

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز تحت عنوان :
Mega Event of Arba'een, a Manifestation of Religious Tourism
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

ابرویداد اربعین، جلوه‌ای از گردشگری دینی

مهديه بد*

عضو هیئت علمی پژوهشکده نظر، تهران، ایران.

تاریخ دریافت : ۹۷/۰۶/۲۰ تاریخ اصلاح : ۹۷/۰۷/۱۸ تاریخ پذیرش : ۹۷/۰۸/۱۳ تاریخ انتشار : ۹۷/۱۲/۲۲

چکیده

گردشگری دینی را می‌توان سفری قلمداد کرد که حد فاصل بین زیارت و گردشگری است. در مورد مراسم اربعین، که یک کنش جمعی است، علاوه بر اینکه می‌توان آن را یکی از انواع گردشگری دینی به شمار آورد، می‌توان سفری زیارتی نیز قلمداد کرد. زیرا این انگیزه‌ها و رفتارهای مسافران است که سفر آنها را از نوع زیارتی یا گردشگری دینی مشخص می‌کند. در بین مشارکت‌کنندگان در رویداد اربعین، افرادی حضور دارند که انگیزه‌ها و رفتارهایشان به زائر و یا گردشگر دینی شبیه است. در این پژوهش، با مطالعه رویداد اربعین، مشخص شد که خطرهای جانی و کمبود زیرساخت و تسهیلات، پیاده‌روی صلح‌طلبانه اربعین را متزلزل نکرده است. این رویداد در حالی که یک اقدام اسلامی است، به سایر ادیان نیز گسترش یافته است.

واژگان کلیدی

رویداد، ابرویداد، اربعین، گردشگری دینی.

مقدمه

متفاوت، اندک چیزی برای ارایه خواهند داشت که مسافران را به منظور گردشگری جذب کنند (همایون، ۱۳۹۱: ۳۳). اگر فرهنگ به عنوان «مجموعه‌ای از نمادهای تأمین‌کننده معنا» (همیلتون، ۱۳۹۰: ۳۳۷) در نظر گرفته شود، آنگاه دین، آن دسته از نمادهایی است که با «معانی مقدس» سروکار دارد و وظیفه انتقال، خلق، و بازتولید معانی‌ای را بر عهده دارد که حول نمادهای مقدس شکل گرفته‌اند. بنا به این تعریف، دین را می‌توان بخشی از نظام فرهنگی جامعه دانست که شامل چهار بُعد باور دینی؛ مناسک دینی؛ اخلاق دینی و ایمان دینی است (نظری، ۱۳۹۳). بدین معنا دین را می‌توان «مجموعه‌ای نهادی شده از باور، درباره وجود مقدس، متعالی، فرامادی یا فوق بشری و ارزش‌ها، مناسک، اخلاقیات و ایمان‌هایی که حول این باور شکل می‌گیرند» دانست (سراج‌زاده، ۱۳۹۰).

در عصر حاضر، فرهنگ و مسائل فرهنگی جزو بسیار مهمی از گردشگری معاصر به شمار می‌آید. از این حیث می‌توان ماهیتی پیچیده و بین‌الذهانی برای پدیده گردشگری در نظر گرفت. واضح است که پیش از ظهور انواع جدید گردشگری در دوران معاصر، این فعالیت به عنوان یک کنش فرهنگی در طول تاریخ همواره وجود داشته و منشأ تأثیرات بسیاری در اعتلای تمدن‌ها بوده است. می‌توان گفت کثرت و تنوع محصولات مادی و معنوی فرهنگ‌های گوناگون، جاذبه و محرکی اساسی برای گردشگری است. بدون فرهنگ، که تفاوت‌ها را می‌آفریند، حیات انسانی فارغ از مکان جغرافیایی شبیه هم به نظر می‌رسد. بنابراین، سرزمین‌های مختلف، بدون داشتن میراث‌های فرهنگی

مربوط به آن نام برد که قویاً خصلتی درون‌گفتمانی داشته و برآمده از متن مذهب شیعه است و آن همانا احادیث و روایت‌های فراوانی است که در بسیاری از متون شیعی به نقل از امامان و سایر شخصیت‌های دینی نقل شده که در آنها بر انجام مناسک و زیارت‌های خاص امام سوم تأکید شده است.^۱

با توجه به آنچه گفته شد، آنچه آشکار است ظهور رویدادی دینی است که با تکیه بر پتانسیل‌های سیاسی، اجتماعی و اعتقادی در سال‌های اخیر به طور بی‌سابقه‌ای بسط و گسترش یافته است.

سؤال تحقیق

گردشگری دینی و مذهبی به طور گسترده‌ای توسط محققان تعریف و تشریح شده است. در این میان سه‌گانه مقدسی با نام‌های غذا، نوشیدنی و اقامت، در شکل‌گیری گردشگری بسیار مؤثر شناخت شده است. اربعین به عنوان یک ابررویداد با خصوصیات متفاوتی در حال اجرا است که با تعاریف و پیش‌نیازهای موجود در تضاد و چالش است. این مطالعه به دنبال این است تا مشخص کند، ابررویداد اربعین چه شکل از گردشگری دینی است.

مبانی نظری

• ابررویداد

صنعت رویداد یکی از بزرگ‌ترین سازوکارها در سطح جهان است و اثرات مثبت بسیاری به همراه دارد. قدم اول برای درک کامل و آرایه هرگونه تحلیل در باب رویداد اربعین این است که ابتدا خود مفهوم رویداد تعریف شود. تعاریف متعددی تاکنون در مورد رویدادها ارائه شده است. با وجود این، بر سر طبقه‌بندی و تعیین واژگان کلیدی این تعاریف توافق وجود ندارد. یک رویداد می‌تواند مردم را برای یک هدف خاص گرد هم آورد، لذا برخی افراد رویدادها را براساس اهدافشان تعریف می‌کنند. گروهی دیگر از صاحب‌نظران بر مظاهر و ویژگی‌های منحصربه‌فرد هر رویداد در تعریف آنها تأکید می‌کنند. در تعریفی جامع، می‌توان گفت رویدادها پدیده‌هایی هستند که واقعیت‌های فردی و جمعی را نشان‌گذاری و مشخص می‌کنند (Zhou, 2008: 18).

رویدادها پدیده‌هایی موقتی‌اند که هریک در نوع خود منحصربه‌فرد بوده و این منحصربه‌فرد بودن به دلیل تعامل بین اجزای رویداد، مردم و سیستم‌های مدیریتی (طراحی، برنامه‌ریزی و اجرا) است. نکته بسیار حائز اهمیت این است که برای اینکه از این تجربه منحصربه‌فرد استفاده

در سنت دینی، شیعه نیز همانند سایر مذاهب و ادیان مجموعه مناسکی وجود دارد که از احکام و دستورات دینی و نیز رویدادهای خاص دینی (نظیر شهادت و ولادت، اعیاد و سایر رویدادهای موجود در تقویم دینی) برخاسته‌اند. در این میان، برخی از نمادها و مناسک دینی از اهمیت بیشتری نسبت به سایر مناسک نزد پیروان برخوردارند. علت برجسته‌شدن برخی نمادهای دینی نزد پیروان هر دین را می‌توان در بسترهای شکل‌گیری حافظه دینی آن اجتماع و خوانش‌های مختلفی که از نمادهای دینی متفاوت در ادوار مختلف تاریخی به عمل می‌آید جست‌وجو کرد. قیام امام حسین و خوانش‌های متعددی که از آن روایت در طول تاریخ به عمل آمده به امام حسین (ع) و روایت عاشورا رنگ و بویی زنده و پویا بخشیده است و این پویایی را می‌توان در مناسک عزاداری خاص عاشورا و اربعین نیز مشاهده کرد؛ چنان‌که گویی امام حسین (ع) در حیات اجتماعی شیعیان پا به پای زمان حرکت می‌کند. در روایت‌های مختلفی که از این واقعه یکسان، متناسب با فوریت‌ها و نیازهای حاکمیت، روشن‌فکران و متن مردم در تاریخ معاصر بازخوانی می‌شود (ابزاری‌شدن روایت) نشان می‌دهد که این روایت، گاه ابزار «انتقاد» می‌شود و گاه ابزار «سیج توده‌ها»، گاه ابزار «سرکوب» و گاه «مقاومت» و این تکرروایی ظرفیت‌های این روایت را برای بازتفسیرپذیری در جهت ابقا یا ایجاد منافع اجتماعی- سیاسی اکثریت و اقلیت نشان می‌دهد؛ روایتی که در ادوار مختلف تاریخی هربار به نحوی بخشی از حافظه دینی تشیع را به خود اختصاص داده است. باید در نظر داشت که شاکله حیات اجتماعی- سیاسی تشیع، براساس حرکتی برخلاف هژمونی سیاسی غالب شکل گرفته و در طول تاریخ در تعارض با جریان مسلط استمرار یافته است. در این میان، امام سوم شیعیان در مقام یک مبارز و رهبر یک قیام از جایگاه خاصی نزد شیعیان برخوردار بوده و همواره منبع الهام جریان‌های اعتراضی آنان بوده است.

در مقام تحلیل مراسم اربعین نیز بایستی این مراسم را در بستر حیات سیاسی- اجتماعی تشیع و ماهیت اعتراضی آن در نظر گرفت. نگاهی به پیشینه برگزاری مراسم اربعین در تاریخ عراق، مواجهه متقابل میان حاکمیت سیاسی و اقلیتی دینی را نشان می‌دهد. تقابلی که تا سال‌های اخیر مانند مانعی در راه برگزاری این مراسم عمل می‌کرده است و یکی از علل مشارکت گسترده شیعیان در این مراسم در سال‌های اخیر را می‌توان در انتقال قدرت سیاسی در عراق و رفع تقابل مزبور جست‌وجو کرد.

علاوه بر تحولات سیاسی- اجتماعی عراق معاصر و پویایی‌های روایی قیام امام حسین و حضور زنده‌ای که در شکل‌گیری هویت دینی شیعیان و اعمال دینی آنان دارد، می‌توان از عامل دیگری در گرایش شیعیان به سمت واقعه عاشورا و مناسک

و تراکم ترافیک به دنبال داشته باشند.

در کنار این اثرات منفی بالقوه و در مقابل مزایای اجتماعی شامل غرور درونی، تصویر جامعه، پرورش ثبات سیاسی هم توسط رویدادها ایجاد می‌شوند. اثرات منفی همواره موجود است و مهم این است که اثرات مثبت و منفی هردو هدایت شوند. برخلاف اثرات اقتصادی، ارزیابی اثر اجتماعی کاری بسیار دشوار است. برای همین، همواره مطالعات کمی در این رابطه وجود دارد. برای ارزیابی اثر اجتماعی بایستی آثار ملموس و غیرملموس مد نظر قرار گیرد (Ibid).

• رویداد دینی

دین و معنویت از دیرباز از جمله انگیزه‌های رایج سفر در میان آدمیان بوده است و در عصر حاضر نیز بسیاری از افراد با اتکا بر دلایل دینی به سفر می‌پردازند. مقصد بسیاری از این سفرها اماکنی است که میزبان رویدادهای دینی هستند؛ «رویدادهایی که در حال حاضر اهمیت بسیار بالایی در جذب گردشگری در مقیاس بین‌المللی دارند» و یکی از مقاصد مهم گردشگری دینی به شمار می‌آیند (Cerutti & Piva, 2015: 55). در واقع، رویدادهای دینی برای افرادی که انگیزه‌ها و تمایلات دینی قالب دارند و نیز افرادی که به جنبه‌های فرهنگی رویداد دینی علاقه‌مندند یک عامل جاذبه نیرومند محسوب می‌شود. در این‌گونه از رویدادها شرکت‌کنندگان بیشتر مداخله‌گرند تا تماشاگر. (Getz, 2005) رویدادهای دینی را گونه‌ای از رویدادهای برنامه‌ریزی‌شده و زیرمجموعه مراسم فرهنگی قلمداد می‌کند. گونه‌شناسی دیگری از رویدادها نیز ارائه شده و همان‌طور که در تصویر ۱ نشان داده شده است، رویدادهای دینی را در یک دسته مجزا قرار می‌دهند. چنین تفکیکی نشان می‌دهد که مراسم دینی به یک مدیریت و تجربه گردشگری دینی خاص نیازمند است (Lee po, 2015: 224) (تصویر ۱).

