

# نقش گردشگری مذهبی در ایجاد همگرایی، پیوند و ارتقاء روابط فرهنگی کشورهای اسلامی

## (مطالعه موردی: مشهد مقدس)

ندا چاره ئی<sup>۱</sup>، هادی اعظمی<sup>۲\*</sup>، علی اکبر بیزه<sup>۳</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد [neda.charehei@yahoo.com](mailto:neda.charehei@yahoo.com)

۲- دانشیار جغرافیای سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد [aaazami@um.ac.ir](mailto:aaazami@um.ac.ir)

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد [aliakbar.bize1373@gmail.com](mailto:aliakbar.bize1373@gmail.com)

### چکیده:

گردشگری مذهبی یکی از قدیمی ترین و پررونق ترین گردشگری های گذشته و حال حاضر در سراسر جهان است. کشور ایران به دلیل برخورداری از تمدنی کهن و حضور پیروان ادیان مختلف دارای اماکن مذهبی بسیار متنوعی است و به تصدیق سازمان یونسکو، از نظر وجود آثار تاریخی و فرهنگی در میان ۱۰ کشور نخست جهان جای دارد و از منظر جاذبه های اکوتوریسمی و تنوع اقلیمی هم جزو ۵ کشور برتر دنیاست. مشهد جزو شهرهای مقدس جهان است که در پرتو جهان بینی پدید آمده و سرشت و شکل گیری فضایی و زندگی اجتماعی و اقتصادی خود را کاملاً تحت تاثیر عامل مذهبی- فرهنگی و گردشگری برخاسته از آن شکل داده است. این پژوهش با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی در پی پاسخ به این سوالات است که: ۱- تا چه میزان گردشگری مذهبی در ایجاد همگرایی، پیوند و ارتقاء روابط فرهنگی در میان کشورهای اسلامی می تواند مؤثر باشد؟ ۲- نقش شهر مذهبی مشهد تا چه میزان در ایجاد همگرایی، پیوند و ارتقاء روابط فرهنگی در میان کشورهای اسلامی می تواند مؤثر باشد؟ ۳- چگونه می توان با توسعه ی صنعت گردشگری مذهبی بین کشورهای اسلامی همگرایی و روابط فرهنگی را تقویت کرد؟ و با این فرضیات که گردشگری مذهبی می تواند در ایجاد همگرایی، پیوند و ارتقاء فرهنگی در میان کشورهای اسلامی مؤثر باشد و شهر مذهبی مشهد می تواند به عنوان یک کلانشهر مذهبی بین کشورهای اسلامی پیوند فرهنگی برقرار نماید، به دنبال ارائه ی پیشنهادات مطلوب و کاربردی است. نتایج پژوهش نشان می دهد ساختار و کارکرد کنونی گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر مشهد باید به گونه ای برنامه ریزی بشود که بین بخش ها و عناصر گردشگری ارتباط دوسویه برقرار شود و هریک از بخش های گردشگری شهر بصورت یکپارچه مشغول فعالیت بشوند.

واژه های کلیدی: گردشگری مذهبی، همگرایی، پیوند فرهنگی، کشورهای اسلامی

## مقدمه:

گردشگری مذهبی یکی از قدیمی ترین و پررونق ترین گردشگری های گذشته و حال حاضر در سراسر جهان است (آجیت، ۲۰۰۴: ۲) که قدمت آن به فرهنگ دینی می رسد. اگر نگاهی به تاریخ گذشته در زمینه سفرها و گردش های مذهبی داشته باشیم به گردش های مذهبی چون مراسم مقدس یونانیان باستان در معابد آپلون و...، سفرهای مصریان برای دیدار از فراعنه و... (دورانت، ۱۳۷۰: ۲۰۵)، ایرانیان باستان به معبد آناهیتا در کنگاور و... (کریستین سن، ۱۳۶۹: ۲۳۲) و نظایر آن بر می خوریم که هر یک 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 بازتولید آن است (مومنی، ۱۳۸۶: ۱۵)، 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 فرهنگی است. در بررسی سفرنامه ها و دیگر اسناد مربوط به سیر و سیاحت مسلمانان در زمین به کمتر موردی بر می خوریم که غرض اصلی جهانگرد مسلمان از سفر، پژوهش و تحقیق، آموختن دانش و درک محضر دانشمندان سرزمین های دیگر و زیارت نباشد (همایون، ۱۳۹۱: ۵۶). گردشگری مذهبی نقش عمده ای در زندگی اجتماعی کشورهای اسلامی ایفا می کند. گردشگری مذهبی علاوه بر جنبه های اقتصادی و مالی باعث ارتباط بیشتر با سایر جوامع اسلامی شده و تعامل بین الملل و فرهنگ هایی را که نقاط مشترکی دارند سبب می شود (فیض آبادی و وزیری محبوب، ۲۰۱۳۹۰).

## بیان مسئله:

در میان گردشگران مذهبی با دو گروه مواجه هستیم یکی زائران، کسانی که انگیزه آنها از مسافرت فقط انجام امور مذهبی است و زمان و مدت اقامت آنها تابع اوقات فراغت نیست و دیگری، گردشگران مذهبی که ضمن انجام زیارت و شرکت در مراسم مذهبی از مکان های دیگر گردشگری (اعم از مذهبی و غیرمذهبی) نیز دیدن می کنند و یا به عبارتی دیگر اهداف مسافرت آنها چند منظوره با اولویت زیارت است. با این وجود امروزه گردشگری مذهبی با همه اجزا 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 (NOLAN, ۱۹۸۹: ۱۱). و بر اساس برآوردها ۲۶ درصد از کل جریان های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است (ICEP, ۱۹۷۷: ۳۰). با مرور اجمالی تاریخ به جرأت میتوان اذعان داشت که همه کشورهای جهان، بویژه کشورهای اسلامی، با استعانت از آیات الهی (از جمله در سوره عنکبوت، آیه ۲۰ و سوره انعام، آیه ۱۱) و سیره پیامبران، برای شناخت جهان و اوضاع و احوال ملل به سیر و سفر سفارش شده اند. سیر و سفر و برقراری روابط فرهنگی از طریق گردشگری موجب می شود تکامل فرهنگی انسان از بعد مادی و معنوی توسعه یابد. خلاصه در کلیه آیین ها و کتب ادیان الهی، یکی از راه های مهم توسعه ی فرهنگی و هدایت و رستگاری انسان ها، سیر و سیاحت و پندآموزی از نشانه های خداوند است. ادیان بزرگ الهی، بویژه اسلام و مسیحیت که از ریشه ای واحد سرچشمه می گیرند، در طول تاریخ حیات خود، از طریق گردشگری همواره به یکدیگر کمک کرده اند و زمینه های مساعد نوآوری و شکوفایی فرهنگی را برای پیشرفت و گسترش خود مهیا ساخته اند. یکی از مهمترین عوامل این همگرایی ها و پیوند های فرهنگی را می توان در سیاست گذاری و برنامه ریزی مناسب گردشگری جست و جو کرد.

