

تحلیل نقش سیاست های گردشگری در ارتقاء جایگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران در قلمرو ژئوپلیتیکی شامات

مهدیه درویشی^۱

Mahdiya.darvishi@gmail.com

علیرضا استعلاجی^{۲*}

سیمین ارمنان^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۲/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۸/۲۶

چکیده

زمینه و هدف: در حال حاضر ایران با توجه به توانایی بالقوه فراوان توسعه گردشگری، بنا به دلایل مختلفی توفیق چندانی در زمینه بهره برداری از این مزیت را نداشته است. نوع نگرش نسبت به گردشگری، سیاست های نامناسب گردشگری، تبلیغات منفی دشمنان ج ا ایران و عدم توجه به خدمات رفاهی - توریستی گردشگری از موانع اصلی عدم توسعه گردشگری می باشد که در پژوهش حاضر یکی از این عوامل، نقش سیاست های گردشگری ج ا ایران در ارتقاء جایگاه دیپلماسی ج ا ایران در قلمرو ژئوپلیتیکی شامات مورد تحلیل قرار گرفته است. **روش برر سی:** این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و کاربردی (عملی) و از نوع پژوهش های اکتشافی صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق را کلیه صاحب نظران حوزه های گردشگری و ژئوپلیتیک تشکیل می دهند که حجم نمونه آن بر اساس مدل کوکران تعداد ۳۵ نفر تخمین زده شد.

یافته ها: پژوهش حاضر با استفاده از آزمون میانگین، آزمون بینومیل تست و ضریب همبستگی پیرسون در نرم افزار SPSS به ارزیابی متغیرهای عوامل میزان موفقیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران، ارزیابی سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران و رابطه سیاست گردشگری بر میزان موفقیت دیپلماسی گردشگری جمهوری اسلامی ایران در قلمرو ژئوپلیتیکی شامات می پردازد. **بحث و نتیجه گیری:** نتایج نشان داد که سیاست های گردشگری ج ا ایران با عوامل ساختاری و کارگزاری رابطه ای بسیار ضعیف و ضعیف دارند، سیاست های گردشگری با عوامل فرآیندی فاقد رابطه می باشد و این سیاست ها با عوامل زمینه ای از رابطه متوسطی برخوردار می باشد.

واژه های کلیدی: گردشگری، سیاست گردشگری، دیپلماسی، جمهوری اسلامی ایران، شامات.

۱- دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد یادگار امام خمینی (ره) -شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲- استاد جغرافیای انسانی، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد یادگار امام خمینی (ره) -شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. * (مسئول مکاتبات)
۳- استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیا، واحد یادگار امام خمینی (ره) -شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Analysis of the role of tourism policies in promoting the position of diplomacy of the Islamic Republic of Iran in the geopolitical territory of Shamat

Mahdiye Darvishi ¹

mahdiya.darvishi@gmail.com

Alireza estelaji ² *

Simin Armaghan ³

Admission Date: May 20, 2023

Date Received: November 17, 2022

Abstract

Background and Objective: Currently, Iran has not been very successful in exploiting this advantage due to various reasons due to the great potential of tourism development. The type of attitude towards tourism, inappropriate tourism policies, negative advertisements of Iran's enemies, and lack of attention to tourism welfare services are among the main obstacles to the lack of tourism development, and in this research, one of these factors is the role of tourism policies in Iran. Iran's place in the geopolitical territory of Shamat has been analyzed in promoting the position of diplomacy.

Material and Methodology: This research was conducted with a descriptive-analytical and applied (practical) method of exploratory research. The statistical population of the research consists of all experts in the fields of tourism and geopolitics, whose sample size was estimated to be 35 people based on Cochran's model.

Findings: The present research using mean test, binomial test and Pearson's correlation coefficient in spss software to evaluate the variables of the success rate of tourism in the Islamic Republic of Iran, evaluate the tourism policies of the Islamic Republic of Iran and the relationship between tourism policy and the success rate of tourism diplomacy. The Islamic Republic of Iran is in the geopolitical territory of Shamat.

Discussion and Conclusion: The results showed that tourism policies in Iran have a very weak relationship with structural and agency factors, tourism policies have no relationship with process factors, and these policies have an average relationship with contextual factors.

Key words: tourism, tourism policy, diplomacy, Islamic Republic of Iran, Shamat.

1- PHD student of Political Geography, Department of Geography and Urban Planning, Yadgar Imam Khomeini (RA)-Shahrari Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2- Professor of Human Geography, Department of Geography and Urban Planning, Yadgar Imam Khomeini (RA)-Shahrari Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran. **(Corresponding Author)*

3- Assistant Professor of Geography and Rural Planning, Department of Geography, Yadgar Imam Khomeini (RA)-Shahrari Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

مقدمه

امروزه گردشگری به یکی از بزرگ ترین و سریع ترین صنایع در حال رشد در دنیا تبدیل شده و مزایای آن در ابعاد مختلف شناخته شده است. (۱) از جمله نقش مهم آن در اشتغال زایی، فقرزدایی، تعاملات فرهنگی، حفظ و بهبود منابع طبیعی و میراث فرهنگی، تولید ناخالص داخلی، مصرف و گردش پول، ایجاد سرمایه گذاری و توسعه زیرساخت ها در سطح جهانی اثبات شده است. (۲) به اعتقاد بسیاری از کارشناسان موفقیت یا شکست صنعت جهانگردی در هر کشور به طور مستقیم به اعمال سیاست های حمایتی دولت باز می گردد (۳) به نحوی که هر چه چتر حمایتی دولت نسبت به گردشگری گسترده تر باشد، شکوفایی این بخش هم بیشتر خواهد شد. هر دولتی، با تکیه بر جایگاه قدرت سیاسی خود، با توجه به مناسبات دو یا چند سویه ای که با سایر حکومت ها داراست، بایستی علاوه بر اجرای مسائل دیپلماسی عمومی، تسهیلاتی را برای گردشگران بین المللی فراهم کند. (۴) در توسعه گردشگری مؤلفه های متعددی نیز نظیر توسعه صنعت گردشگری، گسترش و تعمیق روابط با دیگر واحدهای سیاسی، موثر است. (۵) توسعه و تعمیق این روابط بر عهده تشکیلات دیپلماسی کشور، یعنی وزارت امور خارجه است تا با بهره گیری از توانایی های بالقوه کشور و مزیت های آن توجه ویژه ای به دیپلماسی گردشگری داشته باشد. (۶) از دیپلماسی غالباً به عنوان علم و هنر انجام مذاکرات و برقراری روابط بین الملل از طریق مداخله دیپلمات های حرفه ای یاد می شود. این مهارت عموماً در راه تبدیل اهداف بلندمدت یک کشور از قوه به فعل صورت می گیرد که امروزه از نوع جدیدی دیپلماسی به نام دیپلماسی گردشگری یاد می شود. (۷)

در واقع کنجکاوی عموم مردم و علاقه به یادگیری و دانستن فرهنگ دیگر نقاط جهان، دیپلماسی گردشگری در سیاست خارجی و روابط سیاسی میان کشورها را دارای اهمیت ساخته است. (۸) زیرا گردشگری تعاملات فرهنگی را افزایش داده و میان مردم همگرایی به وجود می آورد. (۹) همچنین گردشگری امنیت ملی و منافع اقتصادی کشور را تقویت می کند و یکی از ابزارهای مهم دیپلماسی در تنظیم روابط خارجی است. (۱۰) دیپلماسی هنر

تنظیم روابط بین الملل و علم بکارگیری فنون و اصول مذاکره توسط بازیگران دولتی است و در نهایت منجر به حفظ حداکثری منافع ملی و ارتقا و پیشرفت دوجانبه می شود (۱۱). دیپلماسی نوعی همکاری مسالمت آمیز میان کشورها برای تامین امنیت، منافع سرزمینی و آزادی سیاسی است. (۱۲) از عوامل مشترک زمینه ساز روابط دیپلماتیک بین کشورهای جهان، نزدیکی جغرافیایی، تشابه فرهنگی، مذهب، نظام سیاسی و پیشینه تاریخی است. یک کشور از طریق دیپلماسی می تواند از خودش تصویری بسازد تا ارزش چانه زنی دولت خود را توسعه دهد. (۱۳) هدف از دیپلماسی تقویت آن چیزی است که قدرت نرم یا هوشمند کشورها نامیده شده است. (۱۴) به زبانی ساده تر، دیپلماسی گردشگری به نقش گردشگری در ایجاد صلح، رونق اقتصادی و افزایش درآمد خنثی سازی تبلیغات منفی خارجی فرد و جایگاه دولت در دست یابی به این اهداف اشاره دارد (۱۵) و موفقیت یا شکست صنعت جهانگردی در هر کشور به طور مستقیم به اعمال سیاست های حمایتی دولت وابسته است، به نحوی که هرچه چتر حمایتی دولت نسبت به گردشگری گسترده تر باشد، شکوفایی این بخش نیز بیشتر خواهد بود. (۱۶) امروزه دیپلماسی گردشگری یکی از انواع روبه رشد دیپلماسی عمومی است که به شدت مورد توجه کشورهای مختلف جهان قرار گرفته است. هدف گذاری این نوع دیپلماسی استفاده از روابط فرو ملی برای حل مسائل سیاست خارجی و امنیتی کشورها با یکدیگر است (۱۷). تجربیات کشورها و مناطق مختلف جهان مانند برخی کشورهای آمریکای لاتین و اروپا نشان می دهد در مواردی که بر سر مسائل کلان سیاسی و فرهنگی و ایدئولوژیک تنش وجود دارد، به هیچ وجه از کانال های متعارف دیپلماسی امیدی به کاهش تنش ها وجود نداشته که در این بین دیپلماسی گردشگری توانسته است به همراه انواع دیگر دیپلماسی غیر سنتی و غیر کلاسیک به تدریج ابرهای سیاه منازعه و کشمکش و اختلاف را از بین ببرد و زمینه های همگرایی و منطقه گرایی را فراهم آورد که در اروپا این امر رخ داد و با تسری همکاری های اقتصادی و فرهنگی و به همکاری در سطوح سیاسی و بالاتر

زمینه های شکل گیری اتحادیه اروپا به عنوان یک بلوک قدرتمند اقتصادی فراهم شد. (۱۸) در حال حاضر کشور ایران به رغم وجود سابقه ۴۰۰ ساله در روابط ژئوکالچر، سیاسی، بازرگانی و اقتصادی با کشورهای دیگر، اما به نظر می رسد هنوز نتوانسته در زمینه تعامل فرهنگی و تاریخی (از مهمترین منابع گردشگری) با کشورهای دیگر به ویژه کشورهای همسایه مؤثر عمل کند و یا سیاست هایی جامع را در این بخش ها ارائه دهد. در این زمینه تجربه چین، امارت متحده عربی و بسیاری از کشورهای دیگر در سال های اخیر حاکی از این است که فراهم کردن زیرساخت های مناسب در خصوص گردشگری، رشد اقتصادی و افزایش قابل توجه درآمد را برای این کشورها به ارمغان آورده است. از سوی دیگر مجموعه عوامل طولی و عرضی سبب گشته تا دولت مردان به پدیده گردشگری به دلیل نقش موثری که می تواند ایفا کند به عنوان یک اهرم در روابط دیپلماسی بنگرند (۱۹) چرا که این صنعت می تواند کشور را از حالت اقتصاد تک محصولی رهایی بخشد. امروزه بازار نفت، قهوه، کائوچو و بسیاری از کالاهای دیگر که به عنوان منبع درآمد برخی از کشورها محسوب می شود، می تواند به وسیله قدرتهای ذی نفع و رقیب دچار تلاطم یا افت و خیز شود. (نظیر اتفاق های اخیر خاور میانه) اما سرمایه گذاری اندک در گردشگری نسبت به دیگر صنایع می تواند تغییرهای بسیار مثبتی را به همراه داشته باشد. از سوی دیگر تاثیرگذاری که گردشگری در اقتصاد کشورها دارد (مانند کشور ترکیه) موجب شده تا گردشگری به عنوان یکی از موضوع های گفت و گو بین هیات های بلند پایه خارجی به شمار آید. (۲۰) به عبارت دیگر "دیپلماسی که بر مبنای گردشگری" شکل گرفته، موفق شده به تدریج جای خود را در معاهدات و قراردادهای بین المللی باز کند. با توجه به ظرفیت ها و پتانسیل های بالای ایران در زمینه گردشگری و تحریم های ظالمانه ایالات متحده آمریکا در دوران پسابرجام بر علیه ملت ایران، این چنین به نظر می رسد که دیپلماسی گردشگری می تواند به عنوان یکی از راهکارهای ارزی تقویت تولیدات داخلی و ارتقاء جایگاه اقتصادی ایران تلقی گردد. ایران با توجه به تاریخ کهن خود از فرصت های مناسب و ظرفیت های قدرتمندی در عرصه نوین دیپلماسی به ویژه دیپلماسی فرهنگی برخوردار است. در این میان تمامی مناطق آسیای

مرکزی بیشترین میزان قربت فرهنگی، تاریخی و زبانی را با ایران دارند و همین امر، فرصت کم نظیری را در این منطقه حساس استراتژیک در اختیار ایران قرار می دهد. سیر تحولات فزاینده فرهنگی و تمدنی سه دهه اخیر که با وقوع انقلاب اسلامی در ایران و تغییرات بنیادین در ساختار نظام سیاسی و بین المللی از قبیل فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و استقلال و احیای هویت قومی و ملی کشورهای تازه استقلال یافته آسیای مرکزی مقارن گشته است ایجاب می کند پرهیز از ایجاد حساسیت های بی مورد گوناگون موقعیت و جایگاه تمدنی و تاریخی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مورد توجه و بررسی جدی و دقیق قرار گیرد. در این راستا پژوهش حاضر در پی پاسخ به این پرسش می باشد که چه رابطه ای میان سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران و ارتقاء جایگاه دیپلماسی گردشگری ایران در منطقه شامات وجود دارد؟

مبانی نظری

در روابط بین الملل منطقه گرایی بیان گر هدف مشترک و ایجاد نهادهایی است که بیانگر هویتی خاص است که به اقدامات جمعی در یک منطقه جغرافیایی شکل می دهد. منطقه گرایی یکی از سه جزء نظام تجاری بین المللی است (به همراه چند جانبه گرایی و یکجانبه - گرایی). منطقه گرایی قدیم یا سنتی قبل از دهه ۸۰ و اولین موج آن پس از جنگ جهانی دوم به شکل گیری جامعه اقتصادی اروپا در سال ۱۹۵۷ بر می گردد که شاخصه اصلی آن درون گرایی بود؛ به این معنا که با سیاست های حمایتی، تولید کنندگان گران تر داخلی را جایگزین تولید کنندگان ارزان بیرون از منطقه می نمود. منطقه گرایی نوین به ویژه بعد از دهه ۱۹۹۰ مطرح که دومین موج منطقه گرایی است جامع تر از نوع قدیم است، چرا که عناصری چون سیستم تولید، عرضه نیروی کار، نهادهای فرهنگی - اجتماعی، ابداعات یا مالکیت فکری و شبکه قدرتی را هم در بر می گیرد. به طور کلی، سیاست گذاری نقشه راهی است که شرایط مناسبی برای انتخاب و راهنمایی و تعیین تصمیمات حال و آینده فراهم می کند. حال اگر تصمیم گیری در خصوص مسائل ملی و سطح کلان کشور باشد، «سیاست گذاری عمومی» نامید می شود. سیاست گذاری عمومی مجموعه

در زمینه پیشینه پژوهش حاضر نیز تا کنون هیچ گونه طرح پژوهشی، کتاب، پایان نامه و مقاله ای انجام نگرفته است و مهمترین موضوعات حول محور پژوهش حاضر به صورت زیر ارائه می گردد:

قزائی و همکاران، (۱۴۰۰)، اثربخشی دیپلماسی رسانه ای با رویکرد توسعه گردشگری خارجی، نتایج تحقیق نشان داد رونق دیپلماسی رسانه ای و صنعت گردشگری را پایین در کشور ارزیابی کرده اند و در نتایج استنباطی در خصوص ارتباط بین این دو متغیر از رگرسیون استفاده شده که در پنج شاخص اول صنعت گردشگری سرمایه گذاری خارجی، تولید محتوای گردشگری سلامت، برند نمادهای شهری، قدرت نرم، داری ضرایب تعیین قوی بوده اند و فقط نقش دیپلماسی رسانه ای در هویت بخشی به شهرها با ضریب تعیین ۱/۱۰ ضعیف ارزیابی شده است.

