

انبوه‌گرایی در سفر معنوی پیاده روی اربعین؛ فرصت یا تهدید؟



مهدیه شهرابی فراهانی

دکتری مدیریت گردشگری، مدیر همکاری‌های بین‌المللی پارک فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی، تهران، ایران.

چکیده

سفر معنوی پیاده‌روی اربعین به‌عنوان یکی از قدیمی‌ترین آیین‌های دینی شیعیان در کشور عراق، هر سال میزبان عظیمی از زائرانی است که خودشان را با سختی و دشواری به کربلای مقدسه می‌رسانند. توسعه شبکه حمل و نقل، ترویج رسانه‌های اجتماعی و تمایل به حضور در مکان‌های معنوی و مقدس، موجب حضور انبوهی از گردشگران در سرزمین عراق و به‌ویژه ظهور گرایش‌های نوین معنوی و بازدید از اعمال دینی مذهبی خاص همراه بوده است. به‌طوری که اشباع رویکرد انبوه‌گرایی و اجتماع میلیونی شیعیان جهان اتفاقی کم‌نظیر و کم‌سابقه در پیاده‌روی اربعین به‌شمار می‌رود. از سوی دیگر تبلیغ گسترده این رویداد دینی از سوی جوامع مختلف به‌ویژه ایران یک اقدام استراتژیک تلقی می‌گردد. در این نوشتار انبوه‌گرایی در سفر معنوی اربعین هم از رویکرد درونی مدیریت گردشگری و هم نگاه برونی کلان و استراتژیک مورد بررسی قرار گرفته است. از یک‌سوی عظیم گردشگران در پیاده‌روی موجب تهدید بسیاری از رافرها می‌نماید. آسیب‌هایی را به همراه دارد چرا که بر اساس تحلیل‌های اقتصادی، زیست‌محیطی، جامعه‌شناختی، معنویت و مذهبی در گردشگری می‌توان به تهدیدهایی اشاره نمود که هم گردشگر و هم جامعه محلی را با آسیب‌های بسیار مواجه خواهد ساخت. از سوی دیگر نگاه استراتژیک به اربعین به‌عنوان حضور میلیونی شیعیان جهان در یک مکان مقدس نیز امری مهم و به‌عنوان فرصت قابل تأمل می‌باشد. به‌طوری که شاید تاکنون از دید گردشگری تحلیلی بر روی آن صورت نگرفته است. بدین جهت نیاز به همسوس شدن دیدگاه‌های مدیریت گردشگری از دریچه درون فرهنگی و استراتژیک از دید بیرونی، وجود دارد. یکپارچگی رویکردهای کلان مدیریتی هم در زمینه گردشگری و هم نگاه کلان استراتژیک رویداد اربعین، یکی از اقداماتی است که می‌تواند تملکی تهدیدها را نیز به فرصت تبدیل نماید.

واژگان کلیدی: پیاده‌روی اربعین، معنویت، مکان مقدس، گردشگری مذهبی.

ترویج و تبلیغ به رویکرد انبوه‌گرایی در سفر معنوی پیاده‌روی اربعین چه اثراتی را از دیدگاه مدیریت گردشگری به همراه خواهد داشت؟

بیان مسئله

تبلیغ و ترغیب به پیاده‌روی اربعین در سال‌های اخیر بیش از پیش صورت پذیرفته است. این آیین از سال‌های دور حتی در زمان ممنوعیت سفر به کربلا نیز انجام می‌شده است. گزارش‌های رسمی منتشر شده نشان می‌دهند در سال‌های اخیر به طور متوسط حدود بیست میلیون نفر در این رویداد دینی حضور می‌یابند^۱، به طوری که بالغ بر ۲۱ میلیون نفر در پیاده‌روی اربعین ۲۰۲۵ با هدف زیارت اربعین حسینی از نجف تا کربلا گزارش شده است.^۲



تصویر ۱. زیارت اربعین حسینی از نجف تا کربلا. مأخذ:
<https://karbala-intel.net/english/10362>

