

ایجاد و توسعه گردشگری چوگان بر مبنای گردشگری رویداد (مطالعه موردی: تنگه چوگان کازرون)

کیومرث مولادوست^۱، ربابه شاهامیری^۲، حسین بهادر^۳

چکیده

برگزاری رویدادهای چوگان، موجب رونق نوعی از گردشگری با عنوان پولوتوریسم می‌شود. این نوع از گردشگری با یادآوری خاطرات تاریخی مردم ایران در حوزه بازی چوگان با رویکرد گردشگری باعث پویایی، رشد و توسعه چوگان می‌شود. هدف از این مطالعه تبیین ایجاد و توسعه گردشگری چوگان بر مبنای گردشگری رویداد در منطقه تنگه چوگان کازرون است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی توسعه‌ای و از نوع پژوهش‌های میدانی است. تحقیق حاضر از نوع آمیخته بود که با ترکیب دو روش کیفی و کمی انجام شد. جامعه آماری مربوط به نوع فعالیت و شغل پاسخ‌دهندگان در حوزه‌های چوگان، گردشگری، مدیریت شهری، فرهنگی، ورزش و حوزه کسب‌وکار و تجارت محلی است. ۲۰۲ نفر نمونه آماری انتخاب شده‌اند. پایایی پرسشنامه نیز به روش آلفای کرونباخ ($\alpha: 81$) به دست آمد. تحلیل عاملی تأییدی (CFA) گرفته شد. افزایش فروش کالا با بار عاملی (۰/۸۴) در عامل اقتصادی، افزایش روحیه تعامل و مدارا و در نتیجه احترام به حقوق شهروندی با بارعاملی (۰/۸۱) در عامل اجتماعی و تقویت نمادها و اسطوره‌ها با بارعاملی (۰/۸۲) در عامل فرهنگی، دارای بیشترین بار در هریک از عامل‌ها بوده‌اند. آثار فرهنگی و تاریخی بازی چوگان در ادوار مختلف ایران با رویکرد گردشگری باعث پویایی، رشد و توسعه چوگان می‌شود. برگزاری رویدادهای چوگان، رونق پولوتوریسم را به همراه خواهد داشت.

واژگان کلیدی: گردشگری، بازی چوگان، بیشابور، رویداد

۱- نویسنده مسئول، کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران،
Choganirani2015@gmail.com

۲- دکتری زمین‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، گروه عمران، کازرون، ایران، robabeshahamiri@yahoo.com

۳- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران، hosenbahadoor@yahoo.com

مقدمه

جاذبه‌های گردشگری یک مقصد تنها به ویژگی‌های محیط طبیعی یا ابنیه، صنایع دستی و نظایر آن خلاصه نمی‌شود. رویدادهایی که در یک مقصد رخ می‌دهند، می‌توانند به‌عنوان منبعی مهمی برای جذب گردشگران به حساب آیند. ممکن است یک مکان از جاذبه‌های شناخته شده و مطرح دیگر کم‌بهره باشد، لیکن تدارک و برگزاری یک رویداد واجد اهمیت به جذب طیف وسیعی از گردشگران به آن محل بینجامد (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۳: ۲۷). گردشگری ضمن حفاظت از آثار باستانی، فرهنگی و تاریخی و اثرات مثبت اقتصادی تبعی آن در حفاظت از فرهنگ جامعه میزبان و افزایش تقاضا برای اجرای نمایش‌ها، رسوم و سنن فرهنگی نیز نقش ویژه‌ای دارد و با ایجاد حساسیت جهانی برای حفظ آثار فرهنگی و تاریخی و حمایت از الگوهای رفتاری و آداب و سننی که به مرور رنگ باخته‌اند، راهی برای حفظ صیانت میراث همگانی و فرهنگ جهانی است (کاظمی، ۱۳۸۲: ۴۵؛ اقبالی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴۰). گردشگری رویداد به‌عنوان یک گونه تازه از گردشگری در الگوهای فضایی مختلفی به سرعت در جهان در حال رشد است. گردشگری رویداد تقریباً ۴۰۰ میلیون دلار از تجارت سالانه در جهان را به خود اختصاص داده و بر طبق گزارشات ارائه شده در دو دهه اخیر، گردشگری رویداد یکی از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد سفر و گردشگری بوده است. این در حالی است که ایران سرزمین سنت‌ها، آیین‌ها و آداب و رسوم و رویدادهای بزرگ است و هریک از آن‌ها دنیایی از رازها و ناشناخته‌ها را در خود نهفته دارد. هریک از این آیین‌ها و رویدادها در فضای سرزمین ایران قابلیت آن را دارد که در صورت «تولید محصول گردشگری» از آن‌ها، گردشگرانی را در مقیاس‌های داخلی و بین‌المللی جذب کرده و سرچشمه ایجاد اشتغال و درآمد برای ساکنان مقاصد گردشگری کشور باشد (سقایی و خوشه بست، ۱۳۹۷: ۷۵). رویدادها، محرک و انگیزش قوی گردشگری هستند و به‌طور شگرفی توسعه و بازاریابی بیشتر مقاصد گردشگری را شکل می‌دهند (گیتز^۱، ۲۰۰۸). رویدادهای گردشگری عبارت‌اند از دوره‌های کوتاه‌مدت پر از فعالیت‌های جالب و جذاب که معمولاً بر یک ناحیه جغرافیایی خاص برای جشن گرفتن یک واقعه تاریخی و رایج، تمرکز یافته‌اند. دو دسته کلی رویداد می‌توان برشمرد؛ رویدادهای بزرگ^۲ و هال‌مارک‌ها^۳ این دو در اندازه و مقیاس متفاوت هستند (دیموک و تیس^۴، ۲۰۰۱؛ گلدبلات^۵، ۲۰۰۷). رویدادهای بزرگ، رخدادهای بزرگ و مهم جهانی و در سطح بین‌المللی شناخته شده هستند؛ مانند بازی‌های المپیک که می‌توانند کل جوامع محلی، کشورها یا

1- Getz

2- Mega Events

3- Hall Marks

4- Dimmock and Tiyce

5- Goldblatt

یا قاره‌ها را تحت تأثیر قرار داده و اثر بزرگی بر تصویر ذهنی شهر میزبان می‌گذارند و نیاز به منابع مالی و انسانی هنگفت دارند؛ اما رویدادهای هال‌مارک، رخدادهایی هستند که در مقیاس کوچک‌تر بوده و برای یک جامعه محلی یا یک منطقه مهم است و معمولاً رخدادهایی‌اند که یک بار یا مدتی محدود رخ می‌دهند (گیتز، ۲۰۱۲؛ دیموک و تایس^۱، ۲۰۰۱). رخدادهای بزرگ و هال‌مارک‌ها می‌توانند به بازآفرینی شهری به‌عنوان میزبان چنین رخدادهایی که منجر به جذب گردشگر می‌شود، کمک کنند (نوریان و فلاح‌زاده، ۱۳۹۴: ۴۶).

مزایا و نقش جشنواره‌ها و رویدادهای ویژه در مناطق روستایی و شهرهای کوچک اهمیت بیشتری دارد. این رویدادها به‌ویژه از بعد بهبود کیفیت زندگی به واسطه تقویت اقتصاد محلی، اشتغال‌زایی، توسعه مقاصد روستایی، ارتقای فرهنگ و تاریخ بومی و فراهم آوردن فرصت‌های تفریحی، فرهنگی و آموزشی برای ساکنین، پروراندن حس غرور ملی، کمک به حفاظت از محیط‌های طبیعی، اجتماعی و فرهنگی حساس، سهم‌بودن در توسعه پایدار منطقه و ایفای نقش به‌عنوان مقصدی برای بازدیدکنندگان اهمیت دارد (میرزائی، ۱۳۹۵: ۴۲). تجربه نشان داد؛ تعداد تماشاگران بازی‌های نمادین در ایام نوروز در دولتخانه صفویه قزوین، بیش از تعداد تماشاگران همین بازی در میدان نقش جهان اصفهان بود.

شناسایی انگیزه مخاطبین جشنواره (ساوینویچ^۲ و دیگران، ۲۰۱۲)، درک رضایت کلی آن‌ها (مک‌دوال^۳، ۲۰۱۰: ۲۲۱) از عوامل کلیدی و مهم موفقیت برگزاری رویدادهاست. جشن‌های آئینی و جشنواره‌های بسیاری در ایران وجود دارد که هرکدام بر اساس آئین، سنت و یا عقیده مردمان خطه‌ای از کشور در دوران کهن شکل گرفته است. این آئین‌ها در فهرست میراث فرهنگی ناملموس آثار ملی ایران در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ثبت شده‌اند و سالانه در مناطق مختلف کشور برگزار می‌شود (میرزائی، ۱۳۹۵: ۴۵). یکی از رویکردهای مهم در خلق محیط، توجه به تاریخ و بستر فرهنگی و اجتماعی شهرهاست که بر حفظ ردپای گذشته و ارزش‌های تاریخی و فرهنگی به‌جای‌مانده از قبل، تأکید می‌کند. این نگرش هویت بومی فضا را ارتقا داده و احساس هویت، خاطره‌انگیزی، حس مکان و دلبستگی به مکان را تقویت می‌کند (مولائی و پیربایی، ۱۳۹۵: ۱۰۳). تجربه یک رویداد محلی از برگزاری بازی چوگان آثاری به همراه دارد که می‌توان به مواردی همچون؛ تجربه دیدن یک مراسم باستانی، لذت‌بردن یک رویداد فرهنگی تاریخی در خاستگاه آن، افزایش دانش فرهنگی و تاریخی، تجربه آداب‌ورسوم و فرهنگ‌های محلی،

1- Dimmock and Tiyce

2- Savinovic

3- McDowall

فصلنامه میراث و گردشگری

لذت بردن از موسیقی محلی و آثار زمین‌شناختی منطقه (ژئوتوریسم منطقه)، احساس لذت از آشنایی با افراد غیربومی و مسافران از سراسر کشور و تبادل فرهنگی در بین افراد، ایجاد حس غرور، حمایت از جوامع محلی، حفظ میراث تاریخی - فرهنگی و سنتی، ارضای حس کنجکاوی، ماجراجویی، دیدن رویدادهای جدید و لذت بردن از آن‌ها، تغییر در روند زندگی روزمره و کاهش استرس‌های روزانه و ناراحتی‌های روانی اشاره کرد؛ بنابراین، در پژوهش حاضر به آثار ایجاد و توسعه گردشگری چوگان بر مبنای گردشگری رویداد در منطقه تنگه چوگان کازرون در ابعاد مختلف بررسی و سعی شده است به گردشگری چوگان به‌عنوان یک رویکرد جدید در حوزه گردشگری ایران توجه شود و درباره فرصت‌هایی که این نوع از گردشگری می‌تواند در شناساندن فرهنگ اصیل ایرانی و پیشینه تاریخی ایران ایجاد کند، تحقیق صورت گیرد و آثار آن تبیین شود.

نتایج تحقیق رضوانی و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان «نقش رویدادهای فرهنگی در اقتصاد گردشگری شهری با تأکید بر مدل LQ (مورد مطالعاتی: نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران)» نشان داد: «ضریب تکاثری گردشگری در تهران تقریباً نزدیک به سطحی از ضریب تکاثری است که دیگر شهرها و کشورهای توریستی جهان دارند و یا حداقل در سطح متوسط جهانی قرار دارد».

مولادوست و همکاران (۱۳۹۲) طی مقاله‌ای با عنوان «ورزش چوگان و اهمیت آن در گردشگری» بیان می‌کند: «توریسم چوگان یا پولوتوریسم جایگاه و اهمیت ویژه‌ای در کشورهای قدرتمند این رشته ورزشی دارد و این کشورها با ارائه برنامه‌ها و مراسم هیجان‌انگیز متعدد و ارائه بسته‌های توریستی برای گردشگران دوستدار این ورزش در این زمینه تلاش‌های زیادی دارند».

مولادوست و همکاران (۱۳۹۲) طی مقاله‌ای با عنوان «تبیین تأثیرات گردشگری ورزش چوگان در اقتصاد استان اصفهان» بیان می‌کند: «با توجه به مزیت نسبی اصفهان در حوزه گردشگری و داشتن باشگاه‌های قدرتمند، وجود انواع صنایع دستی و حضور گردشگران خارجی و داخلی میلیونی به ضرورت و جایگاه پولوتوریسم در اصفهان پرداخت».

تحقیقات پروینی و همکاران (۱۳۹۴) با عنوان «بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری جامعه میزبان با تأکید بر بعد اقتصادی»، به مطالعه سومین جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون پرداخته‌اند.

مولادوست (۱۳۹۴) طی مقاله‌ای با عنوان «پولوتوریسم فرصتی در عرصه رونق‌بخشی گردشگری ورزشی» به ارائه مدلی برای ایجاد و توسعه گردشگری چوگان ایران پرداخته است. کیانی‌سلمی و بسحاق (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «تبیین اثرات جشنواره گلاب‌گیری از دیدگاه ساکنان محلی» بیان می‌کند: «برگزاری جشنواره گلاب‌گیری اثرات محیطی، کالبدی، اقتصادی و اجتماعی در منطقه ایجاد کرده است».

نتایج پژوهش میرزائی (۱۳۹۵) با عنوان «گردشگری رویداد راهکاری جهت توسعه اقتصادی پایدار در جوامع محلی» نشان داد: «تحلیل عاملی ۳۷ مورد انگیزشی بر ۲۸۷ بازدیدکننده، شش عامل گل غلتان و خانواده، اکتشاف فرهنگی، اجتماعی شدن، بومی، تازگی و فرار را برای حضور گردشگران در این جشنواره مشخص کرد».

نتایج حاصل از تحقیق رحیمی و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان «ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در رویدادهای بین‌المللی ورزشی ایران در رشته والیبال» نشان از اهمیت بیشتر عوامل حقوقی و قانونی در توسعه گردشگری ورزشی بین‌المللی ایران در رشته والیبال، با آماره $t=۸/۶$ دارد. نتایج تحقیق مولادوست و همکاران (۱۳۹۶) با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی مشکلات گردشگری ورزش چوگان در ایران» نشان داد؛ عامل فرهنگی با میانگین $۲/۰۸$ در رتبه یکم مشکلات گردشگری چوگان قرار دارد. همچنین عوامل زیرساختی با میانگین $۲/۰۶$ ، مدیریتی با میانگین $۱/۸۶$ ، به ترتیب در رده‌های دوم و سوم رتبه‌بندی قرار دارند.

مولادوست، کیومرث. (۱۳۹۷) طی مقاله‌ای با عنوان «برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه پولاتوریسم در ایران» به تبیین اهمیت برنامه و سیاست‌گذاری کلان در توسعه گردشگری چوگان در کشور پرداخته است.

نتایج تحقیق شاطریان و همکاران (۱۳۹۷) با عنوان «بررسی عوامل اثرگذار بر انگیزه گردشگران رویداد در انتخاب مقصد گردشگری و اثر آن بر وفاداری گردشگران (مورد مطالعه: جشنواره گل و گلاب قمصر و نیاسر)» نشان داد: «نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری گویای این واقعیت است که انگیزه خرید عرقیات گیاهی و سنتی مرغوب تولید شده در این منطقه، با شهرت ملی و جهانی خود، بیشترین انگیزه کششی را با وزن رگرسیونی $۰/۹۸$ برای گردشگران داشته است».

بسیاری از کشورها سعی می‌کنند با وسایل مختلف، مناظر طبیعی، تاریخی، ورزشی، استراحتگاه، دریا، آفتاب، بیلاق، هنر، فرهنگ و سایر خصوصیات، خود را به طرق مختلف به مردم جهان بشناسانند. آن‌ها جشن‌ها، کنفرانس‌ها، سمینارها، مسابقه‌های ورزشی و هنری، اردوگاه‌ها، نمایشگاه‌ها و ... را ترتیب می‌دهند تا با جذب مسافران و جهانگردان موجبات نزدیکی هرچه بیشتر ملت‌ها را با یکدیگر فراهم کرده و علاوه بر ارتقای سطح فرهنگ و اطلاعات مردم از جنبه اقتصادی آن نیز منتفع شوند (پروینی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸۸). مؤلفه‌های فرهنگی در چگونگی رویدادها، حافظه جمعی و ... نقش دارد و در هویت‌سازی مکان یا مقصد نقش‌آفرین هستند. این مؤلفه‌ها در ابعاد مختلف دسته‌بندی می‌شوند و شاخص‌های راهبردی هویتی و فرهنگی نظیر میراث فرهنگی، نمادها و اسطوره‌های ملی، تعلق خاطر به نمادها و اسطوره‌های ملی، احساس تعلق به فرهنگ و روش زندگی، تلقی از نقش

تاریخی را شکل می‌دهند (پرچکانی، ۱۳۹۵: ۴۲ - ۴۳). گردشگری فرهنگی برآمده از جذابیت‌های منابع مادی و غیرمادی فرهنگ (ملموس و غیرملموس) در مقصدهای گردشگری است (یاماشیتا^۱، ۲۰۱۶). جشنواره‌ها و رویدادها فرصت‌هایی را برای افزایش ارتباطات و برهم‌کنش‌های اجتماعی فراهم می‌کنند و نقشی منحصربه‌فرد در بهبود رفاه و کیفیت زندگی ساکنان دارند (یولال^۲ و همکاران، ۲۰۱۶: ۲). بررسی ارزش‌های فرهنگی و ورزشی و تأثیر متقابل آن با میراث فرهنگی و شناساندن ارزش‌های فرهنگی، هویتی و تاریخی ورزش چوگان به جامعه و استفاده از این فرصت و توانمندی در توسعه متقابل چوگان و منطقه برگزاری، بسیار حائز اهمیت است. با استفاده از توانمندی گردشگری چوگان در مناطق تاریخی و ارتباط متقابل بین آن، موجب افزایش گردشگران داخلی و خارجی و بهره‌مندی از اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن می‌شود.

روش پژوهش

در این پژوهش از دو روش کمی و کیفی استفاده شده است که هدف آن کاربردی، توسعه‌ای و از نوع پژوهش‌های میدانی است. از ۲۰۲ نفر نمونه آماری به‌عنوان جامعه آماری این تحقیق، مربوط به نوع فعالیت و شغل پاسخ‌دهندگان در حوزه‌های چوگان، گردشگری، مدیریت شهری، فرهنگی، ورزش و تجارت محلی به‌صورت هدفمند استفاده شد. از اسناد تاریخی، مصاحبه با افراد بومی و پرسشنامه برای صحت کار این پژوهش استفاده شد که به تأیید اساتید این حوزه تحقیق قرار گرفت. پایایی آن نیز به روش آلفای کرونباخ (۰.۸۱: α) به دست آمد.

یافته‌های پژوهش

تنگ چوگان در ۲۳ کیلومتری شهر کازرون و در یک کیلومتری شهر تاریخی بیشابور در استان فارس قرار دارد.

گردشگری منطقه تنگ چوگان کازرون آمیختگی از انواع گردشگری از قبیل؛ گردشگری روستایی، تاریخی، باستانی، فرهنگی، کشاورزی، زمین‌شناسی (ژئوتوریسم)، ورزشی و... است. ارزش‌های گردشگری تنگ چوگان در جدول (۱) آمده است.

1- Yamashita

2- Yolal

جدول شماره (۱): ارزش‌های گردشگری تنگه چوگان

ارزش‌های موجود	نوع گردشگری	آثار موجود
شهر باستانی بیشاپور	گردشگری فرهنگی گردشگری تاریخی گردشگری ادبی	معبد آناهیتا، کاخ والرین، موزه شهر تاریخی، ستون‌های سنگ یادبود شهر.
کشاورزی	گردشگری کشاورزی گردشگری روستایی	جشنواره‌های صنایع دستی، بازارهای روز و فروش. محصولات کشاورزی و دامپروری، نمایش، حراج و فروش اسب‌های محلی. جشنواره‌های فرهنگی - روستایی.
طبیعی	گردشگری زمین‌شناختی گردشگری تفریحی گردشگری ماجراجویی بوم‌گردی گردشگری ورزشی	غارهای کارستی طبیعی موجود در منطقه. شکستگی‌های طبیعی در روی سطح زمین (وجود درزه‌ها و گسل‌های منطقه‌ای). کوهنوردی، سنگ‌نوردی، صخره‌نوردی، انواع ورزش‌های سوارکاری و ورزش با اسب اعم از پرش، کورس، زیبایی، کالسکه‌رانی، چوگان.

(منبع: یافته‌های تحقیق)

رویدادهای چوگان به مناسبت‌های مختلف نظیر ایام نوروز، مسابقات مقدماتی جام جهانی، ثبت جهانی چوگان در یونسکو در شهرهای مختلف ایران از جمله قزوین، اصفهان و تهران برگزار شد که در این رویدادها، تماشاگران استقبال شایانی از بازی‌های چوگان کردند.

در دوره ساسانی، فرزندان نجیب‌زادگان و گروه‌های مرفه، علاوه بر فراگیری قطعاتی از اوستا، آداب‌ورسوم 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: ۵۷ - ۵۶). دانش‌آموزان به دو دسته پسران و دختران تقسیم می‌شدند. دختران در آموزشگاه‌های نظری، هنری و خانه‌داری تحصیل می‌کردند ولی غالباً مانند پسران سواری و چوگان‌بازی و استفاده از اسلحه را نیز می‌آموختند (غیاثی و شیرانی، ۱۳۹۵: ۵). سن تربیت بین پنج و بیست‌وپنج سالگی است و اسب‌سواری، تیراندازی و راست‌گویی را دانش‌آموزان می‌آموزند (غیاثی و شیرانی، ۱۳۹۵: ۸). بسیاری از سفرنامه‌نویسان خارجی که به ایران آمده‌اند در مورد پیشینه چوگان مطلب نوشته‌اند.

کازاما (۱۳۰۸ تا ۱۳۱۱ 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.

سرپرسی سایکس یکی از چهره‌های برجسته شرق‌شناس و ایران‌شناس انگلستان است که در دوران حیات خود تحقیقات و مطالعات گسترده‌ای در حوزه شرق‌شناسی و ایران‌شناسی داشته است. او حداقل ۲۵ سال از عمر خود را در ایران بوده است (آقاجری و محمدی، ۱۳۸۵). وی در کتاب *تاریخ ایران* (۱۳۰۹ ش) می‌نویسد: بازی چوگان در میان پادشاهان ساسانی معمول بود. شاپور اول، به این بازی علاقه داشت. معروف است که از میان پادشاهان نه‌تنها خسرو پرویز بلکه شیرین و بانوهای او در ساعات تفریح، چوگان بازی می‌کردند.

بازی چوگان در دوره ساسانی دارای آیین‌نامه^۱ بوده است (تفضلی، ۱۳۷۶: ۲۴۶) که رسم و چگونگی بازی را بیان می‌کرد. بازی چوگان در دوره ساسانی به‌عنوان 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 به‌عنوان مشق رزم به بازی چوگان می‌پرداختند. سابقه بازی چوگان در برخی از شهرها و روستاها طبق اسناد و مدارک غیرقابل انکار است. در دوره ساسانیان بازی چوگان در شهرهای ایران مرسوم بوده است. آثاری از چوگان وجود داشته است و به مرور زمان آن منطقه یا روستا به چوگان نام‌گذاری شده است.

روستای چوگان از توابع شهرستان فراهان در استان مرکزی قرار دارد که علت نام‌گذاری آن به علت وجود آتشکده فردقان در نزدیکی این روستا در حد فاصل ۵ کیلومتری، پادشاهان ساسانی از این منطقه به‌عنوان منطقه تفریحی استفاده می‌کردند و بازی چوگان در این منطقه انجام می‌شده و از اهمیت زیادی برخوردار بوده است (ویکی‌پدیا).

شناسایی مناطق تاریخی چوگان و برگزاری رویدادهای ورزشی چوگان با اجرای برنامه‌های فرهنگی متنوع نظیر؛ موسیقی، شعر، نمایشگاه‌های نقاشی و عکاسی، ایجاد موزه‌های ثابت و متحرک، حراج و نمایش اسب و... می‌تواند به توسعه و ترویج فرهنگ اصیل ایران کمک کند. تجربه برگزاری مسابقات نمادین در عمارت عالی‌قاپوی قزوین، میدان نقش جهان اصفهان، نشان داد این‌گونه رویدادها بسیار موفق و اثرگذار است و در جذب تماشاگران و آشنایی بیشتر مردم با چوگان و میراث فرهنگی مؤثر است.

در این بخش نتایج بررسی آثار رویداد برگزاری فرضی مسابقات چوگان در تنگه چوگان کازرون پرداخته می‌شود.

۱- عیون الاخبار، ج ۱، ۱۱۲ تا ۱۱۵، الفهرست، ۳۷۶.

بررسی عوامل جمعیت‌شناختی افراد پاسخ‌دهنده، نشان داد از مجموع ۲۰۲ نفر آزمودنی، ۱۲۵ نفر (۶۲ درصد) مرد و ۷۷ نفر (۳۸ درصد) زن هستند. از نظر گروه سنی ۳۰/۱۹ درصد پاسخ‌دهندگان در گروه سنی ۲۰ تا ۲۹ سال، ۳۲/۶۷ درصد گروه ۳۰ تا ۳۹ سال، ۱۸/۳۱ درصد در گروه ۴۰ تا ۴۹ سال و ۱۸/۸۱ درصد نیز بالای ۵۰ سال سن داشتند. نتایج بررسی وضعیت تحصیلات شرکت‌کنندگان نشان داد؛ ۱/۹۹ درصد کمتر از دیپلم، ۹/۴۰ درصد دیپلم، ۱۰/۳۹ درصد فوق دیپلم، ۳۷/۶۲ درصد کارشناسی، ۲۴/۲۵ درصد کارشناس ارشد و ۱۶/۳۳ درصد تحصیلات دکتری دارند. از حیث گروه شغلی وضعیت پاسخ‌دهندگان عبارت است: ۱۷/۳۲ درصد از پاسخ‌دهنده در زمینه چوگان، ۱۹/۳۰ درصد آن‌ها گردشگری، ۲۱/۲۸ درصد در حوزه تربیت بدنی، ۴/۳۵ درصد در حوزه فرهنگی، ۱۳/۳۶ درصد در حوزه کسب‌وکار و تجارت محلی و همچنین ۱۵/۸۴ درصد نیز سایر مشاغل فعالیت داشتند.

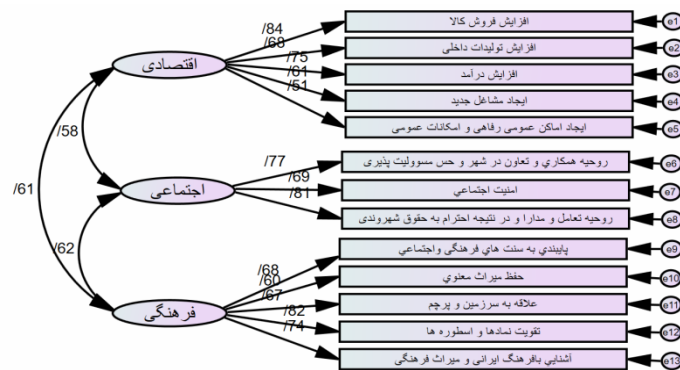
همان طور که در جدول شماره (۲) نشان داده شد، شاخص KMO برابر با ۰.۸۷۵ به دست آمده است. شاخص‌های به‌دست‌آمده بالاتر از ۰/۷ و عدد معناداری بارتلت آن کوچک‌تر از ۰/۰۵ است. پس متغیر دارای کفایت نمونه‌گیری بوده و برای تحلیل عاملی میزان مناسبی است، همچنین معنی‌داری آزمون بارتلت در سطح اطمینان ۹۹ درصد حاکی از همبستگی متغیرهای موردنظر برای انجام تحلیل عاملی بود با توجه به مناسب بودن داده‌ها به منظور استخراج و دسته‌بندی عوامل از تحلیل عاملی اکتشافی با روش چرخش واریماکس استفاده شد.

جدول شماره (۲) : شاخص KMO و آزمون بارتلت داده‌ها

بعد اقتصادی	
آزمون نمونه برداری (KMO)	۰/۸۷۵
آزمون بارتلت	۱۰۸۳/۸۷۲
درجه آزادی	۷۸
سطح معناداری	۰/۰۰۱

(منبع: یافته‌های تحقیق)

برای تعیین مهم‌ترین عوامل از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. برای انجام تحلیل عاملی تأییدی در این قسمت از نرم‌افزار AMOS v. 24 استفاده شد. بار عاملی محاسبه شده در این تکنیک مانند هرگونه همبستگی دیگری تفسیر می‌شود. بر این اساس هرچه بار یک شاخص در یک عامل بیشتر باشد، باید در هنگام تفسیر وزن بیشتری به آن شاخص داده شود. نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول در شکل شماره (۱) ارائه شده است.



شکل شماره (۱): مدل تخمین استاندارد متغیرهای توسعه اجتماعی گردشگری ورزشی
(منبع: یافته‌های تحقیق)

همان گونه که مشاهده می‌شود، افزایش فروش کالا با بار عاملی (۰/۸۴) در عامل اقتصادی، افزایش روحیه تعامل و مدارا و در نتیجه احترام به حقوق شهروندی با بارعاملی (۰/۸۱) در عامل اجتماعی و تقویت نمادها و اسطوره‌ها با بارعاملی (۰/۸۲) در عامل فرهنگی، دارای بیشترین بار در هر یک از عامل‌ها بوده‌اند.

پایایی مدل سنجش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار AMOS^{v.24} مورد آزمون قرار گرفت. آزمون‌های متعددی برای ارزیابی اینکه مدل تا چه حد روابط بین متغیرهای قابل اندازه‌گیری را توصیف می‌کند، به کار می‌روند. عمدتاً پیشنهاد می‌شود از شاخص‌های مختلف برازش استفاده شود. مدل‌های رایج RMSEA, CFI, GFI, X2 (df), به‌عنوان معیار تشخیص مورد استفاده قرار گرفت (جدول ۳). با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، تمامی شاخص‌های برازش مدل از سطح قابل قبول عبور کردند. در مجموع سنجش برازش استفاده از مدل را تأیید کرد که این مسئله نشان‌دهنده تأیید استفاده از مدل از طریق سنجش برازش است.

جدول شماره (۳): شاخص‌های برازش مدل تحقیق

شاخص یا نشانگر	مقدار مجاز برای برازش عالی	مقدار به‌دست‌آمده	برازش
نسبت کای دو به درجه آزادی	کوچک‌تر از ۳	۲/۰۵	عالی
شاخص نیکویی برازش (GFI)	بزرگ‌تر ۰/۹	۰/۸۸	خوب
شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)	بزرگ‌تر ۰/۹	۰/۸۴	خوب
شاخص برازش نرمال شده (NFI)	بزرگ‌تر ۰/۹	۰/۸۵	خوب
شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI)	بزرگ‌تر ۰/۹	۰/۹۱	عالی
ریشه میانگین مجذور خطای تخمین (RMSEA)	کوچک‌تر از ۰/۰۵	۰/۰۷	متوسط

(منبع: یافته‌های تحقیق)

نتایج آزمون فریدمن حاکی از اثرات بالای فرهنگی نسبت به دیگر مؤلفه‌ها بود. دلیل این امر به زعم محققین این است که برخلاف گذشته که دولت‌ها گردشگری را بیشتر برای اثرات اقتصادی آن توسعه می‌دادند، امروزه با آگاهی و فهم بیشتر دولت‌ها و اثرات مخربی که توسعه یک‌جانبه گردشگری بر جا می‌گذاشت، معمولاً به اثرات فرهنگی گردشگری اهمیت زیادی قائل می‌شوند. دلیل دومی که به نظر می‌آید سبب اهمیت این مؤلفه نسبت به سایر مؤلفه‌ها شده، در خود موضوع پژوهش نهفته باشد. به زعم بسیاری از افراد جامعه آماری پژوهش، اثرات اقتصادی برگزاری بازی‌های چوگان به علت گرایش بیشتر آن به گردشگری فرهنگی، پایین‌تر از اثرات فرهنگی آن است که این موضوع به توجه و مطالعه بیشتر نیاز دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

ایران کشوری با پیشینه بسیار قوی و دارای هویت است. بسیاری از جشن‌ها، مراسمات و آیین‌هایی که در گذشته برگزار می‌شده، می‌تواند تبدیل به یک برند برای ایران شود و سراسر دنیا ایران را به نام آن رویداد خاص در خاطر خواهند سپرد و ایران را به یکی از مقاصد مهم گردشگری در دنیا تبدیل خواهد کرد (امیری، ۱۳۹۳).

شناخته‌شدن یک مکان به یک رویداد خاص می‌تواند تبدیل به یک برند برای آن منطقه شود و آن منطقه با نام آن برند به جهان معرفی شود که این خود عامل مهمی در جذب گردشگر است (امیری، ۱۳۹۳).

گردشگری فرهنگی و زیربخش‌های آن به‌عنوان سازگارترین شکل گردشگری بر اساس شرایط حاکم بر کشور ایران است که در مقایسه با اشکال دیگر با موانع کمتری روبروست و مزیت نسبی دارد و اغلب تجربیات مطالعاتی نشان می‌دهند اثرات منفی گردشگری بر جوامع مقصد بسیار کمتر از سایر اشکال گردشگری است (بیات و اسدی، ۱۳۹۶: ۲).

آثار فرهنگی و تاریخی به جای مانده در ایران به خصوص به یادآوری خاطرات تاریخی مردم ایران در حوزه بازی چوگان در ادوار مختلف تاریخی با رویکرد گردشگری باعث پویایی، رشد و توسعه چوگان می‌شود. از سوی دیگر برگزاری رویدادهای چوگان، رونق نوعی از گردشگری با عنوان پولوتوریسم را به همراه دارد. این نوع از گردشگری در حوزه‌های فرهنگی، تاریخی، ورزشی دسته‌بندی می‌شود.

فصلنامه میراث و گردشگری

بازآفرینی خاطرات تاریخی مردم و ایجاد رویدادهای فرهنگی - ورزشی باعث توجه و گرایش مردم به ورزش و هویت ملی آنان می‌شود. هویت‌بخشی در حوزه ورزش و توجه به ورزش‌های بومی و ملی موجب غنی‌سازی فرهنگ و رفتار اجتماعی مردم می‌شود.

برگزاری رویدادهای ورزشی آثار اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به همراه دارد که نتایج پژوهش نشان داد؛ افزایش فروش کالا با بارعاملی (۰/۸۴) در عامل اقتصادی، افزایش روحیه تعامل و مدارا و در نتیجه احترام به حقوق شهروندی با بارعاملی (۰/۸۱) در عامل اجتماعی و تقویت نمادها و اسطوره‌ها با بارعاملی (۰/۸۲) در عامل فرهنگی، دارای بیشترین بار در هر یک از عامل‌ها بوده‌اند.

این نتایج با یافته‌های دوگلیو و برتراند^۱ (۲۰۱۷)، یه و همکاران^۲ (۲۰۱۸)؛ فیروزآبادی و حسونند (۱۳۹۳)، محمدپورجابری (۱۳۹۳)، صفایی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) در عامل اقتصادی برای جامعه میزبان و با یافته‌های پژوهش فرجی (۱۳۸۱)، جانسون و لويس^۳ (۲۰۱۴)، بیابانی (۱۳۹۵) در حوزه عامل فرهنگ همسویی داشت. هرگونه اختلاف بین جوامع یا کاستی در هر بخشی به کاهش گردشگر و در نتیجه سود کم برای جوامع میزبان منجر خواهد شد. از این رو همکاری و هماهنگی در جوامع میزبان برای پذیرایی بهتر از گردشگران قابل مشاهده است. گردشگری با ایجاد دوستی و صفا بین مسافران و افراد محلی و از طرف دیگر همبستگی و همکاری در بین جامعه میزبان می‌تواند به بالابردن امنیت اجتماعی کمک کند.

تشکر و قدردانی

نگارندگان بر خود لازم می‌دانند از زحمات آقای سیدغلامرضا نجفی و آقای موسی دودمان در کار میدانی پژوهش و زحمات آقای فضائل جاوید که در تحلیل آماری یاری رساندند، سپاسگزاری و قدردانی کند.

1- Duglio and Beltramo
 2- Yeh et al
 3- Jönsson & Lewis

منابع

- آقاجری، هاشم. محمدی، الله. (۱۳۸۵). «تاریخ ایران در تاریخ‌نگاری سرپرسی سایکس». فصلنامه علمی - پژوهشی علوم انسانی دانشگاه الزهراء (س)، دوره ۱۶، شماره ۵۹، صص ۳۱ - ۱
- اقبالی، سحر؛ عظیمی‌هاشمی، مژگان؛ بخشی، حامد. (۱۳۹۴). «گونه‌شناسی کنش گردشگری فرهنگی (مورد مطالعه: زائران و گردشگران مشهد)». دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال سوم، شماره ششم، صص ۶۰ - ۳۹.
- امیری، پرپسا. (۱۳۹۳). «نقش رویدادهای فرهنگی در توسعه گردشگری»، دومین همایش ملی پژوهش‌های کاربردی در جغرافیا و گردشگری، تهران: دانشگاه جامع علمی کاربردی.
- بیابانی، غلامحسین (۱۳۹۵). «گردشگری روستایی و جذب گردشگر به مثابه رکن توسعه پایدار: رویکرد مردم شناختی» ۱ (۴): ۹۳ - ۱۱۲
- بیات، ناصر. اسدی، علی‌رضا. (۱۳۹۶). «چالش‌ها و رهیافت‌های توسعه گردشگری ادبی در ایران»، جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال هشتم، شماره اول، صص ۲۲ - ۱.
- پرچکانی، پروانه. (۱۳۹۵). «تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی در معماری برند شهرها با رویکرد گردشگری، مطالعه موردی: لیون فرانسه»، فصلنامه هنر و تمدن شرق، سال چهارم، شماره دوازدهم، صص ۵۰ - ۴۱
- پروینی، نسترن. شعبانی مقدم، کیوان. اشرف خزایی، علی. (۱۳۹۴). «بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری جامعه میزبان با تأکید بر بعد اقتصادی، مطالعه موردی: سومین جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون»، مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، دوره دوم، شماره ۵، صص ۹۵ - ۸۷.
- تفضلی، احمد. (۱۳۷۶). تاریخ ادبیات ایران پیش از اسلام، به کوشش ژاله آموزگار، تهران: سخن.
- تکمیل همایون، ناصر. (۱۳۶۸). «آموزش و پرورش کودکان و نوجوانان در دوره ساسانی»، مجله تحقیقات تاریخی، سال اول، شماره ۱، صص ۸۳ - ۴۹.
- دستمالچی، آ. (۱۳۹۳). «گردشگری کشاورزی و نقش آن در پایداری شهری»، اولین همایش ملی توریسم و گردشگری سبز در ایران، همدان.
- رحیمی، محمد. جلالی فراهانی، مجید. علی دوست‌قهفرخی، ابراهیم جعفری حجین، افسر. (۱۳۹۵). «ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در رویدادهای بین‌المللی ورزشی ایران در رشته والیبال»، رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۴۷ - ۳۵.
- رضوانی، محمدرضا. (۱۳۸۷). توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- رضوانی، محمدرضا. طیبی، صدراله. حاتمی‌نژاد، حسین. (۱۳۹۲). «نقش رویدادهای فرهنگی در اقتصاد گردشگری شهری با تأکید بر مدل LQ (مورد مطالعاتی: نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران)»، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۷، صص ۱۸۱ - ۱۶۳.

فصلنامه میراث و گردشگری

- رنجبریان، بهرام. زاهدی، محمد. (۱۳۸۳). «رویدادهای گردشگری؛ تنوع و مدیریت»، فصلنامه مطالعات جهانگردی، دوره ۲، شماره ۵، صص ۵۱ - ۲۷.
- سامانی قطب‌آبادی، سحر. ترابی فارسانی، ندا. شفیعی، زاهد. بذرافشان، مرتضی. غفاری، سیدرامین. (۱۳۹۶). «پتانسیل‌های کسب‌وکار حاصل از گردشگری کشاورزی در شهرستان جهرم»، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد چهارم، شماره چهارم، صص ۹۸ - ۱۱۲.
- سایکس سرپرسی. (۱۳۸۹). *تاریخ ایران*، جلد اول، مترجم سیدمحمدتقی فخر داعی گیلانی، دنیای کتاب - سقایی، مهدی. خوشه بست، فرزانه. (۱۳۹۷). «تحلیل استراتژیک گردشگری رویداد در ایران (مورد شناسی: جشنواره طلای سرخ شهرستان قائنات)»، *جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای*، شماره ۲۷، صص ۹۴ - ۷۵.
- شاطریان، محسن. کیانی سلیمی، صدیقه. شیخ‌زاده، فاطمه. (۱۳۹۷). «بررسی عوامل اثرگذار بر انگیزه گردشگران رویداد در انتخاب مقصد گردشگری و اثر آن بر وفاداری گردشگران (مورد مطالعه: جشنواره گل و گلاب قصر و نیاسر)»، فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال هفتم، شماره اول، صص ۱۵۵ - ۱۳۵.
- صفایی‌پور، مسعود؛ دامن باغ، صفیه؛ طاهری، حسین و رزمگیر، فاطمه (۱۳۹۳). «تحلیل نقش گردشگری در اقتصاد روستایی مطالعه موردی: دهستان بان زرده - شهرستان دالاهو»، دوره ۵، شماره ۲، صص ۴۴۴ - ۴۲۳.
- غیاثی، زهرا. شیرانی، فریده. (۱۳۹۵). «نقش تعلیم و تربیت در بین سلسله‌های ایران باستان، از دیدگاه باستان‌شناسی»، فصلنامه علمی تخصصی *باستان‌شناسی ایران* - واحد شوشتر، دوره ۵، شماره ۱، شماره پیاپی ۸، صص ۱۹ - ۱.
- فراهانی، فاطمه. (۱۳۹۵). «طراحی مسیر گردشگری ادبی و تأثیر آن در اقتصاد ایران. <http://b2bnet.info/1395/12/08>»
- فرجی، مرتضی. (۱۳۸۱). «پیش‌درآمدی بر تأثیرات فرهنگی و اجتماعی صنعت جهانگردی»، فصلنامه *مطالعات دفاعی راهبردی*، دوره ۳ - شماره ۳ : ۱۱ - ۱۲، صص ۱۴۵ - ۱۶۶.
- فیروزآبادی، سید احمد. حسنونند، حمید. (۱۳۹۳). «بررسی اثرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی ورود گردشگران به نواحی روستایی کهمان از توابع شهرستان سلسله»، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۶ (۳)، ۳۳ - ۴۸.
- قدیری معصوم، مجتبی. پازکی، معصومه. (۱۳۸۷). «نقش گردشگری پایدار روستایی در توسعه پایدار روستاها (مطالعه موردی: شهرستان پاکدشت)»، فصلنامه *جغرافیایی سرزمین، علمی - پژوهشی*، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۲۲ - ۱۳.
- کارگر، غلامعلی، غفوری، فرزاد. محمدی‌مقدم، یوسف. مرادی‌سیاسر، غلامرضا. (۱۳۹۵). «ارائه الگوی عوامل تأثیرگذار بر امنیت رویدادهای ورزشی ایران»، فصلنامه *انتظام اجتماعی*، سال هشتم، شماره چهارم، صص ۱۹۰ - ۱۵۷.

- کازاما، آکیو. (۱۳۸۰). *سفرنامه کازاما: سفرنامه و خاطرات آکی نو کازاما نخستین وزیر مختار ژاپن در ایران (۱۳۰۸ تا ۱۳۱۱ خورشیدی)*، ترجمه هاشم رجبزاده، تهران: انجمن آثار و مفاخر فرهنگی.
- کاظمی، مهدی. (۱۳۸۲). *مدیریت گردشگری*، تهران: فروزش.
- کیانی سلیمی، صدیقه. بسحاق، محمدرضا. (۱۳۹۵). «تبیین اثرات جشنواره گلاب‌گیری از دیدگاه ساکنان محلی»، *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، سال یازدهم، شماره ۳۴، صص ۹۲ - ۶۵.
- محمدپور جابری، مرتضی. (۱۳۹۳). «تحلیل نقش گردشگری بر کیفیت زندگی شهروندان با تأکید بر شاخص‌های ذهنی (مطالعه موردی: شهر فشم، شهرستان شمیرانات)»، *نشریه گردشگری شهری*، ۱ (۱)، ۳۵ - ۴۵.
- مولادوست، کیومرث. (۱۳۹۲). «تبیین تأثیرات گردشگری ورزش چوگان در اقتصاد استان اصفهان»، *اصفهان، اولین همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی و چشم‌انداز آینده*.
- مولادوست، کیومرث. (۱۳۹۲). «ورزش چوگان و اهمیت آن در گردشگری»، *دومین همایش گردشگری و طبیعت‌گردی ایران زمین*، همدان، دانشکده فنی شهید مفتاح همدان، دانشگاه فنی و حرفه‌ای.
- مولادوست، کیومرث. (۱۳۹۴). «پولوتوریسم فرصتی در عرصه رونق‌بخشی گردشگری ورزشی»، *دومین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار*، سمنان، دانشگاه سمنان.
- مولادوست، کیومرث. (۱۳۹۷). «برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه پولوتوریسم در ایران»، *دومین همایش ملی صنعت اسب، زنجان، دانشگاه زنجان*.
- مولادوست، کیومرث. سامانی قطب‌آبادی، سحر. ذاکریان، علیرضا. (۱۳۹۶). «شناسایی و اولویت‌بندی مشکلات گردشگری ورزش چوگان در ایران»، *فصلنامه فضای گردشگری*، دوره ۶، شماره ۲۲، صص ۱۲۶ - ۱۰۹.
- مولائی، اصغر. پیربابایی، محمدتقی. (۱۳۹۵). «طراحی شهری و منطقه‌ای زمینه‌گرا در مسیر سفر امام رضا (ع) به ایران»، *فصلنامه علمی - پژوهشی فرهنگ رضوی*، سال چهارم شماره ۱۶، صص ۱۴۲ - ۱۰۱.
- میرزائی، روزبه. (۱۳۹۵). «گردشگری رویداد راهکاری جهت توسعه اقتصادی پایدار در جوامع محلی»، *جغرافیا (فصلنامه علمی - پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران)*، دوره جدید، سال چهاردهم، شماره ۴۹، صص ۶۰ - ۴۱.
- نوریان، فرشاد. فلاح‌زاده، سجاد. (۱۳۹۴). «بازآفرینی بافت قدیم شهر آمل مبتنی بر استراتژی توسعه گردشگری و برنامه‌ریزی راهبردی سناریویی»، *نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی*، دوره ۲۰، شماره ۳، صص ۵۸ - ۴۳.

- Dimmock, K and Tiyce, M (2001) , Festivals and events: celebrating special interest tourism, in N. Douglas, N. Douglas and R. Derrett (eds.) , Special Interest Tourism, Australia, John Wiley, pp. 355 - 383.

- Duglio, S. , & Beltramo, R. (2017). Estimating the economic impacts of a small - scale sport tourism event: The case of the Italo - Swiss mountain trail CollonTrek. Sustainability, 9 (3) , 343.

- Getz, D. (2008) , Event tourism: definition, evolution, and research, *Tourism Management*, 29, pp. 403 - 428.
- Getz, D; Svensson, B; Peterssen, R & Gunnervall, A (2012) Hallmark Events: Definition, Goals And Planning Process, *International Journal of Event Management Research*, 7 (1/2) , pp. 47 - 67.
- Goldblatt, J (2007) , *Special events: The roots and wings of celebration* (5th Ed.) ,Wiley, New York.
- Jönsson, C. , & Lewis, C. C. (2014). Impacts of hosting a sport event in tourism high season. *Recreation and Society in Africa, Asia and Latin America*, 5 (1).
- McDowall, S. (2010). A comparison between Thai residents and non - residents in their motivations, performance evaluations, and overall satisfaction with a domestic festival. *Journal of Vacation Marketing*, 16 (3) , 217 - 233
- Savinovic, A. , Kim, S. , & Long, P. (2012). Audience Members' Motivation, Satisfaction, and Intention to Re - visit an Ethnic Minority Cultural Festival. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29 (7) , 682 - 694
- Yamashita, Shinji. (2016). "Cultural tourism", in: Jafari, Jafar. *Encyclopedia of Tourism*. Springer International Publishing. pp. 212 - 213.
- Yeh, C. C. , Lin, C. S. , & Huang, C. H. (2018). The Total Economic Value of Sport Tourism in Belt and Road Development—an Environmental Perspective. *Sustainability*, 10 (4) , 1191.
- Yolal, Medet & others (2016). Impacts of festivals and events on residents'well - being. *Annals of Tourism Research*, (61) , 1-18.