

## مؤلفه‌های اجتماعی - فرهنگی شهر زیارتی پایدار

### مورد مطالعه: شهر مشهد<sup>۱</sup>

مژگان عظیمی هاشمی،<sup>۲</sup> سعید شریعتی مزینانی،<sup>۳</sup> فائزه اعظم کاری<sup>۴</sup>

(تاریخ دریافت ۹۰/۱۲/۱۵، تاریخ پذیرش ۹۱/۷/۲۴)

#### چکیده

شهر مشهد مهم‌ترین قطب زیارتی و کانون عمده گردشگری مذهبی و زیارت در ایران است و به‌ویژه نزد شیعیان جهان نیز موقعیت ممتازی دارد و فضای کنش زیارتی سالانه میلیون‌ها زائر است. با عنایت به جایگاه سفرهای دینی و معنوی در گردشگری جهانی، کیفیت و شرایط مقاصد زیارتی می‌تواند نقش مهمی در تعمیق و بهبود کیفیت کنش زیارت داشته باشد و شرایط مناسبی برای تجربه معنوی زائر فراهم آورد. این نوشتار با عنایت به وجوه متعدد مقصد زیارتی، ابعاد فرهنگی و اجتماعی پایداری شهر زیارتی را واکاویده است.

رویکرد این مطالعه آن است که جامعه میزبان یا مجاوران، هم در بعد سخت‌افزاری و هم در بعد نرم‌افزاری، لازم است جهت ارتقای کنش زیارتی زائران و گردشگران مذهبی تمهیداتی بیندیشند. هشت مؤلفه و چهل‌ودو شاخص در ذیل ابعاد اجتماعی، فرهنگی و گردشگری مذهبی پایدار استنباط شد و در فرآیند تحلیل عاملی تأییدی به حک و اصلاح رسید. شاخص‌های مذکور در فرآیند مقایسه سلسله‌مراتبی به‌شیوه فازی

- نگارندگان لازم می‌دانند از پارک علم و فناوری خراسان و دبیرخانه طرح مطالعه توسعه کمی و کیفی زیارت امام رضا(ع) که حمایت مالی و معنوی انجام این مطالعه را بر عهده داشته‌اند قدردانی کنند.
- استادیار پژوهش گروه پژوهشی علوم اجتماعی پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی؛ نویسنده مسئول  
Mozhgan.azimi@yahoo.com
- مریی پژوهش گروه پژوهشی علوم اجتماعی پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی saeedshariatim@yahoo.com
- پژوهشگر گروه پژوهشی علوم اجتماعی پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی.

رتبه‌بندی شد و وزن تأثیر بعد اجتماعی - فرهنگی مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن در تقویت پایداری زیارت تعیین گردید. نتایج پیمایش سلسله‌مراتبی نشان داد که از بین هشت مؤلفه تأییدشده در نمایه شاخص‌های اجتماعی - فرهنگی شهر زیارتی مطلوب که شامل امنیت، ایمنی، آموزش، فرهنگ میزبانی، هویت دینی، فضاهای مذهبی، فضاهای فرهنگی و تفریحی و سرمایه فرهنگی در شهر مشهد است، سه مؤلفه امنیت شهری، ایمنی و آموزش به قدری اولویت دارند که سایر مؤلفه‌ها را موقتاً بی‌تأثیر می‌کنند.

**واژگان کلیدی:** شهر پایدار، ابعاد اجتماعی - فرهنگی شهر پایدار زیارتی، فرهنگ میزبانی، تحلیل سلسله‌مراتبی فازی.

#### مقدمه

گردشگری و گذران اوقات فراغت به شیوه‌های جدید، پدیده‌ای پیامدی و همزمان جزء جدایی‌ناپذیر جامعه صنعتی و حلقه‌ای مهم در بازتولید آن است (مؤمنی و دیگران، ۱۳۸۶)، اما زیارت و گردشگری مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادات دینی دارد، به مفهوم تخصصی خود فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت، عامل مهم جغرافیای انسانی در شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی است. امروزه گردشگری مذهبی با همه اجزا و گونه‌های مختلف خود، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاصی که دارد، توانسته خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد، به طوری که حوزه نفوذ آن سراسر جهان را فرا گرفته (سانتوس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴؛ نولان، ۱۹۸۹) و ۲۶ درصد از کل جریان‌های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است.

خراسان رضوی و به طور خاص شهر مشهد از مراکز مهم گردشگری مذهبی و زیارت در جهان اسلام است. بارگاه حضرت امام رضا (ع) پرجاذبه‌ترین مکان مذهبی در ایران است و کلان‌شهر مشهد کانون عمده گردشگری مذهبی و سالانه پذیرای ده‌ها هزار زائر و گردشگر داخلی و خارجی است. در سال‌های اخیر تعداد زائران خارجی ورودی به استان حدود ۲۸۰ هزار نفر بوده که سهمی حدود ۱۷ درصد از کل گردشگران خارجی کشور را به خود اختصاص داده است (بی‌نا، ۱۳۸۹). تعداد زائران خارجی ورودی به صورت تور به

1. Santos

استان حدود ۷ هزار نفر بوده که در مقایسه با کل کشور سهمی معادل ۲۷ درصد را به خود اختصاص داده است. این موقعیت ممتاز، توجه به مدیریت و سامان‌دهی شهر مشهد در زمینه‌های گوناگون اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی - اجتماعی را به صورت ضرورت در مسیر توسعه شهر مشهد به‌عنوان کانون عمده سفر زیارتی در کشور و نیز تعمیق و بهبود کیفیت کنش زیارت تبدیل کرده است. طرح مفهوم پایتخت معنوی ایران نیز مؤید توجه به موقعیت و اهمیت این شهر در کشور و به تبع آن در جهان از سوی مدیران و برنامه‌ریزان ارشد کشور است؛ به طوری که در اسناد فرادستی و چشم‌انداز مشهد ۱۴۰۴ نیز افزایش دوبرابری زائران پیش‌بینی شده است.

### طرح مسئله

فضای جهانی متأثر از پیامدهای تحولات تکنولوژیک است و سفر نیز مانند بسیاری از عرصه‌های دیگر، زندگی فرد را تغییر داده و این امر باعث شده از سفر به نام صنعت گردشگری یاد شود. واژه «توریسم» از دو بخش ترکیب یافته است: تور به معنای سفر، گشت، مسافرت، سیاحت، و ایسم پسوندی است که اشاره به مکتب یا اندیشه‌ای فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و غیره دارد. بنابراین «توریسم» یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است (آکسفورد، ۱۹۸۹ به نقل از پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۷). ریشه یونانی این واژه «تورینست» است که از یونان به اسپانیا، سپس به فرانسه و از آنجا به انگلیس وارد شده است. در قرن ۱۴ میلادی کلمه *tour* به معنای نوبت یا دوره خدمت، در قرن ۱۵ به معنای حرکت دورانی و در قرن ۱۷ به معنای مسافرت کردن به اطراف به کار رفت و در قرن ۱۸ و ۱۹ کلمات توریسم و توریست از آن ساخته شد (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱۵). بورکارت و مدلیک گردشگری را سفری موقتی و کوتاه معرفی می‌کنند که در آن گردشگر برای سیر و سیاحت به منطقه‌ای خارج از محل سکونت و کار خود می‌رود (همان).

متخصصان صنعت گردشگری پیشتر برای این بخش طبقه‌بندی‌های مختلفی قائل شدند و از جمله گردشگری دینی به‌منزله نوع خاصی از گردشگری تعریف شد. بر این اساس، گردشگران دینی کسانی هستند که از مکان‌های مقدس به منظور زیارت دیدار می‌کنند. سالانه میلیون‌ها نفر با اهداف دینی به مکان‌های مقدس قدیمی و مدرن در نقاط مختلف جهان سفر می‌کنند. این فضاها از اعتبار و ارزش و تقدس بیشتری برخوردارند و حضور در آنها باعث می‌شود که انسان راحت‌تر بتواند با منبع مقدس

رابطه برقرار کند. زائران و بازدیدکنندگان بسیاری برای تجربه‌های معنوی و روحانی از سرزمین‌های دور و نزدیک به مکان‌های مقدس می‌روند (استیونز، ۱۹۸۸). آن‌ها در این مکان‌ها به دنبال تحولی هستند که در عبادتگاه‌های نزدیک و معمولی محل زندگی‌شان قابل تجربه نیست، در واقع همین انگیزه برای بهره‌گیری از فضا و مکانی مقدس عامل اصلی سفرهای مذهبی است.

وجود بارگاه رضوی در مشهد این شهر را به یکی از مهم‌ترین مقاصد زیارتی ملی و بین‌المللی شیعیان مبدل کرده است. توسعه زیارت در این مکان تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله شرایط اجتماعی و فرهنگی این شهر قرار می‌گیرد. لذا شناخت وضعیت موجود شهر مشهد از این منظر می‌تواند در طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های درازمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت شهر مشهد با هدف تعمیق تجربه زیارتی زائران حرم رضوی مؤثر باشد. از دیگر سو و از دیدگاه مدیریت مقصد، تحقق و توسعه گردشگری به طور عام و گردشگری مذهبی و زیارت به طور خاص مستلزم تمهید شرایط و بستری است که تحقق اهداف گردشگری به طور کلی و تحقق تجربه زیارت مطلوب به صورت ویژه را ممکن می‌سازد.

بر این بنیان، رویکرد نوشتار حاضر، فارغ از معناکاوی انگیزه‌های سفر زائران و گردشگران، واکاوی الزامات و مقتضیات اجتماعی - فرهنگی کنش زیارتی و گردشگری دینی (تمایزات مفهومی این دو در ادامه مورد بحث قرار خواهد گرفت) به‌عنوان یکی از جلوه‌های کمتر عینی اما تأثیرگذار در مقصد زیارتی پایدار است. مقاصد گردشگری در معنای عام لازم است که ضمن توجه به عناصر پایداری مقصد در ارتقای تجربه زیارت نیز مؤثر باشند. توسعه گردشگری پایدار نیازمند مدیریت در جهت افزایش فرصت‌ها و امکانات برای آینده است که به مدیریت منابع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جهت انسجام اجتماعی و فرهنگی نیاز دارد. با توجه به آنکه کارکرد عمده شهر زیارتی ارائه خدمات و تأمین فرصت‌های لازم برای تجربه زیارت زائران و گردشگران مذهبی است، سؤالات اصلی این مطالعه از این قرار است: ابعاد اجتماعی - فرهنگی شهر زیارتی اسلامی پایدار که تقویت‌کننده کنش زیارتی است کدام است؟ وضع موجود شهر مشهد از منظر شرایط و مقتضیات مذکور چیست؟ اولویت‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های کنش زیارتی چیست؟

### چهارچوب مفهومی و نظری

از آنجا که موضوع نوشتار حاضر تعیین مؤلفه‌های شهر زیارتی اسلامی پایدار به‌عنوان فضای کنش زیارتی است، لازم است برای روشن‌شدن پایه‌های نظری، مفاهیم نظری مرتبط با آن تعریف و تدقیق شود.

### گردشگری مذهبی و زیارت

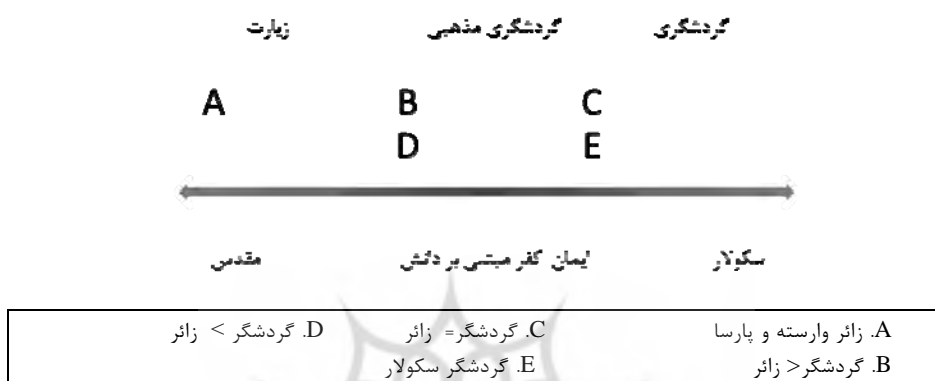
ابتدا لازم است به این سؤال پاسخ داده شود که آیا گردشگران مذهبی و زائران که کنشگران عمده شهر زیارتی محسوب می‌شوند به‌لحاظ نظری یک گروه هستند یا در دو گروه متمایز قرار می‌گیرند. گردشگری مذهبی فعالیتی است که افراد گردشگری آن از اماکن مقدس مذهبی، نظیر زیارتگاه‌ها، مقبره‌ها، مزار پیامبران یا افراد منسوب به آن‌ها، امام‌زاده‌ها و... بازدید می‌کنند و نیز در ادیان مختلف الگوهای متفاوتی دارد. ولی هدف همه آن‌ها رسیدن به آرامش روحی و معنوی است. زیارت، به‌عنوان هدف اصلی در گردشگری مذهبی، در لغت به معنای قصدکردن و ملاقات‌کردن و در اصطلاح به معنای ملاقات با اشخاص خاص یا اماکن خاص است که از نظر زیارت‌کننده احترام و برتری ویژه‌ای دارند.

در واقع، زائر و گردشگر بازیگران اصلی حوزه دین و گردشگری محسوب می‌شوند. در بخش اعظم تحقیقات انجام‌گرفته، زائر و گردشگر از دو دیدگاه متمایز بررسی شده‌اند (کوهن، ۱۹۹۸)؛ دیدگاه اول، که طرفداران بیشتری نیز دارد، بر این باور است که زائر و گردشگر اگرچه یکی و همسان نیستند، تفاوت چندانی نیز با هم ندارند (گرابورن، ۱۹۸۳)؛ دیدگاه کوساک، ۲۰۰۲؛ فلیشر، ۲۰۰۰؛ کالینز کریئر، ۲۰۰۰؛ اسمیت، ۱۹۹۲؛ کوهن، ۱۹۷۹؛ گوپتا، ۱۹۹۹؛ ترنر، ۱۹۸۷؛ کیگان، ۱۹۹۱؛ مک‌کانل، ۱۹۷۶). از دیدگاه گردشگری، زائر و گردشگر به‌لحاظ ساختاری و مکانی یکی هستند یا از عناصر یکدیگر تشکیل شده‌اند. انگیزه‌ها و فعالیت‌های مسافران در تعیین نقش آنان به‌عنوان گردشگر تأثیر چندانی ندارد (گرابورن، ۱۹۸۳). حتی برخی محققان معتقدند که گردشگری فعالیتی شبه زیارتی است که در آن مسافران با تعامل با دیگر فرهنگ‌ها به دنبال تجارب اصیل و دست‌اولی هستند که گویی دست‌یابی به آن در موطن آن‌ها امکان‌پذیر نیست.

اسمیت (۱۹۹۲) دو مفهوم زیارت و گردشگری را طیفی در نظر می‌گیرد که گردشگری در یک سو و زیارت در سوی دیگر آن واقع شده است و در این پیوستار احتمال ایجاد ترکیب‌های سکولار و مذهبی متعددی وجود دارد. به اعتقاد اسمیت این

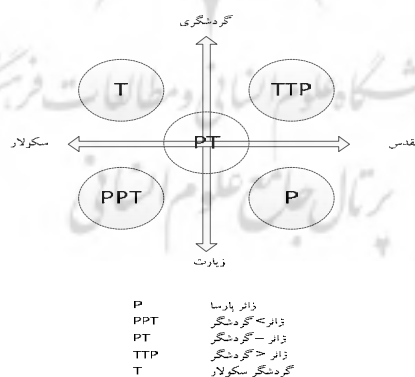
الگو نشان‌دهنده تمایلات و علایق متغیر مسافران است که می‌توانند در برهه‌ای گردشگر و در زمانی زائر باشند، بدون آنکه خود نیز از این امر آگاه باشند.

شکل ۱. زنجیره زیارت و گردشگری (اسمیت، ۱۹۹۲)



همچنین کالینز کرینر<sup>۱</sup> در نتیجه‌گیری خود از تحقیقاتی که در بیت‌المقدس انجام داد، زیارت و گردشگری را با توجه به انگیزه‌ها و محرک‌ها در قالب دو محور متقاطع نشان می‌دهد (شکل ۲). فلیشر (۲۰۰۰) با استناد به نظریه طیف گردشگری - زیارت اسمیت، معتقد است که گردشگری دینی درست در مرکز این طیف جای می‌گیرد.

شکل ۲. مقیاس زیارت و گردشگری (کرینر، ۲۰۰۹)



1. Collins-Kreiner

رویکرد دیگر بر این باور است که زائران هیچ شباهتی با گردشگران ندارند. طبق این دیدگاه، مسافرانی که انگیزه‌ها و تعهدات عمیق معنوی و مذهبی دارند، با کسانی که به هدف لذت، آموزش، کنجکاوی، استراحت و نوع‌دوستی سفر می‌کنند، کاملاً متفاوت هستند. در مجموع، طرفداران این نظریه عمدتاً سازمان‌های دینی هستند. از نظر نهادهای دینی، گردشگران افرادی هستند که صرفاً به قصد گذراندن تعطیلات مسافرت می‌کنند، اما هدف زائران از سفر انجام شعائر دینی است (دی‌سوسا، ۱۹۹۳). کوهن (۱۹۹۲) با تمایز قائل شدن بین زائران و گردشگران می‌نویسد: «زائر به سوی مرکز جهان خود حرکت می‌کند و گردشگر از مرکز جهان خود دور می‌شود و به سوی مکانی لذت‌بخش سفر می‌کند». این دو دسته ارزش‌های متفاوتی در سر می‌پرورانند. زائر فردی پرهیزکار، متواضع و به فرهنگ کشور میزبان حساس است و به آن احترام می‌گذارد؛ در صورتی که گردشگر لذت‌گرا است و برای خدماتی که در کشور مقصد دریافت می‌کند پول خرج می‌کند. به واقع، عده‌ای که طرفدار این نظریه هستند، مفاهیم زائر و گردشگر را نه برپایه الگوی مسافرتی و فعالیت‌های آن‌ها، بلکه بر اساس انگیزه‌های سفر تعریف می‌کنند.

