

تاریخ دریافت: ۹۵/۴/۱۲

تاریخ پذیرش: ۹۵/۹/۲۶

جایگاه و توسعه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان زنجان با تکیه بر پیشینه عرفانی

مهناز نوروزی^۱

امیر نجفی^۲

محمد مهدی رشیدی^۳

چکیده:

گردشگری عرفانی به عنوان یک واقعیت اجتماعی و فرهنگی، دارای وظایف و کارکردهای مثبت در جامعه می‌باشد. گردشگری معرفتی شاخه‌ای از گردشگری فرهنگی است که ارتباط مسقیم با عرفان دارد به طوری که شخص گردشگر سفری هدفمند را برای کسب معرفت یا دیدار از مکان‌های مقدس عارفانه آغاز می‌نماید. بازیابی روانی، آرامش روح، لذت بردن از فضای معنوی، مشاهده جلوه‌های مختلف آداب و رسوم، محصولات معنوی، تمایلات (عرفانی - روحانی)، جلای جان، خیر و برکت، صلح پایدار، کشف منابع و منافع، تحول اقتصادی و بازرگانی، کسب درآمد سرشار، اشتغال‌زایی، شناخت فرهنگ معنوی، احیای غرور ملی، منش فرهنگ (اسلامی - ایرانی)، پاسداشت میراث فرهنگی، شناخت شیوه‌های زندگی، حفظ منابع فرهنگی، بروز تبدلات فرهنگی، ارتباط و پیوند متقابل (میزبان و میهمان)، تعادل، تعامل، ترمیم، توسعه شهر و... از مهمترین کارکردها و اثرات مثبت این حوزه در جامعه می‌باشد. در این تحقیق به استخراج یک سری از عوامل تأثیرگذار بر گسترش و رشد صنعت گردشگری عرفانی در استان زنجان پرداخته شده است.

بنابراین با ارائه راهکارها و پیشنهادات درخصوص توسعه اکوسیستم کارآفرینی و ایجاد برنامه‌ریزی‌های صحیح مبتنی بر واقعیت و نیاز (میهمان و میزبان) رفع کمبود تسهیلات و خدمات، افزایش اعتماد و سرمایه اجتماعی بین جامعه محلی و گردشگران، ثبات، کنترل و نظارت دقیق در حوزه اقتصادی و خدمات رفاهی و بهداشتی و... می‌توان به راهکارهای توسعه و رفع موانع پیشرفت این حوزه در استان زنجان کمک بسیاری کرد.

کلید واژه‌ها:

توسعه فرهنگی، اکوسیستم کارآفرینی، گردشگری، گردشگری عرفانی، فضاهاى عرفانى.

^۱ - دانشجوی دکتری، پژوهشگاه شاخص‌پژوه اصفهان، اصفهان، ایران.

^۲ - دانشیار گروه مهندسی صنایع، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران. نویسنده مسئول:

asadnjf@gmail.com

^۳ - استادیار، موسسه مطالعات انرژی، تهران، ایران.

پیشگفتار

از دوران باستان تاکنون همواره سه انگیزه اصلی محرک انسان‌ها در تغییر موقت محل اقامت آنان و انجام سفرهای کوتاه یا بلند مدت بوده است: انگیزه‌های دینی، تفریحی، علاقه و کنجکاوی. (امینی: ۸۱) می‌توان ادعان داشت که در دوران باستان غالباً سفر مبتنی بر احساسات دینی و مذهبی بوده است و مردم برای دیدن اماکن مقدسه دست به سفرهای طولانی مدت می‌زدند. همین انگیزه چینی‌های پیرو بودا را برای سفر به هندوستان و پیمودن هزاران فرسنگ راه برانگیخته است. یونانیان و رومیان هم در دسته‌های بزرگ به معبد دلفی سفر می‌کردند تا به پیشگویی‌ها گوش دهند. حس کنجکاوی از جمله انگیزه‌های سفر است که همواره از دوران باستان وجود داشته و انگیزه سفرهای طولانی برای شناسایی آداب و رسوم و سنن قبایل و ملل دیگر بوده است. در قرون وسطی، زیارت و سفرهای مذهبی دوباره ارزش خود را بازیافت. چون اروپای قرون وسطی مصادف بود با توسعه مسیحیت که تشویق کننده افراد به سفر برای ادای فرایض دینی بود. (امینی: ۸۱)

واژه «اکوسیستم» به معنی نزدیکی با محیط است و در مورد روابط پیچیده میان ارگانیزم‌های زنده و محیط آن و تأثیر فعالیت‌های انسان بر این روابط است (christion, 2002) قرار دادن این دو واژه با یکدیگر، یک واژه جدید به نام اکوسیستم کارآفرینی خلق میکند که به عنوان عنصری اعم از افراد، سازمان‌ها یا نهادها تعریف می‌شود (curveball, 2012) مطالعات نشان می‌دهد اکوسیستم‌های کارآفرینانه با سرعت بالا تبدیل به ابزار عمومی در مطالعه جغرافیای کارآفرینی شده است. اکوسیستم‌ها مجموعه‌ای از دورنماهای فرهنگی متمرکز، شبکه‌های اجتماعی، حمایت مالی، دانشگاه‌ها و سیستم‌های اقتصادی فعالی هستند که محیط‌های حمایتی از فعالیت‌های خطیر مبتنی بر نوآوری را خلق می‌کند. (spinel, 2015)

