



خوانش فرا راهبردی متن فضایی زیارت و گردشگری در شهر مشهد (با تأکید بر مدیریت شهری)

مهدي سقایی^۱، مهديس طباطبایی^۲
* / بیل mehdi.saghai@gmail.com

چکیده

این مقاله به بررسی و تحلیل متن فضایی زیارت در کلانشهر مشهد اختصاص دارد در این راستا با یک رویکرد پساساختاری منظومه زیارت در یک مقیاس کلی و هستی شناختی تبیین گردیده و متن فضایی زیارت در داخل این منظومه به عنوان معرفت شناختی فرایند زیارت مورد واسازی قرار گرفته است. تقابل دودویی زائر / مجاور بررسی شده و در تعامل این تقابل مفهوم شهر زیر / شهر مجاور مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. این بررسی‌ها نشان دهنده اخذ یک راهبرد کلی در پیوند میل توسعه زیارت و توسعه شهر، پخشایش زائران در سطح شهر و افزایش بزه زمانی اقامت در جهت بهره مندی دوسویه زائر و مجاور از پیامدهای مادی و معنوی زیارت است. چنین راهبرد در بستر سیاست‌های اجرایی در رابطه با خدمت رفاهی قابل عرضه به زائران شکل می‌گیرد که با ترسیم مدلی از حوزه های مدنظر در عرصه رفاه زائران، راهبردهای نیز در این زمینه در نتیجه گیری ارائه گردیده است

واژه‌های کلیدی: منظومه زیارت، متن فضایی، واسازی، زائر- مجاور، مشهد



^۱ - دکتری جغرافیا - پژوهشگر آزاد در مطالعات گردشگری و جغرافیای

^۲ - کارشناس ارشد معماری - پژوهشگر آزاد در برنامه ریزی و طرح ریزی فضای کالبدی





تجربه

مقوله گردشگری و گردشگری مذهبی که هم اکنون به شکل گسترده و فراگیری مدنظر است، در واقع پدیده ای تقریباً نوظهور محسوب شده که آغاز آن به اوایل قرن نوزدهم بازمی گردد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰:۱۳۵) در این بین تبارشناسی گردشگری نشان دهنده اهمیت شهرها در زمینه سفر در مقیاس مختلف می باشد. به گونه ای که می توان گردشگری و شهرنشینی را همزاد هم محسوب نمود (سقایی، ۱۳۸۱:۱۹). در واقع به دنبال آشکار شدن بازتاب های منحنی زندگی شهری، برنامه ریزی در زمینه اوقات فراغت، در صدر اولویت های شهرها قرار گرفت و این امر به زایش گردشگری شهری منجر گردید.

در جریان گردشگری شهرهایی مورد توجه گردشگران قرار می گیرد که چند جاذبه یا لااقل یکی از آن ها را همچون، وجود زیارتگاه، آثار علمی، فرهنگی و تاریخی، طبیعت زیبا و متنوع، امکانات تفریحی و اقامتی، تسهیلات ارتباطی و وجود بازارهای متنوع خرید و فروش، دارا باشند. با این وجود جریان گردشگری شهری را نمی توان تنها در وجود جاذبه ها خلاصه نمود. به گونه ای که گردشگری به عنوان یک محصول حاصل در هم تنیدگی عوامل مختلفی می باشد که هر یک در جریان گردشگری تاثیرات بسزایی دارند. علاوه بر آن شناخت گردشگری نیز در زمینه گردشگری شهری دارای اهمیت است. شناخت گردشگری در رابطه با ماهیت و الگوی فضا مندی آن کمک می کند تا در تطبیق پذیری، جریان گردشگری با مکانمندی محلی روندی رو به توسعه درونزا را بییاماید (سقایی، ۱۳۸۵:۲۳). در حالی تنها در نظر گرفتن سود آوری گردشگری بدون شناخت می تواند چالش های بسیاری را برای ساکنان محلی را شکل دهد.

در واقع گردشگری در یک کلیت اقتصادی، جریانی از حرکت به سمت اقتصاد خدماتی اطلاعاتی، عصر حاضر می باشد که در رویکردی نوین به فضاهای جغرافیایی در چارچوب سرمایه داری سازمان نیافته، تمامی عرصه های موجود را برای ادغام در چرخه مصرف، در رهیافتی از شیوه تولید پسا فوردیسم و اقتصاد نامتمرکز چند پارادایمی، پیرامون گردشگری پردازش می کند (سقایی، ۱۳۸۴:۱). این امر نشان دهنده پیچیدگی جریان گردشگری، به خصوص در شهرها به عنوان مراکز عمده گردشگری می باشد از این رو گردشگری شهری برای آنکه بتواند به تعادلی پایدار میان نیازهای شهروندان، حفظ محیط زیست همراه با ارتقاء سطح کیفیت زندگی و تجربه گردشگری دست یافته و فعالیت های گردشگری پایدار را شکل دهد به یک سیستم مدیریتی قوی نیازمند است (جون و سقایی، ۱۳۸۳:۱۱۲). در واقع مدیریت گردشگری شهری به عنوان یک وزنه تعادلی در چارچوب دستیابی به گردشگری پایدار شهری می باشد. هر گونه ناکارآمدی مدیریت گردشگری شهری بنا پیچیدگی جریان گردشگری در عصر حاضر پیامدهای منفی بسیاری را به دنبال دارد. از این رو اهمیت بررسی مدیریت گردشگری شهری با توجه به مباحث مطرح شده راهکاری مناسب برای سنجش وضعیت و پیامدهای جریان گردشگری در شهرها می باشد. توسعه زیر بناهای گردشگری سهم زیادی در تغییرات شکل و کارکرد نواحی شهر داشته و تصویر شهر تحت تاثیر انواع هتل ها و خدمات جنبی ارائه شده، قرار می گیرد. در این میان شهرهای مذهبی برای بالا بردن ظرفیت پذیری خود در زمینه گردشگری احتیاج به شناخت وضعیت موجود و برآورد الزامات و





