



Analysis of the Socio-Economic Effects of Religious Events Tourism on Rural Households (Villages of Neishabur and Zabarkhan County)

Zahra Ghorbanalimezerji¹ | Hamdollah Sojasi qedari² | Khadijeh Bouzarjomehry³

1. MA student in Geography, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.
E-mail: zahraghorbanali76@gmail.com
2. Associate Professor in Department of Geography, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.
E-mail: ssojasi@um.ac.ir
3. Associate Professor of Geography and Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.
E-mail: azar1334@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article Article history: Received 2023/12/26 Received in revised 2025/01/09 Accepted 2026/01/07 Published 2026/01/08 Published online 2026/06/22 Keywords: Event tourism, Religious events, Ritual tourism, Economic effects, Social effects, Neishabur and Zabarkhan county.	Religious events in a region reflect the beliefs and sanctity attributed to that place by its inhabitants. Rituals and celebrations can yield economic and social benefits for the region. Therefore, by examining and analyzing the economic and social effects of these events, it is possible to facilitate the organization of better and more diverse events and ritual tourism in the region. This research aims to evaluate the impact of religious events tourism on the social and economic dimensions of villages. The study employs a descriptive-analytical methodology and is practical in its purpose. The statistical population comprised 323 heads of households residing in six selected villages in Neishabur County and the new county of Zabarkhan, all of which host religious events. SPSS software was utilized to analyze the findings. The research indicates that the social dimension has the highest average at 2.75. Factor analysis using chi-square (χ^2) and inferential statistics, normality tests, single-sample t-tests, analysis of variance, and the Marcus multi-criteria decision model were also employed. The tests revealed that the social and economic effects of religious events tourism in the studied villages are low. The local population primarily perceives the ideological and spiritual nature of these events, rather than their tourism characteristics. Therefore, it is suggested that the necessary infrastructure for holding religious events in rural areas be developed as effectively as possible. Furthermore, more research should be conducted in this area. It is also recommended to foster a suitable economic environment, increase employment during events, and prepare brochures or summaries to introduce the area or local events.
Cite this article: Ghorbanalimezerji, Zahra., Sojasi qedari, Hamdollah., & Bouzarjomehry, Khadijeh. (2026). Analysis of the Socio-Economic Effects of Religious Events Tourism on Rural Households (Villages of Neishabur and Zabarkhan County). <i>Journal of Applied researches in Geographical Sciences</i>, 26 (81), 90-115. DOI: http://dx.doi.org/10.66224/jgs.26.81.7	
© The Author(s). Publisher: University of Kharazmi. DOI: http://dx.doi.org/10.66224/jgs.26.81.7	



Extended Abstract

Introduction

Tourism is one of the most important economic activities in the world, which has different types. In recent years, one of the most well-known and new types of tourism in the world is event tourism. Events are formed and developed according to the capacity of the regions. In the meantime, religious ceremonies that are rooted in the beliefs of the people of a society are among the most prosperous types of tourism in the world. Mashhad is the second largest county in Iran. It has a precious historical, cultural and religious history, among the tourist cities in Iran, along with natural, cultural, agricultural attractions, etc., it has great potential for the development of religious event tourism. From the past years until today, various religious events are being held in this county and its villages. These ceremonies are being held as a religious event and have managed to attract many tourists and, in addition to religious effects, have brought many benefits in the field of tourism to the villages of this county. The problem that is addressed in this research is that these villages have not been able to use these events in terms of tourism despite special events, in fact, it is a religious event for the development of village tourism and its benefits (economic and social) have not benefited the rural residents. Therefore, the current research tries to investigate religious events in selected villages, and its purpose is to evaluate the impact of religious events tourism on the social and economic aspects of the villages, and the question that we will examine in this research is: the effects What is the economic and social level of holding religious events in the studied villages?

Methods and Materoal

In terms of the practical purpose, in terms of the nature and method of doing descriptive-analytical work, and in terms of the method of collecting information, the library and field methods have been used. In this research, based on the theoretical framework and the opinions of related experts, the variables and dimensions related to religious tourism events in the host community were examined, and based on them, indicators were identified, and a questionnaire was designed for the residents of the studied villages in the form of a Likert scale. The statistical population in this research is the people living in 6 selected villages, and the size of the statistical population in these villages is equal to 2022 households. Based on Cochran's formula, the sample size was calculated as 323 households. Field data collection was done through a Likert scale questionnaire. Descriptive statistics and inferential statistics were also used to analyze the collected data.

Resultss and Discussion

Considering the economic effects of holding religious tourism events, it is possible to increase the income during the presence of tourists by diversifying handicrafts, and also by creating facilities for rest, reception, and diversifying the religious event, the length of stay can be increased. Also, the investigation of the social effects of holding religious tourism



events showed that the social effects are higher than the economic effects and that is due to the ideological and religious nature of the host and tourist communities. Therefore, the greater the participation of the people in holding the event and the more varied the event programs and the preservation of traditions and customs, the greater the satisfaction and belonging. In addition to this ranking of the economic indicators of religious events, we conclude that the holding of events has caused very little employment, and since most tourists come to the village in a certain season, it is possible to create jobs such as selling local products and creating a place for tourists to rest in this season. and started generating income. Also, the ranking of the social indicators of religious events, which shows that people feel more proud when the event is held and becomes famous, and finally, by comparing the average economic and social effects, as well as comparing the gender of people, it can be concluded that the events Religion has economic and social effects in the studied villages, so they should be held and the variety of events should be increased, and the host community can attract tourists by participating in the implementation of the event and making it more effective and satisfying for the residents, and also by taking advantage of its positive effects such as Here, jobs and lower incomes lead to migration and can create a sense of belonging and pride among residents events, ritual tourism, economic and tourists.



تحلیل اثرات اجتماعی - اقتصادی گردشگری رویدادهای مذهبی بر خانوارهای روستایی (روستاهای شهرستان نیشابور و زبرخان)

زهرا قربانعلی مزرچی^۱، حمدالله سجاسی قیداری^۲، خدیجه بوذرجمهری^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه:

zahraghorbanali76@gmail.com

۲. نویسنده مسئول، دانشیار، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه:

ssojasi@um.ac.ir

۳. دانشیار جغرافیا، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه:

azar1334@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله:	رویدادهای مذهبی در یک مقصد، نشان از اعتقادات و مقدس بودن آن مکان از سوی انسان است. آئین‌ها و جشن‌ها می‌توانند مزایای اقتصادی و اجتماعی برای مقصد داشته باشند؛ بنابراین با بررسی و تحلیل اثرات اقتصادی و اجتماعی رویدادها می‌توان به برگزاری بهتر و متنوع‌تر رویداد و گردشگری آیینی منطقه کمک کرد. لذا در تحقیق حاضر هدف اصلی ارزیابی تأثیر گردشگری رویدادهای مذهبی بر ابعاد اجتماعی و اقتصادی روستاها می‌باشد.
تاریخ دریافت:	پژوهش حاضر از نظر روش‌شناسی توصیفی - تحلیلی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری مورد مطالعه شامل تعداد ۳۲۳ سرپرست خانوار ساکن در ۶ روستای انتخابی بودند که برگزارکننده رویداد مذهبی در شهرستان نیشابور و شهر جدید زبرخان می‌باشد. برای تحلیل یافته‌ها از نرم‌افزار spss استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین میانگین متعلق به بعد اجتماعی با میانگین ۲/۷۵ می‌باشد. همچنین بررسی عوامل با استفاده از کای اسکوتر (x ²) و آمار استنباطی، نرمال بودن، تی تک نمونه‌ای، آنالیز واریانس، مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره مارکوس استفاده گردید. نتایج نشان داد که اثرات اجتماعی و اقتصادی گردشگری رویدادهای مذهبی در روستاهای مورد مطالعه در حد پایین است و مردم منطقه بیشتر عقیدتی و معنوی بودن رویداد را در نظر گرفتند و به ویژگی گردشگری آن توجهی نداشتند؛ بنابراین فراهم‌سازی زیرساخت‌های لازم برای برگزاری هر چه بهتر رویدادهای مذهبی در مناطق روستایی می‌تواند در پایداری رویدادهای مذهبی و به تناسب آن اثرات مثبت اقتصادی و اجتماعی روستاها مؤثر باشد.
مقاله پژوهشی	
تاریخ بازنگری:	
تاریخ پذیرش:	
تاریخ انتشار:	
تاریخ انتشار آنلاین:	
کلیدواژه‌ها:	
گردشگری رویداد، گردشگری آیینی، رویدادهای مذهبی، اثرات اقتصادی، اثرات اجتماعی، شهرستان نیشابور و زبرخان.	

استناد: قربانعلی مزرچی، زهرا؛ سجاسی قیداری، حمدالله؛ و بوذرجمهری، خدیجه (۱۴۰۵). تحلیل اثرات اجتماعی - اقتصادی گردشگری رویدادهای مذهبی بر خانوارهای روستایی (روستاهای شهرستان نیشابور و زبرخان). نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۶ (۸۱)، ۹۰-۱۱۵. <http://dx.doi.org/10.66224/jgs.26.81.7>



مقدمه

گردشگری، در پنج دهه اخیر به عنوان یک فعالیت بشری و از صنایع با رشد بالا و گسترده (ایمانی خوشخو و ولی زاده، ۱۳۹۲: ۲) بوده و جزو اولین فعالیت‌ها جهت اشتغال‌زایی و درآمدزایی در جهان (نوری و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۳۹) محسوب می‌شود که دارای گونه‌های بسیاری می‌باشد. در سال‌های اخیر یکی از انواع شناخته شده و نوین آن در دنیا گردشگری رویداد است که فقط یک‌بار در سال برگزار یا تکرار می‌شود و مدت زمان محدودی دارد (ریتیچی، ۱۹۸۴). رویدادها دارای تنوع بسیار بالایی بوده و عمدتاً با ریشه‌های فرهنگی- اجتماعی و مذهبی جوامع در ارتباط می‌باشند. به عبارتی، رویدادها مرتبط با آیین‌ها و نمادهای اجتماعی هستند. علاوه بر این ارتباط بسیار نزدیکی میان گردشگری رویدادها و گردشگری آیینی وجود دارد. در زمینه‌هایی که رویدادها ریشه‌های فرهنگی و اعتقادی داشته باشند، می‌توان جزء گردشگری آیینی بشمار آورد. لذا اهمیت رویدادها را می‌توان در حمایت از آداب و رسوم، عقاید و میراث فرهنگی جوامع و در نتیجه کمک به نسل جوان برای فهم بهتر این میراث‌ها، لزوم حفاظت و تداوم آن‌ها دانست (ساوینویچ و همکاران، ۲۰۱۲). همچنین، از جنبه ایجاد اثرات مثبت و منفی اقتصادی و اجتماعی نیز چشمگیر می‌باشد. به عنوان نمونه، افزایش سطح رفاه و دارایی‌های مردمان محلی را طریق فرصت‌های درآمدزایی محلی ارتقا بخشیده، تصویر مقصد را در اذهان گردشگران بهبود داده و به تعامل هرچه بهتر گردشگران و جامعه محلی کمک می‌نماید (هال، ۲۰۱۰). البته برگزاری رویدادها اثرات منفی متعددی را بر جامعه محلی بر جای می‌گذارد که از جمله آن‌ها می‌توان به این موارد اشاره کرد: اختلال در زندگی نرمال و روزمره مردم محلی در مدت زمان برگزاری مراسم، سروصدا و ترافیک بیش‌ازحد، افزایش جرم و جنایت در مقصد، تراکم و تجمع گردشگران در مقصد، استفاده بیش‌ازحد و غیرمنطقی از زیرساخت‌ها و فشار به خدمات عمومی روستا و افزایش سطح قیمت محصولات در زمان برگزاری مراسم (عبداللهی، ۱۳۹۲: ۵۹،۶۶).

با توجه به مطالعات و تحقیقات اخیر، گردشگری رویدادها متناسب با ظرفیت مناطق شکل گرفته و توسعه پیدا می‌کند؛ اما رویدادها در مناطق مختلف کشور از جمله مناطق روستایی با وجود پتانسیل‌های مذهبی، فرهنگی و بومی چندان مورد توجه قرار نگرفته‌اند (بد و همکاران، ۱۴۰۰: ۱)؛ بنابراین شناخت انواع رویدادها و بررسی عوامل مؤثر بر آن می‌تواند زمینه را برای رونق و گسترش انواع رویدادها فراهم نماید. در این میان مراسم‌های مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادات مردم یک جامعه دارند و از پررونق‌ترین گونه‌های گردشگری رویداد در سراسر جهان به حساب می‌آیند (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۳۹) می‌توانند به عنوان یک جاذبه و رخداد فرهنگی- مذهبی زمینه‌ساز جذب گردشگران و علاقه‌مندان بسیاری به مقصدها شوند. به‌طوری‌که بسیاری از کشورها از طریق برپایی انواع رویدادها، جشنواره‌ها و کارناوال‌های فرهنگی به رونق صنعت گردشگری کمک کرده و باعث جذابیت بیشتر گردشگران به مقصدها می‌شوند (قادری و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۷). هدف اکثر این رویدادها و جشنواره‌ها، بهبود تصویر یک مقصد و انداختن نام آن بر سر زبان‌ها است یا به عبارتی ایجاد شهرت و آوازه برای مقصد می‌باشد (منوچهری و همکاران، ۱۴۰۲: ۸). همچنین، رویدادها به عنوان یک مزیت رقابتی در عرصه بازاریابی گردشگری برای مقصدها بشمار می‌روند. بر این اساس مدیران و برنامه ریزان روستایی اغلب در تلاش هستند تا از طریق برگزاری و رونق بخشی به انواع رویدادهای گردشگری، از جمله رویدادهای مذهبی و آیینی، به رونق گردشگری مقصد و همچنین برندسازی آن پرداخته و از مزیت‌های اقتصادی و اجتماعی آن بهره بگیرند.

