

Research Article

Dor: 20.1001.1.25385968.1402.18.1.13.0

## Explaining the Effects of Event-Oriented Tourism on Functional Transformation in Iranian Cities (Case Study: Ritual Tourism in Armaghanehkhaneh, Zanjan)

Mohammad Taghi Heidari<sup>1</sup>, Mohammad Rasoli<sup>2\*</sup>, Parvin Rahmati<sup>3</sup> & Sharareh Saidpour<sup>4</sup>

1. Assistant Professor, Department of Geography & Urban Planning, Zanjan University, Zanjan, Iran

2. Ph.D in Geography & Urban Planning, Zanjan University, Zanjan, Iran

3. Masters Candidate, Geography & Tourism Planning, Zanjan University, Zanjan, Iran

4. Ph.D Candidate in Geography & Urban Planning, Tabriz University, Tabriz, Iran

\* Corresponding author: Email: [m626644@gmail.com](mailto:m626644@gmail.com)

Receive Date: 19 March 2021

Accept Date: 21 November 2021

### ABSTRACT

**Introduction:** Rituals have magnetic properties in a city and they can be effective in transformation, union and links and increases the power of unity by combining components, mobility, bargaining and overall. The city becomes more parts and combinations. Instead of being a silent, undefined and unknown being through ritual drives. What Latour mentions as order (load). In other words it is ordered to work for the city when the city accepts a function or the city is equipped and a new alliance has been formed in the city that the nature of both features is defined in the city and the previous alliance has become a new alliance and the nature of the actors is recreated.

**Research aim:** Current study, it expresses the effects of physical tourism in the city of Armaghanehkhaneh and its effects on urban transformation.

**Methodology:** And the current research is descriptive-analytical and the information needed for the research has been collected from the library and survey method. In this context used for analysis from the mental model software, SPSS was used to check the effects the kmo test has been used to express the indices of central tendency and dispersion, Bartlett is used in order to ensure the use of indicators and their classification and finally, the performance of indicators has been used to express the significance level from smart pls software.

**Studied Areas:** The geographical scope of this research is the city of Armaghankhaneh is Zanjan.

**Results:** The findings of the present research have shown the effect of religious tourism in the transformation of the city of Armaghankhaneh to the extent of 66% and the most effective religious tourism has been in the investment of various public-private institutions, improving job opportunities, improving urban attractiveness, the ideal image of tourism, Improving urban services and infrastructure and defining a new urban identity.

**Conclusion:** The results of the analysis show that the physical dimension has accepted the most life from ritual tourism based on the opinions of citizens and on the other hand, the social dimension of this event has had the most impact on the mental changes of people through voluntary activities and participation instead of watching people.

**KEYWORDS:** Event-Based Tourism, Ritual, Functional Transformation, Armaghankhaneh City of Zanjan



فصلنامه علمی مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی  
دوره ۱۸، شماره ۱ (پیاپی ۶۲)، بهار ۱۴۰۲  
شاپای چاپی ۰۹۶۸-۰۵۳۵-۲۵ شاپای الکترونیکی ۰۹۵۵-۰۵۳۸-۲۵  
<http://jshsp.iaurasht.ac.ir>  
صص. ۱۸۳-۱۷۰

Dor: 20.1001.1.25385968.1402.18.1.13.0

مقاله پژوهشی

## تبیین اثرات گردشگری رویدادمحور بر دگردیسی کارکردی در شهرهای ایران (مطالعه موردی: گردشگری آیینی شهر ارمغانخانه زنجان)

محمد تقی حیدری<sup>۱</sup>، محمد رسولی<sup>۲\*</sup>، پروین رحمتی<sup>۳</sup> و شراره سعیدپور<sup>۴</sup>

۱. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران
۲. دانش آموخته دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران
۳. دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران
۴. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

\* نویسنده مسئول: Email: [m626644@gmail.com](mailto:m626644@gmail.com)

تاریخ دریافت: ۲۹ اسفند ۱۳۹۹  
تاریخ پذیرش: ۳۰ آبان ۱۴۰۰

### چکیده

**مقدمه:** آیین‌ها در یک شهر خصلت مغناطیسی دارند و می‌توانند در تبدیل، اتحاد و پیوندها موثر افتند و بامفصل بندی اجزا، تحرک، چانه زنی و در کل قدرت اتحاد را بیشتر می‌کند. از طریق پیشران‌های آیینی شهر به جای آنکه موجودی خاموش، تعریف ناشده و ناشناخته باشد، بدل به چیزی می‌شود که از قطعات بسیار و مفاصل بسیار بیشتری بر ساخت می‌شود. چیزی که لاتور از آن به عنوان امر (بارکردن) یاد می‌کند. به عبارتی وقتی شهری کارکردی را می‌پذیرد، کارکرد بر روی او بار شده است و یا وی (مسلح شده است) و اتحاد جدیدی شکل گرفته است که در آن ماهیت هر دو باز تعریف شده است و اتحاد قبلی به اتحاد جدیدی تبدیل شده و ماهیت کنشگران بازآفرینی تعریف می‌شود.

**هدف:** پژوهش حاضر به تبیین اثرات گردشگری آیینی شهر ارمغانخانه و اثرات آن بر دگردیسی شهری می‌پردازد.

**روش‌شناسی تحقیق:** تحقیق حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است و اطلاعات مورد نیاز پژوهش از روش کتابخانه‌ای و پیمایشی گردآوری شده‌اند. در این چارچوب برای تجزیه و تحلیل از نرم‌افزار متال مدل برای بررسی اثرات، از SPSS برای بیان شاخص‌های گرایش به مرکز و پراکندگی، از آزمون kmo و بارتلت جهت اطمینان از به‌کارگیری شاخص‌ها و دسته‌بندی آن‌ها و در نهایت از نرم‌افزار Smart pls برای بیان سطح معنی‌داری، عملکرد شاخص‌ها بهره‌برده شده است.

**قلمرو جغرافیایی پژوهش:** قلمرو جغرافیایی این پژوهش، شهر ارمغانخانه زنجان می‌باشد.

**یافته‌ها:** یافته‌های حاصل از تحقیق حاضر بیانگر اثری به میزان ۶۶ درصدی گردشگری آیینی در دگردیسی شهر ارمغانخانه بوده است و بیشترین اثرگذاری گردشگری آیینی در سرمایه‌گذاری نهادهای مختلف دولتی-خصوصی، بهبود فرصت‌های شغلی، بهبود جذابیت شهری، تصویر مطلوب گردشگری، بهبود خدمات و زیرساخت‌های شهری و تعریف هویت جدید شهری بوده است.

**نتایج:** نتایج حاصل از تحلیل بیانگر آن است که براساس نظرات شهروندان بعد کالبدی بیشترین حیات را از گردشگری آیینی پذیرفته و در مقابل بعد اجتماعی این رویداد بیشترین اثرگذاری را بر تحولات ذهنی افراد از طریق فعالیت‌های داوطلبانه و مشارکت به جای تماشاگری افراد داشته است.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری رویداد مینا، آیین، تحول کارکردی، ارمغانخانه زنجان

## مقدمه

رشد و گسترش گردشگری از جمله پدیده‌های مهم اواخر قرن بیستم است که با سرعت در قرن جدید ادامه دارد (دادورخانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۸۵۸) و امروزه به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان تبدیل شده است (رحمتی، ۱۴۰۱: ۱۹۲). جشنواره‌ها و رویدادها در بین سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد گردشگری در جهان قرار دارند (بذرافشان، ۱۴۰۱: ۱۰۱) واقعیت آن است که روند برگزاری رویدادهای گوناگون در مقاصد مختلف، از دهه پایانی قرن بیستم چنان شتاب گرفته است که گویا مسابقه‌ای در تدارک و برگزاری رویدادها در جریان است. از آنجاکه توسعه گردشگری در کشور، در چارچوب سیاست‌های کلی نظام قرار دارد، این موضوع به عنصری جذاب برای معرفی طیفی به نسبت روزآمدتر و قابل‌توسعه‌تر از جاذبه‌ها در صنعت گردشگری کشور بدل می‌شود (نظری و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۰۰). در عصر حاضر، فرهنگ و مسائل فرهنگی جزو بسیار مهمی از گردشگری معاصر رویدادی به شمار می‌آید. از این حیث می‌توان ماهیتی پیچیده و بین‌الذنهانی برای پدیده گردشگری در نظر گرفت. واضح است که پیش از ظهور انواع جدید گردشگری در دوران معاصر، این فعالیت به عنوان یک کنش فرهنگی در طول تاریخ همواره وجود داشته و منشأ تأثیرات بسیاری در اعتلای تمدن‌ها بوده است. می‌توان گفت کثرت و تنوع محصولات مادی و معنوی فرهنگ‌های گوناگون، جاذبه و محرکی اساسی برای گردشگری است. بدون فرهنگ، که تفاوت‌ها را می‌آفریند، حیات انسانی فارغ از مکان جغرافیایی شبیه هم به نظر می‌رسد. بنابراین، سرزمین‌های مختلف، بدون داشتن میراث‌های فرهنگی تفاوت، اندک چیزی برای ارایه خواهند داشت که مسافران را به منظور گردشگری جذب کنند (Bod, 2019: 5). در این میان برخی از نمادها و مناسک دینی از اهمیت بیشتری نسبت به سایر مناسک نزد پیروان برخوردارند. علت برجسته‌شدن برخی نمادهای دینی نزد پیروان هر دین را می‌توان در بسترهای شکل‌گیری حافظه دینی آن اجتماع و خوانش‌های مختلفی که از نمادهای دینی متفاوت در ادوار مختلف تاریخی به عمل می‌آید جستجو کرد. قیام امام حسین و خوانش‌های متعددی که از آن روایت در طول تاریخ به عمل آمده به امام حسین (ع) و روایت عاشورا رنگ و بویی زنده و پویا بخشیده است و این پویایی را می‌توان در مناسک عزاداری آیینی خاص مشاهده کرد؛ چنانکه گویی امام حسین (ع) در حیات اجتماعی شیعیان پا به پای زمان حرکت می‌کند. جاذبه موجودیت کالبدی مفاهیم ذهنی آیین‌ها در قالب مناظر آیینی تا بدانجا پیش می‌رود که تاریخ نگارانی چون (مامفورد) یکی از علل اصلی شکل‌گیری شهرها را در ارتباط با مسائل معنوی و آیینی می‌دانند. بنابراین آنچه موجودیت کالبدی شهر را به ثبات رسانده، گردهم آمدن انسان‌ها با عقاید مشترک و توافق آنها در برگزاری رویدادهای آیینی در این بستر مشترک بوده است (ابرقویی فرد و همکاران، ۱۳۹۷: ۵) با درک ناصحیح و عدم توجه کافی به این موضوع در طرح‌های شهری امروزی منجر به از هم گسیختگی ساخت اجتماعی، از ساخت کالبدی- فضایی و در نتیجه از دست رفتن سرمایه‌های هویتی- مذهبی و شکل‌گیری فضاهای نامطلوب شهری شده است. آیین‌ها به عنوان مظاهر هنر معنوی (بناهای کالبدی- فرهنگی) همگام با ورود جامعه جهانی به عصر (فرانوگرایی) و "اطلاعات و ارتباطات" اهمیت ویژه‌ای یافته‌اند، زیرا "انقلاب انفورماتیک" باعث توسعه اقتصادی متکی بر تولیدات فرهنگی<sup>۱</sup> شده است. توجه به پدیده‌های کالبدی و بناهای میراثی و تاریخی بویژه شهرهای تاریخی به لحاظ تنوع کارکردها و منافع مادی و معنوی حاصل از آنها افزایش یافته و به دلیل سهم فراوانی که در تامین منافع ملی دارند در کانون توجه مسایل اقتصاد گردشگری قرار گرفته‌اند (پاسدار شیرازی و صادقی، ۱۳۹۴: ۳۲۰).