• گردشگری دینی

ارایه تعریف مشخصی برای مفهوم گردشگری دینی کار چندان ساده‌ای نیست. در ادبیات مطالعات گردشگری، گونه‌شناسی‌های مختلفی نسبت به انواع گردشگری ترسیم شده و تقسیم‌بندی‌های متفاوتی در این زمینه وجود دارد و در بسیاری از این دسته‌بندی‌ها و مطالعاتی که از این انقسامات پیروی کرده‌اند مفاهیمی نظیر گردشگری دینی، گردشگری زیارت، گردشگری فرهنگی، گردشگری معنوی، و حتی گردشگری میراث فرهنگی اغلب به جای هم به کار برده شده است. علت اینکه سفرهای فرهنگی و دینی اغلب مترادف هم

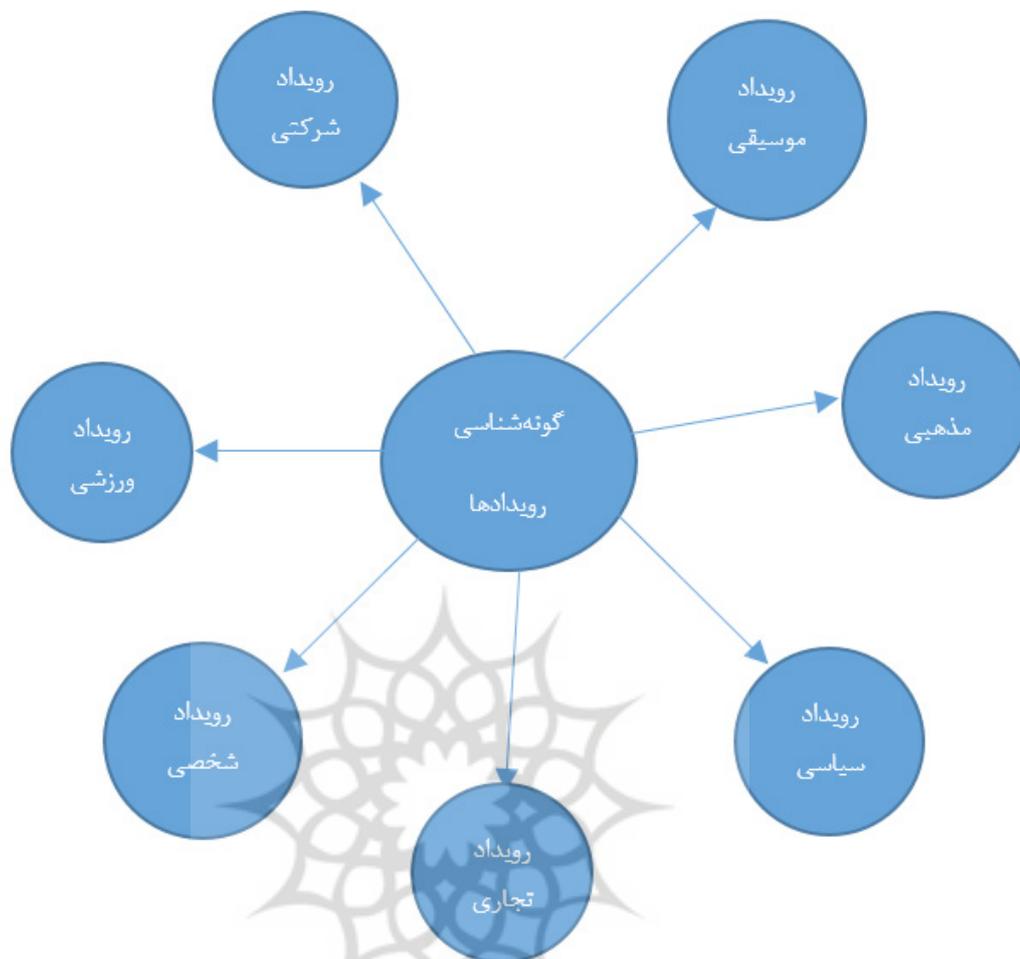
شود، بایستی در محل حضور داشت تا تجربه آن را از دست نداد. البته رویدادهای مجازی و یا به عبارتی ارتباط رویداد از طریق رسانه‌ها با مردم، علاوه بر علاقه، ارزش‌های مختلفی را برای صنعت گردشگری فراهم می‌آورد که نوع متفاوتی از تجربه رویداد نیز است.

ابرویداد : در مباحث توریسم رویداد، واژه ابررویداد کلمه‌ای است که به بزرگ‌ترین رویدادهایی اطلاق می‌شود که تعداد شرکت‌کنندگان در آن بیش از یک میلیون نفر است (Ibid: 21). این رویدادها تا حدی بزرگ هستند که بر اقتصاد مقصد تأثیر چشم‌گیری می‌گذارند و طنین آن‌ها در رسانه‌های جهانی انعکاس می‌یابد. «هال» (۱۹۹۲) ابررویدادها را پدیده‌هایی می‌داند که صراحتاً بازارهای بزرگ و بین‌المللی گردشگری را هدف می‌گیرند و شایسته عنوان ابر به لحاظ اندازه شرکت‌کننده بازارها، هدف، منابع مالی دولت، اثرات بالقوه، پوشش رسانه‌ها، ساختارها و تشکیلات، زیرساخت‌ها و اثرات سیاسی، اقتصادی، و اجتماعی به جامعه میزبان هستند.

(Getz, 1997) ابررویداد را این‌گونه تعریف می‌کند: اندازه آن‌ها بزرگ است و پوشش رسانه‌ای، پرستیژ، و اثرات اقتصادی آن برای جامعه مقصد و دولت آن زیاد است. نکته مهم در تعریف گتز این است که ممکن است یک رویداد از حیث فزونی مشارکت‌کنندگان چندان وسیع نباشد، اما به لحاظ پوشش رسانه‌ای، دامنه وسیعی را پوشش دهد و از این طریق شهرت بسیار بالایی برای خود مهیا کند. چنین رویدادی به لحاظ تصویری که آن مقصد در ابعاد گسترده پیدا می‌کند می‌تواند یک ابررویداد تلقی شود (Ibid: 20).

گرچه ابررویدادها از نظر زمانی کوتاه‌مدت هستند اما اثرهای ماندگاری از خود بر جای می‌گذارند. از آنجاکه این رویدادها مخاطبان بسیاری در مقیاس ملی و بین‌المللی جذب می‌کنند، می‌توانند بر اقتصاد گردشگری جامعه میزبان، حمل و نقل، مسائل رفاهی، سیاحتی، و اقامتی و سایر زیرساخت‌های گردشگری تأثیر بسزایی بر جای گذارند و فضای مطلوبی برای رشد اقتصادی و توسعه شهری فراهم کنند. افزایش درآمد حاصل از آن نیز می‌تواند کاهش تورم و رونق صنعت را به همراه داشته باشد (Kim, 2015: 23). علاوه بر این، دولت‌ها می‌توانند برای مقاصد تبلیغی و نیز کسب وجهه سیاسی و بین‌المللی از میزبانی رویدادها سود جویند.

