

ایران از فرصت محرم برای تقویت گردشگری آیینی بهره می‌برد؟

آیین‌های محرم متنوع اقوام ایرانی فرصت و بستر مناسبی برای تقویت گردشگری محسوب می‌شود.

به گزارش سایت خبری پرسون، تنوع کم‌نظیر آیین‌های عزاداری و محرمی اقوام ایرانی سبب شده که در ایام محرم و صفر شاهد مراسم‌ها و مناسک متعددی در کشور باشیم که هرکدام ریشه عمیقی در سنت‌ها و باورهای ملی مذهبی ایرانیان مسلمان دارد. مراسم‌هایی که برخی از آن‌ها ثبت ملی شده‌است و برخی نیز شهرت جهانی پیدا کرده‌است و هرساله مشتاقان زیادی خودشان را به این مراسم‌ها می‌رسانند تا از شاهد این آیین‌های قدیمی از نزدیک باشند و بتوانند این باورهای مذهبی را که به سنت‌های بومی آغشته شده از نزدیک لمس کنند. حالا یکی از سوالاتی که پیش می‌آید این است که آیا می‌توان از این تنوع در مناسک‌های محرمی به عنوان فرصتی برای رونق گردشگری کشور استفاده کرد؟

به همین بهانه با «مهدیه شهبابی فراهانی» دکترای تخصصی گردشگری و مدیر اداره تحقیق و توسعه پارک ملی علوم و فناوری های نرم و صنایع فرهنگی گفتگو کردیم.

آیا می‌توان به آیین‌های بومی عزاداری اقوام ایرانی به عنوان میراث ناملموس به چشم جاذبه‌ای برای رونق گردشگری نگاه کرد؟

بحث آیین‌های محرم و گردشگری از آن موضوعاتی است که در ابتدا دیدگاه‌های مخالفی درباره آن وجود داشت، از این جهت که چرا به عزاداری محرم به عنوان یک رفتار اجتماعی و یک جاذبه گردشگری نگاه می‌کنیم. کلاً در دنیا هم در حوزه اعتقادات و باورهای مذهبی این حساسیت وجود دارد که کسانی که متمسک به یک دین هستند، خیلی اوقات از حضور افراد غیر به عنوان توریست یا مشاهده‌کننده در آن مکان و دیدن آن اعمال و آیین‌ها خیلی وقت‌ها ممانعت می‌کنند و حتی قوانینی را قرار می‌دهند که مانع ورود گردشگر شوند. از نمونه‌هایی که در دنیا داشتیم می‌توان به برخی از معابد هندوها در هندوستان، برخی کلیساها در اسپانیا و آیین‌هایی در کشورهای دیگر اشاره کرد که دوست نداشتند گردشگران در مراسم آن‌ها حضور یابند. به ویژه در زمانی که آن‌ها در مناسبت خاصی مشغول انجام اعمال و آیین خاصی هستند. این از قدیم الایام بوده است.

در کشور ما نیز مخصوصاً در فضای عزاداری محرم این مسئله وجود داشته و هنوز هم وجود دارد. یعنی ما هنوز هم به راحتی نمی‌توانیم عزاداری محرم را در کنار گردشگری قرار بدهیم. هرچند در سال‌های اخیر شاهد اتفاقات خوبی در این زمینه بوده ایم.

ما چند سالی است که، به ویژه قبل از کرونا، تورهای دهه اول محرمی داریم که مخصوص اروپایی‌ها بود و به شهر یزد فرستاده می‌شدند و آیین‌های عزاداری مردم شهر یزد را از نزدیک مشاهده می‌کردند. اگر در تصاویر و فیلم‌ها هم دیده باشید یک فضایی برای این توریست‌های خارجی قرار داده‌اند که از یک فضای بالکن‌مانند درون مسجدی که هیئت برگزار می‌شد را تماشا می‌کردند.

اینکه این آیین‌ها و فضاهای محرم می‌تواند این ارتباط را با گردشگری برقرار کند یا خیر، این یک بحث است. اینکه ما آیین‌های بسیار ارزشمندی در کشورمان داریم و می‌توانند نگاه گردشگری را به خود جذب کند هم یک بحث دیگر است.