بی شک بررسی پیاده‌روی اربعین نه صرفاً از دیدگاه درون فرهنگی، بلکه نیازمند رویکرد استراتژیکی است، چرا که سفر معنوی پیاده‌روی اربعین به عنوان یکی از ابزارهای مهم ترویج شیعیان جهان اسلام به همه نگاه‌های جهانی شده است، به ویژه برای ایران این نگاه بیش از پیش اهمیت دارد. از نگاه گردشگری بی شک رویدادهای نقش مهمی در توسعه ایفا می‌کنند به ویژه مقصدهای گردشگری در سال‌های اخیر با برگزاری رویدادهای سعی در شناساندن و معرفی مقصد گردشگری داشته‌اند به طوری که به عنوان یکی از استراتژی‌های بازاریابی مقصد در نظر گرفته می‌شود. از سوی دیگر با افزایش گرایش جهان به سمت معنویت، مکان‌های مقدس و مضمین معنوی سیر کثیری از سفرهای معنوی شکل گرفته است. ابر رویداد اربعین نیز از این قاعده مستثنی نبوده و آمارهای با حضور حجم بالای تعداد گردشگران در این زمینه منتشر شده است. اگرچه روند ارائه آمارهای کمی از اقدامات

1. <https://religionmediacentre.org.uk/news/the-largest-annual-event-on-earth-millions-join-the-arbaeen-pilgrimage-in-iraq/>

تاریخ مراجعه: ۲۲ مرداد ۱۴۰۴

2. <https://karbala-intel.net/english/10362>

تاریخ مراجعه: ۲ مهر ۱۴۰۴

اجتناب‌ناپذیری به شمار می‌رود، با این حال در فضای گردشگری نمی‌توان به این سادگی در این زمینه سخن گفت، چرا که عوامل بسیاری در ارائه آمارهای کمی و اثبوه پیادمری اربعین دخیل و مؤثر هستند به طوری که صرف اشاره کمی به تعداد حاضرین در این رویداد نمی‌توان بسنده کرد، و این موضوع از جوانب بسیاری قابل تأمل و بررسی است، چرا که هم از حیث مذهبی، جامعه‌شناختی، فرهنگی، گردشگری، اقتصادی، زیست محیطی و سیاسی نیازمند تحلیل عمیق‌تر می‌باشد. از دیدگاه دیگر، نگاه کلان استراتژیک پیادمری اربعین را یکی از پرچم‌داران اصلی اعتقاد شیعه می‌داند، به ویژه با تأکید بر روایت از حضرت امام حسن عسکری که زیارت اربعین را به عنوان یکی از نشانه‌های مؤمن بیان کرده‌اند، لذا این رویکرد خود امر مهمی در ترویج دینی آن و چه بسا فرصت محسوب می‌شود.

از دیدگاه صرف گردشگری، آیین‌های مذهبی اعمال و رفتار مذهبی خاص در یک مکان مقدس همراه آداب و رسومی است که از سوی پیروان ادیان انتظار می‌رود و هنگامی که تفکرات غیر صحیح دینی در این حوزه رسوخ نماید و اندیشه‌ای در آن نباشد در ادامه مشکلات بسیاری را به همراه خواهد داشت، در سال‌های اخیر تبلیغات گسترده‌ای به نام معنویت و سفرهای معنوی شکل گرفته است، افزایش بی‌حد و مرز گردشگران به ویژه در پیادمری اربعین به معنی صرف‌انگه در آمدزایی و رویکرد مادی‌گرایانه و مدرنیته می‌باشد.