همچنین، رویدادها می‌توانند هزینه‌های قابل توجه اقتصادی مثل مالیات به میزبان تحمیل کنند و اثرات منفی اجتماعی و روانی‌ای همچون اختلال، کاهش امنیت،



تصویر ۱. گونه‌شناسی رویدادها، مأخذ: Lee po, 2015.

دینی و گردشگری فرهنگی در ادبیات تجربی و نظری گردشگری بارها به جای هم به کار برده شده‌اند. حال اگر مرکز توجه را بر معانی هرکدام از دو مفهوم «فرهنگ» و «دین» قرار دهیم، درخواهیم یافت که همواره فرهنگ اعم از دین بوده و امر دینی را می‌توان بخشی از نظام فرهنگی یک جامعه دانست. بر این اساس، می‌توان چنین استدلال کرد که گردشگری دینی از زیرمجموعه‌های گردشگری فرهنگی بوده و صرفاً ناظر بر آن دسته از سفرهایی است که با نمادهای مقدس سروکار دارند؛ حال آنکه گردشگری فرهنگی به آن دسته از سفرهایی می‌پردازد که در مواجهه با واقعیات نمادین (چه مقدس و چه نامقدس) مصداق می‌یابند. بسیاری از فرم‌های گردشگری فرهنگی شامل بازدید مکان دینی هستند، ولی گردشگری فرهنگی به شمار نمی‌آیند. برای مثال، بازدید صرف از واتیکان گردشگری دینی نیست، اما اگر در پس این سفر انگیزه دیندارانه یا معنوی وجود داشته باشد، گردشگری دینی به شمار می‌آید (Ibid: 15).

استفاده می‌شوند این است که اکثر توریست‌های فرهنگی به بازدید محل‌های دینی به عنوان بخشی از برنامه‌های سفر خود می‌پردازند. بنابراین، بدیهی است که نوعی گردشگری دینی هم به شمار بروند. گردشگری دینی یکی از حوزه‌های مورد مطالعه گردشگری است و جالب است یکی از قدیمی‌ترین اشکال گردشگری هم به شمار می‌آید. در اینجا نمونه‌ای از این طبقه‌بندی‌ها نشان داده می‌شود. این طبقه‌بندی، طبق نظر نولی، در سال ۲۰۰۵ است (Nieminen, 2012: 14). اما آنچه مشخص است عدم سیطره درکی مفهوم‌شناسانه نسبت به حدود و تعاریف هر یک از مفاهیم در حوزه مطالعات گردشگری است. بر این اساس، اگر معیار تمیز و تفکیک هر کدام از دسته‌بندی‌ها را معانی موجود در پس هر مفهوم بدانیم، آنگاه هم حدود و ثغور هرکدام از گونه‌های گردشگری مشخص می‌شود و هم ربط و موضع هرکدام از گونه‌ها را بر حسب جایگاهی که نسبت به سایر گونه‌ها دارد می‌توان مشخص کرد. برای مثال، دو مفهوم گردشگری

می‌تواند میلیون‌ها نفر را جذب مقصد گردشگری کند (Ibid:17).

• سفرهای مبتنی بر تبادل گروهی

سفرهای مبتنی بر تبادل گروهی، که اخیراً محبوبیت آن رشد بیشتری پیدا کرده است، سفرهایی هستند که در آن مردمی با علایق مشترک و هدف‌های یکسان در تورهای مذهبی شرکت می‌کنند. سفر با افراد هم‌فکر تجربه‌ای بسیار لذت‌بخش و معنی‌دار را برای افراد به ارمغان می‌آورد و ایمان و اهداف افراد را محکم‌تر می‌سازد. عنصر سرگرمی از طریق تفریح، بازی، و درواقع خوشحال کردن افراد در حین سفر مذهبی یکی از بخش‌های بسیار مهم در برنامه‌های سفر مذهبی به شمار می‌رود و این موارد در بهترین حالت و به صورت تضمینی در سفرهای مبتنی بر تبادل گروهی اتفاق می‌افتد. آنچه در این سفرها مهم است وجود زبان مشترک برای عبادت یا سخنرانی توسط سخنرانان است (Ibid: 18).

• مقاصد گردشگری دینی

مکان مقدس مکانی است که مسافر در آن به خدا دسترسی دارد. معمولاً این محل، محلی است که افراد به نوعی در آن خدا را می‌پرستند. این محل می‌تواند، علاوه بر یک مکان مقدس، یک منظره طبیعی همچون یک کوه هم باشد که افراد در آن به عجایب دنیا بنگرند و تجربه‌ای معنوی هم داشته باشند. مکان‌های مقدس مانند آهنربایی عمل می‌کنند که گردشگران دینی را به سمت خود جذب می‌کنند، اما، علاوه بر آن، مردم، نوع سفر و شهر یا روستای مقصد هم در جذب گردشگر تأثیرگذارند. علاوه بر اینکه مقصد زائران و تورها نوعی از مکان‌های مقدس است، می‌تواند یکی از انواع ذیل هم باشد:

۱. مراکز جهانی چون اماکن مقدس اصلی مسیحیان براساس تاریخ و رسوم یا ماهیت خاصشان.
۲. مراکز بین‌المللی که محدوده‌شان از یک قاره فراتر نمی‌رود.
۳. مراکز فرامنطقه‌ای که خارج از منطقه‌شان هم شناخته شده‌اند اما تعداد کمی را از خارج از منطقه‌شان جذب می‌کنند.
۴. مراکز منطقه‌ای.

مأموریت‌ها و سفرهای داوطلبانه همراه با رویدادهای دینی انواع گردشگری دینی در سراسر جهان هستند. در این بخش بیشتر روی مقاصد زائران و تورها تمرکز می‌کنیم (Ibid: 23).

به‌رغم تمامی مناقشات موجود بر سر تعریف مفهوم گردشگری دینی در این قسمت تلاش می‌شود که تعاریف و حدود و ثغور این مفهوم به بحث گذاشته شود.

این‌گونه از گردشگری را می‌توان «سفری به منظور بازدید از یک مکان مقدس» دانست که علاوه بر «مشارکت در انجام مراسم دینی» و یا «مشاهده مناسک دیگران»، فرد بایستی از خلال حضور در آن مکان «تجربه دینی» و تعلق و حضور دینی داشته باشد. درواقع ممکن است یک سفر توریستی هم شامل مشاهده مکان دینی مثل کلیسا، مسجد باشد، اما صرف حضور در آن مکان آن را سفری دینی نمی‌کند، بلکه فرد بایستی از نیت دینی هم برخوردار باشد (Ibid).