اما اینطور به قضیه نگاه می‌کنم که اگر ما فضای عزاداری محرم را صرفاً به عنوان یک جاذبه در گردشگری بخواهیم در نظر بگیریم، آسیب می‌بیند. نگاه جاذبه‌محور در گردشگری یا نگاه محصول‌محور یعنی شما صرفاً یک محصول به گردشگران ارائه می‌دهی و در پس آن به دنبال کسب درآمدهای اقتصادی هستی. این در آینده نزدیک آسیب می‌بیند. اما اگر یک نگاه عمیق‌تری به این قضیه شود و ما از فضای اقتصادی که در رویدادهای بین‌المللی دنیا یا حتی رویدادهای سنتی و فرهنگی وجود دارد، خارج شویم و از عمق خود فرهنگ و آیین محرم به قضیه نگاه کنیم، فضای فکری یا به عبارتی فرهنگی ایجاد کنیم که فلسفه و ماهیت سفر به عنوان یک امر معنوی مورد توجه قرار گیرد، اتفاقاً می‌توانیم یک همسویی با گردشگری به وجود بیاوریم.

آیین‌ها و رسوم فرهنگی و دینی همواره از جذابیت‌های بسیاری به ویژه در گردشگری برخوردار بوده است. یکی از مدخل‌های ورود به شناخت فرهنگ مردمان یک سرزمین، آیین‌های دینی آن‌هاست. حتی در مطالعات گردشگری، حضور گردشگر و بازدید از آیین‌های دینی و فرهنگی که ریشه در اعتقادات مردم یک منطقه دارد، همواره از جذابیت ویژه‌ای برخوردار بوده است.

پس به نظر شما می‌شود با آیین‌های مذهبی و محرمی ما طوری برخورد کرد که هم نگاه گردشگری و هم نگاه توسعه و صادرات فرهنگی داشته باشد. می‌توان از این آیین‌ها نام برد؟

بله اما درمورد باید و نبایدهایش و اینکه چه کارهایی می‌شود انجام داد و کجاها چه کارهایی باید کرد و چه کارهایی نباید کرد، مفصل باید صحبت شود و در بحث ما نمی‌گنجد.

اما آیین‌های عزاداری محرم در کشور ما بسیار متنوع هستند و تفاوتی که با جاهای دیگر دنیا دارد این است که به دلیل تنوع اقلیم و تنوع فرهنگی که کشور ما دارد و در واقع شهرها و مکان‌هایی که به جهت تفاوت جغرافیایی، فرهنگ‌های متفاوتی هم دارند، این فرهنگ خیلی به آیین‌های محرم گره

خورده است. فلسفه اصلی این آیین‌ها در واقع یکسری رسوم، عادات و رفتارهای معمول از طرف خود پیروان آن آیین است که در آن منطقه بسته به فرهنگ و به ویژه موقعیت جغرافیایی که زندگی می‌کردند، به وجود آمده است. اینجا آیین‌ها در مناطق کویری با مناطق شمالی و مناطق جنوبی متفاوت است و این تفاوت باعث شده یکسری رسم و رسوم متفاوت در ایران به وجود بیاید. مثلاً از جمله همین آیین‌هایی که هنوز دارد اجرا می‌شود که تعدادی از آن‌ها رسانه‌ای شدند و تعدادی هم نشدند. برخی‌شان هم به صورت خیلی محدود دارند برگزار می‌شوند. مثلاً عزاداری چابینه زنان ایلامی را داریم. یا مثلاً مراسم شاخسی تبریز. مراسمی است که دست دور کمر یکدیگر می‌اندازند و به صورت گرد می‌ایستند و در یک دستشان چوب‌هایی است که با آن چوب‌ها عزاداری می‌کنند و روضه می‌خوانند.

از طرفی در منطقه لرستان در دهه محرم ما گل‌مالی را داریم. همچنین در یزد نخل گردانی را داریم. در منطقه تفرش و فراهان تعزیه‌خوانی بسیار مرسوم است که مخصوصاً در دهه اول محرم انجام می‌شود. در بیرجند هم مراسم بیل‌زنی انجام می‌شود. تقریباً در مناطق جنوبی خیمه‌سوزان را داریم. این‌ها در خیلی از مناطق ایران، حتی تهران، هنوز انجام می‌شوند. اینکه بخشی از این‌ها به دلیل فرهنگ آن منطقه جغرافیایی است که آن‌جا زندگی می‌کنند و تحت تأثیر آن فرهنگ هستند.

به نظر شما چطور می‌شود با این آیین‌ها جذب گردشگر انجام داد اما به عمق و اصالت فرهنگی آن ضربه نزد؟

این نگاه به عنوان یک رفتار جمعی، اگر فقط بخواهد این‌طور باشد که ما فضای گردشگری برای این آیین‌ها به وجود بیاوریم به این معنا که چندتا توریست بیاوریم تا تماشا کنند، غلط است. شاید در سال‌های اول حتی درآمد اقتصادی خوبی هم داشته باشد، اما به مرور آن اصالت فرهنگی‌اش را از دست می‌دهد.

ما در وهله اول باید ببینیم اصلاً دنبال چه چیزی هستیم؟ اصلاً فضای گردشگری آیینی یا گردشگری محرم داشته باشیم؟ چند سالی بود که تورهایی اعلام می‌کردند همراه با خارجی‌هایی که به یزد یا زنجان می‌روند تا عزاداری خاصشان را ببینند، همراه ما باشید.

اما ما به دنبال چه هستیم؟ صرفاً می‌خواهیم یک مدل گردشگری دیگر مثل خیلی از اصطلاحات دیگر که استفاده شده‌اند، اضافه کنیم؟ یا می‌خواهیم بگوییم ما در محرم هم توانستیم گردشگر بیاوریم. دنبال چه چیزی به صورت دقیق باید بگردیم؟

باید چطور نگاه کرد؟

باید نگاهمان عمیق‌تر باشد؛ یعنی به این نگاه کنیم که سفر و حضور گردشگر برای دیدن و آشنایی با فرهنگ یک منطقه باشد. ما فرهنگ و مذهبمان خیلی در هم تنیده است. همان‌طور در ابتدای صحبت‌م نیز گفتم، عزاداری‌های محرم خیلی وجهه و لباس فرهنگی به خودش گرفته است. اینکه چرا در یک منطقه گل‌مالی می‌کنند، چرا در یک منطقه خیمه می‌سوزانند، چرا در یک منطقه نخل می‌گردانند؟ اگر علل این‌ها را ریشه‌یابی کنیم، ریشه همه‌شان فرهنگ است که با باورهای دینی در هم تنیده شده‌اند.

به نظر من اگر به گردشگری با نگاه عمیق فرهنگی در فضای آیین‌های محرم بنگریم، می‌تواند احیاکننده فرهنگ ایرانی و اسلامی باشد. اما این کار یک اصول و باید و نبایدهایی دارد. یک قواعدی باید برایش نوشته شود. یک چشم‌اندازی باید برایش در نظر گرفته شود. اگر بخواهیم مشابه این را در دنیا مثال بزنیم، خیلی از آیین‌های دینی و مذهبی هستند که از حضور گردشگر در مراسم ممانعت به عمل می‌آورند که قبل‌تر مثال‌هایی گفتم. در کنار آن در دنیا یک کار دیگر انجام دادند که می‌شود روی آن فکر کرد شما می‌بینید که در دنیا رویدادهای گردشگری را پدید آوردند. رویدادهایی که یکی از مهم‌ترین اهدافش کسب درآمد اقتصادی است. کشورهایی مثل روسیه، سوئیس و کشورهایی که در یک زمان خاص گردشگران نمی‌توانند به آن‌جا سفر کنند. مثلاً به خاطر مشکلات آب و هوایی و فصلی که دارند. روسیه تقریباً فقط دو ماه آب و هوای مناسب گردشگری دارد. سوئیس نیز زمستان‌های فوق‌العاده سردی دارد. این کشورها برای اینکه بتوانند در زمان‌هایی که گردشگری در فصل کم رونق خود قرار دارد باز آن را رونق بدهند، آمدند و یکسری رویداد ورزشی یا فستیوال‌های هنری تعریف کردند تا گردشگران را به زور به آن‌جا بکشانند. روسیه فستیوال‌های هنری، سینمایی، نمایشنامه‌خوانی و نقاشی‌اش را در آن زمان برگزار می‌کند و سوئیس مسابقات ورزش‌های زمستانی. معلوم است برای این کارها یک برنامه‌ای از قبل نوشته شده. یعنی در کنار برگزاری فستیوال‌های هنری، فرهنگی، اقتصادی، حوزه IT و … یک چشم‌اندازی هم پشت آن هست و یک برنامه‌ای برایش در نظر گرفته شده. آیا ما این چشم‌انداز و برنامه را داریم؟ یا اینکه می‌خواهیم بگوییم خب مردم ما که خودشان عزاداری‌هایشان را دارند. همین الان هم سطح تهران و بقیه شهرستان‌ها سیاه‌پوش شده است. بگذاریم مردم کار خودشان را بکنند. چه کار داریم که گردشگری به چه دردی می‌خورد! اتفاقاً ما اگر بخواهیم به آن چشم‌انداز توسعه گردشگری‌مان در بلندمدت برسیم و اهداف توسعه گردشگری را حتی در زمان‌های دیگری در کشور ایران داشته باشیم، یکی از آن پله‌هایی که می‌تواند کمک‌کننده، جاذب، مقدمه و پله ورود گردشگر به ایران باشد، همین آیین‌های محرم است.

اما نگاهی که از عمق و درون فرهنگ به این داستان اتفاق بیفتد، همان‌طور که گفتم یعنی ما نگاه محصول‌محور به گردشگری محرم نداشته باشیم بلکه نگاهمان عمق فرهنگ باشد، عمق فرهنگ ایرانی اسلامی که می‌تواند با فلسفه گردشگری در هم آمیزد، و انسان را به سوی حیات حقیقی‌اش سوق دهد، این یعنی پیام محرم، پیامی که آوازه جهانی برای همه انسان‌ها دارد. در شهرهای مختلف ما با هزاران آیینی که لباس‌های متفاوت و رفتارهای عزاداری متفاوتی دارند، مواجه هستیم. فلسفه و دلیل این‌ها برای یک گردشگر می‌تواند فوق‌العاده جذاب باشد. حتی برای کسانی که در حوزه مطالعات تاریخ مطالعات فرهنگ و تفاوت فرهنگی و همه این‌ها دارند یک سری فعالیت و تحقیقاتی انجام می‌دهند، این فضا می‌تواند فضای بسیار مناسبی باشد. ولی بحث برنامه‌ریزی برای آن خیلی مهم است. به هر حال این اتفاق در یزد و زنجان و به صورت خودجوش از سمت خود تورها و مجموعه‌های گردشگری در خود یزد و زنجان برگزار شده است. به طور کلی این دیدگاه وجود دارد که نگاه و رفتاری از سطح کلان به این قضیه نشده‌است.

غیر از محرم چه آیین‌های مذهبی دیگر ما که قابلیت گردشگری دارند چه مراسم‌هایی هستند؟

ما در سایر مناسبت‌های مذهبی هم این پتانسیل را داریم. اگر روز بیست و هشتم ماه صفر که به شهادت امام رضا (ع) منتهی می‌شود به مشهد رفته

باشید، انبوهی از زائران خارجی از کشورهای همسایه را در مشهد می‌بینید که برای زیارت امام رضا (ع) به مشهد آمده‌اند. از پاکستان، هندوستان، عراق، سوریه وhellip; می‌آیند. این مسئله متفاوتی است و برنامه‌ریزی متفاوتی می‌شود برایش داشت. برای این آیین‌های محرم هم یک برنامه‌ریزی متفاوتی خواهد داشت. در آیین‌های مذهبی و آیین‌هایی که یک اعمال خاصی را در آن انجام می‌دهند، براساس آن اعمال و مراسمی که انجام می‌شود شما باید برای بازار هدف، هر کدام را به صورت مجزا یک برنامه برایش در نظر بگیرید. ما شاید خیل عظیم گردشگران همسایه را در دهه اول محرم نداشته باشیم. زیرا اکثراً به عراق سفر می‌کنند. ولی در آخر ماه صفر ما این گردشگران را بسیار زیاد داریم.

این بازار همچنان نیاز به شناسایی دارد. همچنان برای سایر مناسبت‌های مذهبی که در کشور ما هست و آیین‌های دیگری مثل اعیاد، سایر عزاداری‌ها وhellip; که داریم، نمی‌توانیم بگوییم برنامه‌ای که برای آن‌ها داریم را برای محرم هم انجام می‌دهیم. این داستان و هدف و بازار مخاطبش متفاوت است؛ کما اینکه هنوز مردم و برخی جاها نسبت به این قضیه که یک عده خارجی بخواهند بیایند و مراسم شان را تماشا کنند، گارد دارند.

حالا این نوع گردشگری اگر مدیریت نشود و نگاه درست در آن حاکم نشود چه اتفاقی رخ می‌دهد؟

اگر که به این شکل جلو برود، ممکن است به بیراهه برود یا ممکن است اتفاق‌های بدی بیفتد. شما می‌دانید جامعه محلی و میزبان ما اگر از یک حدی به بعد از حضور گردشگر آسیب ببیند و اذیت شود، گردشگر را اذیت می‌کند و کاری می‌کند که گردشگر را از شهر بیرون می‌اندازد. و واقعاً این کار را می‌کند! برای همین ما باید برنامه ریزی مشخصی برای گردشگری داشته باشیم، تا جامعه محلی آسیب نبیند.

