

## چکیده مقالات همایش ملی "موزه های دفاع مقدس و گردشگری"

مقدمه

در بسیاری از کشورهایی که بگونه ای درگیر جنگ بوده اند گردشگری جنگ از اهمیت ویژه ای برخوردار است. حتی کشورهایی که به نوعی متخاصم و آغازگر جنگ بوده اند نیز از این مقوله مستثنی نیستند. آنچنان که موزه های جنگ لبنان، ویتنام، ژاپن و حتی کویت که در حد یک روز هم نتوانست در مقابل حمله رژیم بعث مقاومت کند و قربانی جنگ بوده اند یا موزه های جنگ اوکراین، آلمان و ..... که به نوعی آغازگر و یا در حمله به دیگر کشورها سهمی داشته اند؛ هر دو به نوعی مورد توجه گردشگران قرار گرفته است.

برابر نظرسنجی از بازدیدکنندگان موزه های فوق، اکثریت بازدیدکنندگان بر این باورند که در هنگام و یا پس از بازدید، تحت تأثیر فضا و محتوای ارائه شده در موزه های فوق بوده اند. بگونه ای که حتی در موزه های کشورهای متخاصم هم این حس بگونه ای بوده است که برای یک لحظه هم ذهنتان متوجه بعد تجاوزگرانه این کشورها نشده است. این موضوع بیانگر آن است که دیگر کشورها در خصوص ساخت فضای کالبدی و محتوای مورد نیاز، کار کارشناسی انجام داده اند.

با توجه به مطالب فوق این سؤال به ذهن متبادر می شود که آیا موزه ها و یا باغ موزه های جنگ در کشورمان که عمدتاً به نام موزه های دفاع مقدس می شناسیم، توانسته اند بگونه ای عمل کنند که ضمن توجه جامعه گردشگری به این گونه موزه ها، توانسته باشند تأثیرگذاری مطلوبی بر مخاطب داشته باشند؟

با مقایسه آماری بین میزان بازدیدکنندگان از موزه های جنگ دنیا و موزه های دفاع مقدس کشورمان، می توان گفت موزه های دفاع مقدس کشورمان، آنطور که باید و شاید نتوانسته اند سهم مورد توجه ای از گردشگران داخلی و خارجی را از آن خود نمایند.

از این رو؛ باغ موزه دفاع مقدس با توجه به ضرورت توجه به رویکرد پژوهشی و علمی پرداختن به موضوع، همایش ملی موزه های دفاع مقدس و گردشگری را در اسفند ماه سال ۹۵ برگزار نموده است تا در حد توان به دغدغه های این حوزه بپردازد. آنچه در پی می آید خلاصه ۵۳ مقاله راه یافته به مرحله داوری نهایی می باشد که برای استفاده محققان در قالب لوح فشرده تنظیم و ارائه شده است. امید است مورد بهره برداری پژوهشگران قرار گیرد.

باغ موزه دفاع مقدس و ترویج فرهنگ مقاومت

اسفند ۱۳۹۵

## الگوی مدیریت توسعه گردشگری دفاع مقدس

دکتر حمید ضرغام بروجنی، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی - گروه گردشگری

فاطمه باقری، دانشجوی مقطع دکترای مدیریت گردشگری - دانشگاه علامه طباطبائی

### چکیده

جنگ در تاریخ ملت‌ها، به یک زمان و مکان و رویدادهای تلخ محدود نیست بلکه حادثه‌ای است که به واسطه آن، تمام ساحتهای یک ملت و یا چند کشور، دستخوش تغییر می‌شود. جنگ تحمیلی رژیم بعث عراق علیه جمهوری اسلامی ایران، از جمله جنگ‌هایی است که حماسه‌ها و رشادتهای آن در تاریخ ثبت شده است. لزوم ترویج، تبیین و تعمیق فرهنگ دوران دفاع مقدس از طریق بازگویی وقایع، حوادث، رشادتها، حماسه‌ها و الگوهای عملی دوران دفاع مقدس و انتقال صحیح، کامل و کارآمد آن فرهنگ به نسل حاضر و نسل‌های آینده، ضرورت و اهمیت توسعه گردشگری دفاع مقدس را می‌رساند. بنا به این ضرورت و مسئولیت سنگین گردشگری دفاع مقدس در انتقال مفاهیم و ارزش‌های هشت‌سال ایستادگی و ایثار، دیدی جامع به عوامل مؤثر بر توسعه این عرصه از پتانسیل گردشگری کشور در مناطق جنگ‌زده و تعیین ارتباط بین ذی‌نفعان مختلف اعم از گردشگران، جاذبه‌های گردشگری دفاع مقدس، جامعه محلی، دولت و صاحبان کسب‌وکار، اقامتگاه، حمل‌ونقل، تأسیسات زیربنایی، عوامل انسانی، مشارکت جامعه محلی، ایمنی و امنیت، برنامه‌ریزی و بازاریابی، سازمان‌های مسئول، توسعه محصول، عوامل کلان مؤثر، استراتژی‌های توسعه گردشگری دفاع مقدس و اهداف مورد نظر آن حیاتی است. در این پژوهش سعی شد با در نظر گرفتن همه این عوامل و استعانت از مدل پارادامی اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)، الگویی برای مدیریت توسعه گردشگری دفاع مقدس ارائه شود.

**واژگان کلیدی:** توسعه گردشگری، دفاع مقدس، گردشگری دفاع مقدس، مدیریت توسعه

## جاذبه ها و تنوع بخشی محصول گردشگری

مهرانگیز یعقوبی ۱: دکترای جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، مدرس دانشگاه  
مونا یگانی: کارشناس ارشد معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لاهیجان،

### چکیده

استراتژی تنوع بخشی گردشگری مبنی بر موزه جنگ که بیانگر مقاومت دلیران یک کشور مورد تهاجم در برابر متخاصمان می باشد می تواند علاوه بر حفظ ارزش های دفاع مقدس نقش مهمی در تنوع سازی اقتصاد گردشگری و پایداری آن داشته باشد. هدف از انجام این تحقیق بررسی ارتباط بین میراث جنگ در تنوع سازی محصولات گردشگری و نشان دادن، فرهنگ ایثار و مقاومت مردم ایران در ۸ سال جنگ تحمیلی است. همچنین در این مطالعه سعی شده به این پرسش که آیا رابطه معنا داری بین گردشگری و موزه جنگ دفاع مقدس وجود دارد؟ پاسخ داده شود تا از این طریق ابعاد و شاخص های موزه جنگ با گردشگری تعریف شده و در نهایت مدل مفهومی مناسبی برای توسعه گردشگری در موزه دفاع مقدس ارائه گردد. روش تحقیق نیز در این مطالعه، توصیفی-تحلیلی و با شیوه گردآوری اطلاعات کتابخانه ای و اسنادی می باشد. یافته ها نشان می دهد موزه دفاع مقدس می تواند نقش به سزایی در جذب گردشگر و معرفی فرهنگ استقامت و پایداری ملت ایران داشته باشد اما هنوز نتوانسته به عنوان یک محصول جدید فرهنگی پر جاذبه جایگاه خود را در بازار صنعت گردشگری بیابد، که با برنامه ریزی و مدیریت دقیق از جانب سازمان های و ارگان های متولی این امر می توان با بهره برداری بهینه از مواهب آثار جنگ، توسعه فعالیت های گردشگری را نیز به دنبال داشته باشد.

**واژگان کلیدی:** جاذبه، تنوع بخشی، گردشگری، موزه، موزه جنگ، دفاع مقدس.

## سنجش کیفیت و ظرفیت گردشگری دفاع مقدس در استان خوزستان بر اساس مدل راهبردی SOWT

حجت اله پاشاپور، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات - باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان - تهران - ایران

### چکیده

گردشگری صنعتی است که امروزه مورد توجه بسیاری از دولت ها قرار گرفته است و در حال حاضر در جهان کنونی گردشگری دفاع مقدس یکی از پر درآمد ترین بخش های اقتصاد جهانی می باشد. جمهوری اسلامی ایران، پس از تجاوز رژیم بعثی عراق، در سال ۱۳۵۹ درگیر جنگی طولانی شد. این دفاع مقدس، علاوه بر آثار و برکات بیرونی، دستاوردهایی نیز درون نظام اسلامی بر جای گذاشته است. تبیین دستاوردهای فرهنگی این دفاع مقدس از ضروریاتی است که می تواند بن مایه تعیین کننده استراتژی حرکت و روند آتی انقلاب تلقی شود. یکی از اثربخش ترین روش های آشناسازی جوانان نسل سوم انقلاب با دستاوردهای جنگ تحمیلی و ترویج فرهنگ پایداری دفاع مقدس، حضور آنان در مناطق عملیاتی هشت سال دفاع مقدس، مشاهده آثار به جای مانده از آن دوران از نزدیک، و درک فضای معنوی این مناطق است. بر اساس نتایج حاصله می توان گفت فقدان آگاهی مردم و فقدان برنامه ریزی از موانع اساسی این نوع گردشگری در ایران است. نداشتن موزه جامع و کامل جنگ، نداشتن یادمان های مناسب، عدم تصویرسازی مناسب و منطقی از گفت هها و خاطر ههای رزمندگان دفاع مقدس، توجه به مسائل ظاهری در اعزام کاروانهای راهیان نور، دست نیافتنی کردن رزمندگان با تعبیرهای نادرست، عدم معرفی اهداف و آرمان های شهدا و رزمندگان، رهاکردن مناطق و استانهایی که درگیر جنگ بودند فقط به خاطر حفظ ظاهری مناطق جنگی و دولتی کردن اعزامها به مناطق عملیاتی جنوب کشور از مسائلی است که ذهنها را کمتر به سمت گردشگری جنگی می برد. مقاله حاضر به بررسی وضعیت گردشگری دفاع مقدس در ایران و به طور ویژه در استان خوزستان و به نتایج به دست آمده از آن اشاره می کند.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، جنگ، گردشگری جنگ، گردشگری سیاه

## تحلیل راهبردی ظرفیت های گردشگری داخلی و بین المللی باغ موزه دفاع مقدس تهران

پروانه پرچکانی، پژوهشگر مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، p.parchekani@usc.ac.ir

### چکیده

باغ موزه دفاع مقدس می تواند از ابعاد هویت ملی نقش ویژه ای در تبیین ارزش های والای جامعه ایرانی بعد از انقلاب اسلامی ایفا نماید. این مجموعه روایتگر فرهنگ دفاع مقدس و نمایانگر دستاوردهای ایرانیان در طول جنگ تحمیلی و پس از آن است که علاوه بر نقش فرهنگی خود می تواند در زمینه گردشگری نیز تاثیرگذار باشد و ابعاد تازه ای از فرهنگ و هویت را در سطح ملی و بین المللی به تصویر بکشد. مقاله حاضر با هدف شناسایی و تحلیل ظرفیت های گردشگری باغ موزه دفاع مقدس، تعیین راهبردها و انتخاب مناسب ترین راهبرد برای برنامه ریزی و مدیریت فضایی این موزه با رویکرد توسعه پایدار گردشگری انجام شده است که از نظر روش شناسی توصیفی، تحلیلی و خبره محور کمی است و بخش توصیفی- تحلیلی آن مبتنی بر شیوه اسنادی و بخش تحلیلی- کمی آن جهت تدوین استراتژی توسعه، تشریح اهداف، منابع، توانایی ها و عوامل کلان محیطی نیز مبتنی بر تکنیک تحلیلی متاسوات است. روش گردآوری داده ها و تحلیل اطلاعات مورد نیاز در این پژوهش به صورت اسنادی و پیمایشی است و به منظور تحلیل کاربردی نیز، باغ موزه دفاع مقدس تهران با موزه های جنگ در کشورهای روسیه، انگلستان و ژاپن مقایسه شده است. در این پژوهش از عدم تبلیغات صحیح در راستای معرفی باغ موزه دفاع مقدس تهران، تعاملات منفی مسئولان در سطح بین المللی و عدم توجه به توسعه گردشگری در برنامه ریزی باغ موزه به عنوان بزرگ ترین موانع کلان محیطی جهت توسعه گردشگری در ابعاد داخلی و بین المللی باغ موزه دفاع مقدس تهران یاد شده است.

**واژه های کلیدی:** موزه، باغ موزه، ظرفیت های گردشگری، باغ موزه دفاع مقدس، متاسوات

## تحلیل دستاورد های موزه های دفاع مقدس برای گردشگران ملی در جهت ارتقاء عملیاتی عملکردهای آن

آزیتار جی<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف از برپایی موزه های جنگ و شهادت، نمایش توان نظامی و یا فتوحات جنگی نیست. بلکه مقصود به معرض دید گذاردن جلوه هایی از شخصیت و تلاشهای انسانهای شجاع و خلاق است که در راه حفظ میهن و اعتقادات خود، با ارزش ترین و خارق العاده ترین صحنه های تاریخ این ملت را خلق نموده اند.

موضوع این موزه ها، جنگ و شهادت انسانهاست، نه ادوات نظامی و یا جابجایی های جغرافیایی، به همین سبب شاید انتقال مفاهیم به مخاطب و ارتباط با وی در اینگونه از موزه ها بسیار دشوارتر از سایر موزه ها باشد. در یک موزه جنگ، موزه دار میتواند امیدوار باشد که با انتخاب و ارائه صحیح گروهی از عناصر نمایشی، مستندات تاریخی و نیز کاربرد مناسب مجموعه ای از تمهیدات موزه ای حساب شده و علمی، تا حد زیادی مفاهیم و اطلاعات مورد نظر خود را به مخاطب منتقل نماید که می توانند حامل دستاورد های عظیم فرهنگی و اجتماعی به ویژه ترویج حس تعلق ملی و حفظ تمامیت ارضی کشور و قداست آن در میان نسل های آینده باشد لذا در مقاله حاضر با هدف تحلیل دستاوردهای موزه های دفاع مقدس به ویژه باغ موزه دفاع مقدس تهران به بررسی عملکرد آن ها از دید متخصصین و دست اندرکاران به صورت نظرسنجی پرداخته و بر این اساس به تحلیل استراتژیک SWOT و دستاورد های این موزه ها در جهت ارتقاء عملیاتی آن ها پرداخته شده است

**کلید واژگان:** گردشگری جنگ، موزه های موضوعی، ارتقاء عملیاتی، موزه جنگ، ترویج ابعاد معنوی

گردشگری، ایثار و مقاومت و موزه های دفاع مقدس

---

۲ دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

## چکیده

سعی این نوشتار بررسی «نقش گردشگری موزه های دفاع مقدس در انتقال ارزش های ایثار و مقاومت» است. هویت ایران اسلامی گره با تاریخ هشت سال دفاع مقدس گره خورده است. آن جانفشانی ها و از خودگذشتگی های رزمندگان سند افتخار این ملت است، ملتی که توفیق تجربه کردن و داشتن رهبری بزرگ در قامت پیامبران و مکتبی چند بعدی چون اسلام و تشیع و الگوهای عملی مجاهدان صدر اسلام و اسطوره هایی چون علی و حسین علیهم السلام را داشته است و پیش از آنها با رستم و اسفندیار و سیاوش آشناست همواره باید حماسه های بزرگ خود را مشاهده کند. گردشگری سهم زیادی در حفظ و ارتقاء و انتقال ابعاد و مولفه های و فرهنگ جوامع دارد. در ایران اسلامی نیز گردشگری می تواند با انتقال تصاویر و صحنه های مرتبط با دفاع مقدس کمک کند به غنی سازی احساس و عواطف و هیجانات و باورهای ذهنی بازدید کنندگانی که سالهای جنگ را تجربه حسی نکرده اند. گردشگری موزه های دفاع مقدس بطور ملموس مأموریت انتقال احساسات و هیجانات حماسی و عواطف اخلاقی و باورهای متعالی ملی و مذهبی را بر عهده دارد.

**کلید واژه ها:** گردشگری، فرهنگ ایثار و مقاومت، موزه های دفاع مقدس

## تفسیر میراث دفاعی در صنعت گردشگری: نقاط قوت و ضعف در ایران

بهرام نکوئی صدری<sup>۳</sup>؛ نویسنده و مترجم عضو اهل قلم و مدرس مدعو دانشکده علوم گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ (وابسته به جهاد دانشگاهی)

### چکیده

تفسیر میراث موضوع جدیدی است که در دو سال اخیر از بعد آموزشی در صنعت گردشگری ایران مطرح شده است. موضوع گردشگری دفاع مقدس مقوله نه چندان نوپایی در کشور است که با برنامه ریزی دولتی و روایتگری رزمندگان قدیمی، جذابیت زیادی برای مخاطبان خود ایجاد کرده است و در تغییر نگرش مخاطبان خود موثر بوده است. این مقاله، مناطق دفاع مقدس را بهترین مکان برای تفسیر در ایران قلمداد می کند و از منظر اصول تفسیر میراث، با بررسی اجمالی از دو جنبه ی آموزشی و مدیریت کلان اجرایی به ذکر نقاط قوت و ضعف گردشگری دفاع مقدس در ایران می پردازد.

فلاذا، از نقطه نظر آموزشی ضمن بررسی طراحی و تدوین برنامه درسی در دو دوره کارشناسی ناپیوسته حرفه ای با عناوین روایتگری دفاع مقدس و گردشگری دفاع مقدس در دانشگاه جامع علمی – کاربردی کشور و نیز تدوین و ارائه دوره آموزشی کوتاه مدت روایتگری در باغ موزه دفاع مقدس بطور مجمل به نقاط قوت و ضعف مفاد و سرفصل ها پرداخته و سپس از بعد اجرایی ضمن مقایسه دو دیدگاه مختلف داخلی و جهانی، به تحلیل نقاط قوت و ضعف رویکرد گردشگری مذهبی داخلی برای مناطق دفاع مقدس با رویکرد گردشگری میراث دفاعی در سطح جهان خواهد پرداخت.

سرانجام، این نوشتار با معرفی مجمل استانداردهای علمی، راهکارها و پیشنهادهای برای جهانی سازی سایتهای دفاع مقدس و سایر مکانهای تاریخی دفاعی این مرز و بوم جهت توسعه صنعت گردشگری دانش محور با استفاده از اصول تفسیر میراث دفاعی ارائه می کند.

**واژگان کلیدی:** گردشگری دفاع مقدس، گردشگری میراث دفاعی، روایتگری، تفسیر میراث دفاعی در ایران، کاروان راهیان نور

---

<sup>۳</sup> [bahram.sadry@usc.ac.ir](mailto:bahram.sadry@usc.ac.ir) Or, [bahram.sadry@gmail.com](mailto:bahram.sadry@gmail.com)



## تبیین و تحلیل یادمانهای دفاع مقدس در راستای گردشگری فرهنگی

دکتر اکبر پورفرج، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی

### چکیده

یادمانهای دفاع مقدس، بخشی از میراث فرهنگی ملموس محسوب می شود که در راستای اهداف گردشگری در حوزه گردشگری میراث قرار گرفته و زیرمجموعه جاذبه های جنگ و نظامی بوده و از نگاهی دیگر در حوزه گردشگری تلخ طبقه بندی می شود که در این مقاله قرار گرفتن آن در حوزه گردشگری تلخ هم با تردیدهایی مواجه شده است. متأسفانه چه منابع علمی خارجی و چه منابع داخلی در تعریف یادمان (Monument) و یادمانی (Monumental) بسیار متفاوت و فاقد چارچوب مشخص عملکرده اند. در بسیاری منابع اولیه، یادمان به تمامی آثار معماری تاریخی اطلاق شده و حتی در کشور خودمان نیز بسیاری مورخین و باستان شناسان آن را همان آثار تاریخی ذکر کرده اند و برخی نیز مساله یادبودی و جنبه احترام و بزرگداشت آن را ذکر کرده اند. برخی منابع یادمان را به مانومننتالیتی (Monumentality) تعریف و عظمت و اندازه آن را مهم دانسته و لذا اهرام مصر و غیره را در کنار یک مسجد ذکر کرده اند. این تعاریف در مورد اصطلاح یادمان است ولی ریشه لغوی کلمه لاتین دقیقاً با مفهوم واقعی یادمان همخوانی دارد که در قرآن کریم نیز با مفهوم عبرت (از ریشه عبر: عبور کردن) همخوانی دارد که فعل متعدی مانر (monere) به معنای یادآوری کردن و آگاهی دادن از محتوای چیزی است. لذا عدم درک درست از معنا و مفهوم این اصطلاح موجب شده است که امروزه منظور ما از یادمانهای دفاع مقدس نیز روشن نشود مثلاً آیلند اسکپیا همان منظر (چشم انداز) یک میدان جنگ نیز بخشی از یادمان است یا نه، یادمان مطابق تعریف بسیاری از محققین، فقط شامل بنای سازه ای است که تعمداً در بزرگداشت وقایع و افراد ساخته شده است. لذا در این مقاله موضوعات ذیل مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت. تعریف یادمان و پیچیدگی های آن؛ تعریف نگارنده از یادمان؛ فرهنگ و ارزش و ارتباط آن با یادمانها؛ تعریف و طبقه بندی یادمان بر اساس اهداف و انگیزه ای جابی آنها؛ طبقه بندی یادمان از نظر مخاطبین (بازدیدکنندگان)؛ جایگاه یادمان در طبقه بندی میراث؛ یادمانهای فردا و نقش ما در معنا بخشی و نمادسازی آن؛ فقدان نگاه معنی دار به نمادسازی در یادمانهای دفاع مقدس؛ مراحل شناخت و تحلیل یادمانها؛ گردشگری میراث و یادمان های دفاع مقدس؛ ارائه الگویی برای نمایش یادمان های دفاع مقدس در بازدیدهای راهیان نور، یادمانهای دفاع مقدس، حفاظت و مناظر.

**واژگان کلیدی:** تحلیل، یادمانها، دفاع مقدس، گردشگری میراث

## تنوع بخشی به جاذبه‌های فرهنگی دفاع مقدس و تاثیر آن در جذب و توسعه گردشگری

دکتر محسن رنجبر؛ دانشیار دانشگاه و عضو هیئت علمی واحد یادگار امام شهرری

محمد رضا اسماعیل نیا؛ کارشناس ارشد انسان شناسی

سعید سعادت‌ی راد؛ کارشناس ارشد گردشگری

### چکیده

یکی از مهمترین مسیرهای توسعه گردشگری، تنوع بخشی به موضوعات و مقاصد گردشگری است. شکل سنتی گردشگری داخلی نه تنها پاسخگوی نیاز تمامی سلاقی و اقشار مختلف اجتماعی نیست و کیفیت مطلوب را ندارد، بلکه موجب تمرکز در مقاصد گردشگری یکسان و آسیب های اجتماعی و زیست محیطی در این نقاط نیز می شود. یکی از موضوعات اخیر که در گردشگری دنیا هواداران بسیاری نیز پیدا کرده است، گردشگری جنگ است که گاه به صورت بازدید از موزه ها و مناطق جنگی (گردشگری جنگ) و گاه به صورت بازدید از فجایع انسانی و مناطق جنگ زده (گردشگری سیاه) تعریف می شود. سرمایه گذاری در این بخش توانسته است علاوه بر درآمد زایی و توسعه گردشگری، به ابزار مناسبی جهت تبلیغات سیاسی دولت ها، آگاهی بخشی و فعالیت های بشردوستانه و ضد زنگ نیز تبدیل شود. گردشگری جنگ (باغ موزه دفاع مقدس، بازدید از مناطق جنگی استان خوزستان، کرمانشاه، ایلام و ...) می تواند به بهترین ابزار جهت معرفی ماهیت و ویژگی های خاص انسانی و معنوی این دوره از تاریخ ایران تبدیل شود. لازمه این امر، بررسی و برنامه ریزی تخصصی در حوزه گردشگری (برند سازی، بازاریابی، طراحی بسته های سفر، ...) بر مبنای ویژگی های کیفی خاص دوره دفاع مقدس است. همچنین بررسی تطبیقی تجربیات موفق کشورهای دیگر (مانند یادمان هیروشیما در ژاپن، موزه های فجایع جنگ جهانی دوم در اروپا و ...) می تواند به برنامه ریزی بهتر کمک کند. در این تحقیق سعی شده است با استفاده از منابع و بررسی های اسنادی نقش و جایگاه گردشگری معنوی دفاع مقدس در جذب گردشگران مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته و پیشنهادات لازم ارائه شود.

## نقش مفهومی موزه دفاع مقدس در گردشگری

سید مجتبی محمود زاده، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی

### چکیده

بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگری در برگیرنده فعالیت‌هایی است که بر اساس آنها افراد برای منظوره‌های تفریحی، تجاری، مذهبی، تاریخی و ... به مکانی خارج از محل زندگی خود سفر و در آنجا برای مدتی کمتر از یک سال اقامت می‌کنند. گردشگری دارای انواعی است که بر اساس طبقه بندی سازمان جهانی گردشگری عبارتند از: گردشگری فرهنگی، گردشگری طبیعی، گردشگری تجاری، گردشگری مذهبی و گردشگری ورزشی (UNWTO). با توجه به افزایش و متنوع شدن گونه های گردشگری در جهان از دهه ۱۹۹۰ گونه جدیدی تحت عنوان «کرشگری تلخ» به گونه های رایج گردشگری افزوده شده است.

در حالی که بخش گسترده ای از مطالعات گردشگری پیرامون بازاریابی مصرف و عرضه مقاصد تفریحی شاد و سرگرم کننده گردشگری است برخی از محققین و نویسندگان گردشگری در جستجوی آنتی تزه‌های تراژدی، مرگ و جنگ هستند (Yuill, ۲۰۰۳:۶۷). در این میان گردشگری جنگ در قرن بیستم، زیرمجموعه ای مهم و اساسی در گردشگری های تلخ بوده است. چنانچه بررسی ها نشان می دهد، میلیونها گردشگر هرساله از مکانهای تاریخی مربوط به جنگ در سراسر دنیا بازدید می کنند. بنابراین آثار بجای مانده از جنگ در دنیای امروز، این پتانسیل را دارد که به عامل انگیزشی مهمی در گردشگری تبدیل شود. پیش بینی شده گردشگری جنگ در قرن بیست و یکم نیز نه تنها یک زیرمجموعه مهم در گردشگری تلخ خواهد بود بلکه تبدیل به یکی از انواع پرطرفدار گردشگری در جهان خواهد شد. اهمیت گردشگری جنگ در گردشگری تلخ، به حدی است که برخی از محققین سهوا یا عمدا گردشگری تلخ و گردشگری جنگ را به یک مفهوم به کار می برند (Smith ۱۹۹۸:۲۰۲ & Sharply, ۲۰۰۸: ۵۷۸). از سوی دیگر موزه ها به عنوان یکی از شناخته شده ترین جاذبه ها، نقشی اساسی در توسعه و پایداری صنعت گردشگری دارند. موزه از لغت فرانسوی "musee" و به معنای مکانی است که مجموعه بزرگی از آثار باستانی و صنعتی و اشیای گرانبها را در آن به معرض نمایش می گذارند و دانشمندان، پژوهشگران، هنرمندان و علاقه مندان از آن استفاده می کنند. در جهان امروز، موزه ها به عنوان مراکز مهم فرهنگی، از حمایت سازمان های تخصصی برخوردارند: (ابراهیمی، ۱۳۸۷: ۱۸) انواع موزه ها نیز، عبارتند از تاریخی و باستان شناسی، فضای باز، مردم شناسی، کاخ موزه، موزه هنری، موزه علوم یا تاریخ طبیعی، موزه محلی یا منطقه ای، موزه سیار، پارک موزه و موزه های نظامی (جنگ) (قربانی اورگانی، ۱۳۹۴: ۳). موزه های جنگ امروزه یکی از ارکان جذب گردشگر در کل جهان است و سالانه گردشگران زیادی را از اقصی نقاط جهان به خود جذب می کند. این موزه ها در بیشتر کشورهای دنیا از جمله ژاپن؛ آلمان، انگلستان، روسیه و ... ضمن جذب درصد زیادی از گردشگران، اکنون به کانونی برای انعکاس مجاهدت ها و تلاش های یک ملت در وقتی که کشور آن ها مورد حمله نظامی قرار گرفته و شجاعانه از ارزش های ملی و میهنی و اعتقادی خود دفاع کرده و یا درگیر جنگی بزرگ

و فراگیر شده اند، تبدیل شده اند(حبیبی، ۱۳۹۰: ۱۶۰). البته موزه دفاع مقدس در ایران به لحاظ هدف، محتوا و مفهوم تفاوت‌هایی با سایر موزه های جنگ دارد که در این مقاله به ذکر آنها پرداخته شده است.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، گردشگری تلخ، موزه ها، انواع موزه، موزه دفاع مقدس

۱

DARK TOURISM

### چکیده

راهنمایی تور یکی از قدیمی‌ترین زمینه‌های فعالیتی در صنعت گردشگری است، که قدمت آن به آغاز اولین سفرهای انسان که بیشتر در قالب سفرهای بازرگانی و زیارتی انجام می‌شد برمی‌گردد. بعدها که مکتشفین و سیاحان عازم دیدن نقاط مختلف جهان شدند این وظیفه نمود بیشتری پیدا کرد. با انقلاب صنعتی و توسعه گردشگری نوین ضرورت آموزش افرادی که بتوانند گردشگران را به مقصدهای مختلف هدایت و راهنمایی کنند بیشتر شد. دولت‌ها و سازمان‌های گردشگری ملی و بین‌المللی نیز به دنبال این نیاز اقدام به دایر کردن دوره‌های آموزشی در این زمینه شدند. با ظهور تقاضاهای جدید گردشگری و شکل‌گیری گونه‌های مختلف گردشگری متناسب با آن راهنمایان تخصصی به زمینه‌های مختلف نیز شکل گرفت؛ که راهنمایان گردشگری جنگ نیز یکی از آنان است. کشور ایران به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی در فرایند زمانی درگیر جنگ‌های متعددی بوده است؛ و بیش از ۱۲۰۰ جنگ را تجربه کرده و هفت بار توسط بیگانگان اشغال شده است. علاوه بر این جنگ‌های آزادی‌طلبان و مبارزه با حاکمان ظالم و مستبد در داخل کشور نیز دائماً اتفاق افتاده است. معرفی اینجنگ‌ها و میدان‌های نبرد آن‌ها، تفسیر جان‌فشانی زنان و مردان ایرانی اعم از پیر و جوان نیاز به راهنمایان متخصص و آموزش‌دیده‌ای دارد که با تمام ابعاد جغرافیایی، تاریخی و اجتماعی و فرهنگی آن آشنا باشد. اگرچه در بین تمام این جنگ‌ها دفاع مقدس به دلایل گوناگون ارزش و اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ اما یک راهنمای گردشگری جنگ باید بتواند ریشه رشادت‌ها و جان‌فشانی زنان و مردان این مرزبوم را با تاریخ نبردهای گذشته ارتباط دهد و شور و نشاط و آگاهی‌بخشی و ایثار را در دیدارکنندگان ایجاد نماید. در این مقاله ضمن مرور ادبیات موجود در این زمینه به ضرورت و محتوای دوره‌های آموزشی موردنیاز و گروه‌بندی تخصصی راهنمایان گردشگری جنگ پرداخته و الزامات، مهارت‌ها، ویژگی‌های شخصیتی، توانایی‌ها و راهبردهای آن نیز ارائه شده است.

## ظرفیت های گردشگری دفاع مقدس و تولید قدرت نرم

امیر قدسی، دکترای مهندسی فرهنگی، پژوهشگر و مدرس دانشگاه ۴

### چکیده

در پایان هشت سال دفاع مقدس، گنجینه ای ناب و سرشار از معارف، ارزش ها، باورها، دانش ها و هنرها نصیب ملت ما گردید و به بیان رهبری معظم انقلاب، «این جنگ حقیقتاً یک گنج تمام‌نشدنی است». بی تردید، بخشی از این گنجینه ارزشمند مربوط به آثار به جای مانده از این دوران افتخار آفرین است که در قالب اسناد، گفتمان، نمادها و اماکن، به عنوان میراثی ارزشمند برای ما بر جای مانده است. اماکن جنگی و اسناد بر جای مانده دفاع مقدس در قالب جاذبه‌های گردشگری دفاع مقدس، نه تنها ترجمانی است از ایثار رزمندگان اسلام، مقاومت و پشتیبانی توده مردم در پهنه مناطق عملیاتی و تاثیرپذیر از جنگ تحمیلی نابرابر علیه نظام نوپای ایران اسلامی، بلکه منبع اصیل پاسداشت و تراوش ارزشهای متعالی اتکال به قدرت بی انتهای خداوند، تلاش، ایثار، اخلاص و مقاومت در برابر دشمن برای جوانان امروز و آینده این سرزمین است. قدرت نرم، از جمله مفاهیم بدیعی است که به تازگی وارد ادبیات سیاسی و فرهنگی ملت ها شده، اما پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی و به دنبال آن هشت سال دفاع مقدس، صحنه ها و جلوه هایی ناب از تجلیات این قدرت را در برابر دیدگان مبهورت جهانیان به نمایش گذاشت. اما از آنجا رشد و بالندگی هر محصول و دستاورد ارزشمند، مستلزم مراقبت و رسیدگی مستمر است، قدرت نرم (حاصل آن تاریخ افتخار آفرین) نیز نیازمند مراقبت و ایجاد شرایط مناسب برای بازتولید می باشد. در حقیقت، اقدام هایی مانند ایجاد یادمان ها، باغ موزه ها و برپایی اردوهای گردشگری دفاع مقدس، تلاشی است در جهت احیا و بازنمایی آن صحنه ها در فضای کنونی جامعه تا به این شکل بتوان روح حاکم بر ارزش ها و معارف ناب آن دوران را در کالبد جامعه کنونی دمیده و آن قدرت بی بدیل را بازتولید نمود. پژوهش حاضر نیز بر اساس همین دغدغه و پاسخ به چگونگی بهره گیری از ظرفیت های گردشگری دفاع مقدس برای تولید قدرت نرم نگارش یافته است. روش تحقیق مقاله توصیفی - تحلیلی مبتنی بر روش‌های گردآوری اطلاعات اسنادی و میدانی بوده که ضمن تحلیل یافته‌ها، پیشنهادهایی نیز ارائه شده است.

**واژه های کلیدی:** قدرت نرم، دفاع مقدس، معارف دفاع مقدس، گردشگری دفاع مقدس، جاذبه های گردشگری.

## برندینگ موزه ها الزامی جهت توسعه گردشگری فرهنگی کلانشهرها (مطالعه موردی باغ موزه دفاع مقدس کلانشهر تهران)

بهار بیشمی ۵- استاد یار پژوهشی گروه گردشگری؛ پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری

### چکیده

گردشگری فرهنگی و هویتی از انواع کلاسیک و پر طرفدار گردشگری در سطح جهان به شمار می آید که رابطه تنگاتنگی با ارایه و معرفی جاذبه های گردشگری در قالب میراث ملموس و ناملموس تمدن بشری و معرفی آن به گردشگران دارد در این بین موزه ها به عنوان گنجینه اصلی آثار ملموس و میراث شفاهی می توانند نقش ارزنده ای در گردشگری شهری ایفا کنند

مقاله حاضر با هدف ارایه مشخصه های برندینگ موزه ها به شناسایی مولفه های متمایز کننده باغ موزه دفاع مقدس به عنوان یک برند؛ کمتر شناخته شده در میان موزه های تهران می پردازد. روش شناسی تحقیق کتابخانه ای و اسنادی می باشد روش گردآوری داده ها، مقالات و کتب و مشاهدات نگارنده از فضای موزه و منابع حوزه بازاریابی و موزه داری می باشد. و تحلیل اطلاعات مورد نیاز در این پژوهش به صورت ارایه مفاهیم اصلی کلید واژه ها و معرفی تمایزات بی نظیر باغ موزه دفاع مقدس در قالب نمادهای منحصر به فرد این موزه در سطح جهان می باشد در پایان با ارایه پیشنهادات به صورت کاربردی جهت معرفی بیشتر این میراث هویتی و نوستالژیک که نماد هشت سال رشادت و ایثار و مقاومت ملت ایران در برابر متجاوزین می باشد راهکارها تبدیل به یک برند موزه ای به خوانندگان ارایه خواه شد.

**کلید واژه ها:** گردشگری، باغ موزه دفاع مقدس، بازاریابی، برندینگ

## اثرات گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع بر شاخص‌های صلح جهانی

علی صادقی<sup>۱</sup>، استادیار گروه علوم انسانی دانشگاه فرهنگیان، تهران

پرویز انصاری راد، عضو هیئت علمی دانشگاه فرهنگیان، تهران

### چکیده

اندیشمندان زیادی گردشگری را پدیده‌ای جهانی و صنعتی اقتصادی می‌دانند که بسیاری از کشورها از این راه توانسته‌اند علاوه بر بهبود وضعیت اقتصادی، از مشکلاتی مانند بیکاری، پایین بودن سطح درآمد سرانه و کمبود درآمد ارزی خویش کاسته و زمینه‌های توسعه پایدار در کشور خود را فراهم آورند. به نظر می‌رسد گردشگری علاوه بر کارکردهای اقتصادی آن، در عصر حاضر به دلیل دستاوردهای مختلف اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و به دلیل سرشت و جان مایه همگرایی که دارد، یعنی نزدیک کردن نگرش‌ها و فرهنگ‌ها مورد توجه بسیاری از سیاستمداران، اندیشمندان و توده‌های مختلف اجتماعی قرار گرفته است. مفاهیم ارزشی از جمله ابزاری هستند که توسط گردشگری، گردشگران و توسعه آن در بین شهروندان و ملت‌های جهان، ترویج شده و زمینه‌های همگرایی و همکاری کشورهای مختلف را فراهم می‌آورند. «صلح»، «صلح جهانی» و «امنیت» از جمله این مفاهیم ارزشی هستند که در فطرت بشر وجود دارد و انسان سالها در طلب نیل به آن بوده است. نتایج تحقیق حاضر که با رویکرد توصیفی-تحلیلی و بهره‌گیری از منابع مختلف کتابخانه‌ای و نظرات متخصصان بدست آمده نشان می‌دهند: گردشگری نه تنها از صلح بهره می‌برد؛ بلکه می‌تواند عاملی برای گسترش صلح در بین ملت‌ها به شمار آید. گردشگری و بازدید از آثار و یادمان‌های به جا مانده از جنگ می‌تواند با معرفی و شناخت ملت‌ها و فرهنگ‌ها (میراث گذشتگان) و انتقال ارزشهای معنوی، ضمن یادآوری آثار نامطلوب و دلخراش جنگ، به بشریت بیاموزد چرا و چگونه باید در مسیر صلح جهانی گام بردارند و با بیزاری از خشونت، زمینه‌های صلح طلبی را برای انسان‌ها فراهم آورد.

**واژگان کلیدی:** فرهنگ و تمدن، گردشگری، قدرت نرم، ج.ا. ایران، دفاع مقدس

---

۶- نویسنده عهده دار مطالب، E-mail: sadeghi1173@yahoo.com



## جایگاه گردشگری دفاع مقدس در ارتقای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران

مهسا واعظی، کارشناس ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه تهران

ریحانه عالم، دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی دانشگاه تهران

### چکیده

انقلاب اسلامی ایران را می توان تجلی تحقق قدرت نرم به معنای توانایی نفوذ در رفتار دیگران بدون تهدید و یا اغوا، و عمدتاً بر پایه ارشاد به شمار آورد. انقلاب اسلامی ایران به عنوان یک انقلاب فرهنگی از رهگذر تبیین اندیشه ها و آرمان هایی همچون نظریه مردم سالاری دینی، فرهنگ شهادت و عدالت، و اصول استقلال و آزادی می تواند به نتیجه دلخواه و مطلوب خود یعنی صدور اصول و ارزش های انقلاب دست یابد. این ارزش ها، اصول و آرمان ها، به عنوان مؤلفه های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، برگرفته از مفاهیم اسلامی و به ویژه فرهنگ متعالی شیعه است و توانسته در مقایسه با نظام های سیاسی موجود افکار و اذهان مردم ایران و کشور های منطقه را به خود جلب و جذب کند.

فرهنگ مقاومت و شهادت به عنوان یکی از مولفه های قدرت نرم جمهوری اسلامی از طرق مختلفی همچون گردشگری در حوزه دفاع مقدس توانسته تاثیر بسزایی در صورت بندی هویت و حیات اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی داشته باشد. پژوهش حاضر که با روش توصیفی - تحلیلی انجام شده است به دنبال واکاوی جایگاه گردشگری دفاع مقدس در ارتقای قدرت نرم ایران می باشد. نتایج پژوهش نشان می دهد گردشگری در حوزه جنگ خصوصاً اردوهای راهیان نور به سبب جلوگیری از فراموشی و تحریف ماهیت انقلاب اسلامی و دفاع مقدس به ارتقای قدرت نرم جمهوری اسلامی منجر شده است.

**واژگان کلیدی:** قدرت نرم، گردشگری جنگ، دفاع مقدس، جمهوری اسلامی

## موزه های جنگ، ابزاری پویا برای احیای گردشگری نوستالژیک

زاهد شفیعی، استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه هنر اصفهان

ندا ترابی فارسانی، استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه هنر اصفهان

پرتو پیمان فر، دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی دانشگاه هنر اصفهان (نویسنده مسئول، parto.۱۲۷@gmail.com)

سجاد محمدی، دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی دانشگاه هنر اصفهان

### چکیده

دگرگونی های اخیر در سطح تقاضای گردشگری و نیازهای گردشگران، منجر به ایجاد بازارهای جدید گردشگری و یافتن نقاط منحصر به فرد شده است. یکی از محرک هایی که امروزه به عنوان انگیزه سفر از آن نام برده می شود نوستالژی یا خاطره است که منجر به ایجاد بازار جدیدی به نام گردشگری نوستالژیک گردیده است. موضوع نوستالژی و ایجاد فضاهای خاطره محور و تعاملی، القای حس بازیابی هویت شخصی و ارتباط بین نسل ها جزو اهداف و کارکردهای موزه ها و گردشگری نوستالژیک بوده است. گسترش گردشگری با انگیزه های نوستالژیک و موضوعات مربوط به جنگ، امروزه بسیار مورد توجه قرار گرفته است. هدف این پژوهش، که از مطالعات کتابخانه ای و مراجعه به سایت های علمی و مصاحبه نیمه ساختاری با متخصصان در حوزه گردشگری و بررسی کارکردی تعدادی از موزه های جنگ در ایران، به عنوان ابزار پژوهش استفاده شده است، تبیین مفهوم گردشگری نوستالژیک و شناسایی نقاط همپیوند این شاخه از گردشگری در ارتباط با موزه های جنگ، با هدف توسعه گردشگری نوستالژیک می باشد. توجه به این بخش می تواند زمینه ساز رشد، توسعه و ارتقاء سطح کیفی موزه ها به لحاظ ارائه و انتقال مفاهیم و ارزش های جنگ و در نهایت افزایش مخاطب موزه و گردشگران گردد. یافته های پژوهش نشان می دهد، که موزه ها به عنوان یادبودهای معاصر جنگ به مخاطبان و مردم جامعه کمک می کند تا روایتی متفاوت، عمیق و جندبندی را از جنگ تجربه کنند.

موزه ها به وسیله امکانات جدید و به روز و از طریق باز زنده سازی خاطرات جنگ، بازدیدکنندگان را تحت تأثیر قرار می دهند. در این میان نباید نقش مهم و ظرفیت های فراوان صنعت گردشگری به عنوان یک ابزار قدرتمند بین المللی در اطمینان بخشی برای حفظ یاد و خاطرات جنگ، نادیده گرفته شود.

**کلیدواژه ها:** گردشگری نوستالژیک، نوستالژی، موزه، جنگ، گردشگری جنگ

## تحلیل موانع و ارائه الگوی راهبردی عملیاتی جهت توسعه گردشگری و موزه های دفاع مقدس در استان خوزستان

مهدی علیزاده<sup>۷</sup> کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز

۰۹۱۶۸۶۷۰۰۵۲Mehdializade۱۳۷۱@gmail.com

نازنین حاجیپور، کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز

n.hajipour۹۴@gmail.com

### چکیده

پدیده جنگ علیرغم ماهیت و زمان وقوع آن بخشی از تاریخ ملت هاست و به مثابه یک پدیده تاریخی در صورت بندی هویت و حیات اجتماعی و فرهنگی جوامع نقش اساسی ایفا می کند. پس به مثابه یک فرایند تاریخی - فرهنگی، گردشگری جنگ میتواند یک محور اساسی در تبادل فرهنگی و یکی از وجوه قابل اتکا جاذبههای گردشگری به شمار آید. این پژوهش به لحاظ هدف؛ کاربردی و روش بررسی آن، توصیفی و از نوع پیمایشی بوده است. جامعه آماری آن را کلیه زائران ایرانی بازدید کننده از موزههای دفاع مقدس خوزستان در سال ۱۳۹۵ تشکیل دادهاند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران (۲۶۵ نفر) تعیین گردید. ابزار اندازه گیری پرسشنامه محقق ساخته بوده است. برای تجزیه و تحلیل دادهها از نرم افزار spss۱۹ استفاده شده است. همچنین برای سنجش قابلیت اعتماد و در واقع هماهنگی بین گویه هایی که برای سنجش سازه های مورد نظر ساخته شده اند از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است در ادامه جهت ارائه مدل راهبردی از تحلیل SOWT بهره گرفته شده است. نتایج نشان می دهد که بیشترین تاثیر را بر گردشگری موزه های دفاع مقدس متغیر ضعف بازاریابی داشته با ضریب تاثیر ۰,۲۷ دارد. همچنین نتایج روش تجزیه و تحلیل SWOT به شکل نظام یافته استراتژی های WT و ST پیشنهاد می دهد.

**واژگان کلیدی:** موزه دفاع مقدس، گردشگری، مدل راهبردی، SOWT، خوزستان

## چکیده

امروزه صنعت گردشگری، گسترده‌ترین صنعت خدماتی و یکی از بزرگ‌ترین منابع اقتصادی جهان محسوب می‌شود و تأثیر فراوانی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشورها می‌گذارد. گردشگری مذهبی به عنوان یکی از مهمترین زیرشاخه‌های گردشگری فرهنگی نقش مهمی در توسعه‌ی شهر زیارتی دارد. گردشگران مذهبی، گردشگران فرهنگی هستند که برای زیارت اماکن، آثار و یادمان‌های مذهبی، انجام اعمال مذهبی، آموزش‌های دینی و گذراندن اوقات فراغت به مکان‌ها و مراکز مذهبی جهان سفر می‌کنند. این نوع گردشگری، گسترده‌ترین نوع گردشگری در کشورهای اسلامی می‌باشد. شهرهای زیارتی، به دلیل وجود مکان‌های زیارتگاهی، مساجد و مکان‌های مذهبی مختلف نقش وافر در گردشگری مذهبی و زیارتی ایفا می‌کنند. گردشگری مذهبی جایگاه برجسته‌ای در توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی، علمی و فرهنگی شهر زیارتی دارد. به طور کلی نقش و کارکرد گردشگری مذهبی شهر زیارتی را می‌توان در توسعه اقتصادی شهر، توسعه تأسیسات و خدمات عمومی شهری، بسط امکانات علمی و آموزشی جامعه، تقویت فرهنگ و باورهای اجتماعی، توسعه کالبدی شهر خلاصه نمود.

