

نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی سال پانزدهم، شماره ۳۸، پاییز ۹۴

تحلیلی بر آیین‌های فرهنگی - مذهبی بومی و نقش آن در توسعه گردشگری؛ آیین عید مرده‌ها در شهرستان سوادکوه

دریافت مقاله: ۹۳/۵/۲۴ پذیرش نهایی: ۹۴/۹/۳

صفحات: ۷۱-۹۶

جعفر میرکتولی: دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، گروه جغرافیا دانشگاه گلستان

Email: G_katouli@yahoo.com

معصومه مهدیان بهنمیری: دانشجوی دوره دکتری دانشگاه اصفهان، مدرس مدعو جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری،

دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران^۱.

Email: M.Mahdian65@Gmail.com

علی مهدی: دانشجوی دوره دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تهران

Email: a.mahdi@ut.ac.ir

زهرا میرزایی کوتنایی: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز

Email: mirzai.kut@gmail.com

چکیده

امروزه گردشگری فرهنگی - مذهبی به مفهوم تخصصی خود، فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت، به‌عنوان عامل مهم جغرافیای انسانی، منجر به شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی گردیده و توانسته خود را در متن گردشگری جهان جای دهد. در این میان بهره‌مندی از فرهنگ‌های بومی و آیین‌های مذهبی محلی، به‌عنوان مصادیقی از گردشگری مذهبی - فرهنگی، عامل مهمی برای غلبه بر خستگی و بازگشت دوباره به درون، می‌باشد، به‌طوری‌که تأثیرات و اهمیت آن به تدریج شاخه جدیدی را به‌نام گردشگری مذهبی - فرهنگی پدید آورده است. مقاله حاضر با بیان این پیش فرض که آیین‌های مذهبی - فرهنگی بومی بر جاذبه‌های گردشگری در مقصد می‌افزایند، سعی نموده تا نقش این آداب و رسوم (آیین عید مرده‌ها) را در توسعه گردشگری سوادکوه مورد بررسی و پژوهش قرار دهد. روش پژوهشی در این مقاله، توصیفی - تحلیلی و با بهره‌گیری از ابزار پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده می‌باشد. یافته‌های بدست آمده از نتایج تحقیق حاضر که با بهره‌گیری از آزمون‌هایی چون کای اسکوئر، اسپیرمن، ضرایب همبستگی فی و کرامر می‌باشد، نشان می‌دهد که در کنار ضعف امکانات و تأسیسات مختلف، آیین مورد مطالعه نقش به

^۱. نویسنده مسئول: مازندران - بابلسر - بهنمیر - خیابان امام - گلستان ۵ - صندوق پستی ۳۸۴۷۵

سزایی در معرفی فرهنگ دینی منطقه دارد و بستر مناسبی برای توسعه همه جانبه گردشگری در منطقه مورد مطالعه می‌باشد.

کلیدواژگان: فرهنگ، گردشگری مذهبی و فرهنگی، آیین‌های مذهبی، آیین عید مرده‌ها، سوادکوه

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری، به‌عنوان صنعتی پویا و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای مختلف را به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2007: 11). این صنعت که در بردارنده تمام پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان مختلف جهت جذب و پذیرایی از گردشگران است (Mcintosh Et al, 1995: 9)، تأثیرات بسیار زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه-ای، صلح جهانی، سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی و... داشته است (صدرموسوی و کهنمویی، ۱۳۸۶: ۱۲۹).

در این میان، سرزمین ما (ایران)، با توجه به جاذبه‌ها و تنوع تاریخی- فرهنگی، مقصد گردشگری مساعدی برای جذب گردشگران، بویژه گردشگران فرهنگی (رنجبریان، ۱۳۸۵: ۷۰)، جهت تعامل خرده فرهنگ‌ها از راه بازدید و گردشگری، می‌باشد. در این رابطه، آیین‌های فرهنگی- مذهبی، یکی از مظاهر اصلی باورها و جاذبه‌های فرهنگ دینی یک ملت و قوم، در مطالعات جاذبه گردشگری فرهنگی به‌شمار می‌رود که طی دوران‌های مختلف به‌صورت جشن‌ها و عزاداری‌ها در میان مردم بومی و محلی رایج بوده است (قادری و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۵). این نوع از شیوه گردشگری (گردشگری فرهنگی- مذهبی) که امروزه به مفهوم تخصصی خود، فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت، به عنوان عامل مهم جغرافیای انسانی، منجر به شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم انداز فرهنگی گردیده، "به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خود، توانسته در متن گردشگری جهانی قرار گیرد و حوزه نفوذ خود را در سراسر جهان گسترش دهد" (Santos, 2004: 8). بطوری که در حال حاضر بالغ بر ۲۶ درصد از کل جریان‌های گردشگری جهان را به‌خود اختصاص داده است (ICEP, 1997: 30). کشور ایران نیز با داشتن تمدنی دیرین و فرهنگ‌های گوناگون، همواره کانون یکتاپرستی و خواستگاه ادیان بزرگی چون زرتشت، اسلام و مذهب حق طلبی مانند شیعه بوده که برگزاری مراسم و آیین‌های گوناگون در آن، ریشه در گذشته‌های بسیار دور دارد و به‌دلیل پیوند با اندیشه و تفکرات دینی و مذهبی

مردم، امروزه به‌عنوان بستر مناسبی برای توسعه گردشگری از ابعاد فرهنگی و مذهبی شناخته می‌شود. آیین‌های مذهبی نخل‌گردانی در یزد، قالیشویان در اردبیل، تعزیه در اکثر نقاط کشور و آیین عید مردگان در مازندران، همگی گواهی بر قدمت پیشینه باورهای مذهبی و دینی است. علاوه بر آن، مواردی چون آثار باستانی، اماکن دینی و مقدسه، منابع طبیعی، صنایع دستی، آب‌های معدنی و درمانی، غارها، صید و شکار، کویرنوردی و دریانوردی، جاذبه‌های معنوی و ادبی و هنرهای نمایشی - تجسمی، موزه‌ها، بازی‌های محلی و هنرهای بومی، موسیقی‌های محلی، تنها گوشه‌ای از توانمندی‌های فرهنگی-طبیعی گردشگری در کشور ماست (لطفی خواجه‌نوی، ۱۳۸۴: ۱۰۱) که هر یک به نوبه خود می‌توانند انقلابی در عرصه اقتصادی و اجتماعی در مناطق مستعد بوجود آورند. لیکن با وجود اهمیت بسیار گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی کشورها، سهم ایران از نظر میزان جذب درآمد گردشگری ناچیز و در پایین‌ترین سطر کشورهای توریست پذیر قرار داشته است. این درحالی است که به دلیل توجه خاص و تأکید بر این امر در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ ه. ش و قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، می‌توان با شناخت و معرفی مناسب توانایی‌های بالقوه و بالفعل موجود، برنامه‌ریزی‌های اصولی و هدفمند (کوتاه مدت - میان مدت و بلندمدت)، بهره‌گیری از تجارب کارشناسان متخصص و متعهد توسعه گردشگری و معرفی فرهنگ اصیل ایرانی در جای‌جای کشور، وضعیت درآمدزایی کشور در این حوزه را بهبود بخشید (استعلامی و خوش نیت بیانی، ۱۳۹۱: ۲۵۳). در این ارتباط "گردشگری فرهنگی - مذهبی ایران با وجود ۸۵ هزار و ۹۱۹ مکان شاخص با آئین‌های خاص خود" (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۱)، هنوز نتوانسته جایگاه واقعی خود را بویژه از بعد توجه به برنامه‌های بومی - محلی و شناساندن کامل آن در سطوح ملی، منطقه‌ای و حتی بین‌المللی، به دست آورد. جدول (۱)، به خوبی گویای این مهم است که آثار زیارتی و مذهبی در کشورمان علی‌رغم پتانسل‌های بالا، بنا به دلایل متعددی مورد غفلت واقع شده و در رتبه‌های پایین توجه گردشگران خارجی قرار دارد.

جدول (۱). اولویت جذابیت‌های ایران از دید گردشگران خارجی

اولویت‌ها	میانگین رتبه‌ای	انتخاب ۱	انتخاب ۲	انتخاب ۳	انتخاب ۴	بدون پاسخ
آثار تاریخی و باستانی	۳/۵۱	۷۸	۱۲	۱۱	۲	۸
موضوع‌های فرهنگی و اجتماعی	۲/۵۰	۱۱	۴۰	۲۹	۱۶	۲۷
مناظر طبیعی	۲/۰۲	۵	۳۰	۳۲	۴۰	۳۰
آثار مذهبی و دینی	۱/۹۶	۸	۱۸	۲۸	۴۲	۳۵

منبع: (نهادی و نعمتی، ۱۳۸۹: ۱۵۶).

