



## شناسایی مؤلفه‌های گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه

محمد رضا حیدری <sup>۱</sup> ID، مهرداد صادقی ده چشمه <sup>۲</sup> ID، علی رشیدپور <sup>۳</sup> ID

<sup>۱</sup> گروه مدیریت برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. mrheidari@tvu.ac.ir

<sup>۲</sup> (نویسنده مسئول) گروه مدیریت برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد اصفهان (خوراسگان) دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. mehr.sadeghi@khuif.ac.ir

<sup>۳</sup> گروه مدیریت برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. rashidpoorali@khuif.ac.ir

### چکیده

صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین و پرسودترین صنایع در ابعاد جهانی است؛ زیرا تنها یک راه برای تفریح نیست، بلکه با استفاده از برنامه‌ریزی راهبردی و رعایت اصول توسعه پایدار می‌توان اقتصاد کشورها را توسعه داد. این پژوهش به مطالعه گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه پرداخته است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، کیفی است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش، ۱۵ نفر از اساتید حوزه گردشگری و هنرهای آیینی، پیشکسوتان تعزیه به روش نمونه‌گیری گلوله برفی، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته‌ای با آنها انجام شد. روش پژوهش، پدیدارشناسی بود و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از روش کولایزی استفاده شد. شایان ذکر است که روایی نتایج، از جنبه‌های بیرونی، توصیفی و تفسیری، ارزیابی و به تأیید رسید. تجربه مشارکت‌کنندگان، درباره گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه، در یازده مقوله سازمانی، اقتصادی، تبلیغاتی، محتوایی، فنی، پژوهشی، زیست محیطی، راهبردی، توسعه فرهنگی، قانون‌گرایی دسته‌بندی شدند. جهت احیاشدن هنر تعزیه و رونق گردشگری مذهبی باتوجه به تجارب افراد مشارکت‌کننده باید تعزیه در بُعد محتوایی، فنی و فیزیکی پررنگ‌تر شود و با اقتصاد گردشگری پیوند زده شود. همچنین به لحاظ فرهنگی، سازمانی، تبلیغاتی، قانون‌گرایی، توسعه، زیست‌محیطی و پژوهشی گردشگری مذهبی نیاز به تغییرات و تلاش بیشتری دارد تا علاوه بر رونق گردشگری مذهبی در کنار تعزیه پررنگ‌تر و پررنگ‌تر شود.

### اهداف پژوهش:

۱. بررسی گردشگری مذهبی در ایران.
۲. بررسی الگویی برای گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه.

### سؤالات پژوهش:

۱. مؤلفه‌های گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه چگونه بوده است؟
۲. چه الگویی می‌توان برای گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه ارائه داد؟

### اطلاعات مقاله

مقاله پژوهشی

شماره ۴۹

دوره ۲۰

صفحه ۲۳۳ الی ۲۵۴

تاریخ ارسال مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۲۵

تاریخ داوری: ۱۴۰۰/۱۰/۰۸

تاریخ صدور پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۱۷

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۳/۰۱

### کلمات کلیدی

گردشگری مذهبی،  
هنر تعزیه،  
الگوسازی.

### ارجاع به این مقاله

حیدری، محمد رضا، صادقی ده چشمه، مهرداد، رشیدپور، علی. (۱۴۰۲). شناسایی مؤلفه‌های گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه. مطالعات هنر اسلامی، ۲۰(۴۹)، ۲۳۳-۲۵۴.



[dori.net/dor/20.1001.1  
1735708.1402.20.49.198](https://doi.org/10.22034/IAS.1735708.1402.20.49.198)



[dx.doi.org/10.22034/IAS  
.2022.331166.1881](https://dx.doi.org/10.22034/IAS.2022.331166.1881)

## مقدمه

گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین انواع گردشگری در سراسر جهان می‌باشد که گردشگران را با مذاهب و فرهنگ‌های متفاوت پیوند می‌دهد. مذهب به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین انگیزه‌های سفر شناخته‌شده و این صنعت طی سال‌های اخیر به‌طور فزاینده‌ای رو به گسترش بوده است (صنایعی، ۱۳۹۶). گردشگری مذهبی مختص طبقه خاصی از اجتماع نیست. برای بسیاری از طبقات اجتماعی، گردشگری مذهبی تنها فرصت سفر به‌شمار می‌آید. همچنین این وضعیت در جوامع متوسط و میانی که طبقات متوسط آن از نظر مالی و از نظر اجتماعی توانایی سفرهای طولانی را ندارند، بیشتر به چشم می‌خورد و وقت آزاد آن‌ها اکثراً به‌وسیله بازدید از اماکن مذهبی و زیارتی پرمی‌شود (نیک‌بین، ۱۳۹۸). تأسیسات اقامتی و پذیرایی این نوع گردشگری مانند مسافرخانه‌ها و زائرسراها با توجه به بافت اجتماعی، فرهنگی و عقیدتی گردشگران و جامعه میزبان، دارای ویژگی‌های خاص خود بوده که در هر کشوری از تنوع بالایی برخوردار می‌باشد (مایر، ۲۰۰۴: ۴۲). در ایران نیز به دلیل دین اسلام و مکان‌های مذهبی و مراسم و آیین‌های دینی گردشگری مذهبی دارای اهمیت است. دولت‌ها و آژانس‌های جهانگردی نسبت به افزایش تعداد مسافران با انگیزه مذهبی یا حداقل افزایش دعوت به اماکن مقدس و دیدن آیین‌های دینی همراه با رشد کلی گردشگری میراث فرهنگی، توجه کرده‌اند. این علاقه به دلیل پتانسیل اقتصادی گردشگران مذهبی به‌وجود آمده است. در نتیجه، همراه با اماکن مذهبی مانند زیارتگاه‌ها، آیین‌ها و مراسم دینی به توریسم مذهبی ارائه می‌شوند (دروول، ۲۰۱۲).

گردشگری مذهبی راهی برای کمک به حفاظت از میراث و اماکن مذهبی و تقویت اقتصاد دیده می‌شود. همچنین در مورد گردشگری مذهبی به‌خصوص مناسک و آیین‌های دینی تحقیقات کمی انجام گرفته و کم‌تر در حوزه مطالعاتی قرار می‌گیرد؛ درحالی‌که گردشگری مذهبی از نظر اقتصادی دارای تأثیرات مثبتی است، بیشتر از طریق مراسم و یا سایت‌ها و دیگر راه‌ها به جنبه منفی و کم‌رنگ کردن این گردشگری پرداخته می‌شود. از دیگر معضلات گردشگری مذهبی این است که آموزش مناسب در مورد رفتار مناسب و معانی آیین‌های مقدس به گردشگران داده نمی‌شود و آن را کم اهمیت جلوه می‌دهند و اماکن زیارتی و مقدس با سایر فعالیت‌های آموزشی ترکیب شده است. کوهن استدلال می‌کند گردشگری جمعی به اماکن مذهبی باعث تأثیر منفی بر گرایش معنویت افراد محلی می‌شود (مادن، ۱۹۸۷: ۲۵۷). یکی از مراسم آیینی و دینی که در گردشگری مذهبی ایران نقش به‌سزایی دارد، هنر تعزیه است که از منظر فرهنگ تمدنی و سیاسی به شناساندن غنای فرهنگی ایران تأکید می‌کند. هنر تعزیه که به‌عنوان هنری نمادین به گردشگران مذهبی ارائه می‌شود. علاوه بر وحدت‌آفرینی و بُعد فرهنگی بر اقتصاد و اشتغال‌زایی باعث بهره‌برداری می‌شود و برنامه‌های نمایشی در ایران از تنوع و اصالت قابل‌توجهی برخوردار هستند که قادراند لحظات به یاد ماندنی را برای گردشگران به ارمغان بیاورند (رحمانی، ۱۳۹۲). هرچند اهمیت آیین‌های ماه محرم برای جذب گردشگران بر همگان روشن است اما نبود تحقیق و بررسی کافی در این زمینه سبب شده تا این حوزه از گردشگری از حضور گردشگران خارجی بی‌نصیب باقی بماند.

اهمیت تحقیق از لحاظ کاربردی در جنبه‌های اخلاقی و غنای فرهنگی آن است. ارائه الگوی گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه از منظر اخلاقی به گردشگران درس‌هایی می‌دهد و از لحاظ فرهنگی و اجتماعی موجب نزدیک شدن نسل‌ها توسط این هنر می‌شود. از سویی دیگر، درحالی‌که صنعتی شدن و فرآیند مدرنیسم در غرب باعث جدایی انسان‌ها از هم می‌شود، مراسم مذهبی همچون عزاداری ایام محرم، موجب پیوند میان نسل‌ها شده و از دورافتادگی و جدایی انسان‌ها از یکدیگر جلوگیری می‌کند. پیوستگی و استمرار فرهنگی کارکرد دیگر این مراسم است. در آداب و رسوم و باورها و عقاید هر ملتی نهفته است که جنبه معنایی و غیرمادی دارد و ایران برای رشد صنعت گردشگری مذهبی خود از این منابع فرهنگی می‌تواند برای تشکیل سمینارها و همایش‌ها و دیگر رویدادها استفاده کند.

