

از تکنیک‌هایی برای جذب گردشگر بهره‌جسته‌اند که در آن‌ها تنها آشنایی اجمالی گردشگران با دنیای مسیحیت مورد نظر قرار گرفته و زمان کوتاهی از گردشگران را طلب نموده است. در پاره‌ای از موارد، کیفیت بر کمیت ترجیح داده شده و حتی برای ورود گردشگران به کلیسا محدودیت‌هایی اعمال شده است.

در این پژوهش، تکنیک‌های تبشیری چند کلیسای فعال در زمینه گردشگری، رصد شده و در مورد کاربرت‌های میدانی مسئولان و متصدیان این کلیساها در تسهیل و آسان‌سازی حضور گردشگران در این اماکن مذهبی، کنکاش شده است.

اولین کلیسایی که در این تحقیق از آن سخن به میان خواهد آمد، کلیسای سنت پیتر^۱ در دولت شهر واتیکان^۲ است. این کلیسا از قدمت زیادی برخوردار است. با توجه به مرکزیت این کلیسا به عنوان کانون مسیحیت کاتولیک، سالانه میلیون‌ها گردشگر برای بازدید از آن به واتیکان سفر می‌کنند. کلیسای سنت پیتر، تنها بخشی از مجموعه‌ای است که این گردشگران از آن دیدن می‌کنند (Wright, 2008: 122).

مبشران مسیحی در این کلیسا و فضاهای اطراف آن، برای گردشگران، برنامه‌هایی تبشیری در نظر گرفته‌اند. این برنامه‌های تبشیری، به عنوان الگوی فعالیت‌های تبشیری کاتولیک در سراسر جهان، به وسیله کاتولیک‌ها تقلید و پیروی می‌شود. کلیسای دیگری که برنامه‌های تبشیری آن کنکاش خواهد شد، کلیسای پوینت^۳ در ایالات متحده آمریکا است. این کلیسا پیرو مذهب پروتستان بوده و در حیطة‌هایی چون: کودک و نوجوان، مشاوره و شادی و نشاط،

1. St. Peter's Basilica.

2. Vatica City - State.

3. The Pointe Church.

برای گردشگران برنامه‌های تبشیری تدارک دیده است. کلیسای کچ دی فایر^۱ سومین کلیسایی است که اطلاعات تبشیری آن بررسی خواهد شد. این کلیسا در کانادا واقع شده و رویکردی فرامذهبی دارد. برنامه‌های هیجان‌انگیز این کلیسا برای گردشگران، و مجاورت آن با فرودگاه شهر تورنتو^۲ باعث جذب گردشگران زیادی به این کلیسا شده است. کلیساهای جامع انگلستان، آخرین بخش از کلیساهایی است که در این مقاله به آن‌ها پرداخته خواهد شد. کلیساهای مد نظر در انگلستان، شامل کلیسای جامع آکسفورد^۳، کلیسای وست مینستر^۴، کلیسای دورهام^۵ و کلیسای جامع لینکلن^۶ است. رابطه مستحکم کلیساهای جامع انگلستان با دولت محلی، نظم‌بخشی به بازدیدهای گردشگران از این کلیسا و شیوه مدیریت مسئولان کلیساها در جذب گردشگران خارجی، نکات مهم پرداخته شده درباره این مراکز مهم مسیحی است. در ادامه، فعالیت‌های تبشیری کلیساهای نام‌برده، به تفکیک ذکر خواهد شد.

هدف تحقیق

هدف اصلی این تحقیق، آشنایی با تکنیک‌های تبشیری کلیساهای مسیحیت در مواجهه با مخاطبانی است که به‌عنوان گردشگر به مناطق مختلف جهان سفر می‌کنند. آشنا شدن با روش‌های کلیساهایی که در جذب گردشگر عملکردهای قابل توجهی داشته‌اند، اطلاع از نحوه برخورد آن‌ها با گردشگران و چگونگی شروع فعالیت‌های تبشیری و تداوم آن، هدف و مقصود این پژوهش است.

1. Catch The Fire Church.

2. Toronto.

3. Oxford Cathedral.

4. Westminster Abbey.

5. Durham Cathedral.

6. Lincoln Cathedral.

پیشینه تحقیق

ارتباط گردشگری با دیانت، یکی از موضوعات مورد بحث در پژوهش های جاری محققان بوده است. در بیشتر موارد، نگاه پژوهشگران به مسئله دیانت و مذهب در امر گردشگری، به زوایای آشکار و پنهان نمادهای دینی موجود در اماکن و ابنیه تاریخی در جذب گردشگران، منعطف شده است. از آنجاکه گردشگری به معنای عام آن با مفهوم گردشگری مذهبی تفاوت دارد، گرایش کسانی که در حیطه مذهبی، در حوزه گردشگری به پژوهش پرداخته اند، غالباً به سمت گردشگری مذهبی تمایل پیدا کرده است. با وجود این، پژوهش هایی نیز درباره نقش ادیان در جذب گردشگران انجام شده است؛ به طور نمونه، پریا صوفیان (دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران) در پژوهش خود، به موضوع «ارتباط گردشگری و ادیان زرتشت، مسیحیت و یهودیت» عطف توجه نموده و به اشکال گردشگری مذهبی در اماکن مقدس این سه دین در ایران و علت جذب گردشگران به این اماکن پرداخته است؛ این اثر، اگرچه حضور گردشگران در اماکن مذهبی را بررسی کرده، اما به طور خاص بر شیوه های تبلیغی این ادیان تأکید نمی کند.

پژوهش هایی با عناوین «شاخص های اقتصادی توریسم مذهبی: مطالعه تطبیقی ایران با سوریه، عربستان و واتیکان» از امیرعلی صالحی (دانشگاه امام صادق علیه السلام)، «مقایسه روش های تبلیغی قرآن و عهدین» از محمدعلی ملایی اردستانی (دانشگاه کاشان) و «روند تبلیغ و تبشیر مسیحیت در گذر زمان» از داود میرزایی (انتشارات دارالمعارف)، در حوزه گردشگری و دیانت صورت پذیرفته اند.

تازه ترین اثر پژوهشی با نام «الهیات گردشگری: مبانی و کارکردها» اثر حمیده امیریزدانی (دانشگاه ادیان و مذاهب) از منظر الاهیاتی و به طور خاص، از زاویه الاهیات مسیحیت و کلیسا، در پی واکاوی راهکارهای کلیسا در مواجهه با مسئله گردشگری برآمده است و سیر تاریخی بیانیه های پاپی را ضمن تحلیل

محتوای آن‌ها به تصویر کشیده است.

در این میان، پژوهشی در خصوص عملکرد کلیسا در صحنه‌های میدانی، و شیوه‌ها و تکنیک‌های برخورد تبشیری کلیساهای مسیحیت با گردشگران، انجام نگرفته است؛ بنابراین، وجه تمایز این تحقیق نسبت به نمونه‌های مشابه آن، صرف نظر از ورود به ساحت دیانت در عرصه گردشگری (به خصوص در دین مسیحیت)، توجه ویژه و تمرکز بر روش‌های تعامل کلیساها با گردشگران و تکنیک‌های تبشیری چند کلیسای برتر در این زمینه از کشورهای متعددی همچون ایالات متحده، کانادا، انگلستان و همچنین دولت شهرواتیکان است.

روش تحقیق

در این تحقیق، تکنیک‌های تبشیری کلیساهای مهمی در جهان مسیحیت، در حوزه گردشگری توصیف شده است. گردآوری اطلاعات، به صورت اسنادی انجام پذیرفته و در انجام آن از شیوه کتابخانه‌ای و مصاحبه استفاده شده است. از آنجاکه روش‌های تبشیر مسیحیت، امری پویا و در حال تغییر و رشد است، تلاش شده است تا با بررسی آخرین روش‌های برخورد آن‌ها با گردشگران، اطلاعات دقیقی یافت شود؛ به همین جهت، در این تحقیق از پایگاه‌های اینترنتی که گویای شیوه نوین تبشیر مسیحیت هستند نیز استفاده شده است. در برخی از موارد، تنها منبع کسب اطلاعات جدید، مراجعه به درگاه‌های اینترنتی کلیساهای مذکور بوده است. علت این امر را می‌توان تعهدداشتن کلیساهای فعال در زمینه گردشگری، در خصوص انتشار اطلاعات و تجارب خود در حوزه نشر دانست؛ از این رو، در برخی از موارد، برای دستیابی به شیوه‌های نوین تبشیری مسیحیت، کتب و مقالات کافی در دسترس نبود؛ بنابراین، از پایگاه‌های اینترنتی کلیساها و مصاحبه با افراد متخصصی که در محیط‌های تبشیری مسیحیان حضور یافته‌اند و در این زمینه، مطالعاتی را انجام داده‌اند، به عنوان منابع تکمیلی در این تحقیق استفاده شده است.

گردشگری یا توریسم

گردشگری یا به اصطلاح «توریسم»^۱ در لغت به معنای سفر کردن است. فرهنگ واژگان معتبر مرییم وبستر^۲ در مدخل توریسم، تعاریف زیر را ارائه کرده است:

۱. سفر کردن برای تفریح؛

۲. راهنمایی یا مدیریت گردشگران؛

۳،۱. تبلیغ یا تشویق توربری؛

۳،۲. اسکان گردشگران (Merriam-Webster, 2004).

در ترجمه فارسی این کلمه، از لفظ جهانگردی نیز استفاده می شود. فرهنگ عمید واژه «توریست» را سیاح و جهانگرد معنا کرده است (عمید، ۱۳۷۳). این واژه در فرهنگ الفبایی قیاسی زبان فارسی، این چنین معنا شده است: «جهانگرد؛ سیاح؛ مسافری که قصدش گردش است» (مشیری، ۱۳۹۶).

تعریف ذیل را سازمان جهانی گردشگری^۳ در کنفرانس بین المللی «مسافرت و آمارهای گردشگری»^۴ در اتاوا کانادا ارائه نموده است:

«گردشگری فعالیت های افرادی را شامل می شود که به محیط هایی خارج از محیط زندگی معمول خود، برای مدتی کمتر از یک سال متوالی، سفر و اقامت می کنند و هدف آنان، تفریح و گذراندن اوقات فراغت، کارهای تجاری و سایر اهداف می باشد» (صوفیان، ۱۳۹۲: ۹).

لطفی خاچکی، گردشگر را فردی در نظر گرفته است که دارای دو ویژگی باشد: یک، از محل اقامت خود برای مدتی کمتر از یک سال دور شده باشد و دو،

1. tourism.

2. Merriam-Webster's Collegiate Dictionary.

3. The World Tourism Organization (W.T.O).

4. International Conference on Travel and Tourism Statistics.

در محل جدید، کسب درآمد نکند (لطفی خاچکی، ۱۳۸۷)؛ بنابراین می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که «گردشگر» کسی است که به منظور دستیابی به یکی از دلایل نام‌برده، سفر می‌کند. انگیزه‌های دینی و مذهبی در انجام سفر برای چنین شخصی لزوماً لحاظ نمی‌شود.

گردشگری مذهبی

گردشگری مذهبی با گردشگری به معنای عام آن، که در بند پیشین به آن اشاره رفت تفاوت داشته، نوع خاصی از آن را شامل می‌شود؛ زیرا «گردشگری مذهبی بر بازدید از اماکن مذهبی، بناهای تاریخی یا مقاصد گردشگری، با هدف اصلی مشارکت یا تقویت ایمان و عقیده‌ای خاص، متمرکز است» (Smith, Mcleod & Robertson, 2010: 139). انسان‌ها از زمان‌های بسیار دور به قصد حضور در مکانی مذهبی و مقدس، رنج سفر را تحمل کرده، خود را به شهرها و نقاط دوردست می‌رساندند. «این نوع گردشگری یکی از رایج‌ترین اشکال گردشگری در سراسر جهان است که سابقه آن به قرون و اعصار گذشته مرتبط می‌گردد» (ریاحی سامانی، ۱۳۸۴: ۱۰).

انگیزه مذهبی، یکی از دلایل مهم برای سفر کردن در طول قرون گذشته بوده است. پیروی از دین و مذهب، آن‌چنان بر انسان اثرگذار بوده که تأثیر آن بر رشد و تمدن بشری، قابل ملاحظه بوده است:

«مسافرت‌ها به اماکن مقدس، تقریباً از ابتدای تاریخ بشر صورت می‌گرفته است. دوره مهم توسعه زیارت، دوران باستان بوده است. مسیرهای زیارتی باستانی تاکنون حفظ شده است؛ از جمله در مصر، بین‌النهرین، فلسطین، عربستان، ایران، هند، چین، سرزمین مایاها، یونان و روم. مطالعات باستان‌شناسی، وجود مکان‌های عبادی را تأیید می‌کند. این مکان‌های عبادی، از میان اقوام پیش از ظهور مسیحیت از جمله سلت‌ها، آلمانی‌ها و اسلاوها، زیارت‌کننده داشته‌اند» (Jackowski, 2003: 26).

بنا بر تعریف های ارائه شده، بازدید گردشگران از کلیسا در صورتی گردشگری مذهبی تلقی می شود که قصد و نیت گردشگران از حضور در کلیسا و مسافرت نمودن برای دیدن آن، صرفاً تقویت باورهای مذهبی و دینی باشد. در غیر این صورت، سفر گردشگران به کلیساها ذیل عنوان «گردشگری» تعریف می شود و نه «گردشگری مذهبی».

نکته دیگر، در نظر گرفتن مفهوم متفاوت «زیارت» است؛ زیارت «با انگیزه ایجاد نوعی تغییر (تحول معنوی) و با این اعتقاد که این تغییر را می توان در اماکن مذهبی جستجو کرد، صورت می گیرد... زیارت سفری است که از مبدأ به یک مکان مقدس و ترجیحاً دور، با هدف غنی سازی معنوی صورت می گیرد» (نیکنام، ۱۳۹۳). در نقطه مقابل این نوع از سفر، مفهوم گردشگری قرار می گیرد که در آن انگیزه مذهبی لحاظ نمی شود؛ برخلاف زیارت که در آن «قصد و تمایل عبادت» (همان)، شرط اساسی است. طبق نظراسمیت^۱، گردشگری مذهبی، حد وسط محوری است که در یک سوی آن زیارت است و در سوی دیگر آن، گردشگری (Smith G., 1990).

تبشیر

«تبشیر» در لغت «بشارت دادن» و «مژده آوردن» است و خود واژه «انجیل» نیز معنای بشارت و نوید می دهد» (الشیخ، ۱۳۹۵: ۲۶۳). در تبشیر مسیحی، مسیحیان به هر سرزمینی که امکان آن وجود داشته باشد، سفر کرده، به هر عنوانی که بتوانند دست به کار شده، به مردم خدمت می کنند؛ به عنوان مثال، بچه داری، آشپزی، کمک به ایتام، تدریس زبان و کمک به حادثه دیدگان. این مسیحیان، ضمن انجام کارهای عام المنفعه، به تدریج مردم را با تعالیم مسیحیت آشنا کرده و بذر مسیحیت را در جان مردم پخش می نمایند؛^۲ بنابراین تبشیر مسیحیت، محدود به زمان و مکان خاصی نبوده، مبشران مسیحی در

1. Smith.

۲ مصاحبه با خانم دکتر فریبا علاءسوند، عضو هیئت علمی مرکز تحقیقات زن و خانواده (۱۳۹۸).

صدد هستند تا در هر موقعیتی به ترویج باورهای خود همت گمارند. تبشیر یکی از اساسی‌ترین باورهای مسیحیت محسوب می‌شود. «مسیحیان سخنان عیسی را به مثابه یک فرمان اخذ کردند و به هر جا رفتند، اعتقاد جدید خود را اشاعه دادند» (ویور، ۱۳۸۱: ۳۰۶).

مخاطبان تبشیری، منحصر به فرد یا طبقه خاصی از جامعه نمی‌شود. در باور مسیحیت، می‌توان هر شخصی را که به عیسی ایمان نداشته باشد، تبشیر نمود.

«انجیل تقریباً به همه ساکنان جهان به گونه‌ای رسانده شود که مسئله ایمان آوردن و کفر ورزیدن به عیسی مسیح برای آنان روشن شود. اگر چنین کاری ممکن است، پس وظیفه کلیسا است که برای تحقق آن فکری بیندیشد» (دانستین، ترجمه سلیمانی اردستانی، ۱۳۸۱: ۳۳۷).

بنابراین طبق عقاید و باورهای مسیحیت، هیچ دلیلی وجود ندارد که برای میلیون‌ها گردشگری که سالانه به کشورهای مسیحی نشین سفر می‌کنند، برنامه تبشیری در نظر گرفته نشود. افزون بر آن، هنگامی که گردشگران با میل و رغبت به مکان‌هایی که برای مسیحیان مقدس است، سفر می‌کنند، تبشیر آنان اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند.

تبشیر گردشگری

در این پژوهش، «تبشیر گردشگری» عبارتی است که از آن برای توصیف فعالیت‌های تبشیری مبشران و کلیساها در مواجهه با گردشگرانی که در محیط‌های مذهبی مسیحیت حضور یافته‌اند استفاده خواهد شد. تبشیر گردشگری ممکن است در داخل کلیسا، محیط اطراف آن و هرگونه ساختمان و فضای ملحق به کلیسا انجام شود. نکته قابل ملاحظه، تمایز این مفهوم با «گردشگران مبشر»^۱ است؛ گردشگران مبشر، مسیحیانی هستند که سفر کرده، در

1. Missionary Tourists.

حین سفر شروع به تبشیر مخاطبان احتمالی خود می کنند. این نوع از تبشیر، از زمان های دور، یکی از فعالیت های مبشران مسیحی به حساب می آمده است (Nutting, 1905: 37).

نگرش کلیسا به تبشیر گردشگری

در دهه های اخیر، گردشگری مورد توجه کلیسا قرار گرفته است. رهبران مسیحی، اکنون دریافته اند که حضور گردشگران در کلیساها، فرصت مناسبی برای آشناسازی آن ها با مسیحیت و گسترش این دین است. در سال های اخیر، تحقیق های قابل توجهی به وسیله پژوهشگران حوزه مسیحیت در این زمینه انجام شده است.

«گردشگری می تواند به عنوان فرصت مناسبی برای کلیسا با هدف اعلام پیام خود و ترویج شاکله اخلاقی و دینی مسیحیت باشد. کلیسا باید به این نکته توجه کند که بخش عمده ای از اماکن فرهنگی که سالانه مورد بازدید هزاران گردشگر قرار می گیرند مکان های مقدس و دینی مسیحی هستند. وب سایت یونسکو گزارش داده است که تقریباً ۲۰ درصد از مکان های ثبت شده در فهرست میراث جهانی، به نوعی با مذهب یا معنویت ارتباط دارند» (Ascannis, Mutangala, & Cantoni, 2018).

گرچه اولین مرتبه ای که کلیسا به امر گردشگری به طور ویژه توجه نموده، طبق ادعای کلیسای واتیکان، به سال ۱۹۶۹ م. باز می گردد (Hamao, 2001)، اما مقدمات تبشیر گردشگری از قرن ها پیش آغاز شده است؛ زیرا کلیساهای معروفی در جهان همچون کلیسای سنت پتر در واتیکان از چند قرن قبل تاکنون، در صدد جمع آوری آثار تاریخی مذهبی مسیحیت بوده اند و آن ها را به شکل کلکسیون در موزه های خود جمع آوری نموده اند. آن ها نه تنها از آثار سنتی مسیحیت حفاظت و نگه داری کرده اند، بلکه از هنرمندان شهیر زمان خود دعوت نموده اند تا آثار بدیع و دیدنی را از موضوعاتی که برای مسیحیت

اهمیت دارند، در صومعه‌ها و کلیساها، خلق نمایند. آثاری که از میکلائو و لئوناردو داوینچی^۲ در اماکن مذهبی مسیحیت وجود دارد، باعث جذب گردشگران متعددی به کلیسا شده است (Rolland, 2010: 142).

در کشور انگلستان نیز توجه به امر گردشگری در بین کلیساهای مطرح این کشور، اهمیت بالایی پیدا کرده است.

«در گزارشی که به منظور بررسی نقش آینده کلیساهای انگلیسی انجام گرفت، مشخص شد که گردشگری برای کلیساهای جامع انگلستان از اهمیت بالایی برخوردار است؛ زیرا اولاً تبلیغ برای مخاطبان گردشگر، به عنوان بخشی از وظیفه کلیسا در تعلیم آموزه‌های مسیحی و تبشیر مسیحیت تلقی می‌شود، و ثانیاً، منبعی برای افزایش درآمد از طریق کمک‌های مردمی، دریافت هزینه ورود به کلیسا و فروش محصولات و مواد غذایی است» (ECOTEC, 2004: 25).

رهبران مسیحی پس از آنکه از اهمیت حضور گردشگران در کلیساها اطلاع یافتند، تلاش نمودند تا با سازمان‌های مرتبط با گردشگری همکاری کرده، ارتباط خود با این مراکز را مستحکم سازند. در این راستا، جان پل دوم،^۳ رهبر سابق کاتولیک‌های جهان (۱۹۲۰-۲۰۰۵ م.) شش مرتبه در گرامیداشت گردشگری، پیام منتشر نمود (سال‌های ۱۹۸۲، ۲۰۰۰، ۲۰۰۱، ۲۰۰۲، ۲۰۰۳ و ۲۰۰۴ م.). وی در پیام خود برای بیست و دومین سالروز جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۲ م.، چنین بیان داده است:

«من قاطعانه امیدوارم که گردشگری همواره فرصتی برای برخورد و مواجهه‌های مفید باشد: مواجهه با خدا که عشق و مشیت خود را در آفرینش و موفقیت بشر، به ما نشان می‌دهد؛ مواجهه با خود، در سکوت تفکر و گوش سپردن به ندای درون و مواجهه با دیگران، برای ایجاد هماهنگی میان تک‌تک انسان‌ها و

1. Michelangelo.

2. Leonardo da Vinci.

3. John Paul II.

قومیت های مختلف» (Message of John Paul II, 2020).

تبلیغ گردشگری در کلیسای سنت پیتر

کلیسای سنت پیتر، مرکز دیانت و قداست دولت شهر واتیکان است. گردشگرانی که از ایتالیا دیدن می کنند، برای سفر به واتیکان و دیدن کلیسای سنت پیتر، علاقه وافری از خود نشان می دهند (Stausberg, 2011: 79). پاپ حاکمیت کلیسای سنت پیتر و کاخ پاپی را برعهده دارد (خسروشاهی، ۱۳۷۹: ۱۳۳)، از این رو، ملاقات با پاپ برای گردشگران و حتی شرکت در مراسم سخنرانی وی برای گردشگران جذابیت ویژه ای دارد. رهبران کاتولیک در دهه های اخیر تلاش زیادی نموده اند تا بازدید گردشگران از واتیکان را به کلیسای سنت پیتر منحصر نکنند. آن ها با دادن اجازه دسترسی برای بازدید از اماکن مذهبی و تاریخی اطراف کلیسای سنت پیتر، گردشگران را برای حضور هرچه بیشتر در واتیکان ترغیب کرده اند.^۱

گردشگران برای بازدید از کلیسا تمایل زیادی از خود نشان می دهند. تعداد گردشگرانی که برای بازدید از اماکن مذهبی، به ویژه کلیسا، عازم سفر می شوند، همه ساله رو به افزایش است (Aulet & Vidal, 2018). گردشگرانی که در واتیکان حضور می یابند، برای دیدن پاپ از خود اشتیاق نشان می دهند. پاپ نیز از فرصت استفاده کرده، برای گردشگران سخنرانی می کند؛ بنابراین می توان گفت که یکی از برنامه های تبشیری واتیکان برای گردشگران، دیدار با پاپ^۲ (یا همان دیدار پاپی) است. در این دیدار، پاپ با هزاران نفر دیدار کرده، سخنرانی می کند (Papal Audience – Vatican Rome, 2020)؛ جالب اینجاست که گردشگران برای ورود و تماشای سخنرانی پاپ می بایست بلیط تهیه کنند (غیر از ماه آگوست). البته برای سخنرانی دیگر پاپ که از آن به سخنرانی در

۱ مصاحبه با دکتر محمد هادی نجاتی، استاد دانشگاه ادیان و مذاهب (۱۳۹۸).

2. Papal Audience.

مراسم آنجلس^۱ یاد می‌کنند، از گردشگران وجهی گرفته نمی‌شود (Prefecture of the Papal Household, 2020).

تقاضای گردشگران برای دیدار با پاپ آنچنان زیاد است که برای تهیه بلیط می‌بایست در صف طولانی منتظر بمانند و از چند ساعت زودتر برای این کار اقدام نمایند. پس از پایان سخنرانی، مردم می‌توانند به وی مراجعه نموده، تبرک بجویند. پاپ معمولاً کودکان را متبرک می‌کند. آن‌ها همچنین می‌توانند با همراه بردن کتاب مقدس یا تسبیح مسیحیت، آن را به پاپ داده تا برایشان متبرک کند (Bernard, 2020).

در مراسم‌های آنجلس، دیدار گردشگران با پاپ در ظهر روزهای یکشنبه انجام می‌شود. برخلاف دیدار پاپی، در این مراسم، به تهیه بلیط نیازی نیست. سخنان پاپ در سراسر جهان از طریق رادیو و تلویزیون پخش شده، به‌طور گسترده در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شود (Vatican Radio, 2020). پاپ، سخنرانی خود را به زبان ایتالیایی انجام می‌دهد. در فاصله‌ای کوتاه، سخنرانی پاپ ترجمه شده، به زبان‌های عربی، انگلیسی، فرانسوی، آلمانی، لهستانی، پرتغالی و اسپانیایی ارائه می‌شود (The Angelus Prayer, 2020)؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سخنرانی پاپ، یکی از عوامل مهم جذب گردشگر به شمار می‌آید.

آثار هنری و تاریخی کلیساها، از دیگر جاذبه‌های مهم برای گردشگران است. کلیسای واتیکان، ورود گردشگران به اماکن مذهبی مسیحیت را فرصتی مناسب برای به تصویر کشیدن عقاید خود در قالب هنر می‌بیند. «نشان دادن این همه آثار هنری و تزئینی به گردشگران، و بیان علت وجود آن‌ها در کلیسا، می‌تواند دلیل خوبی برای حمایت کلیسا از گردشگری باشد» (Tan, 2018). نکته حائز اهمیت این است که هنگام بازدید گردشگران از آثار تاریخی و هنری، مبشران

1. Angelus.

مسیحی در صدد ارائه فعالیت های تبشیری به گردشگران نیستند. علت این امر را می توان تمایل آن ها به دخالت نکردن در برنامه های گردشگران، ارزیابی کرد. از طرفی، صرف بازدید گردشگران از آن همه آثار تاریخی که تماشای همه آن ها زمان بسیاری را می طلبد، خود یکی از اهداف کلیسای واتیکان در تبشیر گردشگری به شمار می رود؛ زیرا با این روش، کلیسا افرادی را که تاکنون با مسیحیت آشنا نبوده اند، به فضای مسیحیت وارد نموده، بهت و حیرت آن ها را برمی انگیزد.^۱

یکی دیگر از تکنیک های جذب گردشگر در تبشیر گردشگری، گفتگوی حضوری و چهره به چهره است. مبشران مسیحی در خیابان های منتهی به موزه، باغ و کلیسای سنت پیتر، حضور می یابند و در آنجا شروع به تبلیغ می کنند. مبشران مسیحیت، به طور ایستاده تبشیر می نمایند. در طول مدت حضور در خیابان، روی پای خود ایستاده، در کنار مخاطب خود به صحبت ادامه می دهند. در کنار کلیسای سنت پیتر، باغ های زیبایی نیز وجود دارد که پذیرای گردشگران است. استفاده از طبیعت در کنار کلیسا، حس آرامش و سادگی را به انسان منتقل می کند؛ ضمن اینکه جنبه درآمدزایی برای کلیسا نیز خواهد داشت (همان).

مبشران مسیحی تلاش می کنند تا از عبارات کتاب مقدس در گفتگوهای خود استفاده کنند؛ یعنی از آن به عنوان مرجعی برای معرفی دین مسیحیت بهره می برند؛ بر این اساس، همراه یک مبشر مسیحی، نسخه ای از کتاب مقدس وجود دارد. تهیه کتاب مقدس برای گردشگران تسهیل شده تا آن ها بتوانند به راحتی با آموزه های مسیحیت آشنا شوند. آن ها انجیل را تنها به زبان مورد نیاز مخاطب خود تولید می کنند و به دوزبانه چاپ کردن آن نیازی ندارند؛ به عنوان مثال، یک گردشگر می تواند انجیلی را که به طور اختصاصی به زبان

۱ مصاحبه با دکتر محمد هادی نجاتی (۱۳۹۸).

آلمانی چاپ شده است، تهیه کند.^۱

یکی دیگر از روش‌های جذب گردشگر در کلیساهای جهان، به ویژه کلیسای سنت پیتر، به معرض فروش قرار دادن محصولات مذهبی و فرهنگی است. وسایل تزئینی که ریشه دینی دارند مورد خواست و تقاضای گردشگران رهگذر هستند؛ به عنوان مثال، مبشران مسیحی، صلیب‌های زیبایی را در مدل‌های مختلف طراحی کرده و به فروش می‌رسانند. گردشگران با خرید صلیب یا تسبیح مسیحیت^۲، نمادی از مسیحیت را به یادگار به منزل می‌برند. در خیابان‌های اطراف کلیسای سنت پیتر نیز غرفه‌هایی ایجاد شده است که در آن راهبه‌های مسیحی با لباس‌های دینی مخصوص به خود، در آنجا حضور یافته و این محصولات را به فروش می‌رسانند. سازنده این محصولات دینی فرهنگی لزوماً مبشران یا سایر نیروهای کلیسا نیستند، بلکه آن‌ها از مردم بومی برای ساخت آن‌ها استفاده می‌کنند. این بدان معناست که کلیسا خود متکفل ایجاد کارگاه یا کارخانه‌ای برای ساخت وسایل مذهبی مسیحیت نیست. آن‌ها با بهره‌گیری از صنعت تولید صنایع دستی و فرستادن تقاضا به تولیدکنندگان، محصولاتی را که به فروش آن‌ها تمایل دارند، سفارش داده، در غرفه‌های خود به فروش می‌رسانند و از این راه نه تنها درآمد به دست می‌آورند، بلکه به اقتصاد محلی نیز کمک می‌کنند.^۳

رهبران کلیسای کاتولیک پس از کسب تجارب موفق در جذب گردشگران در کلیسای سنت پیتر، در صدد برآمدند تا تکنیک‌های جذب گردشگر را برای سایر کلیساهای کاتولیک در جهان الگوسازی کنند؛ از این رو، آنان در سال ۲۰۰۱ م. راهکارهای پیشنهادی خود را طی دستورالعملی سی و شش بندی به سایر

۱ مصاحبه با دکتر محمدحسن قدیری ابیانه، سفیر سابق جمهوری اسلامی ایران در مکزیک، گواتمالا، بلیزو استرالیا، و رایزن مطبوعاتی و سخنگوی سفارت جمهوری اسلامی ایران در ایتالیا (۱۳۹۸).

2. Rosary.

۳ مصاحبه با دکتر محمدهادی نجاتی (۱۳۹۸).

کلیساها ابلاغ نمودند. عناوین راهکارهای جذب گردشگر در کلیساها^۱ از قرار زیر است:

۱. برخورد مناسب با گردشگران؛
۲. استفاده از زبان گردشگران در نیایش های کلیسا؛
۳. توزیع اطلاعات دینی چاپ شده میان گردشگران؛
۴. تخصیص زمان ویژه ای از مراسم کلیسا به مخاطبان گردشگر؛
۵. شرکت دادن گردشگران در مراسم عشای ربانی؛
۶. توجه ویژه به مسیحیان غیر کاتولیک برای ایجاد اتحاد بین مسیحیان؛
۷. استفاده از مسیحیان به عنوان یک مبشر؛
۸. دادن اجازه به گردشگران برای بازدید از آثار تاریخی و هنری کلیسا و آشنا کردن آن ها با فرهنگ بومی؛
۹. توجه ویژه به آرامگاه های مسیحیان متدین، برای جذب گردشگر؛
۱۰. آموزش مسئولان حراست کلیسا برای پذیرش گردشگران؛
۱۱. لزوم همکاری با آژانس های مسافرتی؛
۱۲. احترام به گردشگران؛
۱۳. غالب بودن فضای مسیحی و استفاده از دعا و نیایش؛
۱۴. توجه ویژه به جوانان؛
۱۵. تعامل با مسئولان شهری، سیاست مداران و نهادهای گردشگری

(Guidelines for the Pastoral Care of Tourism, 2020).

تکنیک های مطرح شده در جذب گردشگران (غیر از دستور العمل پانزده بندی)

را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

۱. ملاقات با پاپ و سخنرانی‌های وی؛
۲. به نمایش گذاشتن آثار تاریخی و هنری کلیسا؛
۳. گفتگوی حضوری و چهره‌به‌چهره؛
۴. استفاده از کتاب مقدس ترجمه شده به زبان گردشگران؛
۵. فروش محصولات فرهنگی مذهبی.

تبشیر گردشگری در کلیسای پوینت

در نوامبر سال ۲۰۰۴، ری هریس^۱، کشیش پروتستانی با احساس وظیفه‌ای که به نظر خودش از طرف خداوند بر عهده او گذاشته شد، کلیسایی را در شهر فورت وین^۲ ایالت ایندیانا^۳ آمریکا برپا کرد. او کشیش‌های دیگری را نیز از ایالت‌های مختلف، همچون: کالیفرنیا^۴ و ویرجینیا^۵ فراخواند تا با هدف و قصدی مشابه، مردم را به پیروی از عیسی مسیح دعوت نمایند. هدف او جذب هرچه بیشتر مخاطب بود (The Pointe Church, 2020). در ابتدا، انگیزه وی جذب گردشگر نبود، اما با گسترش فعالیت‌های تبشیری و فراهم آوردن امکان ثبت نام از طریق اینترنت، توانست حضور افرادی از هر قشر را در کلیسای نو تأسیس خود تسهیل کند. هم‌اکنون با توجه به ظرفیت محدود کلیسا، گردشگران باید برای بازدید از کلیسا از پیش ثبت نام نمایند. گردشگران با ورود به سایت کلیسا و وارد نمودن نام و ایمیل خود، به صفحه‌ای برای انتخاب روز حضور در کلیسا و حتی ساعت شرکت در مراسم وارد می‌شوند. در مرحله بعد، مشخص خواهند نمود که آیا

1. Ray Harris.

2. Fort Wayne.

3. Indiana.

4. California.

5. Virginia.

فرزندان خود را به همراه خواهند آورد یا خیر. تعیین نسبت کودک با متقاضی نیز باید انجام شود؛ به عنوان مثال، باید مشخص شود که این کودک، پسر، پسرخوانده، دختر، دخترخوانده، برادرزاده، خواهرزاده یا اینکه نوه اوست. تاریخ تولد ورده تحصیلی کودکان نیز در مراحل ثبت نام مورد پرسش قرار می گیرد. آلرژی، حساسیت و حتی نیازهای خاصی که کودکان ممکن است به آن احتیاج داشته باشند، می بایست پیش از حضور در کلیسا مشخص شود (The Pointe Church – Plan Your Visit, 2020).

برنامه های تبشیری این کلیسا در سالن سینما اجرا می شود؛ بنابراین تغییر فضای کلیسا از آنچه که در ذهن مخاطبان جا گرفته است، به شکل صحنه تئاتر و سینما، تصویری جدید از دین و مذهب در بازدیدکنندگان خود ایجاد می کند. پخش فایل های تصویری، اجرای موسیقی و صحنه هایی از نمایش های مذهبی، از جمله برنامه هایی است که برای جلب مخاطب اجرا می شوند (The Pointe Church, 2020).

کشیش هریس، با در اختیار گرفتن بیش از ۱۵ بخش جداگانه تبشیری و تفکیک وظایف بین آن ها، به برنامه های تبشیری کلیسای خود نظم بخشیده و آن ها را تقسیم بندی نموده است. سن افراد، تعیین کننده نوع برنامه خاص تبشیری برای آنان است. این برنامه ها در رده های کودکان، نوجوانان، جوانان و بزرگسالان و در فضایی غیر از سالن سینمایی تعبیه شده انجام می شوند. در هر رده سنی نیز متخصصان امور دینی، اعم از زن یا مرد، در رده سنی مربوط به خود، به فعالیت مشغول هستند (The Pointe Church – Ministries, 2020).

در کلیسای پوینت، تکنیک های زیر برای جذب گردشگر به کار بسته شده اند:

۱. ثبت نام مجازی و استفاده از اینترنت برای نظم بخشی به ورود گردشگران؛

۲. استفاده از فضای متفاوتی همچون سالن های سینما و تئاتر، برای

تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب؛

۳. بهره‌بری از برنامه‌های تبشیری تفکیک شده به لحاظ سنی؛

۴. تخصصی نمودن امور و ارائه مطالب به شیوه‌های جذاب.

تبشیر گردشگری در کلیسای کچ دی فایر

کلیسای کچ دی فایر، کلیسایی است واقع در شهر تورنتوی کانادا. این کلیسا در مجاورت فرودگاه بین‌المللی پیرستون^۱ قرار گرفته است تا هرچه بیشتر و بهتر پذیرای زائران و همچنین گردشگران باشد (CTFToronto, 2020). در اوایل دهه نود میلادی و با جنبش احیای معنوی، این کلیسا با تغییر نام از «کلیسای تورنتو»^۲ به «انجمن مسیحی فرودگاه تورنتو»^۳ و چند سال بعد به «کچ دی فایر»، هدف خود را فرامذهبی و تغییر در سبک و روش فعالیت‌های تبشیر عنوان کرد (Wilkinson & Althouse, 2014: 22-23). کشیش جان آرنات^۴ به همراه همسرش کارول^۵ بنیان‌گذار تجدید و نوگرایی در این کلیسا شدند (CFTToronto - John & Carol Arnott, 2020). این کلیسا گرچه جزء کلیساهای پروتستان تقسیم‌بندی می‌شده است، اما اکنون تمایلات مذهبی خاصی نداشته، فرامذهبی تلقی می‌شود. تأسیس این کلیسا و انتشار آموزه‌های آن، عکس‌العمل مثبت روزنامه‌های بریتانیایی را در پی داشته و آن‌ها این حرکت را برکت تورنتو^۶ نامیدند. این حرکت، جنبشی احیاگر را به راه انداخت که باعث الهام‌گرفتن کلیساهای دیگری در سراسر جهان از روش تبشیری آن شد. این نوع برداشت از مسیحیت در کشورهای آزجمله آفریقای جنوبی، آرژانتین، کامبوج، آلبانی و انگلیس، هوادارانی پیدا کرد. برنامه‌های این کلیسا موجب ایجاد هزاران کلیسا

1. Pearson International Airport.

2. Toronto church.

3. Toronto Airport Christian Fellowship.

4. John Arnott.

5. Carol.

6. Toronto Blessing.

در بیش از صد کشور جهان گردید (CTFToronto, 2020).

در تحقیقی که در سال ۱۹۹۸ م. انجام گرفت، مشخص شد که برنامه های این کلیسا تأثیرات مثبتی بر روی مخاطبان خود داشته است. از هزار نفری که مورد بررسی قرار گرفته اند، تقریباً نیمی از آن ها گفته اند که بعد از مراسم مذهبی، حال روحی مناسب تری پیدا کرده اند. ۹۰ درصد آن ها اعلام کرده اند که احساس می کنند که اکنون بیش از گذشته عاشق عیسی مسیح شده اند. ۸۸ درصد از متاهلان در آن جمع ابراز داشته اند که عشق آن ها به همسرشان بیش از پیش شده است (Poloma, 1998).

این کلیسا در مجاورت فرودگاه بین المللی شهر تورنتو واقع شده است، از این رو، نزدیک ترین مسیر برای مسافرانی است که از طریق هواپیما به شهر وارد می شوند. از طرفی، دست اندرکاران کلیسا برای اسکان مسافران نیز تدابیری اندیشیده اند. در نزدیکی کلیسا، سه هتل پذیرای مسافران است. مشخصات هر هتل به همراه بیان مقدار فاصله آن با کلیسا و زمان لازم برای طی مسافت، در سایت کلیسا درج شده است تا هر فرد بداند که چه میزان زمان برای رسیدن به کلیسا نیاز دارد. همچنین مهمان پذیرهایی هم در نزدیکی کلیسا وجود دارد که گردشگران، پیش از عزیمت به تورنتو می توانند از ریز قیمت و امکانات آن آگاه شوند. در این مهمان پذیرها، وسیله رفت و آمد برای شرکت در مراسم نیز وجود دارد (CFTToronto - hotels, 2020).

افزون بر آن، ساختمان کلیسا طوری طراحی شده است تا دسترسی افراد معلول و ناتوانی را که از صندلی چرخ دار استفاده می کنند، به تمامی اتاق های آن برقرار سازد (CFTToronto - Wheelchairaccess, 2020). همچنین کافه ای در کلیسا برای پذیرایی میهمانان تعبیه شده است. فروشگاه کتاب و محصولات فرهنگی نیز بخش دیگری از این کلیسا را تشکیل می دهد (Catchthefiremusic Store, 2020).

بخش دیگری از فعالیت‌های کلیسا که باعث جذب بازدیدکنندگان زیادی از سراسر جهان شده است، به نوع برنامه‌های دینی و مذهبی مربوط است که در آن اجرا می‌شود. بنا بر جنبش احیای دینی که پیروان کچ دی فایر به آن باور دارند، برای نزدیک شدن به خداوند و ایجاد حس رضایت روحی، به رعایت روند متداول دعا و نیایش لزومی نیست؛ از این رو، شرکت کنندگان در برنامه‌های کلیسای کچ دی فایر، با استفاده از موسیقی زنده، نوشیدن مسکرات، خنده‌های کنترل نشده، ایجاد حس رضایت در روح و بدن و فریاد کشیدن، در پی رسیدن به هدف خود هستند (Wilkinson & Althouse, 2014: 23). البته این بدان معنا نیست که بحث و گفت‌وگو در برنامه‌های آن‌ها وجود نداشته باشد، بلکه بخشی از برنامه‌های یکشنبه‌های این کلیسا، گفت‌گو و بحثی است که به وسیله تعدادی از افراد حاضر در روی صحنه انجام می‌پذیرد و حضاری که روی صندلی نشسته‌اند، آن را تماشا می‌کنند. آن‌ها این برنامه را کنفرانس^۱ می‌نامند (Catchthefire, 2020).

تکنیک‌های به‌کاربرده شده در کلیسای کچ دی فایر برای جذب گردشگران از قرار زیر است:

۱. استفاده از ظرفیت فرودگاه بین‌المللی برای احداث یک کلیسا در مجاورت آن؛

۲. احداث هتل و مهمان‌پذیر در نزدیکی کلیسا برای سهولت در اسکان و پذیرایی از گردشگران؛

۳. تسهیل در حضور معلولان و ناتوانان جسمی در کلیسا؛

۴. ارائه برنامه‌های شاد، مفرح و پرانرژی برای جذب هرچه بیشتر جوانان؛

۵. برگزاری نشست‌های گفتگوی دینی.

تبشیر گردشگری در کلیساهای جامع انگلستان

کلیسای جامع^۱ به کلیسایی گفته می شود که محل حضور یک اسقف است. چنین کلیسایی به طور معمول، بزرگ و با عظمت ساخته شده است. چنین کلیساهایی دارای تزیینات خاصی بوده و در اندازه ای بزرگ برپا شده اند (Britannica Concise Encyclopedia, 2006: 351). کلیساهای جامع، کلیساهایی با قدمت زیاد هستند. در اروپا، کلیساهای قدیمی زیادی وجود دارند. انگلستان کشوری است که از این حیث و با توجه به سابقه مسیحیت در این کشور، کلیساهای بزرگ و متعددی را در خود جای داده است. آشناسدن با این کلیساها، برای گردشگران جذاب است. سیمون جنکینز^۲، در کتاب «بهترین هزار کلیسای انگلستان»^۳ می نویسد:

«آشنایی با کلیسا در انگلستان بدین گونه است که شاهد رد پا و اثر نسیم تاریخ بر سنگ، آجر، چوب و گچ به کاررفته در آن هستید. هیچ کلیسایی شبیه کلیسای دیگر نیست. در هیچ جای دیگری از جهان، مکان های عبادت، این چنین عجیب و متفاوت نیستند. ساده ترین کلیسا، همانند صندوقچه ای از جواهرات است» (Jenkins, 1999: 10).

وجود تعداد بالای کلیسای جامع، انگلستان را به یکی از جاذبه های گردشگری مذهبی تبدیل کرده است.

«کشور انگلستان ۴۲ کلیسای جامع دارد که بسیاری از آن ها از مکان های مهم گردشگری پذیر هستند. این کلیساها در مجموع ۱۰ میلیون بازدیدکننده در سال دارند. درآمد حاصله کلیساها از این تعداد بازدیدکننده، ۱۵۰ میلیون پوند برآورد می شود. این امر باعث شده است تا ۱۸۸۵ نفر به طور مستقیم و تمام وقت استخدام شوند» (Shackley, 2006).

1. Cathedral Church.

2. Simon Jenkins.

3. England's Thousand Best Churches.

در میان ۵۰ مکان دیدنی برتر در انگلستان، کلیساهای جامع این کشور در رده نوزدهم قرار گرفته‌اند و از حیث مکان‌های تاریخی پربازدید، در رده پنجم جای دارند (Stausberg, 2011: 79). بازدید گردشگران از کلیساهای انگلستان، چنان ضروری است که اگر حضور گردشگران در کلیساها ادامه پیدا نکند، به علت کمبود منابع مالی، تجاری نبودن بناها و وابستگی‌های مالی، بخش عمده‌ای از فرهنگ و تاریخ انگلستان به شکل جبران‌ناپذیری از دست خواهد رفت (Duff, 2009)؛ از این رو، حتی شمارش تعداد گردشگران ورودی و ارائه آمارهای مربوطه نیز برای کلیساهای جامع انگلستان اهمیت یافته است. مسئولان اجرایی کلیسا به کمک شمارش تعداد بلیت‌های فروخته شده، استفاده از دستگاه‌های شمارنده الکترونیکی و بررسی تعداد برگه‌ها و جزوات منتشر شده، تعداد گردشگران بازدیدکننده از کلیسا را محاسبه می‌کنند (ECOTEC, 2004: 22). شمارش تعداد گردشگران بازدیدکننده از کلیسا و تهیه آمار از آن‌ها، یکی از تکنیک‌های کلیساهای جامع انگلستان در فرآیند جذب گردشگر و تبشیرگردشگری است. استفاده از چنین داده‌هایی، آن‌ها را در تهیه مطالب تبشیری، تعیین محدودیت برای ورود گردشگران به کلیسا در سال‌های آتی، و مدیریت بهینه و مطلوب تبشیرگردشگری، یاری می‌رساند.

شورای بین‌المللی آثار تاریخی و اماکن دیدنی انگلستان^۱ در سال ۲۰۰۰ م. در خصوص چگونگی تأمین نیاز کلیساهای معمولی و جامع برای بازدیدکنندگان خود، تحقیق مهمی را انجام داد. نزدیک به ۱۰۰ کلیسای بزرگ و کوچک در این تحقیق شرکت داده شدند. در این پژوهش مشخص شد برای حضور گردشگران در کلیساهای جامع این کشور، موانع و مشکلاتی وجود دارد. از طرفی گردشگران نیز خود منشأ بروز مشکلاتی شده‌اند. نتایج حاصله در خصوص مشکلات حضور بازدیدکنندگان، در جدول شماره ۱ قابل مشاهده است:

مشکلات	آمار شورای بین المللی آثار تاریخی و اماکن گردشگری (۲۰۰۰ م.)
کمبود فضای پارک وسایل نقلیه شخصی و عمومی	۵۴٪
آسیب و صدمه به ساختمان و بنا	۲۷٪
شلوغی و ازدحام بیش از اندازه	۲۰٪
سرقت	۱۰٪
خرابکاری	۱۰٪
ایجاد آلودگی صوتی	۹٪
اختلال در مراسمات	۹٪

جدول شماره ۱:

آمار مشکلات ایجاد شده به وسیله گردشگران (Woodwar, 2004)

برای رفع مشکلات یاد شده، کلیساهای جامع و دولت انگلستان، راهکارهایی را در نظر گرفتند. راهکارهای آنها شامل اعمال عوارض ورود به محدوده مراکز تاریخی، راه اندازی خطوط اتوبوس های ویژه تور کلیسا و افزایش ایستگاه ها و پارکینگ ها بود؛ اما کلیساهای جامع نیز خود طرح هایی برای جذب بهتر گردشگران اجرا نمودند که از آن جمله می توان به تفکیک گردشگران از زائران و دریافت وجه از گردشگران برای ورود به کلیسا اشاره نمود.

یکی از ساده ترین راه حل ها برای تسهیل حضور گردشگران در کلیسا، ترغیب مردم بومی به استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی است. در این راستا، اعمال عوارض برای ورود و خروج در مراکز تاریخی شهر، راه حلی است که در بعضی از شهرها انجام می شود؛ به عنوان مثال، شهر دورهام^۱ در شمال انگلستان، برای ورود خودروها به هسته مرکزی شهر، دو پوند عوارض می گیرد. علت آن نیز وجود اماکن تاریخی ثبت شده در میراث جهانی است (IEE, 2004:220). کلیسا و قلعه

1. Durham.

دوره‌ها، سالانه حدود نیم میلیون گردشگر را به خود جذب می‌کند. اِعمال این محدودیت حول این کلیسا باعث شد تا در سال ۲۰۰۲ م. ورود خودروها از ساعت ده صبح تا چهار بعد از ظهر، از ۲۰۰۰ دستگاه به ۲۰۰ دستگاه کاهش پیدا کند. این به معنای کاهش ۹۰ درصدی ورود خودرو و تسهیل عبور و مرور گردشگران به کلیسا بود. در ادامه حمایت از این طرح، خط اتوبوسی برای جابه‌جایی گردشگران از پارکینگ‌های بزرگ اطراف شهر و راه‌آهن در نظر گرفته شد. چنین طرح‌هایی برای کلیسای جامع آکسفورد و کلیسای وست مینستر در لندن نیز به ترتیب در سال‌های ۱۹۹۹ و ۲۰۰۳ م. اجرا شده است. یکی از معضلات مکان‌های مذهبی مسیحیت، ازدحام بیش از اندازه بازدیدکنندگان است. این ازدحام ممکن است در داخل یا خارج از کلیسا شکل بگیرد؛ بنابراین برخی از کلیساها برای در امان ماندن از حجم زیاد گردشگران و امکان مدیریت آن‌ها برای ورود به کلیسا، هزینه‌ای در نظر گرفتند (Woodwar, 2004)؛ دریافت ۵ یورو برای ورود به کلیسای وست مینستر، راهکاری است که مسئولان این کلیسا به منظور تخریب نشدن بنا در نظر گرفته‌اند. این اقدام برای حفظ بنا در برابر خطرات احتمالی حضور نزدیک به ۳ میلیون بازدیدکننده، انجام پذیرفته است. کشیش وسلی کارا، رئیس وقت کلیسای وست مینستر (۱۹۹۷-۲۰۰۶ م.) خاطر نشان کرد که این تصمیم برای حفظ آرامش این کلیسا برای عبادت و همچنین حفاظت کلیسا از تنزل جایگاه آن گرفته شده است (Fyall & Garrod, 1998).

دریافت هزینه ورود برای گردشگران، نه تنها در کلیسای وست مینستر، بلکه در بسیاری از کلیساهای دیگر انگلستان نیز یکی از منابع مهم درآمد است. کلیسای لینکلن نیز پس از انتشار فیلم تبلیغاتی کلیسای خود، از گردشگران برای ورود به کلیسا، درخواست وجه نمود (The Business of Tourism, 2016: 259). جدول شماره ۲، درصد درآمدهای کلیساهای مهم انگلستان از منابع مختلف، از جمله گرفتن هزینه برای ورود به آن‌ها را نشان می‌دهد:

درصد درآمد ناخالص							تعداد بازدیدکنندگان (سال ۲۰۰۰م.)	کلیسا
سایر	مناسبت ها	خرده فروشی	کترینگ (پذیرایی)	هزینه ورود	اعانه			
۵	.	۴۰	۱	۵۳	۱	۱,۳۵۰,۰۰۰	جامع کاتنبری	
۵	۱	۱۱	.	۷۷	۶	۱۲۰,۰۰۰	گلستونبری	
۱۰	.	۱۵	۱۰	۵۰	۱۵	۲۰۰,۰۰۰	جامع لینکلن	
.	۲	۳۰	۲	۶۵	۱	۱,۰۷۵,۰۰۰	پولس قدیس (لندن)	
.	.	۵	.	۹۰	۵	۱۷۵,۰۰۰	جامع آکسفورد	
۱	۲	۲۷	۶	۶۱	۳	۱,۲۷۰,۰۰۰	وست مینستر	
.	۴۰	۳۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰,۰۰۰	پاتریک قدیس (آرماگ)	
.	.	۲۵	۱۰	۶۰	۵	۳۰۰,۰۰۰	مریم مقدس (آکسفورد)	
۶	۲	۲۸	.	۴۵	۱۹	۱۷۰,۰۰۰	مریم مقدس (رای)	
۵	۹	۲۳	۷	۵۷	۷		میانگین تمامی مکان ها	

جدول شماره ۲: میانگین درآمد ناخالص کلیساهای گردشگرپذیر در انگلستان، سال ۲۰۰۰م. (UK, 2001)

از آمار به دست آمده در سال ۲۰۰۰م مشخص می شود که به طور میانگین، ۵۷ درصد از درآمد سالیانه کلیساهای مهم انگلستان، از بخش دریافت هزینه از گردشگران برای ورود به کلیسا، تأمین شده است.

در سال ۲۰۱۶م. نیز حدود ۹ میلیون نفر از کلیساهای جامع انگلستان بازدید کرده اند. پرداخت هزینه ورود به کلیساها از سال ۲۰۱۲ تا سال ۲۰۱۶م.، ۳ درصد افزایش داشته است. کلیسای وست مینستر به تنهایی ورود ۱٫۱ میلیون نفر بازدیدکننده را در سال ۲۰۱۶ ثبت کرده است (Research and Statistics, 2017: 3)؛ بنابراین، اعمال محدودیت های ترافیکی برای شهروندان و دریافت هزینه از

گردشگران برای ورود به کلیسا را می‌توان به عنوان دوروش مهم کلیساهای جامع انگلستان به منظور جذب هرچه مطلوب‌تر گردشگران برای بازدید از کلیسا برشمرد.

کلیسای جامع لینکلن، به منظور افزایش ایستگاه‌ها و پارکینگ‌های اتوبوس‌های ویژه کلیسا برای گردشگران، مذاکراتی را با شورای دپارتمان بزرگ‌راه‌های استان لینکلن شایر^۱ به انجام رساند. تأمین هزینه‌های مالی برای این کلیسا مسئله‌ای حائز اهمیت تلقی می‌شود. هزینه نگهداری از این کلیسا در بودجه سالیانه، از یک میلیون پوند فراتر می‌رود. اجرای این طرح باعث شد تا با افزایش ورود گردشگر، حدود نیمی از تمامی هزینه‌های کلیسا تأمین شود (Woodwar, 2004). نبود امکان تعبیه فضای کافی برای پارک کردن وسایل نقلیه، در شهرهای تاریخی بیشتر به چشم می‌خورد. فضا سازی در میدان‌های شهری برای احداث پارکینگ‌های عمومی، تأثیر منفی را بر جذب گردشگر ایجاد می‌کند (Orbasli, 2000: 60). کلیسای وست مینستر، برای رفاه حال مسیحیانی که با هدف انجام اعمال عبادی به این کلیسای بزرگ می‌آیند، مکانی را فراهم آورده تا با ورود به یکی از شبستان‌های آن، در آرامش و سکوت، و بدون پرداخت هزینه ورود، به عبادت مشغول شوند. این عمل سبب شد تا بازدید گردشگران، راحت‌تر و عبادت مؤمنان آرام‌بخش‌تر شود (Woodwar, 2004).

بنا بر آنچه که ذکر شد، تکنیک‌های تبشیری کلیساهای جامع انگلستان در حوزه تبشیر گردشگری را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

۱. شمارش تعداد گردشگران ورودی با استفاده از دستگاه‌های الکترونیکی و ارائه آمار؛

۲. همکاری با دولت و مسئولان محلی برای سهولت در هدایت گردشگران به کلیسا؛

۳. اعمال عوارض ورود به محدوده مراکز تاریخی؛

۴. راه اندازی خطوط اتوبوس های ویژه تور کلیسا و افزایش ایستگاه ها و پارکینگ های آن؛

۵. تفکیک گردشگران از زائران، در کلیسا؛

۶. دریافت هزینه ورود به منظور حفظ آرامش در کلیسا و کاهش تعداد گردشگران

برای جلوگیری از آسیب به بنا.

نتیجه گیری

در دهه های اخیر، گردشگری نقطه عطف مهمی در انتشار و گسترش عقاید و باورهای مسیحیت بوده است. کلیسای واتیکان از تمام ظرفیت خود برای آشناسازی گردشگران با آموزه های مسیحیت استفاده می کند. کلیساهای دیگری نیز، مانند کلیساهای پوینت و کچ دی فایر در ایالات متحده و کانادا، به طور مستقل در عرصه تبشیر گردشگری گام های مهمی را برداشته اند. تعامل دولت و کلیسا در کشور انگلستان بر حوزه فراهم سازی زیرساخت های لازم برای ترویج و تسهیل گردشگری و بازدید آن ها از کلیساهای جامع این کشور، بسیار اثرگذار بوده است. تکنیک های متنوعی برای جذب گردشگر در این کلیساها به کار گرفته شده است. مطالعه هر یک از این شیوه ها برای آشنایی، الگوبرداری و کاربست آن ها در اماکن مذهبی اسلامی ثمربخش خواهد بود. بهره گیری از تجربه چند دهه ساله کلیساهای نام برده در جذب و تبشیر گردشگران، برای افزایش کمی و کیفی حضور گردشگران در اماکن مذهبی اسلامی، سازنده و مطلوب ارزیابی می شود.

فهرست منابع

۱. الشیخ، علی (۱۳۹۵)، مطالعه تطبیقی سازمان روحانیت کاتولیک و تشیع، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۲. خسروشاهی، هادی (۱۳۷۹)، واتیکان دنیای اسلام و غرب، تهران: کلبه شروق.
۳. دانستین، لسلی جی. (۱۳۸۱)، آیین پروتستان، مترجم: عبدالرحیم سلیمانی اردستانی، قم: مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی رحمته الله علیه.
۴. ریاحی سامانی، نادر (۱۳۸۴)، اماکن مذهبی ایران و توسعه گردشگری، تهران: صائن.
۵. صوفیان، پریا (۱۳۹۲)، نقش اماکن متبرکه مسیحیت، زرتشت و یهود در جذب گردشگران ایران، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی تهران.
۶. عمید، حسن (۱۳۷۳)، فرهنگ عمید، ج ۱، تهران: امیرکبیر.
۷. لطفی خاچکی، بهنام (۱۳۸۷)، گردشگری به مثابه یک صنعت، راهبرد شماره ۲، ۱۷۱-۲۰۶.
۸. مشیری، مهشید (۱۳۹۶)، فرهنگ زبان فارسی الفبایی قیاسی، تهران: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
۹. نیکنام، کامبیز (۱۳۹۳)، مقایسه دو مفهوم گردشگر و زائر، منظر، شماره ۲۹، ۴۶-۵۱.
۱۰. ویور، مری جو (۱۳۸۱)، درآمدی به مسیحیت، مترجم: حسن قنبری، قم: مرکز مطالعات و تحقیقات ادیان و مذاهب.

1. Ascannis, S. D., M. M. Mutangala & L. Cantoni (2018), «ICTs in the tourism experience at religious heritage sites: a review of the literature and an investigation of pilgrims' experiences at the sanctuary of Loreto (Italy)», Church Communication and Culture (3: Tourism, Religious Identity and Cultural Heritage), 310334-.
2. Aulet, S. & D. Vidal (2018), Tourism and religion: sacred spaces as transmitters of heritage values, Church Communication and Culture, III(3), 237259-.

3. Bernard, E. (25 September 2020), How to Get Papal Audience Tickets. Retrieved from romewise: HYPERLINK "<https://www.romewise.com/papal-audience-tickets.html>."
4. Bremer, T. S. (2004), *Blessed with Tourists: The Borderlands of Religion and Tourism in San Antonio, Chapel Hill North Carolina, U.S.A*: The University of North Carolina Press.
5. Britannica Concise Encyclopedia (2006), Chicago: Encyclopædia Britannica, Inc.
6. Duff, A. (2009), *Unlocking the Potential of Church Tourism*. Tourism Insights, Retrieved: 26 September 2020, from: HYPERLINK "http://cvta.org.uk/wp-content/uploads/201411/insights_church_tourism.pdf."
7. ECOTEC (2004), *The Economic and Social Impacts of Cathedrals in England*. Birmingham, United Kingdom: ECOTEC Research and Consulting.
8. Fyall, A. & B. Garrod (1998), *Heritage tourism: at what price? Managing Leisure*, 3 (4), 213-228.
9. Guidelines for the Pastoral Care of Tourism, Retrieved 07 September 2020 from vatican: HYPERLINK "http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/migrants/documents/rc_pc_migrants_doc_20010711_pastorale-turismo-en.html."
10. Hamao, S. F. (11 July 2001), *Guideline for the Pastoral Care of Tourism*, Retrieved 25 September 2020, from vatican: HYPERLINK "http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/migrants/documents/rc_pc_migrants_doc_20010711_pastorale-turismo-en.html."

11. IEE (2004), Twelfth International Conference on Road Transport Information & Control, London: IEE.
12. Jackowski, A. (2003), Sacred Space of the World: Fundamentals of Geography of Religion (Święta przestrzeń Świata. Podstawy geografii religii), Krakow: Jagiellonian University Press.
13. Jenkins, S. (1999), England's Thousand Best Churches, Allen Lane: The Penguin Press.
14. Merriam-Webster Staff (2004), Merriam-Webster's Collegiate Dictionary, Eleventh Edition, Springfield: Merriam-Webster Inc.
15. Nutting, J. D. (May 1905), A Wheel And A Foot In Mormondom, Home Missionary, LXXXIX (2).
16. O'Meara, T. F. (1999), Theology of Ministry: Completely Revised Edition, Mahwah N.J., U.S.A: Paulist Press.
17. Orbasli, A. (2000), Tourists in Historic Towns: Urban Conservation and Heritage Management, London: E & FN Spon.
18. Poloma, M. M. (1998), »Inspecting the Fruit of the "Toronto Blessing": A Sociological Perspective«, The Journal of the Society for Pentecostal Studies, 20 (1), 4370-.
19. Research and Statistics (2017), Statistics Cathedral 2016, London: Research and statistics, Retrieved 30 September 2020, from: HYPERLINK "https://www.churchofengland.org/sites/default/files/20172016/11-cathedralstatistics_0.pdf"https://www.churchofengland.org/sites/default/files/2017-2016/11cathedralstatistics_0.pdf
20. Rolland, R. (2010), Michelangelo, Kessinger Publishing.
21. Shackley, M. (2006), Cost and Benefits: The Impact of Cathedral Tourism in England, Journal of Heritage Tourism, I, 133 141-.
22. Smith, G. (1990), »A New Species of Tourism«, Americas, 42 (6), 1720-.

23. Smith, M., N. Mcleod & M. H. Robertson (2010), Key Concepts in Tourist Studies, London: Sage.
24. Stausberg, M. (2011), Religion and Tourism: Crossroads, Destinations and Encounters, Abingdon: Routledge.
25. Tan, J. (2018), "Religious tourism and the new evangelization: theory and best practice in the pastoral promotion of the Church's cultural heritage", Church Communication and Culture, III(3), 283309-.
26. The Business of Tourism (2016), Harlow, United Kingdom: Pearson.
27. UK, I. (2001), To Be A Pilgrim: Meeting the Needs of Visitors to Cathedrals and Churches in the United Kingdom, London: ICOMOS UK.
28. Wijzen, F. & R. Schreier (Eds.) (2007), Global Christianity: Contested Claims, Amsterdam: Rodopi.
29. Wilkinson, M. & P. Althouse (2014), Catch the Fire: Soaking Prayer and Charismatic Renewal, DeKalb Illinois United States of America: the Northern Illinois University Press.
30. Woodwar, S. C. (2004), Faith and Tourism: Planning Tourism in Relation to Places of Worship, Tourism and Hospitality Planning & Development, I(2), 173186-.
31. Wright, K. (2008), The Christian Travel Planner, Nashville Tennessee U.S.A: Thomas Nelson.
32. <http://catchthefiremusic.com/store>.
33. <http://theangelusprayer.com/pope-angelus/>.
34. <http://www.papalaudience.org/>.
35. http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/tourism/documents/hf_jp-ii_mes_20020625_xxiii-giornata-mondiale-turismo.html
36. http://www.vatican.va/various/prefettura/index_en.html.
37. <https://catchthefire.com/>.

38. <https://ctftoronto.com/about>.
39. <https://ctftoronto.com/airport/wheelchairaccess>.
40. <https://ctftoronto.com/hotels>.
41. <https://ctftoronto.com/leaders/john-carol-arnott>.
42. <https://thepointechurch.net/about/>.
43. <https://thepointechurch.net/ministries/#kidspointe>.
44. <https://thepointechurch.net/plan-your-visit/#pyv-form>.
45. https://www.vaticannews.va/en/utility/text-sources/what_is_angelus.html.

تأثیر روان‌شناختی ذهنیت مریدانه در آفرینش کرامات مشایخ در سنت صوفیانه

محمد رضا لایقی*

چکیده

ارادت‌ورزی و رابطه مرید و مرادی، رکن اصلی سلوک صوفیانه است. از مهم‌ترین ویژگی‌های سنت صوفیانه، چهره قدسی و معنوی است که از مشایخ ترسیم می‌شود. یکی از مهم‌ترین پیرنگ‌های این تصویر، کرامات و خوارقی است که از شیخ و مراد صوفی صادر شده، او را در جایگاهی الهی و حیرتانگیز می‌نشانند. این کرامات که به وفور به صورت کتبی و شفاهی از سوی مریدان فرَّق تصوف در مورد بزرگان خود گزارش می‌شود، به فرهنگ عامه نیز راه یافته است.

ناقدان تصوف تاکنون این کرامات و خوارق را یا ساخته‌هایی جعلی و دروغین مریدان این گروه‌ها دانسته‌اند، یا آن را محصول روش‌هایی نامتعارف و غیر مشروع، مانند سحر، شعبده، ارتباط با جنیان، ریاضات غیر شرعی و مانند اینها ارزیابی کرده‌اند.

نگارنده در این نوشتار نخست مسئله ارادت را طرح کرده و کوشیده است که با بررسی جوانب مختلف آن، موقعیت و حالت ذهنی مریدانه را ترسیم کند؛ پس از آن، این احتمال را به میان آورده است که بخش مهمی از گزارش‌های مریدان فرقه‌های صوفیانه در باب کرامات مشایخ خود، زاییده ذهن ارادت‌ورزی است که به‌طور خودکار حالت ارجاعی یافته و هر پدیده و رویدادی را ناخودآگاه، به کرامت و خارق‌عادت‌ی از سوی شیخ نسبت می‌دهد و آن را به شکلی قطعی و احساسی گزارش می‌کند.

نگارنده در این پژوهش از تلفیق دو شیوه کتابخانه‌ای و تجربه‌نگارانه بهره برده و پس از مستندسازی مدعیات خود به آثار مکتوب صوفیه، تجربه‌های عینی خود از سالها رویارویی با مریدان این گروه‌ها را نیز ذکر کرده و به تحلیل و جمع‌بندی پرداخته است.

واژگان کلیدی: تصوف، ارادت‌ورزی، ذهنیت مریدانه، کرامات، خواب.

*. دانش‌آموخته حوزه علمیه قم، دکترای فلسفه و کلام اسلامی دانشگاه قم. mrlayeqi@gmail.com

مقدمه

تصوف سنتی است کهن که در تاریخ و فرهنگ ایرانی و اسلامی ریشه داشته و از دیرباز در گستره جغرافیای اسلامی نمایان شده است. بسیاری از تصوف پژوهان، افراط در زهد اسلامی را عنصر بنیادین تصوف دانسته‌اند و ریشه‌های این سنت را به سده اول اسلامی پیوند می‌دهند (ذکاوتی، ۱۳۹۰: ۵۳). با این حال، پیدایش این مکتب در قواره‌های ابتدایی خود را باید به سده دوم هجری نسبت داد.

تصوف اگرچه از فکراهل سنت سربرآورده است، اما به دلایل مختلفی که در این نوشتار مجال پرداختن به آن‌ها نیست، رفته‌رفته به فکر شیعی نزدیک شد و در دوره‌های میانی، یعنی سده‌های هشتم و نهم هجری به معبری برای گذار از تسنن به تشیع مبدل گشت. باور به مسئله ولایت با محوریت انسانی کامل، مهم‌ترین عاملی است که تصوف را به تشیع نزدیک نمود.

صوفیان، مسلمانان معناگرایی بودند که در پی تهذیب نفس برآمده، به دنبال شهود حقایق معنوی و رسیدن به ادراکی حضوری از معارف دینی و واقعیت‌های هستی‌شناختی می‌گشتند. آنان می‌کوشیدند با ریاضت‌های سخت و وقف خویش در راه سلوک معنوی، رفته‌رفته از دام طبیعت رها شده، با برتری یافتن بر نفسانیت و ساحت مادی بشری، روزنه‌ای به ساحت روحانی و فرامادی هستی باز کرده، جان خود را در معرض دریافت واردات نورانی عالمی برقرار دهند. ایشان رفته‌رفته این فرایند و نتایج و یافته‌های خود در این مسیر را ضابطه‌مند کرده و به شیوه‌ای مدرسی به مخاطبان خود ارائه داده‌اند.

ما امروزه صدها اثر صوفیانه با موضوع سلوک معنوی و همه شاخ و برگ‌های آن، از روزگار کهن تا زمان حال، سراغ داریم که تصویری به نسبت روشن از آنچه بر سنت صوفیانه در طول تاریخ آن گذشته است، پیش روی ما ترسیم می‌کند و اطلاعات به نسبت دقیقی را در مورد بسیاری از مکاتب، گرایش‌ها، طریقت‌ها، اشخاص، مکان‌ها و آموزه‌های صوفیانه، در اختیار ما قرار می‌دهد.

اینکه آنان تا چه اندازه در دستیابی به آرمان معنوی خود، که مدعی آنند، کام‌روا بوده‌اند، موضوع این نوشتار نیست. آنچه مسلم می‌باشد، آن است که

این سلوک، از همان روزهای ابتدایی خود و از زمان تصوف اصیل تا به امروزه . که مدعیان درویشی می‌کوشند با نمایش‌هایی باورناپذیر، خود را میراث‌دار گذشتگان جلوه دهند. همواره بر محور یک شخص و دستورات و تعالیم او صورت گرفته است. از این فرد که از نگاه صوفیانه، خود پیش‌تر، راه را به‌طور کامل طی کرده و به مقام راهنمایی رسیده است، در سنت صوفیانه با عناوینی چون: قطب، شیخ، پیر، مراد و غیره یاد می‌شود.

صوفیان معتقدند که شیخ، ولایت داشته، می‌تواند در باطن مریدان خود تصرف کند و با آگاهی کامل و علمی لدنی که به دست آورده است، مریدان خود را سلوک داده، به سر منزل مقصود برساند. این ارادت و رابطه میان مراد و مرید، اصل اساسی و بنیادین سلوک صوفیانه است. صوفیان حجم قابل توجهی از آثار خود را به مبحث ارادت و شرایط و آداب مریدی و مرادی اختصاص داده‌اند. در ادامه، با استفاده از این نوشته‌ها، تصویر روشن‌تری از مسئله ارادت‌ورزی در سنت صوفیانه و پیامدهای آن ارائه خواهد شد.

یک نکته مهم در این میان، حجم اعجاب‌برانگیزی از کرامات و خوارق عادات است که در سنت صوفیانه، پیرامون شخصیت بزرگان و مشایخ تصوف و حتی مکان‌ها، آداب و دیگر مقدسات صوفیانه، در طول تاریخ تولید شده و به یکی از ویژگی‌های نمایان و البته جذاب فرهنگ صوفیانه بدل شده است. این کرامات و خوارق که گاه از معجزات انبیا نیز فراتر می‌روند، از جمله میراثی است که به طریقت‌های صوفیانه معاصر نیز منتقل شده و مشایخ معاصر فرقه‌های تصوف هم در دیدگاه پیروانشان، در قامت مردانی فرازمینی ظهور یافته‌اند که از توانایی و دانایی اعجاب‌برانگیزی برخوردارند.

نگارنده بارها در گفتگو با مریدان فرق صوفیه و نیز ضمن حضور در مجالس و آیین‌های فرق درویشی، این نگاه و باور را در میان ایشان دیده است. حالت خضوع و فروتنی خاصی که مریدان در برابر مشایخ و قطب یک فرقه انجام می‌دهند و آداب ویژه‌ای که در برابر ایشان رعایت می‌کنند، به روشنی بیانگر باور به جایگاهی قدسی برای ایشان، در نگاه پیروان است. کافی است در حاشیه

یک جلسه درویشی، از مریدی خواسته شود تا دیدگاه خود را در مورد شیخ یا قطب خود بیان کند. محصول تصویرگری او جز فردی قدسی و برخوردار از دانش و قدرتی الوهی، نخواهد بود.

این چهره رازآمیز، فرامادی و مقتدر از مشایخ تصوف در خانقاه‌ها و محافل صوفیانه محدود نشده است و چه از طریق سنت مکتوب و در قالب شرح حال نویسی‌های صوفیانه که در حقیقت تنها منقبت‌نگاری است، و چه از طریق سنت شفاهی، به فرهنگ عامه نیز وارد شده است. هجویری در کشف المحجوب، فایده نقل این‌گونه کرامات را چنین بیان می‌کند: «به خواندن آن، مریدان را تنبیه باشد و علما را ترویج، و محققان را مذاکرات، و عوام را زیادت یقین و دفع شبهت» (هجویری، ۱۳۸۳: ۳۴۱)

در تجربه اجتماعی نیز به راحتی می‌توان این نگاه به شخصیت «درویش» را در میان مردم عامی دید. از دیدگاه بسیاری از عامه مردم، درویش شخصیتی رازآمیز است که بر انجام اموری خارق العاده قادر بوده و گاه و بی‌گاه از غیب خبر می‌دهد. او بی‌پروا و رازآمیز می‌زید و به عالم پریان راه دارد. در فرهنگ عامیانه، قصه‌ها و حکایات معتنابهی پیرامون این افراد شکل گرفته است و معمولاً یک پای داستان‌هایی که کهن سالان از ماجراهای دوران زندگی‌شان برای جوان‌ترها تعریف می‌کنند، یک شخصیت رازآمیز درویش مسلک است.

تاکنون نسبت به گزارش‌هایی که از این کرامات و خوارق در دست است، واکنش‌های متفاوتی صورت گرفته است. مخالفان تصوف این موارد را از دو حال بیرون ندیده‌اند: یا آن‌ها را دروغ و فسانه‌هایی شمرده‌اند که بافته ذهن صوفیان برای فریب مریدان و عوام مردم است، یا آن‌ها را رهاورد سحر و جادو و ارتباط با جنیان و تأثیر ریاضات غیر مشروع و اموری از این دست ارزیابی کرده‌اند؛ برای نمونه، ابن جوزی، منتقد سرسخت صوفیه، در اثر معروف خود موسوم به «تلبیس ابلیس»، عنوان یازدهمین باب این کتاب را «در تلبیس ابلیس بر اهل دین از راه کرامات‌نمایی» عنوان نهاده است. او در این بخش، ضمن حکایات جالبی که از صوفیان و زاهدان ذکر می‌کند، به نقد کرامت‌گرایی پرداخته و آن را از تلبیسات