

Research Paper

Typology Of Religious Travelers, Pilgrims, and Religious Tourists: A Case Study of Mazandaran Province

Ali Rahmani Firozjah^{*1} , Sadieh Sohrabi² , Seye ad Akram Ashabi³ 

¹ Associate Professor of Sociology, Babol Branch, Islamic Azad University, Babol, Iran. (arf1348@gmail.com)

² Ph.D. Candidate of Development Sociology, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

(sadiehsohrabi@gmail.com)

³ Assistant Professor of Philosophy, Babol branch, Islamic Azad University, Babol, Iran.

(ashabiakram@gmail.com)



© The Author(s)

publisher: University of Mazandaran



[10.22080/jtpd.2025.25976.3823](https://doi.org/10.22080/jtpd.2025.25976.3823)

Received:

February 23, 2025

Accepted:

April 15, 2025

Available online:

July 20, 2025

Keywords:

pilgrim, religious tourism, pilgrimage, religious motivation, emotional motivation

Abstract

Context and Purpose: Mazandaran province receives numerous tourists from all over the country and the world annually. There are 1312 holy mausoleums and 33 famous shrines that provide a special boost to religious tourism and can play a role in the development of the area. **Design/methodology/approach:** In this regard, in this study, the typology of passengers who travel to religious sites based on motivation theory, Brooke and Henry (1996) (physical, emotional, religious, historical, social interactions, self-actualization, conditions, and drift) is discussed. The first two groups of pilgrims and tourists were evaluated with different approaches and continued with the survey, questionnaire, a total of 400 patients with cluster sampling, travel motivations referring to the province's religious sites were investigated. The binomial test data obtained through statistical techniques (Binomial Test) were analyzed. **Findings:** The findings show that the majority of the respondents, i.e., 65% of them, are religious tourists, and 35% are pilgrims. **Conclusion:** the results generally show that the majority of passengers' religious places of the kind of religious tourism and the main purpose of their journey is religiously motivated, emotional, facilities, and conditions. **Originality/value:** The current research has proposed the religious tourism platform as a capacity for the development of the province.

***Corresponding Author:** Ali Rahmani Firozjah

Address: Islamic Azad University, Babol, Iran.

Email: arf1348@gmail.com

Tel: 011-34450303



Extended Abstract

1. Introduction

Mazandaran province annually receives many tourists from all over the country and the world, traveling to religious places located in this province, which plays an important role in its development. This province includes 1312 blessed tombs and 33 famous Imamzadehs, which is a tourism industry. Religion, as a dynamic industry with distinct and unique characteristics, can occupy an important part of economic activities. And this issue will be realized if we have the necessary knowledge of the motivations of travelers to religious places, so that we can provide a suitable platform for providing comfort facilities and tourism development according to the motivations of these people. Therefore, for this purpose, in this research, we are dealing with the demographics of travelers visiting these religious places based on their travel motivations. And we are trying to answer this question: Are travelers visiting religious places in Mazandaran province religious tourists or pilgrims?

2. Research Methodology

We conducted the present research with a survey method, a sample size of 400 people, and cluster sampling in the east, west, and centre of Mazandaran province. The validity of the current research, its formal and face validity, has been measured by Cronbach's alpha, and the components and indicators are as follows.

3. Research Findings

As we have seen in the theoretical foundations, there are two different approaches regarding the difference between a pilgrim and a religious tourist: In the first approach, there is a difference between a pilgrim and a tourist based on behavioral criteria and the nature of their

activities, and each of them are different types of travel. In this approach, the pilgrim has deep spiritual and religious obligations, and the purpose of traveling to religious places is to be close to God and perform religious rituals. And the religious tourist: she goes on a religious trip for pleasure, education, curiosity, rest, altruism, and spending free time, and the purpose of the trip is to free herself from the daily pressures of life and restore her body and soul in the second approach, there is not much difference between tourism and pilgrimage and considers pilgrimage as a subset of tourism. In this approach, a pilgrim is a tourist who travels with religious motives, and pilgrimage is considered one of the forms of tourism called religious tourism. And religious tourist, religious tourism is a set of activities of a person or people who travel to a religious place other than their normal place of life and stay there for at least one day and at most one year.

4. Conclusion

The results generally indicate that the majority of travelers to religious places are religious tourists, and the main purpose of their trip is religious and emotional motives, and the facilities and conditions of religious places.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work

Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

The authors appreciate all the scientific consultants in this paper.





علمی پژوهشی

سنخ‌شناسی مسافران اماکن مذهبی؛ زائر یا گردشگر مذهبی (مطالعه موردی استان مازندران)

علی رحمانی فیروزجاه^{۱*} ID، سعدیه سهرابی^۲ ID، سیده اکرم اصحابی^۳ ID

^۱ دانشیار جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل، ایران. (arf1348@gmail.com)

^۲ دانشجوی دکتری، گروه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، علوم اجتماعی توسعه، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابل، ایران. (sadiehsahrabi@gmail.com)

^۳ استادیار فلسفه، گروه فلسفه، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل، ایران. (ashabiakram@gmail.com)



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه مازندران



10.22080/jtpd.2025.25976.3823

چکیده

زمینه و هدف: امروزه زیارت و گردشگری مذهبی ریشه در باورها و اعتقادات دینی و مذهبی دارد و به دلیل ویژگی‌های ساختاری و کارکردی توانسته است در متن گردشگری جهانی قرار گیرد و سهم قابل توجهی از گردشگری جهانی را به خود اختصاص دهد. استان مازندران نیز سالانه پذیرای گردشگران متعدد از اقصای نقاط کشور و جهان است. مازندران شامل ۱۳۱۲ بقعه متبرکه و ۳۳ امامزاده معروف می‌باشد که به صنعت گردشگری مذهبی آن رونق خاصی بخشیده است و می‌تواند نقش مهمی در توسعه آن ایفا کند. **روش‌شناسی:** در تحقیق حاضر به سنخ‌شناسی مسافران مراجعه‌کننده به اماکن مذهبی براساس تئوری انگیزه‌های سفر بروک و هانر (۱۹۹۶) پرداخته شد. در ابتدا دو مفهوم زائر و گردشگر را با رویکردهای مختلف بررسی نمودیم و در ادامه با روش پیمایش، ابزار پرسش‌نامه، حجم نمونه ۴۰۰ نفر با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، انگیزه‌های سفر مراجعه‌کنندگان را به اماکن مذهبی استان مازندران بررسی کردیم و داده‌های به‌دست‌آمده از طریق تکنیک آماری آزمون دوجمله‌ای (Binomial Test) تجزیه و تحلیل شدند. **یافته‌ها:** یافته‌ها نشان می‌دهد که اکثریت پاسخ‌گویان یعنی به میزان ۶۵ درصد آن‌ها از سنخ گردشگر مذهبی و ۳۵ درصد نیز از سنخ زائر می‌باشند. **نتیجه‌گیری:** نتایج به‌طور کلی حاکی از آن است که اکثریت مسافران اماکن مذهبی از سنخ گردشگر مذهبی بوده و هدف اصلی سفرشان انگیزه‌های مذهبی، احساسی، امکانات و شرایط می‌باشد. **نوآوری و اصالت:** تحقیق حاضر بستر گردشگری مذهبی را به‌عنوان ظرفیتی برای توسعه استان مطرح کرده است.

تاریخ دریافت:

۵ اسفند ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۲۶ فروردین ۱۴۰۴

تاریخ انتشار:

۲۹ تیر ۱۴۰۴

کلیدواژه‌ها:

زائر؛ گردشگر مذهبی؛ زیارت؛ انگیزه مذهبی؛ انگیزه احساسی

* نویسنده مسئول: علی رحمانی فیروزجاه

آدرس: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل، ایران.

ایمیل: arf1348@gmail.com

تلفن: ۰۱۱۳۴۴۵۰۳۰۳

۱ مقدمه

طی سال‌های متمادی از واژه گردشگری تعریف‌های گوناگونی شده است که هریک بار معنایی ویژه‌ای دارد تا اینکه در سال ۱۹۹۱ میلادی سازمان جهانی جهانگردی وابسته به سازمان ملل متحد در نشست خود در اتاوا کانادا برای پرهیز از تشتت تعاریف به تعریف به معیار زیر به توافق رسیدند:

گردشگری (توریسم) به مجموعه فعالیت‌های افرادی که هنگام مسافرت به مکان‌های خارج از محیط زندگی معمولی خود انجام می‌دهند، گفته می‌شود و طول مسافرت نباید کمتر از ۲۴ ساعت (یک شبانه‌روز) و نباید بیشتر از یک سال متوالی بوده و هدف از آن پرکردن ایام فراغت، تفریح، تجارت و دیگر اهداف باشد، فاعلان این فعالیت‌ها را گردشگر (توریست/جهانگرد) می‌نامند.

در طول تاریخ یکی از مسافرت‌هایی که همیشه اتفاق افتاده است، مسافرت به اماکن مذهبی است. از مدت‌های طولانی، مذهب به‌عنوان نیرو و انگیزه مهم و مؤثر در جهت حرکت مردم به مکان‌های مذهبی و مقدس در قسمت‌های مختلف جهان بوده است، به‌طوری‌که سفر به مکان‌های مقدس را می‌توان یکی از قدیمی‌ترین و دیرینه‌ترین شکل مسافرت دانست. باستان‌شناسان و مردم‌شناسان شواهد تاریخی روشنی از دوره‌های قبل از تاریخ در بین جامعه قبیله‌ای آسیا، اروپا و آمریکا یافته‌اند که نشان می‌دهد، سنگ‌ها و نقاشی‌های داخل غار در آن دوره، همان نقش کلیسای امروزی را ایفا و آن‌ها به‌عنوان مراکز مذهبی، معتقدان را از دور و نزدیک جذب می‌کردند. در تمدن‌های باستانی آشوری و بابل، مسافرت مذهبی یکی از مؤلفه‌های کلیدی زندگی بوده است. به‌طوری‌که بابلیان قدیم برای زیارت شهرهای مذهبی، رنج‌های فراوانی را متحمل می‌گشته‌اند (Menshizadeh, 2005: 140). پژوهش‌های انجام‌شده در یونان باستان نیز نشان می‌دهد که بیشتر سیر و سفرها ماهیت مذهبی داشته و یونانیان در گروه‌های بزرگ به زیارت اماکن

مذهبی می‌شتافته‌اند. زیارت در بین مصریان قدیم رایج بوده است و در ایران قدیم نیز پرستشگاه‌ها و نیایشگاه‌های گوناگونی وجود داشته که ایرانیان باستان را به سمت و سوی خود می‌کشانید. بدین ترتیب مسافرت مذهبی پدیده‌ای نو و امروزی محسوب نمی‌شود، بلکه مذهب از مدت‌های بسیار طولانی به‌عنوان انگیزه‌ای اصلی و مهم برای انجام سفر بوده است و به‌عنوان قدیمی‌ترین شکل مسافرت غیراقتصادی محسوب می‌شود. در دهه‌های اخیر نیز هرساله میلیون‌ها نفر از مردم به مقصدهای زیارتی مهم دنیا مسافرت می‌کنند. تقریباً در همه قسمت‌های جهان، طی نیمه دوم قرن بیستم، مسافرت زیارتی بیش از حد افزایش یافته است و تعداد آن در یک دوره ۵۰ ساله، ۲۰ برابر افزایش داشته است. برآوردها نشان می‌دهد که ۲۶ درصد از جریانات گردشگری، مربوط به گردشگری مذهبی می‌باشد (Momeni et al, 2008: 15) و همچنین می‌توان عنوان کرد، پیش‌بینی جاکووسکی حاکی از آن است که هرساله ۲۴۰ میلیون نفر به مکان‌های زیارتی سفر می‌کنند و اکثریت آن‌ها مسلمان، هندوئیسم و مسیحی می‌باشند. در دهه‌های اخیر مسافرت‌های مذهبی و معنوی بسیار گسترده و رایج شده است و به‌طور قابل ملاحظه‌ای در هر دو شکل مطلق و نسبی رشد داشته است و با توجه به افزایش مداوم آن، در بخش بازار گردشگری به نظر می‌رسد، رشد گردشگری مذهبی در آینده نیز تداوم داشته باشد. این رشد و افزایش گردشگری با انگیزه مذهبی با رشد گردشگری بین‌المللی در دوره مدرن نیز هم‌زمان شده است. علی‌رغم تاریخچه دیرینه مسافرت‌های مذهبی و زیارت، مطالعات در زمینه مذهب، گردشگری و گردشگری مذهبی هم‌زمان با مطالعات گردشگری مربوط به چند دهه گذشته می‌باشد، این مطالعات راجع به قلمرو مفهومی، انواع آن، انگیزه‌ها، اثرات و پیامدهای آن بر جوامع میزبان و مهمان، استفاده از مکان‌های مقدس به‌عنوان جاذبه و درنهایت الگوهای گردشگری مذهبی در کشورهای مختلف بوده است و به‌طورکل زیارت و گردشگری مذهبی ریشه در



باورها و اعتقادات دینی و مذهبی دارد و به دلیل ویژگی‌های ساختاری و کارکردی توانسته است در متن گردشگری جهانی قرار گیرد و سهم قابل توجهی از گردشگری جهانی را به خود اختصاص داده است (Karimi et al, 2015:25).

استان مازندران نیز که سالانه پذیرای گردشگران متعدد از اقصی نقاط کشور و جهان می‌باشد، مسافرت به اماکن مذهبی واقع در این استان نقش مهمی در توسعه آن ایفا می‌کند، این استان شامل ۱۳۱۲ بقعه متبرکه و ۳۳ امامزاده معروف می‌باشد که صنعت گردشگری مذهبی به عنوان صنعتی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، می‌تواند بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی را به خود اختصاص دهد و این مسأله در صورتی محقق می‌شود که ما شناخت لازم از انگیزه‌های مسافران اماکن مذهبی داشته باشیم تا بتوان متناسب با انگیزه‌های این افراد، بستر مناسبی برای فراهم کردن امکانات رفاهی و توسعه گردشگری فراهم آورد؛ لذا بدین منظور ما در تحقیق حاضر به سنخ‌شناسی مسافران مراجعه‌کننده به این اماکن مذهبی براساس انگیزه‌های سفر می‌پردازیم و درصدد پاسخ به این پرسش هستیم که مسافران مراجعه‌کننده به اماکن مذهبی استان مازندران گردشگر مذهبی می‌باشند یا زائر؟

۲ ادبیات پژوهش

۲.۱ مبانی نظری

به منظور تبیین مرز مفهومی گردشگری مذهبی، ابتدا تصویر روشنی از مفهوم زیارت که از مفاهیم مرتبط با گردشگری مذهبی و یکی از ارکان اصلی حوزه مذهب و گردشگری می‌باشد، ارائه می‌گردد. مفهوم زیارت که پیونددهنده اصلی بین دو مفهوم گردشگری و مذهب می‌باشد، درواقع سفری با انگیزه مذهبی است و در اکثر مذاهب اصلی دنیا وجود دارد و زائر فردی است که به مکان‌های مقدس

مانند زیارتگاه‌ها و مراکز مذهبی مسافرت می‌کنند (Jafari, 2000:438). از دهه ۱۹۷۰ با توسعه فزاینده فعالیت‌های گردشگری، برخی از محققان حوزه کلیسا به این نتیجه رسیدند که تفاوت بین این دو شکل مسافرت یعنی زیارت و گردشگری باید روشن گردد (Ambrosio, 2007:82). در این رابطه برخی از محققان و صاحب‌نظران در حوزه گردشگری مذهبی به دو مفهوم زائر و گردشگر با دو رویکرد مختلف پرداخته‌اند و تلاش کردند تا مشخص کنند که دو مفهوم زیارت و گردشگری تا چه حد و چگونه با هم تفاوت دارند؟ دیدگاه اول براساس معیارهای رفتارشناسی و ماهیت فعالیتی آن‌ها، بین زائر و گردشگر، تفاوت قائل است. این دیدگاه را که عمدتاً سازمان‌های دینی مطرح کرده‌اند، این است که مسافران زائر شباهت زیادی با گردشگران ندارند، گردشگر با مسافرت از تحمیل فشار زندگی روزانه آزاد می‌شود، تلاش می‌کند تا خودش را به لحاظ جسمی و روحی بازسازی کند؛ اما زائر با مسافرت زیارتی خودش قصد دارد به خدا نزدیک شود. گرچه زائر مانند هر شکل گردشگری دیگر خودش را با این سفر از تکرار زندگی روزانه آزاد می‌کند، اما مکان همگرایی‌شان مکان مقدس و الهی هستند. در این خصوص راسل نیز معتقد است که بازدید یا سفر زیارتی، باید با نیت عبادی و نزدیکی به خدا انجام شود و آن صرفاً یک سفر توریستی به مکان مقدس نیست، بلکه مستلزم نیایش، پرستش و عشق‌ورزی می‌باشد (Ibid, 2007:83). همچنان اید و همکاران^۱ معتقدند که زائر برخلاف گردشگر به دنبال عناصر حاشیه‌ای و درک سطحی نیست و در جست‌وجوی یافتن مرکزیت فرهنگ و مذهب اجتماع خویش است (Bapiri, 2012, 150). ایلید نیز در تئوری زیارت، با مطرح کردن مفهوم مرکز جهان با دیدگاه فوق هم‌عقیده است و براساس این دیدگاه، زیارت نوعی سفر با انگیزه مذهبی به مرکز و کانون مذهبی و دینی خود است یا مطابق با اکثر نظریات مردم-شناسی که توسط ترنر توسعه داده شد، زیارت

¹ Eade and etal

محققانی که در این دو رویکرد مشخص، مطالعه و تحقیق می‌کنند، معتقدند که زائر امروزی را به‌آسانی نمی‌توان از دیگر انواع گردشگری تفکیک کرد. در این رابطه آنچه که در مطالعات جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی عمدتاً مورد توافق قرار گرفته است، این است که ویژگی‌های مشترک و وابسته به هم بین دو مفهوم گردشگری و زیارت وجود دارد (Graburn, 1989: 200). علاوه بر آن مطالعات با رویکرد اقتصادی و مدیریتی در زمینه گردشگری و زیارت، به تشابه این دو نوع مصرف‌کننده تأکید می‌کنند و برخی از محققان مشکلات در تشخیص این دو پدیده (یعنی گردشگری و زیارت) را ناشی از این واقعیت می‌دانند که زائر و گردشگر هر دو از یک زیرساخت برای سفرشان استفاده می‌کنند (Farzin and colleagues, 2013: 25). فلیسچر سفر زیارتی را به دلیل برخورداری از ویژگی‌های کلی الگوهای گردشگری و استفاده از سیستم حمل‌ونقل و سایر امکانات و خدمات و زیرساخت‌ها، به‌عنوان زیرمجموعه گردشگری محسوب می‌کند (Flischer, 2000: 312). استاتسبرگ نیز زیارت را شاخه‌ای از بخش گردشگری می‌داند و در زمینه وجوه مشترک بین گردشگری و زیارت، موارد زیر را مطرح می‌کند:

۱- گردشگران و زائران از زیرساخت‌های حمل‌و-نقلی و رستوران‌ها، به‌طور مشترک استفاده می‌کنند.

۲- زائران درحالی‌که برای زیارت مسافرت می‌کنند، از جاذبه‌های گردشگری نیز بازدید می‌نمایند.

۳- در مراکز مذهبی، تسهیلات سرگرمی و تفریحی غیرمذهبی فراهم شده است.

۴- مسافران معمولاً زیارت را با دیگر اشکال تعطیلات تفریحی ترکیب می‌کنند (Stuttsberg, 2011: 65).

برخی از محققان، رفتارهای لذت‌طلبانه صرف گردشگران را نقد می‌کنند؛ به‌طوری‌که گردشگران را افرادی لذت‌گرا که هدفشان از سفر، صرفاً تفریح و سرگرمی باشد، نمی‌دانند. در این خصوص دیگانس

سفری برای انجام تشریفات مذهبی است؛ به‌طوری‌که زائر سفر مذهبی را از ساختار اجتماعی خود شروع می‌کند و برای انجام تشریفات مذهبی از آن خارج می‌شود و سپس با تغییراتی به آن اجتماع برمی‌گردد. زائران زاهد با زیارت و سفر مذهبی به وضعیت آستانگی وارد می‌شوند که در آن وضعیت سلسه‌مراتب اجتماعی همیشگی مورد تعلیق قرار می‌گیرد و نوعی وضعیت روحی تساوی‌گرا به‌طور موقت شکل می‌گیرد (Pavicic, 2007: 52). بر اساس این، مسافرانی که انگیزه‌ها و تعهدات عمیق معنوی و مذهبی دارند، با افرادی که به هدف لذت، آموزش، کنجکاوی، استراحت و نوع‌دوستی سفر می‌کنند، کاملاً متفاوت هستند. بنابراین، از نقطه‌نظر نهادهای دینی، گردشگران افرادی هستند که صرفاً به قصد گذراندن تعطیلات مسافرت می‌کنند و هدف زائران از سفر، انجام شعائر دینی است (عظیمی هاشمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴۱). نولان و نولان نیز اعتقاد دارند که فعالیت‌های گردشگری و زیارت، فعالیت‌های ناسازگار و متعارض هم هستند (Nolan M and Nolan, S: 1992: 77). بورستین و بارت نیز گردشگری و سفر زیارتی را چندان یکسان نمی‌دانند. به عقیده آن‌ها گردشگری یک ویژگی ساختگی و غیر اصیل مختص جامعه سرمایه‌داری اواسط تا اواخر قرن بیستم است (هوشمند، ۱۳۸۵: ۱۴۵-۱۴۴).

به‌طور کلی محققان حوزه دینی در دنیا چندان تمایلی ندارند که سفرهای زیارتی به‌عنوان شکلی از گردشگری مذهبی در نظر گرفته شود و در بین مذاهب نیز، تفاوت‌هایی در این خصوص وجود دارد (Jafari, 2000: 498). در دیدگاه دوم، بین زائر و گردشگر تفاوت زیادی قائل نمی‌شوند و زیارت را زیر مجموعه گردشگری محسوب می‌کنند. این دیدگاه در طول چهار دهه گذشته توجه زیادی را به خود جلب کرده است (Belhassen, 2007: 4). بنابراین تعریف، سفر زیارتی به‌عنوان یکی از اشکال گردشگری مذهبی محسوب می‌شود و در سازمان جهانی گردشگری زائر و زیارت به‌عنوان زیر مجموعه گردشگر و گردشگری در نظر گرفته شده است.



مذهب، مکان‌های مذهبی و فعالیت‌های مذهبی مسافرت می‌کنند (Digance, 2006:38) و اکوینگ زیارت را به‌عنوان یکی از اشکال گردشگری مذهبی معرفی می‌کند و گردشگری مذهبی را دارای سه شکل اصلی می‌داند که عبارت‌اند از: ۱- زیارت ۲- رویدادهای مذهبی (اجتماع بزرگ مقیاس در موقیت مناسب و سوگواری سالیانه) ۳- سفر به ساختمان‌ها و مکان‌های مذهبی مهم در چهارچوب برنامه سفر گردشگری (Vukonic, 1996:5).

در این رابطه اسمیت (۱۹۹۲) نیز معتقد است، بین زائران و گردشگران در اصول کلیدی مسافرت و در بیشتر زیرساخت‌ها اشتراکات و تشابهاتی وجود دارد و اسمیت پیش‌نیازهای سفر را چه در گردشگر و چه در زائر، درآمد اضافی، زمان آزاد و رعایت ارزش‌ها یا هنجارهای اجتماعی مثبت می‌داند (smith, 1992:5). همچنین با توجه به اینکه سفرهای زیارتی کنونی شامل تعداد زیادی از مردم می‌شود که تحت سازمان‌دهی گردشگری انبوه قرار دارند و تعداد زیادی از زائران از طریق آژانس‌های مسافرتی اقدام به سفر می‌کنند، این مقوله بخشی از فعالیت گردشگری است (Nahavandi and Nemati, 2010: 156). اسمیت گردشگران و زائران را دو گروه جدا از هم نمی‌داند، بلکه دو مفهوم زیارت و گردشگری را به‌صورت یک طیف می‌بیند که گردشگری در یک انتهای آن و زیارت در طرف دیگر این طیف قرار دارند. در این پیوستار و بین این دو قطب، بی‌نهایت احتمال ایجاد ترکیب‌های سکولار و مذهبی 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 اینکه خود نیز از این امر آگاه باشند. فلیشر^۷ نیز با استناد به نظریه طیف گردشگری زیارت اسمیت، معتقد است که گردشگری مذهبی، درست

و کوساک^۱ دید کلیشه‌ای را در مورد گردشگران، غیرمعتقول و سطحی‌نگرانه می‌دانند (Olsen and Timothy, 2006:6). ترنر و ترنر^۲ مسافران زائر مدرن را به‌عنوان نیمه‌گردشگر نام‌گذاری کردند. در این خصوص معتقدند که اگر مسافر زائر، یک نیمه-گردشگر باشد، آنگاه گردشگر نیز یک نیمه‌زائر است (Turner and Turner, 1978:54). یا در این خصوص برخی محققان اعتقاد دارند که گردشگری مذهبی شکلی از زیارت مدرن می‌باشد (Hall Lew, and Williams, 2004:428). مک کانل و همکاران^۳، گردشگری و سفر زیارتی را به دلیل آنکه هر دو در جست‌وجوی اصالت خویشتن و دگر خود هستند، یکسان می‌دانند (Hoshmandi, 2006, 145). دی سوسا^۴ نیز می‌نویسد: مردم می‌توانند کاملاً ناخودآگاه در طول سفر از گردشگر به زائر و یا بالعکس تبدیل شوند. هانت^۵ نیز اشاره می‌کند: یک گردشگر، ممکن است به‌راحتی به یک زائر تبدیل شود. تفکیک‌ناپذیری زائران از گردشگران در آمار رسمی ارائه‌شده در بسیاری از کشورها نیز قابل مشاهده است. در این گونه موارد آمار و ارقام نشان‌دهنده ترکیب سفر زیارتی و گردشگری دینی یا گردشگری فرهنگی یا میراثی هستند (Qalipour and Majidi Fard, 2013, 23).

لیزووسکی با مقایسه زیارت و گردشگری مذهبی، زیارت را در دل مفهوم گردشگری مذهبی قرار می‌دهد، گرچه از به‌کارگیری اصطلاح قدیمی زیارت نیز دفاع می‌کند؛ زیرا که از گذشته‌های دور وجود داشته است (Liszewski, 2000:49). دیگانس^۶ ضمن اینکه زائر را نوعی گردشگر مذهبی می‌داند، گردشگری مذهبی را نیز به دو زیرگروه طبقه‌بندی کرد. اولین گروه مسافرانی هستند که برای نیازهای مذهبی، انگیزه‌ها و وظایف مذهبی، مسافرت می‌کنند و دومین گروه مسافرانی هستند که به منظور به‌دست‌آوردن دانش بیشتر راجع به

⁵ Hunt

⁶ Digance

⁷ fleischer

¹ Digance and Cusack

² Turner.V,W and Turner.E

³ Maccannel and etal

⁴ De Sousa

در مرکز این طیف قرار می‌گیرد Hashmi et al, (2012:140).

گردشگری گردشگری مذهبی زیارت

A B C
D E
سکولار ایمان کار مبتنی بر دانش مقدس

A زائر وارسته یا پارسا	C گردشگر، زائر	D گردشگر < زائر
B گردشگر > زائر	E گردشگر سکولار	

شکل ۱. زنجیره زیارت و گردشگری. منبع: (Hashmi et al, 2012:140).

طیف قرار می‌دهد (Santos, 2003:32). تبدیل زیارت و حرکت‌های زیارتی به پدیده‌های انبوه که در آن گروه‌های وسیع و متنوعی از مردم شرکت می‌کنند، با آثار فضایی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی وسیعی در محیط همراه است؛ به همین دلیل است که زیارت در زمره فعالیت گردشگری قرار می‌گیرد (Ali Akbari, 2012: 90).

درنهایت بررسی جمیع دیدگاه‌ها بیان‌گر آن است که محققان گردشگری، در مورد مفهوم پدیده در حال رشد گردشگری مذهبی به اجماع نرسیده‌اند. همان‌طور که تیموتی و اولسن معتقدند بسیاری از آن‌ها حتی بر سر نام آن نیز اتفاق نظر ندارند؛ به-طوری که اصطلاحاتی چون گردشگری زیارت، گردشگری معنوی و زیارت تفریحی به‌عنوان اصطلاحاتی مناسب مطرح می‌گردد، ولی باین‌حال بیشتر محققان در اصطلاح گردشگری مذهبی اتفاق نظر دارند و راجع به این اصطلاح نیز هنوز تعریف جامع و مانعی که مورد قبول همگان باشد، ارائه نگردیده است (Timothy and Iverson, 2006:270). سخن آخر اینکه بررسی این موضوع می‌تواند مقدمه‌ای باشد تا محققان در رشته‌های

گراهام و موری^۱، نیز با تأیید نظریه اسمیت، این طیف را برای طبقه‌بندی زیرمجموعه‌های متفاوت سفر زیارتی موقت، مفید و کارآمد می‌دانند، اما در عین حال، معتقدند که این طرح معانی چندگانه و چندلایه‌ای سفر زیارتی را در دنیای مدرن انعکاس نمی‌دهد. بنابراین، جست‌وجوی معانی و خودآگاهی، از محدوده و قلمرو دینی فراتر می‌رود و در نتیجه می-توان گفت که سفر زیارتی محصول چندگانگی انگیزه‌ها، طرز فکرها و الگوهای ذهنی است. همچنین بر پایه وجود این طیف، مسافران می‌توانند از یک انتها به انتهای دیگر پیوستار تغییر مکان دهند (Qalipour and Majidi Fard, 2013: 22).

دیدگاه سانتوس^۲ نیز به دیدگاه اسمیت نزدیک است، سانتوس ضمن اینکه دو پدیده گردشگری و زیارت را به لحاظ مفهومی پیچیده می‌داند؛ ولی با طرح پیشنهادی استودارت^۳ که همه انواع گردشگری را براساس انگیزه‌ها در دو نوع کلی گردشگری تفریحی و مذهبی قرار می‌دهد، هم‌عقیده است و آن‌ها را به‌صورت یک طیف در نظر می‌گیرد که یک سر این طیف زیارت و سر دیگر آن گردشگری غیر مذهبی می‌باشد و گردشگری مذهبی را بین این دو

³ Stodart

¹ Graham and Murray

² Santos

علمی مرتبط، به‌ویژه محققان دینی و به‌طور خاص از دیدگاه دین اسلام، با توجه به روند پرشتاب گردشگری، قلمرو مفهومی و بار معنایی گردشگری مذهبی را بیشتر تبیین کنند.

جدول ۱. خلاصه نظریات در مورد زیارت و گردشگری مذهبی

رویکرد اول:	راسل	زیارت با نیت عبادی و نزدیکی به خدا انجام می‌شود و مستلزم نیایش، پرستش و عشق‌ورزی است.
براساس معیارهای رفتارشناسی و ماهیت فعالیت‌های آن‌ها بین زائر و گردشگر تفاوت وجود دارد و هرکدام انواع مختلفی از مسافرت هستند.	اید و همکاران	زائر به دنبال عناصر حاشیه‌ای و درک سطحی نیست؛ بلکه در جست‌وجوی مرکزیت فرهنگ و مذهب اجتماع خویش است.
زائر: تعهدات عمیق معنوی و مذهبی دارد و هدف از مسافرت به اماکن مذهبی نزدیکی به خدا و انجام مناسک دینی می‌باشد.	ایلیاد	مفهوم مرکز جهان را مطرح می‌سازد و زیارت را نوعی سفر با انگیزه مذهبی به مرکز و کانون مذهبی و دینی می‌داند.
گردشگر مذهبی: برای لذت، آموزش، کنجکاوی، استراحت، نوع‌دوستی و گذراندن اوقات فراغت به سفر مذهبی می‌رود و هدفش از سفر آزاد شدن از تحمیل فشارهای روزانه زندگی و بازسازی جسم و روح می‌باشد.	ترنر	زیارت سفری برای انجام تشریفات مذهبی است و زائر برای تشریفات از ساختار اجتماعی خود خارج می‌شود و سپس با تغییرات به آن ساختار بر می‌گردد.
	نولان	فعالیت‌های گردشگری و زیارت ناسازگار هستند.
	بورستین و بارت	گردشگری یک ویژگی ساختگی و غیر اصیل مختص جامعه سرمایه‌داری است.
رویکرد دوم:	اسمیت	زائر و گردشگر هردو از یک زیرساخت برای سفرشان استفاده می‌کنند. نظیر داشتن اوقات فراغت، داشتن درآمد اضافی، رعایت قوانین اجتماعی، ارزش‌ها و هنجارهای مثبت. او گردشگر و زائر را دو گروه جدا نمی‌داند؛ بلکه آن‌ها دو سر یک طیف می‌بیند که در این طیف احتمال ایجاد ترکیب‌های سکولار و مذهبی وجود دارد و تمایلات، علائق و انگیزهای مسافران نشان می‌دهد که به کدام سر طیف نزدیک‌ترند.
بین گردشگری و زیارت تفاوت زیادی قائل نمی‌شود و زیارت را زیرمجموعه گردشگری می‌داند.	فلیسچر	زیارت به دلیل برخورداری از ویژگی‌های کلی الگوهای گردشگری و استفاده از سیستم حمل‌ونقل و سایر امکانات و خدمات، به‌عنوان زیرمجموعه گردشگری است.
زائر: گردشگری است که با انگیزه‌های مذهبی سفر می‌کند و زیارت به‌عنوان یکی از اشکال گردشگری به نام گردشگری مذهبی در نظر گرفته می‌شود.	استاتسبرگ	زیارت شاخه‌ای از بخش گردشگری است و در زمینه‌های استفاده از حمل‌ونقل، جاذبه‌های گردشگری، تفریح و سرگرمی و با گردشگری وجوه مشترک دارد.
گردشگر مذهبی: گردشگری مذهبی به‌عنوان مجموعه فعالیت‌های فرد یا افراد می‌باشد که به مکانی مذهبی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت می‌کنند و حداقل یک روز و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می‌کنند	ترنر و ترنر	زائران مدرن به‌عنوان نیمه‌گردشگر محسوب می‌شوند.

گردشگری مذهبی شکلی از زیارت مدرن است.	لیو، هال و ویلیام
گردشگر و زیارت هر دو به دنبال جست‌وجوی اصالت خویشتن و دگرخود هستند.	مک کانل و نش
مردم می‌توانند به طور ناخود آگاه در طول سفر از گردشگر به زائر و از زائر به گردشگر تبدیل شوند	دی سوسا و هانت
زیارت در دل مفهوم گردشگری قرار دارد.	لیزووسکی
زائر نوعی گردشگر مذهبی است و دو گروه دارد. گروه اول برای نیازها، انگیزه‌ها و وظایف مذهبی سفر می‌کنند و گروه دوم برای کسب دانش در مورد مذهب، مناسک مذهبی و مکان‌های مذهبی سفر می‌کنند.	دیگانس
زیارت شکلی از گردشگری است و سه شکل دارد: زیارت، رویدادهای مذهبی، سفر به ساختمانها و مکان‌های مذهبی	اکووینگ
به استناد طیف گردشگری زیارت اسمیت معتقد است گردشگری مذهبی دقیقاً وسط طیف قرار دارد.	فلیشر

۳ روش‌شناسی پژوهش

اعتبار صوری و پایایی آن توسط آلفای کرونباخ به میزان ۰/۸۶. سنجیده شده است. برای اعتبار محتوایی پرسش‌نامه از لیدر توره‌های مسافرتی، متولیان امام-زاده‌ها، کارشناسان اداره کل اوقاف و امور خیریه، کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مصاحبه‌های تخصصی به عمل آمده است که با تطبیق با تئوری مدنظر مؤلفه‌ها و شاخص‌ها به شرح ذیل می‌باشد و درنهایت فرضیه‌ها با تکنیک آماری آزمون دوجمله ای (Binomial Test) تجزیه و تحلیل شدند.

تحقیق حاضر با روش پیمایش، حجم نمونه ۴۰۰ نفر و نمونه‌گیری خوشه‌بندی در شرق، غرب و مرکز استان مازندران انجام شده است. بعد از تقسیم‌بندی استان به سه قسمت، ابتدا اسامی شهرها و سپس تعداد زیارتگاه‌های هر خوشه مشخص و براساس داده‌های اداره کل اوقاف و امور خیریه، زیارتگاه‌هایی که بیشترین فراوانی را از نظر تعداد مسافر داشتند، انتخاب شدند. اعتبار تحقیق حاضر



جدول ۲. ابعاد، شاخص‌های انگیزه و علت‌های سفر براساس تئوری بروک و هانر (۱۹۹۶)

ابعاد		مؤفه‌ها	عوامل انگیزشی		
ورزش، سلامتی و تفریح		فیزیکی	عوامل جذب		
بازگشت به گذشته		احساسی			
خیال‌پردازی					
آرامش روحی					
انجام فرایض دینی		مذهبی		فرهنگی	
قربابت به خدا					
زیارت قبور امامان					
شفا					
اداء نذر					
ثواب					
متوسل شدن					
پاک شدن از گناه					
آشنایی با ابینه‌ها و جاذبه‌های تاریخی					تاریخی و باستانی
آشنایی با آداب و رسوم منطقه					
آشنایی با صنایع دستی منطقه					
آشنایی با غذای منطقه					
تقویت روابط		تعاملات اجتماعی			
تجربه دوستان جدید					
افزایش دانش		خودشکوفایی			
افزایش مهارت‌های جدید					
خدماتی		شرایط مقصد			
کیفیت مراکز پذیرایی این منطقه (رستوران، قهوه‌خانه، اغذیه‌فروشی)					
میزان اطلاع‌رسانی این منطقه به گردشگران (از طریق برشور، کاتالوگ، سایت اینترنتی و ...)					
میزان خدمات اطلاع‌رسانی جاده‌ای جهت آمدن به این منطقه					
کیفیت امکانات و خدمات عمومی مورد نیاز گردشگران					
کیفیت وضعیت جاده‌های منتهی به جاذبه‌های گردشگری و روستاها و سهولت دسترسی					
نزدیک بودن بعد مسافت به محل زندگی		عوامل رانشی			
فرار و واقعیت‌گریزی					
کمبود امکانات فراغتی و تفریحی در محل اقامت					
کمبود فضای سبز و مناظر طبیعی در محل اقامت					
فرار از زندگی یکنواخت و تکراری					
خالی شدن از تنش و استرس روزانه					

۴ یافته‌ها و بحث

مشخصات عمومی پاسخ‌گویان براساس جدول شماره ۳ به شرح ذیل می‌باشد:

۱- حداقل سن پاسخ‌گویان ۲۰ و حداکثر سن آن‌ها ۶۹ و میانگین سن آن‌ها ۳۵ سال هستند.

۲- توزیع متغیر جنسیت ۴۱/۵ درصد پاسخ‌گویان زن و ۵۸/۵ درصد پاسخ‌گویان مرد هستند.

۳- به میزان ۱۳ درصد پاسخ‌گویان مجرد و ۸۷ درصد پاسخ‌گویان متأهل هستند.

۴- ۳/۵ درصد در مقطع تحصیلی ابتدایی، ۱۱/۵ درصد در مقطع تحصیلی راهنمایی، ۳۲/۸

جدول ۳. توزیع پاسخ‌گویان براساس جنس، سن، تحصیلات، وضعیت تأهل

جنس پاسخ‌گویان		میانگین، حداکثر و حداقل سن پاسخ‌گویان		میانگین، حداکثر و حداقل میزان تحصیلات پاسخ‌گویان		وضعیت تأهل پاسخ‌گویان	
مرد	زن	حداقل	میانگین	حداکثر	حداکثر تحصیلات	حداقل تحصیلات	بیشترین مقطع تحصیلی
۴۱/۵	۵۸/۵	۲۰	۳۵	۶۹	دکتری	ابتدایی	دیپلم تا لیسانس
							مجرد
							متأهل
							۳۸
							۶۱/۸

در تحقیق حاضر پس از بررسی تئوری‌های نظری، دو سنخ سنخ‌شناسایی شدند: گردشگر مذهبی و زائر که برای تشخیص این دو سنخ در استان مازندران دو فرضیه به شرح ذیل مطرح شد:

فرضیه اول: به نظر می‌رسد تعداد سنخ گردشگر مذهبی و تعداد زائر در مراجعه به اماکن مذهبی متفاوت است.

جدول ۴. شاخص تعداد سنخ زائر و گردشگر مذهبی

شاخص‌ها	فراوانی	درصد
سنخ زائر	۱۴۰	۳۵
سنخ گردشگر مذهبی	۲۶۰	۶۵



فرضیه دوم: به نظر می‌رسد انگیزه اصلی مسافران از سفر به اماکن متفاوت است؟

جدول فوق نشان می‌دهد که اکثریت پاسخ‌گویان یعنی به میزان ۶۵ درصد آن‌ها از سنخ گردشگر مذهبی می‌باشند و ۳۵ درصد نیز از سنخ زائر می‌باشند.

جدول ۵. شاخص انگیزه‌های سفر

شاخص‌ها	زیاد و خیلی زیاد	تا حدودی	کم و خیلی کم
انگیزه فیزیکی	۱۵	۳۰	۵۵
انگیزه احساسی	۳۰/۵	۱۹	۵۰/۵
انگیزه مذهبی	۷۰/۳	۱۶/۳	۱۳/۴
انگیزه شناخت تاریخ و آثار باستانی منطقه	۱۰/۳	۱۸/۴	۷۱/۳
انگیزه تعاملات اجتماعی	۱۹	۲۴/۵	۵۶/۵
انگیزه خودشکوفایی	۱۱/۴	۲۵/۹	۶۲/۷
انگیزه شرایط و امکانات	۵۷	۲۹/۷	۱۳/۳

تعاملات اجتماعی، خودشکوفایی و شرایط و امکانات به این سفر آمده‌اند، برابر یا کمتر از ۵۰ درصد پاسخ‌گویان است.

H_1 : نسبت کسانی که برای انگیزه فیزیکی، احساسی؛ مذهبی، شناخت تاریخ و آثار باستانی، تعاملات اجتماعی، خودشکوفایی و شرایط و امکانات به این سفر آمده‌اند، بیشتر از ۵۰ درصد پاسخ‌گویان است.

جدول فوق نشان می‌دهد انگیزه مذهبی، انگیزه شرایط و امکانات و انگیزه احساسی در اولویت علت سفر به اماکن مذهبی پاسخ‌گویان قرار دارد و در ادامه برای بررسی فرضیه فوق از آزمون آماری دو جمله‌ای استفاده و فرض صفر و مقابل آن به صورت زیر نوشته شده است:

H_0 : نسبت کسانی که برای انگیزه فیزیکی، احساسی؛ مذهبی، شناخت تاریخ و آثار باستانی،

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۶. Binomial Test

انگیزه فیزیکی	category	N	Observed Prop	Test Prop	Asymp.Sig (2- tailed)
Group ۱	۴ ≤	۳۲۰	.۸۰		
Group ۲	۴ >	۸۰	.۲۰	.۵	.۰۰۰
Total		۴۰۰	۱۰۰		
انگیزه احساسی					
Group ۱	۴ ≤	۱۴۰	.۳۵		
Group ۲	۴ >	۲۶۰	.۶۵	.۵	.۰۰۲
Total		۴۰۰	۱۰۰		
انگیزه مذهبی					
Group ۱	۴ ≤	۶۰	.۱۵		
Group ۲	۴ >	۳۴۰	.۸۵	.۵	.۰۳
Total		۴۰۰	۱۰۰		
تاریخی					
Group ۱	۴ ≤	۲۸۸	.۷۲		
Group ۲	۴ >	۱۲۰	.۲۸	.۵	.۰۰۲
Total		۴۰۰	۱۰۰		
تعاملات اجتماعی					
Group ۱	۴ ≤	۲۶۸	۶۴/۵		
Group ۲	۴ >	۱۳۲	۳۵/۵	.۵	.۰۰۲
Total		۴۰۰	۱۰۰		
خودشکوفایی					
Group ۱	۴ ≤	۲۷۰	۶۷/۵		
Group ۲	۴ >	۱۳۰	۳۲/۵	.۵	.۰۰۲
Total		۴۰۰	۱۰۰		
شرایط					
Group ۱	۴ ≤	۸۰	۲۰		
Group ۲	۴ >	۳۲۰	۸۰	.۵	.۰۰۲
Total		۴۰۰	۱۰۰		

۲- نسبت کسانی که فرضیه انگیزه‌های مذهبی، احساسی و شرایط و امکانات را به‌عنوان علت سفرشان به اماکن مذهبی تأیید کرده‌اند، به‌طور معناداری از ۵۰ درصد (نصف) پاسخ‌گویان بیشتر است. بنابراین فرضیه پذیرفته می‌شود و پاسخ‌گویان با انگیزه‌های احساسی، مذهبی و امکانات و شرایط به اماکن مذهبی سفر می‌کنند.

۱- نسبت کسانی که فرضیه انگیزه‌های فیزیکی، شناخت تاریخ و آثار باستانی منطقه، تعاملات اجتماعی، خودشکوفایی را به‌عنوان علت سفرشان به اماکن مذهبی تأیید کرده‌اند، به‌طور معناداری از ۵۰ درصد (نصف) پاسخ‌گویان کمتر است. بنابراین فرضیه صفر پذیرفته می‌شود و پاسخ‌گویان با انگیزه‌های فیزیکی شناخت تاریخ و آثار باستانی منطقه، تعاملات اجتماعی، خودشکوفایی به اماکن مذهبی سفر نمی‌کنند.



۵ نتیجه‌گیری

گردشگری مذهبی در زمره قدیمی‌ترین و پُررونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال سراسر جهان قرار دارد که دشواری‌های اقلیمی یا بدی آب‌وهوا نیز مانع آن نمی‌شود و قدمت آن، به قدمت خود فرهنگ دینی می‌رسد. مدارک و مستندات تاریخی موجود از تمدن‌های عظیم بین‌النهرین و مصر و دیگر سایر آثار و قرائن برجای‌مانده از روزگاران پیش از تاریخ، از سفرهای مذهبی هزاران نفر از انسان‌ها حکایت می‌کنند؛ به‌طوری‌که توده‌های متراکم انسانی از هزاران سال قبل به منظور انجام فرایض دینی هر رنجی را بر خود هموار می‌کردند و راهی سفرهای دور و دراز می‌شدند.

همان‌طور که براساس تئوری‌ها توضیح دادیم، گردشگران مذهبی، گردشگران فرهنگی‌ای هستند که برای زیارت اماکن، آثار و یادمان‌های مذهبی، انجام اعمال مذهبی، آموزش‌های دینی و گذراندن اوقات فراغت به مکان‌ها و مراکز مذهبی جهان سفر می‌کنند؛ درواقع زیارت و گردشگری مذهبی ریشه در باورها و اعتقادات دینی مذهبی دارد، ویژگی‌های ساختاری و کارکردی بارز آن توانسته است در متن گردشگری جهانی جای گیرد، به‌طوری‌که حوزه نفوذ آن براساس برآورد سازمان جهانی سفر و جهانگرد سراسر جهان را فراگرفته است. در این نوع از گردشگری، انگیزه اصلی زیارت اماکن مقدسه و زیارتگاه‌هاست که اقامتگاه‌ها و نوع امکانات آن به-هرحال در طول مدت اقامت تأثیر می‌نهد و نتایج به‌طورکلی حاکی از آن است که اکثریت مسافران اماکن مذهبی از سنخ گردشگر مذهبی بوده و هدف اصلی سفرشان، انگیزه‌های مذهبی، احساسی و

امکانات و شرایط اماکن مذهبی می‌باشد و زیارت به-عنوان یکی از اشکال گردشگری به نام گردشگری مذهبی در بین مردم استان مطرح می‌باشد که برای تعهدات معنوی و مذهبی، لذت، آموزش، کنجکاوی، استراحت، نوع‌دوستی و گذراندن اوقات فراغت به سفر مذهبی می‌روند و هدفشان از سفر، آزادشدن از تحمیل فشارهای روزانه زندگی و بازسازی جسم و روح می‌باشد که افزایش این گردشگران می‌تواند منجر به صنعت گردشگری مذهبی به‌عنوان صنعتی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصربه‌فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی را به خود اختصاص دهد و این مسأله در صورتی محقق می‌شود که ما شناخت لازم از انگیزه‌های مسافران اماکن مذهبی داشته باشیم تا بتوان متناسب با انگیزه‌های این افراد، بستر مناسبی برای ایجاد امکانات رفاهی و توسعه گردشگری فراهم کنیم.

حامی مالی

استانداری مازندران، معاونت توسعه و منابع انسانی.

سهم نویسندگان در پژوهش

سهم نویسندگان در نگارش مقاله برابر بوده است.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

از همه مدیران و کارشناسان محترم استانداری مازندران، اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی استان و اداره کل اوقاف و امور خیریه استان و از مردم محلی که امکان انجام تحقیق حاضر را فراهم کردند، تشکر و قدردانی می‌شود.

منابع

- Heydari, Rahim; (2008) *Tourism Industry Planning Basics*, Tehran, Samit Publications.
- Azimi Hashemi, Mezhgan; Shariati Mezinani, Saeed and Azam Kari, Faeze; (2012) Social and cultural components of a sustainable pilgrimage city studied in Mashhad, Iranian Journal of Social Studies, Volume 6, Number 3 and 4
- Ali Akbari, Esmail; (2012) *Tourism Geography of Iran*; Tehran, side.
- Graham, Alec and others (1378) *Islamic Art and Architecture*, Yaqoub Azhand, Tehran, Semit .
- Mahalati, Salahuddin; (2008) *Research during free time*, Tehran, Shahid Beheshti University.
- Menshizadeh, Rahmatullah; (2007) *within the category of tourism*; Tehran, author's message.
- Momeni, Mustafa; Sarafi, Mozafar and Ghasemi Khozani, Mohammad; (2007) The structure and function of religious-cultural tourism and the necessity of integrated management in the metropolis of Mashhad; *Journal of Geography and Development*, No. 11.
- Nahavandi, Mazim and Nemati Sayedah Fatemeh (2009), *Threats and Opportunities of Pilgrimage Tourism in Iran*, *Quarterly Journal of the Iranian Association for Cultural Studies and Artiatat*, Year 6, Number 20.
- Ambrosio; Victor; (2007) *Sacred pilgrimage and tourism as secular pilgrimage*; in *Religious tourism and pilgrimage management*; R, Raj and D, Morphet; CAB International office.
- Belhassen, Yaniv; (2007) *Evangelical tours of the holy land*; Dissertation submitted for the degree of doctor of philosophy in the university of Illinois at Urbana champaign,
- Digance, J; (2006) *Religious and secular pilgrimage; Redolent with meaning. in tourism, religion and spiritual journeys*; D, j, Timoty and D, H, Olsen, eds, Abington, MA; Routledge.
- Fleischer, A, (2000) *The tourist behind the pilgrim in the holy land*; *International journal of hospitality management*; 19.
- Graburn, N; (1989) *Tourism; The sacred journey*; in *hosts and guests; Anthropology of tourism*; VL; Smith, ed: Philadelphia University of Pennsylvania press
- Jafari; Jafar; (2000) *Encyclopedia of tourism*; Routledge.
- Lew, A, Allan; Hall, C, Michael and Williams, M, Arian; (2000) *A companion to tourism*, Blackwell Publishing.
- Liszewski. S; (2000) *Pilgrimage or religious tourism*; peregrines cracoviensis.
- Nolan, M and Nolan, S, (1992) *religious sites as tourism attraction in*



- Europe, annals of tourism research 19(1)
- Olsen, H, Daniel and Timothy, J, Dallen; (2006) Tourism and Religion journeys; in tourism, religion and spiritual journeys; D, j, Timoty and D, H, Olsen, eds, Abington, MA; Routledge.
- Pavicic, Jurica; Alfrevic, Nikisa and Batarelo, John, Vincent; (2007) The management and marketing of religion sites; pilgrimage and religious events; in Religious tourism and pilgrimage management; R, Raj and D, Morphet; CABI Head international office.
- Rinschede. Gisbert; (1992) Forms of religious tourism, Annals of tourism research, Vol19.
- Santos, M, Da, G; (2003) Religious tourism contributions towards a clarification of concepts in: Fernandes, C, Mcgettigan, F and Edwards, J; (eds); religious tourism and pilgrimage Atlas ' Special interest group; Tourism board of Leiria-Fatia, Portugal.
- Smith, V, L; (1992) Introduction: The quest in the guest; Annals
- Turner, V, W and Turner, E; (1978) Image and pilgrimage in Christian culture Columbia university press, New York.
- Vukonic, B, (1996) Tourism and religion, Pergamon/Elsevier science ltd. Tourism social science series, Oxford, UK. Travelers 's typology of religious sites in Mazandaran