با توجه به نوشتار فوق و در اهمیت توجه به توریسم فرهنگی- مذهبی، ضرورت توجه به این بُعد از صنعت اقتصادی- فرهنگی، باید همگام با کشورهای توسعه یافته، قدم‌های بلند و رو به ترقی را برداشت تا شاهد پیشرفت همه جانبه کشور بود. در این میان شهرستان سوادکوه در استان مازندران در زمره مقصدهایی است که بدلیل بهره‌مندی از فرهنگ و آیین‌های فولکلور، ویژه می‌تواند در مقوله توریسم فرهنگی- مذهبی بسیار فعال باشد و در جذب گردشگران مشتاق به شناخت به دیگر فرهنگ‌ها که ریشه در باورها و اعتقادات یک جامعه دارند نقش بسزایی ایفا کند. بنابراین پژوهشگران در پژوهش حاضر، سعی دارند تا از طریق شناسایی پتانسیل‌ها و جاذبه‌های فرهنگی- مذهبی، با ارائه راهکارهایی جهت بهره‌برداری منطقی و بهینه و نگهداری و بررسی مشکلات این پتانسیل‌ها، ضمن ارتقاء صنعت گردشگری مذهبی، تأثیر آن را بر توسعه شهرستان سوادکوه جهت رفع محرومیت‌های این منطقه را مورد بررسی قرار دهند. این شهرستان با دارا بودن جاذبه‌های فراوان فرهنگی، تاریخی، مذهبی و قدمت تاریخی زیاد آن، از محرومیت‌های گسترده‌ای رنج می‌برد که با توجه به مشاهدات صورت گرفته، ریشه بسیاری از آن‌ها ضعف بنیان‌های اقتصادی خانوار است. در این شرایط و با توجه به پتانسیل‌های گردشگری شهرستان، این سؤال مطرح می‌شود که چه عامل یا عواملی باعث شده که این شهرستان علی‌رغم برخورداری از امکانات توسعه صنعت گردشگری که امروزه تبدیل به یکی از بخش‌های اقتصادی و پردرآمد جهان شده، از مواهب آن بی‌بهره بماند؟ و از چه روشی می‌توان این صنعت نوپا و سودآور را در شهرستان توسعه داد؟ با توجه به اهمیت این مسئله، هدف این مقاله بررسی نقش و اثرگذاری آیین‌های بومی، مذهبی و فرهنگی این شهرستان برای توسعه گردشگری این منطقه می‌باشد.

چارچوب مفهومی گردشگری فرهنگی- مذهبی

امروزه درحوزه ادبیات توریسم و با درنظر گرفتن تعاریف و ملاحظات نظری پیرامون گردشگری مذهبی- فرهنگی، می‌توان گفت که جاذبه‌های فرهنگی، دربردارنده حوزه‌های مختلف گردشگری تاریخی، معنوی و البته گردشگری مذهبی (متأثر از مفهوم گردشگری فرهنگی) به عنوان بستر اصلی پژوهش حاضر می‌باشد که ریشه آن به زمان هرودوت باز می‌گردد (شریفی تهرانی و یوسفی، ۱۳۹۲: ۷). این مهم که از پیوند جغرافیا و فرهنگ و یا بعبارت دیگر جغرافیای فرهنگی شکل گرفته است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰۸)، به مسائل مختلفی اشاره می‌کند که وجه مشترک بسیاری از این مفاهیم در بردارنده عناوینی چون زیارت و رابطه آن با گردشگری است (نهادوندی و نعمتی، ۱۳۸۹: ۱۴۷). براین اساس گردشگران مذهبی، افرادی

هستند که علاوه بر شرکت در فعالیتهای مذهبی، از دیگر مکانهای فرهنگی - تفریحی نیز بازدید می کنند و در واقع از اهداف چند منظوره با اولویت مذهبی در سفر برخوردار می باشند. در این زمینه مک کانل^۱ معتقد است، میل و علاقه زائران برای حضور در فضایی که با معانی مذهبی آمیخته است، مانند علاقه گردشگران برای حضور در فضاهای اجتماعی، فرهنگی یا تاریخی است (Belhassen, 2008: 688). در واقع گردشگری مذهبی را می توان نوع خاصی از گردشگری دانست که انگیزههایی در قالب مذهب دارد (Rinsched, 1992: 25). توماس^۲ در تکمیل این گفته اعتقاد دارد که گردشگری مذهبی، گردشگری به منظور جلب مشتری نیست، بلکه بر مبنای محورهای مذهبی صورت می گیرد و نوعاً یا تماماً متصل به تعطیلات و گذران آن برای رفع نیازهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی به مقاصد دور و نزدیک است (Tomasi, 2002: 20). ویژگی مهم این نوع از شیوه گردشگری، ترکیب فرهنگها، باورها و اعتقادات مدرن و سنتی است که منحصر و یا به صورت ترکیبی به مکانهای خاصی همچون کلیساها، مقبرهها، امامزادهها، مسجدها و... اشاره دارد (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۸). همچنین گردشگری فرهنگی - مذهبی که در فرهنگهای باستانی و جدید جایگاه ویژه ای دارد (Jill, 2000: 1)، در زمره قدیمی ترین گردشگریهای گذشته و حال سراسر جهان است (Ajit, 2004: 2). چنانچه اشاره شد، جاذبههای مذهبی، زیارتگاهها و اماکن مقدس از مهم ترین مظاهر کالبدی این نوع از گردشگری می باشند که در هر کشوری با توجه به بافت اجتماعی، فرهنگی و عقیدتی گردشگران، از تنوع بسیار زیادی برخوردار است (رضوانی، ۱۳۸۶: ۱۹). فریضه حج، زیارت مرقد پیامبر، زیارت زادگاه عیسی در بیت اللحم، زیارت مرکز مذهبی کاتولیک در واتیکان (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۷: ۷۵)، مراسم مقدس یونانیان باستان در معابد آپلون، سفرهای مصریان برای دیدار از فراغنه (دورانت، ۱۳۷۰: ۲۰۵)، سفیرانیان باستان به معبد آناهیتا در کنگاور (کریستین سن، ۱۳۶۹: ۲۳۲) و نظایر آن، هر یک به گونه ای، قدمت و رواج این شکل از گردشگری را نشان می دهند. اما در ارتباط با توجه دنیای زیرین و احترام به درگذشتگان، ملل مختلف با توجه به فرهنگ، آداب و رسوم خود، توجهات ویژه ای نشان می دهند که در بسیاری از موارد، با اقبال و استقبال گردشگران را نیز مواجه می گردد. به عنوان مثال در استان بوشهر در ایران، عید تلخک یا عید مردهها هر ساله برگزار می گردد. در این روز کسانی که عزیز از دست رفته دارند؛ مراسم فاتحه خوانی برگزار می کنند و مردم برای تسلیت به دیدن آنها می روند. سحرگاهان بعد از گفتن اذان، مردم که همراه با دسته های عظیم مردم همراه است، به زیارت اهل قبور می روند و بر قبر

1- Mac Cannell

2- Tomas

مرده‌های خود سفره می‌چینند و پس از بازگشت از قبرستان نماز عید خوانده می‌شود (میراث فرهنگی استان بوشهر، ۱۳۹۰). همچنین در شرق آسیا که خاستگاه فرق و گروه‌های دینی بسیاری است، شاهد آداب و آئین‌های عجیبی در خصوص مردگان می‌باشیم. به‌عنوان مثال، اهالی مناطقی از اندونزی مراسم عجیبی برای دفن دوباره مردگان گذشته خود دارند. در این مراسم، مردگان را از قبرها بیرون می‌آورند و لباس‌هایی نو بر تن آنها می‌کنند و دوباره اجساد و اسکلت‌ها را به خاک می‌سپارند. آنها معتقدند این مراسم، راهی مفید برای به یادآوردن و گرمی‌داشتن در گذشتگان است. این مراسم هر سه سال یکبار به نشانه یادآوری و علاقه به مردگان انجام می‌شود و مردم محلی معتقدند که اعضای خانواده مردگان هنوز با او هستند. حتی اگر او صدها سال پیش فوت کرده باشد. اعضای خانواده پس از خارج کردن مرده از قبر، آن را تمیز می‌کنند و سپس بر تن جسد لباس‌های تازه‌ای می‌پوشانند و به دور آن پارچه‌های قطور می‌پیچند. البته این مراسم برخلاف ظاهر وحشتناکش هر ساله گردشگران بسیاری را راهی این منطقه می‌کند. افراد این قبیله برخی از مرده‌ها را نیز روی دیواره عمودی کوهی در همان نزدیکی می‌گذارند. ظاهر مرده‌ها مانند عروسک‌های بزرگی تزیین می‌شود و این مورد یکی از شگفتی‌های گردشگری این منطقه محسوب می‌شود. در برخی جنگل‌های اطراف این قبیله نیز می‌توان مرده‌ها را بین تنه درخت‌های بزرگ مشاهده کرد (<http://20ist.com/archives/23325>). بوداییان نیز طی آئینی باعنوان نثار ثواب به درگذشتگان، مردگان خود را ارج می‌نهند. آنها معتقدند که انسان بعد از مرگ دوباره زنده می‌شود و این مردن و زنده شدن همیشه ادامه می‌یابد. اعتقاد آنها براین است که زنده‌ها می‌توانند با نثار ثواب به مرده، شادمانی ببخشند. ثواب در بودیسم «پونا» نام دارد. امروزه هنگام ادای جمله انتقال ثواب به مردگان، آب را از کوزه‌ای پر به ظرفی دیگر می‌ریزند تا پر شود و بدین ترتیب ثواب به مرده انتقال می‌یابد. همچنین در کشورهای بودایی، صدقه به مانک‌ها (مرده‌ها) یک وظیفه دینی است. آنان پس از دریافت صدقه برای مردگان دعا می‌کنند. بوداییان زمان خاصی برای ارسال ثواب به مردگان ندارند، اما به‌صورت سنتی، برنامه منظمی برای آن ایجاد شده است. روزهای سوم، هفتم، آخرماه سوم و سالگرد مرگ، زمان‌هایی است که به یاد گذشتگان می‌افتند. چنین مراسمی در این آئین همواره از جایگاه ارزشمندی برخوردار بوده و پیروان آن، مراسم مذکور را با احترام زیادی به‌جا می‌آورند (<http://tahoor.com/fa/Article/View/113804>). ویل دورانت نیز می‌گوید؛ مردم ژاپن از مردگان می‌ترسیدند و به پرستش آنان می‌پرداختند و برای رام کردن آنان اشیای گران‌بهایی در قبور می‌نهادند. مثلاً در گور مردان شمشیر و در گور زنان، آینه می‌نهادند. همچنین هرروز در برابر الواح نیاکان دعا می‌خواندند و گاهی که بزرگی درمی‌گذشت، ملازمتش

را با او به خاک می‌سپردند تا در سفر آخرت همراه و مدافع او باشند. بومیان مکزیکی نیز، مردگان را در سکوه‌های کوتاه یا زمین دفن می‌کردند و مهم‌ترین ودیعه‌ی تدفینی، پیکره‌های سفالینی است که در گور نهاده‌اند. این پیکره‌ها معمولاً مجسمه‌های توخالی از سگ‌های پرواری هستند که در مکزیکی پرورش می‌یافتند که همراه مردگان شوند و آنان را به آن سو رهبری نمایند. البته سنت های تدفین بین اقوام بومی ساکن مکزیکی متفاوت است. مثلاً در تئوتی لواکان (مرکز فرهنگی قدیم مکزیکی) مردگان را در گودال‌هایی چهارگوش دفن می‌کردند. دیوارهای این گودال‌ها از خشت و سقف آن از سنگ بود و در کنار مرده، سفالینه، نقاب و دیگر ودایع می‌نهادند. در برخی جاها مردگان را در گورهایی پوشیده از حصیر می‌نهادند و همراه او نیز ودایعی دفن می‌شد. در چوپیکوآرو (chupicuaro) در میان گورستان، حوضچه‌هایی قرار دارد که در هنگام تدفین مردگان، در آتش می‌افروختند. در تمام دنیا اگر با دید دقیق‌تری به آیین‌ها و مراسم مردگان و ترحیم نگاه کنیم، جالب‌ترین و متفاوت‌ترین مراسم را در هند می‌بینیم. مراسمی که معمولاً با حلقه‌های گل بر گردن افراد عزادار برگزار می‌شود و بعد از سوزاندن جسد، خاکستر را به همراه آن حلقه‌های گل به آب می‌سپارند. در حقیقت عزاداری در آیین آنها تا ۱۳ روز برای همه و تا یک سال برای نزدیکان متوفی ادامه دارد. بعد از یک سال مراسمی به نام «شراد» (Shraad) انجام می‌شود که در آن افراد بعد از یک سال دوباره دور هم جمع می‌شوند و غذاهای مورد علاقه فرد از دنیا رفته را می‌پزند. همان‌طور که ما ایرانی‌ها بعد از فوت یکی از نزدیکان، معمولاً سومین و هفتمین روز درگذشت را دور هم جمع می‌شویم، هندی‌ها هم در روزهای سوم، پنجم، هفتم و نهم گرد خانواده متوفی جمع شده و چنین مراسمی برگزار می‌کنند. وقتی فرد متوفی چه مرد، چه زن از دنیا می‌رود اگر ازدواج کرده باشد مراسم به این صورت است که بدن وی سوزانده می‌شود، اما اگر این فرد ازدواج نکرده باشد او را به خاک می‌سپارند. فرد از دنیا رفته (اگر ازدواج کرده باشد) را به کنار رودخانه می‌برند و می‌سوزانند. پسر بزرگ فرد متوفی معمولاً در این مراسم وظیفه سپردن خاکستر را به یکی از رودخانه‌های مقدس دارد. قبل از هر کاری ابتدا بدن را حمام و بعد با پودر زردچوبه و آب آرایش می‌کنند. لباس تازه تن متوفی می‌کنند و بعد آن را با گلاب خوشبو و معطر می‌کنند. هنگام حمل بدن، مردان برهمایی سرودهای معنوی می‌خوانند و اصوات عجیب موسوم به «مانترا» درمی‌آورند که این مراسم هرساله با استقبال گردشگران از نقاط مختلف دنیا مواجه می‌شود (روزنامه جام جم، ۱۳۹۱: شماره ۳۴۹۵: ص ۱۰).

معرفی عید مردگان (بیست شش مردۀ عیید)

آیین «بیست و شش عید ماه» هر ساله روز ۲۸ تیرماه در منطقه‌ای به نام «امامزاده حسن» در شهرستان سوادکوه برگزار می‌شود (میراث فرهنگی و گردشگری استان مازندران، ۱۳۹۰، ۲۱۴). این آیین ریشه‌ای تاریخی دارد و بسیار کهن است که در باور بسیاری از مردم منطقه این روز را روز پیروزی فریدون بر ضحاک می‌دانند و به یاد درگذشتگان این نبرد به مزار بستگانشان می‌روند. عید مردگان امروزه با همان عناصر آیینی، درحالی برگزار می‌شود که رنگ و بویی اسلامی به‌خود گرفته و مکان مقدسی که آلاشتی‌ها(شهرآلاشت متعلق به بخش مرکزی شهرستان سوادکوه است که در ۳۹ کیلومتری جنوب غربی پل سفید واقع شده است) و بندپی‌ها(بندپی که درواقع محلی بین کوه، جنگل و دشت است، در جنوب بابل و تقریباً ۲۰ کیلومتری شهر بابل واقع شده است دهستان‌های بندپی به دو بخش مجزای بندپی غربی و بندپی شرقی تقسیم گردیده که در سال ۱۳۷۰ محل استقرار بخش‌داری در غرب به مرکزیت خوشرودپی و در شرق به مرکزیت گلوگاه می‌باشد) در آن گرد هم می‌آیند، بارگاه مقدس یکی از نوادگان ائمه شیعه است(پهلوان، ۱۳۸۲: ۸۰). مردم سوادکوه از چند روز قبل مقدمات مراسم مخصوص این روز مانند: پختن نان به اشکال مختلف و طبخ غذاهای محلی را فراهم می‌کنند و از صبح زود راهی امامزاده‌ها و مزار مردگان خود می‌شوند و تا عصر فاتحه، نماز و... خوانده و خیرات پخش می‌کنند. در کنار برگزاری مناسک مذهبی، کشتی بومی و پهلوانی(لوچو) از دیگر رسوماتی است که در این روز برپا می‌شود و جوانان دو منطقه امامزاده حسن(سوادکوه) و بندپی(بابل) در این محل که مرز جغرافیایی بین سوادکوه و بابل می‌باشد، با هم سرشاخ شده و نیروی یکدیگر را محک می‌زنند. در پایان نیز جایزه برنده که از سال‌های بسیار دور گوسفند می‌باشد، به وی هدیه می‌گردد(یوسفی، ۱۳۸۰: ۱۵۵-۱۵۳).



شکل (۱) نمایی از منطقه مورد پژوهش به همراه جمعیت و کشتی لوچو منبع: (نگارندگان، ۱۳۹۱).

روش تحقیق

منطقه مورد مطالعه

شهرستان سوادکوه به عنوان یکی از شهرستان های استان مازندران، منطقه ای کوهستانی است که از شمال به شهرستان قائم شهر، از غرب به شهرستان بابل، از شرق به دودانگه ساری و از جنوب از طریق خط الرأس کوه های البرز، به استان تهران و سمنان محدود شده است. بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰، جمعیت شهرستان سوادکوه، ۷۴۹۲۰ هزار نفر بوده است. ۴۸ درصد جمعیت آن روستا نشین و بقیه شهرنشین هستند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). از نظر پراکندگی جمعیت، هر چه از سمت جنوب به شمال پیش می رویم، به تراکم جمعیت افزوده می شود (سازمان مدیریت و برنامه ریزی مازندران، ۱۳۹۰). این شهرستان تا سال ۱۳۵۹ یکی از بخش های شهرستان قائم شهر به شمار می رفت، ولی با توجه به موقعیت ارتباطی، و استخراج معادن، به صورت شهرستان مستقل درآمد است (سایت جی تاک، ۱۳۹۱).

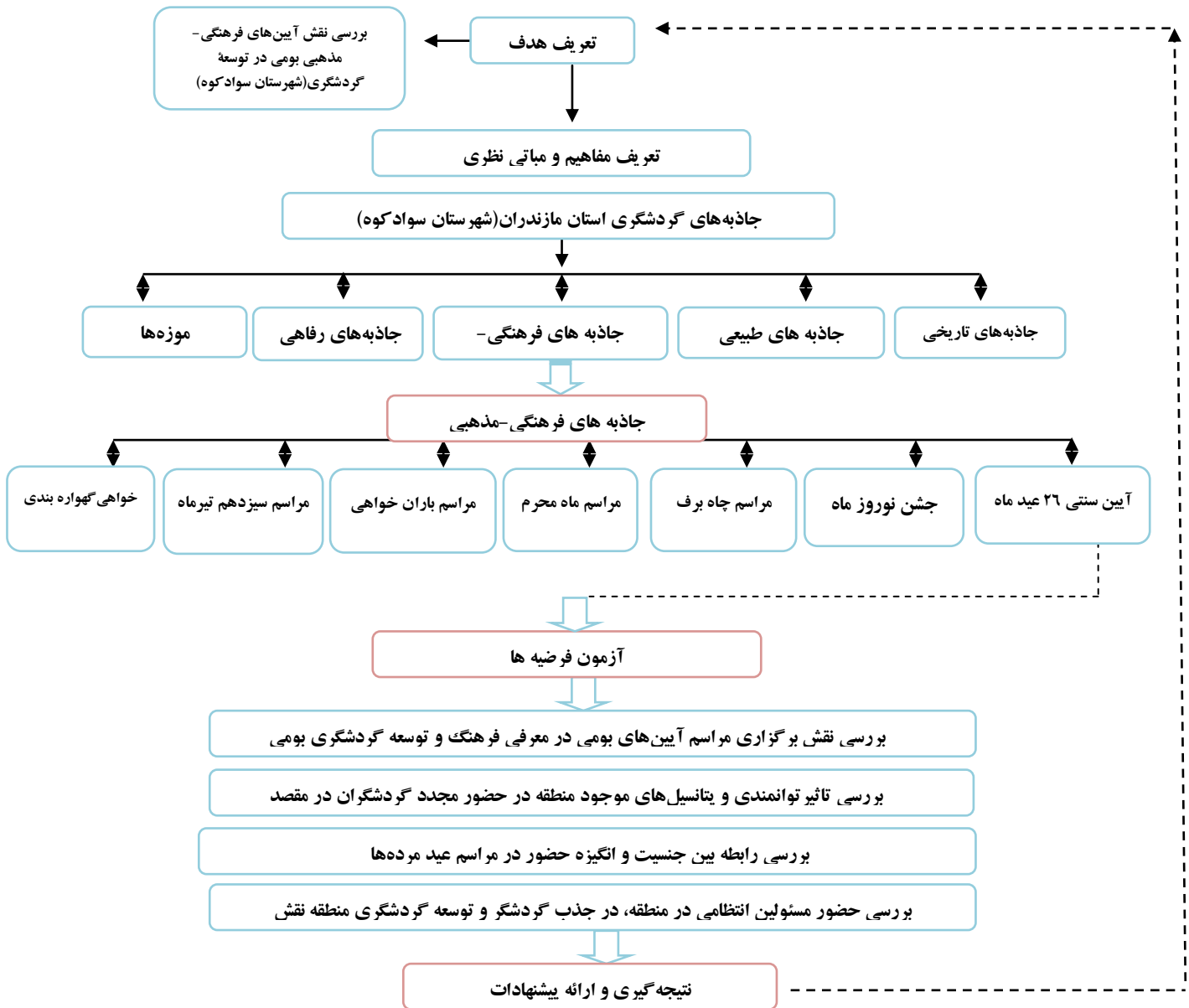
از اماکن مذهبی شهرستان سوادکوه، می توان به بقعه امامزاده عبدالحق در زیرآب، آرامگاه امامزاده زکریا، امامزاده یحیی، امامزاده صالح و امامزاده حسن اشاره نمود. از آثار تاریخی مهم شهرستان سوادکوه نیز برج لاجیم است و پل ورسک، تونل گدوک، سه خط راه آهن ورسک

معروف به سه خط طلا، و غارهای مختلف پل شاپور نزدیک شیرگاه، از دیدنی‌ها و آثار تاریخی شهرستان سوادکوه می‌باشد. به‌طور کلی، شهرستان سوادکوه با در نظر گرفتن موقعیت جغرافیایی، کوهستان‌ها، مناظر زیبای طبیعی، اعتدال آب و هوا در تابستان، پوشش گیاهی انبوه، رودخانه‌ها و چشمه‌سارهای متعدد، یکی از مناطق دیدنی استان مازندران به‌شمار می‌رود و می‌تواند گردشگران زیادی را جذب نماید (سایت طبرستان^۱، ۱۳۹۱).

روش تحقیق حاضر، توصیفی-تحلیلی و جمع‌آوری اطلاعات نیز به دو شیوه کتابخانه‌ای، جهت تنظیم ادبیات نظری و روش پیمایشی (توزیع ۳۴۰ پرسشنامه، براساس جدول نمونه‌گیری مورگان، در میان حاضرین مراسم) می‌باشد. در پژوهش حاضر جامعه‌آماري عبارت است از کلیه افرادی که در مراسم آیین سنتی عید مردگان شرکت کرده‌اند. با توجه به بررسی‌های به عمل آمده توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان، هر ساله در حدود ۳۰۰۰ نفر در این مراسم شرکت می‌کنند. با توجه به این جامعه آماری لذا بر اساس جدول مورگان در حدود ۳۴۰ نفر به عنوان حجم نمونه برآورد شد و سپس به منظور تعمیم نتایج، با استفاده از روش نمونه‌گیری احتمالی (تصادفی) پرسش‌نامه بین این افراد توزیع گردید. سوالات موجود در پرسشنامه در ارتباط با موضوع تحقیق دسته‌بندی شدند و قبل از اجرا بر روی نمونه اصلی تحقیق، پس از طرح سوالات، اعتبار و روایی آنها به تأیید اساتید و کارشناسان در زمینه گردشگری رسیده‌است. این ارزش با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت که میزان ضریب آن برای متغیرهای پتانسیل و توانمندی و وجود تاسیسات و تجهیزات منطقه که در طیف لیکرت بوده‌اند به ترتیب، ۰/۷۹ و ۰/۸۴ می‌باشد. همچنین در این تحقیق از ابزارهای دیگری چون مصاحبه، مشاهده به‌عنوان ابزاری برای به تصویر کشیدن اجرای آیین و نرم‌افزار SPSS، جهت ارائه آزمون‌های مختلف و برقراری رابطه معنی‌دار بین متغیرهای گوناگون استفاده شده است.

فرضیه‌های پژوهش

- ✓ برگزاری آیین‌های بومی در معرفی فرهنگ و توسعه گردشگری بومی نقش دارد.
- ✓ توانمندی و پتانسیل‌های موجود منطقه در حضور مجدد گردشگران در مقصد موثر است.
- ✓ بین جنسیت و انگیزه حضور در مراسم عید مرده‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
- ✓ در سال‌های اخیر حضور مسئولین انتظامی در منطقه، در جذب گردشگر و توسعه گردشگری منطقه نقش داشته است.



شکل (۲). مدل مفهومی و روند انجام تحقیق منبع (نگارندگان: ۱۳۹۳).

یافته‌های تحقیق

نتایج ذیل حاصل تجزیه و تحلیل آماری ۳۴۰ پرسشنامه پژوهشی در ارتباط با موضوع مورد مطالعه (نقش آیین‌های بومی، مذهبی و فرهنگی در توسعه گردشگری مقصد) می‌باشد که یافته‌های به‌دست آمده به شکل جدول، نمودار و... بدین شرح است: در مطالعه حاضر از کل نمونه آماری که بالغ بر ۳۴۰ نفر بودند، بیش از ۵۸ درصد مرد و ۴۱ درصد زن هستند. سن این افراد، ۱۶.۸ درصد زیر بیست سال، ۱۸.۲ درصد بین ۲۰-۳۰ سال، ۳۱.۸ درصد بین ۳۰-۴۰ سال و ۱۶.۵ درصد بین ۴۰-۵۰ و همچنین ۱۶.۸ درصد دیگر بالاتر از ۵۰ سال است. بررسی گروه‌های سنی شرکت کننده در مراسم عید مردگان، نشان می‌دهد که جوانان و میانسالان، استقبال بیشتری از مراسم نموده‌اند که این امر حاکی از پتانسیل مناسب آئین مورد اشاره در جذب گردشگران به ویژه جوانان علاقه مند به مقصدهایی با جاذبه های توریسم مذهبی-فرهنگی و البته ورزشی (کشتی محلی لوچو) می‌باشد. در مورد نحوه آشنایی جامعه آماری با مراسم عید مرده‌ها، از کل تعداد پاسخگویان ۷۸ درصد از طریق دوستان، ۵ درصد از طریق رسانه‌ها، ۶ درصد از طریق نشریه و بورشور و ۱۱ درصد به صورت اتفاقی با این آیین مذهبی آشنا شدند و در این مراسم شرکت کردند. این عامل موجب حضور بیشتر بومیان (۶۸٪) نسبت به گردشگران غیر بومی (۳۲٪) در این روز شده بود که علت اصلی این مسئله را می‌توان در فقدان تبلیغات و عدم اطلاع رسانی جستجو کرد که در فرضیه دوم این بیان کاملاً اثبات شده است.

جدول (۲). بررسی دفعات حضور و شهر مبدأ حاضرین در مراسم

دفعات حضور گردشگران								
تعداد	۱ بار	۲ بار	۳ بار	۴ بار	۵ بار و بیشتر			
فرآوانی	۴۷	۵۱	۸۲	۲۸	۱۳۲			
درصد	۱۳/۸	۱۵	۲۴/۱	۸/۲	۳۸/۸			
درصد تراکمی	۱۳/۸	۲۹/۶	۵۴/۷	۶۲/۹	۱۰۰٪			
شهر مبدأ گردشگران								
شهر	سوادکوه	بابل	آمل	قائم‌شهر	ساری	نکاء	تهران	قم
فرآوانی	۱۰۱	۹۸	۵۳	۳۰	۲۱	۱۷	۱۳	۷
درصد	۲۹/۷	۲۸/۸	۱۵/۵	۸/۸	۶/۲	۵	۳/۸	۲
درصد تراکمی	۲۹/۷	۵۸/۶	۷۳/۱	۸۲/۱	۸۸/۳	۹۳/۳	۹۷/۴	۱۰۰٪

منبع: (یافته های تحقیق، ۱۳۹۱).

نتیجه تجزیه و تحلیل پرسشنامه در زمینه بررسی دفعات حضور و شهر مبدأ شرکت کنندگان در مراسم آئین مرده ها نشان می‌دهد که بیشتر حاضرین در این آئین، افرادی هستند که به صورت مداوم و هر ساله در مراسم فرهنگی - مذهبی و بومی منطقه خود حضور می‌یابند، طوری که نزدیک به ۴۰ درصد از مجموع جامعه آماری، تقریباً در هیچ سالی، فرصت حضور در مراسم مورد مطالعه را از دست نمی‌دهند که این موضوع حاکی از تعلق خاطر این افراد به آئین مورد بررسی و حضور مستمر در آن می‌باشد. همچنین نتیجه مصاحبه با افرادی که برای اولین بار در این مراسم حضور یافتند، حاکی از آن است که غالب این افراد در نتیجه معرفی دوستان و اقوام خود، برای اولین بار در آئین مذکور حضور یافته‌اند که این موضوع مقوله تبلیغات در جذب گردشگر و زنده نگاه داشتن آئین‌های بومی را گوشزد می‌کند. نتیجه بخش دیگری از مطالعه حاضر نشان می‌دهد که غالب حاضرین در مراسم از ساکنین بومی منطقه (سوادکوه، بابل، قائم شهر و...) می‌باشند. در این زمینه، با توجه به اینکه مراسم مورد مطالعه در مرز میان دو شهر سوادکوه و بابل انجام می‌شود، نزدیک به ۶۰ درصد از مجموع افراد شرکت کننده در این مراسم، اهالی دو شهر سوادکوه و بابل می‌باشند و تنها شش درصد از این افراد، میهمانان غیر - مازندرانی (تهران، اصفهان، قم و...) می‌باشند که البته بیشتر این افراد نیز نه بر حسب معرفی و گزینش تبلیغات این مراسم، بلکه بر حسب وجود اقوام و روابط فامیلی با ساکنین دو شهر می‌باشد که موجب شده در مراسم مورد مطالعه حضور یابند. همچنین باید توجه نمود که هر ساله میلیون‌ها دلار صرف تبلیغات گردشگری می‌شود (میسون، ۱۳۹۰: ۴)، مسئله‌ای که نه در استان مازندران و شهر سوادکوه در زمینه برگزاری مراسمی همچون عیدمرده‌ها، بلکه در کل ایران دارای ضعف مشهودی است. جدول (۱) در این زمینه، گویای همین واقعیت است. بطوری که مطالعات و مصاحبات مختلف میدانی از مراسم مورد مطالعه در شهر سوادکوه نیز به خوبی بیانگر ضعف آشکار در امر تبلیغ آیین مورد مطالعه در این خطه می‌باشد که علی‌رغم توانایی‌های بالقوه فراوان در جذب گردشگر از سراسر کشور، هنوز نتوانسته است به صورت شایسته‌ای به این مهم نائل آید. از سوی دیگر چنانچه مشاهدات صورت گرفته از این منطقه و نیز اظهارات بسیاری از افراد مورد مصاحبه نشان می‌دهد، رونق خاصی در طول سالیان گذشته به وضعیت دسترسی شهروندان بومی و گردشگران غیربومی داده نشده و امکانات موجود (هتل و جایگاه اسکان، مراکز خدماتی و خرید، امکانات جانبی و سرگرمی‌ها و...) در محدوده برگزاری این مراسم نیز، شرایط مناسبی را جهت اسکان و توقف چند روزه گردشگران و در نتیجه افزایش احتمال رونق اقتصادی منطقه از طریق هزینه نمودن پول توسط گردشگران را فراهم نمی‌نماید. در نتیجه به سادگی می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت موجود مدیریتی، کالبدی و امکانات

موجود در محدوده مورد مطالعه، با تعمیم به سایر نقاط مشابه که دارای آیین، فرهنگ و مراسم بومی-محلی با رویکرد گردشگری و جذب گردشگر می‌باشند، در حال حاضر در شرایط مناسبی نیست و قطعاً با ادامه وضعیت کنونی، چشم‌انداز مناسبی را در این ارتباط نمی‌توان متصور شد.

*ارزیابی عملکرد مدیریت شهری و سازمان‌های دخیل از دیدگاه حاضرین در مراسم

مهم‌ترین هدف مدیریت شهری را می‌توان در ارتقای شرایط کار و زندگی جمعیت ساکن در قالب اقشار و گروه‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی و تشویق به توسعه اقتصادی و اجتماعی دانست که یکی از مظاهر آن را می‌توان استفاده از ظرفیت و توانمندی‌های گردشگری در ابعاد مختلف کالبدی، اجتماعی، تاریخی، فرهنگی و مذهبی همچون آیین مذهبی بومی آیین عید - مرده‌ها در سوادکوه مازندران دانست. در این زمینه ۲۳۷ نفر از مجموع ۳۴۰ نفر جامعه آماری که معادل ۶۹.۷ درصد از حاضرین بومی و همیشگی، همچنین میهمانان غیر مازندرانی مراسم مذکور می‌باشد، از کیفیت و عملکرد سازمان‌های مذکور در زمینه تأمین رفاه یا هیلات اجتماعی، تاحدودی از نارسایی مدیریت شهری (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری، ورزش‌های محلی و...) در این زمینه (ارائه خدمات مختلف مانند تأمین سرویس بهداشتی، راه‌های دسترسی به مکان محل مراسم، دسترسی آسان به مراکز خرید و وجود وسائط نقلیه عمومی مناسب، همچنین ضعف تبلیغات مناسب به صورت اینترنتی، پخش بروشور و...)، شکایت می‌نمودند.

*فرضیه اول: برگزاری مراسم آیین‌های بومی و فرهنگی در معرفی فرهنگ منطقه و توسعه گردشگری بومی نقش دارد.

جدول (۳). برگزاری مراسم آیین‌های بومی و فرهنگی در معرفی فرهنگ و توسعه گردشگری

شرح	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	کای اسکوتر ^۱	درجه آزادی df	سطح معنی‌داری Sig
فراوانی	۷۸	۱۹۴	۶۵	-	۳	۲۲۴/۱۶	۳	۰/۰۰۰
درصد	۲۲.۹	۵۷.۱	۱۹.۱	-	۰.۹	-	-	-
درصد تراکمی	۲۲.۹	۸۰	۹۹.۱	۹۹.۱	٪۱۰۰	-	-	-

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱).

^۱ - chi-square

در بخش دیگری از مطالعه حاضر، به بررسی نقش برگزاری مراسم آیین های بومی در معرفی فرهنگ و توسعه گردشگری منطقه پرداخته شده است. نتایج حاصل از آزمون کای اسکور برابر با ۲۲۴/۱۶ و با سطح معناداری ۰/۰۰۰ می باشد که فرضیه مورد نظر را تا ۹۹ درصد تأیید می کند. همچنین نتایج حاصل از مطالعات حاکی از آن است که در حدود ۸۰ درصد از حاضرین مراسم، به نقش بسیار مهم برپایی این مراسم در معرفی فرهنگ بومی، توسعه گردشگری و بهبود وضعیت اقتصادی منطقه اعتقاد دارند. البته نکته منفی در این میان، موضوع ضعف تجهیزات زیربنایی (راه های دسترسی و خدمات رسانی نامناسب)، ضعف تبلیغات و اطلاع رسانی بویژه در سایر شهرهای همجوار و... می باشد که غالب جامعه آماری، مسائل فوق را سدی جهت رشد و توسعه صنعت گردشگری بومی - مذهبی در منطقه می دانند.

*** فرضیه دوم: " توانمندی و پتانسیل های موجود منطقه در حضور مجدد گردشگران در مقصد موثر است "**

متغیر مستقل در این فرضیه عوامل و زمینه های اثرگذار می باشد که شاخص های آن عبارتند از عوامل مذهبی و فرهنگی، تسکین روحی، نذر و نیاز، وجود چشم انداز زیبا در کنار امامزاده، تبلیغات مناسب، امنیت منطقه، وجود امکانات و تجهیزات لازم و متغیر وابسته دفعات حضور گردشگران می باشد. این فرضیه در این پژوهش از طریق آزمون رگرسیون خطی دو متغیره مورد سنجش قرار گرفت و نتایج زیر حاصل گردید.

جدول (۴). وضعیت پراکندگی پاسخگویان بر حسب پتانسیل ها و توانمندی های امامزاده

فراوانی داده ها					شاخص	فراوانی
بسیار ضعیف	ضعیف	متوسط	زیاد	خیلی زیاد		
۴	۷	۲۹	۱۲۰	۱۸۰	عامل مذهبی و فرهنگی	
۸	۷	۱۴	۱۵۱	۱۶۰	تسکین روحی و آرامش	
۱۴	۱۱	۱۱۰	۱۱۴	۹۱	نذر و نیاز برای حاجت	
۱۰	۱۹	۲۶	۸۷	۱۹۸	وجود چشم انداز زیبا در کنار امامزاده	
۱۲۳	۱۶۶	۳۵	۹	۷	تبلیغات مناسب	
۷	۵	۴۲	۹۰	۱۹۶	امنیت منطقه	
۱۸۶	۷۳	۵۹	۱۷	۵	وجود امکانات و تجهیزات	

منبع: (یافته های تحقیق، ۱۳۹۱).

