

به نام خدا

فصلنامه‌ی جغرافیایی فضای گردشگری

سال چهاردهم، شماره ۵۴، بهار ۱۴۰۴

صاحب امتیاز: دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

مدیر مسئول و سردبیر: دکتر مجید شمس (استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر)

مدیر داخلی: فائزه خرمیان

هیأت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا):

دکتر حسن بیگ محمدی	دانشیار دانشگاه اصفهان
دکتر سیمین تولایی	استاد دانشگاه تربیت معلم تهران
دکتر مجید شمس	استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر
دکتر نصراله مولائی هشتجین	استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت
دکتر عباس ملک حسینی	دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر
دکتر محمد تقی رضویان	استاد دانشگاه شهید بهشتی
دکتر امیر گندمکار	دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد
دکتر حسین سلیمیان	استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر
دکتر محمود ضیایی	دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

همکاران علمی این شماره:

دکتر شهریار خالدی، دکتر کیانوش ذاکر حقیقی، دکتر بیژن رحمانی، دکتر منیژه لاله پور، دکتر سید داود موسوی، دکتر کریم حسین‌زاده دلیر، دکتر مجید شمس، دکتر محسن رنجبر، دکتر حیدر لطفی، دکتر عباس ملک حسینی، دکتر هوشنگ سرور، دکتر محمد رحمانی، دکتر علی شمس‌الدینی، دکتر نوذر قنبری، دکتر امیر گندمکار، دکتر نصراله مولائی هشتجین

ویراستار ادبی: دکتر علیرضا روزبهانی

ویراستار انگلیسی: دکتر حمیدرضا خلجی

گرافیک و صفحه‌آرایی: فائزه خرمیان

هیأت تحریریه در رد، تلخیص و ویرایش مقالات مجاز است.

مسئولیت صحت مطالب هر مقاله بر عهده نویسنده است.

مقالات ارسالی برگشت داده نمی‌شود.

نقل مطالب و تصاویر مجله با ذکر مأخذ بلامانع است.

نشانی: ملایر، بالاتر از پارک سیفیه، دانشگاه آزاد اسلامی، دفتر فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری. تلفن و دورنگار: ۰۸۱-۳۲۲۲۷۸۳۶-۳۲۲۲۵۰۶۴۲

وب سایت: <https://sanad.iau.ir/journal/gjts> پست الکترونیک: Editortsj@gmail.com

بها: ۳۰۰۰ ریال

این مجله براساس نامه شماره ۸۷/۳۲۳۴۲۸ مورخ ۱۳۹۰/۹/۶ کمیسیون بررسی و تأیید نشریات علمی دانشگاه آزاد اسلامی مجوز انتشار دریافت نموده است.

این فصلنامه در قالب تفاهم‌نامه همکاری بین دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر با واحدهای همدان، خرم‌آباد، شهر ری، رشت، نجف‌آباد و نور و با هدف گسترش

تازه‌های علمی و پژوهشی منتشر می‌گردد.

این مجله همچنین در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) و نیز پایگاه اطلاعات علمی کشور (SID) نمایه‌سازی شده است.

بسمه تعالی

راهنمای نگارش مقاله

رعایت نکات ذیل در نگارش مقاله‌هایی که برای چاپ به فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری ارسال می‌شوند ضروری

است:

۱- مقاله‌های پژوهشی و نتایج تحقیقات در زمینه توریسم و گردشگری که به زبان فارسی نوشته شده و قبلاً منتشر نشده‌اند، برای چاپ در مجله مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

۲- مقاله مستند به نتایج پژوهش‌های نویسنده و یا نویسندگان باشد و به طور همزمان به جای دیگر برای انتشار فرستاده نشده باشد.

۳- مقاله باید بر روی کاغذ A4 با رعایت فاصله (۱ سانتیمتر) بین سطرها و حاشیه ۲/۵ سانتیمتر از چهار طرف، در ۳ نسخه همراه با لوح فشرده و یا از طریق پست الکترونیکی ارسال شود.

۴- نگارش مقاله تحت نرم‌افزار Word با فونت نازنین و سایز ۱۴ صورت گیرد.

۵- ارائه صفحه جداگانه شامل عنوان کامل مقاله، نام و نام خانوادگی نگارنده (گان)، مرتبه علمی و نام مؤسسه‌ای که نگارنده (گان) در آن مشغول به خدمت می‌باشند و مشخص نمودن نویسنده اصلی و مسئول مکاتبات همراه با آدرس تماس و پست الکترونیک آنها الزامی است.

۶- اشکال و جداول می‌بایست دارای عنوان گویایی بوده و به منبع، واحد و مقیاس آنها نیز اشاره شود. عنوان شکلها در پائین و عنوان جداول در بالای آنها آورده شوند.

۷- واژه‌ها و اصطلاحات لاتین و خارجی در داخل متن ذکر نشود و در صورت لزوم در پاورقی آورده شود.

۸- واحدهای استفاده شده در مقاله بایستی در سیستم متریک باشند.

روش تدوین:

- **عنوان:** باید خلاصه، گویا و بیانگر محتویات مقاله بوده و کمتر از ۲۰ واژه باشد و به همراه نام و نام خانوادگی، سمت و آدرس کامل نویسنده (گان).

- **چکیده فارسی:** باید مجموعه‌ای فشرده و گویا از مقاله (متشکل از شرح مسئله، روش تحقیق و نتایج) بوده و از ۱۰ سطر (۲۵۰ واژه) تجاوز نکند.

- **واژه‌های کلیدی:** حداکثر ۷ واژه مرتبط با موضوع مورد بررسی ارائه شود.

- **مقدمه:** شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، فرضیه و اهداف پژوهش باشد.

- **مواد و روشها:** شامل مواد و وسایل بکار رفته در تحقیق، موقعیت منطقه مورد بررسی، شیوه اجرای پژوهش، طرح آماری، روشهای شناسایی، ارزیابی و چگونگی تجزیه تحلیل داده‌هاست.

- **نتایج:** شامل نتایج کمی و کیفی به دست آمده در قالب جدول، نمودار، منحنی و یا تصویر باشد.

- **بحث و نتیجه‌گیری:** در این قسمت نتایج حاصل از تحقیق مورد تحلیل و تفسیر قرار می‌گیرد و با نتایج سایر پژوهشها مقایسه می‌شود و در نهایت نتیجه‌گیری کلی و پیشنهادات ارائه می‌شود.

- منابع مورد استفاده:

- ابتدا منابع فارسی و سپس منابع خارجی ذکر شوند و بایستی فقط منابعی که در متن مقاله استفاده شده‌اند قید شوند.
- ترتیب منابع براساس حروف الفبای نام خانوادگی نویسنده یا نویسندگان باشد.
- در داخل متن فقط نام خانوادگی نویسنده و سال انتشار ذکر می‌شود و چنانچه بیش از دو نویسنده باشد، نام نویسنده اول همراه با واژه "همکاران" و در منابع انگلیسی اختصار (et al) نوشته می‌شود.
- مثال (استفاده از منابع در داخل متن مقاله):

منبع فارسی: منبع انگلیسی:

- یک نویسنده: (مخدوم، ۱۳۸۱) یک نویسنده: (Saaty، 2003)
- دو نویسنده: (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۹) دو نویسنده: (Saaty & Schmit، 2005)
- بیش از دو نویسنده: (زنگی آبادی و همکاران، ۱۳۸۵) بیش از دو نویسنده: (Saaty et al، 2001)
- چنانچه از یک نگارنده مقاله‌های منفرد و مشترک ارائه شود در ابتدا مقاله‌های منفرد و سپس مقاله‌های مشترک به ترتیب حروف الفبای نام دیگر نویسندگان مرتب می‌شوند و در صورتی که نویسنده یا نویسندگان چند مقاله مشابه باشند منابع بر اساس سال انتشار از قدیم به جدید تنظیم می‌شوند.
- در فهرست منابع بایستی واژه‌هایی چون "و همکاران" یا "et al" ذکر شود.

روش ارائه منابع:

مقالات چاپ شده در مجلات:

- نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده اول،.... و نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده آخر. سال انتشار. عنوان مقاله. نام کامل مجله، شماره جلد (شماره سری یا دوره): شماره صفحات اول و آخر.
- مثال: خالدی، ش.، ابدالی، ح. و محمدی، غ. م. ۱۳۸۶. نقش عناصر اقلیمی در تعیین مناطق مستعد کشت دیم با استفاده از GIS. مجله آمایش محیط، ۲ (۴): ۱۵۱-۱۷۲.

Ward، J. S.، Parker، G. R. and Fernandina، F. J. 1996. Landscape principles and issues to be considered when developing district plan. European Planning Studies، 25 (3): 189 – 202.

مقالات ارائه شده در همایش‌ها و کنفرانس‌های علمی:

- نام خانوادگی نویسنده، حرف اول نام نویسنده اول،.... و نام خانوادگی نویسنده، حرف اول نام نویسنده آخر. سال انتشار. عنوان مقاله. عنوان همایش، محل برگزاری، تاریخ برگزاری: شماره صفحات.
- مثال: محمدی یگانه، ب. و رستمی، ی. ۱۳۸۸. گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه پایدار اقتصادی (مطالعه موردی: روستای اورامان تخت). مجموعه مقالات اولین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، دانشگاه رازی کرمانشاه، ۱۷-۱۶ شهریور: ۱-۱۱.

کتاب:

- نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده اول،.... نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده آخر. سال انتشار. عنوان کامل کتاب. ناشر، محل انتشار. تعداد کامل صفحات.

مثال: مخدوم، م. ۱۳۸۰. شالوده آمایش سرزمین. انتشارات دانشگاه تهران، تهران، ۲۸۹ صفحه.

Legendre، P.، 1998. Numerical Ecology. Elsevier publication، Amsterdam، 853 p.

پایان نامه:

- نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده. سال نگارش. عنوان پایان نامه. مقطع و رشته تحصیلی، نام دانشگاه. تعداد کل صفحات.

منابع الکترونیک:

- نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده اول. سال انتشار. عنوان مقاله. نام مجله. شماره جلد. نام سایت اینترنتی.

- چکیده انگلیسی (Abstract): معادل و برگردان چکیده فارسی بوده و شامل عنوان مقاله، نام خانوادگی، حرف اول نام، سمت

و آدرس نویسنده یا نویسندگان و واژه‌های کلیدی (Key words) می‌باشد.

توجه: در صورتی که مقاله حاصل تحقیق انجام شده در پایان نامه یا رساله دکتری باشد بایستی اسامی کلیه نویسندگان (دانشجو،

استادان راهنما و مشاور) ذکر شود.

فرم درخواست اشتراک فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری

به منظور اشتراک، خواهشمند است فرم زیر را تکمیل نموده و به همراه اصل فیش بانکی به نشانی دفتر فصلنامه ارسال فرمایید. شماره حساب (سیبا) ۰۱۰۶۱۲۹۷۰۵۰۰۰ بنام صندوق پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، قابل پرداخت در کلیه شعب بانک ملی ایران.

بهای اشتراک هر شماره ۳۰۰۰۰ ریال می باشد.

نام و نام خانوادگی:.... میزان تحصیلات: شغل:

نشانی:....

تلفن: دورنگار:

پست الکترونیک:

تقاضای اشتراک فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری را به صورت تک شماره ☐ یک سال ☐ دارم.

توضیحات:

تاریخ: امضاء:

نشانی: ملایر، بالاتر از پارک سیفیه، دانشگاه آزاد اسلامی، دفتر فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری.

تلفن: ۰۸۱۳۲۲۲۵۰۶۴۲ دورنگار: ۰۸۱۳ ۲۲۲۷۸۳۶

وب سایت: gjts. malayeriau. ac. ir پست الکترونیک: Editortsj@gmail. com

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	ارزیابی میزان انطباق الگوی معماری مدارس شهر اهواز با الگوی معماری ایده‌آل و مطلوب حاصل از شاخص‌های اقلیمی نسرین اردو زاده، رضا برنا، جبرائیل قربانیان، جعفر مرشدی، آزاده امیری
۲۳	ماتریس شایسته‌سالاری مدیران بر مبنای مدل اهمیت-عملکرد در صنعت هتلداری فائزه السادات میرفخرالدینی، میلاد ابراهیمی
۳۷	بررسی اثرات توسعه ژئوتوریسم بر ژئومورفوسایت‌های شهرستان بوشهر با استفاده از مدل ام‌گام موسی عابدینی، زهرا نظری گزیک
۵۵	توسعه گردشگری دفاع مقدس: شناسایی و مدل‌سازی ساختاری-تفسیری فراگیر عوامل مؤثر بر آن محسن نیازی، زهرا صائمی، زهرا صادقی آرانی
۷۷	شاه‌دژ اصفهان و جاذبه‌های گردشگری آن سید مسعود موید
۹۵	توسعه گردشگری ادبی همدان و نقش باباطاهر عریان در گسترش آن معصومه بختیاری، معصومه خدادادی، طاهره خبازی

ارزیابی میزان انطباق الگوی معماری مدارس شهر اهواز با الگوی معماری ایده‌آل و مطلوب حاصل از شاخص‌های اقلیمی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۱۲/۲۲ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۱/۱۷

نسرین اردو زاده^۱ رضا برنا^{۲*} جبرائیل قربانیان^۳ جعفر مرشدی^۴ آزاده امیری^۵

۱. دانشجوی دکتری آب و هواشناسی، گروه جغرافیا، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران
۲. عضو هیأت علمی گروه جغرافیا، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۳. عضو هیأت علمی گروه جغرافیا، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران
۴. استادیار گروه شهرسازی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران
۵. عضو هیأت علمی گروه جغرافیا، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر ارزیابی میزان انطباق الگوی معماری مدارس شهر اهواز با الگوی معماری ایده‌آل و مطلوب حاصل از شاخص‌های اقلیمی است. در این پژوهش، روش پژوهش ترکیبی از توصیفی-تحلیلی است. با توجه به داده‌های هواشناسی مورد استفاده در شاخص ماهانی و اوانز، می‌توان نتیجه گرفت وضعیت اقلیم آسایش در شهر اهواز در آبان و اسفندماه در بهترین حالت خود قرار دارد و در این دو ماه نیازی به وسایل گرمایشی و سرمایشی نیست. با برداشت‌های میدانی و انتخاب نمونه‌های تصادفی از مدارس شهر اهواز، جهت‌گیری ساختمان مدارس با استفاده از جهت یاب و عکسبرداری تعیین گردید و مناسب‌ترین الگو برای طراحی ساختمان‌های آموزشی با استفاده از نرم‌افزار مشاوره اقلیم استخراج گردید. نتایج پژوهش نشان داد جهات شمال و جنوب در مدارس قدیمی و با قدمت بیش از ۲۰ سال دو جهت غالب در مدارس نمونه انتخابی بودند ولی در مدارس جدیدالتأسیس و با قدمت کمتر از ۱۰ سال جهت جنوب به طور قابل توجهی بیش از سایر جهات بوده است. به طور کلی جهات شمال و جنوب به ترتیب با ۴۰ و ۳۷ درصد از نمونه‌های انتخابی، بیشترین سهم را در جهت‌گیری مدارس داشته‌اند.

واژه‌های کلیدی: ارزیابی، الگوی معماری مدارس، شاخص‌های اقلیمی.

۱. مقدمه

انسان همواره برای بهتر زیستن به دنبال شرایط آب و هوایی مناسب اقلیمی است، زیرا بین انسان و محیط اطرافش وابستگی و رابطه پایداری وجود دارد (عظیمی پویا، ۱۳۹۲). مسکن به عنوان سرپناه از انسان که در برابر سرما و گرما و حوادث محیطی محافظت می‌نماید، پیوندی مستقیم با اقلید دارد (شریفی و همکاران، ۱۳۹۴). انسان در ابتدا برای دستیابی به آسایش سعی در ایجاد تطابق سرپناه خود با شرایط اقلیمی نمود. اما پس از دستیابی به انرژی‌های فسیلی، تطابق با شرایط اقلیمی به فراموشی سپرده شد. این موضوع، موجب افزایش مصرف سوخت (معینی و همکاران، ۱۳۹۳) و انرژی برای گرمایش و سرمایش ساختمان‌ها گردید (شریفی و همکاران، ۱۳۹۴). مهم‌تر از آن آلودگی محیط زیستی ناشی از بهره‌گیری از وسایل مکانیکی تنظیم شرایط محیطی را سبب شد (قیابکلو، ۱۳۷۹). یکی از مهمترین عواملی که بر ساخت مسکن‌های انسانی تأثیر دارد خصوصیات اقلیمی و شرایط آب و هوایی است، به نحوی که بررسی چگونگی تأثیر این عناصر و بازخوردهای آن بر معماری امری اجتناب ناپذیر است و اهمیت اقلیم و تأثیر آن در زندگی انسان بر کسی پوشیده نیست (حویزاوی و مرشدی، ۱۳۹۴). از آنجایی که عوامل طبیعی، جغرافیایی و محیطی عواملی هستند که بستر و جایگاه اصلی محیط طرح را تشکیل داده و علاوه بر آن می‌توانند کلید عناصر و جزئیات طراحی، نظیر مکان، شکل و ساختار و مصالح بومی و غیره را تحت تأثیر خود قرار دهند. یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین مراحل مداخله در سایت، شناخت محیط طرح است (زرین وفا و دهقان توران پشته، ۱۳۹۳). شناخت اقلیم یکی از اولین چالش‌ها برای رسیدن به یک طرح موفق است (ادی کریگیتل و بردلتی نیس^۱، ۲۰۰۸). ضرور شناخت طراحی اقلیمی، روشی برای کاهش هزینه در ساختمان می‌باشد (جهانی شام اسبی، ۱۳۹۲).

شهر اهواز به دلیل موقعیت جغرافیایی خود دارای اقلیمی گرم و گاه داغ می‌باشد. عرض جغرافیایی پایین، همجواری با بیابان‌های خشک و داغ عربستان، آب‌های گرم خلیج فارس و سایر دریاها گرم جنوبی از عوامل اصلی این شرایط اقلیمی هستند. به طوری که در بخش زیادی از سال تحصیلی شرایط دمایی بالاتر از آستانه آسایش دانش‌آموزان قرار دارد. وقتی این شرایط گرمایی در معرض رطوبت دریاها گرم جنوبی قرار می‌گیرد هوای شرجی شرایط زیستی را برای دانش‌آموزان بسیار نامطلوب‌تر خواهد نمود. در نتیجه برای ایجاد یک محیط مطلوب آموزشی برای دانش‌آموزان بایستی از وسایل سرمایشی و گرمایشی استفاده نمود. این در صورتی است برای تولید و انتقال این انرژی علاوه بر صرف هزینه زیاد، آلودگی‌های زیست محیطی زیادی را به دنبال خواهد داشت چرا که بخش زیادی از این انرژی به وسیله سوخت‌های فسیلی تأمین خواهد شد. در صورتی که با طراحی مناسب ساختمان‌های آموزشی و سازگار نمودن معماری این سازه‌ها با شرایط اقلیمی می‌توان ضمن صرفه جویی قابل توجه در مصرف انرژی، محیطی مطلوب و همراه با آرامش و دلپذیر را برای دانش‌آموزان فراهم نمود. وقتی شرایط اقلیمی بالاتر و پایین‌تر از شرایط آسایش زیستی دانش‌آموزان باشد، علاوه بر این که کیفیت آموزش پایین خواهد آمد بلکه سلامتی آن‌ها نیز در معرض خطر قرار خواهد گرفت. در این مقاله تلاش شد مدارس مقاطع مختلف تحصیلی از لحاظ میزان انطباق با الگوهای معماری منطبق با اقلیم شهر اهواز که بر اساس شاخص‌های مرسوم استخراج شده است مقایسه و ارزیابی قرار گرفته و نقاط قوت و ضعف آن‌ها بیان گردد.

¹ Eddy Krigiel & Brad Nies

۲. پیشینه پژوهش

موحد و فتاحی (۱۳۹۱) به بررسی نقش اقلیم و محیط در شکل‌دهی فرم سازه مسکن روستایی استان فارس پرداختند و نتایج نشان داد که واحدهای مسکونی روستایی در گونه‌های قدیمی روستاهای نمونه از پهنه مختلف استان فارس، ضمن برخورداری از تعدادی مشابهت‌های ساختاری، دارای هویت خاصی متناسب با خصوصیات اقلیمی و محیطی روستا می‌باشند. کریم‌زاده و همکاران (۱۴۰۰)، به بررسی میزان انطباق جهت معماری ساختمان‌های قدیم و جدید شهر سقز از منظر اقلیمی پرداختند و یافته‌های مقاله نشان داد که با استفاده از ویژگی‌های زیست-اقلیمی و طراحی و انطباق الگوی معماری شهر سقز بر اساس شاخص دمای مؤثر می‌توان نیازهای حرارتی و آسایش اقلیمی شهر سقز را در طول سال به صورت ساعت به ساعت تعیین نمود. نتایج انصار و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی تدوین استراتژی‌های طراحی اقلیمی برای ساختمان‌های آموزشی در شرایط اقلیمی شهر دزفول پرداختند و نتایج نشان داد که نرم‌افزار مشاور اقلیم برای کشف ایده‌های طراحی اقلیمی در ساختمان‌های آموزشی از کارایی بالایی برای طراحی فضاهای آموزشی دارد لذا استفاده از این نرم‌افزار برای طراحی فضاهای آموزشی سایر شهرهای استان نیز استفاده شود.

کلاس‌های درس اساسی‌ترین و مهم‌ترین واحدهای ساختمان‌های آموزشی در خصوص مصرف انرژی و آسایش حرارتی می‌باشند (پرز و کاپلوتو^۱، ۲۰۰۹). دانش‌آموزان بیش از ۳۰ درصد جمعیت ایران را تشکیل می‌دهند و به نظر می‌رسد تأمین آسایش آنها عامل مهمی در رسیدن به اهداف آموزشی باشد. راه‌حل‌های اقلیمی در ساختمان‌ها باعث افزایش صرفه‌جویی در مصرف انرژی و بهبود کیفیت محیط می‌شود. علاوه بر بهبود عملکرد آموزشی دانش‌آموزان، منجر به ارتقاء فرهنگی و آگاهی در مورد اتلاف انرژی می‌شود (امیدوار و همکاران، ۲۰۱۱). فضای کلاس درس زمینه‌ای اساسی از تعامل است که در آن می‌توان کلیه فعالیت‌های مبادله‌ای و تعیین کننده بین فرد و محیط اجتماعی را توسعه داد (گکلومپو و جرمانوس^۲، ۲۰۲۲). تأثیر پارامترهای طراحی ساختمان‌های معماری بر آسایش حرارتی و مصرف انرژی در ساختمان‌های آموزش عالی را مورد بررسی قرار دادند و نوع سقف و تنظیم دمای خنک کنندگی تأثیر قابل توجهی بر آسایش حرارتی و مصرف انرژی دارد (الغامدی و همکاران^۳، ۲۰۲۲). تأثیر عوامل محیطی و استفاده از روش‌های تطبیقی را بر آسایش حرارتی ساکنان در ساختمان‌های آموزشی با تهویه طبیعی در آب و هوای گرم و خشک مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند و به نقش پنجره در تهویه مطلوب و ایجاد آسایش حرارتی اشاره نمودند (گانگراد و شارما^۴، ۲۰۲۲).

همان‌طور که ملاحظه شد در میان مطالعات انجام شده دو نقصان اساسی در ارتباط با منطقه مورد مطالعه وجود دارد. اولاً در زمینه الگوی معماری و جهت‌گیری فضاهای آموزشی به لحاظ انطباق با ویژگی‌های اقلیمی منطقه مطالعات ویژه‌ای انجام نشده است. ثانیاً روش و شاخص‌های مورد استفاده با شاخص و نرم‌افزاری که در این تحقیق استفاده شد کمتر مورد توجه بوده است. در این مطالعه سعی شده است ابتدا با مطالعه میدانی و بازدید از فضاهای آموزشی موجود از لحاظ میزان انطباق با الگوهای معماری همساز با اقلیم شهر اهواز که براساس شاخص‌های مرسوم استخراج شده

¹ Perez & Capeluto

² Gkloumpou & Germanos

³ Alghamdi et al

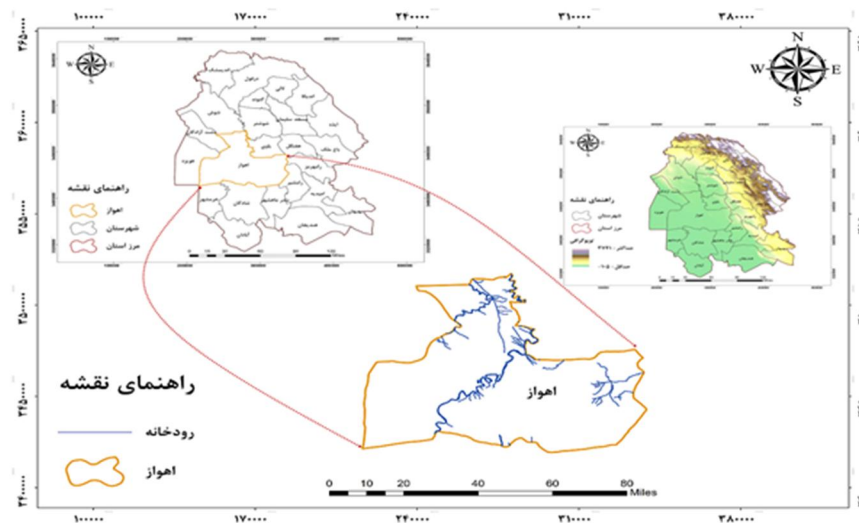
⁴ Gangrade & Sharma

است مقایسه و ارزیابی قرار گرفته و در نهایت الگوهای مطلوب برای مراکز آموزشی شهر اهواز ارائه شود.

۳. روش شناسی پژوهش

۱.۳. موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

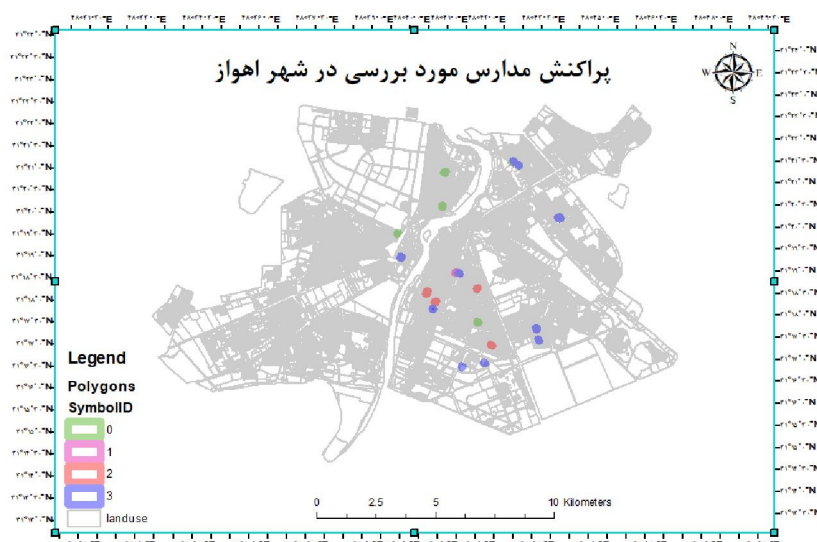
شهر اهواز از نظر موقعیت جغرافیایی در ۳۱ درجه و ۲۰ دقیقه عرض شمالی و ۴۸ درجه و ۴۰ دقیقه شرقی و از لحاظ پستی و بلندی و توپوگرافی در بخش جلگه‌ای استان خوزستان و با ارتفاع متوسط ۱۸ متر از سطح دریا واقع شده است. مساحت شهر اهواز در محدوده قانونی شهر (بعد از جدا شدن کوت عبدالله) در حدود ۱۹۶۹۰ هکتار و جمعیت براساس آمار رسمی سرشماری سال ۱۳۹۵ در این محدوده، معادل ۱۱۳۶۸۹۱ نفر است (طرح توسعه و عمران (جامع) شهر اهواز، ۱۳۹۷؛ ۱). براساس آمار اداره کل آموزش و پرورش استان خوزستان در سال ۱۴۰۲، تعداد کل دانش‌آموزان تمامی مقاطع تحصیلی شهر اهواز به تفکیک دختر و پسر به ترتیب ۵۲۶۸۶۶ و ۵۵۸۵۳۱ نفر می‌باشد.



شکل ۱: موقعیت قرارگیری شهر اهواز در استان خوزستان؛ منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۲.۳. روش کار

در این پژوهش، روش پژوهش ترکیبی از توصیفی-تحلیلی است. با برداشت‌های میدانی و انتخاب نمونه‌های تصادفی از مدارس شهر اهواز، جهت‌گیری ساختمان مدارس با استفاده از جهت‌یاب و عکسبرداری تعیین گردید و مناسب‌ترین الگو برای طراحی ساختمان‌های آموزشی با استفاده از نرم‌افزار مشاوره اقلیم استخراج گردید.



شکل ۲: پراکنش مدارس مورد بررسی در شهر اهواز (منبع: یافته‌های تحقیق)

۳,۳. تحلیل شرایط اقلیم - معماری شهر اهواز

شاخص‌های زیست اقلیمی توانایی تفکیک دوره‌های مطلوب و نامطلوب اقلیمی را در اقلیم مختلف دارند. در این مرحله می‌توان دوره‌های گرم و دوره‌های نامطلوب سرد را مشخص نمود. بخش قابل توجهی از این اقدامات به الگوی طراحی مسکن مربوط می‌شود. در این مرحله با استفاده از مصالح مناسب در سازه‌ها، جهت‌گیری دیوارها، ابعاد و جهت پنجره‌ها و بازشوها می‌توان با کنترل ورود و خروج انرژی تابشی خورشید شرایط درونی ساختمان را به شرایط مطلوب زیستی نزدیک‌تر نمود.

۴,۳. خصوصیات اقلیمی ساختمان در شهر اهواز؛ پیشنهاد ماهانی

جدول ۱ توصیه‌های معماری برای شهر اهواز را بر اساس شاخص ماهانی نشان می‌دهد. بر اساس شرایط اقلیمی شهر اهواز برای استفاده از تابش آفتاب برای دوره سرد سال و ممانعت از ورود اشعه‌های تابشی به درون اطاق‌ها از طریق بازشوها و دیوارهای قائم بهتر است امتداد کلی ساختمان‌ها در جهت غربی-شرقی باشد. در این صورت با توجه به زاویه تابش آفتاب در دوره سرد سال امکان انتقال اشعه‌های خورشیدی بدرون اطاق‌ها از طریق بازشوها و پنجره‌هایی که به سمت جنوب تعبیه شده‌اند می‌توان از انرژی پاک خورشیدی برای گرم کردن منازل و کلاس‌های درسی استفاده کرد. در حالی که در دوره گرم سال به دلیل افزایش ارتفاع خورشید و زاویه تابش اشعه‌های تابشی کمتر وارد اطاق‌ها شده و زاویه تابش برای دیوارهای قائم کمتر می‌شود.

جدول ۱: جدول گروه سه پیشنهادات مقدمات ماهانی

پیشنهادهای شهر اهواز						شاخصهای وضعیت گرمایی		
						وضعیت خشک		
						وضعیت مرطوب		
						A1	A2	A3
						۷	۴	۳

شیوه استقرار ساختمان

			۰-۱۰			۱	طول ساختمانها در امتداد شرق و غرب
			۱۱-۱۲		۵-۱۲	۲	معماری فشرده باحیاط

فضای بین ساختمانها

۱۱ و ۱۲						۳	مجموعه گسترده و باز برای استفاده از باد
۲-۱۰						۴	بالا به شرط جلوگیری از باد سرد و گرم
۰-۱						۵	مجموعه فشرده

جریان هوا در داخل ساختمان

۳-۱۲						۶	اتاقهای منفرد برای استفاده از کوران دائم
۱ و ۲			۰-۵			۷	اتاقهای به هم چسبیده و پیش بینی جریان هوا به طور موقت در مواقع لازم
	۱۲-۲		۶-۱۲			۸	جریان محسوس هوا لازم نیست

پنجرهها

			۱-۰		۰	۹	پنجرههای بزرگ ۴۰ تا ۸۰٪ شمالی و جنوبی
			۱۱ و ۱۲		۱-۰	۱۰	پنجرههای بسیار بزرگ ۱۰ تا ۲۰٪
		دیگر	شرایط	کلیه		۱۱	پنجرههای متوسط ۲۰ تا ۴۰٪

دیوارها

			۲-۰			۱۲	دیوارهای سبک - زمان تاخیر کوتاه
			۳-۱۲			۱۳	دیوارهای سنگین اعم از داخلی و خارجی

سقفها

			۰-۵			۱۴	سقفهای سبک با عایق حرارتی
			۶-۱۲			۱۵	سقفهای سنگین - زمان تاخیر بیش از ۸ ساعت

خواب شبانه در هوای آزاد

			۳-۱۲			۱۶	فضای خواب شبانه ضروریست
--	--	--	------	--	--	----	-------------------------

حفاظت از باران

		۳-۱۲				۱۷	حفاظت در مقابل باران ضروریست
--	--	------	--	--	--	----	------------------------------

جدول ۲: پیشنهادات جزئیات معماری ماهانی؛ (منبع: نگارندگان)

شاخص‌های وضعیت گرمایی					
وضعیت مرطوب			وضعیت خشک		
H1	H2	H3	A1	A2	A3
			۷	۴	۳

نام ایستگاه:

اهواز

وسعت روزنه نورگیر و پنجره

			۰-۱		۰	۱	وسیع: ۸۰-۴۰٪ دیوارهای شمالی و جنوبی
					۱-۱۲	۲	متوسط: ۴۰-۲۵٪ مساحت دیوار
			۲-۵				
			۶-۱۰			۳	کوچک: ۲۵-۱۵٪ مساحت دیوار
			۱۱ و ۱۲		۰-۳	۴	بسیار کوچک: ۲۰-۱۰٪ مساحت دیوار
					۴-۱۲	۵	متوسط: ۴۰-۲۵٪ مساحت دیوار

حفاظت روزانه

					۰-۲	۸	ارائه مستقیم خورشید محفوظ نگه داشته شود
		۲-۱۲				۹	درمقابل باران محافظت شود

دیوارها و کفها

			۰-۲			۱۰	ظرفیت گرمایی کم- سبک
			۳-۱۲			۱۱	سنگین بیش از ۸ ساعت زمان تاخیر

سقفها

۱-۱۳			۰-۲			۱۲	سبک-سطح منعکس کننده دوجداره
			۳-۱۲			۱۳	سبک-عایق‌بندی خوب
۰-۹			۰-۵				
			۶-۱۲			۱۴	سنگین بیش از ۸ ساعت زمان تاخیر

فضای خارجی

				۰-۱۲		۱۵	فضای خوابیدن در فضای آزاد
			۱-۱۲			۱۶	تدارک کافی برای رد کردن آب باران

(منبع: نگارندگان)

۵.۳. ارزیابی مناسب‌ترین الگوی معماری بر اساس شاخص اوانز

این شاخص نیز همانند شاخص ماهانی شاخصی ترکیبی با ارزیابی زیست اقلیم انسانی و معماری می‌باشد با این تفاوت که شرایط زیستی بطور دقیق‌تری انجام خواهد شد. با ترکیب نتایج این دو شاخص به قضاوت بهتر در مورد توصیه‌های معماری در مورد مدارس شهر اهواز خواهد انجامید. بر اساس شاخص اوانز در صورتی که جریان هوایی معادل ۱ متر بر ثانیه وجود داشته باشد در ۵ ماه آبان (نوامبر) تا اسفند (مارس) هوا برای ساکنین در طول روز سرد احساس شد ولی همچنان در ۶ ماه از سال در ماه‌های اردیبهشت (می) تا مهر (اکتبر) هوا برای ساکنین گرم احساس خواهد شد. فقط در یک ماه فروردین (آوریل) هوا برای ساکنین مطبوع خواهد بود.

جدول ۳: شرایط آسایش بر اساس روش اوانز

پارامتر	ژانویه	فوریه	مارس	آوریل	می	ژوئن	ژوئیه	اوت	سپتامبر	اکتبر	نوامبر	دسامبر
معدل حداکثر دما	۱۷٫۹۸	۲۰٫۹۸	۲۵٫۹۶	۳۲٫۶۴	۳۹٫۹۶	۴۴٫۸۳	۴۶٫۹	۴۶٫۵۲	۴۲٫۸۹	۳۶٫۳۴	۲۶٫۴	۱۸٫۱۹
معدل حداقل دما	۷٫۹۱	۹٫۵۷	۱۳٫۵۳	۱۸٫۶۴	۲۴٫۶۷	۲۷٫۶۸	۲۹٫۹	۲۹٫۳۳	۲۴٫۶۷	۲۰٫۳۹	۱۳٫۹	۸٫۵
معدل حداکثر رطوبت	۸۷٫۴۲	۸۰٫۷۹	۷۲٫۵۲	۶۱٫۹۱	۴۴٫۱۳	۳۶٫۱۵	۳۸٫۷	۴۷٫۱۲	۴۸٫۲۹	۵۷٫۸۶	۷۴٫۳	۸۵٫۷
معدل حداقل رطوبت	۴۸٫۸۲	۳۶٫۴۴	۲۷٫۸	۲۰٫۷۱	۱۳٫۸	۹٫۹۱	۱۱٫۶	۱۲٫۷۱	۱۳٫۴۱	۱۹٫۴	۳۳٫۶	۷۲٫۴۷
محدوده آسایش روز	۲۹٫۵	۳۰٫۵	۳۰٫۵	۳۲٫۵	۳۲٫۵	۳۲٫۵	۳۲٫۵	۳۲٫۵	۳۲٫۵	۳۲٫۵	۳۰٫۵	۲۹٫۵
الف	۲۷٫۵	۲۸٫۵	۲۸٫۵	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۲۸٫۵	۲۷٫۵
محدوده آسایش روز	۲۷٫۵	۲۸٫۵	۲۸٫۵	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۲۸٫۵	۲۷٫۵
ب	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵
محدوده آسایش روز	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵	۲۲٫۵
ج	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸
محدوده آسایش شب	۲۸٫۵	۲۸٫۵	۲۸٫۵	۲۸٫۵	۲۹	۲۹	۲۹	۲۹	۲۸٫۵	۲۸٫۵	۲۸٫۵	۲۸٫۵
الف	۲۵٫۵	۲۵٫۵	۲۵٫۵	۲۶	۲۶٫۵	۲۶٫۵	۲۶٫۵	۲۶٫۵	۲۶	۲۶	۲۵٫۵	۲۵٫۵
محدوده آسایش شب	۲۵٫۵	۲۵٫۵	۲۵٫۵	۲۶	۲۶٫۵	۲۶٫۵	۲۶٫۵	۲۶٫۵	۲۶	۲۶	۲۵٫۵	۲۵٫۵
ب	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰
محدوده آسایش شب	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰
ج	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶	۱۶
وضعیت آسایش روز												
الف	س	س	س	م	گ	گ	گ	گ	گ	گ	س	س
ب	س	س	م	گ	گ	گ	گ	گ	گ	گ	م	س
ج	س	م	گ	گ	گ	گ	گ	گ	گ	گ	گ	م
وضعیت آسایش شب												
الف	س	س	س	س	م	م	م	م	س	س	س	س
ب	س	س	س	س	م	گ	گ	گ	م	س	س	س
ج	س	س	س	م	گ	گ	گ	گ	م	س	س	س
وضعیت نهایی آسایش روز	س	م	م	م	گ	گ	گ	گ	گ	گ	م	م
وضعیت نهایی آسایش شب	س	س	س	م	م	م	م	م	م	م	س	س

(منبع: نگارندگان)

۴. یافته‌های پژوهش

۱,۴. ارزیابی الگوی معماری مدار با قدمت ۲۰ ساله و بیشتر

جدول ۴، مدارس نمونه انتخابی از سراسر شهر اهواز با قدمت سازه بیش از ۲۰ سال را نشان می‌دهد.

جدول ۴: مشخصات مدارس نمونه انتخابی با قدمت بیش از ۲۰ سال

ردیف	نام مدرسه	سال تأسیس	جهت کلی ساختمان
۱	نمونه دولتی	۱۳۱۴	غرب
۲	بشارت	۱۳۴۵	شمال
۳	سمانه	۱۳۵۰	جنوب
۴	مهشاد شیرازی	۱۳۵۰	شمال
۵	هنرستان حضرت خدیجه	۱۳۶۴	جنوب
۶	خدیجه	۱۳۶۴	جنوب
۷	پور کیانی	۱۳۶۵	شمال
۸	هدی	۱۳۷۲	شمال
۹	کوشا	۱۳۷۵	جنوب
۱۰	امت	۱۳۷۵	شمال
۱۱	عفاف	۱۳۷۶	جنوب
۱۲	ریحانه	۱۳۷۶	جنوب
۱۳	شاهد فاطمیه	۱۳۷۷	شرق
۱۴	طالقانی	۱۳۷۸	غرب

(منبع: نگارندگان)

۱,۴. مدارس با جهت‌گیری رو غرب

در بین مدارس انتخابی با قدمت بیش از ۲۰ سال مدرسه نمونه دولتی قدیمی‌ترین مدرسه می‌باشد که در سال ۱۳۱۴ هجری شمسی تأسیس شده است. جهت غالب این مدرسه به سمت غرب بوده است.



شکل ۳: نمونه مدارس با جهت‌گیری رو به غرب (دبیرستان نمونه دولتی سال تأسیس ۱۳۱۴)؛

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۲,۱,۴. مدارس با جهت گیری رو به جنوب

۶ مدرسه از ۱۴ مدرسه نمونه انتخابی دارای جهت گیری جنوبی بوده‌اند. این نوع مدارس برخلاف مدارس با جهت گیری رو به غرب دارای عقب نشینی نیستند، بلکه پنجره‌ها همتراز با دیوار گذاشته شده‌اند چرا که پنجره‌های رو به جنوب در دوره گرم سال به دلیل بالا بودن ارتفاع خورشید به ندرت در معرض تابش قرار دارند.



شکل ۴: نمونه مدارس با جهت گیری رو به جنوب (دبیرستان ریحانه سال تأسیس ۱۳۷۶)

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۳,۱,۴. مدارس با جهت گیری رو به شمال

از بین ۱۴ نمونه انتخابی ۵ مدرسه دارای جهت گیری رو به شمال بودند. با وجود این که در بیشتر ایام سال و به خصوص در دوره تحصیلی به ندرت آفتاب از سمت شمال می‌تابد بنابراین عقب نشینی پنجره‌ها چندان توجیهی نداشته است. مزید بر این که با عقب نشینی پنجره‌ها نور کافی برای فضاهای درونی کلاس‌ها تأمین نمی‌شود و کلاس‌ها نور کافی نخواهند داشت. به خصوص کلاس‌های نوبت عصر و در دوره سرد سال با کمبود شدید نور مواجه شده و این کمبود نور باید از طریق برق تأمین گردد.



شکل ۵: نمونه مدارس با جهت‌گیری رو به شمال (دبیرستان مهشاد شیرازی تأسیس ۱۳۵۰)
منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۴،۱،۴. مدارس با جهت‌گیری رو به شرق

از بین نمونه‌های انتخابی فقط یک مدرسه دارای جهت‌گیری رو به شرق بوده است (شکل ۶). با توجه به این که خورشید از ابتدای شروع سال تحصیلی از سمت شرق طلوع کرده و به تدریج تا اوایل دی ماه به سمت جنوب شرق میل پیدا می‌کند بنابراین حداقل در ۴ ماه از ۶ ماه فصول پاییز و زمستان خورشید در اوایل صبح به پشت پنجره‌های رو به شرق می‌تابد. باید توجه داشت که فقط در ساعات محدودی از طول روز چنین شرایطی حاصل می‌شود و در بخش زیادی از طول روز و فعالیت تحصیلی پنجره‌ها از نور کافی محروم هستند. بنابراین پنجره‌های رو به شرق پنجره‌های مناسبی برای مدارس شهر اهواز نمی‌باشد.



شکل ۶: نمونه از مدارس با جهت‌گیری رو به شرق (دبیرستان شاهد فاطمیه سال تأسیس ۱۳۷۷)
منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

در یک جمع‌بندی کلی در بین مدارس انتخابی با قدمت بیش از ۲۰ سال جهت‌گیری رو به جنوب با ۶ نمونه و ۴۳ درصد از کل نمونه‌های انتخابی بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. جهت جنوب تا جنوب شرق و جنوب غرب (۱۳۵ تا ۲۲۵ درجه جغرافیایی) مناسب‌ترین جهت‌ها برای شهر اهواز می‌باشند.

۲,۴. ارزیابی الگوی معماری با قدمت ۱۰ ساله و بیشتر

در این گروه ۱۱ مدرسه از مدارس شهر اهواز از سراسر شهر انتخاب شده است. جدول ۵ مشخصات مدارس نمونه انتخابی با قدمت ۱۰ تا ۲۰ سال را نشان می‌دهد.

جدول ۵: مشخصات مدارس نمونه انتخابی با قدمت ۱۰ تا ۲۰ سال

ردیف	نام مدرسه	سال تأسیس	جهت کلی ساختمان
۱	سمیه	۱۳۸۵	جنوب
۲	بهمن	۱۳۸۵	شرق
۳	حجاب	۱۳۹۰	شرق
۴	خوارزمی	۱۳۸۵	جنوب
۵	دبیرستان مهر ولایت	۱۳۹۲	جنوب
۶	دبیرستان شهدای رضوی	۱۳۹۳	جنوب
۷	شهید بهشتی	۱۳۸۶	جنوب
۸	فرهیختگان	۱۳۸۶	جنوب
۹	ستارگان درخشان	۱۳۸۰	شمال
۱۰	شاهد عفاف	۱۳۸۹	شمال
۱۱	حضرت آمه	۱۳۸۴	شمال

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۱,۲,۴. مدارس با جهت‌گیری رو به غرب

همان طور که جدول ۵ نیز نشان می‌دهد در بین ۱۱ مدرسه انتخابی هیچ مدرسه‌ای دارای جهت‌گیری رو به غرب نبوده است.

۲,۲,۴. مدارس با جهت‌گیری رو به جنوب

با توجه به زاویه تابش خورشید (۷۰ تا ۸۰ درجه در ماه‌های اردیبهشت و خرداد) در هنگام ظهر و حدود ۶۰ تا ۶۵ درجه در ایام صبح تا ظهر و جهت تابش در این ساعات از روز عموماً تابش خورشید به پنجره‌های رو به جنوب تابشی ندارد و دیوارهای جنوبی نیز مدت زمان زیادی در معرض تابش نیستند.



شکل ۷: دبستان سمیه با نمای بدون عقب نشینی پنجره‌ها (سال تأسیس ۱۳۸۵)؛ منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۳,۲,۴. مدارس با جهت‌گیری رو به شرق

از ۱۱ نمونه انتخابی، ۲ مدرسه دارای جهت‌گیری رو به شرق بوده‌اند. این جهت‌گیری با توجه به شرایط اقلیمی شهر و دوره فعالیت مدارس که حداقل در ۳ تا ۴ ماه از سال در دوره سرد فعالیت دارند برای ساختمان‌های مدارس جهت مناسبی نیست چرا که عملاً ساختمان کلاس‌ها را از دریافت انرژی تابشی آفتاب محروم می‌کند.



شکل ۸: دبیرستان دخترانه حجاب با جهت‌گیری رو به شرق با عقب نشینی پنجره‌ها
منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۴,۲,۴. مدارس با جهت‌گیری رو به شمال

از میان مدارس نمونه انتخابی ۳ مدرسه دارای جهت‌گیری رو به شمال بودند. اصولاً این جهت‌گیری‌ها بجز در ساعات محدودی از ماه‌های تابستان (تیر و مرداد) تحت تأثیر تابش آفتاب قرار ندارند. این در حالی است که در این دو ماه از سال اصولاً در این دوره از سال مدارس فعالیت آموزشی ندارند. بنابراین پنجره‌های این گونه مدارس در دوره فعالیت مدارس در معرض تابش نیستند. تابش آفتاب از طریق پنجره‌ها علاوه بر این که بخشی از گرمای مورد نیاز کلاس‌ها را در

دوره سرد سال تأمین می‌کند. با تأمین نور مورد نیاز کلاس‌ها از لحاظ روانی نیز برای دانش‌آموزان و معلمان مفید است بنابراین این جهت‌گیری نامناسب‌ترین جهات برای مدارس و سازه‌های آموزشی می‌باشد.



شکل ۹: دبیرستان دخترانه شاهد عفاف با جهت‌گیری رو به شمال با عقب نشینی پنجره‌ها
منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۳.۴. ارزیابی الگوی معماری مدارس نوساز

برای تحلیل جهت‌گیری مدارس ساخته شده در ده سال اخیر ۱۱ مدرسه به عنوان نمونه انتخاب گردید. با توجه به جدول ۶ در یک دهه اخیر بیشتر مدارس به جهت شمال ساخته شده‌اند.

جدول ۶: مشخصات مدارس نمونه انتخابی با الگوی مدارس نوساز

ردیف	نام مدرسه	سال تأسیس	جهت کلی ساختمان
۱	ستایش	۱۳۹۸	شمال
۲	کوزه پز	۱۳۹۹	غرب
۳	بعثت	۱۳۹۷	شمال
۴	بهاران	۱۳۹۸	شمال
۵	عصمتیه	۱۳۹۵	شمال
۶	شهدای نفت	۱۳۹۷	جنوب
۷	پورمانندی	۱۳۹۹	غرب
۸	توران	۱۴۰۱	شمال
۹	شکوه حریری	۱۴۰۲	جنوب
۱۰	ساعدی	۱۴۰۲	شرق
۱۱	طاهبازف	۱۴۰۲	شمال

(منبع: نگارندگان)

۱,۳,۴. مدارس با جهت گیری رو به غرب

همان طور که در توصیف اقلیمی این گونه مدارس بیان شد این گونه پنجره ها برای شهری مانند اهواز جهت مناسبی نیستند. با توجه به زاویه و جهت تابش آفتاب این پنجره ها در فصول پاییز و زمستان در ساعات فعالیت مدارس در معرض تابش نیستند لذا به جهت نورگیری و تأمین گرمای کلاس ها تأثیر چندانی ندارند.



شکل ۱۰: دبستان پسرانه حاج علی اکبر کوره پز با جهت گیری رو به غرب و بدون عقب نشینی پنجره ها (تأسیس ۱۳۹۹)؛ منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۲,۳,۴. مدارس با جهت گیری رو به جنوب

این جهت گیری با توجه به دوره فعالیت مدارس که عموماً در ۶ ماه پاییز و زمستان که حداقل ۳ تا ۴ ماه از آن هوا در کلاس ها سرد بوده و تابش آفتاب می تواند بخشی از گرمایش لازم را تأمین نماید. در عین این که در تمام ساعات فعالیت مدارس نور کافی برای کلاس ها تأمین می شود بنابراین جهت جنوب برای فعالیت های آموزشی بسیار مناسب تر است. به خصوص برای مدارس نوبت صبح شرایط بسیار خوبی را برای تأمین نور و آسایش روانی کلاس ها فراهم نماید.



شکل ۱۱: دبیرستان شکوه حریری با جهت گیری رو به جنوب بدون عقب نشینی پنجره ها سال تأسیس ۱۴۰۲؛ منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۳,۳,۴. با جهت‌گیری رو به شرق

این گونه مدارس در ۶ ماه پاییز و زمستان دارای تابش مستقیم نمی‌باشد. فقط در ساعاتی از صبح در ماه‌های فروردین تا خرداد در معرض تابش مستقیم خواهد بود.



شکل ۱۲: مدرسه زنده یاد ساعدی با جهت‌گیری رو به شرق بدون عقب نشینی پنجره‌ها سال تأسیس ۱۴۰۲؛ منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۴,۳,۴. مدارس با جهت‌گیری رو به شمال

این جهت‌گیری بالاترین تعداد را در میان مدارس انتخابی داشته است. ۶ مدرسه از ۱۱ مدرسه انتخابی به صورت تصادفی دارای جهت‌گیری رو به شمال بوده است. با وجود آنکه تصور می‌شود جهت شمال از این جهت که از تابش مستقیم خورشید در امان هستند و این جهت‌گیری سبب خواهد شد که آفتاب وارد کلاس‌ها نگردد ولی باید توجه داشت که دوره فعالیت مدارس در ایام روز و در ماه‌های نسبتاً سرد تا خنک سال انجام می‌شود که در ماه‌های اوایل و اواخر سال تحصیلی ممکن است با مشکلات ناشی از تابش خورشیدی مواجه گردند. در حالی که در ۴ تا ۵ ماه از سال تحصیلی نیاز مبرم به نور و گرمای تابش خورشیدی است. در صورتی که پنجره‌های شمالی علاوه بر این که ماه‌های سرد دوره آموزشی را از گرما و انرژی پاک خورشیدی محروم می‌نماید. بلکه به دلیل عدم برخورداری از نور کافی برای کلاس‌ها شرایط روحی و روانی مناسبی برای دانش‌آموزان فراهم نمی‌شود.



شکل ۱۳: دبستان ستایش با جهت‌گیری رو به شمال با عقب نشینی پنجره‌ها سال تأسیس ۱۳۹۸؛ منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳



شکل ۱۴: دبستان میرهادی با جهت گیری رو به شمال بدون عقب نشینی پنجره‌ها سال تأسیس ۱۴۰۱؛

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

۴.۴. نقد و ارزیابی مدارس دوره‌های مختلف با الگوهای سه گانه (زیست اقلیمی، اقلیم - معماری و مشاوره اقلیم)

جدول ۷ توزیع مدارس با جهت گیری پنجره‌ها و بازشوها را در مدارس انتخابی در یک دوره ۸۸ ساله نشان می‌دهد. با توجه به این که برخی از مدارس برای تهیه عکس همکاری نداشتند لذا موفق به انتخاب نمونه به روش تصادفی فراهم نشد.

جدول ۷: مقایسه جهت گیری مدارس با قدمتهای مختلف (منبع: نگارندگان)

تعداد مدارس با جهت گیری شمالی	تعداد مدارس با جهت گیری جنوبی	تعداد مدارس با جهت گیری شرقی	تعداد مدارس با جهت گیری غربی	تعداد مدارس با عقب نشینی پنجره	تعداد مدارس بدون عقب نشینی	تعداد نمونه‌ها	قدمت مدارس انتخابی
۵ (۳۸ درصد)	۶ (۴۶ درصد)	۱	۳ (۲۳ درصد)	۱۱ (۸۴ درصد)	۴ (۳۱)	۱۳	بیش از ۲۰ سال
۳ (۲۷ درصد)	۶ (۵۴ درصد)	۲ (۱۸ درصد)	--	۸ (۷۳ درصد)	۳ (۲۷ درصد)	۱۱	۱۰ تا ۲۰ سال
۶ (۵۴ درصد)	۲ (۱۸ درصد)	۱	۲ (درصد)	۶ (۵۴ درصد)	۵ (۴۵ درصد)	۱۱	ده سال و کمتر

۵. بحث و نتیجه گیری

یکی از اهداف مهم طراحی شهری ارتقای کیفی محیط زیست شهروندان و تعامل مثبت آنان با فضای کالبدی شهر است. به منظور دستیابی به چنین هدفی در فرایند طراحی شهری، سناریویی تعریف می‌گردد که بهبود ارتباط انسان‌ها با یکدیگر و با فضاهای شهری را به شکل کالبدی ارائه می‌دهد. مدرسه هم یکی از عناصری است که در طراحی شهری و مهندسی شهرسازی دارای اهمیت می‌باشد. ساختمان‌های مدارس که بخش عمده‌ای از ساختمان‌های عمومی را تشکیل می‌دهند؛ یکی از مهم‌ترین مصرف‌کننده‌های انرژی در ایران هستند. با توجه به شرایط فعلی ساخت و ساز به نظر می‌رسد با اصلاح روش‌های طراحی و ساخت بنا، پتانسیل زیادی برای بهره‌وری انرژی وجود داشته باشد. اصلاح عوامل هندسی ساختمان، از جمله جهت گیری، یکی از این روش‌هاست که بررسی دقیق آن با توجه به تعداد زیاد مدارس دارای اهمیت خاصی است.

اگر مدارس شهر اهواز بر اساس شاخص‌های اقلیمی و الگوی معماری ایده‌آل طراحی شده باشند، باید بتوانند با شرایط گرم و خشک منطقه سازگار شده و محیطی مناسب برای دانش‌آموزان فراهم کنند. با این حال، در صورت عدم رعایت این شاخص‌ها، ممکن است مدارس با مشکلاتی مانند

گرمای بیش از حد، عدم تهویه مناسب و مصرف انرژی بالا مواجه شوند. بنابراین، ارزیابی دقیق و تطبیق معماری مدارس با شرایط اقلیمی اهواز ضروری است تا بتوان محیطی مطلوب برای آموزش و یادگیری ایجاد کرد. با توجه به شرایط اقلیمی شهر اهواز برای استفاده از تابش آفتاب برای دوره سرد سال و ممانعت از ورود اشعه‌های تابشی به درون اطاق‌ها در دوره گرم سال، بهتر است امتداد کلی ساختمان‌ها در جهت غربی-شرقی باشد. در این صورت با توجه به زاویه تابش آفتاب در دوره سرد سال امکان انتقال اشعه‌های خورشیدی به درون اطاق‌ها از طریق بازشوها و پنجره‌هایی که به سمت جنوب تعبیه شده‌اند میسر می‌شود و به این ترتیب می‌توان از انرژی خورشیدی برای گرم کردن کلاس‌های درسی استفاده کرد. در حالی که در دوره گرم سال به دلیل افزایش ارتفاع خورشید و زاویه تابش، اشعه‌های خورشیدی نمی‌تواند به طور مستقیم وارد کلاس‌ها شود. ساختمان‌ها از طرفین غرب و شرق بهتر است به هم متصل باشند چرا که کوران باد بین ساختمان‌ها هم در فصول گرم به دلیل گرمای مفرط هوا و در فصل سرد به دلیل سرمای هوا ضرورت ندارد. در صورتی که چسبندگی ساختمان‌ها از طرفین غربی و شرقی از تابش شدید صبحگاهی و عصرگاهی به دیوارها غربی و شرقی که در این مواقع از سال با زاویه تابش نزدیک به قائم دریافت می‌شوند جلوگیری می‌نماید. با توجه به گرمای شدید هوا به خصوص در دوره گرم سال و از طرفی نیاز به تابش آفتاب برای تعدیل فضاهای داخلی در دوره سرد سال بهتر است ابعاد پنجره‌ها در شهر اهواز متوسط انتخاب گردد. با توجه به گرمای شدید هوا در دوره گرم سال و عدم نیاز به انتقال گرما از طریق دیوارها، بهتر است دیوارها از نوع سنگین و یا با زمان تاخیر زیاد با بیش از ۸ ساعت انتخاب شوند تا انتقال تابش از طریق دیوارها چه دوره گرم سال از بیرون به داخل و چه در دوره سرد سال از داخل به سمت بیرون به حداقل ممکن برسد. چون استفاده از عناصر و عوامل اقلیمی برای خنک ساختن یا سرمایش کلاس‌ها چندان کار آیی ندارد ولی با یک طراحی مناسب بخش زیادی از گرمایش لازم برای کلاس‌ها را می‌توان با تابش خورشیدی تأمین کرد. بنابراین طراحی مناسب و جهت‌گیری صحیح مدارس باید از طرف کارگزاران آموزش و پرورش مورد تأکید قرار گیرد. مناسب‌ترین جهت‌گیری برای ساختمان‌های دو طرفه امتدادی غربی-شرقی و کارگزاری پنجره‌ها به سمت جنوب می‌باشد تا در طول دوره سرد آفتاب به درون کلاس‌ها منتقل گردد.

۱.۵. پیشنهادهای طراحی اقلیمی در مدارس شامل:

- جهت‌گیری مناسب: ساختمان مدرسه باید به گونه‌ای طراحی شود که کمترین میزان تابش مستقیم خورشید را دریافت کند. در مناطق گرم، جهت‌گیری شمالی-جنوبی معمولاً مناسب‌تر است.
- پنجره‌های کوچک در جبهه غربی و شرقی: از آنجا که این جبهه‌ها بیشترین تابش خورشید را دریافت می‌کنند، بهتر است پنجره‌ها کوچک و کم تعداد باشند تا گرمای کمتری وارد ساختمان شود.
- استفاده از سایه‌بان‌ها: سایه‌بان‌ها، آفتاب گیرها و پرده‌های خارجی می‌توانند از ورود تابش مستقیم خورشید به داخل کلاس‌ها جلوگیری کنند.
- درختکاری و فضای سبز: کاشت درختان و گیاهان در اطراف ساختمان مدرسه می‌تواند به ایجاد سایه و کاهش دمای محیط کمک کند.

- رنگ روشن برای نما: استفاده از رنگ‌های روشن برای دیوارها و سقف‌ها می‌تواند انعکاس نور خورشید را افزایش داده و جذب گرما را کاهش دهد.
- پنل‌های خورشیدی: استفاده از پنل‌های خورشیدی می‌تواند به تأمین انرژی مدرسه کمک کرده و مصرف انرژی را کاهش دهد.
- آموزش مفاهیم پایداری: آموزش دانش‌آموزان در مورد اهمیت صرفه‌جویی در انرژی و استفاده بهینه از منابع می‌تواند به کاهش مصرف انرژی در مدرسه کمک کند.
- مشارکت در نگهداری فضای سبز: دانش‌آموزان می‌توانند در کاشت و نگهداری گیاهان و درختان مدرسه مشارکت کنند.

منابع و مآخذ:

- ۱- جهانی شام اسبی، م.، و جهانی شام اسبی، ح. ۱۳۹۲. بررسی آسایش معماری همساز با اقلیم شهر نیر بر مبنای مدل‌های اولگی، اوانز و شاخص دمای مؤثر، اولین همایش ملی جغرافیا، شهرسازی و توسعه پایدار، تهران، انجمن محیط زیست کومش، دانشگاه صنعت هوایی.
- ۲- حویزای، ح.، و مرشدی، ج. ۱۳۹۴. ارزیابی آسایش اقلیمی در ساختمان‌های مسکونی شهر اهواز بر اساس مدل‌های بیوکلیمایی ماهانی و گیونی، سومین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی، تهران.
- ۳- زرین وفا، ع.، و دهقان توران پشته، ع. ۱۳۹۳. اصول طراحی همساز با اقلید با رویکرد پایداری زیست محیطی در استان همدان، کنگره بین المللی پایداری در معماری و شهرسازی-شهر مصدر، امارا متحده عربی - دبی و ابوظبی، کانون سراسری انجمن‌های صنفی مهندسان معمار ایران، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد امارات.
- ۴- شریفی، م.، میرزایی، م.، و شریفی راسخ، ر. ۱۳۹۴. استفاده از شاخص‌های اقلیمی برای رسیدن به معماری پایدار (نمونه موردی: همدان)، دومین کنفرانس ملی معماری و منظر شهری پایدار، بصورت الکترونیکی، مؤسسه بین المللی معماری، شهرسازی مهرانشهر.
- ۵- عظیمی پویا، ن. ۱۳۹۲. راهکارهای پایداری برای آسایش در اقلیم سرد با بهره‌گیری از مدل شاخص دمای مؤثر، الگی، گیونی (نمونه موردی شهر همدان)، دومین همایش ملی اقلیم، ساختمان و بهینه سازی مصرف انرژی، اصفهان، سازمان بهره وری انرژی ایران.
- ۶- قیابکلو، ز. ۱۳۷۹. خنک سازی غیر مکانیکی تبخیری، باغ نظر. دوره ۸.
- ۷- کریم زاده، س.، لشکری، ح.، برنا، ر.، و ولی شریعت پناهی، م. ۱۴۰۰. بررسی میزان انطباق جهت معماری ساختمان‌های قدیم و جدید شهر سقز از منظر اقلیمی. فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۱(۴)، ۱۸۳-۲۰۹.
- ۸- معینی، س م.، غیاثوند، و.، و اسدی افخم، ص. ۱۳۹۳. بررسی جلوه‌های پایداری در معماری بومی اقلیم سرد (نمونه موردی: روستای ورکانه همدان)، اولین همایش ملی معماری مسکونی، ملایر، آموزشکده فنی و حرفه‌ای سما واحد ملایر.
- ۹- موحد، خ.، و فتاحی، ک. ۱۳۹۲. بررسی نقش اقلیم و محیط در شکل دهی فرم سازه مسکن روستایی استان فارس. مسکن و محیط روستا، ۳۲(۱۴۱)، ۳۷-۵۰.
- ۱۰- نتاج انصار، ژ.، برنا، ر.، مرشدی، ج. ۱۴۰۱. تدوین استراتژی‌های طراحی اقلیمی برای ساختمان‌های آموزشی در شرایط اقلیمی شهر دزفول، توسعه پایدار محیط جغرافیایی، ۷(۴)، ۱۲۹-۱۴۱.
- 11- Alghamdi, S., Tang, W., Kanjanabootra, S., & Alterman, D., (2022), Effect of architectural building design parameters on thermal comfort and energy consumption in higher education buildings. Buildings, 12(3), 329.

- 12- Eddy Krigiel., Brad Nies. (2008). Green Bim: Sustainable Desing with Building Information Modehing. Press Simay e Danesh.978-600-120-169-1.
- 13- Gangrade, S., & Sharma, A., (2022)., Study of thermal comfort in naturally ventilated educational buildings of hot and dry climate-a case study of Vadodara, Gujarat, India. International Journal of Sustainable Building Technology and Urban Development, 13(1), 122-146.
- 14- Gkloumpou, A., & Germanos, D. (2022). The importance of classroom cooperative learning space as an immediate environment for educational success. An action research study in Greek Kindergartens. Educational Action Research, 30(1), 61-75.
- 15- Omidvar, K.; Alizade Shoraki, Y.; Zareshahi, A., (2011), Determination of comfortable condition according to climate-environmental index in Yazd. Journal City Climate Architects, 1, 101–107.
- 16- Perez, Y. V., and Capeluto, I. G., (2009), Climatic considerations in school building design in the hot–humid climate for reducing energy consumption, Applied Energy, 86(3), 340-348.

ماتریس شایسته‌سالاری مدیران بر مبنای مدل اهمیت-عملکرد در صنعت هتلداری

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۱۱/۲۹

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۳/۱۲/۲۰

فائزه‌السادات میرفخرالدینی^{*۱}

میلاد ابراهیمی^۲

۱- دانشیار، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

۲- کارشناسی ارشد مدیریت مالی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

چکیده

شایسته‌سالاری یکی از موضوعات مهم در صنعت هتلداری در چندین سال گذشته بوده است. با این وجود تاکنون تحقیق جامع‌ای در صنعت هتلداری ایران در این زمینه انجام نگرفته است. هدف این تحقیق شناسایی معیارهای مؤثر بر شایسته‌سالاری در صنعت هتلداری ایران و همچنین طراحی ماتریسی از معیارها بر مبنای مدل اهمیت-عملکرد می‌باشد. در این مطالعه با استفاده از مطالعه پیشینه تحقیق و نظرخواهی از خبرگان، شاخص‌ها و معیارهایی که انتظار می‌رود بر شایستگی و مهارت مدیران تأثیرگذار باشند، شناسایی و در مرحله بعد با استفاده از روش تحلیل اهمیت-عملکرد به طراحی ماتریس شایسته‌سالاری در صنعت هتلداری ایران پرداخته شد. یافته‌ها نشان داد معیارهای رهبری مؤثر تیم‌های کاری، توانایی تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی، ارائه خدمات برتر در صنعت، آگاهی از پیشرفت‌های جدید، توانایی تفکر خلاق، دارا بودن هوش تجاری، رهبری تغییر و حمایت از نوآوری در اولویت بالایی قرار داشته و باید در اولین فرصت بهبود یابند. تحلیل شایستگی مدیران گردشگری به عنوان اساسی برای گزینش و آموزش آنها در ایران، با تأکید بر توانایی‌های خلاقانه، رهبری تغییر، و تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی، برای ارتقای عملکرد و بقای مؤسسات گردشگری ضروری است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، شایسته‌سالاری، هتلداری، تحلیل اهمیت عملکرد، مدل شایسته‌سالاری.

* نویسنده رابط: mirfakhr.faeze@yazd.ac.ir

مقدمه

گردشگری به عنوان بزرگترین و بزرگترین صنعت در حال رشد جهان توصیف شده است (Marneros et al., 2020). از آنجایی که کیفیت خدمات عملیات گردشگری بسیار متکی به افراد است، شایسته است شایستگی‌های حرفه‌ای لازم را که باید ایجاد شود، بررسی کرد. سهم عمده‌ای در توسعه چنین شایستگی‌ها از طریق برنامه‌های آموزشی هتلداری انجام می‌شود. مطالعه شایستگی‌ها در رابطه با توسعه برنامه‌های آموزشی صنعت هتلداری موضوعی نسبتاً جدید است که برای رشد این صنعت حیاتی شناخته می‌شود (Marneros et al., 2020).

افزایش بازدیدکنندگان و به تبع آن افزایش درآمد، مستلزم حرفه‌ای شدن گردشگری برای استانداردسازی کیفیت خدمات است (Yusra et al., 2022). همچنین از آنجایی که کیفیت خدمات گردشگری بسیار متکی به افراد است، شایسته است شایستگی‌های حرفه‌ای لازم را که باید ایجاد شود، بررسی کرد (Marneros et al., 2020). از این رو صنعت هتلداری بعنوان بخش مهمی از صنعت گردشگری است که میلیون‌ها نفر را استخدام می‌کند و صدها میلیارد دلار به اقتصاد جهانی کمک می‌کند، (Dube et al., 2021) به شایستگی‌های متعددی برای ارائه خدمات با کیفیت بالا و جلب رضایت مشتریان نیاز دارد. برای دستیابی به این اهداف، مشاغل در صنعت هتلداری باید به شایستگی‌های خاصی مجهز شوند تا بتوانند کیفیت خدمات و رضایت مشتری را ارائه دهند (Marneros et al., 2021). محققان هتلداری به مطالعه مدل‌های شایستگی علاقه‌مند بوده‌اند، زیرا مدیران منابع انسانی از مدل‌های شایستگی به عنوان مبنایی برای فرآیندهای مختلف کسب استعداد استفاده می‌کنند (Shum et al., 2018). مدل‌های شایستگی نیز برای طرح‌های درسی و کلاس مفید هستند (Sisson & Adams, 2013) به کارگیری کارکنان شایسته به نوبه خود می‌تواند رضایت شغلی را افزایش دهد (Ko, 2012) و همچنین کیفیت خدمات هتل را بهبود بخشد (Bharwani & Jauhari, 2013). از این رو سوالی که بی پاسخ مانده است این است که شایستگی‌های حرفه‌ای کلیدی مورد نیاز برای موفقیت در صنعت هتلداری چیست (Marneros et al., 2021).

تحقیقات متعددی در زمینه شایسته‌سالاری مدیران هتلداری در کشورهای مختلفی مانند قبرس (Marneros et al., 2020)، مالزی (Nurhazani Mohd & Azlan Zainol, 2017)، تایوان (Lu, 2021) انجام گرفته است. همچنین در ایران موضوع شایسته‌سالاری در ارگان‌های مختلفی اعم از بانک (خلیلی و حسینی‌محبوب، ۱۳۹۹)، شهرداری (اقامردی و بهاری، ۱۳۹۹) و سازمان بودجه کشور (دهقان پور فراشاه و همکاران، ۱۴۰۲) انجام گرفته است. با این وجود این موضوع تاکنون بصورت جامع در حوزه هتلداری ایران از سوی پژوهشگران بررسی نشده است. از این جهت این مقاله در وهله اول به شناسایی عوامل مؤثر بر شایسته‌سالاری در صنعت هتلداری در ایران و در وهله دوم به اهمیت-عملکرد این شاخص‌ها می‌پردازد.

بر اساس این تحقیق، این مطالعه یک مدل شایستگی شغلی کامل را پیشنهاد می‌کند که می‌تواند به محققان و مدیران در بهبود موفقیت شغلی کارکنان صنعت مهمان‌نوازی کمک کند. برای

دستیابی به این هدف، این مطالعه مدلی را بر اساس بررسی ادبیات و روش تحلیل عملکرد (IPA) توسعه می‌دهد. عملکرد موضوع مهمی است که از دیرباز به اقتصاددانان و محققین به آن علاقه مند بوده اند. این حوزه برای شرکت‌های خدماتی مانند هتل‌ها که از طریق دارایی نامشهود حاصل می‌شود مهم تر است (Panno, 2020). نویسندگان سعی خواهند کرد تا نقاط قوت و ضعف فعلی را شناسایی کرده و پیشنهادهایی برای بهبود مدیریت شایسته در این صنعت ارائه دهند. این تحقیق به عنوان یک پله مهم در جهت بهبود کیفیت مدیریت در هتل‌های ایران، می‌تواند نقش مؤثری در تحولات مثبت این حوزه ایفا نماید. همچنین مؤسسات آموزشی می‌توانند از یافته‌ها و توصیه‌های این تحقیق برای اصلاح برنامه‌های درسی خود و بهبود مهارت‌ها استفاده کنند تا اطمینان حاصل شود که دانش‌آموزان برای برآورده کردن خواسته‌های گردشگری همیشه در حال تحول آماده هستند.

پیشینه پژوهش

به منظور توسعه برنامه‌های مؤثر، باید تحقیقاتی برای تعیین دانش لازم و شایستگی‌های صنعت مورد انتظار از فارغ‌التحصیلان برنامه‌های مدیریت مهمان‌نوازی انجام شود. شناسایی دانش و شایستگی‌های مورد نیاز برای مدیریت مؤثر در صنعت هتلداری، پیش نیاز هر گونه توسعه برنامه است (Marneros et al., 2021).

مارنروس و همکاران^۱ (۲۰۲۱) مطالعه‌ای را برای شناسایی شایستگی‌های کلیدی موفقیت برای صنعت هتلداری از دیدگاه متخصصان در قبرس انجام دادند. مطالعه آنها نشان داد که با وجود اینکه محققان زیادی تلاش کرده‌اند شایستگی‌های مورد نیاز در صنعت مهمان‌نوازی را شناسایی کنند، نیاز به مطالعه بیشتر و درک بهتر شایستگی‌های لازم برای پست‌های سطح مدیریتی وجود دارد. یافته‌ها همچنین نشان دادند که صنعت مهمان‌نوازی ترجیح زیادی برای استخدام افرادی با مهارت‌های مدیریت افراد «نرم» و مهارت‌های حرفه‌ای عملی قوی دارد. در مطالعه که توسط الکساکیس و جیانگا^۲ (2019) انجام گرفت در رابطه با درک مدیران هتلداری از مهارت‌ها و دانش دانشجویان مهمان‌نوازی در ایالات متحده، مشخص شد که از جمله شایستگی‌های ضروری برای فارغ‌التحصیلان مهمان‌نوازی، مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های تفکر انتقادی و مهارت‌های حل مسئله است. جو دولاسینسکی و رینولدز^۳ (۲۰۱۹) شایستگی‌های رهبری را برای موفقیت در صنعت هتلداری بررسی کردند و در نتیجه شش عامل شایستگی رهبری هتل، از جمله مهارت‌های نرم، مهارت‌های رهبری، و همچنین شایستگی‌های بین فردی، سازمانی، رابطه‌ای و خود مدیریتی شناسایی شدند.

در ایران همچنین در سال ۱۴۰۲ موحدی زاده و همکارانش به طراحی الگوی شایسته‌سالاری مدیران با رویکرد شهر فرهنگی در مشهد پرداخته و در این پژوهش از روش تحقیق آمیخته (کیفی- کمی) استفاده شده است. بر اساس نتایج حاصله از تحلیل مصاحبه با اعضای گروه خبرگان، الگوی

¹ Marneros et al

² Alexakis & Jiang

³ Jo Dolasinski & Reynolds

شایسته‌سالاری مدیران مشهد دارای ۱۲۲ کد آزاد می‌باشد که در قالب ۱۵ کد محوری و ۴ کد انتخابی دسته‌بندی شدند. بر اساس نتایج حاصله از معادلات ساختاری؛ شایستگی فردی با ضریب ۰.۸۷، دارای بیشترین میزان تأثیر در ساخت مدل شایسته‌سالاری در مشهد می‌باشد همچنین فقدان نظام ارزشیابی با ضریب ۰.۸۱، مهم ترین مانع شایسته‌سالاری در مشهد می‌باشد.

با توجه به بررسی ادبیات می‌توان دریافت با توجه به اینکه موضوع شایسته‌سالاری در ایران بصورت محدود در بعضی از ارگان‌ها مورد تحقیق قرار داده شده است تاکنون این موضوع بصورت جامع در صنعت هتلداری در سراسر ایران انجام نگرفته است. از این رو این تحقیق سعی دارد این شکاف تحقیقاتی را پر کند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی؛ از حیث شیوه گردآوری داده‌ها، پیمایشی و از لحاظ روش، ترکیبی (کیفی-کمی) است. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران و فعالین صنعت گردشگری و اساتید دانشگاه مسلط به مباحث گردشگری و مدیریت هستند. هدف اصلی تحقیق تعیین معیارهایی برای سنجش میزان شایستگی مدیران گردشگری و طبقه‌بندی و تعیین اهمیت نسبی آنها در صنعت مهمانوازی ایران است.

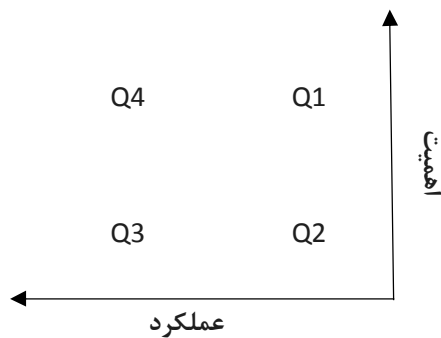
این تحقیق در ۲ مرحله (مرحله اول بصورت کیفی و مرحله دومی بصورت کمی) اجرا شده است. در مرحله اول با مطالعه پیشینه تحقیق و نظرخواهی از خبرگان، شاخص‌ها و معیارهایی که انتظار می‌رود بر شایستگی و مهارت مدیران تأثیرگذار باشند، شناسایی شدند. در این مرحله از تحقیق ۵۹ عامل بعنوان شاخص تعیین و سپس با نظرسنجی از خبرگان، همه‌ی عوامل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و در نهایت با حذف عوامل تکراری و ترکیب مواردی که همپوشانی داشتند، ۱۸ عامل (معیار)، نهایی شده و در ۳ دسته کلی‌تر (شایستگی‌های فردی، شایستگی‌های عمومی و شایستگی‌های تخصصی) جانمایی شدند.

خبرگان این مرحله به منظور برخورداری از هر دو مقوله‌ی نظری و عملی، از دو گروه: خبرگان صنعت (شامل ۱۶ نفر از مدیران و فعالین صنعت) و خبرگان دانشگاهی (شامل ۶ نفر از اساتید دانشگاه) انتخاب شدند. لازم به ذکر است خبرگان مرحله اول از میان افراد در دسترس برگزیده شدند.

در مرحله دوم تحقیق، پرسشنامه‌ای شامل ۱۸ گزاره و با هدف سنجش میزان اهمیت هر یک از عوامل، در دسترس پاسخگویان قرار گرفت. مارتیلا و جیمز^۱ را نخستین بار در سال ۱۹۷۷ روش تجزیه و تحلیل اهمیت-عملکرد را برای تحلیل عملکرد صنعت خودرو به کار گرفتند اما امروزه، اهمیت تحلیل — عملکرد به یک ابزار مدیریتی معروف تبدیل شده است و به صورت گسترده‌ای برای مشخص کردن نقاط ضعف و قوت شناسه تجاری، محصولات، خدمات و اولویت‌های فرصت‌بندی در بهبود صنایع مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد (Chu & Choi, 2000). این مدل از دو جزء اصلی

¹ Martilla and James

اهمیت و عملکرد تشکیل شده است. ترکیب این دو جزء، ماتریسی با چهار خانه را تشکیل می‌دهد. شکل ۲ ساختار یک ماتریس اهمیت-عملکرد را نشان می‌دهد.



شکل ۱: ماتریس اهمیت/عملکرد

مفهوم هر یک از چهار ناحیه این ماتریس به شرح زیر است:

ربع اول؛ ناحیه‌ی بحرانی است، عواملی که در این ربع قرار می‌گیرند، باید در اولین فرصت بهبود پیدا کنند و در اولویت بالایی قرار دارند. عوامل ربع دوم اهمیت و اولویت چندانی ندارند و نیازمند اصلاح فوری در مورد آنها نیست. ربع سوم، ناحیه قابل کاهش می‌باشد؛ بیانگر نقاط قوت غیر مهم است و بهتر است منابع صرف شده برای آن‌ها، به عوامل دیگری اختصاص داده شود. عواملی که در ربع چهارم (وضعیت عالی) قرار می‌گیرند، عواملی اساسی و کلیدی می‌باشند که باید حفظ شوند (Chu & Choi, 2000).

از نظر اسلک در مدل اهمیت/عملکرد (IPA) برای سنجش عوامل می‌توان از مقیاس ۵، ۷ و ۹ تایی استفاده کرد. از این رو در پژوهش حاضر پرسشنامه‌ای براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (از بسیار کم تا بسیار زیاد) طراحی شد و در نهایت از تعداد ۲۲ نفر از خبرگان تحقیق (شامل ۱۶ نفر از فعالین در صنعت گردشگری و ۶ نفر از اساتید این رشته) خواسته شد به اهمیت و عملکرد هر معیار امتیاز دهند. داده‌ها با استفاده از ماتریس اهمیت-عملکرد مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. جدول ۱ ابعاد و معیارهای مربوط به شگاف‌های مهارتی شناسایی شده را نشان می‌دهد.

جدول ۱: ابعاد و معیارهای مؤثر بر عملکرد مالی هتل‌ها

کد معیار	معیار	ابعاد
IC ₁	عملکرد بر طبق شیوه‌های اخلاقی	شایستگی‌های فردی
IC ₂	توانایی کار تیمی	
IC ₃	توانایی تفکر خلاق	
IC ₄	مهارت برقراری ارتباط مؤثر	
GC ₁	توانایی مربیگری و آموزش به دیگران	شایستگی‌های عمومی
GC ₂	رهبری تغییر و حمایت از نوآوری	
GC ₃	مدیریت تعارض	
GC ₄	رهبری مؤثر تیم‌های کاری	

GC ₅	ارائه خدمات برتر در مهمان نوازی	شایستگی های تخصصی
PC ₁	توانایی سازماندهی و برنامه ریزی مؤثر	
PC ₂	شناسایی و حل مسایل مرتبط به کسب و کار	
PC ₃	دارا بودن هوش تجاری	
PC ₄	پیش بینی روندهای آینده	
PC ₅	آشنایی با تعالی و راه دستیابی به آن	
PC ₆	آشنایی با اصطلاحات اولیه مورد استفاده در صنعت	
PC ₇	پیش بینی خواسته ها و نیازهای مهمان برای ارائه خدمات	
PC ₈	توانایی تصمیم گیری در شرایط بحرانی	
PC ₉	آگاهی از پیشرفت های جدید در صنعت مهمانوازی	

منبع: بررسی پیشینه تحقیق و نظر سنجی از خبرگان (گردآوری شده توسط پژوهشگران)

همچنین لازم به ذکر است اعتبار محتوایی پرسشنامه از سوی خبرگان پژوهش و اعتبار عاملی آن از روش تحلیل عاملی، به تأیید رسیده است. بررسی ارزیابی پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. همانگونه که در جدول ۲ مشاهده می شود، در تمامی موارد ضریب آلفای کرونباخ بیشتر از ۷۰ درصد است، که پایایی پرسشنامه را تأیید می کند.

جدول ۲: بررسی پایایی پرسشنامه

آلفای کرونباخ	ابعاد
۰/۸۷۶	شایستگی فردی
۰/۷۵۹	شایستگی عمومی
۰/۷۰۲	شایستگی تخصصی
۰/۷۸۰	کل پرسشنامه

مأخذ: نگارندگان

یافته های پژوهش

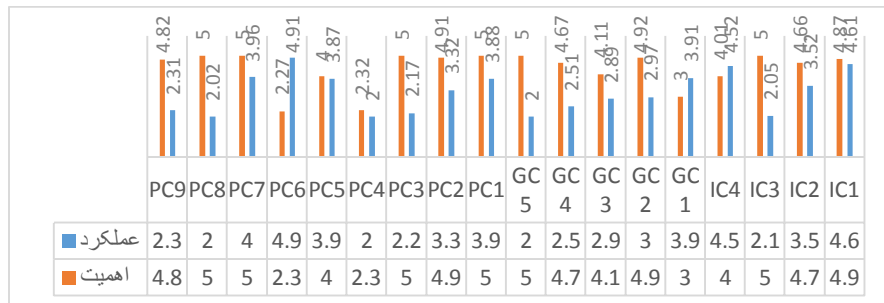
به منظور رسم ماتریس اهمیت/عملکرد ابتدا میانگین نظرات در ارتباط با اهمیت و عملکرد محاسبه شد. میانگین مربوطه به اهمیت و عملکرد هر یک از ابعاد در جدول ۳، نشان داده شده است.

جدول ۳: میانگین اهمیت و عملکرد هریک از ابعاد

ابعاد	میانگین اهمیت	میانگین عملکرد	تعداد پرسش
شایستگی فردی	۴/۶۳	۴/۵۲	۴
شایستگی عمومی	۴/۳۴	۲/۸۵	۵
شایستگی تخصصی	۴/۲۵	۳/۱۶	۹
کل پرسشنامه	-	-	۱۸

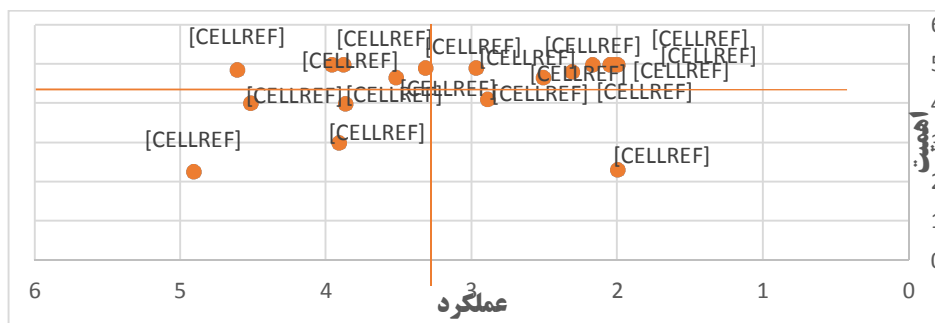
مأخذ: نگارندگان

با توجه به جدول ۳، شاخص «شایستگی فردی» بیشترین میانگین اهمیت و بیشترین میانگین عملکرد را دارند. شکل ۲، تفاوت میانگین اهمیت و عملکرد هریک از شاخص‌ها را نمایش می‌دهد؛ در واقع شکاف بین اهمیت و عملکرد در هر مورد محاسبه شده است.



شکل ۲: تفاوت میانگین اهمیت و عملکرد شاخص‌ها مأخذ: نگارندگان

با توجه به تحلیل داده‌های بدست آمده از پرسشنامه، میانگین شکاف بین اهمیت و عملکرد شاخص‌ها، برابر با ۱/۱۷۴ است. ۱۵ شاخص‌ها دارای شکافی مثبت و ۳ شاخص دارای شکاف منفی (وضعیت عملکرد بیشتر از اهمیت آن شاخص بوده است) بودند. البته ۹ شاخص (توانایی تفکر خلاق، رهبری تغییر و حمایت از نوآوری، مدیریت تعارض، رهبری مؤثر تیم‌های کاری، ارائه خدمات برتر در مهمان‌نوازی، شناسایی و حل مسایل مرتبط به کسب و کار، دارا بودن هوش تجاری، توانایی تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی، آگاهی از پیشرفت‌های جدید در صنعت مهمان‌نوازی) شکافی بالاتر از متوسط میانگین شکاف‌ها (یعنی بیشتر از مقدار ۱/۱۷۴) دارند. در این راستا بمنظور تحلیل بهتر و عینی‌تر وضعیت معیارها شناسایی شده، ماتریس^۱ IPA براساس میانگین امتیازات مربوط به اهمیت و عملکرد در هر شاخص، رسم شد. برای رسم این ماتریس، عملکرد بر روی محور X و اهمیت بر روی محور Y، قرار می‌گیرد. نقطه تلاقی خطوط عمودی و افقی به ترتیب متوسط امتیازات اهمیت (۴,۳۶) و متوسط امتیازات عملکرد (۳,۱۹) را نشان می‌دهد. شکل ۳، ماتریس اهمیت و عملکرد شاخص‌های مؤثر بر شایستگی مدیران صنعت گردشگری را نشان می‌دهد.



¹ Importance-Performance Analysis (IPA)

شکل ۳: ماتریس اهمیت/عملکرد شاخص‌های مؤثر بر شایستگی مدیران صنعت گردشگری مأخذ: نگارندگان

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به شکل ۳ می‌توان دریافت که معیارهایی از جمله رهبری مؤثر تیم‌های کاری، توانایی تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی، ارائه خدمات برتر در صنعت، آگاهی از پیشرفتهای جدید، توانایی تفکر خلاق، دارا بودن هوش تجاری، رهبری تغییر و حمایت از نوآوری در ربع اول قرار دارند در نتیجه این معیارها در شایسته‌سالاری مدیران هتلداری مهم بوده و نیاز است در اولین فرصت مدیران در جهت بهبود این معیارها کوشا باشند. این معیارها نشان دهنده آنچه که در این صنعت برای رسیدن به موفقیت باید تأکید شود و توسط مدیران باید مورد توجه قرار گیرند. به عنوان مثال، رهبری مؤثر تیم‌های کاری اساسی است زیرا صحت اجرای فعالیت‌های روزمره و ارتقاء کیفیت خدمات مستقیماً به رهبری تیم‌ها بستگی دارد. همچنین، توانایی تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی از اهمیت بالایی برخوردار است. در صنعت هتلداری، مواجهه با مسائل و بحران‌های غیرمنتظره امری رایج است. بحران در مقیاس‌های شدید می‌تواند به پیامدهای فاجعه بار منجر گردد (Wut et al., 2021). در زمان‌های بسیار ناپایدار و نامطمئن، سازمان‌ها نیاز به توسعه ظرفیت انعطاف‌پذیری دارند که آنها را قادر می‌سازد تا به طور مؤثر با رویدادهای غیرمنتظره کنار بیایند، از بحران‌ها عقب نشینی کنند و حتی موفقیت‌های آینده را تقویت کنند (Duchek, 2020). در نتیجه مدیران باید توانایی اتخاذ تصمیمات سریع و کارآمد در این شرایط را داشته باشند تا بتوانند اثرات منفی را کاهش دهند و موفقیت را تضمین کنند.

ارائه خدمات برتر در صنعت از اهمیت فراوانی برخوردار است. مشتریان در صنعت هتلداری اغلب به دنبال تجربه‌ای بی‌نظیر هستند و ارائه خدمات با کیفیت و برتر می‌تواند تفاوت زیادی در جذب و نگهداری مشتریان داشته باشد. کیفیت خدمات به عنوان یک عامل کلیدی در جستجوی مزیت رقابتی پایدار آشکار شده است. جلب رضایت و حفظ مشتری به عنوان یک عامل مهم در صنعت هتلداری شناخته شده است (P.J et al., 2023). بطور کلی، مدیران هتل‌ها باید بهبود و توسعه این معیارها را به عنوان اولویت‌های اصلی خود در نظر بگیرند. همچنین با توجه به رقابت فشرده در صنعت هتلداری، توانایی تفکر خلاق، داشتن هوش تجاری، و رهبری تغییر و حمایت از نوآوری نیز از اهمیت زیادی برخوردارند و باید مورد توجه قرار گیرند.

مدیریت تعارض و پیش‌بینی روندهای آتی در ربع دوم قرار گرفته‌اند در نتیجه این معیارها اهمیت چندانی نداشته و نیاز به اصلاح فوری آن‌ها نمی‌باشد. این عوامل از اهمیت کمتری نسبت به سایر معیارها برخوردارند و نیاز به اصلاح فوری آن‌ها وجود ندارد. به عبارت دیگر، این عوامل ممکن است در لیست اولویت‌های مدیریتی به عقب بنشینند و نیازمندی‌های فوری نباشند. بنابراین، این معیارها ممکن است نه به دلیل عدم اهمیت، بلکه به دلیل عدم فوریت و نیاز فوری به اصلاح، در ربع دوم ماتریس قرار گرفته باشند. اما با این حال، باید به یاد داشت که هر یک از این معیارها نیازمند مداومت و توجه مدیران به طور مستمر هستند تا موفقیت و پیشرفت سازمان حفظ شود.

آشنایی با اصطلاحات اولیه در صنعت، توانایی مربیگری و آموزش به دیگران، مهارت برقرایی

ارتباط مؤثر، آشنایی با تعالی و راه دستیابی به آن در ربع سوم قرار گرفته‌اند که در نتیجه می‌توان اینگونه برداشت کرد که بهتر است منابع صرف آن‌ها نگردد. درست است، معیارهایی که در ربع سوم، به عنوان ناحیه قابل کاهش، قرار گرفته‌اند، به وضوح نشان می‌دهند که این عوامل به نسبت عوامل مهم‌تری در مقایسه با سایر ربع‌ها محسوب می‌شوند. از این رو، صرف منابع زیاد در جهت بهبود یا توسعه این عوامل، ممکن است به نفع سازمان نباشد. آشنایی با اصطلاحات اولیه در صنعت و توانایی مربیگری و آموزش به دیگران، هر دو امکان‌پذیر است، اما احتمالاً در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند. از طرفی، مهارت برقرایی ارتباط مؤثر و آشنایی با تعالی و راه‌های دستیابی به آن، از اهمیت بالاتری برخوردارند، اما ممکن است در صورتی که این مهارت‌ها به طور مطلوب و کافی پرورش یابند، صرف منابع بیش از حد در این زمینه نیز موجه نباشد.

توانایی کار تیمی، شناسایی و حل مسائل مرتبط با کسب و کار، توانایی سازماندهی و برنامه‌ریزی مؤثر، پیش‌بینی خواسته و نیازهای مهمان برای ارائه خدمات، عملکرد بر طبق شیوه‌ای اخلاقی در ربع چهارم قرار گرفتند در نتیجه می‌توان اینگونه برداشت کرد که این معیارها در وضعیت عالی قرار دارند و همچنین معیارهای کلیدی می‌باشند در نتیجه باید سطح این معیارها حفظ گردد. این معیارها نه تنها بهبود عملکرد و رضایت مشتریان را تضمین می‌کنند، بلکه از دیدگاه اخلاقی نیز بسیار مهم هستند. عملکرد بر اساس شیوه‌های اخلاقی، نه تنها به حفظ اعتبار و شهرت برند کمک می‌کند، بلکه از نظر فرهنگ سازمانی نیز بسیار ارزشمند است. با توجه به این موارد، حفظ و ارتقاء این معیارها در سطح عالی از اهمیت بالایی برخوردار است (Martínez et al., 2021). سازمان‌هایی که توانایی ارتقاء این معیارها را دارند، قادر خواهند بود بهبودی مداوم در کیفیت خدمات خود را ارائه دهند و موفقیت را در بازار رقابتی هتلداری به دست آورند.

الگوهای نوین گردشگری، به مجموعه مهارت‌ها و شایستگی‌های جدیدی نیاز دارند. با وجود این، پژوهش‌های اندکی در زمینه ارائه مدل شایستگی‌های مدیران گردشگری در ایران انجام شده است، در حالی که مدیران فعال در این صنعت، از نقشی حیاتی برخوردارند. آنها در چگونگی ارائه ارزش به گردشگران تأثیر چشمگیری دارند. علاوه بر این، تغییرات ایجادشده در الگوهای گردشگری، ماهیت شایستگی‌های مورد نیاز مدیران تأسیسات گردشگری را تا اندازه‌ی زیادی دگرگون ساخته است. نیاز به چنین تحلیلی برای ارتقای عملکرد مدیران گردشگری ایران در تأثیرگذاری بر عملکرد مؤسسات گردشگری، ضروری به نظر می‌رسد و می‌تواند به عنوان مبنایی معتبر، برای گزینش مدیران و برنامه‌ریزی و تدوین برنامه‌های آموزش و توسعه آنها استفاده شود. در شرایط و موقعیتی که ماهیت صنعت گردشگری بسیار پیچیده و نقش مدیران بسیار مهم و کلیدی شده است، بی‌توجهی به توانایی و مهارت‌های مدیران گردشگری، اغلب منجر به شکست واحد گردشگری و اعمال هزینه‌های اضافی خواهد شد. از این رو، هدف پژوهش حاضر، ارائه تحلیلی از اهمیت عملکرد شایستگی مدیران صنعت گردشگری، به عنوان مبنایی برای شایسته‌گزینی و توسعه دانش، مهارت‌ها و توانمندی‌های مورد نیاز آنها برای ایفای نقش مؤثر، بوده است.

با توجه به یافته‌های تحقیق برنامه‌ریزان گردشگری باید مدیران مؤسسات گردشگری را به

توانایی تفکر خلاق، مجهز کنند. این مهم از طریق برگزاری برنامه‌های آموزشی خاص محقق خواهد شد. همچنین مدیران گردشگری نیاز به بهبود عملکرد در حوزه رهبری تغییر و حمایت از ایده‌های نوآوری دارند و باید به آنها خاطر نشان کرد که برای ارائه خدمات برتر در صنعت گردشگری، ارائه و حمایت از ایده‌های خلاق و نوآور از طریق رهبری مؤثر تیم‌های کاری، امکان‌پذیر خواهد بود. علاوه بر این مهارت‌هایی همچون داشتن هوش تجاری و توانایی تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی، با توجه به شرایط خاص صنعت گردشگری، از جمله توانایی‌های بسیار مهم و حساس محسوب می‌شوند و مدیران باید به آنها مجهز باشند تا بتوانند مؤسسه‌ی تحت مدیریت خود را از بحرانی‌های احتمالی که از جامعه بین‌الملل، اعمال می‌شود، حفظ کنند. لازم به ذکر با توجه به جهانی شدن و رشد ارتباطات و افزایش آگاهی افراد، مدیران مؤسسات گردشگری با مشتریانی آگاه و مطلع روبرو هستند؛ بنابراین آنها به منظور حضور موفق در صنعت گردشگری، نیاز است که پیشرفت‌های جدید در صنعت و وضعیت رقابتی خود آگاه باشند تا از این طریق بتوانند مشتریانی وفادار داشته و بقای مؤسسه‌ی خود را تضمین کنند.

ماتریس تحلیلی ارائه شده در این پژوهش می‌تواند به‌عنوان راهنمایی برای برنامه‌های گزینش، مشاوره عملکرد و مربیگری مدیران گردشگری، استفاده شود. بر اساس نتایج پژوهش پیشنهاداتی ارائه می‌شود:

- ۱: استفاده از یافته‌های پژوهش برای تدوین شرایط احراز شغل مبتنی بر شایستگی با اهداف آموزشی و گزینشی؛
- ۲: تدوین راهنمای مصاحبه بر اساس شایستگی‌های شناسایی‌شده برای مدیریت عملکرد مدیران گردشگری؛
- ۳: ارائه برنامه‌ی ارزیابی عملکرد مبتنی بر شایستگی برای شناسایی نقاط قوت و ضعف شایستگی مدیران تأسیسات گردشگری؛
- ۴: تهیه برنامه‌های مربی‌گری برای پرورش و آموزش مدیران گردشگری جوان و پراگیزه.
- ۵: استفاده از نتایج این تحقیق برای شناسایی استعداد‌های برتر میان مدیران و حتی کارکنان تأسیسات گردشگری و برنامه‌ریزی برای جانشین‌پروری بین آنها

منابع و مأخذ:

- ۱- آقامرادی، ش. و بهاری، ن. (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین مولفه‌های شایسته سالاری و بهبود عملکرد کارکنان با نقش میانجی فرهنگ سازمانی (مطالعه موردی: سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران). مطالعات رهبری فرهنگی، ۳(۲)، ۷۰-۸۶.
<https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1774634>
- ۲- خلیلی، ع. و حسینی‌محبوب، س. ر. ا. (۱۳۹۹). رابطه شایسته‌سالاری، فشار شغلی، کنترل شغلی و حمایت سازمانی ادراک شده با عملکرد کارکنان. توانمندسازی سرمایه انسانی، ۱۰(۳)، ۱۷۵-۱۸۴. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1758190>
- ۳- دهقان پور فراشاه، ع. پور عزت، ع. ا. و دهقان پور فراشاه، ا. (۱۴۰۲). طراحی مدل شایستگی مدیران سازمان برنامه و بودجه کشور. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۱۵(۱)، ۱۲۱-۱۵۳. https://hrmj.ihu.ac.ir/article_207949_f08451857f194cc98054d70e5cb6b914.pdf
- ۴- موحدی زاده، حمیدرضا، محبی، سراج‌الدین و گلرد، پروانه. (۱۴۰۲). طراحی الگوی شایسته‌سالاری مدیران با رویکرد شهر فرهنگی در شهرداری مشهد. پژوهش‌های مدیریت عمومی ۱6(61)، 217-240. doi: 10.22111/jmr.2023.42483.5795
- 5- Alexakis, G., & Jiang, L. (2019). Industry Competencies and the Optimal Hospitality Management Curriculum: An Empirical Study. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 31(4), 210-220. <https://doi.org/10.1080/10963758.2019.1575748>
- 6- Bharwani, S., & Jauhari, V. (2013). An exploratory study of competencies required to co-create memorable customer experiences in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(6), 823-843. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2012-0065>
- 7- Chu, R. K. S., & Choi, T. (2000). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: a comparison of business and leisure travellers. *Tourism Management*, 21(4), 363-377. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00070-9](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00070-9)
- 8- Dube, K., Nhamo, G., & Chikodzi, D. (2021). COVID-19 cripples global restaurant and hospitality industry. *Current Issues in Tourism*, 24(11), 1487-1490. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1773416>
- 9- Duchek, S. (2020). Organizational resilience: a capability-based conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215-246. <https://doi.org/10.1007/s40685-019-0085-7>
- 10-Jo Dolasinski, M., & Reynolds, J. (2019). Hotel leader competencies: Industry practitioner perspectives. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 18(3), 349-367. <https://doi.org/10.1080/15332845.2019.1599785>
- 11-Ko, W.-H. (2012). The relationships among professional competence, job satisfaction and career development confidence for chefs in Taiwan.

- International Journal of Hospitality Management, 31(3), 1004-1011.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.12.004>
- 12-Lu, H.-F. (2021). Enhancing university student employability through practical experiential learning in the sport industry: An industry-academia cooperation case from Taiwan. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 28, 100301.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100301>
- 13-Marneros, S., Papageorgiou, G., & Efstathiades, A. (2020). Identifying key success competencies for the hospitality industry: the perspectives of professionals. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 20(4), 237-261.
<https://doi.org/10.1080/15313220.2020.1745732>
- 14-Marneros, S., Papageorgiou, G., & Efstathiades, A. (2021). Examining the core competencies for success in the hotel industry: The case of Cyprus. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 28, 100303.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100303>
- 15-Martínez, C., Skeet, A. G., & Sasia, P. M. (2021). Managing organizational ethics: How ethics becomes pervasive within organizations. *Bus Horiz*, 64(1), 83-92. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.09.008>
- 16-Nurhazani Mohd, S., & Azlan Zainol, A. (2017). DEVELOPING AN INDEX OF THE MALAYSIAN TOURISM AND HOSPITALITY GRADUATES COMPETENCIES. *International Journal of Business and Society*, 16(3). <https://doi.org/10.33736/ijbs.577.2015>
- 17-P.J, S., Singh, K., Kokkranikal, J., Bharadwaj, R., Rai, S., & Antony, J. (2023). Service Quality and Customer Satisfaction in Hospitality, Leisure, Sport and Tourism: An Assessment of Research in Web of Science. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(1), 24-50.
<https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.2012735>
- 18-Panno, A. (2020). Performance measurement and management in small companies of the service sector; evidence from a sample of Italian hotels. *Measuring Business Excellence*, 24(2), 133-160.
<https://doi.org/10.1108/MBE-01-2018-0004>
- 19-Shum, C., Gatling, A., & Shoemaker, S. (2018). A model of hospitality leadership competency for frontline and director-level managers: Which competencies matter more? *International Journal of Hospitality Management*, 74, 57-66.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.002>
- 20-Sisson, L. G., & Adams, A. R. (2013). Essential Hospitality Management Competencies: The Importance of Soft Skills. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 25(3), 131-145.
<https://doi.org/10.1080/10963758.2013.826975>

-
- 21-Wut, T. M., Xu, J. B., & Wong, S. M. (2021). Crisis management research (1985-2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda. *Tour Manag*, 85, 104307.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104307>
- 22-Yusra, K., Lestari, Y. B., & Hamid, M. O. (2022). Teacher agency and the implementation of CEFR-like policies for English for tourism and hospitality: insights from local vocational high schools in Indonesia. *Current Issues in Language Planning*, 23(3), 233-253.
<https://doi.org/10.1080/14664208.2021.1965739>.

بررسی اثرات توسعه ژئوتوریسم بر ژئومورفوسایت‌های شهرستان بوشهر با استفاده از مدل ام‌گام

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۱۱/۲۹ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۳/۱۲/۲۰

موسی عابدینی^{۱*} زهرا نظری گزیک^۲

۱. استاد ژئومورفولوژی، گروه جغرافیای طبیعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

۲. دانشجوی دکتری ژئومورفولوژی، گروه جغرافیای طبیعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

چکیده

ژئوتوریسم، به عنوان نوعی از گردشگری پایدار، تأثیرات مثبت اقتصادی و زیست‌محیطی را در بر دارد. این تحقیق با استفاده از مدل M-GAM به بررسی پنج ژئوسایت شهرستان بوشهر شامل نخلستان‌های دیدنی، اسکله زیبای جفره، پارک بزرگ تی‌وی، ساحل شفاف و صدفی، و کوه شور و نمکی جاشک می‌پردازد. با استفاده از ۳۰ پرسشنامه که به گردشگران و کارشناسان محلی توزیع شده، اطلاعات لازم جمع‌آوری گردید و تحلیل‌های آماری با نرم‌افزارهای ARC GIS، Excel، SPSS ۲۶ و PLS انجام شد. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که ارزش‌های گردشگری بالاترین امتیاز (۰,۹۲۵) و ارزش‌های علمی-آموزشی کمترین امتیاز (۰,۴۲۰) را دارند. اسکله زیبای جفره در زمینه ارزش‌های طبیعی و انسان‌ساخت بیش‌ترین امتیاز را دارد و نخلستان‌های دیدنی دارای بالاترین امتیاز در ارزش‌های کاربردی دیگر هستند. این مطالعه بر تقویت زیرساخت‌های گردشگری و بهبود خدمات در این منطقه تأکید می‌کند تا پتانسیل بالای ژئوسایت‌ها برای توسعه گردشگری به حداکثر برسد. در نهایت، پیشنهاد می‌شود که حفاظت از ژئوسایت‌ها به عنوان یک اولویت جدی در نظر گرفته شود تا تعادل بین توسعه و حفظ محیط زیست برقرار گردد.

واژه‌های کلیدی: ژئوتوریسم، بوشهر، ژئوسایت، M-GAM

* نویسنده رابط: abedini@uma.ac.ir

مقدمه

گردشگری طبیعت یا ژئوتوریسم، بر پایه جاذبه‌های طبیعی از جمله پدیده‌های زمین‌شناسی، ژئومورفولوژیکی و زیست‌محیطی بنا شده است (عابدینی و رنجبری، ۱۳۹۵). فرآیندهای زمین‌شناسی، شکل‌دهنده مناظر طبیعی و عوارض زمینی هستند که از جاذبه‌های اصلی ژئوتوریسم محسوب می‌شوند (تسفا و زودیه، ۲۰۲۳). ژئوتوریسم به عنوان یک حوزه نوین گردشگری، از اصول کلی گردشگری پیروی می‌کند و ترکیبی از زمین‌شناسی، ژئومورفولوژی، مناظر طبیعی، ناهمواری‌ها، سنگ‌ها و کانی‌ها با تأکید بر فرآیندهای شکل‌گیری آن‌ها است (ازساهین، ۲۰۱۷). این نوع گردشگری، توریسم را به سمت ژئوسایت‌ها، ژئومورفوسایت‌ها و حفاظت از ژئودایورسیتی هدایت می‌کند (نیوسام، ۲۰۱۰). ارزش‌های علمی، زیبایی‌شناختی، فرهنگی و اقتصادی، چهار عامل اصلی در جذب گردشگر به هر چشم‌انداز ژئوتوریستی هستند (ژلوبسکی و بران-ژلوبکا، ۲۰۱۳). ژئوتوریسم ابزاری ارزشمند برای ارتقای توسعه اقتصادی پایدار و حفظ منابع طبیعی و فرهنگی به شمار می‌رود و می‌تواند سایر ابعاد و فعالیت‌ها را نیز تحت تأثیر قرار دهد (تسفا و زودیه، ۲۰۲۳). به همین دلیل، توجه پژوهشگران بسیاری را به خود جلب کرده است. برای تعیین پتانسیل ژئوتوریستی یک منطقه، شناسایی و ارزیابی سایت‌های مستعد ضروری است. اصطلاحات ژئوسایت و ژئومورفوسایت به منظور ارزیابی و تعیین نقاط گردشگری به کار می‌روند. ایران دارای گستره وسیعی از پدیده‌های زمین‌شناختی و ژئومورفولوژیکی است که ژئوتوریسم در آن نوپا بوده و در مراحل اولیه توسعه قرار دارد. فلات ایران به دلیل ویژگی‌های خاص خود، پدیده‌های مورفولوژیکی شگفت‌انگیزی مانند غارها، خورها، خلیج‌ها، چشمه‌های آب‌معدنی و کارستیک، گل‌فشان‌ها، چشمه‌های نفتی، گازفشان‌ها، تالاب‌ها، کویرها و ماسه‌زارها را پدید آورده است (قنواتی و همکاران، ۱۳۹۱). نگهداری و ارزیابی ژئودایورسیتی می‌تواند اهداف حفاظت از میراث زمین‌شناختی (ژئوکانزرویشن) را دنبال کرده و مبنای فعالیت‌های ژئوتوریستی باشد (بریلها، ۲۰۱۵). نیوسام و داوولینگ (۲۰۱۸) بین میراث جغرافیایی و ژئوتوریسم تفاوت قائل می‌شوند. میراث جغرافیایی به عناصری از زمین اطلاق می‌شود که انسان‌ها برای آن‌ها ارزش قائل هستند، در حالی که ژئوتوریسم نوع گسترده‌تری از گردشگری است که بر پایه جنبه‌های خاصی از زمین مانند میراث زمین‌شناسی و ژئومورفولوژیکی بنا شده است. یکی از مهم‌ترین مخاطراتی که در چند دهه اخیر در بسیاری از مناطق جهان و به ویژه در ایران رخ داده است، فرونشست زمین است که مناطق دارای ژئوسایت‌های مستعد گردشگری را تهدید می‌کند (عابدینی و نظری‌گزیک، ۱۴۰۳).

در سال‌های اخیر، با توجه به موضوع و فعالیت ژئوتوریسم به منظور بهره‌برداری و حفاظت پایدار از ژئوسایت‌ها و ژئومورفوسایت‌ها، مطالعات متعدد داخلی و بین‌المللی گسترده‌ای انجام شده‌اند که از مهم‌ترین آنها می‌توان به روش فاسولاس، موریکی، دیمیتتری و نیکولباکی و ایلپولوس اشاره کرد که اولین بار برای ژئومورفوسایت‌های ژئوپارک سبیلوریتی یونان انجام شده است (گیونکادا و همکاران، ۲۰۱۲). مقصودی و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان شناسایی و ارزیابی پیش ژئوسایت‌های استان زنجان و ارزیابی تأثیر آن بر توسعه گردشگری پایدار انجام دادند. آنها با دو مدل

زوروس و کوبالی کوا، پیش‌ژئوسایت‌های استان زنجان و تأثیر آن را بر توسعه گردشگری پایدار ارزیابی کرده‌اند. نتایج نشان داد که غار کتله خور و کوه‌های رنگی آلاداغ لار در هر دو مدل بیشترین ارزش را دارند. همچنین، نتایج نشان داده‌است این پیش ژئوسایت‌ها می‌توانند تأثیراتی بر بهبود وضعیت کمی و کیفی صنایع دستی، افزایش تعامل اجتماعی و بهبود وضعیت معابر داشته باشند. کامران و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان ارزیابی توانمندی‌های ژئوسایت‌های منتخب استان اصفهان با مدل بریل‌ها انجام دادند. آنها با استفاده از مدل بریل‌ها، توانمندی ژئوسایت‌های منتخب استان اصفهان را ارزیابی کردند و نتیجه گرفتند که کویر متین‌آباد بیشترین ارزش علمی را دارد و کویر متین‌آباد، آبشار سمیرم و کوه‌های صفه و کلاه قاضی با امتیاز ۳۶۰ بیشترین ارزش آموزشی را دارند. سعادت‌فر و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان اهمیت زمین گردشگری و پیشنهادی برای ژئوپارک: یک اولویت در اقتصاد منطقه شمال غرب نیشابور-خراسان رضوی ژئومورفوسایت‌ها را با مدل کومانسکو در غرب نیشابور ارزیابی کردند و نشان دادند که معدن فیروزه، آبشار بار و معدن نمک به ترتیب جایگاه اول تا سوم را دارند. ابراهیم‌پور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با استفاده از مدل پارک ملی و مدل‌های نزدیک به بررسی و شناخت پتانسیل‌های ژئوتوریستی شهرستان سرعین پرداختند. ایشان براساس مدل‌های نزدیک دریافتند که منطقه ژئوتوریستی ویلادرق نسبت به دو منطقه دیگر توانمندی بالا و نسبتاً خوبی دارد همچنین نتایج مدل فیولت نیز نشان داد بر اساس زیرشاخص‌های مورد مطالعه مناطق ژئوتوریستی ویلادرق بیش‌ترین امتیاز و منطقه دربند ورگه‌سران در رتبه دوم و منطقه کنزق در رتبه سوم از نظر توانمندی ژئوتوریستی قرار گرفتند. عابدینی و همکاران (۱۴۰۱)، با استفاده از مدل کومانسکو و مدل پائولووا به ارزیابی توانمندی‌های توسعه گردشگری پایدار ژئومورفوسایت‌ها پرداختند. و با مطالعه و بررسی مسیر توریستی سبلان تا گردنه حیران به این نتیجه رسیدند که جنگل فندقلو نسبت به سایر مناطق ژئوتوریستی از پتانسیل بیشتری برای جذب توریست برخوردار است. سلیمانی و همکاران (۱۴۰۱)، در تحقیق خود به ارزیابی آموزش برای توسعه گردشگری پایدار با تأکید بر آموزش مجازی پرداختند. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که آموزش گردشگری در آماده‌سازی بازیگران اصلی خط‌مقدم برای مقابله با دوره بهبود در بخش گردشگری بسیار حائز اهمیت است. ابراهیم‌پور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان بررسی توانمندی‌های ژئوتوریستی استان اردبیل با استفاده از مدل کوبالیکوا و مدل فیولت (مطالعه موردی: نیر، نمین، سرعین) ژئوتوریسم سه منطقه نیر، نمین و سرعین را به‌صورت مقایسه‌ای بررسی کردند و درنهایت، دریافتند که منطقه سرعین بیشترین و منطقه نمین کمترین جاذبه ژئوتوریستی را دارد. اصغری و همکاران (۱۴۰۲) به ارزیابی توان ژئوتوریستی ژئوسایت‌های حوضه بابل‌رود با استفاده از مدل M GAM پرداختند. نتایج نهایی نشان داد که فضای زیادی برای بهبود ژئوتوریسم در این مکان‌ها به‌ویژه از نظر ارزش‌های گردشگری وجود دارد و سرمایه‌گذاری برای بهبود زیرساخت‌های گردشگری مبتنی بر توسعه گردشگری و همچنین ارتقای مدیریت و برنامه‌ریزی علاوه بر این با تمام این پیشرفت‌ها و همچنین تجسم فعالیت‌های تبلیغاتی این ژئوسایت‌ها می‌توانند هر ساله بازدیدکنندگان بیشتری جذب کنند. عابدینی و همکاران (۱۴۰۲)

قابلیت‌های ژئوتوریستی شهرستان گرمی با استفاده از مدل‌های پراولونگ و اکولوژیکی ارزیابی و تحلیل کردند. بر اساس مدل اکولوژیکی تفرج گسترده و نتایج حاصل از این مدل در این پژوهش قسمت‌هایی از روستاهای میخوش، کالان، داش دیبی، الیه، قوزلو، قنبرلو، تپه، خانعلی‌دره‌سی و هومونلو در طبقه یک مدل اکولوژیکی تفرج گسترده و بخش‌هایی از روستاهای قره‌آغاج، هومونلو، خانعلی‌دره‌سی، و بخش مرکزی شهر گرمی در طبقه دو مدل اکولوژیکی تفرج گسترده قرار دارند. آرورا^۱ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان ارزیابی ژئومورفوسایت‌ها برای توسعه ژئوتوریسم علمی در آندامان شمالی و میانی، هند ژئوسایت‌ها را با مدل رینارد برای توسعه ژئوتوریسم در شمال و مرکز Andaman هند ارزیابی کرده‌اند. نتایج نشان داده که جزیره آندامان، ژئومورفوسایت‌های ویژه و بکری دارد که به لحاظ بیوتوریسم حائز اهمیت است. دست کم چهار ژئومورفوسایت با روش رینارد ارزیابی شده‌است که می‌تواند باعث توسعه ژئوتوریسم در منطقه شود. ماهاتو^۲ و جانا (۲۰۲۱)، با استفاده از M-GAM به بررسی پتانسیل توسعه ژئوتوریسم در رار بنگال، شرق هند پرداختند. نتایج این مطالعه اطلاعاتی را در مورد جنبه‌های اصلی توسعه هر ژئوسایت نشان می‌دهد که کدام مکان‌ها در آینده نیاز به توجه بیشتر و مدیریت بهتر دارند. به‌طوری‌که منطقه برای تعداد بیشتری از گردشگران به‌عنوان مقصد ژئوتوریسم جذاب و شناخته‌شده شود. آدولفو^۳ و همکاران (۲۰۲۲)، در پژوهش خود با ارزیابی و بررسی تنوع زمین، حفاظت آن و ژئوتوریسم در آمریکای مرکزی به این نتیجه رسیدند که جهت محافظت از زمین آمریکای مرکزی لازم است از آن به‌عنوان ژئوپارک استفاده شود تا از طریق ژئوتوریسم سبب افزایش درآمد در مقیاس ملی، منطقه‌ای و محلی شود. رافائل^۴ و همکاران (۲۰۲۲)، با رویکرد جدیدی ناحیه شمالی رودوژانیرو را در کشور برزیل با ارزیابی کمی مورد مطالعه قرار دادند و نتایج نشان داد که بخش شمالی قلمرو رودوژانیرو به دلیل داشتن میراث دست‌ساز و مکان‌های با اهمیت ارزش‌های تاریخی و ملی دارای ارزش بیشتری است. تامانگ^۵ و همکاران (۲۰۲۳) طی مطالعه‌ای پتانسیل ژئوتوریسم زمین پروتروزوییک در هند شرقی را از طریق شناسایی و توصیف ژئومورفوسایت‌ها با استفاده از یک طرح کدگذاری جغرافیایی ۱۰ رقمی و مدل ارزیابی ژئوسایت (GAM) مورد ارزیابی قرار دادند. نتایج نشان داد گسترش ژئوتوریسم بر روی ژئومورفوسایت‌ها بر استفاده اقتصادی و فرهنگی از لندفرم‌ها و حفاظت جغرافیایی از ویژگی‌های ژئوسفر تأکید دارد که به طور بالقوه می‌تواند وضعیت اقتصادی اجتماعی منطقه را ارتقا دهد و پنج ژئومورفوسایت از جمله: آجودهیا، دالما، گار پانچاکوت، جویچاندی، سوسونیا، دارای پتانسیل ژئوتوریسمی بالایی هستند در صورتی‌که دانگیکوسوم و جارناکوچا از پتانسیل پایینی برخوردار هستند. ماستیکا^۶ و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی روند توسعه استراتژی‌های خلافا نه برای

¹ Arora

² mahato

³ Adolfo

⁴ Rafael

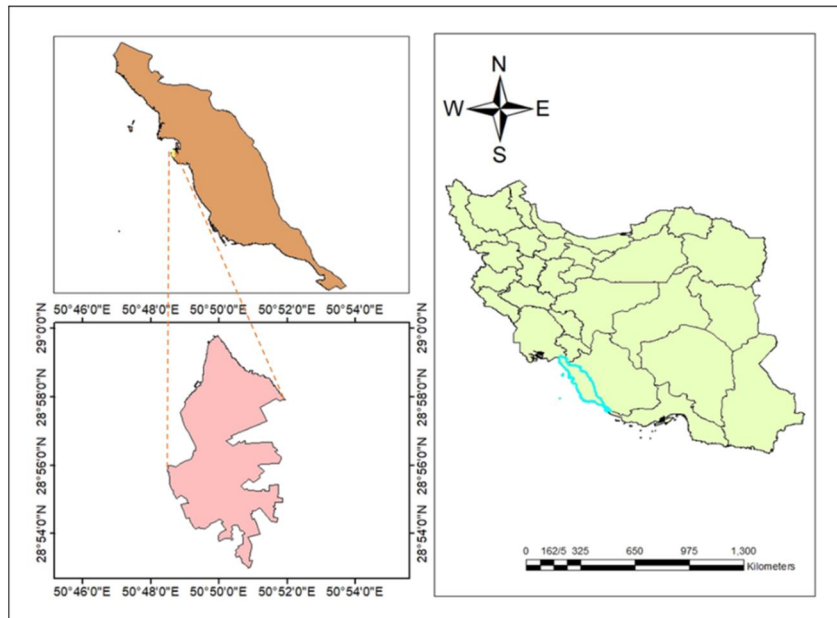
⁵ tamang

⁶ Mastika

توانمندسازی قابلیت‌های جامعه و منابع محلی در مدیریت ژئوتوریسم در منطقه توسعه ژئوپارک ایجن در منطقه بوندووسو را مورد بررسی قراردادند. نتایج حاکی از آن بود که مدیریت روزانه ژئوپارک‌ها با مؤسسات در مناطق روستایی در ایجاد منفعت‌های رقابتی پایدار برای مدیریت ژئوتوریسم مبتنی بر معیارهای VRIN در منطقه ترسیم توسعه ژئوپارک ایجن همکاری داشته‌است. بررسی تحقیقات مختلف در مورد ژئوتوریسم نشان داد که بیشتر تحقیقات بعمل آمده در زمینه توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال و درآمدزایی مناطق گردشگری بودند. تا بحال تحقیقی با موضوع پژوهش حاضر برای شهرستان بوشهر بعمل نیامده است. از همین رو ضرورت دارد تا پتانسیل گردشگری ژئومورفوسایت‌های گردشگری جذاب شهرستان بوشهر مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرد. هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی و ارزیابی پتانسیل بدلندهای بوشهر در زمینه ژئوتوریسم است.

موقعیت جغرافیایی منطقه

بوشهر بر کرانه‌های خلیج بوشهر واقع در شبه‌جزیره بوشهر در موقعیت جغرافیایی ۲۸ درجه و ۵۹ دقیقه و ۳ ثانیه، و عرض جغرافیایی ۵۰ درجه و ۵۱ دقیقه و ۱۵ ثانیه طول شرقی نسبت به نصف‌النهار گرینویچ قرار دارد. طول این شبه‌جزیره حدود ۱۵ کیلومتر و عرض آن بین ۲ الی ۴ کیلومتر است. این شهر یا هم‌سطح دریا یا در برخی قسمت‌ها پایین‌تر از سطح دریا قرار دارد. بوشهر فقط از سمت شرق به خشکی راه دارد که در این قسمت جاده ورودی به شهر به نام جاده شیراز - بوشهر قرار دارد. شهر بوشهر به دلایلی دارای آب‌وهوای گرم است که این دلایل عبارت‌اند از: قرار گرفتن در عرض‌های پایین جغرافیایی و نزدیکی به مدار رأس سرطان، کمی ارتفاع نسبت به سطح دریا، کمبود پوشش گیاهی، قرارگرفتن در مسیر بادهای گرم عربستان، کمی بارش. طبق بررسی‌ها متوسط دمای بوشهر ۲۵ درجه سانتیگراد و معدل حداکثر دما ۴۲ درجه سانتیگراد بوده است. از ویژگی‌های مهم آب‌وهوایی شهر بوشهر می‌توان به پدیده شرجی اشاره کرد.



شکل ۱: موقعیت منطقه مورد مطالعه

جدول ۱: معرفی ژئومورفوسایت‌های منطقه مورد مطالعه

ردیف	ژئوسایت	عکس	توضیحات
۱	نخلستان‌های دیدنی		اولین جاذبه از جاذبه‌های بوشهر که بدون شک حتی با شنیدن نام این شهر در ذهن شما نقش می‌بندد، نخلستان‌های آن است. نخلستان‌های این شهر بیشتر در ناحیه دشتی، جم، دشتستان و آب پخش هستند. شما با حضور در این مناطق می‌توانید از دیدن این درختان همیشه‌سبز و سرو قامت لذت برده و از جاذبه‌های گردشگری و آیین خرماچینی هم دیدن کنید.
۲	اسکله زیبای جفره		شهر بوشهر یکی از مناطق جنوبی و گرم ایران است که بهترین فصل برای سفر به آن فصل بهار و شش‌ماهه دوم سال است. در این اسکله تفریحات آبی متفاوت و متنوعی ارائه می‌شوند. ضمن اینکه در این اسکله مسافران راحت چادر برپا کرده و ضمن انجام تفریحات متنوع آبی، از دیدن مناظر بی‌نظیر اطراف هم لذت می‌برند. تفریحات این اسکله شامل تفریحات آبی، شنا و قایق‌سواری است.

پارک بوشهر هم در میان جاذبه‌های این شهر در فصل بهار بسیار دوست‌داشتنی و دیدنی است. در این پارک امکان برپا کردن چادر برای مسافران وجود دارد. ضمن اینکه این بوستان سرسبز و ساحلی دقیقاً در کنار حسینیه کوهدشتی قرار گرفته است. همچنین این پارک فاصله کوتاهی تا ساحل دارد و در کنار شنا کردن، این امکان را به شما می‌دهد که در ساحل هم به راحتی پیاده‌روی کنید.		پارک بزرگ تی وی	۳
از دیگر جاذبه‌های بوشهر می‌توان به بوستان مرجان و پارک ساحلی صدفی نزدیک به آن اشاره کرد که به آن ساحلی صدف هم گفته می‌شود. این پارک در جوار جاده ساحلی واقع شده و دقیقاً در غرب شهر بوشهر است و با امکانات تفریحی و رفاهی متعدد خود مانند پارکینگ، آلاچیق، کافه و رستوران، امکان انجام تفریحات آبی و سرویس بهداشتی، به‌خوبی از گردشگران و مسافران شهر بوشهر میزبانی می‌کند.		ساحل شفاف و صدفی	۴
این کوه از بی‌نظیرترین و دیدنی‌ترین گنبد‌های نمکی در خاورمیانه محسوب می‌شود که طول آن ۱۲ کیلومتر است. اگر در بهار و در نوروز به بوشهر رفتید، حتماً از این کوه نمکی دیدن کنید. از جاذبه‌های این کوه نمکی و سفید می‌توان به بلورهای نمکی، یخچال‌های نمکی و آبشارهای نمکی آن اشاره کرد.		کوه شور و نمکی جاشک	۵

(مأخذ: نگارندگان)

داده‌ها و روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف از نوع کاربردی و از نظر ماهیت داده‌ها، روشی کمی و کیفی است. داده‌های پژوهش از راه مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای- اسنادی گردآوری شده‌است. متغیرهای این پژوهش شامل مجموعه متغیرهای مرتبط با ژئوتوریسم و ارزیابی ژئوسایت‌ها شامل ارزش‌های علمی و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت توصیفی تحلیلی است. به منظور ارزیابی ژئوسایت‌ها از روش ام گام ژئوتوریسم استفاده شده‌است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی و روش تحقیق آن توصیفی پیمایشی است که با تکمیل پرسشنامه انجام شده‌است. در این پژوهش ۵ ژئوسایت حوضه بوشهر با توجه به تنوع آن‌ها (نخلستان‌های دیدنی، اسکله زیبای جفره، پارک بزرگ تی وی، ساحل شفاف و

صدفی، کوه شور و نمکی جاشک) با استفاده از ارائه ۳۰ پرسشنامه به گردشگران حاضر در مناطق مورد مطالعه و متخصصین و کارشناسان آشنا به مناطق ذکر شده و جمع‌آوری داده‌های آن مورد ارزیابی قرار داده شد. جهت شناسایی مناطق ذکر شده از ابزارهای مفهومی شامل نرم‌افزار ARC GIS و نرم‌افزار Excel و همچنین نرم‌افزار SPSS ۲۶ و pls جهت ارزیابی موقعیت مکانی و تجزیه و تحلیل‌های آماری استفاده شده است که در نرم‌افزار SPSS ۲۶ ارزیابی و تحلیل این مناطق ژئوتوریستی با استفاده از مدل M-GAM صورت گرفت که توضیحات مربوطه به شرح زیر ذکر شده است:

مدل تغییر یافته سنجش ژئوسایت به دو شاخص اصلی ارزش‌های اصلی و ارزش‌های مازاد طبقه‌بندی می‌شود. همچنین این دو شاخص اصلی به ترتیب ۱۲ و ۱۵ زیرشاخص دارند که هر کدام بین ۰,۰۰ تا ۱,۰۰ ارزش‌گذاری خواهند شد. این طبقه‌بندی به علت وجود دو نوع ارزش ایجاد شده است. ارزش‌های اصلی تحت تأثیر ویژگی‌های طبیعی ژئوسایت بوده و ارزش‌های مازاد تحت تأثیر انسان هستند و به خاطر تغییرات ایجاد شده توسط بازدیدکنندگان به وجود می‌آیند. ارزش‌های اصلی سه زیرشاخص داشته که ارزش‌های علمی آموزشی، ارزش‌های نمایشی زیبایی شناسانه و حفاظت نام دارند. به علاوه، ارزش‌های مازاد نیز به دو گروه زیرشاخص تقسیم می‌شوند که ارزش‌های کاربردی و ارزش‌های گردشگری نام دارند. ساختار شاخص‌ها و زیرشاخص‌های ارزش‌های اصلی و ارزش‌های مازاد در جدول شماره ۱ آورده شده است.

جمع اعداد در بازه ۰ تا ۱، ۱۲ زیرشاخص ارزش‌های اصلی و ۱۵ زیرشاخص ارزش‌های مازاد با استفاده از این معادله ساده تعریف می‌شود:

$$M - GAM = MV + AV$$

در این معادله MV نماد ارزش‌های اصلی و AV نماد ارزش‌های مازاد است. از آنجا که ارزش‌های اصلی و ارزش‌های مازاد هر کدام ۳ و ۲ گروه زیرشاخص دارند ارزش‌ها توسط این دو معادله بدست می‌آیند:

$$MV = VSE + VSA + VPr$$

$$AV = VFn + VTr$$

از این مدل برای هر کدام از زیرشاخص‌ها استفاده می‌شود و ارزش‌ها سپس طبق معادله مدل تغییر یافته سنجش ژئوسایت جمع خواهند شد اما این بار به خاطر افزوده شدن ضریب اهمیت نتیجه‌ای دقیق‌تر و واقعی‌تری خواهیم داشت. متغیر گردشگران همانند متغیر متخصصان ارزش عددی این پارامتر را برای ارزش‌های اصلی و ارزش‌های مازاد هر کدام از زیرشاخص‌ها به ما می‌دهد.

شاخص‌های اصلی مدل M-GAM شامل ارزش‌های علمی-آموزشی، ارزش‌های نمایشی زیبایی‌شناسانه، حفاظت، ارزش‌های کاربردی و ارزش‌های گردشگری است که هر کدام به زیرشاخص‌های خاص خود تقسیم می‌شوند. نادر بودن، معرف بودن، دانش درباره مسائل زمین‌شناسی و میزان تفسیرپذیری جزو ارزش‌های علمی-آموزشی است. ارزش‌های نمایشی زیبایی‌شناسانه شامل مناظر، سطح، چشم‌انداز و طبیعت اطراف و توازن زیست‌محیطی محل می‌شود. ارزش حفاظت نیز زیرشاخص‌های وضعیت فعلی، میزان حفاظت، آسیب‌پذیری و تعداد قابل قبول

گردشگران است. قابلیت دسترسی، ارزش‌های طبیعی مازاد، ارزش‌های انسان ساخت مازاد، نزدیکی مراکز گسیلشی، نزدیکی شبکه مهم جاده‌ای، ارزش‌های کاربردی دیگر جزو ارزش‌های کاربردی می‌باشند. ارزش‌های گردشگری شامل تبلیغات، بازدیدهای سازمان‌دهی شده، نزدیکی مراکز گردشگری، تابلوهای مفهومی، تعداد بازدیدکنندگان، زیرساخت گردشگری، خدمات راهنمای تور، خدمات‌هاستل و خدمات رستوران است. ارزش عددی این شاخص بین ۰ تا ۱ (۰-۰,۲۵-۰,۵-۰,۷۵-۰) است. صفر کمترین امتیاز و ۱ بالاترین امتیاز به شمار می‌آید.

یافته‌ها

با عطف به قسمت قبلی مقاله، با استفاده از مدل M-GAM ژئوسایت‌های پنج گانه بوشهر مورد بررسی قرار گرفتند. در جدول ۲ در بخش نخست جدول بر اساس مدل M-GAM امتیازات حاصل از نظرات کارشناسان مورد بررسی قرار گرفت و سپس باتوجه به اینکه وجه تمایز مدل M-GAM، علاوه بر توجه به نظر متخصصان و کارشناسان، اهمیت و توجه به نظرات بازدیدکنندگان و گردشگران هم است، در ادامه میزان اهمیت (Im) هریک از ۲۷ معیار در سطوح پنج‌گانه و از مقدار صفر تا یک باتوجه به نظر بازدیدکنندگان و گردشگران مشخص شد و سپس براساس ضرب میزان اهمیت (Im) هر معیار از نظر بازدیدکنندگان در امتیازات کارشناسی قسمت جمع کل در راستای مدل اصلاحی M-GAM به دست آمد که نتایج به‌دست‌آمده دقیق تر خواهد بود.

جدول ۲: ارزش و امتیاز اصلی و مکمل به ژئوسایت‌های (بدلندهای) بوشهر توسط کارشناسان و بازدیدکنندگان مدل

M-GAM

امتیازات گردشگران					اهمیت	امتیازات حاصل از نظرات کارشناسان					
CS ₁	CS ₂	CS ₃	CS ₄	CS ₅		CS ₁	CS ₂	CS ₃	CS ₄	CS ₅	
ارزشهای علمی/آموزشی											
۰,۶۳	۰,۴۳	۰,۵۸	۰,۷	۰,۵۸	۰,۶۳	۰,۶۲	۰,۵۰	۰,۵۵	۰,۶۰	۰,۶۷	۱ نادر بودن
۰,۶۳	۰,۶۱	۰,۶	۰,۷	۰,۶۸	۰,۶۷	۰,۶۷	۰,۵۷	۰,۶۷	۰,۸۰	۰,۶۵	۲ معرف بودن
۰,۵۲	۰,۴۷	۰,۵۱	۰,۷۸	۰,۴۲	۰,۵۹	۰,۵۵	۰,۵۵	۰,۶۰	۰,۸۲	۰,۴۷	۳ دانش درباره مسائل زمین شناسی
۰,۷۵	۰,۵۱	۰,۸۱	۰,۶۶	۰,۵۸	۰,۵۵	۰,۵۲	۰,۵۰	۰,۵۷	۰,۶۰	۰,۶۰	۴ میزان تفسیرپذیری
ارزشهای چشم‌انداز											
۰,۶۱	۰,۵۲	۰,۶۶	۰,۷۵	۰,۷۰	۰,۸۲	۰,۵۷	۰,۶۷	۰,۵۰	۰,۶۵	۰,۷۷	۵ مناظر
۰,۴۸	۰,۷۱	۰,۵۱	۰,۴۵	۰,۵۷	۰,۶۲	۰,۵۷	۰,۴۲	۰,۷۵	۰,۴۲	۰,۳۵	۶ سطح
۰,۷۶	۰,۷۳	۰,۶۷	۰,۸۱	۰,۷۳	۰,۷۲	۰,۵۵	۰,۸۲	۰,۷۲	۰,۷۰	۰,۸۵	۷ چشم‌انداز و طبیعت اطراف
۰,۵	۰,۵۸	۰,۵۲	۰,۶۳	۰,۵۶	۰,۴۷	۰,۴۰	۰,۴۷	۰,۶۷	۰,۴۵	۰,۶۰	۸ توازن زیست محیطی محل

امتیازات گردشگران					اهمیت	امتیازات حاصل از نظرات کارشناسان					
CS5	CS4	CS3	CS2	CS1		CS5	CS4	CS3	CS2	CS1	
محافظت											
۰.۵۳	۰.۵۲	۰.۵۱	۰.۵۸	۰.۴۸	۰.۵۵	۰.۵۷	۰.۵۷	۰.۵۲	۰.۵۷	۰.۴۷	۹ وضعیت فعلی
۰.۶۳	۰.۵۱	۰.۶۳	۰.۵۷	۰.۴۶	۰.۵۹	۰.۶۰	۰.۵۲	۰.۶۰	۰.۶۰	۰.۴۰	۱۰ میزان حفاظت
۰.۵۸	۰.۶۳	۰.۵۸	۰.۵۱	۰.۵۱۹	۰.۵۷	۰.۵۴	۰.۶۲	۰.۶۲	۰.۵۵	۰.۵۰	۱۱ آسیب پذیری
۰.۶۳	۰.۶۳	۰.۵۳	۰.۶۲	۰.۴۸	۰.۶۵	۰.۶۲	۰.۶۲	۰.۵۲	۰.۶۲	۰.۵۲	۱۲ تعداد قابل قبول گردشگران
ارزش‌های کاربردی											
۰.۴۶	۰.۶۵	۰.۶۸	۰.۷۱	۰.۵۶۸	۰.۷۰	۰.۵۷	۰.۶۵	۰.۷۲	۰.۷۰	۰.۶۰	۱۳ قابلیت دسترسی
۰.۶۲	۰.۵۷	۰.۶۱	۰.۸۸	۰.۵۸	۰.۶۷	۰.۶۲	۰.۵۷	۰.۶۰	۰.۹۰	۰.۶۲	۱۴ ارزش‌های طبیعی مازاد
۰.۵	۰.۵۵	۰.۴۳	۰.۵۷	۰.۴۶	۰.۵۵	۰.۵۲	۰.۵۷	۰.۴۵	۰.۶۰	۰.۴۰	۱۵ ارزش‌های انسان ساخت مازاد
۰.۳۸	۰.۳۷	۰.۴	۰.۶	۰.۴	۰.۴۹	۰.۳۷	۰.۴۲	۰.۳۷	۰.۶۲	۰.۴۰	۱۶ نزدیکی مراکز گسیلی (emissive)
۰.۵۱	۰.۶	۰.۴۸	۰.۵۱	۰.۷۲	۰.۶۲	۰.۵۲	۰.۶۰	۰.۹۲	۰.۴۷	۰.۷۲	۱۷ نزدیکی شبکه مهم جاده‌ای
۰.۷	۰.۳۷	۰.۴۱	۰.۳۱	۰.۶	۰.۵۳	۰.۶۰	۰.۳۷	۰.۴۰	۰.۳۵	۰.۶۲	۱۸ ارزش‌های کاربردی دیگر
ارزش‌های گردشگری											
۰.۶۱	۰.۴۵	۰.۴۵	۰.۵	۰.۷۸	۰.۵۷	۰.۶۲	۰.۵۲	۰.۳۷	۰.۵۰	۰.۸۲	۱۹ تبلیغات
۰.۷۷	۰.۴۷	۰.۶۲	۰.۶	۰.۶۲	۰.۵۹	۰.۷۵	۰.۴۵	۰.۶۲	۰.۶۲	۰.۶۲	۲۰ بازدیدهای سازمان‌دهی شده
۰.۴۲	۰.۳۸	۰.۵۱	۰.۴۶	۰.۵	۰.۵۱	۰.۳۷	۰.۴۲	۰.۵۰	۰.۵۰	۰.۵۲	۲۱ نزدیکی مراکز گردشگری
۰.۶۱	۰.۴۶	۰.۴۵	۰.۴۸	۰.۴۶	۰.۵۵	۰.۶۲	۰.۵۲	۰.۴۲	۰.۵۷	۰.۴۲۳	۲۲ تابلوهای مفهومی
۰.۳۸	۰.۵	۰.۴۸	۰.۴۷	۰.۶۸	۰.۵۳	۰.۳۵	۰.۵۲	۰.۵۲	۰.۵۲	۰.۷۰	۲۳ تعداد بازدیدکنندگان
۰.۶۷	۰.۳۷	۰.۴۶	۰.۵	۰.۴۶	۰.۵۲	۰.۶۲	۰.۴۰	۰.۴۵	۰.۵۲	۰.۴۷	۲۴ زیرساخت گردشگری
۰.۴۷	۰.۶۲	۰.۴۸	۰.۶۲	۰.۴۸	۰.۵۹	۰.۵۲	۰.۶۰	۰.۵۰	۰.۶۲	۰.۵۵	۲۵ خدمات راهنمای تور
۰.۴	۰.۴۶	۰.۷	۰.۵۱	۰.۴۵	۰.۴۶	۰.۴۷	۰.۵۲	۰.۳۲	۰.۳۵	۰.۴۲	۲۶ خدمات هاستل
۰.۴۲	۰.۴۳	۰.۶۸	۰.۶۸	۰.۴۶	۰.۵۸	۰.۴۵	۰.۴۵	۰.۷۰	۰.۶۲	۰.۴۰	۲۷ خدمات رستوران

(مأخذ: نگارندگان)

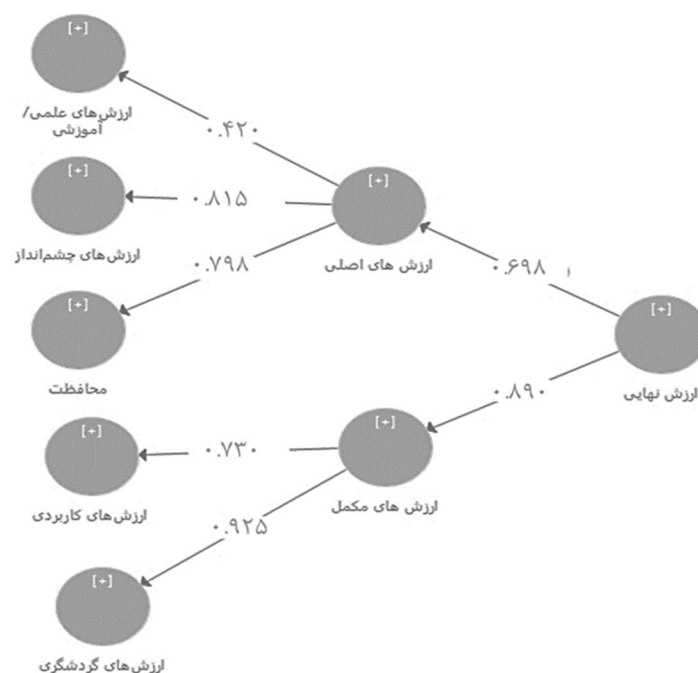
با توجه به جدول شماره ۲، در رابطه با ارزش‌های علمی آموزشی نتایج بیانگر این است که از نظر شاخص نادر بودن در سطح منطقه، از نظر کارشناسان بیش‌ترین امتیاز با مقدار ۰/۶۷ مربوط به نخلستان‌های دیدنی و کمترین آن با مقدار ۰/۵۰ متعلق به ساحل شفاف و صدفی است. این موضوع نشان می‌دهد ساحل شفاف و صدفی بیش‌ترین تعداد محل‌های مشابه را دارا است و نخلستان‌های دیدنی در نزدیکی خود کمترین تعداد مکان‌های مشابه را به خود اختصاص داده‌است. از لحاظ معرف

بودن اسکله زیبای جفره بالاترین امتیاز و ساحل شفاف و صدفی کمترین امتیاز را دارند. به لحاظ دانش زمین‌شناسی نیز بیشترین امتیاز مربوط به اسکله زیبای جفره و کمترین امتیاز متعلق به نخلستان‌های دیدنی است. از نظر میزان تفسیرپذیری بیشترین مقدار مربوط به نخلستان‌های دیدنی و اسکله زیبای جفره و کمترین آن مرتبط با ساحل شفاف و صدفی است. در رابطه با ارزش‌های چشم‌انداز از نظر شاخص مناظر بیشترین امتیاز با مقدار ۰/۷۷ را نخلستان‌های دیدنی به خود اختصاص داده‌است و کمترین مقدار با میزان ۰/۵ متعلق به ژئوسایت‌های پارک بزرگ تی وی است. از لحاظ سطح ژئوسایت بیشترین مقدار را پارک بزرگ تی وی و کوه شور و نمکی جاشک دارا است و کمترین امتیاز مربوط به نخلستان‌های دیدنی است. بیشترین مقدار چشم‌انداز و طبیعت اطراف را ساحل شفاف و صدفی به خود اختصاص داده‌اند. همچنین بالاترین امتیاز توازن زیست محیطی محل نیز با مقدار ۰/۶۷ متعلق به پارک بزرگ تی وی است. در ارتباط با محافظت از نظر شاخص وضعیت فعلی ژئوسایت بالاترین مقدار با امتیاز ۰/۵۷ متعلق به اسکله زیبای جفره و ساحل شفاف و صدفی و کوه شور و نمکی جاشک است. بالاترین میزان حفاظت را نیز اسکله زیبای جفره و پارک بزرگ تی وی و کوه شور و نمکی جاشک دارا می‌باشند و کمترین امتیاز مربوط به نخلستان‌های دیدنی است. از نظر شاخص آسیب‌پذیری کمترین مقدار متعلق به نخلستان‌های دیدنی است.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل نظرات گردشگران (جدول شماره ۲)، در رابطه با ارزش‌های علمی-آموزشی، بیانگر این است که از نظر شاخص نادر بودن در سطح منطقه، بیشترین امتیاز با مقدار ۰/۷ مربوط به اسکله زیبای جفره و کمترین آن با مقدار ۰/۴۳ متعلق به ساحل شفاف و صدفی است. این منطقه بیشترین تعداد محل‌های مشابه را دارا است و اسکله زیبای جفره در نزدیکی خود کمترین تعداد مکان‌های مشابه را به خود اختصاص داده‌است. از لحاظ معرف بودن اسکله زیبای جفره بالاترین امتیاز را دارا است و کمترین امتیاز نیز متعلق به پارک بزرگ تی وی است. به لحاظ دانش درباره مسائل زمین‌شناسی بیشترین امتیاز مرتبط با اسکله زیبای جفره و کمترین امتیاز متعلق به نخلستان‌های دیدنی است. از نظر میزان تفسیرپذیری بیشترین مقدار مربوط به پارک بزرگ تی وی و کمترین آن مرتبط با ساحل شفاف و صدفی است. در رابطه با ارزش‌های چشم‌انداز از نظر شاخص مناظر بیشترین امتیاز با مقدار ۰/۷۵ را اسکله زیبای جفره به خود اختصاص داده‌است و کمترین مقدار با میزان ۰/۵۲ متعلق به ژئوسایت‌های ساحل شفاف و صدفی است. از لحاظ سطح ژئوسایت بیشترین مقدار را ساحل شفاف و صدفی دارا است و کمترین امتیاز مربوط به اسکله زیبای جفره است. بیشترین مقدار چشم‌انداز و طبیعت اطراف را اسکله زیبای جفره به خود اختصاص داده‌اند. همچنین بالاترین امتیاز توازن زیست محیطی محل نیز با مقدار ۰/۶۳ متعلق به اسکله زیبای جفره است. در ارتباط با محافظت از نظر شاخص وضعیت فعلی ژئوسایت بالاترین مقدار با امتیاز ۰/۵۸ متعلق به اسکله زیبای جفره است. بالاترین میزان حفاظت را پارک بزرگ تی وی و کوه شور و نمکی جاشک دارا می‌باشند و کمترین امتیاز مربوط به نخلستان‌های دیدنی است. از نظر شاخص آسیب‌پذیری کمترین مقدار متعلق به نخلستان‌های دیدنی و اسکله زیبای جفره است.

بیشترین تعداد قابل قبول گردشگران ساحل شفاف و صدفی و کمترین آن متعلق به پارک بزرگ تی وی است. از نظر ارزش‌های کاربردی در رابطه با شاخص قابلیت دسترسی کمترین امتیاز متعلق به کوه شور و نمکی جاشک و بیشترین مقدار مربوط به پارک بزرگ تی وی است که نشان‌دهنده این است امکان ورود به ژئوسایت ذکر شده آسان‌تر صورت می‌پذیرد. از نظر شاخص ارزش‌های طبیعی مازاد بالاترین مقدار را اسکله زیبای جفره دارا است و کمترین مقدار متعلق به ساحل شفاف و صدفی است. ارزش‌های انسان ساخت مازاد بیشترین امتیاز مربوط به اسکله زیبای جفره و کمترین امتیاز متعلق به نخلستان‌های دیدنی است. از نظر نزدیکی مراکز گسلیشی بیشترین امتیاز را اسکله زیبای جفره و کمترین را پارک بزرگ تی وی و کوه شور و نمکی جاشک دارا است و نزدیکی شبکه مهم جاده‌ای نیز بیشترین امتیاز را پارک بزرگ تی وی به خود اختصاص داده‌است. به لحاظ ارزش‌های کاربردی دیگر نخلستان‌های دیدنی بالاترین مقدار را از آن خود کرده‌اند. در رابطه با ارزش‌های گردشگری از نظر شاخص تبلیغات بیشترین امتیاز به نخلستان‌های دیدنی اختصاص داده شده‌است درحالیکه کمترین مقدار مربوط به پارک بزرگ تی وی می‌باشد. از نظر بازدیدهای سازمان‌دهی شده کوه شور و نمکی جاشک دارای بیشترین مقدار است. از لحاظ نزدیکی مراکز گردشگری نخلستان‌های دیدنی بالاترین مقدار و کوه شور و نمکی جاشک کمترین مقدار را دارا است. از لحاظ شاخص تابلوهای مفهومی کوه شور و نمکی جاشک دارای بیشترین مقدار و پارک بزرگ تی وی کمترین مقدار را به خود اختصاص داده‌است. از نظر تعداد بازدیدکنندگان کمترین امتیاز مربوط به کوه شور و نمکی جاشک و بیشترین امتیاز نخلستان‌های دیدنی تعلق دارد. به لحاظ زیرساخت گردشگری نیز بیشترین امتیاز به کوه شور و نمکی جاشک متعلق است و کمترین مقدار مربوط به ساحل شفاف و صدفی می‌باشد و همچنین به لحاظ خدمات راهنمای تور پارک بزرگ تی وی دارای کمترین امتیاز است. از نظر خدمات‌هاستل بالاترین امتیاز را ساحل شفاف و صدفی به خود اختصاص داده‌اند درحالیکه پارک بزرگ تی وی دارای کمترین امتیاز است. همچنین از نظر خدمات رستوران پارک بزرگ تی وی دارای بیشترین امتیاز هستند و نخلستان‌های دیدنی کمترین مقدار را دارا است.

همان‌طور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود ارزش‌های نهایی به دو دسته ارزش‌های اصلی و ارزش‌های مکمل تقسیم می‌شود. ارزش‌های اصلی امتیاز ۰/۶۹۸ و ارزش‌های مکمل امتیاز ۰/۸۹۰ را به خود اختصاص داده‌است. ارزش‌های مکمل خود شامل ارزش‌های کاربردی و ارزش‌های گردشگری است و ارزش‌های علمی-آموزشی و ارزش‌های چشم‌انداز و حفاظت جزو ارزش‌های اصلی هستند. در بین این ارزش‌ها ارزش‌های گردشگری که جزو ارزش‌های مکمل هستند امتیاز بالاتری داشته و از اهمیت بیشتری برخوردار است.



شکل ۲. نمودار ارزش نهایی
(مأخذ: نگارندگان)

نتیجه گیری

ژئوتوریسم نوعی از گردشگری است که پایداری اقتصادی و زیست محیطی را فراهم می‌سازد. در این پژوهش ۵ ژئوسایت شهرستان بوشهر با توجه به تنوع اشکال ژئوتوریسم آن‌ها (نخلستان‌های دیدنی، اسکله زیبای جفره، پارک بزرگ تی وی، ساحل شفاف و صدفی، کوه شور و نمکی جاشک) با استفاده از ۳۰ پرسشنامه به گردشگران و کارشناسان آشنا به مناطق مذکور مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. از نرم‌افزارهای ARC GIS و Excel و SPSS.26 و pls جهت ارزیابی موقعیت مکانی و تجزیه و تحلیل‌های آماری استفاده شده است. همچنین ارزیابی و تحلیل این مناطق ژئوتوریستی با استفاده از مدل M-GAM و کوبالیکو صورت گرفت و نتایج بدست آمده نشان داد که در ژئومورفوسایت‌های مورد تحقیق ارزش‌های گردشگری با ۰/۹۲۵ بیشترین امتیاز و ارزش‌های علمی-آموزشی با ۰/۴۲۰ کمترین امتیاز را دارد.

تحلیل ارزش‌های ژئوتوریستی منطقه نشان می‌دهد که هر ژئوسایت ویژگی‌های منحصر به فردی دارد. اسکله زیبای جفره و نخلستان‌های دیدنی امتیازات بالاتری (۰/۷) کسب کرده‌اند. از نظر کارشناسان، نخلستان‌های دیدنی نادرتر از سایر ژئوسایت‌ها هستند، در حالی که گردشگران اسکله زیبای جفره را منحصر به فردتر می‌دانند. هم کارشناسان و هم گردشگران، اسکله زیبای جفره را معرف‌ترین ژئوسایت منطقه می‌دانند. اسکله زیبای جفره از نظر هر دو گروه، بالاترین امتیاز را در زمینه دانش‌زمین‌شناسی دارد، در حالی که نخلستان‌های دیدنی کمترین امتیاز (۰/۴۷) را کسب کرده‌است. کارشناسان نخلستان‌های دیدنی و اسکله زیبای جفره را دارای بیشترین میزان

تفسیرپذیری می‌دانند، در حالی که گردشگران پارک بزرگ تی‌وی را در این زمینه برجسته‌تر ارزیابی کرده‌اند. از دید کارشناسان، نخلستان‌های دیدنی و از نظر گردشگران، اسکله زیبای جفره دارای بالاترین امتیاز در زمینه مناظر طبیعی هستند. از نظر کارشناسان، پارک بزرگ تی‌وی و کوه شور و نمکی جاشک و از دید گردشگران، ساحل شفاف و صدفی دارای بیشترین سطح ژئوسایت هستند. ساحل شفاف و صدفی و اسکله زیبای جفره بیشترین امتیاز را در زمینه چشم‌انداز و طبیعت اطراف دارند. کارشناسان پارک بزرگ تی‌وی و گردشگران اسکله زیبای جفره را از نظر توازن زیست‌محیطی در وضعیت بهتری ارزیابی کرده‌اند. اسکله زیبای جفره، ساحل شفاف و صدفی و کوه شور و نمکی جاشک از نظر کارشناسان و اسکله زیبای جفره از نظر گردشگران، دارای وضعیت بهتری در حفاظت هستند. پارک بزرگ تی‌وی و کوه شور و نمکی جاشک بالاترین میزان حفاظت را دارند، در حالیکه نخلستان‌های دیدنی کمترین میزان حفاظت را به خود اختصاص داده است. نخلستان‌های دیدنی کمترین آسیب‌پذیری را از دید کارشناسان و نخلستان‌های دیدنی و اسکله زیبای جفره کمترین آسیب‌پذیری را از دید گردشگران دارا است. پارک بزرگ تی‌وی به راحتی قابل دسترسی است در حالی که دسترسی به کوه شور و نمکی جاشک دشوارتر است. اسکله زیبای جفره در زمینه‌های ارزش‌های طبیعی و انسان‌ساخت مزاد بیشترین امتیاز را دارد، در حالی که ساحل شفاف و صدفی و نخلستان‌های دیدنی به ترتیب کمترین امتیاز را دارند. اسکله زیبای جفره بیشترین امتیاز را در نزدیکی به مراکز گسیلشی دارا است و پارک بزرگ تی‌وی و کوه شور و نمکی جاشک کمترین امتیاز را دارا می‌باشند. پارک بزرگ تی‌وی بیشترین امتیاز را در نزدیکی به شبکه‌های جاده‌ای کسب کرده است. نخلستان‌های دیدنی بالاترین امتیاز را در ارزش‌های کاربردی دیگر کسب کرده‌اند. نخلستان‌های دیدنی بیشترین امتیاز را در تبلیغات کسب کرده‌اند، در حالی که پارک بزرگ تی‌وی کمترین تبلیغات را داشته است. کوه شور و نمکی جاشک بیشترین بازدیدهای سازمان‌دهی شده را دارا است. نخلستان‌های دیدنی در نزدیکی مراکز گردشگری قرار دارند، در حالی که کوه شور و نمکی جاشک از این نظر در وضعیت نامناسبی قرار دارد. کوه شور و نمکی جاشک دارای بیشترین امتیاز (۰/۶۲) در تابلوهای مفهومی است و پارک بزرگ تی‌وی کمترین امتیاز (۰/۴۲) را کسب کرده‌است. نخلستان‌های دیدنی بیشترین تعداد بازدیدکنندگان را داشته‌اند و کوه شور و نمکی جاشک کمترین تعداد بازدیدکننده را دارا است. کوه شور و نمکی جاشک از نظر زیرساخت گردشگری وضعیت بهتری دارد و ساحل شفاف و صدفی دارای کمترین زیرساخت گردشگری است. پارک بزرگ تی‌وی کمترین کمترین خدمات راهنمای تور را دارد. ساحل شفاف و صدفی بیشترین و پارک بزرگ تی‌وی کمترین خدمات هتل را دارا است. پارک بزرگ تی‌وی بیشترین و نخلستان‌های دیدنی کمترین خدمات رستوران را دارا است. ارزش‌های مکمل که شامل ارزش‌های کاربردی و گردشگری هستند، امتیاز بالاتری نسبت به ارزش‌های اصلی که شامل ارزش‌های علمی-آموزشی، چشم‌انداز و حفاظت هستند، دارند. در مجموع اسکله زیبای جفره در بسیاری از زمینه‌ها دارای امتیازات بالایی است و پتانسیل بالایی برای توسعه گردشگری دارد. توصیه می‌شود برای توسعه گردشگری در این منطقه، بر تقویت زیرساخت‌های گردشگری، بهبود خدمات، اطلاع‌رسانی مناسب و حفاظت از ژئوسایت‌ها تمرکز شود.

منابع و مأخذ:

- ۱- ابراهیم پور، ح.، نعمتی، و.، نظافت تکلّه، ب. (۱۴۰۱). بررسی توانمندی‌های ژئوتوریستی استان اردبیل با استفاده از مدل کوبالیکوا و مدل فیولت: مطالعه موردی نیر، نمین، سرعین. جغرافیا و روابط انسانی، ۵(۳): ۱۶۱-۱۴۴.
- ۲- اصغری، ص.، خوشخو، پ.، معدنی، ج. (۱۴۰۲). ارزیابی توان ژئوتوریستی ژئوسایت‌های حوضه بابل‌رود با استفاده از مدل M GAM. جغرافیای فضای گردشگری، ۴۸(۱۲): ۹۵-۱۱۸.
- ۳- تهمک، ر.، یمانی، م.، مقصودی، م. (۲۰۲۲). پتانسیل‌سنجی توسعه ژئوتوریسم در مناطق پیرامونی شهرهای مناطق خشک (مطالعه موردی: شهر جدید ایوانکی). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۴(۲): ۷۶۳-۷۵۳.
- ۴- سعادت‌فر، ر.، زنگنه‌اسدی، م.، گلی‌مختاری، ل. (۱۴۰۰). اهمیت زمین گردشگری و پیشنهادی برای ژئوپارک: یک اولویت در اقتصاد منطقه شمال غرب نیشابور-خراسان رضوی. دوفصلنامه توسعه پایدار محیط جغرافیایی، ۳(۴): ۷۲-۵۸۲.
- ۵- سلیمانی، خ.، عامریون، م.، سلیمانی، ز. (۲۰۲۳). آموزش برای توسعه گردشگری پایدار با تأکید بر آموزش مجازی. جغرافیا و روابط انسانی، ۵(۳): ۵۲-۴۴.
- ۶- عابدینی، م.، نظری‌گزیک، ز. (۱۴۰۳). تجزیه و تحلیل میزان فرونشست زمین و اثرات آن بر ژئو مورفوسایت‌های گردشگری شهر توریستی شان‌دیز خراسان رضوی. پژوهش‌های ژئومورفولوژی کمی، ۱۲(۴): ۱۹۲-۱۷۱.
- ۷- عابدینی، م.، رنجبری، ا. (۱۳۹۵). ژئوتوریسم آذربایجان شرقی، انتشارات نگین سبلان، ۲۹۷ صفحه.
- ۸- عابدینی، م.، همتی، ط.، نظافت تکلّه، ب.، خیاطی، آ. (۱۴۰۱). ارزیابی توانمندی‌های توسعه گردشگری پایدار ژئومورفوسایت‌ها با استفاده از مدل کومانسکو و مدل پائوولووا (مطالعه موردی: مسیر توریستی سبلان تا گردنه حیران). فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، ۱۱(۴۴): ۳۸-۱۹.
- ۹- عابدینی، م.، شیخ‌محمدی، ب.، پاسبان، ا. (۱۴۰۲). ارزیابی و تحلیل قابلیت‌های ژئوتوریستی شهرستان گرمی با استفاده از مدل‌های پروالونگ و اکولوژیکی، جغرافیای فضای گردشگری، شماره ۴۸(۱۲). ۱-۲۲.
- ۱۰- قنوتی، عزت‌ا...؛ کرم، امیر، فخاری، سعیده. (۱۳۹۱). مروری بر روند تحولات ژئوتوریسم و مدل‌های مورد استفاده آن در ایران، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، ۹(۲): ۹۱-۷۵.
- ۱۱- مقصودی، م.، گنجائیان، ح.، صفدری، ا.، عبدالملکی، م. (۱۳۹۸). شناسایی و ارزیابی پایش ژئوسایت‌های استان زنجان و ارزیابی تأثیر آن بر توسعه گردشگری پایدار. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۴(۴۸): ۱۷۸-۱۴۹.
- 12-Arora, K., Rajput, S., & Anand, R. (2020). Geomorphosites assessment for the development of scientific geotourism in north and middle andaman's, india. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 32(4), 1244-1251.

- 13-Braholli, E., & Menkshi, E. J. Q. G. (2021). Geotourism potentials of geosites in Durrës municipality, Albania. *Quaestiones Geographicae*, 40(1), 63–73. <https://doi.org/102478/quageo-2021-0005>.
- 14-Comanescu, L., Nedelea, A., & Dobre, R. (2011). Evaluation of geomorphosites in vîstea valley (Fagaras Mountains-Carpathians, Romania). *International Journal of the Physical Sciences*, 6(5), 1161 -1168.
- 15-Gioncada, A., Pitzalis, E., Cioni, R., Fulignati, P., Lezzerini, M., Mundula, F., & Funedda, A. (2019). the volcanic and mining geoheritage of San Pietro Island (Sulcis, Sardinia, Italy): the potential for geosite valorization. *Geoheritage*, 11(4), 1567-1581.
- 16-Kamran, H., Alizadeh, M., & Nikbakht, R. (2020). Evaluation of the capabilities of selected geosites of Isfahan province with Braille model. *Geography (Quarterly Scientific-Research and International Journal of the Geographical Society of Iran)*, 18(64), 5-22 [In Persian].
- 17-Kubalíková L., & Kirchner K (2015). Geosite and geomorphosite assessment as a tool for geoconservation and geotourism purposes: A case study from Vizovická vrchovina Highland (eastern part of the Czech Republic). *Geoheritage*, 12.
- 18-Mahato, M. K., & Jana, N. C. (2021). Exploring the potential for development of Geotourism in Rarh Bengal, Eastern India using M-GAM. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9(3), 313-322.
- 19-Newsome, D., & Ladd, P. (2022). The dimensions of geotourism with a spotlight on geodiversity in a subdued landscape. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 10(3), 351-366.
- 20-Özşahin, E. (2017). Geodiversity assessment in the Ganos (Isıklar) Mount (NW Turkey). *Journal of Environmental Earth Sciences*, 76(7), 271.
- 21-Raeisi, R., Dinca, I., Almodaresi, S. A., Swart, M. P., & Bloor, A. (2022). An assessment of geosites and geomorphosites in the Lut Desert of Shahdad Region for potential geotourism development. *Land*, 11(5), 736.
- 22-Ríos-Reyes, C. A., Manco Jaraba, D. C., & Castellanos Alarcón, O. M. (2021). Geotourism potential and challenges of the coastal region around Santa Marta (Colombia): A novel strategy for socioeconomic development. *Cuadernos de Geografia: Revista Colombiana de Geografia*, 30(1), 106–124 24. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v30n181239>.
- 23-Tamang, L., Mandal, U. K., Karmakar, M., Banerjee, M., & Ghosh, D. (2023). Geomorphosite evaluation for geotourism development using geosite assessment model (GAM): A study from a Proterozoic terrain in eastern India. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 11(1), 82-99.

-
- 24-Tesfa, C., & Zewdie, M. M. (2023). Assessment and map of geotourism potential sites in Amhara Regional State, Northwestern Ethiopia. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 11(4), 634-651.
- 25-Tessema, G. A., Van Der Borg, J., Minale, A. S., Van Rompaey, A., Adgo, E., Nyssen, J.,... Poesen, J. (2021). Inventory and assessment of geosites for geotourism development in the Eastern and Southeastern Lake Tana Region, Ethiopia. *Geoheritage*, 13(2), 43. <https://doi.org/10.1007/s12371-021-00560-0>.

توسعه گردشگری دفاع مقدس: شناسایی و مدل سازی ساختاری-تفسیری فراگیر عوامل مؤثر بر آن

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۱۲/۲۱ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۱/۱۶

محسن نیازی^۱ زهرا صائمی^۲ زهرا صادقی آرانی^{۳*}

- ۱- استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان
- ۲- دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، گروه آموزشی علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان
- ۳- دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم مالی، مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه کاشان، کاشان

چکیده

هدف پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر در پذیرش و توسعه گردشگری دفاع مقدس و ارائه مدل ساختاری-تفسیری فراگیر به منظور دستیابی به نگاهی جامع و ساختارمند به این موضوع است. بدین منظور، پس از مطالعه پژوهش‌های مرتبط، ابتدا مؤلفه‌های اثرگذار بر در پذیرش و توسعه گردشگری مذهبی و به‌ویژه گردشگری دفاع مقدس، شناسایی شده و سپس با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس از نخبگان و تکمیل پرسشنامه، ماتریس خودتعاملی به روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری فراگیر به‌دست آمد. در ادامه، با بررسی روابط میان مؤلفه‌ها، سطح‌بندی عوامل انجام گرفت. در آخر، با استفاده از تحلیل میک‌مک، متغیرها بر اساس قدرت نفوذ و وابستگی دسته‌بندی شدند. نتایج حاصل از مدل‌سازی ساختاری-تفسیری فراگیر ۱۵ عامل مؤلفه‌های اثرگذار بر توسعه گردشگری دفاع مقدس را در چهار سطح رتبه‌بندی کرد که «ثبات سیاسی» و «اصالت و یکپارچگی» «ایمنی و امنیت» و «شرایط اقتصادی» در سطح سوم و چهارم به عنوان تأثیرگذارترین مؤلفه‌ها شناخته شدند. همچنین بر اساس تحلیل میک‌مک، بیشترین مؤلفه‌ها شامل متغیرهای پیونددهنده هستند و تنها سه متغیر «ایمنی و امنیت»، «ثبات سیاسی» و «شرایط اقتصادی» در دسته متغیرهای مستقل و کلیدی قرار دارند. سیاست‌گذاران می‌توانند با برگزاری تورهای مشترک و دعوت از گردشگران خارجی به اماکن دفاع مقدس، در کنار حفظ اصالت فرهنگی این اماکن، به جذب گردشگران کمک کنند. همچنین، ارائه روایت‌های مستند و علمی از طریق راهنماهای متخصص و محتوای چندرسانه‌ای معتبر، تجربه‌ای غنی‌تر برای بازدیدکنندگان فراهم می‌سازد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری مذهبی، گردشگری دفاع مقدس، مدل سازی ساختاری-تفسیری، تحلیل MICMAC.

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به یکی از بزرگترین صنایع در جوامع پیشرفته بشری تبدیل شده است (صادقی، ۱۴۰۰: ۱۸۴). صنعت گردشگری به عنوان یکی از ابعاد مهم توسعه اقتصادی و از کارآمدترین روش‌ها جهت کسب درآمد و شکوفایی اقتصاد دولت‌ها و پیشرفت مناطق محسوب می‌شود (عبدلی و همکاران، ۱۴۰۱: ۸۴-۸۳). این صنعت پس از صنایع نفت و خودروسازی، سومین پدیده اقتصادی پویا به شمار می‌آید که تا حد بسیار زیادی بر اقتصاد شهرهای دنیا تأثیرگذار است. این پدیده، معادلات اقتصادی جهان را به طور وسیعی تحت تأثیر خود قرار داده است (قهرمانی‌فرد و همکاران، ۱۴۰۱: ۶۸). فهم تغییرات مؤثر در آینده گردشگری، از عناصر موفقیت در این حوزه می‌باشد. برای مثال در سال ۲۰۱۹ سهم ۹/۸ تریلیون دلاری در تولید ناخالص داخلی جهان، ۳/۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی، ۳۳۰ میلیون شغل و یک نفر شاغل در این حوزه از هر ۱۰ شغل در سراسر جهان، تأثیر مستقیم، غیرمستقیم و القایی بخش گردشگری بوده است (شورای جهانی سفر و گردشگری^۱، ۲۰۲۰).

یکی از گونه‌های رو به رشد گردشگری در جهان، گردشگری مذهبی است؛ به طوری که تخمین زده می‌شود بیش از ۲۵ درصد از سفرهای تمام جهان، از نوع گردشگری مذهبی می‌باشد (توشنی، سعیدی و نصیری، ۱۴۰۳: ۲). گردشگری مذهبی باعث ایجاد تجربه‌های معنوی و منحصر به فرد برای گردشگران شده و توسعه پایدار گردشگری، حفظ منابع طبیعی، میراث فرهنگی و همچنین، ارزش‌های سنتی جوامع را در پی دارد (رومانلی، ۲۰۲۱: ۳۸۶). گردشگری مذهبی از زمانی آغاز می‌شود که مردم برای پاسخ به یک سؤال اعتقادی سفر می‌کنند. به طور کلی، به هر سفری که به صورت خاص یا جزئی با انگیزه مذهبی انجام شود، گردشگری مذهبی می‌گویند. با این وجود، مسائل مذهبی تنها علل بازدید از اماکن یا رویدادهای مذهبی نیستند؛ ممکن است انگیزه‌های گردشگران از الگوهای مذهبی، فرهنگی، سنتی و مناظر مقصد، سبب تصمیم برای عزیمت به مناطق شوند (دوران سانچز^۲ و همکاران، ۲۰۱۸: ۱). گردشگری به طور گسترده نقش مهمی در تحریک توسعه اقتصادی دارد و عمدتاً به دلیل سهم زیاد آن به عنوان مولد اصلی ارز خارجی و تنوع صادرات مورد توجه است. این روند در کشورهایی مانند ایتالیا، هند، فرانسه و رژیم اشغالگر قدس که سفرهای زیارتی در آن‌ها مثال‌زدنی است، بر انگیزه‌های معنوی و نمایشی مبتنی بوده و اثری غالب و ماندگار باقی می‌گذارند. مفهوم «هم‌دینی» در خدمت تأکید بر پیوند درونی و پایدار بین بشریت و اعمال مذهبی در طول تاریخ قرار دارد (گوریتا و اسکورتسکو^۳، ۲۰۲۳: ۲). رشد صنعت گردشگری در کشورهای اسلامی، ناشی از افزایش آگاهی مسلمانان در مورد گردشگری و همچنین افزایش جمعیت مسلمانان است. هزینه سفر مسلمانان در سال ۲۰۱۹ به حدود ۲۳۸ میلیارد دلار رسیده است و گردشگران مسلمان ۱۲,۳ درصد در کل هزینه‌های گردشگری جهان مشارکت دارند (جنیدی، ۲۰۲۰: ۱۷۵۵). گردشگری جنگ همانند یک فرایند تاریخی- فرهنگی است که به عنوان محور

^۱- World Travel & Tourism Council

^۲- Durán-Sánchez

^۳- Guri, țã and Scortescu

اساسی در تبادل فرهنگی و یکی از وجوه قابل اتکا در جاذبه‌های گردشگری مورد توجه قرار می‌گیرد. بنابراین، رسالت گردشگری جنگ، تبادل فرهنگی بین نسلی در سطح ملی جهانی است (بهرام‌زاده، ۱۴۰۰: ۱۱۱).

کشور ایران یکی از کشورهایی است که جاذبه‌های متنوع گردشگری در سطح ملی و منطقه‌ای دارد و به علت تعداد و تنوع آثار تاریخی، فرهنگی، مذهبی و جاذبه‌های طبیعی فراوان می‌تواند به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری مورد توجه قرار گیرد. همچنین کشور ایران به علت دارا بودن اماکن مذهبی بسیار و موقعیت خاص فرهنگی در میان کشورهای دیگر، قابلیت زیادی برای رشد و توسعه گردشگری مذهبی دارد (توشنی، سعیدی و نصیری، ۱۴۰۳: ۲). ایران در فاصله سال‌های ۱۳۵۹ تا ۱۳۶۷، درگیر یک جنگ تحمیلی از سوی کشور عراق بود و در این مدت حماسه‌های فراوانی از زنان و مردان این مرز و بوم آفریده شد؛ به گونه‌ای که فداکاری‌های ملت ایران در راه دفاع از ارزش‌ها و تمامیت ارضی خود، موجب شده است اکنون از این دوران سخت اما پرشکوه، با نام دوران دفاع مقدس یاد شود. گردشگری دفاع مقدس، به عنوان یک شاخه خاص از گردشگری، نه تنها به حفظ و انتقال ارزش‌ها و مفاهیم مربوط به جنگ‌ها و دفاع از میهن می‌پردازد، بلکه می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای توسعه مناطق درگیر در جنگ فراهم آورد. گردشگری دفاع مقدس، با ایجاد بستری برای بازدید از موزه‌ها، مناطق عملیاتی و سایر مکان‌های مرتبط با جنگ، امکان آشنایی نسل‌های جدید با تاریخ و ارزش‌های دفاع مقدس را فراهم می‌کند و در عین حال، می‌تواند به رونق مناطق مختلف کمک کند (بهرام‌زاده، ۱۴۰۰: ۱۱۱). از طرف دیگر، غفلت کردن از ظرفیت‌های گردشگری دفاع مقدس، سرعت رشد گردشگری در کشور را کند می‌سازد و ایران را از درآمدهای بسیاری که می‌توان در این مسیر به دست آورد، محروم می‌کند. همچنین عدم توجه به این نوع از گردشگری به تدریج خاطرات جنگ را از یادها می‌برد و دور شدن نسل امروز از این بخش مهم تاریخ کشور را به دنبال دارد. با این وجود، توسعه گردشگری دفاع مقدس در ایران با چالش‌ها و موانع متعددی روبرو است که از جمله این چالش‌ها می‌توان به عدم آگاهی کافی از ظرفیت‌های این نوع گردشگری، کمبود زیرساخت‌های مناسب، نبود برنامه‌ریزی جامع و فقدان درک عمیق از روابط میان عوامل مختلف تأثیرگذار بر این حوزه است. برای مواجهه با این چالش‌ها و بهره‌برداری بهینه از فرصت‌های گردشگری دفاع مقدس، نیاز به یک رویکرد تحلیلی جامع و ساختارمند داریم.

مطالعات انجام شده در زمینه گردشگری دفاع مقدس پراکنده هستند و پژوهشی جامع و ساختارمند در این موضوع، انجام نگرفته است. این مقاله، با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری دفاع مقدس در ایران می‌پردازد. روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری، به عنوان یک ابزار تحلیلی کارآمد، امکان شناسایی و تحلیل روابط پیچیده بین عوامل مختلف را فراهم می‌کند. این روش عواملی که بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری دفاع مقدس دارند، شناسایی می‌کند تا بر اساس آن، سیاست‌ها و برنامه‌های مناسبی برای بهبود این نوع گردشگری تدوین شود. هدف از این تحقیق، ارائه یک چارچوب تحلیلی و عملی برای توسعه پایدار گردشگری دفاع مقدس در ایران است که نه تنها به حفظ میراث جنگ کمک کند،

بلکه باعث توسعه اقتصادی و فرهنگی مناطق مختلف نیز می‌شود. این پژوهش درصدد است که به این دو سؤال پاسخ دهد:

- ۱- عوامل مؤثر بر گردشگری دفاع مقدس چیست؟
- ۲- مدل ساختاری-تفسیری عوامل مؤثر بر گردشگری دفاع مقدس چگونه است؟

مبانی نظری تحقیق

گردشگری مذهبی

مذهب، ارتباط نزدیکی با گردشگری دارد و یکی از قدیمی‌ترین عوامل توسعه و رشد سفر و گردشگری محسوب می‌شود (حیدری چیانه^۱ و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۰۴). گردشگری مذهبی نوعی از گردشگری است که در آن، شرکت کنندگان انگیزه‌های مذهبی دارند و از مکان‌های مقدس مانند کلیساها، مساجد، مقبره‌ها، امامزاده‌ها و مانند آن‌ها بازدید می‌کنند (روت^۲ و همکاران، ۲۰۱۴: ۸۱). گردشگری مذهبی^۳، شامل سفرهایی است که افراد برای تحقق باورهای دینی یا تجربه‌های معنوی به مکان‌های مقدس یا مرتبط با مذهب می‌روند. این نوع گردشگری شامل زیارت، شرکت در مراسم دینی و بازدید از اماکن مذهبی و تاریخی مرتبط با دین می‌باشد. این نوع سفرها اغلب ابعاد ذهنی، عاطفی و انگیزه‌های شخصی مرتبط با شناخت معنوی، روشن‌بینی و ایجاد روابط اجتماعی را در بر می‌گیرد. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری^۴، گردشگری مذهبی سهم قابل‌توجهی در سفرهای بین‌المللی دارد و هر ساله حدود ۹۰۰ میلیون گردشگر از اماکن مذهبی بازدید می‌کنند که این موضوع بر رشد اقتصادی کشورها از نظر درآمد سرانه و ایجاد فرصت‌های شغلی تأثیرات مثبتی دارد (عبدالرحمانوا و همکاران، ۲۰۲۴: ۱۲۴). گردشگران مذهبی، این نوع گردشگری را به عنوان نوعی جستجو، آزمایش، شفا، عقب‌نشینی یا جمع در نظر دارند. گردشگری معنوی را می‌توان به عنوان گردشگری رشد، جستجوی معنا و ارتباط درونی و بیرونی و تعالی تعریف کرد (کوجاوا^۵، ۲۰۱۷: ۴). گردشگری مذهبی دارای ویژگی فرهنگی-اجتماعی مهمی است که به عنوان یک عمل اجتماعی، انسان را تغییر داده و او را در موقعیتی اجتماعی قرار می‌دهد (کورمانالیوا^۶ و همکاران، ۲۰۱۴: ۹۵۸) و فرصتی برای تبادل فرهنگی بین ادیان مختلف، مشاهده مراسم و مناسک و آشنایی با سنت‌ها و باورهای کهن فراهم می‌کند. این فعالیت‌ها می‌تواند به افزایش ارتباطات اجتماعی، ایجاد احساسات مثبت و جمع‌آوری تجربیات معنادار منجر شود (عبدالرحمانوا و همکاران، ۲۰۲۴: ۱۲۵).

^۱- Heydari Chianeh

^۲- Rot

^۳- Faith Tourism

^۴- UNWTO

^۵- Kujawa

^۶- Kurmanaliyeva

گردشگری جنگ

گردشگری جنگ به عنوان یکی از مهم‌ترین اشکال گردشگری سیاه، به بازدید از مناطقی می‌پردازد که شاهد بزرگ‌ترین تراژدی‌های جهانی بوده‌اند. هرچند جنگ رخدادی ناگوار است، اما آثار اجتماعی، خاطرات، یادبودها، و مکان‌های فیزیکی به جا مانده از آن، همراه با نشانه‌های تاریخی و محیطی، می‌توانند به عنوان منابعی مهم در جذب گردشگران به مناطق جنگ‌زده ایفای نقش کنند. این نوع گردشگری با رویکردهای متنوعی همچون نگرش اسطوره‌ای، افزایش آگاهی تاریخی، تبادل فرهنگی، دیدگاه‌های سیاسی و صلح‌طلبانه قابل توسعه است (صادق‌لو، ۱۳۹۵: ۱۹۴-۱۹۵). به گفته اسمیت (۱۹۹۶)، انگیزه‌های گردشگران در این حوزه را می‌توان در قالب‌هایی مانند تجربه حماسی-قهرمانی، ادای احترام به کشته‌شدگان، حفظ و انتقال تاریخ، بازآفرینی خاطرات جوانی و تجربه مجدد گذشته دسته‌بندی کرد. این ژانرها بر اساس ویژگی‌ها، پیامدها و اثرات اجتماعی ناشی از جنگ تعریف می‌شوند.

مفهوم گردشگری جنگ که در ادبیات خارجی گردشگری سیاه نامیده می‌شود، شاید در نگاه اول خلاف صلح به نظر برسد اما این نوع از گردشگری، در برقراری صلح و آرامش به ویژه میان کشورهای همسایه و خطوط مرزی اهمیت زیادی دارد. برخوردهای نظامی و جنگ‌ها طبیعتاً پیامدهای منفی زیادی بر گردشگری دارند؛ به طوری که تمام اقتصادهای متکی بر گردشگری به خاطر ناپایداری‌های حاصل از جنگ تحت تأثیر قرار گرفته‌اند. از سوی دیگر جنگ‌ها برای کشورهای درگیر می‌توانند منبع توسعه گردشگری باشند. روایت‌های مربوط به قهرمانان، میدان‌های نبرد، سنگرهای نظامی، سلاح‌های جنگی و یادبودهای به‌جامانده از دوران جنگ، ظرفیت آن را دارند که پس از پایان درگیری‌ها به جاذبه‌های گردشگری تبدیل شوند. این موضوع، مفهوم گردشگری جنگ را برجسته می‌سازد. جنگ‌ها به دلیل تغییرات جمعیتی، نوآوری‌های فنی، خاطرات، افتخارات، تجلیل از رزمندگان و بازدید مجدد از مناطق جنگی می‌توانند به عاملی مهم در جذب گردشگران تبدیل شوند (وثوقی، ۱۳۸۸: ۱۳-۱۱۲). آنچه گردشگری جنگ را از دیگر انواع گردشگری متمایز می‌کند، فراتر رفتن آن از ابعاد اقتصادی و توجه به ارزش‌های فرهنگی است. در حالی که این نوع گردشگری می‌تواند منافع مالی برای کشور مقصد به همراه داشته باشد، اهمیت فرهنگی آن نیز چشمگیر است. گردشگری جنگ بستری برای انتقال مفاهیم ارزنده‌ای همچون دفاع، مقاومت، حماسه، فداکاری و وطن‌پرستی فراهم می‌کند. به همین دلیل، بسیاری از کشورها، به‌ویژه در اروپا، سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در این حوزه انجام داده‌اند و نگاه علمی و آکادمیکی به این پدیده شکل گرفته است (خاطری، ۱۳۸۹، به نقل از میرزایی قلعه و منشی‌زاده، ۱۴۰۰: ۵).

گردشگری دفاع مقدس

گردشگری دفاع مقدس را می‌توان ترکیبی از گردشگری جنگ و گردشگری مذهبی قلمداد کرد. یکی از مهم‌ترین حوادث تاریخ کشور ایران، هشت سال دفاع مقدس است که در آن بسیاری از آرمان‌ها و ارزش‌های انقلاب اسلامی با رشادت و غیرت‌ورزی زنان و مردان دلاور و شجاع ایرانی بروز

و ظهور یافته است. دفاع مقدس به عنوان یک گنجینه تمام نشدنی از ارزش‌های انسان که در آن شور و شعور با حمیت و جوانمردی همراه شده، مجموعه وسیعی از حماسه را خلق کرده است. اگر چه هنر می‌تواند بخش زیادی از این ارزش‌ها را انتقال دهد و به توصیف حال و هوای جنگ بپردازد اما با این وجود، از نقش گردشگری در این حوزه هم نمی‌توان غفلت کرد (بهرام‌زاده ۱۴۰۰: ۱۱۳).

گردشگری جنگ در ایران که با عنوان راهیان نور و با بازسازی صحنه‌های دفاع مقدس انجام می‌شود، درصدد رسیدن به اهدافی همچون حفظ، تحکیم، انتقال و تداوم فرهنگ ایثار و مقاومت، آشنایی نسل جوان و نوجوان با فرهنگ دفاع مقدس و الگوهای ارزشی این دوران، تبیین عزت، عظمت و اقتدار ملت ایران در برابر استکبار جهانی و ثبت و انتقال ارزش‌های آفریده شده در دوران پرشکوه دفاع مقدس برای تمامی نسل‌ها انجام می‌باشد (مهتدی و متولی زاده، ۱۴۰۲: ۱۹). میدان‌ها و یادمان‌های جنگی، احساسات قوی را در میان بازماندگان و فرزندان کسانی که جنگیده‌اند و همچنین در بین بازدیدکنندگان این آثار شکل می‌دهد (محمدی، ۱۳۹۷: ۵۳). جریان عظیم فرهنگی راهیان نور یکی از پرمخاطب‌ترین عرصه‌های فرهنگی کشور با تأثیرگذاری مثبت در فرهنگ عمومی جمهوری اسلامی ایران و از کارآمدترین و مؤثرترین راه‌های مقابله با جنگ نرم دشمن و استفاده از ثروت غنی و سرچشمه قوی دوران دفاع مقدس است. جاذبه شهدا و موضوعات فرهنگی مرتبط با دفاع مقدس، بستری پاک و مقدس را برای جوانان و نوجوانان این مرز و بوم و سایر نقاط جهان فراهم آورده تا در گذر تاریخی آن، با مفاهیم ارزشی جهاد در راه خدا و ایستادگی و مقاومت در برابر سلطه‌گران جهانی آشنا سازد (سند ملی راهیان نور کشور ۱۳۹۶/۱۱/۲۶). حفظ و انتقال میراث دفاع مقدس به نسل حاضر، شناخت مناطق جنگی، ظرفیت‌سازی برای توسعه گردشگری در منطقه، پیوند جاذبه‌های گردشگری دفاع مقدس با سایر جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و مصنوعی، بهبود سیستم اطلاع‌رسانی، توسعه زیرساخت‌ها، ارائه بسته راهبردی از برنامه‌های عملیاتی و افزایش سطح رفاه ساکنان محلی، از اهداف و برنامه‌های گردشگری دفاع مقدس هستند (فیروزی و گودرزی، ۱۳۹۵: ۱۸).

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر روش، کمی-کیفی و از لحاظ هدف، کاربردی است. این تحقیق با هدف شناسایی رابطه میان عوامل مؤثر بر گردشگری دفاع مقدس انجام گرفته و داده‌ها به صورت توصیفی-پیمایشی گردآوری شده است. جامعه آماری این تحقیق، گردشگرانی بودند که در سال‌های اخیر و غالباً چند بار از مناطق عملیاتی دفاع مقدس بازدید کرده‌اند و نمونه آماری شامل ۲۰ نفر از گردشگران مذکور با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. روش جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش پرسش‌نامه محقق ساخته مبتنی بر ادبیات تحقیق بوده که شامل عوامل مؤثر بر گردشگری دفاع مقدس می‌باشد. با توجه به هدف پژوهش، پرسشنامه متناسب با سؤالات تحقیق در اختیار نمونه‌ای از گردشگران مناطق دفاع مقدس قرار داده شد. پس از شناسایی ارتباطات تعاملی بین

عوامل مؤثر بر گردشگری دفاع مقدس، از روش مدل سازی ساختاری-تفسیری فراگیر استفاده شده است.

مدل سازی ساختاری-تفسیری فراگیر^۱ (TISM) ابزاری کیفی و قدرتمند در حوزه‌های گوناگون و روشی مناسب برای بررسی روابط پیچیده میان عناصر مختلف سیستم است که به ایجاد روابط پیچیده میان عناصر و جهت دادن به آن‌ها کمک می‌کند (مزروعی و همکاران، ۱۴۰۳). روش ساختاری-تفسیری از آن جهت که تعیین روابط میان عناصر به قضاوت گروهی از افراد وابستگی دارد، تفسیری است و از آن جهت که اساس روابط یک ساختار سراسری، از مجموعه‌ای در هم پیچیده از متغیرها استخراج شده، ساختاری می‌باشد (نیازی و همکاران، ۱۴۰۲: ۱۷۲). پس از آن که عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری دفاع مقدس بر اساس مقالات موجود شناسایی شدند، ادامه مراحل بر طبق روش مدل سازی ساختاری-تفسیری در شش گام طی می‌شوند:

۱- تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM)

۲- تبدیل ماتریس SSIM به ماتریس دسترسی اولیه

۳- تشکیل ماتریس دسترسی نهایی

۴- تعیین سطوح متغیرها

۵- تشکیل مدل ساختاری تفسیری

۶- تحلیل MICMAC

ابتدا متغیرهایی که بر گردشگری دفاع مقدس اثرگذار هستند، شناسایی می‌شود و سپس ماتریس خودتعاملی ایجاد می‌شود. در این ماتریس از نمادهایی استفاده می‌شود که نشان‌دهنده اثرگذاری متغیرها بر یکدیگر است. این نمادها عبارت‌اند از ارتباط یک طرفه از I به J (V)، ارتباط یک طرفه از J به I (A)، ارتباط دوطرفه بین I و J (X) و عدم وجود ارتباط (O). به منظور دستیابی به ماتریس دسترس‌پذیری اولیه، باید نمادهای یادشده در گام قبل، به نمادهای صفر و یک تبدیل شوند. بدین ترتیب ماتریس دسترس‌پذیری اولیه به دست می‌آید. پس از دستیابی به این ماتریس، با در نظر گرفتن انتقال‌پذیری در روابط به دست آمده، ماتریس دسترس‌پذیری نهایی به دست می‌آید. در این مرحله با استفاده از ماتریس دسترس‌پذیری نهایی، مجموعه قابل دستیابی و مجموعه مقدم برای هر عامل به دست می‌آید که پس از تعیین آن‌ها، اشتراکات بین دو مجموعه برای هر عامل تعیین می‌گردد. عواملی که مجموعه قابل دستیابی و مشترک آن‌ها با هم هماهنگ باشند و دارای کمترین قدرت نفوذ باشند، در پایین‌ترین سطح از سلسله مراتب ساختاری-تفسیری قرار می‌گیرند. هنگامی که در اولین تکرار، عوامل بالاترین سطح مشخص شدند، باید این عامل‌ها از سایر عوامل حذف شوند. این عمل تا زمانی که سطح تمامی عامل‌ها مشخص شود، ادامه پیدا می‌کند. در پایان، مدل نهایی مدل سازی ساختاری-تفسیری بر حسب همین سطح‌بندی عوامل ارائه می‌گردد.

^۱- Total Interpretative structural modeling (TISM)

یافته‌ها

در این پژوهش، با بررسی و تحلیل ادبیات مرتبط، تلاش شد تا ابعاد و شاخص‌های مربوط به پذیرش و توسعه گردشگری دفاع مقدس استخراج شوند. بر این اساس عوامل مؤثر بر این موضوع بررسی شد که در جدول ۱ آمده است:

جدول ۱: عوامل کلیدی پذیرش و توسعه گردشگری دفاع مقدس (منبع: یافته‌های تحقیق)

ردیف	عوامل کلیدی موفقیت	توضیحات	نویسنده (سال)
۱	اهمیت فرهنگی و تاریخی	گردشگری مذهبی و جنگی به شدت به تاریخ و فرهنگ مکان‌های خاص وابسته است. مکان‌های مذهبی به دلیل ارتباط با تاریخ دینی و معنوی، جاذبه‌های فرهنگی ویژه‌ای دارند. به طور مشابه، میدان‌های جنگی و یادبودهای تاریخی، نظیر آنچه در بازدید از جنگ‌های جهانی یا مناطق جنگی در کشورهای مختلف مشاهده می‌شود، برای گردشگران به‌ویژه کسانی که علاقه‌مند به تاریخ و میراث فرهنگی هستند، جذابیت دارند. این مکان‌ها می‌توانند به عنوان مراجع فرهنگی برای یادآوری وقایع تاریخی و فرهنگی برای گردشگران عمل کنند.	موسوی و همکاران (۱۳۹۳)؛ آقاجانی و فراهانی‌فرد (۱۳۹۴)؛ حاتمی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵)؛ صادق‌قلو (۱۳۹۵)؛ پیرعلی و سیادت (۱۳۹۷)؛ فتحی و همکاران (۱۳۹۹)؛ عباسی و همکاران (۱۴۰۰)؛ نیازی (۱۴۰۰)؛ علی‌اکبری و همکاران (۱۴۰۱)؛ قاسمی و همکاران (۱۴۰۲)؛ چن و تسای (۲۰۱۹)؛ آیورکیره و همکاران (۲۰۲۰)؛ لوز (۲۰۲۰)؛ عبدالرحمن و همکاران (۲۰۲۳)؛ بانرجی، رستوگی و گش (۲۰۲۴)
۲	دسترسی‌پذیری و زیرساخت‌ها	دسترسی به مقاصد گردشگری با توجه به حمل و نقل عمومی، امکانات اقامتی، خدمات بهداشتی و زیرساخت‌های مناسب اهمیت زیادی دارد. برای گردشگری مذهبی، جنگی و تاریک، گردشگران اغلب از مقاصد بازدید می‌کنند که از نظر جغرافیایی دور از شهرهای بزرگ هستند و به همین دلیل نیاز به زیرساخت‌های حمل و نقل مناسب (مثل فرودگاه‌ها، اتوبوس‌ها، قطارها) و محل‌های اقامتی با کیفیت دارند. دسترسی آسان به این مکان‌ها و برخورداری از امکانات رفاهی می‌تواند تجربه کلی گردشگری را بهبود بخشد.	آیتی و همکاران (۱۳۹۵)؛ حاتمی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵)؛ حسینی‌پور و همکاران (۱۳۹۵)؛ عربشاهی و همکاران (۱۳۹۶)؛ پیرعلی و سیادت (۱۳۹۷)؛ یوسفی (۱۳۹۷)؛ زندمقدم و همکاران (۱۳۹۸)؛ فتحی و همکاران (۱۳۹۹)؛ عباسی و همکاران (۱۴۰۰)؛ عباسی و همکاران (۱۴۰۰)؛ حسین‌پور و همکاران (۱۴۰۲)؛ حیاتی و همکاران (۱۴۰۲)؛ قاسمی و همکاران (۱۴۰۲)؛ عباسی و عباسی (۱۴۰۲)؛ توشنی و همکاران (۱۴۰۳)؛ گوریتا و اسکورتسکو (۲۰۲۳)
۳	حمایت و سیاست‌های دولتی	موفقیت هر نوع گردشگری به شدت به سیاست‌های دولتی و حمایت‌های مالی و قانونی بستگی دارد. دولت‌ها می‌توانند از طریق سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، حفاظت از میراث فرهنگی و فراهم کردن تبلیغات و استراتژی‌های بازاریابی، به موفقیت گردشگری مذهبی و تاریک کمک کنند. همچنین، قوانینی که به حفظ امنیت و سلامت گردشگران کمک می‌کنند، می‌توانند بر تجربه و تمایل مردم به بازدید از این مقاصد تأثیر بگذارند.	موسوی و همکاران (۱۳۹۳)؛ آقاجانی و فراهانی‌فرد (۱۳۹۴)؛ حاتمی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵)؛ پیرعلی و سیادت (۱۳۹۷)؛ ملکی و همکاران (۱۳۹۸)؛ اکبری و همکاران (۱۳۹۹)؛ فتحی و همکاران (۱۳۹۹)؛ حسین‌پور و همکاران (۱۴۰۲)؛ قاسمی و همکاران (۱۴۰۲)؛ عباسی و عباسی (۱۴۰۲)؛ آیورکیره و همکاران (۲۰۲۰)
۴	خدمات و کیفیت گردشگری	کیفیت خدمات ارائه‌شده به گردشگران نقش مهمی در جذب آن‌ها به مقاصد خاص دارد. خدماتی مانند تورهای راهنمایی حرفه‌ای، ارائه اطلاعات دقیق و قابل‌اعتماد، کیفیت هتل‌ها، رستوران‌ها و سایر خدمات توریستی می‌تواند تجربه کلی گردشگر را تحت تأثیر قرار دهد. به‌ویژه در گردشگری مذهبی و جنگی که احساسات و ارزش‌های خاصی مطرح است، باید خدمات با کیفیت بالا ارائه شود تا این تجربه به یادماندنی‌تر و مطلوب‌تر باشد.	احمدی و محمدی (۱۳۹۳)؛ فتحی و همکاران (۱۳۹۹)؛ هاشمی (۱۳۹۹)؛ عباسی و همکاران (۱۴۰۰)؛ قاسمی و همکاران (۱۴۰۲)؛ عباسی و عباسی (۱۴۰۲)؛ میرحسینی و همکاران (۱۴۰۲)؛ توشنی و همکاران (۱۴۰۳)؛ گوریتا و اسکورتسکو (۲۰۲۳)

ردیف	عوامل کلیدی موفقیت	توضیحات	نویسنده (سال)
۵	مشارکت جامعه محلی	جوامع محلی نقش اساسی در گردشگری مذهبی و تاریک ایفا می کنند. مشارکت آن ها در حفاظت از مکان ها و آموزش به گردشگران می تواند به اصالت تجربه گردشگر کمک کند. برای مثال، در برخی از مکان های مذهبی، مردم محلی از طریق همکاری با گردشگران، روایت های تاریخی و فرهنگی را به اشتراک می گذارند که این خود می تواند بر جذابیت مقصد افزوده و تجربه بازدیدکنندگان را غنی تر کند.	حاتمی نژاد و همکاران (۱۳۹۵)؛ پیرعلی و سیادت (۱۳۹۷)؛ یوسفی (۱۳۹۷)؛ فتاحی و همکاران (۱۳۹۹)؛ بهرامزاده (۱۴۰۰)؛ عباسی و همکاران (۱۴۰۰)؛ حیاتی و همکاران (۱۴۰۲)؛ عباسی (۱۴۰۲)
۶	ایمنی و امنیت	ایمنی و امنیت یکی از مهم ترین مسائل برای گردشگران است، به ویژه در مکان های مرتبط با تاریخ جنگ یا مقاصد تاریک که ممکن است به دلیل شرایط خاص خود نگرانی هایی درباره ایمنی به وجود آید. برای جذب گردشگران به این مقاصد، باید زیرساخت های امنیتی مناسب (پلیس، حفاظت شخصی و اطلاع رسانی به گردشگران) فراهم باشد. همچنین، تضمین امنیت در این مقاصد به ویژه در دوران بحران یا پس از حوادث مهم سیاسی یا طبیعی، می تواند تأثیر زیادی در روند رشد و توسعه گردشگری داشته باشد.	موسوی و همکاران (۱۳۹۳)؛ آقاجانی و فراهانی فرد (۱۳۹۴)؛ آیتی و همکاران (۱۳۹۵)؛ عربشاهی و همکاران (۱۳۹۶)؛ یوسفی (۱۳۹۷)؛ فتاحی و همکاران (۱۳۹۹)؛ بهرامزاده (۱۴۰۰)؛ عباسی و همکاران (۱۴۰۰)؛ حسین پور و همکاران (۱۴۰۲)؛ حیاتی و همکاران (۱۴۰۲)؛ قاسمی و همکاران (۱۴۰۲)؛ توشنی و همکاران (۱۴۰۳)؛ آبیورکیره و همکاران (۲۰۲۰)
۷	تأثیرات عاطفی و روانی	گردشگری مذهبی، جنگی و تاریک معمولاً به شدت بر احساسات و واکنش های عاطفی گردشگران تأثیر می گذارد. بسیاری از گردشگران به ویژه در مکان های مذهبی و جنگی به دنبال یک تجربه روحی یا معنوی هستند. در گردشگری تاریک نیز، حس کنجکاوی یا ترس می تواند تأثیر زیادی بر تصمیم به بازدید از مقاصد مختلف داشته باشد. این واکنش های عاطفی می توانند تجربه گردشگر را تقویت کرده و حتی به تبلیغات دهان به دهان کمک کنند.	آیتی و همکاران (۱۳۹۵)؛ حسینی پور و همکاران (۱۳۹۵)؛ صادق قلو (۱۳۹۵)؛ معاون و همکاران (۱۳۹۶)؛ میر و همکاران (۱۳۹۶)؛ عباسی و همکاران (۱۴۰۰)؛ قاسمی و همکاران (۱۴۰۲)؛ میرحسینی و همکاران (۱۴۰۲)؛ کوچاوا (۲۰۱۷)؛ چن و تسای (۲۰۱۹)؛ عبدالرحمن و همکاران (۲۰۲۳)
۸	پایداری و ملاحظات زیست محیطی	گردشگری پایدار برای حفظ محیط زیست و کاهش اثرات منفی آن بر مقاصد گردشگری حیاتی است. این موضوع به ویژه در گردشگری مذهبی و تاریک، که اغلب با مکان های حساس به محیط زیست و فرهنگ های خاص در ارتباط است، اهمیت بیشتری پیدا می کند. استفاده از روش های سازگار با محیط زیست و اقدامات حفاظتی می تواند اطمینان حاصل کند که این مقاصد برای نسل های آینده نیز جذاب باقی خواهند ماند.	موسوی و همکاران (۱۳۹۳)؛ حاتمی نژاد و همکاران (۱۳۹۵)؛ پیرعلی و سیادت (۱۳۹۷)؛ یوسفی (۱۳۹۷)؛ ملکی و همکاران (۱۳۹۸)؛ بهرامزاده (۱۴۰۰)؛ عباسی و همکاران (۱۴۰۰)؛ حیاتی و همکاران (۱۴۰۲)؛ قاسمی و همکاران (۱۴۰۲)؛ میرحسینی و همکاران (۱۴۰۲)؛ توشنی و همکاران (۱۴۰۳)
۹	بازاریابی و تبلیغات	بازاریابی مؤثر برای جذب گردشگران به مقاصد خاص نیازمند استراتژی های تبلیغاتی هدفمند است. بازاریابی در گردشگری مذهبی و تاریک اغلب نیازمند استفاده از رسانه ها و کانال های خاصی است که بتوانند داستان های جالب و جذاب را برای مخاطبان هدف بازگو کنند. استفاده از شبکه های اجتماعی، تبلیغات دیجیتال و همکاری با تأثیرگذاران (Influencers) در این زمینه می تواند تأثیر زیادی بر موفقیت این نوع گردشگری داشته باشد.	آقاجانی و فراهانی فرد (۱۳۹۴)؛ حاتمی نژاد و همکاران (۱۳۹۵)؛ عربشاهی و همکاران (۱۳۹۶)؛ پیرعلی و سیادت (۱۳۹۷)؛ ملکی و همکاران (۱۳۹۸)؛ اکبری و همکاران (۱۳۹۹)؛ هاشمی (۱۳۹۹)؛ بهرامزاده (۱۴۰۰)؛ عباسی و همکاران (۱۴۰۰)؛ حسین پور و همکاران (۱۴۰۲)؛ حیاتی و همکاران (۱۴۰۲)؛ قاسمی و همکاران (۱۴۰۲)؛ عباسی و عباسی (۱۴۰۲)؛ میرحسینی و همکاران (۱۴۰۲)؛ گوریتا و اسکورتسکو (۲۰۲۳)
۱۰	اصالت و یکپارچگی	یکی از عوامل مهم در جذب گردشگران به مقاصد مذهبی و تاریک، اصالت و یکپارچگی این مکان ها است. گردشگران به دنبال تجربه هایی هستند که به فرهنگ، تاریخ و معنویت آن مکان مرتبط باشند. حفظ اصالت این مکان ها از طریق محافظت از آن ها و	حاتمی نژاد و همکاران (۱۳۹۵)؛ هاشمی (۱۳۹۹)؛ حسین پور و همکاران (۱۴۰۲)

ردیف	عوامل کلیدی موفقیت	توضیحات	نویسنده (سال)
		جلوگیری از تغییرات غیرضروری می‌تواند این جاذبه‌ها را به مقصدی جذاب برای بازدید تبدیل کند.	
۱۱	آموزش و تفسیر گردشگری	برنامه‌های آموزشی و تفسیر گردشگری، مانند تورهای راهنمایی، تابلوهای اطلاعاتی و برنامه‌های صوتی، می‌توانند به بازدیدکنندگان کمک کنند تا تجربه عمیق‌تری از مقاصد مذهبی و جنگی داشته باشند. این آموزش‌ها می‌توانند تاریخچه، اهمیت فرهنگی، دینی و اجتماعی هر مکان را توضیح دهند و گردشگران را از جنبه‌های مختلف آن آگاه سازند.	احمدی و محمدی (۱۳۹۳)؛ موسوی و همکاران (۱۳۹۳)؛ آقاجانی و فراهانی فرد (۱۳۹۴)؛ صادقلو (۱۳۹۵)؛ اکبری و همکاران (۱۳۹۹)؛ فتحی و همکاران (۱۳۹۹)؛ حسین پور و همکاران (۱۴۰۲)؛ حیاتی و همکاران (۱۴۰۲)؛ قاسمی و همکاران (۱۴۰۲)؛ پانچنکو و همکاران (۲۰۲۲)
۱۲	ثبات سیاسی	ثبات سیاسی یکی از پیش‌نیازهای اصلی برای جذب گردشگران است. در مناطقی که درگیر درگیری‌ها یا بحران‌های سیاسی هستند، گردشگران معمولاً ترجیح می‌دهند از این مناطق دوری کنند. برعکس، مناطق با محیط‌های سیاسی پایدار می‌توانند تجربه امن‌تری را برای گردشگران فراهم کنند و در نتیجه تعداد بازدیدکنندگان را افزایش دهند.	ملکی و همکاران (۱۳۹۸)؛ اکبری و همکاران (۱۳۹۹)؛ دهشیری و بهارلو (۱۳۹۹)؛ عباسی و همکاران (۱۴۰۰)؛ حسین پور و همکاران (۱۴۰۲)
۱۳	ملاحظات اجتماعی و اخلاقی	برخی مقاصد گردشگری، مانند گردشگری جنگی و تاریک، با مسائل اجتماعی و اخلاقی پیچیده‌ای روبرو هستند. احترام به قربانیان و بازماندگان و درک صحیح از تأثیرات اجتماعی این نوع گردشگری برای موفقیت آن ضروری است. ایجاد یک چارچوب اخلاقی مناسب می‌تواند به این مقاصد کمک کند تا گردشگران به‌طور مؤثر و با احترام از آن‌ها بازدید کنند.	صادقلو (۱۳۹۵)؛ میر و همکاران (۱۳۹۶)؛ حسین پور و همکاران (۱۴۰۲)؛ عباسی و عباسی (۱۴۰۲)
۱۴	شرایط اقتصادی	شرایط اقتصادی و درآمد گردشگران همچنین، روندهای اقتصادی جهانی، مانند بحران‌های اقتصادی یا نوسانات ارزی، می‌توانند تأثیر زیادی بر حجم گردشگران داشته باشند. کاهش هزینه‌های سفر، تخفیف‌ها یا پیشنهادات ویژه می‌تواند گردشگران بیشتری را به مقاصد مذهبی و تاریک جذب کند.	آقاجانی و فراهانی فرد (۱۳۹۴)؛ حاتمی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵)؛ عربشاهی و همکاران (۱۳۹۶)؛ پیرعلی و سیادت (۱۳۹۷)؛ یوسفی (۱۳۹۷)؛ ملکی و همکاران (۱۳۹۸)؛ اکبری و همکاران (۱۳۹۹)؛ هاشمی (۱۳۹۹)؛ حسین پور و همکاران (۱۴۰۲)؛ حیاتی و همکاران (۱۴۰۲)؛ توشنی و همکاران (۱۴۰۳)؛ آیورکیر و همکاران (۲۰۲۰)؛ عبدالرحمن و همکاران (۲۰۲۳)
۱۵	یکپارچگی فناوری	استفاده از فناوری‌های نوین مانند تورهای مجازی، سیستم‌های واقعیت افزوده (AR) و اپلیکیشن‌های موبایل می‌تواند به بهبود تجربه گردشگران و افزایش جذابیت مقاصد مذهبی، جنگی و تاریک کمک کند. این فناوری‌ها می‌توانند اطلاعات دقیق و جذاب را به گردشگران ارائه دهند و امکان تعامل بیشتر با مکان‌ها را فراهم کنند.	جوادی و همکاران (۱۴۰۰)؛ حسین پور و همکاران (۱۴۰۲)؛ عباسی و عباسی (۱۴۰۲)؛ توشنی و همکاران (۱۴۰۳)؛ پانچنکو و همکاران (۲۰۲۲)

پس از شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری دفاع مقدس، مدل عوامل مؤثر بر پذیرش و توسعه موضوع مذکور به روش مدل سازی ساختاری-تفسیری استخراج شد که گام‌های این روش به صورت زیر است:

گام اول: تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM): ماتریس خودتعاملی ساختاری، نشان می‌دهد که بین متغیرها، شاخص‌ها یا عوامل چه نوع رابطه‌ای برقرار است. در این ماتریس، روابط بین متغیرها بر اساس قضاوت خبرگان تعیین شده است. برای تشکیل این ماتریس، از چهار نوع

رابطه مفهومی که در جدول ۲ ارائه شده است، استفاده‌های مورد نیاز توسط ۲۰ نفر از گردشگران مناطق دفاع مقدس تکمیل گردیده است. پس از جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌ها، داده‌ها تجزیه و تحلیل شده و در نهایت، ماتریس خود تعاملی ساختاری (SSIM) تشکیل شد.

گام دوم و سوم: تبدیل ماتریس SSIM به ماتریس دسترسی اولیه و تشکیل ماتریس دسترسی نهایی: ماتریس دسترسی اولیه از طریق تبدیل ماتریس خود تعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی (صفر-یک) به دست می‌آید. در این فرآیند، در هر سطر از ماتریس خود تعاملی ساختاری، علامت‌های V و X با مقدار ۱ و علامت‌های A و O با مقدار صفر جایگزین می‌شوند. پس از تشکیل این ماتریس، برای دستیابی به ماتریس دسترسی نهایی، انتقال‌پذیری روابط بین متغیرها مورد بررسی قرار می‌گیرد تا اطمینان حاصل شود که ماتریس نهایی با ماتریس دسترسی اولیه سازگار است. در این مرحله، تمامی روابط غیرمستقیم بین متغیرها تحلیل شده و مطابق جدول ۳، ماتریس دسترسی نهایی استخراج می‌شود. به این صورت که اگر متغیر j با متغیر i و همچنین با متغیر k ارتباط داشته باشد، آنگاه متغیر i نیز با k در ارتباط خواهد بود. در نهایت، با استفاده از قانون بولین برای تضمین پایداری، برخی از عناصر ۰ به مقدار ۱ تغییر یافته‌اند که این تغییرات با رنگ قرمز مشخص شده‌اند (جدول ۲)

جدول ۲: ماتریس دسترسی نهایی شاخص‌های پذیرش و توسعه گردشگری دفاع

[illegible]

عوامل	اهمیت فرهنگی و تاریخی	دسترس پذیری و زیرساخت‌ها	حمایت و سیاست‌های دولتی	خدمات و کیفیت گردشگری	مشارکت جامعه محلی	ایمنی و امنیت	تأثیرات عاطفی و روانی	پایداری و ملاحظات زیست محیطی	بازاریابی و تبلیغات	اصالت و یکپارچگی	آموزش و تفسیر گردشگری	نبات سیاسی	ملاحظات اجتماعی و اخلاقی	شرایط اقتصادی	یکپارچگی فناوری	قدرت نفوذ
ملاحظات اجتماعی و اخلاقی	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	14
شرایط اقتصادی	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	12
یکپارچگی فناوری	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	12
میزان وابستگی	14	15	14	15	14	7	15	15	15	14	14	6	13	6	15	

مقدس (منبع: یافته‌های تحقیق)

گام چهارم: تعیین سطوح متغیرها: در این مرحله، هر متغیر بر اساس تشکیل سه مجموعه دسته‌بندی می‌شود: مجموعه متأخر (متغیرهایی که از متغیر مورد نظر تأثیر می‌پذیرند)، مجموعه متقدم (متغیرهایی که بر متغیر مورد نظر تأثیر می‌گذارند) و مجموعه مشترک (تلاقی میان مجموعه متأخر و مجموعه متقدم). در این پژوهش، متغیرها در چهار سطح دسته‌بندی شده‌اند که خلاصه آن در جدول ۳ قابل مشاهده است.

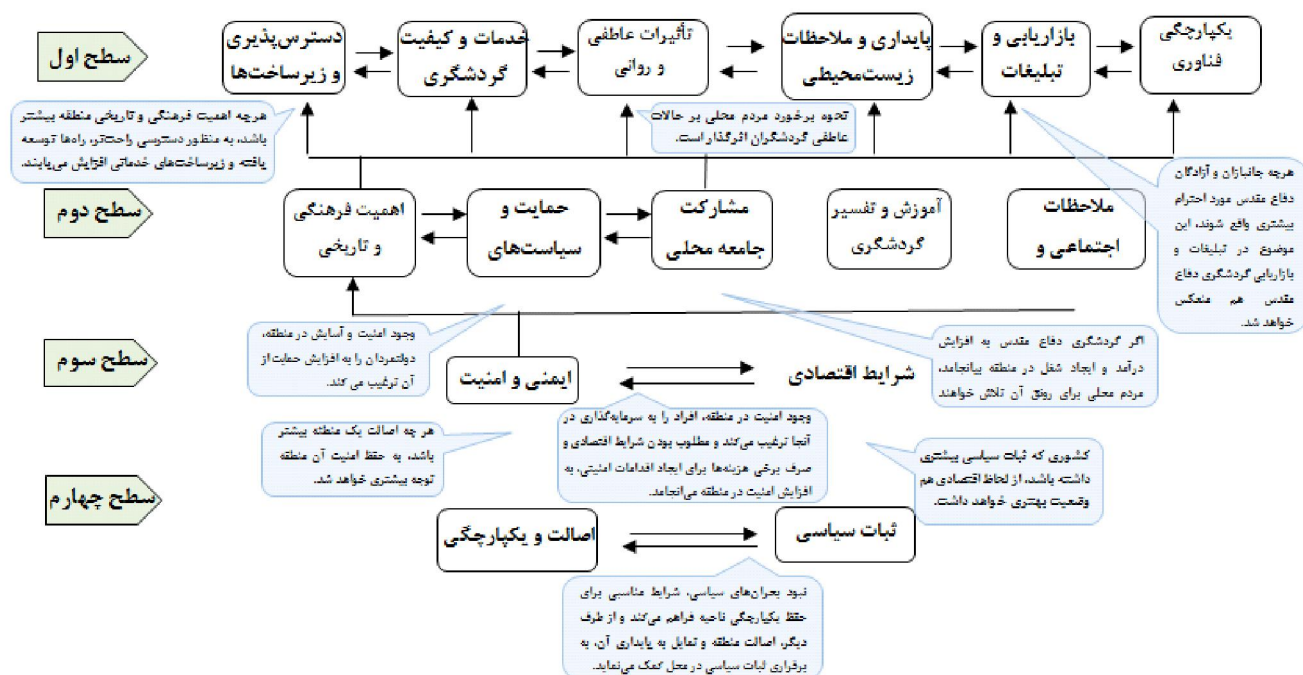
جدول ۳: سطح‌بندی عوامل مؤثر بر شاخص‌های پذیرش و توسعه گردشگری دفاع مقدس

عوامل	مجموعه متأخر	مجموعه متقدم	مجموعه مشترک	سطح
اهمیت فرهنگی و تاریخی	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۲
دسترس پذیری و زیرساخت‌ها	۱۵، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۵، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱
حمایت و سیاست‌های دولتی	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۲
خدمات و کیفیت گردشگری	۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳، ۱۱	۱
مشارکت جامعه محلی	۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳، ۱۱	۲
ایمنی و امنیت	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳، ۱۱	۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹، ۶، ۳، ۱	۱۳، ۱۰، ۹، ۶، ۳، ۱	۳
تأثیرات عاطفی و روانی	۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳، ۱۱	۱
پایداری و ملاحظات زیست محیطی	۱۵، ۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۱	۱
بازاریابی و تبلیغات	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰	۱
اصالت و یکپارچگی	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۴

عوامل	مجموعه متأخر	مجموعه متقدم	مجموعه مشترک	سطح
	۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۵، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۵، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰	
آموزش و تفسیر گردشگری	۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۱ ۱۵، ۱۳، ۱۱	۲
ثبات سیاسی	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹، ۳، ۱	۱۳، ۱۲، ۱۰، ۹، ۳، ۱	۴
ملاحظات اجتماعی و اخلاقی	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۱، ۱۰، ۹، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۱ ۱۵، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۲
شرایط اقتصادی	۱۳، ۱۱، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴	۱۴، ۱۲، ۱۰، ۹، ۳، ۱	۱۴، ۹، ۳، ۱	۳
یکپارچگی فناوری	۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ ۱۵، ۱۳، ۱۱	۱

(منبع: یافته‌های تحقیق)

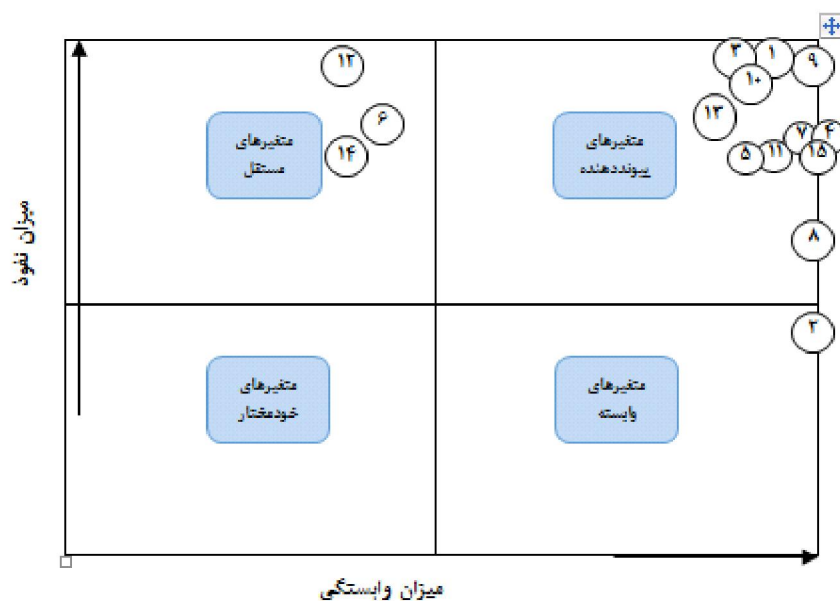
گام پنجم: تشکیل مدل ساختاری - تفسیری: پس از مشخص شدن سطوح هر کدام از عوامل و با در نظر گرفتن ماتریس دسترسی نهایی، مدل ساختاری تفسیری ترسیم می‌شود. مدل نهایی این تحقیق، از چهار سطح تشکیل شده است. عواملی مانند «ثبات سیاسی» و «اصالت و یکپارچگی» که در سطوح پایین سلسله مراتب قرار دارند، تأثیر بیشتر و وابستگی کمتری دارند و عواملی که در سطوح بالای سلسله مراتب جای می‌گیرند، در ارتباط با موضوع پژوهش از اثرگذاری کمتر و وابستگی بیشتری برخوردارند.



شکل ۱: مدل ساختاری - تفسیری پژوهش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری دفاع مقدس (منبع: یافته‌های تحقیق)

گام ششم: تحلیل MICMAC: در این تحلیل متغیرها بر اساس قدرت نفوذ و وابستگی به چهار دسته تقسیم می‌شوند. قدرت نفوذ هر متغیر عبارت است از تعداد نهایی متغیرهایی که موجب ایجاد آن متغیر می‌شوند.

کد	شاخص‌ها	قدرت نفوذ	میزان وابستگی
۱	اهمیت فرهنگی و تاریخی	۱۵	۱۴
۲	دسترس‌پذیری و زیرساخت‌ها	۸	۱۵
۳	حمایت و سیاست‌های دولتی	۱۵	۱۴
۴	خدمات و کیفیت گردشگری	۱۲	۱۵
۵	مشارکت جامعه محلی	۱۲	۱۴
۶	ایمنی و امنیت	۱۳	۷
۷	تأثیرات عاطفی و روانی	۱۲	۱۵
۸	پایداری و ملاحظات زیست‌محیطی	۱۰	۱۵
۹	بازاریابی و تبلیغات	۱۵	۱۵
۱۰	اصالت و یکپارچگی	۱۵	۱۴
۱۱	آموزش و تفسیر گردشگری	۱۲	۱۴
۱۲	ثبات سیاسی	۱۵	۶
۱۳	ملاحظات اجتماعی و اخلاقی	۱۴	۱۳
۱۴	شرایط اقتصادی	۱۲	۶
۱۵	یکپارچگی فناوری	۱۲	۱۵



شکل ۲: دسته‌بندی شاخص‌های توسعه گردشگری دفاع مقدس از لحاظ قدرت نفوذ و وابستگی (منبع: یافته‌های تحقیق)

این متغیرها شامل ۴ دسته می‌شود: متغیرهای مستقل یا خودمختار (متغیرهایی که قدرت هدایت و وابستگی ضعیفی دارند و تقریباً جدا از سیستم هستند)، متغیرهای وابسته (متغیرهایی که قدرت هدایت‌کنندگی ضعیفی دارند اما وابستگی آن‌ها قوی است. این گروه از متغیرها معمولاً متغیرهای نتیجه یا هدف هستند)، متغیرهای پیونددهنده (عواملی هستند که قدرت هدایت و وابستگی قوی دارند) و متغیرهای کلیدی (متغیرهایی که قدرت هدایت قوی دارند اما وابستگی آن‌ها آنها ضعیف است؛ به همین دلیل نقش محوری و کلیدی در مدل ایفا می‌کنند). تحلیل این متغیرها نشان می‌دهد که شاخص‌های «ایمنی و امنیت»، «ثبات سیاسی» و «شرایط اقتصادی» که در دسته عوامل کلیدی قرار دارند، باید به عنوان نقطه شروع سیاست‌گذاری برای توسعه گردشگری دفاع مقدس در نظر گرفته شوند.

بحث و نتیجه گیری

گردشگری دفاع مقدس، شاخه‌ای از گردشگری مذهبی و گردشگری جنگ است و شامل سفرهایی می‌شود که در آن‌ها، گردشگران به بازدید از یادمان‌های جنگی بازمانده از هشت سال دفاع مقدس می‌پردازند. رشد و توسعه گردشگری دفاع مقدس علاوه بر آنکه از لحاظ اقتصادی به سود کشور است و به توسعه مناطق بازمانده از جنگ کمک می‌کند، از لحاظ فرهنگی نیز به حفظ و انتقال ارزش‌ها و مفاهیم مربوط به تاریخ ملی و دوران پرافتخار دفاع از میهن می‌انجامد. به همین دلیل فهم و شناخت عوامل مؤثر بر توسعه این نوع گردشگری از اهمیت زیادی برخوردار است. پژوهش‌هایی که تاکنون درباره موضوع گردشگری دفاع مقدس انجام شده‌اند، هر یک صرفاً یک یا چند عامل مؤثر را مورد توجه قرار داده‌اند. هدف از این پژوهش، شناسایی و تجزیه و تحلیل و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت و توسعه گردشگری دفاع مقدس بوده است. در واقع این تحقیق در صدد است که ضمن مطالعه یافته‌های پیشین، مهم‌ترین شاخص‌های اثرگذار را شناسایی و به صورت سلسله مراتبی، آن‌ها را اولویت‌بندی کند تا از این طریق بتواند خلاء موجود در زمینه پژوهش که به دلیل ابهام روابط میان مؤلفه‌ها ایجاد شده است را مرتفع نماید. در این پژوهش، پس از مطالعه و بررسی مقالات موجود در زمینه گردشگری دفاع مقدس، ۱۵ عامل مؤثر در این زمینه شناسایی شدند. نتایج این پژوهش که با استفاده از مدل‌سازی ساختاری-تفسیری (TISM) انجام گرفت، نشان می‌دهد عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری دفاع مقدس در چهار سطح قابل دسته‌بندی هستند. در سطح اول، مؤلفه‌هایی همچون «دسترس‌پذیری و زیرساخت‌ها»، «خدمات و کیفیت گردشگری» و «تأثیرات عاطفی و روانی» قرار دارند؛ سطح دوم، مؤلفه‌هایی مانند «اهمیت فرهنگی و تاریخی»، «حمایت و سیاست‌های دولتی» و «مشارکت جامعه محلی» را در بر می‌گیرند؛ سطح سوم، شامل «ایمنی و امنیت» و «شرایط اقتصادی» است و در سطح چهارم که اثرگذارترین سطح می‌باشد، «ثبات سیاسی» و «اصالت و یکپارچگی» قرار دارند. در واقع تغییر و بهبود این دو مؤلفه موجود در سطح چهارم، بیشترین تأثیر را بر توسعه و موفقیت گردشگری دفاع مقدس به دنبال خواهد داشت و هرگونه تغییر در این متغیرها می‌تواند سایر متغیرهای مؤثر در گردشگری دفاع

مقدس را به شدت تحت تأثیر قرار دهد. پژوهش‌هایی که در گذشته انجام شده از جمله تحقیقات ملکی و همکاران (۱۳۹۸)، اکبری و همکاران (۱۳۹۹)، دهشیری و بهارلو (۱۳۹۹)، عباسی و همکاران (۱۴۰۰) و حسین‌پور و همکاران (۱۴۰۲) نیز بر اهمیت ثبات سیاسی منطقه در جذب گردشگران دفاع مقدس تأکید کرده‌اند و با تحقیق حاضر همسو می‌باشند. همچنین پژوهش‌هایی همچون حاتمی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵)، هاشمی (۱۳۹۹) و حسین‌پور و همکاران (۱۴۰۲) نیز به اصالت و یکپارچگی منطقه به عنوان یکی از عوامل مهم در جذب گردشگران به مقاصد مذهبی و تاریک اشاره نموده و با این تحقیق هم‌جهت هستند.

بر اساس تحلیل میک‌مک، مؤلفه‌های اثرگذار بر گردشگری دفاع مقدس در چهار دسته بر اساس قدرت نفوذ و وابستگی تقسیم شدند. از میان این ۱۵ مؤلفه، «ایمنی و امنیت»، «ثبات سیاسی» و «شرایط اقتصادی»، در دسته متغیرهای کلیدی و مستقل قرار گرفته است، «دسترس‌پذیری و زیرساخت‌ها» در ردیف متغیرهای وابسته می‌باشد و سایر مؤلفه‌ها در گروه متغیرهای پیونددهنده قرار دارند. از آنجا که متغیرهای کلیدی و مستقل، نقش محوری را در مدل ایفا می‌کنند، متولیان امر بیش از هر چیز باید به این مؤلفه‌ها بپردازند. در واقع توجه به متغیرهای کلیدی در این پژوهش و تقویت آن‌ها، در نهایت تقویت گردشگری دفاع مقدس را به دنبال خواهد داشت. «ثبات سیاسی» و «اصالت فرهنگی» از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری دفاع مقدس محسوب می‌شوند. ثبات سیاسی موجب افزایش اعتماد گردشگران و جذب سرمایه‌گذاری در این حوزه می‌شود. کشورهای با ثبات بالا معمولاً در صنعت گردشگری موفق‌تر عمل می‌کنند، زیرا محیطی امن و قابل پیش‌بینی برای مسافران فراهم می‌کنند. برای تقویت این مؤلفه، سیاست‌گذاران می‌توانند از دیپلماسی گردشگری بهره ببرند که به معنای استفاده از ظرفیت‌های گردشگری برای بهبود روابط بین‌المللی و کاهش تنش‌های منطقه‌ای است. برگزاری تورهای گردشگری مشترک با کشورهای منطقه و دعوت از گردشگران خارجی برای بازدید از اماکن دفاع مقدس می‌تواند به این هدف کمک کند. از سوی دیگر، اصالت فرهنگی و یکپارچگی این اماکن باید حفظ شود، زیرا گردشگران به دنبال تجربه‌های واقعی از تاریخ هستند. هرگونه تغییر نامناسب در این اماکن می‌تواند اعتبار آن‌ها را کاهش داده و جذابیتشان را کم کند. همچنین، ارائه روایت‌های مستند و علمی از طریق راهنماهای متخصص و تولید محتوای چندرسانه‌ای معتبر می‌تواند تجربه‌ای غنی‌تر برای بازدیدکنندگان فراهم کند.

امنیت گردشگران نیز نقش کلیدی در توسعه گردشگری دفاع مقدس دارد. ایجاد مناطق حفاظت‌شده، استفاده از فناوری‌های نظارتی مانند دوربین‌های امنیتی پیشرفته و پهپادهای نظارتی، و افزایش همکاری میان وزارتخانه‌های گردشگری، فرهنگ و ارگان‌های امنیتی می‌تواند به بهبود ایمنی در این حوزه کمک کند. همچنین، تعیین مسیرهای امن گردشگری و ایجاد سامانه‌های هشدار سریع برای اطلاع‌رسانی در مواقع اضطراری، احساس امنیت را در گردشگران تقویت خواهد کرد. علاوه بر امنیت فیزیکی، امنیت روانی و اجتماعی گردشگران نیز اهمیت دارد. برخی از گردشگران ممکن است به دلیل عدم آشنایی با مناطق جنگی یا خاطرات تلخ گذشته، دچار اضطراب

شوند. به همین دلیل، راهنماهای گردشگری باید آموزش‌های لازم را برای مدیریت این شرایط ببینند و از روش‌هایی مانند بازسازی‌های تعاملی و فناوری‌های شبیه‌سازی برای ارائه روایت‌های آموزنده و جذاب از جنگ استفاده کنند تا تجربه‌ای عمیق و تأثیرگذار برای بازدیدکنندگان فراهم شود. تحقیقات آتی می‌تواند بر چگونگی افزایش ثبات ساسی و اصالت فرهنگی به منظور بهبود و توسعه گردشگری دفاع مقدس متمرکز شود. با توجه به اینکه گردشگری دفاع مقدس و رونق آن به حفظ و اشاعه ارزش‌های تاریخی، فرهنگی و ملی کشور ما کمک می‌کند، لازم است با تمرکز بر توسعه عوامل اثرگذار و با تأکید بر متغیرهای کلیدی، گام‌های مؤثری در جهت رونق هرچه بیشتر این نوع گردشگری برداشته شود. پژوهشگران بعدی می‌توانند با توجه به اثرات گردشگری دفاع مقدس، به طور دقیق، فوایدی که این نوع گردشگری برای مردم محلی و گردشگران در پی دارد و نقش گردشگری دفاع مقدس در حفظ فرهنگ و تاریخ ملی و مذهبی را مورد پژوهش قرار دهند.

منبع و مأخذ:

- ۱- آقاجانی، م.، فراهانی فرد، س. ۱۳۹۴. گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی ایران). سیاست‌های راهبردی و کلان، ۳(۹): ۴۳-۶۶.
- ۲- آیتی، ح.، خداکرمی، ف.، ملایی، ک.، آفاق پور، آ. ۱۳۹۵. بررسی تأثیر عوامل کالبدی شهری بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر شیراز). مطالعات شهر ایرانی اسلامی، ۶(۲۳): ۴۳-۵۹.
- ۳- احمدی، م. ۱۳۹۳. شناسایی، اولویت‌بندی و تعیین عوامل مؤثر بر انگیزه‌ها و نیازهای گردشگری دفاع مقدس. مطالعات راهبردی بسیج، ۱۷(۶۵): ۱۱۷-۱۴۲.
- ۴- اکبری، م.، طاهرپور، ف.، بوستان احمدی، و.، فولادی، ع. ۱۳۹۹. مدل‌سازی ساختاری-تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در ایران با رویکرد آینده پژوهی. گردشگری و توسعه، ۹(۴): ۲۸۵-۲۹۶.
- ۵- بهرام‌زاده، م. ۱۴۰۰. تحلیل موانع و ارائه الگوی راهبردی عملیاتی جهت توسعه گردشگری و موزه‌های دفاع مقدس در استان خوزستان. فصلنامه علمی مطالعات دفاع مقدس، ۷(۱): ۱۰۹-۱۳۶.
- ۶- پیرعلی، ع.، سیادت، س. ۱۳۹۷. راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی در کلان شهر شیراز. رهیافت فرهنگ دینی، ۱(۲): ۱۱۵-۱۳۰.
- ۷- توشنی، ج.، سعیدی، پ.، نصیری، م. ۱۴۰۳. شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین در صنعت گردشگری مذهبی ایران. جغرافیایی سرزمین، ۲۱(۸۱): ۱-۲۲.
- ۸- جوادیه، ز.، مجیدی قهرودی، ن.، شاه منصوری، ب. ۱۴۰۰. تحلیل سلسله مراتبی جایگاه عوامل فضای مجازی مؤثر بر توسعه گردشگری دفاع مقدس؛ با استفاده از رویکرد تحلیل سلسله مراتبی فازی (Fuzzy AHP). فصلنامه علمی رسانه، ۳۲(۳): ۱۰۷-۱۲۴.
- ۹- حاتمی نژاد، ح.، حبیبیان، ب.، امیرشکاری، م. ۱۳۹۵. اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی شهر دزفول. نشریه گردشگری شهری، ۳(۱): ۵۹-۷۶.
- ۱۰- حسین پور، ز.، علیزاده، ک.، جعفری، ح. ۱۴۰۲. بررسی عوامل تأثیرگذار بر گردشگری مذهبی مشهد در اسناد فرادستی شهری. نشریه گردشگری شهری، ۱۰(۲): ۱۴۶-۱۲۱.
- ۱۱- حسینی پور، ا.، رضایی دولت آبادی، ح.، کاظمی، ع. ۱۳۹۵. بررسی عوامل کشش و رانش مؤثر بر نیت سفر گردشگری مذهبی و نحوه تأثیر آنها (شهر قم). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۱(۳۶): ۱۰۹-۱۲۴.
- ۱۲- حیاتی، ح.، آزادخانی، پ.، قنبری زاده، م. ۱۴۰۲. تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در شهرهای مذهبی مطالعه موردی (شهر مهران، مراسم اربعین). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۵(۲): ۲۱۳-۲۳۲.
- ۱۳- دهشیری، م.، بهارلو، م. ۱۳۹۹. تأثیر تعاملات پلیس ایران و عراق بر توسعه گردشگری مذهبی. فصلنامه علمی مطالعات راهبردی ناجا، ۵(۱۵): ۱۳۹-۱۷۲.

- ۱۴- زندمقدم، م.، معمري، ا.، مسلمي، ع. ۱۳۹۸. پايش زيرساخت‌هاي گردشگري دفاع مقدس در مناطق عملياتي مرزي غرب کشور (مطالعه‌ي موردی: مناطق مرزي استان ايلام). فصلنامه علمي فرهنگ ايلام، ۲۰(۶۴،۶۵): ۹۷-۱۱۹.
- ۱۵- سند ملي راهيان نور کشور ماده ۳ اساسنامه بنياد حفظ آثار و نشر ارزش‌هاي دفاع مقدس، مصوب مقام معظم رهبري و فرماندهي معظم کل قوا حضرت امام خامنه‌اي (مدظله العالی) و اختيارات تفويضي معظم له. ۲۶/۱۱/۱۳۹۶، به تصويب هيئت امنای بنياد.
- ۱۶- صادقلو، ط. ۱۳۹۵. شناسايي عوامل انگيزشي مشارکت کنندگان در گردشگري جنگ (مورد: استان خوزستان). برنامه‌ريزي و توسعه گردشگري، ۵(۱۶): ۲۰۸-۱۸۸.
- ۱۷- صادقي، ع. ۱۴۰۰. نقش گردشگري جنگ و يادمان‌هاي دفاع مقدس در تقويت قدرت نرم جمهوري اسلامي ايران. فصلنامه علمي مطالعات دفاع مقدس، ۷(۳): ۲۲۸-۲۰۹.
- ۱۸- عباسي، س.، اقبالي، ن.، رجبی، آ. ۱۴۰۰. راهبردهاي توسعه گردشگري مذهبي تاريخي شهر زنجان. مطالعات جغرافياي مناطق کوهستاني، ۲(۳): ۱۳۰-۱۲۳.
- ۱۹- عباسي، س.، اقبالي، ن.، رجبی، آ. ۱۴۰۰. مجموعه الزامات بومي توسعه گردشگري مذهبي- تاريخي زنجان. تحقيقات جغرافيايي، ۳۷(۱): ۹۰-۸۱.
- ۲۰- عباسي، م.، عباسي، ق. ۱۴۰۲. تحليل عوامل مؤثر بر توسعه رقابت پذيري در گردشگري مذهبي شهر زنجان. پژوهش‌هاي جغرافياي اقتصادي، ۴(۱۲): ۱۰۴-۸۰.
- ۲۱- عبدلي، ن.، نيازي، م.، صادقي آراني، ز. ۱۴۰۱. مدل ساختاري - تفسيري گردشگري پايدار ماجراجويانه در کوير مرنجاب. گردشگري و توسعه، ۱۱(۳): ۸۳-۱۰۳.
- ۲۲- عربشاهي، م.، بهبودي، ا.، شاه ابراهيمي، ر. ۱۳۹۵. شناسائي و رتبه‌بندی عوامل رفاهي مؤثر در گردشگري مذهبي شهر مشهد با استفاده ازتکنیک‌هاي تصميم‌گيري چند معياره (AHP). پژوهشنامه خراسان بزرگ، ۷(۲۳): ۷۴-۸۸.
- ۲۳- علي‌اکبري، ا.، موسوي کاظمي، م.، ترکمان، ع. ۱۴۰۱. نقش پذيري گردشگري مذهبي در نظام برنامه‌ريزي شهر قم. مطالعات شهر ايراني اسلامي، پياپی ۴۹: ۴۳-۲۳.
- ۲۴- فتحي، م.، محمد نسب، م.، ملکی، م.، يعقوبي، س. ۱۳۹۹. آريابي عوامل مؤثر بر رقابت‌پذيري گردشگري مذهبي (روش فنون ديمتل و معادلات ساختاري). بررسی‌هاي بازرگاني، ۱۸(۱۰۵): ۷۰-۵۷.
- ۲۵- فيروزي، م.، گودرزي، م. ۱۳۹۵. تبیین موانع توسعه گردشگري جنگ در استان خوزستان. فصلنامه گردشگري و توسعه، ۵(۱): ۲۵-۱.
- ۲۶- قاسمي، ا.، رحيمي نيك، ا.، وظيفه‌دوست، ح.، ميرابي، و. ۱۴۰۲. اولويت‌بندی مؤلفه‌هاي مؤثر در توسعه گردشگري مذهبي در شهر مشهد با رويکرد ديمتل. علوم جغرافيايي (جغرافياي کاربردي)، ۹(۴۲): ۷۵-۶۱.

- ۲۷- قهرمانی فرد، ح.، حسین‌زاده دلیر، ک.، موسوی، م. ۱۴۰۱. شناخت و ارزیابی پیشران‌های حیاتی مؤثر بر آینده توسعه گردشگری (مطالعه موردی: کلانشهر تبریز). مجله گردشگری شهری، ۸(۱): ۶۷-۸۲.
- ۲۸- محمدی، س. ۱۳۹۷. شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری جنگ در استان کردستان. مطالعه موردی: شهرستان مریوان، فصلنامه اطلاعات جغرافیایی سپهر، ۳۱(۱۰۱): ۴۹-۶۶.
- ۲۹- مزروعی نصرآبادی، ا.، صادقی آرانی، ز.، حبیبی راد، ا. ۱۴۰۳. شناسایی و مدل‌سازی ساختاری-تفسیری عوامل مؤثر بر انتخاب همکار برای همراقبتی در زنجیره تأمین بهداشت و درمان. مدیریت زنجیره تأمین، ۲۶(۸۴): ۳۵-۴۴.
- ۳۰- معاون، ز.، موحد، م.، طبیعی، م. ۱۳۹۶. معنایابی و گردشگری مذهبی: مطالعه مردم نگارانه. جامعه‌پژوهی فرهنگی، ۸(۴): ۱۶۱-۱۳۷.
- ۳۱- ملکی، م.، خاشعی ورنامخواستی، و.، فتحی، م.، صفاری‌نیا، م. ۱۳۹۸. آینده‌پژوهی گردشگری مذهبی استان قم با رویکرد سناریونگاری. گردشگری و توسعه، ۸(۳): ۲۰۵-۱۶۴.
- ۳۲- موسوی، م.، کهکی، ف.، جلالیان، ا. ۱۳۹۸. ارزیابی عناصر مؤثر بر توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر ارومیه. نشریه گردشگری شهری، ۶(۲): ۶۱-۷۷.
- ۳۳- میر، م.، میرهاشمی، ع.، محمودزاده، م. ۱۳۹۶. شناسایی و اولویت‌بندی عوامل انگیزشی رانشی و کششی مؤثر در توسعه گردشگری جنگ (مطالعه موردی مناطق عملیاتی استان خوزستان). فصلنامه مطالعات دفاع مقدس، ۳(۱): ۴۷-۳.
- ۳۴- میرحسینی، ع.، نایب‌زاده، ش.، روستا، ع. ۱۴۰۲. بررسی توسعه گردشگری مذهبی در استان یزد با رویکرد ترکیبی. فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۳(۵۱): ۶۱۷-۵۹۹.
- ۳۵- میرزایی قلعه، ف.، منشی زاده، ر. ۱۳۹۶. ارزیابی توسعه گردشگری دفاع مقدس در قالب مؤلفه‌های توسعه پایدار مورد مطالعه: اروندکنار (حوزه گردشگری خلیج فارس). مطالعات فرهنگی و سیاسی خلیج فارس، ۴(۱۱): ۶۵-۸۱.
- ۳۶- نیازی، ا. ۱۴۰۰. تحلیل عوامل مؤثر بر گردشگری معنوی راهیان نور و مقصد جدید (مطالعه موردی: مرقد مطهر حاج قاسم سلیمانی). دولت پژوهی ایران معاصر، ۷(۲): ۱۷۱-۱۳۹.
- ۳۷- نیازی، م.، رضایی، ع.، صادقی آرانی، ز. ۱۴۰۲. مدل عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۱۱(۴۱): ۱۸۶-۱۶۴.
- ۳۸- هاشمی، ی. ۱۳۹۹. راهبردهای رقابت‌پذیری توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: شهرستان رضوان‌شهر. نشریه گردشگری شهری، ۷(۴): ۸۹-۷۵.
- ۳۹- یوسفی، ج. ۱۳۹۷. تحلیل اهمیت-عملکرد خدمات گردشگری مذهبی (مورد مطالعه شهرستان بیرجند). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲۴): ۵۸-۳۸.
- 40-Ayorekire, J., Obua, J., Mugizi, F., & Byaruhanga, B. M. 2020. Opportunities and challenges of religious tourism development in Uganda:

- policy, planning and institutional perspectives. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 8(3), 12.
- 41-Banerjee, S., Rastogi, R., & Ghosh, I. 2024. Where else to visit? Demystifying vacationers' diverse intra-destination visitation preferences in a pilgrimage hub. *Journal of Transport Geography*, 121: 104039.
- 42-Chen, C.M., & Tsai, T. 2019. Tourist motivations in relation to a battlefield: a case study of Kinmen. *Tourism Geographies*, 21, 101-78.
- 43-Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., Del Río-Rama, M. D. L. C., & Oliveira, C. 2018. Religious tourism and pilgrimage: Bibliometric overview. *Religions*, 9(9), 249.
- 44-Guriță, D., & Scortescu, F. I. 2023. Religious Tourism and Sustainable Development of the Economy in the Context of Globalization in the Northeast Area of Romania. *Sustainability*, 15(16), 12128.
- 45-Heydari Chianeh, R., Del Chiappa, G., & Ghasemi, V. 2018. Cultural and religious tourism development in Iran: prospects and challenges. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 29(2), 204-214.
- 46-Junaidi, J. 2020. Halal-friendly tourism and factors influencing halal tourism. *Management Science Letters*, 10(8), 17 1755-1762.
- 47-Kujawa, J. 2017. Spiritual tourism as a quest. *Tourism Management Perspectives*, 24, 193-200.
- 48-Rysbekova, S., Duissenbayeva, A., & Izmailov, I. 2014. Religious tourism as a sociocultural phenomenon of the present “The Unique Sense Today is a Universal Value Tomorrow. This is the Way Religions are Created and Values are Made.”. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 143, 958-963.
- 49-Luz, N. 2020. Pilgrimage and religious tourism in Islam. *Annals of Tourism Research*, 82, 102915.
- 50-Panchenko, S., Karopol, O., Chuchalin, O., Kolisnychenko, T., Sefikhanova, K., & Dragomirova, I. 2022. Topical Issues in the Field of Religious Tourism. Current Challenges. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 13 (2), 507-514.
- 51-Romanelli, M., Gazzola, P., Grechi, D., & Pollice, F. 2021. Towards a sustainability-oriented religious tourism. *Systems Research and Behavioral Science*, 38(3), 386-396.
- 52-Rot, E., Mikinac, K., & Bogdan, S. 2014. General characteristics of religious tourism in Croatia. *UTMS Journal of Economics*, 5(1), 79-87.
- 53-Smith, V.L. 1998. War and tourism: an American ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 202-227.
- 54-World Travel & Tourism Council (WTTC) 2020, Travel & Tourism Economic Impact Research. <https://wttc.org/research/economic-impact>

شاه‌دژ اصفهان و جاذبه‌های گردشگری آن

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۱/۱۹ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۰۶

سید مسعود موید*

کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، اصفهان، ایران

چکیده

موقعیت ویژه دشت اصفهان در جغرافیای سیاسی، اقتصادی و نظامی ایران باعث شده است که این منطقه همواره مورد توجه جهانگشایان قرار گیرد و نیز همواره از سوی زاگرس‌نشینان غارت اما به سرعت بازسازی شود. علاوه بر ویژگی‌های طبیعی این جلگه، وجود شاه‌دژ بر فراز کوه صفه، به‌عنوان دژی طبیعی و استراتژیک، همواره نقش کلیدی در دفاع از این ناحیه ایفا کرده است. پژوهش حاضر بر آن است تا اهمیت این دژ در دوران سلجوقیان را شناسایی کرده و بخشی از جاذبه‌های گردشگری اصفهان را که میراثی از آن دوران بر کوه صفه باقی مانده است، معرفی نماید. نتایج تحقیق که از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی‌های میدانی به دست آمده، نشان می‌دهد که این دژ با پایه‌هایی از دوران ساسانی، در دوره ملک‌شاه سلجوقی تعمیر و توسعه یافته است. در دوره‌ای کوتاه میان ملک‌شاه و محمد بن ملک‌شاه، اسماعیلیان این دژ را تصرف کرده و علیه سلطنت سلجوقیان از آن بهره بردند. پس از شکست این جنبش مردمی این دژ برای همیشه ویران شد. در چارچوب جغرافیای تاریخی، شاه‌دژ به‌عنوان ساختاری استراتژیک و دفاعی، نماد پیوند میان جغرافیا و تحولات سیاسی دوران سلجوقیان است. موقعیت منحصر به‌فرد این دژ بر فراز کوه صفه، که از نظر توپوگرافی تسلطی طبیعی بر دشت اصفهان دارد، نقش حیاتی در شکل‌دهی تاریخ و امنیت منطقه ایفا کرده است.

واژه‌های کلیدی: اصفهان، کوه صفه، شاه‌دژ، اسماعیلیان، احمد بن عبدالملک عطاش، گردشگری صفه.

* نویسنده رابط: masoudmoayed1401@gmail.com

مقدمه:

کوه صفه، به عنوان یکی از برجسته‌ترین و مهم‌ترین نقاط جغرافیایی پیرامون شهر اصفهان، در طول تاریخ نقشی حیاتی در ساختار دفاعی و استراتژیک این منطقه ایفا کرده است. آثار باستانی فراوانی که از دوره‌های مختلف تاریخی ایران در این کوه برجای مانده، گواهی بر اهمیت این مکان در حفاظت از شهر اصفهان در برابر حملات گوناگون است. دژهای موجود در این کوه، از جمله شاه‌دژ، بر پایه استحکامات دوران ساسانی بنا شده‌اند و نشانگر بهره‌برداری مستمر از این ساختارها برای دفاع از شهر در اعصار گذشته هستند.

در دوران اسلامی، به‌ویژه در عصر سلجوقیان، کوه صفه و دژهای آن به دلیل موقعیت استراتژیک خود همواره مورد توجه حکام بوده‌اند. به نظر می‌رسد در دوره ملک‌شاه سلجوقی، تعمیرات و توسعه‌هایی بر روی دژ ساسانی انجام شده تا این بنا به مکانی امن برای نگهداری خانواده سلطنتی و گنجینه‌های حکومتی در زمان غیبت سلطان تبدیل شود. به این منظور، دیوارهای بلند و قطور در مسیرهای احتمالی نفوذ دشمن ساخته شده تا امنیت دژ به بهترین شکل ممکن تأمین گردد.

پس از مرگ ملک‌شاه و آغاز دوران هرج‌ومرج، شاه‌دژ به دست احمد بن عبدالملک عطاش، از اسماعیلیان، افتاد. او که به عنوان معلم فرزندان خانواده سلجوقی با آنان در ارتباط بود، این دژ را به پایگاه اصلی اسماعیلیان در اصفهان بدل ساخت. در این دوران، اسماعیلیان از شاه‌دژ به عنوان سنگری مستحکم برای مقابله با سلطنت سلجوقیان بهره بردند؛ استحکامات دژ تقویت شد و آب‌انبارها و منابع لازم برای مقاومت در محاصره‌های طولانی احداث گردید. پس از تصرف مجدد دژ در دوره محمد بن ملک‌شاه، این قلعه ویران شد؛ با این حال، خرابه‌های آن همچنان در اصفهان باقی است و شاهدی زنده بر تاریخ پرفراز و نشیب این شهر به شمار می‌رود.

یکی از ویژگی‌های بارز کوه صفه، وجود آثار باستانی متنوع و فراوان از دوره‌های مختلف تاریخی ایران است. این آثار که شامل دژها، قلعه‌ها و ساختارهای معماری متعدد می‌شوند، نمایانگر اهمیت استراتژیک و دفاعی این منطقه در طول تاریخ هستند. شاه‌دژ، به عنوان یکی از شناخته‌شده‌ترین این بناها، نمونه‌ای برجسته از مهندسی نظامی و معماری دفاعی است که بر فراز این کوه جای گرفته و همچنان نظر محققان و گردشگران را به خود جلب می‌کند.

امروزه کوه صفه همراه با پارک بزرگ و تأسیسات گردشگری آن، به یکی از مقاصد مهم سفر و گردشگری در اصفهان بدل شده است. این منطقه نه تنها از لحاظ طبیعی و تاریخی غنی است، بلکه فرصتی فراهم می‌آورد تا گردشگران با تاریخ پر پیچ‌وخم اصفهان و تحولات آن آشنا شوند. کوه صفه نه تنها جاذبه‌های تاریخی و طبیعی بسیاری دارد، بلکه می‌تواند بستری آموزشی و فرهنگی برای فهم بهتر تاریخ اصفهان و ایران در اعصار مختلف باشد. اگرچه درباره این دژ مطالعات و مقالات متعددی منتشر شده، اما تاکنون نگاه جامعی که این آثار را به عنوان مقصدی گردشگری و مکملی برای تاریخ اصفهان معرفی کند، مورد توجه قرار نگرفته است.

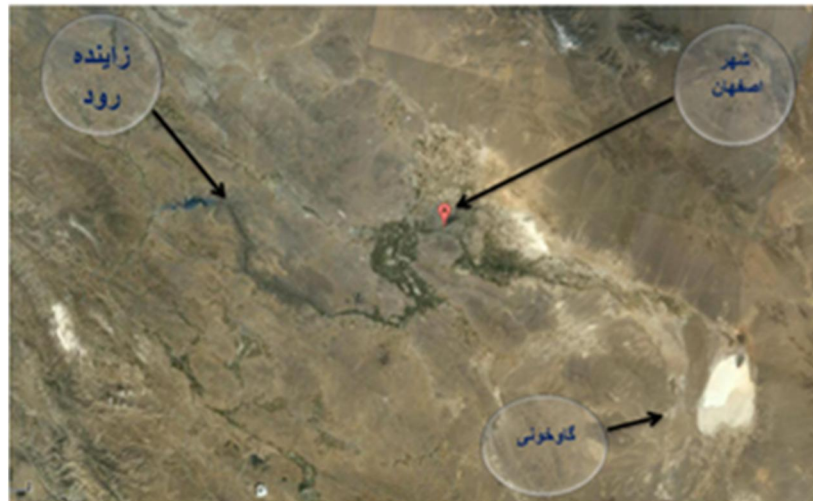
با این حال، هنوز پرسش‌هایی درباره آثار باقی‌مانده در کوه صفه بی‌پاسخ مانده که نیازمند بررسی و تحلیل دقیق‌تر هستند؛ پرسش‌هایی همچون اینکه آیا همه آثار موجود در این منطقه

به‌طور کامل شناسایی و مطالعه شده‌اند؟ و چه تأثیری این آثار بر تاریخ سیاسی، اجتماعی و نظامی اصفهان داشته‌اند؟ پاسخ به این پرسش‌ها می‌تواند به درک عمیق‌تری از اهمیت کوه صفه و میراث باستانی آن در تاریخ اصفهان منجر شود و ضرورت انجام پژوهش‌های بیشتر در این زمینه را آشکار سازد؛ موضوعی که در این تحقیق مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

آشنایی با اصفهان و اهمیت آن

اصفهان، که معرب اسپادان است، در طول تاریخ نام‌های متعددی چون آنزان، گابیان، گای، جی، اسپاهان، صفاهان و اسپادانا به خود گرفته است. در دوران اسکندر، این شهر با نام اسپه (aspa) شناخته می‌شد و موسی خورنی در قرن پنجم از آن به عنوان اسپهان یاد کرده است (میناسیان، ۱۳۸۷: ۴۳). اما این برداشت چندان منطقی نیست و به نظر می‌رسد دیدگاه حمزه اصفهانی، که ریشه اصفهان را به «سپاه» مرتبط می‌داند، درست‌تر باشد و با تلفظ محلی امروزی نیز هماهنگ‌تر است. یاقوت حموی در این زمینه می‌نویسد: «حمزه پسر حسن اصفهانی گوید اصفهان از ریشه سپاه است و جمع بسته شده و اسپاه به معنی سرباز و سگ است که سگ نیز به معنی سرباز است زیرا این دو در کار نگهبانی‌اند. سگ را گروهی سپاه و مخفف آن را اسپه می‌نامند» (یاقوت حموی، ۱۳۸۳: ۲۵۸).

عظمت این شهر در نزدیکی کویر، مرهون رود حیات‌بخش زاینده‌رود است که محلات اصفهان در ساحل چپ آن قرار گرفته‌اند. این رودخانه که امروزه به نام زنده‌رود شناخته می‌شود، در گذشته با نام «زرین‌رود» نیز یاد شده است (لسترنج، ۱۳۷۷: ۳۱۹). حوزه زاینده‌رود، با طول تقریبی ۳۶۰ کیلومتر، در مناطق کوهستانی و نیمه‌کوهستانی به دلیل عرض کم، کشاورزی محدودی دارد، اما پس از گذر از پل کله در ۵۰ کیلومتری غرب اصفهان وارد جلگه‌ای می‌شود که به حوزه آبیاری زاینده‌رود مشهور است (حسینی ابری، ۱۳۸۷: ۲۷). این حوزه آبیاری در بخش ابتدایی حدود ۵۰ کیلومتر طول داشته و شهر کنونی اصفهان در انتهای آن واقع شده است. زمین‌های این ناحیه رسوبی و حاصلخیز بوده و آماده کشاورزی است. بخش دوم حوزه از جی و پل شهرستان آغاز شده و تا دهانه گاوخونی ادامه می‌یابد.



تصویر شماره ۱ نمای عمومی زاینده رود

در دامنه کوه صفه، در جلگه اصفهان، در دوران پیش از اسلام دو شهر جی و یهودیه به همراه تعداد زیادی روستا وجود داشت و نام اسپادان بر کل این منطقه اطلاق می‌شد. وجود پل‌های مارنان و شهرستان از دوران باستان، گواهی بر عظمت این ناحیه است. این نام پیش از اسلام و در آغاز دوران اسلامی به صورت جمعی برای منطقه به کار می‌رفت، اما از آنجا که اعراب معمولاً مرکز هر ایالت را به نام همان ایالت می‌خواندند، این نام بر مرکز ناحیه اصفهان اطلاق و رواج یافت. نمونه مشابه این تبدیل را می‌توان در سیستان دید که زرنج به نام سیستان شناخته شده است (لسترنج، ۱۳۷۷: ۴۳).



تصویر شماره ۲ نمای عمومی اصفهان و کوه صفه بر کرانه زاینده رود

شهر اصفهان امروز در طول جغرافیایی ۵۱ درجه و ۳۵ دقیقه شرقی و عرض ۳۲ درجه و ۴۰ دقیقه شمالی قرار دارد (ربانی، ۱۳۷۰: ۳). انحراف قبله از جنوب جغرافیایی به مغرب ۴۵ درجه و ۱۱

دقیقه و در مشرق ۴ درجه و ۵۲ دقیقه از جنوب مغناطیسی قطب‌نما است و ارتفاع آن از سطح دریا بین ۱۴۷۵ تا ۱۵۲۰ متر است.

در دوران اسلامی، اصفهان به عنوان مرکز عراق عجم شناخته می‌شد و محلات آن شامل جی و یهودیه بود که از یکدیگر فاصله داشتند. جغرافی‌دانان اسلامی این شهر را از شهرهای اقلیم چهارم دانسته‌اند. برخی بنای آن را به تهمورث و برخی به جمشید و ذوالقرنین نسبت داده‌اند. حمدالله مستوفی می‌نویسد: «این شهر در دوران کی‌قباد، دارالملک کیانیان بود و از چند دهکده به نام‌های کران، کشوک، جوباره و دردشت تشکیل شده بود. در دوران رکن‌الدوله بویه، این دهکده‌ها به هم پیوسته و دور آن‌ها دیوار کشیده شد و طالع عمارتش را قوس می‌داند» (مستوفی، ۱۳۸۱: ۸۹). «شهرستان» یا «جی» در شرق اصفهان و نزدیک به رودخانه قرار داشت. بنای شهر جی را مربوط به دوره ساسانی دانسته‌اند و از قرن دهم هجری با نام «شهرستان» از آن یاد شده است. این شهر در دوره ساسانی چهار دروازه داشته است. در ادامه، شهر اصفهان که در کنار «یهودیه» ساخته شده بود، گسترش یافته و بر «جی» پیشی گرفت؛ تا آنجا که در قرن یازدهم هجری، شاردن «جی» را «قریه‌ای بزرگ» توصیف کرده است. مقدسی در «احسن التقاسیم فی معرفه الاقالیم» از مسجد جامع «یهودیه» به عنوان یکی از بناهای مهم آن منطقه یاد کرده است که دارای ستون‌های مدور و مناره بلندی بود (بارتولد، ۱۳۸۶: ۱۸۷).

تجدید عظمت این شهر از دوران دیلمیان آغاز شد. در سال ۳۲۰، مرداویج زیاری این شهر را تصرف کرد و به هوای بازسازی عظمت ایران در اطراف زاینده‌رود آتش‌بازی نیز برگزار نمود، اما اندکی بعد به قتل رسید (پیرنیا و اقبال، ۱۳۸۴: ۱۳۴). در دوران آل‌بویه، بناهای مذهبی در این شهر توسعه یافت و مسجد جامع گسترش یافت. پس از آل‌بویه، اصفهان همچنان از اعتبار فراوانی برخوردار بود و سلجوقیان نیز آن را توسعه داده و به پایتختی انتخاب کردند. بناهای بسیاری از دوران سلجوقیان در شهر و اطراف آن باقی مانده است که مهم‌ترین آنها مجموعه مسجد جامع و مناره‌های معروف داخل شهر است. در دوره مغولان و تیموریان، اصفهان پایتخت نبود اما اهمیت اقتصادی و استراتژیک آن موجب توجه ویژه به آن شد. بناهای ایلخانی در مسجد جامع شاهد این توجه است. البته این شهر از یورش‌های تیمور نیز آسیب دید که کشتار هفتاد هزار نفری در جریان یورش سه‌ساله تیموری نمونه‌ای از آن است (پیرنیا و اقبال، ۱۳۸۴: ۸۳۲). از حدود سال ۱۰۰۰ هجری قمری که اصفهان به پایتختی صفویان انتخاب شد، رونقی دوباره یافت و به مدت حدود ۱۵۰ سال مرکزیت سیاسی ایران را در دست داشت، اما پس از آن دوباره مورد بی‌توجهی سیاسی قرار گرفت و در دوران قاجار رو به زوال و ویرانی رفت. کاهش جمعیت این شهر از ۷۰۰ هزار نفر به ۲۵۰ هزار نفر در زمان فتح‌علی‌شاه و ۱۷۰ هزار نفر در زمان محمدشاه و همچنین ویرانی کاخ‌ها و افت اقتصاد در زمان ظل‌السلطان گواهی بر این روند است (عیسوی، ۱۳۶۲: ۴۳۲).

اصفهان در قلب فلات ایران موقعیتی استراتژیک دارد. این شهر در گذشته به‌عنوان چهارراه تجاری ایران شناخته می‌شد و قرار گرفتن آن در مسیرهای شمال-جنوب و شرق-غرب به اهمیت آن می‌افزود. این جایگاه هرچند وابسته به رودخانه زاینده‌رود است، اما گذر راه‌های کویری از

خراسان، یزد و کرمان برای عبور حکام، زوار و بازرگانان به سوی عراق عرب، فارس، خوزستان و بوشهر، بر ارزش این منطقه افزود. اصفهان یکی از مسیرهای راه ابریشم بود و دسترسی به شهرهای جبال از این مسیر امکان پذیر بود؛ چنان که اسکندر پس از پارسه، به اصفهان آمد و از آنجا به همدان رفت. علاوه بر موقعیت جغرافیایی، اصفهان به سبب مرکزیت برای روستاها و شهرهای اطراف و جمعیت و تولیدات مهمی که داشت نیز اهمیت ویژه‌ای داشت. وجود کاروانسراهای متعدد در مسیرهای اصفهان به کاشان، یزد، بروجرد، لردگان و شیراز و آباده نشان از رونق راه‌ها و جایگاه جغرافیایی این شهر دارد. ناصر خسرو در سال ۴۴۴ هجری در وصف امکانات تجاری اصفهان می‌نویسد: «...و اندرون شهر همه آبادان و بازارهای بسیار. و بازاری دیدم از آن صرافان که اندر او دویست مرد صراف بود... کوچه‌ای بود که آن را «کوتراز» می‌گفتند و در آن کوچه پنجاه کاروانسرای نیکو با بیاعان و حجره‌داران بسیار نشسته بودند. و این کاروان که ما با ایشان بودیم، هزار و سیصد خروار بار داشتند که در آن شهر رفتیم، هیچ بازدید نیامد که چگونه فرود آمدند» (ناصر خسرو، ۱۳۷۲: ۱۱۷).

زاینده‌رود، که از زردکوه سرچشمه می‌گیرد و به گاوخونی می‌ریزد، با عبور از دشت اصفهان این منطقه را به مرکزی برای تولید انواع صیفی‌جات، محصولات باغی و غلات تبدیل کرده است. مستوفی در نزه‌القلوب هوای اصفهان را معتدل و مناسب برای کار در تمام فصول می‌داند و می‌نویسد: «زلزله، بارندگی و صاعقه که موجب خرابی شود، در آن کمتر اتفاق می‌افتد؛ خاک مرده را دیر پوسانده و هرچه به آن بسپارند، از غله و غیر آن، نیک نگه می‌دارد و تا چند سال تباه نمی‌کند و بیماری مزمن و وبا در آن کمتر است. آب چاه‌هایش در پنج شش گز بود و هر بذری که از جای دیگر آورند و بکارند، اگر بهتر از مقام اول نباشد، کمتر هم نیست. مگر انار آن که اگر خوب نباشد، در هوای متعفن بهتر رشد می‌کند. خربزه آنجا به غایت شیرین است و نرخ میوه‌ها بسیار ارزان است. میوه‌های آن تا هند و روم صادر می‌شود. شکارگاه‌های خوبی چون گاوخانی دارد و هر نوع شکاری در آن یافت می‌شود» (مستوفی، ۱۳۸۱: ۹۰). ناصر خسرو نیز حدود ۳۰۰ سال پیش از مستوفی، توصیفی مشابه ارائه داده و می‌نویسد: «...و من در همه زمین پارسی‌گویان شهری بهتر و جامع‌تر از اصفهان ندیدم» (ناصر خسرو، ۱۳۷۲: ۱۱۸). خاک اصفهان نیازمند کود فراوان است؛ در دشت آن کبوترخانه‌های بسیاری وجود دارد که برج کبوتر نامیده می‌شوند و کود حاصل از آن‌ها همراه با مدفوعات شهری برای تقویت خاک به کار می‌رفت (بارتولد، ۱۳۸۶: ۱۸۸). مزارع نیز با شعباتی از آب رودخانه آبیاری می‌شدند که هنوز به نام «مادی» شناخته می‌شوند.

جایگاه اصفهان در دوران ملک‌شاه سلجوقی

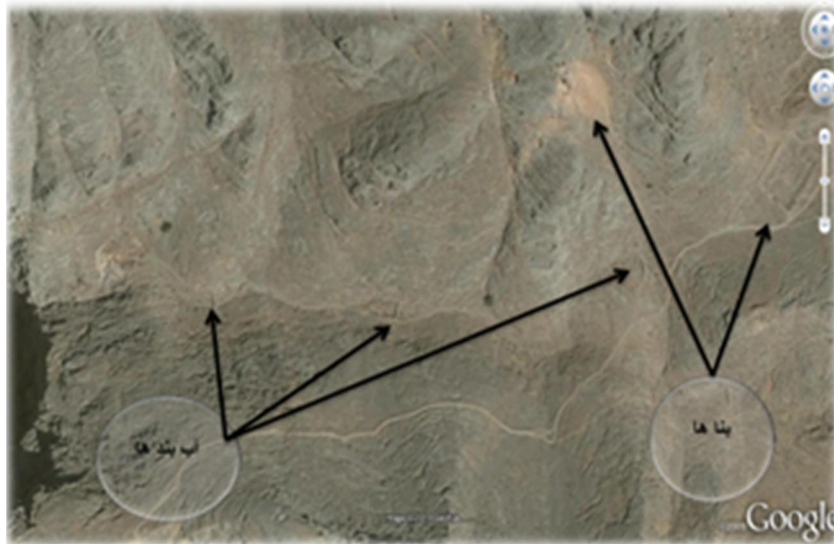
طغرل سلجوقی در سال ۴۴۳، پس از دو بار تلاش و حمله، سرانجام توانست اصفهان را از دست دیلمیان بازپس گیرد و خواجه عمید را بر این شهر به امارت منصوب کند. همین شخص است که ناصر خسرو در سفرنامه خود از فضل و کرامتش یاد کرده است. ناصر خسرو همچنین به قحطی

شدید اصفهان در سال پیش از آن اشاره دارد که ناشی از محاصره شهر بوده است (ناصر خسرو، ۱۳۷۲: ۱۱۸). طغرل با مردم اصفهان رفاقتی صمیمانه برقرار کرد و در ساخت بناهای عمومی و ارتقای رفاه آنان تلاش نمود (مافروخی، ۱۳۸۵: ۱۲۶). او که به اصفهان دل‌بسته بود و تا زمان وفاتش این شهر را به عنوان پایتخت سلجوقیان می‌شناخت، در آبادانی آن حدود پانصد هزار دینار هزینه کرد (بویل، ۱۳۶۶: ۲۱۸). پیش از ملکشاه، سلجوقیان دائماً در لشکرکشی‌ها برای سرکوب شورش‌ها یا توسعه فتوحات بودند و به همین دلیل پایتخت رسمی نداشتند؛ اما هنرفر بر این باور است که طغرل در طول دوازده سال حکومت خود، اصفهان را به عنوان مقر اصلی خویش برگزیده بود (هنرفر، ۱۳۵۰: ۵۵). پس از مرگ طغرل در سال ۴۵۵، آلب ارسلان با یاری خواجه نظام‌الملک به قدرت رسید و ده سال بعد، هنگامی که به دلیل زخم کاری در حال احتضار بود، جلال‌الدین ملکشاه را به جانشینی خود برگزید (پیرنیا و اقبال، ۱۳۸۴: ۵۷۷).

ملکشاه نیز اصفهان را به عنوان پایتخت انتخاب کرد. رونق شهر که از ابتدای دوران سلجوقی آغاز شده بود، با کفایت و مدیریت خواجه نظام به اوج رسید و در این دوران بناهای بسیاری ساخته شد. خواجه نظام‌الملک در اصفهان برای خود خانه‌ای بنا کرد و بخش‌ها و محلات متعددی را آباد نمود که شامل بقاع متبرکه، مدارس، خانقاه‌ها و سایر اماکن عمومی و دینی بود (کسای، ۱۳۶۳: ص ۲۲۰). ملکشاه نیز اصفهان را به عنوان دارالملک خود برگزید و در آنجا بناهای فراوانی احداث کرد؛ در داخل و خارج شهر کوشک‌ها و باغ‌های متعددی از جمله باغ کاران و بیت‌الماء و همچنین قلعه شهر و قلعه دزکوه را ساخت و خزانه خود را در این محل نگهداری می‌کرد (راوندی، ۱۳۷۸: ۱۳۲). این دزکوه که در کتاب «راحه‌الصدور» به آن اشاره شده، همان دژکوه است که بعدها به «شاه‌دژ» شهرت یافت.



تصویر شماره ۳ نمای عمومی محل دژ صفه و محیط آن در دوران سلجوقی



تصویر شماره ۴ آب بندهای دژ

اختلافات مذهبی در اصفهان و کاهش رونق این شهر

قرن پنجم اوج اختلافات مذهبی در جهان اسلام است. این اختلافات که با روی کار آمدن اسماعیلیان در مصر از ۳۵۸ ق شروع شده بود نیم قرن بعد از آن با فرستادن داعیان اسماعیلی به ایران رسید. ناصر خسرو قبادیانی، عبدالملک عطاش و حسن صباح از جمله معروفترین داعیان اسماعیلی در ایران هستند. شهر اصفهان در دوره‌ی سلجوقیان مرکب از اهل تسنن و اقلیتی شیعه بود که اکثریت سنی مذهب از دو فرقه‌ی شافعی و حنفی بودند و با یکدیگر رقابت و جدل داشتند. خواجه نظام که خود مذهب شافعی داشت و در راه رونق شافعی نظامیه‌ها بر پا کرده بود؛ خاندان آن خجند را از مرو برای رهبری و ریاست شافعیان به اصفهان آورد و در همین زمان خاندان آل صاعد ریاست حنفیان را بر عهده داشتند. جنگ میان هر سه گروه بود زیرا از سویی گروه‌های شافعی و حنفی علیه یکدیگر فتوا صادر می‌کردند و از سویی هر دوی آنان شیعیان را دشمن خود می‌دانستند مثلاً پیشوای شافعی فتوی سوزاندن شیعیان را صادر کرده بود و اوج درگیری‌های اینان در فتح شاهدژ و تحقیر شیعیان بود و از سویی شیعیان اسماعیلی هم در سال ۵۱۵ کتابخانه‌ی نفیس مسجد جامع را به تلافی سوزاندن و قصرهایی را ویران کردند. هشت سال بعد از آن نیز در اصفهان یکی از بزرگان شافعی را به قتل رساندند. این درگیری‌ها تا به جایی رسید که حدود دو قرن پس از آن ابن بطوطه از ویرانی اصفهان به علت اختلافات مذهبی اشاره دارد و در آن زمان هیچ یادی از نظامیه‌ی مشهور اصفهان نکرده است (کسای، ۱۳۶۳: ص ۲۲۵-۲۲۱). این اختلافات تا فتح اصفهان به دشت مغولان ادامه پیدا کرد و در عین حال زمینه سقوط شهر و فتح آن به دست مغول را فراهم کرد.

شاه‌دژ

این دژ بر فراز کوه صفه در کتب قدیم به نام قلعه «دزکوه» شناخته می‌شد (راوندی، ۱۳۶۴: ۱۳۲). ابن اثیر نوشته است که این دژ را ملک‌شاه بنا کرد (ابن اثیر، ۱۳۵۲، ج ۱۸: ۳۲). میناسیان بر این باور است که پیش از انتخاب این مکان توسط ملک‌شاه، قلعه‌ای در اینجا وجود داشته و ملک‌شاه آن را بازسازی و توسعه داده است (مینا سیان، ۱۳۸۷: ۶۹). با توجه به کاوش‌های جدید و کشف بقایایی از کارگاه‌هایی مربوط به قرن دوم هجری، این فرضیه مستحکم‌تر شده است (سعیدی، ۱۳۸۸: پایگاه مقالات و تحقیقات دانشگاهی). صورت کوه که در عکس‌های هوایی نیز قابل مشاهده است، نمایانگر قلعه‌ای طبیعی است که قطعاً باید مورد توجه حکام اصفهان قرار گرفته باشد. آثار به‌جا مانده نشان می‌دهد قلعه‌های متعددی در این منطقه وجود داشته و به نظر می‌رسد که اگر یکی سقوط می‌کرد، دیگری پابرجا می‌ماند (شفقی، ۱۳۸۱: ۳۴۱). شهر اصفهان که در حاشیه کویر واقع شده و فاقد هرگونه حفاظ طبیعی است، بی‌تردید در جنگ‌ها و سفرهای حکام، به دژی نیاز داشته تا خزانه، اسلحه و حرم شاهی در آن نگهداری شود. از این رو، باید پذیرفت که این قلعه طبیعی همواره مورد توجه حکام گذشته بوده است.

ساختمان دژ در فتنه اسماعیلیان ویران گردید، اما خرابی‌های آن که تاکنون در برابر فرسایش طبیعی و دخالت‌های انسانی مقاومت کرده، یادآور بنایی شاهانه و عظیم است که باید بانی آن را شاه ثروتمند سلجوقی دانست. بر فراز یال‌های این کوه که ناگهان از دشت‌های اطراف با شیب تند برجسته شده، دیوارهای بلند و پهن با ملات ساروج ساخته شده‌اند که بیننده را به تحسین وامی‌دارد.



تصویر شماره ۵: عکس هوایی از باقیمانده‌های دژ



تصویر شماره ۶: دیواره‌های ارگ شاهدژ در دوران سلجوقی که اکنون آثار آن موجود است.



تصویر شماره ۷: دژ مرکزی با چشم انداز اصفهان

در سرتاسر منطقه مشخص شده، آثاری از دیوارهای محکم باقی است که در تصاویر نمایان است. سنگ‌های بیرونی و نمای بنا تراشیده شده و به قطعات تقریباً مساوی و زیبا کنار هم چیده شده‌اند و با ملات ساروج بندکشی شده‌اند. در عکس‌ها خرابه‌های فراوانی دیده می‌شود که عظمت شاهانه دژ را در گذشته به یاد می‌آورد. با توجه به استفاده مصالح بنا در یال کوه، طبیعی است که تصور کنیم در طول زمان این سنگ‌ها به دره سقوط کرده‌اند یا به دلیل تراشیده بودن و هماهنگی‌شان، در طی ۹۰۰ سال پس از تخریب اولیه برای ساخت‌وساز توسط مردم برداشته شده باشند. همچنین گزارش‌های تاریخی مربوط به دوره سلجوقیان حکایت از ویرانی دژ دارد که به دست حکومت و نیروهای حکومتی رخ داده و

می‌تواند بسیار سهمگین‌تر از آنچه تصور می‌کنیم باشد. راوندی در این خصوص نوشته است: «سلطان آن قلعه را خراب فرمود و خدای را شکرها فرود» (راوندی، ۱۳۷۸: ۱۶۱).

در محوطه مشخص شده، آثار فراوانی از بناهای تخریب شده به چشم می‌خورد که نشان‌دهنده سربازخانه‌ها، کوشک بزرگان و سایر تأسیسات دژ است. نکته شگفت‌انگیز آن است که قطعات سنگ تراش خورده بر فراز پرتگاه‌های وحشتناک، با نظم و هماهنگی و با ملات ساروج به کار رفته‌اند. اگر به دره‌های زیر دیوار نگاه کنیم، قطعاتی از دیوار را می‌بینیم که در اثر فرسایش و تخریب به قعر دره سقوط کرده‌اند و هنوز ساروج آن‌ها از سنگ‌ها جدا نشده است. کوشک اصلی و قصر حاکم در قله شمالی واقع شده بود که همچون ایوانی بر شهر اصفهان مشرف بود. در شیار مرکزی دره نیز آب‌بندهایی ساخته شده بود تا آب باران ذخیره شود و آب‌انبارهایی نیز در محل وجود داشت.

ارگ اصلی در بخش شرقی رشته شمالی قرار دارد. ارتفاع این قله از سطح دریا ۷۰۵۰ فوت معادل ۲۱۵۰ متر است و ابعاد آن حدود ۱۵۰ متر درازا و پهنای بین ۱۵ تا ۲۰ متر دارد (مینا سیان، ۱۳۸۷: ۷۱). دیوارهای ارگ بیش از یک متر ضخامت دارند و سقفی در این مجموعه باقی نمانده است. این ارگ بر شیبی مشرف به شهر ساخته شده است. دیوار شمالی که در امتداد آن کشیده شده بود، تقریباً به کلی ویران شده و احتمالاً علت این خرابی، تخریب اولیه، فرسایش طبیعی و استفاده سنگ‌های آن در امور ساختمانی توسط انسان‌ها بوده است.

در تحقیقات اینجانب پیرامون شاه‌دژ به نکته جالبی برخوردیم؛ اینکه محل اصلی شاه‌دژ میان محققان مورد اختلاف بوده است. «شاه‌دژ کجاست؟» عنوان کتابی است که محمد مهریار در سال ۱۳۴۳ در دانشگاه اصفهان منتشر کرد (مهریار، ۱۳۷۹: ۴). اما تنها سه سال پس از آن، لطف‌الله هنرفر در کتاب خود دژ بالای کوه صفه را «قلعه دیو» خوانده و شاه‌دژ را در محل کنونی قلعه بزی در حوالی لنجان دانسته است (هنرفر، ۱۳۴۶: ۱۰ و ۸۸). این اختلاف نظر به اینجا ختم نمی‌شود و میناسیان در کتاب خود نوشته است: «در سال ۱۹۵۰، دکتر لارنس لاکهارت از من پرسید آیا می‌توانی محل اصلی شاه‌دژ را در نزدیکی اصفهان تعیین کنی؟ من چیزی در این باره نمی‌دانستم و پرسش‌های من از افراد مطلع و دیگران نیز کمترین روشنایی بر موضوع نیفکند. نام شاه‌دژ از یادها رفته بود و هیچ‌کس از جای آن آگاهی نداشت» (مینا سیان، ۱۳۸۷: ۲۳). این موضوع سبب شد میناسیان تحقیقات گسترده‌ای درباره این دژ آغاز کند. بیست سال بعد، نتیجه تحقیقات خود را در لندن با مقدمه‌ای از لاکهارت منتشر کرد و از او به عنوان یاری‌رسان خود سپاسگزاری نمود. بر اساس متن این اثر، هرگز نباید شاه‌دژ را جایی غیر از کوه صفه دانست، زیرا او نوشته است: «شاه از این جهت قصد گرفت تا شاه‌دژ را بگیرد که بر اصفهان دید داشت» (ابن اثیر، ۱۳۵۲: ۳۴).

این مطالب نشان می‌دهد که پیش از این، میان محققان درباره محل اصلی دژ اختلاف نظر وجود داشته است. در دهه ۸۰ شمسی، اداره میراث فرهنگی اصفهان به سرپرستی دکتر سعیدی کاوش‌هایی در این محل انجام داد (سعیدی، ۱۳۸۸: پایگاه مقالات و تحقیقات دانشگاهی).

احمد بن عبدالملک عطاش و غلبه او بر شاهدژ در صفه

راوندی در کتاب «راحه‌الصدور» از ادیبی به نام عبدالملک عطاش یاد می‌کند که خود را شیعه معرفی می‌کرد و علمای اصفهان به تحقیق درباره او پرداختند و خواستند با وی برخورد کنند، اما او گریخت و به ری رفت و سپس به حسن صباح پیوست. خط عبدالملک معروف بود و کتاب‌هایی به خط او باقی مانده است (راوندی، ۱۳۶۴: ۱۵۵-۱۵۶). ظاهراً عبدالملک عطاش تأثیر قابل توجهی بر حسن صباح داشت و او را برای پژوهش به قاهره فرستاد (میناسیان، ۱۳۸۷: ۵۵). یکی از فرزندان عبدالملک، احمد بود که در زمان حضور پدرش در اصفهان، تلاش می‌کرد از وی فاصله بگیرد و خود را از او جدا کند. احمد در بازار کرباس فروش بود و زندگی‌اش را با احتیاط و در نقابی پوشیده سپری می‌کرد. پس از فرار پدرش، توانست به عنوان معلم وارد شاهدژ شود و فرزندان شاه را آموزش دهد (راوندی، ۱۳۶۴: ۱۵۶). احمد سپس با نگهبانان دژ همدستی کرد و در فرصت آشوب‌های پس از ملک‌شاه، قلعه را به تصرف خود درآورد. به نظر می‌رسد که احمد در این قیام از نام و اعتبار پدرش بهره جسته، چرا که برخی منابع این قیام را به نام عبدالملک ثبت کرده‌اند و برخی دیگر نیز صراحتاً ذکر کرده‌اند که حتی حسن صباح نیز حمایت خود از احمد را به دوستی‌اش با پدرش نسبت می‌داده است (ابن اثیر، ۱۳۵۲: ۳۲).

پیروزی اسماعیلیان در مصر و تلاش آنان برای فرستادن داعیان به ایران، موضوعی فراتر از این گزارش است. تلاش‌های سیاسی اسماعیلیان در ایران واضح بود. ایرانیان به خوبی دریافته بودند که نه امویان و نه عباسیان در پی اجرای عدالت حقیقی اسلامی نیستند. نفوذ قابل توجه اسماعیلیان در ایران ناشی از ضعف خلافت عباسی و نارضایتی عمومی از ستم ترک‌ها بود. استقبال عمومی از اسماعیلیان و فداکاری هواداران آنان ناشی از تعصبات فکری، محدودیت آزادی‌ها و خشونت‌های حاکمان ترک بود که پیروان اسماعیلی را به کوه‌نشینی و جان‌فشانی در راه عقیده‌شان واداشت (مهریار، ۱۳۷۹: ۶۶-۷۰).

احمد بن عبدالملک عطاش که به عنوان معلم کودکان به دژ رفت‌وآمد داشت، در فتنه میان محمد و برکیارق سلجوقی توانست به کمک نگهبان دیلمی دژ را تصرف کند. ابن اثیر نوشته است که پس از مرگ نگهبان دیلمی، احمد دژ را در اختیار گرفت (ابن اثیر، ۱۳۵۲: ۳۲). در این دوران، احمد توانست طرفداران زیادی در میان مردم منطقه جذب کند و تعداد آنان را بیش از سی هزار نفر ذکر کرده‌اند. راوندی در این باره نوشته است: «این احمد بن عبدالملک خویش را به معلمی و شاقان آنجا قرار داد و هر وقت به شهر می‌آمد، برای دختران جامه و مقنعه و متاع زنان خرید و با دیالیم خلوت‌ها می‌ساخت و به خود نزدیک می‌کرد. همه دعوتش را پذیرفتند. سپس او حاکم قلعه شد و همه تابع او

گشتند. پس در نزدیکی دشت گور، دعوت‌خانه‌ای ساخت و هر شب جمعیتی از شهر می‌آمدند و دعوت را می‌پذیرفتند و می‌گفت که هر قومی در محله خود گروهی را به این دعوت می‌فرستد و سپس به دعوت‌خانه می‌آورد تا سی هزار مرد دعوت را پذیرفتند و مسلمانان را ربودند و هلاک کردند» (راوندی، ۱۳۶۴: ۱۵۶-۱۵۷).

سقوط شاه‌دژ

گفته شد که قیام احمد در دوران جنگ‌های داخلی سلجوقیان رخ داد. با اقتدار مرگ برکیارق و روی کار آمدن محمد در سال ۴۹۸، دو دستگی سلجوقیان در منطقه پایان یافت و محمد به سرعت قدرت خود را تثبیت کرد. در سال دوم حکومت خود، یعنی سال ۵۰۰ هجری، تصمیم گرفت شاه‌دژ را تصرف کند، اما به نظر می‌رسد که در دستگاه حکومتی برخی افراد با اسماعیلیان همدلی داشتند. سعدالملک، وزیر در آن زمان، از سلطان مهلتی یک هفته‌ای برای تصرف قلعه درخواست کرد؛ اما سلطان تحت فشار علمای اصفهان بود و سعدالملک نیز شناسایی شد (راوندی، ۱۳۶۴: ۱۵۹؛ شبانکاره‌ای، ۱۳۶۳: ۱۰۸-۱۰۹). ابن اثیر نوشته: «وقتی کار محمد استوار شد، تصمیم گرفت دژ را فتح کند، ولی نیروهایش تمایل داشتند کار به تعویق افتد و اخبار فتنه در خراسان و بغداد به شاه رسید. اما بعدها معلوم شد این اخبار شایعه بوده است» (ابن اثیر، ۱۳۵۲: ۳۳).

پس از آن، سلطان محمد عزم خود را جزم کرد و به فاصله کوتاهی قلعه تصرف شد. ابن اثیر ماجرای تصرف دژ را چنین توصیف می‌کند: «سلطان محمد بر فراز کوهی در غرب دژ قرار گرفت و تخت خود را بر آن برافراشت. لشکریان همراهش کوه و قلعه را که چهار فرسنگ در اطراف آن بود محاصره کردند. شدت محاصره موجب کمبود غذا در دژ شد. اسماعیلیان از راه استدلال وارد شدند و گفتند: از فقهای خود بپرسید آیا کسی که به خدا، کتاب و پیامبر ایمان دارد و تنها در امام اختلاف دارد، سزاوار کشتن است؟ بسیاری از فقها حکم کردند که جنگ با اسماعیلیان جواز ندارد. در این میان، ابوالحسن سمنجانی، یکی از شیوخ شافعی، گفت: اگرچه آنان به اصول دین معتقدند، اما چون امامی را قبول دارند که حرام شرعی را نمی‌پذیرد و مباحات شرعی را ممنوع کرده است، قتلشان واجب است». اسماعیلیان خواستار مناظره با علمای اصفهان شدند، اما نتیجه‌ای حاصل نشد. سلطان محمد محاصره را سخت‌تر کرد و اسماعیلیان درخواست اجازه دادند تا به جای تسلیم قلعه، به دژ خان لنجان بروند. محمد قبول کرد و آن‌ها فرصت خواستند؛ اما وقتی شاه دریافت این درخواست فرصتی برای تاخیر و توطئه است، فرمان تصرف قلعه را صادر کرد و تنها اجازه داد گروهی از اسماعیلیان به الموت و طبرستان بروند. سپس قلعه فتح شد و احمد دستگیر گردید. در راه یافتن به قلعه، خیانت یکی از همراهان احمد نقش داشت. فرزند احمد نیز دستگیر شد، اما همسر احمد خود را از پرتگاه پایین انداخت و جان سپرد (ابن اثیر، ۱۳۵۲: ۳۴-۳۸).

در واقعه تصرف دژ، احمد و پسرش زنده دستگیر شدند، سپس به خواری و تحقیر در شهر گردانده شدند و مردم با شعارهای تمسخرآمیز آنان را همراهی کردند و سرانجام هر دو کشته شدند (راوندی، ۱۳۶۴: ۱۶۱). این پیروزی برای سلطان محمد بسیار ارزشمند بود؛ چرا که مورخان او را

ستایش کرده‌اند. همزمان، پس از تصرف دژ، سخت‌گیری‌ها علیه اسماعیلیان و هواداران‌شان افزایش یافت و بسیاری از آن‌ها قتل‌عام شدند. راوندی نوشته است: «هر کس دژ کوه در اصفهان را دیده باشد، بداند که آن پادشاه در فتح آن قلعه و سرکوب آن طایفه چه رنج‌ها کشیده و چه سختی‌ها برده است. اگر آن فتح به دست او نمی‌افتاد، از دین رمقی باقی نمی‌ماند و از اسلام چیزی نمانده بود. شاه، هفت سال در این مجاهدت‌ها پایدار بود و لحظه‌ای آسوده نگرفت تا آن سد منکر از میان مسلمانی برداشته شود و هر کس نشانه‌ای از آن بدعت داشت یا با آن‌ها نسبتی داشت، گردنش زده شد و ریشه کفر از بیخ کند» (راوندی، ۱۳۶۴: ۱۵۳).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها:

ویژگی‌های طبیعی و موقعیت خاص این کوه، همواره آن را در طول تاریخ ایران مورد توجه حکام و نیروهای نظامی قرار داده است. آثار باستانی مهمی که بر فراز این کوه جای گرفته‌اند، از جمله دژ شاه‌دژ، نمونه‌هایی برجسته از مهندسی نظامی و معماری دفاعی در دوران‌های مختلف تاریخی اصفهان به شمار می‌آیند. این بناها که از دوران ساسانی آغاز شده و در دوره سلجوقیان به اوج خود رسیدند، گواهی بر اهمیت استراتژیک منطقه در طول تاریخ ایران هستند. ارگ شاه‌دژ که در دوران سلجوقیان به عنوان یکی از قلعه‌های اصلی دفاعی اصفهان ساخته شد، پس از تصرف توسط اسماعیلیان و درگیری‌های سیاسی و نظامی، به نمادی از تاریخ پر فراز و نشیب این شهر بدل گردید. اگرچه پس از بازپس‌گیری و ویرانی دژ توسط سلجوقیان دیگر هرگز مورد استفاده قرار نگرفت، اما خرابه‌های آن تا به امروز باقی مانده و به عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری تاریخی مهم اصفهان شناخته می‌شود.

کوه صفه با برخورداری از آثار تاریخی ارزشمند مانند شاه‌دژ و همچنین مناظر طبیعی بی‌نظیر، ظرفیت بالایی برای تبدیل شدن به یکی از مقاصد گردشگری ترکیبی در اصفهان دارد. از طریق تلفیق جاذبه‌های تاریخی با زیبایی‌های طبیعی، بهبود زیرساخت‌ها و برندسازی هدفمند، این منطقه می‌تواند به قطب گردشگری ویژه‌ای در ایران بدل شود که هم تاریخ‌دوستان و هم علاقه‌مندان به طبیعت را جذب کند. به این ترتیب، کوه صفه می‌تواند هم یادآور تاریخ پرشکوه اصفهان باشد و هم مقصدی جذاب برای گردشگران داخلی و خارجی.

پیشنهادهای:

کوه صفه به عنوان جاذبه‌ای طبیعی با مناظر دل‌انگیز و مسیرهای گردشگری کوهستانی پتانسیل بالایی برای تبدیل شدن به مقصدی گردشگری جامع و یکپارچه دارد. برای این منظور، پیشنهاد می‌شود:

۱- با ترکیب جاذبه‌های تاریخی و طبیعی، می‌توان کوه صفه را به مقصدی گردشگری یکپارچه تبدیل کرد. بازدید از دژ شاهدژ همراه با گشت‌های طبیعی در مسیرهای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری فرصتی بی‌نظیر برای گردشگران فراهم می‌آورد. ایجاد مسیرهای گردشگری که هم بازدید از آثار تاریخی و هم تجربه زیبایی‌های طبیعی را پوشش دهند، می‌تواند منطقه را به مقصدی برجسته بدل کند.

۲- با توجه به اهمیت تاریخی دژ شاهدژ و سایر آثار به جای مانده، بازسازی و مرمت این بناها می‌تواند جذابیت گردشگری منطقه را افزایش دهد. مرمت بخش‌هایی از دژ و معرفی معماری دفاعی آن، جذابیت بیشتری برای بازدیدکنندگان ایجاد خواهد کرد. همچنین ایجاد موزه‌های کوچک و تورهای آموزشی می‌تواند به ارتقای آگاهی تاریخی بازدیدکنندگان کمک کند.

۳- کوه صفه می‌تواند همزمان پذیرای گردشگران تاریخی و طبیعی باشد. برگزاری تورهای ترکیبی شامل بازدید از آثار تاریخی و گشت‌های طبیعت‌گردی، تجربه‌ای متنوع و جذاب برای بازدیدکنندگان فراهم می‌آورد. همچنین کارگاه‌های آموزشی برای آشنایی بیشتر با تاریخ، فرهنگ و محیط‌زیست منطقه می‌تواند برگزار شود.

۴- برندسازی هوشمندانه و معرفی کوه صفه به عنوان منطقه‌ای با جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، نقش مهمی در جذب گردشگر ایفا خواهد کرد. نام‌گذاری‌هایی مانند «کوه صفه؛ تاریخ و طبیعت اصفهان» یا «شاهدژ؛ گنجینه دفاعی و طبیعی اصفهان» می‌تواند به شناساندن بهتر این منطقه کمک کند. همچنین معرفی در راهنماهای گردشگری و پلتفرم‌های دیجیتال، دسترسی بازدیدکنندگان را تسهیل خواهد نمود.

۵- به منظور جذب بیشتر گردشگران، بهبود زیرساخت‌ها و خدمات اطراف کوه صفه و دژ شاهدژ ضروری است. فراهم کردن پارکینگ مناسب، مراکز اطلاع‌رسانی، مسیرهای دسترسی آسان و ایجاد رستوران‌ها و کافه‌های محلی، تجربه بازدیدکنندگان را بهبود می‌بخشد.

۶- برگزاری نمایشگاه‌های هنری، فستیوال‌های تاریخی و کارگاه‌های آموزشی در این منطقه می‌تواند به معرفی بهتر تاریخ کوه صفه و شاهدژ کمک کند. این رویدادها فرصتی فراهم می‌آورند تا گردشگران از نزدیک با تاریخ و فرهنگ منطقه آشنا شوند و تجربه‌ای فرهنگی و آموزشی کسب کنند.

منابع و مآخذ:

- ۱- ابن اثیر، عزالدین علی، (۱۳۵۲)، تاریخ کامل، ترجمه ابوالقاسم حالت؛ تهران، مؤسسه مطبوعاتی علمی.
- ۲- بارتولد، و.، (۱۳۸۶)، تذکره جغرافیای تاریخی ایران، حمزه سردادور؛ تهران، توس.
- ۳- بویل، جی. ای.، (۱۳۶۶)، تاریخ ایران کمبریج، جلد پنجم، ترجمه حسن انوشه، تهران، انتشارات امیرکبیر.
- ۴- پیرنیا، حسن و عباس اقبال، (۱۳۸۴)، تاریخ ایران؛ تهران، علم.
- ۵- حسینی، ابری سید حسن، (۱۳۸۷)، اصفهان ره‌آورد زاینده‌رود، اصفهان، سازمان فرهنگی و تفریحی شهرداری اصفهان.
- ۶- دهخدا، علی اکبر و دیگران، لغت نامه
- ۷- راوندی، محمدعلی بن سلیمان، (۱۳۶۴)، راحه الصدور و آیه السرور در تاریخ آل سلجوق، تصحیح محمد اقبال، تهران، انتشارات امیرکبیر.
- ۸- ربانی خوراسگانی، مینا، (۱۳۷۰)، بررسی وضعیت جغرافیایی منطقه مرکزی شهر اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان.
- ۹- شبانکاره ای، محمد بن علی بن محمد، (۱۳۶۳)، مجمع الانساب، تصحیح میرهاشم محدث؛ تهران، امیرکبیر.
- ۱۰- شفقی، سیروس، (۱۳۸۱)، جغرافیای اصفهان، اصفهان، انتشارات دانشگاه اصفهان.
- ۱۱- عیسوی، چارلز، (۱۳۶۲)، تاریخ اقتصادی ایران، یعقوب آژند؛ تهران، نشر گستره.
- ۱۲- کسای، نورالله، (۱۳۶۳)، مدارس نظامیه و تأثیرات سیاسی و اجتماعی آن؛ تهران، امیر کبیر.
- ۱۳- لسترنج، گی، (۱۳۷۷)، جغرافیای تاریخی سرزمینهای خلافت شرقی، محمود عرفان؛ تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
- ۱۴- مافروخی، فضل بن سعد، (۱۳۸۵)، ترجمه محاسن اصفهان، ترجمه حسین بن محمد آوی، به کوشش عباس اقبال، اصفهان، سازمان فرهنگی و تفریحی شهرداری.
- ۱۵- مستوفی، حمدالله، (۱۳۸۱)، نزه القلوب، تصحیح محمد دبیرسیاقی؛ قزوین، حدیث امروز.
- ۱۶- مهریار، محمد، (۱۳۷۹)، شاه‌دژ کجاست؟؛ اصفهان، نشر گلها.
- ۱۷- میناسیان، کارو اون، (۱۳۸۷)، شاه‌دژ ارگ بلندنام اصفهان، ابوالقاسم سری؛ تهران، اساطیر.
- ۱۸- ناصر خسرو، (۱۳۷۲)، سفرنامه ناصر خسرو، به کوشش نادر وزین پور؛ تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
- ۱۹- هنرفر، لطف الله، (۱۳۴۶)، اصفهان برای جوانان؛ تهران، کتابخانه ابن سینا.
- ۲۰- هنرفر، لطف‌الله، (۱۳۵۰)، گنجینه آثار تاریخی اصفهان، اصفهان، ثقفی.

- ۲۱- یاقوت، حموی، (۱۳۸۳)، معجم البلدان، ترجمه علینقی منزوی، تهران، سازمان میراث فرهنگی.
- ۲۲- سعیدی، فریبا، (۱۳۸۸)، شناسایی کارگاه کفاشی ۱۲۰۰ ساله در اصفهان؛ سامانه تحقیقات و مقالات دانشگاهی <http://parsidoc.ir/ancient/3743-1388-07-07-10-36-23.html>

توسعه گردشگری ادبی همدان و نقش باباطاهر عریان در گسترش آن

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۱۳ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۲۱

معصومه بختیاری^۱ معصومه خدادادی^{*۲} طاهره خبازی^۳

۱- دانشجوی دکتری، گروه زبان و ادبیات فارسی، واحد ورامین- پیشوا، دانشگاه آزاد اسلامی، ورامین، تهران، ایران،

۲- استادیار، گروه زبان و ادبیات فارسی، واحد ورامین- پیشوا، دانشگاه آزاد اسلامی، ورامین، تهران، ایران،

۳- استادیار، گروه زبان و ادبیات فارسی، واحد ورامین- پیشوا، دانشگاه آزاد اسلامی، ورامین، تهران، ایران،

چکیده

باباطاهر عریان، شاعر و عارف برجسته قرن چهارم و پنجم هجری، نماد ادبی همدان است که در توسعه گردشگری، به‌ویژه گردشگری ادبی، نقش مهمی دارد. بقعه باباطاهر، واقع در میدان باباطاهر همدان، توسط محسن فروغی (۱۳۴۴) طراحی و در فهرست آثار ملی ایران ثبت شده است. معماری این بنا، تلفیقی از سبک‌های سنتی (قرن ۷ و ۸ هـ) و مدرن، از پربازدیدترین جاذبه‌های همدان است و سالانه گردشگران بسیاری را جذب می‌کند. دوبیتی‌های حک‌شده بر سنگ‌های مرمر و فضای معنوی، تجربه‌ای ادبی و عرفانی فراهم می‌آورد. این بنا هویت فرهنگی همدان را تقویت کرده و با جذب گردشگر، به اقتصاد محلی از طریق فرصت‌های شغلی مانند فروش صنایع‌دستی کمک می‌کند. نزدیکی به جاذبه‌هایی مانند گنبد علویان و تپه هگمتانه، آن را مقصدی مکمل در گردشگری تبدیل کرده است. در این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی، اهمیت بنا در گردشگری ادبی، چالش‌ها و فرصت‌ها بررسی می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد توسعه زیرساخت‌های گردشگری، برگزاری جشنواره‌های ادبی و بهره‌گیری از فناوری‌هایی مانند واقعیت مجازی می‌تواند تأثیر این جاذبه را تقویت کند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری ادبی، باباطاهر، همدان، میراث ادبی، مفاخر ادبی.

مقدمه

اماکن و آثار ادبی یک کشور، به‌عنوان بخشی از میراث فرهنگی، نقشی کلیدی در معرفی فرهنگ، تمدن، آداب و رسوم آن به جهانیان ایفا می‌کنند. ایران، با پیشینه تاریخی و تمدنی چند هزارساله، تنوع قومی و فرهنگی، از ظرفیت‌های بی‌ظیر برای جذب گردشگران برخوردار است. تنوع فرهنگی، همراه با پراکندگی بناهای تاریخی در سراسر کشور، ایران را نه‌تنها به مقصدی برای گردشگران خارجی، بلکه به هدفی جذاب برای گردشگران داخلی تبدیل کرده است. بسیاری از ایرانیان در آرزوی سفر به شهرهای مختلف، بازدید از اماکن تاریخی، ادبی و هنری و شرکت در مراسم‌های سنتی، جشنواره‌ها و همایش‌های مرتبط با آن شهر هستند.

گردشگری ادبی به‌عنوان یکی از زیرشاخه‌های گردشگری شهری، با تمرکز بر بازدید از بقعه‌ها، خانه‌ها و محل خلق آثار نویسندگان، شاعران و هنرمندان، زمینه‌ای مناسب برای توسعه فرهنگی و اقتصادی شهرها را فراهم می‌کند. همدان، یکی از کهن‌ترین شهرهای ایران و پایتخت تمدن ماد، با قرار گرفتن در دامنه کوه الوند، گنجینه‌ای از جاذبه‌های تاریخی و ادبی را در خود جای داده است. این شهر با داشتن مفاخری چون باباطاهر عریان و بوعلی سینا و مکان‌های تاریخی تپه هگمتانه، گنبد علویان، بازارهای سنتی و جاذبه‌های طبیعی چون غار علی‌صدر، به‌عنوان یکی از مراکز تاریخی، فرهنگی و ادبی ایران شناخته می‌شود.

باباطاهر عریان، شاعر و عارف قرن چهارم و پنجم هجری، نمادی از هویت ادبی همدان است. بقعه او با معماری تلفیقی سنتی و مدرن، یکی از پربازدیدترین جاذبه‌های شهر است که سالانه گردشگران داخلی و خارجی بسیاری را جذب می‌کند. این مکان نه‌تنها بازتاب‌دهنده میراث عرفانی ایران است، بلکه با تقویت هویت فرهنگی همدان، به رونق اقتصادی از طریق گردشگری کمک می‌کند.

باید توجه داشت توسعه گردشگری ادبی در هر شهر با چالش‌هایی مانند کمبود تبلیغات بین‌المللی، محدودیت زیرساخت‌ها و نیاز به مرمت اماکن مواجه است. این پژوهش با رویکردی چند رشته‌ای، به دنبال شناسایی پتانسیل‌های ادبی، شناخت و تحلیل ظرفیت‌های محیطی همدان، بررسی نقش باباطاهر و بقعه او در جذب گردشگر، تأثیرات فرهنگی و اقتصادی آن و ارائه راهکارهایی برای تقویت این نوع گردشگری در این شهر است.

از نیمه سده بیستم میلادی بسیاری از دولت‌ها توسعه بخش گردشگری را به‌عنوان یکی از صنایع خدماتی برای رشد و توسعه اقتصادی کشورهای خود به کار گرفته‌اند تا جایی که امروزه بخش گردشگری از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی در جهان شناخته می‌شود. الگوهای گوناگون گردشگری فرهنگی همچون گردشگری ادبی، در مقایسه با دیگر شاخه‌های بخش گردشگری از ظرفیت‌های ارزشمند و غنی برخوردارند. همچنین به اعتقاد اغلب کارشناسان و پژوهشگران مطالعات گردشگری این شاخه از گردشگری اثرات منفی کمتری بر جامعه و محیط‌زیست به‌جای می‌گذارد و توسعه آن می‌تواند از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی به درآمدزایی و توسعه اقتصادی بینجامد در این پژوهش برآیند تحلیل مضامین مرتبط با چالش‌ها و راهیافت‌های توسعه گردشگری ادبی در ایران

در بردارند دستاوردهایی است که می‌تواند برای ذی‌نفعان گوناگون بخش گردشگری به‌ویژه گردشگری فرهنگ و میراث ادبی کاربردی و راه‌گشا باشد.

۱- مبانی نظری پژوهش

۲- ۱- باباطاهر همدانی، یکی از برجسته‌ترین شاعران و عارفان ادب پارسی (اواخر قرن چهارم و اواسط قرن پنجم هجری) در شهر همدان است. اطلاعات درباره زندگی او به دلیل قدمت تاریخی و فقدان اسناد دقیق، محدود و گاه همراه با اختلاف است (ر.ک: صفا، ۱۳۷۲: ۳۸۳). بر اساس دوبیتی‌ای که به باباطاهر منسوب است، تاریخ تولد او را می‌توان با محاسبات ابجدی به سال ۳۲۶ هجری نسبت داد.

من آن بحر که در ظرف آمدستم من آن نقطه که در حرف آمدستم
بهر الفی الف قدی برآید الف قدم که در الف آمدستم

(باباطاهر، ۱۳۶۶: ۴۲)

باباطاهر بیشتر عمر خود را در سفر و سیر در کوه و صحرا گذراند و به عرفان و ساده‌زیستی شهرت داشت. او به شهرهایی چون اصفهان و شیراز نیز سفر کرد. (ر.ک: صفا، ۱۳۷۲: ۹۰)
دوبیتی‌های باباطاهر که حدود ۳۰۰ بیت از او به‌جامانده، به دلیل سادگی، عرفان و تأثیر عمیق بر مخاطب، از جایگاه ویژه‌ای در ادبیات پارسی برخوردارند. سروده‌های او از نظر مضمونی به عاشقانه، عارفانه، پرداختن به غم و اندوه، انتقاد از دنیا و بی‌وفایی آن، زهد و ساده‌زیستی، حکمت توصیف طبیعت و زیبایی‌های آن تقسیم می‌شوند.

ویژگی برجسته دوبیتی‌های باباطاهر، زبان آن‌هاست که به «فهلویات» یا شاخه‌ای از زبان اوستایی نزدیک است که نشان‌دهنده تلاش او برای حفظ میراث زبانی نیاکانش بوده است (ر.ک: براون، ۱۳۴۱: ۴۴).

مو آن رندم که نامم بی‌قلندر نه خان دیرم نه مان دیرم نه لنگر
چو روح آیو بگردم گرد گیتی چو شو آیو به خشتی وانهم سر

(باباطاهر، ۱۳۶۶: ۴۲)

القاب او شامل «طاهر»، «عریان» و «بابا» است که هر یک بازتاب‌دهنده جنبه‌ای از شخصیت و عرفان اوست. لقب «عریان» به دلیل دوری از تعلقات دنیوی و ساده‌زیستی اوست و «بابا» عنوانی طریقتی است که در منابع تاریخی مانند «راحة الصدور» راوندی ذکر شده است (ر.ک: فخرایی، ۱۳۸۴: ۷). کرامات منسوب به او، مانند داستان گرم شدن در سرمای همدان یا حل مسائل علمی با انگشت پا، نشان‌دهنده جایگاه والای او در فرهنگ عامه است (ر.ک: مقصود، ۱۳۵۰: ۴۶-۵۷). وی در همدان درگذشت و بقعه‌اش در سمت غربی این شهر، امروز به‌عنوان زیارتگاهی برای اهل دل و معرفت شناخته می‌شود (ر.ک: سجادی، ۱۳۷۳، ۹۳).

۳-۲- گردشگری ادبی، به عنوان یکی از زیرشاخه‌های گردشگری فرهنگی و میراثی، بر جاذبه‌های معنوی مرتبط با ادبیات تمرکز دارد. این نوع گردشگری شامل بازدید از مکان‌های مرتبط با نویسندگان، شاعران، آثار ادبی، جشنواره‌های ادبی، هنرهای خلاقانه و تولیدات رسانه‌ای است. گردشگران ادبی به دنبال کسب آگاهی درباره زندگی و آثار شاعران و نویسندگان مشهور، بازدید از زادگاه، محل دفن، خانه‌ها و اماکنی هستند که در خلق آثار ادبی نقش داشته‌اند. این سفرها فرصتی برای تجربه فرهنگی، شرکت در مراسم و جشنواره‌های ادبی و تجسم فضای خلق آثار فاخر فراهم می‌کنند. به عبارت دیگر، گردشگری ادبی ناشی از علاقه به یک نویسنده، اثر ادبی، یا میراث فرهنگی مرتبط با آن‌هاست که شامل زادگاه‌ها، بقعه‌ها، موزه‌های ادبی و سایر مکان‌های مرتبط با نویسندگان است.

گردشگری ادبی ابزاری برای مبادله معانی فرهنگی و ارزشی است و در دنیای رقابتی امروز، موفقیت یک مقصد گردشگری نه تنها به اولین بازدید، بلکه به تکرار سفرها و تبلیغ آن وابسته است (ر.ک: کروبی، وفایی و سیدی، ۱۳۹۶: ۸-۲۲). رفتارهای حمایتی گردشگران، مانند تبلیغات دهان‌به‌دهان، تشویق دیگران به بازدید، اشتراک‌گذاری تصاویر و تمایل به بازدید مجدد، نقش کلیدی در ارتقای مقاصد گردشگری دارد (رنجریان، غفاری و تسلیمی بابل، ۱۳۹۸: ۱۳۴-۱۶۴). تصویر ذهنی گردشگر از مقصد، تأثیر مستقیمی بر تمایل به بازدید مجدد و توصیه به دیگران دارد (قربان زاده، سعیدنیا و راه حق، ۱۴۰۱: ۲۴۲-۲۶۲). همچنین، اصالت درک شده و مشارکت در فعالیت‌های محلی، تجربه گردشگران را غنی‌تر می‌کند.

یا ناکیس و دیویس، معتقدند رشد و توسعه گردشگری ادبی به عنوان یکی از اشکال شناخته شده گردشگری از سده‌های هجدهم و نوزدهم هم گام با فراگیر شدن رئالیسم ادبی گسترش مطالعات ادبی آغاز شد. (Yiannakis and Davies, 2012: 33-34). اندرسون و رابینسون بر این عقیده‌اند که به‌طور کلی تاریخ گردشگری ادبی به قرن‌ها پیش و حداقل به زمان امپراتوری روم برمی‌گردد. (Anderson and Robinson, 2002). با وجود این، واتسون، سرآغاز گردشگری ادبی مدرن را در قرن هجدهم جست‌وجو می‌کند که آن زمان مردم به قصد دیدن خانه‌ها و آرامگاه‌های نویسندگان مشهور و همچنین چشم‌اندازهایی که نویسندگان از نواحی یا مکان‌های مختلف در آثار خود ارائه می‌دادند، اقدام به سفر می‌کردند (واتسون، ۲۰۰۶: ۵). هربرت نیز معتقد است در گذشته اغلب گردشگران ادبی از افراد فرهیخته و طبقات بالای جامعه بوده‌اند (Herbert, 2001: 312-313). و معتقد است: ریشه سیاحت‌های ادبی به سفرهای دانشمندانی برمی‌گردد که به قصد دیدار از مکان‌های مرتبط با زندگی و آثار نویسندگان مشهور - در زمینه‌هایی چون نثر ادبی، نمایشنامه، شعر، اقدام به سفر و پیمودن مسافت‌های طولانی می‌کردند. از این دیدگاه سیاحان ادبی را می‌توان گردشگرانی تحصیل‌کرده و فرهیخته به شمار آورد که از سرمایه فرهنگی بالایی برخوردارند، میراث ادبی را ارج می‌نهند و الگوی مصرف متفاوت‌تری نسبت به سایر طبقات اجتماعی دارند (همان: ۳۱۳-۳۱۲). اما آنچه که سبب رشد انبوه گردشگری ادبی طی بیش از دو

دهه اخیر گردیده است را می‌توان در بستر رشد اهمیت مفاهیم و ارزش‌های پست‌مدرن جستجو کرد. (ر.ک: اسدی، بیات، ۱۳۹۶: ۵-۶)

۴-۳- معماری و ویژگی‌های مقبره باباطاهر، بقعه باباطاهر عریان، واقع در میدان باباطاهر در شمال غربی شهر همدان، بر فراز تپه‌ای مشرف به شهر قرار دارد و یکی از برجسته‌ترین جاذبه‌های گردشگری ادبی و تاریخی این شهر است. این بنا به دلیل معماری منحصر به فرد، تلفیق عناصر سنتی و مدرن و ارتباط با این شاعر عارف، سالانه میزبان گردشگران بسیاری از سراسر کشور و جهان است. بر اساس منابع تاریخی، باباطاهر پس از وفات در حدود سال ۴۵۰ هجری قمری در همین مکان دفن شد (ر.ک: سجادی، ۱۳۷۳، ۹۳).

قدمت بنای بقعه که در ابتدا به شکل برج هشت‌ضلعی آجری ساخته شد، به دوران سلجوقی (۶ هجری) بازمی‌گردد. این برج بعدها بر اثر مرور زمان ویران شد. در زمان پهلوی اول از طرف شهرداری همدان بنای جدیدی به جای بنای قدیمی ساخته شد که مصالح آن بیشتر آجر بود. در جریان همین بازسازی، لوح کاشی مربوط به قرن هفتم هجری که یافت شد که هم‌اکنون در موزه ایران و باستان نگهداری می‌شود. بنای کنونی توسط معمار برجسته ایرانی، مهندس محسن فروغی، در سال ۱۳۴۴ (۱۹۶۵ میلادی) طراحی و ساخته شد.

بنای بقعه باباطاهر الهام گرفته از معماری قرن‌های هفتم و هشتم هجری و عناصر مدرن است. ایده بنای فعلی برگرفته از فانوس است که در گذشته جهت روشنایی و روشن شدن راه و یافتن مسیر از آن استفاده می‌شد و به روحیات و شخصیت عرفانی باباطاهر ارتباط دارد. شکل هشت‌ضلعی نیز برگرفته از معماری گنبد خانه‌های دوره ایلخانی و سلجوقی است که در معماری ایرانی، نمادی از تعادل و کمال و ۸ بهشت است (نسایی، ۱۳۹۵: ۷).

از آن روزی که ما را آفریدی به غیر از معصیت چیزی ندیدی

خداوندا به حق هشت و چارت ز مو بگذر شتر دیدی ندیدی

(باباطاهر، ۱۰۳)

گنبد فیروزه‌ای بنا، با ارتفاعی حدود ۲۰ متر، به سبک گنبدهای سنتی ایرانی طراحی شده است. این گنبد از نقاط مختلف شهر قابل مشاهده است و به عنوان نقطه بصری عمل می‌کند. کاشی‌کاری‌های فیروزه‌ای، جلوه‌ای معنوی به بنا بخشیده است. سنگ سفید برای نمای خارجی دوام و زیبایی را ترکیب می‌کند.

نصب ۲۴ دویستی از باباطاهر در قالب ۲۴ کتیبه سنگی در داخل بقعه به بازدیدکنندگان امکان تعامل مستقیم با اشعار عارفانه باباطاهر را می‌دهند. وجود پنجره‌های مشبک با طرح‌های هندسی، نور را به صورت ملایم به داخل بنا هدایت می‌کنند و فضایی عرفانی ایجاد می‌کنند. همچنین قرار گرفتن بقعه در میان درختان و گل‌ها محیطی آرام برای بازدیدکنندگان فراهم می‌کند. (ر.ک: فروغی، ۱۳۴۴، نقل شده در منابع سازمان میراث فرهنگی).

این بنا در تاریخ ۲۱ اردیبهشت ۱۳۷۶ با شماره ۱۸۷۰ در فهرست آثار ملی ایران ثبت گردید. (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران). این بقعه جایگزین بنای قدیمی‌تری شد که به دلیل فرسودگی تخریب شده بود.

بر اساس گزارش ایرنا (۱۴۰۱)، این بقعه در ایام نوروز ۱۴۰۱ بیش از ۲۷،۱۶۸ بازدیدکننده داشته که نشان‌دهنده جذابیت بالای آن است. بقعه باباطاهر نه تنها به دلیل معماری، بلکه به دلیل ارتباط با دوبیتی‌های عارفانه باباطاهر، به عنوان زیارتگاهی برای دوستداران ادبیات و عرفان شناخته می‌شود. این بنا با ایجاد حس اصالت و صمیمیت، گردشگران ادبی را به تجربه‌ای معنوی دعوت می‌کند. نزدیکی بقعه به جاذبه‌های دیگر همدان، مانند گنبد علویان و تپه هگمتانه، آن را به بخشی از مسیر گردشگری ادبی و تاریخی شهر تبدیل کرده است.

۵-پیشینه پژوهش

پیش بیان برخی از مقالات ارائه شده در حوزه گردشگری، بخصوص گردشگری ادبی باید اشاره شود که بیشتر مطالعات داخلی بر گردشگری فرهنگی یا مذهبی تمرکز دارند و به گردشگری ادبی به عنوان زیرشاخه‌ای مستقل کمتر توجه شده است. در پژوهش‌های موجود، درباره همدان و بقعه باباطاهر موردی یافت نشد و این نشان‌دهنده آن است که این شهر و جاذبه‌های گردشگری ادبی آن کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند، درحالی که شیراز (حافظ و سعدی) و نیشابور (خیام و عطار) بیشتر مطالعه شده‌اند.

علیرضا اسدی و ناصر بیات در پژوهشی با عنوان «تحلیل محتوای کیفی گفتمان توسعه گردشگری ادبی در ایران» که در مجله گردشگری شهری دوره ۴ بهار ۱۳۹۶ شماره ۱، به چاپ رسیده است، مشکلات و موانع توسعه گردشگری ادبی، راهکارهای توسعه و ترویج گردشگری ادبی و کارکردها و پیامدهای گردشگری ادبی را مورد مطالعه قرار داده‌اند.

در پژوهشی با عنوان «طراحی بافت تاریخی شهر تهران با رویکرد گردشگری ادبی، نمونه موردی، حصار ناصری شهر تهران»، توسط تارا قاسمی، الهام امینی و آتوسا مدیری در مجله مطالعات ساختار و کارکرد شهری سال ۵ پاییز ۱۳۹۷ شماره ۱۶، به چاپ رسیده است.

مقاله تحلیل «ظرفیت‌های محیطی گردشگری ادبی برای توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر تهران» علی محمد، ناصر رضایی، فریبا گراوندی نیز در نشریه گردشگری شهری سال، ۱۴۰۲، دوره: ۱۰، شماره: ۳، به چاپ رسیده است.

در مقاله «گردشگری فیلم و تأثیر آن بر ترویج گردشگری ادبی» ارائه شده در اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط‌زیست پایدار (همدان)، نویسندگان به ارتباط بین گردشگری ادبی و رسانه‌ها، به ویژه فیلم، پرداخته‌اند.

قاسمی، امیری و مدیری (۱۳۹۷) در مقاله «برند سازی مقاصد گردشگری ادبی گردشگران خراسان رضوی»، به بررسی پتانسیل‌های گردشگری ادبی در نیشابور (با تمرکز بر بقعه خیام و عطار) پرداخته‌اند.

۶- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، ماهیت توصیفی-تحلیلی دارد. روش گردآوری اطلاعات نیز به صورت مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای است. محدوده مطالعه شده شهر همدان و باباطاهر همدانی به عنوان یکی از مفاخر ادبی این شهر است.

۷- بحث

۸- انواع گردشگری ادبی

گردشگری ادبی علاوه بر نزدیکی به انواع دیگر گردشگری مانند گردشگری تاریخی و فرهنگی، خود به زیرمجموعه‌های متعددی تقسیم می‌شود که هر یک جنبه‌های خاصی از ارتباط با ادبیات را پوشش می‌دهند. این سفرها با ایجاد تجربه‌های فرهنگی و معنوی، بستری برای تجسم فضای خلق آثار ادبی فاخر فراهم می‌کنند و به گفته رابرتسون، امکان ارتباط عمیق با نویسندگان از طریق لمس اشیاء یا مشاهده مکان‌های الهام‌بخش را می‌دهند. بازدید از چنین مکان‌هایی به علاقه‌مندان به ادبیات اجازه می‌دهد تا جایی که می‌توانند اشیاء یا یادگاری‌های مرتبط با نویسندگان یا ادبیات آن‌ها را ببینند یا لمس کنند، تجربه‌ای که با تنظیمات تقویت می‌شود. زائران ادبی به دنبال کالبدی فیزیکی هستند تا حواسشان را قادر سازد با اشیاء ارتباط برقرار کنند (14: 2009, Robertson).

اسمیت بر مبنای شناخت ادبیات مطالعاتی گردشگری ادبی به‌طور کلی به لحاظ ماهیت، مکان‌های گردشگری ادبی را به سه دسته تقسیم می‌کند.

۱- مکان‌های واقعی: این دسته مکان‌ها وجود خارجی دارند و قابل‌رؤیت هستند و محل تولد زندگی خلق آثار ادبی و مرگ و نیز آرامگاه نویسندگان شناخته می‌شوند. این مکان‌ها به گردشگران امکان مشارکت در تجربه‌های احساسی و فرهنگی را می‌دهند. خانه‌های نویسندگان به دلیل ایجاد حس صمیمیت، اصالت و بینش عمیق، از قدرتمندترین جاذبه‌های گردشگری ادبی محسوب می‌شوند.

بقعه باباطاهر در همدان به عنوان زیارتگاهی برای دوستداران ادبیات عرفانی، نمونه‌ای برجسته از این دسته است. بقعه او در سمت غربی شهر همدان قرار دارد که امروز زیارتگاه اهل دل و اهل معرفت است (ر.ک: سجادی، ۱۳۷۳: ۹۳).

۲- مکان‌های تخیلی، مکان‌هایی که در آن، آثار ادبی به تصویر کشیده شده‌اند و گاه ترکیبی از واقعیت و تخیل را ارائه می‌دهند، به دلیل ارتباط با داستان‌ها یا اشعار، معنای خاصی برای گردشگران دارند و همراه مورد توجه آن‌ها قرار گرفته است.

در مورد باباطاهر، اشاره به کوه الوند در دوبیتی‌هایش می‌تواند گردشگران را به بازدید از این منطقه جذب کند.

گلی کشتم پی الوند دامان اوش از دیده دادم صبح و شامان
وقت آن بی که بویش وامو آیی بره بادش بره سامان به سامان

(باباطاهر، ۱۳۶۶: ۶۴)

من آن اسپید بازم همدانی که لانه دارم اندر که نهانی
ببال خود پریم کوهان به کوهان بچنگ خود کنم نخجیر بانی

(همان: ۱۰۸)

۳- مکان‌هایی که بر ساخت اجتماعی دارند و برای توسعه گردشگری ادبی ایجاد می‌شوند مانند مقصدهای برگزارکننده جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های ادبی و فرهنگی و مکان‌های برخوردار از موزه ادبی. این دسته به مقاصدی اشاره دارد که به دلیل ارتباط با شخصیت‌های ادبی یا دیگر افراد برجسته، مورد توجه قرار می‌گیرند. توسعه و بازاریابی این مقاصد معمولاً توسط بخش‌های دولتی و خصوصی انجام می‌شود (Smith, 2010: 110).

در همدان، بقعه باباطاهر به عنوان نمادی از هویت ادبی شهر، در این دسته قرار می‌گیرد و می‌تواند از طریق برنامه‌های بازاریابی هدفمند توسعه یابد.

گاهی یک منطقه به دلیل محبوبیت ادبی به دلیل شهرت ادبی یک نویسنده یا اثر، به صورت خودکار و بدون نیاز به تلاش‌های گسترده بازاریابی، به مقصد گردشگری تبدیل می‌شوند. دوبیتی‌های شیرین پیر همدان، سرشار از عواطف انسانی و معانی دل‌انگیز و با سبکی طبیعی به زبان لری، همواره شوری در دل عاشقان و مخاطبان صاحب‌ذوق می‌افکند. از این رو محبوبیت دوبیتی‌های عارفانه باباطاهر و بنای زیبای بقعه او در همدان، این شهر را به مقصدی برای گردشگران ادبی تبدیل کرده است.

یکی درد و یکی درمان پسندد یکی وصل و یکی هجران پسندد
من از درمان و درد و وصل و هجران پسندم آنچه را جانان پسندد

(باباطاهر، ۱۳۶۶: ۳۰)

شعر باباطاهر نمایش طبیعت زنده‌ای است که در آن می‌زیسته و نشان می‌دهد که او زاده و پرورده کوهستان است و زیبایی پرجاذبه طبیعت در جای‌جای شعر او نمایان است. نگاه او به طبیعت عرفانی است. گلی که در شعرش به آن عشق می‌ورزد، همان یار و معشوق ازل است. این گونه ابیات او می‌تواند انگیزه‌ای برای گردشگران ایجاد کند تا از شهر همدان و جاذبه‌های تاریخی و طبیعی آن دیدار کنند، چنانچه دامنه تأثیر و جذبه سروده‌های باباطاهر چنان است که بعضی از مصرع‌های دوبیتی‌های او به صورت تمثیل و ارسال‌المثل درآمده‌اند و در میان مردم، زبان به زبان درگذر است.

اگر دردم یکی بودی چه بودی اگر غم اندکی بودی چه بودی
چه خوش بی مهربانی هر دو سر بی که یک سر مهربونی درد سر بی

(باباطاهر، ۱۳۶۶: ۱۰۳)

۹- پیشنهادها برای پیشرفت و استفاده از بقعه باباطاهر در گردشگری همدان

باباطاهر عریان، با دوبیتی‌های عارفانه و ساده‌اش، نه تنها یکی از برجسته‌ترین شاعران ادب پارسی است، بلکه به‌عنوان نمادی از هویت فرهنگی همدان، یکی از مراکز فرهنگی و ادبی ایران، نقش مهمی در گردشگری ادبی این شهر ایفا می‌کند. زندگی او که سرشار از سیروسفر، زهد و عرفان بود، در کنار دوبیتی‌هایی با مضامین عاشقانه، عارفانه، طبیعت‌گرایانه و حکمی، او را به شخصیتی ماندگار در ادبیات ایران تبدیل کرده است. بقعه او در همدان، به‌عنوان مکانی مقدس و ادبی، سالانه گردشگران بسیاری را جذب می‌کند و مطالعه آثار و زندگی او می‌تواند به درک بهتر ظرفیت‌های گردشگری ادبی همدان کمک کند.

برای توسعه گردشگری ادبی همدان با تمرکز بر بقعه باباطاهر عریان و بهره‌برداری حداکثری از این بنا به‌عنوان یک جاذبه کلیدی، لازم است پیشنهادهایی جامع و عملی ارائه شود که جنبه‌های فرهنگی، اقتصادی، زیرساختی و تبلیغاتی را در برگیرد. این پیشنهادها باید با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد بقعه، مضامین عرفانی دوبیتی‌های باباطاهر و پتانسیل‌های شهر همدان طراحی شوند. در ادامه، پیشنهادهای کاربردی برای پیشرفت و استفاده از این بنا در راستای تقویت گردشگری ادبی همدان ارائه می‌شود. این پیشنهادها بر اساس تحلیل چالش‌های موجود (مانند کمبود تبلیغات جهانی و زیرساخت‌های ناکافی) و فرصت‌های بالقوه (مانند شهرت ادبی باباطاهر و موقعیت تاریخی همدان) تدوین شده‌اند.

۱- انجام مرمت دوره‌ای برای حفظ معماری بقعه، گنبد فیروزه‌ای و کتیبه‌های سنگی حکاکی شده با دوبیتی‌های باباطاهر که در معرض فرسودگی قرار دارند. بهبود امکانات رفاهی مانند سرویس‌های بهداشتی، پارکینگ و مسیرهای دسترسی برای افراد دارای معلولیت، نصب تابلوهای راهنمای چندزبانه (فارسی، انگلیسی، عربی و ترکی) برای معرفی تاریخچه بنا و اشعار باباطاهر. ایجاد این امکانات، تصویر ذهنی مثبت از مقصد، تمایل به بازدید مجدد و توصیه به دیگران را تقویت می‌کند.

۲- احداث موزه‌ای کوچک در نزدیکی بقعه برای نمایش آثار، نسخ خطی و اشیای مرتبط با زندگی باباطاهر و بازسازی فضای زندگی او، می‌تواند به‌عنوان جاذبه‌ای مکمل عمل کند و بازدیدکنندگان را به مدت طولانی‌تری در محل نگه دارد که موجب درآمدزایی بیشتر خواهد شد.

۳- برگزاری جشنواره‌ها و همایش‌های ادبی سالانه و برنامه‌هایی مانند شعرخوانی، موسیقی عرفانی و کارگاه‌های ادبی، برگزاری همایش‌های بین‌المللی با حضور پژوهشگران ادبیات در محوطه بقعه، در روز بزرگداشت این شاعر برجسته یا به مناسبت‌های ادبی مختلف دیگر، برای افزایش جذابیت بقعه به‌عنوان مقصدی پویا و تقویت تصویر ذهنی همدان به‌عنوان مرکز ادبی در میان گردشگران همراه با دعوت از گروه‌های محلی و بین‌المللی برای اجرای، نمایش‌های عرفانی یا تئاترهای مبتنی بر اشعار باباطاهر، ایجاد کتابخانه‌های ادبی، بهبود زیرساخت‌ها و تبلیغات مؤثر از راهکارهای توسعه گردشگری ادبی هستند، می‌توانند به سود اقتصادی منجر شوند.

۴- امروزه ظهور فناوری‌های نوین به‌ویژه واقعیت افزوده (AR) که عناصر دیجیتال (مانند تصویر، صدا یا اطلاعات) را از طریق گوشی‌های هوشمند، تبلت و عینک‌های (AR) قابل مشاهده می‌کنند، مورد توجه بسیاری از کاربران فضای مجازی بخصوص نسل جوان، قرار گرفته است. استفاده از این فناوری‌ها در کنار ساخت وبسایت‌های گردشگری، طراحی اپلیکیشن موبایلی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی، در ایجاد تورهای مجازی با اطلاعات چندزبانه، انتشار محتوای بصری، ویدئوهای کوتاه دربارهٔ باباطاهر، دوبیتی‌ها و مسیرهای گردشگری همدان، موجب گسترش دسترسی جهانی به جاذبه‌های ادبی همدان و جذب گردشگران جوان‌تر و فناوری محور می‌شود.

۵- تقویت تبلیغات و بازاریابی بین‌المللی با همکاری با آژانس‌های گردشگری بین‌المللی برای معرفی بقعه باباطاهر در بسته‌های تورهای فرهنگی ایران، تولید محتوای چندزبانه (مانند بروشور، وبسایت و ویدئو) برای معرفی باباطاهر و بقعه به‌عنوان مقصدی عرفانی و ادبی، مشارکت در نمایشگاه‌های جهانی گردشگری، رفع کمبود تبلیغات جهانی، باعث افزایش آگاهی جهانی و جذب گردشگران خارجی، به‌ویژه گردشگرانی از کشورهای همسایه می‌شود.

۶- طراحی مسیرهای گردشگری ادبی-تاریخی که بقعه باباطاهر را به جاذبه‌های دیگر مانند آرامگاه بوعلی سینا، گنبد علویان و تپه هگمتانه متصل کند، همراه با ارائه بسته‌های تور با تمرکز بر گردشگری ادبی، شامل بازدید از بقعه، کارگاه‌های شعرخوانی و معرفی صنایع‌دستی مرتبط موجب افزایش زمان اقامت گردشگران در همدان و تقویت اقتصاد محلی از طریق بازدیدهای ترکیبی می‌شود.

۷- آموزش جوامع محلی برای کار به‌عنوان راهنمایان تور و فروشندگان صنایع‌دستی، برای معرفی بهتر باباطاهر و اشعارش به گردشگران، ایجاد بازارچه‌های محلی در نزدیکی بقعه برای فروش محصولات فرهنگی مانند کتاب دوبیتی‌های باباطاهر یا صنایع‌دستی با مضامین عرفانی، نمونه‌های کوچکی از بقعه و کتیبه‌های آن، موجب افزایش مشارکت و تقویت حس تعلق محلی و ایجاد درآمد پایدار برای ساکنان، طبق اصول گردشگری پایدار و بهبود تجربه گردشگران می‌شود.

۸- توسعه محتوای آموزشی و فرهنگی با انتشار کتابچه‌های آموزشی دربارهٔ زندگی و آثار باباطاهر برای توزیع در بقعه و مراکز گردشگری، همکاری با دانشگاه‌های همدان برای تولید محتوای علمی درباره تأثیر باباطاهر بر ادبیات عرفانی و گردشگری، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای دانش‌آموزان و دانشجویان درباره اهمیت ادبی و فرهنگی باباطاهر، باعث افزایش آگاهی عمومی و تقویت هویت فرهنگی همدان به‌عنوان مقصدی ادبی می‌شود. در این میان آموزش نسل جوان می‌تواند به حفظ و تبلیغ بلندمدت میراث باباطاهر کمک کند.

نتیجه‌گیری

همدان به‌عنوان یکی از شهرهای کهن ایران با تاریخی چند هزارساله و وجود آثار تاریخی، جاذبه‌های طبیعی، مقصد گردشگران بسیاری است، در این میان وجود شخصیت‌های ادبی مانند باباطاهر همدانی، به‌عنوان شاعر و عارف برجسته همدانی که با دوبیتی‌های عارفانه و ساده خود،

نقشی محوری در تقویت هویت ادبی و فرهنگی شهر همدان ایفا می‌کند، می‌تواند زمینه‌ساز گردشگری ادبی و رونق آن در این شهر باشد. این بنا با ایجاد تجربه‌ای عرفانی و ادبی، به رونق اقتصاد محلی از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی و فروش صنایع‌دستی کمک کرده و به دلیل نزدیکی به دیگر جاذبه‌های تاریخی و طبیعی همدان، بخشی از مسیرهای گردشگری یکپارچه شهر است.

با وجود پتانسیل‌های فراوان، توسعه گردشگری ادبی همدان با چالش‌هایی مانند کمبود تبلیغات بین‌المللی، محدودیت زیرساخت‌ها و نیاز به مرمت مداوم بقعه مواجه است. برای غلبه بر این چالش‌ها و بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های بقعه باباطاهر، پیشنهادهایی مانند مرمت دوره‌ای بنا، ایجاد موزه و کتابخانه ادبی، برگزاری جشنواره‌های سالانه شعر و موسیقی عرفانی، توسعه تورهای مجازی و اپلیکیشن‌های موبایلی، تقویت بازاریابی بین‌المللی، طراحی مسیرهای گردشگری یکپارچه، آموزش جوامع محلی و تولید محتوای آموزشی ارائه شده است. اجرای این راهکارها می‌تواند جایگاه همدان را به‌عنوان مقصدی برجسته در گردشگری ادبی ایران و جهان تثبیت کرده و به حفظ و ترویج میراث ادبی و فرهنگی باباطاهر کمک کند.

این پژوهش نشان داد که با برنامه‌ریزی هدفمند و استفاده از فناوری‌های نوین، بقعه باباطاهر می‌تواند به‌عنوان مرکزی پویا برای گردشگری ادبی عمل کرده و ضمن تقویت هویت فرهنگی همدان، به توسعه اقتصادی و پایدار شهر کمک کند. با این حال، تحقق این پتانسیل‌ها نیازمند همکاری نهادهای دولتی، بخش خصوصی و جوامع محلی است تا همدان به‌عنوان یکی از مراکز اصلی گردشگری ادبی ایران و منطقه شناخته شود.

منابع و مآخذ:

- ۱- باباطاهر (۱۳۶۶). دیوان دوبیتی‌های باباطاهر، به کوشش: عزیز الله کاسب. تهران: رشیدیه.
- براون، ادوارد (۱۳۴۱). تاریخ ادبیات ایران. ترجمه: فتح‌الله مجتبائی، تهران: مروارید.
- ۲- بیات، ناصر و اسدی، علیرضا (۱۳۹۶)، چالش‌ها و رهیافت‌های توسعه گردشگری ادبی در ایران، فصلنامه جامعه پژوهی فرهنگی، دوره: ۸، شماره: ۱.
- ۳- سجادی، سید ضیاءالدین (۱۳۷۳). مقدمه‌ای بر مبانی عرفان و تصوف. تهران: اساطیر. صفا، ذبیح‌الله (۱۳۷۲). تاریخ ادبیات ایران. تهران: فردوس
- ۴- رنجبران و غفاری و تسلیمی بابلی، (۱۳۹۸)، «تبیین تأثیر ریسک درک شده گردشگر بر تمایل به بازدید مجدد از مقصد گردشگری با نقش میانجی تصویر مقصد گردشگری»، مجله مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۴ (۴۶)، ۱۳۴-۱۶۴.
- ۵- فخرایی، مصطفی (۱۳۸۴). زندگی و آثار باباطاهر. تهران: تیرگان
- ۶- قاسمی، تارا؛ امینی، الهام؛ مدیری، آتوسا (۱۳۹۷). طراحی بافت تاریخی شهر تهران با رویکرد گردشگری ادبی: نمونه موردی: حصار ناصری شهر تهران. مجله مطالعات ساختار و کارکرد شهری، سال ۵، شماره ۱۶.
- ۷- قربان زاده، داود؛ سعیدنیا، حمیدرضا؛ راه حق، عاطفه (۱۴۰۱). «بررسی اثر تجربه کیفیت در مورد نیت رفتاری گردشگران در بازدید از مقاصد گردشگری» برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۹ (۳۵)، ۲۶۲-۲۴۲
- ۸- کروب، مهدی؛ وفایی، زهرا؛ سیدی، فاطمه (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر رضایت کلی با نقش میانجی ارزش ویژه برند مقصد گردشگری: بازدید گردشگران از کاخ گلستان تهران»، مجله گردشگری توسعه، ۶ (۱۰)، ۱-۲۲.
- ۹- موحد، علی؛ رضایی، ناصر؛ گراوندی، فریبا (۱۴۰۲). «تحلیل ظرفیت‌های محیطی گردشگری ادبی برای توسعه گردشگری شهری: مطالعه موردی: شهر تهران»، مجله گردشگری شهری، دوره ۱۰، شماره ۳.
- ۱۰- ایرنا (۱۴۰۱). «آمار بازدیدکنندگان نوروزی از جاذبه‌های همدان». قابل دسترسی در وبسایت ایرنا.
- ۱۱- سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری ایران (۱۳۷۶). ثبت بقعه باباطاهر در فهرست آثار ملی، شماره ۱۸۷۰.
- ۱۲- فروغی، محسن (۱۳۴۴). اسناد طراحی بقعه باباطاهر (نقل‌شده در آرشیو سازمان میراث فرهنگی).
- ۱۳- مقصود، جواد (۱۳۵۰). شرح احوال باباطاهر. تهران: انجمن آثار ملی.

-
- 14-Andersen, H. C., & Robinson, M. (2002). Literature and tourism: Reading and writing tourism texts. London: Continuum.
 - 15-Yiannakis, J.N., Davies, A. (2012) Diversifying rural economies through literary tourism: A review of literary tourism in Western Australia. *Journal of Heritage Tourism* 7 (1), 33–44.
 - 16-Smith, Melanie; MacLeod, Nicola; Hart Robertson, Margaret. (2010). *Key Concepts in Tourist Studies* SAGE Publication.
 - 17-Herbert, D. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28(2), pp. 312–333.

The Development of Literary Tourism in Hamadan and the Role of Baba Taher-e-Oryan in Its Development

Masoumeh Bakhtiari¹ Masoumeh Khodadadi² Tahereh Khabazi³

- 1- Ph.D. Student, Department of Persian Language and Literature, Varamin-Pishva, Islamic Azad University, Varamin, Iran
- 2- Assistant Professor, Persian Language and Literature, Varamin-Pishva, Islamic Azad University, Varamin, Iran. (**Corresponding author;** m.khodadadi@iauvaramin.ac.ir)
- 3- Assistant Professor, Department of Persian Language and Literature, Varamin-Pishva, Islamic Azad University, Varamin, Iran

Abstract

Baba Taher-Oryan, poet and mystic of 4th-5th centuries AH, symbolizes Hamedan's literary heritage, boosting literary tourism. The Baba Taher Mausoleum in Baba Taher Square, designed by Mohsen Foroughi (1965), is on Iran's National Heritage List. Its architecture blends traditional (7th-8th centuries AH) and modern styles, attracting many tourists annually. Quatrains on marble stones and spiritual ambiance offer a literary-mystical experience. The monument enhances Hamedan's cultural identity and local economy via jobs like handicraft sales. Near Alavian Dome and Hegmataneh Hill, it complements tourism routes. This descriptive-analytical study examines its role in literary tourism, challenges, and opportunities. Findings suggest improving tourism infrastructure, hosting literary festivals, and using virtual reality can strengthen its impact.

Keywords: literary tourism, Baba Taher, Hamedan, literary heritage, literary figures

Shah-Dezh of Isfahan and Its Tourist Attractions

Seyyed Masoud Moayyad

Social Science Research, Department of Geography, Esfahan, Iran(**Corresponding author;**

Abstract

The strategic location of the Isfahan plain in Iran's political, economic, and military geography has consistently drawn the attention of conquerors. This region has frequently been plundered by the inhabitants of the Zagros Mountains, yet it has always been rapidly rebuilt. The presence of Shah-Dezh fortress atop Mount Soffeh, as a natural and strategic stronghold, has always played a key role in defending the area. This study explores the importance of the fortress during the Seljuk period and introduces some of the remaining tourist attractions from that era on Mount Soffeh. Research based on library and field studies shows that Shah-Dezh, with foundations from the Sassanid era, was restored and expanded during Malik-Shah's reign. The Ismailis briefly seized the fortress and used it against the Seljuks. Shah-Dezh stands as a strategic and defensive symbol of the connection between geography and political change in the Seljuk era. Its commanding position atop Mount Soffeh has played a vital role in shaping the history and security of the region.

Keywords: Isfahan, Mount Soffeh, Shah-Dezh, Ismailis, Ahmad ibn Abd al-Malik Ataash, Soffeh Tourism

Holy Defense Tourism Development: Identification and Total Structural-Interpretive Modeling of Effective Factors

Mohsen Niazi¹ Zahra Saemi² Zahra Sadeqi-Arani^{3*}

- 1- Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan,
- 2- Master's Student in Social Science Research, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, University of Kashan, Kashan
- 3- Associate Professor, Department of Marketing Management, Faculty of financial science, Management and Entrepreneurship, University of Kashan, Kashan (**Corresponding Author:** sadeqiarani@kashanu.ac.ir)

Abstract

The present study aims to identify the factors influencing the acceptance and expansion of Holy Defense tourism and to propose a TISM for achieving a holistic and systematic perspective on this subject. To achieve this goal, after reviewing related studies, the key factors affecting the acceptance and growth of religious tourism, particularly Holy Defense tourism, were identified. Then, by employing purposive sampling of experts and collecting questionnaire responses, a self-interaction matrix was developed using the TISM method. Next, the relationships among these factors were analyzed, and the hierarchical structuring of the variables was conducted. Finally, through MICMAC analysis, variables were categorized based on their influence and dependency levels. The results of the TISM ranked 15 key factors influencing the development of Holy Defense tourism across four levels. Among these, “political stability,” “authenticity and integrity,” “safety and security,” and “economic conditions” were recognized as the most influential factors, positioned at the third and fourth levels. Additionally, based on the MICMAC analysis, most of the variables were identified as linking factors, while only three, namely, “safety and security,” “political stability,” and “economic conditions”, were classified as independent and key variables. Policymakers can promote Holy Defense tourism by organizing joint tours and inviting international tourists to visit these historical sites. This not only helps preserve the cultural authenticity of these locations but also enhances tourism attraction efforts. Furthermore, providing well-documented and scholarly narratives through expert guides and credible multimedia content can offer visitors a richer and more immersive experience.

Keywords: religious tourism, Holy Defense Tourism, Total Structural-Interpretive Modeling (TISM), MICMAC Analysis

Investigating the Effects of Geotourism Development on Geomorphosites in Bushehr

Mousa Abedini^{1*} Zahra Nazari Gazik²

1. Professor of Geomorphology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran
(**Corresponding Author:** abedini@uma.ac.ir)
2. PhD Student of Geomorphology, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

Abstract

Geotourism, as a type of sustainable tourism, has positive economic and environmental impacts. This study uses the M-GAM model to examine five geosites in Bushehr, including the scenic palm groves, the beautiful Jafrah pier, the large TV Park, the transparent and shell beach, and the salty Jashak Mountain. Using 30 questionnaires distributed to tourists and local experts, the necessary information was collected and statistical analyses were performed using ARC GIS, Excel, SPSS.26, and PLS software. The results showed that tourism values have the highest score (0.925) and scientific-educational values have the lowest score (0.420). The beautiful Jafrah pier has the highest score in the field of natural and man-made values, and the scenic palm groves have the highest score in other functional values. This study emphasizes strengthening tourism infrastructure and improving services in this region to maximize the high potential of geosites for tourism development. Finally, it is suggested that the protection of geosites be considered as a serious priority to strike a balance between development and environmental protection.

Keywords: geotourism, Bushehr, geosite, M-GAM

The Meritocracy Matrix of Managers based on Importance-Performance Model in Hospitality Industry

Faeze Sadat Mirfakhradini^{1*} Milad Ebrahimi²

1. Corresponding Author, Associate Professor, Department of Management, Yazd University, Yazd, Iran
2. Master of Financial Management, Yazd University, Yazd, Iran

Abstract

Meritocracy has been one of the major issues in the hotel industry for the past several years. However, so far, no comprehensive research has been conducted in the Iranian hotel industry in this regard. The aim of this study is to identify the criteria affecting meritocracy in the Iranian hotel industry, as well as to design a matrix of criteria based on the importance-performance model. The findings showed that the criteria for effective leadership of working teams, the ability to make decisions in critical situations, the delivery of excellent services in industry, awareness of new developments, the ability to think creatively and the ability to provide business intelligence, leading changes and innovation support are of high priorities and need to be improved at the next opportunity. Analyzing the competencies of tourism managers as a basis for their selection and training in Iran, focusing on creative skills, leading change and decision making in critical situations, is necessary to improve the performance and survival of tourism establishments.

Keywords: tourism, meritocracy, hospitality, performance importance analysis, meritocracy model

Evaluating the Degree of Compliance of the Architectural Pattern of Schools in Ahvaz with the Ideal and Desirable Architectural Pattern Resulting from Climatic Indicators

Nasrin Ordouzadeh¹, Reza Borna², Gebriel Ghorbanian³, Jafar Morshedi⁴, Azadeh Amiri⁵

1. PhD student in Meteorology, Department of Geography, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran

2. Faculty member, Department of Geography, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

3. Faculty member, Department of Geography, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran

4. Assistant Professor of Physical Geography, Shushtar Branch, Islamic Azad University, Shushtar, Iran

5. Faculty member, Department of Geography, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran

Abstract

The aim of the present study is to evaluate the degree of conformity of the architectural pattern of schools in Ahvaz with the ideal and desirable architectural pattern obtained from climate indicators. In this study, the research method is a combination of descriptive-analytical one. According to the meteorological data used in the Mahani and Evans indices, it can be concluded that the climate comfort situation in Ahvaz is at its best in November and March, and there is no need for heating and cooling devices in these two months. By field surveys and selecting random samples from schools in Ahvaz, the orientation of school buildings was determined using compass and photography, and the most appropriate pattern for designing educational buildings was extracted using climate consultant software. The results of the study showed that the north and south directions were the two dominant directions in the selected sample of old schools with an age of more than 20 years, but in newly established schools with an age of less than 10 years, the south direction was significantly more than other directions. In general, the north and south directions had the largest share in the orientation of the schools with 40 and 37 percent of the selected samples, respectively.

Keywords: evaluation, school architectural pattern, climate indicators

<i>Evaluating the Degree of Compliance of the Architectural Pattern of Schools in Ahvaz with.....1 the Ideal and Desirable Architectural Pattern Resulting from Climatic Indicators</i>	1
Nasrin Ordouzadeh, Reza Borna, Gebriel Ghorbanian, Jafar Morshedi	
<i>The Meritocracy Matrix of Managers based on Importance-Performance Model in Hospitality Industry.....2</i>	2
Faeze Sadat Mirfakhradini, Milad Ebrahimi	
<i>Investigating the Effects of Geotourism Development on Geomorphosites in Bushehr.....3</i>	3
Mousa Abedini, Zahra Nazari Gazik	
<i>Holy Defense Tourism Development: Identification and Total Structural-Interpretive Modeling.....4 of Effective Factors</i>	4
Mohsen Niazi, Zahra Saemi, Zahra Sadeqi-Arani	
<i>Shah-Dezh of Isfahan and Its Tourist Attractions.....5</i>	5
Seyyed Masoud Moayyad	
<i>The Development of Literary Tourism in Hamadan and the Role of Baba Taher-e-Oryan in Its Development.....6</i>	6
Masoumeh Bakhtiari, Masoumeh Khodadadi, Tahereh Khabazi	

Abstracts

In

English

In the Name of God

Geographical Journal of Tourism Space

Vol. 14 ‘No. 54 ‘Spring 2025

Published by: Malayer Branch ‘Islamic Azad University

Director-in-Chief & Editor-in-Chief: Dr. Majid Shams (Full Professor of Geography ‘Malayer Branch ‘Islamic Azad University)

Executive Editor: Faezeh Khoramian

Editorial Board:

Dr. Beygmohammadi ‘Hassan

Associate Professor ‘University of Isfahan

Dr. Tavallaie ‘Simin

Full Professor ‘Tarbiat Moalem University

Dr. Shams ‘Majid

Full Professor ‘Islamic Azad University ‘Malayer Branch

Dr. Molaie ‘Nasrollah

Full Professor ‘Islamic Azad University ‘Rasht Branch

Dr. Malekhoseyni ‘Abbas

Associate Professor ‘Islamic Azad University ‘Malayer Branch

Dr. Razavian ‘Mohammad Taqi

Full Professor ‘Shahid Beheshti University

Dr. Gandomkar ‘Amir

Assistant professor ‘Islamic Azad University ‘Najaf Abad Branch

Dr. Salimian ‘Hosseyn

Assistant Professor ‘Islamic Azad University ‘Malayer Branch

Dr. Salehi ‘Sadeq

Assistant professor ‘University of Mazandaran

Dr. Ziaie ‘Mahmood

Associate professor ‘Allameh Tabatabaie University

Literary Editor: Dr. Alireza Roozbahani

English Editor: Dr. Hamidreza Khalaji

Address:

P. O. Box: 65718/117

Malayer Branch ‘Islamic Azad University

Malayer ‘Hamadan ‘Iran

Tel: (+98)81-32227836 - 322250642

Web Site: <https://sanad.iau.ir/journal/gjts>

Email: Editortsj@gmail. com