



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری
سال پنجم، شماره‌ی ۱۷، تابستان ۱۳۹۵
صفحات ۹۷-۱۱۴

گردشگری جنگ: تحلیل کیفی سفر راهیان نور به مناطق عملیاتی

نادر رازقی^۱

علی اصغر فیروزجائیان^۲

پرویز شریفی مقدم^۳

بهزاد هاشمیان^۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۶/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۵/۲۶

چکیده

جنگ از جمله رخدادهای مهم و سرنوشت ساز در تاریخ هر جامعه‌ای است که دارای پیامدهای منفی و مثبت است. هرچند در نگاه اول همه جنگها هزینه‌های مختلف و جبران ناپذیری را به همراه خواهند داشت، اما بعد از رخداد و پایان جنگ، می‌توان تحلیلی مثبت از آثار جنگ ارائه داد. جنگها بخصوص وقتی ویژگی دفاعی به خود میگیرند ارزشهای مثبتی را تولید یا بازتولید می‌کنند. که این ارزشها در حافظه جمعی ماندگار و به شیوه‌های مختلف به نسل‌های بعد انتقال می‌یابند. در سالهای اخیر در کشور ما سفرهای راهیان نور جهت بازدید از مناطق جنگی شکل گرفته است که افراد زیادی بخصوص جوانان را به خود جلب کرده است. بر این اساس، سؤال اصلی این پژوهش این است که انگیزه افراد شرکت کننده در این سفرها چیست؟ و تجربه این نوع سفرها چه تاثیری در افراد برجای خواهد گذاشت؟ این مطالعه با روش تحقیق کیفی و استراتژی گراند تئوری انجام پذیرفته است. داده‌های تحقیق از طریق مصاحبه‌های عمیق جمع آوری شد. جامعه مطالعاتی این پژوهش ۱۸ نفر از دانشجویان دانشگاه پیام نور پیرانشهر، که تجربه شرکت در این نوع سفرها را داشته‌اند، بوده است. حجم نمونه پس از انجام این تعداد مصاحبه به اشباع نظری رسیده است. نتایج حاصل از کد گذاری چند گانه منجر به شکل‌گیری مدل نظری تحقیق با محوریت مفهوم گردشگری جنگ شده است. یافته‌های حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که: تجربه سفر راهیان نور از طریق انتقال ارزشهای جنگ به نسل جدید، موجب شکل‌گیری یا بازتولید حافظه فردی و جمعی مثبت از جنگ در جامعه خواهد شد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری جنگ، راهیان نور، حافظه جمعی، انتقال ارزشها، روش تحقیق کیفی.

^۱ نویسنده مسئول: استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران (razeghi@umz.ac.ir)

^۲ استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات جوانان، دانشگاه مازندران

^۴ دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات جوانان، دانشگاه مازندران

مقدمه

جنگ از جمله رخداد‌های مهم و سرنوشت ساز در تاریخ هر جامعه ای است. هشت سال دفاع مقدس در تاریخ تحولات کشور ما از اهمیت خاصی برخوردار است. این جنگ به لحاظ حوزه تأثیرها و حجم انبوه تغییراتی که به دنبال داشته است، رخداد مهمی در شکل گیری تاریخ معاصر کشورمان بوده است و از این رو ذهنیت اجتماعی، هویت ملی و فضای کنش جمعی ایرانیان را به شدت تحت تأثیر خود قرار داده است. کشور ما از سال ۱۳۵۹ با تجاوز رژیم بعثی عراق درگیر جنگی طولانی شد که هشت سال به طول انجامید. بر طبق مطالعات انجام شده آمار دقیقی از تعداد شهدا در دست نیست؛ اما بر حسب آمار بنیاد شهید تعداد شهدای پیش و پس از انقلاب اسلامی در حدود ۲۱۷۴۸۹ نفر است که پرونده‌های آن‌ها در بنیاد شهید و امور ایثارگران کشور قرار دارد، از این تعداد ۱/۳ درصد (۲۸۳۷ نفر) برای پیش از انقلاب و ۹۸/۷ درصد (۲۱۴۶۵۱ نفر) مربوط به حوادث بعد از انقلاب هستند. همچنین ۸۰ درصد از این تعداد (۱۷۲۰۵۶ نفر) در نبرد با دشمن و مابقی یعنی ۲۰ درصد مربوط به بمباران شهرها می باشند (کریمی پور و کامران، ۱۳۸۱: ۲۶۰). هشت سال دفاع مقدس به عنوان رویدادی افتخار آفرین و شکوهمند و سرشار از حماسه در حافظه جمعی^۱ ثبت شده است. هنوز هم جامعه ما، گروه‌های اجتماعی و نسل‌های مختلف تحت تأثیر آن هستند و پیامدهای آن در حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تجلی دارد. به تعبیر جامعه‌شناسان این حافظه جمعی، که رویدادی برجسته در گذشته ماست می‌تواند ما را با نحوه درک جامعه از خود و چالش‌های مواجهه با آن در حال و آینده مواجه سازد (راس^۲، ۲۰۱۰: ۳). به همین دلیل دفاع مقدس در ساخت واقعیت‌های اجتماعی جامعه امروز چه از حیث قواعد و هنجارهای رسمی یا غیر رسمی و چه از نوع بازنمایی‌های رفتارهای جمعی نظیر ارزش‌ها، آرمان‌ها و اسطوره‌ها تأثیر به‌سزایی داشته است. از اینرو در سال‌های پس از جنگ تحمیلی برای ترویج و حفظ ارزشها و آرمانهای جنگ برنامه‌های متعددی توسط نهادهای مختلف اجرا شده است. یکی از این برنامه‌ها سفر راهیان نور جهت بازدید مناطق جنگی است. به مرور زمان، این آیین پسندیده هر سال مشتاقان بیشتری پیدا کرد، به طوری که همه ساله صدها هزار نفر از مناطق نبرد و یادمان‌های نورانی دوران جنگ تحمیلی بازدید می‌کنند (خاطری، ۱۳۸۹). اصطلاح راهیان نور از سال ۱۳۷۷ به طور عمومی در سطح جامعه مطرح شد (محمودزاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۳).

از آن سالها تا کنون اردوهای راهیان نور به طور مرتب برگزار می‌شود و برنامه‌های متنوع فرهنگی و تبلیغی در طول مسیر و در محل یادمان‌ها، اردوگاهها و محل‌های اسکان از جمله فضا سازی‌های

^۱ "حافظه جمعی عبارت است از فکر، احساس و داوری نخبگان و مردم عادی درباره گذشته که به مثابه موجودی عینی، به موازات گذر نسل‌ها تصحیح و تکمیل می‌شود و برای آنها منبع هدایت اخلاقی و عنصر سازنده تمایز فرهنگی و هویتی است" (شوارتز و کیم، ۲۰۱۰: ۲۰).

^۲ Ross

تبلیغی، نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌های محصولات فرهنگی و نیز فعالیت‌های ویژه‌ی فرهنگی مانند شب‌های آفتابی و تئاترهای خیابانی از آن جمله می‌باشد (ابیا و خانی، ۱۳۹۱: ۱۰).

ستاد راهیان نور با مسئولیت سیاستگذاری، برنامه‌ریزی، هماهنگی، حمایت و پشتیبانی از اردوهای راهیان نور در ستاد مشترک سپاه و نیروی مقاومت بسیج فعالیت خود را آغاز کرد. برای برگزاری اردوهای راهیان نور زمان‌های مختلفی در نظر گرفته شد که از این زمان‌ها می‌توان به چند مورد اشاره کرد ۱- ایام و مناسبت‌های خاص برای دانش آموزان و دانشجویان ۲- هفته دفاع مقدس ۳- هفته بسیج ۴- تعطیلات عید نوروز ۵- و تعطیلات بین ترم دانشجویان. این برنامه‌ها توانسته است روحیه خاصی در بین افراد جامعه بخصوص جوانان ایجاد کند. از این امر می‌توان بعنوان انتقال تجربه و ذهنیت نسلی در رابطه با جنگ نام برد.

با وجود اینکه برنامه‌های راهیان نور ذهنیت اجتماعی و فضای کنش جمعی ایرانیان را متأثر ساخته است. اما کمتر به صورت علمی این پدیده اجتماعی، مورد کنکاش علمی قرار گرفته است. باید به این موضوع توجه داشت که بیشتر مطالعات انجام شده در رابطه با جنگ روایتی بوده و توجه به خاطرات و اتفاقات رخ داده شده در جنگ بیشتر مورد توجه بوده است. از اینرو با توجه به تاثیرات عمیقی که جنگ از خود به جای گذاشته است کمتر شاهد تحلیل‌های علمی از تاثیرات مختلف جنگ بخصوص در رابطه با جوانان انجام شده است. لذا سوال محوری در این پژوهش این است که انگیزه افراد (جوانان و دانشجویان) از سفر راهیان نور به مناطق عملیاتی چه می‌باشد؟ و اینکه رفتن افراد به این مناطق موجب چه تغییرات و تاثیراتی در نگرش آنها می‌شود؟

ادبیات موضوع

پیشینه تحقیق

ابیا و خانی (۱۳۹۱) در تحقیقی به بررسی اثر بخشی قدرت نرم برنامه‌های راهیان نور پرداخته‌اند. این تحقیق با روش کیفی و تکمیل پرسشنامه انجام شده است. هدف اصلی این تحقیق اثر بخشی برنامه‌های راهیان نور بر بازدیدکنندگان از مناطق عملیاتی دفاع مقدس بوده است. نتایج یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که برنامه‌های راهیان نور که برگرفته از فرهنگ اسلامی، ایثار و شهادت می‌باشد تأثیر عمیقی بر بازدیدکنندگان داشته است. در این میان تأثیر یادمان‌ها، نمایشگاه‌ها، تبلیغات و فضای محیطی که برگرفته از معنویت و ایثارگری خالصانه رزمندگان است، درمقایسه با سایر عوامل، اثرگذاری بیشتری داشته‌اند.

سهرابی و ضرغام بروجنی (۱۳۹۱) در تحقیقی به بررسی شناخت دستاوردهای گردشگران داخلی در بازدید از مناطق جنگی ایران و با تاکید بر رویکرد مدیریت منفعت محور پرداخته‌اند. هدف اصلی این تحقیق شناخت مهم‌ترین دستاوردها و مزایای بازدید از مناطق جنگی ایران و بهره‌گیری از یک رویکرد منفعت محور بوده است. در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات از روش

توصیفی- کتابخانه‌ای و مصاحبه با کارشناسان و تکمیل پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری کلیه ایرانیانی که حداقل یک بار از مناطق عملیاتی بازدید کرده‌اند. نتایج یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که دستاوردهای معنوی مهم‌ترین دستاورد بازدید کنندگان از مناطق عملیاتی هشت سال دفاع مقدس بوده است.

ضرغام بروجنی و سهرابی (۱۳۹۲) در تحقیقی به مطالعه گونه شناسی بازدیدکنندگان مناطق جنگی ایران و نقش آن در انتقال فرهنگ پایداری دفاع مقدس پرداخته‌اند. در این تحقیق هدف بررسی انگیزه گردشگران از سفر به مناطق جنگی و طبقه‌بندی آنان، به منظور کمک به انتقال فرهنگ پایداری بوده است. اطلاعات این تحقیق از طریق (اسنادی- کتابخانه‌ای)، مصاحبه با کارشناسان، و پرسش‌نامه تکمیل شده بازدیدکنندگان به دست آمده است. جامعه آماری پژوهش شامل همه ایرانیانی است که از مناطق جنگی کشور بازدید کرده‌اند و به کمک روش نمونه‌گیری گلوله برفی ۱۵۲ نفر از آنان به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده‌اند. نتایج تحقیق حاکی از آن دارد که مهم‌ترین گروه بازدیدکنندگان مناطق جنگی ایران را گردشگران زیارتی، یادبودی و گردشگران فرهنگی میراثی تشکیل می‌دهند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که عمده گردشگران با انگیزه‌های ملی و مذهبی به بازدید مناطق جنگی می‌روند و علاقه وافری به شنیدن رشادتهای جنگاوران و ناشنیده‌ها درباره جنگ دارند.

حاجی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۲) پژوهشی با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری جنگ هم پیوند با سایر جاذبه‌ها در استان ایلام انجام داده‌اند. در این تحقیق برای دست‌یابی به راهبردهای مؤثر توسعه گردشگری جنگ هم پیوند با سایر جاذبه‌ها در استان ایلام، استفاده از مدل تجزیه و تحلیل SWOT و همچنین تکنیک AHP را مدنظر نظر قرار داده‌اند. این تحقیق به روش توصیفی تحلیلی و شیوه‌های گرد آوری اطلاعات اسنادی و میدانی (مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه انجام گرفته است. در این تحقیق برای پیش‌برنده و بازدارنده توسعه نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها (در قالب تکنیک) SWOT و با استفاده از فرم‌های نظرسنجی پرسشنامه میان ۸۲ نفر از کارشناسان در سطح استان مبتنی بر روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب، توزیع و نتایج استخراج شده است. در مجموع یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که ۷۴ نقطه قوت و فرصت و در مقابل ۷۸ نقطه ضعف و تهدید و نمره‌های حاصل از ماتریس عوامل داخلی و خارجی و همچنین نمودار ۹ خانه‌ای، راهبرد استخراجی حفظ و نگهداری تحقیق می‌باشد. در نهایت راهبردهای موضوعی توسعه با استفاده از تکنیک AHP اولویت‌بندی و سپس برنامه اقدام راهبردی توسعه گردشگری جنگ برای غلبه بر مسائل و نیل به وضعیت بهتر در سطح استان آرایه شده است.

مسعودی و نوغانی (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی تاثیرگذاری اردوهای راهیان نور بر نگرش رفتاری- شناختی دانشجویان پرداخته‌اند. این تحقیق با استفاده از روش پانل در میان ۳۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد در سال ۱۳۸۹ که به مناطق عملیاتی رفته‌اند انجام گرفته است.

یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که نگرش شناختی و رفتاری دانشجویان نسبت به مقوله شهادت قبل و بعد از ورود به مناطق عملیاتی تفاوت معناداری دارد. به طوریکه حضور دانشجویان در اردوهای راهیان نور بر نگرش رفتاری- شناختی آنها تاثیر مثبتی داشته است.

محمودزاده و همکاران (۱۳۹۳) تحقیقی با عنوان شناسایی و اولویت بندی عوامل انگیزشی رانشی و کشتی مؤثر در توسعه گردشگری جنگ (مطالعه‌ی موردی: مناطق عملیاتی استان خوزستان) انجام داده‌اند این تحقیق با استفاده از نظریه‌ی عوامل رانشی و کشتی به اولویت بندی عوامل انگیزشی تأثیرگذار بر انتخاب مناطق عملیاتی استان خوزستان برای سفر، از منظر دانشجویان دانشگاه‌های تهران تاکید دارد. روش به کار رفته در این تحقیق پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است پس از جمع آوری داده‌ها، سؤال‌های پژوهش با استفاده از آزمون T- Student و از طریق نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که در بین عوامل انگیزشی رانشی بالاترین رتبه‌ها به ترتیب مربوط به جستجو، تعاملات اجتماعی، عوامل روانشناختی و در نهایت عوامل فیزیکی است. در بین عوامل انگیزشی کشتی نیز اولویت‌ها مربوط به عوامل نامحسوس و سپس عوامل محسوس است.

قائدعلی و لطیفی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان الگوی پارادایمی اردوهای راهیان نور به بررسی استقرایی داده بنیاد از دیدگاه مقام معظم رهبری در زمینه اردوهای راهیان نور پرداخته‌اند. این تحقیق به روش کیفی (گرند تئوری) انجام گرفته است. جامعه آماری این تحقیق کلیه بیانات و سخنرانی‌ها و همچنین پیام‌های رهبری در زمینه اردوهای راهیان نور بوده است. یافته‌های تحقیق نشان داده که اردوهای راهیان نور برای جلوگیری از فراموشی یاد دوران دفاع مقدس و بازدید مقتل شهیدان توسط جمعی از رزمندگان دفاع مقدس شکل گرفت که پس از مدتی به یکی از بزرگترین عملیات‌های فرهنگی نظام با تاثیر مثبت بر فرهنگ عمومی کشور تبدیل گشته است.

مطالعات فوق نشان می‌دهد که حوزه مطالعاتی گردشگری جنگ در ایران، هرچند با تاخیر اما در حال شکل‌گیری است. اگرچه به طور کلی مطالعاتی که در حوزه جنگ در ایران انجام شده است بیشتر روایتی و توصیفی از خود جنگ بوده و مطالعات تحلیلی از پیامدهای جنگ در حوزه‌های مختلف بخصوص حوزه فرهنگ کمتر صورت گرفته است. اما به نظر می‌رسد در سالهای اخیر پرداختن به پیامدهای جنگ از منظر گردشگری جنگ نظر محققین را به خود جلب کرده است. هرچند مطالعاتی هرچند اندک به روش کمی در این حوزه انجام شده است اما با توجه به اینکه موضوع گردشگری جنگ با محوریت سفر راهیان نور در ابتدای راه می‌باشد از اینرو تحقیقات کیفی که اصولاً اکتشافی می‌باشند روشهای مناسبی جهت مطالعه در این حوزه می‌باشند. بر این اساس این تحقیق با روش کیفی و با تاکید بر استراتژی گراند تئوری به مطالعه انگیزه‌های سفر راهیان نور می‌پردازد.

چارچوب مفهومی

با توجه به این که روش تحقیق مطالعه پیش رو کیفی است و در مطالعات کیفی نظریه خاصی بعنوان چارچوب انتخاب نمی‌شود از اینرو پرداختن به بحث مفهومی برای پیشبرد مطالعه ضروری است. در ادامه به توضیح مختصری از مفاهیم اصلی حاضر در مطالعه می‌پردازیم.

راهیان نور

به بازدید از مناطق عملیاتی هشت سال دفاع مقدس سفر راهیان نور گفته می‌شود (ستاد کل نیروی‌های مسلح، ۱۳۷۸). واژه راهیان نور پس از دوران دفاع مقدس وارد ادبیات، فرهنگ و هویت کشورمان شده است. سفرهای مردم به ویژه در ایام تعطیلات موجب آشنایی و ارتباط بیشتر آن‌ها با آن دوران و زنده نگه‌داشتن یاد و خاطره شهدا و اماکن جنگی می‌شود. اردوی راهیان نور حرکتی بوده است جهت زنده نگه‌داشتن هویت دفاعی جنگ و به‌طور کلی هویت ملی ایران اسلامی (کتابی، ۱۳۹۰: ۱۹).

راهیان نور منطقه ایست که وادی نور و ایثار می‌باشد. جایی که جبهه رفته‌ها و نرفته‌ها می‌روند تا با شهدا تجدید بیعت کنند، می‌روند تا شفاف و صیقلی شوند و اگر نتوانستند کربلایی یا حسینی شوند، زینبی باشند و راوی تمام آن لحظه‌ها باشند تا آیندگان بدانند بر امت خمینی چه گذشت (شاهد جوان/شماره ۵۶). در این زمینه به شرح واژگانی مهم دیگر در این سفر از جمله واژه جنگ پرداخته شده است. واژه جنگ در لغت‌نامه‌های فارسی به معنی جدال، قتال، نبرد یا هرگونه درگیری خصمانه با قصد ساقط کردن حریف اطلاق می‌شود در اصطلاح جنگ نزاع بین یک یا چند حکومت است که ابتدا با نیروی مسلح همراه است و هدف نهایی غلبه یکی بر دیگری است. اصطلاح دفاع نیز به تدابیری که برای مقاومت در مقابل حملات سیاسی، نظامی، اقتصادی، اجتماعی و روانی و با فناوری توسط یک یا چند کشور موتلفه اتخاذ می‌شود (کازمیان فر، ۱۳۹۲).

راوی

یکی از مفاهیم محوری در این سفر مفهوم راوی است. چرا که سفر علاوه بر مشاهده مناطق جنگی، مبتنی بر روایت اتفاقات زمان جنگ نیز می‌باشد. راوی نیز به آن‌که در مورد آنچه دیده و شنیده و بر اساس مستندات در حین سفر و هنگام بازدید از مناطق برای همراهان سخن می‌گوید تعریف کرده‌اند. آنان که در این اردوها حضور دارند گردشگرانی که می‌خواهند از نزدیک با موقعیت روبرو شوند و از نزدیک آن را لمس کنند، نیازمند اطلاعاتی از تاریخ حوادث رخ داده شده هستند. در این سفرها این نقش توسط راوی صورت می‌گیرد.

گردشگری جنگ^۱

^۱ War Tourism

گردشگری پدیده‌ای است که از دیر باز 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). یکی از انواع خاص گردشگری که در دهه‌های اخیر مورد توجه گردشگران و برنامه‌ریزان قرار گرفته است، بحث 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 بر جای مانده از جنگ جهانی اول و دوم، نموده پیدا کرده است (سبکبار و همکاران، ۱۳۹۲: ۸۴). محور اصلی این نوع گردشگری حفظ آثار جنگ و انتقال مفاهیم و ارزش‌های جامعه در زمان جنگ به نسل‌های آینده می‌باشد.

گردشگری جنگ یعنی عزیمت گردشگر با هدف بازدید از جاذبه‌های مناطق جنگی، جهت کسب تجربه جدید و ثبت وقایع برای ارضای نیازهای فرهنگی- اجتماعی و معنوی می‌باشد؛ گردشگران جنگ مجموعه خاصی از گردشگران بوده که علاقمند به بازدید از میادین جنگ و یادمان‌های آن بوده، در طی سفر خود، احساسات هیجانی، معنوی، بشر دوستانه و حتی مذهبی و معنوی را تجربه می‌کنند و بعد از سفر احساسات و اندیشه‌هایی را درباره جنگ و شرکت کنندگان به انحاء مختلف ابراز می‌کنند (وژوقی، ۱۳۸۸: ۱۱۶)

سیتون معتقد است که جنگ همیشه منبعی انرژی بخش در گردشگری در تاریخ و دوران معاصر بوده است. باور بر این است که جنگ محرک مهمی برای گردشگری در جهت تغییرات و نوآوری تکنیکی و پس از جنگ نیز به دلیل یادآوری خاطرات و نوستالژی، یادمان‌ها، احترام، تکریم و گردهمایی‌ها است (اسمیت ۱۹۹۸). اسمیت آشکارا بیان می‌کند جایی که جنگ رخ می‌دهد به دنبال آن گردشگری نیز در آن مکان رشد خواهد کرد و گردشگری را به‌عنوان عاملی برای از بین بردن یا حداقل کم کردن دشواری‌های پس از جنگ در نظر می‌گیرد. اسمیت به جنگ کویت اشاره می‌کند و این‌که هنوز آتش درگیری در جنگ خلیج فارس در سال ۱۹۹۱ به تمامی فرو ننشسته بود که گردشگران برای بازدید از نشانه‌های جنگ به کویت سفر کردند تا مکان‌های مرتبط با جنگ را ببینند (همان، ۱۹۹۸).

آنچه گردشگری جنگ را از سایر انواع معمول گردشگری متمایز می‌کند، این است که در این نوع گردشگری نه تنها ابعاد اقتصادی در جذب گردشگران (آن‌چنان‌که در سایر انواع گردشگری مورد نظر است) مورد توجه است. بلکه ابعاد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی آن نیز از اهمیت به‌سزایی برخوردار است و انتقال مفاهیم ارزشمندی هم‌چون دفاع، مقاومت، حماسه، فداکاری، وطن پرستی و ... نیز از این طریق ممکن خواهد بود. در رابطه با راهیان نور نیز به نظر می‌رسد که این نوع سفر بیشتر بر جنبه فرهنگی تاکید دارد.

جامعه پذیری فرهنگی

جامعه پذیری به فرایندی اشاره دارد که از طریق آن قواعد اجتماعی به افراد انتقال می‌یابد. در هر جامعه از طریق نهادهای اولیه (مانند خانواده و دوستان) و نهادهای ثانویه (مانند مدرسه و دانشگاه) قواعد مرسوم و پذیرفته شده زندگی به افراد انتقال می‌یابد. جامعه پذیر فرهنگی اشاره به انتقال آرمانها و ارزشهای مثبت فرهنگی به نسل‌های بعدی دارد. افراد با درونی کردن ارزشهای مهم در هر جامعه در جهت همبستگی اجتماعی رفتار می‌کنند. در سفر راهیان نور به نوعی ارزشهای جنگ به نسل جوان انتقال می‌یابد.

حافظه جمعی و فرایند هویت یابی

حافظه جمعی در شکل گیری هویت جمعی نقش اساسی دارد. بدون حافظه جمعی ما نخواهیم دانست چه کسی بودیم و هستیم، کجا هستیم و چه هستیم. از طریق حافظه جمعی است که تعریف از خود ماندگار و تثبیت شده می‌شود. از این رو می‌توان گفت حافظه جمعی گذشته فعالی است که هویتمان را شکل می‌دهد (اولیک و روبینز، ۱۹۹۸، به نقل از کریمی، ۱۳۹۲: ۱۳).

به نظر هالبواکس حافظه جمعی ایده‌ای است که به طور اجتماعی ساخته می‌شود. هالبواکس بر ماهیت اجتماعی حافظه جمعی تاکید داشت به همین خاطر اظهار می‌دارد که اندیشه فردی زمانی می‌تواند جمع گردد که تنها درون چارچوب اجتماعی قرار گیرد (فرزید، ۱۳۹۳). به عقیده هالبواکس مطالعه حافظه موضوع تامل بر سر دارایی‌های ذهن نیست بلکه بیشتر این است که چگونه ذهن‌ها در جامعه با یکدیگر کار می‌کنند و فعالیت‌های آنها به وسیله ترتیبات اجتماعی ساختار بندی می‌شود. به نظر او در جامعه است که مردم خاطراتشان را به دست می‌آورند و آن را فراخوانی، شناسایی و محلی می‌کنند (هالبواکس^۱، ۱۹۹۲: ۳۸)

روش شناسی تحقیق

روش این پژوهش از نوع روشهای تحقیق کیفی مبتنی بر پارادایم تفسیرگرایی- برساخت گرایی اجتماعی و مبتنی بر استراتژی روش نظریه مبنایی^۲ یا گراند تئوری است. گراند تئوری یک روش پژوهش عمومی برای تولید تئوری است. منظور از نظریه مبنایی، نظریه‌ای برگرفته از داده‌هایی است که در طی فرایند پژوهش به صورت نظام‌مند گردآوری و تحلیل می‌شوند. در این راهبرد، گردآوری و تحلیل داده‌ها و نظریه‌ای که در نهایت از داده‌ها استنتاج می‌شود، در ارتباط نزدیک با یکدیگر قرار می‌گیرند و پژوهشگر به جای این که مطالعه خود را با نظریه از پیش تصور شده‌ای آغاز

^۱ Halbwachs

^۲ Grounded theory method

کند، کار را با یک حوزه مطالعاتی خاص شروع کرده، اجازه می‌دهد که نظریه از دل داده‌ها پدیدار شود (استراوس^۱ و کوربین^۲، ۱۹۹۰).

مشارکت کنندگان و نمونه‌گیری تحقیق

جامعه مورد مطالعه این تحقیق دانشجویان دانشگاه پیام نور شهر پیرانشهر می‌باشند که تجربه سفر راهیان نور را داشته‌اند. داده‌های این پژوهش از طریق مصاحبه کیفی عمیق^۳ و باز، با ۱۸ نفر از جوانان و دانشجویانی که در قالب کاروانهای راهیان نور به مناطق عملیاتی رفته بودند به شیوه نمونه‌گیری نظری^۴ و هدفمند^۵ جمع‌آوری شده است. در رابطه با تعداد نمونه انتخاب شده باید گفت که پس از انجام ۱۸ مصاحبه اشباع نظری^۶ که ملاک انتخاب نمونه در روش کیفی است حاصل شده است. اطلاعات بیشتر در مورد مصاحبه شونده‌گان این پژوهش در جدول شماره (۱) آمده است.

جدول (۱): مشخصات دموگرافیک مصاحبه شونده‌گان

ردیف	جنسیت	سن	وضعیت تاهل	محل سکونت
۱	پسر	۲۵	مجرد	ارومیه
۲	دختر	۲۲	مجرد	پیرانشهر
۳	دختر	۲۲	مجرد	پیرانشهر
۴	پسر	۲۳	متاهل	پیرانشهر
۵	دختر	۲۲	مجرد	پیرانشهر
۶	پسر	۳۰	متاهل	پیرانشهر
۷	پسر	۳۱	متاهل	ارومیه
۸	پسر	۲۹	مجرد	نقده
۹	دختر	۲۵	متاهل	ارومیه
۱۰	دختر	۲۶	مجرد	پیرانشهر
۱۱	پسر	۲۴	مجرد	پیرانشهر
۱۲	دختر	۲۶	متاهل	ارومیه
۱۳	دختر	۲۲	مجرد	ارومیه
۱۴	پسر	۳۰	مجرد	نقده
۱۵	پسر	۳۲	متاهل	نقده
۱۶	دختر	۲۳	متاهل	پیرانشهر
۱۷	پسر	۲۶	مجرد	پیرانشهر
۱۸	پسر	۲۴	مجرد	پیرانشهر

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

^۱ Strauss

^۲ Corbin

^۳ In-depth interview

^۴ Theoretical sampling

^۵ به این ترتیب که محقق به طور همزمان داده‌هایش را گردآوری، کدگذاری و تحلیل می‌کند و تصمیم می‌گیرد که چه داده‌هایی را در مرحله بعدی گردآوری و آنها را از کجا پیدا کند. تا بدین وسیله نظریه را در حین شکل‌گیری اش تدوین کند. نظریه در حال تدوین فرایند گردآوری داده‌ها را کنترل می‌کند.

^۶ Theoretical Saturation

در پژوهش‌هایی که از روش تحقیق کیفی انجام می‌شوند تعداد دقیق افراد نمونه از قبل مشخص نیست بلکه نمونه‌گیری در میدان تحقیق انجام می‌گیرد و پژوهش زمانی متوقف می‌شود که به اشباع نظری رسیده باشیم. در این پژوهش متناسب با استراتژی‌های تحقیق نمونه‌گیری نظری و هدفمند انجام گرفته است.

تکنیک جمع آوری اطلاعات

با توجه به ماهیت موضوع و همچنین براساس استراتژی روش نظریه مبنایی و همچنین جامعه مورد مطالعه، از تمامی روش‌ها و تکنیک‌ها و ابزارهای تحقیق کیفی استفاده به عمل آمده است. اما تکنیک محوری و اصلی گردآوری داده‌ها مصاحبه عمیق و باز بوده است، علاوه بر این، مشاهده‌های مشارکتی و مستقیم پژوهشگران در میدان‌های عملیاتی دفاع مقدس و کارون‌های راهیان نور بر غنای تجربی پژوهش افزوده است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش به صورت کدگذاری داده‌ها در سه سطح کدگذاری باز^۱، کدگذاری محوری^۲ و کدگذاری انتخابی^۳ صورت پذیرفت. در مرحله کدگذاری باز شناسایی، نامگذاری، توصیف و طبقه‌بندی داده‌ها صورت گرفت و در مرحله کدگذاری محوری مفاهیم و مقوله‌هایی که در مرحله کدگذاری باز شناسایی شده‌اند، در تجزیه و ترکیبی جدید به یکدیگر مرتبط شدند. و نهایتاً کدگذاری انتخابی محققین تلاش کرده‌اند تا بتوانند از دل داده‌ها مدل نظری و تحلیلی را برای انگیزه افراد از سفر به مناطق عملیاتی و تاثیرات آن در نگرش آنها استخراج نمایند.

تجزیه و تحلیل

برای دستیابی به نظریه‌ای برآمده از خصوصیات واقعی انگیزه مصاحبه شونده‌گان به مناطق عملیاتی در قالب کاروانهای راهیان نور پژوهشگران این تحقیق کوشیده‌اند تا با انجام مصاحبه‌های عمیق و ممتد در ساختار درونی ارزشها و نگرشها و تجارب آنها تعمق کنند. ابتدا در مرحله کدگذاری باز با هدف خرد کردن داده‌ها و مشخص کردن ویژگی و ابعاد آنها، درون یک مصاحبه کدهای زیادی استخراج شد که وقتی داده‌ها به طور مرتب مورد بازنگری قرار گرفت کدهای جدید اصلاح و کدهای نهایی مشخص شدند. در مرحله بعد، از دل مفاهیم مقولات اصلی به دست آمدن و در نهایت از دل همین مقولات نظریه و مدل تحقیق طراحی شده است.

¹ open coding

² axial coding

³ selective coding

کدگذاری باز اولیه

در این مرحله ابتدا جملات بعنوان واحد مطالعه انتخاب شدند. بعد از آن کلمات کلیدی که خلاصه پیام اصلی جملات بودند (عبارت) استخراج گردید. در این مرحله به همه‌ی نکات کلیدی مصاحبه‌ها برچسب‌های مفهومی مناسبی داده شدند و سپس آن‌ها را در یک جدول قرار دادیم. در این جا به عنوان نمونه کدگذاری باز یکی از مصاحبه‌ها آورده می‌شود:

جدول (۲): کدگذاری اولیه

درس آموختن، حال و هوایی عجیبی دارم، تأکید بر حجاب، ادامه دهنده راه شهدا بودن، درس زندگی را یاد گرفتن، حفظ ارزشها، عشق به کشور، مناطق عملیاتی غرب و جنوب غربی، شرایط سخت، عزیزان شهید، محافظت از کشور، سختی و مشکلات جبهه، نیروی ایمان، نزدیکی به خدا، حس تجربه کردن، آشنایی با افراد همسفر، تجربه سختی، از جان گذشتن، بدون پاداش و چشمداشت، واقعیت جنگ، ارتقاء ارزشها و انتقال فرهنگ، آموختن برای زیستن، ترویج ارزش‌های جنگ، خود سازی فرد، تفریحات بصری و مادی، از خاک خود دفاع کردن، با دل سفر کردن، چشم‌های مشتاق، میثاق، شکارچی فرصت ها، پاسخ به استکبار جهانی، اخلاص فرد، احساس آرامش و امنیت، غرق در دنیای معنوی، انتقال فرهنگ، نگاه شهدا به ما، متحول شدن، حضور در اماکن جنگی، مهمتر از رفاهیات، امکانات، جغرافیا، عناوین و کلاً ظواهر سفری که در راهیان نور ملاحظه و تجربه می‌کنند، کسب رهاوردها و دستاوردهای معنوی برای خود و خانواده، اقوام، دوستان، همشاگردی‌ها...

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

کدگذاری محوری

در این مرحله بعد از کد گذاری‌های اولیه به علت تعداد فراوان آنها تبدیل به کدهای ثانویه شدند که در این روند کدهای مشابه در یک طبقه جای داده شده و چند کد ثانویه نیز تبدیل به یک کد مفهومی و مقوله بندی شدند. در جدول زیر نتایج کدگذاری باز ارائه شده است:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول (۳) : کد گذاری محوری

مقوله محوری	مقولات	مفاهیم
گردشگری جنگ	جنگ و دفاع مقدس (نبرد حق و باطل)	مناطق عملیاتی غرب و جنوب غرب ... دیدن مناطق، حضور در مکان جنگی
	جهاد (بسیج نیروها)	شرایط سخت، عزیزان شهید محافظت از کشور، سختی و مشکلات جبهه با دل سفر کردن
	اعتقادات و باورها	نیروی ایمان، نزدیکی به خدا حس تجربه کردن، تاکید بر حجاب غرق در دنیای معنوی، تجربیات بصری و مادی، چشم های مشتاق، نگاه شهیدان شکارچی فرصت ها
	ایثار و فداکاری	از جان گذشتن و از خودگذشتگی بدون پاداش و چشمداشت، ارزشهای والای انسانی، ادامه دهنده راه شهیدان، میثاق، اخلاص
	فرهنگ پذیری	واقعیت جنگ، ترویج ارزشهای جنگ انتقال فرهنگ، ارتقاء فرهنگ معنوی
	پند و خود سازی	درس آموختن، خود سازی فرد متحول شدن، درس زندگی را یاد گرفتن آموختن برای زیستن
	حس ملی گرایی	عشق به کشور، محافظت از کشور پاسخ به استکبار جهانی، از خاک خود دفاع کردن

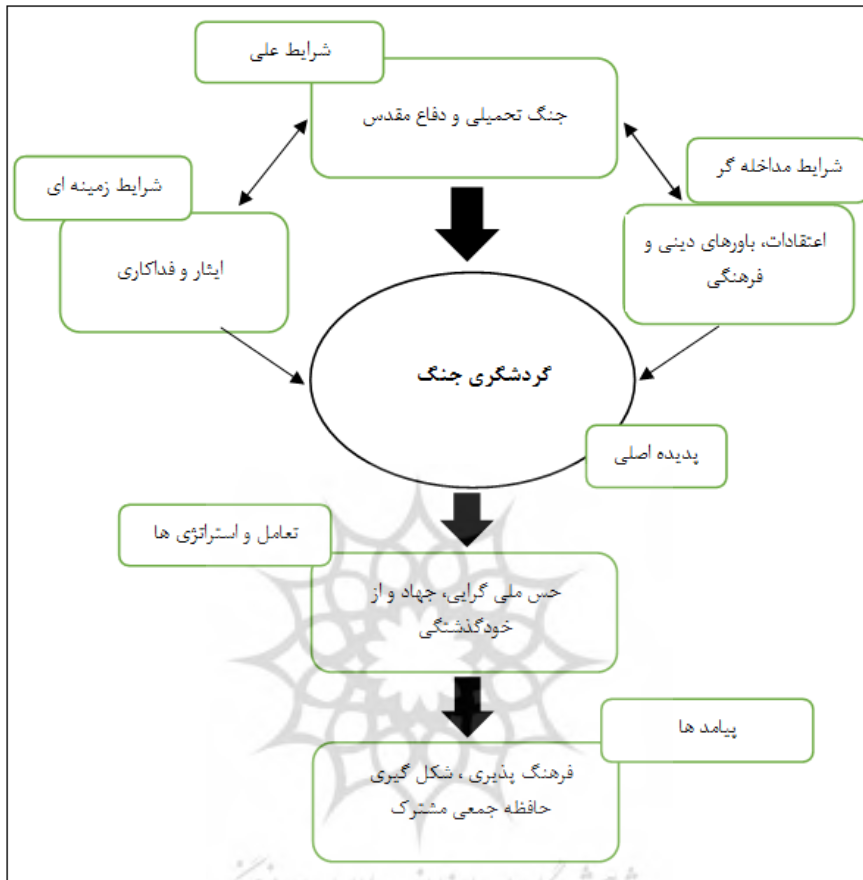
منبع: یافته های تحقیق حاضر

کد گذاری انتخابی

در این مرحله مقولاتی که ترکیب مفاهیم اولیه ساخته شده در ارتباطی منطقی با یکدیگر با شکل گیری نظریه کمک می کنند. در این مرحله، مقوله ها به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می گیرند؛ و نظریه به تدریج ظهور می یابد (نیومن^۱: ۲۰۰۶: ۴۲۳). در این تحقیق مقوله های عمده را در مرحله نهایی به صورت مدل مفهومی زیر با هم مرتبط ساخته ایم.

^۱ Neuman

مدل مفهومی گردشگری جنگ: سفر راهیان نور به مناطق عملیاتی



منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

در مدل فوق که مبتنی بر گردشگری جنگ است، جنگ به عنوان رخدادی در نظر گرفته می‌شود که کنش‌های افراد شرکت کننده در آن مبتنی بر روحیه ایثار، فداکاری و اعتقادات و باورهای دینی بوده است. بر همین اساس، از دوران جنگ، به هشت سال دفاع مقدس تعبیر شده است. مناطق عملیاتی و مکان‌های باقیمانده از هشت سال دفاع مقدس، و شرایط سختی که رزمندگان، خالصانه، با اتکا به نیروی ایمان، از جان گذشتگی فراوان و شهادت برای محافظت از کشور، بستری را فراهم کرده است که آئین‌ها، مناسک، بزرگداشت‌ها و یادمان‌ها و چنین یادآوری اجتماعی را ممکن سازد؛ و گردشگری جنگ که به نوعی تجدید خاطرات دفاع مقدس و فضای معنوی آن از طریق تداعی عینی اتفاقات ارزشی رخ داده شده از طریق کاروان‌های راهیان نور تحقق یابد. لذا راهیان نور به عنوان یکی از نماد‌های حافظه جمعی جنگ نه تنها انعکاس دهنده

رشادت‌های رزمندگان گذشته است، بلکه افراد را قادر می‌سازد تا به درک بهتری از جهان پیرامون خود برسند.

تعامل‌ها و کنش‌هایی که در تجربه سفر راهیان نور کسب می‌شود موجب آشنایی افراد با فرهنگ مقاومت شده و هویت نوینی از جمله حس ملی‌گرایی، جهاد و از خودگذشتگی را در آنها تقویت می‌کند.

"بازدید از مناطق عملیاتی یک حس وصف‌نشدنی است، باید این حس رو تجربه کنید، من خودم تا زمانی که نرفته بودم هرگز چنین حسی را نداشتم، این‌که شهدا و رزمندگان چگونه با این شرایط سخت، با دست خالی از کشورشون و از مردمشون محافظت کردند و تا آخرین قطره خون جنگیدن، بی‌شک بدون نیروی ایمان قوی امکانپذیر نبود، من احساس غرور می‌کنم به این همه جانفشانی"

گردشگری جنگ و تجربه راهیان نور، مکانیسمی برای جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری است. به نحوی که پیامد آن موجب شکل‌گیری حافظه جمعی مشترک مثبت از جنگ و ارزشهای تولید شده دوران جنگ می‌شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

خاطرات دفاع مقدس و فضای معنوی آن دارای بستری اجتماعی هستند آئین‌ها، مناسک، بزرگداشت‌ها و یادمان‌ها، که یادآوری اجتماعی را ممکن می‌سازد با دیگران به اشتراک گذاشته می‌شود. به تعبیر موریس هالبواکس^۱، "انسان‌ها در جامعه حافظه خود را کسب می‌کنند، و در جامعه، آنها خاطرات خود را به یاد می‌آورند، تشخیص می‌دهند و فهم می‌کنند" (هالبواکس، ۱۹۹۲: ۳۸). بدین معنی ارزشهای دفاع مقدس به عنوان یک حافظه جمعی و به تعبیر دوین رایت نمایان‌گر رابطه بسیار قوی با احساس هویت مردم در بستر و متن جامعه است (دوین-رایت^۲، ۲۰۰۳: ۱۱). جامعه‌شناسان حافظه جمعی را مجموعه‌ای از بازنمایی‌های اجتماعی مرتبط با گذشته می‌دانند که هر گروه اجتماعی از طریق کنش متقابل اعضای خود تولید، نهادینه، محافظت و منتقل می‌کند (ژدلوفسکی^۳، ۲۰۰۱: ۳۳). و بدین طریق با ایجاد توافق و تناسب میان گذشته و حال، و همین‌طور ارائه قیاس برای حوادث حال حاضر در رویدادهای گذشته، حافظه جمعی دارای خصیصه استراتژیک و قادر به نفوذ در زمان حال پیدا می‌کند. به عبارت دیگر، نظر به اینکه ما در جستجوی ابزار و وسیله برای تحمیل یک نظام معنادار بر واقعیت می‌باشیم، جهت ارائه بازنمودهای نمادین و چارچوب‌هایی که می‌توانند تأثیرگذار و سازمان‌بخش هم برای کنش‌هایمان و هم برای درک مان از خود باشند بر حافظه تکیه می‌کنیم. لذا، «حافظه می‌تواند در یک زمان بازتاب دهنده، برنامه‌ساز و تنظیم‌کننده

¹ Maurice Halbwachs

² Devine-Wright

³ Jedlowski

حال حاضر باشد» (میزتال، ۲۰۰۳: ۱۳). یک چنین نقش اساسی حافظه جمعی در زندگی اجتماعی است که جایگاه آن را در جامعه به عنوان بخشی از نظام معنا ساز فرهنگی ترسیم و تثبیت می‌کند (شوارتز^۱، ۲۰۰۰: ۱۷). راهیان نور به عنوان یکی از نماد های حافظه جمعی دفاع مقدس نه تنها انعکاس دهنده رشادت‌های رزمندگان گذشته است، بلکه ما را با معرفت‌ها و چارچوب‌های زندگی جدیدی آشنا می‌کند و افراد را قادر به درک بهتری از جهان پیرامون خود می‌کند. پژوهش ما نشان داد که راهیان نور می‌تواند راهی برای آشنایی و ماندگار کردن فرهنگ ایثار و شهادت برای نسل جدید و نسل‌های آینده باشد. حفظ ارزشهای دفاع مقدس از منظر جامعه شناسی به معنای حفظ و ذخیره کردن آثار نیست، بلکه بازسازی گذشته از چشم انداز کنونی و درس آموزی از آن است (کنوبلاخ^۲، ۱۳۹۰: ۴۵۱).

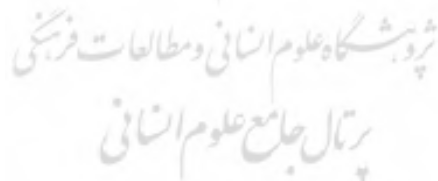
مطالعه نشان داده است که سفرهای راهیان نور، برنامه عملی برای جامعه پذیری و انتقال فرهنگی ارزشهای دفاع مقدس است. در این راستا نسل جوان با فرهنگ مقاومت آشنا شده و با دیدن رشادت‌های نسل جوان دیروز هویتی جدید در او ایجاد شده و به تاریخ همراه با موفقیت خویش می‌نازد و در مقابل جریان‌های نا امید کننده، مقاوم می‌شود. در دوران دفاع مقدس افرادی بودند که تمامی هستی خود، یعنی جان خویش را فدا کردند و در صحنه غیرت ملی و دینی خوش درخشیدند و قهرمانان تاریخی ایران شدند. سفرهای راهیان نور نه تنها موجب تجلیل و تقدیر از این قهرمانان شده است بلکه موجب می‌شود تا بخشی از اهدافی که ما در انتقال فرهنگی داریم تأمین شود و با یادآوری دوران دفاع مقدس، جوانان جایگاه خویش را بهتر بدانند و قوی‌تر عمل کنند. مطالعه کمی مسعودی و نوغانی در خصوص نگرش و رفتار دانشجویان نسبت به مقوله شهادت و ارزش‌های ایثارگری قبل و بعد از اردو های راهیان نور نشان داده است که تفاوت معنی داری بین نگرشها قبل و بعد از سفر وجود داشته است. بدین معنی که حضور در راهیان نور دانشجویان سبب شده است تا آنها نگرش مثبت تری نسبت به ارزش‌های ایثارگری، شهادت داشته باشند و میزان الگوگیری از شهدا افزایش یابد (مسعودی و نوغانی، ۱۳۹۲: ۱۲۳).

دوران دفاع مقدس تکه‌ای از تاریخ اسلامی مردم ایران است که به فرهنگ غنی گذشته تکیه دارد و بازدید و بازگفت از این رویداد می‌تواند غیرت دینی جوانان را تشدید کند و موجب افزایش تقویت ارزشهای دفاع مقدس باشد. بررسی علمی ایبا و خانی نشان داده است که راهیان نور در ابعاد مختلف: تقویت روحیه ظلم ستیزی و مبارزه با استکبار جهانی (۸۱ درصد)، تقویت روحیه شهادت طلبی (۸۴ درصد)، افزایش حس فداکاری و ایثارگری (۸۳ درصد)، ایجاد و افزایش نشاط معنوی و شادابی (۷۷ درصد)، تقویت حس همدردی و همدلی با خانواده شهدا (۸۱ درصد)، افزایش عشق به شهدا و ایثارگران (۸۸ درصد)، افزایش احساس افتخار و سربلندی نسبت به میهن اسلامی (۸۷ درصد)، افزایش اعتماد به نفس و روحیه خودباوری (۸۱ درصد) و تقویت روحیه مقاومت و دفاع (۸۵

¹ Schwartz

² Knoblauch

درصد) سبب افزایش ارزشهای معنوی شده است (ابیا و خانی، ۱۳۹۱: ۹). همه این دستاوردهای معنوی، که در سفرهای راهیان نور شاهد آن هستیم با دستاوردهای گردشگری جنگ و مذهبی مشابهت دارد. بر این اساس است که گردشگری مبتنی بر خودسازی شکل میگیرد. همان‌گونه که سی مایکل هال^۱ در کتاب گردشگری، دین، و سفرهای روحانی^۲ ذکر می‌کند، سفرهای مذهبی سفر به دریای ایمان است (هال، ۲۰۰۶: ۶۴). بنابراین باید استدلال کرد هشت سال دفاع مقدس، فضای ایجاد کرد که بسیاری از مفاهیم اخلاقی را که در زیر ساخت نظام فرهنگی و سیاسی هر کشوری می‌تواند بسیار موثر باشد مفاهیمی چون ایثار، شهادت طلبی، خدا باوری، وارستگی، عشق، وحدت، شجاعت، پایداری مبارزه همگی هشت سال دفاع مقدس معنا شوند. به تعبیر امام جنگ را برای ملت مقاوم و مبارز ایران، عامل آگاهی، حرکت و خروج از فترت و سستی می‌دانست: "وقتی یک جنگی شروع شود، ملت ما بیدار می‌شود، بیشتر متحرک می‌شود (صحیفه نور، ج ۱۵۷: ۱۳). گردشگری مبتنی بر خودسازی، تنها یک سفر معمولی نیست بلکه همزمان یکی از اثربخش‌ترین روش انتقال ارزشها و تجارب نسلی از نسل گذشته به حال و ترویج فرهنگ شهادت در میان جوانان و نسل‌های بعدی است. در حقیقت گردشگری جنگ و تجربه راهیان نور، موجب تقویت حافظه جمعی مرتبط با جنگ برای نسل حاضر می‌شود. از این طریق نوعی از حس تعامل و انتقال تجارب نسل گذشته به نسل حاضر شکل گرفته و در نهایت موجبات شکل‌گیری حافظه جمعی مشترک مبتنی بر ارزشهای متعالی دوران جنگ می‌شود.



¹ C. Michael Hall

² Tourism, Religion and Spiritual Journeys

منابع:

۱. ابیا، حمید و خانی، مهدی (۱۳۹۱). اثربخشی قدرت نرم برنامه‌های راهیان، دو فصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال ۲، شماره ۷: ۲۶-۹.
۲. حاجی نژاد، علی؛ جاودان، مجتبی و سبزی، برزو (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری جنگ هم پیوند با سایر جاذبه‌ها در استان ایلام، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۸، شماره ۲۲: ۱۳۶-۱۰۱.
۳. خاطری، شهریار (۱۳۸۹). گردشگری جنگ در جهان و درس‌هایی که از آن برای ترویج فرهنگ صلح می‌آموزیم، تهران: نشر آفتاب گرافیک.
۴. رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷). توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۵. سبکبار، حسنی؛ باغیانی، حمیدرضا و نورانی، حمید (۱۳۹۰). نقش گردشگری جنگ در ارتقای کیفیت زندگی ساکنان شهری مناطق جنگی‌دستان خوزستان، با استفاده از مدل Topsis، مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی، سال ۱، شماره ۲: ۹۴-۸۲.
۶. ستاد کل نیروهای مسلح (۱۳۷۸). دستورالعمل راهیان نور جنوب و غرب کشور.
۷. سهرابی، مهدیه و ضرغام بروجنی، حمید (۱۳۹۱). شناخت دستاوردهای گردشگران داخلی در بازدید از مناطق جنگی (رویکرد منفعت محور)، دو فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت اسلامی، سال ۲۱، شماره ۱: ۱۶۷-۱۴۷.
۸. ضرغام بروجنی، حمید و سهرابی، مهدیه (۱۳۹۲). گونه‌شناسی بازدیدکنندگان مناطق جنگی ایران و نقش آن در انتقال فرهنگ پایداری دفاع مقدس، جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۴، شماره ۲: ۱۰۱-۷۵.
۹. فرزند، محمد مهدی (۱۳۹۳). حافظه جمعی و هویت ایرانی، مقاله منتشر نشده.
۱۰. قائد علی، حمیدرضا و لطیفی، میثم (۱۳۹۳). الگوی پارادایمی اردوهای راهیان نور (استقرایی داده بنیادی از دیدگاه مقام معظم رهبری)، دو فصلنامه علمی- پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، سال ۳، شماره ۱۰: ۲۸-۱.
۱۱. کتابی، ناصر (۱۳۹۰). راهیان نور و هویت دفاع مقدس، ماهنامه پیام انقلاب، شماره ۴۵: ۲۰-۱۹.
۱۲. کاظمیان فر، فرهاد (۱۳۹۲). آشنایی با علوم و معارف دفاع مقدس، چاپ اول، نشر خردمندان.
۱۳. کریمی پور، یدالله و کامران، حسن (۱۳۸۱). تحلیلی آماری از شهیدان جنگ، تحقیقات جغرافیایی، زمستان ۱۳۸۰ و بهار ۱۳۸۱، شماره ۶۳ و ۶۴: ۲۷۲-۲۵۹.
۱۴. کریمی، علی (۱۳۹۲). حافظه جمعی و فرآیند هویت یابی: تأملاتی سیاست‌گذارانه، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۵۴: ۲۶-۳.
۱۵. کنوبلاخ، هوبرت (۱۳۹۰). مبانی جامعه‌شناسی معرفت، ترجمه کرامت اله راسخ، تهران: نشرنی.
۱۶. محمودزاده، سید مجتبی؛ میر هاشمی، علی؛ میر مصطفی و عنبر فروش، فاطمه (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت بندی عوامل انگیزشی رانشی و کششی مؤثر در توسعه گردشگری جنگ (مطالعه موردی: مناطق

- عملیاتی استان خوزستان)، مجله‌ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ۳، شماره ۹: ۱۲۹-۱۱۰.
۱۷. مسعودی، حمید و نوغانی، محسن (۱۳۹۲). تاثیر اردوی راهیان نور بر نگرش رفتاری شناختی دانشجویان نسبت به مقوله شهادت (مطالعه پانل)، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، سال ۸، شماره ۱۷: ۱۴۴-۱۲۳.
۱۸. موسوی خمینی، روح الله (۱۳۷۸). صحیفه نور، ۱۷، تهران، موسسه تنظیم و نشر آثار حضرت امام خمینی (ره).
۱۹. وثوقی، لیلا (۱۳۸۸). گردشگری تلخ با تاکید بر گردشگری جنگ، فصلنامه مطالعات - جهانگردی، شماره ۱۰: ۱۲۷-۱۰۵.
20. Devine-Wright, P. (2003). **A theoretical overview of memory and conflict**, in Ed Cairns and Micheál D. Roe (Eds), **The Role of Memory in Ethnic Conflicts**, New York; McMillan: 9-33.
21. Jedlowski, P. (2001). Memory and sociology: Themes and issues, **Time & Society**, 10(1): 29-44.
22. Hall, M.C. (2006). **Travel and journeying on the Sea of Faith**, Edited by Dallen J. Timothy and Daniel H. Olsenin, **Tourism, Religion and Spiritual Journeys**, Routledge London.
23. Halbwachs, M. (1992). **On Collective Memory**, Trans. and ed. Lewis A. Coser. Chicago; University of Chicago Press.
24. Mistzal, B. (2003). **Theories of Social Remembering**, London: Open University Press.
25. Neuman., W. L. (2006). **Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches**, Boston: Pearson/A and B.
26. Marc Howard, R. (2010). **Collective memory and how the present shapes the past: A philadelphia story about George Washington and Slavery**, presentation at the **Canadian Political Science Association Meeting**, Concordia University.
27. Schwartz, B. (2000). **Abraham Lincoln and the Forge of National Memory**, Chicago; Chicago University Press.
28. Schwartz, B., and Kim, M. (2010). **North-East Asia's Difficult Past, Essays in Collective memory**, Basingstoke/New York: Palgrave Macmillan.
29. Smith, V.L. (1998). War and tourism: **An American ethnography**. **Annals of Tourism Research**, 25(1): 202-227.
30. Strauss, A. and Corbin, J. (1990). **Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques**, Newbury Park: Sage.