



جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۲

تحلیل نقش امامزاده شاهچراغ در توسعه اقتصادی جامعه بومی با استفاده از مدل *Swot*

مهدی کروی^۱، جعفر بهاری^۲، شهلا بهاری^۳، حامد بهاری^۴، سمیرا محمدی^۵، مرجان بذله^۶

۱. دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبائی

۲. دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران

۳. گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۳۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران

۴. گروه شیمی، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۳۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران

۵. دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران

۶. دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۸/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۸/۱۲

چکیده

مکان های مقدس، صرف نظر از ویژگی های قدوسی و معنویتی که دارند، نمایشگاهی از هنر و نمادی از تمدن و فرهنگ اند که گردشگران مذهبی را به خود جذب می کنند. گردشگری مذهبی سالانه ۲۶ درصد از کل جریان های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است. ایران نیز به دلیل موقعیت های مذهبی فراوان، مقصدی مناسب به جهت گردشگران مذهبی است و در این بین شهر شیراز مدفن حضرت میر سید احمد فرزند امام موسی کاظم (ع) معروف به شاه چراغ و برادر امام رضا (ع) یکی از مراکز مهم زیارتی استان فارس و سومین شهر زیارتگاهی بعد از مشهد و قم است که پتانسیل های فراوانی برای جذب گردشگری مذهبی در اختیار دارد. کارکردها و ساختارهای شئون زندگی معنوی (اجتماعی و فرهنگی) و مادی (اقتصادی و فضایی) شهر برخواسته از همین سرشت مذهبی - فرهنگی است. در این تحقیق که بر اساس مطالعات کتابخانه ای و تحلیلی بوده است سعی بر این داشتیم که به تحلیل نقش امامزاده شاهچراغ در توسعه اقتصادی جامعه بومی پردازیم. و این تحقیق در پی پاسخ به این سوال است که امامزاده شاهچراغ چه نقشی در توسعه اقتصادی جامعه بومی دارد؟ در این تحقیق، تجزیه و تحلیل بر مبنای الگوی تحلیل *Swot* استوار است و در نهایت با در نظر گرفتن عوامل تأثیرگذار در امامزاده شاهچراغ شامل چهار گروه نقاط ضعف، قوت، فرصت ها و تهدید ها راهبردهایی ارائه گردیده است.

کلید واژگان: گردشگری، گردشگری مذهبی، توسعه اقتصادی، *Swot*، امامزاده شاهچراغ.

سبک زندگی در جهان امروز به جهت غلبه جنبه های مادی گرایانه، تعلقات دنیوی و ثروت اندوزی موجب تمرکز جوامع بر سطوح نازل و ابتدایی سلسله مراتب نیازها و دوری از جنبه های متعالی و فضائل انسانی به عنوان نیازهای عالی بشری بوده است. این در حالی است که گرایش به معنویت به مثابه گزاره هایی جهان شمول و فطری، خاصه در قالب سفرها و مناسک زیارتی اعم از نیایش، توکل، ذکر، دعا و امثالهم می تواند با احاطه بر تمامی جنبه های انسانی همچون ابعاد زیستی - روانی و اجتماعی به عنوان برون رفت از چالش های مذکور قلمداد گردد. برخی از روان شناسان معنویت را به عنوان تلاش دائمی بشر برای پاسخ دادن به چراهای زندگی تعریف کرده اند. به عبارت واضح تر استفاده بهینه از قوه خلاقیت و کنجکاوی برای یافتن دلایل موجود مرتبط، با زنده ماندن و زندگی کردن و در نتیجه، رشد و تکامل، بخش مهمی از معنویت را تشکیل می دهد (شهیدی، ۱۳۷۹). با اندک تأملی بر آیات قرآن کریم و احادیث اسلامی به روشنی در می یابیم که « با سفر کردن می توان به مطالعه آفاق و انفس و کسب علم و تجربه، خدانشناسی از طریق مردم شناسی و شناخت عظمت خلقت، اعتقاد به معاد، مطالعه سنت های غلط و ضد ارزش های اسلامی و اخلاقی و همچنین عبرت آموزی از سرگذشت پیشینیان پرداخت». در واقع سفر به شهرهای زیارتی و تقویت حوزه گردشگری زیارتی و دینی بیانگر این است که زیارت اماکن مقدس مهمترین بخش فعالیت های توسعه فرهنگی از طریق گردشگری دینی است (شریتیان، ۱۳۹۰). امروزه برای فهم گردشگران دینی در هر جامعه ای فرهنگ زیارت می تواند به عنوان یک واقعیت اجتماعی و فرهنگی کمک بسیاری به این مفهوم کند. در واقع فرهنگ زیارت به عنوان یک کالای معنوی از طریق ایجاد حالات روحی، عاطفی، اجرای مراسم های معنوی قابل عرضه می باشد، و می تواند منجر به اشاعه فرهنگی در قالب های فکری، رفتاری و بنیاد زندگی جمعی از نسلی به نسل دیگر شود. در واقع سفر به شهرهای زیارتی و تقویت حوزه گردشگری زیارتی و دینی بیانگر این است که زیارت اماکن مقدس مهمترین بخش فعالیت های توسعه فرهنگی از طریق گردشگری دینی است؛ و این مسئله نشانگر این است که در فرهنگ اسلامی چنین سیاحتی در ارتقای معنوی بشریت مورد اهتمام ویژه قرار دارد، بنابراین یکی از راه های تقویت معنویت و ایجاد ارتباط با معبود، زیارت است. با توجه به اینکه گردشگری مذهبی یکی از انواع گردشگری می باشد و همچنین زیارت و ایجاد حس معنویت و رشد روحی و روانی یکی از اصلی ترین نیازهای بشر می باشد و باعث ارتقای کیفیت زندگی افراد می شود. به عقیده اغلب روانشناسان، عدم توجه به نیازهای روحی، سلامت جسمی، اعضای جامعه را با خطراتی مواجه می کند که تقویت ابعاد مثبت معنوی در نهاد آدمی با سفر به اماکن مذهبی و زیارت، می تواند تا حد زیادی پاسخگوی این نیازهای مهم انسانی باشد. زیارت بخش مهمی از فعالیت های مربوط به گردشگری مذهبی را دربر می گیرد. اگر نگاهی به آیه ۱۵۶ سوره بقره بیندازیم، درمی یابیم که در فرهنگ اسلامی هدف اصلی از خلقت، رشد و ارتقای معنوی است؛ از این رو یکی از راه های تقویت معنویت و ایجاد ارتباط با معبود، زیارت است. انسان وقتی به معنای عمیق زیارت نامه ها توجه کند و با عشق و علاقه به زیارت بپردازد، احساس می کند از طریق مکانی که مشغول زیارت است، به معبود خود نزدیک تر شده است. بسیاری از اوقات، مسیر زیارت همراه با عشق و از خودگذشتگی است. زیارت پیوند قلبی است نه محاسبه عقلی، لذا عمق و تأثیرگذاری آن نسبت به امور مادی به مراتب بیشتر است. « سفر زیارتی، رفتن به سوی مکانی مقدس است در واقع زیارت به مفهوم کسی است که مسافت می کند یا مسافتی را می پیماید و می خواهد از جایگاهی مقدس دیدار کند. این دیدار با حفظ همه ویژگی و وصف ناپذیر خود در نظامی پیچیده از رمزها، آیین ها و رفتارها سازمان می یابد. چارچوب آن اساساً مکانی مقدس با تصاویری از

