

تحلیلی بر نقش مذهب در توسعه گردشگری مذهبی

میر نجف موسوی* - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه ارومیه
ناصر سلطانی - استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه ارومیه
علی باقری کشکولی - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان

پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۰۴/۱۹ تأیید نهایی: ۱۳۹۲/۰۵/۲۲

چکیده

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. این پژوهش به نقش مذهب در توسعه گردشگری مذهبی می‌پردازد. نوع تحقیق، کاربردی و روش بررسی آن توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری، کلیه گردشگران داخلی و خارجی به زیارتگاه چک‌چک است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از روش‌های آمار استنباطی مانند ضریب رگرسیون، تحلیل واریانس و تحلیل مسیر و برای ارائه راهکارها از مدل تحلیلی سوات استفاده شده است. بر اساس نتایج تحلیل مسیر، متغیرهای وجود اماکن زیارتی زرتشتیان با میزان $+0/822$ و پایبندی به آیین‌های مذهبی با میزان $+0/752$ بیشترین تأثیرها را در توسعه گردشگری مذهبی در شهرستان اردکان داشته‌اند. همچنین نتایج مدل رگرسیون خطی ساده، برابر با $+0/652$ است؛ یعنی به‌ازای افزایش تعداد گردشگران، ساختار فضایی توسعه این شهرستان نیز افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، افزایش تعداد گردشگران، موجب بالا رفتن توسعه و افزایش میزان شاخص‌های اقتصادی آن در شهرستان اردکان می‌شود. همچنین ضریب همبستگی چندگانه (R) محاسبه رابطه اعتقادات مذهبی و توسعه اماکن زیارتی و مقدسه را با میزان $+0/812$ تأیید می‌کند که نشان می‌دهد $61/2$ درصد از تغییرات توسعه اماکن زیارتی و مقدس، ناشی از اعتقادات مذهبی است. به عبارت دیگر، در مناطقی که اماکن دینی و مذهبی دارند، سطح توسعه گردشگری مذهبی بسیار بالاتر است. در نهایت، راهبردهایی چون تلاش در جهت احداث تأسیسات و تجهیزات رفاهی در اماکن زیارتی، استفاده از جشن مهرگان به‌عنوان فرصتی برای ارسال پیام صلح و دوستی ایرانیان به جهان، تبلیغات گسترده برای جذب گردشگران و استفاده از درآمدهای مکان‌های زیارتی برای بهسازی و حفاظت از آن‌ها، سبب توسعه گردشگری مذهبی در شهرستان اردکان و استان یزد می‌شود.

کلیدواژه‌ها: برنامه‌ریزی راهبردی، زیارتگاه چک‌چک، شهرستان اردکان، گردشگری مذهبی.

مقدمه

سفر با اهداف مذهبی از کهن‌ترین زمان‌ها رونق داشته است (دریمبا، ۱۹۹۶: ۷۳)؛ به‌طوری‌که امروزه ایده گردشگری مذهبی، از طریق استنباط از انگیزه‌های گردشگر، ایجاد می‌شود (نولان، ۱۹۸۹: ۱۱). مورای و گراهام (۱۹۹۷) زیارت را پدیده‌ای مذهبی و انگیزه گردشگر مذهبی تعریف می‌کنند که در آن، فرد یا گروه در سفر به محلی متعلق به فرقه‌ای خاص، به دنبال شفاعت از خدا و قدیسان آن مکان در مجموعه‌ای از شرایط است (گراهام و دیگران، ۱۹۹۷: ۳۸۹-۴۰۹). با این حال، برای بسیاری از زائران، سفر به زیارتگاه به مهمی یا حتی مهم‌تر از خود زیارتگاه است؛ چرا که زیارت، نه تنها سفری خارجی، بلکه مسافرتی درونی و معنوی است (هاب، ۱۹۹۶: ۱۶-۳۲). در نتیجه، معنویت در زیارت، همواره اهمیت داشته است (اسمیت، ۲۰۰۳: ۱۰۵)؛ زیرا جست‌وجو برای معنا و تمایل به رشد شخصی به جای تعلقات مادی، بسیار پراهمیت است. هر قدر جامعه‌ای از لحاظ مادی ثروتمندتر باشد، افراد در آن، بیشتر می‌توانند به موضوع‌های غیرمادی و معنوی توجه کنند (دیگنس و کوساک، ۲۰۰۲: ۸۴)؛ بنابراین، باید گفت گردشگری مذهبی به‌لحاظ معنوی، هدفمند است و به‌دلایلی چون انجام زیارت به‌عنوان یک عمل عبادی، ابراز قدردانی، اقرار به گناه و ادای نذر، دستیابی به رستگاری معنوی و اجتماعی، برقراری جشن و بزرگداشت رویدادهای مذهبی خاص و ارتباط با همکیشان صورت می‌گیرد (بویر، ۱۹۹۹: ۲۶۵). امروزه گردشگری مذهبی با همه جزئیات و گونه‌های مختلف آن، به‌سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص، در زمره گردشگری جهانی جای گرفته است. به‌طوری‌که حوزه نفوذ آن، سرتاسر جهان را فرا گرفته است (مؤمنی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۵، به‌نقل از نولان، ۱۹۸۹: ۱۱)؛ به‌گونه‌ای که شرکت در جشنواره‌ای با ماهیت مذهبی، پذیرای ابعاد سه‌گانه معنوی، اجتماعی و تفریحی است (آملینو، ۱۹۹۹: ۲۱۲). یکی دیگر از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه گردشگری مذهبی، جاذبه‌های آن است که با عناوین آرامگاه‌های زیارتی، جاذبه‌های گردشگری مذهبی یا جشنواره‌های مذهبی توصیف می‌شوند (وکونیک، ۱۹۹۶: ۸). امروزه این جاذبه‌ها یک محصول جدید و مهم دیگر برای برخی اماکن مذهبی فراهم کرده است که در قالب توسعه مسیرهای فرهنگی و برنامه‌های سفر مرتبط با مسیرهای زیارت یا اماکن مذهبی قرار می‌گیرد (گراهام و دیگران، ۱۹۹۷: ۳۸۹-۴۰۹). جاذبه‌های مذهبی و معنوی گردشگری کشور ما بسیار گرانبهاست (لطفی خواجویی، ۱۳۸۴: ۱۰۱). گروهی از این جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس هستند که هر سال تعداد زیادی از جهانگردان را به‌سوی خود جذب می‌کنند (رضوانی، ۱۳۸۵: ۱۹). با رواج اسلام در ایران و گسترش مذهب شیعه در قرون اولیه اسلامی، شهرها و روستاهای ایران، به مراکزی برای زندگی تبدیل شده‌اند و پس از درگذشت امامزاده‌ها نیز مقبره‌هایشان به محلی برای زیارت مشتاقان تبدیل شده است که یکی از جنبه‌های مهم گذران اوقات فراغت در زندگی مردم به‌شمار می‌آید (منصوری، ۱۳۷۶: ۶۳). امروزه این جاذبه‌های مذهبی، مهم‌ترین گام در توسعه گردشگری مذهبی است؛ چرا که بدون آن‌ها، جلب و جذب گردشگران کاهش می‌یابد. به این ترتیب شناخت و شناساندن جاذبه‌ها در ظهور و رونق گردشگری، بااهمیت تلقی می‌شود (قره‌نژاد، ۱۳۸۶: ۱۰۶). زرتشتیان در استان یزد زیارتگاه‌های متعددی دارند و ارزش آن‌ها برایشان با هم برابری می‌کند؛ اما به دلیل موقعیت جغرافیایی و شکل منطقه، زیارتگاه چک‌چک، شهرت بیشتری دارد و هر سال، میزبان هزاران نفر از مردم ایران و سایر نقاط جهان است که علاوه بر ابعاد معنوی، ابعاد مادی نیز در آن دیده می‌شود؛ از جمله اینکه این زیارتگاه، درآمدی پایدار در حوزه گردشگری مذهبی فراهم می‌آورد. این مقاله با تأکید بر زیارتگاه چک‌چک زرتشتیان، به بررسی نقش مذهب در توسعه گردشگری مذهبی می‌پردازد. بدین منظور، فرضیه‌های زیر بررسی خواهند شد:

- میان افزایش تعداد گردشگران در زیارتگاه چک‌چک زرتشتیان و توسعه شهرستان اردکان رابطه معناداری وجود

دارد.

- بین وابستگی و اعتقادات مذهبی زرتشتیان و توسعه اماکن زیارتی و مقدس آن‌ها رابطه وجود دارد.

اهداف پژوهش

- بررسی و شناخت زیارتگاه چک‌چک زرتشتیان شهرستان اردکان؛
- شناخت ویژگی‌های گردشگران ورودی و خروجی به زیارتگاه چک‌چک زرتشتیان شهرستان اردکان؛
- بررسی نقش زیارتگاه چک‌چک در توسعه شهرستان اردکان؛
- ارائه پیشنهادها و راهکارهایی برای مدیریت بهینه اماکن مذهبی در زمینه توسعه گردشگری مذهبی.

