

بررسی تعزیه به عنوان یکی از پتانسیل‌های گردشگری مذهبی با بهره‌گیری از تکنیک SWOT

زهره هادیانی^۱

منیر یاری^۲

برزو سبزی^۳

چکیده

گردشگری در واقع ناشی از تفاوت ساختارهای اجتماعی است و هر جا از هر چیز، دو نوع متفاوت وجود داشته باشد، بی‌شک جذابیتی برای فهم نوع دیگر پدید خواهد آمد. تنوع مذاهب نیز جذابیتی برای فهم مذاهب‌های دیگر بوجود می‌آورد و یک انگیزه را در گردشگران برای گردشگری مذهبی شکل می‌دهد. گردشگری مذهبی یکی از رایج‌ترین اشکال گردشگری در سراسر جهان است. جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس هر ساله تعداد زیادی از گردشگران را به سوی خود جلب می‌کنند. در کشور ایران تعزیه، نمایش سنتی - مذهبی است که آمیزه‌ای از باورهای سنن ایرانی و اسلامی شیعه است که ارزش‌های اجتماعی و فلسفی جامعه ایران در این هنر تجسم یافته است. تعزیه یکی از پتانسیل‌های گردشگری مذهبی است که قابلیت جذب گردشگران مذهبی را دارا می‌باشد. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی می‌باشد. برای این منظور در فرآیند انجام تحقیق ابتدا گردشگری مذهبی تشریح شده است و در ادامه تعزیه به‌عنوان نمایش ملی - مذهبی ایران بررسی شده است. و با بهره‌گیری از تکنیک SWOT قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات تعزیه به‌عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی در ایران مورد بررسی قرار گرفته است. پس از بررسی تأثیرات متقابل آنها بر یکدیگر و از یکدیگر و تحلیل آنها، در نهایت ۲۱ استراتژی متناسب با آنها استخراج و ارایه گردیده است این استراتژی‌ها می‌تواند اهمیت و خاستگاه تعزیه در ایران، اهداف و ارزش‌های فرهنگی و هنری آن را بیش از پیش روشن سازد.

واژگان کلیدی: تعزیه، گردشگری، گردشگری مذهبی، تکنیک SWOT.

مقدمه

واژه «گردشگری» معادل کلمه لاتین "tourism" است که برگرفته از لغت فرانسوی "tour" است و به معنای چرخش، طی کردن، سیر کردن می‌باشد (حیدری، ۱۳۸۷: ۹). گردشگری عبارت است از فعالیت‌های افرادی که برای استراحت، کار و یا دلایل دیگری به خارج از محیط سکونت معمول خویش سفر کرده، حداکثر برای یک سال متوالی در آنجا اقامت می‌کنند (پاپلی یزدی، ۱۳۸۶: ۱۳). گردشگر باید در ایجاد صلحی پایدار، تحکیم درک و تفاهم و روابط دوستانه ملت‌ها در سطوح ملی و بین‌المللی از طریق رفتار و سلوک خود مشارکت کند. بنابراین یک بار معنایی بسیار مهم گردشگری صلح است، یعنی فعالیت‌های گردشگری در مجموع متضمن گسترش صلح و امنیت و آرامش در جهان است و هر گردشگر باید سفیر صلح و دوستی و مودت بین فرهنگ خود و فرهنگ میزبان باشد (پاپلی یزدی، ۱۳۸۶: ۱۳). بدین ترتیب گردشگری پدیده‌ای کهن است که بر بنیاد حرکت و جابجایی انسان استوار است. سرشت انسان نیز با سفر و آشنایی با سرزمین‌های دوردست و ساکنان آن آمیخته است (رضوانی، ۱۳۸۶: ۲۶). تأکید بر سفر و حرکت در آموزه‌های دین اسلام نیز بسیار آمده است، تا جایی که مبدأ تاریخ مسلمانان را هجرت پیامبر اکرم (ص) از مکه به مدینه قرار داده‌اند (حیدری، ۱۳۸۷: ۱۳). سازمان جهانگردی (UNWTO) در پایان قرن بیستم میلادی صنعت گردشگری را در ردیف نخست صنایع کسب‌کننده درآمد صادراتی معرفی کرد و رقم صادرات آن به حدود ۵۵۰ میلیارد دلار رسید. امروزه گردشگری در ردیف سه صنعت عمده صادراتی جهان قرار دارد. نرخ رشد صنعت گردشگری تا دوره ۲۰۲۰ میلادی به‌طور متوسط دو برابر رشد متوسط جهانی برآورد می‌گردد. براساس برآورد بانک جهانی میزان ثروت جهان تا سال ۲۰۲۰ سالیانه ۳/۰٪ رشد خواهد کرد، در حالی که تعداد گردشگران بین‌المللی سالیانه ۱/۴ درصد رشد خواهد کرد (رنجبریان، زاهدی، ۱۳۸۸: ۴۷). لذا به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و هم‌چنین ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۴). توسعه گردشگری، به ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، عامل موثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای

مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ارزهای به دست آمده از فعالیت‌های گردشگری، در تنظیم تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها، به ویژه کشورهای کمتر توسعه‌یافته که معمولاً وابسته به محصول‌اند، موثر واقع شده است (کاظمی، ۱۳۸۶: ۷). به منظور برنامه‌ریزی صحیح گردشگری و برای توسعه یکپارچه آن در کشور، شناخت پتانسیل‌های گردشگری امری ضروری است. در این بین نمایش ملی - مذهبی تعزیه یکی از پتانسیل‌های گردشگری مذهبی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد و قابلیت جذب گردشگران خارجی را دارا می‌باشد.

مواد و روش‌ها

روش تحقیق در این مطالعه توصیفی - تحلیلی می‌باشد؛ که به توصیف عینی و کیفی محتوای تعزیه و ضرورت توجه به آن به عنوان یکی از پتانسیل‌های گردشگری مذهبی پرداخته شده است.

برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شده است و به بررسی جاذبه‌های مذهبی تعزیه، امکانات و محدودیت‌ها و وضعیت کلی تعزیه به عنوان یکی از جاذبه‌ها در زمینه گردشگری مذهبی پرداخته و سپس برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از مدل¹ SWOT استفاده شده است و در نهایت به ارائه راهبردهای مناسب توسعه تعزیه به عنوان یکی از پتانسیل‌های گردشگری مذهبی پرداخته شده است.

ماتریس SWOT (تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات) است که امروز به عنوان ابزاری نوین برای تحلیل عملکردها و وضعیت شکاف، مورد استفاده طراحان و ارزیابان استراتژی قرار می‌گیرد. بنابراین در این تحقیق، از این روش استفاده شده است. نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات در قالب پرسشنامه برای ۱۰۰ تن از دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، مدیریت جهانگردی و نمایش از طریق ایمیل ارسال گردید که ۷۷ پرسشنامه بازگردانده شد.

1- Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT)

پیشینه تحقیق

با توجه به اینکه تعزیه بعنوان پتانسیل گردشگری مذهبی کمتر مورد توجه بوده، پیشینه تحقیق در دو مرحله (تعزیه و گردشگری مذهبی) بررسی خواهد شد.