جدول (۵) ضرایب رگرسیونی ساده بین متغیر مستقل و متغیر وابسته تحقیق

(حضور مجدد گردشگران)						متغیر وابسته
نتیجه	سطح معنی داری	مقدار ثابت	ضریب بتا	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	متغیر مستقل
تأیید**	۰/۰۰۰	۱/۱۸	۰/۶۵۹	۰/۴۳۵	۰/۶۵۹	پتانسیل و توانمندی مقصد

منبع: (یافته های تحقیق، ۱۳۹۱).

نتایج حاصل از انجام رگرسیون خطی ساده در جدول فوق، نشان از همبستگی قوی بین متغیر مستقل و وابسته دارد (ضریب همبستگی: $R: 0/659$). ضریب بتا $0/659$ نشان می‌دهد یک انحراف استاندارد در متغیر پتانسیل مقصد، باعث تغییر $0/659$ انحراف استاندارد در متغیر حضور مجدد و دفعات حضور می‌شود. همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، ضریب رگرسیون برای متغیر پتانسیل و توانمندی ($0/659$) در سطح خطای کوچک‌تر از $0/01$ معنی دار است. بنابراین، می‌توانیم بگوئیم که متغیر پتانسیل و توانمندی موجود در منطقه بر متغیر حضور مجدد و دفعات حضور موثر است. یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر پتانسیل، میزان دفعات حضور به مقدار $0/659$ انحراف استاندارد افزایش می‌یابد. بر اساس نتیجه حاصل از آزمون فوق، فرض H_1 مبنی بر وجود تاثیر معنی دار پتانسیل بر حضور مجدد تأیید می‌شود و فرض مخالف H_0 مبنی بر عدم وجود تاثیر رد می‌گردد. لذا فرضیه شماره دو تحقیق حاضر، تأیید می‌شود.

از آنجایی که یکی از عوامل بسیار مهم در جذب گردشگر، که به‌عنوان پتانسیل‌ها و توانمندی منطقه مورد مطالعه به حساب می‌آید در غالب یک سوال در پرسشنامه ارزیابی گردید. تجهیزات و تسهیلات گردشگری، به قصد ارائه خدمات و انتفاع برای پذیرایی، اقامت و خدمات مسافرتی به گردشگران، می‌باشد. در این رابطه ضعف و یا نقصان در تأمین تسهیلات مذکور باعث افت تدریجی جذب گردشگران خواهد شد. تجهیزات و تأسیسات زیربنایی در غالب گویه‌هایی چون، وضعیت رفاهی و اقامتی، سرویس بهداشتی و آب آشامیدنی برای گردشگران، تبلیغات و اطلاع رسانی به گردشگران، وضعیت جاده منتهی به این مکان، توجه و نظارت سازمان‌ها و ارگان‌های خصوصی و دولتی مورد سنجش قرار گرفت که از مجموع این گویه‌ها، بُعد تجهیزات و تأسیسات زیربنایی ایجاد شد. در این مورد چنانچه در قسمت "ارزیابی عملکرد مدیریت شهری و سازمان‌های دخیل همچون سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری، ورزش‌های محلی و... از دیدگاه حاضرین در مراسم" نیز بیان شد، حدود ۷۰ درصد از حاضرین مراسم از

عملکرد مدیریت شهری (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری، ورزش های محلی و...) در زمینه ارائه خدمات مختلف مانند تأمین سرویس بهداشتی، راه های دسترسی به مکان محل مراسم، دسترسی آسان به مراکز خرید و وجود وسائط نقلیه عمومی مناسب، همچنین ضعف تبلیغات مناسب به صورت اینترنتی، پخش بروشور و...، شکایت می نمودند. بنابراین یکی از مهمترین عواملی که در زمینه توسعه گردشگری از ابعاد مختلف قابل توجه است، توسعه کمی و کیفی تجهیزات و تأسیسات زیربنایی، همچنین خدمات مختلف مرتبط و مورد نیاز مردم جهت رشد و توسعه صنعت گردشگری (مذهبی و فرهنگی بومی) می باشد که نقش مدیریت شهری در این رابطه اهمیت زیادی دارد.

***فرضیه سوم؛ " بین جنسیت و انگیزه حضور در مراسم عید مرده ها رابطه معنادار وجود دارد".**

برای تعیین ارتباط بین جنسیت و انگیزه اصلی حضور در مراسم عید مرده ها، از آزمون کای-اسکوئر استفاده شده است. با توجه به جدول شماره (۸)، مقدار کای اسکوئر برابر با $(X^2=1/439)$ با سطح معناداری (Sig: 0/000) است. این مقادیر نشان می دهند که بین جنسیت و انگیزه اصلی حضور در مراسم عید مرده ها با سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه معنادار وجود دارد. همچنین برای تعیین میزان همبستگی دو متغیر مذکور از ضرایب همبستگی فی^۱ و ضریب کرامر استفاده شده است. با توجه به میزان ضریب همبستگی و همچنین سطح معناداری آن ها (Sig: 0/000)، می توان نتیجه گرفت که بین جنسیت و انگیزه اصلی حضور در مراسم عید مرده ها، همبستگی مثبت و قوی وجود دارد. به عبارت دیگر، هر یک از مکان ها با توجه به ویژگی های هابی که دارند، پذیرای طیف ها، گروه ها و جنسیت های متفاوت است. در این رابطه و بر اساس جدول توافقی جنسی و انگیزه اصلی حضور آن ها در مراسم (جدول شماره ۸)، حدود ۸۵/۱٪ از زنان، علت اصلی حضور خود را برگزاری مناسک دینی مخصوص به این روز، مانند زیارت امامزاده، اهل قبور و نذور خیرات بیان داشته اند که می توان آن را در توسعه فرهنگ زیارت و گردشگری دینی بسیار پر رنگ و با ارزش تلقی نمود. اگرچه مردان، به ویژه گروه سنی جوان، سهم بسیار کمی در بخش دینی مراسم دارند، اما حدود ۵۵/۸٪ از آن ها با شرکت در مراسم آیینی کشتی لوچو توانسته اند توجه گردشگران را به این بخش از جاذبه های فرهنگی - مذهبی منطقه، جلب کرده و به ماندگاری آیین مورد نظر کمک نمایند. با توجه به این موضوع، این ادعا به اثبات می رسد که انگیزه اصلی حضور بین زنان و مردان متفاوت می باشد و رابطه معناداری

بین جنسیت و انگیزه حضور گردشگران وجود دارد. با توجه به این موضوع، می‌توان با شناخت نیازمندی‌های متفاوت دو جنسیت مرد و زن، همچنین با برنامه‌ریزی دقیق و تأمین امکانات آن‌ها، زمینه‌های حضور پر رنگ‌تر گردشگران (از جنسیت‌های مختلف) را فراهم نمود و زمینه برگزاری هرچه با شکوه‌تر این مراسم را جهت معرفی فرهنگ و توسعه هر چه بیشتر گردشگری در منطقه را به وجود آورد.

جدول (۸). بررسی رابطه جنسیت و انگیزه اصلی حضور در مراسم عید مرده‌ها

جدول توافقی جنسیت و انگیزه اصلی حضور در مراسم عید مرده‌ها						
انگیزه اصلی حضور						شرح
مجموع	تفریح	نذور و خیرات	زیارت امامزاده و اهل قبور	شرکت در کشتی باستانی لوچو	ملاقات با خوبشاندان	
۱۹۹	۲۹	۲۸	۱۹	۱۱۱	۱۲	جنس مرد Count جنسیت % Within انگیزه اصلی حضور % Within % of Total
%۱۰۰	%۱۴/۶	%۱۴/۱	%۹/۵	%۵۵/۸	%۶	
%۵۸/۵	%۸۲/۹	%۴۳/۸	%۱۸/۴	%۹۴/۱	%۶۰	
%۵۸/۵	%۸/۵	%۸/۲	%۵/۶	%۲۳/۶	%۳/۵	
۱۴۱	۶	۳۶	۸۴	۷	۸	جنس زن Count جنسیت % Within انگیزه اصلی حضور % Within % of Total
%۱۰۰	%۴/۳	%۲۵/۵	%۵۹/۶	%۵/۰	%۵/۷	
%۴۱/۵	%۱۷/۱	%۵۶/۲	%۸۱/۶	%۵/۹	%۴۰/۰	
%۴۱/۵	%۱/۸	%۱۰/۶	%۲۴/۷	%۲/۱	%۲/۴	
۳۴۰	۳۵	۶۴	۱۰۳	۱۱۸	۲۰	Count Total جنسیت % Within انگیزه اصلی حضور % Within % of Total
%۱۰۰	%۱۰/۳	%۱۸/۸	%۳۰/۳	%۳۴/۷	%۵/۹	
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	
%۱۰۰	%۱۰/۳	%۱۸/۸	%۳۰/۳	%۳۴/۷	%۵/۹	
فی: ۰/۶۵۱ ضریب کرامر: ۰/۶۵۱ χ^2 : ۱/۴۳۹ df: ۴ sig: ۰/۰۰۰						

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱).

*فرضیه چهارم: "در سال‌های اخیر حضور مسئولین انتظامی در منطقه، در جذب و توسعه گردشگری منطقه نقش داشته است".

نتایج حاصل از آزمون کای اسکور تک متغیره برابر با ۲۷۳/۹۲ و با سطح معناداری ۰/۰۰۰ می‌باشد که فرضیه مورد نظر را تا سطح ۹۹ درصد تأیید می‌کند. نتایج حاصل از آزمون کای اسکور حاکی از آن می‌باشد که حضور مسئولین انتظامی در منطقه، در جذب گردشگر و توسعه گردشگری در سال‌های اخیر نقش دارد، به عبارتی به دنبال افزایش حضور مسئولین انتظامی در منطقه برگزاری عید مرده‌ها، هم بر امنیت منطقه افزوده شده و هم تعداد گردشگران

تحلیلی بر آیین های فرهنگی - مذهبی بومی و نقش آن در توسعه گردشگری ۸۹

افزایش چشمگیری داشته است. به طوری که طبق مصاحبه صورت گرفته با افراد حاضر در مراسم، این افراد میزان افزایش تعداد گردشگران را نسبت به سال گذشته دو برابر اعلام نمودند.

جدول (۹). آزمون کای اسکوئر تک متغیره حضور مسئولین انتظامی در جذب گردشگر منطقه

متغیر	آماره کای اسکوئر	تعداد	سطح معناداری
حضور مسئولین انتظامی، در جذب گردشگر در سال های اخیر نقش دارد	۲۷۳/۹۲	۳۴۰	۰/۰۰۰**

مأخذ: (یافته های تحقیق، ۱۳۹۱). **معنی داری در سطح ۰/۰۱

جدول (۱۰) به بررسی فراوانی نظر گردشگران در مورد این موضوع می پردازد که حضور مسئولین انتظامی، تا چه میزان موجب بهبود وضعیت امنیت گردشگران و افزایش جذب گردشگر نسبت به سال های قبل شده است. بیش از ۴۲ درصد از گردشگران معتقد بودند که بعد از افزایش حضور نیروها و مسئولین امنیتی و انتظامی وضعیت امنیت مقصد تا حدودی بیشتر شده است و این عامل به نوبه خود توانسته تأثیر بسزایی در افزایش جذب گردشگران در سال - های اخیر داشته باشد و همچنین بیش از ۳۷ درصد از گردشگران به نقش زیاد و خیلی زیاد این ارگان ها در افزایش امنیت در جذب گردشگر در منطقه اعتقاد داشتند.

جدول (۱۰). نقش حضور مسئولین انتظامی در جذب گردشگر منطقه

امنیت منطقه و جذب گردشگر	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	خیلی کم	کل
فراوانی	۵۰	۷۸	۱۴۵	۴۲	۲۵	۳۴۰
درصد	۱۴/۷	۲۳	۴۲/۶	۱۲/۴	۷/۳	۱۰۰

منبع: (یافته های تحقیق، ۱۳۹۱).

نتیجه گیری

گسترده‌گی جغرافیایی فلات ایران و وجود قومیت های مختلف موجب شد فرهنگ های زیادی را در کشور شاهد باشیم که هر کدام فضای منحصر به فرد خود را دارند و در مولفه ها و معیارهای فرهنگی کشور ردپایی از آن ها دیده می شود. هر قومی به نوعی فرهنگی متفاوت از قوم دیگر دارد. این تفاوت ها با فاصله مکانی مناطق رابطه مستقیم دارد. اگر بخواهیم ریشه ها و نتایج یک فرهنگ را بررسی کنیم تا به یک بستر فرهنگی درست دست یابیم، باید شناخت دقیقی از جغرافیا، باورها، تاریخ و احساسات یک منطقه داشته باشیم. به بیان دیگر جاذبه های طبیعی، اعتقادات مذهبی، نیازهای زندگی، رخدادهای تاریخی و معیارهایی از این دست یک

اندیشه اجتماعی را طرح‌ریزی می‌کند که نتیجه آن در موسیقی، صنایع دستی، پوشاک، معماری، بازی‌ها و حتی غذاهای یک قوم مشاهده می‌شود. مازندران به سبب داشتن یک زبان مستقل، دارای فرهنگی سوا از استان‌های دیگر است. رویدادهای سیاسی، اتفاقات فرهنگی، جریان‌های ادبی و رخدادهای تاریخی در کنار سبک و سیاق زندگی مردم طبرستان، فرهنگ‌هایی را خلق کرد که اگرچه امروز بسیاری از آن‌ها نادیده گرفته می‌شوند و حتی فراموش شده‌اند، اما هنوز ریشه‌هایی از آن‌ها را می‌توان در گفتار، زندگی، پوشش، مناسبت‌ها، جشن‌های محلی، بازی‌ها و سرگرمی‌ها، موسیقی و معماری مردم این استان، به‌ویژه در مناطق کوهستانی مازندران مشاهده کرد. نتایج مقاله حاضر نشان می‌دهد که شهرستان سوادکوه از سابقه طولانی در زمینه‌های تاریخی- فرهنگی برخوردار است. وجود این پیشینه تاریخی غنی و طبیعت بکر، سوادکوه را در زمره مقصدهایی قرار داده است که پذیرای گردشگران مختلفی می‌باشد. آیین‌های باستانی و مذهبی چون تیر ماه سیزده شو، روز خورشید، برگزاری تعزیه در محرم‌الحرام و بیست‌شش غیب^۱ ماه (عید مردگان) که همچنان در این شهرستان برگزار می‌شود، از نظر غناعت محتوا می‌تواند بستر بسیار مناسبی جهت توسعه همه‌جانبه گردشگری و جذب گردشگران از سراسر دنیا باشد. در یک جمع‌بندی از نتیجه مطالعه حاضر، می‌توان نتیجه گرفت که استقبال از این مراسم، سال به سال از وضعیت مناسب تری برخوردار می‌شود که این مسئله لزوم برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب از تمام ابعاد بویژه از بعد تأمین امکانات و تأسیسات مورد نیاز گردشگران و افراد بومی شرکت‌کننده در مراسم را می‌طلبد که در این زمینه با توجه به نظر حاضرین در این مراسم (بیش از ۳۰۰۰ نفر در سال ۱۳۹۱) وضعیت و کیفیت ارائه خدمات مختلف مانند تأمین سرویس بهداشتی به‌ویژه توالت عمومی، راه‌های دسترسی به مکان محل مراسم، دسترسی آسان به مراکز خرید و وجود وسائط نقلیه عمومی، دارای وضعیت مناسبی نبوده که این امر مسلماً تهدیدی برای بهبود وضعیت کیفی و البته کمی جذب گردشگر در سال‌های آتی می‌باشد. در کنار این مسئله کمبود فضای مناسب پارکینگ ماشین‌ها نیز از مسائل مهمی می‌باشد که موجبات نارضایتی مضاعف حاضرین در مراسم را فراهم آورده است. نتایج دیگر تحقیق حاضر حاکی از ضعف تبلیغات مناسب به‌صورت اینترنتی، پخش بروشور و... می‌باشد که موجب شده تنها شش درصد از حاضرین این مراسم را گردشگرانی از سایر استان‌ها تشکیل دهند. همچنین ۸۰ درصد از حاضرین مراسم، به نقش بسیار مهم برپایی این مراسم در معرفی فرهنگ بومی، توسعه گردشگری و بهبود وضعیت اقتصادی منطقه اعتقاد دارند و توجه

^۱. اسم این عید به زبان مازندرانی می‌باشد (در واقع تلفظ به زبان محلی مازنی می‌باشد).

ویژه مسئولین امر را در این زمینه مهم می دانند. همچنین نتایج مطالعات و آزمون های مختلف جهت بررسی فرضیه های طرح شده، حاکی از تأیید فرضیه های مطرح شده می باشد. به طوری که رابطه معناداری میان برگزاری آیین های مذهبی - فرهنگی بومی و توسعه گردشگری در سواد کوه مشاهده می شود، همچنین ارتباط قوی بین کیفیت و وجود تجهیزات و تأسیسات زیربنایی و میزان رشد و توسعه صنعت گردشگری در منطقه مورد مطالعه وجود دارد، مسئله ای که به وضوح ضعف مدیریت شهری (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری، ورزش های محلی و...) را در زمینه ارائه خدمات و جلب رضایت مشتریان آشکار نمود (نتایج حاصل از تحلیل پرسشنامه در زمینه ارزیابی عملکرد مدیریت شهری و سازمان های دخیل همچون سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری، ورزش های محلی و...)، از دیدگاه حاضرین در مراسم). همچنین نتایج بخش دیگری از این مطالعه نشان می دهد که ۸۵٪ از زنان، علت اصلی حضور خود را برگزاری مناسک دینی مخصوص به این روز، مانند زیارت امامزاده، اهل قبور و ندور خیرات بیان داشته اند و مردان نیز عمدتاً با هدف شرکت در مراسم آیینی کشتی لوچو در این مراسم شرکت می نمایند و به این ترتیب به ماندگاری آیین مورد نظر کمک نمایند. با توجه به این موضوع، این ادعا به اثبات می رسد که انگیزه اصلی حضور بین زنان و مردان متفاوت می باشد و رابطه معناداری بین جنسیت و انگیزه حضور گردشگران وجود دارد. در نهایت با توجه به مطالعات میدانی صورت گرفته از این مراسم و شرایط موجود (تحلیل پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده)، می توان عنوان نمود که سازمان های مورد اشاره می توانند با شناسایی پتانسیل های موجود در منطقه و با مطالعه کامل ابعاد این آیین باستانی که در این مقاله بدان اشاره شده است، جهت رفع کمبودهای موجود در برگزاری این آیین (عدم وجود سرویس بهداشتی مناسب، وضعیت رفاهی و اقامتی نامناسب، ضعف نظارت سازمان ها و ارگان های خصوصی و دولتی و...) اقدام نمایند، به طوری که نخست شاهد رفع مشکلات مربوطه و دوم شاهد حفظ و رونق این آیین (که میراث یک سرزمین شناخته می شود) برای نسل های بعدی و توسعه گردشگری در مقصد باشیم.

پیشنهاد و ارائه راهکارها

برای بهره برداری هرچه بیشتر از آیین عید مردگان در جهت توسعه گردشگری بومی مذهبی می توان موارد زیر را پیشنهاد نمود:

✓ تبلیغات و بهره گیری از اطلاعات بومیان منطقه جهت معرفی مکان ها و آیین های مختلف منطقه به گردشگران غیر بومی، جهت ماندگاری بیشتر گردشگران در منطقه.

- ✓ تسطیح، توسعه و تجهیز جاده‌ها و راه‌های قابل دسترسی و نصب علائم راهنمایی و بهره‌گیری از کمپ‌های اطلاع‌رسانی درمسیرها و تدوین دفترچه‌های راهنما برای گردشگران و بازدیدکنندگان.
- ✓ ایجاد اقامتگاه و میهمان‌خانه‌های ارزان قیمت در پیرامون محل برگزاری مراسم به منظور تشویق بازدید کنندگان به اقامت در منطقه جهت توسعه گردشگری محلی.
- ✓ تشویق مردم محلی به مشارکت و همکاری در توسعه و تجهیز امکانات و تجهیزات مختلف محله برگزاری آئین (امامزاده حسن)، جهت استقبال و ماندگاری بیشتر گردشگران در محله.
- ✓ استفاده از کادری مجرب و متخصص در ارتباط با مسئولیت مهمی نظیر راهنما و سایر جایگاه‌های مربوط جهت معرفی و شناساندن آئین عید مرده‌ها به افراد و بازدید کنندگانی غیر-بومی.
- ✓ ایجاد امکانات و خدمات بهداشتی و آسایشی (به‌ویژه سرویس‌های بهداشتی) در محوطه امامزاده به منظور رفاه حال گردشگران.
- ✓ ایجاد فضایی مناسب جهت پارک اتومبیل افراد بازدید کننده و گردشگران.

منابع و ماخذ

۱. استانداری مازندران (۱۳۹۰). تاریخ مراجعه به سایت ۹۱.۳.۲۷.
۲. استعلاجی، علیرضا و خوش‌نیت بیانی، محمد (۱۳۹۱). شناخت توانمندی‌های گردشگری و ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری از دیدگاه جغرافیای کاربردی (مطالعه موردی، شهر ری)، فصلنامه انجمن جغرافیای ایران، سال دهم، شماره ۳۴، صص ۲۷۵-۲۵۱.
۳. پوراحمد، احمد، مهدی، علی، مهدیان بهنمیری، معصومه، میرزایی کوتناپی، زهرا و آرزو محمدی (۱۳۹۱). بررسی و تحلیل نقش موزه‌ها در توسعه گردشگری فرهنگی (مطالعه موردی: موزه‌های شرق استان مازندران)، مجله علمی- پژوهشی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال اول، شماره ۱، صص ۱۲۸-۱۰۵.
۴. پهلوان، کیوان (۱۳۸۲). فرهنگ مردم آلاشت و سوادکوه، چاپ اول، تهران: انتشارات آرون.

۵. تقوایی، مسعود، موسوی، علی و یونس غلام بیمرغ (۱۳۸۸). *تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی، شهرستان نورآباد ممسنی)*، فصلنامه فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اهر، سال دهم، شماره ۳۲، صص ۶۴-۳۹.
۶. دورانت، ویلیام جیمز (۱۳۷۰). *تاریخ تمدن*، ترجمه احمد آرام و علی پاشایی، جلد اول و دوم، چاپ یازدهم، تهران: انقلاب اسلامی.
۷. رحمانی، خلیل، پورطاهری، مهدی و عبدالرضا رکن الدین افتخاری (۱۳۹۰). *برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی، مطالعه موردی: روستاهای دارای مکان های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج*، مجله مدرس علوم انسانی - برنامه ریزی و امایش فضا، دوره هفدهم، شماره ۱: ۶۴-۴۳.
۸. رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۶). *جغرافیا و صنعت توریسم*، چاپ هفتم، تهران: انتشارات پیام نور.
۹. رنجبریان، بهرام (۱۳۸۵). *وجهه استنباط شده از ایران به عنوان یک مقصد گردشگری*، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان (علوم انسانی)، جلد بیست و یکم، شماره ۲: ۶۹-۸۰.
۱۰. رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد (۱۳۸۷). *شناخت گردشگری*، اصفهان: انتشارات چهار باغ.
۱۱. روزنامه جام جم (۱۳۹۱). شماره ۳۴۹۵.
۱۲. سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری استان مازندران (۱۳۹۰).
۱۳. سازمان مدیریت و برنامه ریزی مازندران (۱۳۹۰). *گزارش اقتصادی و اجتماعی سوادکوه*، معاونت هماهنگی و برنامه ریزی.
۱۴. سرشماری عمومی نفوس و مسکن، مرکز آمار ایران (۱۳۹۰).
۱۵. سایت پایگاه اطلاع رسانی حوزه (۱۳۹۱). آیین، مندرج در پایگاه اطلاع رسانی حوزه، تاریخ مراجعه به سایت ۹۱.۳.۲۰ <http://www.hawzah.net/FA/MagArt.htm>.
۱۶. سایت طبرستان (۱۳۹۱). *شهرستانهای استان مازندران*، مندرج در سایت طبرستان، تاریخ مراجعه به سایت ۹۱.۳.۲۰ <http://tabarestan.4t.com/township.htm>.
۱۷. سایت جی تاک (۱۳۹۱). *معرفی شهرستان سوادکوه*، مندرج در سایت طبرستان، تاریخ مراجعه به سایت ۹۱.۳.۲۰ <http://www.gtalk.ir>.

۱۸. شریفی تهرانی، محمد، یوسفی، جواد (۱۳۹۲). بررسی ارتباط بین گونه‌های گردشگری مذهبی، روستایی و بومشناختی با گردشگری فرهنگی (مورد مطالعه: استان خراسان جنوبی)، فصلنامه مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان، شماره سوم: ۱-۳۳.
۱۹. صدرموسوی، میرستار و کهنمویی، جواد (۱۳۸۶). ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۱۲۹: ۶۱-۱۴۳.
۲۰. قادری، اسماعیل، عزتی، عزت‌اله و حافظی‌زاده، شقایق (۱۳۸۸). راهکارهای استفاده از مراسم تاسوعا و عاشورا به‌عنوان پتانسیل توریسم فرهنگی - مذهبی در محدوده بخش مرکزی تهران، مجله فضای جغرافیایی، سال نهم، شماره ۲۸: ۱۰۱-۷۵.
۲۱. کریستین سن، آرتور (۱۳۶۹). ایران در زمان ساسانیان، ترجمه رشید یاسمی، چاپ ششم، تهران: دنیای کتاب.
۲۲. لطفی خواجوی، محمد (۱۳۸۴). جهانگردی و منافع اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی و ارائه راهکارهایی برای پیشبرد این صنعت، مجموعه مقالات همایش توریسم، موانع و پیامدها، دانشگاه فلاورجان، صص ۸۵-۱۰۴.
۲۳. میسون، پیتر (۱۳۹۰). گردشگری اثرات، برنامه ریزی و مدیریت، ترجمه روزبه میرزایی و پونه ترابیان، چاپ دوم، تهران: انتشارات ترمه.
۲۴. نهایندی، مریم، سیده فاطمه، نعمتی (۱۳۸۹). تهدیدها و فرصتهای گردشگری زیارت در ایران، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ششم، شماره ۲۰: ۱۷۲-۱۴۵.
۲۵. یوسفی، فریده (۱۳۸۰). فرهنگ و آداب و رسوم سوادکوه، چاپ اول، ساری: انتشارات پژوهش‌های فرهنگی.

Ajit, K.Sh. (2004). *Quest for Good Governance*, Contribution Find Potential of Religious Institutions as Stakeholdersh. Appelbaum, Galloway, Stumpt, Kuklis, Bryson, Mc Gregor.

Belhassen, Y. (2008). The search for authenticity in the pilgrim experience, *Journal of Annals of Tourism Research*, 35(3): 668-689.

ICEP (1997). *Tourism Religions*, Tourism- Mercados Emissores, n12.

Jill, K.(2000). Religions tourism a bag business, *Al Ahram*, Retrieved from <http://www.weekly.ahram.org>.

Mcintosh, W., Robert, Charles R. Golden. (1995). *Tourism Principles, Practices, and Philosophies, Canada*: simultaneously.

Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism, *Journal of Annals of Tourism Research*, 19(1): 51-67.

Santos, M. (2004).Fatina: Religious tourism in a Sanctuary-City, *Journal of Tourism and environment*, 44:1-18.

Tomasi, L. (2002). *Homo Viator: From pilgrimage to religious tourism via the journey*. In: J. William, H. Swatos & L.Tomasi (Eds.), *From medieval pilgrimage to religious tourism: The social and cultural economics of Piety* (pp1-24), Westport: Praeger

UNWTO (2007). *Tourism Highlights 2007 Edition*, Retrieved from www.unwto.com.

WTO (2006). *Yearbook of tourism statistics*, Vol 3.

<http://tahoor.com/fa/Article/View/113804>

<http://20ist.com/archives/23325>