نیک‌بین (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان توسعه پایدار گردشگری مذهبی با رویکرد فراترکیب مدلی مفهومی ارائه داد. در این مطالعه با استفاده از رویکرد تفسیری یافته‌های انجام شده است. قادری (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان راهکارهای استفاده از مراسم تاسوعا و عاشورا به‌عنوان پتانسیل گردشگری فرهنگی - مذهبی در محدوده بخش مرکزی تهران به روش توصیفی انجام شده است. شفیع (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان بررسی مراسم معنوی و آیینی در رونق گردشگری شهر یزد به روش توصیفی انجام شده است. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که در ایران مراسم آیینی و مذهبی موجب حس تعلق خاطر و دلبستگی میان گردشگران شده است و همین امر موجب رونق گردشگری مذهبی در کشور می‌شود. صنایعی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان گردشگری مذهبی در ایران به روش توصیفی و تحلیلی نتیجه گرفته است، بیش از هر چیز، ضرورت توجه به مقوله گردشگری مذهبی را فرصت‌های مادی، معنوی و فرهنگی هر منطقه مشخص می‌سازد. پیشقدم (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان نقش زیارتگاه‌ها و اماکن مذهبی در توسعه گردشگری مذهبی شهر شیراز به روش SWOT نتیجه گرفت ورود گردشگران به این مکان مقدس علاوه بر توسعه صنعت گردشگری مذهبی تأثیر مهمی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شیراز دارد. مانیت (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان مناسک دینی و توریسم مذهبی در هند به روش توصیفی نتیجه گرفت برپایی مناسک مذهبی باعث جمع‌آوری خاطرات مذهبی در توریسم می‌شود تاجایی که علاوه بر زمان برپایی مراسم دینی در دیگر زمان‌ها نیز توریسم جذب می‌شود. لاورتی (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان مناظر موقت در گردشگری مذهبی به روش توصیفی نتیجه گرفت که آیین‌ها و مناسک دینی فضا را به‌طور موقت تغییر می‌دهند و مکانی برای رویدادهای دیگر در کیفیت طبیعی منظره به‌وجود می‌آورند. دومان (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان بررسی پتانسیل گردشگری مذهبی مانیسا ترکیه با دیدگاه بازاریابی نتیجه گرفت مانیسا اهمیت تاریخی و مذهبی بسیاری برای گردشگران دارد که ارائه خدمات گردشگری مذهبی مانند کمپین و بسته‌های مذهبی و سوغات مذهبی را به‌عنوان راهکار ارائه داده است. برمر (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان نقش رسانه در ترویج گردشگری مذهبی رومانی به بررسی نقش رسانه در ترویج گردشگری مذهبی ارائه کرده‌اند و نتیجه گرفتند که پوشش رسانه‌های فقیر، به ناشناخته ماندن رومانی در سطح داخلی و بین‌المللی انجامیده است. روگرسون (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان گردشگری مذهبی در آفریقا به روش توصیفی نتیجه گرفت گردشگری مذهبی در آفریقا دارای توسعه نامتوازن است و گردشگری مذهبی در شهرهایی مانند نجیر رشد بیشتری دارد.

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث روش پژوهش پدیدارشناسی است. از آنجایی که در پژوهش حاضر هدف شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد الگوی گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه می‌باشد، محقق نیاز داشت شاخص‌ها و مؤلفه‌ها را از دیدگاه‌های مختلف کارشناسان و اساتید خبره مورد بررسی قرار دهد، بنابراین محقق افرادی را که صاحب‌نظر در این زمینه و دارای فعالیت و تجربه بودند را مورد استفاده قرار داد که افراد مشارکت‌کننده ۱۵ نفر از خبرگان، مدیران و اساتید فعال در حوزه گردشگری و هنرهای آیینی نمایشی و تعزیه بودند. جهت شناسایی افراد از نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. بدین‌صورت که هر فرد مصاحبه‌شونده افراد دیگری که در زمینه تعزیه یا گردشگری مذهبی و هنرهای آیینی نمایشی دارای فعالیت و اطلاعات بودند را معرفی می‌کردند. روش گردآوری اطلاعات با استفاده از مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با مدیران گردشگری، اساتید گردشگری و هنرهای آیینی و تعزیه، که در حوزه گردشگری و تعزیه فعالیت داشتند، صورت پذیرفت. در سؤالات مصاحبه از الگوی از پیش تعیین‌شده‌ای استفاده نشد. محقق در هر مصاحبه تلاش کرد تا داده‌های کیفی به‌صورت اکتشافی و بدون دست‌کاری ذهنی مورد تحلیل قرار گیرد. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات مبتنی بر مدل کلایزی است.

### ۱. گردشگری مذهبی

گردشگری مذهبی یکی از اشکال عمده گردشگری است که شامل دیدار از اماکن مذهبی و انجام فرایض دینی و مذهبی است. اماکن مذهبی و زیارتی از جاذبه‌های گردشگری مذهبی و فرهنگی هستند که نقش مهمی در تغییرات اقتصادی و اجتماعی دارند (دهشیری، ۱۳۹۵). طبق آمارهای جهانی حدود ۳۸ درصد گردشگران دنیا را گردشگران مذهبی تشکیل می‌دهند که درحقیقت با هدف زیارت سفر می‌کنند. این آمار صرفاً شامل مسلمانان نمی‌شود و همه ادیان و فرقه‌های مذهبی اعم از مسیحیان و سایر ادیان الهی را دربرمی‌گیرد. گردشگری مذهبی در ادیان مختلف یکی از راه‌های تقویت معنویت است. جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس، آیین‌های بومی هر منطقه هر ساله تعداد زیادی از گردشگران را به‌سوی خود جذب می‌کنند (یزدانی، ۱۳۹۸).

در کل گردشگری مذهبی به سفرهایی اطلاق می‌شود که اصلی‌ترین هدف آن‌ها تجربه‌ی مذهبی باشد. ممکن است گردشگران مذهبی بارها به مکانی مذهبی بروند و با یک‌بار دیدن باز به آن مکان سفر کنند. در گردشگری مذهبی هدف از سفر صرفاً زیارت و انجام اعمال مذهبی نیست و طیف گسترده‌تری از سفرهای مذهبی را شامل می‌شود. برای مثال، حضور در کنفرانس مذهبی، رویدادهای فرهنگی - مذهبی و اجرای موسیقی مذهبی، دیدن هنرهای آیینی مذهبی جز گردشگری مذهبی محسوب می‌شوند (صنایعی، ۱۳۹۶: ۷۷). گردشگری مذهبی، یکی از راه‌کارهای معرفی هرچه بهتر تاریخ، فرهنگ و ارزش‌های اعتقادی از دین و هم‌زیستی مسالمت‌آمیز ادیان در بین کشورهاست. همچنین، اماکن مذهبی علاوه بر قداست و معنویت منحصر به فرد خود، بیانگر آداب و رسوم، باورها، اعتقادات و اندیشه‌های مردم آن مکان است. گردشگری مذهبی از دیدگاه صاحب‌نظران گردشگری مذهبی نقش عمده‌ای در زندگی اجتماعی کشورهای اسلامی ایفا می‌کند. بنابراین مکان‌های مذهبی، شامل زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس از جاذبه‌های گردشگری هر کشوری

هستند. مردم به دلیل اعتقادات خود مشتاق سفر به اماکن مذهبی هستند. از دیگر نکاتی که گردشگری مذهبی را از دیگر سفرها متمایز می‌کند، نوع خدماتی است که به مسافران ارائه می‌شود. بسته به بافت اجتماعی، فرهنگی و عقیدتی گردشگران و شهر میزبان، تأسیسات اقامتی و پذیرایی از گردشگران ویژگی‌های خاص خود را دارد (فیض‌آبادی، ۱۳۹۰).

جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس و مقبره‌ها، هر ساله تعداد زیادی از گردشگران را به سوی خود جذب می‌کنند، مکان‌های ارائه خدمات به توریسم مذهبی مانند اماکن اقامتی و پذیرایی مانند زائرسراها باتوجه به بافت اجتماعی - فرهنگی و اعتقادی گردشگران و جامعه میزبان دارای ویژگی‌های خاص خود است که در هر کشوری از تنوع بسیار بالایی برخوردار است. گردشگری مذهبی نقش عمده‌ای در زندگی اجتماعی کشورهای اسلامی ایفا می‌کند. علاوه بر جنبه‌های اقتصادی و مالی، باعث ارتباط بیشتر با سایر جوامع اسلامی شده و تعامل بین‌المللی و فرهنگ‌هایی را که نقاط مشترکی دارند، سبب می‌شود. گردشگری مذهبی خود دربرگیرنده انواع گوناگونی است که عبارت‌اند از: گردشگری زیارتی، گردشگری معماری اسلامی، گردشگری حلال، گردشگری طب اسلامی و گردشگری متدبرانه (شمسی‌پور، ۱۳۹۳). گردشگر مذهبی گردشگرانی فرهنگی هستند که برای زیارت اماکن، آثار، یادمان‌های مذهبی، انجام اعمال مذهبی و دینی، ترویج و آموزش و گذران اوقات فراغت در مکان‌ها و مراکز مذهبی جهان سفر می‌کنند. مهم‌ترین فایده میراث مذهبی برای توسعه محلی در ظرفیت آن برای جذب گردشگر و در نتیجه اثرات مثبت بر درآمد و ایجاد شغل می‌باشد (موسوی، ۱۳۹۳: ۲۲). گردشگری مذهبی، مختص یک گروه یا افراد با دین و مذهب خاص نیست بلکه می‌تواند تمامی انسان‌ها را شامل شود و به دلیل وجود پتانسیل‌های متعدد توریسم مذهبی در ملل مختلف، از آن به‌عنوان پدیده‌های کاملاً سودآور یاد می‌شود (نیک‌بین، ۱۳۹۸). ایران نیز باتوجه به اماکن مذهبی مشهد، قم، شیراز و دیگر شهرهای مذهبی و داشتن مراسم آیینی و بومی می‌تواند در گردشگری مذهبی توسعه یابد. تنوع مراکز، آثار و ابنیه تاریخی و عبادتگاه‌های ادیان مختلف موجود ایران در تمام دنیا بی‌نظیر است. نقش سازنده و تأثیرگذار ایران در تمامی حوزه‌های مذهبی دنیا، به‌خصوص در جذب گردشگری کاملاً مشهود است و فضای خاص فرهنگی موجود در ایران، توسعه گردشگری مذهبی - فرهنگی را در آن امکان‌پذیر می‌کند (یزدانی، ۱۳۸۴، ص ۱۹).

## ۲. گردشگری مذهبی در ایران

صاحب‌نظران صنعت گردشگری بر این باورند که ایران به لحاظ موقعیت فرهنگی مذهبی خاص در میان سایر کشورها، از جایگاه ویژه‌ای در گردشگری مذهبی برخوردار است. در ایران اماکن مذهبی مقدس وجود دارد و در کل کشور ۵ هزار و ۸۰۰ بقعه متبرکه به‌عنوان آرامگاه‌های امامزادگان ثبت شده است که از این تعداد، یک هزار و ۲۰۰ بقعه به دلیل شرایط معماری، فرهنگی و تاریخی بودن در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده‌اند. مذهب نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری و توسعه برخی شهرهای ایران مانند مشهد، قم، شیراز، قزوین، شوش، اردبیل، گنبدکاووس و ... داشته است.

در سراسر ایران حدود ۱۰ هزار و ۶۱۵ مقبره امامزاده وجود دارد که استان فارس با داشتن هزار و ۴۵۶ امامزاده در رتبه اول قرار دارد. حرم حضرت شاه‌چراغ در شیراز، نگین درخشان آن‌ها است. استان‌های مازندران و گیلان به ترتیب

در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. علاوه بر اماکن مقدس و آثار تاریخی مذهبی، در ایران آیین‌ها و مراسم مذهبی بسیار زیادی وجود دارد که هر کدام از آن‌ها می‌تواند خیل عظیمی از گردشگران مذهبی را به ایران بکشاند. مراسم‌های عزادارای امام حسین (ع) در ایام ماه محرم و صفر مانند زنجیرزنی، سینه‌زنی، شبیه‌خوانی یا مراسم قالبی شویی مشهد اردیبهشت می‌توانند در برنامه‌های سفر گردشگران مذهبی قرار گیرند. یکی دیگر از رویدادهای مذهبی بزرگی که در ایران اتفاق می‌افتد، برگزاری نمایشگاه قرآن کریم، مصادف با ماه مبارک رمضان است. این نمایشگاه می‌تواند به یکی از بزرگ‌ترین رویدادهای جهان اسلام تبدیل شود. ظرفیت گردشگری مذهبی ایران برای مسلمانان بسیار غنی است اما زیارتگاه‌های غیر اسلامی معروفی نیز در ایران قرار دارد که پیروان سایر ادیان نیز می‌توانند برای سفر مذهبی روی آن‌ها حساب کنند؛ به علاوه جای‌جای ایران با وجود مساجد متبرک شده است که اوقات شرعی را یادآور می‌شود و در اتاق‌ها می‌توان قرآن یافت و به راحتی به انجام واجبات دین پرداخت (رحمانی، ۱۳۹۲: ۵۶). البته عواملی باعث رکود گردشگری مذهبی در ایران شده است عبارت‌اند از:

۱. عدم تبلیغات و اطلاع‌رسانی به موقع: ایران ما از لحاظ دارا بودن اماکن گردشگری و مذهبی بسیار غنی است اما به علت عدم وجود تبلیغات کافی بسیاری از مردم جهان از وجود چنین گنجینه‌هایی مطلع نیستند؛
۲. عدم وجود امکانات رفاهی مناسب: حتی اگر اطلاع‌رسانی کافی وجود داشته باشد و آمار ورود گردشگر به کشور افزایش یابد، ما امکانات رفاهی مناسب و کافی از جمله: هتل‌هایی با استانداردهای جهانی نداریم که از آن‌ها پذیرایی کنیم. چنین مشکلاتی خود خلأ بزرگی در جذب گردشگر هستند؛
۳. توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل: حمل و نقل ایمن، راحت و سریع، وجود آزادراه‌ها و بزرگ‌راه‌های امن خود می‌تواند به یکی از عوامل جذب گردشگر به کشور تبدیل شود؛
۴. کمبود راهنمایان تور برای راهنمایی گردشگران مذهبی: متأسفانه در زمینه گردشگری مذهبی در ایران تعداد راهنمایان تور اندک است و با وجود بهبود آن در سال‌های اخیر، هنوز هم جای کار دارد؛
۵. فقدان تأسیسات زیربنایی به‌ویژه نبود مسیرهای حمل و نقل جاده‌ای مناسب و کافی به‌ویژه مسیرهای منتهی به اماکن تاریخی- مذهبی و عدم کفایت پارکینگ‌های جانبی و متمرکز در پیرامون این بقعه‌ها.
۶. عدم توجه کافی و لازم به حفاظت فیزیکی، ترمیم و نظافت اماکن تاریخی و مذهبی به هر شکلی اعم از خدشه‌های وارده به صورت دیوارنویسی، نقاشی، یادگارنویسی در برخی بقعه‌ها؛
۷. عدم توسعه استراحتگاه‌های تفریحی- گردشگری و کمپینگ در برخی محورها و وجود مشکلات تأمین آب شرب در برخی محل‌های تاریخی مذهبی با الهام از فرهنگ، آداب و رسوم حاکم بر هر منطقه گردشگر؛
۸. کم توسعه یافتگی و عدم ارتقاء سطح کیفی و کمی دفاتر و آژانس‌های خدمات مسافرتی و گردشگری؛

۹. عدم توسعه و راه‌اندازی علائم، نشانه‌ها، تابلوهای راهنمای گردشگری، یادمان‌ها و المان‌های مربوط به توریسم مذهبی در سطح شهرستان و نداشتن ظاهر و کیفیت لازم در این علائم؛

۱۰. کاهش، نبود و به‌روز نشدن مراکز اطلاع‌رسانی و وبسایت‌های اینترنتی جهت گسترش و تبلیغ اماکن و بقعه‌های مذهبی؛

۱۱. فقدان بسترسازی فرهنگی در برخی شهرها، آموزش ندادن مردم در برخی مناطق در ایجاد ارتباط دوسویه بین توریست و افراد بومی (آقاجانی، ۱۳۹۰: ۴۶).

### ۳. هنر تعزیه

تعزیه جزء معدود هنرهایی است که حس‌های پنج‌گانه انسان را به خدمت می‌گیرد. در تئاتر و سینما مخاطب تنها از طریق دیدار و شنیدار با اثر مواجه می‌شود. حال آنکه در تعزیه بوی اسپند و کندر، بوی حیوانات به خدمت گرفته شده و عطر غذاهای در حال طبخ؛ طعم نوشیدنی‌ها و خوراکی‌هایی که خیرات می‌شوند و حتی لمس و مس ابزار و علم‌های تعزیه به نیت تبرک‌جویی، جزئی از اجرای تعزیه است. در تعزیه مخاطب خود جزئی از تعزیه است و هر فرد در هر کجا که باشد، بخشی از فضای تعزیه را خلق کرده است. لذا این نوع از ارتباط می‌طلبد تا تماشاگر آزادانه و با تمام حس‌های انسانی خود با اثر مواجه گردد. تعزیه‌خوانی یا شبیه‌خوانی، نوعی نمایش مذهبی برگرفته از رویدادهای تاریخی و حماسی حزن‌انگیز درباره واقعه کربلا و شهادت امام حسین (ع) و اهل بیت و یاران او و مصایب خاندان پیامبر (ص) می‌باشد (بلوکباشی، ۱۳۸۲).