الف - تعزیه

چلکووسی (۱۳۶۷) به بررسی تعزیه به‌عنوان هنر بومی پیشرو ایران پرداخت. تعزیه را «تئاتر ویژه ایران» نام نهاده. و با تئاتر رم و اروپای جدید مقایسه کرده اند. که توده ی مردم به آنها توجه دارند این تئاتر ویژه یک تجلی ملی و اعتقادی «شیعی-ایرانی» بوده که در هویت و قلب ملت ایران جای ویژه و مجذوبی داشته است. روایت تعزیه در نهایت شرح ستیز مردی بنام حسین بن علی با کسی بنام یزیدبن معاویه، که در ماه محرم سال ۶۱ هجری برضد خلافتش جنگید، نیست. روایت تعزیه حکایت ازلی مظلوم و ظالم، دلیر و ترسو، زاهد و فاسد، آخرت و عالم مادی، بهشت و جهنم؛ حکایت خیر و شر دانست. آبادی (۱۳۷۱) در پژوهشی وجوه اشتراک و افتراق نمایش آیینی و درآم معاصر ایران (تعزیه) را مورد بررسی قرار داد و به بررسی چگونگی تعزیه پرداخت، بدین شرح که نوع سالن، لباس، موسیقی، دکور و... را معرفی می‌کند. در سالن تعزیه سکو در اجرای نمایش در وسط سالن قرار دارد که تماشاگران دور تا دور سکو قرار می‌گیرند و همین سبک باعث بوجود آمدن یک رابطه خاص مابین تماشاگران و بازیگران تعزیه شده است. میرزایی (۱۳۸۳) در پژوهشی با عنوان: قیام امام حسین (ع) و شعر نو ادبیات معاصر عربی، به بررسی قیام آن امام بزرگوار در شعر شاعران عرب می‌پردازد و دیدگاه شاعران را چنین بیان می‌کند: از نگاه شاعری چون «احمد دحبور» راه نجات، راه بازگشت به کربلا است و هر انسانی می‌تواند به محض اراده خود، وارد آن شود. «امل دنقل» و «محمدعلی خفاجی» اعتقاد دارند که اوضاع کنونی مانند اوضاع و شرایط زمان امام حسین (ع) و کوفی مسلکی نیز در قرن بیستم جاری و ساری است. «قاسم حداد» سر مبارک حسین را بسان پرچمی از حق و عدالت می‌داند که به هر سرزمینی برود، آن را پر از محبت می‌کند. «مظفر نواب» حاکمان امروز عرب را مانند یزید می‌داند لذا به حسین و شمشیرش در این زمان نیاز است. «عبدالرحمن شرفاوی» می‌گوید باید یاد حسین در دل‌ها زنده بماند، و هرگاه ملتی بخواهد عدالت را بگستراند باید حسین را به یاد آورد. و

اگر در مقابل ستم قیام نکند و عدالت را برقرار نماید گویی دوباره حسین را کشته است. به نظر «محمد عقیفی» امام حسین قیام نکرد تا انتقام ستم‌دیدگان را از ستمگران بگیرد، بلکه قیام کرد تا راه و رسم ستم ستیزی را به ستم‌دیدگان بیاموزد. لزگرمی (۱۳۸۴) به پژوهشی تحت عنوان بررسی تشابهات تعزیه امام حسین (ع) و فیلم مصایب مسیح (ساخته مل گیسیون) پرداخت. در این مقاله به بررسی تطبیقی دو اثر نمایشی تعزیه امام حسین (ع) و فیلم مصایب مسیح (مل گیسیون) می‌پردازد. این پژوهش در تلاش برای نشان دادن شباهت‌ها ابتدا به شباهت‌های کلی‌تر می‌پردازد که از آن جمله می‌توان به شرح مصایب در این دو اثر، دلیل و انگیزه مبارزه و شهادت این دو شخصیت، اهمیت خون در این دو روایت، خیانت یاران و تنها ماندن اشاره کرد، که هر یک از این موارد در هر دو اثر بررسی شده‌اند. سپس مقاله نامبرده به شباهت‌های جزئی‌تر مانند شخصیت‌های مشابه و اتفاقات مشابه در این دو اثر می‌پردازد. شرف‌الدین (۱۳۸۵) به تحلیل پدیدارشناختی تعزیه پرداخت، تعزیه را از سنت‌های آیینی و رسوم دیر پای مردم ایران معرفی کرد و این پدیده را مانند سایر پدیده‌های فرهنگی، تحت تأثیر زمینه‌ها، شرایط و ظرفیت‌های فرهنگی و نیازها و ضرورت‌های اجتماعی - تاریخی پا به عرصه وجود نهاده و رشد و تطور یافته است و هدفش از تدوین این نوشتار آگاه‌سازی مسئولان فرهنگی کشور با هدف پاسداری و پیرایه‌زدایی از این سنت ملی مذهبی کهن می‌باشد، که معرف بخشی از هویت فرهنگی و شناسنامه تاریخی مردم ایران و حامل پیام‌های ارزشمند معرفتی، هنری و اسطوره‌ای است، تمهیدات لازم مانند بازخوانی و باز تفسیر درست منابع تعزیه، نقد و ویرایش اشعار مورد استفاده در این آیین، نظارت بر روند اجرا، نقد مستمر آن توسط کارشناسان امور فرهنگی را فراهم سازند. سیدمصطفی مختاباد (۱۳۸۷) به بررسی گسترش تعزیه در جهان اسلام پرداخت و تعزیه را به‌عنوان یک پدیده جهانشمول معرفی کرد که علاوه بر فرم نمایش، درون‌مایه و بعد فلسفی دارد و سپس به بررسی نمایش نامه‌های تعزیه در دیگر کشورهای مسلمان (مصر) می‌پردازد که شرایط حاکم بر جوامع عرب را نشان می‌دهد که در یک‌سو اربابان جوامع با زر و زور قرار دارند و در سوی دیگر جامعه فقرا و مردم عادی هستند و در این نمایش‌نامه‌ها شهادت امام حسین یک مرگ بی‌هدف نیست بلکه نقطه عطفی در تاریخ بشری معرفی گردیده. بدیعیان (۱۳۸۸) در

پژوهشی تحت عنوان: تربیت دینی در سیره امام حسین (ع) در واقعه عاشورا به بررسی تربیت دینی در سیره امام حسین (ع) می‌پردازد. پیچیدگی‌های وجود آدمی و سطحی‌نگری‌های منبعث از اندیشه‌های غیرالهی، تربیت انسان را به بیراهه کشانده است، در حالی که در تربیت الهی هدف آموزش و هدایت آدمی به سوی فلاح و رستگاری است. از این رو نویسنده این پژوهش به شیوه تحلیلی به بررسی تربیت دینی در سیره امام حسین (ع) پرداخته و به این نتایج دست یافته که نهضت عاشورا به عنوان یکی از برجسته‌ترین جلوه‌های سیره عملی امام حسین (ع) الگوی ارزشمندی در زمینه تربیت دینی است.

ب- گردشگری مذهبی

جمعی از نویسندگان مجله فقه (۱۳۸۷)، به بررسی جهانگردی در فقه و تمدن اسلامی پرداختند، در این کتاب فقه و صنعت جهانگردی، گردشگری در قرآن، اصل نخستین در برخورد با غیرمسلمان، بازدید جهانگردان غیرمسلمان از مکان‌های مقدس، زنان و محدودیت‌های جهانگردی، آمد و شد با جهانگرد غیرمسلمان، حقوق گردشگران غیرمسلمان در کشورهای اسلامی، نگاهی به جهانگردی در تمدن اسلامی، گردشگری در سیره معصومان، فقیهان جهانگرد و جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، مسائل و نارسایی‌ها مورد بررسی قرار گرفت. تقوایی و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی توسعه گردشگری مذهبی شهرستان نورآباد ممسنی پرداخته و به این نتیجه رسیدند که عدم سرویس بهداشتی کافی، پارکینگ، توجه دولت به این مکان‌ها، عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ... به عنوان دافعه‌های این مکان‌ها می‌توان نام برد. قادری (۱۳۸۸) در پژوهشی تحت عنوان: راهکارهای استفاده از مراسم تاسوعا و عاشورا به عنوان پتانسیل گردشگری فرهنگی - مذهبی در محدوده بخش مرکزی تهران پرداخت. آیین‌های فرهنگی - مذهبی را که ریشه در باورها و اعتقادات یک ملت و قوم دارند به عنوان یک جاذبه گردشگری فرهنگی معرفی می‌کند و سپس به معرفی تعزیه به عنوان یک نمایش مذهبی می‌پردازد. نشان داد که از نظر کسبه داخل بازار، کسبه محدوده بازار و هیئت‌ها و مسئولان قابلیت لازم را برای جذب توریست دارا می‌باشد و برگزاری این مراسم به صورت سنتی و در مکان‌های بزرگ مذهبی و خاص و همچنین احیای تعزیه می‌تواند در این راه مفید واقع شود. هادیانی و همکاران (۱۳۸۹) به



بررسی اثرات اقتصاد گردشگری در شهرهای مذهبی پرداختند، مورد شنایی این پژوهش کلان شهر قم می‌باشد. در این پژوهش اثرگذاری گردشگران خارجی بر میزان درآمد و اشتغال شهر بررسی گردید و میزان درآمدزایی شهر قم از محل ورود گردشگران خارجی به روش آماری برآورد شده است. نتایج نهایی بیانگر این است که اقتصاد شهر قم متناسب با توانمندی‌ها و جاذبه‌های گردشگری آن، از توسعه شایسته‌ای برخوردار نبوده است. ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان، برنامه‌ریزی استراتژیک SWOT توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری مذهبی، مورد مطالعه: شهر قم به این نتیجه رسیدند که برای برنامه‌ریزی گردشگری مذهبی شهر قم استراتژی توسعه علوم اسلامی و افزایش تبلیغات نزد طلاب خارجی حوزه‌های علمیه، به عنوان مبلغان جلب زائر و گردشگر مذهبی - فرهنگی خارجی در کشورهاشان، به منظور معرفی جایگاه واقعی مذهبی، فرهنگی و آداب و رسوم مردم قم به سایر کشورها با هدف جذب هر چه بیشتر گردشگران خارجی و ایجاد اشتغال و درآمد برای شهر قم و کشور از طریق صنعت گردشگری در اولویت اول قرار گیرد.

مبانی نظری پژوهش

گردشگری مذهبی

گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین و پر رونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال حاضر در سراسر جهان است (Ajit, 2004: 2). امروزه گردشگری مذهبی با همه اجزا و گونه‌های مختلف آن، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص، توانسته است خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد، به‌طوری که حوزه نفوذ آن سراسر جهان را فرا گرفته است (Santos, 2004: 4). بر اساس برآورد سازمان جهانی سفر و جهانگردی (UNWTO)، گردشگری مذهبی ۲۶ درصد از کل جریان‌های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است (Icep, 1997: 30). گردشگری در پیرامون تفاوت‌ها در راستای انگیزه‌های مختلف در قالب این در گردشگری فرهنگی مذهبی، مکان‌های زیارتی و مراسم و شعائر مذهبی مد نظر توریست‌ها قرار می‌گیرد، مانند زیارت کعبه، اورشلیم و مشهد. زیارت از ویژگی‌های معمول مذاهب قومی و ادیان جهانی است. سفر به اماکن زیارتی اغلب حرکت دسته جمعی تعداد

کنیری از زائران را به آن مناطق در پی دارد. این امر به‌ویژه برای پیروان دین اسلام، هندو و مسیحیت حائز اهمیت است. برخی از نقاط، مراکز تشکیلات مذهبی را ایجاد می‌نمایند، شهرهای مکه، مدینه در عربستان، قم و مشهد در ایران در دین اسلام، شهر لرد در فرانسه و شهر رم در ایتالیا در دین مسیحیت، شهر بنارس در کنار رودخانه گنگ در هندوستان در دین هندو نمونه‌های بارزی از این مراکز تشکیلاتی زیارتی می‌باشند (جردن و راوتتری، ۱۳۸۰: ۲۵۱). جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدسه هر ساله تعداد زیادی از جهانگردان را به سوی خود جلب می‌کنند. تأسیسات اقامتی و پذیرایی این جهانگردی مانند مسافر خانه‌ها و زائر سراها با توجه به بافت اجتماعی و فرهنگی و عقیدتی گردشگران دارای ویژگی‌های خاص خود است که در هر کشوری از تنوع بسیار زیادی برخوردار است (رضوانی، ۱۳۸۶: ۱۹). واژه زیارت جنبه جهانی دارد و واقعیتی از یک مردم‌شناسی مذهبی است که به هیچ وجه به مذهبی که به‌طور نمادی ایجاد شده باشد بستگی ندارد. اما مقتضیات دیگری دارد که عبارت‌اند از برخورد و مشارکت در امور مذهبی مقدس گروه‌های انسانی که با حضوری باطنی و صمیمانه به زیارت می‌روند (لانکوار، ۱۳۸۱: ۵۲). بدین معنا که زیارت ویژگی مشترک همه ادیان است، انگیزه گردشگران مذهبی منجر به انتخاب مقصدهای گوناگون مذهبی می‌شود و برای مذاهب مختلف شهرها و نقاط مختلفی به‌عنوان مقصد گردشگری وجود دارد.

تاریخ انسان، آیین‌ها و مراسم مذهبی را حتی قبل از پیدایش ادیان الهی تجربه کرده است. باورها و اعتقادات انسان در طی تکامل اجتماعی و پیدایش ادیان الهی به پیدایش و ظهور مراسم و آیین‌های مذهبی نو انجامید. بنابراین دین، مذهب و باورها به عنوان بخشی از فرهنگ و میراث معنوی نقش بسیار مهمی در پیدایش مراسم و آیین‌های فرهنگی به عهده دارد. گردشگری فرهنگی - مذهبی از طریق فستیوال‌های محلی گسترش و توسعه می‌یابد و مزیت‌های فرهنگی و اقتصادی را متوجه جامعه محلی می‌سازد. عوامل اقتصادی، اجتماعی نیز که مربوط به گردشگری فرهنگی می‌شوند، در این فستیوال‌ها توسعه می‌یابند. فستیوال‌ها سبب می‌شوند تا جهانگردان فرهنگی به رخدادهای جامعه محلی به منظور تبادل فرهنگ بین گردشگران و ساکنان جذب شوند و این فرصت را برای جوامع محلی فراهم می

آوردند تا فرهنگشان را توسعه داده و به تبادل فرهنگ‌ها بپردازند و زمینه را برای افزایش تجربه‌های فردی و نیز اطلاعات بسط دهند (قادری و همکارانش، ۱۳۸۸: ۸۷). بسیاری از گردشگران به بازدید و حضور در مراسم فرهنگی علاقه‌مند هستند و برنامه سفر خود را طوری تنظیم می‌کنند که با فصل این آیین‌ها و مراسم هماهنگ و همزمان باشند (زاهدی، ۱۳۸۵: ۲۶). از این‌رو مساله فرهنگ در گردشگری پیش زمینه مساله اقتصادی است. فردی با زمینه‌های فرهنگ مذهبی، بیشتر گردشگری مذهبی و زیارت را برمی‌گزیند و فردی با زمینه‌های فرهنگی غیرمذهبی، گردشگری چهار S¹ یا گردشگری توأم با تفریحات ناسالم را انتخاب می‌کند. جهت‌گیری فرهنگی، انتخاب گونه و محل گردشگری را در پی دارد. این خود ضروری می‌سازد که نگرش به گردشگری در قالب رهیافت‌های فرهنگی شکل گیرد (پاپلی یزدی، ۱۳۸۶: ۸۹) تفاوت‌های فرهنگی وجود دارد که ناشی از انعطاف‌پذیری یا انعطاف‌ناپذیری یک فرهنگ نیست، بلکه ریشه در اعماق فرهنگی یک جامعه دارد که هنجارهای فرهنگی یک جامعه را شکل می‌دهد. این هنجارهای فرهنگی، معیار رفتارهای ثابتی است که جامعه به لحاظ اعتقادی و رفتاری از افراد انتظار دارد و یا آن را تأیید می‌کند (کوئن، ۱۳۸۰: ۶۱)، مانند یکسری از اعتقادات دینی که جامعه قبول دارد و به هیچ وجه حاضر نیست به آن خدشه‌ای وارد شود. این تفاوت‌های بنیادین هرگز قابل چشم‌پوشی نیست و تنها راه تعامل، احترام گردشگر به فرهنگ جامعه میزبان است که می‌تواند راهبرد مناسبی برای گسترش گردشگری باشد (پاپلی یزدی، ۱۳۸۶: ۹۱).

تعزیه

تعزیه از نظر لغوی به معنی اظهار همدردی، سوگواری و تسلیت است. ولی به‌عنوان شکلی از نمایش ریشه در اجتماعات و مراسم یاد بود شهادت امام حسین(ع) در ایام محرم دارد و در طول تکامل خود بازنمایی محاصره و کشتار صحرای کربلا محور اصلی آن بوده و هیچگاه ماهیت مذهبی‌اش را از دست نداده است (چلکووسی، ۱۳۶۷: ۹). تعزیه، نمایشی مذهبی و غم‌انگیز است که به سوگواری مصایب اهل بیت می‌پردازد. در واقع، شبیه‌گردانی یا شبیه

۱- این نوع گردشگری مخفف چهار گونه گردشگری خورشید، شن، دریا و سکس می‌باشد. (Sun – sand – sea – sex)

خوانی یا تعزیه، نمایشی بوده است در اصل بر پایه قصه‌ها و روایات مربوط به زندگی و مصایب خاندان پیامبر اسلام و خصوصاً وقایع و فجایعی که در ماه محرم سال ۶۱ هجری در کربلا برای امام حسین (ع)، خاندان و یارانش پیش آمد (بیضایی، ۱۳۷۹: ۱۱۳). تعزیه رفتاری است آیینی - نمایشی که با ساخت و پرداختی تاریخی - دینی ریشه در رفتارها و مناسک آیین کهن ایرانی دوانده و ویرایشی از اسطوره‌ها و داستان‌های ایرانی گرفته است. با دقت نظر در تعریف فوق می‌توان به این نکته دست یافت که تعزیه پیوند ناگسستنی میان تاریخ، دین و آیین است. این پیوند پیش از اسلام میان این سه ایجاد شده و به شکل غربی با پندارهای مردم و باورهای آن گره خورده و به همین دلیل است که می‌توان تعزیه‌خوانی (شبه‌خوانی) را هنری دینی قلمداد کرد (یاراحمدی، ۱۳۸۸: ۶۷). نطفه نمایش تعزیه، در همین آئین‌های عزاداری بسته شد، زیرا که تنظیم داستانی اشعاری که درباره واقعه کربلا بود، زمینه دراماتیک را از لحاظ ادبی برای نمایش تعزیه در قرن دهم هجری فراهم می‌ساخت، بنابراین می‌توان این طور نتیجه گرفت که به نظم درآمدن داستان واقعه کربلا از سوی شاعران و جریان گرایش به سوی شاعران «نقش‌سازی» در روضه‌خوانی، زمینه را جهت پدیدار شدن یک نمونه کامل تظاهر نمایشی - دینی یعنی تعزیه فراهم ساخت و آنچه باقی می‌ماند، پیمودن راهی کوتاه از لحاظ زمانی و انجام تحولی عظیم از نظریه‌های نمایشی بود (ملک‌پور، ۱۳۶۳: ۲۱۳). یگانه نمایش سنتی - مذهبی ایران است که ارزش‌های اجتماعی و فلسفی جامعه ایران در این هنر تجسم یافته است. مضمون تعزیه رویارویی و کشمکش میان دو نیروی خیر و شر است، اما آنچه آن را از تراژدی غرب جدا می‌سازد این است که کشمکش در تعزیه برخلاف تراژدی به نفع اشقیاست زیرا که برنده واقعی در این باور اولیا هستند. تماشاگر تعزیه موقعیت تاریخی و اجتماعی خواست‌های سرکوب شده خودش را در تعزیه می‌بیند، به همین دلیل تعزیه تنها شکل هنری است که میان ارزش‌های هنری و پیش فلسفی و اجتماعی آن هماهنگی وجود دارد (احمدزاده، ۱۳۸۶: ۲۰). مشابه چنین نمایش‌هایی در مسیحیت به نام پاسیون نیز وجود دارد، اما پرداختن به جنبه سرگرم کننده تعزیه سبب شد که بخش‌های دیگری نیز به آن افزوده شود. در این نمایش‌ها، آنچه همواره مورد توجه بوده، پرداختن به جنگ میان خیر و شر، حق و باطل و همچنین لعن ابدی ظالم است و «با یک دید کلی، متضمن رابطه انسان و نیروهای مافوق طبیعت از یکسو،

ستیز دائم بین نیروهای خوب و شرور از سوی دیگر و نیز استناد به اخلاقیات برای رسیدن به سعادت است» (سرسنگی، ۱۳۸۴: ۹۹). گردشگری نمایش مذهبی که یکی از گونه های گردشگری مذهبی است. مراسم مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادات مردم جامعه دارد، از نمونه های جریاناتی هستند که ایجاد جاذبه می کنند. بسیاری از کشورها این گونه مراسم را به عنوان یک رخداد احیا می نمایند و از طریق برپایی فستیوال ها^۱ (جشنواره) و کارناوال ها^۲ (کاروان شادی) به آنها رونق داده، به طوری که جذابیت آنها بیشتر نمود پیدا می کند. در کشور ایران مراسم ایام محرم (تاسوعا و عاشورا) یکی از نمونه های مراسم فرهنگی - مذهبی مسلمانان شیعه بوده که بیانگر فرهنگ و مذهب آنان می باشد و هر ساله در قالب یک حرکت و جریان مردمی برگزار می شود. این مراسم قابلیت آن را دارد که به صورت یک رخداد در قالب کاروان غم به کشورهای غیرمسلمان معرفی گردد تا امکان جذب گردشگران خارجی را فراهم آورد (قادری، ۱۳۸۸: ۷۷). این تئاتر ویژه، یک تجلی ملی و اعتقادی «شیعی - ایرانی» بوده که در هویت و قلب ملت ایران جای ویژه و مجذوبیت داشته است (سعیدی، ۱۳۶۴: ۵). سوگ سیاوش که قدمت آن به سه هزار سال پیش از میلاد مسیح برمی گردد از جمله نمایش های تراژدی مهم ایران پیش از اسلام می باشد. در تواریخ مختلف به نوحه سرایی سیاوش و استقبال مغان خصوصاً در دوره ساسانیان از این مراسم یاد شده است (احمدزاده، ۱۳۸۶: ۲۲). تاریخ دقیق پیدایش نمایش تعزیه به درستی معلوم نیست، اما دو نکته مسلم است: اول این که تعزیه محصول تکامل تدریجی و طولانی است که در طول زمان شکل گرفته است و حاصل خلاقیتی آنی و شکل گیری توسط فردی معین نیست، دوم آنکه؛ تقریباً مسلم به نظر می رسد که نمایش تعزیه، نتیجه تکامل سایر مراسم سوگواری، مانند روضه خوانی، شبیه سازی، شمایل گردانی، و همچنین فرم های نمایشی، مانند نقالی است (ملک پور، ۱۳۸۱: ۱۱). در آغاز سده شانزدهم میلادی، تشیع، توسط شاهان صفوی، مذهب رسمی کشور اعلام شد؛ مراسم سالانه جان باختن امام حسین (ع) که نمایش تعزیه از دل آن پدید آمده، مورد حمایت دربار واقع شد (چلکووسی، ۱۳۶۷: ۱۴) در همین دوره صفویه با توجه به حمایت حکومت از این مذهب و علاقه باطنی و قلبی مردم به خاندان علی (ع)،

1- Festival

2- Carnival

روضه‌خوانی ارج و قربی دیگر یافت از سوی دیگر مراسم روضه‌خوانی و عزاداری جنبه تشریفاتی و رسمی به خود گرفت و با مراسمی دیگر همراه شد مراسمی که کم‌کم راه را برای تجلی هنر ملی و مذهبی تعزیه هموار کرد که از آن جمله سینه‌زنی و نوحه ضمن روضه‌خوانی و دستجات برای سینه‌زنی در کوی و برزن به راه افتاد (همایونی، ۱۳۶۸: ۱۷). شکل متکامل و نمایشی تعزیه در نیمه قرن نوزدهم میلادی و به خصوص متقارن با سلطنت ناصرالدین شاه قاجار و برپایی «تکیه دولت» پدیدار می‌گردد (ملک‌پور، ۱۳۸۱: ۹).

ارتباط خاص تماشاگران تعزیه با نمایش، مورد ملاحظه مفسرانی است که درباره این سنت قلم‌فرسایی می‌کنند. این ارتباط در زمینه سنن تئاتری غرب جلوه‌ای خاص دارد زیرا تماشاگران هم در بطن این نمایش قرار دارند و هم در بیرون آن، آنها هم در صحرای کربلا هستند و به‌گونه‌ای نمادین نقش لشکریانی که امام حسین (ع) و یاران او را در محاصره گرفته‌اند را بازی می‌کنند و هم در عین حال، در جهان واقعی خود به‌خاطر این واقعه سوگواری می‌نمایند (چلکووسی، ۱۳۶۷: ۴۷). گروه‌های شبیه‌خوان نیز به دو دسته موافق‌خوان/مخالف‌خوان، مظلوم‌خوان/یزیدخوان، عباس‌خوان/شمرخوان تقسیم می‌شوند. این مسأله خواه‌ناخواه مفهومی اجتماعی به تعزیه می‌دهد که در آن گروهی پیرو حق هستند و گروهی دیگر طرفدار باطل که به زور حقوق اجتماعی گروه دیگر را سلب می‌کنند و این همان بعد اجتماعی - سیاسی مذهب شیعه است (احمدزاده، ۱۳۸۶: ۲۴). چرا ائمه دین این همه تأکید کردند که مجلس عزا به پا دارید؟ به‌خاطر اینکه امام حسین در راه حق کشته شد، در راه مبارزه با باطل کشته شد، ائمه دین خواستند مکتب حسین در دنیا باقی بماند. شهادت حسین به صورت یک مکتب مبارزه حق با باطل برای همیشه باقی بماند (مطهری، ۱۳۶۹: ۲۵۱). با توجه به اینکه تعزیه تنها نمایش بومی جهان اسلام و تنها نمایش ملی - مذهبی کشور ایران می‌باشد؛ که ریشه در سنن ایرانی و مذهب شیعه دارد با بهره‌گیری از تکنیک SWOT قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات آن مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

تکنیک SWOT

یکی از مناسب‌ترین فنون برنامه‌ریزی و تجزیه و تحلیل استراتژیک، ماتریس SWOT (تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات) است که امروز به عنوان ابزاری نوین

برای تحلیل عملکردها مورد استفاده طراحان و ارزیابان استراتژی قرار می‌گیرد. بنابراین در این تحقیق، از این روش استفاده شده است قلمرو ماتریس SWOT وسیع و گسترده است و در واقع یک چهارچوب مفهومی برای تحلیل‌های سیستمی محسوب می‌شود که امکان بررسی عوامل و مقایسه تنگناها، تهدیدات، جنبه‌های آسیب‌زننده، فرصت‌ها، تقاضاها و موقعیت‌های محیط بیرونی را همراه با نقاط قوت و ضعف استراتژی به وجود می‌آورد. البته ترکیب و تلفیق این عوامل با یکدیگر در واقع، مبنای تدوین چهار نوع استراتژی به شرح زیر می‌باشد (جدول شماره ۱).

تلفیق نقاط قوت و فرصت SO، تلفیق نقاط قوت و تهدید ST، تلفیق نقاط ضعف و فرصت WO، تلفیق نقاط ضعف و تهدید WT

جدول شماره (۱) تحلیل مدل SWOT

SOWT	محیط داخلی		
	فرصت (O)	قوت (O)	ضعف (W)
محیط خارجی	تهدید (T)	SO راهبرد رقابتی/تهاجمی	WO راهبر بازنگری
		ST راهبرد تنوع	WT راهبرد تعادلی

ماخذ: نگارندگان

این استراتژی‌ها می‌توانند چارچوب انتخاب‌های استراتژیک برای ممیزی استراتژیک را فراهم سازند. کاربرد فنون مذکور در کشورهای مختلف، پتانسیل‌ها و توانمندی‌های رویکرد موثر و قابلیت‌ها و اثربخشی‌های تحلیلی روش SWOT به عنوان یکی از کارآمدترین فنون ممیزی استراتژیک را اثبات کرده است (نوری، ۱۳۸۵: ۲۱).

تحلیل تعزیه به‌عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی با مدل SWOT

برای تهیه و ساخت جدولی از عوامل خارجی و داخلی و چگونگی تأثیرگذاری آن‌ها بر کارکردهای تعزیه به‌عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی ایران و تحلیل آن، مراحل پنج‌گانه زیر انجام گرفته است:

- در ستون یک (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات)، مهم‌ترین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای فرا روی تعزیه به‌عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی را به تفکیک احصا نموده‌ایم.

- در ستون دو (وزن)^۱، به هر یک از عوامل و بر اساس اثر احتمالی هر یک از آنها بر موقعیت راهبردی تعزیه براساس نتایج یافته‌های حاصل از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود، وزن می‌دهیم. هر چقدر وزن بیشتر باشد، تاثیر بر موقعیت کنونی و آینده آن سیستم بیشتر خواهد بود (جمع ستون دو بدون توجه به تعداد عوامل، ۱ است).

- در ستون سه (درجه بندی)، به هر عامل و بر اساس اهمیت و موقعیت کنونی تعزیه و بر اساس طیف لیکرت، امتیازی از ۵ (بسیار خوب) تا ۱ (بسیار ضعیف) بر اساس نتایج حاصل از شناخت و تجزیه تحلیل وضع موجود، می‌دهیم. این درجه بندی نشان می‌دهد که تعزیه چگونه به هر یک از عوامل خارجی پاسخ می‌دهد.

- در ستون چهار (امتیاز وزنی)، وزن را در درجه هر عامل ضرب می‌کنیم (ستون ۲ ضرب در ستون ۳) تا به این وسیله امتیاز وزنی آن به‌دست آید. به این ترتیب برای هر عامل، یک امتیاز وزنی به‌دست می‌آید، که این امتیاز برای کل عامل‌ها به‌طور متوسط عدد ۳ است.

- سرانجام امتیازات وزنی تمام عوامل خارجی و داخلی در ستون ۴ را به‌طور جداگانه با یکدیگر جمع زده و امتیاز وزنی نهایی را محاسبه می‌کنیم. امتیاز وزنی کل نشان می‌دهد که یک سیستم چگونه به عوامل و نیروهای موجود و بالقوه در محیط بیرونی‌اش پاسخ می‌دهد. چنانکه اشاره شد، همیشه متوسط امتیاز وزنی کل در یک سیستم و در یک زمینه، عدد ۳ است. چنانچه بالاتر از آن باشد، اهمیت آن بیشتر و اگر کمتر از آن باشد از اهمیت و تأثیرگذاری کمتری برخوردار است (ابراهیم‌زاده، ۱۳۸۸: ۲۴۶).

یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از تحلیل تکنیک SWOT که از جدول شماره ۲ برمی‌آید، بیانگر آن است که

۱- وزن و درجه‌بندی هریک از عوامل مستخرج از پرسشنامه ارسالی برای پرسش‌شوندگان می‌باشد.

مهم‌ترین قوت‌ها از دیدگاه پرسش‌شوندگان (دانشجویان برنامه‌ریزی صنعت توریسم، مدیریت جهانگردی و هنر) شامل؛ یگانه‌نمایش سنتی-مذهبی ایران با امتیاز وزنی ۴۵، ریشه در باورها و اعتقادات مردم با امتیاز وزنی ۴۰/۰ و ارزش معنوی و هنری اجرای آن برای بازیگران با امتیاز وزنی ۳۲/۰ می‌باشند. مجموع امتیاز نهایی نقاط قوت ماتریس ارزیابی عوامل داخلی ۳/۴۱ به دست آمده که آن هم تا حدودی به معنای تأثیر بالای نقاط قوت در تعزیه به‌عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی می‌باشد.

جدول (۲) نقاط قوت بررسی شده در تحلیل تعزیه به‌عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی

امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن	قوت‌ها
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	وجود سمبل‌ها در تعزیه
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	مکان و زمان در تعزیه معنا ندارد، مکان همه‌جا و زمان یک لحظه میان آفرینش و رستاخیز است
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	وجود رنگ با معنای خاص در تعزیه
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	عدم تطبیق ماه‌های قمری با ماه‌های شمسی برای برگزاری تعزیه‌های عاشورا در فصول مختلف سال
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	وجود انواع تعزیه (شاد و غمگین)
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	فضای نمایش، فضایی خالی و تهی از هرگونه آذین‌بندی تئاتری است
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	آگاه بودن اشقیا به شقی بودن خود و معصوم بودن خاندان پیامبر در متن نمایش
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	تعزیه روایت واقعیات تاریخی است
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	تنها نمایش بومی جهان اسلام
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	وجود تعزیه سیار (روی گاری و تریلی) و ثابت (تکایه، حسینیه‌ها، سالن‌ها و میادین)
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	مضمون تعزیه رویارویی دو نیروی خیر و شر است
۰/۴۰	۵	۰/۰۸	تعزیه ریشه در باورها و اعتقادات مردم دارد
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	وجود موسیقی در تعزیه
۰/۴۵	۵	۰/۰۹	یگانه‌نمایش سنتی - مذهبی ایران
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	فضای مناسب سالن‌های مخصوص تعزیه

۰/۲۵	۵	۰/۰۵	تعزیه دارای متون مکتوب می‌باشد
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	ارزش معنوی و هنری اجرای آن برای بازیگران
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	در تعزیه ارتباط خاص تماشاگر با تعزیه وجود دارد
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	محتوای نمایش شامل سه بخش «حماسی-رزمی»، «ملی-رزمی» و «ترازادی- مرثیه» است
۳/۴۱		۱	جمع

نتایج حاصل از تحلیل تکنیک SWOT که از جدول شماره ۳ برمی‌آید، بیانگر آن است که مهم‌ترین ضعف‌ها از دیدگاه پرسش‌شوندگان (دانشجویان برنامه‌ریزی صنعت توریسم، مدیریت جهانگردی و هنر) شامل: از دست دادن پیشکسوتان تعزیه با امتیاز وزنی ۰/۷۵، نداشتن تالار و مکان‌های مناسب برای اجرای تعزیه با امتیاز وزنی ۰/۷۰، کمیاب بودن نسخ تعزیه و تعزیه‌نویس با امتیاز وزنی ۰/۶۵ می‌باشند. امتیاز نهایی ۴/۱ ضعف‌ها نشان‌دهنده تأثیر بسیار زیاد نقاط ضعف در ماتریس سوات می‌باشد.

جدول (۳) نقاط ضعف بررسی شده در تحلیل تعزیه به‌عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	ضعف‌ها
۰/۶۵	۵	۰/۱۳	کمیاب بودن نسخ تعزیه و تعزیه نویس
۰/۷۰	۵	۰/۱۴	نداشتن تالار و مکان‌های مناسب برای اجرای تعزیه
۰/۴۸	۴	۰/۱۲	عدم توجه بعضی از مسئولان به ارزش‌های معنوی و فرهنگی تعزیه
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	وجود خرافات در بعضی نسخ
۰/۱۸	۲	۰/۰۹	ادبیات ساده و عامیانه تعزیه
۰/۵۰	۵	۰/۱۰	عدم استفاده از فناوری‌های روز در اجرای تعزیه
۰/۷۵	۵	۰/۱۵	از دست دادن پیشکسوتان تعزیه
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	در حاشیه قرار گرفتن تعزیه
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	عدم توجه به تن صدا بازیگران در تعزیه
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	فاصله گرفتن هنرمندان از هنرهای سنتی
۴/۱		۱	جمع

نتایج حاصل از تحلیل تکنیک SWOT که از جدول شماره ۴ برمی آید، بیانگر آن است که مهم ترین فرصت ها از دیدگاه پرسش شوندگان (دانشجویان برنامه ریزی صنعت توریسم، مدیریت جهانگردی و هنر) شامل؛ جاوید نگه داشتن قیام امام حسین(ع) با امتیاز وزنی ۰/۷۰، انتقال پیام امام حسین (ع) به عنوان پیام برای جامعه بشریت با امتیاز وزنی ۰/۴۸، شاهرهای برای زدودن سموم تبلیغات منفی از دین مبین اسلام با امتیاز وزنی ۰/۳۶ می باشند. امتیاز وزنی ۳/۶۸ فرصت ها نشان دهنده تأثیرگذاری قوی فرصت ها در تعزیه به عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی می باشند.

جدول (۴) فرصت های بررسی شده در تحلیل تعزیه به عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	فرصت ها
۰/۴۸	۴	۰/۱۲	انتقال پیام امام حسین (ع) به عنوان پیام برای جامعه بشریت
۰/۷۰	۵	۰/۱۴	جاوید نگه داشتن قیام امام حسین(ع)
۰/۳۰	۵	۰/۰۶	همبستگی ملی - مذهبی
۰/۳۰	۳	۰/۱۰	ایجاد همبستگی بین ادیان
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	مرور بخش هایی از تاریخ اسلام
۰/۳۳	۳	۰/۱۱	احساس مباحث به فرهنگ و مذهب ایرانی - اسلامی
۰/۳۶	۴	۰/۰۹	شاهرهای برای زدودن سموم تبلیغات منفی از دین مبین اسلام
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	حضور تعزیه در محافل رسمی بین المللی
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	زدودن خرافات از متون تعزیه
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	شکوفای شدن استعداد های هنری در تعزیه
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	توسعه گردشگری فرهنگی
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	تعزیه، نماد نمایش مذهبی جمهوری اسلامی ایران
۳/۶۸		۱	جمع

نتایج حاصل از تحلیل تکنیک SWOT که از جدول شماره ۵ برمی آید، بیانگر آن است که مهم ترین تهدیدات از دیدگاه پرسش شوندگان (دانشجویان برنامه ریزی صنعت توریسم، مدیریت جهانگردی و هنر) شامل؛ تبدیل شدن نمایش ملی - مذهبی ایران به یک کالای مصرفی با امتیاز وزنی ۰/۷۲، تماس سطحی گردشگران با این نمایش به علت عدم شناخت

یا آگاهی نامناسب با امتیاز وزنی ۰/۵۲ و اجرای نامناسب تعزیه و خدشه‌دار شدن این نمایش ملی - مذهبی با امتیاز وزنی ۰/۴۵ می‌باشند. امتیاز وزنی ۳/۲۱ ضعف‌ها نشان‌دهنده قوت این عوامل در تأثیرگذاری تعزیه به‌عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی می‌باشند.

جدول (۵) تهدیدات بررسی شده در تحلیل تعزیه به‌عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	تهدیدات
۰/۵۲	۴	۰/۱۳	تماس سطحی گردشگران با این نمایش به علت عدم شناخت یا آگاهی نامناسب
۰/۴۵	۳	۰/۱۵	اجرای نامناسب تعزیه و خدشه‌دار شدن این نمایش ملی - مذهبی
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	استفاده از سالن‌های نامناسب برای نمایش تعزیه
۰/۳۶	۳	۰/۱۲	کمبود تسهیلات مناسب برای ارائه نمایش و برای گردشگران نمایش مذهبی
۰/۷۲	۴	۰/۱۸	تبدیل شدن نمایش ملی - مذهبی ایران به یک کالای مصرفی
۰/۳۳	۳	۰/۱۱	تبلیغات ناقص در معرفی تعزیه
۰/۴۲	۳	۰/۱۴	گنجانیدن تعزیه در یکی از سبک‌های تئاتر غربی
۰/۲۰	۲	۰/۱۰	تبلیغات غربیان برای بیان اینکه تعزیه از تراژدی یونانیان اقتباس شده
۳/۲۱		۱	جمع

راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO)

این مجموعه از تقابل نقاط قوت و فرصت‌ها بوجود آمده است. در این راهبردها از نقاط قوت برای بهره‌گیری هر چه بیشتر از فرصت‌های مهیا شده از سوی محیط بیرونی استفاده می‌شود. پتانسیل‌ها و قابلیت‌های نهفته و بالقوه‌اش را به حداکثر می‌رساند.

1(SO)- دعوت از هنرمندان غربی برای ایفای نقش در تعزیه در مناسبت‌های مختلف و

در طول سال؛

2(SO)- برپایی فستیوال‌ها و کارناوال‌ها؛

(SO)3- استفاده از فناوری‌ها در تبلیغات مانند ایجاد سایت‌های اینترنتی به زبان‌های مختلف و استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای...

(SO)4- ایجاد موزه تعزیه؛

(SO)5- برگزاری سخنرانی‌ها برای بیان روایات تاریخی با امکانات ترجمه در زمان اجرای تعزیه؛

(SO)6- معرفی تعزیه به‌عنوان نمایش ملی-مذهبی ایران و منحصر به فرد بودن تعزیه برای ایجاد انگیزش در گردشگران.

راهبردهای تنوع (ST)

این مجموعه از تقابل نقاط قوت درونی با تنگناها و تهدیدات بیرونی شکل می‌گیرد در این راهبردها از نقاط قوت درونی جهت کاهش یا رفع خطرات و تهدیدات محیط خارجی استفاده می‌شود.

(ST)1- معرفی صحیح تعزیه و انجام تبلیغات مناسب؛

(ST)2- آگاه کردن مردم جامعه برای حفظ ارزش‌های معنوی؛

(ST)3- اجرای تعزیه در مکان‌های عمومی به سبک تئاتر خیابانی؛

(ST)4- ساخت سالن‌های مناسب برای تئاتر با سکوی نمایش در مرکزیت سالن؛

(ST)5- پذیرش دانشجویان خارجی برای تحصیل تعزیه در ایران؛

راهبردهای تدافعی (WT)

این راهبردها از تقابل و تعامل نقاط ضعف درونی منطقه و تهدیدات خارجی شکل می‌گیرد. این راهبردها تلاش می‌کنند تا از میزان ضعف و نارسایی و تنگناهای درونی و تهدیدات خارجی کاسته شود. از طریق ترمیم نقاط ضعف برای برون رفت از تهدیدات خارجی استفاده می‌کند که در جدول شماره (۵) سه استراتژی ارائه شده است.

1(WT)- تأسیس آموزشکده‌های تعزیه، قرار دادن واحدهای درسی برای دانشجویان رشته تئاتر؛

2(WT)- تبدیل تعزیه به یک گرایش مستقل در هنرهای نمایشی؛

3(WT)- ایجاد پژوهش‌های دانشگاهی برای جلب توجه مسئولان.

راهبردهای بازنگری (WO)

این مجموعه از تقابل نقاط ضعف درونی با فرصت‌های محیط بیرونی شکل می‌گیرد. بر اساس این مجموعه راهبردها با کاستن از نارسایی‌ها و نقاط ضعف درونی میزان استفاده و بهره‌مندی از فرصت‌های بیرونی را ارتقا می‌بخشد. که در جدول شماره (۶) هفت استراتژی ارائه شده است.

1(WO)- زدودن از خود بیگانگی فرهنگی - مذهبی؛

2(WO)- بازخوانی و باز تفسیر درست منابع؛

3(WO)- برگزاری همایش‌های تعزیه؛

4(WO)- تلاش برای ثبت جهانی تعزیه؛

5(WO)- جمع‌آوری خاطرات تعزیه‌خوان‌ها و استفاده از تجربیات ارزشمند آنها؛

6(WO)- دعوت از شعرای به نام آیینی برای نوشتن متون تعزیه؛

7(WO)- تأسیس بنیاد تعزیه.

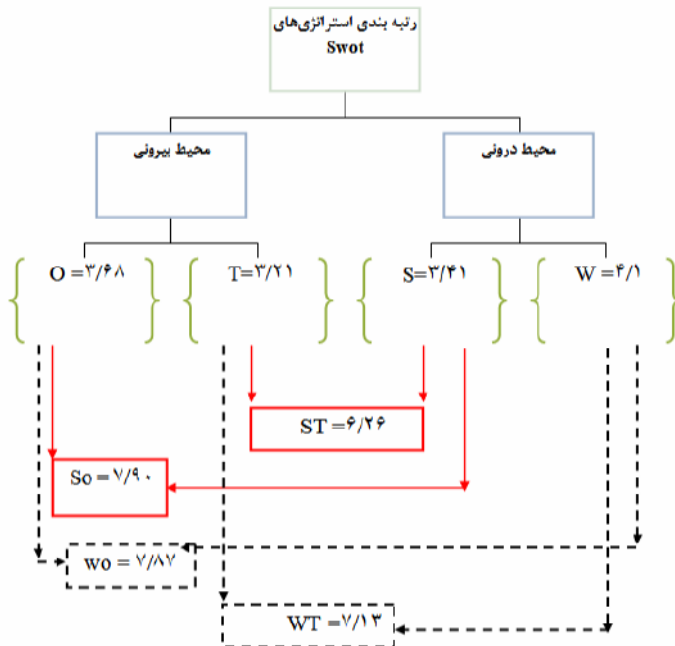
اولویت‌بندی استراتژی‌ها

از مقایسه عوامل داخلی و خارجی در ماتریس SWOT استراتژی‌های برتر از میان این استراتژی‌های اولیه انتخاب گردید. فرایند اولویت‌بندی استراتژی‌های مهم‌تر تحلیل تعزیه به‌عنوان پتانسیل گردشگری مذهبی ایران در دو گام زیر صورت پذیرفت.

گام اول: اولویت‌بندی عوامل چهارگانه SWOT (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات):

در این مرحله امتیازهای وزنی هریک از عوامل مورد بررسی قرا گرفت بدین شرح که؛ نقاط ضعف با امتیاز وزنی ۴/۱ رتبه اول، فرصت‌ها با امتیاز وزنی ۳/۶۸ رتبه دوم، قوت‌ها با امتیاز وزنی ۳/۴۱ رتبه سوم و در نهایت تهدیدات با امتیاز وزنی ۳/۲۱ رتبه چهارم را به خود اختصاص دادند.

گام دوم: اولویت‌بندی استراتژی‌های برتر: به‌طور کلی اولویت‌ها و رتبه‌های گام اول تعیین‌کننده استراتژی‌های برتر می‌باشد. از این رو استراتژی‌های برتر و رهگشا با توجه به نمودار شماره (۱) از ترکیب عوامل چهارگانه SWOT به‌دست می‌آیند، با توجه به این که در این نمودار میانگن عوامل دو به دو با هم جمع شده‌اند. با توجه به نمودار شماره ۱، استراتژی‌های SO رتبه اول، استراتژی‌های WO رتبه دوم، استراتژی‌های WT رتبه سوم و استراتژی‌های ST دارای رتبه چهارم می‌باشند.



نمودار (۱) نحوه تولید استراتژی‌ها و بدست آوردن استراتژی‌های برتر

روش‌های تحقق استراتژی‌ها

استراتژی 1(SO)- برای دعوت از هنرمندان غربی می‌توان از روش‌های تئاتری مشترک استفاده کرد که تعزیه با همکاری بازیگران دو کشور اجرا شود.

استراتژی 2(SO)- برپایی مراسم تاریخی تعزیه و کاروان‌های سینه‌زنی در کشورهای دیگر.

استراتژی 3(SO)- استفاده از شبکه ماهواره‌ای العالم در جهت تبلیغات تعزیه.

استراتژی 4(SO)- ایجاد موزه تعزیه در شهرهای مشهد و قم.

استراتژی 5(SO)- برگزاری سخنرانی‌های مرتبط با تعزیه با امکانات ترجمه در سالن‌های نمایش برای گردشگران خارجی.

استراتژی 6(SO)- معرفی سنن ایرانی و مذهب شیعه و معرفی آمیختگی این دو در تعزیه برای معرفی آن بعنوان نمایش ملی - مذهبی ایران

استراتژی 1(ST)- معرفی خاستگاه تعزیه و انجام تبلیغات تأثیرگذار.

استراتژی 2(ST)- آشنا کردن مردم با تعزیه اصیل و شناساندن خرافات به مردم.

استراتژی 3(ST)- اجرای تعزیه در میداين و پارک‌ها.

استراتژی 4(ST)- ساخت سالن‌های مخصوص تعزیه در مرکز همه استان‌ها.

استراتژی 5(ST)- با توجه به اینکه تعزیه نمایش بومی ایران است می‌توان از فنون تبادل دانشجو برای پذیرش دانشجوی تعزیه اقدام نمود.

استراتژی 1(WT)- قرار دادن واحدهای مستقل تعزیه برای دانشجویان تئاتر و هنرهای نمایشی.

استراتژی 2(WT)- تبدیل تعزیه به یک گرایش مستقل در دانشکده هنر دانشگاه تهران.

استراتژی 3(WT)- ارائه پژوهش‌های تعزیه و به‌کارگیری فنون جدید برای ارائه پژوهش‌های قوی و کاربردی.

- استراتژی 1(WO) - آگاه سازی مردم از فرهنگ غنی ایرانی - اسلامی برای زدودن از خود بیگانگی فرهنگی - مذهبی.
- استراتژی 2(WO) - دعوت از متخصصان تعزیه برای بازخوانی و باز تفسیر منابع.
- استراتژی 3(WO) - برگزاری همایش های تعزیه در ماه عاشورا.
- استراتژی 4(WO) - ارائه مدارک معتبر از تعزیه و تلاش مسئولان برای ثبت تعزیه بعنوان یکی از آثار فرهنگی - مذهبی ایران.
- استراتژی 5(WO) - طراحی کتاب خاطرات تعزیه خوان ها.
- استراتژی 6(WO) - طراحی کتاب های جدید از تعزیه با دعوت از شعرای به نام آیینی.
- استراتژی 7(WO) - تاسیس بنیاد تعزیه در جهت حفظ ارزش ها و اهداف آن.

نتیجه گیری

تفکر آشنایی با هنر و فرهنگ ایران می بایست در سیستم گردشگری ایران جای باز کند. امروزه تبلیغات گردشگری ما در صحنه های جهانی، محدود به دیدار از مکان های فرهنگی و طبیعی است و کمتر به موضوعات دیگر پرداخته شده است. دفاتر خدمات مسافرتی می توانند تئاتر را در آخر برنامه های دیدار از شهر بگنجانند و توجه گردشگران خارجی را به هنر و فرهنگ سرزمین مان جلب کنند. برنامه های نمایشی در ایران از تنوع و اصالت قابل توجهی برخوردارند که قادرند لحظات به یاد ماندنی ای را برای گردشگران به ارمغان بیاورند. در یک کلام، نقالی، پرده خوانی، سیاه بازی، چاووشی خوانی، خیمه شب بازی و نمایش های تخت حوضی علاوه بر آیین های تعزیه، ارزش هنری و فرهنگی کشورمان را برای گردشگران روشن می سازند. تعزیه یکی از برجسته ترین هنرهای نمایشی و ملی ایران ما محسوب می شود که در اقصی نقاط عالم در بین انسان های حق طلب طرفداران بی شماری دارد. و برای معرفی بیشتر آن به مردم نیاز به تبلیغات و اطلاع رسانی دارد. در گردشگری مذهبی، تبلیغات جایگاه مهمی دارد، گردشگران از نحوه دسترسی به مقصد آگاهی می یابند، با تبلیغات و اطلاع رسانی تعزیه گردشگران مذهبی که با این هنر ملی آشنا نیستند، آن را خواهند شناخت و دلیل ارجحیت آن را نسبت به دیگر نمایش های مذهبی درمی یابند. تعزیه

به دلیل فقدان اطلاع‌رسانی و تبلیغات مدرن «چنان که باید در محافل رسمی - فرهنگی شناخته شده نیست.

نتایج تحقیق نشان داد که بررسی تعزیه به‌عنوان یکی از پتانسیل‌های گردشگری مذهبی با بهره‌گیری از تکنیک SWOT دارای ۱۹ قوت، ۱۰ ضعف، ۱۲ فرصت و ۸ تهدید می‌باشد. پس از بررسی تأثیرات متقابل آنها بر یکدیگر و از یکدیگر و تحلیل آنها، در نهایت ۲۱ استراتژی متناسب با آنها استخراج و ارایه گردید که شامل ۶ استراتژی رقابتی/تهاجمی، ۵ استراتژی تنوعی، ۳ استراتژی تدافعی و ۷ استراتژی بازنگری می‌باشد. در رتبه‌بندی استراتژی‌ها، استراتژی‌های SO رتبه اول، استراتژی‌های WO رتبه دوم، استراتژی‌های WT رتبه سوم و استراتژی‌های ST دارای رتبه چهارم می‌باشند.

منابع

- ۱- آبادی، علی (۱۳۶۱)، «پژوهشی در تعزیه و تعزیه خوانی»، *مجله هنر*، شماره ۲.
- ۲- ابراهیم زاده، عیسی؛ کاظمی زاد، شمس اله؛ قنبری، حکیمه و اسکندری ثانی، محمد (۱۳۹۰)، «برنامه ریزی استراتژیک SWOT توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری مذهبی، مورد مطالعه: شهر قم»، *فصلنامه پژوهش های جغرافیایی انسانی*، شماره ۷۶، دانشگاه تهران.
- ۳- احمدزاده، شیده (۱۳۸۶)، «بررسی تطبیقی قهرمانان تعزیه و تراژدی»، *پژوهشنامه علوم انسانی*، شماره ۵۴.
- ۴- بدیعیان، راضیه و علی نوروزی (۱۳۸۸)، «تربیت دینی در سیره امام حسین (ع) در واقعه عاشورا»، *مجله دندانپزشکی جامعه اسلامی دندانپزشکان*، شماره ۳.
- ۵- بیضایی، بهرام (۱۳۷۹)، «ماهیت در ایران»، انتشارات روشنگران، تهران.
- ۶- پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۶)، «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)»، انتشارات سمت، تهران.
- ۷- تقوایی، مسعود؛ موسوی، سیدعلی و یونس غلامی بيمرغ (۱۳۸۹)، «تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی شهرستان نورآباد ممسنی)»، *فصلنامه فضای جغرافیایی*، شماره ۳۱.
- ۸- جمعی از نویسندگان مجله فقه (۱۳۸۷)، «جهانگردی در فقه و تمدن اسلامی»، قم، انتشارات بوستن کتاب.
- ۹- چلکووسی، پیتز (۱۳۶۷)، «تعزیه هنر بومی پیشرو ایران»، ترجمه داوود حاتمی، انتشارات علمی و فرهنگی.
- ۱۰- حیدری، رحیم (۱۳۸۷)، «مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری»، انتشارات سمت، تهران.
- ۱۱- جردن، ت.؛ راوتری و. (۱۳۸۰)، «مقدمه ای بر جغرافیای فرهنگی»، ترجمه سیمین تولایی و محمد سلیمانی، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران.
- ۱۲- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۶)، «جغرافیا و صنعت گردشگری»، انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران.

- ۱۳- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵)، «**مبانی گردشگری و اکوتوریسم پایدار (با تأکید بر محیط زیست)**»، انتشارات دانشگاه علامه، تهران.
- ۱۴- سرسنگی، مجید (۱۳۸۴)، «نسبت تئاتر دفاع مقدس و نمایش مذهبی، هنرهای زیبا»، **نشریه علمی پژوهشی دانشکده هنرهای زیبا**، دانشگاه تهران، شماره ۲۳.
- ۱۵- شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۸۵)، «**تحلیل پدیدارشناختی تعزیه، شیعه‌شناسی**»، شماره ۱۴.
- ۱۶- طیبی، سیدکمیل؛ بابکی، روح‌اله و جباری، امیر (۱۳۸۶). «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی ایران»، **پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی**، شماره بیست و ششم.
- ۱۷- کوئن، بروس (۱۳۸۰)، «**مبانی جامع‌شناسی**»، ترجمه غلامعباس توسلی و رضا فاضل، سمت.
- ۱۸- قادری، اسماعیل؛ عزتی، غزاله و شقایق حافظی‌زاده (۱۳۸۸)، «**راهکارهای استفاده از مراسم تاسوعا و عاشورا به عنوان پتانسیل گردشگری فرهنگی - مذهبی در محدوده بخش تهران مرکزی**»، **مجله فضای جغرافیایی**، سال نهم، شماره ۲۸.
- ۱۹- لانکوار، روبر (۱۳۸۱)، «**جامعه‌شناسی جهانگردی و مسافرت**»، ترجمه صلاح‌الدین محلاتی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- ۲۰- لزگی، حبیب‌الله و زهرا نوحی (۱۳۸۴)، «**بررسی تشابهات تعزیه امام حسین (ع) و فیلم مصایب مسیح (ساخته مل گیسون)**»، **نشریه هنرهای زیبا**، شماره ۲۲.
- ۲۱- مطهری، مرتضی (۱۳۶۹)، «**ده گفتار**»، انتشارات صدرا، تهران.
- ۲۲- ملک‌پور، جمشید (۱۳۶۳)، «**دبیات نمایشی در ایران**»، (جلد اول)، انتشارات نو.
- ۲۳- ملک‌پور، جمشید (۱۳۸۱) «**جنگ شعاع (تعزیه‌نامه‌های کتابخانه ملک)**»، تصحیح محمدرضا خاکی، جمشید ملک‌پور، موسسه فرهنگی گسترش هنر با همکاری مرکز مطالعات و تحقیقات هنری، تهران.
- ۲۴- مختاباد، سیدمصطفی (۱۳۸۷)، «**گسترش تعزیه ایرانی در جهان اسلام**»، **مجله هنر**، شماره ۴۲ و ۴۳.

۲۵- میرزایی، فرامرز (۱۳۸۳)، «قیام امام حسین (ع) و شعر نو معاصر عربی»، علوم انسانی دانشگاه الزهرا (س)، شماره ۵۲.

۲۶- هادیانی، زهره؛ احدنژاد روشتی، محسن و شمس‌الله کاظمی‌زاد (۱۳۸۹)، «بررسی اثرات اقتصاد گردشگری در شهرهای مذهبی موردشناسی: کلانشهر قم»، چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیادانان جهان اسلام.

۲۷- همایونی، صادق (۱۳۶۸)، «تعزیه در ایران»، انتشارات نوید، شیراز.

۲۸- همایونی، صادق (۱۳۶۸)، «تعزیه و تعزیه‌خوانی»، انتشارات جشن هنر.

۲۹- نوری، جعفر و همکاران (۱۳۸۵)؛ «ارزیابی زیست‌محیطی سیاست‌های استراتژیک توسعه صنعتی ایران با استفاده از رویکرد تحلیل و عوامل استراتژیک (SWOT)»، علوم تکنولوژی محیط زیست، شماره ۲۹.

۳۰- یاراحمدی، جهانشیر (۱۳۸۸)، «نقش و تأثیر زنان در تعزیه بوشهر»، مجله نمایش، شماره ۱۱۵ و ۱۱۶.

31- Ajit, Kiran, Shinde (2004), "Quest for Good Governance. Contribution Find Potential of Religious Institutions as Stakeholders", Organized by the Monash Governance Reserch Unit& Monash Institute for Study of Global Movement 27 August.

32- Santos, Maria Da Graca Mougá Pocas (2004), "Fatina: Religious Tourism in a Sanctuary-City".

33- Icep (1997), "Religious Tourism", Turismo-Mercados Emissores, N. 12.