

گونه شناسی گردشگران و محصولات گردشگری مبتنی بر منابع و ظرفیت‌های جامعه و مناطق عشایری

سیدمحمد میرتقیان رودسری* - دانشجوی دکتری گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴ مهر ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش: ۰۵ دی ۱۴۰۱

چکیده

مقدمه: تغییر اقلیم، جریانات نوسازی، مدیریت فرابخشی، اقتصاد فرتوت و تحریمی، عدم حفظ ساختار همپیوند انسان-مرتع-دام و غیره، منجر به این شده است که عشایر، در کنار دامداری به دنبال الگوی معیشت جایگزین و اقتصاد مکمل باشند. یکی از این الگوها، گردشگری است. به عقیده‌ی بسیاری از پژوهشگران، تمام اجزای زندگی و معیشت عشایر، یک ظرفیت و منبع برای گردشگری محسوب می‌شود. از این رو، این ظرفیت‌ها، باید شناسایی و طبقه‌بندی شوند و متناسب با هر سرزمین و قومی در چرخه-ی تبدیل محصول گردشگری قرار گیرند.

هدف پژوهش: پژوهش حاضر، شناسایی و گونه‌شناسی منابع، محصولات و گردشگران گردشگری عشایری را به عنوان هدف اصلی خود قرار داده است. **روش‌شناسی تحقیق:** پژوهش حاضر از نظر هدف، از نوع توصیفی-اکتشافی و از نظر ماهیت، از نوع کیفی است. جامعه‌ی آماری تحقیق محتوای علمی تولید شده در زمینه "ظرفیت‌های جامعه و مناطق عشایری برای گردشگری" بودند. از این رو جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای بود. مرور محتوایی پیشینه و اسناد موجود بر اساس رویکرد استخراج مفاهیم مرتبط با منابع گردشگری بوده است.

قلمرو جغرافیایی پژوهش: در پژوهش حاضر، ظرفیت‌های کل عشایر در پهنه‌ی سرزمینی ایران مدنظر قرار گرفته است که شامل ۲۵۱,۶۳۴ خانوار عشایری در قالب ۱۰۴ ایل و در حدود ۵۶۵ طایفه می‌شوند.

یافته‌ها و بحث: یافته‌ها نشان داد که در جامعه و مناطق عشایری ۵۰ منبع و ظرفیت برای شکل‌گیری محصول گردشگری وجود دارد که در ۸ مقوله، شامل میهمان-نوازی، کوچ، ساختار معیشت (نظام سکونتگاهی، خوراک، پوشش و پوشاک، موسیقی، دانش بومی)، صنایع‌دستی، نظام ایلی، نظام دامداری، رویدادها و محیط طبیعی-جغرافیایی دسته‌بندی شدند. همچنین، چهار گونه‌ی خدمات و محصولات گردشگری عشایری تحت عنوان تجربه‌ی اصیل، بازدید اصیل، تجربه‌ی نمادین و مصرف نمادین شناسایی شدند. در گونه‌شناسی گردشگران، چهار گونه‌ی عشایر، بازدیدکننده غیرمشارکتی، عشایرنا و مصرف‌کننده‌ی عشایری شناسایی شدند در نهایت مشخص گردید که گردشگری عشایری بیشترین ترکیب‌پذیری را با گردشگری فرهنگی و اکوتوریسم دارد.

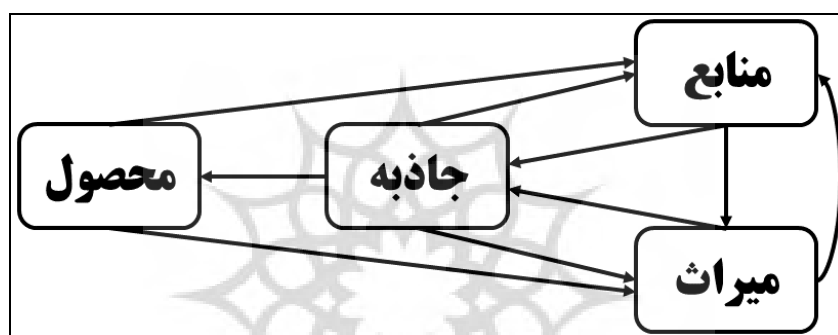
نتایج: تمام اجزای الگوی زیست عشایر به عنوان منبع و ظرفیت گردشگری هم در درون مناطق عشایری به صورت اصیل، قابل برنامه‌ریزی هستند و هم قابلیت نمایشی شدن در فضاهای غیرعشایری طراحی شده را دارند. با توجه به اینکه بسیاری از ظرفیت‌های شناسایی شده به نوعی با حضور و نقش‌آفرینی زنان عشایری همراه هستند، بار اصلی تبدیل ظرفیت‌های عشایری به محصول گردشگری بر عهده‌ی بانوان عشایری می‌باشد. به عنوان توصیه‌ی نهایی، در این روند می‌بایست به خطرات ناشی از کالایی شدن فرهنگ عشایر توجه نمود.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، عشایر کوچنده، منابع و توانمندی عشایر، گردشگری عشایری، عشایر ایران.

مقدمه

سال‌هاست که در ادبیات گردشگری، این جمله که "ایران، در جهان، از نقطه‌نظر جاذبه‌های فرهنگی، رتبه‌ی ایکس و از لحاظ جاذبه‌های طبیعی، رتبه‌ی ایگرگ را دارد"، کلام اول پژوهش‌ها، گردهمایی‌ها (علمی و غیرعلمی) و ورد زبان‌ها شده است؛ اما این ادعا تاکنون هیچ کجا اثبات نشده و هیچ ریشه‌ی علمی ندارد. نکته‌ی مهم دیگر، عدم تشخیص بسیاری از متخصصان گردشگری در مورد تفاوت میان "منابع" گردشگری و "جاذبه‌های" گردشگری است. اما، تنها چیزی که می‌توان روی آن اطمینان داشت، این است که ایران منابع بسیاری برای تبدیل شدن به یک جاذبه و محصول گردشگری را دارد، نه اینکه دارای "جاذبه‌های" گردشگری فراوان باشد.

ایران، به عنوان سرزمینی غنی از منابع گردشگری، می‌تواند به کشوری پیشرو در این صنعت تبدیل شده و با کاهش وابستگی خود به منابع نفتی (و نه توهّم جایگزین نمودن درآمد گردشگری با درآمد نفتی)، به سمت منابع درآمدی مکمل حرکت نماید (رویکرد برنامه‌ریزی مکمل‌گرا)؛ کاری که کشور ایران، به گواه آمار و اطلاعات گردشگری داخلی و خارجی، تاکنون نتوانسته است انجام دهد. یکی از راهبردهای اصلی توسعه‌ی گردشگری، تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری و ارائه‌ی محصولات جدید و خلاق از طریق چرخه تولید محصول گردشگری است (شکل ۱)؛ محصولی که منحصر به فرد و اصیل باشد. یکی از این محصولات، گردشگری عشایری است (صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ قنبری و همکاران، ۱۳۹۳).



شکل ۱. چرخه تولید و تبدیل میراث-منبع-جاذبه-محصول در گردشگری (منبع: نگارنده، ۱۴۰۱)

آنچه در ادبیات گردشگری مطرح شده است، این می‌باشد که از نظر برخی گردشگری‌دانان (گردشگری‌خوانان)، گردشگری یک فعالیت خدماتی و از نظر برخی دیگر، گردشگری یک صنعت است. البته، دیدگاه‌های خلاقانه‌ای در این زمینه مطرح شده است که گردشگری را "صناعت"، "چتری از صنایع مختلف" و نیز "سیستمی با اجزای صنعتی" می‌دانند. تعدد دیدگاه‌ها نشان‌دهنده‌ی آن است که تعریف گردشگری را می‌توان به گونه‌ای توسعه داد که طیف وسیعی از رویکردها و جنبه‌ها را در بر بگیرد (Tribe, 1997) و هر یک از رویکردها و جنبه‌ها، پیشرو شده و مطابق با موقعیت و شرایط خود، تعریفی برای گردشگری در نظر گرفته‌اند.

روی‌هم رفته، پژوهش حاضر و پژوهشگران آن، گردشگری را به عنوان "یک سیستم با اجزای صنعتی" پذیرفته و تعریف زیر را برای آن در نظر گرفته‌اند: «گردشگری به مثابه‌ی یک سیستم شامل سفرهای اختیاری و اقامت موقت افراد دور از محل اقامت معمولی خود برای یک یا چند شب، به استثنای تورهایی که با هدف اصلی دریافت پاداش از نقاط مسیر انجام می‌شود، می‌باشد. عناصر سیستم عبارتند از گردشگران، مناطق مولّد (مبدا)، مسیرهای انتقالی، مناطق مقصد و صنعت گردشگری. این پنج عنصر در پیوندهای فضایی و عملکردی چیده شده‌اند. سازمان پنج عنصر با داشتن ویژگی‌های یک سیستم باز، در محیط‌های وسیع‌تری (فیزیکی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، تکنولوژیکی) عمل می‌کند که با آن تعامل دارد.» (Leiper, 1979: 403-404).

در ادبیات و مفهوم‌شناسی عشایری، مفهوم "عشایر کوچنده" مطرح شده است. طبق تعریف مرکز آمار ایران (۱۴۰۰)، عشایر کوچنده به مردمی گفته می‌شود که دست‌کم سه ویژگی زیر را به صورت توأم داشته باشند: ساخت اجتماعی قبیله‌ای؛ اتکای اصلی معاش به دامداری؛ و شیوه زندگی مبتنی بر کوچروی. علاوه بر وجود سه شرط توأمان فوق، وجود سه شرط "فرعی و پنهان" دیگر هم که نشأت گرفته از همین سه شرط اصلی است، الزامی می‌باشد؛ یکی، نظام سکونتگاهی (زندگی در سیاه‌چادر) و دیگری، نظام مرتع‌داری (داشتن جواز بهره‌برداری از مرتع بیلاقی و قشلاقی) و تولیدات بومی (دامی، کشاورزی، صنایع دستی و سنتی و ...) است.

گردشگری عشایری، یکی از منحصربه‌فردترین؛ نوین‌ترین (ضیائی و همکاران، ۱۴۰۰؛ رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ زارعی و همکاران، ۱۳۹۷؛ Josary et al., 2019; Lindawati et al., 2021; Sianipar et al., 2022) و از طرفی، فراموش‌شده‌ترین (قرخلو و میره، ۱۳۸۸؛ فراهانی و صیامیان‌گرچی، ۱۳۹۳) گونه‌ی گردشگری در ایران است. برخی تعاریف ارائه شده برای گردشگری عشایری، در قالب جدول (۱) گزارش شده است. تعریف مورد قبول پژوهش حاضر، تعریف (میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱) است. عشایر و الگوی زیست آنها، همچون عکس‌هایی با جذابیت بی‌حدو حصر و زیبایی خیره‌کننده در آلبوم طبیعت، چشم هر بیننده‌ای را می‌نوازد (انصاری و همکاران، ۱۳۹۸). در مبحث گردشگری، جذابیت‌های منحصربه‌فردی در صحنه رقابت‌های بین‌المللی وجود دارد که برگ برنده کشورهای رقیب محسوب می‌شود. در این راستا، گردشگری عشایری، کلید طلایی کشورهایی به حساب می‌آید که در بازار پسامدرنیسم و عصر ارتباطات، به‌جای زندگی مجازی، زندگی طبیعی را در معرض دید همگان قرار می‌دهند (کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ فراهانی و صیامیان‌گرچی، ۱۳۹۳).

یکی از تغییرات ناشی از تحولات پسامدرن در جریان گردشگری، رشد سفرهای انفرادی و گروهی بر پایه‌ی تعامل فرهنگی و تجربه فرهنگ و طبیعت، تقویت حس نوستالژی نسبت به گذشته، اصالت و اهمیت میراث می‌باشد (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰). گردشگران دیگر به دنبال خدمات پیش‌پاافتاده نیستند و دوران پست‌مدرن، اثرات خود را بر صنعت گردشگری با الهام از گردشگری خاص نشان داده است. با توجه به اینکه الگوی زیست عشایری، دنیای پرهیجانی دارد (Yusefi et al., 2022) و مناطق عشایری به عنوان یک میراث طبیعی فرهنگی شناخته می‌شود، به نظر می‌رسد سبک زندگی عشایری با این بازار جدید گردشگری بسیار سازگار باشد (خالقی، ۱۴۰۰؛ پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۸۸).

جدول ۱. تعاریف گردشگری عشایری

ردیف	پژوهشگر(ان)	تعریف
۱	لطفی و همکاران (۱۳۹۰) و فراهانی (۱۳۹۲)	نوعی گردشگری است که در محیط‌های وابسته به قلمرو کوچندگی عشایر انجام می‌شود و بازدید از جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی مرتبط با زندگی عشایری و با جاذبه‌های طبیعی موجود در منطقه بیلاقی و قشلاقی عشایر مدنظر گردشگر باشد.
۲	میرواحدی و اسفندیاری-بیات (۱۳۹۵)	تلفیقی از اکوتوریسم و گردشگری فرهنگی و هرگونه سفر یا گردش در پهنه‌ی جغرافیایی قلمرو زیستی جامعه عشایری، به منظور بهره‌گیری گردشگر از جاذبه‌های طبیعی و آشنایی با خصایص فرهنگی این قشر می‌باشد.
۳	احمدی‌ثانی و همکاران (۱۳۹۵)	سفری است مسئولانه به منابع طبیعی که حافظ محیط‌زیست بوده و باعث بهبود کیفیت زندگی بهره‌برداران می‌شود و حداقل آسیب را به مراتع فرهنگ منطقه وارد می‌کند.
۴	انصاری و همکاران (۱۳۹۸)	رویکردی جدید در مراتع و سفری است مسئولانه به منابع طبیعی که منجر به حفظ محیط‌زیست شده و کیفیت زندگی بهره‌برداران را بهبود می‌بخشد و حداقل آسیب را به مراتع و فرهنگ منطقه وارد می‌کند
۵	ضیائی و همکاران (۱۴۰۰)	سبک نسبتاً جدید از گردشگری است که در آن گردشگران می‌توانند در یک دوره زمانی معین در پهنه و قلمرو زیستی گروه‌های ایلی و کوچ‌رو به سفر بپردازند. این نوع گردشگری، شامل گردشگرانی است که به دنبال تماس چهره‌به‌چهره با مردم بومی و محلی هستند و نیز کسانی که به دنبال تجربه مستقیم فرهنگ میزبان و محیط‌زیست هستند را شامل می‌شود
۶	میزبان و میرتقیان-رودسری (۱۴۰۱)	نوعی از گردشگری طبیعی-فرهنگی و تجربه‌محور است که سفر در قلمروی زیستی عشایر کوچنده (به عنوان ارائه‌دهندگان خدمات)، به منظور بهره‌گیری از تمام جنبه‌های قابل عرضه، نمایشی و مشارکتی زندگی این جامعه شامل شرایط عینی زندگی، گشت‌های عشایری، رویدادهای عشایری، خدمات و تاسیسات ویژه را در بر می‌گیرد و سازوکاری برای احیا، حفظ، تقویت و توسعه بنیان‌های اقتصادی-اجتماعی، منابع طبیعی و نیز توانمندسازی، تاب-آورسازی جامعه‌ی عشایری و در ارتباط نزدیک با رویکرد توسعه‌ی پایدار است
۷	Noroozi (2021)	شامل بازدید از اقامتگاه‌های عشایری و تجربه زندگی عشایری، درگیر شدن با شیوه‌های کوچ عشایر، جنبه‌های فرهنگی و رفتاری آنها، الگوهای زندگی، فعالیت‌های سنتی اقتصادی، آثار باستانی است.

منبع: (نگارنده، ۱۴۰۱)

کشور ایران از بارزترین نمونه‌های تنوع فرهنگی، قومیت، زبانی و مذهبی در جهان است که بر خلاف اکثر کشورهای چندقومیتی، تنوع و تکثر قومی، محلی یا موزاییک بودن پهنه‌ی فرهنگی آن، درون‌زا و بومی است (صفرآبادی و طبیعی، ۱۳۹۶). عشایر ایرانی اقوامی هستند که در گذر از قرن‌ها زندگی دسته جمعی، به شیوه‌ای زیبا و باورنکردنی، ساختار فرهنگی و اجتماعی قبیله‌ای خود را حفظ کرده و به عنوان دیدنی‌ترین [پدیده] عصر فناوری لقب یافته‌اند (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۸۹). برای نمونه، بر اساس آنچه در کتاب "ایران: لولنی پلنت" در ورژن‌های

۲۰۱۲ و ۲۰۱۷ برای سفر کردن به ایران توصیه شده است، فهرستی از ۱۶ موضوع و سوژه برتر برای بازدید و تجربه می‌باشد که بازدید از "عشایر زاگرس" در سال ۲۰۱۲ در رتبه‌ی ششم و در سال ۲۰۱۷ در رتبه‌ی پنجم (بالتر از پرسپولیس باستانی) قرار دارند؛ بنابراین، الگوی زیست عشایر و مناطق عشایری ایران، نه تنها در داخل، بلکه از نظر جامعه‌ی جهانی، به عنوان یک ظرفیت قابل برنامه‌ریزی برای گردشگری اهمیت دارد.



شکل ۲. نحوه‌ی معرفی و جایگاه عشایر ایران در کتاب لونی پلنت (منبع: Waters, 2017; Burke et al., 2012)

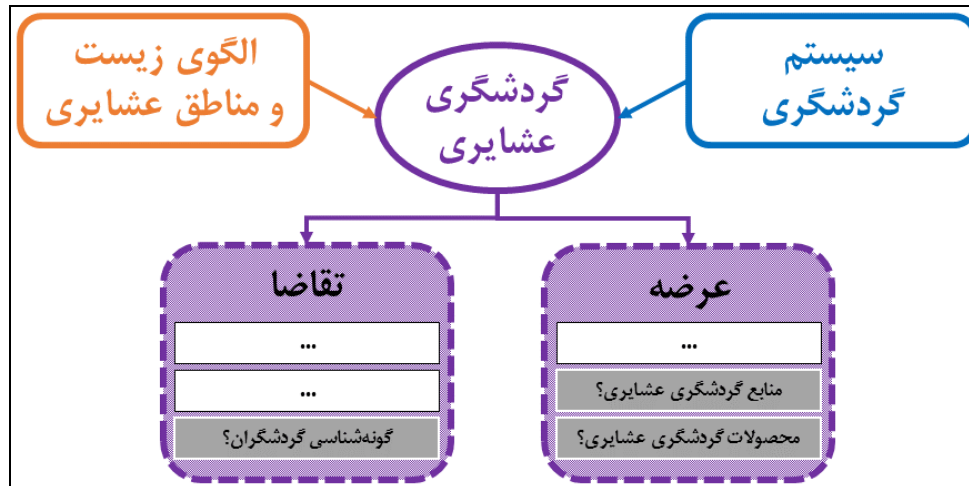
از طرفی، با توجه به اینکه تمام جنبه‌های الگوی زیست عشایری می‌تواند به عنوان منابع گردشگری محسوب شود (سقای، ۱۳۸۶؛ کرکه‌آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹؛ میرواحدی و اسفندیاری بیات، ۱۳۹۵؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ Shekari et al., 2022; Yusefi et al., 2022; Sheranova, 2021; Khurelchuluun & Kim, 2021; Noroozi, 2021; Lindawati et al., 2021; Josary et al., 2019; Talinbayi et al., 2018; Tiberghien & Xie, 2018; Shirclyff, 2018; Chatty, 2016; Tiberghien, 2014; Sarmento & Etemaddar, 2009; Buckley et al., 2008) گردشگری نیز به عنوان گزینه معیشت مکمل، به حمایت از جامعه‌ی عشایری خواهد برخاست که تا چندی پیش همه تلاش در نابودی آنها (عشایر) داشته‌اند (مرادعلیان، ۱۳۹۵). تمام ظرفیت‌ها و منابع عشایری برای گردشگری، نه به صورت منفک و جداشده، بلکه در ارتباط با هم معنا می‌یابند؛ تنها در این صورت است که تجربه‌ی شیوه‌ی زندگی عشایری از طریق گردشگری محقق می‌شود، زیرا بسیاری از پتانسیل‌ها فقط در فضای عشایری معنا می‌یابند (شیخی، ۱۳۹۷).

توسعه‌ی گردشگری عشایری، بر رشد، توسعه پایدار، بهبود و تاب‌آوری معیشت، افزایش قدرت اقتصادی، فرصت شغلی و کسب درآمد اضافی، فرصت کارآفرینی، متنوع‌سازی اقتصادی، کاهش مهاجرت و جمعیت‌پذیری از طریق مهاجرت معکوس، بهبود زیرساخت‌ها، توانمندسازی زنان و پویایی جنسیتی، احیا، صیانت و حفظ ساختار فرهنگی و محیط طبیعی زندگی عشایر، تقویت هویت و غرور، نمایش و ارائه‌ی فرهنگ محلی، جلوگیری از نابودی عشایر، تداوم شیوه‌ی سنتی زندگی و همچنین ایجاد تجربه‌ی زمانی-مکانی منحصربه‌فرد و خلاق برای گردشگران [نخبه، خوب و عمومی] تأثیر گذار بوده است و همچنین می‌توانست و می‌تواند پیامدهای منفی هم داشته باشد (میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱).

در همین راستا، به منظور استفاده و محصول‌سازی از ظرفیت‌های موجود در تمام جنبه‌های الگوی زیست عشایر که می‌توانند به عنوان منابع گردشگری محسوب شوند، گام اول، گونه‌شناسی این ظرفیت‌ها و منابع است. تاکنون پژوهش‌های پراکنده در مورد شناخت ظرفیت‌های عشایری انجام شده است، اما به گونه‌شناسی منابع برای ساخت محصول منتهی نشده است. از این رو، پژوهش حاضر، با رویکرد اکتشافی، شناسایی و گونه‌شناسی منابع و محصولات گردشگری عشایری را به عنوان هدف اصلی خود قرار داده است و از آنجایی که ظرفیت‌های عشایری، برای جامعه‌ی عشایری بدیهی و برای گردشگران بدیع می‌باشد، گونه‌شناسی گردشگران نیز در ذیل هدف اصلی مطرح گردید. با توجه به تبیین مسئله، بررسی ادبیات و طرح هدف، مدل مفهومی پژوهش در شکل (۳) نشان داده شده است. در این مدل ترکیب‌پذیری مفاهیم "عشایری" و "گردشگری" و الزام به شناخت و تبیین روابط "محصول گردشگری عشایری" و "گونه‌شناسی گردشگران" ارائه شده است.

¹- Elite, Good and General Tourists

²- می‌توان این ادعا را مطرح نمود، به همان اندازه‌ی فزاینده‌ای که گردشگران تمایل دارند عشایر باشند یا شوند، عشایر در مسیر ناپدید شدن هستند و این یعنی تهدید جوامع نوگرا برای شیوه‌ی زندگی عشایری.



شکل ۳. مدل مفهومی پژوهش - منبع: (نگارنده، ۱۴۰۱)

روش پژوهش

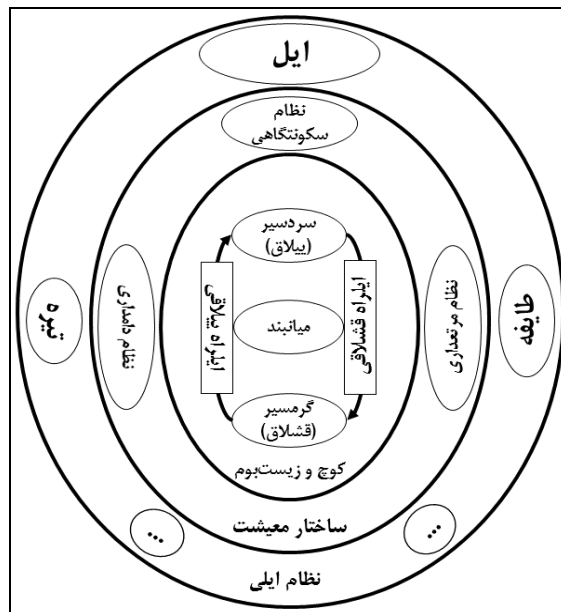
پژوهش حاضر از نظر هدف، از نوع توصیفی-اکتشافی و از نظر ماهیت، از نوع کیفی مبتنی بر مرور محتوایی پیشینه‌ی تحقیق است. جامعه‌ی آماری تحقیق محتوای علمی تولید شده در زمینه "طرفیت‌های جامعه و مناطق عشایری برای گردشگری" بودند. از این رو جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای بود. مرور محتوایی پیشینه و اسناد موجود بر اساس رویکرد استخراج مفاهیم مرتبط با منابع گردشگری بوده است. روش مرور محتوایی از طریق نظام‌مندسازی دیدگاه‌ها و یافته‌های مختلف در این حوزه، می‌تواند الگوی مناسبی برای گونه‌شناسی منابع جامعه و مناطق عشایری برای گردشگری ایجاد نماید.

قلمرو جغرافیایی پژوهش

با توجه به رویکرد پژوهش، ویژگی‌های تمام عشایر ایران مدنظر است. بر اساس دیدگاه جدید، مفهوم "عشایر کوچنده" مطرح شده است. طبق تعریف مرکز آمار ایران (۱۴۰۰)، عشایر کوچنده به مردمی گفته می‌شود که دست‌کم سه ویژگی زیر را به صورت توأم داشته باشند: ساخت اجتماعی قبیله‌ای؛ اتکای اصلی معاش به دامداری؛ و شیوه زندگی مبتنی بر کوچ‌روی. علاوه بر وجود سه شرط توأمان فوق، وجود دو شرط "فرعی و پنهان" دیگر هم که نشأت گرفته از همین سه شرط اصلی است، الزامی می‌باشد؛ یکی، نظام سکونتگاهی (زندگی در سیاه‌چادر) و دیگری، سامان عرفی (داشتن جواز بهره‌برداری از مرتع بیلاقی و قشلاقی) است. برای اینکه بتوان درک درستی از مفهوم عشایر کوچنده داشت، این مفهوم در قالب شکل (۴) نشان داده شده است.

پراکنش ایلات و عشایر در پهنه جغرافیای کشور یکسان نیست و چه بسا مناطقی که در گذشته از تراکم زیاد جمعیت عشایری برخوردار بوده و امروزه به خاطر رشد سریع شهرنشینی یا تبدیل اراضی به کاربری‌های صنعتی، کشاورزی و غیره از تعداد و تراکم جمعیت عشایری در این مناطق کاسته شده است. با این حال مناطقی از کشور، به خصوص حوزه سلسله جبال زاگرس و به ویژه نواحی وسیعی از زاگرس مرکزی، هنوز هم عرصه کوچ و استقرار تعداد زیادی از ایلات و طوایف عشایری کشور است. بر این اساس، ایلات و طوایف عشایر ایران از نظر حوزه‌های اصلی کوچ و استقرار به شرح جدول (۲) قابل طبقه‌بندی هستند.

قوی‌ترین، پرشمارترین و شناخته‌شده‌ترین طوایف عشایری در کنفدراسیون‌های بزرگی که توسط سلسله‌های بزرگ قدرتمندی مانند بختیاری‌ها و قشقایی‌ها رهبری می‌شوند، به هم متصل هستند. هیچ یک از این گروه‌های اصلی منحصراً عشایر شبنانی نبوده‌اند، و روسای آنها صرفاً رهبران عشایر نیستند، بلکه دارای منابع قانونی ثروت و قدرت شبنانی هستند. آنها نه تنها به دام وابسته‌اند، بلکه دارای زمین کشاورزی و خانه‌های تجاری مستقر در شهر هستند. گروه‌های کمتر قدرتمند همیشه تمرکز بیشتری بر تعامل خود با دولت تنها در سطح منطقه‌ای داشته‌اند، اما چندین مورد موضع‌گیری کرده‌اند و از نظر سیاسی در کنار کنفدراسیون‌های بزرگ قرار گرفته‌اند. سایر گروه‌های قبیله‌ای در ایران ساختار سیاسی متمرکز نداشته‌اند، به‌طور پراکنده سازمان‌یافته و رهبری برجسته‌ای ندارند (Noroozi, 2021).



شکل ۴. مدل تصویری عشایر کوچنده (میزبان و میرتقیان رودسری، ۱۴۰۱)

جدول ۲. توزیع فضایی عشایر کوچنده در ایران

حوزه	استان	ایل
غرب و جنوب کشور	آذربایجان غربی	جلالی، میلان خوی، میلان ماکو، شکاک، مامش، زرزاه، پنیانشن، قره پاپاق
	کردستان	گوران، گلباغی، اورامانات، طوایف مریوان، طوایف سندرچ، طواف بانه، طوایف سقز
	کرمانشاه	کرد جاف، کلهر، قلخانی، سنجابی، گوران و کرند، ثلاث باباجانی، زنگنه، زوله
چهارمحال و بختیاری	ایلام	ملکشاهی، ارکوازی، شوهان، خزل، روسگه
	لرستان	بیرانوند، حسونند، پاپی، دریکوند، سگوند، ذلکی، ممیوند
	کهرگیلویه و بویراحمد	ایل بختیاری
شرق و جنوب شرق	فارس	بویراحمد (علیا، سفلی، گرمسیری)، بهمئی، طیبی، دشمن زیاری، چرام و بابوئی (باوی)، ممسنی قشقایی (عشایر ترک)؛ اتحادیه ایللی خمه (شامل عشایر عرب، بصری، بهارلو، اینانو و نفر)؛ سرخی، ممسنی (عشایر لر و لک)
	کرمان، سیستان و بلوچستان و هرمزگان	افشار، جبال بارزی، بجاقچی، بلوچ، آئینه‌ای، سلیمانی، قرایی، آسیابر، خواجویی، برخوردار، پشتکوهی، جازی، جاویدان، جبال بارزی، رائینی، مابکی، شکاری، شنبو، غربا، کامرانی، کمچی، کماچی سنجری، کوهشاهی، نرمی، ممنی، مهینی، لک بختیاری
	آذربایجان شرقی، اردبیل و گیلان	شاهسون، طوایف ارسباران (قره داغ) و طوایف خلخال، ایل میلان و ایل جلالی، اشکاک، زرزاه، پیران، پنیانشین، سادات، قره پاپاق، مامش
شمال و شمال شرقی	خراسان، سمنان، مازندران و گلستان	سنگسری‌ها و طوایف الیکایی، احسانی و اعرابی، ایل افشار (ترک)، ایلات زعفرانلو (کرد) و شادلو و قاجورلو، ایلات تیموری، هزاره و طوایف بلوچ و سیستانی، ترکمن‌ها
	زنجان	طوایف لر چگینی و غیاثوند؛ طایفه ترک شاهسون بغدادی و بقایایی از طایفه کلهر
	همدان	طوایف ترکاشوند، یارم طاقلو، جیمر (جمهور) و شاهسون
مرکزی	تهران، قم و مرکزی	کله کوهی، کلهر، سنگسری، هداوند، شاهسون بغدادی و مغان

(منبع: اکبری و میزبان، ۱۳۸۳)

بر اساس سرشماری ثبتی‌مبنایی انجام شده سال ۱۴۰۰ در کشور، جمعیت عشایر ایران هم اکنون ۱,۱۱۵,۰۴۱ نفر در قالب ۲۵۱,۶۲۴ خانوار عشایری (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۰)، ۱۰۴ ایل و در حدود ۵۶۵ طایفه است که تفکیک استانی آن به شرح جدول (۳) می‌باشد. طبق این آمار، استان‌های خوزستان، سیستان و بلوچستان، فارس و کرمان، به ترتیب بیشترین تعداد عشایر را دارا می‌باشند. همچنین، استان‌های قزوین، یزد و قم، به ترتیب کمترین تعداد عشایر را دارند. شایان ذکر است که استان کردستان، فاقد عشایر است. علاوه بر این، عشایر ایران در ۳۵ میلیون

هکتار از مراتع کشور استقرار داشته و دارای حقوق بهره‌برداری هستند و ۲۹ میلیون واحد دامی را مدیریت می‌کنند که این رقم، ۲۵ درصد از گوشت قرمز از فرآورده‌های دامی کشور را تامین می‌کند.

جدول ۳. توزیع فضایی عشایر کوچنده در ایران

ردیف	نام استان	تعداد خانوار	درصد جمعیت از کل	ردیف	نام استان	تعداد خانوار	درصد جمعیت از کل
۱	آذربایجان شرقی	۸,۰۴۰	۳۲,۴۵۵	۱۷	فارس	۲۶,۷۸۰	۱۰,۸۲٪
۲	آذربایجان غربی	۱۸,۷۰۸	۹۷,۲۸۹	۱۸	قزوین	۴۱۸	۰,۱۷٪
۳	اردبیل	۱۷,۶۳۲	۶۵,۹۵۶	۱۹	قم	۲۹۸	۰,۱۰٪
۴	اصفهان	۱,۰۱۷	۵,۲۷۳	۲۰	کردستان	-	-
۵	البرز	۶۰۶	۲,۲۳۹	۲۱	کرمان	۲۹,۶۲۷	۱۰,۵۸٪
۶	ایلام	۱۰,۶۵۴	۴۷,۱۵۰	۲۲	کرمانشاه	۱۳,۳۵۵	۵,۲۰٪
۷	بوشهر	۱۷,۷۰۹	۱۷,۷۰۹	۲۳	کهگیلویه و بویراحمد	۷,۳۱۲	۲,۶۲٪
۸	تهران	۱,۰۴۸	۴,۰۱۷	۲۴	گلستان	۴۲۰۰	۲,۰۷٪
۹	چهارمحال و بختیاری	۵,۲۵۷	۲۲,۰۹۱	۲۵	گیلان	۱,۵۹۸	۰,۵۸٪
۱۰	خراسان جنوبی	۱۵,۵۹۰	۶۳,۹۵۴	۲۶	لرستان	۹,۱۴۹	۳,۱۵٪
۱۱	خراسان رضوی	۵,۱۹۰	۲۱,۲۶۱	۲۷	مازندران	۹۹۷	۰,۳۴٪
۱۲	خراسان شمالی	۲,۴۴۰	۱۰,۵۴۸	۲۸	مرکزی	۷۶۳	۰,۲۶٪
۱۳	خوزستان	۳۳,۱۰۴	۱۷۰,۴۹۹	۲۹	هرمزگان	۱,۵۸۲	۰,۶۶٪
۱۴	زنجان	۵۶۲	۲,۰۷۳	۳۰	همدان	۷۳۸	۰,۲۵٪
۱۵	سمنان	۳,۶۷۲	۱۳,۰۹۵	۳۱	یزد	۳۱۷	۰,۱۴٪
۱۶	سیستان و بلوچستان	۲۶,۶۴۰	۱۲۷,۵۱۳	۳۲	کل	۲۵۱,۶۲۴	۱۰۰٪

(منبع: مرکز آمار ایران، ۱۴۰۰)

یافته‌ها و بحث

الف) شناسایی منابع عشایری برای گردشگری

با بررسی پیشینه داخلی و خارجی که در زمینه شناسایی منابع و ظرفیت‌های عشایری برای گردشگری انجام شده بود، منابع زیر مشخص گردید که جزئیات آن در جدول (۴) گزارش شده است:

آداب و رسوم، مسکن، پوشاک، صنایع دستی، موسیقی، ادبیات عامیانه (سقائی، ۱۳۸۶)؛ سکونتگاه، غذاها، شیوه معیشت، بازی‌ها، لباس‌ها، رقص‌ها، آداب و رسوم و فرهنگ، نحوه کوچ، آداب و رسوم کوچ، زمان کوچ بهاره و پاییزه، مسیر حرکت و مدت کوچ، روابط قومی-قبیله‌ای و تیره‌بندی عشایر (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹)؛ فعالیت‌های دامداری و تولید محصولات دامی و لبنیاتی، محصولات کشاورزی، صنایع دستی، آداب و رسوم، سنت‌ها و آیین‌ها، نوع مسکن، پوشاک (کرکه‌آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹)؛ منابع آبی و رودخانه‌ای، جشنواره‌های سالانه محصولات سنتی و ورزشی، ایله‌ها و طی مسیر سنتی و جدید، فرآوری محصولات دامی و کشاورزی، سنت‌های فرهنگی (قنبری و همکاران، ۱۳۹۳)؛ روحیه میهمان‌داری و مهمان‌پذیری، آداب و رسوم، فرهنگ، پوشش، غذاها و نوشیدنی‌ها، صنایع دستی، موسیقی، بازی‌ها و ورزش‌ها، شکار، تنوع بالای گونه‌های گیاهی و جانوری، زمین‌شناسی متنوع، اکوسیستم آبی (نازقلیچی، ۱۳۹۳)؛ هنرهای بومی، صنایع دستی و رویدادهای سنتی از جمله ادبیات، موسیقی فولکور، آیین‌های نمایی، آداب و رسوم، ورزش‌ها، (فراهانی و صیامان‌گرگی، ۱۳۹۳)؛ ایله‌ها و مسیر کوچ، کوچ، نژاد، زبان، مذهب، آداب و رسوم، موسیقی‌ها و آیین‌های نمایی و رقص‌های محلی، چادرهای عشایری، صنایع دستی (مرادعلیان، ۱۳۹۵)؛ خوراک و محصولات دامی و لبنی، تیراندازی، اسب‌سواری، شیردوشی، خوراک عشایری، بازی‌های عشایری، صنایع دستی، پوشش و پوشاک، مهارت‌های تولید سنتی، ابزار زندگی و نوع مسکن (میرواحیدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵)؛ ایله‌ها، اطراقگاه‌ها و سکونتگاه‌های عشایری، فرهنگ بومی، استفاده از طبیعت (سند راهبردی توسعه گردشگری، ۱۳۹۶)؛ ظرفیت پذیرش اجتماعی در عشایری، مناسک کوچ (زارعی و همکاران، ۱۳۹۷)؛ جلوه‌های فرهنگی (لباس محلی، آیین‌ها، صنایع دستی، موسیقی، رقص و ...)، جلوه‌های اکولوژیک (چشمه، رودخانه، چشم‌انداز، دام‌ها) (مختاری، ۱۳۹۷)؛ سیاه‌چادر، طبیعت، اقلیم، آداب و رسوم، غذا، گویش و لهجه، موسیقی و ادبیات مردمی، صنایع دستی، نحوه کوچ، پوشاک،

رقص، جشن‌ها و مراسم‌ها، ورزش و بازی‌ها (شیخی، ۱۳۹۷)؛ چشم‌انداز طبیعی، آب‌وهوا، محیط آرام و دور از هیاهو، حیات‌وحش، آداب‌ورسوم و فرهنگ، صنایع‌دستی، محصولات دامی و خوراکی (شهرداری و همکاران، ۱۳۹۸)؛ موسیقی سنتی و اصیل، بازی‌های محلی، روحیه میهمان‌نوازی، زندگی درون چادر، آداب‌ورسوم و فرهنگ، نحوه برپایی و چیدمان سیاه چادر، تنوع دستبافت و صنایع دستی، لباس سنتی و پوشش رنگارنگ، کوچ، اسب‌سواری و شترسواری (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹)؛ صنایع‌دستی، فرهنگ و آداب، مسیر کوچ (رد شدن از رودخانه، آثار تاریخی)، خوراک، شیوه‌ی دامداری، زندگی در سیاه چادر، موسیقی، گیاهان دارویی، جذابیت اکوتوریسمی (صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰)؛ روحیه میهمان‌نوازی، خوراک متنوع، تولیدات عشایر، موسیقی و رقص، زبان، لباس، خلق‌وخوی میراثی، سلسله‌مراتب اجتماعی، دامداری و صنایع دستی (کرمی و همکاران، ۱۴۰۰)؛ آداب‌ورسوم، سنت‌ها و باورها، ادبیات، موسیقی، صنایع دستی پایکوبی، خوراک، سبک زندگی (پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰)؛ مظاهر فرهنگی زنان، سنت‌ها، سبک زندگی، میهمان‌نوازی، گیاهان دارویی، محصولات ارگانیک، جذابیت‌های اکوتوریسمی، اقلیم، (نعمتی و همکاران، ۱۴۰۰)؛ جشنواره‌های فرهنگی-ورزشی عشایری (مشارکت زنان) (خالقی، ۱۴۰۰)؛ مسیر کوچ بیلاقی-قشلاقی، استقرارگاه بیلاقی-قشلاقی، نوع کوچ، ادبیات عشایری، آداب‌ورسوم، پوشاک و پوشش، خوراک، دانش بومی، شیوه‌ی زندگی، موسیقی، نظام سکونتگاهی، اقلیم و چشم‌اندازهای طبیعی (میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱) و آداب و رسوم (جوان و حجت‌شمامی، ۱۴۰۱).

مراعات، فرهنگ مبتنی بر اسب‌ها، گله‌ها و دام‌ها، تولیدات دامی، روش‌های باستانی زندگی، خوراک، تعامل با خانواده‌های عشایری، شرکت در جشنواره سالانه ورزشی و اسب‌سواری (Buckley et al., 2008)؛ روحیه میهمان‌نوازی، خوراک، سبک زندگی، صنایع‌دستی، تزئینات سیاه‌چادر، پوشاک و تزئینات پوشاک، ادبیات، تقسیم کار زنان و مردان (Sarmiento & Etemaddar, 2009)؛ منظر طبیعی-فرهنگی، ساختار مورد، طراحی داخلی چادر، مرتع، هنرهای عشایری، پوشاک، خوراک، سبک زندگی، تقسیم کار (Tiberghien, 2014)؛ خوراک و نوشیدنی، محصولات دامی، اسب‌سواری، فعالیت‌های روزانه، تقسیم کار جنسیتی، مراعات و پس‌چر تابستانی و زمستانی، چرای گاوهای (Talinbayeri et al., 2018)؛ سکونتگاه، سبک زندگی، منظر فرهنگی، مراعات (Shircliff, 2018)؛ منظر طبیعی-فرهنگی، خوراک، نوشیدنی (شیر شتر) (Tiberghien & Xie, 2018)؛ بازی‌های سنتی-بومی (Sheranova, 2021)؛ غذای آداب‌ورسوم، سبک زندگی، موسیقی و ادبیات، زبان، مذهب، حیوانات وحشی (Khurelchuluun & Kim, 2021)؛ سکونتگاه، پوشاک، آیین‌ها، آداب و رسوم، هنرها و مهارت‌ها، کوچ، دامداری، تنوع قومیتی، صنایع‌دستی (Noroozi, 2021)؛ مراعات (حتی اگر در وضعیت نامناسبی باشند و نتوانند یونجه برای دام تهیه کنند)، پوشاک، سیاه‌چادرها، آشپزی، خوراک و نوشیدنی، صنایع‌دستی، موسیقی و رقص، سبک زندگی (Shekari et al., 2022)؛ لباس‌های رنگارنگ، صنایع‌دستی معروف و قدیمی، فرآورده‌های دامی و لبنیات سالم و تقریباً ارگانیک، خوراک و نوشیدنی، نمایش و موسیقی در بیلاقی و قشلاق (Yusefi et al., 2022) و رویدادهای ورزش‌های عشایری (Maksüdünov & Dyikanov, 2022).

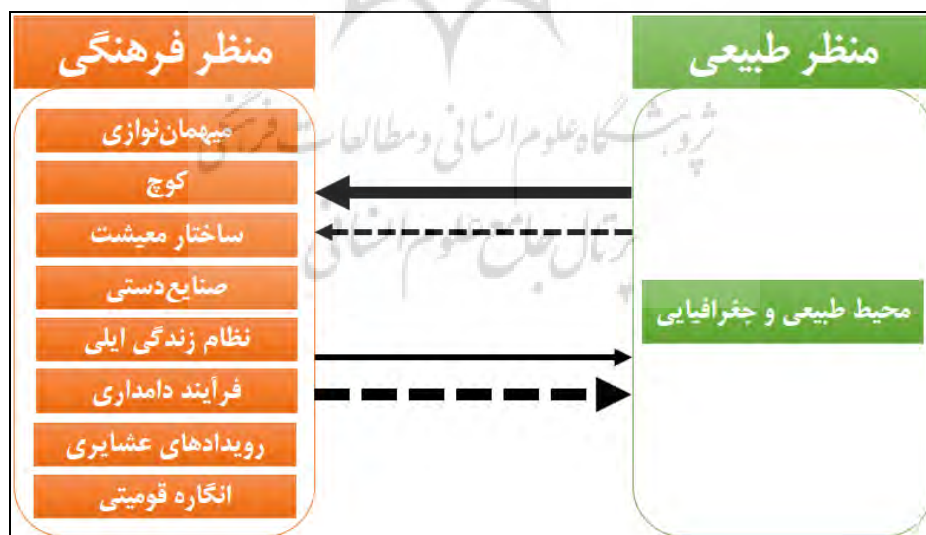
جدول ۴. منابع و ظرفیت‌های الگوی زیست و مناطق عشایری برای گردشگری

ردیف	منابع و ظرفیت‌ها	ابعاد	ردیف	منابع و ظرفیت‌ها	ابعاد
۱	روحیه و آداب میهمان‌نوازی	میهمان‌نوازی	۲۶	ساخت صنایع سنتی	صنایع‌دستی
۲	کوچ بیلاقی و قشلاقی (مشارکت و تجربه همراهی، مردم‌شناسی، عکاسی)		۲۷	تهیه و نگهداشت منابع زندگی	دانش
۳	مناسک کوچ بیلاقی و قشلاقی (فرآیند سنتی، ماشینی و ترکیبی)	کوچ	۲۸	بداهه‌بافی و بداهه‌سازی	بومی
۴	اطراقگاه‌های بین‌راهی (مردم‌شناسی، عکاسی، تجربه خوراک‌محور، خرید و ...)		۲۹	سازگاری با شرایط اقلیمی-جغرافیایی	
۵	انواع سکونتگاه‌های ثابت و متحرک		۳۰	ساخت صنایع‌دستی	صنایع‌دستی
۶	سیاه‌چادر (متریال، ساخت)		۳۱	زندگی ایلی	
۷	سیاه‌چادر (استقرار-برپایی و چیدمان)	نظام سکونتگاهی	۳۲	جنسیت و تقسیم کار	نظام ایلی
۸	رابطه سکونتگاه با نظام کوچ		۳۳	منزلت اجتماعی و تقسیم کار	
۹	رابطه سکونتگاه با نظام تولید		۳۴	آموزش و پرورش	
۱۰	تهیه مواد اولیه خوراک		۳۵	فرآیند دامداری و چوپانی	نظام دامداری
۱۱	فرآیند پخت‌وپز	خوراک و نوشیدنی	۳۶	تولیدات محصولات دامی	
۱۲	خوراک و فصل کوچ		۳۷	زنبورداری، پرورش اسب و شتر و ...	
۱۳	خواص درمانی و رژیم		۳۸	جشن‌ها و اعیاد عشایری	رویدادها

ردیف	منابع و ظرفیت‌ها	ابعاد	ردیف	منابع و ظرفیت‌ها	ابعاد
۱۴	روش‌های عمل‌آوری و نگهداری		۳۹	سوگواری‌های عشایری	
۱۵	گیاهان داروئی		۴۰	بازی‌های عشایری	
۱۶	تهیه و فرآوری (مواد اولیه، رنگ‌ها، طرح و نقش‌ها)		۴۱	ورزش‌های عشایری	
۱۷	مراحل تولید پوشاک	پوشش و پوشاک	۴۲	آیین‌های عشایری	
۱۸	عملکرد و کاربرد پوشاک (جنسیت و موقعیت خانوادگی و اجتماعی)		۴۳	شعرخوانی و شاهنامه‌خوانی عشایری	
۱۹	آواها و نواها		۴۴	ویژگی‌های آب و هوایی (سردسیر و گرمسیر)	
۲۰	ادوات و آلات موسیقی	موسیقی	۴۵	ارتفاع (اکسیژن، برف و ...)	
۲۱	موسیقی مقامی و مناسبتی		۴۶	مراعات	
۲۲	گروه‌نوازی		۴۷	حیات‌وحش گیاهی	محیط طبیعی و جغرافیایی
۲۳	مدیریت و تدبیر منزل		۴۸	حیات‌وحش جانوری	
۲۴	مدیریت و بهره‌برداری دام و مرتع	دانش بومی	۴۹	پستی و بلندی‌ها (دامنه و کوه، صخره و قلل، غارها و ...)	
۲۵	فناوری اسباب و ابزار کار		۵۰	منابع آبی فصلی و دائمی (چشمه‌ها، آبشارها، رودها، دریاچه‌ها)	

(منبع: اقتباس از پیشینه پژوهش)

با بررسی پیشینه داخلی و خارجی، ۵۰ منبع و ظرفیت برای جامعه‌ی عشایری شناسایی شد و با توجه به تعریفی و مدلی (شکل ۳) که از عشایر، پیش‌تر، ارائه گردید، این ظرفیت‌ها در ۹ بُعد، دسته‌بندی شدند که شامل میهمان‌نوازی، کوچ، ساختار معیشت (نظام سکونتگاهی، خوراک، پوشش و پوشاک، موسیقی، دانش بومی)، صنایع‌دستی، نظام زندگی ایلی، نظام دامداری، رویدادهای عشایری، انگاره قومیتی و محیط طبیعی-جغرافیایی شدند. از یک دیدگاه کلان‌تر، می‌توان، این ابعاد را در دو مقوله‌ی متعامل منظر طبیعی و منظر فرهنگی جای داد. از آنجایی که اساس الگوی زیست جامعه‌ی عشایری، بر مبنای همزیستی و سازگاری با محیط است و این همزیستی و سازگاری به عنوان یک میراث و فرهنگ، از هزاره‌ها تاکنون باقی مانده است، ارتباط بین ابعاد و مقوله‌ها، می‌تواند به صورت شکل (۵) باشد.



شکل ۵. منابع و ظرفیت‌های الگوی زیست و مناطق عشایری برای گردشگری (منبع: نگارنده، ۱۴۰۱)

هر پدیده و عامل رفتاری فردی و اجتماعی که در میان عشایر شکل گرفته و تحت عنوان منظر فرهنگی نام‌گذاری شد (همانطور که (Tiberghien, 2014; Shircliff, 2018; Tiberghien & Xie, 2018) نیز این عوامل را منظر فرهنگی نامیدند)، منتج از سازگاری آنها

با محیط طبیعی و نه رام کردن محیط طبیعی است. ولیکن، رفته‌رفته با حضور و هجوم عوامل مداخلاتی همچون جریان‌های نوسازی، حاکمیت ناپایدار، تغییر اقلیم، عدم حفظ ساختار همپیوند انسان-مرتج-دام و غیره، منظر طبیعی نیز تحت تاثیر منظر فرهنگی قرار گرفت. هر چند که تاثیر منظر طبیعی بر منظر فرهنگی، بسیار بیشتر و بزرگ‌تر از تاثیر منظر فرهنگی بر منظر طبیعی بوده است، اما با توجه به دلایلی که مطرح شد و ادامه‌ی روند عوامل مداخله‌گر، می‌تواند میزان و قدرت این تعامل تغییر یابد و جابجا شود.

ب) گونه‌شناسی منابع عشایری برای گردشگری

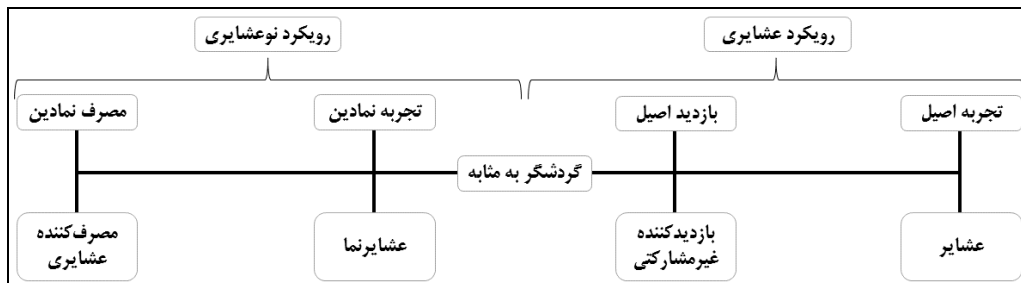
در این بخش با توجه به بررسی مطالعات تجربی پیشین، مشخص شد که برای "تبدیل منابع و ظرفیت‌های عشایری به خدمات و محصولات گردشگری"، محققان موارد زیر را پیشنهاد داده‌اند که در ۵ گونه، دسته‌بندی شده‌اند:

- **اقامتگاه:** مناطق نمونه گردشگری عشایری (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰)، سایت‌ها و دهکده‌های گردشگری عشایری (زارعی و همکاران، ۱۳۹۷؛ رضایی، ۱۳۹۷؛ شهزادی و همکاران، ۱۳۹۸؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Talinbayi *et al.*, 2018)، اردوگاه‌های سنتی عشایر (Buckley *et al.*, 2008)، اقامتگاه‌های بوم‌گردی عشایری (عباسی و نظری‌زاده دهکردی، ۱۴۰۱)، اقامتگاه‌های عشایری (Tiberghien & Xie, 2018; Josary *et al.*, 2019) و اقامت/اسکان در یورت‌های (یوردهای)/چادر عشایر (Talinbayi *et al.*, 2018; Noroozi, 2021).
 - **بسته‌ی سفر:** برنامه‌ریزی و طراحی بسته‌های سفر مبتنی بر کوچ (زارعی و همکاران، ۱۳۹۷؛ رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Buckley *et al.*, 2008; Tiberghien & Xie, 2018; Noroozi, 2021) و بسته‌های سفر مبتنی بر معیشت روزانه و نظام ایلی عشایر (میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Yusefi *et al.*, 2022; Khurelchuluun, 2009; Sarmiento & Etemaddar, 2009; Kim, 2021; Talinbayi *et al.*, 2018; Shircliff, 2018) به صورت یک‌روزه و چندروزه برای افراد مستقل، گروه‌ها و خانواده‌ها.
 - **رویداد:** برگزاری رویدادهای عشایری (میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Yusefi *et al.*, 2022) به ویژه، رویدادهای فرهنگی (Khurelchuluun & Kim, 2021) و ورزشی-رقابتی (در سطح جهانی) (Sheranova, 2021).
 - **تاسیسات گردشگری:** تاسیسات ویژه و مجموعه‌های خدمات گردشگری عشایری (مانند رستوران) (میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱) و ایجاد موزه فضای باز عشایری (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹).
 - **فعالیت‌های تفریحی و بازدیدی:** مانند کوهنوردی در مناطق عشایری و بازدید از دهکده‌های عشایری (Noroozi, 2021)، بازدید از سیاه‌چادر عشایری به عنوان بخشی از یک گشت غیرعشایری (Sarmiento & Etemaddar, 2009)، مشارکت کردن گردشگران در امور روزمره‌ی عشایر (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹) و فعالیت‌های بومگردی عشایری (Yusefi *et al.*, 2022)
 - علاوه بر شناسایی موارد بالا، با بررسی‌های عمیق‌تر مطالعات انجام شده، "ماهیت" این خدمات و محصولات نیز مشخص شد. آنچه از بررسی پیشینه به دست آمد این است که علاوه بر اینکه تمام اجزای ساختار و الگوی زیست عشایر (شامل کوچ، ساختار معیشت، نظام ایلی و رویدادها) به عنوان منابع گردشگری محسوب می‌شوند، دو رویکرد زوجی برای بکارگیری و تبدیل این منابع وجود دارد که ماهیت خدمات و محصولات گردشگری عشایری را تشکیل می‌دهد:
 - **خدمات و محصولات "اصیل-نمادین"** (سقای، ۱۳۸۶؛ کرکه‌آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹؛ زارعی و همکاران، ۱۳۹۷؛ پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Chatty, 2018; Tiberghien & Xie, 2018; Shekari *et al.*, 2022; Sarmiento & Etemaddar, 2009; Shircliff, 2018; Tiberghien, 2014).
 - **خدمات و محصولات "تجربه‌محور/مشارکتی-بازدید/مصرفی"** (سقای، ۱۳۸۶؛ میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ رکن‌الدین-افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Shekari *et al.*, 2022; Noroozi, 2021; Lindawati *et al.*, 2021; Tiberghien, 2014; Talinbayi *et al.*, 2018; Sarmiento & Etemaddar, 2009).
- در ادامه از طریق ترکیب گونه-ماهیت که برای خدمات و محصولات گردشگری عشایری شناسایی شده بود، گونه‌شناسی نهایی با تشکیل چهار هسته‌ی تجربه‌ی اصیل، تجربه‌ی نمادین، بازدید اصیل و مصرف نمادین از طریق ترکیب ماهیت‌های اصیل-نمادین و تجربه-محور/مشارکتی-بازدید/مصرفی صورت پذیرفت (شکل ۶).



شکل ۶. گونه‌شناسی منابع عشایری برای گردشگری منبع: (نگارنده، ۱۴۰۱)

- تجربه‌ی اصیل: مجموعه فعالیت‌هایی که افراد (گردشگران) با حضور در قلمروی زیستی عشایر کوچنده، مانند خود عشایر انجام می‌دهند یا در آن مشارکت دارند. این فعالیت‌ها می‌تواند تمام کارهای روزانه زنان، مردان و بچه‌های عشایر، تعاملات درون و برون خانوادگی در ساختار ایل و حتی مناسک کوچ را در بر بگیرد. این فعالیت‌ها، نمایشی و طراحی شده نیستند و بدون برنامه‌ریزی و مطابق با آنچه رخ می‌دهد، با حضور و توسط افراد (گردشگران) در مناطق و جامعه‌ی عشایری، تجربه می‌شوند.
 - بازدید اصیل: بازدید و حضور افراد (گردشگران) در قلمروی زیستی عشایر کوچنده، به منظور بازدید از فعالیت‌ها و رویدادها و غیره هر چند این فعالیت‌ها و رویدادها جنبه‌ی نمایشی نداشته، در واقعیت در حال رخ دادن است و برای استفاده گردشگران مهیا نشده است، اما گردشگر در رویدادها نقش آفرینی نمی‌کند (مانند سفرهای علمی-پژوهشی، عکاسی و غیره).
 - تجربه‌ی نمادین: مجموعه فعالیت‌های از پیش برنامه‌ریزی شده توسط گشت‌پردازان در قالب بسته‌های سفر که افراد (گردشگران) با خرید آن بسته‌ها و حضور در قلمروی زیستی عشایر کوچنده، تجربه می‌کنند. این فعالیت‌ها، جنبه‌ی نمایشی دارد و برای استفاده گردشگران در آن موقعیت ساخته و پرداخته شده است.
 - مصرف نمادین: مجموعه فعالیت‌هایی که افراد (گردشگران) با حضور در مکان‌ها و فضاهای ساخته شده مبتنی بر ویژگی‌های جامعه و مناطق عشایری، انجام می‌دهند. این فعالیت‌ها، از جانب عرضه‌کننده، جنبه‌ی تجاری‌سازی شده و از سمت گردشگران جنبه‌ی مصرف نمادین پرستیژی، نوستالژیکی و تفریحی دارد.
- مورد دیگر در این گونه‌شناسی، "رویکردهای عشایری و نوع‌عشایری" است که در این گونه‌شناسی پدیدار شده است. رویکرد عشایری، در واقع همان حفظ اصالت در تبدیل ظرفیت‌های عشایری به محصولات و خدمات است و رویکرد نوع‌عشایری، همان دیدگاه نمادین و یادمانی بودن در تبدیل ظرفیت‌های عشایری به محصولات و خدمات می‌باشد. همچنین، بر اساس گونه‌شناسی گردشگری عشایری، گردشگران نیز گونه‌شناسی شدند (شکل ۷).



شکل ۷. گونه گردشگران در گردشگری عشایری منبع: (نگارنده، ۱۴۰۱)

- عشایر: در گونه‌ی تجربه‌ی اصیل، گردشگر به مثابه‌ی یک عشایر شناخته می‌شود؛ جا و زمانی که گردشگر در یک فضای واقعی، به طور دقیق کارها و اقداماتی را انجام می‌دهد که عشایر انجام می‌دهند. به طور مثال، در چادر عشایری می‌خوابد، دام‌ها را به چرا می‌برد، فراورده‌های خوراکی و دامی را درست می‌کند و غیره.
 - بازدیدکننده غیرمشارکتی: در گونه‌ی بازدید اصیل، گردشگر به مثابه‌ی یک بازدیدکننده غیرمشارکتی شناخته می‌شود. در این موقعیت، گردشگر، در محل زندگی عشایر حضور دارد و از آنها بازدید می‌کند، اما در انجام امور، هیچ مشارکت و حضوری ندارد. برای نمونه، گردشگر با هدف عکاسی، پژوهش، تهیه گزارش، اقدامات داوطلبانه (بهداشت و پزشکی، آموزش و پرورش و توانمندسازی، یادگیری و ...) و غیره به مناطق عشایری می‌رود.
 - عشایرنا: در گونه‌ی تجربه‌ی نمادین، گردشگر به عنوان یک عشایرنا شناخته می‌شود. در این موقعیت، برخی با عنوان ارائه‌دهنده‌ی خدمات سفر (آژانس‌های گردشگری)، با شناسایی تقاضای موجود بازار و هماهنگ‌سازی آن با ظرفیت‌ها و منابع عشایری، بسته‌های سفر به مناطق عشایری را طراحی می‌کنند. گردشگر با خرید بسته سفر و حضور در مناطق عشایری، زندگی ساختگی و مصنوعی عشایر را تجربه می‌کند. در اینجا، شاید گردشگر، فعالیت‌هایی را انجام دهد که عشایر هم انجام می‌دهند، اما این فعالیت‌ها کادوپیج-شده و طراحی شده هستند و بیشتر جنبه‌ی نمایش را دارند. برای نمونه، این گونه از گردشگران، فعالیت‌هایی مانند مشک‌زدن، نان پختن، پشم‌چینی و نخ‌ریسی، قالی‌بافی و ... را انجام می‌دهند.
 - مصرف‌کننده عشایری: در گونه‌ی مصرف نمادین، گردشگر به عنوان یک مصرف‌کننده‌ی عشایری شناخته می‌شود. در این موقعیت، گردشگران با اهدافی همچون زندگی اینستاگرامی، پرستیژی، نوستالژیکی و تفریحی-فراغتی در فضاهای ساختگی عشایری (اقامتگاه، رستوران، موزه، رویداد، نمایشگاه و فروشگاه صنایع‌دستی و ...) حضور پیدا کرده و از خدمات آنها استفاده می‌کنند.
- همچنین به عنوان بخشی از یافته‌های فرعی پژوهش، ترکیب‌پذیری گردشگری عشایری با گونه‌های دیگر گردشگری مدنظر قرار گرفت: از جمله گردشگری فرهنگی، اکوتوریسم/بوم‌گردی/مبنتی بر طبیعت (فراهانی و صیامیان‌گرگی، ۱۳۹۳؛ مختاری، ۱۳۹۷؛ شهدادی و همکاران، ۱۳۹۸؛ صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ نعمتی و همکاران، ۱۴۰۰؛ Yousefi et al., 2022)، هنری (فراهانی و صیامیان‌گرگی، ۱۳۹۳)، گردشگری قومی (میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ مختاری، ۱۳۹۷)، گردشگری خلاق (پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰)، گردشگری رویدادها (خالقی، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱) و گردشگری شبانی، گردشگری کشاورزی، گردشگری فرهنگی، گردشگری آموزشی و گردشگری پایدار (Sauer et al., 2022). با توجه به این پژوهش‌ها، مقوله‌های گردشگری عشایری و ترکیب‌پذیری آن با گونه‌های دیگر گردشگری، در شکل (۷) نشان داده شده است. همانطور که در شکل (۸) نشان داده شده است، دو گونه‌ی گردشگری فرهنگی و اکوتوریسم، بیشترین تکرار را در پژوهش‌ها داشتند که این می‌تواند ناشی از برخی تعاریف گردشگری عشایری (لطفی و همکاران، ۱۳۹۰؛ فراهانی، ۱۳۹۲؛ میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ احمدی‌ثانی و همکاران، ۱۳۹۵؛ انصاری و همکاران، ۱۳۹۸؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱) نیز باشد که پایه‌ی گردشگری عشایری را نوعی گردشگری طبیعی-فرهنگی می‌دانند.



شکل ۸. ترکیب‌پذیری گردشگری عشایری با گونه‌های دیگر گردشگری منبع: (نگارنده، ۱۴۰۱)

نتیجه‌گیری

اساس الگوی زیست جامعه‌ی عشایری، بر مبنای انطباق و سازگاری با محیط است و این انطباق و سازگاری به عنوان یک میراث و فرهنگ، از هزاره‌ها تاکنون باقی مانده است. در هیچ سرزمینی، به اندازه ایران، تنوع عشایر زنده، اصیل و دارای قلمروی عرفی وجود ندارد؛ این تنوع و تمایز در عین اتحاد و انسجام است و به همین دلیل به آنها، رنگاره‌های یکرنگ گفته می‌شود. این جامعه، دارای ویژگی‌های منحصر به فرد دیگری نیز هست: جامعه‌ای متحرک، پویا و پراکنده؛ نه مددجو و نه توانخواه؛ مرتع‌محور؛ دارای فرهنگ سکوت؛ دارای اقتصاد تولیدی و نه معیشتی؛ برخوردار از اشتغال پایدار (بالا‌ترین نرخ اشتغال و پایین‌ترین نرخ بیکاری)؛ سازگار، دوستدار و حامی طبیعت (جامعه سبز) و فرهنگ ساختار کنونی الگوی زیست جامعه‌ی عشایری ایران، از هر نظر، نسبت به یک دهه‌ی گذشته، دچار دگرگونی‌هایی شده است که در برخی موارد، این دگرگونی، با شالوده‌شکنی همراه می‌باشد و دیگر کارکرد قبلی را ندارد. در واقع، الگوی زیست جامعه‌ی عشایری به یک الگوی دورگه (سنتی-نوگرا) یا حتی چندرگه (آمیخته) تبدیل شده است. این دگرگونی‌ها، هم ناشی از طبیعت و هم دارای ریشه‌ی انسانی بوده است و مواردی همچون تغییر اقلیم، جریانات نوسازی، مدیریت فرابخشی، اقتصاد ناپایدار و غیره را در بر می‌گیرد.

این تغییرات، منجر به این شده است که حفاظت از منابع زیستی زندگی عشایر به خطر افتاده، کوچندگان مورد تبعیض واقع شده و سرعت تغییر دنیا، زندگی این جوامع را تضعیف می‌کند. علاوه بر این موارد، این تغییرات باعث این شده است که عشایر، در کنار دامداری، به کشاورزی، باغداری، کاشت/داشت و برداشت گیاهان دارویی، ساخت صنایع دستی، گردشگری و غیره به عنوان الگوی معیشت جایگزین و اقتصاد مکمل روی بیاورند. یکی از الگوهای جایگزین که توانایی هم‌افزایی فراوانی با تمام موارد مکمل بالا را دارد، گردشگری است. به عقیده‌ی بسیاری از پژوهشگران، تمام اجزای زندگی و معیشت عشایر، یک ظرفیت و منبع برای گردشگری محسوب می‌شود. از این رو، این ظرفیت‌ها، باید شناسایی و طبقه‌بندی شوند و متناسب با هر سرزمین و قومی در چرخه‌ی تبدیل محصول گردشگری قرار گیرند. با توجه به این موارد، شناسایی و گونه‌شناسی منابع و محصولات گردشگری عشایری به عنوان هدف اصلی پژوهش حاضر قرار گرفت و از آنجایی که ظرفیت‌های عشایری، برای جامعه‌ی عشایری بدیهی و برای گردشگران بدیع است، گونه‌شناسی گردشگران نیز در ذیل هدف اصلی مطرح گردید.

یافته‌ها نشان داد که در جامعه و مناطق عشایری، ۵۰ منبع و ظرفیت برای شکل‌گیری محصول گردشگری وجود دارد (البته این موارد می‌تواند بیشتر باشد) که به صورت زیر احضاء و دسته‌بندی شدند؛ منظر طبیعی: محیط طبیعی-جغرافیایی و منظر فرهنگی: میهمان‌نوازی، کوچ، ساختار معیشت (نظام سکونتگاهی، خوراک، پوشش و پوشاک، موسیقی، دانش بومی)، صنایع دستی، نظام ایلی، نظام دامداری، رویدادها؛ بنابراین، در ابتدا منظر طبیعی و سپس منظر فرهنگی بحث می‌شوند.

از آنجایی که اساس الگوی زیست جامعه‌ی عشایری، بر مبنای سازگاری با محیط و طبیعت می‌باشد، چارچوب توسعه‌ی گردشگری برای مناطق مختلف عشایری باید مطابق با منابع و ظرفیت‌های طبیعی این مناطق تدوین گردد. بنابراین، شناخت و استفاده از ظرفیت‌های محیطی و طبیعی به عنوان شناخت سرچشمه و سنگ زیربنای توسعه‌ی محصول گردشگری عشایری در اولویت قرار می‌گیرد. یافته‌های پژوهش نشان داد که ویژگی‌های آب‌وهوایی (سردسیر و گرمسیر)، ارتفاع (اکسیژن، برف و ...)، مراتع، حیات‌وحش گیاهی، حیات‌وحش جانوری، پستی و بلندی‌ها (دامنه و کوه، صخره و قله، غارها و ...) و منابع آبی فصلی و دائمی (چشمه‌ها، آبشارها، رودها، دریاچه‌ها) از مهمترین ویژگی‌های محیطی و جغرافیایی هستند که به عنوان منظر طبیعی شناخته می‌شوند. این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش‌های دیگر همسو است که نشان دادند، چشم‌انداز طبیعی (مختاری، ۱۳۹۷؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ شهدادی و همکاران، ۱۳۹۸؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱) و (Tiberghien, 2014؛ Tiberghien & Xie, 2018)؛ مراتع (Tiberghien, 2014؛ Talinbayeri et al., 2018؛ Shircliff, 2018؛ Shekari et al., 2008؛ Buckley et al., 2008؛ اقلیم (آب‌وهوا) (شیخی، ۱۳۹۷؛ شهدادی و همکاران، ۱۳۹۸؛ نعمتی و همکاران، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱)؛ تنوع بالای گونه‌های جانوری (نازقلیچی، ۱۳۹۳؛ شهدادی و همکاران، ۱۳۹۸) و (Khurelchuluun & Kim, 2021)؛ اکوسیستم و منابع آبی و رودخانه‌ای (قنبری و همکاران، ۱۳۹۳؛ نازقلیچی، ۱۳۹۳؛ مختاری، ۱۳۹۷)؛ جذابیت‌های اکوتوریسمی (صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ نعمتی و همکاران، ۱۴۰۰)؛ تنوع بالای گونه‌های گیاهی (نازقلیچی، ۱۳۹۳)؛ زمین‌شناسی متنوع، (نازقلیچی، ۱۳۹۳) و محیط آرام و دور از هیاهو، (شهدادی و همکاران، ۱۳۹۸) از مهمترین منابع و ظرفیت‌های طبیعی و جغرافیایی مناطق عشایری برای توسعه‌ی محصول گردشگری عشایری هستند. عشایر کوچنده در حدود ۵۹ درصد از فضای جغرافیایی کشور دارای قلمرو می‌باشند؛ بنابراین، بسیاری از حوزه‌های آبخیز و منابع آبی، مراتع، کوه‌ها و جنگل‌ها، دشت‌ها و اراضی، حیات‌وحش گیاهی و جانوری کشور در قلمرو زیستی عشایر قرار دارند.

۱- یکی از ویژگی‌های جامعه‌ی عشایری این است که یک خانواده عشایری می‌تواند تا بیش از ۳۰ شغل را ایجاد و اداره نماید.

با توجه به تعدد و تنوع جغرافیای طبیعی و اقلیم سرزمین ایران، مناطق و قلمروهای استقرار (بیلاقی، قشلاقی و میانبند) و کوچ عشایر، جز فضاهای جغرافیایی و طبیعت بکر، بدیع و در عین حال متنوع، با چشم‌اندازهای طبیعی بسیار زیبا و رنگارنگی اقلیمی هستند. حضور عشایر در طبیعت و مکان‌هایی که به خودی خود، دیدن‌شان خاطره‌انگیز و لذت‌آفرین است، علاوه بر اینکه صحنه‌هایی با زیبایی دوچندان می‌آفریند، یکی از مهمترین گزینه‌های توسعه گردشگری عشایری است. برای مثال، مراتع، حتی اگر در وضعیت نامناسبی باشند و نتوانند برای دام‌ها علوفه تهیه کنند، ظرفیت حضور اجتماعات گردشگران و بازدیدکنندگان با اهداف مختلف را دارند.

در مقوله‌ی منظر فرهنگی عشایر و شناخت منابع و ظرفیت‌های آن، عامل میهمان‌نوازی بسیار مهم است. اگر جامعه‌ای و یا منطقه‌ای، روحیه و ظرفیت پذیرش افراد غریبه (گردشگر یا "دیگران") را نداشته باشد، به طور کل، امکان برنامه‌ریزی و تدوین چارچوب توسعه برای آنجا امکان‌پذیر نیست. تا جامعه‌ی عشایری، پذیرای میهمان نباشند، هیچ کس نمی‌تواند وارد قلمروی آنها شود. این بخش با یافته‌های پژوهش‌های پیشین همسویی دارد. آنها دریافتند که روحیه میهمان‌داری و میهمان‌پذیری (نازقلیچی، ۱۳۹۳؛ زارعی و همکاران، ۱۳۹۷؛ رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ Sarmiento & Etemaddar, 2009)، خلق و خوی تعاملی (کرمی و همکاران، ۱۴۰۰) و ظرفیت پذیرش اجتماعی در عشایر (نعمتی و همکاران، ۱۴۰۰)، منجر به جذب و حضور گردشگران در مناطق عشایری می‌شود. پذیرش میهمان (گردشگر) بخشی از ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی عشایر است؛ آنها در این مورد، نه تنها نیازی به آموزش ندارند، بلکه هر یک از ایلات و به طور کلی تمام عشایر، دارای سلیق خاص میهمان‌نوازی و میهمان‌پذیری هستند. مستند علف (۱۹۲۴ م.) و قوم باد، دو مستند تاریخی همراه با کوچ عشایر بختیاری (طایفه‌های بابا احمدی و بادی) و بلوط (در کهگیلویه و بویراحمد) نمونه‌هایی از فرهنگ میهمان‌نوازی ایرانی و عشایری را بی‌هیچ پاداش و شایبه‌ای، به روایت تصویر بیان می‌کنند. به عنوان نمونه دیگر، عشایر برای میهمانی که عزیز است با ساز و دهل و یا همه‌مه و شلیک تفنگ به استقبال می‌روند؛ با قربانی کردن گوسفند و بز جلوی پای میهمان، مراتب احترام و ارادت خود را در عمل نشان می‌دهند؛ میهمان تا زمانی که در میان آنها است از نظر گفتاری و رفتاری کاری نمی‌کنند و یا سخنی نمی‌گویند که او به خود گیرد و باعث رنجش او شود. همچنین در ایل بختیاری، میهمان‌خانه را «لامردون» و در برخی جاها «شاه‌نشین»، «ایوانی» و غیره می‌گویند. به علاوه می‌توان به «مُضیف» در میان عشایر عرب خوزستان اشاره نمود.

منبع و ظرفیت دیگری که در مقوله‌ی ظرفیت فرهنگی جای دارد و بر توسعه‌ی محصول گردشگری عشایری تاثیرگذار است، نظام سکونتگاهی عشایر می‌باشد. یافته‌های پژوهش حاضر، این تاثیرگذاری را به صورت انواع سکونتگاه‌های ثابت و متحرک، سیاه‌چادر (متریال و ساخت)، سیاه‌چادر (استقرار-برپایی و چیدمان)، رابطه سکونتگاه با نظام کوچ و رابطه سکونتگاه با نظام تولید نشان داده است. همچنین، پژوهش‌های پیشین، این تاثیرگذاری را در نحوه‌ی برپایی سیاه‌چادر (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹)، نحوه‌ی چیدمان، تزئینات و طراحی داخلی سیاه‌چادر (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ Tiberghien, 2014؛ Sarmiento & Etemaddar, 2009)؛ زندگی درون چادر (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹)، مسکن و چادرهای عشایری، (سقائی، ۱۳۸۶؛ قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۸۹؛ کرکه‌آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹؛ مرادعلیان، ۱۳۹۵؛ میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ صفری‌علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ Shekari et al., 2022)، ساختار یورد (Tiberghien, 2014) و استقرارگاه بیلاقی-قشلاقی و نظام سکونتگاهی (میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Shircliff, 2018؛ Noroozi, 2021) می‌دانند. از این رو یافته‌های پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین همراستا است. همانطور که گفته شد، الگوی زیست جامعه‌ی عشایری، بر مبنای سازگاری با محیط و طبیعت می‌باشد؛ سیاه‌چادر نیز، سکونتگاهی است که از طریق بکارگیری دانش بومی و اصیل با فصول و اقلیم مختلف هماهنگی دارد (چهار فصل است). مشهور است که هر چادر (سکونتگاه) عشایری، یک پایگاه فرهنگی (بلکه هم یک ایران فرهنگی)، یک کارگاه تولیدی-اقتصادی، یک پاسگاه انتظامی و یک مستشار و دیده‌بان پدافند غیرعامل است. از این رو، نه فقط فرم و محتوای آن، بلکه فضا و ساختار وجودی یک سکونتگاه عشایری، اهمیت می‌یابد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، عامل سکونتگاه‌های عشایری از چند جهت قابل بررسی است. اول اینکه این سکونتگاه‌ها برای زمان استقرار بیلاق و قشلاق است و یا اینکه مربوط به دوران کوچ؛ دوم، نحوه‌ی برپایی و چیدمان داخلی این سکونتگاه‌ها؛ و سوم، ارتباط این سکونتگاه‌ها با هم و ارتباطشان با نظام تولید و معیشت. سکونتگاه در زمان کوچ (اسکان چندروزه) تا حدودی تابع عوامل طبیعی (استفاده از صخره‌ها و موانع

^۱ - مُضیف، مکانی عمومی برای میزبانی از میهمان است که توسط ریش سفید یا شیخ اداره می‌شود و از لحاظ معماری حلالی شکل و کف آن پوشیده از فرش است. ستون‌های آن باید سرد باشد تا باعث استحکام و روشنائی بیشتر فضای میهمانخانه شود. از ویژگی‌های مهم مضیف خنک بودن آن در فصل تابستان و گرم بودن در فصل زمستان است و بدلیل اینکه سریع آماده می‌شود مورد توجه اعراب جنوب قرار گرفته و یکی از بهترین و زیباترین مکان برای پذیرایی از میهمانان است.

طبیعی، نزدیکی به منابع آب، وجود چراگاه مناسب، جهت تابش آفتاب و باد مطلوب)، جهت ایجاد شرایط مناسب و امن برای افراد و دام‌ها است. اما در اسکان بیلاقی و قشلاقی، اقلیم، پهنه‌ی فرهنگی، محدوده تحت مالکیت خانوارهای عشایری (یورد)، میهمان‌نوازی، مراسم‌ها و آیین‌ها، حفاظت و امنیت، هنر و زیبایی، ساختار برپایی، تجهیزات و نوع چیدمان فضایی سیاه چادرها در قرارگاه سکونت‌ی مدنظر قرار دارد. این سکونتگاه‌ها (چادرها)، هم می‌تواند ارزش و جذابیت دیداری و زیبایی‌شناختی برای گردشگران داشته باشد، هم می‌تواند مکانی برای استراحت کوتاه‌مدت و یا تجربه‌ی زندگی و اقامت شبانه باشد. همچنین، در صورت، تنظیم زمان، گردشگران می‌توانند در برپایی چادر و سازه‌های یورد (فضای داخلی: فرزندان، مردان، زنان و میهمانان، حیاط، فضای دامداری، سرویس بهداشتی و حمام) نیز مشارکت داشته باشند.

عامل دیگر در مقوله‌ی منظر فرهنگی، پوشاک و پوشش است. از ساخت و تهیه‌ی مواد اولیه پوشاک عشایر گرفته تا طراحی، بافت و پوشیدن، منطبق با اقلیم و طبیعت است. همچنین، تفاوت بزرگ پوشاک و پوشش با دیگر منابع و ظرفیت‌ها در این است که این عامل، برجسته‌ترین منظر فرهنگی، هویت، مرام و تفکر عشایر است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ظرفیت‌های مربوط به پوشاک و پوشش شامل تهیه و فرآوری (مواد اولیه، رنگ‌ها، طرح و نقش‌ها)، مراحل تولید پوشاک، عملکرد و کاربرد پوشاک (جنسیت و موقعیت خانوادگی و اجتماعی) می‌شود که بخشی از آن با یافته‌های پژوهش‌های پیشین همسو است. این پژوهش‌ها، منابع و ظرفیت‌هایی چون پوشاک و پوشش (سقائی، ۱۳۸۶؛ قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۸۹؛ کرکه‌آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹؛ نازقلیچی، ۱۳۹۳؛ میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ مختاری، ۱۳۹۷؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Sarmiento & Etemaddar, 2009; Tiberghien, 2014; Noroozi, 2021; Shekari et al., 2022) لباس سنتی (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹)، تزئینات پوشاک (Sarmiento & Etemaddar, 2009) و رنگ پوشاک (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ Yusefi et al., 2022) را برای ایجاد محصول گردشگری عشایری، تاثیرگذار مطرح کردند. پوشاک و پوشش عشایر، چندمنظوره و چندهدفه است؛ به طوری که کارکرد زیبایی‌شناسی، هویتی و نمادین بودن، مستوری در عین آزادی برای انجام کار، تناسب با اقلیم و طبیعت، انطباق با مناسب‌ها و رعایت سقف هزینه برای خانواده را به طور توأمان با هم دارد که این می‌تواند ظرفیتی برای جذب گردشگران باشد. گردشگران هم می‌توانند در تهیه مواد اولیه، هم در ساخت و بافت لباس مشارکت داشته باشند، هم می‌توانند آن را برای یک مدت موقت در زمان حضور در مناطق عشایری و یا عکاسی، ببوشند و تجربه کنند و همچنین می‌توانند به صورت جزئی یا کلی آن را خریداری نمایند.

خوراک و نوشیدنی عشایری، منظر فرهنگی دیگری است که به عنوان منبع و ظرفیت جامعه‌ی عشایری برای توسعه‌ی محصول گردشگری عشایری مطرح شده است. غذا از جمله نیازهای اولیه انسانی است که رفته‌رفته از جلوه‌ی یک نیاز روزمره خارج شده و چهره‌ی فرهنگی، دارویی-درمانی، سرگرمی، پرستیژی و تبلیغاتی-تجاری به خود گرفته است. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که عوامل چون تهیه مواد اولیه خوراک، فرآیند پخت‌وپز، خوراک و فصل کوچ، خواص درمانی و رژیمی، روش‌های عمل‌آوری و نگهداری و استحصال گیاهان خوراکی و دارویی، نقش مهمی در شکل‌گیری محصول گردشگری عشایری و جذب گردشگران به مناطق عشایری دارند. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های پیشین همسو می‌باشد، زیرا آنها هم به عواملی مانند غذاها، خوراکی‌ها و نوشیدنی‌ها (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۸۹؛ نازقلیچی، ۱۳۹۳؛ میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ شهزادی و همکاران، ۱۳۹۸؛ صفری‌علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Buckley et al., 2008; Sarmiento & Etemaddar, 2009; Tiberghien, 2014; Talinbayeri et al., 2018; Tiberghien & Xie, 2018; Khurelchuluun & Kim, 2021; Shekari et al., 2022; Yusefi et al., 2022)، آشپزی (Shekari et al., 2022) و گیاهان دارویی (صفری‌علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ نعمتی و همکاران، ۱۴۰۰) اشاره کرده‌اند. سفر با هدف اصلی یا فرعی خوراک و نوشیدنی، پدیده‌ی جدیدی نیست، اما به یک راهبرد بازاریابی و اقتصادی مهم، برای مقصدهای گردشگری تبدیل شده است. تمایل به سفر برای تجربه طعم منحصربه‌فرد و واقعی غذاها، خوراکی‌ها و نوشیدنی‌های عشایری، مشارکت در تهیه‌ی مواد اولیه و یادگیری طبخ و فرآوری آن، از عوامل جذب گردشگران به مناطق عشایری است. تمامی این خوراکی‌ها و نوشیدنی‌ها که به عنوان محصولات و تولیدات عشایری محسوب می‌شوند، قابلیت این را دارند که کل زنجیره تولیدشان (از طبیعت/مزرعه/دامداری تا سفره) چه به صورت اصیل و چه به صورت نمادین و نمایشی (شیردوشی، مشک زدن، پخت نان، جمع‌آوری گیاهان خوراکی و دارویی و غیره)، توسط گردشگران، تجربه، مصرف و خرید شود.

منظر فرهنگی بعدی، موسیقی و پایکوبی عشایری است. موسیقی و پایکوبی ایلات و قبایل عشایری، پژواکی از طبیعت و اقلیم و بازتابی از خاصیت رنگوارگی-اتحاد، فرهنگ سلحشوری-حماسی و روح و شخصیت قبیله‌ای/عاطفی آنهاست. یافته‌های پژوهش حاضر، ظرفیت‌هایی مانند آواها و نواها، ادوات و آلات موسیقی، موسیقی مقامی و مناسبتی و گروه‌نوازی و پایکوبی مشخص ساخته است. در پژوهش‌های پیشین نیز به

موسیقی/موسیقی سنتی و اصیل (سقائی، ۱۳۸۶؛ نازقلیچی، ۱۳۹۳؛ فراهانی و صیامان‌گرگی، ۱۳۹۳؛ مرادعلیان، ۱۳۹۵؛ مختاری، ۱۳۹۷؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Shekari et al., 2022; Khurelchuluun & Kim, 2021)، نمایش و موسیقی در بیلاق و قشلاق (Yusefi et al., 2022) و رقص/رقص‌های بومی-محلی (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۸۹؛ مرادعلیان، ۱۳۹۵؛ مختاری، ۱۳۹۷؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰؛ Shekari et al., 2022) اشاره شده است. از این رو، یافته‌های پژوهش حاضر با پژوهش‌های قبلی، هم‌جهت می‌باشد. موسیقی قومی/عشایری، متنوع و متلون بوده و شاخصه‌ی بارز آن، آوازخوانی است که بیشتر با مضمون وصف طبیعت، رنج زندگی کوچندگی و دوری از یاران و وطن می‌باشد. موسیقی عشایری، مناسبتی، مقامی و دارای شاخصه است؛ در زمان سور (مانند عروسی)، سوگ، رزم، طلب باران، مداوا، دامداری، ماهیگیری و کشاورزی، وصف عشق و غیره نیز، دست زدن، دایره زدن، کرنانوازی و دُهل زدن و یا سرنانوازی و نقاره زدن و نی نواختن را شاهد هستیم. به علاوه، در ایلات و عشایر گروه‌های هنری موسیقی^۱ نیز، به نام‌های عاشیق‌لار، تْشمال و غیره وجود دارد. زبان و ضمیر مشترک تمام اقوام و ملل، موسیقی است. هر گردشگر یا بازدیدکننده، با هر زبان، فرهنگ و قومیتی می‌تواند زبان موسیقی عشایر را درک کند. این موارد، هم به صورت اصیل و هم به صورت نمایشی، چه با هدف تجربه و یادگیری و چه با هدف فراغتی و سرگرمی، برای گردشگران جذاب است.

دانش بومی به عنوان بخشی از ساختار معیشت عشایر، به مثابه‌ی یکی از مهمترین منظرهای فرهنگی محسوب می‌شود. اولین و مهمترین خروجی همزیستی و سازگاری عشایر با طبیعت، شکل‌گیری دانش و مهارت بومی در همه‌ی عرصه‌های زندگی عشایر است. عاملی که تحت عنوان میراث ناملموس/معنوی عشایر از آن یاد می‌شود. این دانش بومی از سازگاری با طبیعت و اقلیم، تا کوچ، سکونتگاه، خوراک، پوشاک، موسیقی، صنایع‌دستی، بهره‌برداری از دام و مرتع و غیره را در بر می‌گیرد. یافته‌های پژوهش ظرفیت‌هایی همچون سازگاری با شرایط اقلیمی-جغرافیایی، مدیریت و بهره‌برداری دام و مرتع، فناوری اسباب و ابزار کار، ساخت صنایع سنتی، تهیه و نگهداشت منابع زندگی، بداهه‌بافی و بداهه‌سازی و نمود ذهنی/عینی همزمان آن به صورت اصیل (و حتی نمادین) برای جذب گردشگران را تأثیرگذار محسوب می‌کند. پژوهش‌های دیگر نیز به مصادیقی همچون ساخت ابزار زندگی (میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵)، شیوه معیشت سازگار (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۸۹؛ شیخی، ۱۳۹۷)، روش‌های باستانی زندگی (Buckley et al., 2008)، مهارت‌های تولید سنتی (میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ Noroozi, 2021)، شکار (نازقلیچی، ۱۳۹۳)، تیراندازی (میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵) اسب‌سواری، (میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ Buckley et al., 2008; Talinbayeri et al., 2018)، شترسواری (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹)، نحوه‌ی چرای دام‌ها (گاوها) (Talinbayeri et al., 2018) معرفی کرده‌اند و در پژوهش (میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱) به مفهوم دانش بومی عشایری اشاره شده است. بنابراین یافته‌های این قسمت از پژوهش حاضر، تا حدودی با پژوهش‌های پیشین هم‌پوشانی دارد؛ بلکه هم به موارد بیشتری اشاره نموده است.

صنایع‌دستی عشایری به عنوان منظر فرهنگی و یکی از ظرفیت‌های جامعه‌ی عشایری، شاید در نگاه اول، بخشی از فعالیت عادی و روزانه دختران و زنان عشایر باشد، اما در حقیقت، برآیندی از سلیقه، خلاقیت و دانش‌مندی این جامعه در تهیه‌ی و فرآوری مواد اولیه طبیعی و بومی (پشم بز و گوسفند، چوب، گل و غیره)، طراحی فرم و محتوای برگرفته از طبیعت و فرهنگ، ساخت و بافت اثر و حفاظت از میراث می‌باشد. از طرفی می‌تواند به بستری برای توانمندسازی دختران و زنان عشایر و نیز به مکمل اصلی اقتصاد عشایر تبدیل شود. یافته‌های پژوهش ساخت صنایع‌دستی (از ابتدا تا انتها) را مطرح کرده است و پژوهش‌های پیشین، ظرفیت‌ها را به صورت صنایع‌دستی (سقائی، ۱۳۸۶؛ کرکه‌آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹؛ نازقلیچی، ۱۳۹۳؛ فراهانی و صیامان‌گرگی، ۱۳۹۳؛ مرادعلیان، ۱۳۹۵؛ میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ مختاری، ۱۳۹۷؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ شهدادی و همکاران، ۱۳۹۸؛ رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰؛ Shekari et al., 2022; Noroozi, 2021; Sarmiento & Etemaddar, 2009)، صنایع‌دستی معروف و قدیمی (Yusefi et al., 2022)، تنوع دست‌یافت‌ها (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹) و هنرهای بومی و عشایری (فراهانی و صیامان‌گرگی، ۱۳۹۳؛ Noroozi, 2021; Tiberghien, 2014) مطرح نمودند، از این رو با یکدیگر همسو هستند. علاوه بر کارکرد تمدنی، میراثی، هویتی، هنری، زیبایی‌شناسی، اجتماعی-فرهنگی، سیاسی و اقتصادی صنایع‌دستی، زمانی که این مفهوم در بستر گردشگری قرار می‌گیرد، یکی از تخصصی‌ترین مفاهیم گردشگری، یعنی «سوغات»، شکل می‌گیرد. یکی از بخش‌های فرآیند سفر گردشگران و

¹- Banned

حتی بازدیدکنندگان، خرید صنایع‌دستی به عنوان سوغات و یادگاری برای خود و یا دیگران است. علاوه بر این، برخی اوقات، گردشگران علاقمندند فرآیند تولید یک صنایع‌دستی را مشاهده نموده و حتی در آن مشارکت داشته باشند (تجربه کنند). طراحی گشت‌ها و بسته‌های سفر تجربه‌محور مبتنی بر فرآیند تولید یک صنایع‌دستی توسط خود گردشگر، از خلاقانه‌ترین گونه‌ی استفاده از ظرفیت‌های جامعه و مناطق عشایری در کنار سایر ظرفیت‌ها می‌باشد.

منظر فرهنگی دیگر، نظام زندگی ایلی است. نظام زندگی ایلی، عادی‌ترین و روزمره‌ترین فعالیت‌ها، کارها، تعاملات و روابط درون و میان خانواده‌های عشایر را در بر می‌گیرد. طبق یافته‌های پژوهش حاضر، مدیریت و تدبیر منزل، جنسیت و تقسیم کار، منزلت اجتماعی و تقسیم کار و آموزش و پرورش، از مهمترین ظرفیت‌های یک نظام زندگی ایلی شناخته می‌شوند که می‌توانند هم از نظری تجربه‌ی اصیل و هم نمادین برای گردشگران جذاب باشند. پژوهش‌های پیشین نیز، ظرفیت‌های همچون سبک زندگی (پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰؛ نعمتی و همکاران، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Sarmiento & Etemaddar, 2009; Tiberghien, 2014; Shircliff, 2018; Khurelchuluun & Kim, 2021; Shekari et al., 2022) فعالیت‌های روزانه (Talinbaya et al., 2018)، تعامل با خانواده‌های عشایری، (Buckley et al., 2008)، تقسیم کار زنان و مردان (Sarmiento & Etemaddar, 2009; Tiberghien, 2014; Talinbaya et al., 2018)، روابط قومی-قبیله‌ای و تیره‌بندی عشایر (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۸۹) و سلسله‌مراتب اجتماعی، (کرمی و همکاران، ۱۴۰۰) را معرفی نمودند که از این رو، یافته‌ها با یکدیگر، همراستا هستند.

فرآیند دامداری به عنوان عامل اصلی تامین معیشت عشایر و همچنین یکی از منظرهای فرهنگی، ظرفیتی چندمنظوره برای جامعه‌ی عشایری محسوب می‌گردد؛ زیرا با مرتع، کوچ، تولیدات، صنایع‌دستی، اقتصاد و تعاملات آنها، ارتباط مستقیم و متعال دارد. به غیر از این موارد، گردشگری نیز می‌تواند برای فرآیند دامداری عشایر، ارزش افزوده ایجاد کند. پژوهش حاضر، چوپانی، فرآوری و تولید محصولات دامی و کشاورزی، زنبورداری، پرورش اسب و شتر و غیره را به عنوان ظرفیت جامعه‌ی عشایری برای گردشگری معرفی نموده است. پژوهش‌های پیشین نیز، همین ظرفیت‌ها را مطرح کردند؛ معیشت مبتنی بر دام‌ها و گله (Buckley et al., 2008)، شیوه‌ها و فعالیت‌های دامداری (کرکه-آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹؛ مختاری، ۱۳۹۷؛ صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ Noroozi, 2021)، تولید محصولات دامی (گوشت، لبنیات و غیره) (کرکه‌آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹؛ میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ شهدادی و همکاران، ۱۳۹۸؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ Buckley et al., 2008; Talinbaya et al., 2018; Yusefi et al., 2022)، تولید محصولات کشاورزی (کرکه‌آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹)، فرآوری محصولات دامی و کشاورزی (قنبری و همکاران، ۱۳۹۳)، محصولات ارگانیک (نعمتی و همکاران، ۱۴۰۰؛ Yusefi et al., 2022) و شیردوشی (میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵). بنابراین، تطابق و همسانی در یافته‌ها وجود دارد. گردشگران بسیاری، تمایل دارند که در فعالیت‌های دامداری و کشاورزی عشایر شرکت کنند و تجربه‌ای خالص از این زندگی را کسب نمایند.

هر منطقه و جامعه‌ی متناسب با شرایط خود، می‌تواند رویدادهای خاص و ویژه‌ای داشته باشد. جامعه‌ی عشایری نیز، از این قاعده مستثنی نیست. سورها و شادی‌ها، غم‌ها و سوگ‌ها، بازی‌ها، ورزش‌ها، عرف‌ها، رسوم و آئین‌ها، همگی از بسترهایی هستند که جامعه‌ی عشایری، به طور ویژه، متناسب با آنها، دارای رویداد و رسوم خاص است. پژوهش حاضر نیز، رویدادهایی که در این بستر انجام می‌شود (در بالا ذکر شده است) را به عنوان ظرفیت ایجاد محصول گردشگری عشایری مطرح کرده است. پژوهش‌های پیشین نیز در این زمینه موارد آداب‌ورسوم، سنت‌ها و آئین‌ها، جشن‌ها و مراسم‌ها (سقائی، ۱۳۸۶؛ قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۸۹؛ کرکه‌آبادی و مستخدمین حسینی، ۱۳۸۹؛ قنبری و همکاران، ۱۳۹۳؛ نازقلیچی، ۱۳۹۳؛ فراهانی و صیامان‌گرگی، ۱۳۹۳؛ مرادعلیان، ۱۳۹۵؛ مختاری، ۱۳۹۷؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ شهدادی و همکاران، ۱۳۹۸؛ رکن‌الدین-افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰؛ نعمتی و همکاران، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان-رودسری، ۱۴۰۱؛ جوان و حجت‌شماسی، ۱۴۰۱؛ Noroozi, 2021; Khurelchuluun & Kim, 2021)، جشنواره‌های فرهنگی-ورزشی عشایری (مشارکت زنان) (خالقی، ۱۴۰۰)، جشنواره سالانه ورزشی (Buckley et al., 2008)، جشنواره‌های سالانه محصولات سنتی (قنبری و همکاران، ۱۳۹۳)، بازی‌های عشایری (سنتی-بومی) (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۸۹؛ قنبری و همکاران، ۱۳۹۳؛ نازقلیچی، ۱۳۹۳؛ فراهانی و صیامان‌گرگی، ۱۳۹۳؛ میرواحدی و اسفندیاری‌بیات، ۱۳۹۵؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ Sheranova, 2021) و رویداد بین‌المللی ورزش‌های عشایری (Maksüdünov & Dyikanov, 2022) را معرفی کردند. بخش اصلی و ضروری محصول گردشگری عشایری، رویدادهای عشایری هستند که در دو مرحله از چرخه‌ی چهارمرحله‌ای عمر محصول گردشگری، به عنوان راهبرد اصلی شناخته می‌شوند، مرحله‌ی اول (معرفی) و مرحله‌ی آخر (افول). زمانی که خدمات گردشگری عشایری نیاز به معرفی ابتدایی داشته باشد و یا در

زمان کاهش تقاضا، بهبود تصویر محصول و بازاریابی برای خدمات گردشگری عشایری، برگزاری رویداد، راهبرد مناسبی است. باید توجه داشت که اگر این رویدادها به عنوان محصول اصلی یا مکمل گردشگری عشایری مدنظر قرار گیرند، باید برنامه‌ریزی شده، تجاری‌سازی شده و نمادین باشند. البته برگزاری اصیل این رویدادها و حضور گردشگران در آن، امکانپذیر است، اما تجاری نیست. نکته‌ی دیگر اینکه، رویدادهای عشایری با هر موضوعی (سورها، سوگ‌ها، بازی‌ها، ورزش‌ها، عرف‌ها، رسوم و آئین‌ها) می‌تواند با تمام ظرفیت‌های عشایر همپوشانی داشته باشد و یا همه‌ی آنها را در خود جای دهد.

منظر فرهنگی بعدی، ظرفیت‌های انگاره قومیتی عشایر است که پژوهش حاضر آنها را شامل ادبیات (شعرخوانی و شاهنامه‌خوانی)، زبان، گویش و لهجه، نژاد، مذهب محسوب کرده است. پژوهش‌های پیشین انگاره قومیتی را شامل ادبیات (عامیانه/مردمی/عشایری) (سقائی، ۱۳۸۶؛ فراهانی و صیامان‌گرگی، ۱۳۹۳؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Sarmiento & Khurelchuluun & Kim, 2021) (Etemaddar, 2009; Khurelchuluun & Kim, 2021)، زبان (مرادعلیان، ۱۳۹۵؛ کرمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ Khurelchuluun & Kim, 2021)، گویش و لهجه (شیخی، ۱۳۹۷)، نژاد و مذهب (مرادعلیان، ۱۳۹۵؛ Khurelchuluun & Kim, 2021) دانسته‌اند که منجر به تنوع قومیتی شده (و نه برتری قومیتی) و می‌تواند برای گردشگران جذاب باشد. یکی از جذابیت‌های گردشگری این است که، زمانی که از یک منطقه (مبدا) به منطقه‌ی دیگر (مقصد) سفر می‌کنیم، بافت ارتباطی عوض می‌شود. این تغییر و تنوع بافت ارتباطات اجتماعی در مناطق مختلف دنیا (یا مناطق داخل یک کشور) جذابیت ایجاد می‌کند و سائق سفر است. هدف گردشگری در اینجا است که می‌خواهد این تمایزات و تنوع‌ها را در قالب ارتباط اجتماعی ببیند. تنوع و تلون انگاره‌های قومیتی در عشایر نیز، سائق سفر به مناطق عشایری است.

کوچ، عبارت است از جابجایی و حرکت خانوارهای عشایری بین قلمروهای بیلاقی (سردسیر) و قشلاقی (گرمسیر) که با هدف دسترسی به علوفه مرتعی تازه برای تغلیف دام‌ها و دوری از گرما و سرمای شدید انجام می‌گیرد. مانند تمام بخش‌های الگوی زیست عشایر، کوچ نیز، حاصل همزیستی و سازگاری با طبیعت و اقلیم است. کوچ، قلب تپنده زندگی عشایر و چکیده و عصاره‌ای از کل زندگی آنها با چاشنی سختی و هیجان است. یافته‌های پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مناسک کوچ بیلاقی و قشلاقی، ایله‌ها و اطرافگاه‌های بین‌راهی، از جمله ظرفیت‌های کوچ برای جذب گردشگران است. پژوهش‌های پیشین نیز، ظرفیت‌های کوچ برای گردشگری عشایری را شامل نحوه کوچ، آداب و رسوم کوچ، زمان کوچ، بهاره و پاییزه، مسیر حرکت و مدت کوچ، ایله‌ها و طی مسیر سنتی و جدید، ایله‌ها و مسیر کوچ، مناسک کوچ، مسیر کوچ (رد شدن از رودخانه، آثار تاریخی)، مسیر کوچ بیلاقی-قشلاقی، نوع کوچ (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹؛ قنبری و همکاران، ۱۳۹۳؛ مرادعلیان، ۱۳۹۵؛ زارعی و همکاران، ۱۳۹۷؛ شیخی، ۱۳۹۷؛ رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۰؛ میزبان و میرتقیان‌رودسری، ۱۴۰۱؛ Noroozi, 2021) دانسته‌اند. امکان حضور گردشگران در زمان کوچ واقعی بیلاقی و قشلاقی، مشارکت و تجربه همراهی در طی مسیر و مهارت زنده‌مانی، مردم‌شناسی، عکاسی، تجربه خوراک‌محور، خرید و انجام هر فعالیت مورد دلخواه گردشگران در فرآیندهای سنتی، ماشینی و ترکیبی کوچ، بدون آسیب و خدشه وارد نمودن به عشایر در کوچ، می‌تواند محصول ویژه گردشگری عشایری در قالب بسته‌های سفر باشد.

تمامی منظرهای طبیعی و فرهنگی که تاکنون بررسی شده است، به صورت مجزا و جزئی، قابلیت تبدیل شدن به یک محصول گردشگری عشایری (علاقه ویژه) و جذب گردشگران را دارا می‌باشند، اما نکته‌ی مهم اینجا است که هم‌افزایی این منظرها و ابعاد آن به مراتب بیشتر از محصولات جزئی است. البته می‌بایست به این هم‌افزایی، ویژگی اصالت را نیز اضافه نمود.

همچنین مشخص گردید که خدمات و محصولات گردشگری عشایری در حوزه‌های اقامتی، بسته‌ی سفر، رویدادها، تاسیسات گردشگری و فعالیت‌های تفریحی و بازدیدی، با دو رویکرد زوجی اصیل-نمادین و تجربه‌محور/مشارکتی-بازدید/صرفی ارائه می‌شوند. با ترکیب این موارد، چهار گونه‌ی خدمات و محصولات گردشگری عشایری تحت عنوان تجربه‌ی اصیل و بازدید اصیل (رویکرد عشایری: حفظ اصالت) و تجربه‌ی نمادین و مصرف نمادین (رویکرد نوعشایری: نمادین و یادمانی بودن) شکل گرفتند. به علاوه بر اساس گونه‌شناسی گردشگری عشایری، گردشگران نیز گونه‌شناسی شدند. گردشگران گونه‌ی تجربه‌ی اصیل به مثابه‌ی عشایر، گردشگران گونه‌ی بازدید اصیل به مثابه‌ی بازدیدکننده غیرمشارکتی، گردشگران گونه‌ی تجربه‌ی نمادین به مثابه‌ی عشایر و گردشگران گونه‌ی مصرف نمادین مصرف‌کننده‌ی عشایری نام گرفتند. در نهایت مشخص گردید که گردشگری عشایری بیشترین ترکیب‌پذیری را با گردشگری فرهنگی و اکوتوریسم دارد. این بخش از یافته‌ها جدید بوده و در پژوهش‌های دیگر وجود ندارد که مقایسه شود.

شاید بسیاری از پژوهش‌ها به این نتیجه رسیدند که تمام اجزای زندگی عشایر به عنوان منبع و ظرفیت گردشگری در درون مناطق عشایری، قابل برنامه‌ریزی است؛ به عنوان یک نتیجه کلی، پژوهش حاضر نیز، هم بر این مورد صحه گذاشته و هم می‌تواند ادعا کند که تمام اجزای زندگی عشایر که منتج از همزیستی و سازگاری با اقلیم و محیط هستند، قابلیت نمایشی شدن در فضاهای غیرعشایری طراحی شده را

دارند؛ از طرفی، باید جستجو نمود که کدام بخش از جامعه‌ی عشایری پذیرش گردشگری را دارد و از طرف دیگر تقاضا برای کدام گونه اصیل یا نمادین وجود دارد.

در گونه‌ی تجربه و بازدید اصیل، پژوهش حاضر به این نتیجه رسید که تعریف کردن مشاغل گردشگری برای عشایر در مناطق عشایری و اصیل، فقط به عنوان کار تکمیلی آنهاست و این خانوارها، الگوی معیشت معمول خود را حفظ می‌کنند، در حالی که بخش کوچکی از اجزای زندگی خود را برای رفع نیازهای گردشگران استفاده می‌کنند. در واقع، آنچه در زندگی عشایر اتفاق می‌افتد و آنها به صورت روزانه انجام می‌دهند، با حضور گردشگر، شغل محسوب می‌شود؛ بدین معنی که عشایر می‌توانند همزمان با انجام فعالیت معمول روزمره از آن درآمد کسب کنند. از این نظر، گردشگری عشایری تجربه‌ی شیوی زندگی است؛ یعنی باید در متن جامعه عشایری قرار گرفت و آن را تمام و کمال تجربه نمود، زیرا تمام ظرفیت‌های عشایر، در ارتباط با یکدیگر و فقط در فضای عشایری معنا می‌یابند. از طرف دیگر، با توجه به اینکه بسیاری از ظرفیت‌های شناسایی شده به نوعی با حضور و نقش‌آفرینی زنان عشایری همراه هستند (از وظایف و فعالیت‌های روزمره و عادی زنان است)، بار اصلی تبدیل ظرفیت‌های عشایری به محصول گردشگری بر عهده‌ی بانوان عشایری خواهد بود. در کل، بدون زنان، زندگی عشایری هیچ معنایی ندارد و چرخ زندگی عشایر نمی‌چرخد. از این رو، توانمندسازی دختران و زنان عشایری از طریق آموزش و به طور ویژه، تسهیلگری، می‌تواند این مسیر را هموار سازد.

در گونه‌ی تجربه و مصرف نمادین، پژوهش حاضر به این نتیجه رسید که با توجه به اینکه بسیاری از مناطق و جوامع عشایری فاقد پذیرش گردشگری و فاقد دسترسی و امکانات، تسهیلات و تاسیسات مورد نیاز گردشگران هستند و از طرفی، هنوز در جوامع شهری و روستایی، بسیاری از رفتارهای عشایری شناخته شده نمی‌باشد، می‌توان بخشی از ظرفیت‌های عشایری را به صورت انتخابی جدا کرد و در فضاهای طراحی شده با هدف معرفی، آگاه‌سازی، تبلیغات و حتی برندسازی در معرض نمایش گردشگران قرار داد. به عنوان نمونه، احداث دهکده‌ها (مبتنی بر طرح‌های اسکان هدایتی و استانداردهای روستای هدف گردشگری)، اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌های صنایع‌دستی، نمایشگاه توانمندی‌ها و تولیدات، هفته‌های فرهنگی و تدوین تقویم رویدادهای عشایری از جمله مصادیق این گونه هستند. به عنوان توصیه‌ی نهایی، در این روند می‌بایست به خطرات ناشی از کالایی شدن فرهنگ عشایر توجه نمود. با توجه به تفاوت و شکاف عمیق میان فرهنگ و سبک زندگی گردشگران و میزبان (عشایر)، و نیز با تاکید بر روحیه‌ی میهمان‌نازی عشایر، آموزش و آگاه‌سازی گردشگران در مورد هنجارها، حساسیت‌ها و ارزش‌های جامعه‌ی عشایری، می‌بایست قبل از حضور آنها در مناطق عشایری صورت پذیرد.

منابع

- اکبری، علی و میزبان، مهدی. (۱۳۸۳). درآمدی بر شناخت ویژگی‌های جمعیت و جوامع عشایری ایران. *مطالعات ملی*، ۵(۱۷)، ۹-۴۲
- انصاری، وحید؛ حیدری، قدرت‌اله؛ مجاوریان، سیدمجتبی و رستگار، شفق. (۱۳۹۸). اثر توسعه گردشگری عشایری بر شاخص‌های معیشت پایدار مرتعداران (مطالعه موردی: مناطق عشایری لار، البرز مرکزی). *مرتع*، ۱۳(۲)، ۲۹۴-۳۰۵.
- پورسعید، محمدمهدی؛ کاظمی، مهدی و جهانشاهی، مرضیه. (۱۴۰۰). پدیدارشناسی تجربه‌زیسته گردشگران خلاق (مورد مطالعه: گردشگری خلاق با محوریت عشایر استان کرمان). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۳۷)، ۱۲۳-۱۵۱.
- جوان، فرهاد و حجت‌شمامی، سیروس. (۱۴۰۱). واکاوی ظرفیت‌های مغفول‌مانده‌ی گردشگری در قلمرو کوچ‌نشینان رضوانشهر. *مطالعات برنامه‌ریزی قلمرو کوچ‌نشینان*، ۲(۱)، ۱۲۲-۱۰۹.
- خالقی، عقیل. (۱۴۰۰). شناسایی پیشران‌های کلیدی توسعه گردشگری عشایری (مطالعه موردی: جشنواره منطقه عشایری قره‌قیه آذربایجان شرقی). *مطالعات برنامه‌ریزی قلمرو کوچ‌نشینان*، ۲(۱)، ۱۳۷-۱۵۴.
- رضایی، پژمان. (۱۳۹۷). مکانیابی سایت‌های گردشگری عشایری با استفاده از GIS و TOPSIS (مطالعه موردی: استان چهارمحال و بختیاری). *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۳(۴)، ۹۵۱-۹۶۹.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی و آقامحمدی، مهدی. (۱۳۹۰). نقش مناطق نمونه گردشگری در توسعه مناطق عشایری (مطالعه موردی: منطقه نمونه گردشگری الوند شهرستان همدان). *گردشگری و توسعه*، ۱۱(۱)، ۵۹-۷۵.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ ایمانی طیبی، لیلا و فرهادی‌یونکی، مجید. (۱۳۹۹). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تجربه‌محور در مناطق عشایری (مورد مطالعه: عشایر قشقایی). *پژوهش‌های روستایی*، ۱۱(۴)، ۷۱۲-۷۲۷.
- زارعی، قاسم؛ حاضری، هانف و علی‌نژاد سلیم، لیدا. (۱۳۹۷). تاثیر ظرفیت پذیرش اجتماعی گردشگری عشایری در توسعه پایدار (ایل قشقایی تیره هیبت‌لو). *مطالعات توسعه‌ی اجتماعی ایران*، ۱۱(۱)، ۲۱-۳۱.

- سقاچی، مهدی. (۱۳۸۶). گردشگری عشایری (تبیین یک الگوی فضایی). *فضای جغرافیایی*، شماره ۱۷، ۱۹۳-۲۱۲.
- شهرداری، علی؛ قبری، یوسف؛ سلمانی‌زاده، الهام و آذره، علی. (۱۳۹۸). امکان‌سنجی و مکانیابی مناطق مستعد احداث اکوکمپ‌های عشایری (مطالعه موردی: دهستان وردشت شهرستان سمیرم). *جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)*، ۳(۹)، ۲۹۳-۳۰۶.
- شیخی، ریحانه. (۱۳۹۷). نقش گردشگری اجتماع محور بر توسعه اجتماعی-فرهنگی (مطالعه‌ی موردی عشایر ایل قشقایی شیراز). پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده. دانشگاه غیرانتفاعی علم و فرهنگ، تهران، ایران.
- صفرآبادی، اعظم و طبیعی، منصور. (۱۳۹۶). توسعه گردشگری اجتماع‌محور با تأکید بر جنبه‌های قومی-محلی (مطالعه‌ی موردی: شهر کرمانشاه). *جغرافیا*، ۱۵(۵۲)، ۱۸۲-۱۶۹.
- صفری علی‌اکبری، مسعود و صادقی، حجت‌الله. (۱۴۰۰). امکان‌سنجی تأثیرات توسعه گردشگری در عشایر بختیاری. *مطالعات برنامه‌ریزی قلمروی کوچ-نشینان*، ۱(۱)، ۹۹-۱۰۹.
- ضیائی، محمود، قبیعی، ابوالحسن؛ طهماسبی، اصغر و نعمتی، ولی. (۱۴۰۰). طراحی الگوی مدیریت توسعه گردشگری عشایری با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری-تفسیری. *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۱۴(۵۳)، ۵-۲۷.
- عباسی، رسول و نظری‌زاده‌دهکردی، نرگس. (۱۴۰۱). واکاوای موانع و تنگناهای توسعه‌ی بوم‌گردی عشایری (مورد مطالعه: عشایر استان چهارمحال و بختیاری). *توسعه و روستا*، ۲۵(۹۷)، ۷۷-۹۸.
- فراهانی، فاطمه و صیامیان‌گرگی، ابوالفضل. (۱۳۹۳). عشایر قشقایی: فرصتی برای توسعه گردشگری هنری-عشایری ایران. *پژوهش هنر*، ۲(۸)، ۱۳۷-۱۴۵.
- قدیری معصوم، مجتبی؛ استعلاجی، علیرضا و پاژکی، معصومه. (۱۳۸۹). گردشگری پایدار (روستایی و عشایری). تهران: دانشگاه تهران.
- قرخلو، مهدی و میره، محمد. (۱۳۸۸). گردشگری عشایری بعد فراموش شده گردشگری در اصفهان. *ذخایر/تغیلات*، شماره ۵۴-۵۵، ۶۷-۹۶.
- قبری، سبوس؛ رضایی، سمیه و منصور، دانشور، محمدرضا. (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری عشایری با استفاده از تکنیک SWOT (مطالعه موردی: ایل بختیاری). *فضای گردشگری*، ۳(۱۰)، ۱۰۵-۱۱۹.
- کرکه‌آبادی، زینب و مستخدمین‌حسینی، حمیده. (۱۳۸۹). بررسی پتانسیل کارآفرینی گردشگری در جامعه عشایری ایران. *کار و جامعه*، شماره ۱۲۰ و ۱۲۱، ۳۷-۵۰.
- کریمی، فریبا؛ اکبریان‌رونیزی، سعیدرضا و جباری‌ارخلو، افسانه. (۱۴۰۰). بررسی عوامل انگیزشی مؤثر در توسعه گردشگری عشایری (مطالعه‌ی موردی: ایل قشقایی). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۳۷)، ۳۹-۶۳.
- مختاری، نگین. (۱۳۹۷). تحلیل راهبردی ظرفیت‌های برندسازی گردشگری عشایر (مطالعه موردی: ایل قشقایی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده. دانشگاه غیرانتفاعی علم و فرهنگ، تهران، ایران.
- مرادعلیان، ماریا. (۱۳۹۵). بررسی قابلیت‌های گردشگری عشایری استان سمنان (مطالعه‌ی موردی: عشایر ایل سنگسر). پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده. موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی، گرگان، ایران.
- مرکز آمار ایران. (۱۴۰۰). خلاصه نتایج ثبت پایه جمعیت عشایر کوچنده کشور ۱۴۰۰. تهران: مرکز آمار ایران.
- میرواحدی، سید سعید و اسفندیاری‌بیات، الهام. (۱۳۹۵). بررسی پتانسیل کارآفرینی گردشگری فرهنگی در جامعه‌ی عشایر قشقایی ایران. *گردشگری و توسعه*، ۵(۹)، ۶۲-۷۸.
- میزبان، مهدی و میرتقیان‌رودسری، سیدمحمد. (۱۴۰۱). گردشگری عشایری جامعه‌بنیاد: تبیین یک مدل مفهومی. *نهمین کنگره ملی علوم ترویج و آموزش کشاورزی، منابع طبیعی و محیط‌زیست پایدار* (صص. ۱-۲۹)، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
- نازقلیچی، بی‌بی‌سارا. (۱۳۹۳). توانسنجی توسعه گردشگری در مناطق عشایری؛ مطالعه موردی: دهستان اترک، شهرستان گنبدکاووس. پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده. دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.
- نعمتی، ولی؛ ضیائی، محمود؛ قبیعی، ابوالحسن و طهماسبی، اصغر. (۱۴۰۰). تحلیل کیفی عوامل مؤثر بر پایداری معیشتی و توسعه گردشگری در مناطق عشایری (مورد مطالعه: عشایر شاهسون). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۳۹)، ۷-۲۹.
- Buckley, R., Ollenburg, C., & Zhong, L. (2008). Cultural landscape in Mongolian tourism. *Annals of tourism research*, 35(1), 47-61.
- Burke, A., Maxwell, V., & Shearer I. (2012). *Lonely Planet Iran*. Lonely Planet Publications.
- Chatty, D. (2016). Heritage policies, tourism and pastoral groups in the Sultanate of Oman. *Nomadic Peoples*, 20(2), 200-215.
- Josary, P. J. J., Shilfa, A. R., Masagi, R., & Sephia, R. (2019). Tourist Preferences in Choosing Nomadic Tourism-Based Accommodation in Bandung Regency. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, No. 4, 1-7.
- Khurelchuluun, Y., & Kim, G. G. (2021). The Effects of Mongolian Tourism Service Qualities on Foreign Visitors' Satisfaction and Re-Visit Intention: Moderating Effect of Destination Image. *Ilkogretim Online-Elementary Education Online*, 20(3), 1228-1236.

- Lindawati, L., Damayanti, A., & Dinda Hermiranti Putri, D. (2021). The Potential of Community-Based Nomadic Tourism Development: Insight from Three Case Study in Yogyakarta. *Journal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 5(1), 139-168.
- Maksüdünov, A., & Dyikanov, K. (2022). World nomad games as an emerging large-scale event and its role for tourism development in Kyrgyzstan. In *Event Tourism in Asian Countries* (pp. 287-308). Apple Academic Press.
- Noroozi, H. (2021). The Tangible and Intangible Heritages of Iranian Nomads: The Touristic Potential of Pastoral Nomadism. *International Journal of Tour Guiding Research*, 2(1), 63-77.
- Sarmento, J. C. V., & Etemaddar, F. (2009). Nomad tribal women and tourism development: The Khamseh tribes, Iran. *Conference of Traditions and Transformations: Tourism, Heritage and Cultural Change in the Middle East and North Africa Region* (pp. 1-11), Amman, Jordan.
- Sauer, I. W., Sauer, M., Armaş, A. G., & Petroman, I. (2022). Pastoral tourism issues. *uucrări Şnnrmiiee Management Agricol*, 24(1), 231.
- Shekari, F., Ziaee, M., Faghihi, A., & Jomehpour, M. (2022). Nomadic livelihood resilience through tourism. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(1), 1-11.
- Sheranova, A. (2021). Political invention of the World Nomad Games in Kyrgyzstan. *Kulturní studia*, (17)2, 66-81
- Shircliff, J. E. (2018). Nature and nomads: Service approach to Mongolia tours. *Independent Study Project (ISP) Collection*. 2857. https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/2857
- Sianipar, R., & Sitorus, N. B. (2022). Nomad Tourism Development Strategy in Super Priorities Tourism Destinations Labuan Bajo. *Jurnal Mantik*, 6(3), 3007-3017.
- Talinbayi, S., Xu, H., & Li, W. (2019). Impact of yurt tourism on labor division in nomadic Kazakh families. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(3), 339-355.
- Tiberghien, G. (2014). *Authenticity and tourism in Kazakhstan: Neo-nomadic culture in the post-Soviet era*. Unpublished Doctoral dissertation, Auckland University of Technology, Auckland, New Zealand.
- Tiberghien, G. and Xie, P. F. (2018). The life cycle of authenticity: neo-nomadic tourism culture in Kazakhstan. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(3), 234-247.
- Waters, S. (2017). *Lonely Planet Iran*. Lonely Planet Publications.
- Yousefi, M., Tamassoki, E., & Tamassoki, E. (2022). Production progress and its role in nomadic ecotourism: A case study of active nomadic ecotourism centers in Fars province, Iran. *Central Asian Journal of Environmental Science and Technology Innovation*, 3(1), 10-15.

How to Cite:

Mirtaghian Rudsari, Seyyed Mohammad. (2022). Typology of Tourists and Tourism Products Based on the Resources and Potentials of the Community and Nomadic Areas. *Studies of Nomads Area Plannig*, 2(2), 105-126.

ارجاع به این مقاله:

میرتقیان رودسری، سیدمحمد. (۱۴۰۱). گونه‌شناسی گردشگران و محصولات گردشگری مبتنی بر منابع و ظرفیت‌های جامعه و مناطق عشایری. *مطالعات برنامه‌ریزی قلمرو کوچ‌نشینان*، ۲(۲)، ۱۰۵-۱۲۶.



Research Article

Typology of Tourists and Tourism Products Based on the Resources and Potentials of the Community and Nomadic Areas

Seyyed Mohammad Mirtaghian Rudsari* - *PhD Candidate in Tourism, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.*

Receive Date: 06 October 2022

Accept Date: 26 December 2022

ABSTRACT

Introduction: Climate change, modernization trends, meta-sectoral management, sick and Sanctioned economy, the failure to preserve the human-pasture-livestock structure, etc., have led to the fact that the nomads look for an alternative livelihood pattern and complementary economy in addition to traditional animal husbandry. One of these patterns is tourism. According to many researchers, all the components of nomadic life and livelihood are considered a capacity and resource for tourism. Therefore, these capacities should be identified, classified, and placed in the tourism product conversion cycle according to each land and nomadic group.

Purpose of the research: The current research's primary goal is to identify and typology of resources, products and tourists in nomadic tourism.

Methodology: The current research is descriptive-exploratory in terms of its purpose and qualitative in nature. The statistical population of the scientific content research was produced in the field of "nomadic community and areas potentials for tourism". Therefore, data and information were collected in a library method. The literature review was based on extracting concepts related to tourism resources.

Geographical area of research: In the present study, the capacities of all nomads in the territorial area of Iran have been taken into consideration, which include 251,624 nomadic households in the form of 104 clans and about 565 tribes.

Results and discussion: The findings showed that there are 50 sources and capacities for the formation of tourism products in the community and nomadic areas. They are gathered in 9 groups: hospitality, migration, livelihood structure (settlement system, food, clothing, music, indigenous knowledge), handicrafts, clan system, animal husbandry process, nomadic events, ethnic image and natural-geographical environment. Also, two major categories were natural landscape and cultural landscape. Four types of nomadic tourism services and products were identified as an authentic experience, authentic visit, symbolic experience and symbolic consumption. In the typology of tourists, four types were identified nomads, non-participatory visitors, semi-nomads and nomadic consumers. Finally, it was found that nomadic tourism is most compatible with cultural tourism and ecotourism.

Conclusion: All the components of the nomadic lifestyle have been formed in coexistence and adaptation to the climate and environment, as a resource for tourism can be programmed both within the nomadic areas in an original way and can be presented in the designed non-nomadic spaces. Considering that many of the identified capacities are somehow associated with the presence and role-playing of nomadic women, the main burden of transforming nomadic capacities into tourism products is on the shoulders of nomadic women. As a final recommendation, in this process, one should pay attention to the dangers caused by the commodification of nomadic culture.

KEYWORDS: Tourism, Pastoral Nomad, Nomadic Resources and Potentials, Nomadic Tourism, Iran's Nomad.