اولیاخوان: این گروه شبیه‌خوانانی هستند که عهده‌دار نقش اولیا می‌شوند. در تعزیه شخصیت‌های اولیا به شیوه آواز سخن می‌گویند. این گروه از تعزیه‌خوانان باید به دستگاه‌های موسیقی تسلط کامل داشته باشند؛ چراکه در برخی صحنه‌ها برای القای فضای موردنظر تعزیه‌خوان مجبور می‌شود از گوشه‌های آوازی متعددی بهره گیرد که نیازمند به تمرین و تسلط به دستگاه‌های موسیقی است. درست خواندن تعزیه‌خوان چنان با اهمیت است. اولیاخوانان را برحسب سن، جنسیت و نقش‌های محوله، چنین دسته‌بندی می‌کنند:

۱. طفل‌خوان: این گروه بین ۶-۹ سال بوده و از دختران غیرمکلف و پسران ممیزه انتخاب می‌شوند. برخی از این تعزیه‌خوانان در بعضی مجالس مسئولیت‌های سنگین‌تری برعهده دارند، مانند طفلان مسلم و نیز اسرای شام؛

۲. نوجوان‌خوان: شرایط سنی ۹-۱۵ سال مخصوص نوجوانانی است که نقش‌هایی مانند پسران حضرت زینب و دو پسر حربن‌یزید ریاحی را عهده‌دار می‌شوند؛

۳. جوان‌خوان: این گروه از تعزیه‌خوانان بین ۱۴-۲۵ سال بوده و نقش‌هایی چون علی‌اکبر، قاسم و... را برعهده می‌گیرند؛

۴. عاقله‌خوان: به تعزیه‌خوانانی اطلاق می‌شود که بین ۲۵-۴۰ سال باشند. معروف‌ترین شخصیت این دوره حضرت عباس (ع) است؛

۵. امام‌خوان: تعزیه‌خوانان در سنین پختگی به امام‌خوانی می‌رسند. سن امام‌خوان‌ها معمولاً از ۴۰ تا ۵۰ یا ۶۰ سالگی می‌باشد که در صورت نیاز یا تمایل به کامله‌خوانی هم می‌رسند.

۶. کامله‌خوان: این گروه، تعزیه‌خوانانی هستند که نقش‌هایی مانند حبیب‌بن‌مظاهر و در اقع نقش پیرمردان را در مجالس تعزیه برعهده می‌گیرند.

۷. اشقیاخوان‌ها: به تعزیه‌خوانانی گفته می‌شود که نقش دشمنان و مخالفان امام و اهل بیت را دارند. مانند شمر، ابن سعد، خولی، ابوسفیان، مأمون و ...

۸. نعل‌خوان‌ها: این دسته از تعزیه‌خوانان فاقد هرگونه دیالوگ هستند و تنها با حضور فیزیکی در تعزیه به بهتر برگزارشدن آن یاری می‌کنند (مشهدی نوش‌آبادی، ۱۳۸۹: ۱۳).

صحنه: تعزیه باید در طبیعی‌ترین شکل صحنه اتفاق بیفتد، جایی که مردم دورتادور آن حلقه زده‌اند. این حلقه‌زدن مردم، ارتباط ویژه‌ای بین تماشاگر و تعزیه ایجاد می‌کند. اجراهای تعزیه در اوایل به صورت دسته‌های عزاداری عظیم بود. در واقع دو محله بانی این دسته‌ها می‌شوند که یکی صبح و یکی بعد از ظهر، دسته‌ها از بازار رد شده، مردم نیز در کاروانسراها چهارسوق‌ها و حجره‌ها جمع می‌شدند، اما لابه‌لای گروه‌های مختلف عزاداری که سینه یا زنجیر می‌زدند قطعه‌هایی از مجلس تعزیه هم اجرا می‌شد.

لباس در تعزیه: لباس تعزیه‌خوان‌ها بدین صورت است که اولیا لباس سبز و سفید و مشکی و لباس اشقیا قرمز است. لباس زنان جامه بلند سیاه و پارچه سیاهی بر سر می‌انداختند. بچه‌خوان‌ها پیراهن عربی بلند و سیاه با سرپند می‌پوشیدند. امرا و بزرگان اشقیا را اغلب با جبهه ترمه و عمامه شال رضایی یا شال کشمیری مجسم می‌کردند. جنگجویان هر دو طرف زره و کلاهخود داشتند. زیر زره اشقیا قبای سرخ و اولیای قبای سفید می‌پوشیدند. وسایل صحنه معمولاً جنبه نمادین داشتند. مثلاً تشتی پر از آب نماد رود فرات و چند شاخه از یک درخت نماد نخلستان بوده است.

موسیقی: در تعزیه موسیقی جایگاه مهمی داشت و تعدادی سنت در موسیقی از طریق اجرای تعزیه به وجود آمد. یکی از ارزش‌های آوازهای تعزیه در آن بود که قطعه‌ها و مقام‌های موسیقی با موضوع و شخص انطباق می‌یافت. نوازندگان موسیقی دسته‌های هفت یا هشت نفره بودند و سازها شیپور، نی، قره نی، طبل، دهل، کرنا و سنج. اثر چندین عامل موسیقایی را می‌توان در موسیقی تعزیه یافت که مهم‌ترین آن‌ها تقسیمات موسیقی ایرانی است که اجزای اصلی آوازهای تعزیه را شکل می‌دهد. آوازهای دشتی و شوشتری، بیشترین کاربرد را در آوازهای مذهبی و تعزیه دارند. در کنار تعزیه‌هایی که در مناطق مرکزی و قسمتی از پایتخت اجرا می‌شود، تعزیه در فارس، گیلان، مازندران، آذربایجان کومش (سمنان، دامغان و شاهرود) لرستان و کرمانشاه و بوشهر به وسیله آوازهای محلی در کنار تقسیمات موسیقایی ایرانی همراهی می‌شود. هر کسی می‌تواند به راحتی حضور موسیقی سنتی ایرانی را در اکثر تعزیه‌ها در شکل آواز یا موسیقی دستگاهی تعزیه که به وسیله آلات موسیقی چون بوق و نی و کرنا و... اجرا می‌شود، تشخیص دهد (مدرسی، ۱۳۷۸: ۷۶).



**۴. این مطالعه توسط روایی سازه به شرح ذیل انجام شده است:**

- رویکرد سه‌سویه‌نگر: هر سؤال مصاحبه از طریق دو یا چند سؤال دیگر، از مشارکت‌کنندگان پرسیده شده است؛ به طوری که از زوایای مختلف به پدیده مورد نظر نگرینته شود.

محقق برای بررسی شناسایی عوامل گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه چندین سؤال در زمینه خاص مطرح و نتایج مصاحبه‌ها را مقایسه کرد. مثلاً؛ اینکه آیا هنر تعزیه با تئاتر یکسان است؟ که بیشتر مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند تعزیه هنری کامل و متفاوت از تئاتر است؛ نتایج حاصل از مصاحبه‌ها مقایسه شد که در اکثر موارد نتایج یکسانی کسب شد.

- رویکرد انعطاف روش: براساس دیدگاه لینکن (۱۹۸۵) برای رسیدن به روایی سازه باید رویکرد انعطاف روش را به کار بست. به این منظور در پژوهش حاضر محقق کلیه مصاحبه‌ها را بعد از پیداشدن مفاهیم، طبقه‌بندی و مجدد مورد ارزیابی توسط متخصصان حوزه گردشگری و استاد راهنما قرار داد. مفاهیم را مجدداً ارزیابی کرده، محتوا، طبقه‌بندی و کدگذاری را بازبینی کرد و براساس دیدگاه این افراد و طبقه‌بندی صورت گرفته، طبقه‌بندی نهایی انجام گرفت.

- روایی بیرونی: روایی بیرونی به توانایی یافته‌های تحقیق برای تعمیم‌پذیری اشاره دارد که این معیار در تحقیقات کیفی معیار انتقال‌پذیری نامیده می‌شود. محقق قبل از آن که مصاحبه‌های انجام شده را با یکدیگر ترکیب کند نتایج حاصل از هر مصاحبه را با نتایج مصاحبه دیگر مقایسه کرد و میزان تکرارپذیری آن را براساس فراوانی تکرارپذیری مورد بررسی قرار داد. در پژوهش حاضر در ۱۲ مصاحبه میزان تکرارپذیری نظرات افراد حاصل از مصاحبه به نزدیک ۱۰۰ رسید. لذا می‌توان نتیجه‌گیری کرد که میزان تکرارپذیری نظری قابل قبول و معیار انتقال‌پذیری مناسب است.

- روایی توصیفی: این روایی اشاره به صحت واقعی گزارش ارائه شده توسط محقق دارد. این روایی از آن جهت اهمیت دارد که یکی از اهداف عمده در کلیه تحقیق‌های کیفی است. از این دیدگاه مکسول (۲۰۰۵) استراتژی مناسب برای کسب روایی توصیفی، تکرر مشاهده‌گران است. به همین دلیل و برای دستیابی به نتایج مورد قبول محقق در مصاحبه‌های خود از دو مشاهده‌گر (دارای دانش در حوزه مربوطه) برای ثبت و توصیف مفاهیم و اظهارات معنادار استفاده کرد و نتایج ثبت شده با نتایج ضبط شده مقایسه گردید.

**۵. پایایی**

در تحقیقات کیفی محققان از واژه قابلیت‌سازی یا اطمینان استفاده می‌کنند (عباس‌زاده، ۱۳۹۱) به این منظور از رویکرد رائو و پری (۲۰۰۳) استفاده گردید که برای رسیدن به پایایی در این پژوهش اقدامات زیر صورت گرفته است: الف) مفاهیم دقیق در تنظیم مصاحبه‌ها: در این پژوهش سعی شده است که مصاحبه‌ها به صورت کامل، بدون تغییر و منظم دسته‌بندی شوند.

ب) ثبت و کدگذاری مصاحبه‌ها: در این بخش از رویکرد کن‌کلایزی استفاده شده و کلیه موارد به صورت گام به گام و

دقیق بر مبنای رویکرد موجود انجام شود.

(ج) وجود دو مشاهده‌گر برای انجام مصاحبه به صورت جداگانه اما موازی با یکدیگر که پس از جمع‌آوری اطلاعات مصاحبه نتایج با یکدیگر مقایسه شد تا پایایی با اطمینان مناسب حاصل آید.

روش دلفی با یک پرسش‌نامه طراحی شده و به گروه بزرگ‌تری از متخصصان فرستاده می‌شود، آغاز می‌شود.

### ۵.۱. مراحل انجام روش دلفی در پژوهش حاضر

(۱) تشکیل تیم اجرا و نظارت بر انجام دلفی؛

تیم اجرا و ناظر تحقیق حاضر متشکل از استاد محترم راهنما و محقق بود.

(۲) انتخاب چند نفر از خبرگان گردشگری و تعزیه برای شرکت در پانل دلفی جهت شرکت در فعالیت‌ها؛

در این پژوهش اساتید گردشگری و تعزیه هستند. بر مبنای روش نمونه‌گیری گلوله برفی ۱۵ نفر از خبرگان و صاحب‌نظران در حوزه گردشگری و تعزیه که دارای دانش و تجربه بودند؛ به‌عنوان پانل دلفی انتخاب شدند که با آن‌ها مذاکراتی برای شرکت در پژوهش صورت گرفت و اهداف و ابعاد مختلف پژوهش برای آن‌ها شرح داده شد و از آن‌ها دعوت شد که در پانل دلفی مشارکت کنند.

(۳) راه‌اندازی فعالیت‌های تنظیم پرسش‌نامه برای دور اول؛

در این مرحله مؤلفه و گویه‌های شناسایی شده در مرحله کیفی در قالب پرسش‌نامه برای دور اول مدنظر قرار گرفت. از افراد پانل خواسته شد که با توجه به هر گویه دسته‌بندی و طبقه‌بندی هر مقوله را تعیین کنند. همچنین از نظر نوشتاری و روایی هر مقوله برای درجه توافق بررسی شد.

(۴) ارسال اولین چک‌لیست مقوله‌های استخراج شده به اعضای گروه؛

آماده کردن چک‌لیست مقوله‌های استخراج شده پس از بازنگری (در این مرحله چک‌لیست‌های از نظر نوشتاری و روایی صوری و ضریب توافق بررسی شد).

(۵) ارسال چک‌لیست مقوله‌های استخراج شده دور دوم برای اعضا؛

(۶) تجزیه و تحلیل پاسخ‌های رسیده در دور دوم؛

پس از بازگشت چک‌لیست مقوله‌های استخراج شده دور دوم، نظرات اعضای گروه اعمال شد.

(۷) آماده کردن پرسش‌نامه دور سوم (نهایی) (با بازنگری‌های موردنیاز)

در این مرحله چک‌لیست مقوله‌های استخراج شده، دور سوم به صورت مناسب - نامناسب، جهت اخذ نظر اعضای گروه به گویه‌ها تدوین شد.

۸) ارسال چک‌لیست مقوله‌های استخراج شده دور سوم برای اعضا؛

۹) تجزیه و تحلیل پاسخ‌های رسیده در دور سوم؛

در این مرحله چک‌لیست مقوله‌های استخراج شده برگشتی تجزیه و تحلیل شد.

۱۰) آماده‌سازی گزارش توسط تیم تحلیل‌گر؛

گزارش نهایی به‌عنوان مؤلفه‌ها و گویه‌های پژوهش ارائه شد. در این مرحله کلیه گویه‌های شناسایی شده در ۱۱ بُعد طبقه‌بندی شدند. به‌منظور بررسی روایی محتوایی از روایی محتوایی لاوشه و برای بررسی درجه توافق خبرگان اضریب توافق کندال استفاده شد. لازم به ذکر است معیارهایی که جهت انتخاب اعضای گروه دلفی استفاده گردید. به دو گروه تقسیم می‌شود، گروه اول خبرگان دانشگاهی که در حوزه گردشگری و هنرهای آیینی نمایشی دارای مقاله و کتب بودند و گروه دوم خبرگان غیردانشگاهی که شامل پیشکسوتان تعزیه با سابقه کاری و استادی بوده و در این زمینه از تخصص و دانش لازم برخوردار بودند. روایی محتوایی لاوشه با فرمول (۱-۳) انجام شده است.

فرمول (۱-۳). روایی محتوایی لاوشه

$$CVR = \frac{\left( ne - \frac{N}{2} \right)}{\frac{N}{2}}$$

در این فرمول:

CVR: نسبت روایی محتوایی

ne: تعداد متخصصانی که تعداد گویه‌های پرسش‌نامه را مناسب دانسته‌اند.

N: تعداد متخصصانی که پرسش‌نامه را بررسی کرده‌اند.

جهت سطح‌بندی گویه‌ها محقق از ۱۵ خبره کمک گرفت. بعد از سطح‌بندی گویه‌ها توسط دلفی میزان و فراوانی موافقت هر خبره با گویه‌های پرسش‌نامه مشخص شد و روایی محتوایی لاوشه محاسبه شد. نتایج حاکی از آن بود که از مجموع ۱۰۲ گویه ۸ گویه از روایی لازم برخوردار نبودند و حذف شدند. ۹۴ گویه مجدد برای خبرگان ارسال شد که همه مورد تأیید خبرگان قرار گرفتند.

جدول ۱. بررسی قابلیت اعتبار با فرمول لاوشه

عنوان گویه	تعداد نظرات	تعداد بکارها	نسبت روایی محتوایی لاوشه
۱- نداشتن مکان ثابت اجرای تعزیه	۰	۱۵	۱
۲- نداشتن درآمد گروه تعزیه	۰	۱۵	۱
۳- بیمه نبودن افراد تعزیه	۱۲	۳	-۰/۶
۴- تنوع‌طلبی مردم	۰	۱۵	۱
۵- طولانی بودن زمان تعزیه	۰	۱۵	۱
۶- نبودن مکان مناسب برای تماشاچیان	۰	۱۵	۱
۷- عدم تناسب رنگ و صحنه واجرا	۰	۱۵	۱
۸- عدم سرمایه‌گذاری در تعزیه	۰	۱۵	۱
۹- نداشتن استاد تعزیه	۱	۱۴	۰/۸۶
۱۰- عدم هماهنگی بین گروه‌های تعزیه	۰	۱۵	۱

## ۶. یافته‌های پژوهش

### ۶.۱. مرحله اول

براساس مصاحبه‌های انجام شده با ۱۵ نفر که به صورت مصاحبه عمیق بود. براساس رویکرد پدیدارشناسانه متن مصاحبه‌ها در جداول (۲) ارائه شده است. در مرحله اول محقق به منظور درک مطالب شرکت‌کنندگان، کلیه توصیف‌ها، مطالب و نکات بیان شده از سوی مصاحبه‌ها را از روی فایل صوتی پیاده و با دقت در مطالعه آن‌ها مطالب و عبارات مهم را استخراج کرده است.

### ۶.۲. مرحله دوم

در مرحله دوم هدف استخراج جملات مهم مصاحبه می‌باشد، محقق سعی کرده اظهارات معنادار و جملات مرتبط با پدیده موردنظر از متن مصاحبه‌ها را استخراج کرده که براساس اطلاعات جمع‌آوری شده مفهوم به دست آمد که در جدول (۴-۱) ارائه شده است.

جدول ۲. مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها

ردیف	اظهارات معنادار	کد مصاحبه‌شونده
۱	اجزای تشکیل‌دهنده تعزیه عبارتند از: محل اجرا با معماری اصیل ایرانی که بنایی که تعزیه در آن برگزار می‌شود اگر جاذبه‌های دیداری داشته باشد مانند خوانسار، یرقان باعث جذب گردشگر هم می‌شود. تزیینات و وسایل تعزیه. نوع لباس و آراسته بودن. موسیقی دلنشین و مختص تعزیه که باید نوازنده خوب و کاربلدی که تشخیص دهد، حجم صدا آزاردهنده نباشد.	۱
۲	گروه تعزیه‌خوان شناخته شده باشد و دارای اخلاص و معنویت باشند چون مردم جهت گرفتن شفا، حاجت یا نذری به دیدن تعزیه می‌آیند.	۱
۳	امروزه نسخه‌های جدید تعزیه کلام منظوم یا شعر هستند اما زمان قاجار تعزیه متن داشت مانند میرعزای کاشانی. تعزیه‌خوان‌های بقدم موسیقی و تعزیه را بلد بودند و هم طبع شعر داشتند و زره‌پوشان با تعزیه‌خوان هم‌نوایی داشتند. آواز باید تأثیرگذار باشد تا احساسات مخاطب برانگیخته شود. ساختار تعزیه دراماتیک است و از تاریخ الهام گرفته است.	۱
۴	تعزیه‌خوانی آدابی دارد مانند نسخه اصلی، طرز بالا آمدن از سکو، عملکرد هر فرد، دید تماشاچیان، صدای تعزیه‌خوان‌ها	۱
۵	نمایش‌های آیینی مثل تعزیه اعتقادی و براساس علاقمندی برگزارکنندگان است و می‌شود با جمع‌آوری نذورات و پیداکردن بانی از خود مردم و دادن قربانی و غذای نذری هیت‌ها و در برخی روستاها، نذر برخی تکایا تعزیه را از نظر مالی کمک کرد و تاکنون چنین بوده است. اداره اوقاف با وقف افراد می‌تواند مکانی برای تعزیه فراهم آورد. وزارت ارشاد، شهرداری، سازمان تبلیغات، هیت‌ها می‌توانند برپایی تعزیه و از نظر مالی کمک‌رسان برای تعزیه باشند. تعزیه از متن تا اجرا نیاز به متولی و سیاست‌گذاری دارد.	۱

همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود محقق پس از مصاحبه با مشارکت‌کنندگان، اظهارات معنادار و جملاتی که حاوی مفاهیم بودند، بدون هیچ‌گونه دخل و تصرفی استخراج و ارائه کرده است و جملات نامناسب دخالتی داده نشده است.

### مرحله سوم

در این مرحله محقق تلاش کرده است تا اظهارات معنی‌دار را کدگذاری کرده و آن‌ها را در جملاتی ساده‌تر بیان نماید. بدین‌منظور کلیه مفاهیم استخراج شده حاصل از مصاحبه‌های عمیق با دقت مورد بررسی قرار گرفت و اظهارات معنی‌دار استخراج گردید. این اظهارات معنی‌دار در جدول (۳) ارائه گردیده است.

جدول ۳. توصیف خلاصه از اظهارات معنی‌دار

ردیف	مفهوم استخراج شده
۱	- مکان ثابت برای اجرای تعزیه - کوتاه کردن زمان اجرای تعزیه - وجود امکانات رفاهی در مکان برگزاری تعزیه
۲	- کمک و حمایت مساجد و هیئت‌ها به اجرای تعزیه
۳	- حمایت علما و روحانیون و رفع خرافات از تعزیه - نداشتن اعتماد به اجراکنندگان تعزیه - هماهنگی بین تعزیه و مداحی در هیئت‌ها
۴	- تربیت تعزیه‌خوان از کودکی
۵	- تأسیس پژوهشگاه تعزیه - بررسی و بازخوانی و ویرایش نسخه‌ها توسط اساتید - آموزشگاهی برای آموزش علاقمندان
۶	- تقدیر و توجه به اساتید و پیرغلامان تعزیه

#### ۶.۴. مرحله چهارم

در این مرحله محقق اظهارات معنی‌دار استخراج شده را سازماندهی و مرتب کرده است. آنچه در این مرحله از تحقیق پدیدارشناختی حاصل شده است با هدف ساده‌سازی و طبقه‌بندی مقدماتی اظهارات معنادار ارائه شده و در مراحل بعدی طبقه‌بندی نهایی صورت می‌گیرد. لازم به ذکر است که کلیه اظهارات استخراج شده که در کنار یکدیگر قرار دارند به یکدیگر از لحاظ معنا شبیه بوده و به ترتیبی که در مرحله قبل (مرحله سوم) ارائه شده‌اند، نمی‌باشد. تنها ملاک طبقه‌بندی در این بخش شباهت مفهومی است که براساس رویکرد آمیخته اکتشافی (کرس وول و پلانوکلاک، ۲۰۱۱) ارائه شده است. این مفاهیم در جداول (۴) ارائه گردیده است.

#### الف) ابعاد استخراج شده الگوی گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه

در این قسمت مفاهیم ارائه شده عوامل مؤثر بر گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه ارائه شده است.

جدول ۴. مفاهیم ساده شده در دسته‌های هم مفهوم

ردیف	ردیف اظهارات	اظهارات معنی‌دار استخراج شده	کدمفهوم اظهار معنی‌دار
۱	۱-۱۱- ۸۳-۹۸	داشتن مکان ثابت که دارای امکانات رفاهی برای تماشاچیان باشد.	۱
۲	۱-۱۲- ۵۴-۷۰	کوتاه کردن زمان تعزیه جهت رفع خستگی تماشاچیان	۲
۳	۲-۵۷- ۹۲	مساجد و هیئت‌ها در رونق و احیای تعزیه مؤثراند.	۳
۴	۳	رفع بدبینی و ابهام علما و برخی روحانیون نسبت به تعزیه با گفتگوی رودرو با تعزیه‌خوان‌ها و اساتید که معتقدند تعزیه باعث کم‌روئیی مداحی و یا بی‌احترامی به ائمه می‌شود.	۴
۵	۴-۵۸- ۹۱	تربیت و آموزش تعزیه از بچه‌خوانی که تربیت تعزیه‌خوان در بزرگسالی مشکل است.	۵

در این مرحله از پژوهش مفاهیم به‌دست آمده از جدول (۴) با استفاده از تکنیک دلفی در سه مرحله توسط ۱۵ نفر خبره متناسب با تعاریف زیر شامل ۱۱ مؤلفه دسته‌بندی و ارائه گردیده است.

جدول ۵. سطح‌بندی مفاهیم استخراج شده در الگوی گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه

ردیف	کد مفهوم اظهار معنادار	سطح شناسایی شده	عوامل
۱	۹۸	۱	اجرای کردن برنامه‌های گردشگری با هماهنگی سازمان‌ها
۲	۹۶	۱	مشارکت شهروندان در توسعه گردشگری مذهبی
۳	۹۷	۱	آشنایی تورهای گردشگری با شیوه‌های نوین بازاریابی
۴	۱۰۵	۱	برندسازی اماکن و جاذبه‌های مذهبی با قابلیت برگزاری تعزیه
۵	۱۴۰	۱	شناخت جایگاه‌های اجرای تعزیه
۶	۱۲۴	۱	برنامه‌ریزی عملیاتی در راستای توسعه گردشگری مذهبی

## ۶.۵. مرحله پنجم

در این مرحله از تحقیق مفاهیم به دست آمده از مرحله قبل را به درون توضیحی کامل تر (توصیفی ساختاری) که شامل کلیه مطالب و جزئیات موضوع است. توصیف ساختاری عبارتی است که علاوه بر منظم کردن جملات هم معنی، داده‌ها را برای ارائه یک تفسیر واقعی آماده می‌کند که نتایج حاصل در جدول (۶) آمده است.

جدول ۶. طبقه‌بندی دسته‌های هم مفهوم

ردیف	شماره مقوله	مقوله اصلی	مقوله‌های فرعی	فراوانی
۱	۹۸	بعد راهبردی	اجرای کردن برنامه‌های گردشگری با هماهنگی سازمان‌ها	۱۰
۲	۹۶		مشارکت شهروندان در توسعه گردشگری مذهبی	
۳	۹۷		آشنایی تورهای گردشگری با شیوه‌های نوین بازاریابی	
۴	۱۰۵		برندسازی اماکن و جاذبه‌های مذهبی با قابلیت برگزاری تعزیه	
۵	۱۴۰		شناخت جایگاه‌های اجرای تعزیه	
۶	۱۲۴		برنامه‌ریزی عملیاتی در راستای توسعه گردشگری مذهبی	
۷	۱۱۹		مشورت با نخبگان در برندسازی اماکن مذهبی و آیین‌های دینی	
۸	۸۰		بهره‌گیری از فناوری اطلاعات در معرفی جاذبه‌های مذهبی	
۹	۱۰۲		سرمایه‌گذاری خصوصی و محلی در زمینه گردشگری مذهبی	
۱۰	۱۰۰		سرمایه‌گذاری بازنشستگان و جوانان در روستاهای دارای اماکن مذهبی	
۱۱	۹۴	توسعه	توسعه فناوری اطلاعات در روستاها و اطلاع‌رسانی جاذبه‌های مذهبی	۹
۱۲	۱۰۶		توسعه گردشگری مذهبی و گردشگری روستایی همراه با آیین‌های دینی و بومی هر منطقه	
۱۳	۱۲۱		توسعه و بهبود منابع طبیعی پایدار	
۱۴	۱۰۳		توسعه و بهبود معابر و آب‌های سطحی	
۱۵	۱۰۱		توسعه شبکه حمل‌ونقل در روستاها	
۱۶	۱۱۰		توسعه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در زمینه گردشگری مذهبی	
۱۷	۱۱۳		اجرای سیاست‌های تدوین شده با همکاری سازمان‌ها	



	توسعه و آموزش نیروی متخصص در زمینه گردشگری مذهبی		۱۱۷	۱۸
۹	فرهنگ‌سازی شهروندان در توسعه گردشگری	بعد فرهنگی	۹۸	۱۹
	بومی شدن تعزیه برای مردم به‌عنوان یک هنر		۹۶	۲۰
	ایجاد رشته تحصیلی گردشگری مذهبی و تشویق جوانان به این رشته		۹۷	۲۱
	ترکیب گردشگری مذهبی با ادبیات و موسیقی		۱۰۵	۲۲
	ترکیب گردشگری مذهبی با هنرمعماری و میراث فرهنگی		۱۴۰	۲۳
	حفظ و مرمت آثار مذهبی		۱۲۴	۲۴
	جذب مخاطب به تعزیه توسط بسته‌های فرهنگی		۱۱۹	۲۵
	کاربرد چندمنظوره از اماکن مذهبی		۸۰	۲۶
	ایجاد عزت‌نفس بین شهروندان با حفظ آثار تاریخی مذهبی		۱۰۲	۲۷
۵	حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی پایدار در اماکن مذهبی	بعد زیست محیطی	۱۵۶	۲۸
	حل مشکلات محیط‌زیستی در فضای اجرای تعزیه		۱۴۴	۲۹
	ایجاد تنوع زیستی و فضای سبز در برگزاری تعزیه		۱۴۷	۳۰
	جمع‌آوری سریع زباله در اماکن مذهبی		۱۵۶	۳۱
	حفظ و یادگیری حفاظت از محیط‌زیست		۱۵۰	۳۲
	وجود قانون در زمینه امنیت گردشگران جانی و مالی	قانون‌گرایی	۱۳۰	۳۳
	قانون‌گرایی در مورد منابع طبیعی و محیط‌زیست		۱۲۰	۳۴
	قانون‌گرایی در مورد اماکن تاریخی و مذهبی		۱۲۳	۳۵
۶	فروش صنایع‌دستی و محلی در نزدیکی برگزاری تعزیه	بعد اقتصادی	۱۳۱	۳۶
	اشتغال‌زایی با فروش محصولات فرهنگی		۱۵۹	۳۷
	برگزاری کلاس و آموزشگاه تعزیه در سطح شهر		۱۳۸	۳۸
	آموزش موسیقی تعزیه، اسب‌سواری، طراحی و دوخت لباس تعزیه		۱۲۴	۳۹
	پیوند بین اقتصاد و تعزیه‌خوانی به‌عنوان هنر ملی ایران		۱۴۱	۴۰
	سرمایه‌گذاری خصوصی و محلی در روستا جهت گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه		۱۴۶	۴۱

۶	تبلیغات گسترده مجازی در ماهواره و سایت‌ها	بعد تبلیغات	۱۳۹	۴۲
	تبلیغ آیین‌های بومی و تعزیه توسط تورها و آژانس‌های مسافرتی		۱۴۲	۴۳
	شرکت در فستیوال‌ها و همایش‌های بین‌المللی و اسلامی		۱۴۳	۴۴
	تبلیغ تعزیه به‌عنوان هنر ملی ایران در کشورهای خارجی		۱۵۱	۴۵
	تبلیغ با استفاده از سایت‌ها و فضای مجازی در افزایش گردشگر مذهبی به شهر		۱۴۵	۴۶
	جذب افراد جدید و کم سن به تعزیه‌خوانی		۱۴۹	۴۷
۴	تحقیق و چاپ مقاله و کتاب در زمینه تعزیه	بعد پژوهشی	۱۴۷	۴۸
	تأسیس پژوهشگاه تعزیه		۱۵۳	۴۹
	گردآوری نسخه‌های تعزیه در کتابخانه‌ها		۱۴۸	۵۰
	بررسی چالش‌های گردشگری مذهبی		۱۴۴	۵۱
۴	مشارکت سازمان‌های زیربند در احیا تعزیه و پیوند آن با گردشگری مذهبی	بعد سازمانی	۱۶۰	۵۲
	اجرای برنامه‌های مدون توسط همکاری سازمان‌ها		۱۵۴	۵۳
	حمایت مالی و معنوی سازمان‌ها جهت برگزاری تعزیه		۱۵۰	۵۴
	حمایت تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی تعزیه توسط سازمان تبلیغات در رسانه ملی		۱۵۷	۵۵
			۱۵۲	۵۶

#### ۶.۶. مرحله ششم

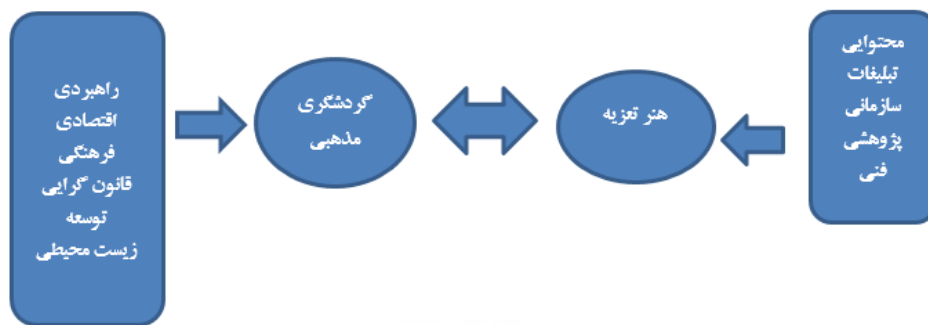
در این مرحله، یافته‌ها تقلیل و توصیف‌های زائد و اشتباه از ساختار کلی حذف شدند. به منظور ایجاد ارتباط شفاف بین خوشه‌ها و تم‌های استخراج شده، اصلاحاتی صورت گرفت و عبارتهای مبهمی که توصیف کلی را ضعیف می‌کردند، حذف شدند.

#### ۶.۷. مرحله هفتم

این مرحله به اعتبارسنجی یافته‌های پژوهش پرداخته شده است. روایی و اعتبارسنجی در پژوهش‌های کیفی بخصوص پدیدارشناسی دارای اهمیت زیادی هستند. روش کلایزی به مراجعه با افراد مطلع تأکید دارد و معیار کامل از پدیده

مورد مطالعه از سوی مشارکت‌کنندگان می‌داند (کرسول<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳). پس با مراجعه مجدد به مشارکت‌کنندگان نتایج پژوهش و مباحثه با آن‌ها انجام شد. در نهایت مشارکت‌کنندگان نتایج پژوهش را که حاصل تجارب و احساسات آن‌ها بود تأیید کردند. مؤلفه‌هایی که از تجارب مشارکت‌کنندگان استخراج شد، در مدل ۱ ترسیم شده است.

شکل (۱) مدل مؤلفه‌های گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه



## نتیجه‌گیری

در این پژوهش از روش پدیدارشناسی برای کشف پدیده گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه پرداخته شد. نتایج حاصل از پدیدارشناسی حاصل تجارب و احساسات خالص افراد مصاحبه‌کننده است. بنابراین تجربه افراد و تفسیر تجربه‌ها مرکز توجه پدیدارشناسی است. تنها روشی که می‌توان تجربه افراد را در مورد ماهیت یک پدیده به‌دست آورد تجربه کردن آن توسط خود ماست. پدیدارشناسی تنها یک روش یا مجموعه‌ای از عملیات روانی موردنظر هوسرل نیست بلکه نگرش خاصی یا نوعی شیوه دیدن تلقی می‌شود که به رهیافت هایدگر نزدیک‌تر است. بنابراین مشاهده مشارکتی و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و عمیق دارای اهمیت است؛ به عبارت دیگر در یافته‌های پدیدارشناسی ماهیت یک تجربه در زبان با کیفیت مطلوبی تجربه زیسته را به‌طور عمیق‌تری نشان دهد. این مطالعه براساس تجربه و دانش و احساسات ۱۵ مشارکت‌کننده طی مصاحبه‌های ۹۰-۱۸۰ دقیقه‌ای زبان گویای تعزیه و ارتباط و پیوند آن با گردشگری مذهبی نشان داد تعزیه جهت احیا و پیوند با گردشگری مذهبی نیاز به حمایت مالی و معنوی سازمان‌ها، داشتن مکان ثابت و نزدیکی به خدمات رفاهی دارد. تنوع در موضوع مانند شخصیت‌های معروف تاریخی و حماسی و برگزاری تعزیه در ایام تعطیلات در اماکنی با معماری و در بناهای تاریخی می‌تواند برای گردشگران جذاب باشد. همچنین گردشگری مذهبی نیاز به قانون‌گرایی جهت امنیت اماکن مذهبی و جان و مال گردشگران و منابع زیست‌محیطی دارد. تبلیغات گسترده و فرهنگ‌سازی در بومی‌کردن تعزیه و پیوند آن با گردشگری مذهبی نقش به‌سزایی دارند. بنابراین ۱۱ مؤلفه برای گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه که عبارت‌اند از:

ابعاد فنی، اقتصادی، راهبردی، فرهنگی، توسعه، زیست‌محیطی، قانون‌گرایی، تبلیغاتی، پژوهشی، محتوایی و سازمانی شناسایی شدند. در تحقیقات انجام‌شده به برخی از مؤلفه‌های پژوهش حاضر استناد شده که با تحقیقات ذیل هم‌خوانی

<sup>۱</sup>. Creswell

وجود دارد. فراهانی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان بررسی نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی از دیدگاه گردشگران روستای چکان شهرستان مراغه به روش استنباطی نتیجه گرفت گردشگری مذهبی در روستای چکان در ابعاد کالبدی (رضایت از وجود پارکینگ در اماکن مذهبی، بهبود تأسیسات و تجهیزات، تغییر نوع مصالح، آسیب رساندن به آثار تاریخی و غیره) و اقتصادی (افزایش میزان داد و ستد، افزایش درآمدزایی مؤثر، گسترش خانه‌های جهت اقامت گردشگران بهبود سطح توسعه روستایی) در محدوده مورد مطالعه را به همراه داشته است. شیرمحمدی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان منشأ آیین تعزیه با انجام تحقیق کیفی از طریق مصاحبه و مشاهده اسناد نتیجه گرفت که عواملی مانند باورها، عقاید، سرمایه‌های نمادین، علاقه، روابط اجتماعی و انگیزه‌های اقتصادی باعث استمرار تعزیه شده‌اند. نیازهای فطری و اجتماعی منشأ این مقولات هستند. جهانیان و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی شش رویکرد را برای گردشگری معنوی-مذهبی به روش اسنادی نگارش کردند که نتایج آن‌ها نشان داد رویکردهای جغرافیایی، تاریخی، اقتصادی، کاربردی و جامعه‌شناسی از جمله مواردی است که برای درک این مفاهیم قابل استفاده می‌باشند. روگرسون (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان گردشگری مذهبی در آفریقا به روش توصیفی نتیجه گرفت گردشگری مذهبی در آفریقا دارای توسعه نامتوازن است و گردشگری مذهبی در شهرهایی مانند نجیر رشد بیشتری دارد. کارتال (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان بررسی پتانسیل گردشگری مذهبی مانیسا ترکیه با دیدگاه بازاریابی نتیجه گرفت مانیسا اهمیت تاریخی و مذهبی بسیاری برای گردشگران دارد که ارائه خدمات گردشگری مذهبی مانند کمپین و بسته‌های مذهبی و سوغات مذهبی را به‌عنوان راه کار ارائه داده است. بنابراین در گردشگری مذهبی ابعاد اقتصادی و تبلیغاتی و فرهنگی و فیزیکی وجه تشابه تحقیقات پیشین با تحقیق حاضر است. عدم مصاحبه حضوری و تلفنی بودن آن‌ها به دلیل شرایط کرونا از محدودیت‌های تحقیق حاضر بود. پیشنهاد می‌شود تحقیقات پژوهشی بعدی الگویی جهت گردشگری مذهبی با تکیه بر هنر تعزیه ارائه دهند. همچنین جهت پیوند گردشگری مذهبی با تعزیه و حل مشکلات و سیاست‌گذاری‌های مناسب پیشنهاد می‌شود پیشکسوتان و اساتید خبره تعزیه با اساتید گردشگری و سازمان‌های زیربط جهت پررنگ کردن تعزیه این هنر آیینی و بومی رایزنی و همکاری داشته باشند.

## منابع و مآخذ:

## کتاب‌ها

یزدانی، کرامت. (۱۳۹۸). اماکن تاریخی- مذهبی استان فارس و گسترش گردشگری مذهبی، شیراز: انتشارات مؤلف.

## مقالات

ایمانی خوشخو محمدحسن، شفیع سعید، صباغ‌پور، مهدیه. (۱۳۹۳). تبیین مفهوم معنویت با استفاده از تحلیل محتوا، مجله مطالعات گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۲، ۱۰.

بلوکباشی، علی. (۱۳۸۲). «تأملی در کارکردهای روانی- اجتماعی تعزیه‌خوانی»، هنر و مردم، تحقیقی در مورد منشأ تعزیه.

رحمانی، خلیل، پورطاهری، مهدی. (۱۳۹۲). «برنامه‌ریزی راهبردی برای توسعه گردشگری مذهبی»، فصلنامه برنامه‌ریزی و برنامه‌ریزی فضایی، شماره ۱، صص ۴۳-۶۶.

دهشیری، محمدرضا. (۱۳۹۵). «عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی». مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱۲، صص ۹۲-۷۲.

سنایی، علی. (۱۳۹۶). یک مدل مقصد گردشگری بر اساس نقاط تماس گردشگران ایجاد کنید. دیدگاه مدیریت بازرگانی، شماره ۳۲، صص ۱۴۵-۱۲۷.

شمسی پور، علی‌اکبر، فرخ‌نیا، رحیم و علیرضایی، راحله. (۱۳۹۳). «معنی‌یابی و معناسازی متقابل شکر گرد و شکر گرد، مطالعه موردی شهر همدان». مجله برنامه‌ریزی و توسعه دور، دوره ۳، شماره ۱۱.

فیض‌آبادی، مصطفی، وزیری محبوب، سید جمال. (۱۳۹۰). «ضرورت آینده‌پژوهی و روش‌های آن در توسعه گردشگری مذهبی»، همایش میقات الرضاع، مشهد.

مشهدی نوش‌آبادی، علی. (۱۳۸۹). تحقیق در مورد منشأ آیین تعزیه. مشهد.

موسوی، میرنجف، سلطانی، ناصر. (۱۳۹۳) «تحلیلی بر نقش گردشگری مذهبی در توسعه شهری مطالعه موردی: امامزاده جعفر، یزد»، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، دوره ۵، شماره ۱۸، صص ۹۴-۷۷.

نیک‌بین، مهناز. (۱۳۹۸). مدل مفهومی توسعه پایدار گردشگری فرهنگی با رویکرد ترکیبی. دوفصلنامه مطالعات گردشگری اجتماعی، سال هفتم، صص ۱۰۲-۷۳.

منابع لاتین

- Blakwell, R. (۲۰۰۷). Motivations for Religious Tourism, Pilgrimage, Festivals and Events,” *Religious tourism and pilgrimage festivals management: an international perspective*, Raj, R., Morpeth, N.
- Bremer, T.S. (۲۰۰۵) “Tourism and religion,” in L. Jones (ed.) *Encyclopedia of Religion*, Detroit: Macmillan  
Bremer, T.S. “Tourism and religion,” in L. Jones (ed.) *Encyclopedia of Religion*, Detroit: Macmillan
- Drule, M., A. Chis, M. Bacila, and R. Ciornea. (۲۰۱۲), “A New Perspective of Non-Religious.
- Kartal, B., Tepeci, M., & Atlı, H. (۲۰۱۵). Examining the religious tourism potential of Manisa, Turkey with a marketing perspective. *Tourism Review*, ۷۰(۳), ۲۱۴-۲۳۱
- Laverty, S. M. (۲۰۰۳). Hermeneutic phenomenology and phenomenology: A comparison of historical and methodological considerations. *International Journal of Qualitative Methods*, ۲(۳), ۱-۲۹
- Maneenetr, T., & Tran, T. H. (۲۰۱۴). SWOT Analysis of Religious Tourism in Nong Khai Province, Thailand Proposed Guidelines to Incorporate Temple Stay Program. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, ۵(۲۳), ۶۹۶.
- Motivations of Visitors to Sacred Sites: Evidence from Romania”, *Social and Behavioral*
- Nolan, M. L., & Nolan, S. (۱۹۹۲). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of tourism research*, ۱۹(۱), ۶۸-۷۸.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی