

Ritual Event Tourism and The Social Connections of Rural Migrants with Their Ancestral Homeland: A Case Study of Villages in Neyshabur and Zebarkhan Counties

Zahra Ghorbanalimarzgi¹

Hamdollah Sojasi Qeidari²

Khadijeh Bouzarjomehri³

Received: 3/12/2024

Accepted: 8/3/2025

Introduction

Event tourism is one of the most prevalent forms of tourism, attracting millions of travelers each year who participate in a wide range of events. As a result, many destinations—both national and local—actively seek to host events and festivals to boost tourism. Local events and festivals play a significant role in tourism development, particularly in rural areas, where they can draw large numbers of visitors. In response, many rural communities leverage these events to preserve their customs, traditions, and cultural heritage, ensuring that younger generations remain connected to their ancestral rituals and practices. Among the various types of events, religious and ritual gatherings hold special significance, particularly in rural areas, where cultural and religious traditions are deeply rooted. In addition to attracting general tourists, these events often bring back rural migrants—individuals who have relocated to other regions but return to their hometowns to participate in religious or ritual occasions. Such events provide migrants with an opportunity to reconnect with their community and homeland. The unique characteristics of rural life—including tranquility, independence, and strong community bonds—combined with migrants' desire to reconnect with their ancestral land, family, friends, and neighbors, play a crucial role in encouraging their participation in these events. Organizing social and

1. M.A. in Geography & Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Iran. Email: zahraghorbanali76@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-0276-5773>

2. Associate Professor of Geography & Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Iran. (Corresponding Author). Email: ssojasi@um.ac.ir

<https://orcid.org/0000-0001-9456-7312>

3. Associate Professor of Geography & Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Iran. Email: azar1334@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6027-1898>



COPYRIGHTS

© 2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

cultural events not only fosters community engagement but also strengthens individuals' sense of place attachment and belonging. In rural areas with strong religious traditions, such gatherings further reinforce shared cultural and social ties. Neyshabur and Zebarkhan counties, known for their rich cultural and religious heritage, serve as major hubs for religious and ritual events, drawing large crowds from surrounding urban areas each year. Many rural migrants residing in cities view these events as an opportunity to maintain their social connections with their roots and ancestral homeland, prompting them to return for these occasions. Given this context, the present study aims to explore the impact of religious and ritual tourism events on the social ties of rural migrants. Specifically, it seeks to answer the following research question:

- To what extent do religious and ritual tourism events influence the social ties of rural migrants with their hometowns?

Method

This study is applied in terms of its objective and follows a descriptive-analytical approach in terms of its nature and methodology. Data were collected using both library research and survey methods. A questionnaire was designed based on social ties indices of migrants and variables derived from the theoretical literature. It was then distributed among rural-rooted tourists in six villages of Neyshabur County: Barzanon, Abdullah Giv, Yingje, Fadisheh, Darbesh, and Dizbad Alya. These villages host religious events such as Tasu'a, Ashura, traditional dramatic performances (Shabihkhani), and flag processions (Alam-gardani), which attract many tourists, including rural migrants, each year. The study's statistical population consisted of rural migrant tourists. Since official statistics were unavailable, a sampling formula for an unknown population was applied. A total of 96 rural-rooted tourists were selected as the sample, with 16 respondents from each village. To ensure the reliability of the questionnaire, Cronbach's alpha coefficient was calculated, yielding a value of 0.92, which indicates a high level of reliability. The collected data were analyzed using SPSS software, employing both descriptive statistics (mean, standard deviation, frequency percentage, chi-square) and inferential statistics (normality test, one-sample t-test, analysis of variance, Friedman test, and paired-sample t-test).

Findings and Conclusion

This study examined the effects of religious tourism events on the social ties of rural migrants using 24 indicators. Among them, the "visiting relatives" indicator had the highest average score (3.27), while the "return to the village" indicator had the lowest (1.90). The results indicate that the distribution of these indicators is not uniform across the statistical population, and most social variables are significant and relevant to the entire population. Indicators such as visiting relatives, increased interest in one's birthplace, and the intention to revisit scored above the overall mean (2.53), whereas other indicators fell below this threshold. Overall, the study found that social ties in the villages are moderately strong, and religious ceremonies hold

significant value for migrants. A one-sample t-test was conducted to analyze social ties in the studied villages. While the hypothetical mean was set at 3, the average for all variables was below this value. The significance level of 0.01 confirmed that social ties have a meaningful impact on tourists and migrants, with the "improvement in mental quality of life" indicator having the greatest effect (mean = 2.72). To assess variations in social ties among rural migrants across different villages, a one-way ANOVA test was used. The results showed a significance level below 0.05, indicating that religious tourism events significantly influence migrants' social ties with their birthplace. The study highlights that events such as Tasu'a and Ashura play a crucial role in reinforcing these ties.

Descriptive findings suggest that the primary travel motivations are pilgrimage and visiting relatives, underscoring the cultural and social significance of these events. Statistical analysis further shows that indicators such as visiting relatives, increased interest in the birthplace, participation in village development, and promoting the event to others have the strongest impact on social ties. Conversely, indicators such as returning to the village and investing in rural areas had the least effect. The significance of the chi-square test confirms that these events have a widespread social impact, making their effects generalizable to the broader population. Among the studied villages, Darbesh recorded the highest mean score for social ties, while Yingje had the lowest. The findings reinforce that religious tourism events serve as powerful catalysts for strengthening social bonds. Key indicators, including visiting relatives, a heightened sense of belonging, and community engagement, emerged as the most influential in reinforcing social connections. Beyond their religious significance, these events foster social interaction, strengthen local identity, and encourage migrants' participation in rural development.

Additionally, statistical analysis revealed that some indicators, such as mutual trust and the uniqueness of the event, had a uniform distribution among respondents, suggesting varying perceptions of their importance. This variability may stem from individual and social differences in how these events are experienced. In conclusion, the findings highlight the vital role of religious events in enhancing social capital, fostering interactions, and improving migrants' quality of life. To maximize the benefits of these events, comprehensive planning and strategic efforts should be undertaken to further strengthen their social impact.

Keywords: Event Tourism, Religious Events, Social Ties, Rural Migrants, Neyshabur County, Zebarkhan County.

References

- Abasi, S., Eghbali, N. & Rajabi, A. (2021). Rāhbordhā-ye towsee'ei-ye gardeshgari-ye mazhabi-tarikhi-ye Zanjān [Explaining of the role of good governance in urban resilience: A case study of Amirieh Neighborhood, District 2, Region 11 of Tehran]. *Geographical Studies of Mountainous Regions*, 2(3), 123-140. doi: 10.52547/gsm.2.3.123 [In Persian]
- Ahmadi, S., Sadeghloo, T., & Shayan, H. (2024). Vākāvi-ye ta'sir-e towsee'eh-ye gardeshgari dar bāzsākht-e navāhi-ye rusta'i (Mored-e motāle'eh: Rustāhā-ye shahrestān-e Torqabeh Shandiz) [Analyzing the impact of tourism development on the reconstruction of rural areas: a case study: villages of Torghabeh-Shandiz]. *Journal of Rural Research*, 15(2), 260-281. doi: 10.22059/jrur.2024.366442.1873 [In Persian]
- Akgunduz, Yilmaz. & Coşar, Yeşim. (2018). Motivations of event tourism participants and behavioural intentions. *Tourism and Hospitality Management*, 24(2), 341-357. doi:10.20867/thm.24.2.4
- Alem, S., Vaziri, V., & Rezaei Sharif, A. (2016). Factors Affecting the Promotion of Social Integration of Citizens by Designing Ritual Theater in Urban Environments (Case Study: Ardabil). *Journal of Culture-Communication Studies*, 17(35), 191-215. doi:10.22083/jccs.2016.42578
- Amirian, F., Irani Behbahani, H., & Soltanzadeh, H. (2017). Shenāsa'i-ye molfehā-ye mo'asser dar sheklgiri-ye rūydādhā-ye zendegi bakhsh va cheguneg-ye tablvor-e ānhā dar fazā-ye zisteh [Identification of factors in the formation of life events and the manifestation of their living space]. *Urban Management*, 16(47), 475-492. <https://Sid.Ir/Paper/92361/En> [In Persian]
- Azad, Z. (2012). Barrasi-ye tatbighi-ye jaygah-eh mayadin-eh Tehran dar hefz va ertegha-ye khātere-ye jam'i-ye shahrvandan [A comparative analysis of the role of Tehran's squares in promoting collective memory: case studies of Bahuratna square and Tajrish square]. *Motaleate Shahri*, 1(4), 69-80. https://urbstudies.uok.ac.ir/article_3666.html [In Persian]
- Badkou, B., & Hosseini, S. (2017). Barrasi-ye ta'sir-e hozur-e gardeshgaran bar mohit-e zist-e shahrestan-e Noor; Az did-e jame'e mizban [The effect of tourism on the environment of Noor: From the host community's perspective]. *Heritage and Tourism Journal*, 2(5), 109-138. Sid. <https://Sid.Ir/Paper/358609/En> [In Persian]
- Bazrafshan, M. (2015). *Darāmedi bar san'at-e gardeshgari* [An introduction to the tourism industry]. Tehran: Mahkameh Publications. [In Persian]
- Borges, A. P., Cunha, C., & Lopes, J. (2021). The main factors that determine the intention to revisit a music festival. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 13(4), 1-22. doi:10.1080/19407963.2020.1817051
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host Perceptions of Sociocultural Impacts. *Annals of Tourism Research*, 3(26), 493-515. doi:10.1016/S0160-7383(99)00003-1
- César Ndionea, L., Descrope, A., & Rémy, E. (2018). Migrants going back homeland for holidays: Rituals and practices of Senegalese migrants in France. *Annals of Tourism Research*, 70, 25-38. doi:10.1016/j.annals.2018.02.004

- Cherghand, F., & Feyzabadi, M. (2015). Dar jostojou-ye fazā-ye rouydād dar shahrehā-ye Irani Islami [In search of event spaces in Iranian-Islamic cities]. In *Proceedings of the International Congress on New Horizons in Architecture and Urban Planning*. Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/531542> [In Persian]
- Cohen, E. (1988). Tourism and Aids in Thailand. *Annals of Tourism Research*, 15, 467–486. doi:10.1016/0160-7383(88)90044-8
- Esmailian, S., & Ranjbar, E. (2014). Barrasi-ye tatbighi-ye molfahā-ye mo'asser bar shaklgiri va enteqāl-e khātere-ye jam'i [A comparative study of factors affecting the formation and transmission of collective memory]. *Armanshahr Architecture & Urban Development*, 6(11), 181-194. https://www.armanshahrjournal.com/article_33474.html [In Persian]
- Ezadi, M., Behzadfar, M., & Fakhari, S. (2011). Erteghā-ye ham-peyvandi-ye ejtemā'i miyan-e gardeshgaran va bumiān dar shahrehā-ye sāheli [Enhancing social integration between tourists and locals in coastal cities]. *Conference on Tourism and Sustainable Development*, Hamedan, Iran. <https://civilica.com/doc/126954> [In Persian]
- Fytopoulou, E., Tampakis, S., Galatsidas, S., Karasmanaki, E., & Tsantopoulos, G. (2021). The role of events in local development: An analysis of residents' perspectives and visitor satisfaction. *Journal of Rural Studies*, (82), 54-63. doi:10.1016/j.jrurstud.2021.01.018
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Manag*, 29 (3), 403–428. doi: 10.1016/j.tourman.2007.07.017
- Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: an extension and validation. *Tourism Management*, 25 (2), 171-181. doi:10.1016/S0261-5177(03)00092-X
- Jago, L. K. (1997). Special events and tourism behavior: a conceptualization and an empirical analysis from a values perspective, thesis of Doctor Philosophy, Department of Hospitality, Tourism and Marketing Faculty of business in Victoria University.
- Jalilian, N. (2015). Emkān-sanji-ye towsee'eh-ye gardeshgari-ye rouydād va ta'sir-e an bar ta'dil-e easli-yi boudan-e maqsadhā-ye gardeshgari, motāle'eh-ye moredi: Shahr-e Hamedān [Feasibility of event tourism development and its impact on seasonal adjustment of tourism destinations: A case study of Hamedan] (Unpublished master's thesis). Tourism Management Department, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. [In Persian]
- Khooshebast, F., Jahanian, M., & Javdan, M. (2021). Tahlili bar mo'allefe-hā-ye mo'aser bar edrāk-e sāzanandeh-gān az ruydādhā-ye farhangi-ye gardeshgari nemune-ye Moredī: Ruydād-e bozorgdāsht-e Ferdowsi. [An analysis of the factors affecting organizers' perceptions of cultural tourism events: A case study of the Ferdowsi Commemoration event]. *MJSP*, 25 (1), 69-95. <http://hsmmp.modares.ac.ir/article-21-44926-fa.html> [In Persian]

- Krausse, G. H. (1995). Tourism and waterfront renewal: assessing residential perception in Newport, Rhode Island, USA. *Ocean & Coastal Management*, 26 (3), 179-203. doi:10.1016/0964-5691(95)00016-U
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46. doi:10.1016/j.tourman.2012.03.007
- Lennard, L. (1984). *Places urban in life Place*. Godlier: Southampton.
- Lotfi Khachaki, B. (2008). Gardeshgari be masābe-ye yek san'at. [Tourism as an industry]. *Rahbord Journal*, 1(2), 171-206. <https://ensani.ir/file/download/article/20120329142144-5022-17> [In Persian]
- Mahdavi, M. S., & Abasi Esfajir, A. A. (2008). Barrasi-ye rabete-ye bein peyvandhā-ye ejtemā'i-khānevādegi va mizān-e bezehakāri-ye nojavānān. [Examining the relationship between social-family ties and the level of juvenile delinquency]. *Social Research*, 1(1), 11-45. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1194635> [In Persian]
- Mohammadpur, A. and Shahzadeh, R. (2012). Motāle'e-ye mardom-shenākhti-ye aarāsem-e ashūrā dar shahr-e Ardebil [Ashoora ritual in Ardabil: An anthropological analysis]. *Journal of Iranian Social Studies*, 5(3), 126-146. http://www.jss-isa.ir/article_21454.html [In Persian]
- Mousavi Bazargan, J., & Sepehrpoor, F. (2014). Tajrobe-ye gardeshgari va gerayesh be mohājerat (Motāle'e-ye moredī: Gardeshgarān-e Khoruji az Forudgāh-e Beyn-olmelali-ye Emām Khomeini (Rah) [Tourism experience and migration tendency: A study of tourists departing from Imam Khomeini International Airport]. *Proceedings of the First National Conference on Geography, Tourism, Natural Resources, and Sustainable Development*. Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/357479> [In Persian]
- Nicholson, R., & Pearce, D. (2001). Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four South Island events. *Journal of Travel Research*, 39, 449-460. doi:10.1177/004728750103900412
- Nooraie, H. and Sattari, N. (2018). Tahlil-e mizān-e ruydād-madāri-ye manāteq-e 15-gāneh-ye kalānshahr-e esfahān bā takid bar zirsākht-hā-ye ruydād. [Analysis of the event-orientedness of the 15 districts of Isfahan metropolis, with emphasis on event infrastructure]. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 22(4), 45-56. doi: 10.22059/jfaup.2018.246536.671874 [In Persian]
- Noori, H. A., Moradi, N., Moradi, K., & Pasandi, S. (2017). Tahlili bar mizān-e rezāyatmandi-ye gardeshgarān-e gol va giyāh dar zamān-hā-ye oj-e voroud be shahrestān-e Mahallāt. [An analysis on satisfaction level of flower and plant tourists in arriving peak times to Mahallat town]. *Journal of Geography and Planning*, 21(60), 239-261. [In Persian]
- Rahmani, K. (2010). Arzyābi-ye 'amalkard-e amāken-e mazhabi dar tose'e-ye rustā'i (Motāle'e-ye moredī: Rustāhā-ye Ourāmān Takht, Hajij, Najār). [Evaluation of the performance of religious places in rural development: A case study of the villages of Uraman Takht, Hajij, and Najjar (Unpublished master's thesis). Tarbiat Modares University, Iran. [In Persian]

- Rezvani, M., & Shahcheragh, M. (2011). Peyvandhā-ye rustā'i-shahri, shabakahā-ye mohājerat va tose'e-ye rustā'i (Mored-e motāle'e: Nāhiye-ye dahmolā, ostān-e Semnān). [Rural-urban ties, immigration networks and rural development: A case study of Dehmala region, Semnan province]. *The Journal of Community Development (Rural-Urban)*, 3(1), 107-130. https://jrd.ut.ac.ir/article_22840.html [In Persian]
- Sadeghloo, T. (2022). Barrasi-ye sath-e edrāk-e gardeshgarān az mokhāterāt-e maqāsed-e rustā'i va 'avāmel-e mo'asser dar an (Motāle'e-ye moredī: Rustāhā-ye hadaf-e gardeshgari-ye shahrestān-e Gorgān). [Investigating tourists' perception of risks in rural destinations and the factors influencing it: A case study of tourism target villages of Gorgan County]. *Journal of Tourism and Development*, 11(4), 225-242. doi: 10.22034/jtd.2022.301175.2426 [In Persian]
- Sajadpour, S. M. K. (2005). Chārchub-e mafhumi va 'amaliāti dar modiriyat-e mohājerat-e beyn-olmelali, mored-e Irān. [Geography of migration and management of migration: Conceptual frameworks, practical pillars and the case of Iran]. *Geographical Research*, 3(78), 9-30. Sid. <https://Sid.Ir/Paper/29839/En> [In Persian]
- 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. doi:10.1080/10548408.2012.720154
- Sharpley, R. J. (2001). *Rural tourism* (R. Moneshi Zadeh, Trans.). Tehran: Moneshi Publications. [In Persian]
- Shateriyan, M., Kiani Salmi, S. & Sheikhzadeh, F. (2018). Barrasi-ye 'avāmel-e asar-gozār bar angize-ye gardeshgarān-e ruydād dar entekhab-e maqсад-gardeshgari va asar-e ān bar vafādāri-ye gardeshgarān (Motāle'e-ye moredī: Jashnvāre-ye Gol va Golāb-e Qamsar va Niyāsar). [Investigating the factors influencing event tourists' motivation in choosing a tourist destination and its effect on tourist loyalty: The case of Qamsar and Niasar rosewater festivals]. *Journal of Tourism and Development*, 7(1), 135-155. https://www.itsairanj.ir/article_63616.html [In Persian]
- Shirdel, E. & Mohammadi, M. (2021). Motāle'e-ye keyfi-ye sheklgiri-ye Ehsās-e ta'alloq-e ejtemā'i va tekrār-e jorm dar madadjuyān-e sābeqe-dār. [A qualitative study of the formation of a sense of social belonging and recidivism of crime by former criminals]. *Quarterly of Social Studies and Research in Iran*, 10(2), 499-528. doi: 10.22059/jisr.2021.294903.986 [In Persian]
- Shirmohammadi, Y., Jalalian, I., Hashemi Baghi, Z., & Torkashvand, S. (2020). Barrasi-ye ta'sir-e ruydādhā-ye farhangi bar tasvir-e shenākhti va 'atefī-ye maqсад-e gardeshgari (Mored-e motāle'e: Shahr-e Karaj). [The contribution of cultural event to the formation of the cognitive and effective images of a tourist destination]. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(31), 147-161. doi: 10.22080/jtpd.2020.14641.2888 [In Persian]
- Sojasi Gheidari, H. and Soleymani, Z. (2024). Tahlil-e edrāk va olgu-ye raftāri-ye gardeshgarān-e khāreji dar maqāsed-e rustā'i-ye Irān [Analysis of foreign

- tourists' behavioral patterns and perceptions in rural destinations]. *Spatial Planning*, 14(2), 55-92. doi: 10.22108/sppl.2024.140827.1773 [In Persian]
- Soleymani, Z., Sojasi, H., Shayan, H., Seyfi, S., & Pourtaheri, M. (2023). Shenāsā'i va tahlil-e 'avāmel-e mo'asser bar khalq-e tajrobeyāt-e biyādmāndani-ye gardeshgarān (Maqāsed-e rustā'i-ye ostān-e Khorāsān-e Razavi) [Identification and analysis of factors affecting the creation of memorable tourist experiences: Rural destinations of Razavi Khorasan province]. *Journal of Tourism Planning and Development*, 12(47), 59-89. doi: 10.22080/jtpd.2023.26095.3836 [In Persian]
- Susic, V., & Dordevic, D. (2011). The place and role of events in the tourist development of the Southwest Serbia cluster. *Economics and organization*, 8, 69-81.
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (Eds.). (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. London: Routledge.
- Yousefi, A., Mousavi, M., & Hosseini, A. S. (2012). Shabaka-ye ejtemā'i-ye mohājerin-e Afghān dar Mashhad: Mored-e pazhuhesh: mohājerin-e sāken-e shahrak-e golshahr [Social network of Afghan migrants in Mashhad: A case study of migrants residing in Golshahr neighborhood]. *Iranian Social Issues*, 4(1), 239-213. <https://jspi.khu.ac.ir/article-1-288-fa.html> [In Persian]



مقاله‌ی علمی - پژوهشی

گردشگری رویدادهای آیینی و پیوندهای اجتماعی مهاجران روستایی با زادگاه اجدادی خود (منطقه‌ی مورد مطالعه: روستاهای شهرستان نیشابور و زیرخان)

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

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۱۳

مشاهده‌ی مقاله‌ی منتشر شده: دوره‌ی ۱۹، شماره‌ی ۱

http://www.farhangekhorasan.ir/article_216933.html

چکیده

برگزاری رویدادها و جشنواره‌ها، به‌خصوص رویدادهای مذهبی، فرصتی را فراهم می‌آورد تا افراد گردشگر و جامعه‌ی میزبان با فرهنگ و عقاید هم بیشتر آشنا شوند و همچنین می‌تواند زمینه‌ساز ارتباط مهاجران روستایی با زادگاه خود باشد؛ لذا هدف اصلی در این مطالعه ارزیابی تأثیر گردشگری رویدادهای مذهبی بر پیوندهای اجتماعی مهاجران روستاها با زادگاه خود است. پژوهش حاضر، از نظر روش، توصیفی - تحلیلی و، از نظر هدف، کاربردی است. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه را گردشگران مهاجر روستایی ساکن در شهر تشکیل می‌دهند. تعداد نمونه‌ها در این بخش برابر با ۹۶ نفر از گردشگران با اصالت روستایی در شش روستای انتخابی و هدفمند در

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
zahragehorbanali76@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-0276-5773>

۲. دانشیار جغرافیا، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. (نویسنده مسئول)
ssojasi@um.ac.ir

<https://orcid.org/0000-0001-9456-7312>

۳. دانشیار جغرافیا، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
azar1334@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6027-1898>



COPYRIGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

شهرستان نیشابور و زبرخان است. یافته‌ها با استفاده از نرم‌افزار spss تحلیل شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد میانگین متعلق به بعد پیوندهای اجتماعی مهاجران برابر با ۲/۵۳ است. همچنین یافته‌ها تأثیر متوسط و نسبتاً بالای گردشگری رویدادهای مذهبی را در بهبود شاخص‌های پیوند اجتماعی روستاهای مورد مطالعه نشان می‌دهد؛ بنابراین توسعه و تقویت گردشگری رویدادها در روستاها می‌تواند یکی از استراتژی‌های مهم برای حفظ اصالت روستایی مهاجران و تقویت انگیزه‌های مهاجرت بازگشتی آنان به روستا باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری رویداد، رویدادهای مذهبی، پیوندهای اجتماعی، مهاجران روستایی، شهرستان نیشابور، شهرستان زبرخان.

مقدمه

امروزه، اهمیت گردشگری به حدی است که آن را یکی از مهم‌ترین صنایع جهان می‌دانند (بادکو و حسنی، ۱۳۹۶: ۱۱۰)؛ زیرا انسان دائماً به دنبال راه‌هایی برای گذراندن اوقات فراغت و در عین حال کسب تجربه و لذت بردن از محیط اطراف خود است (لطفی خاچکی، ۱۳۸۷: ۱۷۱). با توجه به فراگیر شدن صنعت گردشگری، اشکال مختلفی از آن در جهان شکل گرفته است که یکی از مهم‌ترین آن‌ها گردشگری روستایی می‌باشد (سجاسی قیداری و سلیمانی، ۱۴۰۳: ۵۷). عوامل متعددی در شکل‌گیری گردشگری روستایی موثر هستند که برگزاری رویدادهای مذهبی و آیینی و وجود مکان‌های مذهبی در روستاها یکی از دلایل اصلی آن است؛ لذا هر ساله افراد بسیاری در جهان به روستاها، به دلیل شرکت در انواع رویدادهای و جشنواره‌ها، سفر می‌کنند. در این زمینه، نوعی از گردشگری به نام گردشگری رویدادی وجود دارد که یکی از فراگیرترین بخش‌های گردشگری و سفر در جهان به شمار می‌رود (Nicholson & Pearce, 2001: 286؛ بذرافشان، ۱۳۹۴: ۱۰۱) و سالانه تعداد زیادی از مردم جهان برای شرکت در این رویدادها سفر می‌کنند. این مسئله سبب علاقه‌مندی بسیاری از مکان‌ها (اعم از ملی و محلی) به برگزاری رویدادها و جشنواره‌ها شده است (Fytoulopoulou & et al, 2021; 54). رویدادها و جشنواره‌های محلی می‌توانند سهم بسزایی در گردشگری، از جمله گردشگری روستایی، داشته باشند و بازدیدکنندگان متعددی را به خود جذب کنند (Jago, 1997: 72)؛ از این‌رو مردم محلی اغلب

تلاش می‌کنند با برگزاری رویدادهایی - مبتنی بر ظرفیت‌های محلی - به حمایت از آداب و رسوم، باورها و میراث فرهنگی جامعه پرداخته و شناخت نسل جوان را از آیین‌ها و میراث‌های محلی افزایش دهند (Savinovic & et al, 2012). برگزاری رویدادهایی با محوریت جذب گردشگر به روستا از جنبه‌های مختلف در بازساخت اقتصاد و اجتماع روستا موثر است (احمدی و همکاران، ۱۴۰۲، ۲۶۵)؛ زیرا رویدادها نه تنها گردشگران را جذب می‌کنند، بلکه پتانسیل گردشگری مقصد را نیز افزایش می‌دهند.

به رویدادهای آیینی و مذهبی - یکی از بااهمیت‌ترین رویدادها - در جوامع محلی، به‌ویژه در محیط‌های روستایی، به دلیل پایبندی مردم به میراث فرهنگی و مذهبی بیشتر توجه می‌شود. بازدیدکنندگان از این رویدادها، علاوه بر گردشگران عادی، می‌توانند روستائانی باشند که در گذشته به دیگر نواحی مهاجرت کرده‌اند (Getz, 2008) و برای مشاهده‌ی رویدادی آیینی به وطن خود بازگشته‌اند؛ بنابراین، رویدادها برای مهاجران به عنوان فرصتی برای ارتباط با جامعه‌ی محلی و سرزمینشان در نظر گرفته شده است (رضوانی و شاهچراغ، ۱۳۹۰: ۱۰۷، ۱۱۰). در این رابطه، هیریشی معتقد است رویدادها به رابطه‌ی فرد و اجتماع شکل می‌دهد (مهدوی و عباسی اسفجیر، ۱۳۸۷: ۱۳) و سبب حفظ ریشه‌های اجتماعی، فرهنگی و اعتقادی فرد می‌شود (عالم و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹۳). علاوه بر این، ویژگی‌های واقعی روستا مانند آرامش، راحتی، استقلال و سنت‌های روستایی (شارپلی، ۱۳۸۰: ۶۴) به همراه انگیزه‌ی مهاجران برای پیوند با سرزمین اجدادی، اعضای خانواده، بستگان، دوستان و همسایگان از عوامل مهم موثر برای شرکت افراد در رویدادهای روستایی است (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱۳؛ شیردل و محمدی، ۱۴۰۰: ۵۰۴)؛ به این ترتیب، پیش‌بینی و ایجاد رویدادهای اجتماعی - فرهنگی و هم‌زمان ایجاد فرصت‌هایی برای مشارکت افراد در فعالیت‌های اجتماعی می‌تواند مبنایی برای تقویت حس تعلق مکانی و ریشه‌ای باشد (Lennard, 1984؛ نورائی و ستاری، ۱۳۹۶: ۴۶). به دلیل ریشه‌های قوی مذهبی در روستاها، رویدادهای مذهبی مردم را گرد هم آورده و پیوندهای مشترک آن‌ها را تقویت می‌کند (محمدپور و شاهی زاده، ۱۳۹۰: ۱۲۸). از دیدگاه جامعه‌شناختی، ایجاد همبستگی اجتماعی از طریق تقویت روابط درون جامعه یکی از اهداف اصلی سازماندهی رویدادها است (Gursoy & et al, 2004: 173). همچنین بازدید و حضور در مراسم مذهبی گردشگران نه تنها یک انگیزه

اقتصادی، بلکه اجتماعی و فرهنگی است (رنجریان و زاهدی، ۱۳۸۳: ۲۷) و به مردم محلی کمک می‌کند تا با فرهنگ خود و همچنین با فرهنگ گردشگران آشنا شوند (صادق‌لو، ۱۴۰۱، ۲۳۰). روستاهای شهرستان نیشابور و زبرخان، به دلیل برخورداری از ریشه‌های عمیق فرهنگی و مذهبی، یکی از کانون‌های مهم برگزاری مراسم‌ها و رویدادهای آیینی مناسبتی است که سالانه جمعیت زیادی را از شهرهای اطراف جذب می‌کند. علاوه بر این، تعدادی از مهاجران روستایی ساکن در شهرها رویدادهای برگزارشده را فرصتی برای حفظ پیوند اجتماعی‌شان با ریشه و سرزمین اجدادی دانسته و به روستای زادگاه خود مراجعه می‌کنند؛ براین‌اساس پژوهش حاضر، با هدف بررسی تأثیر گردشگری رویدادهای آیینی و مذهبی بر پیوندهای اجتماعی مهاجران روستایی، به دنبال پاسخگویی به پرسش ذیل است:

- گردشگری رویدادهای آیینی و مذهبی چه میزان بر پیوندهای اجتماعی مهاجران روستایی با زادگاهشان تأثیر داشته است؟

پیشینه‌ی تحقیق

پیشینه‌ی تجربی

در سال‌های اخیر مطالعات زیادی در ارتباط با گردشگری رویدادها، گردشگری روستایی و گردشگری مذهبی انجام شده و از جهات گوناگون به بررسی رویداد و پیوند آن پرداخته شده است. عالم و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به «عوامل موثر بر ارتقاء پیوند اجتماعی مهاجران شهروندان با طراحی تئاتر آیینی در محیط‌های شهری (مطالعات موردی: اردبیل)» پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که نمایش‌ها و مراسم مذهبی سنتی، مخصوصاً تعزیه، به عنوان عناصر پویای فرهنگ و برخاسته از باورها و اعتقادات مردم نقش مؤثری در تقویت ارتباطات اجتماعی و تعهد انسانی ایجاد می‌کنند. دل‌بستگی بین تفاوت‌های هنجاری مانند باورها وجود دارد. بین پیش‌بینی‌کننده‌های مشارکت اجتماعی و تئاتر آیینی رابطه‌ی معناداری وجود دارد و مؤلفه‌ی دل‌بستگی تأثیر معناداری بر تئاتر آیینی و روابط اجتماعی انسانی دارد. شاطریان و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «عوامل اثرگذار بر انگیزه گردشگران رویداد در انتخاب مقصد گردشگری و اثر آن بر وفاداری گردشگران (مطالعه موردی: جشنواره گل و گلاب قمصر و نیاسر)»

نشان می‌دهند که نتایج مدل معادلات ساختاری نشان می‌دهد انگیزه‌ی خرید گیاهان سنتی سالم و مرغوب تولید شده در این منطقه برای گردشگران با شهرت ملی و بین‌المللی با ۰/۹۸ بیشترین شدت را دارد و پس از آن گلاب در رده‌های بعدی قرار دارد. جشنواره به عنوان یک رویداد فرهنگی، مکان دوم به عنوان انگیزه‌ای برای ورود گردشگران به منطقه تعیین شده است. همچنین وفاداری آن‌ها به انگیزه‌های گردشگران با وزن رگرسیون ۰/۶۵ و سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ تأیید می‌شود. نتایج مدل SWOT در مطالعه‌ی عباسی و همکاران (۱۴۰۰) تحت عنوان «راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی - تاریخی شهر زنجان» نشان از برتری نقاط قوت و فرصت‌ها بر ضعف و تهدیدها دارد و این امر را نشان می‌دهد که استراتژی کلان از نوع استراتژی رقابتی خواهد بود. آگندوز و کوثر (۲۰۱۸)^۱ در پژوهشی با عنوان «انگیزه‌های شرکت‌کنندگان در رویداد گردشگری و مقاصد رفتاری» به این نتیجه رسیدند که عواملی که افراد را برای شرکت در جشنواره ترغیب می‌کند عبارت‌اند از: جاذبه منطقه، جذابیت جشنواره، جذابیت سفر و جذابیت سرگرمی. سزارندویه و همکاران (۲۰۱۸)^۲ نیز در پژوهشی با عنوان «مهاجران برای تعطیلات به وطن خود برمی‌گردند: آداب و رسوم مهاجران سنگالی در فرانسه این پروژه تحقیقاتی لینک‌های بین فراملی‌گرایی، مهاجرت و گردشگری» نشان می‌دهند که رویدادها بخشی از جهانی شدن صنعت گردشگری هستند. هویت و تنوع روش‌های آن را می‌توان با سایر شاخص‌های پویایی مدرن مقایسه کرد. عوامل اجتماعی - فرهنگی و تأثیر فناوری‌های ارتباطی جدید بر روابط با محل مبدأ تا حدودی تأثیر می‌گذارند. در نهایت، این مطالعه به بررسی رابطه‌ی دوسویه سنتی در گردشگری می‌پردازد که گردشگری را مستقل از بازار گردشگری ارتقا می‌دهد و می‌تواند به عنوان یک بازیگر در فعالیتهای اقتصادی منبع اشتغال‌زایی باشد و پینتو بورخس و همکاران (۲۰۲۰)^۳ در مطالعه‌ای به بررسی «عوامل اصلی که قصد بازدید مجدد از جشنواره موسیقی را دارند» پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که قصد بازدیدکننده برای بازگشت به این رویداد متأثر از ویژگی‌های اجتماعی - جمعیت‌شناختی بازدیدکننده (تجربه قبلی جشنواره)، جاذبه‌ها (فرهنگ محلی و رفتار بازدید از جشنواره) و میزان رضایت بالای بازدیدکننده است. در مجموع، بررسی

1. Akgunduz & Cosar

2. Cesar Ndionea and et all

3. Pinto Borges and et all

تحقیقات پیشین نشان می‌دهد بیشتر مطالعات به گردشگری مبتنی بر رویدادها در حوزه‌ی مطالعات داخلی و خارجی پرداخته است. اما مطالعات اندکی در ارتباط با گردشگری رویدادهای مذهبی بر پیوندهای اجتماعی مهاجران روستاها انجام شده و این تحقیق منحصر به تحلیل ارتباط گردشگری رویدادهای مذهبی بر پیوندهای اجتماعی مهاجران می‌پردازد.

پیشینه‌ی نظری

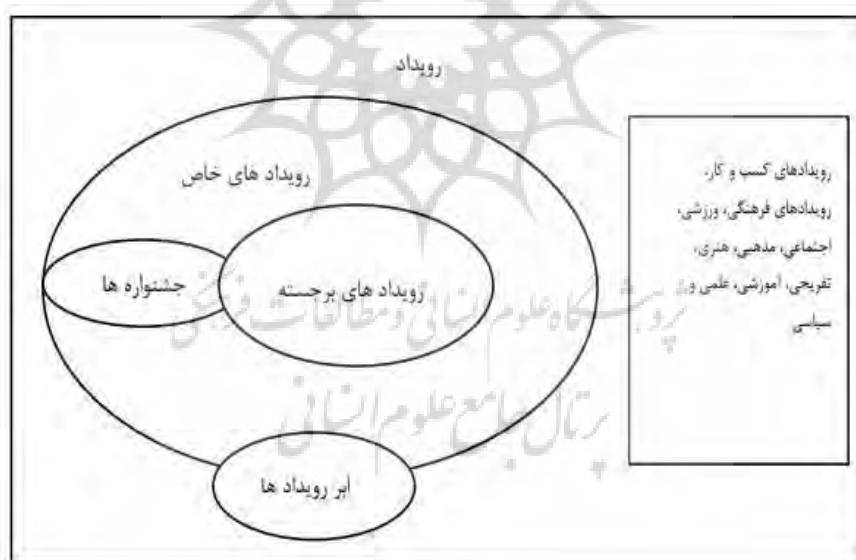
گردشگری مذهبی و رویداد

یکی از مهم‌ترین و قدیمی‌ترین عوامل و انگیزه‌های انسان برای سفر کردن باورها و احساسات مذهبی او است (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۶)؛ لذا گردشگری مذهبی، که ریشه در ایمان و تقدیس مکان‌های مذهبی توسط مردم دارد، از آغاز خلقت تا به امروز مسیر طولانی تکامل و توسعه را طی کرده است. این نوع گردشگری به دلیل ویژگی‌های ساختاری و عملکردی خاص آن از فراگیری بالایی در جهان برخوردار است (Brunt & Courtney, 1999: 497). سفر مذهبی قدیمی‌ترین نوع سفرهای غیراقتصادی شناخته می‌شود و سالانه میلیون‌ها نفر برای اهداف مذهبی به اماکن مقدس باستانی و امروزی در نقاط مختلف جهان سفر می‌کنند که اکثریت آن‌ها مسیحی، مسلمان و هندو هستند (Timothy & Olsen, 2006). دامنه‌ی گردشگران مذهبی از زائرانی که تنها به دلایل مذهبی از یک مکان دیدن می‌کنند تا گردشگران غیرمذهبی که بدون توجه به پیشینه‌ی مذهبی یک مکان و با هدف مشاهده‌ی تاریخ و معماری آن مکان سفر می‌کنند، را دربرمی‌گیرد (Cohen, 2001). در میان پیروان مذاهب مختلف، رویدادهای مرتبط با مذهب در میان مسلمانان از اهمیت بالایی برخوردار است و از پایدارترین بخش‌های گردشگری است که نقش بسزایی در جذب گردشگر دارد.

جشنواره‌ها و رویدادهای مذهبی از دیرباز ابزار مهمی برای ارائه‌ی فرهنگ در قالب نمایش‌های عمومی، جشنواره‌های دسته‌جمعی و مراسم مدنی بوده‌اند. طبق نظر تورنر^۱ (1982)، مردم از هر فرهنگ باید زمان و مکان خاصی را به خلاقیت و جشن جمعی اختصاص دهند (جلیلیان: ۱۳۹۴).

۱۸). یاگو و شاو^۱ (1998) بر این باورند که رویداد مذهبی، رویداد خاصی است که دارای زمان مشخصی است و فرصتی را برای شرکت کنندگان فراهم می‌کند تا در تعاملات اجتماعی خارج از زندگی روزمره شرکت کنند. فعالیت‌ها از طریق جذابیت خود باعث ارتقای گردشگری می‌شوند و گاهی، به طور مستقیم یا غیرمستقیم، گردشگران را به شرکت در فعالیت و تماشای آن و همچنین مشارکت و تعامل دعوت می‌کنند. براساس اصول سازماندهی مقصد، برای تبدیل شدن به یک مقصد گردشگری، برنامه‌ی گردشگری باید گردشگرانی غیر از ساکنان محلی را جذب کند. جذابیت ویژه‌ی رویدادهای گردشگری به دلیل محدودیت زمان برگزاری و سادگی طبیعت تا حدودی با سایر جاذبه‌های گردشگری متفاوت است. این پدیده می‌تواند در هر فرهنگ و جامعه‌ای رخ دهد. شایان ذکر است که میزان علاقه و حمایت مردم محلی تا حد زیادی به پوشش رسانه‌ای بستگی دارد (Susic & Dordevic, 2011)؛ بنابراین، می‌توان رویداد را براساس اندازه و مقیاس تقسیم کرد (شکل ۱).

شکل ۱. رویدادها براساس اندازه و مقیاس



(جلیلیان: ۱۳۹۴: ۳۲).

سالانه میلیون‌ها نفر برای تعطیلات، تجارت یا مقاصد دیگر به مکان‌هایی غیر از محل زندگی خود سفر می‌کنند. در عین حال، از منظر بازاریابی، یکی از مشکلات مهم این است که چگونه می‌توان افراد بیشتری را به یک مقصد خاص جذب کرد و چه عواملی در واکنش‌های رفتاری که منجر به بازگشت نهایی آن‌ها می‌شود، موثر است. از جمله عوامل مهم در بازاریابی موثر و کارآمد یک مقصد گردشگری، تصویر ذهنی از گردشگر و مقصد گردشگری است که افراد را برای انتخاب آن مقصد و بازگشت ترغیب می‌کند. در عین حال، ویژگی‌های منابع گردشگری مقاصدی هستند که افراد را به سمت فعالیت‌های گردشگری سوق می‌دهند؛ این منابع شامل منابع طبیعی و فرهنگی، رویدادها و منابع فعالیت‌های گردشگری است که به منابع خدماتی تبدیل می‌شوند (شیرمحمدی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۴۸-۱۵۰). هیگینز دسبیو^۱ (2018) اهمیت رویدادها را در تحقیقات بررسی کرد و به این نتیجه رسید که رویدادها در حال حاضر کانون توجه مقاصد گردشگری هستند. یافته‌های وی نشان می‌دهد که فعالیت‌های گردشگری سرمایه‌ای برای توسعه گردشگری هستند (شیرمحمدی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۵۱). تصویر یک مقصد می‌تواند مهم‌تر از واقعیت واقعی آن باشد. انتخاب یک مقصد گردشگری توسط یک گردشگر نتیجه‌ی عوامل مختلفی است که مهم‌ترین آن‌ها تصویر گردشگر در ذهن او است. نظریه‌های مختلفی در ارتباط با گردشگری رویداد مطرح شده که در جدول ۲ به طور خلاصه ارائه شده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۲. نظریه‌های مرتبط با گردشگری رویداد

نظریه‌ی خاطره جمعی	اوایل قرن بیستم توسط جامعه شناسی به نام هالباکس ^۱ برای اولین بار مطرح شد. مطابق نظریه‌ی خاطره جمعی عضویت فرد در گروه، زمینه‌ای را ایجاد می‌کند که فرد این توانایی را داشته باشد تا رویدادها را به خاطر بسپارد یا فراموش کند و بدون وجود این زمینه عمل به خاطر آوردن امکان‌پذیر نیست. خاطره جمعی، خاطره‌ی مشترک افراد از وقایع و رویدادهای تجربه شده، میان گروه‌ها و جوامع است که رویداد و خاطره جمعی رابطه‌ی متقابلی با هم دارند و شکل‌گیری خاطره، مستلزم حدوث یک واقعه یا کسب یک تجربه است؛ بالعکس، برای خلق فضای رویداد باید فضا خاطره‌انگیز باشد.
نظریه‌ی نسبیت خاص	انیشتین در ۱۹۰۵م نظریه‌ی نسبیت را مطرح کرد که رابطه‌ی بین فضا و زمان را توضیح می‌دهد. می‌توان به رویدادهایی اشاره کرد که در مکان‌هایی ثابت و در مدت زمانی طولانی، به صورت الگویی پیوسته و مداوم، تکرار می‌شوند و به تدریج و در طول زمان، جزئی از هویت آن فضا می‌شوند.
نظریه‌ی ذی‌نفعان	در ۱۹۸۴م ادوان فریمن ^۲ آن را مطرح کرد. 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 جامعه‌ی محلی است.
رویکرد پیوند اجتماعی ^۳	هیریشی معتقد است چهار عامل (مشارکت، تعهد، دلبستگی و باور) در میزان پیوند فرد با جامعه و کاهش جرم موثر است که هرکدام از این عناصر همبستگی بالایی با بقیه دارد، طوری که تضعیف یک عنصر موجب ضعیف شدن بقیه عناصر خواهد شد.

(اسمعیلیان و رنجبر، ۱۳۹۰: ۱۸۴؛ آزاد، ۱۳۹۲: ۳؛ امیریان، ۱۳۹۶: ۴۷۷؛ خوشه‌بست و همکاران،

۱۴۰۰: ۷؛ عالم و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹۸؛ چرغند و فیض‌آبادی، ۱۳۹۴: ۱۱).

گردشگری و پیوندهای اجتماعی

یکی از راه‌های حفظ نظم اجتماعی و بهبود یکپارچگی اجتماعی ایجاد جامعه‌ی منسجم است که با تشویق و تقویت «هم‌گرایی» و ایجاد پیوندهای اجتماعی جدید که مهم‌ترین راه رسیدن به کل‌نگری است می‌تواند از انفجارها و فروپاشی بافت اجتماعی جلوگیری کند و نظریه‌پردازانی چون هیرشی با توجه به رویکرد روابط اجتماعی که در جدول آمده است معتقدند چهار عامل (مشارکت، تعهد، دلبستگی و اعتماد) در سطح تماس افراد و جامعه و کاهش جرم مؤثر است. هر یک از این عناصر با عناصر دیگر همبستگی بالایی دارند؛ بنابراین تضعیف یک عنصر باعث تضعیف عناصر دیگر می‌شود (عالم و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹۸). در این حوزه گردشگری می‌تواند راه‌حلی برای روابط اجتماعی ساکنین و گردشگران باشد و در نتیجه اثرات اقتصادی و اجتماعی زیادی بر

1. Halbwachs

2. Edward Freeman

3. Social bond

جامعه ایجاد کند. در نظریه‌هایی، مانند نظریه‌ی دورکیم، در مورد ساکنان و گردشگران، سبک جدیدی از درک روابط پیچیده و پویا بین ساکنان یک مکان نشان داده شده است. براساس این نظریه، میزان اعتماد عمومی، رفتار مشترک و تعامل ساکنان با گردشگران، تا حد زیادی، نشان‌دهنده‌ی ارتباط عاطفی آن‌ها با گردشگرانی است که از جامعه‌ی خود بازدید می‌کنند. به گفته‌ی هامارستروم^۱، پیوند عاطفی یک تجربه، پیوند مؤثر با شخص دیگر است که با نزدیکی عاطفی و سطح ارتباط قابل توجه مشخص می‌شود. می‌توان گفت این ایده به عنوان یک احساس قرابت توصیف می‌شود که باعث ایجاد ارتباط و علاقه‌ی گروهی به یکدیگر می‌شود؛ احساس «ما با هم هستیم» در مقابل احساس «من با شما هستم». به عقیده‌ی استفن ویرینگ و بتی ویرینگ^۲، این رابطه مبتنی بر دو مقوله‌ی «خود» در مقابل «دیگری» است. این تعارض نه تنها در گردشگرانی که ساکنان را «دیگری» می‌بینند، بلکه توسط ساکنانی که گردشگران را «دیگری» می‌دانند، تجربه می‌شود (Woosnam & et al, 2009: 245؛ سلیمانی و همکاران، ۱۴۰۲، ۶۳). ساکنان و گردشگران در هر مقصد گردشگری باید ارتباط نزدیکی با هم داشته باشند. بسیاری از اوقات ساکنان به مکانی مانند گردشگران جذب می‌شوند و این به دلیل همان تصویر ذهنی از مکان است. در برخی موارد، ساکنان و گردشگران به دلیل امکانات و خدمات مشترکی مانند خرید مغازه و فروشگاه، استفاده از منابع طبیعی و شرکت در مهمانی‌ها و جشنواره‌ها به هم مرتبط هستند و این موارد مشارکت ساکنین و گردشگران را مشخص می‌کند. دورکیم نظریه‌ی انسجام عاطفی^۳ را به عنوان چارچوبی نظری برای سنجش رابطه‌ی بین ساکنین و گردشگران بیان کرد. نظریه‌ی دلبستگی عاطفی حاصل مطالعات جامعه‌شناختی امیل دورکیم است. او در کتاب نخستین/شکال زندگی دینی ادعا می‌کند که بدوی‌ترین ادیان دارای دو ویژگی اساسی اعتقادی و رفتاری هستند که باعث ایجاد روابط بین اعضا می‌شود. تعامل بین افراد در مذهب سومین ویژگی اساسی است (که در کار دورکیم ذکر نشده است) و بعداً توسط کولینز^۴ پیشنهاد شد که

-
1. Hammarstrom
 2. Stephen Wearing and Betty Wearing
 3. Emotional Solidarity
 4. Collins

در احساس ارتباط نیز نقش دارد. تصویر زیر نموداری از مدل تئوری دلبستگی عاطفی را نشان می‌دهد (ایزدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۸).

شکل ۲. مدل نظری انسجام عاطفی دورکیم



(منبع: ایزدی و همکاران: ۱۳۹۰: ۸).

متغیرهایی که معمولاً توسط محققان برای ارزیابی رابطهای بین ساکنان محلی و گردشگران ذکر می‌شود: وضعیت اجتماعی - اقتصادی، وابستگی اقتصادی به گردشگری، فاصله از مناطق گردشگری، نوع تعامل با گردشگران و موقعیت گردشگری در ارتباط با تمام فعالیتهای اقتصادی جامعه. مطالعه‌ی رفتار و ادراک جمعیت سه سطح از تأثیرات مرتبط با گردشگری را شناسایی می‌کند:

- نوع تعامل بین بازدیدکننده و میزبان؛
- اهمیت اقتصادی گردشگری برای مردم؛
- تعداد گردشگران و ساکنان قابل تحمل.

شواهد نشان می‌دهد نوع تعامل ساکنان و گردشگران می‌تواند میزان تحمل مردم را نسبت به گردشگران تعیین کند. تعداد دفعات حضور، مدت و شدت تعامل عوامل مهمی در تعیین رابطهای بین دو گروه است. تلاش‌های زیادی برای ارزیابی رفتار ساکنان بر اساس وضعیت اجتماعی - اقتصادی آنها صورت گرفته است. نتایج نشان داد که در مجموع تفاوت‌های نسبتاً کمی بین انواع

ساکنان وجود دارد، اما آنچه این تضادها را تعیین می‌کند، فاصله‌ی فضایی از مراکز گردشگری و وابستگی اقتصادی به گردشگری است (Krausse, 1995: 183-184). یکی از پرکاربردترین چارچوب‌ها نظریه‌ی مبادله‌ی اقتصادی است. موضوع اصلی نظریه‌ی مبادله اقتصادی این است که رابطه‌ی بین ساکنان و گردشگران تنها براساس مبادلات مالی است (Woosnam & et al, 2009: 246). در بیشتر موارد، تبادل تجاری فرصتی رایج برای افزایش درک متقابل بین میزبان و مهمان است. موضوع مهم در تحقیقات گردشگری، با تمرکز بر تغییرات اجتماعی در جوامع میزبان، ورود گردشگران است. ورود گردشگران به جامعه‌ی میزبان و تغییرات ناشی از آن، از یک سو منافع اقتصادی به همراه دارد و از سوی دیگر، تعارضات اجتماعی موجود می‌تواند تشدید شود. بنابراین برای افزایش منافع اقتصادی و کاهش تعارضات لازم است مردم محلی به‌طور مستقیم در حوزه‌ی گردشگری مشارکت داشته باشند. به گفته‌ی آرامبری^۱ آنچه ساکنان و گردشگران را به هم پیوند می‌دهد تبادل مالی است. اگر جامعه‌ای از نظر اقتصادی بیشتر به گردشگری وابسته باشد یا اگر مردم آستانه‌ی تحمل بیشتری نسبت به گردشگران داشته باشند، حمایت بیشتری از توسعه‌ی گردشگری خواهند داشت که درنهایت به این معناست که مکان‌های گردشگری تغییر کمتری می‌کنند. افرادی که سود مالی بیشتری دارند، بیشتر به توسعه‌ی گردشگری کمک می‌کنند. در مناطق گردشگری باید به دنبال مدل‌هایی بود که ارتباط بین ساکنین و گردشگران را نشان دهد. سهم این مدل‌ها درک سطح آستانه‌ی بین پذیرش و عدم پذیرش گردشگری براساس رفتار جامعه است. داکسی^۲ فهرستی از گلایه‌های ساکنانی که توسعه‌ی مستمر صنعت گردشگری را تجربه کردند تهیه کرد و حضور گردشگری با رضایت ساکنان آغاز شد و سپس به سمت بی تفاوتی، و نارضایتی پیش رفت و با خصومت خاتمه یافت. برخی از نویسندگان شاخص و سطح تنفر نسبت به گردشگری را اندازه‌گیری کردند و پنج سطح را شناسایی کردند:

سطح شادی و خوشبختی: در این سطح، مردم محلی بسیار باهوش هستند، با شادی و گرمی از گردشگران استقبال می‌کنند و از رضایت متقابل برخوردارند.

1. Aramberri

2. Doxey

سطح بی تفاوتی: در این صورت گردشگری به هدف کسب منافع و تعامل و ارتباط بین افراد تبدیل می شود.

سطح تحریک: زمانی که اشباع اتفاق می افتد یا زمانی که شهروندان دیگر قادر به مشارکت در گردشگری نیستند.

سطح تعارض: خشم و نفرت زمانی آشکار می شود که گردشگری علت همه ی بیماری های اجتماعی باشد: این موارد شامل افزایش مالیات، عدم احترام به اموال و فساد جوانان است. مرحله ی آخر: در حالی که برخی از مردم در مورد بهشتی که از دست داده اند صحبت می کنند، برخی دیگر روشی از زندگی را می آموزند که دیگر در سیستم زندگی شبیه به آن نخواهد بود (یزدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۸).

گردشگری و مهاجرت

امروزه، تمامی جوامع بشری به نوعی با مشکل مهاجرت، به ویژه مهاجرت جوانان از روستا به شهر، مواجه هستند (سجادپور، ۱۳۸۴: ۶۴). پدیده ی مهاجرت جنبه های مثبت و منفی زیادی دارد. از جنبه ی مثبت، می تواند به حل مشکلات اقتصادی در سطح فردی و جمعی، افزایش تبادلات فرهنگی، پیوند جوامع انسانی با یکدیگر و افزایش فرصت های اجتماعی متنوع کمک کند. با این حال، در سال های پایانی قرن بیستم، فرار مغزها، کمبود مهارت و کمبود فرصت های شغلی از دغدغه های اصلی سیاست گذاران در ارتباط با تحقیق و توسعه در داخل دولت، دانشگاه ها و صنعت بود (موسوی بازرگان و سپارپور، ۱۳۹۳: ۲) و این مهاجرت ها باعث می شود روستاییان مهاجر به طور مداوم از زادگاه خود دورتر شوند. در این راستا، می توان بستری ایجاد کرد تا پیوندهای اجتماعی بین مهاجران روستا و مناطق محل سکونتشان تا حدودی حفظ شود. بنابراین گردشگری رویدادهای مذهبی می تواند راه حلی در این راستا باشد (نوری و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۳۹). گردشگری رویداد فرصت هایی را برای تعامل اجتماعی و احیای سنت های محلی فراهم می کند و به بهبود کیفیت زندگی مردم محلی و تصویر مقصد کمک می نماید. گردشگری فرصت های تفریحی را برای جامعه ی محلی ایجاد می کند (Gursoy & et al, 2004: 173). همچنین روابط مهاجران با والدین، مذهب و اعتقادات مذهبی، کار، حیوانات خانگی، مکان ها،

نمادها و جامعه‌ی محلی به عنوان جاذبه‌های مربوط به ریشه‌های فردی است (Lee, 2003). بنابراین براساس تحقیقات انجام شده گردشگری به ایجاد غرور و هویت فرهنگی، همبستگی، تبادل افکار و آگاهی از فرهنگ منطقه و ارتقای کیفیت زندگی و تصویر جامعه کمک می‌کند. راثو^۱ (2001) معتقد است جشنواره‌ها جنبه‌ی اجتماعی مثبتی فراتر از صرف سرگرمی و درآمدزایی دارند؛ زیرا این رویدادها به خانواده‌ها زمان و فضا می‌دهد تا تعهد خود را به جامعه نشان دهند. با شرکت در یک جشن یا رویداد خاص، خانواده در واقع تمایل خود را برای عضویت فعال در جامعه نشان می‌دهد (صاحب‌سرا، ۱۳۹۶: ۳۴). بنابراین گردشگری رویدادهای آیینی یکی از مهم‌ترین بسترها برای جذب گردشگر، به‌ویژه گردشگرانی با ماهیت ریشه‌ای در جوامع محلی است. در چنین بستری رویدادهای مذهبی راهی برای حفظ پیوند مهاجران با ریشه‌های خود در سرزمین‌های اصلی هستند.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر، از لحاظ هدف، کاربردی و از حیث ماهیت و روش انجام کار، توصیفی - تحلیلی است. برای جمع‌آوری اطلاعات نیز از روش کتابخانه‌ای و پیمایشی استفاده شده است. شاخص‌های مرتبط با پیوند اجتماعی مهاجران استخراج گردید و پرسش‌نامه‌ای برای گردشگران با ریشه‌ی روستایی در روستاهای مورد مطالعه در قالب طیف لیکرت طراحی گردید (جدول ۳).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۳. شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق

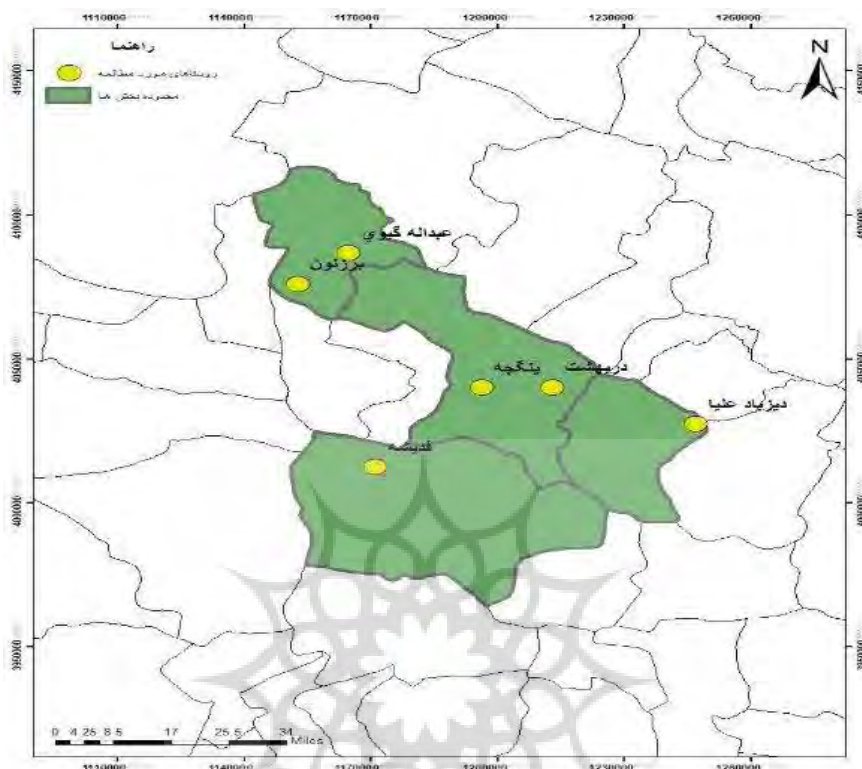
شاخص	متغیر
بهبود وضعیت ذهنی کیفیت زندگی	تقویت روحیه اجتماعی/ شادی و نشاط اجتماعی/ وجود اعتماد متقابل بین افراد/ ایجاد احساسات (آرامش، لذت...) / ایجاد حس نوستالوژیک در افراد
تعلق مکانی	افزایش علاقه به زادگاه/ افزایش تعلق خاطر به ارزش‌ها/ احساس تعلق به اجتماع و محیط/ بازدید اقوام و بستگان در روستا/ بازگشت به روستا/ پیوند و همبستگی با ساکنین/ قصد بازدید مجدد/ افزایش هویت بومی/ آشنایی با فرهنگ بومی به ویژه برای جوانان
رفاهی	رضایت و خشنودی از زندگی در روستا/ رضایت از رویداد/ رضایت از خدمات ارائه شده (کمک از سوی داوطلبان، امکانات و ...)/ رضایت از ویژگی‌های منطقه (محیط طبیعی، محصولات سنتی محلی - غذاهای محلی و...) / پرکردن اوقات و فراغت
رونق گردشگری	معرفی روستا و رویداد به دیگران/ منحصر به فرد بودن رویداد/ مشارکت گردشگران در توسعه روستا/ انگیزه سرمایه‌گذاری توسط گردشگران (ساختن ویلا، خرید خانه، خرید زمین و ...) / مالکیت مهاجران در نقاط روستایی

(Gursoy & et all, 2004؛ محمدپور و شاهی زاده، ۱۳۹۰؛ رضوانی و شاهچراغ، ۱۳۹۰؛ شیردل و محمدی، ۱۴۰۰؛ Fytopoulou & et all, 2021).

برای عملیاتی‌سازی مطالعه، براساس شاخص‌ها و متغیرهای استخراج شده از ادبیات نظری، اقدام به طراحی پرسش‌نامه‌ی محقق‌ساخته گردید. پس از انجام نمونه‌گیری و توزیع نمونه‌ها در بین روستاها، با حضور میدانی محقق در زمان‌های برگزاری رویدادهای مذهبی و آیینی در روستاها، پرسش‌نامه‌ها از بین گردشگران با ریشه‌ی روستایی تکمیل گردید.

براساس مطالعه‌ی اولیه و مشورت با کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع‌دستی استان، شش مورد از روستاهای شهرستان نیشابور به عنوان منطقه‌ی مورد مطالعه انتخاب گردید (شکل ۳). در این مناطق رویدادهای خاص مذهبی از جمله مراسم تاسوعا و عاشورا، نوحصار، شبیه‌خوانی و علم‌گردانی همراه با رسم جالب حلیم‌پزان برگزار می‌شود و همه‌ساله پذیرای گردشگران بسیاری، از جمله گردشگران مهاجر روستایی است.

شکل ۳. موقعیت روستاهای مورد مطالعه



(ترسیم نگارندگان براساس نقشه‌ی پایه‌ی استانداری خراسان رضوی، ۱۳۹۹).

جامعه‌ی آماری در این پژوهش شامل گردشگران مهاجر روستایی ساکن در شهرها است. به دلیل نبود آمار رسمی و ثبت‌شده در رابطه با این افراد، برای بررسی پیوند اجتماعی گردشگران با اصالت روستایی، از فرمول نمونه‌گیری برای جامعه‌ی نامعلوم استفاده شد؛ زیرا هم تعداد افراد غیربومی شرکت‌کننده در رویدادها مشخص نیست و هم تعداد افراد شرکت‌کننده در رویدادها که دارای ریشه‌ی روستایی هستند نامشخص است. در نمونه‌گیری برای جوامع نامعلوم باید میزان خطای را بین ۰/۱ و ۰/۰۱ قرار داد که میزان خطا در این پژوهش ۰/۱ تعیین گردید و تعداد نمونه‌ها در این بخش برابر با ۹۶ نفر از گردشگران با ریشه‌ی روستایی محاسبه شد. با توجه به نتایج به دست آمده از فرمول کوکران درباره‌ی گردشگران مهاجرت کرده از روستا به شهر، که برای بازدید رویداد مذهبی به زادگاه خود مراجعه کرده‌اند، پرسش‌نامه‌ی ساختاریافته تکمیل

گردید که در این رابطه توزیع نمونه‌های گردشگران برای هر روستا به صورت برابر لحاظ شد (جدول ۴).

جدول ۴. روستاهای نمونه و تعداد نمونه‌های مورد مطالعه

شهرستان	دهستان	آبادی	تعداد خانوار	تعداد نمونه در گروه گردشگران
نیشابور	برزنون	برزنون	۹۱۲	۱۶
نیشابور	سرولایت	عبدالله گیو	۱۴۰	۱۶
نیشابور	سرولایت	ینگجه	۱۶۹	۱۶
نیشابور	غزالی	فدیشه	۴۲۷	۱۶
نیشابور	فضل	درپهشت	۶۴	۱۶
زبرخان	زبرخان	دیزباد علیا	۳۱۰	۱۶
مجموع			۲۰۲۲	۹۶

(منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).

جمع‌آوری اطلاعات میدانی از طریق پرسش‌نامه به روش طیف لیکرت انجام شد. برای پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. بدیهی است هر اندازه شاخص آلفای کرونباخ به یک نزدیک‌تر باشد، همبستگی درونی بین سوالات بیشتر و در نتیجه پرسش‌ها همگن‌تر خواهند بود. در نهایت، با توجه به نتایج به دست آمده از پیوند اجتماعی مهاجران (۰/۹۲) پرسش‌نامه از پایایی قابل‌قبولی برخوردار است. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری‌شده 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) به دست آمد.

یافته‌ها

آمارهای توصیفی در این پژوهش شامل سن (کمترین آن، زیر ۲۰ سال ۳/۱٪، بیشترین آن، ۲۱ تا ۳۰ سال، ۲۹/۲٪)، جنسیت (مرد ۵۷/۳٪، زن ۴۲/۷٪)، وضعیت تأهل (مجرد ۱۴/۶٪، متأهل ۸۵/۴٪) تحصیلات (بیشترین آن، فوق‌دیپلم/لیسانس ۳۸/۵٪ و کمترین آن، راهنمایی ۶/۳٪)

(٪، اشتغال (بیشترین آن، خانه‌دار ۴۰/۶ ٪، کمترین آن مشاغل صنعتی ۰/۱٪)، انگیزه‌ی سفر (بیشترین آن، زیارت و ملاقات با اقوام ۵۰/۰٪، کمترین آن، زیارت ۰/۱٪)، شهرستان محل سکونت (بیشترین آن، مشهد ۴۰/۶ ٪ و سایرین مسافران بیرون از شهر مشهد)، شرکت در مراسم (بیشترین آن در مراسم تاسوعا و عاشورا ۴۶/۹ ٪ و سایرین در مراسم ها و یا رویدادهای دیگر در طول سال شرکت می کنند)، نوع مسافرت (بیشترین به صورت خانوادگی با ۷۹/۲ ٪ و کمترین آن بصورت فردی ۷/۵٪)، مدت اقامت (بیشترین آن، یک روز ۵۱/۰ ٪ و کمترین آن، چهار روزه با ۴/۲٪)، محل اقامت (بیشترین آن، خانه‌ی اقوام ۶۹/۸ ٪ و کمترین آن اقامتگاه بومگردی ۵/۳٪) است. همچنین آمارهای گرایش به مرکز (میانگین، میانه و انحراف معیار) بعد پیوند اجتماعی گردشگران مطابق جدول ۵ می‌باشد.

جدول ۵. آمارهای گرایش به مرکز در متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار
پیوند های اجتماعی مهاجران	۲/۵۳	۲/۵۵	۰/۶۳

در جدول ۶ اثرات برگزاری رویدادهای گردشگری مذهبی بر پیوندهای اجتماعی مهاجران روستایی با ۲۴ گویه نشان داده شده است. در بین این شاخص‌ها، بیشترین میانگین مربوط به شاخص بازدید اقوام و بستگان در روستا با میانگین ۳/۲۷ و کمترین میانگین مربوط به شاخص بازگشت به روستا با میانگین ۱/۹۰ می‌باشد. با اطمینان ۹۵ درصد و سطح معناداری ۰/۰۵ درصد در جامعه‌ی آماری همه این توزیع‌ها یکنواخت نخواهد بود. می‌توان گفت متغیر اجتماعی در تمام شاخص‌ها معنادار بوده و قابلیت تعمیم به کل جامعه را دارد. اما در شاخص‌های افزایش هویت بومی، وجود اعتماد متقابل بین افراد و منحصربه‌فرد بودن رویداد افراد، توزیع داده‌ها یکنواخت بوده و تفاوتی از نظر پاسخگویان وجود ندارد. شاخص‌های بازدید اقوام و بستگان در روستا، افزایش علاقه به زادگاه، قصد بازدید مجدد، معرفی روستا و رویداد به دیگران، مشارکت گردشگران در توسعه، افزایش هویت بومی، افزایش تعلق خاطر به ارزش‌ها، پیوند و همبستگی با ساکنین، احساس تعلق به اجتماع و محیط، تقویت روحیه‌ی اجتماعی، پویایی اجتماعی، منحصربه‌فرد بودن رویداد و ایجاد احساسات از میانگین کل پیوندهای اجتماعی گردشگران (۲/۵۳) بالاتر هستند و بقیه

موارد پایین‌تر از میانگین کل هستند و با بررسی تمام شاخص‌های پیوندهای اجتماعی گردشگران در منطقه‌ی مورد مطالعه وضعیت پاسخگویان از لحاظ تأثیرات پیوند اجتماعی در روستاها دارای وضعیت متوسط رو به بالایی در بیشتر شاخص‌ها می‌باشد و گویای این است که آیین‌های مذهبی مانند تاسوعا و عاشورا برای گردشگران مهاجر ارزش دارد.

جدول ۶. درصد فراوانی، میانگین و معناداری کای اسکوتر (x2)

شاخص‌های پیوندهای اجتماعی مهاجران

معناداری کای اسکوتر (x2)	میانگین	درصد فراوانی					شاخص‌ها
		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۸	۲/۱۰	۰	۲/۱	۱۱/۵	۳/۱	۱۲/۵	انگیزه سرمایه‌گذاری توسط گردشگران (ساختن ویلا، و ...)
۰/۰۰۰	۳/۲۷	۸/۳	۳۰/۲	۲۵/۰	۱۷/۷	۳/۱	بازدید اقوام و بستگان در روستا
۰/۰۰۰	۳/۰۲	۳/۱	۲۵/۰	۲۵/۰	۱۰/۴	۹/۴	افزایش علاقه به زادگاه
۰/۰۵۳	۲/۸۰	۵/۲	۲۱/۹	۱۵/۶	۱۵/۶	۱۵/۶	قصد بازدید مجدد
۰/۰۰۰	۲/۶۸	۱۰/۴	۷/۳	۳۳/۳	۲۲/۹	۱۶/۷	معرفی روستا و رویداد به دیگران
۰/۰۰۰	۲/۶۵	۱/۰	۱/۰	۱۳/۵	۵/۲	۳/۱	مشارکت گردشگران در توسعه روستا
۰/۰۰۲	۱/۹۰	۰	۵/۲	۵/۳	۵/۲	۱۸/۵	بازگشت به روستا
۰/۰۰۰	۲/۳۰	۲/۱	۹/۴	۱۴/۶	۵/۲	۲۲/۹	آشنایی با فرهنگ بومی، به‌ویژه برای جوانان
۰/۱۳۸	۲/۵۶	۰	۱۸/۸	۳۲/۳	۲۴/۰	۱۷/۷	افزایش هویت بومی
۰/۰۰۰	۲/۷۶	۳/۱	۲۱/۹	۲۸/۱	۹/۴	۱۸/۸	افزایش تعلق خاطر به ارزش‌ها
۰/۰۰۰	۲/۲۱	۳/۱	۱۷/۷	۶/۳	۱۴/۶	۳۴/۴	ایجاد حس نوستالژیک در افراد
۰/۰۰۰	۳/۱۵	۹/۴	۳۳/۳	۲۴/۰	۱۲/۵	۱۲/۵	پیوند و همبستگی با ساکنین
۰/۰۰۵	۲/۷۳	۵/۲	۱۷/۷	۲۷/۱	۲۱/۹	۱۴/۶	احساس تعلق به اجتماع و محیط

۰/۰۰۰	۲/۳۲	۳/۱	۱۴/۶	۱۲/۵	۲۰/۸	۲۶/۰	پرکردن اوقات و فراغت
۰/۰۱۶	۲/۹۰	۷/۳	۱۷/۷	۲۶/۰	۱۶/۷	۱۱/۵	تقویت روحیه‌ی اجتماعی
۰/۰۲۱	۲/۷۵	۶/۳	۱۶/۷	۲۶/۰	۱۷/۷	۱۵/۶	پویایی اجتماعی
۰/۳۴۶	۲/۳۸	۰	۱۴/۶	۲۶/۰	۲۴/۰	۲۱/۹	وجود اعتماد متقابل بین افراد
۰/۰۰۰	۲/۴۰	۱/۰	۲۱/۹	۱۳/۵	۱۵/۶	۲۸/۱	رضایت و خشنودی از زندگی در روستا
۰/۳۰۲	۳/۱۸	۱۵/۶	۲۴/۰	۱۸/۸	۱۲/۵	۱۳/۵	منحصر به فرد بودن رویداد
۰/۰۵۸	۲/۵۱	۱/۰	۱۱/۵	۸/۳	۹/۴	۱۲/۵	مالکیت مهاجران در نقاط روستایی
۰/۰۷۸	۲/۸۰	۸/۳	۲۵/۰	۱۹/۸	۲۲/۹	۱۸/۸	ایجاد احساسات (آرامش، لذت،...)
۰/۰۰۱	۲/۴۸	۲/۱	۲۱/۹	۱۴/۶	۱۷/۷	۲۵/۰	رضایت از رویداد
۰/۰۰۰	۲/۲۴	۱/۰	۷/۳	۲۶/۰	۲۹/۲	۲۲/۹	رضایت از خدمات ارائه شده (کمک از سوی داوطلبان، امکانات و ..)
۰/۰۴۸	۲/۲۶	۰	۸/۳	۲۲/۹	۲۴/۰	۱۹/۸	رضایت از ویژگی‌های منطقه (محیط طبیعی، محصولات سنتی محلی - غذاهای محلی و..)

با توجه به میانگین‌گیری از متغیر پیوند اجتماعی مهاجران، در ادامه‌ی مراحل، میانگین به تفکیک روستاها بررسی شد؛ لذا در جدول ۷ بیشترین میانگین متعلق به روستای دربشت با میانگین ۳/۳۶ و کمترین میانگین نیز متعلق به روستای ینگجه با میانگین ۲/۲۷ است.

جدول ۷. میانگین متغیر پیوند اجتماعی مهاجران در برگزاری

رویدادهای گردشگری مذهبی به تفکیک روستا

روستا	برزنون	دربهشت	دیزبادعلیا	عبداله گیو	فدیشه	ینگجه
پیوند اجتماعی مهاجران	۲/۵۶	۳/۳۶	۲/۵۰	۲/۳۶	۳/۲۲	۲/۲۷

با توجه به اینکه توزیع تمام شاخص‌ها در بعد پیوند اجتماعی مهاجران براساس ضرایب چولگی و کشیدی نرمال می‌باشد، می‌توان از آزمون‌های آماری پارامتریک استفاده کرد.

جدول ۸. نحوه‌ی توزیع داده‌ها براساس شاخص‌های پیوندهای اجتماعی مهاجران

نتیجه آزمون	چولگی		کشیدی		متغیرها
	ضریب	خطا	ضریب	خطا	
بهبود وضعیت ذهنی کیفیت زندگی	۰/۰۴۲	۰/۲۴۹	۰/۸۷۱-	۰/۴۹۳	تأیید نرمال بودن
تعلق مکانی	۰/۴۵۳-	۰/۲۴۶	۰/۴۴۳-	۰/۴۸۸	تأیید نرمال بودن
رفاهی	۰/۳۵۶	۰/۲۵۰	۰/۷۶۳-	۰/۴۹۵	تأیید نرمال بودن
رونق گردشگری	۰/۰۹۶-	۰/۲۵۴	۰/۲۹۱	۰/۵۰۳	تأیید نرمال بودن

برای مقایسه میانگین رتبه‌ی شاخص‌های پیوندهای اجتماعی مهاجران از آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بین کلیه‌ی شاخص‌های پیوندهای اجتماعی مهاجران با سطح معنی‌داری ۰/۰۱ رابطه‌ی معنی‌دار و مستقیمی وجود دارد. بیشترین مقدار میانگین رتبه در بین شاخص‌های پیوندهای اجتماعی مهاجران متعلق به شاخص منحصربه‌فرد بودن رخداد با مقدار میانگین رتبه‌ی ۱۴/۰۳ می‌باشد و کمترین مقدار میانگین رتبه متعلق به شاخص پیوند و همبستگی با ساکنین با میانگین رتبه‌ی ۱۰/۳۸ است.

جدول ۹. رتبه‌بندی شاخص‌های پیوندهای اجتماعی مهاجران

شاخص‌ها	میانگین رتبه	سطح معنی‌داری
تقویت روحیه‌ی اجتماعی	۱۲/۵۲	۰/۰۰۰
شادی و نشاط اجتماعی	۱۴/۰۳	۰/۰۰۰
وجود اعتماد متقابل بین افراد	۱۳/۰۰	۰/۰۰۰
ایجاد احساسات متنوع (آرامش، لذت،...)	۱۳/۰۰	۰/۰۰۰
ایجاد حس نوستالژیک (خاطره انگیز) در افراد	۱۲/۹۷	۰/۰۰۰
افزایش علاقه به زادگاه	۱۲/۵۲	۰/۰۰۰
افزایش تعلق خاطر به ارزش‌ها	۱۴/۰۳	۰/۰۰۰
احساس تعلق به اجتماع و محیط	۱۰/۸۹	۰/۰۰۰
بازدید اقوام و بستگان در روستا	۱۲/۱۱	۰/۰۰۰
بازگشت به روستا	۱۱/۶۵	۰/۰۰۰
پیوند و همبستگی با ساکنین	۱۰/۳۸	۰/۰۰۰
قصد بازدید مجدد	۱۰/۷۷	۰/۰۰۰
افزایش هویت بومی	۱۱/۵۳	۰/۰۰۰
آشنایی با فرهنگ بومی، به ویژه برای جوانان	۱۲/۶۸	۰/۰۰۰
رضایتمندی و خشنودی از زندگی در روستا	۱۲/۵۲	۰/۰۰۰
رضایت از رویداد	۱۲/۹۹	۰/۰۰۰
اقناع از خدمات ارائه شده (کمک از سوی داوطلبان، امکانات و...)	۱۲/۸۴	۰/۰۰۰
رضایت از ویژگی‌های منطقه (محیط طبیعی، محصولات سنتی محلی - غذاهای محلی و...)	۱۲/۲۶	۰/۰۰۰
پر کردن اوقات و فراغت	۱۱/۷۷	۰/۰۰۰
معرفی روستا و رویداد به دیگران	۱۲/۵۲	۰/۰۰۰
منحصر به فرد بودن رخداد	۱۴/۰۳	۰/۰۰۰
مشارکت گردشگران در توسعه روستا	۱۳/۰۰	۰/۰۰۰
انگیزه سرمایه‌گذاری توسط گردشگران (ساختن ویلا، خرید خانه، خرید زمین و...)	۱۳/۰۰	۰/۰۰۰
مالکیت مهاجران در نقاط روستایی	۱۲/۹۷	۰/۰۰۰

برای بررسی و مقایسه‌ی میانگین پیوندهای اجتماعی مهاجران در بین روستاهای مورد مطالعه از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. مقدار میانگین مفروض در این آزمون برای متغیرهای تحقیق عدد ۳ در نظر گرفته شد. براساس میانگین به دست آمده مقدار میانگین در کلیه متغیرها کمتر از عدد ۳ می‌باشد. از طرفی مقدار سطح معنی‌داری در بین پیوندهای اجتماعی مهاجران

۰/۰۱ است که نشان از تأثیر متغیرهای پیوندهای اجتماعی مهاجران بر گردشگران و مهاجران دارد. از طرفی متغیر بهبود وضعیت ذهنی کیفیت زندگی با میانگین ۲/۷۲ بیشترین تأثیر را بر مهاجران و گردشگران داشته است.

جدول ۱۰. نتایج آزمون t تک نمونه‌ای مربوط به پیوندهای اجتماعی مهاجران

متغیرها	میانگین	مقدار t	مقدار df	سطح معناداری	خطای استاندارد میانگین	حد بالا	حد پایین
بهبود وضعیت ذهنی کیفیت زندگی	۲/۷۲	۲/۴۵-	۹۳/۰۰	۰/۰۲	۰/۲۸-	۰/۵۱-	۰/۰۵-
تعلق مکانی	۲/۶۸	۴/۲۰-	۹۳/۰۰	۰/۰۰	۰/۳۲-	۰/۴۷-	۰/۱۷-
رفاهی	۲/۲۳	۸/۸۸-	۹۳/۰۰	۰/۰۰	۰/۷۷-	۰/۹۴-	۰/۶۰-
رونق گردشگری	۲/۷۰	۳/۳۷-	۹۳/۰۰	۰/۰۰	۰/۳۰-	۰/۴۸-	۰/۱۲-

برای بررسی تفاوت میانگین پیوندهای اجتماعی مهاجران روستایی به تفکیک روستاهای مورد مطالعه با توجه به نرمال بودن ابعاد تحقیق 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 ۱۱، سطح معناداری آزمون در این متغیر کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین گردشگری رویدادهای مذهبی بر پیوندهای اجتماعی مهاجران روستایی با روستای زادگاه آن‌ها موثر می‌باشد.

جدول ۱۱. مقایسه میانگین پیوندهای اجتماعی مهاجران روستایی به تفکیک روستاهای مورد مطالعه

روستاهای مورد مطالعه		جمع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	Sig
پیوندهای اجتماعی مهاجران	بین گروهی	۵۰۶	۵	۱۰۱	۲۰۵۶	۰۰۳
	درون گروهی	۳۵۶۲	۹۰	۰۴۰		
	کل	۴۰۶۸	۹۵			

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش به بررسی تأثیر رویدادهای مذهبی بر پیوندهای اجتماعی مهاجران در روستاهای مورد مطالعه پرداخته است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد برگزاری رویدادهای گردشگری مذهبی، به‌ویژه آیین‌هایی مانند تاسوعا و عاشورا، تأثیر قابل‌توجهی بر پیوندهای اجتماعی مهاجران روستایی داشته است. یافته‌های توصیفی نیز بیشترین انگیزه‌ی سفر را مربوط به زیارت و ملاقات با اقوام نشان می‌دهد که از اهمیت بعد اجتماعی و فرهنگی این رویدادها حکایت دارد. همچنین نتایج تحلیل‌های آماری بیانگر آن است که شاخص‌هایی همچون بازدید از اقوام و بستگان، افزایش علاقه به زادگاه، مشارکت در توسعه‌ی روستا و معرفی رویداد به دیگران، تأثیر بیشتری در تقویت پیوندهای اجتماعی داشته‌اند. در مقابل، شاخص‌هایی مانند بازگشت به روستا و انگیزه‌ی سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی کمترین تأثیر را نشان داده‌اند. با توجه به معناداری آزمون کای‌اسکوئر، می‌توان نتیجه گرفت که اثرات اجتماعی این رویدادها در سطح بالایی قرار دارند و قابلیت تعمیم به کل جامعه را دارند. همچنین، میانگین پیوند اجتماعی مهاجران در روستاهای مختلف نشان می‌دهد که روستای دربهبشت بالاترین میانگین را دارا بوده و روستای ینگجه کمترین میانگین را داشته است. آزمون‌های آماری نیز نرمال بودن توزیع داده‌ها را تأیید کرده و امکان استفاده از آزمون‌های پارامتریک را فراهم کرده است. نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد میان شاخص‌های مختلف پیوند اجتماعی، "منحصر به فرد بودن رخداد" بالاترین رتبه را داشته و "پیوند و همبستگی با ساکنین" کمترین رتبه را کسب کرده است. در نهایت، آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه نشان‌دهنده‌ی معنادار بودن تأثیر گردشگری مذهبی بر پیوندهای اجتماعی مهاجران در روستاهای مورد مطالعه است. این نتایج حاکی از آن است که رویدادهای مذهبی، علاوه بر ابعاد دینی و فرهنگی، می‌توانند نقش مهمی در انسجام اجتماعی و پایداری روابط میان مهاجران و جوامع روستایی ایفا کنند؛ براین اساس، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه‌ی گردشگری از این فرصت برای توسعه‌ی پایدار جوامع محلی و تقویت پیوندهای اجتماعی بهره گیرند.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که برگزاری رویدادهای گردشگری مذهبی تأثیر معناداری بر پیوندهای اجتماعی مهاجران روستایی دارد. تحلیل داده‌های آماری بیانگر این امر است که

شاخص‌هایی مانند بازدید از اقوام و بستگان، افزایش علاقه به زادگاه، احساس تعلق به اجتماع و محیط، و تقویت روحیه‌ی اجتماعی بیشترین تأثیر را بر پیوندهای اجتماعی داشته‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد چنین رویدادهایی، علاوه بر کارکردهای مذهبی، بستری مناسب برای تقویت ارتباطات اجتماعی، افزایش حس هویت بومی و مشارکت گردشگران در توسعه‌ی روستاها فراهم می‌کنند. تحلیل‌های آماری نیز بیانگر آن است که برخی از شاخص‌های مورد بررسی همچون اعتماد متقابل بین افراد و منحصربه‌فرد بودن رویداد، توزیع یکنواختی در بین پاسخگویان داشته‌اند و درک یکسانی از اهمیت آن‌ها وجود نداشته است. این موضوع می‌تواند نشان‌دهنده‌ی تأثیر متغیرهای فردی و اجتماعی بر ادراک افراد از این شاخص‌ها باشد. با این حال، میانگین کل پیوندهای اجتماعی نشان‌دهنده‌ی تأثیر مثبت این رویدادها بر گردشگران مهاجر است. همچنین نتایج آزمون‌های مقایسه‌ای نظیر آزمون تی تک‌نمونه‌ای و آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان روستاهای مختلف از نظر تأثیر این رویدادها بر پیوندهای اجتماعی وجود دارد. این امر می‌تواند ناشی از تفاوت‌های فرهنگی، سطح توسعه‌ی روستاها و میزان مشارکت اجتماعی مهاجران باشد. در مجموع، نتایج پژوهش بر نقش مهم رویدادهای مذهبی در تقویت سرمایه‌ی اجتماعی، افزایش تعاملات اجتماعی و ارتقای کیفیت زندگی مهاجران تأکید دارد و پیشنهاد می‌شود که برنامه‌ریزی جامع‌تری برای بهره‌برداری بهینه از این رویدادها انجام شود.

از دید جامعه‌شناسی، ایجاد همبستگی اجتماعی از طریق تقویت روابط درون جامعه از مهم‌ترین هدف‌های برگزاری رویدادهاست. همچنین بازدید و حضور در آیین‌های دینی توسط گردشگران، نه تنها محرک اقتصادی، بلکه اجتماعی و فرهنگی را شامل می‌شود و کمک می‌کند تا مردم محلی، هم با فرهنگ خودشان و نیز فرهنگ و زبان گردشگران بیشتر آشنا شوند و منجر به پیوند گردشگر و مردم محلی شود و این تمایل به بازدید مجدد از رویداد را در بین گردشگران فراهم می‌کند. رویدادها، در سطح محلی، نیز موجب افزایش سرزندگی، رضایت و مشارکت در میان شهروندان می‌شوند. برگزاری رویدادهای مذهبی و ملی و ورزشی و غیره می‌تواند انگیزه‌ی گردشگری و سفر را برای مهاجرین روستایی ایجاد نماید و عامل پیوند و انسجام را تقویت بخشد؛

لذا یافته‌های این پژوهش با یافته‌های پژوهش عالم و همکاران (۱۳۹۵) و سزارندویه و همکاران^۱، (2018) تطابق و هم‌سوایی دارد؛ براساس یافته‌ها، پیشنهادهای ذیل ارائه می‌شود:

- توسعه‌ی زیرساخت‌های گردشگری روستایی: افزایش امکانات اقامتی، حمل‌ونقل و خدمات رفاهی برای جذب بیشتر گردشگران مذهبی و بهبود تجربه آنان توصیه می‌شود.
 - برنامه‌ریزی مشارکتی: برگزاری جلسات مشورتی با ساکنین محلی و مهاجران برای مشارکت فعال در برنامه‌ریزی و مدیریت این رویدادها به افزایش حس تعلق اجتماعی کمک می‌کند.
 - تقویت برنامه‌های فرهنگی و آموزشی: اجرای برنامه‌های آموزشی در زمینه حفظ هویت فرهنگی، تقویت پیوندهای اجتماعی و ترویج ارزش‌های اجتماعی و دینی در این رویدادها پیشنهاد می‌شود.
 - ایجاد بسترهای حمایتی برای مهاجران: طراحی برنامه‌هایی برای افزایش سرمایه‌گذاری مهاجران در روستاها، از جمله ارائه‌ی تسهیلات اقتصادی برای ایجاد مشاغل پایدار و پروژه‌های اجتماعی.
 - گسترش تبلیغات هدفمند: استفاده از ظرفیت رسانه‌های محلی و دیجیتال برای معرفی رویدادها و جذابیت‌های روستایی با هدف افزایش میزان مشارکت گردشگران و مهاجران.
- در مجموع، توسعه و تقویت گردشگری رویدادها در روستاها می‌تواند یکی از استراتژی‌های مهم برای حفظ ریشه‌ی روستایی مهاجران و تقویت انگیزه‌های مهاجرت بازگشتی آنان به روستا باشد.

تعارض منافع: هیچ گونه تعارض منافع در این پژوهش وجود ندارد.

منابع

- احمدی، سودابه، صادقلو، طاهره، و شایان، حمید (۱۴۰۳). واکاوی تأثیر توسعه گردشگری در بازساخت نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان طرقله شاندریز). پژوهش‌های روستائی، ۱۵(۲)، ۲۶۰-۲۸۱.
- اسمعیلیان، سحر، و رنجبر، احسان (۱۳۹۰). بررسی تطبیقی مولفه‌های موثر بر شکل‌گیری و انتقال خاطره جمعی. مجله معماری و شهرسازی آرمان شهر، ۶(۱۱)، ۱۸۱-۱۹۴.
- امیریان، فاطمه، ایرانی بهبهانی، هما و سلطان زاده، حسین (۱۳۹۶). شناسایی مولفه‌های موثر در شکل‌گیری رویدادهای زندگی بخش و چگونگی تبلور آن‌ها در فضای زیسته. مدیریت شهری، ۱۶(۴۷)، ۴۷۵-۴۹۹.
- ایزدی، مریم، بهزادفر، مصطفی، و فخاری، ساره (۱۳۹۰). ارتقای هم‌پیوندی اجتماعی میان گردشگران و بومیان در شهرهای ساحلی. همایش گردشگری و توسعه پایدار. همدان: دانشگاه آزاد اسلامی.
- آزاد، زهرا (۱۳۹۲). بررسی تطبیقی جایگاه میادین تهران در حفظ و ارتقای خاطره جمعی شهروندان. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهری، ۱(۴)، ۱-۱۲.
- بادکو، بهروز، و حسنی، سمیه (۱۳۹۶). بررسی تأثیر حضور گردشگران بر محیط زیست شهرستان نور؛ از دید جامعه میزبان. میراث و گردشگری، ۲(۵)، ۱۰۹-۱۳۸.
- بذرافشان، مرتضی (۱۳۹۴). درآمدی بر صنعت گردشگری. تهران: مهکامه.
- جلیلیان، نگار (۱۳۹۴). امکان سنجی توسعه گردشگری رویداد و تأثیر آن بر تعدیل فصلی بودن مقصدهای گردشگری مطالعه موردی: شهر همدان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی). دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
- چرغند، فرزانه، فیض آبادی، محمود (۱۳۹۴). در جستجوی فضای رویداد در شهرهای ایرانی اسلامی. کنگره بین‌المللی افق‌های جدید در معماری و شهرسازی. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.

خوشه بست، فرزانه، جهانیان، منوچهر، و جاودان، مجتبی (۱۳۹۹). تحلیلی بر مؤلفه های مؤثر بر ادراک سازمان دهندگان از رویدادهای فرهنگی گردشگری نمونه موردی: رویداد بزرگداشت فردوسی. برنامه ریزی و آمایش فضا، ۲۵ (۱)، ۶۵-۹۵.

رحمانی، خلیل (۱۳۸۹). ارزیابی عملکرد اماکن مذهبی در توسعه روستایی مطالعه موردی: روستاهای اورامان تخت، هجیج، نجار (پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی). دانشکده ادبیات و علوم انسانی. دانشگاه تربیت مدرس. تهران، ایران.

رضوانی، محمدرضا، و شاهچراغ، سیده محبوبه (۱۳۹۰). پیوندهای روستایی - شهری، شبکه های مهاجرت و توسعه روستایی (مورد مطالعه: ناحیه دهملا، استان سمنان). توسعه محلی (روستایی - شهری)، ۳ (۱)، ۱۰۷-۱۳۰.

سجادپور، محمد کاظم (۱۳۸۴). چارچوب مفهومی و عملیاتی در مدیریت مهاجرت بین المللی مورد ایران. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۳ (۷۸)، ۹-۳۰.

سجاسی قیداری، حمدالله، و سلیمانی، زهرا (۱۴۰۳). تحلیل ادراک و الگوی رفتاری گردشگران خارجی در مقاصد روستایی ایران. برنامه ریزی فضایی، ۱۴ (۲)، ۵۵-۹۲.

سلیمانی، زهرا، سجاسی قیداری، حمدالله، شایان، حمید، سیفی، سیامک، و پورطاهری، مهدی (۱۴۰۲). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر خلق تجربیات بیادماندنی گردشگران (مقاصد روستایی استان خراسان رضوی). برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱۲ (۱۷)، ۵۹-۸۹.

شارپلی، ریحارد جولیا (۱۳۸۰). گردشگری روستایی (ترجمه رحمت الله منشی زاده). تهران: منشی.

شاطریان، محسن، کیانی سلمی، صدیقه، و شیخ زاده، فاطمه (۱۳۹۷). بررسی عوامل اثرگذار بر انگیزه گردشگران رویداد در انتخاب مقصد گردشگری و اثر آن بر وفاداری گردشگران (مطالعه موردی: جشنواره گل و گلاب قمصر و نیاسر). فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه، ۷ (۱)، ۱۳۵-۱۵۵.

شیردل، الهام، و محمدی، مریم (۱۴۰۰). مطالعه کیفی شکل گیری احساس تعلق اجتماعی و تکرار جرم در مددجویان سابقه دار. مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱۰۰ (۲)، ۵۲۸-۴۹۹.

شیرمحمدی، یزدان، جلالیان، اسحاق، هاشمی باغی، زینب، و ترکاشوند، سعید (۱۳۹۸). بررسی تأثیر رویدادهای فرهنگی بر تصویر شناختی و عاطفی مقصد گردشگری (مورد مطالعه: شهر کرج). *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۸ (۴)، ۱۴۷-۱۶۱.

صادقلو، طاهره (۱۴۰۱). بررسی سطح ادراک گردشگران از مخاطرات مقاصد روستایی و عوامل مؤثر در آن (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری شهرستان گرگان). *گردشگری و توسعه*، ۱۱ (۴)، ۲۲۵-۲۴۲.

عالم، سارا، وزیری، وحید، و رضایی شریف، علی (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر ارتقاء پیوند اجتماعی شهروندان با طراحی تئاترآیینی در محیطهای شهری (مطالعه موردی: اردبیل). *نشریه مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، ۱۷ (۳۵)، ۱۹۱-۲۱۵.

عباسی، سعید، اقبالی، ناصر، و رجبی، آریتا (۱۴۰۰). راهبردهای توسعه ای گردشگری مذهبی - تاریخی زنجان. *فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی*، ۲ (۳)، ۱۲۳-۱۴۰.

لطفی خاچکی، بهنام (۱۳۸۷). گردشگری به مثابه یک صنعت. *نشریه راهبرد*، ۱۱ (۲)، ۱۷۱-۲۰۶. محمدپور، احمد، و شاهی زاده، رامین (۱۳۹۰). مطالعه مردم شناختی مراسم عاشورا در شهر اردبیل. *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۵ (۳)، ۱۲۶-۱۴۶.

موسوی بازرگان، جلال، و سپهرپور، فاطمه (۱۳۹۳). تجربه گردشگری و گرایش به مهاجرت مورد مطالعه: گردشگران خروجی از فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره). *اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار*. تهران: انجمن گردشگری ایران؛ موسسه ایرانیان؛ پژوهشکده گردشگری.

مهدوی، محمد صادق، و عباسی اسفجیر، علی اصغر (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین پیوندهای اجتماعی - خانوادگی و میزان بزهکاری نوجوانان. *پژوهش اجتماعی*، ۱ (۱)، ۴۵-۱۱.

نورائی، همایون، و ستاری، نیکو (۱۳۹۶). تحلیل میزان رویدادمداری مناطق ۱۵ گانه کلانشهر اصفهان با تاکید بر زیرساخت های رویداد. *نشریه هنرهای زیبا- معماری و شهرسازی*، ۲۲ (۴)، ۴۵-۵۶.

نوری، هدایت الله، مرادی هوسین، نصرت، مرادی، کبریا، و پسندی، شیرکو (۱۳۹۶). تحلیلی بر میزان رضایت مندی گردشگران گل و گیاه در زمان های اوج ورود به شهرستان محلات. *نشریه جغرافیا و برنامه ریزی*، ۲۱ (۶۰)، ۲۳۹-۲۶۱.

یوسفی، علی، موسوی، مهدی، و حسینی، آمنه سادات (۱۳۹۱). شبکه اجتماعی مهاجران افغان در مشهد مورد پژوهش: مهاجران ساکن شهرک گلشهر. *مسائل اجتماعی/ایران*، ۴ (۱)، ۲۱۳-۲۳۹.

- Akgunduz, Yilmaz. & Coşar, Yeşim. (2018). Motivations of event tourism participants and behavioural intentions. *Tourism and Hospitality Management*, 24(2), 341-357. Doi: 10.20867/thm.24.2.4
- Borges, A. P., Cunha, C., & Lopes, J. (2021). The main factors that determine the intention to revisit a music festival. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 13(4), 1-22. doi: 10.1080/19407963.2020.1817051
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host Perceptions of Sociocultural Impacts. *Annals of Tourism Research*, 3(26), 493-515. doi:10.1016/S0160-7383(99)00003-1
- César Ndionea, L., Descrope, A., & Rémym, E. (2018). Migrants going back homeland for holidays: Rituals and practices of Senegalese migrants in France. *Annals of Tourism Research*, 70, 25-38. doi:10.1016/j.annals.2018.02.004
- Cohen, E. (1988). Tourism and Aids in Thailand. *Annals of Tourism Research*, 15, 467-486. doi:10.1016/0160-7383(88)90044-8
- Fyttopoulou, E., Tampakis, S., Galatsidas, S., Karasmanaki, E., & Tsantopoulos, G. (2021). The role of events in local development: An analysis of residents' perspectives and visitor satisfaction. *Journal of Rural Studies*, (82), 54-63. doi: 10.1016/j.jrurstud.2021.01.018
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Manag*, 29 (3), 403-428. doi: 10.1016/j.tourman.2007.07.017
- Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: an extension and validation. *Tourism Management*, 25 (2), 171-181. doi: 10.1016/S0261-5177(03)00092-X
- Jago, L. K. (1997). Special events and tourism behavior: a conceptualization and an empirical analysis from a values perspective, thesis of Doctor

- Philosophy, Department of Hospitality, Tourism and Marketing Faculty of business in Victoria University.
- Krausse, G. H. (1995). Tourism and waterfront renewal: assessing residential perception in Newport, Rhode Island, USA. *Ocean & Coastal Management*, 26 (3), 179-203. Doi:10.1016/0964-5691(95)00016-U
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46. doi:10.1016/j.tourman.2012.03.007
- Lennard, L. (1984). *places urban in life Place*. Godlier: Southampton.
- Nicholson, R., & Pearce, D. (2001). why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four South Island events. *Journal of Travel Research*, 39, 449-460. doi:10.1177/004728750103900412
- 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. doi:10.1080/10548408.2012.720154
- Susic, V., & Dordevic, D. (2011). The place and role of events in the tourist development of the Southwest Serbia cluster. *Economics and organization*, 8, 69-81. <https://www.semanticscholar.org>
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (Eds.). (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Routledge.