

Developing a model for designing and building war tourism accommodation centers with an emphasis on the values of sacred defense

Abbas Nazari 

PhD student, Department of Tourism Management, College of Management and Accounting, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.

Mehdi Karroubi* 

Professor, Department of Tourism Management, College of Management and Accounting, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.

Ismail Ghaderi 

Associate Professor, Department of Tourism Management, College of Management and Accounting, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.

Abstract

Iran has many tourist destinations for those interested in war tourism. Utilizing the potential of war tourism in Iran requires the creation of suitable war tourism accommodation centers. The present study was conducted with the aim of Developing a model for designing and building war tourism accommodation centers with an emphasis on the values of sacred defense. This study is an applied research in terms of purpose and employs a qualitative exploratory approach. Data were analyzed using thematic analysis. The participant group included experts and experienced individuals in the field of war tourism, relevant managers, university professors active in this area, war-tour guides, and narrators of war memorial sites. A total of 18 participants were selected through purposeful sampling, and interviews continued until theoretical saturation was reached. To ensure data quality, the criteria of credibility, transferability, and confirmability were considered, and techniques such as participant review and expert validation of codes were

* Mehdi Karroubi: drkarroubi@gmail.com

How to Cite: xxxxxxxx

employed. Data analysis was performed through thematic analysis. The findings identified five main categories influencing the development of war tourism accommodation centers based on the values of the Sacred Defense: infrastructural factors, managerial factors, value-based factors, education and awareness-raising, and environmental factors. These categories form the foundation of the proposed model for designing and developing war tourism accommodation centers in alignment with Sacred Defense values.

Keywords: Sacred Defense values, tourism infrastructure, war tourism, accommodation centers.

1. Introduction

Iran has many advantages in the field of war tourism. From the specific values that were promoted in the country during the Holy Defense to the positive view of society towards people who have taken steps towards these values. The use of existing capacities should be done with appropriate planning and policy-making. Every year, many tourists with various motives, including curiosity, moral duty, duty, remembrance of honor and education, travel to the war zones of southwestern Iran, especially Khorramshahr, to visit the monuments, exhibitions and fronts of the Eight-Year War of Iran. However, despite the many destinations of black tourism, especially war tourism in Iran, there has been no comprehensive study so far on the construction of war tourism accommodation centers with regard to the values of the Holy Defense. Creating war tourism accommodation centers that clearly demonstrate the values of the Holy Defense and familiarize individuals and tourists with the way of life and lifestyle during wartime is one of these ways to use war tourism capacities. Building accommodations that pay attention to the values of sacred defense can help develop war tourism in Iran and prevent the values of sacred defense from being forgotten. According to the researcher's observations, no comprehensive research has been conducted on the construction of war tourism accommodation centers with respect to the values of sacred defense. Therefore, this research seeks to answer the question of what are the effective components in the pattern of building war tourism accommodation centers with respect to the values of sacred defense?

2. Literature Review

A summary of the research background shows that the development of war tourism, whether in Iran or in other countries, requires simultaneous attention to infrastructure, destination management, technology, cultural-value elements, tourist experience, socio-economic functions, and ethical and emotional sensitivities. Although these studies have examined scattered aspects of war tourism, they have not addressed the dimensions of designing and building accommodation centers appropriate to the nature of war tourism and the values of sacred defense.

3. Methodology

The present study falls within the scope of applied research in terms of its purpose. The present study is based on a qualitative research strategy and is of an analytical and exploratory type. In this study, thematic analysis method was used to analyze the data. The participants included experts and experienced individuals in the field of war tourism, managers in the field of tourism, professors in the field of tourism, and guides for war tourism tours. In this study, thematic analysis method was used to present a model for building war tourism accommodation centers according to the values of sacred defense. After taking the interviews, using the open coding method, the sub-categories and main categories of the model for building war tourism accommodation centers according to the values of sacred defense were coded and categorized.

4. Results

The results showed that five main categories including infrastructure factors, management factors, value factors, education and awareness, and environmental factors are effective in building war tourism accommodation centers with respect to the values of sacred defense. Based on these findings, the proposed model can provide a basis for the design and development of war tourism accommodation centers in order to explain and promote the values of sacred defense.

5. Discussion

Findings from interviews with 18 experts, managers, and activists in war tourism showed that the construction and development of accommodation centers related to this field is not just an architectural or service project, but rather a multidimensional and value-oriented process that requires simultaneous attention to infrastructural, managerial, value, educational, and environmental factors. Data analysis indicated that the sustainability and success of these centers depend on the creation of appropriate infrastructure, efficient management, deep attention to the values of the Sacred Defense, raising awareness and educating visitors, and adapting to the cultural and environmental conditions of the region.

6. Conclusion

The presented model can be used as a comprehensive framework for planning, designing, and launching war tourism accommodation centers and help institutions and custodians in this field to provide a meaningful, standard, and effective experience for tourists while maintaining the authenticity of the concepts of sacred defense. In general, the results of this study show that the development of war tourism in Iran, especially in the form of accommodation centers, requires an integrated approach based on cultural and historical values; an approach that can, in addition to strengthening the tourism industry, play a prominent role in transmitting the concepts of sacred defense and creating a bond between generations.

Acknowledgments

This study was indebted to the cooperation of experts and experienced individuals in the field of war tourism, tourism managers, tourism professors, and war tourism tour guides who provided significant assistance in completing the interviews. The researchers sincerely appreciate and thank them for this cooperation.

نام خانوادگی نویسنده اول و دوم (بیش از دو نویسنده نام خانوادگی نویسنده اول و همکاران | ۵

آماده انتشار

تدوین الگوی طراحی و ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با تأکید بر ارزشهای دفاع مقدس

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری،
دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

عباس نظری 

استاد، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه
طباطبائی، تهران، ایران.

مهدی کروی * 

دانشیار، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه
طباطبائی، تهران، ایران.

اسماعیل قادری 

چکیده

ایران مقاصد گردشگری بسیاری را برای علاقه‌مندان به گردشگری جنگ دارد. استفاده از ظرفیت‌های گردشگری جنگ در ایران نیازمند ایجاد مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ مناسب می‌باشد. لذا پژوهش حاضر با هدف تدوین الگوی طراحی و ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با تأکید بر ارزشهای دفاع مقدس انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف در حیطه پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. پژوهش حاضر کیفی و از نوع اکتشافی است. برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شد. جامعه مشارکت‌کنندگان شامل خبرگان و افراد مجرب در حوزه گردشگری جنگ، مدیران مرتبط، اساتید دانشگاهی فعال در این حوزه، راهنمایان تورهای جنگ و راویان یادمان‌ها بود که از میان آنان ۱۸ نفر به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و تا رسیدن به اشباع نظری مورد مصاحبه قرار گرفتند. به‌منظور اطمینان از کیفیت داده‌ها، معیارهای مقبولیت، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری در پژوهش کیفی مدنظر قرار گرفت و از روش‌هایی مانند بازنگری مشارکت‌کنندگان و بررسی کدها توسط خبرگان برای ارتقای دقت تحلیل استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون صورت گرفت. نتایج نشان داد پنج مقوله اصلی شامل عوامل زیرساختی، عوامل مدیریتی، عوامل ارزشی، آموزش و آگاهی‌بخشی، و عوامل محیطی در ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با توجه به ارزشهای دفاع مقدس تأثیرگذار می‌باشند. بر اساس این یافته‌ها،

الگوی پیشنهادی می‌تواند مبنایی برای طراحی و توسعه مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ در راستای تبیین و ترویج ارزش‌های دفاع مقدس فراهم آورد.

کلیدواژه‌ها: ارزشهای دفاع مقدس، زیرساخت گردشگری، گردشگری جنگ، مراکز اقامتگاهی.

آماده انتشار

مقدمه

موضوع گردشگری و جنگ در سالیان اخیر اهمیت بسیاری پیدا کرده است و توجه بسیاری از کشورهای پیشرفته را به خود جلب کرده است. جنگ و گردشگری به شکلی به هم پیوند خورده است که به عنوان یکی از انواع مهم گردشگری از آن یاد می‌شود (Wilson, 2008; Mora Forero et al., 2023). اما اجرای گردشگری جنگ و استفاده از منافع آن فرایند ساده‌ای ندارد (Wu & Cheng, 2018). چرا که گردشگری و جنگ ارتباط عجیبی با هم دارند و به راحتی نمی‌توان دید که چگونه خشونت و قساوت انسانی با شیوه‌های اوقات فراغت و گردشگری مرتبط است. در واقع این دو رویداد به شدت متفاوت و جدا از هم به نظر می‌رسد. گردشگری مدرن به صراحت از مناطق خشونت‌آمیز اجتناب می‌کند تا امن‌ترین نقاط ممکن برای تعطیلات را برای گردشگران فراهم کند. به طور کلی گردشگری به عنوان پدیده‌ای تلقی می‌شود که برای شکوفایی نیاز به آرامش دارد. در طول دو دهه اخیر گردشگری به طور فزاینده‌ای نقش مهمی در ارتقای تفاهم بین ملل و فرهنگ‌های مختلف پیدا کرده است و در نتیجه به ابزاری برای صلح جهانی تبدیل شده است (Jafari, 1989; D'Amore, 1988; Moufakir & Kelly, 2010). در حالی که به نظر می‌رسد جنگ‌های معاصر به حوزه فضایی گردشگری مدرن وارد نمی‌شود، یادآوری نبردهای تاریخی در قالب یادبودهای جنگ، موزه‌های نظامی و بازسازی‌های نبرد می‌تواند بخش بزرگی از عملکرد گردشگری معاصر را تشکیل دهد. اگر جنگ در زمان دیگری اتفاق افتاده است، گردشگری می‌تواند برای بهره‌برداری مناسب از جنگ استفاده شود (Lisle, 2001; Becker, 2019). در حوزه گردشگری جنگ یکی از اصطلاحات مهم گردشگری سیاه است که توسط فولی و لنون (۱۹۹۶) رایج شده است و به طور گسترده‌ای به عنوان یک واژه برای استفاده از مکان‌های مرتبط با رویدادهای غم‌انگیز و خشونت‌آمیز برای گردشگری استفاده شده است (Wu & Cheng, 2018).

کشور ایران مقاصد گردشگری بسیاری را برای علاقه‌مندان به انواع گردشگری سیاه مانند گردشگری زندان (موزه عبرت)، گردشگری جنگ (موزه جنگ و میدان‌های جنگ) و جاذبه‌های گردشگری وحشت (تالاب ارواح و جنگل جیغ) ارائه می‌دهد. در این میان گردشگری جنگ به دلیل استقبال گسترده یکی از مهمترین زیرشاخه‌های گردشگری سیاه در ایران است. زیرا بسیاری بر این باورند که در فضایی که جنگ رخ می‌دهد، گردشگری

نیز از نظر پتانسیل رشد می‌کند، زیرا گردشگری می‌تواند عاملی برای حذف یا به حداقل رساندن مشکلات پس از جنگ باشد (Smith, 1998; Fauzi, 2023). همچنین، گردشگری جنگ شایسته مطالعه است، زیرا نشان می‌دهد که چگونه مردم به تدریج از سایه جنگ بیرون آمده‌اند و شهادت رویارویی با تاریخ را به دست آورده‌اند (Lee, 2016). ترویج ارزشهای دفاع مقدس در ایران با موانعی روبه‌رو بوده است که باعث شده است الگوی کاربردی در این حوزه طراحی نشود. یکی از عمده‌ترین علت‌های نادیده گرفتن ارزش‌ها، عدم شناخت و آگاهی از آن‌ها است. مطمئناً آگاهی و شناخت ارزش‌های گردشگری جنگ راه سعادت را به سوی جامعه می‌گشاید (مریجی، ۱۳۸۹). عدم بهره‌گیری از ابزارهای نوین تبلیغ، مانع دیگر گسترش فرهنگ و ارزشهای دفاع مقدس در جامعه است. امروز، ضرورت جلب بیشتر افکار عمومی به نفع خود بر همه آشکار است و به کارگیری فناوریهای پیشرفته ارتباطی و استفاده از دستاوردهای علمی دانشهای اجتماعی و روانی که به امر تبلیغات اهمیت ویژه‌ای بخشیده‌اند، از عوامل موفقیت در نهادینه کردن ارزشها محسوب می‌شوند. همچنین بین اهمیت نشر و گسترش فرهنگ دفاع مقدس و مجموعه اقداماتی، که از دیدگاه عملی در این باره صورت گرفته است، فاصله زیادی دیده می‌شود و در یک کلام، عملکرد نادرست و ضعف مدیریت برخی از مسئولان بسیار برجسته است (ادیبی سده، ۱۳۹۳؛ Kennell & Šuligoj, 2024).

اقامتگاه‌های گردشگری جنگ به عنوان بخش مهمی از گردشگری میراث و گردشگری تاریک، مکان‌هایی هستند که بازدیدکنندگان می‌توانند با تاریخ جنگ و تجربه‌های پساجنگ مواجه شوند و از نزدیک با وقایع تاریخی، یادمان‌ها و فضای فرهنگی مرتبط با جنگ ارتباط برقرار کنند (Mora Forero et al., 2023). این اقامتگاه‌ها علاوه بر کارکردهای معمول اقامتی، نقش‌های آموزشی، فرهنگی و تجربه‌محور دارند، زیرا می‌توانند به آموزش تاریخ جنگ، انتقال ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی و ارتقای درک اجتماعی از پیامدهای جنگ کمک کنند (Winter, 2009).

ایران در زمینه گردشگری جنگ مزیت‌های بسیاری برای استفاده دارد. از ارزش‌های خاصی که در زمان دفاع مقدس در کشور ترویج پیدا کرده است تا نگاه مثبت جامعه به افرادی که در راه این ارزش‌ها قدم برداشته‌اند. ایران به دلیل تجربه طولانی جنگ تحمیلی و وجود مناطق و پهنه‌های تاریخی جنگ از ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری جنگ برخوردار است

(مهددی و متولی زاده، ۱۴۰۲). مناطق غرب و جنوب غرب کشور، شامل خوزستان، ایلام، کرمانشاه از جمله مناطقی هستند که قابلیت ایجاد و استقرار اقامتگاه‌های گردشگری جنگ را دارند. در حال حاضر، بازدیدها و اردوهای آموزشی و فرهنگی از موزه‌های دفاع مقدس، مکان‌های جنگی، یادمان‌های شهدا و مسیرهای تاریخی جنگ برگزار می‌شود که نشان‌دهنده وجود زیرساخت‌های اولیه و علاقه گردشگران داخلی و گروه‌های دانش‌آموزی و دانشجویی است. این اقدامات، اعم از بازدیدهای یک‌روزه و گروهی بیانگر وجود زمینه عملیاتی و ظرفیت مکانی برای توسعه مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ در ایران است (سجادی مهر و همکاران، ۱۴۰۲؛ پهلوان‌زاده و همکاران، ۲۰۲۴).

ایجاد مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ که ارزش‌های دفاع مقدس را به خوبی نشان دهد و افراد و گردشگران را با شیوه و سبک زندگی زمان جنگ آشنا کند یکی از این راه‌های استفاده از ظرفیت‌های گردشگری جنگ است. ساخت اقامتگاه‌هایی که به ارزش‌های دفاع مقدس توجه دارد می‌تواند به توسعه گردشگری جنگ در ایران کمک کند و باعث شود ارزش‌های دفاع مقدس به فراموشی سپرده نشود. با توجه به مشاهدات محقق در زمینه ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با توجه به ارزش‌های دفاع مقدس تحقیق پژوهش جامعی انجام نشده است. لذا این تحقیق درصدد پاسخگویی به این سوال است که مولفه‌های موثر در الگوی ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با توجه به ارزش‌های دفاع مقدس کدامند؟

پیشینه پژوهش

نتایج پژوهش حسینی (۱۴۰۲) نشان می‌دهد متغیرهای کاهش مهاجرت، توسعه و گسترش وسایل حمل و نقل، افزایش آلودگی‌های محیطی، افزایش صنایع و فعالیت‌های صنعتی، افزایش فرصت و بازار برای فروش محصولات کشاورزی، بهبود کیفیت راه‌ها و جاده‌ها، افزایش میزان سرمایه‌های مردم را می‌توان مهم‌ترین پارامترهای تأثیرگذار در محیط گردشگری جنگ در منطقه آبادان و خرمشهر قلمداد نمود.

نتایج مهددی و متولی زاده (۱۴۰۲) حاکی از آن است که گردشگران تمایل دارند در سفرهای راهیان نور دسترسی بیشتری به وسایل سرگرمی و گذران اوقات فراغت داشته باشند.

دخیل کردن بیشتر سایر نهادها و سازمان‌ها و استفاده از ظرفیت‌های آن‌ها به عنوان مهم‌ترین عامل کیفی موثر در این تحقیق شناسایی شد.

نتایج صادقی (۱۴۰۰) نشان‌گر این موضوع است مؤلفه‌های سیاسی، مؤلفه‌های فردی- اعتقادی و مؤلفه‌های فرهنگی- اجتماعی از جمله ویژگی‌های انگیزشی گردشگران هستند که می‌تواند در گردشگری جنگ مورد توجه قرار گیرد و بهره‌گیری صحیح از دستاوردهای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی آن، می‌تواند افکار، باورها و رفتار نسل جوان و نیز سایر کشورها را با آرمان‌های صلح‌محور، ظلم‌ستیز و سعادت بخش انقلاب اسلامی آشنا کند و زمینه‌های افزایش قدرت نرم ج.ا. ایران را موجب شود.

یافته‌های تحقیق راجی و نادری راد (۱۳۹۹) نشان داد بیشترین تاثیر گذاری بر تقاضای گردشگری جنگ را عواملی چون بزرگداشت قربانیان جنگ، عوامل فرهنگی و توجه به بعد نوستالژیک، عوامل عقیدتی-دینی و ملی، رسانه‌ها، علاقه به آگاهی و شناخت، کنجکاوی نسبت به مناطق جنگی و مطلوبیت شبیه سازی درد و رنج دارند.

نتایج تحقیق Driessen (2022) نشان می‌دهد که داوطلبان اردوهای تابستانی مناطق جنگ انتظار دارند اردوهای تابستانی با موضوع جنگ، تأثیرگذار (از نظر کاری) و احساسی (از نظر تجربیات شخصی) باشند. با این حال، تأثیر و احساسات مورد نظر همیشه یافت نمی‌شود. این موضوع باعث ایجاد احساسات و تنش‌های متناقض می‌شود. احساس گناه در مورد انتظارات برآورده نشده باعث شده است که داوطلبان انگیزه‌های خود را دوباره ارزیابی کنند و به دنبال راه‌های مختلفی برای معنادار کردن اردوهای تابستانی برای آنها باشند.

یافته‌های مطالعه موردی دیگر Driessen (2022) حاکی از آن است که حضور تعداد زیادی از گردشگران در مکان‌های جنگی گذشته تنش ایجاد می‌کند. از آنجایی که ماهیت مکان‌های جنگی گذشته بسیار جدی است و یاد مرگ‌های جمعی، قساوت‌ها و خشونت‌ها را زنده می‌کند؛ این مسائل با طبیعت گردشگری که عمدتاً با سرگرمی و فراغت همراه است، در تضاد است. این درگیری برخی از گردشگران را به تفکر در مورد عواقب رفتار خود تشویق کرده است.

نتایج پژوهش Shekhar & Valeri (2022) نشان می‌دهد که مطالعات موجود در زمینه گردشگری سیاه تا حد زیادی بر شناسایی و مدیریت مقصد، جنبه‌های بازاریابی، انگیزه‌ها، تجربیات، و تعامل و کاهش معضلات اخلاقی متمرکز شده‌اند. تحقیق به این نتیجه می‌رسد

که تحقیقات در مورد گردشگری سیاه دچار رکود شده است و نیاز به یک رویکرد جدید وجود دارد. برای این منظور، توصیه می‌کند که دامنه گردشگری سیاه باید فراتر از گردشگری میراثی افزایش یابد و به عنوان ابزاری برای صلح جهانی ترویج شود. یافته‌های مطالعه قربان زاده و همکاران (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که کیفیت تجربه به طور غیرمستقیم از طریق تصویر مقصد، ارزش درک شده و رضایت گردشگران بر نیت رفتاری تأثیر می‌گذارد. رضایت گردشگران به عنوان قوی‌ترین تأثیرگذار نیت رفتاری در گردشگری جنگ شناسایی شد.

مطالعه Alabau-Montoya & Ruiz-Molina (2020) این موضوع را برجسته می‌کند که طراحی موزه باید شامل استفاده از راه‌حل‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ایجاد فضایی باشد که حواس بازدیدکنندگان (عمدتاً بینایی و گوش) را تحریک کند تا تجربیات قهرمانان جنگ داخلی اسپانیا را برانگیزد، رنج‌های آنها را شناسایی کند و در مورد وقایع رخ داده ادراک ایجاد کند.

تحقیق Fernando (2016) رونق گردشگری پس از جنگ و اهداف استراتژی توسعه گردشگری دولت سریلانکا را ارزیابی کرد. تحلیل اقتصادسنجی نشان می‌دهد که اگر محیط امن و آرام در سریلانکا ادامه یابد، ورود گردشگران به سریلانکا ۲۱٫۵ درصد در سال افزایش می‌یابد.

جمع‌بندی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که توسعه گردشگری جنگ، چه در ایران و چه در سایر کشورها، نیازمند توجه هم‌زمان به زیرساخت‌ها، مدیریت مقصد، فناوری، عناصر فرهنگی-ارزشی، تجربه گردشگر، کارکردهای اقتصادی-اجتماعی، و حساسیت‌های اخلاقی و احساسی است. هرچند این مطالعات جنبه‌های پراکنده‌ای از گردشگری جنگ را بررسی کرده‌اند، اما به ابعاد طراحی و ساخت مراکز اقامتگاهی متناسب با ماهیت گردشگری جنگ و ارزش‌های دفاع مقدس پرداخته‌اند.

روش

پژوهش حاضر از نظر هدف در حیطه پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. این مطالعه در چارچوب پارادایم تفسیرگرایانه قرار می‌گیرد که بر اساس راهبرد یک پژوهش کیفی محسوب می‌شود و از حیث ماهیت اکتشافی با رویکرد استقرایی است. از نظر بازه زمانی،

پژوهش حاضر مقطعی است و داده‌ها در بازه زمانی زمستان ۱۴۰۳ گردآوری و در بهار ۱۴۰۴ تحلیل شده‌اند. در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شد. تحلیل مضمون یک روش نظام‌مند در پژوهش‌های کیفی است که با هدف شناسایی، تحلیل و تفسیر الگوها و مضامین معنادار در داده‌های کیفی به کار می‌رود. جامعه شرکت کنندگان شامل خبرگان و افراد مجرب در حوزه گردشگری جنگ، مدیران در حوزه گردشگری، اساتید رشته گردشگری، راهنمایان تورهای گردشگری جنگ بودند. در بخش مدیران سعی بر این بود افرادی انتخاب شوند که در حوزه گردشگری جنگ مسئولیت داشته‌اند یا اطلاعات مناسبی در این زمینه دارند. در بخش اساتید گردشگری افرادی انتخاب شدند که در حوزه گردشگری جنگ مقاله داشتند یا در کارهای تحقیقی این حوزه مشارکت داشته‌اند. در بخش راهنمایان تورهای گردشگری جنگ افرادی انتخاب شدند که به عنوان راوی جنگ یادمانها و سفرهای راهیان نور حضور داشته‌اند. در بخش خبرگان گردشگری جنگ از افرادی استفاده شد که سابقه حضور در جبهه و فرماندهی گردان یا تیپ را داشته‌اند. تعداد شرکت کنندگان در بخش تحلیل مضمون ۱۸ نفر بود. روش نمونه‌گیری در این بخش هدفمند بود که مصاحبه‌ها با شرکت کنندگان تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت. انتخاب روش هدفمند به این دلیل صورت گرفت که مشارکت کنندگان باید دارای تجربه، دانش و آگاهی تخصصی در حوزه گردشگری جنگ، مدیریت اقامتگاه‌ها، برنامه‌ریزی گردشگری، یا مطالعات فرهنگی مرتبط با دفاع مقدس باشند؛ بنابراین، استفاده از روش‌های تصادفی امکان دسترسی به چنین اطلاعاتی را فراهم نمی‌کرد و با اهداف پژوهش همخوانی نداشت. پس از انجام ۱۸ مصاحبه، اشباع نظری حاصل شد؛ به گونه‌ای که مصاحبه‌های پایانی صرفاً به تأیید و تکمیل مضامین موجود انجامید و منجر به استخراج مضمون جدیدی نشد.

به‌منظور گردآوری داده‌های تحقیق از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. مصاحبه‌ها به‌صورت حضوری و در موارد محدود به‌صورت آنلاین انجام شد. سؤالات مصاحبه بر اساس مبانی نظری پژوهش و مطالعات پیشین مرتبط با گردشگری جنگ و همچنین اهداف پژوهش استخراج و تدوین گردید. مجموع زمان هر مصاحبه به‌طور میانگین ۳۰ تا ۷۵ دقیقه بود و تمامی مصاحبه‌ها با رضایت مشارکت کنندگان ضبط شد. سپس مصاحبه‌ها به‌صورت کامل پیاده‌سازی و برای تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفتند.

جهت افزایش مقبولیت از روش‌های بازننگری توسط شرکت کنندگان استفاده شد. در این تحقیق در جهت تلاش برای بالا بردن دقت و به منظور اطمینان از روایی تحلیل در مراحل مختلف یافته‌ها و کدهای شناسایی شده در اختیار دو نفر از خبرگان مصاحبه‌شونده قرار گرفت و متناسب با نظرهای آنها تعدیل و تغییرهای لازم اعمال شد. در این تحقیق تمامی مراحل پژوهش شامل طراحی سؤالات، انجام مصاحبه‌ها، پیاده‌سازی، کدگذاری و استخراج مضامین به صورت دقیق مستندسازی شد. برای تأییدپذیری تلاش شد یافته‌ها مستقیماً بر اساس داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها استخراج شوند و از تفسیرهای شخصی اجتناب گردد. برای افزایش انتقال‌پذیری ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت کنندگان پژوهش به صورت شفاف گزارش شد تا امکان قضاوت خوانندگان درباره کاربرد نتایج در موقعیت‌های مشابه فراهم شود.

در این تحقیق برای ارائه الگوی ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با توجه به ارزشهای دفاع مقدس از روش تحلیل مضمون استفاده گردید. پس از اخذ مصاحبه‌ها مقولات فرعی و اصلی الگوی ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با توجه به ارزشهای دفاع مقدس کدگذاری و دسته‌بندی شد.

یافته‌ها

نتایج آمار توصیفی در زمینه رده سنی نشان می‌دهد بیشترین مشارکت کنندگان تحقیق در مقطع سنی بیش از ۴۰ سال قرار دارند که شامل ۹ نفر (۵۰ درصد) می‌باشند. نتایج در زمینه جنسیت نشان می‌دهد که ۱۲ نفر (۶۷ درصد) از مشارکت کنندگان تحقیق مرد می‌باشند و ۶ نفر (۳۳ درصد) از مشارکت کنندگان تحقیق زن می‌باشند. بیشترین مشارکت کنندگان تحقیق دانش‌آموخته مقطع دکتری هستند که تعداد آنها ۱۰ نفر (۵۶ درصد) است. نتایج نشان می‌دهد بیشترین مشارکت کنندگان تحقیق استاد دانشگاه می‌باشند که ۶ نفر (۳۳ درصد) هستند.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت کنندگان پژوهش

متغیرها	گویه‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
---------	---------	---------	--------------

۶٪	۱	۳۰-۲۵	سن
۱۱٪	۲	۳۵-۳۱	
۳۳٪	۶	۴۰-۳۶	
۵۰٪	۹	بیش از ۴۰ سال	
۶۷٪	۱۲	مرد	جنسیت
۳۳٪	۶	زن	
۵٪	۱	کارشناسی	میزان تحصیلات
۳۹٪	۷	کارشناسی ارشد	
۵۶٪	۱۰	دکتری	
۲۲٪	۴	راهنمایان گردشگری جنگ	شغل
۲۸٪	۵	مدیر در حوزه گردشگری جنگ	
۱۷٪	۳	کارشناس گردشگری جنگ	
۳۳٪	۶	استاد دانشگاه	

پس از انجام ۱۸ مصاحبه با متخصصین، نتایج بعد از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های اخذ شده از نمونه‌های پژوهش کدگذاری و دسته‌بندی شد. در ابتدا پژوهشگر با مطالعه مکرر متن مصاحبه‌ها، آشنایی عمیقی با داده‌ها به دست آورد. در این مرحله، عبارات و جملات معنادار مرتبط با موضوع پژوهش شناسایی و به‌عنوان کدهای باز ثبت شدند. سپس کدهای باز مورد مقایسه و بازبینی قرار گرفتند و کدهای مشابه یا هم‌پوشان با یکدیگر ادغام شدند. سپس کدهای مرتبط در قالب مقوله‌های فرعی سازمان‌دهی شدند. در مرحله بعد با تحلیل عمیق‌تر مقوله‌های فرعی و بررسی ارتباط آن‌ها با اهداف پژوهش، مقوله‌های اصلی استخراج شدند.

پس از تلیخیص، تلفیق و ادغام کدهایی که به لحاظ معنایی و مفهومی دارای وجه مشترک بودند در مجموع ۱۱۹ (کد باز) ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با توجه به

ارزشهای دفاع مقدس شناسایی گردید که این عوامل در ۱۶ مقوله فرعی و ۵ مقوله اصلی به شرح زیر در جدول ذیل دسته‌بندی شدند.

جدول ۲. ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با توجه به ارزشهای دفاع مقدس

مقولات اصلی	مقولات فرعی	کدهای باز
عوامل زیرساختی	تسهیلات روبنایی	نمازخانه‌های مناسب در اقامتگاه
		مرمت و حفظ بناهای جنگی و تاریخی نزدیک محل
		در نظر گرفتن امکانات بهداشتی و درمانی در اقامتگاه
		در نظر گرفتن حمام‌های تمیز و مناسب
		پذیرایی و تدارکات مناسب در اقامتگاه
		وجود منوهای غذاخوری سالم
		وجود رستوران و کافه‌های محلی
		مدیریت صحیح مواد غذایی
		در نظر گرفتن فضای ورزشی برای مهمانان
		در نظر گرفتن سلیبان به هنگام گوش دادن به صحبت‌های طولانی راویان
		اقامتگاه‌های راحت و ایمن برای مهمانان
		وجود اقامتگاه‌های مختلف (سنتی و مدرن) برای سلايق متفاوت
		اتاق‌های راحت و متنوع در اقامتگاه
		ساخت هتل‌ها و اقامتگاه‌های با کیفیت در نزدیکی مقاصد گردشگری
	تسهیلات زیربنایی	نصب سیستم‌های تصفیه آب در اقامتگاه
		بهبود کیفیت راه‌ها و جاده‌های منتهی به اقامتگاه
		وجود خدمات حمل و نقلی کافی و دسترس پذیر
		بهبود شبکه‌های حمل و نقل برای دسترسی به مکانهای جنگی
		تامین برق مناسب برای اقامتگاه

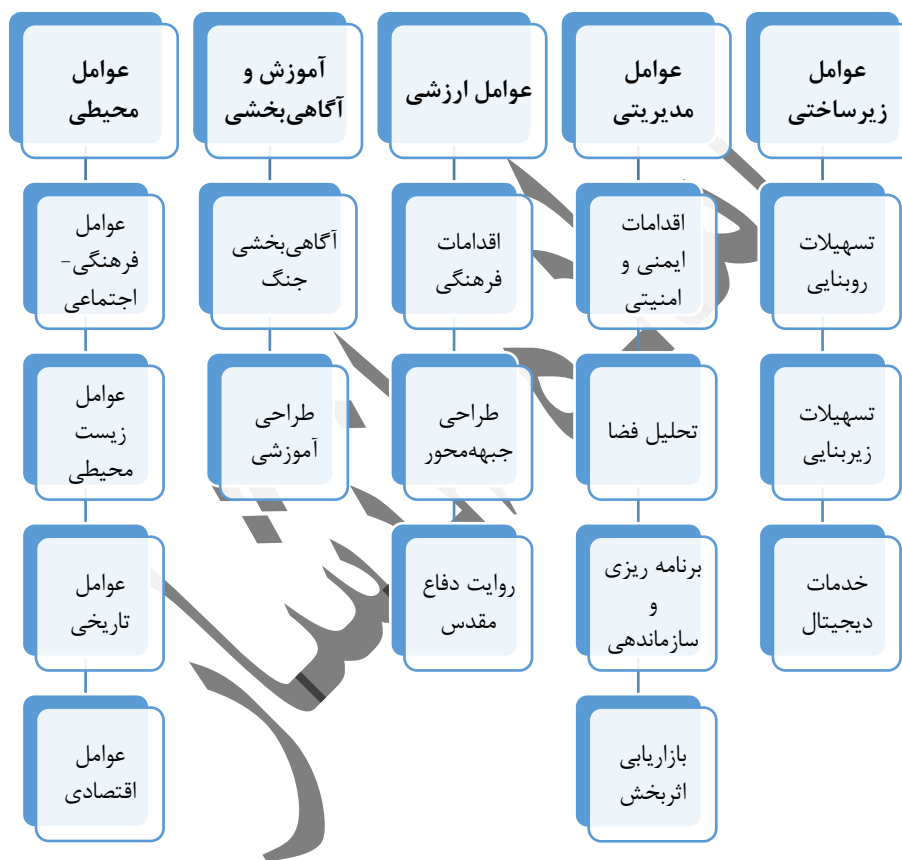
خدمات دیجیتال	آنتن دهی مناسب در اقامتگاه	
	ارائه ابزارها و خدمات دیجیتال برای بهبود تجربه افراد	
	ارائه اطلاعات لازم از طریق بارکدخوان	
	وجود برنامه های تلفن همراه برای ارائه خدمات	
	اینترنت مناسب در اقامتگاه	
اقدامات ایمنی و امنیتی	اجرای پروتکل های امنیتی برای اطمینان از ایمنی بازدیدکنندگان	
	رهنمودهای ایمنی شفاف به مهمانان و مسافران	
	ارزیابی و به روزرسانی منظم رویه های امنیتی	
	ایجاد پروتکل های اضطراری و طرح های تخلیه	
	ارائه اطلاعات واضح در مورد مناطق امن و خطرات احتمالی	
تحلیل فضا	نظارت بر اقامتگاه با دوربین مدار بسته	
	شناسایی ظرفیت های موجود هر منطقه	
	تجزیه و تحلیل ظرفیت فعلی اقامتگاه	
	تحلیل تقاضای پیش بینی شده برای تعیین نیازهای زیرساختی	
	مطالعات امکان سنجی برای ساخت اقامتگاه	
برنامه ریزی و سازماندهی	مکان یابی مناسب	
	استفاده بهینه از فضا	
	مدیریت مناسب در اعزام افراد	
	تعادل بین اصالت تاریخی و آسایش و امکانات مدرن	
	تعامل مؤثر همه دستگاه های ذینفع	
عوامل مدیریتی	برنامه منظم و مدون	
	پیاده سازی سیستم های نظارت و ارزیابی در اقامتگاه	
	دید غیرسستی به گردشگری جنگ	
	جذب خیرین برای حمایت از گردشگری جنگ	
	بکارگیری راهنماهای آگاه	

سرمایه گذاری در زیرساخت های مناسب برای مراکز اقامتی گردشگری جنگ		
تنظیم استراتژی های بازاریابی موثر برای اقامتگاه	بازاریابی اثربخش	
توسعه پایداری برای ترویج گردشگری جنگ در تمام سال		
استفاده از پیام ها و تصاویر متقاعدکننده همسو با ایدئولوژی حاکم		
ایجاد کمپین های شبکه های اجتماعی برای گردشگری جنگ		
تولید محتوا در زمینه جنگ و ارزشهای آن		
ترویج ارزشهای دفاع مقدس		
تبلیغات مناسب و مرتبط با گردشگری جنگ		
فضاهای اختصاصی برای عبادت و خلوت		
فضاهای آرام برای تفکر و یادآوری دوران جنگ		
شبیه سازی تجربیات تعاملی چالش های شهدا		
کارگاه هایی برای تجربیات یادگیری عملی		
در نظر گرفتن ملاقات با خانواده های شهدا		
تولید محصولات فرهنگی	اقدامات فرهنگی	
استفاده از تجربیات حسی برای بازآفرینی شرایط زمان جنگ		
برجسته کردن نمادها یا تصاویر مرتبط با شجاعت و فداکاری		
پیوند و پیمان با آرمان های شهدا		
یادبود و بزرگداشت شهدا		
نگهداری از میدان های جنگ و سنگرهای اصلی		
طراحی بومی اقامتگاه		
استفاده از سنگر در محیط		
استفاده از پرچم		

عوامل ارزشی	طراحی جبهه‌محور	استفاده از سربند و چفیه در دکور
		نمایش اقدامات شجاعانه و از خودگذشتگی رزمندگان
		بودن سلاح و وسایل شخصی رزمندگان
		وجود لباس رزمندگان در اقامتگاه
		وجود مجسمه‌ها یا بناهای یادبود برای شهدا
		نصب پلاک‌های یادبود شهدا
		ترکیب نمادها و شعارهای میهن پرستانه
		گنجاندن ارزش‌های شجاعت و از خود گذشتگی در محیط
	روایت دفاع مقدس	ارائه روایت‌های واقعی و احساسی
		نمایش دقیق وقایع تاریخی
		ارائه روایت‌های ایدئولوژیک
		کیفیت بخش صدا هنگام سخنرانی‌های راویان
		فن بیان مناسب راویان
		استفاده از تکنیک‌های داستان‌گویی جذاب
		به اشتراک گذاری داستان‌ها و تجربیات شخصی
		مشارکت جانبازان در فرآیند طراحی و برنامه‌ریزی
		داستان‌های رشادت و فداکاری از جنگ
	آگاهی بخشی جنگ	آموزش و انتقال وقایع و مفاهیم ارزشی جنگ
		اطلاع‌رسانی مناسب در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی
		اطلاع‌رسانی مناسب در رسانه‌های سنتی
		سخنرانی‌های مهمان
		ارائه آموزش قبل و بعد از سفر
		سخنرانی‌ها و کارگاه‌های آموزشی
		برگزاری کلاسهای مذهبی
		موزه‌های دفاع مقدس
آموزش و آگاهی بخشی		وجود نمایشگرهای آموزنده

طراحی آموزشی	نشر مطالب اطلاعاتی در مورد جبهه و جنگ
	وجود نمایشگاه های تعاملی
	نمایش های فرهنگی
	نمایشگاه های هنری
عوامل تاریخی	حفظ یاد و خاطره جنگ
	ترکیب عناصر تاریخی و یادگاری های مهم مربوط به جنگ
	حفظ اصالت و یکپارچگی تاریخی مکان جنگی
	وفادار ماندن به بافت تاریخی منطقه
	ارتباط قوی با رویدادهای تاریخی
	احترام و همدلی با رویدادهای تاریخی در مراکز اقامتی
	فروش سوغات و کالاهای مرتبط با وقایع تاریخی
عوامل محیطی	مدیریت پسماند مناسب در محیط
	پیاده سازی راه حل های کارآمد انرژی و فناوری های تجدیدپذیر
عوامل زیست محیطی	به حداقل رساندن اثرات زیست محیطی
	اجرای شیوه های پایدار برای دوام بلندمدت
	برنامه های کاهش زیاله
	شیوه های مدیریت ضایعات
	ترویج رفتارهای مسافرتی مسئولانه در میان مهمانان
عوامل فرهنگی - اجتماعی	مشارکت دادن ساکنان محلی در فرآیندهای تصمیم گیری
	احترام به جوامع محلی
	احترام به آداب و سنن محلی
	ادغام آداب و رسوم و باورهای محلی مربوط به جنگ
	آگاهی مناسب جامعه محلی
عوامل اقتصادی	حمایت از مشاغل و تامین کنندگان محلی
	حمایت از توسعه اقتصادی محلی
	امکان درآمدزایی برای بومیان

در ادامه مقوله‌های اصلی و فرعی الگوی ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با توجه به ارزشهای دفاع مقدس به صورت تماتیک ارائه گردیده است.



شکل ۱. ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با توجه به ارزشهای دفاع مقدس

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش عوامل تاثیرگذار بر طراحی و ساخت مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ با توجه به ارزشهای دفاع مقدس شناسایی گردید. اولین مقوله اصلی عوامل زیرساختی نام

گرفت که شامل سه مقوله فرعی تسهیلات روبنایی، تسهیلات زیربنایی و خدمات دیجیتال بود. این یافته‌ها با نتایج رجبی و یازرلو (۱۳۹۳)، فیروزی و گودرزی (۱۳۹۵) و مهتدی و متولی زاده (۱۴۰۲) همسو بود. سرمایه گذاری در زیرساخت های مناسب برای مراکز اقامتی گردشگری جنگ در کشورهای در حال توسعه بسیار مهم است. همان طور که رجبی و یازرلو (۱۳۹۳) اشاره می کنند مناطق و استان هایی که در ایران درگیر جنگ بودند فقط به خاطر حفظ ظاهری مناطق جنگی استفاده می شوند و به نوعی به حال خود رها شده اند. فیروزی و گودرزی (۱۳۹۵) در تحقیقی دیگر به ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری این حوزه اشاره دارند. تسهیلات روبنایی یکی از موضوعات مهم تحقیق می باشد. به هر حال نیاز است در عین وفادار ماندن به بافت تاریخی جنگ، اقامتگاه های راحت و ایمن برای مراکز اقامتی گردشگری جنگ فراهم شود. این موضوع می تواند شامل امکاناتی مانند حمام ها و تخت های راحت، منوهای غذا، راهنمای تور و خدمات حمل و نقل باشد که می تواند تجربه کلی گردشگران جنگ را افزایش دهد. به صورت کلی تسهیلات زیربنایی مراکز اقامتی گردشگری جنگ شامل اماکن عمومی از قبیل فضاهای آموزشی، بهداشتی، فرهنگی، ورزشی و فضای سبز و خدمات دیجیتال مورد نیاز می باشد. مهتدی و متولی زاده (۱۴۰۲) در این راستا به امکانات سلامتی و درمانی بیشتر در محل اسکان و یادمانها و امکانات بهداشتی مناسب تر و ایجاد برنامه های کاربردی موبایل و نقشه راهنمای گردشگر اشاره می کنند. موضوع مهم دیگر تحقیق خدمات زیربنایی است. خدمات زیربنایی شامل شبکه معابر، تأسیسات شهری نظیر آب و فاضلاب، برق، گاز، مخابرات می باشد که انتظار می رود در یک مرکز اقامتی گردشگری جنگ این موارد با کیفیت مناسب وجود داشته باشد. برای مثال موقعیت مکانی و دسترسی به مکان یکی از عوامل اولیه در ساخت اقامتگاه های گردشگری است. اطمینان از دسترسی آسان به اقامتگاه برای همه بازدیدکنندگان از جمله افرادی که دارای مشکلات حرکتی یا سایر ناتوانی ها هستند بسیار مهم است. سهولت دسترسی به مرکز اقامتی از مناطق جنگ اهمیت و ضرورت بسیار دارد. بازدیدکنندگان مناطق جنگی ترجیح می دهند به مکان های مرتبط با جنگ دسترسی داشته باشند تا در مناطق گردشگری جنگ به راحتی به کاوش، تفکر و اکتشاف بپردازند. مقوله مهم دیگر تحقیق خدمات دیجیتال در مراکز اقامت گردشگری جنگ است. به هر حال در دنیای امروز فناوری نقش مهمی در

عملیات‌های مهمان‌نوازی و گردشگری مدرن دارد و بهبود تجربیات افراد از طریق ابزارها و خدمات دیجیتال امکان‌پذیر می‌باشد.

دومین مقوله اصلی عوامل مدیریتی نام گرفت که شامل چهار مقوله فرعی اقدامات ایمنی و امنیتی، تحلیل فضا، برنامه ریزی و سازماندهی و بازاریابی اثربخش بود. این یافته‌ها با نتایج رجبی و یازرلو (۱۳۹۳)، فیروزی و گودرزی (۱۳۹۵) همسو بود. اجرای اقدامات ایمنی و امنیتی مناسب برای مراکز گردشگری جنگ بسیار مهم است چرا که برای جذب بازدیدکنندگان به مناطقی که بالقوه خطرناک هستند حیاتی است. در این زمینه نیاز است در مراکز اقامتی گردشگری جنگ رهنمودهای ایمنی شفاف و واضح را به افراد ارائه شود و اطلاعات مناسب در مورد مناطق امن و خطرات احتمالی وجود داشته باشد. مسئله مهم دیگر در اقامتگاه گردشگری جنگ تحلیل فضا است. مکان اقامتگاه بسیار مهم است زیرا باید به راحتی به جاذبه‌های گردشگری و امکانات رفاهی دسترسی برای افراد وجود داشته باشد. مکان‌یابی مناسب و امکان‌سنجی دقیق در طراحی و ساخت هر مرکز اقامتی مهم است و در صورت عدم انجام مسائل و مشکلات فراوانی برای استفاده از فضا و مکان در آینده می‌تواند رخ دهد. عامل مهم دیگر در اقامتگاه گردشگری جنگ برنامه ریزی و سازماندهی است. در این راستا رجبی و یازرلو (۱۳۹۳) در تحقیق خود بیان می‌کنند فقدان برنامه ریزی از موانع اساسی گردشگری جنگ است. تعدد مراکز تصمیم‌گیری گردشگری جنگ باعث می‌شود بسیاری اوقات برنامه‌ریزی مناسبی برای استفاده از مراکز اقامتی گردشگری جنگ وجود نداشته باشد. در زمینه گردشگری جنگ تعامل مؤثر همه دستگاه‌های ذینفع برای برنامه‌ریزی و سازماندهی مناسب نیاز است. این هماهنگی باعث می‌شود مدیریت مناسب در اعزام افراد صورت گیرد و سرمایه‌گذاری اصولی در زیرساخت‌های مناسب برای مراکز اقامتی گردشگری جنگ ارائه گردد. موضوع مهم دیگر در اقامتگاه گردشگری جنگ بازاریابی اثربخش است. فیروزی و گودرزی (۱۳۹۵) در تحقیق خود به ضعف بازاریابی در گردشگری جنگ اشاره می‌کنند. حیدری و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی دیگر بیان می‌کنند در حیطه تبلیغات و رسانه‌ها نیاز است تلاش مضاعفی جهت جذب گردشگر وجود داشته باشد. تبلیغات کارکردی یکی از مواردی است که در این زمینه بسیار می‌تواند کمک کند که در آن یک یا چند کارکرد به عنوان ارزشهای جنگ بر شمرده می‌شود؛ مثلاً اینکه روحیه جنگی حلال و رافع مشکلات داخلی است یا اینکه جنگ بنیانگذار تحولات فرهنگی است

و با این تعریف این ارزشها به روز می شوند. به هر حال استراتژی های بازاریابی موثر از جمله حضور آنلاین، کمپین های شبکه های اجتماعی و مشارکت با آژانس های مسافرتی می تواند به افزایش دید مراکز اقامتی گردشگری جنگ کمک کند.

سومین مقوله اصلی عوامل ارزشی نام گرفت که شامل سه مقوله فرعی اقدامات فرهنگی، طراحی جبهه محور و روایت دفاع مقدس بود. این یافته ها با نتایج رجبی و یازرلو (۱۳۹۳)، رازقی و همکاران (۱۳۹۵)، راجی و نادری راد (۱۳۹۹) و مهدی و متولی زاده (۱۴۰۲) همسو بود. در نظر گرفتن اقدامات فرهنگی یکی از موارد مهم در ساخت اقامتگاه گردشگری جنگ است. رازقی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق خود بیان می کنند انتقال ارزش های جنگ به نسل جدید می تواند از طریق تجربه سفر راهیان نور صورت گیرد. این موضوع موجب شکل گیری یا بازتولید حافظه فردی و جمعی مثبت از جنگ در جامعه خواهد شد. در تحقیقی دیگر راجی و نادری راد (۱۳۹۹) به بزرگداشت قربانیان جنگ، عوامل فرهنگی و توجه به بعد نوستالژیک، عوامل عقیدتی-دینی و ملی اشاره دارند. لذا نیاز است طراحی مراکز اقامتی با احترام به تاریخ و فداکاری های انجام شده در طول جنگ باشد. در ساخت مراکز اقامتی باید فرصت هایی برای بازدید کنندگان فراهم شود تا در مورد فداکاری های انجام شده در طول جنگ تأمل کنند و به کسانی که شجاعت و از خود گذشتگی نشان دادند ادای احترام کنند. نیاز است فضاهای آرام برای تفکر و یادآوری در نظر گرفته شود. طراحی جبهه محور از موارد مهم دیگر در ساخت اقامتگاه گردشگری جنگ است. در این زمینه نیاز است عناصری در طراحی و دکور مراکز اقامتی گنجانده شود که تاریخ جنگ را منعکس می کند و اقدامات شجاعانه و از خود گذشتگی را به نمایش می گذارد. از تصاویر، نقل قول ها و یادگاری ها می توان استفاده کرد تا به کسانی که این ارزش ها را در طول جنگ نشان داده اند، احترام گذاشت. نمایش یادگاری ها و مصنوعات جنگ می تواند به بازدید کنندگان کمک کند تا با گذشته ارتباط برقرار کنند و تجربیات کسانی را که در آن زندگی کرده اند را بهتر درک کنند. اقلام معتبر مانند لباس جنگی، سلاح و وسایل شخصی می توانند حس تاریخ و همدلی را برانگیزند. هر وسیله جنگی نماد و معنای خاصی دارد. برای مثال لباس های جنگی اگرچه ذاتا نمادین نیستند، اما نشان دهنده شجاعت و فداکاری در انجام وظیفه هستند. پرچم یک کشور (پرچم های ملی و پرچم های نظامی) می توانند به عنوان نمادهای قدرتمند اتحاد و فداکاری عمل کنند. به هر حال نیاز است مناطق خاصی در مراکز اقامتی اختصاص داده شود

تا فضاهای ادای احترام به افرادی که نمونه شجاعت و از خود گذشتگی هستند وجود داشته باشد. نصب پلاک‌های یادبود، مجسمه‌ها یا بناهای یادبود برای بزرگداشت اعمال رزمندگان و شهدای جنگ در نظر گرفته شود. روایت دفاع مقدس از موارد مهم دیگر در ساخت اقامتگاه گردشگری جنگ است. در این زمینه رجبی و یازرلو (۱۳۹۳) در تحقیق خود به عدم تصویرسازی مناسب و منطقی از گفته‌ها و خاطره‌های رزمندگان دفاع مقدس، دست نیافتنی کردن رزمندگان با تعبیرهای نادرست و عدم معرفی صحیح اهداف و آرمان‌های شهدا و رزمندگان اشاره می‌کنند که نیاز است با روایت‌های مناسب اصلاح گردد. مهدی و متولی زاده (۱۴۰۲) در تحقیق خود به استفاده از روایان مسلط تر به موضوع و سخنرانان مطرح کشوری اشاره می‌کنند. نیاز است جانبازان و افراد خبره در فرآیند راوی‌گری مشارکت داده شوند تا دیدگاه‌های آنها به طور واقعی به تصویر کشیده شود. با اجرای این نکات، مراکز اقامتی گردشگری جنگ می‌توانند ارزش‌های شجاعت و از خود گذشتگی را به طور موثر به بازدیدکنندگان منتقل کنند و میراث کسانی را گرامی بدارند که در زمان جنگ شجاعانه برای کشور مبارزه کرده‌اند.

چهارمین مقوله اصلی آموزش و آگاهی‌بخشی نام گرفت که شامل دو مقوله فرعی آگاهی‌بخشی جنگ و طراحی آموزشی بود. این یافته‌ها با نتایج رجبی و یازرلو (۱۳۹۳)، میرزایی و همکاران (۱۳۹۸) و راجی و نادری راد (۱۳۹۹) همسو بود. آگاهی‌بخشی جنگ یکی از مواردی است که در اقامتگاه‌های گردشگری جنگ می‌تواند به صورت جدی دنبال شود. رجبی و یازرلو (۱۳۹۳) در تحقیقی بیان می‌کنند فقدان آگاهی مردم از گردشگری جنگ می‌تواند منجر به کم‌اهمیت شدن جنگ و ارزش‌های آن شود. راجی و نادری راد (۱۳۹۹) بیان می‌کنند رسانه‌ها نقش موثری در ایجاد آگاهی و شناخت نسبت به گردشگری جنگ دارند و می‌توانند باعث کنجکاوی بیشتر افراد نسبت به مناطق جنگی شوند. از سوی دیگر مسائل آموزشی و در نظر گرفتن مواد آموزشی در هر اقامتگاه بسیار مهم است. میرزایی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی به آموزش جامعه محلی اشاره دارند. مراکز اقامتگاهی نیاز است سخنرانی‌ها، کارگاه‌ها یا فعالیت‌های عملی مرتبط با تاریخ نظامی ارائه دهند. برای به حداکثر رساندن ارزش آموزشی بازدیدها، بسیاری از مراکز اقامتگاهی نیاز است مواد آموزشی قبل و بعد از سفر به افراد ارائه دهند. ارائه منابع آموزشی مانند تورهای راهنما، نمایشگاه‌های تعاملی و مطالب اطلاعاتی می‌تواند تجربه بازدیدکنندگان را افزایش دهد و

درک آنها را از اهمیت تاریخی مناطق جنگی عمیق تر کند. برنامه های آموزشی باید به بازدیدکنندگان در مورد اهمیت فداکاری و ارزشهای دفاع مقدس در تاریخ جنگ تاکید داشته باشد. لذا نیاز است نمایشگاههایی در مراکز اقامتی ایجاد شود که به بازدیدکنندگان در مورد داستانهای رشادت و فداکاری از جنگ آموزش دهد. نمایشهای تعاملی، ارائههای سمعی و بصری، و تورهای راهنما می تواند این ارزشها را برجسته کنند. در نهایت ارائه این تجارب آموزشی برای بازدیدکنندگان می تواند به تقویت درک فرهنگی بیشتر کمک کند. پنجمین مقوله اصلی عوامل محیطی نام گرفت که شامل چهار مقوله فرعی عوامل تاریخی، عوامل زیست محیطی، عوامل فرهنگی-اجتماعی و عوامل اقتصادی بود. این یافته ها با نتایج فیروزی و گودرزی (۱۳۹۵) و میرزایی و همکاران (۱۳۹۸) همسو بود. اقامتگاه گردشگری جنگ باید ارتباط قوی با رویدادهای تاریخی یا مناطق جنگی داشته باشد که توسط گردشگران بازدید می شود. این موارد می تواند شامل سازه های حفظ شده از زمان جنگ و عناصر جنگی باشد. مراکز اقامتی گردشگری جنگ اغلب بر اهمیت تاریخی میدانهای جنگ و مکانهای نظامی باید تمرکز کنند. این موارد معمولاً تورهای راهنما و تجربیات تفسیری را ارائه می دهند که به بازدیدکنندگان کمک می کند رویدادهای دفاع مقدس را درک کنند. مسئله مهم دیگر حساس بودن به عواطف و احساسات گردشگری جنگ است. مراکز اقامتی باید با احترام و همدلی با رویدادهای تاریخ جنگ برخورد کنند و اهمیت این مکانها را برای بازدیدکنندگان تصدیق کنند. عوامل زیست محیطی و عوامل فرهنگی-اجتماعی نیز از موارد مهم دیگر در ساخت اقامتگاه گردشگری جنگ است. فیروزی و گودرزی (۱۳۹۵) در تحقیقی به ضعف فرهنگ پذیرش گردشگر در استان خوزستان اشاره دارند. در این راستا می توان از افراد محلی در گردشگری جنگ استفاده کرد تا فضای مناسبی برای پیاده سازی گردشگری جنگ آماده شود. میرزایی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق خود به استفاده از نیروهای محلی برای اشتغال و فعالیت در فرصت های ایجاد شده، تقویت حس اجتماعی و مشارکت جمعی و سازماندهی تولیدات هم راستا با توسعه گردشگری جنگ اشاره می کنند. لذا مراکز اقامتی گردشگری جنگ باید در برنامه ریزی مشترک با جوامع محلی و ذینفعان مربوطه برنامه ریزی کنند. در مراکز اقامتی نیاز است برنامه هایی ایجاد شود که به گردشگران جنگ اجازه دهد با خانواده های محلی دیدار کنند. ارتقاء درک بین فرهنگی با تسهیل تعاملات بین بازدیدکنندگان و جوامع محلی بسیار مهم است.

آداب و رسوم و باورهای محلی مربوط به جنگ و شهدا در این بخش می‌تواند ارائه شود. علاوه بر این فروش سوغات و کالاهای مرتبط با وقایع تاریخی نیز در این بخش حائز اهمیت است. با در نظر گرفتن این عوامل در مرحله ساخت و ساز، توسعه دهندگان می‌توانند اقامتگاه های گردشگری جنگ را طراحی کنند که نیازهای گردشگران را برآورده کند و در عین حال ارتباط قوی با جامعه و محیط محلی را حفظ کند.

ساخت و توسعه مراکز اقامتگاهی مرتبط با این حوزه تنها یک پروژه معماری یا خدماتی نیست، بلکه فرایندی چندبعدی و ارزش محور است که نیازمند توجه همزمان به عوامل زیرساختی، مدیریتی، ارزشی، آموزشی و محیطی می‌باشد. تحلیل داده‌ها بیانگر آن بود که پایداری و موفقیت این مراکز در گرو ایجاد زیرساخت‌های مناسب، مدیریت کارآمد، توجه عمیق به ارزش‌های دفاع مقدس، ارتقای آگاهی و آموزش بازدیدکنندگان و نیز سازگاری با شرایط فرهنگی و محیطی منطقه است. بر این اساس، الگوی ارائه شده می‌تواند به عنوان چارچوبی جامع برای برنامه‌ریزی، طراحی و راه‌اندازی مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ مورد استفاده قرار گیرد و به نهادها و متولیان این حوزه کمک کند تا ضمن حفظ اصالت مفاهیم دفاع مقدس، تجربه‌ای معنادار، استاندارد و اثرگذار برای گردشگران فراهم آورند. به‌طور کلی، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که توسعه گردشگری جنگ در ایران، به‌ویژه در قالب مراکز اقامتگاهی، نیازمند رویکردی تلفیقی و مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی و تاریخی است؛ رویکردی که می‌تواند علاوه بر تقویت صنعت گردشگری، در انتقال مفاهیم دفاع مقدس و ایجاد پیوند میان نسل‌ها نقشی برجسته ایفا کند. محدود بودن دسترسی به برخی خبرگان، اسناد تخصصی و تجربیات عملی مرتبط با مراکز اقامتگاهی گردشگری جنگ از محدودیت‌های این پژوهش محسوب می‌شود. پژوهش‌های آتی با اجرای مطالعات موردی در مناطق مختلف گردشگری جنگ و مقایسه نتایج با الگوی حاضر می‌تواند به غنای نظری و کاربردی پژوهش کمک کنند. همچنین بررسی دیدگاه گردشگران، مدیران و بهره‌برداران مراکز اقامتگاهی به صورت مستقل و تحلیل تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی، اقتصادی و مدیریتی بر موفقیت این مراکز نیز از دیگر مسیرهای پیشنهادی برای پژوهش‌های آینده است.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، این مقاله تعارض منافع ندارد.

سپاسگزاری

پژوهش حاضر مرهون همکاری خبرگان و افراد مجرب در حوزه گردشگری جنگ، مدیران در حوزه گردشگری، اساتید رشته گردشگری، راهنمایان تورهای گردشگری جنگ بود که در تکمیل مصاحبه‌ها، کمک شایان توجهی نمودند. پژوهشگران، از این همکاری صمیمانه تقدیر و تشکر می‌نمایند.

آماده انتشار

ORCID

Abbas Nazari



<http://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

Mehdi Karroubi



<http://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

Ismail Ghaderi



<http://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

منابع

- ادیبی سده، مهدی (۱۳۹۳). ارزشهای دفاع مقدس؛ بسترها و موانع بالندگی، *مجله نگین ایران*، ۶، ۸-۱.
<https://sid.ir/paper/433916/fa>
- حسینی، سید علی. (۱۴۰۲). تحلیل پیشران های کلیدی توسعه گردشگری جنگ در مناطق مرزی مطالعه موردی: آبادان و خرمشهر. *پژوهش نامه مطالعات مرزی*، ۱۱(۲)، ۱۰۷-۱۲۵.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23454512.1402.11.2.7.5>
- حیدری، اصغر. (۱۴۰۰). رسانه های نوین و استراتژی های تحقق اهداف سند چشم انداز توسعه گردشگری. *مطالعات رسانه های نوین*، ۷(۲۸)، ۳۷۵-۴۰۲.
<https://doi.org/10.22054/nms.2022.37679.634>
- راجی، زهرا؛ نادری راد، حمیدرضا (۱۳۹۹). مروری بر عوامل موثر تقاضای گردشگری جنگ، نشریه *آفاق علوم انسانی*، ۴(۳۷)، ۴۱-۵۲.
<https://ensani.ir/fa/article/427773>
- رازقی، نادر؛ فیروزجائیان، علی اصغر؛ شریفی مقدم، پرویز؛ هاشمیان، بهزاد. (۱۳۹۵). گردشگری جنگ: تحلیل کیفی سفر راهیان نور به مناطق عملیاتی. *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۵(۱۷)، ۹۷-۱۱۴.
<https://www.magiran.com/paper/1577969/>
- رجبی، آریتا؛ یازدلو، محبوبه (۱۳۹۳). بررسی وضعیت گردشگری جنگ در ایران و ارائه استراتژی برای توسعه آن، *نشریه جغرافیایی فضای گردشگری*، ۳(۱۱)، ۱۷-۴۸.
<https://www.sid.ir/paper/214272/fa>
- سجادی مهر، ساسان؛ مهتدی، محمد مهدی و بنی هاشمی، سید علی. (۱۴۰۲). شناسایی عوامل اثرگذار بر افزایش تمایل به گردشگری جنگ (سفرهای راهیان نور) با وسایل نقلیه شخصی. *مطالعات دفاع مقدس و نبردهای معاصر*، ۵(۹)، ۳۱۶-۲۹۳.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25386328.1402.5.9.12.6>
- صادقی، علی. (۱۴۰۰). نقش گردشگری جنگ و یادمان های دفاع مقدس در تقویت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه علمی مطالعات دفاع مقدس*، ۷(۳)، ۲۰۹-۲۲۸.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25883674.1400.7.3.9.9>
- فیروزی، محمد علی. (۱۳۹۵). تبیین موانع توسعه گردشگری جنگ در استان خوزستان. *گردشگری و توسعه*، ۱۵(۱)، ۲۵-۱.
<https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110377>
- میریچی، شمس الله (۱۳۸۹). علل نادیده گرفتن ارزش ها، نشریه معرفت، ۷۲، ۱-۲۳.
<https://marifat.nashriyat.ir/node/1743>

مهتدی، محمدمهدی و متولی زاده، سیده نجمه . (۱۴۰۲). ارزیابی عوامل موثر بر رضایت گردشگران جنگ در ایران با هدف تصمیم‌گیری پایدار در خصوص پارامترهای موثر بر کیفیت سفر با استفاده از روش گسترش عملکرد. مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی، ۴(۱)، ۱۶-۲۷.
<https://doi.org/10.22105/imos.2022.311095.1176>
 میرزایی قلعه، فرزاد؛ منشی زاده، رحمت‌الله؛ اطاعت، جواد. (۱۳۹۸). استراتژی‌های توسعه اقتصادی گردشگری جنگ (مورد مطالعه: منطقه قصر شیرین، استان کرمانشاه). پژوهشهای دانش زمین، ۱۰(۲)، ۷۲-۸۴.
<https://doi.org/10.52547/esrj.10.2.72>

References

- Alabau-Montoya, J., & Ruiz-Molina, M. E. (2020). Enhancing visitor experience with war heritage tourism through information and communication technologies: Evidence from Spanish Civil War museums and sites. *Journal of Heritage Tourism*, 15(5), 500-510. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1692853>
- Becker, A. (2019). Dark tourism: The "heritagization" of sites of suffering, with an emphasis on memorials of the genocide perpetrated against the Tutsi of Rwanda. *International review of the Red Cross*, 101(910), 317-331. <https://doi.org/10.1017/S181638311900016X>
- D'Amore, L. J. (1988). "Tourism: a vital force for peace", *Tourism Management*, 9(2), 151-4. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(88\)90025-8](https://doi.org/10.1016/0261-5177(88)90025-8)
- Driessen, S. (2022). Summers of war. Affective volunteer tourism to former war sites in Europe. *Tourism Geographies*, 24(2-3), 326-345.
- Driessen, S., (2022). Mixed Feelings: Emotional Experiences in War Tourism. In Engberg, M., Björkroth, P. & Marques, L. (2022). Creating Cultural Understanding Through Travel. *CultSense Case Collection* (pp. 12-17. <https://doi.org/10.1080/14616689.2020.1812111>
- Fauzi, M. A. (2023). Dark tourism: A bibliometric review of the past, present and future trends. *Tourism and hospitality management*, 29(3), 397-408. <https://doi.org/10.20867/thm.29.3.8>
- Fernando, S. (2016). Managing the post-war tourism development in Sri Lanka. *International Journal of Business and Social Science*, 7(11), 90-100. <https://ijbss.thebrpi.org/journal/index/3637>
- Foley, M., & Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International journal of heritage studies*, 2(4), 198-211. <https://doi.org/10.1080/13527259608722175>
- Ghorbanzadeh, D., Shabbir, M. S., Mahmood, A., & Kazemi, E. (2021). Investigating the role of experience quality in predicting destination image, perceived value, satisfaction, and behavioural intentions: a case of war tourism. *Current Issues in Tourism*, 24(21), 3090-3106. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1863924>
- Jafari, J. (1989) "Tourism and peace", *Annals of Tourism Research*, 16(3): 439-43. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90059-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90059-5)
- Kennell, J., & Šuligoj, M. (2024). Conceptualising dark events: A new framework. *Annals of Tourism Research*, 108, 103799. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103799>

- Lee, Y.-J. (2016). The relationships amongst emotional experience, cognition, and behavioural intention in battlefield tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(6), 697–715. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1068195>
- Lisle, D. (2000). Consuming danger: Reimagining the war/tourism divide. *Alternatives*, 25(1), 91-116. <https://doi.org/10.1177/030437540002500106>
- Mora Forero, J. A., Nieto Mejia, A., & León-Gómez, A. (2023). A bibliometric analysis and systematic review of dark tourism: Trends, impact, and prospects. *Administrative Sciences*, 13(11), 238. <https://doi.org/10.3390/admsci13110238>
- Moufakir, O., Kelly, I. (2010) *Tourism, Progress and Peace*, CABI: Wallingford. <https://doi.org/10.1079/9781845936778.0001>
- Pahlevanzadeh, M., Mohtadi, M. M., Fathi, M. R., Saffarinia, A., & Sobhani, S. M. (2024). Identifying and clustering the main points of view towards war tourism (Case study: Rahian-e Noor Camps). *International journal of Tourism, Culture & Spirituality*, 7(1), 39-69. <http://doi.org/10.22133/IJTCS.2024.444908.1160>
- Shekhar, S., & Valeri, M. (2022). Evolving Themes in Dark Tourism Research: A Review Study. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 70(4), 624-641. <https://doi.org/10.37741/t.70.4.6>
- Smith, V. L. (1998). War and tourism: An American ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 202–227. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00086-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00086-8)
- Wilson, J. (2008). *Prison: Cultural memory of dark tourism*. New York, NY: Peter Lang. https://doi.org/10.1111/j.1468-2311.2009.00571_6.x
- Winter, C. (2009). Tourism, social memory and the Great War. *Annals of tourism research*, 36(4), 607-626. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.05.002>
- Wu, H. C., & Cheng, C. C. (2018). What drives supportive intentions towards a dark tourism site?. *International Journal of Tourism Research*, 20(4), 458-474. <https://doi.org/10.1002/jtr.2196>

Reference [in Persian]

- Adibi Sadeh, M. (2014). Values of Sacred Defense; Platforms and Obstacles to Development, *Negin Iran Magazine*, 6, 1-8. <https://sid.ir/paper/433916/fa>
- Firouzi, M. A (2016). Identifying the obstacles to the development of war tourism in Khuzestan province. *Journal of Tourism and Development*, 5(1), 1-25. doi: 10.22034/jtd.2020.110377. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110377>
- Hosseini, S. A. (2023). Analysis of the key Drivers of war tourism development in Border Areas The Case study A Abadan and

استناد به این مقاله: نام خانوادگی نویسنده اول، نام. (سال). عنوان مقاله. عنوان نشریه (ایتالیک)، سال (شماره)، ص آغاز-ص پایان.



Management Studies in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

- Khorramshahr. *journal of border studies*, 11(2), 107-125.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23454512.1402.11.2.7.5>
- Heidari, A. (2021). New Media and Tourism Development Models based on 20-year Vision Deed (2025)". *New Media Studies*, 7(28), 402-375.
<https://doi.org/10.22054/nms.2022.37679.634>
- Mariji, S. (2010). Reasons for ignoring values, *Marefat Journal*, 72, 1-23.
<https://marifat.nashriyat.ir/node/1743>
- Mirzaee, F., Mansishizadeh, R. and etaa, J. (2019). Economic development strategies of war tourism (case study: Qasr Shirin District, Kermanshah Province). *Researches in Earth Sciences*, 10(2), 72-84.
<https://doi.org/10.52547/esrj.10.2.72>
- Mohtadi, M. M. and Motavallizadeh, S. N. (2023). Evaluating factors affecting the satisfaction of war tourists in Iran to make sustainable decisions about the parameters influencing the quality of travel using the quality function deployment method. *Innovation Management and Operational Strategies*, 4(1), 16-27.
<https://doi.org/10.22105/imos.2022.311095.1176>
- Rajabi, A., Yazerloo, M. (2014). A study of the status of war tourism in Iran and a strategy for its development, *Geographical Journal of Tourism Space*, 3 (11), 17-48. <https://www.sid.ir/paper/214272/fa>
- Raji, Z., Naderi Rad, H. R. (2019). A review of the factors affecting the demand for war tourism, *Afaq Humanities Journal*, 4 (37), 41-52.
<https://ensani.ir/fa/article/427773>
- Razeghi, N., Firozjaeyan, A. A., Sharifi Moghadam, P., & Hashemiyan, B. (2016). War Tourism: A Qualitative Analysis of Rahiyan Noor Trips to War Areas. *Journal of Tourism Planning and Development*, 5(17), 97-114. <https://www.magiran.com/paper/1577969/>
- Sadeghi, A. (2021). The Role of War Tourism and Holy defense monuments in strengthening the Soft Power of the Islamic Republic of Iran. *Holy Defense Studies*, 7(3), 209-228.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25883674.1400.7.3.9.9>
- Sajadimehr, S., mohtadi, M. M. and Banihasemi, S. A. (2024). Identifying the influencing factors on the increase in desire for war tourism (light travel) with personal vehicles. *Bi-Quarterly Scientific Journal of Sacred Defense Studies and Contemporary Battles, University of Imam Hussein*, 5(9), 293-316.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25386328.1402.5.9.12.6>