بررسی‌های حاصل از برخی شهرهای ایران حاکی از آن است که نمود کالبدی آیین‌ها را می‌توان در قالب سه دسته "مسیرهای حرکتی"، "فضاهای ایستا و پویای آیین" و "نقاط عطف" گنجاند دانست. علاوه بر آن باید در نظر داشت چنین مکان‌هایی فقط مجموعه‌ای از امور عینی نیست (علی‌الحسابی و پای‌کن، ۱۳۹۲: ۳۰)، بلکه ترکیبی زیبا و آرامش‌بخش از عین و ذهن است که موجب هماهنگی فرد با محیط، بهره‌برداری بهتر از آن، رضایت‌استفاده‌کنندگان و در نهایت احساس تعلق آن‌ها به محیط و تداوم حضور در آن می‌شود. بر اساس آمارهای رسمی، مردم ایران گردشگری مذهبی و آیینی را در اولویت قرار داده و این در شرایطی است که با وجود ۸ هزار و ۹۱۹ مکان مذهبی در ایران؛ هنوز اقدام جدی در جهت ساماندهی این مواهب صورت نگرفته است (اوجاقلو، ۱۳۹۴: ۱۸). استان زنجان نیز به مانند سایر شهرهای ایران در زمان برگزاری آیین عاشورایی از حالت معمول خود خارج شده و به صحنه نمایش عظیم و گسترده‌ای تبدیل می‌شود، نمایشی که توسط ساکنین شهر به اجرا در می‌آید و در آن بازیگر و بیننده نمایش موجودیت واحدی را تشکیل می‌دهد. در این بین آیین عزاداری حسینی در شهر ارمغانخانه، اجرای آیین سنتی است

که در ماه محرم، لباس نمادین خود را به قامت سوگواری‌های مسلمانان نشانده و شیوه آیینی سنتی را برای ابراز همدردی با امام حسین(ع) و یارانش به روز کرده است. این پدیده فرهنگی که به عنوان میراث معنوی ثبت شده است، برای حفظ و صیانت و از بین رفتن جلوه‌های عملی آن، نیاز به دیده شدن دارد (حال و هوای ظهر عاشورا حس عجیبی به حاضران در ارمغان‌خانه می‌دهد. ازدحام جمعیت در بین دود اسپند و گرد و خاک سم اسبانی که در میدان تعزیه دارند می‌تازند، گم شده است. تشنه که می‌شوی عده‌ای به عنوان سقا را می‌بینی که مشغول توزیع آب هستند و با لبخند جرعه‌ای آب خنک را تقدیمت می‌کنند. بساط نذری چای و شربت هم در این بین گرم است. چیزی که در این بین جالب به نظر می‌آید مهمان‌نوازی مردم ارمغان‌خانه از عزاداران است. هنگام ظهر بدون استثنا درب همه خانه‌ها باز بوده و صاحب‌خانه جلوی در ورودی ایستاده است و مهمانان و افرادی را که برای شرکت در تعزیه از مسیرهای دور و نزدیک به اینجا آمده‌اند را با عنوان اینکه شما میهمانان حسین (ع) هستید به منزل دعوت می‌کند. هر کس به حد وسع خود برای ناهار غذایی تدارک دیده و بدون هیچ تکلفی و با نیت پذیرایی از زائر حسین (ع) از مهمان پذیرایی می‌کند (خبرگزاری ایسنا، ۱۳۹۴). این رویکرد بافتار شهر ارمغان‌خانه زنجان با ساختار پنهان نمادهای به یادآورنده یا خاطربرانگیز خود<sup>۱</sup> اثری عمیق بر ساکنین شهر به جا می‌گذارد. این کارکرد ممکنست به تقویت حس همبستگی ساکنین؛ به ترکیب رفتار فردی در ساختار گروهی و تعلق به مکان و به اعتقادی (به برآورد نیازهای مشروع ضمیرپنهان انسان) منجر شود و یا عطش وجودشناسانه عمیق انسان در برقراری ارتباط با امر قدسی را سیراب سازد. در این نوشتار مفهوم محوری مورد بررسی آیین عزاداری دهه اول محرم شهر ارمغان‌خانه به عنوان یک عمل جمعی است که بخشی مهم از حیات و واقعیت جمعی و عینی شیعیان را بر می‌سازد. تلاش نویسندگان بر این امر است تا فارغ از سوءگیری‌های ارزشی - دینی و البته محیطی، به ارائه رویکردی از عزاداری آیین تعزیه زنجان بپردازد که بر توجه به نظام و بستر معنایی مبتنی است که این عمل جمعی را به مثابه یک کنش و واقعیت اجتماعی برمی‌سازد و از طرف دیگر، توجه به کنش‌ها و معانی که مصدر برساخت آنها می‌تواند عزاداری باشد. به نظر می‌رسد توانمندی و جاذبه منحصر به فرد گردشگری آیینی ماه محرم شهر ارمغان‌خانه بر بازآفرینی آن موثر بوده و با این رویکرد شکاف ذهنی محقق بر این است که تأثیر گردشگری آیینی ارمغان‌خانه زنجان در سطوح مختلف بر تحولات کارکردی شهر ارمغان‌خانه چگونه بوده است؟

شهر به عنوان محیطی محسوس و مصنوع، محصولی اجتماعی است (افراخته، ۱۳۹۹: ۹). رولان بارت<sup>۲</sup> شهر را متنی شامل نمادها و معنایی تلقی می‌کند که کنشگران را به طور فعال درگیر ادراک و معنادهای دوباره به آن می‌کند. برخی از این نمادها در هر فرهنگ معنای ایدئولوژیک به خود می‌گیرند. رمزگذاری‌های ایدئولوژیک می‌توانند رمزگشایی و ادراک متن را تحت تأثیر خود قرار دهند (بهرامی، ۱۳۹۶: ۳). از این منظر اساساً شهر تجسمی از داستان‌ها، خاطرات، و تمامی انواعی از معناهاست؛ بنابراین نقش بدن در آفرینش معنا میان انسانها حائز اهمیت است (Crouch, 1998: 164). نقش مناظر آیینی - اسلامی در شهر به دلیل مشابهت شکلی بستر کالبدی و طبیعی دارای وجهی عینی و در مرحله‌ای بالاتر به دلیل وقوع رویدادهای جمعی و تعاملی مشابه دارای ارزش ذهنی و ادراکی است. متعددی بودن این مناظر در سطح برخی از شهرهای ایرانی، سبب شکل‌گیری شبکه‌ای از نشانه‌های مشابه و آشنا در قالب الگوهای متشابه و تکرارشونده شده است که در صورت توجه کافی به نقش آنها در کلیت شهر، امکان درک یکپارچه از منظر شهر را فراهم می‌آورد. همچنین در مواردی، حضور این مناظر آیینی در یک شهر یا یک محله قادر است سایر وجوه و ویژگی‌های هویتی را در سایه خود قرار داده و به نقطه عطفی در ادراک ساکنان شهر یا محله از آن ناحیه تبدیل شود (ابرقویی فرد و همکاران، ۱۳۹۷: ۵) با توجه به تأثیرات کالبدی، اجتماعی و معنایی مناظر آیینی بر هویت شهرهای ایرانی و نقش نشان‌های آنها در ادراک ساکنان از شهرشان می‌توان آنها را در شمار عناصر مؤثر بر سازمان فضایی به شمار آورد. این عناصر در دوره اسلامی در دو دسته اصلی هسته یا مرکزیت و کل‌های کوچکتر به مرکزیت فضاها نیمه مستقلی چون محلات قابل بررسی هستند.

ترنر بیان می‌کند که آیین‌ها، ابزارهای قدرتمندی برای واشکافی لایه‌های تو در تو نمایش اجتماعی هستند؛ چرا که عمیق‌ترین و درونی‌ترین ارزش‌های فرهنگی را که این نمایش اجتماعی در آن تعبیه شده است و در آن به اجرا در می‌آید، آشکار می‌کنند (علی‌الحسابی و پای‌کن، ۱۳۹۲: ۳۰). این همان چیزی است که از آن با تعبیر (پنجره آیین) یاد می‌شود، پنجره‌ای که برخی از امور را برجسته می‌کند و (شبکه‌هایی معنایی) را در تعبیر گیترتز بر می‌سازد (گیویان، ۱۳۸۵: ۱۸۲) نمادها و آیین‌های مذهبی در طی قرن‌ها همواره نظم و قواعدی را در ساختار شهرهای سنتی جاری کرده‌اند. شاید بتوان یکی از دلائلی را که شهرها