کشور ایران به دلیل برخورداری از تمدنی کهن و حضور پیروان ادیان مختلف دارای اماکن مذهبی بسیار متنوعی است و به تصدیق سازمان یونسکو، از نظر وجود آثار تاریخی و فرهنگی در میان ۱۰ کشور نخست جهان جای دارد و از منظر جاذبه های اکوتوریسمی و تنوع اقلیمی هم جزو ۵ کشور برتر دنیاست. بر اساس آمارهای موجود از مجموع نزدیک به ۹ هزار مکان مذهبی در نقاط مختلف کشور، ۵ هزار و ۸۰۰ بقعه متبرکه به عنوان آرامگاه های امامزادگان ثبت شده، ۱۲۰۰ بقعه در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده و بیش از ۳ هزار مکان مذهبی مقدس ثبت شده شامل حسینیه ها، مساجد، مدارس مذهبی و حوزه علمیه، کلیسا، کنیسه، آتشگاه و نیایشگاه شناسایی شده است (سلطان مرادی، ۱۳۹۰: ۱۴) که برای جذب گردشگر از اهمیت بالایی برخوردارند. به هر حال پیدایش، حیات، شکل گیری رشد و توسعه شهرهای مذهبی (از جمله مشهد و...) محصول ارتباط متقابل و پیامدهای فضایی جهان بینی با محیط است به عبارت دیگر بررسی سیر تکوینی و سیمای چشم انداز فرهنگی شهر مشهد با توجه به تعامل و ارتباط متقابل بین شهر با مضمون مذهبی و محیط طبیعی آن شکل گرفته است از این رو ترکیب نگرش تکوینی ساختاری کارکردی در چارچوب نگرش سیستمی در شناخت بافت پویایی شهر امکان عمیق شهر را فراهم می آورد (مومنی، ۱۳۷۷: ۲۳). بدین ترتیب مشهد جزو شهرهای مقدس جهان (جغرافیای زائران) است که در پرتو جهان بینی پدید آمده و سرشت و شکل گیری فضایی و زندگی اجتماعی و اقتصادی خود را کاملاً تحت تاثیر عامل مذهبی - فرهنگی و گردشگری برخاسته از آن شکل داده است. در واقع مشهد پس از شهادت حضرت رضا (ع) امام هشتم شیعیان دوازده امامی در سال ۲۰۲ یا ۲۰۳ هجری قمری و به خاکسپاری آن حضرت در قریه سناباد مابین شهرهای قدیمی نوغان و تابران از ولایت توس (یعقوبی، ۱۳۴۳: ۸۳)، بر اثر نقش و کارکرد زیارتی به مرور زمان بزرگ شده به طوری که در اوایل قرن چهارم هجری قمری متصل به شهر نوغان گردیده و سپس در اواخر قرن چهارم (ه.ق) به یکی از شهرهای مهم (مشهد الرضا) معروف شده است (اصطخری، ۱۳۴۰: ۲۰۵).

این پژوهش به دنبال تشریح نقش گردشگری مذهبی در ایجاد همگرایی، پیوند و ارتقاء روابط فرهنگی کشورهای اسلامی (مطالعه موردی: مشهد) است و این مهم را با برنامه ریزی مبتنی بر روش های گوناگون و پیشرفته و مدرن گردشگری برای توسعه ی همگرایی و ارتقا فرهنگی کشورهای اسلامی دنبال می کند و همچنین به دنبال دستیابی به راهکارهای توسعه ی گردشگری مذهبی و آثار آن در همگرایی، پیوند و ارتقاء روابط فرهنگی کشورهای اسلامی است و اینکه چگونه و از چه طریقی گردشگری به این هدف مهم دست پیدا می کند.

## سوالات تحقیق:

- ۱- تا چه میزان گردشگری مذهبی در ایجاد همگرایی، پیوند و ارتقاء روابط فرهنگی در میان کشورهای اسلامی می تواند مؤثر باشد؟
- ۲- نقش شهر مذهبی مشهد تا چه میزان در ایجاد همگرایی، پیوند و ارتقاء روابط فرهنگی در میان کشورهای اسلامی می تواند مؤثر باشد؟
- ۳- چگونه می توان با توسعه ی صنعت گردشگری مذهبی بین کشورهای اسلامی همگرایی و ارتقاء روابط فرهنگی ایجاد کرد؟

## فرضیات تحقیق:

۱- به نظر می رسد گردشگری مذهبی در ایجاد همگرایی، پیوند و ارتقاء روابط فرهنگی در میان کشورهای اسلامی می تواند مؤثر باشد.

۲- به نظر می رسد شهر مذهبی مشهد می تواند به عنوان یک کلانشهر مذهبی بین کشورهای اسلامی پیوند فرهنگی برقرار نماید.

۳- با توسعه ی صنعت گردشگری مذهبی بین کشورهای اسلامی در قالب توافقنامه های فیما بین، برگزاری نمایشگاه های مشترک گردشگری مذهبی، برگزاری همایش ها و هم اندیشی های مشترک و برقراری تورهای زیارتی و ... می توان نسبت به همگرایی و ارتقاء روابط فرهنگی بین کشورهای اسلامی اقدام نمود.

## روش تحقیق:

در این پژوهش با استفاده از روش های توصیفی - تحلیلی، نقش گردشگری مذهبی در ایجاد همگرایی، پیوند و ارتقاء روابط فرهنگی کشورهای اسلامی (مطالعه موردی: مشهد) بررسی می شود. در واقع اطلاعات بدست آمده به کمک روش کتابخانه ای، اسنادی، اینترنت و... بصورت توصیفی و کیفی تجزیه و تحلیل می شود.

## ضرورت انجام تحقیق:

شهر مشهد در سده ی گذشته در پی تحولات ساختاری، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و اقدامات عمرانی دوران پهلوی تأسیسات، امکانات اقتصادی-رفاهی نسبتاً زیادی در آن تجمع یافت و زمینه های قطبی شدن آن فراهم گردید؛ تا اینکه پس از انقلاب اسلامی با توجه به پیوند و رابطه ی عاطفی که میان حاکمیت مذهبی کشور با آستان قدس رضوی و گردشگری مذهبی- فرهنگی ایجاد شد و نیز سایر عوامل درون زا (مرکز استان خراسان، برخورداری نسبی از توان های محیطی و...) و برون زا (جنگ تحمیلی، جنگ داخلی افغانستان، ناامنی در شهرهای زیارتی بین النهرین مانند کربلا و نجف و...)، شهر مشهد جایگاهی ممتاز در سطح بین المللی بدست آورده است بطوریکه تعداد جمعیت شهر مشهد از سال ۱۳۵۵ (قبل از انقلاب اسلامی) نسبت به سال ۱۳۸۵ به تعداد ۲۴۲۷۳۱۶ نفر ([www.sci.org](http://www.sci.org)) با نرخ رشد ۴/۴ درصد و نیز تعداد گردشگران آن طی سال های مذکور از ۶۲۷۷۲۰۳ نفر به تعداد ۳۳۵۰۲۶۸۶ نفر (تعداد ۳۲۸۰۸۲۱۳ نفر گردشگر داخلی و ۶۹۴۴۷۳ نفر گردشگر خارجی) با نرخ ۵/۷۴ درصد افزایش یافته است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۵) و از اثرات مثبت اقتصاد، اجتماعی، فرهنگی و گردشگری بهره مند شده است. البته از طرفی دیگر شهر مشهد در دهه های اخیر دچار ناپایداری های مختلف زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی از جمله اسکان غیر رسمی، مشکل آب شرب، آلودگی هوا، بزهکاری و ... شده است که در این راستا ضرورت ایجاد مدیریت یکپارچه از جمله راهکارهای موجود، برای دستیابی به توسعه ی پایدار شهر و منطقه است.

جدول ۱: مقایسه‌ی تعداد جمعیت و گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد در سال ۱۳۵۵ و ۱۳۸۵

سال	تعداد جمعیت ثابت		تعداد زائران و گردشگران (داخلی و خارجی)	
	تعداد	رشد	تعداد	رشد
۱۳۵۵	۶۶۷۷۷۰ <sup>۱</sup>	۴/۴	۶۲۷۷۲۰ <sup>۳</sup>	۵/۷۴
۱۳۸۵	۲۴۲۷۳۱۶ <sup>۲</sup>		۳۳۵۰۲۶۸۶ <sup>۴</sup>	

مأخذ: ۱- مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهرستان مشهد ۱۳۵۵ / ۲- [www.sci.org](http://www.sci.org)  
 ۳- سازمان ایرانگردی و جهانگردی خراسان، ج ۱، ۱۳۸۲: ۴/ ۴۲۱. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۶.