ضرورت‌های گردشگری پذیری در افق آینده می‌باشند که این خود تحلیل و بررسی متن فضایی گردشگری و زیارت را در چارچوب نگرشی فرا راهبردی برای توسعه و ساماندهی گردشگری مذهبی و زیارت در هر شهر ضروری می‌سازد. شهر مشهد در بخش وسطی دشت مشهد، جزو حوضه آبریز کشف‌رود از جمله زیرحوضه‌های کویر قره‌قوم است. این دشت با وسعتی حدود ۱۶۵۰۰ کیلومتر مربع (حدود ۵۰۰۰ کیلومتر مربع دشت و بقیه ارتفاعات است) از شمال به خط‌الرأس ارتفاعات هزار مسجد، از جنوب به خط‌الرأس ارتفاعات بینالود (بلندترین قله بینالود حدود ۳۳۰۰ متر ارتفاع از سطح دریا دارد) محدود می‌شود (ولایتی، ۱۳۷۰:۵۳). این شهر مشتمل ۱۳ منطقه به مساحت ۲۲۰۸۱/۶ هکتار در سال ۱۳۸۹ بوده است (شهرداری مشهد، ۱۳۹۰). علت وجودی اولیه شهر مشهد، وجود بارگاه ملکوتی امام رضا (ع) در قلب شهر می‌باشد. چنانکه بارتولد در این زمینه آورده است «... شهر مشهد در اطراف مقبره امام علی بن موسی الرضا (ع) که در قریه سنبلاد چهار فرسخی طوس جنب قبر هارون الرشید مدفون است، ایجاد گردید» (بارتولد، ۱۳۰۸، ۱۶۰). اصطخری اولین کسی است که در قرن چهارم قمری، مدفن امام رضا (ع) را مشهد نامیده است. وی در کتاب مسالک و ممالک آورده است «... اگر طوس را در شمار، نشابور گیریم شهرهای طوس این است: رلاکان، طابران، بزدغور، نوقان، کی مشهد علی بن موسی الرضا رضوان الله علیهما و گور هارون الرشید آن جاست در چهار فرسنگی شهر...» (اصطخری، ۱۳۴۰، ۲۰۵). وجود زیرساخت‌های نسبتاً مطلوب طبیعی مانند خاک حاصلخیز، منابع آب جاری و زیرزمینی (جاری بودن کشف رود و شعبات آن) در این منطقه از جمله علل وجودی ثانویه شهر مشهد می‌باشد که توانسته این شهر را در حال حاضر به عنوان دومین کلان شهر کشور معرفی نماید و بیشتر از دو میلیون نفر را در خود جای دهد که به نوبه خود دلالت بر مساعدت زیرساخت‌های محیطی این شهر دارد. بنابر این علل اولیه وجودی و نیز هسته اولیه شهر متأثر از اماکن مقدسه و اهمیت گردشگری مذهبی زیارتی در شکل‌گیری و رشد و توسعه شهر دارد. بدین علت کلانشهر مشهد، به عنوان یک کلانشهر مذهبی سالانه پذیرای نوزده میلیون نفر زائر و گردشگر است (سقایی، ۱۳۹۰) و نه تنها قطب اول گردشگر مذهبی کشور محسوب می‌شود بلکه جایگاهی بالا در میان کلانشهرهای مذهبی جهان دارد.^۳

با این وجود تنها ورود این تعداد از گردشگران و زائران نمی‌تواند نشان دهنده معنویت باشد بلکه همانگونه که بیان شد چگونگی میزبانی و کیفیت تجربه سفر در این امر اهمیت اسلسی دارند در واقع در جریان زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد در کنش زائر و مجلور متن فضایی شکل می‌گیرد که در رابطه با این کنش تولید می‌شود. متن فضایی زیارت و گردشگری مذهبی در کلان شهر مشهد در تقابل دو دویی میزبان گردشگر و تفکیک زائر و گردشگر می‌تواند در خلق راهبردهای موثر پیرامون تعامل و تبادل همراه با ترمیم گسست‌ها میزبان گردشگر بسیار راهگشا باشد. زیرا در یک سوی جامعه مهمان در کلان شهر مشهد زائرانی وجود دارند که در کنش پذیری با جامعه میزبان دارای ویژگی‌ها و نیازمندی‌های خاص خود می‌باشند که در روندی از تعامل و گسست با جامعه میزبان تبلور می‌یابد و این خود راهبردی ویژه

^۳ - وارد این بحث نمی‌شوم که کلانشهر مشهد چندمین کلانشهر مذهبی جهان است که این خود بحثی جداگانه و مفصل می‌تولد.





را در ساماندهی این زائران می‌طلبد. این امر بدیهی است که زائران در چارچوب انگیزش‌های مذهبی خود در روندی از پذیرش مراسم و نیازهای مذهبی همواره جریان سفر به این کلان شهر را شکل می‌دهند و در تبلور عینی آن می‌توان جریان پیوسته زیارت را در طول سال برشمرد. در این میان انبوه‌ای از زائران در مناسبت‌های مذهبی و ایام تعطیلات تراکم زائران را به خصوص در شهر مشهد رقم می‌زند. از این رو خوانش فراراهبردی^۴ متن فضایی زیارت و گردشگری در شکل دادن به راهبردهای مدنظر برای زائران و مجاوران در اولویت می‌باشد.

متن فضایی زیارت در مشهد

«زیارت» عبارت است از نیت و اقدام به انجام منسک مذهبی ماثور در مکان مقدس به قصد تقرب، طلب حوائج، تشفی صدور و تبدیل احوال. پیداست که این امر والا یا مستقیماً در حرم مطهر صورت می‌پذیرد یا متوجه به آن مکان مقدس است. زائر برای آنکه پای در این مرحله بگذارد و از آن بهره کافی ببرد باید پشتیبانی شود و این پشتیبانی در دو سامانه دیگر (به لحاظ کمی و کالبدی کلان‌تر) انجام می‌شود

شکل ۱ مراحل زیارت



«متن زیارت» محیط کنش میان زائران و مجاوران است. از همین تعریف پیداست که در این مطالعات (و همچنین احتمالاً در مطالعات شهرسازی و معماری) منظور از مجاوران نه تمامی شهروندان مشهد، بلکه آن گروهی از ایشان است که با حضور در متن فضایی زیارت و با مشارکت در تقویت جاذبه‌ها، تسهیل دسترسی، تامین زیرساخت، عرضه خدمات

^۴ فراراهبردی در اینجا ناظر است به ارتباط‌های ریزوم وار بین منظومه زیارت در ابعاد جهانی و متن فضایی زیارت در ابعاد منطقه ای به گونه ای باز ساخت مفهوم فرایند است در جریان زیارت و استناد دارد به این امر که هر انسانی که آغاز کند به اقدام سفر به مشهد برای زیارت در این منظومه زیارت قرار می‌گیرد و لزامات آن یک نگرش فراراهبردی است.



میزبانی و حضور در عناصر منادی و سازمانی با زایران به کنش می‌پردازند. زیارت در راستای هویت هستی جوامع سنتی، یکی از شیوه‌های بافتمند از انگیزه‌های در هم‌بافته‌ای از تقابل‌ها و تخالف‌ها است که از تضادها و تفاهم‌های بین مفاهیم و دل‌های فضای سنتی برخاسته و تبلور عینی یافته است. در واقع زیارت بازتابش فضایی انگیزه‌های دینی در پرتو سنت، رویکرد به جهان زیست‌های کوچک مقیاس را می‌آغازد و در فراگشت تاریخی خود در روندی از نوآوری‌های تکنولوژیکی و مدیریت برآمده از دانش و قدرت حاکم بر نظام گفتمانی، مقیاس وسیع می‌یابد و اکتشافات بسیاری را از «بودها» به عمل می‌آورد با این وجود در کشاکش تذکر ناشی از سنت باز می‌تند تا بعد از آن پیش برنده امر اقتصادی باشد. در واقع زیارت رنج سفر بردن، شناختی از ناشناخته‌های معنوی و گسترش دامنه آگاهی در افق‌های اسطوره‌های دین شناسانه (دین باوری) و ماوراءالطبیعه است (سقایی و جهان تیغ، ۱۳۹۰). تحقیقاتی که در مورد زیارت و گردشگری در ابعاد مختلف انجام گرفته است نشان دهنده فرایندی از ترکیب زیارت و گردشگری به خصوص از در عصر مدرنیته و پسامدرن می‌باشند. ولی برخی اصول بنیادی در این دو پدیده وجود دارد که همتنیدگی کامل این دو را ناممکن می‌سازد. به عنوان مثال می‌توان به اعتقادات دینی اشاره نمود که از این منظر در پدیده زیارت هدف اصلی و غایی محسوب شده ولی در گردشگری انگیزه‌ای در کنار دیگر انگیزه‌ها می‌باشد. زیارت حول مکن مذهبی شکل می‌گیرد ولی گردشگری علاوه بر مکان مذهبی، بازدید از دیگر جاذبه‌ها را نیز در دستور کار خود دارد. در این راستا می‌توان با در نظر گرفتن درصد همپوشی دو پدیده زیارت و گردشگری در مکان‌های مذهبی و بازدید از مراسم مذهبی، به گونه‌ای از گردشگری پرداخت که می‌توان بر آن را «گردشگری مذهبی» نامید. در این راستا هرچند گردشگری مذهبی به عنوان یک گونه گردشگری مطرح می‌شود ولی خود می‌تواند تیپولوژی‌های متفاوتی داشته باشد. از این رو مفهومی گسترده تر را می‌بایست مطرح نمود که در برگیرنده تمامی مفاهیم مورد نظر بوده و تداعی گر پوشش حداکثری مابین زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد باشد. از این منظر می‌توان از منظومه زیارت نام برد و در تبیین آن بستری را برای خوانش فرا راهبردی متن فضایی زیارت و کشگری زائر و مجاور فراهم آورد.

منظومه زیارت اصطلاحی است که برای اطلاق به تمامی فرایندها (رویدادها و پدیده‌ها) منتهی به متن زیارت یا منتج از آن ابداع شده است. نقطه آغاز این منظومه همان گونه که در ادبیات مردمی به روشنی و تکرار دلنشین بیان می‌شود؛ طلب حضرت امام رضا (ع) است، که به لطف ابتدایی (همانند ابتدا به سلام) استحقاق نیت را به زایر بالقوه می‌بخشد. زمینه ساز و تسهیل گر این طلب قرار گیری متن زیارت در مریا و مسامع اهل زیارت است تا مابین رفاه زایر بر **زیارت** متمرکز می‌شود، «**منظومه زیارت**» یا نظام بخشی می‌کند، و از این طریق پشتیبان **زیارت** مطلوب است.





دیگر نیازی به واژه سازی‌هایی از قبیل زایر - گردشگر یا توسل به واژه سازی‌های دیگران از قبیل گردشگری مذهبی نمی‌باشد، هر چند که اشکالی هم در کاربرد آن‌ها نیست. لیکن می‌باید هوشیار بود که کاربرد واژه ما را در تنگای تعاریف خارج از «منظومه زیارت» گرفتار نکند.

شهر زایر - سیطور

شهر مشهد کلان شهری (یا حتی جهان شهری) است با بیش از ۲/۵ میلیون نفر جمعیت، و بیش از ۲۷ هزار هکتار مساحت (شهرداری مشهد، ۱۳۹۰). پیداست که مشتا پیدایش این شهر تا حد زیادی متکی بر وجود مرقد مطهر حضرت رضا (ع) است، و البته تخلیه تاریخی شهر توس در اثر حمله مغول و کوچ توس نشینان محصور در ناامنی به این شهر و سپس حوادث روزگار نادری و نزدیک‌تر به زمان حاضر کوچ جنگ زدگان جنوب در آغاز جنگ تحمیلی نیز در تغییر بافت جمعیتی و سپس نگرش اجتماعی شهر موثر بوده است. از دیرباز گروهی از اقلیت‌های دینی (مسیحیان و یهودیان) و همچنین اهل سنت در مشهد زندگی و کسب و کار می‌کرده‌اند، و از جانب شیعیان متحمل آزار و اهانتی نبوده‌اند. این امور به همراه مشاهده وضع کنونی شهر مشهد و جهشی که پیش بینی می‌شود، به لحاظ توسعه پروژه‌های گردشگری، تجاری و خدماتی در سال‌های آتی در شهر روی خواهد داد، نشانگر آن است که نمی‌توان کل وسعت شهری را **شهر زایر** نامید. بخشی از شهر در پهنه غربی آن همانند سایر شهرهای ایران زندگی خود را دارد، هر چند از برکت وجود زایران رضوی منتعم است. بنابراین تعیین محدوده‌ای کالبدی (هر چند نه به صورت حلقه، بلکه به شکل ستاره‌ای به همراه کانون‌های نا پیوسته) برای **شهر زایر - سیطور** (یعنی محل بروز متن زیارت و کنش اجتماعی پدید آورنده آن) ضروری است. این امر به لحاظ کالبدی می‌بایست در مطالعات شهرسازی و معماری، به ویژه در فرآیند طرح‌های جدید جامع و تفصیلی در دست تهیه و تصویب شهر، صورت می‌پذیرفت. لیکن در اینجا لازم است این محدوده به لحاظ اجتماعی تعریف شود:

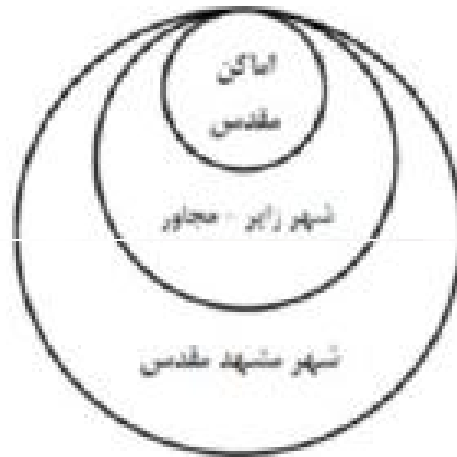
شهر زایر - سیطور آن بخشی از شهر است که با حضور زایران حیات می‌یابد و کنش اجتماعی غالب در آن، همانا متن زیارت یا کنش میان زایران و مجلوران است. عرضه خدمات اقامت، خرید و بازارگردی، عرضه خدمات پذیرایی، بهداشت و سلامت و سایر عرصه‌ها در حوزه این کنش قرار می‌گیرد و البته پیداست که این محدوده در زمان‌های مختلف (بر حسب آهنگ زیارت و تقویم زیارت - رجوع شود به فصل دوم) فشرده و گسترده می‌شود. قبض و بسط اجتماعی و کالبدی **شهر زایر - سیطور** هم موجب تزریق حیات ناشی از زیارت به سایر حوزه‌های شهری و هم شرط لازم توانمندسازی شهری به منظور عرضه خدمات کافی به زایران است. **تأمین رضایران** لازم می‌آورد که **اوج** حوزه شهر زایر - مجاور تا حد امکان گسترش یابد و سایر مناطق شهر نیز بر اساس راهبردهای ناشی از مجاورت با این حوزه اصلی و کانونی، اصلاح ساختار شود. **تأمین** در مجاورت حرم مطهر رضوی و با اصلاح بنیادی طرح‌های نوسازی و بهسازی که در آن‌ها توجه کامل و درستی به اهمیت و ارزش زیارت نشده است، اقدام به احداث مراکز عظیم،





متنوع و جذاب فرهنگی و آموزشی بشود. بدین ترتیب احداث پروژه های اقلیتی و تجاری یا در پیوند با این مراکز معنا می یابد یا به حلقه های بیرونی تر شهر زائر - مجاور منتقل می شود. در این تعریف نکته دیگری نیز قابل توجه است و آن اینکه؛ به هر شهروند ساکن مشهد مجاور نمی توان گفت. اجابت دعای روزنی **المجاورہ علیہم** در زیارت جمعه کبیره، به معنای کسب توفیق کنش معنادار در قالب خدمتگذار به زائران بارگاه رضوی است.

شکل ۲ شهر زائر - مجاور



بطور کلی و با توجه به مباحث مطرح شده می توان «شهر زائر» را به صورت زیر تعریف نمود: «شهر زائر عبارت است از مسیرهای منتهی به حرم مطهر و بافت های شهری حاشیه آن به همراه فضای شهری مربوط به این مسیرها که خدمات مورد نیاز زائرین در آن دارای ضریب تراکم بالایی می باشد. این مناطق به واسطه تردد و اقامت زائران بارگاه ملکوتی امام رضا (ع) نسبت به سایر نقاط شهری از امتیازات ویژه ای برخوردار خواهد شد. توسعه مدنظر در این محدوده توسعه گردشگری {و زیارت} بوده که در رابطه کارکرد گردشگری {و زیارت} کلان شهر مشهد شکل گرفته و هدف پویایی و رشد بیشتر اقتصاد شهری این کلان شهر را دنبال می کند. «مافی و سقایی، ۱۳۸۸: ۱۷».



خوانایی سخن فناوری زیارت و گردشگری مشهد

مهم‌ترین اصل در شهرهای که زیارت و گردشگری در آن جریان دارد و این جریان به صورت مداوم در طی سال برقرار بوده توجه به امر ساماندهی زیارت و گردشگری برای بنیان سازی توسعه زیارت و گردشگری است. در واقع ساماندهی زیارت و گردشگری از آنجا در برگیرنده پرداختن به امر واقع زیارت و گردشگری (یا به عبارت دیگر، آنچه هست گردشگری) می‌باشد رویکرد منسب برنامه ریزی و توسعه زیارت و گردشگری در یک شهر محسوب می‌شود. ساماندهی زیارت و گردشگری در یک را مستقیم با امر توسعه که ناشی از برنامه ریزی است قرار گرفته که همپوشی سه جزء مدیریت شهری، فضای شهری و مجاوران (میزبان) را در برمی گیرد و در رویکردی به توسعه توجه به زائران و گردشگران نیز به عنوان یک جزء اصلی مطرح می‌شود.

از این رو اولویت اول زیارت و ساماندهی گردشگری در یک شهر، شناخت مشخصات و ویژگی‌های زائران و گردشگران را در یک مکان زیارتی در برمی گیرد که با تاکید بر سنجش وضعیت موجود پیرامون قابلیت‌ها و تطبیق پذیری آن با خواست زائران و گردشگران در رابطه با انگیزه اصلی سفر این گردشگران، بستری را فراهم می‌آورد که روند برنامه ریزی برای توسعه را تسهیل می‌کند. به گونه ای که طریق ساماندهی می‌تواند در زمینه های اصلی توسعه زیارت و گردشگری پایدار را پیرامون رشد آهسته زیارت و گردشگری، ظرفیت یابی تعداد زائران و گردشگران، تعیین نوع مناسب توسعه زیارت و گردشگری، مشارکت مردم محلی و چگونگی ارتباط و همکاری با سایر بخش‌های اقتصادی مشخص سازد. بر این مبنا ساماندهی زیارت و گردشگری سبب می‌شود برنامه ریزی زیارت و گردشگری تنها به فرمول در آوردن برای آینده نباشد بلکه چگونگی انجام آن را نیز به صورتی بدون آسیب در برگیرد. در این بین ذکر این نکته ضروری است که تفاوتی بنیادین مابین ساماندهی و سازماندهی زیارت و گردشگری وجود داشته که ناشی از ماهیت عرضه محصول زیارت و گردشگری به بازار تقاضای زیارت و گردشگری می‌باشد. با یک مثال می‌توان این امر را بهتر تبیین نمود. یک مقصد زیارتی و گردشگری را مدنظر قرار دهید که محصول زیارت و گردشگری^۵ برای عرضه هنوز مهیا نشده است در این مقصد ما با سازماندهی زیارت و گردشگری روبرو هستیم ولی هنگامی که در یک مقصد جریان زیارت و گردشگری شکل گرفته و محصول زیارت و گردشگری (کامل یا ناقص) به بازار تقاضای زیارت و گردشگری ارائه شده است در این وضعیت ما به ساماندهی زیارت و گردشگری نیازمند هستیم.

اما کلانشهر مشهد که به عنوان یک مقصد گردشگری مذهبی سالیان بسیاری است که پذیرای جریان زیارت و گردشگری می‌باشد. جریان زیارت و گردشگری در مشهد از آنجا که بر انگیزه مذهبی استوار است از جریان فصلی گردشگری تبعیت نمی‌کند هرچند فرود و فرازهایی دارد ولی در طول سال پذیرای زائران و گردشگرانی می‌باشد که با انگیزه مذهبی به این کلانشهر سفر می‌کنند.

^۵ - منظور از محصول گردشگری عبارت از پنج جز جاذبه، دسترسی، امکانات و تسهیلات زیربنایی، خدمات مهمان نوازی و عناصر نهایی و سازمانی می‌باشد که ترکیب آنها محصول گردشگری را برای عرضه به بازار گردشگری مهیا می‌کند.





به طوری که می‌توان بیان داشت ساماندهی زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد وابسته به جریانی دوسویه است که در یک سوی آن شناخت زیارت و گردشگری و تقاضاهای موجود در بازار آن و در سوی دیگر درک و سنجشی ژرفا نگر پیرامون محصول زیارت و گردشگری در این کلانشهر قرار دارد. ساماندهی زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد سبب آن می‌شود که در دو بعد فوق الذکر چون کاتالیزوری سریع عمل نماید و راهکارهای عملی برای آن‌ها فراهم آورد و سبب آن گردد که نه تنها بهره مندی ساکنان محلی را از مزایای زیارت و گردشگری امکان پذیر نماید بلکه کیفیت تجربه زیارت و گردشگری مذهبی را نیز افزایش دهد. البته این نکته را نیز باید ذکر نمود که ساختار زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد در برگیرنده عوامل ثانویه ای می‌باشد که می‌تواند انگیزه بیشتری را برای تقاضای زیارت و گردشگری مذهبی در این کلانشهر فراهم آورد. از این رو اگر بتوان اولییتی برای ساماندهی زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد ذکر نمود شناخت دقیق و مبتنی بر یک نگرش تئوریک منسب از ساختار زیارت و گردشگری مذهبی بوده که از اجزا مختلفی صورتبندی شده است. هر یک از این اجزا در راستای عملکرد خود ارتباطی ساختاری با هم دارند که ساماندهی زیارت و گردشگری ضروری می‌سازد که ساختارهای مربوطه از هم واسازی شده و تا در پایان در کنار هم تجدید ساختار گردند و استراتژی و راهکارهای مبتنی بر آن در راستای توسعه زیارت و گردشگری و پایداری آن در کلانشهر مشهد بازساخته شود.

تیپولوژی زیارت و گردشگری در شهر مشهد

جریان زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد و در نظر گرفتن این نکته که سفرهای زیارتی به این کلانشهر از حالت تک انگیزه ای (بر پایه زیارت) به چند انگیزه ای (با اولویت زیارت) تغییر یافته است می‌توان سه تیپ را بازشناخت که در یک روند خطی قابل بحث می‌باشند. این سه تیپ عبارتند از زائر، گردشگر زائر و گردشگری مذهبی. شکل ۴ روند خطی تیپولوژی جریان زیارت و گردشگری را در کلانشهر مشهد نشان می‌دهد.

شکل ۴: تیپولوژی زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد



همانگونه که بیان شد اولین تیپ جریان زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد، زائر است که در برگیرنده ویژگی‌های منحصر به خود بوده و بیشتر از هم وابسته به مکان مذهبی بوده و شعاع عملکردی آن نزدیک‌ترین مکان به حرم مطهر و بیشترین زمان ممکن را به زیارت اختصاص می‌دهد. هدف غایی فقط در زیارت خلاصه می‌شود و تنها انگیزه است.



دومین تیپ جریان زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد، **گردشگری زائر**^۶ است که الگوهای رفتاری خاصی را در برمی گیرد. هرچند انگیزه زیارت انگیزه اصلی می باشد ولی در کنار آن انگیزه های دیگری همچون خرید و بازدید از بازارها و مکان های تجاری نیز وجود دارد و بیشترین وقت خود را به زیارت اختصاص می دهد ولی ساعاتی از زمان های شبانه روز را به دیگر انگیزه ها اختصاص می دهد. این تیپ از گردشگران در کلانشهر مشهد از اکثریت برخوردار هستند. سومین تیپ، **گردشگری مذهبی**^۷ است که علاوه بر زیارت، تمایل به بازدید از دیگر جاذبه های گردشگری موجود را دارا بوده و از نظر اقلیت بیشتر تمایل به اقامت های دارد که با توجه به هزینه حداکثر خدمات را کسب نماید. به پیرامون شهر سفر می کند و از جاذبه های پیراشهری بازدید می کند و شناخت کافی از جاذبه های معروف گردشگری شهر مشهد برخوردار می باشند. هر یک از این تیپ های زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد ویژگی های مرتبط با خود را دارا بوده که این ویژگی ها به اختصار در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱ ویژگی های تیپ های زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد^۸

تیپ زیارت و گردشگری	شماره انگیزه	انگیزه	انگیزه	انگیزه
دانش	۳	زیارت	۱	انگیزه ۲ مکان
زائر گردشگری	۸	زیارت	۱	انگیزه ۲ مکان
گردشگر مذهبی	۱۱	زیارت	۱	انگیزه ۲ مکان

بطور کلی تیپولوژی معرفی شده از جریان گردشگری و زیارت در کلانشهر مشهد شمای کلی از وضعیت موجود را نشان می دهد که هر یک از این تیپ های گردشگری موجود در کلانشهر مشهد نیازمند شناخت بوده تا ویژگی ها و مشخصات معلوم گردیده و فرایند جذب و گسترش آن ها مشخص گردد. تیپ مطلوب را در رابطه با گردشگری در کلانشهر مشهد می توان پیرامون گردشگری مذهبی بازجست ولی چگونگی گذار از تیپ ها موجود و رسیدن به گردشگری مذهبی پایدار

^۶ - این نامگذاری از آن رو است که مسافری که با انگیزه های مختلف با اولویت زیارت به شهر مشهد سفر می کند تنها به زیارت نمی پردازد بلکه علاوه بر زیارت در جهت سیاحت و به طور کلی دیگر انگیزه های سفر اقدام می کند. زائر - گردشگر برگرفته از همپوشی های بینایی مابین زیارت و گردشگری است. که می توان به این جمله هریسون استناد کرد که «یک زائر نیمی از یک گردشگری اگر یک گردشگری نیمی از یک زائر باشد» در این گونه انگیزه زیارت اولویت دارد ولی سفر تک منظوره نیست بلکه چندمنظوره است.

^۷ - در گردشگری مذهبی، سفر با انگیزه های چندگانه صورت می گیرد که زیارت یکی از انگیزه ها بوده و انگیزه ها نسبت به هم دارای اولویت نیستند.

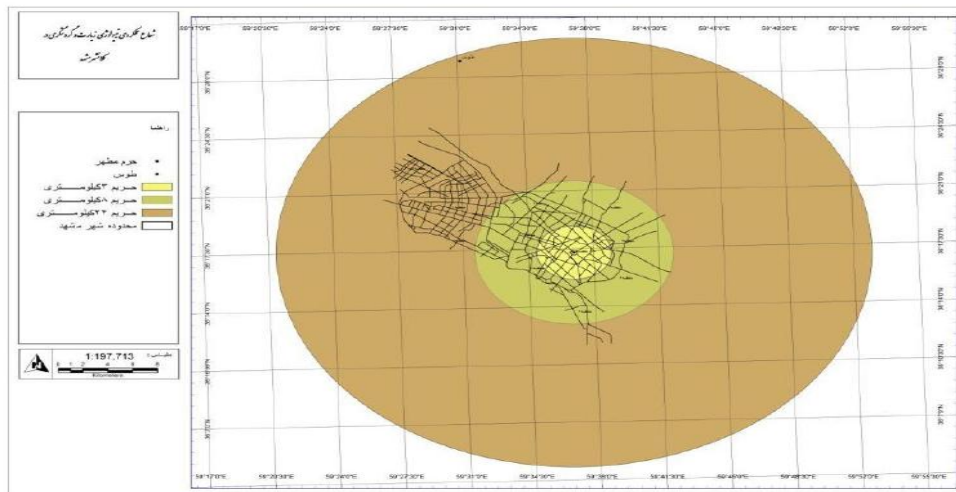
^۸ - ماخذ از نتایج به دست آمده پایان نامه زیر

- سقایی، مهدی (۱۳۸۸): واسازی متن فضایی گردشگری در روستاهای پیرامون کلانشهرها (طالعه موردی: کلانشهر مشهد)، دپایان نامه دکتری (Ph.D)، دانشگاه فردوسی مشهد



نیازمند استراتژی و بررسی دقیق تر می باشد. که این امر می تواند با تعریف شاخص های خاصی همچون شعاع عملکردی، هزینه، ضریب ماندگاری و ... مشخص نمود. مهم ترین و ضروری ترین راهکار در این زمینه تفکیک فضایی گردشگری در کلانشهر مشهد و مشخص نمودن و بررسی بخش های تجارت گردشگری (TBD) در این کلانشهر می باشد. در این رابطه نقش انگیزه خرید و همچنین انگیزه خرید/ بازدید نیز دارای اهمیت اساسی در شعاع عملکردی این تیپولوژی از زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد می باشد. آنچه در این بین از نتایج می توان برداشت کرد اهمیت جایگاه خدمات تجاری در اقتصاد زیارت کلانشهر مشهد است به گونه ای که طبق یک تحقیق صورت گرفته هدف سوم ۸۰ درصد از افرادی که به مشهد سفر می کنند خرید بیان نموده است (آمایش طوس، ۱۳۸۷: ۵). این امر نشان دهنده میل به خرید در بین زائران در کنار زیارت است و بیان کننده جایگاه بازار در اقتصاد زیارت شهر مشهد دارد که خود بنیان های کارکردی شهر مشهد را نشان می دهد که بر مبنای اقتصادی سوداگر شکل گرفته و موجودیت اقتصادی آن در تجارت مابین گردشگر میزبان نهفته است (مافی و سقایی، ۱۳۸۹). در این راستا نقشه شماره ۲ شعاع عملکردی سه تیپ شناسایی شده در جریان زیارت و گردشگری شهر مشهد را نشان می دهد.

نقشه ۱ شعاع عملکردی (حریم) تیپ های زیارت و گردشگری در کلانشهر مشهد

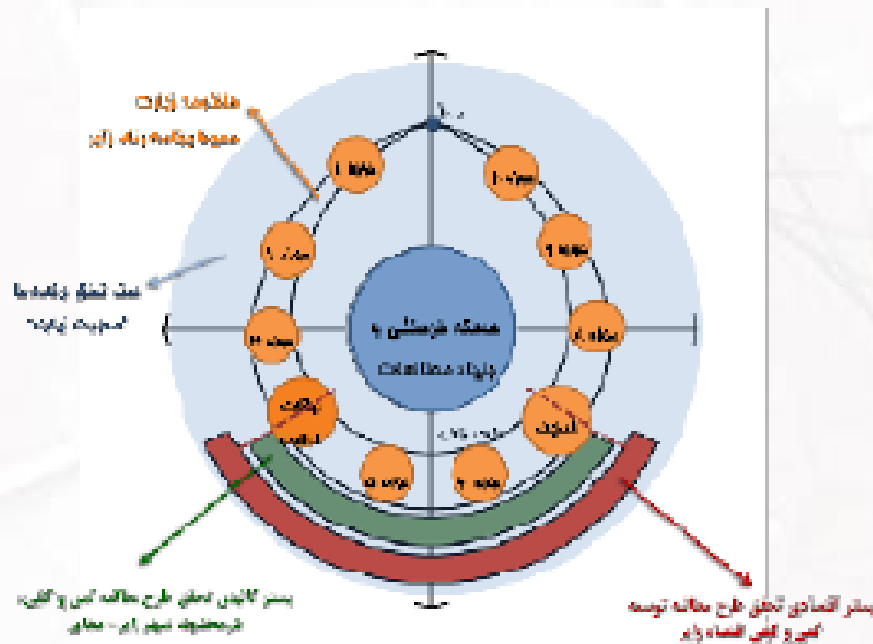




نتیجه گیری

گردشگری در کلان شهر مشهد در برگیرنده تبلوری دیگر از نابسامانی‌ها می‌باشد در این میان در پردازش گردشگری رویکرد به شناسایی قیاس پذیری گردشگر و زائر از اهمیت لسانی برخوردار است که در تبلور عینی خود ویژگی‌های خاص خود را شکل می‌دهند هرچند زائران در کمیت آماری بسیار بیشتر از گردشگران می‌باشند ولی در قیاس توانمندی اقتصادی در سطوح پایین‌تر قرار دارند. گردشگری در کلان شهر مشهد هرچند از نظر تعدد می‌تواند وضعیت بهتری را نسبت به دیگر شهرهای را نشان دهد ولی دستخوش همان مشکلاتی است

شکل ۳. خواش من فضایی زیارت و گردشگری مشهد



که گردشگری در کشور با آن دست به گریبان است در تبلور عینی گردشگری در کلان شهر مشهد می‌توان به عدم توجه به فراهم آوردن انتظارات گردشگران اشاره کرد که این خود از یک سو می‌تواند از عدم تفکیک گردشگر و زائر نشی شود که انتظارات دو سویه را در یک حد برآورد می‌کند. در این میان عدم طبقه بندی گردشگران در سطوح توانمندی اقتصادی نیز یکی دیگر از مشکلات گردشگری در کلان شهر مشهد می‌باشد. عدم این سطح بندی که باید بر پایه قدرت خرید در بازارهای گردشگری شکل گیرد، رویکرد به جذب گردشگر را با انگیزه های مختلف از بازارهای با



