

Analyzing the Catalysts for the Surge in War Tourism: A Case Study of Rahian-e Noor Journeys Using Personal Vehicles

Sajadimehr Sasan¹ | BaniHashemi Seyed Ali² | Mohtadi Mohammad Mahdi³

Abstract

War tourism, a burgeoning sector globally, sees millions annually visiting historical battlefields. In Iran, such excursions, known as Rahian Noor, have a profound and lasting spiritual impact on society. This study aims to discern the determinants that motivate individuals to undertake Rahian Noor journeys using personal vehicles. Employing a descriptive survey methodology and qualitative exploratory analysis, the research is fundamentally applied. Data were gathered through semi-structured interviews, and thematic analysis was employed for interpretation. The expert cohort comprised active Rahian Noor specialists, with a purposive sample of 23 interviews achieving theoretical saturation. The investigation identified eight pivotal themes: comprehensive management, intellectual contributions from Rahian Noor proponents, infrastructure, impactful content, multimedia, security, an overarching Rahian Noor framework, and economic considerations. These elements are instrumental in bolstering family participation in Rahian Noor travels, with enhancements in each area potentially increasing private vehicle usage for such tours.

Keywords: War Tourism, Rahian Noor, Family Travel, Personal Vehicle Usage, Tourism Demand.



-
1. Corresponding Author: Ph.D. Candidate in Crisis Management, Imam Hussein Comprehensive University, Tehran, Iran. Email: sasansajadi4@gmail.com
 2. Ph.D. Graduate in Political Science: Islamic Azad University, Qom Branch, Qom, Iran. Email: s.a.b.hashemii@gmail.com
 3. Assistant Professor: Department of System Management, Faculty of Management, Imam Hussein Comprehensive University, Tehran, Iran. Email: Mohtadi@ihu.ac.ir

شناسایی عوامل مؤثر بر افزایش تمایل به گردشگری جنگ (سفرهای راهیان نور) با وسایل نقلیه شخصی

ساسان سجادی مهر^۱ | سید علی بنی‌هاشمی^۲ | محمدمهدی مهتدی^۳

چکیده

گردشگری جنگ، گونه‌ای از صنعت گردشگری است که در دنیا به سرعت در حال رشد است. سالانه میلیون‌ها گردشگر به منظور بازدید از آثار به‌جای مانده از جنگ، به این مناطق سفر می‌کنند؛ در ایران نیز این سفر به راهیان نور شهرت دارد. اثر معنوی راهیان نور تا سال‌ها می‌تواند در بین افراد جامعه مستمر و آشکار باشد. با حضور خانواده‌ها در راهیان نور نیز می‌توان آن‌ها را از گنجینه پنهان راهیان نور بهره‌مند نمود. هدف از انجام این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل به سفر به مناطق راهیان نور با استفاده از وسایل نقلیه شخصی می‌باشد. پژوهش حاضر از منظر هدف یک پژوهش کاربردی است. همچنین یک تحقیق توصیفی پیمایشی به شمار می‌آید و در ذمه تحقیقات کیفی در قالب یک مطالعه اکتشافی انجام پذیرفته است. ابزار جمع‌آوری داده، مصاحبه نیمه ساختاریافته و ابزار تحلیل داده، روش تحلیل مضمون می‌باشد. جامعه آماری، خبرنگاران فعال در عرصه راهیان نور می‌باشند. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و تا سرحد اشباع نظری در ۲۳ مصاحبه حاصل شد. یافته‌های پژوهش نشانگر آن است که هشت مضمون کلیدی شامل مدیریت کلان و یکپارچه، اندیشه‌ورزان راهیان نور، امکانات و تجهیزات، محتوای غنی و تأثیرگذاری، چندرسانه‌ای، مسائل امنیتی، سامانه جامع راهیان نور و مسائل اقتصادی، اصلی‌ترین عوامل گسترش حضور خانواده‌ها در سفر راهیان نور به‌شمار می‌رود و با فعالیت در هر کدام، می‌توان شاهد افزایش حضور خودروهایی شخصی در راهیان نور بود.

کلیدواژه‌ها: تقاضای سفر؛ راهیان نور؛ گردشگری جنگ؛ گردشگری خانوادگی؛ وسیله نقلیه شخصی.

۹

سال پنجم

پاییز و زمستان ۱۴۰۲

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۰۸/۰۱

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۱۲/۰۸

صص: ۳۱۶-۲۹۳

شاپا چاپ: ۶۳۲۸-۲۵۳۸

الکترونیکی: ۱۶۵۵-۲۷۱۷



DOR: 20.1001.1.25386328.1402.5.9.12.6

۱. نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری مدیریت بحران، دانشگاه جامع امام حسین، تهران، ایران. sasansajadi4@gmail.com

۲. دانش آموخته دکتری علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم، قم، ایران. s.a.b.hashemii@gmail.com

۳. استادیار گروه مدیریت سیستم، دانشکده مدیریت، دانشگاه جامع امام حسین، تهران، ایران. Mohtadi@lhu.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

گردشگری به مجموعه فعالیتهایی اطلاق می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد، این فرایند شامل هر فعالیتی از قبیل برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود. در ادامه افزایش و متنوع شدن گونه‌های گردشگری در جهان، از دهه ۱۹۹۰ میلادی گونه جدیدی با عنوان گردشگری سیاه یا تلخ به گونه‌های رایج گردشگری افزوده شده است که گردشگری جنگ نیز به عنوان یک زیرمجموعه آن نام برده می‌شود؛ اما در ایران سفرهای راهیان نور را نمی‌توان گردشگری تلخ و سیاه نامید. اردوهای راهیان نور، یکی از بهترین رویکردهایی است که احیا کننده فرهنگ ایثار، جهاد، شهادت، مقاومت و به طور کلی گفتمان انقلاب اسلامی می‌تواند، باشد. به همین دلیل توسعه پایدار این برنامه در طی سال‌های گذشته مورد توجه قرار داشته است، یکی از انواع توسعه در راهیان نور، تنوع‌بخشی به نحوه اعزام اقشار مختلف جامعه می‌باشد. در سال‌های اولیه تشکیل اردوهای راهیان نور اعزام منحصرأ به صورت کاروانی (با اتوبوس) بود؛ ولی به مرور الگوی اعزام به سمت حضور با خودروی شخصی حرکت پیدا نمود.

اعزام با خودروی شخصی در سنوات آینده می‌تواند تحول عظیمی را در آمار اعزام زائرین به جای داشته باشد. گزارش‌های آماری نیز نشان‌دهنده این واقعیت است که طی سال‌های اخیر تعداد افرادی که با استفاده از خودروی شخصی خود در مناطق هشت سال دفاع مقدس حاضر می‌شدند، سیر کاملاً صعودی داشته است. ترکیبی از سفر معنوی، گردشگری و بازدید از آثار تاریخی استان‌های مقصد راهیان نور در بین خانواده‌ها طرفدار بسیاری دارد و خانواده‌هایی که با خودروی شخصی به راهیان نور سفر می‌کنند نیز تجربه این سفر را بدیع و نو به شمار می‌آورند و با اکثر سفرهای قبلی‌شان دارای تفاوت‌های محسوسی است؛ بنابراین توجه به زیرساخت‌های لازم و عوامل مؤثر بر توسعه پایدار حضور با خودروی شخصی در راهیان نور از اهمیت بالایی برخوردار است. بر همین اساس پرسش اصلی پیش روی این پژوهش آن است که مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه پایدار اعزام خودرو شخصی در راهیان نور کدامند؟

مبانی نظری

عقبه تئوریک راهیان نور را می‌توان در مفاهیم مرتبط با گردشگری جستجو کرد. گردشگری عبارتست از تمامی فعالیت‌های شخصی که مسافرت کرده و در یک مکانی خارج از محیط معمول به مدت کمتر از یک سال متوالی، به منظور استراحت، تجارت با اهداف دیگر اقامت کند. گردشگری ممکن است شامل تعطیلات، سفرهای تجاری، دیدار از دوستان و آشنایان، مسافرت آموزشی، سفر علمی، ورزشی، درمان و سلامتی یا سفر مذهبی باشد. (ایمنی قشلاق، ۱۳۹۰: ۱۷۴)

با شروع قرن ۲۱ و تحولات جدید در قلمروی حیات سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فناوری جامعه جهانی، انگیزه‌ها و علائق گردشگران در حال تغییر است؛ مقصدهای گردشگری نیز برای حفظ و بهبود بازار در تلاش برای همسویی با شرایط نوین می‌باشند؛ متأثر از تحولات بازار گردشگری، رده‌بندی‌های نوینی از گونه‌شناسی گردشگری همانند، گردشگری علائق عام، گردشگری علائق مختلط و همچنین گردشگری علائق ویژه مطرح شده است (آکینسی، ۱، ۲۰۱۶: ۱۸۸)

ظهور جغرافیای گردشگری نوین، شکل‌گیری محصولات متنوع و جدید گردشگری، همچون گردشگری سیاه را در پی داشته است. گردشگری سیاه شاخه‌ای بسیار پیچیده از گردشگری است (موسایی و اردکانی، ۲، ۲۰۱۳: ۳۱۵) که زیر مجموعه انواع گردشگری از قبیل گردشگری فرهنگی، تاریخی، آموزشی و نوستالژی می‌باشد (مینیک، ۳، ۲۰۱۲: ۸۲)

گردشگری جنگ به‌عنوان یکی از انواع گردشگری سیاه^۴ اصطلاحی است که رسانه‌ها برای تشریح ایده سفر به مناطق جنگی با اهداف تماشای مناظر و بازدید از رویدادها و یادمان‌های جنگی از آن استفاده می‌کنند. به موازات رشد گردشگری سیاه، تقاضا برای سفر به مناطق جنگی در حال رشد بسیار سریع است (میریسایی و احمدی، ۵، ۲۰۱۴: ۵۷). دیدار از جاذبه‌های مناطق جنگی بیشترین تعداد بازدیدکنندگان را در این شاخه از گردشگری دارا است (استون، ۶، ۲۰۰۶: ۱۴۷) یادبودهای جنگ، موزه‌های جنگ و اردوگاه‌های آوارگان و زندانیان و محل دفن سران و بزرگان عرصه

1. Akinci
2. Musai & Ardakani
3. Minić
4. Dark Tourism
5. Mirisae & Ahmad
6. Stone

جنگ نه تنها گردشگران داخلی و آشنایان را بلکه گردشگران خارجی بسیاری را به مناطق جنگی کشانیده است (بیگلی^۱، ۲۰۱۰: ۲۷۲).

گردشگری جنگ ممکن است با رویکردهای مختلفی چون رویکرد اسطوره‌ای، رویکرد مبتنی بر آگاهی تاریخی و تبادل فرهنگی، رویکرد سیاسی و رویکرد صلح طلبانه توسعه یابد. (نعمتی، ۱۳۹۶: ۱۹۷) گردشگری جنگ کارکردهای مختلفی دارد که از آن جمله می‌توان به موضوعاتی همچون یادمان، زمین مقدس و متبرک، آموزشی و باستان‌شناختی، مؤلفه‌های مبتنی بر زمین، انگیزه‌های اقتصادی، انگیزه‌های اقتصادی اشاره کرد. (حیدری، ۱۳۹۳: ۱۲۷) گردشگرانی که به این مناطق سفر می‌کنند نیز به نوبه خود از گونه‌های متنوعی برخوردار می‌باشند. افراد با انگیزه‌های زیارتی - یادبودی، کنجکاوی، سفر وظیفه‌ای، سفر کاری، تجربه فرد بی‌گناه، داوطلبان جنگ و رزمندگان، سفر با انگیزه‌های فرهنگی، علاقمندان به بازدید از اماکن میراث فرهنگی، سفر آموزشی و سفر تصادفی را می‌توان از انواع گردشگران جنگ برشمرد. (سهرابی و ضرغام بروجنی، ۱۳۹۲: ۹۱)

در بسیاری از کشورهای جهان می‌توان تجاربی از موضوع گردشگری جنگ را مشاهده کرد. طبعاً کشورهایی که در طول تاریخ بویژه در دوران معاصر و نزدیک به معاصر بیشتر درگیر جنگ بوده‌اند در این زمینه نیز پیشرو می‌باشند. به‌عنوان مثال ژاپن همه‌ساله مراسمی در روز شش آگوست به‌عنوان یادبود قربانیان بمباران اتمی یا مراسم یادبود صلح برگزار می‌کند. این کشور با تأسیس یادمان‌هایی نظیر موزه یادبود صلح هیروشیما، پارک صلح، گنبد اتمی و یادمان ساداگو (یادمان صلح کودکان)، نمادهایی را برای توجه به موضوع گردشگری جنگ در نقاط مختلف کشور خود ایجاد کرده است. یادمان‌ها و مناطق نبرد متعددی مانند جنگ نرماندیف نبرد سم، نبرد وردان، نبرد موز آرگون، یادمان و قبرستان دومون و یادمان ویمی (یادمان ملی سربازان کانادایی) از جمله مناطق مورد بازدید مرتبط با تاریخ جنگ کشور فرانسه می‌باشند. بلژیک موزه‌ای برای یادبود جنگ جهانی اول و یک موزه سلطنتی برای تاریخ نظامی بروکسل ایجاد کرده است. در مناسبت‌های مختلف مربوط به جنگ جهانی اول مراسم یادبود برگزار می‌شود و سربازان قدیمی جنگ برای بازدید به شهر باستون می‌آیند. در ویتنام منطقه مربوط به نبرد این کشور با آمریکا و

1. Bigley

همچنین منطقه مبارزه با استعمار فرانسه و نبرد معروف دین بین فو گرامی داشته می‌شوند. ترکیه منطقه نبرد گالیپولی و روسیه مناطق نبرد تاریخی استالینگراد و کورسک را به یادمان‌های گردشگری جنگ تبدیل کرده‌اند (حیدری، ۱۳۹۳: ۱۳۱).

گردشگری جنگ در ایران عمدتاً به نام سفرهای راهیان نور شناخته می‌شوند. باید به یاد داشت از دید ایرانیان، جنگ و مناطق جنگی در موضوع گردشگری سیاه جای نگرفته بلکه جنبه زیارتی دارد. البته متناسب با گروه‌های گردشگری جنگ، تفاوت عوامل انگیزشی بین افراد وجود دارد و این امر تابعی از ویژگی‌های فردی، شغلی، اجتماعی و مذهبی است. (صادق‌لو، ۱۳۹۵: ۲۰۲)

با تمرکز خاص بر مفاهیم مشابه با سفرهای راهیان نور با خودروی شخصی می‌توان مفهوم گردشگری محرک^۱ را مورد توجه قرار داد. در چند دهه اخیر محققان به اهمیت حمل و نقل جاده‌ای برای گردشگری توجه کرده‌اند که منجر به ایجاد زمینه جدیدی از تحقیقات به نام گردشگری محرک یا گردشگری با خودروی شخصی شده است. گردشگری خودروی شخصی به معنای سفر با هر وسیله‌ای از طریق حمل و نقل جاده‌ای با خودروی شخصی و حمل مسافر، به استثنای اتوبوس و دوچرخه می‌باشد (وگرزین^۲، ۲۰۱۹: ۱۶). در سال‌های اخیر پیشرفت در صنعت حمل و نقل، به تغییر در عادات گردشگری نیز منجر شده است و گسترش وسایل نقلیه موتوری، ضمن گسترش مناطق گردشگری، شیوه‌های جدید گردشگری را نیز امکان‌پذیر ساخته است. خودروی شخصی آزادی و استقلال را به تجربه گردشگری اضافه کرد و به مقاصد جدیدی منجر شد که قبلاً وجود نداشته یا قبلاً غیرقابل تصور بودند و از این طریق، کمک برجسته‌ای به صنعت گردشگری نموده است. (ویلار-ردریگز و والجوپوساد^۳، ۲۰۱۰: ۱۳۸۰). گردشگران در سفر با وسیله شخصی می‌توانند به مناطقی بروند که امکان حضور دسته‌جمعی وجود ندارد (گرولکس^۴ و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۵۲۷).

1. Driving tourism
2. Wegrzyn
3. Vilar-Rodriguez & Vallejo-Pousad
4. Groulx

پیشینه پژوهش

صادقی (۱۴۰۰) تحقیقی با موضوع «نقش گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس در تقویت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران» انجام داده است. این تحقیق نشان داد 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 جمهوری اسلامی ایران را موجب شود.

مهتدی و اصفهانی (۱۴۰۰) عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری جنگ در ایران (سفرهای راهیان نور) را تحلیل کردند. این پژوهش در دو فاز کیفی و کمی انجام شده است و ۳۹ عامل مؤثر بر شکل‌گیری تقاضای سفر به مناطق مورد مطالعه استخراج شده است که در پنج گروه دسته‌بندی شدند.

نیازی (۱۴۰۰) مرقد شهید سلیمانی را به‌عنوان یک مقصد جدید در راهیان نور مورد توجه قرار داده و عوامل مؤثر بر آن را تحلیل کرده است. ضرغام بروجنی و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای چالش‌های توسعه گردشگری دینی را شناسایی و مدل ارتباطی بین عوامل شناسایی شده را استخراج کرده‌اند.

حسینی و زائری (۱۴۰۰) در مقاله‌ای، هشت عامل کلیدی طرح جامع گردشگری، اقامتگاه‌های بوم‌گردی، برنامه‌ریزی سیستمی و کارآمد، قوانین و اختیارات سازمان‌های تصمیم‌گیرنده، برند سازی شهری، تفریحات ساحلی، جهانی‌شدن فرهنگ و تأثیر آن بر هویت گردشگری و کیفیت سواحل شهر به‌عنوان عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری شهر بوشهر شناسایی شدند.

امیدیان و آنسته (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان «ارزیابی اردوهای راهیان نور در استان خوزستان» انجام داده است. نتایج نشان داد دانش‌آموزان از عوامل درون‌دادی اردوهای راهیان نور همچون کیفیت تجهیزات پزشکی، تغذیه، مکان، امکانات رفاهی و... رضایت پایینی داشتند. مریبان نیز همانند دانش‌آموزان از کیفیت مکان، تجهیزات پزشکی، بسته‌های فرهنگی، انتخاب مریبان بر اساس سن و جنسیت رضایت نسبی داشتند.

عبدفروتن و همکاران (۱۳۹۸) عوامل انگیزشی رانشی و کششی بازدیدکنندگان مناطق عملیاتی استان کرمانشاه را شناسایی و گروه‌بندی کردند. مؤلفه‌های انگیزش رانشی به ترتیب مؤلفه‌های سیاسی- هویت ملی، پاسداشتی، کنجکاوی و خودشکوفایی و عوامل انگیزش کششی به ترتیب مربوط به مؤلفه‌های تقدس مکانی، تفرج و اوقات فراغت و الزام است. نتایج نشان داد که مؤلفه‌های رانشی نسبت به مؤلفه‌های کششی تأثیر بیشتری در سفر به مناطق عملیاتی استان کرمانشاه دارند.

وثوقی و رجیبی مقدم (۱۳۹۷) عوامل انگیزشی در گردشگری جنگ را مورد بررسی قرار دادند. مورد مطالعه آن‌ها موزه جنگ خرمشهر بود که بر اساس ۱۸ معیار مبتنی بر چهار مؤلفه تبلیغات، علاقه به کسب آگاهی و شناخت، وجود تسهیلات و امکانات و عوامل درونی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و بر اساس نتایج تحقیق، بیش‌ترین مقدار همبستگی گردشگری جنگ در موزه جنگ خرمشهر با شاخص علاقه به کسب آگاهی و شناخت، بوده است.

فائده‌علی (۱۳۹۶) مقاله‌ای با عنوان "استقرای روایتی راهیان نور از دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای" انجام داده است. هدف این مقاله ارائه تصویری کلی از راهیان نور با بهره‌گیری از بیانات مقام معظم رهبری بود و یافته‌های پژوهش در قالب پنج روایت کلی شامل ظرفیت خارق‌العاده دوران دفاع مقدس، زنده نگه‌داشتن دوران دفاع مقدس به‌عنوان راهبرد حقیقی نظام، یادمان‌های دفاع مقدس و تقدیر از زائران راهیان نور، سامان یافت و این روایت کلی نشان می‌دهد راهیان نور ماهیتاً سفری زیارتی است.

دریسن^۱ (۲۰۲۰) تحقیقی با موضوع «تابستان‌های جنگ؛ گردشگری داوطلبانه مؤثر به مکان‌های جنگی سابق در اروپا» انجام داده است. نتایج نشان داد که داوطلبان انتظار دارند اردوهای تابستانی با موضوع جنگ تأثیرگذار (از لحاظ کاری) و احساسی (از نظر تجربیات شخصی) باشند. با این حال، تأثیر و احساسات مورد نظر همیشه یافت نمی‌شود که باعث ایجاد احساسات و تنش‌های متناقض می‌شود.

آپتون^۲ و همکاران (۲۰۱۷) مقاله‌ای با موضوع "بازتابی از تجربه گردشگری جنگ در ارتباط با سایت‌های جنگ ویتنام: تجزیه و تحلیل وبلاگ‌های مسافرتی" را انجام داده‌اند. بر اساس یافته‌های

1. Driessen

2. Upton

این تحقیق، گردشگران می‌توانند در سایت‌های گردشگری جنگ که شامل روایت جنگی می‌شود، تجربه‌ای عمیقاً بازتابنده داشته باشند. تجربه گردشگری در ویتنام ارتباط برقرار کردن با مرگ‌ومیر و اتصال به زندگی (مردم محلی) را نشان داد. این نتایج منجر به درک کلی تجربه‌های جنگ و معنای زندگی و بشریت از طریق ارتباط با مردم و گذر زمان از طریق نوشتن تاریخ در ویتنام شد.

غدبان و زکی^۱ (۲۰۱۵) در مقاله با موضوع «گردشگری تاریک در لبنان: فرصتی روشن که باید دنبال شود» نشان داد که جوانان این کشور علاقه‌مند به بازدید از مقاصد مرتبط با این حوزه می‌باشند.

با تتبع در تحقیقات موجود می‌توان نتیجه گرفت که در موضوع «مؤلفه‌های مؤثر بر تمایل به سفر به یادمان‌های جنگی با استفاده از وسیله نقلیه شخصی»، تاکنون پژوهشی به شکل خاص صورت نپذیرفته است.

روش‌شناسی پژوهش

جهت‌گیری پژوهش حاضر کاربردی است. داده‌های پژوهش با روش تحلیل مضمون مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته شده است. برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه استفاده شده است. پروتکل کلی مصاحبه به شرح زیر است.

- در حوزه زیرساخت، توجه بیشتر به چه مواردی می‌تواند بر توسعه سفرهای راهیان نور با خودروی شخصی مؤثر باشد؟
- چه بازنگری‌هایی در حوزه نظامات دولتی، دستورالعمل‌ها، قوانین و مقررات و آیین‌نامه‌های مرتبط می‌تواند به توسعه سفرهای راهیان نور با خودروی شخصی بیانجامد؟
- در حوزه انگیزه‌های رفتاری چگونه می‌توان تمایل به حضور با خودروی شخصی در سفرهای راهیان نور را افزایش داد؟
- ظرفیت رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی چگونه می‌تواند به راهبرد توسعه سفرهای راهیان نور با خودروی شخصی کمک کند؟

1. Ghadban & Zaki

جامعه آماری خبرگان مسلط به موضوع بودند. مصاحبه تا آنجایی ادامه پیدا کرد که پژوهش به اشباع نظری رسید و دیگر اطلاعات جدیدی حاصل نمی‌شد. جمعاً با ۲۳ نفر مصاحبه شد و جمع مصاحبه‌ها حدود ۱۰۲۰ دقیقه به طول انجامید. مصاحبه شوندگان تعدادی از مسئولان فعلی و قبلی ستاد مرکزی راهیان نور کشور و ستادهای فرعی قرارگاه‌های مرتبط با آن در حوزه علمیه، ارتش، سپاه و بسیج، مسئولان بنیاد حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس، مسئولان سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج پژوهش‌های دفاع مقدس، مسئولان مؤسسات مردم‌نهاد مرتبط با راهیان نور، مسئولان اردویی در سپاه و تعدادی از فعالین عرصه راهیان نور می‌باشند. مصاحبه با خبرگان در پنج شهر تهران، قم، اهواز، کرمانشاه و سنندج به صورت حضوری انجام پذیرفته است. مصاحبه‌ها نیمه‌ساختاریافته، هدفمند، غیر تصادفی است.

