

# کتابخانه



دانشگاه امام صادق علیه السلام

**دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات**

**پایان نامه کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات**

**گرایش مطالعات سیاستگذاری**

**الگوی مستخرج گردشگری مبتنی بر منابع فقهی شیعه**

**استاد راهنما: حجت الاسلام والمسلمین دکتر احمدعلی قانع**

**استاد مشاور: دکتر محمدهادی همایون**

**دانشجو: بهنام امینی**

**شهریور ۱۳۹۶**

کلیه حقوق اعم از چاپ و تکثیر، نسخه برداری، ترجمه، اقتباس و نظایر آنها از این «پایان نامه کارشناسی ارشد» برای دانشگاه امام صادق «علیه السلام» محفوظ است.

نقل مطالب با ذکر ماخذ بلامانع است.

باسمه تعالی

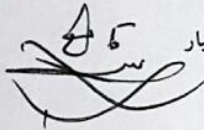
تأییدیه اعضای هیأت داوران حاضر در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضای هیأت داوران نسخه نهایی پایان نامه آقای بهنام امینی دانشجوی کارشناسی ارشد پیوسته رشته معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات

تحت عنوان: الگوی مستخرج گردشگری مبتنی بر منابع فقهی شیعه

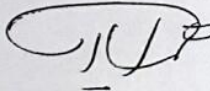
را از نظر شکل و محتوی بررسی نموده و پذیرش آن را برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیوسته و برگزاری جلسه دفاعیه در تاریخ ۲۹/۶/۹۶ پیشنهاد می کنند.

اعضای هیأت داوران نام و نام خانوادگی رتبه علمی محل امضاء

دانشیار  


حجت الاسلام دکتر احمدعلی قانع

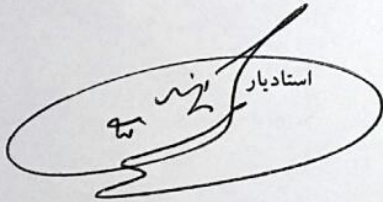
۱- استاد راهنما

دانشیار  


دکتر محمدهادی همایون

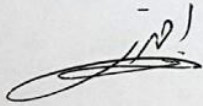
۲- استاد مشاور اول

استاد مشاور دوم

استادیار  


دکتر سیدمجید امامی

۳- استاد ناظر:

دکتر علی احمدی  


دکتر علی احمدی

۴- نماینده معاونت

تحصیلات تکمیلی

دانشکده:

## تقدیم به:

قطب عالم امکان، فرزند امیرالمؤمنین، علی بن ابیطالب علیه السلام و حضرت زهرا سلام الله علیها

حضرت صاحب الزمان عجل الله تعالی فرجه الشریف

و

نائب برحقش، حضرت امام خامنه‌ای دامت‌ظله

و با قدردانی از:

پدر و مادر عزیز و دلسوزی که زندگی خویش را وام‌دار ایشان هستم؛

همسر عزیزم و برادرم که همواره مرا یاری نمودند.

و تشکر ویژه از:

استاد گرامی و گران‌قدرم:

جناب حجت الاسلام و المسلمین دکتر احمدعلی قانع؛

استاد و گرامی:

آقای دکتر محمدهادی همایون؛

و سپاسی از عمق جان به تمامی اساتیدی که علم و اخلاق را توأمان نثارم کردند؛

سپاس ممتاز و متمایز از بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق علیه السلام

## چکیده:

امروزه گردشگری به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، از این رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی هستند. کشور ما نیز با قدمت تاریخی چندین هزار ساله از لحاظ تعداد جاذبه‌های گردشگری در میان ۱۰ کشور اول پر جاذبه گردشگری در جهان است و از لحاظ تنوع زیستی و تنوع جاذبه‌های طبیعی رتبه پنجم را در جهان دارا می‌باشد.

البته 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 فرهنگی سبب شده است تا نقش گردشگری از آن نظر اهمیت یابد که انسان‌ها از تجارب تلخ و شیرین حکومت‌داری در طول تاریخ و تمدن‌های مختلف بهره‌مند می‌شوند و ضمن برقراری پیوندهای عاطفی و انسانی با یکدیگر، با زاویه دید وسیع‌تری به دیگر فرهنگ‌ها می‌نگرند و روابط سیاسی تمدن‌ها را بر پایه اقتصاد و تفاهم ملل متعادل‌تر می‌کنند.