حضور در پیادمری اربعین به عنوان یک رفتار اجتماعی از سوی رسانه‌های بسیاری تبلیغ می‌شود، از سوی دیگر فارغ از زائران که مقید و متعهد به احترام، و انجام آیین‌ها و اعمال عبادی می‌باشند، گروهی از افراد جامعه ضمن تحت تأثیر قرار گرفته رسانه‌های اجتماعی، سعی در دیده شدن، و همسو با جماعت شدن، اشاعه معنویت در مکان مقدس و امثال ادبیات غیر دینی معنوی است که هیچ ریشه‌ای در آیین‌های عبادی و اعمال دینی شیعه ندارد. از این رو با مرور زمان و حضور اثبوه گردشگران که رویکرد اثبوه‌گرایی را در رویداد اربعین رقم خواهد زد، موجبات افزایش آثار منفی این رویداد را بیش از پیش فراهم می‌نماید. در این دیدگاه تبلیغات گسترده معنویت‌گرایی بسیار عملی برای تهدید نگرین می‌شود، در رویکرد کلا، کاملاً در نقطه مقابل هستیم و فرصتی برای بازنمایی قدرت و اعتقادات شیعه محسوب می‌گردد. به عبارتی دو نگاه صرف متناقض و متضاد که بسیار نیازمند تأمل و تحلیل می‌باشد. در این نوشتار رویکرد اثبوه‌گرایی به سفرهای معنوی با محوریت پیادمری اربعین، با تحلیل فرصت و تهدید، مورد بررسی و نقد قرار گرفته است.

بدنه نقد

تأکید به آمارهای کمی در رویدادها امری اجتناب‌ناپذیر است، بسیاری از رویدادهایی که در جهان برگزار می‌شوند اعم از سیاسی، فرهنگی و دینی بر اساس معیار تعداد حضور گردشگران ارزیابی می‌گردند، با این حال گاهی اوقات این امر خود آسیب‌زننده خواهد بود. به طوری که اگر معیارهای ارزیابی فقط صرف تمرکز بر افزایش نسبی گردشگران در هر سال نسبت به سال‌های دیگر باشد، شاهد رویکرد اثبوه‌گرایی و افزایش بی‌حد و مرز تعداد گردشگران خارج از حد تحمل و ظرفیت مقصد گردشگری خواهیم بود و این امر مشکلات بسیاری را ایجاد خواهد کرد. به ویژه با افزایش سفرها به مقصدهای مذهبی و مقدس، بهرماندی از رسانه‌های اجتماعی، تأثیر بالای تبلیغات دهان به دهان، سبب افزایش حضور گردشگران در مقصد می‌گردد.

از دیدگاه مدیریت گردشگری، ترویج اثبوه‌گرایی در پیادمری اربعین را می‌توان از ابعاد گردشگر و جامعه میزبان بررسی کرد. این تحلیل نگاه به گردشگری در دو بخش مبدأ و مقصد، به

گرایش به معنویت و حضور در رویدادهای معنوی رو به افزایش است. پیاده‌روی اربعین به عنوان یکی از ابررویدادهای دینی در جهان به شمار می‌رود که هم دید سفرهای معنوی و مذهبی گردشگری و هم رویکرد کلان استراتژیک با هدف قدرت‌نمایی شیعیان جهان اسلام قابل تأمل می‌باشد. صرف تمرکز با هدف حداکثر نمودن تعداد حاضران در این رویداد بی‌شک آسیب‌هایی را در ادامه به همراه خواهد داشت هم از نظر دیدگاه اعتقادی، هم مدیریت گردشگری، و آسیب‌های جامعه میهمان و میزبان، و همچنین در این راستا اهداف کلان قربانی مشکلات و آسیب‌ها خواهند شد.

همراه تاملی فرآیندهایی است که در این اکوسیستم وجود دارند در حال حاضر با افزایش سفرهای مذهبی و حضور گسترده گردشگران در انواع رویدادهای دینی، از اولین صورتهای گردشگری انبوه به شمار می‌رود که به ویژه در قرن ۱۵ بیشتر قابل ردیابی است (Lundup, 2020). علی‌رغم اینکه تحقیقات نشان داد در سفرهای مذهبی گرایش به تجمع و انبوه‌گرایی مورد قبول نیست به ویژه از دیدگاه متمسکان به آن مذهب، حضور انبوه توریست در این مکان‌ها مورد پذیرش نمی‌باشد (Lundup, 2020).

از دیدگاه گردشگر و کسب رضایت‌مندی، یکی دیگر از مفاهیم مورد تحلیل در این رویکردها اصل است، اصل یکی از مهم‌ترین مفاهیم مورد توجه جامعه مبدأ و مقصد می‌باشد از نگاه گردشگر جستجوی اصل به ویژه در میراث فرهنگی اهمیت ویژه‌ای دارد (Apostolakis, 2003)، اگرچه گردشگران به دنبال اصل هستند یا نه، یک موضوع پیچیده و مبهم است و تا حدود زیادی به گونه گردشگری و خود گردشگر وابسته است (Chhabra, 2010) اصل فرآیندی عینی و ذهنی است که همزمان ذهن، روح و جسم گردشگر را درگیر می‌کند.