بر این اساس منطقه مورد مطالعه این پژوهش؛ شهرستان نیشابور می‌باشد که به عنوان یکی از مهم‌ترین قطب‌های فرهنگی و مذهبی کشور در استان خراسان رضوی شناخته شده است. این شهرستان و برخی از مقاصد روستایی آن، دارای قدمت تاریخی، فرهنگی و مذهبی گران‌بها می‌باشد که در کنار جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، کشاورزی و غیره، پتانسیل‌های زیادی در جهت رونق گردشگری روستایی دارند. به همین دلیل از گذشته‌های دور تا به امروز رویدادهای مذهبی گوناگونی در این شهرستان و روستاهای آن در حال برگزاری است که از جمله آن‌ها می‌توان به آیین شبیه‌خوانی و علم‌گردانی در روستای برزنون، مراسم نوحصار در روستای دیزباد علیا، سینه‌زنی در روستای فدیشه و غیره و همچنین وجود امامزاده‌های مختلف در روستاها اشاره کرد. این مراسم‌ها به عنوان رویداد مذهبی در حال برگزاری در روزهای خاص هستند و توانسته‌اند

گردشگران زیادی را به این مقصدها جلب کنند و علاوه بر تأثیرات مذهبی، مزایای زیادی در حوزه گردشگری برای روستاهای این شهرستان به وجود آورند؛ بنابراین به جهت برگزاری رویداد فرهنگی و مذهبی در کشور ایران، افراد مختلفی در طول سال در این مراسمها شرکت می‌کنند و این رفت‌وآمدها می‌توانند در مقاصد روستایی از جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی تأثیر داشته باشند؛ بنابراین چنین رویدادهای مذهبی مهم می‌توانند موجب جذب بیشتر گردشگران و اقامت بلندمدت آن‌ها در مناطق روستایی شده و به تنوع‌بخشی اقتصادی در این عرصه کمک کرده و پاسخگوی نیازها و سلاقی فرهنگی و مذهبی متنوع گردشگران باشند؛ بنابراین پژوهش حاضر علاوه بر بررسی رویدادهای مذهبی در روستاهای مورد مطالعه، با هدف ارزیابی تأثیر گردشگری رویدادهای مذهبی بر ابعاد اجتماعی و اقتصادی روستاها طراحی گردیده و درصدد پاسخگویی به این سؤال کلیدی می‌باشد که تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی در روستاهای مورد مطالعه در چه زمینه‌ای و به چه میزان می‌باشد؟

پیشینه پژوهش

پیشینه نظری (مبانی نظری)

گردشگری به معنای مسافرت به قصد تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت می‌باشد (محلّاتی، ۱۳۸۰: ۳) و نقش کلیدی را در توسعه، به ویژه مناطق دورافتاده مانند مناطق روستایی که از نظر اقتصادی دچار رکود هستند را دارد (روزا^۱، ۲۰۰۲: ۱۰۰۱)؛ زیرا هدف کلی توسعه گردشگری مقاصد، بالا بردن کیفیت زندگی ساکنان از طریق پرداختن به مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، تفریحی و سایر مزایای گردشگری می‌باشد. به بیان مک اینتاش و گولدر^۲ (۱۹۸۴) ایجاد چارچوبی برای بالابردن استاندارد زندگی مردم از طریق مزایای اقتصادی گردشگری یک هدف اصلی است که از طریق طراحی مناسب الگوی توسعه گردشگری امکان‌پذیر است (مکول و مارتین^۳، ۲۰۱۶: ۲۹). امروزه صنعت گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته است و بسیاری از کشورها از این راه توانسته‌اند شرایط اقتصادی و اجتماعی جوامع را بهبود بخشند. از این رو توجه به ظرفیت‌های مختلف گردشگری مقاصد از جمله گردشگری مناسبی می‌تواند نقش مهمی در جذب گردشگر ایفا کند. آئین‌ها و جشن‌ها می‌توانند علاوه بر معرفی مقاصد، موجب توسعه گردشگری شده و اقتصاد آن را به تکاپو وا دارند (بهادری، ۱۳۹۶: ۳۲)؛ بنابراین آیین‌ها در جامعه‌شناسی گردشگری به عنوان پایه کلیدی توسعه گردشگری می‌باشند (کیم و همکاران^۴، ۲۰۱۳: ۲۴۷). از دیدگاه گردشگری آیینی، نمادهای فرهنگی و مذهبی دارای ارزش بالایی در تولید فرصت‌های گردشگری بشمار می‌روند (جعفری^۵، ۲۰۰۲: ۲۵). یکی از انواع گردشگری‌های آیینی و مناسبی، می‌تواند گردشگری مذهبی باشد که این نوع گردشگری ریشه در اعتقادات و تقدیس اماکن مختلف از سوی بشر دارد که از ابتدای شکل‌گیری تاکنون مسیر تحول و تکاملی طولانی را پیمود تا اینکه امروزه این‌گونه از گردشگری، با همه‌ی اجزا و گونه‌های مختلف خود، به دلیل ویژگی‌های ساختاری و کارکردی ویژه‌ای که دارد، توانسته است خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد و حوزه‌ی نفوذ خود را در سراسر جهان بگستراند (سانتوس و پوکاس^۶، ۲۰۰۴: ۲۷) و در مفهوم تخصصی، فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت است و در شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی عامل مهم جغرافیای انسانی می‌باشد (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۷). نولان^۷ (۱۹۸۹) گردشگری مذهبی را به سه گروه دسته‌بندی و بر اساس جاذبه‌ها از هم تفکیک می‌کند (نولان و نولان^۸، ۱۹۸۹):

۱. مرقد‌های زیارتی: مکان‌هایی که هدف سفرهای مذهبی هستند و در محل معمول زندگی مسافر قرار ندارند.

1. Rosa

2. McIntash and Goldner

3. Mccool and Martin

4. Kim et al.,

5. Jafari

6. Santos and Pocas

7. Nolan

8. Nolan and Nolan

۲. جاذبه‌های گردشگری مذهبی: ساختارها یا سایت‌هایی با ارزش مذهبی که اهمیت تاریخی یا هنری نیز دارند.

۳. جشنواره‌هایی با مضامین مذهبی.

این آئین‌ها و جشن‌ها به‌عنوان رویداد و جشنواره در مناطق گوناگون شهری و روستایی متناسب با ظرفیت جامعه میزبان برگزار می‌گردد که یکی از مهم‌ترین رویدادها در روستاها می‌تواند رویداد مذهبی باشد. چرا که یکی از عوامل و انگیزه‌های مهم مسافرت انسان، باورهای مذهبی و احساسات دینی او می‌باشد (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۶). به‌طور کلی، شیعیان به دلیل اعتقاد و علاقه فراوان به پیشوایان خود رفتن به اماکن مذهبی و زیارت مقابر ائمه و بزرگان را بر خود فرض می‌دانند به‌طوری‌که شهرهای مذهبی مانند نجف، کربلا، کاظمین، مشهد، دمشق، قم، پیوسته مملو از زائران علاقه‌مند به خاندان اهل‌بیت (ع) می‌باشد (کروبی، ۱۳۹۷: ۴۷۴). امامزاده‌ها، زیارتگاه‌ها، معابد، دیرها و ... اگر براساس اعتقادات و معنویات هر مذهب سازمان‌دهی شود می‌توانند در جذب گردشگران مذهبی بسیار خوب عمل کنند و زائران نقش مهمی را در چرخه زیارتی بازی می‌کنند (همت یار، ۱۳۹۵: ۴۱)؛ زیرا رویدادها محل و عرصه نمایش عمده‌ای از موضوعات هستند که در محدوده زمانی مشخصی انجام می‌شوند و برای بازدید عموم، آزاد می‌باشند و ممکن است یک‌بار در سال اتفاق بیفتند یا در دفعات کم و نادری تکرار شوند و سود و منفعتی را به وجود آورند. این رویدادها قابلیت جذب مسافران داخلی و بین‌المللی را دارا می‌باشند (جاگو^۹، ۱۹۹۷).

جامع‌ترین تعریف در ادبیات گردشگری از رویدادها توسط گتز^{۱۰} (۱۹۹۱) مطرح شده است، وی از دو دیدگاه یعنی سازمان‌ها و مصرف‌کنندگان، رویدادها را چنین تعریف می‌کند: به عقیده گتز از دیدگاه سازمان‌ها، رویدادها پدیده‌هایی هستند که یکبار یا به‌طور مکرر خارج از برنامه‌ها و فعالیت‌های اسپانسر و سازمان‌های برگزارکننده اتفاق می‌افتند. از دیدگاه مصرف‌کنندگان، رویدادها فرصت‌هایی برای کسب تجارب اجتماعی، فرهنگی و تفریحی می‌باشند که به‌طور معمول و برخلاف زندگی متعارف و جاری جامعه محلی شکل می‌گیرد (رابسون^{۱۱}، ۲۰۱۱). در این راستا گردشگری رویداد که در برگیرنده فستیوال‌ها و رویدادها توصیف شده است؛ به عنوان نقطه پیوند مطالعات گردشگری و رویداد تعریف می‌شود. این نقطه ارتباطی علی‌الخصوص به عنوان مجموعه‌ای از روابطی که بنیاد "بازاریابی رویدادها برای گردشگران و توسعه و بازاریابی رویدادها برای اهداف توسعه‌ی اقتصادی و گردشگری" را پی‌می‌ریزد؛ تعریف می‌شود (کوین^{۱۲}، ۲۰۰۹). همچنین نظریه‌پردازانی در ارتباط با ویژگی‌های گردشگری رویداد مواردی را ذکر کرده‌اند که در جدول (۱) قابل مشاهده می‌باشد.

جدول (۱). ویژگی‌های گردشگری رویداد

نظریه‌پردازان	ویژگی‌های گردشگری رویداد
گتز ^{۱۳} (۲۰۰۸)	یکی از اشکال سفر با علایق ویژه، سفر برای دیدن یک رویداد
ایتسکیب ^{۱۴} (۲۰۰۲)	در احیا سایر هنرها و عناصر فرهنگی منطقه نقش اساسی دارند
کین ^{۱۵} (۲۰۰۵)	مردمی فرهنگ، تکریم تنوع، سرزنده و توانمند کردن جوامع محلی و بهبود کیفیت زندگی
جاگو و شاو ^{۱۶} (۱۹۹۸)	به‌ندرت برگزار می‌شوند و مدت زمان مشخصی دارند
جانیسکی ^{۱۷} (۱۹۸۰)	دوره‌های کوتاه‌مدت پر از فعالیت‌های جذاب و مهیج
	برگزاری در یک منطقه جغرافیایی یا تاریخی
گلدبلات ^{۱۸} (۲۰۰۷)	در یک مکان خاص و یک لحظه خاص به وقوع می‌پیوندند تا نیازهای خاصی را برآورده سازند.

9. Jago

10. Getz

11. Robson

12. Quinn

13. Getz

14. Itskib

15. Kane

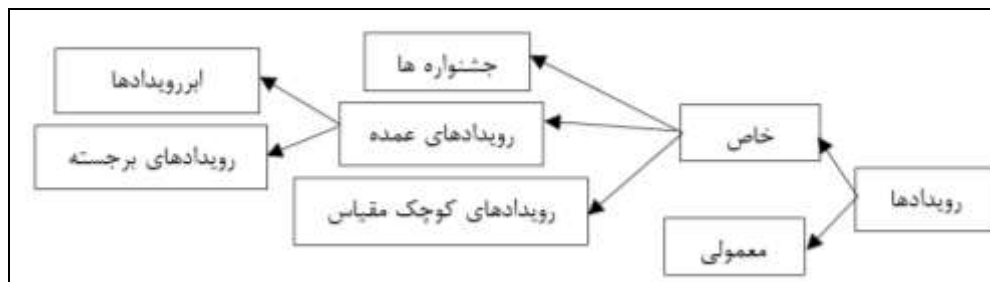
16. Jago and Shaw

17. Janisky

18. Goldblatt

منبع: (دیواندری و ایل بیگی پور، ۱۳۹۶)

برگزاری رویدادهای مختلف می‌تواند با اهداف متفاوتی از سوی ذینفعان مرتبط با آن دنبال شود: اهداف اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و سیاسی. بیشتر رویدادها، حتی رویدادهای عام‌المنفعه، دارای اهداف اقتصادی نیز می‌باشند. اهداف اقتصادی ممکن است مستقیم (درآمدزایی) یا غیرمستقیم (توسعه انگیزه‌های سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زایی) باشد. این اهداف می‌توانند، از نظر رسیدن به سود یا جذب اسپانسرهای جدید، کوتاه‌مدت یا بلندمدت باشند، به‌عنوان مثال، ترغیب به سرمایه‌گذاری بلندمدت، ایجاد مشاغل جدید دائمی و یا موقت، ایجاد سودهای اقتصادی مستقیم برای جامعه میزبان از طریق افزایش تعداد بازدیدها، بهبود سطوح هزینه گردشگر یا به حداکثر رساندن "نشت پول مستقر از اقتصاد" در جامعه میزبان (لونگ و گولدینگ^{۱۹}، ۱۹۹۰). لذا رویدادها می‌توانند یکی از هیجان‌انگیزترین پدیده‌های مرتبط با فراغت، کسب‌وکار و گردشگری نیز باشند (سوسیسی و دوردوویچ^{۲۰}، ۲۰۱۱). گتز رویدادها را ترکیبی منحصربه‌فرد از زمان، مکان، مدیریت و مردم تعریف می‌کند (گتز^{۲۱}، ۲۰۰۴). به همین دلیل رویدادها دارای انواع و اشکال مختلفی می‌باشند که متناسب با پتانسیل‌های مقاصد، اهداف مد نظر، جامعه میزبان و هدف می‌توانند متفاوت باشند شکل (۱).



شکل (۱). تقسیم‌بندی رویدادها بر اساس اندازه و مقیاس منبع: (عبداللهی، ۱۳۹۲: ۳۳)

به جهت اهمیت مسئله رویدادها در گردشگری، تاکنون سه نظریه در رابطه با گردشگری رویدادها ارائه شده است جدول (۲). در این مطالعه با توجه هدف تحقیق، نظریه ذی‌نفعان در رویدادهای گردشگری به عنوان نظریه پایه مد نظر قرار گرفته است؛ زیرا روستاییان به عنوان جامعه میزبان یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین ذی‌نفعان در رویدادهای مرتبط با گردشگری می‌باشند و اثرات این رویدادها از جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی بر روی جامعه میزبان قابل‌مطالعه و بررسی می‌باشد.

جدول (۲). نظریه‌های مرتبط با گردشگری رویداد

نظریه‌ها	تشریح نظریه
نظریه خاطره جمعی	برای اولین بار در اوایل قرن بیستم توسط جامعه‌شناسی به نام هالبواکس ^{۲۲} مطرح شد. مطابق نظریه خاطره جمعی عضویت فرد در گروه، زمینه‌ای را ایجاد می‌کند که فرد این توانایی را داشته باشد که رویدادها را به خاطر سپرد یا فراموش کند و بدون وجود این زمینه عمل به خاطر آوردن امکان‌پذیر نیست. خاطره جمعی، خاطره مشترک افراد از وقایع و رویدادهای تجربه شده، میان گروه‌ها و جوامع است.
نظریه نسبیت خاص	انیشیتین در سال ۱۹۰۵ نظریه نسبیت مربوط به بحث سفر در زمان را مطرح کرد که در این نظریه رابطه بین فضا و زمان را توضیح می‌دهد.
نظریه ذی‌نفعان	در سال ۱۹۸۴ ادوان فری من، رویدادها تنها به‌عنوان یک نتیجه از تعامل ذینفعان کلیدی با سازمان‌های مدیریت رخ می‌دهند و به رسمیت شناخته می‌شوند. ذی‌نفعان رویداد شامل عرضه‌کنندگان، بازدیدکنندگان و جامعه محلی می‌باشند.

19. Long and Golding

20. Susic and Dordevic

21. Getz

22. Halbwachs

منبع: (اسمعیلیان و رنجبر، ۱۳۹۰: ۱۸۴؛ آزاد، ۱۳۹۲: ۳؛ امیریان، ۱۳۹۶: ۴۷۷ و خوشه بست و همکاران، ۱۴۰۰: ۷)

تأثیر گردشگری رویداد بر جامعه روستایی (میزبان)

با توجه به ظرفیت‌های گردشگری در کشور ما و تنوع قومی و مردمی، باید بر اهمیت اجرایی شدن گردشگری مبتنی بر جوامع محلی تأکید شود. در بسیاری از جوامع روستایی و شهری گردشگری به یکی از ارکان اصلی درآمد مردم محلی تبدیل شده است، اما باید دید که دیگر اثرات برجای مانده از فرایند گردشگری نیز مورد تأیید و رضایت ساکنین محلی می‌باشد یا نه (رضائی و حبیب الهی، ۱۳۹۵: ۱۹۳)؛ زیرا اگر ساکنان جوامع گردشگری به این باور رسیده باشند که توسعه مستمر گردشگری، محیط زیستی، فیزیکی و اجتماعی آن‌ها را از بین می‌برد و عامل آن گردشگران است، ممکن است تعاملات میان گردشگران و ساکنین محلی دچار آسیب شود (رووز^{۲۳}، ۱۹۹۱: ۱۵۷). ساکنین علی‌رغم درک قوی از برخی اثرات و پیامدهای منفی توسعه گردشگری، به دلیل وابستگی شغلی و منافع شخصی‌شان، نسبت به توسعه آن، گرایش مثبت و موافق داشته و از آن حمایت می‌کنند. از این رو صاحبان مشاغل وابسته به بخش گردشگری مانند بخش تجاری و خدماتی حمایت بیشتری از توسعه گردشگری داشته‌اند. این امر در قالب تئوری مبادله اجتماعی قابل تبیین است به‌طوری‌که ساکنین بر اساس هزینه و فایده درک شده اقتصادی، اجتماعی و محیطی، رفتارها و واکنش‌های خود را نسبت به توسعه گردشگری تنظیم می‌کنند (علیقلی زاده فیروزجانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۵). چنانچه گردشگران اطمینان خاطر لازم و امنیت خاطر از منطقه گردشگری را حس نمایند، زمینه را برای بازدیدهای مجدد و تبلیغ برای حضور دیگر گردشگران را به وجود می‌آورند. اینکه گردشگران از سفر به یک مقصد خاطره خوبی داشته باشند (به واسطه تعریف از سفر خود) زمینه حضور دیگر گردشگران را نیز فراهم می‌کنند (حبیبی، ۱۳۹۵: ۴۵)؛ اما زمانی که تحلیلگران و متخصصان گردشگری رویداد، جوامع را به عنوان رکن اصلی گردشگری رویداد حذف کرده و آن را نادیده می‌گیرند، ممکن است عواقب مهمی برای جوامع محلی داشته باشند و به نوعی مخالفت جوامع را در پی داشته باشد. لذا اگر قرار باشد رویدادها در بلندمدت مورد حمایت قرار گیرند، حمایت اجتماعی از این مسئله ضروری است (هاگینیس^{۲۴}، ۲۰۱۸: ۵۷)؛ بنابراین، درک تأثیرات مثبت بر جامعه، ساکنین را به حمایت از توسعه گردشگری تشویق می‌کند، درحالی‌که درک تأثیرات منفی، آن‌ها را از حمایت برای توسعه گردشگری دور می‌کند (شارپلی^{۲۵}، ۲۰۱۴). اگر ساکنین درک کنند که تأثیرات منفی بیشتر از تأثیرات مثبت است آن‌ها حمایت خود را از هرگونه مشارکت در توسعه گردشگری پس خواهند گرفت (رومکو و رامکیسون^{۲۶}، ۲۰۱۱). با این وجود، سازمان دهندگان یا مدیران رویداد موظف هستند که از طریق شناسایی و پیش‌بینی پیشاپیش این اثرات تلاش کنند که اثرات مثبت بیشتر از اثرات منفی باشند و سپس تلاش نمایند تا آن‌ها را طوری مدیریت کنند که برای همه گروه‌های درگیر بهترین نتیجه را به همراه بیاورند در نتیجه به‌طورکلی اثرات مثبت ایجاد کنند. یک روش برای رسیدن به این هدف، توسعه و به‌یینه‌سازی تمام اثرات مثبت قابل پیش‌بینی و مقابله با اثرات منفی بالقوه است (جلیلیان، ۱۳۹۴: ۵۷). هنگامی‌که اثرات رویدادها به بحث گذاشته می‌شوند، بیشترین تأکید اغلب روی جنبه‌های مالی است زیرا آن دربردارنده تأمین اهداف بودجه و مخارج می‌باشد. با این همه اهداف اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی را نباید دست کم گرفت؛ زیرا منافع اجتماعی و فرهنگی در یک رویداد گردشگری، نقش حیاتی را ایفا می‌کند؛ بنابراین اثرات عمده رویدادهای گردشگری بر یک جامعه میزبان را می‌توان از دو جنبه مثبت و منفی مورد بحث قرارداد. (اتیوسا^{۲۷}، ۲۰۱۲). بر این اساس می‌توان مدل مفهومی تحقیق را به صورت زیر ارائه نمود شکل (۲).

23. Roos

24. Higgins

25. Sharpley

26. Nunkoo and Ramkissoon

27. Etiosa



شکل (۲). مدل مفهومی اثرات رویدادهای گردشگری

مهم‌ترین مزیت‌هایی که رویدادها برای مقاصد به همراه دارند ایجاد زیرساخت‌ها و تسهیلات دائمی می‌باشد که تنها به واسطه آن رویداد در جامعه به وجود آمده بودند و اکنون مورد استفاده مردمان محلی قرار گرفته‌اند (سیما^{۲۸}، ۲۰۱۱). جوامعی که درگیر رویدادهای گردشگری می‌شوند، از نظر اجتماعی- فرهنگی منفعی را در جهت ارتقای هویت خود و افزایش حس افتخار و غرور نسبت به مقصد خود دنبال می‌کنند (عبدالهی، ۱۳۹۲: ۵۹). زمانی که یک جامعه محلی به مقصد گردشگری تبدیل می‌شود یا رویدادهای گردشگری متنوع در آن برگزار می‌گردد، کیفیت و ساختار زندگی در این مقصد به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر می‌یابد (گنوس و زینس^{۲۹}، ۲۰۱۳: ۱)؛ بنابراین لحاظ کردن هم‌زمان اهمیت اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای گردشگری برای ذینفعان بسیار مهم می‌باشد. براین اساس می‌توان برای برنامه‌ریزی‌های بهتر برای آینده رویدادهای مختلف در حوزه گردشگری، به ارزیابی اثرات اجتماعی و اقتصادی رویدادهای گردشگری موجود در جامعه پرداخت.

پیشینه تجربی

تاکنون مطالعات متعددی در ارتباط با گردشگری رویدادها انجام شده است و از جنبه‌های مختلف به بررسی موضوع پرداخته شده است که در جدول (۳) به تعدادی از مطالعات پرداخته شده است.

جدول (۳). پیشینه تحقیق

نویسندگان	عنوان	نتایج با تأکید بر اثرات اجتماعی و اقتصادی
ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۰)	برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم)	با به کارگیری فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک، ضمن پی‌جویی توانمندی‌ها و کارکردهای گردشگری شهر قم و توسعه این کارکردها، به ارائه راهکارها و تعیین استراتژی‌های کاربردی برای توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری مذهبی شهر قم پرداخته‌اند که یکی از مهم‌ترین راهبردها، توجه به جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی است.
رحمتی (۱۳۹۲)	آئین گل‌گلستان در امیریه دامغان	جشنواره گل‌گلستان از جمله جشنواره‌هایی است که توانسته در طی سال‌های گذشته، جایگاه خاصی در بین آئین‌های معنوی ایران باز کند و نقش مهمی در جلب گردشگران آیینی ایفا نماید. همین امر باعث شده است این جشن به عنوان میراث معنوی امیریه دامغان به ثبت

28. Zima

29. Gnoth and Zins

ملی برسد و زمینه‌های ثبت جهانی آن نیز فراهم شده است و جشنواره گل غلتان فرصتی است تا ضمن احیای مجدد این آیین پسندیده، قابلیت‌های گردشگری امیریه به گردشگران معرفی شود. این مراسم دارای اثرات مثبت اقتصادی و اجتماعی برای منطقه می‌باشد.		
نظری و همکاران، (۱۳۹۴)	تأثیر عوامل مؤثر بر اجرای موفق رویدادهای فرهنگی از دیدگاه گردشگران	گردشگری رویداد، یکی از راهبردهای مهم برای توزیع گردشگری به صورت عادلانه و منظم در مناطق و زمان‌های مختلف در کشور محسوب می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که کیفیت اجرا بیشترین اثر را بر رضایت، تصویر مقصد و تجربه به‌یادماندنی در ذهن گردشگران دارد و گردشگران با ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی منطقه آشنا می‌شوند.
مولادوست و همکاران، (۱۳۹۶)	ایجاد و توسعه گردشگری چوگان بر مبنای گردشگری رویداد (مطالعه موردی: تنگه چوگان کازرون)	آثار فرهنگی و تاریخی بازی چوگان در ادوار مختلف ایران با رویکرد گردشگری باعث پویایی، رشد و توسعه چوگان می‌شود. برگزاری رویدادهای چوگان، رونق اقتصادی و پویایی اجتماعی را به همراه دارد.
محمودی چناری و همکاران، (۱۳۹۷)	تبیین اثرات اقتصادی گردشگری مذهبی در مناطق روستایی	گردشگری مذهبی تأثیر مثبتی بر بعد اقتصادی خانوار روستایی شهرستان شفت داشته است؛ که این تأثیر در روستاهای دارای اماکن زیارتی شناخته شده از جمله روستاهای امام‌زاده ابراهیم، امامزاده اسحاق و بابا رکاب محسوس‌تر از روستاهایی است که دارای اماکن متبرکه چندین مشهور نبوده یا فاقد اماکن مذهبی می‌باشند. همچنین در روستاهایی که در آن‌ها هیچ مکان متبرکه‌ای وجود نداشته است، اثرات اقتصادی گردشگری مذهبی بیشتر بر فعالیت‌های خاصی چون؛ فروش محصولات زراعی و دامی، خریدوفروش زمین مشهود می‌باشد.
دیواندری و ایل بیگی پور، (۱۳۹۸)	ارزیابی چالش‌های جذب گردشگری رویداد با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: روستای سیف‌آباد از توابع شهرستان کوهرنگ)	یافته‌ها مبین آن است که ارائه جاذبه‌های سنتی و پیرامونی رویدادهای روستا، در جذب گردشگر مؤثر است. همچنین جذب گردشگر وابسته به پتانسیل‌های اجتماعی و فرهنگی می‌باشد.
خوشه بست و همکاران، (۱۳۹۹)	مؤلفه‌های مؤثر بر ادراک سازمان دهندگان از رویدادهای فرهنگی گردشگری نمونه موردی: رویداد بزرگداشت فردوسی	ادراک فیزیکی با کسب رتبه نخست بیشترین تأثیر را بر درک سازمان‌دهندگان از رویداد دارد؛ مقوله‌ای که بیانگر این است که فضا سازی‌های فیزیکی، دسترسی‌پذیری، توسعه زیرساخت‌ها، کیفیت‌های محتوایی متنوع و زیبایی شناسانه و تصویر موردنظر به اندازه زیادی بر ایجاد درک بهتر و مؤثرتر از رویدادها و برنامه‌ریزی متناسب با منطقه تأثیر می‌گذارد.
باربر ^{۳۰} ، (1991)	زیارت‌ها	گردشگری مذهبی می‌تواند با توسعه مبادلات تجاری، فرهنگی و سیاسی موجب پویایی جمعیت منطقه شود. سفرهای زیارتی می‌توانند بر فرایندهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سلامت مردم تأثیر بگذارند. به همین دلیل جغرافیدانان را به مطالعه نتایج آن بر رفتار مکانی و فضایی زائران علاقه‌مند می‌کند. بر این مبنا می‌توان زیارت و سفرهای زیارتی را یکی از مهم‌ترین دلایل تغییرات مکانی دانست که می‌تواند فعالیت‌های اقتصادی منطقه را دستخوش تغییرات اساسی کند.
اسوینوویک ^{۳۱} ، (2012)	انگیزه، رضایت و قصد تماشاگران برای بازدید مجدد از جشنواره فرهنگی اقلیت‌های قومی	یافته‌ها نشان می‌دهد که انگیزه آشنایی با فرهنگ محلی و همچنین مراسم‌های بومی یکی از مهم‌ترین عوامل در شرکت گردشگران در جشنواره‌های قومی می‌باشد.
ویسکادوراک ^{۳۲} ، (2017)	تجزیه و تحلیل تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و گردشگری فرهنگ جشنواره‌ها در اقتصاد محلی، مجموعه‌ای از رویدادهای فرهنگی را در شهرداری هراکلیون در کرت معروف به "هراکلیون-تابستان"	بازدیدکنندگان این رویداد ارزش هنری و زیبایی‌شناختی این رویدادها را مثبت ارزیابی کرده‌اند. بسیاری از گردشگران از فرهنگ محلی به واسطه جشنواره‌ها یاد می‌گیرند و نیز از محصولات محلی خریداری می‌کنند.

30. Barber

28. Savinovic

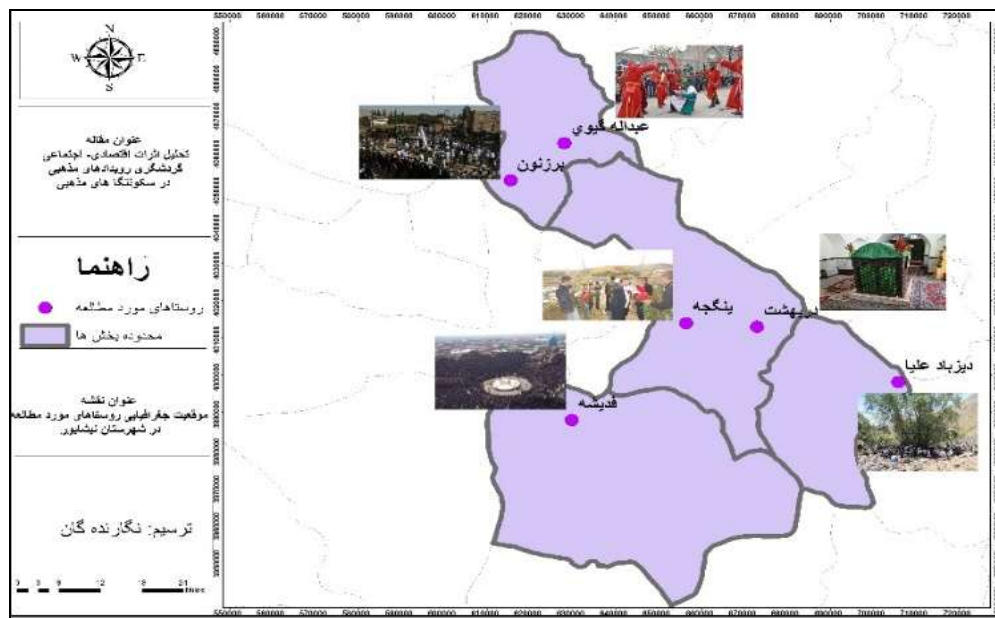
29. Viskadouraki

تحقیقات پیشین گویای این است که گردشگری مبتنی بر رویدادها چه در حوزه مطالعات داخلی و چه در حوزه مطالعات خارجی متناسب با ظرفیت مناطق شکل گرفته و بیشتر رویدادها در حوزه فرهنگی و گردشگری برگزار شده است؛ اما مطالعات اندکی در ارتباط با گردشگری رویدادهای مذهبی و بخصوص اثرات اقتصادی و اجتماعی گردشگری رویدادهای مذهبی انجام شده و لذا این مطالعه به تحلیل اثرات اجتماعی و اقتصادی حاصل از برگزاری رویدادهای مذهبی در مقاصد روستایی می‌پردازد.

روش‌شناسی

موقعیت منطقه مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه واقع در استان خراسان رضوی در شمال شرق ایران می‌باشد. در این مطالعه ۶ مورد از روستاهای شهرستان نیشابور و زبرخان به عنوان نمونه انتخاب شدند که در شکل (۳) قابل مشاهده است؛ زیرا این مناطق دارای رویدادهای خاص مذهبی از جمله مراسم تاسوعا و عاشورا، نوحصار، زیارتگاه (امامزاده)، شبیه‌خوانی و علم‌گردانی همراه با رسم جالب حلیم‌پزان و غیره است که همه‌ساله پذیرای گردشگران زیادی می‌باشد.



شکل (۳). موقعیت روستاهای مورد مطالعه منبع: (براساس نقشه پایه استانداری خراسان رضوی، ۱۳۹۹)

داده و روش کار

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از حیث ماهیت و روش انجام کار پیمایشی و به لحاظ روش جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و میدانی بهره گرفته است. از روش کتابخانه‌ای برای مطالعه ادبیات نظری، پیشینه پژوهش و استخراج شاخص‌ها استفاده شد و در روش میدانی نیز از طریق ابزار پرسشنامه محقق ساخته؛ به جمع‌آوری داده‌های مطالعه اقدام گردید؛ بنابراین، در این پژوهش براساس ادبیات نظری و نظرات کارشناسان مرتبط متغیرها و ابعاد مربوط به رویدادهای گردشگری مذهبی در جامعه میزبان مورد بررسی و براساس آن‌ها شاخص‌ها مورد شناسایی قرار گرفت و سپس پرسشنامه-ای برای ساکنین روستاهای مورد مطالعه در قالب طیف لیکرت طراحی گردید جدول (۴).

جدول (۴). شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق

ابعاد	شاخص	متغیرها
اقتصادی	اشتغال‌زایی	افزایش فرصت برای کارآفرینان جامعه/ ایجاد فرصت‌های شغلی برای افراد بومی/ ایجاد شغل‌های فصلی و بیکاری در دیگر ایام سال/ ایجاد تنوع چشمگیر در مشاغل / ایجاد فرصت‌های شغلی برای زنان/ طول مدت اقامت
	تورم و افزایش قیمت	افزایش نرخ مواد غذایی/ تورم و افزایش قیمت/ گران شدن مسکن/ افزایش قیمت زمین
	سرمایه‌گذاری	جذب سرمایه‌گذاران خصوصی/ جذب سرمایه‌های دولتی
	درآمدزایی (آورد مالی)	افزایش درآمد/ جابه‌جایی نیروی کار از سایر بخش‌ها به گردشگری / کاهش بیکاری/ افزایش قدرت خرید مردم
	توسعه زیرساخت‌های گردشگری	افزایش ساخت‌وساز در روستا/ توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل/ افزایش تولید صنایع‌دستی/ توسعه تنوع گردشگری در منطقه
اجتماعی	بیکاری	فصلی بودن حضور گردشگران/ کمبود نیروی کار در سایر بخش‌ها
	ارتقا کیفیت زندگی	ایجاد روحیه نشاط و سرزندگی در میان ساکنان محلی/ بهبود کیفیت زندگی/ تغییر الگوی مصرف/ توسعه خدمات اجتماعی (آموزش، بهداشت محیط و...)/ کاهش احساس امنیت در روستا
	آسیب اجتماعی	افزایش بزه اجتماعی (مانند اعتیاد، دزدی و غیره...)/ شکل‌گیری تضادهای فرهنگی بین گردشگران و روستاییان/ از بین رفتن آسایش مردم محلی به علت افزایش جمعیت/ گردشگران به ویژه در ایام خاص/ مقاومت جامعه در برابر گردشگری
	کاهش انگیزه مهاجرت	بازگشت مهاجران/ کاهش مهاجرت از روستا
	بهبود وضعیت گردشگری	ازدیاد بازدیدهای گردشگران/ افزایش شهرت (منطقه، رویداد...)/ جذب مسافران یا غریبه به داخل جامعه میزبان/ احساس مسئولیت مردم در قبال گردشگر/ افزایش میزان رضایت مردم از گردشگران
اجتماعی	روابط اجتماعی	تعامل میزبان-مهمان از طریق مشارکت پیوسته در جشنواره‌ها و رویدادها/ ارتباط مردم روستا با سایر افراد (بیرونی)/ گسترش روابط بیرونی روستاها با روستاهای هم‌جوار/ درهم ریختگی شیوه زندگی ساکنین
	هویت و تعلق مکانی	تصور ذهنی مثبت از جامعه/ ایجاد مباحثات اجتماعی/ افزایش تعلق خاطر به روستا
	حفظ سنت‌ها و آداب‌ورسوم روستا	تغییر در نوع پوشش اهالی روستا/ تغییر نوع آداب‌ورسوم/ تقویت ارزش‌ها یا سنت‌های منطقه/ احیای سنت‌ها/ معرفی و تقویت آداب‌ورسوم منحصربه‌فرد روستا
	بهبود مشارکت	افزایش مشارکت روستاییان/ شرکت در انواع فعالیت‌های وابسته به رویداد/ افزایش مشارکت مردم روستا در تهیه و اجرای طرح‌های گردشگری رویداد

منبع: (جاوید و همکاران، ۱۳۹۳؛ رحیمی، ۱۳۹۸؛ قاسمی، ۱۳۹۶؛ جلالیان، ۱۳۹۴؛ شهیدی و همکاران، ۱۳۸۸؛ رحمانی و شفیع، ۱۳۹۶؛ لطفی و همکاران، ۱۳۹۵؛ جلالیان، ۱۳۹۴؛ سقایی و خوشه بست، ۱۳۹۱؛ جلیلی، ۱۴۰۰؛ مهدوی و همکاران، ۱۳۸۶؛ اتیوس^{۳۳}، ۲۰۱۲ و فیتوپلو و همکاران^{۳۴}، ۲۰۲۱)

جامعه آماری در این پژوهش، افراد ساکن در ۶ روستای انتخابی می‌باشد که حجم جامعه آماری در این روستاها مورد بررسی برابر با ۲۰۲۲ خانوار است (براساس مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). براساس فرمول کوکران حجم نمونه برابر با خطای ۰/۰۵ برابر با ۳۲۳ خانوار محاسبه شد و تعداد نمونه خانوار در هر روستا تعیین گردید که در جدول (۵) قابل مشاهده است.

جدول (۵). روستاها و تعداد نمونه‌های مورد مطالعه و نوع رویداد مذهبی

شهرستان	دهستان	آبادی	تعداد خانوار سال ۹۵	تعداد نمونه در گروه روستاییان	رویدادهای مذهبی	زمان برگزاری رویداد
---------	--------	-------	---------------------	-------------------------------	-----------------	---------------------

33. Etiosa

34. Fytopoulou et al

نیشابور	برزنون	برزنون	۹۱۲	۱۴۶	آرامگاه شاهزاده حسین اصغر/ آتشگاه کشاورزان/ عاشورا و تاسوعا	دهم محرم
نیشابور	سرولایت	عبدالله گیو	۱۴۰	۲۲	عاشورا و تاسوعا	دهم محرم
نیشابور	سرولایت	ینگجه	۱۶۹	۲۷	تعزیه‌خوانی حضرت زهرا، استقبال و پذیرایی از پیاده‌روی زائران امام رضا. نمایشگاه ویژه محرم. یادواره شهدا.	۱۳ جمادی‌الاول یا ۳ جمادی‌الثانی، ۳۰ صفر
نیشابور	غزالی	فدیشه	۴۲۷	۶۸	عاشورا و تاسوعا، شام غریبان و. بارگاه سیدعبدالله،	دهم محرم، غروب روز عاشورا
نیشابور	فضل	در بهشت	۶۴	۱۰	امام‌زاده عبدالله، عاشورا و تاسوعا، مراسم نماز عید فطر	دهم محرم، اول شوال
زبرخان	زبرخان	دیزباد علیا	۳۱۰	۵۰	مراسم نوحصار	جمعه آخر مرداد
مجموع			۲۰۲۲	۳۲۳		

منبع: (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵)

جمع‌آوری اطلاعات میدانی از طریق پرسشنامه به روش طیف لیکرت انجام شد که برای پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. بدیهی است که هرچقدر شاخص آلفای کرونباخ به یک نزدیک‌تر باشد همبستگی درونی بین سؤالات بیشتر و در نتیجه پرسش‌ها همگن‌تر خواهند بود. در نهایت با توجه به نتایج به‌دست آمده اقتصادی (۰/۶۱) و اجتماعی (۰/۷۹) پرسشنامه پژوهش از پایایی قابل قبولی برخوردار می‌باشد. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش، با استفاده از نرم‌افزار Spss آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، درصد، فراوانی، کای اسکور (x²) و آمار استنباطی، نرمال بودن، تی تک نمونه‌ای، آنالیز واریانس، فریدمن، تی دو نمونه استفاده گردید.

نتایج

آمارهای توصیفی در این پژوهش شامل سن (کمترین آن؛ کمتر از ۲۰ سال ۱/۹ درصد، بیشترین آن ۳۱ تا ۴۰ سال، ۰/۲۶ درصد)، جنسیت (مرد ۴۵/۲ درصد، زن ۵۴/۸ درصد)، تأهل (متاهل ۱۱/۱ درصد، متأهل ۸۸/۹ درصد)، تحصیلات (بیشترین در سطح ابتدایی ۴۴/۰ درصد و کمترین آن کارشناسی ارشد و بالاتر ۰/۶ درصد)، اشتغال (بیشترین آن خانه‌دار ۴۰/۶ درصد، کمترین آن صنعت ۲/۵ درصد)، تعداد اعضای خانواده (بیشترین شامل چهار نفره ۳۴/۴ درصد، کمترین آن هفت نفره ۰/۹ درصد)، فعالیت در حوزه گردشگری ۲/۸ درصد و میانگین رضایت از درآمد آن ۲/۰۴ درصد، رضایت از اثرات اقتصادی رویدادها ۱۲/۴ درصد و میانگین رضایت از آن ۲/۵۷ درصد، رضایت از اثرات اجتماعی رویدادها ۸۲/۲ درصد و میانگین رضایت ۲/۵۱ درصد می‌باشد. همچنین برای تحلیل اثرات اجتماعی-اقتصادی گردشگری رویدادهای مذهبی بر سکونتگاه‌های روستایی آمارهای گرایش به مرکز (میانگین، میانه و انحراف معیار) به دست آمده است که بیشترین میانگین متعلق به متغیر اجتماعی با میانگین ۲/۷۵ و کمترین میانگین نیز متعلق به متغیر اقتصادی با میانگین ۲/۱۹ می‌باشد که در جدول (۶) قابل مشاهده است.

جدول (۶). آمارهای گرایش به مرکز در متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار
اقتصادی	۲/۱۹	۲/۱۶	۰/۱۶
اجتماعی	۲/۷۵	۲/۷۲	۰/۲۵

جدول (۷) میزان اثرات اقتصادی برگزاری رویدادهای گردشگری مذهبی با ۲۲ گویه که درصد فراوانی، میانگین و میزان معناداری کای اسکوتر (X2) برای هریک از شاخص‌ها مورد آزمون قرار گرفت که بیشترین میانگین مربوط به شاخص فصلی بودن حضور گردشگران با میانگین ۲/۶۰ و کمترین میانگین مربوط به شاخص کمبود نیروی کار در سایر بخش‌ها با میانگین ۱/۰۹ می‌باشد. با اطمینان ۹۵ درصد سطح معناداری ۰/۰۵ درصد در جامعه آماری همه این توزیع‌ها یکنواخت نخواهد بود و این توزیع‌ها متفاوت خواهد بود. می‌توان گفت متغیر اقتصادی در تمام شاخص‌ها معنادار بوده و قابلیت تعمیم به کل جامعه را دارد و شاخص‌های طول مدت اقامت، افزایش درآمد، فصلی بودن حضور گردشگران، افزایش تولید صنایع-دستی، توسعه تنوع گردشگری منطقه از میانگین کل اقتصادی (۱/۴۳) بالا بوده و بقیه موارد پایین‌تر از میانگین کل می‌باشند و با بررسی تمام شاخص‌های اقتصادی در منطقه مورد مطالعه وضعیت پاسخگویان از لحاظ تأثیرات اقتصادی در روستاها دارای وضعیت متوسط رو به پایین در بیشتر شاخص‌ها می‌باشد و گویای این است که آیین‌های مذهبی مانند تاسوعا و عاشورا و ... برای جامعه محلی ارزش اقتصادی کم دارد.

جدول (۷). درصد فراوانی، میانگین و معناداری کای اسکوتر شاخص‌های اقتصادی

معدناداری کای اسکوتر (X2)	میانگین	درصد فراوانی					شاخص‌ها
		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰	۲/۴۵	۱/۵	۸/۷	۳۲/۵	۴۸/۳	۰/۹	طول مدت اقامت
/۰۰۰	۱/۵۳	۰	۰/۳	۹/۶	۳۳/۱	۵۶/۳	افزایش درآمد
/۰۰۰	۱/۲۰	.	۰/۳	۱/۹	۱۵/۵	۵۲/۲	افزایش نرخ مواد غذایی
/۰۰۰	۱/۳۹	۰/۶	۰/۶	۳/۴	۲۷/۲	۶۷/۲	افزایش فرصت برای کارآفرینان جامعه
/۰۰۰	۱/۲۹	۰	۱/۲	۳/۴	۱۹/۲	۷۶/۲	افزایش قدرت خرید مردم
/۰۰۰	۱/۲۵	۰	۰/۳	۱/۹	۲۰/۷	۷۷/۱	جابه‌جایی نیروی کار از سایر بخش‌ها به گردشگری
/۰۰۰	۱/۰۹	۰	۰	۰/۶	۸/۷	۹۰/۷	کمبود نیروی کار در سایر بخش‌ها
/۰۰۰	۱/۳۴	۰	۰	۷/۴	۱۹/۸	۷۲/۸	کاهش بیکاری
/۰۰۰	۱/۳۷	۰	۱/۹	۶/۵	۱۸/۹	۷۲/۸	افزایش قیمت زمین
/۰۰۰	۲/۶۰	۳/۱۲	۱۲/۷	۳۶/۸	۳۶/۸	۱۰/۵	فصلی بودن حضور گردشگران
/۰۰۰	۱/۳۶	۰	۰/۳	۶/۵	۲۲/۳	۷۰/۹	ایجاد فرصت‌های شغلی برای افراد بومی
/۰۰۰	۱/۲۲	۰	۰/۳	۲/۵	۱۶/۴	۸۰/۸	جذب سرمایه‌گذاران
/۰۰۰	۱.۱۷	۰	۰/۳	۰/۶	۱۵/۲	۸۳/۹	تورم و افزایش قیمت‌ها
/۰۰۰	۱/۲۵	۰	۰	۵/۳	۱۵/۲	۷۹/۶	ایجاد شغل‌های فصلی و بیکاری در دیگر ایام سال
/۰۰۰	۱/۲۶	۰	۰/۳	۵/۰	۱۶/۱	۷۸/۶	افزایش ساخت‌وساز در روستا
/۰۰۰	۱/۱۷	۰	۰	۲/۸	۱۲/۴	۸۴/۸	گران‌شدن مسکن
/۰۰۰	۱/۳۴	۰	۰	۵/۶	۲۳/۸	۷۰/۶	جذب سرمایه‌های دولتی
/۰۰۰	۱/۲۶	۰	۰/۶	۳/۱	۱۸/۳	۷۸/۰	ایجاد تنوع چشمگیر در مشاغل
/۰۰۰	۱/۴۲	۰	۰	۹/۳	۲۳/۸	۶۶/۹	توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل
/۰۰۰	۱/۴۵	۰/۶	۱/۲	۶/۸	۲۶/۰	۶۵/۳	افزایش تولید صنایع دستی
/۰۰۰	۱/۳۹	۰	۰	۵/۹	۲۷/۲	۶۶/۹	ایجاد فرصت‌های شغلی برای زنان
/۰۰۰	۱/۴۹	۰/۶	۲/۵	۷/۴	۲۴/۸	۶۴/۴	توسعه تنوع گردشگری منطقه

جدول (۹) میزان اثرات اجتماعی برگزاری رویدادهای گردشگری مذهبی با ۳۱ گویه که در جدول (۸) درصد فراوانی، میانگین و میزان معناداری کای اسکوتر (X2) برای هریک از شاخصها مورد آزمون قرار گرفت. در بین این شاخصها بیشترین میانگین مربوط به شاخص افزایش شهرت (منطقه، رویداد...) با میانگین ۳/۱۷ و کمترین میانگین مربوط به شاخص درهم ریختگی شیوه زندگی ساکنین با میانگین ۱/۱۵ می باشد. با اطمینان ۹۵ درصد سطح معناداری ۰/۰۵ درصد در جامعه آماری همه این توزیعها یکنواخت نخواهد بود و این توزیعها متفاوت خواهد بود. می توان گفت متغیر اجتماعی در تمام شاخصها معنادار بوده و قابلیت تعمیم به کل جامعه را دارد. شاخصهای افزایش بازدیدهای گردشگران، افزایش شهرت، تصویر ذهنی مثبت از جامعه، جذب مسافران یا غریبه به داخل جامعه میزبان، تقویت ارزشها یا سنتهای منطقه، تعامل میزبان-مهمان از طریق مشارکت پیوسته در جشنوارهها و رویدادها، افزایش مشارکت روستاییان، ایجاد روحیه نشاط و سرزندگی در میان ساکنان، ایجاد مباحثات اجتماعی، شرکت در انواع فعالیتهای وابسته به رویداد، افزایش میزان رضایت مردم از گردشگران، افزایش تعلق خاطر به روستا، احیای سنتها، معرفی و تقویت آداب و رسوم منحصربه فرد روستا از میانگین کل اجتماعی (۲/۷۵) بالا بوده و بقیه موارد پایین تر از میانگین کل می باشند و با بررسی تمام شاخصهای اجتماعی در منطقه مورد مطالعه وضعیت پاسخگویان از لحاظ تأثیرات اجتماعی در روستاها دارای وضعیت متوسط رو به بالایی در بیشتر شاخصها می باشد و گویای این است که آیینهای مذهبی مانند تاسوعا و عاشورا و ... برای جامعه محلی ارزش اجتماعی دارد.

جدول (۸). درصد فراوانی، میانگین و معناداری کای اسکوتر شاخصهای اجتماعی

شاخصها	درصد فراوانی	میانگین					معناداری کای اسکوتر (X2)
		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
افزایش بازدیدهای گردشگران	۱۱/۱	۴۱/۵	۳۳/۱	۱۱/۵	۲/۸	۲/۵۳	۰/۰۰
افزایش شهرت (منطقه، رویداد...)	۲/۸	۲۳/۲	۳۸/۴	۲۵/۱	۱۰/۵	۳/۱۷	۰/۰۰
مقاومت جامعه در برابر گردشگری	۸۱/۷	۱۷/۰	۰/۶	۰/۳	۰	۱/۱۹	۰/۰۰
تصویر ذهنی مثبت از جامعه	۶/۵	۲۳/۲	۴۰/۹	۲۱/۷	۷/۷	۳/۰	۰/۰۰
افزایش بزه اجتماعی (مانند اعتیاد، دزدی و غیره).	۷۵/۹	۱۸/۳	۳/۷	۱/۹	۰/۳	۱/۳۲	۰/۰۰
جذب مسافران یا غریبه به داخل جامعه میزبان	۱۵/۵	۳۸/۴	۲۳/۵	۱۳/۹	۸/۷	۲/۶۱	۰/۰۰
تقویت ارزشها یا سنتهای منطقه	۸/۰	۲۲/۹	۳۸/۱	۲۳/۵	۷/۴	۲/۹۹	۰/۰۰
تعامل میزبان-مهمان از طریق مشارکت پیوسته در جشنوارهها و رویدادها	۳۰/۰	۴۴/۰	۲۱/۱	۴/۶	۰/۳	۲/۰۱	۰/۰۰
ارتباط مردم روستا با سایر افراد (بیرونی)	۳۲/۸	۴۳/۳	۲۰/۴	۲/۸	۰	۱/۹۳	۰/۰۰
افزایش مشارکت روستاییان	۱۳/۰	۳۱/۶	۲۷/۹	۱۸/۹	۸/۷	۲/۷۸	۰/۰۰
ایجاد روحیه نشاط و سرزندگی در میان ساکنان	۲۸/۵	۳۵/۰	۲۲/۹	۱۱/۱	۲/۵	۲/۲۴	۰/۰۰
ایجاد مباحثات اجتماعی	۵/۰	۲۳/۵	۴۴/۶	۱۷/۶	۹/۳	۳/۰۲	۰/۰۰
درهم ریختگی شیوه زندگی ساکنین	۸۳/۰	۱۳/۹	۰/۶	۰	۰	۱/۱۵	۰/۰۰
شرکت در انواع فعالیتهای وابسته به رویداد	۳۲/۵	۲۹/۷	۲۵/۱	۱۰/۸	۱/۹	۲/۱۹	۰/۰۰
بهبود کیفیت زندگی	۶۲/۵	۲۰/۴	۱۲/۱	۳/۴	۱/۵	۱/۶۰	۰/۰۰
تغییر در نوع پوشش اهالی روستا	۷۴/۰	۱۵/۸	۸/۴	۱/۹	۰	۱/۳۸	۰/۰۰
گسترش روابط بیرونی روستاها با	۴۲/۱	۳۲/۵	۱۴/۹	۹/۰	۱/۲	۱/۹۴	۰/۰۰

روستاهای هم‌جوار						
۷۹/۳	۱۲/۴	۷/۷	۰/۶	۰	۱/۲۹	/۰۰۰
بازگشت مهاجران						
۸۹/۸	۶/۸	۱/۲	۱/۵	۶/۰	۱/۱۶	/۰۰۰
کاهش احساس امنیت در روستا						
۷۳/۴	۱۶/۱	۲/۵	۰/۳	۰	۱/۲۳	/۰۰۰
تغییر الگوی مصرف						
۱۴/۶	۵۰/۸	۲۶/۶	۵/۰	۲/۲	۲/۲۸	/۰۰۰
افزایش میزان رضایت مردم از گردشگران						
۶/۸	۳۴/۴	۲۹/۷	۲۰/۱	۶/۵	۲/۸۴	/۰۰۰
افزایش تعلق خاطر به روستا						
۶۸/۱	۱۴/۶	۱۳/۳	۱/۹	۱/۲	۱/۵۲	/۰۰۰
تغییر نوع آداب و رسوم						
۸۳/۹	۱۱/۵	۰/۶	۱/۲	۰/۳	۱/۱۸	/۰۰۰
شکل‌گیری تضادهای فرهنگی بین گردشگران و روستاییان						
۶۰/۷	۲۲/۶	۷/۴	۲/۲	۰	۱/۴۷	/۰۰۰
افزایش مشارکت مردم روستا در تهیه و اجرای طرح‌های گردشگری رویداد						
۷۴/۶	۱۸/۶	۲/۵	۲/۲	۰	۱/۳۰	/۰۰۰
از بین رفتن آسایش مردم محلی به علت افزایش جمعیت گردشگران به ویژه در ایام خاص						
۸۰/۸	۱۲/۱	۴/۰	۱/۵	۰	۱/۲۵	/۰۰۰
کاهش مهاجرت از روستا						
۴۶/۴	۲۳/۸	۱۵/۸	۷/۷	۴/۳	۱/۹۷	/۰۰۰
احیای سنت‌ها						
۶۶/۳	۱۹/۵	۷/۴	۲/۸	۱/۵	۱/۵۰	/۰۰۰
احساس مسئولیت مردم در قبال گردشگر						
۸/۴	۳۸/۱	۳۴/۴	۹/۹	۷/۷	۲/۷۰	/۰۰۰
معرفی و تقویت آداب و رسوم منحصربه‌فرد روستا						
۸۰/۵	۹/۰	۲/۸	۱/۲	۰/۳	۱/۲۰	/۰۰۰
توسعه خدمات اجتماعی (آموزش، بهداشت محیط و...)						

با توجه به نرمال و فاصله‌ای بودن شاخص‌ها (به دلیل کامپیوت نمودن گویه‌ها) و داشتن میان‌نظری عدد ۳ اقدام به بررسی میانگین شاخص‌های متغیر تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی در روستا با استفاده از آزمون تی تک نمونه شد. مطابق جدول (۹) شاخص‌های متغیر تأثیرات اجتماعی برگزاری رویدادهای مذهبی در روستا با میانگین فرضی (۳) سنجش و ثابت می‌گردد که میانگین واقعی نظر کل پاسخگویان در تمام شاخص‌ها از ۳ کوچک‌تر و در حد متوسط به پایین است. حد بالا و پایین تمام شاخص‌ها منفی بوده است بدین معنی که میانگین جامعه در این شاخص‌ها کمتر از مقدار مورد آزمون می‌باشد همچنین با توجه به میزان معناداری به دست آمده که کمتر از ۰/۰۵ است. لذا معنادار بوده و قابل تعمیم به کل جامعه را دارد؛ که این نتیجه گویای این می‌باشد که برگزاری رویدادهای مذهبی در سطح پایینی دارای آثار اقتصادی و اجتماعی بر روستاهای مورد مطالعه بوده است. به دلیل اینکه رویدادهای مذهبی از دیدگاه مردم روستاهای مورد مطالعه بیشتر عقیدتی و معنوی به شمار می‌رود.

جدول (۹). میانگین شاخص‌های متغیر تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی در روستا (آزمون T تک نمونه‌ای)

شاخص و متغیرهای تحقیق	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	درجه آزادی	میزان معناداری	اختلاف از میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪
	۲/۱۰	۰/۲۷	۶۰/۹۲-	۳۲۲/۰۰	۰/۰۰	۰/۹۰-	۰/۸۷- تا ۰/۹۳+
اشتغال‌زایی	۱/۲۳	۰/۲۸	۱۱۴/۴۰-	۳۲۲/۰۰	۰/۰۰	۱/۷۷-	۱/۷۴- تا ۱/۸۰+
تورم و افزایش قیمت	۱/۲۹	۰/۴۱	۷۵/۷۳-	۳۲۲/۰۰	۰/۰۰	۱/۷۱-	۱/۶۷- تا ۱/۷۶+
سرمایه‌گذاری	۱/۳۶	۰/۳۳	۸۹/۷۶-	۳۲۲/۰۰	۰/۰۰	۱/۶۴-	۱/۶۱- تا ۱/۶۸+
درآمدزایی (آورد مالی)							

۱.۵۵-	۱.۶۳-	۱.۵۹-	۰.۰۰	۳۲۲.۰۰	۷۸.۳۵-	۰.۳۶	۱.۴۱	توسعه زیرساخت‌های گردشگری
۰.۷۰-	۰.۸۱-	۰.۷۶-	۰.۰۰	۳۲۲.۰۰	۲۶.۳۲-	۰.۵۲	۲.۲۴	بیکاری
۰.۶۹-	۰.۷۸-	۰.۷۴-	۰.۰۰	۳۲۲.۰۰	۳۰.۵۳-	۰.۴۳	۲.۲۶	ارتقا کیفیت زندگی
۱.۷۱-	۱.۷۹-	۱.۷۵-	۰.۰۰	۳۲۲.۰۰	۹۰.۰۸-	۰.۳۵	۱.۲۵	آسیب اجتماعی
۱.۶۷-	۱.۷۸-	۱.۷۳-	۰.۰۰	۳۲۲.۰۰	۶۲.۶۷-	۰.۵۰	۱.۲۷	کاهش مهاجرت
۰.۳۷-	۰.۴۶-	۰.۴۲-	۰.۰۰	۳۲۲.۰۰	۱۸.۷۵-	۰.۴۰	۲.۵۸	بهبود وضعیت گردشگری
۰.۲۸-	۰.۳۹-	۰.۳۳-	۰.۰۰	۳۲۲.۰۰	۱۲.۳۰-	۰.۴۹	۲.۶۷	روابط اجتماعی
۰.۰۳	۰.۱۱-	۰.۰۴-	۰.۰۰	۳۲۲.۰۰	۱.۱۶-	۰.۶۴	۲.۹۶	هویت مکانی
۰.۴۳	۰.۳۱	۰.۳۷	۰.۰۰	۳۲۲.۰۰	۱۲.۰۰	۰.۵۵	۳.۳۷	حفظ سنت‌ها و آداب و رسوم روستا
۰.۷۵-	۰.۹۱-	۰.۸۳-	۰.۰۰	۳۲۲.۰۰	۲۰.۳۲-	۰.۷۳	۲.۱۷	بهبود مشارکت

تأثیرات اجتماعی

برای بررسی تفاوت میانگین تأثیرات اجتماعی برگزاری رویدادهای مذهبی به تفکیک روستاهای مورد مطالعه با توجه به نرمال بودن متغیر تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی و بیشتر از دو گروه بودن روستاهای مورد مطالعه از آزمون آنالیز واریانس یک طرفه استفاده می‌شود. لذا بر طبق نتایج به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه در جدول (۱۰) نتایج نشان می‌دهد، سطح معناداری آزمون در این متغیر کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است؛ بنابراین تفاوت میانگین تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی به تفکیک روستاهای مورد مطالعه مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

جدول (۱۰). مقایسه میانگین تأثیرات اقتصادی و اجتماعی برگزاری رویدادهای مذهبی به تفکیک روستاهای مورد مطالعه

روستاهای مورد مطالعه	جمع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	Sig.
تأثیرات اقتصادی	بین گروهی	۰.۶۵	۵.۰۰	۰.۱۳	۸/۰۴
برگزاری رویدادهای مذهبی	درون گروهی	۷.۷۲	۳۱۷.۰۰	۰.۰۲	
	کل	۸.۳۷	۳۲۲.۰۰		
تأثیرات اجتماعی	بین گروهی	۹.۸۴	۵.۰۰	۱.۹۷	۶۳/۰۹
برگزاری رویدادهای مذهبی	درون گروهی	۱۱.۲۹	۳۱۷.۰۰	۰.۰۴	
	کل	۲۱.۱۲	۳۲۲.۰۰		

با توجه به مورد پذیرش قرار گرفتن تفاوت میانگین تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی به تفکیک روستاهای مورد مطالعه از مدل‌های تصمیم‌گیری چند معیاره^{۳۵} Marcos برای رتبه‌بندی روستاهای مورد مطالعه استفاده گردیده است. روش مارکوس، روشی قدرتمند برای تصمیم‌گیری در شرایط پیچیده می‌باشد و پیاده‌سازی و استفاده از این روش، این امکان را به محقق می‌دهد تا بتواند از بین گزینه‌ها که دارای معیارها و شاخص‌های متعدد هستند، آن گزینه‌ها را ارزیابی نمایند و در انتها به اولویت‌بندی آن‌ها بپردازد و مناسب‌ترین گزینه از بین گزینه‌های موجود تعیین گردد. این روش توسط استیویک و همکاران (۲۰۱۹) ارائه شد. مراحل این روش در ادامه آورده شده است.

گام اول: تشکیل ماتریس تصمیم

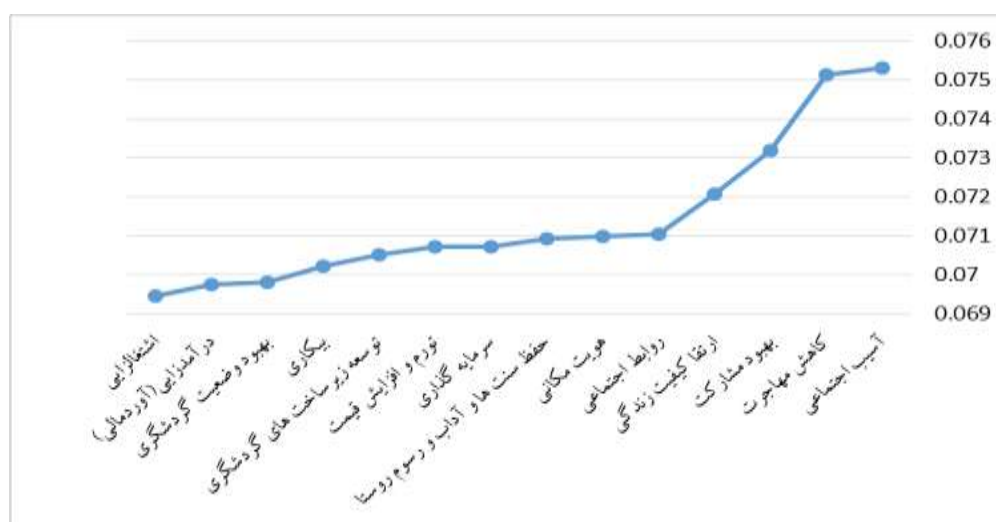
ماتریس تصمیم در پژوهش حاضر متشکل از شاخص‌های بعد اقتصادی (اشتغال‌زایی، تورم و افزایش قیمت، سرمایه‌گذاری، درآمدزایی (آورد مالی)، توسعه زیرساخت‌های گردشگری، بیکاری، ارتقا کیفیت زندگی، آسیب اجتماعی، کاهش مهاجرت، بهبود وضعیت گردشگری، روابط اجتماعی، هویت مکانی، حفظ سنت‌ها و آداب و رسوم روستا و بهبود مشارکت) و ۶ روستای

مورد مطالعه (برزنون، در بهشت، دیزبادعلیا، عبدالله گیو، فدیشه و ینگجه) می‌باشد. در جدول (۱۱) می‌توان میانگین شاخص‌های تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی به تفکیک روستاهای مورد مطالعه و وزن‌های حاصل شده از مدل آنتروپی برای شاخص‌های تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی را مشاهده نمود.

جدول (۱۱). میانگین، وزن و جهت شاخص‌های تأثیرات برگزاری رویدادهای مذهبی به تفکیک روستاهای مورد مطالعه

جهت	وزن	ینگجه	فدیشه	عبدالله گیو	دیزبادعلیا	در بهشت	برزنون	نهایی
منفی	۰.۰۷۰۷	۱.۱۳	۱.۱۳	۱.۲۸	۱.۲۱	۱.۶۰	۱.۲۸	تورم و افزایش قیمت
مثبت	۰.۰۶۹۵	۲.۰۴	۲.۰۷	۲.۰۹	۲.۱۶	۲.۱۳	۲.۱۰	اشتغال‌زایی
مثبت	۰.۰۷۰۷	۱.۰۹	۱.۲۸	۱.۴۳	۱.۳۷	۱.۰۰	۱.۲۹	سرمایه‌گذاری
مثبت	۰.۰۶۹۸	۱.۲۴	۱.۳۰	۱.۴۰	۱.۳۳	۱.۵۰	۱.۴۰	درآمدزایی (آورد مالی)
مثبت	۰.۰۷۰۵	۱.۲۷	۱.۳۵	۱.۶۴	۱.۴۷	۱.۷۵	۱.۳۹	توسعه زیرساخت‌های گردشگری
مثبت	۰.۰۷۰۲	۲.۴۱	۲.۲۴	۲.۸۰	۲.۲۰	۲.۵۵	۲.۱۳	کاهش بیکاری
منفی	۰.۰۷۵۳	۱.۱۹	۱.۱۷	۱.۹۲	۱.۱۰	۲.۰۳	۱.۲۰	آسیب اجتماعی
مثبت	۰.۰۷۲۱	۲.۱۰	۲.۱۳	۳.۰۳	۲.۶۵	۱.۷۸	۲.۱۴	ارتقا کیفیت زندگی
مثبت	۰.۰۷۵۱	۱.۱۵	۱.۲۳	۲.۲۰	۱.۱۶	۱.۲۵	۱.۲۲	کاهش مهاجرت
مثبت	۰.۰۶۹۸	۲.۳۸	۲.۴۵	۲.۶۳	۲.۸۳	۲.۳۴	۲.۶۱	بهبود وضعیت گردشگری
مثبت	۰.۰۷۱۱	۲.۵۰	۲.۹۴	۳.۳۳	۲.۳۳	۳.۲۸	۲.۵۴	روابط اجتماعی
مثبت	۰.۰۷۱۰	۲.۵۴	۲.۹۹	۳.۲۱	۳.۳۵	۳.۸۷	۲.۷۸	هویت مکانی
مثبت	۰.۰۷۰۹	۳.۱۰	۳.۸۳	۳.۳۰	۳.۸۷	۲.۶۴	۳.۰۸	حفظ سنت‌ها و آداب و رسوم روستا
مثبت	۰.۰۷۳۲	۱.۸۵	۲.۶۲	۳.۲۴	۲.۴۲	۲.۵۷	۱.۷۴	بهبود مشارکت

شکل (۴) وزن‌های حاصل شده از مدل آنتروپی برای شاخص‌های تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی را نشان می‌دهد با توجه به آنچه که در شکل (۴) می‌توان مشاهده نمود بیشترین وزن متعلق به شاخص آسیب اجتماعی می‌باشد.



شکل (۴). وزن‌های حاصل شده از مدل آنتروپی برای شاخص‌های تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی

گام دوم: تعیین ایده‌آل و ضد ایده‌آل

گام سوم: نرمال سازی

گام چهارم: وزن دار کردن

گام پنجم: درجه مطلوبیت گزینه‌ها

گام ششم: تعیین عملکرد مطلوب گزینه‌ها

گام هفتم: رتبه‌بندی گزینه‌ها

نتایج مدل تصمیم‌گیری چند معیاره مارکوس نشان داد بیشترین تأثیرگذاری رویدادهای مذهبی در بین روستاهای مورد مطالعه در روستای عبدالله گیو اتفاق افتاده است و کمترین تأثیرپذیری نیز متعلق به روستای ینگجه می‌باشد. از نظر افراد محلی در روستای عبدالله گیو رویداد خاصی به جز مراسم‌های مربوط به محرم برگزار نمی‌شود و همچنین در طی تحقیقات محلی از لحاظ طبیعی هم نسبت به دیگر روستاهای مورد مطالعه در رده پایین‌تر قرار گرفته است. برگزاری رویدادهای مذهبی از جمله تاسوعا و عاشورا (اجرای تعزیه‌خوانی و پختن نذری...) افراد محلی را در این روز گردهم می‌آورد که هم از لحاظ اقتصادی و هم از نظر اجتماعی نسبت به دیگر روستا تأثیرگذاری بیشتری دارد؛ اما روستای ینگجه با فرارسیدن شهادت امام رضا به دلیل قرار گرفتن در مسیر پیاده‌روی زائران از میهمانان خود در قالب نذری پذیرایی می‌کنند و منفعت اقتصادی عاید این روستا نبوده است.

جدول (۱۲). نتایج مدل Marcos در زمینه تأثیرات اجتماعی و اقتصادی برگزاری رویدادهای مذهبی

روستا	Si	F(K)	رتبه
برزنون	۰.۷۹	۰.۶۲	۵
در بهشت	۰.۸۰	۰.۶۳	۴
دیزبادعلیا	۰.۸۶	۰.۶۷	۲
عبدالله گیو	۰.۹۲	۰.۷۲	۱
فدیشه	۰.۸۴	۰.۶۶	۳
ینگجه	۰.۷۸	۰.۶۰	۶

نتیجه‌گیری

گردشگری رویدادهای مذهبی به عنوان یکی از اشکال جدید و تأثیرگذار گردشگری، می‌تواند نقش مهمی در توسعه مناطق روستایی ایفا کند. لذا گردشگری رویدادهای مذهبی، در مناطق روستایی شهرستان‌های نیشابور و زبرخان مورد مطالعه قرار گرفته و نشان‌دهنده تأثیرات اقتصادی و اجتماعی محدود اما معنادار بر این جوامع است. یافته‌ها حاکی از آن است که اثرات اجتماعی این رویدادها نسبت به اثرات اقتصادی برجسته‌تر بوده و بیشتر به دلیل ماهیت اعتقادی و معنوی این رویدادها است که با ساختار اجتماعی و فرهنگی روستاها نیز همخوانی دارد. لذا برگزاری این نوع رویدادها در روستاهای منتخب شهرستان نیشابور و زبرخان، به رغم داشتن تأثیرات مثبت اجتماعی و فرهنگی، نتوانسته است به طور کامل از پتانسیل‌های اقتصادی خود بهره‌برداری کند؛ بنابراین ارزش‌های اعتقادی و معنوی این رویدادها باعث ارتقاء حس هویت و تعلق به مکان، افزایش تعاملات اجتماعی و تقویت سنت‌ها و آداب و رسوم محلی شده است. از سوی دیگر، اثرات اقتصادی، از جمله ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمدزایی برای ساکنان محلی، بسیار محدود بوده است. با این حال، تاکنون زیرساخت‌ها و برنامه‌ریزی‌های کافی برای بهره‌برداری بهتر از پتانسیل‌های اقتصادی این رویدادها فراهم نشده است. به طوری که جوامع روستایی میزبان با بهره‌گیری اثرات مثبت رویدادهای مذهبی و گردشگری برگزار شده در زمینه‌هایی مانند ایجاد شغل و افزایش درآمد، به کاهش مهاجرت و در نتیجه ایجاد و افزایش وابستگی و تعلق مکانی و احساس افتخار بین ساکنان منجر شود. علاوه بر این، برگزاری رویدادها می‌تواند منجر به برقراری ارتباط متقابل جامعه میزبان و میهمان شده و در برخی از مواقع انگیزه‌های مهاجرت معکوس و بازگشتی و همچنین سرمایه‌گذاری در جامعه روستایی را توسط گردشگران فراهم سازد. در مجموع یافته‌های این پژوهش با یافته‌های پژوهش محمودی چناری و همکاران (۱۳۹۷)، دیواندری و ایل بیگی

پور (۱۳۹۸) تطابق و همسویی دارد. همچنین این مطالعه نشان داد که گردشگری رویدادهای مذهبی در مناطق روستایی، پتانسیل ایجاد تأثیرات اقتصادی و اجتماعی معناداری را دارد، اما تاکنون این پتانسیل به صورت کامل شکوفا نشده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، رویدادهای مذهبی در مناطق روستایی بیشتر به عنوان مناسک اعتقادی و معنوی تلقی می‌شوند و ابعاد گردشگری آن‌ها نادیده گرفته می‌شود. این امر نشان‌دهنده شکاف نظری در تحلیل هم‌زمان ابعاد اجتماعی، اقتصادی و معنوی گردشگری مذهبی است. برای پر کردن این شکاف، چارچوب تلفیقی "توسعه پایدار گردشگری مذهبی" پیشنهاد می‌شود که سه بُعد اصلی را در بر می‌گیرد:

- بعد معنوی-فرهنگی: این بعد بر حفظ اصالت رویدادهای مذهبی، تقویت ارزش‌های فرهنگی و احترام به باورهای محلی تأکید دارد.

- بعد اجتماعی: بر تعامل جامعه میزبان با گردشگران، افزایش حس تعلق مکانی و تقویت هویت جمعی تمرکز می‌کند.

- بعد اقتصادی: ایجاد اشتغال پایدار، تنوع‌بخشی به معیشت و توسعه زیرساخت‌های محلی را شامل می‌شود.

این چارچوب می‌تواند به عنوان مدلی نظری برای تحلیل و ارزیابی اثرات گردشگری رویدادهای مذهبی در مناطق مشابه مورد استفاده قرار گیرد. علاوه بر این، می‌تواند به توسعه سیاست‌ها و برنامه‌های کاربردی کمک کند که هدف آن‌ها، بهبود هم‌زمان شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع محلی است. این نتیجه‌گیری می‌تواند هم از نظر نظری و هم عملی به غنی‌سازی مطالعات گردشگری مذهبی کمک کند و رویکردی جامع‌تر برای توسعه پایدار در مناطق روستایی ارائه دهد.

لذا مطابق یافته‌ها پیشنهاد می‌شود که با توسعه زیرساخت‌های گردشگری، بهبود کیفیت خدمات، تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها و افزایش مشارکت جوامع محلی، فرصت‌های بیشتری برای ایجاد درآمد، اشتغال و ارتقاء حس تعلق به روستاها فراهم شود. از طرفی، تقویت سنت‌ها و هویت فرهنگی منطقه می‌تواند جذابیت بیشتری برای گردشگران ایجاد کرده و به رونق بیشتر اقتصادی و اجتماعی این مناطق کمک کند. برای مثال، گردشگری مذهبی در این روستاها به دلیل فصلی بودن حضور گردشگران، ایجاد اشتغال پایدار نکرده و تأثیرات اقتصادی محدودی مانند افزایش کوتاه‌مدت درآمد و فروش محصولات محلی داشته است. گرچه گردشگری مذهبی تأثیرات اجتماعی مثبتی همچون تقویت حس هویت و مباحثات اجتماعی در میان ساکنان این روستاها داشته است، برای دستیابی به توسعه پایدار و ایجاد تعادل میان اثرات اقتصادی و اجتماعی، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق‌تر، سرمایه‌گذاری هدفمند و مشارکت فعال جامعه میزبان است. با اجرای اقدامات پیشنهادی، این رویدادها می‌توانند علاوه بر تقویت اعتقادات معنوی، به عاملی برای رونق اقتصادی، کاهش مهاجرت و بهبود کیفیت زندگی روستاییان تبدیل شوند.

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی؛ کاظمی راد، شمس‌الله و اسکندری ثانی، محمد (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۷۶(۲)، ۱۱۵-۱۴۱.
- آزاد، زهرا (۱۳۹۲). بررسی تطبیقی جایگاه میادین تهران در حفظ و ارتقای خاطره جمعی شهروندان. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهری، ۴(۳)، ۱-۱۲.
- اسمعیلیان، سحر و رنجبر، احسان (۱۳۹۰). بررسی تطبیقی مؤلفه‌های مؤثر بر شکل‌گیری و انتقال خاطره جمعی. مجله معماری و شهرسازی آرمان‌شهر، ۱۱(۳)، ۱۸۱-۱۹۴.
- امیریان، فاطمه؛ ایرانی بهبهانی، هما و سلطان‌زاده، حسین (۱۳۹۶). شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در شکل‌گیری رویدادهای زندگی‌بخش و چگونگی تبلور آن‌ها در فضای زیسته. مدیریت شهری، ۴۷(۱)، ۴۷۵-۴۹۹.
- ایمانی خوشخو، محمدحسین و علی‌زاده، ولی‌الله (۱۳۹۲). اقتصاد گردشگری (مروری بر پیشینه تحقیق در داخل و خارج). گردشگری و اوقات فراغت، ۱(۳)، ۴۳-۶۲.
- بد، مهدیه؛ شفیعا، سعید و طلایی شگری، شهاب (۱۴۰۰). لزوم ساماندهی گردشگری رویداد در کشور. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۸۱۱۰، ۱-۲۲.
- بهادری، سید رضا (۱۳۹۶). گردشگری معنوی با تأکید بر نقش آئین‌های مذهبی - فرهنگی بر دیدگاه گردشگران خارجی (موردپژوهی: تورهای سازمان‌یافته گردشگری معنوی در استان یزد). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه هنر اصفهان. دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی.
- جلیلیان، نگار (۱۳۹۴). امکان‌سنجی توسعه گردشگری رویداد و تأثیر آن بر تعدیل فصلی بودن مقصدهای گردشگری مطالعه موردی: شهر همدان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده مدیریت و حسابداری.
- حبیبی، فاتح (۱۳۹۵). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تمایل به ورود گردشگر مطالعه موردی: شهرستان مریوان. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهری، ۱۸(۳)، ۳۷-۵۰.
- حسام، مهدی (۱۳۹۶). ارزیابی رضایتمندی گردشگران از مقصدهای گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان فومن). مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های روستایی، ۱۲(۴)، ۸۰۳-۸۱۹.
- خوشه‌بست، فرزانه؛ جهانیان، منوچهر و جاودان، مجتبی (۱۳۹۹). تحلیلی بر مؤلفه‌های مؤثر بر ادراک سازمان‌دهندگان از رویدادهای فرهنگی گردشگری نمونه موردی: رویداد بزرگداشت فردوسی. برنامه‌ریزی و آمایش فضا، ۲۵(۱)، ۶۵-۹۵.
- دیواندری، جواد و ایل‌بیگی پور، فرانک (۱۳۹۸). ارزیابی چالش‌های جذب گردشگری رویداد با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: روستای سیف‌آباد از توابع شهرستان کوهرنگ). فصلنامه علمی تخصصی پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار، ۲(۲)، ۳۱-۴۲.
- رحمانی، خلیل (۱۳۸۹). ارزیابی عملکرد اماکن مذهبی در توسعه روستایی مطالعه موردی: روستاهای اورامان تخت، هجیج، نجار، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس. تهران.
- رحمتی، حسین (۱۳۹۲). آیین گل‌غلطان در امیریه دامغان. فصلنامه فرهنگ مردم ایران، ۳۴(۲)، ۱۶۹-۱۷۷.
- رضائی، ناصر و حبیب‌اللهی، فضیلت (۱۳۹۵). سنجش ادراک ساکنین از اثرات گردشگری مبتنی بر جوامع محلی (مطالعه موردی: روستای چم‌آسمان، شهرستان لنجان، استان اصفهان). فصلنامه علمی - پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران، ۱۴(۴)، ۱۹۱-۲۰۸.
- عبداللهی، مولود (۱۳۹۲). تأثیر نگرش و وابستگی‌های مردم محلی بر حمایت و توسعه گردشگری رویدادها (مورد مطالعه: رویداد آیینی قالی‌شویان مشهد اردهال). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سمنان.
- علیزاده، امین (۱۳۸۶). نیاز آبی گیاهان در ایران. مشهد: انتشارات امام رضا (ع).
- علیقلی‌زاده فیروزجایی، ناصر؛ قدمی، مصطفی و رمضان‌زاده لسبویی، مهدی (۱۳۸۹). نگرش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی نمونه مورد مطالعه: دهستان گلیجان، شهرستان تنکابن. پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۷۱(۳)، ۳۵-۴۸.

- قادری، اسماعیل؛ عزتی، عزت اله و حافظی زاده، شقایق (۱۳۸۸). راهکارهای استفاده از مراسم تاسوعا و عاشورا به عنوان پتانسیل توریسم فرهنگی - مذهبی در محدوده‌ی بخش مرکزی تهران، مجله علمی - پژوهشی فضای جغرافیایی، ۹(۴)، ۳۵-۵۶.
- محمودی چناری، حبیب؛ رحیمی پورشیخانی نژاد، محمدعلی و نصیری جان آقا، فرزانه (۱۳۹۷). تبیین تأثیرات اقتصادی گردشگری مذهبی در مناطق روستایی، سومین همایش ملی گردشگری و طبیعت‌گردی ایران زمین، ۱-۱۵.
- منشی‌زاده، رحمت‌الله (۱۳۸۴). جهانگردی. تهران: انتشارات منشی‌زاده.
- منوچهری، سوران؛ محمدی، سعدی و اسکندری، حمید (۱۴۰۱). تحلیلی کیفی بر توسعه‌ی گردشگری رویدادهای مبتنی بر جشنواره بین‌المللی تئاتر خیابانی شهر مریوان. جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای، ۴۶(۳)، ۱-۳۲.
- مولادوست، کیومرث؛ شاه‌امیری، ربابه و بهادر، حسین (۱۳۹۶). ایجاد و توسعه گردشگری چوگان بر مبنای گردشگری رویداد (مطالعه موردی: تنگه چوگان کازرون). میراث و گردشگری، ۸(۲)، ۳۷-۵۲.
- نظری، محسن؛ قادری، زاهد و فضلوی، سیده فروزنده (۱۳۹۴). بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر اجرای موفق رویدادهای فرهنگی از دیدگاه گردشگران. مجله مدیریت دولتی، ۷(۴)، ۶۹۹-۷۲۰.
- همت یار، مهدیه (۱۳۹۵). بررسی جایگاه جاذبه‌های گردشگری زیارتی و تأثیر آن بر ابعاد فرهنگی و اجتماعی (مطالعه موردی شهرری). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علم و فرهنگ. تهران. دانشکده علوم گردشگری.
- Abdallahi, Mavold. (2012). The effect of local people's attitudes and dependencies on the support and development of event tourism (Case of Study: The ritual event of Ghali Shoyan, Mashhad, Ardahal), Master's thesis, Semnan University.
- Aliqlizadeh Firouzjaei, Naser. Gadami, Mustafa. Ramzanadeh Lesboi, Mehdi. (2008). The attitude of the host community towards the development of tourism in the rural areas of the studied sample: Gilijan village, Tankabon city. *Human Geography Research*, 71(3), 35-48. (in persian) https://jhgr.ut.ac.ir/article_24441.html
- Alizadeh, Amin (2007). *Water requirement of plants in Iran*. Mashhad: Publications of Imam Reza (AS). (in persian)
- Amirian, Fatima. Irani Behbahani, Homa. Sultanzadeh, Hossein. (2016). Identifying the effective components in the formation of life-giving events and how they crystallize in the living space. *Urban Management*, 47(1), 499-475. (in persian) <https://www.sid.ir/paper/92361/fa>
- Azad, Zahra. (2012). A comparative study of the place of Tehran's squares in preserving and promoting the collective memory of citizens. *Scientific Research Quarterly of Urban Studies*, 4(3), 1-12. (in persian) https://urbstudies.uok.ac.ir/article_3666.html
- Bad, Mahdia. Shafia, Saeed. Golden sugar, meteor. (2021). The necessity of organizing event tourism in the country. *Islamic Council Research Center*, serial number 18110, pp. 1-22. (in persian) <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1712289>
- Bahadri, Seyedreza. (2016). Spiritual tourism with emphasis on the role of religious-cultural rituals on the perspective of foreign tourists (case study: organized tours of spiritual tourism in Yazd province). Master's thesis. Isfahan university of art. Faculty of Art and Entrepreneurship. (in persian) <https://library.aui.ac.ir/inventory/108/4999.htm>
- Barber, R. (1993). *Pilgrimages*. London: The Boydell Press. <https://boydellandbrewer.com/9780851154718/pilgrimages>
- Divandari, Javad. Il Bigipour, Frank. (2018). Evaluating the challenges of attracting event tourism using the SWOT model (case study: Saifabad village of Kohrang County), *specialized scientific quarterly of tourism research and sustainable development*, 2(2), 42-31. (in persian) <https://www.tpbin.com/jarticle/3922>
- Ebrahimzadeh, Isa. Kazemi Rad, Shamsullah, Eskandari Thani, Mohammad. (2011). Strategic planning of tourism development, with an emphasis on religious tourism (case study: Qom city).

- Human Geography Research*, 76(2), 115-141. (in persian) https://jhgr.ut.ac.ir/article_24498.html
- Etiosa, O. (2012). The impacts of event tourism on host communities. Case: the city of Pietarsaari. *Degree programme thesis, Central Ostrobothnia University of Applied Sciences*, Pietarsaari, Finland. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/43714/omoregie_etiosa.pdf
- Gnoth, J., Zins, A. (2011). Developing a tourism cultural contact scale. *Journal of business research*, 66(6), 738-744. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.09.012>
- Habibi, Fatih. (2015). Investigating the role of social capital in the willingness of tourists to enter, a case study: Marivan city. *Scientific Research Quarterly of Urban Studies*, 18(3), 37-50. (in persian) https://urbstudies.uok.ac.ir/article_32059.html
- Hall, C. M. (2010). Crisis events in tourism: subjects of crisis in tourism. *Current Issues in Tourism*, 13(5): 401-417. <https://doi.org/10.1080/13683500.2010.491900>
- Hemat yar, Mahdia. (2015). Investigating the location of pilgrimage tourism attractions and its impact on cultural and social dimensions (a case study of Shahrari). Master's thesis. University of Science and Culture, Faculty of Tourism Sciences. (in persian)
- Hessam, Mehdi. (2016). Evaluation of tourists' satisfaction with rural tourism destinations (case study: villages of Fuman city), *Rural Settlement Planning Studies*, 12(4), 819-803. (in persian) https://jshsp.rasht.iau.ir/article_538277.html
- Higgins, D. A. (2018). Event tourism and event imposition: A critical case study from Kangaroo Island, South Australia. *Tourism Management*, 16(2), 73-86. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.002>
- Imani Khoshkho, Mohammad Hossein. Alizadeh, Wali Allah. (2012). Tourism Economics (a review of domestic and foreign research background). *Tourism and Leisure*, 1(3), 62-43. (in persian) <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/2015039>
- Ismailian, Sahar. Ranjbar, Ehsan. (2011). A comparative study of the factors affecting the formation and transfer of collective memory. *Arman Shahr Architecture and Urbanism Journal*, 11(3), 181-194. (in persian) <https://www.sid.ir/paper/491664/fa>
- Jafari, J. (Ed.). (2002). *Encyclopedia of tourism*. Routledge. *International Journal of Tourism Research*(4)1:73-74 (in persian)
- Jago, L., Shaw. R. (1995). Special Event Calendars: Some Exploratory Research. *Festival Management & Event Tourism*, 3(2), 49-58.
- Jalilian, Negar. (2014). Feasibility of event tourism development and its effect on seasonal adjustment of tourism destinations, case study: Hamadan city. Master's thesis. Allameh Tabatabai University, Faculty of Management and Accounting. (in persian) <https://doi.org/10.22054/tms.2019.27611.1794>
- Kim, J., Kim, B., & Park, S. (2013). The effects of tourism ritualization, ritual performance on tourist satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 14(3), 245-263.
- Koshe Bast, Farzaneh. Jahanian, Manouchehr. Javadan, Mojtabi. (2019). An analysis of the factors affecting the organizers' perception of cultural tourism events, a case study: Ferdowsi commemoration event. *Space Planning and Preparation*, 25(1), 65-95. (in persian) <http://hsmsp.modares.ac.ir/article-۲۱-۴۴۹۲۶-fa.html>
- Long, D. L., Golding, J. M., Graesser, A. C., & Clark, L. F. (1990). Goal, event, and state inferences: An investigation of inference generation during story comprehension. *In Psychology of Learning and Motivation*, 25(4), 36-53. [http://doi.org/10.1016/s0079-7421\(08\)60250-9](http://doi.org/10.1016/s0079-7421(08)60250-9)

- Mahmoudi Chenari, Habib. Rahimi Pourshikhanejad, Mohammad Ali. Nasiri Jan Agha, Farzaneh. (2017). Explaining the economic effects of religious tourism in rural areas, the third national conference on tourism and nature tourism in Iran, www.confpaper.com, pp. 1-15. (in persian)
- Manochehri, Soran. Mohammadi, Saadi. Eskandari, Hamid. (2022). A qualitative analysis on the development of tourism events based on the international street theater festival of Marivan city. *Geography and Regional Urban Studies*, 46(3), 1-32. (in persian) <http://doi.org/10.22111/GAIJ.2022.41197.2997>
- Monsizadeh, Rahmatullah. (2005). *Tourism*. Tehran: Menshizadeh publishing house. (in persian)
- Muladost, Kewmerth. Shah Amiri, Lord. Bahadur, Hossein. (2016). Creation and development of polo tourism based on event tourism (Case study: Kazaron Polo Gorge). *Heritage and Tourism*, 8(2), 37-52. (in persian) <https://www.magiran.com/paper/2053131>
- Nazari, Mohsen. Qadri, Zahid. Fazlovi, Seyyed Faruzandeh. (2014). Investigating the effect of effective factors on the successful implementation of cultural events from the point of view of tourists. *Journal of State Administration*, 7(4), 699-720. (in persian) <http://doi.org/10.22059/JIPA.2015.57352>
- Nolan, M. L., Nolan, S. (1989). Christian Pilgrimage in Modern Western Europe. *Chapel Hill: The University of North Carolina Press*.
- Nunkoo, R., Ramkissoon, H. (2011). Residents' satisfaction with community attributes and support for tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35(2), 171-190. <http://doi.org/10.1177/1096348010384600>
- Qadri, Ismail. Honor, God's honor. Hafizadeh, Shagaig. (2008), The ways of using Tasu'a and Ashura ceremonies as the potential of cultural-religious tourism in the central part of Tehran. *Scientific-Research Journal of Geographical Space*, 9(4), 56-35. (in persian) <https://www.sid.ir/paper/91378/fa>
- Quinn, B. (2009). Festivals, events and tourism. Books/Book chapters, 1.
- Rahmani, Khalil. (2010). Evaluation of the performance of religious places in rural development, a case study: Oraman Takht, Hajij, Najjar villages, Master's thesis, Tarbiat Modares University. (in persian) <https://www.virascience.com/thesis/516641/>
- Rahmati, Hossein. (2012). Gol Gholtan ritual in Amirieh Damghan. *Iranian People's Culture Quarterly*, 34(2), 177-169. (in persian) <https://ensani.ir/fa/article/326899>. (in persian)
- Rezaei, Naser. Habib Elahi, virtue. (2015). Assessing residents' perceptions of the effects of tourism based on local communities (case study: Cham Asman village, Lanjan city, Isfahan province). *International Scientific-Research Quarterly of the Iranian Geographical Society*, 14(4), 191-208. (in persian) <https://www.sid.ir/paper/150219/fa>
- Ritchie, J., Brent, R. (1984). Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues. *J. Trav. Res.* 23 (1), 2-11. <https://doi.org/10.1177/004728758402300101>
- Robson, L. M. (2011). A demographic study of event planners. *In Journal of Convention & Event Tourism*, 12(1), 45-52. <http://doi.org/10.1080/15470148.2010.547980>
- Ross, G. (1991). Tourist Destination Images of The Wet Tropical Rainforest of North Queensland. *Australian Psychologist*, 26(3), 30-51.
- Savinovic, A., Kim, S., Long, P. (2012). Audience Members' Motivation, Satisfaction, and Intention to Re-visit an Ethnic Minority Cultural Festival. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(7), 682-694. <http://doi.org/10.1080/10548408.2012.720154>
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42(3), 37-49. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>

- Susic, V., Dorderic, D. (2011). The place and role of events in the tourist development of the Southwest Serbia cluster. *Facta universitatis-series, Economics and Organization*, 8(1), 69-81. <https://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0354-46991101069S>
- Viskadoraki, I. (2016). Analysis of the Economic, Social and Tourism Impact of Cultural Festivals in the Local Economy. Bachelor thesis, Department of Business Administration, School of Management and Economics, Technological Educational Institute of Crete, Heraklion, Greece.
- Wood, E. H. (2005). Measuring the economic and social impacts of local authority events. *International Journal of Public Sector Management*, 18(1), 37-53. <http://doi.org/10.1108/09513550510576143>
- Zima, K. (2011). Event Tourism Economical and tourstic impacts on regional economy, A study of Polish regions preparations for Uefa euro 2012, Master thesis, Sodertorn University.