از جنبه دینی نیز باید گفت که در اسلام بر اهمیت سیر و سیاحت تأکید ویژه‌ای شده است. قرآن کریم اهمیت سیر و سیاحت و گردشگری را به وضوح و تفصیل به مردم نشان داده و از آنها خواسته تا در زمین بگردند و در آثار به جای مانده از گذشتگان بیندیشند و از سرگذشتشان پند بگیرند. در پی همین تأکیدها و سفارش‌های قرآن مجید از پیغمبر اکرم صلی الله علیه و آله و امامان معصوم علیهم السلام نیز احادیث بسیاری راجع به سیر و سفر روایت شده که نشان دهنده مطلوبیت گردشگری از نظر فقهی است و می‌توان از لحاظ فقهی نیز گردشگری را چهارچوب‌مند کرد.

## واژگان کلیدی: گردشگری، فقه شیعه، الگوی مستخرج

## فهرست مطالب

فهرست مطالب	۹
۱ فصل اول: کلیات و مفاهیم	۱
۱-۱ بیان مسأله (تبیین موضوع)	۲
۱-۲ بررسی آسیب‌های گردشگری داخلی و خارجی	۴
۱-۲-۱ ترس از اثرات مخرب گردشگر بر فرهنگ جامعه	۴
۱-۲-۲ تصورات نادرست گردشگران از ایران بعد از انقلاب اسلامی	۵
۱-۲-۳ معرفی نشدن جاذبه‌های گردشگری ایران	۵
۱-۲-۴ عدم شناخت سلیقه گردشگران	۶
۱-۲-۵ تصویر نادرست از محدودیت‌های فرهنگ ایرانی اسلامی برای گردشگران	۷
۱-۲-۶ ضعف تحقیقاتی و پژوهشی در این زمینه	۷
۱-۳ تاریخچه موضوع	۷
۱-۴ ضرورت، اهداف و اهمیت موضوع	۹
۱-۵ سؤالات تحقیق	۹
۱-۶ فرضیه تحقیق	۹
۱-۷ روش تحقیق	۹
۱-۸ تعریف اصطلاحات و بیان مفاهیم	۱۰
۱-۸-۱ سائج	۱۰
۱-۸-۲ گردشگری	۱۱
۱-۸-۳ فقه	۱۳
۱-۸-۴ فقه شیعه	۱۴
۱-۸-۵ الگوی مستخرج	۱۴
۲ فصل دوم: گردشگری در منابع شیعه	۱۵



۱۶.....	مقدمه فصل دوم.....	
۱۷.....	گردشگری در قرآن.....	۲-۱
۱۷.....	امر به سیر و سیاحت و گردش در زمین.....	۲-۱-۱
۲۱.....	نمونه‌ها و الگوهای سیر و گردش در زمین.....	۲-۱-۲
۲۸.....	پیشینه گردشگری و جهانگردی در اسلام.....	۲-۲
۲۹.....	گردشگری و تمدن اسلامی.....	۲-۳
۳۰.....	دوران تمدن اسلام.....	۲-۳-۱
۳۳.....	نقش گردشگری در تمدن اسلام.....	۲-۳-۲
۴۳.....	فصل سوم: گردشگری در فرهنگ و ارتباطات.....	۳
۴۴.....	مقدمه فصل سوم.....	۳-۱
۴۵.....	تاریخچه‌های از گردشگری و جهانگردی.....	۳-۲
۴۵.....	جهانگردی و فرهنگ.....	۳-۳
۴۷.....	ارتباطات میان فرهنگی.....	۳-۴
۵۰.....	گردشگری، جهانگردی و ارتباطات میان فرهنگی.....	۳-۵
۵۲.....	الگوی ارتباطی جهانگردی.....	۳-۵-۱
۶۲.....	فصل چهارم: روش پژوهش.....	۴
۶۳.....	مقدمه فصل چهارم.....	
۶۴.....	روش‌شناسی پژوهش.....	۴-۱
۶۴.....	روش تحقیق.....	۴-۱-۱
۶۵.....	فلسفه‌های پژوهش.....	۴-۱-۲
۶۶.....	تفاوت روش‌های کمی و کیفی.....	۴-۱-۳
۶۷.....	هدف پژوهش.....	۴-۱-۴
۶۷.....	رویکرد پژوهش.....	۴-۱-۵
۶۷.....	راهبرد پژوهش.....	۴-۱-۶
۶۸.....	جهت‌گیری‌های پژوهش.....	۴-۱-۷
۶۹.....	روش توصیفی - تحلیلی.....	۴-۲

۷۱.....	روش اجتهادی .....	۴-۳
۷۶.....	چگونگی استفاده از روش پژوهش .....	۴-۴
۷۷.....	<b>فصل پنجم: یافته‌های پژوهش.....</b>	<b>۵</b>
۷۸.....	مقدمه فصل پنجم .....	
۷۹.....	گردشگری و جهانگردی در کتاب و سنت .....	۵-۱
۷۹.....	گردشگری در بررسی از نگاه قرآن.....	۵-۱-۱
۸۲.....	گردشگری در بررسی از نگاه روایات.....	۵-۱-۲
۸۵.....	گردشگری و ارتباط با غیر مسلمان و دعوت اسلامی .....	۵-۲
۹۶.....	انواع گردشگری و جهانگردی از لحاظ حکم شرعی .....	۵-۳
۹۹.....	مشروعیت صنعت گردشگری (توریسم) .....	۵-۴
۱۰۰.....	ورود و اقامت غیر مسلمان در دارالاسلام.....	۵-۴-۱
۱۰۳.....	درستی قرارداد با گردشگران غیرمسلمان از لحاظ شرعی.....	۵-۴-۲
۱۰۵.....	تعامل با غیر مسلمانان و کفار از لحاظ شرعی .....	۵-۴-۳
۱۰۵.....	حقوق گردشگران غیر مسلمان در اسلام و ایران .....	۵-۴-۴
۱۱۰.....	تکالیف و وظایف گردشگران غیرمسلمان .....	۵-۴-۵
۱۲۲.....	جمع‌بندی فصل پنجم .....	۵-۵
۱۲۸.....	<b>فصل ششم: جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادات.....</b>	<b>۶</b>
۱۲۹.....	مقدمه فصل ششم .....	
۱۳۰.....	جمع‌بندی و نتیجه‌گیری .....	۶-۱
۱۳۳.....	پیشنهادات.....	۶-۲
۱۳۵.....	<b>منابع .....</b>	<b>۷</b>
۱۳۵.....	منابع فارسی .....	۷-۱
۱۴۰.....	منابع انگلیسی .....	<u>۷-۲</u>

## ۱ فصل اول: کلیات و مفاهیم

## ۱-۱ بیان مسأله (تبیین موضوع)

از میان شاخص‌های حیاتی و نمادین تمدن‌های دنیای قدیم و جدید، گردشگری تنها نمادی است که گستره جغرافیایی آن را مرزهای سیاسی کشورها، تقسیمات اداری و قلمرو اقتدار قومی تعیین نمی‌کند. (خسروی، ۱۳۸۴: ۵) زیارت و گردشگری مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادات دینی-مذهبی در جهان دارد، به مفهوم تخصصی خود و فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت، عامل مهم جغرافیای انسانی در شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی است. (مؤمنی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۴) از دیگر سو صنعت گردشگری مذهبی یکی از راهکارهای معرفی هر چه بهتر تاریخ، فرهنگ و ارزش‌های اعتقادی و همزیستی مسالمت‌آمیز ادیان در بین کشورها است. به علاوه بقاع متبرکه و اماکن مذهبی علاوه بر قداست و معنویت منحصر به فرد خود، بیانگر آداب و رسوم، باورها و اعتقادات و اندیشه‌های مردم است. (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۱: ۹۷)

به لحاظ موقعیت فرهنگی-مذهبی خاص ایران در میان کشورهای دیگر، گردشگری مذهبی جاری رشد و توسعه قابل توجهی در ایران فرهنگی دارد؛ به گونه‌ای که تنوع مراکز، آثار و ابنیه تاریخی و عبادتگاه‌های ادیان مختلف موجود در مناطق مختلف کشور، موقعیت ایران را در تمام دنیا کم‌نظیر کرده است. جاذبه‌های اماکن مذهبی ایران که گره‌خوردگی تعالیم مذهبی با اندیشه، هنر و زندگی ایرانی را به نمایش می‌گذارد، هنوز جزء یکی از اولویت‌های گردشگران خارجی برای سفر به ایران است. بنابراین انگیزه‌های مذهبی گردشگران خارجی برای سفر به ایران و وجود بیش از یک میلیارد مسلمان و دویست و پنجاه میلیون شیعه در جهان، بسیاری از موانع و مشکلاتی که در تعاریف ما از پدیده گردشگری و آثار منفی اجتماعی و فرهنگی مترتب بر آن نهفته است، برطرف می‌کند و راه برای توسعه صنعت گردشگری مذهبی- فرهنگی هموارتر می‌کند. (سینایی، ۱۳۸۲: ۱۹) با این حال، گردشگری مذهبی در ایران با وجود تعدد مکان‌های مقدس مذهبی (۸۹۱۹ مکان)، هنوز فاقد ساماندهی تخصصی و هدفمند بوده و این وضعیت نابسامان حتی در شهرهای مهمی چون مشهد و قم نیز مشاهده می‌شود. این در حالی است که از این تعداد مکان مذهبی، دست‌کم ۴۳۱۹ اثر در زمره آثار ثبت شده در فهرست میراث ملی نیز قرار دارند و علاوه بر داشتن جاذبه‌های زیارتی، دارای جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی نیز می‌باشند.

گردشگری و جهانگردی یکی از فعالیت‌ها و پدیده‌های دیرپا و قدیمی در تاریخ بشر است که البته در طول تاریخ دچار تحولات شکلی بسیار و جدی‌ای شده است. لذا پدیده‌ای ریشه‌دار در بین ملل مختلف است و امروزه تبدیل به یکی از صنایع مهم در جهان شده است. از طرفی دیگر، جهانگردی و توریسم یک عامل مهم برای

پیشرفت و تکامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کشورها محسوب می‌شود. انگیزه مسافرت هر چه باشد، در مجموع موجب برخورد فرهنگ‌ها شده و عقاید و نظرات جدیدی بوجود می‌آورد و در اثر این برخوردها تغییرات در آداب و رسوم، کردار و رفتار اجتماعی حاصل می‌شود. به عبارت دیگر، توریسم به عنوان یک امر اجتماعی با امور و مسائل مختلف جامعه ارتباط دارد. صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می‌کند تا فرهنگ خود را مستقیم و بدون واسطه و به شکلی واقعی به علاقه‌مندان عرضه کنند. بنابراین گردشگری و جهانگردی نخست یک ارتباط میان فرهنگی است در جهت ایجاد آشنایی میان ملت‌های جهان با ویژگی‌های مثبت که البته جنبه‌های گوناگون این پدیده از جمله جنبه اقتصادی نیز در آن لحاظ می‌شود. همچنین این پدیده به ویژه باعث تقویت غرور و همبستگی جامعه میزبان و افزایش حد تحمل آنان در برابر فرهنگ‌های دیگر می‌شود.

در این میان، با بررسی منابع اسلامی، فرمان به سیر در زمین به طور مکرر بیان شده است. آنچه در کتاب و سنت در پیوند با این موضوع دیده می‌شود، تنها ناظر به اصل سفر در زمین و آثار و فایده‌های معنوی و گاهی فواید مادی آن است. بنابراین شاید جهانگردی و گردشگری به شکل صنعت در آمده امروزی آن، در منابع اسلامی وجود نداشته باشد، ولی این مفهوم در آن وجود دارد. از این روی باید صنعت جهانگردی از منظر فقه را از مباحث نو و مسائل مستحدثه فقه دانست و احکام و فروع آن را به کمک منابع و مصادر فقهی مورد بررسی قرار داد.

نکته مهم دیگر در این باره این است که گردشگری و جهانگردی امروزی با سیر در زمینی که در منابع اسلامی آمده است چگونه با هم جمع می‌شود و چگونه می‌توان یک الگوی اسلامی برآمده از فقه اسلامی در مورد گردشگری و جهانگردی برای دنیای امروز را تبیین کرد؟ فقه اسلامی در برخورد با پدیده گردشگری و توریسم، تنها به مسائل جدید پیش آمده در این پدیده، پاسخ‌هایی داده است و به صورت فعالانه برای تبیین و ارائه الگوی گردشگری وارد نشده است.

ایران با تکیه بر گردشگری منطبق با اصول و مبانی فرهنگ انقلاب اسلامی، سازماندهی و گسترش آن را در برنامه‌های توسعه اقتصادی اجتماعی مورد توجه قرار داده است. از این رو از میان برداشتن موانع و مشکلات موجود در صنعت جهانگردی ایران، در واقع راه را برای دستیابی به اهداف و مقاصد هموار می‌کند.

یک برنامه‌ریزی دقیق در این راستا، به دنبال یافتن راه‌حل‌های منطقی و قابل اجرا برای حل مشکلات و معضلات است، چرا که محور اصلی اجرای برنامه‌هایی پیش بینی شده حذف موانع و مشکلات بازدارنده است؛ بحث در ابعاد گوناگون ایرانگردی و جهانگردی از دیدگاه‌های مختلف و تلقی آن به عنوان یک محور اقتصادی،

اجتماعی و فرهنگی و همچنین قیاس سهم و جایگاه ایران در این صنعت با کشورهای سیاح پذیر جهان، دشواری‌ها و تنگناهای صنعت ایرانگردی و جهانگردی در ایران را می‌نمایاند. تنها از طریق رفع این دشواری‌ها و معضلات است که صنعت جهانگردی ایران جایگاه خود را خواهد یافت و هدف‌ها و ایده‌آل‌ها قابل دسترسی خواهد شد.

## ۱-۲ بررسی آسیب‌های گردشگری داخلی و خارجی

در حال حاضر اگرچه وضعیت گردشگری ایران نسبت به ۵ سال گذشته بهبود پیدا کرده است، اما همچنان وضعیت مناسبی ندارد. بر اساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری و سفر (WTTC) در سال ۲۰۱۶، ۵ میلیون و ۱۰۰ هزار نفر گردشگر خارجی وارد ایران شده است، که برخلاف رشد، همچنان در تراز منفی نسبت به خروج گردشگر ایرانی از کشور به سر می‌برد. آیین در حالی است که کشور ما در تمامی رتبه‌بندی‌های بین‌المللی در زمره کشورهای با جاذبه‌های فراوان گردشگری قرار داشته است.

یکی از آسیب‌های جدی خروج گردشگر از کشور، خروج ارز از کشور است. در حال حاضر مبلغی که مسافری خارج از کشور تحت عنوان عوارض خروجی پرداخت می‌نمایند، در مقابل مبالغ میلیونی که این مسافرین هزینه می‌نمایند، بسیار ناچیز به نظر می‌رسد. از طرفی دیگر برابری هزینه‌های سفر به خارج از کشور با هزینه‌های سفر به بعضی از نقاط کشور، موجب ترجیح سفر به خارج شده است. اینکه چرا عده‌ای سفر به کشورهای هم‌چون ترکیه را بر سفرهای داخلی ترجیح می‌دهند معضلی است که دلایل زیادی در آن تأثیر دارد.

از جمله موانع و تنگناهای فرهنگی موجود در جهانگردی ایران، می‌توان موارد زیر را برشمرد.

### ۱-۲-۱ ترس از اثرات مخرب گردشگر بر فرهنگ جامعه

نگاهی به دیدگاه‌های افراد جامعه در ارتباط با ورود جهانگردان به ایران، حاکی از آن است که بسیاری از افراد هنوز هم جریان‌های توریستی را با دید منفی ارزیابی می‌کنند و چنین می‌پندارند که توریسم موجب تخریب و آسیب‌رسانی به فرهنگ دینی و حتی فرهنگ‌های محلی در کشور می‌شود.

<https://www.wttc.org/datagateway/>

نمایه - آمار - گردشگری - ایران - ترکیه - مقصد اول - گردشگران - ایرانی است - <http://www.mehrnews.com/news/>

زمانی که باور داشته باشیم که فرهنگ غنی و پالایش یافته‌ای داریم و در پرتو این فرهنگ غنی رفتاری سنجیده و حساب شده با جهانگردی می‌توانیم داشته باشیم، نباید از جریان‌های توریستی وحشتی به خود راه دهیم بلکه ورود جهانگردان را بیشتر نوعی صدور فرهنگ و ارزش‌های فرهنگ تلقی کنیم و با گنجاندن تعداد برنامه‌های اصولی در نحوه مسافرت و سیر و سیاحت جهانگردان از آن‌ها را از عناصر فرهنگی خویش متأثر نماییم.

در این زمینه می‌توان به نحوه تدارک مکان‌های مورد بازدید جهانگردان، نحوه اطلاع‌رسانی به آن‌ها چگونگی تبلیغ استانداردها به الگوها و عناصر فرهنگی خودی و کیفیت سیر و سیاحت اشاره کرد. کیفیتی که بتوان در حین جالب کردن جاذبه‌های مورد بازدید و خدمات رسانی رفاهی مناسب، بستر مناسبی برای اشاعه فرهنگ و ارزش‌های اسلامی فراهم کرد و ضمن ایجاد شرایطی مناسب، توریست در زمان بازگشت به وطن خویش، علاوه بر کسب خاطرات شیرین و جالب، با دست مایه‌های فرهنگی مناسب که آموخته است، همراه باشد.

## ۱-۲-۲ تصورات نادرست گردشگران از ایران بعد از انقلاب اسلامی

یکی دیگر از موانع فرهنگی موجود در زمینه جذب توریست به کشور، پندارهای نادرست بسیاری از توریست‌های خارجی درباره ایران و پندارهای نابجای پاره‌ای از مسئولان دیگر کشورها در مورد این کشور می‌باشد.

انعکاس پاره‌ای از مسائل بعد از انقلاب به طور نادرست از سوی محافل خبری مختلف در جهان موجب شده است تا پیشینه ذهنی نامناسبی از طرز رفتار ایرانیان با خارجی‌ان ایجاد شود و بسیاری از افراد جهانگرد که خواهان مسافرت به ایران هستند، انگیزه لازم برای مسافرت به ایران پیدا نکنند.

پاره‌ای از اینگونه مسائل به دلیل جو تبلیغاتی غیر واقعی و مسائل ارتباطی جمعی جهانی می‌باشند. بنابراین نحوه تبلیغ و پیراستن پیش داوری‌های موجود از جمله مسائلی است که می‌بایست در بازاریابی توریسم ایران قرار گیرد.

## ۱-۲-۳ معرفی نشدن جاذبه‌های گردشگری ایران

عدم شناخت جهانگردان از جاذبه‌های کشور موجب کاهش میزان جهانگردی در کشور شده است. لازم است رسانه‌های ایران به ویژه؛ رادیو و تلویزیون نقشی فعال در زمینه معرفی واقعیت‌های اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی ایران ایفا کنند.

در این زمینه نمایندگی‌ها و رایزنی‌های ایران نیز می‌توانند نقش اساسی و بهینه‌ای داشته باشند. علاوه بر آن تبلیغات قوی می‌تواند در آگاهی دادن به توریست‌ها در مورد آب و هوای نواحی مورد نظر از لحاظ خوراک و پوشاک، آداب و رسوم، حمل و نقل، نقشی اساسی ایفا کند.

در مجموع صنعت تبلیغاتی ایرانگردی و جهانگردی ایران از جنبه‌های مختلف به عنوان نکته‌ای برجسته در خور تأمل و تعمق است. نارسایی در وسائل ارتباط جمعی و اطلاع رسانی، کمبود و حتی فقدان نشریات مختلف، ژورنال‌ها، مجلات و اطلاعات جهانگردی برای معرفی جاذبه‌ها، عدم امکانات و راهنمایی مسافران، عدم وجود نقشه‌های سیاحتی و مصور و راهنمای شهرها به زبان‌های مختلف و بسیاری موارد دیگر از جمله محدودیت‌های تبلیغات داخلی است.

تبلیغ در جهت اشاعه و توسعه هر چه بیشتر مسافرت در محدوده مرزهای جغرافیایی یک کشور به منظور آشنایی مردم با نقاط جذاب آن کشور و جلوگیری از مسافرت‌های پی‌درپی و بی‌رویه به خارج از کشور که به منظور تفریح و گردش انجام می‌گیرد، اساساً از اهمیت خاصی برخوردار است.

بنابراین با توجه به اینکه یکی از اقدامات مهم در راه رسیدن به توسعه صنعت فوق، تبلیغات است، اصلاح کیفیت توزیع و دسترسی آسان به اطلاعات جاذبه‌های گردشگری و سیاحتی از طریق وسائل ارتباط جمعی، شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و ... ضروری است. لذا در توزیع و عرضه محصولات جهانگردی، اصلاح تصویر وضعیت فعلی در داخل و خارج از کشور و ترغیب جهانگردان برای آمدن به کشور مهم به نظر می‌رسد و در غیر این صورت نمی‌توان در ظرفیت توسعه و تقویت این صنعت گامی اساسی برداشت.

کشور ایران با همه جاذبه‌های بزرگ و جهانگردی که در اختیار دارد، می‌تواند در نهایت سهولت از این همه امکانات و آثار ارزشمند استفاده‌های تبلیغاتی بسیار وسیعی بنماید. تاریخ گذشته ایران می‌تواند به عنوان بهترین حربه تبلیغاتی در خدمت معرفی جمهوری اسلامی ایران به کشورها و ملل جهان قرار گیرد.

#### ۴-۲-۱ عدم شناخت سلیقه گردشگران

یکی از مهمترین ابزارها برای جذب جهانگردان خارجی، میزان آشنایی با انگیزه سیاحان، سلیق و علایق آنان است. با توجه به عناصر فرهنگی، ارزش‌ها و هنجارها حاکم مناسب است که آگاهی و شناخت کافی از علایق



و انگیزه‌های سیاحان خارجی داشته باشیم. بالاخص در ارتباط با سیاحان کشورهای مسلمان و آسیایی که هم از نظر مذهبی و هم از نظر فرهنگی نزدیکی بیشتری با ما دارند

### ۱-۲-۵ تصویر نادرست از محدودیت‌های فرهنگ ایرانی اسلامی برای گردشگران

مسائل مذهبی موجبات مشروط سازی در ورود جهانگردان می‌شود. خصوصاً خانم‌ها که در بدو ورود باید از نظر حجاب ضوابطی داشته باشند و این ضوابط و قواعد، قیود توریست‌ها می‌شود، این قیود و محدودیت‌ها سبب می‌گردد جهانگردان کمتر جذب سفر به ایران بشوند. به عبارت دیگر برنامه‌ریزی مناسب جهانگردی باید به نحوی باشد که در حین حفظ ارزش‌ها و عناصر ارزشمند فرهنگی، بتواند آن‌گونه که شایسته است نسبت به جذب سیاحان و جهانگردان خارجی اقدامات لازم را به عمل آورد.

در این زمینه بسیاری از کشورهای پیشرفته و صنعتی توانسته‌اند از این عناصر محدود کننده و مشروط کننده بطوری دقیق و برنامه‌ریزی شده بهره برداری کنند که در حین حفظ ارزش‌ها و اصالت‌های فرهنگی خویش آن‌ها را به عنوان جاذبه‌های فرهنگی به جهانگردان معرفی کنند، بنابراین مشروط کننده‌های صنعت گردشگری کشور نباید آن‌چنان مطرح شود که هیچ جهانگرد خارجی به ایران نیاید، بلکه اتفاقاً از مشروط کننده‌های صنعت جهانگردی باید به عنوان مکانیزم‌های جلب جهانگرد استفاده شود.

### ۱-۲-۶ ضعف تحقیقاتی و پژوهشی در این زمینه

بدلیل ضعف فعالیت‌های گردشگری، تحقیق و مطالعه نیز در این زمینه با رکود و محدودیت‌های زیادی روبرو است. از بین مؤسسات تحقیقاتی دانشگاه‌ها، هیچ یک گرایش خاصی برای تحقیق در زمینه گردشگری ندارند.

### ۱-۳ تاریخچه موضوع

در این زمینه، در کتاب جهانگردی به عنوان یک ارتباط میان فرهنگی نوشته دکتر محمدهادی همایون، وضعیت موجود گردشگری با عنوان ارتباط میان فرهنگی در جهان معاصر بررسی شده است و ضمن بررسی تاریخی نقش تمدن‌ساز جهانگردی را در خصوص دو تمدن اسلام و غرب بیان کرده است. سپس ضمن توضیح و تبیین عناصر و ویژگی‌های جهانگردی بر مسئله آسیب‌شناسی این روند و ظهور جهانگردی توده به عنوان نتیجه

توده‌ای شدن انسان‌ها در دوران معاصر و شکل‌گیری جامعه فرهنگ و ارتباطات توده، تأکید شده و سعی گردیده وضعیت و ماهیت گردشگری در جهان معاصر متأثر از تمدن غرب بررسی شود و در ادامه روند توسعه‌ی جهانگردی توده در جهان معاصر به همراه شرایط گردشگری در جمهوری اسلامی ایران تبیین شده است.

همچنین گردشگری از دیدگاه اسلام و منابع اسلامی با توجه بیش‌تر به آنچه در فرهنگ اسلامی در خصوص گردشگری یافت می‌شود، بررسی شده و در پایان با در نظر گرفتن سه حوزه ایران، اسلام و جهان معاصر و با محوریت قرارداد ایران راه کارهایی برای چگونگی توسعه‌ی گردشگری در کشور بر اساس عناصر گردشگری به عنوان یک ارتباط میان فرهنگی مطرح گردیده است.

کریس کوپر در کتاب اصول و مبانی گردشگری نیز به تجزیه و تحلیل و تفسیر جریانات جهانی گردشگری و الگوهای تقاضا پرداخته و آثار اجتماعی و فرهنگی محیطی و اقتصادی گردشگری بازگو کرده است.

همچنین کتاب «شناخت گردشگری» نوشته بهرام رنجبریان و محمد زاهدی به معرفی اجمالی مفاهیم اساسی و ویژگی‌های این صنعت می‌پردازد و تاریخچه و دلایل گسترش گردشگری مورد بررسی قرار می‌دهد. علاوه بر این به انواع، انگیزه‌ها، محصولات صنعت و آثار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی توسعه گردشگری را مد نظر قرار می‌دهد.

کتاب «سیر و سیاحت در قرآن مجید» نوشته جهانبخش ثواقب و محمد جواد رحمانی به بررسی دیدگاه قرآن کریم درباره اهمیت و جایگاه سیر و سیاحت و پی‌آمدهای آن می‌پردازد و ضمن بررسی این مقوله، به انواع سفر بر اساس انگیزه، حکم شرعی و مکان، احکام و آداب سفر، سفرهای تاریخی پیامبران الهی و اقوام گذشته در قرآن، سفر آفاقی انفسی و ابعاد آن‌ها، تحلیل آثار و پیامدهای مختلف سفر به ویژه آثار تربیتی آن پرداخته است.

محمد صوباف در پایان‌نامه بررسی فقهی و حقوقی توریسم با هدف پژوهش «ارائه پاسخ‌های روشن دینی به شبهات گسترش صنعت توریسم» می‌باشد و نهایتاً در آن پژوهش به این نتیجه رسیده است که علماء و اساتید فقه با طرح بحث در این مورد، پاسخ مناسب جهت زدودن کج فکری‌ها ارائه دهند تا کشور بتواند از ظرفیت بالای درآمدی خود در این صنعت استفاده مناسب کند.

در این پژوهش سعی داریم که بر اساس پاسخ‌هایی که فقه شیعه در مورد مسائل مختلف گردشگری داده است، بررسی مهم مسائل فقهی منابع شیعه در حوزه جهانگردی و گردشگری پردازیم و به سوی یک الگوی

مطلوب برای گردشگری و جهانگردی بر مبنای فقه شیعه حرکت کنیم و به این سؤال پاسخ دهیم که الگوی مطلوب گردشگری به خصوص پذیرش و جذب گردشگر خارجی و تعامل با او به چه شکل است.

#### ۴-۱ ضرورت، اهداف و اهمیت موضوع

فقه اسلامی در طول زمان‌های گذشته، فقهی نظام ساز نبوده است و یک نظامی با اقتضائات و شرایط امروزی دنیا ارائه نکرده است. امام خمینی رحمه الله علیه با انقلاب اسلامی نشان داد که فقه توانمندی نظام سازی را دارد. لذا باید به سمتی در علوم پیش برویم که بتوانیم الگوی فقهی و اسلامی ارائه کنیم. از این باب، پرداختن به حوزه‌های تخصصی علوم از منظر فقه مانند ارتباطات، فقه رسانه، فقه گردشگری و... مهم است.

الگوی گردشگری و جهانگردی در جهان معاصر منجر به توسعه اقتصادی، اشاعه فرهنگ غربی و تثبیت سلطه جهانی شده است، اما در گردشگری اسلامی با همان انگیزه‌های روانشناختی، اقتصادی، علمی و ارتباطی به عبادت، عبرت، امت و دعوت می‌رسیم.

لذا در این پژوهش تلاش داریم، با نگاهی به توان نظام سازی فقه و ابعاد اجتماعی و حکومتی آن، به بررسی اهم مسائل فقهی منابع شیعه، حوزه جهانگردی و گردشگری در جمهوری اسلامی ایران بپردازیم.

#### ۵-۱ سؤالات تحقیق

الگوی مستخرج گردشگری براساس فقه شیعه چیست؟

#### ۶-۱ فرضیه تحقیق

این پژوهش اکتشافی است و فرضیه ندارد.

#### ۷-۱ روش تحقیق

در این پژوهش، با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و روش گردآوری مطالب به شیوه اسنادی و کتابخانه‌ای موضوع گردشگری و منابع فقهی مرتبط با آن گردآوری خواهد شد. سپس با استفاده از نظرات فقها و نخبگان و روش‌های فقهی و اجتهادی به تحلیل نتایج پژوهش‌ها می‌پردازیم. البته با به اینکه رسیدن به احکام هر

موضوع نیاز به توانایی اجتهاد دارد، در این پژوهش علاوه بر حرکت در فرآیند اجتهاد و رسیدن به حکم، از نظرات فقها استفاده خواهیم کرد.

## ۸-۱ تعریف اصطلاحات و بیان مفاهیم

### ۸-۱-۱ سائح

سائح: من ساح فی الأرض، یسیح یسیحاً، اذ استمر فی الذهب ومنه السیح، الماء الجاری و من ذلك یسمى الصائم سائحاً لإستمراره علی الطاعة فی ترک المشتهی (طبرسی، ۵۳۶ق، ۳: ۱۴۶).

سائح، به کسی گفته می شود که در زمین می چرخد و گردشگری می کند، اصل این کلمه، به معنای حرکت و رفتن مدام است، به همین جهت به آب روان (سیح) گویند، و از این رو به انسان روزه دار (سائح) گفته شده زیرا در فرمانبری و اطاعت از خداوند و دوری گزیدن از خواسته های نفسانی در طول روز پی گیر و استوار است.

حسن مصطفوی از واژه شناسان معاصر، در «التحقیق فی کلمات القرآن الکریم»، در پی ریشه اصلی و معنای مشترک آن بر آمده و نوشته است:

«اصل یگانه در معنای این واژه حرکت و جریانی است که همراه با تدبر و تفکر باشد. بنابراین، اگر به آب روان (سیح) گفته می شود، به این اعتبار است که آب جاری نرم و آرام راه می گشاید و به پیش می رود. از همین مقوله است، حرکت انسانها آن گاه که براساس اندیشه و توجه و وظیفه شناسی بین آنها و خداوند باشد. با این نگرش در خطاب آیه شریفه که می گوید: (فسیحو فی الأرض) نکته ای لطیف و ظریف نهفته است.» (مصطفوی، ۱۴۲۶ق، ۵، ۲۸۴)

بنابراین، این واژه به معنای گردشگر، حرکت همراه با آرامش و اندیشه، مسافر، جهانگرد و توریست، آمده است.

در قرآن کریم بیش از بیست سوره بحث های مهمی از گردشگری نموده است که به عنوان نمونه به دو سوره

اشاره می شود: