

Artykuły

Joanna Kowalczyk-Anioł, joanna.kowalczyk@geo.uni.lodz.pl, Uniwersytet Łódzki, Instytut Geografii Miast i Turyzmu

Ali Afshar, Eqbal Lahoori Institute of Higher Education, Faculty of Architecture and Urban Planning, Iran

Gentryfikacja turystyczna jako narzędzie rozwoju miasta. Przykład Meszhed w Iranie

Słowa kluczowe: gentryfikacja, gentryfikacja turystyczna, turystyka religijna, turystyka miejska, rozwój miasta, Meszhed, Iran

Abstrakt:

Turystyka w wielu dzisiejszych miastach urosła do rangi strategii rozwoju gospodarczego. Będąc współcześnie niezwykle dynamicznym a zarazem globalnym fenomenem turystyka przyjmuje warunkowane lokalnym kontekstem różne scenariusze rozwoju. Koncepcją, która dobrze wyjaśnia przemiany współczesnych miast bądź ich fragmentów pod wpływem turystyki jest gentryfikacja turystyczna K. Gothama wyrosła z koncepcji gentryfikacji R. Glass. Biorąc pod uwagę powyższe kwestie celem artykułu jest pokazanie gentryfikacji turystycznej w kontekście irańskiego miasta Meszhed, w którym rozwój turystyki religijnej, stał się strategią rozwoju miasta i odnowy historycznego centrum. Burzliwa i radykalna w zwrotach historia ostatniego półwiecza Iranu zmieniła oblicze świętego miasta szytów Meszhed w ponad trzymilionową metropolię, gospodarczo zależną od turystyki religijnej. Zasadniczym celem pracy jest analiza zjawiska gentryfikacji turystycznej w Meszhed – jego genezy, przebiegu i charakteru oraz skutków. Gentryfikacja turystyczna świętego miasta szytów, zwłaszcza strefy wokół sacrum, jakkolwiek nieobecna w żadnym z publicznych planów, jest faktycznym narzędziem rozwoju Meszhed. Przeprowadzone *case study* pokazało, iż przebiega ona według trajektorii top-down, zaś jej głównymi inicjatorami i koordynatorami są władze centralne i organizacja religijna Astaan-e Qudz Razavi. Ma charakter mieszkaniowy i handlowy, towarzyszy jej bezpośrednio i pośrednio odczuwane wyparcie. Zaobserwowane wyparcie dotyczy nie tylko tradycyjnych mieszkańców ale też współtworzących wyjątkowość historycznej tkanki Samen – obecnych w tej przestrzeni od wieków jej czasowych użytkowników – tradycyjnych pielgrzymów.

Wprowadzenie

Jak zauważają Hoffman, Fainstein i Judd [2003] turystyka w wielu dzisiejszych miastach urosła do rangi strategii rozwoju gospodarczego. Zjawisko to najczęściej wiąże się z rewitalizacją miejskiego centrum, ale też z dążeniami do zmiany wizerunku i promocji miasta. Będąc współcześnie niezwykle dynamicznym a zarazem globalnym fenomenem turystyka przyjmuje warunkowane lokalnym, zwłaszcza społecznym, kontekstem różne alternatywne formy i scenariusze rozwoju [Elliott 1997]. Koncepcją, która dobrze wyjaśnia przemiany współczesnych miast, bądź ich fragmentów pod wpływem turystyki jest gentryfikacja turystyczna K. Gothama [2005], która wyrosła z koncepcji gentryfikacji R. Glass [1964]. Traktując o gentryfikacji turystycznej można wskazać dwa zasadnicze scenariusze, które tłumaczą na najwyższym poziomie ogólności jej genezę i przebieg. Uwzględniając siły uruchamiające i napędzające procesy gentryfikacji turystycznej można mówić o procesach inspirowanych przez rynek, jak i przez władze publiczne. Podobnie jak w klasycznej gentryfikacji współczesne rozumienie gentryfikacji turystycznej eksponuje znaczenie

kontekstu geograficznego (uwarunkowań społecznych, gospodarczych, politycznych, środowiskowych), który pozwala mówić o różnych formach gentryfikacji turystycznej.

Biorąc pod uwagę powyższe kwestie, celem artykułu jest pokazanie gentryfikacji turystycznej w kontekście irańskiego miasta Meshed, w którym rozwój turystyki religijnej stał się strategią rozwoju miasta i odnowy historycznego centrum realizowaną przez władze różnego szczebla. Burzliwa i radykalna w zwrotach historia Iranu w ostatnim półwieczu zmieniła oblicze świętego miasta szytów Meshed w ponad trzymilionową metropolię, gospodarczo zależną od turystyki, którą odwiedza 20-25 mln pielgrzymów i turystów religijnych rocznie. W pracy postawiono następujące hipotezy:

1. Gentryfikacja turystyczna w Meshed jest inspirowana i koordynowana przez władze publiczne i religijne.
2. Ma charakter mieszkaniowy i handlowy, towarzyszy jej bezpośrednie i pośrednie wyparcie.
3. Jej skutkiem jest akumulacja kapitału w centrum miasta wokół przestrzeni sacrum (sanktuarium imama Rezy), szybko rosnące miejskie kontrasty oraz frustracje społeczne.

Zasadniczym celem pracy jest weryfikacja sformułowanych hipotez. Aby zrealizować powyższy cel przedstawiono historię, specyfikę Meshed oraz genezę, przebieg i charakter, jak i konsekwencje gentryfikacji turystycznej w tym mieście. Opracowanie wpisuje się w szeroką debatę nad aktualnymi relacjami masowej turystyki kulturowej¹ i miasta. Wnosi w dyskusję nad gentryfikacją turystyczną perspektywę skutków współczesnej turystyki religijnej. Do polskiego piśmiennictwa wprowadza rzadko podejmowaną refleksję nad fenomenem gentryfikacji turystycznej, a jednocześnie unikatową kwestię w dyskusji naukowej perskich badaczy nad przekształcaniami miasta pod wpływem masowej turystyki religijnej. Praca ma charakter studium przypadku [Yin 2003], którego zasadnicze źródła stanowią dokumenty i publikacje naukowe dostępne w języku angielskim oraz perskim, jak i wieloletnia obserwacja uczestnicząca jednego z autorów. Jest wynikiem spojrzenia geografa i architekta.

Gentryfikacja turystyczna – definicja zjawiska

Miasta są w stanie ciągłych przeobrażeń widocznych zwłaszcza w transformacji przestrzeni centralnej. Duża część światowej, w tym polskiej literatury, dotycząca przemian zachodzących we współczesnych miastach rozpatruje je w kontekście koncepcji gentryfikacji R. Glass [1964]. Jak zauważa Maik [2016] badania nad gentryfikacją przyczyniają się zwłaszcza do zrozumienia i opisu mechanizmu zachodzących zmian. W aktualnym międzynarodowym stanie dyskusji nad gentryfikacją podkreśla się jej związki z globalizacją [Jakóbczyk-Gryszkiewicz, Marcińczak, Wolaniuk 2014], przestrzenną ekspansję, czy wręcz traktuje jako globalną miejską strategię przekształcania centrów miast (*inner city*), a zarazem ekspresję neoliberalnego urbanizmu [Smith 2002]. Gentryfikacja może być inicjowana przez „spontaniczne” wolnorynkowe siły miejskiej odnowy, ale też jak wskazują niektórzy autorzy

¹ Jak przedstawia A. Mikos von Rohrscheidt [2011, s. 35] „wielu spośród autorów starszych opracowań na temat podróżowania w czasie wolnym z motywów kulturowych dokonywało wyraźnego rozróżnienia pomiędzy kulturową turystyką religijną a ruchem pielgrzymkowym, w niektórych przypadkach posuwając się nawet do stawiania ich we wzajemnej opozycji. Jednak w ostatnim czasie w polskiej refleksji naukowej nad fenomenem pielgrzymowania, a także nad turystyką kulturową (w jej ramach również religijną) można zauważyć kształtowanie się konsensu w interpretacji tych zjawisk, polegającego na uznaniu ruchu pielgrzymkowego za jedną z form (najstarszą i specyficzną) szeroko rozumianej turystyki religijnej, stanowiącej odrębny element turystyki kulturowej. Jako kryterium wyodrębnienia pielgrzymek w ramach tej ostatniej wskazywana jest motywacja podróżujących - w przypadku kulturowej turystyki religijnej głównie poznawcza i odnosząca się do przeżycia religijnego w przypadku pielgrzymki”.

przez działania władz lokalnych [Lisowski 1999; Górczyńska 2015], często jako sprzężenie zwrotne procesów rewitalizacji [Jadach-Sepioło 2009]. Badania nad gentryfikacją pokazują, że ma ona odmienną skalę, charakter i natężenie w różnych kontekstach geograficznych, ale też podlega niejednoznacznej ocenie. Najczęściej wskazywane pozytywne jej skutki to wzrost wartości nieruchomości, tworzenie miejsc pracy, inwestycje podnoszące jakość usług, zaś krytyka dotyczy głównie wyparcia dotychczasowych mieszkańców. Postrzegając gentryfikację jako rezultat luki renty gruntowej [Smith 1979] wskazuje się, że procesy te pojawiają się najszybciej na obszarach, w których różnica między istniejącą a potencjalną rentą gruntową (możliwą do osiągnięcia w efekcie odnowy, przebudowy lub zmiany sposobu użytkowania istniejących struktur) są największe. Są to zwykle zdegradowane materialnie i społecznie tereny położone w bezpośrednim sąsiedztwie centrów miast, które mogą zarazem doświadczać kolejnych fal gentryfikacji [Sagan 2017].

Jednym z nowszych rozwinięć koncepcji gentryfikacji R. Glass [1964] jest koncepcja gentryfikacji turystycznej K. Gothama [2005]. Ujęcie to dobrze interpretuje zmiany zachodzące w dzisiejszych miastach, w których jak zauważają Hoffman, Fainstein i Judd [2003] turystyka „urośli do miejskiej strategii rozwoju gospodarczego”. Obserwowana coraz częściej skala i skutki rozwoju turystyki miejskiej wywołały w ostatniej dekadzie szeroką debatę, w której gentryfikacja turystyczna staje się istotnym elementem. Jej znaczący asumpt dotyczy wyjaśniania mechanizmów przemian współczesnych miast bądź ich fragmentów pod wpływem turystyki. Tak jak klasyczna, koncepcja Glass propozycja Gothama, podlega nieustannej dyskusji i ewolucji, co szeroko przedstawiła Kowalczyk-Anioł [2018]. Dynamiczny rozwój turystyki miejskiej, jej nieustanne przeobrażenia oraz dyfuzja gentryfikacji w przestrzeni geograficznej stawiają nowe wyzwania w badaniach nad tym fenomenem, jednak powstające opracowania stanowią zwykle rozwinięcia ujęcia Gothama [m.in. Herrera, Smith, Vera 2007; Gant 2016; Gravari-Barbas, Guinand 2017]. Część modyfikacji wynika z rozszerzania zakresu przedmiotowego zjawiska, większość z odmienności kontekstu terytorialnego. Zasadnie jest zatem mówić nie o procesie lecz o procesach gentryfikacji turystycznej, które rozprzestrzeniły się od miast amerykańskich i europejskich po miasta krajów rozwijających się.

Gentryfikacja turystyczna, jakkolwiek trudna do wychwycenia i zrozumienia, jest rosnącą na znaczeniu siłą przekształcającą krajobrazy społeczno-ekonomiczne wielu dzisiejszych miast [Gravari-Barbas, Guinand 2017]. Bez wątplenia łączą się w niej odnowa miasta (rewitalizacja jego fragmentów), rozwój turystyki i gentryfikacja, jako wzrost wartości ekonomicznej oraz symbolicznej poszczególnych obszarów miejskich. Rozmaitość tych powiązań powoduje, że termin gentryfikacja turystyczna jest wieloznaczny. Tym bardziej, że proces ten przybierać może różne formy, np. nowo wybudowanej gentryfikacji (*new-build*) – Liang, Bao [2015], czy super-gentryfikacji turystycznej [Pinkster, Boterman 2017; Gravari-Barbas 2017].

W jednej z pierwszych prac poświęconych gentryfikacji turystycznej w kontekście europejskim García, Smith, Mejías [2007] wykazali związki między kolejną falą gentryfikacji a publicznymi strategiami rozwoju turystyki oraz ściśle związanym z nimi wyparciem lokalnej społeczności. *Displacement*, czyli proces wypierania, relokacji (istotny w klasycznym definiowaniu gentryfikacji), jest konstytutywną, a zarazem budzącą najwięcej emocji i protestu społecznego składową współczesnej gentryfikacji turystycznej [Colomb, Novyred. 2016; Kowalczyk-Anioł, Zmyślony 2017]. Gant [2016] podkreśla, że napędzane turystyką procesy wypierania są współcześnie zasadniczym obliczem gentryfikacji w wielu miastach świata. Ich *signum temporis* w drugiej dekadzie XXI wieku stanowi rugowanie mieszkańców powodowane przez rozpowszechnianie za pomocą globalnych portali internetowych form bezpośredniego krótkoterminowego wynajmu turystycznego, np. Airbnb [Gravari-Barbas, Guinand 2017]. Analizując sytuację w Barcelonie Gant [2016] wskazuje na wspólne występowanie mechanizmów typowych dla gentryfikacji turystycznej –

bezpośredniego oraz związanego z „presją wypierania” pośredniego wyparcia. Zmianę społeczną, która jest konsekwencją nakładania się obu form wyparcia, autor ten określa jako wyparcie kolektywne.

Gentryfikacja turystyczna obejmuje zarówno gentryfikację mieszkaniową, jak i handlową [Gotham 2005; Grzeszczak 2010]. Pierwsza podnosi wartość nieruchomości i wynajmu lokali mieszkalnych, ale też wzrost i przestrzenną ekspansję zakwaterowania turystycznego (hoteli, hosteli, obiektów b&b), innych domów i ofert *sharing economy* [Pawlusiński 2017]. Gentryfikacja handlowa przekształca lokalny rynek na potrzeby gospodarki gościnności – zastępuje lokalne niezależne sklepy i usługi podstawowe franczyzowymi, sieciowymi punktami (bary, fast food, kawiarnie), obiektami luksusowej konsumpcji globalnych marek (np. modowych), powoduje wzrost cen wynajmu lokali użytkowych i konsumpcji [Novy, Colomb 2016]. Częstym czynnikiem gentryfikacji turystycznej jest odnowa historycznej tkanki miejskiej (zwykle powiązana z komodyfikacją i estetyzacją przestrzeni), jak i prowadzona przez miasto restrykcyjna polityka ochrony dziedzictwa historycznego (zwłaszcza obiektów z listy UNESCO), pośrednio sprzyjające wypieraniu mieszkańców [m.in. Gravari-Barbas i Guinand 2017; Opillard 2016].

Gant [2016] upatruje w gentryfikacji turystycznej proces społeczno-przestrzennej zmiany, w której lokalne sąsiedztwa podlegają przeobrażeniom dla zaspokojenia potrzeb zamożnych konsumentów – zarówno mieszkańców, jak i odwiedzających. Opillard [2016] dostrzega w niej także możliwość identyfikacji sposobów, w jakich zmieniały się „krajobrazy władzy”, w tym nowych instytucjonalnych powiązań między aktorami publicznymi i prywatnymi. Gravari-Barbas i Guinand [2017] dodają, że lokalni aktorzy, mieszkańcy, jak i turyści także mają swój niemały udział w tym zjawisku. Koncepcja gentryfikacji turystycznej jest przydatna również do analizy lokalnych konsekwencji transformacji i interwencji nowych aktorów w miastach, w których zaczynają się uwidaczniać (coraz częściej negatywne) skutki napływu kapitału i ruchu turystycznego [Opillard 2016; Kowalczyk-Anioł, Zmysłony 2017].

Uwzględniając powyższe rozważania w artykule przyjęto definicję gentryfikacji turystycznej zaproponowaną na gruncie literatury polskiej przez Kowalczyk-Anioł [2018]. Jest nią „równoczesny ekonomiczny, fizyczny, społeczny i kulturowy wpływ wywierany przez rozwój turystyki i sprzyjających jej procesów rewitalizacji (uruchamianych przez siły rynku i działania władz), nierozłącznie związany z wyparciem mieszkańców powodowanym przez działalność turystyczną i aktywność turystów. Jego skutkiem jest przekształcenie miejskiej przestrzeni społecznej w przestrzeń konsumpcji turystyczno-rozrywkowej”. Zdaniem tej autorki warto rozróżnić dwa zasadnicze scenariusze, które tłumaczą na najwyższym poziomie ogólności genezę i przebieg omawianego zjawiska. Uwzględniając siły uruchamiające i napędzające omawiane procesy można mówić o gentryfikacji turystycznej inspirowanej przez siły rynku, jak i pobudzanej polityką publiczną. W artykule szczególną uwagę skupiono na tym drugim. Przyjmuje on mechanizm top-down, zgodnie z którym procesy gentryfikacji turystycznej są uruchamiane przez władze publiczne (centralne, miejskie) w ramach programowych działań. Pobudzenie turystyki miejskiej w wybranych obszarach miasta (np. historycznych, centralnych) może być w nich jednoznacznie określonym głównym lub drugorzędnym celem – w obu przypadkach ukierunkowanym mechanizmem przekształcania przestrzeni społecznej, związanym zwykle z neoliberalną gospodarką miejską. Zinstytucjonalizowaną gentryfikację turystyczną mogą też uruchamiać i zarazem stymulować publiczne programy rewitalizacji² zdegradowanych terenów miejskich [Kaczmarek 2012, 2015; Sagan 2017]. Bywa wówczas traktowana jako niezaplanowany efekt, przynajmniej w wymiarze deklaracyjnym i na poziomie

² Za S. Kaczmarek [2015] rewitalizacja to proces, na który składa się sekwencja planowanych działań mających na celu ożywienie gospodarcze oraz zmianę struktury przestrzennej i funkcjonalnej zdegradowanych obszarów miasta, aby przywrócić im wartość społeczną.

formułowanych celów działań. Podsumowując, w omówionych przypadkach gentryfikacja turystyczna wynika z polityki władz publicznych a nie sił rynku. Można ją określić jako narzędzie publicznej, zwłaszcza miejskiej polityki. W takim ujęciu traktowana jest w tej pracy.

Turystyka w Iranie

Iran (do 1935 roku znany jako Persja) położony w regionie Bliskiego Wschodu, wyróżnia się dużą powierzchnią (1 648 000 km²) i liczną (około 80 mln) oraz młodą populacją mieszkańców. Jego historia sięga starożytności (3 tys. l. p.n.e.), zaś imponujące dziedzictwo współtworzą pamiątki z wielu epok [por. O'Gorman i in., 2007; Maciejowski 2013]. Od VII wieku kraj ten jest pod wpływami arabskimi. Współcześnie zamieszkuje go największa w skali świata społeczność szyickich muzułmanów. Od 1979 roku (od czasu rewolucji islamskiej) stał się republiką teokratyczną ściśle łączącą szyizm (odłam islamu)

z państwem
[Matusiak 2012].



Ryc. 1. Walory turystyczne Iranu
Źródło: Maciejowski [2013, s. 331].

Według UNWTO, Iran znajduje się w pierwszej dziesiątce krajów świata pod względem atrakcyjności turystycznej. Pomimo bogatych walorów naturalnych i kulturowych Iranu [O'Gorman i in. 2007; Faracik 2012; Matusiak 2012; Maciejowski 2013; HeydariChianeh, Del Chiappa, Ghasemi 2018] (ryc.1), kraj ten ma niewielki udział w globalnym rynku turystycznym – zaledwie 0,01% w przychodach w światowej turystyce i niespełna 0,05% turystów [Zolfaghari 2007]. Iran ma osobliwą trajektorię rozwoju turystyki. Jest ona przede wszystkim wynikiem burzliwej historii tego kraju, w tym radykalnych zwrotów politycznych w XX wieku i związanych z nimi uwarunkowaniami społeczno-kulturowymi i gospodarczymi. Początki instytucjonalne turystyki w Iranie sięgają wprawdzie 1935 roku, jednak dopiero w latach 70. XX wieku w ramach realizacji rządowych planów rozwoju Iranu turystyka znalazła się wśród celów priorytetowych dla rozwoju kraju [Matusiak 2012]. Przed rewolucją islamską postępował stopniowy rozwój turystyki opartej o wzorce zachodnie - adaptacja na cele turystyczne wybrzeża i wysp Morza Kaspijskiego oraz Zatoki Perskiej (m.in. wyspa Kish), jak i miejsc historycznych (Isfahan, Persepolis). Rewolucja islamska w końcu lat 70. XX wieku, po której nastąpiła przedłużająca się ośmioletnia wojna z Irakiem i trwająca w regionie niestabilność negatywnie wpłynęły na turystykę³, prowadząc do recesji w tej dziedzinie przez ponad dwie dekady [Najmi i in. 2010]. Zgodnie z konstytucją aktualna polityka turystyczna w Iranie ma być zgodna z islamskim prawem i wartościami. Odrzucając westernizację wprowadzono system zasad obowiązujących także turystów zagranicznych. Dodatkowymi ograniczeniami są braki infrastrukturalne, rygorystyczne kodeksy społeczne, jak i niekorzystny wizerunek kraju utrwalony w świadomości społeczności międzynarodowej [Zolfaghari 2007; Maciejowski 2013; HeydariChianeh i in. 2018]. Iran jest objęty licznymi obostrzeniami i sankcjami gospodarczymi, a zarazem postrzegany jako region podwyższonego ryzyka [Bizzarri, Gonzalez Lopez 2014]. Współcześnie władze irańskie, po początkowym (lata 80. XX w.) negatywnym podejściu do rozwoju turystyki [Khaksarii in. 2014], traktują ją jako sektor, który może zapewnić zatrudnienie dla rozrastającej się młodej populacji (jedno z najważniejszych wyzwań dla rządzących) i poprawić ogólne warunki życia. Przygotowano w tym celu wiele planów i programów [Foruzan, 2014; Sarkheyli, Rafieian, Taghvaae 2016]. Najnowszy irański Plan Rozwoju Turystyki, uchwalony w 2005 r., zakłada wzrost przyjazdów turystów zagranicznych, do poziomu 20 mln w 2025 r., przy jednocześnie planowanych inwestycjach w turystykę na poziomie 32 mld USD [Faghri 2007; Zamani-Farahani, Henderson 2010].