قدرت خرید بالا منحرف می کند به گونه ای که گردشگری در زمینه های سطوح پایینی اکثریت گردشگران کلان شهر مشهدرا تشکیل می دهد. علاوه بر آن ظرفیت سازی گردشگری نیز در این میان نادیده گرفته می شود. در این رابطه شکل ۵ نشان دهنده مدل مفهومی خوانش متن فضایی زیارت و گردشگری مشهد است با توجه به بررسی نابسامانی ها در دویعد جریان زیارت و گردشگری در کلان شهر مشهد رویکرد به نشانه یابی راهبردها، چارچوبی از استراتژی هایی را فراهم می آورد که بر پایه آنها می توان روند توسعه را پیرامون گردشگری در کلان شهر مشهد شکل داد. در این میان توجه به تفکیک دو جریان بازدید کنندگان از کلان شهر مشهد می تواند هر یک راهبرد منحصر به خود را سبب شود. در زمینه زائران وجود تدلوم دار آن ها در طول سال رویکرد به این جریان با توجه به نابسامانی ها، بر این پایه قرار می دهد که زمینه اخذ راهبردی برای بهینه سازی این جریان مداوم مهیا گردد. در این زمینه مهم ترین راهبرد می تواند ساماندهی به جریان زیارت و پخشایش آن در سطح شهر برای کاستن از ازدحام زائران در یک مکان و نیز بهره مندی ساکنان دیگر مناطق کلان شهر مشهد از درآمد و اشتغال حاصل از این جریان باشد. اما در زمینه زیارت و گردشگری وجود یکسری روند غیر ممتد از جریان گردشگری در این کلان شهر و با توجه به سود اقتصادی بالا در زمینه جذب زائر و گردشگر، راهبرد مدنظر می تواند بر پایه جذب گردشگر از بازارهای گردشگری با قدرت خرید بالا شکل گیرد که پیرامون عرضه برای پلسخگویی به تقاضای گردشگری با شناخت پیشینی از این تقاضاها حاصل می شود. در این بین تأمین نیازهای اقلمتی، معیشتی، خدماتی و امنیت حجم انبوه زائران وارد شده به شهر مشهد یکی از اصلی ترین دغدغه ها و دل نگرانی های مدیریت شهر مشهد و به ویژه شهرداری مشهد می باشد (مافی و سقایی، ۱۳۸۸: ۳۹). در این راستا احکام راهبردی زیر را می توان در جهت رفاه زائران و گردشگران کلانشهر مشهد مدنظر قرار داد :

- ❖ تامین رفاه زائران ابزار برای تکریم زائران در جهت تحقق هدف نهایی یعنی زیارت مطلوب است، و خود به تنهایی موضوعیت غایی ندارد.
- ❖ تامین رفاه زائران تنها در شهر توسعه یافته میزبان امکان پذیر است، و بی بهره گی شهر مشهد از منابع ملی مورد نیاز برای توسعه، این امر را مخدوش می سازد
- ❖ تامین رفاه زائران در «منظومه زیارت» و تمامی مراحل آن و با تمرکز بر «متن زیارت» برنامه ریزی می شود، و از «زیارت مطلوب» پشتیبانی می کند.





منابع و مآخذ

- اصطخری، ابولسحاق ابراهیم (۱۳۴۰): مسالک و ممالک، به اهتمام ایرج افشار، انتشارات بنگاه ترجمه کتاب، تهران
- آمایش طوس (۱۳۸۷): داده های طرح بررسی اثرات اقتصادی حضور زائرین و گردشگران در مشهد مقدس، شهرداری مشهد، خلاصه طرح پژوهشی
- بارتولد، و (۱۳۰۸): تذکره جغرافیای تاریخی ایران، ترجمه حمزه سردادور، انتشارات توس، چاپ دوم
- پاپلی یزدی، محمد حسین و مهدی سقایی (۱۳۹۰): گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران، چاپ ششم
- جوان، جعفر و مهدی سقایی (۱۳۸۳): نقش گردشگری روستایی در توسعه منطقه ای (با تاکید بر مدیریت روستایی)، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، دانشگاه فردوسی مشهد، شماره ۲
- سقایی، مهدی (۱۳۸۱): شهرهای ساحلی و گردشگری دریایی، مجله شهرداری ها، شماره ۳۸
- سقایی، مهدی (۱۳۸۸): واسازی متن فضایی گردشگری در روستاهای پیرامون کلانشهرها (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)، پایان نامه دکتری (Ph.D)، دانشگاه فردوسی مشهد
- سقایی، مهدی (۱۳۹۰): بررسی، تحلیل و تدوین اسناد، مطالعات و پژوهش های انجام شده در پیرامون آمار زائران و گردشگران ورودی به کلانشهر مشهد، کارفرما معاونت اجتماعی و فرهنگی شهرداری مشهد
- سقایی، مهدی و جهان تیغ، سمیه (۱۳۹۰): واسازی گردشگر زائر در کلانشهر مذهبی مشهد (همپیوندهای زیارت و گردشگری)، اولین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد سیستان و بلوچستان، خردادماه
- سقایی، مهدی (۱۳۸۳): گردشگری شهری (تبیین یک الگو فضایی)، مجله علوم انسانی دانشگاه آزاد مشهد (رایت علم)، شماره ۹ و ۱۰
- سقایی، مهدی (۱۳۸۵): تفکیک فضایی گردشگری در کلانشهرها (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)، کنگره جغرافیادانان جهان اسلام، اصفهان
- شهرداری مشهد (۱۳۹۰): سالنامه آماری شهر مشهد
- مافی، عزت الله و سقایی، مهدی (۱۳۸۹): نگاهی به اقصا گردشگری در کلانشهرها (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، شماره ۱۵
- مافی، عزت الله و مهدی سقایی (۱۳۸۸): بررسی گردشگری در کلان شهرهای مذهبی (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)، همایش منطقه ای جغرافیا و توسعه پایدار شهرها، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیروان، اردیبهشت ماه
- ولایتی، سعداله / توسلی، سعید (۱۳۷۰): منبج و مسائل آب استان خراسان، آستان قدس رضوی



This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.