



# Mutual Relationship between Women's Pilgrimage and Women's Empowerment in Religious Cities (Case Study: Mashhad, Iran)

## ARTICLE INFO

### Article Type

Original Research

### Authors

Khamsy N.<sup>1</sup> PhD,  
Vossoughi F.<sup>2</sup> PhD,

### How to cite this article

Khamsy N, Vossoughi F. Mutual Relationship between Women's Pilgrimage and Women's Empowerment in Religious Cities (Case Study: Mashhad, Iran). *Women Empowerment & Sustainable Society Journal*.2020;1(1):1-12.

<sup>1</sup>Department of Anthropology and Sociology, the Graduate Institute of International and Development Studies, Geneva, Switzerland

<sup>2</sup>Department of Urbanism, Azad University, Mashhad, Iran

### \*Correspondence

Address: No 92, Between Khayyam and Bahar Boulevard, Mashhad, Iran. Postal Code: 9186694179.

Phone: +98 (51) 37640040

Fax: +98 (51) 37621658

amayeshinfo@yahoo.com

### Article History

Received: October 27, 2019

Accepted: January 05, 2020

ePublished: June 12, 2020

## ABSTRACT

**Aims & Backgrounds** Pilgrimage trips and its related activities have been increasing steadily day by day since the Islamic Revolution of Iran due to Iran's rapid population growth accompanied by the country's increased communication and transportation sectors, as well as the apparition of new leisure activities. This has caused wide-ranging socio-economic impacts on women working in both sectors. Women's pilgrimages provide new opportunities for women to gain presence in public spaces as well as in industries linked to tourism, economic and management issues. The purpose of this article is to study the complex relationship between women's pilgrimage and its effects in different aspects, and to address the key issues of the interaction between pilgrims and tourists with women employed in tourism and pilgrimage sectors in Mashhad.

**Methodology** The research method is descriptive-analytical and is based on a survey with qualitative approach. This study is based on fieldwork conducted by both authors in the city of Mashhad, using semi-structured interviews with women performing their pilgrimage, volunteer women in Mashhad working in the Shrine and women involved in the tourism sector. The authors also carried out participant observation among the managers, volunteers and pilgrims within the shrine and other holy tombs (i.e. imamzadeh) in the context of their daily lives. The fieldwork lasted from 2017 to 2018. The analysis of the data was concentrated mainly on two issues: first, the motives of female pilgrims visiting Mashhad and that of women involved in doing activities related to tourism and pilgrimage; and, second, the relationship between pilgrimage and tourism.

**Findings** Women represent approximately half of the travellers, account for 48%, in pilgrimage and religious sites in Mashhad. Women occupy positions that enable them to take roles in the public places. This position has brought social interactions and relationships at different levels for women. The spatial pattern of female pilgrims shows that the main touristic activity after pilgrimage is to go shopping and doing leisure activities. The tourism industry, linked to pilgrimage practices in Mashhad, brings new job opportunities for women. Pilgrimage tourism has resulted in the inclusion of more women in social life through their employment or participation in organising the pilgrimage. However, opportunities for men and women in economic activities and benefiting from social and economic advantages are not equal.

**Conclusion** Linking pilgrimage and tourism to gender brings many questions such as how to manage tourism sustainability with a gender perspective, especially in the context of the gradual economic transition and expansion. This analysis, if replicated with more attention to social class and differences among generations in the Muslim context, can bring a wide range of new interesting areas for further researches, including interaction between pilgrims and the sectors such as hotels and transportation, as well as many new insights in tourism studies.

**Keywords** Women's Pilgrimage; Women Empowerment; Religious Cities; Mashhad; Iran

## CITATION LINKS

[Adelkhah F; 1999] Being ...; [Adelkhah F; 2009] Moral ...; [Adelkhah F; 2016] The thousand ...; [Afshar H; 1985] Women ...; [Alamolhoda A; 2016] There ...; [Alipour H, et al; 2013] The untapped ...; [Apostolopoulos Y, et al; 2001] Women ...; [Aqajani H, et al; 2012] Pilgrimage ...; [Asad T; 2003] Formations ...; [Asadiyan M, Mohammadi M; 2015] Iranian ...; [Aziz H; 2001] The journey ...; [Azizpour F, Fathzadeh F; 2016] Barriers ...; [Bahramitash R, Salehi Esfahani H; 2011] Veiled ...; [Betteridge A; 1992] Specialization ...; [Cohen E; 1992] Pilgrimage ...; [Ebadi M; 2015] Forms ...; [Eickelman DF, Piscatori J; 1990] Muslim ...; [Figuerola-Domecq C, et al; 2015] Tourism ...; [Foroughzadeh S, et al; 2013] The Iranian ...; [Gurkas H; 2012] Innovation ...; [Harvey J, et al; 1995] Gender ...; [Honarpisheh D; 2013] Women ...; [Hoodfar H; 1999] The women's ...; [Jafari J, Scott N; 2014] Muslim ...; [Kamalkhani Z; 1993] Women's ...; [Karimi P; 2017] Tourism ...; [Khosronejad P; 2012] Saints ...; [Kian A; 1997] Women ...; [Kinnaird V, Hall D; 1996] Understanding ...; [Mahmood S; 2009] Agency ...; [Moghadam VM; 1999] Revolution ...; [Papoli Yazdi M H, Saqai M; 2014] Tourism ...; [Poya M; 1999] Women ...; [Russell P; 1999] Religious ...; [Saghaei M; 2013] A statistical ...; [Sheykhi M T; 2004] Globalizing ...; [Smith V L; 1992] Introduction ...; [Stausberg M; 2014] Religion ...; [Swain M B; 1995] Gender ...; [Tapper N; 1990] Ziyarat ...; [Tasnim News; 2017] Pilgrimage ...; [Timothy D J, Olsen D H; 2005] Tourism ...; [Toodeh Roosta F; 2016] Limits ...; [Torab A; 1996] Piety ...; [Velayati M; 2012] The Iranian ...; [Vice President of Islamic Advertising and Communications Astan Quds Razavi; 2015] Mashhad ...

## رابطه متقابل بین زیارت زنان و توانمندسازی آنان در شهرهای مذهبی (مطالعه موردی: مشهد)

فاطمه وثوقی\* PhD

گروه شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

نینا خمسی PhD

گروه مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی، انستیتوی مطالعات بین‌المللی توسعه، ژنو، سوئیس

### چکیده

**اهداف و زمینه‌ها:** بعد از انقلاب اسلامی ایران به دلیل رشد جمعیت، گرایش‌های مذهبی، گسترش زیرساخت‌های مناسب و نیز افزایش درآمد‌های اقتصادی، سفرهای زیارتی و فعالیت‌های مرتبط با آن روز به روز در حال گسترش بوده است. پیوند مذهب و سفرهای زیارتی فرصت‌های جدیدی برای حضور زنان در فضاهای عمومی و نیز مسائل اقتصادی و مدیریتی فراهم می‌کند. هدف این مقاله بررسی روابط پیچیده زیارت و گردشگری زنان و تأثیرات مختلف آن است و به موضوعات کلیدی رابطه متقابل زنان زائر و گردشگر با زنان شاغل در زمینه گردشگری و زیارت در شهر مشهد می‌پردازد.

**روش‌شناسی:** روش تحقیق این مقاله توصیفی-تحلیلی و پیمایشی با رویکرد کیفی است. روش جمع‌آوری اطلاعات به روش کتابخانه‌ای و میدانی است. در روش میدانی با حضور در اماکن زیارتی مشهد، علاوه بر مشاهده مشارکتی، مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته با سه گروه از زنان (زنان زائر، خادم زن در حرم مطهر و زنان فعال در زمینه خدمات گردشگری) در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ انجام شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها عمدتاً در دو موضوع متمرکز شده است: اول، انگیزه زنان زائر که به مشهد سفر می‌کنند و زنانی که فعالیت‌های مرتبط با گردشگری و زیارت انجام می‌دهند. دوم، نحوه پیوند زیارت و گردشگری با فعالیت‌های این زنان.

**یافته‌ها:** در اماکن زیارتی و مراسم مذهبی در مشهد، حدود ۴۸٪ از حاضرین و شرکت‌کنندگان، زنان هستند. حضور در فضاهای عمومی با تعاملات و پیوندهای اجتماعی، در سطوح مختلف برای زنان همراه شده است. الگوی مکانی زائران زن نشان می‌دهد که مهم‌ترین فعالیت زنان پس از زیارت، خرید و سپس فعالیت‌های تفریحی است. گردشگری مرتبط با زیارت در مشهد، تعدادی از فرصت‌های شغلی جدید برای زنان به ارمغان آورده است. افزایش زنان شاغل در حرم نیز علاوه بر اشتغال زنان، تأثیر مثبتی در مشارکت آنان در ساماندهی زیارت زنان داشته است. در عین حال هنوز فرصت‌های زنان و مردان در فعالیت‌های اقتصادی و بهره‌گیری از مزایای اجتماعی و اقتصادی یکسان نیست.

**نتیجه‌گیری:** پیوند زیارت و گردشگری با موضوعات جنسیت سؤالات بسیاری را در مورد نحوه مدیریت پایدار گردشگری با دیدگاه جنسیتی به‌خصوص در زمینه تحول و گسترش تدریجی مسائل اقتصادی مطرح می‌کند. این موارد اگر با توجه بیشتر به طبقات اجتماعی، اختلافات میان نسلی در بین مسلمانان مطالعه شود، می‌تواند طیف وسیعی از زمینه‌های جالب جدید را برای تحقیقات بیشتر از جمله تعامل بین زائران و بخش‌های مختلف هتلینگ، حمل و نقل و غیره ایجاد کند و بینش‌های جدیدی را در مطالعات گردشگری ارائه دهد.

**کلیدواژه‌ها:** زیارت زنان، توانمندسازی زنان، شهرهای مذهبی، مشهد، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۸/۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۰/۱۵

\* نویسنده مسئول: amayeshinfo@yahoo.com

### مقدمه

رشد سریع جمعیت ایران، به همراه گسترش ارتباطات و حمل و نقل

به خصوص از دهه ۱۳۶۰ باعث شده است گردشگری، زیارت و فعالیت‌های مربوط به گذران اوقات فراغت به‌طور پیوسته در حال افزایش باشد. پس از انقلاب به خصوص پس از جنگ تحمیلی، ایران رشد سریع جمعیت، به همراه اقدامات دولت برای افزایش ارتباطات و حمل و نقل کشور در داخل و با همسایگان خود را تجربه کرد. این امر منجر به افزایش گردشگری داخلی و خارجی و همچنین فعالیت‌هایی برای گذران اوقات فراغت به شیوه جدید شد [Alipour et al, 2013; Sheykhi, 2004]. این افزایش، تأثیرات گسترده اقتصادی-اجتماعی بر زنان شاغل در این بخش‌ها داشته است.

زیارت نقش مهمی در وضعیت اقتصادی و اجتماعی جوامع شیعه دارد. حج و زیارت خانه خدا که مقدس‌ترین زیارت برای مسلمانان است، احکام خاص و آیین‌های ثابتی دارد، در حالی‌که زیارت یک حرکت داوطلبانه است که به اشکال مختلف و با قوانین نانوشته انجام می‌شود و منعکس‌کننده تنوع فرهنگی اسلام، تأثیرات جغرافیایی، آداب و رسوم و سنن دینی است [Tapper, 1990: 66; Khosronejad, 2012; Ebadi, 2015: 236]. گرچه مطالعات زیادی در مورد پیوندهای بین گردشگری و زیارت انجام شده است، اما این پیوندها در موارد خاصی، مانند ایران، گمراه‌کننده هستند. در ادبیات دانشگاهی غرب دو دیدگاه اصلی در مورد ارتباط بین گردشگران و زائران وجود دارد [Timothy & Olsen, 2005]. دیدگاه اول به همبستگی آنها اشاره می‌کند و دیگری اشاره به واگرایی آنها دارد. اولین دیدگاه در مورد گردشگری زیارتی، زائران را به‌عنوان گردشگر تصور نمی‌کند. این دیدگاه مسافران را به دو دسته کلی تقسیم می‌کند: کسانی که با انگیزه کاملاً معنوی سفر می‌کنند و کسانی که با انگیزه‌هایی چون لذت‌جویی، تحصیلات، کنجکاوی، اهداف بشردوستانه و یا گذران اوقات فراغت سفر می‌کنند. در این دیدگاه معمولاً زائران در هنگام زیارت به دنبال ارزش‌های معنوی هستند، در حالی‌که گردشگران عمدتاً در پی لذت‌جویی، استفاده از خدمات بیشتر و ابراز نیازهای خود هستند [Cohen, 1992: 33]. تأکید بر تضاد بین "گردشگری و زیارت/دین/معنویت" باعث شد مطالعات در مورد روابط متقابل زیارت و گردشگری به تأخیر افتد [Stausberg, 2014: 349]. دیدگاه دوم طرفداران بیشتری دارد: این دیدگاه معتقد است می‌توان گردشگر و زائر را در یک فرد با هم مجسم کرد. /اسمیت [Smith, 1992] نشان می‌دهد تفاوت‌های بسیار کمی بین زیارت و گردشگری وجود دارد که با درجه‌های سکولاریسم یا دین‌داری متفاوت است. پیکره واحد زائر-توریست که وی ارائه می‌کند مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است از این دیدگاه، "زائر مذهبی" و "توریست غیرمذهبی" در دو قطب قرار دارند ولی در سطوح مختلف می‌توانند با هم ترکیب شوند. این تقسیم‌بندی اسمیت به تشریح سفرها و تحرک‌های چند منظوره کمک کرد. در عین حال نشان داد میزان ترکیب بین اهداف دنیوی و معنوی برای گردشگری و زیارت از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است.

جاذبه‌های گردشگری مشهد و محیط اطراف آن است [Vice president of Islamic advertising and communications Astan Quds Razavi, 2015].

در این خصوص به لحاظ تاریخی تفسیرهای مختلفی از اهداف دولت‌ها، برای گسترش مجموعه حرم مطهر وجود دارد. برخی معتقدند با برنامه "سکولاریزاسیون" رژیم پهلوی (۱۹۲۵-۱۹۷۹)، یک سری از نوسازی‌ها و تحولات از جمله "موزه سازی" در مجموعه حرم آغاز شد تا اهمیت مسائل معنوی حرم را کاهش دهد [Gurkas, 2012: 133]. در حقیقت، گردشگری نهادینه و مدرن در ایران پس از به قدرت رسیدن پهلوی در سال ۱۹۲۵ و در دوره‌ای اتفاق افتاد که "زیارت" به تدریج با مسائل و اهداف جدید "سیاحت" جایگزین شد [Karimi, 2017]. پس از انقلاب اسلامی ۱۳۵۷، دولت از توسعه بیشتر حرم حمایت کرد [Gurkas, 2012: 133].

مباحث دانشگاهی در مورد دوگانگی یا ارتباط بین زیارت و گردشگری در متن جامعه ایران در میان روحانیون و مراجع اسلامی نیز بازتاب‌های متفاوتی داشته است. از نظر برخی از روحانیون گردشگری و تأثیرات منفی آن را می‌توان قابل نكوهش دانست در حالی که زیارت به عنوان یک عمل خالصانه تلقی می‌شود و بایستی از آن حمایت شود [Alamolhoda, 2016]. از نظر برخی از مراجع اسلامی، گردشگری «دنیوی بودن» با «غرب‌زدگی» با ارزش‌های اسلامی متناقض است. از طرف دیگر سایر روحانیون فرصت‌هایی را که گردشگری برای زیارت به ارمغان می‌آورد در نظر می‌گیرند. از نظر آنان گردشگری یک فعالیت اقتصادی مهم بین‌المللی است که باعث تحرکات اقتصادی می‌شود، باید گردشگری مطابق با مقاصد دینی و مقتضیات زمانی توسعه یابد [Tasnim News, 2016]. در این خصوص ارتباط بین سکولاریسم و دین‌داری به عنوان موضوع سیاست معاصر، دائماً باز تعریف می‌شود.

آنچه در این میان قابل توجه است ارتباط بین اسلام‌گرایی جامعه ایران و اشتغال زنان است که می‌تواند زمینه‌ساز نقش زنان به عنوان نیروی کار در اماکن گردشگری و زیارتی باشد. دیدگاه رژیم پهلوی در مورد سیاست‌های جنسیتی عمده‌تاً از فرایندهای نوسازی غرب الهام گرفته بود. این سیاست‌ها بیشتر به نفع زنانی بود که از جایگاه اجتماعی ممتازی برخوردار بودند. برای زنان طبقات پایین اجتماعی و یا زنان معتقد مذهبی اقدامات چندانی انجام نمی‌گرفت [Velayati, 2012]. در مقابل، سیاست‌های اسلامی سازی پس از انقلاب اسلامی در مورد زنان، بر فروتنی، عفاف و عزت زنان مطابق با هنجارها و برداشت‌های سنتی از اخلاق تأکید کرده است [Velayati, 2012]. اجرای تفکیک جنسیتی در بسیاری از موارد نیز با هدف محافظت از این ارزش‌ها انجام می‌شود. برخی از محققان این سیاست‌ها را یک مکانیسم سرکوبگرانه می‌دانند که زنان را از عرصه عمومی، به ویژه از بازار کار محروم می‌کند [Afshar, 1985; Hoodfar, 1999; Moghadam, 1999; Poya, 1999].

دخالت زنان در سیاست و خوانش جدید آنها در مورد مسائل جنسیتی در ایران منجر به اصلاحات در قانون، آموزش و اشتغال

می‌توان گفت حداقل سه نقص در هر دو دیدگاه وجود دارد. اول اینکه، همان‌طور که جعفری و اسکات [Jafari & Scott, 2014] [1] خاطر نشان کردند، این مباحث بیشتر بدون شناخت کامل یک مذهب یا آیین خاص مورد بحث قرار می‌گیرد. بنابراین، "فرضیه ضمنی وجود دارد که مطالعه زیارت، نیاز به شناخت دقیق مذهبی دارد که زیارت در بطن آن جای گرفته است. دوم اینکه، این دیدگاه‌ها اغلب در مورد آداب سفرهای غیر زیارتی که توسط پیروان یک دین انجام می‌شود بحثی نمی‌کند. سوم اینکه، در هر دو دیدگاه مفاهیم "سکولار" و "مذهب" را بدون در نظر گرفتن معنایی که آنها به صورت واقعی در بستر فرهنگی و اجتماعی خاص خود دارند، ارائه می‌دهند. مفاهیم سکولاریسم باید با توجه به زمینه‌های ایجاد آن مطرح شود. درک مفاهیم دنیوی به عنوان زمینه‌ساز مفاهیم مذهبی، درک اصولی از دین و همچنین سیاست را فراهم می‌کند [Mahmood, 2003; 11]. در مورد ایران، دولت و مراجع دینی در تعیین شکل سکولاریسم و محدودیت‌های گردشگری سکولار نقش اساسی دارند. بنابراین مطالعه در حیطه اسلام این تحقیقات دانشگاهی را به چالش می‌کشد. در دین اسلام، ترکیب گردشگری و زیارت فراتر از "مرزهای مادی و معنوی" است [Jafari & Scott, 2014: 1]. قرآن در همه ابعاد انسان را راهنمایی می‌کند [Aziz, 2001: 151] و سفر را به عنوان راهی برای رسیدن به خدا می‌داند [Quran 29: 19]. در قرآن، سفر هم از نظر جسمی و هم از نظر معنوی تشویق می‌شود [Aziz, 2001: 151]. این کتاب آسمانی نه تنها سفر را به قصد زیارت ترویج می‌کند، بلکه به عنوان وسیله‌ای برای تجارت، کاوش و طلب علم نیز می‌داند (به عنوان مثال سوره ۶۲:۱۰، ۱۶:۱۴، ۵:۹۶). از این بعد دین تأثیر اصلی در مقاصد گردشگری دارد [Jafari & Scott, 2014: 1]. بنابراین انگیزه‌های مؤمنین برای "گردشگری" می‌تواند ریشه در انگیزه‌های مذهبی داشته باشد.

در عین حال از دیدگاه اسلامی تفاوت بین جهانگرد (در گذشته)، گردشگر (امروز) و زائر وجود دارد. "جهانگردان (به غیر از زائران) معمولاً افراد ذکور و بالغ بوده‌اند. آنها که در طول تاریخ به عنوان جهانگرد مشهور شده‌اند جز در موارد بسیار استثنایی همه مرد بوده‌اند. در صورتی که گردشگران را همه انسان‌ها در هر سنینی اعم از زن و مرد تشکیل می‌دهند. حتی در زیارت هم مثل زیارت حج در عصر سنت زن‌ها نسبت به مردان بسیار کم نقش داشته‌اند" [Papoli Yazdi & Saqai, 2014]. در حالی که امروزه زنان نقش مهمی هم از نظر تعداد و هم از نظر مشارکت در فعالیت‌های مربوط به زیارت دارند. در ایران، گردشگری و زیارت معمولاً در کنار هم توسط مسافران انجام می‌شود. به همین ترتیب، گردشگری و تجارت نیز معمولاً در کنار هم انجام می‌شوند [Adelkhah, 2016]. سفر برای مسائل دینی و معنوی اسلامی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، اما انگیزه‌های زائران صرفاً مبتنی بر پیروی دقیق از قوانین جزمی اسلامی نیست. (نقشه راهنمای شهر مشهد و مجتمع حرم مطهر امام رضا (ع) یک سند رسمی منتشر شده از سوی آستان قدس است که شامل فهرستی از برخی از

(حدود ۴۸٪) از زائران حرم امام هشتم (ع) را تشکیل می‌دهند [Mashhad Municipality, 2015]. برآورد دیگری نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۸ از حدود ۴۰۲ هزار زائر پیاده به مشهد حدود ۴۹٪ را زنان تشکیل می‌دهند [Tasnim, 2016].

این تعداد از زائرین زن می‌تواند بر افزایش حضور زنان به‌عنوان خادمین حرم مطهر امام رضا (ع) و نیز در سایر مشاغل مرتبط با گردشگری تأثیرات متقابلی داشته باشد. علاوه بر این مناسک مذهبی مانند زیارت، باعث حضور بیشتر زنان در فضاهای عمومی و شهرها شده است. پیوند مذهب و گردشگری (زیارت) فرصت‌های جدیدی برای حضور زنان در فضاهای عمومی و نیز مسائل اقتصادی و مدیریتی فراهم می‌کند که هنوز چندان مورد بررسی قرار نگرفته است.

برای فراهم‌شدن فرصت‌ها در این صنعت و چگونگی استفاده از این فرصت‌ها برای زنان، ضروری است نگاهی دقیق‌تر به این موضوع با رویکرد توانمندسازی زنان داشته باشیم. لذا این مقاله تلاشی برای پر کردن این خلاء با زاویه‌ای جدید برای بررسی روابط پیچیده زیارت و گردشگری زنان و تأثیرات مختلف آن دارد. این مقاله سعی دارد به موضوعات کلیدی رابطه متقابل زنان زائر و گردشگر با زنان شاغل در زمینه گردشگری و زیارت در شهر مشهد بپردازد. این «رابطه متقابل» بستگی به نحوه حضور زنان زائر در شهر مشهد و بر مبنای زیارت یا به قصد سیاحت مربوط می‌شود.

### روش‌شناسی

روش تحقیق در این مقاله توصیفی-تحلیلی و پیمایشی با رویکرد کیفی است. روش جمع‌آوری اطلاعات به روش کتابخانه‌ای و میدانی است. اطلاعات کتابخانه‌ای شامل مقالات و کتاب‌های منتشرشده در ارتباط با موضوع تحقیق هستند. اسناد و آمار نیز عمدتاً از سازمان‌ها و ارگان‌های ذی‌ربط گردآوری و تجزیه و تحلیل شده‌اند. اما این اطلاعات به تنهایی برای رسیدن به هدف و تجزیه و تحلیل نهایی کافی نیستند و رویکرد کیفی ندارند. برای دستیابی به اطلاعات بیشتر نیاز به مطالعات میدانی بود. لذا با حضور در اماکن زیارتی مشهد، علاوه بر مشاهده مشارکتی، مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته با سه گروه از زنان در شهر مشهد انجام شده است. زنان زائر، زنان داوطلب (خدام افتخاری) که در حرم مشغول خدمت هستند و زنانی که در زمینه خدمات گردشگری فعالیت می‌کنند. این برداشت‌ها و مصاحبه‌ها عمدتاً در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ انجام شده است. این تحقیق با مطالعه دو ساله در زمینه الگوهای شهرسازی و گردشگری در مشهد با همکاری شرکت آمایش و توسعه شرق و پژوهشکده امیرکبیر انجام شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها عمدتاً در دو موضوع متمرکز شده است: اول، انگیزه زنان زائر که به مشهد سفر می‌کنند و زنانی که فعالیت‌های مرتبط با گردشگری و زیارت انجام می‌دهند. دوم، نحوه پیوند زیارت و گردشگری در اقدامات آنها. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در این تحقیق دسترسی به داده‌های آماری در مورد تعداد مسافران زن به

شده است [Kian, 1997]. اسلامی سازی هم‌زمان با دسترسی بیشتر زنان به آموزش و مشارکت در عرصه عمومی، به ویژه برای زنان کم درآمد یا مذهبی همراه بود [Bahramitash & Esfahani, 2011]. سیاست‌های مختلف جنسیتی، بسته به حمایت ایدئولوژی‌های مذهبی از آنها، نقش مهمی در گسترش یا انقباض فرصت‌های بالقوه برای زنان و وضعیت اقتصادی-اجتماعی آنها در خانواده و جامعه ایفا می‌کند [Velayati, 2012: 130]. بنابراین مشارکت زنان در فعالیت‌های گردشگری با سیاست‌های جنسیتی معاصر مرتبط است. در ایران در خصوص تفکیک جنسیتی اختلاف نظرهای زیادی وجود دارد. انجام فعالیت‌ها در عرصه اجتماعی بایستی با رعایت برخی از مسائل در مورد حضور زنان از قبیل عفاف و حجاب باشد. از سوی دیگر تفکیک جنسیتی باعث شده برخی از مشاغل به‌طور انحصاری توسط زنان انجام شود. این امر خود مجموعه‌ای از فرصت‌ها و چالش‌ها را به همراه داشته است. اما در خصوص میزان برخورداری مردان و زنان از مزایای اقتصادی همان‌طور که مدت‌ها مطرح است [Harvey et al, 1995] مزایای اقتصادی این فعالیت‌ها عمدتاً به نفع مردان است.

گرچه تاکنون مطالعات گسترده‌ای در خصوص زیارت زنان مسلمان انجام شده است [Adelkhah, 2009; Betteridge, 1992; Honarpisheh, 2013; Kamalkhani, 1993; Tapper, 1996; Torab, 1990] اما تعداد بسیار معدودی ارتباط بین گردشگری و زیارت زنان را بیان کرده‌اند [Adelkhah, 1999; Adelkhah, 2015; Asadiyan & Mohammadi, 2009]. توجه دقیق‌تر به وضعیت زنان در این زمینه به ما این امکان را می‌دهد تا در یک بستر تاریخی و فرهنگی خاص، تعامل بین زیارت و گردشگری را روشن کنیم.

در عین حال تحقیقات اندکی در مورد گردشگری و زیارت زنان در ایران و نیز تأثیرات متقابل زیارت زنان بر ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فضای جغرافیایی انجام شده است. در برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی ایران نیز به صراحت در خصوص زیارت زنان برنامه‌ای عنوان نشده است [Aqajani et al, 2012]. به علاوه مواردی چون تأثیر دین اسلام بر حضور زنان در بازار کار و اشتغال آنها در صنعت گردشگری تا حد زیادی نادیده گرفته شده‌اند [Jafari & Scott, 2014].

تمایز بین زائران و سایر گردشگران در آمار رسمی مشکل است [Russell, 1999]. این امر در خصوص شهر مشهد نیز صادق است. آمار رسمی دقیق مبنی بر تعداد زائران در شهر مشهد در دسترس نیست. در تحقیق *جوانبخت قهفرخی و سقایی* [Saghaei & Javanbakht & Ghahfarrokhi, 2013] پیش بینی زائران و گردشگران داخلی مشهد در افق پنج ساله انجام شده است. بر این اساس تعداد زائران ورودی به کلان‌شهر مشهد در سال ۱۳۹۵ معادل ۲۷/۶ میلیون نفر برآورد گردید.

در آمارهای ارایه‌شده توسط شهرداری مشهد گرچه تعداد مسافران و زائران از هم تفکیک نشده‌اند اما برآورد شده است زنان تقریباً نیمی

اما آمار غیر رسمی نشان می‌دهد اما چنانچه پیشتر ذکر شد برآورد می‌شود در سال ۱۳۹۸ از حدود ۴۰۲ هزار زائر پیاده به مشهد حدود ۴۹٪ را زنان تشکیل داده‌اند.

الگوی زیارت از اماکن مذهبی توسط زنان زائر در مشهد متفاوت است. معمولاً اولین و اصلی‌ترین زیارت پس از حرم مطهر، بازدید از اماکن مذهبی دیگر مانند خواجه ربیع، خواجه اباصلت و امامزاده سلطان غیاث الدین محمد (گنبد خشتی واقع در محله نوغان) است. بیشترین زیارت امامزاده‌ها در اطراف شهر مشهد نیز مربوط به دو برادر سید ناصر و سید یاسر در طبقه (مرکز زیارتی برای زائران داخلی و خارجی)، امام زاده یحیی در میامی و قدمگاه نیشابور است.

### زنان زائر و سایر انگیزه‌های سفر به مشهد

در بسیاری از مناطق ایران، زائرانی که به مشهد و حرم امام رضا (ع) می‌روند، پس از بازگشت به زادگاه خود از شأن و منزلت اجتماعی خاصی برخوردار می‌شوند. در بسیاری از مناطق، "مشهدی" لقب کسی است که به زیارت امام رضا (ع) رفته است، مانند لقب "حاجی" برای کسی که از زیارت مکه برمی‌گردد. مشهدی را می‌توان در ابتدا یا انتهای نام زائر اضافه کرد. زیارت حرم امام رضا (ع) در مشهد برای بسیاری از ایرانیان تقریباً معادل حج است. بر این اساس زیارت یکی از مهم‌ترین اهداف سفر مصاحبه شوندگان به مشهد بوده است. اما گردشگری در کنار زیارت در مشهد، از دیرباز وجود داشته است. این امر در دهه‌های اخیر با ایجاد زیرساخت‌های جدید از سوی دولت و شهرداری روز به روز در حال گسترش است. بررسی انگیزه‌های مختلف گردشگری و زیارت حرم امام رضا (ع) توسط زنان در سفر به شهر مشهد با توجه به سن، طبقه اجتماعی و درک میزان نقش زنان در جامعه ایران دامنه‌های بسیار متفاوتی را نشان می‌دهد.

مهم‌ترین فعالیت گردشگری زنان در حین زیارت، خرید در بازارهای اطراف حرم برای خرید سوغات است. در دو دهه گذشته فعالیت‌های زیادی برای توسعه جاذبه‌های گردشگری در مشهد انجام شده است. از جمله احداث مراکز خرید در غرب شهر مشهد مانند پروما، الماس شرق و غیره، هتل‌های مجلل، رستوران‌ها، فست‌فودها، پارک‌های آبی (سرزمین موج‌های آبی، یکی از بزرگ‌ترین پارک‌های آبی کشور) که در سطح شهر مشهد ساخته شده‌اند. زائران پس از حرم مطهر، مشهد را با پارک‌ها و تفرجگاه‌های طبقه و شان‌دیز و نیز آرامگاه فردوسی در طوس می‌شناسند. این اماکن به‌عنوان "جاذبه‌های گردشگری" توسط آستان قدس رضوی نیز تبلیغ می‌شوند.

نیلوفر، یک معلم مدرسه که به همراه خانواده خود از یزد آمده بودند عنوان کرد: "که حداقل سه بار در سال به همراه سه فرزندش به ملاقات امام رضا می‌آید و همیشه بعد از زیارت به پارک آبی می‌روند. بیشتر به همین دلیل است که فرزندانش هر بار مشتاقانه منتظر آمدن به مشهد هستند". این موارد نشان می‌دهد بسیاری از زائران که به مشهد سفر می‌کنند در کنار زیارت برای تفریح و گذران اوقات فراغت، وقت و هزینه صرف می‌کنند سال‌های اخیر بحث گردشگری سلامت به خصوص برای زائران خارجی در مشهد از اهمیت روزافزونی برخوردار بوده است. به خصوص با افزایش قیمت ارز خدمات پزشکی

مشهد و تغییرات آن در طول زمان بوده است. این مقاله می‌تواند به‌عنوان پیش درآمدی برای تحقیقات بیشتر در مورد فرصت‌های گردشگری و زیارت زنان در نظر گرفته شود.

محدوده مورد مطالعه شهر مشهد در استان خراسان رضوی در شمال شرقی ایران است. مشهد سومین شهر بزرگ زیارتی در جهان اسلام پس از مکه و مدینه و مهم‌ترین شهر زیارتی در ایران است. مشهد در سال ۱۳۹۵ بیش از ۳ میلیون نفر جمعیت داشته است. برای شیعیان، مشهد به‌عنوان مقدس‌ترین شهر به دلیل وجود حرم مطهر امام رضا (ع) است.

### یافته‌ها

از دهه ۷۰ به بعد، سفرهای زیارتی در ایران دائماً افزایش یافته است. یکی از مقاصد اصلی زیارت شهر مشهد است. در دهه‌های اخیر، تعداد فزاینده سفرها برای زیارت امام رضا (ع) را می‌توان مرتبط با یک سری پیشرفت‌های زیرساختی و نیز بهبود وضعیت اقتصادی مرتبط دانست. تعداد مسافرانی که به مشهد وارد می‌شوند بیش از ۳۰ میلیون نفر در سال است و این تعداد همچنان در حال افزایش است. اما همه این افراد به قصد زیارت و یا گردشگری به مشهد سفر نمی‌کنند. درصدی از این آمار متعلق به مسافران عبوری، تردد ساکنین شهر مشهد و یا سفرهای کاری و اداری است. لذا آمار دقیق زائران و مسافران به شهر مشهد و نیز به دست آوردن اطلاعات دقیق در مورد تعداد و جنس زائران دشوار است. الگوی زمانی حضور زنان زائر از مشهد عمدتاً به زمان سفرهای زیارتی و مراسم خاص مذهبی بستگی دارد. در عین حال ایام تعطیلات سال نو و تعطیلات تابستانی به خصوص شهریور ماه یکی از مهم‌ترین زمان‌ها برای حضور زائران در مشهد است. از مهم‌ترین مراسم مذهبی در حرم امام رضا (ع) مراسم عزاداری امام حسین (ع) و یاران وفادار ایشان در روزهای تاسوعا و عاشورا و همچنین ۳۰ صفر روز شهادت امام رضا (ع) است. طبق بررسی‌های انجام شده زائرین در این ایام به‌طور متوسط چهار روز در مشهد اقامت دارند. در سایر ایام سال، اقامت اکثر زائران کوتاه‌تر و در حد یک یا دو روز است. علاوه بر روزهای زیارتی خاص که بر آن تأکید شده است (از جمله ۲۳ و ۲۵ ذی القعدة «دحوالارض») روزهای چهارشنبه نیز بر زیارت امام رضا (ع) و ادای نذر مستحب دانسته شده است.

روز شهادت امام رضا (ع) علاوه بر اینکه روز خاص برای زیارت است، یکی از مراسم مذهبی مختص زنان نیز انجام می‌شود. در این روز زنان پیاده از محله نوغان مشهد به سمت حرم مطهر برای زیارت بارگاه امام هشتم (ع) حرکت می‌کنند. روزهای پایانی ماه صفر آیین پیاده‌روی برای زیارت امام رضا (ع) در روز شهادت آن حضرت انجام می‌شود. این مراسم به خصوص چند سالی است که در سطح گسترده و تقریباً در تمام جاده‌های منتهی به مشهد انجام می‌گیرد. زائران از مسیرهای مختلف پیاده برای رسیدن به مشهد حرکت می‌کنند. گاه طول این مسیرها به بیش از ۵۰۰ کیلومتر و زمان سفر نیز به دو هفته می‌رسد. آمار رسمی دقیقی از تعداد این زائران در دست نیست

و از سوی دیگر باعث ترغیب زنان برای انجام این سفرها شده است.

### زیارت زنان و توانمندی اقتصادی زنان

جابه‌جایی و تحرک برای اوقات فراغت و زیارت در ایران فضاهای جدید اقتصادی- اجتماعی را برای زنان ایجاد کرده و می‌تواند به توانمندسازی آنان در ابعاد مختلف منجر شود. ایجاد زیرساخت‌های جدید و تأثیرات متقابل آن در زیارت و گردشگری را می‌توان به‌عنوان یک فرصت برای اشتغال زنان در نظر گرفت. گردشگری و زیارت باعث ایجاد طیف وسیعی از ابتکارات و فرصت‌های شغلی جدید برای زنان شده است، از راه‌اندازی توره‌های زنانه، رستوران‌ها، تاکسی‌ها و مراکز درمانی ویژه برای زنان، فعالیت در صنایع دستی به‌عنوان سوغات گرفته تا ایجاد انواع فرصت‌های شغلی در مقیاس کوچک؛ از جمله کمک (در ازای دریافت پول) به زنان سالمند که نمی‌توانند به تنهایی راه بروند یا فروش انواع نوشیدنی‌ها و لباس در مسیرهای پیاده‌روی زنان به سمت حرم و غیره.

مشهد به‌عنوان مقصدی برای زیارت حرم مطهر امام رضا (ع) و نیز مکانی برای گردهم‌آیی‌ها و فعالیت‌های گردشگری شناخته می‌شود. این موارد به‌طور گسترده فرصت‌های زیادی را برای زنان در فعالیت‌های گردشگری و نیز ایجاد زیرساخت‌های جدید برای تفریح و تفرج مانند هتل‌ها، رستوران‌ها و پارک‌های آبی و یا حوزه بهداشت و سلامت ایجاد می‌کند.

رونق خدمات بهداشتی و درمانی در کنار زیارت از سطوح غربالگری گرفته تا سطوح بالای درمان با توجه به بحث‌های تفکیک جنسیتی توانسته است زمینه اشتغال زنان در رده‌های مختلف خدماتی و تخصصی را فراهم آورد. خدمات بهداشتی و درمانی برای زنان زائر در سطوح اجتماعی و فضاهای مختلف جغرافیایی (از داخل حرم مطهر تا سطح شهر و حتی مسیرهای پیاده‌روی زائران) ارائه می‌گردد. مصاحبه‌های انجام شده نشان می‌دهد گرچه بخش مهمی از این فعالیت‌ها برای زائران از دیدگاه درآمدزایی و اقتصادی انجام می‌شود، اما خدمات افتخاری و خودجوش به خصوص از طرف تشکل‌ها و نهادهای مردمی در این راستا را نمی‌توان نادیده گرفت. به‌طور مثال اجرای طرح "غربالگری سرطان پستان" که توسط کادر پزشکی و مامایی داوطلب برای بیش از ۱۰ هزار نفر از زنان زائر پیاده به مشهد در سال ۱۳۹۸ انجام گرفت. طرح "هنر و زیارت" با همت "شورای مشارکت‌های زنان مجمع خیرین سلامت" برای زائران پیاده به‌منظور ترویج نذر سلامت زنان (نذر مهریه) در همین سال به اجرا در آمد.

در کنار این موارد گردشگری و زیارت به خصوص از سایر کشورها به مشهد چشم‌اندازی برای کار و حتی انتخاب رشته دانشجویان در دانشگاه‌ها داشته است. برخی از دختران دانشجوی زبان‌های خارجی (انگلیسی، عربی، فرانسه و غیره) در دانشگاه فردوسی اظهار داشتند که چشم‌انداز کار در یکی از هتل‌های بین‌المللی به‌عنوان مترجم یا پذیرش هتل و یا راهنمای توره‌های گردشگری عمده‌ترین عامل برای انتخاب این رشته‌ها در دانشگاه بوده است. از نظر آنان گردشگری یک بخش جذاب برای کار است، در عین حال این مهارت‌های دانشگاهی و حرفه‌ای می‌تواند برای مهاجرت یا ادامه تحصیل در

برای بیماران خارجی بسیار مقرون به صرفه شده است. بخش مهمی از زائران زن خارجی که به مشهد سفر می‌کنند بعد از زیارت به هدف مداوای بیماری‌های مربوط به زنان و نازایی و یا عمل‌های زیبایی به این شهر مسافرت می‌کنند.

این موارد در عین حال نشان می‌دهد رشد مراکز تفریحی، تجاری و سلامت در سطح شهر یکی از پیش شرط‌های توسعه گردشگری برنامه‌ریزی شده "سکولار" بوده است که در کنار اهداف دینی و معنوی مد نظر قرار گرفته است.

### زیارت و تحرک اجتماعی و فیزیکی زنان

این مسئله که افراد (زن و مرد) از عنوان زیارت برای پوشش مقاصد سفرهای "غیر مذهبی" استفاده کنند بسیار رایج است. اماکن زیارتی، جزو محدود مکان‌هایی هستند که نظارت‌های سخت‌گیرانه و محدودیت برای زنان در آنها کمتر اعمال می‌شود و زنان می‌توانند به قصد زیارت به آنجا سفر کنند. لذا عنوان زیارت برخی از دختران جوان را قادر می‌سازد تا با محدودیت‌های اجتماعی کمتری در شهر تردد کنند و حتی در این بین با اقوام یا دوستان خود دیدار کنند. چنانچه پیشتر عنوان شد یکی از مهم‌ترین چالش‌ها برای مسافرت زنان (چه سالمند، چه دختران جوان) بدون همراهی یکی از محارم در داخل کشور، مانند سایر نقاط جهان، امنیت و خطر آزار و اذیت آنان است. در باورهای سنتی، سفر زنان به تنهایی بار منفی دارد و باعث تشدید شرایط بدگمانی و ناامنی برای آنان می‌شود. با این حال، این فقط یکی از مسائل حاشیه‌ای زیارت است که عمدتاً در خصوص زنان سالمند و دختران مجرد که بیشتر نیاز به محافظت دارند، مطرح می‌شود.

در دهه ۱۳۸۰ فعالیت‌های گردشگری و ایجاد توره‌های گردشگری- زیارتی مختص زنان توانست پاسخگوی نیازهای ویژه آنان باشد. این امر راهی برای سفر زنان بدون خانواده و محارم گشود. از این طریق محدودیت‌های جابه‌جایی زنان برای سفر و زیارت برطرف شد. اولین توره‌های مخصوص زنان برای دانشجویان دختر از دانشگاه مشهد برگزار شد و سپس برای کلیه گردشگران زن گسترش یافت. می‌توان گفت این تورها توانستند تا حد زیادی پاسخگوی نیازها و دغدغه‌های زنان و خانواده‌های آنان برای چنین سفرهایی باشند. در این صورت زنان می‌توانند از طریق توره‌های مسافرتی که مختص زنان است به زیارت یا سفر بروند. به خصوص آنکه سفرهای زیارتی برای برخی از زنان سالمند یا زنان و دختران جوان که قبلاً امکان سفر بدون خانواده یا محارم را نداشتند راهکار جدیدی است. توسعه توره‌های گردشگری زیارتی اکنون امکانات بیشتری را برای جابه‌جایی و تحرک آنها فراهم می‌کند. در کنار این موارد سفرهای زیارتی که به‌صورت پیاده‌روی انجام می‌شود باز هم تحرک زنان را بیش از پیش کرده است. ایجاد زیرساخت‌های متفاوت از قبیل حمل و نقل، هتلینگ و اقامتگاهی، مراکز تجاری و گردشگری و ارائه خدمات مختلف از جمله خدمات بانکی، بیمه زائرین یا خدمات بهداشتی و درمانی، انجام وقف و یا نذرهای مختلف برای زائران به خصوص زنان زائر از یک سو باعث آسانی جابه‌جایی و تحرک برای زنان شده

خارج از کشور نیز برای آنان مفید باشد.

زیارت زنان منجر به حضور تعداد بیشتری از زنان از طریق اشتغال یا مشارکت آنها در سازماندهی زیارت در فضاهای عمومی شده است. با این حال، این موارد هنوز تأثیر کمی در بهبود وضعیت اقتصادی زنان و مشارکت آنان در فرایندهای تصمیم‌گیری به خصوص در سطوح بالای مدیریتی را داشته است. فرصت‌هایی که با گردشگری در مشهد به وجود آمده است، به ویژه در زمان رکود اقتصادی، هم بر زنان و هم بر مردان تأثیر داشته است. در عین حال با وجود وضعیت اقتصادی نامناسب نمی‌توان نتیجه‌گیری کرد که آیا این امر منجر به ارتقای وضعیت اقتصادی و درآمد بیشتر برای زنان شده است یا خیر.

### زیارت و اشتغال زنان در حرم امام رضا (ع)

در سال‌های اخیر، حضور زنان به‌عنوان نیروی کار در حرم گسترش یافته است. زنان بخش مهمی از نیروی کار در حرم را تشکیل می‌دهند. این تعداد از دهه ۱۳۶۰ تا سال ۱۳۹۵ تقریباً ده برابر شده است. فردی که در حرم کار می‌کند خادم نامیده می‌شود. تا قبل از انقلاب اسلامی این خادمان به صورت‌های مختلف افتخاری و یا در ازای پرداخت کالا مانند گندم یا اعطای قبر جا یا هدیه، در حرم کار می‌کردند. در حال حاضر تعداد زیادی خادم در حرم مطهر امام هشتم (ع) مشغول به کار هستند. بانوان خادم با طیف وسیعی از سوابق مختلف اقتصادی و اجتماعی در این مکان مقدس مشغول به فعالیت افتخاری هستند. این زنان معتقدند حضور در حرم برایشان مقدس و آرامش‌بخش است و حاضر نیستند پاداش معنوی و اخروی این کار را با دریافت پاداش مادی عوض کنند. در عین حال بسیاری از آنان از داشتن ارتباط اجتماعی در حرم با سایر زنان احساس رضایت می‌کنند.

در خرداد ۱۳۹۵، طبق آمار رسمی عنوان‌شده از طرف آستان قدس رضوی در مجموعه حرم مطهر، ۱۶۰۰۰ زن و ۴۲۰۰۰ مرد در حرم مشغول به کار بوده‌اند. زنان در بخش‌های مختلفی در حرم فعالیت می‌کنند اما حدود ۷۰٪، تقریباً ۱۰۰۰ نفر در این سال، در بخش‌های امنیتی حرم فعال هستند. حمله بمب‌گذاری ظهر عاشورای ۱۳۷۳ در داخل حرم امام رضا (ع) باعث تصمیم مقامات برای گسترش دستگاه‌ها و سیستم‌های امنیتی شد. از آن پس اقدامات امنیتی پیشرفته‌ای در حرم مطهر و همچنین در سطح شهر انجام شده است. یکی از اولین اقدامات استخدام تعداد بیشتری از زنان در ورودی‌های حرم برای بازرسی بدنی و کنترل زنانی است که وارد حرم می‌شوند. در واقع به جای ممنوعیت ورود زنان به حرم، استراتژی دیگری برای تطبیق با تعداد روز افزون زائران به کار گرفته شد. علاوه بر وجود حضور زنان برای ایجاد نظم و امنیت در سایر قسمت‌ها مانند بخش مراقبت، اورژانس و پیداشدگان نیز زنان مشغول به کار هستند. از سال ۱۳۹۰ خادمان زن جهت آماده‌سازی نمازخانه زنان و پزشکان زن در بخش اورژانس مستقر هستند. از سال ۲۰۱۶، مناسب جدیدی برای زنان مانند "کفشداری" برای جلوگیری از ارتباط مردان با زائران زن در نظر گرفته شده است. در برنامه‌های آتی زنان راننده اتوبوس‌های

مخصوص زنان در حرم خواهند بود.

به گفته مدیر امنیت زنان حرم، بیش از ۴ هزار زن در بخش آموزش دینی در حرم (تأسیس در سال ۱۳۶۷) در بخش‌های مختلف پاسخگویی به سؤالات مذهبی، قرائت دعا و نماز، آموزش قرآن، مشاوره و حل اختلاف (تأسیس در ۱۳۶۳) مشغول به کار هستند. این افراد تقریباً به‌طور مساوی بین دفاتر مختلف تقسیم می‌شوند. مهد کودک (کبوتران) حرم نیز از سال ۱۳۹۵ تأسیس شده است. علاوه بر این زنان در بخش‌های مختلف انتظامی، کفشداری، امور تطهیر، غبارروبی و تنظیم رواق‌های ویژه بانوان، خدمات کتب قرآن و ادعیه (کتب انوار)، جمع‌آوری مهرهای نماز و غیره در حرم امام رضا (ع) مشغول خدمت هستند. زنان نمی‌توانند به درجه اجتهاد برسند لذا زنانی که در بخش‌های آموزش، مشاوره و توصیه‌های مذهبی خدمت می‌کنند می‌بایست براساس فتوای مجتهدین کار کنند و نمی‌توانند نظرات شخصی خودشان را اعلام کنند.

طبق اعلام مدیران مربوطه سیاست‌های جدید آستان قدس بر این مبناست که تمامی امور خدمتی در رواق‌ها، کفشداری و فضاهای عبادی و زیارتی ویژه بانوان زائر در حرم مطهر رضوی به خواهران خدمه واگذار شود. این امر باعث شده است حتی دانش آموزان و دختران جوان از سایر استان‌های ایران با عنوان خادم یاری و خدمت در حرم مطهر امام رضا (ع) در این مجموعه مشغول به خدمت شوند.

از نظر مدیران مجموعه "انتخاب خدمه یا خادمایان برای کار در حرم کار ساده‌ای نیست و باید در یک سری از آزمون‌های شفاهی و کتبی موفق شوند و سوابق تحصیلی و حرفه‌ای شخص تحت نظارت قرار می‌گیرد. برای تأیید سوابق اجتماعی داوطلبان، حداقل با دو نفر برای تأیید آنان نیز تماس گرفته می‌شود. "ویژگی‌های این افراد بایستی مطابق با الزامات و قوانین حاکم بر حرم مطهر باشد. خدمت افتخاری در حرم امام هشتم (ع) یک موقعیت ارزشمند است. در عین حال این افراد شانس بیشتری برای اشتغال در سطوح بالاتر در حرم مطهر یا واحدهای دیگر آستان قدس رضوی را خواهند داشت. نتیجه مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که زنان خادم توسط سایرین تجلیل می‌شوند و از نظر اخلاقی نزد خانواده‌های خود دارای ارزش معنوی والایی هستند. دیدگاه سکولار که انجام کار بدون دستمزد به‌عنوان خدمت افتخاری در حرم را نوعی سوء استفاده از زنان می‌داند در حالی که این افراد به خاطر اجر معنوی، و پاداش‌های اجتماعی، شخصی و حرفه‌ای در اماکن مذهبی خدمت می‌کنند. درک تفاوت زیارت و گردشگری کمک می‌کند تا مزایای ویژه‌ای که خدمت افتخاری زنان مسلمان در اماکن مقدس برای آنان در بر دارد را بهتر فهمید. این مسئله از دیدگاه‌های سکولار و دنیوی قابل درک نیست. زنان خدمه یا خادمایان در بخش‌های مختلف با کسب تجربه و مهارت‌های بیشتر می‌توانند به جایگاه بالاتری دست پیدا کنند. گرچه رسیدن به بالاترین جایگاه دینی یعنی مرجعیت برای زنان امکان‌پذیر نیست اما در این شرایط زنان می‌توانند موقعیت‌هایی را اشغال کنند که به آنها امکان می‌دهد در فضاهای عمومی نقش ایفا کنند. از آنجایی که زیارت از منظر اجتماعی، عملی ارزشمند و مثبت



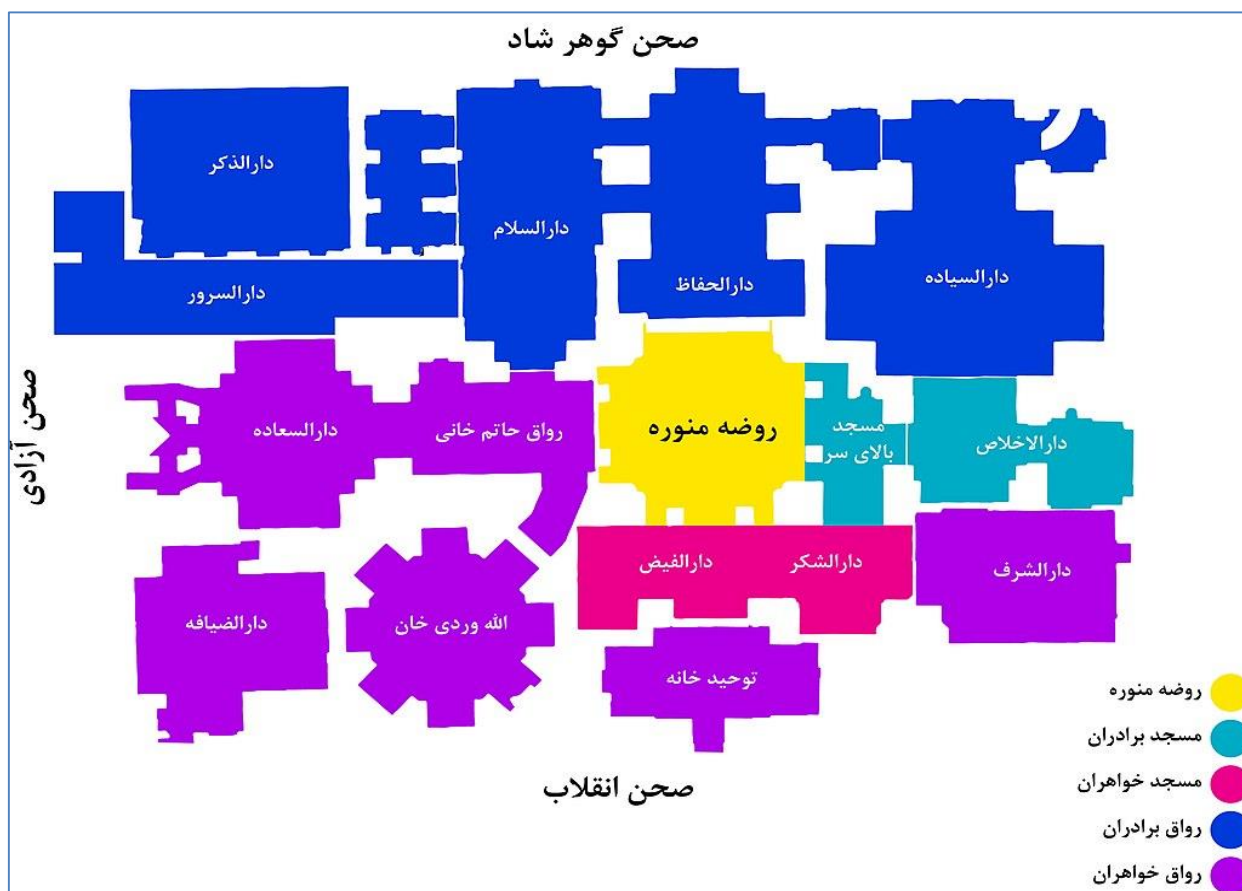
و ارائه بسیاری از خدمات اجتماعی و اقتصادی توسط نهاد، از طریق وقف و یا نذر مردم، خیرین یا خانواده‌ها تأمین می‌شود. در این میان، زنان مسلمان نقش عمده‌ای در مشارکت در وقف و نیز نذر دارند. از این رو در ایران موقوفات زنان زائر در مشهد پیوندهای عمیق و تاریخی دارد. به‌عنوان مثال، مسجد گوهرشاد قدیمی‌ترین مسجد شیعه در مشهد، که به دستور گوهرشاد خاتون، همسر شاهرخ از سلسله تیموری در سال ۸۲۱ هجری قمری / ۷۹۷ هجری شمسی ساخته شده است. مسجد گوهرشاد یکی از بخش‌های مهم در مجموعه حرم مطهر است. قبل از انقلاب اسلامی توسعه مجموعه حرم و ایجاد بخش‌های مختلف از جمله موزه، کتابخانه و غیره در دستور کار دولت قرار گرفت. این امر در کنار اهمیت دادن به حرم می‌توانست "زیارت" را به تدریج با مسائل و اهداف جدید "سیاحت" جایگزین کند. اما پس از انقلاب اسلامی، این روند گسترش یافت و دولت از توسعه بیشتر حرم حمایت کرد تا امکان حضور بیشتر زائران فراهم باشد. مجموعه حرم علاوه بر ضریح امام هشتم (ع)، دارای رواق‌ها و سالن‌های متعددی برای حوزه‌های علمیه، برگزاری مراسم، کتابخانه‌ها، مراکز تحقیقاتی اسلامی و دانشگاهی است. مساحت حرم امام رضا (ع) در مجموع ۲۲۵۲۲۳ متر مربع است. از دهه ۱۳۸۰ به تدریج فضای بیشتری از مجموعه حرم به زائرین زن اختصاص یافته است. اصلی‌ترین و مقدس‌ترین بخش حرم، ضریح امام رضا (ع) در سال ۲۰۱۶ برای اختصاص فضایی برای زیارت زنان به دو قسمت تقسیم شد.

تلقی می‌شود، می‌تواند شانس تحرک اجتماعی را حتی در مشاغل دارای دستمزد افزایش دهد و در توانمندسازی زنان مؤثر باشد. به‌عنوان مثال، طبق اعلام زنان خادم در حرم، کسانی که به خاطر مهارت‌های زبانی خود در آنجا مشغول به خدمت هستند می‌توانند از این تجربه برای کار در سایر بخش‌های مرتبط با گردشگری استفاده کنند.

علاوه بر آن افزایش سطح "مهارت و تخصص" برای بیشتر زنانی که در حرم، حتی به‌صورت افتخاری، مشغول به کار هستند اتفاق می‌افتد. کار زنان در داخل حرم بستری برای صعود آنان به سمت سایر موقعیت‌ها فراهم می‌آورد. این موقعیت‌ها، کار و مسئولیت بیشتری را برای این زنان به دنبال دارد. با این حال، تعداد معدودی از زنان در رده‌های بالای تصمیم‌گیری و مدیریت بر مردان قرار دارند.

### گسترش مجموعه حرم مطهر و تأثیر آن بر زیارت زنان

امروزه مجموعه حرم و نهاد آستان قدس رضوی بزرگ‌ترین قدرت اقتصادی، دینی و فرهنگی غیر دولتی در ایران است. مجموعه حرم مطهر به‌عنوان یک مجموعه "چند منظوره" برای زیارت و نیز به‌عنوان یک نهاد خیریه که از فقرا و نیازمندان حمایت می‌کند، ماهیت دو جانبه سکولار و مذهبی این نهاد را نشان می‌دهد. زنان نقش مهمی در استفاده از خدمات ارائه شده توسط آستان قدس رضوی و نیز در تأمین اعتبار آنها دارند. بنیاد مذهبی آستان قدس رضوی با هدف اداره املاک و درآمدهای حرم امام رضا (ع) که عمدتاً از وقف ناشی می‌شود، تأسیس شده است. درآمد این نهاد عمدتاً بر پایه وقف است

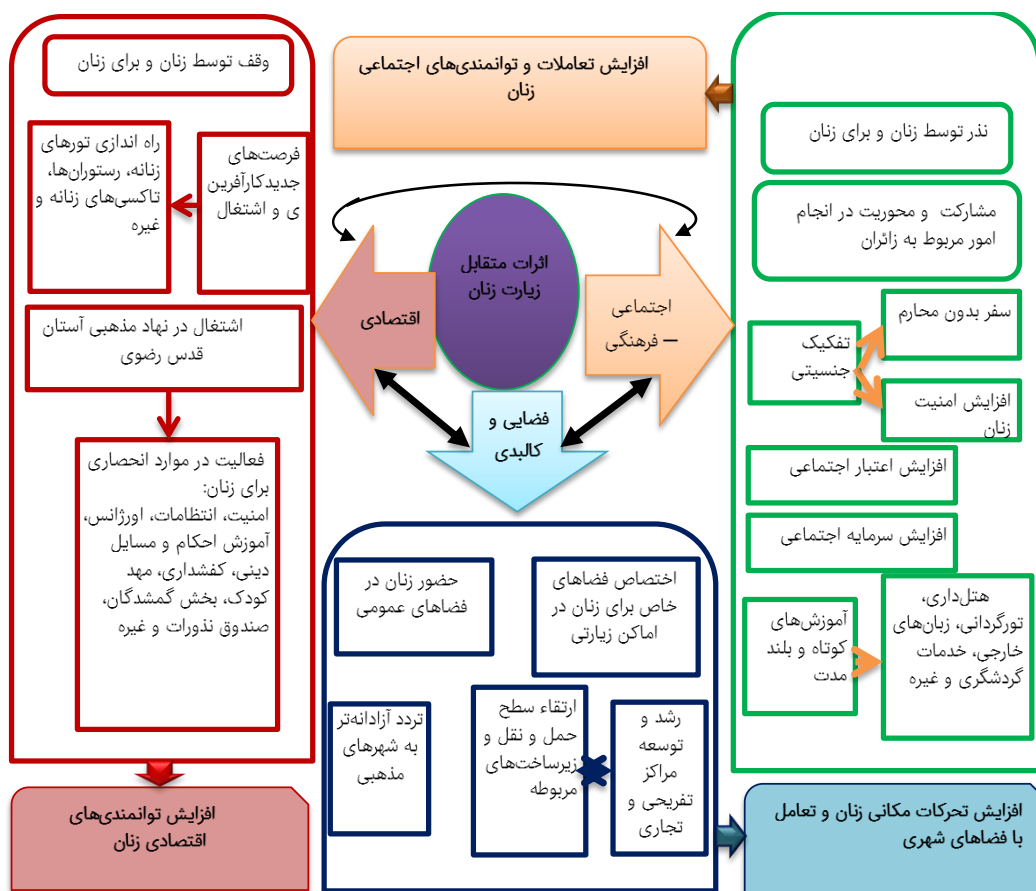


شکل ۱) فضاهای متعلق به زنان در مجموعه حرم مطهر



فضا و امکانات بیشتر دارند. شکل ۱ نشان دهنده وسعت فضاهایی است که برای زنان در نظر گرفته شده است. رعایت تفکیک جنسیتی در اماکن مذهبی به خصوص حرم، باعث رونق سفرهای زیارتی زنانه شده است. با وجود آنکه مسئولین مربوطه در آستان قدس اعلام می‌دارند هیچ برنامه یا تبلیغ خاصی از سوی آستان قدس رضوی برای تشویق و افزایش تعداد زائران حرم وجود ندارد اما در نهایت جهت‌گیری کلی فعالیت‌های صورت گرفته در این مجموعه حکایت از تشویق حضور زائران از اقصی نقاط ایران و جهان به این مکان مقدس دارد. پیاپی‌روزی‌های روزهای آخر ماه صفر، ارائه خدمات و مشوق‌های مختلف از مهم‌ترین موارد در سال‌های اخیر است.

از میان ۳۰ رواق داخل حرم، هشت رواق منحصراً مخصوص خانم‌ها است. این رواق‌ها همگی در ضلع شمالی حرم واقع شده‌اند، هشت مورد دیگر نیز منحصراً برای آقایان و ۱۴ مورد باقیمانده مختلط (خانوادگی) است. یکی از رواق‌ها نیز به خوابگاه زنان با ظرفیت میزبانی بیش از ۸۰۰ نفر تبدیل شده است. چنین فضاهایی سال‌هاست که برای مردان وجود داشته است. به گفته رئیس اداره امنیت حرم، که یک روحانی زن است، زنان نسبت به مردان به فضاهای بیشتری احتیاج دارند، اما برای آنها اغلب مکان‌هایی اختصاص می‌یابد که دسترسی‌های آن دشوارتر است (ورودی باریک‌تر یا دسترسی دشوار از طریق پله‌ها). زنان بنا به دلایل متعدد چون بارداری، سالمندی، معلولیت و یا همراه‌داشتن کودکان نیاز به



شکل ۲) اثرات متقابل زیارت زنان و مسائل اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و فضایی-کالبدی شهرهای زیارتی

### بحث

در این مقاله نشان داده شد که در اماکن زیارتی و مراسم مذهبی در مشهد حدود نیمی از حاضرین و شرکت‌کنندگان زنان هستند. این حجم از حضور زنان روز به روز در حال افزایش است. این یافته با نتایج به دست آمده در تحقیقات پیشین مبنی بر اینکه در اماکن و مراسم مذهبی در ایران، زنان بخش قابل توجهی از حاضرین و شرکت‌کنندگان را تشکیل می‌دهند و نقش محوری در این زمینه ایفا می‌کنند [Adelkhah, 2009; Betteridge, 1992;]

انجام برخی برنامه‌های جانبی نیز مانند "زیارت اولی‌ها" نوجوانان ساکن مشهد که برای اولین بار به زیارت می‌روند، یا ارائه خدمات برای زیارت حرم به افراد ناتوان و سالمندان (در منازل شخصی، خانه‌های سالمندان و یا مراکز بازنوایی و غیره)، برگزاری سمینارها و همایش‌های مختلف در سطح ملی و بین‌المللی و نیز گسترش به کارگیری خادمان از اقصی نقاط ایران از دیگر اقدامات برای جلب و تشویق زیارت امام رضا (ع) هستند. در نهایت جنبه‌های شکل ۲ به‌طور خلاصه این جنبه‌ها را نشان می‌دهد.

Honarposheh, 2013; Kamalkhani, 1993; Tapper, 1990; Torab, 1996] هم‌خوانی دارد.

این مقاله با نشان دادن برخی از تأثیرات افزایش تعداد گردشگران و زائران در مشهد به دلیل افزایش ارتباطات اجتماعی از یک سو و نیز فرصت‌های ایجادشده برای زنان از سوی دیگر، رابطه متقابل بین زنان و شهر مذهبی را برجسته کرده است. حضور در مراسم مذهبی عمومی و رفتن به اماکن زیارتی نیازمند حضور زنان در فضاهای عمومی است. ویژگی‌های انعطاف‌پذیر و در عین حال مهم زیارت باعث پویایی نقش زنان در این مراسم می‌شود. اماکن مذهبی و مراسم مذهبی خصوصی و عمومی شیعیان، تأکیدی بر حضور زنان در فضاهای عمومی هستند. در عین حال حضور در این فضاهای عمومی همراه با تعاملات و پیوندهای اجتماعی در سطوح مختلف برای زنان شده است. چنانچه عادلخواه [Adelkhah, 2009: 42] عنوان می‌کند "رفتن به اماکن زیارتی برای زنان زائر با حضور آنان در فضاهای عمومی شروع می‌شود، در این فضاها زنان می‌توانند تجارب خاصی کسب کنند و شکل‌های خاصی از معاشرت ایجاد کنند. در این حالت زیارت نقش قابل توجهی در تغییر معانی اجتماعی پیدا می‌کند".

یافته‌ها نشان می‌دهد زیارت یکی از مهم‌ترین اهداف سفر مصاحبه شونده‌گان به مشهد بوده است، اما گردشگری در کنار زیارت برای زنان نیز مطرح بوده است. یافته‌های فروغ‌زاده و همکاران [Foroughzadeh et al, 2013] نیز نشان می‌دهد که برای بیشترین تعداد زائران (۸۸٪/۶) زیارت مهم‌ترین انگیزه سفر به مشهد بوده و مهم‌ترین فعالیت بیشتر زائران (۷۰٪) نیز در شهر مشهد صرفاً زیارتی بوده است و تنها ۳۰٪ از زائران سفری زیارتی-سیاحتی داشته‌اند. یافته‌ها نشان داد بخش عمده‌ای از زنانی که به‌عنوان زائر و گردشگر از مشهد بازدید می‌کنند می‌توانند مقاصد ترکیبی سفر زیارتی-گردشگری و گذران اوقات فراغت را با هم ترکیب کنند. الگوی مکانی زائران زن نشان می‌دهد که مهم‌ترین فعالیت زنان پس از زیارت خرید و سپس فعالیت‌های تفریحی است. در عین حال سال‌های اخیر بحث گردشگری سلامت به خصوص برای زائران خارجی در مشهد از اهمیت روزافزونی برخوردار بوده است. بخش مهمی از زائران زن خارجی که به مشهد سفر می‌کنند بعد از زیارت به هدف مداوای بیماری‌های مربوط به زنان و نازایی و یا عمل‌های زیبایی به این شهر مسافرت می‌کنند. این یافته همان‌طور که ایکلمن و پیکاتوری [Eickelman & Piscatori, 1990] نیز عنوان کرده‌اند، نشان می‌دهد انگیزه‌های زائران ترکیبی از دلایل مذهبی و دلایل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. همان‌طور که عادلخواه نشان داد در عمل، زیارت و زائر که از نظر اخلاقی و معنوی ارزش‌والایی دارد، به زنان این امکان را می‌دهد که تحت نظارت‌های اجتماعی کمتری برای نحوه گذران اوقات فراغت قرار گیرند [Adelkhah, 2016]. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها برای مسافرت زنان (چه سالمند، چه دختران جوان) بدون همراهی یکی از محارم در داخل کشور، مانند سایر نقاط جهان، امنیت و خطر آزار و اذیت

آنان است [Toodeh Roosta, 2016]. در مقاله مطرح شد که بین مراجع مختلف اختلاف‌نظر در خصوص گردشگری و زیارت وجود دارد. عده‌ای از روحانیون موافق پرداختن به گردشگری در شهرهای زیارتی هستند و عده‌ای این امر را مخالف مقاصد معنوی و دینی شهرهای زیارتی می‌دانند.

این اختلاف نظرها تأثیر عملی در مدیریت گردشگری و زیارت مشهد دارد. برای استفاده از همه فرصت‌ها یک رویکرد مدیریتی یکپارچه برای گردشگری و زیارت لازم است. مطالعات پیشین نشان داده است فقدان رویکرد سیستماتیک، ساختار حقوقی ضعیف، برنامه‌ریزی ضعیف، عدم مدیریت یکپارچه گردشگری و یک سیستم سیاستگذاری ضعیف در مدیریت گردشگری وجود دارد [Azizpour & Fathizadeh, 2016].

یافته‌ها نشان داد از یک سو، گردشگری مرتبط با زیارت در مشهد، تعدادی از فرصت‌های شغلی جدید برای زنان از جمله زمینه‌های اشتغال و کارآفرینی زنان در زمینه‌های مختلف به ارمغان آورده است. محققان دیگری نیز نشان داده‌اند در ارتباط با گردشگری، طیف گسترده‌ای از فرصت‌ها برای حضور زنان در این زمینه فراهم می‌شود. فرصت‌هایی از قبیل اشتغال، کارآفرینی و حتی مشارکت‌های سیاسی [Figuerola-Domecq et al, 2015: 87]. خود این مسئله می‌تواند ابزاری برای توسعه اقتصادی از منظر جنسیت باشد [Swain, 1995]. از این نظر یافته‌های این پژوهش تا حدودی با یافته‌های پیشین هم‌سو است. از طرف دیگر، این فرصت‌ها هنوز محدود است و ورود زنان به بسیاری از عرصه‌های فعالیت گردشگری هنوز با چالش روبرو است. مطالعات دیگران نیز نشان داده است در ایران شرایط ورود زنان به فعالیت‌های گردشگری می‌تواند با چالش‌هایی روبرو شود. جنسیت در تقسیم‌بندی نیروی کار مهم است. تفاوت‌های قابل توجهی در نحوه حضور زنان و مردان در عرصه‌های تولید و مصرف در فعالیت‌های گردشگری وجود دارد [Apostolopoulos et al, 2001; Swain, 1995]. تحقیق حاضر نشان داد که زنان شاغل در حرم، می‌توانند به‌طور فعال در ساماندهی زیارت مشارکت کنند. اشتغال در بخش‌های امنیتی، تدریس و آموزش مسائل مذهبی در حرم، باز تعریفی از مأموریت‌های جدید زنان است، زیرا از این طریق آنها می‌توانند نظرات خود را حاکم کنند، آموزش دهند و تا حدودی در مشاغل تخصصی و موضع اقتدار قرار گیرند. حتی اگر برای انجام این فعالیت‌ها حقوقی به آنان پرداخت نشود باز هم انگیزه کار پیدا می‌کنند. خدمت افتخاری در حرم امری مقدس است و پاداش معنوی و اخروی دارد. علاوه بر این، یک نوع ارزش و سرمایه اجتماعی است و شبکه ارتباطات اجتماعی فرد را گسترش می‌دهد. علاوه بر این فرد نزد خانواده دارای اعتبار اخلاقی و از نظر اجتماعی نیز مورد احترام است. کینر و هال [Kinnaird & Hall, 1996] نیز در تحقیق خود نشان دادند خدمت افتخاری در حرم نشانی از به هم پیوستگی بین عناصر مذهبی و سکولار و همچنین تقسیم کار و اوقات فراغت شخصی را نشان می‌دهد.

emphasis on Imam Reza). *Journal of Social Studies tourism*. 1(1):63-75.

Asad T (2003). *Formations of the secular: Christianity, Islam, modernity*. Stanford, CA: Stanford University

Asadiyan M, Mohammadi M (2015). Iranian women's religious tourism. *Science Journal (CSJ)*. 36(3):3846-3850.

Aziz H (2001). The journey: An overview of tourism and travel in the Arab/Islamic context. In: Harrison D, editor. *Tourism and the less developed world: Issues and case studies*. Wallingford: CABI Publishing; pp. 151-159.

Azizpour F, Fathizadeh F (2016). Barriers and challenges Bahramitash R, Salehi Esfahani H (2011). *Veiled employment: Islamism and the political economy of women's employment in Iran*. New York: Syracuse University Press.

Betteridge A (1992). Specialization in miraculous action: Some shrines in Shiraz. In: Alan Morinis A, editors. *Sacred journeys: The anthropology of pilgrimage*. Westport, CT: Greenwood Publishing Group; pp. 189-210.

Cohen E (1992). Pilgrimage centers: Concentric and excentric. *Annals of Tourism Research*. 19(1):33-50.

Ebadi M (2015). Forms of pilgrimage at the Shrine of Khāled Nabi, Northeastern Iran. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. 3(1):66-78.

Eickelman DF, Piscatori J, editors (1990). *Muslim travellers: Pilgrimage, migration and the religious imagination*. 1<sup>st</sup> ed. London: Routledge.

Figueroa-Domecq C, Pritchard A, Segovia-Pérez M, Foroughzadeh S, Shariati Mazinani S, Danaee M (2013). The Iranian pilgrims' length of stay in Mashhad a sociological analysis. *Journal of Iranian Social Studies*. 6(3):27-44.

Gurkas H (2012). Innovation in the tradition of saint veneration in Turkey. In: Khosronejad P, editor. *Saints and their pilgrims in Iran and neighbouring countries*. Wantage: Sean Kingston Publishing; pp. 105-142.

Harvey J, Hunt J, Harris CC (1995). Gender and community tourism dependence level. *Annals of Tourism Research*. 22(2):349-366.

Honarparisheh D (2013). Women in pilgrimage: Senses, places, embodiment and agency. *Experiencing Ziyarat in Shiraz*. *Journal of Shi'a Islamic Studies*. 6(4):383-410.

Hoodfar H (1999). The women's movement in Iran: Women at the crossroads of secularization and Islamization. Paris: *Women Living Under Muslim Laws*.

Jafari J, Scott N (2014). Muslim world and its tourists. *Annals of Tourism Research*. 44:1-19.

Kamalkhani Z (1993). Women's everyday religious discourse in Iran. In: Afshar H, editor. *Women in the Middle East. Women's studies at York Series*. London: Palgrave Macmillan; pp. 85-95.

Karimi P (2017). Tourism, voyeurism and the media ecologies of Tehran's mural arts. In: Skinner J, Jolliffe L, editors. *Murals and tourism: Heritage, politics and identity* 1<sup>st</sup> ed. London: Routledge; pp. 75-92.

Khosronejad P, editor (2012). *Saints and their pilgrims in Iran and neighbouring countries (Anthropology of persianate societies)*. Wantage: Sean Kingston Publishing.

Kian A (1997). Women and politics in Post-Islamist Iran: The gender conscious drive to change. *British Journal of Middle Eastern Studies*. 24(1):75-96.

Kinnaird V, Hall D (1996). Understanding tourism processes: A gender-aware framework. *Tourism Management*. 17(2):95-102.

Link: [https://books.google.com/books?id=\\_pc9AAAAIAAJ&dq=Women,+work,+and+ideology+in+the+third+world](https://books.google.com/books?id=_pc9AAAAIAAJ&dq=Women,+work,+and+ideology+in+the+third+world)

## نتیجه‌گیری

سفرهای گردشگری و زیارتی زنان در ایران روز به روز در حال افزایش است. رشد مراکز تفریحی، تجاری و سلامت در سطح شهر یکی از پیش شرط‌های توسعه گردشگری برنامه‌ریزی شده "سکولار" بوده است که در کنار اهداف دینی و معنوی مد نظر قرار گرفته است. افزایش آماری و توسعه ابعاد گردشگری و زیارتی زنان تأثیرات عمده‌ای بر توانمندسازی زنان در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، مدیریتی و غیره داشته است. در عین حال هنوز فرصت‌های زنان و مردان در فعالیت‌های اقتصادی و بهره‌گیری از مزایای اجتماعی و اقتصادی یکسان نیست و زنان می‌توانند و می‌بایست جایگاه بهتری را اشغال کنند.

پیوند زیارت و گردشگری با موضوعات جنسیت سؤالات بسیاری را در مورد نحوه مدیریت پایدار گردشگری با دیدگاه جنسیتی به خصوص در زمینه تحول و گسترش تدریجی مسائل اقتصادی مطرح می‌کند. این موارد اگر با توجه بیشتر به طبقات اجتماعی، اختلافات میان نسلی در بین مسلمانان مطالعه شود، می‌تواند طیف وسیعی از زمینه‌های جالب جدید را برای تحقیقات بیشتر از جمله تعامل بین زائران و بخش‌های مختلف هتلینگ، حمل و نقل و غیره ایجاد کند و بینش‌های جدیدی را در مطالعات گردشگری ارائه دهد.

**تشکر و قدردانی:** این تحقیق با مطالعه دو ساله در زمینه الگوهای شهرسازی و گردشگری در مشهد با همکاری شرکت آمایش و توسعه شرق و پژوهشکده امیرکبیر انجام شده است.

**تأییدیه‌های اخلاقی:** موردی از سوی نویسندگان بیان نشده است.

**تعارض منافع:** موردی از سوی نویسندگان بیان نشده است.

**سهم نویسندگان:** فاطمه وثوقی (نویسنده اول)، پژوهشگر اصلی/نگارنده بحث اصلی، (۵۰٪)؛ نینا خمسی (نویسنده دوم)، روش‌شناس، پژوهشگر کمکی/تحلیلگر آماری (۵۰٪)

**منافع مالی:** موردی از سوی نویسندگان بیان نشده است.

## منابع

Adelkhah F (1999). *Being modern in Iran*. London: Hurst Publishers.

Adelkhah F (2009). Moral economy of pilgrimage and civil society in Iran: Religious, commercial and tourist trips to Damascus. *South African Historical Journal*. 61(1):38-53.

Afshar H, editor (1985). *Women, work, and ideology in the third world*. 1<sup>st</sup> ed. London: Tavistock Publications.

Alamolhoda [Internet]. There should be no nefast currents on the pilgrimage culture in Mashhad. [Published 2016, 27 September; Cited 2020, 23 February].

Alipour H, Kilic H, Zamani N (2013). The untapped potential of sustainable domestic tourism in Iran. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 24(3):468-483.

Apostolopoulos Y, Sönmez S F, Timothy D J, editors (2001). *Women as producers and consumers of tourism in developing regions*. Westport, Conn: Praeger.

Aqajani H, Amirfakhriyan M, Kazemi Biniyaz M (2012). *Pilgrimage and tourism in the national plans and documents of the growth of the country (With an*

- Stausberg M (2014) Religion and spirituality in tourism. In: Lew A A, Hall C M, Williams AM, editors. *The Wiley Blackwell companion to tourism*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons; pp. 349–360.
- Swain M B (1995). Gender in tourism. *Annals of Tourism Research*. 22(2):247–266.
- Tapper N (1990). Ziyarat: Gender, movement, and exchange in a Turkish community. In: Eickelman DF, Piscatori JP, editors. *Muslim travellers: Pilgrimage, migration, and the religious imagination*, 1<sup>st</sup> ed. London: Routledge; pp. 236–255.
- Tasnim News [Internet]. Pilgrimage tourism should be developed according to religious and temporal requirements [Published 2017, 4 March; Cited 2019, 25 February].
- Timothy D J, Olsen DH, editors (2005). *Tourism, religion & spiritual journeys*. New York: Routledge.
- to realizing integrated management of tourism in Mashhad metropolis. *Urban Tourism Quarterly*. 4(2):47-60.
- Toodeh Roosta F (2016). Limits to women's tourism in Iran. *Mahdudiat Zanan Dar Gardeshari- e Iran*. Modiryar.
- Torab A (1996). Piety as gendered agency: A study of Jalaseh ritual discourse in an urban neighbourhood in Iran. *The Journal of the Royal Anthropological Institute*. 2(2):235–252.
- Velayati M (2012). The Iranian State's religio-ideological policies and their impact on young migrant women in Tabriz. In: Afshar H, editor. *Women and fluid identities: Strategic and practical pathways selected by women*. London: Palgrave Macmillan; pp. 127-145.
- Vice President of Islamic Advertising and Communications Astan Quds Razavi [Internet]. Mashhad map [Published 2015, 18 March; Cited 2020, 15, February].
- &hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjXzO-sgUjnAhUViFwKHQaaCacQ6AEIJTAA  
Link: [https://www.researchgate.net/publication/271928761\\_The\\_untapped\\_potential\\_of\\_sustainable\\_domestic\\_tourism\\_in\\_Iran](https://www.researchgate.net/publication/271928761_The_untapped_potential_of_sustainable_domestic_tourism_in_Iran)
- Mahmood S (2009). Agency, performativity, and the feminist subject. In: Christensen H. *Pieties and Gender*. Leiden: Brill; pp.11-45.
- Moghadam VM (1999). Revolution, religion, and gender politics: Iran and Afghanistan compared. *Journal of Women's History*. 10(4):172–195.
- Morgan N, Villacé-Molinero T (2015). Tourism gender research: A critical accounting. *Annals of Tourism Research*. 52:87–103.
- Municipality of Mashhad, Statistics Management, Technology, Analysis and Information (2015). Summary of surveys on pilgrimage and travelers Statistics in Mashhad. Document Code: FR-521-005.
- Papoli Yazdi M H, Saqai M (2014). *Tourism (Nature & Concepts)*. Tehran: Samt.
- Poya M (1999). *Women, work and Islamism: Ideology and resistance in Iran*. London: Zed Books.
- Russell P (1999). Religious travel in the new millennium. *Travel & Tourism Analyst*. 5:39–68.
- Saghaei M, Javanbakht Ghahfarrokhi Z (2013). A statistical analysis of the number of domestic tourists entering the metropolitan of Mashhad on the basis of time series model. *Journal of Geographical sciences*. 13(28):71-94.
- Sheykhi M T (2004). Globalizing influences on leisure: A perspective from Iran. *World Leisure Journal*. 46(4):59–67.
- Smith V L (1992). Introduction: The quest in guest. *Annals of Tourism Research*. 19(1):1–17.