1. Memorie Symbols  
2. Roland Barthes  
3. Webs of significance

در گذشته پاسخگوی بسیاری از نیازهای روحی و روانی ساکنان خود بوده‌اند را در این نظم و خوانایی جستجو کرد (مظهری و احمدپور، ۱۳۹۵: ۲). آیین‌ها را م‌توان به آداب و رسومی تعبیر کرد که طی سال‌های طولانی شکل گرفته‌اند و روابط و مناسبات انسان‌ها با جامعه، محیط و تاریخ و نیز روابط میان شهروندان را در فضایی نمادین تعریف و تنظیم می‌کنند. آیین‌ها ریشه در باورها، احساسات و هویت اجتماعی مردم دارند و به همین دلیل، اغلب، برگزاری آن‌ها به شکلی خودانگیزه از سوی افراد جامعه صورت می‌پذیرد. آیین از یک سو به مثابه فعالیتی اجتماعی در ارتباط تنگاتنگ با فضاست، بر آن تأثیر می‌گذارد و از آن تأثیر می‌پذیرد (علی‌الحسابی و پای‌کن، ۱۳۹۲: ۲۸). آیین‌های دینی هم نگاه رسمی دینی، دین‌یاران و لذا اندیشه دینی را بر می‌تابانند و هم با عواطف و هیجانات مردم عادی کوچه و بازار اجرا و بزرگ داشته می‌شوند. به عبارت دیگر، آیین‌ها هم تفکر و هم عواطف دینی را در خود جای می‌دهند. پس آیین‌ها هم ریشه در فرهنگ نخبگان دارند و هم در قلمرو فرهنگ روزمره قرار می‌گیرند (گیویان، ۱۳۸۵: ۱۸۰) چنانکه کریستین بل می‌گوید اصطلاح آیین در قرن ۱۹ به مثابه (یک مقوله جهانی از تجربه‌های انسانی) پدید آمد. از این اصطلاح برای (تبیین) دین استفاده شد و سپس ساختارگرایان دریافتند که از آن می‌توانند برای تحلیل (جامعه) و سرشت (پدیده‌های اجتماعی) بهره‌گیرند. بر مبنای تفکیک روح و جسم و اندیشه و کنش، آیین به منزله کنش از مقولات ذهنی، تفکر، عقاید و اسطوره متمایز تلقی شد. از دیدگاه دروکیم (۱۹۸۱)؛ آیین ابزاری است که اجتماعات پیوسته در آن واحد عقاید و آرمان‌های جمعی را خلق، تجربه و تأیید می‌کنند (خشک‌جان و مسلمی، ۱۳۹۵: ۶۹)، تأکید بر آیین و گردشگری؛ محور اصلی پژوهش‌های انسان‌شناسانه گردشگری به شمار می‌آید. نتایج مطالعات پیشین نشان داده است که گردشگری به فعالیت‌های آیینی نزدیک است. بر اساس بررسی هامون (۱۹۸۸)، گردشگری به عنوان یک آیین اجتماعی معرفی می‌شود که به بازآفرینی معنایی و دور شدن انسان از سبک زندگی روزمره منجر می‌شود (Kim et al., 2013 : 247). و امروزه پدیده گردشگری از یک پدیده ساده دید و بازدید فراتر رفته و ابعاد و اهمیت ویژه‌ای یافته است (قائم‌راد، ۱۴۰۱: ۱۲۰)، بیهوده نیست که یکی از بهترین راه‌های شناخت فرهنگ جوامع را در توجه به آداب و رسوم، باورها و اعتقادات آن جامعه می‌دانند. باورهایی که در طول زمان در قالب آیین‌ها و مراسمی خاص معنا پیدا می‌کنند و تا آنجا پیش می‌روند که بخشی از زندگی مردمان جامعه را شکل می‌دهد. این آیین‌ها به حکم جاری بودن در زمان، ضمن برخورداری از ارزش‌های تاریخی، هر ساله حجم وسیعی از گردشگران را به خود اختصاص می‌دهند. این نوع خاص از گردشگری، "گردشگری آیینی" نام دارد (خشک‌جان و مسلمی، ۱۳۹۵: ۷۰). گردشگری آیینی حاصل پیوند سفر با فرهنگ است؛ سفری که به واسطه آن انسان با تجربه آیین‌ها موفق به کشف اعتقادات و باورهایی می‌شود که در روح مکان جاری است و ریشه در فرهنگ کهن جامعه دارد. آیین‌ها اکثراً وابسته به زمین و مکان هستند، به عبارتی مکان و آیین در قالب یک موجود زنده به حیات خود ادامه داده و م‌ی‌دهند. گردشگری آیینی نوع خاصی از گردشگری فرهنگی است که آدمی را با اعتقادات و باورهای برخاسته از یک جامعه خاص آشنا می‌کند (جوادی، ۱۳۹۷: ۱۷). آیین‌های مذهبی به عنوان یک عامل تأثیرگذار در ایجاد یک جریان توریستی می‌باشند که انگیزه اصلی در این جریان انگیزه دینی و مذهبی می‌باشد (مظهری و احمدپور، ۱۳۹۵: ۲) بعضی از آیین‌های دینی جزو واجبات مذهبی نمی‌باشند، اما بزرگداشت ایامی از یک مذهب می‌باشد که خود نیز منجر به جریان گردشگری می‌شوند (خشک‌جان و مسلمی، ۱۳۹۵: ۷۱). همچنین به عنوان یک ظرفیت گردشگری در برگزاری تورهای تخصصی یک شهر یا منطقه نقشی ویژه‌ای دارند و باعث تحولات اقتصادی و ورود ارز به کشورها و شهرهای میزبان می‌شوند. به عبارتی شش دلیل برای برپایی رویدادهای ویژه یک منطقه وجود دارد که عبارتند از نخست جذب مردم درون نواحی داخلی، دوم جذب گردشگر خارج در فصول اصلی گردشگری، تبلیغات رسانه‌ای و افزایش وجهه ناحیه، ایجاد تحرک و پویایی در جاذبه‌های موجود، تشویق برای بازدید مجدد، کمک به بازسازی نواحی و پویایی اقتصاد (گتزر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸).

جدول ۱. ویژگی‌های اصلی آیین‌های جمعی بر اساس نظریه‌های موجود در حوزه عام، با ذکر منابع مورد استناد

ویژگی اصلی آیین	نظریه‌ها و مبانی موجود در ارتباط با آیین‌ها
الگوی رفتاری، کنش و نمایشی اجتماعی	کنش نه تنها یک اندیشه (رودنیولر)، عملی مبتنی بر تصورات از پیش موجود و همواره اجراشونده برای دیگران (رودنیولر)، توافقی دسته جمعی یا شکل اجتماعی رفتار با سطح بالای احساسات (Kanekar)، به عنوان شکلی از ارتباط (Kanekar)، عملی همراه با نمایش جسمانی (Bocock)، متونی ساخته شده توسط فرهنگ (فیشر و مارکوس)، و اشکالی لایه‌های تو در توی نمایش اجتماعی (Terner)، دربردارنده ضرورت‌های اجتماعی عمیق (الیاده)، اجرای داوطلبانه رفتار به شکلی سزاوار (رودنیولر)، اجرای عمومی، رخدادی ارتباطی و کارکردی (Terner)، مسبب ابقا و احیای میراث اجتماعی گروه (Durkheim)، فراهم کننده زمینه تقویت و تأیید دوباره پایبندی جامعه به ارزش‌ها، کنشی داوطلبانه و انتخاب شیوه مشارکت در آن (اجراکننده آیین یا شاهد آن (رودنیولر)، معطوف به گروه و واجد معانی اجتماعی (شیوه ای از دلالت بر انجام نیات به طور اجتماعی جهت یافته)
تکرارپذیری رویداد در زمان و مکانی مشخص	احیا و تجلی خاطرات پیوندخورده با رویداد، شخص یا مکانی خاص (Kanekar)، بازآفرینی خاطرات جمعی (Kanekar)، قرائت به نیت منبأخشی به تجربه‌ها (فیشر و مارکوس)، احیاکننده خاطرات و ارتبا طدهنده اکنون به قرائتی خاص از گذشته (Douglas)، رفتاری به طور مرتب تکرارشونده، نه به دلیل موقعیت ویژه امور بلکه به واسطه واقعیت‌ها (رودنیولر)، انتقال ارزش‌های پایدار به نسل‌های آینده، تکرار واقعه در فواصل زمانی منظم (الیاده)
برخوردار از ماهیتی نمادین و استعاری	کنشی بسیار نمادین (غراب)، رابط میان امر مقدس و نامقدس (Kanekar)، تکرار نمادین عملی ازلی (الیاده)، دربردارنده معانی دینی مقدس و مبانی اعتقادی عمیق (Durkheim)، عملی مرتبط با نمادها (Bocock)، علامت گذاری جامعه از نظر فضا و زمان (رودنیولر)، نشان دهنده واقعیتی مقدس در عمل (الیاده)، خلق زمان و مکانی مقدس (الیاده)، تأثیرگذاری نمادین در زندگی جدی و بیان نمادین نظم‌های اجتماعی (رودنیولر)، وسیله تجسم و تجدید عینیت بخشیدن به اعتقادات و ایدئولوژی‌ها (Durkheim)، نمادهای آیینی وسیله ای برای تشریح و تجربه وقایع (لیچ و داگلاس)، آشکارکننده درونی ترین ارزش‌های فرهنگی (Terner)

منبع: علی الحسابی و پای کن، ۱۳۹۲: ۳۰

## روش پژوهش

تحقیق حاضر از نوع کاربردی و به لحاظ روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جهت تبیین عملکرد گردشگری رویداد محور بر دگرذیسی شهر ارمغانخانه، از نرم‌افزار Mental Model و تحلیل عامل تأییدی استفاده شده است. بدین منظور جهت جمع‌آوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی بهره برده شده است، و برای اندازه‌گیری داده‌ها از پرسش‌نامه به دو صورت خبره برای Mental Model و عمومی برای تحلیل عامل تأییدی با استفاده از Smart PLS و Spss استفاده شده است، بدین صورت که برای پرسشنامه خبرگان از ۲۰ متخصص در امور شهری استفاده شده است و برای پرسشنامه عمومی (از شهروندان) بر اساس فرمول کوکران با مقدار خطای ۰/۰۵ برای جامعه آماری ۲۱۴۹ نفر، ۳۲۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شده است. لازم به ذکر است که برای اطمینان از روایی سنج، پرسشنامه برای ۵ تن از اساتید متخصص ارسال و پس از دریافت نظرات اصلاحی خبرگان، پرسشنامه تدوین شده است و جهت اطمینان از پایایی داده‌های کمی پژوهش، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده است، که مقدار آن بالای ۷۰ درصد گزارش شد. در این تحقیق برای تحلیل عملکرد گردشگری رویداد محور بر دگرذیسی نوزاد شهر ارمغانخانه از ۳۹ شاخص در چهار بعد (اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، کالبدی) به شرح جدول (۲) استفاده شده است.