از دیدگاه اقتصادی و زیست محیطی با شکل‌گیری گردشگری به صورت یک صنعت پر درآمد، توجه بسیاری از کشورها به این مقوله، در راستای دستیابی و بهره‌مندی از سود سرشار این پدیده جلب شد در این شرایط، شناسایی اثرات بالقوه گردشگری انبوه و توجه به اثرات فعالیت‌های گردشگری بر اقتصاد، محیط‌زیست و فرهنگ نقاط توریستی، و همچنین رشد غیرقابل کنترل گردشگری انبوه که باعث تپه‌سازی و تخریب منابع طبیعی، اجتماعی و فرهنگی شده و اثرات مخربی همانند فروکاست میراث و فرهنگ سنتی و محلی، از بین رفتن هویت محلی، افزایش میزان جرائم، ازدحام و شلوغی و دیگر مسائل زیست محیطی را در مناطق میزبان بر جای نهاده بود، آغاز شد (Che and Sirkaya, 2006).

از دیدگاه رویکردهای نوین معنوی، در رویکردهای مدرن‌سیم افرادی که پیرو یک دین و مذهب نباشند با روی آوردن به سبک‌های مدیتیشن و از این دست فعالیت‌ها اجازه ورود به مکان مقدس و انجام آیین‌های مذهبی را پیدا خواهند کرد (Bruce Lai, 2024). گرایش‌های نوظهور به معنویت، فردگرایی و جهانی شدن در جامعه مدرن سبک جدیدی از سفرهای معنوی به مکان‌های مذهبی را ایجاد کرده است که از سبک و سیاق سفرهای رسمی و مشخص مذهبی در یک دین خاص خارج شده و سبب نارضایتی پیروان آن دین شده است (Mas'ud et al., 2025). بدین مفهوم که نگاهی تجاری، مادی‌گرایانه و مدرنیته به مکان‌های مقدس در حال دامن‌زدن است و این همان نکته بود که با مطرح شدن نظریه و پیوستن گردشگری مذهبی از سوی اسمیت^۳ (۱۹۹۹) بسیاری بر این عقیده بودند که گستره این نظریه در آینده به ماهیت الهی مذهب آسیب وارد خواهد نمود. اگرچه این رویکرد تعبیر نشده و در قرن جدید به فعالیت‌های مثبتی تلقی می‌شود که افراد در جامعه برای کسب تجربه‌های معنوی و گریز از زندگی روزمره صنعتی از آن بهره می‌برند چه بسا آثار مثبت فردی هم به همراه دارد (Giulia Parola et al., 2024).

معنویت در عصر مدرن تمسک به هر شیوه و هر سیاق به مکان مذهبی و مقدس و حتی حضور در کنار اعمال مذهبی نیست. نتایج تحقیقات رفتارشناسی در حوزه گردشگری و معنویت حاکی از این مطلب است، جامعه انسانی به هر میزان که در مادیات، مشکلات فردی و اجتماعی تحت فشار قرار می‌گیرد، نیاز به معنویت بیشتر را در خود احساس می‌کند، به ویژه سفر و آن هم رویدادهایی که ضمیمه معنوی مذهبی دارند، شاهد حضور بیشتر و متنوع گردشگران هستند. این نکته را می‌توان با افزایش آمار سفرهای زیارت‌اربعین مشاهده کرد در سال‌های اخیر با افزایش سفرهای پیالامروی اربعین، گویی فقط بر افزایش آمار کمی و گردشگری انبوه تأکید می‌گردد بر این اساس نگاه تجاری و مادی‌گرایانه به اربعین می‌تواند فلسفه اصلی این سفر را با آسیب روبه‌رو نماید چرا که وقتی صحبت از تجاری‌سازی می‌شود، همه مفاهیم و موضوعات مشتری‌یابی تلقی می‌گردند که بایستی به ارزش افزوده مادی اقتصادی تبدیل شوند. از سوی دیگر نقطه نظر رویکرد استراتژیک به ترویج فرهنگ اعتقادات شیعیان تمرکز دارد رویکردی که کاملاً بحث متناقض و متفاوتی را بیان می‌کند در این دیدگاه تأکید بر آمارهای کمی، افزایش

حضور گردشگران و سیل حضور جمعیت چه بسا نقطه عطف و تمرکز قدرت خواهد بود! اگرچه با تحلیل آن دوباره به افزایش و روند بی‌رویه افزایش جمعیت می‌رسیم که آن هم از یک سو می‌تواند نقاط منفی را در بر داشته باشد در این دیدگاه تملی فرآیند پیلامروی اربعین، که اصل و اساس آن معنوی است و وامدار اعتقادات عظیم شیعی می‌باشد، همگی به محصولات تجاری تبدیل می‌شوند که فقط و فقط جنبه ارزش‌ربایی آنها مد نظر است، از هر چیزی بایستی پول درآورده شود حتی به قیمت آسیب رساندن به مقصد، مهمان و میزبان و همچنین فلسفه اصلی سفر. البته که این اقدام با توجه به میزان برنامه‌ریزی، مدیریت و تأمل جامعه میزبان متفاوت است. برخی جوامع مدیریت گردشگری را بسیار مهم دانسته و با رویکرد مدیریت مقصد گردشگری، نظارت دقیق بر تعداد گردشگران دارند، اما برخی مقصدها از سیستم مدیریت گردشگری تبعیت نمی‌کنند و این امر ممکن است به دلایل مختلف باشد ممکن است صنعت گردشگری از جایگاه والایی برخوردار نباشد، دوم این که ساختار مدیریتی و سازمانی مشخصی از گردشگری در آن مقصد وجود ندارد و یا ممکن است حتی علی‌رغم همه اینها افزایش کمی تعداد گردشگران برای مقصد مزیت مثبت تلقی گردد. مانند مدیرانی که بر آمارهای کمی تکیه می‌کنند و هر سال به دنبال افزایش میانگین سفرها به مقصد هستند باید در این زمینه به این مهم توجه داشت که مدیریت گردشگری شامل جامعه مهمان هم می‌شود. اگر جامعه میزبان نگاه مدیریت قوی یا ساز و کار مشخص گردشگری نداشته باشد، به این مفهوم نیست که جامعه متقاضی نیز بدون مدیریت عمل کند و نظارتی بر بازار تقاضای گردشگری نداشته باشد چرا این نکته مهم است؟ به این دلیل که تجربه‌های پیشین در نقاط مختلف دنیا نشان می‌دهد اگر جامعه مقصد از سیستم مدیریت مقصد بهره‌مند نباشد، جامعه متقاضی هم بی‌مهابا عمل کند در ادامه و ادوار آتی شاهد رفتار قهرآمیز از سوی جامع میزبان خواهیم بود پس چه بهتر که جامعه مهمان و متقاضی این مدیریت را از درون انجام دهد از سوی دیگر باید به این نکته اعلان کرد وقتی همه تسهیلات اقتصادی سفر فقط در یک رویداد داده می‌شود خود این امر باعث تراکم سفرها به آن مقصد می‌گردد. در مورد پیلامروی اربعین این نکته کاملاً مصداق عینی دارد. با افزایش هزینه‌های سفر به عتبات تملی تسهیلات دولتی و تسهیل ورود به مقصد عتبات متمرکز فقط بر اربعین است و این خود می‌تواند نقطه شروع مشکلات باشد.

