



جغرافیا و روابط انسانی، تابستان ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۱

تحلیل نقش اماکن مذهبی در جذب گردشگر

مهدی کروی^۱، جعفر بهاری^{۲*}، سمیرا محمدی^۳، مرجان بذله^۴، شهلا بهاری^۵

۱. دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبائی

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

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

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

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

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۵/۰۷

تاریخ بازنگری: ۱۳۹۷/۰۶/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۶/۱۱

چکیده

اماکن مقدس به دلیل فراهم کردن امکان دستیابی به رضایت معنوی معین و کشف مکان‌های جدید، عادات و غیره، نقطه قدرتمند جذب جهانگرد را تشکیل می‌دهند. گردشگری مذهبی و زیارتی به عنوان یکی از کهن‌ترین اشکال گردشگری در سراسر جهان، شامل سفرها و بازدیدهایی می‌شود که اصلی‌ترین هدف آن تجربه مذهبی است. امروزه گردشگری مذهبی سهم قابل توجهی از شمارگردشگران را در کشورهای که زمینه‌های رشد و اعتلای گردشگری مذهبی را دارا هستند به خود اختصاص داده است. مذاهب بزرگ دنیا دارای زمینه‌ای عالی برای تورهای بزرگ مذهبی یا زیارتی هستند، زیرا میلیون‌ها نفر جذب دیدار از مکان‌ها یا رویدادهای مقدس هستند. به عقیده اغلب روانشناسان، عدم توجه به نیازهای روحی، سلامت جسمی اعضای جامعه را با خطراتی مواجه می‌کند که تقویت ابعاد مثبت معنوی در نهاد آدمی با سفر به اماکن مذهبی و زیارت، می‌تواند تا حد زیادی پاسخگوی این نیازهای مهم انسانی باشد. در این تحقیق که بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و تحلیلی بوده است سعی بر این داشتیم که به تحلیل نقش اماکن مذهبی در جذب گردشگر بپردازیم. و این تحقیق در پی پاسخ به این سوال است که اماکن مذهبی چه نقشی در جذب گردشگر دارد؟

کلید واژگان: اماکن مذهبی، گردشگری، گردشگری مذهبی، مذهب، معنویت.

مقدمه

در قرن بیست و یکم به دلیل فراهم آمدن زیرساخت های تکنولوژیکی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، پدیده گردشگری به عنوان واقعیت اجتناب ناپذیر تلقی می شود. به طوری که یکی از صاحب نظران به نام "دوکت" گردشگری را گذرنامه توسعه نامیده است (حیدری، ۱۳۸۹: ۶). موسسه آینده نگری و برآورد اقتصادی وارتون، برآورد کرده است که در بین شاغلین سراسر جهان، از هر ۱۶ نفر، یک نفر به نحوی در بخش جهانگردی شاغل است. گزارش موسسه تأکید می کند که صنعت گردشگری، از نظر اشتغال بزرگترین صنعت جهان است (کروبی، ۱۳۸۷: ۳۰۹). در این میان گردشگری مذهبی یکی از رایج ترین نوع گردشگری در سراسر جهان به حساب می آید که سابقه آن به اعصار و قرون گذشته بر می گردد. بدون تردید یکی از مهمترین و کهن ترین عوامل و انگیزه های مسافرت انسان باورهای مذهبی و احساسات دینی وی بوده است. انسان از ابتدای تاریخ، مکانهایی را مقدس می دانسته است و به منظور تأمین نیازها و خواسته های روحی و روانی و از ترس بلایای طبیعی و غیر طبیعی، که زندگی او را تهدید می کرده به زیارت مکانهای مقدس می رفته است، که از آن جمله می توان به کعبه اشاره نمود، که قبل از اسلام به عنوان بتخانه اعراب تلقی می گردید و با پیدایش اسلام زیارتگاه میلیونها مسلمان گردیده است. بوداییان، مسیحیان و قوم یهود نیز مانند دیگران برای زیارت به مکانهای مقدس خویش سفر می کنند (محلاتی، ۱۳۸۰: ۱۲). جهانگردی با انگیزه مذهبی و زیارتی در عصر حاضر رونق زیادی یافته است به طوری که عیادتگاهها، مساجد، آرامگاه ها، امامزاده ها، کلیساها و غیره، هر ساله پذیرای میلیونها نفر زائر و معتقد به خود هستند. امروزه گردشگری مذهبی 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 فراگرفته است و بر اساس برآوردهای صورت گرفته، ۲۶ درصد از کل جریانهای گردشگری جهان به گردشگری مذهبی اختصاص داده شده است (مومنی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۳). کنفرانس بین المللی گردشگری مذهبی، درآمد صنعت گردشگری مذهبی جهان را ۱۸ میلیارد دلار تخمین زده است و براساس برآورد سازمان گردشگری جهانی هر ساله ۳۳۰ میلیون زائر از مکانهای مذهبی دیدن می کنند (www.rcmc.ir). سیرو سیاحت و گردشگری در مکتب اسلام جایگاه ویژه ای را به خود اختصاص داده است. به طوری که با نگاهی به آیه های مختلف قرآن کریم و احادیث پیامبر (ص) و ائمه اطهار (ع) می توانیم به ارزش و جایگاه مسافرت در دین اسلام پی ببریم. تأکید اسلام به سیرو سیاحت بنا به فواید و آثار گوناگونی که در سفر نهفته، و انسان در طی مسافرت به آنها می رسد. از جمله فواید سیرو سیاحت که در آیات و روایات متعدد به آنها اشاره شده می توان به مطالعه آثار تاریخی، عبرت گیری از گذشتگان، رشد نیروی تعقل انسان، تفکر در اسرار آفرینش، دانش اندوزی، کسب تجربه، تحصیل منافع اقتصادی، سلامت جسم و روح و دفع اندوه ها و ناراحتی ها است (ثواب و رحمانی، ۱۳۸۸: ۱۳). در میان مسلمانان پیروان مذهب شیعه با توجه به فرامین قرآنی و توصیه های ائمه اطهار (ع) مبنی بر اهمیت سیرو سیاحت، همواره گردشگری مذهبی را ضروری دانسته و در هر فرصتی سعی کرده اند تا به زیارت اماکن مقدسه بروند به طوری که مقوله گردشگری مذهبی در نزد شیعیان از

ارج و قرب خاصی برخوردار بوده و اماکن و بقاع متبرکه و آرامگاه های بزرگان شیعه پیوسته مملو از زائران بوده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

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، ۱۳۸۵: ۱). طبق گفته ماتسیون و وال در اوایل دهه ۱۹۸۰، گردشگری عبارت است از: تغییر مکان موقتی افراد به مقاصد خارج از محل معمول کار یا اقامتشان، فعالیت هایی که در طول اقامت افراد در آن مقاصد انجام می گیرد و تسهیلاتی که به منظور برآوردن نیازهای آنان فراهم می شود (میسون، ۱۳۸۷: ۶). گردشگری مذهبی یکی از اشکال عمده ی گردشگری است که شامل دیدار از اماکن مذهبی و انجام فرایض دینی و مذهبی است (حیدری چپانه، 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). معنویت در لغت به معنای معنوی بودن، مربوط و منسوب به معنی حقیقی، راستی، اصلی، ذاتی، مطلق، حقیقی، روحانی در مقابل مادی، ظاهری و صوری آمده است (معین، ۱۳۸۱: ۷۶۳). معنویت آن جنبه از حیات فردی و جمعی است که بیانگر رابطه ای آگاهانه است که فرد در ارتباط با امور متعالی دارد. پیش فرض این مفهوم این باور است که امور متعالی وجود دارند و روح بشر می تواند با آن ارتباط برقرار کند. به عبارتی دیگر معنویت نحوه ای از مواجهه با جهان هستی است که نتیجه اش حالت های نفسانی نامطلوبی مانند غم و اندوه، ناامیدی، دلهره و اضطراب، احساس سرگشتگی و سردرگمی، احساس بی معنایی و بی هدفی و... تا آنجا که امکان پذیر است در انسان پدید نیاید و این نحوه مواجهه موجب رضایت باطن شود (ملکیان، ۱۳۷۹: ۷). معنویت احساس وابستگی و درهم تنیدگی عمیق و به شدت شهودی بین انسان و جهانی که در آن زندگی می کند، می باشد. به عبارت دیگر معنویت ترکیبی از فلسفه اصلی زندگی ما و ارزش ها و اعمال ماست (رستگار و فرهنگی^۱، ۲۰۰۷: ۲۴-۱). برخی از روان شناسان معنویت را به عنوان تلاش دائمی بشر برای پاسخ دادن به چراهای زندگی

¹ Rastegar & Farhangi

تعریف کرده‌اند. به عبارت واضح‌تر، استفاده بهینه از قوه خلاقیت و کنجکاوی برای یافتن ارتباط موجود با زنده ماندن و زندگی کردن و در نتیجه، رشد و تکامل، بخش مهمی از معنویت را تشکیل می‌دهد. مقیمیان و هماران (به نقل از بهادری نژاد) معتقدند: «معنویت عبارت است از برخورداری از ارزش‌های والای انسانی که موارد زیر را شامل می‌شود: ایمان به خدا، عشق به دیگران، پشتکار، تحرک، تحمل، تقوا، تواضع، توکل، جوان‌مردی، خدمت، محبت، احترام به موجودات، اعتماد به نفس، امید به آینده، پذیرش، خوش بینی، خیرخواهی، رضایت، سپاس‌گذاری، شجاعت، صبر، صداقت، صرفه‌جویی، عدم وابستگی (مادی)، فداکاری، گذشت، محدود کردن آرزوها و وفای به عهد» (مقیمیان^۲ و همکاران، ۲۰۱۱: ۳۱-۶). واژه معنویت در قرآن و روایات بدین شکل نیامده ولی با توجه به معنای لغوی آن می‌توان گفت: منظور از آن، عالم باطن و حقیقت روح جهان مادی و ظاهری است که بهترین واژه قرآنی نزدیک به آن حیات طیبه و نور الهی است. در قرآن آمده است: «أَوَمَنْ كَانَ مِيتًا فَأَحْيَيْنَاهُ وَجَعَلْنَا لَهُ نُورًا يَمْشِي بِهِ فِي النَّاسِ كَمَنْ مَثَلُهُ فِي الظُّلُمَاتِ لَيْسَ بِخَارِجٍ مِنْهَا كَذَلِكَ زُيِّنَ لِلْكَافِرِينَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ» (قرآن، انعام: ۱۲۲). آیا کسی که مرده بود و ما زنده اش کردیم و برای او نوری قرار دادیم که به وسیله آن در میان مردم راه می‌روند، مانند کسی است که در تاریکی‌ها قرار دارد و از آن بیرون آمدنی نیست؟ اینگونه برای کافران آنچه انجام می‌دهند زینت داده شده است. علامه طباطبایی در تفسیر این آیه می‌نویسد: «به راستی در مؤمن، حقیقت و واقعیتی دارای اثر وجود دارد که در دیگران وجود ندارد و این حقیقت سزاوارتر است به ای نکه اسم حیات و زندگی بر آن گذشته شود، تا بر آن حقیقتی که در دیگر مردم است و آن را در مقابل حیات نباتی، حیات و زندگی حیوانی می‌نامیم» (طباطبایی، ۱۳۸۲: ۴۶۶). این آیه در بردارنده مفاهیم ذیل است:

- ۱- مشرک، مرده و بی بهره از حیات معنوی و روحانی است.
- ۲- راه یابی به توحید و ایمان موجب حیات انسان می‌شود.
- ۳- ایمان، حیات و مولد نور است، اما کفر مرگ و تاریکی است.
- ۴- کافران گمراه، در چنان ظلماتی اسیرند که امیدی به رهایی آنان نیست.
- ۵- مؤمن با نور الهی مسیر صحیح حرکت را در جامعه و بین مردم درمی‌یابد.
- ۶- نور ایمان، روشن‌گر خطوط و افکار مختلف جامعه برای مؤمنان است.
- ۷- توجه دادن مؤمنان به حیات معنوی خود و برخورداری از نور الهی، بازدارنده آنان از اطاعت مشرکان و گمراهان است.
- ۸- مؤمن در جامعه، عنصری پویاست.

با توجه به آیه و تعبیراتی که در آن آمده، می‌توان معنویت اسلامی را چنین تعریف کرد: معنویت برآیندی است که از فرایند معرفت، ایمان و عمل صالح در چارچوب شریعت اسلامی حاصل می‌شود. بدین ترتیب:

- ۱- اگر حیات طیبه و نورانیت دل به دست نیاید، معنویتي فراچنگ نیامده است.

۲- بدون معرفت نسبت به حقایق عالم و ملکوت جهان مادی و نیز ایمان به خدا و صفات و افعال او، معنویت مفهومی ندارد.

۳- بخش عظیمی از معنویت در پرتو کارهای شایسته و نیکو شکل می گیرد و عمل صالح لازمه ایمان صحیح و مقوم معنویت و شرط لازم آن است و نقیض آن، عمل زشت نیز نبود کننده معنویت است.

خداوند منبع، محور و بخشاینده معنویت است و بدون ارتباط با او از رهگذر بندگی واقعی و عبودیت، معنویت پوچ و مجازی است. معنویت منهای خدا چیزی جز فریب و دل مشغولی ظاهری نیست. حیات طیبه و تابش انوار ربوبی بر قلب از سوی خدای تعالی است و ایمان و عمل صالح زمینه آن را فراهم می سازند. بنابراین معنویت افاضه ای از سوی حق است. معنویت در نقطه ثابتی توقف نمی کند، بلکه شدت و ضعف و ارتقا و افول دارد. در افراد گوناگون، درجات مختلف دارد و در یک فرد نیز ممکن است کاهش و فزونی یابد، چنانکه قرآن مجید می فرماید: «لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ثُمَّ رَدَدْنَاهُ أَسْفَلَ سَافِلِينَ» (قرآن، تین: ۴-۵). به راستی که انسان را در نیکوترین اعتدال آفریدیم، سپس او را به پست ترین پستی بازگردانیدیم. ایمان و عمل صالح، جان بنده را برای تابش انوار معنویت آماده می سازند. با رشد ایمان و اخلاص در عمل و به تناسب آن معنویت روبه رشد و فزونی می گذارد و آثارش را آشکار می سازد. در دنیای پر هیاهو و زندگی کسالت آمیز امروزی، استفاده از صنعت گردشگری یکی از راههای رسیدن به آرامش و شادابی محسوب می شود. تماشای طبیعت، مخصوصا اگر با تدبر در علم و قدرت و هنر آفریننده و نحوه آفرینش همراه باشد، با روان آشوب و اضطراب زده ی انسان امروزی معجزه ها خواهد کرد. آشنایی با فرهنگ و میراث ملل که از دیگر دست آوردهای گردشگری است، نیز برای آرامش روانی، فربه شدن تجربه و دانایی انسان نقش ارزنده ای دارد. گردشگری برای معنویت خواهان جهان، بستری فراهم می کند که با استفاده از آن به آرامش همراه با معنویت می رسند. سراسر آفاق و انفس سرشار از نشانه های خداوند است. این انسان است که با دیدار شگفتی های طبیعت به تفکر نشیند و راه رسیدن به آفریننده ی آن ها را برای خود هموار کند. خداوند به پیامبرش سفارش می کند که به مردم بگوید برای پی بردن به آثار قدرت خدا به سیر و سفر پردازند و چگونگی آفرینش عالم را بنگرند که قطعا در سبک زندگی و باورهای آنان موثر خواهد بود: «قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ» (قرآن، عنکبوت: ۲۰). معنویت گردشگری در گرو تفکر در آثار خلقت است که قرآن از آن به نظر (نگاه با دقت) تعبیر کرده است. اگر در روایات اسلامی، برای تفکر ارج و ارزشی با توجه به متعلق آن ذکر شده، به خاطر ره آورد تفکر برای انسان است. هستی و اوصاف خداوند، از بهترین متعلقات تفکر است که علاوه بر ارزندگی معنوی، آرامش روانی عمیق شدن شناخت خداوند و فهم مبانی و باورهای دینی را نیز به همراه دارد و گردشگری، بهترین فراهمگر زمینه ی این تفکر و متعلقات آن است (قرآن، رعد: ۲۸). البته «برخی از گردشگری های امروزی، از طرف تمدن های شیطانی برای جلب مال و ثروت حرام رائج شده که بیشتر برای هدف های انحرافی چون انتقال فرهنگ های ناسالم، عیاشی، بی بند و باری، جاسوسی و نوکری برای ابرقدرت ها و... صورت می گیرد. این نوع گردشگری با اسلام و معنویت سازگار نیست. در حالیکه گردشگری باید وسیله ی انتقال فرهنگ های سالم، تراکم تجربه ها، آگاهی از اسرار آفرینش و گرفتن درس های عبرت از سرنوشت دردناک اقوام فاسد و ستمگر باشد» (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ۳۵۹). 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، ۳، ۱۹۸۹: ۱۲۵). دیگنس و کوساک (۲۰۰۲)، در ارتباط با گردشگری مذهبی بیان می کند زیارتگاه های قدیمی هنوز هم همانند آنرا 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- مذهبی می باشند. شهر قم به عنوان دومین مرکز زیارتی کشور، پس از مشهد، دارای توانمندی های گردشگری با کارکردهای مذهبی زیارتی ارزشمندی در سطح ملی و بین المللی است. مهمترین و شاخص ترین جاذبه های گردشگری قم، که هر روزه مورد بازدید تعداد زیادی از گردشگران و زائران داخلی و خارجی قرار می گیرند، عبارتند از حرم مطهر حضرت معصومه و مسجد مقدس جمکران (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴۱-۱۱۵). پاکروان نوخندان و نادری مایوان در سال ۱۳۹۲ پژوهشی را تحت عنوان نقش اماکن زیارتی در جذب گردشگری مذهبی انجام دادند. هدف از نگارش این مقاله معرفی جاذبه های گردشگری اماکن مذهبی در جهت هر چه بهتر کسب فیوضات معنوی برای دوستاران این نوع گردشگری می باشد. روش اصلی این تحقیق، با توجه به ماهیت نظری و کاربردی آن توصیفی- تحلیلی است و برای گردآوری آن از اطلاعات کتابخانه ای، میدانی و اسنادی استفاده شده است. و اهداف تحقیق عبارتند از: مطالعه، شناخت و معرفی ابعاد مختلف گردشگری مذهبی، برجسته ساخت قابلیت ها و توانمندی های اماکن مذهبی در جهت جذب گردشگری مذهبی. ابتکاری و مختاری در سال ۱۳۹۲ پژوهشی را تحت عنوان بررسی نقش اماکن مذهبی در گسترش گردشگری انجام دادند. نتیجه این تحقیق نشان می دهد که شهرهای زیارتی بزرگی چون مشهد، قم، شیراز

³ Nolan

⁴ Digance & Cusack

و همچنین تنوع مراکز، آثار و ابنیه ی تاریخی و عبادتگاه های ادیان مختلف موجود در کشور، توانایی جذب توریسم مذهبی - فرهنگی را در آن مکان امکان پذیر می سازد. در نتیجه، با افزایش توجه به این اماکن مذهبی، می توان جذب گردشگران را افزایش داد که این خود به طور مستقیم بر ایجاد فرصت های شغلی جدید، ارزآوری ارتقای سطح زندگی مردم، تحرک اقتصادی و سایر موارد دیگر تاثیر می گذارد. فتحعلی در سال ۱۳۹۲ پژوهشی را تحت عنوان نقش اماکن مذهبی در جذب گردشگر (مطالعه موردی: امامزاده داوود (ع)) انجام داد. و بیان می کند که امامزاده داوود (ع) هر سال از قدیم الایام تاکنون زائران مشتاق فراوانی را در خود جای داده اند. زائرینی که با وجود سختی های فراوان راه با پای پیاده برای زیارت یا ادای نذورت خود به این امامزاده می آمدند. ضمن اینکه از نظر طبیعی این امامزاده در محلی کوهستانی واقع شده است که در تابستان حکم کولر تهران و با جغرافیای منحصر به فرد می باشد. پس گردشگرانی که به این بارگاه مقدس می آیند از آب و هوای دلپذیر این بقعه نیز لذت می برند. لذا با بررسی جاذبه های مختلف این مکان به تجزیه و تحلیل نقاط ضعف و قوت و فرصت ها و تهدیدها با استفاده از ماتریس *SWOT* پرداخته تا از این طریق بتوانیم استعدادها و قابلیت ها و کمبودها را بررسی کنیم. در پایان با توجه به این که این منطقه دارای نقاط قوت زیادی در مقابل نقاط ضعف و عوامل خارجی است، می توان آن را با کمک سازمان های زیربسط حل کرد وازگردشگران مذهبی فراوانی که به این منطقه می آیند استقبال بهتر و شایسته تری کرد و شرایط اولیه را طوری فراهم کرد که با ازدیاد گردشگران درفصل تابستان و بهار وجود داردمسافری دیگر به خاطر شلوغی وامکانات کم پارکینگ وکمبود امکانات دیگر مجبور به بازگشت از سفر خود نکند وخاطره بدی را از این سفر با خود نبرد. 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 دیدگاه هایی بسیار جزئی میان این افراد مشاهده شد، اما در مجموع همگی بر این باورند که سفر می تواند یک رویداد معنوی باشد و گونه های غیر زیارتی نیز می توانند نتایج معنوی به همراه داشته باشند. در مجموع می توان گفت هر سه دین مذکور، معنویت در سفر را باور دارند و از آن به عنوان نهایت و غایت دستاوردهای یک سفر یاد می کنند. 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 می دهد که معنویت در گردشگری از دیدگاه اسلام مقوله ای 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 آموزه های 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 آموزه های 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 مقوله ای 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، مؤلفه های معنویت به صورتی خاص قابل تفسیر است. اما

شرط این مهم وجود آمادگی فرد گردشگری برای درک، تعمق، تدبیر و دریافت این مفاهیم از پوسته ی ارتباطات است. هر چند سطوح سه گانه ی 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 نتیجه ی مباحث بسیار عمیق نمی باشد. هر چند دستیابی به سطح بالای معنا، مستلزم تعمق هرچه بیشتر در این مضامین و شنانه ها است. بنابراین مقاله حاضر به بررسی مبانی نظری، روش تحقیق پرداخته و با استفاده از مولفه های ذکر شده بین معنویت و ارتباطات بین فرهنگی به نتیجه گیری می پردازد. زهرا 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 انگیزه های معنوی گردشگران در سفرهای معنوی (مطالعه موردی: رویداد پیاده روی اربعین) انجام دادند. در این مقاله انگیزه های گردشگران شرکت کننده در پیاده روی اربعین که رویدادی بی نظیر در گردشگری به شمار می رود 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 / جواب های 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 فعالیت های گردشگر، ظرفیت معنویت پذیری را دارد و گردشگری برای صلح و دوستی بین ملت ها و فرهنگ ها، ابزار قوی و بستر بسیار مناسبی محسوب می شود. جیل کامیل^۵ در سال ۲۰۰۰ در پژوهشی با عنوان گردشگری مذهبی و تجارت بزرگ، با چارچوب نظری تجاری سازی گردشگری و با روش مطالعه میدانی زیارتگاه ابومنای 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 می رساند. سلیمان^۶ و محمد^۷ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان "تأثیر عوامل موثر بر بازار گردشگری مذهبی: مطالعه موردی سرزمین های فلسطین" اهمیت گردشگری مذهبی در فلسطین را نشان می دهند. 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^۸ (۲۰۱۳)، در پژوهشی تحت عنوان "اثرات اجتماعی و اقتصادی در گردشگری" بر پیوند گسترش اماکن مقدس، جامعه، سیاست، ایدئولوژی و فرهنگ تأکید می کند و از این ایده که اثرات اقتصادی گردشگری مذهبی را نباید نادیده و یا دست کم گرفت حمایت می کند، اگر چه نهادهای مذهبی به طور سنتی در گذشته به بی اهمیت جلوه دادن آن اقدام می کرده است. علاوه بر این، این تحقیق نشان می دهد که دین و گردشگری مشترکات زیادی دارند. مشهدی^۹ (۲۰۰۷)، در پژوهشی تحت عنوان "گردشگری مذهبی، مسیرهای دسترسی به سانتیاگو" پس از تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده، نشان می دهد که تفاوت روشی بین گردشگران مذهبی بازدید کننده از سانتیاگو

⁵ Jill Kamil

⁶ Suleiman

⁷ Mohamed

⁸ Vijayanand

⁹ Mashhadi

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 می گردد.

روش شناسی تحقیق

روش مورد استفاده در این تحقیق به صورت توصیفی - تحلیلی است، که در این تحقیق به تحلیل نقش اماکن مذهبی در جذب گردشگر پرداخته شده است. و همچنین ابزار گردآوری اطلاعات به صورت مطالعات کتابخانه ای می باشد.

یافته های تحقیق

گردشگری در اسلام

قرآن کریم آنگاه که به بیان صفات بارز مومنین می پردازد چهارمین صفات آنان را "السائحون" (سیاحت کنندگان) بر می شمارد: {التائبون العابدون السائحون الراكعون الساجدون الامرون بالمعروف و الناهون عن المنکر و الحافظون لحدود الله و بشر المومنین} (توبه، ۱۱۲). بعضی از مفسران "سیاحت" را به معنای گردش در روی زمین و مشاهده ی آثار عظمت خدا و شناخت جوامع بشری و آشنایی با عادت و رسوم و دانش های اقوام که اندیشه ی انسان را زنده می سازد دانسته اند (سوقندی، ۱۳۷۵: ۱۴). گردشگری و مسافرت های زیارتی (چه در اسلام و چه در غیر اسلام) یکی از انواع گسترده ی گردشگری است که خود تحت تاثیر تقویم وضوابط و قوانین شرعی است (رحیم پور و سید حسینی، ۱۳۷۹: ۵۶-۵۹).

کارکردهای اجتماعی گردشگری مذهبی

از بعد اجتماعی تعریف گردشگری، فصل مشترک بین زندگی عادی ساکنان بومی و زندگی غیر عادی گردشگران را در بر می گیرد (بارنارد^{۱۰} و اسپنسر^{۱۱}، ۱۹۹۶: ۵۵۲). امروزه با توجه به اینکه دنیای ماشینی و فراصنعتی تمام ساختارهای کلان و خرد، حوزه زندگی اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده است. افراد برای رفع آثار ناشی از فشارهای روحی و روانی عصر صنعتی نیازمند فراغت و استراحت می باشند. براین مبنا گردشگری و سیاحت از جمله (گردشگری زیارتی و دینی) می تواند یک تجربه درون گرایانه برای بازیابی روانی و لذت بردن از فضای معنوی را برای جهانگردانی که گردشگری زیارتی را مورد تمایل و انتخاب برای سفر قرار داده اند، بسیار با اهمیت باشد بر این اساس در دین اسلام سیاحت و سیر آفاق در برابر سیر انفس مورد اهتمام ویژه ای قرار دارد که به این مسأله تأکید زیادی شده، زیرا این موضوع نقش مؤثری در ارتقاء رشد کمال بشری دارد (شربتیان، ۱۳۹۰). گردشگری مذهبی به عنوان یک واقعیت اجتماعی و فرهنگی، دارای وظایف و بازیابی روانی، آرامش روح، لذت بردن از کارکردهای مثبت در جامعه می باشد. فضای معنوی، مشاهده جلوه های مختلف آداب و رسوم زیارتی، محصولات معنوی، جلای جان، خیر و برکت، صلح پایدار، زدودن تصویر نامناسب و غیر واقع، پرهیز از بیگانه گرایی و احساس حقارت، شناخت فرهنگ معنوی، احیای غرور ملی، منش فرهنگ، پاسداری میراث فرهنگی، شناخت شیوه های زندگی، ایجاد اعتماد

¹⁰ barnard

¹¹ Spencer

به نفس ایرانی، حفظ آرامش روحی، تحکیم درک تفاهم ها، حفظ نظم، انسجام اجتماعی، میراث مشترک انسانی، تعادل، تعامل، ترمیم (میزبان و میهمان) گسترش روابط دوستانه، ارتباط و پیوند متقابل از مهمترین کارکردها و اثرات مثبت این حوزه در اجتماع می باشد. سفرهای زیارتی و زیارت اماکن مقدس در این نوع گردشگری نمادی از خیر و برکت آفریدگار تلقی می شود، در حوزه گردشگری زیارتی باید اماکن مقدس را در تمام سال موجب جابه جایی امواج انسانی دانست، در واقع زیارتگاه ها نماد اشتیاق و ژرف نهمان انسان به بازگشت به نهاد فطرت خدایی خویش و راز و نیاز با آفریننده خویش تلقی می شود، انسانی که به سروش نهمان و وجود عوامل ماورای مادی ایمان دارد (شربتیان، ۱۳۹۰).

آثار فرهنگی گردشگری مذهبی در مقصد

گردشگری به عنوان یک نظام دارای آثار فرهنگی در مقاصد گردشگری است. این آثار پیرامون تعامل و تبادل فرهنگی در دو سوی جریان گردشگری (یعنی مبدا و مقصد) پدیدار می شود (الونی، ۱۳۷۶: ۶۶). گردشگری در این رویکرد یکی شدن امور فرهنگی و اقتصادی و اجتماعی را تسهیل می کند و آن را به مانند یک متن تجسم می سازد (چاووشیان، ۱۳۸۰: ۱۴۹). به طور کلی آثار فرهنگی گردشگری مذهبی در مقصد عبارتند از:

- اگر منافع گردشگری در سطح جوامع و مناطق یک کشور به درستی توزیع شود می تواند سطح زندگی را بهبود بخشد. توسعه گردشگری با ایجاد مشاغل جدید در بخش های مختلف اقتصادی و با افزایش دستمزد و درآمد افراد بر ساختار اجتماعی تاثیر می گذارد. از طرفی توسعه ی گردشگری بخشی از اعتبارات لازم را برای بهبود بخشیدن به خدمات و تسهیلات اجتماعی-فرهنگی به واسطه ی توسعه ی گردشگری موجب شتاب گرفتن شهرنشینی در مفهوم مثبت آن و توسعه ی روستایی و جلوگیری از سیل مهاجرت روستاییان به سمت شهرها و مراکز صنعتی می گردد.
- با توسعه ی گردشگری در پی مبادلاتی که میان مردم محلی و گردشگران صورت می گیرد، ساختار خانواده به نوسازی می گراید و زنان و جوانان در چهارچوب این ساختار جدید آزادی بیشتری به دست می آورند. این امر حکایت از افزایش پویایی اجتماعی در اثر توسعه گردشگری دارد.
- گردشگری مذهبی می تواند موجب گسترش یکپارچگی و همگرایی اجتماعی و فرهنگی در سطح کشور و تقویت وحدت وفاق ملی گردد. به ویژه در کشورهای در حال توسعه که در آنها گروه های متعدد و مذاهب مختلف در کنار هم حضور دارند، تحرک اتباع، که نتیجه آن درک و تفاهم بیشتر گروه های مذهبی و قومی و گروه های دیگر اجتماعی است، می تواند وحدت ملی را قوام بیشتری بخشد.
- گردشگری می تواند میراث فرهنگی منطقه را حفظ کند. گردشگری مذهبی چنانچه به خوبی برنامه ریزی شود می تواند نیرویی پر توان برای حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی هر منطقه باشد. الگوهای فرهنگی موجود در زمینه ی مذهب و سنتها، جشنها، سبک زندگی جاذبه هایی برای گردشگران محسوب می شود. گردشگری مذهبی کمک می کند تا حفظ این یاد بوها از نظر اقتصادی و اجتماعی توجیه پذیر باشد.

- گردشگری مذهبی در برخی نقاط می تواند محرک احیای ارزش های محلی و الگوهای فرهنگی شود که در حال نابودی است. توسعه ی گردشگری مذهبی می تواند سنت ها و عادات کهن را از نو زنده کند و نسبت به حفظ میراث فرهنگی و طبیعی ایجاد علاقه نماید.
- گردشگری مذهبی می تواند به توسعه و نگهداری موزه ها و دیگر تہسیلات فرهنگی کمک نماید.
- گردشگری مذهبی و در پی آن مبادلات فرهنگی حاصل از گردشگری موجب وسیع شدن افق اندیشه ی طرفین، کاهش پیش داوری ها و نزدیک شدن انسان ها به یکدیگر می شود.
- علاوه بر آن گردشگری می تواند فضایی را پدید آورد که در آن الزامات گردشگری با اهداف اخلاقی سازمان های مختلف گره خورده، از گردشگری برای ارتقای صلح و تفاهم میان ملت ها و حفظ و تکریم هویت های فرهنگی استفاده شود (کتابی، ۱۳۷۶: ۹۵).

جایگاه گردشگری مذهبی در توسعه گردشگری ایران

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 کنند، 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).

نتیجه گیری

گردشگری مذهبی و زیارتی به عنوان یکی از کهن ترین اشکال گردشگری در سراسر جهان، شامل سفرها و بازدیدهایی می شود که اصلی ترین هدف آن تجربه مذهبی است. آن چه علاقمندان به این نوع از گردشگری را به پیمودن راهها و طی مسافت و تحمل رنج سفر و استقبال از خطر سوق می دهد، کشش نیروی درونی و علاقه قلبی است. مقوله گردشگری و سیرو سیاحت مورد تأکید و توجه دین اسلام قرار گرفته، به طوری که در آیات متعدد قرآن کریم و احادیث نبوی، به این مقوله تأکید شده است. شیعیان به دلیل اعتقاد و علاقه فراوان به پیشوایان خود رفتن به اماکن مذهبی و زیارت مقابر ائمه و بزرگان را بر خود فرض می دانند به طوری که شهرهای مذهبی مانند: نجف، کربلا، کاظمین، مشهد، دمشق، قم، پیوسته مملو از زائران علاقه مند به خاندان اهل بیت (ع) است. کشور ایران به عنوان مرکز شیعیان جهان، قابلیت بالایی را در زمینه توسعه گردشگری مذهبی دارد. جمعیت حداکثری شیعه و

گسترده‌گی اماکن مذهبی و زیارتی در ایران، سبب رونق گردشگری مذهبی، گردیده است. وجود اماکن مذهبی و زیارتی متعدد و حاکم بودن فرهنگ اسلامی و شیعی، زمینه مناسبی برای توسعه گردشگری مذهبی در ایران را فراهم ساخته است. به طوری که با برنامه ریزی و سرمایه گذاری مناسب کشور ایران، توان تبدیل شدن به هدف گردشگری مذهبی در جهان اسلام را دارد. و این امر علاوه بر فراهم نمودن جنبه های مثبت، رشد اقتصادی و مالی در کشور سبب ارتباط با سایر کشورها می گردد، و تعامل بین ملل و فرهنگها را ممکن می سازد. با توجه به این مطلب که هم اکنون گردشگری مذهبی و زیارتی به عنوان مهم ترین انگیزه مردم کشورهای مسلمان و عربی به شمار می آید، می توان فرصت را مغتنم شمرد با تبلیغات صحیح و تعامل با کشورهای مسلمان، زمینه ورود گردشگران مذهبی به ایران را هموار ساخت، که این امر توسعه توریسم مذهبی را در ایران فراهم می سازد. از طرفی با سرمایه گذاری در صنعت توریسم و فراهم ساختن زمینه برای ورود گردشگران خارجی و یا غیر مسلمان می توان از این مولفه به عنوان فرصتی مناسب جهت تبلیغ فرهنگ و مذهب تشیع سود جست.

پیشنهادهای

۱. سیاست گذاری در جهت تقویت زیرساختهای گردشگری در اماکن مذهبی و زیارتی.
۲. ایجاد و تقویت جاذبه های جنبی پیرامون اماکن مذهبی و زیارتی.
۳. زدودن تصویر نامناسب و غیر واقعی ایران در محیط بین المللی که از طریق کشورهای غربی ایجاد شده است.
۴. سازماندهی اماکن مذهبی و معرفی آنها جهت رونق گردشگری مذهبی در کشور.
۵. گنجاندن بازدید از اماکن مذهبی در برنامه تورهایی خارجی به ایران برای آشنایی با این مراکز.
۶. توجه و رسیدگی به اماکن مذهبی به عنوان پتانسیلی برای القای روح معنویت در زوار.

منابع و مأخذ

۱. پاپلی یزدی، محمدحسین، مهدی، سقایی (۱۳۹۰)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ ششم، تهران، سمت.
۲. میسون، پیت (۱۳۸۷) توریسم (اثرات، برنامه ریزی و مدیریت)، ترجمه روزبه میرزایی و پونه ترابیان، چاپ اول، انتشارات ترمه.
۳. ارمغان، سیمین (۱۳۸۶) توریسم و نقش آن در جغرافیا، چاپ اول، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام شهر.
۴. چاووشیان، حسن (۱۳۸۰)، "بحثی در کاربرد نظریه های فرهنگ، روش های فرهنگی در خدمت جمعیت شناسی" مجموعه مقالات جامعه و فرهنگ، جلد پنجم، انتشارات آرون.
۵. کتابی، محمود (۱۳۷۶)، "گردشگری در خدمت صلح و تفاهم جهانی"، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی، جلد سوم، کیش.

۶. الوانی، مهدی (۱۳۷۶)، "جهانگردی اثر پذیری یا اثر گذاری فرهنگی"، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، جلد ۲، کیش.
۷. حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷)، مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، انتشارات سمت، تهران.
۸. 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.
۹. رنجبران، بهرام، زاهدی، محمد (۱۳۸۵)، شناخت گردشگری، اصفهان، چهار باغ.
۱۰. همایون، محمد هادی (۱۳۷۶)، "جهانگردی و ارتباطات میان فرهنگی"، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، جلد ۱، کیش.
۱۱. ابراهیم زاده، عیسی، کاظمی زاد، شمس اله، اسکندری، ثانی محمد (۱۳۹۰)، برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید برگردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم)، پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۷۶، صص ۱۱۵-۱۴۱.
۱۲. کاویان فر، سیما (۱۳۸۶)، توریسم مذهبی در فرانسه و جهان، ماهنامه شهرداری ها، شماره ۷۸، صص ۳۱-۳۷.
۱۳. شریبتیان، محمد حسن (۱۳۹۰)، تأملی کارکردی بر نقش توسعه ی پایدار گردشگری دینی در جامعه ایران.
۱۴. حیدری، رحیم، (۱۳۸۹)، مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، تهران، انتشارات سمت، چاپ دوم.
۱۵. کروی، مهدی، (۱۳۸۷)، فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری، تهران، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۸، ص ۳۰۹.
۱۶. رحیم پور، علی، سید حسینی، سید داوود (۱۳۷۹)، سیمای جهانگردی اسلامی، نشر محیا، تهران، چاپ اول.
۱۷. سوقندی، محمدرضا، سیاحت و جهانگردی از دیدگاه اسلام (۱۳۷۵)، ماهنامه ی فرهنگی قدس-آستان قدس رضوی، شماره ی هشتم، به نقل از دیبای پرویز، شناخت جهانگردی، تهران، انتشارات علامه طباطبایی.
۱۸. مومنی، مصطفی، صرافی، مظفر، قاسمی خوارزمی، محمد (۱۳۸۷)، ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی- فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۱۱، دوره بهار و تابستان، صص ۳۸-۱۳.
۱۹. محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۰)، درآمدی بر جهانگردی، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول.
۲۰. ثواقب، جهانبخش، رحمانی، محمد جواد (۱۳۸۸)، سیر و سیاحت در قرآن مجید، قم، انتشارات بوستان کتاب، چاپ دوم.
۲۱. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۴)، تفسیر نمونه، تهران: نشر: دار الکتب الاسلامیه، ج ۱۶، ص ۳۵۹.

۲۲. قرآن مجید، توبه (۱۱۲).
۲۳. قرآن مجید، انعام (۱۲۲).
۲۴. قرآن مجید، تین (۴-۵).
۲۵. قرآن مجید، عنکبوت (۲۰).
۲۶. قرآن مجید، رعد (۲۸).
۲۷. ملکیان، مصطفی (۱۳۷۹)، معنویت و محبت چکیده همه ادیان، تهران: آفتاب، چاپ اول.
۲۸. معین، محمد (۱۳۸۱)، فرهنگ معین، تهران: امیرکبیر، چاپ پانزدهم.
۲۹. طباطبایی، سید محمد حسین (۱۳۸۲)، ترجمه تفسیرالمیزان، ترجمه سید محمد باقر موسوی همدانی، قم: نشر فرهنگ اسلامی، چاپ اول.
۳۰. 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.
۳۱. 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.
۳۲. 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.
۳۳. 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.
۳۴. 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.
۳۵. پیمان، آیت (۱۳۹۴). " گردشگری، معنویت و صلح و دوستی ". مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی گردشگری و معنویت، دانشگاه علم و فرهنگ تهران.
۳۶. پاکروان نوخندان، حمیرا، نادری مایوان، رمضانعلی (۱۳۹۲)، نقش اماکن زیارتی در جذب گردشگری مذهبی، مجموعه مقالات اولین همایش ملی مدیریت گردشگری، طبیعت گردی و جغرافیا، همدان - انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه.

۳۷. ابتکاری، محمد حسین، مختاری، مریم (۱۳۹۲)، بررسی نقش اماکن مذهبی در گسترش گردشگری، مجموعه مقالات دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان - شرکت هم اندیشان محیط زیست فردا.

۳۸. فتحعلی، داوود (۱۳۹۲)، نقش اماکن مذهبی در جذب گردشگر (مطالعه موردی: امامزاده داوود (ع)، پایان نامه کارشناسی ارشد انتشار نیافته دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، استاد راهنما: دکتر آزیتا رجبی.

۳۹. Barnard, alan and Jonathan Spencer (1996), *Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*, Routledge.
۴۰. 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.
۴۱. Kamil, Jill (2000), "Religious tourism as big business", *al ah- raweekly*, Febury 17- ۲۳-Issue No ۴۶۹.
۴۲. Mashhadi, David (2007), *Religious Tourism: The Way to Santiago, Ma European Tourism Management*, Bournemouth University, Fachhochschule Heilbronn.
۴۳. Moghimian M, Salmani F, Azarbarzin M. *The relationship between test anxiety and spiritual health in nursing students. J Qom Univer Med Scien* 2011; 5(Supl 3): 31- ۶.
۴۴. Nolan, M. L.; Nolan, S. 1989, *Christian Pilgrimage in Modern Western Europe*, Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
۴۵. Rastegar A, Farhangi A. *The Presentation and Clarification. Bimonthly Research and Scientific Journal of shahed University* 2007; 1(2): 1-24.
۴۶. 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.
۴۷. Vijayanand, S. (2013), *Socio-Economic Impacts Pilgrimage tourism*, *International Journal of Multidisciplinary Research*. Vol. 2, Issue 1. pp: 329-343.
۴۸. www.rcmc.ir.