



جغرافیای گردشگری با تأکید بر گردشگری زیارتی

تألیف:

دکتر حسین غضنفرپور

عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان

دکتر ابوذر پایدار

دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس تهران

دکتر حجت‌الله شرفی

عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان

۱۳۹۲

سرشناسه	غضنفرپور، حسین، ۱۳۴۴.
عنوان و نام پدیدآور	جغرافیای گردشگری با تأکید بر گردشگری زیارتی/تألیف: دکتر حسین غضنفرپور، دکتر ابوذر پایدار، دکتر حجت الله شرفی
مشخصات نشر	نشر نور علم، ۱۳۹۲
مشخصات ظاهری	۲۸۸ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۰۳۵-۸
وضعیت فهرست‌نویسی	براساس اطلاعات فیبا (فهرست‌نویسی پیش از انتشار).
یادداشت	کتابنامه ص ۲۷۵-۲۸۸.
یادداشت	غضنفرپور، حسین، مؤلف، ۱۳۴۴.
یادداشت	پایدار، ابوذر، مؤلف، ۱۳۶۵.
یادداشت	شرفی، حجت الله، مؤلف، ۱۳۵۴.
موضوع	گردشگری -- جنبه‌های زیارتی.
موضوع	جغرافیا - گردشگری.
موضوع	زیارتگاه‌ها
رده‌بندی کنگره	۱۳، ۱۳۴، ۱۵۵ G
رده‌بندی دیویی	۳۳۸/۴۷

نشر نور علم: تهران - خ انقلاب - ۱۲ فروردین - پلاک ۲۵۹ - ط ۴ - واحد ۸ -

تلفن: ۶۶۲۰۳۶ - ۶۶۴۸۷۸۲۰

جغرافیای گردشگری با تأکید بر گردشگری زیارتی

تألیف: دکتر حسین غضنفرپور، دکتر ابوذر پایدار، دکتر حجت الله شرفی

ناشر: نور علم

شمارگان: ۵۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۲

چاپ و صحافی: الغدير

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

فروشگاه در تهران: خ انقلاب - روبروی دبیرخانه دانشگاه تهران - بین خیابان فروردین و

اردیبهشت - کتابسرای اندیشه - نشر نور علم پایگاه اینترنتی: www.nooreelm.com

موبایل کار: در صورت عدم دسترسی به کتابهای این انتشارات، از طریق تماس با شماره زیر

۰۹۱۲۳۳۳۴۲۲۹ کتابها با پست به تمام نقاط ایران ارسال می شود.

سخن مؤلفان

در گذشته، جهانگردی با اهدافی چون کشف جهان، زیارت^۱ مکانهای مقدس، تجارت و غیره انجام می‌شد. معمولاً در عمده نقاط جهان، جهانگردان با هر هدفی که اقدام به جهانگردی می‌کرده‌اند؛ خدا محور بوده، و سختی و مشقات پیش رو را در طول مسیر و در مکان مقصد نیز تحمل می‌کرده‌اند. در این میان، مکان‌های مذهبی دنیایی است که شرایط چشمگیری به وجود آورده تا افراد به لحاظ معنوی و دینی انگیزه پیدا کنند تا به سیر و سیاحت بپردازند. هر ساله میلیون‌ها نفر در نقاط مختلف جهان به زیارت می‌روند. انگیزه اصلی افراد چه پیرو یک دین رسمی باشند، چه نباشند، تا حد زیادی مبنای معنوی دارد. حجم این نوع گردشگری زیاد است و دارای سوء بسیاری می‌باد. این شکل سیر و سیاحت، به لحاظ جغرافیایی در اکثر نقاط جهان که دارای مراکز و مکان‌های مقدس هستند متداول بوده، و برای طرفداران دینی و حتی افرادی که صرفاً از روی کنجکاوی در این مکان‌ها دیدن می‌کنند، جالب است. با وجود حجم بالای گردشگری دینی در سطح جهان و رایج بودن آن، مطالب چندانی در این باب در ادبیات دینی یا گردشگری نوشته نشده است. کمی اطلاعات در مورد این نوع سفر در مقایسه با سایر اشکال گردشگری و توجه به این حیثیت که دانشمندان، رهبران دینی و مقامات متصدی مقاصد زیارتی، به توسعه مباحثی چون ماهیت گردشگری، دین، گردشگری زیارتی^۲ و گردشگری دینی علاقه زیادی دارند، باعث شد تا نگارش این کتاب انجام شود. علاقه‌ی جدی مؤلفان به گردشگری زیارتی، و همچنین زمینه‌های دینی و نظام‌های اعتقادی دینی که راهنمای انسان در زندگی روزمره هستند، دیگر محرک تألیف این کتاب می‌باشد. کتاب حاضر که سعی دارد پیوندهای جغرافیا و گردشگری بویژه گردشگری مذهبی را ارائه نماید دو هدف را دنبال می‌کند: هدف اول این است که با برجسته کردن موضوعات مفهومی، مبناهای تئوریک را که اساس تلفیق دین و گردشگری هستند مورد بررسی قرار دهد. بدین ترتیب می‌توان در خصوص افرادی که به لحاظ دینی انگیزه پیدا می‌کنند تا مکانهای خاصی را مقدس بشمارند و از آن مکان‌ها دیدن کنند، به فهمی عالمانه دست پیدا نمود. به عبارتی هدف اول

1- Pilgrim

2- Religious Tourism

کتاب حاضر، بررسی انگیزه‌ها و عناصر معنوی، اجتماعی، اقتصادی، تاریخی و سیاسی می‌باشد که پلی میان دین و گردشگری ساخته‌اند می‌باشد. هدف دوم کتاب، بررسی شهرهای مذهبی جهان، اماکن مقدس، الگوهای زیارت و سفر مذهبی، مقتضیات سفر، اعمال و سنت‌های این ادیان و مذاهب می‌باشد.

کتاب حاضر برای دانشجویان رشته‌های علوم جغرافیایی، گردشگری، مدیریت جهانگردی، و هتل‌داری در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد به عنوان منبع اصلی درس جغرافیا و گردشگری مذهبی به ارزش دو واحد درسی تهیه و تدوین شده است.

با عنایت به اینکه، نوشته غلط ندارد، از کلیه اساتید و صاحب نظران ارجمند تقاضا می‌شود با همکاری راهنمایی و پیشنهادهای خود، در جهت اصلاح کتاب حاضر و تدوین سایر آثار مورد نیاز جامعه دانشگاهی ایران، مولفان را یاری دهند.

فهرست مطالب

فصل اول: ماهیت‌شناسی گردشگری.....	۱۳
۱-۱- مقدمه.....	۱۵
۱-۲- مفهوم گردشگری.....	۱۶
۱-۳- تاریخچه گردشگری.....	۱۷
۱-۴- گردشگری پایدار.....	۱۸
۱-۵- گروه‌بندی گردشگری.....	۱۹
۱-۵-۱- براساس طایفه دوره اقامت، نیز می‌توان گردشگران را به چند گروه تقسیم نمود:.....	۲۰
۱-۵-۲- گروه‌بندی گردشگری براساس انگیزه‌های گردشگران.....	۲۱
طیف‌پذیری محصولات گردشگری.....	۳۷
۱-۶- زیارت و زائر؟ یا گردشگر مذهبی؟.....	۳۹
۱-۷- انواع گردشگری اسلامی.....	۴۲
۱-۸- گردشگری و فرهنگ اسلامی.....	۴۳
۱-۹- پیش‌نیازهای توسعه گردشگری.....	۴۵
۱-۱۰- جغرافیا، زیارت و گردشگری زیارتی.....	۴۹
۱-۱۱- نقش مذهب در شکل‌گیری و توسعه فضاهای جغرافیایی.....	۵۵
۱-۱۲- کشورهای جهان و تمایل به گردشگری زیارتی.....	۵۶
۱-۱۳- تأثیرات گردشگری زیارتی بر توسعه مکان‌های جغرافیایی.....	۵۸
۱-۱۴- آثار مثبت اقتصادی گردشگری زیارتی.....	۵۹
۱-۱۵- آثار منفی اقتصادی.....	۶۰
۱-۱۶- اکولوژی مذهبی.....	۶۱
۱-۱۷- تجاوز فرهنگی غرب به مکان‌های گردشگری زیارتی- مذهبی.....	۶۳
جمع‌بندی فصل اول.....	۶۴

فصل دوم: مبانی نظری گردشگری زیارتی..... ۶۷

۲-۱- مقدمه ۶۵

۲-۲- سفر غیرمذهبی ۶۵

۲-۳- مدرنیته، سکولار و مذهب ۶۷

۲-۴- سفر مذهبی- زیارتی ۶۸

۲-۴-۱- ویژگی‌های سفر مذهبی ۷۰

۲-۴-۲- ملاقات کنندگان مکان‌های مذهبی در ۵ گروه اصلی طبقه‌بندی

می‌شوند: ۷۰

۲-۴-۳- اشکال الگوهای سفر مذهبی ۷۱

۲-۵- زائران، گردشگران و نمونه مطلوب و ایده‌آل زیارت ۷۴

۲-۶- زیارت حج، زیارت مقابل، زیارت غربی به زیارت ۷۵

تفاوت زیارت مکه با زیارت سایر مکان‌ها ۷۵

۲-۷- نظریات تبیین‌کننده زیارت و گردشگری زیارتی ۷۶

۲-۷-۱- گردشگری از دیدگاه مدرنیسم و پست مدرنیسم ۷۷

۲-۷-۲- گردشگری تلخ ۷۸

رویکردهای گردشگری جنگ ۸۱

۳-۷-۲- تئوری‌های فرآیندی انگیزش سفر زیارتی ۸۴

۴-۷-۲- تئوری‌های محتوایی انگیزش سفر زیارتی ۸۵

۵-۷-۲- مکتب جغرافیای رفتار فضایی و تبیین پدیده زیارت ۸۶

۶-۷-۲- مکتب پراگماتیسم و گردشگری زیارتی ۸۸

۲-۸- رویکردهای مطالعه زیارت ۹۰

۲-۹- پدیده زیارت و تحقیقات آکادمیک ۹۱

۲-۱۰- ویژگی‌ها و پیامدهای گردشگری زیارتی ۹۲

جمع‌بندی ۹۹

فصل سوم: مدیریت گردشگری زیارتی با تأکید بر ایران..... ۱۰۱

۳-۱- مقدمه ۱۰۳

۳-۲- اهمیت و جایگاه گردشگری زیارتی در توسعه نواحی جغرافیایی	۱۰۳
کشور.....	۱۰۳
۳-۳- پتانسیل‌های گردشگری، و گردشگری مذهبی در ایران.....	۱۰۴
۳-۳-۱- جشنواره‌های فرهنگی - مذهبی.....	۱۰۷
۳-۳-۲- ماه مبارک رمضان، و نمایشگاه بین‌المللی قرآن کریم.....	۱۰۸
۳-۳-۳- آرامگاه‌ها و آرامستان‌ها به‌عنوان یک جاذبه عمومی گردشگری زیارتی.....	۱۰۸
۳-۳-۴- باغ‌مزارها و باغ‌های بهشتی به عنوان جاذبه‌ای سبز برای گردشگری	
زیارت.....	۱۱۰
۳-۳-۵- مراسم و هزینه به عنوان یک آفت فرهنگی، و یا یک جاذبه	
گردشگری؟.....	۱۱۲
۳-۴- مدیریت و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری زیارتی در ایران.....	۱۱۴
۳-۴-۱- جایگاه گردشگری در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور (۱۳۸۴)	
تا (۱۴۰۴).....	۱۱۶
۳-۴-۲- مدیریت اجرایی گردشگری زیارتی در ایران.....	۱۲۱
جمع بندی.....	۱۲۶
فصل چهارم: مکان‌های مقدس و گردشگری.....	۱۲۹
مقدمه.....	۱۳۱
۴-۱- مکان‌های مقدس.....	۱۳۲
۴-۲- شکل‌گیری فضای مقدس.....	۱۳۳
۴-۳- کارکردهای فضای مقدس.....	۱۳۵
۴-۴- پربازدیدترین مکان‌های مقدس زیارتی در دنیا.....	۱۳۷
۴-۵- مراکز زیارتی محلی در ایران.....	۱۴۳
۴-۶- مفهوم و جایگاه مشهد در ایران.....	۱۵۰
۴-۷- آثار و اماکن توریسم مذهبی غیر شیعی در ایران.....	۱۵۳
۴-۸- گردشگری مکان‌های سیاه.....	۱۵۶
۴-۸-۱- میراث، ارزش‌ها و گردشگری تلخ.....	۱۵۶

- ۴-۸-۲- نوستالژی و گردشگری تلخ..... ۱۵۷
- ۴-۸-۳- رسانه‌ها و گردشگری تلخ..... ۱۵۸
- ۴-۸-۴- گردشگری جنگ، مجالی برای بزرگداشت صلح..... ۱۶۰
- ۴-۸-۵- نمونه‌هایی از مقاصد و جاذبه‌های تلخ معروف در جهان..... ۱۶۰
- ۴-۸-۶- پتانسیل گردشگری جنگ در ایران..... ۱۶۴
- برخی از مهم‌ترین اماکن گردشگری تلخ در ایران..... ۱۶۷
- جمع‌بندی فصل چهارم..... ۱۶۹
- فصل پنجم: اکولوژی شهرهای مذهبی..... ۱۷۱**
- ۵-۱- مقدمه..... ۱۷۳
- ۵-۲- مکان‌های مذهبی..... ۱۷۳
- ۵-۳- اکولوژی شهرهای مذهبی..... ۱۷۴
- ۵-۴- ساختار شهرهای مذهبی اروپا..... ۱۷۵
- ۵-۴-۱- چرخه‌های تکامل شهرها و مقاصد..... ۱۷۶
- ۵-۴-۲- شهرهای مقدس مسیحی و پدیده زیارت..... ۱۷۸
- ۵-۴-۳- عناصر و اجزای شهرهای مذهبی..... ۱۸۲
- ۵-۵- مکه، الگوی شهرهای مذهبی اسلامی..... ۱۸۵
- مکه و کعبه، قبله‌گاه مسلمانان جهان..... ۱۸۶
- فستیوال قربانی کردن و زائران در شهر بهشتی مکه..... ۱۸۹
- کربلای معلی..... ۱۹۰
- مهم‌ترین مکان‌های زیارتی شهر کربلا..... ۱۹۳
- ۵-۶- گردشگری زیارتی در چین..... ۱۹۴
- ظهور پدیده زیارت در چین..... ۱۹۴
- توسعه فرهنگ بودایی و گردشگری زیارتی در تبت چین..... ۱۹۴
- ۵-۷- اکولوژی مذهبی شهر بیت‌المقدس یا اورشلیم..... ۱۹۶
- ۵-۸- زیارت و مکان‌های مقدس هند..... ۱۹۸
- ۵-۹- گردشگری زیارتی در کلیساهای کاتولیک..... ۱۹۹

۲۰۳	۵-۱۰- مراکز مقدس مسیحیان در ایران
۲۰۶	جمع بندی فصل پنجم
۲۰۷	فصل ششم: اکولوژی شهرهای مذهبی در ایران
۲۰۹	۶-۱- مقدمه
۲۰۹	۶-۲- شهر اسلامی
۲۱۰	۶-۳- برنامه ریزی و طراحی کالبدی شهر اسلامی
۲۱۲	۶-۴- عناصر ساختاری شهر مذهبی اسلامی
۲۱۳	۶-۵- شار زیارتی
۲۱۴	۶-۶- شهر پایدار
۲۱۴	۶-۷- مفهوم گردشگر بایدار
۲۱۵	۶-۸- شهر زیارتی اسلام پایدار
۲۱۶	۶-۹- اکولوژی مذهبی شهر مشهد
۲۱۷	۶-۹-۱- روند ایجاد و توسعه شهر مشهد
۲۱۸	۶-۹-۲- فرایند توسعه کالبدی فضایی حرم مطهر امام رضا(ع)
۲۲۰	۶-۹-۳- آثار زیارت و زائران در حیات اجتماعی، فرهنگی و فضایی مشهد
۲۲۵	۶-۹-۴- ساختار گردشگری مذهبی مشهد مقدس
۲۳۰	۶-۹-۶- الگوی موجود توسعه مجموعه شهری مشهد
۲۳۱	۶-۹-۷- چشم انداز توسعه و عمران مجموعه شهری و کلانشهر مشهد
۲۳۳	۶-۱۰- سازمان های مسئول توسعه گردشگری زیارتی مشهد
۲۳۵	۶-۱۱- وضعیت تامین خدمات مورد نیاز زائران در شهر مشهد
۲۴۰	۶-۱۲- کارکردهای موثر گردشگری بر رشد و توسعه فضایی شهر مشهد
۲۴۳	۶-۱۳- نقاط با ارزش شهری مشهد بلحاظ گردشگری مذهبی
۲۴۵	۶-۱۴- کلانشهر مذهبی مشهد؛ پایداری یا ناپایداری
۲۴۶	۶-۱۵- الگوی مطلوب توسعه کلانشهر زیارتی مشهد مقدس
۲۵۵	۶-۱۶- اکولوژی مذهبی شهر قم

- ۱-۱۶-۶- جغرافیای قم ۲۵۵
- ۲-۱۶-۶- بررسی تقابل ایام محرم و ساختار شهر قم و جایگاه حرم مطهر ۲۵۸
- ۳-۱۶-۶- حضرت معصومه(س) در ساختار فضایی شهر قم ۲۶۸
- ۴-۱۶-۶- مهم‌ترین عواملی که زمینه‌ساز توسعه شهر مذهبی قم می‌باشد: ۲۷۰
- ۵-۱۶-۶- الگوی توسعه شهر مذهبی قم به عنوان یک کلانشهر فرهنگی در جهان اسلام ۲۷۴
- جمع‌بندی فصل ششم ۲۷۵
- منابع و مآخذ ۲۷۵