در نهایت می‌توان گفت تمایز مفهومی زیارت و گردشگری مذهبی بیشتر ناظر بر تفسیر انگیزه‌ها و نیات فردی است. در این معنا یکی از انگیزه‌های گردشگر مذهبی می‌تواند زیارت اماکن مقدس باشد و انگیزه‌های دیگر تفریحی، درمانی و... نیز هریک می‌توانند در سفر گردشگر مذهبی جایگاهی داشته باشند. اما اگر این دو مفهوم از نگاه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری اجتماعی بررسی شوند، به سختی می‌توان تمایز در انگیزه‌های سفر را مبنایی برای تمایز در برنامه‌ریزی دانست؛ چنانچه اسمیت<sup>۱</sup> (۱۹۹۲) عقیده دارد زائران و گردشگران در اصول پایه‌ای سفر (اوقات فراغت، کسب درآمد، رعایت قوانین اجتماعی و...) و در اکثر زیرساخت‌ها با هم مشترک هستند.

### مفهوم شهر و شهر پایدار

محققان علوم گوناگون، از جمله جغرافی‌دانان، جامعه‌شناسان، اقتصاددانان و جمعیت‌شناسان، تعاریف گوناگونی از شهر ارائه کرده‌اند. جغرافی‌دانان شهر را منظرهایی مصنوعی تشکیل‌شده از خیابان‌ها، ساختمان‌ها، دستگاه‌ها و بناهایی می‌دانند که زندگی شهری را امکان‌پذیر می‌سازد. مورخان شهر را با توجه به قدمت آن تعریف می‌کنند و از

1. Smith

نظر اقتصاددانان شهر به جایی اطلاق می‌شود که معیشت غالب ساکنان آن بر پایه کشاورزی نباشد. جامعه‌شناسان از جمله انگلس و مارکس شهر را محل تمرکز جمعیت، ابزار تولید، سرمایه، نیازها و احتیاجات و غیره دانسته‌اند که تقسیم کار اجتماعی در آنجا صورت می‌گیرد. جمعیت‌شناسان نیز تعداد جمعیت منطقه را ملاک شهر بودن آن می‌دانند. اما از نظر جامعه‌شناسان تراکم نفوس برای زندگی شهری شرط لازم و نه شرط کافی تلقی می‌شود. به نظر دورکیم شهر با تراکم فیزیکی (نسبت جمعیت به مساحت) مشخص می‌گردد که نتیجه یک تراکم اخلاقی و به عبارت دیگر درجه مشارکت در قواعد و ارزش‌های مشترک است. به نظر دورکیم تا وقتی سازمان اجتماعی پاره پاره است، شهر وجود ندارد (فیالکوف، ۱۳۸۳: ۱۶).

تلقى خاصی از شهر در دو دهه اخیر پیش آمده که همان بازتاب جامعی از تعاملات و سازوکارهای مرتبط پیچیده بین ابعاد اجتماعی، اقتصادی، جمعیتی، منابع، محیط، علم و فناوری و آموزش است که مفهوم شهر پایدار را می‌رساند. پس از آنکه برنامه شهرهای پایدار در سال ۱۹۹۱ طرح گردید، تلاش وسیعی در جهت اجرای سازه شهرهای پایدار و تسهیل پژوهش علمی عمیق و گسترده برای پوشش مطالعات نظری و راهبردهای شهر پایدار صورت گرفت. در دومین کنفرانس سازمان ملل درباره اقامتگاه‌های انسانی در سال ۱۹۹۶، این تعریف از شهر پایدار پیشنهاد شد که «شهری است که در آن دستاوردهای حاصل از پیشرفت‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تداوم می‌یابند. شهر پایدار دارای منبع بادوامی از منابع طبیعی است که توسعه و پیشرفت به آن‌ها وابسته است (و از این منابع به میزانی پایدار استفاده می‌کند). شهر پایدار خود را به گونه‌ای پایدار و پردوام از خطرات محیطی که دستاوردهای توسعه‌ای را به خطر می‌اندازند محافظت می‌کند» (و فقط امکان مخاطره قابل تحمل را باز می‌گذارد).

کنفرانس شهر ۲۱ که در سال ۲۰۰۰ در برلین برگزار شد، پیشنهاد کرد که شهر پایدار عبارت است از «بهبود کیفیت زندگی در یک شهر، از جمله عناصر زیست‌محیطی، فرهنگی، سیاسی، نهادی، اجتماعی و اقتصادی، بدون اینکه بر نسل‌های آتی فشاری وارد آید. تعاریف فوق حاکی از انگاره‌ای غنی از شهر پایدار هستند که در آن ویژگی‌ها و مؤلفه‌های گوناگونی از وجوه طبیعی و اجتماعی گرفته تا عوامل فیزیکی و معنوی وجود دارند. توسعه بیشتر شهرهای پایدار تنها از طریق بهبود اجزای غیرزنده زندگی شهری نیست، بلکه به جوانب اجتماعی زندگی شهری نیز که به رضایت، تجارب و ادراک مردم از کیفیت محیط زندگی آن‌ها ارتباط دارد نیز مربوط می‌شود.



از مجموعه گزارش‌های کنفرانس‌ها و اجلاس‌های بین‌المللی در مورد توسعه پایدار شهری برای قرن ۲۱، از جمله اجلاس ۲۰۰۰ برلین، تعریف زیر به نظر کامل‌ترین تعریف از توسعه پایدار شهری است: «ارتقای زیست شهری - در بخش‌های اکولوژیک، فرهنگی، سیاسی، تأسیساتی، اجتماعی و اقتصادی - بدون اعمال هرگونه فشار بر نسل‌های آینده. برای توسعه پایدار شهری بایستی تعادلی میان رشد جمعیت شهری و فعالیت‌های اقتصادی و ظرفیت شهری برقرار شود» (سابجکت‌ماترز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱).

از منظر اجتماعی- فرهنگی، شهر پایدار دارای جامعه‌ای مبتنی بر اصول توسعه پایدار و دارای ویژگی‌هایی چون شهروندان آگاه و مشارکت‌کننده در برنامه‌های بهبود جامعه، دارابودن بخش صنعت و بازرگانی آگاه به مسئولیت‌های اجتماعی در خدمت‌رسانی به جامعه، شیوه زندگی سالم شهروندان در زمینه فعالیت‌های جسمانی و فرهنگی، پشتیبانی رهبری قوی، منابع و برنامه‌های آموزشی مستمر است.

### شهر اسلامی و شهر زیارتی

شهر اسلامی مفهومی برای معرفی شهرهایی متأثر از فرهنگ و آموزه‌های دینی و ارزش‌های اسلامی است و به شهرهایی اطلاق می‌شود که در سرزمین‌های دارای فرهنگ و اعتقادات نشئت‌گرفته از دین اسلام ایجاد شده یا رشد یافته‌اند (پوراحمد و موسوی، ۱۳۸۹: ۲). رواج تعبیر «شهر اسلامی» و اطلاق آن به شهرهای مسلمان (به‌ویژه «شهر اسلامی» نامیده‌شدن شهرهای تاریخی ممالک اسلامی یا شهرهای مسلمان‌نشین) با این فرض که این شهرها از نظر کالبدی جلوه‌گاه و تجلی خاصی از اصول و ارزش‌های اسلامی‌اند و به این ترتیب از شهرهای سایر تمدن‌ها و فرهنگ‌ها متمایزند، از قرن نوزدهم میلادی و به‌وسیله مستشرقان آغاز شد، که بعدها این تعبیر در ادبیات غرب نیز از سوی خاورشناسان تثبیت شد (نقی‌زاده، ۱۳۸۹). دین اسلام پس از گسترش در سرزمین‌های مختلف، به‌تدریج ماهیت کالبدی و اجتماعی شهرهای واقع در این محدوده را با تغییراتی برگرفته از ارزش‌های خود مواجه ساخت که محققان اروپایی در بررسی این شهرها از آن‌ها به شهرهای اسلامی تعبیر می‌کنند. اصطلاح شهر اسلامی نخست در بررسی اروپاییان درباره شهرهای شمال آفریقا مورد استفاده قرار گرفت. این تحقیقات سبب شکل‌گیری قالبی کلی از شهر اسلامی شد که آن را به کل شهرهای قلمرو حاکمیت

#### 1. Subject matters

اسلام تعمیم می‌دادند. بنابراین شهر اسلامی صورتی ذهنی و مفهومی یگانه است که مبانی، ارکان، الگو و صفات آن از کلام الهی قابل دریافت و تدوین است و این صورت ادراکی با توجه به شرایط دوران و سرزمین (اعم از شرایط و امکانات اقتصادی، فن‌آوری، سیاسی، آداب، رسوم، سنن و...) به شرط عدم تقابل و تناقض با تعالیم و اصول و ارزش‌های اسلامی، مصداق و تجلی و جلوه خاص خویش را دارد. به این ترتیب، هر شهری به اندازه‌ای اسلامی است که بتواند «شهر اسلامی» را که ساخته شده و مدیریت شده توسط «انسان کامل» و محل زیست اوست متجلی و متجسد سازد. عالی‌ترین نسخه شهر اسلامی، شهری است که فضای حیات طیبه انسان کاملی باشد که مطابق با آنچه خدایش گفته است و فطرتش به آن می‌خواند در زندگی دنیایی خویش مشی می‌کند (همان).

در مطالعات شهری، آن دسته از مراکز اجتماعی که معتقدات مذهبی، قوی‌ترین عامل جغرافیایی در ایجاد آن‌ها به شمار می‌رود، شهر زیارتی<sup>۱</sup> نامیده می‌شوند. این قبیل شهرها معمولاً در اطراف معابد و بقاع متبرکه به وجود می‌آیند و امر زیارت این اماکن متبرکه با توسعه حمل و نقل و تسهیل تردد، رفته‌رفته رونق شهری را به وجود می‌آورد که نمونه‌های آن در مشرق زمین فراوان است. نقش زیارتگاهی این قبیل شهرها تنها با انجام مراسم مذهبی خود ساکنان شهر تبیین‌شدنی نیست. مگر آنکه شهر بتواند به طور مستمر یا فصلی پیروان مذاهب را به تعداد زیاد از مناطق دوردست به سوی خود جلب کند. اصولاً در این‌گونه شهرها بعضی از فعالیت‌های خاص اهمیت پیدا می‌کند که از جمله آن‌ها مهمان‌داری و پذیرایی از زائران است که در تمام فصول جریان دارد. حوزه نفوذ و میدان جاذبه شهرهای مذهبی با یکدیگر تفاوت دارند. برای مثال، شهر مکه پیروان خود را در مقیاس جهانی می‌طلبد و حوزه نفوذ آن بر مکان‌ها و کشورهایی که مسلمان‌نشین هستند منطبق است یا میدان جاذبه شهرهایی چون نجف، کربلا، مشهد، قم و... شامل آن دسته از کشورهای مسلمان‌نشین است که مذهب شیعه دارند.

شهر مقدس مشهد به دلیل وجود مضجع شریف رضوی (ع) مورد احترام شیعیان جهان است و لذا هم شهری مذهبی است و هم به واسطه مهم‌ترین جاذبه آن، که مرقد مطهر رضوی است، شهری زیارتی به شمار می‌رود. مطابق تعریفی که از شهر اسلامی شد، اطلاق اسلامی بودن برای شهر مشهد نیز جنبه پیوستاری دارد و به میزانی که این شهر بتواند تبلور، تجلی و محل زیست انسان کامل باشد، شهری اسلامی خواهد بود.

## 1. Pilgrimage city

### گردشگری پایدار

گردشگری پایدار را می‌توان اساساً به‌مثابه کاربست ایده توسعه پایدار در بخش گردشگری دانست که عبارت از شکلی از توسعه گردشگری است که نیازهای نسل حاضر را بدون نقض توانایی نسل‌های آتی برای رفع نیازهای خود مرتفع می‌سازد. گردشگری پایدار شکلی از گردشگری است که منابع را عاقلانه مصرف و محافظت می‌کند تا به این شکل دوام درازمدت آن‌ها را تأمین کند. اساساً گردشگری پایدار به تقلیل دادن تأثیرات منفی و حداکثرسازی تأثیرات مثبت می‌پردازد. باتلر گردشگری پایدار را شکلی از گردشگری می‌داند که در ناحیه (اجتماع، محیط) «به شکلی و به میزانی توسعه یافته و حفظ شده است که برای مدتی نامحدود باقی و بادوام می‌ماند و محیطی (انسانی و فیزیکی) را که در آن قرار گرفته تغییر نمی‌دهد یا از بین نمی‌برد تا مانع توسعه موفق سایر فعالیت‌ها و فرآیندها نگردد» (باتلر، ۱۹۹۳: ۲۹).

همان‌طور که از تعریف بالا قابل درک است، وجوه متعددی را می‌توان برای پایداری گردشگری برشمرد که به طور عام در دو دسته انسانی و محیطی قابل طرح و تقسیم است. مسائل و دغدغه‌های محیطی در زمینه پایداری گردشگری دارای ادبیات گسترده‌ای است و در واقع می‌توان گفت شناخته‌شده‌ترین وجه پایداری گردشگری به شمار می‌رود، اما دغدغه‌های انسانی را می‌توان به سه مقوله پایداری اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی تقسیم کرد.

مدیریت مقصد گردشگری در واقع متضمن توسعه پایدار مقصد به‌عنوان یک کل، حفظ منابع محلی، کیفیت زندگی افراد محلی و کیفیت تجربه گردشگری گردشگران است. موفقیت مدیریت مقصد در سایه درک مقصد به‌عنوان نظامی از فعالان و فعالیت‌ها، گسترش رویکردی جدید، تثبیت موقعیت مقصد و شناختی واضح و روشن از نقش‌ها، میزان صلاحیت و مسئولیت ذی‌نفعان مختلف است (بوهالیس و کوستا، ۲۰۰۶ ب، گلندر و ریچی، ۲۰۰۳).

برای داشتن مدیریت مقصد موفق باید دو عامل رقابت‌پذیری (توانایی رقابت به شکل مؤثر و سودآور در بازار گردشگری) و پایداری (توانایی مقصد در جهت حفظ کیفیت منابع فیزیکی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی در بازار رقابتی گردشگری) مدنظر قرار گیرد. گردشگری پایدار می‌تواند الگویی برای توسعه منطقه‌ای خاص باشد و اهداف اصلی آن اصلاح کیفیت جامعه میزبان، تأمین تجارب کیفی بازدیدکنندگان و حفظ محیط زیست است (سینایی، ۱۳۷۵ به نقل از پاپلی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۱۱).

اهداف اجتماعی - فرهنگی گردشگری پایدار از دیدگاه وهاب و پیگرام چنین برشمرده شده است:

(۱) رشد شخصی و آموزش مردم و افزایش افتخار تاریخی‌شان، تنوع جغرافیایی و قومی کشور.

(۲) احتراز از هر فعالیتی که ممکن است ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی و منابع در کشور یا منطقه را تخریب کند یا به خطر اندازد و بر ارزش‌ها یا شیوه زندگی‌شان تأثیر منفی بگذارد.

(۳) به حداکثر رساندن شانس برخورداری از سود بیشتر از مسافرت و گردشگری برای بازدیدکننده‌های خارجی و ساکنان (وهاب و پیگرام، ۱۹۹۷).

به تاسی از مدل گردشگری پایدار (موننت، ۲۰۰۷)، حفظ پایداری مقصد زیارتی مستلزم توجه به دوازده بعد است که ذیل چهار بعد اصلی سیستم شهر زیارتی به شرح شکل ۳ طبقه‌بندی می‌شود.

شکل ۳. عناصر پایداری گردشگری مذهبی و زیارت



منبع: نگارندگان

یکی از مؤثرترین راهکارهایی که می‌تواند باعث پایداری اجتماعی - فرهنگی شود، آموزش افراد محلی در زمینه سازوکارهایی است که از طریق آن‌ها گردشگری موجب تنزل کیفیت ساختار اجتماعی و جنبه‌های فرهنگی منحصر به فرد سرزمین مقصد می‌شود و روش‌هایی که این اثرات منفی را کاهش می‌دهد. فهم، ارتباط و مشارکت مؤثر همه‌ذی‌نفعان منجر به تضمین هرچه بیشتر حفظ فرهنگ و اجتماع محلی و منفعت اعضای

اجتماع محلی می‌شود و تجربه گردشگران را ارتقا می‌بخشد. با ارائه آموزش به اعضای اجتماع محلی، درک ذی‌نفعان از اهمیت موضوع پایداری اجتماعی فرهنگی تسهیل شده و بینشی درباره چگونگی مشارکت در استراتژی پایداری در فعالیت‌های روزانه‌شان ایجاد می‌شود. در مجموع، یک بعد اصلی پایداری گردشگری در مقصد گردشگری، ایجاد تجربه مثبت در گردشگر یا بازدیدکننده است؛ به صورتی که افراد مایل باشند مدت زمان اقامت خود در مقصد را افزایش داده یا دوباره از آن مقصد بازدید کنند.

### شهر زیارتی - اسلامی پایدار

با عنایت به مفاهیم پیشین، شهرهای زیارتی اسلامی که کارکرد عمده‌شان جذب گردشگران مذهبی و زائران است، جهت حفظ موقعیت خود ناگزیرند مفهوم پایداری و الزامات آن را مورد مذاقه قرار دهند. لذا با تلفیق سه مفهوم شهر پایدار، زیارتی و اسلامی، سازه شهر زیارتی - اسلامی پایدار به‌عنوان مفهومی ترکیبی که ناظر بر جلوه‌های گوناگون شهر زیارتی است ارائه می‌شود. چنانچه پیش از این ذکر شد، شهر پایدار از دیدگاه اجتماعی - فرهنگی حائز ویژگی‌ها و مؤلفه‌های گوناگونی است. اسلامی بودن شهر ناظر بر میزان تطابق قالب‌های ذهنی و عینی شهر با آموزه‌های اسلامی است. لذا شهر زیارتی - اسلامی پایدار نیز شهری زیارتی است که با توجه نظری و عملی به آموزه‌های دین اسلام، مجموعه‌ای از تعاملات پیچیده میان ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، جمعیتی، منابع، محیطی، علم و فناوری، آموزشی و... را با فرآیندهای توسعه‌ای سیستمی، کل‌گرایانه و پویا مدنظر قرار داده و اهداف اصلی آن تعالی معنوی، اصلاح کیفیت جامعه میزبان، تأمین تجارب کیفی زائران و حفظ محیط زیست به‌عنوان میراث الهی است. با این رویکرد، مؤلفه‌های اجتماعی - فرهنگی شهر زیارتی و میزان حضور و اولویت توجه به هریک از آن‌ها در کنار سایر مؤلفه‌ها (اقتصادی، زیست‌محیطی و سیاسی مدیریتی) در مقصد زیارتی مشهد از منظر کارشناسان واری می‌شود.

### روش تحقیق

در این مطالعه ابتدا شاخص‌های پیشنهادی اجتماعی - فرهنگی مقصد زیارتی یا شهر زیارتی مطلوب (جدول ۱) با استناد به چند منبع شناسایی شد. این منابع شامل استنباط از نظریه‌های مربوط به شهر پایدار، شهر اکولوژیک، گردشگری پایدار، شاخص‌های اجتماعی فرهنگی توسعه گردشگری پایدار، نظریه‌های تعامل میان گردشگر و

میزبان، شاخص جهانی رقابت‌پذیری سفر و گردشگری و نتایج ارزیابی‌های متعدد و جلسات کارشناسی و درنهایت مصاحبه با صاحب‌نظران حوزه اجتماعی- فرهنگی و برگزاری پانل تخصصی با حضور نمایندگان سازمان‌های مختلف نقش‌آفرین در عرصه اجتماعی فرهنگی شهر مشهد و امر زیارت<sup>۱</sup> است. پس از آن شاخص‌های جمع‌آوری شده مورد داوری کارشناسان سازمان‌ها و صاحب‌نظران قرار گرفت و نظرات آنان درخصوص کفایت و میزان اهمیت هرکدام در توسعه کمی و کیفی زیارت گردآوری شد. برای این کار، پس از جمع‌آوری و ویرایش شاخص‌ها، فهرستی از آن‌ها به صورت پرسش‌نامه شماره ۱ در اختیار بیش از ۵۰ صاحب‌نظر، اعم از استادان دانشگاه، نخبگان عرصه مدیریتی، مسئولان اجرایی کنونی و کارشناسان درجه یک سازمان‌های مرتبط قرار داده شد تا در مورد تناسب شاخص‌ها اظهارنظر و در صورت نامناسب بودن یک یا چند شاخص جایگزین را معرفی کنند. در پایان، با به‌کارگیری تکنیک تحلیل عاملی تأییدی (که منجر به حذف برخی از شاخص‌ها و تغییر برخی از آن‌ها شد) شاخص‌های نهایی برگزیده شد. برای انتخاب پاسخ‌دهندگان، پرسش‌نامه برای تمام معاونت‌ها و مسئولان سازمان‌های دولتی و غیردولتی که به نحوی با مدیریت امور فرهنگی و اجتماعی شهر مشهد مرتبط بودند ارسال شد. همچنین، پرسش‌نامه برای تعدادی از شخصیت‌ها و مراکز علمی دانشگاهی و تحقیقاتی شهر (انتخاب نمونه به صورت سهمیه‌ای غیراحتمالی<sup>۲</sup>) نیز ارسال شد.

پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها و تحلیل نهایی آن‌ها، جدول ۱ به‌عنوان فهرست نهایی شاخص‌های عرصه اجتماعی و فرهنگی شهر زیارتی مطلوب تنظیم شد که مشتمل بر ۴۲ شاخص ذیل ۸ مؤلفه اصلی است. نهایتاً به‌منظور اولویت‌بندی شاخص‌های اجتماعی فرهنگی لازم برای ارتقای شهر زیارتی مشهد از روش تحلیل سلسله‌مراتبی

۱. این افراد شامل معاون اجتماعی فرهنگی شهرداری مشهد، مسئول گروه مطالعات زائر در بنیاد پژوهش‌های آستان قدس رضوی، دبیر ستاد تسهیلات دائمی سفر و معاون سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، معاونت فرهنگستان علوم اسلامی قم و شش نفر اعضای هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد و پژوهشگران هستند.
۲. شش پرسش‌نامه شهرداری مشهد، چهار پرسش‌نامه آستان قدس رضوی، شش پرسش‌نامه فرماندهی انتظامی خراسان رضوی، چهار پرسش‌نامه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، سه پرسش‌نامه اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خراسان رضوی، سه پرسش‌نامه استانداری خراسان رضوی، ۸ پرسش‌نامه اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی شهر مشهد، هشت پرسش‌نامه پژوهشگران مطرح استان خراسان رضوی، دو پرسش‌نامه سازمان هلال احمر خراسان رضوی، سه پرسش‌نامه سازمان بهزیستی خراسان رضوی، سه پرسش‌نامه پژوهشگران.

فازی<sup>۱</sup> استفاده شد. فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی یکی از معروف‌ترین فنون تصمیم‌گیری چندشاخصه است که توماس ال. ساتی<sup>۲</sup> در دهه ۱۹۸۰ ابداع کرد. این روش هنگامی که عمل تصمیم‌گیری با چند گزینه و شاخص تصمیم‌گیری روبه‌رو است می‌تواند مفید باشد و مبتنی بر مقایسه‌های زوجی<sup>۳</sup> است. نظریه سیستم‌های فازی با به‌کارگیری منطق فازی و اندازه‌های فازی می‌تواند پارامترهایی از قبیل دانش، تجربه، قضاوت و تصمیم‌گیری انسان را وارد مدل کند و ضمن ایجاد انعطاف‌پذیری در مدل، تصویری خاکستری از جهان خاکستری ارائه دهد.

**روایی و پایایی ابزار:** جهت سنجش روایی سازه از تحلیل عاملی تأییدی<sup>۴</sup> استفاده شد. برای این کار نمره شاخص‌های هر مؤلفه به صورت معادله مسیر در ارتباط با نمره مؤلفه قرار گرفت و رابطه عاملی آن‌ها تأیید گردید. در مواردی که رابطه عاملی تأیید نشد، با تغییر یا نقل و انتقال شاخص‌ها، مدل عاملی هر مؤلفه به تأیید نهایی رسید. پایایی پرسش‌نامه که بر اساس تجزیه و تحلیل سلسله‌مراتبی تنظیم شده بود با شاخص نرخ سازگاری سنجیده شد. به این صورت که پرسش‌نامه سلسله‌مراتبی فازی تکمیل شده توسط کارشناسان از لحاظ میزان سازگاری پاسخ‌ها با یکدیگر توسط نرم‌افزار Expert choice<sup>۱۱</sup> محاسبه شد.

جدول ۱ فهرست نهایی مؤلفه و شاخص‌های عرصه اجتماعی و فرهنگی شهر زیارتی مطلوب مشتمل بر هشت مؤلفه و چهل‌ودو شاخص را نشان می‌دهد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

3. Fuzzy AHP
1. Thomas L. Saaty.
2. Pairwise comparisons
3. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

جدول ۱. مؤلفه‌ها و شاخص‌های اجتماعی فرهنگی شهر زیارتی مطلوب

شاخص‌ها	مؤلفه‌های عرصه اجتماعی فرهنگی شهر زیارتی مطلوب
احساس امنیت اجتماعی در بین زائران	امنیت شهر مشهد
احساس امنیت اجتماعی در بین شهروندان	
وضعیت امنیت فیزیکی ورودی‌ها و فضاهای عمومی (پارک‌ها، زیرگذرها، پل‌های هوایی)	
وضعیت امنیت محدوده و داخل حرم حرم رضوی	
پایبندی شهروندان به رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی	
میزان اعتماد عمومی به پلیس	
میزان دسترسی زائر به پلیس	
میزان جرم در شهر مشهد	ایمنی
ایمنی در زمینه حمل و نقل مسیرهای جاده‌ای منتهی به شهر مشهد	
ایمنی حمل و نقل هوایی	
ایمنی حمل و نقل درون شهری	
سطح بهداشت فضاهای عمومی شهر مشهد	
سطح بهداشت فضاهای عمومی محدوده حرم	آموزش
کیفیت (بهداشت، ایمنی و...) فضاهای مذهبی (مساجد، حسینیه‌ها، تکایا و ...)	
سطح آموزش و تخصص مدیران و مسئولان در صنعت گردشگری	
آموزش و تخصص فعالان بخش خدمات اقامتی	
آموزش و تخصص فعالان بخش خدمات حمل و نقل	
آموزش و تخصص فعالان سایر بخش‌های خدماتی (رستوران‌ها، مراکز تفریحی و ...)	فرهنگ میزبانی
فعالیت‌های انجام شده در زمینه آموزش فرهنگ میزبانی در مشهد	
نگرش مردم مشهد به زائران	
میزان احترام و تکریم مردم مشهد نسبت به زائران	
انصاف و درستکاری کسبه مشهد در معامله با زائران	
احسان و یاری مردم مشهد نسبت به زائران	هویت دینی
اعتماد مردم مشهد به زوار	
اعتماد زوار به مشهدی‌ها	
احساس تعلق و تعهد مجاوران به شهر مشهد	
میزان حضور در مساجد، حسینیه‌ها، تکایا و ...	
میزان توجه به زیارت حرم مطهر امام رضا (ع) در میان مجاوران	فضاهای مذهبی
میزان مطالعه متون دینی (قرآن، ادعیه و ...) در میان مجاوران	
گرایش مردم به نذر و وقف	
جایگاه دین و اعتقادات مذهبی در زندگی مردم	
تناسب فضای حرم مطهر رضوی با حجم زائران	
وجود نمادها و نشان‌های مذهبی به مثابه جلوه‌های هویت زیارتی شهر	

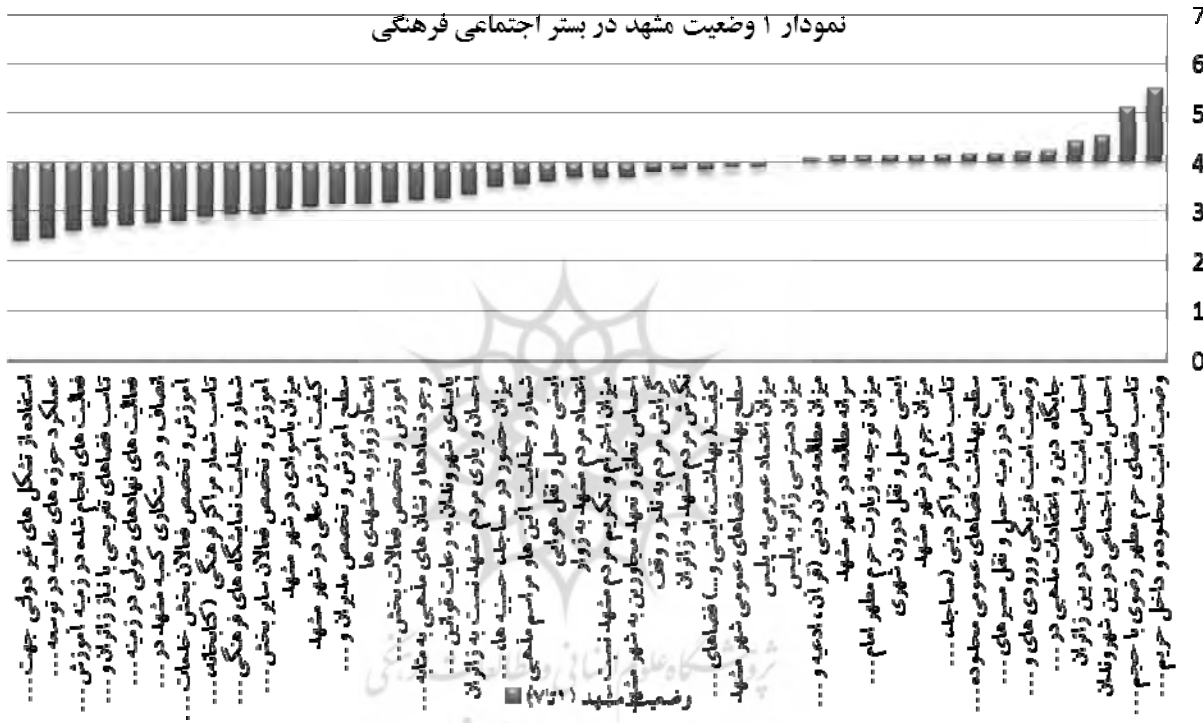


مشهد	
تناسب شمار مراکز دینی (مساجد، حسینیه‌ها، تکایا و...) با الزامات یک شهر زیارتی	
شمار و جذابیت آیین‌ها و مراسم مذهبی در شهر	
شمار و جذابیت نمایشگاه‌های فرهنگی (ماهانه، فصلی و سالانه)	
تناسب فضاهای تفریحی با نیاز زائران و مجاوران	<b>فضای فرهنگی تفریحی</b>
تناسب شمار مراکز فرهنگی (کتابخانه، کانون‌های فرهنگی، خانه‌های فرهنگ، موزه و...) با الزامات یک شهر زیارتی - فرهنگی	
میزان باسوادی در شهر مشهد	<b>سرمايه فرهنگی</b>
سرانۀ مطالعه در شهر مشهد	
عملکرد حوزه‌های علمیه در توسعه معرفت دینی در شهر مشهد	
فعالیت‌های نهادهای متولی در زمینه ارتقای فرهنگ زیارت	
کیفیت آموزش عالی در شهر مشهد	

### یافته‌ها

وضعیت شهر مشهد از نظر شاخص‌های احصاشده در جدول ۱ و میزان برخورداری شهر مشهد در هر یک از مؤلفه‌های ذکر شده در پرسش‌نامه ۱ از یک تا هفت نمره‌گذاری شد. نمودار ۱ نتایج مذکور را نشان می‌دهد. شاخص‌ها و مؤلفه‌هایی که میانگین نمره بالای ۴ را کسب کرده‌اند دارای وضعیت مطلوب‌تری نسبت به مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی هستند که نمره میانگین زیر ۴ را کسب کرده و زیر خط افقی نمودار نمایش داده شده‌اند.

نتایج نمودار نشان می‌دهد که بیش از نیمی از شاخص‌ها نمره زیر ۴ کسب کرده‌اند که بدان معناست که این شاخص‌ها در شهر مشهد زیر نقطه متوسط مطلوب قرار دارند و دیگر شاخص‌ها نیز که بالای حد متوسط مطلوبیت واقع‌اند نمره‌ای کمتر از ۵.۵ کسب کرده‌اند. شاخصی که مطلوب‌ترین وضعیت را دارا بوده است میزان امنیت در محدوده حرم و داخل حریم رضوی است. همچنین فضای حرم نیز با حجم زائران متناسب ارزیابی شده و احساس امنیت اجتماعی میان زائران و شهروندان و جایگاه دین در زندگی مردم نیز نسبتاً مطلوب‌تر از شاخص‌های دیگر ارزیابی شده است. میزان استفاده از تشکل‌های غیردولتی و حوزه‌های علمیه جهت بسط مفاهیم ارزشی و معارف دینی، آموزش فرهنگ میزبانی و میزان فضاهای تفریحی نیز نامطلوب‌ترین وضعیت را در میان شاخص‌ها دارا هستند. فعالیت نهادهای متولی در زمینه ارتقای فرهنگ زیارت، میزان انصاف و درستکاری کسبه و آموزش و تخصص فعالان بخش‌های خدماتی نیز از مهم‌ترین شاخص‌هایی هستند که وضعیت آن‌ها نامطلوب ارزیابی شده است.



### نتایج تحلیل سلسله‌مراتبی فازی

پس از اینکه نمره شهر مشهد در هرکدام از شاخص‌ها توسط کارشناسان مشخص شد، برای پاسخ به این سؤال که با توجه به وضعیت شهر مشهد میزان اهمیت هر شاخص در رسیدن مشهد به وضعیت شهر زیارتی مطلوب، اولویت اجرایی و برنامه‌ریزی با کدام مؤلفه (از بین مؤلفه‌های ۸ گانه) و کدام شاخص (از بین شاخص‌های ۴۲ گانه) است، پرسش‌نامه *AHP* (پرسش‌نامه ۲) تنظیم شد. این پرسش‌نامه به طور جداگانه مؤلفه‌ها را دوبه‌دو نسبت به هم و شاخص‌های هر مؤلفه را نیز به همین صورت از نظر اولویت در برابر یکدیگر قرار داد تا پاسخ‌دهنده اولویت هرکدام را نسبت به دیگر مؤلفه‌ها با نمره‌گذاری تعیین کند. مؤلفه‌های ۸ گانه شامل امنیت شهر مشهد، ایمنی، آموزش، فرهنگ میزبانی، هویت دینی، فضای مذهبی، فضاهای فرهنگی تفریحی و سرمایه اجتماعی است. همچنین شاخص‌های هر مؤلفه نیز به همین صورت در معرض داوری کارشناسان قرار داده شد. پانزده کارشناس برگزیده که شامل مهم‌ترین صاحب‌نظران و مسئولان همه سازمان‌های مرتبط با امور اجتماعی فرهنگی شهر مشهد و امر زیارت از میان ۵۰ صاحب‌نظر پاسخ‌دهنده به پرسش‌نامه ۱ بودند، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مذکور را در پرسش‌نامه *AHP* اولویت‌بندی کردند. پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، ابتدا نرخ ناسازگاری هر پرسش‌نامه به صورت جداگانه محاسبه شد تا پرسش‌نامه‌های نامعتبر به پاسخ‌دهنده ارجاع داده شود. پس از سازگار شدن همه پرسش‌نامه‌ها، اولویت‌های هر مؤلفه و شاخص نسبت به دیگری با ضرایبی که در جدول زیر مشاهده می‌شود مشخص گردید. این ضرایب برای همه مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌ها در جدول ۲ نشان داده شده است. ضرایب مندرج در ستون نخست، ضریب فازی تأثیر بعد اجتماعی - فرهنگی نسبت به سایر ابعاد شهر زیارتی (اقتصادی، مدیریتی و زیستی و کالبدی) است. ضرایب ستون دوم میزان تأثیر مؤلفه در بعد مربوط، ستون چهارم ضریب تأثیر شاخص در زیرمؤلفه و ستون پنجم ضریب تأثیر در بعد مربوط است.

جدول ۲. رتبه مؤلفه‌های اصلی و شاخص‌های بستر اجتماعی فرهنگی در توسعه کمی و کیفی زیارت

رتبه شاخص در تحقق مؤلفه اصلی	رتبه در زیرمؤلفه	شاخص‌ها	مؤلفه اصلی و امتیاز	ابعاد
۰/۲۷ ۰/۰۹ . . . . .	۰/۷۵ ۰/۲۵ . . . . .	احساس امنیت اجتماعی در بین زائران (۰/۷۵) احساس امنیت اجتماعی در بین شهروندان (۰/۲۵) وضعیت امنیت فیزیکی ورودی‌ها و فضاهای عمومی (پارک‌ها، زیرگذرها، پل‌های هوایی و...) (۰) وضعیت امنیت محدوده و داخل حریم حرم رضوی (۰) پایبندی شهروندان به رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی (۰) میزان اعتماد عمومی به پلیس (۰) میزان دسترسی زائر به پلیس (۰) میزان جرم در شهر مشهد (۰)	امنیت شهر مشهد (۰.۳۶)	بستر اجتماعی فرهنگی (۰.۲)
۰/۲۸ . . .	۱ . . .	ایمنی در زمینه حمل و نقل مسیرهای جاده‌ای منتهی به شهر مشهد (۱) ایمنی حمل و نقل هوایی (۰) ایمنی حمل و نقل درون شهری (۰) کیفیت (بهداشت، ایمنی و...) فضاهای مذهبی (مساجد، حسینیه‌ها، تکایا و...) (۰)	ایمنی (۰.۲۸)	
۰/۲۷ ۰/۰۵ . .	۰/۷۶ ۰/۱۴ . .	سطح آموزش و تخصص مدیران و مسئولان در صنعت گردشگری (۰/۷۶) آموزش و تخصص فعالان بخش خدمات اقامتی (۰/۱۴) آموزش و تخصص فعالان بخش خدمات حمل و نقل (۰) آموزش و تخصص فعالان سایر بخش‌های خدماتی (رستوران‌ها، مراکز تفریحی و...) (۰)	آموزش (۰.۳۶)	
۰/۰۳۶	۰/۱	فعالیت‌های انجام شده در زمینه آموزش فرهنگ میزبانی در مشهد (۰/۱)		
. . . . .	. . ۱ . . .	نگرش مردم مشهد به زائران (۰) میزان احترام و تکریم مردم مشهد نسبت به زائران (۰) انصاف و درستکاری کسبه مشهد در معامله با زائران (۱) احسان و یاری مردم مشهد نسبت به زائران (۰) اعتماد مردم مشهد به زوار (۰) اعتماد زوار به مشهدی‌ها (۰)	فرهنگ میزبانی (۰)	
.	.	احساس تعلق و تعهد مجاوران به شهر مشهد (۰)	هویت	

مؤلفه‌های اجتماعی - فرهنگی شهر زیارتی پایدار (مورد مطالعه: شهر مشهد)

•	•	میزان حضور در مساجد، حسینیه‌ها، تکایا و ... (۰)	دینی (۰)
•	۱	میزان توجه به زیارت حرم مطهر امام رضا (ع) در میان مجاوران (۱)	
•	•	میزان مطالعه متون دینی (قرآن، ادعیه و ... در میان مجاوران (۰)	
•	•	گرایش مردم به نذر و وقف (۰)	
•	•	جایگاه دین و اعتقادات مذهبی در زندگی مردم (۰)	
•	۱	تناسب فضای حرم مطهر رضوی با حجم زائران (۱)	فضاهای مذهبی (۰)
•	•	وجود نمادها و نشان‌های مذهبی به مثابه جلوه‌های هویت زیارتی شهر مشهد (۰)	
•	•	تناسب شمار مراکز دینی (مساجد، حسینیه‌ها، تکایا و ...) با الزامات یک شهر زیارتی (۰)	
•	•	شمار و جذابیت آیین‌ها و مراسم مذهبی در شهر (۰)	
•	•	تناسب فضای حرم مطهر رضوی با حجم زائران (۰)	
•	•	تناسب فضاهای تفریحی با نیاز زائران و مجاوران (۰)	فضای فرهنگی تفریحی (۰)
•	•	شمار و جذابیت نمایشگاه‌های فرهنگی (ماهانه، فصلی، سالانه) (۰)	
•	۱	تناسب شمار مراکز فرهنگی (کتابخانه، کانون‌های فرهنگی، خانه‌های فرهنگ، موزه) با الزامات یک شهر زیارتی- فرهنگی (۱)	
•	•	میزان باسوادی در شهر مشهد (۰)	سرمایه فرهنگی (۰)
•	۰/۲۵	سرنانه مطالعه در شهر مشهد (۰/۲۵)	
•	۰/۷۵	عملکرد حوزه‌های علمیه در توسعه معرفت دینی در شهر مشهد (۰/۷۵)	
•	•	کیفیت آموزش عالی در شهر مشهد (۰)	

منبع: محاسبه نگارندگان

نتایج نشان می‌دهد، مؤلفه‌هایی که پرداختن به آن‌ها اولویت بیشتری دارد، ابتدا امنیت و آموزش و سپس ایمنی هستند. سایر مؤلفه‌ها نیز اولویت‌های بعدی را دارا هستند. از میان مؤلفه امنیت، میزان احساس امنیت شهروندان و زائران مهم‌ترین بعدی است که باید به آن پرداخته شود. گرچه در نمودار وضعیت مشهد میزان احساس امنیت در میان زائران و شهروندان بیشتر از متوسط مطلوب ارزیابی شده است، نتایج نشان می‌دهد با اینکه این دو عامل از وضعیت نامطلوبی نسبت به سایر شاخص‌ها برخوردار نیستند، اهمیت زیادی دارند و از این رو پرداختن به آن‌ها نسبت به سایر شاخص‌ها دارای اولویت بیشتری است. سطح آموزش و تخصص مدیران و نیز ایمنی در مسیرهای جاده‌ای منتهی به مشهد نیز به

همان میزان حائز اهمیت است. شاخص‌هایی نظیر آموزش و تخصص فعالان عرصه خدمات‌رسانی و آموزش فرهنگ میزبانی به شهروندان مشهد، توسعه فضای حرم، انصاف و درستکاری کسبه در برخورد با زائران، توجه به امر زیارت در میان مجاوران، توسعه مراکز فرهنگی با توجه به حجم زائر و مجاور، سرانۀ مطالعه در شهر مشهد و بهبود عملکرد حوزه علمیه در توسعه معرفت دینی نیز از شاخص‌های دارای اولویت هستند. سایر شاخص‌ها نیز برای دستیابی شهر مشهد به وضعیت شهر زیارتی مطلوب حائز اهمیت به شمار می‌روند که باید پس از بهبود شاخص‌های دارای اولویت به آن‌ها نیز پرداخته شود.

### بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پیمایش سلسله‌مراتبی نشان داد از بین هشت مؤلفه تأییدشده در نمایه شاخص اجتماعی - فرهنگی شهر زیارتی مطلوب که شامل امنیت، ایمنی، آموزش، فرهنگ میزبانی، هویت دینی، فضاهای مذهبی، فضاهای فرهنگی و تفریحی و سرمایه فرهنگی در شهر مشهد است، سه مؤلفه امنیت شهری، ایمنی و آموزش به قدری اولویت دارند که سایر مؤلفه‌ها را موقتاً بی‌تأثیر می‌سازند. نتایج اولویت‌بندی شاخص‌ها در بحث امنیت نشان داد از بین شاخص‌های عینی و ذهنی امنیت، شاخص‌های ذهنی یا احساس امنیت زائران و شهروندان اهمیت بسیار بیشتری دارد. لذا هرچند اقدامات کنترلی جهت کاهش میزان جرایم و ناهنجاری‌ها عامل ایجادکننده امنیت است، احساس امنیت زائر و مجاور بسیار مهم‌تر تشخیص داده شده است. البته ذکر این نکته نیز لازم است که در بعضی موارد بین وجوه عینی و ذهنی امنیت سازگاری وجود ندارد.

ارتقای شاخص‌های ایمنی سفر زیارتی دومین مؤلفه تأثیرگذار در فرآیند تجربه سفر زیارتی تلقی می‌شود. در این خصوص راهبردهایی چون توجه به کاهش نرخ تصادفات جاده‌ای به سطح کم‌حادثه‌ترین شهرهای زیارتی جهان و میانگین شهرهای جهانی، بهبود زیرساخت‌های جاده‌ای، ارتقای کیفیت و ایمنی وسائل نقلیه عمومی و تقویت آموزش قوانین به رانندگان می‌تواند در احساس آرامش و امنیت زائران در طول سفر زیارتی تأثیرگذار باشد.

سومین عامل مؤثر، ارتقای استانداردهای آموزشی در مقصد زیارتی مشهد است. علی‌رغم اهمیت آموزش به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مؤثر بر ارتقای سرمایه فرهنگی میزبانان، فرآیند آموزش میزبانی به نظر کارشناسان مورد سؤال در این مطالعه با ضعف‌های جدی روبه‌رو است. تدوین استانداردهای جدید آموزشی مدیران و کارکنان سازمان‌های

مرتبط با زائر و بازنگری دوره‌های موجود، ارتقای استانداردهای آموزشی نحوه تعامل با زائران و ارائه خدمات به زائر در بین همه دست‌اندرکاران مستقیم امر زیارت (به‌ویژه خدام حرم رضوی)، ارتقای استانداردهای آموزشی تخصصی مدیران مرتبط با زائر، تدوین دوره‌های تخصصی خدمات گردشگری مذهبی، تدوین دوره‌های آموزشی مختص سفر زیارتی و آداب سفر برای زائران، تدوین دوره‌های آموزشی برای کسبه، به‌ویژه در مراکز تجاری اطراف حرم مطهر، ارتقای شاخص‌های اخلاق کسب و کار و انصاف و صداقت در معامله و توجه صنوف به ارزشیابی مشتریان از خدمات از جمله اقدامات آموزشی ضروری در شهر زیارتی مشهد است. پیامد این اقدامات ارتقای فرهنگ میزبانی و تقویت نگرش‌های مثبت میزبانان به گردشگران مذهبی است؛ عاملی که به نظر می‌رسد تأثیر مثبتی بر تجربه معنوی زیارت و تعامل اجتماعی زائران با میزبانان خود در شهر زیارتی مشهد به همراه داشته باشد.

#### منابع

- آذر، عادل و حجت فرجی (۱۳۸۱) «علم مدیریت فازی»، تهران: اجتماع.
- پاپلی یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی، (۱۳۸۵) «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)»، تهران: سمت.
- پوراحمد، احمد (۱۳۷۸) «دیدگاه‌های توسعه جهانگردی در نظام جمهوری اسلامی ایران»، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۳۷ و ۳۸: ۱۱-۱۷.
- پوراحمد، احمد، موسوی، سیروس (۱۳۸۹) «ماهیت اجتماعی شهر اسلامی»، مطالعات شهر ایرانی اسلامی، شماره ۱: ۱-۱۱.
- ترنر، تام (۱۹۷۸) «شهر همچون چشم انداز، نگرشی فراتر از فرانوگرایی به طراحی و برنامه ریزی شهری»، ترجمه فرشاد نوریان، تهران، شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.
- فیالکوف، یانکل (۱۳۸۳) «جامعه‌شناسی شهر»، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: آگه.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۶) «مدیریت گردشگری»، چاپ سوم، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت).
- مومنی، مصطفی؛ صراف، مظفر؛ قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۸۶) «ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی-فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلانشهر مشهد»، جغرافیا و توسعه، شماره ۱۱: ۱۳-۳۸.
- بی‌نا (۱۳۸۹) میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی، واحد آمار و اطلاعات.

نقی‌زاده، محمد (۱۳۸۹) «تأملی در چیستی شهر اسلامی»، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، شماره ۱: ۱-۱۴.

Buhalis, D. And C. Costa (2006) *Tourism Business Frontiers Consumers, Products and Industry*, Elsevier Butterworth-Heinemann.

Butler, R.W. (1993) "Tourism-An Evolutionary Perspective", in J. G. Nelson, R. Butler & G. Wall (eds.) *Tourism and Sustainable Development: Monitoring Planning, Managing*, Waterloo: Heritage Resources Centre, University of Waterloo: 26-43.

Butler, R. W. (2006) *The Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications*, Bristol: Channel View Publications.

Butler.R (1980) "The Concept of Tourism Area Cycle of Evaluation: Implementation of Management of Resources", *The Canadian Geographer*, 24 (1) 5-12.

Cohen, E. (1974) "Who is a Tourist? A Conceptual Clarification", *Sociological Review*, 22 (4): 527-555.

Cohen, E. (1979) "Rethinking the Sociology of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 6 (1): 18-35.

Cohen, E. (1998) "Authenticity and Commoditization in Tourism", *Annales of Tourism Research*, 15 (3): 371-386.

Cohen, E. (1992) "Pilgrimage Centers: Concentric and Excentric", *Annals of Tourism Research*, 19 (1): 51-67.

Collins-Kreiner N. & N. Kilot (2000) *The Behavioural Characteristics of Christian Pilgrims*, Netherlands: Khrwer Academic Publisher.

Collins-Kreiner, N. (2009) *Geographers and Pilgrimages: Changing Concepts in Pilgrimage Tourism Research*, Royal Dutch Geographical Society, KNAG.

Collins-Kreiner, N. (2010) *The Geography of Pilgrimage and Tourism: Transformations and Implications for Applied Geography*, ScienceDirect, Elsevier.

Eade, J. and M. Sallnow (1991) *Contesting the Sacred*, London: Routledge.

De Sousa, D. (1993) "Tourism and Pilgrimage: Tourists as Pilgrims?", *Contour*, 6 (2): 4-8.

Fleischer, A. (2000) "The Tourist Behind the Pilgrim in the Holy Land", *International Journal of Hospitality Management*, 19: 311-26.

Goeldner, R., J. Ritchie and R. McIntosh (200۳) *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 8th Ed., New York: John Wiley & Sons.

Gössling, C. Stefan; Michael Hall and David B. Weaver, (2009)



- “Sustainable Tourism Futures Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations”, London: Routledge.
- Graburn Nelson H. H. (1983) “The Anthropology of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 10 (1): 9-32.
- Jurowski, Claudia and Janne Liburd (2001) “A Multi-Cultural and Multi-Disciplinary Approach to Integrating the Principles of Sustainable Development into Human Resource Management Curriculums in Hospitality and Tourism”, *Journal of Hospitality & Tourism Education*.
- MacCannell, Dean (1976) *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class Schoecken*, New York: **Schoecken** Books.
- Monnet, Jean (2007) *European Sustainable Tourism Context, Concepts and Guidelines for Action*, University of Salento - Bari-Bergamo.
- Nolan, Mary Lee & Sidney Nolan (1989) *Christian Pilgrimage in Modern Western Europe*. Chapel Hill, North Carolina: University of North Carolina Press.
- Reisinger, Yvette & Lindsay W. Turner (2003) *Cross-Cultural Behavior in Tourism; Concept and Analysis*, Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Santos, Maria da Graca and Mouga Pocas (2004) *Fatima: Religious Tourism in a Sanctuary City*, [http://www. Bibemp2.us.es/turismo/economia%20del%](http://www.Bibemp2.us.es/turismo/economia%20del%20)
- Smith L. J. (1989) *Tourism Analysis: A Hand Book*, Harlow: Longman.
- Smith V. L. (1992) Introduction: “The quest in guest”, *Annals of Tourism Research*, 19 (1): 1-17.
- Sousa, D. (1993) “Tourism as a Religious Issue: A Third World Perspective”, *Coutours*, 3 (5): 5-13.
- Stein, T. and A. Anderson (1999) “Community Benefits Summery”, in Hasca and Tettegouche, *State Parks Final Report*, St. Paul MV: Department of Forest Resources, University of Minnesota.
- Stevens, S. (1988) Sacred and Profaned, *Himalayas Natural History*, 97 (1): 26-35.
- [Subjectmatters.com/indicators/sustainability/DefinitionCommunity.html](http://Subjectmatters.com/indicators/sustainability/DefinitionCommunity.html) 2011.
- Swarbrooke, J. (1999) “Meaning of Cultural Tourism and Sustainable Tourism”, *Sustainable Tourism Management* 13 (UK: CABI Publishing).
- Tribe, J. (2009) *Philosophical Issues In Tourism*, Toronto: Channel View Publications.