



روانشناسی تاریک گردشگری: تحلیل مکانیسم‌های دفاعی در سفرهای ماجراجویانه پرخطر

نفیسه السادات اسدی پور^{۱*}

۱- کارشناسی ارشد، رشته روانشناسی بالینی، دانشگاه آزاد خمینی شهر، ایران. ایمیل: nfsaspd@gmail.com

* نویسنده مسئول

چکیده

گردشگری تاریک نوعی از گردشگری است که در سال‌های اخیر مورد توجه فزاینده‌ای قرار گرفته است و پخش سریال‌ها و فیلم‌هایی مانند چرنوبیل و توریست تاریک، سبب ترویج مفهوم گردشگری تاریک میان مردم شده و انگیزه سفر به این مناطق را ایجاد کرده است. در این راستا هدف تحقیق حاضر تحلیل مکانیسم‌های دفاعی در سفرهای ماجراجویانه پرخطر مبتنی بر روانشناسی تاریک گردشگری بود. در چارچوب این مطالعه، چهار ویژگی برجسته داستان‌سرایی در گردشگری تاریک بررسی شد: احساسی بودن، منحصر به فرد بودن، توصیفی بودن و آموزش‌پذیری. متعاقباً، ارتباطات بین داستان‌سرایی گردشگری تاریک، قصد رفتاری، تجربه جریان و هویت ملی تحلیل شد. نتایج، تأثیر داستان‌سرایی گردشگری تاریک بر نیت رفتاری گردشگران را نشان داد. علاوه بر این، این تحقیق هم نقش سایر مکانیسم‌ها نظیر تجربه جریان و هویت ملی و عدم اخلاق‌گرایی و مسائل روانشناسی را در این رابطه روشن کرد. این یافته‌ها درک نظری گردشگری تاریک و داستان‌سرایی را به طور قابل توجهی غنی‌تر کرده و بینش‌های ارزشمندی را برای استراتژی‌های مدیریتی در مقاصد گردشگری تاریک ارائه می‌دهد.

کلمات کلیدی: روانشناسی تاریک، گردشگری، مکانیسم‌های دفاعی، سفرهای ماجراجویانه.

Dark Tourism Psychology: Analysis of Defense Mechanisms in High-Risk Adventure Travel

Nafise sadat asadipour^{1,*}

1- Master's degree, Clinical Psychology, Islamic azad University Khomeinishahr (iaukhsh), Iran. Email: nfsaspd@gmail.com.

* Corresponding Author

Abstract

Dark tourism is a type of tourism that has received increasing attention in recent years, and the broadcast of series and films such as Chernobyl and Dark Tourist has promoted the concept of dark tourism among people and created the motivation to travel to these areas. In this regard, the aim of the present study was to analyze the defense mechanisms in high-risk adventure travel based on the dark psychology of tourism. Within the framework of this study, four prominent features of storytelling in dark tourism were examined: emotionality, uniqueness, descriptiveness, and trainability. Subsequently, the relationships between dark tourism storytelling, behavioral intention, flow experience, and national identity were analyzed. The results showed the effect of dark tourism storytelling on tourists' behavioral intentions. In addition, this study also clarified the role of other mechanisms such as flow experience and national identity, amorality, and psychological issues in this regard. These findings significantly enrich the theoretical understanding of dark tourism and storytelling and provide valuable insights for management strategies in dark tourism destinations.

Keywords: Dark Psychology, Tourism, Defense Mechanisms, Adventure Travel.

مقدمه

گردشگری تاریک عموماً توصیفی و غیرتئوری باقی مانده است. بنابراین، نیاز به بررسی این موضوع وجود دارد که چرا مردم درگیر گردشگری تاریک هستند. نقدهای آنلاین به عنوان یک منبع اطلاعاتی جایگزین در تحقیقات گردشگری و مهمان‌نوازی، اهمیت فزاینده‌ای پیدا می‌کنند (هارتمن و همکاران، ۲۰۱۸). نقدهای آنلاین گردشگران، نوعی محتوای غنی تولید شده توسط کاربر هستند که به صورت خودجوش، در لحظه به‌روزرسانی می‌شوند و منعکس‌کننده تجربیات خوب یا بد گردشگران در مقاصد هستند که از آنها

گردشگری تاریک یک پدیده اجتماعی منحصر به فرد است که شامل مصرف توریستی مکان‌های مرتبط با مرگ، تراژدی و رنج است. علاوه بر این، شامل سفر به مکان‌هایی است که "به ظاهر ترسناک" هستند، و محدوده مکان‌های توریستی تاریک را به فضاهایی که از لحاظ تاریخی مرتبط با جرم و جنایت و خشونت هستند گسترش می‌دهد (لیو، ۲۰۲۰). تحقیقات در مورد

تعریف، مفاهیم و گونه‌شناسی‌ها؛ مسائل اخلاقی مرتبط؛ ابعاد سیاسی و ایدئولوژیک؛ ماهیت تقاضا برای مکان‌های گردشگری سیاه؛ مدیریت مکان؛ و روش‌های مورد استفاده برای تحقیق است (لایت، ۲۰۱۷). حوزه اصطلاحات و تعاریف بدون شک در ادبیات گردشگری سیاه غالب است (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۶). در حالی که در حوزه بررسی ماهیت تقاضا برای مکان‌های گردشگری سیاه، تحقیقات نسبتاً محدودی بر چهار جنبه متمرکز شده‌اند - هم انگیزه‌ها و هم تجربیات گردشگران سیاه، هم رابطه بین بازدید و حس هویت، و هم رویکردهای جدید برای نظریه‌پردازی در مورد مصرف گردشگری سیاه (لایت، ۲۰۱۷). تحقیقات در مورد انگیزه‌های گردشگران سیاه نسبتاً کند بود. بسیاری از مطالعات اولیه صرفاً انگیزه‌های گردشگران را برای بازدید از مکان‌های گردشگری سیاه فرض و پیشنهاد می‌کنند، بدون اینکه تحقیقات تجربی برای پشتیبانی از آنها وجود داشته باشد. به همین ترتیب، بسیاری از مطالعات در دهه گذشته انگیزه‌های گردشگران سیاه را از طریق مطالعات موردی مختلف بررسی کرده‌اند، و اردوگاه‌های کار اجباری یا میدان‌های نبرد تاریخی نقاط داغ این موضوع بوده‌اند. تحقیقات نشان می‌دهد که گردشگران به دلایل متنوعی از جمله کنجکاوی (بیران و همکاران، ۲۰۱۴)، تمایل به آموزش و یادگیری در مورد آنچه در آن مکان اتفاق افتاده است (کامبر و همکاران، ۲۰۱۶؛ یان و همکاران، ۲۰۱۶)، علاقه به تاریخ یا مرگ (یانکولمز و مک‌کرچر، ۲۰۱۵)، ارتباط با میراث شخصی یا خانوادگی از مقاصد گردشگری سیاه بازدید می‌کنند. با استخراج از متون، چهار مضمون مشترک (یعنی تجربه تاریک، سرگرمی جذاب، تجربه یادگیری منحصر به فرد، علاقه غیررسمی) پدیدار شدند که به عنوان ستون‌های اساسی این مطالعه عمل کردند و در ادامه مورد بحث قرار گرفتند.

ابعاد روان‌شناسی تاریک گردشگری

تجربه تاریک

مطالعه رین (۲۰۱۳) در مورد طیف گردشگران تاریک که از گورستان‌ها و قبرستان‌ها بازدید می‌کردند، به این نتیجه رسید که عزاداران و زائران با مکان‌های مختلف مورد مطالعه ارتباط شخصی و معنوی داشتند. عزاداران از گورستان‌های خاص بازدید می‌کردند و معمولاً برای مردگان مراقبه انجام می‌دادند. زائران به نوعی با مکان‌های دفن خاص ارتباط شخصی داشتند، چه ارتباط مذهبی با فرد باشد و چه به عنوان یک قهرمان شخصی خدمت کرده باشند. مراسم مرگ اغلب به عنوان یک آیین انجام می‌شود، نه لزوماً برای بزرگداشت درگذشت متوفی، بلکه برای التیام زخم‌های خانوادها، جوامع، جوامع و/یا ملت‌ها با درگذشت متوفی. علاوه بر این، مطالعه رین (۲۰۱۳) زیرمجموعه دیگری از گردشگران را کشف کرد - کنجکاو بیمارگونه و جستجوگران هیجان. کسانی که به عنوان کنجکاو بیمارگونه یا جستجوگران هیجان طبقه‌بندی می‌شدند، برای مواجهه و تجربه مرگ از مکان‌های دفن بازدید می‌کردند. چه عزادار باشند، چه زائر یا چه جستجوگر هیجان بیمارگونه و کنجکاو، گردشگران ارتباط قوی با مردگانی که برای بازدید به آنجا رفته بودند، داشتند که می‌توانست آنها را در دسته‌ای افرادی قرار دهد که به دنبال یک تجربه تاریک بودند. میلر و گونزالس (۲۰۱۳) برای اینکه گردشگری تاریک را به اوج خود برسانند، مطالعه‌ای در مورد گردشگری مرگ انجام دادند. گردشگری مرگ زمانی اتفاق می‌افتد که افراد برای پایان دادن به زندگی خود، اغلب از طریق خودکشی پزشکی کمکی، به مکانی سفر می‌کنند. مشخص شد که این موضوع هنوز برای برخی از کشورها که در آنها قانونی نیست، یک موضوع تابو است، با این حال، تبلیغات بیشتری در مورد آن صورت می‌گیرد. مشخص شد که گردشگری مرگ معمولاً نتیجه‌ی یکی از

بازدید کرده‌اند (ایساک و همکاران، ۲۰۱۹). نه تنها تولید نقد، بلکه مصرف نقد نیز، یعنی سودمندی درک شده نقدها، که با تعداد لایک‌ها یا دیسلایک‌های یک نقد مشخص می‌شود. معیار مهمی برای درک ارزش نقدهای ارسال شده توسط گردشگران بالقوه است. ویژگی‌های شخصیتی نقدکنندگان نقش مهمی در تعیین محتوا و ارزش نقدها ایفا می‌کند. به طور خاص، شخصیت‌های تاریک به دلیل ساختارهای شناختی و روانشناختی منحصر به فرد خود، رفتارهای منحصر به فرد و آشکاری را در فضاهای آنلاین به نمایش می‌گذارند (پودشن، ۲۰۱۸). طبقه‌بندی شخصیت تاریک، مجموعه‌ای از ویژگی‌های سه‌گانه تاریک، یعنی خودشیفتگی، ماکیاولیسم و روان‌پریشی، را با باورها و رفتارهای اجتماعی‌آزادکننده مرتبط می‌داند. علاوه بر این، وجود ویژگی‌های تاریک به معنای عدم وجود ویژگی‌های شخصیتی غیر تاریک نیست، هر دو ویژگی تاریک و غیر تاریک می‌توانند در سطوح مختلف در یک فرد وجود داشته باشند. تخمین زده می‌شود که ویژگی‌های تاریک در ۵ تا ۲۵ درصد از جمعیت جهان غالب هستند (پروس، ۲۰۲۲). بنابراین، گردشگرانی که گرایش‌های تاریک دارند، بخش قابل توجهی از جمعیت را تشکیل می‌دهند و علائق گردشگری آشکاری دارند. به طور کلی، گردشگری با گرایش‌های استثمارگرانه، خودنمایانه و خودپسندانه مرتبط است (سیگالا و همکاران، ۲۰۲۱). اعتقاد بر این است که افراد دارای ویژگی‌های تاریک به راحتی با چنین عناصری درگیر می‌شوند. افراد دارای دیدگاه روانشناسی تاریک دارای سطوح بالاتری از علائق هیجان‌انگیز، مانند شیفتگی به نمادگرایی مرگ، نظامی‌گری، جاذبه‌های ماوراءالطبیعه و غیره، و تمایلات بالایی برای شادی از بدبختی دیگران هستند. تحقیقات اولیه در مورد گردشگری سیاه اغلب جلوه‌های کلیشه‌ای از گردشگران سیاه را به صورت بی‌حسی عاطفی نسبت به رنج، هماهنگی بیشتر در مواجهه با فجایع ضمنی مرتبط با روانشناسی تاریک، تمایل بیشتر به دیدن مکان‌های تاریک به عنوان یک منظره و جاذبه تفریحی یا حتی رفتار نامناسب یا بی‌احترامی در چنین مکان‌هایی ارائه داده‌اند. با این حال، تحقیقات کمی در خصوص تحلیل مکانیسم‌های دفاعی در سفرهای ماجراجویانه پرخطر انجام شده است که در این تحقیق بدان پرداخته شده است.

مرور ادبیات

روان‌شناسی تاریک گردشگری

اصطلاح گردشگری تاریک در سال ۱۹۹۶ به جامعه تحقیقاتی معرفی شد که باعث تلاش‌های تحقیقاتی بعدی در این زمینه شد. گردشگری تاریک به عنوان عمل گردشگرانی تعریف می‌شود که به مکان‌های مرگ، تراژدی و رنج سفر می‌کنند. بسیاری از محققان همچنین اصطلاحات و برجسب‌های دیگری را برای توصیف چنین پدیده‌ای از جمله گردشگری مرگبار، گردشگری فاجعه، گردشگری نقاط سیاه، گردشگری بیمارگونه و حتی گردشگری ققنوس ارائه داده‌اند. موات و چنسلور (۲۰۱۱) اظهار داشتند که علیرغم نام‌های مختلف، در قلب این مفهوم، سفر به مکان‌های مرگ وجود دارد که اغلب با خشونت مرتبط هستند. بسیاری از محققان از اصطلاح گردشگری تاریک و گردشگری مرگبار به جای یکدیگر استفاده می‌کنند، در حالی که بیشتر تمایل دارند از گردشگری تاریک به عنوان یک اصطلاح کلی برای هر نوع گردشگری که به نوعی با مرگ، رنج، قساوت، تراژدی یا جرم مرتبط است، استفاده کنند (لایت، ۲۰۱۷). با توجه به کاربرد استاندارد اصطلاح گردشگری سیاه در عمل و پژوهش‌های گردشگری، چنین اصطلاحی در سراسر این دست‌نویس استفاده خواهد شد. تحقیقات گردشگری سیاه در دو دهه گذشته عمدتاً شش موضوع را شامل می‌شود که شامل بحث در مورد

داستان‌سرایی

داستان‌سرایی در مطالعاتی که به بررسی قصد رفتاری گردشگران می‌پردازند، ذکر شده است. کیم و یون (۲۰۱۶) اظهار داشتند که عناصر داستان و نحوه ارائه صوتی-تصویری آنها، حافظه و قصد رفتاری را تحریک و تقویت می‌کنند و بر اهمیت نشانه‌های اصیل و احساسات مثبت در این عناصر داستان تأکید دارند. کیم و همکاران (۲۰۲۰) تأثیرات داستان‌سرایی عوامل گردشگری پزشکی بر اعتماد و قصد رفتاری گردشگران پزشکی را بررسی کردند. یافته‌های آنها نشان داد که عمل داستان‌سرایی تأثیر قوی‌تری بر افزایش اعتماد گردشگران پزشکی نسبت به ویژگی‌های داستان دارد. این اعتماد، به نوبه خود، می‌تواند به طور مثبت قصد رفتاری گردشگران پزشکی را پیش‌بینی کند. چوی (۲۰۲۱) ادعا کرد که جاذبه گردشگری، رابطه بین داستان‌سرایی و قصد رفتاری را در گردشگری دریایی تعدیل می‌کند. مقاصد گردشگری دریایی بهینه زمانی پدیدار می‌شوند که بین داستان‌سرایی و جاذبه گردشگری هم‌افزایی وجود داشته باشد. مطالعات فوق شواهد فراوانی ارائه می‌دهند که نشان می‌دهد داستان‌سرایی می‌تواند قصد رفتاری را شکل دهد.

تجربه گرایی

کسب تجربه زمانی اتفاق می‌افتد که افراد عمیقاً در یک فعالیت غرق می‌شوند و یک تجربه لذت‌بخش و بهینه را به همراه دارد (لایت، ۲۰۱۷). به طور مشابه، لور و همکاران (۲۰۲۲) اظهار داشتند که تمرکز کامل و لذت، برای دستیابی به یک تجربه جریان، اساسی هستند. درنگر و همکاران (۲۰۱۸) مفهوم جریان را شرح و اصلاح کردند و بر پیشرفت از غرق شدن به لذت تأکید کردند و خاطرنشان کردند که این تعریف اصلاح‌شده را می‌توان به طور مداوم در زمینه‌های مختلف تحقیقاتی به کار برد. در اصل، تجربه جریان گردشگران سیاه را می‌توان به عنوان حالتی توصیف کرد که در آن آنها کاملاً مجذوب فعالیت‌های گردشگری سیاه می‌شوند و تجربیات بهینه‌ای را در رابطه با مرگ، رنج، خشونت و فاجعه به دست می‌آورند.

هویت گرایی ملی

هویت ملی، به عنوان یک مفهوم کاملاً شخصی، می‌تواند به عنوان استفاده افراد از هویت‌های متمایز خود برای شکل‌دهی به خودآگاهی‌شان درک شود. عضویت در یک ملت صرفاً مبتنی بر تبار قومی نیست، بلکه شامل نشانگرهای هویت نیز می‌شود که به عنوان ویژگی‌های اجتماعی و جنبه‌های عینی زندگی تفسیر می‌شوند. این نشانگرها شامل لهجه، لباس، ظاهر فیزیکی، محل تولد و اقامت و وضعیت شهروندی می‌شوند (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰). از منظر فرهنگی، هویت ملی جوهره یک فرهنگ خاص را در بر می‌گیرد و آن را از فرهنگ‌های دیگر متمایز می‌کند. کو و همکاران (۲۰۱۶) اظهار داشتند که هویت ملی را می‌توان به عنوان حس تعلق، افتخار و وظیفه نسبت به ملت خود در نظر گرفت. مطالعات متعددی به دنبال روشن کردن رابطه بین گردشگری و هویت ملی بوده‌اند. این مطالعات نشان می‌دهند که گردشگری بر شکل‌گیری و حفظ هویت ملی تأثیر می‌گذارد و گردشگران هویت ملی خود را از طریق فعالیت‌های گردشگری تأیید یا منتقل می‌کنند. به طور خاص، تحقیقات زیادی بر اهمیت هویت ملی چین در گردشگری تأکید دارند (دینگ و همکاران، ۲۰۲۱). گردشگران چینی هویت ملی چینی خود را از طریق تعاملات نمادین تأیید و منتقل می‌کنند. علاوه بر این، گردشگران چینی، که با حس قوی هویت ملی و میهن‌پرستی هدایت می‌شوند، در رفتار گردشگری خود ادب و نزاکت را نشان می‌دهند تا تصویر ملی مثبت چینی را حفظ و ارائه دهند. در حوزه گردشگری تاریک، این مطالعه هویت ملی ملت

چهار دلیل است؛ دلیل اصلی برنامه‌ریزی گردشگری مرگ، غیرقانونی بودن خودکشی کمکی در کشور مبدأ مسافر است. در حالی که گردشگری مرگ مستقیماً به این مطالعه‌ی خاص مربوط نمی‌شود، اما نتیجه گردشگری تاریک است و یک فعالیت گردشگری است که با تجربه‌ی تاریک مرتبط است. تجربه تاریک ارتباط نزدیکی با اعمال مرگ و مردن، و همچنین شیفتگی به تجربیات غیرطبیعی، عجیب و غریب و احساسی که با بازدید از یک مقصد گردشگری تاریک همراه است، دارد. تحقیقات قبلی نشان داده است که افراد علاقه بیمارگونه و کنجکاوی نسبت به مرگ و عمل مشاهده مرگ دارند (رین، ۲۰۱۳). این بُعد به طور خاص برای آزمایش گزاره‌های مربوط به مرگ، شیفتگی به رویدادها و مکان‌های غیرطبیعی و/یا عجیب و غریب، و همچنین تجربیات عاطفی مرتبط با مرگ و مردن توسعه داده شده است.

سرگرمی جذاب

گردشگران ممکن است از مقاصد گردشگری تاریک بازدید کنند تا واقعیت پشت تصاویر رسانه‌ای را ببینند یا با افراد مشهور ارتباط عاطفی برقرار کنند. اغلب، گردشگران با مکان‌هایی که به آنها سفر می‌کنند، ارتباط عاطفی دارند. به عنوان مثال، توره‌های بازدید از خانه الویس، گریسلند، یا بازسازی دقیق مراسم تشییع جنازه جیمز دین، تجربه‌ای متفاوت از زندگی روزمره را به بازدیدکنندگان ارائه می‌دهد و به صورت سیستماتیک انجام می‌شود (لیو، ۲۰۲۰). مشخص شده است که وقتی گردشگران مکانی را بخشی از میراث خود می‌دانند، علاقه بیشتری به یادگیری، احساس درگیری عاطفی و ارتباط با میراث شخصی خود نشان می‌دهند (ایساک و همکاران، ۲۰۱۹). برخی از گردشگران از مقاصد گردشگری تاریک، به ویژه آنهایی که ارتباط شخصی با میراث خود دارند و فقط برای تجربه ارتباطات شخصی و عاطفی بازدید می‌کنند (پودشن، ۲۰۱۸).

تجربه یادگیری منحصر به فرد

رین (۲۰۱۳) گردشگران سیاه را در مکان‌های دفن و گورستان‌ها مورد مطالعه قرار داد و دریافت که انگیزه‌های اصلی آنها کاوش، کشف و آموزش بوده است. این گردشگران فقط برای یک تجربه لذت‌بخش از آنجا بازدید می‌کردند و بنابراین معمولاً از نظر احساسی جدا هستند و ممکن است با مکان به عنوان یک گورستان ارتباط برقرار نکنند. در برخی موارد، گردشگران ممکن است برای اهدایی غیر از علاقه به گردشگری سیاه (مثلاً عکاسی، آموزش) از مقصد بازدید کنند. فارماکی (۲۰۱۳) انگیزه‌های گردشگران را در مکان‌های میراث سیاه در قبرس بررسی کرد و دریافت که اگرچه مفهوم مرگ برای افزایش تجربه گردشگران گنجانده شده است، اما مکان‌های گردشگری سیاه در درجه اول برای اهداف آموزشی و یادبود بوده‌اند و بنابراین به مکان‌هایی برای بزرگداشت، تحسین و یادگیری تبدیل شده‌اند.

علاقه‌ی اتفاقی

رین (۲۰۱۳) گردشگران خاصی (مثلاً گردشگران گشت و گذار، خلوت‌گزینان و تفریح‌گران غیرفعال) را با توجه به ماهیت بازدیدهایشان که اغلب برنامه‌ریزی نشده بود، به عنوان «اتفاقی» طبقه‌بندی کرد. این گردشگران به جای بازدید برای تجربه رویدادهای مربوط به مرگ و تدفین، یا به دلیل علایق عمومی خود در منطقه یا برای فرار از استرس‌های زندگی روزمره از آنجا بازدید می‌کردند. گردشگران ممکن است ناخودآگاه با گردشگری سیاه مواجه شوند، زیرا آنها فقط می‌خواهند در طول تعطیلات کاری انجام دهند و در یک مقصد یا فعالیت گردشگری سیاه اتفاق بیفتد (هارتمن و همکاران، ۲۰۱۸).

مکانیسم‌های دفاعی در سفرهای ماجراجویانه

چین، شامل ۵۶ گروه قومی، و چگونگی تجلی آن به عنوان یک جامعه ملی متحد را بررسی می‌کند. (فو و همکاران، ۲۰۲۲).

عدم اخلاق گرایی

اخلاق و رفتار اخلاقی موضوعی است که به طور گسترده در بین محققان مورد بحث قرار گرفته است. چندین نظریه روانشناختی در مورد رفتار اخلاقی مانند نظریه رشد اخلاقی و نظریه مبانی اخلاقیو همچنین نظریه‌های جامعه‌شناختی در مورد اخلاق وجود دارد. در حالی که جامعه‌شناسان چارچوب‌های اجتماعی بزرگتر و اخلاق را در سطح جمعی مطالعه کرده‌اند، روانشناسان بر فرد به عنوان یک واحد و منبع عمل اخلاقی تمرکز کرده‌اند. در طول سال‌ها، مطالعات روانشناختی، محوریت هویت اخلاقی را در تعیین عمل اخلاقی هنگام بررسی رابطه بین قضاوت‌های اخلاقی، رفتار اخلاقی و احساسات نشان داده‌اند (بولان و همکاران، ۲۰۱۸). با این حال، وقتی صحبت از درک چگونگی درگیر شدن افراد در استراتژی‌های شناختی برای تغییر معانی در یک موقعیت خاص یا استفاده از مانورهای روانی-اجتماعی برای رهایی از رفتار غیراخلاقی می‌شود، به نظر می‌رسد فرآیند رهایی اخلاقی است که توضیحی ارائه می‌دهد. یک مکانیسم روانشناختی که نقش مهمی در تصمیم‌گیری غیراخلاقی ایفا می‌کند، جدایی اخلاقی است که در سطوح فردی و جمعی عمل می‌کند. جدایی اخلاقی به غیرفعال‌سازی شناختی فرآیندهای خودتنظیمی اخلاقی در تصمیم‌گیری اشاره دارد. این امر واسطه‌ی رابطه‌ی بین اصول اخلاقی مورد اعتقاد افراد و تخلفات رفتاری آنها است (حاتمی نسب و همکاران، ۱۴۰۲). از طریق این فرآیند، می‌توان تصمیمات غیراخلاقی را بدون احساس گناه یا خودانتقادی آشکار افراد اتخاذ کرد در زمینه‌ی گردشگری، این مکانیسم‌های جدایی اخلاقی در توضیح چگونگی بازسازی اعمال گردشگران برای کمتر غیراخلاقی به نظر رسیدن و در نتیجه تغییر مرزهای اخلاقی مفید هستند.

به گفته بندورا (۲۰۰۲) افراد استانداردهای درست و غلط را اتخاذ می‌کنند که به عنوان راهنما و بازدارنده برای رفتار در توسعه عاملیت اخلاقی عمل می‌کنند. عدم تعهد اخلاقی یک فرآیند خودتنظیمی است «که در آن افراد رفتار خود و شرایطی را که در آن رخ می‌دهد، زیر نظر می‌گیرند، آن را در رابطه با استانداردهای اخلاقی و شرایط درک شده خود قضاوت می‌کنند و اعمال خود را با پیامدهایی که برای خود اعمال می‌کنند، تنظیم می‌کنند.» او اضافه می‌کند که «اخلاق ریشه در یک خود واکنشی دارد، نه در استدلال انتزاعی بی‌طرفانه» و «اعمال اخلاقی محصول تعامل متقابل تأثیرات شناختی، عاطفی و اجتماعی هستند». این بدان معناست که جهت‌گیری‌های ایدئولوژیک جوامع بر شکل توجیهات اخلاقی برای یک فرد تأثیر می‌گذارند، اما فرد همچنین ظرفیت تغییر سیستم اجتماعی را از طریق اعمال عاملیت خود دارد. این امر در مورد گردشگرانی که از پیشینه‌های فرهنگی، واقعیت‌های اجتماعی و سیستم‌های ایدئولوژیک متنوعی می‌آیند که ادراکات و توجیهات اخلاقی آنها را شکل می‌دهد، صادق است. بنابراین، توجیه قضاوت‌های اخلاقی نسبی است نه مطلق. اعتقاد بر این است که کناره‌گیری اخلاقی یک ویژگی شخصی است که نشان می‌دهد افراد در تمایل به کناره‌گیری اخلاقی متفاوت هستند (بورست گو و همکاران، ۲۰۲۱). این تفاوت‌ها بر چگونگی تبدیل نیت اخلاقی به رفتار توسط افراد تأثیر می‌گذارند. تجزیه و تحلیل چگونگی عملکرد این مکانیسم‌های روانشناختی کناره‌گیری اخلاقی در بخش گردشگری سیاه می‌تواند به درک پیامدهای رفتار اخلاقی گردشگران و تدوین استراتژی‌های مدیریتی بهتر در مکان‌های گردشگری سیاه برای جلوگیری از درگیری‌ها، به حداقل رساندن رفتارهای

هنجارشکنانه گردشگران و ترویج مشارکت هوشیارانه و محترمانه گردشگری کمک کند.

گرایشات اجتماعی و روانی

روانشناسان دلایل متعددی را برای سفر مردم در تاریکی مشخص کرده‌اند. برخی از مردم از آن به عنوان نوعی هیجان‌جویی استفاده می‌کنند و مانند ترن هوایی یا فیلم‌های ترسناک، آدرنالین خود را افزایش می‌دهند. برخی با همدلی و تمایل به ثبت وقایع تاریخی جذب می‌شوند برخی دیگر می‌توانند با تمایل به تخلیه هیجانی به این سمت سوق داده شوند و از این مواجهه‌ها به عنوان وسیله‌ای برای غلبه بر آسیب‌ها یا ترس‌های شخصی استفاده کنند. (سوی و همکاران، ۲۰۲۰) گردشگری تاریک تأثیر پیچیده و بسیار فردی بر سلامت روان دارد. برخی از بازدیدکنندگان ادعا می‌کنند که از تجربیات خود متأثر یا آگاه شده‌اند، در حالی که برخی دیگر ممکن است از عوارض جانبی استرس آسیب‌زای ثانویه رنج ببرند. این امر تأکید می‌کند که ارائه زمینه و کمک‌های روانشناختی مناسب در مکان‌های گردشگری تاریک چقدر حیاتی است. گردشگری تاریک از نظر اجتماعی در شکل‌گیری هویت ملی و حافظه جمعی اهمیت دارد. مکان‌هایی مانند یادبود صلح هیروشیما در ژاپن یا گراند زیرو در نیویورک به عنوان مراکزی برای عزاداری و یادآوری جمعی عمل می‌کنند. (منصوری راد و همکاران، ۱۳۹۷) آنها همچنین به عنوان ابزارهای آموزشی مؤثر عمل می‌کنند و به حفظ وقایع مهم تاریخی کمک می‌کنند. با این حال، تجاری‌سازی تراژدی، سوالات اخلاقی در مورد کالایی شدن رنج را مطرح می‌کند. مرز باریکی بین بزرگداشت محترمانه و نمایش استثمارگرانه وجود دارد. این تنش به ویژه در موارد «گردشگری فاجعه» مشهود است، جایی که بازدیدکنندگان به مناطقی که اخیراً تحت تأثیر بلایای طبیعی یا فجایع انسانی قرار گرفته‌اند، هجوم می‌آورند. ظهور رسانه‌های اجتماعی لایه دیگری از پیچیدگی را به گردشگری سیاه افزوده است. تمایل به اشتراک‌گذاری تجربیات آنلاین گاهی اوقات می‌تواند منجر به رفتارهای نامناسب در مکان‌های مقدس شود، همانطور که در جنجال‌های مربوط به سلفی‌های گرفته شده در آشویتس دیده می‌شود. این امر نیاز به دستورالعمل‌های روشن و آموزش در مورد رفتار محترمانه در مقاصد گردشگری سیاه را برجسته می‌کند. برای جوامع میزبان، گردشگری سیاه می‌تواند یک شمشیر دولبه باشد. در حالی که می‌تواند مزایای اقتصادی به همراه داشته باشد و آگاهی در مورد وقایع تاریخی را افزایش دهد، می‌تواند منجر به تجاری‌سازی تراژدی و آسیب‌های روانی مجدد بالقوه بازماندگان و فرزندان آنها نیز شود. ایجاد تعادل بین این نگرانی‌ها مستلزم مدیریت دقیق و گفتگوی مداوم با جوامع آسیب‌دیده است. با نگاهی به آینده، فناوری‌های واقعیت مجازی و افزوده آماده‌اند تا گردشگری سیاه را متحول کنند. این ابزارها می‌توانند تجربیات تاریخی فراگیر را بدون نگرانی‌های اخلاقی گردشگری فیزیکی ارائه دهند، در حالی که به طور بالقوه به مخاطبان گسترده‌تری دسترسی پیدا می‌کنند. با این حال، آنها همچنین سوالاتی در مورد اصالت و اهمیت حضور فیزیکی در فضاهای یادبود مطرح می‌کنند.

بحث و نتیجه گیری

بسیاری از مردم به طور فزاینده‌ای به دنبال تجربیات گردشگری جدید و منحصر به فرد برای ارضای طیف وسیعی از انگیزه‌ها هستند. این امر منجر به تقسیم‌بندی و ظهور گونه‌شناسی‌های خاص، مانند گردشگری سیاه، شده است که برخلاف گردشگری انبوه، با درجه بالایی از تنوع و فردیت مشخص می‌شوند. گردشگری سیاه شامل بازدید از مکان‌های واقعی یا بازسازی شده مرتبط با مرگ، رنج، رسوایی یا وحشت است. از منظر مکان‌های گردشگری

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

نکته، بنیامین، ۱۴۰۳، جنبه های گردشگری تاریک در ایران (زندانیها و مکانهایی با سابقه تاریخی تاریک) جذابیتها و چالشها، چهاردهمین کنفرانس بین المللی گردشگری، فرهنگ و هنر، <https://civilica.com/doc/۲۱۳۳۴۳۱>

Bandura, A. (2002). Selective moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Moral Education*, 31(2), 101-119.

Bolan, P., & Simone-Charteris, M. (2018). Shining a digital light on the dark": Harnessing online media to improve the dark tourism experience. In P. R. Stone, R. Hartmann, T. Seaton, R. Sharpley, & L. White (Eds.), *The Palgrave handbook of dark tourism studies*, 727-746.

Buitrago, R. R. E., & Camargo, M. I. B. (2021). Institutions, institutional quality, and international competitiveness: Review and examination of future research directions. *Journal of Business Research*, 128, 423-435.

Biran, A., Liu, W., Li, G. and Eichhorn, V. (2014), "Consuming post-disaster destinations: the case of Sichuan, China", *Annals of Tourism Research*, Vol. 47, pp. 1-17.

Choi D. H. (2021). A study on the relationship between marine tourist site storytelling, tourist attraction, and behavioral intention: Focusing on island tourism in Sinan-gun. *Journal of Marine Tourism Research*, 14(3), 103-116.

Cui, R., Cheng, M., Xin, S., Hua, C., & Yao, Y. (2020). International tourists' dark tourism experiences in China: The case of the memorial of the victims of the Nanjing Massacre. *Current Issues in Tourism*, 23(12), 1493-1511.

Ding H. M., Hung K. P. (2021). The antecedents of visitors' flow experience and its influence on memory and behavioral intentions in the music festival context. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100551.

Drengner J., Jahn S., Furchheim P. (2018), Flow revisited: Process conceptualization and a novel application to service contexts. *Journal of Service Management*, 29(4), 703-734

Fu X., Baker C., Zhang W., Zhang R. (2022). Theme park storytelling: Deconstructing immersion in Chinese theme parks. *Journal of Travel Research*, 62(4), 893-906

Farmaki, A. (2013), "Dark tourism revisited: a supply/demand conceptualisation", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 7 No. 3, pp. 281-292.

Lliev, D.(2020). Consumption, motivation and experience in dark tourism: A conceptual and critical analysis. *Tour. Geogr.*, 23, 963-984

Light, D. (2017), "Progress in dark tourism and thanatourism research: an uneasy relationship with heritage tourism", *Tourism Management*, Vol. 61, pp. 275-301

Lever M. W., Elliot S., Joppe M. (2022). Pride and promotion: Exploring relationships between national identification, destination advocacy, tourism ethnocentrism and destination image. *Journal of Vacation Marketing*, 29(4), 537-554.

Kim J. H., Youn H. (2016). How to design and deliver stories about tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 56(6), 808-820.

Kim S. H., Song M. K., Shim C. (2020). Storytelling by medical tourism agents and its effect on trust and behavioral intention. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(6), 679-694.

Kuo N. T., Chang K. C., Cheng Y. S., Lin J. C. (2016). Effects of tour guide interpretation and tourist satisfaction on destination loyalty in Taiwan's Kinmen Battlefield Tourism: Perceived

سیاه، درک آنچه مردم را به بازدید از آنها سوق می‌دهد تا تجربیات رضایت‌بخشی را طراحی کنند، مهم است. ما ممکن است مرگ را به عنوان یک انگیزه آشکار، اغلب بخشی از تاریخ مکان، در نظر بگیریم، اما همیشه انگیزه اصلی یا صریح شناخته شده برای بازدید نیست. منابع علمی دلایل متعددی را برای بازدید از مکان‌های گردشگری تاریک نشان می‌دهند: تجربه آموزشی، تمایل به یادگیری و درک وقایع گذشته و علاقه تاریخی (میلر و گونزالس، ۲۰۱۳) به عنوان اهداف خودشناسی (بیران و همکاران، ۲۰۱۴)، هویت (یان و همکاران، ۲۰۱۶)، حافظه، یادآوری، جشن، نوستالژی، همدلی، تفکر و ادای احترام (لایت، ۲۰۱۷) کنجکاوی (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۶)، جستجوی تازگی، اصالت و (رین، ۲۰۱۳)، راحتی هنگام بازدید از مکان‌های دیگر (فرماکی، ۲۰۱۳) و همچنین جایگاه، اعتبار، تأیید و شناختی که این بازدیدها فراهم می‌کنند (موات و چنسلور، ۲۰۱۱). در مقیاس کمتر، منابع علمی به دلایل مذهبی و زیارتی، احساس گناه، جستجوی مسئولیت اجتماعی یا تجربه میراث نیز اشاره می‌کنند. رین (۲۰۱۳) گروهی از گردشگران را کشف کرد که آنها را به عنوان گردشگران گشت و گذار و گردشگران تفریحی غیرفعال طبقه‌بندی کرد. این گردشگران را می‌توان به عنوان گردشگران «تصادفی» دسته‌بندی کرد، زیرا آنها احتمالاً به دنبال یک مقصد گردشگری تاریک مرتبط با مرگ و تدفین نبودند، بلکه به دنبال مقصدی برای فرار از زندگی روزمره بودند. متخصصانی که در صنایع گردشگری و جوامع مقاصد گردشگری سیاه کار می‌کنند، می‌توانند از نتایج این مطالعه بهره زیادی ببرند. مدیران مقاصد گردشگری سیاه باید درک کنند که بازدیدکنندگان به دلایل مختلفی به این مکان‌ها جذب می‌شوند و نه فقط به خاطر جذابیت مرگ یا فعالیت‌های ماوراءالطبیعه. اگرچه این تحقیق به طور خاص بر عوامل انگیزشی فردی که بر رفتار بازدید تأثیر می‌گذارند، تمرکز نمی‌کند، اما مشخص شد که ویژگی‌های کلی بیش از سایر ویژگی‌ها بر نیات رفتاری تأثیر می‌گذارند. روابط مثبت قابل توجهی که در این مطالعه بین تجربه تاریک، تجربه یادگیری منحصر به فرد و علاقه غیررسمی یافت شد، نشان می‌دهد که مدیران مقاصد گردشگری سیاه، تورها و خدمات متنوعی را به بازدیدکنندگان ارائه می‌دهند و باید در نحوه نمایش یا ارائه اطلاعات حساس باشند تا در صورتی که گردشگران پیوندهای عاطفی قوی با مقصد یا فردهایی که ممکن است در مقصد قربانی شده باشند، داشته باشند، برای آنها توهین‌آمیز به نظر نرسد. نتایج این مطالعه دانش جدیدی را به این حوزه تخصصی اضافه می‌کند، زیرا به ما امکان می‌دهد ارتباط بین انگیزه‌ها و شیوه‌های مرتبط با گردشگری تاریک را درک کنیم. این مطالعه همچنین انگیزه‌های اصلی برای بازدید از مکان‌های تاریک - کنجکاوی، نیاز به دیدن، نیاز به فهمیدن و لذت بردن را شناسایی کرد که جالب توجه است که همگی انگیزه‌های درونی هستند و بنابراین، با ادبیاتی که علاوه بر این انگیزه‌ها، انگیزه‌های بیرونی را نیز شناسایی می‌کند، در تضاد است. اکثر یافته‌ها همچنین نشان می‌دهند که ابعاد شخصیتی غم، نفرت از خود، خصومت و آسیب‌پذیری روانی با شیوه‌های تاریک (مثلاً نیاز به دیدن چیزهای بیمارگونه) مرتبط هستند. در نهایت، افرادی که از مکان‌های تاریک بیشتری بازدید می‌کنند و امتیاز بالاتری در ویژگی‌های شخصیتی منفی کسب می‌کنند، ارزش‌های بالاتری برای رفاه گردشگری دارند.

مراجع

حاتمی نسب، سید حسن . (۱۴۰۲). تأثیر انگیزه و تجربه در واکنش هیجانی در گردشگری تاریک ایران. گردشگری و توسعه، ۱۲(۴)، ۱۵-۲۸.

- Raine, R. (2013), "A dark tourist spectrum", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 7 No. 3, pp. 242-256.
- Turnell, A.I.; Fassnacht, D.B.; Batterham, P.J.; Caele, A.L.; Kyrios, M.(2019).. The Self-Hate Scale: Development and validation of a brief measure and its relationship to suicidal ideation. *J. Affect. Disord.*, 245, 779-787
- Sigala, M.; Steriopoulos, E. (2021). Does emotional engagement matter in dark tourism? Implications drawn from a reflective approach. *J. Herit. Tour.* 2021, 16, 412-432.
- Yankholmes, A. and McKercher, B. (2015), "Understanding visitors to slavery heritage sites in Ghana", *Tourism Management*, Vol. 51, pp. 22-32,
- Yan, B., Zhang, J., Zhang, H., Lu, S. and Guo, Y. (2016), "Investigating the motivation-experience relationship in a dark tourism space: a case study of the Beichuan earthquake relics, China", *Tourism Management*, Vol. 53, pp. 108-121,
- Yang I. C. M., French J. A., Lee C., Watabe M. (2020). The symbolism of international tourism in national identity. *Annals of Tourism Research*, 83, 102966.
- Zhang, H., Yang, Y., Zheng, C. and Zhang, J. (2016), "Too dark to revisit? The role of past experiences and intrapersonal constraints", *Tourism Management*, Vol. 54, pp. 452-464.
- playfulness and perceived flow as moderators. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(sup1), 103-122
- Kamber, M., Karafotias, T. and Tsitoura, T. (2016), "Dark heritage tourism and the Sarajevo siege", *Journal of Tourism and Cultural Change*, Vol. 14 No. 3, pp. 255-269,
- Hartmann, R.; Lennon, J.; Reynolds, D.P.; Rice, A.; Rosenbaum, A.T.; Stone, P.R.(2018) The history of dark tourism. *J. Tour. Hist.*, 10, 269-295.
- Isaac, R.K.; Nawijn, J.; van Liempt, A.; Gridnevskiy, K.(2019). Understanding Dutch visitors' motivations to concentration camp memorials. *Curr. Issues Tour.* 2019, 22, 747-762
- Mowatt, R.A. and Chancellor, C.H. (2011), "Visiting death and life", *Annals of Tourism Research*, Vol. 38 No. 4, pp. 1410-1434,
- Miller, D. and Gonzalez, C. (2013), "When death is the destination: the business of death-tourism--despite legal and social implications", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 7 No. 3, pp. 293-306.
- Podoshen, J.S.(2018). Dark tourism in an increasingly violent world. In *The Palgrave Handbook of Dark Tourism Studies*; Stone, P.R., Hartmann, R., Seaton, T., Sharpley, R., White, L., Eds.; Springer: Berlin/Heidelberg, Germany,; pp. 173-187
- Proos, E.; Hattingh, J.(2022).. Dark tourism: Growth potential of niche tourism in the Free State Province, South Africa. *Dev. South. Afr.*, 39, 303-320