

ارائه مدل فعال سازی زورخانه ها: میراث فرهنگی ناملموس کشور

علی اصغر امیرحسینی^۱ | اسراء عسکری^{۲*} | مجتبی احمدی^۳ | زین العابدین فلاح^۴ | طاهر بهلکه^۵

۳۴

سال شانزدهم

پاییز و زمستان ۱۴۰۵

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۸/۲۶

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۷/۰۷

صص: ۱-۴۴

شاپا چاپ: ۶۳۲۸-۲۵۳۸

الکترونیکی: ۱۶۵۵-۲۷۱۷

چکیده

تحقیق حاضر باهدف ارائه مدل فعال سازی زورخانه ها طراحی گردید. این تحقیق با هدف ارائه مدلی برای فعال سازی زورخانه ها طراحی می شود. روش تحقیق به صورت کیفی و میدانی بوده و از رویکرد گرلند تئوری (نظریه داده بنیاد) بهره می گیرد. مشارکت کنندگان پژوهش را خبرگان حوزه موضوع تشکیل می دهند که با استفاده از نمونه گیری هدفمند با رویکرد همگون و با رعایت اصل حداکثر تنوع انتخاب شده و فرآیند نمونه گیری تا رسیدن به نقطه اشباع نظری ادامه می یابد. در نهایت، تعداد ۱۲ مصاحبه نیمه ساختاریافته با افرادی انجام می پذیرد که از اشراف کامل علمی و عملی بر موضوع برخوردار هستند. یافته های پژوهش نشان می دهد که عوامل مؤثر بر فعال سازی زورخانه ها به عنوان میراث فرهنگی ناملموس کشور در شش مقوله اصلی دسته بندی می شوند: تعاملات اجتماعی، عاطفی، فنی، دسترسی، جذاب سازی، و نظارت و ارزیابی. همچنین، چرخه جذب در این مدل شامل مراحل وضعیت سنجی، ساخت، مرمت، تجهیز و بازسازی، اطلاع رسانی و آشناسازی، تجربه سازی، تکرارپذیری و ماندگاری است که در جهت فعال سازی زورخانه ها می بایستی به این چرخه توجه جدی داشت.

کلیدواژه ها: زورخانه، میراث فرهنگی، فعال سازی، مدل

DOR:

۱. گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران aliasghar.amirhosseini@iau.ac.ir

۲. نویسنده مسئول: گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران askari.asra@iau.ac.ir

۳. گروه تربیت بدنی، واحد بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرگز، ایران Mojtaba.ahmadi@iau.ac.ir

۴. گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران zy.fallah@iau.ac.ir

۵. گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران t.bahlekeh@iau.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

یکی از مسائل مهم در جوامع امروزی، فرهنگ می‌باشد که به صورت جدی مورد توجه محققان قرار گرفته است (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۳۵). فرهنگ به عنوان یکی از نیازهای روز جوامع بشری مشخص می‌باشد (اسچوستر، ۲۰۲۰، ۲۵). جامعه ایران به دلیل اختلاف قومی و فرهنگی نیازمند زمینه‌های آموزشی بسیاری است تا بتواند از ارتباطات فرهنگی خوب و سالم برخوردار باشد و نوعی تعامل اجتماعی همراه با آرامش و آسایش اجتماعی را فراهم آورد. عدم مدارا و تحمل فرهنگی نسبت به قومیت‌های مختلف می‌تواند زمینه‌های شکل‌گیری تضاد، تفرقه و تبعیض را فراهم آورد که در این صورت هم جامعه اکثریت و هم اقلیت‌های قومی و دینی تحت تأثیر آثار منفی آن قرار می‌گیرد (فهیم دوین و اسداللهی، ۱۴۰۱، ۴). تنوع فرهنگی به عنوان یکی از مسائل مهم در جهت شکل‌گیری وحدت، نقش مهمی در همراهی تمامی گروه‌ها در حوزه‌های مختلف دارد. به صورتی که از مدیریت تنوع فرهنگی در جهت ایجاد یک بستر مناسب در بهره‌گیری از ظرفیت‌های فردی و گروهی استفاده می‌شود (الاس و موسا، ۲۰۱۶، ۱۳۰). وجود تنوع فرهنگی در صورتی که مدیریت شود می‌تواند به عنوان یک پتانسیل مشخص گردد و در صورتی که مدیریت نگردد می‌تواند به عنوان یک آسیب جدی مشخص گردد (مائوسن و بادر، ۲۰۱۲، ۲۸).

بهبود وضعیت فرهنگ در جوامع به عنوان یکی از نیازهای مهم و کلیدی کاملاً درک می‌گردد (پالمر، ۲۰۲۰، ۴۳). ارتقا سطح فرهنگ در میان گروه‌ها و افراد به عنوان یکی از شاخص‌های مهم و کلیدی کشورهای توسعه‌یافته درک می‌گردد (وانگ و قانوری، ۲۰۲۰، ۴۴). امروزه تلاش‌های گسترده‌ای در جهت ارتقا سطح فرهنگ در کشورهای مختلفی انجام شده است و محققان مختلفی سعی در ایجاد شواهدی در این حوزه داشته‌اند (بورتون، ۲۰۱۹، ۳۱). بدون شک ارتقا سطح فرهنگ کشورها با توجه به ارزش‌های مورد انتظار می‌تواند منجر به ایجاد رفتارهای مطلوب در جوامع گردد (رول و همکاران، ۲۰۱۷، ۳۳). اسچائو و اسچائو (۲۰۱۹) مشخص نمودند که در مسیر توسعه‌یافتگی می‌بایستی به مسائل فرهنگی توجه داشت و تلاش‌هایی در جهت بهبود وضعیت فرهنگ را ایجاد نمود.

آنچه در مفهوم فرهنگ اهمیت دارد باورهای ذهنی و ارزشی است که می‌توان در روابط اجتماعی انسان‌ها بصورت رفتار و کنش مشاهده کرد. توسعه فرهنگی منجر به خودباوری جامعه شده است و این مسئله خود در شکل‌گیری و هویت فرهنگی جامعه نقش مهمی را ایفاء می‌نماید. توسعه فرهنگی در قالب اهمیت دادن به ارزش‌های محلی و ملی، باید بتواند از طریق برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی به نیازهای معنوی و مادی افراد جامعه خودپاسخ دهد (شاهسواری و همکاران، ۱۳۹۴، ۳). بهبود مسائل فرهنگی همواره به‌عنوان یک ضرورت از سوی دولت‌های مختلفی پیگیری شده است و تلاش‌های گسترده‌ای در جهت ارتقا آن را به انجام رسانده‌اند (تیان و بورگس، ۲۰۱۱، ۱۱۱). میراث فرهنگی ناملموس به‌عنوان یکی از ارکان مهم در حوزه فرهنگ؛ می‌تواند زمینه جدی در جهت توسعه و تعالی مسائل فرهنگی را فراهم نماید و باعث بروز تحول فردی و گروهی گردد. یکی از دغدغه‌های همیشگی دولت‌ها توسعه میراث فرهنگی ناملموس در جهت جریان دهی به مسائل فرهنگی و ایجاد بستری در جهت توسعه ارزش‌های مورد تأکید دولت‌ها و جوامع بوده است (یان و لی، ۲۰۲۳، ۱۲).

زورخانه‌ها به‌عنوان یکی از کهن‌ترین نهادهای ورزشی-فرهنگی ایران، نه تنها محلی برای پرورش جسم و تقویت روحیه پهلوانی بوده‌اند، بلکه بستر انتقال ارزش‌های اخلاقی، هویتی و اجتماعی نیز محسوب می‌شوند. ثبت ورزش زورخانه‌ای و آیین‌های پهلوانی در فهرست میراث فرهنگی ناملموس یونسکو، بیانگر جایگاه جهانی و ظرفیت‌های فرهنگی این سنت دیرینه است (جوانی و همکاران، ۱۴۰۰، ۹۳). با این حال، در دهه‌های اخیر زورخانه‌ها با چالش‌هایی چون کاهش اقبال عمومی، ضعف در تطبیق با نیازهای نسل جوان، کمبود حمایت‌های نهادی و ناآشنایی جامعه با کارکردهای فرهنگی-اجتماعی آن روبه‌رو شده‌اند. تداوم این روند می‌تواند به تضعیف و حتی فراموشی یکی از سرمایه‌های فرهنگی-ورزشی کشور منجر شود. از این رو، فعال‌سازی و بازآفرینی نقش زورخانه‌ها نه تنها ضرورتی فرهنگی، بلکه یک نیاز اجتماعی و مدیریتی است؛ زیرا می‌تواند به توسعه گردشگری فرهنگی، تقویت هویت ملی، افزایش سرمایه اجتماعی، و حتی ایجاد فرصت‌های اقتصادی در حوزه ورزش و فرهنگ کمک کند (یاسینی، ۱۳۹۵، ۱۳۳). یکی از مسائل مهم در حوزه میراث فرهنگی ناملموس بهره‌گیری از ظرفیت‌های مختلف موجود در یک جامعه است.. زورخانه‌ها در طول تاریخ، مؤثرترین نهادهای اجتماعی و فرهنگ ایرانی بوده‌اند. زورخانه

در دوران پرفراز و نشیب تاریخ ایران در رهبری نهضت‌های آزادی‌خواهی و ترویج فرهنگ، فتوت و جوانمردی نقش مهمی را در تربیت مردم بر عهده داشته است. نهاد زورخانه با کارکرد اجتماعی خود، نقش بااهمیتی را در حفظ هویت فرهنگی، یکپارچگی و ایجاد مشترکات فرهنگی محله‌ها و به تبع آن شهرها ایفا کرده است. یکی از مسائل مهم در جهت توسعه میراث فرهنگی ناملموس؛ بهره‌گیری از ظرفیت‌های تاریخی و ارزشی در سطح جامعه می‌باشد. به عبارتی به واسطه بهره‌گیری از ظرفیت‌های مکان‌ها، حوزه‌ها و فعالیت‌ها می‌توان؛ جهشی در جهت توسعه میراث فرهنگی ناملموس داشت. با توجه به کارکردهای مهم و جایگاه ارزشمند زورخانه‌ها در کشور ایران؛ بهره‌گیری از ظرفیت‌های آن می‌تواند منجر به بهبود میراث فرهنگی ناملموس گردد. نبود مطالعات جدی در جهت فعال‌سازی زورخانه‌ها در کشور ایران باعث شده است تا امروزه کارکردهای فرهنگی، ورزشی و اجتماعی زورخانه‌ها به صورت جدی کاهش یابد. خلا تحقیقاتی در خصوص شناسایی عوامل مؤثر بر فعال‌سازی زورخانه‌ها در راستای میراث فرهنگی ناملموس کشور؛ باعث شده است تا روندهای علمی و منطقی در جهت توسعه زورخانه‌ها در مسیر کسب کارکردهای فرهنگی ایجاد نگردد. این مسئله باعث شده است تا تحقیق حاضر عنوان ارائه مدل فعال‌سازی زورخانه‌ها: میراث فرهنگی ناملموس کشور طراحی و اجرا گردد. لذا هدف کلی تحقیق حاضر شامل ارائه مدل فعال‌سازی زورخانه‌ها در مسیر میراث فرهنگی ناملموس ایران بود. همچنین اهداف فرعی شامل شناسایی عوامل مؤثر بر فعال‌سازی زورخانه‌ها در مسیر میراث فرهنگی ناملموس ایران و همچنین شناسایی چرخه فعال‌سازی فعال‌سازی زورخانه‌ها در مسیر میراث فرهنگی ناملموس ایران بود.

ادبیات نظری و پیشینه‌ها

میراث فرهنگی ناملموس مفهومی است که یونسکو از اوایل دهه ۲۰۰۰ به طور رسمی وارد ادبیات علمی و سیاست‌گذاری کرد. این نوع میراث شامل آیین‌ها، رسوم، دانش‌ها، مهارت‌ها، و هنرهایی است که نسل به نسل منتقل می‌شوند و بخشی از هویت جمعی یک ملت را شکل می‌دهند. زورخانه‌ها به همراه آیین‌های پهلوانی و ورزش‌های سنتی ایرانی، در سال ۲۰۱۰ در فهرست میراث فرهنگی ناملموس یونسکو ثبت شدند و به عنوان نمونه‌ای از هم‌پیوندی ورزش، آیین و اخلاق

پهلوانی شناخته می‌شوند. بر اساس نظریه‌ی میراث به‌مثابه سرمایه فرهنگی، این گونه میراث‌ها نه تنها ارزش تاریخی دارند بلکه قابلیت تبدیل شدن به سرمایه اجتماعی و اقتصادی در بستر جامعه‌ی معاصر را نیز دارا هستند (یاسینی، ۱۳۹۵، ۱۳۳). زورخانه‌ها صرفاً یک مکان ورزشی نیستند، بلکه کانونی برای بازتولید ارزش‌های اخلاقی، هویتی و اجتماعی به شمار می‌آیند. بر اساس نظریه‌ی کارکردگرایی پارسونز، هر نهاد اجتماعی نقشی در حفظ انسجام و هویت جامعه دارد. زورخانه‌ها نیز از دیرباز بستری برای تقویت همبستگی اجتماعی، تربیت اخلاقی جوانان، و پیوند نسل‌ها بوده‌اند. علاوه بر آن، زورخانه‌ها واجد نوعی «سرمایه نماین» هستند که می‌تواند در هویت ملی و برندینگ فرهنگی ایران در سطح بین‌المللی نقش آفرین باشد (فهیم دوین و اسدالهی، ۱۴۰۱، ۳).

از منظر جامعه‌شناسی ورزش، زورخانه‌ها نه تنها محل تمرین و آمادگی جسمانی بلکه نهادی اجتماعی — فرهنگی بوده‌اند که به انسجام گروهی، تربیت اخلاقی و انتقال سنت‌های بومی کمک کرده‌اند. بر مبنای نظریه کارکردگرایی، چنین نهادهایی در حفظ تعادل و انسجام جامعه مؤثرند و می‌توانند پیوندی میان نسل‌ها برقرار سازند. افزون بر این، زورخانه‌ها واجد نوعی سرمایه نمادین هستند که می‌تواند در سطح ملی به تقویت هویت فرهنگی و در سطح بین‌المللی به برندینگ فرهنگی ایران یاری رساند. با این حال، تحولات اجتماعی و فرهنگی معاصر موجب شده کارکردهای سنتی زورخانه‌ها با چالش‌هایی جدی مواجه شود؛ کاهش علاقه نسل جوان، کمبود حمایت نهادی، تغییر سبک زندگی و ضعف در معرفی ظرفیت‌های فرهنگی این نهاد، از جمله عواملی است که استمرار این میراث ناملموس را تهدید می‌کند (منتظرالقائم و حقی، ۱۳۹۷، ۴). بر اساس رویکرد «میراث به مثابه سرمایه فرهنگی» که در آثار بوردیو مطرح شده است، بازآفرینی و بهره‌برداری مجدد از چنین نهادهایی می‌تواند نه تنها موجب حفظ هویت و سنت‌های فرهنگی شود بلکه ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی جدیدی نیز خلق کند. در همین راستا، مفهوم «فعال‌سازی» در ادبیات مدیریت فرهنگی و توسعه به معنای احیا، بازآفرینی و به کارگیری ظرفیت‌های نهفته یک پدیده اجتماعی به کار می‌رود. فعال‌سازی میراث فرهنگی نیازمند سه رکن اساسی است: نخست، حمایت نهادی و سیاست‌گذاری فرهنگی که بتواند بستر قانونی و ساختاری برای بازآفرینی این میراث را فراهم کند؛ دوم، مشارکت اجتماعی که حضور جامعه محلی، سازمان‌های مردم‌نهاد و نسل جوان را تضمین نماید؛ و سوم، کارکردهای اقتصادی — اجتماعی که امکان پیوند میراث با

حوزه‌هایی همچون گردشگری فرهنگی، کارآفرینی و ارتقاء سرمایه اجتماعی را فراهم آورد (رول و همکاران، ۲۰۱۷، ۳۳).

گذشته انسان لایه‌هایی از میراث ملموس و ناملموس را در برمی‌گیرد. درحالی‌که تشخیص دومی در این زمینه دشوار است، اما می‌بایستی به‌صورت جدی در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده در حوزه فرهنگی مدنظر قرار گیرد (ژیائو و همکاران، ۲۰۲۳، ۵۳). امروزه توجه به میراث فرهنگی ناملموس به‌عنوان یکی از مسائل مهم و ضروری موردتوجه جدی قرار گرفته است. به‌صورت کلی همه افراد دارای میراث فرهنگی ناملموس هستند که برای آن‌ها و جوامعشان مهم است: از دانش عملی برای ایجاد چیزهای مفید یا مراقبت از محیط اطرافمان گرفته تا جشن‌ها، موسیقی یا داستان‌هایی که برای زندگی ما معنا دارند (تان و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۸۹). درگیر شدن با این میراث می‌تواند رفاه، احساس تعلق ایجاد کند و به افراد کمک کند تا جوامع دیگر را درک شود. پروژه‌های میراث فرهنگی ناملموس به بررسی تنوع سیاست‌ها و شیوه‌هایی می‌پردازد که سنت‌های فرهنگی زنده را درگیر می‌کند (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۳۶). درحالی‌که پروژه‌های میراث فرهنگی ناملموس شاید بیشتر به خاطر مجموعه‌های وسیعی از هنرهای مادی و مصنوعات شناخته‌شده است، اما این پروژه‌ها همچنین یک نیروی پررونق برای کارهای فرهنگی مربوط به سنت‌های اجرا، آیین، موسیقی، رقص، دانش، داستان‌سرایی و انتقال شفاهی است که اغلب به‌طور جمعی به آن اشاره می‌شود (ژیائو و همکاران، ۲۰۲۳، ۵۳).

یکی از مسائل مهم در حوزه فرهنگ؛ میراث فرهنگی ناملموس می‌باشد. میراث فرهنگی ناملموس به‌عنوان یکی از متغیرهای مهم در حوزه فرهنگ می‌باشد که امروزه به‌صورت جدی در تمامی مطالعات حوزه فرهنگی موردتوجه قرار گرفته است (ژیائو و همکاران، ۲۰۲۳، ۵۲). میراث فرهنگی ناملموس یک عمل، بازنمایی، بیان، دانش یا مهارتی است که به‌عنوان بخشی از میراث فرهنگی یک مکان در نظر گرفته می‌شود. میراث فرهنگی ناملموس شامل شیوه‌ها و دانشی است که همه به‌طور مشترک به ارث می‌برند و به‌طور جمعی برای زنده کردن، بازآفرینی و انتقال آن تلاش می‌کنند (یان و لی، ۲۰۲۳، ۱۲). سان (۲۰۲۰) در تحقیق خود که باهدف تحقیق در مورد بازاریابی بین فرهنگی در عصر رسانه‌های جدید انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی برد که با توجه به تغییرات در عصر رسانه‌های جدید، بهره‌گیری از بازاریابی فرهنگی نقش مهمی در بهبود

وضعیت بازاریابی و فرهنگ خواهد داشت. فهیم دوین و اسدالهی (۱۴۰۱) پس از بررسی‌های خود پی بردند که فرهنگ حاکم در ورزش‌های میراثی-آئینی بر توسعه سرمایه اجتماعی جوامع شهری تأثیر معنی‌داری دارد. با عنایت به یافته‌های تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که ورزش‌های میراثی-آئینی می‌توانند به‌عنوان وسیله‌ای برای ایجاد روابط دوستانه و ارتباطات اجتماعی جدید به‌ویژه بین طبقات مختلف جامعه شهری به لحاظ مذهب و قومیت مورد استفاده قرار گیرد. ژایائو و همکاران (۲۰۲۳) در تحقیق خود که باهدف استفاده از آزمایش‌های انتخابی برای ارزیابی ارزش‌های توریستی برای میراث فرهنگی ناملموس انجام گرفت؛ پس از بررسی‌های خود پی بردند که استفاده از فضاهای تاریخی و گردشگری می‌تواند زمینه جدی جهت توسعه میراث فرهنگی ناملموس را فراهم نماید. چراغی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود که باهدف تأثیرگذاری‌های تنوع فرهنگی در برخی حوزه‌های اجتماعی و شهری، پی بردند که تنوع فرهنگی در صورتی که مدنظر و مورد توجه قرار گیرد می‌تواند آثار مثبتی را به همراه داشته باشد. ژانگ و همکاران (۲۰۲۳) در تحقیق خود که باهدف راهبردهای ساخت و توسعه راهروها برای میراث فرهنگی ناملموس انجام گرفت؛ پس از بررسی‌های خود پی بردند که توسعه مکان‌هایی که در میان افراد دارای ارزش و جایگاه تاریخی مناسبی دارند؛ می‌تواند زمینه را جهت توسعه میراث فرهنگی ناملموس ایجاد نماید. یاسینی (۱۳۹۵) اشاره داشت که اجرای آیین‌های زورخانه، این محل را از یک مکان صرفاً ورزشی فراتر برده و کارکردهای فرهنگی و تربیتی مؤثری به آن بخشیده است. همچنین جوانی و همکاران (۱۴۰۰) نیز اشاره داشتند که ورزش زورخانه‌ای کارکردهای مهمی در عرصه روانشناسی اجتماعی ورزشی دارد که با برنامه‌ریزی برای بهره‌برداری از ظرفیت‌های ورزش زورخانه‌ای، می‌توان از آنها در سطح جامعه سود برد. از طرفی منتظرالقائم و حقی (۱۳۹۷) اشاره داشتند که بازشناسی مولفه‌ها و مفاهیم والای ملی و مذهبی در ورزش باستانی و زورخانه‌ای ضروری است که در کنار یکدیگر در آداب و مناسک زورخانه نقش داشته است و زورخانه و ورزش باستانی را به جزری جدایی‌ناپذیر از هویت فرهنگی و ملی ما تبدیل نموده و از آن یک مکتب والای اخلاقی و تربیتی ساخته است. از دیدگاه نظریه احیای فرهنگی، بازنده‌سازی سنت‌ها زمانی پایدار خواهد بود که در عین حفظ اصالت، بتوانند خود را با نیازها و سبک زندگی نسل جدید سازگار سازند. در مورد زورخانه‌ها نیز این اصل مصداق دارد؛ زیرا این نهاد تنها در صورتی می‌تواند دوباره به جایگاه

اجتماعی پیشین خود بازگردد که کارکردهای آن با فضای فرهنگی امروز جامعه همخوانی یابد. در همین راستا، نظریه هویت اجتماعی نیز تأکید می‌کند که افراد از طریق تعلق به گروه‌ها و نهادهای فرهنگی خاص، احساس هویت مشترک می‌یابند. بنابراین، احیای زورخانه‌ها می‌تواند زمینه‌ای برای تقویت حس تعلق، بازتولید ارزش‌های پهلوانی و ارتقاء هویت ملی در نسل جوان فراهم آورد. به صورتی که مطالعات تطبیقی نشان می‌دهد که کشورهایی مانند ژاپن (با آیین‌های سامورایی و سومو)، کره جنوبی (با تایکواندو به عنوان میراث ملی)، و هند (با یوگا و کبدی) توانسته‌اند با ترکیب سیاست‌های دولتی، بازاریابی فرهنگی، و توسعه گردشگری، میراث ورزشی خود را به عامل هویت‌ساز و مزیت رقابتی در سطح بین‌المللی بدل کنند. این تجربه‌ها نشان می‌دهد که فعال‌سازی زورخانه‌ها نیز می‌تواند از رهگذر راهبردهایی چون آموزش رسمی، تلفیق با رسانه‌های نوین، گردشگری ورزشی و حمایت دولت، تحقق یابد (ژیائو و همکاران، ۲۰۲۳، ۵۲).

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از جمله تحقیقات کیفی بود که به صورت میدانی اجرایی گردید. روش کیفی مورد استفاده در تحقیق حاضر از نوع گراند تئوری از نوع گلیزر بود. مشارکت کنندگان در تحقیق حاضر شامل خبرگان آگاه به موضوع تحقیق بودند. معیارهای ورود خبرگان بخش کیفی تحقیق در سه بخش شامل تحصیلات (دارا بودن مدرک تحصیلی حداقل کارشناسی)، سوابق شغلی (دارا بودن حداقل ۱۰ سال سوابق شغلی در حوزه زورخانه‌ای) و سوابق پژوهشی (دارا بودن حداقل ۳ فعالیت پژوهشی در حوزه مورد مطالعه) بود. دارا بودن دو معیار از سه معیار فوق منجر به تأیید شرایط آگاهی نمونه‌ها به موضوع پژوهش خواهد بود. به منظور شناسایی نمونه‌های بخش کیفی از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. در این پژوهش با توجه به هدف مطالعه، شرکت کنندگان بخش کیفی بر اساس نمونه‌گیری هدفمند از بین افراد آگاه به موضوع پژوهش انتخاب شدند. پنج معیار برای انتخاب شرکت کنندگان در تحقیق شناسایی شد که عبارت بودند از:

۱. کلیدی بودن- آیا افراد شناسایی شده به صورت کامل با موضوع هستند؟
 ۲. شناسایی شده توسط سایرین- آیا افرادی که برای مصاحبه انتخاب شده‌اند از سوی ذینفعان به عنوان خبرگان، در نظر گرفته می‌شوند؟
 ۳. فهم نظری موضوع- آیا این افراد درک درستی از موضوع پژوهش دارند؟
 ۴. تنوع- آیا مصاحبه‌شوندگان، از گروه‌های مختلف (نظری و عملی) انتخاب شده‌اند؟
 ۵. موافقت با مشارکت- آیا افراد منتخب، انگیزه مناسبی برای مشارکت در تحقیق داشتند؟
- فرایند گزینش نمونه‌ها ادامه پیدا کرد تا هنگامی که در جریان کسب اطلاعات، هیچ داده جدیدی پدیدار نشد و به عبارتی داده‌ها در ۱۲ مصاحبه به اشباع رسیدند و ادامه مصاحبه صرفاً برای اطمینان از یافته‌ها انجام شد. در این پژوهش ۱۲ مصاحبه با ۱۲ نفر انجام پذیرفته است. مشارکت کنندگان در این پژوهش با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و با رویکرد انتخاب نمونه‌گیری همگون و درعین حال با رعایت حداکثر تنوع نمونه‌گیری شدند.

ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. مصاحبه نیمه ساختاریافته یکی از معمول‌ترین انواع مصاحبه است که در تحقیقات کیفی مورد استفاده واقع می‌شود. این مصاحبه بین دو حد نهایی ساختاریافته و بدون ساختار قرار می‌گیرد که گاهی به آن مصاحبه عمیق هم می‌گویند که در آن از تمام پاسخگوها سؤال‌های مشابهی پرسیده می‌شود، اما آن‌ها آزادند که پاسخ خود را به هر طریقی که مایل‌اند ارائه دهند، در این مورد مسئولیت رمزگردانی پاسخ‌ها و طبقه‌بندی آن‌ها بر عهده پژوهشگر است. جهت بررسی روایی از قابلیت باورپذیری (اعتبار)، انتقال‌پذیری و تائید پذیری استفاده گردید. بدین منظور محقق جهت بررسی قابلیت باورپذیری از تائید فرایند پژوهش توسط هفت متخصص و همچنین استفاده از دو کدگذار جهت کدگذاری چند نمونه مصاحبه جهت کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران استفاده گردید. همچنین جهت بررسی انتقال‌پذیری از نظرات سه متخصص که در پژوهش مشارکت نداشتند در مورد یافته‌های پژوهش مورد مشورت قرار گرفتند. همچنین جهت بررسی قابلیت تائید پذیری از ثبت و ضبط تمامی مصاحبه‌ها و بررسی آنان در زمان‌های مورد نیاز استفاده گردید. جهت بررسی پایایی، از کمیته‌های تخصصی استفاده گردید. بدین صورت که از اعضای این کمیته تخصصی جهت کدگذاری موازی برخی مصاحبه‌ها و همچنین ارزیابی و برنامه‌های مربوط به مصاحبه‌ها استفاده شد. کدگذاری در این پژوهش به دو صورت شامل کدگذاری اولیه و کدگذاری ثانویه انجام شد. کدگذاری اولیه شامل خواندن خط به خط داده‌ها، استخراج مفاهیم و جملات اصلی، تشکیل مقولات و طبقات اولیه بود. همچنین کدگذاری ثانویه شامل طبقه‌بندی داده‌ها، مشخص نمودن زیر طبقات، تشکیل طبقات نهایی بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی، از تحلیل موضوعی استفاده گردید که از کارآمدترین روش‌های تحلیل داده‌های کیفی به‌ویژه در پژوهش‌های گراند تئوری است. در طی انجام این تحلیل، مضمون‌های فرعی اصلی در خصوص اهداف تحقیق شناسایی شد. همچنین جهت بررسی یافته‌های جمعیت شناختی مربوط به مشارکت کنندگان در تحقیق از آمار توصیفی شامل فراوانی و درصد استفاده گردید.

سؤالات پژوهش

سؤالات تحقیق

سوال کلی

مدل فعال سازی زورخانه ها در مسیر میراث فرهنگی ناملموس ایران به چه صورت است؟

سؤالات فرعی

۱. عوامل موثر بر فعال سازی زورخانه ها در مسیر میراث فرهنگی ناملموس ایران چه می باشد؟

۲. چرخه فعال سازی فعال سازی زورخانه ها در مسیر میراث فرهنگی ناملموس ایران به چه صورت می باشد؟

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی مربوط به مشارکت کنندگان تحقیق حاضر در جدول ۱ به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۱. ویژگی مشارکت کنندگان

ویژگی های جمعیت شناختی			
گروه ها	فراوانی	درصد	
جنسیت	مرد	۱۰	۸۳/۳ درصد
	زن	۲	۱۶/۷ درصد
سطح تحصیلات	دکتری	۷	۵۸/۳ درصد
	کارشناسی ارشد	۳	۲۵/۰ درصد
	کارشناسی	۲	۱۶/۷ درصد

نتایج توصیفی پژوهش نشان داد که مشارکت کنندگان شامل ۸۳٪/۳ مرد و ۱۶٪/۷ زن بودند. همچنین از این میان نمونه های پژوهش افراد دارای مدرک تحصیلی دکتری با ۵۸٪/۳ بیشترین تعداد را دارا می باشند. جدول شماره ۲، نتایج مربوط به کدهای استخراجی به همراه فراوانی را نشان می دهد.

جدول ۲. کدهای استخراجی

ردیف	کدهای استخراجی	فراوانی
۱	توجه به هویت بصری زورخانه‌ها	۸
۲	دعوت و حضور چهره‌های مشهور در زورخانه‌ها	۸
۳	بهبود کیفیت خدمات به افراد حاضر در زورخانه‌ها	۹
۴	توجه به فرهنگ‌های بومی اصیل ایرانی در طراحی زورخانه‌ها	۸
۵	ایجاد گروه‌های اجتماعی مرتبط با زورخانه‌ها	۷
۶	ایجاد فضای گفت‌وگو افراد در خصوص زورخانه‌ها	۶
۷	ایجاد کانون‌های هواداری در زورخانه‌ها	۷
۸	اطلاع‌رسانی فعالیت‌های زورخانه‌ها	۸
۹	ایجاد سیستم اطلاع‌رسانی فعال و منظم در زورخانه‌ها	۹
۱۰	تولید محتوا از فعالیت‌های ورزش زورخانه‌ای	۹
۱۱	ایجاد برنامه‌های اختصاصی رسانه‌ای در حوزه ورزش زورخانه‌ای	۱۰
۱۲	ارزیابی میزان رضایت افراد حاضر در زورخانه‌ها	۸
۱۳	نظرسنجی مدون از علاقه‌مندان به ورزش زورخانه‌ای	۸
۱۴	تعیین سطح دانش افراد در خصوص زورخانه‌ها	۹
۱۵	مدیریت بی‌نظمی‌های احتمال در زورخانه‌ها	۹
۱۶	رصد فرهنگی فعالیت‌های اجراشده در زورخانه‌ها	۹
۱۷	تعیین علائق افراد حاضر در زورخانه‌ها	۱۰
۱۸	تعریف برنامه‌های آموزشی غیرورزشی ویژه مخاطبان زورخانه	۷
۱۹	نمادسازی زورخانه‌ها در سطح ملی و بین‌المللی	۷

ردیف	کدهای استخراجی	فراوانی
۲۰	تعریف شایستگی‌های رفتاری موردنیاز افراد حاضر در زورخانه‌ها	۸
۲۱	تعریف و تأکید بر ارزش‌های کلیدی زورخانه‌ها	۸
۲۲	ترکیب نمودن رویدادهای زورخانه‌ای با آداب و سنت ایرانی	۹
۲۳	تأکید بر باورهای مورد ارزش در زورخانه‌ها و ترویج آن	۸
۲۴	سهولت دسترسی به زورخانه‌ها	۱۰
۲۵	پوشش رسانه‌ای فعالیت‌های زورخانه‌ای	۷
۲۶	انعطاف سازی فضای زورخانه‌ها با توجه به تفاوت‌های فردی	۷
۲۷	افزایش سطح دسترسی زورخانه‌ها به تمامی گروه‌های اجتماعی	۸
۲۸	تأسیس زورخانه‌ها در محلات و مکان‌های تاریخی	۸
۲۹	زمینه‌سازی حضور بانوان در زورخانه‌ها	۸
۳۰	برگزاری مسابقات و رویدادهای بین‌المللی در حوزه ورزش زورخانه‌ای	۷
۳۱	ایجاد آمایش سرزمینی در ورزش زورخانه‌ای	۹
۳۲	اعطای تسهیلات در مسیر تجهیز، تعمیر و بازسازی زورخانه‌ها	۹
۳۳	تربیت نیروی انسانی ماهر در حوزه ورزش زورخانه‌ای	۹
۳۴	استفاده از ابزارهای واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در زورخانه‌ها	۸
۳۵	جانمایی مطلوب و مطابق با نیازسنجی در ساخت زورخانه‌های جدید	۸
۳۶	ایجاد لیگ‌ها و رویدادهای داخلی منظم و مدون در حوزه ورزش زورخانه‌ای	۹
۳۷	ایجاد هنرهای نمایشی و جشن‌های سنتی ایرانی در زورخانه‌ها	۱۰
۳۸	کشف ظرفیت‌های فعلی زورخانه‌ای کشور	۷
۳۹	ترسیم نقشه زورخانه‌ای کشور	۷
۴۰	وضعیت میزان استقبال از زورخانه‌های کشور	۸
۴۱	سامانه سپاری داده‌های مربوط به زورخانه‌های کشور	۸
۴۲	تعیین قدمت زورخانه‌های سراسر کشور	۸
۴۳	تحلیل رقبا و ورزش زورخانه‌ای در تمامی ابعاد ورزشی و غیرورزشی	۹
۴۴	شناسایی زورخانه‌های نیازمند مرمت و بازسازی	۹
۴۵	ایجاد تیم‌های پروژه‌ای متخصص در حوزه مرمت زورخانه‌ها	۹
۴۶	توجه به پراکندگی جغرافیایی در فرایند ساخت زورخانه‌های جدید	۷

ردیف	کدهای استخراجی	فراوانی
۴۷	تبلیغات وسیع محیطی و مجازی	۷
۴۸	انعکاس خبری رخدادهای مربوط به ورزش زورخانه‌ای	۷
۴۹	پوشش زنده رویدادهای انجام‌شده در زورخانه‌ها	۱۰
۵۰	در اختیار گذاشتن فایل‌های آموزشی به گروه‌های هدف	۱۰
۵۱	شناسایی گروه‌های هدف	۸
۵۲	شناسایی ذینفعان	۸
۵۳	تمرکز بر جذب دانش آموزان به‌واسطه ایجاد اردوهای آموزشی مدارس به زورخانه‌ها	۸
۵۴	رفع ابهامات مخاطبان	۸
۵۵	درگیر نمودن گروه‌های هدف به ورزش زورخانه‌ای	۷
۵۶	ایجاد رویدادهای مشترک با سازمان‌ها و ارگان‌ها در زورخانه‌ها	۶
۵۷	ایجاد رویدادهای جانبی در زورخانه‌ها	۷
۵۸	ایجاد فضاهای شبیه‌سازی‌شده زورخانه‌ای	۸
۵۹	خاطره سازی در زورخانه‌ها به‌واسطه ایجاد کیفیت خدمات	۹
۶۰	ثبت تجارب در راستای تولید محتوا از رویدادهای زورخانه‌ای	۹
۶۱	تأکید بر گفتمان و فرهنگ اصیل موجود در زورخانه‌ها	۱۰
۶۲	ایجاد بانک اطلاعاتی از مخاطبان زورخانه‌ها	۸
۶۳	یادآوری خاطرات به‌واسطه تقویت تولید محتوا	۸
۶۴	سیاست‌های تشویقی به مخاطبان جهت حضور مجدد	۹
۶۵	تأکید بر تجارب موفق و جذاب در زورخانه‌ها	۹
۶۶	شناخت از علائق مخاطبان	۹
۶۷	تداوم ارتباط با مخاطبان به‌واسطه ایجاد بسترهای اجتماعی	۱۰
۶۸	جذب اعتماد مخاطبان به فعالیت‌های اثربخش زورخانه‌ای	۷
۶۹	ایجاد خدمات شخصی‌سازی‌شده	۷
۷۰	ایجاد رویدادهای منظم در زورخانه‌ها	۸
۷۱	ثبت نظرات، پیشنهادات و انتقادات مخاطبان	۸
۷۲	افزایش درآمدهای زورخانه‌ای	۹

پس از بررسی های انجام شده تعداد ۷۲ کد نهایی استخراج گردید. جدول شماره ۳ نتایج کدگذاری محوری را نشان می دهد.

جدول ۳. نتایج کدگذاری محوری و نظری

مؤلفه ها	کدهای استخراجی
جذاب سازی	توجه به هویت بصری زورخانه ها
	دعوت و حضور چهره های مشهور در زورخانه ها
	بهبود کیفیت خدمات به افراد حاضر در زورخانه ها
	توجه به فرهنگ های بومی اصیل ایرانی در طراحی زورخانه ها
تعاملات اجتماعی	ایجاد گروه های اجتماعی مرتبط با زورخانه ها
	ایجاد فضای گفتمان افراد در خصوص زورخانه ها
	ایجاد کانون های هواداری در زورخانه ها
اطلاع رسانی	اطلاع رسانی فعالیت های زورخانه ها
	ایجاد سیستم اطلاع رسانی فعال و منظم در زورخانه ها
	تولید محتوا از فعالیت های ورزش زورخانه ای
	ایجاد برنامه های اختصاصی رسانه ای در حوزه ورزش زورخانه ای
عوامل مؤثر	ارزیابی میزان رضایت افراد حاضر در زورخانه ها
	نظرسنجی مدون از علاقه مندان به ورزش زورخانه ای
	تعیین سطح دانش افراد در خصوص زورخانه ها
	مدیریت بی نظمی های احتمالی در زورخانه ها
	رصد فرهنگی فعالیت های اجرا شده در زورخانه ها
	تعیین علائق افراد حاضر در زورخانه ها
	تعریف برنامه های آموزشی غیرورزشی ویژه مخاطبان زورخانه
	نمادسازی زورخانه ها در سطح ملی و بین المللی
عاطفی	تعریف شایستگی های رفتاری مورد نیاز افراد حاضر در زورخانه ها
	تعریف و تأکید بر ارزش های کلیدی زورخانه ها
	ترکیب نمودن رویدادهای زورخانه ای با آداب و سنت ایرانی
	تأکید بر باورهای مورد ارزش در زورخانه ها و ترویج آن
دسترسی	سهولت دسترسی به زورخانه ها
	پوشش رسانه ای فعالیت های زورخانه ای

مؤلفه ها	کدهای استخراجی
فنی	انعطاف سازی فضای زورخانه ها با توجه به تفاوت های فردی
	افزایش سطح دسترسی زورخانه ها به تمامی گروه های اجتماعی
	تأسیس زورخانه ها در محلات و مکان های تاریخی
	زمینه سازی حضور بانوان در زورخانه ها
	برگزاری مسابقات و رویدادهای بین المللی در حوزه ورزش زورخانه ای
	ایجاد آمایش سرزمینی در ورزش زورخانه ای
	اعطای تسهیلات در مسیر تجهیز، تعمیر و بازسازی زورخانه ها
	تربیت نیروی انسانی ماهر در حوزه ورزش زورخانه ای
	استفاده از ابزارهای واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در زورخانه ها
	جانمایی مطلوب و مطابق با نیازسنجی در ساخت زورخانه های جدید
وضعیت سنجی	ایجاد لیگ ها و رویدادهای داخلی منظم و مدون در حوزه ورزش زورخانه ای
	ایجاد هنرهای نمایشی و جشن های سنتی ایرانی در زورخانه ها
	کشف ظرفیت های فعلی زورخانه ای کشور
	ترسیم نقشه زورخانه ای کشور
	وضعیت میزان استقبال از زورخانه های کشور
چرخه فعال سازی	سامانه سپاری داده های مربوط به زورخانه های کشور
	تعیین قدمت زورخانه های سراسر کشور
	تحلیل رقبا ورزش زورخانه ای در تمامی ابعاد ورزشی و غیرورزشی
	شناسایی زورخانه های نیازمند مرمت و بازسازی
	ایجاد تیم های پروژه ای متخصص در حوزه مرمت زورخانه ها
ساخت، مرمت، تجهیز و بازسازی	توجه به پراکندگی جغرافیایی در فرایند ساخت زورخانه های جدید
	تبلیغات وسیع محیطی و مجازی

مؤلفه‌ها	کدهای استخراجی
اطلاع‌رسانی و آشناسازی	انعکاس خبری رخدادهای مربوط به ورزش زورخانه‌ای
	پوشش زنده رویدادهای انجام‌شده در زورخانه‌ها
	در اختیار گذاشتن فایل‌های آموزشی به گروه‌های هدف
	شناسایی گروه‌های هدف
	شناسایی ذینفعان
تجربه سازی	تمرکز بر جذب دانش آموزان به‌واسطه ایجاد اردوهای آموزشی
	مدارس به زورخانه‌ها
	رفع ابهامات مخاطبان
	درگیر نمودن گروه‌های هدف به ورزش زورخانه‌ای
	ایجاد رویدادهای مشترک با سازمان‌ها و ارگان‌ها در زورخانه‌ها
تکرارپذیری	ایجاد رویدادهای جانبی در زورخانه‌ها
	ایجاد فضاهای شبیه‌سازی‌شده زورخانه‌ای
	خاطره سازی در زورخانه‌ها به‌واسطه ایجاد کیفیت خدمات
	ثبت تجارب در راستای تولید محتوا از رویدادهای زورخانه‌ای
	تأکید بر گفت‌وگو و فرهنگ اصیل موجود در زورخانه‌ها
ماندگاری	ایجاد بانک اطلاعاتی از مخاطبان زورخانه‌ها
	یادآوری خاطرات به‌واسطه تقویت تولید محتوا
	سیاست‌های تشویقی به مخاطبان جهت حضور مجدد
	تأکید بر تجارب موفق و جذاب در زورخانه‌ها
	شناخت از علائق مخاطبان
	تداوم ارتباط با مخاطبان به‌واسطه ایجاد بسترهای اجتماعی
	جذب اعتماد مخاطبان به فعالیت‌های اثربخش زورخانه‌ای
	ایجاد خدمات شخصی‌سازی‌شده
	ایجاد رویدادهای منظم در زورخانه‌ها
	ثبت نظرات، پیشنهادات و انتقادات مخاطبان
	افزایش درآمدهای زورخانه‌ای

شکل ۱. الگو تحقیق



یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که فعال‌سازی پایدار زورخانه‌ها به عنوان میراث فرهنگی ناملموس نیازمند توجه همزمان به شش عامل تعاملات اجتماعی، ابعاد عاطفی و معنوی، ملاحظات فنی و زیرساختی، دسترسی و مکان‌یابی، جذاب‌سازی و نوآوری، و نظارت و ارزیابی مستمر است. این عوامل در کنار یکدیگر بستری را فراهم می‌کنند که در آن زورخانه می‌تواند نقش فرهنگی و اجتماعی خود را به طور کامل ایفا کند. همچنین برای تحقق این هدف، یک چرخه جامع هفت‌مرحله‌ای شناسایی شده که شامل وضعیت‌سنجی و آسیب‌شناسی، ساخت و بهسازی فیزیکی، مرمت و نگهداری، تجهیز و نوسازی، اطلاع‌رسانی و آشناسازی جامعه، خلق تجربه‌های جذاب و معنادار برای مخاطبان، و نهایتاً ایجاد تکرارپذیری و ماندگاری در جذب حامیان و نسل جدید است. این چرخه تضمین می‌کند که فعال‌سازی زورخانه‌ها نه تنها معطوف به بازسازی کالبدی بوده، بلکه به عنوان یک فرآیند پویا و همه‌جانبه نهادینه خواهد شد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحقیق حاضر باهدف ارائه مدل فعال‌سازی زورخانه‌ها: میراث فرهنگی ناملموس کشور طراحی و اجرا گردد. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که فعال‌سازی زورخانه‌ها به‌عنوان میراث فرهنگی ناملموس ایران، نیازمند توجه همزمان به مجموعه‌ای از عوامل اجتماعی، عاطفی، فنی و زیرساختی، دسترسی، جذاب‌سازی و نظام نظارت و ارزیابی است. این عوامل در یک چرخه منسجم شامل وضعیت‌سنجی، مرمت و تجهیز، اطلاع‌رسانی و آشناسازی، تجربه‌سازی و در نهایت ایجاد تکرارپذیری و ماندگاری معنا پیدا می‌کنند. بدین ترتیب، پاسخ پرسش اصلی تحقیق یعنی «چگونه می‌توان مدل فعال‌سازی زورخانه‌ها را به‌عنوان میراث فرهنگی ناملموس کشور ارائه داد؟» در شناسایی و تبیین این عوامل نهفته است. نتایج نشان داد که احیای زورخانه‌ها صرفاً با اقدامات عمرانی و فیزیکی امکان‌پذیر نیست، بلکه مستلزم نگاهی جامع به ابعاد فرهنگی، اجتماعی و مدیریتی است. مقایسه یافته‌های تحقیق حاضر با پژوهش‌های پیشین، همگرایی و در عین حال تفاوت‌های مهمی را آشکار می‌سازد. برای نمونه، نتایج پینتو و همکاران (۲۰۱۶) نشان داد که رسانه‌ها و حضور چهره‌های شاخص می‌توانند عامل مهمی در جذب مخاطبان فرهنگی باشند؛ این یافته با عامل «جذاب‌سازی» در پژوهش حاضر همخوانی دارد و نشان می‌دهد که زورخانه‌ها نیز برای بازآفرینی نقش اجتماعی خود باید از ظرفیت‌های رسانه‌ای و چهره‌های فرهنگی بهره‌گیرند. سان (۲۰۲۰) در مطالعه خود بر نقش بازسازی فرهنگی در عصر رسانه‌های جدید تأکید داشت؛ نتیجه‌ای که با ضرورت توجه به «برندسازی و نمادسازی زورخانه‌ها» همسو است و بیانگر آن است که معرفی زورخانه‌ها به‌عنوان نماد فرهنگی ایران در سطح ملی و بین‌المللی می‌تواند جایگاه آن‌ها را ارتقا بخشد. از سوی دیگر، یافته‌های برون و همکاران (۲۰۰۳) و چانگ (۲۰۰۳) درباره نقش ورزشکاران مشهور در الگوسازی و تأثیرگذاری فرهنگی بر جوانان، با عامل «عاطفی» و «تعاملات اجتماعی» در تحقیق حاضر پیوند دارد و نشان می‌دهد که بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی پهلوانان و ورزشکاران سنتی می‌تواند به جذب و نگهداشت مخاطبان در زورخانه‌ها کمک کند. همچنین، مطالعه هرمکینگ (۲۰۰۵) در زمینه مصرف فرهنگی و مشارکت در رسانه‌ها، هم‌راستا با عامل «نظارت و ارزیابی» در تحقیق حاضر است.

و تأکید می‌کند که شناخت نیازها و بازخوردهای جامعه پیش‌شرط موفقیت در سیاست‌گذاری فرهنگی است. در پرتو این مقایسه می‌توان گفت که نتایج تحقیق حاضر نه تنها همسویی قابل توجهی با تحقیقات بین‌المللی دارد، بلکه با بومی‌سازی این یافته‌ها، مدلی متناسب با شرایط فرهنگی و اجتماعی ایران ارائه کرده است. این مدل به‌ویژه بر ضرورت توجه به میراث فرهنگی ناملموس در بستر محلی تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که رویکردهای وارداتی بدون تطبیق با زمینه‌های بومی، اثربخشی کافی نخواهند داشت.

از نظر کاربردی، نتایج این تحقیق می‌تواند مبنای سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و ورزشی کشور قرار گیرد. در گام نخست، بازسازی، تجهیز و توسعه زیرساخت‌های زورخانه‌ها ضروری است؛ اما این امر باید همراه با طراحی برنامه‌های فرهنگی و آموزشی مکمل برای آشنایی نسل جوان با ارزش‌های زورخانه‌ای باشد. همچنین، برندسازی و نمادسازی در سطح ملی و بین‌المللی می‌تواند جایگاه زورخانه‌ها را از سطح یک فضای ورزشی سنتی فراتر برده و آن‌ها را به نمادهای فرهنگی پویا بدل سازد. استقرار نظام‌های ارزیابی و بازخورد مستمر نیز به ارتقای کیفیت خدمات و افزایش مشارکت اجتماعی کمک خواهد کرد. علاوه بر این، بهره‌گیری از رسانه‌های جمعی و فناوری‌های نوین اطلاع‌رسانی برای معرفی کارکردهای زورخانه‌ها می‌تواند فرآیند جذب مخاطب را تسهیل کند. در مجموع، نتایج تحقیق حاضر تأکید می‌کند که زورخانه‌ها ظرفیت آن را دارند که در صورت فعال‌سازی علمی و هدفمند، به نهادی فرهنگی و اجتماعی بدل شوند که ضمن حفظ و انتقال میراث ارزشمند گذشته، در خدمت توسعه فرهنگی، تقویت سرمایه اجتماعی و ارتقای هویت ملی در ایران امروز قرار گیرد. این امر نه تنها پاسخی به دغدغه دولت‌ها در زمینه توسعه میراث فرهنگی ناملموس است، بلکه می‌تواند الگویی برای دیگر حوزه‌های فرهنگی کشور نیز فراهم آورد.

با توجه به تحولات جهانی در حوزه میراث فرهنگی و ورزش‌های سنتی، نتایج این تحقیق می‌تواند مبنای سیاست‌های نوآورانه در ایران نیز قرار گیرد. سازمان یونسکو و بسیاری از کشورها در سال‌های اخیر بر دیجیتالی‌سازی میراث فرهنگی، برندسازی بین‌المللی، و توسعه گردشگری فرهنگی تأکید کرده‌اند. در این راستا، پیشنهاد می‌شود برای فعال‌سازی زورخانه‌ها علاوه بر اقدامات داخلی، از ظرفیت‌های جهانی نیز بهره گرفته شود. به‌طور مشخص، می‌توان با ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال چندزبانه برای معرفی زورخانه‌ها، تولید محتوای چندرسانه‌ای، و برگزاری رویدادهای

بین‌المللی حضوری و آنلاین، ارتباط زورخانه‌ها با مخاطبان جهانی را تقویت کرد. همچنین، بهره‌گیری از دیپلماسی ورزشی و فرهنگی در قالب همکاری با یونسکو، فدراسیون‌های بین‌المللی و سازمان‌های مردم‌نهاد می‌تواند زمینه ارتقای جایگاه زورخانه‌ها به‌عنوان نماد هویت ایرانی را فراهم آورد. در کنار این پیشنهادهای کاربردی، نتایج تحقیق حاضر افق‌های تازه‌ای را برای پژوهشگران آینده ترسیم می‌کند. به‌ویژه، بررسی نقش فناوری‌های نوین (مانند واقعیت مجازی و افزوده) در تجربه‌سازی فرهنگی زورخانه‌ها، مطالعه الگوهای موفق جهانی در احیای ورزش‌های سنتی و تطبیق آن‌ها با بستر ایرانی، و تحلیل پیامدهای اجتماعی و اقتصادی فعال‌سازی زورخانه‌ها در سطح ملی و محلی از جمله حوزه‌هایی است که می‌تواند مسیر تحقیقات آینده را روشن سازد. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهشگران به مطالعه تطبیقی بین‌المللی میان زورخانه‌های ایران و دیگر اشکال میراث فرهنگی ناملموس (مانند سامبو در روسیه یا کاپوئرا در برزیل) بپردازند تا ابعاد بین‌فرهنگی این میراث روشن‌تر گردد. چنین پژوهش‌هایی می‌تواند درک عمیق‌تری از ظرفیت‌های جهانی ورزش‌های سنتی ایجاد کرده و سیاست‌گذاری‌های ملی را غنی‌تر نماید.

فهرست منابع

- جوانی، وجیه؛ موتاب، احمد؛ ودادهیر، ابوعلی. (۱۴۰۰). واکاوی کارکردهای ورزش زورخانه‌ای مبتنی بر دیدگاه روانشناسی اجتماعی، پژوهش‌های نوین روانشناختی. ۱۶ (۶۴)، ۹۱-۱۰۵.
- چراغی، سارا؛ نظری، ولی‌اله؛ شهریار، فاطمه. (۱۳۹۹). بررسی اثرات تنوع فرهنگی در ساخت هویت شهری (نمونه موردی: منطقه ۶ شهر کرج)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی.
- شاهسواری، محمود و اوجاقی میرکوهی، ناهید و محمودی، علی و سپهری، ذبیح‌الله. (۱۳۹۴). بررسی اهمیت توسعه فرهنگی و تأثیر آن بر خودباوری جامعه، اولین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب‌وکار، صومعه‌سرا.
- فهیم دوین، حسن و اسداللهی، احسان، (۱۴۰۱)، تأثیر فرهنگ حاکم در ورزش‌های آئینی-میراثی بر توسعه سرمایه اجتماعی جوامع شهری (مورد مطالعه: ورزش زورخانه‌ای و کشتی پهلوانی استان خراسان رضوی).
- منتظرالقائم، اصغر؛ حقی، پروین. (۱۳۹۷). مفاهیم ملی و مذهبی سازنده مکتب تربیتی زورخانه، فرهنگ مردم ایران، ۵۲، ۷۱-۹۸.

- یاسینی، سیده راضیه. (۱۳۹۵). کارکردهای تربیتی و فرهنگی آیین‌های زورخانه، نشریه تربیت اسلامی، ۱۱ (۲۲)، ۱۳۱-۱۵۰.
- Alas, R. & Mousa, M. (۲۰۱۶). Cultural diversity and business schools' curricula: a case from Egypt. *Problems and perspectives in management*, ۱۴, Iss. ۲ (contin. ۱), ۱۳۰-۱۳۷.
- Brown, W. Basil, M. & Bocarnea, M. (۲۰۰۳). The influence of famous athletes on health beliefs and practices. *Journal of Health Communication*, ۸, ۴۱-۵۷.
- Burton, D. (۲۰۱۹). *Cross-cultural marketing: theory, practice and relevance*. Routledge.
- Chung, H. (۲۰۰۳). Sport Star Vs Rock Star in Globalizing Popular Culture Similarities, Difference and Paradox in Discussion of Celebrities. *International Review for the Sociology of Sport*, ۳۸(۱), ۹۹-۱۰۸.
- Hermeking, M. (۲۰۰۵). Culture and Internet consumption: Contributions from cross-cultural marketing and advertising research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, ۱۱(۱), ۱۹۲-۲۱۶.
- Maussen, M. & Bader, V. (۲۰۱۲). *Tolerance and cultural diversity in schools: Comparative report*. Florence: European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, ACCEPT PLURALISM Report.
- Palmer, D. E. (۲۰۲۰). *Cross-Cultural and Sub-Cultural Issues in Marketing Ethics*. The SAGE Handbook of Marketing Ethics, ۱-۱۳۶.
- Pinto, S. Balenzuela, P. & Dorso, C. O. (۲۰۱۶). Setting the Agenda: Different strategies of a Mass Media in a model of cultural dissemination. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, ۴۵۸, ۳۷۸-۳۹۰.
- Roll, J. Emes, J. & Horst, S. O. (۲۰۱۷). Cultural Marketing in the Digital Age. *Journal of Marketing Trends*, ۴(۲), ۳۱-۳۷.
- Schau, H. J. & Schau, A. (۲۰۱۹). ۱۰ Facilitating collective engagement through cultural marketing.
- Schuster, C. P. (۲۰۲۰). Cross-cultural marketing insights. In *Handbook on Cross-Cultural Marketing*. Edward Elgar Publishing.
- Sun, H. (۲۰۲۰, March). Research on Cross-Cultural Marketing in the New Media Era. In ۴th International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society (ICCESE ۲۰۲۰) (pp. ۵۳۹-۵۴۱). Atlantis Press.
- Tan, N. Anwar, S. & Jiang, W. (۲۰۲۳). Intangible cultural heritage listing and tourism growth in China. *Journal of Tourism and Cultural Change*, ۲۱(۲), ۱۸۸-۲۰۶.
- Tian, K. & Borges, L. (۲۰۱۱). Cross-cultural issues in marketing communications: An anthropological perspective of international business. *International Journal of China Marketing*, ۲(۱), ۱۱۰-۱۲۶.
- Wang, F. & Ghauri, P. (۲۰۲۰). Partnerships in cross-cultural marketing and retail internationalization: research propositions. In *Handbook on Cross-Cultural Marketing*. Edward Elgar Publishing.
- Xiao, J. Wu, Y. Wang, M. & Zhao, Y. (۲۰۲۳). Using choice experiments to assess tourist values for intangible cultural heritage—the case of Changdao fishermen's work song in China. *Journal of Cultural Heritage*, ۶۰, ۵۰-۶۲.

Yan, W. J. & Li, K. R. (۲۰۲۳). Sustainable Cultural Innovation Practice: Heritage •
Education in Universities and Creative Inheritance of Intangible Cultural Heritage Craft.
Sustainability, ۱۵(۲), ۱۱-۲۱

Zhang, T. Yang, Y. Fan, X. & Ou, S. (۲۰۲۳). Corridors Construction and •
Development Strategies for Intangible Cultural Heritage: A Study about the Yangtze River
Economic Belt. Sustainability, ۱۵(۱۸), ۱۳۴-۱۴۹



Presenting the activation model of Zorkhanehs: intangible cultural heritage of the country

Ali Asghar AmirHosseini^۱ | Asra askari^۲ | Mojtaba Ahmadi^۳

Zynalabedin Fallah^۴ | Taher Bahlakeh^۵

Abstract

This study aims to present a model for revitalizing zurkhanehs (traditional Persian gymnasiums). The research employs a qualitative, field-based methodology grounded in the grounded theory approach. Participants consist of subject matter experts, selected through purposive sampling with a homogeneous yet maximally varied strategy. Sampling continues until theoretical saturation is achieved, resulting in ۱۲ semi-structured interviews with individuals possessing comprehensive scientific and practical expertise. The findings indicate that the factors influencing the revitalization of zurkhanehs as an intangible cultural heritage are categorized into six main themes: social interactions, emotional elements, technical factors, accessibility, attractiveness, and monitoring & evaluation. Furthermore, the recruitment cycle for this model comprises the following phases: situation assessment, construction, restoration, equipment & modernization, publicity & familiarization, experience creation, repeatability, and sustainability that to activate the power plants, serious attention should have been paid to this cycle.

Keywords: Zorkhaneh, cultural heritage, activation, Model.

^۱ Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

^۲Correspondent Author: Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

^۳ Department of Physical Education, Bandar-e-Gaz Branch, Islamic Azad University, Bandar-e-Gaz, Iran

^۴ Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

^۵ Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran