





A phenomenological study of the lived experience of urban Tourist guides in Ardabil province during the outbreak of the Covid-19 pandemic

Mohammad Reza Rezvani¹  , Siyamak Mikaeely Kivi², Reza Alizade³

1. (Corresponding Author) Department of Human Geography and Planning, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran

Email: rezvani@ut.ac.ir

2. Department of Human Geography and Planning, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran

Email: siyamak.mikaeely@ut.ac.ir

3. Department of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Email: reza.alizade1001@gmail.com

ARTICLE INFO

Article type:

Research Paper

Article History:

Received:

24 May 2024

Received in revised form:

28 August 2024

Accepted:

23 September 2024

Available online:

27 October 2024

Keywords:


Covid-19 pandemic,
lived experiences,
Urban tourism,
Ardabil Province.

ABSTRACT

Infectious diseases cause behavioral and social changes. tourism industry and tourist guides are also changing like other sectors.

Before the covid, Ardabil province was an active province in the field of nature and culture tourism, and nature guides and cultural guides of both groups were active in this province. So this study aims to examine the impacts of COVID-19 on different aspects of urban tourist guides' lives. this research was conducted as qualitative research in a phenomenological format. 16 tourist guides of Ardabil were investigated by snowball sampling method to collect data. the data was obtained using semi-structured interviews and analyzed in a seven-step Colaizzi method. based on the analysis the positive and negative dimensions of life were recorded in this period and 10 categories of meanings were identified for the lived experience of the tourist guides of Ardabil province during the outbreak of COVID-19, which are: changes in lifestyle, economic challenges and opportunities, transformation of employment pattern, changing in attitudes, advertising, compliance with health issues, changing forms of social relations, mental and psychological issues, stagnation in activities and organizational obstacles.

Citation: Rezvani, M. R., Mikaeely Kivi, S., & Alizade, R. (2024). A phenomenological study of the lived experience of urban Tourist guides in Ardabil province during the outbreak of the Covid-19 pandemic. *Journal of Urban Tourism*, 11 (4), 1-17.

 <http://doi.org/10.22059/jut.2024.371109.1181>



© The Author(s)

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

Outbreaks of diseases that are epidemic have been identified as an influential event in world history. During epidemics, people's communication and travel are significantly reduced and they affect the tourism industry (Menegaki, 2020). The epidemic of corona disease from 2020 to 2022 caused the closure and stagnation of the tourism industry and also caused the unemployment of a large group of tourist guides in the world. Tourist guides in Ardabil province, as those who are on the front line of dealing with tourists, were greatly affected by the phenomenon of COVID-19. Therefore, what this research is looking for is to answer the question, what was the life experience of the tourist guides of Ardabil province due to the COVID-19 pandemic? What is the experience of tourist guides when they are unemployed during this period? And what experience did the tour guides have when they went on a tour during this period?

Methodology

According to Saunders' research onion, this research has an interpretative view from a philosophical perspective, and in terms of research approach, it is of the type of fundamental research with an inductive reasoning method. Also, in terms of scientific strategies, it is considered field research. In terms of research methods, it is among qualitative research with the phenomenological method. Also, the time horizon of the research was done in a cross-sectional manner, and finally, the methods of collecting information were done through semi-structured interviews. 16 tourist guides of Ardabil were investigated by snowball sampling method to collect data. The data was obtained using semi-structured interviews and analyzed in a seven-step Colaizzi method.

Results and discussion

In this research, some sub-category cases were obtained as the lived experience of tourists in facing the coronavirus phenomenon during the outbreak of COVID-19 from interviews with 16 tourist guides of Ardabil province. The people

included 10 male and 6 female tour guides. The main question of the research was: What was your lived experience as a tourist guide (in your guiding job and your life) during the period of coronavirus disease? After reviewing the answers, 10 main themes were extracted as follows: Changes in lifestyle, economic challenges and opportunities, transformation of the employment pattern, changes in the type of attitude, the effect of advertisements, compliance with health issues, changes in the shape of social relations, mental and psychological issues, stagnation in activities, organizational obstacles.

Conclusion

A tourist guide underwent major changes in her lifestyle during the period of the Coronavirus so her waking hours were moved from early morning to noon, also, due to the unemployment caused by the illness, the sleeping hours of the guides were also delayed. Due to the restrictions caused by Corona, special tours for one and two people flourished and mass tours were canceled, and this problem increased the quality of tours, leisure activities were mainly reserved for homes, and this increased the study rate among this group. Corona disease has caused a decrease in the number of tourists, which has also caused a decrease in the number of tours and VIP tours, and as a result, the price of tours has become more expensive, which in turn has caused the unemployment of guides and double economic pressure on this group. At the same time, the government has given support loans to the guides to compensate for this issue, and several guides in Ardabil province and the country have used these loans. In this period, the career path of the guides has undergone a fundamental transformation in such a way that instead of going on tours with tourists, the guides have started alternative activities such as: holding educational workshops, generating income from the virtual space, and even changing jobs in most cases. Before this period, most of the guides had a relatively positive view of their job, but during this period, the negative view of this job has increased and they generally came to the conclusion that it is not possible to trust this

job too much, also because of the free time from the recession. During this period, tourist guides have thought more about their past and future. There were two types of factors in this period that caused further stagnation and in some cases, a relative improvement in the situation of tours, and that is travel deterrence advertisements, which, due to various factors, deterred people from traveling in the world and Iran, and the other category, promotional advertisements.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest


Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



مطالعه پدیدار شناختی تجربه زیسته راهنمایان گردشگری شهری استان اردبیل در دوران شیوع پاندمی کرونا

محمد رضا رضوانی^۱ ، سیامک میکائیلی کیوی^۲، رضا علیزاده سولا^۳

۱- نویسنده مسئول، گروه جغرافیای انسانی و برنامه‌ریزی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. Email: rezvani@ut.ac.ir

۲- گروه جغرافیای انسانی و برنامه‌ریزی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. Email: siyamak.mikaeely@ut.ac.ir

۳- گروه مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران. Email: reza.alizade1001@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

بیماری‌های واگیردار تغییرات رفتاری و اجتماعی را در عرصه‌های مختلف به وجود می‌آورند، گردشگری و خط مقدم ارائه‌کنندگان خدمات آن یعنی راهنمایان گردشگری نیز از این قاعده مستثنا نیستند. پاندمی کرونا در جهان طیف وسیعی از فعالان صنعت گردشگری و مشاغل وابسته به آن را مخصوصاً قشر راهنمایان گردشگری را تحت تأثیر قرار داده است. استان اردبیل تا قبل از پاندمی کرونا، استانی فعال در زمینه طبیعت‌گردی و گردشگری فرهنگی و شهری بوده و راهنمایان طبیعت و فرهنگی شهری فعالی داشته، لذا این پژوهش به دنبال بررسی آثار پاندمی کرونا بر جنبه‌های مختلف زندگی راهنمایان گردشگری شهری می‌باشد. پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی در قالب پدیدار شناختی می‌باشد. بدین منظور برای جمع‌آوری داده‌ها با روش نمونه‌گیری گلوله برفی ۱۶ نفر از راهنمایان استان اردبیل مورد بررسی قرار گرفتند. و تجارب زیسته راهنمایان با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته به دست آمد و به شیوه هفت مرحله‌ای کلایزی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس تجزیه و تحلیل انجام‌شده، ابعاد مثبت و منفی زندگی در این دوره ثبت و ۱۰ دسته معانی اصلی برای تجربه زیسته این قشر در دوران شیوع کرونا شناسایی شد که به‌طور خلاصه عبارت‌اند از: تغییرات در سبک زندگی، چالش‌ها و فرصت‌های اقتصادی، دگردیسی الگوی اشتغال، تغییرات در نوع نگرش، عامل تبلیغات، رعایت مسائل بهداشتی، تغییر اشکال روابط اجتماعی، مسائل روحی و روانی، رکود در فعالیت‌ها و موانع سازمانی. همچنین هر کدام از معانی اصلی دارای معانی فرعی و زیرشاخه‌های ویژه خود می‌باشند.

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۳/۰۴

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۶/۰۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۷/۰۲

تاریخ چاپ:

۱۴۰۳/۰۸/۰۶

واژگان کلیدی:

همه‌گیری کوید-۱۹،
تجارب زیسته،
راهنمایان گردشگری

استناد: رضوانی، محمد رضا؛ میکائیلی کیوی، سیامک و علیزاده سولا، رضا. (۱۴۰۳). مطالعه پدیدار شناختی تجربه زیسته راهنمایان گردشگری شهری استان اردبیل در دوران شیوع پاندمی کرونا. *مجله گردشگری شهری*، ۱۱ (۴)، ۱-۱۷.

 <http://doi.org/10.22059/jut.2024.371109.1181>



مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع خدماتی مهم در جهان محسوب می‌شود. دولت‌ها گردشگری را ابزاری برای توسعه و حفاظت از محیط و سنت‌ها با حداقل تأثیر منفی می‌دانند (Bhuiyan et al, 2013: 11). به‌نحوی که این صنعت نقشی برجسته به‌عنوان مولد اقتصادی در جوامع گوناگون دارد و امروزه به ابزاری کلیدی برای توسعه کشورهای بدل شده است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۲). انسان‌محور بودن گردشگری باعث شده تا نقش عوامل انسانی (از جمله راهنمایان گردشگری) در توسعه آن بسیار چشمگیر باشد (پژوهان و پورمقدم، ۱۳۹۷: ۵۵).

شیوع بیماری‌های که به‌صورت همه‌گیری (اپیدمی) هستند به‌عنوان یک اتفاق تأثیرگذار در تاریخ جهان مشخص شده‌اند و در طول همه‌گیری‌ها، ارتباطات و سفرهای مردم به‌طور چشم‌گیری کاهش می‌یابد و صنعت گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهند، از جمله همه‌گیری سارس (سندروم تنفسی حاد شدید) که در سال ۲۰۰۳ شیوع پیدا کرد، و بر اساس برآوردهای بانک جهانی ضررهای زیادی را به صنعت گردشگری دنیا وارد نمود (Menegaki, 2020: 6). ترس از قرار گرفتن در معرض این بیماری به رفتارهای خاص و گاهی غیرمنطقی و نمایشی در جامعه منجر شده است (کلانتری و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۳۱)، از این‌رو، می‌توان اذعان داشت که شیوع خاص و سریع ویروس کرونا نشان می‌دهد که چگونه یک موضوع بیولوژیک و اپیدمیولوژیک می‌تواند به موضوعی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تبدیل شود (شمس‌الدینی و امیری فهلیانی، ۱۳۹۹: ۵۶۳). برنامه‌ریزی و آمادگی برای رویارویی با بحران کووید ۱۹ یکی از ضرورت‌های ملی و بین‌المللی است و اتخاذ رفتارهای پیشگیرانه در سطح جامعه جهت کنترل اپیدمی کووید ۱۹ باید به‌شدت موردتوجه سیاست‌گذاران و مسئولان بهداشتی قرار بگیرد (نوروزی و همکاران، ۱۴۰۱: ۳). ویروس کرونا یک تهدید بزرگ برای سلامتی افراد، اقتصاد و کسب‌وکارها در جامعه بود، برای کاهش آن باید اقدامات پیشگیرانه‌ای صورت می‌گرفت، سازمان بهداشت جهانی چند مورد اقدام پیشگیرانه از جمله: رعایت فاصله اجتماعی، عدم حضور غیرضروری در اماکن عمومی و بازارها، شست‌وشوی مداوم دست‌ها، استفاده از دستکش و ماسک و استفاده از ژل شست‌وشو را به کشورهای اعلام کرد (زارعی و دهقانی فهنویه، ۱۴۰۰: ۴۹۲۸). کووید ۱۹ مانند سایر موارد همه‌گیری که در گذشته اتفاق افتاده‌اند، تأثیر فوری و شدیدتری بر صنعت گردشگری گذاشته است.

امروزه ما در دوره وحشت بی‌سابقه‌ای از کووید ۱۹ که تهدیدی متناسب برای تمام بشریت است، زندگی می‌کنیم، این ترس حتی از جنگ یا حمله تروریستی نیز بدتر است زیرا می‌تواند به‌صورت نامرئی به هر قسمت از زمین آسیب برساند، این تهدید به‌صورت متناسب همه افراد را به‌طور هم‌زمان و هم‌اندازه در معرض خطر قرار می‌دهد (Menegaki, 2020: 6) و این موجب شده که فضای ترس برای صنعت گردشگری نیز چیره شود، محدودیت‌های سفر بین‌المللی، اقدامات دولت‌ها، پوشش رسانه‌ای همه باعث ایجاد فضای ترس می‌شود که گردشگران را از هتل‌ها، رستوران‌ها، خطوط هوایی و آژانس‌های مسافرتی کمترین استفاده را در این دوره داشته باشند به همین دلیل آمار مسافرت‌ها بشدت کاهش یافته و بر اقتصاد، محیط‌زیست و جوامع محلی تأثیرات عظیمی داشته است.. پدیده‌ای به نام کرونا به میزان بسیار زیادی مناسبات مربوط به گردشگری را تغییر داده است و یکی از اصلی‌ترین اثرگذاری‌های آن بر فعالیت‌ها و زندگی راهنمایان گردشگری به‌عنوان خط مقدم ارائه‌کنندگان خدمات این صنعت می‌باشد؛ بنابراین، فهم و شناخت این تغییرات و معنا بخشی تجربه راهنمایان گردشگری از یک پاندمی نظیر کرونا می‌تواند داده‌های خوبی را برای شرایط مشابه ایجاد کند و راهگشای سیاست‌گذاران گردشگری در وضعیت‌های بحرانی و مبهم شود.

ایران با دارا بودن تنوع طبیعی و اقلیم چهارفصل و اکثر پدیده‌های طبیعی مثل دریا، جنگل، بیابان، مناطق کوهستانی و

همچنین به دلیل داشتن تمدن هفت‌هزارساله و تاریخ غنی از کشورهای پرطرفیت در گردشگری است، علی‌رغم تحقق نیافتن و مغفول ماندن ظرفیت‌ها بخش‌های فعال صنعت گردشگری ایران در دوره کرونا نیز به‌نوعی با مشکلات فراوانی دست‌وپنجه کرده‌اند. در این بین استان اردبیل به‌عنوان یکی از قطب‌های اکوتوریسم در ایران با دارا بودن آبگرم‌های معدنی در سرعین، نیر، گیوی و مشکین‌شهر، و جاذبه‌های انسان-ساختی همچون پل معلق مشکین‌شهر، پل شیشه‌ای هیر، و پل معلق پیر تقی در گیوی و جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی حاصل از دوره صفوی (به‌عنوان خاستگاه حکومت صفویه) بخش قابل‌توجهی از اقتصادش با گردشگری پیوند خورده است، لذا، راهنمایان گردشگری در استان اردبیل به‌عنوان کسانی که در خط اول برخورد با گردشگران قرار دارند، تا حدود زیادی تحت تأثیر پدیده کووید-۱۹ قرار گرفته‌اند. بنابراین، آنچه این پژوهش به دنبال آن است، پاسخ دادن به این سؤال است که تجربه زیسته راهنمایان گردشگری استان اردبیل از پاندمی کووید-۱۹ چگونه بوده است؟ راهنمایان گردشگری در مواقع بیکاری در این دوره چه تجربه زیسته‌ای دارند؟ و راهنمایان گردشگری در مواقعی که در این دوره تور برده‌اند، چه تجربه زیسته‌ای داشته‌اند؟

مطالعات بسیاری به تأثیر کووید ۱۹ بر صنعت گردشگری پرداخته‌اند که در ادامه بر برخی از آن‌ها اشاره شده است: عشایری (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان اثر شیوع کووید-۱۹ بر بازاریابی دیجیتال صنعت گردشگری کشور ایران به این نتیجه رسید که شیوع بیماری کرونا، تعداد مبتلایان کشور مبدأ و مقصد و نرخ ارز واقعی کشور مبدأ تأثیر منفی بر درآمد گردشگری از محل بازاریابی دیجیتال می‌گذارد. همچنین نرخ ارز واقعی کشور مقصد، به همراه تولید ناخالص داخلی دو کشور مبدأ و مقصد تأثیر مثبت بر گردشگری دارند؛ اما باوجود این تأثیرهای بررسی‌شده، شدت تأثیر شیوع پاندمی کرونا بسیار زیاد بوده و در مجموع درآمد گردشگری از محل بازاریابی دیجیتال در کشور کاهش یافته است. در نهایت باید توجه داشت که دلیل کاهش درآمد گردشگری ماهیت گردشگری و منع مردم از سفر در این دوران بوده است. نوروزی و سیدحسینی (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان " درک تجربه زیسته ورزشکاران حرفه‌ای ایران در پاندمی کرونا" پنج دسته معانی برای تجربه زیسته ورزشکاران حرفه‌ای ایرانی از پاندمی کووید-۱۹ شناسایی کردند که عبارت‌اند از: درهم‌ریختگی خلقیات و عادات شخصی، تغییر سبک زندگی، بازنگری شیوه طی کردن مسیر شغلی، فرصت‌یابی برای کنشگری و بازتعریف کارکرد اجتماعی و اقتصادی. ایمان زاده و همکاران (۱۳۹۶) با پژوهشی تحت عنوان " تجربیات زیسته گردشگران پزشکی از درمان در بیمارستان‌های شهر تبریز" پنج مضمون اصلی علل انتخاب، مسائل مالی، مسائل فرهنگی اجتماعی، حمل‌ونقل و اقامت و ساختار بیمارستان حاصل شد. لندران اصفهانی و رحیمی لنجی (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان تأثیر کرونا بر وضعیت گردشگری (مورد مطالعه: شهر اصفهان) به این نتیجه رسیدند که اضطراب ناشی از کرونا دارای اثر معنادار و مستقیم بر وضعیت گردشگری در شهر اصفهان است. محمدی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان بررسی علل گردشگری خانه‌های دوم شهری در ایام شیوع کووید-۱۹ به این نتیجه رسیدند که با توجه به تعطیلی مراکز اقامتی در این دوران، بخش غالب گردشگران ورودی به شهرستان رامسر کسانی بودند که در این شهرستان مالک خانه‌های دوم بودند، برخی از علل مثل: مالکیت خانه‌های دوم، قوانین و مقررات، ویژگی‌های شخصیتی و ویژگی‌های منطقه به ترتیب بیشترین شدت ارتباط را با گردشگری خانه‌های دوم در ایام قرنطینه داشتند. مسائلی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «اثرات همه‌گیری کرونا بر اشتغال نیروی کار در صنایع مرتبط با گردشگری ایران» به این نتیجه رسیدند که در درازمدت ۸۸/۱ درصد به نرخ بیکاری اضافه می‌شود و از ۴ میلیون و ۵۷۵ هزار نفر شاغل در بخش‌های مرتبط با گردشگری، قریب به ۴۵۶ هزار نفر شغل خود را از دست می‌دهند. خدمات عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، خدمات جاده‌ای مسافر، خدمات پشتیبانی و کمکی حمل‌ونقل بالاترین رتبه از دست‌رفته اشتغال را در بین بخش‌های گردشگری

داشته‌اند. اسکار^۱ و همکاران (۲۰۲۱)، در پژوهشی به بررسی تأثیر کووید ۱۹ در صنعت مسافرت و جهانگردی پرداختند، نتایج این پژوهش نشان داد که بهبود وضعیت صنعت جهانگردی در سراسر جهان تقریباً حدود ۱۰ ماه زمان خواهد برد. مدیران گردشگری باید اثرات این ویروس را بر روی این صنعت ارزیابی کرده و روش‌های جدید مدیریت ریسک را برای مقابله با این بحران توسعه دهند، همچنین پشتیبانی‌های لازم از سیاست‌های خصوصی و عمومی برای حفظ سطح عملیاتی بخش سفر و گردشگری صورت بپذیرد. غلامرضایی و شفیق‌آبادی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان تجربه زیسته فعالان صنعت گردشگری در پاندمی کرونا به برخی از چالش‌های مدیران اقامتگاه‌های استان خراسان جنوبی رسیدند مثل: مشکلات روحی و روانی، استرس و فشار روانی، بازپرداخت وام‌ها، حس تنهایی و رؤیای ازدست‌رفته، مشکلات شغلی، تعدیل نیرو، فروش همراه ضرر اقامتگاه بوم‌گردی و اختلال در فعالیت بوم‌بازارها. گالی^۲ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان "پیامدهای بیماری کووید-۱۹ بر راهنمایان محلی" به نتایجی دست یافتند که نشان داد: در وضعیت فعلی راهنمایان محلی با موضوعاتی مانند شکنندگی حرفه، عدم حمایت‌های قانونی و آسیب‌پذیری شغل راهنمای تور و همچنین خطراتی مثل رقابت ناعادلانه با تورهای رایگان مواجه هستند. گرانکای^۳ (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان "کووید-۱۹ و گردشگری اروپای مرکزی؛ رقابت بین راهنمایان تور اسلواکی" به نتایج چندی دست یافتند از جمله: کاهش ۸۰ درصدی درآمد چهارپنجم راهنمایان تور اسلواکی در بازه ماه مارس و ژوئن ۲۰۲۰، کاهش سفرهای گروهی، توسعه سریع گردشگری مجاورتی (سفر به مکان‌های نزدیک به محل زندگی، حرفه‌ای زدایی نسبی از شغل راهنمایی گردشگری و تأکید بیشتر بر بهداشت تور در این دوره. راستاتی^۴ (۲۰۲۰) در مقاله "تور مجازی: گردشگری در زمان کرونا" با استفاده از تجربه افرادی که در تورهای مجازی در کشور اندونزی شرکت کرده بودند، به برخی نتایج از جمله از دست دادن حس واقعی سفر، نداشتن تجربه عکس و اتصال ناپایدار اینترنت که برخی از نکته‌های منفی این دوره به شمار می‌آید. مباتا^۵ و همکاران (۲۰۲۱) طی پژوهشی با عنوان "راهنمایان گردشگری، کووید-۱۹ و مکانیسم‌های بقا در آفریقای جنوبی" دریافتند که راهنمایان در بسیاری از موارد با کاهش هزینه‌ها و استفاده از پس‌اندازها و وام‌های شخصی، این دوره را طی کرده‌اند و برخی دیگر از راهنمایان برای کسب درآمد به مشاغل مختلف روی آورده‌اند. نازلی^۶ (۲۰۲۲) در مقاله‌ای با عنوان "راهنمایان گردشگری در مواجهه با پیامدهای کووید-۱۹" برخی از پیامدهای این بیماری برای راهنمایان گردشگری و راه‌های مقابله با آن را نشان داده است. هیگینز-دسبیلز^۷ (۲۰۲۰) در پژوهش خود به بررسی چالش‌های گردشگری پایدار پس از کرونا پرداخته است. در این پژوهش به بررسی مواردی مانند اصول اخلاقی، مسئولیت‌پذیری و پایداری توجه شده است و بر نقش مؤثر دانشکده‌های گردشگری تأکید شده است. همچنین در این پژوهش بر توسعه رشته‌هایی که بر آینده شیوه‌های گردشگری در زمان همه‌گیری‌ها و بحران‌های مربوط توجه دارند، تأکید می‌کند. آکبییک و اوگور^۸ (۲۰۲۰) در پژوهش خود به بررسی تأثیر همه‌گیری ویروس کووید ۱۹ بر صنعت گردشگری بین‌المللی پرداخته‌اند. در این پژوهش به بررسی واکنش مسافران در طول روند همه‌گیری ویروس کرونا با استفاده از تکنیک تحلیل متن پرداخته‌اند. آن‌ها در طول تقریباً سه ماه، نظرات بیش از هفتادوپنج هزار نفر از مسافران را مورد بررسی قرار دادند و بیان داشتند که خدمات بیمه مسافران و گردشگران، یکی از موضوعات مهم برای احیای صنعت گردشگری می‌باشد. طی

1Škare

2Galí

3Grančay

4Rastati

5Mbatha

6Nazli

7Higgins-Desbiolles

8Akbiyik and Ugur

بررسی مطالعات صورت گرفته در ایران و در دنیا، آثار اجتماعی و اقتصادی بیماری کرونا بسیار مورد توجه بوده است ولی در حوزه رفتارشناسی، به‌ویژه رفتارشناسی راهنمایان گردشگری در این دوره کمتر مورد بحث و بررسی قرار گرفته است، در این پژوهش نقش راهنمایان به این علت که خط مقدم برخورد جامعه مبدأ و مقصد است، بسیار پررنگ شده و رفتارشناسی این قشر، شیوه مواجهه راهنمایان با این پدیده و تغییرات رفتاری‌شان مورد بررسی قرار گرفته و ثبت شده است.

روش پژوهش

این پژوهش از بعد فلسفی دارای نگاهی تفسیری بوده و به لحاظ رویکرد پژوهشی از نوع پژوهش‌های بنیادی با شیوه استدلال استقرایی است. همچنین از لحاظ استراتژی‌های پژوهشی جزو پژوهش‌های میدانی به حساب می‌آید. از نظر روش‌های پژوهشی جزو پژوهش‌های کیفی با شیوه پدیدار شناختی است، همچنین افق زمانی پژوهش نیز به صورت یک مقطعی اتفاق افتاده و در نهایت روش‌های گردآوری اطلاعات نیز به شیوه مصاحبه نیمه ساختاریافته صورت گرفته است. پدیدارشناسی معنای تجربیات زنده گروهی از افراد از یک مفهوم یا پدیده را توصیف می‌کند (خلیلی مقدم و همکاران، ۱۳۹۷: ۸) بنابراین در پی فهم تجربه‌های مشترک عده‌ای از مردم می‌باشد (بودلایی، ۱۳۹۵: ۱۵). منظور از توصیف پدیدارشناسانه، عبارت است از توصیف آنچه در آگاهی ما ظاهر می‌شود، یعنی توصیفی نه بر اساس ذهنیت صرف عقل‌گرایی و نه بر اساس محسوسات علوم تجربی، بلکه توصیفی که از طریق معنا بخشی ارادی پدیدارها در آگاهی و فهم ما اکتساب خواهد شد (حریری، ۱۳۸۵: ۱۰۳). این رویکرد با توجه به اصول هستی‌شناختی خود تا حد امکان بر تجربه‌های دست اول یا تجربه زیسته متمرکز شده و از پرداختن به موضوعات ثانویه خودداری می‌نماید، چراکه امکان ورود به لایه‌های معنایی تجربه‌های دست دوم را نداشته و در صورت استفاده به تولید معرفتی مخدوش و تحریف‌شده می‌انجامد (محمدپور، ۱۳۹۰: ۴۷). از دیدگاه پدیدارشناسی، ماهیت یا ذات، مفهومی کلی است و به خاطر همین کلیت، دارای جنبه اشتراکی و بین‌الذهانی است (حریری، ۱۳۸۵: ۱۰۳).

بیماری کرونا با توجه به ماهیت ناشناخته بودنش، به‌عنوان پدیده‌ای که در این دو سال اخیر بر ابعاد مختلف زندگی افراد و اکثر مشاغل در صنعت گردشگری بخصوص شغل و زندگی راهنمایان گردشگری تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم داشته مطرح گردیده است. بر همین اساس در این تحقیق پژوهشگر به دنبال تفسیر و فهم تجربه زیسته راهنمایان گردشگری استان اردبیل از پاندمی کرونا می‌باشد.

جامعه آماری این تحقیق شامل راهنمایان گردشگری استان اردبیل است که حداقل دو سال قبل از شیوع پاندمی کرونا به شغل راهنمای گردشگری مشغول بوده‌اند. با استفاده از تکنیک نمونه‌گیری هدفمند و نظری، در اسفندماه سال ۱۳۹۹ دقیقاً یک سال پس از همه‌گیری بیماری کرونا، راهنمایانی برای انجام مصاحبه‌های عمیق تا رسیدن به مرحله اشباع نظری انتخاب و مورد مصاحبه قرار گرفتند. در بین افراد نمونه از هر دو جنسیت مرد و زن وجود داشت که تعداد راهنمایان مرد نسبت به زن ۷۰ درصد به ۳۰ درصد بود. میانگین سنی راهنمایان نیز ۳۵ سال بود. به‌منظور گردآوری اطلاعات از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته استفاده شده که مدت‌زمان هر مصاحبه نیز حدود نیم ساعت الی ۴۵ دقیقه بود. لازم به ذکر است به دلیل شرایط خاص شیوع بیماری این مصاحبه‌ها هیچ‌کدام به صورت حضوری انجام نشده و همه مصاحبه‌ها از طریق پیام‌رسان واتس‌آپ به صورت ضبط صدا و با رضایت مصاحبه‌شوندگان انجام شده است. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش هفت مرحله‌ای کولایزی استفاده شده است.

در مرحله اول با گوش دادن چندباره به هر مصاحبه و عمیق شدن در عبارات و اظهارات شرکت‌کنندگان، مصاحبه‌های شفاهی تبدیل به مصاحبه‌های مکتوب شدند، در گام دوم مفاهیم هر مصاحبه استخراج و پس از تشکیل مفاهیم،

مصاحبه‌های بعدی انجام شد. در مرحله سوم بعد از تمام شدن مصاحبه‌ها و مکتوب سازی آن‌ها، مفاهیم فرموله شده و در گروه‌های موضوعی مخصوص دسته‌بندی شدند. در گام‌های چهارم الی ششم مفاهیم استخراج شده با هم ترکیب و توصیفی کامل از پدیده مورد نظر ارائه شد و نهایتاً در گام هفتم مفاهیم استخراج شده به مصاحبه‌شوندگان بازگردانده و مورد بررسی قرار گرفت.

جهت بررسی و اطمینان از پایایی پژوهش، چند مصاحبه از میان مصاحبه‌های صورت گرفته انتخاب و در فاصله زمانی سه‌هفته‌ای مجدداً کدگذاری شدند و دو کدگذاری باهم مقایسه شدند، و پایایی باز آزمون از طریق فرمول زیر مورد محاسبه قرار گرفت، مصاحبه‌های شماره ۴، ۹ و ۱۵ انتخاب شدند که حدود ۲۵ کد از سه مصاحبه استخراج شد که ۱۱ مورد توافق بود و با جایگذاری در فرمول زیر عدد ۸۸ درصد به دست می‌آید که عددی مورد قبول در جهت اطمینان از پایایی پژوهش به شمار می‌رود.

$$\text{رابطه (۱)} \quad 100 \left(\frac{\text{تکرار توافقات (2)}}{\text{تعداد کل کدها}} \right) \text{ درصد توافق درون موضوعی}$$

همچنین برای محاسبه تعیین روایی داده‌ها از دو معیار غوطه‌وری و بازبینی اعضای مصاحبه‌کننده و یک ناظر بیرونی استفاده به عمل آمد. به طوری که مصاحبه‌کننده‌ها حدود ۳ ماه با داده‌ها و کدها درگیر بوده و جنبه‌های مختلف کدها را مورد بررسی قرار دادند و سپس بعد از سه ماه دیگر توسط یک ناظر بیرونی داده‌های به دست آمده مورد تأیید قرار گرفت.

یافته‌ها

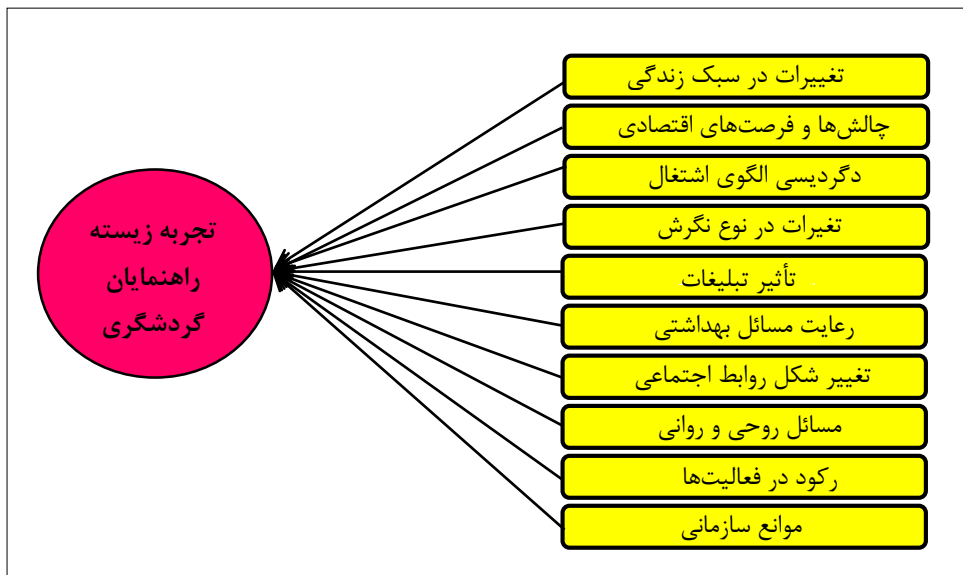
در این پژوهش ۶۸ مورد زیر مقوله به‌عنوان تجربه زیسته گردشگران در مواجهه با پدیده کرونا در دوره شیوع بیماری کووید ۱۹ از مصاحبه با ۱۶ نفر از راهنمایان گردشگری استان اردبیل حاصل شد. افراد شامل ۱۰ نفر راهنمای گردشگری آقا و ۶ نفر خانم بودند، محدوده سنی مصاحبه‌شوندگان مابین ۲۹ الی ۴۱ سال می‌باشد.

جدول ۱. مشخصات کلی مصاحبه‌شوندگان (راهنمایان گردشگری استان اردبیل)

نفرات	جنسیت	سن	سابقه کار راهنمایی تور	تحصیلات
۱	زن	۲۹	۵ سال	کارشناسی ارشد
۲	مرد	۳۵	۹ سال	کارشناسی
۳	مرد	۳۸	۷ سال	کارشناسی ارشد
۴	مرد	۳۴	۳ سال	کارشناسی
۵	مرد	۴۰	۱۰ سال	دکتری
۶	زن	۳۲	۶ سال	کارشناسی
۷	زن	۳۶	۸ سال	کارشناسی ارشد
۸	زن	۴۱	۱۲ سال	کارشناسی
۹	مرد	۳۸	۷ سال	کارشناسی
۱۰	مرد	۳۰	۵ سال	کارشناسی ارشد
۱۱	مرد	۳۱	۲ سال	کارشناسی
۱۲	مرد	۴۰	۱۲ سال	کارشناسی
۱۳	زن	۳۷	۴ سال	کارشناسی ارشد
۱۴	زن	۳۴	۹ سال	کارشناسی
۱۵	زن	۳۵	۶ سال	کارشناسی
۱۶	زن	۳۹	۷ سال	کارشناسی ارشد

سؤال اصلی پژوهش مبنی بر این نکته بود که: تجربه زیسته شما به‌عنوان راهنمای گردشگری (در شغل راهنمایی

و زندگی‌تان) در دوره بیماری کرونا چه بود؟ پس از بررسی پاسخ‌ها ۱۰ مضمون اصلی استخراج شد که در شکل شماره ۱ نشان داده شده است:



شکل ۱. مدل مفهومی: تجربه زیسته راهنمایان گردشگری استان اردبیل در دوره پاندمی کرونا

حال هر کدام از مضامین اصلی شامل مضامین فرعی و برخی مضامین فرعی دارای مضامین فرعی‌تر به شرح زیر می‌باشند:

۱) تغییرات در سبک زندگی:

شامل چهار مضمون فرعی که هر کدام نیز دارای مضامین فرعی‌ترند می‌باشد. الف) تغییرات در الگوی استراحت (افزایش ساعات خواب در طول روز، تغییر در زمان بیداری) مصاحبه‌شونده سوم در این باره می‌گوید: "چند ماه پس از شیوع کرونا، که بیکار شده بودم، شب تا دیروقت بیدار بودم و برعکس منی که همیشه عادت داشتم صبح‌ها ساعت ۷ بیدار بشم، ساعت ۱۱ صبح هم به زور از خواب پا میشدم". ب) تغییرات در الگوی کار (دارای مضامین فرعی‌تر: افزایش کیفیت تورها به جای کمیت تورها، تمرکز بر تورهای داخلی، فعالیت انجمن‌های گردشگری در فضای مجازی به جای فضای حقیقی، جایگزینی سفر با اتومبیل به جای سفر با تور)، تجارب شرکت‌کننده ششم مؤید این نکته است: "در این دوره تورهای وی‌آی‌پی یک یا دو نفره به دلیل شرایط کرونایی توسعه پیدا کرد که کیفیت تورها را افزایش داد". مصاحبه‌کننده دهم می‌گوید: "انجمن راهنمایانمون جلساتش رو تو فضای مجازی برگزار می‌کرد، تو یکی از جلسات که داشتیم مشکلات رو تحلیل می‌کردیم بچه‌ها گفتن مردم الا تو این شرایط اگه سفر هم بکنن با ماشین خودشون احساس امنیت بیشتری می‌کنن تا اینکه بیان با تور سفر کنن، واقعاً هم همین طوره".

ج) تغییرات در نحوه گذراندن اوقات فراغت (شامل: دنبال کردن بیشتر برنامه‌های تلویزیونی، محبوب شدن در خانه، انجام کارهای عقب‌افتاده)، مصاحبه‌شونده چهارم می‌گوید: "تو خونه مثل یه زندانی صبح تا شب موندن خیلی سخته، تو دوره اعمال کامل محدودیت‌ها تو خونه وقت نمی‌گذشت، مجبور بودم با مسابقات ورزشی تلویزیون و بخش‌های مختلف خبری خودم رو سرگرم کنم، هرچند خیلی از کارای عقب افتادم رو هم انجام دادم".

د) تغییرات در میزان و نوع مطالعه: (شامل: یادگیری زبان‌های خارجی دیگر، مطالعه بیشتر در مورد گردشگری، پژوهش بیشتر در فضای مجازی، به وجود آمدن زمان کافی و زیاد برای مطالعه)، مصاحبه‌شونده سیزدهم می‌گوید: "

عربی رو خیلی دوست داشتم یاد بگیرم ولی زمان نداشتم واسش، از این لحاظ خیلی خوب شد واسم". مصاحبه‌شونده هشتم می‌گوید: "چند تا کتاب خوب خریده بودم اما وقت نکرده بودم بخونم الان دارم می‌خونمشون، یا خیلی از پادکست‌ها و مستندها رو دوست داشتم تو اینترنت بودن الان وقت شده دارم ازشون استفاده می‌کنم".

۲) چالش‌ها و فرصت‌های اقتصادی:

شامل دو مضمون فرعی: الف) چالش‌های اقتصادی (شامل مضامین فرعی‌تر: کاهش تعداد گردشگران، گران شدن قیمت تورها، تحمل فشار اقتصادی)، مصاحبه‌شونده دهم می‌گوید: "محدودیت‌های کروناایی بیشتر از همه واسه فعالان گردشگری قابل لمس بود، تعداد گردشگرا به کمترین حد خود رسید، توری اگه برگزار می‌شد قیمتش سرسام‌آور بود و کسی نمی‌توانست ثبت‌نام بکنه". همچنین مصاحبه‌شونده سوم می‌گوید: "اقساط بانکی‌ام عقب‌افتاده و تماس‌های مداوم بانک پیام‌های اخطار از یک طرف و موعد پرداخت اجاره خانه از طرف دیگر، چه بگویم انگار در وسط منگنه قرار گرفته‌ام".

ب) فرصت‌های اقتصادی (شامل: اعطای وام توسط دولت به راهنمایان، رونق گرفتن تورهای وی‌ای پی یک یا دو نفره). مصاحبه‌شونده چهارم می‌گوید: "دولت وام‌هایی رو واسه راهنماها و اکثر فعالین این حوزه (گردشگری) در نظر گرفته بود، منم واسه وام اقدام کردم و گرفتم". مصاحبه‌شونده پانزدهم می‌گوید: "وقتی‌که افراد کمی تو تورها ثبت‌نام کردن باعث شد برگزاری تور با قیمت سابق واسه تورگردانان صرفه به خاطر همین اومد قیمت تورا رو بالا بردن و توری یک یا دو نفره وی‌ای پی به وجود اومد".

۳) دگردیسی الگوی اشتغال:

شامل مضمون فرعی: انجام فعالیت‌های جایگزین (دارای مضامین فرعی‌تر: سعی در ایجاد درآمد از طریق فضای مجازی، تغییر شغل از راهنمایی به مشاغل دیگر، برگزاری دوره‌های آموزش آنلاین جهت کسب درآمد، برگزاری کارگاه‌های مهارت‌افزایی آنلاین جهت کسب درآمد)، مصاحبه‌شونده نهم می‌گوید: "در صفحه اینستاگرام خود تعدادی لوازم طبیعت‌گردی و کوهنوردی را تبلیغ کردم و آرام‌آرام توانستم فروش اینترنتی را راه بیندازم". همچنین مصاحبه‌شونده یازدهم اظهار می‌دارد: "رفتم نمایشگاه ماشین‌دوستانم، وردستش کار یاد بگیرم، می‌خوام برم تو کار خریدوفروش ماشین". همچنین مصاحبه‌شونده اول می‌گوید: "با همکاری چند تا دیگه از دوستای تورلیدرم یه تعداد دوره راجع به مهارت‌های تورلیدری برگزار کردیم تو فضای مجازی، تا یه پولی هم از این راه درآورده باشیم".

جدول ۲. نحوه استخراج مقوله‌ها از متن مصاحبه (نمونه‌ها)

"به علت اینکه در تعداد اعضای تور محدودیت بود، تورهای یک یا دونفره وی‌ای پی رونق پیدا کرد، که افزایش کیفیت تورها کیفیت تورهای ما را افزایش داد چون بیشتر می‌توانستیم برای یک یا دو گردشگر وقت بگذاریم".	به‌جای کمیت توره مصاحبه‌شونده ششم، زن، ۳۲ ساله
"اقساط بانکی‌ام عقب‌افتاده و تماس‌های مداوم بانک پیام‌های اخطار از یک طرف و موعد پرداخت اجاره خانه از طرف دیگر، چه بگویم انگار در وسط منگنه قرار گرفته‌ام".	مصاحبه‌شونده سوم، مرد، ۳۸ ساله
"در صفحه اینستاگرام خود تعدادی لوازم طبیعت‌گردی و کوهنوردی را تبلیغ کردم و آرام‌آرام توانستم فروش اینترنتی را راه بیندازم".	مصاحبه‌شونده نهم، مرد، ۳۸ ساله
"احساس می‌کنم، دیگر نمی‌توانم به تورلیدری به‌عنوان یک شغل دائمی نگاه کنم، باید به کسب‌وکار دیگری راه بیندازم و تورلیدری را در کنار شغل اصلی‌ام به خاطر علاقه ادامه دهم".	مصاحبه‌شونده پانزدهم، زن، ۳۵ ساله
"اکثر برنامه‌های صدا و سیما حول محور بیماری کرونا و مبارزه با آن بیماری است و سفر به‌عنوان عامل گسترش دهنده این بیماری در تلویزیون و سایر رسانه‌ها هر روز کم‌رنگ‌تر از دیروز می‌شود".	کاهش توجه رسانه‌ها به فعالیت‌های گردشگری
مصاحبه‌شونده شانزدهم، زن ۳۹ ساله	
"در اندک تورهایی که در این چند وقت داشته‌ام، به‌طور ناخودآگاه دست دادن حذف‌شده و روبوسی هم که حذف عادات غیربهداشتی	

با برخی از گردشگرانی که قبلاً در تورهایی راهنمایان بودند، به کل حذف شد ولی از این مسئله راضی ام قبلی چون کاری غیربهداشتی است." مصاحبه‌شونده هشتم، زن، ۴۱ ساله
"ماسک باعث شده چشمان گردشگر را ببینم و در تورها نتوانیم کل قیافه فرد را ببینیم، همین مسئله قضاوت از روی چشم کار قضاوت ما را سخت کرده چون طبق تجربه ما قضاوت‌هایی نیز از چهره فرد انجام می‌دادیم." به‌جای کل قیافه مصاحبه‌شونده یازدهم، مرد ۳۱ ساله
"فقط می‌خواهم بدانم کی اوضاع مثل سابق می‌شود، یعنی می‌توان دوباره مثل سابق در بقعه شیخ صفی‌الدین، تاریخ ساخت چینی‌خانه را برای گردشگران توضیح بدهم، دلم لک‌زده برای آن لحظات." مصاحبه‌شونده سیزدهم، زن ۳۷ ساله
"تورهایی که داخل بناهایی مثل موزه، مسجد جمعه اردبیل و بقعه شیخ صفی بودند، با توجه به تعطیلی اکثر تورهایی محدودیت‌های کرونایی کنسل شدند، چون داخل بنا فضا بسته است و امکان سرایت بیماری وجود دارد، لذا ترجیح همه طبیعت‌گردی است." مصاحبه‌شونده اول، زن ۲۹ ساله
"پس‌ازاینکه تمامی فیلترها را برای برگزاری تور رد می‌کنیم، فیلتر وزارت بهداشت را نمی‌توانیم رد کنیم و دائماً برای ما محدودیت ایجاد می‌کند، حتی با رعایت تمام پروتکل‌های بهداشتی." مصاحبه‌شونده مثل وزارت بهداشت دوازدهم، مرد، ۴۰ ساله

۴) تغییرات در نوع نگرش:

شامل دو مضمون فرعی: الف) دوری از تفکرات روزمره (شامل مضمون فرعی‌تر: تفکر بیشتر در مورد گذشته و آینده نسبت به قبل)، مصاحبه‌شونده چهاردهم می‌گوید: "قبلاً اونقدر مشغله داشتم، فکر و ذکر فقط برگزاری منظم تور از لحظه تحویل گروه تا خداحافظی باهاشون بود، یا اینکه کارهای خونه رو ردیف کنم، واسه یه خانم هندل کردن کارخونه و کار بیرون خیلی مشکله، ولی این دغدغه من نبود، درست از زمانی که کرونا اومد و من بیکار شدم، ذهنم کلا داره نبش قبر می‌کنه و هی خاطرات گذشته میاد تو ذهنم، اصلاً همش می‌خوام بدونم چی میشه، قراره چه اتفاقی بیافته، فقط اینو می‌دونم وضعیت خوبی در انتظار ما نیست، و اصلاً تور لیدری شغلی نیست که بشه روش حساب باز کرد".

ب) منفی‌نگری (شامل دو مضمون فرعی‌تر: ناامیدی از آینده، بازنگری در مورد تصور شغل راهنمایی به‌عنوان شغل اول)، نویسنده چهارم می‌گوید: "شغل راهنمایی و صنعت گردشگری دیگه جون گرفتنش سخته، آینده خوبی در انتظار ما نیست". نویسنده پانزدهم می‌گوید: "احساس می‌کنم، دیگه نمی‌توانم به تور لیدری به‌عنوان یک شغل دائمی نگاه کنم، باید به کسب‌وکار دیگری راه بیندازم و تور لیدری را در کنار شغل اصلی‌ام به خاطر علاقه ادامه دهم".

۵) عامل تبلیغات:

شامل دو مضمون فرعی: الف) تبلیغات آزاردهنده (شامل مضامین فرعی‌تر: تحمل شایعات زیاد در فضای مجازی و سایر شبکه‌های اجتماعی، کاهش توجه رسانه‌ها به فعالیت‌های گردشگری، کاهش توجه به گردشگری در بخش‌های مختلف خبری، تبلیغات دروغ در مورد کرونا، ارائه آمارهای غیرواقعی در مورد کرونا)، مصاحبه‌شونده پنجم می‌گوید: "رسانه‌های رسمی مثل رادیو و تلویزیون تمام تلاششون رو واسه محدود کردن گردشگری انجام میدن، با هر خبر سوء در مورد محدودیت‌های گردشگری و تبلیغاتی که به نظرم دروغ می‌اومد، واقعاً اذیت می‌شدم، مآخذ آمارهایی هم که میدادن فکر کنم دروغ بود". همچنین مصاحبه‌شونده شانزدهم می‌گوید: "اکثر برنامه‌های صدا و سیما حول محور بیماری کرونا و مبارزه با آن بیماری است و سفر به‌عنوان عامل گسترش دهنده این بیماری در تلویزیون و سایر رسانه‌ها هر روز کم‌رنگ‌تر از دیروز می‌شود".

ب) تبلیغات التیام‌دهنده (شامل: تولید محتوا در فضای مجازی توسط راهنمایان، رونق بخشی به گردشگری مجازی، طراحی بروشورهای مختلف در زمینه گردشگری)، مصاحبه‌شونده هفتم اظهار می‌کند: "فعالیت‌های همکاران لیدرمون توی فضای مجازی باعث می‌شد یکم جو سنگین تبلیغاتی علیه گردشگری کمتر بشه، همچنین بچه‌های لیدر

بروشورهای مختلفی رو واسه کارهای آینده‌شون طراحی می‌کردن " همچنین همین مصاحبه‌شونده می‌گوید: "خیلی از اونایی که می‌شناسم میگن که تو اینترنت اکثراً دنبال سایت‌های گردشگری مثل، آثار تاریخی و فرهنگی و سایت‌های طبیعی می‌گردیم و به عکساشون نگاه می‌کنیم".

۶) رعایت مسائل بهداشتی:

شامل دو مضمون فرعی: الف) حذف عادات غیربهداشتی قبلی (حذف روبوسی، حذف دست دادن)، مصاحبه‌شونده هشتم در این باره می‌گوید: "در اندک تورهایی که در این چند وقت داشته‌ام، به‌طور ناخودآگاه دست دادن حذف شده و روبوسی هم که با برخی از گردشگرانی که قبلاً در تورهایی راهنمایشان بودم، به‌کل حذف شد ولی از این مسئله راضی‌ام چون کاری غیربهداشتی است".

ب) و به وجود آمدن عادات بهداشتی جدید (شستشو و ضدعفونی مکرر دست‌ها با صابون و الکل، همراه داشتن مایع دستشویی و الکل در کیف گردشگران)، مصاحبه‌شونده دوازدهم در این مورد می‌گوید: "چند تا تور طبیعت‌گردی که تو این مدت بردم، اعضای تور از خدمه بیمارستان هم مجهزتر بودن، مسافرا از تو کیفاشون ماسک، الکل، صابون و همه چی در می‌آوردن".

۷) تغییر اشکال روابط اجتماعی:

شامل مضامین فرعی: قضاوت از روی چشم به‌جای کل قیافه (به دلیل استفاده از ماسک) در این باره مصاحبه‌شونده یازدهم می‌گوید: "ماسک باعث شده فقط چشمان گردشگر را ببینیم و در تورها نتوانیم کل قیافه فرد را ببینیم، همین مسئله کار قضاوت ما را سخت کرده چون طبق تجربه ما قضاوت‌هایی نیز از چهره فرد انجام می‌دادیم".

تغییر در عادات پوشش، مصاحبه‌شونده نهم می‌گوید: "همیشه در تورهایی که می‌بردم، عادت داشتم، شلوار جین با کفش کتانی اسپورت و تی شرت بپوشم، این مدت ناخواسته شلوار پارچه‌ای و کفش مجلسی می‌پوشم".

محدود شدن دایره ارتباطات، صرف زمان کافی با اعضای خانواده، صرف زمان کافی با دوستان (برای گفتگو در فضای مجازی) مصاحبه‌شونده دوم در این باره می‌گوید: "الان از بیشتر همکارانم در حیطه شغلی خبر ندارم و اکثراً با خانواده مشغول صحبت کردنم و یا تو فضای مجازی با دوستای نزدیکم دارم صوتی یا تصویری صحبت می‌کنم که قبلاً این‌قدر وقت نمیداشتم".

۸) چالش‌ها و مسائل روحی و روانی:

شامل مضامین فرعی: افسردگی، کم‌حوصلگی و بی‌حوصلگی، مصاحبه‌شونده سوم می‌گوید: "اگه بخوام اون چیزی که تو دلم هست رو بگم یا احساسم رو دقیق توصیف کنم، اینه که خیلی افسردم و حوصله خیلی از چیزا رو ندارم".

ترس از کرونا، فشار ناشی از ناشناخته بودن کرونا، در این باره مصاحبه‌شونده چهارم می‌گوید: "کرونا به خاطر ناشناخته بودنش خیلی وحشت آورده، و همش می‌ترسم که دچارش بشم".

ناپایداری روانی، احساس کسلی ناشی از محدودیت‌ها، مصاحبه‌شونده ششم می‌گوید: "اونقدر به میشینم بی‌حال میشم، در عین اینکه همش می‌خوام برم بیرون".

احساس دل‌تنگی در این باره مصاحبه‌شونده سیزدهم اظهار می‌دارد: "فقط می‌خواهم بدانم کی اوضاع مثل سابق می‌شود، یعنی می‌توان دوباره مثل سابق در بقعه شیخ صفی‌الدین، تاریخ ساخت چینی‌خانه را برای گردشگران توضیح بدهم، دلم لک‌زده برای آن لحظات".

۹) رکود در فعالیت‌ها:

شامل مضامین فرعی: حذف تورهای از قبل برنامه‌ریزی شده، کاهش تعداد افراد در هر تور، محدود شدن تورها به تورهای طبیعت‌گری دست پایین، کاهش تعداد تورها، به صفر رسیدن تورهای ورودی در مقاطعی از زمان، کاهش برگزاری گردهمایی‌های مختلف مصاحبه‌شونده هفتم می‌گوید: "هر چی مسابقات ورزشی، تجاری، یا گردهمایی تو سال‌های قبل زیاد بود بیهو فروکش کرد و خیلی کم شد مگر در حالت اضطرار، به سری تور قرار بود از کشور آلمان بیاد و من لیدرشو باشم که کنسل شدن، کار به جایی رسید که دیگه تو به مقطع تور ورودی صفر شد و الان تورها محدود شدن به چند تا تور طبیعت‌گردی دست پایین". یکجانشینی به جای سفر مصاحبه‌شونده دهم می‌گوید: "من صبح تا شب تو حرکت بودم، زندگی مثل عشایر همیشه تو حرکت بود به نوعی دیگه یکجانشین شدم و اکثراً تو شهر خودم و تو خونم هستم". تعطیلی اکثر تورهای فرهنگی به دلیل اجرا در فضای بسته که مصاحبه‌شونده اول در این باره می‌گوید: "تورهایی که داخل بناهایی مثل موزه، مسجد جمعه اردبیل و بقعه شیخ صفی بودند، با توجه به محدودیت‌های کرونایی کنسل شدند، چون داخل بنا فضا بسته است و امکان سرایت بیماری وجود دارد، لذا ترجیح همه طبیعت‌گردی است".

۱۰) موانع سازمانی:

شامل مضامین فرعی همچون: اعمال محدودیت‌های کرونایی که مصاحبه‌شونده پنجم می‌گوید: "عرصه برای فعالیت‌های گردشگری با این محدودیت‌های کرونایی بسیار محدود است". فشار سازمان‌های مختلف مثل وزارت بهداشت بر عدم برگزاری تورها که مصاحبه‌شونده دوازدهم می‌گوید: "پس‌ازاینکه تمامی فیلترها را برای برگزاری تور رد می‌کنیم، فیلتر وزارت بهداشت را نمی‌توانیم رد کنیم و دائماً برای ما محدودیت ایجاد می‌کنند، حتی با رعایت تمام پروتکل‌های بهداشتی". عدم صدور مجوز برای تورهای طبیعت‌گردی استان اردبیل، سردرگمی در بین سازمان‌های مختلف جهت اخذ مجوز برگزاری تور، بی‌برنامگی سازمان‌های مختلف در قبال پیشگیری از کرونا می‌باشد، مصاحبه‌شونده دوم در این باره می‌گوید: "برای اخذ مجوز هر توری، حتی تورهای طبیعت‌گردی که در فضای باز برگزار می‌شوند تور گردان‌ها و لیدرها عاجزند و دائم بین سازمان‌های متولی که خودشان نیز برنامه خاصی برای مهار کرونا و ادامه فعالیت‌های ما ندارند، در رفت‌وآمدیم".

جدول ۳. تجارب مثبت و منفی راهنمایان اردبیل در دوره کرونا

تجارب مثبت	تجارب منفی
• اعطای وام توسط دولت به راهنمایان	• کاهش تعداد گردشگران
• رونق گرفتن تورهای وی‌آی‌پی (یک یا دو نفره)	• تحمل فشار اقتصادی ناشی از تعطیلی تورها
• افزایش کیفیت تورها به جای کمیت	• حذف تورهای از قبل برنامه‌ریزی شده
• سعی در ایجاد درآمد از فضای مجازی	• افسردگی و فشار روانی (استرس)
• یادگیری زبان‌های خارجی دیگر	• کاهش تعداد افراد در هر تور
• مطالعه بیشتر در مورد گردشگری	• تعطیلی اکثر تورهای فرهنگی به دلیل اجرا در فضای بسته
• حذف عادات غیربهداشتی ارتباطی قبلی در تورها مثل: رو	• بیکاری گسترده راهنمایان و مخصوصاً راهنمایان فرهنگی
• بوسی و دست دادن	• ناامیدی در مورد آینده
• تفکر بیشتر در مورد آینده	• محدود شدن تورها به تورهای طبیعت‌گردی دست پایین
• فرصت توانمندسازی علمی راهنما	• اتلاف وقت در فضای مجازی
• آرامش بیشتر به جای زندگی پرسرعت	• به صفر رسیدن تورهای ورودی
• تولید محتوا در فضای مجازی توسط راهنمایان	• احساس دل‌تنگی در مورد تورهای سابق
• تمرکز بر تورهای داخلی	• گران شدن قیمت تورها
• پژوهش بیشتر در فضای مجازی توسط راهنمایان	• جایگزینی سفر شخصی به جای سفر با تور

- دنبال کردن برنامه‌های تلویزیونی مرتبط با گردشگری
- برگزاری دوره‌های آموزشی آنلاین گردشگری جهت کسب درآمد
- فعالیت انجمن‌های گردشگری در شبکه‌های اجتماعی
- رونق گردشگری مجازی
- کسب اطلاعات زیاد از گردشگری از طریق فضای مجازی
- طراحی پروشورهای مختلف در زمینه گردشگری
- انجام کارهای عقب‌افتاده
- زمان کافی و زیاد برای مطالعه
- صرف زمان کافی با اعضای خانواده
- صرف زمان کافی برای گفتگو با دوستان در فضای مجازی
- محدود شدن دایره ارتباطات
- یکجانشینی به‌جای سفر
- قضاوت از روی چشم به‌جای کل قیافه به دلیل استفاده از ماسک
- بازنگری در مورد شغل راهنمایی به‌عنوان شغل اول
- تغییر شغل از راهنمایی به مشاغل دیگر
- تحمل شایعات زیاد در فضای مجازی
- اعمال محدودیت‌های کرونایی
- عدم آشنایی با مهارت‌های جدید در شغل جدید (پس از ترک شغل)
- فشار سازمان‌های مختلف مثل وزارت بهداشت بر عدم برگزاری تورها
- عدم صدور مجوز برای تورهای طبیعت‌گردی در اردیبهل
- کاهش توجه رسانه‌ها به فعالیت‌های گردشگری
- تغییر در عادات لباس پوشیدن از لباس‌های شاد و اسپورت به لباس‌های رسمی
- ترس از کرونا
- فشار ناشی از ناشناخته بودن کرونا
- کاهش برگزاری گردهمایی‌های مختلف
- بی‌برنامگی سازمان‌های مختلف در قبال پیش‌گیری از کرونا
- ناپایداری روانی
- اضطراب زیاد در طول روز
- افزایش ساعات خواب و تغییر زمان بیداری
- محدودیت‌های کسل‌کننده و محبوس شدن در خانه
- تبلیغات دروغ در مورد کرونا و ارائه آمارهای غیرواقعی

بحث

پژوهش حاضر با هدف بررسی تجربه زیسته راهنمایان گردشگری استان اردبیل در دوره بیماری کرونا (کووید ۱۹) انجام شد، پس از انجام مصاحبه با مشارکت‌کنندگان مضامین اصلی: تغییرات در سبک زندگی، چالش‌ها و فرصت‌های اقتصادی، دگرگونی الگوی اشتغال، تغییرات در نوع نگرش، عوامل تبلیغاتی، رعایت مسائل بهداشتی، تغییر اشکال روابط اجتماعی، چالش‌ها و مسائل روحی و روانی، رکود در فعالیت‌ها و موانع سازمانی از مصاحبه‌ها استخراج شد. اعتبار یافته‌های پژوهش نیز با مراجعه دوباره به شرکت‌کنندگان به دست آمد. یک راهنمای گردشگری در دوره بیماری کرونا سبک زندگی‌اش دچار تغییرات اساسی شد، به‌گونه‌ای که ساعت بیداری از اوایل صبح به ساعت ظهر انتقال یافت، همچنین به دلیل بیکاری حاصل از بیماری ساعات خواب راهنمایان نیز به دیر وقت ماکول می‌شد. به علت محدودیت‌های حاصل از کرونا تورهای ویژه یک و دو نفره رونق گرفت و تورهای انبوه کنسل شدند و همین مسئله باعث افزایش کیفیت تورها شد، فعالیت‌های فراغتی عمدتاً مختص خانه‌ها شد و همین امر نرخ مطالعه را در میان این قشر افزایش داد. بیماری کرونا موجب کاهش تعداد گردشگران شده که این عامل نیز موجب کم شدن تعداد تورها و وی‌آی‌پی شدن تورها و در نتیجه گران شدن قیمت تورها گشته که این مسئله نیز به‌نوبه خود موجب بیکاری راهنمایان و فشار مضاعف اقتصادی بر این قشر گشته است. در ضمن دولت برای جبران این مسئله به راهنمایان وام‌های حمایتی داده که تعدادی از راهنمایان در استان اردبیل و کشور از این وام‌ها استفاده کرده‌اند. در این دوره مسیر شغلی راهنمایان دچار دگرگونی اساسی شده به‌گونه‌ای که راهنمایان به‌جای گشت‌وگذار با گردشگران در تورها به فعالیت‌های جایگزینی

همچون: برگزاری کارگاه‌های آموزشی، ایجاد درآمد از فضای مجازی و حتی در بیشتر موارد به تغییر شغل مبادرت ورزیده‌اند. قبل از این دوره اغلب راهنمایان نظر نسبتاً مثبتی به شغلشان داشته‌اند ولی در این دوره نسبتاً به این شغل منفی‌نگری بیشتر و بیشتر شده و عموماً به این نتیجه رسیدند که نمی‌توان به این شغل زیاد اعتماد نمود، همچنین به دلیل فراغت حاصل از رکود این دوره راهنمایان گردشگری در مورد گذشته و آینده خود بیشتر تأمل و تفکر نموده‌اند. دو رشته عامل نیز در این دوره وجود داشت که موجب رکود بیشتر و در برخی مواقع بهبود نسبی اوضاع تورها می‌شده و آن‌هم تبلیغات بازدارنده سفر که توسط عوامل مختلف، مردم را در دنیا و ایران از سفر منصرف می‌کرده و دسته دیگر، تبلیغات تشویقی سفر که بیشتر از طرف راهنمایان و گردانندگان تورها برای بهبود نسبی اوضاع صورت می‌گرفت. در همان تورهای کمی که نصیب راهنمایان گردشگری می‌شده، رعایت بهداشت و توجه به مسائل بهداشتی کاملاً محسوس بوده است به گونه‌ای که عادات غیربهداشتی مثل: روبروسی و دست دادن حذف شده و به جای آن رعایت فاصله اجتماعی و استفاده زیاد از مواد بهداشتی توسط گردشگران جایگزین شده است. به دلیل استفاده از ماسک توسط گردشگران و راهنمایان قضاوت از چهره در این دوره منحصر به چشم‌ها شد، همچنین دایره ارتباطات راهنمایان بیشتر منحصر به افراد خانواده گشت و فضای مجازی جایگزین دیدارهای چهره به چهره شد. به لحاظ روحی اکثر راهنمایان اظهار داشتند که دچار دل‌تنگی و استرس و بی‌حوصلگی و افسردگی شده‌اند. فعالیت‌های گردشگری از هر نوع در این دوره دچار افت شدید و یا به نوعی رکود شد از جمله تورهای فرهنگی که اغلب داخل فضاهای بسته‌ای مثل موزه‌ها و سایت‌ها و ساختمان‌های سرپوشیده تاریخی انجام می‌گیرند. در نهایت جهت برگزاری تورها موانع سازمانی بسیاری از سمت وزارت بهداشت-درمان و آموزش پزشکی ایران وجود داشته که می‌توان به صادر نکردن مجوز تورهای طبیعت‌گردی در استان اردبیل و اعمال فشارهایی در جهت عدم برگزاری تورها اشاره نمود. پژوهش غلامرضایی و شفیع‌آبادی (۱۴۰۰) در بخش مشکلات روحی و روانی، استرس و فشار روانی بازپرداخت وام‌ها، تعدیل نیرو و بیکاری با پژوهش حاضر همخوان است. نتایج پژوهش گالی و نوریا (۲۰۲۲) در مقاله «تأثیر بیماری کووید-۱۹ بر راهنمایان محلی» در بخش شکنندگی حرفه‌ای و کمبود حمایت‌های قانونی با نتایج این پژوهش همخوانی دارد. نتایج پژوهش مورات و نازلی (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان راهنمایان گردشگری در مواجهه با تأثیرات همه‌گیر کووید-۱۹، در قسمت بیکاری و آسیب‌های روحی و روانی با پژوهش حاضر همخوان است. نتایج پژوهش گرانتسی (۲۰۲۰) با عنوان کووید ۱۹ و گردشگری اروپای مرکزی (رقابت راهنمایان گردشگری اسلوواکی) در بخش کاهش درآمد راهنمایان و چشم‌انداز بدبینانه به شغل راهنمایی، کمتر شدن سفرهای گروهی و جایگزینی سفرهای شخصی و تأکید بر بهداشت در تورها همخوان است. نتایج پژوهش دورین و کلر (۲۰۲۲) در مقاله‌ای با عنوان «تاب‌آوری کارمندان گردشگری در برابر تغییرات ناشی از همه‌گیری کووید-۱۹ نشان داده که کارکنان گردشگری تا حد زیادی در برابر تغییرات تاب‌آور هستند، که این مورد با نتایج پژوهش حاضر در مورد تغییر دیدگاه راهنمایان گردشگری در مورد شغل راهنمایی به عنوان شغل اول و مقوله تغییر شغل ناهمخوان است.

نتیجه‌گیری

لذا به سازمان‌های متولی گردشگری مواردی به عنوان راهکار برای مقابله با چنین بحران‌هایی و همچنین توانمندسازی راهنمایان به شرح زیر ارائه می‌شود:

مواردی را برای آسیب‌پذیری کمتر راهنمایان گردشگری در مواقع بحرانی مثل دوره بیماری کرونا پیش‌بینی کنند، مثل: بیمه بیکاری دوره رکود و فعالیت‌های فراغتی و آموزشی در فضای مجازی و مباحث روان‌درمانی و پیشگیری از افسردگی

برای این قشر پیشگام گردشگری. همچنین پیشنهاد می‌گردد در استان مرزی اردبیل جهت مقاوم‌سازی هرچه بیشتر صنعت گردشگری و فعالان این صنعت مخصوصاً راهنمایان، گونه‌هایی از گردشگری پزشکی را که از کشور هم‌جوار استان اردبیل (جمهوری آذربایجان) تقاضای زیادی دارد تا حد اعلا گسترش دهند که راهنمایان و فعالان در شرایطی مثل کرونا نیز بتوانند با گردشگران پزشکی به فعالیت خود ادامه دهند، چرا که گردشگری پزشکی اولویت بالاتری نسبت به سایر گونه‌های گردشگری مثل گردشگری تفریحی در سبد مصرفی گردشگران دارد.

پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی:

- پژوهشگران می‌توانند چندین موضوع مرتبط را در دوره پسا کرونا در پژوهش‌هایشان لحاظ کنند از جمله:
- ❖ ارزیابی دیدگاه‌های راهنمایان گردشگری در دوره پسا کرونا
- ❖ ارزیابی میزان بازگشت به کار و ترک کار و همچنین تغییر شغل راهنمایان گردشگری در دوره پسا کرونا
- ❖ دیدگاه راهنمایان در مورد شغلشان در دوره پسا کرونا.

حامی مالی

این اثر حامی مالی نداشته است.

سهام نویسندگان در پژوهش

نویسندگان در تمام مراحل و بخش‌های انجام پژوهش سهم برابر داشتند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند، به‌ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- عشایری، آسو امین. (۱۴۰۰). اثر شیوع ویروس کووید-۱۹ بر بازاریابی دیجیتال صنعت گردشگری کشور ایران. نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۵(۱۸)، ۱۰۷-۱۱۸.
- ایمان زاده، علی؛ همراه زاده، ملیکا؛ جعفریان، وحیده و جباری، کامران. (۱۳۹۶). تجربیات زیسته گردشگران پزشکی از درمان در بیمارستان‌های شهر تبریز. *مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)*، ۱۲(۳۷)، ۲۵-۴۶.
- بودلایی، حسن. (۱۳۹۵). *روش تحقیق پدیدارشناسی*. چاپ اول. تهران: نشر جامعه‌شناسان.
- پژوهان، موسی و پورمقدم، زهرا. (۱۳۹۷). برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهری با رویکرد بازآفرینی فرهنگ مبنا در بافت‌های تاریخی (نمونه موردی: بافت قدیم شهر رشت). *فصلنامه مطالعات شهری*، ۷(۲۷)، ۵۳-۶۶. DOI: 10.34785/J011.2018.008
- حریری، نجلا. (۱۳۸۵). *اصول و روش پژوهش‌های کیفی*. چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
- خلیلی مقدم، مریم؛ سلطانی، مرتضی؛ یزدانی، حمیدرضا و خنیفر، حسین. (۱۳۹۷). فهم تجربه خرید احساسی کالای بادوام: مطالعه پدیدار شناختی در خرید لوازم خانگی جهیزیه. *مدیریت بازرگانی*، ۱۰(۲)، ۳۴۸-۳۲۵. DOI:10.22059/jibm.2017.241967.2758
- زارعی، قاسم و دهقانی قهنویه، عادل. (۱۴۰۰). پیشگیری از کرونا ویروس و نقش آمیخته بازاریابی در آن. *ماهنامه دانشگاه علوم*

- پزشکی شهید صدوقی یزد، ۳۰(۶)، ۴۹۲۰-۴۹۳۱
- شمس‌الدینی، علی و امیری فهلیانی، محمدرضا. (۱۳۹۹). تحلیلی بر متغیرهای کلیدی مؤثر بر تشدید وضعیت بیماری واگیردار کووید ۱۹ بر جغرافیای سلامت در سکونتگاه‌های روستایی (مورد مطالعه: روستای فهلیان-شهرستان ممسنی). *توسعه محلی (روستائی-شهری)*، ۱۲(۲)، ۵۵۷-۵۸۵. DOI: 10.22059/jrd.2021.314066.668605
- غلامرضایی، هادی و شفیق‌آبادی، غلامرضا. (۱۴۰۰). تجربه زیسته فعالان صنعت گردشگری در پاندمی کرونا (مدیران اقامتگاه‌های بومگردی استان خراسان جنوبی) یک مطالعه پدیدار شناختی. *پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار*، ۱۵(۴)، ۲۰-۱۱.
- کریمی، جواد؛ سلطانین، لیلا و بجانی، ابوالفضل. (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه گردشگری ماجراجویانه ورزشی بر اساس نظریه داده‌بنیاد. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۲(۶۰)، ۶۱-۸۲. <https://doi.org/10.22089/smj.2019.6327.2288>
- کلانتری، اسماعیل؛ زارعی، مریم و عبدالهی، فاطمه. (۱۴۰۱). آسیب‌های سبک زندگی دانشجویان در دوران کرونا. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، ۲۲(۸۷)، ۳۲۱-۳۵۵. DOI:10.32598/refahj.22.87.4082.1
- لنذران اصفهانی، سعید و رحیمی لنجی، مهسا. (۱۴۰۱). تأثیر کرونا بر وضعیت گردشگری مورد مطالعه: شهر اصفهان. *فصلنامه آینده‌پژوهی شهری*، ۲(۱)، ۱-۱۵. DOI: 10.30495/UF.2022.1953643.1026
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۰). روش تحقیق کیفی ضد روش (منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی). تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- محمدی، مصطفی. (۱۴۰۰). بررسی علل گردشگری خانه‌های دوم شهری در ایام شیوع کووید-۱۹. *مجله گردشگری شهری*، ۸(۳)، ۶۳-۷۸. Doi: 10.22059/JUT.2021.319329.888
- مسائلی، ارشک؛ رضایی، ناصر؛ درفشی، خه بات و باسختا، مهدی. (۱۴۰۰). اثرات همه‌گیری کرونا بر اشتغال نیروی کار در صنایع مرتبط با گردشگری ایران. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۶(۵۶)، ۲۷۹-۳۶۰. <https://doi.org/10.22054/tms.2021.59352.2512>
- نوروزی سید حسینی، رسول. (۱۳۹۹). درک تجربه زیسته ورزشکاران حرفه‌ای ایرانی از پاندمی کوید-۱۹: رویکردی پدیدارشناسانه. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۲(۶۱)، ۲۱۷-۲۴۰. <https://doi.org/10.22089/smj.2020.8854.3014>
- نوروزی، وریا؛ طالبی، بهنام؛ اسدی شریف، فرانک؛ منصوری، خدیجه و عباسی راکی، فاطمه. (۱۴۰۱). پیش‌بینی رفتارهای پیشگیرانه از کووید ۱۹ بر اساس سواد سلامت در مراجعه‌کنندگان ۳۰ تا ۵۰ ساله به مراکز بهداشتی درمانی اردبیل. *مجله تحقیقات سلامت در جامعه*، ۸(۴)، ۱-۱۲.

References

- Amin Ashari, E. (2021). The effect of the spread of the Covid-19 virus on the digital marketing of the tourism industry in Iran. *New research approaches in management and accounting*, 76(5), 113-124. [in persian].
- Bhuiyan, A.H., Siwar, C., & Mohamad Ismail, S. (2013). Tourism Development in Malaysia from the Perspective of Development Plans. *Asian Social Science*, 9(9), 11-18. <http://dx.doi.org/10.5539/ass.v9n9p11>
- Bodlai, H. (2015). *Phenomenological research method*. Edition1. Sociologists Publishing House. [in persian].
- Galí, N. (2022). Impacts of COVID-19 on local tour guides. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6(20), 1-18. <https://doi.org/10.1080/14766825.2022.2046016>
- Gholamrezaei, H., & Shafiabadi, G. (2021). The lived experience of tourism industry activists in the Corona pandemic (managers of ecotourism resorts in South Khorasan province), a phenomenological study. *Tourism research and sustainable development*, 15(4), 11-20. [in persian].
- Grančay, M. (2020). COVID-19 and Central European Tourism: The Competitiveness of Slovak Tourist Guides. *Central European Business Review*, 9(5), 81-98. <http://dx.doi.org/10.18267/j.cebr.259>
- Hariri, N. (2016). *Principles and Methods of Qualitative Research*. First Edition. Islamic Azad University Publications. [in persian].

- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 3(22), 1-14. <http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
- Imanzadeh, A., Hamorzadeh, M., Jafarian, V., & Jabari, K. (2016). Lived experiences of medical tourists from treatment in Tabriz hospitals. *Tourism management studies*, 12(37), 25-46. [in persian].
- Kalantari, I., Zarei, M., & Abdulahi, F. (2023). Damages of students' lifestyles during the corona era. *Social Welfare Quarterly*, 22(87), 321-355. doi:10.32598/refahj.22.87.4082.1 [in persian].
- Karimi, J., Soltanian, L., & Bejani, A. (2020). Designing the development model of sports adventure tourism based on the theory of data base. *Sports Management Studies*, 12(60), 61-82. <https://doi.org/10.22089/smrj.2019.6327.2288> [in persian].
- Khalili Moghadam, M., Soltani, M., Yazdani, H. R., & Khanifar, H. (2017). Understanding the emotional purchase experience of durable goods: a phenomenological study on the purchase of dowry household appliances. *Business Management*, 10(2), 325-348. doi:10.22059/jibm.2017.241967.2758 [in persian].
- Landran Esfahani, S., & Rahimi Lanji, M. (2022). The effect of Corona on the tourism situation under study: Isfahan city. *Urban future research quarterly*, 2(1), 1-15. DOI: 10.30495/UF.2022.1953643.1026 [in persian].
- Maslami, A., Rezaei, N., Darfashi, K., & Baskha, M. (2021). The effects of the corona epidemic on the employment of labor in Iran's tourism-related industries. *Tourism Management Studies*, 16(56), 279-360. <https://doi.org/10.22054/tms.2021.59352.2512> [in persian].
- Mbatha, F., Harilal, V., & Tichaawa, T. M. (2021). Tourist Guides, Covid 19 And Survival Mechanisms In South Africa. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 39, 1461-1472. <http://dx.doi.org/10.30892/gtg.394spl17-790>
- Menegaki, A.N. (2020). Hedging Feasibility Perspectives against the COVID-19 for the International Tourism Sector. Preprints 2020, 2020040536. <https://doi.org/10.20944/preprints202004.0536.v1>
- Mohammadi, M. (2021). Investigating the causes of urban second home tourism during the outbreak of Covid-19. *Journal of Urban Tourism*, 8(3), 63-78. Doi:10.22059/JUT.2021.319329.888 [in persian].
- Mohammadpour, A. (2012). *Anti-Method of Qualitative Research: Logic and Design in Qualitative Methodology*. Sociologists Publications. [in persian].
- Nazli, M. (2022). Tourist guides facing the impacts of the pandemic COVID-19. *Current Issues in Tourism*, 25(12), 1866-1870. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1997943>
- Ng, Y. P., Dousin, O., & Kler, B. K. (2022). Conceptualizing Person-environment Fit and the Meaning of Work for Tourist Guides in Malaysia During and Post COVID-19 Pandemic. *International Journal of Human Resource Studies*, 12(1), 92111-92111. <http://dx.doi.org/10.5296/ijhrs.v12i1.19435>
- Nowrozi Seyyed Hosseini, R. (2019). Understanding the lived experience of Iranian professional athletes from the Covid-19 pandemic: a phenomenological approach. *Sports Management Studies*, 12(61), 217-240. <https://doi.org/10.22089/smrj.2020.8854.3014> [in persian].
- Nowrozi, V., Talebi, B., Asadi Sharif, F., Mansouri, K., & Abbasi Raki, F. (2023). Prediction of preventive behaviors against covid-19 based on health literacy in 30-50 year old visitors to Ardabil health centers. *Journal of Health Research in Society*, 8(4), 1-12. [in persian].
- Pejohan, M., & Pourmoghadam, Z. (2018). Strategic planning of urban tourism with the approach of recreating the culture based on historical contexts case example: the old context of Rasht city. *Journal of Urban Studies*, 7(27), 53-66. doi: 10.34785/J011.2018.008 [in persian].
- Rastati, R. (2020). Virtual tour: tourism in the time of corona. In *6th International Conference on Social and Political Sciences, 2020, Atlantis Press*, 489-494.
- Shams al-Dini, A., & Amiri Fahlani, M. R. (2021). An analysis of the key variables affecting the exacerbation of the infectious disease situation of covid-19 on the geography of health in rural settlements case study: Fahljan village-Momsani city. *Local Development Rural-Urban*, 12(2), 557-585. doi: 10.22059/jrd.2021.314066.668605 [in persian].
- Škare, M., Soriano, D. R., & Porada- Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel

- and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120469>
- Uğur, N. G., & Akbıyık, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100744. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744>
- Woyo, E. & Slabbert, E. (2020). Cross-border destination marketing of attractions between borders: The case of Victoria Falls. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(2), 145-165. <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2018-0073>
- Zarei, Q., & Dehghani Kahnouye, A. (2022). Prevention of corona virus and the mixed role of marketing in it. *Scientific Research Monthly of Shahid Sadoughi University of Medical Sciences Yazd*, 30(6), 4920-4931. [in persian].