در عرصه داخل کشور، رشد، توسعه و افزایش درآمد سرلوحه برنامه‌های رقابتی استان‌های مختلف می‌باشد. رقابت نیز در دو دسته کلی کالا و خدمات قابل تصور است. از جمله خدمات، خدمات گردشگری است که با توجه به درآمدهای کلانی که از این طریق قابل حصول است، چشم‌پوشی از آن امکان‌پذیر و معقول نیست. علی‌رغم اینکه درآمدهای بالقوه حاصل از گردشگری استانی می‌تواند نقشی اساسی را در افزایش توانمندی‌های رقابتی کشورمان در عرصه بین‌المللی و جهانی به همراه داشته باشد باید توجه داشت که امروزه گردشگری مانند سایر فعالیت‌های تولیدی و خدماتی نمی‌تواند به صورت سنتی پاسخگوی توقعات متقاضیان باشد. (باهر، شماره

اهمیت و نقش اقتصادی گردشگری نباید باعث غفلت از سایر ابعاد آن، به ویژه بعد فرهنگی شود. گرایش مردم جهان به یافتن آسان‌ترین و موثرترین راه برای گفتگوی فرهنگ‌ها سبب شده است تا نقش گردشگری در این تعاملات هر روز حیاتی‌تر شود. (کاظمی، ۱۳۸۵: ۷)

گردشگری فرهنگی شامل همه دیدارها از جاذبه‌های فرهنگی از جمله: موزه‌ها، مقبره‌های تاریخی، آرامگاه‌ها، مساجد و مکان‌های مذهبی و عرفانی و... می‌باشد. این نوع گردشگری در سال‌های اخیر از منابع فرهنگی سخت مانند ابنیه‌های تاریخی به منابع فرهنگی نرم مانند کارکردهای فرهنگی تغییر جهت داده است. گردشگری میراث به طور گسترده‌ای با میراث فرهنگی گذشته یا منابع فرهنگی سخت ارتباط دارد. از طرفی گردشگری معرفتی، شاخه‌ای از گردشگری فرهنگی است که ارتباط مستقیم با عرفان دارد که شخص گردشگر، سفری هدفمند را برای کسب معرفت یا دیدار از اشخاص و یا مکان‌های مقدس و عرفانی آغاز می‌نماید به این ترتیب شخص با همان نگاه و عقیده اولیه به هر نقطه قدم می‌گذارد تا بتواند به شناخت و معرفتی کامل دست یابد. (سیدصدر، ۱۳۷۷: ۴۷)

به هر حال مفاهیم فیزیکی و ریاضی، از فضا تنها به عنوان قسمت کوچکی از نیاز اساسی بشر را در مورد ایجاد ارتباط برآورده می‌کنند از این نظر باید سعی داشته باشیم، تا به مفاهیم فضا به وسیله جنبه‌های عاطفی، عرفانی، حرکات و اخلاق فزونی بخشیم. (سید صدر، ۱۳۷۷: ۱۵)

گردشگری و سیاحت (گردشگری عرفانی) می‌تواند یک تجربه درون‌گرایانه برای بازیابی روانی و لذت بردن از فضای معنوی برای گردشگر باشد و در دین اسلام سیاحت و سیر آفاق در برابر سیر انفس مورد اهتمام ویژه‌ای قرار دارد. با اندک تأملی بر آیات قرآن کریم و احادیث اسلامی به روشنی در می‌یابیم که «با سفر کردن می‌توان به مطالعه آفاق و انفس و کسب علم و تجربه، خداشناسی از طریق مردم‌شناسی و شناخت عظمت خلقت، اعتقاد به معاد، مطالعه سنت‌های غلط و ضد ارزش‌های اسلامی و اخلاقی و همچنین عبرت‌آموزی از سرگذشت پیشینیان پرداخت

(www.modiryar.ir)

یکی از راه‌های تقویت معنویت و ایجاد ارتباط با معبود، زیارت است. بر این اساس با تأکید بر این نوع گردشگری در استان زنجان می‌توان رونق و توسعه پایدار شهری را در تمام ابعاد برای چنین شهرهایی پایه‌گذاری کرد. این پیوند ناشی از عمق ذهن، لطافت قلب و کشش درونی می‌باشد. بنابراین می‌توان در ساختار جامعه مکان‌های عرفانی استان را قطب مهم ویگانه‌ای برای توسعه همه جانبه گردشگری آن هم از نوع فرهنگی (عرفانی - مذهبی) که عامل مهمی در توسعه پایدار و مستمر

ایران در سطح جهان اسلام است، نوعی پتانسیل همگرایی فرهنگی دانست. گردشگری عرفانی، شاخه‌ای از گردشگری است که ارتباط مستقیمی با عرفان دارد که شخص گردشگر سفری هدفمند را برای کسب معرفت و یا دیدار از اشخاص و یا مکان‌های مقدس و عارفانه، آغاز می‌نماید.

طرح مسأله

امروزه گردشگری عرفانی باعث شده است که مردم مناطق مختلف فارغ از هرگونه تنش‌های سیاسی و اجتماعی بتوانند فرهنگ‌ها و شیوه زندگی رایج میان قومیت‌های مذهبی یک منطقه یا قوم میزبان را بهتر درک کنند، افزایش در آمد محلی و اشتغال‌زایی برای جوامع محلی استان که در نتیجه آن رفاه و استقلال و عدم وابستگی آن به اقتصادی کلان و دیگر صنایع، شناسایی یکسری عوامل تاثیرگذار فضاهای عرفانی در صنعت گردشگری، شناسایی عوامل جانبی متاثر از فضاهای عرفانی، تقویت سازمان‌های غیردولتی، محلی خودجوش با هدف نهادینه کردن مشارکت‌های مردمی (بومی) استان در جهت توسعه صنعت گردشگری.

مرور مبانی نظری اکوسیستم کارآفرینی نشان می‌دهد نشان می‌دهد که اکوسیستم کارآفرینی یک الگوی رشد را برای کارآفرینان فراهم می‌کند و با تعیین شاخص‌ها و عناصر مرتبط، فرصت‌ها و تهدیدها را شناسایی کرده و زمینه را برای رشد فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم می‌کند (گزارش وزارت تعاون و کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۵)

در این مقاله سعی بر شناخت مهمترین پارامترهای ضرورت بخش گردشگری عرفانی در استان زنجان را داریم که چه می‌باشد؟ و از طریق ارائه راهکارها و پیشنهادات در زمینه آماده‌سازی و بهینه‌سازی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در منطقه استان زنجان و توسعه آن که دارای پتانسیل گردشگری عرفانی می‌باشند؛ و نقش مهمی در توسعه پایدار جامعه می‌تواند داشته باشد، مورد اهتمام قرار داده شده است.

اهمیت موضوع

گردشگری عرفانی یکی از اولویت‌ها و سیاست‌های مهم گردشگری حال حاضر منطقه استان زنجان می‌باشد، که می‌تواند نقش بسیار بارزی در گردشگری و همگرایی فرهنگی در جامعه را دارا باشد. این نوع گردشگری با چنین شاخص‌هایی در جامعه حال حاضر ایران با خود منافع و منافع کشف نشده‌ای را به همراه دارد که شانس تجاری و بازرگانی زیادی را برای استان زنجان می‌تواند ایجاد کند. در واقع توسعه گردشگری عرفانی علاوه بر اینکه موجب شناخت فرهنگ معنوی، تحول اقتصادی و بازرگانی، کسب درآمد سرشار، اشتغال‌زایی می‌شود،

می‌تواند با ارائه تمهیدات و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی ویژه، گام موثری بردارد. از سوی دیگر توسعه گردشگری عرفانی در احیای غرور ملی منطقه، منش فرهنگ، نقش بسیار مؤثری برای جامعه و مردم میزبان منطقه می‌تواند داشته باشد. مردم مناطقی که در حوزه خود از آداب و رسوم عرفی، زیارتی، جشن‌ها، عزاداری‌ها متنوع و متفاوتی برخوردار میباشند، برای احیای فرهنگ دینی خود تلاش می‌کنند تا گردشگران بسیاری را جذب کنند. در واقع در استان زنجان پتانسیل اماکن عرفانی و تاریخی نوعی اعتماد به نفس فرهنگی و دینی را به جامعه تزریق می‌کند. «گردشگری عرفانی از شاخص‌های فرهنگی است و هدف اصلی گردشگری فرهنگی (تماشا و مشاهده جلوه‌های فرهنگی یک مقصد از قبیل مراسم، رفتارها، نمایشنامه‌ها، نمایشگاه‌ها، مسابقات، هنرها، موسیقی‌ها، آن است؛ و در مناطق در حال توسعه اماکن عرفانی و کارگاه‌های صنایع دستی، از جمله جاذبه‌های فرهنگی برای گردشگران است. (کاظمی، ۱۳۸۷: ۲۷)

اکوسیستم‌ها قابل تقلید نیستند و در توسعه کارآفرینی باید مزیت‌های منطقه‌ای و کشوری مورد توجه قرار گیرد (Isenberg, 2011)

گردشگری عرفانی که ریشه در باورها و اعتقادات دینی و مذهبی گردشگران می‌تواند داشته باشد در قالب تخصصی خود فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت سوق یافته است در این نوع گردشگری عامل مهم جغرافیای انسانی در شکل‌گیری و مسافرت چنین نوع گردشگری و ایجاد نوعی تمرکز، و چشم‌انداز فرهنگی بسیار نقش موثر و با اهمیتی می‌تواند داشته باشد. در میان گردشگران عرفانی با تأکید بر چنین چشم‌انداز و عاملی با دو گروه گردشگر در این مناطق روبرو هستیم. (مومنی و همکاران، ۱۳۷۸: ۱۴)

استان زنجان

استان زنجان یا به پارسی میانه «زنگان»، با زیبایی‌های طبیعی و بناهای تاریخی می‌تواند مقصدی مناسب برای گردشگران باشد. استان زنجان یکی از استان‌های ایران است که در شمال غربی ایران قرار گرفته و از مناطق ترک‌نشین محسوب می‌شود. این استان دارای ۸ شهرستان و ۱۲۱۰ روستا است، آب و هوای کوهستانی و زمستان‌های سرد و دارای گونه‌های متفاوت حیوانات وحشی و پرندگان مهاجر که در فصل مجاز شکار گردشگران بسیاری را جذب می‌کند.

عارفان بزرگ و معروف استان زنجان

حکیم هیدجی (عارف شهیر ایرانی و فیلسوف)،

رکن الدین سجاسی (پیر شمس تبریزی)،

اخی فرج زنجانی از عرفای قرن پنجم هجری،

حاج شیخ محمود عتیق زنجانی (معروف به ملا آقا جان)،
عبدالرحیم ابن عبدالقاهر ابونجیب ابن عبدا... ابن عمویه سهروردی الواعظ الصوفی
برادرزاده اش شیخ شهاب الدین ابو حفص عمر بن محمد بن عبدا... بن محمد بن عمویه بکری
(عارف بزرگوار ایرانی در سال ۵۳۹ هجری) و مرشد شیخ سعدی، عمویش ابونجیب عبدالقاهر
مؤسس فرقه و سلسله سهروردیه بودند)
فیلسوفان و عارفان شهیر استان زنجان
ابوالفتح یا ابوالفتح شهاب الدین سهروردی معروف به شیخ اشراق (فیلسوف و صاحب مکتب
اشراق)،

مرحوم آیت ا... محمد اسماعیل (بیوک) صائنی (از مشاهیر معاصر فلسفه و فیلسوف متأله)،

استاد سید یحیی یثربی

اثیرالدین ابهری

مکان‌های تاریخی و جاذب گردشگری استان زنجان

گنبدسلطانیه بلندترین گنبد خشتی جهان واقع در شهرستان سلطانیه

امامزاده سید ابراهیم در شهر زنجان

غار کتله خور واقع در شهرستان خداآبند

موزه رختشویخانه واقع در شهر زنجان

معبد داش کسن واقع در ۱۵ کیلومتری شهرستان سلطانیه

قلعه بهستان در شهرستان ماهنشان

آرامگاه ملاحسن کاشی در شهرستان سلطانیه

بقعه (آرامگاه) قیدار نبی (ع) واقع در شهرستان خداآبند

عمارت ذوالفقاری واقع در شهر زنجان

پل میربهاء الدین یا پل اژدهاتو در شهر زنجان

بازار سنتی و سرپوشیده شهر زنجان

مسجد جامع شهر زنجان

مسجد حسینی اعظم شهر زنجان

مردان نمکی زنجان (شش مومیایی معروف)

حمام یان یان در شهرستان خرمدره

تپه خالصه در شهرستان خرمدره

آرامگاه پیر احمد زهرنوش در شهرستان ابهر

امامزاده زیدالکبیر در شهرستان ابهر

چشمه‌های آبگرم در مناطق مختلف با نام‌های ونق، ابدال، گرماب و حلب انگوران

گردشگری عرفانی به عنوان واقعیت اجتماعی و فرهنگی

گردشگری عرفانی را باید زیر مجموعه حوزه پایدار گردشگری فرهنگی به عنوان یک واقعیت پایدار و مستمر در عصر حاضر برای رشد و توسعه استان دانست. حوزه گردشگری عرفانی در قالب یکی از بخش‌های مهم توسعه گردشگری فرهنگی در هر جامعه‌ای به عنوان یک واقعیت اجتماعی و فرهنگی در قالب نظام ارتباطی بین مردم آن منطقه و گردشگران از طریق جلوه‌های مختلف آداب و رسوم، تولیدات فرهنگ مادی و معنوی و همچنین ایجاد حالات و تمایلات عرفانی و روحانی که برای گردشگران به صورت (زیباشناختی معنوی) بوجود می‌آید و به واقعیت وجودی در جامعه و زندگی اجتماعی تبدیل می‌شود، قابل بررسی و مطالعه می‌باشد.

«گردشگری عرفانی و توسعه پایدار آن امروزه در کنار بسط و گسترش فرهنگ مدرن در جوامعی که به سمت صنعتی شدن و پسا صنعتی سوق می‌یابد به عنوان یک نوستالژی (اجتماعی، سنتی و ارزشی) منجر به جذب گردشگران بسیاری شده، بر این اساس فرهنگ عرفانی به خصوص پاگرفته از گذشته‌های دور، در نواحی مختلف که هنوز دارای حالات فرهنگی بسیار است می‌تواند گردشگران بسیاری را به خود جذب کند، بر این مبناست که برخی از نویسندگان در رشد و توسعه گردشگری تأکید بسیاری بر فرهنگ هم در بخش مادی و معنوی می‌کنند و هم معتقد به این هستند که فرهنگ را باید سنگ بنای توسعه گردشگری در نظر گرفت. (بونی فیس، ۱۳۸۰: ۱۲۰)

پذیرش گردشگران عرفانی در یک منطقه از نظر اجتماعی و فرهنگی در قالب احیای آداب و رسوم و سنت‌های مذهبی و فرهنگی باید شکل گیرد، بر این اساس باید از چشم انداز فرهنگی نوع و نحوه برخورد میزبان را در مناطق عرفانی از سه دیدگاه مورد توجه قرار داد.

۱- دیدگاه تعاملی: این دیدگاه شیوه برخورد بین گردشگر- میزبان را به صورت پدیده قابل شناسایی با شماری از پیامدهای مثبت و منفی به تصویر می‌کشد.

۲- دیدگاه گسستی: این دیدگاه از زاویه کارکردگرایی شامل عناصر مختلف جامعه است که ممکن است هر تغییری به خصوص ناهنجاری‌ها را به نتیجه مستقیم گردشگری ربط دهد.

۳- دیدگاه پیوستی: این دیدگاه عمدتاً جنبه‌های تغییر فرهنگی مثبتی را باید در نظر گرفت که ناشی از نفوذ و ورود گردشگران در بازنگری مهارت‌ها و رسم سنتی مانند رعایت بهداشت و نظم

دانست». (پاپلی یزدی، سقایی، ۱۳۸۹: ۸۷)

گردشگری عرفانی و ارزش‌های معنوی

در واقع گردشگری عامل آرامش و روح و جلای جان بشریت است. دیدار از مکان‌های مقدس عرفانی و مذهبی با حفظ همه ویژگی و صف ناپذیر خود در نظامی پیچیده از رمزها، آیین‌ها و رفتارها سازمان می‌یابد. چارچوب آن اساساً مکانی مقدس با تصاویری از پاکان و گروه‌های گردشگران و راهبان وابسته به این مکان است بنابراین، در دل سفرهای عرفانی هدف بازید از مکانی مقدس نهفته است. (محللاتی، ۱۳۸۸: ۳۲)

در واقع این مکان‌ها نماد اشتیاق و ژرف نهدان انسان به بازگشت به نهاد فطرت خدایی خویش و راز و نیاز با آفریننده خویش تلقی می‌شود، در سفرها فرصت جابه‌جایی و رویارویی و تماس گفتگو میان دانشمندان و تشکیل جریان‌های بازرگانی فراهم می‌شود و در واقع گردشگری عرفانی با بازدیدهای مشتاقانه از این اماکن موج بزرگی از گردشگری را فراهم می‌کند، که این خود پدید آموزنده مشاغل بسیار و جابه‌جایی میلیاردها پول و درآمد می‌باشد، در حوزه گردشگری عرفانی باید اماکن را در تمام سال موجب جابه‌جایی امواج انسانی دانست.

گردشگری عرفانی و لزوم تمهیدات گردشگری

بخشی از الگوهای گردشگری عرفانی مذهبی جامعه ما در چارچوب فضایی خاص عمل می‌کند. این چارچوب فضایی را باید بر اساس کارکردهای گردشگری عرفانی در قالب ایجاد شهر گردشگر در نظر گرفت و بنا نمود. در یک نگرش کلی به ساختار شهرهای توریستی ایران در پردازش (میزبان- گردشگر) یک رویکرد کلی پیرامون تعادل و تعامل همراه با ترمیم یا گسست «میزبان- میهمان» برای خلق راهبردهای موثر وجود دارد، زیرا در یکسوی جامعه میهمان در شهر وجود دارند که در کنش‌پذیری با جامعه میزبان تبلور می‌یابد؛ و این خود راهبری ویژه را برای، ساماندهی گردشگران می‌طلبد. (مافی- سقایی، ۱۳۸۸: ۱۲)

از نظر آیزنبرگ (2011) اکوسیستم کارآفرینی چهار ویژگی دارد:

- ۱- اکوسیستم شامل ۶ بعد است (سیاست، تامین مالی، فرهنگ، حمایت، سرمایه انسانی، بازارها)
- ۲- هر اکوسیستم کارآفرینی منحصر به فرد می‌باشد
- ۳- تعیین علل ریشه‌ای موفقیت یک اکوسیستم کارآفرینی با توجه به روابط چند بعدی و علت و معلولی غیرممکن است.

۴- کارآمدی یک اکوسیستم کارآفرینی به تقویت همه ابعاد شش گانه بستگی دارد. (fuerlinger, fandl, & funke, 2015)

بر این اساس می‌توان ضرورت تفکیک فضای شهر گردشگری جامعه مذهبی و عرفانی را بر

اساس حوزه گردشگری در چارچوب موارد زیر بیان کرد:

الف: لزوم توجه به تفکیک و تمایز فضایی در رابطه با توسعه شهری و توسعه گردشگری دینی که همپوشی بالایی در ساخت شهرهای مذهبی و عرفانی را داراست، باید مورد اهتمام ویژه و برنامه‌ریزی‌های شهری و فرهنگی خاص قرار گیرد.

ب: نیازمندی‌های هریک از این دو مقوله برای پیشبرد توسعه متفاوت بوده. لذا مدیریت شهری و مدیریت گردشگری عرفانی جامعه باید هر کدام بستری‌های موجود را برای شکل‌گیری چنین شهری در ساختار شهرهای عرفانی بوجود آورند.

پ: توسعه شهری بستری از رفاه و آسایش برای شهروندان و ساکنان این ساختار شهری باید فراهم کند و توسعه گردشگری عرفانی رفاه و آسایش برای گردشگران که مدت کوتاهی در این شهرها اقامت می‌کنند، از طریق راهبردها، تمهیدات ویژه در این شهر باید مستقر نماید.

گردشگری عرفانی و تبادل فرهنگی

گردشگری یک امر فرهنگی و واقعیت اجتماعی در عصر حاضر برای توسعه پایدار جوامع تلقی می‌شود. این نوع گردشگری به گونه‌ای که در پیرامون آن آثار فرهنگ مادی و معنوی بسیاری شکل می‌گیرد. گردشگری عرفانی نمونه‌ای از این شکل است که انسان را با فضاهای معنوی، محیطی، انسانی و فرهنگی دیگر مناطق آشنا می‌کند. این آشنایی مقدمه‌ای برای شناخت انسان از خودش است. این در حالی است که دین خود به عنوان جاذبه‌های اصلی گردشگری محسوب می‌شود.