Warto jednak podkreślić za Scott i Jafari [2010], że trajektoria rozwoju turystyki, zwłaszcza zagranicznej, w Iranie (podobnie w Arabii Saudyjskiej), jest odmienna od powszechnych wzorców znanych ze świata zachodniego. Warunkuje ją ukierunkowanie na przyciąganie muzułmanów z sąsiednich i pobliskich geograficznie i/lub kulturowo oraz religijnie krajów. Jej trzonem jest turystyka pielgrzymkowa, zwłaszcza szyitów, która jednocześnie stanowi kluczowy element kultury społeczeństw islamskich [HeydariChianeh i in. 2018]. Jest to zatem inny niż tradycyjny model boosterystyki (*boosterism*) [por. Dredge 1999, Hall 2008], jakkolwiek zdarzają się stanowiska mówiące, iż promowany minimalny dystans kulturowy (turystyka krajowa i wyznawców islamu z sąsiednich państw) pozwala mówić o irańskim modelu *community-based tourism* bliskim paradygmatowi zrównoważonego rozwoju [Alipour, Kilic, Zamani 2013]. Jednakże zdaniem autorów określenie obserwowanego aktualnego podejścia do rozwoju turystyki w Iranie jako boosterystyki wydaje się bardziej zasadne pamiętając, że jego istotą jest dążenie do maksymalizacji wzrostu bez względu na koszty społeczne i środowiskowe. .

³ Liczba turystów zagranicznych spadła z 680 tys. w 1978 do 9,3 tys. w 1990 roku. Po rewolucji nastąpiło odcięcie od USA i krajów Europy Zachodniej. Więcej o planach i uwarunkowaniach rozwoju turystyki w Iranie przed i po rewolucją w polskim piśmiennictwie traktują m.in. Matusiak [2012] i Maciejowski [2013].

Współczesna turystyka, zwłaszcza zagraniczna, jak wskazano wcześniej, jest zatem zjawiskiem stosunkowo nowym w Iranie. W skali kraju obcokrajowcy stanowią około 1/5 ruchu turystycznego i pochodzą przeważnie z regionu Bliskiego Wschodu, Azji i Europy [Bizzarri, Gonzalez Lopez 2014]. W Iranie znajduje się około 70000 świątyń i grobów, które należą do potomków szyickich imamów. Niektóre z tych miejsc znane są wszystkim szyickim muzułmanom na całym świecie, inne mają znaczenie lokalne. Poza Iranem mieszka około 250 milionów szyitów, z których 25 milionów każdego roku podróżuje. Szyici, jak wszyscy muzułmanie, wierzą w pięć filarów islamu: wyznanie wiary, codzienne modlitwy, post, jałmużnę i pielgrzymowanie. Stanowi to duży potencjał rozwoju turystyki pielgrzymkowej i religijnej [Zolfaghari 2007]. Poza dominującym celem religijnym wzrasta wśród obcokrajowców znaczenie turystyki medycznej promowanej w ostatnich latach za aprobatą i przy udziale władz centralnych [Izadi i in. 2012]. Aktualną ambicją władz irańskich jest także przyciągnięcie muzułmańskich turystów związanych z coraz bardziej dochodowym segmentem turystyki *halal*.

W irańskiej turystyce bezsprzecznie jednak prym wiodą odwiedzający krajowi (79%), co częściowo tłumaczy wielowiekowa tradycja pielgrzymowania Persów do miejsc świętych [Bizzarri, Gonzalez Lopez 2014]. Irańczycy, także ze względu na ograniczenia geopolityczne (konflikty z Arabią Saudyjską i Irakiem), chcąc sprostać obowiązkom religijnym nadal kontynuują tradycje pielgrzymowania do sanktuariów krajowych [Bizzarri, Gonzalez Lopez 2014]. Nie bez znaczenia jest aktualna polityka nakazująca poznanie turystyczne własnego kraju przed podjęciem wyjazdów zagranicznych [Matusiak 2012]⁴, która kształtuje wewnątrzkrajowe migracje turystyczne zarówno w ramach turystyki religijnej, jak i odwiedzin krewnych oraz znajomych (VFR).

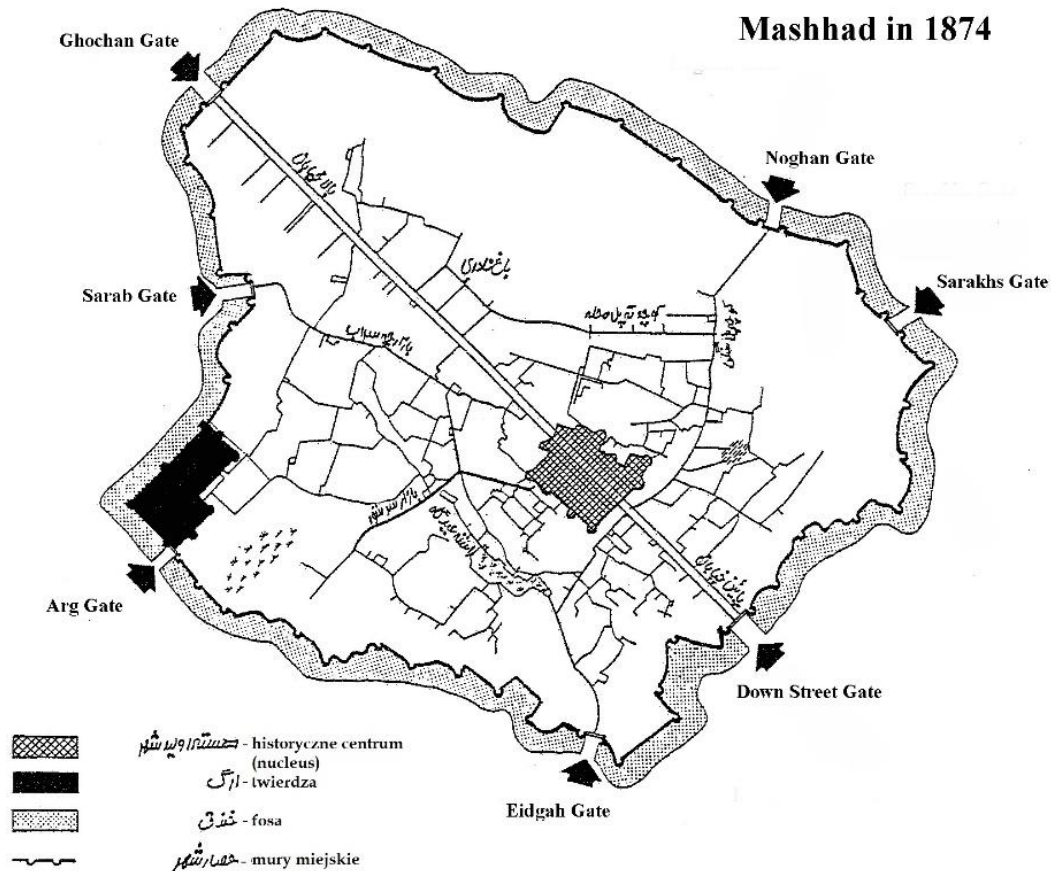
Gentryfikacja turystyczna w Mszhed – uwarunkowania i skutki

Mszhed jako ośrodek turystyki religijnej

Wśród najważniejszych w Iranie, zarówno pod względem religijnym, jak i turystycznym miejsc, szczególną rolę odgrywa Mszhed (Mashhad, Mashhad al-Reza) nazywany Świętym Miastem szyitów. Miasto to znajduje się 850 km na wschód od Teheranu, na północnym-wschodzie Iranu, w sąsiedztwie granicy z Turkmenistanem i Afganistanem [Bizzarri, Gonzalez Lopez 2014]. Położone jest na wysokości ponad 900 m n.p.m. Jest to drugie co do wielkości miasto w kraju. Metropolia według spisu ludności z 2011 roku liczyła wówczas ponad 3,1 mln osób. Jest stolicą prowincji Khorasan Razavi [Alipour, Olya, Forouzan 2017]. Miasto zostało założone w 823 roku jako centrum religijne związane z grobem imama Rezy. Szybko rozwinęło się za sprawą handlu, który był podstawą gospodarczą regionu Khorasan, położonego na skrzyżowaniu na Jedwabnym Szlaku [Bizzarri, Gonzalez Lopez 2014]. Mszhed, przyciąga pielgrzymów od czasów średniowiecza, jakkolwiek szczególny wzrost jego znaczenia nastąpił w końcu XVI wieku, gdy główne miejsca święte islamu (Mekka, Medyna, groby szyickich imamów w Iraku) były pod panowaniem wrogiego Cesarstwa Otomańskiego. Rządzący wówczas Persją Safawidzi ustanowili i wypromowali Mashhad jako alternatywny (zastępczy) ośrodek pielgrzymkowy nazywając ją 'Haj-e-Foghara', co utrwalono w powszechnej pamięci i balladach [Amid 2013, s. 89]. Najważniejszy szlak pielgrzymkowy liczył wówczas 965 km i prowadził z Isfahan – ówczesnej stolicy Iranu. Współcześnie, w świecie muzułmańskim, Mashhad nadal jest klasyfikowany jako główny cel podróży. Stanowi drugie po Mekce rangą miejsce pielgrzymkowe dla szyitów w ramach tzw. *ziara* - pielgrzymki do grobu świętego uważanej za równoważącą *hadżdż*, czyli pielgrzymkę do Mekki [Jackowski 2003; Dłużewska 2012].

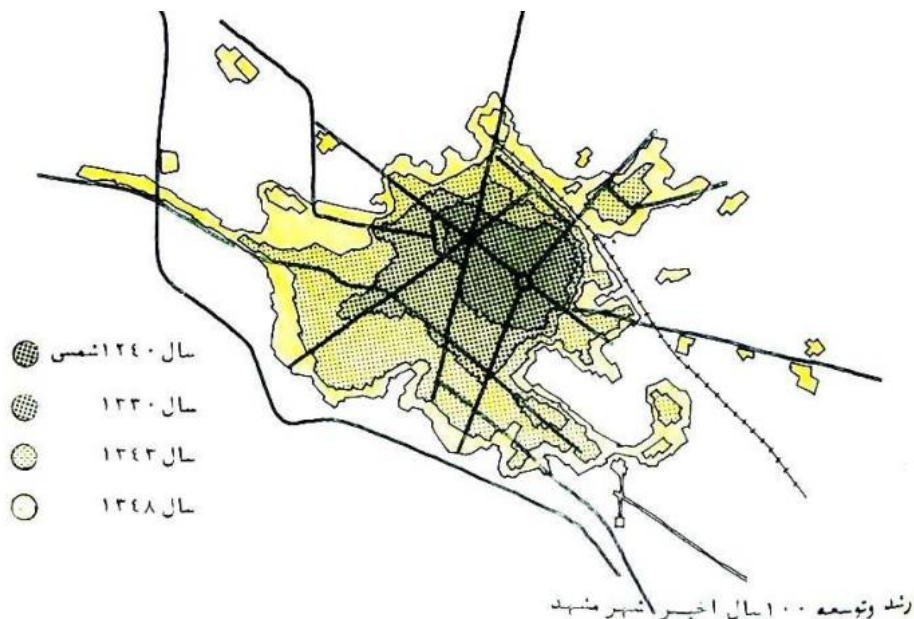
⁴ Bilboardy „Fist Iranian tourism then global tourism” – szerzej m.in. Matusiak [2012].

Miasto, pomimo swojego istotnego religijnego znaczenia, jeszcze w pierwszych dekadach XX wieku było niewielkim ośrodkiem (około 70 tys. mieszkańców) o tradycyjnym perskim charakterze. W 1902 roku Meszhed miało jedną nowoczesną ulicę prowadzącą od zachodniego wejścia do miasta do sanktuarium i sąsiadującego z nim skromnego bazaru dla pielgrzymów.



Ryc. 2. Meszhed w 1874 roku

Źródło: Darwent [1965] uzupełnione.



Ryc. 3. Obszar miasta Meszhed w latach 1861, 1951, 1964 i 1969

Źródło: Mehrazan [1993].

Z pracy pod redakcją Boswortha [2007] wynika, że Mieszhed nigdy nie miał odpowiedniego do swojej rangi bazaru i sklepów, zaś pielgrzymi korzystali z 37 karawanserajów (zajazdów), rozproszonych po okolicach (ryc. 2). Równie istotnym dla niego był handel z Teheranem, jak i Rosją. W 1935 roku zostało połączone nowoczesną drogą z Teheranem, w 1957 także koleją, dzięki czemu nastąpiła pierwsza fala ekspansywnej urbanizacji Mieszhed (ryc. 3). W latach 60. XX wieku miasto zyskało uniwersytet, najnowocześniejsze w Iranie szpitale, rozwinął się przemysł spożywczy (przetwórstwo owoców, przyprawy w tym szafran) i tekstylny (dywany). Jednocześnie wdrożono pierwszy wielkoskalowy plan przebudowy miasta, którym objęto prawie połowę jego obszaru i 80% terenów należących do meczetu. Decyzją szacha miasto miało stać się najważniejszym i najnowocześniejszym centrum pielgrzymkowym muzułmańskiego świata [Bosworth red. 2007]. W ciągu ostatnich dekad liczba turystów krajowych rosła od o 5% do 10% każdego roku. Badania wykazują, że w 2006 roku do Mieszhed przybyło około 25 milionów pielgrzymów [Zolfaghari 2007]. Rządowe plany dążą do osiągnięcia 46 milionów pielgrzymów rocznie w następnych 20 latach [Zolfaghari 2011]. Aktualnie miasto gości codziennie około 600 000 przyjezdnych [Bizzari, Lopez 2014]. Ponad 70% pielgrzymów jest w Mieszhed częściej niż raz w roku co kreuje duży potencjał ale też wyzwanie dla recepcji turystycznej i miejscowego planowania [Fazeli, Kord Shakeri, Bozorgzadeh Yazdi 2015]. Pielgrzymi, którzy stanowią 95% odwiedzających w Mieszhed poszukują zwykle zakwaterowania w okolicy głównego celu podróży, czyli meczetu imama Rezy. Tam koncentruje się zróżnicowana oferta noclegowa miasta, zwłaszcza hotele (113 hoteli, tj. około 55% hoteli znajdujących się w Iranie [Foruzan 2014]). Są wśród nich obiekty luksusowe (pięcio- i czterogwiazdkowe) ale większość stanowią hotele niższych kategorii. Bazę noclegową Mieszhed tworzy też 488 zajazdów oraz ponad 255 hoteli apartamentowych zlokalizowanych w mieście lub jego bezpośrednim sąsiedztwie [Foruzan 2014]. Średnie wykorzystanie bazy hotelowej wynosiło w 2010 roku około 60%, jednak aktualnie wobec napiętych stosunków z Arabią Saudyjską spadło do około 20% [WTTC 2017; Hoad 2018]. Należy zauważyć, że pielgrzymi, mogą nocować w domach krewnych, ale też campingach, parkach, centrach religijnych (np. *hoseiniyeh*) i innych miejscach [Fazeli i in. 2015]. Interesującą i zaskakującą wobec restrykcyjnej polityki społecznej tego kraju a popularną wśród młodych zagranicznych turystów alternatywą jest ponad 5,5 tys. ofert noclegów w mieszkaniach prywatnych w Mieszhed w ramach dozwolonego w Iranie couchsurfingu [www.couchsurfing.org; 15.03.2018].

Badania Izadi i Kazemi Andarian [2012] pokazały, że ponad 86% pielgrzymów przebywa w Mieszhed przez trzy dni lub dłużej. Około 3/4 korzysta z usług gastronomicznych, kupuje pamiątki (np. akcesoria do modlitwy 'Mohr', 'Tasbih', publikacje religijne, dywany, szafran itp.) i robi zakupy w bliskim sąsiedztwie sanktuarium. Strefa sacrum i otaczające ją turystyczne zaplecze w Meshhed funkcjonuje bez przerwy przez całą dobę. Zainteresowani mogą bez ograniczeń czasowych odwiedzać grób i meczet imama Rezy (największy pod względem powierzchni na świecie), jak i zrobić zakupy (certyfikowanych produktów *halal*⁵, ale też biżuterii, odzieży, czy sprzętu komputerowego) w nowoczesnych centrach handlowych lub stylizowanych na tradycyjne bazy, spędzić czas w restauracji lub kawiarni a nawet obiektach rekreacyjnych. Otoczenie meczetu imama Rezy tworzą różne związane z nim instytucje religijne, w tym szkoły teologiczne i kompleks muzealny

⁵ Termin *halal* (*haalal*) oznacza „to, co nakazane, dozwolone”. W świecie islamu używa się go na określenie wszystkiego co dopuszcza prawo szariat (rzeczy i czynności) – por. Stasiak [2015].

Dla zwiększenia dochodu z potencjału religijnego Mieszhed władze irańskie dążą do ustanowienia go międzynarodowym „hubem” najszybciej rozwijającego się i najbardziej intratnego globalnego segmentu muzułmańskiej turystyki, jakim jest turystyka *halal*. Dla budowy rangi Mieszhed rozpoczęto szeroko zakrojoną certyfikację *halal* m.in. powołując w tym celu (w 2014 roku) Halal National & Regional Research Center. Wobec opisanego trafna wydaje się refleksja Rezaian [2007 za: Amid 2013, s.95]: „islam i konsumpcjonizm wydają się iść ramię w ramię”.

(Astan QudsRazavi Central Museum)⁶, który posiada jeden z najbogatszych zbiorów kultury i sztuki Iranu - w szczególności rękopisy, księgi i obrazy [<https://globe.aqr.ir>; 15.03.2018]. Tą rozległą, przylegającą do meczetu, strefą masowej konsumpcji i usług turystyki religijnej zarządza sprawująca opiekę nad grobem świętego organizacja religijna Astaan-e QodsRazavi.

Zaledwie co czwarta osoba przybywająca do Mashhad odwiedza inne atrakcje turystyczne miasta, np. parki miejskie, rozrywki i wodne – utworzone w większości na przełomie XX i XXI wieku. Poznanie innych części miasta diametralnie zmienia ich wcześniejszą percepcję Mashhad – odbieranego zwykle jako zatłoczone, brudne, tradycyjne, zanieczyszczone i żyjące w nieustannym pośpiechu [Fazeli, Kord Shakeri, Bozorgzadeh Yazdi 2015]. Nadmierna koncentracja tak dużego całorocznego ruchu turystycznego w historycznym centrum stanowi zasadnicze wyzwanie nie tylko dla zarządzania miastem, jego wizerunku ale przede wszystkim dla jakości życia mieszkańców i zachowania równowagi ekologicznej.

Osobliwością Iranu, a zwłaszcza analizowanego Meshhad, jest obserwowana na miejskiej scenie rywalizacja, między tradycyjnymi administrującymi obiektami religijnymi trustami *bonyads* (fundacjami charytatywnymi) a władzami miejskimi⁷. Funkcjonująca w Meshhad od ponad 1200 lat (jakkolwiek w obecnej formie zinstytucjonalizowana ponad 220 lat temu) *bonyad* Astaan-e Qods zarządzająca meczetem powiększyła od czasów rewolucji islamskiej czterokrotnie ziemie należące do świątyni [Sarkheyli i in. 2016]. Jest właścicielem około 43% miasta, posiada większość nieruchomości w Meshhad i wynajmuje powierzchnie sklepowe bazarom oraz hotelarzom [Foruzan 2014]. Zarządza omówioną wcześniej najbardziej dochodową turystyczną częścią historycznego centrum wokół meczetu imama Rezy. Zatrudnia ponad 19 tys. osób, prowadzi m.in. fabrykę samochodów, opiekę medyczną, działalność rolniczą, kulturalną, naukową [Foruzan 2014]. Jest to ważny krajowy interesariusz rozwoju turystyki religijnej, a zarazem potężny gracz na scenie gospodarczej i politycznej Meshhad⁸. Symboliczna rywalizacja między Astan-e QodsRazavi a władzami miejskimi rozgrywa się w Meshhad także dosłownie w jego przestrzeni publicznej. Władze miejskie realizując politykę estetyzacji przestrzeni, promowania Meshhad jako miasta *halal*, a nade wszystko chcąc zachęcić skupiających się wokół sąsiedztwa meczetu turystów do odwiedzenia innych obszarów i obiektów – koordynują tworzenie w niej licznych murali o tematyce religijnej, często wprost z cytatami z Koranu. Ta swoista sakralizacja dotyczy przestrzeni publicznej jest negatywnie odbierana przez *bonyad* – aspirującego do rangi głównego miejskiego gracza, z demonstracyjnym (pod pretekstem religijnym) usunięciem muralu włącznie [Zarkar 2016]⁹.

Meshhad odzwierciedla zatem złożoność świata irańskiego, który pomimo licznych trudności gospodarczych i społecznych jest obecnie interesującym przykładem rozwijającego się ośrodka masowej turystyki religijnej i kulturowej [Ashouri Karizaki, Kharazmi, Ajza Shokoohi 2017]. Obserwowane przemiany miasta, ukierunkowane na inwestycje w turystykę krajową, pokazują jak istotne jest jej znaczenie w kraju, który wprawdzie opiera swoją

⁶ Astan QudsRazavi Central Museum został zaprojektowany przez Dariusha Borbor i oddany do użytku w 1976. Składa się z kilkunastu placówek muzealnych i biblioteki [<https://www.aqr.ir>; 15.03.2018].

⁷ Organizacjom zarzuca się niepłacenie podatków i tym samym osłabianie krajowej gospodarki. Większość z nich otrzymuje bezpośrednie rządowe dotacje i inne formy wsparcia [Zarkar 2016].

⁸ Organizacja ta na swojej oficjalnej stronie internetowej (<https://www.aqr.ir>; 15.03.2017) udostępnia najwięcej informacji o Meshhad w innych niż perski językach (arabskim, pakistańskim urdu, tureckim, indonezyjskim, angielskim, niemieckim, francuskim i hiszpańskim). Jest to względnie najbardziej dostępne źródło informacji o mieście – jego historii, ofercie turystyczno-handlowej, informacjach praktycznych, aktualnościach, jak i rozlicznych instytucjach podległych Astan-e Qods. Można zatem przyjąć, że *bonyad* Astan-e Qods, nie tylko zarządza strefą sacrum i towarzyszącą jej strefą masowej turystycznej konsumpcji ale również prowadzi i kontroluje zagraniczny przekaz o mieście i jego promocję turystyczną.

⁹ Opisywany przez źródła naukowe i media przykład stanowi natychmiastowe (w jedną noc) usunięcie wielkopowierzchniowego muralu *Shahnameh* umieszczonego na wprost centrum rekreacyjnego zarządzanego przez Astan-e Qods [m.in. Zarkar 2016]

gospodarkę o eksploatację złóż ropy naftowej, lecz jednocześnie podlega sankcjom, ma duże trudności z eksportem i niestabilnym kursem walutowym (z silną tendencją do dewaluacji). Krajowe inwestycje turystyczne są w nim traktowane jako próba równoważenia międzynarodowej izolacji gospodarczej [AshouriKarizaki i in. 2017]. Według realizowanej wizji rozwoju w ciągu następnych dwudziestu lat Meshhed ma stać się miastem: pielgrzymki, turystyki i religii, wyciszenia i odnowy, gospodarki opartej na usługach i wyspecjalizowanych gałęziach przemysłu, rozwiniętej technologii i wysokiego poziomu bezpieczeństwa. W tej perspektywie miasto ma być „inspirującym ośrodkiem ze światowej klasy usługami turystycznymi oraz celem pielgrzymek szyitów i innych muzułmanów chcących oddać hołd świętemu imamowi” [AshouriKarizaki i in. 2017]. W 2016 roku miasto było Islamską Stolicą Kultury.

Według danych dla prowincji Khorasan, dochody Meshhed od pielgrzymów w 2006 roku wyniosły 3000 miliardów irańskich riali, tj. około 300 milionów USD [Zolfaghari 2007]. Miasto ma znaczący w kraju udział w tworzeniu krajowego dochodu z turystyki, a zwłaszcza w zatrudnieniu w tym sektorze. Współczesna metropolia Meshhed ze względu na swoje kulturowe i religijne znaczenie a zarazem rolę ważnego węzła komunikacyjnego (lotnisko) i ośrodka biznesowego na poziomie krajowym i międzynarodowym, stoi wobec wyzwań nieuporządkowanego i nie zrównoważonego wzrostu. Centralną część miasta dotyka problem dostępu do usług i zasobów, nadmierny wzrost gęstości zaludnienia, jak i zatłoczenie spowodowane obecnością rzesz pielgrzymów. Czynniki te stały się w ostatnim czasie źródłem rosnących problemów społecznych i politycznych (zarządzania) [Farhadian, NajiMeidani i Haroutianian 2013]. W większości miejsc zarówno turyści krajowi, jak i zagraniczni mają niewielki wybór w zakresie zakwaterowania, wyżywienia, rozrywki i innych usług związanych z turystyką. Usługi turystyczne w Iranie są drogie w stosunku do ich jakości, czasem całkowicie ich brakuje lub ich wybór jest bardzo ograniczony [Zolfaghari 2007]. Istniejący na nie stały duży popyt w różnych segmentach ruchu turystycznego nie skłania do budowania konkurencyjnej pod względem ceny oferty.

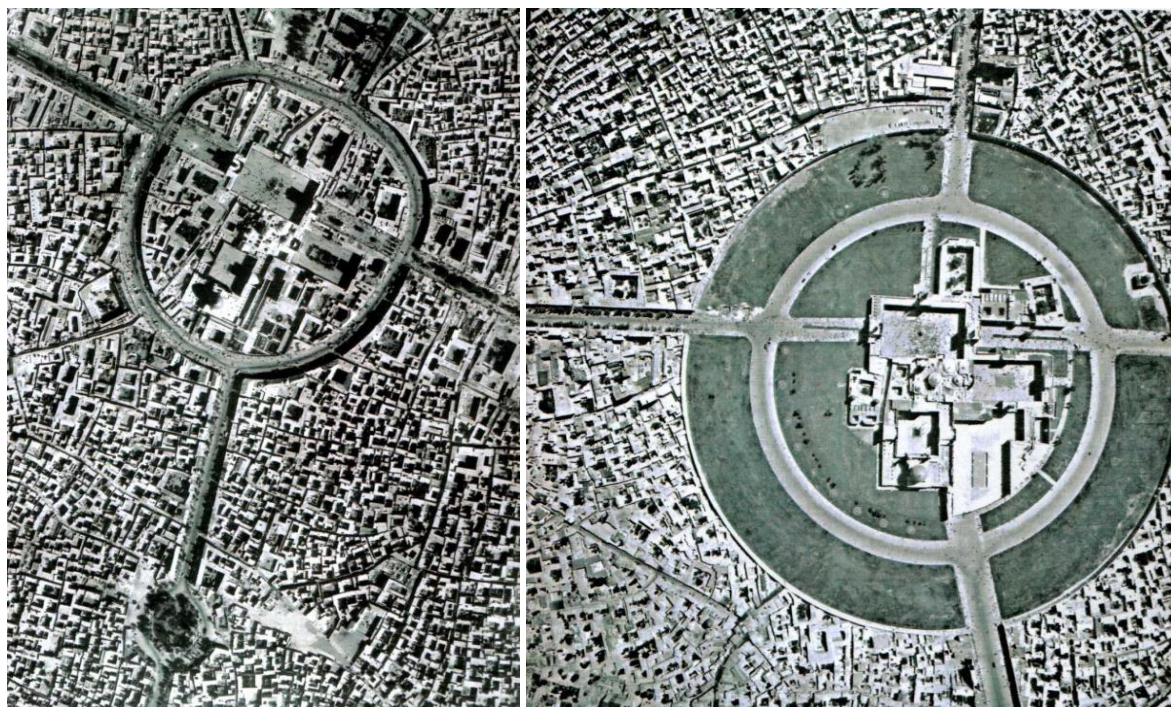
Programy odnowy historycznego centrum Meshhed i ich skutki

Plany rozwoju turystyki zaowocowały licznymi ingerencjami w zabytkową tkankę Meshhed. Podejmowano je od czasów Safawidów, w czasach rządów dynastii Pahlawich i po rewolucji islamskiej, na dużą skalę, w celu modernizacji oraz wykreowania elementów i przestrzeni miejskiej [NajibKazerkar, Alizadehi Sarem 2016; Foruzan, 2014]. Współczesna polityka Meshhed bazuje na nieprzewidywalnej kombinacji wzorów miasta opartego o prywatny transport samochodowy. Nie bez znaczenia jest także zmniejszająca się skala pomocy środków rządowych dla Meshhed, która skłania jego władze do poszukiwania nowych sposobów generowania dochodu. Najczęściej stosowana jest sprzedaż miejskiego majątku przy jednoczesnej zmianie w miejscowym planowaniu dopuszczającej zagęszczanie budynków. W efekcie wyburzane fragmenty historycznego centrum zastępują nowe komercyjne obiekty, realizując z opóźnioną sekwencją, porzucone w krajach zachodnich wzorce miejskiego rozwoju z okresu lat 40. – 70. XX wieku [NajibKazerkar i in. 2016].

Projekty przebudowy i rewitalizacji sąsiedztwa mauzoleum odgrywają szczególną rolę w przyciąganiu ponad 20 milionów pielgrzymów rocznie do Meshhed. Organizacja przestrzeni recepcji turystycznej dla tak wielkiej liczby odwiedzających doprowadziły rząd do przyjęcia w połowie lat 70. XX w. planu rewitalizacji i modernizacji tego obszaru, który nazwano Samen [Izadi i Kazemi Andarian 2012]. Dzielnica Samen jest historycznym rdzeniem Meshhed, w którym znajduje się meczet imama Rezy. Intensywnie użytkowany Samen jest „wrażliwym” i trudnym obszarem ze względu na szybkie zużycie materialne, ograniczoną dostępność komunikacyjną (brak wystarczających dróg dojazdowych skutkujący efektem „wąskiego gardła”), brak usług miejskich i infrastruktury. Stanowi zarazem niezwykle delikatną i cenną tkankę społeczną, gospodarczą i środowiskową.

Główną przeszkodą zrównoważonego rozwoju tej części miasta jest zapewnienie jej wspomnianych usług miejskich, zwłaszcza socjalnych [Farhadian i in. 2013]. Omawiany obszar (o powierzchni 1169 hektarów) stanowi centralny, a zarazem historycznie i symbolicznie najcenniejszy fragment przestrzeni Meszhed z wyraźnie określoną dominującą rolą sanktuarium.

Ze względu na ograniczone środki finansowe zamieszkującej tu tradycyjnej społeczności, która nierzadko dla sprostania nakazom religijnym (wielokrotne w skali roku pielgrzymki) osiedlała się w sąsiedztwie meczetu [Amid 2013], tereny te nie mają możliwości samodzielnej odnowy. Degradacji historycznej przestrzeni Samen towarzyszy spadek jakości życia jej mieszkańców w każdym wymiarze - fizycznym, funkcjonalnym, ekologicznym, ekonomicznym i społecznym. Ponadto, wraz ze spadkiem warunków i walorów mieszkaniowych, zatrzymana została „oddolna” renowacja okolicy, zaś wzrósł wpływ lokalnej społeczności [Farhadian i in. 2013]. W międzyczasie dokonywano środkami publicznymi przemian przestrzeni tej części Meszhed zgodnie z przedstawioną polityką dającą priorytet rozwojowi turystyki religijnej i zaspakajania potrzeb podróźnych bez zwracania uwagi na rodzimych mieszkańców [Farhadian i in. 2013].

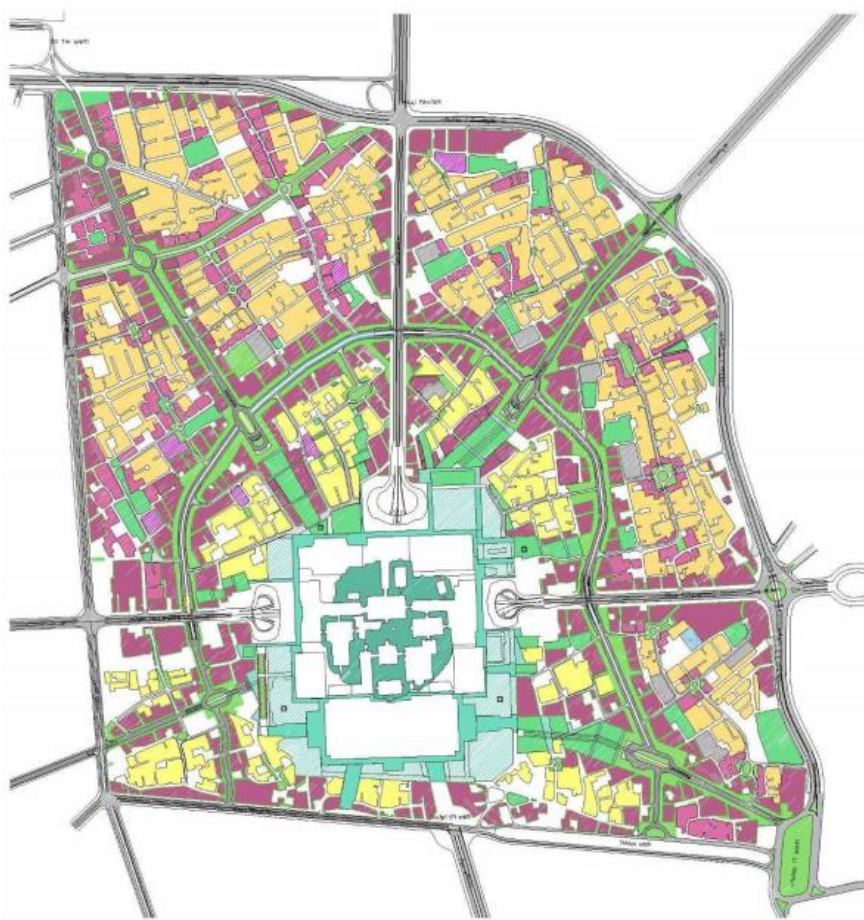


Ryc. 4. Meszhed – sąsiedztwo sanktuarium imama Rezy (zdjęcia lotnicze): a) 1961, b) przed 1979

Źródło: Iran National Cartographic Center.

Pierwszy program obejmował budowę dziedzińców i łączników do sanktuarium i głównych budynków z epoki Safawidów i Timurów. Zaproponowany przez irańskiego architekta Dariusha Borbor w połowie lat 70. XX wieku projekt modernizacji dystryktu Samen wokół meczetu Rezy rozpoczął proces intensywnych, radykalnych i kontrowersyjnych przemian centrum Meszhed (ryc. 4). Projekt potraktował historyczną przestrzeń jako całkowicie bezwartościową. Za aprobatą szacha Mohammeda Rezy Pahlawiego miało tu powstać najnowocześniejsze centrum pielgrzymkowe islamu. W 1973 roku zaczęto wyburzać bazar, karawanseraje i otaczające meczet tradycyjne hotele. Wyburzono zabudowę w promieniu 320 metrów od sanktuarium [Sarkheyli i in. 2016]. Pozostawiono jedynie bazar dywanów. W 1977 roku otwarto pierwszą nowoczesną galerię handlową, podczas gdy rzemieślników i inne tradycyjne komercyjne działalności wypchnięto na peryferie miasta

[Bosworth red. 2007]. Kolejny projekt dążył do budowy dużego ronda wraz z nową (35-metrową) ulicą wokół sanktuarium. Jego wdrażanie przerwała rewolucja islamska, po której nowa władza i Astan Qods Razavi (która otrzymała wówczas szerokie kompetencje) prezentowała krytyczne spojrzenie na dotychczasowe zmiany, szczególnie wykluczenie meczetu przez dużą arterię komunikacyjną. Zgodnie z nowym kompleksowym planem przyjętym w 1992 r. materialna struktura wokół świętego przybytku, została uznana za bezwartościową i wyburzana. Rozpoczęto dwa duże projekty. Pierwszym była fizyczną ekspansja kompleksu świątynnego (360 hektarów) horyzont czasowy 2016), drugim plan przebudowy dzielnicy Samen (do 2021) – Sarkheyli i in. [2016] – ryc. 5. Zasadniczym celem planu jest „budowanie kulturalno-religijnej roli świętego kompleksu świątynnego jako jednego z ośrodków islamskiego świata i stabilizowanie jego pozycji na poziomie międzynarodowym, krajowym i lokalnym” [Sarkheyli i in. 2016]. To kosztowne, zakrojone na szeroką skalę przedsięwzięcie angażujące wielu interesariuszy, finansowane częściowo z przychodów z wydawanych pozwoleń budowlanych, budujące konkurencyjność i promocję miasta ze względu na stosowane podejścia i mechanizmy wzbudza wiele sceptycyzmu zarówno wśród perskich badaczy [Sarkheyli i in. 2016], jak i mieszkańców [Hoad 2018].



Ryc. 5. Aktualny plan odnowy i rewitalizacji Samen (Meszhed)
Źródło: Tash [2018].

Skutki wspomnianych działań [m.in. Najib Kazerkar, Alizadeh, Saremi 2016], w których zasadniczym elementem odnowy historycznego centrum Meszhed faktycznie ukierunkowanym na maksymalizację rentowności (poprzez tworzenie dużych projektów komercyjnych i mieszkaniowych), przedstawiają się następująco:

- rozbiórka kilkusetletniej historycznej zabudowy (około 1000 nieruchomości o różnym przeznaczeniu) na obszarze o powierzchni 300 hektarów,
- zniszczenie zabytkowych budynków wpisanych na listę narodowych zabytków,
- zmiana struktury i układu z małej skali mieszkaniowej i komercyjnej na dużą skalę – wyspecjalizowane usługi noclegowe (hotele) i komercyjne,

- niezadowolenie właścicieli ze względu na zmuszanie do sprzedaży majątku lub ograniczanie prawa własności (zarządzanie nią przez ustanowionego kuratora),
- zniszczenie tradycyjnego rynku detalicznego w historycznym otoczeniu meczetu,
- zanik lokalnych więzi (społecznej, fizycznej i psychologicznej struktury sąsiedztw) z powodu migracji tradycyjnych mieszkańców i właścicieli do innych dzielnic; spadek poczucia tożsamości i przywiązania do miejsca,
- uprzywilejowanie czasowych użytkowników przestrzeni (pielgrzymów) i wypychanie jej tradycyjnych mieszkańców.

W rezultacie prowadzona planowa przebudowa Samen, prowadzi do zanikania unikalnej historycznej i społecznej przestrzeni ukształtowanej w ciągu kilkuset lat. Między 1987 a 2007 rokiem społeczność badanego obszaru zmniejszyła się o 27% a populacja czasowych jego użytkowników (pielgrzymów, turystów) wzrosła o 160% [Izadi, Kazemi Andarian 2012]. Aktualnie wdrażany plan zakłada partycypację lokalnej społeczności, jednak jest ona w większości przeciwna podjętym działaniom. Badania pokazują, że głównymi powodami wysokiej niechęci mieszkańców Samen do udziału w jego regeneracji są przede wszystkim utrata źródła utrzymania, obawa przed przedłużeniem się projektu i brak miejsca zamieszkania na czas przebudowy. W dalszej kolejności także brak pomysłu lub środków na partycypację w projekcie, jak i wiary w jego realizację [Izadi, Kazemi Andarian 2012].

Podsumowanie

Nierównomierna dystrybucja przestrzenna dóbr i zasobów rodzi coraz większe dysproporcje przestrzenne i społeczne w Meszhed. Powoduje poczucie zachwiania bezpieczeństwa i wzrostu ryzyka utraty zabezpieczenia socjalnego wśród jego mieszkańców [Farhadian i in. 2013]. Tym samym największe koszty wdrażania kolejnych programów rewitalizacji a zarazem turystyfikacji miasta ponoszą jego mieszkańcy, zwłaszcza historycznego obszaru Samen. Sytuacja ta, jak pokazano, jest podnoszona przez coraz większą grupę perskich badaczy i stanowi zaprzeczenie podkreślanych pozaekonomicznych celów rozwoju turystyki w Iranie. Rozwój masowej turystyki religijnej w Meszhed zamiast poprawić sytuację lokalnej społeczności odbywa się przy niewystarczającym jej udziale, często w sposób sprzeczny z jej interesami i w atmosferze rosnącego napięcia. Wdrażający plan są bardziej zainteresowani tym, w jaki sposób osiąga się materialne cele projektu niż jego społecznymi i środowiskowymi kosztami [Farhadian i in. 2013]. Pominęto zatem, istotny dla pomyślniej realizacji i oceny podjętych działań, integralny element rewitalizacji, czyli jej aspekt społeczny, w tym uwzględnienie wszystkich interesariuszy [por. Kaczmarek 2015, 2016]. Czynniki ten stanowi zarazem newralgiczny punkt w dyskusji nad wyzwaniem planowania rozwoju turystycznego [por. m.in. Saarinen, Rogerson, Hall 2017].

Paradoksalnie, jak już powiedziano, praktykowany przez interesariuszy instytucjonalnych (zwłaszcza władze centralne i Astaan-e Quodz Razavi) boosteryzm w rozwoju turystyki religijnej pokazał, iż główny cel zrealizowanych projektów dotyczył jedynie sanktuarium i jego otoczenia skutkując imponującą akumulacją kapitału na tym obszarze. Ogromna inwestycja w strefę sacrum i jej rozrastające się zaplecze kontrolowane przez Astaan-e Quodz Razavi (głównego miejskiego gracza a zarazem beneficjenta opisywanych zmian) odbyła się kosztem zaniedbania reszty miasta. Decydenci, jak zauważają Alipour i in. [2017], nie rozumieją fenomenu turystyki: zarówno zasadniczego dla Meszhed profilu turysty (niezamierzającego pielgrzyma), jak i stale zmieniających się trendów. Estetyzacja i poprawa jakości środowiska wokół meczetu jest niezaprzeczalna – co dostrzegają także badani mieszkańcy Samen, jednak skala i charakter zmian w tej historycznej przestrzeni może stać się w ich opiniach piętą achillesową turystyki religijnej w Meszhed [Alipour i in. 2017]. Odwołując się do irańskiego socjologa Tashakor, komentującego na łamach *The Guardian*

zamieszki antyrządowe w Meszhed: „Gentryfikacja [turystyczna – dodane przez autorów] przylegającego do świątyni obszaru Samen wyklucza zwykłych Irańczyków i dużą część ubogich pielgrzymów. Większość z nich to mieszkańcy wsi i małych miast, przywykli do niewielkich domów na wąskich uliczkach, których nie stać na sąsiadujące bezpośrednio z meczetem hotele” [Hoad 2018]. Zdaniem Tashakor modernizacja, turystyfikacja i komercjalizacja przestrzeni wokół najświętszego miejsca irańskich szyitów rozpoczęła w okresie przedrewolucyjnym, następnie odrzucona przez władze porewolucyjne a w ostatnich dwóch dekadach prowadzona w niebywałym tempie i kontraście do głoszonych zasad mogła przyczynić się do „zaostrenia sił społecznych uderzających dziś w ulice” [Hoad 2018].

Turystyka religijna w krajach islamu staje się coraz bardziej dochodowym zjawiskiem. Może być przedmiotem nie tylko ekonomicznej rywalizacji, lecz także międzypaństwowego sporu, co pokazały relacje między Arabią Saudyjską a Iranem w 2015, gdy winą za śmierć 464 Irańczyków podczas pielgrzymki do Mekki władze Iranu obarczyły stronę saudyjską i zakazały zarazem *hadżdżu* swoim obywatelom w 2016 roku. Oczywiście następstwem była zwiększona frekwencja w Meszhed.

Przedstawiony w artykule Meszhed jest nie tylko wielkim ośrodkiem turystyki religijnej (krajowej i międzynarodowej), ale także istotnym źródłem dochodów z turystyki w Iranie. Przeobrażenia Meszhed i jego historycznego centrum Samen pod wpływem i dla maksymalizacji rozwoju turystyki religijnej bez wątpienia stanowią sugestywny przykład gentryfikacji turystycznej prowadzonej według scenariusza top-down i reżyserowanego przez władze krajowe, miejskie i religijne. Współczesny Meszhed można skonkludować refleksją S. Kaczmarek [2012, s. 10], iż „materialna warstwa miasta, którą tworzą podziały funkcjonalne terenu i zagospodarowanie, dokumentuje relacje społeczne (...)”. Opisana trajektoria przemian miejskiej przestrzeni jest wręcz strategiczną manifestacją siły poprzez „(...) zawłaszczanie przestrzeni publicznej przez organizacje i administrację” [Kaczmarek 2012, s. 14]. Intensywne tempo zmian, komercjalizacja, niepartycypacyjny a nawet wykluczający dla mieszkańców ale też uboższych pielgrzymów charakter przekształceń przestrzeni sacrum, powoduje wzrastającą frustrację społeczną i poczucie niesprawiedliwości. Tym samym kreowana przestrzeń turystyczna buduje wielowymiarową przestrzeń konfliktu [por. Kowalczyk-Anioł, Włodarczyk 2017]. Sam zaś rozwój turystyki, nie z racji na swoje korzyści ale przytłaczającą skalę i indukowane negatywne konsekwencje staje istotną kwestią miejską.

W artykule pozytywnie zweryfikowano postawione hipotezy badawcze i sformułowano następujące wnioski. Gentryfikacja turystyczna świętego miasta szyitów, zwłaszcza strefy wokół sacrum, jakkolwiek nieobecna w żadnym z publicznych planów i programów, jest faktycznym narzędziem rozwoju Meszhed. Analiza przypadku wskazała, iż przebiega ona według trajektorii top-down, zaś jej głównymi inicjatorami i koordynatorami są władze centralne i Astaan-e Quodż Razawi. Zjawisko ma charakter mieszkaniowy i handlowy, towarzyszy mu bezpośrednio i pośrednio odczuwane wyparcie. Zaobserwowane wyparcie dotyczy nie tylko tradycyjnych mieszkańców ale też współtworzących wyjątkowość historycznej tkanki Samen – obecnych w tej przestrzeni od wieków jej czasowych użytkowników – tradycyjnych pielgrzymów. Jest to nowa perspektywa gentryfikacji turystycznej związanej z turystyką religijną, która w Meszhed daje się tłumaczyć zarówno przykładami nowo wybudowanej gentryfikacji, super-gentryfikacji (drogie apartamenty w Samen), jak i działalnością Astaan-e Quodż Razawi umiejętnie wykorzystującą mechanizmy gentryfikacji w wymiarze ekonomicznym [Smith 1979]. Opisane zjawisko skutkuje akumulacją kapitału w wykreowanej przestrzeni nowoczesnej konsumpcji turystycznej wokół sanktuarium imama Rezy, szybko rosnącymi miejskimi kontrastami oraz frustracją społeczną mieszkańców Meszhed. zilustrowana gentryfikacja turystyczna, którą można porównać w skali do obserwowanej współcześnie w miastach globalnego Południa

relokacji wielotysięcznych społeczności w związku z realizacją miejskich mega-projektów (np. w Rio de Janeiro – por. Lees, Annunziata, Rivas-Alonso [2018]), nie tylko obrazuje obecny w przestrzeni dyktat hegemonu, lecz jako nowa forma segregacji społecznej, przyczynia się do niszczenia mieszanych struktur społeczno-przestrzennych istotnych dla trwałości miasta [por. Sagan 2017] i konstytuujących tożsamość Mieszehd. Przedstawione *case study* dowodzi konieczności kontekstowego rozpatrywania gentryfikacji turystycznej, lecz pokazuje zarazem, iż pewne jej mechanizmy, związane zwykle z neoliberalizmem (np. akumulacja przez wywłaszczenie – por. Harvey [2012]), zaskakująco dobrze wpisują się w odmienne systemy gospodarcze i polityczne. Sugeruje ponadto, że próby naprawy zdegradowanej przestrzeni miejskiej powinny koncentrować na mieszkańcach jako krytycznej części procesu planowania. Ich pominięcie i relokacja bowiem, jak pokazał przykład Mieszehd, może przynieść niespodziewane skutki, koszty i konieczność podjęcia kolejnych działań, w tym niewykluczonej rewitalizacji poturystycznej obszaru [por. Kaczmarek, Kowalczyk 2016]. Wiele spośród poruszonych w pracy zagadnień warunkowanych jest kontekstem lokalnym (odległym od polskich realiów), wiele jednocześnie wpisuje się w światową dyskusję nad kierunkami i scenariuszami rozwoju turystyki, jej wielowymiarowymi konsekwencjami i wyzwaniem. W ocenie autorów wykorzystanie koncepcji gentryfikacji turystycznej dla interpretacji przekształceń miasta pod wpływem i dla turystyki daje nowe możliwości w rozumieniu fenomenu współczesnego miasta i współczesnej turystyki oraz ich rozmaitych i stale konstytuujących się relacji.

„Niełatwo jest zrozumieć wielowątkowość społeczeństwa, w którego kraju ścierają się duma bogatej perskiej tradycji, muzułmańskie zwyczaje i ściśle związana z religią etyka, a od niemal 150 lat trwa burzliwy dyskurs oscylujący pomiędzy myślą modernistyczną a myślą opartą na islamskim prawie szari’atu” [Kołodziej, Skowronek 2012, s. 195].

Bibliografia

- Alipour H., Kilic H., Zamani N., 2013, *The untapped potential of sustainable domestic tourism in Iran*, „Anatolia”, 24(3), s. 468-483
- Alipour H., Olya H., Forouzan I., 2017, *Environmental impact of mass religious tourism: from residents' perspective*, „Tourism Analysis”, s. 167-183
- Amid A., 2013, *Night, Space and Urban design: case study of Mashhad, Iran* (Doctoral dissertation, University of Westminster)
- AshouriKarizaki, S., Kharazmi O., AjzaShokoohi M., 2017, *Mashhad Tourism Scenarios on the Horizon of 1404 (2025)* (Text in Persian), „International Conference on Research Approaches in Management, Economics, Accounting and Humanities”, Oslo, Norway, s. 1337-1360
- Astaan-e Quodz Razavi: <https://globe.aqr.ir> (15.03.2018)
- Bizzarri C., Gonzalez Lopez S., 2014, *Tourism in Iran: from pilgrimage to local economic development*, „GeoProgress Journal”, s. 23-33
- Bosworth C. E. (Ed.), 2007, *Historic cities of the Islamic world*, Vol.1, Brill., 332-338
- CouchSurfing.org www.couchsurfing.org (15.03.2018)
- Colomb C., Novy J. (red.), 2016, *Protest and resistance in the tourist city*, Routledge, London
- Darwent D.F., 1965, *Urban growth in relation to socio-economic development and westernization: a case study of the city of Mashhad*, Durham University
- Dłużewska A., 2012, *Muzułmanie jako uczestnicy ruchu turystycznego – wybrane determinanty turystyki religijnej i pozareligijnej*, „Folia Turistica”, 27, s. 21-35
- Dredge D., 1999, *Destination Place Planning and Design*, „Annals of Tourism Research”, 772-791
- Elliot J., 1997, *The politics of tourism: a comparative perspective*, Routledge, London
- Faghri R., 2007, *Tourism Planning and Policy Making of the Islamic Republic of Iran: Analysis of the Four Fiveyear Development Plans*. LuleåUniversity of Technology, Luleå
- Faracik R., 2012, *Iran*, [w:] W. Kurek (red.), *Regiony turystyczne świata*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa, s. 98-100

- Farhadian, A., NajiMeidani, A., Haroutianian, H., 2013, *Analyzing the Relationship between the Indices of Identifying the Worn-out Textures and Indices of Urban Sustainable Development in the City of Mashhad* (Text in Persian), „Journal of Urban Economics and Management”, s. 39-52
- Fazeli E., KordShakeri P., BozorgzadehYazdi N., 2015, *Providing optimal routes of tourism in Mashhad through identification and measurement of potential tourism elements* (Text in Persian), „Geographical Journal of Tourism Space”, s. 13-37
- Foruzan I., 2014, *The Role of Religious Tourism in the Development and Growth of Urban Metropolis:(In The Case of Mashhad, Iran)*, Doctoral dissertation, Eastern Mediterranean University (EMU) - DoğuAkdeniz Üniversitesi (DAÜ)
- Gant C. A., 2016, *Holiday rentals: The new gentrification battlefield*, „Sociological Research Online”, 21(3), s. 1-9
- Glass R. L., 1964, *London: aspects of change* (vol. 3), MacGibbon&Kee
- Gotham K. F., 2005, *Tourism gentrification: The case of new Orleans' vieuxcarre (French Quarter)*, „Urban Studies”, 42(7), s. 1099–1121
- Górczyńska M., 2015, *Gentryfikacja w polskim kontekście: krytyczny przegląd koncepcji wyjaśniających*, „Przegląd Geograficzny”, 87(4), s. 589-611
- Gravari-Barbas M., 2017, *Super-gentrification and tourismification in Le Marais, Paris*, [w] M. Gravari-Barbas & S. Guinand (red.), *Tourism & Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives*, Taylor & Francis, s. 299-328
- Gravari-Barbas M., Guinand S. (red.), 2017, *Tourism & Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives*, Taylor & Francis
- Grzeszczak J., 2010, *Gentryfikacja osadnictwa: charakterystyka, rozwój koncepcji badawczej i przegląd wyjaśnień*, PAN IGiPZ, Warszawa
- Hall C. M., 2008, *Tourism planning: Policies, processes and relationships*, Pearson Education
- Harvey D., 2012, *Bunt miast: Prawo do miasta i miejska rewolucja*, Tłum. Praktyka Teoretyczna, FundacjaBęcZmiana, Warszawa
- Herrera L.M.G., Smith N., Vera, M.Á.M., 2007, *Gentrification, displacement, and tourism in Santa Cruz de Tenerife*, „Urban Geography”, 28(3), s. 276-298
- HeydariChianeh R., Del Chiappa G., Ghasemi V., 2018, *Cultural and religious tourism development in Iran: prospects and challenges*, „Anatolia”, s. 1-11
- Hoad P., 2018, *Mashhad in the spotlight: inequality plagues Iran's holy city*, „The Guardian”, 22.01.2018, <https://www.theguardian.com/cities/2018/jan/22/mashhad-spotlight-rising-inequality-iran-holy-city-imam-reza-shrine>
- Hoffman L., Fainstein S., Judd D. (red.), 2003, *Cities and Visitors. Regulating People, Markets and City Space*, Blackwell, Oxford
- Izadi M., Ayoobian A., Nasiri T., Joneidi N., Fazel M., Hosseinpourfard M. J., 2012, *Situation of health tourism in Iran opportunity or threat*, „Journal Mil Med”, 14(2), s. 69-75
- Izadi M., Kazemi Andarian M., 2012, *Evaluation of the "Neighborhood Partnership" project by using the comprehensive urban regeneration model* (Text in Persian), „Haftshahr Journal of Urban Development and Organization”, s. 119-133
- Jackowski A., 2003, *Święta przestrzeń świata: podstawy geografii religii*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego
- Jadach-Sepiolo A., 2009, *Gentryfikacja w kontekście rewitalizacji*, [w:] A. Zborowski (red.), *Demograficzne i społeczne uwarunkowania rewitalizacji miast w Polsce*, IRM, Kraków, s. 125-135
- Jafari J., Scott N., 2014, *Muslim world and its tourisms*, „Annals of Tourism Research”, 44, s.1-19
- Jakóbczyk-Gryszkiewicz J., Marcińczak S., Wolaniuk A., 2014, *Gentrification processes in the city*. Łódź University Press
- Kaczmarek S., 2012, *Kultura gospodarowania przestrzenią w mieście*, „Studia Miejskie”, 5, s. 9-17
- Kaczmarek S., 2015, *Skuteczność procesu rewitalizacji. Uwarunkowania, mierniki, perspektywy*. „Studia Miejskie”, 17, s. 27-36
- Kaczmarek S., Kowalczyk A., 2016, *Rewitalizacja terenów poprzemysłowych i poturystycznych*. „Folia Turistica”, 41, s. 283-308

- Khaksari A., Lee T.J., Lee C.K., 2014, *Religious perceptions and hegemony on tourism development: The case of the Islamic Republic of Iran*, „International Journal of Tourism Research”, 16(1), s. 97-103
- Kołodziej M., Skowronek M., 2012, „*Chusta jest moim, naszym kłamstwem*”. Dwie twarze młodego pokolenia islamskiej republiki Iranu, „The Polish Journal of the Arts and Culture”, s. 195-210
- Kowalczyk-Anioł J., 2018, *Koncepcja gentryfikacji turystycznej i jej współczesne rozumienie*, „Prace Geograficzne”, z.154
- Kowalczyk-Anioł J., Włodarczyk B., 2017, *Przestrzeń turystyczna przestrzenią konfliktu*, „Prace i Studia Geograficzne”, 62(2), s. 55-73
- Kowalczyk-Anioł J., Zmysłony P., 2017, *Turystyka miejska jako źródło protestów społecznych: przykłady Wenecji i Barcelony*, „Turystyka Kulturowa”, 2, s. 7-36
- Lees L., Annunziata S., Rivas-Alonso C., 2018, *Resisting Planetary Gentrification: the value of survivability in the fight to stay put*, „Annals of the American Association of Geographers”, 108(2), s. 346-355
- Liang Z. X., Bao J. G., 2015, *Tourism gentrification in Shenzhen, China: causes and socio-spatial consequences*, „Tourism Geographies”, 17(3), s. 461-481
- Lisowski A., 1999, *Koncepcja gentryfikacji jako przejaw tendencji integracji w geografii miast*, [w:] I. Jażdżewska (red.), *Zróżnicowanie przestrzenne struktur społecznych w dużych miastach*. XII Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wydawnictwo UŁ, Łódź, s. 23-32
- Maciejowski W., 2013, *Współczesne problemy rozwoju turystyki w Iranie*, [w:] R. Pawlusiński (red.), *Współczesne uwarunkowania i problemy rozwoju turystyki*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński, s. 329-341
- Maik W., 2016, *Nowe ujęcia i koncepcje badawcze w studiach nad współczesnym miastem*. [w:] T. Marszał (red.), *Miasto–region–gospodarka w badaniach geograficznych. W stulecie urodzin Profesora Ludwika Straszewicza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016, s. 63-74
- Matusiak A., 2012, *Turystyka w Iranie – analiza potencjału i ocena perspektyw rozwoju*, „Turystyka Kulturowa”, 11, s. 32-53
- Mehrazan Consultant Engineers, 1993, *Mashhad Master Plan*, Tehran, Iran: Ministry of Housing and Urban Development
- Mikos von Rohrscheidt A., 2011, *Faktyczna dostępność turystyczna obiektów sakralnych jako problem turystyki religijnej w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług”, 65, s. 35-57
- NajibKazerkar N., Alizadeh K., Saremi H., 2016, *Pathology of physical interventions in the old fabric of the city of Mashhad (with emphasis on Safavid, Pahlavi and contemporary eras)* (Text in Persian), „Journal Of History Of Civilization And Jurisprudence”, s. 11-43
- Najmi M., Sharbatoghlie A., Jafarieh A., 2010, *Tourism market segmentation in Iran*, „International Journal of Tourism Research”, Vol. 12, No. 5, s. 497-509
- Novy J, Colomb C., 2016, *Urban tourism and its discontents: an introduction*, [w] Colomb C., Novy J. (red.), *Protest and resistance in the tourist city*, Routledge, London, s. 1-30
- O’Gorman K., McLellan L. R., Baum T., 2007, *Tourism in Iran: central control and indigeneity*, [w] *Tourism and Indigenous Peoples: Issues and Implications*, Butterworth - Heinemann, Oxford, s. 297-317
- Opillard F., 2017, *From San Francisco’s ‘Tech Boom 2.0’ to Valparaiso’s UNESCO World Heritage Site*, [w] Colomb C., Novy J. (red.), *Protest and resistance in the tourist city*, Routledge, London, s. 129-151
- Pawlusiński R., 2017, *Ekonomia współdzielenia: istota zjawiska i wyzwania dla sektora turystyki w miastach*, [w:] M. Drewnik, M. Mika (red.), *Człowiek i jego działania. Spojrzenie geografą. Prace dedykowane Profesorowi Włodzimierzowi Kurkowi*, IGiGP UJ, Kraków: s. 179-191
- Pinkster F.M., Boterman W.R., 2017, *When the spell is broken: gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam canal district*, „Cultural Geographies”, 24(3), s. 457-472
- Saarinen J., Rogerson C.M., Hall C.M., 2017, *Geographies of tourism development and planning*, „Tourism Geographies”, s. 307-317
- Sagan I., 2017, *Miasto. Nowa kwestia i nowa polityka*, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa
- Sarkheyli E., Rafieian M., Taghvaei A.A., 2016, *Qualitative Sustainability Assessment of the Large-Scale Redevelopment Plan in Samen District of Mashhad*, „International Journal of Architecture and Urban Development”, 6(2), s. 49-58

- Scott N., Jafari J. (red.), 2010, *Tourism in the Muslim world*, Emerald Group Publishing Limited
- Smith N., 1979, *Toward a theory of gentrification a back to the city movement by capital, not people*, „Journal of the American Planning Association”, 45(4), s. 538-548
- Smith N., 2002, *New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy*, „Antipode”, 34(3), s. 427-450
- Stasiak A., 2015, *Turystyka kontrowersyjna jako emanacja gospodarki doświadczeń*, [w:] G. Godlewski, M. Zalech (red.), *Turystyka kontrowersyjna na współczesnym rynku podróży – formy, uwarunkowania, skutki*, AWF Józefa Piłsudskiego w Warszawie, Filia w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska, s. 53-69
- Tash, 2018, *Renovation and Regeneration Plan of Surrounding Fabric of Imam Reza Holy Shrine*, Maskan Sazan Samen Company, Mashhad, <http://www.tash.co.ir/> (15.03.2018)
- WTTC 2017 <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/iran2017.pdf> (15.03.2018)
- Yin R.K., 2003, *Case Study Research: Design and Methods*, Sage, Thousand Oaks
- Zarkar R., 2016, *A Mural Erased: Urban Art, Local Politics and the Contestation of Public Space in Mashhad*, „Urbanisation”, 1(2), s. 166-179
- Zamani-Farahani H., Henderson J.C., 2010, *Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Cases of Iran and Saudi Arabia*, „International Journal of Tourism Research”, 12, s. 79–89
- Zolfaghari H., 2007, *Potentials and limitations in Iran for developing tourism sector*, „GEOMED International Symposium on Geography”, Antalya, Turkey

Tourism gentrification as a tool for the city development. The example of Mashhad in Iran

Key words: gentrification, tourism gentrification, religious tourism, urban tourism, city development, Mashhad, Iran

Abstract:

Tourism in many of today's cities has become a development strategy. Being nowadays an extremely dynamic and global phenomenon, tourism adopts various development scenarios conditioned by the local context. A concept that perfectly explains the transformation of contemporary cities or their fragments under the influence of tourism is K. Gotham tourism gentrification theory which grew out of the R. Glass concept of gentrification. Taking into account the driving forces of tourism gentrification processes, it is possible to indicate processes inspired by the market as well as by public authorities. Considering the above issues, the aim of the article is to show tourism gentrification in the context of Mashhad (Iranian city), in which the development of religious tourism has become a development strategy for the city and the renewal of the historic center stimulated by the authorities at various levels. Turbulent and radical turns in the history of the last half century has changed the image of Iran's Shiite holy city of Mashhad. The main goal is to analyze tourism gentrification inspired by public authorities. The study presents the history and specificity of Mashhad and the genesis, course and effects of tourism gentrification in this city.