

# گردشگری دینی و مدیریت زیارت

## چشم انداز بین المللی

(ویراست دوم)

ویراستاران:

رزاق راج و کوین گریفین

ترجمه:

ندا رضوی زاده

احمد فلاح کهن

۱۳۹۸

سرشناسه	راج، رزاق، -
عنوان و نام پدیدآور	گردشگری دینی و مدیریت زیارت / ویراستاران: رزاق راج و کوین گریفین؛ ترجمه: ندا رضوی زاده، احمد فلاح کهن
مشخصات نشر	مشهد، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۲۲۸ص. مصور، جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۳۲۴-۴۲۵-۵
فروست	انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد ۵۶۵؛ علوم انسانی ۷۸.
عنوان اصلی	Religious Tourism and Pilgrimage Management, An International Perspective
موضوع ۱	گردشگری - جنبه‌های مذهبی
موضوع ۲	گردشگری - مدیریت - مطالعات موردی
شناسه افزوده	رضوی زاده، ندا، ۱۳۵۵ - مترجم
شناسه افزوده	فلاح کهن، احمد، ۱۳۶۲ - مترجم
رده‌بندی کنگره	BL ۶۱۹/گ ۴ ر ۲؛ ۱۳۹۸
رده‌بندی دیویی	۲۰۳/۵۱



### انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد

مشهد، میدان آزادی، پردیس دانشگاه، سازمان مرکزی جهاد دانشگاهی  
 ص.ب. ۹۱۷۷۵-۱۳۷۶ تلفن: ۳۸۸۳۲۳۶۷ دفتر پخش: ۳۸۸۴۲۲۳۰  
[www.jdmpress.com](http://www.jdmpress.com) [info@jdmpress.com](mailto:info@jdmpress.com)

### گردشگری دینی و مدیریت زیارت؛ چشم‌انداز بین‌المللی (ویراست دوم)

ویراستاران: رزاق راج و کوین گریفین  
 ترجمه: ندا رضوی زاده، احمد فلاح کهن

آماده‌سازی و ویراستاری: واحد فنی دفتر نشر / چاپ و صحافی دانشگاه فردوسی  
 چاپ اول ۱۳۹۸ / شماره نشر ۵۶۵

ISBN: 978-964-324-425-5

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۳۲۴-۴۲۵-۵

کلیه حقوق نشر برای ناشر محفوظ است.

قیمت: ۴۱۰.۰۰۰ ریال

## به نام خداوند جان و خرد

کتاب بزرگترین دستاورد فرهنگی بشر است. دانش بشری مدیون هزاران هزار کتابی است که در طول تاریخ با رنج و تلاش فراوان گرد آمده‌اند. کتاب تداوم معرفت علمی انسان است که سرانجام به تراکم دانش و بروز دگرگونی‌های تمدنی می‌انجامد. جهاد دانشگاهی مشهد بر این باور است که نخستین گام در راه بهبود ساختارهای اقتصادی - اجتماعی و توسعه کشور، دستیابی به تازه‌های دانش و نشر یافته‌های پژوهشگران است. کتاب حاضر پانصد و شصت و پنجمین اثری است که با همین رویکرد منتشر می‌شود. رهنمودهای خوانندگان فرهیخته می‌تواند ما را در ارتقای سطح کیفی و کمی این آثار یاری نماید.

**انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد**

## فهرست

مقدمه مترجم.....	۱۱
مشخصات نگارندگان فصول.....	۱۵

### بخش اول: مفاهیم مدیریت گردشگری دینی و زیارت

۱. مقدمه‌ای بر سفرهای مقدس یا سکولار.....	۱۹
مقدمه.....	۱۹
دین.....	۲۱
گردشگری.....	۲۴
صنعت تجربه.....	۲۸
دین و گردشگری.....	۳۰
مروری بر فصول.....	۳۲
منابع.....	۳۷

۲. سیاست، سیاست‌گذاری و عمل گردشگری دینی.....	۳۹
مقدمه.....	۳۹
گردشگری دینی: معنای آن در زمان‌ها و فرهنگ‌های مختلف.....	۴۰
اعتقاد و تندروری در اعمال دینی.....	۴۴
بخش‌های عمومی و خصوصی در مدیریت گردشگری دینی.....	۵۲
خلاصه.....	۶۰
پرسش‌های بحث.....	۶۱
منابع.....	۶۱

۳. مکان‌های مقدس و گردشگر: پشتیبانی از زیرساخت‌های گردشگری برای گردشگران دینی و زائران، نگاهی به بریتانیای کبیر.....	۶۳
مقدمه.....	۶۳
زیارت، دین و گردشگری.....	۶۴

۶۶.....	گسترده‌گی و اهمیت گردشگری دینی.....
۷۳.....	فرصت‌ها و پیشران‌ها.....
۷۵.....	مشکلات و مسائل.....
۷۶.....	بازدید از کلیساها در بریتانیا به عنوان یک مطالعه موردی.....
۸۱.....	رویکرد بریتانیای نهان.....
۸۳.....	خلاصه.....
۸۴.....	پرسش‌های بحث.....
۸۵.....	منابع.....

#### ۴. جهانی‌سازی گردشگری زیارتی؟ اندیشه‌هایی از ایرلند..... ۸۷

۸۷.....	مقدمه.....
۸۸.....	گردشگری و جهانی‌سازی.....
۸۹.....	گردشگری دینی و زیارت.....
۹۴.....	سفر زیارتی در ایرلند.....
۹۶.....	سفر زیارتی در ایرلند مدرن.....
۹۶.....	لاف درگ.....
۹۸.....	کراف پاتریک.....
۱۰۰.....	ناک.....
۱۰۲.....	افول سفر زیارتی محلی.....
۱۰۴.....	جامعه مسافر و چشمه‌های مقدس.....
۱۰۵.....	سفر زیارتی ایرلندی‌ها و رای مرزها.....
۱۰۷.....	لوردس.....
۱۰۷.....	مجوگورج.....
۱۰۷.....	آیا زیارت ایرلند جهانی می‌شود یا جهانی-محلی؟.....
۱۰۸.....	سفر زیارتی به داخل، یا گردشگری؟.....
۱۱۰.....	خلاصه.....
۱۱۱.....	پرسش‌های بحث.....

#### ۵. گردشگری دینی برای رواداری دینی..... ۱۱۳

۱۱۳.....	مقدمه.....
۱۱۳.....	انگیزه‌های گردشگری.....
۱۱۵.....	انگیزه‌های سفر دینی.....

۱۱۷.....	ادراکات میزبان در مکان‌های دینی.....
۱۱۹.....	روابط بین رواداری دینی، سفر و گردشگری.....
۱۲۱.....	اثرات گردشگری دینی بر رواداری دینی.....
۱۲۴.....	مراسم سماع مولوی و رواداری.....
۱۲۵.....	خلاصه.....
۱۲۶.....	پرسش‌های بحث.....
۱۲۶.....	منابع.....
<b>۱۲۹.....</b>	<b>۶. زیارت، گوناگونی و تروریسم.....</b>
۱۲۹.....	مقدمه.....
۱۳۰.....	گوناگونی در صنعت مسافرت.....
۱۳۱.....	مطالعه موردی: هتل‌های تجملی جدید بیشتر و بیشتر در مکه.....
۱۳۳.....	مسافرت و تروریسم.....
۱۳۴.....	فعالیت‌های خشونت‌بار علیه زائران.....
۱۳۶.....	سازوکارهایی برای محدود کردن فعالیت‌های جنایت و تروریسم علیه زائران.....
۱۳۶.....	یک گروه اقدام مسافرت منطقه‌ای.....
۱۳۶.....	استفاده فزاینده از مأموران اطلاعاتی مقصد سفر.....
۱۳۷.....	آموزش و بازخورد پیش/پس از سفر.....
۱۳۷.....	مشارکت اجتماع در توسعه میراث مورد منازعه.....
۱۳۷.....	گوناگونی محصول.....
۱۳۸.....	خلاصه.....
۱۳۸.....	پرسش‌های بحث.....
۱۳۹.....	منابع.....

### بخش دوم: انگیزه و تجربه مکان‌های دینی

۱۴۳.....	۷. انگیزه‌های گردشگری دینی، زیارت، جشنواره‌ها و رویدادها.....
۱۴۳.....	مقدمه.....
۱۴۵.....	سفر زیارتی و گردشگری دینی: تعریف اصطلاحات.....
۱۴۸.....	انگیزه گردشگری دینی.....
۱۵۰.....	نظریه‌های انگیزش.....
۱۵۱.....	نظریه‌های محتوایی انگیزش.....

۱۵۴.....	نظریه‌های فرآیندی انگیزش.....
۱۵۶.....	انگیزه سفر زیارتی، گردشگری دینی، جشنواره‌ها و رویدادها.....
۱۵۸.....	خلاصه.....
۱۵۹.....	منابع.....

**۸. واکاوی تجربه‌های زیارت و گردشگری میراثی دینی..... ۱۶۱**

۱۶۱.....	مقدمه.....
۱۶۲.....	ما چگونه «تجربه» را درک می‌کنیم؟.....
۱۶۴.....	شناخت تجربه گردشگری دینی.....
۱۶۴.....	شناخت گوناگونی تجربه گردشگر دینی.....
۱۶۶.....	تجربه کردن «حس مکان».....
۱۶۸.....	مفهوم‌سازی تجربه گردشگری دینی.....
۱۷۱.....	خلاصه.....
۱۷۲.....	سؤالات بحث.....
۱۷۳.....	منابع.....

**۹. سفر زیارتی مقدس و گردشگری به‌عنوان سفر زیارتی سکولار..... ۱۷۵**

۱۷۵.....	مقدمه.....
۱۷۵.....	شالوده‌های معنوی سفر زیارتی: دیدگاه تجربی زائر.....
۱۸۰.....	ادراکات دانشگاهی سفر زیارتی.....
۱۸۵.....	سفر زیارتی درمقابل گردشگری.....
۱۹۱.....	خلاصه.....
۱۹۲.....	سؤالات بحث.....
۱۹۲.....	منابع.....

**۱۰. ابزارهای شبکه اجتماعی به‌عنوان راهنماهای مکان‌های دینی..... ۱۹۵**

۱۹۵.....	مقدمه.....
۱۹۵.....	فضاهای مقدس و گردشگران جدید.....
۱۹۷.....	دین و رسانه جدید.....
۲۰۰.....	گردشگری و رسانه نوین.....
۲۰۱.....	ابزارهای شبکه اجتماعی برای گردشگری دینی.....
۲۰۱.....	ارتباط نوشتاری از طریق صفحات وب.....

۲۰۲.....	وبلاگ‌ها.....
۲۰۴.....	فیس‌بوک.....
۲۰۵.....	توییتر.....
۲۰۶.....	ارتباط بصری.....
۲۰۶.....	برنامه‌های موبایل (اپ‌ها).....
۲۰۶.....	کتابچه‌های راهنما.....
۲۰۸.....	ابزارهای تفسیر.....
۲۰۹.....	خلاصه.....
۲۱۰.....	سؤالات بحث.....
۲۱۱.....	منابع.....

۲۱۳.....	۱۱. ذینفعان و هم‌آفرینی در گردشگری دینی و سفر زیارتی.....
۲۱۳.....	مقدمه.....
۲۱۴.....	یک چهارچوب مفهومی برای هم‌آفرینی.....
۲۱۵.....	تجربه‌های گردشگری و هم‌آفرینی.....
۲۱۷.....	مفاهیم ذینفع.....
۲۱۹.....	برساخت‌های گفتمانی روابط ذینفعان.....
۲۲۵.....	خلاصه.....
۲۲۶.....	سؤالات بحث.....
۲۲۷.....	منابع.....



## مقدمه مترجم

سفر با انگیزه دینی احتمالاً قدیمی‌ترین و رایج‌ترین نوع سفر در تاریخ بشر است (کلبیر، ۱۳۹۲:۵۷)، آن‌چنان‌که رابینش (۱۹۹۲) می‌گوید قدمت آن به قدمت عمر ادیان است و پدیده‌ای جهانی است. سفر دینی به شکل سازمان‌یافته آن با مفهوم «زیارت» شناخته می‌شود که در همه ادیان بزرگ دیده می‌شود؛ از جمله هندوئیسم، بودیسم، یهودیت، مسیحیت و اسلام و اشکال متنوعی از مقاصد زیارتی شامل معابد، مزارها، مکان‌های طبیعی و مکان‌های مرتبط با زندگی و فعالیت پیشوایان و قدیسان، یا زیارت شیء معجزه‌آمیز یا یک نقش و اثر در ادیان مختلف وجود دارد. چنین بازدیدی از مکان‌ها و اشیاء آن‌چنان‌که لانکوار (۱۳۸۱، ص ۵۳) می‌گوید در نظامی پیچیده از رمزها، آیین‌ها و رفتارها سازمان می‌یابد و آن چیزی را می‌سازد که سفر دینی نامیده می‌شود.

امروزه گردشگری دینی و زیارتی، سهم قابل توجهی از بازار گردشگری بین‌المللی را در اختیار دارد، و به گفته شارپلی<sup>۱</sup> (۲۰۰۹، ص ۲۳۷) اقبال به این گونه گردشگری، در دهه‌های اخیر، هم بر حسب نسبت و هم به طور مطلق افزایش یافته است. براساس آمار سازمان جهانی گردشگری سالانه ۳۰۰ تا ۳۳۰ میلیون زائر از مقاصد عمده دینی جهان بازدید می‌کنند. خاورمیانه نسبت به سایر نقاط جهان رشد بسیار بیشتری داشته است. متوسط رشد سالانه در خاورمیانه، قلب جهان اسلام، ۱۰٪ بوده است (ووکونیک<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰:۳۳).

از جنبه فردی نیز امروزه در سراسر دنیا زیارتگاه‌های دیرپا به مثابه میدان مغناطیسی برای کسانی عمل می‌کند که در جست‌وجوی ارضای نیازهای معنوی هستند (کالینز-کرینر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). از جنبه اجتماعی، زیارت نه تنها به عنوان یک سفر، موجب تحرک جمعیت است، بلکه خود، تحرکات جمعیتی دیگر را موجب می‌شود، از قبیل تجارت، مبادله فرهنگی، انسجام سیاسی و گاه نیز گسترش نامطلوب اپیدمی‌ها. بنابراین زیارت دارای دلالت‌ها و پیامدهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، تجاری و حتی بهداشتی است (کالینز-کرینر، ۲۰۱۰).

در ایران نیز آمارها حاکی از استقبال ایرانیان از زیارت در داخل و خارج از کشور می‌باشد. طبق نتایج آمارگیری از گردشگران ملی ایران که در سال‌های ۱۳۹۱، ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ در فصول بهار و تابستان از سوی مرکز آمار ایران انجام شده است، مشهد همواره در رده اول یا دوم شهرهایی است که بیشترین بازدید را

1. Sharpley  
2. Vukonić

3. Collins-Kreiner

داشته است، قم نیز در رده هفتم یا بالاتر بوده است. مشهد و قم، دو مقصد مهم زیارتی داخلی، در این سال‌ها در فصل بهار ۸ تا ۱۱ درصد و در فصل تابستان ۱۴ تا ۱۶ درصد کل تعداد نفرشب اقامت سفرها را به خود اختصاص داده‌اند که میزان قابل توجهی از کل سفرهای کشور است. این ارقام به جز زیارت سایر اماکن زیارتی (از جمله مزار امام‌زادگان در سراسر کشور) است. در مورد سفرهای زیارتی خارجی نیز، بنابه گفته رئیس سازمان حج و زیارت در سال ۱۳۹۳ شمار زائران عمره و تمتع به ترتیب ۸۳۰ هزار و ۶۴ هزار نفر بوده است. همچنین به گفته وی هر ساله دو میلیون زائر از ایران عازم عتبات عالیات می‌شوند (اوحدی، ۱۳۹۳). آیین‌های پیاده‌روی اربعین (رضوی‌زاده، ۱۳۹۶) و پیاده‌روی برای زیارت امام رضا (ع) در دهه آخر ماه صفر نیز در سال‌های اخیر رونق فراوانی یافته است، که نشان از تحولات چشمگیری در زمینه اشکال و انگیزه‌های زیارت در جامعه ایرانی دارد، و نیازمند توجه نظری و مدیریتی است. ترجمه کتاب حاضر، پیرو توجه به چنین واقعیت‌ها و دگرگونی‌هایی در دستور کار قرار گرفت.

از طرف دیگر، وقتی سفر دینی و زیارت به عنوان بخشی از صنعت گردشگری در نظر گرفته می‌شود، جنبه‌های سرشت مسأله‌مند (Problematic) آن ظهور می‌کند، چنان‌که در ایران نیز در سال‌های اخیر مباحث و مناقشاتی هم در سطح سیاست‌گذاری و هم اقتصادی در این زمینه مطرح شده است. تنوع یافتن اشکال و اهداف سفرهای معنوی، تغییر رفتار و ذائقه گردشگران دینی و زائران، ورود و رشد عناصر لذت‌جویانه و مصرف‌گرایانه به گردشگری دینی و زیارت، و واکنش میزبانان و سیاست‌گذاران مقاصد زیارتی نشانه آن است که این حوزه در ایران و جهان مستلزم توجه بیشتر و روزآمدی است.

مطالعه کتاب حاضر برای مخاطبی که با بستر جامعه ایرانی و به‌ویژه شیعی آشنا است از آن‌رو جالب توجه است که می‌تواند وی را با چشم‌اندازهای جهانی موضوع آشنا کند و شباهت‌ها و تفاوت‌های آن‌را ببیند، و از تجربه‌های مشترک سایر ادیان و سایر مقاصد زیارت و گردشگری دینی بهره‌مند شود.

ویراست اول این کتاب در سال ۲۰۰۷ منتشر شد و ویراست دوم که اینک ترجمه آن در اختیار مخاطبان است، محصول سال ۲۰۱۵ است. در ویراست جدید، نویسندگان کوشیده‌اند تجربه گردشگری را در متن پیچیده دین مرور کنند. به گفته ویراستاران، در ویراست جدید این کتاب جزئیات مهمی طرح شده که نقش مهمی در فرایند مدیریت گردشگری دینی و زیارت دارد. همچنین کوشش شده، با استفاده از رویکردهای رشته‌ای و بین‌رشته‌ای مختلف، فهمی کامل‌تر از مفاهیم کلیدی مدیریت این نوع گردشگری به دست داده شود. ویراست دوم منابع به‌روز شده و ارزشمندی برای دانشوران مدیریت گردشگری دینی از رشته‌های مختلف ارائه می‌کند، که ممکن است پیشتر توجه نکرده باشند، از جمله این که چگونه مدیریت پیچیدگی‌های درهم‌تنیده در بازاریابی، امور مالی و عملکرد مکان‌های دینی و زیارت امکان‌پذیر است، یا چگونه در زیارت و گردشگری دینی، انگیزه‌ها درهم می‌آمیزد، و چگونه فضاهای مقدس به عرصه‌های تجاری شده و جشنواره‌ای شده تبدیل می‌شوند.

نکته قابل ملاحظه آن است که در این کتاب تجربه‌های مورد استناد و بصیرت‌های نویسندگان به دین و

گردشگری، منحصر بر بافت و زمینه غربی نیست و برآمده از بخش‌های مختلف جهان است، و از این رو دیدگاه‌های تازه‌ای در مورد مقاصد گردشگری نوظهور و گسترش عبادت و عمل دینی مطرح می‌کند. به همین جهت، مطالب مطرح شده در کتاب، طیفی از نظریات و تجارب را در سنت‌های دینی و فرهنگی، و بافت‌های اقتصادی و مدیریتی متفاوت در کشورهای مختلف با سطوح متفاوت توسعه یافتگی در برمی‌گیرد. به علاوه این کتاب این مزیت را دارد که همزمان مباحث مفهومی و نظری را در کنار دیدگاه‌های برآمده از تجارب تحقیقاتی و مطالعات موردی معاصر ارائه کرده است.

به گفته ویراستاران که خود در تألیف بعضی فصول دست داشته‌اند، نقطه قوت کتاب، ارائه بینش‌های تحقیقاتی تجربی جدید، جاری و متنوع در مورد موضوع است. در این فصول متنوع، وجوه مشترک و افتراق عناصر پدیده گردشگری دینی و زیارت ارائه می‌شود که عناصر قدرتمند یکپارچه‌کننده و تضادآمیز این حوزه مطالعاتی را منعکس می‌کند.

این کتاب بنیادهای علمی برای دانشوران، کنش‌وران (مدیران، سیاست‌گذاران و کارشناسان اجرایی) و دانشجویانی فراهم می‌کند که لزوماً در مدیریت یا جامعه‌شناسی تحصیل نکرده‌اند اما در مورد ویژگی‌ها و توسعه گردشگری دینی و زیارت دغدغه دارند و علاقه‌مند به دانستن هستند.

کتاب در سه بخش تنظیم شده است. در بخش اول مفاهیم در گردشگری دینی و مدیریت زیارت بررسی شده است. در بخش دوم نگاهی به انگیزه‌ها و تجارب مکان‌های دینی عرضه شده است و در بخش سوم مجموعه‌ای از ۱۰ مطالعه موردی از سراسر دنیا از قاره‌ها و ادیان و مذاهب مختلف ارائه شده است. با توجه به پاره‌ای از محدودیت‌های نشر، بخش‌های اول و دوم، مجموعاً مشتمل بر یازده فصل نخست کتاب ترجمه شده است.

با عنایت به این که نویسندگان از زمینه‌های فرهنگی و دینی مختلف برآمده‌اند، در ترجمه کوشیده‌ایم در حدی که امکان داشت و گمان می‌کردیم در حوصله خواننده می‌گنجد، اشاراتی به پس‌زمینه‌های فرهنگی واژه‌ها و تعبیر داشته باشیم. در موارد مهم‌تر، این اطلاعات را با استفاده از مآخذ معتبر در پاورقی نقل و درج کرده‌ایم و مشخصات کتابشناختی مآخذ را هم به جهت حفظ امانت و نیز امکان پیگیری بیشتر خوانندگان، در همان جا ذکر کرده‌ایم. همچنین نویسندگان لحن‌های کاملاً متفاوتی داشته‌اند که به جهت حفظ وفاداری، تاحدی در روانی و پیچیدگی ترجمه نیز منعکس شده است. در مورد بعضی واژه‌ها که به شدت در فارسی جاافتاده‌اند، تصمیم‌گیری دشوار بود، از جمله واژگانی نظیر Secular که ترجیح دادیم غالباً از خودش استفاده کنیم تا معادل‌هایی نظیر عرفی، غیردینی، گیتی‌باورانه که ممکن بود دلالت‌های ناخواسته‌ای داشته باشند. به علاوه، به این اعتبار که در متون تخصصی‌تر حوزه مطالعات اجتماعی و جامعه‌شناسی، Religion معادل «دین» به کاررفته و «مذهب» بر فرقه‌های فرعی ادیان دلالت دارد، «Religious Tourism» را اغلب به «گردشگری دینی» ترجمه کردیم، هر چند واقفیم که در متون رایج فارسی در حوزه دانش گردشگری، این اصطلاح بیشتر به «گردشگری مذهبی» ترجمه شده است.

به هر حال، به رغم کوشش ما، همچنان ممکن است لغزش‌ها و ابهاماتی در متن باشد که امیدواریم با نظر و توجه و پیشنهاد خوانندگان نکته‌سنج، زمینه اصلاح آن فراهم آید.

در پایان از همکاری پژوهشکده گردشگری جهاددانشگاهی و نیز اهتمام انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد که زمینه ترجمه و انتشار این اثر را فراهم آوردند، سپاسگزاری می‌کنم. همچنین کوشش مترجم همکار جناب آقای احمد فلاح کهن و ارزیاب‌های ترجمه را ارج می‌گذارم.

### ندا رضوی‌زاده

استادیار جامعه‌شناسی پژوهشکده گردشگری

جهاد دانشگاهی خراسان رضوی

مشهد- آبان ۱۳۹۷

### منابع

1. Collins-Kreiner, N. (2010). "Researching pilgrimage: Continuity and transformations". *Annals of tourism research*, 37(2): 440-456.
2. Rinschede, G. (1992). "Forms of religious tourism". *Annals of tourism Research*, 19(1): 51-67.
3. Sharpley, R. (2009). "Tourism, religion and spirituality". In Jamal, T., & Robinson, M. (Eds.), *The SAGE handbook of tourism studies*. Sage: 237-253.
4. Vukonić, B. (2010). "Chapter 3 Do we always understand each other?". In *Tourism in the Muslim world* Scott, N., & Jafari, J. (Eds.). Emerald Group Publishing Limited: 31-
۵. اوحدی، س. (۱۳۹۳). سالانه دومیلیون زائر ایرانی به عتبات عالیات اعزام می‌شوند. ایرنا. بازیابی ۳ فروردین، ۱۳۹۶، از <http://www8.irna.ir>.
۶. رضوی‌زاده، ن. (۱۳۹۶). «ادراک و تجربه زیسته زائران پیاده ایرانی در عراق (مورد مطالعه: پیاده‌روی اربعین، آذر ۱۳۹۳-عراق). مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۶ (۴). ۶۳۱-۵۹۵.
۷. کلبر، ل. (۱۳۹۲). «الگوهای سفر از سفرهای زیارتی قرون وسطی تا سفرهای مجازی دوران پست مدرن. در تیموتی، دالن جی. و السن، دانیل اچ (ویراستار)، گردشگری، دین و سفرهای معنوی. محمد قلی‌پور و احسان مجیدی فرد (مترجم). تهران، جامعه‌شناسان: ۷۰-۵۷.
۸. لانکوار، ر. (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی جهانگردی و مسافرت*. (ص. محلاتی، مترجم). تهران: دانشگاه شهید بهشتی.

## مشخصات نگارندگان فصول

**Vitor Ambrósio**, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril, Portugal.  
E-mail: vitor.ambrosio@eshte.pt

**Silvia Aulet**, Faculty of Tourism of the University of Girona, Alemany 4, 17071  
Girona, Despatx: 206, Spain. E-mail: silvia.aulet@udg.edu

**Yasin Bilim**, Faculty of Tourism, Necmettin Erbakan University, Ankara Cad. No:  
74, Karatay, Konya, Turkey. E-mail: ybilim@yahoo.com

**Ruth Blackwell**, Leeds Beckett University, Headingley Campus, Leeds, LS6 3QW,  
UK.

**Nigel Bond**, New Museum Project, Western Australian Museum, Locked Bag 49,  
Welshpool DC, WA 6986, Australia. E-mail: nigel.bond@museum.wa.gov.au

**Alan Clarke**, University of Pannonia, Egyetem Utca 10, Veszprém, Hungary 8200.  
E-mail: alanhungary@hotmail.com

**Sevde Düzgüner**, Faculty of Theology, Marmara University, Mahir İz Cad. No: 2,  
34662 Üsküdar, İstanbul, Turkey. E-mail: sevededuzguner@hotmail.com

**Kevin Griffin**, School of Hospitality Management and Tourism, College of Arts and  
Tourism, Dublin Institute of Technology, Dublin, Ireland. E-mail:  
kevin.griffin@dit.ie

**Lluís Prats**, Faculty of Tourism of the University of Girona, Alemany 4, 17071  
Girona, Despatx: 206, Spain. E-mail: lluis.prats@udg.edu

**Ágnes Raffay**, University of Pannonia, Egyetem Utca 10, Veszprém, Hungary 8200.  
E-mail: raffay@turizmus.uni-pannon.hu

**Razaq Raj**, Leeds Business School, Leeds Beckett University, 520 The Rose Bowl,  
Portland Gate, Leeds, LS1 3HB, UK. E-mail: r.raj@leedsbeckett.ac.uk

**Tahir Rashid**, Salford Business School, University of Salford, Maxwell Building, Salford, Greater Manchester, M5 4WT, UK. E-mail: t.rashid@salford.ac.uk

**Neil Robinson**, Salford Business School, University of Salford, Maxwell Building, Salford, Greater Manchester, M5 4WT, UK. E-mail: n.robinson@salford.ac.uk

**Ian D. Rotherham**, Department of the Natural and Built Environment, Sheffield Hallam University, Sheffield, S1 1BW, UK. E-mail: i.d.rotherham@shu.ac.uk

**Anna Trono**, Political Economic Geography, Department of Cultural Heritage, University of Salento, Via Dalmazio Birago 64, 73100 Lecce, Italy. E-mail: anna.trono@unisalento.it

**Dolors Vidal**, Faculty of Tourism of the University of Girona, Alemany 4, 17071 Girona, Despatx: 206, Spain. E-mail: dolors.vidal@udg.edu