مرتضایی و همکاران (۱۳۹۹). بررسی چالش های دیپلماسی گردشگری در روابط ایران و همسایگان شرقی (با تأکید بر منطقه مکران)، بررسی ها نشان می-دهد، بر اساس میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری، رابطه معناداری در شاخص منطقه-گرایی در میان همسایگان به دست آمده است. جهت این رابطه نیز مثبت برآورد شده است که نشان دهنده وجود رابطه مستقیم است بر همین اساس نتایج آزمون رگرسیون نشان دهنده آن است که کیفیت دیپلماسی گردشگری به صورت معناداری شاخص ارتقاء منطقه-گرایی در میان همسایگان را با ضریب بتای ۰/۲۹ را پیش‌بینی می کند.

دهشیری و فقیهی (۱۳۹۸). بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی (۲۰۱۷-۱۹۹۰)، نتایج تحقیق نشان داد سیاست های گردشگری ج ۱ ایران تأثیر بسیار کمی در تقویت دیپلماسی فرهنگی ایران در کشورهای آسیای مرکزی داشته است .

بصیری و خوانساری فرد (۱۳۹۵). تبیین جایگاه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در قفقاز جنوبی، نتایج نشان داد وجود بسترهای مناسب فرهنگی در منطقه برای جمهوری اسلامی ایران به گونه ای است که موانع موجود نتوانسته‌اند به

اقدامات هدفداری است که به وسیله بازیگر با بازیگران قانونی برای برخورد با مشکل یا مسئله در سطح کشور در نظر گرفته می شود (۲۱). در این میان، سیاست گذاری گردشگری، عبارت است از «آنچه دولت برای انجام دادن یا انجام ندادن مسائل مرتبط با گردشگری اتخاذ می کند» (۲۲). در این زمینه، گلدنر و ریچی (۲۰۰۶) معتقدند «مجموعه قواعد، قوانین، رهنمون، دستورالعمل و اهداف توسعه یا ارتقا و راهبردهایی که چارچوبی برای تصمیمات شخصی و جمعی به صورت مستقیم برای توسعه گردشگری در بلندمدت و فعالیت های روزانه در مقاصد گردشگری مهیا می کند، سیاست گذاری گردشگری است». در تعریف دیگر، اجل و همکاران (۲۰۰۸: ۷) معتقدند سیاست گذاری گردشگری «روش پیشرفت فعالیت ها، رهنمونها، دستورات، اصول و مجموعه طرز عمل ها در چارچوب اخلاقی مسئله محوری است که اراده جامعه با ملت را به بهترین نحو برای کارآمدی در برنامه ریزی توسعه، تولید، خدمات، بازاریابی و اهداف پایدار و رشد آینده گردشگری نشان می دهد». (۲۳)

سیاست گردشگری را می توان این گونه تعریف کرد: «مجموعه‌ای از قوانین و مقررات، خطوط راهنما، اهداف ترویجی، دستوری و توسعه ای و همچنین استراتژی‌ها که شکل دهنده چارچوبی هستند که بر تصمیمات فردی و جمعی توسعه گردشگری به صورت مستقیم تاثیر گذار بوده و فعالیت های روزانه در داخل یک مقصد براساس آن انجام می شود». گردشگری به دنبال ارائه تجربیات با کیفیت به گردشگران است؛ به صورتی که ذی نفعان نیز از مزایای آن منتفع شده و مقصد از نظر یکپارچگی محیطی، اجتماعی و فرهنگی نیز آسیب نبیند. سیاست گردشگری روی طیف گسترده ای از فعالیت های عملیاتی روزانه مانند بازاریابی، عملیات های جذب و برنامه های پذیرایی از گردشگران تأثیر گذاشته و می تواند باعث موفقیت آنها شود. طبعاً بخشی از رؤس سیاست گردشگری متوجه دستگاه دیپلماسی کشور است. در مجموع سیاست گردشگری مانند یک تسریع کننده مدرنیزه شده، توسعه و شکوفایی اقتصادی برای ملت های در حال بالنده جهان در حال توسعه و یک گذرگاه برای باز تولید اقتصادهای پسا صنعتی برای جهان اول است (۲۴).

به صورت تصاعدی رقم خواهد خورد. از سوی دیگر تأثیرگذاری که گردشگری در اقتصاد کشورها دارد، موجب شده تا توریسم به عنوان یکی از پایه های گفت و گوهای هیات های بلند خارجی باشد و در واقع دیپلماسی بر پایه گردشگری موفق شده است امروزه به تدریج جایگاه خود را در معاهده ها و قراردادهای بین المللی باز کند. همچنین دیپلماسی گردشگری تأثیرات بسیار مستقیمی در مسائل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی خواهند داشت .

راسموسن^۳ (۲۰۱۵)، در راستای ارائه یک تصویر ملی در خارج، دیپلماسی فرهنگی بر سوء ظن مخاطبین خود از پیام های رسمی یک دولت فائق می آید و در جهت فراهم کردن جوهره وجهه ملی یک دولت انجام وظیفه می نماید و از نظر داخلی می تواند به انسجام اجتماعی به ویژه وقتی گروه های قومی اقلیت را هدف قرار دهد، کمک نماید. دیپلماسی فرهنگی روح یک ملت را آشکار می سازد که نفوذ غیرقابل تصویری در روابط بین الملل ایجاد می کند .

کمبل^۴ (۲۰۱۴) ، نیز بر گردشگری به عنوان یکی از محورهای اصلی توسعه در عصر حاضر تأکید کرد هاند و معتقدند که تقریباً همه دولتها به دنبال کسب حداکثر منافع از این صنعت هستند. اما روشن است که حکومت ها و کشورهای مختلف از سفره بزرگ صنعت گردشگری بهره یکسان نبرد هاند و حتی کشورهایی که از نظر بسیاری از ویژگی ها (وسعت، سرزمین، موقعیت، جمعیت، قدمت تاریخی و...) وضعیت نسبتاً مشابهی دارند، از نظر میزان بهره گیری از گردشگری با یکدیگر بسیار متفاوت اند (مانند کره شمالی و کره جنوبی و یا ایران و ترکیه).

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر ماهیت و روش، از نوع پژوهش های توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف از نوع کاربردی (عملی) است. در تحقیق حاضر جامعه آماری کلیه کارشناسان، صاحب نظران و مدیران میراث فرهنگی و گردشگری و وزارت امور خارجه در حوزه کشورهای قلمرو ژئوپلیتیکی شامات می باشند که تعداد ۳۰ نفر از آن ها به عنوان حجم نمونه تعیین شد و تعداد ۳۵

طور کامل ایران را از مدار فرهنگی منطقه دور سازند و بر این اساس می توان ایران را به ویژه در کشوری مانند آذربایجان در کنار ترکیه دارای جایگاهی شبه پیرامونی دانست.

رضایی (۱۳۹۳)، تحلیل جایگاه دیپلماسی عمومی در گردشگری ایران، نتایج نشان داد در راستای رونق صنعت گردشگری در کشور بایستی دو دسته اقدامات در سطوح داخلی و خارجی صورت پذیرد که اقدامات داخلی اصل و پایه کارهای خارجی بوده و به نوعی تضمین کننده موفقیت آن می باشد. مهمترین این اقدامات در سطح داخلی عبارتند از: جمع آوری اطلاعات کامل و جامع از تمام اماکن تاریخی، فرهنگی، اقتصادی طبیعی توسط سازمان های مربوطه (نظیر سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، محیط زیست و...) ارائه خدمات لازم برای سرمایه گذاران بخش خصوصی و دولتی در این صنعت می باشد.

بصیری و همکاران، (۱۳۹۲). نقش گردشگری دینی در دیپلماسی فرهنگی و وحدت جهان اسلام، نتایج تحقیق نشان داد توسعه دیپلماسی در راستای توسعه توریسم دینی و زیارتی علاوه بر اینکه موجب شناخت فرهنگ معنوی، تحول اقتصادی و بازرگانی، کسب درآمد سرشار و اشتغال زایی می شود، می تواند با ارائه تمهیدات و برنامه ریزی های فرهنگی و اجتماعی ویژه بسیاری از از تبلیغات سوئی که علیه اسلام انجام می شود را خنثی نماید. همچنین توسعه گردشگری اسلامی می تواند توسعه و تکامل فرهنگ اسلامی در میان جوامع اسلامی و حتی سایر کشورهای جهان کمک نماید .

شمیری علاء^۱ (۲۰۱۹)، در زمینه نقش دیپلماسی در ترویج گردشگری شهر شارجه امارات بیان داشت: به دلیل رشد صنعت رسانه ای و ارتقاء روابط خارجه این کشور با سایر کشورهای عربی، سازمان های رسانه ای این کشور، مسئولیت تأمین گردشگری رسانه ای را به عنوان بخشی از ماموریت های خود پذیرفتند و این رسانه ها دیدگاه ها منتقدین در خصوص ضعف ها را مورد تحلیل قرار دادند و در نهایت ابتکارات جدید را به کار بردند .

هاکینگ و ملیسن^۲ (۲۰۱۵)، در صنعت توریسم اگر امنیت در وهله اول، قوانین و زیرساخت های مناسب فراهم باشد، سودآوری

دست آمد. با تقسیم جمع امتیازات بر تعداد افرادی که به آن گزینه پاسخ داده اند میانگین امتیازات به دست آمد. با توجه به آن که میانگین امتیاز هر سوال عددی بین ۱ تا ۵ می باشد، لذا این معیار برای سنجش اهمیت سوال های یا گزینه ها مورد استفاده قرار گرفت. سپس بر اساس نتایج به دست آمده از پرسشنامه، مشاهدات میدانی و اسناد رسمی، به تجزیه و تحلیل یافته ها با استفاده از نرم افزار SPSS پرداخته شد. بدین منظور در نرم افزار SPSS به منظور سنجش شاخص های تحلیل نقش سیاست های گردشگری در ارتقاء جایگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران در قلمرو ژئوپلیتیکی شامات از آزمون های میانگین و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

پرسشنامه تکمیل گردید. بسته به نوع جامعه آماری می توان از روش های مختلفی برای نمونه گیری استفاده نمود که در تحقیق حاضر از روش نمونه گیری گلوله برفی استفاده گردید. در این پژوهش در بخش آمار توصیفی از فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و غیره استفاده گردیده است. در بخش آمار استنباطی نیز به دلیل تبدیل نمودن متغیرهای پژوهش به متغیرهای شبه فاصله ای، برای محاسبه میزان اهمیت یا وجود هر ویژگی بر اساس طیف لیکرت (گزینه خیلی زیاد = ۵، زیاد = ۴، متوسط = ۳، کم = ۲، خیلی کم = ۱) به دست آمده است و سپس امتیاز هر گزینه با حاصل ضرب فراوانی در امتیاز هر گزینه محاسبه و سپس با محاسبه مجموع امتیازات گزینه ها، امتیاز هر سوال به

جدول ۱- معیارهای به کار رفته در پژوهش

Table 1. Criteria used in the research

عوامل میزان موفقیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران	زیرمعیارها
عوامل ساختاری	- ایجاد هتل های استاندارد
	- تقویت راه های ارتباطی و مواصلاتی
	- ساختار کار آمد اداری
	- احساس مسئولیت مدیران
	- حمایت های دولت از مراکز گردشگری
	- مجوزهای بین المللی در عرصه های مختلف خصوصا در عرصه پزشکی و خدماتی مانند گواهینامه ACI
	- وجود مراکز تفریحی مناسب
	- ارائه خدمات الکترونیک در بخش گردشگری
	- وجود پرتال اطلاعات در زمینه گردشگری
	- وجود تاکسی های اختصاصی برای گردشگران خارجی
عوامل فرآیندی	- وجود مارکتینگ منیجر در راستای خدمات دهی به گردشگران
	- ظرفیت های مناسب در راستای پذیرش گردشگران خارجی
	- تسریع صدور روادید
	- فرآیند تعامل سیاسی و فرهنگی با کشورهای هدف
	- فرآیند حمایت از سرمایه گذاری در عرصه گردشگری
	- فرآیند آموزش به دست اندرکاران خدمات گردشگری و دیپلماسی فرهنگی

<ul style="list-style-type: none"> - زمینه های فرهنگی مربوط به آثار و بناهای تاریخی - زمینه های فرهنگی نزد گردشگران ایرانی و خارجی - زمینه های امنیتی - زمینه های اجتماعی 	عوامل زمینه ای
<ul style="list-style-type: none"> - نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری - کارآمدی دست اندرکاران سیاست گردشگری - کارآمدی دست اندرکاران دیپلماسی فرهنگی - هماهنگی کارگزاران دیپلماسی فرهنگی و سیاست گردشگری 	عوامل کارگزاری
<ul style="list-style-type: none"> - حمایت مالی مؤسسات یا نهادهای عمومی غیر دولتی و بخش خصوصی برای راه اندازی موزه های تخصصی - حمایت مالی و معنوی از مالکیت و حقوق قانونی مالکان بناها و آثار و اشیای تاریخی منقول برای حفظ، صیانت و کاربرد مناسب آنها - صدور مجوز فعالیت و حمایت از ایجاد مراکز و مؤسسات تخصصی در زمینه میراث فرهنگی از قبیل امور موزه ها، مرمت آثار فرهنگی و تاریخی، کارشناسی اموال تاریخی و فرهنگی - صدور مجوز تأسیس و حمایت از مؤسسات خصوصی و تعاونی برای اعمال نظارت بر مراکز اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری 	سیاست های اقتصادی - حمایتی
<ul style="list-style-type: none"> - اولویت دادن به توسعه مبادلات گردشگران با کشورهای اسلامی و کشورهای حوزه فرهنگ ایرانی - فراهم آوردن مقدمات لازم از سوی دولت در راستای اهتمام به امر میراث فرهنگی، تاریخی و طبیعی کشور در عرصه های پژوهش، صیانت، احیا و معرفی این آثار - استفاده حداکثری از منابع طبیعی و گردشگری در مناطق مرزی برای ارتقای معیشت مرزنشینان با رعایت ملاحظات تأمین امنیت پایدار مناطق مرزی 	سیاست های سیاسی - امنیتی
<ul style="list-style-type: none"> - رعایت حقوق و تأمین امنیت گردشگران - توسعه پایدار گردشگری با رعایت ارزش های فرهنگی جامعه، ظرفیت های میراث فرهنگی و محیط زیست - استفاده از همه ظرفیت ها با اولویت جذب گردشگران زیارتی، فرهنگی و طبیعی برای افزایش تولید ناخالص داخلی و توسعه اشتغال - افزایش گردشگری داخلی و دستیابی به سهم مناسب از بازار جهانی گردشگری با تنوع بخشی به بازار گردشگری ایران - حمایت از توسعه خوشه های گردشگری؛ توسعه صنایع دستی و خدمات گردشگری؛ ایجاد و توسعه بازارهای محلی با اولویت مراکز دهستان های دارای قابلیت توسعه 	سیاست های توسعه - بازاریابی
<ul style="list-style-type: none"> - ارائه ارزش های مستتر در میراث فرهنگی کشور در سطح ملی و بین المللی برای ایقا و 	سیاست های فرهنگی

ارتقای هویت فرهنگی جامعه	
- شناسایی و حمایت از آثار فرهنگی- تاریخی حوزه فرهنگی ایران در کشورهای همسایه و منطقه به عنوان میراث فرهنگی	
- بالا بردن سطح فرهنگ عمومی در عرصه میراث فرهنگی و گردشگری با بهره گیری از ظرفیت های آموزشی، فرهنگی و رسانه ای کشور	

ماخذ: نگارنده

آمار توصیفی عوامل میزان موفقیت گردشگری جمهوری

یافته های تحقیق

اسلامی ایران

سنجش آمار توصیفی

آمار توصیفی عوامل میزان موفقیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران، پس از ارزیابی در نرم افزار SPSS بر اساس طیف لیکرت (گزینه ۱: خیلی کم / گزینه ۲: کم / گزینه ۳: نظری ندارم / گزینه ۴: زیاد و گزینه ۵: خیلی زیاد) کد گذاری گردید و سپس بر اساس آزمون میانگین داده پردازشی شده و در نهایت به صورت جدول ۴-۴ ارائه می گردد:

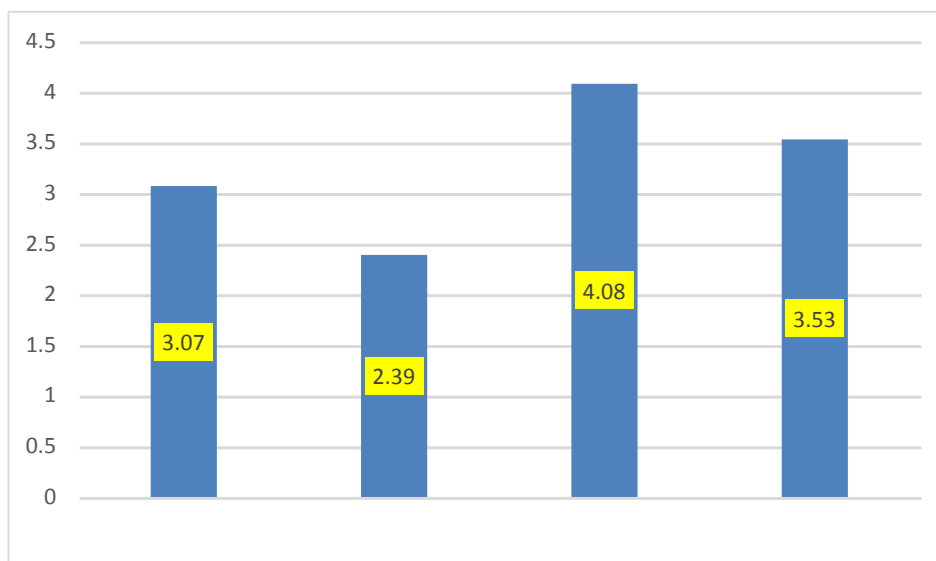
آمار توصیفی در بخش حاضر به دو بخش عوامل مؤثر در تأثیرگذاری سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در شامات و رابطه میان سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران خواهد پرداخت.

جدول ۲- آمار توصیفی عوامل میزان موفقیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران

Table 2. Descriptive statistics of tourism success factors in the Islamic Republic of Iran

شاخص ها	زیر معیارها	میانگین	میانگین شاخص
عوامل ساختاری	ایجاد هتل های استاندارد	۲/۵۴	۳/۰۷
	تقویت راه های ارتباطی و مواصلاتی	۲/۷۱	
	ساختار کار آمد اداری	۳/۰۳	
	احساس مسئولیت مدیران	۲/۵۹	
	حمایت های دولت از مراکز گردشگری	۳/۵۴	
	مجوزهای بین المللی در عرصه های مختلف خصوصا در عرصه پزشکی و خدماتی مانند گواهینامه ACI	۳/۲۵	
	وجود مراکز تفریحی مناسب	۳/۶۷	
	ارائه خدمات الکترونیک در بخش گردشگری	۳/۱۲	
	وجود پرتال اطلاعات در زمینه گردشگری	۴/۲۲	
	وجود تاکسی های اختصاصی برای گردشگران خارجی	۱/۴۱	
	وجود مارکتینگ منیجر در راستای خدمات دهی به گردشگران	۳/۶۹	
ظرفیت های مناسب در راستای پذیرش گردشگران خارجی	۳/۱۲		
تسریع صدور روادید	۲/۴۱	۲/۳۹	

	۲/۰۲	فرآیند تعامل سیاسی و فرهنگی با کشورهای هدف	عوامل فرآیندی
	۲/۵۱	فرآیند حمایت از سرمایه گذاری در عرصه گردشگری	
	۲/۶۴	فرآیند آموزش به دست اندرکاران خدمات گردشگری و دیپلماسی فرهنگی	
۴/۰۸	۳/۵۶	زمینه های فرهنگی مربوط به آثار و بناهای تاریخی	عوامل زمینه ای
	۳/۳۴	زمینه های فرهنگی نزد گردشگران ایرانی و خارجی	
	۴/۵۴	زمینه های امنیتی	
	۴/۸۹	زمینه های اجتماعی	
۳/۵۳	۳/۵۵	نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری	عوامل کارگزاری
	۳/۷۱	کارآمدی دست اندرکاران سیاست گردشگری	
	۳/۲۵	کارآمدی دست اندرکاران دیپلماسی فرهنگی	
	۳/۶۴	هماهنگی کارگزاران دیپلماسی فرهنگی و سیاست گردشگری	



نمودار ۲- آمار توصیفی عوامل میزان موفقیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران ، ماخذ: نگارنده

Diagram 2. Descriptive statistics of tourism success factors in the Islamic Republic of Iran, source: author

بر اساس نتایج جدول و نمودار مذکور در زمینه چهار شاخص عوامل کارگزاری، عوامل زمینه ای، عوامل فرآیندی و عوامل ساختاری نتایج نشان می دهد که در زمینه سیاست های گردشگری بر دیپلماسی گردشگری، عوامل فرآیندی و عوامل ساختاری در وضعیت نامناسبی قرار دارند و در این میان عوامل زمینه ای از وضعیت مناسبی برخوردار می باشند.

ارزیابی سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران و تاثیرات آن بر قلمرو ژئوپلیتیک شامات

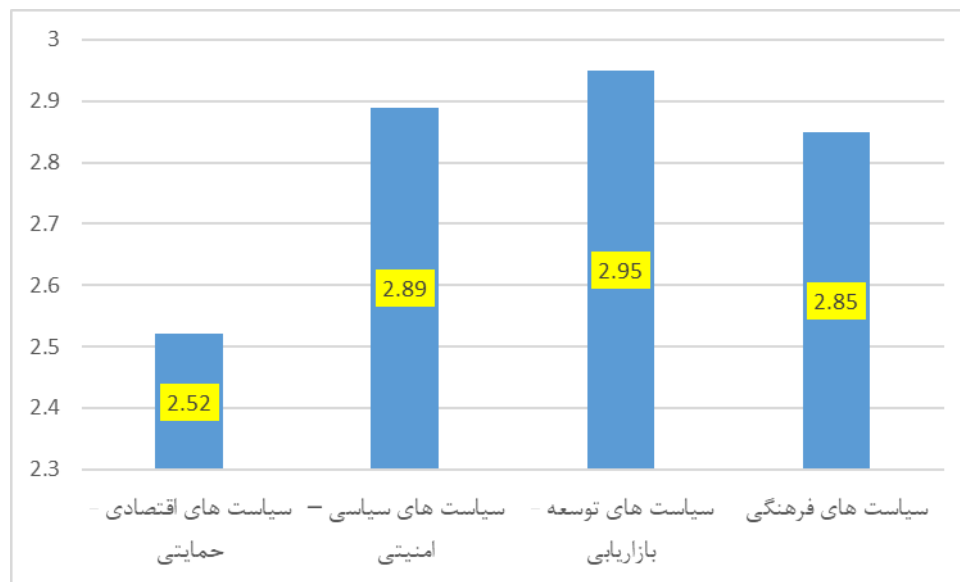
آمارهای توصیفی سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران و تاثیرات آن بر قلمرو ژئوپلیتیک شامات، پس از ارزیابی در نرم افزار spss بر اساس طیف لیکرت (گزینه ۱: خیلی کم / گزینه ۲: کم / گزینه ۳: نظری ندارم / گزینه ۴: زیاد و گزینه ۵: خیلی زیاد) کد گذاری گردید و سپس بر اساس آزمون میانگین داده پردازی شده و در نهایت به صورت جدول ۴-۵ ارائه می گردد:

جدول ۳- آمار توصیفی سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران و تاثیرات آن بر قلمرو ژئوپلیتیک شامات

Table 3. Descriptive statistics of tourism policies of the Islamic Republic of Iran and its effects on the geopolitical territory of Shamat

شاخص ها	زیر معیارها	میانگین	میانگین کلی
سیاست های اقتصادی - حمایتی	حمایت مالی مؤسسات یا نهادهای عمومی غیر دولتی و بخش خصوصی برای راه اندازی موزه های تخصصی	۲/۰۲	۲/۵۲
	حمایت مالی و معنوی از مالکیت و حقوق قانونی مالکان بناها و آثار و اشیای تاریخی منقول برای حفظ، صیانت و کاربرد مناسب آنها	۲/۴۲	
	صدور مجوز فعالیت و حمایت از ایجاد مراکز و مؤسسات تخصصی در زمینه میراث فرهنگی از قبیل امور موزه ها، مرمت آثار فرهنگی و تاریخی، کارشناسی اموال تاریخی و فرهنگی	۳/۴۶	
	صدور مجوز تأسیس و حمایت از مؤسسات خصوصی و تعاونی برای اعمال نظارت بر مراکز اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری	۲/۲۱	
سیاست های سیاسی - امنیتی	اولویت دادن به توسعه مبادلات گردشگران با کشورهای حوزه ژئوپلیتیکی شامات	۳/۱۴	۲/۸۹
	فراهم آوردن مقدمات لازم از سوی دولت در راستای اهتمام به امر میراث فرهنگی، تاریخی و طبیعی کشور در عرصه های پژوهش، صیانت، احیا و معرفی این آثار به کشورهای حوزه شامات	۲/۶۴	
	استفاده حداکثری از منابع طبیعی و گردشگری در مناطق مرزی برای ارتقای معیشت مرزنشینان با رعایت ملاحظات تأمین امنیت پایدار مناطق مرزی	۲/۸۹	
سیاست های توسعه - بازاریابی	رعایت حقوق و تأمین امنیت گردشگران	۳/۰۶	۲/۹۵
	توسعه پایدار گردشگری با رعایت ارزش های فرهنگی جامعه، ظرفیت های میراث فرهنگی و محیط زیست	۲/۵۴	
	استفاده از همه ظرفیت ها با اولویت جذب گردشگران زیارتی، فرهنگی و طبیعی برای افزایش تولید ناخالص داخلی و توسعه اشتغال	۳/۷۹	

	۲/۱۷	افزایش گردشگری داخلی و دست یابی به سهم مناسب از بازار جهانی گردشگری با تنوع بخشی به بازار گردشگری ایران	
	۳/۲۰	حمایت از توسعه خوشه های گردشگری؛ توسعه صنایع دستی و خدمات گردشگری؛ ایجاد و توسعه بازارهای محلی با اولویت مراکز دهستان های دارای قابلیت توسعه	
۲/۸۵	۲/۳۲	ارائه ارزش های مستتر در میراث فرهنگی کشور در سطح ملی و بین المللی برای ایقا و ارتقای هویت فرهنگی جامعه	سیاست های فرهنگی
	۳/۲۹	شناسایی و حمایت از آثار فرهنگی- تاریخی حوزه فرهنگی ایران در کشورهای همسایه و منطقه به عنوان میراث فرهنگی	
	۲/۹۴	بالا بردن سطح فرهنگ عمومی در عرصه میراث فرهنگی و گردشگری با بهره گیری از ظرفیت های آموزشی، فرهنگی و رسانه ای کشور	



نمودار ۳- سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران و تاثیرات آن بر قلمرو ژئوپلیتیک شامات ، ماخذ: نگارنده

Figure 3. Tourism policies of the Islamic Republic of Iran and its effects on the geopolitical territory of Shamat, source: author

ژئوپلیتیکی شامات در ارتقاء جایگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران می پردازد. تاثیرات سیاست های گردشگری ایران بر عوامل ساختاری، تاثیرات سیاست های گردشگری ایران بر عوامل فرآیندی، تاثیرات سیاست های گردشگری ایران بر عوامل زمینه ای، تاثیرات سیاست های گردشگری ایران بر عوامل کارگزاری) خواهد پرداخت. با توجه به این نکته که هر دو متغیر حاضر از نوع متغیرهای فاصله ای می باشند لذا در راستای تحلیل و یا تاثیرگذاری هر یک از عوامل بر عوامل دیگر از آزمون ضریب

با توجه به نتایج نمودار ۳، نتایج نشان می دهد که سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران و تاثیرات آن بر قلمرو ژئوپلیتیکی شامات از وضعیت مطلوبی برخوردار نمی باشد و در این میان سیاست های اقتصادی - حمایتی از وضعیت نامطلوب تری نسبت به سایر سیاست ها همراه بوده است .

آمار استنباطی

آمار استنباطی پژوهش حاضر سه مسئله مرتبط با سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران در کشورهای قلمرو

البته زمانی که متغیرها از نوع شبه فاصله ای باشند (یعنی هر متغیر ترکیبی از چند متغیر ترتیبی باشد که اصطلاحاً به آن مقیاس های تراکمی میگویند)، برخی از پژوهشگران از ضریب پیرسون استفاده می کنند (۲۵).

بعد از تعیین معنی داری و جهت رابطه، باید شدت رابطه ارزیابی شود. برای تفسیر شدت رابطه دومتغیر، تقسیم بندی های گوناگونی ارائه شده است. تقسیم بندی زیر یکی از آن هاست.

همبستگی پیرسون در نرم افزار SPSS استفاده می نمایم. احتمالاً، گسترده ترین کاربرد شاخص آماری همبستگی دو متغیری، ضریب همبستگی گشتاوری پیرسون است که به طور معمول همبستگی پیرسون نامیده می شود. علامت اختصاری آن r است. ضریب پیرسون نشان می دهد که تا چه اندازه بین متغیرهای کمی رابطه خطی وجود دارد (۲۵). کاربرد اصلی ضریب پیرسون زمانی است که متغیرها در سطح فاصله ای/نسبی باشند.

جدول ۴- شیوه تفسیر شدت رابطه در همبستگی پیرسون، (منبع: میزر و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۹۹)

Table 4. The method of interpreting the intensity of the relationship in Pearson correlation, (Source: Mizer et al., 2019, 2019)

تفسیر	شدت رابطه
رابطه بسیار قوی	۰.۸ تا ۱
رابطه قوی	۰.۶ تا ۰.۸
رابطه متوسط	۰.۴ تا ۰.۶
رابطه کم (یا ضعیف)	۰.۲ تا ۰.۴
فقدان رابطه یا رابطه ناچیز	صفر تا ۰.۲

ساختاری

در قسمت اول، ارزیابی رابطه سیاست های گردشگری ج ایران بر عوامل ساختاری مورد مطالعه قرار می گیرد. نتایج نشان خواهد داد که چالش سیاست های گردشگری ج ایران تا چه اندازه بر مولفه های عوامل ساختاری تاثیر گذار خواهند بود.

ارزیابی رابطه سیاست گردشگری بر میزان موفقیت دیپلماسی گردشگری جمهوری اسلامی ایران در قلمرو ژئوپلیتیکی حوزه شامات

ارزیابی رابطه سیاست های گردشگری ج ایران بر عوامل

جدول ۵- آزمون ضریب همبستگی پیرسون (رابطه میان سیاست های گردشگری ج ایران و میزان موفقیت دیپلماسی

گردشگری)

Table 5. Pearson's correlation coefficient test (the relationship between tourism policies in Iran and the success rate of tourism diplomacy)

Correlations						
ساختار روابط دو متغیر		رابطه	عوامل فرآیندی	عوامل ساختاری	عوامل زمینه ای	عوامل کارگزاری
سیاست های گردشگری ج ایران	Pearson Correlation	۱	۰.۱۷۶	۰.۱۴۱	۰.۸۴۶	۰.۲۱۴
	Sig. (2-tailed)		۰.۳۵۲	۰.۱۴۰	۰.۰۰۰	۰.۰۰۰
	N	۳۵	۳۵	۳۵	۳۵	۳۵

دستگاه دیپلماسی کشور بهره برداری کرد. به طور قطع مادامی که چنین عزم راسخی در مجموعه حاکمیت وجود نداشته باشد و گردشگری در ردیف اولویت های اصلی سیاست خارجی کشور قرار نگیرد، گردشگری جایگاه واقعی و درخوری را در تعاملات سطح بالا با دیگر کشورها نخواهد داشت. پژوهش حاضر نیز با توجه به اهمیت موضوع حاضر، تحلیل نقش سیاست های گردشگری در ارتقاء جایگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران در قلمرو ژئوپلیتیکی شامات (کشورهای عراق، سوریه، لبنان، اردن و فلسطین) را مورد مطالعه قرار داده است. در این راستا عوامل میزان موفقیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران (شامل چهار عامل ساختاری، فرآیندی، زمینه ای و کارگزاری) و همچنین سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران و تاثیرات آن بر قلمرو ژئوپلیتیک شامات (سیاست های اقتصادی حمایتی، سیاست های سیاسی امنیتی، سیاست های توسعه بازاریابی و سیاست های فرهنگی) مورد بررسی قرار گرفت. در زمینه تحلیل آماری عوامل میزان موفقیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران یافته ها نشان داد عوامل فرآیندی و عوامل ساختاری در وضعیت نامناسبی قرار دارند و در این میان عوامل زمینه ای از وضعیت مناسبی برخوردار می باشند. در زمینه سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران و تاثیرات آن بر قلمرو ژئوپلیتیک شامات نتایج نشان می دهد که سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران و تاثیرات آن بر قلمرو ژئوپلیتیکی شامات از وضعیت مطلوبی برخوردار نمی باشد و در این میان سیاست های اقتصادی حمایتی از وضعیت نامطلوب تری نسبت به سایر سیاست ها همراه بوده است. در نهایت در زمینه رابطه سیاست گردشگری بر میزان موفقیت دیپلماسی گردشگری جمهوری اسلامی ایران در قلمرو ژئوپلیتیکی حوزه شامات، نتایج نشان می دهد که سیاست های گردشگری ایران با عوامل ساختاری و کارگزاری رابطه ای بسیار ضعیف و ضعیف دارند، سیاست های گردشگری با عوامل فرآیندی فاقد رابطه ای باشد و این سیاست ها با عوامل زمینه ای از رابطه متوسطی برخوردار می باشد. در این راستا پیشنهادهای زیر در راستای توسعه گردشگری ارائه می گردد:

- فعال سازی نمایندگی های سیاسی در سراسر دنیا جهت

از آزمون همبستگی پیرسون جهت آزمون رابطه متغیر سیاست-های گردشگری ج ا ایران و متغیر میزان موفقیت دیپلماسی گردشگری (شامل -عوامل فرآیندی -عوامل ساختاری -عوامل زمینه ای -عوامل کارگزاری) استفاده شد. با توجه به ضریب همبستگی هر یک از شاخص های زیر به تحلیل ارتباط سیاست-های گردشگری ج ا ایران و متغیر میزان موفقیت دیپلماسی گردشگری می پردازیم:

- عوامل فرآیندی: $r=0.176$ و $p=0.352$ یعنی میان سیاست های گردشگری ج ا ایران و عوامل فرآیندی هیچ گونه رابطه ای وجود ندارد.
- عوامل ساختاری: $r=0.114$ و $p=0.014$ یعنی میان سیاست های گردشگری ج ا ایران و عوامل ساختاری رابطه ای بسیار ضعیف و خفیف وجود دارد.
- عوامل زمینه ای: $r=0.468$ و $p=0.000$ یعنی میان سیاست های گردشگری ج ا ایران و عوامل زمینه ای رابطه ای متوسط حاکم است.
- عوامل کارگزاری: $r=0.214$ و $p=0.000$ یعنی میان سیاست های گردشگری ج ا ایران و عوامل کارگزاری رابطه ای رابطه ای کم یا ضعیف حاکم است.

نتیجه گیری

به اعتقاد بسیاری از کارشناسان موفقیت یا شکست صنعت گردشگری در هر کشور به طور مستقیم به اعمال سیاست های حمایتی دولت باز می گردد، به نحوی که هر چه چتر حمایتی دولت و سیاست گذاری های صورت گرفته آن نسبت به گردشگری گسترده تر باشد، شکوفایی این بخش هم بیشتر خواهد شد. در کشورمان توسعه گردشگری با موانع اساسی همچون نبود استراتژی معین و مکتوب، کمبود زیرساخت ها، سطح پایین اطلاع رسانی و شناسایی قابلیت های گردشگری، کیفیت پایین خدمات و تسهیلات مورد نیاز گردشگران و نظایر آن روبرو است. از جمله موانع ساختاری قابل ذکر، نقش سیاست گذاری های کلان دولت و به ویژه دستگاه دیپلماسی در جذب گردشگران خارجی است که از آن تحت عنوان دیپلماسی گردشگری نام می برند. برای توسعه گردشگری بایستی از توان

-توسعه گردشگری ناحیه ای منطقه ای و محلی از طریق بازوهای استانی کنسولگری ها و رایزنی های کشورهای خارجی از اولویت های کاری دستگاه دیپلماسی به حساب آید.

References

1. Yang, Y., Taufen, A., & Tochen, R. Learning spaces of policy mobility for sustainable cities and landscapes: The role of researchers and educators. In *The Routledge handbook of sustainable cities and landscapes in the Pacific Ri* Estelaji Alireza, 2018 Principles of Research and Development Planning of Tehran, Samid Publications. (In Persian)
2. Rachel Sugar (19 December 2016). "More tourists visited NYC in 2016 than ever before". Vox Media. Retrieved 24 April 2018 ISNA news agency, 22/01/1400, <https://www.isna.ir/news/1400012211639>.
3. Mohseninia, Iman, 2015, tourism diplomacy and the use of political tourism to reduce tension with countries, modern research and knowledge management conference in humanities, Tehran Dehghani Firouzabadi, S. Evolution in regionalism theories. *Central Eurasian Studies*, 2(5), (1388) 116-99. <https://www.sid.ir/fa/journal/> (In Persian) ViewPaper.aspx?id=101699
4. Chen, H., & Rahman, I. Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism management perspectives*, 26, (2018), 153-163. Rashidi, Asdaleh, Obedi, Shirin, Faraji, Amin. Economic aspects of tourism and sustainable income of municipalities (case study: Tehran Municipality). *Economics and*

توسعه گردشگری و شناساندن چهره واقعی ایران به جهان؛ -دستگاه دیپلماسی می باید آثار و نمودهای عینی و غیرعینی گردشگری مانند ابنیه تاریخی آداب و سنن، بازی ها، قاصه ها، افسانه های ملل و اقوام ایرانی و مشاهیر مرتبط با ایران و حتی حوزه وسیع تر ایران فرهنگی را به نحو احسن برای سایر کشورها معرفی و در مجامع بین المللی از آنها حمایت مادی و معنوی کند.

-برپایی رویدادهای محلی نمایشگاه های گردشگری دهکده های گردشگری، ژئوپارک ها پارکهای فن آوری، موزه ها و باغ موزهها در مناطق مستعد کشور و برپایی رویدادهای ملی و بین المللی همایش های ملی و بین المللی فرصت خوبی برای معرفی دقیق و اصولی توان های گردشگری ایران به نمایندگان سیاسی رده اول سایر کشورها است. بر این اساس وزارت امور خارجه با دعوت از سفرا و کاردارهای کشورهای دیگر در این رویدادها میتواند به بسط و تعمیق دیپلماسی گردشگری پردازد.

-دیدگاه های گردشگران بین المللی ورودی به ایران توسط دستگاه دیپلماسی تحلیل و آسیب شناسی شود. سرشماری گردشگران خارجی در مبادی ورودی و خروجی ایجاد یک پایگاه اطلاعاتی گردشگری خارجی و ارزیابی مقصد گردشگرها در داخل کشور توسط وزارت امور خارجه و ارائه اطلاعات مؤثق به سایر نهادهای متولی و تصمیم گیر اصلی جهت شناسایی الگوها و نیازهای گردشگران خارجی می تواند بستر خوبی برای برنامه ریزی و توسعه گردشگری بین المللی در ایران فراهم کند.

- دانش گردشگری میان ملتها و کشورها به واسطه تلاشهای سفارت خانه ها و کنسولگری ها مبادله شود تا از رهگذر چنین تبادلات ارزشمند دانش سایر واحدهای سیاسی در ترکیب با شرایط جغرافیایی بومی مورد استفاده عملی برنامه ریزان صنعت گردشگری قرار گیرد. همچنین به لحاظ تجربی و عملی از طرح های اجرایی توسعه گردشگری بین المللی در دیگر کشورها الگوبرداری مثبت به عمل آید و نتایج آن به دستگاههای ذیربط و دست اندرکار در گردشگری در داخل اعلام شود. کشورهای ترکیه، چین، هند، مالزی و برخی از کشورهای عربی که از نظر فرهنگی و تاریخی نیز قرابت و همخوانی نسبتاً زیادی با کشور ما دارند الگوهای مؤفقی برای استفاده در این زمینه هستند.

- China and Nepal: Mapping Education as Soft Power in Chinese Foreign Policy. *Societies*, 11(3), (2021), 81.
- Gauttam, P., Singh, B., & Chattu, V. K. Higher Education as a Bridge between China and Nepal: Mapping Education as Soft Power in Chinese Foreign Policy. *Societies*, 11(3), (2021), 81.
11. Rezaei, N. Analysis of the position of public diplomacy in Iranian tourism. *Geopolitics*, 10(2 (series 34)), (2013), 160-188. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=224440> (In Persian)
 12. Epping, E. (2020). Lifting the smokescreen of science diplomacy: comparing the political instrumentation of science and innovation centres. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1), 1-13.
 13. Mohsenzadegan, A., Hosseini Karani, R. (2010). The effect of diplomacy on Iran's national power in the world arena. *Strategic Studies of Public Policy*, 2(3), (1390) 131-150. (In Persian)
 14. Singer, P., Ferri, M., Aiello, L., & Cacia, C. Internet as a "point of synergy" between communication and distribution. hypothesis of model applied to tourism. *International Journal of Digital Content Technology and its Applications*, 4(7), (2010) 23-38.
 15. Mortezaei, Shida, Mojtahedzadeh, Pirouz, Ezzati, Ezzatolah. Examining the challenges of tourism diplomacy in relations between Iran and its eastern neighbors (with emphasis on Makran region). *Regional Planning Scientific-Research Quarterly*, 10(39). (2019). (In Persian)
 16. Rashidi, Asdaleh, Obedi, Shirin, Faraji, Amin. Economic aspects of tourism Urban Planning, 1(3), (2019), 127-137. (In Persian) doi: 10.22034/UE.2020.09.03.01
 5. Estelaji Alireza Qadiri Masoum, 2017 *Tehran Sustainable Tourism*, Tehran University Press. (In Persian)
 6. Rezaei, Nasser, analysis of the position of public diplomacy in Iranian tourism, *Geopolitics Quarterly*, 10th year, number 2. (2013). (In Persian)
 7. Kozak, L., Fedoruk, O., & Zaplitna, T. Strategic Vectors of Sustainable Development of Ukraine's Economy in the Context of World Economic Dominants. In *International Conference on Business and Technology* (2023), (pp. 319-338). Springer, Cham.
 - Mohsenzadegan, A., Hosseini Karani, R. (2010). The effect of diplomacy on Iran's national power in the world arena. *Strategic Studies of Public Policy*, 2(3), (1390) 131-150. (In Persian)
 8. ISNA news agency, 22/01/1400, [https://www.isna.ir/news/1400012211639Mortezaei, Shida, Mojtahedzadeh, Pirouz, Ezzati, Ezzatolah. Examining the challenges of tourism diplomacy in relations between Iran and its eastern neighbors \(with emphasis on Makran region\). *Regional Planning Scientific-Research Quarterly*, 10\(39\). \(2019\). \(In Persian\)](https://www.isna.ir/news/1400012211639Mortezaei, Shida, Mojtahedzadeh, Pirouz, Ezzati, Ezzatolah. Examining the challenges of tourism diplomacy in relations between Iran and its eastern neighbors (with emphasis on Makran region). Regional Planning Scientific-Research Quarterly, 10(39). (2019). (In Persian)
 9. Sherbaf, Javad, Revival of Tourism Diplomacy; An undeniable necessity in foreign relations, (In Persian). 1400, [http://www.irdiplomacy.ir/fa/news/2002808Bianchi, R. V., & de Man, F. Tourism, inclusive growth and decent work: A political economy critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 29\(2-3\), \(2021\) 353-371.](http://www.irdiplomacy.ir/fa/news/2002808Bianchi, R. V., & de Man, F. Tourism, inclusive growth and decent work: A political economy critique. Journal of Sustainable Tourism, 29(2-3), (2021) 353-371.)
 10. Gauttam, P., Singh, B., & Chattu, V. K. Higher Education as a Bridge between

22. Sheludiakova, N., Mamurov, B., Maksymova, I., Slyusarenko, K., & Yegorova, I. Communicating the Foreign Policy Strategy: on Instruments and Means of Ministry of Foreign Affairs of Ukraine. In SHS Web of Conferences (Vol. 100, p. 02005). EDP Sciences. (2021)
23. Brouder, P., Teoh, S., Salazar, N. B., Mostafanezhad, M., Pung, J. M., Lapointe, D., ... & Clausen, H. B. (2020). Reflections and discussions: tourism matters in the new normal post COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 735-746.
24. Veysy, Hadi. (2016). Investigating the policy of the tourism industry in the upstream laws of the Islamic Republic of Iran. *Strategic Studies of Public Policy*, 7(25), 93-112.
25. Zaki, Yashar and Ehtashami Hojghan, Mohammad Reza, 2013, tourism diplomacy and its role in the development of tourism in Iran, the first international strategic scientific conference on the development of tourism in the Islamic Republic of Iran, challenges and prospects, Mashhad, <https://civilica.com/doc/337912>.
26. Estelaji Alireza, 2018 Principles of Research and Development Planning of Tehran, Samid Publications. (In Persian)
- and sustainable income of municipalities (case study: Tehran Municipality). *Economics and Urban Planning*, 1(3), (2019), 127-137. doi: 10.22034/UE.2020.09.03.01. (In Persian)
17. Winther, J. G., Dai, M., Douvere, F., Fernandes, L., Halpin, P., Hoel, A. H., ... & Whitehouse, S. (2020). Integrated ocean management. *World Resources Institute*, 5.
18. Bianchi, R. V., & de Man, F. Tourism, inclusive growth and decent work: A political economy critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3), (2021) 353-371.
19. Dehghani Firouzabadi, S. Evolution in regionalism theories. *Central Eurasian Studies*, 2(5), (1388) 116-99. <https://www.sid.ir/fa/journal/> (In Persian). ViewPaper.aspx?id=101699
20. Singh, R. B., & Kumar, A. Cultural Tourism-Based Regional Development in Rajasthan, India. In *Practising Cultural Geographies* (pp. 453-466). (2022). Springer, Singapore.
21. Mortezaei, Shida, Mojtahedzadeh, Piroz, Ezzati, Ezzatolah. Tourism diplomacy and tourism boom in Makran region: a case study of Iran's relations with its eastern neighbors. *Geography Quarterly (Regional Planning)*, 9(3), (2018), 561-582. (In Persian)