محتوای استخراج‌شده از مصاحبه‌ها با تکنیک تحلیل مضمون ارزیابی شده و در سه مرحله مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر از آن‌ها استخراج شد. به منظور اعتبارسنجی، پس از بازبینی تیم پژوهش، مدل پژوهش مجدداً در اختیار شش نفر از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفته و نظرات آن‌ها بر روی مضامین استخراج شده اعمال گردید تا مدل نهایی پژوهش به دست آید. در مجموع ۲۶۶ مضمون از مصاحبه با خبرگان به دست آمد که در طبقات مختلف، مفهوم‌سازی شده است؛ بر این اساس ۲۶۶ مضمون پایه، ۳۰ مضمون سازمان دهنده و در نهایت هشت مضمون فراگیر استخراج گردید.

سؤالات پژوهش

بر اساس آنچه بیان شد این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال اساسی است که چه عواملی بر افزایش تقاضای گردشگری جنگ در ایران (حضور در سفرهای راهیان نور) با استفاده از خودروی شخصی مؤثر است؟

یافته‌های پژوهش

در جدول یک مشخصات مصاحبه‌شوندگان پژوهش و مدت مصاحبه با هر یک درج شده است. همچنین در این جدول آن دسته از مصاحبه‌شوندگانی که در بازبینی مدل نیز مشارکت داشته‌اند مشخص شده است.

جدول ۱) فهرست مصاحبه‌شوندگان پژوهش

شناسه	سمت	طول مدت مصاحبه	مشارکت در بازبینی مدل
۱-ر	دبیر ستاد مرکزی راهیان نور کشور	۵۰ دقیقه	*
۲-ر	دبیر قرارگاه راهیان نور بسیج و سپاه	۲۵ دقیقه	
۳-ر	مدیرکل حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس استان خوزستان	۳۰ دقیقه	
۴-ر	فرمانده قرارگاه مشترک جنوب راهیان نور کشور	۳۵ دقیقه	
۵-ر	رئیس سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج پژوهش‌های دفاع مقدس	۸۰ دقیقه	*
۶-ر	دبیر قرارگاه راهیان نور ارتش	۵۰ دقیقه	
۷-ر	دبیر اسبق ستاد مرکزی راهیان نور کشور	۴۰ دقیقه	
۸-ر	مدیر مؤسسه فعال در حوزه راهیان نور (تفحص سیره شهدا)	۲۵ دقیقه	
۹-ر	مسئول امور اسکان و زائران در ستاد مرکزی راهیان نور کشور	۴۰ دقیقه	*
۱۰-ر	دبیر ستاد راهیان نور حوزه‌های علمیه کشور	۴۰ دقیقه	
۱۱-ر	دارای مسئولیت در کمیته خادمین قرارگاه مرکزی راهیان نور	۲۰ دقیقه	*
۱۲-ر	دارای مسئولیت در کمیته خادمین قرارگاه مرکزی راهیان نور	۱۲۰ دقیقه	
۱۳-ر	معاون اردویی، راهیان نور و گردشگری یکی از سپاه‌های استانی	۳۰ دقیقه	
۱۴-ر	فرمانده قرارگاه راهیان نور خودرویی شخصی	۳۵ دقیقه	
۱۵-ر	مسئول یکی از یادمان‌های دفاع مقدس در مناطق عملیاتی	۴۵ دقیقه	
۱۶-ر	مسئول ستاد راهیان نور شهید حسن باقری	۷۰ دقیقه	
۱۷-ر	مسئول مؤسسه فعال در حوزه راهیان نور	۹۰ دقیقه	
۱۸-ر	مسئول مؤسسه فعال در حوزه راهیان نور	۵۰ دقیقه	
۱۹-ر	فعال در حوزه برگزاری سفرهای راهیان نور	۴۰ دقیقه	*
۲۰-ر	فعال در حوزه برگزاری سفرهای راهیان نور	۳۰ دقیقه	
۲۱-ر	فعال در حوزه برگزاری سفرهای راهیان نور	۳۰ دقیقه	
۲۲-ر	فعال در حوزه برگزاری سفرهای راهیان نور	۲۵ دقیقه	
۲۳-ر	فعال در حوزه برگزاری سفرهای راهیان نور	۳۰ دقیقه	*

در جدول دو نمونه‌هایی از گزاره‌های منتخب و مضمون پایه استخراج شده از آن‌ها گزارش شده است.

جدول ۲) گزاره‌های منتخب و مضامین پایه استخراج شده

کد مضامین پایه	مضامین پایه	گزاره منتخب	کد مصاحبه
۳-م	توجه به مسائل ادراکی	در راهیان نور آیین‌های مناسب در حوزه شناختی و ادراکی است	۱-ر
۹-م	شبکه‌سازی مراکز اسکان	شبکه‌سازی مراکز اسکان	۱-ر
۱۴-م	روش‌های نوین اعزام	تلفیق بین کار خودرویی شخصی به همراه کاروان‌ها	۲-ر
۱۵-م	توجه به مباحث ماهوی	در راهیان نور عزیمت داریم اعزام نیست	۲-ر
۱۶-م	فعال شدن ظرفیت‌های مردمی	ظرفیت‌های مردمی هر چه بیشتر فعال گردد	۲-ر
۲۹-م	دعوت قوی	دعوت قوی باید داشته باشیم	۲-ر
۳۰-م	راهیان نور مردمی	راهیان نور باید مردمی باشد	۳-ر
۴۵-م	تعریف پروتکل برای مجوز	باید برای تردد بین یادمان‌ها یک پروتکل تعریف گردد	۴-ر
۵۶-م	مشخص بودن مجوزهای سفر	مجوزهای لازم در طول سفر باید مشخص گردد	۶-ر
۵۷-م	تشکیل قرارگاه مستقل	لزوم تشکیل قرارگاه برای تسهیل‌زاترین خودرویی شخصی ثابت شده است	۶-ر
۵۹-م	مردم‌پایه شدن راهیان نور	سفر راهیان نور باید مردم‌پایه باشد و از سیکل اداری خارج شود	۶-ر
۶۸-م	خدمات مشخص	خدمات ارائه شده در راهیان نور باید مشخص باشد	۷-ر
۸۲-م	جذابیت در راهیان نور	در راهیان نور باید ایجاد جذابیت شود	۸-ر
۹۸-م	ایجاد جذابیت	توجه به گردشگری راهیان نور و غیر راهیان نور	۱۰-ر
۱۱۶-م	مشتری‌مداری	در خودرویی شخصی باید مشتری‌مداری شکل بگیرد	۱۲-ر

۱۳-ر	در یادمان‌ها باید برای گردشگری جنگ پدیده‌های نو و جدید ایجاد شود	ایجاد پدیده‌های نو و جدید در یادمان	م-۱۳۳
۱۴-ر	ایجاد خانه‌هایی در مدل بوم‌گردی برای راهیان نور خودروی شخصی	تلفیق بوم‌گردی و راهیان نور	م-۱۵۴
۱۷-ر	ایجاد یک شبکه گسترده مردمی برای استان‌های مقصد راهیان نور	شبکه‌سازی مردم	م-۱۸۶
۱۸-ر	راهیان نور باید شامل پک‌های مختلف باشد	معرفی پک‌های مختلف	م-۱۹۸
۱۹-ر	ارزان‌سازی راهیان نور باید شکل بگیرد	ارزان‌سازی راهیان نور	م-۲۰۸
۲۰-ر	برای ایام راهیان نور رادیو ایجاد گردد	ایجاد رادیو	م-۲۲۱
۲۱-ر	اگر راهیان نور در دست مردم باشد قشر خاکستری به سمتش جذب می‌شوند	توجه به مردمی کردن	م-۲۳۸
۲۲-ر	محتوا ارائه شده باید خانوادگی باشد	محتوای خانوادگی	م-۲۵۲
۲۳-ر	سبک زندگی شهدایی باید به درون خانواده وارد شود	ورود سبک زندگی شهدایی به خانواده	م-۲۶۵

در نهایت ۲۶۶ مضمون پایه از مصاحبه‌های انجام شده استخراج شد. این مضامین مجدداً دسته‌بندی و برجسته‌گذاری شده و سی مضمون سازمان‌دهنده از آن‌ها استخراج شد. این مضامین در جدول سه نشان داده شده‌اند.

جدول ۳) مضامین سازمان‌دهنده استخراج شده

استفاده از ظرفیت‌های تبلیغاتی	توسعه به‌کارگیری رسانه‌ها	گویا سازی
استمرار خدمت‌رسانی در طول سال	توسعه زیرساخت‌های مورد نیاز	جذابیت آفرینی
اصلاح ساختار مدیریتی	مردمی شدن راهیان نور	امنیت زائران
خدمات‌دهی در تراز مطلوب و باکیفیت	محتوای مؤثر و مطلوب	مخاطب‌شناسی
آینده‌پژوهی خودروی شخصی	معنویت راهیان نور	مسائل اقتصادی
برنامه‌ریزی کلان برای بهره‌مندی از این ظرفیت	رادیو راهیان نور	دسترسی آسان
نگاه آسیب شناسانه به سفرها و چالش‌ها	سامانه جامع راهیان نور	نقش حاکمیت
تعهد به خدمت‌رسانی و پاسخگویی به نیاز زائران	فرهنگ راهیان نور	روایتگری

نیروی انسانی کارآمد	تداوم ارتباط با زائران	توجه به ساکنان بومی پسرکانه‌های راهیان نور
دعوت همگانی	اتاق فکر	هستی‌شناسی راهیان نور خودرویی شخصی

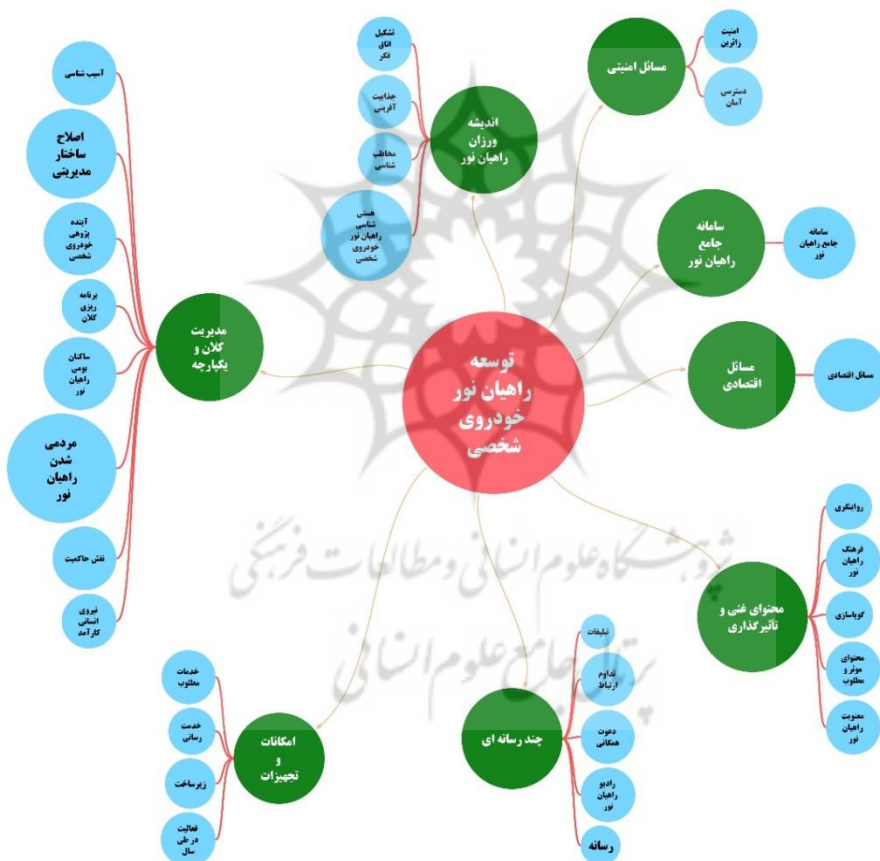
در مرحله سوم نیز مجدداً مضامین سازمان‌دهنده دسته‌بندی و برجسب‌گذاری شدند. در این فرآیند هشت مضمون فراگیر استخراج شد. مضامین فراگیر و مضامین سازمان‌دهنده هر کدام در جدول چهار گزارش شده‌اند.

جدول ۴) مضامین فراگیر استخراج شده از مضامین سازمان‌دهنده

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین فراگیر
خدمات‌دهی در تراز مطلوب و باکیفیت	امکانات و تجهیزات
تعهد به خدمت‌رسانی و پاسخگویی به نیاز زائران	
توسعه زیرساخت‌های مورد نیاز	
استمرار خدمت‌رسانی در طول سال	
تشکیل اتاق فکر	اندیشه‌ورزان راهیان نور
جذابیت آفرینی	
مخاطب‌شناسی	
هستی‌شناسی راهیان نور خودرویی شخصی	
استفاده از ظرفیت‌های تبلیغاتی	توجه به امکانات چندرسانه‌ای
تداوم ارتباط با زائران	
دعوت همگانی	
رادیو راهیان نور	
توسعه به‌کارگیری رسانه‌ها	
روایتگری	محتوای غنی و تأثیرگذاری
فرهنگ راهیان نور	
گویا سازی	
محتوای مؤثر و مطلوب	
معنویت راهیان نور	
نگاه آسیب‌شناسانه به سفرها و چالش‌ها	مدیریت کلان و یکپارچه
اصلاح ساختار مدیریتی	
آینده‌پژوهی خودرویی شخصی	
برنامه‌ریزی کلان برای بهره‌مندی از این ظرفیت	
توجه به ساکنان بومی پسرکانه‌های راهیان نور	

	مردمی شدن راهیان نور
	نقش حاکمیت
	نیروی انسانی کارآمد
مسائل امنیتی	امنیت زائرین
	دسترسی آسان
مسائل اقتصادی	مسائل اقتصادی
سامانه جامع راهیان نور	سامانه جامع راهیان نور

مضامین استخراج شده در قالب یک شبکه مضامین در شکل یک نمایش داده شده‌اند.



شکل (۱) شبکه مضامین توسعه راهیان نور خودروی شخصی

نتیجه گیری و پیشنهادها

راهیان نور فقط یک اردوی ساده و دورهمی، یا یک سفر خانوادگی نیست بلکه راهیان نور، امتداد خط شهدا و مقاومت اسلامی است. با این حال، سفرهای خانوادگی و کاروان‌های گروهی کوچک (در حد و اندازه ظرفیت یک خودروی شخصی) یکی از الگوهای نوپدید قابل مشاهده در یادمان‌های مختلف راهیان نور می‌باشد که می‌توان مشابه هر ابزار و روش دیگری از این ظرفیت نیز برای نشر و گسترش محتوا و ارزش‌های دفاع مقدس و انتقال آن به جامعه اسلامی استفاده نمود. این پژوهش به دنبال آن بود تا عواملی را که توجه به آن‌ها می‌تواند در افزایش تقاضا و تمایل به این الگوی سفر مؤثر است داده‌های این تحقیق بر اساس مصاحبه با خبرگان آشنا با موضوع جمع‌آوری و با استفاده از روش تحلیل مضمون، تجزیه و تحلیل شد. با کاربست این روش پژوهشی، ۲۶۶ مضمون پایه از حدود هزار دقیقه مصاحبه استخراج شد. این مضامین در دور نخست دسته‌بندی در قالب سی مضمون سازمان دهنده دسته‌بندی شدند و نهایتاً با دسته‌بندی و برجسب-گذاری مجدد هشت مضمون فراگیر از آن‌ها استخراج شد که به شرح زیر می‌باشد.

- توسعه امکانات، تجهیزات و زیرساخت‌های مورد نیاز در جهت توسعه اردوهای راهیان نور متناسب با نیاز مسافران خودرویی و خانواده‌ها
- توجه بیش از پیش هیات‌های اندیشه‌ورز حوزه راهیان نور به موضوع سفرهای شخصی به عنوان یکی از مسائل راهیان نور به منظور نوآوری مستمر در گسترش این الگوی سفر و پاسخگویی مطلوب به طرفداران آن
- توجه به امکانات چندرسانه‌ای به منظور نهادینه‌سازی فرهنگ استفاده از خودرو و سایر امکانات شخصی برای سفر به مناطق جنگی به عنوان یک الگوی سفر خانوادگی و گروهی مطلوب و به یاد ماندنی
- تولید و انتشار محتوای غنی و تأثیرگذار متناسب با جامعه هدف این سفرها که عمدتاً مشتمل بر کاروان‌های شخصی و خانوادگی می‌باشد.
- توسعه یک نظام مدیریت کلان و یکپارچه به منظور فراهم‌آوری هماهنگی‌های لازم در سطح ملی و منطقه‌ای برای توسعه سفرهای راهیان نور

- مدیریت مسائل امنیتی و فراهم آوری حس امنیت در سفرهای شخصی به‌عنوان پیش-شرط توسعه این سفرها
- توجه به جنبه‌های اقتصادی و کمک به مدیریت هزینه خانوار در سفر به مناطق عملیاتی و یادمان‌های دفاع مقدس
- توسعه سامانه جامع راهیان نور با رویکرد خدمات‌دهی به متقاضیان سفر در قالب انواع هسته‌های کوچک اعم از هسته‌های خانوادگی و دوستانه و پشتیبانی مناسب از این سفرها متناسب با ظرفیت‌ها و امکانات موجود در تعامل با سایر اشکال سفرهای راهیان نور

بیش و پیش از موضوع دیگر باید موضوع توجه به هدف و غایت سفرهای راهیان نور و ایجاد تعادل بین جنبه‌های تفریحی و اهداف فرهنگی و ترویج روحیه شهادت‌طلبانه را مورد توجه قرار داد؛ بنابراین تولید و انتشار محتوای غنی و تأثیرگذار متناسب با جامعه هدف این سفرها یکی از مسائل مورد تأکید خبرگان در یافته‌های این پژوهش می‌باشد. مخاطب این مسئله به‌طور عمده در حوزه روایتگری و مدیریت یادمان می‌باشد که به آن‌ها پیشنهاد می‌شود در روایتگری خود برای این افراد متناسب با اقتضائات آن‌ها محتوای مؤثر و مطلوبی تهیه کنند و این واقعیت را در نظر بگیرند که این گروه از مخاطبان کمتر از سایر گروه‌ها، پذیرای چارچوب‌های رسمی روایتگری هستند. در عین حال به‌طور اکید توصیه می‌شود نوآوری در روایتگری باید با فرهنگ و معنویت راهیان نور توأم گردد. البته طراحی سفر ترکیبی سیاحتی-زیارتی در راهیان نور می‌تواند به‌عنوان راهکاری پیشنهادی برای پوشش سایر انگیزه‌های این مسافران مورد توجه قرار داده شود.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، توجه به موضوع مدیریت کلان و یکپارچه را می‌توان یکی از کلیدی‌ترین مسائل در زمینه توسعه راهیان نور با خودروی شخصی محسوب نمود که در مجموع مصاحبه‌های انجام شده ۵۳ گزاره کلیدی در رابطه با آن عنوان شده است. نبود اگرچه توزیع‌شدگی مسئولیت اردوهای راهیان نور را باید در مجموع به‌عنوان یکی از نقاط قوت آن برشمرد اما از منظر موضوع پژوهش حاضر، فقدان یک نظام حکمرانی مشخص، آسیب‌ها و چالش‌های متعددی را در نحوه مواجهه با سفرهای خانوادگی (خودروی شخصی) پدید آورده است که در بدینانه‌ترین رویکردها این نوع سفر به‌عنوان یک الگوی نامطلوب و تهدیدی برای محیط اردویی راهیان نور

شناخته می‌شود و در نگاه‌های خوش‌بینانه‌ترین با بی‌تفاوتی به آن نگاه می‌شود. بر اساس این نتیجه به متولیان موضوع اردوهای راهیان نور پیشنهاد می‌شود با اصلاح ساختارهای مدیریتی و حکمرانی مبتنی بر یک نگاه آینده‌پژوهانه از یک سو و آسیب‌شناسانه از سوی دیگر، یک برنامه کلان برای بهره‌مندی از این ظرفیت طراحی و به اجرا درآورند. طبعاً تحقق چنین ساختاری مستلزم توجه به نقش حاکمیت از یک سو و تأکید بر مردمی بودن اردوهای راهیان نور از سوی دیگر است. همچنین تدوین یک طرح جامع برای شناسایی و پاسخگویی به مسائل گردشگری جنگ مبتنی بر خانواده و تعیین تکلیف استراتژی کلان بازیگران موضوع در مواجهه با این مسئله می‌تواند به‌عنوان یکی از پیشنهادها اساسی ذیل این نتیجه‌گیری مطرح شود. در یک نگاه عملیاتی‌تر موضوع استفاده از نیروی انسانی کارآمد در لایه‌های مختلف مرتبط با موضوع می‌تواند به تحقق بهتر این راهبرد کمک کند. آنچه که از میان مسائل مختلف مرتبط در این راهبرد اهمیت شایانی دارد توجه به ساکنان بومی پسرانه‌های مناطق عملیاتی و شهرهای پربازدید به‌عنوان یکی از واقعیت‌ها و اضلاع کلیدی این سفرها می‌باشد. بی‌توجهی به این افراد می‌تواند آن‌ها به تهدیدی اجتماعی برای کاروان‌های شخصی و خانوادگی (که بیش از گروه‌های بزرگ با مردم محلی در ارتباط قرار می‌گیرند) تبدیل کند. در نقطه مقابل، به رسمیت شناختن آن‌ها به‌عنوان یکی از گروه‌های کلیدی ذی‌نفع به‌ویژه با در نظر گرفتن روحیه میهمان‌نواز مردم بومی استان‌های هدف می‌تواند ظرفیت آن‌ها را در جهت تسهیل سفرهای شخصی به خدمت درآورد. از جمله پیشنهادها مرتبط با این موضوع می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.

- برگزاری اردوهای یک‌روزه راهیان نور برای استان‌های میزبان و مجاور راهیان نور
- فعال شدن و خدمت‌رسانی گروه‌های جهادی با نام راهیان نور و یادمان‌ها در استان میزبان راهیان نور؛
- ارتباط بیشتر اهالی بومی ساکن با یادمان‌های دفاع مقدس در جهت حضور آنان در یادمان؛

استفاده از زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در قالب یک سامانه فراگیر می‌تواند به بهبود نظام حکمرانی مورد اشاره در بند قبل کمک کند. اهمیت این موضوع به حدی است که در مدل نهایی پژوهش به‌عنوان یک راهکار مستقل دسته‌بندی شده است. لذا به مدیران و سیاست‌گذاران مربوطه

پیشنهاد می‌شود با رعایت ملاحظات لازم در مدیریت امنیت داده‌ها و اطلاعات، از سامانه‌های موجود خود برای ارائه انواع خدمات مورد نیاز به افرادی که در قالب گروه‌های شخصی به این مناطق سفر می‌کنند استفاده کنند و یا سامانه‌های جدیدی را برای این کار توسعه دهند که از یکپارچگی لازم با نظام IT موجود برخوردار باشد. این سامانه‌ها باید بتوانند به عنوان سیستم‌های خبره تصمیم‌یار امکان تصمیم‌گیری به‌هنگام را برای بازیگران و مسئولان در سطوح مختلف مرتبط با موضوع فراهم آورند. با توسعه ظرفیت‌های جدید پیشنهاد می‌شود در این سامانه از انواع راهکارها و ابزارهای مدرن نظیر هوش مصنوعی، مدیریت یکپارچه منابع، سیستم‌های احراز هویت، سیستم‌های مدیریت جمعیت انبوه، نرم‌افزارهای کاربردی تلفن همراه و ... به شکل مناسب استفاده کنند.

یکی دیگر از موضوعات مورد توجه در این پژوهش، مسئله امکانات و زیرساخت‌ها می‌باشد. البته آنچه که بیش از محدودیت‌های زیرساختی به مانعی جدی بر سر راه توسعه سفرهای شخصی راهیان نور تبدیل شده است عدم امکان استفاده آسان این زائران از امکانات و زیرساخت‌های فعلی می‌باشد؛ بنابراین به متولیان امر توصیه می‌شود علاوه بر آنکه متناسب با نیاز مسافران خودرویی و خانواده‌ها موضوع توسعه امکانات، تجهیزات و زیرساخت‌های مورد نیاز در یادمان‌ها و مراکز اقامتی را مورد توجه قرار می‌دهند امکان استفاده بیشتر آن‌ها از تسهیلات موجود را نیز فراهم کنند. این خدمات‌دهی باید در تراز مطلوب و با کیفیت مورد انتظار زائران بوده و متولیان نیز نسبت به آن تعهد داشته و با ارائه خدمات مستمر در طول سال خود را پاسخگوی نیاز زائران بدانند. موارد زیر از جمله پیشنهادهای عملیاتی قابل طرح در این زمینه می‌باشد.

- تقویت شبکه تلفن همراه و اینترنت همراه در یادمان‌های دفاع مقدس و جاده‌های دسترسی به یادمان‌ها؛
- ایجاد فروشگاه محصولات فرهنگی، کتاب‌فروشی و صنایع دستی در محل اسکان‌ها؛
- ایجاد مراکز رفاهی - تفریحی مانند پارک ویژه کودکان در اسکان‌ها؛

به خدمت در آوردن مناسب ظرفیت‌های موجود در رسانه‌های رسمی و غیر رسمی از جمله یافته‌های برآمده در این پژوهش به شمار می‌آید؛ بنابراین توصیه می‌شود توجه به امکانات چندرسانه‌ای به منظور نهادهای سازنده فرهنگ استفاده از خودرو و سایر امکانات شخصی برای سفر به

مناطق جنگی به عنوان یک الگوی سفر خانوادگی و گروهی مطلوب و به یادماندنی مورد توجه مسئولان مربوطه قرار گیرد. در این زیست بوم، استفاده از ظرفیت های تبلیغاتی می تواند در تداوم ارتباط با زائران و دعوت همگانی برای سفر به این مناطق مؤثر باشد. توسعه به کارگیری رسانه ها باید در این حوزه مورد توجه جدی قرار گیرد. ایجاد یک رادیوی فصلی با عنوان راهیان نور می-تواند هم در سطح خود مناطق عملیاتی مورد توجه قرار گیرد و هم در سطح ملی مردم را به سمت این سفرها جلب کند.

متأثر از شرایط کلان اقتصادی کشور، توجه به جنبه های اقتصادی سفر یکی از موضوعات توجه داده شده از سوی خبرنگاران مصاحبه شونده در این پژوهش می باشد. از نظر این افراد، کمک به مدیریت هزینه خانوار در سفر به مناطق عملیاتی و یادمان های دفاع مقدس می تواند انگیزه و تمایل آن ها را برای سفر به این مناطق افزایش دهد. پیشنهاد های زیر می توانند تا حدودی به این موضوع کمک کنند.

- تهیه و طبخ غذای گرم در برخی از یادمان ها جهت دسترسی زائرین به ناهار گرم در یادمان؛
- فراهم آوری امکان بهره مندی خانواده ها از اسکان رایگان در اسکان های موجود با هدف کاهش هزینه سفر
- تسهیل در اسکان خانوادگی متناسب با ظرفیت اعزام هر استان در مراکز اسکان تحت اختیار همان استان؛

در نهایت باید توجه به اندیشه ورزی در موضوع پژوهش را به عنوان یکی از موضوعات مورد تأکید مصاحبه شوندگان مورد اشاره قرار داد. اگرچه این پژوهش را باید به نوبه خود نوعی اندیشه-ورزی در حوزه سفرهای مورد بحث برشمرد اما با توجه به نوپدید بودن این سفرها از یک سو و تغییرات پی در پی محیط کلان از سوی دیگر، قابل انتظار است که جنبه های مختلفی از مسئله سفرهای شخصی به مقصد یادمان های راهیان نور مستمراً در بین مسئولان و جامعه هدف آشکار شده و توجهات را به خود جلب نماید. لازمه مواجهه هوشمندانه با این مسائل، تشخیص پیش نگران و کنشگری فعالانه در مواجهه با آنهاست که در قالب هیئت های اندیشه ورز و سایر نهادهای مشابه امکان پذیر می باشد. این نوع نهادها می توانند نوآوری مستمر در گسترش این الگوی سفر،

افزایش اثربخشی و چگونگی پاسخگویی مطلوب به انتظارات طرفداران آن را در بین بازیگران مختلف مرتبط با مسئله ترویج نموده و خروجی آن را به هنجارهایی فراگیر تبدیل کند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود متولیان موضوع برای استفاده بهینه از ظرفیت‌های این موضوع، اتاق فکر و هیئت‌های اندیشه‌ورزی را تشکیل داده و یا آن را به مساله‌ای جدی در هیئت‌های اندیشه‌ورز موجود خود تبدیل کنند. این نظام فکری باید مبتنی بر یک دیدگاه عمیق هستی‌شناسانه، ماهیت سفرهای راهیان نور خودروی شخصی را فهم و مخاطبان آن را بشناسد تا بتواند مسائل پیرامون آن‌ها را درک کرده و برای آن‌ها پاسخ معتبری ارائه دهد. خروجی چنین دیدگاهی جذابیت آفرینی برای این سفرها و عمق‌بخشی به آن‌هاست.

مسئله ایمنی و امنیت یکی از جنبه‌های مهم سفرهای راهیان نور به صورت کلی می‌باشد. بیک-وردی (۱۳۹۸) نیز این مسئله را مورد توجه مبسوط قرار داده است. این موضوع در سفرهای خانوادگی و شخصی که از گروه‌های کم جمعیت تری تشکیل شده است اهمیت بیشتری نیز پیدا می‌کند. به همین دلیل مدیریت مسائل امنیتی و فراهم‌آوری حس امنیت در سفرهای شخصی به عنوان پیش شرط توسعه این سفرها مورد توجه صاحب‌شوندگان قرار گرفته است. لذا اولاً به مسئولان مرتبط پیشنهاد می‌شود راهکارهای مناسبی برای مدیریت چندجانبه مسائل حوزه سلامتی، امنیت، ایمنی، بهداشت و محیط زیست در سفرهای نور را مورد توجه قرار دهند. بهسازی جاده‌ها، بازنگری در پروتکل‌های مرتبط و ارتقاء سطح استاندارد آن‌ها، افزایش نظارت و کنترل بر موضوعات این حوزه از جمله مسائلی است که می‌تواند به ارتقاء سطح ایمنی و امنیت سفرهای راهیان نور بیانجامد؛ اما به صورت خاص برای گروه‌های کوچک نیز باید راهکارهای مناسبی را به مرحله اجرا درآورد. راه‌اندازی مرکز تماس در منطقه و ترویج فراگیر شماره آن، استفاده از ماشین‌های گشت و روش‌های جدید پایش محیطی (نظیر پهپاد، دوربین‌های نظارتی و ایجاد مرکز کنترل)، پایش دوره‌ای کل مناطق عملیاتی از منظر موضوعات ایمنی و امنیت، جداسازی پارکینگ و بعضی زیرساخت‌ها برای کاروان‌های شخصی و استقرار پراکنده موب‌های خدماتی در کل منطقه می‌تواند از جمله راهکارهای پیشنهادی برای مدیریت مناسب و مؤثر بر موضوع ایمنی و امنیت در بین این گروه از مخاطبان باشد.

لازم به یادآوری است که این پژوهش مبتنی بر نظر خبرگان انجام شده و پیشنهاد می‌شود تا پیش از پیاده‌سازی راهکارهای مبتنی بر آن، یافته‌های پژوهش از منظر جامعه هدف (زائران با وسیله شخصی) نیز مورد ارزیابی قرار گیرد. این پژوهش می‌تواند برای دستیابی به یک درک عمیق‌تر با تحلیل شکاف بین دیدگاه‌ها و نظرات بین متولیان موضوع راهیان نور از یک سو و زائران خودروی شخصی از سوی دیگر و علاوه بر آن تحلیل شکاف بین دیدگاه‌ها، علائق و تیپ‌شناسی زائران خودروی شخصی با سایر زائران همراه شود. همچنین با بررسی موضوعاتی همچون سنجش میزان شناخت راویان و خادمان نسبت به ویژگی‌های راهیان نور خودروی شخصی و بررسی عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت سفر در راهیان نور خودروی شخصی می‌توان بر غنای دیدگاه برآمده از این پژوهش افزود. در پایان باید به خاطر داشت این پژوهش موضوع تمایل و انگیزه سفرهای فوق را مورد بررسی قرار داده است. بدیهی است که افزایش آمار سفرهای راهیان نور با وسیله شخصی به تنهایی نمی‌تواند اهداف اردوهای راهیان نور را تحقق بخشد و شناسایی راهکارهای مناسب برای افزایش اثربخشی این سفرها در تطابق با اهداف فوق باید در پژوهش‌های آتی مورد توجه محققان قرار گیرد.

قدردانی

این پژوهش با پشتیبانی معنوی ستاد مرکزی راهیان نور کشور انجام شده است. نویسندگان از حمایت‌های مدیران و کارشناسان این مجموعه قدردانی می‌کنند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فهرست منابع

- امیدیان فرانک، آنته غلام‌عباس، (۱۳۹۹)، ارزیابی اردوهای راهیان نور در استان خوزستان، دو فصلنامه ادبیات دفاع مقدس، ۴(۶): ۱۴۳-۱۶۰.
- ایمنی قشلاق سیاوش، دادورخانی فضیله، رضوانی محمدرضا، بوذرجمهری خدیجه، (۱۳۹۰)، تحلیل نقش گردشگری در توسعه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۳(۷۸): ۱۶۹-۱۹۵.
- بیک‌وردی محمدرضا، (۱۳۹۸)، سیاست پژوهی در زمینه امنیت و سلامت زائران اردوهای راهیان نور، تهران: گزارش پژوهشی ستاد راهیان نور.
- حسینی علی، زائری ریحانه، (۱۴۰۰)، شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی توسعه گردشگری شهرهای ساحلی مطالعه موردی: شهر مرزی بوشهر، فصلنامه پژوهشنامه مطالعات مرزی، ۹(۳۴): ۱۰۵-۱۲۵.
- حیدری مجید، نجفی‌پور امیرعباس، (۱۳۹۳)، مطالعه گردشگری جنگ در جهان؛ ارائه راهکار به منظور توسعه گردشگری جنگ در ایران، فصلنامه نگین ایران، ۱۳(۴۹): ۱۱۷-۱۵۲.
- سهرابی مهدیه، ضرغام‌بروجنی حمید، (۱۳۹۲)، شناخت دستاوردهای گردشگران داخلی در بازدید از مناطق جنگی ایران رویکرد مدیریت منفعت محور، فصلنامه مدیریت اسلامی، ۲۱(۱): ۱۴۷-۱۶۸.
- صادقلو طاهره، (۱۳۹۵)، شناسایی عوامل انگیزشی مشارکت‌کنندگان در گردشگری جنگ (مورد مطالعه: استان خوزستان)، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۵(۱۶): ۱۸۸-۲۰۸.
- صادقی، علی، (۱۴۰۰)، نقش گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس در تقویت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه علمی مطالعات دفاع مقدس، ۷(۲۷): ۲۰۹-۲۲۸.
- ضرغام‌بروجنی حمید، عبدی مرجان، محمودزاده سیدمجتبی، اصلی‌پور حسین، (۱۴۰۰)، طراحی شبکه مضامین چالش‌های توسعه گردشگری دینی در جمهوری اسلامی ایران، دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۹(۱۷): ۵۱-۸۲.
- عبدفروتن عباس، علی‌پور عباس، ملاحسینی رضا، (۱۳۹۸)، شناسایی عوامل انگیزشی مؤثر بر انتخاب مناطق عملیاتی به‌عنوان یک مقصد سفر (مطالعه موردی: مناطق عملیاتی استان کرمانشاه)، فصلنامه جغرافیای نظامی و امنیتی، ۲(۵): ۵-۲۸.
- قائده‌علی حمیدرضا، (۱۳۹۶)، استقرار روایتی راهیان نور از دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، فصلنامه مدیریت و پژوهش‌های دفاعی، ۱۵(۸۳): ۹۵-۱۱۷.
- مهتدی محمدمهدی، اصفهانی پوریا، (۱۴۰۰)، تحلیل عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری جنگ در ایران (سفرهای راهیان نور)، پژوهش‌های پیشرفت: سیستم‌ها و راهبردها، ۲(۳): ۹۳-۱۱۴.

نعمتی یعقوب، نعمتی معصومه، (۱۳۹۶)، راهیان نور الگوی بی‌بدیل گردشگری جنگ در جهان، فصلنامه نگین ایران، ۱۶(۵۹): ۱۹۱-۲۲۰.

نیازی اسفندیار، (۱۴۰۰)، تحلیل عوامل مؤثر بر گردشگری معنوی راهیان نور و مقصد جدید (مطالعه موردی: مرقد مطهر حاج قاسم سلیمانی)، مطالعات دولت پژوهی در جمهوری اسلامی ایران، ۷(۲): ۱۳۹-۱۷۱.
وثوقی لیلا، رجبی مقدم نیلوفر، (۱۳۹۷)، عوامل انگیزشی در گردشگری جنگ مورد مطالعه: موزه جنگ خرمشهر، دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۶(۱۱): ۱-۲۶.

Akinci, Z., & Kasalak, M. A. (2016). Management of Special Interest Tourism in Terms of Sustainable Tourism. *Global Issues and Trends in Tourism*, 176.

Bigley, J. D., Lee, C. K., Chon, J., & Yoon, Y. (2010). Motivations for war-related tourism: A case of DMZ visitors in Korea. *Tourism Geographies*, 12(3), 371-394.

Driessen, S. (2020). Summers of war. Affective volunteer tourism to former war sites in Europe. *Tourism Geographies*, 1-20.

Ghadban, D. S., & Zaki, M. A. (2015). Dark Tourism in Lebanon: A Bright Opportunity to be pursued. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 2(1), 53-60. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2015.211>

Groulx, M., Lemieux, C., Dawson, J., Stewart, E., & Yudina, O. (2016). Motivations to engage in last chance tourism in the Churchill Wildlife Management Area and Wapusk National Park: the role of place identity and nature relatedness. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(11), 1523-1540.

Minić, N. (2012). Development of „dark“ tourism in the contemporary society. *Зборник радова Географског института Јован Цвијић САНУ*, 62(3), 81-103.

Mirisaee, S. M., & Ahmad, Y. (2018). Post-war tourism as an urban reconstruction, *International Journal of Tourism Cities* 4(3), DOI:10.1108/IJTC-07-2017-0039

Musai, M., Mehrara, M., & Ardakani, H. M. (2013). Assessment of Strategic Factors of Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), 145-160.

Upton, A., Schänzel, H., & Lück, M. (2018). Reflections of battlefield tourist experiences associated with Vietnam War sites: an analysis of travel blogs, *Journal of Heritage Tourism*, 13(3), 197-210.

Vilar-Rodriguez, M., & Vallejo-Pousada, R. (2021). Automobiles and tourism as indicators of development in Spain, 1918–1939. *The Historical Journal*, 64(5), 1379-1402.

Wegrzyn, N. (2019). Understanding Motor Vehicle-Based Travel: Examining the Experiences of Yukon Tourists. <https://scholars.wlu.ca/etd/213>