در نگاه کلی گردشگری یک مفهوم و رفتار اجتماعی فرهنگی است، هر گاه فقط نگاه مطلق مادی گرایانه، تجاری‌سازی صرف به آن ایجاد شود، بدون شک شاهد پایان آن خواهیم بود به ویژه در سفرهایی که بدنه اعتقادی دارند، نمی‌توان بی‌برنامه عمل کرد از سوی دیگر ترویج فرهنگ اعتقادی شیعیان، تأکید بر همگرایی و نشان دادن قدرت و بازنمایی باورهای شیعیان در جهان، امری مهم و اجتناب‌ناپذیر است. شاید بتوان گفت نگاه استراتژیک به صنعت گردشگری، فارغ شدن از فضای جزیره‌ای عمل کردن، ایجاد رویکرد یکپارچه در این سیستم می‌توان تملی تهدیدها را فرصت تبدیل نماید چرا که از هر نقطه مدیریت که بررسی می‌شود، به هر قیمتی نباید شاهد افزایش آمار گردشگران اربعین بود در پیلامروی اربعین تملی مفاهیم انتزاعی معنوی بروز و ظهور می‌یابند از حس همدلی و ارتباط با سایر انسانها تا اتصال و تقرب به خداوند، تا همگرایی اجتماعی، شناخت فرهنگها همگی تجلی معنویت در عصر امروزی است که وامدار گردشگری می‌باشد بی شک رسانه یکی از مهم‌ترین آیین‌های اصلی به تصویر کشیدن این سیل جمعیت پیلامروی اربعین است، اما در هر حال بایستی چاره‌ای اندیشید چرا که رویکرد معنوی همان گونه که می‌تواند راه‌گشا باشد، به همان میزان هم می‌تواند برای پیاده‌روی اربعین نامطلوب واقع گردد. درهم تنیده شدن مادی‌گرایی و معنویت مدرن با اصول و اعتقادات مذهبی، در هر دین و اعتقادی و نه فقط اسلام، آسیب زننده خواهد بود چرا که بخش عمده‌ای از مضمین معنوی در گردشگری انتزاعی و ناملموس می‌باشند، شاهد عینی و فیزیکی برای تعیین حد و مرز آن وجود ندارد، لذا مشکلات ممکن است بیش از پیش بروز یابد. اگرچه رویکرد کلان استراتژیک رانمی‌توان نادیده انگاشت، چرا که از این دیدگاه امری مثبت تلقی می‌گردد و بسیار نتیجه‌بخش می‌باشد هم در ارائه هویت دینی شیعی و هم قدرت

ایران در منطقه و هم ترویج فرهنگ ایرانی و یکپارچگی مسلمانان با یکدیگر. با این حال می‌توان رویکرد استراتژیک را با نگاه مدیریت گردشگری تلفیق کرد، چرا که نگاه‌های مجزای این دو رویکرد ممکن است در ادامه مشکلات دیگری را نیز سبب شود. لذا بدون توجه به این سبیل عظیم گرایش‌های معنوی و تجاری کردن سفری که ماهیتاً بر پایه اعتقادات دینی استوار است، تمرکز صرف بر آمارهای کمی و تأکید ترویجی به اجتماع شیعیان، در میانه راه و مشکلات پیش آمده دچار تزلزل خواهد گشت. در این راستا الزام و اجبار به رفتار قهرآمیز و محدودکننده با هدف عدم حضور گردشگران در این روزهای گیرند آن هنگام می‌شود که از جنبه دیگر شاهد اثرات منفی این رفتار قهرآمیز خواهیم بود. به ویژه در سفرهای معنوی که بدنه اعتقادی دینی دارند، اثرات منفی بیش از پیش نمود می‌یابد.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

معنویت به مفهومی گرایش‌های روانی و غیر ملای، با مفاهیم مدیریت‌شن و یوگا و بهر مندی از حس و اتمسفر فضای مقدس در سال‌های اخیر رو به افزایش می‌باشد. مکان‌های مقدس شاهد حضور سبیل عظیمی از افرادی هستند که بدون هیچ آگاهی و شناختی از آن مذهب صرفاً می‌خواهند در آن مقصد و آن مکان حضور فیزیکی داشته باشند. در این راستا این دیدگاه مطرح است که نباید نگاه عقب‌گرد به گردشگری انبوه مطرح شود، نبایستی به هر قیمتی با ورود هر گردشگر به یک منطقه موافقت نمود، چرا که از ظرفیت‌های فیزیکی و موقعیت منطقه گرفته تا آیین‌ها و آداب و رسوم و ویژه اعتقادی که در زمینه آن رویداد مذهبی وجود دارند، همگی بایستی مورد احترام، ارزش و توجه و دقت قرار گیرد. از این رو به هر قیمت نباید تعداد زائرین یا گردشگران اربعین را افزایش داد. از نگاه دینی و اعتقاد شیعه نیز این امر مسلم است که جایگاه والای امام حسین علیه‌السلام نیازی به این حجم بالای زائر یا مسیری نمایشی ندارد. این دیدگاه بسیار مهم است. اثرات منفی آن بیش از پیش خواهد بود چرا که نیازهای معنوی و انگیزه‌های معنوی با دیدگاه مدرنیته در عصر جدید افراد را به این سمت و سو می‌کشاند که به هر قیمتی شاهد افزایش تعداد گردشگران باشیم و هر سال به دنبال افزایش دادن و بالا بردن این آمار اقدام کنیم. اگر این دیدگاه و تفکرات عصر مدرنیته با محوریت رویکرد معنوی به سفرهای مقدس بر زیارت اربعین چیره گردد در سال‌های آتی شاهد رفتارهای منفی و چه بسا آثار مخرب آن هم به لحاظ فرهنگی و اجتماعی اعتقادی و زیست‌محیطی باشیم.

بایستی این موضوع از دو جنبه بررسی شود، یکی افزایش گرایش‌های معنوی و سفر به مکان‌های مقدس در جهان است. بدین مفهوم که هر جا تبلیغ سفرهای معنوی می‌شود، مورد توجه قرار می‌گیرد و امروزه شاید دین و اعتقاد معیار اصلی نیست، بلکه فرآیند حضور در مکان مقدس و همراه شدن با افراد و جمعیت هدف اصلی است. انسان عصر ملای گرایشی که غرق در صنعت و مدرنیته است، فاصله بیشتری با روح و معنی اصلی خویشتن و زندگی پیدا کرده و گویی نیاز بیشتری هم به سفر دارد. تا از طریق سفر و حرکت بتواند نیاز معنوی را تأمین کند. انسان در طول زندگی به ویژه از طریق سفر به دنبال معنویت می‌گردد. معنویت نیاز هر انسان است. نیازهای معنوی انسان از حس نیاز به استراحت ذهنی و تمرکز گرفته تا اتصال به خالق هستی و ارتباط با طبیعت، همگی نیازهای معنوی هستند. بی تردید ابر رویداد اربعین حسینی مصداق و تجلی‌گاه بروز معنویت است. برای همه انسان‌هایی که به ویژه در عصر حاضر زندگی می‌کنند، خلأ بیشتری به مضامین معنوی و غیر ملای احساس می‌کنند. معنویت را نه به عنوان یک مفهوم لوکس و تجملی، بلکه ماهیت و نیاز اساسی انسانی است. با این حال رویکردهای جدیدی که در عصر حاضر به معنویت و سفر به مکان‌های مقدس شکل گرفته است، گویی ضد خویشتن‌گام برداشته و مخل اصلی آن شده‌اند.

اگرچه در نگاه کمی گرایشی، و آمارهای منتسب به سازمان جهانی گردشگری افزایش تعداد بازدیدکنندگان از یک

رویداد و مقصد خود عاملی برای ارزشیابی به شمار می‌رود، با این حال این نگاه نتیجه اقتصادی به همراه خواهد داشت، اما تحقیقات در حوزه گردشگری گویای این مطلب است که افزایش درآمدهای اقتصادی ناشی از گردشگری به هر قیمتی، صرف تمرکز بر درآمدزایی در آینده نه چندان دور، عواقب خطرناکی را برای جامعه محلی به همراه خواهد داشت. اگرچه افزایش درآمدهای اقتصادی ناشی از افزایش تعداد گردشگران بر بازه زمانی کوتاه مدت با شیب بالایی رشد می‌کند، با این حال نارضایتی جامعه میزبان، آسیب محیط زیستی فرهنگی و اجتماعی، تهدید برای رفاه و آسایش ساکنین، و همچنین آسیب به اصالت را در پی خواهد داشت.

