

## اثرات نظام بخشی فضای شهری در بازتولید گردشگری مذهبی از طریق میانجی سرمایه اجتماعی (نمونه موردی: مراسم عصر تاسوعای شهر زنجان)

اسماعیل دوبران<sup>۱</sup>، حسین احمدی<sup>۲</sup>

۱. استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه فرهنگیان تهران، ایران

۲. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فرهنگیان تهران، ایران

### چکیده

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۸/۱۰

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۳/۱۳

یکی از ابعاد گردشگری مذهبی مراسم آیینی دهه محرم است که ریشه در باورها و اعتقادات دینی و مذهبی دارد. چیدمان نظام فضای شهری تاثیرگذار در توسعه مراسم آیینی در جهت گردشگری مذهبی است. در این راستا، مبین های سرمایه اجتماعی با عملکرد خود، ساماندهی فضاهای شهری را سبب ساز شده و بازتولید گردشگری مذهبی را توسعه می دهند. برگزاری مراسم مختلف در فضاهای شهری مانند: دسته های عزاداری - در صورتی که توام با اهرم های سرمایه اجتماعی نمود یابند - می تواند نظام فضاهای شهری در شهرهای مختلف کشور را سامان دهد و بر توسعه گردشگری اثر بگذارد. پژوهش حاضر به روش توصیفی - تحلیلی به بررسی اثر سرمایه اجتماعی در نظام - مندی فضای شهری در برگزاری آیین مذهبی و به تناسب آن بازتولید گردشگری مذهبی در ایران پرداخته است. نظر به ثبت ملی عزاداری حسینیه اعظم زنجان، به عنوان اولین اثر مذهبی متراکم در فضای باز شهری و میراث ناملموس کشور، نمونه موردی پژوهش حاضر شهر زنجان می باشد. این پژوهش با استفاده از روش میدانی اقدام به بررسی اثرات سه شاخص اصلی اعتماد، مشارکت و انسجام اجتماعی گردشگران غیر بومی (غیر ساکن شهر زنجان) در مراسم عصر تاسوعا شهر زنجان می پردازد. تحلیل پژوهش در قالب مدل معادلات ساختاری (روش تحلیل مسیر) انجام گرفته است. نتایج مدل نشان می دهد: میزان تاثیر مولفه مشارکت اجتماعی با ضریب ۰/۸۱۱ بر فضای شهری و ۰/۷۵۸ بر بازتولید گردشگری بالاترین و انسجام اجتماعی با ضریب تاثیر ۰/۶۵۲ برای فضا و ۰/۰۹۵ بر بازتولید گردشگری کمترین تاثیر را گذاشته است. در عین حال مطالعات نشان داد مولفه های سرمایه اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ضمن داشتن ارتباط معنادار با نظام بخشی فضا، با همدیگر نیز ارتباط معنادار داشته و بصورت پیوسته با هم عملکرد می یابند. لذا، پیشنهاد پژوهش این است که از ظرفیت سرمایه اجتماعی شکل گرفته مراسم مزبور در کنترل و مدیریت فضای شهر بهره لازم را برده و با مردم محور کردن مدیریت مراسم، فضای خدماتی بیشتری را برای گردشگران مذهبی فراهم نمود.

### کلید واژه ها:

سرمایه اجتماعی، فضای شهری، بازتولید، گردشگری مذهبی، زنجان.

## مقدمه

آیین ها، نمود بیرونی باورها و اعتقاداتی هستند که از فرهنگ جامعه نشأت می گیرد. بهترین راه شناخت فرهنگ جوامع را در توجه به آداب و رسوم، باورها و اعتقادات آن جامعه می دانند. باورهایی که در طول زمان در قالب آیین ها و مراسم خاص نمود پیدا می کنند و بخشی از زندگی مردم می شوند (غضنفری و جوادی، ۱۳۸۸: ۷۱). شهرها در سراسر جهان در حال بازیابی فضاهای عمومی خود هستند. این واقعیت که مردم سراسر جهان مشتاقانه نسبت به این فرصت جدید برای مشارکت در زندگی جمعی واکنش نشان می دهند، حاکی از آن است که فضاهای عمومی که مردم در آن با یکدیگر ملاقات می کنند، سرمایه های مهمی در جامعه امروزی اند (یان گل، ۱۹۳۶: ۱). فضاهای شهری، زمینه های رویارویی مردم، تعاملات و تقابلات اجتماعی را فراهم می آورد که ارتقاء سطح معیارهای فرهنگی جامعه را در پی خواهد داشت. در سال های اخیر سرمایه اجتماعی بعنوان یکی از اهرم های تقویت کننده تعامل ها و تقابل های موثر اجتماعی و به مثابه یک دارایی نامشهود مورد توجه برنامه ریزان و سیاست گذاران بویژه مدیریت شهری قرار گرفته است. این مفهوم علی رغم ماهیت غیرفیزیکی خود نقش بسزایی در توسعه فیزیکی - کالبدی شهرها برجای می گذارد. به طوری که اهرم های قوی آن منجر به ساماندهی فضای شهری و ضعف آن منجر به فرسودگی کالبدی - اجتماعی می شود؛ چرا که سرمایه اقتصادی، طبیعی، فیزیکی، دانش فنی و حتی سرمایه انسانی در بستر وجود سرمایه اجتماعی ظهور می یابند و کارآمدی و تحقق یا عدم کارایی و اثر بخش آن ها بسته به میزان سرمایه اجتماعی است (رضایی و نوری، ۱۳۹۷: ۸۵). این سرمایه دربرگیرنده ابعادی از ساختار اجتماعی است که کنش اجتماعی را تسهیل کرده و منابع متعددی را در جهت در اختیار مردم جهت رسیدن به اهدافشان قرار می دهد. این سرمایه یکی از تاثیرگذارترین عناصر توسعه و انسجام بخشی جامعه محسوب می شود (119: Peltan & Boromand, 2011). این مفهوم به عنوان یک کالای عمومی و دارایی جمعی مطرح است که در دوره زمانی بلند مدت انباشته می شود، کارایی را از طریق تسهیل - گری اقدامات بهبود می بخشد و ظرفیت افراد و گروه های مختلف را برای دستیابی به اهداف نهایی تسهیل می کند (khan, 2011, p 11). مطالعات نشان می دهد سرمایه اجتماعی در فضای شهری اثرات چشمگیری در ساماندهی فضاهای شهری داشته است. به طوری که از این سرمایه به عنوان سازنده، تولید کننده و بازساخت کننده فضای شهری نام برده اند. اثر این سرمایه در مراسم مختلف آیینی همچون مراسم های ماه محرم در نظام فضای شهری تاثیر گذاشته و منجر به تولید و بازتولید مداوم گردشگری می شود. این مقاله به بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی مانند اعتماد، انسجام و مشارکت اجتماعی و میزان اثر گذاری آن در نظم بخشی، و یکپارچگی فضای شهری و به تناسب آن بازتولید گردشگری مذهبی پرداخته است.

مراسم عصر تاسوعای حسینی در فضای باز بافت مرکزی شهر زنجان، به عنوان دهمین اثر ثبت شده میراث ناملموس کشور (در سال ۱۳۸۷)، دومین قربانگاه جهان اسلام بعد از منا، و اولین اثر مذهبی ثبت شده متراکم فضای باز شهری کشور می باشد که پایه گذار ثبت سایر مراسم و آثار مذهبی کشور بوده است. پژوهش حاضر بررسی نقش و اثرگذاری مراسم عزاداری عصر تاسوعای شهر زنجان در جهت تبیین نوع، نحوه و چگونگی تاثیر گذاری سرمایه اجتماعی در مطلوبیت نظام فضایی شهری و به تناسب آن گردشگری مذهبی را ضروری دانست تا بتوان با الگوگیری از اثرات این سرمایه در باز تولید گردشگری بهره لازم را برد.

پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که در برگزاری مراسم مذهبی، سرمایه اجتماعی چگونه به عنوان میانجی در نظام بخشی فضای شهری عملکرد یافته و بر بازتولید گردشگری اثر گذار خواهد بود؟ شاخص ها و چگونه ابعاد مختلف

سرمایه اجتماعی در نظام بخشی فضاهاى شهری و به تناسب آن گردشگری مذهبی عملکرد می یابند؟ وضعیت مولفه ها و شاخص های سرمایه اجتماعی در نظام بخشی فضای شهر زنجان جهت بازتولید گردشگری چگونه است؟ به این ترتیب در جهت نظام مند کردن پژوهش در چارچوب مفهومی مشخص، این فرض ها مطرح می شود که در برگزاری مراسم عصر تاسوعای شهر زنجان بین مولفه های سرمایه اجتماعی و نظام بخشی فضای شهری ارتباط معنادار با جهت مثبت وجود داشته و مولفه های مزبور بر نظام بخشی فضا اثرگذار می باشند. مولفه های سرمایه اجتماعی از طریق نظام بخشی فضای شهری اثر مثبت و معنادار بر بازتولید گردشگری مذهبی دارند. مولفه های سرمایه اجتماعی در فرآیند نظام دهی به فضای شهری جهت توسعه گردشگری مذهبی ارتباط معنادار و مثبت با همدیگر داشته و پیوسته با هم عملکرد یافته اند. این مولفه ها در شهر زنجان دارای مطلوبیت نسبی از بالاتر حد تراز استاندارد می باشند.