پاکان و گروه های زایران و راهبان وابسته به این مکان است بنابراین، در دل سفرهای زیارتی هدف بازید از مکانی مقدس نهفته است». در واقع یکی از موضوعات مهمی که در هنگام فراغت برای گذران تعطیلات سبب بسط ارزش های معنوی یا به عبارت دیگر مذهب یا فلسفی می شود، می تواند زیارت اماکن مقدس و متبرکه باشد. بناهای مذهبی در بسیاری از شهرهای کشور اسلامی ایران به عنوان یک عامل شاخص هویت فرهنگی شناخته می شود. در این راستا می توان نقش امام زاده ها را در تثبیت هویت و فرهنگ اسلامی بیان نمود. بناهای امام زاده ای از دیرباز سبب جذب جمعیت و تلاقی افکار و فرهنگ مردمی است که بخشی از باورهای اعتقادی و مذهبی شان در آن تجلی پیدا می کند (افلاکیان دوست، ۱۳۹۰، ص ۱۱). هویت شهرها فضایی برای رشد و توسعه انسان می باشد، هویت و ایجاد هویت در شهرها از طریق نمادهای طبیعی و انسانی یکی از مباحث مهم در برنامه ریزی شهری و شهرسازی به عنوان یکی از ضروریات توسعه پایدار مطرح می گردد (فقیه، ۱۳۵۵، ص ۲۰۱). اهمیت و ضرورت حفظ آثار کهن نه به عنوان پدیده های نمادین، بلکه به دلیل شناخت سیر تحول و تکامل تاریخ شهرسازی و تمدن شهرنشینی، حفظ هویت و اصالت شهری و تبیین حیات شهری بر اساس شواهد و مدارک علمی همواره مورد توجه بوده است (مرادی، ۱۳۸۸، ص ۷۹). در عرف تشیع مراد از امام زاده، فرزندان یا فرزندزادگان ائمه اطهار(ع) است و اصطلاحاً از باب ذکر حال و اراده محل، به مدفن و مزار متبرک آنان و بزرگان سادات که در سراسر شهرها و روستاهای ایران پراکنده است، اطلاق می گردد (دائرة المعارف بزرگ اسلامی، ۱۳۶۹، ص ۸۵۳). مهاجرت سادات حسنی و حسینی به نقاط امن سرزمین های شرقی اسلامی از همان صدر اسلام در حکومت جابرانه امویان و خاصه در عهد حجاج بن یوسف خونخوار و تسلط او بر عراقین از سوی امویان (۹۵۷ ق) که بیدادگری ها و سفاکی ها نسبت به فرزندان علی(ع) روا می داشت، آغاز شده بوده است. با توجه به اعتقادات مسلمانان و احترام ویژه آنان برای این شخصیت های بزرگوار، بناهای امام زاده ای، به عنوان مکان هایی هستند که از دیرباز نقش ارتقای هویت شهری و اسلامی شهروندان را بر عهده داشته اند (حبیبی، ۱۳۸۸، ص ۱۶). شیراز مرکز استان فارس در جنوب غربی ایران است شیراز در فاصله ۹۱۹ کیلومتری تهران واقع شده و مرکز استان فارس است. این شهرستان آب و هوای نسبتاً معتدل و فصولی منظم دارد. ناحیه شیراز از زمان های قدیم دارای اهمیت و اعتبار بوده و نام آن در الواح عیلامی مکشوف در تخت جمشید ذکر شده است. آرامگاه دو شاعر بزرگ ایران - سعدی و حافظ - در این شهر است و آرامگاه خواجه در کنار دروازه شهر جای گرفته است شهر شیراز از دوران باستان باغ های انگور زیادی را در خود جا داده است که امروزه بیشتر این باغ ها به شمال غربی این شهر منحصر شده اند. نام این باغات که یکی از مواهب شهر شیراز است قصردشت است که در قلب این شهر قرار داشته و در تعدیل هوای این شهر نقش بسزایی دارند شیراز طبق گفته ها در آغاز شهری با هسته میدانی که امروز ستاد نام دارد و خیابانی که قصرالدشت نام دارد، بوده و به مرور زمان توسعه یافته تا جایی که چندین روستای مجاور از جمله گلشن (کشن) و پودنک و احمدآباد و دینکان را در خود بلعیده است از آنجا که شیراز در سده های گذشته گذرگاه زوار به مشهد بوده است، محل دفن چندین و چند امام زاده از جمله شاهچراغ و آستانه و دارای بقعه های زیادی می باشد (حاتمی، ۱۳۸۷، ص ۱۶).

مبانی نظری تحقیق

گردشگری

گردشگری مجموع پدیده ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت ها و جوامع میزبان، دانشگاه ها و سازمان های غیر دولتی، در فرایند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدیدکنندگان است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۱). در زمینه صنعت گردشگری تعاریف متعددی ارائه شده است که در اینجا به مهم ترین آن ها اشاره می کنیم: واژه توریسم (توریسم) معادل فارسی واژه ی *"Tourism"* در زبان های انگلیسی، فرانسه و آلمانی است که به صورت مصطلح در زبان فارسی به صورت جهانگردی ترجمه شده است. ریشه این واژه از اصطلاح *"Tornus"* یونانی و لاتین گرفته شده، که یکی از معانی آن گردش کردن و یا گشتن است و با پسوند *"ISM"* به صورت اسم مصدر توریسم و یا توریسم در آمده است (ارمغان، ۱۳۸۶: ۱). طبق گفته ماتسیون و

وال در اوایل دهه ۱۹۸۰، گردشگری عبارت است از: تغییر مکان موقتی افراد به مقاصدی خارج از محل معمول کار یا اقامتشان، فعالیت‌هایی که در طول اقامت افراد در آن مقاصد انجام می‌گیرد و تسهیلاتی که به منظور برآوردن نیازهای آنان فراهم می‌شود (میسون، ۱۳۸۷: ۶).

گردشگری مذهبی

گردشگری مذهبی یکی از اشکال عمده ی گردشگری است که شامل دیدار از اماکن مذهبی و انجام فرایض دینی و مذهبی است (حیدری چیا، ۱۳۸۷: ۸۵). «گردشگری دینی از شاخص های فرهنگی است و هدف اصلی گردشگری فرهنگی تماشا و مشاهده جلوه های فرهنگی یک مقصد از قبیل مراسم، رفتارها، نمایشنامه ها، نمایشگاه ها، مسابقات، هنرها، موسیقی ها و... آن است، در مناطق در حال توسعه اماکن مذهبی از جمله جاذبه های فرهنگی را برای گردشگران است» (کاظمی، ۱۳۸۷: ۲۷). امروزه بناهای مذهبی بخشی مهم از مراجعات مردمی را در کشور به خود اختصاص می دهند و جز پر بیننده ترین بناها به شمار می روند. از همین رو جز جاذبه های اصلی کشور محسوب می شوند و به همین نسبت می بایست بیشتر مورد توجه قرار گیرند (همایون، ۱۳۷۶: ۲۲۵-۲۲۷).

رابطه گردشگری و مذهب

از نظر سازمان جهانی گردشگری، مذهب به عنوان یکی از اصلی ترین انگیزه های سفر شناخته شده است. با اندک تأملی بر آیات قرآن کریم و احادیث اسلامی به روشنی در می یابیم که «با سفر کردن می توان به مطالعه آفاق و انفس و کسب علم و تجربه، خداشناسی از طریق مردم شناسی و شناخت عظمت خلقت، اعتقاد به معاد، مطالعه سنت های غلط و ضد ارزش های اسلامی و اخلاقی و همچنین عبرت آموزی از سرگذشت پیشینیان پرداخت». از نمونه سفرهای مذهبی می توان به روز جهانی جوان اشاره کرد که به ابتکار واتیکان برای قوی تر کردن باورهای دینی در بین جوانان کاتولیک به صورت جهانی برگزار می شود. این سفر، یکی از بزرگ ترین آیین های مذهبی برای جوانان دنیا است و به عنوان نمونه در سال ۲۰۰۵ که در آلمان برگزار شد، بیش از ۴۳۵ هزار زائر از ۱۹۷ کشور در این مراسم مذهبی شرکت کردند. گردشگری دینی در اکثر کشورهای جهان در حال افزایش می باشد و علاقه فراوان مردم به خاطر بازدید از این اماکن به مذاهب و ادیان بیشتر شده است (کاویان فر، ۱۳۸۶: ۳۷-۳۱). در همین رابطه مطالعات گسترده ای در حوزه های مختلف گردشگری مذهبی صورت گرفته است. وسیع ترین مطالعه نقل و قول شده از جاذبه های مذهبی، ارزیابی نولان (۱۹۸۹) از جهانگردی مذهبی در اروپا است که نشان می دهد بیش از ۶۰۰ زیارتگاه کاتولیک در اروپای غربی وجود دارد که بیش از نیمی از آنها به مریم مقدس اشاره دارد (نولان، ۱۹۸۹: ۱۲۵). دیگنس و کوساک (۲۰۰۲)، در ارتباط با گردشگری مذهبی بیان می کند زیارتگاه های قدیمی هنوز هم همانند آهنربا برای آنان که در جستجوی اهداف معنوی هستند، فعالیت می کنند و زیارتگاه های جدید همچنین در حال جذب افراد با ایمان از همه نقاط جهان است (دیگنس و کوساک، ۲۰۰۲: ۸۷). در واقع سفر به شهرهای زیارتی و تقویت حوزه گردشگری زیارتی و دینی بیانگر این است که زیارت اماکن مقدس مهمترین بخش فعالیت های توسعه فرهنگی از طریق گردشگری دینی است؛ و این مسئله نشانگر این است که در فرهنگ اسلامی چنین سیاحتی در ارتقای معنوی بشریت مورد اهتمام ویژه قرار دارد، بنابراین یکی از راه های تقویت معنویت و ایجاد ارتباط با معبود، زیارت است. در ایران، مجموعه های مذهبی ارزشمندی در داخل شهرها وجود دارند که بخش قابل توجهی از تحرک اجتماعی- اقتصادی مراکز شهری مزبور، نتیجه حضور و بازدید گردشگران از این بناهای تاریخی-

¹ Nolan

² Digance & Cusack

مذهبی می‌باشند. شهر قم به عنوان دومین مرکز زیارتی کشور، پس از مشهد، دارای توانمندی های گردشگری با کارکردهای مذهبی زیارتی ارزشمندی در سطح ملی و بین‌المللی است. مهمترین و شاخص‌ترین جاذبه‌های گردشگری قم، که هر روزه مورد بازدید تعداد زیادی از گردشگران و زائران داخلی و خارجی قرار می‌گیرند، عبارتند از حرم مطهر حضرت معصومه و مسجد مقدس جمکران (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴۱-۱۱۵).

نقش امامزاده ها به عنوان مکان ارتقاء دهنده فرهنگ اسلامی در شهرها

با رواج اسلام در ایران و گسترش مذهب شیعه در قرون اولیه اسلامی، شهرها و روستاهای ایران، تبدیل به مراکزی برای زندگی و پس از مرگ امامزاده ها، مقبره هایشان به محلی برای زیارت مشتاقان تبدیل شده که یکی از جنبه های مهم فرهنگی در زندگی مردم به حساب می آید (منصوری، ۱۳۸۳، ص ۶۳). با مراجعه به تاریخ می فهمیم که ایرانیان از دیر باز به عنوان شیفتگان و دلدادگان خاندان پیامبر (ص) شناخته شده اند، زیرا مردم این مرز و بوم از ابتدا از روی آگاهی و شناخت، اسلام را پذیرفتند توصیه های نبی گرامی اسلام را در تمسک به ثقلین (قرآن و عترت)، به جان و دل پذیرفتند ایرانیان در عمل به این وصیت و پاسداشت حرمت قرآن کریم و اهل بیت پیامبر بیشترین سهم را داشته و از سایر اقوام و ملت ها پیشی گرفتند (چهارازی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۷). از طرفی، خاندان رسول خدا (ص) به خاطر، ظلم و ستم، تعقیب و شکنجه های هولناکی که به آنان روا می داشتند به ستوه آمده بودند و عرضه زندگی در دیار عرب، لحظه به لحظه برای آنان تنگ تر می شد. از این رو به دیگر سرزمین های اسلامی پناه می آوردند که تا شاید آن جا را مامن خود یابند. یکی از این مناطق، سرزمین ایران اسلامی است که آغوش خود را برای میهمانان شریف گشوده است و امروز آرامگاه ایشان پناهگاه و ملجاء مردم این سرزمین می باشد. امام زاده از نظر ادبی به معنی فرزندی از نسل امام است و در این مورد به کسی اطلاق می شود که نسبش به یکی از دوازده امام شیعه برمی گردد. با وجود این در عمل، لغت امام زاده به زیارتگاه یا مقبره امام زاده اطلاق می گردد. ساخت مساجد در تمام شهرهای اسلامی عمومیت دارد ولی امام زاده ها و هم چنین حسینیه ها معمولاً خاص فرقه شیعه به شمار می آیند در شهر های سنی نشین وجود ندارند (سلیمانی، ۱۳۸۸، ص ۱۵). امام زاده ها در شهرها یک ناحیه هسته ای مهم را به وجود می آورند. وجود امام زاده ها در ایران از چنان اعتباری برخوردار بوده که در بسیاری از موارد دلایل عمده تأسیس اولیه یا توسعه بعدی شهرها به شمار می آمدند. اماکن مذهبی از جمله امام زاده ها، زایران خود را از شهر، پسرانه ها یا شهر های مجاور پذیرا هستند و توریسم مذهبی را رونق می دهند (Eccles, Costa, ۱۹۹۶, P.۸۴). آن ها اغلب به مکان های اصلی برای دیدار و تجمع شهروندان و نیز زیارت تبدیل می گردند و برابری، برادری، اتحاد و وحدت را که از مهمترین شاخصه های فرهنگ اسلامی می باشد را تقویت می نمایند و از این حیث، امامزاده ها به عنوان یکی از مهمترین مکان ها و عوامل ارتقاء دهنده فرهنگ اسلامی در شهرها، مطرح می شوند (حجازی و علیزاده، ۱۳۹۱، ص ۳۳).

توسعه اقتصادی

مک لوپ می گوید: توسعه اقتصادی عبارت است از کاربرد منابع تولیدی به نحوی که موجب رشد بالقوه مداوم درآمد سرانه در یک جامعه بشود. و نیز اظهار شده که توسعه اقتصادی فرآیندی است که طی آن مبانی علمی و فنی تولید از وضعیت سنتی به وضعیت مدرن متحول می شوند (بهاری و فراهانی، ۱۳۹۲).

پیشینه تحقیق



ایمانی خوشخو و همکاران در سال ۱۳۹۴ پژوهشی را تحت عنوان بررسی ارتباط میان سفر و معنویت در ادیان پیش از اسلام (مطالعه موردی ادیان زرتشت، یهودیت و مسیحیت) انجام دادند. نتایج مطالعات حاکی از این مطلب است در ادیان مذکور سفرهای زیارتی در کلیات و آداب بسیار به یکدیگر شباهت دارند، اما در هیچ یک از کتب آنها به سفری جز سفرهای زیارتی اشاره نشده است. در حقیقت علمای ادیان زرتشت، یهودیت و مسیحیت بر این باورند هنگامی که شخص در سفر به تفکر واداشته شود و سفر منجر به نزدیکی وی به خداوند گردد، یک اتفاق معنوی رخ داده است. هرچند اختلاف دیدگاه‌هایی بسیار جزئی میان این افراد مشاهده شد، اما در مجموع همگی بر این باورند که سفر می‌تواند یک رویداد معنوی باشد و گونه‌های غیر زیارتی نیز می‌توانند نتایج معنوی به همراه داشته باشند. در مجموع می‌توان گفت هر سه دین مذکور، معنویت در سفر را باور دارند و از آن به عنوان نهایت و غایت دستاوردهای یک سفر یاد می‌کنند. جهانیان و همکاران در سال ۱۳۹۴ پژوهشی را تحت عنوان بررسی جایگاه معنویت در گردشگری از دیدگاه ادیان انجام دادند. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد که معنویت در گردشگری از دیدگاه اسلام مقوله‌ای جدا از دین نیست در صورتی که گردشگری معنوی در سایر ادیان با تفکیک دین از معنویت شناخته شده است. به طور کلی گردشگری معنوی برآیندی از دین و آموزه‌های دینی است، بازنمود واقعی گردشگری معنوی متن و بستر دین است. بر این اساس برآزش واقعی جایگاه این نوع گردشگری را باید در بسترهای دینی و آموزه‌های ارائه شده در ادیان مختلف بویژه دین اسلام جستجو کرد. این یافته در مقایسه با سایر ادیان دیگر متفاوت بوده و در کل گردشگری معنوی مقوله‌ای منفک از ادیان غیر اسلام بوده است. رضایی و همکاران در سال ۱۳۹۴ پژوهشی را تحت عنوان ارتباطات بین فرهنگی و معنویت در گردشگری انجام دادند. نتایج نشان داد که در هر سه گونه از تعاملات فرهنگی ثابت، متحرک و زندگی روزانه، مؤلفه‌های معنویت به صورتی خاص قابل تفسیر است. اما شرط این مهم وجود آمادگی فرد گردشگری برای درک، تعمق، تدبیر و دریافت این مفاهیم از پوسته‌ی ارتباطات است. هر چند سطوح سه‌گانه‌ی دریافت اطلاعات اولیه، متوجه شدن و تعمق در آنها و دستیابی به ژرفای مفاهیم برای درک معنویت حاصله از ارتباطات بین فرهنگی مفروض است، اما هر سطح به میزانی قابلیت انتقال مفاهیم معنوی را فراهم خواهد ساخت و الزاماً معنویت نتیجه‌ی مباحث بسیار عمیق نمی‌باشد. هر چند دستیابی به سطح بالای معنا، مستلزم تعمق هرچه بیشتر در این مضامین و شنانه‌ها است. بنابراین مقاله حاضر به بررسی مبانی نظری، روش تحقیق پرداخته و با استفاده از مولفه‌های ذکر شده بین معنویت و ارتباطات بین فرهنگی به نتیجه‌گیری می‌پردازد. فتاحی در سال ۱۳۹۴ پژوهشی را تحت عنوان بررسی رابطه بین گردشگری معنوی (مذهبی) و ابعاد توسعه انجام داد. نتایج تحقیق نشان داد که گردشگری معنوی با ابعاد توسعه دارای رابطه مثبت و معناداری است. همایون و بد در سال ۱۳۹۴ پژوهشی را تحت عنوان تبیین انگیزه‌های معنوی گردشگران در سفرهای معنوی (مطالعه موردی: رویداد پیاده روی اربعین) انجام دادند. در این مقاله انگیزه‌های گردشگران شرکت کننده در پیاده روی اربعین که رویدادی بی نظیر در گردشگری به شمار می‌رود با روش کمی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته شده است. آیت پیمان در سال ۱۳۹۴ پژوهشی را تحت عنوان گردشگری، معنویت و صلح و دوستی انجام داد. این مقاله با روش تحلیلی توصیفی سعی دارد برای این پرسش جواب / جواب‌های مثبت تبیین کند که: «آیا گردشگری ظرفیت معنوی بودن / شدن و رابطه داشتن با صلح و دوستی را دارد؟» فرضیه این مقاله این است که کلیه فعالیت‌های گردشگر، ظرفیت معنویت‌پذیری را دارد و گردشگری برای صلح و دوستی بین ملت‌ها و فرهنگ‌ها، ابزار قوی و بستر بسیار مناسبی محسوب می‌شود. جیل کمیل^۳ در سال

۲۰۰۰ در پژوهشی با عنوان گردشگری مذهبی و تجارت بزرگ، با چارچوب نظری تجاری سازی گردشگری و با روش مطالعه میدانی زیارتگاه ابومنائی کشور مصر، گردشگری مذهبی را به عنوان موضوعی ثابت، در فرهنگ قدیم و نیز در فرهنگ جدید معرفی کرد و به این نتیجه رسید که گردشگری مذهبی ضمن توسعه تجارت و ایجاد منافع تجاری بزرگ، به مشارکت مردم، ظهور عقاید، ایمان و وحدت یک مذهب یاری می‌رساند. سلیمان^۴ و محمد^۵ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان "تأثیر عوامل موثر بر بازار گردشگری مذهبی: مطالعه موردی سرزمین‌های فلسطین" اهمیت گردشگری مذهبی در فلسطین را نشان می‌دهند. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که فلسطین با توجه به تاریخ، میراث، فرهنگ، موقعیت جغرافیایی، محیط زیست و مذاهب آن منحصر به فرد است. ویجی آناند^۶ (۲۰۱۳)، در پژوهشی تحت عنوان "اثرات اجتماعی و اقتصادی در گردشگری" بر پیوند گسترش اماکن مقدس، جامعه، سیاست، ایدئولوژی و فرهنگ تأکید می‌کند و از این ایده که اثرات اقتصادی گردشگری مذهبی را نباید نادیده و یا دست کم گرفت حمایت می‌کند، اگر چه نهادهای مذهبی به طور سنتی در گذشته به بی اهمیت جلوه دادن آن اقدام می‌کرده است. علاوه بر این، این تحقیق نشان می‌دهد که دین و گردشگری مشترکات زیادی دارند. مشهدی^۷ (۲۰۰۷)، در پژوهشی تحت عنوان "گردشگری مذهبی، مسیرهای دسترسی به سانتیاگو" پس از تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده، نشان می‌دهد که تفاوت روشنی بین گردشگران مذهبی بازدید کننده از سانتیاگو دکامپوستلا و گردشگران غیر مذهبی و یا گردشگران با یک باور دینی ضعیف وجود ندارد. بنابراین نتایج باور دینی فردی عامل مؤثری در هنگام انتخاب مقصد گردشگری محسوب می‌گردد.

روش شناسی تحقیق

روش مورد استفاده در این تحقیق توصیفی و ابزار گردآوری اطلاعات به صورت مطالعات کتابخانه‌ای می‌باشد، لذا از مقالات به روز، کتاب‌های معتبر، اسناد کتابخانه‌ای و منابع معتبر اینترنتی برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده که به تحلیل نقش امامزاده شاهچراغ در توسعه اقتصادی جامعه بومی با استفاده از مدل سوات پرداخته شده است.

مشخصات و معماری امامزاده

آرامگاه حضرت سید میر احمد برادر حضرت امام رضا (علیه‌السلام) امام هشتم شیعیان، در شیراز، در کنار فلکه‌ای واقع در خیابان احمدی و در محله‌ای که به محله‌ی سردزک معروف، واقع شده است. محله‌ی سردزک در دوره‌ی قاجاریه به گفته‌ی مؤلف فارسنامه، از محلات مهم شهر شیراز بوده... و از زمانی که حصار شهر را کوچک کردند، محله‌ی دشتک و محله‌ی سردزک را ادغام و به همان نام سردزک خواندند. این محله اکنون به محله‌ی بازار مرغ و محله‌ی سر باغ و محله‌ی سنگ سیاه و حصار جنوبی شهر و محله‌ی لب آب پیوسته است، مؤلف تأکید دارد که محل امامزاده احمد بن موسی (علیه‌السلام) در محله‌ی بازار مرغ شیراز قرار دارد. معین الدین ابوالقاسم جنید شیرازی گوید محله‌ای که هم اکنون احمد بن موسی در آن مدفون است، در اواخر قرن هشتم هجری به محله‌ی باغ قتلغ مشهور بوده است. مساحت امروزی بارگاه آستان مقدس احمدی و محمدی (ع)، ۶۰۰۰۰ مترمربع است و از سال ۱۳۶۰ بیش از ۱۰۰۰۰۰ متر مربع زیربنا در دست ساخت قرار دارد (گزارش سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، ۱۳۸۶). بر اساس فهرست نام‌های آثار تاریخی ایران، اسکلت بنای امامزاده احمد بن موسی یا شاه چراغ شیراز به زمان اتابک ابوبکر سعد بن زنگی (۶۵۸ - ۶۲۸ ه) تعلق

⁴ Suleiman
⁵ Mohamed
⁶ Vijayanand
⁷ Mashhadi



دارد. مشهور است که در زمان امیر مقرب الدین مسعود، بدرالدین وزیر اتابک ابوبکر چهار طاق و گنبدی بر فراز بقعه‌ی آن حضرت ساخته و پرداخته گردانید. پس از آن اتابک ابوبکر خود رواقی بر آن آستانه افزود. در زمان ملکه‌ی معظمه تاشی خاتون مادر شاه ابواسحق اینجو (۷۴۶ - ۷۴۵ هـ) گنبد بقعه تعمیرات اساسی شد و در جنوب آن و متصل به بقعه مدرسه‌ای عالی به دستور او بنا گردید که بعدها این بانو مدفن خود را همسایه‌ی بقعه بنا کرد. بقعه‌ی شریف امامزاده بار دیگر در سال ۹۱۲ ق، توسط مرحوم حبیب الله شریفی متولی آستانه‌ی شاه چراغ به موجب وقف نامه‌ی موجود در آن سال تعمیر اساسی و مفصلی گردید. ولی در سال ۹۹۷ ق بر اثر زلزله‌ی شدیدی نیمی از گنبد و بنای بقعه خراب شد اما از محل درآمد موقوفات خرابی‌ها تعمیر و بقعه مجدداً تجدید بنا گردید (گزارش سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، ۱۳۸۵). بنای کنونی بقعه مشتمل بر ایوان اصلی در مشرق و حرم وسیع و شاه نشین‌هایی از چهار جانب و مسجدی در جانب غربی حرم و اطاق‌ها و مقبره‌های متعدد متصل به بقعه است درون بنای بقعه با قطعات آینه‌های ریز و رنگین در قرون گذشته به وسیله‌ی استادان متبحر آینه‌کاری شده که این آینه‌کاری ظریف و زیبا خود یکی از شاهکارهای هنری قرن گذشته‌ی هنرمندان شیراز است. درون حرم را با به کار بردن آئینه‌های ریز رنگین، به سبکی هنرمندانه، آئینه کاری کرده و انواع خط‌های زیبای فارسی و عربی، تزیین کننده نمای اطراف آینه‌ها و کاشی‌ها است. بنای حرم، مشتمل بر ایوانی در جلو و حرمی گسترده در پشت ایوان است که در چهار جانب حرم، چهار شاه نشین قرار گرفته و مسجدی نیز در پشت حرم (سمت غرب) ساخته شده است. ضریح آن در شاه نشین زیر گنبد قرار دارد و از نقره ساخته شده است. حیاط شاه چراغ دارای دو در اصلی ورودی است که در سمت جنوب و شمال حرم از زیر دو سر در بزرگ کاشی کاری شده گذشته و وارد حیاط وسیع حرم می‌شویم. در میان حیاط، حوض بزرگ فواره داری ساخته شده و در اطراف حوض درختکاری شده است. حرم شاه‌چراغ در سمت غرب حیاط و حرم سید میرمحمد - برادر شاه چراغ - در سمت شمال شرقی حیاط قرار دارد. غیر از دو در اصلی، دو در فرعی دیگر نیز وجود دارد که یکی به بازار حاجی و دیگر به مسجد جامع عتیق می‌رود درگاه ماندنی نیز از ضلع شمال حیاط وارد بازار شاه چراغ می‌شود. در دور تا دور حیاط، اتاق‌هایی دو طبقه ساخته شده که در پیشانی و جرزهای جلو آنها کاشی کاری شده است. ستون‌های آهنی ایوان حرم به وسیله چوب‌های نفیس پوشش داده شده و در سقف مسطح آن نیز چوب منبت کاری شده به کار رفته است. امکانات وسیعی مثل پاسگاه انتظامی، دفتر پست و مخابرات، کتابخانه و موزه در این حیاط وسیع برای رفاه مردم ایجاد شده است.

از نخستین سال‌های پس از انقلاب اسلامی، تاکنون کارهای بسیاری زیر انجام گرفته است که مهمترین آنها عبارتند از:

- توسعه مجموعه فرهنگی مذهبی حرم در زمینی به مساحت ۱۰۰ هزار متر مربع.
- ایجاد ۱۶۲ حجره در دور تا دور حیاط در دو طبقه که پیشانی و تاق نمای این حجره‌ها تماماً کاشی کاری شده است.
- نصب سنگ مرمر در کف حرم و دیوارهای اطراف.
- سنگ فرش کردن حیاط وسیع آرامگاه.
- ساخت سر در جنوبی که اسکلت این در، بتون آرمه است و قسمتی از وصیت نامه امام خمینی (ره)، بر روی کاشی معرق به خط نستعلیق، زینت بخش فضای درونی آن است. دو لنگه در ورودی آن از چوب ساج تهیه شده و به وسیله ورق و قبه‌های هشت پر برنزی آراسته شده است.



- ساخت گلدسته جنوبی، این گلدسته شبیه و قرینه گلدسته شمالی است. کاشی کاری آن دارای رنگ طبیعی است. اگر چه بدنه آن و نوشته‌هایش شبیه گلدسته شمالی است اما سطح گلدسته شمالی به نام‌های خداوند مزین شده و حال آن که بر بدنه این گلدسته، نام‌های امامان و لقب‌های آنها با هنرمندی خاصی نوشته شده است.
- در سقف ایوان، چوب ساج به کار رفته و اسامی الهی و ائمه اطهار با چوب نارچ و افرا بر آن نوشته شده است.
- حوض بزرگی در میان حیاط با الهام از سبک مذهبی ساخته شده است. سنگ‌های بزرگ این حوض از جنس چینی است و از معادن نی ریز فارس تهیه شده است.
- در دور تا دور آرامگاه، خارج از محوطه، بازارهایی دوطبقه ساخته شده‌اند. ساختمان این بازارها اگر چه با مصالح نوین ساخته شده، اما در ساخت آن، شیوه سنتی و معماری اصیل ایرانی محفوظ مانده است (چهرازی و همکاران، ۱۳۹۱).



سوالات تحقیق

سوال اصلی

امامزاده شاهچراغ چه نقشی در توسعه اقتصادی افراد جامعه بومی دارد؟

سوالات فرعی

امامزاده شاهچراغ به چه میزان در درآمد زایی افراد جامعه بومی نقش دارد؟

امامزاده شاهچراغ به چه میزان در کاهش بیکاری افراد جامعه بومی نقش دارد؟

امامزاده شاهچراغ به چه میزان در ایجاد اشتغال افراد جامعه بومی نقش دارد؟

اهداف پژوهش

هدف اصلی

هدف اصلی این پژوهش تحلیل نقش امامزاده شاهچراغ در توسعه اقتصادی افراد جامعه بومی است.

اهداف فرعی

روشن کردن نقش امامزاده شاهچراغ در درآمد زایی افراد جامعه بومی.
 مشخص کردن نقش امامزاده شاهچراغ در ایجاد اشتغال افراد جامعه بومی.
 مشخص کردن نقش امامزاده شاهچراغ در کاهش بیکاری افراد جامعه بومی.

فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی

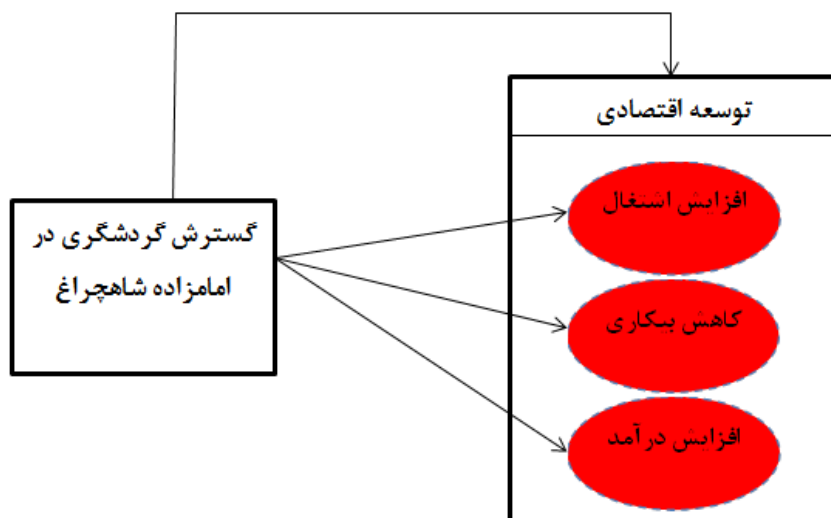
گسترش گردشگری در امامزاده شاهچراغ موجب افزایش توسعه اقتصادی افراد جامعه بومی می شود.

فرضیات فرعی

گسترش گردشگری در امامزاده شاهچراغ موجب کاهش بیکاری افراد جامعه بومی می شود.
 گسترش گردشگری در امامزاده شاهچراغ باعث افزایش درآمد افراد جامعه بومی می شود.
 گسترش گردشگری در امامزاده شاهچراغ باعث ایجاد اشتغال افراد جامعه بومی می شود.

مدل مفهومی تحقیق

در پژوهش حاضر، با توجه به سوالات پژوهش، گسترش گردشگری در امامزاده شاهچراغ می تواند راهبردی برای توسعه اقتصادی افراد جامعه بومی باشد. با توجه به فرضیات مطرح شده، مدل مفهومی تحقیق را به صورت زیر می توان متصور کرد:



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق

تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدید های (SWOT) توسعه گردشگری مذهبی حرم مطهر شاهچراغ به منظور درک مناسب تر وضعیت توسعه گردشگری مذهبی حرم مطهر شاهچراغ، تجزیه و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدید ها امری واجب است. بر این مبنا مهمترین عوامل چهارگانه فرست وار بیان می گردد.

فرصت ها (Opportunities)

- جذب تعداد زیاد گردشگران خارجی.

- قرارگیری مرقد مطهر در بافت تاریخی.
- نزدیکی مرقد مطهر به سایر مراکز مذهبی.
- در نظر گرفتن توسعه حرم در برنامه های توسعه شهر.

تهدیدها (Threats)

- عدم امکان توسعه فیزیکی حرم مطهر به دلیل تمرکز کاربری ها.
- عدم توجه به تشکیل مرکز علمی اطراف حرم همگام با مراکز تجاری.
- گسترش فست فود ها به عنوان مراکز جدید غربی در اطراف حرم.

قوت ها (Strengths)

- تبلیغات گسترده حرم مطهر در رسانه ها.
- تعامل مناسب دفتر توسعه حرم با سایر دستگاه ها.
- وجود زائر سراهای متعدد در حرم مطهر.
- توسعه گسترده مجتمع های تجاری اطراف حرم.
- زیرساخت های مناسب سیستم های اطلاعاتی حرم مطهر.
- معجزات و کرامات حرم مطهر شاهچراغ.
- مسیرهای مناسب دسترسی به حرم مطهر شاهچراغ.

ضعف ها (Weak)

- سرانه پایین مراکز فرهنگی اطراف حرم.
- گسترش مراکز بزرگ تجاری اطراف حرم.
- گسترش مشاغل سیار در قالب دستفروشی ها.
- بافت فرسوده اطراف حرم.
- ترافیک و شلوغی اطراف حرم.
- عدم هماهنگی بافت فرهنگی داخل و خارج حرم.
- گسترش مشاغل کاذب به دلیل وجود بافت فرسوده.
- نبود اعتبارات لازم جهت تحت تملک فضای اطراف حرم.

نتیجه گیری

گردشگری به عنوان یکی از عظیم ترین صنایع دنیا با بسیاری از بخش های اصلی اقتصاد جهانی ارتباط دارد (اولادی قادیکلایی، ۱۳۸۸: ۲۱). دکتر روستا گردشگری را زندگی موقت، متمایز، لذت بخش و خاطره انگیز تعریف می کند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۱۵). اقتصاددانان معتقدند که گردشگری یکی از امید بخش ترین صنایعی است که جهان سوم می تواند از قابلیت های آن برای جانشینی دیگر صنایع و توسعه استفاده کند (جلالی عنصردی، ۱۳۸۸: ۲۳). گردشگری به عنوان یک فعالیت پایه اقتصادی، می تواند زمینه های

اصلی بهبود سطح کیفیت زندگی ساکنان محلی را فراهم آورد (رمضان زاده لسبویی و همکاران، ۱۳۸۹: ۶۲). امروزه صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوع ترین صنعت و همچنین منبع اصلی اشتغال و رشد و توسعه اقتصادی کشورها محسوب می گردد (کارگر، ۱۳۸۶: ۲۲۴). در سیستم اقتصاد جهانی، گردشگری روز به روز اهمیت بیش تری می یابد (گی، ۱۳۸۶: ۲۸۴). صنعت گردشگری وسیله مهمی برای تحصیل ارز و شناساندن تولیدات و محصولات داخلی به خارجیان و در نتیجه وسعت و گسترش دادن بازارهای صادراتی است و به لحاظ ایجاد خدمات گوناگون و اشتغال و نیز کمک به سرعت گردش پول، یکی از مهم ترین منابع تولیدی کشورها به شمار می رود (رضوانی، ۱۳۸۲: ۲۰۴). صنعت گردشگری دارای آثار اقتصادی گسترده ای است؛ افزایش اشتغال و تنوع فعالیت های اقتصادی، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد، ارتقای سطح زندگی مردم، بهبود زیرساخت ها و امکانات موجود از مهم ترین تأثیرات مثبت اقتصادی توسعه گردشگری به شمار می روند. صنعت گردشگری می تواند تأثیر مهمی بر افزایش اشتغال، درآمدهای مرتبط با مکان های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶: ۹۱). در مطالعات متعدد، نقش گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت های مالیاتی بیش تر، جذب ارز و تقویت زیرساخت های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می شود، مورد تأیید قرار گرفته است (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱). امروزه گردشگری یکی از مسائل مهم و موثر اقتصادی و از عوامل مهم و برجسته ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی در سطح جهان محسوب می شود. در واقع گسترش زیرساخت های اقتصادی، بهداشتی امنیتی و ارتباطی در قرن بیست و یک گردشگری را به واقعیتی اجتناب ناپذیر در زندگی انسان ها تبدیل کرده است (سقای و عزیزاده، ۱۳۹۲: ۲). از این رو گردشگری یکی از صنایع کلیدی در هر جامعه است که می تواند توجه برنامه ریزان را جلب کند، زیرا این صنعت بر بسیاری از بخش های جامعه، از جمله بخش های اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی تأثیر می گذارد. از طرف دیگر، حجم زیاد مسافرت ها در سال های اخیر موجب شده است گردشگری یکی از بزرگترین صنایع در دنیا معرفی شود (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۸)، به طوری که درآمد گردشگری به همراه حمل و نقل مسافران در حدود ۱۷ درصد کل صادرات دنیا را تشکیل می دهد. با توجه به اهمیت فزاینده گردشگری در دنیای امروز و رقابتی شدن بازار گردشگری در سرتاسر جهان، مقاصد گردشگری رقابت فزاینده ای با یکدیگر برای جذب گردشگران دارند. گسترش صنعت گردشگری در هر نقطه از جهان مستلزم شرایط و امکانات ویژه ای مانند آب و هوا، آثار باستانی، جاذبه های طبیعی، آداب و سنن، زیرساخت ها، امکانات و تجهیزات است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۲: ۲). لذا هر یک از مقاصد گردشگری باید تلاش کنند سهم خود را از این صنعت و درآمدهای آن افزایش دهند. هم اکنون بسیاری از کشورهای پیشرفته جهان، گردشگری را بهترین راه اعتلای فرهنگ، ایجاد تفاهم بین المللی و دستیابی به درآمدهای سرشار اقتصادی می دانند (دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۳: ۴). گردشگری از دید اقتصادی یکی از سریع ترین راه های برگشت سرمایه است و بالاترین ضریب انباشت سرمایه را دارد؛ زیرا سرمایه به صورت ارز وارد کشور می شود (ابهری، ۱۳۸۴: ۳۱). کشور ایران به لحاظ حضور ادیان مختلف توحیدی در آن و وجود پیروان و معتقدان زیاد این ادیان دارای پتانسیل فراوان برای توسعه مختلف گردشگری زیارتی می باشد. ایران از لحاظ دارا بودن جاذبه ها و مقاصد زیارتی ادیان و مذاهب مختلف برای جلب زائران خارجی مسلمان، زرتشتی و یهود به گونه ای است که می توان آن را در این زمینه دارای مزیت دانست. بقعه متبرکه شناسایی شده در ایران از نظر گردشگری و رفت و آمد گردشگران و زائران بسیار مهم است و سالیانه گردشگران و زائران بسیاری را از نقاط مختلف کشور به خود جذب می کند، همچنین کشور ما به سبب وجود کلیساهای قدیمی و باستانی با جنبه های مذهبی همچون

قره کلیسا در آذربایجان غربی و یا کلیسای وانک در اصفهان می تواند در جذب گردشگران مخصوصا مسیحیان و به ویژه ارامنه نقش مهمی ایفا نماید. این امر در خصوص سایر ادیان نظیر یهود و یا زرتشت نیز مصداق عینی دارد. اماکن مقدس متعدد یهودیان در ایران مانند استرو مردخای در همدان و یا آرامگاه کوروش کبیر در پاسارگاد فارس و معابد و آتشکده های متعدد در یزد و سایر نقاط کشور همراه با صدها نوع مراسم همگی نمونه هایی در این زمینه می باشند (رنجبران و زاهدی، ۱۳۸۵: ۶۸).

امروزه گردشگری مذهبی سهم قابل توجهی از شمار گردشگران را در کشورهای که زمینه های رشد و اعتلای گردشگری مذهبی را دارا هستند به خود اختصاص داده است. گردشگری مذهبی با خصوصیات و شاخصه های مهم خود یکی از مهمترین شاخه های توریسم به حساب آمده و می توان با برنامه ریزی و ایجاد زیرساخت ها از این مهم بهره کافی را برد. آرامگاه امامزاده شاهچراغ (ع) به لحاظ موقعیت فرهنگی- مذهبی خاص خود جای رشد و توسعه بسیاری را در زمینه توریسم مذهبی در کشور دارد. وجود بارگاه منور امامزاده شاهچراغ (ع) می تواند باعث افزایش آمار گردشگران مذهبی و رونق این صنعت در کشور شود، و منبع با ارزش اشتغالزایی و ایجاد درآمد حاصل از توریسم مذهبی و توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه و به خصوص شهر شیراز شود. همانگونه که تا به امروز باعث توسعه فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی شهر شیراز شده است، که این امر مهم تنها با برنامه ریزی و مدیریت گردشگری و شهری قوی امکان پذیر است و می تواند باعث توسعه توریسم مذهبی در سطح جهان شود.

پیشنهادات

۱. استفاده کردن از قابلیت های ماه مبارک رمضان در جذب گردشگر.
۲. تبلیغات سیاسی، فرهنگی، اجتماعی در حوزه شناخت آداب و رسوم، فرهنگ زیارتی، تکریم زائران و گردشگران.
۳. ایجاد تسهیلات خدماتی، رفاهی، پذیرایی، بهداشتی، حمل و نقل، بازرگانی و اقتصادی برای سهل تر نمودن جذب گردشگر و زائر.
۴. ایجاد امنیت اجتماعی، روانی، فرهنگی زائران.
۵. آموزش نیروهای متخصص و مجرب، متعهد برای جذب، تعامل، تبادل با فرهنگ زائران در حرم مطهر.
۶. کنترل و نظارت بر تمام خدمات ارائه شده برای زائرین و گردشگران.
۷. گسترش ارتباطات و اطلاع رسانی، تبلیغات و برگزاری نشست ها و همایش های سراسری با هدف شناخت و توسعه بیشتر گردشگری مذهبی.

منابع و مأخذ

۱. بهاری، جعفر، فراهانی، بنفشه (۱۳۹۲)، نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی و پایدار کشور، مجموعه مقالات دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان.
۲. پاپلی یزدی، محمدحسین، مهدی، سقایی (۱۳۹۰)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ ششم، تهران، سمت.
۳. پاپلی یزدی، حسین، سقایی، مهدی (۱۳۸۶)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، جلد اول، چاپ دوم، تهران، انتشارات سمت.
۴. میسون، پیتر (۱۳۸۷) توریسم (اثرات، برنامه ریزی و مدیریت)، ترجمه روزبه میرزایی و پونه ترابیان، چاپ اول، انتشارات ترمه.

۵. ارمغان، سیمین (۱۳۸۶) توریسم و نقش آن در جغرافیا، چاپ اول، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام شهر.
۶. ایمانی خوشخو، محمد حسین، شهرابی فراهانی، مهدیه، عراقی، مریم (۱۳۹۴). " بررسی ارتباط میان سفر و معنویت در ادیان پیش از اسلام (مطالعه موردی ادیان زرتشت، یهودیت و مسیحیت) ". مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی گردشگری و معنویت، دانشگاه علم و فرهنگ تهران.
۷. جهانیان، منوچهر، عبداللهی، اعصم، براتی، سمیه، همت یار، مهدیه (۱۳۹۴). " بررسی جایگاه معنویت در گردشگری از دیدگاه ادیان ". مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی گردشگری و معنویت، دانشگاه علم و فرهنگ تهران.
۸. رضایی، محمد، صباغ پور، مهدیه، شفیعا، سعید (۱۳۹۴). " ارتباطات بین فرهنگی و معنویت در گردشگری ". مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی گردشگری و معنویت، دانشگاه علم و فرهنگ تهران.
۹. فتاحی، زهرا (۱۳۹۴). " بررسی رابطه بین گردشگری معنوی (مذهبی) و ابعاد توسعه ". مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی گردشگری و معنویت، دانشگاه علم و فرهنگ تهران.
۱۰. همایون، محمد هادی، بد، مهدیه (۱۳۹۴). " تبیین انگیزه های معنوی گردشگران در سفرهای معنوی (مطالعه موردی: رویداد پیاده روی اربعین) ". مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی گردشگری و معنویت، دانشگاه علم و فرهنگ تهران.
۱۱. پیمان، آیت (۱۳۹۴). " گردشگری، معنویت و صلح و دوستی ". مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی گردشگری و معنویت، دانشگاه علم و فرهنگ تهران.
۱۲. حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷)، مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، انتشارات سمت، تهران.
۱۳. شهیدی، شهریار (۱۳۷۹). " روان درمانی و معنویت ". سخنرانی ماهنامه انجمن روان شناسی ایران، تهران، فرهنگ سرای اندیشه.
۱۴. کاظمی، مهدی (۱۳۸۷). «مدیریت گردشگری»، چاپ سوم، انتشارات سمت، تهران.
۱۵. کاظمی، مهدی (۱۳۸۷)، تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا و توسعه، پاییز و زمستان، شماره پیاپی ۱۲، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۱۶. رنجبران، بهرام، زاهدی، محمد (۱۳۸۵)، شناخت گردشگری، اصفهان، چهار باغ.
۱۷. همایون، محمد هادی (۱۳۷۶)، "جهانگردی و ارتباطات میان فرهنگی"، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، جلد ۱، کیش.
۱۸. ابراهیم زاده، عیسی، کاظمی زاد، شمس اله، اسکندری، ثانی محمد (۱۳۹۰)، برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهرقم)، پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۷۶، صص ۱۱۵-۱۴۱.
۱۹. کویانفر، سیما (۱۳۸۶)، توریسم مذهبی در فرانسه و جهان، ماهنامه شهرداری ها، شماره ۷۸، صص ۳۱-۳۷.
۲۰. اولادی قادیکلایی، جعفر (۱۳۸۸)، مقدمه ای بر طبیعت گردی، تألیف دیوید ای فنل، چاپ دوم، بابلسر، انتشارات دانشگاه مازندران.

۲۱. جلالی عنصرودی، طاهره (۱۳۸۸)، بررسی و پهنه بندی اقلیم توریستی استان آذربایجان شرقی، پایان نامه کارشناسی ارشد، جغرافیا و اقلیم شناسی، استاد راهنما بهروز ساری صراف، دانشگاه تبریز، دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی.
۲۲. رمضان زاده لسبوئی، مهدی، حیدری، زهرا، گلین شریف دینی، جواد (۱۳۸۹)، امنیت و توسعه فعالیت های گردشگری در شهرهای ساحلی (مطالعه موردی: سواحل شهر رامسر)، مجموعه چکیده مقاله های همایش ملی امنیت در شهرهای ساحلی، فرماندهی انتظامی استان هرمزگان - دفتر تحقیقات کاربردی.
۲۳. کارگر، بهمن (۱۳۸۶)، توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران (از مفهوم تا راه کار)، جلد اول، چاپ اول، تهران، انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
۲۴. گی، چاک وای (۱۳۸۶)، جهانگردی در چشم انداز جامع، ترجمه علی پارسایان و سید محمد اعرابی، جلد اول، چاپ چهارم، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
۲۵. رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۲)، جغرافیا و صنعت توریسم، جلد اول، چاپ پنجم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور.
۲۶. طیبی، سید کمیل، بابکی، روح اله، جباری، امیر (۱۳۸۶)، بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۳۸-۱۳۸۳)، پژوهش نامه علوم انسانی و اجتماعی (ویژه اقتصاد)، سال هفتم، شماره بیست و ششم، دانشگاه مازندران.
۲۷. ابهری، بهروز (۱۳۸۴)، نقش صنعت توریسم بر متغیرهای کلان اقتصادی، مجموعه مقالات همایش ظرفیت های اقتصادی ایران با تأکید بر وضعیت گردشگری ایران در بستر جهانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه.
۲۸. پوراحمد، احمد، حسینی، علی، اروجی، حسن، علیزاده، محمد (۱۳۹۲)، الویت سنجش راهبردهای توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه الموت قزوین، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۴۵، شماره سوم، صص ۱-۱۷.
۲۹. کاظمی، مصطفی، پور، سمیرا، سعادت یار، فهیمه سادات، بیطرف، فاطمه (۱۳۹۱)، تأثیر تصویر ذهنی گردشگران بر ارزش ادراک شده از شهرهای ساحلی دریای خزر با تأکید بر نقش واسط کیفیت عوامل ادراک شده، مجله پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال دوم، شماره ششم، صص ۱۹-۳۴.
۳۰. سقایی مهدی، علیزاده، سیددانا (۱۳۹۲)، امکان سنجی محصول گردشگری روستایی در شهرستان پاوه، فصلنامه فضای جغرافیایی، دوره ۱۳، شماره ۴۱، صص ۱-۲۰.
۳۱. دخیلی کهنمویی، جواد (۱۳۸۳)، بررسی راهکارهای توسعه صنعت توریسم در آذربایجان شرقی، پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
۳۲. منصور، علی (۱۳۸۳)، نقش گردشگری در برنامه ریزی شیراز، پایان نامه، استادان راهنما: دکتر جمال محمدی، دکتر محمود مهدی نژاد، استاد مشاور: دکتر حمیدرضا وارثی، دانشگاه اصفهان.
۳۳. چهارزی، الیاس، حیدری مکرر، حمید، یار محمدی، مینا، حسینی، نسیم (۱۳۹۱)، تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهرستان کاشمر)، مجموعه مقالات اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان - دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، شرکت هم اندیشان محیط زیست فردا.
۳۴. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (۱۳۸۵)، معاونت حفظ و احیاء، گزارش ثبتی امامزاده احمد بن موسی (ع).

۳۵. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (۱۳۸۶)، گزارش ضوابط طرح حریم حفاظتی امامزاده احمد بن موسی (ع).
۳۶. سلیمانی، سعید (۱۳۸۸)، طرح مرمت و احیاء مقبره میربزرگ، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری.
۳۷. حجازی، معینه السادات، علیزاده، سمانه (۱۳۹۱)، بررسی چگونگی تاثیرگذاری فضاهای امام زاده ای بر حفظ هویت اسلامی شهروندان نمونه موردی امام زاده میربزرگ آمل، مجموعه مقالات همایش بین المللی دین در آینه هنر، همدان - دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.
۳۸. افلاکیان دوست، مجتبی (۱۳۹۰)، توریسم مذهبی فرصتی برای ارتقاء گردشگری در جامعه ایرانی (نمونه مورد نظر امام زاده هاشم گیلان)، مجموعه مقالات همایش گردشگری و توسعه پایدار، همدان - دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.
۳۹. فقیه، محمد مهدی (۱۳۵۵)، نمازات نهاوند، انتشارات وثوق.
۴۰. دائره المعارف بزرگ اسلامی، ۱۳۶۹، زیر نظر کاظم موسوی بجنوردی، جلد اول (آب- آل داوود)، انتشارات مرکز دائره المعارف بزرگ اسلامی، تهران.
۴۱. محمد مرادی، اصغر (۱۳۸۸)، ضرورت نگاه به میراث فرهنگی تاریخی در راستای توسعه پایدار و مستمر، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران.
۴۲. حبیبی، حسن (۱۳۸۸)، امامزاده ها و تربت برخی از پاکان و نیکان، چاپ اول، تهران، انتشارات بنیاد ایران شناسی.
۴۳. حاتمی، مجتبی (۱۳۸۷)، بررسی مساجد و امامزاده های شیراز، مجموعه مقالات اولین همایش توریسم مذهبی، یزد.
۴۴. شربیتیان، محمد حسن (۱۳۹۰)، تأملی کارکردی بر نقش توسعه ی پایدار گردشگری دینی در جامعه ایران.
45. Eccles Gavin, Costa Jorge (1996), *Perspectives on tourism development, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume 9 , P84.*
46. Nolan, M. L.; Nolan, S. 1989, *Christian Pilgrimage in Modern Western Europe, Chapel Hill: The University of North Carolina Press.*
47. Mashhadi, David (2007), *Religious Tourism: The Way to Santiago, Ma European Tourism Management, Bournemouth University, Fachhochschule Heilbronn.*
48. Suleiman, Jafar Subhi Hardan & Mohamed, Badaruddin, (2011), *Factors Impact on Religious Tourism Market: The Case of the Palestinian Territories, International Journal of Business and Management. Vol. 6, No 7. pp: 254-260.*
49. Digance, J. and Cusack, C., 2002, *Glastonbury: A Tourist Town for All Seasons, In Dann, G, M, S, (ed) The Tourist as a Metaphor of the Social World, Wallingford: CAB International.*
50. Kamil, Jill (2000), "Religious tourism as big business", *al ah- raweekly, Febury 17-23-Issue No 469.*
51. Vijayanand, S. (2013), *Socio-Economic Impacts Pilgrimage tourism, International Journal of Multidisciplinary Research. Vol. 2, Issue 1. pp: 329-343.*
52. www.shahecheragh.ir