جدول ۲. شاخص‌های مورد استفاده در تحقیق

شناسه	گونه	شناسه	مؤلفه	گونه	مؤلفه
۲۰	احیا فرهنگ سنتی جامعه	۲۱ ۲۲ ۲۳ ۲۴ ۲۵ ۲۶ ۲۷	۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸	ایجاد فرصت‌های شغلی	اقتصادی (A)
۲۱	ایجاد صنایع خلاق			افزایش درآمد خانواده‌ها	
۲۲	حفظ میراث گذشتگان			ایجاد صنایع و فعالیت‌های اقتصادی خلاق	
۲۳	تعلق و غرور نسبت به شهر			افزایش منابع اقتصادی کسب‌وکار	
۲۴	اهتمام ورزیدن به مناسبت‌های فرهنگی			ارتقاء کیفیت کسب‌وکار	
۲۵	ارتقاء تبادلات فرهنگی بین ساکنان -گردشگران			ارتقاء استانداردهای زندگی	
۲۶	توسعه خدمات و تسهیلات فرهنگی			تقویت بازاریابی	
۲۷	آشنایی با تاریخ شهر			سرمایه‌گذاری بیشتری در بعد مذهبی-فرهنگی	



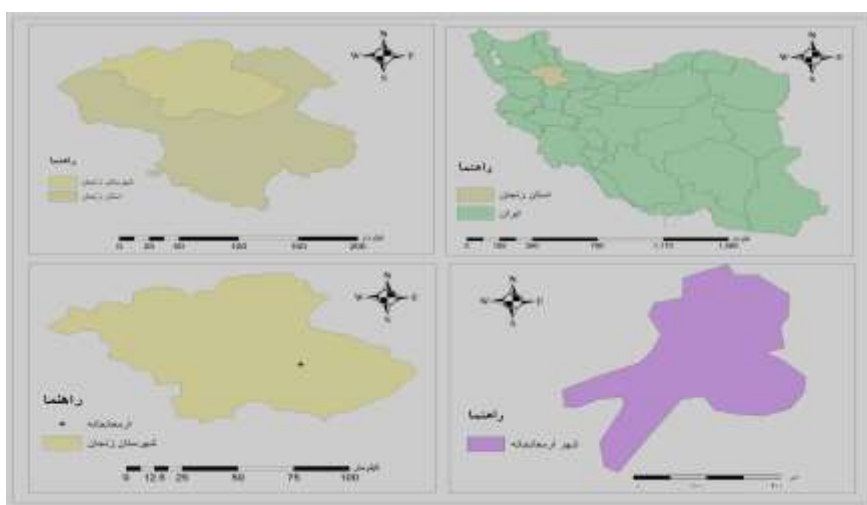
۲۸	حفظ هویت شهر و استمرار آن	الف) (D)	۹	بهبود قیمت املاک و مستغلات	ب) (B)
۲۹	افزایش امکانات و خدمات اجتماعی و آموزشی مکمل مذهبی		۱۰	افزایش هزینه خدمات	
۳۰	بهبود کیفیت زندگی شهری		۱۱	افزایش هزینه‌های زندگی	
۳۱	تعریف برند برای شهر		۱۲	بهبود زیرساخت‌های شهری	
۳۲	علاقه‌مندسازی به نقل مکان مجدد به شهر		۱۳	ارتقاء کیفیت خدمات عمومی شهر	
۳۳	بهبود تصویر ذهنی مثبت از شهر		۱۴	ارتقاء میلمان شهری	
۳۴	بهبود مسئولیت‌پذیری بین شهروندان		۱۵	بهبود منظر شهری	
۳۵	ظهور طبقه خلاق شهری		۱۶	نقش‌پذیری مذهبی شهر	
۳۶	افزایش اختلاط اجتماعی		۱۷	ایجاد کاربرهای جدید در بافت شهر	
۳۷	یکپارچگی جمعی (انسجام جمعی)		۱۸	افزایش جذابیت شهر	
۳۸	توانمندسازی اجتماعی		۱۹	بهبود مکان برگزاری مراسم و رویدادهای فرهنگی	
۳۹	سرزندگی شهروندان				

منبع: قنبری و آدمی، ۱۳۹۷: ۱۱؛ یوسفی و شریفی تهرانی، ۱۳۹۴: ۱۴۰؛ کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۳۰؛ یزدانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۷۵؛ جواد، ۱۳۹۷: ۱۶؛ حیدری و محمدی، ۱۳۹۸: ۱۱۰ و دوبران و احمدی، ۱۳۹۹: ۲۱۵

## قلمرو جغرافیایی پژوهش

استان زنجان جز استان‌هایی (دارای ۱۲۶ مکان مذهبی (شامل مسجد، حسینیه، زینبیه، زیارتگاه و...)) (شهر زنجان به عنوان پایتخت شور حسینی کشور و دومین قربانگاه جهان اسلام) است که همه ساله همزمان با ایام محرم عزاداران زیادی از سراسر نقاط کشور برای شرکت در عزاداری در آن حضور می‌یابند که تکیه ارمغان‌خانه بهترین گزینه برای علاقه‌مندان به تعزیه است. زنجان به دلیل وقوع چند رویداد مهم مذهبی، همچون اجتماع بزرگ دسته عزاداری عظیم حسینیه اعظم زنجان، دسته عظیم عزاداری زینبیه زنجان، تعزیه شهر تاریخی سلطانیه و تعزیه خوانی در تکیه قدیمی شهر ارمغان‌خانه، بسیار مشهور است (Tourism, 2016: 8) شهر ارمغان‌خانه مرکز بخش قره پشتلو از توابع شهرستان زنجان - قطب شور و شعور حسینی میهن اسلامیدر ۳۵ کیلومتری شمال غربی زنجان واقع شده که در بهمن ماه ۱۳۸۷ با تصویب هیات وزیران به عنوان شهر شناخته شده و از تیرماه ۱۳۸۸ نیز، شهرداری این شهر تاسیس و فعالیت خود را آغاز نموده است. براساس برخی نوشته‌ها و سوابق موجود در رابطه با تاریخچه شهر ارمغان‌خانه و مبانی نامگذاری آن، اجمالاً چنین آمده است: واژه ارمغان‌خانه که در گویش محلی (ارماخانا) تلفظ می‌شود، از کلمه ایرما کانا گرفته شده و ریشه آن، ترکی باستان می‌باشد. ایرماک به معنای رودخانه بوده و ایرما کانا یعنی کرانه رود که در زبان محلی (چایلاغ) گفته می‌شود. حسب بررسی‌های تاریخی شهر ارمغان‌خانه، دارای تاریخی کهن و قدمت چند هزار ساله می‌باشد که به دوره اشکانیان بر می‌گردد. گزارای مراسم تعزیه و شبیه خوانی سنتی و برپایی مجالس عزا و سوگواری سرور و سالار شهیدان کربلا حضرت اباعبدالله الحسین (ع) و شهدای گلگون کفن دشت کربلا به ویژه علمدار سپاه اسلام حضرت ابوالفضل العباس باب الحوائج (ع) امری مقدس و نهادینه شده در فرهنگ عمومی مردم ولایت مدار شهر ارمغان‌خانه می‌باشد. مراسم عزاداری و تعزیه خوانی در تکیه حسینی شهر ارمغان‌خانه زنجان نیز یکی از معروف‌ترین تعزیه خوانی‌های ایران است که از حدود ۴۰۰ سال پیش به زبان ترکی برگزار شده و هنر تعزیه در شهر ارمغان‌خانه با قدمتی که دارد سال‌هاست که توانسته در طول سال نظر مخاطبین فراوانی از اقصی نقاط ایران اسلامی را به خود جلب نماید. و در سال ۱۳۸۹ در شمار میراث‌معمولی ایران به ثبت ملی رسیده است. این مراسم از اول محرم تا چهاردهم محرم و از اربعین تا بیست و هشتم صفر برگزار می‌شود. تکیه حسینی اعظم ارمغان‌خانه از قدیمی‌ترین تکیه‌های شمال غرب کشور به شمار می‌آید. این مراسم آئینی در سال ۱۳۸۹ در فهرست میراث معنوی ایران به ثبت ملی رسید و همه ساله از اول محرم تا چهاردهم محرم و از اربعین تا ۲۸ صفر برگزار می‌شود. تکیه حسینیه اعظم ارمغان‌خانه از قدیمی‌ترین تکیه‌های شمال غرب کشور است. ارمغان‌خانه جزو شهرهای جدید استان زنجان است که در بخش مرکزی بخش قره‌پشتلو در شمال غرب شهرستان زنجان واقع است و برای دیدن این هنر آئینی می‌توان از مرکز این استان به ارمغان‌خانه از مسیر جاده زنجان به سمت دشت سهرین رفت. هنر تعزیه در شهر ارمغان‌خانه با قدمتی طولانی سال‌هاست که توانسته نظر مخاطبان فراوانی از اقصی نقاط ایران اسلامی را به خود جلب کند. سال گذشته ۲۵ هزار نفر در روز عاشورا در محل تکیه ارمغان‌خانه و محوطه بیرونی حضور داشتند.

در زمان صفویه گروه‌های از طایفه افشار جنوب زنجان به دلایل نامعلومی در این شهر سکنی گزیده‌اند. در دوران قاجاریه و پهلوی این شهر و اکثر مناطق قره پشتلو تحت نفوذ روسها و حزب توده قرار داشته است. دیدن شبیه در ماه محرم برای اهالی قره پشتلو علی‌الخصوص ارمغان‌خانه نوعی عادت و نیایش محسوب می‌شود. برخی از مورخان بر این عقیده‌اند که شهر ارمغان‌خانه در فرازی از تاریخ کهن خود، به لحاظ حضور اقلیت‌های دینی مسیحی ارمنی، (ارمن خانه) نامیده می‌شده که بر اثر وقوع زلزله ای مهیب ویران شده و بعد ها، شهر ارمغان‌خانه در مجاورت شهر ویران شده بنا گشته است. جمیز موریه انگلیسی در زمان سلطنت فتحعلی شاه قاجار جزو هیاتی به ریاست سرهارفورد جونز از طرف پادشاه انگلستان به دربار ایران آمد. کتاب وی که در سال ۱۸۱۲ میلادی در لندن به چاپ رسیده و در آن علاوه بر توصیف شهر زنجان و ایلات ساکن در ناحیه و ولایت خسته از کتیبه ای در ارمغان‌خانه یاد کرده که بسیار حائز اهمیت و جالب توجه است. متأسفانه گویا اطلاعی از این کتیبه امروزه در دست نیست. اهالی شهر ارمغان‌خانه، مسلمان و دارای مذهب شیعه ۱۲ امامی و گویش اهالی این روستا زبان ترکی است