در واقع گردشگری عرفانی پیرامون تفاوت‌ها و در راستای انگیزه‌های مختلف در قالب این تفاوت‌ها شکل می‌گیرد. گردشگری عرفانی به عنوان یک امر فرهنگی در دو سوی جریان گردشگری در یک فضا، مکان، محیط، تعاملات و تبادلات فرهنگی را سبب می‌شود. این تبادل و تعامل با انسان‌ها، انگیزه‌ها خواسته‌ها، نیازها، و آرزوهای آنها که منبعث از فرهنگ جامعه است در ارتباط خواهد بود. «توسعه گردشگری عرفانی به عنوان یک پدیده فرهنگی موجب می‌شود که فرصت کافی برای تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان بوجود آید. بر این مبنا آنان می‌توانند یکدیگر را بهتر درک کرده، به فرهنگ هم بیشتر احترام بگذارند فرهنگ به عنوان نظام نمادهایی تلقی می‌شود که یک جامعه می‌آفریند و به کار می‌برند تا خود را سامان دهد و بواسطه آن کنش متقابل را تسهیل نموده، رفتارها را قاعده مند سازد» (ترنر، ۱۳۷۸: ۹۵-۱۲)

گردشگری عرفانی با تأکید بر رویکرد فرهنگی که در خود به همراه دارد به عنوان یکی از شیوه‌های تبادل فرهنگی دارای آثار و ابعاد متفاوتی است که این مسئله بیانگر تقدم امر فرهنگی بر امر اقتصادی در پیرامون گردشگری را بیان می‌کند، چنین تقدسی یکسری از عوامل دخیل است:

- ۱- غنای کامل انسان‌ها ۲- سهیم شدن دائمی در آموزش و بهره‌برداری ۳- برابری سرنوشت همه ملت‌ها ۴- آزادی انسان به منظور احترام به هویت و شأن وی ۵- تصدیق و تأیید اصالت فرهنگی و احترام به میراث اخلاقی ملت‌ها» (پوراحمد، ۱۳۷۸: ۱۶)
- تبادل فرهنگی از طریق گردشگری عرفانی برای توسعه پایدار می‌باشد، این نوع گردشگری در سطح جوامع همراه با یکسری از کارکردهای اجتماعی و فرهنگی است از جمله:
 - الف) تحکیم درک تفاهم‌ها، گسترش روابط دوستانه میان جامعه میزبان و میهمان در سطح ملی، از طریق رفتارها و سلوک از کارکردهای مهم تبادل فرهنگی و گردشگری عرفانی است.
 - ب) احترام به نظام مستقر سیاسی، اخلاقی، مذهبی، اجتماعی جامعه میزبان را باید از دیگر کارکردهای اساسی این نوع تعامل بین این دو امر فرهنگی می‌باشد.
 - پ) ارج نهادن و ارزش‌گذاری به سنت‌ها، اعتقادات و رفتار جوامع میزبان و درک این منش‌ها به عنوان میراث فرهنگی و طبیعی از دیگر کارکردهای فرهنگی می‌باشد.
 - ت) باید از هرگونه اختلافات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بین فرهنگ خودی و ساکنان محلی هم پرهیز کرد و جهت حفظ و نظم و انسجام اجتماعی گام برداشت.
 - ث) باید فرهنگ جامعه میزبان را به عنوان بخش لاینفک میراث مشترک انسانی پذیرا باشیم.

آثار مثبت گردشگری عرفانی

- گردشگری عرفانی به عنوان یکی از راهکارهای بسط توسعه و تبادل فرهنگی و تعامل اجتماعی میان اقوام و ملت‌ها امروزه آثار و برکات زیادی را برای هر جامعه‌ای می‌تواند داشته باشد. این نوع پیامدها و آثار فرهنگی مثبت پیرامون تعامل و تبادل فرهنگی که به دو صورت دوسویه در جریان گردشگری (میزبان و میهمان) می‌باشد قابل شکل‌گیری است، در واقع گردشگری یعنی با چنین پیامدی منجر به یکی شدن امر فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی را تسهیل می‌کند. با توجه به این رویکرد یکسری از ابعاد کلی اثرات مثبت این نوع گردشگری فرهنگی در چارچوب نظام اجتماعی و فرهنگی می‌تواند شامل موارد زیر باشد.
- الف) گردشگری عرفانی و گردشگران مشتاق به این نوع گردشگری و سفر با نوعی جلای روح و جان و آرامش روانی می‌تواند همراه باشد و منجر به بهبود سطح زندگی مردم خواهد شد.
 - پ) این توانمندی‌ها و پتانسیل‌ها در شهرهای استان زنجان از طریق مدیریت صحیح شهری و گردشگری با ارائه تمهیدات و برنامه‌ریزی‌های شهری و فرهنگی منجر به توسعه شهری پایدار خواهد شد.
 - ح) گردشگری عرفانی همانند سایر حوزه‌های گردشگری فرهنگی در یکپارچگی، همگرایی

اجتماعی- فرهنگی جامعه جهانی و اسلامی نقش ارزنده‌ای دارد، این اثر در عصر حاضر کمک شایانی به وحدت و وفاق ملی خواهد کرد.

د) این نوع گردشگری در استان زنجان بطوری که درست برنامه ریزی شود می‌تواند به پاسداشت و حفظ میراث فرهنگی کمک بسیاری نماید. چنانچه این تمهیدات در جهت الگوهای فرهنگی این حوزه در زمینه عرفان، مذهب، سنت‌ها، جشن‌ها، معماری، هنر، موسیقی خاص و جذاب باشد، به این حفظ الگو فرهنگی و تقویت آن به صورت نهادینه شده کمک بسیاری خواهد کرد.

ز) توسعه گردشگری عرفانی فرصت‌های زیادی را برای مبادلات فرهنگی میان جامعه بومی و میهمان ایجاد کرده، تا دو طرف با فرهنگ یکدیگر آشنا شوند و چنین اثری در کاهش تنش‌های اجتماعی، پیشداوری‌ها و نزدیک تر شدن افکار و اعتقادات دو فرهنگ (میزبان - میهمان) بسیار موثر می‌باشد. برای جلوگیری از چنین پیامدهایی باید به بهینه‌سازی روابط فرهنگی میان گردشگران و ساکنان محلی پرداخت و از طریق:

- ۱- توسعه تدریجی گردشگری عرفانی ۲- بهره‌برداری از راهبردها و ارزیابی‌های انتخابی ۳-
- طراحی استراتژی‌های مناسب برای حفاظت از حوزه گردشگری ۴- حفظ ویژگی‌های فرهنگی و معنوی گردشگری عرفانی و مذهب ۵- استفاده از سبک‌های معماری محلی ۶- دسترسی آسان جامعه بومی به تسهیلات گردشگری ۷- حمایت اقتصادی از افراد محلی به منظور استفاده از تسهیلات گردشگری ۸- آگاه‌سازی جامعه در مورد مزایای گردشگری دینی ۹- آگاه کردن زائران در مورد ویژگی‌ها و محدودیت‌های فرهنگی جامعه و... را باید فراهم کرد.

نتیجه‌گیری:

گردشگری عرفانی می‌تواند یک تجربه برای بازیابی روانی و لذت بردن از فضای معنوی را برای گردشگران در عصر حاضر فراهم کند. از طریق گردشگری عرفانی ما با شیوه‌های زندگی مردم منطقه، فارغ از هرگونه تنش‌های سیاسی، اجتماعی آشنا خواهیم شد. گردشگر عرفانی مذهبی نقش بسیار بارزی در همگرایی فرهنگی و صلح پایدار در منطقه و دنیا را ایجاد خواهد کرد. این نوع گردشگری منابع و منافع کشف نشده «اقتصادی، بازرگانی، فرهنگی و اجتماعی» زیادی را برای استان زنجان می‌تواند ایجاد کند. توسعه گردشگری عرفانی، موجب شناخت فرهنگ معنوی، تحول اقتصادی و بازرگانی، کسب درآمد سرشار، اشتغال‌زایی و زدودن تصویر نامناسب و غیرواقعی تبلیغات منفی سایر جوامع نسبت به جامعه میزبان خواهد شد. گردشگر عرفانی در احیای غرور ملی، منش فرهنگ (اسلامی و ایرانی) پاسداشت میراث فرهنگی و دینی و جلوگیری از هر

گونه بیگانه‌گرایی و احساس حقارت برای ساکنان محلی خواهد شد.

از این رو لازمه توسعه گردشگری و مساعد نمودن اکوسیستم از طریق کارآفرینی در منطقه نگاه نظام‌مند مسئولان به کارآفرینی در آن خطه می‌باشد به طوری که عوامل اقتصادی، فرهنگی، مقرراتی، مرتبط با کارآفرینی به طور همزمان توجه کنند و در تدوین سیاست‌های توسعه کارآفرینی همه ابعاد را در یک اکوسیستم در نظر بگیرند. (قنبری، آگهی، علی بیگی، زرافشانی، ۱۳۹۵)

گسترش گردشگری عرفانی در ایجاد اعتماد به نفس فرهنگی و دینی بروز تبادلات فرهنگی بین درک و شناخت فرهنگ‌ها و ایجاد گفتگوی تمدن‌های مذهبی و تاریخی در عصر حاضر خواهد شد. در این نوع گردشگری عامل مهم جغرافیای انسانی و چشم‌انداز فرهنگی نقش بارزی در شکل‌گیری گردشگران عرفانی خواهند داشت، که هدف اصلی آنها بهره‌برداری معنوی می‌باشد. بر این اساس این حوزه گردشگری در پیدایش، حیات، شکل‌گیری، توسعه پایدار، ارتباط و پیوند متقابل (میزبان و میهمان)، پیامدهای فضایی، جهان‌بینی، محیطی و فرهنگی ساختار جامعه اثرات بسیاری می‌تواند داشته باشد.

گردشگری در قالب نظام ارتباطی بین مردم استان زنجان و گردشگران از طریق جلوه‌های مختلف آداب و رسوم زیارتی، تولیدات فرهنگ مادی و معنوی و همچنین ایجاد حالات و تمایلات عرفانی و روحانی که برای گردشگران به صورت (زیباشناختی معنوی) بوجود می‌آید به عنوان واقعیت وجودی در جامعه و زندگی اجتماعی مردم است. گردشگری عرفانی عامل آرامش و روح و جلای جان بشریت می‌تواند باشد، این نوع گردشگری نمادی از خیر و برکت آفریدگار تلقی می‌شود، در این حوزه مکان‌های عرفانی نماد اشتیاق و ژرف‌نشان انسان به بازگشت به نهاد فطرت خدایی خویش و راز و نیاز با آفریننده خویش است.

گردشگری عرفانی انسان را با فضاها، معنوی، محیطی، انسانی و فرهنگی دیگر مناطق آشنا می‌کند. این آشنایی مقدمه‌ای برای شناخت انسان از خودش است. این در حالی است که عرفان خود به عنوان جاذبه‌های اصلی گردشگری محسوب می‌شود. گردشگری عرفانی نوعی پدیده فرهنگی است که به واسطه انطباق و سازگاری با محیط و کنش متقابل با دیگران تحرک می‌یابد و باز تفسیر می‌شود. این پدیده باعث حفظ منابع فرهنگی، سرمایه‌های فرهنگی و اعتبار بیشتر آن، همچنین نگهداشت و پاسداری از این منابع پایدار خواهد شد. کارآفرینی پدیده‌ای مجرد نیست و در متن اکوسیستم خاص خود اتفاق می‌افتد بدیهی است که اولین قدم برای پیاده‌سازی سیاست‌های توسعه کارآفرینی، شناخت اکوسیستم کارآفرینی در سطوح مختلف استانی و تشخیص گلوگاه‌هایی است که مزایای رقابتی را فرسوده می‌کند «تحکیم درک تفاهم‌ها، گسترش روابط دوستانه، احترام

جایگاه و توسعه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان زنجان با تکیه بر پیشینه عرفانی / ۱۸۹

به نظام مستقر (سیاسی، اخلاقی، مذهبی، اجتماعی)، ارج نهادن و ارزش گذاری به سنت‌ها، حفظ نظم و انسجام اجتماعی، میراث مشترک انسانی، پیوند تبادل فرهنگی، تقویت مفاهیم ارتباطات میان فرهنگی و...» بخشی از اثرات مثبت توسعه پایدار گردشگری عرفانی در استان خواهد بود.

پیشنهادهای

ایجاد تسهیلات خدماتی، رفاهی، پذیرایی، بهداشتی، حمل و نقل، بازرگانی و اقتصادی با ارائه تمهیدات و برنامه‌ریزی‌های مدیریت شهری و مدیریت گردشگری توسعه اکوسیستم کارآفرینی در ایجاد بسترهای لازم برای توسعه شهر زائر یا شهر مجاور و آموزش نیروهای متخصص و مجرب، متعهد برای جذب، تعامل، تبادل با فرهنگ میهمان در شهر زائر.

منابع و مأخذ:

- ۱- بونی فیس، پریسلا، (۱۳۸۰)، «مدیریت گردشگری فرهنگی»، ترجمه: محمود عبدالله زاده، چاپ دوم، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- ۲- پاپلی یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی، (۱۳۸۹)، «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)»، انت چاپ اول، شارات سمت، تهران.
- ۳- پوراحمد، احمد، (۱۳۷۸)، «دیدگاه‌های توسعه جهانگردی در نظام جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۳۷-۳۸، تهران، قابل دسترس در www.sid.ir.
- ۴- ترنر، جانانان. اچ، (۱۳۷۸)، «مفاهیم و کاربردهای جامعه‌شناسی»، ترجمه: محمد فولادیو محمدعزیز بختیاری، چاپ اول، انتشارات موسسه آموزشی امام خمینی، تهران.
- ۵- ضرغام، حمید، (۱۳۷۶)، «راهکارهای توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران»، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، جلد ۱، کیش.
- ۶- کاظمی، مهدی، (۱۳۸۷)، «مدیریت گردشگری»، چاپ سوم، انتشارات سمت، تهران.
- ۷- «ضرورت‌های توسعه گردشگری مذهبی در ایران»، (۱۳۸۸)، قابل دسترس در www.modiryar.com.
- ۸- مافی، عزت‌الله، سقایی، مهدی، (۱۳۸۸)، «بررسی گردشگری در کلانشهرهای مذهبی (مطالعه موردی: کلان شهر مشهد)». ارائه شده مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای جغرافیا و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی شیروان، اردیبهشت ماه، صفحه ۱۹-۱.
- ۹- محلاتی، صلاح‌الدین، (۱۳۸۸)، جستاری در هنگام فراغت، جلد اول: سفر و جهانگردی»، چاپ اول، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- ۱۰- مومنی، مصطفی، صرافی، مظفر، قاسمی خوارزمی، محمد، (۱۳۸۷)، «ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد»، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۱۱، دوره بهار و تابستان، صص ۳۸-۱۳، قابل دسترس در www.sid.ir.
- ۱۱- نبری، رضوان؛ آگهی، حسین؛ علی بیگی، امیرحسین؛ زرافشانی، کیومرث، (۱۳۹۵)، واکاوی محتوای سیاست‌ها در تطابق با ابعاد اکوسیستم کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۱، بهار ۹۵، ص ۳۹ - ۸۵.
11. Acs, Z.J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494.
12. Christian, R. R. (2003). Concepts of ecosystem, level, and scale. In Bodini A. (ed.) *Encyclopedia of Life Support Systems (EOLSS)*. EOLSS Publishers, Oxford.
13. Curvball LTD., (2012). *Cyprus Entrepreneurship Ecosystem: A roadmap for economic growth.*, ISBN Number: 978-9963-2863-0-0.

14. Durst, S., & Poutanen, P. (2013). Success factors of innovation ecosystems: A literature review. In R. Smeds & O. Irrmann (eds.) CO-CREATE 2013: The Boundary-Crossing Conference on Co-Design in Innovation 27-38
15. Fuerlinger, G., Fandl, U., & Funke, T., (2015). The role of the state in the entrepreneurship ecosystem: insights from Germany. *Triple Helix*, 2(1), 1-26
16. Groth, Olaf J., Esposito, M. & Terence Tse, M., (2015). What Europe Needs Is an Innovation-Driven Entrepreneurship Ecosystem: Introducing EDIE *Thunderbird International Business Review* .263-269
17. Isenberg, D. J. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: principles for cultivating entrepreneurship. Presentation at the Institute of International and European Affairs, Dublin, 12 May
18. Moore, J. F. (1993), *Predators and Prey: A New Ecology of Competition*. *Harvard Business Review*, 71(3): 75-86
19. Nambisan, S., Baron, R. A. (2013). Entrepreneurship in innovation ecosystems: Entrepreneurs' self-regulatory processes and their implications for new venture success. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 37(5), 1071-1097
20. Spigel, B., 2015. The Organization of Entrepreneurial Ecosystems,. *Entrepreneurship: Theory & Practice*
21. Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy : A Sympathetic Critique. *European Planning Studies*, 1759–1769.