چطور می شود جلوی این آسیب را گرفت؟

شما اهداف دوسویه باید داشته باشید؛ اهداف دو جانبه. اصطلاحاً در نگاه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری به آن برنامه‌ریزی مشارکتی می‌گویند که بیان می‌کند من از این طرف گردشگری که می‌آورم را باید توجیه کنم که این محلی که می‌رود قواعد خاصی دارد و اینجا باید احترام بگذارد. از طرفی هم فضا را برای گردشگر و مشاهده‌گر غیر بومی فراهم کنم و به جامعه میزبان نیز این آموزش را بدهم.

چقدر این آیین‌های مذهبی سنتی روی تقویت بعد معنوی گردشگر و میزبان تاثیر دارد؟ گاهی اوقات با بعضی از آیین‌های سنتی ما شبیه یک برنامه مفرح برخورد می‌شود. نظر شما در این باره چیست؟

گردشگرانی که به آنجا می‌آیند دو گروه یا شاید چند گروه هستند ولی تقریباً می‌توانیم به دو دسته تقسیم‌شان کنیم. یکسری پیروان همان آیین هستند. یعنی به طور مثال مسلمانانی هستند که پی موضوعی آمده‌اند. فرض کنیم یک مراسمی در تهران دارد برگزار می‌شود. ممکن است این مسلمان از عراق آمده باشد، ممکن از سمنان یا مشهد آمده باشد. دسته بعد کسانی هستند که مسلمان یا پیرو آن آیین نباشد که ما به آن گردشگر مذهبی می‌گوییم. در تمام طیف گردشگری مذهبی هم زائر و هم گردشگر مذهبی داریم. یعنی من به عنوان یک مسلمان اگر از یک کلیسای کاتولیک دیدن کنم گردشگر مذهبی می‌شوم. اما اگر یک کاتولیکی باشم که بخواهم به آن‌جا بروم تا اعمال و عباداتی انجام بدهم، زائر نام می‌گیرم.

ما در این فضای محرم هم با این طیف از مخاطب مواجهیم. داستان عزاداری محرم و امام حسین (ع) خیلی داستان بزرگی است. یعنی شما حتی در مسلمان‌ها هم نمی‌توانی تفکیک قائل شوید. داستان عجیب و غریبی است. طیف وسیعی از شاخه‌های مسلمان‌ها با جان و دلشان برای امام حسین (ع) عزاداری می‌کنند. پس ما یک دایره ای را در نظر بگیریم که پیروان اسلام هستند و یک دایره‌ای که پیروان اسلام نیستند. حالا آن تقویت بُعد معنوی چطوری اتفاق می‌افتد؟ این از تمهیدات و شرایط فیزیکی و محیطی که افراد در آنجا قرار دارند را شامل می‌شود تا محتوای برنامه‌ای که ارائه می‌شود. مثلاً شما در عزاداری امام حسین (ع) شاید یک اعمال خاصی داشته باشید که بسته به نوع باور و اعتقادات ترجیح بدهید که افراد غیر مسلمان به آن ورود پیدا نکنند. یا مثلاً هندوها اعمالی دارند که دوست ندارند بقیه ببینند و دوست ندارند کسی بداند در معبد چه کار می‌کنند. فکر می‌کنم به این برمی‌گردد که آن عزاداری که دارد انجام می‌شود چه شکلی است؟ یک موقع است که عزاداری عمومی است، مثل دسته سینه‌زنی که در زنجان داریم یا نخل گردانی که در یزد داریم و شما دارید می‌بینید که یک نوحه‌ای خوانده می‌شود، مردم یک عزاداری عمومی دارند و یکسری هم بیننده آن هستند.

دقیقا این گستردگی فضا یکی از دلایلی است که مراسم یزد و زنجان برای توریست‌های اروپایی اینقدر است. در حدی که سال اولی که آمدند، گروه‌های بعدی که سال بعد آمده بودند گفته بودند ما به سفارش دوستانمان آمدیم. عکس‌ها و فیلم‌ها را دیدیم که آمدیم. این فضا با تبلیغات دهان به دهان یا از طریق فضای مجازی توانست آدم‌ها را جذب کند. چرا که وقتی توریست‌ها جمعیتی را می‌بینند که آن آیین عزاداری را به صورت دسته جمعی انجام می‌دهند، متأثر می‌شوند. دقیقاً اثر معنوی که آن حرکت دسته جمعی می‌گذارد خیلی بزرگ‌تر از این است که حالا این‌ها را می‌بردیم توی یک اتاقکی و فیلمی نشان‌شان می‌دادیم و یا برایشان تعریف می‌کردیم.

منبع: فارس