شکل ۱. موقعیت شهر ارمغان‌خانه

## یافته‌ها و بحث

### بررسی عملکرد با استفاده از Mental Model

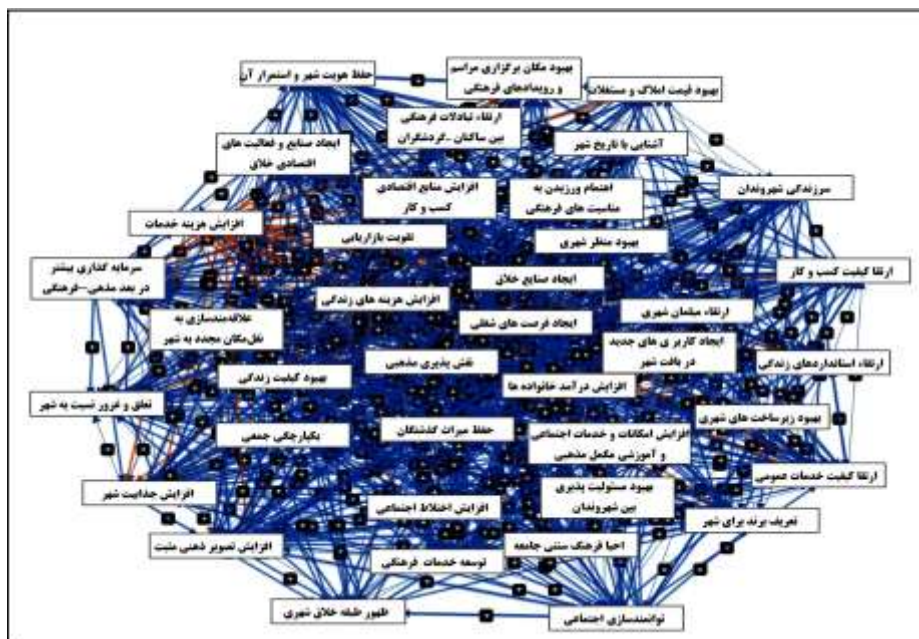
گردشگری در هر فضای جغرافیایی چون شهر، در روندی از تطبیق‌پذیری جاذبه‌ها، سکونتگاه‌ها و تسهیلات مورد نیاز انجام می‌گیرد. وجود جاذبه‌های متعدد و متنوع آثار تاریخی، فرهنگی، مذهبی در نقاط شهری همگام با رشد و توسعه گردشگری در چند دهه اخیر به هجوم گردشگران به شهرها منجر شده است. توسعه گردشگری انواع مختلفی از اثرات را به همراه دارد که به‌طور کلی می‌توان آن‌ها را به اثرات و پیامدهای اقتصادی، کالبدی، فرهنگی و اجتماعی تقسیم‌بندی کرد، که بسته به شرایط جامعه می‌تواند مثبت یا منفی باشد. در این راستا تحقیق حاضر سعی در بررسی عملکرد گردشگری رویداد محور بر دگردیسی شهر ارمغان‌خانه داشته است. بدین جهت پس استخراج شاخص‌ها برای تبیین اثرات گردشگری بر نوزاد شهر ارمغان‌خانه از نرم‌افزار متال مدل استفاده شده است. به این منظور ماتریس اثرات شاخص‌ها بر همدیگر در راستای دگردیسی کارکردی ارمغان‌خانه، از نظر خبرگان استفاده شده و از آنان خواسته شده است تا اثرات عوامل بر همدیگر را با قرار دادن اعداد بین ۱ و -۱ ارزش‌گذاری نمایند و می‌توان گفت که عدد ۰ تا ۱ به معنی این است که یک عامل باعث افزایش عامل دیگری می‌شود و عدد ۱ بیانگر اثرگذاری شدید عامل در افزایش عامل متقابل است و اعداد بین ۰ تا -۱ به معنی این است که یک عامل باعث کاهش عامل متقابل می‌شود و عدد -۱ نشان‌دهنده اثر کاهنده شدید بر عامل متقابل است. پس از دریافت نظر ۲۰ نفر از خبرگان، ماتریس دریافتی در قالب مدل اثرات عوامل در نرم‌افزار Mental Modeler ترسیم شده و وضعیت‌های مختلف در مدل پیاده‌سازی شد تا عوامل کلیدی استخراج گردند. در تحقیق حاضر ۳۹ اثر موردسنجش قرار گرفته‌اند که دارای ۸۵۴ رابطه به صورت تأثیرگذار و تأثیرپذیری در سطوح ۱- تا ۱+ بوده است که میزان تراکم به میزان ۰/۶ درصد بوده است، تلاش برای معرفی شهر ارمغان‌خانه به عنوان مقصد گردشگری آئینی باعث



توجه به چندین فاکتور کلیدی (ویژگی‌های مقصد گردشگری، کیفیت درک شده، ارزش درک شده، رضایت و واکنش رفتاری) شده است. از آنجا که تجربه گردشگری محصول اصلی گردشگری است و مقصد در مرکز توجهات بازدیدکنندگان قرار دارد، بنابراین ویژگی‌های مقصد چون ویژگی‌های اقامتی، چشم‌اندازها، فرهنگ‌ها، آب و هوا به عنوان عوامل کششی می‌توانند باعث جذب گردشگر شوند و خود می‌توانند محیطی، زیرساختی، شیوه دسترسی، فرهنگی، فراغتی، غذاهای محلی باشند که در این شهر با درک این مهم بسترهای سرمایه‌گذاری برای بخش‌های مختلف عمومی - خصوصی مهیا شده است. همچنین باید اذعان داشت که رابطه بین کیفیت درک شده، ارزش درک شده، رضایت با واکنش رفتاری گردشگر وجود دارد. به طوری که کیفیت درک شده به طور غیر مستقیم از طریق ارزش درک شده و رضایت بر واکنش رفتاری مشتری اثرگذار می‌باشد. بدین معنی که بهبود کیفیت عرضه خدمات در شهر ارمغانخانه، و بهبود جذابیت مراسمات آئینی این شهر و تلاش برای عرصه تصویر مطلوب از شهر کیفیت درک شده مشتری را افزایش می‌دهد (لازم به توضیح است که اگرچه ارزش درک شده و کیفیت درک شده از لحاظ معنای شبیه هم هستند اما دارای تفاوت می‌باشند، بدین صورت که در ارزش درک شده گردشگر خدمات ارائه شده را با دیگر مکان‌ها مقصد مقایسه می‌کند ولی در کیفیت درک شده برداشت ذهنی-فردی گردشگر از خدمات ارائه می‌گردد. همچنین در این شهر برای بالا بردن ارزش درک شده توسط گردشگر، خدمات منصفانه‌ای به مشتری در قبال پول عرضه شده، به لذت گردشگر از مراسمات توجه شده، نسبت به کیفیت محصولات عرضه شده اطمینان داده می‌شود. در نهایت مدیران شهری و مسئولان با معرفی هویت جدید گردشگری با عرضه خدمات مناسب سعی در جلب رضایت گردشگران داشته‌اند. همه موارد ذکر شده در راستای اثرگذاری بر مقصد گردشگری ارمغانخانه، باعث ایجاد محیط مطلوب و سرزنده در فضای شهر شده تا ضمن ایجاد محیط دلپذیر برای گردشگر فضای مطلوب زندگی برای شهروندان نیز باشد و نسبت به آن تعلق خاطر قوی داشته باشند، کسب و کار جدید و مکمل با نقش‌پذیری گردشگری آئینی برای ساکنان فراهم شود و در نهایت فرهنگ و سنت گذشتگان حفظ گردد.

جدول ۳. بررسی رابطه میان شاخص‌ها در محیط متال مدل

مرکزیت	بیرون داد	درون داد	شاخص	مرکزیت	بیرون داد	درون داد	شاخص
۱۱/۴۵	۶/۸۷	۴/۵۸	۳	۱۴/۸۱	۵/۶	۹/۲۱	۳۹
۷/۹۸	۳/۴۸	۴/۵	۲۴	۱۰/۹۳	۳/۳۳	۷/۶	۲۰
۱۱/۳	۶/۸۱	۴/۴۹	۴	۹/۷	۲/۲	۷/۵	۳۱
۶/۳	۱/۹	۴/۴	۳۴	۱۲/۲۲	۴/۸۲	۷/۴	۱۳
۶/۸	۲/۵	۴/۳	۳۵	۹/۶	۲/۶	۷	۱۵
۱۴/۲	۱۰/۱	۴/۱	۳۰	۱۱/۹۷	۵/۱۷	۶/۸	۵
۱۳/۴	۹/۳	۴/۱	۸	۱۰/۱۲	۳/۵۲	۶/۶	۱۴
۱۲/۱۰	۸/۰۱	۴/۰۹	۱	۱۴/۳	۸/۴	۵/۹	۲۶
۵/۸۳	۱/۸	۴/۰۳	۱۰	۱۵/۷۲	۹/۹	۵/۸۲	۳۳
۹/۵۵	۵/۶۸	۳/۸۷	۳۷	۱۴/۰۳	۸/۲۸	۵/۷۵	۱۶
۶/۱	۲/۳	۳/۸	۱۱	۹/۱	۳/۴	۵/۷	۲۵
۵/۴۱	۱/۷	۳/۷۱	۹	۱۰/۸۶	۵/۲۶	۵/۶	۲۱
۵/۱۳	۱/۶	۳/۵۳	۱۹	۹/۶	۴/۱	۵/۵	۳۸
۵/۹۴	۲/۴۲	۳/۵۲	۳۶	۷/۸۴	۲/۴	۵/۴۴	۲۹
۱۰/۷	۷/۵۴	۳/۱۶	۲۳	۸/۶۲	۳/۳۲	۵/۳	۶
۱۳/۰۳	۱۰	۳/۰۳	۱۸	۱۵/۵	۱۰/۳	۵/۲	۳۲
۴/۰۷	۱/۲۷	۲/۸	۱۷	۹/۲۲	۴/۰۲	۵/۲	۱۲
۵/۵۳	۳/۲۲	۲/۳۱	۷	۷/۶۸	۲/۵	۵/۱۸	۲۲
۱۱/۵۲	۹/۸	۱/۷۲	۲۸	۹/۲۲	۴/۳۲	۴/۹	۲
				۷/۷	۲/۸	۴/۹	۲۷



شکل ۲. اثرگذاری مؤلفه‌های گردشگری آیینی در دگردیسی شهر ارغانخانه با استفاده از مثال مدل

### مقادیر گرایش به مرکز و پراکندگی

یکی از شیوه‌های تلخیص (خلاصه کردن) داده‌های تحقیق حاضر استفاده از شاخص‌های گرایش به مرکز و پراکنده بوده است. در تحقیق حاضر بنابر نظر پاسخگویان، تاثیرگذاری گردشگری آیینی بر شهر در حد متوسط ارزیابی شده است، اما در این میان بخش کالبدی نسبت به دیگر بخش‌ها بیشتر دچار دگردیسی شده است. در این چارچوب نتایج حاصل از بررسی نظرات پاسخگویان در طیف لیکرت نیز بیانگر تغییرات اقتصادی، اجتماعی در حد متوسط به میزان ۴۶ درصد (فراوانی ۱۴۲) و ۵۵ درصد (فراوانی ۱۶۸) بوده‌اند، درحالی‌که برای دو مؤلفه کالبدی و فرهنگی تغییرات حاصل در حد زیادی به میزان‌های ۶۰ درصد (فراوانی ۱۸۵) و ۴۷ درصد (فراوانی ۱۴۵) ارزیابی شده‌اند.

جدول ۴. گرایش به مرکز و شاخص پراکندگی

	a	b	c	d
N	۳۰۴	۳۰۴	۳۰۴	۳۰۴
Valid	۳۰۴	۳۰۴	۳۰۴	۳۰۴
Missing	۰	۰	۰	۰
میانگین	۲/۶۱۸۴	۳/۴۵۷۲	۳/۶۵۱۳	۳/۴۰۱۳
انحراف از میانگین	۰/۶۲۳۳۵	۰/۳۲۸۷۴	۰/۸۱۸۵۹	۰/۷۳۸۰۴
دامنه تغییرات	۲	۲	۳	۲

جدول ۵. وضعیت مؤلفه‌ها در طیف لیکرت (به درصد)

مؤلفه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
اقتصادی	۰	۴۵/۷	۴۶/۷	۶/۷	۰
کالبدی	۰	۱۵/۱	۲۴	۶۰/۹	۰
فرهنگی	۰	۸/۹	۳۰/۳	۴۷/۷	۱۳/۲
اجتماعی	۱۵/۱	۲۹/۶	۵۵/۳	۰	۰

### قابلیت داده‌ها برای تحلیل و دسته‌بندی صحیح

برای دستیابی به این نکته که شاخص‌ها قابلیت تحلیل موضوع را دارند و به‌طور صحیح دسته‌بندی شده‌اند از تحلیل عامل تأییدی در SPSS استفاده شده‌اند، برای این منظور از معیار Kmo و آزمون بارتلت استفاده شده است که نتایج حاصل مشخص می‌سازد که نمونه انتخابی و شیوه تفکیک عوامل جهت بررسی مناسب می‌باشند.

جدول ۶. مقدار و بار تلت Kmo محاسبه شده

نتیجه	ملاک	مقدار مشاهده شده	پیش فرض
تائید	بیش از ۷۰٪	۰/۷۶	شاخص Kmo برای سنجش مناسب بودن نمونه
-	-	۱۳/۴	مقدار خی دو
-	-	۱۹	درجه آزادی
تائید	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۰۰	سطح معنی داری

## تائید یا رد عملکرد گردشگری آئینی در دگردیسی شهر در محیط SMART PLS

### روایی و پایایی

در مدل سازی معادلات ساختاری، قبل از هر چیز لازم است اعتبار و سازگاری درونی شاخص‌های پژوهش با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیب محاسبه گردند. که در تحقیق حاضر از هردو معیار استفاده شده است. در این چارچوب برای تائید روایی همگرا لازم است که سه اصل کلی رعایت گردند؛ مقدار AVE بزرگتر از ۰/۵، پایایی ترکیبی (CR) از ۰/۰۷۰ بزرگتر باشد، همچنین CR از AVE بزرگتر باشد.

$$CR > 0.7$$

$$CR > AVE$$

$$AVE > 0.5$$

جدول ۷. ضرایب پایایی ترکیب و روایی همگرا

مؤلفه	شاخص	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	مقدار واریانس AVE
اقتصادی	A	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۸۵
کالبدی	B	۰/۹۵	۰/۹۶	۰/۷۵
فرهنگی	C	۰/۹۸	۰/۹۵	۰/۸۸
اجتماعی	D	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۹۰

همچنین در رابطه با روایی واگرا باید اذعان داشت که میزان مجذور AVE برای هر یک مؤلفه‌ها باید بیشتر از همبستگی محاسبه شده بین متغیرها باشد. در تحقیق حاضر مقدار مجذور محاسبه شده برای هر مؤلفه بیشتر از همبستگی سایر متغیرها بوده است و روایی واگرا تائید می‌گردد.

جدول ۸. همبستگی بین متغیرهای پنهان

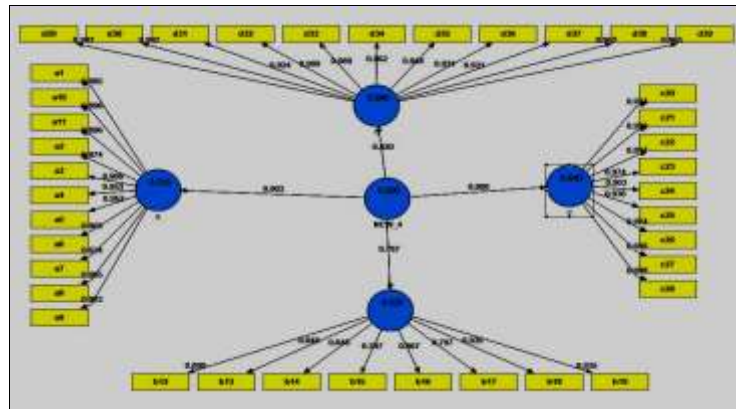
متغیر	A	B	C	D
A	۰/۹۲	-	-	-
B	۰/۴۴	۰/۸۷	-	-
C	۰/۴۶	۰/۹۳	۰/۹۴	-
D	۰/۹۵	۰/۴۸	۰/۵۰	۰/۹۵

### مقدار معنی داری

در نرم افزار SMART-PLS ارزش t بیانگر معنی دار بودن اثر متغیرها بر هم است، به طوری که اگر مقدار t بیشتر از ۱/۹۶ باشد، بیانگر اثرگذاری مثبت است و اگر بین ۱/۹۶+ تا ۱/۹۶- باشد، اثر معنی داری وجود ندارد و اگر کوچکتر از ۱/۹۶- باشد، بیانگر معنی داری بودن منفی است. نتایج بررسی متغیرهای تحقیق بیانگر مقادیر بیشتر از ۱/۹۶ برای همه متغیرها بوده است. این مسئله بیانگر معنی داری همه متغیرها با ضرایب بالا بوده است. بر اساس یافته‌های تحقیق بیشترین ضریب معنی داری در میان مؤلفه‌ها مربوط به بعد اجتماعی بوده و در مقابل فرهنگی کمترین ضریب را داشته‌اند. همچنین در سطح شاخص‌ها، آشنایی با گذشته تاریخی، علاقه‌مندی به نقل مکان مجدد به شهر و ایجاد فرصت‌های شغلی بیشترین ضریب معنی را داشته‌اند.

## عملکرد مؤلفه‌ها

عملکرد مؤلفه‌ها بیانگر جایگاه شاخص‌ها در سنجش متغیر می‌باشد که مقدار ایده‌ال آن بالاتر از ۴۰ درصد است، در صورتی که مقدار آن کمتر از ۴۰ درصد گزارش شود باید در ارزیابی آن تجدیدنظر شود. ارزیابی بارهای عاملی تحقیق حاضر نشان‌دهنده بارهای عامل بیشتر ۶۰ درصد برای همه شاخص‌ها بوده است، همچنین ضرایب مسیر مؤلفه‌ها که بیانگر شدت اثر است، بیشتر از ۷۰ درصد بوده‌اند که نشان‌دهنده رابطه قوی گردشگری آئینی در دگردیسی شهر آرمغانخانه بوده است.



شکل ۳. عملکرد مؤلفه‌ها

## آزمون نیکو برازش

در مدل معادلات ساختاری بعد از بررسی و تأیید سطح معنی‌داری متغیرها لازم است کیفیت مدل درونی یا ساختاری ارزیابی شود. کیفیت مدل ساختاری به معنای آن است که آیا متغیرهای مستقل (برون‌زا) توانایی پیش‌بینی متغیرهای وابسته (درون‌زا) را دارند یا خیر؟ در این ارتباط از شاخص اعتبار اشتراک واریانس تبیین شده ( $R^2$ )، توان پیش‌بینی مدل (Q)، قدرت مدل ساختاری (GOF) استفاده شده است. در این ارتباط  $R^2$  و Q بیانگر برازش ساختاری و GOF برازش کلی مدل می‌باشند. لازم به ذکر است که  $R^2$  و Q مربوط به متغیرهای پنهان می‌باشند، در مقابل GOF هم مربوط به متغیرهای پنهان و آشکار می‌باشد. در رابطه با اشتراک واریانس باید عنوان داشت، مقادیر ایده‌ال بزرگ‌تر از ۶۷ درصد می‌باشند و اما مقادیر بین ۶۷ و ۱۹ درصد در حد متوسط قرار می‌گیرند، ولی مقادیر کمتر از ۱۹ درصد نشانگر میزان اشتراک واریانس خیلی کم است. نتایج حاصل از تحقیق حاضر نشان می‌دهد که همه مؤلفه‌ها در محدوده ایده‌ال بوده‌اند و اشتراک واریانس بین مؤلفه در سطح بالای قرار داشته است. در رابطه با توان پیش‌بینی مدل (Q) نیز باید عنوان داشت که مؤلفه‌های دارای مقادیر ۰/۳۵ و بیشتر نشانگر مقدار ایده‌ال، و مؤلفه‌های دارای مقدار ۰/۳۵ تا ۰/۲ دارای وضعیت متوسط می‌باشند، اما مقادیر کمتر از ۰/۲ درصد توان خیلی کم در پیش‌بینی را نشان می‌دهند. یافته‌های حاصل از تحقیق حاضر بیانگر مقدار Q در حد ایده‌ال بوده است، بنابراین باید عنوان داشت که قدرت پیش‌بینی مؤلفه‌ها در دگردیسی شهر در سطح بالای قرار داشته‌اند. در نهایت برازش کلی از مدل تحت عنوان GOF قرار دارد، این برازش جامع‌ترین شاخص برازش است. مقدار مطلوب حاصل از این برازش می‌بایست ۰/۳۶ و یا بیشتر باشد، در حالی که مقدار بین ۰/۳۶ و ۰/۱ درصد نشانگر وضعیت متوسط است، و مقدار کمتر از ۰/۱ درصد وضعیت نامطلوب را نشان می‌دهد. در تحقیق حاضر نتایج حاصل از برازش کلی ۰/۶۶ درصد بوده است که نشانگر وضعیت مطلوب است، بنابراین می‌توان عنوان داشت که بنا بر یافته‌های حاصل از سه برازش، گردشگری آئینی در سطح بالای باعث دگردیسی شهر آرمغانخانه شده است.

جدول ۹. آزمون نیکو برازش مؤلفه‌ها

مؤلفه‌ها	$R^2$	$Q^2$	GOF
A	۰/۸۱	۰/۶۸	۰/۶۶
B	۰/۶۲	۰/۳۷	
C	۰/۶۴	۰/۵۵	
D	۰/۸۵	۰/۷۵	
E	-	۰/۶۲	

شهر ارمغانخانه با تغییر وضعیت از روستا به شهر سعی در پذیرش نقش گردشگری آئینی به جای کشاورزی داشته است. در این چارچوب ایجاد هویت جدید برای شهر یک مقوله در بازاریابی شهری است که باعث تبلیغ در مورد مکان می‌گردد. و از سوی دیگر جهت توان‌یابی رقابت و تبدیل شدن به مقصد گردشگری لازم است دگرگونی‌های سازگار با خواست و نیاز گردشگران در خود بپذیرد. در این مقصد گردشگری برای ایجاد انگیزه سفر دو یا چند باره گردشگر و ایجاد حس وفاداری در آنها سعی شده است عواملی با توانایی رقابت‌پذیری شناسایی شوند و سعی بر تقویت آنها گردد. در این راستا اهتمام جدی در راستای توسعه خدمات و تسهیلات شهری شده است تا اینکه گردشگر علاوه بر اینکه از مراسمات مذهبی لذت ببرد، از خدمات و محصولات عرضه شده بومی شهر نیز دیدن و خرید داشته باشد، تعقیب کردن چنین روندی باعث شده است که گردشگران نسبت به شهر تصویر مثبت داشته باشند و خود عامل جهت تبلیغ شهر شوند و آن را به عنوان مکان جذاب گردشگری معرفی سازند. در این چارچوب پذیرش نقش گردشگری باعث پذیرش تغییراتی در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی شده است. ابعاد دگردیسی که متوجه شهر ارمغانخانه شده است در اولین مرحله بعد کالبدی را به عنوان بستر اصلی فعالیت‌های شهری تحت تاثیر قرار داده است. به طوری که کاربری‌های جدیدی مذهبی، کاربری‌های خدماتی-اقامتی جهت آسایش و راحتی گردشگران در شهر تعبیه شده‌اند، مبلمان جدید در سطح شهر توسعه داده شده‌اند و مراکزی برای انجام مناسکات و رویدادهای خاص مذهبی در شهر ایجاد شده‌اند، بنابراین بعد کالبدی اولین بعد متاثر از گردشگری شناخته شده است و بیشترین اثرپذیری را نیز از این فرایند داشته است. در مرتبه بعدی، بعد فرهنگی بوده که بیشترین اثرپذیری با درجه زیاد را پذیرفته است چرا که با پذیرش گردشگری آئینی از یک سو شهر چهره‌ای مذهبی به خود گرفته است و اهتمام جدی در حفظ میراث مذهبی گذشتگان شده است و به توسعه خدمات و تسهیلات فرهنگی تشویق شده است. در مقابل اثرپذیری حاصل از گردشگری آئینی در فضای شهر، مولفه‌های اجتماعی بیشترین اثرگذاری را در فرایند دگردیسی ایفا کرده‌اند. بدین صورت که با تعریف برند و معرفی شهر به عنوان مرکزی با جاذبه گردشگری مذهبی سعی در تصویر سازی مثبت در اذهان گردشگر و مخاطبان خود کرده و در همین راستا نیز طبقه خلاق جهت پیشبرد اهداف گردشگری پرورش داده و آنها را با مسئولیت‌های محول در چنین جریاناتی آشنا ساخته و سعی بر توانمندسازی آنها کرده تا تلاش‌ها برای بهبود کیفیت زندگی در شهر بالا رود. در مرتبه بعدی مولفه اقتصادی قرار داشته‌اند که بیشترین اثرگذاری را با ایجاد بسترهای سرمایه‌گذاری در بعد مذهبی- فرهنگی فراهم ساخته و مناسب با آن فرصت‌های شغلی مناسبی برای ساکنان ایجاد کرده و سطح درآمد‌ها را افزایش داده است.

## نتیجه‌گیری

شهرنشینی و توسعه شهری یکی از پدیده‌های مهم معاصر است، به طوری که قرن حاضر را قرن انقلاب شهری می‌نامند. در این باب نیز لوفور عنوان می‌کند که سرنوشت انسان‌ها نه در میان ستارگان و نه در میان روستاها است بلکه در شهرها است. شهرها کامل‌ترین و پیچیده‌ترین شکل از سکونتگاه انسانی است که تحت تاثیر نیروها و عوامل مختلفی از جمله گردشگری است. گردشگری بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت به حساب می‌آید و بسیاری از کشورها این صنعت را به عنوان منبع اصلی درآمد و اشتغال و توسعه خود معرفی کرده‌اند. در این راستا سازمان جهانی توریسم (WTO) اظهار داشته است که در چند سال آینده از لحاظ درآمد در رأس همه بخش‌های اقتصادی موجود دنیا قرار خواهد گرفت. بنابراین اهمیت مسئله گردشگری باعث ایجاد فضای رقابت بین شهرها، جهت بهره‌برداری منفعت بیشتر شده است. در این راستا جایگاه و موقعیت شهرها جهت رقابت برابر نبوده است، بدین معنی که برخی شهرها چون ارمغانخانه دارای سابقه تاریخی در زمینه جذب گردشگری مذهبی حتی قبل از تبدیل شدن به جایگاه شهری بوده‌اند، در این چارچوب نقش‌پذیری گردشگری برای شهر به طور مستقیم و غیرمستقیم می‌تواند باعث تغییر کارکردهای شهری شود. بنابراین در این تحقیق سعی شده است به بررسی عملکرد گردشگری رویداد محور بر دگردیسی کارکرد شهر ارمغانخانه پرداخته شود. بدین جهت چهار بعد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و فرهنگی شهر در ۳۹ شاخص مورد بررسی قرار گرفته‌اند، که از نرم‌افزار متال مدل برای تحلیل عملکرد شاخص‌ها استفاده شده است، که نتایج نشانگر سه نوع متغیر درون‌داد، برون‌داد و مرکزی با میزان رابطه در حد ۶۰ درصد بوده است. بدین شرح که گردشگری رویداد محور باعث بیشترین اثر بر ایجاد بسترهای سرمایه‌گذاری بیشتر نهادهای دولتی و خصوصی می‌گردد که افزایش فرصت‌های شغلی را برای ساکنان در پی دارد، این مسئله باعث جذابیت شهر نزد ساکنان شهر و ایجاد فضای جذاب شهری برای قشرهای مختلف در گروه‌های سنی متفاوت شده و تصویر مطلوب و

مناسبی در ذهن گردشگران ایجاد کرده است، در نتیجه تلاش در جهت تبدیل شدن به مقصد گردشگری، خدمات زیرساختی را در شهر افزایش داده است و در نهایت هویت جدید برای شهر تعریف کرده است. بعد از بررسی اثرات گردشگری از نظر خبرگان شهری، اقدام به بیان نظرات عموم شهروندان شده است. برای بررسی تغییرات از نظر شهروندان اقدام به تحلیل پرسشنامه در دو محیط Spss و Smart Pls شده است. یافته‌های حاصل از Spss بیانگر بیشترین میانگین تغییرات در حد متوسط تا زیاد با مقدار امتیاز طیف لیکرت (۲/۶ تا ۳/۶) بوده است، که مقدار انحراف از میانگین مؤلفه‌ها دارای پراکندگی زیادی نبوده‌اند، به طوری که بیشترین اختلاف به مقدار ۱۹ درصد بوده است. این مسئله می‌تواند نشانگر تغییرات تا حد یکدست در بین مؤلفه‌ها باشد. با این وجود شهروندان تغییرات کالبدی حاصل از گردشگری را به مقدار ۶۰ درصد و بیشتر از سایر مؤلفه‌ها عنوان داشته‌اند، در حالی که پیامدهای اقتصادی آن را در حد متوسط تا ضعیف ذکر کرده‌اند. این مسئله می‌تواند بیانگر این واقعیت باشد که شهر ارمغانخانه در پی گردشگری رویداد محور به طور سریع اقدام به تغییر کالبد خود کرده است، ولی پیامدهای اقتصادی که می‌بایست در پی داشته باشد به صورت ضعیف و متوسط دنبال می‌شوند. تحقیق حاضر جهت اطمینان از به کارگیری شاخص‌ها و دسته‌بندی آن‌ها اقدام به گرفتن آزمون Kmo و بارلت کرده است که Kmo مقدار ۰/۷۰ درصد ارزیابی شده است که نمونه گرفته شده به میزان ۳۲۵ نفر را مناسب ارزیابی کرده و نتایج بارلت، تفکیک مؤلفه‌ها را مناسب دانسته است. همچنین نتایج حاصل از Smart Pls بیانگر مطلوبیت شاخص‌ها برای بررسی تغییرات بوده است و عملکرد مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در دگرذیسی شهر نمودار بیشترین اثر مؤلفه اجتماعی با شدت اثر ۰/۹۲ درصد بوده است در حالی که مؤلفه کالبدی با مقدار ۰/۷۸ درصد کمترین اثر را در دگرذیسی داشته است، این یافته می‌تواند بیانگر این مسئله باشد که هرگونه نقش‌پذیری در فضای شهری و کارکرد آن باید در ابتدا مورد پذیرش اجتماع آن شهر باشد، به طوری که اگر مورد پذیرش و قبول شهروندان آن شهر نباشد ممکن است بعد از مدت اندکی شهر دوباره سعی بر تغییر نقش کند، ولی نتایج حاصل از تحقیق، این مسئله را متذکر می‌کند که اجتماع شهری ارمغانخانه تمایل زیادی به نقش‌پذیری گردشگری آئینی دارد. نکته دوم قابل ذکر، این مسئله است که مؤلفه کالبدی بیشترین اثرپذیری را داشته است و این نیز می‌توان نمودار این واقعیت باشد که هرگونه عملکرد و نقش‌پذیری در شهر به طور سریع در فضای کالبدی ظاهر می‌گردد. این امر منطبق بر یافته‌های درویشی و همکاران (۱۴۰۰)، جوان و همکاران (۱۳۹۸)، جعفری و همکاران (۱۳۹۵) منطبق بوده است که که مهم‌ترین تأثیرات گردشگری را، گسترش خانه‌های دوم تغییر کاربری اراضی از کشاورزی به مسکونی و تجاری و ایجاد فعالیتهای اقتصادی جدید در بخش خدمات، احداث سازه‌های مرتبط با گردشگری و رونق فعالیتهای خدماتی تلقی می‌کنند. همچنین نتایج حاصل از بررسی تغییرات گردشگری رویداد محور در شهر ارمغانخانه زنجار نشان داده است که عوامل اجتماعی از جمله بهبود کیفیت زندگی، افزایش امکانات و خدمات اجتماعی - آموزشی، بهبود در تصویر زندگی، جذاب شدن شهر برای اسکان و سفر مجدد بیشترین اثرگذاری را در دگرذیسی شهری داشته‌اند در حالی که بخش کالبدی نقش‌پذیری مذهبی، افزایش جذابیت شهری، بهبود مکان برگزاری مراسم‌ها بیشترین اثرپذیری را داشته‌اند. همسو با نتایج این پژوهش، پژوهش‌های دیگری نیز صورت گرفته است. میرزائی (۱۳۹۵)، به منظور بررسی نقش گردشگری رویداد محور در جوامع محلی و با استفاده از مدل تحلیل عاملی، عوامل انگیزشی مؤثر بر حضور در رویداد جهت تنظیم دقیق برنامه‌های بازاریابی و توسعه گردشگری متناسب با نیاز بازار هدف را شناسایی کرده و ۶ عامل گل‌غلطان و خانواده، اکتشاف فرهنگی، اجتماعی شدن، بومی، تازگی و فرار را برای حضور گردشگران در این گردشگری مشخص نموده است. کروی و همکاران (۱۳۹۸) استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی وضعیت گردشگری رویدادمحور، منابع مصنوع و عوامل موقعیتی جهت توسعه گردشگری رویدادهای فرهنگی در شهر همدان به جز منابع حمایتی، جهت تعدیل فصلی بودن گردشگری را مطلوب دانسته‌اند. با مرور پژوهش‌های صورت گرفته می‌توان دریافت که تا به حال پژوهشی در زمینه تبیین اثرات گردشگری رویداد محور بر دگرذیسی کارکردی شهرها انجام نشده است. بنابراین می‌توان گفت یکی از نقاط قوت این پژوهش به کارگیری از مدل‌های Mental Model برای تبیین اثرات گردشگری بر نوزاد شهر ارمغانخانه و Smart Pls برای تأیید یا رد عملکرد گردشگری آئینی در دگرذیسی شهر بوده است. در نهایت جهت بهبود عملکرد هرچه بیشتر گردشگری رویداد محور در ارمغانخانه پیشنهادهایی به شرح زیر عنوان می‌گردند:

- سعی در بهبود کیفیت رویدادهای گردشگری شود تا تصویر ذهنی مناسب و مطلوبی نزد گردشگران ایجاد گردد.
- ایجاد خدمات رفاهی - تفریحی مناسب و مکمل رویدادهای گردشگری در کالبد شهر
- به مسئله تعلق مکانی شهروندان در شهر توجه گردد، در این زمینه لازم است شهروندان در برنامه‌های گردشگری شهری مشارکت فعال داشته باشند و عهده‌دار مسئولیت شوند.
- معرفی برند گردشگری رویداد محور برای شهر جهت تثبیت نقش جدید و ایجاد فرصت‌های شغلی برای ساکنان.



## تقدیر و تشکر

این مقاله مستخرج از پژوهشی مستقل بوده و بدون حمایت مالی سازمانی انجام شده است.

## منابع

- ابرقویی فرد، حمیده؛ صابونچی، پریچهره و فرزین، احمدعلی. (۱۳۹۷). بازخوانی نقش مناظر آیینی در هویت بخشی به شهرهای ایرانی. ماهنامه باغ نظر، ۱۵ (۶۵)، ۱۲-۵.
- افراخته، حسن. (۱۳۹۹). فضاهای پیراشهری: الگوها، عوامل و پساایندها. مجله توسعه فضاهای پیراشهری، ۲ (۳)، ۱۸-۱.
- بذرافشان، مرتضی. (۱۴۰۱). درآمدی بر صنعت گردشگری. تهران: انتشارات مهکامه.
- اوجاقلو، مریم. (۱۳۹۵). امکان سنجی توسعه گردشگری مذهبی شهر زنجان با تاکید بر مراسم آیینی، پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا، دانشگاه زنجان.
- بهرامی، زهرا؛ قاسمی، وحید و ربیعی، کامران. (۱۳۹۶). هویت و فضای شهری: مکان خاطره و بازتولید هویت جمعی در اصفهان. کنفرانس بین المللی توسعه پایدار و عمران شهری، موسسه آموزش عالی دانش پژوهان پیشرو (غیر دولتی - غیر انتفاعی)، ۷، ۱۳-۱.
- پاسدار شیرازی، مظفر و صادقی، علی رضا. (۱۳۹۴). تاثیر باورها و مراسم آیینی در پایایی و پویایی فضاهای شهری؛ موردپژوهی: تعزیه در پایایی حسینیه ها و تکایا در ایران. نشریه مدیریت شهری، ۳۸، ۳۳۲-۳۰۱.
- جوادی، شهره. (۱۳۹۷). گردشگری آئینی بازخوانی باورهای اجتماعی در مراسم آئینی. مجله منظر، ۱۰ (۴۲)، ۲۱-۱۴.
- حیدری، محمدتقی و محمد، شهرام. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل موثر برندینگ گردشگری آیینی بر وفاداری گردشگران به مقاصد (مورد مطالعه: عزاداری ماه محرم در شهر زنجان). فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری چشم انداز زاگرس، ۱۱ (۴۰)، ۱۲۴-۱۰۱.
- خبرگزاری ایسا. (۱۳۹۴). اینجا همه خانه‌ها میزبان عزاداران حسینی است. دوم آبان ماه.
- خشک جان، زهرا و مسلمی مهنی، یوسف. (۱۳۹۵). نظام معنایی و کارکردهای سیاسی اجتماعی عزاداری در تشیع. جامعه شناسی سیاسی جهان اسلام، ۵ (۱)، ۸۰-۶۱.
- دادورخانی، فضیله؛ محمودی چناری، حبیب و سادات موسوی، سمیه. (۱۴۰۰). ارزیابی اثرات محیطی خانه‌های دوم گردشگری (مطالعه موردی: دهستان روبرار قصران، شهرستان شمیرانات، استان تهران). فصلنامه علمی مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۶ (۴)، ۸۷۳-۸۵۵.
- درویشی، هوشنگ؛ پوررمضان، عیسی و مولائی هاشجین، نصرالله. (۱۴۰۰). تبیین اثرات گردشگری در تحولات اقتصادی نواحی روستایی شهرستان رودسر در دو دهه اخیر. فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۱ (۴۴)، ۱۸۵-۲۰۲.
- دوبران، اسماعیل و احمدی، حسین. (۱۳۹۹). اثرات نظام بخشی فضای شهری در بازتولید گردشگری مذهبی از طریق میانجی سرمایه اجتماعی (نمونه موردی: مراسم عصر تاسوعای شهر زنجان). فصلنامه برنامه و توسعه گردشگری، ۹ (۳۳)، ۲۲۸-۲۰۹.
- رحمتی، منصور. (۱۴۰۱). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهر سرعین. فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۷ (۱)، ۲۰۴-۱۹۱.
- علی الحسابی، مهران و پای کن، عصمت. (۱۳۹۲). تدوین چارچوب مفهومی تعامل شهر و آیین‌های جمعی و بررسی مصداق آن در آیین‌های عاشورایی. فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، ۱۲، ۴۴-۲۷.
- قائم‌راد، طیبه؛ خاتمی نژاد، حسین؛ زیاری، کرامت الله و پوراحمد، احمد. (۱۴۰۱). بررسی اثرات زیست محیطی گردشگری شهری با استفاده از روش جای پای اکولوژیک (مطالعه موردی: شهر رشت). فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۷ (۱)، ۱۳۰-۱۱۹.
- قنبری، ابوالفضل و آدمی، معصومه. (۱۳۹۷). نقش گردشگری در تغییرات زندگی ساکنین مقصد (نمونه موردی مطالعه: شهر تبریز). مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۸ (۲۸)، ۲۲-۱.
- کریم‌زاده، علی؛ شهریار، سید کمال‌الدین و اردشیری، مهیار. (۱۳۹۷). تحلیلی بر گردشگری شهری در بازآفرینی بافت‌های تاریخی از دیدگاه ساکنین محلی با بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی (نمونه موردی: شهر شیراز). فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۸ (۳۲)، ۱۴۰-۱۲۷.
- گیویان، عبدالله. (۱۳۸۵). آیین، آیینی سازی و فرهنگ عامه پسند دینی. فصلنامه انجمن علمی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۲ (۵)، ۲۱۱-۱۷۹.
- مظهری، محمدابراهیم و احمدپور، سیده مرضیه. (۱۳۹۵). نقش آیین‌های مذهبی در ساختار شهر سنتی (مطالعه موردی: شوشتر)، همایش ملی شهرسازی/انسانگر، قزوین - دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، ۱۷-۱.
- نظری، محسن؛ قادری، زاهد و فضولی، سید فروزنده. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر اجرای موفق رویدادهای فرهنگی از دیدگاه گردشگران. مجله مدیریت دولتی، ۷ (۴)، ۷۲۰-۶۹۹.

- یزدانی، احمدرضا؛ زیویار، پروانه و کارگر، بهمن. (۱۳۹۸). نقش بازآفرینی شهری با رویکرد گردشگری در خیابان لاله زار تهران. *فصلنامه مطالعات مدیریت شهری*، ۱۱(۴۰)، ۷۲-۸۱.
- یوسفی، جواد و شریفی تهرانی، محمد. (۱۳۹۴). تحلیلی بر اثرات اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری (مطالعه شهرستان بیرجند). *راهبرد توسعه*، ۴۸، ۱۵۵-۱۳۷.
- Bod, Mahdiye. (2019). Arbaeen super event, a manifestation of religious tourism. *Art and Civilization of the East in the seventh year of spring*, 23, 5-14.
- Crouch, D. (1998). The Street in the Making of Popular Geographical Knowledge; in Nicholas Fyfe (ed) *Images of the Street: Planning, Identity and Control in Public Space; London: Routledge*, 158- 172.
- Kim, J., kim,B., & Park, S. (2013). The Effects of Tourism Ritualization, Ritual Performance on Tourist Satisfaction, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 14(3), 246-260.

**How to cite this article:**

Taghi Heidari, M., Rasoli, M., Rahmati, P., & Saidpour, Sh. (2023). Explaining the Effects of Event-Oriented Tourism on Functional Transformation in Iranian Cities (Case Study: Ritual Tourism in Armaghanehkhaneh, Zanjan). *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 18(1), 169-183.

**ارجاع به این مقاله:**

حیدری، محمد تقی؛ رسولی، محمد؛ رحمتی، پروین و سعیدپور، شراره. (۱۴۰۲). تبیین اثرات گردشگری رویدادمحور بر دگردیسی کارکردی در شهرهای ایران (مطالعه موردی: گردشگری آیینی شهر ارمغانخانه زنجان). *فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۸(۱)، ۱۶۹-۱۸۳.

## فصلنامه علمی

# مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی