



فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای

سال ۱۰، شماره پیاپی ۳۹، پاییز ۱۳۹۹

شاپای چاپی: ۶۷۳۵-۲۲۵۱ - شاپای الکترونیکی: ۷۰۵۱-۲۴۲۳

<http://jzpm.miau.ac.ir>

مقاله پژوهشی

بررسی چالش‌های دیپلماسی گردشگری در روابط ایران و همسایگان شرقی (با تأکید بر منطقه مکران)

شیددا مرتضایی: دانشجوی دکترای جغرافیای سیاسی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران

پیروز مجتهدزاده: دانشیار جغرافیای سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

عزت‌اله عزتی: دانشیار جغرافیای سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۲۹

صص ۱۸۶-۱۷۱

دریافت: ۱۳۹۸/۸/۱۳

چکیده

دیپلماسی گردشگری به عنوان یکی از اقسام دیپلماسی عمومی از ابزارهای مهم پیشبرد اهداف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و حتی امنیتی کشورها در محیط پیرامونی و فرا پیرامونی محسوب می‌شود. منطقه مکران ایران با توجه به موقعیت ارتباطی و دسترسی به مناطق مجاور و نیز جاذبه‌ها گردشگری دریایی، اقتصادی و تجاری و بیابانی پتانسیل تبدیل شدن به مقصدی غیر قابل جایگزین در گردشگری ایران و همسایگان شرقی را دارد؛ اما این هدف با چالش‌های چندی در دو سطح خرد و کلان مواجهه است. سؤال اصلی مقاله این است که چالش‌های دیپلماسی گردشگری در روابط ایران و همسایگان شرقی کدام‌اند؟ در این مقاله از روش توصیفی-پیمایشی و نرم‌افزار *SPSS* برای تحلیل داده‌ها استفاده شده و با به‌کارگیری آزمون‌های آنالیز واریانس یک طرفه و آزمون *T* یک طرفه و زوجی، به ارزیابی هر کدام از شاخص‌ها پرداخته شده است. جامعه آماری مقاله فعالان عرصه دیپلماسی و حوزه گردشگری و حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران ۳۴۴ نفر تعیین شد. نتایج مقاله نشان دهنده آن است که حدود ۶۰ درصد جامعه آماری پژوهش تمایل بالایی در بهره‌برداری از دیپلماسی گردشگری در روابط ایران و همسایگان شرقی با محوریت منطقه مکران دارند. ضریب بتای اثرگذاری کیفیت دیپلماسی گردشگری بر روی بعد زیرساخت‌های گردشگری ۰/۴۷ است که بر اساس میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری، رابطه معناداری در شاخص مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران به دست آمده است. جهت این رابطه نیز مثبت برآورد شده است که نشان دهنده وجود رابطه مستقیم است. همچنین ۴۲/۶ درصد از پاسخگویان اثرات دیپلماسی گردشگری بر شاخص تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی را در حد متوسط می‌دانند و برای ۲۲/۱ درصد در حد زیاد است و برای ۱۸/۶ درصد نیز در حد خیلی کم است. تحلیل روابط آماری بر اساس آزمون همگونی کای دو مبتنی بر جداول توافق، نشان دهنده وجود رابطه معنادار آماری میان متغیر وابسته شاخص تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان و متغیر مستقل کیفیت دیپلماسی گردشگری است. بررسی‌ها نشان می‌دهد، بر اساس میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری، رابطه معناداری در شاخص منطقه‌گرایی 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 منطقه‌گرایی در میان همسایگان را با ضریب بتای ۰،۲۹ را پیش‌بینی می‌کند.

واژه‌های کلیدی: منطقه‌گرایی، نگرش عمودی، دیپلماسی گردشگری، فرایند تسری.

^۱ نویسنده مسئول: pirouz_mojtahedzadeh@hotmail.com ۰۹۳۵۱۰۶۴۸۱۰

مقدمه:

دیپلماسی گردشگری یکی از انواع روبه رشد دیپلماسی عمومی است که به شدت مورد توجه کشورهای مختلف جهان قرار گرفته است (Ashraf Kayani & Saif ur, 2006: 75). هدف‌گذاری این نوع دیپلماسی استفاده از روابط فرو ملی برای حل مسائل سیاست خارجی و امنیتی کشورها با یکدیگر است. تجربیات کشورها و مناطق مختلف جهان مانند اروپا نشان می‌دهد در مواردی که بر سر مسائل کلان سیاسی و فرهنگی و ایدئولوژیک تنش وجود دارد و به هیچ وجه از کانال‌های متعارف دیپلماسی امیدی به کاهش تنش‌ها وجود ندارد دیپلماسی گردشگری به همراه انواع دیگر دیپلماسی غیر سنتی و غیر کلاسیک می‌تواند به تدریج ابرهای سیاه منازعه و کشمکش و اختلاف را از بین ببرد و زمینه‌های همگرایی و منطقه‌گرایی را فراهم آورد که در اروپا این امر رخ داد و با تسری همکاری‌های اقتصادی و فرهنگی و به همکاری در سطوح سیاسی و بالاتر زمینه‌های شکل‌گیری اتحادیه اروپا به عنوان یک بلوک قدرتمند اقتصادی فراهم شد. به زبان ساده، دیپلماسی عمومی می‌کوشد تصویرسازی معیوب یک کشور را در نظام بین‌الملل بهبود بخشد. امروزه بازار نفت و بسیاری از کالاهای دیگر که به عنوان منبع درآمد برخی از کشورها محسوب می‌شود، می‌تواند به وسیله قدرت‌های ذی‌نفع و رقیب دچار تلاطم یا افت و خیز شود؛ اما سرمایه‌گذاری اندک در گردشگری نسبت به دیگر صنایع می‌تواند تغییرهای بسیار مثبتی را به همراه داشته باشد (Chahine, 2012: 5).

ایران به استناد اسناد و گواه ابنیه تاریخی موجود از حدود ۵ هزار سال قبل هم‌زمان با اوج تمدن و شکوه «عیلامیان» اقوام گوناگونی اعم از کاسپین‌ها، گوتی‌ها، لولوبی‌ها، هیتی‌ها، سکاها و گسیل‌ها و تیپورها را در درون خود پروراند و بالنده کرده است (Saghaei, 2007: 8). ایران به رغم این که سابقه ۴۰۰ ساله در روابط فرهنگی، سیاسی، بازرگانی و اقتصادی با کشورهای دیگر دارد، اما به نظر می‌رسد هنوز نتوانسته در زمینه تعامل فرهنگی و تاریخی با کشورهای دیگر مؤثر عمل کند و سیاست جامعی را در این بخش‌ها ارائه دهد. در سال‌های اخیر و به ویژه بعد از تحریم‌های دولت ترامپ و قبل‌تر از آن که صادرات نفت ایران با موانع تحریمی گسترده‌ای مواجه شد و اقتصاد کشور را از درآمد نفت محروم کرد در مقاطع مختلف شاهد تلاش برای رهایی بودجه کشور از نفت بوده‌ایم. بی‌شک این تلاش‌ها در صورتی کارایی خواهد شد که با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری هوشمند دولتی همراه باشد. یکی از راه‌های جبران کسری بودجه کشور توسعه گردشگری در مناطق مختلف کشور است. یکی از مناطقی که دارای پتانسیل فراوانی برای توسعه گردشگری است منطقه مکران در جنوب شرق ایران است؛ اما این منطقه تاکنون در اثر چالش‌های امنیتی، سیاسی و ایدئولوژیک نتوانسته است به نحوی که باید مورد استفاده قرار گیرد و پتانسیل‌های آن به شکوفایی و فعلیت برسد. دلایل فراوانی برای این رکود و سکون ذکر شده است اما به نظر می‌رسد بیشتر از همه چالش‌های امنیتی، عدم کفایت زیرساخت‌های گردشگری منطقه و غلبه فضای امنیتی و سیاسی بر روابط ایران و کشورهای این منطقه از مهم‌ترین دلایل این مسئله باشد. بدون شک راهبردی که می‌تواند این فضا را متحول سازد دیپلماسی گردشگری است که هم دولت و هم فعالان گردشگری بایستی در تعامل با همدیگر این پروژه را به پیش ببرند. سؤال اصلی مقاله حاضر این است که مهم‌ترین چالش‌های دیپلماسی گردشگری در روابط ایران و همسایگان شرقی کدام‌اند؟ در این مقاله از روش توصیفی-پیمایشی و نرم‌افزار SPSS برای تحلیل داده‌ها استفاده شده و با به کارگیری آزمون‌های آنالیز واریانس یک‌طرفه و آزمون T یک‌طرفه و زوجی، به ارزیابی هر کدام از شاخص‌ها پرداخته شده است. جامعه آماری مقاله فعالان عرصه دیپلماسی و حوزه گردشگری و حجم نمونه نیز ۳۴۴ نفر و با استفاده از فرمول کوکران تعیین شد.

پیشینه و مبانی نظری تحقیق:

در روابط بین‌الملل منطقه‌گرایی بیان‌گر هدف مشترک و ایجاد نهادهایی است که بیان‌گر هویتی خاص است که به اقدامات جمعی در یک منطقه جغرافیایی شکل می‌دهد. منطقه‌گرایی یکی از سه جزء نظام تجاری بین‌المللی است (به همراه چند جانبه‌گرایی و یکجانبه‌گرایی). منطقه‌گرایی قدیم یا سنتی قبل از دهه ۸۰ و اولین موج آن پس از جنگ جهانی دوم به شکل‌گیری جامعه اقتصادی اروپا در سال ۱۹۵۷ بر می‌گردد که شاخصه اصلی آن درون‌گرایی بود؛ به این معنا که با سیاست‌های حمایتی، تولیدکنندگان گران‌تر داخلی را جایگزین تولیدکنندگان ارزان بیرون از منطقه می‌نمود. منطقه‌گرایی نوین به‌ویژه بعد از دهه ۱۹۹۰ مطرح که دومین موج منطقه‌گرایی است جامع‌تر 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 می‌گیرد. در اغلب موارد منطقه‌گرایی بر حسب درجه انسجام اجتماعی (زبان، قومیت، فرهنگ، مذهب، تاریخ و آگاهی از میراث مشترک) انسجام اقتصادی (الگوهای تجاری و مکمل بودن اقتصادی)، یکپارچگی سیاسی (نوع رژیم و ایدئولوژی) و انسجام سازمانی

² . European Union

(وجود نهادهای رسمی منطقه‌ای) تجزیه و تحلیل می‌شود. این اصطلاح برای اولین بار در نوشته‌های کارکردگرایان مانند میترانی و ارنست هاس و جوزف نای مطرح شد (Keith, 2005: 14).

دیپلماسی عبارت است از فن و عمل رهبری مذاکرات بین ملت‌ها به منظور حصول سازش که مورد رضایت متقابل همگان باشد و نیز آیین و آداب و مراسم و طرق رهبری این مذاکرات. موضوعات مذاکره بین ملت‌ها گوناگون‌اند و بنابراین انواع مختلفی از دیپلماسی پدید آمده است: دیپلماسی پنهان، دیپلماسی آشکار، دیپلماسی عمومی و دیپلماسی خط دو. اصطلاح دیپلماسی عمومی که در دهه ۱۹۶۰ وارد ادبیات روابط بین‌المللی شد بیانگر جنبه‌های متفاوت از دیپلماسی سنتی در روابط بین‌الملل است. دیپلماسی سنتی بیشتر شامل تماس‌های آشکار و پنهان بین نمایندگان حکومت‌ها است. دیپلماسی عمومی در مقابل شامل تغییراتی می‌شد که بین یک کشور و مردمان کشور دیگر- از رهبران افکار عمومی تا عموم شهروندان- به وقوع می‌پیوندد است. ادموند گولین^۳ در زمان تأسیس مرکز ادوارد آر مورو^۴ برای دیپلماسی عمومی در سال ۱۹۶۵ این اصطلاح را برای نخستین بار به کار برده است (Marcel, 2014: 5). امروزه دیپلماسی عمومی دامنه وسیعی پیدا کرده است به نحوی که تعارف فراوانی از این واژه ارائه شده است و مراکز فراوانی نیز حول این موضوع به وجود آمده‌اند. دیپلماسی عمومی به نوعی عقبه و پشتیبانی برای سیاست‌های عالی سیاسی و اقتصادی و حتی نظامی کشورهاست؛ مانند طرح مارشال^۵ که برای اروپای پس از جنگ جهانی دوم طراحی شده بود یا خود اتحادیه اروپا و حتی ناتو و با نبرد آمریکا علیه تروریسم (حمله به افغانستان و عراق) همگی در قالب دیپلماسی عمومی قرار می‌گیرند. هدف پشت پرده همه این اقدامات بدون شک کنار زدن مرزها و دسترسی به مردم و افکار عمومی برای تأثیرگذاری بر آن‌هاست (Henrikson, 2006). ارتباطات عنصری ضروری برای دیپلماسی عمومی است. ارتباطات یکسره در مورد جنگ و تسخیر قلب‌ها و ذهن‌ها برای پیروزی نیست بلکه همان زوری که کارل دویچ^۶ معتقد است شیوه ارتباط نیز مهم است (Hocking & Melissen, 2015).

هماهنگی یکی دیگر از مهم‌ترین عناصر دیپلماسی عمومی به شمار می‌رود. منظور از هماهنگی این است که همه سرویس‌ها و نهادهایی که کار دیپلماسی عمومی و ارتباط‌گیری با مردم کشورهای دیگر را انجام می‌دهند بایستی منسجم و همگرا باشند. همچنین این نهادها و ارگان‌هایی که کار دیپلماسی عمومی را پیش می‌برند بایستی در برابر افکار عمومی کشور خود پاسخگو باشند. یکی دیگر از عناصر مهم دیپلماسی عمومی داشتن شریک^۷ در کشور مقصد است: شرکایی که هرکدام هیئت‌ها و تشکیلاتی دارند و می‌توانند رقابتی داخلی را متوازن کنند. اصطلاح مشارکت و یارگیری در دیپلماسی عمومی کشورهایی مثل آمریکا و انگلستان و نروژ و کانادا به وفور رایج است (Hockinse & Melissen, 2015: 94). جوزف نای واضح مفهوم قدرت نرم معتقد بود که علاوه بر اقتصاد و نیروی نظامی قدرت نرم ابزار دیگری است که به کشورها برای رسیدن به اهداف سیاست خارجی‌شان کمک می‌کند. از نظر جوزف نای از سه طریق می‌توان رفتار دیگری را تحت تأثیر قرار داد: ۱- تهدید و فشار ۲- تحریک کردن و ۳- پول و رشوه؛ که نتیجه تأثیرگذاری و نفوذ این است که دیگران مطابق شما رفتار خواهند کرد (Leonard, 2002: 45). از نمونه کشورهای موفق که توانسته‌اند مفهوم قدرت نرم را عملیاتی کنند روسیه، چین، ژاپن، اسپانیا، اتحادیه اروپا، آلمان، سنگاپور، مالزی و هند قابل ذکر هستند؛ اما نکته مهم این است که موفقیت‌های تصویر نرم یک کشور بیش از همه به همراهی و معیت دیپلماسی عمومی به عنوان ابزار ارتباط بستگی دارد.

محدوده مورد مطالعه:

مکران از نظر تاریخی سرزمینی ساحلی در جنوب شرقی ایران و جنوب غربی پاکستان است که در طول خلیج عمان از رأس‌الکوه در غرب جاسک تا لاس بلا در جنوب غربی ایالت بلوچستان پاکستان گسترده است. در بعضی منابع اروپایی قرن‌های ۱۶ تا ۱۸ از ایالت مکران نام برده شده است. مکران در نوشته‌های مسالک و ممالک و التقویم اقلیم دوم و از کرمان تا رود مهران (ایندوس) نامیده شده است. (سفرنامه مارکوپولو^۸ نیز مکران را شرح داده است). در بعضی اسناد و نقشه‌های تاریخی اروپایی و بعضی نوشته‌های عربی دریای عرب امروزی نیز بحر مکران بیان شده است (Motamed and Gharibreza, 2009: 88). یکی از مهم‌ترین قابلیت‌های این منطقه، مجاورت آن با آب‌های آزاد بین‌المللی در سرتاسر مرز جنوبی، همسایگی مستقیم با کشورهای پاکستان و افغانستان و به طور غیرمستقیم با کشورهای

³. Edmund Gullion

⁴. Edward R. Murrow

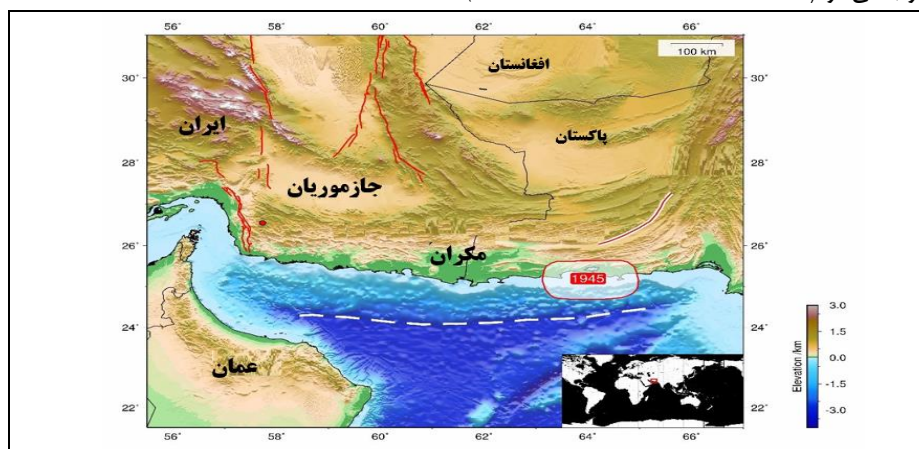
⁵. Marshall Plan

⁶. Karl Deutsch

⁷. part

⁸. Marco Polo

آسیای مرکزی (از طریق ترکمنستان) است که یک راه غیرقابل چشم پوشی برای این کشورهای محصور در خشکی (بجز پاکستان) به دریاهای آزاد محسوب می‌شود (Turkan and Shahbazi, 2015: 41).



شکل ۱- موقعیت منطقه مکران (منبع: <https://zookeys.pensoft.net>)

ساکنین سرزمین مکران بلوچ هستند. به لحاظ ساختار جمعیتی، تراکم جمعیت در سه شهر چابهار، کنارک و جاسک که بخش اعظمی از منطقه مکران را به خود اختصاص داده‌اند پایین است، به طوری که بر اساس آمار سال ۱۳۹۵ منتشر شده در سالنامه‌های آماری کشور، شهرستان‌های چابهار و کنارک حدود ۱۵ درصد از کل جمعیت استان سیستان و بلوچستان و شهر جاسک نیز ۹ درصد از جمعیت استان هرمزگان را به خود اختصاص داده‌اند. بر اساس اطلاعات سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، نزدیک به ۶۵ درصد جمعیت ساکن در این سواحل را جمعیت روستایی تشکیل داده است. جمعیت شهرستان چابهار ۲۸۳۲۹۴ نفر بوده که نزدیک به ۶۳ درصد از این جمعیت ساکن مناطق روستایی و مابقی ساکن شهر هستند. همچنین جمعیت شهرستان‌های کنارک و جاسک نیز به ترتیب برابر با ۹۸۲۱۲ و ۵۸۸۸۴ بوده که بیش از نیمی از جمعیت این دو شهرستان نیز ساکن مناطق روستایی بوده است. سواحل مکران می‌تواند به گلوگاه اصلی در مسیر ترانزیت اقیانوس هند به کشورهای آسیای مرکزی، روسیه و افغانستان تبدیل شود. کشورهای آسیای مرکزی محصور در خشکی هستند و از طرف دیگر هند یک اقتصاد صادرکننده کالا است که منافع بسیاری در بازار این کشورها دارد. سواحل مکران، هزینه دسترسی به بازار کشورهای نظیر آذربایجان، روسیه، افغانستان، ترکمنستان، قزاقستان، اوکراین و غیره را به شدت کاهش می‌دهد و این یک فرصت استثنائی برای ایران است تا خود را در کانون یک کریدور ترانزیتی بسیار مهم قرار دهد. کریدور حمل و نقل شمال جنوب که رؤیای افزایش ارتباط تجاری هند، ایران، روسیه، آسیای مرکزی و اروپا را در سر می‌پروراند نمی‌تواند بدون توسعه سواحل مکران، به یک مسیر ترانزیتی مهم تبدیل شود. فرصت‌های اقتصادی توسعه سواحل مکران، می‌تواند به تدریج انباشت شده و به یک ابزار ژئوپلیتیکی و ژئواستراتژیک مهم برای کشور تبدیل شود (Shabani Asl, 2009: 128). مناطق واقع شده در سواحل مکران از قافله توسعه عقب مانده‌اند. در مجموع، منافع اقتصادی، ژئوپلیتیکی و اجتماعی توسعه سواحل مکران باعث می‌شود تا امنیت ملی کشور نیز ارتقاء یابد.

مواد و روش تحقیق:

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی است. ابزار گردآوری اطلاعات شامل مقاله، کتاب، سایت‌های اینترنتی که در بخش مطالعات اسنادی استفاده خواهد شد و پرسشنامه، عکس و نقشه که در مطالعات میدانی استفاده خواهد شد. اطلاعات مورد نیاز این پژوهش به دو طریق اسنادی (کتابخانه‌ای) و میدانی به دست آمده است. پس از جمع‌آوری اطلاعات از طریق ابزارهای گردآوری، داده‌های خام از طریق روش‌های آماری (توصیفی و استنباطی) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. برای پردازش اطلاعات از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. جامعه آماری مورد نظر در این تحقیق نخبگان و فعالان حوزه گردشگری و دیپلماسی هستند. برای تعیین حجم نمونه جامعه از فرمول کوکران استفاده گردید که تعداد حجم نمونه (پرسش‌نامه) به دست آمده ۳۴۴ نفر تعیین شد. جامعه آماری این پژوهش از لحاظ سن به سه دسته ۲۵ - ۳۰ سال، ۳۰ تا ۳۵ سال و ۳۵ به بالا تقسیم شده‌اند که دسته دوم به لحاظ فراوانی بیشترین میزان فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. تحلیل جامعه آماری پژوهش از لحاظ شاخص تحصیلات نشان می‌دهد که پاسخگویان در سه دسته کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا تفکیک شده‌اند که بیشترین فراوانی نیز مربوط به گروه فوق لیسانس است

و به ترتیب کارشناسی و دکترا در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از لحاظ متغیر شغل نیز پاسخگویان پژوهش در چهار دسته تقسیم شده‌اند که کارمندان دولت بیشترین فراوانی را در بین پاسخگویان دارند و در رتبه‌های بعدی به ترتیب فعالان گردشگری، فعال حوزه دیپلماسی و استاد دانشگاه تقسیم شده‌اند.

بحث و یافته‌های تحقیق:

حدود ۶۰ درصد پاسخگویان پژوهش تمایل بالایی در بهره‌برداری از دیپلماسی گردشگری در روابط ایران و همسایگان شرقی با محوریت منطقه مکران دارند. این امر نشان می‌دهد که طراحان و برنامه‌ریزان دیپلماسی کشورهای منطقه در تهیه طرح‌های دیپلماتیک لازم است گردشگری منطقه مکران را به گونه‌ای در نظر بگیرند که باعث تسهیل و بهبود روابط کشورهای منطقه و همسایگان منطقه مکران و همگرایی منطقه‌ای شود.

جدول ۱- تمایل به بهره‌برداری از دیپلماسی گردشگری در روابط ایران و همسایگان شرقی با محوریت منطقه مکران

شرح	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
تعداد	۶	۵	۱۲۱	۱۰۶	۱۰۶
درصد	۱,۷۴	۱,۴۵	۳۵,۲۱	۳۰,۸	۳۰,۸

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

تحلیل روابط آماری میان میزان بهره‌برداری از دیپلماسی گردشگری و شاخص بهبود روابط میان کشورهای پیرامون منطقه مکران که از طریق تحلیل خوشه‌ای در سه طبقه ضعیف، متوسط، بر اساس آزمون همگونی کای دو مبتنی بر جداول توافقی، نشان دهنده وجود رابطه معنادار آماری میان متغیر وابسته روابط میان کشورهای پیرامون منطقه مکران و متغیر مستقل کیفیت دیپلماسی گردشگری است. بررسی‌ها نشان می‌دهد، بر اساس میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری، رابطه معناداری در شاخص بهبود روابط میان کشورهای پیرامون منطقه مکران به دست آمده است. جهت این رابطه نیز مثبت برآورد شده است که نشان دهنده وجود رابطه مستقیم است، می‌توان گفت با افزایش میزان بهره‌برداری از دیپلماسی گردشگری، میزان تمایل به بهبود روابط میان کشورهای پیرامون منطقه مکران هم افزایش پیدا می‌کند.

جدول ۲- تحلیل روابط آماری میان میزان بهره‌برداری از دیپلماسی گردشگری منطقه مکران و شاخص بهبود روابط میان کشورهای

پیرامون منطقه، آزمون همگونی کای دو

کل	شاخص بهبود روابط میان کشورهای پیرامون منطقه مکران			کم	متوسط	بالاتر
	بالاتر	متوسط	کم			
۱۰۴	۱۹ (۱۸٪)	۳۵ (۳۳٪)	۵۰ (۴۸٪)	کم	دیپلماسی گردشگری	کل
۱۵۰	۳۵ (۲۳٪)	۶۵ (۴۳٪)	۵۰ (۳۳٪)	متوسط		
۹۰	۶۰ (۶۶٪)	۱۸ (۱۷٪)	۱۲ (۱۳٪)	بالاتر		
۳۴۴	۱۱۴	۱۱۸	۱۱۲			
سطح معناداری		درجه آزادی	ارزش	آماره آزمون کای دو پیروسون		
۰,۰۰		۲	۰,۶۶	ضریب همبستگی		

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

در ادامه و جهت پاسخ‌گویی به سؤال تحقیق، با استفاده از آزمون رگرسیون خطی به بررسی اثرات دیپلماسی گردشگری بر روی شاخص بهبود روابط میان کشورهای پیرامون منطقه مکران پرداخته شده است. بر همین اساس نتایج آزمون رگرسیون نشان می‌دهد، دیپلماسی گردشگری به صورت معناداری شاخص روابط میان کشورهای پیرامون منطقه مکران با ضریب بتای ۰,۴۷ را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۳- اثرات دیپلماسی گردشگری بر روی روابط میان کشورهای پیرامون منطقه مکران

مدل	ضریب غیراستاندارد		ضریب استاندارد	تی	معناداری
	B	خطای استاندارد	بتا		
کیفیت مسکن	۰,۲۲	۰,۰۷	۰,۴۷	۱,۹۵	۰,۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

بنابراین با ضریب اطمینان و اعتبار بالایی می‌توان گفت، شاخص دیپلماسی گردشگری در شاخص بهبود روابط میان کشورهای پیرامون منطقه مکران مؤثر خواهد شد. گردشگری برای آن که بتواند به سطحی قابل قبول در روابط میان ایران و همسایگان شرقی برسد نیازمند

ملزوماتی است که از جمله مهم‌ترین آن‌ها در پیش گرفتن دیپلماسی عمومی به ویژه دیپلماسی گردشگری از سوی نهادهای متولی در وزارت خارجه و سایر نهادهای مرتبط در سطح ملی است؛ اما دیپلماسی گردشگری در منطقه مکران با چالش‌هایی مواجهه است که مهم‌ترین این چالش‌ها عبارت‌اند از:

۱- مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران

زیرساخت‌های گردشگری به مثابه باله‌ای پرنده و جهانگردی خود پرنده است که در صورت ضعف و یا نبود بال‌ها هیچ پرنده‌ای قادر به پرواز نخواهد بود. اتوبوس، قطار، راه‌آهن هوایی، پایانه‌های زیرزمینی و خطوط بدون ترافیک، فرودگاه بین‌المللی باری و قایق‌های مسافری بر روی بندرها و رودخانه‌ها حرکت کرده تعداد بی‌شماری از مردم و توریست‌ها را جابه‌جا می‌کنند. سرمایه ملی توریسم هر کشوری همانا جاذبه‌های توریستی آن کشور است، یعنی جاذبه‌های فرهنگی (محل‌ها و نواحی جالب باستان‌شناسی، آثار و ابنیه تاریخی، موزه‌ها، مظاهر فرهنگ جدید، موسیقات سیاسی و فرهنگی، مکان‌های دینی و...) سنت‌ها (جشنواره‌های ملی، هنر و صنایع دستی، موسیقی، فرهنگ‌عامه، آداب و رسوم بومی و...) مناظر زیبا (دورنماهای چشمگیر و نواحی زیبای طبیعی، پارک‌های ملی، حیات‌وحش، حیوانات و پرندگان، سواحل دریا، مراکز کوهستانی و...) پذیرایی و تفریحات (مشارکت در ورزش و تماشای پارک‌های سرگرمی و تفریح، باغ وحش و آبی‌دان‌ها، سینما و تئاتر، زندگی شبانه، طبخ و وسایل اقامت و...) سایر جاذبه‌ها) آب و هوا، مراکز درمانی چون چشمه‌های آب‌معدنی، جاذبه‌های خرید و اختصاصی و ارزانی و... این‌جانب یا به‌صورت مهیا وجود دارند و یا اینکه مهیا نیستند و عرضه آن‌ها مستلزم سرمایه‌گذاری است و هر کشور با توجه به موقعیت جغرافیایی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی می‌تواند از جاذبه‌های توریستی مهیا و نامهیای خود در هر یک از رشته‌های گردشگری بهره‌مند شود. تأثیر بر بودجه عمومی بهسازی و توسعه تأسیسات زیربنایی بزرگ‌ترین فشار را بر بودجه عمومی کشور وارد می‌سازد. گردشگری از زیربناهای موجود استفاده می‌کند. لازمه تأمین توقعات جهانگردان کشورهای صنعتی، ارتقاء کیفیت و استانداردهای این تأسیسات و تجهیزات به سطح آن کشورها است. توسعه این قبیل تأسیسات بسیار هزینه‌بر است ولی موجب آسایش مردم، افزایش سطح زندگی و توقعات آنان می‌شود.

جدول ۴- زیرساخت‌های گردشگری

زیرساخت‌های نرم افزارانه	زیرساخت‌های سخت افزارانه
۱- اطلاع‌رسانی و تبلیغات در سطح ملی و بین‌المللی ۲- مدیریت مناسب در بخش‌های مختلف صنعت گردشگری ۳- ایجاد امنیت برای مردم و گردشگران ۴- آموزش و فرهنگ‌سازی به مردم ۵- بهداشت در صنعت گردشگری ۶- گردشگری الکترونیک	۷- گسترش راه‌ها و حمل و نقل ۸- سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی در جهت توسعه فرودگاه‌ها، هتل‌ها، رستوران‌ها و جاده‌ها ۹- بهبود اماکن تاریخی، مراکز فرهنگ، فراغت و ورزشی

(منبع: 87: 2011: Vahedpour & Jafari)

تحلیل روابط آماری میان میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری و شاخص مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران که از طریق تحلیل خوشه‌ای در سه طبقه ضعیف، متوسط و بالا، بر اساس آزمون همگونی کای دو مبتنی بر جداول توافقی، نشان دهنده وجود رابطه معنادار آماری میان متغیر وابسته مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران و متغیر مستقل کیفیت دیپلماسی گردشگری است. یافته‌ها حاکی از آن است که بر اساس میزان دیپلماسی گردشگری، رابطه معناداری در شاخص مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران به دست آمده است. جهت این رابطه نیز مثبت برآورد شده است که نشان دهنده وجود رابطه مستقیم است، بنابراین می‌توان گفت با افزایش میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری، میزان تمایل برای مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران هم ارتقاء پیدا می‌کند.

جدول ۵- تحلیل روابط آماری میان میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری و شاخص مدیریت و شاخص برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری

منطقه مکران، آزمون همگونی کای دو

شاخص مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران	کل

	کم	متوسط	بالا	
دپلماسی	۸۰ (۷۷٪)	۱۴ (۱۳٪)	۱۰ (۹٪)	۱۰۴
گردشگری	۳۰ (۳۰٪)	۹۰ (۶۰٪)	۳۰ (۲۰٪)	۱۵۰
	۱۰ (۱۱٪)	۱۶ (۱۷٪)	۶۴ (۷۱٪)	۹۰
کل	۱۲۰	۱۲۰	۱۰۴	۳۴۴
آماره آزمون کای دو پیرسون	ارزش	درجه آزادی	سطح معناداری	
ضریب همبستگی	۰,۵۷	۲	۰,۰۰	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

در ادامه و جهت پاسخ‌گویی به سؤال تحقیق، با استفاده از آزمون رگرسیون خطی به بررسی اثرات کیفیت دیپلماسی گردشگری بر روی شاخص مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران پرداخته شد. بر همین اساس نتایج آزمون رگرسیون نشان می‌دهد، ضریب بتای اثرگذاری کیفیت دیپلماسی گردشگری بر روی بعد زیرساخت‌های گردشگری ۰/۴۷ است.

جدول ۶- اثرات کیفیت دیپلماسی گردشگری بر روی شاخص مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران

مدل	ضریب استاندارد		تی	معناداری
	خطای استاندارد	ضریب غیراستاندارد		
کیفیت مسکن	۰,۰۸	۰,۳۱	۲,۳۱	۰,۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

با ضریب اطمینان و اعتبار بالایی می‌توان گفت، شاخص کیفیت دیپلماسی گردشگری در شاخص مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران مؤثر بوده، به عبارت دیگر افزایش کیفیت دیپلماسی گردشگری باعث رشد مدیریت و برنامه‌ریزی زیرساخت‌های گردشگری منطقه مکران و نهایتاً بهبود روابط میان کشورهای پیرامون منطقه مکران خواهد شد.

۲- تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان

مرزهای گسترده زمینی ایران با افغانستان و پاکستان به انضمام مرز آبی‌ای که با کشور پاکستان داریم، گستره وسیعی را تشکیل می‌دهد که کنترل و تأمین امنیت آن، کار مهم و مشکلی است. در عرف بین‌الملل، دو کشور هم‌مرز در تأمین مرز مشترکشان با یکدیگر همکاری داشته و پایگاه‌های مرزی قوی‌ای را سازمان‌دهی می‌کنند اما متأسفانه این عرف در مرز میان ایران با دو کشور افغانستان و پاکستان، شکسته شده است، کما اینکه این دو کشور هیچ پایگاه امنیتی مرزی قوی‌ای ندارند و به دلیل عدم توانمندی آن‌ها در کنترل مرزهایشان مأموران امنیتی و مرزی ما نه تنها مشغول تأمین امنیت مرزهای خودمان هستند بلکه ناگزیر از کنترل مرزهای پاکستان و افغانستان نیز می‌باشند. همچنین سیاسی شدن هویت‌های قومی - مذهبی که از یک‌سو به جهانی شدن تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات و از سوی دیگر به آزاد شدن گسل‌های لرزان قومی پس از فروپاشی اتحاد شوروی به ابزار فشاری برای برخی قدرت‌ها به ویژه ایالات متحده آمریکا مبدل شده است، ایده‌های قومی دارای ماهیت متباینی هستند، سیاسی شدن هویت‌ها می‌تواند تهدیدی جدی علیه تمامیت ارضی و حاکمیت سرزمینی کشورهای چند قومی باشد. استان‌های مجاور مرزهای شرقی جمهوری اسلامی ایران دقیقاً مشرف به مثلث طلایی است (مثلث طلایی ناحیه‌ای بیابانی است که دور از دسترس دولت‌های ایران، پاکستان و افغانستان قرار دارد، این ناحیه به دلیل اینکه محل عبور سوق‌الجیشی مواد مخدر، تولید هروئین و انبار تسلیحات نظامی است به مثلث طلایی شهرت دارد)، هلال طلایی شامل مناطق کوهستانی سه کشور افغانستان، پاکستان و ایران است، در سال ۱۹۹۱، افغانستان بزرگ‌ترین تولیدکننده تریاک در جهان بود و بعد از آن میانمار که بخشی از مثلث طلایی است، هلال طلایی سابقه بسیار طولانی‌تر از مثلث طلایی در تولید تریاک دارد (Karimipour, 2000: 154). تهدیداتی چون مهاجرت‌های غیرقانونی، قاچاق مواد مخدر و تسلیحات، جنایات سازمان یافته، ورود کالاهای ممنوعه، ناامنی نواحی مرزی و حمله به پاسگاه‌های مرزبانی و غیره در کنار تحولات قومی - مذهبی به ویژه پس از جنگ افغانستان امنیت مرزهای شرقی ایران را به مخاطره انداخته است، از این بابت نگرانی جدی وجود دارد که این گونه تحولات قومی - مذهبی با طالبان و القاعده پیوندهایی داشته باشند و از مناسبات قومی و قبیله‌ای با بلوچ‌ها و پشتون‌های پاکستان و افغانستان تأثیرپذیرند. ناامنی‌های اخیر در مرزهای شرقی ایران ایجاب می‌کند که به مسائل و تحولات این منطقه پس از تحولات ۱۱ سپتامبر بیشتر توجه شود. همان‌طور که مقامات ایرانی نیز بارها بر آن تأکید کرده‌اند امنیت افغانستان با امنیت ایران گره خورده است. امنیت در مرزهای شرقی ما به شدت با تحولات افغانستان ارتباط پیدا می‌کند. به همین سبب زمینه‌های زیادی برای همکاری‌ها در سیاست خارجی ما و افغانستان موجود است، عدم توجه به اولویت‌های موجود در مرزهای

شرقی می‌تواند سبب گسترش افراط‌گرایی و حضور طالبان شده و فضای ما را به هم بزند و سبب گسترش القاعده و تروریسم شود. از سویی مواد مخدر می‌تواند خود تهدید مهم دیگر باشد و اما مرزهای ایران و پاکستان از جمله مرزهایی هستند که همواره مشکلات زیادی را برای مرزبانان، ساکنان مناطق مرزی و مسئولان ایجاد کرده‌اند، از این رو، مدیریت بهینه آن‌ها برای به حداقل رساندن تهدیدها و خسارت و استفاده از توان‌های محیطی ضروری به نظر می‌رسد، اما برای رسیدن به این مهم، موانع بسیاری وجود دارد که شناسایی آن‌ها کمک زیادی به مدیریت بهینه مرزها خواهد کرد. نتایج بررسی نشان داده که مجموعه‌ای از عوامل سیاسی، اقتصادی، تاریخی و فرهنگی به همراه ویژگی‌های ساختاری مرز و مناطق مرزی، مهم‌ترین موانع فراروی ایران در راستای مدیریت بهینه مرزهای خود با پاکستان است و توسعه همه جانبه مناطق مرزی، تقویت کارای نیروهای امنیتی و مدیریت ترکیبی و یکپارچه، راهکار فائق آمدن بر این موانع است (Pishgahifard *et al.*, 2015: 141). یافته‌های تحلیلی مقاله نشان می‌دهد که ۴۲/۶ درصد از پاسخگویان تأثیر کیفیت دیپلماسی گردشگری را بر شاخص کاهش تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان در حد متوسط ارزیابی نموده و برای ۲۲/۱ درصد در حد زیاد و برای ۱۸/۶ درصد نیز در حد خیلی کم است.

جدول ۷- نقش تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان در دیپلماسی گردشگری

شرح	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
تعداد	۶۴	۲۷	۱۴۶	۷۶	۳۱
درصد	۱۸,۶	۷,۸	۴۲,۴	۲۲,۱	۹

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

تحلیل روابط آماری میان میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری و شاخص کاهش تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان از طریق تحلیل خوشه‌ای در سه طبقه ضعیف، متوسط و بالا، بر اساس آزمون همگونی کای دو مبتنی بر جداول توافقی، نشان دهنده وجود رابطه معنادار آماری میان متغیر وابسته شاخص تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان و متغیر مستقل دیپلماسی گردشگری است. نتایج نشان می‌دهد، بر اساس میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری، کاهش معناداری در شاخص تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان به دست می‌آید. جهت این رابطه نیز منفی برآورد شده است که نشان دهنده وجود رابطه مستقیم نمی‌باشد، بنابراین می‌توان گفت با افزایش میزان دیپلماسی گردشگری، میزان تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان هم کاهش پیدا می‌کند.

جدول ۸- تحلیل روابط آماری میان میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری و شاخص تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان، آزمون

همگونی کای دو

کل	شاخص تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان			کم	متوسط	کلی
	بالا	متوسط	کم			
۱۰۴	(۱۹٪)۲۰	(۳۲٪)۳۴	(۴۸٪)۵۰	کم	کیفیت دیپلماسی گردشگری	کل
۱۵۰	(۳۴٪)۵۰	(۴۲٪)۶۳	(۲۴٪)۳۷	متوسط		
۹۰	(۴۳٪)۳۹	(۳۳٪)۳۰	(۲۳٪)۲۱	بالا		
۳۴۴	۱۰۹	۱۲۷	۱۰۸			
سطح معناداری		درجه آزادی	ارزش	آماره آزمون کای دو پیرسون		
۰,۰۰		۲	۰,۳۷	ضریب همبستگی		

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

در ادامه و جهت پاسخ‌گویی به سؤال تحقیق، با استفاده از آزمون رگرسیون خطی به بررسی اثرات کیفیت دیپلماسی گردشگری بر روی شاخص تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان پرداخته شده است. بر همین اساس نتایج آزمون رگرسیون نشان می‌دهد، کیفیت دیپلماسی گردشگری به صورت معناداری کاهش تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان با ضریب بتای ۰/۳۷ را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۹- اثرات کیفیت دیپلماسی گردشگری بر روی شاخص تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان منطقه مکران

مدل	ضریب غیراستاندارد		ضریب استاندارد	تی	معناداری
	B	خطای استاندارد	بتا		
کیفیت مسکن	۰,۱۸	۰,۰۶	۰,۳۷	۱,۷۸	۰,۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

بنابراین با ضریب اطمینان و اعتبار بالایی می‌توان گفت، شاخص کیفیت دیپلماسی گردشگری در شاخص کاهش تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان منطقه مکران مؤثر بوده، بنابراین افزایش کیفیت دیپلماسی گردشگری باعث فروکش کردن شاخص تنش‌های سیاسی و امنیتی بین مرزی همسایگان منطقه مکران خواهد شد.

۳- فقدان پروژه منطقه‌گرایی در میان همسایگان

تحلیل روابط آماری میان میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری و شاخص منطقه‌گرایی در میان همسایگان منطقه مکران از طریق تحلیل خوشه‌ای در سه طبقه ضعیف، متوسط و بالا، بر اساس آزمون همگونی کای دو مبتنی بر جداول توافقی، نشان دهنده وجود رابطه معنادار آماری میان متغیر وابسته منطقه‌گرایی در میان همسایگان و متغیر مستقل کیفیت دیپلماسی گردشگری است. بررسی‌ها نشان می‌دهد، بر اساس میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری، تغییر معناداری در شاخص منطقه‌گرایی در میان همسایگان به وجود خواهد آمد. جهت این رابطه نیز مثبت برآورد شده است که نشان دهنده وجود رابطه مستقیم است، در واقع می‌توان گفت با افزایش میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری، شاخص منطقه‌گرایی در میان همسایگان هم ارتقاء پیدا می‌کند.

جدول ۱۰- تحلیل روابط آماری میان میزان کیفیت دیپلماسی گردشگری و شاخص منطقه‌گرایی در میان همسایگان، آزمون همگونی کای

دو

کل	شاخص منطقه‌گرایی در میان همسایگان			کم	کیفیت دیپلماسی گردشگری
	بالا	متوسط	کم		
۱۰۴	۲۱ (۲۰٪)	۳۰ (۲۸٪)	۵۳ (۵۱٪)	کم	
۱۵۰	۳۰ (۲۰٪)	۷۵ (۵۰٪)	۴۵ (۳۰٪)	متوسط	
۹۰	۴۶ (۵۲٪)	۳۸ (۳۱٪)	۱۶ (۱۷٪)	بالا	
۳۴۴	۹۷	۱۳۳	۱۱۴	کل	
سطح معناداری		درجه آزادی	ارزش	آماره آزمون کای دو پیرسون	
۰,۰۰		۲	۰,۶۰	ضریب همبستگی	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

در ادامه و جهت پاسخ‌گویی به سؤال تحقیق، با استفاده از آزمون رگرسیون خطی به بررسی اثرات کیفیت دیپلماسی گردشگری بر روی وضعیت شاخص منطقه‌گرایی در میان همسایگان پرداخته شده است. بر همین اساس نتایج آزمون رگرسیون نشان می‌دهد، کیفیت دیپلماسی گردشگری به صورت معناداری شاخص ارتقاء منطقه‌گرایی در میان همسایگان را با ضریب بتای ۰,۲۹ را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۱۱- اثرات کیفیت دیپلماسی گردشگری بر روی شاخص منطقه‌گرایی در میان همسایگان

مدل	ضریب غیراستاندارد		ضریب استاندارد	تی	معناداری
	B	خطای استاندارد			
کیفیت مسکن	۰,۱۳	۰,۰۵	۰,۲۹	۱,۶۵	۰,۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

بنابراین با ضریب اطمینان و اعتبار بالایی می‌توان گفت کیفیت دیپلماسی گردشگری در شاخص منطقه‌گرایی در میان همسایگان مؤثر بوده، به عبارت دقیق‌تر افزایش کیفیت دیپلماسی گردشگری باعث بهبود منطقه‌گرایی در میان همسایگان در منطقه مکران می‌شود.

نتیجه‌گیری:

اهداف دیپلماسی گردشگری به دو سطح داخلی و خارجی تقسیم می‌شوند: در داخل دیپلماسی گردشگری چندین هدف به هم پیوسته را دنبال می‌کند. دولت به دنبال این است که مردم و نهادهای مختلف داخلی از جمله اندیشکده‌ها، دانشگاه‌ها و دیگر ذینفعان از اهداف دیپلماسی گردشگری خارجی کشور حمایت کنند. این هدف بخصوص زمانی که مذاکراتی در جریان باشد بسیار مهم است. در این زمان وزارت خارجه می‌کوشد مانع از این شود که کشور یا کشورهای مقابل افکار عمومی داخلی را به نفع خود قبضه کنند که این هدف هم تدافعی است و هم تهاجمی. همه آژانس‌های رسمی و غیررسمی سهمیم در امور خارجی بایستی به عنوان جزئی از سیستم دیپلماسی

گردشگری دیده شوند. علاوه بر این تلاش برای کسب حمایت فعالان دیپلماسی خط-۲ و خط-۳ کشورهای خارجی به ویژه کشورهای همسایه بسیار سودمند است. این تلاش معمولاً گزینه‌های پیش روی وزارت خارجه را افزایش می‌دهد. وزارت خارجه همچنین به حمایت مجلس و افکار عمومی و نیز اداره مالیات و سازمان‌های متولی بودجه برای حمایت از بودجه وزارتخانه نیاز دارد. در این موضوع نیز مسئله تصویر داخلی برجسته و مهم می‌شود. زمانی که پروژه‌ای را به منظور تصویرسازی برای مردمان و افکار عمومی خارجی در پیش می‌گیریم نکته حیاتی و مهم این است که این تصویر واقعاً از اعتقاد و ادراک مردم داخل سرچشمه گیرد و چیز تقلبی و فاقد هویت و بی‌اعتباری نباشد که این مسئله هم نشان از دیپلماسی عمومی داخلی است. روش‌ها و ابزارهایی را که در دیپلماسی گردشگری با جهت‌گیری خارجی برای تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی مردمان کشورهای دیگر استفاده می‌شوند عبارت‌اند از: ۱- آژانس‌های غیردولتی مهم و نیز افراد مهم و تأثیرگذار بر سیاست خارجی کشور هدف که شامل اندیشکده‌ها، احزاب سیاسی، تجار و صنعتگران و فعالان جامعه مدنی، همچنین اندیشمندیانی که متخصص آن کشور و یا منطقه هستند، مفسران و تحلیلگران روزنامه‌ها و ...

۲- رسانه‌های خارجی به عنوان دریچه‌هایی که مردم کشورها، جهان را از آن‌ها می‌بینند نیز ابزارهای مهمی هستند.

۳- تصاویری که از یک کشور ساخته می‌شود در جذب افکار عمومی و مردمان کشورهای دیگر به ویژه توریست‌ها و شرکای تجاری خارجی بسیار مهم هستند.

۴- اهداف جاویزه مانند دانشجویانی که در کشور مبدأ دیپلماسی عمومی درس خوانده‌اند، سرمایه‌گذاران، آژانس‌های مسافرتی، مدیران فرهنگی و اعضای مجامع دولتی دو جانبه، نیز ابزارهای مهمی برای دیپلماسی عمومی هستند. همه این عناصری که در بالا ذکر شد در شکل دادن به تصویر خارجی کشور که البته منبعث و مرتبط با تصویر داخلی کشور در اذهان شهروندان است نقش دارند. پروژه دیپلماسی عمومی ساختن بهترین برند کشور است؛ که این برند ملغمه‌ای از برندهای تولیدی کشور است؛ که طیف متنوعی از زمینه‌های استعمال را از توریسم گرفته تا بازرگانی و تجارت، مفاهیم کلیشه‌ای در اذهان خارجی‌ان و نیز مردم داخل، اوصاف مختلف کشور مانند فرهنگ، سینما، خط و همه چیزهای دیگر که به دست مخاطبان خارجی می‌رسند را در بر می‌گیرد؛ بنابراین تصویر شامل ابعاد و ویژگی‌های مختلف کشور می‌شود که از ابعاد مختلف حیات واقعی کشور سرچشمه می‌گیرند. از نگاهی دیگر دیپلماسی عمومی در سه دسته مؤلفه قابل طبقه‌بندی است: ۱- طرفداری و حمایت ۲- فرهنگ و دیگر انواع دیپلماسی کارکردی ۳- شکل دادن به تعاملات و روابط که اساسی‌تر از دو مؤلفه قبل است.

References:

1. Torkan, Akbar, Shahbazi, Meysam (2015): "Identifying the Basin of Makran Coast Development Plans Using Two-Level SWOT Analysis", *Economic Strategy Quarterly*, No. 13(in Persian).
2. Motamed, Ahmad, Gharib Reza, Mohammad Reza (2008): "Evolution of Coastal Makran during the Late Quaternary", *Journal of Geographical Research*, No. 64.
3. Archer, Clive, (2005); *International Organizations*, Translated by Farzaneh Abdul Maliki, Maysan Publishing, Tehran(in Persian).
4. Aghabakhshi, Ali, (1985); *Political Science Culture*, Thunder Publishing, Tehran(in Persian).
5. Omidi Ali, (2009): *Regionalism in Asia: A Look at ASE Organizations*. Annie, Sark and Echo, Publications of the Bureau of Political and International Studies, Tehran(in Persian).
6. Hafeznia, Mohammad Reza, (2006): *Principles and Concepts of Geopolitics*, Papel Publications, Mashhad(in Persian).
7. Duerti, James, Faltz Graf, Robert, (1997): *Conflict Theories in International Relations*, translation by Wahid Bozorgi and Alireza Tayeb, Qomes Publishing, Tehran(in Persian).
8. Abdollah Khani, Ali, (2003): *Security Theories Introduction to National Security Doctrine Planning*, International Institute for Contemporary Studies and Research Publications, Tehran(in Persian).

⁹. Track-two is the non-official process of dialogue with foreign partners, aimed usually at problem resolution. It differs from track-three, which is completely independent of the government, and may even sometimes act in defiance of the government. In contrast track-two is often harmonized with the government and may even be discreetly funded by it.

9. Ali Babaei, Gholamreza, (1993): *Culture of International Relations*, Publications of the Bureau of Political and International Studies, Tehran(in Persian).
10. Fathi, Yahya (2002): "A Comparative Comparison of the Effects of Two Approaches of Globalization of Economics and Regionalism on World Trade", *Journal of Economic Research and Policies*, No. 21(in Persian).
11. Keith, Pace Kelly, (2005): *International Organizations*, Translated by Hossein Sharifi, Taraz Koohi, Maid Publishing, Tehran(in Persian).
12. Moshirzadeh, Homeyra, (2005): *Evolution in International Relations Theories*, Khome Publications, Tehran(in Persian).
13. Karimipour, Yadollah, (2000): *An Introduction to Iran and its Neighbors (Sources of Stress and Threat)*, Academic Jihad Publications, Tehran(in Persian).
14. Pishahifard, Zahra, Nasrati, Shahriar, Bazardar, Shahnaz (2015): "Shiite Geopolitics and the Territory of Iran in the Mediterranean," *Journal of Shiology*, Vol. 13, No. 13(in Persian).
15. Mahdipour, Gholamreza, Jafari, Mohammad (2011): "Strategies for Management and Sustainable Development of Iran's Tourism Infrastructure", *Regional Planning Quarterly*, Volume 1, Number 1(in Persian).
16. Behkish, Mohammad Mehdi, (2010): *The Iranian Economy in the Context of Globalization*, Ney Publishing, Tehran(in Persian).
17. Haji Yousefi, Amir Mohammad, (2008): *The State of oil and Economic-Political Development in Iran*, Islamic Revolution Documentation Center Publications, Tehran(in Persian).
18. Fakuhi, Nasser, (2013): *From Culture to Development: Political, Social and Economic Development*, Ferdows Publications, Tehran(in Persian).
19. Gol, Ali, (2011): *The Position of Iranian Tourism in the Middle East*, Center Publications, Tehran(in Persian).
20. Ashraf Kayani, S. & Saif ur, M. (2006), *Dialogue-based public diplomacy: A new foreign policy paradigm?*, https://www.clingendael.org/sites/default/files/20041100_cli_paper_dip_issue95.pdf
21. Asia-Europe Foundation (ASEF)(2016), *asef public diplomacy handbook how to win hearts and minds*, Asia-Europe Foundation (ASEF) 31 Heng Mui Keng Terrace Singapore 119595
22. Chahine, J. (2012), *public diplomacy: a conceptual framework*, http://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/public_diplomacy/Public_Diplomacy_-_A_Conceptual_Framework_-_Joumane_Chahine.pdf
23. Henrikson, Alan K. (2006), *What Can Public Diplomacy Achieve?*, University of Warwick Managing Editor: Jan Melissen, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael and Antwerp University
24. Hocking, B. & Melissen, J. & Riordan, S. & Sharp, P. (2012), *Futures for diplomacy Integrative Diplomacy in the 21st Century*, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'
25. Hocking, B. & Melissen, J. (2015), *Diplomacy in the Digital Age*, Netherlands Institute of International Relations Clingendael. <http://www.clingendael.nl/>
26. J. Cull, N. (2009), *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, USC Center on Public Diplomacy at the Annenberg School University of Southern California www.uscpublicdiplomacy.org
27. Leonard, M. (2002), *Public Diplomacy*, Public Diplomacy, The Foreign Policy Centre The Mezzanine Elizabeth House 39 York Road London SE1 7NQ
28. Marcel, M. (2014), *Promoting security through public diplomacy*, Nicolae Bălcescu" Land Forces Academy, Sibiu, Romania www.armyacademy.ro/reviste/rev2_2014/NEAG.pdf
29. Melissen, Jan (2005): *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, New York: Palgrave Macmillan.
30. NYE, J. S. Jr. (1990): *Bound to Lead: the changing nature of American power*. Basic Books. In: LEONARD, M.; ALAKESON, V.: *Going Public. Diplomacy for the Information Society*, p. 37.

31. -Peterková, J. (2008), *Public Diplomacy an Instrument of Foreign Policy*, University of Economics, Prague Faculty of International Relations Working Papers Research Plan MSM6138439909 <http://vz.fmv.vse.cz/>
32. U.S. Department of State and U.S. Agency for International Development FY 2006 Performance Summary
33. Vanc, A. (2010), *the relationship management process of public diplomacy*, PhD diss., University of Tennessee, http://trace.tennessee.edu/utk_graddiss/855
34. Westhuizen, S Van der(2014), *Foreign policy, public diplomacy and the media: The case of South Africa, with specific reference to the denial of visas to the Dalai Lama*, <http://uir.unisa.ac.za/handle/10500/14434>
35. <https://zookeys.pensoft.net>
36. Online resources:
37. Saghaei, Mohammad (2007): *Review and Critique of the National Tourism Development Plan of Iran*, site: [touristy.blogfa.com/\(22 Bahman 1398\)](http://touristy.blogfa.com/(22 Bahman 1398))

Research Paper

Challenges of tourism diplomacy in relations between Iran and its eastern neighbors, with emphasis on the region of Makran

Sheida Mortazaei: Ph.D. in Political Geography, Garmsar Branch, Islamic Azad University, Garmsar, Iran.

Pirouz Mojtahedzadeh¹: Associate Professor of Political Geography, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Ezatollah Ezzati: Associate Professor of Political Geography, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Received: 2019/9/4

pp:183- 186

Accepted:2020/3/19

Abstract

Tourism diplomacy as one of the types of public diplomacy is one of the important tools to advance the economic, political, cultural and even security goals of countries in the peripheral and trans-peripheral environment. The Makran region of Iran has the potential to become an irreplaceable destination for tourism in Iran and its eastern neighbors due to its location and access to adjacent areas, as well as attractions such as maritime, economic, and commercial and desert tourism, but this objective faces several challenges. There are two levels of micro and macro exposure. The main question is what are the challenges of tourism diplomacy in Iran's relations with its eastern neighbors? This paper uses descriptive-survey method and Spss software for data analysis. One-way and paired t-test were used to evaluate each index. The statistical population of the article was 344 people who were active in the field of diplomacy and tourism and the sample size was determined using Cochran formula. The results of the paper show that about 60% of the research population has a high tendency to exploit tourism diplomacy in the relations of Iran and its eastern neighbors with the Makran region. Beta coefficient of impact of tourism diplomacy quality on dimension of tourism infrastructure is 0.47. Based on the quality of tourism diplomacy, there is a significant relationship in management index and planning of tourism infrastructure in Makran region. The positive relation is also estimated to indicate a direct relationship. Also 42.6% of the respondents consider the effects of tourism diplomacy on the index of cross-border political and security tensions to be moderate and for 22.1% it is high. And for 18.6 percent it is very low. Analysis of statistical relationships based on chi-square test based on consensus tables showed that there is a statistically significant relationship between dependent variable of political and security tensions index between neighbor's border and independent variable of quality of tourism diplomacy. Studies show that based on the quality of tourism diplomacy, there is a significant relationship in the index of regionalism among neighbors. This relation is also positively estimated indicating a direct relationship. According to the results of regression test, the quality of tourism diplomacy significantly predicts the promotion of regionalism among neighbors with beta coefficient of 0.29.

Key words: Regionalism, Vertical attitude, Tourism diplomacy, spill over process.

Extended Abstract

Introduction:

Iran, despite having a 4-year history of cultural, political, commercial, and economic relations with other countries, But it seems that it has still not been effective in cultural and historical

¹. Corresponding author, Email: pirouz_mojtahedzadeh@hotmail.com, Tel: +98 9351064810

interaction with other countries. And provide comprehensive policy in these areas. In recent years, especially after the Trump administration's sanctions and before Iran's oil exports faced widespread sanctions and deprived the economy of its oil revenues, we have witnessed various attempts to free the country's budget from oil. These efforts will undoubtedly work if they are accompanied by intelligent government planning and policy. One way to offset the deficit of the country is to develop tourism in different parts of the country. One of the areas that has great potential for tourism development is Makran region in south east of Iran; but the region has so far failed to deliver due to security, political and ideological challenges. And its potential reaches prosperity. There are many reasons for this stagnation But most of all, the security challenges, the inadequacy of the region's tourism infrastructure, and the dominance of the security and political space on Iran-its relations are among the most important reasons. Undoubtedly, one of the strategies that can transform this space is tourism diplomacy, which both the government and tourism activists must engage with in this project.

Methodology:

This research is an applied research and descriptive-analytical in terms of research method. Data collection tools include articles, books, websites that will be used in document studies and questionnaires, photos and maps that will be used in field studies. The information required for this research was obtained through both documentary and field studies. After data collection through data collection tools, the raw data were analyzed by statistical methods (descriptive and inferential).SPSS software was used for data processing. The target population in this study is the elites and the activists in the field of tourism and diplomacy. Cochran's formula was used to determine the sample size of the population. The sample size (questionnaire) was 344 persons. The statistical population of this study was divided into three groups according to age - 25-30 years, 30-35 years and 35 years. The second group is the most abundant in terms of frequency. Statistical analysis of the study in terms of education index shows that the respondents are divided into three categories: Bachelor, Master and PhD. In terms of occupation, the respondents were divided into four groups the highest number of civil servants among the respondents and the next rank are divided by tourism activists, diplomats and university professors.

Results and discussion:

About 60% of the respondents have a high tendency to exploit tourism diplomacy in Iranian-Eastern relations with the Makran region. This shows that Diplomacy planners and planners of regional countries need to consider Makran region tourism in the preparation of diplomatic plans that will facilitate and improve the relations between the countries of the region and the neighbors of the Makran region and regional integration. In addition to answering the research question, the effects of tourism diplomacy on the index of improvement of relations between countries around Makran region have been investigated using linear regression test. Accordingly, the results of regression test show that tourism diplomacy significantly predicts the index of relations between countries around the Makran region with beta coefficient of 0.47. The tourism diplomacy in Makran region is faced with the most important challenges:

1- Management and planning of Makran region tourism infrastructure

In order to answer the research question, linear regression test was used to investigate the effects of tourism diplomacy quality on management index and planning of tourism infrastructure in Makran region. Accordingly, the results of regression test show that the beta coefficient of impact of tourism diplomacy quality on dimension of tourism infrastructure is 0.47.

2- Neighboring cross-border political and security tensions

The analytical findings of the paper show that 42.6% of the respondents evaluated the impact of the quality of tourism diplomacy on the indicator of decreasing the cross-border political and security tensions on the average level and 22.2% for the high level and 18.6% for the average. It is also very low.

3. Lack of regionalism project among neighbors

Analysis of Statistical Relationship between Quality of Tourism Diplomacy and Regionalism Index among Makran Area Neighbors Through cluster analysis in three classes of weak, middle and high,

based on chi-square homogeneity test based on consensus tables, It indicates a statistically significant relationship between the dependent variable of regionalism among the neighbors and the independent variable of the quality of tourism diplomacy. Studies show that based on the quality of tourism diplomacy, there will be a significant change in the regionalism index among neighbors. This relationship is also positively estimated to indicate a direct relationship, In fact, with the increase in the quality of tourism diplomacy, the index of regionalism among neighbors is also improving.

Conclusion:

The goals of tourism diplomacy are divided into two levels: internal and external: Inside tourism diplomacy pursues several interrelated goals. The government seeks to support the people and various domestic institutions, including think tanks, universities, and other stakeholders, in the pursuit of foreign tourism diplomacy. This is especially important when negotiations are underway. At this time, the State Department is trying to prevent the country or countries from opposing domestic public opinion in their favor. That is both defensive and offensive. All foreign and formal agencies involved in foreign affairs should be seen as part of the tourism diplomacy system. In addition, it is very useful to seek the support of foreign diplomats of Line-2 and Line-3 of foreign countries, especially of neighboring countries. This effort usually increases the options available to the State Department.

