

Similarities and Differences Between Pilgrimage and Religious Tourism: A Meta-Synthesis Approach

Aliakbar Anabestan¹ 

Professor, Department of Human Geography and Spatial Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Narges Deziani

M.A. in Ecotourism, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Received: 5 May 2025

Revised: 27 September 2025

Accepted: 23 December 2025

Abstract

A major challenge in managing Iranian cities that host the shrines of the Imams (AS) or Imamzadehs is determining whether such cities should be characterized as pilgrimage destinations or as religious tourism destinations—and whether their visitors should be regarded as pilgrims or religious tourists. This debate arises from the fact that the concepts of pilgrimage and religious tourism have not been clearly defined, their characteristics remain insufficiently specified, and contradictions exist among the definitions currently in use. The dichotomy between pilgrimage and religious tourism is important for adopting either perspective leads to divergent approaches in the planning and management of these cities. The emergence of this challenge is rooted in the ambiguous conceptualization of both pilgrimage and religious tourism. This article first reviews the origins of the term religious tourism in Western literature and the needs it was intended to address. Meta-synthesis is a qualitative research method used to analyze and interpret conflicting findings across previous studies on a particular topic, thereby generating an integrated and novel understanding. Through this method, the results of diverse studies are systematically explored and synthesized to form a new conceptual framework. The findings indicate that eight attributes can be identified for the concepts of pilgrimage and religious tourism: travel destination, traveler motivation, traveler identity, type of travel, host community attitude, travel impacts, the leisure and

1. Corresponding Author, Email: a_anabestani@sbu.ac.ir



©2024 The author(s). This is an open access article under the CC BY license: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

How to cite this article: Anabestan, A. and Deziani, N. (2025). Similarities and Differences Between Pilgrimage and Religious Tourism: A Meta Synthesis Approach. Journal of Geography and Regional Development, 23(4), 165-203. Doi: 10.22067/jgrd.2025.93392.1557

recreation inherent to travels, and management approach. These attributes exhibit distinct manifestations in pilgrimage and religious tourism, accounting for both their similarities and differences. The research questions were addressed separately for Persian and English sources.

Keywords: Tourism, Pilgrimage, Religious Tourism, Meta-Synthesis.

تشابهات و افتراق‌های زیارت و گردشگری مذهبی به روش فراترکیب

علی اکبر عنابستانی  (استاد گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشگاه شهیدبهشتی، تهران، ایران، نویسنده مسئول)

a_anabestani@sbu.ac.ir

نرگس دزیانی (کارشناسی ارشد رشته طبیعت گردی، دانشگاه شهیدبهشتی، تهران، ایران)

ns_dezyani@yahoo.com

چکیده

از چالش‌های مدیریت شهرهایی در ایران که حرم ائمه معصومین علیه السلام یا امامزادگان در آن جای گرفته این است که این شهرها زیارتی معرفی شوند یا گردشگری مذهبی! به مسافران آن واژه زائر اطلاق شود یا گردشگر مذهبی! دلیل چنین بحثی این است که مفاهیم زیارت و گردشگری مذهبی به درستی تعریف نشده و ویژگی‌های آن به روشنی مشخص نشده یا بین تعاریف موجود تضاد وجود دارد. قائل به دوگانگی بین زیارت و گردشگری مذهبی به این دلیل است که برگزیدن هر کدام منجر به ایجاد تضاد در نحوه مدیریت و چگونگی اداره این شهرها می‌شود. بروز این چالش به خاطر تعاریف مبهم از زیارت و گردشگری مذهبی است. در این مقاله ابتدا مروری داریم بر اینکه اصطلاح گردشگری مذهبی در غرب برای پاسخ به کدام نیاز خلق شده است. روش فراترکیب یک روش تحقیق کیفی است که روی نتایج متناقضی که درباره یک موضوع از پژوهش‌های پیشین حاصل شده تحلیل و تفسیر انجام داده تا انسجام و درک جدیدی از آنها بدست آید. در این روش برای دست یافتن به ایده‌ای جدید، نتایج پژوهش‌های گوناگونی که قبلاً انجام شده بصورت نظام‌مند و یکپارچه بررسی شده سپس بصورت نو صورت بندی می‌شوند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد برای دو مفهوم زیارت و گردشگری مذهبی ۸ ویژگی قابل تصور است که عبارتند از مقصد سفر، انگیزه مسافر، هویت مسافر، نوع سفر، برخورد جامعه میزبان، تأثیرات سفر، ارتباط ذات سفر با گردش و تفریح و نحوه مدیریت. این ویژگی‌ها مصادیق متفاوتی را برای زیارت و گردشگری مذهبی نشان می‌دهد که باعث تشابه و تمایز آن دو می‌شود. سؤال پژوهش به‌طور جداگانه برای منابع فارسی و انگلیسی پاسخ داده شد.

واژگان کلیدی: گردشگری، زیارت، گردشگری مذهبی، فراترکیب.

نشریه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، سال بیست‌وسوم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۴، شماره پیاپی ۵۳، صص ۲۰۳-۱۶۵

تاریخ تصویب: ۱۴۰۴/۱۰/۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۷/۰۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۱۶

۱. مقدمه

مدیریت شهرهایی مثل مشهد، قم و ... که بقعه ائمه معصومین (صلوات الله علیهم) و فرزندان ایشان در آنها جای گرفته و سالها پذیرای مسافرین زیادی بوده با یک چالش فکری مواجه است. چالش این است: "این شهرها زیارتی هستند یا گردشگری مذهبی؟! " بخشی از صاحب نظران این شهرها را شهر زیارتی و بخشی دیگر آن را گردشگری مذهبی می‌دانند (حسین زاده و رادمنش، ۱۴۰۱، ص. ۲۹؛ ملازم الحسینی، رجوعی و مرادی، ۱۳۹۶، ص. ۱۲۴؛ نهاوندی و نعمتی، ۱۳۸۹، ص. ۱۷۱؛ خبرگزاری رضوی، ۱۳۹۷). تضاد فوق یک چالش نظری صرف نیست. پذیرش هر کدام در نحوه مدیریت شهر مؤثر است و در نهایت این سؤال به وجود می‌آید: "مسافرین این شهرها زائر هستند یا گردشگر مذهبی؟! " (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۹۴، ص. ۲۱). طرفداران جریان زیارت ادعا می‌کنند این شهرها در طی تاریخ به شهر زیارتی مشهور بوده و حتی عامل توسعه هسته اولیه آن وجود بقعه مبارکه بوده است، حال اگر آنها را گردشگری مذهبی بدانیم، هویت زیارتی آن شهرها در سایه ابعاد تفریحی پدیده گردشگری قرار گرفته به حاشیه می‌رود. در گردشگری مذهبی امر زیارت ذیل پدیده گردشگری تعریف می‌شود؛ درحالی‌که زیارت مقوله‌ای فرای گردشگری است (پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی مشهد، ۱۳۹۶؛ خبرگزاری جماران، ۱۳۹۶؛ خبرگزاری ایرنا، ۱۴۰۳). در این نظر اساساً زیارت اماکن متبرکه یک مسئله معنوی است که هدف از آن نباید کسب درآمد باشد و اصولاً با صنعت گردشگری به عنوان یک پدیده مدرن اقتصادی با خاستگاه غربی انطباق ندارد (ویسی، ۱۳۹۶، ص. ۱۰۷). طرفداران جریان گردشگری مذهبی ادعا می‌کنند گردشگری مذهبی عبارتی واقع‌بینانه است که کل وجوه کنش آن شهرها را در بر می‌گیرد. امروزه زائرین حرم‌های شریف در کنار زیارت به تفریح نیاز داشته و زائر خالص نیستند، بلکه گردشگرانی مذهبی دارای اهدافی چندمنظوره هستند که در کنار زیارت خواهان بهره‌گیری از تفرج نیز هستند؛ به‌طوری‌که امکانات گردشگری جزو نیازهای آنها شده است (مؤمنی، صرافی و قاسمی‌خوزانی، ۱۳۸۷، ص. ۱۴؛

ملازم‌الحسینی و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۱۲۹؛ پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۹۳، ص. ۱۹۸). فعل و انفعالات اقتصادی و توسعه بخش‌های گردشگری این شهرها هم گواه این است که این شهرها نه شهرهای زیارتی صرف که گردشگری مذهبی هستند. بحث پیرامون موضوع تفاوت‌های «زیارت» و «گردشگری مذهبی» مختص جامعه ایران نیست، بلکه در جوامع دیگر نیز محل مناقشه است و زائر و گردشگر را دوگانه و مقابل هم فرض میکنند (پاسکاسو^۱، ۲۰۱۵، ص. ۱۳۱؛ کیم، کیم و کینگ^۲، ۲۰۲۰، ص. ۱۸۵؛ اولسن و تیموتی^۳، ۲۰۰۶، ص. ۳؛ جانگمیواسین^۴، ۲۰۱۶، ص. ۱۴). به عنوان مثال برخی حکمای الهی از کمرنگ شدن ماهیت معنوی سفرهای مذهبی به واسطه زیاده‌روی در بحث گردشگری شاکی هستند و اظهار می‌دارند گردشگری مسافران را تبدیل به کانونی برای لذت‌جویی می‌کند (اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶، ص. ۱۱).

روش این پژوهش بدین نحو است که با فراترکیب منابع مختلف حوزه گردشگری کشف کند چه ویژگی‌هایی برای زیارت و گردشگری مذهبی وجود دارد. سپس مصادیق هر ویژگی را مشخص کرده و ضریب تکرار آن را به دست می‌آورد. مصداقی که ضریب تکرار بالاتری از مقالات را داشته باشد غالب در نظر گرفته می‌شود. بدین طریق تشابهات و افتراقات دو پدیده مشخص می‌شود. نتایج این بحث به مدیریت بهتر شهرهای مذهبی کمک می‌کند. بنابراین سؤال اصلی پژوهش چنین است: تفاوت‌ها و شباهت‌ها بین مفاهیم زیارت و گردشگری مذهبی چیست؟

1. Puşcaşu

2. Kim, Kim & King

3. Olsen & Timothy

4. Jongmeewasin

۲. پیشینه و مبانی نظری پژوهش

۱.۲. زیارت

در مذهب شیعه عزیمت به آرامگاه ائمه معصومین و بزرگان دین و سلام دادن به ایشان با نیت تقرب به خداوند از ارزش بالایی برخوردار است (حسین زاده و رادمنش، ۱۴۰۱، ص. ۳۱؛ اجتهادنژاد کاشانی و قوامی، ۱۳۹۱، ص. ۶). زیارت امری است که در بسیاری ادیان، مناطق جغرافیایی و در طول سال‌ها در جریان بوده است (رینشده^۱، ۱۹۹۲، ص. ۵۰؛ اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶، ص. ۱؛ گرiffin^۲، ۲۰۱۵، ص. ۱۷) از لحاظ کلی شکل زیارت در همه ادیان شبیه به هم است، با این حال در جزئیات اجرا تفاوت‌های معنی‌داری با هم دارند (کالینز-کرنر و کلیوت^۳، ۲۰۰۰، ص. ۵۵). مثلاً آداب زیارت اسلامی با آداب طاقت‌فرسای برخی زیارت‌های مسیحی کاملاً متفاوت است (سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱، ص. ۶، راج و گریفین^۴، ۱۳۹۸، ص. ۱۱۳). معادل زیارت در منابع غربی Pilgrimage است که به معنای سفرهایی است که افراد برای برآوردن نیازها و اعتقادات دینی خود به مقصد اماکن متبرکه انجام می‌دهند (جانگمیواسین، ۲۰۱۶، ص. ۱۳). نمی‌توان دقیقاً pilgrimage را که یک خصیصه فرهنگی مخصوص غرب و بعضاً عملی رهبانی به حساب می‌آید، برای توصیف سنت زیارت اسلامی به کار برد. در زیارت اسلامی منافاتی بین زیارت با سیاحت و رفاه زائران نبوده است (سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱، ص. ۶؛ لوز^۵، ۲۰۲۰، ص. ۲؛ جعفری و اسکات^۶، ۲۰۱۴، ص. ۲؛ پاسکاسو، ۲۰۱۵، ص. ۱۳۹؛ رشید^۷، ۲۰۱۸، ص. ۱۵۴). باید دقت کرد که چرخش ذهنی گسترده‌ای در جامعه غرب اتفاق افتاده؛ به این معنی که هرکسی می‌تواند برای خود تصمیم بگیرد که چه چیزی

1. Rinschede

2. Griffin

3. Collins-Kreiner & Kliot

4. Raj & Griffin

5. Luz

6. Jafari & Scott

7. Rashid

را به‌عنوان یک مقصد زیارتی تلقی کند و یا می‌تواند تقدس را به هر کس و هر چیز نسبت دهد (مارجری^۱، ۲۰۰۸، ص. ۱۷؛ اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶، ص. ۳)؛ به‌طوری‌که کلمه «زیارت» به‌طور گسترده در زمینه‌های وسیع و غیرمذهبی، مانند بازدید از قبرهای جنگی یا اقامتگاه افراد مشهور و ... استفاده می‌شود (کالینز-کرنر و کلیوت، ۲۰۰۰، ص. ۵۷؛ دوران-سانچز^۲، ۲۰۱۸، ص. ۴). این تلقی جدید سکولار غربی با زیارت اسلامی که اشخاص و مکان‌ها براساس نقل دینی حالت تقدس پیدا می‌کنند متفاوت است. در منابع غربی سفر جزء اصلی Pilgrimage به حساب آمده ولی در منابع شیعی زیارت قبور مقدمه زیارت نفوس است و هدف، رسیدن به زیارت باطن از طریق زیارت ظاهر است (حسین‌زاده و رادمنش، ۱۴۰۱، ص. ۸). بحث سکولاریزم چنان پررنگ است که پارادایم دهه‌های اخیر زیارت را نوعی گردشگری برمی‌شمارد و زائر را خالق سفر زیارتی می‌داند (اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶، ص. ۵؛ کیم و همکاران، ۲۰۲۰، ص. ۱۸۵؛ مک کنل^۳ به نقل از کوهن^۴، ۱۹۸۴، ص. ۳۷۷؛ ازکان^۵، ۲۰۱۳، ص. ۲؛ الیو^۶، ۲۰۲۰، ص. ۱۳۵).

۲.۲. زائر

می‌توان برای زائر دو وجه در نظر گرفت؛ یک وجه درونی که نیت اوست که تقرب به خداوند با زیارت خانه او یا مدفن اولیاء اوست (سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱، ص. ۴). وجه بیرونی او چند مشخصه دارد که یک وجه مقصد است. در مذهب شیعه، مقاصد زیارتی که بر شرافت آنها تأکید شده مشخص و روشن است. وجه دیگر اینکه زیارت با آداب و مناسکی همراه است، مثلاً در ایام خاصی است یا مدت سفر برای انجام کامل عبادات دینی، ۱۰ روز یا بیشتر است (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۹۳، ص. ۱۷؛ اجتهدنژاد کاشانی و قوامی، ۱۳۹۱، ص. ۱۰). در منابع غربی نیز از شاخص‌های

1. Margry
2. Durán-Sánchez
3. Mac Cannell
4. Cohen
5. Ozkan
6. Iliev

pilgrim به دو مشخصه هویت و مقصد سفر اشاره شده است: هویت او ایمان و اعتقاد قلبی اوست و مقصدش توسط ادیان تعریف شده است (گریفین و راج^۱، ۲۰۱۵، ص. ۱۶؛ مارجرى، ۲۰۰۸، ص. ۱۴). این دو مشخصه هنگامی که در چهارچوب گردشگری بررسی شود، دستخوش تغییرات شده به‌طوری که لزوماً یک زائر، فردی باتقوا و معتقد به خداوند و ادیان رسمی نیست بلکه هر فردی با هر اعتقادی (حتی خداناباوران) با سفر به هر مقصدی که برایش مهم باشد زائر است (رشید، ۲۰۱۸، ص. ۱۵۲). در نتیجه در منابع غربی به ترکیب متناقض زائر سکولار برمی‌خوریم که مخالف مفهوم زائر مذهبی خدا‌باور است (مارجرى، ۲۰۰۸، ص. ۱۴). یعنی گردشگرانی که مکان‌های مقدس را به دلایلی غیر از دلایل مذهبی به‌عنوان مقصد سفر خود انتخاب می‌کنند.

۳.۲. گردشگری

واژه گردشگری سفرهای تفریحی را در ذهن یک فارسی زبان تداعی می‌کند (فرهنگ فارسی معین، ۱۳۶۰، اجتهادنژادکاشانی و قوامی، ۱۳۹۱، ص. ۶). اما پدیده گردشگری از تبعات صنعتی شدن در مغرب زمین است (پاسکاسو، ۲۰۱۵، ص. ۱۳۲؛ ویسی، ۱۳۹۶، ص. ۹۳؛ راج و گریفین، ۱۳۹۸، ص. ۶۹؛ مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷، ص. ۱۴). در نتیجه رایج‌ترین نگاه به آن رویکرد اقتصادمحور است (همایون، ۱۳۹۱، ص. ۱۸؛ پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۹۶، ص. ۸). این پدیده با جهانگردی در قرون گذشته متفاوت است. جهانگردی همراه با رنج و خطر بوده اما امروزه گردشگری همراه با رفاه، راحت‌طلبی، امنیت و صرف هزینه است (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۹۴، ص. ۲۴؛ کوهن، ۱۹۷۲، ص. ۱۸۲). این پدیده ماهیت، ابعاد، ارزش‌ها و معنای خاص خود را دارد و در نظام‌های سیاسی مختلف برداشت‌های متفاوتی از آن شده است (ویسی، ۱۳۹۶، ص. ۹۹؛ ازکان، ۲۰۱۳، ص. ۲). در ایدئولوژی غربی گردشگری امری سکولار-دنایی فرض می‌شود و به همین علت همواره با امر زیارت که دینی-اخروی-مقدس قلمداد می‌شود، متمایز و قابل تفکیک در نظر گرفته می‌شود (ازکان،

1. Griffin & Raj

۲۰۱۳، ص. ۲؛ نولان و نولان^۱، ۱۹۹۲، ص. ۶۹؛ ازکان به نقل از کوهن، ۲۰۱۳، ص. ۷؛ پاسکاسو، ۲۰۱۵، ص. ۱۴۰). نبود مرز و تفکیک بین امور دنیایی و معنوی از ویژگی‌های اسلام است (لوز، ۲۰۲۰، ص. ۳؛ جعفری و اسکات، ۲۰۱۴، ص. ۲)؛ به‌طوری که هیچ‌گاه سیاحت و تفرج زائر زیارت او را مختل نکرده و تضادی با هم ندارند (حسین‌زاده و رادمنش، ۱۴۰۱، ص. ۳۵؛ حسن‌آبادی، ۱۳۸۵، ص. ۱۰۳). آنچه باعث شده گردشگری با زیارت مقایسه شود وجه سفر آن است (مارجری، ۲۰۰۸، ص. ۲۸؛ رینشد، ۱۹۹۲، ص. ۵۱؛ کالینز-کرنر، ۲۰۱۰، ص. ۱۵۳) این گونه مطرح شده که چون در زیارت نیز قواعد جاری هر سفری مثل حمل‌ونقل، خرید، اسکان و تغذیه و ... جریان دارد، پس تفاوتی با گردشگری ندارد. لذا باید ذیل گردشگری تعریف شده و در آن چهارچوب مدیریت شود (اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶، ص. ۷؛ شینده^۲، ۲۰۰۷، ص. ۱۹۳).

۲. ۴. گردشگر

برطبق تعریف WTO به مسافران موقت با هر انگیزه‌ای که حداقل ۲۴ ساعت را در کشوری غیر از محل سکونت خود می‌گذرانند، گردشگر گفته می‌شود (سازمان جهانی گردشگری^۳، بدون تاریخ؛ کوهن، ۱۹۸۴، ص. ۳۷۴). در این تعریف انگیزه گردشگر جایگاهی ندارد و صرفاً خود سفر در نظر گرفته شده است (اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶، ص. ۶). این تعریف از گردشگر: ۱- بسیار کلی است و برای آمارگیری از مسافران، مجوزهای قانونی سفر و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی استفاده می‌شود و برای مطالعه در حوزه‌های جامعه‌شناسی یا انسان‌شناسی گردشگری کاربردی ندارد (کوهن، ۱۹۸۴، ص. ۳۷۴). درواقع تعاریفی که بعداً از انواع گردشگر به وجود آمده مناسب حوزه‌های فوق‌الذکر است. ۲- در این تعریف قید شده است که به واژه گردشگر از دیدگاه اقتصادی نزدیک می‌شود تا بتواند گردشگران را از مهاجرین و پناهندگان تفکیک کند و مناسب تحلیل‌های آماری و اقتصادی است

1. Nolan & Nolan

2. Shinde

3. unwto

(گزارش تعریف گردشگر یا بازدیدکننده موقت^۱، ۱۹۶۳، ص. ۳). در واقع WTO این تعریف را از اتحادیه خصوصی IUOTO اخذ کرده است؛ اتحادیه‌ای با اهداف اقتصادی که علت تشکیل آن رکود اقتصادی ناشی از جنگ جهانی اول و اهمیت گردشگری به عنوان یک صادرات نامرئی بوده است (شکلفورد^۲، ۲۰۲۰، ص. ۷). مشخص شد که تعریف WTO از گردشگر روی انگیزه‌های آماری و اقتصادی بنا شده و مناسب نهادهایی که دغدغه توسعه فرهنگ را دارند نیست.

۵.۲. گردشگری مذهبی

براساس ایده غربی تفکیک امور دنیوی و اخروی، دو موضوع زیارت و گردشگری در تضاد با هم قرار می‌گرفتند (اوزکان، ۲۰۱۳، ص. ۸)، در نتیجه محققان غربی ایده یک دسته‌بندی یکپارچه برای سفرهای مذهبی را با عنوان گردشگری مذهبی مطرح کردند (لوز، ۲۰۲۰، ص. ۱)؛ ایده‌ای که در آن ساخت اجتماعی یک سایت دینی را که همزمان شامل مسافرین مقدس (زائران) و سکولار (گردشگران) است نشان می‌دهد (کالینز-کرنر، ۲۰۱۰، ص. ۱۵۷). در خلق هویت گردشگری مذهبی نباید بازار گسترده‌ای که به علت سفر مکرر افراد با شکلی از انگیزه دینی صورت می‌گرفت، از نظر دور داشت. بازاری که مکان‌های مورد احترام را به عنوان منابع گردشگری در نظام سرمایه‌داری در نظر می‌گیرد که می‌تواند برای مسافران علاقه‌مند تبدیل به کالایی قابل فروش شوند. در نتیجه سفرهای زیارتی را جزوی از سیستم گردشگری و بازارهای مربوط به آن به حساب آورده و به گونه‌های قبلی گردشگری اضافه کردند (کیم و همکاران، ۲۰۲۰، ص. ۱۸۵؛ اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶، ص. ۱؛ پاسکاسو، ۲۰۱۵، ص. ۱۳۳؛ الیو، ۲۰۲۰، ص. ۱۳۱). در مقالات بین‌المللی گردشگری مذهبی نه تنها پدیده‌ای ضرورتاً دینی شمرده نشده، بلکه حتی از سفر زیارتی سنتی متمایز فرض می‌شود؛ چراکه انگیزه مسافران از انجام عملی صرفاً دینی به جستجوی معنا، حس هویت یا یک ایده‌آل ارزشمند تغییر کرده است (کالینز-کرنر و کلیوت، ۲۰۰۰، ص. ۵۷؛ اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶، ص. ۵؛ کاربن و

1. The report on the definition of "tourist" or "temporary visitor

2. Shackelford

کارینتو و مالک^۱، ۲۰۱۶، ص. ۱۵۴؛ درول^۲، ۲۰۱۲، ص. ۴۳۲؛ کالینز- کرنر، ۲۰۲۰، ص. ۱۴۶). این تعریف بر مبنای نظریه جداسازی معنویت از مذهب است؛ به این معنا که لزوماً ایجاد حس معنویت ناشی از دین و مذهب نیست (لولویی و همکاران، ۱۳۹۶؛ به نقل از همایون، ص. ۴؛ اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶، ص. ۴). تعدد تعاریف از گردشگری مذهبی پژوهشگر را به این نقطه می‌رساند که هیچ تعریف واحد جهانی از گردشگری مذهبی وجود ندارد (کیم و همکاران، ۲۰۲۰، ص. ۱۹۷؛ پاسکاسو، ۲۰۱۵، ص. ۱۳۱؛ نهاوندی و نعمتی، ۱۳۸۹، ص. ۱۷۱).

۲.۶. گردشگر مذهبی

در منابع فارسی عموماً اصطلاح گردشگر مذهبی برای زائرانی به کار رفته که خود را معتقد به خداوند می‌دانند، ولی در کنار زیارت به سیاحت نیز می‌پردازند. پژوهش‌ها می‌گویند هویت زائر وجه لذت‌طلبانه‌ترین امروزی در عصر مدرن را پوشش نمی‌دهد و ما با هویتی جدید به نام گردشگر مذهبی مواجه هستیم. درواقع هویت گردشگر مذهبی را عام‌تر از زائر می‌دانند (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷، ص. ۱۴؛ پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۹۶، ص. ۱۹۸؛ آقاجانی و فراهانی‌فرد، ۱۳۹۴، ص. ۴۷؛ اجتهد‌نژادکاشانی و قوامی، ۱۳۹۱، ص. ۲۴؛ لولویی و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۵؛ سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱، ص. ۵). بسیاری از منابع فارسی مورد بررسی الف) مقاصد گردشگری مذهبی را سواي مقاصد دینی تعریف نمی‌کند ب) از کالایی‌سازی مقصد دینی مطابق با آنچه در صنعت گردشگری مرسوم است صحبتی نمی‌شود ج) هویت زائرین را سکولار نمی‌دانند. در منابع بین‌المللی، اصطلاح گردشگر مذهبی برای دو گروه به کار می‌رود: هم زائران معتقد به ادیان الهی با انگیزه دینی و هم افراد سکولار که با انگیزه غیردینی به سفر می‌روند. مقاصد گردشگری مذهبی نیز دو دسته را شامل می‌شود که یا مرتبط با ادیان الهی است و یا هیچ ارتباطی به هیچ کدام از مذاهب الهی ندارند، مانند مقبره یک شاعر یا خانه یک خواننده راک و ... در تعریفی پذیرفته شده، گردشگر مذهبی در میانه یک طیف با دو

1. Carbone & Corinto & Malek

2. Drule

انتهای زائران معتقد در یک سر و گردشگران سکولار در سر دیگر طیف قرار دارد که بر مبنای فرض تفکیک امور مادی و معنوی در غرب است (پاسکاسو، ۲۰۱۵، ص. ۱۴۰؛ کالینز-کرنر و کلیوت، ۲۰۰۰، ص. ۵۵؛ کالینز-کرنر، ۲۰۱۰، ص. ۱۵۷؛ الیو، ۲۰۲۰، ص. ۱۳۳).

۷. ۲. جمع‌بندی

به‌طور کلی فضای مقالات فارسی درباره موضوع زیارت و گردشگری مذهبی با مقالات انگلیسی بسیار متفاوت است. در نتیجه منابع فارسی و انگلیسی جداگانه تحلیل شدند. مطلب بعد اینکه در بسیاری منابع بین‌المللی اصولاً زیارت و گردشگری مذهبی یکی فرض شده و تفاوتی بین آنها در نظر گرفته نمی‌شود (پاسکاسو، ۲۰۱۵، ص. ۱۳۲). در این منابع تفاوت زیارت با گردشگری بسیار مورد بحث قرار گرفته است؛ زیرا برای پژوهشگران غربی وجه سفر پررنگ تر بوده و هر دو موضوع را سفری تحت چهارچوب گردشگری فرض می‌کنند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

در پاسخ به موضوع "تشابهات و افتراقات زیارت و گردشگری مذهبی"، ابتدا باید ویژگی‌های هر دو مشخص شود. از آنجا که مقالات مختلف ویژگی‌های مختلفی به زیارت و گردشگری مذهبی نسبت داده‌اند، روشی که بتواند به‌صورت منطقی پژوهشگر را به یک جمع‌بندی کلی از ویژگی‌ها برساند، روش فراترکیب است. فراترکیب یک روش تحقیق کیفی است که ابزار گردآوری داده، مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی پیشینه پژوهش است (ساندلوفسکی و بارسو^۱، ۲۰۰۶، ص. xvi). فراترکیب در دهه‌های اخیر به‌عنوان یک روش معتبر علمی در تحقیقات کیفی بین پژوهشگران به رسمیت شناخته شده است (تورن و همکاران^۲، ۲۰۰۴، ص. ۱۳۴۳). در این روش برای دست یافتن به ایده‌ای جدید، نتایج پژوهش‌های گوناگونی که قبلاً انجام شده به‌صورت نظام‌مند و یکپارچه

1. Sandelowski & Barroso

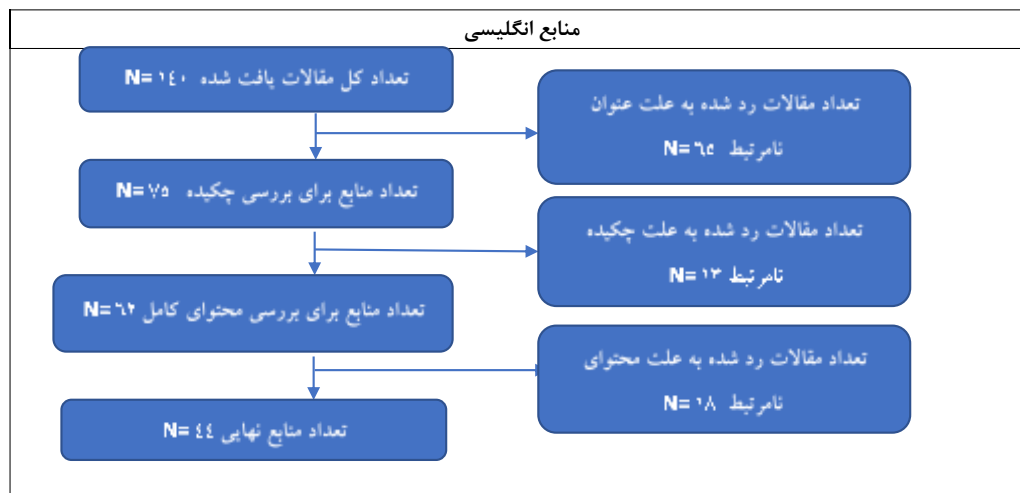
2. Thorne

بررسی شده، سپس به صورت نو صورت بندی می‌شوند. درواقع تحقیق فراترکیب داده جدید تولید نمی‌کند، بلکه روی داده‌های ثانویه جمع‌آوری شده از تحقیقات دیگر تحلیل و بینش جدید ارائه می‌دهد (اروین و همکاران^۱، ۲۰۱۱؛ ساندلوفسکی و بارسو، ۲۰۰۶، ص. ۱۷). از دلایل انتخاب روش فراترکیب این است که منابع پژوهشی حوزه گردشگری درمورد موضوع زیارت و گردشگری مذهبی غنی است. برای اجرای این روش چند الگو وجود دارد که برای این مقاله الگوی اروین و همکاران انتخاب گردید (آقازاده و همکاران، ۱۳۹۵، ص. ۶ - ۷). گام‌های این روش برای این مقاله در جدول ۱ نشان داده شده است. همان‌طور که جدول ۱ نشان می‌دهد در گام ۱، می‌بایست، سؤال پژوهش به‌طور واضح بیان شود. در گام ۲ بر مبنای کلیدواژه‌هایی که مرتبط با سؤال تحقیق باشد در منابع مختلف جستجو انجام می‌شود. هنگام جستجو و انتخاب مقالات، محدودیتی برای سال انتشار پژوهش‌ها در نظر گرفته نشد، زیرا نویسندگان به دنبال تاریخچه ایجاد گردشگری مذهبی و فرایند رشد آن نیز بودند. اجرای گام ۳ به تفصیل در تصویر ۱ نشان داده شده است. بعد از انتخاب نهایی مقالات مناسب، مطابق با گام ۴، آن قسمت‌هایی از محتوای هر پژوهش که به سؤال تحقیق مربوط بوده کشف و کدگذاری باز گردید. بعد از جمع‌آوری کلیه کدهای باز، مطابق با گام ۵، کدگذاری محوری، حیطه‌بندی و مقوله‌بندی نیز روی آنها انجام شد که به صورت جدول ۲ ارائه خواهد گردید. در گام ۶ می‌بایست روایی و پایایی روش کار بررسی گردد که توسط چند تکنیک انجام شد. بررسی نگارندگان نشان داد تفاوت‌های معناداری در تصویر ارائه شده از زیارت و گردشگری مذهبی در پژوهش‌های فارسی و انگلیسی وجود دارد. این مسئله نگارندگان را به این نتیجه رساند که روش فراترکیب را به صورت جداگانه برای هر دو دسته منبع به کار برند. یعنی سؤال پژوهش "تشابهات و افتراقات زیارت و گردشگری مذهبی" را به صورت جداگانه در منابع فارسی و انگلیسی پاسخ دهند.

جدول ۱. نمودار نحوه اجرای روش فراترکیب

(اورین و همکاران، ۲۰۱۱)

تبیین تمایزات و تشابهات بین زیارت و گردشگری مذهبی			↔	۱-تنظیم سؤال پژوهش
موتورهای جستجو: Google Google Scholar	تعریف گردشگری مذهبی	کلیدواژه های فارسی	↔	۲-بررسی جامع ادبیات تحقیق
	تعریف زیارت			
	تفاوت گردشگری مذهبی و زیارت			
	تاریخچه ابداع گردشگری مذهبی			
Magiran Sid Civilica Science Direct Emerald Springer Taylor and Francis	Religious Tourism	کلیدواژه های انگلیسی	↔	۳- ارزیابی مقالات و انتخاب مقالات مرتبط
	Pilgrimage Tourism			
	Religious Tourism Vs Pilgrimage			
	History of Religious Tourism			
بدون در نظر گرفتن محدودیت برای سال مقاله زیرا نویسندگان به دنبال تاریخچه شکل گیری گردشگری مذهبی بودند.	الف) ارتباط عنوان مقاله با سوال پژوهش	↔	↔	۴-انتخاب و به کارگیری روش صحیح فراترکیب
	ب)ارتباط چکیده و نتیجه گیری با سوال پژوهش			
	ج) ارتباط محتوا با سؤال پژوهش			
	د) میزان ارجاع به مقاله			
استخراج شاخص های زیارت و گردشگری مذهبی، زائر و گردشگر مذهبی			↔	۵-ارائه ترکیب یافته های مطالعات
طراحی جدول به منظور نمایش عوامل ترکیب شده			↔	۶- تأمل در فرایند
یا بازتاب پذیری در فرایند تحقیق که همان بررسی اعتبار پژوهش است.			↔	



شکل شماره ۱. جزئیات گام ۳: روش انتخاب مقالات

منبع: (نگارندگان، ۱۴۰۴)

۴. یافته‌های پژوهش

یکی از راه‌های ارائه نتایج در فراترکیب نمایش جدول است (اروین و همکاران، ۲۰۱۱، ص. ۱۹۵). بر همین اساس جدول ۲ بر مبنای گام ۵ روش فراترکیب آماده گردید و ۴ مقوله معرفی شده در جدول ۲ از کار کوهن با عنوان "چهار موضوع اصلی در زمینه گردشگری" اقتباس گردیده است (کوهن، ۱۹۸۴، ص. ۳۸۳).

جدول ۲. نمایش کدگذاری باز، کدگذاری محوری، حیطه‌بندی و مقوله‌بندی با روش فراترکیب

منبع: (نگارندگان، ۱۴۰۴)

مقوله	حیطه	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
مقصد اصلی سفر ↔		توسط ادیان رسمی به عنوان "حرم مقدس" معرفی شده	حرم، زیاتگاه، مکان مقدس دینی، معابد، مساجد، کنیسه‌ها و ... که به‌طور کلی مورد تأیید ادیان رسمی مانند اسلام، مسیحیت، یهودیت، بودایی و ... هستند.

مقوله	حیطه	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
		هر مقصدی که نماد امر غیرمادی باشد.	مراکز جذاب دینی، کنفرانس مذهبی، رویدادهای فرهنگی - مذهبی، کنسرت موسیقی مذهبی، مقاصدی که تنها از نظر شخصی برای شخص معنا دارد، مانند یادبود مشاهیر، قبرهای جنگی مکان‌های دارای اهمیت سیاسی، بازدید از حیاط کلیساها و مکان‌های تشییع جنازه، زمین فوتبال تیم مورد علاقه، مقاصد مقدس دیگر ادیان. تحت عنوان زیارت سکولار
مسافر ↔	انگیزه اصلی ↔	تنها انگیزه مسافر از سفرش، انجام دستور دینی است	فقط و فقط زیارت مکان مقدس مذهبی دینی، عبادت، تحول معنوی.
		انگیزه مسافر از سفرش چند منظوره است.	چندمنظوره: زیارت مکان مقدس مذهبی به همراه گردش و تفریح، کنجکاوی، کسب تجربه دینی، شناخت، علاقه به جنبه تاریخی سایت، بازدید از مکان مقدس دیگر ادیان.
	هویت زائر/گردشگر مذهبی ↔	فرد نسبت به مقصد سفر اعتقاد دینی دارد.	هویت دینی عبادت، زیارت، دلبستگی به مقصد، دینداری، وفاداری، ایثار و فداکاری.
		فرد نسبت به مقصد سفر اعتقاد خاصی ندارد.	توسعه هویتی که به روشنگری معنوی یا مذهبی، متمرکز است. نوعی هویت جدید فاقد بعضی از ویژگی‌های دینی و منحصر به فرد زیارت سستی (که اساس زیارت را می‌سازد).
	نوع سفر ↔	کنش مؤمنانه	تحمل سختی مسیر، بودجه کمتر، زمان و مدت اقامتشان تابع اوقات فراغت نیست؛ بلکه تابع مناسبت‌های مذهبی است، سفر با پای پیاده، سفری آهسته، انجام مراسم و مناسک دینی و وظایف شرعی
		کنش غیرمؤمنانه	ویژگی‌های لذت طلبانه سفر غالب است
کنش بین مسافر و جامعه میزبان	برخورد جامعه میزبان ↔	نگاهی غیراقتصادی	خدمت‌رسانی، مهمان‌نوازی
		نگاهی اقتصادی	نگاه اقتصادی یا سودجویانه
	تأثیرات سفر ↔	توسعه اقتصادی و فرهنگی	مسافرین افرادی مسئولیت‌پذیر بدون آسیب‌های اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی هستند که سفری همراه با توسعه فرهنگی و اقتصادی برای مقصد به ارمغان می‌آورند.

مقوله	حیطه	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
		کالایی شدن زیارتگاه، اثرات منفی زیست‌محیطی	مانند یک صنعت پرونق چندین اثر منفی دارد: تجاری شدن مذهب، از بین رفتن اصالت، کالایی شدن محصولات مرتبط با زیارت، تجاری سازی فرهنگ محلی، از دست دادن تنوع زیستی. انتقال بیماری‌های همه‌گیر، تأثیر بر گونه‌های حفاظت شده ناشی از فشارهای سفر.
ارتباط ذات سفر با گردش و رفاه ⇔	ارتباط ذات	در تضاد با گردشگری	بین زیارت با رفاه و تفریح، تضاد و دوگانه‌های جدی وجود دارد.
	سفر با گردش و رفاه ⇔	عدم تضاد با گردشگری	اشاره به اینکه بین زیارت با رفاه و گردش زائر تضادی وجود ندارد.
		مکان مذهبی فراتر از ابزاری برای توسعه اقتصادی	نباید از مکان مقدس به عنوان ابزاری برای سودجویی یا توسعه اقتصادی استفاده کرد.
	ساختار سیستم سفر نحوه مدیریت ⇔	مکان مذهبی به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی	*زائران از بازیگران صنعت گردشگری *مکان مذهبی باید به شیوه‌ای کل‌نگر تعریف شود، به گونه‌ای که هم زیارت سنتی و هم سفرهای سکولار مدرن را دربرگیرد. *زیارت مانند هر کالای دیگری یک محصول گردشگری در بازاری است که در آن تقاضا، عرضه و نظریه انتخاب عقلانی را می‌توان در مورد دین نیز به کار برد! *حرم و اماکن مقدس مکان‌هایی چندمنظوره هستند که به عنوان محصول گردشگری، قابلیت کالایی شدن و تجاری‌سازی برای گردشگران علاقه‌مند به مکان‌های تاریخی و میراث فرهنگی را دارد.

جدول ۳ ویژگی‌های زیارت و گردشگری مذهبی در منابع فارسی را بر مبنای جدول ۲ و تعداد مقالاتی که قائل به آن ویژگی بودند، نشان می‌دهد. تعداد مقالات یک ضریب تکرار را برای هر ویژگی به دست می‌دهد. اگر ضریب تکرار یک ویژگی نسبت به ویژگی دیگر بالاتر باشد، آن ویژگی به عنوان خصیصه غالب در نظر گرفته می‌شود.

جدول ۳- ویژگی‌های زیارت و گردشگری مذهبی با روش فراترکیب در منابع فارسی

منبع: (نگارندگان، ۱۴۰۴)

مقوله	حیطه	کدهای محوری	زیارت	ضرب تکرار	گردشگری مذهبی	ضرب تکرار
۱ مقصد اصلی سفر		"حرم مقدس" در ادیان رسمی	(ملازم‌الحسینی و همکاران، ۱۳۹۶) (آقاجانی و فراهانی‌فرد؛ به نقل از رحیم‌پور و موسوی، ۱۳۹۴) (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (اجتهدنژادکاشانی و قوامی، ۱۳۹۱) (لولویی و همکاران، ۱۳۹۶) (سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱) (مشکینی و اعظم‌نبوی، ۱۳۹۴) (نیکنام، ۱۳۹۳) (حسین‌زاده و رادمنش، ۱۴۰۱) (نهادندی و نعمتی، ۱۳۸۹) (همکاران، ۱۳۹۳) (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰) (عنابستانی و محمودی، ۱۳۹۵) (جهانیان، ۱۴۰۱)	۱۷	(ملازم‌الحسینی و همکاران، ۱۳۹۶) (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (آقاجانی و فراهانی‌فرد، ۱۳۹۴) (اجتهدنژادکاشانی و قوامی، ۱۳۹۱) (سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱) (مشکینی و اعظم‌نبوی، ۱۳۹۴) (نیکنام، ۱۳۹۳) (نهادندی و نعمتی، ۱۳۸۹) (فیروزجائیان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳) (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰) (عنابستانی و محمودی، ۱۳۹۵) (جهانیان، ۱۴۰۱)	۱۲
		هر نماد امر غیرمادی	(شکاری، ۱۴۰۲)	۱	(لولویی و همکاران، ۱۳۹۶) (شکاری، ۱۴۰۲) (باقری و همکاران، ۱۴۰۱) (قنبری‌برزیان، ۱۳۹۶) (فیروزجائیان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳)	۵
۲ مسافر	انگیزه سفر	انجام دستور دینی تنها انگیزه مسافر	(ملازم‌الحسینی و همکاران، ۱۳۹۶) (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (آقاجانی و فراهانی‌فرد، ۱۳۹۴) (اجتهدنژادکاشانی و قوامی، ۱۳۹۱) (لولویی و همکاران، ۱۳۹۶)	۱۳	(ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰) (نهادندی و نعمتی، ۱۳۸۹) (احمدی‌شاپورآبادی و سبزوآبادی، ۱۳۹۰) (عنابستانی و محمودی، ۱۳۹۵)	۴

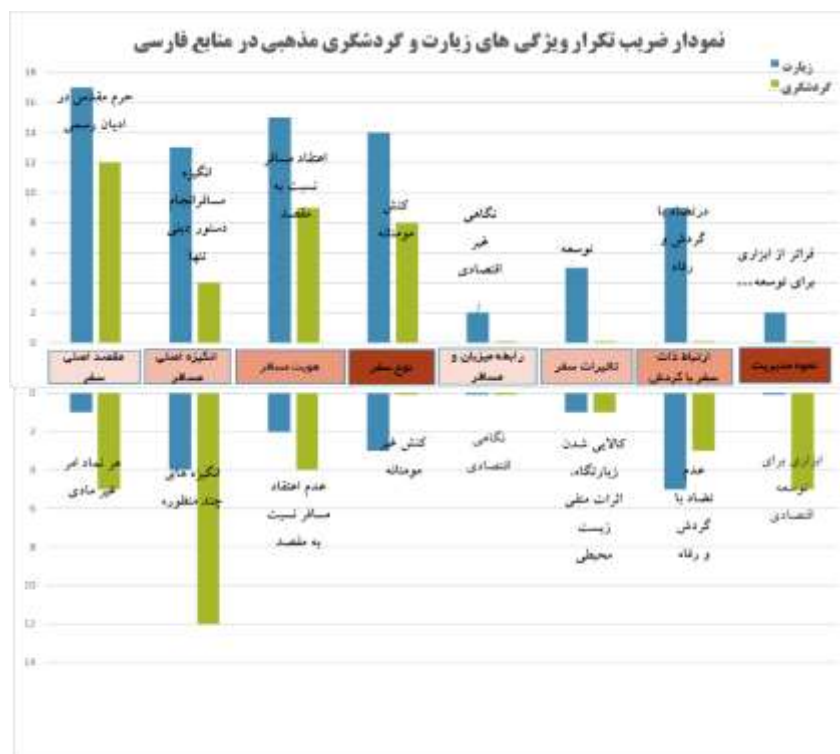
مقوله	حیطه	کدهای محوری	زیارت	ضریب تکرار	گردشگری مذهبی	ضریب تکرار	
		انگیزه‌های چندمنظوره	(۱۳۹۶) (سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱) (نیکنام، ۱۳۹۳) (شکاری، ۱۴۰۲) (نهادندی و نعمتی، ۱۳۸۹) (قنبری برزیان، ۱۳۹۶) (باقری و همکاران، ۱۴۰۱) (فیروزجائیان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳) (جهانیان، ۱۴۰۱)				
			(حسین‌زاده و رادمنش، ۱۴۰۱) (شکاری، ۱۴۰۲) (کرمانی و همکاران، ۱۳۹۸) (نودهی و همکاران، ۱۳۹۴)	۴	(ملازم‌الحسینی و همکاران، ۱۳۹۶) (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (آقاجانی و فراهانی‌فرد، ۱۳۹۴) (اجتهدنژادکاشانی و قوامی، ۱۳۹۱) (لولویی و همکاران؛ به نقل از جهانیان، ۱۳۹۶) (مشکینی و اعظم‌نبوی، ۱۳۹۴) (شکاری، ۱۴۰۲) (نهادندی و نعمتی، ۱۳۸۹) (باقری و همکاران، ۱۴۰۱) (قنبری‌برزیان، ۱۳۹۶) (فیروزجائیان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳) (جهانیان، ۱۴۰۱)	۱۲	
			(مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (آقاجانی و فراهانی‌فرد، ۱۳۹۴) (اجتهدنژادکاشانی و قوامی، ۱۳۹۱) (لولویی و همکاران، ۱۳۹۶) (سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱) (مشکینی و اعظم‌نبوی، ۱۳۹۴) (نیکنام، ۱۳۹۳) (نهادندی و نعمتی، ۱۳۸۹) (باقری و همکاران، ۱۴۰۱) (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰) (احمدی‌شاپورآبادی و سبزآبادی، ۱۳۹۰) (قنبری‌برزیان، ۱۳۹۶) (کرمانی و همکاران، ۱۳۹۸)	۱۵	(مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (آقاجانی و فراهانی‌فرد، ۱۳۹۴) (اجتهدنژادکاشانی و قوامی، ۱۳۹۱) (سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱) (مشکینی و اعظم‌نبوی، ۱۳۹۴) (نهادندی و نعمتی، ۱۳۸۹) (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰) (فیروزجائیان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳) (عنابستانی و محمودی، ۱۳۹۵)	۹	

مقوله	حیطه	کدهای محوری	زیارت	ضرب تکرار	گردشگری مذهبی	ضرب تکرار
۳. کنش بین مسافران و جامعه میزبان	کنش مؤمنانه	عدم اعتقاد مسافر نسبت به مقصد	(نودهی و همکاران، ۱۳۹۴) (جهانیان، ۱۴۰۱)			
			(حسین‌زاده و رادمنش، ۱۴۰۱) (شکاری، ۱۴۰۲)	۲	(لولویی و همکاران، ۱۳۹۶) (شکاری، ۱۴۰۲) (احمدی‌شاپورآبادی و سبزآبادی، ۱۳۹۰) (قنبری‌برزیان، ۱۳۹۶)	۴
		کنش مؤمنانه	(مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (آقاجانی و فراهانی‌فرد، ۱۳۹۴) (اجتهدنژادکاشانی و قوامی، ۱۳۹۱) (لولویی و همکاران، ۱۳۹۶) (سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱) (مشکینی و اعظم‌نبوی، ۱۳۹۴) (نیکنام، ۱۳۹۳) (شکاری، ۱۴۰۲) (فیروزجائیان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳) (نهادندی و نعمتی، ۱۳۸۹) (احمدی‌شاپورآبادی و سبزآبادی، ۱۳۹۰) (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰) (فیروزجائیان‌گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳)	۱۴	(مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (آقاجانی و فراهانی‌فرد، ۱۳۹۴) (سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱) (مشکینی و اعظم‌نبوی، ۱۳۹۴) (باقری و همکاران، ۱۴۰۱) (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰) (احمدی‌شاپورآبادی و سبزآبادی، ۱۳۹۰) (عنابستانی و محمودی، ۱۳۹۵)	۸
	کنش غیرمؤمنانه	(کرمانی و همکاران، ۱۳۹۸) (طالبی و براق‌علی‌پور، ۱۳۹۲) (نودهی و همکاران، ۱۳۹۴) (جهانیان، ۱۴۰۱)	۳		۰	
رابطه میزبان و مسافر	رابطه میزبان و مسافر	نگاهی غیراقتصادی	(مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (ایازی، ۱۴۰۰)	۲		۰
	نگاهی اقتصادی			۰		۰

مقوله	حیطه	کدهای محوری	زیارت	ضریب تکرار	گردشگری مذهبی	ضریب تکرار
	تأثیرات سفر	توسعه	(آقاجانی و فراهانی فرد، ۱۳۹۴) (احمدی شاپورآبادی و سبزوآبادی، ۱۳۹۰) (فیروزجائیان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳) (قنبری برزیان، ۱۳۹۶) (جهانیان، ۱۴۰۱)	۵	(چاره‌ئی، اعظمی و بیزه، ۱۳۹۸)	۱
		کالایی شدن زیارتگاه، اثرات منفی زیست‌محیطی	(نهادندی و نعمتی، ۱۳۸۹)	۱	(چاره‌ئی، اعظمی و بیزه، ۱۳۹۸)	۱
۴ ساختار سیستم سفر	ارتباط ذات سفر با گردشگر و رفاه	در تضاد با گردش و رفاه	(مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (آقاجانی و فراهانی فرد، ۱۳۹۴) (ویسی، ۱۳۹۶) (اجتهادنژادکاشانی و قوامی، ۱۳۹۱) (لولویی و همکاران، ۱۳۹۶) (فیروزجائیان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳) (نهادندی و نعمتی، ۱۳۸۹) (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰) (فیروزجائیان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳)	۹		۰
		عدم تضاد با گردش و رفاه	(سقائی و طباطبائی، ۱۳۹۱) (حسین‌زاده و رادمش، ۱۴۰۱) (حسن‌آبادی، ۱۳۸۵) (کرمانی و همکاران، ۱۳۹۸) (نودهی و همکاران، ۱۳۹۴)	۵	(مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (آقاجانی و فراهانی فرد، ۱۳۹۴) (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰)	۳
		فراتر از ابزاری برای توسعه اقتصادی	(مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷) (ویسی، ۱۳۹۶)	۲		۰
	نقشه					

مفوله	حیطه	کدهای محوری	زیارت	ضرب تکرار	گردشگری مذهبی	ضرب تکرار
		ابزاری برای توسعه اقتصادی		۰	(شکاری، ۱۴۰۲) (نهایندی و نعمتی، ۱۳۸۹) (باقری و همکاران، ۱۴۰۱) (احمدی شاپورآبادی و سبزابادی، ۱۳۹۰) (فیروزجائیان گلوگاه و همکاران، ۱۳۹۳)	۵

تصویر ۲، ضرب تکرار هر ویژگی را مطابق با جدول ۳ به صورت نموداری نشان می‌دهد.



شکل ۲. نمودار ضرب تکرار ویژگی‌های زیارت و گردشگری مذهبی در منابع فارسی براساس جدول ۳

منبع: (نگارندگان، ۱۴۰۴)

با بررسی جدول ۳ و تصویر ۲ می‌توان ویژگی‌های زیارت و گردشگری مذهبی و سرانجام شباهت‌ها و تمایزات آنها را در منابع فارسی مشخص کرد که این کار در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. شباهت‌ها و افتراقات زیارت و گردشگری مذهبی با روش فراترکیب در منابع فارسی

منبع: (نگارندگان، ۱۴۰۴)

مقوله	حیطه	شرح	شباهت	تفاوت
مقصد سفر		مقصد زیارت توسط ادیان رسمی به‌عنوان "حرم مقدس" معرفی شده است (۸۱٪ پژوهش‌ها) مقصد گردشگری مذهبی توسط ادیان رسمی به‌عنوان "حرم مقدس" معرفی شده است (۵۷٪ پژوهش‌ها). بنابراین از <u>وجه شباهت</u> دو موضوع مقصد سفر است.	✓	
مسافر	انگیزه مسافر	اگر انگیزه فردی از سفر تک‌منظوره و انجام اعمال عبادی باشد، زائر است (۶۲٪ پژوهش‌ها) اگر انگیزه‌های چندمنظوره دارد، گردشگر مذهبی است (۵۷٪ پژوهش‌ها). پس از <u>وجه افتراق</u> است.		✗
	هویت	هویت زائر هویتی دینی آمیخته با دلبستگی به مقصد سفر، ایثار و .. است (۷۱٪ پژوهش‌ها) هویت گردشگر مذهبی نیز هست (۴۳٪ پژوهش‌ها) پس هویت دینی از وجه شباهت دو موضوع است.	✓	
	نوع سفر	هم سفر زیارتی (۷۱٪ پژوهش‌ها) و هم سفرگردشگری مذهبی (۴۳٪ پژوهش‌ها) سفری کم‌هزینه، در ایام خاص، آماده برای تحمل رنج و با پای پیاده برای انجام مناسک دینی معرفی شده. بنابراین از وجه شباهت دو موضوع است.	✓	
کنش بین مسافر و جامعه میزبان	برخورد جامعه میزبان	برخورد جامعه میزبان با زائرین مهمان‌نوازان و غیراقتصادی است (۱۰٪ پژوهش‌ها) اما درباره نوع برخورد جامعه میزبان با گردشگران مذهبی مطلبی بیان نشده. بنابراین از وجه تمایز است		✗
	تأثیرات سفر	سفر زیارتی سفری با تأثیرات مثبت اقتصادی و فرهنگی محیط‌زیستی است (۲۴٪ پژوهش‌ها). در سفر گردشگری مذهبی خطر کالایی شدن زیارتگاه و آسیب محیط‌زیستی محتمل است (۵٪ پژوهش‌ها) پس از وجه تفاوت به‌شمار می‌آید.		✗

مقوله	حیطه	شرح	شباهت	تفاوت
ساختار سیستم سفر	ارتباط ذات سفر با گردش و رفاه	در زیارت ذاتاً توجه به تفریحات دنیایی مطلوب نیست (۴۳٪)؛ برعکس یک سفر گردشگری مذهبی می‌تواند هم زیارت و سیاحت را در کنار هم جمع کند (۱۴٪ پژوهش‌ها). پس این امر از وجوه تمایز دو موضوع است.		X
	مکان مذهبی به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی	در زیارت حرم فراتر از آن است که به‌عنوان وسیله‌ای برای سودجویی استفاده شود (۱۰٪ پژوهش‌ها) اما مقاصد گردشگری مذهبی وسیله‌ای مناسب برای بهره‌برداری اقتصادی است (۲۴٪ پژوهش‌ها). از وجوه تمایز		X

جدول ۵ ویژگی‌های زیارت و گردشگری مذهبی در منابع انگلیسی را بر مبنای جدول ۲ و تعداد مقالاتی که قائل به آن ویژگی بودند، نشان می‌دهد. تعداد مقالات یک ضریب تکرار را برای هر ویژگی به دست می‌دهد. اگر ضریب تکرار یک ویژگی نسبت به ویژگی دیگر بالاتر باشد، آن ویژگی به‌عنوان خصیصه غالب در نظر گرفته می‌شود.

جدول ۵. ویژگی‌های زیارت و گردشگری مذهبی با روش فراترکیب در منابع انگلیسی

منبع: (نگارندگان، ۱۴۰۴)

مقوله	حیطه	کدهای محوری	امر زیارت (ضریب تکرار)	ضریب تکرار	پدیده گردشگری مذهبی (ضریب تکرار)	ضریب تکرار
انقصد اصلی سفر		"حرم مقدس" در ادیان رسمی	(پاسکاسو، ۲۰۱۵) (کیم و همکاران، ۲۰۲۰) (اوزکان، ۲۰۱۳) (جانگمیواسین، ۲۰۱۶) (نولان و نولان، ۱۹۹۲) (کالینز-کرنر و کلویت، ۲۰۰۰) (مارجری، ۲۰۰۸) (لوز،	۱۴	(پاسکاسو، ۲۰۱۵) (کیم و همکاران، ۲۰۲۰) (دوران سانچز ^۲ و همکاران، ۲۰۱۸) (کالینز-دورل ^۴ ، ۲۰۱۲) (کرنر و کلویت، ۲۰۰۰) (راج و گریفین، ۱۳۹۸: ۵) (کربن، ۲۰۱۶) (شینده، ۲۰۰۷) (مقاله ۹)	۸

1. Durán-Sánchez
2. Drule
3. Carbone

مقوله	حیطه	کدهای محوری	امر زیارت (ضرب تکرار)	ضرب تکرار	پدیده گردشگری مذهبی (ضرب تکرار)	ضرب تکرار
۲ مسافر			(۲۰۲۰) (الیو، ۲۰۲۰) (رینشد، ۱۹۹۲) (پوریا ^۱ و همکاران، ۲۰۰۳) (وکونیچ ^۲ ، ۲۰۰۶) (راج و گریفین، ۱۳۹۸) (شینده، ۲۰۰۷: مقاله، ۹)			
		هر نماد امر غیرمادی	(اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶) (کالینز-کرنر، ۲۰۱۸) (کالینز-کرنر، ۲۰۲۰) (پاسکاسو، ۲۰۱۵) (دوران سانچز و همکاران، ۲۰۱۸) (گریفین و راج، ۲۰۱۵) (کالینز-کرنر، ۲۰۱۰) (راج و گریفین، ۱۳۹۸: مقاله ۷) (کربن، ۲۰۱۶)	۹	(جانگمیواسین، ۲۰۱۶) (نولان و نولان، ۱۹۹۲) (لوز، ۲۰۲۰) (الیو، ۲۰۲۰) (رینشد، ۱۹۹۲) (رشید، ۲۰۱۸)	۶
	انگیزه‌های چند منظوره	انجام دستور دینی تنها انگیزه مسافر	(کیم و همکاران، ۲۰۲۰) (جانگمیواسین، ۲۰۱۶) (لوز، ۲۰۲۰) (رینشد، ۱۹۹۲) (ولکونیچ، ۲۰۰۶) (کالینز-کرنر و کلیوت، ۲۰۰۰)	۶	(لوز، ۲۰۲۰)	۱
		انگیزه‌های چند منظوره	(اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶) (ازکان، ۲۰۱۳) (نولان و نولان، ۱۹۹۲) (مارجری، ۲۰۰۸) (کالینز-کرنر، ۲۰۱۸) (کالینز-کرنر، ۲۰۲۰) (الیو، ۲۰۲۰) (گریفین و راج، ۲۰۱۵) (دوران-سانچز و همکاران، ۲۰۱۸) (کالینز-کرنر و کلیوت، ۲۰۰۰) (کالینز-کرنر، ۲۰۱۰) (کربن، ۲۰۱۶) (پوریا و همکاران، ۲۰۰۳) (رشید، ۲۰۱۸) (راج و گریفین، ۱۳۹۸: مقاله، ۷) (۲۰۱۸)	۱۸	(پاسکاسو، ۲۰۱۵) (کیم و همکاران، ۲۰۲۰) (جانگمیواسین، ۲۰۱۶) (کالینز-کرنر و کلیوت، ۲۰۰۰) (دوران سانچز و همکاران، ۲۰۱۸) (الیو، ۲۰۲۰) (رینشد، ۱۹۹۲) (درول، ۲۰۱۲) (کربن، ۲۰۱۶) (رشید، ۲۰۱۸) (شینده، ۲۰۰۷)	۱۱

1. Poria

2. Vukonić

مقوله	حیطه	کدهای محوری	امر زیارت (ضرب تکرار)	ضرب تکرار	پدیده گردشگری مذهبی (ضرب تکرار)	ضرب تکرار
	مردمان مسافر	اعتقاد مسافر نسبت به مقصد	(پاسکاسو، ۲۰۱۵)(اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶)(کیم و همکاران، ۲۰۲۰)(جانگمیواسین، ۲۰۱۶)(اوزکان، ۲۰۱۳)(مارجری، ۲۰۰۸)(لوز، ۲۰۲۰)(رینشد، ۱۹۹۲)(گرفین و راج، ۲۰۱۵)(ولکونیچ، ۲۰۰۶)(لوز، ۲۰۲۰)(رینشد، ۱۹۹۲)(گرفین و راج، ۲۰۱۵)(ولکونیچ، ۲۰۰۶)	۱۰	(لوز، ۲۰۲۰) (Luz, 2020)	۱
		عدم اعتقاد مسافر نسبت به مقصد	(دوران-سانچز و همکاران، ۲۰۱۸) (جانگمیواسین، ۲۰۱۶) (نولان و نولان، ۱۹۹۲) (کالینز-کرنر، ۲۰۱۸) (کالینز-کرنر، ۲۰۲۰) (دوران-سانچز و همکاران، ۲۰۱۸) (الیو، ۲۰۲۰) (پوریا و همکاران، ۲۰۰۳)	۸	(اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶) (کیم و همکاران، ۲۰۲۰) (جانگمیواسین، ۲۰۱۶) (الیو، ۲۰۲۰) (رینشد، ۱۹۹۲) (کربن، ۲۰۱۶) (کالینز-کرنر، ۲۰۲۰) (دروول، ۲۰۱۲) (رشید، ۲۰۱۸) (شینده، ۲۰۰۷) (پاسکاسو، ۲۰۱۵)	۱۱
	مردمان مسافر	کنش مؤمنانه	(کیم و همکاران، ۲۰۲۰) (جانگمیواسین، ۲۰۱۶) (الیو، ۲۰۲۰) (رشید، ۲۰۱۸) (ولکونیچ، ۲۰۰۶) (راج و گرفین، ۱۳۹۸: مقاله ۷)	۶		۰
		کنش غیرمؤمنانه	(کالینز-کرنر، ۲۰۲۰)	۱	(جانگمیواسین، ۲۰۱۶) (شینده، ۲۰۰۷)	۲
	مردمان مسافر	نگاهی غیر اقتصادی	(کیم و همکاران، ۲۰۲۰)(رشید، ۲۰۱۸)(زمانی، فراهانی و هندرسون، ۲۰۰۹)(ولکونیچ، ۲۰۰۶)	۴		۰

مقوله	حیطه	کدهای محوری	امر زیارت (ضرب تکرار)	ضرب تکرار	پدیده گردشگری مذهبی (ضرب تکرار)	ضرب تکرار
		نگاهی اقتصادی		۰	(کیم و همکاران، ۲۰۲۰)(الیو، ۲۰۲۰)	۲
	دیدگاه زیارتی	توسعه	(جانگمیواسین، ۲۰۱۶)(اوزکان، ۲۰۱۳)(الیو، ۲۰۲۰)	۳	(اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶)(کیم و همکاران، ۲۰۲۰)(رینشد، ۱۹۹۲)	۳
		کالایی شدن زیارتگاه، اثرات منفی زیست محیطی	(کالینز-کرنر، ۲۰۱۰)(اوزکان، ۲۰۱۳)(نولان و نولان، ۱۹۹۲)	۳	(پاسکاسو، ۲۰۱۵)(اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶)(کیم و همکاران، ۲۰۲۰)(جانگمیواسین، ۲۰۱۶)(الیو، ۲۰۲۰)(رشید، ۲۰۱۸)(راج و گریفین، ۱۳۹۸: مقاله ۹)	۷
۶ ساختار سیستم سفر	ارتباط ذات سفر با گردشگر و رفاه	در تضاد با گردشگر و رفاه	(پاسکاسو، ۲۰۱۵)(اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶)(جانگمیواسین، ۲۰۱۶)(کالینز-کرنر و کلیوت، ۲۰۰۰)(کالینز-کرنر، ۲۰۱۸)(کالینز-کرنر، ۲۰۲۰)(دوران-سانچز و همکاران، ۲۰۱۸)(لوز، ۲۰۲۰)(الیو، ۲۰۲۰)(گریفین و راج، ۲۰۱۵)(کالینز-کرنر، ۲۰۱۰)(کربن، ۲۰۱۶)(زمانی، فراهانی و هندرسون، ۲۰۰۹)(شیند، ۲۰۰۷)(راج و گریفین، ۱۳۹۸: مقاله ۷)	۱۵		۰
		عدم تضاد با گردشگر و رفاه	(مارجری، ۲۰۰۸)	۱	(شیند، ۲۰۰۷)	۱
	نقشه	فراتر از ابزاری برای	(اولسن و تیموتی، ۲۰۰۶)	۱	(پاسکاسو، ۲۰۱۵)	۱

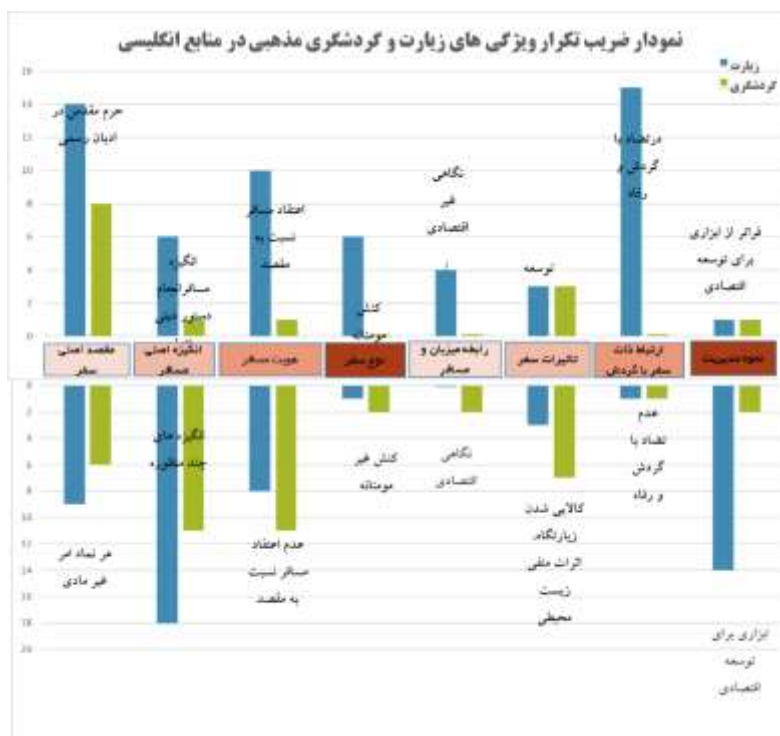
مقوله	حیطه	کدهای محوری	امر زیارت (ضرب تکرار)	ضرب تکرار	پدیده گردشگری مذهبی (ضرب تکرار)	ضرب تکرار
		توسعه اقتصادی				
		مکان مذهبی به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی	(کیم و همکاران، ۲۰۲۰) (جانگمیواسین، ۲۰۱۶) (نولان و نولان، ۱۹۹۲) (کالینز-کرنر، ۲۰۱۸) (کالینز-کرنر، ۲۰۲۰) (دوران-سانچز و همکاران، ۲۰۱۸) (الیو، ۲۰۲۰) (کالینز-کرنر، ۲۰۱۰) (پوریا و همکاران، ۲۰۰۳) (دورل، ۲۰۱۲) (کربن، ۲۰۱۶) (رشید، ۲۰۱۸) (راج و گریفین، ۱۳۹۸: مقاله ۹) (راج و گریفین، ۱۳۹۸: مقاله ۸)	۱۴	(شیند، ۲۰۰۷) (الیو، ۲۰۲۰)	۲

شکل شماره ۳، ضرب تکرار هر ویژگی را مطابق با جدول ۵ به صورت نموداری نشان می‌دهد. با بررسی جدول ۵ و تصویر ۳ می‌توان ویژگی‌های زیارت و گردشگری مذهبی و سرانجام شباهت‌ها و تمایزات آنها را در منابع انگلیسی مشخص کرد که این کار در جدول ۶ نشان داده شده است. جدول ۶. شباهت‌ها و افتراقات زیارت و گردشگری مذهبی با روش فراترکیب در منابع انگلیسی

منبع: (نگارندگان، ۱۴۰۴)

مقوله	حیطه	شرح	شباهت	تفاوت
مقصد سفر	مقصد سفر	مقصد زیارت مکانی معنوی است که توسط ادیان رسمی به عنوان "حرم مقدس" معرفی شده است (۶۴٪ پژوهش‌ها) مقصد سفر گردشگری مذهبی نیز همان معرفی شده است (۳۶٪ پژوهش‌ها). بنابراین از وجوه شباهت دو موضوع مقصد سفر است.	✓	
مسافر	انگیزه مسافر	انگیزه سفر زائران چندمنظوره به صورت انگیزه‌های تاریخی، فرهنگی و مستقل از انگیزه‌های الهی معرفی شده است (۸۶٪ مقالات). انگیزه سفر گردشگران مذهبی نیز انگیزه‌های چندمنظوره اکثراً تفریح و	✓	

مقوله	حیطه	شرح	شباهت	تفاوت
		گردش در کنار زیارت ذکر شده است (۵۰٪ مقالات). پس انگیزه سفر از وجوه شباهت دو موضوع به شمار می‌آید.		
	هویت	هویت زائر، دلبسته و علاقه‌مند به مقصد زیارتی و به همراه تقید به انجام مناسک دینی ... معرفی شده است (۴۵٪ مقالات). هویت گردشگر مذهبی نداشتن هیچ گونه اعتقاد و ایمان و دلبستگی به مقصد بیان شده است (۵۰٪ مقالات). پس هویت زائرین و گردشگران مذهبی از وجوه تفاوت دو موضوع به شمار می‌آید.	✗	
	نوع سفر	سفر زیارتی همراه با تحمل سختی، ریاضت‌های سخت، پرهیز از رفاه، همراه با از خودگذشتگی، بودجه کمتر، دوری از مظاهر دنیایی ... معرفی شده است (۲۷٪ مقالات). سفر گردشگری مذهبی سفری همراه با راحتی و بهره‌گیری از مظاهر دنیایی بیان شده است (۹٪ مقالات). پس عامل نوع سفر .. از وجوه تفاوت دو موضوع است.	✗	
کنش بین مسافر و جامعه میزبان	رابطه میزبان و مسافر	برخورد جامعه میزبان نسبت به زائران همراه با مهمان‌نوازی، خدمت‌رسانی، دوستانه و فداکارانه و ... معرفی شده است (۱۸٪ مقالات) درحالی‌که نسبت به گردشگران مذهبی نگاهی بهره‌ورانه فرض شده است (۹٪). پس رابطه میزبان و مسافر از وجوه تمایز است.	✗	
	تأثیرات سفر	تأثیرات سفر زیارتی هم شامل توسعه و گشایش در مسائل فرهنگی و اقتصادی ارزیابی شده و هم به خطر کالایی شدن زیارت اشاره شده است (۱۴٪ مقالات). در سفر گردشگری مذهبی عموماً خطر کالایی و تجاری شدن ذکر شده است (۳۲٪ مقالات). پس این موضوع از وجوه تمایز است.	✗	
ساختار سیستم سفر	ارتباط ذات سفر با گردش و رفاه	سفر زیارتی در تقابل جدی با تفریحات است (۶۸٪ پژوهشها) در حالیکه سفر گردشگری مذهبی اینطور نیست (۵٪ پژوهشها). پس این امر از وجوه تمایز دو موضوع است	✗	
	مکان مذهبی به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی	مکان‌هایی که به‌عنوان حرمی مقدس در زیارت شناخته می‌شوند (۶۴٪ پژوهش‌ها) یا مقاصدی که تحت نام گردشگری مذهبی قرار می‌گیرند می‌توان به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی و به‌مثابه یک کالای قابل عرضه بهره برد (۹٪ پژوهش‌ها). پس از وجوه شباهت است.	✓	



شکل شماره ۳. نمودار ضریب تکرار ویژگی‌های زیارت و گردشگری مذهبی در منابع انگلیسی براساس جدول ۵
منبع: (نگارندگان، ۱۴۰۴)

۱.۴. کنترل کیفیت تحلیل‌ها

جدول ۷ علاوه بر اینکه جداول ۵ و ۶ را به‌طور خلاصه نشان می‌دهد، مقایسه‌ای نیز بین شباهت‌ها و تمایزات زیارت و گردشگری مذهبی در منابع فارسی و انگلیسی ارائه می‌دهد. به‌عنوان مثال در بسیاری از مطالعات کیفی، روش‌هایی برای اطمینان از اعتبار و قابل اعتماد بودن تحقیق، مشابه روایی و پایایی در تحقیقات کمی به کار گرفته می‌شود (اروین و همکاران، ۲۰۱۱، ص. ۱۹۰). محققان کیفی از روش‌های متنوعی برای ارزیابی کیفیت تحقیق خود استفاده می‌کنند؛ زیرا اصولاً یک قانون واحد برای ارزیابی همه تحقیقات کیفی وجود ندارد (ساندوسکی و باروسو، ۲۰۰۶، ص. ۱۳۵).

جدول ۷ - شباهت‌ها و تفاوت‌های زیارت و گردشگری مذهبی در منابع فارسی در مقایسه با منابع لاتین

منبع: (نگارندگان، ۱۴۰۴)

منابع انگلیسی (شباهت یا تفاوت بین زیارت و گردشگری مذهبی)	منابع فارسی (شباهت یا تفاوت بین زیارت و گردشگری مذهبی)	ویژگی‌های زیارت و گردشگری مذهبی
شباهت ✓	شباهت ✓	مقصد دینی سفر
شباهت ✓	تفاوت ✗	انگیزه‌های چندمنظوره مسافر
تفاوت ✗	شباهت ✓	هویت مسافر
تفاوت ✗	شباهت ✓	نوع سفر
تفاوت ✗	تفاوت ✗	رابطه جامعه میزبان با مسافران
تفاوت ✗	تفاوت ✗	تأثیرات سفر
تفاوت ✗	تفاوت ✗	ارتباط ذات سفر با گردش و رفاه
شباهت ✓	تفاوت ✗	نحوه مدیریت

برای این پژوهش، اولاً، روایی و پایایی توسط دو متخصص حوزه گردشگری تأیید گردید. روش دیگری که برای بررسی روایی و پایایی گردید روش بازتاب پذیری است. این روش بر این مبنا است که محقق در هر لحظه از انجام تحقیق از این واقعیت آگاه باشد که آیا ذهنیت، باورها و اعتقادات شخصی او بر روند نتیجه‌گیری پژوهش تأثیر داشته است یا خیر (دری و دری و رفیعی، ۱۳۹۵)؟

براین مبنا نویسندگان در طول تحقیق بارها این دست سؤالات را مرور کرده و از خود پرسیده‌اند: «آیا سؤال تحقیق به‌خوبی بیان شده است؟ مخاطب این تحقیق چه کسانی هستند؟ آیا معیارهایی که در گام ۳ برای ارزیابی و انتخاب مقالات استفاده شده مناسب بوده است؟» (اروین و همکاران، ۲۰۰۱، ص ۱۹۵). این کار توسط محققان به دفعات انجام شد. تکنیک دیگر برای بررسی اعتبار و صحت تحقیق در فراترکیب این است که اصل نقل قول‌ها از منابع پژوهشی که مرور شده آورده شود تا خواننده بتواند قضاوت کند آیا کدگذاری و دسته‌بندی‌های صورت گرفته به‌طور اصولی انجام شده

است یا خیر؟ اهمیت نقل قول‌ها در تحقیقات کیفی مانند اهمیت اعداد در تحقیقات کمی است (ساندوسکی و باروسو، ۲۰۰۶، ص. ۲۷۴). جدول ۲ اصل این نقل قول‌هایی را که منجر به فراترکیب این مقاله شده است برای قضاوت در اختیار خوانندگان قرار داده است.

۵. نتیجه‌گیری

فراترکیب منابع فارسی سه مورد سفر به یک مقصد دینی مقدس را توسط فردی که معتقد و دلبسته آن مکان مقدس است و حاضر است برای رسیدن به حرم از خودگذشتگی کرده و سختی متحمل شده و ایام خاصی را برای سفر خود برگزیند، به عنوان ویژگی مشترک زیارت و گردشگری مذهبی یا تشابهات آن دو به دست می‌دهد. تشابه بین زیارت و گردشگری مذهبی در این سه ویژگی در کارهای مؤمنی و همکاران (۱۳۸۷)، ملازم‌الحسینی و همکاران (۱۳۹۶)، حسین‌زاده و همکاران (۱۴۰۱) قابل ردیابی است. از سوی دیگر موارد ذیل به عنوان ویژگی‌های متمایز زیارت با گردشگری مذهبی استنتاج می‌شود: زائر انگیزه تک‌منظوره دارد (سفر با نیت صرفاً عبادت) در مقابل گردشگران مذهبی انگیزه چندمنظوره دارند (تفریح و گردش در کنار زیارت)؛ ساکنین مقصد نسبت به زائران رفتار مهمان‌نوازانۀ دارند در مقابل نسبت به گردشگران مذهبی کنشی سودمدارانه دارند؛ در زیارت بر حفظ اصالت حرم مقدس تاکید میشود در مقابل در گردشگری مذهبی خطر از دست رفتن اصالت مکان مذهبی و کالایی شدن آن وجود دارد؛ سفر زیارتی در اصل خود با استفاده از مواهب دنیوی در تقابل است؛ درحالی‌که در گردشگری مذهبی سیاحت در کنار زیارت قرار دارد، مدیریت سفر زیارتی امری و رای مسایل اقتصادی است؛ درحالی‌که از جنبه‌های مهم مدیریت یک سفر گردشگری مذهبی توجه به مسائل اقتصادی است. محققان دو ویژگی را به‌طور برجسته به عنوان تمایز بین زیارت و گردشگری مذهبی در نظر گرفته اند که یکی انگیزه تک‌منظور در زیارت و چندمنظوره در گردشگری مذهبی است و دیگری این است که زیارت ناب و خالص با گردش و تفریح ناسازگار است. این تأکید به عنوان نمونه در کارهای مؤمنی و همکاران (۱۳۸۷)، شکاری (۱۴۰۲) و جهانیان

(۱۴۰۱) به‌طور صریح یا به اشاره آمده است. به‌طور خلاصه با **فرا ترکیب منابع فارسی** سؤال تحقیق چنین پاسخ داده می‌شود: تشابهات بین زیارت و گردشگری مذهبی عبارتند از الف) مقصد دینی سفر ب) مسافر مؤمن به مقصد و ج) نوع سفر خالی از تکلف. درحالی که افتراقات بین آن دو عبارتند از د) انگیزه از سفر، ه) نوع رابطه میزبان و مسافر، و) چگونگی اثرات سفر، ز) رابطه ذات سفر با بهره‌های دنیوی و ح) نوع مدیریت سفر.

فرا ترکیب منابع انگلیسی سه مورد ۱- سفر به یک مقصد دینی مقدس ۲- انگیزه‌های چند منظوره از سفر هم با نیت دینی هم با انگیزه‌های تاریخی، فرهنگی و کنجکاوی و ... ۳- نحوه مدیریت که برای هر دو بهره‌وری اقتصادی ملاک اصلی است، به‌عنوان ویژگی مشترک زیارت و گردشگری مذهبی یا تشابهات آن دو به دست می‌دهد. در بین سه مورد تشابهی که در منابع انگلیسی بین زیارت و گردشگری مذهبی به‌دست آمد، مورد مدیریت اقتصادمحور مکان مقدس قابل توجه است که در کارهای کیم (۲۰۲۰) و الیو (۲۰۲۰) نیز آمده است. از سوی دیگر موارد ذیل به‌عنوان ویژگی‌های متمایز زیارت با گردشگری مذهبی استنتاج می‌شود: ۱- بین هویت زائران و گردشگران مذهبی تفاوت قائل هستند؛ طوری که زائران دلبسته به زیارت و گردشگران مذهبی را فاقد ویژگی‌های منحصر به فرد زیارت می‌دانند ۲- زائران برای زیارت حاضر به تحمل رنج و سختی و سفر به مناطقی با آب و هوای نامطلوب یا مسیرهای دسترسی سخت هستند، ولی جنبه راحت طلبانه در سفر گردشگران مذهبی غالب است. ۳- جامعه میزبان زائر را مهمان خود می‌داند ولی گردشگر مذهبی را وسیله‌ای برای اشتغال و کسب درآمد می‌داند. ۴- به‌طور کلی برای سفر زیارتی تأثیرات مثبت فرهنگی و زیست محیطی برای مقصد را ارزیابی می‌کند، ولی برای سفر گردشگر مذهبی برعکس خطر از دست رفتن اصالت مکان مذهبی و کالایی شدن آن را پیش‌بینی می‌کند. ۵- ذات سفر زیارتی با ریاضت‌ها و آداب سخت زیارت در تقابل جدی با ذات سفر گردشگری مذهبی که در آن رفاه و آسایش مسافرین مطرح است قرار دارد. به‌طور خلاصه با **فرا ترکیب منابع انگلیسی** سؤال تحقیق

چنین پاسخ داده می‌شود: تشابهات بین زیارت و گردشگری مذهبی عبارتند از الف) مقصد دینی سفر (ب) انگیزه‌های چندمنظوره از سفر ج) مدیریت اقتصادمحور، درحالی که افتراقات بین آن دو عبارتند از د) هویت مسافران، ه) نوع سفر، و) نوع رابطه میزبان و مسافر، ز) تأثیرات سفر و ح) رابطه ذات سفر با بهره‌های دنیوی.

مقایسه فراترکیب منابع فارسی و انگلیسی نکات جالبی را نمایان می‌کند: هر دو منبع فارسی و انگلیسی مقصد سفر در زیارت و گردشگری مذهبی را، یک مکان مقدس مربوط به ادیان رسمی می‌دانند (شبهات). از آن طرف از هر دو منبع استنتاج می‌شود که زیارت و گردشگری مذهبی از لحاظ ذات سفر (نسبت آن به بهره‌وری از مواهب دنیوی)، هم از لحاظ کنش مجاورین با زائر یا گردشگر مذهبی و هم از لحاظ تأثیراتی که بر جای می‌گذارند، با هم تمایز دارند.

از محدودیت‌هایی که نگارش این مقاله با آن روبه‌رو بود، این بود که در بعضی مقالات برای یک خصوصیتی که به زیارت یا گردشگری مذهبی نسبت داده شده بود، مصادیق متضاد در نظر گرفته شده بود. البته این موضوع به همان فقدان تعریف روشن از زیارت و گردشگری مذهبی برمی‌گشت. برای حل این موضوع آن مصداقی از هر ویژگی مد نظر قرار می‌گرفت که بیشتر روی آن تأکید شده بود.

۶. پیشنهادها

این تحقیق به سؤال تفاوت‌ها و شباهت‌های بین زیارت و گردشگری مذهبی با روش فراترکیب پاسخ داد. پیشنهاد می‌شود با روشهای تحقیق دیگر نیز این سؤال مورد بررسی قرار گیرد.

کتابنامه

۱. آقاجانی، م؛ و فراهانی‌فرد، س. (۱۳۹۴). گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی ایران).

سیاست‌های راهبردی و کلان، ۳(۹)، ۴۳-۶۶. https://www.jmsp.ir/article_10306.html

SID. <https://sid.ir/paper/244246/fa>

۲. آقازاده، ه؛ حیدری، ع؛ ضرغام‌بروجنی، ح؛ و شالباغیان، ع. (۱۳۹۵). ارائه چارچوبی برای ایجاد ائتلاف در کسب و کارهای گردشگری با رویکرد فراترکیب. گردشگری و توسعه، ۵(۳)، ۱-۲۴.
https://www.itsairanj.ir/article_46099.html
۳. ابراهیم‌زاده، ع؛ کاظمی‌زاد، ش؛ و اسکندری‌ثانی، م. (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم). پژوهش‌های جغرافیای انسانی (پژوهش‌های جغرافیایی)، ۴۳(۷۶)، ۱۱۵-۱۴۱. SID. <https://sid.ir/paper/138932/fa>
۴. اجتهادنژادکاشانی، س؛ و قوامی، ن. (۱۳۹۱). دوگانه زائر سیاح در تجربه زیسته سه نسل: مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه شهیدبهشتی. مجله مطالعات اجتماعی ایران، ۶(۳ و ۴)، ۵-۲۶.
<https://civilica.com/doc/1658707>
۵. احمدی‌شاپورآبادی، م؛ و سبزابادی، ا. (۱۳۹۰). تحلیلی بر ظرفیت‌های توسعه گردشگری مذهبی فرهنگی کلان‌شهر قم. مطالعات ملی، ۱۲(۲)، ۸۳-۱۱۲.
SID. <https://sid.ir/paper/461030/fa>
۶. ایازی، س.ع.ن. (۱۴۰۰). بایسته‌های ادب حضور در زیارت با رویکرد مبتنی بر نظریه زمینه‌ای (مطالعه موردی حرم رضوی). پژوهشنامه حج و زیارت، ۶(۲)، ۱۵۹-۱۹۰.
https://journal.hzrc.ac.ir/article_242816.html
۷. باقری، م؛ مباشری، ع؛ معاون، ز؛ و شکاری، ف. (۱۴۰۰). فراترکیب عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی. پژوهشنامه حج و زیارت، ۶(۱)، ۲۰۱-۱۶۴. <https://civilica.com/doc/1983.164-201.1>
۸. پاپلی‌یزدی، م.ح؛ و سقایی، م. (۱۳۹۳). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران: سمت.
۹. تارنمای پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی مشهد. (۱۳۹۶). یادداشتی درباره مفهوم زیارت و گردشگری. <https://www.itor.ir/?id=7360>
۱۰. تارنمای خبرگزاری جماران. (۱۳۹۶). معاون استاندار خراسان رضوی: زیارت گردشگری مذهبی نیست. بخش - خراسان - رضوی - ۷۵۶۱۲۲/۲۰۱ - معاون - استاندار - خراسان - رضوی - زیارت - گردشگری - مذهبی - نیست. <https://www.jamahan.new>

۱۱. تارنمای خبرگزاری رضوی. (۱۳۹۷). زیارت و گردشگری؛ از ابهام مفهومی تا آشفتگی سیاستگذاری. *زیارت-گردشگری-ابهام-مفهومی-آشفتگی-سیاستگذاری*.
<https://www.razavi.news/fa/note/38697>
۱۲. تارنمای خبرگزاری ایرنا. (۱۴۰۳). استاد دانشگاه: گردشگری مذهبی فراتر از وابستگی به اوقات فراغت است. *استاد-دانشگاه-گردشگری-مذهبی-فراتر-از-وابستگی-به-اوقات-فراغت*.
<https://www.irna.ir/news/85493258>
۱۳. جهانیان، م. (۱۴۰۱). تبیین اثرات گردشگری مذهبی بر ابعاد فرهنگی و اجتماعی شهرستان ری. *مجله گردشگری و فرهنگ*، ۳(۸)، ۶۲-۵۵.
<https://civilica.com/doc/1441078>
۱۴. چاره‌ئی، ن؛ اعظمی، ه؛ و بیزه، ع.ا. (۱۳۹۸). نقش گردشگری مذهبی در ایجاد همگرایی، پیوند و ارتقاء روابط فرهنگی کشورهای اسلامی (مطالعه موردی: مشهد مقدس). *چهارمین کنگره بین‌المللی توسعه کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری ایران*. تبریز.
<https://civilica.com/doc/972457>
۱۵. حسن‌آبادی، ا. (۱۳۸۵). نگاهی کوتاه به تاریخچه تشکیلات اداری اماکن متبرکه (همراه با معرفی نظامنامه اماکن متبرکه در سال ۱۲۹۶). *مجله مشکوه*، ۲۵(۱)، ۱۱۹-۱۰۱.
<https://civilica.com/doc/1370068>
۱۶. حسین‌زاده، م؛ و رادمنش، ب. (۱۴۰۱). واکاوی نسبت زیارت و گردشگری با رویکرد کل‌نگر برمبنای روایت سفرنامه‌ها. *گردشگری فرهنگ*، ۳(۸)، ۳۶-۲۹.
۱۷. دری، ص؛ دری، س؛ و رفیعی، ف. (۱۳۹۵). بازتاب‌پذیری در تحقیقات کیفی. *تحقیقات کیفی در علوم سلامت*، ۵(۲)، ۲۱۰-۲۰۲. SID. <https://sid.ir/paper/215585/fa>
۱۸. راج، ر؛ و گریفین، ک. (۱۳۹۸). گردشگری دینی و مدیریت زیارت چشم‌انداز بین‌المللی. (ن. رضوی‌زاده؛ ا. فلاح‌کن، ترجمه). مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۹. سقایی، م؛ و طباطبایی، م. (۱۳۹۱). خوانش فراراهبردی متن فضایی زیارت و گردشگری در شهر مشهد (با تأکید بر مدیریت شهری). *چهارمین کنفرانس برنامه‌ریزی و مدیریت شهری*. مشهد.
<https://civilica.com/doc/164825>

۲۰. شکاری، ف. (۱۴۰۲). ارائه چارچوب مفهومی چندوجهی برای تجربه گردشگران مذهبی: مرور نظام‌مند. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۸ (۶۳)، ۱۴۸-۱۰۵.
doi: 10.22054/tms.2023.74621.2848
۲۱. طالبی، ا؛ و براق‌علی‌پور، ا. (۱۳۹۴). گونه‌شناسی زیارت و دینداری زائران معناکاوی کنش زیارت زائران امام رضا (ع). *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۲۲ (۶۹)، ۷۵-۱۰۶.
doi: 10.22054/qjss.2015.1737
۲۲. فیروزجائیان‌گلوگاه، ع.ا؛ یوسفی، ن؛ و میرمحمدتبار، س.ا. (۱۳۹۳). تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران (فراتحلیلی از تحقیقات موجود). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۳ (۸)، ۱۶۵-۱۴۳.
https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_667.html
۲۳. قنبری‌برزیان، ع. (۱۳۹۶). تبیین ذائقه گردشگری مذهبی در جامعه ایران با تأکید بر جوانان؛ موانع و چالش‌ها. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۶ (۲۱)، ۱۳۵-۱۱۶. doi: 10.22080/jtpd.2017.1531
۲۴. عنابستانی، ع.ا؛ و محمودی، ح. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گردشگری مذهبی بر ارتقاء کیفیت زندگی روستاییان (مطالعه موردی: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۵ (۱۸)، ۹۷-۱۱۸.
https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1376.html
۲۵. کرمانی، م؛ اصغرپورماسوله، ا.ر؛ و واعظ‌موسوی، م.م. (۱۳۹۸). گونه‌شناسی کیفی سبک‌های زیارتی جوانان در شهر مشهد. *دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۷ (۱۳)، ۵۲-۲۵.
<https://civilica.com/doc/1882938>
۲۶. لولویی، ک؛ شفیعا، س؛ فیروزی، غ؛ و غلامی، ف.ز. (۱۳۹۶). گردشگری مذهبی، گردشگری معنوی یا گردشگری و معنویت: بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌ها از طریق تحلیل محتوا. *دهمین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد و مدیریت، رشت*.
<https://www.researchgate.net/publication/317328864>
۲۷. مشکینی، ا؛ و اعظم‌نبوی، م. (۱۳۹۴). ارزیابی نقش گردشگری مذهبی در توسعه مراکز تجاری-تفریحی (مطالعه موردی: مرکز تجاری-تفریحی الماس شرق مشهد). *اولین کنفرانس تخصصی معماری و شهرسازی ایران، شیراز*.
<https://civilica.com/doc/411032>

۲۸. ملازم‌الحسینی، م. ک؛ رجوعی، م؛ و مرادی، م. (۱۳۹۶). تأثیر توسعه اماکن گردشگری بر رضایت‌مندی گردشگران مذهبی (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد). *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۲ (۳۹)، ۱۴۲-۱۲۳. <https://doi.org/10.22054/tms.2017.14085.1391>
۲۹. معین، م. (۱۳۶۰). *فرهنگ فارسی*. جلد سوم. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۳۰. مومنی، م؛ صرافی، م؛ و قاسمی‌خوزانی، م. (۱۳۸۷). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلانشهر مشهد. *جغرافیا و توسعه*، ۶ (پیاپی ۱۱)، ۳۸-۱۳. <https://doi.org/10.22111/gdij.2008.1255>
۳۱. نودهی، ف؛ بهروان، ح؛ یوسفی، ع؛ و محمدپور، ا. (۱۳۹۴). فراسوی دوگانه زائر- گردشگر، گونه‌شناسی تجربه سفر زائران مرقد منور امام رضا (ع). *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۴ (۱۵)، ۱۹۳-۲۱۷. <https://sid.ir/paper/243568/fa>
۳۲. نیکنام، ک. (۱۳۹۳). مقایسه دو مفهوم گردشگر و زائر. *نشریه منظر*، ۶ (۲۹)، ۵۱-۴۶. <https://civilica.com/doc/487934>،
۳۳. نهاوندی، م؛ و نعمتی، س. ف. (۱۳۸۹). تهدیدها و فرصت‌های گردشگری زیارت در ایران. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۶ (۲۰)، ۱۷۲-۱۴۵. SID. <https://sid.ir/paper/118165/fa>
۳۴. ویسی، ه. (۱۳۹۶). بررسی سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران. *مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی*، ۷ (۲۵)، ۹۳-۱۱۲. https://sspp.iranjournals.ir/article_29728.html
۳۵. همایون، م. ه. (۱۳۹۱). *جهانگردی ارتباط میان فرهنگی: مطالعه تطبیقی الگوی غربی و معاصر و الگوی اسلامی*. تهران: دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
36. Carbone, F., Corinto, G. L., & Malek, A. (2016). New trends of pilgrimage: Religion and tourism, authenticity and innovation, development and intercultural dialogue: Notes from the diary of a pilgrim of Santiago. *Aims Geosciences*, 2, 152-165. <https://www.researchgate.net/publication/304623978>
37. Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social research*, 39, 164-182. <https://www.jstor.org/stable/40970087>
38. Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology*, 10, 373-392. <http://www.jstor.org/stable/2083181>

39. Collins-Kreiner, N., & Kliot, N. (2000). Pilgrimage tourism in the Holy Land: The behavioural characteristics of Christian pilgrims. *GeoJournal*, 50, 55-67. <https://doi.org/10.1023/A:1007154929681>
40. Collins-Kreiner, N. (2010). The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography. *Applied geography*, 30(1), 153-164. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2009.02.001>
41. Collins-Kreiner, N. (2018). Pilgrimage-tourism: Common themes in different religions. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(1), 3. <https://arrow.tudublin.ie/ijrtp/vol6/iss1/3/>
42. Collins-Kreiner, N. (2020). Pilgrimage tourism-past, present and future rejuvenation: a perspective article. *Tourism review*, 75(1), 145-148. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2019-0130>
43. Drule, A. M., Chiş, A., Băcilă, M. F., & Ciornea, R. (2012). A new perspective of non-religious motivations of visitors to sacred sites: evidence from Romania. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 431-435. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.070>
44. Durán-Sánchez, A., Alvarez-García, J., del Río-Rama, M. D. L. C., & Oliveira, C. (2018). Religious tourism and pilgrimage: Bibliometric overview. *Religions*, 9(9), 1-15. <https://doi.org/10.3390/rel9090249>
45. Erwin, E. J., Brotherson, M. J., & Summers, J. A. (2011). Understanding qualitative metasynthesis: Issues and opportunities in early childhood intervention research. *Journal of Early Intervention*, 33(3), 186-200. <https://doi.org/10.1177/1053815111425493>
46. International Union of Official Travel Organisations. (1963). Definition of “tourist” or “temporary visitor”: *Report prepared for the United Nations Conference on International Travel and Tourism* (Rome, August-September 1963). (1963, June 12). (Symbol E/CONF.47/12). United Nations. <https://digitallibrary.un.org/record/1484980>
47. Griffin, K. (2015). The globalization of pilgrimage tourism? Some thoughts from Ireland. In R. Raj & K. A. Griffin (Eds.). *Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective* (2nd ed., pp. 57-78). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781780645230.0057>
48. Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.011>
49. Jongmeewasin, S. (2016). Religious tourism, pilgrimage and cultural tourism. In *Proceedings of the 6th National and International Graduate Study Conference: Creative Multi-Disciplinary Studies for Sustainable Development & the 1st National and International Conference on Creative Multi-Disciplinary Studies for Sustainable*

- Development* (NCMSD & ICMSD 2016) (pp. 394–395). Silpakorn University. (Conference paper / proceedings).
https://www.academia.edu/12252237/Religious_Tourism_Pilgrimage_and_Cultural_Tourism.
50. Kim, B., Kim, S., & King, B. (2020). Religious tourism studies: evolution, progress, and future prospects. *Tourism Recreation Research*, 45(2), 185–203. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1664084>
 51. Iliev, D. (2020). The evolution of religious tourism: Concept, segmentation and development of new identities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 131–140. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.07.012>
 52. Luz, N. (2020). Pilgrimage and religious tourism in Islam. *Annals of Tourism Research*, 82, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102915>
 53. Margry, P. J. (2008). *Secular pilgrimage: A contradiction in terms?* In P. J. Margry (Ed.). *Shrines and pilgrimage in the modern world: New itineraries into the sacred* (pp. 13–46). Amsterdam University Press. <https://library.oapen.org/bitstream/id/5a7a3e31-83b7-4659-85be-5d40101f4280/340101.pdf>.
 54. Nolan, M. L., & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of tourism research*, 19(1), 68–78. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/016073839290107Z>
 55. Olsen, D. H., & Timothy, D. J. (2006). Tourism and religious journeys. In *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 1–21). Routledge. <https://www.routledge.com/Tourism-Religion-and-Spiritual-Journeys/Timothy-Olsen/p/book/9780415514095>
 56. Ozkan, C. (2013). The convergence or divergence of pilgrimage and tourism in modern China. *International Journal of Social Inquiry*, 6(2), 118–138. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/164088>.
 57. Poria, Y., Butler, R. W., & Airey, D. (2003). Tourism, religion and religiosity: A holy mess. *Current Issues in Tourism*, 6(4), 340–363. <https://doi.org/10.1080/13683500308667960>.
 58. Pușcașu, V. (2015). Religious tourism or pilgrimage. *European Journal of Science and Theology*, 11(3), 131–142. https://www.ejst.tuiasi.ro/Files/52/13_Puscasu.pdf
 59. Raj, R., & Griffin, K. (2015). Introduction to sacred or secular journeys. In R. Raj & K. A. Griffin (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective* (2nd ed., pp. 1–15). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781780645230.0001>.
 60. Rashid, A. G. (2018). Religious tourism—a review of the literature. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1(2), 150–167. <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2017-0007>

61. Sandelowski, M., & Barroso, J. (2006). *Handbook for synthesizing qualitative research*. Springer Publishing Company.
https://books.google.com/books/about/Handbook_for_Synthesizing_Qualitative_Re.html?id=0I6KBQAAQBAJ.
62. Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of tourism Research*, 19(1), 51-67. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90106-Y](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90106-Y)
63. Shackleford, P. (2020). *A History of the World Tourism Organization*. Bingley: Emerald Publishing. <https://bookstore.emerald.com/media/preview/9781787697980-23-2.pdf>
64. Shinde, K. A. (2007). Visiting sacred sites in India: Religious tourism or pilgrimage? In R. Raj & N. D. Morpeth (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage festivals management: An international perspective* (1st ed., pp. 184-197). CABI. <https://archive.org/details/religioustourism0000unse>.
65. Thorne, S., Jensen, L., Kearney, M. H., Noblit, G., & Sandelowski, M. (2004). Qualitative metasynthesis: reflections on methodological orientation and ideological agenda. *Qualitative health research*, 14(10), 1342-1365.
<https://doi.org/10.1177/1049732304269888>
66. Vukonić, B. (2006). Sacred places and tourism in the Roman Catholic tradition. In *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 237-253). Routledge.
67. Zamani-Farahani, H., & Henderson, J. (2009). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: the cases of Iran and Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 12, 79-89.
<https://doi.org/10.1002/jtr.741>