## ادبیات موضوع

در مورد سرمایه اجتماعی مطالعات بسیاری صورت گرفته است که از برجسته ترین آنها می توان به مطالعات اندیشمندانى مانند فوکویاما، لیدا هانیفان، گلن لوری، کلمن، پاتنام، بوردیو، ولکوک و جکوبز اشاره کرد. در کشور ایران نیز پژوهش های متعددی در کاربست سرمایه اجتماعی در فضاهاى شهری صورت پذیرفته است که بیشتر توسط متخصصین جغرافیا، مدیریت، برنامه ریزی شهری، شهرسازی، علوم اجتماعی، جامعه شناسی صورت پذیرفته است، که بیشتر آنها در فاصله سال های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۸ می باشد. اما، در حوزه گردشگری بطور عام و گردشگری مذهبی بطور خاص در ایران مطالعات عمدتاً معطوف به ۷ ساله گذشته می باشد. به طوری که بر اساس بررسی های صورت گرفته از پایگاه های اطلاعاتی کشور، بیشترین پژوهش های در حوزه گردشگری مذهبی از سال ۱۳۹۰ به بعد و به طور عمده از سال ۱۳۹۴ به بعد صورت پذیرفته که بیشتر توسط رشته های جغرافیا، علوم اجتماعی، اقتصاد و مدیریت بوده است. با این حال، از جمله پژوهش های سه سال اخیر می توان به موارد ذیل اشاره کرد: پوراشرف و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله ای با عنوان نقش میانجی گرایانه ادراک گردشگران در تأثیرگذاری تبلیغات کلامی بر قصد سفر به مقصدهای گردشگری مذهبی شهر مشهد، با روش معادلات ساختاری و استفاده از متغیرهای تبلیغات کلامی به این نتیجه رسید: تبلیغات کلامی در شکل گیری ادراک و نگرش گردشگران به مقصد های گردشگری و تصمیم آن ها به سفر نقش مهمی را ایفا می کند. عربشاهی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با تحلیل نقش عوامل رانشی و کششی در توسعه گردشگری مذهبی در شهر مقدس قم با هدف کاربردی و روش توصیفی و با استفاده از روش آزمون تی تک نمونه ای و فریدمن به تاثیر عوامل انگیزشی رانشی و کششی و اولویت بندی آن ها در توسعه گردشگری شهر مقدس قم پرداخته و به این نتیجه رسیده است که مولفه های ایمان جو خودشکوفایی، بودن با خانواده، گریز و استراحت در بعد رانشی و دسترسى و جاذبه های مذهبی فرهنگی در بعد کششی، در اولویت نیازهای انگیزشی گردشگران قرار دارند. آیتی و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله ای با عنوان بررسی تاثیر عوامل کالبدی شهری بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی؛ شهر شیراز) به روش توصیفی- تحلیلی با استفاده از متغیرهای عینی و ذهنی به بررسی اثرات عوامل کالبدی در گردشگری شهر شیراز پرداخته است. نتایج پژوهش نشان می دهد: عوامل عینی نسبت به عوامل ذهنی از تاثیرگذاری بیش تری بر توسعه گردشگری مذهبی در شهر شیراز برخوردارند و دو شاخص آرامش و لذت بصری بیشترین تاثیر را داشته اند در حالی که، امنیت به عنوان شاخصی موثر ردیابی نشده است. هوانگ و پیرس (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان تصور گردشگران از مقاصد

گردشگری مذهبی با بررسی معابد بودایی کشور چین در فاصله دو دوره ۲۰۱۴ و ۲۰۱۶ به شناسایی چهار نوع از تصور از مقبره های بودایی شامل مقدس با ارزش های معنوی بالا، فرهنگی با تاریخچه های طولانی، جذاب با ویژگی های طبیعی و تجاری با مغازه ها و رستوران ها ادغام نمود. همچنین، متوجه شد که برداشت بازدید کنندگان از مقصد حاوی واکنش های شناختی و عاطفی شدید نسبت به سایت های بودایی است. سانچز (۲۰۱۸) در مقاله ای به عنوان بررسی کتابشناختی گردشگری مذهبی به بررسی ادبیات دانشگاهی جهانگردی مذهبی پرداخته و با استفاده از داده های پایگاه WOS، با بررسی ۱۰۳ پژوهش صورت گرفته در سال های اخیر به این نتیجه رسیده است که پژوهش های گردشگری مذهبی رو به توسعه بوده و در مرحله رشد نمایی قرار دارد. هانگ و لب (۲۰۱۶). در پژوهش خود با موضوع تاثیر رضایت گردشگر بر وجه مقصد گردشگر در مایورکا اسپانیا به این نتیجه رسیده است که دیدگاه گردشگران داخلی و خارجی از وجه مقصد گردشگر متفاوت است که این تفاوت از سطح فرهنگی و تحصیلات آنها ناشی می شود.

سرمایه اجتماعی به مانند چسبی است که باعث می شود عناصر مختلف جامعه به هم اتصال یافته و کنش های اجتماعی از قبیل تعاون، حمایت های اجتماعی و غیره را تسهیل کند (ولی بیگی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۱۰). با گذشت دهه ها از مطرح شدن مفهوم سرمایه اجتماعی، هنوز توافق جدی درباره آن وجود ندارد. به همین دلیل این تئوری در علوم اجتماعی تاریخی عقلانی کوتاهی دارد. اکثر پژوهش ها عقیده دارند که این واژه در سال ۱۹۲۰ توسط لیدا هانیفان به جامعه علمی وارد شده است (Mignone, 2009: 100). وی که در آموزش و پرورش ایالت ویرجینیا خدمت می کرد احساس می کند زندگی اجتماعی بسوی انزوای خانواده و رکود اجتماع پیش می رود، با تاکید بر اهمیت تجدید حیات تعهد اجتماعی برای حفظ دموکراسی اصطلاح سرمایه اجتماعی را وضع کرد (Hanifan, 1916: 67). در ادبیات شهری، اصطلاح سرمایه اجتماعی برای اولین بار در سال ۱۹۶۱ جین جیکوبز در اثر کلاسیک و ماندگار خود یعنی مرگ و زندگی در شهرهای بزرگ آمریکایی آن را بکار برد. وی در اثر خود به این نکته اشاره دارد که: شبکه های اجتماعی فشرده در محدوده های قدیم و مختلط شهری صورتی از سرمایه اجتماعی را تشکیل می دهد و در ارتباط به حفظ نظارت، عدم وجود جرم و جنایب خیابانی و دیگر تصمیمات در مورد کیفیت زندگی در مقایسه با عوامل نهادی و رسمی مانند نیروهای پلیس مسولیت بیشتری از خود نشان می دهند. (دویران، ۱۳۹۳: ۶۸). سرمایه اجتماعی روشی است برای ارتباطات اجتماعی که برای بهبود و اجرای مناسب مدیریت منابع به کار می رود (Ballet et al, 2008: 16). این تئوری الگوی چگونگی ارتباط بین مشارکت کنندگان و نحوه تعامل آنها در قالب اهداف مشخص مد نظر است (Lakon et al, 2008: 381). این سرمایه به دو صورت میان فردی یا میان سازمانی است. سرمایه اجتماعی فردی در شبکه های ارتباطی میان افراد ایجاد می شود در حالی که سرمایه اجتماعی سازمانی، ناشی از شبکه های ارتباطی میان سازمانها است (Stone 2001: 35). تئوری مزبور دارای چند شاخص اساسی است که از جمله مهم ترین آنها: اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی است که هر یک دارای رابطه متعامل با یکدیگر بوده و هر کدام تقویت کننده دیگری هستند (دویران، ۱۳۹۲: ۵۷).

**اعتماد**، نماینده سرمایه اجتماعی است (Putnam, 2001: 49). اعتماد، بر یک سلسله عادات اخلاقی و تعهدات رفتاری دو طرفه استوار است که به وسیله اعضای جوامع نهادینه می شود (فوکویاما، ۱۹۹۵). اعتماد اطمینان به اقدامات احتمالی افراد در آینده است (Sztompka, 1999: 25). اعتماد در برداشتن منافع مشترک و فقدان سوء نیت می باشد (مشیرزاده و واسعی زاده ۱۳۹۷: ۱۶۱). در مدیریت شهری اعتماد افراد بر عملکرد یکدیگر و اعتماد شهروندان به نهادهای مختلف در امری یا کاری قضاوت می شود. نوع و

نحوه عملکرد دستگاه ها و میزان تاثیر گذاری آنها بر فضای شهری هر چند بصورت موردی یا مقطعی باشد که تعیین کننده میزان اعتماد شهروندان به آنها است. بدیهی است که فضای بی-اعتمادی در جامعه سبب قطع کانال های ارتباطی مردم با دولت می گردد و نهادهای زیربنا را با مشکل مواجه خواهد ساخت (ارسیا و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۱۳). مدیریت بهینه فضاهای شهری در امورات مختلف مانند مراسم ها، جشنواره ها، اعیاد منجر به بهبود سطح اعتماد شهروندان به مدیریت شهری شده و به تدریج روحیه مشارکت شهروندان در امور شهری را بالا می برد.

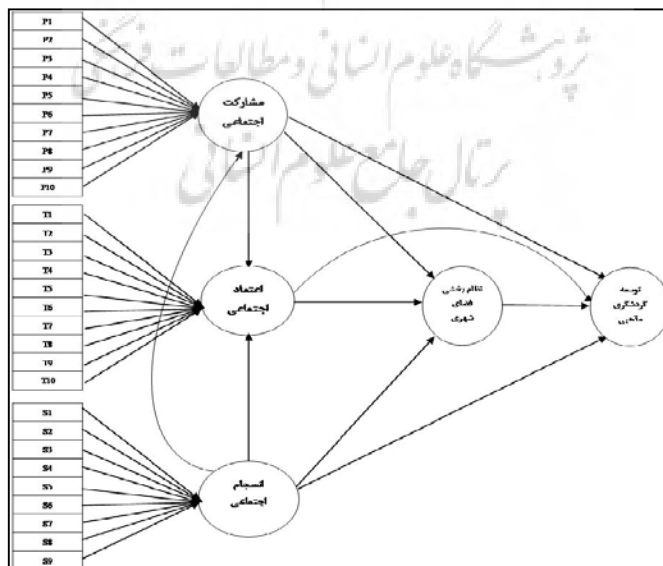
**مشارکت**، در محدودترین حالت بر مبنای عضویت رسمی و در وسیع ترین شکل به فرایندهای متعامل پویایی اطلاق- می شود که طی آن تمام شرکا، حتی محروم ترین آنها، در اتخاذ تصمیمات دارای صدا و نفوذند (Claridge, 2013). در حوزه شهری مشارکت شهروندان، سنگ زیربنای دموکراسی و اصطلاح روشنی برای قدرت شهروندان است (Meng, 2008: 33). در مشارکت همه افراد حق دارند در مورد اموری که مربوط به خودشان است احساس مسئولیت نمایند، درباره آن فکر کنند، اندیشه و ترس خود را بیان کنند و بر تصمیم هایی که بر زندگی آنها اثر می گذارد دخالت داشته باشد (شاطریان و حیدری، ۱۳۹۶: ۱۹۵). مشارکت اجتماعی فرایند اجتماعی عمومی، یکپارچه، چندگانه، چند بصری و چند فرهنگی است که هدف آن کشاندن همه مردم به ایفای نقش در همه مراحل توسعه است (Gaoteri, 1986: 58). مشارکت شهروندان در اداره امور شهر هر چند در مقیاس محدود منجر به نتایج مثبت اجتماعی و زیست محیطی شده و بیشترین سود را برای جامعه دارد. بیشتر شدن مشارکت شهروندان در امور تصمیم گیری به رشد جوامع مردم سالاری غیرمتمرکز و شبکه ای کمک بسیاری کرده و بتدریج با تعامل ایجاد شده با شبکه نهادی منجر به نظام بخشی توسعه شهری می شود.

**انسجام**، دلالت بر توافق جمعی میان یک جامعه دارد (افروغ، ۱۳۷۸: ۱۴۰). احساس مسئولیت متقابل بین یک یا چند نفر یا گروه و یا نهاد است که با وجود جدا بودن ساختار عملکردی با هم بصورت هدفمند برای هدفی مشخص تلاش می کنند. عاطفه جمعی عمیق، بیشتر در مناسک جمعی (مثل اعیاد، مراسم ملی و مذهبی و غیره) بوجود می آید و بدین نحو موجبات افزایش و تحکیم انسجام اجتماعی را فراهم می آورد (غلامی و حیاتی، ۱۳۹۲: ۱۳۳). همبستگی در شهر از انواع مختلف ارتباطات نیرومند عاطفی و اجتماعی ساکنان حکایت دارد که ارزش های اجتماعی، اعتقادی و اقتصادی مشترک عامل تعیین کننده در تامین نسبی همبستگی شهروندی را دارد (نوابخش و فیروزآبادی، ۱۳۹۱: ۳۳). یکی از معیارهای مکانی موثر بر انسجام اجتماعی، فضای عمومی می باشد. این فضا در شرایطی که اجازه برخورد را داده و محل ایجاد صحنه های گفتگو، مشارکت باشد انسجام بخشی خود را تقویت کرده است. بر اساس مطالعات سازمان جهانی گردشگری، سالانه بیش از ۶۰۰ میلیون نفر با انگیزه مذهبی و معنوی در جهان سفر می کنند (ملازم حسینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۲۴). بر اساس آمار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور بیش از ۸۰ درصد گردشگران خارجی وارد در سال ۱۳۹۷ به ایران دارای انگیزه سفر فرهنگی- مذهبی می باشند (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور، ۱۳۹۸). شارپلی و ساندرام گردشگری مذهبی را به عنوان مسافرتی که به وسیله ایمان یا دلایل مذهبی برانگیخته می شود، مفهوم می دهند (حسینی پور و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۱). گردشگری مذهبی آرامش بیشتری به انسان مدرن هدیه داده و نقش تسکین بخشی را ایفا می کند (Czernek, 2016: 44). همچنین، سفرهایی که در ایام خاص به منظور زیارت و یا شرکت در مراسم مذهبی در کشورها و شهرهای مختلف صورت می پذیرد از این جمله اند: مراسم پیاده روی اربعین حسینی در عراق، مراسم عزاداری سالار شهیدان در دسته های عزاداری، مراسم زیارتگاه فاطیما در لیسبون پرتغال، مراسم حضور در

مکه و ... از جمله این موارد هستند (جوادی، ۱۳۹۷: ۲۰-۱۵). سانتوز پنج ویژگی را برای گردشگران مذهبی نام می برد: داوطلبانه و بدون دستمزد بودن، انگیزه دینی، انگیزه های تکمیلی، سفر به مقصد مکان مذهبی و سفر به مقصد یک فریضه دینی (Santos, 2003: 40). ویژگی مهم گردشگری مذهبی این است که فرهنگ، باورها و اعتقادات مدرن و سنتی را با هم ترکیب می کند و باورها و اعتقادات گذشته را به حال پیوند می دهد. گردشگری مذهبی با معنای روحانی و معنوی همراه است و مخاطب بدنبال از ضای نیاز معنوی و روحانی است (Robinson, 2006: 65). این نوع گردشگری وقتی در فضای متراکم شهری نمود پیدا می کند بیشتر معنا و مفهوم یافته و فضای را با خود درگیر می کند. مراسم های مقطعی و دوره ای با تنوعی از مبادی ورودی مختلف با توجه به محدودیت های فضای شهری بیشتر ذهن گردشگران را معطوف به خود کرده و کمبودهای فضای شهری را در ابعاد مختلف خدمات زیست محیطی، اقتصادی، بهداشتی- درمانی، حمل و نقل، اسکان و غیره بیشتر نمایان می کند. در این شرایط ظرفیت و توان مدیریت شهری در نظام بخشی فضای شهری جهت پاسخگویی به خواسته ها و نیازهای گردشگران است که می تواند تداعی ذهن گردشگر را در حین بهره مندی از فضای روحانی، نسبت به فضای فیزیکی شهر نسبت بخشیده و مطلوبیت روحی و روانی را تکمیل کند. عوامل روانی ناشی از فضای معنوی گردشگری همراه با کیفیت مکانی- فضایی می تواند رضایت خاطر گردشگران از فضای گردشگری را محسوس تر کرده و منجر به ایجاد خاطره معنوی و روحی مطلوب از حضور در مقصد شده و به بازتولید گردشگری منجر شود. سرمایه اجتماعی با ساختار ناملموس خود در غالب اعتماد، از سجام و مشارکت می تواند در نظام بخشی فضاهای شهری و ایجاد احساس رضایت خاطر گردشگر موثر عمل نموده و ضمن مطلوب سازی فضای گردشگری، با جریان تبلیغی انتقال فکری و ذهنی از فضای مشاهده شده به دیگران، سبب ساز جذب بیشتر گردشگر در دوره های بعدی را فراهم سازد.

با توجه به موارد ذکر شده، مدل مفهومی پژوهش به شرح شکل ۱ است.

شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش



## روش شناسی پژوهش

شهر زنجان با جمعیت بیش با ۴۳۰ هزار نفر (سرشماری ۱۳۹۵) به عنوان یکی از شهرهای مذهبی شمالغرب کشور در مرکز استان زنجان واقع شده است. این شهر به عنوان پایتخت شور و شعور حسینی کشور و دومین قربانگاه جهان اسلام شهرت یافته است. شهر زنجان دارای ۱۴۰ مکان مذهبی (شامل مسجد، حسینیه، زینبیه، زیارتگاه و...) است که در این بین، حسینیه و زینبیه اعظم زنجان به عنوان مهم ترین مکانهای مذهبی با عملکرد شهری و فراشهری و جاذب گردشگر شناخته می شود. دسته های عزاداری ماه محرم این شهر با حضور خیل عظیم عزادارن حسینی از شهرهای مختلف کشور به ویژه دسته عزاداری حسینیه و زینبیه اعظم زنجان منجر به آن شد که مراسم عزاداری این شهر به عنوان دهمین میراث فرهنگی کشور در اسفند ماه سال ۱۳۸۷ با حضور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ثبت شده و از آن به بعد لقب پایتخت شور و شعور حسینی را به خود اختصاص دهد. مسجد حسینیه اعظم بر اساس روایات به سال ۱۲۹۵ هـ. ق بر می گردد. به طوری که اولین سند مکتوب که با مهر (حاج میرزا لطف الله شیخ الاسلام و آخوند ملا کاظم) مهور شده صفر المظفر ۱۲۹۵ هجری قمری را نشان می دهد که در زیر وقفنامه دو شخص خیر و نیکو کار به نام های (حاج میرزا محمد نقی و حاج میرزا بابایی) که دو باب دکان را وقف صحیح شرعی نموده اند آمده است. در این وقف نامه قید شده با اطلاع عالیجناب (آخوند ملا علی اصغر رو ضه خوان) در راه جناب ابی عبدالله الحسین (ع) در تکیه حسینیه خرج و احسان نمایند از اول ماه محرم تا دوازدهم محرم هر قسم مصلحت بداند صاحب اختیار است<sup>۱</sup>. دومین سند مکتوب که با مهر آقای (سید عبدالرحیم مجتهد و آقا سید علی و آقا شیخ ابراهیم) مهور شده مربوط به تاریخ شوال ۱۳۲۲ هجری قمری است که شخصی به نام (حاج محمد هاشم شریف العلما) وقف صحیح شرعی و حیس مخلد نموده، همگی مساحت شش دانگ و یک شعیر و دو ثلث شعیر قریه دهجلال از قراء سجا سرود خمسه را با کافه توابع و ملحقات و مزارع مائیه و دعیه و مراتع و معالف و بسائین و میاه و عیون و انهار و املاک را وقف حسینیه می نمایند. آن چه در این جا قابل توجه است این است که در سال ۱۳۲۲ هجری قمری حسینیه اعظم هم مدرسه بوده و هم مسجد؛ زیرا واقف در توضیحاتی در وقفنامه آورده است که متولی، منافع قریه مذکور را در وهله اول به تعمیرات مدارس و مساجد اشاره شده و تامین آب آنها به مصرف برساند و نه عشر دیگر را به حضرات طلاب محصلین ساکنین در حجرات هر مدرسه بپردازد؛ آن هم از قرار هر حجره سه نفر طلبه. در ضمن مشروط به این که هر طلبه بیش از یک ماه در خارج مدرسه نماند و اگر بیرون رود و برگردد باید لااقل دو ماه تمام در حجره خود مقیم باشد تا شهریه دریافت نماید. در سنگ نوشته تاریخی که هم اکنون در جلوی درب حسینیه موجود می - باشد نشان می دهد: اهالی محل ساخت این مسجد را در سال ۱۲۶۱ هجری به پایان رسانده اند. البته طبق گفته مَعْمَرین و اهالی محل این تاریخ مربوط به زمان یا سال تأسیس مسجد نیست بلکه مربوط به تعمیر و بازسازی مسجد است. وجود یک سند مکتوب دیگر گفته مَعْمَرین را قریب به یقین می نماید؛ به طوری که بر روی آن تاریخ (۱۲۲۱) کنده شده و به مسجد حسینیه اهدا گردیده است. از این رو، با توجه به گذشته تاریخی بیان شده، هم اکنون این مسجد در بخش جنوبی شهر زنجان و در محله - ای به همین نام واقع شده است. این مسجد - به رسم هر سال در بعدازظهر هشتم ماه محرم (عصر تاسوعا) - دسته عزاداری از درب مسجد به طرف امامزاده سید ابراهیم شروع نموده و به عنوان طولانی ترین، پرجمعیت ترین و پرشورترین دسته عزاداری ایران شناخته می - شود (دویران، ۱۳۹۲: ۳۶).

<sup>۱</sup> . <http://www.haz.ir>

## شکل ۲. تصویری از اجتماع عزاداران حسینی در عصر تاسوعا - میدان انقلاب زنجان



منبع: برداشت از وبسایت حسینیه اعظم زنجان

پژوهش حاضر به روش توصیفی - تحلیلی با ماهیت کاربردی - پیمایشی نگارش یافته است. روش گردآوری داده ها از نوع کتابخانه ای و میدانی بوده که در روش میدانی با استفاده از ابزار مشاهده و پرسش نامه داده های مور نیاز جمع آوری گردید. جامعه آماری پژوهش گردشگران غیر بومی (غیر ساکن شهر زنجان) بوده است که با توجه به نام مشخص بودن تعداد آنها با حضور در مراسم و مصاحبه گردشگران تعداد ۱۵۰ نمونه انتخاب و پرسش نامه تکمیل گردید. داده های حاصل در نرم افزار SPSS پیاده و با استفاده از مدل معادلات ساختاری در غالب روش تحلیل مسیر تجزیه و تحلیل داده ها صورت پذیرفت. متغیرهای پژوهش شامل سه مؤلفه اصلی سرمایه اجتماعی (انسجام، مشارکت و اعتماد اجتماعی) بوده که در برگیرنده ۲۹ شاخص می باشد (جدول ۱). با توجه به اینکه مؤلفه ها، شاخص ها از چارچوب نظری پژوهش استخراج شده و در سایر پژوهش های مورد استفاده قرار گرفته است، روایی مناسب را دارا است. با این حال، در جهت کنترل بیشتر روایی شاخص ها، از نظرات استادان، نخبگان و مدیران نیز استفاده گردید. مؤلفه ها و شاخص ها در قالب پرسش نامه به حدود ۳۰ نفر از صاحب نظران ار سال و از آنها خواسته شد امتیازبندی لازم را از ۱ تا ۹ انجام دهند. از ۲۲ پرسش نامه عودت داده شده، گویه هایی که امتیاز میانگین کمتر از ۴٫۵ را دریافت کرده بودند از پژوهش حذف گردید و در نهایت ۲۹ سؤال تخصصی در قالب پرسش نامه در روز تاسوعای حسینی (همزمان با مراسم دسته عزاداری حسینیه اعظم) میان گردشگران تکمیل گردید. در جهت سنجش پایایی ابزار پژوهش از آلفای کرونباخ استفاده گردید. مقدار به دست آمده آلفای مزبور برابر با ۰/۶۸ است که نشان از ضریب پایایی نسبتاً مناسب دارد.



جدول ۱. مولفه های اثر گذار میانجی سرمایه اجتماعی در نظام فضا شهری بازتولید گردشگری مذهبی

مؤلفه	شاخص	علامت اختصاری	مؤلفه	شاخص	علامت اختصاری
مشارکت اجتماعی (p)	مشارکت در برگزاری	P1	انسجام اجتماعی (S)	اعتقاد و علاقه به حضور مداوم	S1
	علاقه به حضور مداوم در مراسم	P2		نظم و سادگی در برگزاری مراسم	S2
	شرکت در گروه های مذهبی	P3		نظم زمانی (شروع و پایان به موقع) مراسم	S3
	کمک به هموعان در مراسم	P4		دوست داشتن و محبت مردم شهر	S4
	کمک به برقراری نظم در مراسم	P5		اطلاع رسانی و پوشش رسانه ای	S5
	کمک به کنترل ترافیک	P6		خدمات رسانی یکپارچه و سامانمند	S6
	رعایت نکاتی که منجر به نظم گردد	P7		احساس غریبگی در شهر	S7
	رعایت بهداشت در معابر در طول مراسم	P8		یکپارچگی اقدامات در طول مراسم	S8
	همکاری با مامورین و خادمین مراسم	P9		فضا و مکان مناسب برگزاری مراسم	S9
	تمایل به حضور مجدد در سال های آتی	P10		نام استان سکونت	
اعتماد اجتماعی (T)	اعتماد به هیات امناء مسجد حسینی	T1	شاخص های عمومی	جنسیت	
	اعتماد به مامورین راهنمایی و رانندگی	T2		سن	
	اعتماد به نیروهای نظامی و انتظامی و امنیتی	T3		حضور جمعی یا خانواده	
	اعتماد به شهرداری در پاکسازی و خدمات	T4		مدت اقامت در شهر برای حضور در مراسم	
	اعتماد به اورژانس و هلال احمر	T5		شغل	
	اعتماد به صدا و سیما	T6		تعداد دفعات حضور مراسم	
	اعتماد به آتش نشانی	T7		میزان تحصیلات	
	اعتماد به سایر ادارات در ارائه خدمات	T8			
	اعتماد به مردم شهر در احترام به زائرین	T9			
	اعتماد به انجام درست وظایف دستگاهها	T10			

منبع: نگارنده

### تجزیه و تحلیل

یافته های عمومی نشان می دهد که ۸۵ درصد پاسخ دهندگان مرد و ۱۵ درصد زن می باشند. میانگین سنی پاسخ دهندگان ۴۱ سال می باشد. میانگین حضور و ماندگاری گردشگران در مراسم حدود ۱،۵ روز می باشد که این نسبت در میان افراد غیربومی خارج از استان بیشتر از ۲ روز است. اغلب حاضرین با افراد خانواده و بصورت دسته جمعی در مراسم حضور یافته اند و به طور میانگین بیش از ۸ بار در مراسم دسته عزاداری حضور یافته اند. داده ها نشان می دهد: بیش از ۵۴ درصد پاسخ دهندگان بومی داخل استان زنجان (به جز شهر زنجان)، ۱۱ درصد از تهران، ۹ درصد از اردبیل، ۷ درصد از آذربایجان شرقی، ۷ درصد قزوین و مابقی از سایر استان ها می باشند. یافته ها نشان می دهد: بیشتر حاضرین غیربومی خارج از استان زنجان، از استان های همجوار زنجان می باشند. بیش از ۵۰ درصد پاسخ دهندگان دارای شغل آزاد، و بیش از ۴۵ درصد پاسخ دهندگان دارای تحصیلات متوسطه و دیپلم هستند (رک جدول ۲).

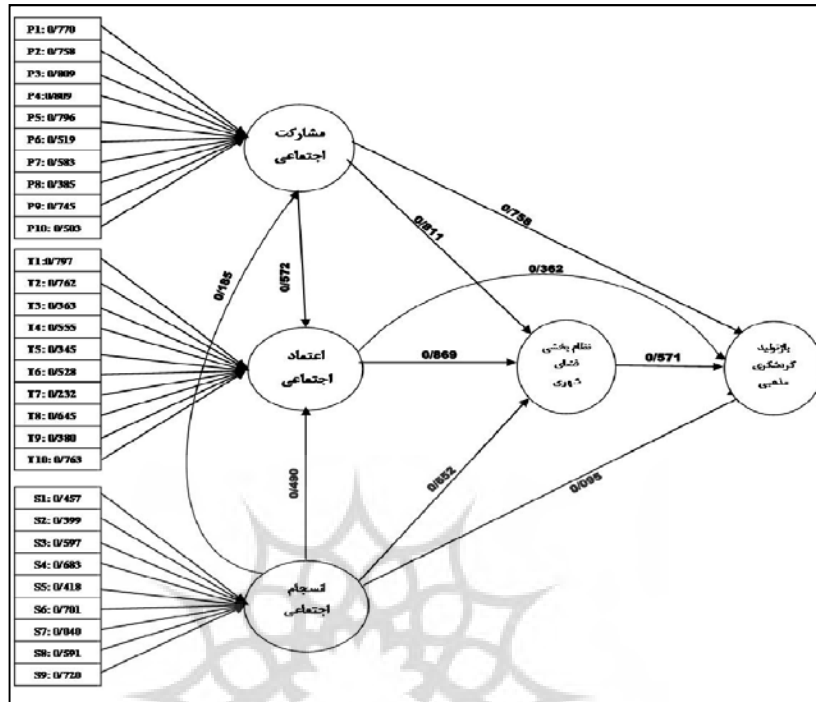
جدول ۲. ویژگی های عمومی اجتماعی و اقتصادی گردشگران (جامعه مورد مطالعه)

مقدار	گویه		مقدار	گویه	
۳ درصد	ابتدایی	میزان تحصیلات	۸۵ درصد	مرد	جنسیت پاسخ دهندگان
۲۴ درصد	سیکل				
۴۸ درصد	متوسطه و دیپلم		۱۵ درصد	زن	
۲۵ درصد	دانشگاهی				
۸ بار	میانگین دفعات حضور		۴۱ سال	میانگین سنی گردشگران	
۲۵ درصد	کارگر	شغل	۱,۵ روز	میانگین ماندگاری در مراسم	
۱۱ درصد	کارمند				
۵۷ درصد	آزاد				
۷ درصد	سایر(اظهار نشده)				
			۲ روز	میانگین ماندگاری گردشگران غیر بومی خارج از استان	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

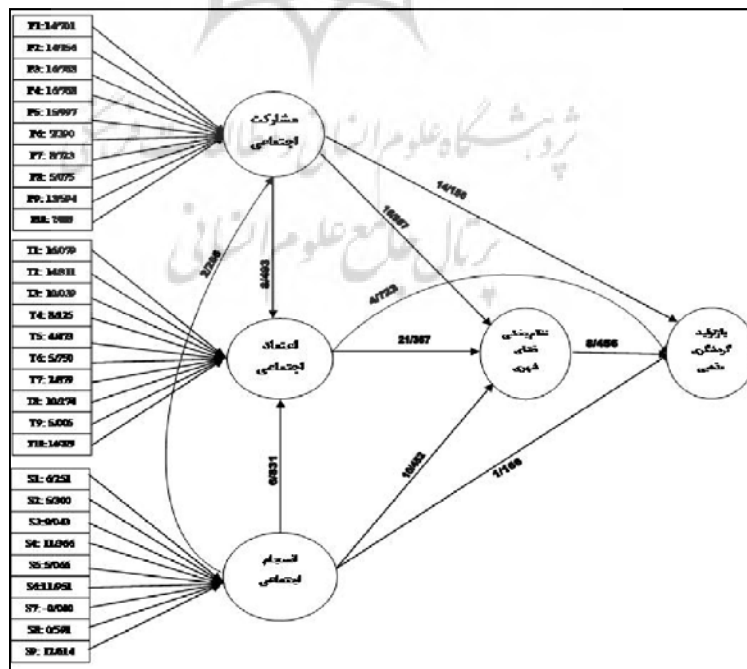
در جهت تحلیل داده‌های به دست آمده و تبیین فرضیه‌ها از مدل‌های معادلات ساختاری (روش تحلیل مسیر) استفاده گردید. در این روش برای آزمون فرضیه‌ها متغیر وابسته (بازتولید گردشگری مذهبی) و متغیر مستقل نظام بخشی فضای شهر در کنار متغیرهای میانجی سرمایه اجتماعی (مشارکت، انسجام و اعتماد اجتماعی) وجود دارند. متغیرهای مستقل هرکدام دارای زیر متغیرهایی هستند که به صورت آشکار قابل سنجش در قالب پرسش‌نامه بوده است. بنابراین، برای نشان دادن متغیر پنهان از شکل دایره و برای متغیرهای آشکار از شکل مستطیل استفاده گردید. روابط بین متغیرهای پنهان و متغیرهای آشکار را اصطلاحاً بار عاملی می‌گویند. به این ضرایب، اصطلاحاً ضرایب مسیر گفته می‌شود که برای به دست آوردن آن، داده‌ها در نرم‌افزار SPSS وارد شده و آنالیز تحلیل مسیر روی آن انجام یافته است. برای به دست آوردن معنادار بودن رابطه متغیر مستقل با متغیر وابسته از  $t$ -value در سطح اطمینان ۹۵ درصد استفاده شده است. در شرایطی که مقدار  $t$ -value خارج از بازه ۱/۹۶ تا ۱/۹۶- باشد رابطه معنادار تلقی می‌گردد. همچنین، برای تبیین میزان تغییرات متغیر وابسته به متغیرهای مستقل از ضریب تعیین ( $R^2$ ) استفاده شد؛ که مقدار آن هرچقدر بیشتر باشد مدل قوی‌تری به حساب می‌آید. شکل ۳ و ۴ مدل ساختاری پژوهش برای تبیین نقش نظام بخشی فضای شهری در گردشگری مذهبی با میانجیگری سرمایه اجتماعی، همراه با ضرایب مسیر و  $t$ -value را نشان می‌دهد.

شکل ۳. مدل نهایی تبیین اثر سرمایه اجتماعی بر نظام بخشی فضای شهری و گردشگری مذهبی - با ضرایب مسیر



منبع: نگارنده

شکل ۴. مدل نهایی تبیین اثر سرمایه اجتماعی بر نظام بخشی فضای شهری و گردشگری مذهبی - با ضرایب T-Value



منبع: نگارنده

با توجه به نتایج ضریب مسیر ( $R^2$ ) و T-value بر اساس سوال ها و فرضیه های طرح شده می توان گفت :

- بر اساس مدل تحلیل مسیر، تاثیر متغیر مشارکت اجتماعی بر نظام بخشی فضای شهری ۰/۸۱ می- باشد. این مقدار نشان می دهد: متغیر مشارکت حدود ۸۱ درصد بر نظام بخشی فضای شهری موثر می- باشد. از طرفی، اگر متغیر مشارکت اجتماعی به میزان یک واحد تغییر کند، متغیر فضای شهری نیز به میزان ۰/۸۱ تغییر خواهد کرد. بررسی رابطه بین این دو متغیر با ضریب T-value در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می دهد که سطح معناداری به دست آمده برابر با ۱۶/۸۹ می باشد که با توجه به بالا بودن T از حد ۱/۹۶، ارتباط معنادار بین دو شاخص مورد تائید است. مقدار  $R^2$  به دست آمده برای هر دو متغیر برابر با ۰/۶۵۸ می- باشد که نشان می دهد: حدود ۶۶ درصد تغییرات نظام بخشی فضای شهری توسط این عامل می تواند تعیین شود.
- ضریب تاثیر به دست آمده برای میزان تاثیر- گذاری متغیر مشارکت بر بازتولید گردشگری ۰/۷۵۸ با مقدار معناداری ۱۴/۱۵۶ و ضریب تعیین ۰/۵۷۵ است. این مقادیر نشان می دهد: اثر متغیر مشارکت بر بازتولید گردشگری حدود ۷۶ درصد با ارتباط معنادار نسبت به هم بوده که توانسته است ۵۷ درصد بازتولید گردشگری را تبیین نماید.
- مدل تحلیل مسیر نشان می دهد: تاثیر متغیر اعتماد اجتماعی بر نظام بخشی فضای شهری برابر با ۸۷ درصد (۰/۸۶۹) و  $B=$  برای بازتولید گردشگری مذهبی ۳۶ درصد با ضریب تاثیر ۰/۳۶۲ است. مقدار T-value به دست آمده برای دو متغیر اعتماد و فضای شهری ۲۱/۳۶۷ و برای متغیرهای اعتماد و بازتولید گردشگری ۴/۷۲۳ می باشد. با توجه بالا بودن از حد ۱/۹۶ ارتباط معنادار بین متغیرها مورد تایید قرار می گیرد. مقدار  $R^2$  نیز برای متغیرهای اعتماد و فضای شهری و اعتماد و بازتولید گردشگری به ترتیب ۰/۷۵۵ و ۰/۱۳۱ است که نشان از تبیین ۷۵ و ۱۳ درصدی متغیر اعتماد بر تغییرات دو متغیر فضای شهری و بازتولید گردشگری دارد.
- بررسی تاثیر و ارتباط متغیر انسجام اجتماعی بر متغیر نظام بخشی فضای شهری نشان می دهد: مقدار ضریب مسیر برابر ۰/۶۵۲، مقدار ضریب تعیین ۰/۴۲۵ و سطح معناداری با اطمینان ۹۵ درصد برابر با ۱۰/۴۵۲ می باشد. بنابراین، تاثیر انسجام بر فضای شهری ۶۵ درصد بوده که هر دو متغیر دارای ارتباط معنادار با هم می- باشند. همچنین، با توجه به ضریب تعیین به دست آمده متغیر انسجام اجتماعی حدود ۴۲ درصد تغییرات نظام بخشی فضا را تبیین می کند.
- در بررسی تاثیر متغیر انسجام اجتماعی بر متغیر بازتولید گردشگری مقدار بتا (ضریب مسیر) به دست آمده برابر با ۰/۰۹۵ مقدار ضریب تعیین ۰/۰۰۹ و سطح معناداری برابر با ۱/۱۶۶ می- باشد. این مقادیر نشان می دهد: تاثیر متغیر انسجام اجتماعی به طور مستقیم بر بازتولید گردشگری مذهبی بسیار اندک، سطح معناداری کمتر از ۱/۹۶ و ضریب تعیین ( $R^2$ ) کم می باشد. لذا، ضمن عدم ارتباط معنادار بین متغیرهای انسجام و بازتولید گردشگری مقدار تبیین متغیر انسجام در تغییرات باز تولید گردشگری ۰/۹ درصد می- باشد.
- در نهایت، بررسی تاثیر متغیر نظام بخشی فضا بر بازتولید گردشگری در معادلات ساختاری ضریب تاثیر ۰/۵۷۱ به دست آمد که نشان می دهد متغیر نظام بخشی فضا ۵۷ درصد بر متغیر بازتولید گردشگری اثر دارد. سطح معناداری به دست آمده نیز برابر با ۸/۴۶ است که ارتباط معنادار بین دو متغیر را در سطح اطمینان ۹۵ درصد تبیین می کند. همچنین،

ضریب تعیین ( $R^2$ ) نیز برابر ۰/۳۲۶ حاصل شد که نشان از تبیین حدود ۳۳ درصد تغییرات بازتولید گردشگری مذهبی توسط متغیر نظام بخشی فضا است.

نتایج شکل ۳ و جدول ۳ معادلات ساختاری تبیین می- نماید که متغیرهای سرمایه اجتماعی (مشارکت، اعتماد و انسجام) بر متغیر مستقل نظام بخشی فضای شهری دارای تاثیر بیش از ۶۰ درصد بوده و با متغیر مزبور در سطح اطمینان ۹۵ درصد ارتباط معنادار دارند. لذا، فرض برقراری ارتباط معنادار و مثبت بین مولفه های سرمایه اجتماعی و نظام بخشی فضای شهری و اثر گذاری مولفه های سرمایه اجتماعی بر نظام بخشی فضای شهری مورد تایید قرار می گیرد.

جدول ۳. نتایج اثر متغیرهای مستقل سرمایه اجتماعی بر متغیر وابسته نظام فضایی در مدل تحلیل مسیر

وابسته	مستقل	ضریب تعیین ( $R^2$ )	(T-Value)	ضریب مسیر (Beta)	نتیجه
نظام بخشی فضا	مشارکت	۰/۶۵۸	۱۶/۸۸۷	۰/۸۱۱	۰/۰۰۰
	اعتماد	۰/۷۵۵	۲۱/۳۶۷	۰/۸۶۹	۰/۰۰۰
	انسجام	۰/۴۲۵	۱۰/۴۵۲	۰/۶۵۲	۰/۰۰۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

نتایج تحلیل مسیر اثر متغیرهای مستقل سرمایه اجتماعی و متغیر نظام بخشی فضا بر متغیر اصلی بازتولید گردشگری نشان می دهد که متغیر مشارکت بیش- ترین تاثیر و متغیر انسجام کم ترین تاثیر را بر بازتولید گردشگری مذهبی داشته است. ارتباط بین متغیرهای سرمایه اجتماعی با بازتولید گردشگری در سطح اطمینان ۹۵ درصد در متغیرهای مشارکت و اعتماد معنی دار و در متغیر انسجام فاقد ارتباط معنی دار است. همچنین، اثر متغیر نظام بخشی فضای شهری بر بازتولید گردشگری مذهبی نیز بالای ۵۰ درصد و ارتباط متغیرها با همدیگر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار می باشد. لذا، فرض اثر و ارتباط معنادار نظام بخشی فضای شهری از طریق مولفه های سرمایه اجتماعی بر بازتولید گردشگری نیز مورد تایید قرار گرفته و صرفاً در متغیر انسجام اجتماعی حداقل تاثیر و ارتباط مشاهده می گردد. (جدول ۴)

جدول ۴. نتایج اثر متغیرهای مستقل سرمایه اجتماعی و نظام فضای شهری بر بازتولید گردشگری در مدل تحلیل مسیر

وابسته	مستقل	ضریب تعیین ( $R^2$ )	(T-Value)	ضریب مسیر (Beta)	نتیجه فرضیه
بازتولید گردشگری	مشارکت	۰/۵۷۵	۱۴/۱۵۶	۰/۷۵۸	۰/۰۰۰
	اعتماد	۰/۱۳۱	۴/۷۲۳	۰/۳۶۲	۰/۰۰۰
	انسجام	۰/۰۰۹	۱/۱۶۶	۰/۰۹۵	۰/۲۴۶
بازتولید گردشگری	نظام بخشی فضا	۰/۳۲۶	۸/۴۵۶	۰/۵۷۱	۰/۰۰۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

بررسی چگونگی ارتباط بین مولفه های اثرگذار بر نظام بخشی فضای شهری و به تناسب آن بازتولید گردشگری مذهبی شهر زنجان نشان می دهد: مولفه مشارکت و اعتماد اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۵۷۲ و مقدار t-value برابر با ۸/۴۹۳ و ضریب تعیین ( $R^2$ )

برابر ۰/۳۲۸ ضمن اثرگذاری بالای ۵۰ درصد، در سطح اطمینان ۹۵ درصد نیز با همدیگر، ارتباط معنادار با جهت مثبت دارند. میزان ضریب مسیر مولفه های مشارکت و انسجام اجتماعی برابر ۰/۱۸۵ با مقدار t-value برابر ۲/۲۸۳ و مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۳۴ است. با وجود پایین بودن مقدار تاثیر این دو مولفه به همدیگر، سطح معناداری با اطمینان ۹۵ درصد بالاتر از ۱/۹۶ بوده، لذا، ارتباط معنادار با جهت مثبت دو مولفه مورد تأیید است. در نهایت، بررسی مولفه اعتماد و انسجام اجتماعی در مدل تحلیل مسیر نشان می دهد: مقدار ضریب مسیر برابر ۰/۴۹۰، مقدار t-value برابر با ۶/۸۳۱ و مقدار ضریب تعیین (R2) برابر با ۰/۲۴۰ است که ضمن تأیید تاثیر گذاری مناسب مولفه ها بر یکدیگر، وجود رابطه معنادار با جهت مثبت نیز مورد تأیید قرار می گیرد (جدول ۵). با توجه به ضرایب حاصل از مدل تحلیل مسیر برای چگونگی ارتباط بین مولفه های اثرگذار بر نظام بخشی فضایی و به تناسب آن بازتولید گردشگری مذهبی، علی رغم پایین بودن ضرایب و اثرگذاری دو مولفه انسجام و مشارکت اجتماعی، فرض وجود اثر، ارتباط معنادار، عملکرد پیوسته و با هم مولفه های سرمایه اجتماعی با همدیگر در فرآیند نظام دهی به فضای شهری جهت توسعه گردشگری مذهبی مورد تأیید قرار می گیرد.

جدول ۵. نتایج اثر و ارتباط مولفه های سرمایه اجتماعی در مدل تحلیل مسیر

وابسته	مستقل	ضریب تعیین (R2)	(T-Value)	ضریب مسیر (Beta)	نتیجه فرضیه
مشارکت	اعتماد	۰/۳۲۸	۸/۴۹۳	۰/۵۷۲	۰/۰۰۰
مشارکت	انسجام	۰/۰۳۴	۲/۲۸۶	۰/۱۸۵	۰/۰۲۴
اعتماد	انسجام	۰/۲۴۰	۶/۸۳۱	۰/۴۹۰	۰/۰۰۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

در جهت بررسی تأثیر مجموع متغیرهای تاثیرگذار بر بازتولید گردشگری مذهبی تأثیر مستقیم هر متغیر بر متغیر دیگر محاسبه و سپس بر مقدار تأثیر هر متغیر بر متغیر وابسته بازتولید گردشگری ضرب گردید و در نهایت، مقدار به دست آمده با مقدار تأثیر مستقیم متغیر جمع گردید. محاسبه تأثیر مستقیم و غیرمستقیم و تأثیر کل هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته و تأثیر مجموع آن ها بر متغیر وابسته گردشگری مذهبی نشان می دهد: تأثیر کل مولفه مشارکت اجتماعی با مقدار ۱/۵۰۵ بیشتر از مولفه های دیگر می باشد. در بررسی تاثیر غیر مستقیم متغیرها، مشارکت با ۰/۷۴۷، انسجام با ۰/۶۱۵ و اعتماد با ۰/۴۹۶ به ترتیب بیش ترین و کم ترین تاثیر غیرمستقیم را از طریق نظام بخشی فضای شهری در بازتولید گردشگری مذهبی داشته اند (جدول ۶).

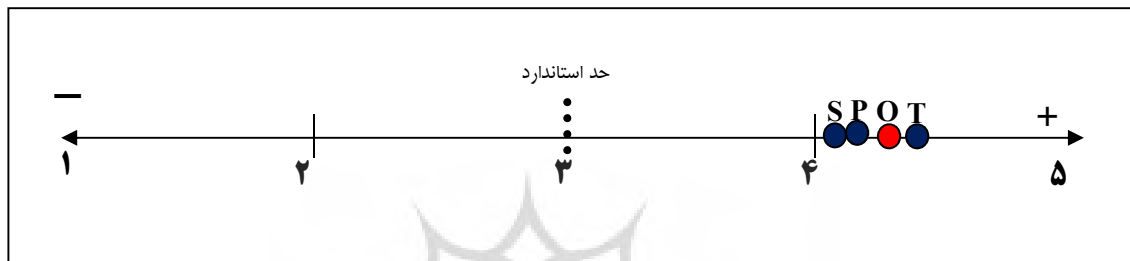
جدول ۶. تأثیر مستقیم، غیرمستقیم و کل شاخص ها بر بازتولید گردشگری مذهبی

مولفه	تأثیر مستقیم	تأثیر غیرمستقیم	تأثیر کل
مشارکت اجتماعی	۰/۷۵۸	۰/۷۴۷	۱/۵۰۵
اعتماد اجتماعی	۰/۳۶۲	۰/۴۹۶	۰/۸۵۸
انسجام اجتماعی	۰/۰۹۵	۰/۶۱۵	۰/۷۱۰
نظام بخشی فضا	۰/۵۷۱	۰/۵۷۱	۰/۵۷۱

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

در جهت بررسی وضعیت مولفه ها و متغیرها از آزمون میانگین و اختلاف فاصله آنها از حد استاندارد، از نمودار تراز استاندارد استفاده گردید. جدول ۷ و شکل ۵ نشان می دهد: وضعیت تمامی متغیرها از حد استاندارد تعیین شده (عدد ۳) بالاتر بوده و وضعیت متغیرهای سرمایه اجتماعی در شهر زنجان در مراسم عزاداری عصر تا سوعا مناسب بوده و اختلاف فاصله هر سه مولفه سرمایه اجتماعی از استاندارد مطلوب به صورت نسبی یکسان می باشد. بنابراین، فرض مطلوبیت نسبی مولفه های سرمایه اجتماعی در نظام بخشی فضای شهری جهت بازتولید گردشگری مورد تایید قرار می گیرد.

شکل ۵. نمودار تراز استاندارد مولفه های سرمایه اجتماعی در نظام بخشی شهر جهت بازتولید گردشگری



منبع: نگارنده

جدول ۷. وضعیت اختلاف متغیرها از حد استاندارد تعیین شده (عدد ۳)

مولفه	شاخص	میانگین	اختلاف از حد استاندارد
مشارکت اجتماعی	مشارکت در برگزاری مراسم	۴,۲۷	۱,۲۷
	علاقه به حضور مداوم در مراسم	۴,۴۵	۱,۴۵
	شرکت در گروه های مذهبی	۴,۳۷	۱,۳۷
	کمک به هموعان در مراسم	۴,۳۷	۱,۳۷
	کمک به برقراری نظم در مراسم	۴,۲۹	۱,۲۹
	کمک به کنترل ترافیک	۳,۶۸	۰,۶۸
	رعایت نکاتی که منجر به نظم گردد	۳,۶۸	۰,۶۸
	رعایت بهداشت در معابر در طول مراسم	۳,۴۳	۰,۴۳
	همکاری با مامورین و خادمین مراسم	۴,۳۱	۱,۳۱
	تمایل به حضور مجدد در سال های آتی	۴,۷۳	۱,۷۳
اعتماد اجتماعی	اعتماد به هیات امنای مسجد حسینی	۴,۴۹	۱,۴۹
	اعتماد به مامورین راهنمایی و رانندگی	۴,۴۵	۱,۴۵
	اعتماد به نیروهای نظامی و انتظامی و امنیتی	۴,۷۶	۱,۷۶
	اعتماد به شهرداری در پاکسازی و خدمات	۴,۴۷	۱,۴۷
	اعتماد به اورژانس و هلال احمر	۴,۹۰	۱,۹۰
	اعتماد به صدا و سیما	۴,۶۸	۱,۶۸
	اعتماد به آتش نشانی	۴,۹۷	۱,۹۷
	اعتماد به سایر ادارات در ارائه خدمات	۳,۵۳	۰,۵۳
	اعتماد به مردم شهر در احترام به زائرین	۴,۱۵	۱,۱۵
	اعتماد به انجام درست وظایف دستگاهها	۳,۵۳	۰,۵۳
انسجام	اعتقاد و علاقه به حضور مداوم	۴,۵۷	۱,۵۷
	نظم و سادگی در برگزاری مراسم	۴,۵۲	۱,۵۲

۱،۵۵	۴،۵۵	نظم زمانی (شروع و پایان به موقع) مراسم	اجتماعی
۱،۴۹	۴،۴۹	دوست داشتن و محبت مردم شهر	
۱،۸۷	۴،۸۷	اطلاع رسانی و پوشش رسانه ای	
۰،۸۷	۳،۸۷	خدمات رسانی یکپارچه و سامانمند	
۱،۰۵-	۱،۹۵	احساس غریبگی در شهر	
۰،۷۵	۳،۷۵	یکپارچگی اقدامات در طول مراسم	
۱،۴۸	۴،۴۸	فضا و مکان مناسب برگزاری مراسم	
۱،۱۵	۴،۱۵	مشارکت اجتماعی (P)	
۱،۳۹	۴،۳۹	اعتماد اجتماعی (T)	اجتماعی
۱،۱۱	۴،۱۱	انسجام اجتماعی (S)	
۱،۲۲	۴،۲۲	نظام بخشی فضای شهری (O)	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

### نتیجه گیری و پیشنهادها

نظام اجتماعی شهرها در جهت زیست پذیر کردن شهرهای خود، همواره نیازمند انسجام و یکپارچگی هستند. فضاهای عمومی و جمعی بستری برای پیوندهای اجتماعی بوجود می آورند. این بستر محلی مشترک می باشد که مردم فعالیت های کارکردی و مراسمی را - که پیوند دهنده اعضای جامعه است- در آن انجام می دهند. سرمایه اجتماعی به وجود آمده در این فضاها عاملی مهم در کنترل، بهبود، بهینه سازی و نظام بخشی فضاهای شهری و تقویت گردشگری است. نمود این سرمایه در برگزاری مراسم های مختلف بیشتر نمایان می گردد. سرمایه اجتماعی به عنوان میراثی ناملموس اثرات خود را بر کالبد محسوس موجود در فضاهای شهری نشان داده و نقش فضاهای شهری را جذب مداوم پیوندهای انسانی - اجتماعی تقویت می کند. نظام بخشی فضای شهری توسط میانجی سرمایه اجتماعی در مراسم های آیینی- دینی و مذهبی توانسته است در افزایش ضریب جذب گردشگر به طور موثر و پایدار عمل نماید. مقاله حاضر نقش و اثرات این سرمایه در نظام بخشی فضاهای شهر در برگزاری مراسم مذهبی و نقش آن در بازتولید گردشگری مذهبی را تبیین نمود. سه مولفه اعتماد، مشارکت و انسجام اجتماعی در برگزاری مراسم عزاداری عصر تاسوعای شهر زنجان (دسته عزاداری حسینیہ اعظم) عامل کنترل نظام بخشی فضای شهری و ایجاد حس رضایت برای گردشگران غیربومی بوده است. نتایج حاصل از مطالعات نشان داد: گردشگران، در مراسم عصر تاسوعای شهر زنجان، از حضور خود احساس رضایت داشته اند و تمایل به حضور مجدد در مراسم مزبور را دارند. میزان شاخص های سرمایه اجتماعی در برگزاری مراسم مزبور از حد متوسط بالاتر بوده و به تناسب فضای شهر دارای انسجام و نظم ساختاری - مدیریتی را در برگزاری مراسم تجربه کرده است. تطبیق مطالعه حاضر با مطالعات پیشین حوزه گردشگری مذهبی نشان می دهد: که اهرم اجتماعی و فعالیت نهادهای مختلف در کنار مردم در عزاداری های جمعی فضاهای شهری توانسته است فضای شهری را مطلوبیت بخشیده و گردشگران را ترغیب به حضور مجدد در فضای شهری نماید. مطالعه پور اشرف (۱۳۹۷) به تاثیر تبلیغات کلامی در نگرش اعتقادی و تداعی ذهنی و آگاهی آنها از مقصد گردشگری مذهبی و تصمیم به سفر تاثیر گذار است. پژوهش حاضر نیز نشان می دهد: نظام بخشی فضای شهری توسط اهرم سرمایه اجتماعی در ایجاد حس مثبت و مطلوب از فضای و به تناسبات آن مراسم مذهبی تاثیر گذاشته و در بازتولید مجدد قصد سفر اثر گذار است. مطالعه علی بیگی (۱۳۹۴) نشان می دهد: بعد از ورود گردشگران مذهبی به زیارتگاه امامزاده سید ابراهیم روستای بردی شهرستان دهلران، مولفه های سرمایه اجتماعی در بعد مشارکت و انسجام اجتماعی بهبود یافته است. در



پژوهش حاضر نیز، مولفه های سرمایه اجتماعی در نظام بخشی فضای شهری و به تناسب آن گردشگری مذهبی اثر گذار بوده و مرتبط با هم عملکرد یافته اند. در مقاله محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۲) در شهرستان میاندوآب نشان می دهد: انسجام 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. مطالعه حاضر نقش سرمایه اجتماعی در بازتولید گردشگری مذهبی را اساس کار قرار داده و بر خلاف مطالعه محمدی یگانه اثر افزایشی شاخص های این سرمایه در بهبود فضای شهری را تبیین نموده است. در پژوهش عرب شاهی (۱۳۹۶) به نقش ایمان و خود شکوفایی از یک طرف و جاذبه های فرهنگی-مذهبی از سوی دیگر در انگیزش گردشگران برای حضور در مکان مذهبی اشاره شده است. پژوهش حاضر نیز، به مولفه های سرمایه اجتماعی در مطلوبیت بخشی به فضای شهری پرداخته و به انگیزه های حضور مجدد با اهرم سرمایه اجتماعی در مکان گردشگری اشاره شده است. داده ها نشان می دهد: حس غریبگی شرکت کنندگان غیربومی (خارج از شهر زنجان) در زمان حضور در مراسم عزاداری به طور میانگین ۱/۹۵ از ۵ را دارد. این مقدار نشان می - دهد: حس غریبگی در میان حاضرین پایین می باشد و حاضرین احساس تعلق مکانی به شهر و مراسم داشته و غریبه محسوب نمی شوند. در مقاله طاهری و انصاری (۱۳۹۵) با بررسی حس مکان گردشگری شهر همدان این نتیجه حاصل شده است که حس تعلق و وابستگی مکانی ایجاد شده - ناشی از عوامل مختلف- خودآگاه یا ناخودآگاه گردشگران را مجدد به سوی خود جذب می کند. در پژوهش حاضر نیز مطلوبیت فضای شهری ناشی از سرمایه اجتماعی منجر به ایجاد حس مکانی مطلوب و بازتولید گردشگری را سبب ساز شده است. در نهایت، مطالعات نشان داد که: وجود سرمایه اجتماعی بالا با شاخص های انسجام، اعتماد و مشارکت اجتماعی در مراسم مذهبی شهر زنجان نسبتاً مطلوب است. همکاری و مشارکت مردم و نهادهای مختلف منجر به برگزاری منظم مراسم و نظام بخشی فضای شهری در پذیرایی از گردشگران شده است.

لذا، پیشنهادهای زیر مطرح می گردد:

- استفاده از مشارکت مردم و مردم- محور کردن مدیریت مراسم خدمات گردشگری با توجه به وجود نیروهای داوطلب فراوان در خدمات رسانی به زائران، منجر به ارائه و ارتقای نظام بخشی فضایی شهر شده، سطح خدمات رسانی به گردشگران مذهبی را بالا برده و ضریب پایداری گردشگری مذهبی را بیشتر خواهد نمود.
- تقویت زیر ساخت های خدماتی شهر با استفاده از ظرفیت سرمایه اجتماعی موجود و مشارکت مردم بومی شهر می تواند نگاه گردشگران غیر بومی وارد شده به شهر را بیشتر تغییر و ضریب ماندگاری آنها را افزایش دهد.
- استفاده از ظرفیت سرمایه اجتماعی موجود در دهه محرم و ایجاد پایگاه های اطلاع رسانی در نقاط ورودی و خروجی شهر، گردشگران ورودی به شهر را در مسیر مناسب هدایت خواهد نمود.
- ارائه بسته های گردشگری در ورودی و خروجی های شهر به گردشگران وارده در جهت تقویت سایر ابعاد گردشگری شهر لازم است.
- توجه به ظرفیت های سرمایه اجتماعی بالقوه و تبدیل آن به ظرفیت بالفعل در فضای شهری می تواند ساماندهی، نظم بخشی، انسجام فضایی را ارتقا دهد و نقش موثری در توسعه فضاهای شهری داشته باشد.
- ضروری است: انسجام عملکردی نهادهای خدمات رسان افزایش یابد؛ در این راستا، واحد کردن مدیریت عملکردی و اجرایی نهادها، دستگاه های مختلف در جهت خدمات رسانی پیشنهاد می گردد.

## منابع:

- ارسیا، بابک؛ ساعی، احمد و ازغندی، علیرضا(۱۳۹۸). ارائه مدل اثرگذار هویت و اعتماد اجتماعی بر نگرش به توسعه سیاسی (مطالعه موردی: مردم شهر تهران). مطالعات ملی، ۲۰(۲)، ۱۱۱-۱۳۰
- آیتی، حمید؛ خداکرمی، فائزه، ملایی، کامبیز و آفاق پور، آتوسا(۱۳۹۵). بررسی تاثیر عوامل کالبدی شهری بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر شیراز). فصلنامه مطالعات شهر ایرانی-اسلامی، ۶(۲۳)، ۴۳-۵۹.
- پوراشرف، یاسان اله، طولابی، زینب، نصرالهی وسطی، سیمین. (۱۳۹۷). نقش میانجی گرایانه ادراک گردشگران در تأثیرگذاری تبلیغات کلامی بر قصد سفر به مقصدهای گردشگری مذهبی (مورد مطالعه: شهر مقدس مشهد) مدیریت بازرگانی، ۱۰(۴)، ۸۳۴-۸۱۵.
- جوادی، شهره. (۱۳۹۷). گردشگری آئینی؛ بازخوانی باورهای اجتماعی در مراسم آئینی. مجله علمی منظر، ۱۰(۴۲)، ۴-۲۱.
- حسینی پور، سید احسان، رضایی دولت آبادی، حسین، کاظمی، علی. (۱۳۹۵). بررسی عوامل کشتش و رانش مؤثر بر نیت سفر گردشگری مذهبی و نحوه تأثیر آنها (شهر قم). مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۱(۳۶)، ۱۰۹-۱۲۴.
- دویران، اسماعیل. (۱۳۹۲). ارزیابی کارکرد سرمایه اجتماعی در بافتهای شهری با فرایند تحلیل سلسله مراتب (نمونه موردی: شهر زنجان). مطالعات ساختار و کارکرد شهری، ۱(۳)، ۵۵-۷۵.
- دویران، اسماعیل(۱۳۹۳). بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی در مدیریت شهری شهرهای میانی ایران(زنجان وهمدان). مطالعات مدیریت شهری، ۶(۲۰)، ۶۷-۷۶.
- دویران، اسماعیل، مشکینی، ابولفضل(۱۳۹۲). تأثیر مراسم مذهبی در تولید و بازتولید گردشگری مذهبی (نمونه موردی شهر زنجان). شهرهای ایرانی-اسلامی، ۴(۴۲)، ۳۳-۱۴.
- رضایی، محمد رضا و نوری، محبوبه(۱۳۹۷). نقش سرمایه اجتماعی در آمادگی افراد قبل از وقوع زلزله (مطالعه موردی: شهر کرمان). پژوهش و برنامه ریزی شهری، ۹(۳۲)، ۸۳-۹۸.
- شاطریان، محسن و حیدری سورشجانی، رسول(۱۳۹۶). بررسی و تحلیل میزان مشارکت اجتماعی شهروندان (مطالعه موردی: شهر کهریزک). جامعه شناسی نهادهای اجتماعی، ۴(۱۰)، ۱۹۱-۲۰۹.
- علی بیگی، جواد و قاسمی، یارمحمد(۱۳۹۴). تأثیر گردشگری مذهبی بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: روستای بردی؛ شهرستان دهلران). فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۳(۶)، ۸۷-۱۱۶.
- عربشاهی، معصومه، بهبودی، امید، کشفی، سیدمحمدامین. (۱۳۹۶). تحلیل نقش عوامل رانشی و کشتشی در توسعه گردشگری مذهبی در شهر مقدس قم. گردشگری و توسعه، ۶(۳)، ۷۹-۵۸.
- طاهری، مصطفی و انصاری، انوش(۱۳۹۵). تأثیر ارزش ادراکی دریافت شده و حس مکان بر وفاداری گردشگران. (مطالعه موردی: استان همدان). فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۴(۸)، ۱۸۰-۱۵۵.
- غضنفری، پروانه و جوادی، شهره(۱۳۸۸). نگاه آئینی به گردشگری مذهبی. نشریه منظر، شماره ۵، ۷۴-۷۰.
- غلامی، محمد و حیاتی، عقیل(۱۳۹۲). بررسی تاثیر هویت کالبدی بر انسجام اجتماعی (مطالعه موردی: محله اوین شهر تهران). تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۳(۳۰)، ۱۵۰-۱۳۱.
- گل، یان (۱۳۸۹). فضاهای عمومی و زندگی جمعی، ترجمه علی غفاری و صادق سهیلی پور، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.

- م شبرزاده، حمیرا و واسعی زاده، نسیم السادات (۱۳۹۷). سرمایه اجتماعی بین المللی: اعتماد، مشارکت و شبکه ها در جامعه بین الملل. فصلنامه سیاست، ۴۸(۱)، ۱۷۷-۱۵۷.
- ملازم الحسینی، محمد کاظم، رجوعی، مرتضی، مرادی، محسن. (۱۳۹۶). تاثیر توسعه ای اماکن گردشگری بر رضایت مندی گردشگران مذهبی (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد). مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲(۳۹)، ۱۲۳-۱۴۲.
- محمدی یگانه بهروز، چراغی مهدی، ولائی محمد. 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. ۱۳۹۲؛ ۱۳ (۳۰): ۷-۲۵
- نوابخش، مهرداد و فیروزآبادی، آمنه (۱۳۹۱). انسجام اجتماعی شهری و عوامل مرتبط بر آن در شهر کرمانشاه. مطالعات جامعه شناختی، ۲(۵)، ۵۸-۳۳.
- ولی بیگی، مجتبی؛ سعیدی مطلق، محمد حسن و حیدری، غزاله (۱۳۹۶). مولفه های موثر سرمایه اجتماعی بر احساس امنیت در فضاهای شهری (نمونه موردی: شهر قزوین). مطالعات امنیت اجتماعی، ۵۱(۵)، ۲۲۹-۲۰۷.

- Ballet, J., N. Sirven, and M. Requier-Desjardins. 2007. Social capital and natural resource management: a critical perspective. *Journal of Environment Development* 16:355-374
- Claridge, T (2013). "Definition of Participatio.", *Social Capital Research* at: <http://www.socialcapitalresearch.com/designing-social-capital-sensitive-participation-methodologies/definition-participation.html> accessed: 2015-06-12.
- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital, *American Journal of Sociology*, No. 94, pp. 95-120.
- Czernek, K. (2016). Determinants of cooperation in a tourist region, *Annals of Tourism Research*, 40: 83-104.
- DuranSanchez. A; Álvarez-García.J ; De la Cruz Del Río-Rama.M & Oliveira. C(2018). Religious Tourism and Pilgrimage: Bibliometric Overview. *Journal of Religions*, 9, N249, 1-15.
- Gaoteri, H. (1986). *Popular participation in development*. Paris: vnesco.
- Hanifan, I (1916) The rural school community center. *Annals of the American Academy of Political and social science*. N.67
- Huang, K & Pearce, P (2019). Visitors' perceptions of religious tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol14, N1.
- Huong T.Buia & Tuan-anh Leb (2016) Tourist satisfaction with Mallorca Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel research*, 38(3), 260-269.
- Khanh, H. (2011): The Role of Social Capital to Access Rural Credit: A Case Study: Hue Province- Vietnam, Department of Urban and Rural Development, Swedish University of Agricultural Sciences, MSc Thesis No. 56, <http://stud.epsilon.slu.se/2543/>.
- Lakon, C. M., D. C. Godette, and J. R. Hipp. 2008. Networkbased approaches for measuring social capital. Pages 3-81 in I. Kawachi, S. V. Subramanian, and D. Kim, editors. *Social capital and health*. Springer, New York, New York, USA. [http://dx.doi.org/10.1007/978-0-387-71311-3\\_4](http://dx.doi.org/10.1007/978-0-387-71311-3_4) Lin, N. 1999. Building a network theory of social
- Meng, b. (2008). An institutions, urban government and leadership: a study of the impact of community planning and governance on the delivery of urban services and infrastructure in

- Cambodia PhD thesis, University of Hawaii at Manoa. (Doctoral dissertation, university of Hawaii at monoa).
- Mignone ,J (2009) Social Capital and Aboriginal Communities:A critical assessment, Journal de la santé autochtone, novembre 2009
  - Peltan, F. & Boromand, M (2015): Investigating the role of social capital on social security of all women and men in the age group of 18-45 years old in Jahrom, Social Development Studies of Iran, Vol. 6, No. 2, pp: 119-129.
  - Putnam, R (2001) “Social Capital: Measurement and Consequences”. ISUMA- Canadian Journal of Policy Research 2(spring): 41-51.
  - Robinson, M. & k. Smith Melain(2006). Cultural Tourism in a Changing World (Politics, Participation and (Re) Presentation, Pp. 59-69.
  - Santos. M(2003).Religious Tourism: Contributions towards a Clarification of Concepts, In C. Fernandes, F. Mcgettigan and J. Edwards (Eds), Religious Tourism and Pilgrimage (Portugal: Atlas Special Interest Group).
  - Stone, W. (2001). Measuring social capital, toward a theoretically informed measuring framework for researching social capital in family and community life, Australian Institute of Family Studies, Research Paper No. 24.
  - Sztompka, P (1999) Trust: A Sociological Theory. Cambridge: Cambridge University Press.
  - <http://www.haz.ir>
  - Sztompka, P (1999) Trust: A Sociological Theory. Cambridge: Cambridge University Press.
  - Robinson, M. & k. Smith Melain(2006). Cultural Tourism in a Changing World (Politics, Participation and (Re) Presentation, Pp. 59-69.
  - Peltan, F. & Boromand, M (2015): Investigating the role of social capital on social security of all women and men in the age group of 18-45 years old in Jahrom, Social Development Studies of Iran, Vol. 6, No. 2, pp: 119-129.
  - Mignone ,J (2009) Social Capital and Aboriginal Communities:A critical assessment, Journal de la santé autochtone, novembre 2009
  - Putnam, R (2001) “Social Capital: Measurement and Consequences”. ISUMA- Canadian Journal of Policy Research 2(spring): 41-51.
  - Meng, b. (2008). An institutions, urban government and leadership: a study of the impact of community planning and governance on the delivery of urban services and infrastructure in Cambodia PhD thesis, University of Hawaii at Manoa. (Doctoral dissertation, university of Hawaii at monoa).
  - Ballet, J., N. Sirven, and M. Requier-Desjardins. 2007. Social capital and natural resource management: a critical perspective. Journal of Environment Development 16:355-374
  - Czernek, K. (2016). Determinants of cooperation in a tourist region, Annals of Tourism Research, 40: 83–104.