نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و دوم، شماره ۶۵، تابستان ۱۴۰۱

ارزیابی نقش شاخص‌های فرهنگی - مذهبی در توسعه گردشگری با تاکید بر آئین چهل منبر شهرستان خرم‌آباد

دریافت مقاله: ۹۸/۲/۲۸ **پذیرش نهایی**: ۹۸/۹/۲۴

صفحات: ۳۴۴-۳۲۵

علی امیری: استادیار رشته جغرافیای سیاسی، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران
Email: Amiri.ali@lu.ac.ir
ماندانا مسعودی راد: دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران
Email: mandana.masoudi@gmail.com
سمیه بخشی زاده: دانشجوی دکتری رشته تاریخ اسلام، گروه تاریخ، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران
Email: bakhshizadeh.so@fh.lu.ac.ir
حسین زارعی زردسواری، کارشناس ارشد سنجش از دور و جی آی اس، گروه جی آی اس، دانشکده منابع طبیعی و محیط زیست، دانشگاه علوم و تحقیقات، تهران، ایران[1]
Email: zareei.ho@lu.ac.ir

چکیده

بهره‌مندی از فرهنگ‌های بومی و آئین‌های مذهبی محلی، عامل مهمی برای جذب گردشگر می‌باشد. شهر خرم آباد دارای آیین‌های مذهبی ویژه‌ای از قبیل مراسم گِل‌مالی در روز عاشورا و آیین چهل منبر در روز تاسوعا است که می‌توانند در این زمینه تاثیر بسیار فراوانی داشته باشند. لذا، مقاله حاضر با استفاده از روش توصیفی ـ تحلیلی و با بهره‌گیری از ابزار پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده؛ و با این پیش‌فرض که آئین‌های مذهبی ـ فرهنگی بومی بر ارزش و اهمیت جاذبه‌های گردشگری در مقصد می‌افزایند؛ سعی نموده تا نقش آئین چهل منبر را در توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد مورد پژوهش قرار دهد. نتایج به دست آمده از آزمون T تک نمونه ای در سطح معناداری ۰/۰۰۰ نشان دهنده تأثیر هر سه شاخص توانمندی ها و پتانسیل های موجود در مراسم چهل منبر، زیبایی‌های بصری و متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی، شهرداری و سایر سازمان‌های دست اندرکار بالاتر از میانگین است؛ همچنین بر اساس نتایج آنالیز واریانس یک‌طرفه در سطح خطای زیر ۰،۰۵ درصد میزان تأثیر شاخص توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر، و تأثیر متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی و شهرداری بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان متفاوت است. این در حالی است که نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای میزان زیبایی‌های بصری برتمایل به گردشگری در سطوح تحصیلی پاسخگویان یکسان است. نتایج تحلیل رگرسیون نیز در سطح معناداری ۹۹ درصد نشان می‌دهد که هر سه متغیر متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی در جریان مراسم چهل منبر، توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر و ایجاد زیبایی‌های بصری تأثیر مستقیم و معناداری بر روی میزان تمایل به گردشگری و ایجاد انگیزه برای سفرهای بعدی دارند.

کلید واژگان: گردشگری مذهبی و فرهنگی، خرم آباد، آیین‌های مذهبی، آئین چهل منبر.

---

۱. **نویسنده مسئول**: خرم آباد، دانشگاه لرستان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه جغرافیا

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

مقدمه

در جهان کنونی گردشگری به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی مطرح می‌باشد و با توجه به جنبه‌های اشتغال، کارآفرینی و درآمدزایی بالای آن معمولاً در اولویت برنامه‌های استراتژیک، سرمایه‌گذاری‌ها و اقدامات اجرایی- عملیاتی اکثر کشورهای جهان قرار دارد(شاطریان و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۳۲). گردشگری پدیدهٔ قرن است و در برگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و سرزمین با ظرفیت‌های گردشگری و فراغت و کنش متقابل میان آنهاست که در فضاهای جغرافیایی آثار مختلفی برجای می‌نهد(محمدی ده چشمه، ۱۳۹۶: ۲۰). مطابق نظر سازمان جهانی گردشگری، که به سازمان ملل وابسته است، گردشگری بزرگترین صنعت فعال در جهان است(فرزین۱۳۸۲:۳). این صنعت به عنوان صنعتی پویا و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای مختلف را به خود اختصاص داده است؛ و تأثیرات بسیار زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، صلح جهانی و سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی داشته است (یوانتو،۲۰۰۷:۱۱؛ صدر موسوی و کهنموئی، ۱۳۸۶: ۱۲۹). این صنعت به منزلهٔ یک صنعت جلو برنده در توسعهٔ مجموعه‌ای از صنایع دیگر، به ویژه هتل‌داری، حمل ونقل داخلی و بین‌المللی و صنایع دستی نقش مهمی داشته و دارد (یغفوری و آقایی،۱۳۹۰: ۲). گردشگری را می‌توان صنعت سفید نامید زیرا بر خلاف اغلب صنایع تولیدی، بدون آلوده‌سازی محیط زیست انسانی، زمینه ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست و صلح و صفا را برای مردم به ارمغان می‌آورد (محسنی،۱۳۸۸: ۱۵۲).

گردشگری فرهنگی نوعی از گردشگری است که در رابطه با فرهنگ یک کشور یا منطقه است؛ و از پیوند جغرافیا و فرهنگ و به عبارت دیگر جغرافیایی فرهنگی شکل گرفته است(پور احمد و همکاران،۱۳۹۱: ۱۰۸). این مفهوم خود از مفاهیم گسترده دیگر تشکیل شده که وجه مشترک بسیاری از این مفاهیم دربردارندهٔ عناوینی چون زیارت و رابطهٔ آن با گردشگری است(نهاوندی و نعمتی،۱۴۷:۱۳۸۹). ویژگی مهم این نوع از شیوهٔ گردشگری، ترکیب فرهنگ‌ها، باورها و اعتقادات مدرن و سنتی است که منحصراً و یا به صورت ترکیبی به مکان‌های خاصی همچون کلیساها، مقبره‌ها، امامزاده‌ها و مساجد اشاره دارد(رحمانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۰). یکی از ابعاد مهم این نوع گردشگری، گردشگری مذهبی می‌باشد.

گردشگری مذهبی را می‌توان نوع خاصی از گردشگری دانست که انگیزه‌هایی در قالب مذهب دارد(رینس چهدی،۱۹۹۲: ۲۵). صنعت گردشگری مذهبی[1] یکی از راهکارهای معرفی هرچه بهتر تاریخ، فرهنگ و ارزش‌های اعتقادی و همزیستی مسالمت آمیز ادیان در بین کشورها است. به علاوه بقاع متبرکه و اماکن مذهبی علاوه بر قداست و معنویت منحصر به فرد خود، بیانگر آداب و رسوم، باورها و اعتقادات و اندیشه های مردم است (احمدی شاپورآبادی و سبزآبادی، ۱۳۹۰: ۸۴). گردشگری مذهبی، که گاهی اوقات به عنوان گردشگری معنوی خوانده می‌شود، نقش پررنگی در سراسر جهان به دست آورد. مسلم است که بخشی از این موقعیت ناشی از انفجار پدیده جهانی گردشگری است که با افزایش درآمد، فناوری، توسط گردش اطلاعات یا اقدامات تبلیغاتی پشتیبانی می‌شود. با این حال، گردشگری مذهبی به ویژه در رابطه مستقیم با عطش مردم برای دانش و درک سایر ادیان نسبت به خود در حال رشد است (Lavinia tala; padurena, 2008: 242).

1 - religious tourism

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس از مهم‌ترین مظاهر کالبدی این نوع از گردشگری می‌باشند که در هر کشوری با توجه به بافت اجتماعی، فرهنگی و عقیدتی گردشگران، از تنوع بسیار زیادی برخوردار است(رضوانی،۱۳۸۶: ۱۹).

به لحاظ موقعیت فرهنگی- مذهبی خاص ایران در میان کشورهای دیگر، گردشگری مذهبی جای رشد و توسعهٔ قابل توجهی در ایران فرهنگی دارد؛ به گونه‌ای که تنوع مراکز، آثار و ابنیهٔ تاریخی و عبادتگاه-های ادیان مختلف موجود در مناطق مختلف کشور، موقعیت ایران را در تمام دنیا کم نظیر کرده است. جاذبه‌های اماکن مذهبی ایران که گره خوردگی تعالیم مذهبی با اندیشه، هنر و زندگی ایرانی را به نمایش می‌گذارد، هنوز جزء یکی از اولویت‌های گردشگران خارجی برای سفر به ایران است (احمدی شاپورآبادی و سبزآبادی، ۱۳۹۰: ۸۴). لذا، می‌توان گفت که جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس از بهترین نمادهای گردشگری می‌باشند که در هر منطقه‌ای از ایران با توجه به بافت فرهنگی خود از تنوع بسیار زیادی برخوردار هستند.

یکی از مهمترین مراسم‌های مذهبی در ایران مراسم‌هایی هستند که به تاسی از قیام بزرگ کربلا در نواحی مختلف ایران شکل گرفته‌اند و در هر ناحیه جلوه خاصی یافته‌اند. خرم‌آباد از جمله شهرهای ایران است که واقعه کربلا باعث شکل‌گیری مراسم‌های مذهبی خاصی به تاثیر از سنت بومی خود در آن شده است که از مهمترین این مراسمات مراسم چهل منبر در روز تاسوعای حسینی و مراسم گل‌مالی در روز عاشورا می‌باشند. این مراسم‌ها با توجه به خاص بودن در ایران، می‌توانند تاثیر فراوانی در تحول گردشگری این شهر داشته باشند. لذا، با توجه به اهمیت این مسئله، هدف این طرح بررسی نقش و اثرگذاری آیین‌های بومی، مذهبی و فرهنگی این شهرستان با تکیه بر مراسم چهل منبر برای توسعه گردشگری این منطقه است. با توجه به اینکه سابقه چنین کار تحقیقی به صورت جامع نبوده است ضروریست به این مهم پرداخته شود و بررسی گردد که تا چه حدی آیین چهل منبر باعث توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد می‌گردد؟

از آنجا که گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین فعالیت‌های انسان در زمینه گردشگری می‌باشد، از بستر مناسبی برای انجام تحقیقات مختلف برخوردار بوده است؛ به هین خاطر در این زمینه تحقیقات بسیاری صورت گرفته است. با توجه به این که فضای مقاله برای معرفی همه آنها امکان پذیر نمی‌باشد، در اینجا مهمترین این تحقیقات چه در داخل و چه در خارج در جدل زیر معرفی شده‌اند.

آلواردو و همکاران[1](۲۰۱۷)، در «جهانگردی مذهبی در جنوب مکزیک: محدوده‌های منطقه‌ای جشنواره مفهوم بیکران» نشان می‌دهند که این جشن، و از اینرو تاثیر این جایگاه مقدس، به دلیل یک روند تاریخی مرتبط با فرهنگ مایا دارای یک میدان محلی محدود به این شبه جزیره است. مومنانی که در این تاریخ به ایزامال[2] سفر می‌کنند با این اعتقاد که بانوی ایزامال محافظ قلمرو شبه جزیره مایا است، جا به جا می‌شوند. هم محدوده‌های منطقه‌ای و هم انگیزه‌های بازدیدکنندگان در تحلیل مولفه اساسی (PCA) نشان داده شده‌اند. این واقعیت که

1 Alvarado-Sizzo and others
2- Izamal

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

افراد جابجایی در مکانی خاص، حتی اگر تنها برای چند ساعت، را انتخاب می‌کنند و با انگیزه ایمان خود تحریک شده‌اند، نمونه‌ای از گردشگری به عنوان مظهر تحرکات انسانی است.

تریزدولا و همکاران[1](۲۰۱۸) در «پیچیدگی انگیزه های گردشگری مذهبی: مکان‌های مقدس، نذورات و چشم اندازها» با استفاده از تکنیک‌های مردم نگاری در چارچوب ارتدکس یونان، استدلال می‌کنند که گرچه انگیزه‌ها بصورت نهادی ساخته می‌شوند، اما شکننده، پویا و مترقی هستند. این مسئله محوریت ثابت و مقدس بودن از پیش تعیین شده اماکن مذهبی را زیر سوال می‌برد. هانگا و پرسپ[2](۲۰۱۹) در «برداشت بازدید کنندگان از مقصد گردشگری مذهبی» دو مصاحبه مفصل در سال ۲۰۱۴ و ۲۰۱۶ انجام دادند. اولی چهار نوع از تصاویر سایت بودایی را شناسایی کرد: مقدس با ارزش‌های معنوی بالا ، فرهنگی با تاریخچه‌های طولانی، جذاب با ویژگی‌های طبیعی و تجاری با مغازه‌ها و رستوران‌ها. دومی متوجه شد که برداشت بازدید کنندگان از این نوع تصویر مقصد حاوی واکنش‌های شناختی و عاطفی شدید نسبت به سایت‌های بودایی است. چنین برداشت‌هایی توسط ویژگی‌های کلیدی سایت مانند یک فضای چشمگیر، یک محیط جذاب، اعتقادات شخصی و رفتارهای وفادار تقویت می‌شود، اما با فعالیت‌های تجاری، ساختمان‌های مدرن، آلودگی محیط زیست و رفتارهای سکولار تضعیف می‌شوند. این یافته‌ها با روشن کردن عوامل مؤثر بر برداشت بازدیدکنندگان درباره این مکان‌های بودایی و ارائه پیامدهای بیشتر برای توسعه پایدار گردشگری مذهبی، هم به تئوری و هم در عمل کمک می-کند.

در ایران احمدی شاپورآبادی و سبز آبادی (۱۳۹۰)، در تحقیقی با عنوان تحلیلی بر ظرفیت‌های توسعهٔ گردشگری مذهبی فرهنگی کلان شهر قم نشان می‌دهند که استفادهٔ بهینه از جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و فرهنگی شهر قم در کنار سودآوری اقتصادی آن منجر به ترویج و گسترش ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی، معرفی ارزش‌های انقلاب و فرهنگ ناب اسلامی ایرانی و غنا بخشیدن به فرهنگ معنوی در سطوح بین المللی، منطقه-ای و ملی می‌شود. با وجود این، به منظور تحقق توسعهٔ گردشگری مذهبی فرهنگی، بهبود زیرساخت‌های اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و فرهنگی ضروری به نظر می‌رسد. محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله «نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی، با تاکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی؛ روستای قپچاق شهرستان میاندوآب)» نشان می‌دهند، گردشگری مذهبی در بین ابعاد اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و زیست محیطی تنها در بعد کالبدی بهبود وضعیت کیفیت زندگی خانوارهای روستاهای مورد مطالعه به همراه داشته است، همچنین یافته‌های تحقیق در ارتباط با سرمایه اجتماعی خانوارهای روستاهای مورد مطالعه نشان می‌دهد، در بعد انسجام وضعیت خانوارهای مورد مطالعه بعد از گسترش گردشگری مذهبی بهبود داشته، اما در ابعاد مشارکت و اعتماد اجتماعی، بعد از گسترش گردشگری مذهبی از سطح این ابعاد کاسته شده است. رحمانی و همکاران (۱۳۹۲) در «برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی (مطالعه موردی روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج» نشان می‌دهند حضور گردشگران مذهبی با داشتن پیامدهای اجتماعی، اقتصادی و کالبدی، بیشترین تاثیر را بر بعد اجتماعی

1 Terzidoua and others
2 Huanga and Pearceb

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

به همراه داشته است. همچنین، تحقیقات نشان می‌دهد بر اساس رویکرد راهبردی مبتنی بر مدل SWOT لازم است به منظور تقویت و توسعه گردشگری مذهبی در منطقه مورد مطالعه، راهبرد رقابتی به عنوان یک بسته راهبردی برای سیاست گذاری و برنامه ریزی گردشگری مذهبی مورد توجه قرار گیرد. ضرغام بروجنی و ترکمان (۱۳۹۲) در «تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی در استان همدان» بر اساس تعریفی که از گردشگری مذهبی ارائه شد، ظرفیت‌های گردشگری مذهبی استان همدان در سه حوزه (تاریخی/ فرهنگی، طبیعی و ویژه) شناسایی شد و با توجه به آنها چهار مسیر با انگیزه زیارت برای شیعیان، یک مسیر برای زیارت یهودیان، سه مسیر با انگیزه فرهنگی و شناخت، یک مسیر طبیعت‌گردی و معنوی، دو مسیر شرکت در آئین‌های مذهبی و در مجموع یازده مسیر برای توسعه گردشگری مذهبی پیشنهاد شد و با چنین دیدگاهی می‌توان تورهای گردشگری مذهبی را در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی تعریف نمود، با ارائه این مسیرها، توسعه نوع جدیدی از گردشگری در استان و به ویژه در دیگر شهرستان‌های استان ورای مرکز آن (شهر همدان) امکان پذیر خواهد بود و نیز با توجه به ماهیت گردشگری مذهبی، می‌توان آنرا راهی برای تعدیل فصلی بودن گردشگری در استان دانست. موسوی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله «تحلیلی بر نقش مذهب در توسعهٔ گردشگری مذهبی» نشان می‌دهند در مناطقی که اماکن دینی و مذهبی دارند، سطح توسعهٔ گردشگری مذهبی بسیار بالاتر است. در نهایت، راهبردهایی چون تلاش در جهت احداث تأسیسات و تجهیزات رفاهی در اماکن زیارتی، استفاده از جشن مهرگان به عنوان فرصتی برای ارسال پیام صلح و دوستی ایرانیان به جهان، تبلیغات گسترده برای جذب گردشگران و استفاده از درآمدهای مکان‌های زیارتی برای بهسازی و حفاظت از آنها، سبب توسعهٔ گردشگری مذهبی در شهرستان اردکان و استان یزد می‌شود. سلطانی و دیگران (۱۳۹۳) در «ارزیابی کیفیت خدمات گردشگری مذهبی کلان شهر مشهد از دیدگاه گردشگران» نتیجه می‌گیرند که خصوصیات جمعیتی گردشگران) (سن و جنسیت) در ادراک متفاوت از کیفیت خدمات و در نتیجه سطح رضایت مؤثر است. همچنین رضایتمندی از خدمات در تقویت تصویر ذهنی گردشگران و بهبود دانش فضایی آنها از مکان‌ها و جاذبه‌های گردشگری اثرگذار است. وجود فرهنگ اجتماعی مثبت، اقتصاد فعال و توجه به کیفیت خدمات بر جذب گردشگران مؤثر می‌باشند. نتایج این تحقیق بیانگر ابعاد چندگانه کیفیت خدمات گردشگری در اثرگذاری بر رضایت و تمایل به بازگشت گردشگران است. محمودی و همکاران (۱۳۹۴) در «واکاوی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد » نشان می‌دهند که گردشگری مذهبی بر اشتغال و اقتصاد سکونتگاههای روستایی مورد بررسی موثر بوده است. در واقع توسعه گردشگری مذهبی در روستاهای دارای بقاع متبرکه در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و رونق اقتصادی تأثیر مثبتی داشته است. در مجموع گردشگری مذهبی با ویژگی‌های ساختاری و کارکردی‌اش، عاملی مهم جهت احیاء اقتصاد روستاهای دارای این امتیاز و سایر روستاهای مجاور محسوب می‌شود. میرکتولی و همکاران (۱۳۹۴)، در مقاله خود با عنوان «تحلیلی بر آیین های فرهنگی-مذهبی بومی و نقش آن در توسعه گردشگری؛ آیین عید مرده ها در شهرستان سواد کوه»، به این نتیجه می-رسند که در کنار ضعف امکانات وتاسیسات مختلف، آیین مورد مطالعه نقش به سزایی در معرفی فرهنگ دینی منطقه دارد و بستر مناسبی برای توسعه همه جانبه گردشگری در منطقه مورد مطالعه می‌باشد. اسدی و

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

توسلیان (۱۳۹۵) در «بررسی عوامل موثر در جذب گردشگران به مراسم مذهبی از طریق بخشبندی (مطالعه موردی: مراسم محرم شهر زنجان)» نشان می‌دهند که عوامل موثر در جذب گردشگران که از طریق بخشبندی و میزان رضایتمندی گردشگران بررسی شد در سطح مطلوبی می‌باشد و گردشگران دیدگاه‌ها و نگرش‌های مطلوبی نسبت به مراسم و شهر زنجان داشتند. همچنین مشخص شد که بین جنسیت و رضایتمندی شرکت کنندگان رابطه وجود ندارد. آیتی و همکاران (۱۳۹۵) در «بررسی تأثیر عوامل کالبدی شهری بر توسعهٔ گردشگری مذهبی (مطالعه موردی؛ شهر شیراز)» نشان می‌دهند که عوامل عینی نسبت به عوامل ذهنی از تاثیرگذاری بیشتری بر توسعه گردشگری مذهبی در شهر شیراز برخوردارند. از میان شاخص‌های تعریف شده مربوط به عوامل عینی، قابلیت دسترسی از بیشترین تاثیر برخوردار بوده در حالی که محصوریت شاخص موثری شناخته نشده است. همچنین از میان شاخص‌های تعریف شده مربوط به عوامل ذهنی، دو شاخص آرامش و لذت بصری بیشترین تاثیر را داشته‌اند، در حالی که امنیت به عنوان شاخصی موثر ردیابی نشده است. در مجموع، مدل مفهومی پژوهش با ضریب تعیین ۰,۷۴۵ مورد تایید قرار گرفت، بدین معنی که عوامل مورد اشاره در مدل توانسته‌اند تا حدود ۷۵٪ سطح متغیر وابسته را تبین نمایند. یوسفی (۱۳۹۷) در مقاله «تحلیل اهمیت- عملکرد خدمات گردشگری مذهبی (مورد مطالعه شهرستان بیرجند)» نتایج نشان داد مقصدهای مورد مطالعه از نظر امکانات و تسهیلات رفاهی با توجه به اهمیت بالای آن از نظر گردشگران وضعیت مناسب و رضایت بخشی ندارند و بیشترین شکاف بین اهمیت و عملکرد (رضایت) به میزان ۹۶/۱ در این رابطه وجود دارد؛ در مورد دو عامل شرایط جغرافیایی و نظم و بهداشت مشخص شد اهمیت آنها از نظر گردشگران بالاست و عملکرد مقصدها نیز از نظر گردشگران بالاتر از حد متوسط است. در خصوص شاخص‌های حمل و نقل و عوامل فرهنگی علیرغم اهمیت پایینتر از حد متوسط از نظر گردشگران، عملکرد مقصدها بالاتر از میانگین تعیین گردید. بنابراین می‌توان گفت بیشترین رضایت در بین شاخص‌های خدمات گردشگری مربوط به عوامل فرهنگی و سپس حمل و نقل و شرایط جغرافیایی است.

مبانی نظری

گردشگری فرهنگی- مذهبی

مقصود از گردشگری فرهنگی، بحث درباره آن بخش از صنعت گردشگری است که به جاذبه های فرهنگی توجه خاص داشته و عمدتاً به مقصد مکانهایی با جاذبه های فرهنگی و به قصد کسب اطلاعات و تجارب برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام میشود. بر اساس این تعریف، گردشگری فرهنگی شامل همه دیدارها در جاذبه های فرهنگی از جمله موزهها، مقبره های تاریخی، کارکردهای فرهنگی و سایر جلوه های فرهنگی میشود که بسیاری از عناصر بازار گردشگری را مشتمل میشود:

- بازدید از جاذبهها و مقاصد قدیمی و حضور در جشنهای سنتی؛
- سفر به قصد استفاده از غذاها و نوشیدنیهای محلی، منطقه ای؛
- تماشای رخدادها ورزشی سنتی و شرکت در فعالیتهای تفریحی محلی؛
- بازدید از کارگاهها شامل مزارع، مراکز صنعتی یا کارخانجات؛

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

بنابراین، میراث فرهنگی به عنوان هدف اصلی در بازدیدهای گردشگری فرهنگی شامل عادات محلی، آداب مربوط، سبکهای معماری و موسیقی، زبانهای محلی و ارزشهای دینی معنوی است. از این رو میراث فرهنگی حافظه جمعی یک ملت بوده که در مناطق مختلف فرهنگی در قالب پدیده ها، مکان ها و رویدادها قابل بازدید است که رابطه میان فرهنگ و زیستگاه آن تنگاتنگ است (ادبی ممقانی، ۱۳۹۳: ۶۳). دین و معنویت متداولترین انگیزه های سفر هستند و همانطور که با آخرین تخمین های منتشر شده توسط سازمان تجارت جهانی نشان داده شده است ، تعداد گردشگران علاقه مند به شخصیت ها ، اماکن و رویدادهای مقدس قابل توجه (۶۰۰ میلیون سفر مذهبی و معنوی) و به طور مداوم در حال رشد است (Trono, 2017: 17). لذا همان گونه که قابل استنباط است، یکی از مظاهر گردشگری فرهنگی ، گردشگری مذهبی می باشد.

گردشگری مذهبی به دلیل مؤلفه اصلی آن، زیارت ، اغلب قدیمی ترین شکل گردشگری در نظر گرفته شده است که قدمت آن هزاران سال پیش بر می گردد. سفر به اماکن مقدس از گذشته های دور (اجتماعات مذهبی، عناصر طبیعت - آب ، کوه ، درختان) پشتیبانی لجستیکی امروز را نداشتند، اما دارای انگیزه انسانی مشابهی؛ یعنی ایمان بودند. متمرکزترین جریان های توریستی هنوز جریان های مذهبی هستند: *کامبها میلا*[1] در هند؛ زیارت هندوها که حدود ۷۰ میلیون نفر را جمع می کند، و حج ، زیارت مسلمانان در عربستان سعودی (که حدود ۲ میلیون نفر را جمع می کند) (Lavinia tala; padurena, 2008: 242).

بحث زیادی بین دانشگاهیان و سازمانهای مرتبط در خصوص تعریف این بخش صورت گرفته است. صرف نظر از واژه شناسی ، استنباط این است که این نوعی از گردشگری است که توسط یک ایمان معین یا مجموعه ای از اعتقادات هدایت می شود (Griffin, and Raj, 2017: 3). در تعریفی از گردشگری مذهبی آمده: گردشگری مذهبی عبارت‌است از: بازدید گردشگران(با تعریف ویژه جهانگردی) از اماکن مقدس نظیر زیارت‌گاه‌ها؛ مقابر امامزاده‌ها و نظایر آن‌ها. گردشگر مذهبی، گردشگرانی فرهنگی هستند که برای زیارت اماکن، آثار، یادمان‌های مذهبی، انجام اعمال مذهبی و دینی، ترویج و آموزش و گذران اوقات فراغت در مکان‌ها و مراکز مذهبی جهان سفر می‌کنند(رحیم‌پور، ۱۳۷۹: ۱۴). به معنای وسیع ، گردشگری مذهبی هر نوع سفری است که ، چه به طور انحصاری یا جزئی، منبعث از دلایل مذهبی باشد. با این حال ، موضوعات مذهبی تنها مواردی نیستند که توسط بازدیدکنندگان در اماکن یا رویدادهای مذهبی مورد توجه قرار می گیرند و انگیزه آنها از الگوهای مذهبی ، فرهنگی ، سنتی ، معنوی و چشم انداز تشکیل شده است که غالباً در نیت و تصمیم برای تعیین سفر با هم تعامل دارند..... عموماً اذعان می شود که انگیزه گردشگری چند وجهی است؛ یعنی گردشگران حتی در یک سفر انگیزه های مختلفی برای مسافرت دارند (Durán-Sánchez & others, 2018; 2).

دبیرکل سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) ، طالب ریفائی[2] ، اظهار داشت: "گردشگری مذهبی می تواند یکی از مؤثرترین ابزارها برای توسعه فراگیر و پایدار باشد". بدین طریق سه مزیت اصلی گردشگری مذهبی به شکل زیر مشخص می شوند:

1 - Kumbha Mela
2 - Taleb Rifai

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

۱. گردشگری مذهبی باعث افزایش آگاهی از میراث مشترک بشریت می شود و منابع لازم برای حفظ آن را فراهم می کند.
۲. می تواند به توسعه محلی کمک کند.
۳. درک فرهنگی ایجاد می کند.
در عین حال ، UNWTO آنچه را که "چالش های اساسی" می نامند برجسته می سازد که عبارتند از:
۱. حفظ اماکن و بناهای مذهبی.
۲. تأکید بر احترام به سنت های محلی و اعمال دینی.
۳. توسعه فراگیر جوامع محلی (Griffin, and Raj, 2017: 2).

آیین چهل منبر

در این آیین که در روز تاسوعای حسینی برگزار می‌شود، زنان خرم‌آبادی به یاد اسارت حضرت زینب(س)، با پای برهنه و با نقابی بر صورت، از محله باغ دختران حرکت کرده و چهل شمع در خانه‌هایی که درب آنها باز است، روشن می‌کنند (به خانه‌هایی که شمع در آنها روشن می‌شود، منبر گفته می‌شود). در فرهنگ ایرانی اسلامی، علاوه بر هفت، عدد چهل، نیز از دیرباز در زوایای مختلف زندگی فرهنگی، اجتماعی و مذهبی مردم ایران، معتبر و مقدس بوده و از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. در این آیین که در خرم‌آباد و تعدادی دیگر از شهرهای کشور برگزار می‌گردد به آن دختران چهل منبری هم می‌گویند، دخترانی سیاه‌پوش و نقابدار با پای بدون کفش به صورت گروهی (شکل ۱)، از اول صبح تاسوعا، مجالس عزا و حسینیه‌های شهر را می‌گردند و با نیت و خواسته‌های مختلف به ویژه بخت‌گشایی در هر جلسه و مراسم عزاداری یک شمع روشن می‌کنند تا چهل منبر را سر بزنند و چهل شمع روشن کنند. در بخش‌های دیگری از لرستان از جمله بروجرد این رسم شکلی دیگر دارد، در رسم چهل منبر که در خرم‌آباد برگزار می‌شود تنها توسط زنان و دختران جوان انجام می‌پذیرد؛ ولی در بروجرد تنها به زنان اختصاص نداشته و مردان نیز در آن مشارکت می‌کنند. در غروب و شامگاه تاسوعا، بسیاری از مردم و به ویژه کسانی که در شب‌های قبل سقاخانه داشته‌اند، درهای خانه خود را به روی مردم باز می‌کنند و سینی بزرگی در ورودی خانه یا حیاط می‌گذارند و در آن به یادبود شهدای کربلا شمع روشن می‌کنند و با نوشیدنی و دیگر نذورات از میهمانان پذیرایی می‌کنند. بسیاری از زنان و مردان با تهیه چهل شمع، با پای برهنه و بدون اینکه با کسی صحبت کنند، از این خانه به آن خانه رفته و شمع‌های خود را در چهل سقاخانه می‌گذارند. با این کار ضمن عزاداری، حاجات و خواسته‌های خود را نیز یادآوری می‌کنند و از امام حسین و یارانش شفاعت می‌طلبند که این آئین به چهل منبر مشهور است (سایت ایرنا).

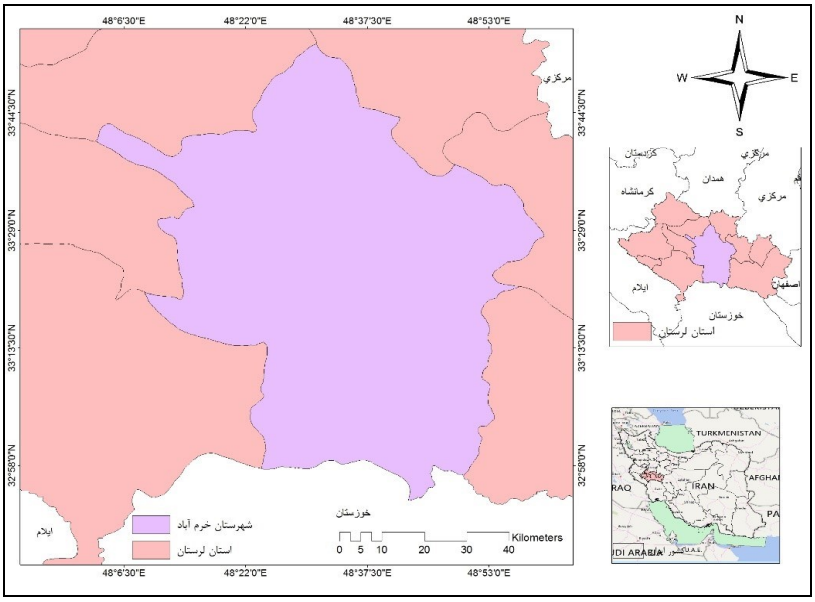
[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

شکل(۱): افراد حاضر در مراسم چهل منبر شهرستان خرم‌آباد روز تاسوعای سال ۱۳۹۷

روش تحقیق

منطقه مورد مطالعه

محدوده مورد مطالعه شهر خرم آباد مرکز استان لرستان می باشد. این شهر با موقع ریاضی ۴۸ درجه و ۲۲ دقیقه طول شرقی و عرض ۳۳ درجه و ۲۹ دقیقه شمالی در ارتفاع ۱۱۷۱ متری از سطح دریا قرار دارد(شکل ۲). شهر خرم آباد واقع در شهرستان خرم‌آباد می باشد که از طرف شمال به شهرستان‌های سلسله و از شمال‌شرق به بروجرد و از شرق به الیگودرز و درود و از جنوب به پلدختر و از غرب به کوهدشت و چگنی منتهی می‌شود. جمعیت شهر خرم آباد طبق سرشماری سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران، ۳۷۳،۴۱۶ نفر بوده‌است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). مساحت محدوده فعلی شهرحدوداً ۳۸۸۵/۱ هکتار می‌باشد(مهندسان مشاور بعد تکنیک: ۱۳۹۱).



شکل (۲): منطقه مورد مطالعه

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

استان لرستان دارای جاذبه های گردشگری طبیعی و انسانی فراوانی می باشد و همین باعث گردیده است با عناوینی تبیلغاتی درستی همچون «سرزمین آبشارها و چشمه‌های خروشان»، «پایتخت پل های تاریخی» و «پایتخت طبیعت ایران» مورد توجه قرار گیرد. این ظرفیت گردشگری در شهرستان و شهر خرم آباد نیز منحصر به فرد بوده و به خاطر طبیعیت زیبا به خصوص آب و هوای بسیار معتدل، آثار تاریخی فراوانی همچون قلعه فلک افلاک، زیارتگاه های محلی همچون امامزاده زید بن علی، مراسمات فرهنگی- مذهبی همچون گل مالی در روز عاشورا و چها منبر در روز تاسوعا و ... شهرتی ویژه یافته است.

داده و روش کار

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی - تحلیلی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز، از نوع تحقیقات میدانی و پیمایشی قلمداد می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه استفاده گردیده است. ابتدا حجم نمونه در ناحیه مورد مطالعه بر اساس جدول نمونه‌گیری مورگان محاسبه و تعداد کل حجم جامعه نمونه شامل ۳۷۳ نفر از افراد حاضر در مراسم در سال ۱۳۹۷بوده است. از آنجا که آمار رسمی در مورد میزان حضور افراد در این مراسم وجود ندارد؛ با در نظر گرفتن مشاهدات میدانی میزان افراد شرکت کننده در این مراسم بین چهار تا پنج هزار نفر تخمین زده شد. لذا بر اساس جدول مورگان حجم نمونه برآورد شده و سپس به منظور تعمیم نتایج، با استفاده از روش نمونه گیری احتمالی (تصادفی) پرسش نامه بین افراد توزیع گردید. سوال‌های محوری تحقیق مطابق جداول(۵،۴،۳،۲) در حوزه‌های مختلف با طرح ۵ گویه تبیین کننده با پایایی ۰/۷۹ مبتنی بر ضریب آلفای کرونباخ و روایی صوری با اعتبار مبتنی بر ارزیابی حوزه کارشناسی، طراحی و تکمیل شده است. داده‌های پرسش‌نامه در محیط SPSS وارد شده و از طریق آزمون T تک نمونه ای، تحلیل رگرسیون و آنالیز واریانس یک طرفه مورد پردازش و ارزیابی قرار گرفته است. در ادامه کار با استفاده از روش میدانی با کمک ابزار پرسشنامه محقق ساخته براساس شاخص‌ها و متغییرهای تحقیق اقدام به جمع‌آوری اطلاعات گردید. در این راستا جهت سنجش اثرات آیین چهل منبر بر توسعه گردشگری از سه شاخص اصلی استفاده شده است، این شاخص‌ها و زیرشاخص‌های آن‌ها عبارتند از: توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر(نقش این آیین در تسکین روحی و آرامش، نذر و نیاز برای حاجت)، وجود اماکن تاریخی در کنار محل برگزاری مراسم، متولی شدن سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی، شهرداری و ... به عنوان عاملی برای ایجاد امکانات و تجهیزات، تبلیغات مناسب، امنیت منطقه و نهایتاً زیبایی‌های بصری مکان برگزاری مراسم(همچون سکوهای روشن کردن شمع، وجود خانه های تاریخی و ... در پیدایش شکل خاصی از مکان مذهبی).

نتایج

نتیجه ذیل حاصل آماری پرسش‌نامه‌های پژوهشی در ارتباط با موضوع مورد مطالعه می‌باشد؛ که یافته‌های به دست آمده به شکل جدول، نمودار بدین شرح است. ویژگی های جمعیت شناختی بدین صورت است که در مطالعه حاضر از کل نمونه آمار، ۸۷/۴ درصد زن و ۱۲/۶ درصد مرد هستند؛ که این آمار نشان دهنده حضور گسترده زنان در این مراسم می‌باشد. بر حسب سن، ۱۷/۷ درصد زیر بیست سال، ۴۲/۶ درصد بین ۲۰-۳۰

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

سال، ۲۳/۹ درصد بین ۳۰-۴۰ سال، ۸/۳ درصد بین ۴۰-۵۰ سال و ۷/۵ درصد بالاتر از پنجاه سال است. بررسی گروه‌های سنی افراد شرکت کننده در مراسم چهل منبر نشان دهنده حضور گسترده جوانان در این مراسم می‌باشد به گونه‌ای که بیش از ۶۰ درصد آنان کمتر از سی سال سن دارند. که این امر حاکی از پتانسیل مناسب آئین مورد اشاره در جذب گردشگران به ویژه جوانان علاقه‌مند به مقصدهایی با جاذبه‌های توریسم مذهبی ـ فرهنگی می‌باشد. بررسی در مورد تحصیلات این افراد نشان می‌دهد که ۵/۹ درصد بی‌سواد، ۱۳/۷ درصد سیکل، ۳۸/۱ درصد دیپلم، ۸/۸ درصد فوق دیپلم و ۳۳/۵ درصد دارای مدرک لیسانس و بالاتر از آن می‌باشند. که این آمار گویای این مطلب است که بیش از ۸۰ درصد شرکت کنندگان دارای دیپلم و بالاتر از آن هستند. در مورد نحوه آشنایی جامعه آماری با مراسم چهل منبر، از کل تعداد پاسخگویان ۹۰/۱ درصد از طریق خانواده و دوستان، ۳/۵ درصد از طریق رسانه و نشریات، ۵ درصد از طریق اینترنت و ۴/۳ درصد به صورت اتفاقی با این آئین مذهبی آشنا شدند و در این مراسم شرکت کردند. این عامل موجب حضور بیشتر بومیان(۸۹ درصد) نسبت به گردشگران غیر بومی (۱۱ درصد) در این روز شده بود؛ که علت اصلی این مسئله را می‌توان در فقدان تبلیغات و عدم اطلاع رسانی جستجو کرد. جدول (۲).

جدول (۲): ویژگی‌های جامعه آماری

متغیر	وضعیت	درصد	متغیر	وضعیت	درصد
سن	۲۰>	۱۷/۷	تحصیلات	بی سواد	۵/۹
	۲۰-۳۰	۴۲/۶		سیکل	۱۳/۷
	۳۰-۴۰	۲۳/۹		دیپلم	۳۸/۱
	۴۰-۵۰	۸/۳		فوق دیپلم	۸/۸
	۵۰<	۷/۵		لیسانس و بالاتر	۳۳/۵
نحوه آشنایی با مراسم	دوستان و آشنایان	۹۰/۱	وضعیت بومی	بومی	۸۹
	رسانه و نشریه	۳/۵		غیر بومی	۱۱
	اینترنت	۵	جنسیت	مرد	۱۲/۶
	اتفاقی	۴/۳		زن	۸۷/۴

همچنین نتیجهٔ مصاحبه با افرادی که برای اولین بار در این مراسم حضور یافتند، حاکی از آن است که غالب این افراد در نتیجه معرفی دوستان و اقوام خود، برای اولین بار در آئین مذکور حضور یافته‌اند؛ که این موضوع مقوله تبلیغات در جذب گردشگر و زنده نگاه داشتن آئین‌های بومی را گوشزد می‌کند. نتیجه بخش دیگری از مطالعهٔ حاضر نشان می‌دهد که غالب حاضرین در مراسم از ساکنان بومی شهر خرم آباد می‌باشند؛ به شکلی که ۸۵ درصد از مجموع افراد شرکت کننده در این مراسم اهل این شهر می‌باشند؛ و تنها ۱۱ درصد از این افراد میهمانان غیر از استان لرستان (تهران، قم، خوزستان و ...) می‌باشند. البته بیشتر این افراد نیز نه بر حسب معرفی و گیرایی تبلیغات این مراسم، بلکه بر حسب وجود اقوام و روابط فامیلی با ساکنین شهر خرم آباد می‌باشد که موجب شده در مراسم مورد مطالعه حضور یابند. مسئله‌ای که نه در استان لرستان و شهر خرم‌آباد در زمینه برگزاری مراسمی همچون چهل منبر، بلکه در کل ایران دارای ضعف مشهودی است. طوری که مطالعات و مصاحبات مختلف میدانی از مراسم مورد مطالعه در شهر خرم آباد نیز به خوبی بیانگر ضعف آشکار

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

در امر تبلیغ آئین مورد مطالعه در این خطه می‌باشد که علی رغم توانایی های بالقوۀ فراوان در جذب گردشگر از سراسر کشور، هنوز نتوانسته است به صورت شایسته‌ای به این مهم نائل آید. جدول (۲)

جدول (۳): بررسی دفعات حضور و مکان مبدأ حاضرین در مراسم

دفعات حضور گردشگران					
تعداد	۱بار	۲بار	۳بار	۴بار	۵بار و بیشتر
فراوانی	۸۵	۵۶	۳۹	۴۱	۱۵۲
درصد	۲۲/۸	۱۵	۱۰/۵	۱۱	۴۰/۷
درصد تراکمی	۲۲/۸	۳۷/۸	۴۸/۳	۵۹/۳	۱۰۰
محل مبدأ گردشگران					
مکان مبدأ	خرم آباد	شهرهای استان لرستان		شهرهای داخل کشور	خارج از کشور
فراوانی	۳۱۷	۱۵		۳۷	۴
درصد	۸۵	۴		۹/۹	۱/۱
درصد تراکمی	۸۵	۸۹		۹۸/۹	۱۰۰

نتیجه تجزیه و تحلیل پرسشنامه در زمینه بررسی دفعات حضور و مکان مبدأ شرکت کنندگان در مراسم چهل منبر (مطابق جدول ۳) نشان می‌دهد که بیش‌تر حاضرین در این آئین، افرادی هستند که به صورت مداوم و هر ساله در مراسم فرهنگی ـ مذهبی و بومی منطقۀ خود حضور می‌یابند؛ به گونۀ که بیش از ۴۰ درصد از مجموعۀ آماری تقریباً در هیچ سالی فرصت حضور در مراسم مورد مطالعه را از دست نمی‌دهند. این موضوع حاکی از تعلق خاطر این افراد به آئین مورد بررسی و حضور مستمر در آن می‌باشد. در این بخش از پژوهش نتایج آزمون آماری T تک نمونه ای در جدول (۴) آمده است.

جدول(۴): نتایج آزمون T تک نمونه‌ای برای سنجش اهمیت متغیرهای سه‌گانه پژوهش در توسعه گردشگری مذهبی(مراسم چهل منبر)

شاخص ها	میانگین	T	Sig	حد بالا	حد پائین	نتیجه آزمون
زیبایی های بصری	۴,۲۵	۲,۳۷	۰,۰۱	۰,۲۷	-۰,۴	H0رد
متولی گری سازمان های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی	۳,۸۲	۱,۹۸	۰,۰۰	۰,۳۴	۰,۴	H0رد
توانمندی ها و پتانسیل های موجود در مراسم چهل منبر	۴,۳۱	۲,۷۵	۰,۰۴	۰,۰۸	-۰,۱۸	H0رد

بر اساس نتایج جدول (۴)، فرض H0 برای هر سه شاخص رد می شود، زیرا مقدار sig در همه موارد کمتر از ۰,۰۵ گزارش شده است. به همین سبب فرضیه پژوهشی برای هر سه شاخص در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. در این زمینه به ترتیب توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر(۴,۳۱)، زیبایی‌های بصری(۴,۲۵) و متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی، شهرداری و ...(۳,۸۲) به ترتیب بیش‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده‌اند.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

تحلیل رگرسیون چندگانه به روش همزمان برای اندازه‌گیری تمایل گردشگران به گردشگری بر اساس سه شاخص(توانمندی‌ها و پتانسیل‌ها، متولی‌گری سازمان‌ها و زیبایی‌های بصری)

در این بخش به بررسی میزان نوع انگیزه گردشگران(توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر، متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی، شهرداری و ...، ایجاد زیبایی‌های بصری) با استفاده از آزمون تحلیل رگرسیون چندگانه به روش همزمان پرداخته‌ایم.

بر اساس آزمون رگرسیون چند متغیری به روش (Enter) و مطابق با جدول(۵) در تعیین میزان تمایل گردشگران از مجموع سه متغیر مستقل(توانمندی‌ها و پتانسیل‌ها، متولی‌گری سازمان‌ها و زیبایی‌های بصری) ملاحظه می‌شود ضریب همبستگی چندگانه(R =۰/۵۸۸) و ضریب تعیین تعدیل شده(R^2 = ۰/۳۳۴) به دست آمده است، یعنی از روی متغیرهای مستقل معنی‌دار موجود در مدل می‌توان تا حدود ۳۴/۶ درصد واریانس میزان تمایل گردشگران به گردشگری را تبیین می‌کند.

جدول(۵): تبیین تأثیر جاذبه‌های گردشگری(توانمندی‌ها و پتانسیل‌ها، متولی‌گری سازمان‌ها و زیبایی‌های بصری) مؤثر بر تمایل به گردشگری

شاخص‌های آماری	ضریب همبستگی چندگانه R	ضریب تعیین R^2	ضریب تعیین تعدیل شده Adjusted R^2	اشتباه معیار برآورد
مقادیر	۰/۵۸۸	۰/۳۴۶	۰/۳۳۴	۰/۶۶۶

هم چنین، در جدول(۶) گزارشات مربوط به تجزیه واریانس رگرسیون چند متغیره برای میزان تمایل به گردشگری مشاهده می‌شود. جدول تحلیل واریانس معناداری کل مدل را مشخص می‌کند. همان‌گونه که اطلاعات جدول فوق نشان می‌دهد، مقدارF برابر است با F= ۲۸/۷۰۳ و سطح معناداری آن برابر است با (SIG ۰/۰۰۰). بنابراین چون سطح معنی‌داری آن کمتر از ۰/۰۵ می باشد، مدل معنادار است.

جدول(۶): میزان تمایل به گردشگری: تحلیل واریانس چند متغیره

منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربعات	میانگین مربعات	F کمیت	داریSIG سطح معنی
اثر رگرسیون باقی	۴	۵۱/۰۲۶	۱۲/۷۵۶	۲۸/۷۰۳	۰/۰۰۰
مانده	۵۱۵	۹۶/۴۴۲	۰/۴۴۴		
کل	۵۱۹	۱۴۷/۴۶۸			

جدول (۷) ضرایب بتاها را نمایش می‌دهد. درجدول مذکور، مقدار بتا برای متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی ۰/۳۷۹، توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر ۰/۲۶۰ و ایجاد زیبایی‌های بصری ۰/۱۸۳ می‌باشد. مقدار sig برای هر سه متغیر گفته شده زیر ۰/۰۵ محاسبه شده است. با توجه به نتایج بیان شده از جدول فوق چنین پیش‌بینی می‌شود که هر سه متغیر گفته تأثیر مستقیم و معناداری بر روی میزان تمایل به گردشگری دارند.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

جداول(۷) : ضرایب بتاها

روش همزمان	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	T	Sig (معناداری)
	B	خطای استاندارد	بتا		
ثابت	۰/۲۲۴	۰/۳۴۷	-	-۰/۶۴۶	۰/۰۰۵
زیبایی‌های بصری	۵۹	۰/۰۵۰	۰/۱۸۳	۳/۱۶۲	۰/۰۰۲
متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی	۳۶۱	۰/۰۶۸	۰/۳۷۹	۵/۳۱۷	۰/۰۰۰
توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر	۷۸	۰/۰۸۵	۰/۲۶۰	۴/۴۵۱	۰/۰۰۰

آنالیز واریانس یک‌طرفه عوامل موثر در ایجاد انگیزه‌های گردشگری(توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر) براساس سطوح تحصیلی پاسخگویان

نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای مقایسه میزان تأثیر توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان در جدول(۸) ارائه شده است.

جدول(۸) نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای مقایسه میزان تأثیر توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان

تعدادافراد بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	سطح معناداری
بی سواد	۲۲	۳/۶۷	۰/۲۸۶	۲۲/۷۶	۰/۰۰
سیکل	۵۱	۳/۵۲	۰/۳۸۴		
دیپلم	۱۴۲	۳,۱۸	۰/۳۵۰		
کاردانی	۳۳	۳/۲۱	۰/۳۲۴		
کارشناسی و بالاتر	۱۲۵	۳/۱	./۲۴۱		
مجموع	۳۷۳	-	۰/۳۷۸		

در مورد نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای مقایسه میزان تأثیر شاخص توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان، مشاهده می‌شود که اختلاف معناداری میان نمونه-های مورد بررسی، مشاهده می‌شود. زیرا سطح معناداری به دست آمده (۰,۰۰) برای این آزمون کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد. مقدار F برابر ۲۲/۷۶ محاسبه شده است. بنابراین می‌توان گفت که تأثیر شاخص توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان آن متفاوت است. نتایج آزمون حاکی از آن است که تأثیر شاخص توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان به ترتیب عبارتند از: بی سواد، سیکل، کاردانی، دیپلم و کارشناسی.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

آنالیز واریانس یک طرفه مقایسه تأثیر متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان

نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای مقایسه میزان تأثیر متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان در جدول (۹) ارائه شده است.

جدول(۹): نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای مقایسه میزان تأثیر متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان

تعدادافراد بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	سطح‌معناداری
بی سواد	۲۲	۳/۰۹	۰/۳۹۹	۴۲/۵۷۷	۰/۰۰۰
سیکل	۵۱	۳/۱۷	۰/۳۸۴		
دیپلم	۱۴۲	۳/۲۴	۰/۴۸۵		
کاردانی	۳۳	۳/۴۶	۰/۴۶۰		
کارشناسی و بالاتر	۱۲۵	۳/۸۱	۰/۵۴۵		
مجموع	۳۷۳	-	۰/۳۹۹		

در مورد نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای مقایسه میزان تأثیر متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان، مشاهده می‌شود که اختلاف معناداری میان نمونه‌های مورد بررسی، مشاهده می‌شود. زیرا سطح معناداری به دست آمده (۰,۰۰) برای این آزمون کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد. مقدار F برابر ۴۲/۵۷۷محاسبه شده است. بنابراین می‌توان گفت که متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان متفاوت است. نتایج آزمون حاکی از آن است که تأثیر شاخص متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان به ترتیب عبارتند از: کارشناسی و بالاتر، کاردانی، دیپلم، بی سواد و سیکل.

آنالیز واریانس یک طرفه مقایسه تأثیر زیبایی‌های بصری برتمایل به گردشگری در سطوح تحصیلی پاسخگویان

نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای مقایسه میزان تأثیر زیبایی‌های بصری برتمایل به گردشگری در سطوح تحصیلی پاسخگویان در جدول (۱۰) ارائه شده است.

جدول(۱۰) نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای مقایسه میزان زیبایی‌های بصری برتمایل به گردشگری در سطوح تحصیلی پاسخگویان

تعدادافراد بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	سطح معناداری
بی سواد	۲۲	۲/۶۲	۰/۳۲۱	۰/۴۸۹	۰/۶۹۰
سیکل	۵۱	۲/۶۱	۰/۳۷۷		
دیپلم	۱۴۲	۲/۵۸	۰/۳۸۴		
کاردانی	۳۳	۲/۶۵	۰/۲۹۳		
کارشناسی و بالاتر	۱۲۵	۲/۶۲	۰/۳۳۹		
مجموع	۳۷۳	۲/۶۲	۰/۳۲۱		

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

در مورد نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای میزان زیبایی‌های بصری برتمایل به گردشگری در سطوح تحصیلی پاسخگویان، مشاهده می‌شود که اختلاف معناداری میان نمونه‌های مورد بررسی، وجود دارد. زیرا سطح معناداری به دست آمده (۰,۶۹) برای این آزمون بزرگ‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد. مقدار F برابر ۰/۴۸۹ محاسبه شده است. بنابراین می‌توان گفت که میزان زیبایی‌های بصری برتمایل به گردشگری در سطوح تحصیلی پاسخگویان یکسان است.

نتیجه گیری

مطابق نتایج آژمون Tتک نمونه‌ای، توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر، زیبایی‌های بصری و متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی، شهرداری و سایر سازمان‌های دست اندرکار نقش مهمی در توسعه گردشگری مذهبی(با تأکید بر مراسم آیینی چهل منبر شهرستان خرم آباد) و تمایل به تکرار سفر داشته اند. این نتیجه مؤید نتایج آیتی و همکاران(۱۳۹۵) و حیدری و همکاران(۱۳۹۵) است. هم‌چنین بر اساس نتایج آنالیز واریانس یک طرفه حاکی از آن است که میزان تأثیر شاخص توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر، و تأثیر متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی و شهرداری بر اساس سطوح تحصیلی پاسخگویان متفاوت است. این در حالی است که نتایج آنالیز واریانس یک طرفه برای میزان زیبایی‌های بصری برتمایل به گردشگری در سطوح تحصیلی پاسخگویان یکسان است. این نتایج در راستای نظریات میرکتولی و همکاران(۱۳۹۴) و یوسفی (۱۳۹۷) است. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که هر سه متغیر متولی‌گری سازمان‌های شهری مانند فرهنگ و ارشاد اسلامی، توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در مراسم چهل منبر و ایجاد زیبایی‌های بصری تأثیر مستقیم و معناداری بر روی میزان تمایل به گردشگری و ایجاد انگیزه برای سفرهای بعدی دارند. این نتیجه با پژوهش‌های پیشین هم‌راستا بوده و نتایج یوسفی(۱۳۹۷)، میرکتولی و همکاران(۱۳۹۴) و آیتی و همکاران(۱۳۹۵) را تأیید می کند.

همچنین مطابق تحقیق کاربردی چهل منبر، با افزایش گردشگری مذهبی، انرژی عظیمی در محیط ایجاد می‌شود و به سمت خرده‌نظام‌های جامعه حرکت می‌کند. این انرژی درابتدا خرده نظام زیستی و نهادهای اقتصادی را تحت الشعاع قرار داده و آنگاه خرده نظام‌های دیگر به فراخور دامنه‌ی گردشگری مذهبی از آن تاثیر می‌پذیرند. وجود اماکن مذهبی زیاد از جمله امامزاده زیدبن علی(ع)، برگزاری مراسم فرهنگی – مذهبی همچون چهل منبر و درآمدهای به دست آمده از راه گردشگری مذهبی در شهر خرم‌آباد باعث می‌شود تا ورود گردشگر مذهبی به یک منطقه باعث بهبود زیرساخت‌های اساسی در منطقه، ایجاد اشتغال، افزایش درآمدها و بهبود اقتصادی این شهر گردد. نتایج تحقیقات مومنی و صرافی(۱۳۸۷)، تقوایی و همکاران(۱۳۸۹)، ابراهیم‌زاده و کاظمی راد(۱۳۹۰)، استعلاجی و خوش‌نیت بیانی(۱۳۹۱)، بدری و طیبی(۱۳۹۱)، رحمانی و همکاران(۱۳۹۲) در همین راستا است.

به دلیل تاثیر مثبت گردشگری مذهبی بر خرده نظام‌های زیستی، فرآیند اشتغال و سرمایه گذاری بیش از پیش رونق می‌گیرد و خرده نظام اقتصادی انرژی لازم برای خرده نظام شخصیتی را فراهم می‌کند. با فراهم کردن این انرژی، فرآیند برنامه‌ریزی و دست‌یابی به اهداف به صورت معمول انجام می‌شود. البته تاثیر گردشگری

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

مذهبی و برنامه‌ها و سیاست‌ها به صورت دو طرفه و دوجانبه است. یعنی برخی اوقات افزایش گردشگری مذهبی با اتفاقات مربوط به آن منجر به تصویب برنامه و اعمال سیاستی می‌شود و در برخی اوقات برنامه‌هایی برای افزایش میزان گردشگر به خصوص گردشگر مذهبی تصویب می‌گردد. مجموعه‌ای از برنامه‌های ۵ ساله توسعه‌ی اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی از سال ۱۳۵۷ تا سال ۱۳۸۸ و برنامه چشم‌انداز ۲۰ ساله گردشگری ایران در سال ۲۰۰۵، متشکل از یک طرح ۱۰ ساله و دو برنامه ۵ ساله پس از آن از جمله این برنامه‌ها می‌باشند. هم‌چنین گردشگری مذهبی منجر به تلاش برای ایجاد ثبات سیاسی، اعتلای سطح امنیت در جامعه، کاهش کشمکش‌های سیاسی، برقراری تماس بین قومیت‌ها و ملیت‌های گوناگون می‌گردد. تحقیقات گذشته نهاوندی و نعمتی(۱۳۸۹)، عظیمی هاشمی و همکاران(۱۳۹۱)، استعلاجی و خوش نیت بیانی(۱۳۹۱)، رحمانی و همکاران(۱۳۹۲) نتایج تحقیق حاضر را تایید می‌کنند.

گردشگری مذهبی بر خرده‌نظام اجتماعی هم تأثیر گذاشت. باتوجه به انتقال انرژی از خرده‌نظام زیستی و شخصیتی به خرده‌نظام اجتماعی، این خرده‌نظام دچار تغییر و تحول شد. ایجاد اشتغال، درآمدزایی، ورود سرمایه به منطقه، افزایش جمعیت و برنامه‌ریزی و سیاست‌های وابسته به گردشگری مذهبی که همگی از خرده‌نظام‌های پایین‌تر به خرده‌نظام اجتماعی انرژی وارد می‌کنند باعث می‌شود تا کیفیت زندگی در این مناطق بالا برود، این مناطق از امکانات رفاهی بالاتری برخوردار باشند و افراد دارای انسجام بیشتری گردند. البته تأثیر گردشگر مذهبی بر این خرده‌نظام همیشه مثبت نیست و تأثیرات منفی هم دارد که بارزترین آن افزایش میزان جرائم در مناطق گردشگری است. این مناطق با افزایش جمعیت و بالارفتن ناشناسی بین افراد و افزایش بی سازمانی اجتماعی دارای میزان بالایی از سرقت، طلاق، دعوا، مصرف و معامله مواد و الکل و... می‌گردند. نتایج تحقیقات مومنی و صرافی(۱۳۸۷)، نهاوندی و نعمتی(۱۳۸۹)، استعلاجی و خوش نیت بیانی(۱۳۹۱)، و رحمانی و همکاران(۱۳۹۲) نیز در این راستاست. بنابراین، می‌توان گفت که ورود گردشگر تأثیرات مثبت و منفی بر جامعه‌ی مورد نظر دارد. ایجاد اشتغال، ورود درآمد به منطقه، افزایش سطح دستمزدها، رونق اقتصادی، توسعه‌ی زیرساخت‌ها، افزایش کیفیت زندگی و امکانات رفاهی، انتقال فرهنگی از جمله اثرات مثبت ورود گردشگر مذهبی است. همچنین از اثرات منفی گردشگری مذهبی می‌توان به افزایش مالیات، افزایش هزینه‌های زندگی، افزایش جرم و جنایت و اضمحلال فرهنگ محلی اشاره کرد.

به‌طورکلی، اثراتی که برای گردشگری مذهبی در این تحقیق ذکر شد بیشتر مربوط به گردشگر مذهبی داخلی بود. همانطور که گفته شد شهرستان خرم‌آباد از نظر جاذبه‌های گردشگری یکی از شهرهای مستعد و دارای امامزاده‌های مختلف از جمله امامزاده زید بن علی(ع) و ... این شهرستان را مستعد حضور گردشگران مذهبی خارجی از شهرها و ادیان مختلف کرده است. با توجه به قابلیت و زمینه‌های موجود در زمینه‌ی جذب گردشگر مذهبی(در سطح داخلی و خارجی)، شهرستان خرم‌آباد در جذب این نوع گردشگر موفق نبوده و طبق آمار سال ۱۳۹۵ تنها ۱۰درصد از کل گردشگران ، گردشگر مذهبی بودند. جذب گردشگر مذهبی داخلی و خارجی مستلزم تبلیغات اماکن و مکان‌های مذهبی در سطح استان، منطقه و ملی، توسعه و گسترش زیرساخت‌های حمل و نقل مثل فرودگاه‌ها و سیستم حمل و نقل شهری، ایجاد امنیت و برقراری نظم در سطح شهرستان، توسعه‌ی بهداشت و سلامت عمومی در شهرستان، توسعه و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، افزایش

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

زیرساخت‌های اقامتی مثل هتل است. شهرستان خرم‌آباد هرچند با قابلیت گردشگری بالا، تا این موارد که برای ورود گردشگر به یک شهرستان ضروری است را انجام ندهد سهم زیادی در جذب گردشگر مذهبی داخلی و خارجی را نخواهد داشت و این نوع گردشگران به شهرهای که این موارد را داشته باشند سفر می‌کنند.

بنابراین، مسئولین و سیاست‌گذاران شهرستان به‌خصوص در زمینه‌ی گردشگری با توجه به اهمیت امروز صنعت گردشگری در اقتصاد و توسعه‌ی کشورهای دنیا، باید طرح‌ها و برنامه‌هایی در جهت ارتقا و توسعه‌ی مواردی که برای جذب گردشگر به‌خصوص گردشگر مذهبی گفته شد، به تصویب و اجرا برسانند تا شهرستان خرم‌آباد دارای زیرساخت‌های لازم برای گردشگری گردد. با این کار این شهرستان به عنوان مرکز استان لرستان می‌تواند قابلیت‌هایی را که در زمینه‌ی گردشگری مذهبی دارد را به فعل برساند و با ورود گردشگر مذهبی بیشتر به این شهرستان، شاهد رشد و توسعه‌ی اقتصادی بیشتر آن باشیم.

منابع

احمدی شاپورآبادی، محمدعلی و سبزآبادی، احمد (۱۳۹۰)، **تحلیلی بر ظرفیتهای توسعهٔ گردشگری مذهبی فرهنگی کلان شهر قم**، فصلنامه مطالعات ملی، ۱۲(۲): ۸۳-۱۱۲.

ادبی ممقانی محمد؛ خانی، فضیله؛ سجاسی قیداری، حمدالله و فرخی سیس، سعیده (۱۳۹۳)، **ارزیابی اثرات توسعه گردشگری فرهنگ محور در تغییرات اجتماعی- فرهنگی مقاصد روستایی (مطالعه موردی: بخش کن – دهستان سولقان)**، فصلنامه برنامه ریزی فضایی، ۴(۲): ۵۵-۷۸.

اسدی، احمد و توسلیان، رحیم (۱۳۹۵)، **بررسی عوامل موثر در جذب گردشگران به مراسم مذهبی از طریق بخش‌بندی (مطالعه موردی: مراسم محرم شهر زنجان)**، اندیشه جغرافیایی، ۷(۱۵): ۱-۱۷.

آیتی، حمید؛ خداکرمی، فائزه؛ ملایی، کامبیز، آفاق پور، آتوسا. (۱۳۹۵)، **بررسی تأثیر عوامل کالبدی شهری بر توسعهٔ گردشگری مذهبی (مطالعه‌موردی؛ شهر شیراز)**، فصلنامه‌مطالعات شهر ایرانی اسلامی، ۶(۲۳): ۴۳-۵۹.

پور احمد، احمد؛ مهدی، علی؛ مهدیان، بهنمیری، معصومه؛ میرزایی کوتنایی، زهرا و محمدی، آرزو (۱۳۹۱). **بررسی و تحلیل نقش موزه‌ها در توسعه گردشگری فرهنگی (مطالعه موردی: موزه‌های شرق استان مازندران)**، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱(۱): ۱۰۵- ۱۲۸.

تقوایی، مسعود؛ موسوی، سیدعلی و غلامی بیمرغ، یونس (۱۳۸۹)، **تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهرستان نورآباد ممسنی)**، فضای جغرافیایی، ۱۰(۳۱): ۳۹- ۶۴.

رحمانی، خلیل؛ پورطاهری، مهدی و رکن الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۲)، **برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج)**، برنامه‌ریزی و آمایش فضا (مدرس علوم انسانی)، ۱۷(۱): ۴۳-۶۴.

رحیم‌پور، علی (۱۳۷۹)، **سیمای جهانگردی**، تهران: نشر محیا.

رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۶)، **جغرافیا و صنعت توریسم**، تهران: انتشارات پیام نور.

رنجبریان، بهرام (۱۳۸۵)، **وجهه استنباط شده از ایران به عنوان یک مقصد گردشگری**، مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان، ۲۱(۲)، ۶۹-۸۰.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

رنجبریان، بهرام؛ محمد، زاهدی (۱۳۸۷)، **شناخت گردشگری**، اصفهان: انتشارات چهار باغ.

سایت ایرنا: https://www.irna.ir/news/

سلطانی، علی؛ دشتی، علی و بابایی، احسان (۱۳۹۳)، **بازاریابی کیفیت خدمات گردشگری مذهبی کالنشهر مشهد از دیدگاه گردشگران**، فصلنامه آرمان شهر، ۷(۱۳): ۳۳۳-۳۴۲.

شاطریان، محسن؛ کیانی سلمی، صدیقه؛ غلامی، یونس و منتصری، زهرا (۱۳۹۶)، **اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه طبیعت گردی روستاهای بخش برزک-کاشان با تلفیق تکنیک های DEMATEL و ANP**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۷(۴۴): ۱۳۱-۱۵۴.

صدر موسوی، میرستار و دخیلی کهنموئی، جواد (۱۳۸۶). **ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه گردشگران**، پژوهش‌های جغرافیایی، ۳۹(۶۱): ۱۲۹-۱۴۳.

ضرغام بروجنی، حمید و ترکمان، نسرین (۱۳۹۲)، **تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی در استان همدان**، فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۸(۳۰): ۵۷-۸۰.

فرزین، محمد رضا (۱۳۸۲)، **بررسی و نقد برنامه‌ریزی گردشگری ایران و چالش‌های اصلی در برنامه چهارم**، مجموعه مقالات سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعهٔ جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی و سازمان ایرانگردی و جهان گردی .

لطفعلی خواجوئی، محمد (۱۳۸۴)، **جهانگردی و منافع اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی و ارائه راهکارهایی برای پیشبرد این صنعت**، مجموعه مقالات همایش توریسم، موانع و پیامدها، دانشگاه فلاورجان.

محسنی، رضاعلی (۱۳۸۸)، **گردشگری پایدار در ایران، کارکردها، چالش‌ها و راهکارها**، فضای جغرافیایی، ۹(۲۸): ۱۴۹-۱۷۱.

محمدی ده چشمه، پژمان (۱۳۹۶)، **تحلیل راهبردی تنگناها و فرصت‌های توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر شهرکرد)**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۷(۴۷): ۱۹-۳۷).

محمدی یگانه، بهروز؛ چراغی، مهدی و ولائی، محمد (۱۳۹۲)، **نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی، با تاکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی مطالعه موردی؛ روستای قپچاق شهرستان میاندوآب**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۳(۳۰): ۷-۲۵.

محمودی، حمیده؛ قاسمی، مریم و شایان، حمید (۱۳۹۴)، **واکاوی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصادی سکونتگاههای روستایی (مورد مطالعه: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد)**، مطالعات مناطق خشک، ۵(۲۰): ۷۱-۹۰.

موسوی، میرنجف؛ سلطانی، ناصر و باقری کشکولی، علی (۱۳۹۳)، **تحلیلی بر مذهب نقش در توسعهٔ گردشگری مذهبی**، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۶(۴): ۸۲۵-۸۴۱.

میرکتولی، جعفر؛ مهدیان بهمنمیری، معصومه؛ مهدی، علی و میرزایی کوتنایی، زهرا (۱۳۹۴)، **تحلیلی بر آیین های فرهنگی – مذهبی بومی و نقش آن در توسعه گردشگری؛ آیین عید مرده ها در شهرستان سواد کوه**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۵(۳۸): ۷۱- ۹۶.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]

نهاوندی، مریم؛ نعمتی، سیده فاطمه (۱۳۸۹)، **تهدیدها و فرصتهای گردشگری زیارت در ایران**، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۶(۲۰): ۱۴۵- ۱۷۲.

یغفوری، حسین، آقائی، واحد (۱۳۹۰)، **تحلیلی بر جاذبه‌های گردشگری شهری و نقش آن در تحول اقتصای: موری اردبیل**، اولین کنفرانس اقتصاد شهری ایران، دانشگاه فردوسی مشهد.

یوسفی، جواد (۱۳۹۷)، **تحلیل اهمیت- عملکرد خدمات گردشگری مذهبی (مورد مطالعه شهرستان بیرجند)**، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲۴): ۳۸-۵۸.

Alvarado-Sizzo, Ilia; Frejomil, Enrique Propin; Crispín, Álvaro Sánchez (2017), **Religious tourism in southern Mexico: Regional scopes of the festival of the Immaculate Conception**, Geoforum, 83: 14-25.

Durán-Sánchez, Amador; Álvarez-García, José; Cruz Del Río-Rama, María de la and Oliveira Cristiana (2018), **Religious Tourism and Pilgrimage: Bibliometric Overview**, religions, 9(9): 249.1-15.

Griffin, Kevin and Raj, Razaq (2017) **"The Importance of Religious Tourism and Pilgrimage: reflecting on definitions, motives and data**," International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage: 5(3), 1-9.

Huang, keji; pearce, Philip (2019), **Visitors' perceptions of religious tourism destinations**, Journal of Destination Marketing & Management, 14: 1-9

Lavinia tala, madalina; padurena, ana mihaela (2008), **dimentions of religious tourism,** amfiteatru economic, 10: 242-253.

Terzidoua, Matina; Scarlesb, Caroline; Saundersc, Mark N.K. (2018), **the complexities of religious tourism motivations: Sacred places, vows and visions**, Annals of Tourism Research, 70: 54-65.

Trono, anna (2017), **politics, policy and the practice of religious tourism**, in: raj, razaq and griffin, Kevin, religious tourism and pilgrimage management, India: CABI.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOI: 10.52547/jgs.22.65.325]