**کلمات کلیدی:** گردشگری مذهبی - شهر اسلامی - شهر زیارتی - توسعه.

## مطالعه تجربه جهانی موزه های جنگ و گردشگری

علیرضا محمودی، دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران  
سوزان کلهری، فوق لیسانس مدیریت هتلداری، دانشگاه استراتکلاید، اسکاتلند  
آرزو نعیمی مجد، دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران  
محبوبه نعیمی مجد\*۹ (نویسنده مسئول)، دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

### چکیده

امروزه گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین صنایع در جهت ایجاد درآمد و ارتقاء رشد و توسعه اقتصادی بسیاری از کشورها تبدیل شده و رشد آن تغییرات اجتماعی و اقتصادی زیادی را به دنبال داشته است. در حال حاضر گردشگری پیش از هر فعالیت دیگری در جهان، حرکت سرمایه و انتقال پولها را در مقیاس های محلی، منطقه ای، ملی و بین المللی موجب می گردد و هزینه های گردشگری به مراتب سریع تر از تولید ناخالص ملی و صادرات جهانی کالا و خدمات رشد می یابد. گردشگری جنگ نیز به عنوان یکی از شاخه های تخصصی، مهم و پرجاذبه در صنعت گردشگری طرفداران زیادی دارد و همه ساله میلیونها نفر در قالب تورهای مناطق جنگی از جاذبه های گردشگری جنگ دیدن می کنند. در کشور ایران فرصت های گردشگری فراوانی در این زمینه وجود دارد که تاکنون کمتر به آنها پرداخته شده است. در پژوهش حاضر سعی شده است به بررسی گردشگری جنگ در ایران و برخی از کشورهای دنیا، پرداخته شود.

**واژه های کلیدی:** موزه های جنگ، گردشگری جنگی، گردشگری، باغ موزه دفاع مقدس.

---

۱. Email: mahbobeh.naeimi@yahoo.com

## شناخت انگیزه ها و عوامل موثر بازدید گردشگران از مناطق جنگی هشت سال دفاع مقدس

حجت اله پاشاپور، عضو هیئت علمی دانشگاه امام علی (ع)

فریبا مولانی، کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

### چکیده

در چند دهه اخیر گردشگری به عنوان گسترده ترین صنعت خدماتی مورد توجه قرار گرفته است و در همه شهرها گردشگری به عنوان عامل مهم اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است که در همه محیط ها و مکان ها می تواند جریان داشته باشد و نوعی عدالت اجتماعی را برای ساکنان مناطق مختلف بوجود آورد و باعث رشد مناطق کمتر توسعه یافته می شود. کشور ما به عنوان یکی از کشوری در نیمه دوم قرن بیستم درگیر یک جنگ نابرابر بوده است دارای فرصت بسیار مناسبی برای حضور گردشگران داخلی و خارجی و دیدار آنها از مناطق جنگی و آثار مقاومت دلیرانه مردم ایران در برابر تهاجم صدام و پشتوانه های بسیار بین المللی خودش است. براین اساس به منظور مطالعه جایگاه این نوع گردشگر بر صنعت توریسم و مطالعه شرایط آن در ایران این تحقیق انجام شده است. به استناد ارقام موجود، اشتیاق جوانان به چنین سفرهایی، که در کشور ما «راهیان نور» خوانده می شوند، «گردشگری مناطق جنگی در سال های اخیر» و در ادبیات علمی بیش از پیش افزایش یافته است. هدف از نگارش این مقاله بررسی انگیزه گردشگران از سفر به مناطق جنگی و طبقه بندی آنان می باشد. اطلاعات لازم از منابع کتابخانه ای، مصاحبه با کارشناسان، و پرسش نامه تکمیل شده بازدیدکنندگان به دست آمده است. جامعه آماری پژوهش شامل تعدادی از گردشگرانی است که از مناطق جنگی کشور بازدید کرده اند.

**واژگان کلیدی:** دفاع مقدس، بازدید از مناطق جنگی، انگیزش، راهیان نور.

## گردشگری مذهبی و فهم هرمنوتیک در آن (با تاکید تجربه زیسته مقبره شهدای گمنام در ارتفاعات پارک جمشیدیه تهران)

دکتر منوچهر علی نژاد، عضو هیات علمی دانشگاه یزد

### چکیده

گردشگری مذهبی بخشی از واقعیت گردشگری در ابعاد ارزشی است که در آن ارزشها و نظام باورهای آنها با انگیزه‌های فراغتی درهم تنیده و در قالب گردشگری مذهبی تعریف شده است. در این مقاله به دنبال تحلیل نظام معنایی و هرمنوتیک در گردشگری مذهبی هستیم که می‌تواند در قالب زیارت از اماکن مذهبی ظاهر شود. مزار شهداء گمنام از جمله در ارتفاعات پارک جمشیدیه نمونه‌ای از این گردشگری مذهبی است که تحلیل نظام معنایی و هرمنوتیک آن بخشی از هدف این مقاله است.

روش مورد استفاده در این تحقیق به شیوه تحلیل هرمنوتیک بوده که مبتنی بر روش کیفی و با تکنیک مشاهدات میدانی و تجربه زیسته در حوزه میدان است. حوزه میدان در این تحقیق ارتفاعات تپه نور پارک جمشیدیه تهران و مقبره شهدای گمنام می‌باشد. در این تحقیق سعی شده بخشی از تجربه زیسته نگارنده با تکیه بر مباحث هرمنوتیک بیان شود که در آن قرارگیری مقبره شهداء در ارتفاعات کوه کلکچال تهران می‌تواند نماد و نشانه بارزی از نظام معنایی ما نسبت به گردشگری مذهبی باشد.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که استقرار مقبره شهداء در ارتفاعات تپه نور در پارک جمشیدیه تهران دارای نظام معنایی خاصی بوده و دلالت بر پیوند گسست‌ناپذیر بین انسان، طبیعت و معنویت ارزشی دارد. در واقع کوه‌پیمایی، حرکت روبه بالا و خستگی ناشی از این حرکت مشقت‌بار نشاط مضاعفی به انسان می‌دهد که این نشاط با مشاهده مقبره شهداء در این ارتفاعات به یک نشاط معنوی و روحانی مبدل می‌شود. در واقع کوه‌پیمایی به عنوان نماد و نشانه حرکت توأم با تعالی و روبه بالا و در نهایت رسیدن به مقبره شهداء، این ذهنیت را در انسان تداعی می‌کند که کوه دارای ارزشهای جوهری است که استقرار مقبره شهداء در آن ارتفاعات تداعی و نمود عینی این تجلی‌گاه هست.

**کلیدواژه:** گردشگری مذهبی، مقبره شهداء کلکچال، تحلیل هرمنوتیک

## نقش گردشگری موزه‌های جنگ در ارتقای معنویت

اصغر مولائی، دانش‌آموخته کارشناسی معماری و کارشناسی ارشد طراحی شهری دانشگاه علم و صنعت ایران؛ دانش‌آموخته دکتری شهرسازی دانشگاه هنر اسلامی تبریز؛ [molaei.2488@gmail.com](mailto:molaei.2488@gmail.com)

### چکیده

موزه‌های به عنوان مکانهای معنوی و فضایی برای ارتقای معنویت جامعه با عطف به گنجینه‌های فرهنگی دفاع مقدس می‌باشند. موزه‌های دفاع مقدس به عنوان مجموعه‌هایی برای جمع‌آوری، شناخت و نشر فرهنگ دفاع مقدس و پژوهش در این راستا ایجاد می‌شوند. ضرورت و اهمیت این موزه‌ها می‌تواند برگرفته از مبانی فکری و اندیشه‌های دینی و ملی و میهنی باشد. جوامع امروزی با بحرانها و معضلات متعددی بویژه در حوزه معنوی روبروست که پژوهش در راستای قابلیت گردشگری موزه‌های دفاع مقدس در ارتقای معنویت جامعه و شهروندان می‌تواند به بهبود و سلامت معنوی جامعه کمک نماید. بنابراین این مقاله با هدف تبیین ابعاد و ضرورت‌های گردشگری موزه‌های دفاع مقدس با رویکرد معنوی است که با روش تحقیق تحلیلی و بین‌رشته‌ای مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای سعی در انجام این تحقیق دارد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری با محوریت دفاع مقدس و مکانهای خاطره نقش مهمی در ارتقای معنویت شهروندان و جامعه دارد. این مهم نیازمند مدیریت جامع و تامین زیرساختهای حمل و نقلی و رفاهی و بسترسازی فرهنگی و اجتماعی برای تحقق و ترویج این روند می‌باشد.

**کلید واژه:** موزه دفاع مقدس، گردشگری، معنویت ایثار، شهادت، پایداری.



## بررسی نقش گردشگری باغ موزه های دفاع مقدس بر توسعه گردشگری و ارزشهای ملی در عرصه (بازار

### داخلی و خارجی)

امین صفدری مولان، دانشجوی دکترای دانشگاه تهران ۱، تهران، ایران.

حسین حاتمی نژاد، عضو هیات عملی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

### چکیده

گردشگری دفاع مقدس یکی از جذاب ترین و بدیع ترین نوع گردشگری است که بسیار نیز جای کار و تحقیق و پژوهش دارد، با توجه به سابقه ۸ سال دفاع مقدس و نمونه ها و اسوه ها و الگوهای فراوان و شهیدان و بزرگان ارزنده در این زمینه هنوز کار بخصوصی انجام نشده است، یکی از این زمینه ها که می تواند راهگشای بسیار از زمینه ها و حتی فرهنگ سازی و نیز آموزش و نیز تکریم و احترامی به شهدای عزیز کشورمان و نیز توجه به فرموده های مقام رهبری باشد بکارگیری گردشگری و یا توریسم دفاع مقدس و از نوع گردشگری موزه های دفاع مقدس باشد که با ایجاد و توسعه و نیز زمینه سازی این موزه ها میتوان به راحتی آموزه های شهروندی و درس اخلاق و فداکاری و ایثار و نیز در قالب آن به سیر و سیاحت و نیز آشنایی با مناطق و نیز عملیات های جنگی نمود، این باز موزه ها همچنین در بازار گردشگری داخلی و نیز خارجی بسیار مفید خواهد بود. با اشاعه مکان ها و نیز مناطق گردشگری در این باغ موزه های گردشگری می توان به جذب مسافر و توریست هم در سطح داخلی و هم در سطح بین المللی اقدام نمود. این باعث نشر ایده ها و فرهنگ ایرانی اسلامی و نیز باعث گسترش دید و آگاهی و به نا به فرموده مقام رهبری باعث بیداری اسلامی در سطح جهان و آزادی و آزادی خواهی و اندیشه در معنای واقعی کلمه خواهد شد. باغ موزه های دفاع مقدس با نمایش و نیز ارائه امکانات گردشگری باعث نشر ارزشهای دفاع مقدس میشوند. نتیجه ای که گرفته می شود این هست که یکی از عرصه های جدید و نیز یکی از بهترین راههای حفظ آثار و نیز آشناسازی جوانان و کشورها با این ارزش های دفاع مقدس ایجاد و توسعه باغ موزه های دفاع مقدس به شیوه ای نوین و نیز متنوع برای جذب گردشگر و نیز نمایش یافته ها و دستاور هاست باشد که به این هدف والا و ارزشمند نایل آیم.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، باغ موزه، دفاع مقدس، داخلی، خارجی.

## تحلیلی بر نقش و اهمیت گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس در افزایش قدرت نرم ج.ا. ایران<sup>۱۰</sup>

علی صادقی، استادیار گروه علوم انسانی، دانشگاه فرهنگیان تهران<sup>۱۱</sup>

داود عامری، دبیرکل مجمع جهانی صلح اسلامی

### چکیده

در عصر حاضر، صنعت گردشگری در جهان توسعه چشمگیری یافته و بسیاری از کشورها توانسته‌اند از این راه علاوه بر بهبود وضعیت اقتصادی، از مشکلاتی مانند بیکاری، پایین بودن سطح درآمد سرانه و کمبود درآمد ارزی خویش کاسته‌اند، ضمن آنکه تصویری جذاب و مقبول در عرصه بین‌المللی ایجاد کرده و بر قدرت ملی خود بیافزایند.

اگر قدرت ملی را ایجاد امنیت، اداره موفق امور داخلی و تعاملات سازنده در گستره فضای بین‌المللی بدانیم؛ اعمال آن بر اساس قابلیت‌ها و شاخص‌های مختلفی چون قدرت نظامی و اقتصادی (قدرت سخت) و یا توانایی تأثیرگذاری بر افکار عمومی و شکل دادن به باورها و نگرش‌های دیگران (قدرت نرم) در سطح داخلی و خارجی صورت می‌پذیرد.

از جمله ظرفیت‌های مهمی که می‌تواند قدرت نرم و در نهایت قدرت ملی کشورها را افزایش دهد، بهره‌گیری از ظرفیت گردشگری و اثرات مثبت آن است. از انواع گردشگری که می‌تواند بر افکار عمومی اثر گذاشته و باورها و نگرش‌های آنان را در جهت اهداف و آرمان‌های ملی تغییر دهد و باعث افزایش قدرت نرم کشورها و تحقق آسانتر و سریعتر اهداف ملی را موجب گردد؛ «گردشگری جنگ و بازدید از یادمان‌های دفاع» است.

نتایج تحقیق حاضر که با رویکرد توصیفی-تحلیلی و بهره‌گیری از منابع مختلف کتابخانه‌ای و نظرات متخصصان بدست آمده نشان می‌دهند: مصادیق بیشمار افتخارات، رشادتها و شجاعت‌ها در فرآیند دفاع ۸ ساله، وجود فرهنگ عاشورایی در «دفاع مقدس»، نوع درگیری با دشمنان، نوع برخورد نیروهای مسلح با متجاوزان، نوع و مقدار تجهیزات و دستاوردهای علمی، فناوری و لجستیکی و یادمان‌های دفاع مقدس از جمله ویژگی‌هایی است که می‌تواند با عنوان «گردشگری دفاع مقدس» و در صورت معرفی و بهره‌گیری صحیح از دستاوردهای آن به همراه بهره‌گیری رسانه‌ای و تبلیغات مناسب، در افزایش قدرت نرم ج.ا. ایران بسیار اثرگذار باشد.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، فرهنگ و تمدن، قدرت نرم، ج.ا. ایران، دفاع مقدس

۱۰- این مقاله در راستای محور «۱۲، گردشگری دفاع مقدس و قدرت نرم» تهیه و نگارش شده است.

۱۱- Email: a.sadeghi@cfu.ac.ir تماس: ۰۹۱۲۴۰۹۵۳۵۱

## گردشگری دفاع مقدس و توسعه پایدار سکونت‌گاه‌های روستایی مورد: بخش مرکزی (شهرستان قصرشیرین)

فرزاد میرزایی قلعه<sup>۱۲</sup>

رحمت الله مشی زاده<sup>۱۳</sup>

### چکیده

عوامل گوناگونی وجود دارند که توسعه پایدار روستایی را تحت تاثیر قرار می‌دهند که یکی از این عوامل می‌تواند گردشگری و پیامدهای حاصل از آن باشد. بررسی پیامدهای گسترش گردشگری در یک منطقه مستلزم بررسی آن در قالب توسعه پایدار است. در سال‌های اخیر بخش مرکزی شهرستان قصرشیرین به عنوان یک مقصد گردشگری دفاع مقدس مطرح بوده که تحت تاثیر پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی حاصل از توسعه گردشگری در غالب اردوهای راهیان نور قرار گرفته است.

در این پژوهش که روش کار در آن توصیفی - تحلیلی بوده؛ ضمن بررسی مفاهیم توسعه پایدار، گردشگری پایدار و گردشگری جنگ؛ اثرات و پیامدهای گردشگری دفاع مقدس بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی بخش مرکزی شهرستان قصرشیرین مورد بررسی قرار گرفته است. به منظور دستیابی به این هدف با توجه به شاخص‌های توسعه پایدار در ابعاد (اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی) پرسشنامه تهیه گردید. که توسط ۲۱۱ نفر حجم نمونه که از روش کوکران از ساکنین روستاییان بخش مرکزی به عنوان جامعه آماری بدست آمده بود تکمیل شد و پس از تحلیل به روش تحلیل محتوا بر اساس نظر مردم و مسولین؛ این نتایج به صورت جداگانه در سه بعد مطروحه حاصل گردید: ۵۹ درصد جامعه نمونه با اثرات مثبت اقتصادی موافق بوده و ۵۶ درصد با اثرات مثبت اجتماعی و ۵۷ درصد با تاثیرات منفی زیست محیطی موافقت کامل داشته که به ناپایداری منطقه کمک کرده است.