بارگاه مطهر حضرت رضا (ع) یکی از جذاب ترین مکان های زیارتی است که جامع ترین، ارزشمند ترین و زیباترین مجموعه های معماری (ضریح، گنبد، مناره‌ها، مساجد، ایوان ها، کتابخانه ها، موزه ها و...) جهان اسلام به شمار می آید ([www.aqrazavi.org](http://www.aqrazavi.org)). این جاذبه به جهت اهمیت و نقش مذهبی- زیارتی خود ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر و منطقه مشهد را تحت تأثیر کامل خود دارد. با این حال مشهد علاوه بر جاذبه های بنیادین خود دارای جاذبه‌های گردشگری منحصر به فرد و متنوع با کارکردهای مختلفی است و چنان که هر یک از آنها در فرآیند برنامه ریزی گردشگری قرار گیرند، می‌توانند اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و اکولوژیکی فراوانی را برای شهر، منطقه و کشور (مانند افزایش اشتغال، درآمد پایدار اقتصادی، پخشایش گردشگران مذهبی- فرهنگی در سطح منطقه و افزایش ظرفیت پذیرش شهر و...) به همراه داشته باشد.

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 خشتی، گنبد سبزه، مقبره پیر پالاندوز و...
مذهبی- فرهنگی	امامزاده یحیی، خواجه‌مراد، خواجه اباصلت، امامزادگان یاسر و ناصر و...
فرهنگی- تاریخی	مسجد شاه (هفتاد و دو تن) و حمام شاه، مصلای مشهد، آرامگاه و موزه نادری، مصلای طریقی، شهر نوس، 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 طریقی، پارک جنگلی وکیل آباد و...
طبیعی- تفریحی	منطقه نمونه گردشگری بین‌المللی طرقله و شان‌دیز، محور ابرده - زشک، جاغرق، محور نقندر- کنگ، ازغد، سد کارده، سد چالی دره، سد طریقی و...
تجاری	بازار رضا، نمایشگاه بین‌المللی، مجموعه سپاد و...
سایر (درمانی، ورزشی و...)	چشمه‌گراب، مجتمع تامن و...

## مبانی نظری:

### گردشگری مذهبی:

کلمه توریست (گردشگر) و توریسم (گردشگری) اولین بار به صورت رسمی در سال ۱۹۳۷ توسط اتحادیه ملل استفاده شد ولی صنعت توریسم بسیار قدیمی تر از آن است. در جهان امروز گردشگری به عنوان راهی جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع، مورد توجه اکثر کشورها به خصوص کشورهای جهان سوم قرار گرفته است.

گردشگری مذهبی در زمره قدیمی ترین و پر رونق ترین گردشگری های گذشته و حال سراسر جهان قرار دارد (آجیت، ۲۰۰۴: ۲) که دشواری های اقلیمی یا بدی آب و هوا نیز مانع آن نمی شود (منشی زاده، ۱۳۸۴: ۱۳۹). در تعریفی از گردشگری مذهبی آمده: توریسم مذهبی عبارتند از بازدید گردشگران (با تعریف ویژه جهانگردی) از اماکن مقدس نظیر زیارتگاه ها، مقابر امامزادگان و نظایر آن ها. توریست مذهبی گردشگران فرهنگی هستند که برای زیارت اماکن، آثار، یادمان های مذهبی، انجام اعمال مذهبی و دینی، ترویج و آموزش و گذران اوقات فراغت در مکان ها و مراکز مذهبی جهان سفر می کنند (رحیم پور، ۱۳۷۹: ۱۴). گردشگری مذهبی تمامی مذاهب و ادیان را شامل می شود. گردشگران مذهبی ممکن است بارها به زیارت اماکن مقدس بروند و یکبار رفتن به این اماکن، آن ها را از مراجعه مکرر منصرف نمی کند (فیض آبادی و وزیری محبوب، ۱۳۹۰: ۲). گردشگری دینی و گردشگری مذهبی اکثر مواقع یکسان گرفته می شوند ولی با توجه به تعاریف هر کدام می توان گفت که گردشگری دینی بخشی از گردشگری مذهبی محسوب می شود. گردشگری دینی ویژه کسانی است که برای مقصد ارزش دینی و معنوی قائل اند. سفر حج از مثال های بارز این نوع گردشگری است (همایون، ۱۳۹۱: ۱۰۴). گردشگری مذهبی نیز انواع گوناگونی دارد: گردشگری زیارتی، گردشگری معماری اسلامی، گردشگری حلال، گردشگری طبی اسلامی، گردشگری متدبرانه.

### گردشگری مذهبی در بررسی های قرآنی و روایی:

قرآن که برای هدایت بشر نازل شده است بر آیه های بسیار بر سیر و سفر تأکید داشته و در خطاب های مختلف از انسان دعوت می کند به مسافرت و زمین گردی بپردازند (رحیم پور و سیدحسینی، ۱۳۷۹: ۱۳). قرآن کریم با بکارگیری واژه سیر در شکل های مختلف دستور به گردشگری می دهد یا به طور مستقیم (سوره عنکبوت آیه ۲۰، سوره روم آیه ۴۲، سوره نحل آیه ۳۶، سوره نمل آیه ۶۹، سوره انعام آیه ۱۱ و سوره آل عمران آیه ۱۳۷) و یا به گونه ای استفهام و غیر مستقیم (سوره یوسف آیه ۱۰۹، سوره روم آیه ۹، سوره فاطر آیه ۴۴، سوره غافر آیه ۲۱ و سوره محمد آیه ۱۰). اهداف و منافع که قرآن از گردشگری بیان می دارد عبارتند از: دیدن آثار گذشتگان و عبرت آموزی و پندگیری، مسئله سپاس گزاری، خداشناسی، برای آگاهی از چگونگی آفرینش، برای خرد ورزی در مسائل و آگاهی از وضعیت گذشتگان، برای آگاهی از سنت های گذشتگان که بیانیه ای برای مردم و سنت هدایت است، برخورداری تجاری و بازرگانی از سیر و سیاحت و گردش سرمایه و اقتصاد پویا و زنده، انتقال فرهنگی و علم و تمدن (آشنایی با اقوام و تنوع های فرهنگی و زبانی و تمدنی دیگران، انتقال زبان، فرهنگ، تمدن و علوم خود را به دیگری و بهره مندی از علوم آن ها و انتقال به قوم و منطقه خود).

