

## طبقه بندی ترکیبی جاذبه های زیارتی و گردشگری مشهد

محمد قاسمی خوزانی: عضو هیأت علمی گروه جغرافی دانشگاه فردوسی مشهد

Khozani@um.ac.ir

### چکیده

برای توسعه زیارت و گردشگری در سطوح و مقیاس های مختلف محلی، منطقه ای و ملی، طبقه بندی جاذبه های زیارتی و گردشگری در مقیاس های مورد نظر اولین اقدام برای برنامه ریزی فضایی است. در واقع همیشه جاذبه ها را نمی توان به سادگی طبقه بندی کرد، به خصوص وقتی که خصوصیات آشکار زیارتی، مذهبی، فرهنگی و انسان ساخت آن ها در هم تنیده و چند کارکردی باشد؛ از این رو طبقه بندی ترکیبی جاذبه های زیارتی و گردشگری مشهد، نخستین گام برای توسعه و آمایش زیارت و گردشگری در مناطق مختلف جغرافیایی است. هدف این پژوهش، طبقه بندی جاذبه های زیارتی، گردشگری مذهبی و فرهنگی مشهد در راستای توسعه زیارت و گردشگری مذهبی است. روش تحقیق به صورت توصیفی / تحلیلی با منطق قیاسی است و روش جمع آوری اطلاعات به صورت اسنادی و پیمایشی انجام شده است. ماحصل مطالعات انجام شده بر روی جاذبه های زیارتی، مذهبی و فرهنگی مشهد، مبین این واقعیت است که مشهد دارای جاذبه های مذهبی - فرهنگی منحصر به فرد در مقیاس ملی و بین المللی است که در رأس آن ها بارگاه مطهر امام رضا (ع) به عنوان منحصرترین مکان زیارتی جهان تشیع است؛ این جاذبه بنیادین، سایر جاذبه های دیگر شهر و منطقه را بر رونق و مشهور ساخته است. شهر مشهد از مجموعه ۸۶ جاذبه شهرستان که قابلیت برنامه ریزی گردشگری را دارد، تعداد ۳۳ جاذبه (۳۸/۳۷ درصد) داخل شهر و بقیه در سطح شهرستان پراکنده بودند؛ همچنین از مجموع ۸۶ جاذبه شهرستان، تعداد ۴۴ جاذبه (۵۱/۱۶ درصد) آن مذهبی - فرهنگی (اعم از جاذبه های مذهبی، فرهنگی و تاریخی و یا ترکیبی از آن ها) و بقیه سایر انواع جاذبه ها بوده است؛ به علاوه از تعداد ۴۴ جاذبه مذهبی - فرهنگی شهرستان مشهد تعداد ۱۵ جاذبه (۳۴/۰۹ درصد) داخل محدوده شهر مشهد و بقیه در سطح شهرستان مشهد پراکنده است.

واژه های کلیدی: طبقه بندی ترکیبی، جاذبه های زیارتی، جاذبه های مذهبی، فرهنگی، تاریخی، توسعه، گردشگری هوشمند.

### مقدمه

جاذبه ها هسته مرکزی فعالیت های گردشگری را تشکیل می دهند. آن ها وزنه متعادل کننده ما بین عرضه<sup>۱</sup> و تقاضا<sup>۲</sup> یا جاذبه و دافعه هستند. جاذبه ها علت مسافرت و گردش مردم به مقصد خاصی هستند. تقریباً هر چیزی می تواند جذاب باشد؛ عامل تعیین کننده در توسعه جاذبه ها وجود جاذبه و یا ساختن آن نیست؛ بلکه چگونگی اداره و مدیریت، موقعیت، آگاهی و بینش از ساختار و مشخصات گردشگران و

<sup>۱</sup>. Attractions

<sup>۲</sup>. Supply

<sup>۳</sup>. demand



دیدارکنندگان و اهمیتی که برای ساکنین محلی و گردشگران دارد، مهم است (Gartner, ۱۹۹۶: ۲۵۳-۲۵۶). «جاذبه» در گسترده ترین زمینه خود نه تنها شامل مکان های تاریخی، پارک های تفریحی و مناظر دیدنی که می شود، بلکه با فراهم نمودن خدمات و امکانات مرتبط، نیازهای روزمره گردشگران را نیز برآورده می کند (Lew, ۱۹۸۶: ۴-۱۰). در واقع ویژگی های جاذبه های گردشگری یک منطقه یا یک کشور، اساس توسعه گردشگری است و شکل و نوع محصول گردشگری منطقه را تعیین می کند. بدون جاذبه هایی با ویژگی های خاص مانند زیارت و گردشگری مذهبی، توسعه گردشگری غیر ممکن نخواهد بود. البته در گردشگری با اهدافی همچون، فرهنگی، ورزشی، تفریحی و سایر سفرهای غیرضروری، نقش تسهیلات و خدمات پررنگ تر از نقش جاذبه ها ظاهر می شوند و پرداختن به آنها، نباید غافل شد. به علاوه باید توجه داشت که امروزه به دلیل تنوع علایق بازار، فعالیت ها و جاذبه های گردشگری نیز از تنوع بسیار وسیعی برخوردار شده است. همچنین تصورات، دیدگاه ها و واقعیت های عینی در طبقه بندی، ارزیابی و توسعه جاذبه ها بسیار موثر هستند (اینسکیپ، ۱۹۹۱: ۹۱-۹۳).

بر این اساس جاذبه های گردشگری هر منطقه گردشگری باید به صورت مجزا طبقه بندی و ارزیابی گردد و برای تعیین نوع گردشگری مناسب برای آن تصمیم گیری شود. اساساً طبقه بندی و ارزیابی جاذبه ها و فعالیت های مناطق باید متناسب با بازارهای موجود و بالقوه صورت پذیرد، زیرا موفقیت گردشگری در گروه تطابق جاذبه ها و فعالیت های با بازار گردشگری است؛ که در اصطلاح تطبیق بازار با محصول گفته می شود. در واقع نوع جاذبه های هر منطقه، بازار آن را تعریف می کند و از طرف دیگر نوع تقاضای بازار موجود گردشگری، عامل اصلی در تصمیم گیری در خصوص نوع جاذبه ها قابل توسعه و نیز نوع امکانات تسهیلات و خدمات مورد نیاز آن است (گی / سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۲: ۱۸۴-۱۷۶).

در این راستا باید اذعان داشت که مشهد دارای جاذبه های زیارتی<sup>۵</sup>، مذهبی<sup>۶</sup>، فرهنگی<sup>۷</sup> منحصر به فرد است که در رأس آن بارگاه مطهر امام رضا(ع) به عنوان یکی از منحصرترین مکان زیارتی جهان اسلام، قرار دارد؛ این جاذبه بنیادین در طول تاریخ خود که بیش از یک هزار و دویست سال قدمت دارد، تحت تأثیر باورها و نگرش های دینی - مذهبی (جهان بینی)، به عنوان عامل تأثیرگذاری بر سایر کارکردها و نیز جاذبه های گردشگری شهر و ناحیه (شهرستان) عمل نموده است (قاسمی خوزانی، ۱۳۹۰: ۲۲-۱۷)؛ چرا که نقطه شروع زیارت و یک جاذبه مذهبی عامل ایمان است (Hudman/ Jackson, ۱۹۹۲: ۱۰۷-۱۲۱).

به هر حال، مشهد علاوه بر مجموعه حرم مطهر، دارای جاذبه های گردشگری مذهبی، فرهنگی دیگری نیز در شهر و یا پیرامون خود است، که جدای از کارکرد مذهبی آنها دارای کارکرد تاریخی نیز می باشند (مانند خواجه ربیع، گنبد خشتی، پیرالاندوز، گنبد سبز)؛ البته وجود تعداد قابل توجهی از جاذبه های گردشگری مذهبی - فرهنگی در شهرستان مشهد مانند امامزاده یحیی، خواجه مراد، خواجه اباصلت، و... بر رونق گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر افزوده است؛ اگرچه این جاذبه ها نقش و کارکرد خود را تحت تأثیر جاذبه بنیادین شهر (حرم مطهر) اخذ کرده اند (مؤمنی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۸-۱۷).

## بیان مسأله

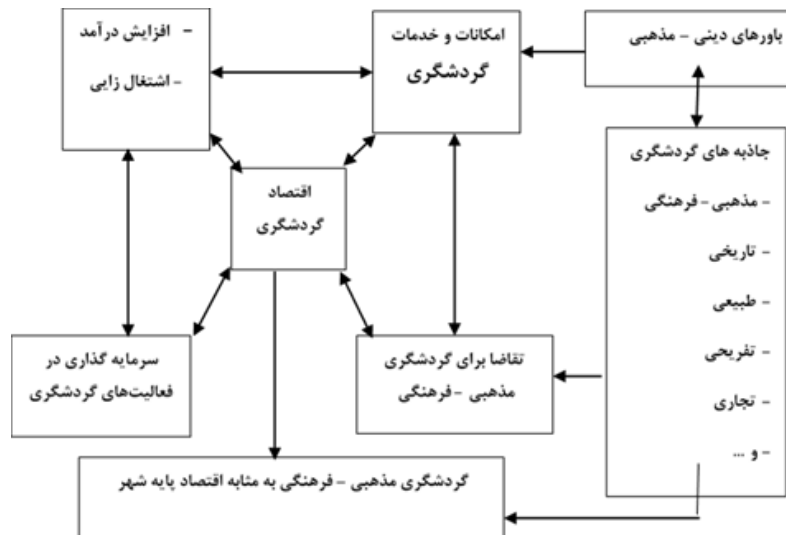
<sup>۴</sup> . Tourism product  
<sup>۵</sup> . pilgrimage  
<sup>۶</sup> . Religious  
<sup>۷</sup> . cultural



برای طبقه بندی ترکیبی جاذبه های زیارتی و گردشگری مشهد، باید توجه داشت، برخی از جاذبه ها تاریخی هستند و سال ها پیش شناخته شده و کم و بیش مورد توجه، بازسازی، مرمت و توسعه سازمان ها و یا نهادهای دولتی قرار دارند، مانند آثار تاریخی شهر توس و...؛ اما امروزه با توجه انبوهی گردشگری و سفرها، طبقه بندی جاذبه ها یکی از مهمترین موضوعات توسعه زیارت و گردشگری در این مقاصد است در واقع به منظور بررسی و ارزیابی جاذبه های گردشگری شناخت و درک فعالیت ها و جاذبه های گردشگری و طبقه بندی آنها بسیار مهم و ضروری است (اینسکیپ، ۹۳: ۱۹۹۱-۹۲).

در این راستا باید اذعان داشت مشهد علاوه بر مجموعه حرم مطهر، دارای جاذبه های گردشگری مذهبی - فرهنگی دیگری نیز در شهر و یا پیرامون خود است، که جدای از کارکرد مذهبی آنها دارای کارکرد تاریخی نیز می باشند (مانند خواجه ربیع، گنبد خشتی، پیرالاندوز، گنبد سبز)، البته وجود تعداد قابل توجهی از جاذبه های گردشگری مذهبی - فرهنگی در شهرستان مشهد مانند امامزاده یحیی، خواجه مراد، خواجه اباصلت، امامزادگان یاسر و ناصر، و... بر رونق گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر افزوده است؛ اگرچه این جاذبه ها نقش و کارکرد خود را تحت تأثیر جاذبه بنیادین شهر (حرم مطهر) اخذ کرده اند. در این خصوص اماکن زیارتی، مذهبی مشهد مقدس به دلیل باورهای دینی و مذهبی، علت وجودی و حیات و توسعه و بالندگی خود را متأسی از بنیادی ترین جاذبه خود که همانا حرم مطهر امام رضا (ع) امام شیعیان اثنی عشری به دست آورده است؛ به عبارتی دیگر حرم مطهر امام رضا (ع) به عنوان بنیادی ترین جاذبه شهر و منطقه، ضمن تولید و ایجاد جاذبه های متعدد زیارتی، مذهبی، فرهنگی در طول تاریخ خود همانند خواجه ربیع، اباصلت، مراد، شیخ طبرسی، گنبد خشتی و سبز، مصلاهی مشهد، باغ نادری و... سایر جاذبه های گردشگری شهر و منطقه را متأسی از خود رنگ و بوی معنویت بخشیده است (قاسمی خوزانی، ۱۳۸۹: ۳۷۹-۳۸۰). لذا چگونگی طبقه بندی جاذبه های شهر و منطقه، به گونه ای مطلوب و فراگیر، بتواند تداعی کننده، همسو و هم افزا با نقش و کارکرد اصلی شهر و منطقه باشد و در نهایت بتواند توسعه زیارت و گردشگری مذهبی را در پی داشته باشد، مهمترین مسأله این پژوهش است.

شکل شماره ۱ جاذبه های گردشگری مشهد در فرایند توسعه اقتصادی



روش تحقیق

در این مقاله برای طبقه بندی ترکیبی جاذبه های زیارتی و گردشگری مذهبی و فرهنگی در فرایند توسعه شهر و منطقه مشهد از روش توصیفی- تشریحی کمک گرفته شده است. روش به کارگرفته شده به صورت کیفی با ماهیتی قیاسی می باشد. در واقع برای طبقه بندی جاذبه های زیارتی و گردشگری مذهبی و فرهنگی شهر و منطقه مشهد، ابتدا به توصیف زیارت و جاذبه های گردشگری مذهبی و فرهنگی مشهد پرداخته شده است؛ سپس به طبقه بندی ترکیبی جاذبه های زیارتی و گردشگری مذهبی و فرهنگی کلانشهر مشهد پرداخته شده است. همچنین روش جمع آوری اطلاعات به صورت پیمایشی و نیز اسنادی انجام گرفته است. جامعه آماری به صورت تمام شماری انجام شده است.

## مباحث نظری

صاحب نظران گردشگری، طبقه بندی های مختلفی از جاذبه های گردشگری ارائه داده اند که از آن جمله می توان به طبقه بندی های: بود- بووی و لاوسون<sup>۸</sup> (۱۹۷۷)، کازز<sup>۹</sup> (۱۹۷۸)، دفرت<sup>۱۰</sup> (۱۹۷۲)، گان<sup>۱۱</sup> (۱۹۷۲)، هو و ریچی<sup>۱۲</sup> (۱۹۹۳)، هونزیکر و کراپف<sup>۱۳</sup> (۱۹۴۲)،

<sup>۸</sup>. Baud-Bovy and Lawson

<sup>۹</sup>. Cazes

<sup>۱۰</sup>. Defert

<sup>۱۱</sup>. Gunn

<sup>۱۲</sup>. Hu and Richie

<sup>۱۳</sup>. Hunziker and Krapf



کوشچاک ۱۴ (۱۹۹۸)، کریپندورف<sup>۱۵</sup>، لایپر<sup>۱۶</sup> (۱۹۹۰)، لو<sup>۱۷</sup> (۱۹۸۷)، میل و موریسون<sup>۱۸</sup> (۱۹۸۵)، ولر<sup>۱۹</sup> (۱۹۹۴)، نیبرگ<sup>۲۰</sup> (۱۹۹۴) و تراویس<sup>۲۱</sup> (۱۹۹۴) اشاره کرد (Kušen, ۲۰۱۰: ۴۱۵).

با این حال برآیند روش‌های مختلف مورد استفاده در طبقه‌بندی جاذبه‌های گردشگری مکان‌ها، نشان می‌دهد که بیشتر مطالعات را می‌توان در یک یا چند دیدگاه از سه دیدگاه کلی طبقه‌بندی کرد: یکی فهرست ایدئوگرافیک دیگری سازماندهی و سومی شناخت گردشگری جاذبه‌ها. در واقع در این دیدگاه‌ها، تعریف ایدئوگرافیک و توصیف انواع جاذبه‌ها، سازماندهی و توسعه جاذبه‌ها، و درک و تجربه شناختی از جاذبه‌های گردشگری توسط گروه‌های مختلف، با یک نگرانی مشترک برای یک ویژگی خاص از جاذبه‌های گردشگری می‌پردازد. ماهیت یک دیدگاه جامع ارائه چارچوبی برای گونه‌شناسی و تحقیقات جاذبه‌های گردشگری است. لذا هر کدام یکی از جنبه‌های یک مجموعه دانش را با مقایسه گونه‌شناسی‌های مختلف به کار گرفته است؛ همچنین می‌توان گفت امکان شناسایی تداوم کلی که بر اساس آن ویژگی‌های جاذبه وجود دارد، اندازه‌گیری شده‌اند. البته در هر یک از این سه دیدگاه اصلاحات بیشتر در مورد چنین اقداماتی برای استفاده در تحقیقات ضروری است، آن‌ها پیوسته دسته‌بندی جاذبه‌ها را درک می‌کنند و چارچوبی برای درک تنوع گونه‌شناسی‌های مورد استفاده در تحقیق در مورد جاذبه‌های گردشگری ارائه می‌دهند که تفاوت‌های دیدگاه‌های آن‌ها را روشن می‌سازد (Lew, ۱۹۸۷: ۳۵۳-۳۵۵).

به هر حال جاذبه‌های گردشگری را می‌توان با شیوه‌های مختلف طبقه‌بندی کرد که تمامی این طبقه‌بندی‌ها از منطق و استدلال عقلایی خود برخوردار هستند:

گان<sup>۲۲</sup> در سال ۱۹۸۸ جاذبه‌ها را به دو گروه جاذبه‌هایی با اقامت کوتاه مدت و جاذبه‌هایی با اقامت بلند مدت تقسیم‌بندی کرده است. اساس این طبقه‌بندی تورهایی با بازدیدهای نقطه به نقطه از جاذبه‌ها و بازدیدهایی با اقامت طولانی مدت بوده است (Gunn, ۲۰۰۲).

وليام گتنر<sup>۲۳</sup> معتقد است، جاذبه‌ها هسته مرکزی فعالیت‌های گردشگری و وزنه متعادل‌کننده ما بین عرضه و تقاضا یا جاذبه و دافعه هستند. با این حال وی جاذبه‌های گردشگری را به ۱۰ گونه زیر طبقه‌بندی می‌کند:

طبیعی، ۲. تجاری، ۳. تاریخی، ۴. قومی و فرهنگی، ۵. دوستان و آشنایان، ۶. پزشکی، ۷. رویداد‌های خاص، ۸. دولتی، ۹. پارک‌ها، ۱۰. مذهبی و سایر جاذبه‌ها (Gartner, ۱۹۹۶: ۳۵۳-۳۵۶).

<sup>۱۴</sup> . Koščak  
<sup>۱۵</sup> . Krippendorf  
<sup>۱۶</sup> . Leiper  
<sup>۱۷</sup> . Lew  
<sup>۱۸</sup> . Mill and Morrisson  
<sup>۱۹</sup> . Mill and Morrisson  
<sup>۲۰</sup> . Nyberg  
<sup>۲۱</sup> . Travis  
<sup>۲۲</sup> . Gunn  
<sup>۲۳</sup> . Gartner William

لثو ۲۴ در سال ۱۹۸۷ نیز با بررسی جاذبه‌های گردشگری و جذابیت‌های جاذبه‌ها به این نتیجه می‌رسد که می‌توان بر اساس یکی از سه ویژگی نوع نام و نشان تجاری، نوع سازمان و درک گردشگران از جاذبه‌ها آن را تقسیم بندی کرد (Lew, 2018: 144). به عبارتی تمامی این رویکردها جاذبه‌ها را بر اساس ویژگی‌های تاریخی، مکانی و ارزشی مقایسه می‌کنند. سازمان جهانی گردشگری جاذبه‌های گردشگری به گونه زیردر سیستمی منطقی طبقه بندی نموده است:

۱. جاذبه‌ها طبیعی
۲. جاذبه‌های فرهنگی
۳. انواع خاص

البته برای ارزیابی جاذبه‌های گردشگری فوق الذکر، تعیین جاذبه‌های درجه یک و دو و تمام مشکلات خاص جاذبه‌های موجود، از قبیل استفاده بیش از حد یا سوء استفاده از جاذبه‌ها و نیز ارائه اطلاعات مورد نیاز جاذبه‌ها و حفظ آن‌ها و همچنین شناسایی تمام تأثیرات خاص مثبت یا منفی بر جذب گردشگران از قبیل تصویر قوی و ضعیف در بازارهای هدف، بی‌ثباتی سیاسی و بلایای طبیعی، میزان جرم در منطقه و زمان مسافرت، فاصله کشورهای دارای بازار عمده و هزینه را مورد توجه و بررسی قرار می‌دهد (سازمان جهانی گردشگری، ۱۳۷۹: ۹۵).

ادوارد اینسکیپ جاذبه‌های گردشگری را به سه طبقه تقسیم نموده است: یکی جاذبه‌های طبیعی بر اساس ویژگی‌های طبیعی و زیست محیطی دو جاذبه‌های تاریخی/ فرهنگی بر اساس فعالیت‌های انسانی و سوم جاذبه‌های ویژه که به صورت مصنوعی و تکنولوژی ایجاد می‌شوند (اینسکیپ، ۱۹۹۱: ۹۳).

این سه نوع جاذبه‌ها را می‌توان به زیر گروه‌های زیر نیز طبقه بندی کرد که عبارتند از:

- ۱- جاذبه‌های طبیعی؛ شامل اقلیم، مناظر و چشم انداز های زیبا، مناطق ساحلی و دریایی، پوشش گیاهی و حیات وحش، ویژگی های خاص زیست محیطی، پارک ها و مناطق حفاظت شده، گردشگری سلامت.
- ۲- جاذبه‌های فرهنگی؛ شامل سایت‌های باستانی، تاریخی، فرهنگی، الگوهای فرهنگی خاص، هنرها و صنایع دستی، فعالیت‌های اقتصادی خاص، نواحی شهری جالب، موزه ها و سایر تسهیلات فرهنگی، جشنواره‌های فرهنگی، روابط دوستانه‌ی ساکنان.
- ۳- جاذبه‌های ویژه؛ شامل پارک‌های موضوعی، پارک‌های سرگرمی و سیرک‌ها، خرید، سخنرانی‌ها، کنفرانس‌ها و گردهمایی‌ها، رویداد های خاص، سرگرمی، ورزش و تفریح، تسهیلات و خدمات گردشگری به عنوان جاذبه، هتل‌ها و مجتمع‌های تفریحی، حمل و نقل، غذا، وابستگی مذهبی، قومی و نوستالژیک ((همان: ۹۳-۱۰۵).

ادوارد کوشن (۲۰۱۰) معتقد است اگرچه جاذبه‌های گردشگری منبعی اساسی برای توسعه طولانی مدت گردشگری هستند، اما آن‌ها چه از نظر نظری و چه از نظر عملی توجه مناسبی به آن‌ها نمی‌شود. وی طبقه بندی جاذبه‌های گردشگری را با آزمون های که از طریق سلسله مطالعات موردی انجام داد، منتج به ارائه سیستم گردشگری نوآورانه‌ای برای توسعه گردشگری شد. در این سیستم نوآور بخشی بر مقصد

گردشگری (با تأکید بر جاذبه‌های گردشگری) سروکار دارد و کارکرد ساختار جاذبه داخلی آن‌ها را تضمین می‌کند، و نیز با تمام جنبه‌های سیستم گردشگری گسترده‌تر، ابزار مفیدی برای بسیاری از فرآیندها در تئوری و عمل گردشگری است. به علاوه این سیستم شامل یک طبقه بندی کاربردی از جاذبه‌های گردشگری و روشی برای تعیین ویژگی‌های آن‌ها است که یک مدل سه بعدی ارائه می‌کند و ارتباط داخلی بین اجزای این سیستم را نشان می‌دهد. همه این ویژگی‌ها تحت الشعاع قابلیت‌های آن قرار می‌گیرد تا به عنوان مبنایی برای ایجاد کاداستر گردشگری در ابتدا به ویژه، کاداستر جاذبه‌های گردشگری قرار گیرد (Kušen, ۲۰۱۰: ۴۰۹).

سازمان ملل متحد و سازمان جهانی جهانگردی در سال ۱۹۹۱ طرح ملی جهانگردی سلطان نشین عمان را انجام داد؛ در این طرح طبقه بندی جاذبه‌های گردشگری عمان، مبتنی بر جاذبه‌های ذاتی و محیطی و فرهنگ کشور عمان انجام شده است. بر این اساس طبقه بندی و ارزیابی جاذبه‌های گردشگری به سه گروه سازماندهی شده است؛ یکی جاذبه‌های مناظر زیبا و ویژگی‌های محیطی، دوم صفات فرهنگی و اجتماعی و سوم بناهای تاریخی (سازمان جهانی گردشگری، ۱۳۷۹: ۱۲۲).

سازمان جهانی گردشگری ۲۵ در نشریه آماری سالانه خود که در خصوص گردشگری منتشر می‌کند؛ گردشگران را بر اساس اهداف مسافرت به چهار دسته، یکی تجارت و حرفه ای ۲۶، دوم دیدار دوستان و اقوام، سلامت، دین، و غیره ۲۷ (فرهنگی)، سوم اوقات فراغت، تفریح، تعطیلات ۲۸ و چهارم نا مشخص ۲۹ تقسیم می‌کند (UNWTO).

ناندا مولینا فردوس و دینا چهایتی ۳۰ برای طبقه بندی جاذبه‌های گردشگری از نرم افزار رس نت ۳۱۵۰ در قالب تصاویر گرفته شده توسط گردشگران استفاده نموده است؛ در واقع در این روش که به صورت هوشمند انجام گرفته، طبقه بندی جاذبه‌های گردشگری به صورت خودکار با بهره گیری از رس نت ۵۰ و داده‌ها جمع آوری شده از تصاویر گرفته شده توسط گردشگران انجام شده است. وی از تصاویر گرفته شده توسط گردشگران و بهره گیری از الگوی زیر برای طبقه بندی جاذبه‌ها در راستای هوشمند سازی گردشگری بهره جسته است Maulina (Firdaus. Nanda / Chahyati, Dina, ۲۰۱۸, ۱-۴).

نمودار شماره ۱ نمای کلی سیستم رس نت برای طبقه بندی هوشمند جابه‌ها با استفاده از تصاویر گرفته شده توسط گردشگران.

<sup>۲۵</sup> .UNWTO

<sup>۲۶</sup> . Business and professional

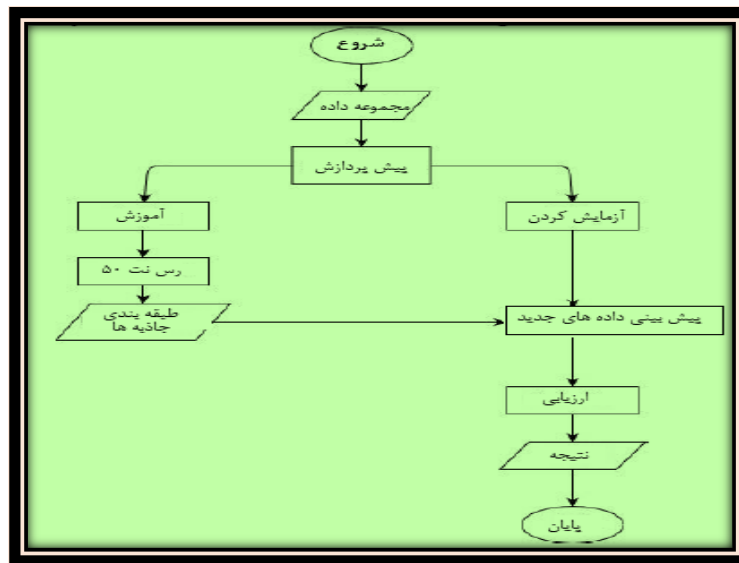
<sup>۲۷</sup> VFR, health, religion, other

<sup>۲۸</sup> Leisure, recreation, holidays

<sup>۲۹</sup> . Not specified

<sup>۳۰</sup> . Maulina Firdaus and Chahyati

<sup>۳۱</sup> . ResNet ۵۰



R; Maulina. F. N / Chahyati, D, ۲۰۱۸

البته باید توجه داشت که در طبقه بندی جاذبه های گردشگری علاوه بر در نظر گرفتن کارکرد و نقش، ویژگی های اجتماعی و فرهنگی به ویژگی های محیطی نیز به طور خاص باید توجه داشت. همچنین جاذبه های گردشگری را نیز می توان بر اساس موقعیت و استقرار آنها به جاذبه های شهری، روستایی، عشایری و ناحیه ای (مابین سکونتگاه های شهری و روستایی) تقسیم بندی کرد.

### جاذبه های گردشگری مشهد

مشهد به عنوان بزرگترین کلان شهر مذهبی - فرهنگی جهان اسلام، مرقد منور حضرت رضا (ع) امام هشتمین شیعیان دوازده امامی را در دل جای داده است؛ این شهر که بر سر راه جاده پرآوازه ابریشم قرار داشته، درحال حاضر مرکز استان خراسان رضوی، دارای ارتباطات گسترده (هوایی، ریلی، جاده ای) با سایر شهرهای داخلی کشور و نیز کشورهای آسیای مرکزی (ترکمنستان، تاجیکستان، ازبکستان، قرقیزستان و ترکمنستان) و افغانستان می باشد؛ مشهد در طول تاریخ خود (پس از شهادت حضرت رضا علیه السلام در سال ۲۰۲ یا ۲۰۳ ه.ق) بر منابع و عناصر گردشگری خود که متأثر از فرهنگ و ویژگی های محیطی آن می باشد، افزوده است؛ به طوری که براساس آخرین آمار و اطلاعات موجود، تنها از ۲۳۴ اثر تاریخی شهرستان مشهد و ۱۲۵ اثر در شهر مشهد به ثبت آثار ملی رسیده است (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی، آمارنامه مشهد، ۱۴۰۰).

در واقع مشهد علاوه بر منابع و کارکرد زیارتی / مذهبی خود، دارای منابع و جاذبه های مختلف گردشگری دیگری با کارکردهای گوناگون تاریخی، فرهنگی، تفریحی، تجاری، ورزشی و... است؛ که چنانچه هر یک از آنها در جریان گردشگری قرار گیرند، می توان اثرات اقتصادی و فرهنگی قابل توجهی بر شهر و منطقه ایجاد نماید. شهر مشهد از مجموعه ۸۶ جاذبه شهرستان که قابلیت برنامه ریزی گردشگری را دارد، تعداد ۳۳ جاذبه (۳۸/۳۷ درصد) داخل شهر و بقیه در سطح شهرستان پراکنده بودند؛ همچنین از مجموع ۸۶ جاذبه شهرستان، تعداد ۴۴ جاذبه (۵۱/۱۶ درصد) آن مذهبی - فرهنگی (اعم از جاذبه های مذهبی، فرهنگی و تاریخی و یا تلفیقی از آنها) و بقیه سایر انواع جاذبه ها بوده

است؛ به علاوه از تعداد ۴۴ جاذبه مذهبی- فرهنگی شهرستان مشهد تعداد ۱۵ جاذبه (۳۴/۰۹ درصد) داخل محدوده شهر مشهد و بقیه در سطح شهرستان مشهد پراکنده بوده اند (قاسمی خوزانی، ۱۳۸۵: ۱۶۱-۲۱).

با این وجود اهمیت کارکرد زیارتی/ مذهبی شهر مشهد به جهت وجود مرقد مبارک امام رضا (ع) موجب تأسی پذیری و رونق اقتصادی سایر جاذبه های گردشگری بیلاقی-تفریحی، تاریخی، تجاری و ... شهر و پیرامون آن شده است؛ به طوری که اغلب قریب به اتفاق جاذبه های گردشگری شهر و پیرامون آن، اعم از جاذبه های طبیعی، تاریخی، فرهنگی، تفریحی، مذهبی و... کارکرد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی خود را مدیون کارکرد و نقش جاذبه بنیادین شهر یعنی حرم مطهر امام رضا (ع) هستند. در حال حاضر منابع اصلی و مهم گردشگری شهر مشهد، عمدتاً مذهبی، فرهنگی، تجاری و تفریحی است که اقتصاد شهر و ناحیه (شهرستان مشهد) را تحت تأثیر کارکرد خود قرار داده است. متأسفانه تعداد معدودی از منابع و کارکردهای گردشگری شهر در فرآیند استفاده و بهره برداری فرهنگی و اقتصادی قرار دارند که با برنامه هایی می توان از این منابع و جاذبه ها در راستای توسعه و پویایی سیستم گردشگری شهر و منطقه استفاده نمود؛ و ضمن تکمیل تصویر زیبایی از گردشگری شهر و منطقه از کارکردهای مثبت اقتصادی، فرهنگی و... آن به نفع رفاه مردم بهره مند شد.

#### پراکنش فضایی جاذبه های مشهد

اگر نقشه پراکنش فضایی گردشگری شهرستان مشهد را مورد بررسی قرار دهیم، مشاهده خواهیم کرد، هر چه به شهر و حرم مطهر حضرت رضا (ع) نزدیک می شویم بر تعداد جاذبه های مذهبی/ فرهنگی شهر افزوده می شود.

بر اساس مطالعات به عمل آمده، ضریب فشردگی جاذبه های گردشگری شهر مشهد برابر با ۰/۳۳ است. این ضریب برای منطقه ثامن برابر ۰/۷۷ و نیز برای حرم مطهر برابر با ۰/۶۶ بوده است.

$$\gamma = \frac{L}{3(p-2)} \quad L = \text{تعداد پیوندهای مستقیم} \quad P = \text{تعداد نقاط}$$

$$\gamma = \frac{4}{3(4-2)} = 0.66$$

$$\gamma = \frac{14}{3(8-2)} = 0.77$$

شایان ذکر است، شاخص فشردگی بیانگر وضعیت دسترسی گردشگران به یک جاذبه (شهر، روستا، منطقه و...) است که هر چه عدد فاصله به یک نزدیک تر باشد نشان دهنده گردشگر پذیری بیشتر برای جاذبه است. این شاخص با شکل ویژگی های فیزیکی منطقه در ارتباط می باشد و برای بررسی میزان سهولت دسترسی به منطقه گردشگری در ارتباط با شبکه حمل و نقل، میزان تماس فیزیکی منطقه، خدمات رسانی و... جهت برنامه ریزی شهری حائز اهمیت است (Smit, ۱۹۹۵: ۲۲۱-۲۲۶).

همچنین اگر پراکنش جاذبه های مذهبی- فرهنگی شهر مشهد را با مرکزیت حرم مطهر به فاصله یک کیلومتر مورد سنجش قرار دهیم، مشاهده خواهیم کرد که بیش از ۸۰ درصد جاذبه های مذهبی/ فرهنگی شهر مشهد و نیز ۷۸ درصد از آثار فرهنگی/ تاریخی در این محدوده قرار گرفته اند. پراکنش فضایی جاذبه های مذهبی- فرهنگی پیرامون حرم مطهر در جهات مختلف جغرافیایی نسبتاً همگون بوده است. این در حالی است که مجموعه حرم مطهر (اعم از ضریح، ایوان، صحن، رواق، مسجد گوهرشاد، موزه ها، کتابخانه و...) به تنهایی چندین جاذبه را در

دل خود جای داده و به عنوان بی رقیب ترین جاذبه مذهبی- فرهنگی شهر، منطقه و ملی سایر جاذبه‌های گردشگری شهر و منطقه را تحت تأثیر کارکرد خود قرار داده است.

از طرف دیگر اگر پراکندگی فضایی جاذبه‌های مذهبی- فرهنگی شهرستان مشهد را مورد بررسی قرار دهیم، مشاهده خواهیم کرد که عمده جاذبه‌های مذهبی- فرهنگی شهرستان مشهد، متأثر از قوت‌ها و پتانسیل‌های اکولوژیکی منطقه (مانند استقرار در کنار چشمه آب، رودخانه و مناطق ییلاقی) و در مواردی محدود متأثر از دسترسی به راه ارتباطی بوده است. در واقع پراکندگی فضایی جاذبه‌های مذهبی- فرهنگی در سطح شهرستان مشهد تا حد زیادی منطبق بر منابع آب (چشمه و رودخانه) و یا راه ارتباطی بوده است.

با این مقدمه در این مقاله، نگارنده برای طبقه بندی نمودن جاذبه‌های مختلف زیارتی و گردشگری شهر و منطقه مشهد، با توجه به کارکردهای مختلفی که اغلب قریب به اتفاق جاذبه‌های داشته اند؛ از رویکرد ترکیبی / کارکردی برای طبقه‌بندی نمودن جاذبه‌ها بهره جسته است؛ با این حال در ذیل به طبقه بندی ترکیبی / کارکردی جاذبه‌ها می‌پردازیم.

## طبقه بندی ترکیبی جاذبه‌های زیارتی و گردشگری بر پایه کارکرد آن

### • جاذبه‌های با کارکرد مذهبی، فرهنگی و تاریخی

جاذبه‌های مذهبی- فرهنگی و تاریخی به جاذبه‌هایی اطلاق می‌گردد که علاوه بر کارکرد مذهبی، از کارکرد فرهنگی نیز برخوردار و از نظر تاریخی نیز دارای ارزش و اهمیت باشد؛ اما آنچه باعث اعتبار این جاذبه‌ها شده، همانا کارکرد زیارتی / مذهبی آن‌ها است که بر پایه باورها و اعتقادات مذهبی، حجم زیادی از زائران و گردشگران مذهبی را برای زیارت و برپائی مراسم مذهبی به طرف خود جلب می‌کنند. این جاذبه‌ها در شهر مشهد عبارتند از:

بارگاه مطهر امام رضا(ع) به عنوان بنیادی ترین جاذبه شهر (تاریخ بنا قبل از اسلام، شهادت ۲۰۲ ه.ق)، گنبد خشتی (مقبره امامزاده سلطان غیاث الدین وفات ۸۳۲ ه.ق ساخت دوره تیموری)، پیر پلاندوز (مقبره شیخ محمد کارندهی معروف پیر پلاندوز وفات، ساخت ۹۸۵ ه.ق)، گنبد سبز (مدفن شیخ محمد مؤمن عارف استر آبادی به سال ۹۰۴ ه.ق ساخت ۱۰۱۱)، مقبره خواجه ربیع (مقبره ربیع بن خثیم، وفات ۶۱ یا ۶۳ ه.ق ساخت ۱۰۲۶ ه.ق) است. با این حال با توجه به اهمیت زیارتی و گردشگری مذهبی حرم مطهر حضرت رضا(ع) در زیر اشاره ای به آن خواهیم کرد:

### مجموعه آستان قدس رضوی

مجموعه‌ای با ارزش منتسب به ثامن الحجج علی بن موسی الرضا (ع) امام هشتم شیعیان دوازده امامی که با دفن پیکر مطهر آن امام همام در آخر صفر سال ۲۰۲ یا ۲۰۳ قمری، این مکان جنبه مذهبی- زیارتی به خود گرفته و از آن پس تاکنون ضمن پذیرائی هزاران نفر زائران و گردشگران مذهبی- فرهنگی، چشم انداز فرهنگی خاصی را پدیدار ساخته است (قصابیان، ۱۳۸۴: ۱۹).

این مکان علاوه بر نقش زیارتی آن، دارای ارزش تاریخی و فرهنگی نیز است و در حال حاضر، به عنوان یکی از جذاب‌ترین مکان زیارتی، جامع‌ترین، ارزشمندترین و زیباترین مجموعه‌های معماری جهان اسلام به شمار می‌رود و در آن از تمام هنرها (مانند کاشی‌کاری، مقرنس‌کاری، منبت‌کاری، طلاکاری، حجاری، قلم‌زنی، آینه‌کاری، گچ‌بری، نازک‌کاری و...) و معماری‌های نفیس (ایرانی-اسلامی، بومی و سستی، رضوی و...) در طول تاریخ خود، بهره گرفته است. معماری مجموعه حرم، دارای ساختار، اجزا و عناصر کارکردی مختلف است که ریشه در آموزه‌های دینی و مذهبی، تاریخ گذشته، معماری و هنر ایرانی دارد. در این مجموعه عناصر و اجزای حائز اهمیت گردشگری و تاریخی دارد که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: گنبد مطهر و مناره‌ها (قدمت اولین آن در سال ۵۲۲-۵۱۱ ه.ق)، ضریح‌ها (قدمت اولین آن ۹۵۷ ه.ق)، رواق‌ها (قدمت اولین آن سال ۸۴۱ ه.ق)، صحن‌ها (قدمت اولین آن ۹۱۲-۸۷۵ ه.ق)، ایوان‌ها (قدمت اولین آن ۸۷۵ تا ۸۸۵ ه.ق)، مسجد گوهرشاد (قدمت ۸۲۱ ه.ق)، مدارس علمیه (قدمت اولین آن سال ۸۲۱ ه.ق)، کتابخانه‌ها (از سال ۸۶۱ ه.ق)، موزه‌ها (۱۳۲۴ ه.ش) و... است (عطاردی، ۱۳۸۱، ج ۱: ۲۵۲-۲۴۴/آستان قدس رضوی، بی تا: ۱۷-۱۴/قصابیان، ۱۳۸۴: ۴۵-۴۲/مؤسسه فرهنگی قدس، ۱۳۸۲: ۶۲-۶۱/ اداره امور فرهنگی آستان قدس رضوی-روابط عمومی، ۱۳۶۲: ۳۱-۳۰/آستان قدس رضوی، ۱۳۷۷: ۵۸/پارسائی، ۱۳۸۱: ۴۵-۴۴).

#### • جاذبه‌های گردشگری با کارکرد مذهبی / فرهنگی

منابع و جاذبه‌های مذهبی - فرهنگی به مکان‌های مقدس، عبادی، مذهبی، فرهنگی و... اطلاق می‌گردد که ساختار و کارکرد خود را مدیون ارزش‌ها، اعتقادات و باورهای مذهبی - فرهنگی، ایمان به خدا و... است. این جاذبه‌ها طیف گسترده‌ای از زائران و گردشگران مذهبی - فرهنگی برای زیارت و برپائی مراسم مذهبی، دیدن و تماشای، گذران اوقات فراغت و... به طرف خود جلب می‌کنند. مهم‌ترین این جاذبه در شهر مشهد مقبره شیخ طبرسی یا امین الاسلام ابوعلی فضل بن حسن بن فضل طبرسی، متوفی ۵۴۸ ه.ق می‌باشد و مهم‌ترین آن‌ها در شهرستان مشهد که کارکردشان را مدیون کارکرد مذهبی - فرهنگی حرم مطهر حضرت رضا (ع) هستند، عبارتند از: امامزاده یحیی (پسر زید و نوۀ امام سجاد (ع) متوفی سال ۱۰۷ ه.ق)، خواجه مراد (مقبره هرثمه بن اعین، متوفی ۲۱۰ ه.ق)، اباصلت (عبدالسلام بن صالح هروی، متوفی ۲۳۶ ه.ق)، امامزاده سید محمد علوی (سید محمد علوی از نوادگان امام جعفر صادق (ع)، مزار خواجه محمد زمانی، امامزادگان بی بی صنوبر و میرسبحان ولی (نوادگان امام موسی بن جعفر علیه السلام)، بقعه عبادالصالحین، امام زاده سید نورالله، امامزاده بی بی ربابه بیگم و سید فتح الله، امامزاده سیدعبدالله، امامزاده سید حاتم، شاهزاده اسماعیل، بقعه امامزادگان هاشم و محتشم، نوادگان حضرت زین العابدین، مزار سید حاجی حسینی، امام زاده سید جلال، امام زاده سید ابوالقاسم صالح و امام سید عبدالعزیز است (قمی، ۱۳۶۶: ۱۱۹-۱۱۷/مدیر شانه‌چی، ۱۳۴۵: ۲۲-۲۱) جاذبه‌های گردشگری با کارکرد فرهنگی / تاریخی

بر اساس آمار و اطلاعات به دست آمده تا پایان سال ۱۴۰۰ تعداد ۲۳۴ اثر تاریخی / فرهنگی در شهرستان مشهد در فهرست آثار ملی کشور ثبت شده است. که از این تعداد ۱۲۵ اثر آن داخل شهر مشهد و بقیه در پیرامون شهرستان مشهد قرار گرفته‌اند (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی، آمارنامه مشهد، ۱۴۰۰). با این حال مهم‌ترین این جاذبه‌ها در شهر مشهد عبارتند از: آرامگاه و موزه نادری (سال ۱۳۴۲ شمسی راه اندازی شد)، مسجد شاه (هفتاد و دو تن) و حمام شاه (قدمت ۸۵۵ ه.ق)، مصلاهی مشهد (قدمت ۱۰۸۷ ه.ق)، مصلاهی طرق (قدمت ۸۷۳ ه.ق)، مدرسه عباسقلی خان (قدمت ۱۰۷۷ ه.ق)، خانه ملک فرهنگسرای بهشت و باغ خونی (قدمت دوره قاجاریه) و مدرسه نواب (قدمت ۱۰۸۶ ه.ق) است؛ همچنین در شهرستان مشهد، مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: شهر توس، هارونیه و آرامگاه فردوسی (قدمت قبل از اسلام

۳۲۹ ه.ق)، محوطه تاریخی دستگردان (شهادتگاه حضرت علی بن موسی الرضا علیه)، برج اخنگان (قدمت تیموری)، قلعه مات (قدمت اسماعیه)، روستای پاژ (قدمت قرن ه.ق).

#### • جاذبه های گردشگری با کارکرد تاریخی - تفریحی

یکی دیگر از منابع گردشگری مشهد، جاذبه های گردشگری با کارکرد تاریخی-تفریحی است. باغ ملک آباد از جمله جاذبه های تاریخی شهر می باشد که خاندان پهلوی هنگام مسافرت به مشهد استفاده می کرده است؛ این باغ با توجه به وسعت (۲۹۳۷۷۰۰ متر مربع) و دارا بودن گونه های مختلف درختان میوه از قابلیت تفریحی درخور توجهی برخوردار است. (اداره کل روابط عمومی آستان قدس رضوی، ۱۳۸۵).

#### • جاذبه های گردشگری با کارکرد تاریخی / طبیعی

نمایشگاه حیات وحش، موزه تاریخ طبیعی و موزه علوم طبیعی از جمله مهم ترین منابع گردشگری شهر مشهد با کارکرد تاریخی-طبیعی باشند. این جاذبه ها که وابسته به سازمان ها و ادارات دولتی می باشند به روش تاکسودرمی حیوانات گونه های مختلف بومی حیوانی و گیاهان را نگهداری می کنند .

#### • جاذبه های گردشگری با کارکرد تفریحی / فرهنگی

کوهسنگی با ۴۰۰۰ و ۷۲ هکتار و پارک ملت با وسعت ۷۲ هکتار و پارک جنگلی طرق، از مهم ترین جاذبه تفریحی- فرهنگی شهر مشهد می باشند. این جاذبه ها علاوه بر برخورداری از چشم انداز زیبا، دارای امکانات فرهنگی (کتابخانه، مسجد و...) تفریحی (شهر بازی، ورزشی و...) نیز هستند و همه ساله به خصوص در فصل گرم سال، حجم قابل توجهی از گردشگران مذهبی- فرهنگی را به خود جلب می کنند (قصابیان، ۱۳۸۴: ۷۶). البته در دو دهه اخیر جاذبه های آبی دیگری سرزمین موج های آبی، پارک آبی ایرانیان و پارک آبی ساحلی آفتاب نیز با کارکرد تفریحی و فرهنگی در داخل شهر مشهد فعالیت می کند.

#### • جاذبه های گردشگری با کارکرد طبیعی / تفریحی

کلان شهر گردشگری مشهد، جهت پایداری زیست محیطی (رعایت ظرفیت پذیرش)، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود، نیازمند توسعه فضاهای گردشگری پیرامون خود (جاذبه های طبیعی- تفریحی) است. در این راستا جاذبه های گردشگری طبیعی- تفریحی از جمله منابع گردشگری شهر و منطقه می باشند، که با توجه به ویژگی های طبیعی (پایکوهی بودن، برخورداری از منابع آب جاری و زیرزمینی، برخورداری از اقلیم معتدل تر، چشم انداز طبیعی، انبوهی نسبی پوشش گیاهی و...) به خصوص در فصل گرم سال، مورد توجه گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر قرار می گیرد؛ با این حال مهم ترین این جاذبه ها عبارتند از: کوهستان پارک شادی، هفت حوض، محور کوشک آباد، بهره و گوش، روستای ییلاقی مارشک، روستای ییلاقی جُنگ، محور دره آل، پیمنه و سیح، روستای ییلاقی بلغور، روستای ییلاقی خرکت، سد کارده، است (شریعتی، ۱۳۶۳: ۱۵۰ / زنده دل، ۱۳۷۷: ۶۹ / قاسمی خوزانی، ۱۳۸۵).

#### • جاذبه های گردشگری با کارکرد تجاری / فرهنگی

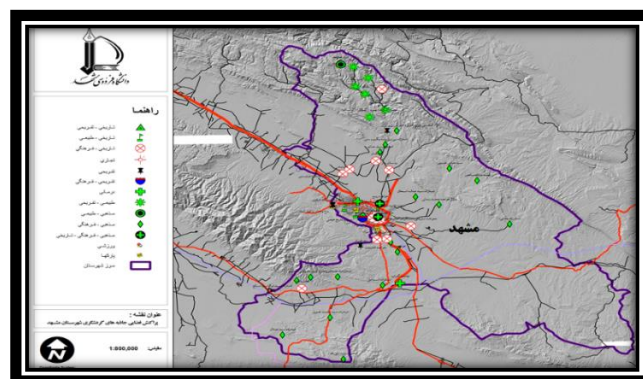
اگرچه بازارهای پیرامون حرم مطهر امام رضا(ع) از جمله بازارهای زیارتی (مانند بازار رضا، امین، مولوی، غدیر، ۱۷ شهریور، مرکزی ۱ و ۲) است و معمولاً کالاهای ارزان قیمت و سوغات فرهنگی زائر و سوغات خراسان (مهر و تسبیح، انگشتری، پارچه سبز، عطر، جا نماز و سجاده، زرشک، زعفران، عناب، نبات، زیره و...) به فروش می رسد و در این بازارها کالاهای عرضه شده جنبه تبرک داشته و مورد تقاضای زائران به جهت باوری دینی / مذهبی آنها است؛ و رفتار فرهنگی زائران و مجاوران متأسی از معنویت حرم مطهر است؛ اما بازارهای جدید دیگری همانند زیست خاور، پروما، آسمان، کیان ستر، آرمیتاژ، اطلس و.. در مناطق مختلف شهر هستند که همانند سایر بازارهای جدید کشور کالاهای مختلف پوشاک، فرهنگی سرمایه ای و... را ارائه می دهند (قاسمی خوزانی، ۱۳۹۲: ۱۴-۴).

#### • سایر جاذبه های گردشگری

شهر مشهد دارای منابع گردشگری مذهبی - فرهنگی ارزشمند دیگری مانند برگزاری مراسم خاص مذهبی (مراسم خاص شهادت و شام غریبان حضرت رضا علیه السلام، مراسم تاسوعا و عاشورا، وفات پیامبر اکرم(ص) و امام حسن مجتبی، تعزیه و شبیه خوانی، علم گردانی، مراسم نعل ساز، قمه زنی، سینه و زنجیر زنی، مراسم خطبه، روضه خوانی، مراسم شب های رمضان و به خصوص شب های قدر، چراغ برات و...)، تشریفات خاص آستانه متبرکه حرم (مانند غبار روبی، نقاره زنی، مراسم تحویل کتیک و...)، مراسم حاجات و نذورات (مانند مراسم اطعام، مراسم نون و ماست گنبد خشتی، عقیقه، آجیل مشکل گشا و...) مراسم و آیین های اجتماعی (مانند مراسم تحویل سال در حرم امام رضا علیه السلام، سیزده بدر، شب چله، چهارشنبه سوری و...) و نظایر آن است. (سجاسی قیداری / محمودی، ۱۳۹۷: ۱۲۶-۱۱۸). همچنین شهر مشهد با توجه به منابع و اهمیت مذهبی - فرهنگی اش در خراسان بزرگ و تاریخ پرآوازه این خطه از خاک کشور عزیزمان، همواره در طول تاریخ خود به عنوان یکی از کانون های فرهنگی مهم کشور شخصیت های مشهوری مانند فردوسی، شیخ توسی، خواجه نصیرالدین توسی، خواجه نظام الملک توسی و... را تقدیم تاریخ و فرهنگ کشور نموده است که بزرگداشت هر یک از این شخصیت ها می تواند ضمن هویت بخشی فرهنگی درآمدهای اقتصادی را نصیب منطقه و شهر نماید. به علاوه تنوع اقوام و فرهنگ ها در شهر مشهد به عنوان پتانسیلی می تواند مجموعه ای گردشگری را در زمینه های مختلف مردم شناختی در راستای توسعه گردشگری ایجاد کند.

البته وجود منابع گردشگری درمانی (مانند چشمه گراب) و ورزشی (مانند ورزشگاه ثامن، تختی و...) در مشهد از جمله منابع دیگر گردشگری است که بر اهمیت و تعدد منابع گردشگری شهر و منطقه افزوده است (ذاکری / صادقلو، ۱۴۰۰: ۳۰-۲۸).

#### نقشه شماره ۱- پراکندگی فضایی جاذبه های گردشگری شهرستان مشهد - ۱۴۰۲



نقشه شماره ۲: پراکندگی فضائی جاذبه های گردشگری شهر مشهد



جدول شماره ۱- طبقه بندی تلفیقی انواع جاذبه های مذهبی و گردشگری مشهد

| کارکرد                   | جاذبه ها                                                                                                                                                                |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| مذهبی، فرهنگی و تاریخی   | بارگاه مطهر امام رضا(ع)/ مقبره خواجه ربیع/ گنبد خشتی / گنبد سبز / مقبره پیر پالاندوز و...                                                                               |
| مذهبی / فرهنگی           | امامزاده یحیی / خواجه مراد/ خواجه اباصلت/ امامزاده گان یاسر و ناصر و...                                                                                                 |
| فرهنگی / تاریخی          | مسجد شاه(هفتادو دو تن) و حمام شاه/ مصلای مشهد/ آرامگاه و موزه نادری/ مصلای طرق/ شهر توس / آرامگاه فردوسی/ هارونیه و...                                                  |
| تاریخی - تفریحی          | موزه و باغ ملک آباد و...                                                                                                                                                |
| تاریخی - طبیعی           | نمایشگاه حیات وحش/ موزه تاریخ طبیعی و موزه علوم طبیعی و...                                                                                                              |
| تفریحی / فرهنگی          | کوهسنگی/ پارک ملت/ پارک جنگلی طرق / پارک جنگلی وکیل آباد و...                                                                                                           |
| طبیعی - تفریحی           | کوهستان پارک شادی، هفت حوض، محور کوشک آباد، بهره و گوش، روستای ییلاقی مارشک، روستای ییلاقی جُنگ، محور دره آل، پیمنه و سیج، روستای بلغور، روستای خرکت، سد و روستای کارده |
| تجاری / فرهنگی           | بازار رضا/ نمایشگاه بین المللی/ مجموعه سپاد و..                                                                                                                         |
| سایر(درمانی، ورزشی و...) | چشمه گراب/ مجتمع ثامن و...                                                                                                                                              |

مأخذ: مطالعات میدانی نگارنده



## نتیجه گیری

بارگاه امام رضا(ع) به عنوان بنیادی ترین جاذبه زیارتی مشهد، موتور محرکه سایر جاذبه‌های گردشگری شهر و منطقه اعم از مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری، تاریخی و... را تحت تأثیر تشعشع معنوی و فرهنگی خود قرار داده است. چنانکه برای طبقه بندی نمودن جاذبه‌های زیارتی و گردشگری مذهبی / فرهنگی مشهد و پسرانه‌های آن، غلبه کارکرد معنوی و فرهنگی شهر که براساس باورها و اعتقادات مذهبی / دینی ( اعتقاد با اصل امامت در میان شیعیان اثنی عشری) شکل گرفته، موجب تغییر در رفتار زائران و گردشگران در بازدید از هر یک از جاذبه‌های فوق الذکر ( مذهبی، فرهنگی، تاریخی، تفریحی، تجاری و...) شده است؛ در واقع ترکیبی شدن جاذبه‌های گردشگری شهر و منطقه مشهد از مشخصه‌های زیارتی و گردشگری این شهر و منطقه است که به لحاظ کارکردی با آنچه که در طبقه بندی سایر جاذبه‌های مناطق مختلف کشور و جهان وجود دارد، این شهر را متمایز نموده است. البته شایان ذکر است که اهمیت گردشگری هیچ یک از جاذبه‌ها (محلی، منطقه ای و ملی) با اهمیت گردشگری مذهبی - فرهنگی حرم مطهر قابل مقایسه نبوده، بلکه نقش و کارکرد هر یک از جاذبه‌ها شهر و منطقه نیز در ارتباط و تأسی از این جاذبه منحصر به فرد زیارتی شکل یافته است؛ اگر چه وجود هر یک از این جاذبه‌ها بر اهمیت و کارکرد زیارتی و گردشگری شهر و منطقه آن افزوده است.

طبقه بندی ترکیبی گردشگری به شناسایی و دسته‌بندی انواع مختلف گردشگری بر اساس ویژگی‌ها و عوامل مختلف می‌پردازد. این طبقه‌بندی به درک بهتر نیازها و خواسته‌های گردشگران، توسعه بهتر مقاصد گردشگری و برنامه‌ریزی مناسب‌تر کمک می‌کند. در این راستا، گردشگری به دسته‌های مختلفی تقسیم می‌شود که هر کدام ویژگی‌ها و مخاطبان خاص خود را دارند. بنا بر این طبقه بندی، ترکیب گردشگری بر اساس کارکرد و رفتار زائران و گردشگران مذهبی و فرهنگی مشهد، به نوبه خود می‌تواند موجب توسعه هم افزا و فزاینده در شهر و منطقه گردد. همچنین باید متذکر شد، طبقه بندی ترکیبی زیارت و گردشگری نقش مهمی در تصمیم گیری‌های مدیریتی، تجزیه و تحلیل چشم انداز توسعه آینده، تولید، بازاریابی و سازگاری با محیط پویا کسب و کار و... را برای شهر و منطقه در پی خواهد داشت.



## منابع

- اداره امور فرهنگی آستان قدس رضوی، روابط عمومی (۱۳۶۲)، سیمای انقلاب در آستان قدس رضوی، چاپ پارت گرافیک.
- اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان خراسان رضوی (۱۴۰۲) خدمات الکترونیک.
- اینسکیپ، ادوارد (۱۹۹۱) برنامه ریزی گردشگری، رویکردی یکپارچه و پایدار به برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ترجمه محمود حسن پور و سعید داغستانی، مهکامه، تهران.
- آستان قدس رضوی (بی تا)، نشریه حرم (ویژه کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی)، انتشارات آستان قدس رضوی، شماره ۷۵.
- آستان قدس رضوی، نشریه حرم، فرهنگی - اجتماعی (۱۳۷۷) فعالیتهای فرهنگی آستان قدس رضوی، انتشارات آستان قدس رضوی، شماره ۵۵-۵۴، سال هشتم، آبان و آذر.
- آمارنامه مشهد ۱۴۰۰ (۱۴۰۰)، به نقل از اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی.
- پارسائی، محمد مهدی (۱۳۸۱) کتاب اول خراسان، راهنمای جامع مشهد، کانون تبلیغات پارس.
- ذاکری، صدیقه/ صادقلو، طاهره (۱۴۰۰)، اولوی تبندی جاذبه های گردشگری با هدف توسعه گردشگری؛ منطقه مورد مطالعه: شهر مشهد، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، سال دهم، شماره ۳۸، بهار.
- زنده دل، حسن (۱۳۷۷) مجموعه راهنمای جامع ایرانگردی، جلد ۹، استان خراسان.
- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹) برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، ترجمه دکتر محمود عبدالله زاده، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران.
- سجاسی قیداری، حمد اله/ محمودی، حمیده (۱۳۹۷)، نقش جاذبه های فرهنگی - تاریخی مقصدهای روستایی در توسعه ی گردشگری، مطالعه ی موردی: شهرستانهای مشهد و بینالود، فصلنامه ی مطالعات توسعه ی اجتماعی - فرهنگی، دوره ی هفتم، شماره ی ۱.
- شریعتی، علی (۱۳۶۳) راهنمای خراسان، انتشارات القبا، چاپ دوم.
- شهرداری مشهد (۱۴۰۰) آمارنامه شهر مشهد، معاونت برنامه ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهرداری مشهد
- عطاردی، عزیزالله (۱۳۷۱) تاریخ آستان قدس، دو جلد، انتشارات عطارد، چاپ اول، تهران..
- قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۹۲)، بخش بندی بازارهای تجاری-گردشگری شهر مشهد، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان.
- قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۸۹) نگرشی بر مفاهیم زیارت، گردشگری مذهبی - فرهنگی و چگونگی خدمت رسانی به زائران بر اساس نگرش سیستمی، زیارت و خدمتی صادقانه، بنیاد پژوهشهای اسلامی آستان قدس رضوی، مشهد.
- قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۹۰) گردشگری به عنوان یک سیستم :نمونه مشهد، مجله ی جغرافیا و توسعه ی ناحیهای، شماره ی هفدهم، پاییز و زمستان، مشهد.
- قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۸۵) امکان توسعه گردشگری در استان خراسان رضوی، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی. قمی، شیخ عباس: منتهی الامال، جلد دوم، نشر لقمان، زمستان، ۱۳۶۶.



- قصابیان، محمدرضا (۱۳۸۴) راهنمای جامع شهر مشهد، انتشارات آستان قدس.

- گی، چاگ. وای / سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۸۲) جهانگردی در چشم انداز جامع، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ دوم، تهران.

- مدیر شانه چپی، کاظم: مزارات خراسان، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۴۵.

- مؤسسه فرهنگی قدس (۱۳۸۲) ضریح منور از دیروز تا امروز، زائر، ماهنامه بین المللی، فرهنگی، اجتماعی و اعتقادی، شماره مسلسل ۱۰۹، انتشارات آستان قدس.

- مؤمنی، مصطفی / صرافی، مظفر / قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۸۷) ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه درکلان شهر مشهد، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۱، بهار و تابستان، زاهدان.

- Kušen , Eduard (۲۰۱۰) A system of tourism attractions, Tourism: An international interdisciplinary journal, hrcak.srce.hr.

- Lew, Alan A.(۱۹۸۷). A FRAMEWORK OF TOURIST ATTRACTION RESEARCH, Annals of Tourism Research, Vol ۱۴.

- Lew. Alan A.(۱۹۸۵) Bringing Tourists to Town. Small Town ۱۶(۱). Eduard Kušen

- Maulina Firdaus. Nanda / Chahyati, Dina (۲۰۱۸), Tourist Attractions Classification using ResNet, Universitas Indonesia.

-Gartner, William (۱۹۹۶) Tourism Development, Principles, Processes and Politics, von Nostrand Reinhold

-Gunn, Clare. A (۲۰۰۲) Tourism planning, Routledge.

-Hudman, L. and R. Jackson (۱۹۹۲) Mormon Pilgrimage and Tourism, Annals of Tourism Research.

-Smith, Stephen L.J.(۱۹۹۵) Tourism Analysis, Second Edition, A handbook, Harlow, Longman.

- UNWTO, (۲۰۲۲) International Tourism Highlights, World Tourism Organization.