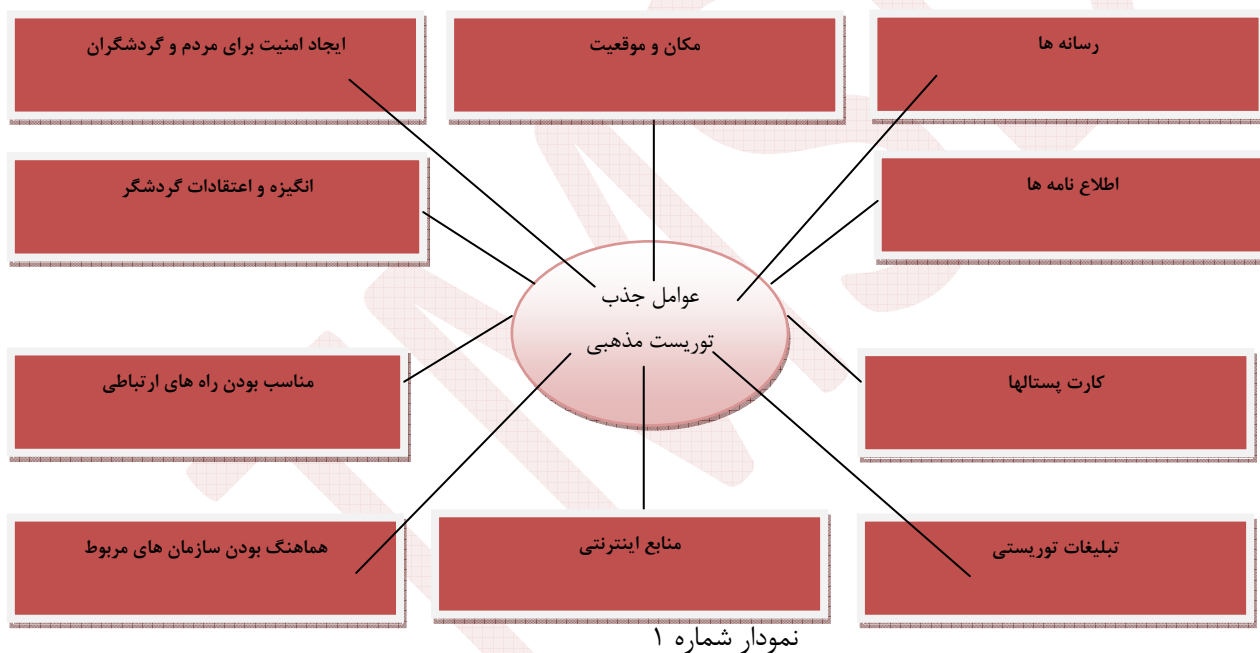
گردشگری و گذران اوقات فراغت به شیوه ای جدید، پدیده ای پیامدی و همزمان جزء جدایی ناپذیر جامعه صنعتی و حلقه ای مهم در بازار تولید است؛ اما زیارت و گردشگری مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادهای دینی- مذهبی دارد، به مفهوم تخصصی خود فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت، عامل مهم جغرافیای انسانی در شکل گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم انداز های فرهنگی است. با این وجود امروزه گردشگری مذهبی با همه اجزاء و گونه های مختلف آن، به سبب ویژگی های ساختاری و کارکردی خاص، توانسته خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد، به طوری که حوزه نفوذ آن سراسر جهان را فرا گرفته است. بر اساس برآورد ۲۶ درصد از کل جریان های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است. گردشگری مذهبی وسیله ای است که افراد را با مذاهب و فرهنگ های متفاوت به یکدیگر پیوند می دهد و به ایشان کمک می کند تا همدیگر را با وجود تنش های سیاسی و اجتماعی، بهتر درک کنند. سازمان جهانی جهانگردی نیز با توجه به رشد سریع صنعت گردشگری، برگزاری کنفرانس هایی را که ارتباط گردشگری و مذهب را بررسی کنند لازم می داند. از نظر این سازمان، مذهب به عنوان یکی از اصلی ترین انگیزه های سفر شناخته شده است. با توجه به اینکه در جهان به ویژه در منطقه خاور میانه به لحاظ موقعیت فرهنگی، مذهبی خاص در میان سایر مناطق دنیا، گردشگری مذهبی جای رشد و توسعه بسیاری دارد که هنوز فاقد ساماندهی تخصصی و متمرکز می باشد و بست سرمایه گذاری مشخصی از نظر زیر ساخت های گردشگری اعم از: هتل، وسایل نقلیه تعریف نشده است.

### گردش مالی گردشگری مذهبی :

با توجه به آمار سازمان گردشگری جهانی برآورد شده است که حدود ۳۰۰ الی ۳۳۰ میلیون زائر از مناطق مذهبی بازدید کنند. که این تعداد از سال ۲۰۰۲ تا سال ۲۰۰۵ با افزایش ۳۰٪ مواجه شدند. با توجه به آمار سازمان جهانگردی ۳۹/۱ میلیون سفر بین المللی به منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۰۵ انجام شده که پیش بینی می شود این تعداد به ۱۵۹ میلیون سفر در سال ۲۰۳۰ برسد. این منطقه به

علت وجود مرکزیت سه دین اسلام مسیحیت و یهودیت کانون گردشگری مذهبی دنیا شده است. توریست در خاورمیانه درآمدی بالغ بر ۲۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۵ ایجاد کرده است. از لحاظ درآمد گردشگری در منطقه خاورمیانه مصر با درآمدی معادل ۷ میلیارد دلار در سطح و پس از آن کشورهای عربستان سعودی و لبنان، فلسطین، ایران و اردن قرار دارند. تفریحات و لذت و استفاده از تعطیلات اولین انگیزه گردشگری، ملاقات دوستان و آشنایان دومین، و انگیزه مذهبی سومین هدف گردشگری در این مناطق می باشد. در سال ۲۰۰۴ ۴۳٪ از سفرهای بین المللی به عربستان را ظاهراً با اهداف مذهبی بودن تشکیل میدهند. و با عبارتی تنها دلیل رفتن این تعداد توریست به این کشور زیارت بوده است. در این میان اسرائیل، با وجود تعداد گردشگر بالا تنها ۱۰٪ از گردشگرانش هدف مذهبی دارند. بخش تازه شکوفا شده گردشگری مذهبی با احتساب مسافرت های مربوط به زیارت خانه خدا (سفر حج) و اماکن متبرکه موجود در مراکز مورد توجه در منطقه خاورمیانه، بالغ بر ۱۸ میلیارد دلار در سال درآمدزایی دارد. توجه و استفاده بهینه از درآمد هنگفت گردشگری می تواند با توجه به وضعیت و رکود اقتصادی کنونی جهان، متضمن بقا و رشد این صنعت باشد.

#### عوامل جذب توریست مذهبی :



#### رسانه ها و اطلاع نامه ها :

اطلاع رسانی به مردم و تبلیغات صحیح به منظور آشنا نمودن آنان با صنعت توریسم مذهبی در توسعه این صنعت مؤثر است براساس تجزیه و تحلیل صورت گرفته ، بالا بردن سطح آگاهی مردم از طریق تبلیغات و اطلاع رسانی صحیح، مهمترین عامل رشد و توسعه صنعت توریسم می باشد. اطلاع رسانی و تبلیغات صحیح از طریق صدا و سیما و مطبوعات به جهت نقش آنها در شناسایی مناطق و مراکز توریستی و معرفی این مراکز به مردم ، در بالا بردن سطح آگاهی های مردم مؤثر است.



### هماهنگ بودن سازمان های مربوط :

هماهنگی سازمانهای مرتبط به امر گردشگری مؤثر است وجود مراکز مختلف تصمیم گیری در صنعت توریسم باعث می شود که نتوان تصمیم گیری منسجمی برای صنعت توریسم اعمال کرد. از آنجایی که همه ارگانهای دولتی کشور در جهت رشد این صنعت دخیل می باشند بنابراین ضروری است هماهنگی لازم بین آنها بیشتر و بهتر باشد.

### مناسب بودن راه های ارتباطی :

مناسب بودن راه های ارتباطی در جهت گسترش حمل و نقل تأثیر مثبتی روی توسعه و رشد صنعت توریسم مذهبی می گذارد امروزه صنعت جهانگردی پس از صنعت گسترش حمل و نقل برای گردش به مکان های مختلف مذهبی بسیار حائز اهمیت است. انرژی و وسایل نقلیه موتوری ، دومین صنعت بزرگ جهان محسوب می شود.

### انگیزه و اعتقادات گردشگر:

یکی از مهمترین تمایزات بین افراد حاضر در مکان های مقدس انگیزه آنهاست انگیزه میتواند به عنوان چیزی که افراد را به عمل متعهد میکند تشخیص داده شود در واقع مذهب یک انگیزه اولیه برای سفر به مکان های مقدس است. در واقع توریست های مذهبی با این انگیزه سفر میکنند که به صورت ماوراء طبیعی پاداش دریافت کنند. گردشگر مذهبی با توجه به انگیزه ای که دارد هیچگونه توجهی به زیبایی بنا نوساز یا مخروبه بودن آن ندارد انگیزه ای که در ذهن این گونه گردشگران باشد تا حد جان فشانی و فداکاری و حتی اهدای اموال خود به این گونه اماکن پیش میرود . گردشگران مذهبی باید در نظر داشته باشند که بازدید از اماکن مذهبی دیدهای مختلف باید همواره با احترام به رسوم و اعتقادات طرفداران آن مذهب برای جلوگیری از به وجود آمدن هرگونه تنش باشد.

### منابع اینترنتی:

امروزه اینترنت به عنوان اصلی ترین منبع اطلاع رسانی و آشنا سازی مردم با اماکن مختلف گردیده است اینترنت توانسته در عرض کمتر از ده سال به عنوان جایگزین مناسب و حتی برتر از روزنامه،مجله،کتاب و یا حتی هر رسانه دیگری خود را جای نماید از آشنایی با مکان مربوطه گرفته تا رزرو هتل،خرید بلیط هواپیما و حتی گشت گذار در فضای مجازی آن مکان و یا ایجاد وبلاگ هایی برای معرفی یک مکان توریستی همگی امروزه از طریق اینترنت با هزینه پایین تری امکان پذیر می باشد.

### کارت پستال:

کارت پستال چیست؟به زبان ساده معرفی یک مکان خواه از لحاظ زیبا بودن خواه از لحاظ قدمت تاریخی و یا به خاطر نشان دادن عظمت یک مکان از طریق یک عکس با یک عبارت.(معرفی نام آن مکان)در تعریف فوق کاربری یک کارت پستال تعریف شد، می توان از این کاربری جهت شناساندن اماکن مذهبی و جذابیت های مکانی آن منطقه برای گردشگران استفاده نمود. که امروزه با گسترش اینترنت نقش کم رنگ تری به خود گرفته.

### تبلیغات توریستی:

تبلیغات توریستی می تواند به عنوان پلی بین پژوهشگران و مشتاقان به اماکن مذهبی باشد. یک پژوهشگر با انتخاب یک نمونه موردی شروع به تشریح موقعیت مکانی، نوع گردشگران جاذبه های توریستی منطقه و سایر موارد می نماید. این تحقیق در بعضی از موارد ماه ها حتی سال ها طول می کشد. نهایتاً پژوهشگر نتایج تحقیقات خود را به صورت مقاله در سمینار های مربوط به گردشگری ارائه می نماید که می تواند راهنمای خوبی برای علاقه مندان به گسترش توریست مذهبی باشد.

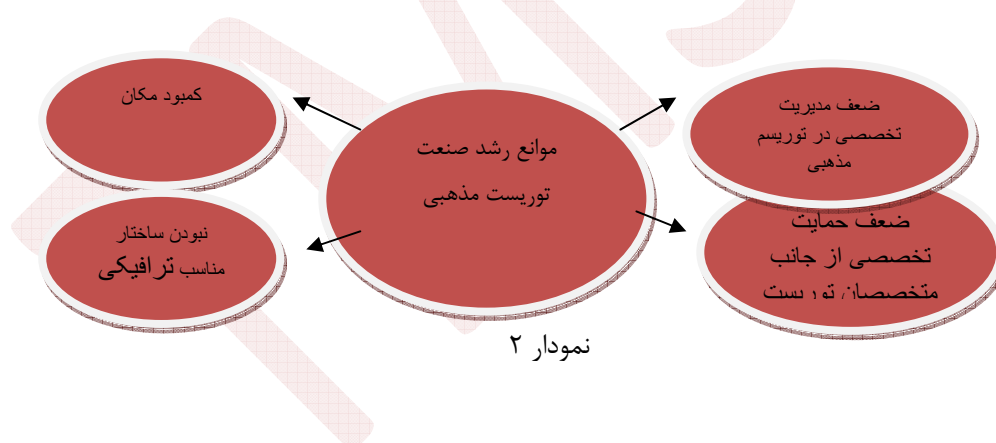
### ایجاد امنیت برای مردم و گردشگران:

ایجاد امنیت باعث رشد و توسعه توریسم مذهبی می شود تلاش در جهت ایجاد امنیت داخلی و خارجی برای جلوگیری از حرکات تروریستی و ربودن جهانگردان، موجب افزایش جهانگرد به کشور و رونق و توسعه جهانگردی، افزایش درآمد و ایجاد ثبات میگردد..

### مکان و موقعیت:

مکان و موقعیت یک منطقه مذهبی از این حیث حائز اهمیت است که باید از تمامی جوانب جغرافیایی، شبکه ارتباطی و... مناسب باشد. زیرا تمامی گردشگران صرفاً برای زیارت به آن منطقه سفر نمی کنند بلکه عده ای به خاطر قدمت و شناخت بنا مذهبی مربوطه و یا به خاطر طبیعت بکر آن و آب هوای مساعد و یا شناخت سنت ها و فرهنگ و آداب و رسوم آن منطقه قصد سفر میکنند.

### عواملی که مانع رشد توریست مذهبی می شوند:



### کمبود مکان:

به دلیل کمبود فضای مناسب و عدم امکانات رفاهی و خدماتی و نیز کمبود فضای مناسب جهت زیارت و انجام اعمال مذهبی به دلیل ازدحام جمعیت باعث می شود که گردشگر نتواند به درستی از این فضاها بهره مند شود لذا می توانیم با گسترش این فضاها و ایجاد امکانات جانبی از جمله تفریحی و خدماتی و رفاهی، حوزه گردشگری مذهبی را فعال تر کنیم.

### ضعف مدیریت تخصصی در توریسم مذهبی:

مدیریت کلان در بحث صنعت گردشگری از مهمترین مولفه های موفقیت در این صنعت نوظهور میباشد. با توجه به اینکه مدیریت کوتاه مدت و سطحی نگر در صنعت گردشگری جوابگو نخواهد بود و این صنعت را به مرحله سود دهی نخواهند رساند لذا مدیریت

دولتی و دستگاههای سیستم های دولتی پاسخگوی نیازهای این صنعت نخواهند بود. در صنعت گردشگری ایجاد زیرساختهای لازم به همراه برنامه ریزهای کوتاه مدت و بلند مدت میتواند این صنعت را به شکوفائی برساند، لذا مدیریت دولت به دلیل کوتاه بودن عمر مسئولیت شان و تغییرات مدیریتی در تمام سطوح سازمانی، اجرای برنامه ریزهای بلند مدت امکان پذیر نمی باشد و همچنین تغییرات پی در پی مدیران، اجرای برنامه های کوتاه مدت را هم مختل می کند، و از همه مهمتر نبود احساس رقابت در میان مدیران دولتی باعث می شود تا صنعت گردشگری توسعه نیابد و علاوه بر آثار اقتصادی منفی باعث تخریب آثار تاریخی، هنری و محیط زیست و طبیعت هم گردد. در کشور، صنعت گردشگری بصورت دولتی و نهادی اداره میشود. تصمیم گیری ها و اجرای تصمیمات همه توسط دولت صورت میگیرد، بیشتر هتلها توسط بخش دولتی اداره میشوند، شرکتهای هواپیمائی همه به نوعی وابسته به دولت هستند. لذا برای پویائی و افزایش مزیت نسبی و ایجاد رقابت، باید بخش های خدماتی از قبیل هتلها، شرکتهای حمل و نقل و فرودگاهها به بخش خصوصی واگذار شود تا در محیط رقابت به ارائه خدمات بهتر روی آورند تا شاهد رشد و پویائی در این صنعت باشیم و از آثار مثبت آن بهره مند گردیم.

#### نبود ساختار ترافیکی:

یکی از عوامل جذب توریست مذهبی وجود شبکه های ارتباطی امن و راحت است. در صورتی که راه های ارتباطی برای رسیدن به یک مکان مذهبی صعب العبور باشد و امنیت کافی را برای سالم رسیدن گردشگر را فراهم نکند میزان رغبت گردشگران برای بازدید از آن مکان کاهش یافته.

#### ضعف حمایت تخصصی از جانب متخصصان توریست:

به امروزه توریسم به عنوان یک صنعت تخصصی معرفی گردیده ، وجود آژانس های مسافرتی ، نهادها و موسسات دولتی و خصوصی با هدف کسب سود خواه بدون هدف کسب سود همگی دست به دست هم داده تا صنعت توریسم به عنوان یک حرفه تخصصی در دنیا معرفی شود. در بعضی از کشورها با وجود پتانسیل بالا نبود افراد متخصص در این رشته باعث گردیده که کشور مذکور با وجود پتانسیل رشد صنعت بالای توریسم نتواند به طور کامل از این صنعت استفاده نماید دولت می تواند در این میان نقش اساسی را با تشکیل کلاس های تخصصی استفاده از افراد ماهر در رأس مؤسسات توریستی و فرهنگ سازی توریست ایفا نماید.

#### مکان های مذهبی:

مکان های مذهبی به سه دسته تقسیم می شوند:

##### ۱- معابد زیارتی مذهبی:

در این نوع گردشگری هیچ نوع انگیزه ای برای دیدن زیبایی محل و یا آثار موجود در آن نمی باشد. گردشگر بازدید از این مکان را به عنوان یک وظیفه دینی می داند. این مکان هیچ وجه تاریخی و هنری خاص ندارد. از این جمله می توان به ششستوی ۷۰ میلیون هندی با عقیده ای درست برای از بین بردن گناهانشان در محل اتصال رودخانه گنگ و یامانا و دو میلیون زائر که هر ساله به مکه و مدینه سفر می کنند و تشریفات حج را انجام می دهند اشاره کرد.

##### ۲- جذابیت های گردشگری مذهبی :



در این نوع دسته بندی گردشگری زیبا سازی و هنر معماری به عنوان گزینه اول برای گردشگران شناخته شده که می توان به کلیسای کلن<sup>۱۴</sup> آلمان و بیشتر کلیساهای اروپا از این دسته هستند که می توان گفت یک نوع معماری باستانی زیبا در این مکان می توان مشاهده کرد. در این گونه مکان ها تعداد گردشگران غیر مذهبی از زائران بیشتر است. چون این گونه امکان مقدس عمدتا به خاطر هنر معماریشان معروف می باشند.

### ۳- مکان های فستیوال های مذهبی :

گونه سوم بازدید از اماکن مذهبی به خاطر فستیوال های سالانه یا دوره ای آنها می باشد. نباید این گونه گردشگری را با دو گونه قبلی شبیه بدانیم معمولا این گونه گردشگری با انگیزه جشن گرفتن:

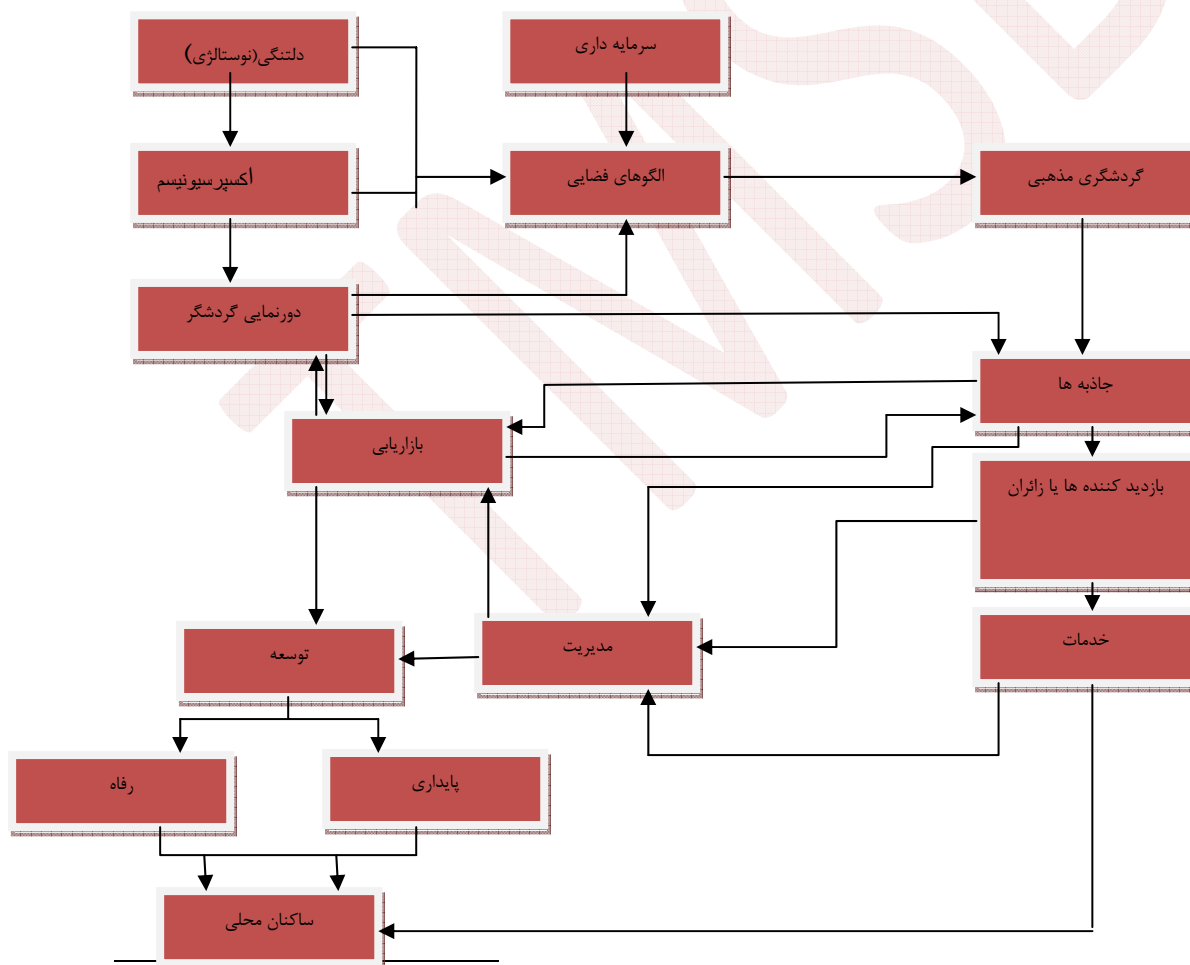
عید پاک

کریسمس

تولد یک فرد مقدس

روز آزادی و یک سری مراسم خاص مثل غسل جمع می شوند که بخش عمده ای از این مراسمات در اماکن مذهبی اتفاق می افتد. که با حضور گردشگران غیر مذهبی نیز همراه می باشد

### مدل مفهومی از گردشگری مذهبی :



<sup>14</sup> Koln cathedral- شهر کلن در دو طرف رود راین واقع شده است. کلیسای معروف جامع کلن در این شهر مقر کاتولیک اعظم کلن است. خانه کلن به بیش از ۳۰ موزه و نمایشگاه محلی روم باستان، گرافیک و مجسمه سازی تبدیل شده

نمودار شماره ۳

در این مدل از گردشگری مذهبی، عوامل فضایی درون مناطق مذهبی همچون خدمات، جاذبه ها و ساکنان محلی همراه با مدیریت گردشگری مذهبی در یک سیستم سرمایه داری عمل می کنند در چهارچوب عمل سرمایه داری، وجود جاذبه ها برای شکل گیری جریان گردشگری، بالا بردن سطوح و کیفیت خدمات و تسهیلات را ضروری می سازد. توسعه خدمات در ارتباط مستقیم با سرمایه داری قرار دارد. بالطبع مدیریت، حاصل از این سرمایه گذاری است. اگر افزایش تعداد بازدیدکنندگان برنامه ریزی شده نباشد به واکنش و شکل گیری چالش ها یی در رابطه بین ساکنان محلی، بازدیدکنندگان و محیط منجر می گردد. توسعه گردشگری مذهبی در راستای اقدام دولت ها و به عنوان یکی از راهبرد های توسعه نواحی مذهبی صورت می گیرد.

با توسعه اقتصادی بر پایه توسعه گردشگری مذهبی جهت گیری چالش ها صورت می گیرد. این جهت گیری بستگی به آن دارد که مقدار توزیع درآمد در سطوح منطقه تا چه اندازه عادلانه باشد. اگر سرمایه گذاری تنها به پاگیری خدمات، استفاده گردشگران بهره مندی سرمایه گذاران بزرگ منتهی می شود، بالطبع سود حاصل یا به خارج از منطقه انتقال می یابد و یا در بین طبقات سرمایه گذار تجمع می شود. گردشگران مذهبی برای اقامت، خرید کالای محلی (سوغات)، خدمات و یا شرکت در کنفرانس ها و همایش های مذهبی پول پرداخت می کنند. این پول ها در فعالتهای محلی و یا منطقه ای جریان یافته و موجب تحریک مناطق مذهبی می شود که می تواند آثار اقتصادی مهمی داشته باشد. علاوه بر آن گردشگری مذهبی زمینه اشتغال پاره وقت و یا فصلی ایجاد زیر بناهای گردشگری را برای گردشگران فراهم می کند.

به گور گردشگری مذهبی در زمینه توسعه گردشگری مذهبی می تواند در چهارچوب مدل فوق دربرگیرنده کارکردهای زیر باشد.

۱. همانند هر فعالیت صادراتی، منبع درآمد و اشتغال ایجاد کند.

۲. زنجیره ای از کل فعالیت های اقتصادی و خدماتی به وجود آورد و به عنوان یک اهرم برای تعدادی از فعالیت های اقتصادی باشد.

۳. پدیده های طبیعی که در مسیر مقصد هستند و دارای ارزش اقتصادی نیستند مورد بهره برداری قرار دهد.

### خلاصه و نتیجه گیری .:

مفهوم گردشگری مذهبی در این مقاله از زوایا و چشم اندازهای مختلف مورد بررسی قرار گرفت و به طور کلی می توان گفت که مهمترین عامل در در این نوع از صنعت گردشگری انگیزه زائر و یا نوریست است که گام اول برای شروع سفر می باشد. زمانی که این انگیزه در فردی ایجاد می شود با در نظر گرفتن شرایط مالی، امکانات و تسهیلات خود اماکن مذهبی، نبود مشکلات مربوط به به راه های ارتباطی، وجود امنیت برای گردشگر و... سفر خود را برای رسیدن به آرامش معنوی و یا بازدید از اماکن مذهبی آغاز می کند.

گردشگر میهمان است و خانه باید برای میهمان مهیا باشد. اگر میهمان وارد خانه ای شد باید همه اعضای خانه پذیرای میهمان باشند. وقتی در کشوری گردشگری توسعه می یابد، همه امور دیگر آن کشور نیز باید توسعه یافته باشد.

به دلیل اینکه گردشگری یک امر تخصصی است و یک مؤسسه حتی یک کشور نمی تواند در همه شاخه های آن فعالیت کند، بنابراین تمامی نیروهای متخصص و کارآمد در تمامی سازمان ها و نهاد های مربوطه باید این صنعت را با گردشگرانش حمایت کنند و نسبت به آنها بی تفاوت نباشند و تمایمی امکانات و تسهیلات مورد نیاز را با هماهنگی لازم در اختیار آن مکان و گردشگرانش قرار دهند.



## منابع

- اژدري، عليرضا، نقش مدیریت در صنعت گردشگری
- پاپلی یزدی، محمد حسین، سقایی، مهدی، ۱۳۸۵، گردشگری (مفاهیم و ماهیت)، سازمان مطالعه و تدوین کتب و علوم انسانی دانشگاه ها (سمت)، چ پنجم، تهران.
- رنجبریان، بهرام، زاهدی، محمد، ۱۳۸۴، شناخت گردشگری، چهارباغ، چ هشتم، اصفهان.
- زارع، مرنا، ۱۳۹۰، ارائه یک مدل مفهومی از خوشه گردشگری، یگانگی، سید کامران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان گروه شهرسازی.
- عرب خدري، ساناز، ۱۳۸۷، ضرورت توسعه گردشگری در ایران، مجله خیمه، ش ۴۶، ص ۱.
- وب سایت سازمان جهانی جهانگردی ([www.unwto.org/](http://www.unwto.org/))
- وب سایت خبر گذاری موج ([www.mojnews.com/](http://www.mojnews.com/))
- دانشنامه ویکیپدیا ([www.wikipedia.org/](http://www.wikipedia.org/))
- وب سایت تبیان استان اردبیل ([www.tebyan-ardebil.ir/](http://www.tebyan-ardebil.ir/))
- وبلاگ شخصی ([www.dinary.blogfa.com/](http://www.dinary.blogfa.com/))
- NADA VIDIC: Religious tourism as post-modern tourism on the Territory of FURUSKA GORA, vol.10 (new series)-2007, vol.10 (series noua)-2007.
- MANTINA TERZIDOU: religious as motivation to travel, the case of Tinos island in Greece - 2010



## Religious tourism: conceptual Model Religious Tourism: A Conceptual Model

Kamran Yeganegi<sup>15</sup> Sahar Bashafshar<sup>16</sup>

### Abstract

Tourism is an ancient phenomenon that has been existed in human societies for long time, and gradually, it has reached to its present technical, economic, social and industrial position in different historical stages. This industry is a mix of the various activities of transportation and nutrition to stay and management the events that in order to serve tourists, roles as an interconnected chain. Based on this, one important characteristic of tourism that offers a significant share of tourism activities is religious tourism. Religious tourism that usually is referred as faith tourism, is a form of tourism in which the pious people (believer), as individual or group travel for reasons of pilgrimage, religious Advertising or for hobby. Surly, one of the most important and oldest travel reasons and motives of human travel were religious beliefs and feelings. In this study, that was based on library and analytical studies, we had tried to analysis religious tourism, the place of Religious tourism in tourism industry, and affecting and effecting factors in religious tourism and its main requirements of the urbanism landscape and eventually to pay a conceptual model for religious tourism.

**Keywords:** Tourism, Religious, Urbanism

<sup>15</sup> Industrial Engineering Department, Faculty member of Islamic Azad University, Zanjan Branch, Iran, Zanjan; yeganegi@azu.ac.ir

<sup>16</sup> BS urbanism Engineering, Islamic Azad University, Zanjan Branch, Iran, Zanjan; saharbashafshar@azu.ac.ir