



از تراژدی تا تجربه: ارزیابی بسترهای گردشگری سیاه در بازآفرینی مقصد استان گیلان

حمیده بیگی^۱، مصطفی رضانی صیقلانی^۲

DOI:10.22034/jtd.2026.532700.3100

چکیده

گردشگری سیاه، یکی از گونه‌های نوظهور و تجربه‌محور گردشگری، بر بازدید از مکان‌های مرتبط با حوادث تلخ، مرگ و فجایع انسانی تمرکز دارد. این پژوهش با هدف شناسایی و مدل‌سازی بسترهای شکل‌گیری گردشگری سیاه و بررسی اثر آن بر بازآفرینی مقصد در استان گیلان انجام شده است. روش پژوهش ترکیبی اکتشافی متوالی است. در مرحله کیفی، داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با پانزده تن از خبرگان و ذی‌نفعان حوزه گردشگری گردآوری شده و تحلیل محتوای مضمون‌محور با نرم‌افزار مکس کیودی‌ای انجام گرفته است. در مرحله کمی، پرسش‌نامه محقق‌ساخته بین ۳۸۴ تن از گردشگران و فعالان گردشگری استان توزیع و داده‌ها با مدل‌سازی معادلات ساختاری در نسخه ۴ نرم‌افزار اسمارت‌پی‌ال‌اس تحلیل شده است. نتایج نشان می‌دهد که مؤلفه «میراث مصیبت‌بار» بیشترین تأثیر را در قصد بازدید گردشگران دارد، در حالی که «باورها و روایت‌های عامیانه» جذابیت گردشگری سیاه و «جاذبه‌های هیجانی» کنجکاوی آنان را افزایش می‌دهد. «گذشته‌گرایی تاریخی» حس هویت و تعلق فرهنگی را تقویت می‌کند و در نهایت، قصد بازدید در بازآفرینی هویتی، فرهنگی و برندسازی مقصد تأثیر مستقیم می‌گذارد. بر اساس نتایج، روایتگری دیجیتال، واقعیت‌افزوده و مستندسازی تاریخی به تقویت این دستاوردها کمک می‌کند. همچنین، ثبت آیین‌های سوگواری و داستان‌های محلی، توسعه زیرساخت‌هایی مانند موزه‌ها و مسیرهای گردشگری موضوعی و رعایت اصول اخلاقی در مواجهه با مرگ و مصیبت بخشی از راهبردهای این حوزه است. این رویکرد، ضمن حفظ میراث ملموس و ناملموس، امکان برندسازی مقصد گردشگری و ارتقای جایگاه ملی و جهانی گیلان را فراهم می‌آورد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۰۸

واژه‌های کلیدی:

گردشگری سیاه، گردشگری جاویژه، گذشته‌گرایی، بازآفرینی مقصد، استان گیلان.

مقدمه

اساسی در زندگی فردی و اجتماعی بدل کرده و موجب شده است ذائقه‌ها و انگیزه‌های گردشگران نیز به طرز چشمگیری متنوع شود (Novelli, 2005). در این میان، گرایش‌های جدیدی از گردشگری ظهور یافته‌اند که برخلاف گردشگری انبوه و سرگرم‌کننده، بر تجربه‌های احساسی، بازخوانی تاریخ و مواجهه با ابعاد تاریک حیات بشری تأکید دارند (Stone, 2009). یکی از مهم‌ترین این گونه‌ها گردشگری سیاه یا گردشگری مصیبت‌بار است، که به بازدید از مکان‌های مرتبط با فجایع انسانی و طبیعی، مرگ و مصیبت اختصاص

گردشگری پدیده‌ای دیرین و پویا است که همواره در طول تاریخ متأثر از تحولات فرهنگی، اجتماعی و فناوریانه بوده و به اشکال متنوعی در جوامع انسانی بروز یافته است (Sohrabi, 2012). در عصر کنون، پیشرفت‌های فناوریانه، توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل و گسترش رسانه‌های ارتباطی بیش از هر زمان دیگری انسان را به سفر و تجربه مقاصد تازه علاقه‌مند ساخته است (UNWTO, 2021). همین روند گردشگری را از فعالیت تفریحی ساده به ضرورتی

H.beigi@guilan.ac.ir

ramzanimostafa994@yahoo.com

۱. استادیار گردشگری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان (نویسنده مسئول)

۲. کارشناس ارشد ایران‌شناسی، گرایش آداب و رسوم و میراث فرهنگی، دانشگاه گیلان



درد (Lotfi, 2013). اگرچه بخش عمده‌ای از ادبیات گردشگری در گذشته بر بازاریابی و مصرف مقاصد تفریحی تمرکز داشته است، پژوهش‌های جدیدتر در فضای پسانوگرا (پست مدرن) به بازشناسی جاذبه‌هایی پرداخته‌اند که بر مصیبت، سوگواری و گذشته‌گرایی استوارند (Lennon & Foley, 2000).

هر مقصد گردشگری سیاه به‌نوعی با مرگ و فاجعه‌ها ارتباط دارد (Ashworth & Isaac, 2025). گرچه این مکان‌ها «بار معنایی ذاتاً تاریک» دارند، تجربه‌ی بازدید از آن‌ها لزوماً تیره یا تاریک نیست (Jordan & Prayag, 2022). به تعبیر برخی پژوهشگران، گردشگری سیاه «نیمه تاریک اما تأمل‌برانگیز گردشگری» به شمار می‌آید که با کنجکاوی و تجربه‌جویی عمیق انسان در مواجهه با مرگ و رنج پیوند خورده است (Yuill, 2004; Lotfi, 2013). افزون‌بر این، مقاصد گردشگری سیاه در روند بهبود روحی و افزایش تاب‌آوری و رفاه جوامع محلی بسیار مؤثرند (Jamalian et al., 2020). شیوه طراحی و بازنمایی مکان یادبود نیز نقش مهمی در شکل‌دهی به تجربه گردشگران ایفا می‌کند (Lv et al., 2022). تجربه حسی بصری بر تجربه روان‌شناختی گردشگران اثر مستقیم می‌گذارد. گردشگرانی که تجربه تاریک‌تری داشته‌اند تمایل دارند از جلوه‌های بصری تاریک‌تر برای بیان درک خود از تاریکی استفاده کنند (Sharpley & Stone, 2009). گردشگری سیاه به تدریج توجه گردشگران سراسر جهان را به خود جلب می‌کند (Soni & Anand, 2017). اگرچه شاید گردشگری سیاه برای همه بهترین مقصد برای گذراندن تعطیلات نباشد، اما گروهی از افراد وجود دارند که از روی کنجکاوی و علاقه‌ای غیر معمول به این مکان‌های مصیبت‌بار می‌روند (Sharpley & Seaton, 1996; Stone, 2009). تجربه این مکان‌ها برای گردشگران، علاوه بر پاسخ‌گویی به انگیزه‌های هیجانی و کنجکاوی، کارکردهای آموزشی و هویتی دارد (Light, 2017). بسیاری از مکان‌ها و جاذبه‌های گردشگری سیاه به‌طور هدفمند به‌عنوان جاذبه گردشگری ایجاد یا توسعه نیافته‌اند، بلکه به دلایل گوناگون از جمله شهرت (یا بدنامی) افراد مرتبط، رویدادهایی که زمانی در آنجا رخ داده یا حتی زیبایی یک ساختمان به مقصد گردشگری تبدیل شده‌اند (Sarkar et al., 2022). این نوع گردشگری طیف گسترده‌ای از مکان‌ها را در بر می‌گیرد؛ از مناطقی که برائر بلائای طبیعی همچون زلزله و سیل دچار خسارت شده‌اند تا

یادمان‌های جنگ، کشتار جمعی یا حتی اماکنی که در باورهای عامیانه با روایت‌های ترسناک و هولناک پیوند خورده‌اند (Biran et al., 2011). محبوبیت چنین مکان‌هایی ممکن است به‌واسطه فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغاتی کسب‌وکارها یا سازمان‌هایی که به دنبال سود از طریق گردشگری‌اند افزایش یابد. رسانه‌ها نیز اغلب در ترویج این مکان‌های تاریک نقش دارند (Sanoj, 2025).

شناسایی بسترهای شکل‌گیری و تقویت جاذبه‌های بالقوه گردشگری سیاه یکی از موضوعات مهم در زمینه کسب و انتقال تجربیات مدیریت بحران‌های طبیعی و انسانی است و در آینده یکی از بخش‌های مهم حوزه گردشگری کشور می‌شود. با وجود این اهمیت، مهم‌ترین چالش گردشگری ایران و به‌ویژه استان گیلان در این زمینه فقدان سیاست‌گذاری منسجم برای شناسایی و معرفی مکان‌های مرتبط با فجایع تاریخی و طبیعی، ضعف روایتگری بومی، کمبود زیرساخت‌های بازدید و آگاهی‌اندک گردشگران از کارکردهای آموزشی و هویتی این نوع گردشگری است. شدت این چالش‌ها در گیلان بیشتر احساس می‌شود؛ استانی که تجربه‌های تاریخی و مصیبت‌بار متعددی مانند زلزله رودبار و منجیل و نهضت جنگل را در حافظه جمعی خود دارد، اما این ظرفیت‌ها کمتر به محصول گردشگری تبدیل شده‌اند. در نتیجه، گردشگری گیلان عمدتاً به طبیعت‌گردی محدود شده و فرصت‌های تنوع‌بخشی، ارتقای تصویر مقصد و بازآفرینی هویتی و برندی آن مغفول مانده است. از منظر فضایی نیز، بی‌توجهی به گردشگری سیاه نابرابری توسعه گردشگری را تشدید می‌کند؛ زیرا اغلب این مکان‌ها در مناطق کمتر توسعه‌یافته قرار دارند و می‌توانند محرکی برای توسعه محلی و بازآفرینی مقصد باشند (Masoudi Rad et al., 2018: 36). بر این اساس، مسئله اصلی این پژوهش شناسایی و مدل‌سازی بسترهای شکل‌گیری گردشگری سیاه در استان گیلان و بررسی تأثیر آن در بازآفرینی مقصد است.

از دیدگاه ادبیات گردشگری، بازآفرینی مقصد فرآیندی چندبُعدی شناخته می‌شود که شامل بازطراحی عملکردی، بازنمایی هویتی و بازسازی برند مقصد است و هدف آن ارتقای کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و نمادین مقصد در ذهن گردشگران و جامعه میزبان است (Morgan et al., 2011; Ritchie & Crouch, 2003). این مفهوم ریشه در مباحث بازآفرینی فرهنگی و شهری دارد که بر نقش گردشگری در بازنمایی هویت تاریخی



به مکانی که کامل یا جزئی ناشی از تمایل به مواجهه واقعی یا نمادین با مرگ باشد، به ویژه - اما نه منحصرراً - مرگ خشونت آمیز که تا حدی به ویژگی های فردی اشخاصی که مرگ آنان در کانون توجه است ارتباط دارد». در سال های بعد، استون^۴ (2006) این مفهوم را گسترش داد و با تأکید بر «فضاهای اخلاقی جدید»، گردشگری سیاه را ناظر به تجربه مرزهای حیات و مرگ دانست که در جوامع پسانوگرا بروز یافته است. در این میان، بیران^۵ و همکاران (2011)، با ارائه مدل «تجربه جویی سایت های میراث تاریک»، ابعاد گوناگون انگیزش گردشگران را شناسایی کردند. آنان معتقد بودند که انگیزه بازدید از مکان های مصیبت بار هم زمان تحت تأثیر عوامل شناختی (تمایل به یادگیری)، هیجانی (کنجکاوی و احساس هم دردی) و هویتی (تعلق خاطر به تاریخ و فرهنگ) قرار دارد. از نظر لایت^۶ (2017)، گردشگری سیاه نه تنها تجربه ای احساسی بلکه ابزاری برای بازآفرینی هویت جمعی و مواجهه انتقادی با تاریخ است. او تصریح می کند که مصرف این مقاصد نیازمند ملاحظات اخلاقی است تا از سطحی نگری و کالایی سازی غیرمسئولانه خاطره جلوگیری شود. این دیدگاه ها نشان می دهد که گردشگری سیاه پدیده ای چندبعدی است که باید در چارچوب نظریه های فرهنگی و تجربه محور بررسی شود.

از زمان ارائه تعاریف اولیه از سوی لنون و فولی (2000; 1996) و سیتون (1999; 1996)، ادبیات دانشگاهی با تعاریف متعددی از گردشگری سیاه و تاناتوریسم پُر شده است که در طول زمان پدید آمده اند. این امر نشان دهنده سیال بودن هر دو مفهوم (بسته به تمرکز پژوهش) و همچنین دامنه نزدیک و مرتبط گردشگری سیاه و تاناتوریسم با گردشگری میراث است. جدول ۱ گزیده ای از تعاریف گردشگری سیاه و تاناتوریسم را نمایش می دهد که در ادبیات دانشگاهی ارائه شده اند (Light, 2017, p. 282).

و جمعی تأکید می کند (Ashworth & Evans, 2020; Tunbridge, 2000) و از منظر مدیریت مقصد به عنوان ابزاری برای بازتعریف جایگاه رقابتی مقصد مطرح می شود. بر این اساس، در این پژوهش، بازآفرینی مقصد نه تنها به ابعاد اقتصادی بلکه به بازنمایی هویت و حافظه جمعی نیز توجه دارد.

با وجود پژوهش های جهانی گسترده در زمینه گردشگری سیاه (Stone, Lennon & Foley, 2000) و مطالعاتی که به ظرفیت های توسعه این نوع گردشگری و بررسی انگیزه گردشگران در ایران اشاره کرده اند (Sarkar et al., 2022; Lotfi, 2013; Jamalian et al., 2020)، به ندرت پژوهشی نظام مند و جامع وجود دارد که به طور ویژه به بسترهای شکل گیری گردشگری سیاه در سطح استانی پردازد و پیوند میان گردشگری سیاه و بازآفرینی مقصد را آشکار نماید. از این رو این پژوهش، با رویکرد ترکیبی و مدل سازی معادلات ساختاری (SEM)، تلاش می کند بسترهای شکل گیری گردشگری سیاه در استان گیلان را شناسایی، تبیین و اولویت بندی نماید. همچنین، میزان اثرگذاری این بسترها بر قصد بازدید گردشگران و بازآفرینی مقصد بررسی می شود و نهایت راهبردهایی برای توسعه پایدار این گونه گردشگری و تنوع بخشی به محصولات گردشگری و ارتقای جایگاه رقابتی گیلان ارائه خواهد شد.

مروری بر ادبیات موضوع

گردشگری در دهه های اخیر، به عنوان یکی از صنایع خلاق و تجربه محور، با گرایش های متنوعی همراه شده که هر یک به نوعی نیازها و سلیقه های جدید گردشگران را پاسخ می دهند. یکی از گرایش های مهم و بحث برانگیز گردشگری سیاه است که به بازدید از مکان هایی مرتبط با مرگ، فجایع و حوادث مصیبت بار اختصاص دارد. اصطلاح گردشگری سیاه را نخستین بار لنون و فولی^۱ (2000) به طور منسجم مطرح کردند، که آن را «سفر به مکان هایی که مستقیم یا غیرمستقیم با مرگ و مصیبت پیوند خورده اند و در حافظه زنده نسل حاضر رخ داده اند» تعریف کردند. این نویسندگان تأکید داشتند که جذابیت این نوع گردشگری اتکای چشمگیری به «کالایی سازی مصیبت» و مصرف نمادین مکان های دردناک دارد. سیتون^۲ (1996) اصطلاح تاناتوریسم^۳ (مرگ گردی) را مطرح و آن را چنین تعریف کرد: «سفر

4. Stone
5. Biran
6. Light

1. Lennon and Foley
2. Seaton
3. Thana Tourism

جدول ۱: تعاریف مرتبط با گردشگری سیاه و تاناتورسم

تعریف	نویسنده(ها)
گردشگری سیاه: «بازدید از هر مکانی که با مرگ، فاجعه و مصیبت در قرن بیستم مرتبط باشد، با اهداف یادبود، آموزش یا سرگرمی»	Foley and Lennon (1997, p. 155)
گردشگری سیاه: «بازدید از مکان‌هایی که در آن‌ها مصیبت‌ها یا مرگ‌های تاریخی مهمی رخ داده و همچنان زندگی ما اثر می‌گذارند»	Tarlow (2005, p. 48)
گردشگری سیاه: «سفر به مکان‌هایی که با مرگ، فاجعه، اعمال خشونت، مصیبت، صحنه‌های مرگ و جنایات علیه بشریت مرتبط‌اند»	Preece and Price (2005, p. 192)
گردشگری سیاه: «سفر به مکان‌هایی که با مرگ، رنج و جنبه‌های ظاهراً وحشت‌انگیز مرتبط‌اند»	Stone (2006, p. 146)
گردشگری سیاه: «ارائه و مصرف (توسط بازدیدکنندگان) مکان‌های واقعی و تجاری‌سازی‌شده مرگ و فاجعه»	Foley and Lennon (1996, p. 198)
گردشگری تاناتور: «گردشگری به مکان‌های شناخته‌شده جهانی یادبود»	Knusden (2011, p. 57)
گردشگری سیاه: «جایی که تجربه گردشگر اساساً متشکل از احساسات تاریک مانند درد، مرگ، وحشت یا اندوه است...»	Ashworth (2016, p. 234)
گردشگری تاناتور: «میراثی که حول جاذبه‌ها و مکان‌های مرتبط با مرگ، اعمال خشونت، صحنه‌های فاجعه و جنایات علیه بشریت ساخته شده است»	Dann and Seaton (2013, p. 24)

شود (Stone, 2011). این رویکرد میان‌رشته‌ای این امکان را مهیا می‌کند که روابط پیچیده و متنوع میان عرضه و تقاضای تجربه‌های گردشگری میراث سیاه، شیوه‌های گوناگون ارائه و مصرف مرگ و گذشته‌های دردناک، و همچنین ماهیت ذهنی و متنوع تجربه‌های بازدیدکنندگان بررسی شود؛ تجربه‌هایی که در آن‌ها آموزش، یادبود و بزرگداشت همچنان نقش پررنگی دارند (Stone, 2009; Sharply & Stone, 2009). گردشگری سیاه یکی از انواع گردشگری جاویژه (نیچ) یا به عبارت بهتر یکی از میکرونیچ‌ها است. کارشناسان صنعت گردشگری معتقدند هر محصول گردشگری برای هر مصرف‌کننده‌ای مطلوب و دلپذیر نیست؛ بنابراین، آن‌ها سعی دارند محصولاتی را به وجود آورند که برای مخاطبان خاصی مطلوب باشد، که یکی از این نیچ‌ها گردشگری سیاه است. البته، گردشگری سیاه بازار نیچ جدیدی نیست (Lotfi, 2013, p. 23). جدول ۲ انواع گردشگری سیاه همراه با نمونه‌هایی از هر مورد را نشان می‌دهد.

از میان تعاریف ارائه‌شده در جدول ۱، تعریف تارلو (2005, p. 48) به‌ویژه مفید است، چراکه او گردشگری سیاه را چنین تعریف می‌کند: «بازدید از مکان‌هایی که مصیبت‌ها یا مرگ‌های مهم تاریخی در آن‌ها رخ داده و همچنان بر زندگی ما اثر می‌گذارند». این تعریف هم به انگیزه‌های افراد برای سفر به این مکان‌های تاریک توجه دارد و هم به پیامدهای بالقوه چنین مواجهه‌هایی، چه در سطح فردی و چه در سطح اجتماعی. درحقیقت، مرور ادبیات دانشگاهی نشان می‌دهد که بسیاری از پژوهشگران گردشگری سیاه و تاناتورسم را تنگاتنگ با گردشگری میراث هم‌راستا کرده‌اند تا بتوانند ماهیت پیچیده و تأثیر آن‌ها در بازدیدکنندگان و جامعه را بهتر درک کنند. این تعریف گسترده‌تر و منعطف‌تر امکان درک ماهیت چندبُعدی و پیچیده گردشگری سیاه را فراهم می‌کند و درعین حال این ظرفیت را ایجاد می‌کند که این پدیده از رهگذر چارچوب‌های نوآورانه و تازه‌ای که مرزهای سنتی رشته‌های علمی را درمی‌نوردند کاوش



جدول ۲: انواع گردشگری سیاه

نمونه‌ها و مصادیق معروف	تعریف	نوع گردشگری سیاه
ویرانه‌های یمپی (ایتالیا)، مناطق بازمانده از سونامی ۲۰۰۴ (اندونزی)	سفر به مناطق آسیب‌دیده از بلایای طبیعی یا فجایع انسانی با هدف مشاهده آثار تخریب و آشنایی با زندگی بازماندگان	گردشگری مصیبت
سومالی، اتیوپی، بخش‌هایی از هندوستان	بازدید از مناطق فقیرنشین و قحطی‌زده برای آشنایی با وضعیت زندگی محرومان و پرداخت هزینه‌هایی که به اقتصاد محلی کمک می‌کند	گردشگری فقر
کشورهای دارای قانون اتانازی مانند سوئیس، هلند	سفر به مناطقی با آمار بالای خودکشی یا مناطقی که اتانازی (مرگ ترحم‌آمیز) قانونی است تا دلایل و شرایط اجتماعی-فرهنگی این پدیده مطالعه شود	گردشگری خودکشی
مناطق تحت تأثیر گرم‌شدن زمین، مناطق برخورد شهاب‌سنگ‌ها	سفر به مناطقی که در معرض نابودی و تغییرات شدید محیط‌زیستی قرار دارند و آگاهی از بحران‌هایی مثل تغییر اقلیم و خطرهای زیست‌محیطی	گردشگری پایان جهان
پارک پیروزی در مسکو، موزه جنگ جهانی دوم، موزه‌های دفاع مقدس ایران، مناطق جنگی جنوب ایران	بازدید از جبهه‌های نبرد، موزه‌های جنگ، یادمان‌ها و قبرستان‌های قربانیان جنگ برای آشنایی با تاریخ جنگ و برانگیختن احساس بشردوستی و صلح‌طلبی	گردشگری جنگ
اردوگاه‌های مرگ آلمان نازی (هولوکاست)، آشویتس	سفر به محل‌های کشتار دسته‌جمعی و شکنجه‌های سازمان‌یافته تاریخی با هدف مشاهده ابعاد خشونت و نسل‌کشی	گردشگری فساوت
برج لندن (انگلستان)، زندان لاپلازا (بولیوی)، موزه عبرت تهران	بازدید از زندان‌های تاریخی یا زندان‌های فعال که به نمادهایی از رنج و تنهایی تبدیل شده‌اند و اغلب کارکرد موزه‌ای پیدامی‌کنند	گردشگری زندان

در ادبیات معاصر گردشگری، «گذشته‌گرایی»^۱ و «جست‌وجوی اصالت»^۲ دو محرک کلیدی بازدید از مقاصد سیاه شناخته شده‌اند (Robinson & Novelli, 2007; Stone, 2009). گذشته‌گرایی به نوعی عامل فشار است که بر ارزش‌های تجربی مسافران اثر می‌گذارد و انگیزه آن‌ها را برای رفتن به سفر افزایش می‌دهد (Eshfagh et al., 2019). گردشگری سیاه

1. Nostalgia

2. Authenticity Seeking



گردشگری سیاه (Stone, 2006)، که بر هم‌نشینی لایه‌های آموزش، سرگرمی، همدلی و تأمل تأکید دارد؛ مدل تجربه‌جویی و مصرف سایت‌های تاریک و انگیزش شناختی و هیجانی را یکپارچه می‌کند؛ چارچوب مصرف سوگواری (Seaton, 1996)، که تجربه مرگ و سوگواری را به‌عنوان بخشی از سفر گردشگری تحلیل می‌کند.

در سطح بین‌المللی، پژوهش‌های گسترده‌ای درباره گردشگری سیاه صورت گرفته است، که در ادامه به چند مورد اشاره می‌شود. سانوج^۱ (2025)، در مقاله خود، به بررسی ظرفیت ایالت کراالی کشور هند برای توسعه و ترویج مقاصد گردشگری سیاه می‌پردازد و تمرکز او بر مکان‌هایی است که از نظر تاریخی، فرهنگی یا تراژیک اهمیت دارند. این پژوهش نشان می‌دهد که چنین مکان‌هایی، از جمله مناطقی که برائر رویدادهای تاریخی، بلایای طبیعی یا به‌علت متروکه و تسخیر شدن شناخته شده‌اند، چگونه گردشگرانی را که به ابعاد تاریک‌تر تاریخ علاقه دارند جذب می‌کنند. ژانگ^۲ (2021)، در مقاله خود با عنوان «بررسی تجربه بازدیدکنندگان از سایت‌های گردشگری سیاه مرتبط با بلایای طبیعی»، چهار مکان آسیب‌دیده از بلایای طبیعی در جهان (بیچوان چین، تانگشان چین، پمپی ایتالیا و کرایست چرچ نیوزیلند) را بر اساس تجربه ۱۹۶ شرکت‌کننده، با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و عکس‌های تهیه‌شده توسط خود بازدیدکنندگان، بررسی کرد. یافته‌های او نشان می‌دهد که تجربه کردن چنین محیط‌هایی جنبه‌های شناختی، احساسی، درون‌نگرانه، حسی، ارتباطی و لذت‌جویانه دارد. تفاوت تجربه‌ها در موارد گوناگون حاکی از تنوع و انعطاف‌پذیری تجربه بازدیدکنندگان در این زمینه است. این پژوهش، با توصیف تجربه‌های زیسته گردشگران، به درک چگونگی تجربه و شکل‌گیری سایت‌های گردشگری سیاه پس از بلایای طبیعی کمک می‌کند و هم‌زمان بینش‌های کاربردی درباره خلق تجربه گردشگری ارائه می‌دهد. سونی و آناند^۳ (2017) بیان کرده‌اند که یکی از مسائل اصلی در توسعه گردشگری سیاه کمبود آگاهی و تبلیغات ناچیز این مقاصد است. یان^۴ و همکاران (2016) بر نقش تنظیم‌کننده واکنش‌های هیجانی در

گردشگری سیاه و رابطه بین انگیزه و تجربه تمرکز کردند و نتیجه گرفتند که واکنش‌های عاطفی گردشگران بیش از جنبه‌های شناختی بر تجربه آنان اثر می‌گذارد.

فونسکا^۵ و همکاران (2015) انواع گردشگری غم‌انگیز مانند گردشگری جنگ/میدان نبرد، گردشگری فجایع، گردشگری ارواح و گردشگری قبرستان را بررسی کردند و به این موضوع پرداختند که دیدگاه‌های دوگانه مردم درباره مرگ چگونه بر مطلوب بودن یا نبودن گردشگری سیاه برای سفر اثر می‌گذارد.

رابینسون^۶ (2015) انگیزه‌ها و رفتارهای بازدیدکنندگان از چندین مقصد گردشگری سیاه را بررسی کرد و نتیجه گرفت که آموزش و کنجکاوی محرک‌های اصلی بازدید از این مکان‌ها هستند. علاوه بر این، الگوهای رفتاری بازدیدکنندگان از مکان‌های سیاه با بازدیدکنندگان از مکان‌های روشن مقایسه شد و اختلاف چشمگیری در زمینه جمع‌آوری یادگاری و مصنوعات مشاهده شد. بیتنر^۷ (2011) اظهار داشت که، با وجود قدمت طولانی مکان‌های گردشگری سیاه، بازار چندان گسترده‌ای برای آن‌ها وجود ندارد. این پژوهشگر در تلاش بود مشخص کند که آیا گردشگری سیاه همان کارکرد گردشگری مذهبی یا میراثی را دارد یا خیر. این پژوهش‌فرایندهای ایجاد و بازاریابی گردشگری سیاه را روشن می‌کند. والتر^۸ (2009) به جنبه‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی گردشگری سیاه پرداخت و استدلال کرد که برای ترویج مؤثر سفر باید راه‌حلی میانه در بین ایدئولوژی‌های متضاد یافت. او همچنین نقش رسانه‌ها در ترویج گردشگری سیاه و ماهیت عاطفی انسان‌ها را شناسایی کرد، که موجب شد گردشگری سیاه کالایی ضروری شود.

در ایران نیز پژوهش‌های درباره گردشگری سیاه انجام شده است. سهرابی‌مقدم (2023)، در پایان‌نامه خود، به بررسی درک انگیزه‌های گردشگران در انتخاب گردشگری سیاه پرداخته است. یافته‌های پژوهش او حاکی از وجود تمایز معنادار بین عوامل انگیزشی مؤثر بر انتخاب گردشگری سیاه بود. از این‌رو، عوامل شناختی بیشترین اهمیت و تأثیر و عوامل تبلیغاتی کمترین اهمیت و تأثیر را در انگیزه گردشگران داشت. شوهانی (2023)، در پایان‌نامه‌ای با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تلخ

5. Fonseca
6. Robinson
7. Bittner
8. Walter

1. Sanoj
2. Zhang
3. Soni and Anand
4. Yan

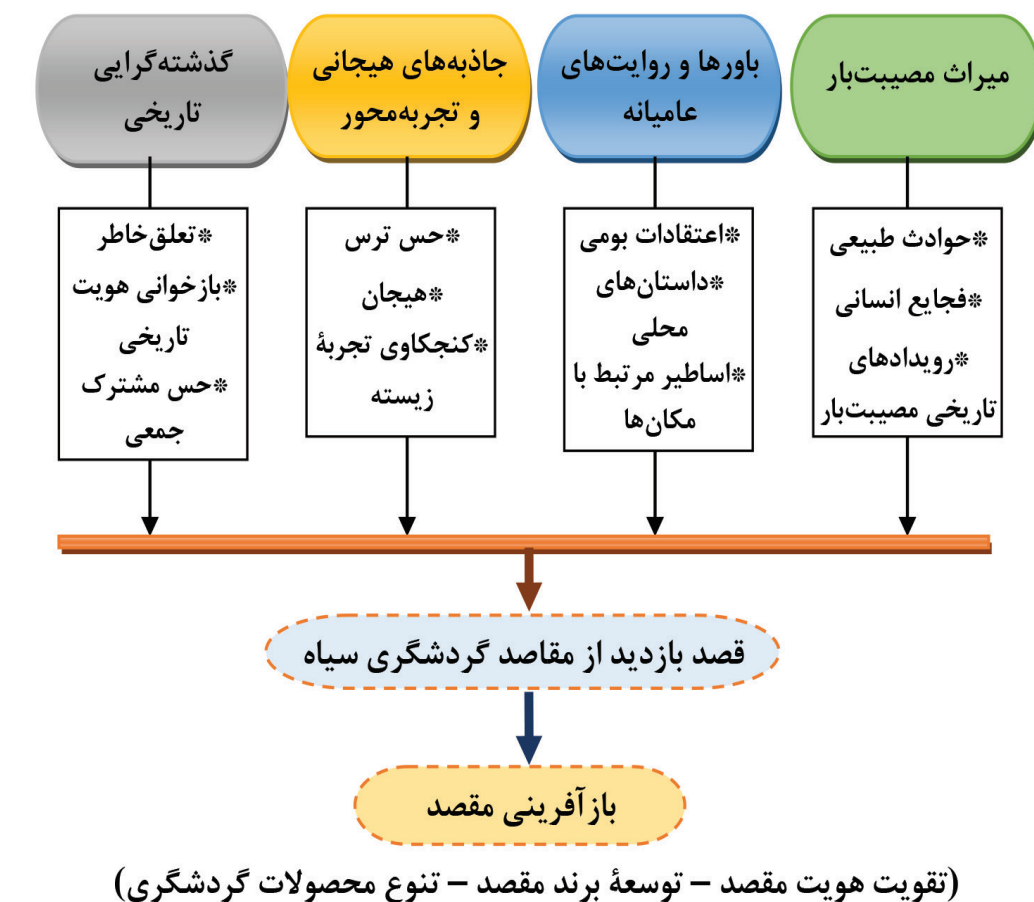


شهدا، نمایشگاه‌های دائمی و موقتی از شهدا و جنگ تحمیلی می‌پردازد و میراث جنگ تحمیلی ایران و عراق را مهم‌ترین ظرفیت گردشگری سیاه در ایران می‌داند. مرور پژوهش‌های خارجی نشان می‌دهد که پژوهشگران گردشگری سیاه به ابعاد متنوعی چون تجربه بازدیدکنندگان (Zhang, 2021)، کمبود آگاهی و تبلیغات (Soni & Anand, 2017)، نقش هیجان‌ات و عواطف (Yan et al., 2016) و تنوع گونه‌های گردشگری سیاه (Fonseca et al., 2015) پرداخته‌اند. این پژوهش‌ها بیانگر آن است که گردشگری سیاه پدیده‌ای چندوجهی است که تحت تأثیر عوامل شناختی، عاطفی، فرهنگی و تاریخی قرار دارد. در ایران نیز، پژوهش‌هایی در حوزه انگیزه‌ها (Sohrabi-Moghaddam, 2023)، عوامل مؤثر بر توسعه (Shohani, 2023; Masoudi Rad, 2018) و موانع و ظرفیت‌های این نوع گردشگری (Ghorbani Sheikhneshin, 2017; Lotfi, 2013; Vosoughi, 2009) انجام شده است. با توجه به ظرفیت‌های گردشگری سیاه استان گیلان، از جمله وقوع زلزله رودبار و منجیل و وجود روایت‌های عامیانه درباره مکان‌های خاص، و نظر به گردشگرپذیر بودن این استان، ظرفیت فراوانی برای توسعه گردشگری سیاه وجود دارد؛ اما تاکنون پژوهش جامعی انجام نشده است که هم‌زمان بسترهای شکل‌گیری این نوع گردشگری، عوامل انگیزشی و تأثیرات آن در بازآفرینی مقصد را در چارچوب مدل‌های کمی - کیفی ترکیبی ارزیابی کند. اگرچه مؤلفه‌های اصلی پژوهش بر پایه ادبیات و مطالعات پیشین شناسایی شد، اما بخش کیفی (مصاحبه با پانزده تن از خبرگان و ذی‌نفعان گردشگری استان گیلان) به‌منظور اعتبارسنجی، بومی‌سازی و تکمیل شاخص‌ها انجام گرفت. تحلیل مضمون نشان می‌دهد که برخی مفاهیم نیازمند بازتعریف متناسب با شرایط فرهنگی و تاریخی گیلان هستند. به این ترتیب، چهار مؤلفه نهایی پژوهش شامل «میراث مصیبت‌بار»، «باورها و روایت‌های عامیانه»، «جاذبه‌های هیجان‌ی و تجربه‌محور» و «گذشته‌گرایی تاریخی» استخراج و نهایی شد و بر اساس آن، پرسش‌های اصلی پژوهش تدوین شد: بسترهای اصلی شکل‌گیری گردشگری سیاه در استان گیلان کدام‌اند؟ هریک از این بسترها چه تأثیری در قصد بازدید گردشگران دارند؟ و قصد بازدید گردشگران چه نقشی در بازآفرینی مقصد ایفا می‌کند؟ فرضیه‌های پژوهش بر وجود روابط مثبت و معنادار میان این بسترها، قصد بازدید گردشگران و درنهایت بازآفرینی مقصد استوار است. در پایان این

با رویکرد کیفی (مورد مطالعه: منطقه جنگی فکه)»، بیان می‌کند که بسیاری از مردم به‌طور فزاینده‌ای به دنبال تجربیات گردشگری جدید و منحصر به فرد برای ارضای طیف گسترده‌ای از انگیزه‌ها هستند. این امر باعث تقسیم‌بندی و ظهور گونه‌شناسی‌های خاص مانند گردشگری تلخ شده است. مسعودی‌راد و همکاران (2018)، در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل موانع توسعه گردشگری سیاه در ایران، نمونه موردی: (منطقه زلزله‌زده بم)»، به شناسایی و اولویت‌بندی موانع توسعه گردشگری سیاه در مناطق زلزله‌زده ایران با تأکید بر منطقه بم پرداختند و راهکارهای مناسبی برای بهبود وضع موجود ارائه دادند. نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان داد که عواملی همچون بازاریابی - تبلیغات، ابعاد اقتصادی و سرمایه‌گذاری و ابعاد و زیرساخت‌های توسعه بیشترین نقش را در توسعه نیافتن گردشگری سیاه در محدوده مورد مطالعه داشته است؛ همین‌طور، نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که ابعاد بازاریابی - تبلیغات و ابعاد و زیرساخت‌های توسعه بیشترین میزان همبستگی را با توسعه نیافتن گردشگری سیاه در منطقه بم داشته است. قربانی شیخ‌نشین (2017)، در پایان‌نامه‌ای با عنوان «اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گردشگری سیاه با استفاده از تکنیک ISM»، گردشگری سیاه را از موضوعات جدید و کمترکارشده در ایران و جهان دانسته و عوامل مؤثر بر گردشگری سیاه را سطح‌بندی کرده است. لطفی (2013)، در پایان‌نامه خود با عنوان «مطالعه توانمندی‌های گردشگری سیاه در جهت توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر مدل SWOT»، چشم‌انداز جدیدی با رویکرد فرهنگی در زمینه گردشگری سیاه را در افق برنامه‌های کلان گردشگری مطرح و بیان کرد که با شفاف‌سازی هرچه بیشتر این نیمه‌های تاریک اما دلپذیر گردشگری زمینه لازم برای توسعه هرچه بیشتر آن فراهم می‌آید. حاجی‌نژاد و همکاران (2013)، در مقاله خود با عنوان «برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری جنگ هم‌پیوند با سایر جاذبه‌ها در استان ایلام»، نگرش متخصصان استان را درباره توسعه گردشگری جنگ (نوعی از گردشگری سیاه) مثبت اعلام نموده‌اند. این نویسندگان برای برون‌رفت از وضعیت موجود راهبردهایی موضوعی ارائه داده و سپس برنامه اقدام راهبردی توسعه گردشگری جنگ برای غلبه بر مسائل و نیل به وضعیت بهتر را در سطح استان ارائه نموده‌اند. وثوقی (2009)، در پژوهشی با عنوان «جاذبه‌های گردشگری سیاه»، در بررسی ظرفیت‌های متعدد گردشگری سیاه در ایران، به موزه عبرت، موزه



بخش، نمودار مفهومی پژوهش بر اساس مرور ادبیات و یافته‌های کیفی تدوین شده است که نشان می‌دهد چهار مؤلفه اصلی (میراث مصیبت‌بار، باورها و روایت‌های عامیانه، جاذبه‌های هیجانی و گذشته‌گرایی



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

به‌علت برخورداری از تنوع تاریخی، حوادث طبیعی (مانند زلزله رودبار و منجیل) و روایت‌های فرهنگی غنی مرتبط با گردشگری سیاه (نهضت جنگل، وقایع مرتبط با جنگ جهانی دوم و...) صورت گرفت. جدول ۳ منابع گردشگری سیاه استان را در چهار مؤلفه اصلی پژوهش نشان می‌دهد. شناسایی این منابع از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان گردشگری، بررسی اسناد و منابع تاریخی، گزارش‌های رسمی و مشاهده میدانی پژوهشگر انجام شد. این ترکیب روش‌ها امکان مثلث‌سازی داده‌ها و افزایش دقت در تدوین جدول را فراهم ساخت.

روش‌شناسی

پژوهش در دو مرحله کیفی و کمی و در چارچوب رویکرد ترکیبی اکتشافی متوالی انجام شد. در مرحله کیفی، ابتدا مؤلفه‌ها و شاخص‌ها شناسایی شد و در مرحله کمی، ابزار پرسشگری بر اساس یافته‌های کیفی تدوین و مدل مفهومی آزموده شد. مرحله کیفی امکان شناسایی عوامل و شاخص‌های بومی را فراهم ساخت و مرحله کمی امکان آزمون روابط مفهومی در جامعه گردشگران را فراهم آورد. این پژوهش طی دو بازه زمانی فروردین تا شهریور ۱۴۰۲ و شهریور تا بهمن ۱۴۰۳ در استان گیلان انجام شد. انتخاب این استان

جدول ۳: منابع گردشگری سیاه استان گیلان

محور اصلی	بستر و رویداد	شرح و ویژگی‌ها	مصادقات‌های مکانی و جغرافیایی
میراث مصیبت‌بار	گورستان‌های تاریخی گیلان	گورستان‌های قدیمی با قدمت تاریخی و آیین‌های تدفین، روایتگر فقدان، سوگواری و فرهنگ مرگ. این مکان‌ها واجد ارزش‌های فرهنگی، تاریخی و هویتی بومی‌اند.	*گورستان‌های تاریخی شهرستان‌های استان *گورستان‌های اشکانی استان گیلان در نوروز محله و میان‌رود پره‌سر، عمارلو، رحمت‌آباد رودبار، لپارسنگ املش. *گورستان لهستانی‌های انزلی
	زلزله رودبار و منجیل	بزرگ‌ترین رخداد طبیعی مصیبت‌بار معاصر در گیلان که موجب ویرانی گسترده، مرگ بیش از ۳۵ هزار نفر، و دگرگونی عمیق زندگی و فرهنگ محلی شد؛ بازدید از بقایای بازسازی‌شده و روایت بازماندگان تجربه‌ای عمیق از سوگواری و بازاریابی را فراهم می‌کند.	*محدوده رودبار و منجیل *روستاهای آسیب‌دیده محور قزوین-رشت *گورستان‌های جمعی قربانیان زلزله
	محل ترور استاندار گیلان	نماد خشونت‌های سیاسی دهه ۱۳۶۰ و ترورهای سازمان‌یافته (شهید انصاری (استاندار) و شهید نورانی (معاون استاندار گیلان)); نقطه‌ای از حافظه جمعی سیاسی-اجتماعی گیلان	رشت، خیابان لاکانی
باورها و روایت‌های عامیانه	جنبش جنگل	یکی از روایت‌های حماسی و درعین‌حال مصیبت‌بار تاریخ معاصر قیامی علیه اشغال خارجی و ظلم داخلی بود که با شهادت میرزا کوچک‌خان به پایان رسید. بازدید از اماکن مرتبط، آیین‌های محلی گرامیداشت و داستان‌سرایی بومی، ابعاد آیینی و روایی جنبش را نمایان می‌کند.	*خانه میرزا کوچک‌خان جنگلی در سبزه‌میدان رشت *آرامگاه میرزا کوچک‌خان و یارانش در گورستان سلیمانداراب *میدان و آرامگاه دکتر حشمت *مشهد میرزا در آلاله‌پشته ماسال
	روایت‌های محلی و آیینی پیرامون جنبش جنگل و شهادت میرزا کوچک‌خان	باورهای عامیانه درباره وفاداری یاران، آیین سوگواری مردمی، احترام به قهرمانان ملی و بازتاب آن در شعر و ادبیات فولکلوریک؛ این باورها موجب هویت‌بخشی به گردشگری سیاه شده‌اند.	*محله‌های تاریخی رشت و ماسال *محافل و انجمن‌های فرهنگی مرتبط با میرزا کوچک‌خان
	کلبه وحشت انزلی	برساخته از روایت‌های محلی درباره ارواح، صداهای مرموز و رخداد‌های ماورایی؛ نمونه‌ای از جاذبه‌های رمزآلود مبتنی بر فرهنگ شفاهی	بندرانزلی، جنگل هفت دغنان



محور اصلی	بستر و رویداد	شرح و ویژگی‌ها	مصادقات‌های مکانی و جغرافیایی
جاذبه‌های هیجانی و تجربه محور	موزه جنگ جهانی دوم (ونگارد)	نخستین موزه تخصصی روایت جنگ جهانی دوم در ایران؛ بازدیدکنندگان در تجربه‌ای همه‌جانبه با یونیفرم‌ها، اسناد، فیلم‌ها و داستان‌های اشغال ایران مواجه می‌شوند. در کنار فضای یادمانی، تجربه مواجهه با نمادهای جنگ و خشونت جاذبه هیجانی و آموزنده‌ای خلق می‌کند.	* موزه ونگارد در استان گیلان
	مسیرهای بمباران و اشغال ارتش سرخ	بازدید از مناطق بمباران شده توسط هواپیماهای شوروی، مکان‌های اشغال ارتش سرخ و روایت‌های بازماندگان بخشی از تجربه میدانی مصیبت و هیجان حضور در بستر رویدادهای جنگ جهانی دوم است.	* سبزه میدان رشت * محله‌های بمباران شده انزلی و لاهیجان * ساختمان‌های مصادره شده و پادگان‌های ارتش سرخ
	محل اعدام شهدای مشروطه	یادمان شهادت چهار مبارز مشروطه خواه در جریان اشغال قزاقان روس؛ بازنمایی تاریخی خشونت و فداکاری	رشت، (پشت بیمارستان پورسینا) خیابان پرستار
گذشته‌گرایی تاریخی	سبزه میدان رشت (محل قرائت نخستین اعلامیه جمهوری)	میدانی با کارکرد تاریخی و هویت نمادین برای جنبش جنگل و نیز صحنه اشغال روس‌ها؛ هم‌زمان حاوی دو لایه گذشته‌گرایی ملی‌گرایی و خاطره تراژیک اشغال است.	* سبزه میدان رشت
	خانه و آرامگاه مشاهیر نهضت جنگل	خانه موزه میرزا کوچک خان و آرامگاه او و یارانش هم‌زمان حس گذشته‌گرایی مقاومت، فقدان و بازسازی هویت را بازتاب می‌دهد؛ حضور گردشگر در این مکان‌ها با یادآوری گذشته‌ای آرمان‌گرایانه همراه است.	* خانه میرزا کوچک خان در محله استادسرای رشت * گورستان سلیمانداراب * میدان دکتر حشمت
	یادمان‌ها و بقایای زلزله رودبار و منجیل	روایت گذشته‌گرایانه زندگی پیش از زلزله، خاطرات بازماندگان و نمادهای احیا و بازسازی بخشی از میراث ملموس و ناملموس مردم منطقه است که یادآور تاب‌آوری و امید است.	* شهر رودبار و منجیل * روستاهای بازسازی
	سکونتگاه متروکه کهنه ماسوله (در پی شیوع وبا)	مهاجرت تدریجی مردم در اثر همه‌گیری وبا در دوره قاجار نمادی از تاریخ بهداشت، فراموشی زیستگاه و حافظه تاریخی سکونت انسانی است.	فومن، منطقه کوهستانی ماسوله قدیم



نظری محقق شد. داده‌های کیفی از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته عمیق صورت پذیرفت. برای اطمینان از اعتبار داده‌های کیفی، یافته‌های اولیه توسط پنج تن از مشارکت‌کنندگان بازبینی شد. همچنین، بررسی کدگذاری‌ها توسط یک همکار پژوهشی صورت گرفت و مثلث‌سازی از طریق ترکیب داده‌های مصاحبه، منابع مکتوب و مشاهدات میدانی به انجام رسید. پرسش‌های کلی شامل برداشت از مفهوم گردشگری سیاه، عوامل زمینه‌ساز و موانع توسعه این گونه گردشگری بود. جدول ۴ مشخصات خبرگان و پرسش‌های اصلی مصاحبه را نشان می‌دهد.

پژوهش در دو مرحله کیفی و کمی به انجام رسید. در مرحله کیفی، جامعه پژوهش شامل پانزده تن از خبرگان گردشگری، مدیران ادارات میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و تورگردانان استان با روش نمونه‌گیری هدفمند بود. معیار ورود به پژوهش دارا بودن سابقه دست‌کم پنج سال فعالیت حرفه‌ای یا پژوهشی در حوزه گردشگری، آشنایی با مفاهیم گردشگری جایگزین و آگاهی از ظرفیت‌های استان قرار داده شد. تعیین تعداد مصاحبه‌ها بر مبنای اشباع نظری انجام شد؛ به طوری که، پس از سیزده مصاحبه، مضامین اصلی تکرار شد و داده جدیدی به دست نیامد. برای اطمینان، دو مصاحبه دیگر انجام شد و سرانجام با پانزده مصاحبه اشباع

جدول ۴: مشخصات خبرگان و پرسش‌های اصلی مصاحبه

کد	نقش / سمت	سابقه فعالیت	حوزه تخصص	پرسش‌های اصلی
۱خ	مدیر کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان	۲۰ سال	مدیریت گردشگری و میراث فرهنگی	ظرفیت‌ها، موانع، راهکارها
۲خ	معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان	۱۸ سال	برنامه‌ریزی گردشگری	سیاست‌های توسعه، فرصت‌ها و چالش‌ها
۳خ	تورگردان فعال گردشگری فرهنگی	۱۲ سال	اجرای تور	انگیزه‌ها، تجربه‌ها، روایت‌ها
۴خ	کارشناس گردشگری	۱۰ سال	برنامه‌ریزی تور و تحلیل فضا	تحلیل فضا، جاذبه‌ها و تجربه‌ها
۵خ	پژوهشگر گردشگری دانشگاه گیلان	۸ سال	پژوهش گردشگری و گردشگری جایگزین	عوامل مؤثر بر انتخاب مقصد، ارزیابی اثرگذاری
۶خ	مدیر موزه و نگار	۱۵ سال	مدیریت موزه و گردشگری هیجانی	طراحی تجربه، بازخورد بازدیدکننده
۷خ	مسئول اداره برنامه‌ریزی فرهنگی شهرداری رشت	۱۴ سال	برنامه‌ریزی فرهنگی و گردشگری	رویکرد فرهنگی، روایت‌ها و باورهای محلی
۸خ	فعال گردشگری محلی شهرستان رودبار	۹ سال	گردشگری محلی و تجربی	تجربه بازدید گردشگران، چالش‌های عملی
۹خ	استاد گردشگری دانشگاه آزاد واحد رشت	۱۲ سال	گردشگری جایگزین و گردشگری تاریخی	تحلیل تأثیرات، مدل‌سازی تجربه
۱۰خ	مدیر انجمن راهنمایان گردشگری گیلان	۱۶ سال	آموزش و هدایت گردشگران	نقش راهنمایان، تعامل با گردشگران، انگیزه‌ها
۱۱خ	کارشناس میراث فرهنگی شهرستان منجیل	۷ سال	حفظ و معرفی میراث تاریخی	ظرفیت‌ها و محدودیت‌ها، تعامل با گردشگران



کد	نقش / سمت	سابقه فعالیت	حوزه تخصص	پرسش های اصلی
خ ۱۲	پژوهشگر گردشگری تجربی	۱۰ سال	گردشگری هیجانی و سیاه	تجربه های حسی، واکنش های هیجانی گردشگران
خ ۱۳	فعال حوزه صنایع دستی و گردشگری	۱۳ سال	ترویج و توسعه صنایع دستی مرتبط با گردشگری	نقش صنایع دستی در جذب گردشگر، بازآفرینی هویت
خ ۱۴	دهیار روستای گلسرک	۱۱ سال	مدیریت گردشگری محلی و فرهنگی	تعامل جامعه میزبان، روایت ها و باورها
خ ۱۵	راهنمای تور گردشگری تاریخی و جنگل	۹ سال	راهنمایی و روایتگری تاریخ و فرهنگ محلی	روایت های تاریخی، تجربه گردشگران، تعامل با مکان ها

افزایش دقت و برآزش بهتر مدل، ۳۸۴ پرسش نامه تحلیل شد. شایان ذکر است که جامعه میزبان و ذی نفعان محلی نیز نقش مهمی در بازآفرینی مقصد دارند؛ اما، به علت محدودیت های زمانی و دسترسی، تمرکز این پژوهش بر گردشگران و فعالان حوزه گردشگری بود. این محدودیت نقطه ضعف پژوهش است و پیشنهاد می شود در پژوهش های آینده جامعه میزبان نیز لحاظ شود. گردآوری داده های کمی از طریق پرسش نامه محقق ساخته مبتنی بر یافته های کیفی و پیشینه نظری انجام شد. جدول ۵ مشخصات جمعیت شناختی پاسخگویان به پرسش نامه و مکان های مراجعه شده بیان شده است.

در مرحله کمی، جامعه آماری شامل گردشگران داخلی و فعالان حوزه گردشگری استان گیلان بود. حجم نمونه، ۳۸۴ نفر، بر اساس فرمول کوکران با سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای مجاز ۵ درصد و با روش نمونه گیری تصادفی ساده از میان مراجعان به جاذبه های گردشگری و مراکز اطلاع رسانی گردشگری استان انجام شد؛ با عنایت به اینکه، در روش معادلات ساختاری، حجم نمونه بر اساس تعداد سازه ها و شاخص ها تعیین می شود (Hair et al., 2019). با توجه به بیست گویه پرسش نامه، دست کم دو بیست نمونه کافی بود؛ اما، با توجه به اینکه جمع آوری پاسخ های از طریق ارسال لینک پرسش نامه برخط به بازدیدکنندگان و مراجعان صورت می گرفت، به منظور

جدول ۵: مشخصات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان پرسش نامه

ردیف	مکان پرسشگری (شهر / منطقه / جاذبه)	گروه مشارکت کننده	تعداد نمونه (نفر)	درصد از کل نمونه
۱	رشت (سبزه میدان، آرامگاه میرزا کوچک خان)	گردشگران داخلی (بازدیدکنندگان) + فعالان گردشگری (دفاتر خدمات و راهنمایان)	۱۱۰	۲۸/۶
۲	رودبار و منجیل (مناطق زلزله زده و یادمان ها)	گردشگران داخلی + کارشناسان میراث و راهنمایان محلی	۷۵	۱۹/۵
۳	بندرانزلی (موزه و نگار، گورستان تاریخی)	گردشگران داخلی + کارکنان موزه + مسئولان مراکز گردشگری	۷۰	۱۸/۲
۴	لاهیجان و فومن (آثار تاریخی و روایت های عامیانه)	گردشگران داخلی + تورگردانان محلی + انجمن های بومی	۶۵	۱۶/۹
۵	آستارا و نالش (مکان های فرهنگی - تاریخی و مرزی)	گردشگران داخلی + فعالان صنایع دستی و گردشگری محلی	۶۴	۱۶/۸
جمع	—	—	۳۸۴	۱۰۰

پرسش‌نامه شامل بیست گویه در طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای بود که ابعاد میراث مصیبت‌بار، باورها و روایت‌های عامیانه، جاذبه‌های هیجانی، گذشته‌گرایی تاریخی، قصد بازدید و بازآفرینی مقصد را پوشش می‌داد. این ابزار پژوهشی توسط پنج تن از متخصصان گردشگری و روش تحقیق بازبینی شد و آزمون مقدماتی

روی سی نفر انجام شد و مقادیر آلفای کرونباخ برای ابعاد اصلی بین ۰/۸۱ تا ۰/۹۱ به دست آمد. روایی سازه با تحلیل عاملی تأییدی (CFA) بررسی و پایایی ترکیبی نیز با معیار CR در نرم‌افزار اسمارت‌پی‌ال‌اس تأیید شد. جدول ۶ متغیرها، شاخص‌ها و گویه‌های پژوهش و شیوه استخراج آن‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۶: متغیرها، شاخص‌ها و گویه‌های پژوهش

منبع	گویه‌ها	شاخص	مؤلفه
مصاحبه	<p>۱. بازدید از زلزله رودبار تجربه‌ای گذشته‌گرا و آموزنده است.</p> <p>۲. یادمان‌های جنگ جهانی دوم (موزه و نگارده) حس خشونت تاریخی را منتقل می‌کند.</p> <p>۳. گورستان‌های تاریخی مانند گورستان لهستانی‌ها جنبه فرهنگی و تاریخی دارند.</p> <p>۴. بقایای حوادث طبیعی مانند زلزله منجیل باعث درک بهتر از فجایع می‌شود.</p>	مکان‌های تاریخی مصیبت‌زده	میراث مصیبت‌بار
	<p>۵. محل ترور استاندار و معاون استاندار گیلان تجربه تاریخی و اندوه‌بار ایجاد می‌کند.</p> <p>۶. مکان‌های مرتبط با نهضت جنگل بازتاب‌دهنده مقاومت و فداکاری‌اند.</p> <p>۷. یادمان شهدای مشروطه تجربه تاریخی را تقویت می‌کند.</p>	یادمان‌های سیاسی	
مصاحبه	<p>۸. آیین‌های محلی مرتبط با سوگواری‌ها تجربه فرهنگی را تقویت می‌کنند.</p> <p>۹. داستان‌ها و روایت‌های بومی موجب افزایش جذابیت گردشگری سیاه می‌شوند.</p> <p>۱۰. باورهای عامیانه درباره قهرمانان ملی حس احترام و پیوند فرهنگی ایجاد می‌کند.</p> <p>۱۱. بازتاب وقایع تاریخی در شعر و ادبیات فولکلوریک تجربه گردشگران را غنی می‌کند.</p>	آیین‌ها و فرهنگ محلی	باورها و روایت‌های عامیانه
مصاحبه + پیشینه	<p>۱۲. بازدید از کلبه وحشت انزلی تجربه هیجانی و ماورایی ایجاد می‌کند.</p> <p>۱۳. بازدید از مناطق بمباران‌شده توسط هوایماهای شوروی، مکان‌های اشغال ارتش سرخ و روایت‌های بازماندگان تجربه‌ای اندوه‌بار و هیجانی فراهم می‌کند.</p> <p>۱۴. تجربه حضور در موزه و نگارده با نمادهای جنگ هیجان و آموزش را ترکیب می‌کند.</p> <p>۱۵. بازدید از آثار خشونت سیاسی تجربه عاطفی و هیجانی ایجاد می‌کند.</p>	تجربه هیجانی و مواجهه با رویدادها	جاذبه‌های هیجانی و تجربه‌محور



منبع	گویه‌ها	شاخص	مؤلفه
مصاحبه	۱۶. جلوه‌های بصری تاریک در مکان‌ها باعث درک بهتر مفهوم اندوه می‌شوند. ۱۷. مواجهه با محیط‌های تخریب‌شده احساسات همدلی و تأمل را برمی‌انگیزد.	تجربه حسی و روان‌شناختی	
پیشینه + مصاحبه	۱۸. حضور در سبزه‌میدان رشت حس بازآفرینی هویت تاریخی و فرهنگی ایجاد می‌کند. ۱۹. بازدید از خانه و آرامگاه میرزا کوچک‌خان گذشته‌گرایی مقاومت و آرمان‌گرایانه را تداعی می‌کند. ۲۰. بازدید از روستاهای بازسازی‌شده زلزله رودبار تجربه حافظه تاریخی و تاب‌آوری محلی را تقویت می‌کند.	گذشته‌گرایی و حافظه تاریخی	گذشته‌گرایی تاریخی

رخدادهای تاریخی - سیاسی: جنبش جنگل، وقایع مرتبط با جنگ جهانی دوم و پیامدهای آن و یادمان‌ها؛ بقایای فیزیکی: آثار و بقایای برجای مانده از فجایع. «زلزله رودبار مثل یک سند زنده است. خیلی از گردشگران دوست دارند ببینند چه اتفاقی افتاده و چطور مردم دوباره زندگی را ساختند.» (کد مصاحبه: P۶)

مضمون دوم: باورها و روایت‌های عامیانه. این مضمون به نقش روایت‌های محلی و باورهای فرهنگی در جذابیت مکان‌های سیاه اشاره دارد. مقوله‌های فرعی استخراج‌شده آن عبارت است از: روایت‌های اسطوره‌ای: داستان‌ها و باورهای بومی درباره نحسی یا قداست بعضی مکان‌ها؛ آیین‌ها و نمادها: سنت‌های سوگواری و یادبود؛ تأثیر روایت‌های محلی: نقش داستان‌ها در شکل‌گیری حس کنجکاوی و تمایل به بازدید.

«بعضی‌ها اعتقاد دارند کلبه وحشت انزلی نفرین شده است و نحسی به همراه دارد، بعضی‌ها برعکس، برای یافتن واقعیت به سمت این مکان می‌روند تا راز آن را کشف کنند.» (کد مصاحبه: P۱۱)

مضمون سوم: جاذبه‌های هیجانی و تجربه‌محور. این مضمون به ابعاد عاطفی، هیجانی و تجربه‌محور بازدید از مقاصد گردشگری سیاه می‌پردازد. مقوله‌های فرعی این مضمون عبارت‌اند از: تجربه هیجان و ترس کنترل‌شده: لذت تجربه مکان‌های متفاوت و بعضاً هولناک؛ کنجکاوی و نوجویی: انگیزه برای مواجهه با روایت‌های دست‌اول؛ فتاوری‌های نوین: جذابیت بازسازی وقایع با واقعیت مجازی و فتاوری‌های تعاملی.

روش‌های تحلیل داده‌ها در بخش تحلیل کیفی با روش تحلیل محتوای مضمون‌محور انجام شد. مراحل شامل کدگذاری باز، محوری و انتخابی بود که برای تجلیل داده‌ها از نرم‌افزار مکس کیودی‌ای استفاده شد. در بخش تحلیل کمی، ابتدا توصیف داده‌ها (میانگین، انحراف معیار) در اسپاس انجام شد. سپس مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با نرم‌افزار اسمارت‌پی‌ال‌اس ۴ برای آزمون روابط بین متغیرها اجرا شد و شاخص‌های برازش مدل شامل SRMR، AVE، CR و ضریب مسیرها گزارش شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های کیفی پژوهش حاصل تحلیل محتوای پانزده مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران گردشگری، مدیران اجرایی و راهنمایان محلی بود. تحلیل داده‌ها در چهار مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری، کدگذاری انتخابی و اعتباربخشی مضامین به کمک نرم‌افزار مکس کیودی‌ای ۲۰۲۲ انجام شد. در نهایت، چهار مضمون اصلی و دوازده مقوله فرعی به‌عنوان بسترهای شکل‌گیری و توسعه گردشگری سیاه در استان گیلان شناسایی شد.

مضمون نخست: میراث مصیبت‌بار. این مضمون به ظرفیت‌های تاریخی و حوادث طبیعی - انسانی استان اشاره دارد که منابع اصلی شکل‌گیری گردشگری سیاه تلقی می‌شوند. مقوله‌های فرعی استخراج‌شده آن، که نشانه‌های عینی تاریخ مصیبت و اندوه‌اند، عبارت‌اند از: رخدادهای طبیعی: وقوع زلزله رودبار و منجیل که موجب ویرانی گسترده و تلفات انسانی شد؛



«واقعیت مجازی اگر باشد، مردم راحت‌تر این حوادث را لمس می‌کنند و برایشان جذاب‌تر می‌شود.» (کد مصاحبه: P۳)

مضمون چهارم: گذشته‌گرایی تاریخی. این مضمون به پیوند احساسی گردشگران با گذشته و حس تعلق به روایت‌های جمعی اشاره دارد. مقوله‌های فرعی این مضمون عبارت‌اند از: بازخوانی گذشته: مواجهه با

خاطرات تلخ به‌عنوان بخشی از تاریخ مشترک؛ تجربه حس همدلی: همدردی با آسیب‌دیدگان و بازماندگان؛ تعلق خاطر تاریخی: احساس هویت مشترک با مردم منطقه.

«گاهی دیدن این مناطق فقط از سر کنجکاوی نیست؛ حس می‌کنی باید بدانی این‌ها چه گذشته‌ای دارند.» (کد مصاحبه: P۸)

جدول ۷: کدگذاری باز، محوری و انتخابی مضامین کیفی

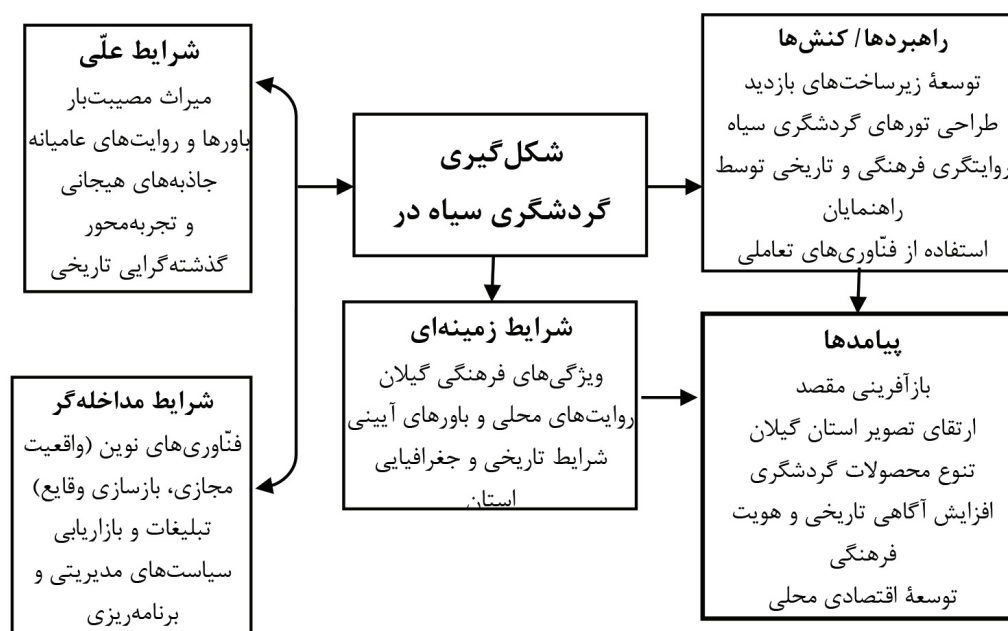
مضمون انتخابی (تم اصلی)	کدگذاری محوری (مقوله‌های فرعی)	کدگذاری باز (کدهای اولیه)
میراث مصیبت‌بار	رخدادهای طبیعی	آشنایی با زلزله رودبار
میراث مصیبت‌بار	رخدادهای تاریخی - سیاسی	روایت فجایع انسانی و جنگ
میراث مصیبت‌بار	یادمان‌ها و بقایای فیزیکی	بقایای تخریب‌شده و آثار ثبت‌شده
باورها و روایت‌های عامیانه	روایت‌های اسطوره‌ای	داستان‌های محلی درباره نفرین یا تقدس مکان‌ها
باورها و روایت‌های عامیانه	آیین‌ها و نمادها	سنت‌های سوگواری و آیین‌های مرتبط
باورها و روایت‌های عامیانه	تأثیر روایت‌های محلی	تأثیر داستان‌های بومی در ذهنیت گردشگران
جاذبه‌های هیجانی و تجربه‌محور	تجربه هیجان و ترس	تجربه ترس کنترل‌شده در بازدید
جاذبه‌های هیجانی و تجربه‌محور	کنجکاوی و نوجویی	علاقه به مکان‌های متفاوت و مرموز
جاذبه‌های هیجانی و تجربه‌محور	فناوری‌های نوین	اهمیت استفاده از واقعیت مجازی برای بازسازی تاریخ
گذشته‌گرایی تاریخی	بازخوانی گذشته	مواجهه مستقیم با گذشته
گذشته‌گرایی تاریخی	تجربه حس همدلی	احساس همدردی با بازماندگان
گذشته‌گرایی تاریخی	تعلق خاطر تاریخی	حس تعلق به روایت‌های مشترک تاریخی

یافته‌های کیفی نشان می‌دهد که ترکیب میراث مصیبت‌بار، روایت‌های فرهنگی و جاذبه‌های تجربه‌محور بستری غنی برای توسعه گردشگری سیاه فراهم می‌کند. گذشته‌گرایی تاریخی و فناوری‌های

تعاملی تجربه‌زا بازدید را تقویت می‌کنند و وجود باورهای آیینی و روایت‌های محلی بر نگرش گردشگران اثرگذار است. این یافته‌ها مبنای طراحی مدل کمی پژوهش و طراحی گویه‌های پرسش‌نامه شد.

جدول ۸: نتایج تحلیل کیفی (مدل پارادایمیک؛ بر پایه مکس کیودی ای)

مؤلفه پارادایمیک	محتوای استخراج شده (مقوله‌های فرعی)	نمونه نقل قول (کد مصاحبه)
شرایط علی	میراث مصیبت‌بار (زلزله رودبار/منجیل، یادمان‌های جنگ، گورستان‌ها)؛ باورها و روایت‌های عامیانه (اسطوره، آیین‌ها)؛ جاذبه‌های تجربه‌محور (موزه‌ها، مسیرهای بمباران)	«زلزله رودبار مثل یک سند زنده است...» (P6)
پدیده مرکزی	شکل‌گیری تمایل بازدید از «مقاصد سیاه» در گیلان، یعنی ظهور گردشگری سیاه به‌عنوان گرایشی چشمگیر در میان گروه‌های خاصی از بازدیدکنندگان	—
زمینه / کانتکست	بافت تاریخی - فرهنگی گیلان (جنبش جنگل، وقایع جنگ جهانی دوم)؛ ساختار فضایی (مناطق کمتر توسعه‌یافته، روستاها)؛ میراث ملموس / ناملموس مناطق زلزله‌زده	—
شرایط میانجی / تسهیل‌کننده	فناوری‌های نوین روایتگری (واقعیت مجازی)؛ زیرساخت‌های نامناسب یا مناسب؛ سیاست‌گذاری؛ سطح آگاهی رسانه‌ای	«واقعیت مجازی اگر باشد، مردم راحت‌تر این حوادث را لمس می‌کنند...» (P3)
راهبردها / واکنش‌ها	بازنمایی حرفه‌ای یادمان‌ها؛ بهره‌گیری از روایت‌های بومی در بسته‌های گردشگری؛ استفاده از فناوری‌های تعاملی؛ طراحی مسیرهای موضوعی؛ برنامه‌های آموزشی / تأمینی برای حفظ کرامت بازماندگان	—
پیامدها / نتایج	افزایش قصد بازدید؛ تقویت تصویر مقصد و تنوع محصولات؛ بازآفرینی هویتی؛ خطرهای اخلاقی در غیاب راهبردهای اخلاق‌محور	—



شکل ۲: مدل پارادایمیک گردشگری سیاه در استان گیلان (براساس تحلیل کیفی با روش استراوس و کوربین در نرم‌افزار مکس کیودی ای)

این مدل نشان می‌دهد که میراث مصیبت‌بار، باورها و روایت‌های عامیانه، جاذبه‌های هیجانی و تجربه‌محور و گذشته‌گرایی تاریخی به‌عنوان شرایط علی و زمینه‌ای در شکل‌گیری گردشگری سیاه استان گیلان نقش دارند. در این میان، عوامل مداخله‌گر شامل ظرفیت‌های فناورانه (مانند بازسازی واقعیت مجازی)، سیاست‌های مدیریتی و تبلیغات گردشگری است و پیامدهای نهایی در قالب «افزایش قصد بازدید»

جدول ۹: شاخص‌های توصیفی سازه‌های پژوهش

سازه	تعداد گویه	میانگین (۵ امتیاز)	انحراف معیار
میراث مصیبت‌بار	۴	۴/۱۲	۰/۷۴
باورها و روایت‌های عامیانه	۳	۳/۹۰	۰/۷۸
جاذبه‌های هیجانی	۴	۴/۲۳	۰/۶۹
گذشته‌گرایی تاریخی	۳	۴/۰۸	۰/۷۳
قصد بازدید	۳	۴/۱۹	۰/۷۲
بازآفرینی مقصد	۳	۴/۲۵	۰/۶۸

جدول ۱۰ نشان می‌دهد که هر سازه (میراث، روایت‌ها، جاذبه‌های هیجانی، گذشته‌گرایی، قصد بازدید، بازآفرینی) از چه گویه‌هایی تشکیل شده و بار عاملی همه گویه‌ها بیشتر از ۰/۷۰ بوده است؛ بنابراین روایی هم‌گرا تأیید شده است.

جدول ۱۰: سازه‌ها و گویه‌های مدل معادلات ساختاری (SEM)

سازه	متن گویه (گزاره)	کد گویه	بار عاملی
میراث مصیبت‌بار	من اطلاعات کافی درباره تاریخ زلزله رودبار و منجیل دارم.	TH1	۰/۸۱
	بازدید از مکان‌های مرتبط با فجایع طبیعی مانند زلزله یا همه‌گیری وبا برای من اهمیت دارد.	TH2	۰/۷۸
	جنبش جنگل و وقایع تاریخی جنگ جهانی دوم در گیلان را فرصتی برای جذب گردشگر می‌دانم.	TH3	۰/۸۳
	معتقدم مکان‌هایی که در آن‌ها حوادث تلخ رخ داده‌اند بخشی از هویت فرهنگی استان هستند.	TH4	۰/۸۰
باورها و روایت‌های عامیانه	شنیدن داستان‌های محلی و روایت‌های تاریخی درباره مکان‌های خاص برایم جذاب است.	FBN1	۰/۷۷
	باورهای آیینی و اسطوره‌ای درباره برخی مکان‌ها باعث می‌شود به بازدید از آن‌ها فکر کنم.	FBN2	۰/۷۹
	روایت‌های تاریخی و محلی بر تصمیم‌گیری من برای سفر به این مکان‌ها اثرگذار است.	FBN3	۰/۸۳



سازه	متن گویه (گزاره)	کد گویه	بار عاملی
جاذبه‌های هیجانی	تجربه حس ترس کنترل شده در بازدید این مکان‌ها برایم هیجان‌انگیز است.	EEA1	۰/۸۲
	کنجکاوی و نوجویی انگیزه اصلی من برای بازدید از مقاصد گردشگری سیاه گیلان است.	EEA2	۰/۸۵
	حضور در مکان‌های مصیبت‌زده تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای من است.	EEA3	۰/۸۰
	فناوری‌های کامپیوتری مانند واقعیت مجازی و بازسازی وقایع تاریخی بازدید از این مکان‌ها را جذاب‌تر می‌کند.	EEA4	۰/۷۸
گذشته‌گرایی تاریخی	بازدید از این مکان‌ها مرا به گذشته و خاطرات تاریخی پیوند می‌دهد.	HN1	۰/۸۴
	احساس گذشته‌گرایی بازماندگان و خانواده‌های آنان از انگیزه‌های اصلی بازدید این مکان‌ها است.	HN2	۰/۸۲
	شناخت تاریخ واقعی این رویدادها برایم ارزشمند است و حس تعلق ایجاد می‌کند.	HN3	۰/۸۳
قصد بازدید	در آینده نزدیک برای بازدید از سایت‌های گردشگری سیاه استان گیلان برنامه‌ریزی می‌کنم.	IV1	۰/۸۵
	اگر امکان داشته باشد، در تورهای گردشگری سیاه شرکت می‌کنم.	IV2	۰/۸۴
	بازدید از این مقاصد را به دیگران نیز توصیه می‌کنم.	IV3	۰/۸۶
بازآفرینی مقصد	بازدید گردشگران از این مکان‌ها موجب ارتقای تصویر استان می‌شود.	DR1	۰/۸۴
	توسعه گردشگری سیاه باعث تنوع محصولات گردشگری گیلان خواهد شد.	DR2	۰/۸۳
	فعالیت‌های گردشگری سیاه می‌تواند به توسعه اقتصادی، افزایش آگاهی تاریخی و معرفی مقاصد کمتر شناخته شده کمک کند.	DR3	۰/۸۵

جدول ۱۱ شاخص‌های AVE و CR را نشان داشته‌اند، پس پایایی ترکیبی و روایی هم‌گرا تأیید می‌دهد. همه سازه‌ها $AVE > 0.6$ و $CR > 0.8$ شده است.

جدول ۱۱: شاخص‌های روایی هم‌گرا و پایایی ترکیبی (AVE و CR)

سازه	AVE	CR
میراث مصیبت‌بار	۰/۶۵	۰/۸۶
باورها و روایت‌های عامیانه	۰/۶۲	۰/۸۴
جاذبه‌های هیجانی	۰/۶۸	۰/۸۸
گذشته‌گرایی تاریخی	۰/۶۹	۰/۸۷
قصد بازدید	۰/۷۲	۰/۹۰
بازآفرینی مقصد	۰/۷۱	۰/۸۹

جدول ۱۲ ضرایب مسیر استاندارد شده (β) و معناداری آماری (p) را گزارش می‌کند. تمامی مسیرهای موردآزمون معنادار و مثبت است. بیشترین β برای مسیرهای $EAA \rightarrow IV$ و $HN \rightarrow IV$ ثبت شده است که

جدول ۱۲: ضرایب مسیر بین متغیرها

مسیر	ضریب استاندارد β	سطح معناداری (p)
میراث مصیبت‌بار ← قصد بازدید	۰/۴۰	۰/۰۰۱
باورها و روایت‌های عامیانه ← قصد بازدید	۰/۳۴	۰/۰۰۱
جاذبه‌های هیجانی ← قصد بازدید	۰/۳۸	۰/۰۰۱
گذشته‌گرایی تاریخی ← قصد بازدید	۰/۳۶	۰/۰۰۱
قصد بازدید ← بازاریابی مقصد	۰/۵۵	۰/۰۰۱

شاخص‌های ضریب تعیین (R^2) قصد بازدید $R^2 = ۰/۵۹$ ؛ بازاریابی مقصد $R^2 = ۰/۴۶$

جدول ۱۳ ماتریس همبستگی را نشان می‌دهد، که همبستگی‌های بین سازه‌ها مثبت و معنادار است. در ضمن، مقادیر درایه‌های قطر (مقدار ریشه AVE) بزرگ‌تر از همبستگی‌های بین سازه‌ها است که نشان‌دهنده‌ی روایی افتراقی مناسب است.

جدول ۱۳: ماتریس همبستگی بین سازه‌ها (ytidilaV tnamircsiD)

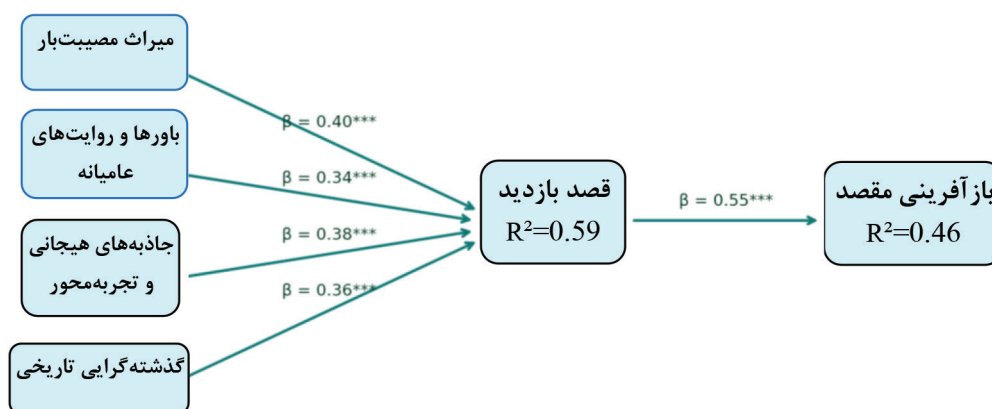
میراث مصیبت‌بار	باورها و روایت‌ها	جاذبه‌های هیجانی	گذشته‌گرایی تاریخی	قصد بازدید	بازاریابی مقصد
۱/۰۰	۰/۵۴	۰/۴۷	۰/۶۱	۰/۵۸	۰/۵۲
۰/۵۴	۱/۰۰	۰/۴۳	۰/۴۹	۰/۵۰	۰/۴۵
۰/۴۷	۰/۴۳	۱/۰۰	۰/۵۶	۰/۵۹	۰/۵۰
۰/۶۱	۰/۴۹	۰/۵۶	۱/۰۰	۰/۶۳	۰/۵۵
۰/۵۸	۰/۵۰	۰/۵۹	۰/۶۳	۱/۰۰	۰/۶۸
۰/۵۲	۰/۴۵	۰/۵۰	۰/۵۵	۰/۶۸	۱/۰۰

مدل مفهومی پژوهش با استفاده از نرم‌افزار اسمارت‌پی‌ال‌اس و روش بوت‌استرپینک (با پانصد نمونه بازنمونه‌گیری) برآورد شد. مضامین کیفی (میراث مصیبت‌بار، باورها و روایت‌ها، جاذبه‌های هیجانی، گذشته‌گرایی تاریخی) به‌عنوان متغیرهای مستقل در مدل پی‌ال‌اس (PLS) تعریف شد و بر اساس مضامین



و گویه‌های استخراج‌شده، پرسش‌نامه بیست‌گویه‌ای ساخته شد. نتایج مدل نشان می‌دهد که همه متغیرهای مستقل بر قصد بازدید اثر معنادار و مثبت می‌گذارند (β ها بین ۰/۳۴ تا ۰/۴۰ و $p < ۰/۰۰۱$). بیشترین تأثیر در قصد بازدید متعلق به «جاذبه‌های هیجانی» ($\beta = ۰/۳۸$) و «گذشته‌گرایی تاریخی» ($\beta = ۰/۳۶$) بود. «قصد بازدید» مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده «بازآفرینی مقصد» ($\beta = ۰/۵۵$) شناخته شد. یافته‌های کیفی نشان می‌دهد که «شرایط میانجی»، مانند فناوری‌های نوین، زیرساخت و روایتگری، شدت اثر جاذبه‌های هیجانی و گذشته‌گرایی را تقویت می‌کنند. این نکته در پی‌ال‌اس نیز منعکس می‌شود؛ چراکه بارهای عاملی و ضریب مسیر بالای جاذبه‌های هیجانی (EEA) نشان‌دهنده قدرت این متغیر در جذب است. بنابراین، مدل مفهومی نهایی نشان می‌دهد: «شرایط علی» (مضامین کیفی) ← افزایش قصد بازدید (متغیر میانجی / پیش‌بینی‌شده در پی‌ال‌اس) ← بازآفرینی مقصد؛ و «شرایط میانجی / راهبردها» شدت این روابط

را تعدیل یا تقویت می‌کنند. برازش کلی مدل نشان می‌دهد که تمامی بارهای عاملی بیشتر از ۰/۰۷۰ بوده و در سطح عالی تأیید شده‌اند (جدول ۱۰). شاخص SRMR برابر با ۰/۵۰ به دست آمد که در محدوده مطلوب ($< ۰/۰۸$) قرار دارد. همچنین، مقادیر AVE تمامی سازه‌ها بیش از ۰/۶۰ و مقادیر CR بیشتر از ۰/۸۲ گزارش شد (جدول ۱۱)، که حاکی از روایی هم‌گرا و پایایی ترکیبی مناسب سازه‌ها است. علاوه بر این، شاخص‌های R^2 برای سازه‌های درون‌زا نشان‌دهنده برازش قابل قبول مدل ساختاری است؛ به طوری که مقدار R^2 برای قصد بازدید برابر با ۰/۵۹ و در سطح متوسط، و برای بازآفرینی مقصد برابر با ۰/۴۶ و در سطح نسبتاً مناسب قرار دارد. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری و ساختاری پژوهش از شرایط لازم برای طراحی مدل نهایی برخوردار و از برازش قوی بهره‌مند است.



شکل ۳: مدل ساختاری (PLS) پژوهش

ظرفیت‌های چندوجهی برای توسعه مقاصد جدید و بازآفرینی هویت مقصد است. در پاسخ به پرسش‌های اصلی پژوهش، یافته‌های به دست آمده از تجزیه و تحلیل کیفی و کمی نشان می‌دهد که بسترهای اصلی گردشگری سیاه در گیلان شامل میراث مصیبت‌بار، جاذبه‌های هیجانی، گذشته‌گرایی تاریخی، باورها و روایت‌های عامیانه، و فناوری‌های نوین است. میراث مصیبت‌بار و جاذبه‌های هیجانی، به علت ماهیت روایت‌محور و احساسی خود، انگیزش قوی برای بازدید ایجاد می‌کنند (Light, Biran et al., 2011; 2017). گذشته‌گرایی تاریخی نیز موجب تقویت حس تعلق و پیوند با گذشته می‌شود (Robinson

چهار بستر مستقل (میراث مصیبت‌بار، باورها و روایت‌های عامیانه، جاذبه‌های هیجانی، گذشته‌گرایی تاریخی) بر قصد بازدید اثر می‌گذارند و قصد بازدید نیز بر بازآفرینی مقصد اثر می‌گذارد. مقادیر β کنار مسیرها نشان‌دهنده ضریب اثر استاندارد شده و ستاره‌ها (***) معناداری $p < ۰/۰۰۱$ را نشان می‌دهند. مقادیر R^2 برای متغیرهای درون‌یاب (قصد بازدید و بازآفرینی مقصد) نیز درون کادر آن‌ها درج شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش به طور مشخص نشان می‌دهد که گردشگری سیاه در استان گیلان واجد



مصیبت‌بار و روایت‌های فرهنگی مشابه در ایران (مانند مناطق زلزله‌زده بم، مناطق جنگ‌زده خوزستان یا موزه‌های جنگ و مقاومت) دارد؛ با این حال، لازم است در سایر بسترها و جوامع پژوهش‌های تکمیلی با رویکرد مقایسه‌ای صورت گیرد. این پژوهش، افزون‌بر تقویت مبانی نظری، کاربردهای عملی مهمی نیز ارائه می‌دهد، از جمله:

- طراحی تورهای روایی چندبعدی که ابعاد آموزشی، هیجانی و گذشته‌گرا را با هم پوشش دهند؛
 - توسعه زیرساخت‌های فناوری واقعیت افزوده و مجازی برای بازآفرینی وقایع تاریخی؛
 - طراحی بسته‌های بازاریابی مبتنی بر روایت و تجربه‌جویی؛
 - تهیه شیوه‌نامه‌های اخلاقی برای جلوگیری از کالایی‌سازی افراطی مصیبت.
- درنهایت، لازم است تأکید شود که توسعه گردشگری سیاه نباید صرفاً فرصت اقتصادی دیده شود. همان‌گونه که لایت (2017) یادآور می‌شود، این نوع گردشگری نیازمند توجه دقیق به ملاحظات اخلاقی و فرهنگی است تا از تحریف تاریخ و بی‌حرمتی به حافظه جمعی جوامع محلی پیشگیری شود. در پایان، بیان می‌شود که گردشگری سیاه در استان گیلان ظرفیت‌های برجسته‌ای برای بازآفرینی هویت مقصد و توسعه پایدار گردشگری فراهم می‌کند. یافته‌های این پژوهش نقش محوری «میراث مصیبت‌بار»، «گذشته‌گرایی تاریخی» و «جاذبه‌های هیجانی» را در تقویت قصد بازدید و تصویر مقصد تأیید می‌کند. این نتایج نشان می‌دهد که برای بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها باید سیاست‌گذاری‌های منسجم و چندسطحی صورت گیرد تا، ضمن احترام به ارزش‌های محلی، زمینه‌های آموزش، یادبود و بازسازی هویت تاریخی فراهم شود.

توصیه‌ها و پیشنهادها

۱. سیاست‌گذاران گردشگری لازم است چارچوبی اخلاق‌محور و پایدار برای توسعه گردشگری سیاه تدوین کنند؛
۲. مدیران مقاصد باید از فناوری‌های نوین (VR و AR) برای ارتقای تجربه بازدید بهره‌گیری کنند؛
۳. فعالان بازاریابی گردشگری می‌توانند بسته‌های روایی چندوجهی طراحی کنند تا گروه‌های گوناگون گردشگران هدف‌گذاری شوند؛
۴. به پژوهشگران آینده توصیه می‌شود پژوهش‌های

(Novelli, 2007; Eshfagh et al., 2019). باورها و روایت‌های عامیانه تأثیر معناداری دارند، اگرچه میانگین نمره آن‌ها کمتر است که به ماهیت مبهم یا آگاهی محدود گردشگران غیربومی نسبت داده می‌شود (Yan et al., 2016). فناوری‌های نوین، از جمله واقعیت مجازی و بازسازی وقایع تاریخی، تجربه هیجانی بازدیدکنندگان را تقویت می‌کند (Lv et al., 2022). این یافته‌ها نشان می‌دهد که بسترهای فرهنگی، تاریخی و فناوری به‌طور مشترک شکل دهنده جذابیت گردشگری سیاه در گیلان هستند. نتایج مدل معادلات ساختاری نشان می‌دهد که میراث مصیبت‌بار و جاذبه‌های هیجانی بیشترین تأثیر مثبت را در قصد بازدید دارند. گذشته‌گرایی تاریخی نیز، با ضریب استاندارد $\beta = 0.36$ ، نقش مهمی در انگیزش بازدیدکنندگان ایفا می‌کند. باورها و روایت‌های عامیانه ($\beta = 0.34$)، اثر مثبت و معناداری دارند، هرچند متوسط نمره کمتر است. فناوری‌های نوین نیز، با تقویت تجربه هیجانی بازدید، انگیزه بازدید را افزایش می‌دهند. بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه مثبت و معنادار بین بسترها و قصد بازدید تأیید می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که قصد بازدید تأثیر مثبت و معناداری در بازآفرینی مقصد دارد ($\beta = 0.55$). این موضوع نشان می‌دهد که توسعه گردشگری سیاه موجب افزایش مدت اقامت، تکرار بازدید، ارتقای تصویر مقصد و تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری خواهد شد (Sharpley & Stone, 2009). بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر نقش مثبت قصد بازدید در بازآفرینی مقصد نیز تأیید می‌شود. برخلاف برخی پژوهش‌ها (Bittner, 2011) که انگیزه‌های آموزشی و هویتی را برجسته می‌کنند، این پژوهش نشان می‌دهد که جاذبه‌های هیجانی و تجربه حس ترس کنترل‌شده در گیلان اهمیت بیشتری دارند. این تفاوت احتمالاً ناشی از تنوع جمعیت نمونه و تفاوت‌های فرهنگی در نگرش به مرگ و فاجعه است (Sanoj, 2025). یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ترکیبی از بسترهای تاریخی، فرهنگی و فناوریانه موجب شکل‌گیری گردشگری سیاه می‌شوند و قصد بازدید گردشگران نقش کلیدی در بازآفرینی مقصد ایفا می‌کند. یافته‌ها فرصت‌های سیاستی و بازاریابی مهمی برای استان گیلان ایجاد می‌کنند تا، با بهره‌گیری از ظرفیت‌های تاریخی و فناوری‌های نوین، گردشگری سیاه را توسعه دهد.

یافته‌های این پژوهش، با توجه به ترکیب جامعه آماری (گردشگران داخلی و ذی‌نفعان استان گیلان)، بیشترین قابلیت تعمیم را به مقاصد دارای پیشینه حوادث



شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش بازاریابی، مؤسسه آموزش عالی غیرانتفاعی آبا.

مسعودی‌راد، ماندانا، احمدی، عبدالمجید و رضایی، مریم (۱۳۹۷). تحلیل موانع توسعه گردشگری سیاه در ایران (نمونه موردی: منطقه زلزله زده بم). گردشگری شهری، ۵(۲)، ۳۵-۵۱.

وثوقی، لیلا (۱۳۸۸). گردشگری تلخ (با تأکید بر گردشگری جنگ). مطالعات مدیریت گردشگری، ۳(۱۰)، ۱۲۸-۱۰۵.

Ashworth, G. J. (2016). The memorialization of violence and tragedy: Human trauma as heritage. In *The Routledge research companion to heritage and identity* (pp. 231-244). Routledge.

Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2000). *The tourist-historic city*. Routledge.

Ashworth, G. J., & Isaac, R. K. (2025). *Have we illuminated the dark? Shifting perspectives on 'dark' tourism*. In *Dark Tourism* (pp. 3-12). Routledge.

Biran, A., Poria, Y., & Oren, G. (2011). Sought experiences at (dark) heritage sites. *Annals of tourism research*, 38(3), 820-841. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.12.001>

Bittner, M. (2011). Dark Tourism "Evaluation of Visitors Experience after Visiting Thanatological Tourist Attractions. *Journal of Turizam*, 15(4), 148-158. <https://doi.org/10.5937/Turizam1104148B>

Dann, G. M., & Seaton, A. V. (2013). *Slavery, contested heritage, and thanatourism*. Routledge.

Eshfagh, S., Khodadad Hosseini, S. H., & Mansouri Moayyed, F. (2019). The Impact of Nostalgia and Experimental Marketing on Customer Satisfaction through

تطبیقی بین منطقه‌ای و بین‌المللی برای اعتبارسنجی مدل مفهومی انجام دهند؛

۵. پژوهشگران می‌توانند بر تحلیل کیفی تجربه زیسته گردشگران با استفاده از روش‌های پدیدارشناسی متمرکز کنند.

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است:

اشفاق، سپیده، خداداد حسینی، سید حمید و منصوری مؤید، فرشته (۱۳۹۸). تأثیر نوستالژی و بازاریابی تجربی بر رضایت مشتریان از طریق تبیین ارزش‌های تجربی: مطالعه‌ای از مکان‌های گردشگری شهر اصفهان. گردشگری شهری، ۶(۲)، ۱۵-۳۲.

حاجی‌نژاد، علی، جاودان، مجتبی و سبزی، برزو (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری جنگ هم‌پیوند با سایر جاذبه‌ها در استان ایلام. مطالعات مدیریت گردشگری، ۸(۲۲)، ۱۴۲-۱۶۸.

سهرابی، مهدیه (۱۳۹۱). دستاوردهای گردشگران داخلی در بازدید از مناطق جنگی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.

سهرابی مقدم، عطیه (۱۴۰۱). درک انگیزه‌های گردشگران در انتخاب گردشگری سیاه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه (س).

شوهانی، معصومه (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تلخ با رویکرد کیفی (مورد مطالعه: منطقه جنگی فکه). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی..

قربانی شیخ‌نشین، الهام (۱۳۹۶). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گردشگری سیاه با استفاده از تکنیک ISM. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی راهبرد شمال.

لطفی، مهدیه (۱۳۹۲). مطالعه توانمندی‌های گردشگری سیاه در جهت توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر مدل SWOT مطالعه موردی: گردشگری سیاه در



- place: Consuming and performing the Jallianwala Bagh. *Tourism Management*, 81, 104168. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104168>
- Jordan, E. J., & Prayag, G. (2022). Residents' cognitive appraisals, emotions, and coping strategies at local dark tourism sites. *Journal of Travel Research*, 61(4), 887-902. <https://doi.org/10.1177/00472875211004761>
- Knusden, B. T. (2011). Thanatourism: Witnessing difficult past. *Tourist Studies*, 11(1), 55-72. <https://doi.org/10.1177/1468797611412064>
- Lennon, J., & Foley, M. (2000). *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*. London: Continuum.
- Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism management*, 61, 275-301. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.011>
- Lotfi, M. (2013). *A Study of Dark Tourism Potentials for the Development of the Tourism Industry Based on the SWOT Model: A Case Study of Dark Tourism in Tehran City*. Master's thesis in Tourism Management (Marketing Orientation), Aba Non-Profit Higher Education Institute. [In Persian]
- Lv, X., Luo, H., Xu, S., Sun, J., Lu, R., & Hu, Y. (2022). Dark tourism spectrum: Visual expression of dark experience. *Tourism Management*, 93, 104580. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104580>
- Masoudi Rad, M., Ahmadi, A., & Rezaee, M. (2018). The Analysis of barriers of dark tourism development in Iran Case study: (earthquake-torn regions of Iran with emphasis on Bam). *Urban tourism*, Explaining Experimental Values: A Study of Isfahan Tourist Attractions. *Urban tourism*, 6(2), 15-32. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.239660.398> [In Persian]
- Evans, G. (2020). Measure for measure: Evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration. *Culture-led urban regeneration*, 116-140.
- Fonseca, A. P., Seabra, C., & Silva, C. (2015). Dark tourism: Concepts, typologies and sites. *Journal of Tourism Research & Hospitality*. <https://doi.org/10.4172/2324-8807.S2-002>
- Foley, M., & Lennon, J. J. (1996). Editorial: Heart of darkness. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 195-197. <https://doi.org/10.1080/13527259608722174>
- Foley, M., & Lennon, J. J. (1997). Dark tourism-an ethical dilemma. *Hospitality, tourism and leisure management: Issues in strategy and culture*, 153-164.
- Ghorbani Sheikhneshin, E. (2017). *Prioritizing the Factors Affecting Dark Tourism Using the ISM Technique*. Master's Thesis, Rahbord Shomal Institute of Higher Education. [In Persian]
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hajinejad, A., Javdan, M., & Sabzi, B. I. (2013). The Gap between Attitude, Knowledge and Environmental Behavior of Tourists. *Tourism Management Studies*, 8(22), 142-168. https://tms.atu.ac.ir/article_1208_en.html [In Persian]
- Jamalian, M., Kavartzis, M., & Saren, M. (2020). A happy experience of a dark

- Seaton, A. (1999) War and thanatourism: Waterloo 1815-1914. *Annals of Tourism Research*, 26 (1), 130-158. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00057-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00057-7)
- Sharpley, R., & Stone, P. R. (Eds.). (2009). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. Multilingual Matters.
- Shohani, M. (2023). *Identifying the Factors Affecting the Development of Dark Tourism Using the Interpretive Structural Modeling (ISM) Approach*, Master's Thesis, Faculty of Social Sciences, Mohaghegh Ardabili University. [In Persian]
- Sohrabi, M. (2012). *Achievements of Domestic Tourists Visiting Iran's War Zones*. Master's thesis in Tourism Management (Marketing Orientation), Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University. [In Persian]
- Sohrabi-Moghaddam, A. (2023). *Understanding Tourists' Motivations in Choosing Dark Tourism*. A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the Master's degree, Department of Business Management, Hazrat Masoumeh University. [In Persian]
- Soni, G., & Anand, P. (2017). Thana Tourism: An Exploration of the Dark Aspect of Leisure and Eerie Travel in India. *Journal of Production Research and Management*. 7(1), 1-10.
- Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), 145-160. <https://hrca.srce.hr/161464>
- Stone, P. R. (2009). Dark tourism: Morality and new moral spaces. *The darker side of travel*. 5(2), 35-51. <https://doi.org/10.22059/jut.2018.234297.326> [In Persian]
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Detination brands: Managing place reputation*. Routledge.
- Novelli, M. (Ed.). (2005). *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Routledge.
- Preece, T., & Price, G. G. (2005). Motivations of participants in dark tourism: A case study of Port Arthur, Tasmania, Australia. In *Taking Tourism to the Limits* (pp. 191-198). Elsevier.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cabi.
- Robinson, M., & Novelli, M. (2007). Niche tourism: an introduction. In *Niche tourism* (pp. 1-10). Routledge.
- Robinson, N. (2015). *Dark tourism motivations: an investigation into the motivations of visitors to sites associated with dark tourism*. University of Salford (United Kingdom).
- Sanoj, K. (2025). Exploring the potential of dark tourism in Kerala: An analysis and documentation of attractions. *Turizam*, 29(1). <https://doi.org/10.5937/turizam29-52389>
- Sarkar, A., Chakraborty, P., & Valeri, M. (2022). People's perception on dark tourism: a quantitative exploration. *Current Issues in Tourism*, 25(13), 2042-2047. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1889483>
- Seaton, A. V. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International journal of heritage studies*, 2(4), 234-244. <https://doi.org/10.1080/13527259608722178>



- Yan, B. J., Zhang, J., Zhang, H. L., Lu, S. J., & Guo, Y. R. (2016). Investigating the motivation-experience relationship in a dark tourism space: A case study of the Beichuan earthquake relics, China. *Tourism Management*, 53, 108-121. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.014>
- Yuill, S. M. (2004). *Dark tourism: understanding visitor motivation at sites of death and disaster* (Doctoral dissertation, Texas A&M University).
- Zhang, Y. (2021). Unpacking visitors' experiences at dark tourism sites of natural disasters. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100880. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100880>
- The theory and practice of dark tourism (pp. 56-72).
- Tarlow, P. E. (2007). Dark tourism: The appealing 'dark' side of tourism and more. In *Niche tourism* (pp. 47-58). Routledge.
- Vosoughi, L. (2009). Dark Tourism (With Focus on War Tourism). *Tourism Management Studies*, 3(10), 105-128. https://tms.atu.ac.ir/article_5052_en.html [In Persian]
- Walter, T. (2009). Dark tourism: Mediating between the dead and the living. *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*, 39-55.
- World Tourism Organization (2021), *International Tourism Highlights, 2020 Edition*, UNWTO, Madrid, <https://doi.org/10.18111/9789284422456>.