پیشینه پژوهش

سیروسفر و گردشگری پیشینه تاریخی وسیعی دارد، اما مقوله گردشگری موضوعی است که امروزه به‌ویژه در قرن حاضر، توجه صاحب‌نظران و برنامه‌ریزان را به خود معطوف کرده و به‌تدریج به مرحله فنی، اقتصادی و اجتماعی کنونی رسیده است.

یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های گردشگری در جهان، مسافرت‌های مذهبی و زیارتی است (دیناری، ۱۳۸۵). گردشگری دینی در بیشتر کشورهای جهان در حال افزایش است و علاقه فراوان مردم به دیدار از این مکان‌ها بیشتر شده است (کاویان‌فر، ۱۳۸۴). در همین زمینه، مطالعه‌های گسترده‌ای در حوزه‌های مختلف گردشگری مذهبی صورت گرفته است. وسیع‌ترین مطالعه در مورد جاذبه‌های مذهبی، متعلق به نولان است. ارزیابی وی از گردشگری مذهبی در اروپا نشان می‌دهد بیش از ۶۰۰ زیارتگاه کاتولیک در اروپای غربی وجود دارد که بیش از نیمی از آن‌ها به مریم مقدس اشاره دارد (نولان، ۱۹۸۹: ۱۲۵). جاکوسکی و دیگران، اماکن زیارتی را براساس اهمیت، به دسته‌های متفاوتی طبقه‌بندی کردند (جاکوسکی و دیگران، ۲۰۰۳: ۴۱). دیگنس و کوساک، درباره گردشگری مذهبی عقیده دارند زیارتگاه‌های قدیمی برای آنان که در جست‌وجوی اهداف معنوی هستند، هنوز هم مانند آن‌ها عمل می‌کند و زیارتگاه‌های جدید نیز در حال جذب افراد باایمان از همه‌نقاط جهان است (دیگنس و کوساک، ۲۰۰۲: ۸۷).

مک ویلیامز استدلال می‌کند که گردشگری زیارتی اگرچه به‌طور نامطمئن، خود برخی از قواعد اساسی کیهان‌شناسی، به‌ویژه در مورد مفاهیم آن‌سوی موقعیت جغرافیایی زیارت را نمایش خواهد داد، نشانه‌های فیزیکی آثار مقدس الهی، به آرمانی که زائران در جست‌وجوی آن‌اند تجسم می‌بخشد (مک ویلیامز، ۱۹۹۵: ۳۱۵-۳۳۵). گردشگری زیارتی، نمایشی از پذیرش رو به رشد شکل‌گیری هویت فردی و راهی برای کاوش مفهوم حقیقت، اخلاق و باورهاست که در جوامع غربی نادیده گرفته می‌شوند یا پذیرفته نمی‌شوند. با مشاهده مکان‌های مورد بازدید گردشگران زیارتی می‌توان به بصیرت بیشتری دست یافت (پاسی، ۲۰۰۳: ۴۷۵-۴۸۵). بررسی کارکردها و ساختارهای شئون زندگی معنوی (اجتماعی و فرهنگی) و مادی (اقتصادی و فضایی) در شهرهای مذهبی نشان داده است که این شهرها با بهره‌مندی از همین سرشت مذهبی - فرهنگی ممکن است آثار مثبتی بر مسائل اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، مذهبی - فرهنگی یا ناپایداری‌های مختلف زیست‌محیطی داشته باشند (مؤمنی و دیگران، ۱۳۸۷).

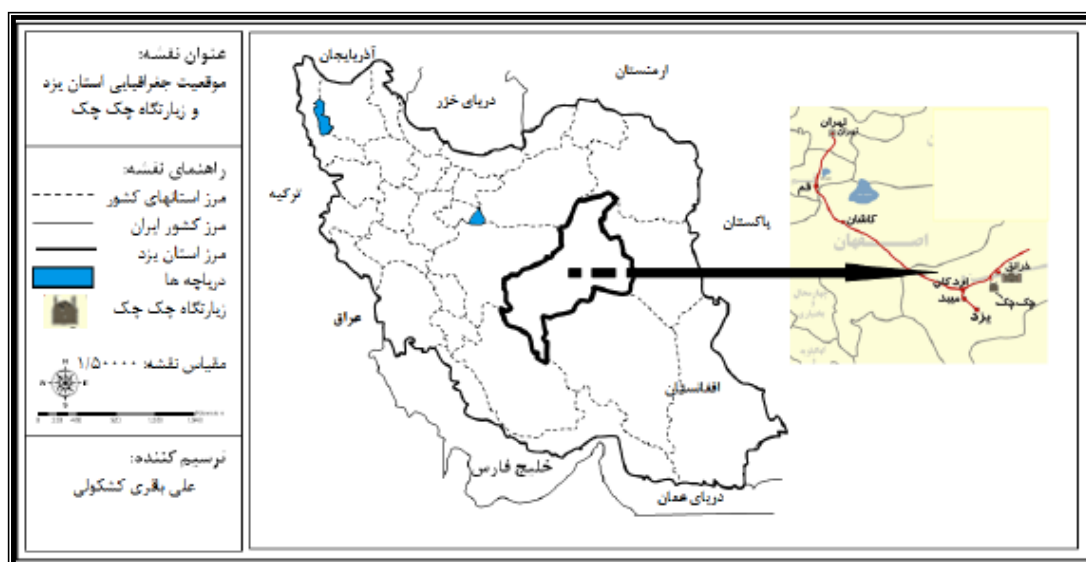
بنابراین، با مطالعه پیشینه و ادبیات مطرح در حوزه گردشگری مذهبی می‌توان به این مهم پی برد که بخش قابل توجهی از منابع موجود در این زمینه، توصیفی از جاذبه‌های مذهبی در جوامع و کشورهای مختلف دنیاست. غالب مطالعه‌های تحلیلی در زمینه گردشگری مذهبی، به نمادنگاری از این جاذبه‌ها اشاره دارد. بخشی دیگر از مطالعه‌های مطرح در حوزه گردشگری مذهبی، بررسی زمینه‌های رشد و توسعه این جاذبه‌هاست تا بدین‌وسیله بتوان از منافع اقتصادی و تأثیرگذاری فرهنگی بیشتری برخوردار شد.

روش پژوهش

با توجه به ماهیت موضوع و مؤلفه‌های مورد بررسی، نوع تحقیق، کاربردی- توسعه‌ای و روش بررسی آن توصیفی- تحلیلی است. جامعه آماری، کلیه گردشگران داخلی و خارجی به زیارتگاه چک‌چک است. آمار متوسط گردشگران در سال‌های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اخذ شد. برای جمع‌آوری اطلاعات، از روش اسنادی و در بخش دیگر، از روش تحقیق میدانی استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، مجلات معتبر و مرتبط، ماهنامه‌ها، پایان‌نامه‌ها، طرح‌های پژوهشی و سایر اسناد و مدارک، اعم از فارسی و انگلیسی است. از سوی دیگر، گردآوری اطلاعات میدانی از طریق پرسشنامه و مصاحبه حضوری صورت می‌گیرد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از روش‌های آمار استنباطی مانند ضریب رگرسیون، تحلیل واریانس و تحلیل مسیر استفاده شده است تا تأثیر عوامل مختلف بر نقش مذهب در توسعه گردشگری مذهبی در شهرستان اردکان مشخص شود. در نهایت، با استفاده از برنامه‌ریزی راهبردی (SWOT)، راهبردهایی برای توسعه زیارتگاه چک‌چک، جذب گردشگران دینی و مذهبی و توسعه شهرستان اردکان ارائه می‌شود.

محدوده مطالعه

قلمرو این پژوهش، استان یزد، شهرستان اردکان واقع در $25^{\circ} 20' 32''$ عرض شمالی و $54^{\circ} 31' 24''$ عرض شرقی است. شهر اردکان، ۱۱۰ کیلومتر با نائین و ۵۵ کیلومتر با یزد فاصله دارد. چک‌چک یا چکچکو- که زرتشتیان به آن پی‌ریز نیز می‌گویند- در ۵۲ کیلومتری شمال شرقی شهر یزد و در نزدیکی شریف‌آباد (اردکان) قرار دارد (شکل ۱). این مکان مقدس، جایگاه پنهان شدن «حیات بانو یا نیک بانو»، یکی از شاه‌دخت‌های ساسانی است که در هنگام حمله تازیان، به این مکان گریخته و پناه گرفته بود. زرتشتیان هر سال، از ۲۴ خرداد، به مدت چهار روز در این زیارتگاه دور هم جمع می‌شوند و به نیایش می‌پردازند.



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی استان یزد و زیارتگاه چک‌چک - مأخذ: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰

مبانی نظری

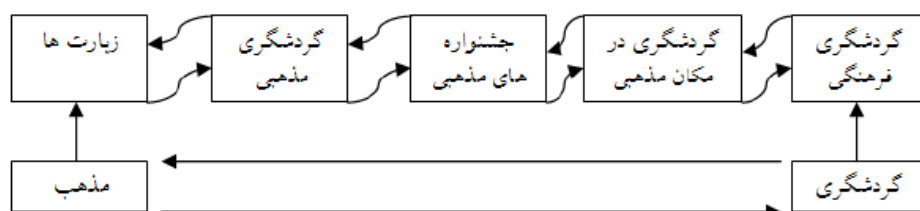
زیارت از لحاظ سنتی و تاریخی، سیاحت فیزیکی در جست‌وجوی حقیقت و مفاهیم روحانی و مقدس، تعریف شده است (وکونیک، ۱۹۹۶: ۸۰). این نقطه، جایی است که مردم جذب مکان‌های روحانی می‌شوند و قدرت الهی به یکباره در نتیجه کشش روحانی آن مکان‌ها شکوفا می‌شود (پرستون، ۱۹۹۲: ۲۷). زیارت و گردشگری مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادهای دینی-مذهبی دارد، به مفهوم تخصصی خود، فراتر از زمان و اوقات فراغت، عامل مهم جغرافیای انسانی در شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی است (مؤمنی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۴).

این جست‌وجوی حقیقت روشنفکری یا تجربه الهی یا مقدس، مردم را به سوی سفر به محوطه‌های مقدس هدایت می‌کند و بر حسب آیین و شعائر مذهبی، آنان را از فضای زندگی روزمره جدا می‌سازد. سفری که مذهب موجب آن می‌شود، به‌طور فراوانی طی پنجاه سال گذشته رشد کرده است. این امر سبب تعجب بسیاری از کسانی شده که می‌پنداشتند زیارت مذهبی در حال از دست دادن اهمیت اجتماعی و نهادی است. در تضاد با باور بسیاری از ما، به نظر می‌آید زیارت مذهبی مدرن، حاصل پیشرفت تصادعی غرب در تمدن پیچیده مدرن مبتنی بر علم، فناوری و خرد باشد تا مبتنی بر معجزه، مذهب و خلاف منطق (کمپو، ۱۹۹۸: ۴۰-۵۶). به‌علاوه فرهنگ پست‌مدرن، خصوصی‌سازی مذهب و قابلیت انجام زیارت‌های رایانه‌ای (آینو، ۲۰۰۰؛ کونگ، ۲۰۰۱)، باید مردم را به سمت مشارکت در شکل‌های انعکاسی، بدون وساطت سفر معنوی هدایت کند؛ نه به سمت زیارت‌هایی که اعتبار تجربه‌های آن‌ها، تا حدی وابسته به نهادها و ساختارهای کلیسایی است (یورک، ۲۰۰۲؛ شارف، ۱۹۹۸).

کوستی عقیده دارد که زیارت به‌جای کم شدن، با سرعت بسیاری در حال افزایش است (کوستی، ۱۹۹۸: ۵). این امر را می‌توان در اروپا مشاهده کرد که در آن، دیدار از محوطه‌های مذهبی در حال افزایش است. در مقابل، حضور منظم مردم در کلیسا کاهش یافته است (نولان و نولان، ۱۹۹۲: ۱۲۷). این ازدیاد دوباره جهانی زیارت مذهبی، به دلایل فراوانی صورت گرفته است. برخی از این دلایل عبارتند از: نمودارشدن بنیادگرایی (فرید لند، ۱۹۹۹؛ ریسبروت، ۲۰۰۰: ۲۶۶-۵۸۷؛ استامپ، ۲۰۰۰: ۱۸۷)، عقب‌نشینی بعضی از اعتقادهای مذهبی در برابر شکل‌های سنتی معنویت قرون وسطایی و تشریفات مذهبی، سرمایه‌گذاری روبه‌رشد در زیرساخت حمل‌ونقل انبوه (گریفین، ۱۹۹۴: ۳۰-۳۲)، جهانی‌شدن مکانی از طریق وسایل ارتباط جمعی (کوسکانسکی، ۲۰۰۲: ۳۵۹-۴۰۰) و چرخش اخیر هزاره (اولسون و تیموتی، ۱۹۹۹: ۳۸۹-۳۹۲). این امر تا حدی حاکی از افزایش تعداد کسانی است که در جست‌وجوی پاسخی برای پرسش‌های اساسی درباره موجودیت بشر هستند؛ پرسش‌هایی از قبیل: معنای زندگی چیست یا به‌طور ویژه‌تر، معنای زندگی من چیست (اولسون و گوالکی، ۲۰۰۴: ۵۰۳-۵۱۵؛ کلارک، ۱۹۹۱: ۳۳۹-۳۴۵). این امر، دیدگاه بعضی از پژوهشگران را تأیید می‌کند؛ اینکه تعداد روبه‌رشدی از مردم، حس بی‌ریشگی را تجربه می‌کنند؛ به‌ویژه کسانی که در زندگی اجتماعی پست‌مدرن غربی غوطه‌ور هستند (مک کنل، ۱۹۷۹: ۵۸۹-۶۰۳؛ لاوتنل، ۱۹۹۷: ۲۱۸)؛ کسانی که در تکاپوی آن‌اند که خودشان باشند و به دیگران نیز معنا و مفهوم ببخشند (ویی، ۲۰۰۲: ۲۳). رواج سفر مذهبی را نه تنها در افزایش سفر با انگیزه مذهبی به محوطه‌های مقدس می‌توان مشاهده نمود، بلکه در ترکیب معنویت عصر جدید^۱ با سفر مذهبی نیز می‌توان دید (راتتری، ۲۰۰۲: ۴۷۵-۴۹۶). اگر نگاهی به تاریخ گذشته در زمینه‌ها و گردش‌های مذهبی داشته باشیم، به گردش‌های مذهبی چون مراسم مقدس یونانیان باستان در معابد آپولو، سفرهای مصریان برای دیدار از فراعنه (دورانت، ۱۳۷۷: ۲۰۵)، سفرهای ایرانیان باستان به معبد آناهیتا در کنگاور (مؤمنی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۴) و نظایر آن برمی‌خوریم که هر یک به‌گونه‌ای، قدمت و رواج این شکل از گردشگری را در میان ملل مختلف نشان می‌دهند. گردشگری و

۱. جنبش معنوی و فلسفی که مذهب و شیوه‌های سری شرقی توجه دارد.

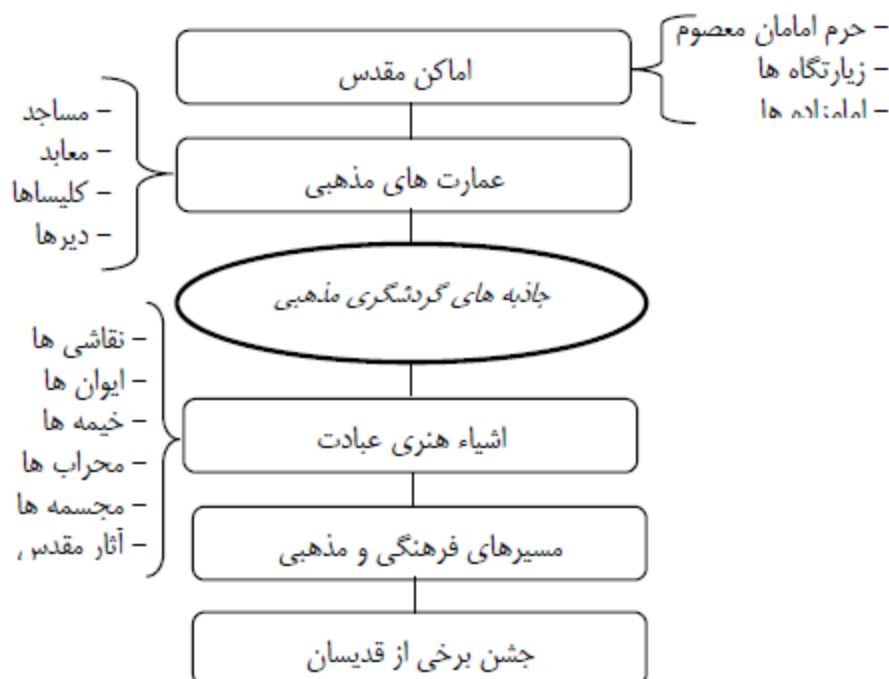
مسافرت‌های زیارتی (چه در اسلام و چه در غیر اسلام) یکی از انواع گسترده گردشگری است که خود، از تقویم، ضوابط و قوانین شرعی صورت می‌پذیرد. قوانین و ضوابط شرعی، نقشی اساسی در اقتصاد و فرهنگ گردشگری دارند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۱۵). از جنبه دینی باید گفت که در دین اسلام، مانند ادیان دیگر، بر اهمیت سیر و سیاحت تأکید ویژه‌ای شده است. شاید قرآن مجید، نخستین کتابی باشد که اهمیت سیر و سیاحت و گردشگری را به‌وضوح و تفصیل به مردم نشان داده و از آن‌ها خواسته تا در زمین بنگرند، در آثار برجای‌مانده از گذشته بیندیشند و از سیر گذشته‌شان پند بگیرند. در مجموع، سیزده آیه شریفه قرآن درباره سیروسیاحت و زمینگردی و جهانگردی است (کازمی، ۱۳۸۵: ۷). در همه ادیان، به‌ویژه اسلام، مجموعه‌ای از وظایف و مسائل اخلاقی برای مسافر معین شده که رعایت آن‌ها از نظر شرعی لازم است (رحیم‌پور و سید موسوی، ۱۳۷۹: ۵۶-۵۹). حتی در کتب ادعیه و احادیث و کتاب‌های اخلاقی، باب‌هایی به این موضوع اختصاص یافته که در آن‌ها روایاتی در آداب سیر و سفر، از لحظه بیرون آمدن از خانه تا بازگشت به وطن آمده است (دوانی، ۱۳۷۶: ۷۳)؛ بنابراین، در قرآن مجید که کتاب آسمانی دین اسلام است، به سیر و سیاحت در زمین بسیار سفارش شده است. این تأکید به دلیل اهمیتی است که در سیروسفر نهفته است و بهره‌های گوناگونی است که از آن حاصل می‌شود. قرآن کریم سیر و سیاحت در زمین را مایه رشد نیروی تفکر و تعقل انسان می‌شمرد. خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: *قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ* (بگو در زمین سیر کنید و ببینید که خدا چگونه خلق را ایجاد کرد، سپس نشانه آخرت را ایجاد خواهد کرد) (آیه و سوره؟؟). همچنین در سوره فاطر آیه ۴۵ می‌فرماید: *«أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً...»* آیا در زمین گردش نمی‌کنند تا بنگرند به چگونگی سرانجام کسانی که پیش از ایشان زندگی می‌کردند و از ایشان نیرومندتر بودند؟ و در آیه‌ای دیگر می‌خوانیم: *«قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ»* (آیه ۶۹ نحل). در این‌گونه آیات، هدف از سفر، پند گرفتن از گذشتگان اعلام می‌شود. در سخنان معصومین علیهم‌السلام، به فایده‌های گوناگون مسافرت اشاره شده است. از جمله این فایده‌ها، سلامتی جسم و روح، دانش‌اندوزی و کسب علم، آشنایی با بزرگان و آداب و اخلاق اجتماعی سایر ملت‌ها، پند گرفتن و عبرت‌آموزی، از بین رفتن غم‌ها و رنج‌ها، تأمین معیشت و کسب شغل، تفکر در نعمت‌های الهی، تفریح سالم و نشاط بدن را می‌توان نام برد (بیرانوند، ۱۳۸۷: ۳۷). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت تفاوت میان زیارت و گردشگری مذهبی در ماهیت قطعی هریک از آن‌هاست و فقط در این بخش است که می‌توانیم تنوع موقعیت‌های ناشی از تعامل گردشگری با مذهب را در طیف گسترده‌اش تشخیص دهیم. به‌طور کلی می‌توانیم تصریح کنیم که فرمول گردشگری مذهبی، مضمون خشتی‌تری دارد و انواع سفرهای (داوطلبانه، موقتی و غیرانتفاعی) را در بر می‌گیرد که در آن‌ها، انگیزه‌های مذهبی خالص، به‌طور همزمان با دیگر انگیزه‌های مربوط به انواع دیگر گردشگری، درهم می‌آمیزد. در این خصوص، نمودار زیر پدیده‌ای را نشان می‌دهد که ناشی از روابط متقابل بین گردشگری و مذهب است. این نمودار کمک می‌کند تا به درک مناسب‌تری از برخی از گزاره‌های توصیف این روابط دست یابیم (بویر، ۱۹۹۹: ۲۶۵).



شکل ۲. پیش‌نویس روابط متقابل میان گردشگری و مذهب

مأخذ: موسوی و دیگران، ۱۳۹۳: ۸۵

آنچه موجب مستحکم‌تر شدن ارتباط میان گردشگری مذهبی و زیارت می‌شود، جاذبه‌های آن است. تا جایی که جاکوسکی و دیگران، محبوبیت اماکن زیارتی را در داشتن جاذبه‌هایی چون تعداد پیروان یک مذهب، موقعیت جغرافیایی مکان، زیرسازی حمل‌ونقل، ثروت، آگاهی و سنت زیارت، تولید محصول‌های جدید مذهبی و... می‌دانند (جاکوسکی و دیگران، ۲۰۰۳: ۴۷).



شکل ۳. جاذبه‌های گردشگری مذهبی - مأخذ: نگارندگان

بحث و یافته‌ها

ویژگی‌های زیارتگاه چک‌چک

بررسی مشخصه‌های زیارتگاه چک‌چک نشان می‌دهد این زیارتگاه، مانند سایر زیارتگاه‌ها آداب خاصی برای زیارت دارد. برای ورود به زیارتگاه، به نشانه احترام، باید کفش‌ها را از پا درآورد و کلاه بر سر نهاد. قبل از ورود به زیارتگاه، تابلوهایی وجود دارد که هشدار می‌دهد برای ورود به زیارتگاه باید پاک بود. همان‌طور که در اسلام نیز ورود بانوانی که در شرایط خاص هستند، به مساجد ممنوع است، در این مکان نیز چنین نکاتی باید رعایت شود. در داخل زیارتگاه که به شکل دهانه غار است، تنه درخت چنار کهنسالی وجود دارد. کف زیارتگاه با سنگ مرمر پوشیده شده و از بخشی از سقف، قطره‌های آب چکه‌چکه بر زمین می‌ریزد و شاید نام‌گذاری این محل هم به همین دلیل باشد. همواره چندین شمع در زیارتگاه روشن است و محلی برای سوزاندن عود یا چوب مقدس وجود دارد. مانند بسیاری از زیارتگاه‌های سایر ادیان، تصاویری از بزرگان دین زرتشتی، زینت‌بخش محوطه کوچک زیارتگاه است. سقف زیارتگاه، سنگی است. در کف محوطه، ظرف‌هایی برای جمع‌آوری آب گذاشته‌اند که بخشی از این آب، به دلیل تبرک به زائران اهدا می‌شود و بخشی دیگر نیز به مصرف خوراکی می‌رسد. همه ساله در ۲۴ خردادماه، زرتشتیان از سراسر جهان در این مکان گرد هم می‌آیند و به دعا و نیایش می‌پردازند. هرچند که در میان عموم شهرت یافته که این مراسم حج زرتشتیان است، اما به واقعیت نزدیک نیست. در مجموعه چک‌چک، ساختمان‌های متعددی مشاهده می‌شود. از آنجا که مجموعه چک‌چک با شهر اردکان فاصله زیادی دارد، این ساختمان‌ها برای اسکان و پذیرایی از زائران ساخته شده‌اند. هزینه‌های ساخت و نگهداری

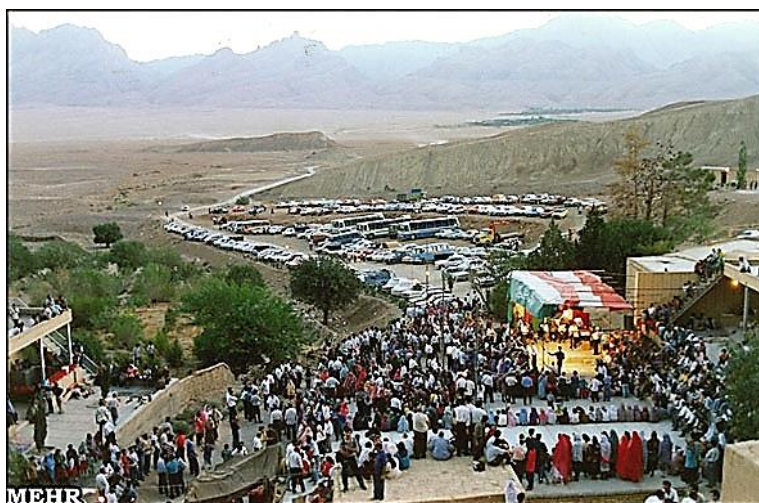
مجموعه چک‌چک توسط زرتشتیان داخل و خارج از کشور تأمین می‌شود. برای رسیدن به زیارتگاه، باید از پله‌های متعدد و سربالایی با شیب زیاد بالا رفت؛ بنابراین، رفت‌وآمد به زیارتگاه برای بیماران قلبی - عروقی، سالمندان و بیماران آرتروز پیشرفته زانو مضر است. منطقه اردکان ضریب امنیتی بالایی دارد. هرچند در زمان‌های خلوت، بهتر است مسافران، شب-هنگام در مسیر رفت یا برگشت نباشند.

بررسی امکانات رفاهی

- * از اردکان تا چک‌چک هیچ‌گونه امکانات رفاهی وجود ندارد؛
- * نزدیک‌ترین پمپ بنزین در فاصله ۴۳ کیلومتری زیارتگاه است؛
- * در زیارتگاه چک‌چک، فروشگاه یا رستوران موجود نیست؛
- * سرویس بهداشتی زیارتگاه نسبتاً مناسب است، اما برای بیماران، توالت فرنگی ندارد؛
- * آب آشامیدنی موجود است، اما جوابگوی تعداد زیاد گردشگران نیست؛
- * با هماهنگی با مسئول زیارتگاه می‌توان شب را در محوطه، در چادر، اتراق کرد؛
- * نزدیک‌ترین هتل‌ها در اردکان و میبد هستند؛
- * برای ورود به زیارتگاه، نیازی به تهیه بلیت نیست؛
- * زیارتگاه بروشور ندارد.

توزیع فضایی گردشگران ورودی

بررسی‌ها نشان می‌دهد هر سال تعداد زیادی از گردشگران از نقاط مختلف استان یزد، از زیارتگاه چک‌چک دیدن می‌کنند. همچنین، هر سال از ۲۴ تا ۲۸ خردادماه (۱۳ تا ۱۷ ژوئن) عده زیادی از زرتشتیان سایر کشورهای جهان (هندوستان، ترکیه، آذربایجان و کشورهای اروپایی) برای برگزاری آیین مذهبی به این مکان مقدس مراجعه می‌کنند (شکل ۴) و بعد از اتمام آیین‌های مذهبی، از نقاط مختلف (دینی و تاریخی) استان و شهرستان دیدن می‌کنند و سبب توسعه و رشد اقتصادی منطقه می‌شوند. اگرچه مسلمانان در منطقه اردکان، بسیار پایبند به اصول دین خود هستند، اما زرتشتیان نیز از سالیان دور به‌طور مسالمت‌آمیزی در کنار مسلمانان این شهرستان و سایر شهرستان‌های استان یزد زیسته‌اند و هر سال این مراسم را در آزادی و امنیت کامل برگزار می‌کنند.



شکل ۴. برگزاری آیین مذهبی زرتشتیان در زیارتگاه چک‌چک و سایر گردشگران داخلی و خارجی - مأخذ: مطالعه‌های میدانی

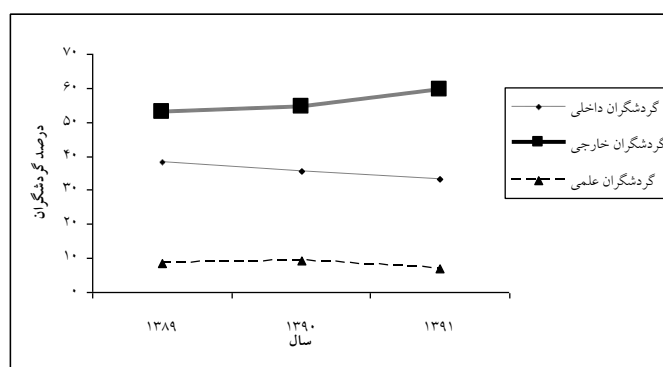
تحلیل روند جریان‌های حرکتی گردشگران مذهبی

بررسی آمار گردشگران مذهبی زیارتگاه چک‌چک، نشان‌دهنده روندهای صعودی و نزولی در جذب تعداد گردشگران داخلی، خارجی و علمی طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۱ است که در این میان، به سبب برگزاری جشن مهرگان در همه این سال‌ها، تعداد گردشگران خارجی، به مراتب بیشتر از سایر گردشگران بوده است. حضور این تعداد گردشگر خارجی، فرصتی برای رونق گردشگری مذهبی در شهرستان اردکان و استان یزد تلقی می‌شود که باید برنامه‌ریزی‌هایی برای تبلیغات، خدمات‌رسانی مطلوب، رساندن پیام صلح و دوستی ایرانیان به گوش جهانیان و... صورت گیرد.

جدول ۱. آمار گردشگران مذهبی داخلی، خارجی و علمی زیارتگاه چک‌چک

گردشگران	سال	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱
گردشگران داخلی		۳۸۱	۴۴۰	۳۵۴
گردشگران خارجی		۵۲۵	۶۷۱	۶۳۰
گردشگران علمی		۸۵	۱۲۰	۷۵

مأخذ: میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۹۱



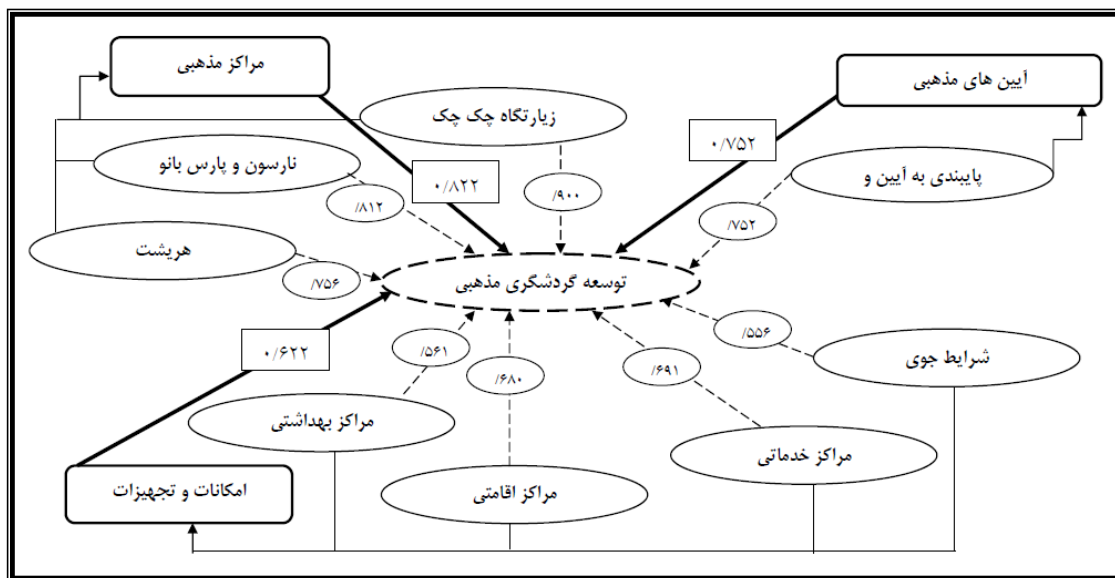
شکل ۵. آمار گردشگران مذهبی داخلی، خارجی و علمی زیارتگاه چک‌چک

تحلیل مسیر عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی

برای به‌دست‌آوردن عوامل تأثیرگذار بر علل توسعه گردشگری مذهبی، به‌ویژه زائران زیارتگاه چک‌چک اردکان، از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. در این روش، اثر مستقیم متغیرهای تأثیرگذار بر علل توسعه گردشگری مذهبی، از طریق رگرسیون توأم به‌دست آمده است. سپس ضرایب همبستگی این متغیرها با علل توسعه گردشگری مذهبی، از طریق همبستگی پیرسون و در نهایت، به روش تجزیه همبستگی (کم‌کردن میزان اثر مستقیم از میزان همبستگی پیرسون) تعداد آثار غیرمستقیم، محاسبه شده است. شایان توضیح است که برای اندازه‌گیری میزان چند همخطی در متغیرهای مستقل، از روش معمول فاکتور تورم واریانس استفاده شده است (ویلیام و دیگران، ۱۹۹۰: ۸۲). تحلیل مسیر علل توسعه گردشگری مذهبی در شکل ۶ دیده می‌شود.

برای تعیین مهم‌ترین علل توسعه گردشگری مذهبی به‌ویژه زیارتگاه چک‌چک اردکان، متغیرهای مستقل و اثر آن‌ها، وارد مدل رگرسیونی شده است؛ چرا که اثر یک متغیر در برازش رگرسیونی حذف شده بود. با توجه به اینکه برای تعیین اثر واقعی هر متغیر مستقل، چند همخطی باید پایین باشد، از روش VIF برای تعیین وجود داشتن یا نداشتن چند همخطی استفاده شد (محمدی، ۲۰۰۳: ۴۳). در صورتی که مقدار VIF کمتر از ۱۰ باشد، رابطه چند همخطی میان

متغیرهای مستقل وجود ندارد (وانگ و دیگران، ۱۹۹۹: ۶۱). نتایج، نبود چند همخطی بین متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد و از این رو، آثار مستقیم به‌دست‌آمده برای هر متغیر مستقل، مورد اعتماد است. بر اساس نتایج، متغیرهای وجود اماکن زیارتی زرتشتیان با میزان $0/۸۲۲$ و پایداری به آیین‌های مذهبی با میزان $0/۷۵۲$ ، بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری مذهبی در شهرستان اردکان داشته‌اند.



شکل ۶. تحلیل مسیر علل توسعه گردشگری مذهبی (زیارتگاه چک چک)
مأخذ: نگارندگان

بررسی فرضیه‌های پژوهش

۱. میان افزایش تعداد گردشگران در مکان زیارتی چک چک زرتشتیان و توسعه شهرستان اردکان، رابطه معناداری وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه، از رگرسیون خطی ساده استفاده شده است. در جدول ۲، ضریب همبستگی چندگانه - که با علامت R نشان داده شده - برابر با $0/۶۵۲$ است. این ضریب، رابطه میان تعداد گردشگران ورودی و توسعه شهرستان را تأیید می‌کند. یعنی به‌زای افزایش تعداد گردشگران، ساختار فضایی این شهرستان نیز توسعه می‌یابد. به عبارت دیگر، افزایش تعداد گردشگران موجب افزایش توسعه و بالا رفتن میزان شاخص‌های اقتصادی آن در شهرستان اردکان می‌شود.

جدول ۲. آماره‌های تعیین رگرسیون میان افزایش تعداد گردشگران در مکان زیارتی و توسعه شهرستان اردکان

مدل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تبیین تعدیل‌شده	خطای معیار
۱	$0/۶۵۲$	$0/۳۲۱$	$0/۲۳۸$	$0/۱۶۲$

مأخذ: نگارندگان

در جدول فوق، ضریب تبیین، $0/۲۳۸$ بوده است. مقدار تبیین نشان می‌دهد که $۲۳/۸$ درصد از تغییرها و افزایش توسعه شهرستان اردکان، ناشی از افزایش تعداد گردشگران است. یعنی افزایش تعداد گردشگران به میزان $۲۳/۸$ درصد، بر توسعه گردشگری مذهبی تأثیر می‌گذارد. بقیه، ناشی از عوامل دیگر بوده است. در جدول ۳، مقدار F محاسبه شده است که در سطح ۹۹ درصد ($Sig: 0/۰۰۶$)، معنی‌دار بودن رابطه دو متغیر را تأیید می‌کند.

جدول ۳. تحلیل واریانس و رگرسیون میان افزایش تعداد گردشگران در مکان زیارتی و توسعه شهرستان اردکان

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معنی داری
اثر رگرسیون	۰/۲۱۲	۲	۰/۰۱۸		
باقی مانده	۰/۱۲۲	۱۴	۰/۱۲۴	۲/۰۰۳	۰/۰۰۶
کل	۰/۳۳۴	۱۶	-		

مأخذ: نگارندگان

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی که هسته اصلی تحلیل رگرسیون است، در جدول ۴ آمده است. معادله رگرسیون این فرضیه عبارت است از:

$$y = -0.008 + 0.392x$$

که x نشان دهنده توسعه گردشگری مذهبی است. مقدار β نشان می دهد به ازای یک واحد متغیر در انحراف معیار گردشگری مذهبی، انحراف معیار شاخص های توسعه شهرستان به 0.512 تغییر پیدا می کند.

جدول ۴. آماره های متغیرهای وارد بر مدل رگرسیونی

نام متغیر	ضریب غیر استاندارد B	خطای B	ضریب استاندارد β	t	Sig
عرض از مبدأ	-۰/۰۰۸	۰/۱۱۰	-	-۰/۱۱۸	۰/۸۱۲
گردشگری مذهبی	۰/۳۹۲	۰/۱۲۱	۰/۵۱۲	۱/۹۱۲	۰/۰۰۹

مأخذ: نگارندگان

بنابراین، این فرضیه که میان افزایش تعداد گردشگران در مکان زیارتی چک چک زرتشتیان و توسعه شهرستان اردکان رابطه معناداری وجود دارد، تأیید می شود.

۲. بین وابستگی و اعتقادات مذهبی زرتشتیان و توسعه اماکن زیارتی و مقدس آن ها رابطه وجود دارد. برای آزمون این فرضیه، از ضریب رگرسیون ساده استفاده شده است. ضریب همبستگی چندگانه (R) محاسبه رابطه اعتقادات مذهبی زرتشتیان و توسعه اماکن زیارتی و مقدس را با میزان 0.812 تأیید می کند. جدول ۵ R^2 ضریب تبیین محاسبه شده را نشان می دهد. 61.2 درصد از تغییرات توسعه اماکن زیارتی و مقدس، ناشی از اعتقادات مذهبی زرتشتیان است. به عبارت دیگر، در مناطقی که اماکن دینی و مذهبی دارند، سطح توسعه گردشگری مذهبی بسیار بالاتر است.

جدول ۵. آماره های تعیین رگرسیون بین اعتقادات مذهبی زرتشتیان و توسعه اماکن زیارتی و مقدس

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تبیین تعدیل شده	خطای معیار
۰/۸۱۲	۰/۵۵۵	۰/۶۱۲	۰/۱۲۳

مأخذ: نگارندگان

جدول ۶. تحلیل واریانس و رگرسیون اعتقادات مذهبی زرتشتیان و توسعه اماکن زیارتی و مقدس

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معنی داری
اثر رگرسیون	۰/۳۱۲	۲	۰/۳۱۸		
باقی مانده	۰/۱۵۲	۱۴	۰/۰۹۵	۸/۲۱۲	۰/۰۰۲
کل	۰/۴۶۲	۱۶	-		

مأخذ: نگارندگان

در جدول ۶، مقدار F ، معنی‌دار بودن رگرسیون را تأیید می‌کند. در جدول نهایی، مدل‌های وارد بر رگرسیون نشان می‌دهد به‌ازای یک واحد تغییر در اثر انحراف معیار اعتقادات مذهبی زرتشتیان، $۰/۸۱۲$ واحد تغییر در توسعه گردشگری مذهبی ایجاد می‌شود (جدول ۷).

جدول ۷. آماره‌های متغیرهای وارد بر مدل رگرسیونی توسعه گردشگری مذهبی

نام متغیر	ضریب غیر استاندارد		ضریب استاندارد		Sig
	B	خطای B	β	t	
عرض از مبدأ	۰/۱۸۲	۰/۰۶۸	-	۲/۶۲۸	۰/۰۰۶
اعتقادهای مذهبی	۰/۵۱۲	۰/۱۱۸	۰/۸۱۲	۲/۹۱۲	۰/۰۰۲

مأخذ: محاسبات نگارندگان

بنابراین، فرضیه مورد نظر تأیید می‌شود؛ یعنی اعتقادهای مذهبی همراه با توسعه اماکن مذهبی، بر توسعه گردشگری مذهبی شهرستان اردکان تأثیر می‌گذارد.

برنامه‌ریزی راهبرد رشد و توسعه گردشگری مذهبی

اولین قدم در تحلیل برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری مذهبی و سایر گردشگری‌ها، شناسایی ابعاد و متغیرهای تأثیرگذار در رشد آن‌هاست (موسوی، ۱۳۸۸: ۱۶۵)؛ بنابراین، ابتدا باید قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای این نوع از گردشگری استخراج شود.

جدول ۸. متغیرهای استخراج‌شده برای برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری مذهبی زیارتگاه چک‌چک

۱. همزیستی مسالمت‌آمیز پیروان ادیان مختلف (X^1)؛ ۲. وجود اقلیم مناسب برای ایجاد خلاقیت‌های توسعه گردشگری مذهبی (X^2)؛ ۳. وجود محل گردهمایی زرتشتیان جهان در روزهای معینی از سال برای اجرای آیین‌های مذهبی (جشن مهرگان) (X^3)؛ ۴. نبود خدمات‌رسانی و امور رفاهی مناسب برای گردشگران (X^4)؛ ۵. توسعه اقتصادی و به‌ویژه گردشگری در شهرستان اردکان، با استفاده از حضور گردشگران مذهبی سراسر دنیا که برای شرکت در جشن مهرگان در زیارتگاه چک‌چک حاضر می‌شوند (X^5)؛ ۶. نبود ارگان‌های مشخص، برای مدیریت این زیارتگاه تاریخی و مذهبی (X^6)؛ ۷. سوءاستفاده و فرصت‌طلبی بعضی از افراد، برای ایجاد ناامنی در زمان حضور گردشگران خارجی که موجب رکود گردشگری در شهرستان و استان می‌شود (X^7)؛ ۸. فراهم کردن خدمات زیرساختی مانند ایستگاه‌های BTS تلفن همراه، آب‌رسانی و برق‌رسانی، هرچند به‌میزان اندک (X^8)؛ ۹. نبود تبلیغ‌های مناسب در زمینه معرفی این جاذبه گردشگری مذهبی (X^9)؛ ۱۰. داشتن قابلیت تبدیل شدن به قطب گردشگری ایران (X^{10})؛ ۱۱. ناامن بودن مسیر دسترسی به زیارتگاه، به‌ویژه در هنگام شب (X^{11})؛ ۱۲. شوسه و خاکی بودن مسیر دسترسی به زیارتگاه (X^{12})؛ ۱۳. وجود این زیارتگاه به‌عنوان نماد وحدت و همگرایی جامعه زرتشتیان (X^{13})؛ ۱۴. نبود برنامه‌ریزی مناسب برای به‌کارگیری خلاقیت در کاهش ناامنی، به‌ویژه در مسیرهای ارتباطی (X^{14})؛ ۱۵. ارسال پیام صلح و دوستی ایرانیان از طریق زرتشتیانی که از سراسر دنیا در جشن مهرگان حاضر می‌شوند (X^{15})؛ ۱۶. نزدیکی به یک اثر تاریخی ناشناخته و به‌ثبت‌نرسیده کشور (یافت تاریخی شریف‌آباد اردکان) (X^{16})؛ ۱۷. امکان تحریف سایر آیین‌های مذهبی به‌دلیل اجرای مراسم و آیین مهرگان به‌وسیله زرتشتیان (X^{17})؛ ۱۸. تبدیل این زیارتگاه به مکانی برای بازدید علمی در زمینه‌های گردشگری مذهبی (X^{18})؛ ۱۹. نبود آموزش‌های تخصصی، همزمان با حضور گردشگران علمی در زیارتگاه (X^{19})؛

با توجه به نتایج داده‌های تحقیق و تجزیه و تحلیل هریک از متغیرها، مقدار داده‌ها در کشور به عددی از ۱ تا ۱۰ استانداردسازی شد. سپس قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری مذهبی زیارتگاه چک‌چک در ۱۹ متغیر مشخص شد. در نهایت، میانگین ضریب هریک از مؤلفه‌های SWOT، در این نوع از گردشگری، در زیارتگاه چک‌چک محاسبه شد. براساس بررسی‌های صورت‌گرفته درباره گردشگری مذهبی در زیارتگاه چک‌چک، ضعف‌ها و فرصت‌ها در این نوع از گردشگری با ضرایب $۸/۸۵$ و $۸/۱۱$ ، بیشترین مقدار و نقاط قوت و تهدیدها با ضرایب $۸/۰۳$ و $۴/۱۲$ ، کمترین مقدار را به خود اختصاص داده‌اند (جدول ۹).

جدول ۹. استانداردسازی ضرایب متغیرها (از ۱-۱۰) در مدل SWOT در زیارتگاه چک چک

کشور	قوت‌ها (S)		ضعف‌ها (W)		فرصت‌ها (O)		تهدیدها (T)	
	نام متغیرها	میانگین ضریب	نام متغیرها	میانگین ضریب	نام متغیرها	میانگین ضریب	نام متغیرها	میانگین ضریب
زیارتگاه چک چک	$(X^1); (X^2); (X^4); (X^6); (X^8); (X^{10}); (X^{12}); (X^{14}); (X^{16}); (X^{18}); (X^{19})$	۸/۰۳	$(X^3); (X^5); (X^7); (X^9); (X^{11}); (X^{13}); (X^{15}); (X^{17}); (X^{19})$	۸/۸۵	$(X^1); (X^2); (X^4); (X^6); (X^8); (X^{10}); (X^{12}); (X^{14}); (X^{16}); (X^{18}); (X^{19})$	۸/۱۱	$(X^3); (X^5); (X^7); (X^9); (X^{11}); (X^{13}); (X^{15}); (X^{17}); (X^{19})$	۴/۱۲

مأخذ: نگارندگان

بعد از اینکه عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) و ضرایب هریک در گردشگری مذهبی در زیارتگاه چک چک مشخص شد، درصد هریک از این چهار عامل در این مکان، در جدول ۱۰ ارائه شد. در ستون SWOT، درصد متغیرهای واردشده بر مدل، در این مکان مقدس آورده شده است. سپس میزان قوت، ضعف، فرصت و تهدید، مشخص شده است. در نهایت، براساس درصد‌های محاسبه‌شده، راهبرد لازم برای توسعه گردشگری مذهبی زیارتگاه چک چک و نیز شهرستان اردکان و استان یزد ارائه شده است.

جدول ۱۰. محاسبه درصد قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها و تعیین راهبرد در زیارتگاه چک چک

عنوان	SWOT					T	O	W	S	راهبرد
	داخلی S/W	خارجی O/T	مثبت S/O	منفی W/T	SWO T					
زیارتگاه چک چک	۷۳/۶	۲۶/۲	۵۲/۵	۴۷/۳	۷۳/۴	۱۰/۵	۱۵/۷	۳۶/۸	۳۶/۸	دوم

مأخذ: نگارندگان

براساس جدول ۱۰، وضعیت گردشگری مذهبی در زیارتگاه چک چک، با قوت‌ها و ضعف‌های بی‌شماری روبه‌روست (هر دو ۳۶/۸ درصد)، اما به لحاظ ارزش‌گذاری هریک از قوت‌ها، فرصت‌ها، تهدیدها و ضعف‌ها توسط کارشناسان گردشگری و محاسبه‌های وزن‌دهی با استفاده از مدل تحلیل شبکه مشخص شد که هرچند میزان ضعف‌ها در توسعه گردشگری مذهبی در زیارتگاه چک چک زیاد است، اما فرصت‌ها، بسیار چشمگیرتر هستند و استفاده از آن‌ها به حل مشکل‌های منطقه‌ای و سیاسی در کشور ختم می‌شود؛ بنابراین، با توجه به نتایج جدول ۱۰، راهبردهایی برای نیل به رشد و توسعه گردشگری مذهبی در زیارتگاه چک چک ارائه شده است؛ بدین ترتیب، در برنامه‌ریزی برای گردشگری مذهبی در زیارتگاه چک چک، از راهبرد نوع دوم استفاده می‌شود؛ چرا که این راهبرد، منطق خود را برای عوامل مثبت داخلی و خارجی (قوت‌ها و فرصت‌ها) به کار می‌گیرد تا از این طریق، عوامل منفی داخلی (ضعف‌ها) را کوچک یا کاملاً غیر فعال سازد.

نتیجه‌گیری

امروزه صنعت گردشگری، گسترده‌ترین صنعت خدماتی و یکی از بزرگ‌ترین منابع اقتصادی جهان محسوب می‌شود. از این رو، بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود، از این فعالیت بین‌المللی‌اند. ایران با داشتن سابقه چندین هزارساله و جاذبه‌های فراوان گردشگری، جایگاه بسیار مناسبی در بین این کشورها دارد. نمونه‌هایی از این جاذبه‌ها، جاذبه‌های مذهبی هستند که با برنامه‌ریزی و مدیریت درست و شناسایی و سرمایه‌گذاری

مناسب می‌توان از طریق آن‌ها، جایگاه مناسبی را از لحاظ جذب گردشگر در دنیا کسب کرد. با رواج اسلام و گسترش مذهب شیعه در قرون اولیه اسلامی، شهرها و روستاهای ایران، به مناطقی برای زندگی و پس از درگذشت امامزاده‌ها، مقبره‌هایشان به محلی برای زیارت مشتاقان تبدیل شده است؛ بنابراین، وجود بارگاه امام هشتم و برادران، خواهران و نوادگان وی، نشان‌دهنده جایگاه مناسب کشورمان از لحاظ اماکن مذهبی است؛ بنابراین، توجه به اعتقاد مردم به امامزاده‌ها و زیارتگاه‌های مذاهب دیگر (به‌ویژه زرتشتیان)، موجب توجه مردم به این مکان‌ها می‌شود. از طرفی، دلایلی همچون نبود سرویس‌های بهداشتی کافی و پارکینگ، بی‌توجهی دولت به این مکان‌ها، نبود سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و... را باید به‌عنوان دافع‌های این مکان‌ها نام برد که با برنامه‌ریزی‌های مناسب در زمینه کاهش این عوامل می‌توانیم از گستردگی اماکن مذهبی و زیارتی، برای رونق گردشگری مذهبی در کشور استفاده کنیم. امروزه زیارتگاه چک‌چک در اردکان، به‌عنوان منبع درآمدی برای توسعه اقتصادی شهرستان اردکان، میباید و یزد و سبب توسعه گردشگری دینی و مذهبی شده است. به گونه‌ای که می‌توان نقش مذهب را در توسعه بخش گردشگری به وضوح مشاهده کرد.

راهکارها و پیشنهادها

- تلاش در جهت احداث تأسیسات و تجهیزات رفاهی، برای استفاده گردشگران در زیارتگاه چک‌چک؛
- فرهنگ‌سازی عمومی برای رفتار مناسب با گردشگران (به‌ویژه در زمان‌های خاصی که فقط پیروان مذهب زرتشت می‌توانند در این مکان حضور داشته باشند)؛
- استفاده از درآمدهای مکان‌های مختلف زیارتی جهت بهسازی و حفاظت از این زیارتگاه‌ها برای توسعه گردشگری؛
- ایجاد فضاهای سبز یا جاذبه‌های دیگر در کنار مکان زیارتی؛
- آسفالت کردن جاده‌ها و راه‌های ارتباطی با این زیارتگاه؛
- تبلیغات گسترده برای جذب گردشگر با معرفی آثار برجسته تاریخی در مناطق پیرامونی زیارتگاه، مانند بافت تاریخی شریف‌آباد اردکان و حتی شهرستان اردکان و استان یزد؛
- ایجاد سطل زباله و یا توزیع نایلون در بین گردشگرانی که به این محل مراجعه می‌کنند؛
- توسعه و گسترش امنیت، برای عبور و مرور گردشگران حتی در شب؛
- استفاده از انرژی‌های نو برای تأمین برق منطقه، با توجه به اقلیم مناسب تولید انرژی‌های نو (انرژی خورشیدی)؛
- استفاده از این مکان برای رساندن پیام صلح و آشتی ایرانیان به سراسر جهان، با توجه به برگزاری جشن مهرگان توسط زرتشتیان سراسر جهان.

منابع

1. Bahar, M. 2007, **From Myth to History**,. Cheshmeh publication, Tehran. (In Persian)
2. Biranovand, E., 2008, **Spatial Analysis of Ecotourism Attractions in City of Khorramabad**, MA thesis, Faculty of Literature and Human Sciences, University of Isfahan. (In Persian)
3. Boyer, M., 1999, **Le Tourism de L' a 2000**, Lyon: Press Universities the Lyon.
4. Campo, J.E., 1998, **American Pilgrimage Landscapes**, Annals of the American Academy of Political and Social Science 558: 40-56.
5. Clark, M., 1991, **Developments in Human Geography: Niches For a Christian Contribution**, Area 23(4): 339-345.

6. Davani, A., 1997, **Islam and the Travel**, Articles Collections of the first conference Islamic Republic of Iran, Volume 1, pp. 88-102. (*In Persian*)
7. Digance, J. and Cusack, C., 2002, **Glastonbury: A Tourist Town for All Seasons**, In **Dann, G, M, S**, (ed) **The Tourist as a Metaphor of the Social World**, Wallingford: CAB International.
8. Dinars, A., 2006, **Tourism and Religious**, Journal of Zaier, No. 120, pp. 54-60. (*In Persian*)
9. Drimba, O., 1990, **Astoria Culture Is Civilization**, vol. 3, Ed.itor StenRifica, Bucurecte.
10. Durant, J. 1998, **History of Civilization**, translated by Ahmad Aram, First and Second Volume, Third edition, Tehran. (*In Persian*)
11. Friedland, R., 1999, **When God walks in History**, Tikkun 14(3): 17-22.
12. Ghare Nezhjad, H., 2007, **Introduction to the Development of Tourism and Hospitality**, First edition, Islamic Azad University publication, Najaf Abad. (*In Persian*)
13. Graham, B. and Murray, M., 1997, **The Spiritual and the Profane: the Pilgrimage to Santiago de Compostela**, *Ecumene* 4(4): 389-409.
14. Griffin, J., 1994, **Order of Service**, *Leisure Management* 14(12): 30-32.
15. Haab, B. 1996, **The Way As an Inward Journey: An Anthropological Enquiry Into the Spirituality of Present – Day Pilgrims to Santiago**, confraternity of St. James Bulletin, 56.
16. Inoue, N., 2000, **From Religious Conformity to Innovation: New Ideas of Religious Journey Holy Places**, *Social Compass* 47(1): 21-32.
17. Jacowski, A., Ptaszycka-Jackoska, D., and Soljan, I. 2003, **The World system of pilgrimage centers Tourism**, 12(2).
18. Kavian Far, S., 2005, **Tourism in France and the World**, *Journal of Municipalities Journal*, No. 78, pp. 62-74. (*In Persian*)
19. Khosravi, H., 2007, **Obstacles and Problems of Tourism Development in Qom Province**, *Journal of Geography Education*, No. 80. (*In Persian*)
20. Kong, L., 2001, **Religion and Technology: Refiguring Place, Space, Identity and Community**, *Area* 33(4): 404-413.
21. Koskansky, O., 2002, **Tourism, Charity, and Profit: the Movement of Money in Moroccan Jewish Pilgrimage**, *Cultural Anthropology* 17(3): 359-400.
22. Kosti, F., 1998, **The Enchantment of Religious Tourism: the Case of Mount Athos, Greece**, *Variety Studies* 15(4): 5-13.
23. Lowenthal, D., 1997, **The Heritage Crusade and the Spoils of History**, London: Viking, London.
24. MacCannell, D., 1973, **Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings**, *American Journal of Sociology* 79(3): 589-603.
25. MacWilliams, M.W., 2002, **Virtual Pilgrimages on the Internet**, *Religion* 32: 315-335.
26. Mansouri, A., 1997, **The Role of Tourism in Shiraz Urban Planning**, Geography Ph.D. dissertation Thesis, University of Isfahan. (*In Persian*)
27. Mohammadi, S.A. & et al. 2003, **Sequential Path Mode for Determination**

- Interrelation Among Yield and Related Characters in Maize**, *Grop. Sci*, 43, pp 1690-1667. *(In Persian)*
28. Momeni, M., et al., 2008, **Structure and Function of Religious - Cultural Tourism and nNeed for iIntegrated mManagement in Mashhad metropolisMetropolis**, *Journal of Geography and Development*, Sixth YearVol. 6, No. 11, pp. 25-1. *(In Persian)*
 29. Mousavi, M. N. Abdolahzade, M and Ali Bagheri Kashkouli (2014), **Religious Tourism (nature and concepts)**, Arad Press, Tehran, 85. *(In Persian)*
 30. Mousavi, M. N., 2009, **Analysis of Boundary Function for the Spatial Structure of the Border Towns**, *Geography and Urban Planning Ph.D. dissertation Thesis*, University of Isfahan. *(In Persian)*
 31. Nolan, M. L. and; Nolan, S. 1989, **Christian Pilgrimage in Modern Western Europe, Chapel Hill**; The University of North Carolina Press.
 32. Nolan, M.L. and Nolan, S., 1992, **Religious Sites as Tourism Attractions in Europe, Annals of Tourism Research 19: 68–78.**
 33. Olsen, D.H. and Guelke, J.K., 2004, **Spatial Transgression and the BYU Jerusalem Center Controversy**, *Professional Geographer* 56(4): 503–515.
 34. Olsen, D.H. and Timothy, D. J., 1999, **Tourism 2000: Selling the Millennium**, *Tourism Management* 20: 389–392.
 35. Paasi, A., 2003, **Region and Place: Regional Identity in Question, Progress in Human Geography**, 27(4): 475–485.
 36. Papoly Yazdi, M.H. and Saghaei, M., 2007, **Tourism (Nature and Implications)**, first edition, published by the Ministry of Islamic Culture and Guidance, Tehran. *(In Persian)*
 37. Preston, J. J., 1992, **Spiritual magnetismMagnetism: An Organizing Principle for the Study of Pilgrimage**, in A. Morin's (ed.) *Sacred Journeys: The Anthropology of Pilgrimage*, Westport, CT: Greenwood, CT.
 38. Rahim Poor, A. and Seyed Hoseini, S. D., 2000, **The Features of Islamic Tourism Mahia publication. (In Persian)**
 39. Rezvani, A. A., 2006, **Geography and Tourism**, Sixth edition, Payame Noor University publication, Tehran. *(In Persian)*
 40. Riesebrodt, M., 2000, **Fundamentalism and the Resurgence of Religion**, *Number 47: 266–287.*
 41. Rountree, K., 2002, **Goddess Pilgrims as Tourists: Inscribing Their Body through Sacred Travel**, *Sociology of Religion* 63(4): 475–496.
 42. Sharf, R.H. 1998, **Experience, Critical Terms for Religious Studies**, in M. C. Taylor (ed.), *Critical Terms for Religious Studies*, Chicago: University of Chicago Press Chicago.
 43. Smith, M.K., 2003, **Holistic Holidays: Tourism and the Reconciliation of Body, Mind and spiritSpirit**,. *Tourism Recreation Research* 28 (i).
 44. Stump, R. W., 2000, **Boundaries of Faith: Geographical Perspectives on Religious Fundamentalism**, Lanham, MD: Rowman & Littlefield, Lanham.
 45. Umbelino, J., 1999, **Laser a Traditional Lisboa: Centro the Studios the Geographic a Plane amen Regional**,. *Series Studios*.
 46. Voyé, L., 2002, **Popular Religion and Pilgrimages in Western Europe**,” in W.H. Swatos and L. Tomasi (eds) *From Medieval Pilgrimage to Religious Tourism*, Westport, CT: Praeger, CT.

47. Vukonic, B., 1996, **Tourism and Religion**, Great Britain: Pergamon, Great Britain.
48. Wang, G.M, S. Kany & O. Moreno., O., 1999, Genetic Analysis of Grain Filling Rate and Duration in Maize Field Crops, *res*, 61, pp. 211-222.
49. Williams, W. A. B. Jones & M. Demment, M., 1990, **A Concise Table for Path Analysis Statistic**, *Agron*, 82, pp 1022-1024.
50. York, M., 2002, **Contemporary Pagan Pilgrimages**, in W.H. Swatos and L. Tomasi (eds) *From Medieval Pilgrimage to Religious Tourism*, Westport, CT: Praeger, CT.