



گردشگری و اوقات فراغت

<http://doi.org/10.22133/TLJ.2023.388721.1083>

تبیین مفهوم گردشگری چوگان بر مبنای ارزش‌های گردشگری فرهنگی

کیومرث مولادوست^{۱*}، افشار هنرور^۲

^۱ کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی، تهران، ایران

^۲ استادیار گروه تربیت بدنی، دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، تهران، ایران

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>میراث فرهنگی چوگان از ارزش‌های فرهنگی ایران زمین است. واکاوی داشته‌های چوگان بر مبنای مناطق و نمایاندن ارزش‌های آن به‌منزله سرمایه فرهنگی در قالب نوعی از گردشگری و نمایاندن هویت فرهنگی و عناصر فرهنگی موجود و استفاده بهینه در صنعت گردشگری، علاوه بر سود و منافع اقتصادی، در دیپلماسی فرهنگی و ورزشی نیز کارآمد و اثربخش است. هدف از پژوهش حاضر تبیین مفهوم گردشگری چوگان بر مبنای ارزش‌های گردشگری فرهنگی است. این مطالعه پژوهشی از نوع کاربردی است که به روش مروری اجرا شده است. از تجربه زیسته محقق در بیان محتوایی استفاده شده است. در بخش دیگر تحقیق، از داده‌های ثانویه استفاده شده است که این داده‌ها از مقالات تحقیقی، نشریات، وبسایت‌ها، گزارش‌های نظرسنجی و غیره جمع‌آوری شده است. بدین منظور، با مرور تحقیقات قبلی و استدلال مستقل و روش‌مند اکتشافی برای دستیابی به ایده‌ای نو و کاربردی برای ایجاد و توسعه مدلی تازه از انواع گردشگری به‌وسیله توصیف، تلفیق، تبیین روابط و روندهای موجود در بدنه دانش گردشگری استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده از این مطالعه نشان می‌دهد که آداب، رسوم و فرهنگ و عناصر فرهنگی به‌خصوص چوگان به همراه نمودها و عناصر گوناگون هویتی آن، که نشان روشنی از تمدن ایران را حکایت می‌کنند، زمینه لازم برای ایجاد و توسعه گردشگری مستقل با عنوان «گردشگری چوگان» را دارند.</p>	<p>مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۵</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱/۲۳</p> <p>واژگان کلیدی: پولوتوریسم گردشگری فرهنگی ظرفیت فرهنگی ورزش چوگان چوگان</p> <p>* نویسنده مسئول رایانامه: k.Moladoost@gmail.com</p>

نحوه استناددهی:

مولادوست، کیومرث و هنرور، افشار (۱۴۰۱). تبیین مفهوم گردشگری چوگان بر مبنای ارزش‌های گردشگری فرهنگی. گردشگری و اوقات فراغت، ۷(۱۴)، ۱۶۷-۱۸۵.

ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ <https://www.usc.ac.ir>

مقدمه

گردشگری از بزرگ‌ترین، وسیع‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد جهان است که منبع مهم افزایش درآمد، اشتغال و سرمایه در بسیاری از کشورها است. توسعه گردشگری در هر مکانی براساس ویژگی‌های منطقه‌ای شامل عوامل اجتماعی، فرهنگی، جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و ورزشی و برحسب کیفیت خدمات ارائه‌شده به گردشگران است (سیدعلیپور و اقبالی، ۱۳۹۰). از لحاظ فرهنگی، گردشگری در دنیا پدیده‌ای اجتماعی و اقتصادی است که ناشی از گذراندن اوقات فراغت در طبیعت و دیدن مکان‌های جدید با فرهنگ‌های گوناگون است (میرزایی کالار و همکاران، ۱۳۹۲). چنین رویکردی موجب می‌شود فرصت کافی برای تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان به وجود آید. بر این مبنا، آنان می‌توانند یکدیگر را بهتر درک کنند و به فرهنگ هم بیشتر احترام بگذارند (کروبی و همکاران، ۱۳۹۹).

این واقعیت است که بخش عمده فعالیت‌های صنعت گردشگری در نتیجه تمایل به شناخت فرهنگ‌های متفاوت شکل می‌گیرد. فرهنگ واکنشی عمومی به زندگی است و گردشگری ارتباط مستقیم با مسائل انسانی دارد (غلامپور و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۲۱). از نظر تعریف، گردشگری فرهنگی حرکت انسان‌ها برای بازدید از جاذبه‌های فرهنگی است که با هدف به دست آوردن اطلاعات و تجربه جدید برای ارضای نیازهای فرهنگی انجام می‌شود (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۱، ص ۵۹). این نوع گردشگری به مثابه سفری برای دیدن فرهنگ‌های ملی و میراث فرهنگی گوناگون است (زارع اشکذری و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۹۰). سیاست‌هایی که فرهنگ و گردشگری را در یکدیگر ادغام می‌کنند به بهبود عملکرد بخش گردشگری منجر می‌شوند (Yu et al., 2022)؛ زیرا فرهنگ تأثیر زیادی در رفتار گردشگران دارند (Lee et al., 2022). بنابراین، توسعه گردشگری، به منزله پدیده‌ای فرهنگی، فرصت‌های تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان را گسترش می‌دهد (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۱، ص ۵۹).

گردشگری فرهنگی آثار مثبت بسیاری در زمینه‌ها و ابعاد گوناگون اجتماعی و اقتصادی به همراه دارد. این نوع از گردشگری دریچه‌های تازه‌ای از شناخت، توسعه و پایداری را به روی جوامع گوناگون می‌گشاید و باعث ارتقای ظرفیت‌های جوامع محلی برای توسعه و افزایش مشارکت ساکنان در زمینه حفظ میراث فرهنگی می‌شود (Gómez, 2015). همچنین، این نوع گردشگری بخش مهمی از گردشگری یک کشور یا مناطق فرهنگی است. تاریخ مردم، آداب و سنن، هنر، ارزش‌ها و سبک زندگی آن‌ها در این مناطق جغرافیایی از مهم‌ترین مؤلفه‌های آن محسوب می‌شوند (زارع اشکذری و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۸۹). توسعه گردشگری با رویکرد تاریخی و فرهنگی، به منظور معرفی و شناساندن ارزش‌های فرهنگی قوم‌ها، در حفظ و نگهداشت جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و حفظ هویت مکانی و بومی تأثیر به‌سزایی می‌گذارد (یانپی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۴۵۸). تاریخ بخشی از فرهنگ قلمداد می‌شود. شکل، ساختار، فضاها و ساخت‌وسازهای عمومی و غیره از عناصر شکل‌دهنده هویت تاریخی هستند. بنابراین، پیشینه و تاریخ ارزشمند و قابل دفاع بازی چوگان ظرفیت‌های فرهنگی آن را شکل می‌دهند. شایستگی تاریخی چوگان نظیر قدمت، اماکن و زمین‌های تاریخی و آثار به‌جای مانده در تنگه چوگان بیشابور در استان فارس از دوره ساسانیان، آثار تاریخی موجود در تبریز، قزوین و به‌خصوص میدان نقش جهان اصفهان به‌جای مانده از دوران صفویه باعث می‌شود تا گردشگری چوگان در حوزه گردشگری با ارزش‌های تاریخی قرار گیرد.

از سوی دیگر، آمیختگی واژگان گوی و چوگان در ادبیات، اشعار شعرای پارسی و همچنین سرایش اشعار حماسی و نقل بازی‌های تاریخی چوگان در اسطوره‌ها، داستان‌های گوناگون توسط ادبا و شعرای بزرگ ایران زمین به‌خصوص فردوسی و همچنین ضرب‌المثل‌های گوناگون «این گوی و این میدان»، که نشان از نهادینه شدن این بازی در اعماق فرهنگ و ادبیات ایرانیان دارد، در گروه گردشگری فرهنگی ادبی نیز جای می‌گیرد. وجود موسیقی در کنار چوگان در همه دوره‌ها و نواختن انواع موسیقی به‌هنگام برگزاری جشن‌ها و بازی چوگان و با حضور سلاطین و بزرگان کشور و مناطق گوناگون نشان از فرهنگ غنی این ورزش و تنیدگی آن با آحاد جامعه دارد (مولادوست و همکاران، ۱۳۹۶-).

ب، ص ۱۲۰). همه عناصر پیش‌گفته در حوزه چوگان نشان می‌دهند فرهنگی بودن چوگان بیش از ورزشی بودن آن نمود دارد و فرصت‌های فرهنگی چوگان بسیار غنی‌تر از سایر موقعیت‌های آن است.

کشور ایران، با وجود داشتن ظرفیت‌های زیاد در زمینه گردشگری فرهنگی از جمله میراث مرتبط با بازی چوگان، به جایگاه و اعتبار واقعی خود در این زمینه دست نیافته است. بهره‌وری و استفاده بهینه از ظرفیت‌های گردشگری کشور، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های راهبردی و کلان، میان‌مدت و کوتاه‌مدت نیاز دارد (حاج آقامیر و همکاران، ۱۴۰۱، ص ۴۱۳). در صورتی که مدیران و برنامه‌ریزان در تمامی سطوح و تمامی اشکال گردشگری توسعه‌ای تک‌بعدی را مدنظر قرار دهند و بدون توجه به ذی‌نفعان درون‌نسلی و بین‌نسلی و تمامی ارکان توسعه اقدام به توسعه کنند، قادر نخواهند بود جاذبه‌ای پایدار ایجاد کنند و دستیابی به اهداف متنوع توسعه رویدادی امکان‌پذیر نخواهد بود (خوشه‌بست و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۵). یکی از رویکردهای اخیر اتخاذشده برای خروج از نگاه تک‌بعدی در حوزه گردشگری کشور تدوین سند ملی توسعه گردشگری توسط وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در سال ۱۳۹۹ بود. براساس بند ۲ ردیف ۱۸ جدول شماره ۲ (احکام) تصویب‌نامه هیئت‌وزیران به شماره ۵۵۲۹۳ هـ به تاریخ ۱۳۹۹/۶/۱۶، وزارت ورزش و جوانان مکلف است اقدامات لازم برای احیا و توسعه ورزش‌های سنتی و بازی‌های بومی محلی را با هدف توسعه گردشگری ورزشی انجام دهد.^۱ از این‌رو، توسعه حوزه ورزش‌های بومی محلی، به‌منزله بخشی از سبب گردشگری کشور، از رویکردهای مهمی است که در سال‌های پیش‌رو بایستی مورد توجه قرار گیرد. در این زمینه، بازی چوگان و میراث مرتبط با آن، به‌منزله نقطه قوت کشور، مطرح است. اما متأسفانه، به‌دلیل نبود پیشینه‌ای منسجم و کمبود افراد آشنا و متخصص در این حوزه، چندان در ذهنیت مدیران برنامه‌ریز جایگاهی ندارد. از این‌رو، این پژوهش قصد دارد، به‌منظور پر کردن این خلأ، گفتمان مربوط به جایگاه مهم میراث چوگان در حوزه گردشگری فرهنگی را فراهم کند.

با توجه به توانایی‌ها و پتانسیل‌های موجود در ایران و پیش‌بینی ارزش‌های اقتصادی، سیاسی، روابط بین‌الملل و به‌خصوص مزیت‌های فرهنگی حاصل از گردشگری چوگان، مطالعه حاضر با هدف تبیین مفهوم گردشگری چوگان و بر مبنای ارزش‌های گردشگری فرهنگی در پی پاسخ‌گویی به سؤالات زیر تنظیم شده است:

۱. آیا گردشگری چوگان می‌تواند جزء گردشگری فرهنگی منظور شود؟
۲. ابعاد و مؤلفه‌های مطلوب توسعه گردشگری چوگان در ایران کدام هستند؟
۳. الگوی بهینه توسعه گردشگری چوگان در ایران چیست؟

پیشینه تحقیق

گردشگری همواره مورد توجه اندیشمندان و پژوهشگران بوده و تحقیقات زیادی در خصوص آن وجود داشته است. از آنجایی که گردشگری انواع گوناگونی دارد و گردشگری مورد مطالعه این پژوهش در راستای شاخه‌های گردشگری ورزشی و گردشگری فرهنگی و تاریخی قرار می‌گیرد و این حوزه‌ها نیز مورد توجه محققان قرار گرفته‌اند، در این بخش به برخی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود.

۱. احکام سند ملی توسعه گردشگری، ۱۳۹۹: ۱۰.

جدول ۱: پیشنهاد تحقیق

پژوهشگران و سال	روش و نوع تحقیق	یافته‌ها
گردشگری ورزشی		
بهاران و همکاران (۱۴۰۰)	توصیفی از نوع پیمایش مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری	نتایج آزمون تی نشان داد عوامل طبیعی مورد بررسی در این مطالعه به ترتیب بعد زیرساختی (۲۳/۸۶۲)، جاذبه‌های طبیعی (۲۰/۹۲۸)، اکولوژی (۲۷/۹۰۷) و فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان (۲۲/۳۷۴) در توسعه گردشگری ورزشی در استان لرستان تأثیر داشته‌اند.
کشتی‌دار و همکاران (۱۴۰۰)	فرا تحلیل	نشان داد که شش متغیر در توسعه گردشگری ورزشی نقش دارند که به ترتیب شامل جاذبه‌های گردشگری و طبیعی، عوامل تبلیغاتی و بازاریابی، عوامل زیرساختی و امکاناتی، عوامل مربوط به رویدادها، عوامل فرهنگی اجتماعی و عوامل مدیریتی هستند.
جاوید و همکاران (۱۳۹۹)	تحقیقات کاربردی، به روش پیمایشی	گردشگری ورزشی، در همه ابعاد توسعه، نقش مثبت و معناداری دارد ($P < 0.05$). همچنین، در بررسی شاخص‌های هرکدام از ابعاد توسعه به ترتیب شاخص «ایجاد مشاغل جدید و کاهش نرخ بیکاری» در توسعه اقتصادی، «مبارزه با تبعیض قومی و نژادی و کمک به پذیرش تفاوت‌های اجتماعی - فرهنگی» در توسعه اجتماعی و «تغییر رفتار مردم منطقه به منظور حفظ بهتر محیط زیست» در بعد زیست‌محیطی مهم‌ترین شاخص‌های توسعه پایدار در منطقه مورد بررسی بودند.
محرم‌زاده و ایمان‌زاده (۱۳۹۸)	کیفی و با استفاده از رویکرد نظریه داده‌بنیاد	عوامل سیاسی و قانونی، اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی، مدیریتی، امنیتی و ایمنی، فرهنگی و اجتماعی جزء طبقات اصلی به شمار می‌روند.
گردشگری فرهنگی		
قاسمیان دستجردی و شاپوری (۱۴۰۱)	توصیفی - تحلیلی - پیمایشی	پوشاک سنتی اقوام ایرانی به منزله عنصر مهمی در تعریف هویت فرهنگی در پنج بخش ارتباطات فرهنگی، همکاری‌های بین‌المللی گردشگری، معرفی و عرضه پوشاک سنتی، تبلیغات و اشاعه فرهنگ بومی می‌تواند به مثابه یکی از مؤثرترین جاذبه‌های فرهنگی باعث شناسایی و گسترش صنعت گردشگری فرهنگی در ایران شود.
رسولی و محمودی (۱۴۰۱)	پیمایشی	نگرش جامعه میزبان به توسعه گردشگری فرهنگی مثبت است و ساکنان خواهان افزایش تعداد گردشگران هستند. عوامل گوناگونی در شکل‌گیری این نگرش نقش داشتند، اما مهم‌ترین عاملی که این نگرش را پیش‌بینی می‌کرد پایگاه اجتماعی فرهنگی مردم جامعه محلی بود.
شهرابی فراهانی (۱۴۰۱)	نقد نظر	گردشگری و فرهنگ ریشه در ارزش‌ها و وجود معنوی انسانی دارند که نیازمند بازاندیشی هستند تا در جایگاه صحیح خویش محقق شوند. در میان سویه‌های گوناگون ارتباط میان گردشگری و هویت فرهنگی، می‌توان با بسترسازی و ایجاد نگاهی متفاوت به هویت فرهنگی، و از سوی دیگر گردشگری، میان آن‌ها همسویی برقرار کرد.
باصولی و همکاران (۱۴۰۰)	داده‌بنیاد	عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی در گردشگری فرهنگی در سه دسته کلی عوامل ساختاری، بسترها و شرایط محیطی و عوامل رفتاری تقسیم‌بندی شده‌اند و هر یک از دسته‌های مذکور شامل مؤلفه‌ها و شاخص‌های مرتبط هستند.
اسدپوریان و همکاران (۱۴۰۰)	کیفی - کمتی و با رویکرد اکتشافی	راهکارهای شناسایی شده توسعه گردشگری فرهنگی در استان لرستان را می‌توان در چهار گام «آموزش و نوآوری»، «کالبدی - زیرساختی»، «حمایتی - نهادی» و «فرهنگی - تبلیغاتی» طبقه‌بندی کرد.
نیک‌بین و همکاران (۱۳۹۹)	آمیخته اکتشافی	سه مقوله اصلی گردشگران، جامعه محلی و محیط زیست شناسایی و دسته‌بندی شدند.
نوربخش و فرهادی (۱۳۹۸)	کیفی مصاحبه‌های باز و نیمه‌ساختاریافته	گردشگری امری هویت‌بخش (وجه متمایز فرد مدرن و سنتی) در اندیشه و کنش انسان امروز است که در بستر نظام مدرنیته شامل تعطیلات‌سازی، سبک زندگی مبتنی بر جدایی کار و اوقات فراغت، صنعت گردشگری و رسانه‌های مروج آن میسر می‌شود. بنیادی‌ترین معنا یا جوهره هستی‌شناختی گردشگری با گریز از از خود بیگانگی محصول زندگی کاری و روزمره شهری مترادف است.

گردشگری چوگان

عامل مدیریتی در خصوص وضعیت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی پولوتوریسم، میزان آگاهی و توجه فدراسیون چوگان و هیئت‌های ورزشی آن با حوزه گردشگری چوگان در رتبه سوم در بین سایر عوامل قرار دارد. میانگین رتبه‌ای «میزان تأکید فدراسیون در توسعه گردشگری چوگان» با ۶/۱۳ بالاترین رتبه و «میزان آگاهی هیئت‌های استانی از گردشگری چوگان» با ۳/۲۱ کمترین رتبه را در بین عامل‌های مدیریتی به خود اختصاص داد. رتبه سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و به‌خصوص آگاهی هیئت‌های استانی ورزش چوگان در پایین‌ترین سطح میانگین قرار دارند.

مولادوست و یانپی
(۱۳۹۹)
نوع کمی و توصیفی -
کاربردی

گویه «افزایش فروش کالا» در مؤلفه اقتصادی، «تعامل و مدارا و در نتیجه احترام به حقوق شهروندی» در مؤلفه اجتماعی، «تقویت نمادها و اسطوره‌ها» در مؤلفه فرهنگی و «توسعه زیرساخت‌های ورزشی» در مؤلفه ورزشی به‌منزله مهم‌ترین گویه‌ها از دید پاسخ‌دهندگان بودند. نتایج فریدمن نشان داد که مؤلفه فرهنگی با میانگین ۲/۸۳ دارای بیشترین اثر در بین مؤلفه‌ها است.

مولادوست و همکاران
(۱۳۹۸)
توصیفی - تحلیلی و پیمایشی

مبانی نظری

نوآوری و تنوع‌بخشی به صنعت گردشگری و نگاه خلاقانه به این بخش از صنعت موجب رونق و توسعه آن می‌شود. توجه به سرمایه‌های فرهنگی گوناگون موجود در سرزمین ایران کهن باعث بهبود و رشد صنایع گوناگون و همچنین اقتصاد کشور می‌شود. بازی‌ها از جمله سرمایه‌های فرهنگی ملت‌ها هستند که به‌منزله عناصر اصلی می‌توانند نقش و کارکردهای مهم و اساسی در اشاعه فرهنگ یک کشور و ملت داشته باشند و عنصر جذابی برای دیدار سایر مردمان کشورهای نقش ایفا کنند.

بازی‌ها از عناصر هویت‌ساز در فرهنگ ایرانی به شمار می‌آیند و از این‌رو بازی‌های سنتی و کهن ایرانی از گذشته‌های دیرین در آثار هنری و ادبی ایرانیان بازتابی وسیع داشته‌اند (کریم‌پور، ۱۳۹۴، ص ۱۹۶). بازی‌های بومی و محلی به‌سبب ارتباط محکم و جدانشدنی با ذائقه فرهنگی می‌توانند به‌منزله یکی از عناصر هویت‌ساز نقش ویژه‌ای در بسترسازی و تحقق هویت ایرانی داشته باشند، اما با گسترش زندگی مدرن و بی‌توجهی به درون‌مایه اخلاقی و تربیتی این بازی‌ها، در مقایسه با دیگر آیین‌ها و سنت‌ها، کمتر مورد توجه قرار گرفته و بیشتر فراموش شده‌اند (پاپزن و همکاران، ۱۳۹۹).

اهمیت مقاله پیش‌رو در واکاوی داشته‌های چوگان بر مبنای مناطق و نمایاندن ارزش‌های آن‌ها به‌منزله دارایی فرهنگی ایران زمین در قالب نوعی از گردشگری است. نمایاندن هویت فرهنگی و عنصر فرهنگی موجود و استفاده بهینه در صنعت گردشگری علاوه بر سود و منافع اقتصادی در دیپلماسی فرهنگی و ورزشی نیز کارآمد و اثربخش خواهد بود. بنابراین، پرداختن به مقوله گردشگری چوگان بسیار مهم و حائز اهمیت است و خوب است برای سیاست‌گذاران و مدیران صنعت گردشگری دست‌مایه تدوین سیاست‌های آتی قرار گیرد.

گردشگری فرهنگی

فرهنگ پدیده‌ای است که از درون‌شماری خاستگاه‌های طبیعی و نیروهای اجتماعی سرچشمه می‌گیرد. جغرافیای منطقه، تاریخ و رویدادهای قوم، زبان، ادبیات و ادبیات در میان مردم، دین و مذهب، آیین‌های پرستش و شیوه معیشت مردمان در پیدایش فرهنگ اثرگذار است و بدان جهت می‌دهد (پهلوان، ۱۳۹۰، ص ۴۹). با توجه به سهم رو به افزایش گردشگران فرهنگی در جهان و موقعیت ایران از نظر گردشگری فرهنگی، توجه ویژه‌ای به گردشگری فرهنگی در کشور و درک علمی از امکانات و محدودیت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای آن شده است. با این حال، متأسفانه وضعیت ایران در مقایسه با دیگر کشورهای منطقه مطلوب و قابل توجه نیست (حاج آقامیر و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۲۰۱). گردشگری فرهنگی عبارت است از حرکت افراد به سمت جاذبه‌های فرهنگی به دور از مکان عادی محل سکونت خود، با هدف جمع‌آوری

اطلاعات و تجربیات جدید برای رضایت فرهنگی خود نیاز دارد (Richards, 1996, p 24). گردشگران فرهنگی در دو دسته مجزا طبقه‌بندی می‌شوند (Pddurru ... , 2015, p 2)؛ آن‌هایی که در پی محصولات و خدمات گردشگری استانداردند و کسانی که مایل به داشتن تجربیات معتبرند.

توسعه فرهنگی خاصیت ملی دارد و در درون هر کشور و جامعه خاص انجام می‌شود. توسعه فرهنگی در هر کشور با کشورهای دیگر متفاوت است و کشور می‌تواند، مبتنی بر سنت‌های تاریخی خود، توسعه فرهنگی خاص خود را داشته باشد (رضایی و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۵۴). گردشگری فرهنگی انواع گوناگونی دارد که در جدول ۲ تشریح شده‌اند.

جدول ۲: انواع گردشگران فرهنگی (گردشگری و فرهنگ شهر،^۱ فصل ۱: ۴)

مشخصات	نوع گردشگر فرهنگی
گردشگر فرهنگی، انگیزه اولیه برای بازدید از یک مقصد و گردشگر تجربه فرهنگی بسیار عمیقی دارد.	گردشگر فرهنگی هدفمند
گردشگری فرهنگی دلیل اصلی بازدید از یک مقصد است، اما عمق تجربه کمتر است.	گشت‌وگذار فرهنگی گردشگر
گردشگری که به دلایل فرهنگی سفر نمی‌کند، اما پس از آن با شرکت کردن در نهایت تجربه گردشگری فرهنگی عمیقی به دست می‌آورد.	گردشگر فرهنگی سرگردان
انگیزه ضعیفی برای سفر گردشگری فرهنگی است و در نتیجه آن تجربه نیز سطحی است.	گردشگر فرهنگی گاه‌به‌گاه
این گردشگر به دلایل فرهنگی سفر نمی‌کند، اما در برخی فعالیت‌ها شرکت می‌کند و تجربیات سطحی دارد.	گردشگری فرهنگی اتفاقی

گردشگران علاقه فزاینده‌ای به تاریخ و میراث فرهنگی از خود نشان می‌دهند (عسگری نمین و ناهیدی آذر، ۱۳۹۲). گردشگری فرهنگی در محوطه‌های تاریخی موجب حفظ و پایدار ماندن میراث فرهنگی، هنرها، سنت‌ها و آداب و رسوم ملت‌ها، احیای غرور فرهنگی، ملی و همچنین بروز تبادلات میان فرهنگی می‌شود. بنابراین، حفظ و توسعه گردشگری فرهنگی به‌ویژه در سایت‌های تاریخی نقش بسیار مؤثری در ماندگاری فرهنگ کشور و رواج آن در بین کشورهای دیگر توسط گردشگران دارد (گلچین و ایرانی بهبهانی، ۱۳۹۰).

محوطه‌های باستانی و مناظر فرهنگی به‌علت آن‌که اطلاعات زیادی در خصوص گذشتگان و نحوه زندگی آن‌ها به بشریت می‌دهند اهمیت ویژه‌ای دارند و در تمامی نقاط جهان مدارک مستند و گویای تاریخ گذشتگان یک مرزوبوم هستند. این محوطه‌ها و مناظر، همچون مکان‌هایی با اهمیت فرهنگی، زندگی مردم را غنی می‌کنند و غالباً احساس عمیق و الهام‌بخشی را از پیوند با اجتماع و چشم‌انداز، با گذشته و تجربه‌های زنده فراهم می‌آورند (گلچین و ایرانی بهبهانی، ۱۳۹۲). این مناظر و مکان‌ها اسنادی تاریخی هستند که به‌منزله نمودهای محسوس هویت واجد اهمیت هستند. مناظر و مکان‌هایی با اهمیت فرهنگی تنوع جوامع را منعکس می‌کنند و درباره گذشتگان و فرهنگشان توضیح می‌دهند و در واقع میراث فرهنگی آن کشور را تشکیل می‌دهند (Pillay, 1997). استفاده از محوطه‌های تاریخی به‌منظور ارتقای گردشگری و جذب گردشگران فرهنگی اهمیت بسیاری دارد. بسیاری از کشورهای فعال در عرصه گردشگری با یادآوری رویدادهای تاریخی به جذب گردشگران و ایجاد بهره اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌پردازند.

چوگان

چوگان یک سنت فرهنگی ایرانی و بخشی از سنن، میراث و هنر ایرانشهر است که قدمتی بیش از ۲۵۰۰ سال دارد. زمینه پیشرفت و ترقی آن از دوران هخامنشیان شروع شد و در روزگار ساسانیان به اوج رسید. در آن زمان، از این بازی به‌منظور کسب آمادگی نظامی و سرگرمی استفاده

می‌کردند، به طوری که در اواسط حکومت ساسانیان جنبه اشرافی به خود گرفت و میدان‌هایی برای برگزاری آن بنا شد (بیژن، ۱۳۵۰، ص ۱۲). شاهان و پهلوانان ایرانی در مجالس بزم خود غالباً از شکار و چوگان برای تفریح و غم‌زدایی استفاده می‌کردند (حسن‌زاده میرعلی و شامانی، ۱۳۸۹، ص ۳۲). ایران از حیث تنوع میراث معنوی جزء کشورهای نادر است. چوگان در ایران از پیشینه و تاریخ غنی بهره‌مند است. فرصتی که این بازی برای ایران مهیا می‌کند بسیار ارزشمند است و سود بردن از این بستر موجب غنای عناصر فرهنگی کشور می‌شود. جدول ۳ به بخشی از مصادیق بازی چوگان در نواحی گوناگون اشاره می‌کند.

جدول ۳: مناطق حائز اهمیت و مصادیق چوگان

مکان مهم	دوره زمانی	مصادیق
بیشاپور- کازرون	ساسانیان	در دوره ساسانی، فرزندان نجیب‌زادگان و گروه‌های مرفه، علاوه بر فراگیری قطعاتی از اوستا، آداب و رسوم مذهبی و ملی، خواندن و نوشتن و حساب، به چوگان‌بازی، سوارکاری، شمشیربازی، شطرنج‌بازی، تیراندازی و کشتی‌گیری نیز مشغول می‌شدند. معلمان و مربیان این درس‌ها و ورزش‌ها از ماهرترین و ورزیده‌ترین و پاک‌دامن‌ترین افراد جامعه انتخاب می‌شدند و درس‌های خود را با صداقت و صرف وقت فراوان تعلیم می‌دادند (تکمیل همایون، ۱۳۶۸، ص ۵۶-۵۷). کازاما (۱۳۰۸ تا ۱۳۱۱ هـ ش) نیز به علاقه خسرو پرویز، پادشاه ساسانی، اشاره کرده و نوشته است که چوگان‌بازی در ایران پدید آمد. خسرو پرویز این بازی را دوست داشت. سرپرستی سایکس یکی از چهره‌های برجسته شرق‌شناس و ایران‌شناس انگلستان است که ۲۵ سال از عمر خود را در ایران گذرانده است (آقاجری و محمدی، ۱۳۸۵). وی در کتاب تاریخ ایران (۱۳۰۹ هـ ش) می‌نویسد: بازی چوگان در میان پادشاهان ساسانی معمول بود. شاپور اول به این بازی علاقه داشت. معروف است که از میان پادشاهان، نه تنها خسرو پرویز، بلکه شیرین و بانوهای او در ساعات تفریح چوگان بازی می‌کردند.
خراسان	قرن سوم هـ ق	بازی چوگان در دوره ساسانی دارای آیین‌نامه بوده است (تفضلی، ۱۳۷۶، ص ۲۴۶) که رسم و چگونگی بازی را بیان می‌کرد. بازی چوگان در دوره ساسانی به منزله یک سنت در دربار شاهی بین شاهزادگان، خانواده‌های درباریان، نظامیان رواج داشت. در هر منطقه و مکانی که شاهان و درباریان حضور داشته‌اند برای تفریح و سرگرمی و در بین نظامیان به منزله مشق رزم به بازی چوگان می‌پرداختند. سابقه بازی چوگان در برخی از شهرها و روستاها طبق اسناد و مدارک انکارناپذیر است. در دوره ساسانیان، بازی چوگان در شهرهای ایران مرسوم بوده است. آثاری از چوگان وجود داشته است و به مرور آن منطقه یا روستا به چوگان نام‌گذاری شده است (مولادوست و همکاران، ۱۳۹۶-الف، ص ۴۴). بیشاپور کازرون پایتخت دوره ساسانیان است و، براساس مطالب پیش‌گفته، بازی چوگان در شهرهای اصلی و محل‌های حکومتی رواج داشت. بازآفرینی رویدادهای تاریخی در منطقه تنگ چوگان در به یادآوری حافظه تاریخی اثربخش است.
تبریز	صفویه	قاپوسنامه داستان بازی عمرو بن لیث حاکم خراسان را نقل می‌کند (عنصرالمعالی کیکاووس، ۱۳۷۸، ص ۹۶). گزارش حسن بیگ روملو از بازی چوگان شاه تهماسب در تبریز اولین پایتخت صفویان: روزی، در میدان صاحب‌آباد تبریز، در خدمت مؤید صاحبقران چوگان می‌باخت و گلگون نخوت و غرور در آن عرصه وسیع به هر طرف می‌تاخت و آن روز جمعه بود قریب به عصر. حضرت خاتم‌المجتهدین، در دفع شر و فتنه و افساد او، دعای سیفی و دعای انتصاب مظلوم از ظالم، که منسوب به امام همام ابا عبدالله الحسین علیه تحیه والسلام است، می‌خواند. هنوز دعای دوم را به اتمام نرسانیده بود و کلمات «قرب احله وایتم والده» در زبان داشت که محمودبیگ در اثنای چوگان بازی از اسب افتاده سرش چون گوی پامال سم سمند خذلان گشت و بر خاک مذلت و هوان یکسان گشت (روملو، ۱۳۸۴، ص ۱۲۲۵).

1. Kazama

مکان مهم	دوره زمانی	مصادیق
قزوین	صفویه	<p>پیتر و دلاواله، که در سال ۱۰۲۵ هـ ق وارد ایران شد، شاه عباس در قزوین جشنی به مناسبت پیروزی بر عثمانی برگزار کرد و در این جشن در حضور دلاواله چوگان بازی کردند. دلاواله از چوگان چنین می‌گوید:</p> <p>میدان بزرگ در قزوین مورد توجه وی قرار گرفت. این میدان به زیبایی میدان اصفهان نبود. اما طول به همان اندازه و عرض آن یک سوم طول است. علت بزرگی میدان زمین چوگان بود. دروازه‌های این بازی نیز یکی در بالا و دیگری در پایین میدان قرار داشت. در دو طرف میدان، یک قصر کوچک سلطنتی با ایوان‌های متعدد برای تماشای بازی چوگان ساخته شده بود.</p> <p>شاه وقتی تمایل به بازی دارد، از طریق نقاره، بازیکنان را فرامی‌خواند و عده‌ایی را که دوست دارد و می‌پسندد برای بازی برمی‌گزیند. شاه در بازی از همه ماهرتر است.</p> <p>چوگان تقریباً شبیه بازی کالجوبین مردم فلورانس است که با پای پیاده انجام می‌دهند. نحوه بازی از این قرار است که هر طرف تلاش دارد توپ را به دروازه مقابل برساند و فرق میان بازی مردم فلورانس با بازی ایرانیان این است که آن‌ها پیاده و در میدان کوچکی با تعداد زیادی بازیکن این بازی را انجام می‌دهند و به یکدیگر ضربه و تنه و مشت می‌زنند، درحالی‌که تعداد بازیکنان ایرانی بیش از پنج تا شش نفر نیست و همه سوار بر اسب هستند و بسیار متین بازی می‌کنند و به یکدیگر تنه و مشت نمی‌زنند (دلاواله، ۱۳۷۱، ص ۲۹۱، ۲۹۴، ۲۹۵).</p>
اصفهان	صفویه	<p>میدان نقش جهان در سال ۱۰۲۱ هـ ق به فرمان شاه عباس بزرگ پنجمین شاه صفوی ایجاد شد. این میدان، با ۵۰۰ متر طول و تقریباً ۲۰۰ متر عرض، یکی از بزرگ‌ترین و زیباترین میدان‌های جهان به شمار می‌آید که الگوی اصلی میدان‌های چوگان در جهان است.</p> <p>میدان نقش جهان (میدان امام) اصفهان از جمله بناهایی است که کارکرد چوگان به‌روشنی در آن هویدا است. این میدان مرکز رژه‌ها، سان‌ها و بازی‌ها به‌ویژه چوگان بوده است و یکی از بناهای تاریخی و دیدنی اصفهان محسوب می‌شود. این میدان محل ملاقات شاه و شهروندان و همچنین زمین چوگان محسوب می‌شد (رحمانی سامانی، ۱۳۸۸، ص ۴۲).</p> <p>چوگان‌بازی در میدان بزرگی، که در هریک از انتهای مقابلش دو ستون مقداری دور و برابر هم تعبیه شده و به‌جای دروازه است، انجام می‌شود. هنگام شروع بازی، گوی را در وسط میدان می‌اندازند و بازیکنان، درحالی‌که چوگان به دست دارند، برای زدن گوی به هر سو می‌تازند و، چون دسته چوگان کوتاه است، باید بدن خود را به طرف زمین خم کنند تا بتوانند گوی را به ضرب چوگان به گردش درآورند. از جمله قوانین بازی چوگان این است که گوی را در حال تاختن اسب به چوگان بزنند و برنده بازی دسته‌ای است که دفعات بیشتر گوی را از دروازه حریف گذرانده باشد. این بازی با دو دسته، که هریک متشکل از پانزده تا بیست نفر است و با هم رقابت می‌کنند، انجام می‌شود (شاردن، ۱۳۷۴، ص ۷۸۳).</p>
کاشان	صفویه	<p>گزارش‌های ملاجلال منجم نیز نشان می‌دهد، در دوره شاه عباس، بازی چوگان در شهر کاشان نیز مرسوم بوده است. او در شرح وقایع سال ۱۰۱۱ هـ ق به شرح بازی پنج‌روزه اشاره می‌کند. شانزدهم نزول در کاشان واقع شد و پنج روز به چوگان‌بازی و صحبت مشغول بودند و چراغانی بسیار خوب در پشت بام‌ها و بازارها فرمودند (منجم یزدی، ۱۳۶۶، ص ۲۳۴).</p>
ساری	قرن چهارم	<p>داستان بازی چوگان در طبرستان توسط اصفهبد شاه غازی یکی از نشانه‌های این بازی در ساری است. در بخشی از این روایت آمده است:</p> <p>جمله لشکر را به ساری خواند ... فرمود که چوگان بیاورند. گوی را به چوگان گرفت و ... و یک سر گوی بزد و چوگان بینداخت (ابن اسفندیار، ۱۳۸۶، ص ۳۱۱).</p>
دوره صفویه		<p>همچنین، به اهمیت بازی چوگان از منظر شاه می‌پردازد و در سال ۱۰۱۶ هـ ق به حضور شاه در شهر ساری اشاره می‌کند که دستور شاه مبنی بر بازسازی شهر بعد از سیل بود. شاه فرمان داد که میدانی به مساحت ۴۰۰ ذرع در ۱۵۰ ذرع برای بازی چوگان آماده کنند و در روز عید در میدان سبز ساری چوگان بازی کردند و مازندرانیان چوگان را بسیار خوب باختند^۱ (منجم یزدی، ۱۳۶۶، ص ۳۳۵).</p>

مکان مهم	دوره زمانی	مصادیق
گیلان- لاهیجان	صفویه	پس از شکست لشکر خان احمد خان گیلانی، به شهر لاهیجان وارد و بر تخت خان احمد خان گیلانی نشست و برای دلجویی از مردم دستور آزادی اسیران را داد. سپس، شاه عباس دستور داد که باغ پیش قلعه را که از انواع و الوان گل و ریاحین غیرت خلد برین و از وفور اشجار میوه‌دار نمودار سپهر دوار بود، هموار سازند. بیل‌داران حسب الامر عمل کردند و تمامی آن زمین جنت‌ترین را بر هم زدند، اشجار و ازهار و خیابان‌ها را با خاک یکسان کردند و اثری از آن باقی نگذاشتند. قریب دوازده هزار ذرع زمین را (که اکنون سبزه میدان اشتهار دارد) برای چوگان بازی و قیق‌اندازی ترتیب دادند و درخت قیق (قیق) نصب کردند. شاه عباس بنفسه متوجه نشده به اتفاق امرا و معتبران و مخصوصاً بلعب چوگان بازی و قیق‌اندازی مشغول شده و لوازم و شرایط امور مذکوره به عمل آوردند و کردند آنچه کردند (فومنی، ۱۳۵۳، ص ۱۰۹).
کرمان	صفویه	کاروانسرای گنجعلی خان کرمان دیوارنگاره‌هایی از چوگان، شکار و بزم دارد. از آن جایی که ساخت این کاروانسرا در دوره صفویه انجام شده و بازی چوگان در این دوره بسیار مورد توجه حاکمان و شاهان بود، قطعاً بازی چوگان در کرمان، به‌منزله مرکز مدیریت دولتی و حکومتی در شرق ایران، به کرات انجام می‌شد.
روستاها	دوره‌های گوناگون	اسناد و مدارک موجود گویای سابقه بازی چوگان در برخی از مناطق و روستاها است. در دوره‌هایی از تاریخ نظیر ساسانیان، صفویان قدرت مند بودند و ایران در شکوه کامل بود و در مناطق گوناگون ایران این بازی رواج داشته است. آثاری در آن مناطق به جای مانده و به‌مرور آن منطقه یا روستا به نام چوگان نام‌گذاری شد. روستای چوگان از توابع شهرستان فراهان در استان مرکزی از آن جمله است. علت نام‌گذاری آن وجود آتشکده فردقان در نزدیکی این روستا در حد فاصل پنج کیلومتری است. همچنین، پادشاهان ساسانی از این منطقه به‌منزله منطقه تفریحی استفاده می‌کردند و بازی چوگان در این منطقه انجام می‌شده و اهمیت بسیاری داشته است.

روش پژوهش

این مطالعه پژوهشی از نوع کاربردی است که به روش مروری اجرا شده است. تجربه زیسته محقق در بیان محتوایی و تحلیلی این داده‌ها استفاده شده است.

هدف از پژوهش حاضر تبیین مفهوم گردشگری چوگان بر مبنای ارزش‌های گردشگری فرهنگی است. بدین منظور، با مرور تحقیقات قبلی و استدلال مستقل و روش‌مند اکتشافی برای دستیابی به ایده نو و کاربردی برای ایجاد و توسعه مدلی تازه، از انواع گردشگری به‌وسیله توصیف، تلفیق، تبیین روابط و روندهای موجود در بدنه دانش گردشگری استفاده شده است.

بحث

گردشگری ورزشی به دلیل عوامل اقتصادی، نگرش، تغییر ارزش‌ها (Kumar, 2018) و آگاهی از شیوه زندگی فعال (Hua & Chiu, 2013) محبوبیت فراوانی یافته است (Mokras-Grabowska, 2016). یکی از فعالیت‌های مهم گردشگران در طول سفر ورزش است (Ghotnian et al., 2013) و گردشگران ترجیح می‌دهند سفر خود را با فعالیت‌های تفریحی و ورزشی همراه کنند (Gozalova et al., 2014). بنابراین، ورزش و مسافرت بخش جدایی‌ناپذیر جامعه مدرن امروزی است و در واقع به‌نوعی مولد گردشگری است (Kumar, 2018). بسیاری از چوگان‌بازان در دنیا علاقه مند به بازی در ایران - موطن اصلی چوگان - هستند. آشنا شدن بسیاری از آن‌ها با قدیمی‌ترین زمین چوگان جهان جذابیتی است که می‌تواند انگیزه لازم را برای جذب گردشگران خارجی فراهم آورد و مهم است که مدیران، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران در برنامه‌های استراتژی گردشگری کشور به این امر توجه کنند.

در حال حاضر، ایران در زمینه گردشگری ورزشی بالاخص مناطق پنهان عملکرد خوبی نداشته است. همچنین، برنامه مدونی در زمینه گردشگری ورزشی به چشم نمی خورد. از این رو، اگر در این زمینه توسعه پیدا کند، از منظر سیاسی، ارتباطات تقویت می شوند. همچنین، تبادلات فرهنگی مثبت و ترویج فرهنگ و آداب سنتی مناطق پنهان و معرفی برند کشور در حوزه های گوناگون آثار اجتماعی مثبت بسیاری برای کشور به همراه دارند (مرتضایی و کلاته سیفری، ۱۳۹۹، ص ۷۵).

منطقه تنگ چوگان در بیشابور کازرون از منظر ارزش های فرهنگی و پیشینه تاریخی چوگان در جهان و حتی در ایران مغفول واقع شده است. این منطقه و بسیاری از روستاها و مناطق شهری، که در گذشته به بازی چوگان اشتها داشته اند، امروزه فراموش شده اند. در صورتی که بازسازی فرهنگی و تاریخی این مناطق در ایجاد تحول در گردشگری فرهنگی ایران بسیار مؤثر هستند. تجربه بسیاری از کشورها بر مبنای به خاطر آوری خاطرات تاریخی آن کشورها استوار است، ایران از منظر حافظه تاریخی رویدادهای بسیار غنی دارد، اما کمتر به موضوعات تاریخی، وقایع و رخدادها پرداخته است. امکان بازآفرینی رخدادهای بازی چوگان در شهرهای تبریز، قزوین، اصفهان و استان های گیلان، مازندران وجود دارد. همچنین بازآفرینی رویدادهای چوگان در مناطق گردشگری تاریخی نظیر تنگ چوگان بیشابور کازرون و روستاها و مناطق عشایری، که سابقه بازی چوگان هم در آثار مکتوب و هم به صورت میراث مادی مشهود است، امکان پذیر است.

فستیوال های ورزشی سنتی، به منزله بارزترین نماد ارزش های فرهنگی، جدیدترین فرصت های گردشگری در دهه اخیر شده اند (قرلسفلو و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۱۲۵). پیوند بین ارزش های فرهنگی و جشنواره های ورزشی جوامع فرصت جدیدی از گردشگری را تحت عنوان گردشگری ورزش های سنتی^۱ پدید آورده است. به نحوی که هر زمان بتوان پیوندی منطقی بین فعالیت های ورزشی ناشی از آداب و رسوم جوامع با جذابیت های طبیعی به وجود آورد، امکان سود بردن از مزایای متعدد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ناشی از حضور گردشگران به منظور توسعه و بهبود سطح زندگی افراد به وجود می آید (حسین پور و همکاران، ۱۳۹۳). برگزاری بازی های نمادین چوگان در سال های اخیر در شهرهای قزوین، اصفهان و تبریز بسیار مورد توجه عامه مردم قرار گرفت. اگر برنامه های مدون و منظمی با تبلیغات و اطلاع رسانی اصولی و دقیق در سطح منطقه، ملی و جهانی انجام شود، این گونه رویدادها آثار مثبت و مؤثری در توسعه چوگان و گردشگری به همراه خواهند داشت. برنامه ریزی روی جاذبه های گوناگون و هدایت گردشگران به سمت جاذبه های پنهان و کمتر شناخته شده موجود در کشورمان بسیار مفید و مؤثر خواهد بود. ایران — به دلیل دارا بودن تنوع اقلیمی و زیستی، وضعیت توپوگرافی بی نظیر، وجود جاذبه های تاریخی و فرهنگی — توانمندی های فراوانی را برای جذب گردشگر و به خصوص گردشگری ورزشی دارد، ولی این جاذبه های بی نظیر و مناطق بکر به خوبی و به وضوح برای عموم معرفی نشده است و ناشناخته مانده اند. گردشگری صنعتی رو به رشد است، خصوصاً برای کشوری مانند ایران که مناطق پنهان بسیاری در آن وجود دارد؛ مناطق بکر و ناشناخته ای که، با توجه به آداب و رسوم و فرهنگ خاص خود، ورزش های سنتی مخصوص خود را دارد که می توان به شکل فستیوال گردشگران زیادی را به سمت آن هدایت کرد. همچنین، مناطق پنهان موجود در دل طبیعت از جمله مناطق کوهستانی، کویری، جنگلی و دریایی می توانند میزبان ورزش های حرفه ای، آماتوری و انتزاعی باشند (مرتضایی و کلاته سیفری، ۱۳۹۹، ص ۷۷). از این منظر، باید به بازی چوگان، که در بین عشایر برخی از مناطق کشور رواج دارد، توجه شود. سوارکاری در بین روستاییان و عشایر کاملاً مرسوم است و حتی ورزش هایی نظیر تیراندازی روی اسب، اسب دوانی، کمان گیری روی اسب، مسابقه و نمایش زیبایی اسب و بازی های سنتی چوگان در مناطق گوناگون کشور به روش سنتی رواج دارند و هم اکنون نیز مرسوم هستند. از این رو، توجه به چوگان، به منزله یکی از عناصر اصلی و فرهنگی قابل توسعه از سوی مدیران و سیاست گذاران، بسیار مهم است.

بنابراین، با برگزاری رویدادهای ورزشی و مسابقات متعدد به خصوص در میدان نقش جهان اصفهان و تنگه چوگان بیشابور می‌توان به بازسازی تاریخی بازی چوگان به‌منزله قدیمی‌ترین ورزش تیمی جهان، که پیشینه تاریخی و ایرانی بودن آن در بین آحاد بازیکنان چوگان در سطح جهانی کاملاً شناخته شده است، همت کرد.

بازی چوگان در دوازدهمین اجلاس یونسکو به‌منزله میراث ناملموس با نام «چوگان، بازی سوار بر اسب همراه با موسیقی و روایتگری» ثبت جهانی شده است. چوگان ایرانی تاریخچه‌اش به بیش از ۲۰۰۰ سال پیش بازمی‌گردد. در این بازی، هر تیم به سه گروه بازیکن، نوازنده و راوی تقسیم می‌شود. چوگان عنصری فرهنگی، هنری و ورزشی است که به صورت مستقیم در سلامت جسم و روح اثر می‌گذارد و با تاریخ و هویت بازیکنانش ارتباطی قوی دارد. این بازی در ادبیات، داستان‌سرایی، ضرب‌المثل‌ها، صنایع دستی و وسایل زینتی حضور پررنگی دارد و به‌منزله عنصری که سلامت جسم و روح را بهبود می‌بخشد، رابطه‌ای را میان طبیعت، انسان و اسب به وجود می‌آورد. به صورت سنتی، چوگان در خانواده‌های ایرانی از نسلی به نسل دیگر آموزش داده می‌شده است و خانواده‌ها و بازیکنان محلی همچنان از تکنیک‌های چوگان پاسداری می‌کنند. باین همه، در دهه‌های گذشته، انجمن‌های چوگان نیز تأسیس شده‌اند که دوره‌های آموزشی برگزار می‌کنند، استادان محلی را حمایت می‌کنند و به انتقال تمامی جنبه‌های چوگان و حفظ تنوع محلی آن یاری می‌رسانند. یونسکو بر لزوم حفاظت و ترویج این آیین و مهارت ورزشی کهن ایرانی تأکید می‌کند (کمیسون ملی یونسکو ایران، ۱۳۹۶).

آثار هنری چوگان

صحنه‌های بازی چوگان در آثار هنری گوناگون و بسیار متنوع در قالب نگارگری، نقاشی و سکه‌ها از دوران‌های گوناگون به جای مانده است که بسیاری از این آثار قدمت و تعلق چوگان به ایران زمین را نشان می‌دهند و ارزش‌های تاریخی و فرهنگی بی‌شماری برای ایران در بر دارند.

جاذبه‌های گردشگری چوگان

از آنجایی که گردشگری دارای آثار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است، برگزاری یک مسابقه ورزشی نمادین با رویکرد گردشگری، علاوه بر آثار پیش‌گفته، اثر ورزشی نیز دارد. انتظار می‌رود، آمیختگی ورزش با پیشینه‌های تاریخی و ارزش‌های فرهنگی آن، نتایج اثربخش‌تر و آثار مهمی از خود به جا بگذارد. گردشگری چوگان در حوزه‌های گردشگری ورزشی، تاریخی و فرهنگی قابل‌بیان است (مولادوست و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۸۴).

آثار تاریخی به‌جامانده از چوگان اعم از میدان‌های چوگان نظیر میدان نقش جهان اصفهان - قدیمی‌ترین زمین چوگان موجود در جهان - شهر قزوین به‌منزله پایتخت اولیه دوره صفویه، مکتوبات موجود مانند سفرنامه‌ها که اطلاعات کاملی در خصوص وضعیت و پیشینه تاریخی چوگان و رویدادهای گوناگون آن به‌اندازه‌ای وجود دارد که برای بازدیدکنندگان و گردشگران داخلی و خارجی فضای مناسبی است. اگر به موضوع چوگان به‌منزله عناصر قابل پرداختن در حوزه گردشگری توجه شود، ارزش‌های فراوانی از آن شاهد خواهیم بود. بازی‌های انجام‌شده توسط شاهان در حضور سفرا و مقامات گوناگون کشورهای هم‌چون اسپانیا، که در سفرنامه‌ها ذکر شده است یا توصیفات شاردن از میدان نقش جهان اصفهان در حضور شاهان و مقامات آن دوره به‌منزله آثار مکتوب می‌توانند ارزش‌های بسیاری برای بازآفرینی این بازی با حضور مقامات کشورهای گوناگون و انگیزه لازم برای سفر و تماشای گردشگران خارجی و داخلی داشته باشند.

گردشگری ورزش چوگان یا پولوتوریسم^۱ عبارت است از انجام سفر در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به‌قصد بهره‌برداری از لذت‌های گردشگری چوگان شامل دیدن اماکن تاریخی و باستانی، مسابقات چوگان، جشن‌ها، شب شعرها و رویدادهای فرهنگی و برنامه‌های

جانبی ورزش چوگان (مولادوست، ۱۳۹۶). گردشگری چوگان جایگاه و اهمیت ویژه‌ای در برخی از کشورها دارد و با ارائه برنامه‌ها و مراسم هیجان‌انگیز متعدد و ارائه بسته‌های گردشگری برای هیجان‌گردشگران و دوست‌داران ورزش چوگان در این زمینه تلاش‌های زیادی انجام داده‌اند (مولادوست، ۱۳۹۲). شناخت و درک انواع جاذبه‌های گردشگری چوگان در ایران از قبیل میدان نقش جهان اصفهان، آثار تاریخی قزوین، تنگ چوگان، چوگان با شتر و صنایع دستی می‌تواند در راستای شناساندن ضرورت و اهمیت این حوزه به مدیران و علاقه‌مندان به توسعه کمک زیادی بکند (مولادوست، ۱۳۹۴). حفظ و احیای آداب، رسوم و سنن ملی، تهیج نهاد‌های محلی و منطقه‌ای، افزایش سطح آگاهی عمومی از پیشینه‌های فرهنگی ایران از جمله آثار فرهنگی توسعه و ترویج گردشگری چوگان ذکر کرد.

برگزاری رویدادهای ورزشی در توسعه تصویر مقصد و افزایش فرصت‌هایی درآمدی برای مقاصد گردشگری مفید هستند. گردشگری رویداد یکی از عوامل انگیزشی مهم در گردشگری است که عاملی مهم در برنامه‌های توسعه و بازاریابی اکثر مناطق به شمار می‌رود (خوشه‌بست و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۵). بازی چوگان قابلیت برگزاری و اجرای رویدادهای گوناگون ورزشی و تفریحی، گردشگری، ادبی و غیره را دارد. تمرکز به توانایی‌ها و فرصت‌های بالقوه چوگان باعث رشد و توسعه وضعیت موجود می‌شود. گردشگری چوگان (پولوتوریسم) دارای توانمندی‌ها و جاذبه‌های متنوعی است که بخشی از آن در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴: تقسیم‌بندی گردشگری چوگان

نوع	موضوع	مقصد و هدف	مصادیق
تاریخی	تاریخی	بازدید از تنگه چوگان، میدان نقش جهان اصفهان	تعداد اماکن تاریخی ثبت شده ملی و بین‌المللی میدان نقش جهان اصفهان باشگاه چوگان نوروزآباد باشگاه چوگان قصر فیروزه آثار به جای مانده از تنگه چوگان بیشاپور تاریخ شهر قزوین
	یادبودها و یادمان‌ها	آثار دوره ساسانیان در تنگه چوگان، دروازه‌های سنگی چوگان در میدان نقش جهان اصفهان	
	مردم‌شناسی	دیدار با مردمان ابداع‌کننده ورزش چوگان	شعر و ادبیات، موسیقی سنتی، جشنواره‌های عشایری، جشنواره‌های روستایی
	شناخت آثار هنری	مانند نقاشی و نگارگری	
ورزشی	شناخت آثار صنایع دستی	مانند سفال، منبت و معرق	نمادهای چوگان در صنایع دستی، انواع ظروف با نقش چوگان
	تماشای مسابقات	ارضای کنجکاو و تماشای بازسازی گذشته تاریخی	برگزاری بازی‌های نمادین در اصفهان و قزوین
	برگزارکننده مسابقات	کلیه عوامل اجرایی و مدیریتی استان و کشوری	
جاذبه‌های طبیعی	هوداران ورزشی	طرف‌داران ورزش‌های سنتی به خصوص طرف‌داران سوارکاری و علاقه‌مندان حوزه صنعت اسب	
	تنوع محیط زیستی ایران	چهار فصل بودن ایران دسترسی به دریا، جنگل، کوهستان، دشت، کویر	
	فضای سبز و مفرح	روستا و مناطق عشایری	
	وجود حیوانات اهلی (انواع اسب)	دشت‌ها در مناطق عشایری	
		انواع اسب‌های نژادهای بومی اسب کاسپین شتر	چوگان با شتر در برخی از کشورها مرسوم است.

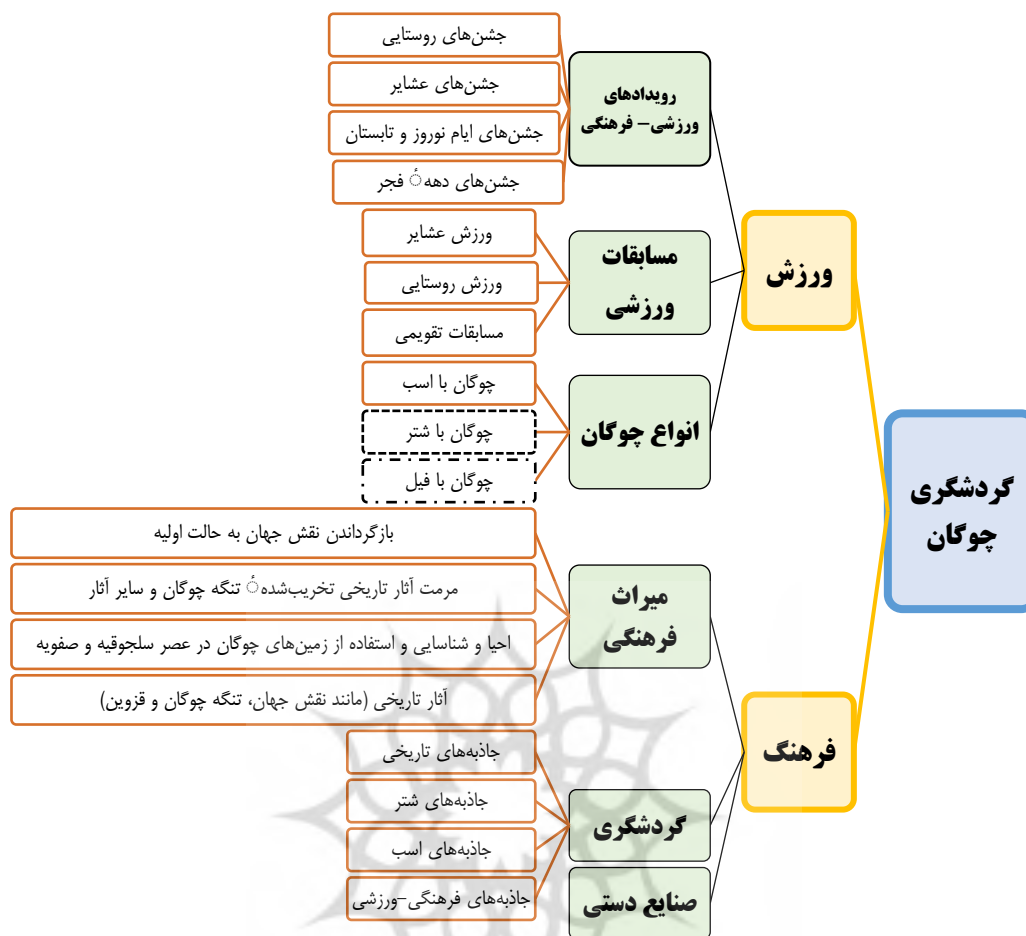
نتیجه‌گیری

رقابت‌های شدید در عصر حاضر برای دستیابی به بازارهای داخلی، منطقه‌ای و جهانی در همه حوزه‌های اقتصادی برای همه دولت‌ها مهم و حائز اهمیت شده است. از سوی دیگر، امروزه فضای رقابتی از مزیت نسبی خارج و به فضای فرارقابتی تبدیل شده است. در چنین فضایی، دیگر اتکا به داشته‌های گذشته یا توانمندی‌های موجود برای همیشه پایدار نیست و متکی بودن به برخی از مزیت‌ها در درازمدت موجب دوام و پایداری یک صنعت یا یک مزیت نخواهد شد. فضای فرارقابتی شرایطی ایجاد می‌کند که همه افراد علاقه‌مند به حضور در یک عرصه یا صنعت می‌توانند در حوزه مورد نظر وارد شوند و با دیگران به رقابت بپردازند. توانمندی‌ها و مزیت‌های رقابتی ایران در عرصه گردشگری فرهنگی چوگان امروزه می‌تواند برای علاقه‌مندان جهانی بسیار جذاب و ارزشمند باشد. اما این ایده تا زمانی قابل اتکا است که کشورهای دیگر خواهان ورود و تصاحب آن نباشند. با وجود این، تجارب تاریخی از جمله اقدام کشور آذربایجان برای ثبت جهانی چوگان به نام خود و برگزاری رویدادهای گوناگون چوگان در کشورهای گوناگون و ایجاد زیرساخت‌های مناسب نشان می‌دهد که کشورهای گوناگون با ایده‌پردازی و توجه به نیازهای جهانی برای خود و کشورشان موقعیت‌های توسعه و درآمد ایجاد می‌کنند. بنابراین، توجه به گردشگری چوگان به منزله عنصری فرهنگی در راهبرد گردشگری فرهنگی باید مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان قرار گیرد.

نتایج به‌دست‌آمده از این مطالعه نشان می‌دهد که آداب، رسوم و فرهنگ و عناصر فرهنگی به‌خصوص چوگان به‌همراه نمونها و عناصر گوناگون هویتی آن، که به‌روشنی از تمدن ایران حکایت می‌کنند، زمینه لازم برای ایجاد و توسعه گردشگری مستقل با عنوان «گردشگری چوگان» را دارند.

دیاگرام به‌دست‌آمده فرصت‌هایی که چوگان فراهم می‌کند راه روشنی را پیش‌روی مدیران گردشگری در ایران قرار می‌دهد. این فرصت‌ها و زمینه‌ها جزء دارایی و سرمایه فرهنگی ایران زمین است که از نیاکان به نسل کنونی رسیده است. بنابراین، غفلت و بی‌توجهی به این سرمایه فرهنگی در آینده موجب خسران و ضرر فراوان به هویت ملی مردمان ایران زمین می‌شود.

با سازمان‌دهی سفر برای اقشار گوناگون، این امکان برای توسعه گردشگری مناطق مهیا می‌شود. با سرمایه‌گذاری بر روی نوع شخصیت گردشگران به‌خصوص دانش‌آموزان و علایق و مهارت‌های آن‌ها، ارزش‌های تاریخی و فرهنگی مردم مناطق گردشگری به آن‌ها نشان و آموزش داده می‌شود (Zlate, 2017, p 2). سامان‌دهی، سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی و تشکیل گروه و انجمن‌های گردشگری چوگان و هدایت گردشگران داخلی و خارجی به مصادیق و آثار به‌جای‌مانده از بازی چوگان در مناطق و شهرهای گوناگون در کنار سایر دیدنی‌های مادی و معنوی ایران می‌تواند از وضعیت موجود به بهترین نحو سود برد و سرمایه فرهنگی را به اقتصاد و ثروت مادی تبدیل کرد. اشتغال‌زایی و توسعه مناطق و تولیدات صنایع دستی با الهام از آثار گوناگون هنری چوگان اعم از مینیاتور، سفال، گلیم، فرش و غیره از دیگر دستاوردهای ایجاد و توسعه گردشگری چوگان خواهند بود.



شکل ۱: مدل حوزه‌های گوناگون نفوذ گردشگری چوگان

گردشگری چوگان، علاوه بر این که دستاوردهای لازم را برای گردشگری ورزشی به همراه دارد، در شناساندن ارزش‌های فرهنگی و تاریخی ایران نیز کمک‌کننده است. فرصت‌های لازم را برای معرفی روستاها و حوزه‌های کمتر شناخته شده و به خصوص نقاط قوت و تاریخی عشایر را معرفی و نمایان می‌کند. توجه به این حوزه گردشگری برای تعامل فرهنگی و اشاعه فرهنگی ایران با سایر جوامع بسیار مهم و کارساز خواهد بود. بنابراین، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جدی در این حوزه می‌تواند توسعه کلی گردشگری ایران تحت تأثیر قرار دهد.

پیشنهادها

- تشکیل انجمن گردشگری چوگان به منظور ایجاد و توسعه این نوع گردشگری و استقلال آن.
- توجه جدی فدراسیون چوگان جمهوری اسلامی ایران به منزله متولی توسعه ورزشی آن و ارائه امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری به منظور ایجاد و توسعه این نوع گردشگری در ایران.
- توجه جدی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به منزله متولی اصلی گردشگری در ایران به فرصت‌ها و سرمایه فرهنگی چوگان و اتخاذ سازوکار لازم برای تنوع و توسعه بخشی به سرمایه‌های فرهنگی در قالب انواع گردشگری در ایران.

منابع

- آقاجری، هاشم و محمدی، ذکراالله (۱۳۸۵). تاریخ ایران در تاریخ‌نگاری سرپرسی سایکس، فصلنامه علمی - پژوهشی علوم انسانی دانشگاه الزهرا (س)، ۱۶(۵۹)، ۱-۳۱.
- ابن اسفندیار، بهاء‌الدین محمد (۱۳۸۶). تاریخ طبرستان، تصحیح عباس اقبال آشتیانی، به کوشش محمد رمضان. تهران: کلاله خاور.
- اسدپوریان، زینب، محمدی، یاسر و رحیمیان، مهدی (۱۴۰۰). گام‌های توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان. نشریه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۹(۱۸)، ۲۵۱-۲۸۴.
- باصولی، مهدی، هاشمی، سیدسعید، ایمانی خوشخو، محمدحسین و میرغفوری، سیدحسین‌الله (۱۴۰۰). طراحی مدل توسعه کارآفرینی گردشگری فرهنگی در شهر میراث جهانی یزد. نشریه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۹(۱۸)، ۹۱-۱۱۴.
- بهاران، پوریا، فروغی‌پور، حمید و آقایی، نجف (۱۴۰۰). طراحی مدل توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل طبیعی (مطالعه موردی: استان لرستان). نشریه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۲۰(۵۱)، ۲۵۵-۲۷۲.
- بیژن، اسدالله (۱۳۵۰). سیر تمدن و تربیت در ایران باستان. تهران: انتشارات ابن سینا.
- پاپ‌زن، عبدالحمید، آگهی، حسین و شاهمرادی، مهنا (۱۳۹۹). بازنمایی هویت ایرانی - اسلامی در پرتوی بازی‌های بومی و محلی، نهمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت. تهران، مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، دانشگاه تهران.
- پهلوان، چنگیز (۱۳۹۰). فرهنگ‌شناسی، گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن. تهران: نی.
- تفضلی، احمد (۱۳۷۶). تاریخ ادبیات ایران پیش از اسلام، به کوشش ژاله آموزگار. تهران: سخن.
- تقوایی، مسعود و صفراآبادی، اعظم (۱۳۹۱). توسعه گردشگری فرهنگی با تأکید بر جاذبه‌های تاریخی (مطالعه موردی: جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان). برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۴(۱۲)، ۵۹-۷۸.
- تکمیل همایون، ناصر (۱۳۶۸). آموزش و پرورش کودکان و نوجوانان در دوره ساسانی. مجله تحقیقات تاریخی، ۱(۱)، ۴۹-۸۳.
- جاوید، فضائیل، غفوری، فرزاد، جاوید، مجید و گودرزی، صمد (۱۳۹۹). گردشگری ورزشی و توسعه پایدار شهرهای میزبان (مطالعه موردی: جشنواره ورزش‌های زمستانی سرعین). نشریه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۱۹(۴۸)، ۱۹۷-۲۱۷.
- حاج آقامیر، سیدمصطفی، رشادت‌جو، حمیده، ابطحی، عطاالله، صالحی امیری، سیدرضا و عزیزآبادی فراهانی، فاطمه (۱۴۰۰). طراحی الگوی مطلوب توسعه گردشگری فرهنگی در ایران. مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، ۵(۱۸)، ۲۰۱-۲۲۸.
- حاج آقامیر، سیدمصطفی، رشادت‌جو، حمیده، ابطحی، عطاالله، صالحی امیری، سیدرضا و عزیزآبادی فراهانی، فاطمه (۱۴۰۱). تبیین مدل‌های توسعه گردشگری فرهنگی در ایران. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۱(۶۲)، ۴۱۱-۴۲۷.
- حسن‌زاده میرعلی، عبدالله و شامانی، لیلا (۱۳۸۹). بن‌مایه‌های لذت‌گرایی در شاهنامه و تأثیرپذیری از افکار اپیکوریستی. کهن‌نامه ادب فارسی، ۱(۱)، ۲۵-۳۸.
- حسین‌پور، حامد، فهیم‌دوین، حسن و ادیال‌بار مقدم، ریحانه (۱۳۹۳). بررسی موانع گردشگری ورزشی کشتی با چوخه با جاذبه‌های طبیعی ورزشی و گردشگری اسفراین. مطالعات مدیریت ورزشی، ۶(۲۳)، ۶۷-۷۸.
- خوشه‌بست، فرزانه، جهانیان، منوچهر، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، جاودان، مجتبی و پورباقری سیگارودی، امیرحسین (۱۴۰۰). تحلیلی بر الگوی مدیریت در رویدادهای فرهنگی گردشگری با تأکید بر ذی‌نفعان. مجله گردشگری فرهنگ، ۲(۵)، ۲۰-۵.
- دلاواله، پیرو (۱۳۷۱). سفرنامه، ترجمه شعاع‌الدین شفا. تهران: علمی فرهنگی.
- رحمانی سامانی، رؤیا (۱۳۸۸). میدان نقش جهان (امام). رشد آموزش، ۱۷(۱)، ۴۲-۴۷.
- رسولی، محمد و محمودی، عبدالله (۱۴۰۱). تأثیر عناصر فرهنگی در نگرش جامعه میزبان در حمایت از توسعه گردشگری. دوفصلنامه گردشگری و اوقات فراغت، ۷(۱۳)، ۱۶۹-۱۸۵.

- رضایی، ابوذر، کریمی، محمدرضا و ابراهیم‌پور، علیرضا (۱۴۰۰). راهبردها، علل و چالش‌های توسعه فرهنگی با رویکرد توسعه گردشگری با استفاده از روش داده‌بنیاد. مجله گردشگری فرهنگ، ۲(۶)، ۴۹-۵۶.
- روملو، حسن بیگ (۱۳۸۴). احسن التواریخ، به کوشش عبدالحسین نوائی. تهران: اساطیر.
- زارع اشکذری، سیدمحمد، سقایی، محسن، موسوی، میرنجف و مختاری ملک آبادی، رضا (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد جذب گردشگران خارجی در ایران مرکزی (موردشناسی: شهر یزد). نشریه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، ۵(۱۷)، ۱۸۹-۲۰۸.
- سیدعلیپور، سیدخلیل و اقبالی، ناصر (۱۳۹۰). نقش جاذبه‌های اکوتوریستی، فرهنگی و تاریخی در توسعه گردشگری استان سمنان. فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، ۱(۱)، ۴۱-۶۱.
- شاردن، شوالیه ژان (۱۳۷۴). سفرنامه، ترجمه اقبال یغمایی، جلد دوم. تهران: توس.
- شهرابی فراهانی، مهدیه (۱۴۰۱). گردشگری و هویت فرهنگی، نگاهی چندسویه. گردشگری فرهنگ، ۳(۱۰)، ۵۳-۵۴.
- عسگری نمین، مینا و ناهیدی آذر، فریدون (۱۳۹۲). تأثیرات گردشگری فرهنگی بر توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: بافت تاریخی شهر اردبیل). اولین همایش ملی مدیریت گردشگری، همدان، طبیعت‌گردی و جغرافیا.
- عنصرالمعالی، کیکاووس (۱۳۷۸). قابوسنامه، به کوشش غلامحسین یوسفی. تهران: علمی فرهنگی.
- غلامپور، سعید، منصور، سیدامیر و شاهچراغی، آزاده (۱۴۰۰). رویکرد منظر در تحقق گردشگری فرهنگ با عاملیت پدیده فرهنگی راه، گردشگری فرهنگ، ۲(۵)، ۲۱-۲۸.
- فومنی، عبدالفتاح (۱۳۵۳). تاریخ گیلان، به کوشش عطاءالله تدین. تهران: فروغی.
- قاسمیان دستجردی، پروانه و شاپوری، کورش (۱۴۰۱). جایگاه پوشاک سنتی در توسعه گردشگری فرهنگی در ایران. گردشگری فرهنگ، ۳(۸)، ۴۵-۵۴.
- قرلسفلو، حمیدرضا، رضوی، سیدمحمدحسین و کلاته سیفری، معصومه (۱۳۹۹). الگوی کیفی پیوند فرهنگ و گردشگری جشنواره‌های ورزشی - سنتی بر مبنای راهبرد گرندتوری. مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، ۱۵(۴۹)، ۱۲۵-۱۵۰.
- کازاما، آکیو (۱۳۸۰). سفرنامه کازاما: سفرنامه و خاطرات آکیو کازاما نخستین وزیر مختار ژاپن در ایران (۱۳۰۸ تا ۱۳۱۱ خورشیدی)، ترجمه هاشم رجب‌زاده. تهران: انجمن آثار و مفاخر فرهنگی.
- کروبی، مهدی، تقوی‌فرد، محمدتقی و احمدی‌زاد، سوران (۱۳۹۹). مدل توسعه گردشگری فرهنگی در استان کردستان. فصلنامه مطالعات شهری، ۱۱(۴۳)، ۴۱-۵۴.
- کریم‌پور، نسرین (۱۳۹۴). بررسی و تحلیل بازی‌های کودکان قرن ششم هجری به استناد اشعار خاقانی شروانی. نامه انسان‌شناسی، ۱۳(۲۳)، ۱۹۴-۲۱۸.
- کشتی‌دار، محمد، نظری ترشیزی، احمد و حیدری، رضا (۱۴۰۰). فراتحلیل مطالعات توسعه گردشگری ورزشی در ایران با رویکرد شناسایی عوامل مؤثر بر آن. نشریه مدیریت ورزشی (حرکت)، ۱۳(۲)، ۵۱۱-۵۳۷.
- کمیسیون ملی یونسکو ایران (۱۳۹۶). چوگان، بازی سوار بر اسب همراه با روایت‌گری و موسیقی، پایگاه کمیسیون ملی یونسکو ایران. <https://fa.irunesco.org>
- گلچین، پیمان و ایرانی بهبهانی، هما (۱۳۹۰). محوطه‌ها و مناظر فرهنگی - تاریخی و نقش آن‌ها در گسترش گردشگری فرهنگی (نمونه موردی: شهر باستانی بیشاپور و تنگ چوگان در استان فارس - ایران). اولین همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.
- گلچین، پیمان و ایرانی بهبهانی، هما (۱۳۹۲). ارزیابی محیط و منظر محوطه‌های باستانی با تأکید بر رویکرد زیبایی‌شناسی بصری (مطالعه موردی: منطقه بیشاپور - تنگ چوگان). محیط‌شناسی، ۳۹(۲)، ۱۱-۲۴.

- محرم‌زاده، مهرداد و ایمان‌زاده، مسعود (۱۳۹۸). بررسی راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی ماجراجویانه در استان اردبیل. نشریه مدیریت و توسعه ورزش، ۸(۴)، ۱-۱۷.
- مرتضایی، لیلا و کلاته سیفری، معصومه (۱۳۹۹). توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر مناطق پنهان. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۸(۳۲)، ۷۵-۸۶.
- منجم‌زیدی، محمد (۱۳۶۶). تاریخ عباسی (روزنامه ملاجلال)، به کوشش سیف‌الله وحیدنیا. تهران: وحید.
- مولادوست، کیومرث (۱۳۹۲). ورزش چوگان و اهمیت آن در گردشگری. دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان: دانشگاه شهید مفتح.
- مولادوست، کیومرث (۱۳۹۴). پولوتوریسم رویکردی نو در عرصه توسعه گردشگری ایران. فصلنامه بوم، (۴)، ۳۴-۳۹.
- مولادوست، کیومرث (۱۳۹۶). برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه پولوتوریسم در ایران. نشریه ندای قلم، (۵)، ۴۲-۴۵.
- مولادوست، کیومرث، شاه‌امیری، ربابه و بهادر، حسین. (۱۳۹۶-الف). ایجاد و توسعه گردشگری چوگان بر مبنای گردشگری رویداد (مطالعه موردی: تنگه چوگان کازرون). نشریه میراث و گردشگری، ۲(۸)، ۳۷-۵۲.
- مولادوست، کیومرث، سامانی قطب‌آبادی، سحر و ذاکریان، علیرضا (۱۳۹۶-ب). شناسایی و اولویت‌بندی مشکلات گردشگری ورزش چوگان در ایران. نشریه جغرافیایی فضای گردشگری، ۶(۲۲)، ۱۰۹-۱۲۶.
- مولادوست، کیومرث، شاه‌امیری، ربابه، بهادر، حسین و جاوید، فضائیل (۱۳۹۸). امکان‌سنجی برگزاری مسابقات چوگان در تنگ چوگان کازرون و اثرات پیش‌بینی شده آن بر جامعه میزبان. فصلنامه علوم ورزش، ۱۱(۴۲۶۷)، ۸۱-۱۰۲.
- مولادوست، کیومرث و یانپی، طیبه (۱۳۹۹). تبیین برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری چوگان در ایران. فضای گردشگری، ۹(۳۴)، ۱۳۴-۱۱۵ م.
- یرزایی کالار، اکبر، مدنی، سیدمهدی، همتی‌نژاد، مهرعلی و رحمانی‌نیا، فرهاد (۱۳۹۲). عوامل بازدارنده و سوق‌دهنده گردشگری ورزش. نشریه مدیریت و توسعه ورزش، ۲(۱)، ۸۵-۹۶.
- نوریخس، یونس و فرهادی، احسان (۱۳۹۸). واکاوی فهم گردشگری و زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی شکل‌گیری آن. نشریه جامعه‌پژوهی فرهنگی، ۱۰(۲)، ۱۴۱-۱۶۷.
- نیک‌بین، مهنا، ضرغام بروجنی، حمید، صالحی‌امیری، سیدرضا، محمدخانی، کامران و غفاری، فرهاد (۱۳۹۹). مدل‌سازی پیامدهای توسعه پایدار گردشگری فرهنگی؛ رویکرد آمیخته. نشریه گردشگری و توسعه، ۹(۱)، ۲۱۴-۲۳۴.
- یانپی، طیبه، فتاحی، صمد و حیدری، یاسر (۱۳۹۹). بررسی اثرات مسابقات اسب‌سواری بر توسعه گردشگری (مطالعه موردی: استان گلستان). فصلنامه محیط زیست جانوری، ۲(۳)، ۴۵۷-۴۶۸.
- City Tourism & Culture the European Experience A Report produced for the Research Group of the European Travel Commission (ETC) and for the World Tourism Organization (WTO) by LAgrou & Interarts, Brussels, February 2005 ETC Research Report N° 2005/1, City Tourism and Culture, Chapter 1, p.4. <http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/122/CityTourismCulture.pdf>
- Ghotnian, S., Najafizadeh, M., & Roughani, M. (2013). Factors of sustainable development of sports Tourism: identifying barriers and outlines. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4(9), 2598-2601.
- Gómez, M. C. O., & Pérez, W. G. (2015). *Cultural Tourism in Villavicencio Colombia. Tourism in Latin America: cases of success*, 105-125.
- Gozalova, M., Shchikanov, A., Vernigor, A., & Bagdasarian, V. (2014). Sports tourism. *Polish journal of sport and tourism*, 21(2), 92-96.

- Hua, K. P., & Chiu, L. K. (2013). Multiculturalism: Issues of Malaysian female sport tourists in event-based sport tourism. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 91, 270-287.
- Jin, Y., Xi, H., Wang, X., Ren, X., & Yuan, L. (2022). Evaluation of the Integration Policy in China: Does the Integration of Culture and Tourism Promote Tourism Development? *Annals of Tourism Research*, 97, 103491.
- Kumar, D. (2018). Sport Tourism: A New Educational Concept for Sustainable Development. *Multidisciplinary Higher Education, Research, Dynamics & Concepts: Opportunities & Challenges for Sustainable Development*, 1(1), 69-75.
- Lee, C. C., Chen, M. P., & Xing, W. (2022). Do national cultures matter for tourism development? Some international evidence. *Economic Analysis and Policy*, 74, 666-686.
- Mokras-Grabowska, J. (2016). Sports Tourism: Terminological Discussion. *Turyzm*, 26(1), 13-18.
- O'Hare, D. (1997). Interpreting the Cultural Landscape for Tourism Development. *Urban Design International*, 2, 33-54.
- Păduraru, T., Ungureanu, D. & Tacu, G. (2015). *Turismul rural românesc în contextul dezvoltării durabile. Actualitate și perspective [Romanian rural tourism in the context of sustainable development. Actuality and perspectives News and views, XXXVI volume]*, Iași: PIM Publishing House.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe* CABI, Wallingford. http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF
- Zlate, C. (2017). Contribuția activităților extracurriculare la dezvoltarea personalității elevilor [Contribution of extracurricular activities to the development of students' personality], *Convorbiri didactice [Didactic conversations]* Tulcea: Casa corpului didactic Publishing House, No. 14, January, p.2. https://ccd.tulcea.ro/wp/wp-content/uploads/revista/14/28.Zlate-Cristina_Contribu%C8%9Bia-activit%C7%8E%C8%9Bilor-extracurriculare-la-dezvoltareapersonalit%C7%8E%C8%9Bii-elevilor.pdf.

Explaining The Concept of Polo Tourism Based On The Cultural Tourism Values

Kiyumars Moladoost¹, Afshar Honarvar²

Abstract

The cultural heritage of polo is one of the cultural values of Iran. Analyzing the potential of polo, showing its cultural value in the form of tourism, and representing its cultural identity and cultural elements in the tourism industry, will be useful for economic benefits and cultural and sports diplomacy. This study aims to explain the concept of polo tourism based on the values of cultural tourism. This research is applied research that has been conducted using the review method. Also, the 'content analysis' method has been used in the content expression. Secondary data collected from research articles, publications, websites, surveys, reports, etc., were used in the other part of the research. Thereby, procedures like reviewing previous research, independent and methodical exploratory reasoning, description, integration, relationship explanation, and trends in the body of tourism knowledge were used to achieve new and applied ideas for developing a new tourism model. The result of this research indicated that customs, traditions, culture, and cultural elements, especially polo, along with its various manifestations and elements of identity which show Iranian civilization, have the necessary prerequisites for the creation and development of a distinct part in tourism called polo tourism.

Keywords: Polo tourism, Cultural tourism, Cultural capacity, Polo sport, Polo

1. M A, Cultural Affairs Management, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran, (Corresponding Author); k.moladoost@gmail.com

2. Assistant professor of physical education department, K.N.Toosi University of Technology, Tehran, Iran