

نقش گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس در تقویت قدرت نرم

جمهوری اسلامی ایران

علی صادقی^۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۲۸

چکیده: یکی از اهداف مهم کشورها در اداره موفق امور داخلی و تعاملات خارجی، برخورداری از سطحی از قدرت ملی است. نظر به اهمیت قدرت نرم در افزایش قدرت ملی، هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش گردشگری جنگ در تقویت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران است. علیرغم اهمیت صلح و امنیت و وجود سازمان بین‌المللی به اصلاح مدافع صلح، امروزه جهان ناگزیر از تجربه پدیده مخرب جنگ و اثرات مختلف آن شده است. از سوی دیگر، تمایل به گردشگری و بهره‌بردن از پدیده‌های مختلف طبیعی و انسانی آن افزایش یافته است، بنابراین بازدید از مناطق جنگی و یادمان‌های ایجاد شده در آن و آشنایی شهروندان با این واقعه و دستاوردها و رخدادهای آن مانند، فداکاری‌ها، آثار و بقایای به جا مانده، خاطرات و تجربیات تلخ و شیرین، در قالب «گردشگری جنگ و بازدید از یادمان‌های دفاع»، علاوه بر اثرات مثبت اقتصادی، می‌تواند تصویری جذاب و مقبول در عرصه داخلی و بین‌المللی ایجاد کرده و ضمن هویت بخشی در افراد جامعه، زمینه‌ساز افزایش قدرت نرم و قدرت ملی گردد. تحقیق حاضر که با رویکرد توصیفی-تحلیلی و بهره‌گیری از اسناد و نظرات مختلف بدست آمده، نشان می‌دهد: مؤلفه‌های سیاسی، مؤلفه‌های فردی-اعتقادی و مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی از جمله ویژگی‌های انگیزشی گردشگران هستند که می‌تواند در «گردشگری جنگ» مورد توجه قرار گیرد و بهره‌گیری صحیح از دستاوردهای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی آن، می‌تواند افکار، باورها و رفتار نسل جوان و نیز سایر کشورها را با آرمان‌های صلح‌محور، ظلم‌ستیز و سعادت بخش انقلاب اسلامی آشنا کند و زمینه‌های افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران را موجب شود.

واژگان اصلی: گردشگری، گردشگری جنگ، یادمان‌های دفاع مقدس، قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران.

مقدمه

مهم امروزه گردشگری به دلیل اثرات مختلف آن، به یکی از بزرگترین صنایع در جوامع بشری تبدیل شده است؛ به طوریکه برخی پا را از این فراتر گذاشته و آن را بزرگترین فعالیت اقتصادی جهان می دانند (معصومی، ۱۳۸۷: ۱۴). به عبارت دیگر؛ تنوع بخشی به اقتصاد، بالا بردن شاخص های توسعه انسانی، مشکلات ناشی از صنعتی شدن و آلودگی بیش از حد در شهرهای بزرگ، مهاجرت های روستایی، افزایش بهره‌وری، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها، حفظ محیط زیست و در مجموع توسعه پایدار از دغدغه‌هایی است که اغلب کشورهای جهان با آن دست به گریبان هستند. هر یک از کشورها با هر سطحی از توسعه، در تلاش‌اند که پاسخ لازم به دغدغه‌های مذکور را بیابند. در این میان، کشورهایی که به متنوع سازی اقتصاد روی آورده‌اند و می‌خواهند خود را از اقتصاد تک پایه‌ای برهانند، در جستجوی شناخت راه‌های آن یا خلق راه‌ها و روش‌های جدیداند. یکی از این روش‌ها گردشگری است که اغلب کشورها به ویژه کشورهایی که به از مزیت مختلف آن برخوردارند، آن را در برنامه‌های توسعه ملی خود گنجانده‌اند تا از این طریق بتوانند فرآیند توسعه ملی خود را سرعت بخشند. در این میان، گردشگری از پدیده‌هایی است امروزه در میان همه خانواده‌ها و طبقات اجتماعی به عنوان یک نیاز رسوخ کرده و به پدیده‌ای فراگیر در جوامع مختلف تبدیل شده است. بنابراین می‌توان گفت که گردشگری همچون سایر پدیده‌های عصر مدرن تنوع زیادی به خود گرفته و همه مردم با هر خاستگاه اجتماعی که داشته باشند حداقل به نوعی می‌توانند از گونه‌ای از آن بهره‌مند شوند.

گردشگری در حوزه جنگ و یادمان‌های آن، نیز به عنوان یکی از شاخه‌های پرجاذبه در صنعت گردشگری طرفداران زیادی داشته و همه ساله میلیون‌ها نفر در قالب تورهای مناطق جنگی و موزه‌های جنگ و یا به طور مستقل، از جاذبه‌های گردشگری جنگ^۱ دیدن می‌کنند. گردشگری جنگ و یادمان‌های به جا مانده و یا ساخته شده در رابطه با آن مانند موزه‌های جنگ، با شکل دادن به مجموعه فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با آن می‌تواند تأثیر به‌سزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی کشور داشته و منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، درآمدهای مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های مختلف موجبات رشد و توسعه همه جانبه را فراهم آورد (آقاجانی، ۱۳۸۳: ۹۵). علاوه بر آن، نشان دادن دلایل و شواهد جنگ‌ها، ویرانی‌های ناشی از جنگ و دستاوردهای مختلف معنوی و فیزیکی و پیشرفت‌های فناوری در این زمینه، می‌تواند علاوه بر بیدار کردن حس جنگ‌ستیزی و عواطف انسان

^۱ - War Tourism

دوستانه در گردشگران، به حفظ تاریخ معنوی و حماسی یک کشور کمک کند (سهرابی، ۱۳۹۱: ۵۶).

از سوی دیگر، شرایط جدید نظام بین‌الملل از جمله پایان جنگ سرد، تغییر اولویت‌های امنیتی کشورها، اقتصادمحور شدن سیاست‌های جهانی، مطرح شدن بازیگران جدید و اهمیت یافتن افراد و نهادهای غیردولتی در جهان، موجب شده تا کشورها برای تأمین منافع ملی خود، ابزارها و راه‌های جدیدی را به‌کار بگیرند که مهم‌ترین آن را می‌توان بهره‌گیری از ابزارهای «قدرت نرم» عنوان کرد. توانایی اثرگذاری، تقویت وجهه بین‌المللی، تعامل روزافزون جهانی و تلاش برای کسب فرصت‌های بهتر اقتصادی را می‌توان بخشی از انگیزه‌های دولتمردان برای به‌کارگیری قدرت نرم برشمرد. بر این اساس، می‌توان مشاهده کرد که همه کشورها با توانایی‌ها و اهداف متفاوت، قادرند تا ابزارهای قدرت نرم خود را در کنار دیگر ابزارهای شان به‌کار ببرند و موفقیت‌هایی نیز در این زمینه به‌دست آورند. همچنین استفاده از قدرت نرم برای مراقبت از کشور در برابر تهدیدات مختلف به ویژه تهدیدات نرم و عملیات روانی، ضرورت حیاتی دارد.

از جمله ظرفیت‌های مهمی که افزایش قدرت نرم ح.ا. ایران و امکان مقابله بیشتر با انواع تهدیدات نرم دشمنان را دارد؛ جنگ تحمیلی، یادمان‌های دفاع مقدس و ویژگی‌های منحصر به فرد نشأت گرفته از آن، می‌باشد. جمهوری اسلامی ایران که جنگی هشت ساله و نابرابر را به عنوان طولانی‌ترین جنگ قرن پشت سر گذاشته رویدادی افتخار آفرین و سرشار از حماسه و ایثار را در خود ثبت کرده است؛ آثار، بقایا، خاطرات تلخ و شیرین و دستاوردهای ابداعی فراوانی این رخداد تلخ که در جغرافیای ایران برجای مانده و یا نهفته است، می‌تواند از ظرفیت عظیمی که در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نظامی به وجود آمده است، بهره گیرد. از جمله آشنایی شهروندان در قالب تورهای گردشگری و بازدید از مناطق و یادمانهای دفاع و دستاوردهای مرتبط با آن، (گردشگری جنگ) می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. فرصتی مناسب که سالانه افراد و گردشگران بسیاری بدون توجه به زمان خاص، از مناطق جنگی، یادمان‌ها و باغ موزه‌هایی که در همین راستا در مناطق مختلف کشور ایجاد شده، بازدید می‌کنند؛ می‌تواند مورد توجه برنامه‌ریزان مختلف قرار گیرد. بدون شک چنانچه برنامه‌ریزی و استفاده بهینه و کارآ از این پدیده صورت پذیرد؛ می‌تواند ضمن افزایش انسجام داخلی، با اثرگذاری بر باورها و افکار باعث نوعی تغییر رفتار در مخاطبان شده که ضمن دستیابی آسان‌تر به اهداف ملی، شهروندان را در برابر تهدیدات نرم دشمنان مصون ساخته و بدین جهت نیز افزایش قدرت ملی را به دنبال داشته باشد.

پیشینه تحقیق

وجود جنگ و اثرات آن، همواره در طول تاریخ بشر تقاضای مختلفی را برای بازدید از مناطق جنگی به همراه داشته است؛ اما امروزه گردشگری جنگ ظرفیت خاصی را برای علاقه مندان حوزه‌های مختلف از جمله بازدیدکنندگان صحنه‌های واقعی یا بازسازی شده و آثار به جای مانده از جنگ فراهم آورده است. از این رو پژوهشگران تلاش کرده‌اند هر کدام از زاویه‌ای جدا به بررسی این مقوله بپردازند. مثلاً راجک (۱۹۹۳) با بیان «گردشگری مکان‌های سیاه»، این نوع گردشگری را به مکان‌هایی مانند گورستان‌ها، یادمان‌ها و یا فضاهایی می‌داند که در آن شمار زیادی از مردم بیگانه به طور ناگهانی و ظالمانه کشته شده‌اند (یویل^۱، ۲۰۰۳: ۱۱). سبکبار و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله خود با عنوان «نقش گردشگری جنگ در ارتقای کیفیت زندگی ساکنان شهری مناطق جنگی خوزستان» به این نتیجه رسیدند که شهرستان‌های آبادان، خرمشهر و دشت آزادگان که آسیب پذیری بیشتری از جنگ داشته‌اند، از نظر کیفیت زندگی و توسعه در سطح پایین تری نسبت به شهرستان‌های دیگر دارند.

رجبی و یازرلو (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی وضعیت گردشگری جنگ در ایران و ارایه استراتژی برای توسعه آن»، ضمن تأکید بر اهمیت توسعه گردشگری جنگ، با روش توصیفی-پیمایشی که در بین بازدیدکنندگان مناطق جنگی انجام دادند، فقدان آگاهی مردم و فقدان برنامه ریزی را از موانع اصلی این حوزه دانستند.

صادقلو (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای با عنوان «شناسایی عوامل انگیزشی مشارکت کنندگان در گردشگری جنگ؛ مورد: استان خوزستان» که با مشارکت بازدیدکنندگان استان زنجان انجام دادند، با روش تلفیقی به این نتیجه رسیدند که مهمترین عامل انگیزشی این افراد برای بازدید از مناطق جنگی، گرامیداشت و بزرگداشت یادبود قربانیان جنگ بوده است.

فیروزی و گودرزی (۱۳۹۵) در تحقیق خود با عنوان «تبیین موانع توسعه گردشگری جنگ در استان خوزستان» که با روش تحلیلی و پیمایشی انجام شد، مهمترین موانع گردشگری جنگ را به ترتیب: تعدد مراکز تصمیم گیری، ضعف امکانات زیربنایی، ضعف بازاریابی و ضعف فرهنگ پذیرش گردشگر در استان خوزستان عنوان نمودند.

وثوقی و رجبی مقدم (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «عوامل انگیزشی در گردشگری جنگ؛

^۱- Yuill

مورد مطالعه: موزه جنگ خرمشهر» با روش پیمایشی ۱۸ معیار در ۴ مؤلفه تبلیغات، علاقه به کسب آگاهی، وجود تسهیلات و عوامل درونی را در گردشگری جنگ موثر عنوان کردند.

راجی و نادری‌راد (۱۳۹۹) در مقاله خود با عنوان «مروری بر عوامل موثر تقاضای گردشگری جنگ» که با روش توصیفی- تحلیلی صورت گرفته است، عواملی چون بزرگداشت قربانیان جنگ، عوامل فرهنگی، عوامل عقیدتی-دینی و ملی، رسانه‌ها و کنجکاوی را دارای بیشترین تأثیرگذاری بر تقاضای گردشگری عنوان کرده‌اند.

هر چند مقالات و پژوهش‌های فوق‌گویی جنبه‌هایی از گردشگری جنگ محسوب می‌شوند، اما پژوهشی مستقل که گردشگری جنگ در ایران را از حوزه قدرت ملی مورد بررسی قرار دهد تاکنون صورت نگرفته است. به بیان دیگر، بررسی اثرات گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع بر تقویت قدرت ملی، پژوهشی تازه در این حوزه بوده که می‌تواند ضمن معرفی این اثرات، زمینه ساز پژوهش‌های بعدی در این حوزه محسوب شود.

مبانی نظری تحقیق

قدرت و قدرت ملی^۱:

قدرت، مفهومی بسیار گسترده دارد که تقریباً می‌توان گفت در اغلب علوم اعم از علوم طبیعی، انسانی و یا فردی و اجتماعی کاربردی گسترده پیدا کرده است. مثلاً در در فلسفه و کلام معمولاً، در تعریف قدرت، به دو مفهوم اشاره شده است: در مفهوم نخست «قدرت یک کیفیت نفسانی است که منشأ انجام کاری یا ترک آن خواهد شد، یعنی برای او امکان اقدام به کاری یا ترک آن به طور مساوی وجود دارد» و در دومین تعریف قدرت گفته‌اند: فاعل باید آزاد باشد به گونه‌ای که هر گاه خواست، کاری را انجام دهد و هر گاه نخواست، آن را انجام ندهد» (اسکندری، ۱۳۸۱: ۳۲).

در علوم انسانی نیز گفته‌اند: قدرت توانایی یک بازیگر را در استفاده از منابع و امکانات در جهت تأثیرگذاری بر رویدادهای بین‌المللی به نفع خود نشان می‌دهد. به همین خاطر است که برخی قدرت را کلیدی‌ترین مؤلفه تعیین‌کننده مناسبات و جایگاه کشورها در عرصه روابط بین-

^۱ - National Power

الملل می‌دانند (انعامی‌علمداری، ۱۳۸۷: ۲۹). قدرت^۱ اساساً به توان و استعداد انسان برای انجام کاری که مطلوب اوست اطلاق می‌شود و در واقع قدرت عبارتست از «توانایی و استعداد فرد برای انجام کار و اعمال اراده بر افراد دیگر به منظور ایجاد رفتار مطلوب» (حافظنیا، ۱۳۸۶: ۱۵). این اعمال اراده، بر اساس قابلیت‌هایی شکل می‌گیرد که این قابلیت‌ها در داخل یک سازمان سیاسی فضا به نام کشور و با توجه به شاخص‌های موجود در آن بوجود می‌آید (قدرت ملی). بنابراین، قدرت ملی عبارتست از: مجموعه‌ای از توانایی‌های مادی و معنوی که در قلمرو یک واحد جغرافیایی و سیاسی به نام کشور یا دولت وجود دارد. یا اینکه، قدرت ملی عبارتست از: «توانایی، قابلیت و ظرفیت یک ملت و یک کشور برای استفاده از منابع مادی و معنوی خود با هدف اعمال اراده ملی و تحصیل اهداف و منافع ملی» (حافظنیا، ۱۳۸۶: ۶۶ و ۱۳۷۹: ۲۴۵).

قدرت نرم:

قدرت نرم هر چند در ادوار تاریخی وجود داشته و به انحاء مختلف از آن بهره‌گیری شده است؛ اما به طور مشخص از دهه ۱۹۹۰ و با تفکرات جوزف نای در ادبیات علمی و سیاسی جهان نمود یافت.

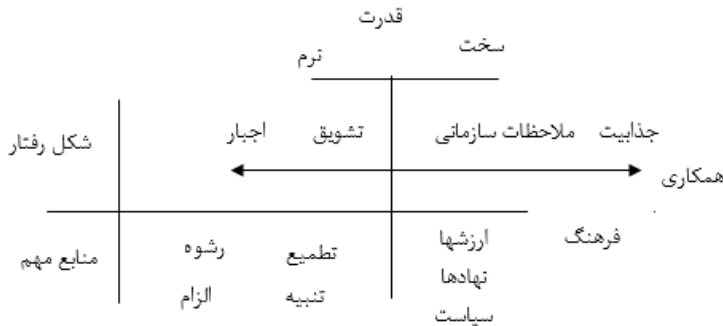
قدرت نرم، قدرت هدایت‌کردن، جذب کردن و سرمشق بودن است. قدرت نرم یعنی توانایی یک کشور برای جذب افراد، گروه‌ها و کشورها با ایده‌ها، ارزش‌ها و ایدئولوژی خود یا توانایی یک کشور برای واداشتن سایرین به این که آنها نیز مانند او ببانندیشند. این قدرت ارتباط تنگاتنگی با قدرت‌های بی‌شکل نظیر فرهنگ، ایدئولوژی و ... دارد.

همچنین، قدرت نرم به آن دسته از قابلیت‌ها و توانایی‌های یک بازیگر یا کشور اطلاق می‌شود که با بکارگیری ابزارهای چون فرهنگ، آرمان‌ها یا ارزش‌های اخلاقی به صورت غیرمستقیم بر منافع، رفتار و حتی موجودیت دیگر کشورها (بازیگران) اثر می‌گذارد. اگر بازیگری موفق شود قدرت خود را در نگاه دیگران مشروع جلوه دهد و نهادهایی تأسیس کند که دیگران، علایق خود را بر اساس ضوابط آن نهادها هماهنگ نمایند، دیگر نیازی نیست تا آن بازیگر مسلط به شیوه سنتی عمل کرده و برای تحقق خواست خود از نیروی نظامی یا تهدیدات خشن استفاده کند. اگر فرهنگ و ایدئولوژی بازیگر مسلط، جذابیت داشته باشد، دیگران با شوق و سرعت زایدالوصفی در راستای

مورد نظر قدرت مسلط حرکت و حتی فکر خواهند کرد (گروه مطالعات امنیتی، ۱۳۸۷: ۴۴).

قدرت نرم، ظاهری آرام و مخملی و باطنی استوار و آهنی دارد. به بیان دیگر، از آنجا که هدف اصلی آن، جذب قلوب و اذهان است، دارای تأثیرگذاری بسیار عمیق‌تر از قدرت سخت می‌باشد؛ چرا که با ارزش‌ها، فهم دیگران، تعریف خود و ... از سوی طرف مقابل (مردم خودی یا ملت/ دولت دیگر) سروکار دارد و نتیجه آن توسعه قدرت ملی فراگیر، بهبود وضعیت بین‌المللی و افزایش نفوذ بین‌المللی آن کشور است (نای، ۱۳۸۲: ۲۱).

منابع قدرت نرم به همکاری و همگرایی با طیف رفتاری مبتنی بر جذابیت ارزش‌ها، فرهنگ‌ها و سیاست (داخلی و بین‌المللی) گرایش دارند؛ در حالیکه منابع قدرت سخت به همگرایی با رفتار دستوری مبتنی بر اجبار و زور، تشویق یا تطمیع اقتصادی گرایش دارند (بیگی، ۱۳۸۹: ۷۶ و Nye, 2004: 28). این دو جنبه در نهایت تقویت قدرت ملی را به دنبال دارند.



شکل ۱: قدرت (Nye:2)^۱

بنابراین می‌توان گفت: «قدرت نرم، توانایی بدست آوردن خواسته شما از طریق جذابیت است نه به واسطه زور یا پول»؛ در واقع توانایی به دست آوردن نتایج مطلوب است زیرا دیگران نیز آنچه را شما می‌خواهید، می‌خواهند (لی، ۱۳۹۰: ۳۵).

انقلاب اسلامی ایران دارای ماهیتی اسلامی است به گونه‌ای که جنبه‌های سیاسی، اقتصادی و اعتقادی نیز جزئی از این ماهیت محسوب می‌شوند. شاید بتوان دغدغه و نگرانی مردم از افول اسلام و احکام اسلامی را به عنوان یکی از مهمترین عواملی دانست که به صورت نیروی عظیم مردمی در قالب اقشار مختلف متجلی شد و ایدئولوژی اسلامی در شکل محرک این نیرو عمل

1 - <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/FFP0502S.pdf>

2 - <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ffpiu043.pdf>

نمود. بنابراین انقلاب اسلامی ایران مبتنی بر قدرت نرم و مولود قدرت نرم بوده است. از این رو برخی از مهمترین شاخص‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران را می‌توان در مولفه‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی عنوان و ارائه کرد:

الف) سیاسی

انقلاب اسلامی ایران به دلیل جذابیت در پیام و شعارها (مانند نفی ظلم و مبارزه با ظالم، حمایت از مستضعفان و ...)، اهداف (دستیابی به استقلال)، روش‌ها (ابتناء بر فرهنگ، وحدت، اتکاء به مردم)، محتوا و نتایج حرکت‌ها و سابقه مشترک دینی و تاریخی و شرایط محیطی منطقه‌ای و بین‌المللی، پدیده‌ای اثرگذار در جهان و به ویژه در جهان اسلام بوده است. این مایه‌های اثربخش به طور طبیعی یا ارادی و برنامه‌ریزی شده از طریق کنترل‌هایی چون نهادهای انقلابی، سازمان‌های رسمی دولتی و اداری، ارتباط علمی و فرهنگی، مبادلات تجاری و اقتصادی هم در داخل و هم در سایر کشورها (به ویژه کشورهای مسلمان)، بازتاب یافته و افراد، گروه‌ها، دولت‌ها، جنبش‌ها و سازمان‌های مختلف را متأثر نموده است (با اقتباس از بیگی، ۱۳۸۹: ۱۰۸).

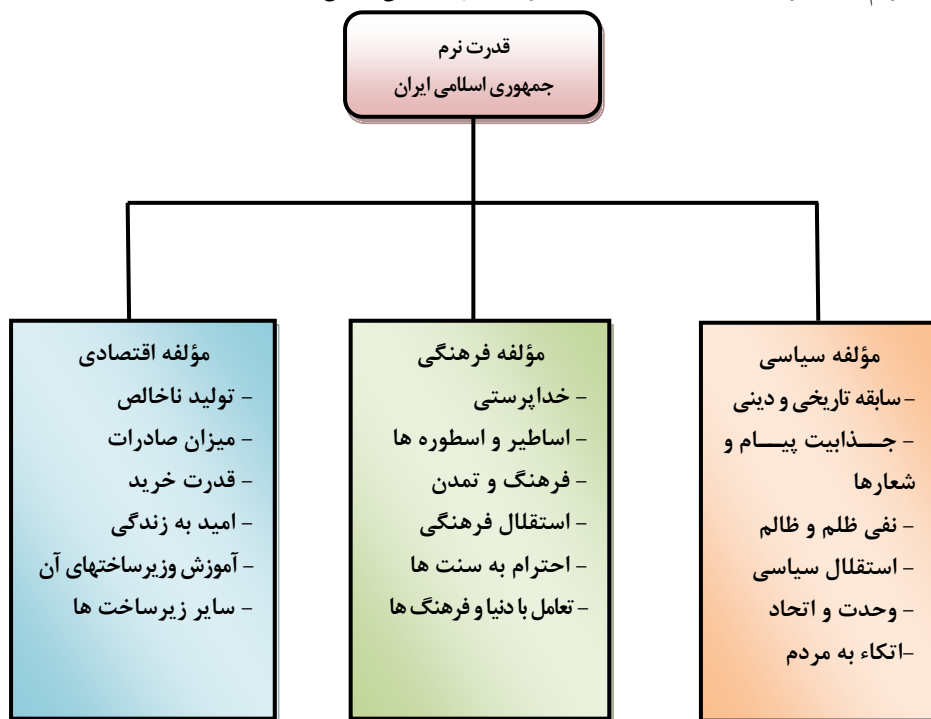
ب) فرهنگ

فرهنگ مجموعه میراث، آمادگی‌ها و قابلیت‌های مادی و معنوی الگوداری است که انسان‌های وابسته به یک اجتماع فرهنگی فرا می‌گیرند تا خود را محیط زیست‌شان تطبیق دهند و روابط اجتماعی‌شان را تنظیم کنند و آن را از طریق فرهنگ آموزی به نسل‌های بعدی انتقال می‌دهند (بیگی، ۱۳۸۹: ۱۵۶).

فرهنگ ایرانی و اجتماع فرهنگی ایران پیش از دوران معاصر و نزدیک به سه هزار سال پیشینه دارد که در ادامه و با ورود فرهنگ اسلامی، شکوفایی و رونق آن به دلایل مختلف افزایش یافت. خداپرستی، تاریخ سستی مانند خداینامه و شاهنامه، اساطیر و اسطوره‌ها، رواج ادبیات شفاهی، زبان و ادبیات فارسی، تداوم سنت‌های هنری مانند قالبیافی، کاشیکاری و ... مهمان نوازی و در ادامه فرهنگ شیعی و عناصر ملهم از آن مانند مبارزه با ظلم و ... همراه با جاذبه‌های طبیعی و تمدنی از جمله مهمترین منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شوند که هم در داخل و هم در عرصه بین‌المللی توانسته است مخاطبان بسیاری را تحت تأثیر خود قرار دهد.

ج) اقتصاد

بررسی منصفانه از وضعیت اقتصادی ایران در منطقه و جهان حاکی از آن است که علیرغم مشکلات و چالش‌های متعدد پس از پیروزی انقلاب اسلامی همچون: جنگ تحمیلی، انواع تحریم‌های ناعادلانه و ظالمانه اقتصادی، علمی و ...، اقتصاد ایران در شاخص‌های مرتبط با بُعد اقتصادی از جمله تولید ناخالص داخلی، میزان صادرات و شاخص‌های توسعه انسانی مانند درآمد سرانه و قدرت خرید، امید به زندگی و دسترسی به آموزش رشد قابل توجهی داشته است. علاوه بر آن ترمیم، بازسازی و ایجاد زیرساخت‌های مختلف در سطح گسترده از کشور از جمله موفقیت‌ها و ظرفیت‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در این حوزه محسوب می‌شوند. همین امر یکی از عواملی است که توانسته است به جذب شهروندان خارجی و حمایت آنها و تغییر نگرش برخی دولت‌ها و مردم در سایر نقاط جهان نسبت به عملکرد انقلاب اسلامی منتهی شود.



شکل ۲: مؤلفه‌های تشکیل دهنده قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران

(ترسیم نگارنده، بر اساس یافته‌های تحقیق)

گردشگری^۱ و اهمیت آن

بر اساس تعریف سازمان جهانی توریسم، گردشگری یا معادل دقیق و درست انگلیسی آن توریسم، به کلیه فعالیت‌های افرادی گفته می‌شود که به مکان‌هایی خارج از محیط عادی خود به منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف‌ها برای مدت کمتر از یک سال می‌روند (فرجی-راد، ۱۳۸۸: ۶۲). در تعریف گردشگری و تعیین قلمرو آن، باید گروه‌های مختلفی که در این صنعت مشارکت دارند و از آن تأثیر می‌پذیرند را لحاظ کرد. عوامل عمده در این صنعت عبارت‌اند از:

۱- توریست‌ها و یا گردشگرانی که در صدد کسب تجارب فیزیکی و روانی و رضایت و راحتی از سفرند؛
 ۲- سازمان‌های فعال در زمینه تهیه و تدارک کالاها و خدمات مورد نیاز گردشگران؛ سازمان‌های مذکور از این طریق به منافع خود می‌اندیشند.

۳- دولت-کشور میزبان، شامل سیاستمدارانی که به گردشگری به عنوان وسیله‌ای برای ایجاد درآمد شهروندان و افزایش درآمدهای مالیاتی مستقیم و غیرمستقیم و ... می‌نگرند؛

۴- جامعه میزبان، مردمانی که به توریسم به عنوان پدیده‌ای می‌نگرند که شرایطی تعاملی فراهم می‌آورد که این تعامل می‌تواند اثرات مثبت و یا منفی داشته باشد (زاهدی، ۱۳۸۵: ۴).

بنابراین گردشگری مجموعه تعامل‌هایی است که در فرآیند جذب و میهمانداری، بین توریست‌ها، سازمان‌های مسافرتی، دولت‌های مبدأ، دولت‌های میزبان و مردم محلی برقرار می‌شود. صنعت توریسم از دو جهت دارای اهمیت است: ۱- موجب آشنایی مردم با دیگر فرهنگ‌ها، اقوام، گویش‌ها، نژادها، سرزمین‌ها و ... می‌شود. ۲- از نظر اقتصادی یکی از منابع مهم درآمد، ارزش و نیز ایجاد اشتغال محسوب می‌شود که جنبه اقتصادی آن از همه مهم‌تر است. در بسیاری از کشورهای کوچک و بزرگ، گردشگری بزرگترین و سودآورترین صنایع آن کشور است. در اغلب کشورهای توسعه یافته حدود ۱۱ درصد نیروی کار در بخش توریسم فعال هستند و سالانه ۳۰ تا ۴۰ میلیارد دلار درآمد نصیب این کشورها می‌شود. توریسم یکی از مهمترین، پاک‌ترین و ارزان‌ترین منابع کسب درآمد ارزی است (صیدایی و همکار، ۱۳۸۹: ۱۱۰).

^۱ - Tourism

گردشگری جنگ^۱

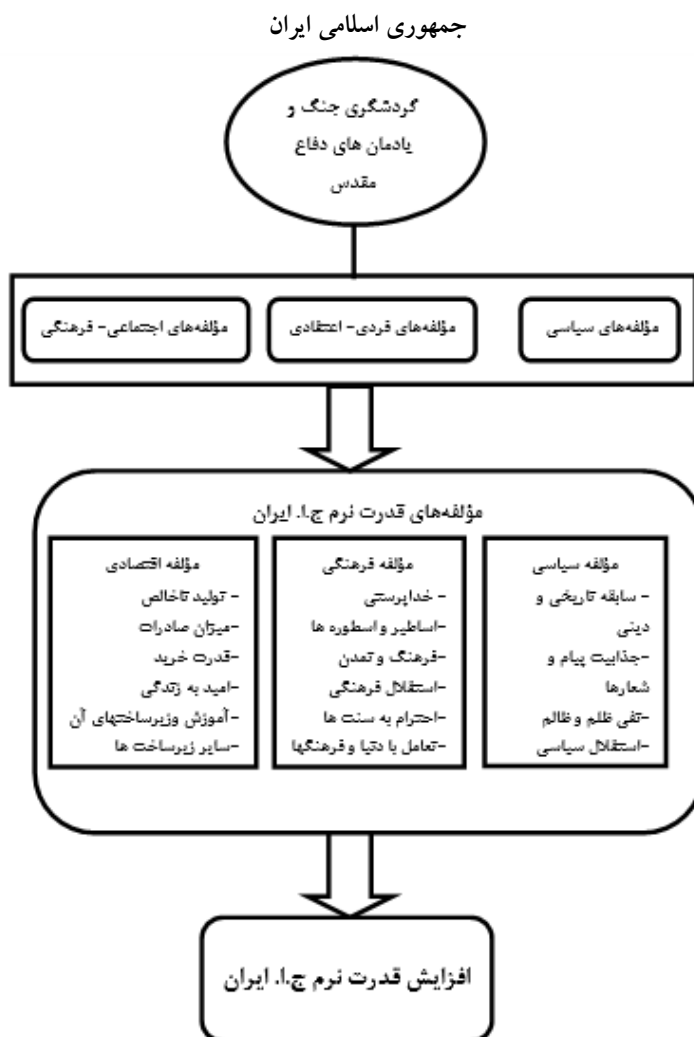
گردشگری جنگ توسط بسیاری از کشورها به عنوان پتانسیلی مطلوب در راستای توسعه گردشگری تاریک مطرح شده است. گردشگری تاریک شامل انواع و دامنه گسترده‌ای از مکان‌ها و جاذبه‌ها نظیر گردشگری جنگ، گردشگری بلایا و نظایر آن است که بازدید از آنها به دلایل و انگیزه‌های مختلف ایجاد می‌شود. یکی از مهمترین انواع گردشگری تاریک، گردشگری جنگ است که یکی از بزرگترین تراژدی‌های جهانی است. ولی واضح است که تاریخچه و برآیندهای اجتماعی به جا مانده از جنگ به عنوان یک تجربه انسانی و همچنین حوادث غیرمستقیم ناشی از آن، نوستالژی، یادمان‌ها و مکان فیزیکی آن با علائم و نشانگرهای تاریخی و محیطی قابل توجه، می‌تواند به عنوان یکی از منابع مهم برای تهییج و تحریک گردشگری در مناطق جنگ زده بکار گرفته شود (صادقو، ۱۳۹۵: ۱۹۴). اندیشمندان مختلف رابطه جنگ و گردشگری را معمولاً از دو منظر مختلف مورد بررسی قرار داده‌اند:

- برخی معتقدند جنگ پیامدهای منفی و مخربی بر گردشگری دارد. از سویی می‌تواند با تأثیرگذاری بر تعاملات میان کشورها، کاهش گردشگری را موجب شود، زیرا جنگ شرایطی را فراهم می‌کند که تداوم گردشگری و توسعه زیرساخت‌ها با مشکل مواجه می‌شود و اقتصاد مناطق متکی به گردشگری به مخاطره می‌افتد.

- اما نگرش گروه دوم به مسئله گردشگری بعد از جنگ مربوط است. آثار به جا مانده و یادمان‌های جنگ، برای بسیاری از کشورها جزئی از میراث ملی تلقی شده و تبدیل به جاذبه گردشگری می‌شود. زیرا جنگ فقط به یک زمان و مکان و یک رویداد تلخ مربوط نیست بلکه حادثه‌ای است که به واسطه آن تمام ساحت‌های یک ملت و یا چند کشور دستخوش تحول می‌شود. از این رو خاطرات، افتخارات، مناطق جنگی، یادمان‌های آن، مراسم تجلیل از رزمندگان و ... این پتانسیل را دارد که به عامل انگیزشی مهم در گردشگری تبدیل شود (رجیبی و همکار، ۱۳۹۳: ۲۲).

^۱ - War tourism

نمودار ۱: مدل نظری اثرگذاری گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس بر افزایش قدرت نرم



ترسیم از نگارنده: بر اساس یافته‌های تحقیق

روش تحقیق

با توجه به ماهیت و اهداف پژوهش حاضر، این تحقیق به روش توصیفی- تحلیلی و با بهره‌گیری از منابع مختلف اسنادی و نظرات نخبگان به انجام رسیده است. ضمن آنکه تلاش شده است با بهره‌گیری از نظرات این حوزه، رابطه و پیوستگی دو حوزه گردشگری و قدرت نرم مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد.

گردشگری در حوزه جنگ و یادمان‌های دفاع

وجود جاذبه‌ها یکی از مهمترین دلایل مسافرت مردم به یک مقصد خاص است. جاذبه‌های گردشگری به عنوان عامل جذب، با توجه به ویژگی‌های خاص و جذابیت‌هایی که دارند، می‌توانند گردشگران را از نقاط مختلف و سرزمین‌های دور به سمت خود بکشانند. هر قدر جاذبه گردشگری متنوع‌تر، منحصر به فردتر و جذاب‌تر باشد از قدرت کشش بالاتری برخوردار خواهد بود و در نتیجه حوزه نفوذ وسیع‌تری خواهند داشت. شناسایی و معرفی ویژگی‌ها، جذابیت‌ها، و توان‌های بالقوه و بالفعل جاذبه‌ها از ارکان اساسی صنعت گردشگری بوده و معیار است برای تعیین ظرفیت پذیرش گردشگران، برنامه‌ریزی و توسعه بازار و مدیریت بازاریابی.

جنگ نیز به عنوان یکی از شاخه‌های پرجاذبه در صنعت گردشگری طرفداران زیادی داشته و همه ساله میلیون‌ها نفر در قالب تورهای مناطق جنگی و یا به طور مستقل (فردی و خانوادگی) از جاذبه‌های گردشگری جنگ دیدن می‌کنند. آثار به جای مانده و یادمان‌های جنگی، بخشی از تاریخ و میراث ملی هرکشوری تلقی شده و تبدیل به جاذبه و عامل انگیزشی مهمی می‌شوند (وثوقی و رجبی مقدم، ۱۳۹۷: ۴). بعلاوه، میدان‌ها و نمودهای جنگ، احساسات قوی را در میان بازماندگان و فرزندان کسانی که در جنگیده‌اند و همچنین در میان بازدیدکنندگان از این آثار شکل می‌دهند (محمدی، ۱۳۹۷: ۵۳).

در کشور ایران نیز فرصت‌های گردشگری فراوانی در این زمینه وجود دارد که تاکنون کمتر به آنها پرداخته شده است. در دو دهه اخیر مناطق جنوب غربی ایران به ویژه خوزستان و غرب کشور به واسطه جنگ تحمیلی افزون بر انواع گردشگری نظیر اکوتوریسم، گردشگری تاریخی و انسانی که نقش بسزایی در جذب گردشگران با اهداف و انگیزه‌های مختلف توریستی داشته است، گردشگری جنگ توسعه چشمگیری داشته است و امروزه علاقه‌مندان بسیاری در قالب کاروان‌های راهیان نور از اقصی نقاط کشور به شکل سفرهای شخصی، تورهای جمعی و نظایر آن برای بازدید از مناطق جنگی، نمایشگاه‌های دایر در آن، یادمان‌های دفاع مقدس و موزه‌های آن و ... به این مناطق سفر می‌کنند. ضمن آنکه برخی از گردشگران خارجی و یا خارجی‌ان مقیم ایران نیز به انگیزه‌های مختلف از این مناطق بازدید می‌کنند.

بنابراین می‌توان گفت: گردشگری جنگ و دفاع مقدس و جاذبه‌های مرتبط با آن می‌تواند به

عنوان یک فرصت مناسب برای کشور محسوب گردد که باعث می‌شود سالانه بدون توجه به زمان خاص، گردشگران از مناطق جنگی بازدید نمایند. گردشگری جنگ و دفاع مقدس در ایران می‌تواند با نشان دادن حقایق جنگ تحمیلی، ویرانی‌های ناشی از جنگ، دستاوردهای دفاعی و پیشرفت‌های علمی و فناوری در این حوزه، رشادت‌ها و معرفی فرهنگ صلح محور اسلام در این رابطه، علاوه بر بیدار کردن حس جنگ ستیزی و عواطف انسان دوستانه، با معرفی فرهنگ، رفتار و عملکرد صحیح نظام اسلامی ضمن حفظ تاریخ معنوی و حماسی کشورمان، موجبات افزایش قدرت نرم را باعث گردد.

گردشگری «جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس» راهبرد افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران

امروزه، فضاهای ارتباطی، رسانه‌ای، تبلیغاتی و فرهنگی موجود در دنیا به صورت ابزارهای قابل اعتماد برای استفاده و تأمین قدرت نرم درآمده و استفاده می‌شوند و اگر ما نتوانیم از ظرفیت‌های قدرت نرم خود بهره‌مناسبی ببریم و رسانه‌های ما از ابزار و سیاست‌های ابزار قدرت نرم استفاده نکنند؛ مقهور و محصور فضاهای ارتباطی خواهند شد و اثرات آن شهروندان را تحت تأثیر پیامدهای احتمالی قرار خواهد داد. برای رسیدن به این امکان و در اختیار داشتن این جنبه از قدرت، باید الزامات، ابزار، شیوه‌ها و سیاست‌ها را شناسایی کرد و زیرساخت‌های فرهنگی مرتبط با آن را مهیا نمود.

بدون شک دفاع مقدس جمهوری اسلامی ایران در ابعاد مختلف و یادمان‌های آن، از جمله ابعاد فرهنگی و گستره آن می‌تواند بعنوان یکی از ابزار مهم دستیابی به قدرت نرم مورد نظر قرار گیرد که باید به آن توجه ویژه‌ای معطوف داشت. انگیزه‌ها و انگیزش‌های گردشگران در حوزه گردشگری جنگ و یادمان‌های آن منتج از علل زیادی به ویژه نیازهای ذاتی و همچنین واسطه‌های بیرونی در ویژگی‌های مکان می‌باشند. به طوریکه می‌توان گفت، گردشگران جنگ مجموعه‌ای از گردشگران هستند که علاقه‌مند به بازدید از میادین جنگی و یادمان‌های آن بوده و در طی سفر خود، احساسات هیجانی، معنوی، بشردوستانه و حتی مذهبی و معنوی را تجربه می‌کنند و بعد از سفر احساسات و اندیشه‌هایی را درباره جنگ و پیامدها و دستاوردهای آن به انحاء مختلف بیان ترویج می‌کنند (با اقتباس از راجی و نادری‌راد، ۱۳۹۹: ۴۲). بعلاوه، اهداف تورگردان‌ها و مسئولان دولتی و محلی از انجام این نوع از گردشگری متفاوت از سایر انواع گردشگری قلمداد می‌شود.

به طور کلی علل و انگیزش‌های محرک در گردشگری جنگ را می‌توان در قالب مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی دسته‌بندی و تبیین کرد. شناسایی این انگیزش‌ها در قالب مؤلفه‌ها و شاخص‌ها می‌تواند به برنامه‌ریزی درست و بهره‌برداری بهینه از این نوع گردشگری کمک شایانی نموده و ضمن افزایش رضایت گردشگران، دستاوردهای بسیاری در ابعاد مختلف: فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و ... به همراه داشته باشد. در جدول زیر مهمترین مؤلفه‌ها و شاخص‌های انگیزشی گردشگران ارائه شده است:

جدول ۱: مؤلفه‌ها و شاخص‌های انگیزشی گردشگران در گسترش گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع

شاخص‌ها	مؤلفه‌های انگیزشی در گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس
همگرایی و وحدت ملی	مؤلفه‌های سیاسی
تجدید پیمان با اهداف سیاسی نظام	
تقویت روحیه ایثار، رشادت و دفاع ملی	
ترویج دستاوردهای سیاسی نظام و بصیرت افزایی	
فرار از عالم خاکی درک شده	مؤلفه‌های فردی - اعتقادی (ایدئولوژیک)
ارزیابی و شناخت خویشتن	
آرامش روحی و تزکیه نفس	
اعتبار و قدر و منزلت	
کنجکاوی فردی و ماجراجویی	
دلتنگی	مؤلفه‌های اجتماعی - فرهنگی
آموزش و انتقال وقایع و مفاهیم ارزشی جنگ	
حمایت و ترویج کرامت انسانی (نظیر شعار توقف جنگ، حمایت از صلح و ...)	
علاقه به تاریخ و میراث گذشتگان	
یادبود و بزرگداشت قربانیان	
پیوند و پیمان با آرمان‌های جان باختگان	
گذران اوقات فراقت	

اقتباس از صادقلو، ۱۳۹۵: ۱۹۷ و Bigley et all, 2010, 23

نتیجه‌گیری

گردشگری فعالیتی گسترده با ابعاد جغرافیایی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست محیطی است. گسترده‌گی این فعالیت به اندازه‌ای است که توسعه آن بدون برنامه‌ریزی اصولی و مدیریت صحیح امکان‌پذیر نیست. بسیاری، اهمیت گردشگری را صرفاً در ایجاد درآمد و فرصت‌های شغلی می‌دانند؛ در حالی که اهمیت و عظمت گردشگری به منافع اقتصادی محدود نمی‌گردد. گردشگری جنگ و توسعه گردشگری در مناطق جنگی پاسخی برای جست و جوی گذشته و میراث یک جامعه است. گردشگری در این مناطق می‌تواند با عرضه مکان‌های اصیل برای ایجاد تجربه و درک مفاهیم و ارزش‌های مرتبط، در هویت‌یابی و برجسته‌سازی ارزش‌ها و مفاهیم ناب دفاع مقدس برای نسل‌های امروز و آتی، نقش عمده‌ای را برعهده گیرد. هدف گردشگری جنگ و بازدید از یادمان‌های دفاع مقدس، سفر مسئولانه در مناطق جنگی همراه با محافظت از محیط طبیعی آن و ایجاد شرایط توسعه پایدار برای مردم محلی است. همچنین گردشگری جنگ و بازدید از یادمان‌های دفاع مقدس، با تکیه بر غنی‌سازی تجربه‌های شخصی و آگاهی بخشی از طریق تفسیر بخشی، سطح بالاتری از فهم و احترام را برای مناطق جنگ زده و در نهایت فرهنگ حاکم بر یک کشور به ارمغان می‌آورد. این مهم، از طریق گردشگران به مناطق جنگ‌زده که سفیران غیررسمی یک فرهنگ و یک کشور محسوب می‌شوند، صورت خواهد گرفت. بازدید از مناطق جنگی و یادمان‌های دفاع مقدس که در ایران اغلب با عنوان راهیان نور در قالب اردوهای دانش‌آموزی، دانشجویی و یا شرکت سایر اقشار، تشکل‌ها و گروه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد؛ در سال‌های اخیر نقش مهمی در گسترش گردشگری جنگ داشته است. این امر زمینه‌ها و انگیزه‌های توسعه زیرساخت‌های مناطق جنوبغرب و غرب کشور را شدت بخشیده است. مسئله‌ای که بدون شک رضایت‌مندی ساکنان و بازدیدکنندگان که یکی از عناصر اولیه قدرت نرم می‌باشد را در پی خواهد داشت و کشور ما می‌تواند از این ظرفیت غنی برای افزایش قدرت نرم و پیشبرد اهداف اسلامی و انسانی خود بهره گیرد. بنابراین، توسعه گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس، ضمن اینکه موجب به وجود آمدن تجربه بازدید از مکان‌ها، یادمان‌ها و رویدادهای مرتبط با مفاهیم و عناصر دفاع مقدس برای بازدیدکنندگان می‌شود می‌تواند کارکردهای اجتماعی و فرهنگی گوناگونی از جمله تقویت قدرت نرم را در جامعه به دنبال داشته باشد.

از این رو، گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس، علاوه بر نقش گذران اوقات فراغت و ارضای حس کنجکاوی علاقه‌مندان، در صورت برنامه‌ریزی مناسب می‌تواند: انتقال دهنده وقایع و مفاهیم ارزشی جنگ مانند رشادت‌ها و دفاع ملی، ایثارگری و شهادت‌طلبی، دفاع از میهن، معرفی جنگ به عنوان پدیدای خشن و مخرب، اهمیت و ضرورت صلح بین جوامع و ... باشد و از این رو علاوه بر جنبه‌های اقتصادی مانند بهبود شاخص‌های عدالت اجتماعی، ارتقای سطح زندگی، رفاه عمومی، تعادل و توازن منطقه‌ای، می‌تواند در بازدیدکنندگان و مخاطبان نوعی علاقه‌مندی به تاریخ و میراث گذشتگان، تجدید پیمان با آرمان‌های جان باختگان، پیمان با اهداف سیاسی نظام و در نهایت همگرایی و وحدت ملی را موجب شود و به تقویت قدرت نرم کشور منجر شود.

از این رو؛ توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی می‌تواند تأثیر به‌سزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی کشور داشته و منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، درآمدهای مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های مختلف موجبات رشد و توسعه همه جانبه را فراهم آورد. ضمن آنکه گردشگری جنگ و دفاع مقدس در کشور ما می‌تواند باورها، افکار و رفتارهای نسل جوان (سوم انقلاب) و همچنین سایر کشورهای جهان را با آرمان‌های صلح‌محور، ظلم‌ستیز و سعادت بخش انقلاب اسلامی آشنا کند و عقاید آنها را در جهت اهداف متعالی انقلاب اسلامی تغییر دهد و در نهایت زمینه‌های افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران را موجب شود.

بنابراین می‌توان گفت، گردشگران مناطق جنگ‌زده و یادمان‌های آن، همچون دیپلمات‌های غیررسمی هستند که در انتقال مفاهیم و ارزش‌های این حوزه نقش بسیار مهمی در انتقال آن به جامعه داخلی خود دارند. بر این اساس ضروری است که ظرفیت‌ها و توانمندی‌های گردشگری جنگ و دفاع مقدس مورد توجه نخبگان و مسئولان قرار گیرد و برنامه‌ای منسجم برای تأثیرگذاری آنها در عرصه بین‌المللی طراحی گردد.

با توجه به مطالب ارائه شده، پژوهش حاضر عوامل زیر را در توسعه گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس مفید می‌داند:

- توجه به جاذبه‌های گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس؛ (جاذبه‌های گردشگری باید به نوعی بتواند برای گردشگران کشش ایجاد کند و به نیازها، خواسته‌ها و پیشنهادها آنها توجه شود، نگرش آنها را تحت تأثیر قرار دهد و رضایت ایجاد کند).
- توسعه زیرساخت‌های مختلف؛ (داشتن ساختارهای زیربنایی مناسب که در واقع جزئی از

محصول گردشگری است، می‌تواند گردشگران بیشتری را جهت بازدید از اماکن و جاذبه‌های گردشگری جذب کند).

- فعالیت‌های تبلیغاتی؛ (فعالیت‌های تبلیغاتی در گردشگری باید متناسب با نوع گردشگران و فرهنگ آنها باشد و به همین دلیل نیازمند راهبرد معین، مدیریت مناسب و نیروهای حرفه‌ای است).
- تعدیل سیاستگذاری کلان کشوری؛ (بازنگری در قوانین مربوط به گردشگری و رسیدن به یک الگوی جامع، سیاستگذاری با توجه به خواسته‌ها و نیازهای گردشگران و پر رنگ کردن نقش گردشگری جنگ و یادمان‌های دفاع مقدس در سیاستگذاری‌ها).

کتابنامه

- آقاجانی، سمیه (۱۳۸۳). «قابلیت‌ها و محدودیت‌های توسعه استان گیلان در زمینه گردشگری»، مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای گیلان و برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران.
- اسکندری، محمدحسین (۱۳۸۱). «کالبدشناسی مفهوم قدرت»، فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی، شماره ۳۰، بهار.
- انعامی‌علمداری، سهراب (۱۳۸۷). «تهدیدات نرم الگوی تقابل استراتژیک ایالات متحده در برابر ایران»، فصلنامه تخصصی نامه دولت‌اسلامی، شماره ۲۷-۲۶ فروردین.
- بیگی، مهدی (۱۳۸۹). قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی لبنان)، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- حافظنیا، محمدرضا (۱۳۷۹). مبانی مطالعات سیاسی - اجتماعی، قم: انتشارات سازمان حوزه‌ها و مدارس علمیه خارج از کشور.
- حافظنیا، محمدرضا (۱۳۸۶). قدرت و منافع ملی (مبانی - مفاهیم و روش‌های سنجش)، تهران: نشر انتخاب.
- راجی، زهرا؛ نادری‌راد، حمیدرضا (۱۳۹۹). «مروری بر عوامل موثر تقاضای گردشگری جنگ»، ماهنامه آفاق علوم انسانی، سال چهارم، شماره سی و هفتم، اردیبهشت.
- رجبی، آریتا؛ یازرلو، محبوبه (۱۳۹۳). «بررسی وضعیت گردشگری جنگ در ایران و ارائه استراتژی برای توسعه آن»، فصلنامه فضای گردشگری، سال سوم، شماره ۱۱.
- زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۵). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تأکید بر محیط زیست)، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- سبکبار، حسنعلی؛ باغیانی، حمیدرضا؛ نورانی، حمیده (۱۳۹۰). «نقش گردشگری جنگ در ارتقای کیفیت زندگی ساکنان شهری مناطق جنگی استان خوزستان، با استفاده از مدل TOPSIS»، فصلنامه برنامه ریزی فضایی، دوره ۱، شماره ۲، زمستان.
- سهرابی، مهدیه (۱۳۹۱). شناخت دستاوردهای گردشگران داخلی در بازدید از مناطق جنگی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت گردشگری، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
- صادقلو، طاهره (۱۳۹۵). «شناسایی عوامل انگیزشی مشارکت کنندگان در گردشگری جنگ (مورد: استان خوزستان)»، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال پنجم، شماره ۱۶، بهار.
- صدیق، میرابراهیم؛ جمشیدی، محسن و پورعظیم، معصومه (۱۳۹۸). «نقش و جایگاه استراتژی دفاعی در راهبرد سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه راهبرد سیاسی، ۳(۱۱)، صص ۶۳-۹۸.
- صیدایی، سیداسکندر؛ هدایتی‌مقدم، زهرا (۱۳۸۹). «نقش امنیت در توسعه گردشگری»، فصلنامه تخصصی عوامل اجتماعی، سال چهارم، شماره ۸.

فرجی‌راد، عبدالرضا (۱۳۸۸). «تحلیلی نو پیرامون گردشگری و جدیدترین طبقه‌بندی آن»، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال ششم شماره ۲۳.

فیروزی، محمدعلی؛ گوردزی، مجید (۱۳۹۵). «تبیین موانع توسعه گردشگری جنگ در استان خوزستان»، فصلنامه گردشگری و توسعه. سال پنجم، شماره ۷، تابستان.

گروه مطالعات امنیتی (۱۳۸۷). تهدیدات قدرت ملی شاخص‌ها و ابعاد، تهران: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی. چاپ اول.

محمدی، سعید (۱۳۹۷). «شناسایی و تحلیل عوامل موثر بر گسترش گردشگری جنگ در استان کردستان. مطالعه موردی: شهرستان مریوان»، فصلنامه اطلاعات جغرافیایی (سپهر)، دوره ۲۷، شماره ۱۰۷، پاییز.

معصومی، مسعود (۱۳۸۷). سابقه برنامه‌ریزی گردشگری در ایران، تهران: انتشارات سمیرا، چاپ اول.

لی، مینگ جینگ (۱۳۹۰). قدرت نرم چین (استراتژی چین در حال ظهور در سیاست بین‌الملل). ترجمه عسگر قهرمانپور بناب، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

نای، جوزف (۱۳۸۲). «قدرت نرم»، فصلنامه راهبرد دفاعی، شماره ۲۹.

نای، جوزف (۱۳۸۳). «کاربرد قدرت نرم»، ترجمه سیدرضا میرطاهر، فصلنامه راهبرد دفاعی، شماره ۶، زمستان.

نصیری سوناز (۱۳۹۸). «نقش قدرت نرم در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی عراق)». فصلنامه مطالعات قدرت نرم، ۹(شماره ۱)، صص ۲۶۵-۲۸۷.

وٹوقی، لیلیا؛ رجیبی مقدم، نیلوفر (۱۳۹۷). «عوامل انگیزشی در گردشگری جنگ مورد مطالعه: موزه جنگ خرمشهر»، دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ششم، شماره ۱۱، بهار و تابستان.

Bigley, J.D., Choong-ki, L., Jinhyung, C. and Yooshik Y (2010). Motivations for War-Related Tourism: A Case of DMZ Visitors in Korea, Journal of Tourism Geographies, 12(3): 371-394.

<http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ffpiu043.pdf>

Nye, Joseph.S (2004). Soft power: The means to success in World Politics Public Affairs. 1st Edition (Cambridge MA: presueus publishing).

Yuill, M.S (2003). A Thesis, Dark Tourism: Understanding Visitor Motivation at Sites of Deat and Diasaster«, Texas A&M University