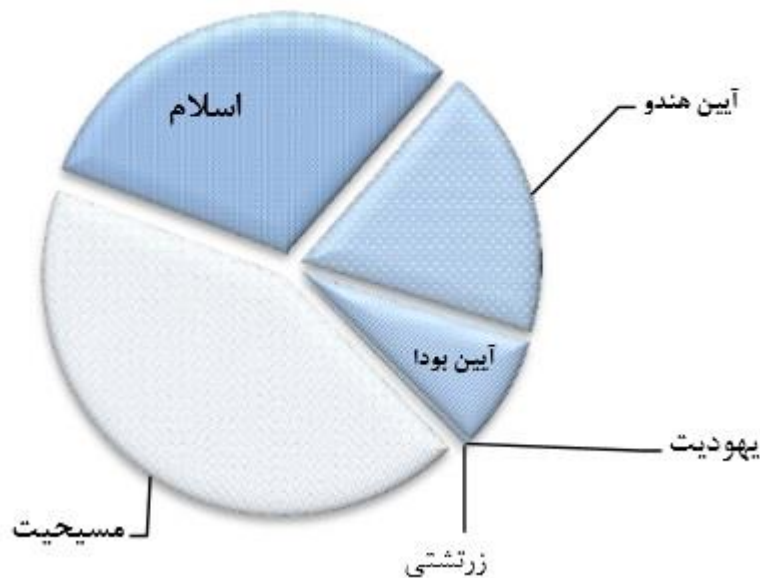
از سوی دیگر معصومین علیهم السلام هم سیر و سفر را بسیار مورد تأکید قرار داده و به فواید گوناگون مسافرت اشاره کرده اند از آن جمله می توان از تحصیل سلامتی و نشاط جسم و روح، دانش اندوزی و کسب علم، آشنایی با بزرگان و آداب و اخلاق اجتماعی سایر ملت ها، پندگیری و عبرت آموزی، از بین رفتن غم ها و رنج ها، تأمین معیشت و کسب شغل، تفکر در نعمات الهی، تفریحات سالم و گذراندن اوقات فراغت یاد کرد (تنکابنی، ۱۳۷۷: ۱۴۶).

## گردشگری مذهبی در کشورهای اسلامی:

آنچه امروز از آن به عنوان گردشگری مذهبی یاد می شود، سابقه ای به وسعت تاریخ ادیان الهی دارد، از دینداران مسیحی و یهودی گرفته که برای زیارت اماکن مذهبی شان مسافت های زیادی را سفر میکردند، تا مسلمانان صدراسلام که هرساله برای زیارت خانه خدا، سواره و پیاده راهی مکه مکرمه می شدند، همگی بدون اینکه متوجه باشند جزو اولین گردشگران مذهبی دنیا بوده اند. این در حالی است که با توسعه ی دینداری بین پیروان ادیان مختلف در گذر زمان و توسعه اماکن مقدس مذهبی در سراسر جهان، زیارت این اماکن هرساله در بین پیروان ادیان مختلف توسعه پیدا کرده و آنقدر به میزان زائران اضافه شده که بازار این سفرها به یک صنعت با میلیاردها دلار درآمد تبدیل شده است.

ادیان و مذاهب گوناگون و بسیاری در جهان وجود دارد ولی بر اساس تعداد جمعیت پیروان آن ها می توان گفت ۶ دین اصلی در جهان وجود دارد: مسیحیت، اسلام، آیین بودا، آیین هندو، یهودیت و زرتشت(امین، ۲۰۱۳:۱۰). در حال حاضر ۵۵ کشور جهان را کشورهای اسلامی تشکیل می دهند که بیشتر آن ها در خاورمیانه و قاره آفریقا قرار دارند(احمدیان و همکاران: ۱۳۹۱:۴). این در حالی است که عمده کشورهای اسلامی نظیر مصر، ایران، لبنان، مالزی، تونس، اندونزی و مراکش در ردیف سرزمین های پرجاذبه هستند و جاذبه های مورد توجه گردشگران را دارند(دفتر مطالعات اقتصادی وزارت بازرگانی، ۱۳۸۸:۹). سازمان جهانی گردشگری در گزارش سالانه خود از آخرین آمار و ارقام به ثبت رسیده این صنعت در سال ۲۰۱۳، کشورهای عربستان، مصر و مراکش را در رتبه های نخست در جذب گردشگر خارجی در میان کشورهای عربی منطقه معرفی کرد. تعداد کل گردشگران خارجی منطقه خاورمیانه نیز در سال ۲۰۱۲، ۵۲ میلیون نفر گزارش شد که حاکی از کاهش ۵ درصدی گردشگران به دلیل تنش ها و آشوب های منطقه است.

### شکل ۱- ادیان جهان با بیشترین پیروان



## گردشگری مذهبی در ایران:

در ایران، اسلام دین اکثر افراد را شامل می‌شود. ایران سرزمینی با گستره جغرافیایی وسیع، تنوع آب و هوایی و شرایط اکوسیستمی متفاوت، تنوع قومی و فرهنگی غنی، کشوری با ۳۱ استان و جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری است. متأسفانه علی‌رغم استعدادها و توانایی‌های زیاد هنوز برای خود مردم ایران ناشناخته مانده است. مذهب نقش مهم و برجسته‌ای در شکل‌گیری بسیاری از شهرهای ایران داشته است. به‌طور مثال: مشهد، قم، ری، شیراز، قزوین، نطنز، شاهرود، شوش، بسطام، لاهیجان، آمل، اردبیل، گنبدکاووس، ماهان. در این شهرها قابلیت‌های فراوانی برای جذب گردشگران مذهبی وجود دارد. براساس اسناد معتبر تاریخی حدود ۳۳ مقبره پیامبران در ایران وجود دارد. ایران در طول تاریخ به دلیل داشتن اقتدار منطقه‌ای و نیز اعتقادات دینی همواره پذیرای ادیان و پیامبران الهی بوده است. از آرامگاه‌های پیامبران در ایران می‌توان: آرامگاه دانیال نبی، حقیوق نبی، قیدار نبی، اشموبیل، حضرت یوشع، حضرت خالد بن سنان عسبی، شعیب نبی، حضرت حجی، حضرت مردخای، حضرت قادر، حضرت روبیل، حضرت سلام، سلوم، سهولی و القیا را نام برد. علاوه بر مقبره انبیاء الهی بارگاه امام هشتم (ع) (که دارای ارزش جهانی است و هرساله میلیون‌ها مسلمان از کشورهای مختلف دنیا بخاطر زیارتش به سوی ایران روانه می‌شوند) و بارگاه امامزادگان بسیاری در سراسر ایران قرار دارد. همچنین ایران با تاریخ چند هزارساله اش همواره خاستگاه بزرگان علم و هنر بوده و در دامن خود اندیشمندان و نامدارانی پرورش داده که نه تنها از مفاخر و مشاهیر ایرانی به شمار می‌آیند، بلکه شهرت جهانی داشته‌اند و جهان را تحت تأثیر علوم و توانایی‌های خود قرار داده‌اند. این نامداران و بزرگان هرچند اینک در میان ما نیستند ولی همچنان خدمات ارزشمند و تأثیر کلامشان محسوس است مانند: حافظ و سعدی. همچنین مساجد و آئین‌های مذهبی تاریخی و سنتی بسیاری (بطور مثال مراسم قالیشویی در مشهد اردهاال) در سراسر این سرزمین وجود دارد که هر کدام خود به تنهایی جاذبه‌ی قوی جهت جلب گردشگر از سراسر ایران و جهان است. یکی دیگر از فرصت‌های مغتنم در عرصه جذب گردشگر مذهبی به ایران ماه مبارک رمضان است. یکی از آداب و رسوم مرتبط با این ماه نمایشگاه بین‌المللی قرآن کریم است که همزمان با این ماه پرفیض برگزار می‌شود. نمایشگاهی که می‌تواند هزاران مسلمان را از سراسر دنیا به ایران جذب کند (برگرفته از وبلاگ ایرانی اسلامی).

## فرهنگ:

واژه فرهنگ، واژه‌ای است فارسی و مرکب از دو جزء «فر» و «هنگ». «فر» پیشوند و به معنی جلو، بالا، جلال، شکوه و پیش‌بردن است. «هنگ» از ریشه‌ی اوستایی «ئنگ» به معنی کشیدن، قصد و آهنگ است. این واژه مرکب از نظر لغوی به معنی پرورش دادن، بیرون کشیدن و پروراندن است. ولی در ادبیات فارسی هیچ‌گاه به مفهومی نیامده است که برخاسته از ریشه‌ی کلمه باشد (روح‌الامینی، ۱۳۶۸: ۱۱).

واژه فرهنگ در زبان‌های اروپایی (انگلیسی، فرانسوی و آلمانی) Kultur و Culture است. واژه Cultural از ریشه لاتینی Colure و به معنای مسکن‌گزیدن، کشت کردن، حراست کردن و پرورش دادن است (پهلوان، ۱۳۷۸: ۳).

فرهنگ عبارت است از مجموعه‌ی ساخت‌ها و اندوخته‌های معنوی و مادی قوم یا ملتی خاص در طول تاریخ (شریعتی، ۱۳۵۹: ۱۴).



دیدگاه های مختلف تعاریف گوناگونی از فرهنگ مطرح کرده اند. یکی از تعاریفی که در «کنفرانس سیاست های فرهنگی در جهان»، در سال ۱۹۸۲، از طرف یونسکو در مکزیک مطرح شد این بود: «فرهنگ به مجموعه ی پیچیده ای از خصوصیات رفتاری، فکری، مادی و غیرمادی اطلاق می شود که شاخص یک جامعه یا گروه اجتماعی است و این نه فقط هنرها و آثار ادبی، بلکه اشکال زندگی، نوع ساخت و ساز، حقوق و قوانین، نظام های ارزشی و اعتقادات را در برمی گیرد(پناهی، ۱۳۷۵:۹۲).

فرهنگ پدیده ای اجتماعی با کارکرد ها و قابلیت هایی برای حفظ و بازتولید نظام اجتماعی است. حیات یک فرهنگ در نظام اجتماعی نیز تا حد زیادی به کارکرد های آن در تأمین نیازهای نظام اجتماعی برمی گردد. فرهنگ برای آنکه به حاشیه رانده نشود و راه توسعه و تکامل پویا، چاره ای ندارد جز اینکه به تولید و بازتولید ارزش ها و هنجارهای فرهنگی خود بپردازد و از این طریق به احیا و توسعه ی الگوهای فرهنگی کمک کند. یکی از راه های توسعه و تکامل تعاملات فرهنگی، توسعه ی گردشگری است.

### گردشگری و همگرایی فرهنگی:

دو دیدگاه غالب در تعامل فرهنگی و گردشگری بین المللی عبارتند از:

۱- گروهی معتقدند رشد و توسعه گردشگری و تبدیل آن به یک صنعت سازمان یافته، فرهنگ انسان ها را از بعد معنوی و مادی توسعه می دهد. برای نمونه توسعه صنایع و فعالیت های خدماتی، نظیر فنون بازاریابی تخصصی، خدمات پروازی و حمل و نقل، به ویژه رشد و توسعه صنایع کوچک را به دنبال خواهد داشت. هم چنین رشد و توسعه ی گردشگری به کاهش تضادها و افزایش نوآوری و شکوفایی جوامع می انجامد. گردشگری به درک بیشتر فرهنگ های متنوع جهان و توسعه ی فرهنگی کمک می کند. براساس این دیدگاه توسعه گردشگری راهی است به سوی تبادل و تعامل فرهنگی و ارتباط بین اقوام و ملل گوناگون که امکان توسعه فرهنگی و شکوفایی اقتصادی و اجتماعی را فراهم می سازد(سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۷:۳۴۰).

۲- در مقابل، مخالفین این گروه معتقدند که با ورود گردشگران، چالش های فرهنگی افزایش می یابد. آنان بر این باورند که گردشگر در زمان مسافرت و گذراندن تعطیلات خود انتظار آسایش بیشتری از جامعه میزبان دارد و در نتیجه پیامدهای مخرب اجتماعی و فرهنگی بر جامعه ی میزبان به جای می گذارد، از جمله عامل هم شکل سازی می شود و مقدسات و ارزش ها و باورهای جوامع را به ابتدال می کشد.

راتز تامارا، در سال ۲۰۰۲، در پژوهشی در این مورد مهم ترین اثر تعامل فرهنگی گردشگران و جامعه میزبان را تقلید ساکنین محلی از رفتار گردشگران دانست. از پیامدهای این تقلید رفتاری می توان به تغییر در کاربرد زبان، لباس و فرهنگ و یا کمک به فزونی ناهنجاری های اجتماعی از جمله: فحشا و قمار و تغییرات اشکال مادی و غیرمادی فرهنگ محلی اشاره کرد( Tamara, ۲۰۰۲:۱۹).

### یافته های تحقیق:

آثار و بهره های گردشگری مذهبی:

امروزه برخلاف دهه ۱۹۶۰ میلادی که یکسره بر آثار مثبت گردشگری تأکید می شد، از وجود آثار مثبت و منفی در توسعه جهانگردی سخن گفته میشود. گردشگری در محیطی صورت می گیرد که متشکل از انسان و ویژگی های طبیعی است. محیط انسانی متشکل از عوامل و فرایندهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. گردشگری مذهبی به عنوان یکی از راهکارهای بسط توسعه و تبادل فرهنگی و تعامل اجتماعی میان اقوام و ملت ها امروزه آثار و برکات زیادی را برای هر جامعه ای می تواند داشته باشد که با برنامه ریزی صحیح باید آثار مثبت آن تقویت و عواقب و از پیامدهای منفی آن با ارائه تمهیدات و برنامه های متنوع فرهنگی و اجتماعی به صورت مداوم و مستمر جلوگیری نمود. در این بخش تلاش داریم به اختصار به آثار مهم گردشگری مذهبی بپردازیم:

جدول ۳: آثار اقتصادی گردشگری

جنبه های منفی	جنبه های مثبت	اثر اقتصادی
<p>تورم، افزایش عمومی قیمت ها اشتغال فصلی و بیکاری افزایش قیمت زمین و تغییر کاربری زمین در منطقه توسعه بخش خدمات و تحلیل تولید کالایی توسعه نامتعادل منطقه</p>	<p>افزایش درآمد (ارزی و ریالی) (که منجر به رونق نظام مالیاتی شود) ایجاد فرصت های شغلی (بخصوص برای افراد بومی و یا در مناطق دور افتاده و محروم) رونق صنایع دستی تحرك سرمایه مالی (و جذب سرمایه های راکد و پس انداز افراد محلی) جلب سرمایه خارجی بهبودی و توسعه تاسیسات زیربنایی توسعه صادرات غیرنفتی به کارگیری توان های موجود محلی توسعه منطقه ای و اشتغال در فعالیتهای دیگر که در ارتباط با گردشگری است همچون کارهای ساختمانی، تعمیرات، کرایه دادن اتومبیل، دستفروشی و ... اشتغال زنان و محصلین به صورت پاره وقت</p>	

جدول ۴: آثار فرهنگی اجتماعی و محیطی گردشگری

جذب‌های مثبت	جذب‌های منفی	اثر فرهنگی اجتماعی و محیطی
<p>تعامل فرهنگی و گسترش تبادلات فرهنگی (چنین اثری در کاهش تنش‌های سیاسی و اجتماعی، پیدائوری‌ها و نزدیک تر شدن افکار و اعتقادات دو فرهنگ (میزبان - میهمان) بسیار موثر است)</p> <p>جلای روح و جان و آرامش روانی</p> <p>افزایش امکانات تفریحی و سرگرمی</p> <p>بهبود کیفیت خدمات اجتماعی</p> <p>بهبود درک و تصویر در مورد فرهنگ‌ها و جوامع دیگر</p> <p>تسهیل در ملاقات یا جهانگردان</p> <p>حفاظت از وجهه فرهنگی جامعه میزبان</p> <p>الفاه احساس اقتخار از داشته‌های فرهنگی خودی</p> <p>احساس میاهات و اقتخار جامعه محلی و</p>	<p>ناسازگاری یا ارزش‌های مردمی</p> <p>الفاه حس عقب ماندگی فرهنگی، مالی به ساکنین</p> <p>ایجاد فرهنگ محلی غلط (از دست رفتن اصالت فرهنگی جوامع محلی و تقلید از الگوهای رقتاری و پوشاکی گردشگران)</p> <p>از دست رفتن آسایش مردم محلی به دلیل انبوه شدن بیش از حد جمعیت گردشگران به ویژه در قصول و زمان اوج استفاده گردشگران از منطقه</p> <p>ساخت وساز اماکن و تسهیلات گردشگری یا مصالح و معماری نا مناسب و ناهمگون یا یاقت سنتی منطقه</p> <p>تخریب منابع طبیعی</p> <p>تخریب ایستگاه‌های حیات وحش و پوشش گیاهی</p>	
<p>تقویت منش فرهنگی و افزایش حس اعتماد و احترام به گردشگران و زائران</p> <p>حفاظت از منابع طبیعی</p> <p>ایجاد مناطق حفاظت شده و پارکهای ملی و بهسازی محیط زیست و چشم اندازهای طبیعی</p> <p>آگاهی مردم نسبت به ارزش ثروت طبیعی</p> <p>کمک به یاسداشت و حفظ میراث فرهنگی یا</p> <p>یرنامه ریزی درست</p>	<p>آلودگی آب و هوا و صوتی و ...</p> <p>تخریب یادمان‌های یاستانی</p> <p>جلوگیری از کالایی شدن فرهنگ معنوی که یا رشد منفی اقتصادی و درآمدهای نامشروع و غیرعقلانی و تخریب آثار معنوی و جلای عرقانی در بین جامعه گردشگر همراه است</p>	

#### امکانات و محدودیت های گردشگری در کشورهای اسلامی:

وجود اسلام و فرهنگ اسلامی در کشورهای مسلمان باعث وضع پاره ای از قوانین و مقررات خاص در این کشورها در زمینه های مختلف از جمله گردشگر و گردشگری و صنعت توریسم شده است. قوانین اسلامی و مسلمان بودن پاره ای از کشورها هم می تواند نقاط مثبتی داشته باشد که باعث تعالی و رشد این صنعت در کشورهای مربوطه شود.

#### امکانات توسعه:

از جمله امکاناتی که به سبب مسلمان بودن کشورها در راستای گسترش صنعت توریسم می توان به آن اشاره کرد:

- ۱) تربیت اسلامی و قواعد مربوط به رعایت بهداشت
- ۲) اسلام و نقش آن در ایجاد امنیت اجتماعی
- ۳) فرهنگ اسلامی و تأکید بر مهمان نوازی
- ۴) فرهنگ اسلامی و تأثیر بر تبادل فرهنگی و تعامل صلح آمیز

- (۵) اماکن مذهبی و جذب توریست مسلمان و غیرمسلمان
- (۶) تناسب فضاها و امکانات گردشگری در کشورهای اسلامی با فرهنگ مسلمانان سایر ملل به خصوص زنان مسلمان

#### محدودیت های توسعه:

- (۱) قوانین اسلامی در بعضی کشورها و ایجاد محدودیت در تأمین ذائقه غذایی برخی از گردشگران غیر مسلمان
- (۲) قوانین اسلامی در بعضی کشورها و ایجاد محدودیت در تأمین خدمات تفریحی برخی از گردشگران غیر مسلمان
- (۳) قوانین اسلامی در بعضی کشورها و ایجاد محدودیت در تأمین نوع پوشش گردشگران به خصوص زنان غیرمسلمان
- (۴) عدم وجود تعامل بین کشورهای اسلامی در جهت توسعه صنعت توریسم
- (۵) ناکافی بودن تبلیغات در راستای توسعه توریسم در کشورهای اسلامی (نجار وظیفه دان، ۱۳۸۹: ۱۰).

#### عوامل مؤثر بر گردشگری مذهبی در ایران:

عوامل متعددی بر گردشگری مذهبی و رونق و رکود آن در ایران و کشورهای اسلامی مؤثر هستند که می توان به دو دسته ی اصلی تقسیم کرد: عوامل مثبت یا پیش برنده، عوامل منفی یا بازدارنده. که با برنامه ریزی های صحیح می توان تمام عوامل بازدارنده را نیز به عوامل پیش برنده تبدیل کرد که با همکاری دولت، سازمان گردشگری و مردم در آینده ای نزدیک به واقعیت خواهد رسید.

#### عوامل مثبت (پیش برنده):

- ۱- آیین ها و مراسمات سنتی بسیار و جذاب در مناطق مختلف ایران مانند: جشن نوروز، جشن های میلاد چهارده معصوم، مراسم های ماه محرم و عزاداری برای امام حسین (ع) و...
- ۲- اقامتگاه ها: جاذبه های مذهبی، زیارتگاه ها، اماکن مقدس هر ساله تعداد زیادی گردشگر مذهبی را به سوی خود جذب می کنند.
- ۳- مکان های مقدس اسلامی: صرف نظراز ویژگی های معنوی که دارند نمایشگاهی از هنر و نمادی از تمدن و فرهنگ اسلامی هستند که به طور معمول گردشگران غیرمسلمان را نیز به خود جذب می کنند.
- ۴- سرو غذای حلال: و توجه به اوقات شرعی و نماز، قرار دادن قرآن در اتاق ها و پخش برنامه های مذهبی در طول سفر و....

#### عوامل منفی (بازدارنده):

۱- تبلیغات و اطلاع رسانی به موقع و صحیح: بحث اطلاع رسانی به طور کل در جهان اسلام و میان کشورهای اسلامی و برای جهانیان بسیار ضعیف است. و لذا تا کنون اطلاع رسانی دقیق و صحیح از برنامه ها و مراکز و آیین های مذهبی گردشگری ایران انجام نشده است. در این حوزه ما رسانه هایی چون العالم، کوثر، جام جم و سحر را داریم که متأسفانه این رسانه ها نیز در بحث اطلاع رسانی تا به حال نتوانسته اند به طور شایسته عمل کنند.

۲- عدم امکانات رفاهی مناسب و عدم رسیدگی و حفظ امکانات رفاهی موجود: هر گردشگر در وهله اول خواهان مکانی مناسب، راحت، مطابق با استانداردهای بین‌المللی و به صرفه است. از این رو داشتن امکانات مناسب اقامتی یکی از بسترهای جذب گردشگر محسوب می‌شود.

۳- هزینه سفر: آنچه که امروزه مقصد، مدت و نوع مسافرت را تعیین می‌کند هماهنگی هزینه سفر با اقتصاد خانواده‌ها است. از این رو اغلب کشورهای گردشگر پذیر تلاش می‌کنند با دادن تخفیف‌هایی در هزینه ترابری، اقامتی، پذیرایی و بازدید از اماکن دیدنی مسیر گردشگران بیشتری را به سمت خود تغییر دهند.

۴- توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل: وجود وسائل حمل و نقل ایمن، راحت و پیشرفته در بخش‌های زمینی، دریایی و هوایی و همچنین توسعه و تجهیز آزادراه‌ها و بزرگراه‌ها و فراهم کردن زمینه مسافرت گردشگران به اقصی نقاط کشور از محرک‌های ایجاد انگیزه سفر در مردم و تقسیم درآمدهای ناشی از صنعت گردشگری بین استان‌های مختلف است.

۵- کمبود راهنمایان تور آموزش دیده برای راهنمایی گردشگران مذهبی: قبل از انقلاب راهنمایان مناسبی برای گردشگر نبود، بعد از انقلاب این مانع تا حدودی برطرف شد اما هنوز برای بهبود جای کار و برنامه ریزی است.

۶- بودجه سازمان گردشگری: از مهم‌ترین عوامل بازدارنده و مؤثر گردشگری مذهبی اختصاص کم بودجه و اعتبار به سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری است (سازمان جهانی گردشگری).

### اثرات و کارکرد های گردشگری مذهبی بر شهر مشهد:

در سده اخیر به دنبال تحولات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهانی که با تفاوت‌ها و اشتراکاتی با شهرهای جهان و ایران حادث شده، شهر مشهد نیز از این تحولات به دور نبوده و تغییرات زیادی در ساختار و کارکرد این شهر پدیدار شده است. این تغییرات پس از انقلاب اسلامی به دنبال تحولات ساختار سیاسی-فرهنگی کشور به شکل جدیدی، شدت چشمگیری پیدا کرده است. در واقع در این دوره پیوند حاکمیت با مذهب (وجود مرقد مطهر امام هشتم شیعیان در مشهد) موجب ارتباط عاطفی حکومت با شهر مشهد و گردشگری مذهبی-فرهنگی شده است. گردشگری مذهبی-فرهنگی شهر مشهد اثرات مثبت و منفی را در بخش‌ها و زیرسیستم‌های مختلف شهر از جمله اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و کالبدی ایجاد کرده که بررسی این اثرات در هماهنگی با مفهوم توسعه‌ی پایدار شهر و گردشگری از اهمیت خاصی برخوردار است.

با توجه به یافته‌های تحقیق و بررسی‌های صورت گرفته در پژوهش‌های مرتبط با موضوع گردشگری مذهبی و نقش آن در همگرایی و پیوند فرهنگی بین کشورهای اسلامی می‌توان گفت با توسعه‌ی صنعت گردشگری به خصوص گردشگری مذهبی می‌توان بین کشورهای اسلامی همگرایی و همدلی ایجاد کرد که این خود باعث پیوند و ارتقاء و توسعه‌ی فرهنگی بین این کشورها می‌شود.

با این حال کلانشهر مذهبی مشهد با توجه به آنچه که در این پژوهش به آن اشاره شد می‌تواند پرچمدار همگرایی اسلامی در بین کشورهای اسلامی به ویژه کشورهای اسلامی با مذهب تشیع باشد اما موارد ذکر شده در فوق برای ایجاد بستر این مهم لازم است اما کافی نمی‌باشد به گونه‌ای که نه تنها مسئولین و مدیران داخلی باید به فکر فراهم کردن زیرساخت‌های گردشگری مذهبی در این شهر باشند بلکه نهاد‌های بین‌المللی در کشورهای اسلامی باید به این موضوع کمک نمایند.

## نتیجه گیری:

آنچه برای توسعه گردشگری اولویت دارد مقاصد گردشگری است نه منابع موجود. از این رو مادامی که سیاست های جذب گردشگر مبتنی بر استفاده از "منابع" و بدون توجه کافی بر "مقاصد" دارای امکانات لازم متمرکز باقی بماند صنعت گردشگری در امکان استفاده از منابع نیز ناکام خواهد ماند. بنابراین از سیاست گزاران توسعه در کشورهای اسلامی انتظار می رود برنامه های توسعه این صنعت را به جای "منبع محور"، "مقصد محور" تعریف کنند. گردشگری کشورهای اسلامی بیش از هر چیز نیازمند عزم جدی دولت ها و اراده سیاسی جدی آن ها است و مادامی که چنین عزمی در مجموعه حاکمیت این کشورها وجود نداشته و گردشگری در ردیف اولویت های اصلی سیاست خارجی دولت ها قرار نگیرد این صنعت نمی تواند جایی شایسته در اولویت بندی برنامه های توسعه این کشورها بیابد. از این رو لازم است تا سیاست "درهای باز" در حوزه سیاست خارجی با تأکید بر منافع ملی در دستور کار دستگاه های متولی سیاست خارجی کشورهای اسلامی قرار گیرد.

با توجه به آنچه که در پژوهش به آن اشاره شد، در پاسخ به سوال اول می توان گفت، رونق گردشگری مذهبی میان کشورها و جوامع اسلامی و گشت و گذار مسلمانان گردشگر در سایر کشورهای اسلامی موجب نزدیکی و آشنایی ملل مسلمان با یکدیگر شده که این امر کمک شایانی در جهت پیوند و ارتقای فرهنگ مشترک اسلامی و اتحاد میان مسلمانان و ایجاد همگرایی بین امت واحد اسلام خواهد کرد. بعنوان مثال می توان از گردشگری مذهبی در مناسک حج نام برد که باعث جلوگیری از تفرقه ها و جنگ های بسیاری بین کشورهای اسلامی از جمله ایران و عربستان شده و هم چنین مراودات فرهنگی بین کشورهای اسلامی در مراسم حج باعث نزدیکتر شدن کشورها به یکدیگر و ایجاد حس برادری و همدلی در بین آن ها شده است. در مثالی دیگر میتوان از گردشگری مذهبی اربعین نام برد که باعث پیوند و مودت بین کشور ایران و عراق و همگرایی بین کشورهای اسلامی شده است. در این راستا نتیجه می گیریم که گردشگری مذهبی نقش مهمی در همگرایی، پیوند و ارتقا فرهنگی کشورهای اسلامی دارد.

ساختار گردشگری مذهبی-فرهنگی شهر مشهد ریشه در اعتقادات و باور های مذهبی-فرهنگی مردم دارد. نقش و کارکرد هریک از ساختارهای گردشگری شهر مشهد به عنوان جزئی از سیستم گردشگری شهر، متأثر و درارتباط با بنیادی ترین جاذبه (حرم مطهر) می باشد و کلیت گردشگری مذهبی-فرهنگی شهر را پدیدار ساخته است. ساختار و کارکرد کنونی گردشگری مذهبی-فرهنگی شهر مشهد به گونه ای است که بین بخش ها و عناصر گردشگری ارتباط دوسویه برقرار نشده و هریک از بخش های گردشگری شهر جداگانه مشغول فعالیت است. این عدم تعامل بین عناصر و بخش های گردشگری عمدتاً مرتبط با چندپارچگی و فقدان مدیریت یکپارچه ی گردشگری بین سازمان هایی است که مدیریت بخش هایی از گردشگری شهر و منطقه را عهده دارند.

با توجه به سوال دوم پژوهش نتیجه می گیریم وجود بارگاه مطهر امام رضا(ع) نقش کلانشهر مشهد را در ایران به عنوان یک کشور اسلامی در بین دیگر کشورهای اسلامی(عراق، عربستان، بحرین، یمن و...) پررنگ کرده است و همین امر موجب رونق گردشگری مذهبی در ایران شده است. در این راستا کشور ایران و به طور خاص کلانشهر مشهد به عنوان نگین درخشانی در گردشگری مذهبی، برای برقراری همگرایی و پیوند فرهنگی بین کشورهای اسلامی مطرح می شود. کلانشهر مذهبی مشهد با توجه به مطالب فوق، می تواند پرچمدار همگرایی اسلامی در بین کشورهای اسلامی به ویژه کشورهای اسلامی با مذهب تشیع باشد.

در نهایت باتوجه به یافته های پژوهش، در پاسخ به سوال سوم تحقیق نتیجه می گیریم که به منظور تبلیغ و شناساندن اماکن مذهبی به گردشگران سراسر جهان ابتدا می بایست، زمینه های جذب گردشگر مذهبی را برای گردشگران داخلی فراهم نمود تا خود زمینه ای برای تبلیغ به گردشگران خارجی گردد. از طرفی با افزایش گردشگر مذهبی تصویر نامناسب ایران در برخی کشورها

که از ایران تبلیغ منفی کرده اند از بین خواهد رفت. زمانیکه گردشگری مذهبی بین کشورها بخصوص کشورهای اسلامی ترویج پیدا کند و کشورها از نزدیک شاهد ارتباط همدیگر باشند، متوجه خواهند شد که بین کشورهای اسلامی بواسطه ی دین اسلام، شباهت های فرهنگی وجود دارد و همین امر باعث پیوند فرهنگی بین کشورهای اسلامی می شود. با این نگاه با توسعه ی صنعت گردشگری مذهبی بین کشورهای اسلامی در قالب توافقنامه های فیما بین، برگزاری نمایشگاه های مشترک گردشگری مذهبی، برگزاری همایش ها و هم اندیشی های مشترک و برقراری تورهای زیارتی و ... می توان نسبت به همگرایی و ارتقاء روابط فرهنگی بین کشورهای اسلامی اقدام نمود.

## پیشنهادهات:

- ۱) اهمیت دادن به گردشگری مذهبی در اتخاذ برنامه و سیاست های کشوری
- ۲) لزوم در نظر گرفتن بودجه لازم برای ساماندهی مراکز مذهبی
- ۳) فراهم آوردن امکانات رفاهی و اقامتی گردشگران مذهبی در کنار اماکن مذهبی
- ۴) ایجاد نقشه ی مسیر برای اماکن مذهبی در داخل کشور به صورت کتابچه که حاوی اطلاعات مختصری از مکان مذهبی، فاصله اماکن مذهبی از یکدیگر، امکانات ارائه شده در نزدیکی مکان مذهبی (هتل، رستوران، پمپ بنزین و ...)، اطلاعات انواع سیستم حمل و نقلی که برای رفتن به مکان مذهبی وجود دارد، اطلاعات مختصر از مکان های گردشگری دیگری که در نزدیکی مکان مذهبی هستند به منظور ایجاد انگیزه بیشتر برای سفر
- ۵) راه اندازی سایت های اینترنتی ویژه برای گردشگری مذهبی و ارائه خدمات آنلاین به گردشگران نظیر رزرو هتل و آشنایی با مراکز مذهبی، آیین های مذهبی و... برای هر استان
- ۶) تبلیغات سیاسی، فرهنگی، اجتماعی در حوزه شناخت آداب و رسوم، فرهنگ زیارتی، تکریم زائران و گردشگران
- ۷) می توان در حاشیه کنفرانس ها مانند کنفرانس سران اسلامی و مسابقات ورزشی و... نمایشگاه های ایرانگردی و گردشگری برگزار نموده و به تبلیغات برای گردشگری مذهبی پرداخت
- ۸) مشارکت مردمی و بخش خصوصی در تأمین امنیت و رفاه گردشگری از طریق فرهنگ سازی مطلوب و عرضه خدمات مناسب به گردشگران
- ۹) آموزش نیروی انسانی مجرب برای توسعه گردشگری باگنجاندن رشته های علمی میان رشته ای گردشگری در گروه های آموزشی جغرافیا و مدیریت
- ۱۰) احداث و توسعه دفاتر خدمات گردشگری در نزدیکی مراکز گردشگری برای عرضه خدمات بهتر و بیشتر به گردشگران و نظارت دقیق دولت بر عملکرد آنها

## منابع:

- ۱) قرآن کریم، ترجمه آیت الله مشکینی (۱۳۸۶)، قم، انتشارات الهادی.
- ۲) احمدیان، رضا و بیات، الهام و تسلیم، شیما (۱۳۹۱)، گردشگری مذهبی در کشورهای اسلامی و مقایسه ی آن با ایران، پنجمین کنگره بین المللی جغرافیدانان جهان اسلام، تبریز.

- ۳) اصطخری، ابواسحاق ابراهیم(۱۳۴۰)، مسالک و ممالک، به اهتمام ایرج افشار، انتشارات بنگاه ترجمه کتاب، چاپ اول، تهران.
- ۴) پهلوان، چنگیز(۱۳۷۸)، فرهنگ شناسی، چاپ اول، تهران.
- ۵) تنکابنی، فرید(۱۳۷۷)، الحدیث(روایات ترتیبی از مکتب اهل بیت(ع)، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، چاپ یازدهم، جلد دوم.
- ۶) دفتر مطالعات اقتصادی وزارت بازرگانی(۱۳۸۸)، بررسی صنعت گردشگری در ایران و کشورهای اسلامی.
- ۷) رحیم پور، علی، سیدحسینی، سید داوود(۱۳۷۹)، سیمای جهانگردی اسلامی، محیا، چاپ اول، تهران.
- ۸) روح الامینی، محمود(۱۳۶۸)، زمینه فرهنگ شناسی، چاپ اول، تهران.
- ۹) سازمان جهانی جهانگردی(۱۳۷۹)، برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، ترجمه دکتر محمود عبدالله زاده، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ اول، تهران.
- ۱۰) سلطان مرادی، محمد(۱۳۹۰)، روزنامه ایران شماره ۴۹۳۰ به تاریخ ۹۰/۸/۱۱، صفحه ۱۴.
- ۱۱) شریعتی، علی(۱۳۵۹)، تاریخ تمدن(۱)، مجموعه آثار ۱۱، تهران: دفتر تدوین و تنظیم مجموعه آثار شریعتی.
- ۱۲) فیض آبادی، مصطفی، وزیری محبوب، سید جمال(۱۳۹۰)، ضرورت مطالعات آینده پژوهی و روش های آن در توسعه گردشگری مذهبی، کنفرانس میقات الرضا(ع)، مشهد.
- ۱۳) کریستین سن، آرتور(۱۳۶۹)، ایران در زمان ساسانیان، ترجمه رشید یاسمی، دنیای کتاب، چاپ ششم، تهران.
- ۱۴) مؤمنی، مصطفی(۱۳۸۶)، بحثی در شهرنشینی و جغرافیای اوقات فراغت و گردشگری در کتاب، توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران(از مفهوم تا راهکار)، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، چاپ اول، تهران.
- ۱۵) مؤمنی، مصطفی(۱۳۷۷)، پایگاه علم جغرافیا در ایران، جلد اول، فرهنگستان علوم جمهوری اسلامی، چاپ اول، تهران.
- ۱۶) نجار وظیفه دان، آلا، رهبری، سمیرا، زرین، بهار(۱۳۸۹)، بررسی امکانات و محدودیت های توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی در قالب مدل و تکنیک های برنامه ریزی و ارائه راهکارها، مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین المللی جغرافیدانان جهان اسلام، زاهدان.
- ۱۷) همایون، محمدهادی(۱۳۹۱)، جهانگردی، ارتباطی میان فرهنگی: مطالعه تطبیقی الگوی غربی معاصر و الگوی اسلامی، انتشارات دانشگاه امام صادق(ع)، چاپ دوم، تهران.
- ۱۸) یعقوبی، احمد بن ابی یعقوب(۱۳۴۳)، البلدان، ترجمه محمد ابراهیم آیتی، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، چاپ اول، تهران.
- ۱۹) Ajit, kiran, shinde(۲۰۰۴), Quest for good governance, contribution and potential of religious institutions as stakeholders.
- ۲۰) Amin mohammad mostafa(۲۰۱۳), Religios tourism in Egypt: A case study Analysis, the American university in Cairo, school of Global Affairs and public policy.
- ICEP(۱۹۹۷), turismoReligioso, Turismo-Mercados Emissores.
- ۲۱) NOLAN, M.L/NOLAN,S(۱۹۸۹), Christian pilagege in modern Western Europe Chaple Hill. The university of North Carolina Press.
- ۲۲) Tamara, Ratz(۲۰۰۲), The socio cultural impacts of turism, Budapset university of Economic Sciences-Turism research paper.
- ۲۳) [www.aqrazavi.org](http://www.aqrazavi.org)
- ۲۴) [www.sci.org](http://www.sci.org)