انواع گردشگری دینی

طبقه‌بندی‌های مختلفی از گردشگری دینی وجود دارد که جهت تلخیص مطلب در این قسمت به یکی از جامع‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود.

• تورهای زیارتی

زیارت می‌تواند شامل موارد زیر باشد: بررسی ریشه‌های ایمان و دین؛ کشف کمک‌های دین به تمدن غرب؛ جست‌وجوی الهام‌گرفتن از افراد شاخص یا سنت دینی؛ یادگیری در مورد دینداران در گذشته و جست‌وجو برای شفای معنوی یا عاطفی.

زیارت در بسیاری از اوقات با پای پیاده اتفاق می‌افتد. در این شکل از گردشگری مکان سفر و تاریخ و پیشینه تاریخی آن برای گردشگر از اهمیت برخوردار است.

• سفر تبلیغی

هدف از سفرهای تبلیغی بشارت در رابطه با دین مورد نظر است. امروزه فرصت‌های زیادی برای انجام این‌گونه سفرها موجود است؛ وقتی سازمان‌های بسیاری دست‌اندرکار این نوع از سفرهای دینی هستند. سفرهای تبلیغی می‌تواند بلندمدت یا کوتاه‌مدت باشد.

در گردشگری داوطلبانه مردم کمک‌های خود را در راستای نیازهای متفاوت انسانی پیشنهاد می‌دهند، هر دو شکل سفرهای تبلیغی و داوطلبانه در مسیحیت توسط کلیساها سازمان‌دهی می‌شود.

• رویداد دینی

مثل اردوگاه‌ها، کنفرانس‌ها، و خلوتگاه‌ها که بخش دیگری از گردشگری دینی را تشکیل می‌دهند. اهمیت این بخش برای کل گردشگری اعم از تورگردان‌ها، هتل‌ها، و خطوط هوایی بسیار زیاد است.

برخی از رویدادهای بین‌المللی مذهبی مانند روز جوان

وجه تمایز گردشگر و زائر

اغلب، زائران در سراسر دنیا به صورت گروهی سفر می‌کنند و اکثر آن‌ها عضو گروه‌های اجتماعی محافظه‌کار و سنتی‌اند. بیشتر سفرها به طور متوسط ده روز طول می‌کشد، مگر اینکه فقط از یک شهر بازدید شود که در این صورت سفرها پنج شش روزه است. اگر کشورهای مختلفی در برنامه سفر باشد، این سفرها چهارده روز یا بیشتر طول می‌کشند.

بین گردشگر، گردشگر دینی، و زائر تفاوت‌هایی وجود دارد.

«به گفته «کوهن» گردشگران دینی کسانی هستند که برای بازدید آمده‌اند، اما گاهی عبادت هم می‌کنند. زائران کسانی هستند که برای عبادت خدا آمده‌اند؛ درحالی‌که گردشگران فقط برای گردش و بازدید آمده‌اند. البته ممکن است افراد در طول سفر تغییر کنند و به گفته «هاب» فردی که سفری را به عنوان یک گردشگر فرهنگی آغاز می‌کند ممکن است دچار تحول شود و به گردشگر دینی تبدیل شود. از مشخصه‌های زائران مؤمن و پارسانا این است که آن‌ها معمولاً فقط وقتشان را در مکان‌های مقدس می‌گذرانند. درحالی‌که گردشگران دینی و گردشگران زمان کمتری را صرف این مکان‌ها می‌کنند، چون می‌خواهند از سایر جذابیت‌های گردشگری هم بازدید کنند» (ایمانی خوشخو و بد، ۱۳۹۵).

اکنون این نظر که سفرهای دینی باید با سرگرمی و جذابیت همراه باشند زیر سؤال می‌رود. اگر سفر زائر فقط یک روز طول بکشد، ممکن است تنها تمرکزش روی بازدید از اماکن مقدس باشد؛ اما در آن صورت هم معمولاً به رستوران نیاز دارد. مگر اینکه بخواهد تمام روز را روزه بگیرد. بنابراین، موافقت با این نظریه که زائران واقعی فقط به فکر بازدید از اماکن مقدس‌اند دشوار است.

گردشگر دینی را می‌توان با توجه به میزان انگیزه‌های دینی‌اش هم تعریف کرد. انگیزه بعضی از آن‌ها مادی است که آن‌ها را به گردشگر غیردینی تبدیل می‌کند. درحالی‌که برخی از آنها انگیزه‌های اخلاقی، دینی، و روحانی دارند که آنها را به زائر تبدیل می‌کند (تصویر ۲) که در میانه طیف گردشگران دینی قرار دارند، چون نسبت به زائران انگیزه‌های معنوی کمتر و نسبت به گردشگران انگیزه‌های معنوی بیشتری دارند.

«ریچاردز» برای مشخص‌تر شدن تفاوت‌ها شکل دیگری ارائه داده است. سفرهای دینی روحانی‌تر و انفرادی‌تر از سفرهای فرهنگی هستند و نوعی سفر درونی تلقی می‌شوند. ذکر این نکته لازم است که امروزه بسته‌های

سفرهای زیارتی ارائه شده تفاوت چندانی با تورهای غیردینی ندارند، چون آنها شامل هزینه‌های پرواز، هتل، و گردش هم هستند. بنابراین، در شکل زیر منظور از سفر زیارتی سفرهای انفرادی است. اگرچه ذکر این نکته لازم است که حتی در یک تور زیارتی هم سفر درونی نقش مهمی بر عهده دارد. ممکن است فردی به صورت گروهی سفر کند، اما انگیزه اصلی‌اش سفر درونی انفرادی باشد (تصویر ۳).

به طور خلاصه، در هنگام دسته‌بندی گردشگران دینی، ابعاد انگیزشی حائز اهمیت است، اما فعالیت‌های گردشگران هم مهم است، زیرا باعث تمایز گردشگران دینی و غیردینی می‌شود. گروه دوم بیشتر در پی مشاهده و بازدیدند؛ درحالی‌که زائران و گردشگران دینی بیشتر در پی سفر درونی هستند. به نظر می‌رسد که گردشگری دینی بیشتر زنان کهن‌سال را جذب می‌کند، که این در برخی موارد صحیح است؛ اما تحقیقات جدید نشان داد که درواقع گردشگری دینی افرادی در همه سنین را به خود جذب می‌کند (Nieminen, 2012: 26).

آینده گردشگری دینی

دلایل گردشگری دینی می‌تواند در این هفت دسته محرک گنجانده شود:

۱. چهره متنوع مذاهب دنیا.
۲. جست‌وجوی معنویت.
۳. تلاش برای برخورداری از تجربیات اصیل از طریق رسوم فرهنگی و دینی.
۴. ظهور بازارهای نیش (نقاط فراموش شده در بازار).
۵. افزایش تعداد تعطیلات کوتاه.
۶. اعتقاد و مذهب.
۷. خودشکوفایی و فعالیت‌های داوطلبانه.

همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، مذهب با محبوبیت کمتری روبه‌رو شده است؛ درحالی‌که معنویت یا جست‌وجوی عقاید از طریق معنویت مسیر جدیدی است که ویژگی‌های گردشگری دینی را در آینده تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. برآورد می‌شود که مثلاً اگر گردشگران چهار تعطیلات کوتاه در سال داشته باشند، مذهب و معنویت یکی از دلایل اصلی سفر در یکی از این تعطیلات خواهد بود.

فعالیت‌های داوطلبانه یکی از روش‌های خودشکوفایی از طریق بازگرداندن یک ویژگی خوب به جامعه است. برخورداری از تجربیات اصیل یکی از مهم‌ترین دلایل گردشگر دینی است. بیشتر افراد می‌خواهند به جای تماشاکردن محض مشارکت هم داشته باشند.



تصویر ۲. طیف زائر-گردشگر، مأخذ: Haab, 1996.



تصویر ۳. مقاصد گردشگری دینی، مأخذ: Nieminen, 2012.

اگرچه بعضی معتقدند گردشگری دینی به تجارتی پُررونق تبدیل شده است، نقش سنتی گردشگری دینی باید به همان نحو باقی بماند و باید در جهت ارتقای بازسازی روحی و دینداری محافظت شود. انگیزه سودبردن از این حوزه باید تحت کنترل قرار بگیرد تا گردشگری دینی مثل سابق باقی بماند (Ibid: 30).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

گردشگری دینی، به طور کلی، با محوریت گرایش به امر متعالی و تقدیس نمادهای دینی انجام گرفته و غالباً با بازدید یا مشارکت در شعائر دینی، گردهمایی‌های دینی، و مراسم آیینی خاص توسط زائران و گردشگران همراه است و در قالب تجمعی پیرامون مکان مقدس سامان

مذهب، خود را در همه ابعاد زندگی چون تولد، ازدواج و مراسم تدفین نشان می‌دهد؛ بنابراین، همچنان در گردشگری هم وجود خواهد داشت. اگرچه احتمال دارد انواع جدید گردشگری دینی به وجود بیاید. تغییرات مداوم انگیزه‌های دینی به معنویت و تمایل به فردیت در گردشگری حاکی از آن است که نیازهای یک مسافر باید بیشتر و دقیق‌تر مد نظر قرار بگیرد و باید تورهای متنوع‌تری در بین انواع مختلف گردشگری دینی قرار بگیرد. در مورد جذابیت‌های دینی، این به این معنی است که بازدیدکنندگان می‌خواهند اطلاعات بیشتری درباره زمین و گذشته مکان و رویداد به دست آورند و می‌خواهند به صورت فعالانه‌تری درگیر فضای معنوی و دینی محلی که در حال بازدید آن هستند بشوند.

ساختارهای مختلفی راه خود را به درون این رویداد گشودند.

در بحث گردشگری رویداد بیان می‌شود که رویدادها اساساً ساختاری اجتماعی دارند و در بستر فرهنگ‌های بین‌المللی، ملی، ناحیه‌ای، سازمانی، و حتی قبیله‌ای اتفاق می‌افتند. بسیاری از این رویدادها وابسته به مراسم، جشن‌ها، و نمادهایی هستند که معانی فرهنگی بسیار عمیقی دارند و رویداد اربعین نیز از این قاعده مستثنی نیست. رویدادها در توانایی خود برای تبدیل فضاها به مناطق شهودی (قابل درک) منحصربه‌فردند؛ همراه با اینکه آنها هنجارها و ارزش‌ها و قوانین و مقررات منحصربه‌فرد خود را دارند. هر رویداد با مجموعه‌ای از انتظارات تعریف‌شده با تعاملات نمادین مخاطبان خود به وجود می‌آید (Jaimangal-Jones, 2014).

محققان رویدادها را به لحاظ مقیاس اندازه و درجه پیچیدگی‌شان طبقه‌بندی می‌کنند که این موارد ارتباط مستقیم و محکمی با اثرات رویدادها دارد. با افزایش ابعاد و سبب رویدادها اثرهای آنها نیز بزرگ‌تر می‌شود. به لحاظ وسعت و مقیاس برگزاری رویداد اربعین، می‌توان آن را در زمره ابررویدادها به شمار آورد. در واقع، در مباحث گردشگری واژه ابررویداد کلمه‌ای است که به بزرگ‌ترین رویدادهایی اطلاق می‌شود که بازارهای بزرگ بین‌المللی را هدف می‌گیرد (Zhou, 2008: 27). مگا به معنی بزرگ و عظیم است. تعداد شرکت‌کنندگان این رویدادها بیش از یک میلیون نفر است و طنین آنها از طریق رسانه‌ها در تمام جهان پخش می‌شود.

در واقع، رویداد اربعین نیز رویداد صلح‌طلبانه‌ای است که اثرهای عظیم اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، ... را در پی دارد، چه در سطح ملی، چه منطقه‌ای، و چه در سطح فراملی. همچنین، نکته درخور توجه این است که ما می‌توانیم داوطلبانه‌بودن را در رویدادهای فرهنگی و مذهبی به عنوان نوعی مشارکت اجتماعی خودبه‌خودی در نظر بگیریم که روابط گسترده‌ای برای مدیریت مقصد دارد. در این مفهوم، رویدادهای خاص و داوطلبانه حوزه‌های نزدیک‌تری به تحقیق هستند، زیرا تعداد رویدادها با گسترش در اندازه و پیچیدگی‌شان رشد کرده‌اند. بنابراین، تعداد کارکنان و داوطلبان‌شان به شکل قارچ‌گونه‌ای افزایش یافته است. فهم تجربه داوطلبی در رویدادهای خاص (رویدادهای فرهنگی، مذهبی و ورزشی) یک حوزه مورد علاقه برای مدیران مقصد و محققان تفریح و سرگرمی است (Gallarza & Saura, 2006).

از دیگر موارد مورد توجه در رویداد اربعین شکلی خاص

می‌یابد. در واقع، گردشگری دینی را می‌توان گونه‌ای از گردشگری دانست که شرکت‌کنندگان در آن منحصراً دارای انگیزه‌های مذهبی یا ترکیبی از انگیزه دینی با سایر انگیزه‌ها هستند که از مکان‌های مقدس نظیر کلیساها، مسجدها، مقبره‌ها، و مانند آنها بازدید می‌کنند. در گردشگری دینی، علاوه بر اینکه به اعمالی نظیر بازدید و زیارت اماکن مقدس و سایر مناسک و اعمال موجود در نظام‌نامه هنجارین مکان مقدس پرداخته می‌شود، حضور در کنفرانس‌های دینی و سایر رویدادهای فرهنگی-دینی مختلف از جمله محصولات هم‌چون هنر، فرهنگ، سنت، و معماری دینی نیز مدنظر گردشگران قرار می‌گیرد. از این‌رو، ترسیم مرز مشخص میان «گردشگری دینی» و «زیارت» برای صاحب‌نظران محل کلام بوده است و مطالعات زیادی صورت گرفته تا گردشگری مذهبی و زیارت را با هم مقایسه کنند. بدین معنا که زیارت را به‌عنوان مراجعت به مکانی با اهمیت دینی به منظور انجام مراسم و آداب و رسوم دینی و یا برآوردن یک نیاز روحی مبتنی بر معنویت یا ایمان دینی تعریف کرده‌اند؛ سفری که با آداب مذهبی مشخص می‌شود. این در حالی است که کنش‌های دین‌مدارانه گردشگران هم به زائران و هم به گردشگران شباهت دارد. می‌توان گفت هدف زائر از مسافرت فقط انجام امور دینی است؛ ولی گردشگر مذهبی، ضمن انجام زیارت و شرکت در مراسم دینی، از مکان‌های دیگر اعم از مقدس و دنیوی نیز دیدن می‌کند (فیروزجائیان؛ یوسفی و میرمحمدتبار، ۱۳۹۳: ۱۴۶). لذا گردشگری دینی را می‌توان گونه‌ای سفر قلمداد کرد که در حد فاصل بین زیارت از یک سو و گردشگری از سوی دیگر قرار دارد.

در برخی از رویدادهای دینی مربوط به ادیان مختلف، گردشگرانی از فرهنگ‌ها و ملل گوناگون و عموماً با اهداف دین‌مدارانه به صورت دسته‌ها و گروه‌های زائران در زمان و مکانی عموماً مقدس اجتماع می‌یابند. یک چنین تکرار فرهنگی را در میان شرکت‌کنندگان در مراسم اربعین در سال‌های اخیر نیز می‌توان دید. افزایش چشم‌گیر شمار زائرانی که در مراسم اربعین شرکت می‌کنند پدیده‌ای است که به تازگی ظهور یافته است، کما اینکه جمعیت حاضر در مراسم سال‌های قبل‌تر چه از حیث کثرت و چه از لحاظ تنوع با سال‌های اخیر قابل مقایسه نیست. گسترش چند جانبه این مراسم و بدل شدن آن به یک ابررویداد دینی موجبات شکل‌گیری و گسترش ساختارهایی را فراهم آورد که هر کدام در حوزه خاصی به ایفای نقش پرداختند و طولی نکشید که نهادها و

بدیهی است بی‌توجهی به این رویداد در این ابعاد تبعات خوبی نخواهد داشت و ممکن است به مرور این پدیده را دچار انحراف کند. در نتیجه، بایستی از دید علمی به این رویداد نگاه شود و به تبعات منفی و آسیب‌شناسی آن کاملاً توجه شود.

پی‌نوشت‌ها

۱. برای مثال به برخی از این احادیث و روایت‌ها اشاره می‌شود: امام صادق (ع) علیه‌السلام: «تا ده میل اطراف قبر حسین بن علی، علیه‌السلام، برکت است» (مجلسی، ۱۰۳۷).

پیامبر، صلی‌الله‌علیه‌وآله: «به وسیله من هشدار داده شدید و به وسیله علی، علیه‌السلام، هدایت می‌یابید و به وسیله حسن احسان می‌شوید و به وسیله حسین خوشبخت می‌شوید و بدون او بدبخت. بدانید که حسین دری از درهای بهشت است، هر کس با او دشمنی کند خداوند بوی بهشت را بر او حرام می‌کند» (بحرانی، ۱۳۳۴).

امام صادق، علیه‌السلام، فرمود: «همانا ایام زیارت زائران حسین بن علی، علیه‌السلام، از عمرشان محسوب نگشته و جزو حیاتشان به شمار نمی‌آید» (حرعاملی، ۱۳۶۴).

امام صادق (ع) فرمود: «سزاوار است که شخص توانگر سالی دو مرتبه و انسان تهی‌دست سالی یک بار به زیارت امام حسین (ع) برود» (قمی، ۱۳۵۶).

امام صادق (ع) فرمود: «به درستی که هر کسی از خانه‌اش به قصد زیارت قبر حسین بن علی خارج شود، اگر پیاده باشد، با هر قدمی، حسنه‌ای برایش نوشته شده و گناهی از او پاک می‌شود و اگر سواره باشد، با هر قدمی، حسنه‌ای برایش نوشته شده و به واسطه آن گام گناهی از او کنار گذاشته می‌شود تا به درب حائر حسینی برسد که در این صورت خداوند نام او را از جمله رستگاران و نجات‌یافتگان ثبت می‌کند و زمانی که آداب زیارت و اعمالش را به پایان برساند، خداوند نام او را در زمره بزرگان می‌نویسد...» (مجلسی، ۱۰۳۷).

امام صادق (ع) فرمود: «هر آن که در فرات غسل کند و سپس با پای پیاده به سوی مرقد حسین (ع) برود به ازای هر قدمی که برمی‌دارد و بر زمین می‌گذارد حتی مقبول با تمام اعمال و مناسک برای او خواهد بود» (مجلسی، ۱۴۰۴).

فهرست منابع

- ایمانی‌خوشخو، محمدحسین و بد، مهدیه. (۱۳۹۵).
- گونه‌شناسی زائران کربلا براساس هدف و انگیزه از سفر، فصلنامه گردشگری و توسعه، ۵(۹): ۱۵۵-۱۳۷.
- بحرانی، هاشم بن سلیمان. (۱۳۳۴). البرهان فی تفسیر القرآن. قم: دارالکتب العلمیه.
- حرعاملی، محمدبن حسن. (۱۳۶۴). وسائل‌الشیعه. ترجمه: علی صحت، تهران: ناس.
- سراج‌زاده، سیدحسین. (۱۳۹۰). به کارگیری مدل در سنجش دین‌داری، متن سخنرانی در نشست پنجم سلسله نشست‌های علمی بررسی و نقد سنجش دین‌داری در ایران، مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی، تهران: دانشگاه تهران.
- فیروزجائیان، علی‌اصغر؛ یوسفی، ندا و میرمحمد تبار، سیداحمد. (۱۳۹۳). تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳(۸): ۱۶۵-۱۴۳.

از گردشگری - برخلاف سایر اشکال که هدف و جاذبه اصلی و نهایی خود مقصد است - جاذبه گردشگری کل فرایند سفر و رسیدن به مقصد است و درواقع خود شکل سفرکردن به جاذبه‌ای تبدیل می‌شود که افراد را برای این تجمع عظیم برمی‌انگیزاند.

نکته درخور توجه دیگر این که برخلاف سایر ابررویدادهایی که در جهان برگزار می‌شوند، در ابررویداد پیاده‌روی اربعین نه تنها آسیب‌های فرهنگی و اخلاقی به حداقل ممکن می‌رسند، بلکه این رویداد بستری برای رشد اخلاقیات روحیه جمعی و تقارب فرهنگی فراهم می‌آورد و در طول مدت این گردهمایی بزرگ افراد مختلف طیفی از مشترکات اعتقادی و فرهنگی را در قالبی همگن به نمایش می‌گذارند و نهایتاً به بلوغ فکری و رشد معنوی می‌رسند.

از نکات برجسته این همایش عظیم و مغایر با سایر رویدادهای جهانی باور قوی مذهبی است که بین افراد شرکت‌کننده و دست‌اندرکاران وجود دارد. این باور تا جایی محکم است که افراد با اینکه با توجه به جریان‌های موجود بیم جان خود را دارند، این امر نه تنها تقاضا برای این سفر را نمی‌کاهد، بلکه هرساله تعداد افراد را افزایش می‌دهد؛ درحالی‌که ترس از تأمین امنیت یکی از عوامل مؤثر در کاهش تقاضای گردشگری است.

از موارد قابل تأمل دیگر که در ادبیات گردشگری بیان می‌شود کمبود امکانات و زیرساخت‌های مناسب سبب کاهش تقاضای گردشگر برای مقصد است؛ در صورتی که در این پدیده گردشگری به هیچ عنوان نحوه اسکان و امکانات رفاهی از اولویت‌های قابل توجه گردشگران نیست. از دیگر موارد مورد توجه که به یک رویداد ارزش خاصی می‌بخشد اصل استثنا و منحصربه‌فرد بودن است. همان‌طور که در بالا به آن پرداخته شد، اجتماع اربعین یک رویداد استثنایی و منحصربه‌فرد نه تنها در میان مسلمانان بلکه در میان سایر ادیان جهان است.

پرداختن به ابررویداد دینی اربعین با چنین مقیاس بزرگی چه از نظر کثرت و چه از لحاظ تبعات و پیامدهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و استراتژیک لازم و ضروری است و برای واکاوی و تحلیل این پدیده، مطالعه علمی و سیستماتیک آن ضروری می‌نماید تا بتوان از خلال آن انگیزه‌های لازم را برای این حرکت مشخص کرد و در ادامه چگونگی فرایند سفر را توضیح داد و نهایتاً خروجی‌های این سفر را آشکار کرد. چنین می‌نماید که برای شناخت ابعاد مختلف این پدیده ناگزیر از مراجعه به کنشگرانی هستیم که به نحوی با این رویداد درگیری داشته‌اند.

and research. *Journal of Tourism Management*, 29(3):403- 428.

- Haab, B. (1996). *The way as an inward journey: An anthropological enquiry into the spirituality of present-day pilgrims to Santiago, confraternity of st. James*: Bulletin, 56.
- Hall, C.M. (1992). *Hallmark Tourist Events : Impacts, Management of planning*. London: Belnaven press.
- Jaimangal-Jones, D. (2014). Utilising ethnography & participant observation in festival and event research, *International Journal of Event and Festival Management*, 5(1): 39-55.
- Kim, W. H. J. (2015). Mottew walker, Dan Drane Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism event: scale development and validation, *Journal of tourism management*, (48): 21-32.
- Lee po, T. H. (2015). Chung-Jen Fu & Pei-shiang chang The support of attendees for tourism development: evidence from religious festivals, Taiwan, an international *Journal of tourism space place & environment*, 17(2): 223-243
- Nieminen, K. (2012). *Religious tourism a finish perspective. Journal of HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu*.
- Zhou, J. Y. (2008). *Government and residents' perceptions towards the impacts of a mega event: The Beijing Olympic Games*, Hong Kong Polytechnic University: HKBU Institutional Repository.

- قمی، ابن قولویه. (۱۳۵۶). *کامل الزیارات*، نجف : مرتضویه.
- مجلسی، محمدباقر. (۱۰۳۷). *بحارالانوار*، جلد ۴۴، بیروت : مؤسسه الوفاء.
- مجلسی، محمدباقر. (۱۴۰۴). *بحارالانوار*، جلد ۴۵، بیروت : مؤسسه الوفاء.
- نظری، محمد. (۱۳۹۳). *مطالعه تحول در پایبندی دینی دانشجویان دانشگاه خوارزمی براساس تحلیل روایت*، پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد، رشته پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه خوارزمی.
- همایون، محمدهادی. (۱۳۹۱). *گردشگری ارتباطی میان فرهنگی*، تهران : امام صادق.
- همیلتون، مالکوم. (۱۳۹۰). *جامعه‌شناسی دین*. ترجمه : محسن ثلاثی، تهران : نشر ثالث.
- Gallarza, M. G. & Saura, I.G. (2006). Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: an investigation of university students travel behavior. *Tourism management*, 27 (3): 437- 452.
- Gerutti, s & Piva, G. (2015). Religious tourism and event management an opportunity for local tourism development, *International journal of religious tourism & pilgrimage*, 3, (1): 55-56.
- Getz, D. (1997). *Event management and tourism*. New York: Cognizant:120.
- Getz , D. (2005). *Event tourism: Definition, evolution,*

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author (s), with publication rights granted to the journal of art & civilization of the orient. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

بد، مهدیه. (۱۳۹۸). *ابرویداد اربعین، جلوه‌ای از گردشگری دینی*. *مجله هنر و تمدن شرق*، ۷ (۲۳): ۱۴-۵.

DOI:10.22034/jaco.2020.83915

URL: http://www.jaco-sj.com/article_83915.html