**واژگان کلیدی:** توسعه پایدار، گردشگری دفاع مقدس، اثرات و پیامدها توسعه گردشگری دفاع مقدس،

قصرشیرین

۱۲- دانشجوی مقطع دکترای برنامه‌ریزی فضایی کارآفرینی مناطق روستایی، دانشگاه شهید بهشتی،

mirzaee\_farzad@yahoo.com، ۰۹۱۸۲۸۰۵۴۰۹

۱۳ - دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، عضو هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی تهران؛

## چکیده

بی گمان یکی از مهمترین عوامل توسعه فرهنگی و نشانه پویایی و تحرک هر جامعه رسانه ها هستند چرا که رسانه ها جایگه شایسته ای در تنویر افکار و ایجاد فضای مناسب برای گفت و گو و برخورد سالم و سازنده دارند و همچنین اهمیتی که رسانه های گروهی در ارتقای سطح آگاهی و تعالی فرهنگ و دانش عمومی دارند پر واضح می باشد. بدیهی است که توسعه فرهنگی، به معنای گسترده آن که در برگیرنده گشایش و گسترش گفت و گوهای فلسفی و فرهنگی و ادبی و هنری است، نه تنها عامل اصلی رشد خودآگاهی جمعی، بلکه زمینه ساز توسعه سیاسی و اقتصادی و پیشرفت علوم و در واقع نخستین پیش شرط حل بنیادی مسایل و رفع مشکلات فراگیر جامعه است. امروزه رسانه های جهانی نقش و جایگاه بی سابقه ای در کنترل و هدایت افکار عمومی یافته اند (خانیک، ۱۳۷۶: ۳۷).

علی رغم توسعه تکنولوژی در زمینه وسایل ارتباط جمعی، روزنامه ها هنوز هم، یکی از ابزارهای اطلاعاتی مهم به شمار می روند، چرا که روزنامه ها با سبک روزنامه نگاری جدید که نقش تشریح کنندگی به آن می دهد و با استفاده از زمان کافی در مرحله تهیه و انتشار می تواند تمام اطراف و جوانب وقایع را بررسی کند. (نورانی، ۱۳۸۹: ۱۰۲)

دفاع مقدس ملت ایران برگرفته از مکتبی عاشورایی بود که با رهبری امام خمینی(ره) برای حفظ اسلام و انقلاب اسلامی و عزت وطن شکل گرفت. در این جنگ نه تنها یک وجب از خاک ایران در دست نیروهای عراقی باقی نماند، بلکه عراق به عنوان کشور متجاوز به نظام بین الملل معرفی شد. مهم ترین دلیل گرامیداشت هفته دفاع مقدس، پاسداشت ارزشها و زنده نگه داشتن یاد و خاطره کسانی است که حماسه ساز و خلق کننده آن دوران طلایی هستند.

امروزه برای موفقیت در دنیای حرفه ای، باید حرفه ای شد. برای فعالیتهای تبلیغاتی در دنیای امروز باید با این اعتقاد به صنعت تبلیغات بنگریم که تبلیغات هزینه نیست، بلکه نوعی سرمایه گذاری بنیادی برای پیشبرد اهداف سازمانی و ملی می باشد، و اگر به خوبی تهیه و اجرا شود، دستاوردهای ارزشمندی به همراه خواهد داشت، و در این راستا هدف و وظیفه تبلیغات زنده نگه داشتن یاد و خاطرات هشت سال مردان غیور و زنان شیردل ایران زمین با ایمان، ولایتمداری، بصیرت و شهادت طلبیمی باشد که همزمان با دنیایی از کفر و استکبار جنگیدند و هزاران شهید و جانباز تقدیم انقلاب کردند؛ اما وجبی از خاک میهن را حتی برای لحظه ای زیر چکمه های دشمن غاصب تحمل نکردند.

پژوهش حاضر به دنبال نقش مطبوعات بر توسعه گردشگری دفاع مقدس و زنده نگه داشتن آن می باشد. این تحقیق از نوع کاربردی و روش تحقیق آن تحلیل محتوی یک دوره یکسال ۴ روزنامه کثیرالانتشار ایران است. یافته ها در دو بخش توصیف یافته ها و تحلیل یافته ها ارائه شده است، در جمع بندی توصیف یافته ها مبتنی بر نسبهها، کمترین و بیشترین نسبت ارائه می گردد و در بخش تحلیل یافته ها مبتنی بر آزمون، رابطه متغیرهای مورد بررسی به همراه نسبت خطا و اطمینان رابطه آورده شده است.

**کلید واژه:** دفاع مقدس، بازاریابی گردشگری دفاع مقدس، تبلیغات، کارکردهای رسانه

## بررسی تاثیر کارآفرینی و خلاقیت سازمانی کارکنان بر عملکرد سازمانی موزه ها با توجه به نقش تعدیل گر ساختار سازمانی (مطالعه موردی موزه دفاع مقدس)

میلاذ فطانت فرد حقیقی ۱۶

سمیرا دهمرده ۱۷

### چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه ی میان کارآفرینی و خلاقیت کارکنان سازمانی و عملکرد سازمانی موزه ها با در نظر گرفتن میزان تاثیر ابعاد ساختار سازمانی (رسمیت، پیچیدگی و تمرکز) بر رابطه میان این دو بوده است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر نحوه جمع آوری اطلاعات توصیفی-همبستگی و مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. جامعه ی مورد پژوهش کارمندان، بازدید کنندگان و مدیران موزه دفاع مقدس بوده اند. به منظور گردآوری داده ها جهت ارزیابی میزان خلاقیت و کارآفرینی کارکنان موزه به جای پرسشنامه چون امکان خود سانسور و تعصب (bias) وجود داشت از شیوه مشاهده مستقیم استفاده شد و جهت ارزیابی عملکرد موزه چون بازدید از موزه زمان بر بود و بازدید کنندگان حوصله چندانی برای پر کردن فرم پرسشنامه به خرج ندادند به صورت مصاحبه و با روش نمونه گیری دردسترس این امر صورت گرفت و در نهایت برای مشخص شدن ساختار سازمانی موزه به چارت سازمانی و حیطة نظارت و شیوه مدیریت و تصمیم گیری در ۵ سال اخیر در موزه دفاع مقدس مراجعه شد. برای بررسی روایی داده های جمع آوری شده، از روایی همگرا و واگرا و برای پایایی آن از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. تحلیل داده ها با استفاده از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر روش حداقل مربعات جزئی در نرم افزار Smart PLS انجام گرفت. نتایج نشان داد کارآفرینی و خلاقیت کارکنان و ابعاد آن بر عملکرد سازمانی موزه دفاع مقدس تأثیر مثبت و معناداری دارند اما نقش تعدیل گری ساختار سازمانی در میان این رابطه مورد تأیید قرار نگرفت.

**کلمات کلیدی:** کارآفرینی و خلاقیت کارکنان، عملکرد سازمانی، ساختار سازمانی، رسمیت، پیچیدگی، تمرکز

---

۱۶ دانشجوی دکترا مدیریت، دانشگاه تربیت معلم

۱۷ کارشناس ارشد کارآفرینی

## نقش آموزش از طریق باغ موزه های دفاع مقدس در ارتقای فرهنگ مقاومت نسل جوان

هادی مسعودی\*

### چکیده

مقاله حاضر به نقش آموزش از طریق باغ موزه های دفاع مقدس در ارتقای فرهنگ مقاومت نسل جوان می پردازد. طبق یافته های تحقیق مشخص گردید که باغ موزه های دفاع مقدس ظرفیت بالقوه ای برای آموزش و ارتقای فرهنگ مقاومت دارند اما متأسفانه تا به امروز آن طور که باید و شاید به آن توجه نشده است.

باغ موزه های دفاع مقدس باید به گونه ای سازمان یابند که از گنجینه هایشان در جهت اهداف فرهنگی استفاده شود. باغ موزه های دفاع مقدس باید دارای اهداف و نقش های گوناگون اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و تفریحی و جذاب برای نسل جوان باشند. این نوع کارکرد باغ موزه های دفاع مقدس می تواند نقش گسترده ای برای آموزش و آگاه سازی افراد در سنین مختلف به ویژه دانش آموزان و دانشجویان داشته باشند.

بر طبق نتایج تحقیق، دوران پر شکوه دفاع مقدس می تواند برای نسل جوان ابعاد گسترده ای داشته باشد که تا به امروز کمتر در مورد آن صحبت شده است و این انتقال مفاهیم و ارزش ها به بهترین شکل و نوع خود از طریق احداث باغ موزه های دفاع مقدس تجلی می یابد. متأسفانه به جزء باغ موزه های دفاع مقدس تهران و همدان که در این زمینه فعالیت دارند، برای نوجوانان و جوانان شهرهای مختلف امکان بهره گیری و شناخت مفاهیم دوران دفاع مقدس وجود ندارد و بر طبق یافته های پژوهش ضرورت توجه به توسعه متوازن و احداث باغ موزه هایی با اهداف ترویج فرهنگ مقاومت ضروری به نظر می رسد.

**واژگان کلیدی:** آموزش، فرهنگ مقاومت، توسعه فرهنگی، دفاع مقدس

---

\* کارشناس ارشد برنامه ریزی و رفاه اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی و روایتگر باغ موزه دفاع مقدس

[hmasodi@gmail.com](mailto:hmasodi@gmail.com)

«تأثیر مهارت‌های تعاملی بر توسعه فرهنگی و الگوهای رفتاری ایثار و شهادت در اردوهای راهیان نور  
(روحانیون اهل سنت استان گلستان در سالهای ۹۱ و ۹۳)»

حسین حدادی خراسانی \*

### چکیده

در مقاله پیش رو با توجه به حضور فعال و استقبال از دید و بازدید از مناطق جنگی، مشاهده شده است که برای گرایش بیشتر اقوام و قشرهای مختلف به ارزشهای ایثار و شهادت، تقویت مواردی همچون «اطاعت از ولایت فقیه - دفاع از منزلت انسان» و گسترش روحیه آزادمنشی پیشنهاد می‌گردد. به نظر می‌رسد که با مطالعات جامعه‌شناسی فرهنگی در عرصه مهارت‌های تعاملی برای توسعه فرهنگی می‌توان این فرهنگ را در جهت وفاق اجتماعی تقویت نمود، همچنین با انعکاس مواردی که ارزشهایی همچون آزادمردی امام حسین(ع) و یارانش در نهضت عاشورا، ارزشهایی که آزادمنشی جامعه را برانگیخته می‌سازد را نهادینه ساخت. همچنین در نظر گرفتن ویژگیهای ذهنی، روحی و روانی مخاطبان که باید در جهت متناسب بین پیام‌های درونی شده فرهنگی و مخاطبان ارتباطی باشد. تا مروجین و فرهنگ سازان این حوضه در کارشان توفیق یابند. و در خصوص مقابله با ریا و تملق در جامعه، روحیه ایثارگری و شهادت را در جامعه تقویت نمایند و همچنین احساس مسئولیت در برابر دیگران نیز از مواردی است که اگر در برنامه ریزی ها مد نظر قرار گیرد در تقویت، روحیه ایثار و شهادت مؤثر خواهد بود.

**کلید واژه ها:** راهیان نور، ایثار و شهادت، توسعه فرهنگی، روحانیون اهل سنت، الگوهای رفتاری

---

\* کارشناس مسئول پژوهش دفتر ولی فقیه در امور اهل سنت استانهای گلستان و گیلان، مدرس دانشگاه، تلفن:

۹۱۱۹۶۷۲۷۰۹



### چکیده

گردشگری جنگ که در دهه‌های اخیر مورد توجه گردشگران و برنامه‌ریزان قرار گرفته است، به معنای عزیمت گردشگر با هدف بازدید از جاذبه‌های مناطق جنگی و انگیزه‌ی کسب تجربه جدید، ثبت وقایع و برآوردن نیازهای فرهنگی، اجتماعی و معنوی می‌باشد. این نوع گردشگری که بعد از جنگ جهانی اول مرسوم شد با رویکردهای مختلفی چون رویکرد اسطوره‌ای، رویکرد مبتنی بر آگاهی تاریخی و تبادل فرهنگی، رویکرد سیاسی و رویکرد صلح‌طلبانه توسعه می‌یابد. گردشگری جنگ در بسیاری از کشورهای جهان نظیر فرانسه، انگلیس، روسیه، ژاپن، ترکیه، لهستان، ویتنام، آمریکا و بلژیک انجام می‌گیرد. در کشور ایران نیز گردشگری جنگ بعد از جنگ تحمیلی در استان‌های غرب و جنوب رواج یافت. مهمترین بُعد گردشگری جنگ در ایران میراث جنگ تحمیلی عراق علیه ایران یعنی بقایا و یادمان‌های دفاع مقدس می‌باشد. مهمترین راهکارهای توسعه گردشگری در ایران شامل بخش‌بندی بازار گردشگری جنگ بر اساس انگیزه‌های بازدید و انتظارات گردشگران؛ آگاه‌سازی و آموزش بخش‌های مختلف صنعت گردشگری و دیدارکنندگان به منظور داشتن دانش به ارزش‌های ملی، مذهبی و جنگی؛ تنظیم یک برنامه تفصیلی به منظور شناساندن سایت‌های گردشگری جنگ؛ تناسب برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری و تخصیص زیرساخت‌ها برای بازدید از مناطق جنگی متناسب با در نظر داشتن انگیزه‌های مختلف گردشگران؛ بهبود تسهیلات و امکانات گردشگری در مناطق جنگی؛ کمک به سازمان‌های میراث فرهنگی و گردشگری به منظور تدارک و هماهنگ کردن برنامه‌های جانبی و غیره می‌باشد.

**واژگان کلیدی:** گردشگری جنگ، میادین جنگی، کشورهای جهان، جنگ تحمیلی، راهکارهای توسعه.

## اثرات فرهنگی گردشگری جنگ بر گردشگران (منطقه مورد مطالعه: شلمچه)

دکتر منوچهر جهانیان؛ دانشگاه علم و فرهنگ

سپیده سمنانی جعفرآبادی<sup>۱۹</sup>؛ کارشناسی ارشد در رشته جغرافیا - برنامه ریزی گردشگری منطقه ای

### چکیده

گردشگری جنگ یکی از اشکال گردشگری است که در دهه های اخیر بویژه پس از جنگ جهانی دوم مورد توجه قرار گرفته است. بدیهی است برای پرکردن شکافهای موجود، نیازمند انجام تحقیقات هدفمند و سازماندهی شده می‌باشیم تا بر پایه نتایج بدست آمده زیرساختهای لازم جهت استفاده بهینه از توان موجود در کشور فراهم گردد. در این راستا پژوهش حاضر با هدف سنجش میزان اثرات گردشگری جنگ بر گردشگران ورودی داخلی یادمان شلمچه، در بعد فرهنگی شکل گرفته تا با شناخت اثرات فرهنگی گردشگری جنگ بر گردشگران ورودی موجبات تقویت آن فراهم شود و با ارایه پیشنهادهایی در زمینه تقویت اثرات مثبت فرهنگی گردشگری جنگ و به حداقل رساندن اثرات منفی حاصل از آن و فراهم سازی بستری مناسب در راستای توسعه گردشگری جنگ گام بردارد تا اندک تلاشی در زمینه غنای ادبی گردشگری جنگ و پر کردن شکاف موجود در ادبیات گردشگری جنگ داشته باشد. پژوهش حاضر از نظر نوع روش توصیفی-تحلیلی با هدف کاربردی - توسعه ای بوده و روش گردآوری داده ها از طریق اسنادی، مطالعات کتابخانه ای و پژوهش میدانی با تهیه و توزیع پرسشنامه محقق ساخته در منطقه شلمچه می باشد. حجم نمونه در این تحقیق ۳۶۵ نفر از میان گردشگران ورودی داخلی منطقه شلمچه بوده که با روش کوکران محاسبه شده و بصورت تصادفی انتخاب شده اند. داده های گردآوری شده به دو صورت توصیفی و استنباطی از طریق نرم افزار SPSS و با آزمون های T تک نمونه ای، میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات استخراج و تجزیه و تحلیل شده اند. نتایج تحقیق نشان می دهد مخاطبان ورودی این منطقه شامل اقشار مختلف اجتماعی در سطوح مختلف سنی و ... می باشد. بنابراین گردشگری جنگ یک نوع گردشگری عامه پسند محسوب می شود. نتایج میانگین و ضریب تغییرات متغیر حس میهن دوستی نیز نشان می دهد که میزان این اثرات با ۳,۵ است که نشان از تاثیرات نسبتا بالای گردشگری جنگ بر تقویت حس میهن دوستی است. همچنین می توان ابراز داشت که نوعی اشتراک نظر و کم بودن میزان ضریب تغییرات نظرات ارائه شده از سوی اقشار مختلف گردشگران مناطق جنگی وجود دارد. یعنی انواع گروه های

---

۱۹. نویسنده مسئول sepidehsemnani\_88@yahoo.com

این مقاله از پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علم و فرهنگ دانشکده علوم گردشگری رشته جغرافیا گرایش برنامه ریزی گردشگری منطقه ای با عنوان اثرات فرهنگی گردشگری جنگ بر گردشگران (منطقه مورد مطالعه: شلمچه) به راهنمایی دکتر منوچهر جهانیان برگرفته شده است.

تحصیلی، یا شغلی یا... با بالا بودن اثر گردشگری جنگ بر تغییر و تقویت باورها و عقاید دینی مردم اشتراک نظر دارند.

**کلید واژه:** گردشگری جنگ، اثرات گردشگری، اثرات فرهنگی گردشگری جنگ، یادمان شلمچه

## نگرشی نوین بر تعیین شاخص‌های مفهومی و موثر در توسعه گردشگری جنگ

ندا مجیدی راد- دانشجوی دکتری تغییرات آب و هوایی، دانشگاه خوارزمی.

سعید رحیمی هرآبادی- دانشجوی دکتری ژئومورفولوژی و مدیریت محیط، دانشگاه خوارزمی.

### چکیده

گردشگری جنگ در گونه شناسی گردشگری یکی از گردشگری‌های ترکیبی مبتنی بر میراث جنگی است که در ساختار خود مفاهیم گسترده فرهنگ، قومیت، طبیعت، مذهب و ... را در هم آمیخته است. این شاخه از دانش گردشگری به عنوان یکی از شیوه‌های جذب گردشگر در جهان کنونی است که سهمی از درآمدزایی و اشتغالزایی بخش گردشگری را به خود اختصاص داده است و از آنجا که کشور ما در تاریخ خود تجربه جنگ تحمیلی هشت ساله را داشته و پیامدها و آثار آن هنوز در استان‌های غربی و جنوب غربی پابرجاست، می‌توان با استفاده از این ظرفیت، به توسعه گردشگری و درآمدزایی در این مناطق کمک کرد. در این نوشتار مفاهیم گردشگری جنگ با رویکردی انتقادی مورد بررسی قرار گرفت و پس از آن شاخص‌های موثر در توسعه مفهومی آن به ویژه در گسترش دامنه ارتباطی این شاخه از گردشگری مورد مطالعه قرار گرفت. یافته‌های این نوشتار علاوه بر بازنگری بر مفاهیم گردشگری اشاراتی از دامنه ارتباطی گردشگری جنگ با تحکیم مفاهیم گردشگری نوستالژیک، همبستگی قومیتی- ملی، بازیابی خاطرات، گردشگری اقتصادی و واگذاری به بخش خصوصی، به عنوان شاخص‌های موثر در توسعه گردشگری جنگ انجام شد. زیرا نگرش ترکیبی به عنوان عیار اصلی و مکمل در تعیین شاخص‌های مفهومی و موثر در توسعه گردشگری جنگ از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

**کلید واژه:** گردشگری جنگ، گونه شناسی گردشگری، گردشگری تلخ، میراث جنگ، همبستگی ملی- قومی.

## گردشگری جنگ و بررسی دلایل و اهداف گردشگران در بازدید از مناطق جنگی و دستاوردهای حاصل از آن (منطقه مورد مطالعه: خوزستان، ایلام، کردستان، آذربایجان غربی، کرمانشاه)

تقی کریمیان<sup>۲۰</sup>

سپیده سمنانی جعفر آبادی<sup>۲۱</sup>

### چکیده

با توجه به افزایش و متنوع شدن گونه های گردشگری در جهان، یکی از انواع خاص گردشگری که در دهه های اخیر مورد توجه گردشگران و برنامه ریزان قرار گرفته است، «گردشگری جنگ» می باشد. این نوع گردشگری برای اولین بار و در سال های 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 جنگ هایی است که در تاریخ، حماسه ها و رشادت های آن ثبت شده است و برای گردشگران جذابیت های خاص خود را دارد. بنابراین بایستی برای آیندگان به بهترین نحو ممکن احیا شود و توسعه ی مطلوب گردشگری جنگ کمک شایانی به حفاظت از آنها می کند، بر این اساس پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی - توسعه ای، از نظر روش توصیفی - تحلیلی، اکتشافی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات و داده های مورد نیاز در دسته تحقیقات میدانی و پیمایشی قرار می گیرد، همچنین برای گردآوری داده ها نیز از پرسشنامه استفاده گردید که داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتن، همچنین جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق دو گروه (دو جامعه آماری) می باشد که گردآوری داده های اولیه پژوهش توسط آنها صورت گرفته است، این دو گروه شامل گردشگران وارد شده به سایت های جنگی منطقه و کارشناسان و نخبگانی هستند که به همراه کاروانهای اعزامی به مناطق مورد مطالعه آمده اند. نتایج حاکی از آن است که به طور کلی توجه به دلایل مربوط به حضور گردشگران در مناطق مورد مطالعه نشان داد که گردشگران تنها با اهداف معنوی به منطقه مورد مطالعه سفر کرده اند و گسترش گردشگری جنگ در منطقه اصلی ترین گونه گردشگری می باشد و اکثریت گردشگران وارد شده به منطقه هدفی جز دستیابی به آثار معنوی این مناطق نخواهند داشت. گردشگران از وضعیت موجود در منطقه رضایت دارند، هر چند که این میزان رضایتمندی در مواردی مانند ساماندهی خودروها و وضعیت پارکینگ برای خودروها کمتر و در مواردی دیگر مانند نحوه برخورد کارکنان سایت های گردشگری جنگ و مردم بومی بیشتر می باشد.

**واژگان کلیدی:** گردشگری جنگ، اهداف گردشگران جنگ، مناطق جنگی، دستاوردها

۲۰- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه اصفهان، t.karimian@ut.ac.ir، ۰۹۱۳۳۸۰۴۰۰۳

۲۱- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

## توسعه گردشگری موزه های دفاع مقدس و حفظ ارزش های دینی و فرهنگی جامعه

ربابه سلیمانی بیکانی، فارغ التحصیل کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم دانشگاه اصفهان

### چکیده

توجه به موزه های دفاع مقدس، مکان یابی و هدف ازتأسیس آنها، زیرشاخه ای از گردشگری فرهنگی محسوب می گردد که تلاش دارد مقاومت، ایثار و آرمان های جامعه را به همگان نشان دهد. این موزه ها ارتباط دهنده نسل گذشته و امروز و بیانگر شهادت طلبی، رشادت و حفاظت از ارزشهای ملی و اسلامی هستند و توجه به آنها می تواند راهکاری ارزنده در جهت افزایش علم و دانش و توسعه بصیرت و معرفت دینی افراد باشد. از این رو هدف از این مقاله توصیفی توسعه گردشگری موزه های دفاع مقدس و حفظ ارزش های دینی و فرهنگی جامعه می باشد. ضرورت دارد در گردشگری موزه های دفاع مقدس ارزش های فرهنگی و اسلامی ارج نهاده شوند و علاوه بر آن افراد مشتاق به بازدیدهای مجدد باشند و از سپری کردن اوقات فراغت خود در این موزه ها احساس لذت و نشاط روحی و معنوی نمایند. بر این اساس در این مقاله به اصولی مانند گردشگری پایدار در موزه های دفاع مقدس، حفظ ارزش های جامعه، تبادل فرهنگی، بیداری اسلامی و اتحاد ملی و اهمیت آموزش توجه شده است.

**کلمات کلیدی:** گردشگری پایدار، موزه دفاع مقدس، ارزش های جامعه، آموزش

## موزه های دفاع مقدس و راهکارهای ارتقای جایگاه گردشگری مناطق جنگی

مرضیه آرین پورا

سیده راضیه حسینی

### چکیده

تبیین دستاوردهای فرهنگی موزه های دفاع مقدس از ضروریاتی است که می تواند بن مایه تعیین کننده استراتژی حرکت و روند آتی انقلاب تلقی شود. یکی از اثربخش ترین روش های آشناسازی جوانان نسل سوم انقلاب با دستاوردهای جنگ تحمیلی و ترویج فرهنگ پایداری دفاع مقدس، حضور آنان در مناطق عملیاتی هشت سال دفاع مقدس، مشاهده آثار به جای مانده از آن دوران از نزدیک، و درک فضای معنوی این مناطق است. یکی از انواع گردشگری که در دهه های اخیر مورد توجه گردشگران و « گردشگری جنگ » برنامه ریزان قرار گرفته است. گردشگری جنگ نیز به عنوان یکی از شاخه های تخصصی، مهم و پرجاذبه در صنعت گردشگری طرفداران زیادی دارد و همه ساله میلیونها نفر در قالب تورهای مناطق جنگی از جاذبه های گردشگری جنگ دیدن می کنند. در طرح پژوهش حاضر سعی شده با بررسی موزه های دفاع مقدس و بررسی گردشگری جنگ، راهکارهایی به منظور توسعه گردشگری ارایه گردد.

## نقش فرهنگی موزه ها و گردشگری جنگ در برقراری ارتباط بین نسل امروز با نسل دوران دفاع مقدس

نویسنده: شاهین امیرشقایق، کارشناس ارشد معماری، مدرس گروه معماری دانشکده هنر و معماری واحد تهران جنوب دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

### چکیده

موزه جنگ می تواند نقش مهمی در انتقال ارزش های اجتماعی و اعتقادهای معنوی جامعه به نسل های جوان تر ایفا نمود و از این طریق نیز به همبستگی ملی کمک کند، اما این مهم در گرو شناخت دقیق و علمی نیازها، انگیزه ها و هدف های مردم به طور عام و مخاطبان موزه به طور خاص است؛ چرا که موزه جنگ برای مردم و پاسخگویی به نیازهای آنها دایر می شود و تنها در صورتی می تواند نقش و کارکرد خود را با موفقیت ایفا نماید که از نیاز مخاطبان خود، آگاهی داشته باشد تا بر اساس آن، محتوای خود را سامان دهد. نظر به اینکه حیطه شناخت مخاطبان یعنی میزان آشنایی و آگاهی آنها در مورد یک مسئله، تا هدف های عاطفی و حتی روانی آنها در روند فعالیت های یک موزه و از آن جمله موزه های جنگ بسیار حائز اهمیت است، لذا ضرورتا شناخت هدف ها، سلیق و نیازهای مخاطبان در موزه های جنگ می تواند ضمن کمک به نحوه انتقال میراث تاریخی، فرهنگی و ارزش های وطن دوستانه و همبستگی ملی، با جذب گردشگران (مخاطبان) موجب درآمد زایی و رونق اقتصاد کشور شوند.

**کلید واژه:** موزه، جنگ، مخاطبان، انگیزه، گردشگری، اهداف،



## بررسی نقش موزه های دفاع مقدس در توسعه گردشگری فرهنگی

مریم خلیل زاده مقدم، کارمند باغ موزه دفاع مقدس تهران

ابوالفضل صادقپور فیروزآباد، مربی و عضو هیات علمی دانشگاه هنر شیراز، گروه موزه، شیراز، ایران

### چکیده

بازدید از یادمان های دفاع مقدس و به عبارتی گردشگری دفاع مقدس، کمک بسیاری به ترویج و نشر ارزش های والای دفاع مقدس و انتقال صحیح آن به نسل های آینده است. در همین راستا، بررسی نقش موزه های دفاع مقدس در توسعه گردشگری فرهنگی، به عنوان مسأله اصلی این مقاله مطرح است. در عصر کنونی گردشگران فراوانی با هدف بازدید از موزه ها به مسافرت می روند، لذا کارشناسان و برنامه ریزان گردشگری جهان برنامه ها و تبلیغات خاص و درازمدتی در مورد موزه های کشورشان، را با هدف جذب گردشگر در دستور کار خود قرار داده اند. این موضوع نشان می دهد که جذب گردشگر یکی از مهمترین کارکرد موزه ها تلقی می شود و این امر رویدادی به شمار می آید که در گستره جهانی رو به گسترش و فزونی است. در طول تاریخ، فرهنگ نقش مهمی در گسترش گردشگری فرهنگی ایفا کرده است که یکی از اشکال مورد علاقه گردشگری، میان علاقمندان به فرهنگ ایثار و شهادت بازدید از موزه های دفاع مقدس می باشد. چون حفظ و زنده نگه داشتن آثار فرهنگی به جا مانده مربوط به مقوله دفاع مقدس می تواند در تقویت هویت ملی و فرهنگی جامعه نقش بسزایی ایفا نمایند. در این پژوهش به روش توصیفی و تحلیلی به بررسی نقش موزه های دفاع مقدس در توسعه گردشگری فرهنگی می پردازیم و نتایج حاصل از پژوهش نیز بیانگر آن است که نقش و جایگاه موزه های دفاع مقدس در جذب گردشگری فرهنگی تا چه اندازه موثر و مفید است و چگونه می توان از این قابلیت ها در جذب گردشگران به این نوع از موزه ها استفاده کرد. روش این پژوهش بصورت توصیفی - تحلیلی و روش گردآوری مطالب به صورت کتابخانه ای است.

**واژگان کلیدی:** دفاع مقدس، موزه، گردشگری فرهنگی، آثار فرهنگی، گردشگر

## نقش موزه های دفاع مقدس در جایگاه دیپلماسی عمومی گردشگری دفاع مقدس

سید محمد موسوی ۲۲

### چکیده

هدف: شناسایی نقش موزه های دفاع مقدس در جایگاه دیپلماسی عمومی گردشگری دفاع مقدس در کشورمان است. روش: این مقاله با روش توصیفی تحلیلی نگاشته شده و از لحاظ گونه‌شناسی، در حیطه مطالعات کتابخانه‌ای و در دسته کاربردی جای می‌گیرد. یافته ها: با توجه به روند رو به رشد و استقبال گسترده مخاطبان از موزه های دفاع مقدس، به نظر می‌رسد که این موزه ها به عنوان یک دیپلماسی عمومی قدرتمند گردشگری دفاع مقدس مطرح اند و از طرفی فرصت خوب برای مسئولان و دست اندرکاران کشورمان است تا از ظرفیت این موزه ها جهت معرفی و شناخت هرچه بهتر هشت سال جنگ تحمیلی را که از سوی نظام سلطه بر کشورمان تحمیل شده است، به گردشگران به تصویر بکشانند. نتیجه‌گیری: موزه های دفاع مقدس ظرفیتی قابل توجه دارند که می‌توانند به گردشگران و مخاطبان خود، به ویژه گردشگران خارجی و نسل جدید پس از انقلاب اسلامی، مفاهیمی چون: شهامت، ایثار، از خودگذشتگی، وفاداری و مظلومیت مردم سرزمینمان را نمایش دهند.

**واژگان کلیدی:** دیپلماسی عمومی، گردشگری، دفاع مقدس، موزه های دفاع مقدس

## چکیده

مسئله آسیب شناسی فرهنگ سازمانی، در سازمان ها مسئولین را قادر می سازد تا مسایل در این زمینه را اولویت بندی کنند و ادراکات و انتظارات زیرمجموعه های خود را شناسایی نمایند تا بدینوسیله بتوانند شکاف بین وضع موجود و مطلوب را بهبود بخشند. این پژوهش برای بررسی وضعیت فرهنگ سازمانی در باغ موزه دفاع مقدس انجام گرفته است. پژوهش حاضر از نوع پیمایشی و کاربردی بوده و جامعه آماری این پژوهش، تعدادی از ذینفعان صنعت گردشگری شامل اعضای هیئت علمی دانشکده های گردشگری، مدیران و کارکنان بخش های خصوصی و دولتی صنعت گردشگری و دانشجویان گردشگری می باشد. در این مقاله از مدل دنیسون که مدلی جدید و کامل است استفاده شده است. داده ها با استفاده از پرسشنامه استاندارد دنیسون جمع آوری، و با استفاده از تکنیک TOPSIS فازی مولفه های آن براساس هر بُعد اولویت بندی گردیدند. یافته ها نشان می دهد که به ترتیب در ابعاد اشتیاق به کار، ثبات، انطباق پذیری و رسالت، شاخص های "علاقمندی و پیگیری مشتاقانه مدیران و کارکنان برای انجام وظایف و مسئولیت های محوله"، "وجود مجازات در زمینه بی توجهی به ارزش های سازمان" شناخت و درک عمیق مدیران از خواسته ها و نیازهای گردشگران"، "مشخص بودن اهداف و جهت بلندمدت در سازمان" با اهمیت ترینند.

**واژگان کلیدی:** فرهنگ سازمانی، مدل دنیسون، باغ موزه دفاع مقدس، ذینفعان گردشگری

## گردشگری دفاع مقدس و اثرات آن بر توسعه و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت

حمید حیدریناه ۲۴

### چکیده

در عصر حاضر که به مدد پیشرفت های تکنولوژیک، رشد شبکه های ماهواره ای و فضای مجازی شاهد افزایش حجمه های فرهنگی هستیم، تقویت فرهنگ ایثار و شهادت به عنوان یکی از مهمترین و اساسی ترین جنبه های مهم فرهنگ ما، بیش از گذشته از اهمیت ویژه ای برخوردار شده است. بدون شک دوران هشت ساله ی دفاع مقدس به دلیل شرایط و ویژگی های خاصی که داشت، یکی از پراهمیت ترین و تاریخی ترین دوران انقلاب اسلامی بود که مهمترین ویژگی آن ایجاد شور و نشاط انقلابی و ترویج روحیه ی ایثار، شهادت و معنویت بود. سالها از جنگ گذشته و بهترین راه برای بازخوانی و احیای آن دوران مستندسازی، ایجاد موزه ها، خاطره نگاری و از همه مهم تر نمایش مناطق عملیاتی آن دوران است که در قالب اماکن مورد بازدید برای اردوهای راهیان نور و همچنین توسعه ی گردشگری دفاع مقدس، قابل بازیابی است. این پژوهش به بررسی رابطه ی بین گردشگری دفاع مقدس و نقشی که در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت دارد، می پردازد و به روش اسنادی و کتابخانه ای در کنار فرا تحلیل پژوهش های صورت گرفته در این زمینه انجام گرفته و تلاش شده مهمترین زوایای این مقوله، تعاریف، عوامل موثر و در پایان راهکارهای اجرایی در این خصوص پیشنهاد شود.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، جنگ، ایثار و شهادت، راهیان نور.

---

۲۴ دکترای جامعه شناسی فرهنگی، مدرس دانشگاه علمی کاربردی فرهنگ و هنر تهران، واحد ۹۹ ایمیل:  
hamidheydar2009@gmailcom

۲۴ کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش بازاریابی جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی [mhdshrb@gmail.com](mailto:mhdshrb@gmail.com)

## باغ موزه های دفاع مقدس و صنعت گردشگری (بازار داخلی و خارجی)

محمد برسم

### چکیده

امروزه با توجه به افزایش و متنوع شدن گونه های گردشگری در عصر جدید، گردشگری با عناوینی چون جنگ، تلخ و یا سیاه نیز به گونه های رایج گردشگری افزوده شده و مورد توجه گروه کثیری از علاقمندان به این صنعت قرار گرفته است. مقاله حاضر به بررسی باغ موزه های دفاع مقدس با تأکید بر نقشی که این باغ موزه ها می توانند بر صنعت گردشگری و توسعه آن داشته باشند، پرداخته و پیامدهای احتمالی آن را بررسی می کند که برای جمع آوری داده ها و اطلاعات مورد نیاز، از روش کتابخانه ای، مقاله ها و منابع اینترنتی استفاده شده است. نتایج بدست آمده نشان می دهد که بین باغ موزه های دفاع مقدس و دستاورد حاصل از آن و صنعت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. در نتیجه می توان این امید را داشت که گردشگری و باغ موزه های دفاع مقدس بتواند جایگاهی مناسب در راستای رونق صنعت گردشگری در کشور ایفاء کند که بدین منظور می توان تبلیغات و بازاریابی گردشگری و همچنین بازدید از باغ موزه های دفاع مقدس را در برنامه های مراکز آموزشی کشور مد نظر قرار داد.

**کلید واژه ها:** باغ موزه، دفاع مقدس، میراث فرهنگی، صنعت گردشگری

### چکیده

طرح پیش رو، طرح جامع بازاریابی باغ موزه دفاع مقدس تهران می باشد که اهدافی چند بعدی از جمله افزایش تعداد مخاطبان، کسب حداکثری سود اقتصادی، ایجاد برند ملی و بین المللی و مطرح شدن بیشتر در بازارهای رقابتی صنعت گردشگری حال حاضر دنیا را دنبال می کند. محقق ابتدا به روش اسنادی، مبانی نظری طرح را با تکیه بر مدل بازاریابی کاتلر بنا نهاده و در مرحله دوم با استفاده از ابزار پرسشنامه میان بازدیدکنندگان و کسب نظر از خبرگان امر (روش دلفی) به پیمایش پرداخته و نهایتاً با تجزیه و تحلیل اطلاعات کسب شده، راهکارهایی را برای نیل به اهداف ذکر شده ارائه می نماید.

**واژگان کلیدی:** بازاریابی، باغ موزه، دفاع مقدس، گردشگر، مخاطب.

### چکیده

امنیت ملی کشورها تحت تأثیر متغیرهای بین المللی و منطقه ای که کانونهای بحران محسوب می شود همواره مورد تهدید قرار دارد هر چه بردامنه ی گسترش جهانی شدن و ابعاد آن افزوده می شود، نسبت به آن دسته از کشورهایی که آسیب پذیری بیشتری دارند این تهدیدات در عرصه های مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تشدید خواهد شد. بنابراین پدیده جهانی شدن به مثابه تهدیدی بر امنیت ملی کشورها قابل بررسی کارشناسی است. این مطلب موجب طرح سؤالات بسیاری خواهد بود که برخی از سؤالات به ماهیت جهانی شدن و ابعاد آن مربوط می شود که در این مقاله متغیر مستقل فرضیه ی تبیینی خواهد بود و برخی به شرایط امکانات و موقعیت جغرافیایی و فرهنگی جوامع در تقابل با جهانی شدن. در این باره سؤال این است که جهانی شدن چگونه و در چه سطحی بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران تأثیر می گذارد. مؤلفه هایی چون تنوع و تعدد بازیگران جهانی شدن یا جهانی سازی، انتزاعی بودن تعبیری که از مفهوم جهانی شدن استنباط می شود، وجود منافع و محدودیتها، نیتها و پروژه هایی برای اهداف مشخص و اینکه جهانی شدن را در چارچوب تئوریک با سه رویکرد پروژه، پروسه و پدیده مورد توجه قرار داده می شود. از سویی موقعیت منطقه ای و بین المللی ایران، شرایط اقتصادی، قرابتها، فرهنگی، موقعیت ژئوپلیتیک سبب می شود رهیافتهای مختلفی در پاسخ به سؤال فوق پیش روی مخاطب خواهد بود که این امر بستگی دارد به مرتبط ساختن فرض های احتمالی مورد نظر در دو متغیر مستقل و وابسته ی موضوع جهانی شدن و امنیت ملی جمهوری اسلامی.

در این مقاله سعی شده است با توجه به پاسخ سؤال اصلی فرضیه ی طراحی و ارائه شده تحت عنوان ذیل معرفی شود.

جهانی شدن چه به مثابه پروسه و پروژه و یا پدیده بر امنیت ملی جمهوری اسلامی تأثیر گذار است. این تأثیرات بستگی به ایفای نقش بازیگران و نخبگان جمهوری اسلامی و سیستم مدیریتی کلان کشور دارد. با توجه به زمینه های مناسب و امکانات فرهنگی، سیاسی، ژئوپلیتیکی ایران، جهانی شدن می تواند فرصتهای جدی و مناسبی که تضمینی است بر امنیت ملی را برای کشور فراهم کند. در غیر این صورت به حذف فرصتها و تهدید امنیت ملی جمهوری اسلامی منجر خواهد شد.

## گردشگری، دفاع مقدس، فرهنگ ایثار و مقاومت

رقیه شجاع میاردان، کارشناس ارشد گروه گردشگری پژوهشگاه میراث فرهنگی

### چکیده

ارزش‌های دفاع مقدس در جامعه اسلامی ما جزء ارزش‌های اجتماعی قلمداد شده که به سطح ارزش‌های ملی-مردمی رسیده‌اند و اینک دغدغه حفظ و انتقال فرهنگ ایثار و مقاومت به نسل آینده مساله‌ای اجتماعی محسوب می‌شود. این ارزش‌ها با توجه به جذابیت و عمقی که دارند می‌توانند در فضائی نو همراه با قالبی مناسب به عرصه گفتمان فرهنگی وارد شوند، به همین دلیل تحقیق حاضر به تحلیل محتوای جلوه‌های ایثار، مقاومت و دفاع مقدس پرداخته است. هدف از این پژوهش بررسی و تحلیل فرهنگ ایثار و مقاومت و نحوه انتقال آن به نسل‌های آینده و همچنین تبیین انواع گردشگری است که از دفاع مقدس مشتق می‌شود. روش تحقیق توصیفی تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای با هدف تبیین ابعاد و مولفه‌های مدل فرهنگ دفاع مقدس در ایران و ارتباط آن با صنعت گردشگری است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که ابعاد هویتی فرهنگ دفاع مقدس حکایت از خاستگاه ایرانی اسلامی آن بوده و مرتبط با استقلال و بالندگی کشور و پررنگ شدن فرهنگ ایثار و مقاومت و رشد گردشگری جنگ می‌باشد.

**واژه‌های کلیدی:** گردشگری، گردشگری جنگ، دفاع مقدس، یادمان‌های جنگ، ایثار و مقاومت



### چکیده

گردشگری و درآمدهای موجود در صنعت گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکانهای اصلی اقتصاد تجارت جهانی می‌باشد. افزون بر این بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان یکی از ارکان توسعه پایدار یاد می‌کنند. صنعت گردشگری به عنوان زمینه مؤثری در توسعه اقتصادی، اجتماعی، مسایل زیست محیطی و کالبدی فرهنگی در شهرهای مختلف مطرح می‌باشد و می‌تواند جهت شکوفایی اقتصادی، ارتباطات فرهنگی بین شهرهای مختلف ملی و بین المللی گامهای مؤثری در راستای تحقق توسعه پایدار شهری بردارد. در این راستا مکان های فرهنگی و از جمله مکان‌ها و یادمان‌های شهدا، مناطق عملیاتی دوران دفاع مقدس و موزه‌هایی که به منظور حفاظت و سیانت از دستاوردهای دفاع مقدس تشکیل گردیده با داشتن عملکردهای فرهنگی و مذهبی دارای پتانسیل بالایی جهت تبدیل به مکان‌هایی پایدار جهت گردشگری می‌باشند که توجه و اهمیت مسئولین امر را جهت پایداری و دوام بیشتر گردشگری را در سطح ملی و بین المللی می‌طلبد. در این رابطه، موزه‌های دفاع مقدس از پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران برخوردار بوده که علاوه بر رونق اقتصادی، به آشنایی بیشتر مردم و به خصوص نسل جوان با آموزه‌های انقلاب اسلامی و رشادتهای رزمندگان اسلام کمک شایانی می‌کند. مقاله حاضر با هدف بررسی نقش های بالقوه فعالیتهای بازاریابی در توسعه گردشگری موزه های دفاع مقدس انجام داده است.

**کلید واژگان:** بازاریابی، گردشگری، دفاع مقدس و موزه

## تفسیر معناشناختی موزه‌های دفاع مقدس و نقش آنها در انتقال ارزش‌های ایثار و مقاومت

علیرضا قبادی ۲۷، نرگس شجاعی ۲۸

### چکیده

هدف از تحقیق حاضر تفسیر معناشناختی موزه‌های دفاع مقدس و نقش آنها در انتقال ارزش‌های گذشت، ایثار و مقاومت است. کارکرد اصلی موزه‌های دفاع مقدس درک معانی فرهنگی دفاع مقدس (گذشت، ایثار و مقاومت) است به گونه‌ای که مخاطب بتواند به صورت روحی و فیزیکی معنای فرهنگی دفاع مقدس را درک نموده و دفاع مقدس که بخشی از حافظه تاریخی ملت ایران است حفظ شود.

این پژوهش در چارچوب نظریه تفسیرگرایی کلیفورد گیرتز انجام شده است. در این نظریه به ساخت، کارکرد، نشانه‌شناسی و معنی‌شناسی پدیده‌های فرهنگی دفاع مقدس توجه شده است و با توجه به این چارچوب نظری و بنابر رهنمود کلیفورد گیرتز در بخش روش از رویکرد اتنوگرافی و برای جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه عمیق، مصاحبه با متخصصان، مصاحبه اپیزودیک و مشاهده مستقیم به همراه استفاده از اسناد و مدارک استفاده شده است. در این مقاله به بررسی دقیق زوایای معنایی موضوع در باغ موزه دفاع مقدس تهران پرداخته شده است. نتیجه مطالعه حاضر که از بررسی ابعاد معماری (تداعی کننده فضا و مکان دوران دفاع مقدس در ذهن مخاطب)، تجهیزات جنگی (تداعی کننده نوعی نیروی اراده و قدرت در پس ابزار جنگی ساده در برابر ابزارآلات جنگی قدرتمند دشمن)، ابزار معنوی (تداعی کننده ایمان و تقوای رزمندگان و نیروی الهی پشتیبان) و تصاویر و فیلم‌ها به دست آمده است نشان می‌دهد که اگرچه موضوعاتی که در موزه به نمایش درآمده ارزش‌های دفاع مقدس را منتقل می‌کند اما ساختار موزه به گونه‌ای است که ظرفیت مناسب را برای القاء پیام دفاع مقدس ندارد.

**کلمات کلیدی:** دفاع مقدس، موزه، مقاومت، فرهنگ، ارزش

---

۲۷ استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی

۲۸ دانشجوی دکتری سیاستگذاری فرهنگی دانشگاه خوارزمی؛ [narges.shojaie@gmail.com](mailto:narges.shojaie@gmail.com)

## نقاشی دیواری با موضوع دفاع مقدس به مثابه فرصت جذب گردشگر

سید موسی پورموسوی ۲۹ امیرمسعود احمدی ۳۰ زهرا داورپناه ۳۱

### چکیده

با توجه به افزایش و متنوع شدن گونه‌های گردشگری در جهان، در سال‌های اخیر گونه‌ی جدیدی از گردشگری تحت عنوان گردشگری سیاه به انواع متداول گردشگری اضافه گردید. یکی از شاخه‌های گردشگری سیاه، گردشگری جنگ است که بیان‌گر آن است که در آینده‌ی نه چندان دور مناطق مرتبط با جنگ بی‌گمان یکی از پُر بیننده‌ترین انواع جاذبه‌های گردشگری جهان خواهد شد. پتانسیل‌های مرتبط با گردشگری جنگ دارای انواع مختلفی از جمله نمایشگاه‌ها، موزه‌ها، گورستان‌ها، یادمان‌ها، محل انجام نبردهای سهمگین، اردوگاه‌های کشتار جمعی می‌باشد. در این میان نقاشی‌های دیواری مرتبط با موضوع جنگ می‌تواند به‌عنوان یک جاذبه‌ی بالقوه برای جذب گردشگر مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد. پژوهش پیش‌رو با استفاده از روش کیفی گروه‌های متمرکز (فوکوس گروپ) و با بهره‌مندی از آراء متخصصان این حوزه نسبت به شناسایی پنج شاخص ارتقاء کمی - کیفی، توسعه‌ی منابع انسانی، سیاست‌های اجرائی، برنامه‌ها و فعالیت‌های اثر بخش بازاریابی و تسهیل روندهای تبلیغی با استفاده از آزمون‌های t تک نمونه، آزمون فریدمن و Chi-Square اقدام نموده و در نهایت به اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر جذب گردشگری دست یازیده است. نتایج به‌دست آمده مبین آن است که شاخص «توسعه منابع انسانی» دارای بیشترین تأثیر و «حفظ و ارتقاء کمی - کیفی نقاشی‌های دیواری دوران دفاع مقدس» دارای کم‌ترین تأثیر در بین عوامل مؤثر بر جذب گردشگری می‌باشد.

**واژگان کلیدی:** گردشگری جنگ، نقاشی دیواری، دفاع مقدس، جذب گردشگر

---

۲۹ دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد صفادشت، رئیس مرکز آموزش عالی دانشکده علمی کاربردی شهرداری تهران.

۳۰ نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات،  
ahmadi.amir.m@gmail.com

۳۱ دانشجوی دکتری آموزش زبان فرانسه دانشگاه تربیت مدرس، نشانی الکترونیکی:

## بررسی نقش ولایت فقیه در دفاع مقدس

مرتضی اکبری ۳۲؛ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، مدرس دانشگاه پیام نور ابهر

زهرا اکبری ونه آباد ۳۳؛ دانشجوی کارشناسی رشته حسابداری دانشگاه پیام نور ابهر

### چکیده

هدف این مقاله بررسی نقش ولایت فقیه در دفاع مقدس می باشد. روش تحقیق در این مقاله کتابخانه ای می باشد. در دوران دفاع مقدس، امام خمینی(ره) با ایجاد پیوند میان مذهب، جتگ تحمیلی و نظام سیاسی و قداست بخشیدن به حضور در جبهه‌ها، نقش بی بدیلی در سرنوشت ملی و نظام سیاسی ایران ایفا کرد. این نقش در دوران دفاع مقدس برای پیشبرد جنگ و عملیات‌ها بسیار با اهمیت و تعیین کننده بود. در عملیات خیبر، راهنمایی و خواسته امام (ره) از فرماندهان و رزمندگان مبنی بر «لزوم حفظ جزایر» و در قبل از عملیات، با ترغیب مردم برای حضور در جبهه نقش معنوی تعیین کننده ای در موفقیت نسبی این عملیات داشت. در این مقاله تلاش بر این است که این تأثیرگذاری با نگاهی علمی و مستند مورد تحلیل قرار گیرد. نفوذ معنوی امام خمینی(ره) در میان رزمندگان و فرماندهان باعث ایجاد رابطه مریدی-مرادی میان آنها شد و در طول دوران دفاع مقدس در عملیات‌های مختلف نشانه‌های این رابطه صورت عینی پیدا کرد. در جریان تجاوز عراق به ایران، ممانعت از سقوط آبادان، آزادسازی و شکستن حصر آبادان، عملیات‌های طریق القدس، فتح المبین و بیت المقدس و نیز عملیات خیبر و تا پایان جنگ این نقش و تأثیرگذاری عمیق بر تصمیم‌گیری‌ها و مقاومت‌ها از ناحیه دستورات و یا پیام‌های امام، در جبهه‌ها نمایان است.

**کلیدواژگان:** جنگ ایران و عراق، امام خمینی (ره)، دفاع مقدس، عملیات خیبر.

---

۳۲ آدرس: اهر-شهرک شیخ شهاب الدین اهری-خیابان امام خمینی- دانشگاه پیام نور اهر؛

Mortezaakbari59@gmail.com

۳۳ آدرس: اهر-آموزش و پرورش اهر-شهرک شیخ شهاب الدین اهری- خیابان امام خمینی- دانشگاه پیام نور اهر.

## تجلی ادبیات عاشورایی در فرهنگ نامه دفاع مقدس

مرتضی اکبری ۳۴؛ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، مدرس دانشگاه پیام نور اهر

زهرا اکبری ونه آباد ۳۵؛ دانشجوی کارشناسی رشته حسابداری دانشگاه پیام نور اهر

### چکیده

بررسی چگونگی تجلی ادبیات عاشورایی در فرهنگ نامه دفاع مقدس مسأله اصلی این پژوهش است که پژوهشگر با انجام پژوهشی توصیفی و تحلیلی و گردآوری داده های مبتنی بر منابع کتابخانه ای و با به خدمت گرفتن نظریه گفتمان دینی و فرهنگ عاشورایی ملت بزرگ ایران در تلاش برای یافتن پاسخ آن برآمده است. فرهنگ و ادبیاتی که در دفاع مقدس تولید شد و بر رفتار و تولیدات تبلیغی ما کاملاً حاکم بود. آمیزه ای از حماسه و عرفان و مبتنی بر نگرش عاشورایی بود. عشق به سالار شهیدان کربلا یک بنیان و فرهنگ بود. در این راستا، حضرت امام خمینی (ره) نیز شهادت‌ها، پیروزی‌ها و فداکاری های مردم را محصول کربلاء می دانستند و پس از هر پیروزی می کوشیدند تا حلقه اتصال به کربلاء را قوی تر و ارتباط روحی و معنوی رزمندگان را با عاشورا مستحکم تر سازند. بنابراین دفاع مقدس با استفاده از سرمایه فرهنگ و روح عاشورایی ونهضت اباعبدالله الحسین(ع) و فداکاری فرزندان و یاران او، فرهنگ و ادبیاتی رویش پیدا کرد که در همه گفتارها، خطابه ها، رهنمودها، مکاتبات، داستان‌ها، وصایا، بیانیه‌ها، شعارها و سرودها، محتوای مراسم تودیع، استقبال و اعزام رزمندگان به جبهه ها، مراسم تشییع شهداء، سفارش ها، آداب و سلوک رزمندگان و آزادگان و ... ظهور و بروز یافت و رفتار و روحیه رزمندگان را متأثر ساخت که به نمودهایی از تجلی این دلبستگی در بخش های مختلف مقاله اشاره می شود و در نتیجه تأثیرگذارترین عامل معنوی در دوران دفاع مقدس، فرهنگ عاشورایی می باشد.

**کلید واژگان:** امام خمینی(ره)، دفاع مقدس، عاشورا، مذهب، ولایت.

---

۳۴ آدرس: اهر-شهرک شیخ شهاب الدین اهری-خیابان امام خمینی- دانشگاه پیام نور اهر؛

Mortezaakbari59@gmail.com

۳۵ آدرس: اهر-آموزش و پرورش اهر-شهرک شیخ شهاب الدین اهری- خیابان امام خمینی- دانشگاه پیام نور اهر.

### چکیده

در طول تاریخ، ملل پیروز و یا شکست خورده از جنگ ها با هر پایه‌ی تمدن، به تناسب معیارهای ارزشی حاکم در آن دوره و جامعه، وقایع جنگی را به گونه‌ای خاص خود بیان و عرضه می‌کنند (اصغریان جدی، ۱۳۷۸).

امروزه اکثر هنرهایی که در خدمت حفظ آثار جنگ درآمده اند، متأثر از مکاتب مختلف هنری رایج محسوب می‌شوند که موضوع آن‌ها در رابطه با جنگ قرار دارد. این هنرها عمدتاً مشتمل بر: ادبیات، فیلم، عکاسی، نقاشی، مجسمه سازی، بنای یادبود (مونومان)، آرامگاه شهدا، حفظ آثار تخریب، طراحی میادین، طراحی موزه ها و معماری داخلی و ... هستند (همان منبع). یکی از بهترین راه‌های حفظ آثار جنگ و انتقال مفاهیم و ارزش های جامعه در زمان جنگ به نسل های آتی، بازدید گروه‌های مختلف از این آثار و یادبودها و به عبارتی گردشگری جنگ می‌باشد. امروزه گردشگری جنگ در دنیا علاوه بر اینکه فرصتی برای تجلیل از زرمندگان مدافع هر کشور می‌باشد، به عنوان کلاسی برای آموزش و ترویج فرهنگ صلح و نشان دادن پیامدهای ویرانگر جنگ و خشونت به نسل های بعدی و مرور درس‌ها و عبرت‌هایی که می‌توان از آن نبردهای خونین گرفت، مورد بهره برداری قرار می‌گیرد. یکی از مهمترین و اثربخش ترین جاذبه های گردشگری جنگ موزه ها می‌باشند که می‌توانند نقش حائز اهمیتی در توسعه گردشگری جنگ در کشور داشته باشد.

## بررسی رابطه بین بهداشت روان و دینداری زائرین راهیان نور بازدید کننده مناطق جنگی دفاع مقدس

حسین سراوانی

شروین وفا

رضا پوربهرام

### چکیده

حفظ فرهنگ شهادت یکی از نمادهای دینداری اسلامی می باشد موجبات تغییراتی در تار و پود زندگی و نگرش افراد گردد که سلامت روانی آنها را نشانه می گیرد. دین می تواند مهار تکانه های روحی و جسمی مؤثر باشد. این پژوهش به منظور بررسی بین بهداشت روان و دینداری زائرین راهیان نور بازدید کننده از مناطق جنگی دفاع مقدس در هر دو جنس زن و مرد در میانگین سنی ۲۰ تا ۳۵ در منطقه اعزام شده اند، می پردازد. جهت سنجش متغیرها از پرسشنامه دینداری کرمی - شعیری (۱۳۸۶) و پرسشنامه سلامت روان ۲۸ سوالی استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش کلیه افراد اعزام شده زن و مرد که در قالب کاروانهای راهیان نور مساجد منطقه ۲ تهران به تعداد ۷۵۵ نفر شامل می شود که ۸۵ نفر به صورت تصادفی طبقه ایی به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج تحلیل ها نشان داد که بین دینداری و سلامت روان زائرین مناطق جنگی رابطه معنی داری وجود دارد: ( $P < 0/0001$ ) به این معنی که هر چه میزان دینداری زائرین مناطق جنگی بیشتر باشد از سلامت روان بیشتری برخوردارند.

**کلید واژگان:** بهداشت روانی، دینداری، فرهنگ شهادت، راهیان نور، مناطق جنگی دفاع مقدس

## بهره گیری از دستاوردهای مناطق جنگی برای توسعه گردشگری دفاع مقدس و اشاعه آن در باغ موزه های دفاع مقدس

امین صفدری، دانشجوی دکترای تخصصی برنامه ریزی شهری دانشگاه تهران ۳۷.  
فاطمه قربانی دانش آموخته کارشناسی شهرسازی، دانشگاه پیام نور.

### چکیده

در طول تاریخ، ملت‌های پیروز و یا شکست‌خورده از جنگ‌ها با هر پایه تمدن به تناسب معیارهای ارزشی حاکم در آن دوره و جامعه، وقایع جنگی را به گونه‌های خاص خود بیان و عرضه می‌کنند. جمهوری اسلامی ایران با تجاوز رژیم بعثی عراق در سال ۱۳۵۹ درگیر جنگی طولانی شد. این دفاع مقدس، علاوه بر آثار و برکات بیرونی، دستاوردهایی در درون نظام اسلامی بر جای گذاشته است (سهرابی و همکاران، ۱۳۹۱). یکی از مؤثرترین روش‌های آشناسازی جوانان نسل سوم انقلاب با دستاوردهای جنگ تحمیلی و ترویج فرهنگ پایداری دفاع مقدس، حضور آنان در مناطق عملیاتی هشت سال دفاع مقدس و درک فضای معنوی این مناطق است. لذا بدین منظور می‌توان این دستارود هاررو در قالب موزه های دفاع مقدس از مناطق جنگی ایجاد نمود و همچنین سفرهایی در کشور ما "راهیان نور" و در ادبیات علمی "گردشگری مناطق جنگی" خوانده می‌شود به گردشگری موزه های مناطق جنگی برای کسانی که امکان سفر به این مناطق رو نیز ندارد در میط داخلی شهرو نیز در دسترس قرار داد و هم به توسعه گردشگری و نیز ترویج فرهنگی دینی و اسلامی و نیز اسوه های شهیدان دفاع مقدس پرداخت.

**کلیدواژگان:** گردشگری دفاع مقدس، مناطق جنگی، باغ موزه های دفاع مقدس، محیط شهری.



## تأثیر موزه دفاع مقدس بر گسترش صنعت توریسم و ثبات شهری

طیبه السادات پیغمبرزاده ۳۸

ثریا جلالی ۳۹

محمد علی طالبی ۴۰

### چکیده

توریست می تواند دریچه های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع به همراه داشته باشد. مقاله حاضر با این پیش فرض که جاذبه ای به نام موزه می تواند بر توسعه توریست و به ویژه گردشگری موزه ها ی جنگ در مقصد بیفزاید، سعی نموده است تا هدف پژوهش خویش را به بررسی وضعیت رونق صنعت توریست تحت تاثیر جاذبه موزه های جنگ بپردازد. یافته ها نشان می دهد که شهر نماد مردم، تاریخ و فرهنگ و... است که برای نمایش این ارزش ها به گردشگران و حفظ و گسترش آنها، از مکانی مانند موزه استفاده می کند. در میان موزه ها، موزه دفاع مقدس به مقاومت، ایثار، ارزش های انسانی و اجتماعی و اعتقادات معنوی بستر خویش توجه خاصی نشان می دهد. موزه های دفاع مقدس، به صورت بالقوه نقش به سزایی در جذب گردشگر و معرفی تاریخ و فرهنگ ایران در هشت سال دفاع مقدس دارند که با برنامه ریزی و مدیریت دقیق از جانب سازمان های مربوطه می توان بستر مناسبی برای توسعه توریست را فراهم ساخت. این پژوهش که به روش توصیفی - تحلیلی و با شیوه گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه ای و اسنادی به انجام رسیده است که به دنبال تحلیل اثر موزه دفاع مقدس در صنعت توریسم و ثبات شهری می باشد.

**کلید واژگان:** دفاع مقدس، توریست، گسترش توریسم، موزه

---

۳۸ نویسنده مسئول، کارشناس ارشد روابط بین الملل، t-peyghambarzadeh@yahoo.com

۳۹ دانشجوی کارشناسی ارشد منابع انسانی

۴۰ دانشجوی کارشناسی ارشد روانشناسی

## اعضای شورای سیاستگذاری این ہمایش عبارتند از:

جواد خضرائی رئیس شورای سیاست گذاری

دکتر ناصر رضایی دبیر علمی ہمایش

اصغر رضوانی دبیر اجرایی و اطلاع رسانی ہمایش و عضو کمیسیون شورای سیاست گذاری

ابولقاسم قاسم خانی دبیر شورای سیاست گذاری

اصغر فلاح زاده عضو شورای سیاست گذاری

اصغر میرزایی عضو شورای سیاست گذاری

زهرا داورپناه عضو شورای سیاست گذاری

طیبه السادات پیغمبرزاده عضو شورای سیاست گذاری

## اعضای کمیته علمی و کمیته داوری این ہمایش عبارتند از:

دکتر ناصر رضائی

دکتر حسن الماسی

دکتر بهار بیشمی

دکتر حجت الله پاشاپور

دکتر محمد جعفر آجرلو

دکتر موسی پور موسوی

دکتر الهام پور مهابادیان

دکتر ولی تیموری

دکتر مجتبی جاودان

دکتر محمدرضا رضوانی

دکتر مهدی رمضان زاده لسبوئی

دکتر محسن رنجبر

دکتر علی شالبافیان

دکتر بهرام نکوئی صدری

دکتر حمید ضرغام

دکتر برزین ضرغامی

دکتر عبدالرضا فرجی راد

دکتر امیر قدسی

دکتر فرزاد میرزائی قلعه

محمدرضا بستانی

دکتر علی صادقی