مدیریت به مفهوم مانع شدن، محدودیت و یا مخالفت نیست، به ویژه در جامعه متقاضی پیاده روی اربعین شاید این مهم ضرورت بیشتری داشته باشد. بر این اساس مدیریت گردشگرانی که عازم اربعین می‌شوند اگر با سازوکار صحیح صورت پذیرد خود امری پیش گیرانه در رفتار قهرآمیز آینده جامعه میزبان اربعین خواهد بود. اگرچه اعتقادات مذهبی بستر اصلی شکل دهی این سفر هستند، با این حال با رویکردهای جدیدی که ایجاد شده است نمی‌توان از اثرات منفی آن در آینده در امان بود. لذا اقداماتی برای جلوگیری از تجاری سازی سفر معنوی پیاده روی اربعین پیشنهاد می‌گردد که هم از سوی جامعه میزبان و هم مهمان بایستی مورد توجه قرار گیرد. از این رویکرد چگای میان رویکردهای مدیریت گردشگری و نگاههای استراتژیک به این رویداد می‌تواند مؤثر واقع گردد.

- یکپارچه سازی سیستم مدیریت گردشگری در کشور
- ارائه برنامه یکپارچه و مدرن مدیریت گردشگری
- طولانی تر نمودن رویداد اربعین
- ایجاد مقصدهای مکمل در ایران در نواحی جنوبی کشور
- نیاز به سازوکارهای مدیریت مقصد گردشگری مذهبی از سوی جامعه میزبان
- نیاز به برنامه ریزی با هدف مدیریت ورودی ها به مقصد
- نیاز به ارائه سازوکار و قوانین از سوی جوامع میزبان و مهمان
- برنامه ریزی و ابلاغیه جامعه میزبان به متقاضیان سفر
- تبلیغات صحیح
- بهره گیری صحیح از رسانه های اجتماعی با هدف اعتلای سفر اربعین
- آگاهی بخشی فرقه های نوظهور معنویت در سفر پیاده روی اربعین
- ایجاد و الزام به رعایت و ادای احترام با بهره گیری از اعتقادات شیعیان
- ارائه متغیرهای معنوی سفر پیاده روی اربعین
- اعطای تسهیلات سفر به عتبات عالیات در سایر زمان ها در طول سال - با هدف کاهش تراکم و ترافیک سفر در اربعین



تصویر ۲. پیاده روی اربعین به سمت کربلا. مأخذ: <https://isignal.ir>

منابع

- پژوهشکده حج و زیارت (۱۳۹۴)، مجموعه مقالات اربعین. تهران: انتشارات معارف.
- Apostolakis, A. (2003). The convergence process in heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 795–812.
- Che, Deborah., Sirkaya , Gregory, (2006). Sustaining production and strengthening the agritourism product: Linkages among Michigan agritourism destinations, *Agriculture and Human Values*, Volume 22, Issue 2, PP: 225-234.
- Chhabra, D., Healy, R., and Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702–719.
- De Kadt , Emanuel, (1979), *Tourism: Passport to Development?*, Oxford University Press: New York.
- Giulia Parola et al., "Nurturing Compassion, Synchronizing Hearts: A Randomized Controlled Trial to Explore VR Potential in Inducing Self-Transcendent Emotions," 2024.
- Lundup, Tashi(2020), *The Sacred and the Secular: Exploring Mass Tourism Encounters The Sacred and the Secular: Exploring Mass Tourism Encounters at Lamayuru Monastery in Ladakh, HIMALAYA* 39(2). Available at: Available at: <https://digitalcommons.maclester.edu/himalaya/vol39/iss2/14>.
- Mas'ud, Muhamad Ali, Mohammad Nor Ichwan, Syariif Ahmad Ja'far Shoodiq, Dliya'uddin Achmad(2025), *Transformation of the Spiritual Paradigm in Formal and Non-Formal Religious Interaction in the Modern Era*, *Jurnal Sosiologi Agama dan Teologi Indonesia*, Vol. 3, N. 1.
- Yung-Hang Bruce Lai, (2024) "Representations of Christianity in Chinese Independent Cinema: Gan Xiao'er's Post-socialist Religious Critique," *Religions* 15, no. 4 .

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Journal of Critical Reviews (JCR); The Iranian Journal of Critical Studies in Place. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/version4/>)

