

## تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در نواحی بر گزارى جشنواره‌های مذهبی، مطالعه موردی: روستای شاه شهیدان رودبار، مراسم علم وچینی

بهروز محمدی یگانه\*

محسن احدنژاد روشنی\*\*

مانیا ابراهیم زاده\*\*\*

مهدی چراغی\*\*\*\*

### چکیده

مراسم علم وچینی از رسم‌های آئینی - بومی با قدمت طولانی در روستای شاه شهیدان استان گیلان است. با وجود استقبال مردم از این مراسم، زیرساخت‌ها و امکانات موجود پاسخگوی نیاز گردشگران ورودی به این مراسم نمی‌باشد. هدف از این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر جذب گردشگر به روستای شاه شهیدان برای شرکت در مراسم علم وچینی است. پژوهش حاضر از نوع کاربردی و روش آن توصیفی - تحلیلی است. کلیه خانوارهای روستایی و افراد شرکت‌کننده در مراسم علم وچینی جامعه آماری تحقیق را شامل می‌شوند و با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۳۲۲ نفر محاسبه شده است. اطلاعات براساس مطالعات کتابخانه‌ای، مشاهدات میدانی و پرسشنامه گردآوری شده و تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از تحلیل عاملی صورت گرفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد عوامل اقتصادی مهم‌ترین عامل جهت گسترش گردشگری در روستای شاه شهیدان است. پیشنهاد می‌گردد با مشارکت و سرمایه‌گذاری نهادهای دولتی و خصوصی و تدوین قوانین و مقررات حمایتی، در جهت توزیع امکانات، خدمات و زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری اقدام شود تا با اشتغال‌زایی و افزایش درآمد حاصل از گردشگری، بقای این مراسم به‌عنوان میراث فرهنگی استان تضمین گردد.

واژگان کلیدی: گردشگری مذهبی، مراسم آئینی، تحلیل عاملی، گیلان

\* استادیار گروه جغرافیا دانشگاه زنجان

\*\* استادیار گروه جغرافیا دانشگاه زنجان

\*\*\* دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی توریسم، دانشگاه زنجان (نویسنده مسئول) ebrahimzade.mania@yahoo.com

\*\*\*\* دانشجوی دکتری برنامه ریزی روستایی، دانشگاه تهران

## مقدمه

سیر و سیاحت به ویژه به منظور گذران اوقات فراغت یکی از نیازهای اصلی بشر تلقی شده به گونه‌ای که این پدیده با تخصیص یک دهم جمعیت جهان بزرگ‌ترین جابجایی صلح‌آمیز بشر محسوب می‌شود (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۵). گردشگری مذهبی در زمره قدیمی‌ترین و پُرونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال سراسر جهان قرار دارد (آجیت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴: ۲) که دشواری‌های اقلیمی یا بدی آب و هوا نیز مانع آن نمی‌شود (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۳۹). براساس برآورد سازمان جهانی سفر و جهانگردی (UNWTO)<sup>۲</sup>، گردشگری مذهبی ۲۶ درصد از کل جریان‌های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده‌است (ایکپ<sup>۳</sup>، ۱۹۹۷: ۳۰). گردشگری مذهبی با همه اجزاء و گونه‌های مختلف آن، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص توانسته خود را در متن گردشگران جهانی جای دهد، به طوری که حوزه نفوذ آن سراسر جهان را فرا گرفته‌است (نولان و نولان<sup>۴</sup>، ۱۹۸۹: ۱۱) و (سانتوس<sup>۵</sup>، ۲۰۰۴: ۸).

در میان گردشگران مذهبی، دو گروه مشاهده می‌شوند: یکی زائران، یا کسانی که انگیزه آن‌ها از مسافرت، فقط انجام امور مذهبی است و زمان و مدت اقامت‌شان، تابع اوقات فراغت نیست و دیگری، گردشگران مذهبی که ضمن انجام زیارت و شرکت در مراسم مذهبی از مکان‌های دیگر گردشگری اعم از مذهبی و غیر زیارتی نیز دیدن می‌کنند (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۴). به همین دلیل امروزه منابع و جاذبه‌های گردشگری در تمامی بخش‌های برنامه‌ریزی و مدیریتی گردشگری اهمیت فراوانی یافته‌است؛ لیکن استفاده از مواهب گردشگری جز با فراهم کردن بستر مناسب توسعه گردشگری امکان‌پذیر نیست. از این رو شناسایی جاذبه‌ها در مرحله اول، و برنامه‌ریزی برای توسعه آن‌ها در مراحل بعدی، امری ضروری به نظر می‌رسد (بهزادفر و زمانیان، ۱۳۸۷: ۲).

وجود ظرفیت‌های فراوان تمدن اسلامی از معماری غنی دوره اسلامی گرفته تا آداب و رسوم و آیین‌های مذهبی، لزوم انجام اقدامات اساسی جهت شناسایی و بهره‌گیری از

1- Ajit

2- United Nations World Tourism Organization

3- ICEP, Portuguese Trade and Tourism Commission

4- Nolan and Nolan

5- Santos

این میراث به منظور توسعه گردشگری در این مقصدها را اجتناب‌ناپذیر کرده است (شریعتی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۰).

علم و اچینی، یک مراسم آئینی - بومی در استان گیلان است. هر چند این سنت در بسیاری از نقاط استان با تقویت جلوه‌های شهرنشینی کمرنگ شده است، بزرگ‌ترین مراسم علم‌بندی و علم و اچینی در بقعه‌ای معروف به شاه شهیدان در روستایی به همین نام انجام می‌شود. این بقعه مدفن دو امام‌زاده محمد و هادی از فرزندان امام سجاد(ع) است. فاصله بستن علم و اچیدن آن تقریباً ۱۰ روز طول می‌کشد. روز دهم آن مصادف با یک روز جمعه در اواسط مرداد بعد از درو و خرمن است. در روز دهم مردم گردهم می‌آیند و مراسم سنتی علم‌گردانی آغاز می‌شود. در این مراسم مردم با قربانی کردن و طعام‌دادن تعلق خود را نسبت به این روز و این سنت نشان می‌دهند و علاوه بر این، با برپایی بازارچه‌های محلی به استقبال گردشگران می‌روند. این مراسم که به جشن خرمن نیز شهرت دارد، از دوگانگی شگفت‌انگیزی برخوردار است. مردم در این مراسم هم در بخشی به عزاداری می‌پردازند و هم اجازه شادمانی کردن می‌گیرند. در این روز جوانان به اجرای مسابقه کشتی خاص که به کشتی گيله مردی شهرت دارد، می‌پردازند. بعضی از حاضران در پایان مراسم مقداری از خرمن بریده شده مراتع اطراف امام‌زاده را به یمن تبرک با خود به خانه می‌برند و آن را با علوفه دام‌های خود مخلوط می‌کنند تا از برکات آن بهره‌مند شوند (خوشراش، ۱۳۹۰: ۱۳).

در روز علم و اچینی شکوه و عظمت و نیز حضور گسترده مردم چنان است که هر سال مراسم علم‌بندی و علم و اچینی شاه شهیدان، شاهد حضور هزاران گردشگر داخلی و خارجی است که برای تماشا و به تصویر کشاندن این مراسم به استان گیلان می‌آیند اما محل برگزاری این مراسم فاقد زیرساخت‌های گردشگری اعم از وجود راه دسترسی مناسب، واحدهای خدماتی، امکانات اقامتی، سرویس‌های بهداشتی و پارکینگ می‌باشند و یا اگر در سال‌های اخیر اقداماتی در زمینه تجهیز این محدوده قرار گرفته، پاسخگوی نیاز گردشگران نمی‌باشد. لذا شناخت عوامل تأثیرگذار بر برگزاری این مراسم و بررسی نقش این عوامل در توسعه گردشگری ضروری به نظر می‌رسد.

در همین راستا تحقیق حاضر با هدف پاسخگویی به سؤال زیر تدوین می‌شود:

«مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در محدوده مورد مطالعه کدام عوامل است؟»

## مبانی نظری تحقیق

گردشگری تأثیر فراوانی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشورها می‌گذارد، گردشگری اشتغال ایجاد می‌کند، سرمایه‌های اقتصادی را به جریان می‌اندازد، به دنبال افزایش تقاضا برای سفر به داخل کشور امنیت داخلی را افزایش می‌دهد و به مشروعیت سیاسی در سطح بین‌المللی می‌انجامد و امروز سفر نه اسباب تفریح و سرگرمی که به تدریج به ابزار شناخت و آگاهی زندگی مردمان، تفاهم با دیگران، و فراتر از آن به شناخت جهان پیرامون، حقایق آن و غنای بینش و نگرش آدمیان به مفاهیم زندگی‌شان تبدیل شده است (شجاعی و نوری، ۱۳۸۶: ۶۴). تجربه‌های سفر، اثرات ژرف و عمیقی بر جامعه و مسافر دارد، زیرا اغلب تجربیات سفر جزء مهم‌ترین و برجسته‌ترین خاطرات زندگی است. (الوانی و پیروزیخت، ۱۳۸۵: ۱۵۶).

قدمت گردشگری مذهبی به فرهنگ دینی می‌رسد. اگر نگاهی به تاریخ گذشته در زمینه سفرها و گردش‌های مذهبی داشته باشیم، به گردش‌های مذهبی چون مراسم مقدس یونانیان باستان در معابد آپولو و ...، سفرهای مصریان برای دیدار از فراعنه و ... (دوران<sup>۱</sup>، ۱۳۷۷: ۲۰۵)، ایرانیان باستان به معبد آناهیتا در کنگاور و ... (کریستین سن<sup>۲</sup>، ۱۳۶۹: ۲۳۲) و نظایر آن برمی‌خوریم که هر یک به گونه‌ای، قدمت و رواج این شکل از گردشگری را در میان ملل مختلف نشان می‌دهند.

گردشگری و مسافرت‌های زیارتی یکی از انواع گسترده گردشگری است که خود تحت تأثیر تقویم و ضوابط و قوانین شرعی است. قوانین و ضوابط شرعی نقش اساسی در اقتصاد و فرهنگ گردشگری دارد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۵). از جنبه دینی باید گفت که در دین اسلام، مانند ادیان دیگر، بر اهمیت سیر و سیاحت تأکید ویژه‌ای شده است. شاید قرآن مجید نخستین کتابی باشد که اهمیت سیر و سیاحت و گردشگری را به وضوح و تفصیل به مردم نشان داده و از آن‌ها خواسته تا در زمین بگردند و در آثار بر جای مانده از گذشته بیان‌دیشند و از سیر گذشته‌شان پند بگیرند. در مجموع، سیزده آیه شریفه قرآن درباره سیر و سیاحت و زمین‌گردی و جهان‌گردی است (کاظمی، ۱۳۸۵: ۷).

1- Durant

2- Christensen

در سخنان معصومین علیه السلام به فواید گوناگون مسافرت اشاره شده است. از جمله این فواید تحصیل سلامتی جسم و روح، دانش اندوزی و کسب علم، آشنایی با بزرگان و آداب و اخلاق اجتماعی سایر ملت‌ها، پندگیری و عبرت آموزی از بین رفتن غم‌ها و رنج‌ها، تأمین معیشت و کسب شغل، تفکر در نعمت‌های الهی، تفریح سالم و نشاط بدن (بیرانوند، ۱۳۷۸: ۳۷) را می‌توان نام برد.

مسلمانان در پرتو دین مبین اسلام، علاوه بر انجام فرایض دینی چون نماز و روزه، تلاوت قرآن و مانند آن، آداب و رسوم را در زندگی فردی و اجتماعی خود دارند. از آداب و رسوم مسلمانان می‌توان به برگزاری مراسم‌های مذهبی به مناسبت‌های دینی و اسلامی اشاره کرد (آشتیانی و آشتیانی، ۱۳۹۰: ۷). جشنواره‌های مذهبی که موجبات پیوند شگفت‌انگیز انسان با خدا را فراهم می‌آورند به خاطر جذابیتی که برای طیف گسترده‌ای از بازدیدکنندگان دارند، در میان کامل‌ترین جاذبه‌ها برای سفر قرار می‌گیرند (نولان و نولان<sup>۱</sup>، ۱۹۹۲: ۶۸).

جشنواره‌ها موقعیت‌هایی هستند که عناصر هویتی جامعه را تفسیر کرده و روابط اجتماعی و اساس زندگی روزمره را پایه‌ریزی می‌کنند (ترنر<sup>۲</sup>، ۱۹۸۲). امروزه جشنواره‌های بومی به شکل روزافزون به عنوان ابزاری برای ارتقاء اقتصاد منطقه‌ای استفاده می‌شوند (فلسینستاین و فلشر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳: ۳۹۲-۳۸۵). تحقیقات گتز، فورمیکا و اویسال (گتز<sup>۴</sup>، ۱۹۹۳: ۸۱۰-۷۸۹) و (فورمیکا و اویسال<sup>۵</sup>، ۱۹۹۸: ۲۴-۱۶) نشان داده است که سود حاصل از جشنواره‌ها می‌تواند قابل توجه باشد زیرا جشنواره‌ها فعالیت‌های جذاب و مکان‌های گذران وقت را هم برای مردم محلی و هم برای گردشگران فراهم می‌کنند. همچنین به خاطر وابستگی متقابل و مداوم جشنواره‌ها به طبیعت، جزء جاذبه‌های ویژه جهت مسافرت محسوب می‌شوند (گرسوی، کیم و اویسال<sup>۶</sup>، ۲۰۰۴: ۱۸۱-۱۷۱). جشنواره‌های بومی از طریق تسهیل در شناخت میراث فرهنگی، پیشینه قومی و آداب و رسوم سنتی، به توسعه گردشگری پایدار کمک می‌کنند (مک کرچر و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۰۶: ۶۶-۵۵).

1- Nolan and Nolan  
2- Turner  
3- Felsenstein and Fleischer  
4- Getz  
5- Formica and Uysal  
6- Gursoy, kim and Uysal  
7- McKercher et al.

مراسم و جشنواره‌های مذهبی بخشی از میراث مردمی محسوب می‌شوند و از ارکان اساسی فرهنگ‌ها هستند که در میان نسل‌های مختلف دست به دست می‌گردند. جشنواره‌های مذهبی به تبلیغ و ترویج ارزش‌های فرهنگی و تقویت روابط اجتماعی کمک می‌کنند. با وجود پیشرفت تمدن و دنیای مدرن، جشنواره‌های مذهبی در بسیاری از نقاط پابرجا مانده‌اند. علت این دوام ارزش‌های بسیاری است که درون آن‌ها نهفته است (أدرینده<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱: ۸). هدف اصلی جشنواره‌های مذهبی، مطمئن ساختن اهالی جوامع محلی از حضور خدا در میان آن‌ها است (الابیمتان<sup>۲</sup>، ۱۹۸۴: ۹).

با وجود پتانسیل‌های بالای مذهبی در کشور اقدامات اساسی به منظور شناسایی و بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها صورت نگرفته و گردشگری در مقصدهای مذهبی بیشتر به زیارت اماکن مقدسه محدود است. از طرفی توسعه گردشگری در مقصدهای مذهبی با بهره‌گیری از مؤلفه‌های تمدن اسلامی علاوه بر منفعت‌های مادی، نظیر ایجاد فرصت‌های شغلی جدید که برای این مقاصد به همراه دارد، سبب می‌شود مردم منطقه و نیز گردشگران داخلی از هویت ایرانی - اسلامی خود بهتر آگاه شوند و احساس غرور و خودباوری را در آن‌ها زنده کند. علاوه بر آن آشنایی گردشگران خارجی با جاذبه‌های تمدن اسلامی موجب تغییر نگرش آنان به اسلام می‌شود و نوعی تبلیغ مذهبی و دینی به حساب می‌آید. همچنین احیای مؤلفه‌های تمدن اسلامی می‌تواند عامل مهمی در جذب گردشگران کشورهای اسلامی باشد. این امر با توجه به تبعات مختلف فرهنگی و اجتماعی گردشگران خارجی، دولت‌های اسلامی را در جهت رسیدن به یک زبان مشترک در زمینه توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی یاری می‌دهد (شریعتی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۳-۱).

جهانگردی مذهبی مستلزم توسعه اساسی خدمات، تسهیلات و زیرساخت‌های جهانگردی است و می‌تواند منافع اقتصادی - اجتماعی قابل توجهی را به همراه داشته باشد. (ضرغام بروجنی، ۱۳۸۹: ۱۸۸). در زمینه عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تحقیقات متعددی صورت گرفته است که در جدول (۱) نتایج تعدادی از این تحقیقات مشاهده می‌شود.

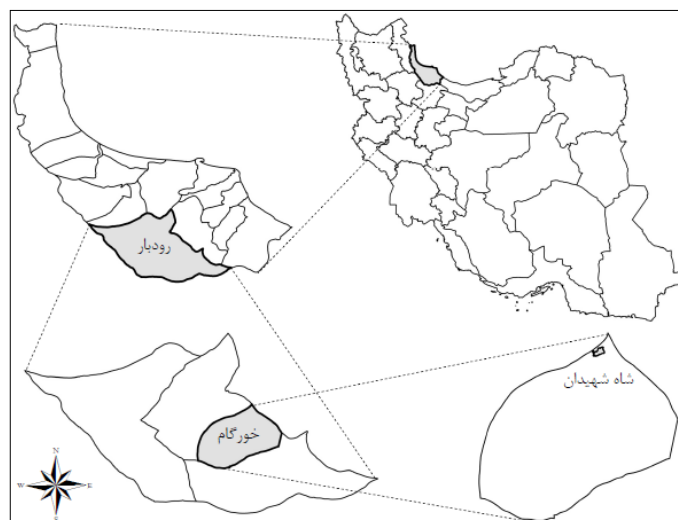
1- Oderinde  
2- Olabimtan

جدول ۱. تحقیقات صورت گرفته در زمینه عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری

عامل تأثیرگذار	محقق و سال
فرهنگ عامه	کروبی (۱۳۸۴)
امنیت	آتش پنجه (۱۳۸۶)
سیاست گذاری	رضوانی (۱۳۸۶)
سرمایه اجتماعی	بیدختی و شریفی (۱۳۹۱)
کیفیت خدمات	حقیقی و باقری (۱۳۹۱)
رضایت‌مندی گردشگران	فنی و همکاران (۱۳۹۱)
شبکه‌های اجتماعی	مظلومی و جلالی (۱۳۹۱)
بازاریابی و تصویر ذهنی گردشگران	منصوری و سلیمانی (۱۳۹۱)

### معرفی منطقه مورد مطالعه

روستای شاه شهیدان در طول جغرافیایی  $46^{\circ} 49'$  و عرض جغرافیایی  $51^{\circ} 36'$  قرار دارد. روستای شاه شهیدان در فاصله ۱۲ کیلومتری مرکز بخش خورگام (بره سر) و ۶۰ کیلومتری مرکز شهرستان رودبار (رودبار) واقع گردیده‌است. این روستا از شمال و شرق به بخش دیلمان از جنوب به مراتع سرسبز و از غرب به صخره بلند و زیبای اسپهبدان ختم می‌شود. براساس آخرین داده‌های آماری روستای شاه شهیدان دارای ۳۰ خانوار و جمعیتی در حدود ۱۰۷ نفر می‌باشد. که این جمعیت در بهار و تابستان افزایش قابل توجهی دارد و به حدود ۱۵۰ خانوار افزایش می‌یابد. آب و هوای روستای شاه شهیدان کوهستانی است به‌نحوی که دارای زمستان‌های سرد و برفی بوده و در بهار و تابستان از هوای معتدل برخوردار است. اکثر مردم روستای شاه شهیدان به دامداری مشغول‌اند (امیری نظری، ۱۳۹۰: ۱).



نقشه ۱. موقعیت روستای شاه شهیدان در بخش خورگام، شهرستان رودبار و کشور

منبع: نگارنده

### روش تحقیق

نوع تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش و ماهیت توصیفی - تحلیلی است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌های محقق ساخته در راستای اهداف تحقیق بوده است که براساس طیف لیکرت ۵ تایی طبقه‌بندی شده‌اند.

جامعه آماری تحقیق را کلیه افراد شرکت کننده در مراسم علم واپسینی روستای شاه شهیدان و خانوارهای روستایی تشکیل می‌دهند که هر ساله بین ۸ تا ۱۰ هزار نفر برآورد می‌شود. اما به علت متغیر بودن جامعه آماری (با توجه به اقلیم منطقه، تقارن با تعطیلات، سطح تبلیغات و ...) و عدم دسترسی به تعداد دقیق شرکت کنندگان، برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران برای جامعه نامحدود (بدون در نظر گرفتن حجم جامعه آماری) با احتمال صحت گفتار ۹۵ درصد استفاده شده‌است. مطالعات مقدماتی نشان داد که مقدار  $p$  بین ۷۰٪ تا ۹۰٪ قرار دارد از این رو برای بدست آوردن حجم نمونه بزرگ‌تر، مقدار  $p$  برابر ۰/۷ در نظر گرفته شد. بنابراین در حالتی که  $t=1/96$ ،  $p=0/7$ ،  $q=1$  و  $d=0/05$  باشد، حجم نمونه ۳۲۲ نفر به دست می‌آید.

$$n = \frac{t^2 \cdot pq}{(ed)^2} = 322$$



روش مورد استفاده در این تحقیق مبتنی بر تحلیل مجموعه‌ای از شاخص‌ها برای ارزیابی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در محدوده مورد مطالعه می‌باشد. بنابراین در گام اول شاخص‌های تحقیق با توجه به دارا بودن ارتباط با موضوع تحقیق، مطابقت با اهداف و سؤالات تحقیق، قابلیت کمی‌سازی و عملیاتی شدن، استقلال شاخص‌ها و عدم همپوشانی آن‌ها و قابلیت دسترسی آسان به جدیدترین اطلاعات برای محدوده مورد مطالعه انتخاب شدند (دال و بیلر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱: ۴۶-۳۴) و (بل و مورس<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹) بر همین اساس ۳۵ شاخص ارائه شد. در ادامه برای تغییر شکل دادن داده‌ها به فرمت موردنیاز برای تحلیل‌های آماری معنی‌دار (شانون<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳: ۵)، داده‌ها استاندارد سازی شدند. برای تحلیل مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری از مدل تحلیل عاملی و به روش تجزیه به مؤلفه‌های اصلی استفاده شده است. در ادامه تحقیق به تحلیل نتایج بدست آمده از تحلیل آماری پرداخته می‌شود.

#### جدول ۲. شاخص‌های تحقیق

شاخص‌های تأثیر گذار بر توسعه گردشگری در روستای شاه شهیدان					
اقتصادی	فرهنگی اجتماعی	زیرساخت حمل و نقل	طبیعی و محیطی	تبلیغات	تسهیلات و خدمات
سرمایه گذاری دولت	مشارکت نهاد های محلی	آسفالت جاده	آب و هوای معتدل کوهستانی	اطلاع رسانی فرا ملی، ملی و منطقه‌ای	امکانات اقامتی و پذیرایی تعداد سرویس بهداشتی
مشارکت بخش خصوصی	آموزش در زمینه گردشگری	عرض جاده	مسیر های پیچ در پیچ کوهستانی	اطلاع رسانی الکترونیکی	پارکینگ تأسیسات برقی و نوررسانی
سرمایه گذاری مردم	امنیت	علائم هدایتگر در جاده	فاصله از شهرهای بزرگ	اعلام زمان و مکان مراسم	تأسیسات گرمایش و سرمایش پیاده راه
درآمد حاصل از گردشگری	فرهنگ پذیرش گردشگران	نور جاده در شب	تعداد مسیرهای دسترسی	تهیه فیلم‌های مستند از مراسم	پمپ بنزین و تعمیرگاه
رضایت از اشتغال در بخش گردشگری	غناى آداب و رسوم	تصادفات رانندگی	چشم اندازهای طبیعی	معرفی مراسم در همایش‌های علمی	حضور راهنما خدمات نظافت و پاکیزگی کیفیت آب آشامیدنی

منابع: حسینی و همکاران (۱۳۹۲)، فلاحی و همکاران (۱۳۹۲)، لطیفی و همکاران (۱۳۹۲) و کرمی دهکردی و همکاران (۱۳۹۲).

1- Dale and Beyeler  
2- Bell and Morse  
3- Shannon

## تحلیل یافته‌ها

در تحقیق حاضر از کل نمونه آماری که ۳۲۲ نفر بودند، ۱۱۴ نفر (۳۵/۴ درصد) زن و ۲۰۸ نفر (۶۴/۶ درصد) مرد هستند. سن این افراد ۱۸ نفر (۵/۶ درصد) زیر بیست سال، ۱۰۱ نفر (۳۱/۳ درصد) بین ۲۰ تا ۲۹ سال، ۷۵ نفر (۲۳/۳ درصد) بین ۳۰ تا ۳۹ سال، ۷۰ نفر (۲۱/۷ درصد) بین ۴۰ تا ۴۹ سال و ۵۸ نفر (۱۸/۱ درصد) بالای ۵۰ سال هستند و از نظر میزان تحصیلات این تعداد ۳۴ نفر (۱۰/۵ درصد) زیر دیپلم، ۵۶ نفر (۱۷/۵ درصد) دیپلم، ۸۷ نفر (۲۷ درصد) فوق دیپلم، ۱۱۲ نفر (۳۴/۸ درصد) لیسانس و ۳۳ نفر (۱۰/۲ درصد) فوق لیسانس هستند. از این تعداد پاسخگویان ۹۴ نفر (۲۹/۱ درصد) شغلشان دولتی، ۷۷ نفر (۲۳/۹ درصد) آزاد، ۸۶ نفر (۲۶/۷ درصد) کارمند، ۳۷ نفر (۱۱/۵ درصد) کارگر و ۲۸ نفر (۸/۸ درصد) بیکار هستند. درآمد ۱۸ نفر (۵/۶ درصد) زیر ۱۰۰ هزار تومان، ۲۱ نفر (۶/۵ درصد) بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان، ۵۶ نفر (۱۷/۴ درصد) بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان، ۱۴۵ نفر (۴۵ درصد) بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان و ۸۲ نفر (۲۵/۵ درصد) بالای ۴۰۰ هزار تومان است. از میان این افراد حدود ۷۰ درصد از داخل استان و ۳۰ درصد از استان‌های همجوار برای تماشای مراسم عَلم و اچینی می‌آیند.

در تحقیق حاضر، به منظور تحلیل مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در روستای شاه شهیدان از آزمون آماری تحلیل عاملی استفاده گردیده است. به منظور تشخیص مناسب بودن داده‌های مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل در خصوص مهم‌ترین عوامل توسعه گردشگری، از آزمون بارتلت<sup>۱</sup> و شاخص KMO<sup>۲</sup> بهره گرفته شد. معنی‌داری آزمون بارتلت در سطح اطمینان ۹۹ درصد و مقدار مناسب KMO حاکی از همبستگی و مناسبت متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی است (جدول ۳).

جدول ۳. آزمون بارتلت در سطح معناداری

مجموعه مورد تحلیل	مقدار KMO	مقدار بارتلت	سطح معنی داری
تحلیل مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری	۰,۶۶۳	۱۱۳۵,۲۴	.۰۰۰

همچنین متغیرهای مورد بررسی توسط آزمون تحلیل عاملی، عامل سازی گردیده است. بدین صورت که متغیرهای بارگذاری شده در هر عامل که بالای ۰/۵ هستند یک

1- bartlett

2- Kaiser-Meyer-Olkin

عامل را تشکیل می‌دهند و متغیرهایی که امکان تجمع با این‌ها را ندارند عامل دیگری را تشکیل می‌دهند. نتیجه حاصل از تقلیل ۳۵ متغیر، ۶ عامل بوده است که در جدول (۴) آورده شده است.

جدول ۴. عامل‌بندی متغیرهای مورد مطالعه

نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
اقتصادی	۱۰/۶۴۴	۲۴/۶۵۶	۱۰/۴۲۸
تسهیلات	۳/۶۵۰	۱۵/۴۲۸	۳۹/۸۵۶
زیرساخت حمل و نقل	۳/۱۱۴	۱۰/۸۹۸	۵۰/۷۵۴
تبلیغات	۲/۴۲۵	۸/۹۲۹	۵۹/۶۹۳
طبیعی و محیطی	۲/۳۲۴	۷/۶۴۱	۶۷/۳۲۴
اجتماعی و فرهنگی	۲/۰۵۱	۶/۸۶۱	۷۴/۱۵۸

همانطور که نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد، از بین ۳۵ شاخص تحقیق که در ۶ بعد تقسیم‌بندی شده است، بعد اقتصادی با مقدار ویژه ۱۰/۶۴۴ و درصد واریانس ۲۴/۶۵۶ به عنوان اولین عامل و بعد تسهیلات با مقدار ویژه ۳/۶۵۰ و درصد واریانس ۱۵/۴۲۸ به عنوان دومین عامل مؤثر بر توسعه گردشگری در محدوده مورد مطالعه شناخته شده است.

در ادامه تحقیق نتایج مربوط به بارهای عاملی هر کدام از ابعاد مورد بررسی بیان شده است. بنابراین با توجه به جدول (۵) شاخص درآمد حاصل از گردشگری با دارا بودن بار عاملی ۰/۸۸۶ به عنوان تأثیرگذارترین عامل اقتصادی در توسعه گردشگری در روستای شاه شهیدان مطرح است. اگر گردشگری در روستای شاه شهیدان به گونه‌ای برنامه‌ریزی شود که درآمدزا باشد پیشرفت می‌کند زیرا سرمایه و نیروی کار به سمتی که درآمد باشد سرازیر شده و توسعه اقتصادی در منطقه را به دنبال می‌آورد. در پی توسعه اقتصادی مقدمات تقویت زیربنای گردشگری فراهم می‌شده و درآمد بیشتری از این بخش حاصل می‌شود.

جدول ۵. بارهای عامل بندی شده بعد اقتصادی

بار عاملی	عوامل اقتصادی
۰/۸۸۶	درآمد حاصل از گردشگری
۰/۸۲۳	مشارکت بخش خصوصی
۰/۷۸۲	سرمایه گذاری دولت
۰/۶۸۶	رضایت از اشتغال در بخش گردشگری
۰/۵۵۶	علاقه مندی مردم جهت سرمایه گذاری

جدول (۶) نشان می دهد مشارکت نهادهای محلی با دارا بودن بار عاملی ۰/۹۱۶ تأثیر گذارترین عامل فرهنگی - اجتماعی در توسعه گردشگری در روستای شاه شهیدان می باشد. بررسی ها نشان می دهد مشارکت نهادهای محلی به ویژه در زمان برگزاری مراسم علم و آچینی در معرفی بهتر منطقه و مراسم به گردشگران نقش مهمی خواهد داشت.

جدول ۶. بارهای عامل بندی شده بعد فرهنگی - اجتماعی

بار عاملی	عوامل فرهنگی - اجتماعی
۰/۹۱۶	مشارکت نهادهای محلی
۰/۷۷	فرهنگ پذیرش گردشگران از سوی روستائیان
۰/۶۹۶	سطح آموزش ها در زمینه گردشگری
۰/۶۹۰	امنیت
۰/۵۹۹	غناي آداب و رسوم

همانطور که جدول (۷) نشان می دهد، از میان عوامل زیر ساخت حمل و نقل، عامل آسفالت جاده با دارا بودن بار عاملی ۰/۹۲۵ تأثیر گذارترین عامل در توسعه گردشگری در روستای شاه شهیدان می باشد. در صورت آسفالت شدن جاده های کوهستانی منتهی به این روستا خطرات رانندگی در مسیر کاهش یافته و به تبع آن اقبال گردشگران برای عبور از این جاده ها و رسیدن به روستا افزایش می یابد.

جدول ۷. بارهای عامل‌بندی شده بعد از ساخت حمل و نقل

بار عاملی	عوامل زیرساختی حمل و نقل
۰/۹۲۵	آسفالت جاده
۰/۷۰۵	علائم هدایتگر در جاده
۰/۷۰۴	عرض جاده
۰/۶۱۲	نور جاده در شب
۰/۴۶۹	تصادفات رانندگی

براساس یافته‌های تحقیق در جدول (۸) از میان عوامل طبیعی و محیطی، عامل آب و هوای معتدل کوهستانی با دارا بودن بار عاملی ۰/۹۱۷ به‌عنوان تأثیرگذارترین عامل در توسعه گردشگری در روستای شاه شهیدان مطرح است. هوای خنک روستا در مرداد ماه - زمان برگزاری مراسم علم و اچینی - گردشگران را به سپری کردن اوقات خود در روستا ترغیب می‌کند.

جدول ۸. بارهای عامل‌بندی شده بعد از طبیعی و محیطی

بار عاملی	عوامل طبیعی و محیطی
۰/۹۱۷	آب و هوای معتدل کوهستانی
۰/۸۷۲	تعداد مسیرهای دسترسی محدود
۰/۸۶۸	مسیرهای پیچ در پیچ کوهستانی
۰/۸۴۲	چشم اندازهای منحصر به فرد طبیعی
۰/۸۳۶	فاصله از شهرهای بزرگ

جدول (۹) نشان می‌دهد عامل تهیه فیلم‌های مستند از مراسم علم و اچینی با دارا بودن بار عاملی ۰/۸۲۳ تأثیرگذارترین عامل تبلیغاتی در جذب گردشگر به روستای شاه شهیدان است. آشنان بودن عموم با اصل و محتوای مراسم علم و اچینی یکی از دلایلی بوده است که در سال‌های اخیر گردشگری در این روستا توسعه چندانی نیافته است. با تهیه فیلم‌های مستند از این مراسم و پخش آن‌ها از رسانه ملی امکان جذب گردشگر بیشتر فراهم می‌شود.

جدول ۹. بارهای عامل بندی شده بعد تبلیغات

بار عاملی	عوامل تبلیغاتی
۰/۸۲۳	تهیه فیلم‌های مستند از مراسم علم وچینی
۰/۷۸۲	اعلام زمان و مکان مراسم
۰/۷۶۱	اطلاع رسانی الکترونیکی مناسب
۰/۵۵۶	معرفی مراسم در غالب مقاله در همایش های علمی
۰/۵۳۲	اطلاع رسانی در ابعاد فرا منطقه ای و ملی

بر اساس یافته‌های تحقیق در جدول (۱۰) مشاهده می‌شود از میان عوامل تسهیلاتی و خدماتی تأثیرگذار بر توسعه گردشگری در روستای شاه شهیدان، عامل وجود پارکینگ با دارا بودن بار عاملی ۰/۹۱۶ بیش از سایر عوامل در توسعه گردشگری در این روستا تأثیرگذار است. تعبیه فضای کافی برای پارکینگ در روستای شاه شهیدان باعث می‌شود تا گردشگران مراسم علم وچینی را با رضایت ترک کنند و شرکت آن‌ها در این مراسم در سال‌های آینده تداوم پیدا کند زیرا دیگر مجبور نخواهند بود ماشین‌های خود را در روستاهای اطراف پارک کرده و برای دیدن مراسم پیاده به روستای شاه شهیدان بروند.

جدول ۱۰. بارهای عامل بندی شده بعد تسهیلات و خدمات

بار عاملی	عوامل تسهیلاتی و خدماتی
۰/۹۱۶	پارکینگ
۰/۸۸۶	امکانات اقامتی و پذیرایی
۰/۷۵۶	تأسیسات گرمایش و سرمایش
۰/۷۲۳	پیاده راه
۰/۶۹۶	تأسیسات برقی و نوررسانی
۰/۶۸۶	تعداد سرویس بهداشتی
۰/۶۴۶	خدمات نظافت و پاکیزگی
۰/۶۴۴	حضور راهنما
۰/۶۳۵	وجود پمپ بنزین و تعمیرگاه
۰/۵۵۶	کیفیت آب آشامیدنی

## نتیجه‌گیری

روستای شاه شهیدان به لحاظ برگزاری مراسم آیینی - بومی علم واپسینی بخش مهمی از میراث فرهنگی استان گیلان را تشکیل می‌دهد. از این رو انجام اقدامات لازم برای شناسایی و بهره‌گیری از این میراث جهت توسعه گردشگری در این روستا ضروری به نظر می‌رسد. در این تحقیق سعی بر این بود تا عوامل تأثیرگذار بر حضور گردشگران در مراسم علم واپسینی شناسایی شده و میزان تأثیرگذاری این عوامل بر توسعه گردشگری در روستای شاه شهیدان نیز مورد بررسی قرار گیرد. بر همین اساس ۳۵ شاخص در ۶ مؤلفه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، طبیعی - محیطی، زیرساخت حمل و نقل، تبلیغات و تسهیلات و خدمات طراحی شدند.

تمام مؤلفه‌های شناسایی شده در این پژوهش برای توسعه گردشگری در روستای شاه شهیدان، با استفاده از آزمون‌های تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفتند و براساس مقدار ویژه بدست آمده برای هر کدام، رتبه‌بندی شدند که باید براساس درجه اهمیت‌شان مورد توجه قرار گیرند. نتایج یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل اقتصادی بیش از سایر عوامل در توسعه گردشگری در روستای شاه شهیدان تأثیرگذار می‌باشد و از میان عوامل اقتصادی، درآمد حاصل از گردشگری بالاترین بار عاملی را دارا می‌باشد. افزایش درآمد حاصل از گردشگری باعث می‌شود تا مهاجرت روستائیان بالاخص نیروی جوان به شهر کاهش یافته و در نتیجه روحیه مشارکت مردم در بخش گردشگری افزایش یابد. تمام این موارد توسعه گردشگری در این ناحیه را تسریع می‌کند.

در راستای نتایج بدست آمده از تحقیق حاضر پیشنهاد می‌شود برای افزایش درآمد حاصل از گردشگری، در جهت توسعه و ساماندهی بازارهای محلی که در زمان برگزاری مراسم علم واپسینی برپا می‌شوند اقدام شود. فروش صنایع دستی و اجناس محلی در این بازارها منبع درآمد مهمی برای ساکنین روستا محسوب می‌شود. همچنین پیشنهاد می‌شود با حمایت دولت از توسعه گردشگری و تدوین قوانین و مقررات، در جهت توزیع امکانات، خدمات و زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری اقدام شود که این امر اشتغال‌زایی در زمینه گردشگری را نیز به دنبال خواهد داشت. همینطور با زمینه‌سازی و تشویق مردم بومی به مسئولیت‌پذیری و مشارکت در جهت توسعه

خدمات گردشگری موجبات کسب درآمد از این طریق فراهم می‌شود. برای ارائه بهتر تسهیلات و زیرساخت‌ها به گردشگران پیشنهاد می‌شود وظیفه برآورد این امکانات به عهده متخصصین و کارشناسان سپرده شود. علاوه بر سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی، توسعه نهادها و سازمان‌هایی در روستا برای آموزش مردم و گردشگران می‌تواند به بهره‌گیری بهینه و هدفمند از منافع و آثار مثبت گردشگری منجر شود.



## منابع

- آتش‌پنجه، بایندر. (۱۳۸۶). بررسی نقش امنیت در توسعه گردشگری. ماهنامه ایرانا. شماره ۱۴، ص ۹.
- آشتیانی، محمدرضا و آشتیانی، محسن. (۱۳۹۰). گنجینه آداب اسلامی. قم: مؤسسه نشر زهیر.
- الوانی، سید مهدی و پیروزبخت، معصومه. (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهانگردی. (چاپ اول). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ص ۱۵۶.
- امیری نظری، مهدی. (۱۳۹۰). روستای شاه شهیدان خورگام. [۲۸ شهریور ۱۳۹۰، ساعت ۴:۴۸]. [http://www.deilamestan.com/news\_loader/news.aspx?index=517].
- امین بیدختی، علی‌اکبر و شریفی، نوید. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین رونق گردشگری و سرمایه اجتماعی در مناطق ساحلی دریای خزر. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. شماره ۱۷، ص ۱۲۱.
- بهبزادفر، مصطفی و زمانیان، روزبه. (۱۳۸۷). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تکیه بر بخش محصول نمونه موردی: شهرستان نیشابور. تهران: نشریه بین‌المللی علوم مهندسی دانشگاه علم و صنعت ایران. جلد ۱۹، شماره ۶، ص ۸۹-۱۰۳.
- بیرانوند، اسماعیل. (۱۳۸۷). تحلیل فضایی جاذبه‌های اکوتوریسم شهرستان خرم‌آباد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، ص ۳۷ و ۳۸.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی. (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران: انتشارات سمت، ص ۱۵.
- تولایی، سیمین. (۱۳۸۶). مروری بر صنعت گردشگری. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت معلم، ص ۱۵.
- حسینی، علی و پوراحمد، احمد و اروجی، حسن و علیزاده، محمد. (۱۳۹۲). اولویت‌سنجش راهبردهای توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه الموت قزوین. فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی. شماره ۳، ص ۱-۱۷.
- حقیقی کفاش، مهدی و باقری، حامد. (۱۳۹۱). کیفیت خدمات و وفاداری مشتریان در هتل‌های چهار ستاره شهر شیراز. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. شماره ۲۰، ص ۱.
- خوشتراش، علی. (۱۳۹۰). علم و آیینی در شاه شهیدان دیلمان. روزنامه شرق. شماره ۱۳۱۹، ص ۱۳.
- دورانت، ویلیام جیمز (۱۳۷۰). تاریخ تمدن. ترجمه احمد آرام و علی پاشایی. تهران: انتشارات انقلاب اسلامی. جلد اول و دوم، چاپ سوم، ص ۲۰۵.
- رضوانی، علی‌اصغر. (۱۳۸۶). سیاست‌گذاری و توسعه گردشگری. ماهنامه ایرانا. شماره ۱۳، ص ۸.

- شجاعی، منوچهر و نوری، نورالدین. (۱۳۸۶). بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری کشور. تهران: نشریه دانش مدیریت. شماره ۷۸، ص ۹۰-۶۳.
- شریعتی، سیدصدرالدین و پورفرج، اکبر و حیدری، محمد. (۱۳۹۱). نقش تمدن اسلامی در توسعه گردشگری مقصدهای مذهبی (مورد مطالعه شهر مقدس قم). تهران: فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری. سال هفتم، شماره ۱۸، ص ۲۳-۱.
- ضرغام بروجنی، حمید. (۱۳۸۹). برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی. تهران: انتشارات مهکامه، چاپ اول، ص ۱۸۸.
- فلاحی، احمد و حسنی، احسان و کروی، مهدی. (۱۳۹۲). بررسی جاذبه‌های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان، مجله مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۱۷، ص ۱۷۴-۱۵۹.
- فنی، زهره و برغمندی، مجتبی و اسکندرپور، مجید و سلیمانی، منصور. (۱۳۹۱). سنجش میزان رضایت‌مندی گردشگران شهر گرگان. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. شماره ۲۰، ص ۳۱.
- کاظمی، مهدی. (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری. تهران: انتشارات سمت، چاپ اول، ص ۷.
- کرمی دهکردی، مهدی و کلانتری، خلیل و باباجانی، آرزو. (۱۳۹۱). شناسایی و اولویت‌بندی موانع توسعه گردشگری روستایی در حوزه امنیت با استفاده از تکنیک دلفی (مورد مطالعه: استان چهارمحال و بختیاری). فصلنامه پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی. سال اول، شماره ۴، ص ۷۴-۵۹.
- کروی، مهدی. (۱۳۸۴). بررسی نقش فولکلور (فرهنگ عامه در توسعه گردشگری ایران). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. شماره ۱۰، ص ۵۳.
- کریستین سن، آرتور. (۱۳۶۹). ایران در زمان ساسانیان. ترجمه رشید یاسمی. تهران: انتشارات دنیای کتاب، ص ۲۳۲.
- لطیفی، سمیه و نادری مهدبی، کریم و زلیخایی سیار، لیلا. (۱۳۹۲). موانع مؤثر بر توسعه فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی همدان (با تأکید بر روستاهای هدف گردشگری). فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای. سال سوم، شماره ۹، ص ۸۷-۷۷.
- مظلومی، نادر و جلالی، حسین. (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی و موفقیت سیاست‌گذاری گردشگری ایران. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. شماره ۱۸، ص ۲۵.
- منشی‌زاده، رحمت‌الله. (۱۳۸۰). اندر مقوله گردشگری. تهران: نشر منشی، چاپ اول، ص ۱۳۹.
- منصوری مؤید، فرشته و سلیمانی، سمیرا. (۱۳۹۱). ابزارهای بازاریابی و تصویر ذهنی گردشگران از مقصد. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. شماره ۱۸، ص ۹۳.
- مؤمنی، مصطفی و صراف، مظفر و قاسمی خوزانی، محمد. (۱۳۸۷). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلانشهر مشهد. زاهدان: مجله

Ajit, kiran shinde. (2004). *Quest for good governance, contribution and potential of religious institutions as stakeholders*. p.2.

Bell, S. and S. Morse. (1999). *Sustainability indicators: measuring the immeasurable?* Earthscan, London.

Dale, V. H. and Beyeler, S.C. (2001). *Challenges in the development and use of ecological indicators*, In: Zhen, L, ROUTRAY, J. K. (Eds), *Operational Indicators for Measuring Agricultural Sustainability in Developing Countries*, *Environmental Management*, 32(1): 34–46.

Felsenstein, D. & Fleischer, A. (2003). *Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure*, *Journal of Travel Research*, 41(4), 385–392.

Formica, S., & Uysal, M. (1996). *A market segmentation of festival visitors: Umbria jazz festival in Italy*, *Festival Management and Event Tourism*. 3(1), 175–182.

Getz, D. (1993). *Festivals and special events*. In M. A. Khan, M. D. Olsen, & T. Var (Eds.), *Encyclopedia of hospitality and tourism*, 789–810.

Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). *Perceived impacts of festivals and special events by organizers: An extension and validation*, *Tourism Management*, 25(2), 171–181.

ICEP. (1997). *Religious Tourism*. *Tourism Sources Markets*, No. 12, 30-33.

McKercher, B., Mei, W.S., Tse, T., 2006. Are short duration cultural festivals tourist attractions? *Journal of Sustainable Tourism* 14 (1), 55–66.

Nolan, M.L & Nolan,s (1989). *Christian Pilgrimage in Modern Western Europe Chapel Hill*, the university of North Carolina press. P.11

Nolan, M.L & Nolan,s (1992). *Religious sites as tourism attractions in Europe*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 19(1), 68-78.

Oderinde, Olatundun Aboosed. (2011). *The role of religious festivals among the Yoruba and its social relevance*. *Lumina*, Vol. 22, No.2, p 8.

Olabimtan, A. (1984). *A Critical Study of Yoruba Written Poetry 1848-1948*. Doctoral Thesis, University of ibadan.

Santos, Maria da Graca Mougá pocas(2004). *Fatima: ReligiousTourism in a Sanctuary– City*, p.8.

Shannon,W., R.,Culverhouse, and J.,Duncan. (2003). *Analyzing microarray data usingcluster analysis*, Ashley Publications Ltd. P. 5.

Turner, V. (1982). *From ritual to theater: The human seriousness of play*. New York: PAJ Publications.