

مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی

سال اول، شماره دوم، پاییز ۱۳۹۰

تاریخ وصول: ۱۳۹۰/۸/۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۹/۱۹

صص: ۸۳-۹۴

نقش گردشگری جنگ در ارتقای کیفیت زندگی ساکنان شهری مناطق جنگی استان خوزستان، با

استفاده از مدل TOPSIS

حسنعلی سبکیار^۱، حمیدرضا باغیانی^{۲*}، حمیده نورانی^۳

۱- استادیار جغرافیا دانشگاه تهران

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه تهران

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران

چکیده

تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان طی سده‌های اخیر بویژه در زمینه افزایش جمعیت، گسترش شهرنشینی، توسعه راه‌های ارتباطی و وسایل حمل‌ونقل، افزایش اوقات فراغت و بهبود رفاه اجتماعی، منجر به توسعه گردشگری گردیده است. یکی از اشکال جدید گردشگری که در نواحی تحت تأثیر جنگ می‌تواند شکل بگیرد، گردشگری جنگ است. در این مقاله سعی گردیده که با استفاده از تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره و روش TOPSIS، تأثیر گردشگران جنگ بر روی نواحی که آسیب‌پذیری بیشتری را از جنگ داشته و در مقابل نواحی که کمترین ارتباط مستقیم با عامل جنگ داشته‌اند، بررسی و در نهایت رتبه‌بندی شهرستان‌ها از نظر کیفیت زندگی صورت گیرد. در فرآیند این روش، از آمار سال ۱۳۸۵ بهره فراوانی گرفته شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که به ترتیب، شهرستان‌های آبادان، خرمشهر و دشت آزادگان از نظر کیفیت زندگی در سطح پایینی از توسعه نسبت به شهرستان‌های بهبهان، رامهرمز و باغملک قرار دارند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، گردشگری جنگ، کیفیت زندگی، خوزستان، مدل TOPSIS.

مقدمه

منطقه، به عنوان جاذبه گردشگری مطرح می‌شود. گردشگری جنگ مانند سایر انواع گردشگری می‌تواند آثار مثبت و منفی متعددی را به دنبال داشته باشد که با برنامه‌ریزی و مدیریت کارآمد می‌توان اثرات مثبت را تقویت کرده و اثرات منفی را به حداقل خود کاهش داد. در این تحقیق، با طرح سؤال «آیا توسعه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری و جنگ احتمالی در استان خوزستان، می‌تواند سبب ارتقای کیفیت زندگی^۲ ساکنان مناطق مورد مطالعه شود؟»، به دنبال بررسی نقش گردشگری جنگ در ارتقای کیفیت زندگی ساکنین نواحی مورد مطالعه می‌باشیم و فرض بر این است که توسعه فعالیت‌های مرتبط با گردشگران جنگ در مناطق مورد مطالعه، سبب ارتقای سطح زندگی ساکنین محلی می‌گردد.

منطقه مورد مطالعه

استان خوزستان دارای جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، تاریخی، شهری و اکوتوریسم گوناگونی است که هر کدام می‌تواند نقش بسزایی در جذب گردشگران داشته باشد. طی سال‌های اخیر، گردشگری جنگ در این استان رواج گسترده‌ای یافته است. بنابراین شناسایی قابلیت‌ها و توان‌های این منطقه، می‌تواند نقش مهمی در گسترش گردشگری جنگ و نمایاندن جذابیت‌های آن ایفا نماید. بیشتر جاذبه‌های جنگ، می‌تواند به شکل موزه‌های جنگ، بازسازی مناطق جنگی و اِلقای حس دوران جنگ، ساخت یادمان‌ها و نمادهای دوران دفاع مقدس به گردشگران، نمایش داده شود. شهرهایی که در این استان قابلیت زیادی را برای جذب گردشگران دفاع

گردشگری پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع انسانی وجود داشته و بتدریج در طی مراحل تاریخی مختلف، به موضع فنی، اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی کنونی خود رسیده است (رضوانی، ۱۳۸۷: ۲۷). این پدیده، در قرن بیستم با شدت بیشتری در حال رشد و گسترش است. یکی از انواع خاص گردشگری که در دهه‌های اخیر مورد توجه گردشگران و برنامه‌ریزان قرار گرفته است، «گردشگری جنگ^۱» می‌باشد. این نوع گردشگری برای اولین بار و در سال‌های دور، در کشورهای غربی مورد توجه قرار گرفته است و به شکل بازدید از آثار و بقایای بر جای مانده از جنگ جهانی اول و دوم، نمود پیدا کرده است. جنگ تحمیلی رژیم بعث عراق علیه جمهوری اسلامی ایران، از جمله جنگ‌هایی است که در تاریخ، حماسه‌ها و رشادت‌های آن ثبت شده است و برای گردشگران جذابیت‌های خاص خود را دارد. از این منظر، می‌توان فرهنگ شهادت و ایثار را به عنوان یکی از گزینه‌هایی که برای گردشگران اهمیت دارد، به خوبی معرفی نمود و به نمایش گذاشت. علاوه بر این، کشف اثرات و پیامدهای گردشگری جنگ در نواحی جنگی و پیرامونی آن، همواره می‌تواند مدیران گردشگری و جوامع میزبان را در دستیابی به اهداف خود و تحقق برنامه‌ها یاری رساند.

بیان مسأله

استان خوزستان در طول جنگ تحمیلی خسارات فراوانی را متحمل شده است که آثار جنگ در این

مطلوبیت پایین تری است. از امتیازات مهم این روش، آن است که به طور همزمان می توان از شاخص ها و معیارهای عینی و ذهنی استفاده نمود (Affisco, 2: 1998). با این حال، لازم است که در این مدل، برای محاسبات ریاضی، تمامی مقادیر نسبت داده شده به معیارها، از نوع کمی بوده و در صورت کیفی بودن نسبت داده شده به معیارها، آن ها را به مقادیر کمی تبدیل نمود (لولاچی، ۱۳۸۴: ۲).

مدل TOPSIS برای بکارگیری این روش، مراحل زیر به اجرا گذاشته شده است (بیروانی و غفران، ۱۳۸۸: ۱۱۵).

$$\begin{array}{l}
 A_1 \rightarrow \\
 M = A_2 \rightarrow \\
 M \\
 A_m \rightarrow
 \end{array}
 \begin{array}{ccccccc}
 a_1 & a_2 & a_3 & \Lambda & a_j & \Lambda & a_n \\
 x_{11} & x_{12} & x_{13} & \Lambda & x_{1j} & \Lambda & x_{1n} \\
 x_{21} & x_{22} & x_{23} & \Lambda & x_{2j} & \Lambda & x_{2n} \\
 M & M & M & M & M & M & M \\
 x_{m1} & x_{m2} & x_{m3} & \Lambda & x_{mj} & \Lambda & x_{mn}
 \end{array}$$

که در $\{A_i, i = 1, 2, \dots, m\}$ گزینه های مربوط به مناطق مختلف مورد نظر و x_{ij} مقدار عددی گزینه استراتژیک i با توجه به معیار j است که در مساله تعریف شده است.

ایجاد ماتریس تصمیم گیری بی مقیاس: به احتمال آنکه احتمال قوی وجود دارد که مقادیر کمی تعلق گرفته به معیارها و شاخص ها دارای یک واحد نباشد، بایستی ابعاد واحد آن ها را از بین برده و این مقادیر کمی را تبدیل به ارقام بدون مقیاس نمود، به همین جهت تمامی مقادیر تعلق گرفته به درایه های ماتریس تصمیم گیری باید بر اساس فرمول زیر به مقادیر بی مقیاس تبدیل شود (رامشت و عرب عامری، ۱۳۹۰: ۷).

طی این فرآیند، متغیرهای موجود در ماتریس تصمیم را از طریق رابطه زیر، بی مقیاس می نمایم:

مقدس داشته و با توجه به آمار، بیشترین تعداد گردشگر مناطق جنگی را به خود اختصاص داده اند، عبارت اند از: خرمشهر، دشت آزادگان، شوش، اندیمشک، اهواز و آبادان.

روش تحقیق

در این بررسی، از بین ۶ شهرستانی که بالاترین قابلیت را برای توسعه گردشگری جنگ دارا می باشند، در نهایت ۳ شهرستان که بیشترین گردشگر جنگ را داشته اند، انتخاب نمودیم و در مقابل نیز ۳ شهرستان که کمترین ارتباط را با مناطق جنگی و عملیاتی دارند، برای مقایسه و رتبه بندی در نظر گرفتیم. در مرحله بعد، شاخص های مرتبط با کیفیت زندگی، برای اولویت بندی مناطق نمونه انتخاب گردید. این شاخص ها ابعاد فرهنگی، مذهبی، اداری-سیاسی، آب-گاز-برق، بهداشتی-درمانی، ارتباطات، خدماتی، اجتماعی و نوع محل سکونت را در بر می گیرد که هر کدام از این ابعاد، شاخص های مرتبط با خود را شامل می شود. در مرحله اول، رتبه های بدست آمده برای هر یک از این شاخص ها آورده شده است (جدول شماره ۱).

به طور اجمال، در روش TOPSIS، ماتریس $m \times n$ که دارای m گزینه و n معیار است، مورد ارزیابی قرار می گیرد. در این الگوریتم، فرض می شود که هر شاخص و معیار در ماتریس تصمیم گیری، دارای مطلوبیت افزایشی و یا کاهش می یکنواخت است و به بیان دیگر، مقادیر بیشتری که معیارها در این ماتریس کسب می کنند اگر از نوع سود بود (هر چه میزان آن بیشتر باشد)، دارای مطلوبیت بالاتر و اگر از نوع هزینه بود، دارای

محاسبه معیار فاصله و یا به عبارتی جدایی گزینه i با ایده‌آل‌ها:

$$p_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^m (x_{ij})^2}} \quad \forall i=1,2,K,m \quad j=1,2,K,n$$

محاسبه اندازه جدایی گزینه i با ایده‌آل‌ها، با استفاده از روش اقلیدسی، از طریق روابط زیر:

در نتیجه ماتریس تبدیلات نرمالیزه شده به صورت زیر خواهد بود:

$$d_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_j - V_j^+)^2} \quad \forall i=1,2,\dots,m$$

$$P = \begin{bmatrix} p_{11} & p_{12} & K & p_{1j} & K & p_{1n} \\ p_{21} & p_{22} & K & p_{2j} & K & p_{2n} \\ M & M & K & M & K & M \\ p_{m1} & p_{m2} & K & p_{mj} & K & p_{mn} \end{bmatrix}_{m \times n}$$

$$d_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_j - V_j^-)^2} \quad \forall i=1,2,\dots,m$$

محاسبه نزدیکی نسبی تا جواب ایده‌آل:

ایجاد ماتریس تصمیم‌گیری نرمالیزه شده وزنی:

موقعیت نقاط را نسبت به دامنه‌ی نقاط ایده‌آل و ضد ایده‌آل، با استفاده از فرمول زیر محاسبه می‌کنیم:

در این قدم بردار وزنی $W = (w_1 \ w_2 \dots w_1 \dots w_n)$

که در آن $\sum_{i=1}^n w_i = 1$ است و از تصمیم‌گیرنده به دست می‌آید به ماتریس تصمیم تطبیق داده می‌شود. این ماتریس را می‌توان با ضرب کردن ماتریس P در بردار وزنی W مربوطه اش بدست آورد (بیورانی و غفران، ۱۳۸۸: ۱۱۶).

$$c_i^* = \frac{d_i^-}{d_i^- + d_i^+} \quad \forall i=1,2,\dots,m$$

ملاحظه می‌گردد چنانچه $d_i^+ - d_i^-$ گردد، آنگاه $c_{i+} = 1$ بوده و در صورتی که $d_i^- = d_i^+$ شود، آنگاه $c_{i+} = 1$ بوده و $c_{i-} = 0$ خواهد شد. بنابراین هر اندازه گزینه A_i به راه‌حل ایده‌آل نزدیکتر باشد، ارزش c_{i+} به واحد نزدیکتر خواهد بود. در این مرحله، جواب بدست آمده بین یک و صفر است که هر چقدر به عدد یک نزدیک‌تر باشد، به نقطه ایده‌آل نزدیک‌تر می‌باشد (اصغرپور، ۱۳۸۶: ۲۶۱).

$$V = \begin{bmatrix} v_{11} & v_{12} & K & v_{1j} & K & v_{1n} \\ v_{21} & v_{22} & K & v_{2j} & K & v_{2n} \\ M & M & K & M & K & M \\ v_{m1} & v_{m2} & K & v_{mj} & K & v_{mn} \end{bmatrix}$$

$$= \begin{bmatrix} w_1 p_{11} & w_2 p_{12} & K & w_j p_{1j} \\ w_1 p_{21} & w_2 p_{22} & K & w_j p_{2j} \\ M & M & K & M \\ w_1 p_{m1} & w_2 p_{m2} & K & w_j p_{mj} \end{bmatrix}$$

رتبه‌بندی گزینه‌ها:

تعیین جواب ایده‌آل مثبت A^+ و ایده‌آل منفی A^- :

در این مرحله، به رتبه‌بندی گزینه‌ها بر اساس مقادیر بدست آمده از مرحله قبل می‌پردازیم. در رابطه با رتبه‌بندی باید گفت که هر چقدر میزان C_i بیشتر باشد، گزینه ما در رتبه بالاتر و بهتری قرار می‌گیرد و هر چه میزان C_i کمتر باشد، گزینه ما رتبه پایین‌تر و بدتری دارد.

بر اساس روش TOPSIS، بهترین پاسخ (A^+) به عنوان گزینه‌ای انتخاب می‌شود که شامل بالاترین مقادیر معیارها باشد و دو گزینه‌ی A^+ و A^- را به صورت زیر تعریف می‌کنیم:

$$A^+ = \{(\max V_{ij} | j \in J), (\min V_{ij} | j \in J) | i = 1, 2, \dots, m\} = \{V_1^+, V_2^+, \dots, V_j^+, \dots, V_n^+\}$$

$$A^- = \{(\min V_{ij} | j \in J), (\max V_{ij} | j \in J) | i = 1, 2, \dots, m\} = \{V_1^-, V_2^-, \dots, V_j^-, \dots, V_n^-\}$$

مبانی نظری

ارتباط بین گردشگری و جنگ

ارتباط بین گردشگری و جنگ اساساً از دو جنبه قابل بررسی است:

اول، از منظر نقش و اهمیتی که گردشگری در برقراری صلح و آرامش، بخصوص بین کشورهای همسایه و در خطوط مرزی دارد. در این رویکرد، به گردشگری به عنوان مقوله‌ای مؤثر در پایداری صلح و اساساً پدیده زمان صلح نگریسته می‌شود. بدون شک، مبارزات نظامی، پیامدهای منفی بر گردشگری دارد زیرا جنگ شرایطی را فراهم می‌کند که تداوم گردشگری در آن، غیرممکن به نظر می‌رسد و تاکنون تمام اقتصادهای متکی به گردشگری، به دلیل ناپایداری که جنگ‌ها با خود به همراه آورده‌اند، تحت تأثیر قرار گرفته‌اند (Edgell, 2008: 345). به همان میزان که گردشگری قادر است شرایط رشد و تنوع اقتصادی، توسعه زیرساخت‌ها و مبادلات خارجی را به نحو مطلوبی فراهم کند، جنگ در مدت زمان کوتاهی، همه چیز را تخریب می‌کند؛ بنابراین دوری از جنگ و مناقشات داخلی و خارجی و حفظ شرایط صلح و امنیت، به پایداری گردشگری در کشورها کمک می‌کند (Smith, 1998: 203).

دوم، ارتباط بین جنگ و مکان‌های یادبودی مرتبط با آن، برای کشورهای درگیر، در دوران پس از جنگ است. داستان قهرمانان، میادین جنگ، سنگرهای نظامی، سلاح‌های جنگی و مانند آن، در زمان حاضر، از منابع گردشگری محسوب می‌گردند و این قابلیت را دارند که بعد از جنگ، تبدیل به جاذبه گردشگری شوند؛ زیرا جنگ فقط یک زمان، مکان و رویداد نیست بلکه نمایشی از یک درام جدی

و قوی بشری است که نه تنها تحت تأثیر تغییرات جمعیتی و نوآوری‌های فنی (در طول جنگ) است بلکه به دلیل اهمیت نوستالژی، خاطرات، افتخارات، تجلیل از رزمندگان و تجدید دیدار (در دوران پس از جنگ)، در دنیای امروز، این پتانسیل را دارد که به عامل انگیزشی مهمی در گردشگری تبدیل شود. جنگ عمیقاً در عمل و ذهن انسان رسوخ می‌کند و باوجود وحشت و ویرانی، خاطره و یادمان‌های آن، بایستی تبدیل به جاذبه‌های خاص گردشگری شوند تا فراموش نگردند زیرا بخشی از تاریخ و گذشته ملت‌های درگیر جنگ محسوب می‌گردد. این مقوله، گردشگری را با بازار دیگری تحت عنوان «گردشگری جنگ» مواجه نموده است و به دلایل متعددی، امروزه در گذران اوقات فراغت و گردشگری نقش مهمی پیدا کرده است. در این میان ادبیات، موسیقی، سینما، موزه و بناهای جنگ، همگی در به تصویر کشیدن آن و همچنین ایجاد انگیزه سفر به چنین مکان‌هایی، سهم دارند (Winter, 2009: 12).

گردشگری جنگ

یکی از انواع خاص گردشگری که در دهه‌های اخیر مورد توجه گردشگران و برنامه‌ریزان قرار گرفته است، «گردشگری جنگ» می‌باشد. این نوع گردشگری برای اولین بار و در سال‌های دور، در کشورهای غربی مورد توجه قرار گرفته است و به شکل بازدید از آثار و بقایای برجای مانده از جنگ جهانی اول و دوم، نمود پیدا کرده است. گرچه بخش بزرگی از جاذبه‌های گردشگری در قطب‌های گردشگری جهان مثل اروپا، آسیای دور و مدیترانه،

آن‌ها در جنگ شرکت داشته‌اند. انگیزه‌های این گردشگران با سایر گردشگران، اغلب متفاوت است، چرا که هدف آنان فقط لذت بردن از سفر نیست و به دلیل و انگیزه‌ای دیگر، از موضوعاتی تلخ دیدن می‌کنند. این گردشگران تمایل به بازدیدهای کوتاه مدت از مکان‌های مرتبط با جنگ را در چارچوب بخشی از برنامه‌های یک تور سازمان‌یافته دارند (به این معنا که برنامه‌های مکمل دیگری غیر از موضوع جنگ باید در این تورها گنجانده شود) اما در عمل، خط کشیدن بین گردشگران جنگ و دیگر گردشگران، دشوار است (Kostinaneen, 2000: 1075).

رویکردهای گردشگری جنگ

رویکرد اسطوره‌ای

در این رویکرد، پدیده جنگ به عنوان فرآیندی فرا واقعیت تبیین می‌شود و المان‌ها و عناصر مرتبط با جنگ، با شکوه‌تر از واقعیتی عینی به نمایش در می‌آید، در نتیجه گروه هدف در بازار گردشگری به گروه نخبه و هم‌سو با جوهر اسطوره‌ای جنگ محدود می‌شود.

ساخت بناهای باشکوه و استفاده از مجسمه‌های عظیم و... در نمایش جنگ، در این رویکرد متجلی می‌شود (طرح جامع گردشگری جنگ، ۱۳۸۷: ۵۷).

رویکرد مبتنی بر آگاهی تاریخی و تبادل فرهنگی

این رویکرد با نقد اسطوره‌گرایی شکل گرفته است. قایلین به این رویکرد بر این باورند که اسطوره‌ها واقعیت تاریخی را پنهان می‌سازند و

مبتنی بر تاریخ جنگ‌هاست ولی پدیده سازمان یافته گردشگری جنگ، بیشتر در دهه ۵۰ و بعد از جنگ جهانی دوم، بر اساس پیامدها و نتایج دو جنگ بزرگ جهانی و همچنین جنگ‌های رهایی بخش ضد استعماری دهه ۵۰ و ۶۰ میلادی، استوار است (Strange, et al., 2003: 392).

پدیده جنگ، با وجود ماهیت و زمان وقوع آن، بخشی از تاریخ ملت‌هاست و به مثابه یک پدیده تاریخی، در صورت بندی هویت و حیات اجتماعی و فرهنگی جوامع، نقش اساسی ایفا می‌کند. پس به مثابه یک فرایند تاریخی- فرهنگی، گردشگری جنگ می‌تواند یک محور اساسی در تبادل فرهنگی و یکی از وجوه قابل اتکای جاذبه‌های گردشگری، به شمار آید. در این راستا، گردشگری جنگ، هم رسالت تبادل فرهنگی بین نسلی در سطح ملی و هم بین جوامع در سطح بین‌المللی را بر عهده دارد. بنابراین گردشگری جنگ را می‌توان به این شکل تعریف نمود: «عزیمت گردشگر با هدف بازدید از جاذبه‌های مناطق جنگی، برای کسب تجربه جدید، ثبت وقایع و برآوردن نیازهای فرهنگی- اجتماعی و معنوی خود» (Stone, et al., 2008: 576).

گردشگران جنگ، مجموعه خاصی از گردشگران هستند که علاقمند به بازدید از میداین جنگ و یادمان‌های آن هستند و در طی سفر خود، احساسات هیجانی، معنوی، بشر دوستانه و حتی مذهبی و معنوی را تجربه می‌کنند و بعد از سفر، احساسات و اندیشه‌های خود را درباره جنگ و شرکت‌کنندگان (افرادی که به هر نوع با جنگ درگیر بوده‌اند) با انجای مختلف، ابراز می‌کنند. اکثر اوقات، گردشگران جنگ کسانی هستند که خود، خانواده و یا دوستان

همپوشانی قابل توجهی با رویکرد آگاهی تاریخی دارد، بر ماهیت عبرت‌آموزی جنگ تأکید دارد و با نمایش بلایا و آثار مخرب و برجسته کردن ارزش‌ها به ویژه فداکاری و ایثار، به القای ارزش‌های صلح به گردشگران، باور دارد.

قائلین به این رویکرد، بر این باورند که بیشترین تعداد تقاضا در بازار گردشگری جنگ معطوف به دوستداران صلح است، چرا که بار ذهنی آزار دهنده‌ای به گردشگر اضافه نمی‌کند و طیف وسیعی از اقشار جامعه را نیز در بر می‌گیرد.

یافته‌های تحقیق

برای بررسی میزان نقش گردشگری جنگ در بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی، از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره استفاده شده است. بدین صورت که ۶ شهرستان در استان خوزستان انتخاب و رتبه‌بندی شده‌اند. این شهرستان‌ها به دو گروه تقسیم شده‌اند: در گروه اول، شهرستان‌هایی قرار دارند که مناطق جنگی و یادمان‌های بیشتری در آن‌ها متمرکز شده و در نتیجه، گردشگران بیشتری به این مناطق وارد می‌شوند و در گروه دوم، شهرستان‌هایی که فاصله بیشتری از این یادمان‌ها دارند، انتخاب شده و بر اساس میزان برخورداری از امکانات مختلف، رتبه‌بندی شده‌اند. مراحل و نتایج این مدل، در زیر به تفصیل آمده است:

مرحله اول (ایجاد ماتریس تصمیم‌گیری بی‌مقیاس):

ارزش‌های فرهنگی، فرآیندهای تاریخی را مخدوش می‌سازند.

گردشگری جنگ باید به تبادل ارزش‌های مشترک بشری مجهز شود و به آگاهی تاریخی مبدل شود، لذا باید در گردشگری جنگ به جنبه‌های عینی و قابل فهم و قابل دسترسی پرداخته شود به گونه‌ای که با میانگین دانش عمومی بازار گردشگری منطبق و برای عموم جذاب باشد.

رویکرد سیاسی

رویکرد سیاسی در گردشگری جنگ برای پیشبرد اهداف خاص سیاسی شکل گرفته است. در این رویکرد، با تمهیدات خاص و تأکید بر روانشناختی، گروه هدف به صورت آشکار و پنهان، باورهای خاص سیاست‌گذاران به گردشگران را القا می‌کند. نظریه‌پردازان برای تبیین رویکرد سیاسی، به استفاده دولت ژاپن از گردشگری هیروشیما، برای تطهیر نقش خود در جنگ جهانی دوم اشاره می‌کنند و در همین راستا به سیاست دولت آلمان غربی برای حفظ آثار و ویرانه‌های تخریب در مرکز برلین، در جوار بزرگترین مرکز گردشگری شهر (باغ وحش برلین) اشاره دارند. به جز این مثال‌ها می‌توان بهره‌برداری گسترده جامعه جهانی یهود در گسترش گردشگری در آشویتس برای تبدیل پدیده نسل‌کشی یهودیان به فرهنگ عمومی جهانی اشاره کرد (طرح جامع گردشگری جنگ، ۱۳۸۷: ۶۰).

رویکرد صلح‌طلبانه

یکی از طرفدارترین رویکردها در گردشگری جنگ، رویکرد صلح‌طلبانه است. در این رویکرد که

جدول شماره (۱): ایجاد ماتریس تصمیم‌گیری بی‌مقیاس

شهرستان‌های فاقد یادمان و جاذبه‌ی جنگ			شهرستان‌های دارای یادمان و جاذبه‌ی جنگ				
رامهرمز	بهبهان	باغملک	دشت‌آزادگان	خرم‌شهر	آبادان	متغیر	ابعاد
۰,۵۴۴	۰,۴۸۳	۰,۵۴۱	۰,۳۸۱	۰,۰۹۵۳	۰,۱۴۹	دبستان	فرهنگی
۰,۳۲۳	۰,۴۳۱	۰,۶۸۳	۰,۳۷۷	۰,۱۲۵	۰,۲۸۷	مدرسه راهنمایی پسرانه	
۰,۳۱۸	۰,۵۰۶	۰,۶۷۵	۰,۳۱۸	۰,۰۷۵	۰,۲۸۱	مدرسه راهنمایی دخترانه	
۰,۴۱۱	۰,۷۵۴	۰,۴۸۰	۰,۱۰۲	۰,۰۳۴	۰,۱۳۷	مدرسه راهنمایی مختلط	
۰,۱۹۸	۰,۵۴۵	۰,۷۴۳	۰,۱۹۸	۰,۰۹۹	۰,۲۴۷	دبیرستان پسرانه	
۰,۰۹۹	۰,۶۹۸	۰,۶۴۸	۰,۱۹۹	۰,۰۴۹	۰,۱۹۹	دبیرستان دخترانه	
۰,۱۵۲	۰,۶۰۹	۰,۱۵۲	۰,۴۵۷	۰	۰,۶۰۹	کتابخانه عمومی	
۰,۰۸۷	۰,۸۷۰	۰,۱۷۴	۰,۰۸۷	۰,۰۸۷	۰,۴۳۵	مکان ورزشی	
۰,۵۴۴	۰,۵۶۵	۰,۵۲	۰,۲۶۶	۰,۰۱۵	۰,۱۹۸	مسجد	مذهبی
۰,۷۲۴	۰,۵۵۴	۰,۳۸۴	۰,۰۹۰	۰,۰۹۰	۰,۰۵۶	امامزاده	
۰,۵۱۵	۰,۴۰۳	۰,۵۶۲	۰,۴۲۴	۰,۱۷۵	۰,۲۱۰	شورای اسلامی روستا	اداری - سیاسی
۰,۵۹۱	۰,۳۲۲	۰,۲۱۵	۰,۵۹۱	۰,۲۱۵	۰,۳۲۲	مرکز خدمات جهاد کشاورزی	
۰,۵۸۱	۰,۲۶۴	۰,۵۸۱	۰,۴۰۵	۰,۱۹۳	۰,۲۲۹	شرکت تعاونی روستایی	
۰,۵۹۳	۰,۴۵۸	۰,۴۸۸	۰,۳۶۴	۰,۱۷۶	۰,۱۸۷	برق	آب - گاز - برق
۰,۹۲۸	۰,۳۲۹	۰,۱۱۹	۰,۱۱۹	۰,۰۲۹	۰	گاز لوله کشی	
۰,۵۸۸	۰,۴۵۷	۰,۴۹۳	۰,۳۵۶	۰,۱۷۳	۰,۲۱	آب لوله کشی	
۰,۱۳۶	۰,۳۰۳	۰,۱۹۷	۰,۳۶۴	۰,۴۵۵	۰,۷۱۳	سیستم تصفیه آب	
۰,۷۶۹	۰,۱۹۲	۰,۱۹۲	۰,۳۸	۰,۱۹۲	۰,۳۸	حمام عمومی	
۰,۳۰۷	۰,۵۵۴	۰,۳۳۸	۰,۵۸۴	۰,۲۱۵	۰,۳۰۷	مرکز بهداشتی - درمانی	بهداشتی - درمانی
۰,۳۸۸	۰,۴۴۳	۰,۳۳۲	۰,۶۶۵	۰,۲۲۱	۰,۲۲۱	داروخانه	
۰,۵۰۶	۰,۴۷۱	۰,۴۶۲	۰,۴۲۶	۰,۱۵۱	۰,۳۲	خانه بهداشت	
۰	۰,۲۷	۰,۵۵	۰,۵۵	۰	۰,۵۵	مرکز تسهیلات زایمانی	
۰,۵۷۲	۰,۵۳۸	۰,۳۰۲	۰,۲۳۵	۰,۲۶۹	۰,۴۰۳	پزشک	
۰,۱۸۵	۰,۹۲۸	۰	۰,۱۸۵	۰,۱۸۵	۰,۱۸۵	دندانپزشک	
۰	۰,۸۱۶	۰	۰,۴۰۸	۰	۰,۴۰۸	دندانپزشک تجربی یا دندان‌ساز	
۰,۳۸	۰,۵۱	۰,۲۵	۰,۵۷۴	۰,۲۲۳	۰,۳۸۳	بهبار یا مامای روستایی	
۰,۴۵۷	۰,۶۵	۰,۴۵۷	۰,۳۱۴	۰,۱۷۱	۰,۱۴	بهداشتیار	
۰,۳۹۸	۰,۵۹۸	۰,۴۷۳	۰,۳۱۱	۰,۱۹۹	۰,۳۴۸	بهورز	
۰,۷۵۶	۰,۰۷۹	۰,۶۳۷	۰,۱۱۹۵۲۳	۰	۰	دامپزشک	

۰,۸۸۷	۰,۰۸۸	۰,۲۶۶	۰,۳۵۴	۰	۰,۰۸۸	تکنسین دامپزشکی	ارزینا ظرف
۰,۱۷۹	۰,۵۳۷	۰,۲۹۸	۰,۵۹۷	۰,۲۳۹	۰,۴۱	صندوق پست	
۰	۰,۵۸۹	۰,۳۵۳	۰,۳۵۳	۰,۲۳۵	۰,۵۸۹	دفتر پست	
۰,۶۵۲	۰,۲۸۱	۰,۵۹۷	۰,۳۰۹	۰,۰۷۵۵۳۹	۰,۱۹۲	دفتر مخابرات	
۰	۰,۴۸۵	۰	۰,۷۲۷	۰,۴۸۵	۰	دسترسی عمومی به اینترنت	
۰,۷۵	۰,۴۰۴	۰,۳۰۸	۰,۲۵	۰,۱۷۳	۰,۲۸۹	دسترسی به وسیله‌ی نقلیه عمومی	
۰,۴۱	۰,۳۰۷	۰,۵۱۲	۰,۵۱۲	۰,۴۱	۰,۲۰۵	دسترسی به روزنامه و مجله	
۰,۵۱۸	۰,۲۵۱	۰,۶۱۲	۰,۳۷۷	۰,۲۰۴	۰,۳۲۹	فروشگاه تعاونی	خدماتی
۰,۴۷۷	۰,۴۴۳	۰,۶۶	۰,۱۴	۰,۲۲۴	۰,۲۵۸	بقالی	
۰,۳۶۷	۰,۴۲	۰,۶۲۵	۰,۳۵۷	۰,۲۴۸	۰,۳۱۷	نانوایی	
۰,۲۷۹	۰,۴۱۸	۰,۷۸۱	۰,۰۵۵	۰,۳	۰,۱۹۵	گوشت فروشی	
۰,۵۲۲	۰,۵۲۲	۰,۳۴۸	۰,۱۷۴	۰,۱۷۴	۰,۵۲۲	قهوه خانه	
۰,۳۲۴	۰,۸۱۱	۰,۳۲۴	۰,۱۶۲	۰	۰,۳۲۴	بانک	
۰,۵۱۸	۰,۶۶۷	۰,۲۲۲	۰,۳۷	۰,۲۲۲	۰,۲۲۲	تعمیرگاه ماشین آلات کشاورزی	
۰,۴۳۶	۰,۴۵۲	۰,۴۹۴	۰,۴۱	۰,۲۳۲	۰,۳۷	مرد باسواد	اشخاصی
۰,۴۳۹	۰,۴۸۲	۰,۴۹۳	۰,۳۴۲	۰,۲۳۶	۰,۳۹۴	زن باسواد	
۰,۴۴۸	۰,۵۰۸	۰,۴۷۷	۰,۴۰۹	۰,۲۴۹	۰,۲۸۷	مرد شاغل	
۰,۴۵۹	۰,۵۹۴	۰,۲۹۱	۰,۵۶۸	۰,۱۱۷	۰,۱۱۳	زن شاغل	
۰,۳۳۶	۰,۲۲۲	۰,۲۶۹	۰,۵۲۴	۰,۲۳	۰,۶۶۱	مرد بیکار	
۰,۷۴۴	۰,۳۰۱	۰,۲۸۹	۰,۴۹	۰,۰۸	۰,۱۳۱	زن بیکار	
۰,۴۴	۰,۴۵۱	۰,۵۱۹	۰,۳۸۶	۰,۲۳۵	۰,۳۵۴	واحد مسکونی	سکونت
۰,۲۱۳	۰	۰,۸۵۲	۰,۴۲۶	۰,۲۱۳	۰	چادر	
۰,۹۲	۰,۰۱۶	۰,۳۷۸	۰,۰۹۸	۰	۰	کپر	
۰	۰,۷۰۷	۰,۷۰۷	۰	۰	۰	آلونک	

مأخذ: یافته‌های محقق (۱۳۸۹)

سنجیده شود. در این مرحله، نکته حایز اهمیت، یکسان‌سازی شاخص‌های مورد نظر از طریق وزن‌دهی به آن‌ها است تا هر کدام، با توجه به میزان ارزش واقعی خود، مورد سنجش قرار بگیرند. در این مرحله با توجه به فرمول ذکر شده، وزن‌های ثابتی به هر یک از داده‌ها تعلق می‌گیرد.

مرحله دوم (ایجاد ماتریس تصمیم‌گیری نرمالیزه شده وزنی):

در این مرحله، با توجه به ماتریس بی‌مقیاس شده که در جدول شماره (۱) آمده است، وزن خاصی به تمام ستون‌ها داده می‌شود که نتیجه آن، ماتریس بی‌مقیاس شده است. شاخص‌های استفاده شده که به آن وزن داده شده است، باید در شرایط ایده‌آل

مرحله سوم (تعیین جواب ایده‌آل مثبت A^+ و ایده آل منفی A^-):

در این قسمت، شاخص‌هایی که جهت مثبت داشته یا به عبارت دیگر، زیاد بودن از یک‌سو و همچنین شاخص‌هایی که حداقل بودن آن‌ها حاکی از ایده‌آل بودن آن‌ها داشته، انتخاب شده‌اند. در این جا به

جز شاخص‌های مربوط به مؤلفه سکونت و تعداد زن و مرد بیکار، سایر شاخص‌ها مثبت بوده‌اند. برای مثال، هر چقدر تعداد بیکار کمتر باشد، به راه حل ایده‌آل نزدیک‌تر است.

مرحله چهارم (محاسبه معیار فاصله و یا به عبارتی جدایی گزینه i با ایده‌آل‌ها):

جدول شماره (۲): محاسبه معیار فاصله

	آبادان	خرم‌شهر	دشت آزادگان	باغملک	بهبهان	رامهرمز
S_i^+	۰,۰۴۵	۰,۰۳۳	۰,۰۴۵	۰,۰۴۸۴	۰,۰۶۴۹	۰,۰۵۳۴
S_i^-	۰,۰۳۷	۰,۰۲۷	۰,۰۳۸	۰,۰۴۷۷	۰,۰۵۶۳	۰,۰۴۸۳

مأخذ: یافته‌های محقق (۱۳۸۹)

مرحله پنجم (محاسبه نزدیکی نسبی تا جواب ایده‌آل):

جدول شماره (۳): محاسبه نزدیکی نسبی تا جواب ایده‌آل

	آبادان	خرم‌شهر	دشت آزادگان	باغملک	بهبهان	رامهرمز
C_i^+	۰,۴۴۹	۰,۴۵۳	۰,۴۶۰	۰,۴۹۶	۰,۴۶۴	۰,۴۷۵

مأخذ: یافته‌های محقق (۱۳۸۹)

مشخص نمود که شهرستان‌هایی که حتی مناطق جنگی و یادمان‌های کمتری دارند و یا از مناطق جنگی دورتر بوده‌اند، از نظر دسترسی به امکانات مختلف بهداشتی درمانی، علمی- فرهنگی و... شرایط مناسب‌تری داشته‌اند. بنابراین فرض که توسعه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری و جنگ تحمیلی در استان خوزستان سبب ارتقا سطح زندگی ساکنان منطقه مورد مطالعه شده است، رد می‌گردد.

مرحله ششم (رتبه‌بندی شهرستان‌ها):

نتایج نهایی حاصل از روش تصمیم‌گیری چند معیاره TOPSIS نشان می‌دهد که، به ترتیب شهرستان‌های باغملک، رامهرمز، بهبهان، دشت آزادگان، خرم‌شهر و آبادان رتبه‌های اول تا ششم را کسب کرده‌اند. با توجه به این‌که فرض اصلی این پژوهش به دنبال بررسی تغییر سطح زندگی مردم در مناطق جنگی است، استفاده از این روش،

جدول شماره (۴): رتبه‌بندی شهرستان‌ها

شهرستان	باغملک	رامهرمز	بهبهان	دشت آزادگان	خرم‌شهر	آبادان
رتبه	۱	۲	۳	۴	۵	۶

مأخذ: یافته‌های محقق (۱۳۸۹)

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این مقاله، ارزیابی سطح کیفیت زندگی ۶ شهرستان مورد مطالعه، براساس معیارها و شاخص‌های جدول شماره (۱) با استفاده از مدل TOPSIS، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که مدل TOPSIS یک تکنیک تصمیم‌گیری بسیار قوی برای اولویت‌بندی گزینه‌ها از طریق شبیه‌نمودن به جواب ایده‌آل است. همچنان که از جدول (۴) مشخص می‌شود، شهرستان‌هایی که بهترین رتبه‌ها را در زمینه کیفیت زندگی مردم کسب نموده‌اند، به ترتیب شامل باغملک (رتبه ۱)، رامهرمز (رتبه ۲) و بهبهان (رتبه ۳) می‌باشند. ملاحظه می‌گردد که این مناطق کمترین ارتباط ممکن را با گردشگران مناطق جنگی داشته‌اند اما از نظر کیفیت زندگی، از وضع مناسبتری برخوردار بوده‌اند. در مقابل، پایین‌ترین رتبه‌ها به ترتیب مربوط به شهرستان‌های آبادان (رتبه ۶)، خرمشهر (رتبه ۵) و دشت‌آزادگان (رتبه ۴) است. این مناطق بیشترین ارتباط را با گردشگران داشته‌اند اما از نظر کیفیت زندگی، در پایین‌ترین سطح قرار گرفته‌اند. در زمینه خدمات رسانی به مناطق مختلف، نقش دولت نیز نباید فراموش گردد. ارتباط مستقیمی که بین وجود امکانات و جذب گردشگران به این مناطق وجود دارد، دارای اهمیتی خاص است. با افزایش ورود گردشگران، بهبود کیفیت خدمات و امکانات، تنها محدود به نواحی جنگی شده و سایر نواحی پیرامونی، از سطح امکانات پایین‌تری برخوردارند. بنابراین باید در نظر داشت که گردشگری نباید به صورت پدیده‌ای جدا از سایر پدیده‌ها در نظر گرفته

شود و ضروری است که برنامه‌ریزان گردشگری، توجه خاصی به این مهم داشته باشند.

ارایه پیشنهادات

(۱) همواره گردشگری به عنوان منبع درآمد مهمی به شمار می‌آید، بنابراین ایجاد مکان‌ها و فروشگاه‌های محلی برای فروش محصولات بومی منطقه، در کنار حفظ جاذبه‌های جنگ، می‌تواند نقش بسزایی در افزایش درآمد مردم و بهبود سطح زندگی آنان داشته باشد.

(۲) ایجاد و بهبود تسهیلات روبنایی گردشگری از قبیل تأسیسات اقامتی، بهداشتی - درمانی، رستوران، خدمات مالی و... در مناطق جنگی.

(۳) فراهم آوردن شرایطی برای ماندگاری سود حاصل از ورود گردشگران به مناطق، برای بالابردن سطح زندگی جامعه میزبان به عنوان پاسداران همیشگی این مناطق.

(۴) ارزیابی آثار منفی گردشگری و بویژه گردشگری جنگ، با وجود این‌که این نوع از گردشگری دارای منافع و مزایایی برای جامعه میزبان است ولی مانند بسیاری از مقوله‌های دیگر، آثار منفی هم دارد؛ تلاش مسئولین و متولیان محلی گردشگری باید بر این مبنا باشد تا با برنامه‌ریزی‌های صحیح و نظارت اصولی، منافع حاصل از گردشگری را به حداکثر برسانند و در مقابل، آثار منفی آن‌را به حداقل کاهش دهند.

(۵) توسعه بازارهای هدف گردشگری نزد عموم جامعه و ارتقای جایگاه عملکردی گردشگری مناطق جنگی.

منابع

- اصغرپور، محمدجواد. (۱۳۸۶)، تصمیم‌گیری‌های چند معیاره، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- بیورانی، حسین و غفران، علی. (۱۳۸۸)، تبیین و بکارگیری مدل تصمیم‌گیری چند معیاره TOPSIS برای رتبه‌بندی مناطق مختلف شهری از منظر جرم و بزهکاری، مجله کاراگاه، دوره دوم، سال دوم، شماره ۸.
- رامشت، محمد حسین و عرب عامری، علیرضا. (۱۳۹۰)، اولویت‌بندی نواحی شهری به منظور تأسیس ایستگاه‌های آتش‌نشانی با استفاده از روش تخصیص خطی و TOPSIS و با کمک تکنیک GIS، مطالعه موردی شهر ماکو، مجله برنامه‌ریزی فضایی، دانشگاه اصفهان.
- رضوانی، محمدرضا. (۱۳۸۷)، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- طاهرخانی، مهدی. (۱۳۸۶)، کاربرد تکنیک تاپسیس در اولویت‌بندی مکانی استقرار صنایع تبدیلی کشاورزی در مناطق روستایی، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، سال ششم، شماره سوم.
- طرح جامع گردشگری جنگ. (۱۳۸۷)، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دفتر مطالعات گردشگری جنگ، تهران.
- لولاچی، مسعود. (۱۳۸۴)، استفاده از الگوریتم تاپسیس جهت انتخاب مراکز تعمیرات دپویی برتر، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد نگهداری و تعمیرات، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران.
- Affisco, John F., (1998), An Empirical Investigation of Integrated Spatial-Proximity MCDM- Behavioral problem Solving Technology Group Decision models; Developments in Business Simulation & Experiential Exercises, Vol. 15, Hofstra University
- Edgell, David, Maria Allen, Ginger smith, Janson Swanson, (2008), Tourism Policy and Planning, yesterday, today and tomorrow. Butterworth- Heinemann, great Britain.
- Kostianen, Auvo, (2000), Battlefield Tourism: pilgrimage and commemoration of the Great War in Britain, Australia and Canada-1919-1939, Annals of Tourism research, Vol 27, Eo.4, pp, 1074-1076.
- Smith, valene, (1998), War and Tourism an American Ethnography, Annals of Tourism, vol. 25, No. 1, pp. 202-227.
- Stone, Philip and sharply, Richard, (2008), CONSUMING DARK TOURISM: A Thanatological Perspective, University of Central Lancashire, UK, pp. 574- 595.
- Strange, C., and M. Kempa, (2003), Shades of Dark Tourism: Alcatraz and Robben Island. Annals of Tourism Research, Vol. 30, No. 2, pp. 386-405.
- Winter, Caroline, (2009), Tourism, Social Memory and The Great War, Annals of Tourism Research, Vol. 36, No. 4, pp. 607-626.