

Dimensions of Iranian-Islamic Civilization in the Tourism Development Policies of Post-Islamic Revolution Iran

Nasrin Kazemi^{*}

Received on: 31/12/2023

Faranak Ranjbar Motalegh^{**}

Accepted on: 03/09/2024

Abstract

Purpose: The development of tourism in any country is dependent on the priorities, goals, and policies of governments; to the extent that some experts consider the development or lack of development of this industry to be a reflection of government policies. The importance of this issue is such that some consider the government, especially in developing countries, to be the most powerful stakeholder in tourism development due to its management of a large portion of cultural and tourism heritage assets. Therefore, with the influence of political views on tourism, it can be considered more than just a movement and displacement that leads to the spread of thought patterns and cultures. This issue is of great importance for Iran because evidence indicates the cultural perspective of the country's policymakers and planners towards tourism in the overarching laws. Given the points mentioned, this research seeks to answer the question of what aspects have been considered in tourism development policies to promote and disseminate Iranian-Islamic culture and identity.

Methodology: In this research, 22 high-level documents were examined, encompassing four groups of primary laws and policies for the country's tourism development. These included the Vision Document for the Development of Iran's Cultural Heritage and Tourism Sector, the Strategic Development Plan for the Country's Tourism, the Five-Year Economic, Social, and Cultural Development Plans of the Islamic Republic of Iran, and the General Budget Laws of the country. The collected data was analyzed using a conventional content analysis method. This method is the most common approach used by researchers in studies aimed at describing a phenomenon.

* Department of Tourism Management and Economics, Faculty of Tourism, University of Tehran, Iran. (Corresponding Author).

nasrinkazemi@ut.ac.ir

 0000-0002-7203-2429

** Department of Tourism Management and Economics, Faculty of Tourism, University of Tehran, Iran.

faranak.ranjbar@ut.ac.ir

 0000-0001-9070-720X



In this approach, pre-determined categories are avoided to allow for new insights by exploring implicit meanings. To achieve this goal, a three-stage framework was used to carry out the content analysis process. In the first stage, known as the preparation stage, the data extracted from the document texts was reviewed multiple times. In the second stage, based on the study's objective, open coding and primary categorization were performed using an inductive approach and organized. In the third stage, the codes and categories were finalized to ensure clear, logical, and systematic conclusions.

Findings: The 141 codes obtained from the analysis of documents related to tourism development were categorized into 19 categories (Figure 1) and 8 themes (Figure 2). 'Language, culture, and local identity,' 'territorial/geographic equity and balance,' 'lifestyle,' and 'social justice' were the categories with the highest frequency, indicating that the main focus in tourism development policies has been on the expansion and promotion of local culture and identity. In contrast, 'gender equity,' 'values of the Islamic Revolution,' and 'values of Iranian-Islamic culture' had the lowest frequency, suggesting that while less attention has been paid to value symbolization in tourism development, it has not been completely neglected.

Conclusion: Although the related documents provide a relatively comprehensive model for the dissemination of Iranian-Islamic culture and identity through tourism, the requirements for monitoring and evaluating them are essential. Therefore, developing a monitoring and evaluation system to measure the effectiveness of tourism policies in the identified dimensions is necessary. Additionally, given the country's conditions, various intervening factors affect the realization or non-realization of the identified policies, so identifying these intervening factors is important. Considering the diversity of policies, strengthening inter-sectoral cooperation in the direction of tourism policies, and cooperation and coordination among stakeholders in disseminating Iranian-Islamic culture and identity through tourism is essential. Creating interaction and cooperation between religious, cultural, and scientific centers with tourism-related organizations, and holding joint educational, research, and cultural programs to preserve the authenticity and values of Iranian-Islamic culture require efforts from managers and policymakers in these areas. Establishing appropriate mechanisms to facilitate this, such as forming strategic committees and specialized working groups, can be beneficial. In the dimension of advertising, which is one of the most important existing policies, managers should pay attention to developing appropriate indicators for evaluating Iran's advertising programs in terms of their compliance with Iranian-Islamic values. Also, considering the role of education in tourism development, educating and empowering the staff of tourism centers in the field of Iranian-Islamic values and methods of promoting them through tourism is important.

Keywords: Iranian-Islamic Identity, Tourism, Development Policies, Justice, Islamic Revolution of Iran.

ابعاد تمدن ایرانی - اسلامی در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری پس از انقلاب اسلامی ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۱۰

نسرین کاظمی *

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۳

فرانک رنجبر متعلق **

چکیده

توسعه گردشگری در هر کشوری متأثر از ایدئولوژی‌ها و سیاست‌های حاکمیت است. بنابراین، با تأثیرگذاری دیدگاه‌های سیاسی بر گردشگری می‌توان آن را فراتر از یک حرکت و جابجایی دانست که می‌تواند سبب گسترش الگوهای فکری و فرهنگی شود. **هدف**: نظر به تفاوت در ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های قبل و بعد از انقلاب و تأثیرپذیری گسترده گردشگری از آرمان‌ها و سیاست‌های حاکمیت، هدف این مطالعه، تحلیل ابعاد تمدنی ایرانی-اسلامی در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری با محوریت سه بدیل از تمدن نوین اسلامی یعنی اسلام، فرهنگ و سیاست در گردشگری است. **روش‌شناسی**: بدین منظور، به روش تحلیل محتوا ۲۲ سند بالادستی انقلاب اسلامی ایران شامل قوانین و سیاست‌های اصلی برای توسعه گردشگری کشور بررسی شده‌اند. **یافته‌ها**: مؤلفه‌های به‌دست آمده شامل کیفیت زندگی، عدالت، اصالت ایرانی-اسلامی، همبستگی، توسعه بازار، دیپلماسی فرهنگی، توسعه علمی و هویت انقلابی هستند. نتایج نشان می‌دهد در خط‌مشی‌های گردشگری به توزیع عادلانه فرصت‌ها و منافع گردشگری، تقویت انسجام اجتماعی و هویت ملی از طریق گردشگری، معرفی فرهنگ و ارزش‌های ایرانی-اسلامی به جهانیان از طریق گردشگری، توجه شده است. همچنین، نتایج ناظر بر اهمیت نگرش علمی از طریق آموزش و پژوهش به گردشگری برای حفظ میراث فرهنگی و هویتی کشور است. بدین ترتیب، مؤلفه‌های استخراج شده حاکی از ظرفیت گردشگری در تحقق غایت تمدن نوین اسلامی است.

کلمات کلیدی: هویت ایرانی-اسلامی، گردشگری، خط‌مشی‌های توسعه، عدالت، انقلاب اسلامی ایران.

* گروه مدیریت و اقتصاد گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسندهٔ مسئول).

ID 0000-0002-7203-2429

nasrinkazemi@ut.a

** گروه مدیریت و اقتصاد گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

ID 0000-0001-9070-720X

faranak.ranjbar@ut.ac.ir



بیان مسئله

توسعه گردشگری در هر کشوری وابسته به اولویت‌ها، اهداف و سیاست‌های دولت‌هاست (امینی کمیجانی و همکاران، ۱۴۰، ص ۴)؛ به طوری که برخی از کارشناسان توسعه یا عدم توسعه، این صنعت را بازتاب سیاست‌های دولتی می‌دانند (درویشی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۳؛ ویسی، ۱۳۹۶، ص ۹۵). اهمیت این مسئله تا جایی است که برخی حاکمیت را به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه به دلیل مدیریت بخش گسترده‌ای از دارایی‌های میراث فرهنگی و گردشگری، قدرتمندترین ذی‌نفع توسعه گردشگری پنداشته‌اند (پورفرج و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱۲۲). بنابراین، با تأثیرگذاری دیدگاه‌های سیاسی بر گردشگری می‌توان آن را فراتر از یک حرکت و جابجایی دانست که سبب گسترش الگوهای فکری و فرهنگی می‌شود (عمرانی، ۱۴۰۱، ص ۱۳). این مسئله برای ایران اهمیت بسیاری دارد؛ زیرا شواهد حاکی از نگرش فرهنگی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کلان کشور به گردشگری در قوانین بالادستی است (ویسی، ۱۳۹۶، ص ۹۴). به طوری که ایران در کنار اهداف اقتصادی، در اندیشه اشاعه فرهنگ و تمدن ایرانی - اسلامی و ایجاد تصویر مطلوب از طریق گردشگری است (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۱۱۳؛ بیضایی و صدقتی، ۱۳۹۶، ص ۱۱۱). توجه به ابعاد و تأثیرات فرهنگی به‌ویژه پس از انقلاب اسلامی ایران به دلیل برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه گردشگری بر اساس الگوی اسلامی و بومی ایرانی و ضرورت انطباق با ارزش‌های تمدن نوین اسلامی، اهمیت بیشتری دارد. تمدنی که توسط رهبر معظم انقلاب اسلامی به‌عنوان غایت انقلاب اسلامی ایران معرفی شده است (فرزانه و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۷۷).

بر پایه تأکید دولت بر حفظ ارزش‌های اسلامی همزمان با توسعه گردشگری، بررسی و تحلیل اسناد و قوانین بالادستی و برنامه‌های توسعه به‌عنوان مهم‌ترین منابع سیاست‌گذاری کشور ضروری است. ویسی (۱۳۹۶)، بستر قانونی و قانونگذاری در اسناد و قوانین پایه و بالادستی در خصوص گردشگری را دارای ضعف، ابهام و چالش‌های اساسی می‌داند. این ضعف با توجه به عملکرد نامطلوب ایران در تعامل فرهنگی و تاریخی از مسیر توسعه گردشگری به‌ویژه با کشورهای همسایه علیرغم سوابق دیرین در روابط ژئوکالچر، سیاسی و اقتصادی با این کشورها (درویشی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۴)، تمایل پایین گردشگران کشورهای دارای اشتراکات فرهنگی برای سفر به ایران با وجود امضای توافقنامه‌های متعدد (دهشیری و فقیهی، ۱۳۹۸، ص ۳۷)، رتبه‌ی ایران در گردشگری حلال با وجود بهره‌مندی حتی کشورهای غیر اسلامی از بازار نوظهور گردشگری

حلال جای تأمل دارد. علیرغم این ضعف‌ها، مطالعات موجود بیشتر بر تحلیل‌های سیاستی و میراثی در توسعه گردشگری تمرکز داشته و شواهدی از توجه به ابعاد فرهنگی و هویتی ایرانی - اسلامی در اسناد سیاستی برای تحلیل ظرفیت گردشگری در تمدن‌سازی نوین اسلامی، مشاهده نمی‌شود. همچنین، کمبود مطالعات مرتبط با اقتصاد و تمدن نوین اسلامی، اهمیت پژوهش حاضر را نشان می‌دهد. بدین ترتیب، این سؤال مطرح می‌شود که در راستای تمدن نوین اسلامی، خط‌مشی‌های توسعه گردشگری پس از انقلاب اسلامی ایران، شامل چه مؤلفه‌های تمدنی بر پایه فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی هستند؟ نتایج این تحلیل ضمن دسته‌بندی خط‌مشی‌های موجود، به ارائه راهکارهای مدیریتی با توجه به ارزش‌های کشور یاری خواهد رساند. همچنین، این مسئله با توجه به دامنه گسترده صنعت گردشگری به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی شامل حرکت افراد به مکان‌هایی خارج از محیط زندگی معمول آن‌ها با انگیزه‌های مختلف فرهنگی، زیارتی، ورزشی، طبیعت‌گردی و... اهمیت بسیاری در این صنعت دارد. در مطالعه حاضر با محوریت خط‌مشی‌های توسعه دامنه آن ناظر بر مؤلفه‌های فرهنگی - هویتی در تمام گونه‌های گردشگری است که قانون‌گذار در توسعه گردشگری بدان توجه داشته است.

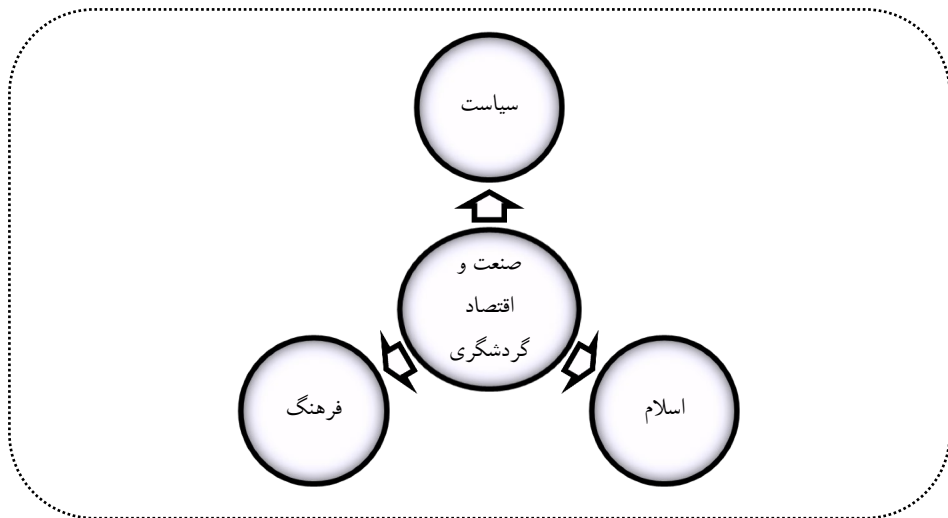
۱. پیشینه‌ی پژوهش

مطابق با بیانات مقام معظم رهبری، تمدن نوین اسلامی به معنای پیشرفت همه‌جانبه است که از دو بخش ابزاری و متنی تشکیل شده است. بخش ابزاری ناظر بر علم، صنعت، سیاست، اقتصاد، اقتدار سیاسی و نظامی، اعتبار بین‌المللی و تبلیغ بوده و بخش متنی به سبک زندگی اشاره دارد (فرزانه و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۱۸۱). بر مبنای این تعبیر از تمدن نوین اسلامی، چارچوب مفهومی تحقیق با محوریت سیاست، صنعت و اقتصاد گردشگری به‌عنوان بدیل‌هایی از بخش ابزاری و اسلام و فرهنگ و بدیل‌هایی از سبک زندگی شکل گرفته (شکل ۱) و در ادامه پیشینه‌ی مرتبط در رابطه با سیاست، فرهنگ و اسلام با محوریت مطالعات گردشگری ارائه شده است.

۱-۱. سیاست و گردشگری

در مباحث سیاست و گردشگری، هال^۱ (۱۹۹۴) قدرت تصمیم‌گیرنده، ایدئولوژی‌های تعیین‌کننده

1 . Hall



شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش

و تأثیرگذار بر تصمیم‌ها، تصمیم‌گیرندگان، فرآیند اتخاذ تصمیم‌ها و چگونگی اجرای آن‌ها در جامعه را پنج عنصر سیاستی می‌داند که گردشگری را شکل می‌دهند. این عوامل نشان می‌دهند حکومت‌ها بر مبنای ایدئولوژی‌های مختلف تصمیم‌های سیاستی را برای رشد و توسعه (Badri et al., 2021, p. 84) گردشگری، اتخاذ و اجرایی می‌کنند. بنابراین، با تلقی گردشگری به‌عنوان فرآیندی سیاسی با ذی‌نفعان و ایدئولوژی‌های سیاسی متفاوت روبه‌رو خواهیم بود که هر یک برداشت خاصی از توسعه گردشگری دارند (پورفرج و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱۳۱). درهرحال، تأثیر سیاست و عناصر مرتبط تا حدی است که وانگ^۱ و همکاران (۲۰۱۷) تفاوت‌های گردشگری در دو واحد سیاسی را به ایدئولوژی‌ها و ساختار سیاسی آن‌ها نسبت داده‌اند که تعیین‌کننده‌ی نهادهای برنامه‌ریزی نیز هستند. هندرسون^۲ (۲۰۰۲) در بررسی تطبیقی صنعت گردشگری دو کشور کره شمالی و جنوبی با اشتراکات سرزمینی، زبانی، فرهنگی و تاریخی، رونق صنعت گردشگری کره جنوبی در مقابل کره شمالی را ناشی از ایدئولوژی سیاسی، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری متفاوت این دو کشور می‌داند. درگ و جمال^۳ (۲۰۱۵) بر اساس دیدگاه

- 1 . Wang
- 2 . Henderson
- 3 . Dredge & Jamal

پس‌اساختارگرایانه، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری را متأثر از قواعد اجتماعی و فضای کلان فکری جامعه می‌دانند. بر اساس این مطالعات می‌توان چنین نتیجه گرفت که رونق گردشگری به‌ویژه بین‌المللی بیش از آنکه بیانگر جاذبه‌ها باشد، نشانگر نظام سیاسی باز و تعامل با نظام بین‌الملل است (ویسی، ۱۳۹۶، ص ۹۹). ایران نیز مستثنا از این مسئله نبوده به‌طوری‌که مقایسه‌ی سیاست‌های گردشگری قبل و بعد از انقلاب، تفاوت در ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های این دو دوره را در سیاست‌گذاری گردشگری نشان می‌دهد (حافظ‌نیا و رمضان‌داری، ۱۳۸۲، ص ۵۰)؛ تا جایی که ویسی (۱۳۹۶) صنعت گردشگری ایران را بیش از هر چیز متأثر از نهاد سیاست می‌داند. خاکساری (۱۳۹۱) نیز با بررسی ویژگی‌های برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی، به چالش برنامه‌ریزان توسعه گردشگری به دلیل شرایط منحصربه‌فرد سیاسی - مذهبی ایران، ضرورت توجه به جنبه‌های تأثیرگذار اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و سیاسی کشور در توسعه گردشگری اشاره می‌کند. بدین ترتیب، سیاست و گردشگری در ایران با توجه به خلأ الگوی سیاست‌گذاری و فقدان دیدگاه یکپارچه در حوزه گردشگری (شجاعی و نوری، ۱۳۸۶، ص ۶۳) اهمیت بسیاری دارد.

۲-۱. میراث هویتی - فرهنگی ایران و گردشگری

تمایل به شناخت فرهنگ‌های مختلف، افزایش تعاملات فرهنگی و همگرایی مردم از این رهگذر، سبب اهمیت تولید و مصرف فرهنگ از طریق گردشگری شده است (درویشی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱). بدین ترتیب، دولت‌ها از وب‌گاه‌های میراثی اقدام به نمایش تاریخ، ارزش‌ها، باورها و خصوصیات ملی نموده‌اند که در کنار توسعه گردشگری سبب غرور و تقویت ملی‌گرایی نیز می‌شود (پورفرج و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱۲۳). مطالعات تمدنی نیز در مقایسه با مطالعات غیرتمدنی از ظرفیت حداکثری برای استحصال میراث برخوردار است. به‌گونه‌ای که می‌توان ادعا کرد هرگونه مطالعه‌ای درباره‌ی دین و تاریخ تا زمانی که رویکرد تمدنی به خود نگیرد نمی‌تواند همه‌ی وجوه فرهنگی تاریخی آن قوم را رصد کند (علی‌نقی و رهدار، ۱۴۰۲، ص ۱۸۹).

هرچند فرهنگ مفهومی مبهم و تعریف آن بسیار دشوار است، اما می‌توان آن را به دو بخش کلی محسوس و نامحسوس تقسیم کرد؛ فرهنگ محسوس مانند صنایع‌دستی و آثار تاریخی و فرهنگ نامحسوس همچون آداب‌ورسوم، هنجارهای اخلاقی، فرهنگ باورها و ارزش‌ها (Feyissa)

گردشگری محسوب می‌شوند که ظرفیت لازم برای جذب گردشگر را فراهم می‌نماید. در حال، میراث به‌جای مانده از گذشتگان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع گردشگری متأثر از ارزش‌های گوناگونی هستند که ذاتاً ماهیتی سیاسی دارند (پورفرج و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱۲۳). این مسئله برای کشوری همچون ایران به دلیل چالش بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری متناسب با فرهنگ و ارزش‌هایش، اهمیت بیشتری دارد. در ایران از فرهنگ برای توضیح ماهیت، هدف، ساختار و کارکرد گردشگری استفاده شده (گل‌افشان‌یوسفی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۳۹۲) و گردشگری فرهنگی به‌عنوان مهم‌ترین و مطلوب‌ترین الگو پیشنهاد شده است (ویسی، ۱۳۹۶، ص ۹۷). بهره‌مندی از ظرفیت میراث دیرینه ایران در کنار خودکفایی موزون، پایدار، خلاق، آزاد، جامعه‌گرا به‌عنوان یکی از ویژگی‌های الگوی تمدن نوین اسلامی معرفی شده است (سعیدیان جزئی، ۱۳۹۹، ص ۲۷۱). شکی نیست که ایران در حوزه شاخص‌های هویت فرهنگی و ابعاد مختلف فرهنگی-میراثی، خرده‌فرهنگ‌ها، تاریخی- فرهنگی و... از قابلیت‌های فراوانی برای جذب گردشگر برخوردار است که می‌تواند عامل مهمی برای معرفی و نشر فرهنگ غنی ایرانی در مقیاس بین‌المللی باشد (بیضایی و صداقتی، ۱۳۹۶، ص ۱۱۱).

۳-۱. اسلام و گردشگری

کشورهای اسلامی و غیر اسلامی اصول حاکمه متفاوتی دارند که در برنامه‌های توسعه و سیاست‌های آن‌ها نمایان است (صالحی‌پور و محمودی‌رجا، ۱۳۹۵، ص ۱۴). در بین کشورهای مسلمان نیز حسب حساسیت به اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری، شاهد تفاوت‌هایی هستیم که خاکساری (۱۳۹۱) آن را به تفکر و تلقی سیاست‌گذاران کلان این کشورها نسبت می‌دهد. بخشی از نظام باورها و ارزش‌های این کشورها برآمده از دین و مذهب است؛ تأثیر دین در گردشگری تا حدی است که در ادبیات گردشگری به‌عنوان یکی از انگیزه‌های اصلی و دیرین سفر شناخته شده و پیرو آن، گونه‌های قابل توجهی همچون گردشگری دینی، زیارتی، مذهبی، اسلامی و حلال مطرح شده است. بدین ترتیب، علیرغم تأکید اسلام بر سفر به سرزمین‌های مختلف با هدف تأمل در نظام آفرینش، همسو نبودن ساختار فرهنگی برخی از کشورها با قواعد دینی به‌عنوان یکی از مشکلات مسلمانان برای گردشگری معرفی شده است (صفایی‌پور و دامن‌باغ، ۱۳۹۶، ص ۷۱).

این وضعیت با افزایش مسافران مسلمان به‌عنوان یکی از سریع‌ترین بخش‌های در حال توسعه بازار، توجه بازاریابان مقصد را به خود جلب نموده است (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۱۵۵).

در توسعه گردشگری حلال، چوکایو^۱ و همکاران (۲۰۱۵) به پنج هدف مهم برای افزایش پتانسیل‌های گردشگری شامل طرح‌های بازاریابی گردشگری حلال، مدیریت گردشگری برای جذب گردشگر، توسعه قابلیت‌های مدیریت گردشگری، تنظیم استانداردها و در نهایت خلق فرصت‌ها، خدمات و محصولات متنوع گردشگری برای گردشگران کشورهای اسلامی اشاره می‌کنند. بی‌شک، این اهداف در کشورهای مختلف با توجه به نوع سیاست‌ها، برنامه‌ها و پتانسیل‌ها، وضعیت متفاوتی دارند. با وجود برخورداری از ظرفیت عظیم فرهنگ ایرانی - اسلامی، جشنواره‌ها، مراسم‌ها و اماکن دینی - مذهبی، ایران در رتبه‌بندی مقاصد گردشگری حلال جایگاه شایسته و متناسب با ظرفیت‌هایش ندارد. مطالعات نشان می‌دهند که مالزی چگونه با ایجاد مقاصد امن برای گردشگری و گذران اوقات فراغت دوستانه و خانوادگی، ارائه خدمات و تسهیلات مورد نیاز مسلمانان، اطلاع‌رسانی و بازاریابی در زمینه گردشگری حلال، به‌عنوان یکی از شناخته‌شده‌ترین مقاصد گردشگری حلال شهرت یافته است. این مسئله با توجه به گستره بازار به دلیل وجود مصرف‌کنندگانی از کشورهای مسلمان و غیرمسلمان، ترجیح برخی مسلمانان به بودن در فرهنگ‌های آشنا به هنگام سفر (Rahman, 2017, p75)، تفاوت ایران با سایر کشورها به دلیل رعایت فرهنگ و عرف اسلامی اهمیت بسیاری دارد.

وارثی و حیدری‌سورشجانی (۱۳۸۹) با بررسی نقش گردشگری اسلامی در همگرایی کشورهای اسلامی نشان می‌دهند، بازار موجود ظرفیتی فراتر از اهداف اقتصادی داشته و می‌توان از آن برای ارائه و گسترش ارزش‌ها و فرهنگ‌های اسلامی به دیگر ملت‌ها بهره برد. این امر در سایه نتایج مطالعاتی مبنی بر تأثیر دین بر رفتار میزبان، تجارب مهمان و صنعت گردشگری، سیاست‌گذاری و توسعه مقصد قابل‌دستیابی است (Zamani-Farahini & Henderson, 2010, p79). بررسی تجربه گردشگران اروپایی از تأثیر عناصر ایرانی - اسلامی نشان می‌دهد که می‌توان از این عناصر برای تعدیل بسیاری از تبلیغات سوء علیه اسلام و ایران استفاده نمود (درویشی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۶). برای نمونه، عناصر ایرانی - اسلامی به‌ویژه در بعد معماری بر شکل‌گیری انگاره

گردشگران اروپایی تأکید نموده‌اند؛ گردشگران اروپایی برجسته‌ترین احساس خود در رابطه با معماری ایرانی- اسلامی را احساس شگفتی و معنویت ابراز کرده‌اند. این بدان معناست که چنین عناصری می‌توانند منابع مهم رقابت‌پذیری و نماد فرهنگ ایرانی باشند (پورفرج و همکاران، ۱۳۸۵، ص ۵۷).

۲. روش پژوهش

در این پژوهش، ۲۲ سند بالادستی انقلاب اسلامی ایران شامل چهار گروه از قوانین و سیاست‌های اصلی برای توسعه گردشگری کشور از جمله سند چشم‌انداز توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری کشور ایران، سند راهبردی توسعه گردشگری کشور، برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و قوانین بودجه کل کشور بررسی شدند. داده‌های گردآوری‌شده با استفاده از روش تحلیل محتوای مرسوم تحلیل شدند. این روش متداول‌ترین رویکردی است که توسط محققان در مطالعاتی که هدف آن‌ها توصیف یک پدیده است، استفاده می‌شود. در این رویکرد، از دسته‌بندی‌های از پیش تعیین‌شده اجتناب می‌شود تا با کاوش در معانی ضمنی، زمینه برای بینش‌های جدید فراهم شود. برای دستیابی به این هدف، از یک چارچوب سه مرحله‌ای (Othman et al., 2020, p.347) برای انجام فرآیند تحلیل محتوا استفاده شد. در مرحله اول تحت عنوان مرحله آماده‌سازی، داده‌های استخراج‌شده از متن اسناد، چندین بار بررسی شدند. در مرحله دوم بر مبنای هدف مطالعه با استفاده از رویکرد استقرایی کدگذاری باز و دسته‌بندی‌های اصلی انجام و سازمان‌دهی شدند. در مرحله سوم، برای حصول اطمینان از نتیجه‌گیری واضح، منطقی و منظم کدها و دسته‌بندی‌ها نهایی شدند. یکی از مهم‌ترین موارد در تحلیل محتوا، اطمینان از دقت و اعتبار نتایج است. بدین منظور از مراحل پیشنهادی اوتمان^۱ و همکاران (۲۰۲۰) یعنی تحلیل چند باره کدها و دسته‌ها و تکرارپذیری با کدبندی مجزا توسط نویسندگان استفاده شد.

۳- یافته‌های پژوهش و بحث

۱۴۱ کد به‌دست‌آمده از بررسی اسناد مرتبط با توسعه گردشگری در ۱۹ مقوله و ۸ موضوع

1 . Othman

طبقه‌بندی شدند. «زبان، فرهنگ و هویت بومی»، «عدالت و تعادل سرزمینی / جغرافیایی»، «سبک زندگی» و «عدالت اجتماعی» مقوله‌هایی هستند که به ترتیب بیشترین فراوانی را داشته و این نشان‌دهنده‌ی آن است که عمدتاً توجه در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری بر گسترش و ترویج فرهنگ و هویت بومی بوده است. در مقابل «عدالت جنسیتی»، «ارزش‌های انقلاب اسلامی» و «ارزش‌های فرهنگ ایرانی - اسلامی» کمترین فراوانی را دارند، بر این مبنا به نظر می‌رسد در توسعه گردشگری هر چند کمتر اما به نمادسازی ارزشی نیز توجه شده است.

۳-۱. خط‌مشی‌های گردشگری و ارتقای کیفیت زندگی بر مبنای فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی

گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد، نقشی کلیدی در ارتقای کیفیت زندگی و رفاه جوامع ایفا می‌کند. این بعد ناظر بر بخش متنی تمدن نوین اسلامی یعنی توجه به سبک زندگی انسان‌ها است (فرزانه و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۸۱). در حال، توسعه بی‌رویه گردشگری می‌تواند پیامدهای منفی زیست‌محیطی مانند آلودگی هوا، تخریب منابع طبیعی و تولید پسماند را به همراه داشته باشد. در راستای این چالش، خط‌مشی‌های توسعه گردشگری ایران با تأکید بر آموزه‌های اسلامی، بر حفظ محیط‌زیست و توسعه پایدار تمرکز داشته‌اند. این خط‌مشی‌ها در سه مقوله «الگوی مصرف»، «سبک زندگی» و «ایمان و معنویت» دسته‌بندی شدند (جدول ۱). این موارد نشان از حساسیت به اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری است (خاکساری، ۱۳۹۱، ص ۱۸). خط‌مشی‌های ناظر بر «الگوی مصرف» با نظام ارزشی تعالیم اسلامی مبنی بر پرهیز از مصرف‌گرایی و اسراف قرابت دارند. آموزه‌های قرآن مؤمنان را همواره از تبذیر نهی کرده‌اند، مسئله‌ای که در رویکردهای علمی تحت عنوان توسعه پایدار مطرح شده است. بدین ترتیب، خط‌مشی‌های گردشگری ایران با اتکا به تعالیم دینی در توسعه فعالیت‌ها و خدمات گردشگری به «مدیریت سبز» و «استفاده بهینه از منابع» توجه ویژه‌ای داشته‌اند. در نتیجه، شواهد آموزه‌های اسلامی به‌وضوح برای ترویج فرهنگ گردشگری مسئولانه و پایدار در خط‌مشی‌های مطرح قابل ردیابی است. از سوی دیگر، کیفیت زندگی، بازتابی از سبک زندگی افراد است. بنابراین، بخشی از خط‌مشی‌ها به شیوه‌ای تدوین شده‌اند که بر سبک زندگی افراد تأثیر می‌گذارند که ناظر بر بخش متنی تمدن نوین اسلامی است. با توجه به این مسئله، در حیطه گردشگری، تمرکز بر غنی‌سازی

اوقات فراغت و ارتقای سطح سلامت عمومی از طریق توسعه فضاهای فراغتی و ورزشی، ترویج روحیه نشاط و امیدواری بوده است. در این راستا، الگوسازی ایرانی - اسلامی و تقویت هنجارهای فرهنگی از طریق شخصیت‌های برجسته مذهبی و فرهنگی، حمایت از تولید و عرضه محصولات

جدول ۱. کدها و مقوله‌های کیفیت زندگی در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری

موضوع	مقوله	کد
کیفیت زندگی	الگوی مصرف	<p>لزوم اشاعه فرهنگ پرهیز از اسراف منابع طبیعی در بسط فعالیت‌های تولیدی و خدماتی</p> <p>لزوم تعریف و اشاعه فرهنگ ساده‌زیستی و مبارزه با تجمل‌گرایی</p> <p>لزوم اشاعه فرهنگ استفاده از محصولات گردشگری داخلی و مبارزه با اسراف</p> <p>لزوم ارائه الگوهای مصرفی قابل قبول مطابق با امکانات جامعه اسلامی</p> <p>لزوم نظارت مستمر بر حسن اجرای الگوهای مصرفی اسلامی</p> <p>لزوم اجرای مدیریت سبز</p> <p>لزوم نظارت مردم برای توسعه پایدار</p> <p>استفاده بهینه از منابع طبیعی کشور در توسعه گردشگری</p>
	سبک زندگی	<p>لزوم تهیه برنامه‌های فراغتی ارشادی</p> <p>لزوم ارتقای سلامت عمومی از طریق توسعه فضاهای فراغتی ورزشی</p> <p>گسترش روحیه نشاط و امیدواری</p> <p>تحکیم سبک زندگی اسلامی ایرانی از طریق معرفی مفاخر علمی و فرهنگی کشور</p> <p>لزوم الگوسازی ایرانی - اسلامی برای فعالیت‌های فراغتی جوانان</p> <p>تقویت هنجارهای فرهنگی</p> <p>ارتقای کیفی برنامه‌های فراغتی دانش‌آموزان</p> <p>حمایت دولت از کلیه اقشار جامعه برای مصرف محصولات فرهنگی</p> <p>اختصاص بخشی از سود خالص سازمان‌های دولتی به برنامه‌های فرهنگی و ورزشی</p> <p>لزوم ایجاد تسهیلات گردشگری علمی، دینی، فرهنگی و ورزشی برای جوانان</p> <p>لزوم ایجاد تسهیلات گردشگری علمی، دینی، فرهنگی و ورزشی برای دانش‌آموزان</p> <p>غنی‌سازی اوقات فراغت عموم با تمرکز بر جسم و روح</p>
	ایمان و معنویت	<p>گسترش فرهنگ ایمان و معنویت در میان عموم</p> <p>هماهنگی در سیاست‌گذاری فعالیت‌های فراغتی فرهنگی در زمینه‌های معنوی</p> <p>تعمیق ارزش‌های اسلامی از طریق گردشگری مذهبی</p> <p>ضرورت توسعه مجموعه‌های فرهنگی و خدماتی برای زائران</p> <p>توسعه فرهنگ قرآنی</p> <p>لزوم بهره‌مندی از ظرفیت معنوی اماکن زیارتی</p> <p>تعامل با شخصیت‌ها و کانون‌های مذهبی کشور</p> <p>لزوم مشارکت فعال مساجد در فعالیت‌های فراغتی</p> <p>تعمیق ارزش‌های دینی و هنجارهای اجتماعی</p>

فرهنگی برای افزایش دسترسی عموم، ارائه تسهیلات گردشگری علمی، دینی، فرهنگی و ورزشی مورد تأکید قرار گرفته است. درنهایت، طرح «ایمان و معنویت» در خط‌مشی‌های گردشگری به‌عنوان عاملی مهم در ایجاد و ابقای تمدن نوین اسلامی (فرزانه و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۲۰۱) در پی تعالی روحی و اخلاقی افراد است. بهره‌مندی از ظرفیت معنوی اماکن زیارتی و تعامل با شخصیت‌ها و کانون‌های مذهبی کشور برای تعمیق ارزش‌ها و هنجارهای مذهبی در خط‌مشی‌های گردشگری مطرح شده‌اند. این مسئله با توجه به اینکه گردشگری مذهبی در حوزه تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری سازمان‌های تخصصی گردشگری نیست (ویسی، ۱۳۹۶، ص ۱۰۷)، اهمیت ظرفیت‌سازی در این زمینه را مطرح می‌نماید.

۲-۳. خط‌مشی‌های گردشگری و توسعه عدالت بر مبنای فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی

دومین موضوع مورد تأکید در اسناد توسعه گردشگری، عدالت به‌عنوان دوام، اقتدار و پیروزی تمدن (فرزانه و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۸۸) در سه محور «عدالت و تعادل سرزمینی / جغرافیایی»، «عدالت اجتماعی» و «عدالت جنسیتی» است (جدول ۲). چنین تفکیکی از موضوع عدالت حاکی از نگاه جامع‌بدان است؛ زیرا در جمهوری اسلامی ایران بر اساس ارزش‌های تمدن اسلامی، عدالت در جامعه به‌عنوان یکی از پایه‌های مدیریت کشور تعریف شده است. توسعه عدالت در مباحث گردشگری می‌تواند تبیینی برای ماده یک قانون برنامه پنجم توسعه کشور نیز باشد که دولت را موظف به ارائه‌ی الگوی توسعه اسلامی - ایرانی برای رشد انسان‌ها بر مدار عدالت و تحقق شاخص‌های عدالت اجتماعی و اقتصادی نموده است (حسنوند و آسایش، ۱۴۰۲، ص ۸۱).

توجه به عدالت سرزمینی تا حدود زیادی بازتاب نابرابری منطقه‌ای و تمرکز فضایی محرومیت (Kazemi & Amini, 2024, p 1) در کشور است. در این راستا، گردشگری توجه سیاست‌گذاران را برای کمک به توسعه مناطق محروم به خود جلب نموده است. کدهای این مقوله در انطباق با عدالت به‌عنوان یکی از آموزه‌های اسلامی بوده که دولت ایران همواره در تلاش برای تحقق آن برآمده است. بدین ترتیب، گردشگری برای ایجاد فرصت‌های شغلی، رونق کسب‌وکارها و ارتقای سطح زندگی در مناطق محروم و کمتر توسعه‌یافته مطرح شده است. با توجه به دسترسی محدود، ارائه خدمات فراغتی رایگان از سوی دولت، سرشکن کردن هزینه ارائه خدمات فراغتی و تسهیل مقررات اداری برای تسریع ارائه این خدمات در مناطق محروم، مواردی مهم برای افزایش

دسترسی اقشار کم‌برخوردار به امکانات تفریحی و فرهنگی می‌باشند. علاوه‌براین، حمایت دولت از ایجاد اشتغال در مناطق کمتر توسعه‌یافته و تجهیز فضاهای روستایی از طریق توسعه گردشگری، نقش کلیدی در فقرزدایی و توانمندسازی جوامع محلی ایفا می‌کند. توزیع فضایی متوازن امکانات فراغتی و فرهنگی، ایجاد توازن منطقه‌ای با تمرکز بر مزیت‌های نسبی گردشگری هر منطقه و توزیع فضایی بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی منطبق با ویژگی‌های سرزمینی، از دیگر راهکارهای مهم برای توسعه عدالت سرزمینی از طریق گردشگری است. درنهایت، توجه به حفظ تعادل اکولوژیکی و حفاظت از تنوع زیستی در توسعه گردشگری از مصرف نادرست و فشار بر منابع مناطق محروم جلوگیری خواهد نمود. این خط‌مشی‌ها، ضمن تبدیل گردشگری به ابزاری کارآمد برای توسعه متوازن در ایران، به کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای و ارتقای سطح زندگی در مناطق محروم کمک می‌نمایند.

مسئله دیگر توجه به گردشگری برای توسعه عدالت اجتماعی در ایران است. کدهای این مقوله حاکی از چندبعدی بودن گسترش عدالت اجتماعی از طریق گردشگری است. حمایت از خوداشتغالی در حوزه گردشگری به‌ویژه در مناطق محروم، ارائه تسهیلات و آموزش‌های لازم به جوامع محلی، می‌تواند به ایجاد فرصت‌های شغلی و توانمندسازی آن‌ها کمک کند. این امر به‌نوبه خود سبب کاهش فقر و محرومیت‌زدایی خواهد شد. همگانی کردن فراغت و ترویج عدالت فرهنگی از طریق توزیع عادلانه فضاهای فرهنگی و ورزشی و افزایش سرانه بهره‌مندی اقشار مختلف از فضاهای فراغتی، ازجمله اهداف کلیدی عدالت اجتماعی در گردشگری است. به‌عنوان یکی از حقوق اساسی بشر، سیاست‌گذاران دسترسی عادلانه به سفر را در حمایت از گردشگران کم‌برخوردار و توسعه زیرساخت‌های گردشگری در مناطق کمتر توسعه‌یافته موردتوجه قرار داده‌اند. همچنین، توانمندسازی فقرا و جلوگیری از تضییع حقوق مردم در فرآیند توسعه گردشگری، از طریق آموزش و مشارکت گروه‌های کم‌برخوردار در برنامه‌ریزی گردشگری مطرح شده است. بدین ترتیب، در راستای اهداف گردشگری اجتماع‌محور، ارتقای منزلت اجتماعی جوامع محلی ناظر بر عدالت اجتماعی در خط‌مشی‌های گردشگری است. خط‌مشی‌های مطرح به‌طور ویژه به زنان که عمدتاً گروه‌های در حاشیه اقتصادی و اجتماعی معرفی می‌شوند، توجه داشته‌اند. به‌طوری‌که، با افزایش مشارکت زنان، نه‌تنها به ایجاد شرایط مناسب برای حضور فعال آنان در گردشگری کمک نماید، بلکه مسیر گسترش عدالت جنسیتی و توانمندسازی زنان را هموار

سازد. این موضوع با توجه به جایگاه و نقش زن در تمدن‌سازی بسیار ارزشمند و حائز اهمیت است. در نگاه تمدن نوین اسلامی، زن می‌تواند خلاق تمدن باشد (سعیدیان جزی، ۱۳۹۹، ص ۲۹۱). کدها و مقوله‌های مطرح‌شده نشان می‌دهند که مطابق با مکتب و نظام اقتصادی اسلام، در خط‌مشی‌ها به گردشگری صرفاً نگاه مادی نشده است بلکه توسعه عدالت بر اساس دو اصل تأمین

جدول ۲. کدها و مقوله‌های عدالت در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری

موضوع	مقوله‌ها	کدها
عدالت	عدالت و تعادل سرزمینی/ جغرافیایی	ارائه خدمات فراغتی رایگان در مناطق محروم از سوی دولت سرشکن کردن هزینه ارائه خدمات فراغتی رایگان در مناطق محروم تسهیل مقررات اداری برای تسریع ارائه خدمات فراغتی در مناطق محروم ضرورت اشتغال‌زایی در مناطق محروم حمایت دولت از ایجاد اشتغال در مناطق کمتر توسعه‌یافته لزوم حمایت از تجهیز فضاهای روستایی از طریق توسعه گردشگری لزوم توزیع فضایی متوازن فضاهای فراغتی فرهنگی ایجاد توازن منطقه‌ای با تمرکز بر مزیت‌های نسبی گردشگری هر منطقه توزیع فضایی بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی منطبق با ویژگی‌های سرزمینی حمایت مالی دولت از فعالیت‌های سیاحتی در مناطق محروم لزوم حفظ تعادل اکولوژیکی لزوم حفاظت از تنوع زیستی
	عدالت اجتماعی	ضرورت حمایت از خوداشتغالی برای کمک به تأمین عدالت اجتماعی لزوم تمرکز بر محرومیت‌زدایی در توسعه برنامه‌های گردشگری همگانی کردن فراغت عدالت فرهنگی افزایش سرانه بهره‌مندی اقشار مختلف از فضاهای فراغتی توزیع عادلانه درآمد توزیع عادلانه فضاهای فرهنگی ورزشی دسترسی عادلانه همگانی به سفر توانمندسازی فقرا جلوگیری از تضییع حقوق مردم ارتقای منزلت اجتماعی همگانی سازی فعالیت‌های فرهنگی
	عدالت جنسیتی	افزایش مشارکت زنان در امور فرهنگی ایرانگردی و جهانگردی

و توازن اجتماعی (حسنوند و آسایش، ۱۴۰۲، ص ۸۱) مطرح می‌باشد.

۳-۳. خط‌مشی‌های گردشگری و تقویت همبستگی بر مبنای فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی

سومین موضوع اشاره‌شده در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری، ترویج و تقویت همبستگی بر محور دو مقوله «انسجام اجتماعی» و «فرهنگ مشارکت» است (جدول ۳). انسجام اجتماعی، رکن اساسی هر جامعه‌ای است که بر پایه هویت مشترک، ارزش‌ها و تعهدات جمعی شکل می‌گیرد. ایران، کشوری با تنوع قومی و فرهنگی است که حکومت اسلامی بر احترام به این تنوع و همزیستی مسالمت‌آمیز تأکید دارد. خط‌مشی‌های توسعه گردشگری نیز بر پاسداشت این فرهنگ‌ها برای حفظ وحدت ملی تأکید نموده‌اند؛ زیرا تمدن اسلامی تمدن یک نژاد خاص نیست (فرزانه و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۸۰). تعامل سازنده بین فرهنگ‌های بومی، ضمن حفظ غنای فرهنگی، به تقویت وحدت ملی و ملی‌گرایی از طریق گردشگری کمک می‌کند (پورفرج و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱۲۳). بنابراین، خط‌مشی‌های گردشگری بر ترویج فرهنگ صلح و دوستی توجه داشته‌اند؛ زیرا گردشگری ابزاری برای گفتگو و ترویج صلح است تا به کاهش سوء تفاهم‌ها، تنش‌ها و تعارضات بین گروه‌ها کمک نماید.

کدهای مقوله انسجام اجتماعی نشان می‌دهند که تقویت تعامل و ایجاد همبستگی بین فرهنگ‌های مختلف از طریق گردشگری و رویدادها مرتبط مورد توجه بوده است؛ زیرا درک متقابل، همدلی و حس تعلق به جامعه‌ی واحد از اهداف نظام جمهوری اسلامی است. علاوه بر این، تقویت اعتماد، وفاق، وجدان فردی و اجتماعی به‌عنوان ارکان انسجام اجتماعی بر مبنای آموزه‌های اسلام بر همکاری، همیاری و ایثار در جهت خیر جامعه و تقوا تأکید دارند. مقوله دوم مشارکت را مطرح نموده است؛ آموزه‌های اسلامی بر مشارکت فعال آحاد جامعه در امور مختلف از جمله فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، تأکید دارند. در این راستا، خط‌مشی‌های گردشگری بر مشارکت در ایجاد تأسیسات فرهنگی و فراغتی اشاره نموده‌اند که می‌تواند از نظام اقتصادی و تولید داخلی حمایت نماید. ازسوی دیگر، مشارکت در حفاظت از میراث فرهنگی به تقویت و حفظ هویت، فرهنگ و هنر ایران یاری می‌رساند. چنین می‌نماید که سیاست‌گذاران بر مبنای تعالیم دین اسلام که بر همکاری و تعاون در انجام کارهای خیر و عام‌المنفعه تأکید دارند، در پی ایجاد تفاهم و صلح در جامعه‌ی ایران برآمده‌اند.

جدول ۳. کدها و مقوله‌های همبستگی در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری

موضوع	مقوله‌ها	کدها
همبستگی	انسجام اجتماعی	تقویت همگرایی بین فرهنگ‌های مختلف تعامل فرهنگ‌های بومی با رویکرد تحکیم وحدت ملی گسترش روح تفاهم اجتماعی ارتقای سرمایه اجتماعی ارتقای اعتماد عمومی ارتقای وفاق اجتماعی لزوم ارتقای ثبات اجتماعی ارتقای وجدان فردی و اجتماعی ترویج فرهنگ صلح و مفاهمه ارتقای اعتماد اجتماعی لزوم تقویت همگرایی‌های ملی
	فرهنگ مشارکت	لزوم جذب مشارکت‌های مردمی در تقویت ایرانگردی - جهانگردی لزوم جلب مشارکت بخش خصوصی و تعاونی در امور خدمات فراغتی تقویت مشارکت عمومی در اجرای برنامه‌های گردشگری جلب مشارکت عمومی در ایجاد تأسیسات فرهنگی، هنری و ورزشی ضرورت مشارکت مردمی در حفاظت از میراث تاریخی - فرهنگی کشور ساماندهی نظام حمایت اجتماعی ترویج فرهنگ تعاون

۳-۴. خط‌مشی‌های گردشگری و توسعه بازار ملی و بین‌المللی بر مبنای ارزش‌ها و اقتصاد ایرانی - اسلامی

باید توجه داشت که تمدن نوین اسلامی به اقتصاد به‌عنوان یکی از پایه‌های اصلی تمدن توجه ویژه دارد. از دیدگاه اقتصادی، صنعت گردشگری ایران به دلایل مختلف از جمله زیرساخت‌های ضعیف، تحریم‌های اقتصادی و سیاسی به‌طور کامل توسعه‌نیافته است. با این وجود، ایران پتانسیل قابل توجهی برای تبدیل شدن به یک مقصد گردشگری بین‌المللی را دارد. برای دستیابی به این هدف، خط‌مشی‌های گردشگری علاوه بر توسعه داخلی به تعامل و حضور در بازارهای بین‌المللی توجه داشته‌اند (جدول ۴). این نتایج در تقابل با نتایج ویسی (۱۳۹۴) است که در بررسی اسناد فرادستی در خصوص گردشگری بیان می‌دارد که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان قائل به گردشگری

به‌عنوان یکی از حوزه‌های مهم اقتصادی نیستند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد، در این خط‌مشی‌ها بخش‌بندی بازار در سطح بین‌الملل متأثر از توجه به ارزش‌های ایرانی-اسلامی و نه ضرورتاً عدم نگاه اقتصادی به گردشگری است. برای نمونه سیاست‌گذاران قائل بر بخش‌هایی از بازار هستند که با ارزش‌های جمهوری اسلامی ایران انطباق داشته باشد. تأکید بر این ارزش‌ها تعیین‌کننده بخش‌بندی بازار بوده و همان‌طور که انتظار می‌رود بخش‌بندی بازار با اولویت کشورهای اسلامی و کشورهای حوزه فرهنگ ایرانی پیش‌بینی شده است. علاوه بر این، جذب سرمایه نیز بازتابی از این ارزش‌ها بوده و بر سرمایه‌گذاری مسلمانان جهان در امکان مقدس و تفریحی تأکید شده است. این موارد نشان می‌دهد که خط‌مشی‌های گردشگری در توسعه بازار بین‌الملل جذب سرمایه‌گذار را با رعایت قوانین و مقررات حاکم بر شرع دنبال نموده‌اند و به‌ویژه در مورد ارزش‌های اسلامی کشور در اینجا اماکن مقدس، ضمن رد پذیرش هر سرمایه‌گذاری در چارچوب شرع اسلام آن را برای مسلمانان مجاز شمرده‌اند. بنابراین، هرچند در اسلام به نیکی نسبت به بازرگانان و صنعتگران توصیه شده و آنان مایه‌های منافع و فراهم آوردن اسباب آسایش جامعه تلقی شده‌اند و قانون‌گذار نیز قانون تشویق سرمایه‌گذاری خارجی ایران را برای توسعه کشور پیش‌بینی نموده (رضازاده و نجفلو، ۱۳۹۱، ص ۱)، این مسئله بدون ضوابط و احکام رها نشده است. در گردشگری نیز اولویت‌ها و ضوابطی برای توسعه بازار بین‌المللی در نظر گرفته شده است؛ زیرا تا محصولات و خدماتی متمایز و متنوع جهت ارائه‌ی تجربه‌ای متفاوت به گردشگران وجود نداشته باشد، در بازاریابی توفیق قابل‌توجهی حاصل نخواهد شد (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۱۲۳).

در توسعه بازار داخلی گردشگری نیز به فرهنگ و هنر ایرانی توجه ویژه‌ای شده است. تأکید ایران در سال‌های اخیر بر اقتصاد مقاومتی، در گردشگری با ارتقای خوداتکایی از طریق تقویت فرصت‌های شغلی آشکار است. این موضوع نشان‌دهنده‌ی همسویی توسعه گردشگری با رویکردهای اقتصادی اخیر ایران است. علاوه بر این، دولت ملزم به حمایت مالی و قانونی از هنر، فرهنگ و صنایع دستی شده است. رونق گردشگری با تکیه بر فرهنگ ایران به تقویت هویت ملی و حس خوداتکایی در ایرانیان می‌انجامد. حمایت از صنایع دستی، ایجاد فرصت‌های شغلی در گردشگری، صیانت از فرهنگ و هنر، گام‌هایی اساسی در این مسیر هستند. ترویج فرهنگ و هویت ایرانی، استفاده از نمادهای فرهنگی در صنعت گردشگری، حفظ میراث فرهنگی و تاریخی و آموزش گردشگران در مورد فرهنگ و تاریخ ایران، نتایجی هستند که می‌توان از حمایت دولت

انتظار داشت. علاوه بر ارج نهادن بر فرهنگ و هنر ایرانی، خط‌مشی‌ها به تنوع‌بخشی فعالیت‌های اقتصادی در مناطق بومی کشور از جمله روستاها، حمایت از بخش غیردولتی و شکستن انحصار دولتی در حمل‌ونقل هوایی اشاره دارند. این موارد با الزام دولت بر مشارکت دادن مردم و بخش خصوصی در فعالیت‌های اقتصادی به مسئله مفسده‌ملزومه داشتن انحصار توجه دارند؛ زیرا سبب افزایش شکاف ثروت و درآمد شده و فقر را نهادینه می‌کند (یوسفی، ۱۳۹۴، ص ۱۵۳).

جدول ۴. کدها و مقوله‌های توسعه بازار در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری

موضوع	مقوله‌ها	کدها
توسعه بازار ملی و بین‌الملل	جایگاه‌یابی و رقابت‌پذیری در بازار بین‌الملل	تعامل اقتصاد ملی با اقتصاد جهانی بخش‌بندی بازار با اولویت کشورهای اسلامی بخش‌بندی بازار مطابق با ارزش‌های جمهوری اسلامی ایران بخش‌بندی بازار با اولویت کشورهای حوزه فرهنگ ایرانی ارتقای رقابت‌پذیری در گردشگری سرمایه‌گذاری مسلمانان جهان در اماکن مقدس و تفریحی
	تولید و اشتغال ملی	ارتقای حس خوداتکایی با تقویت فرصت‌های شغلی در گردشگری حمایت مالی دولت از تولید صنایع دستی ارتقای امنیت شغلی اصحاب فرهنگ و هنر حمایت مالیاتی از تأسیس مراکز فراغتی فرهنگی و ورزشی لزوم حمایت مالی از سازمان‌های فرهنگی چون موزه‌ها لزوم حمایت قانونی از ایجاد مراکز فرهنگی و گردشگری لزوم شایسته‌سالاری در به‌کارگیری نیروهای انسانی لزوم تنوع‌بخشی فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی کشور لزوم حمایت از بخش غیردولتی (عمومی، تعاونی و خصوصی) در ارائه خدمات فرهنگی و هنری جلوگیری از انحصار دولتی در حمل‌ونقل هوایی

۳-۵. خط‌مشی‌های گردشگری و دیپلماسی فرهنگی بر مبنای فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی

با اهمیت یافتن مرزهای اقتصادی و فرهنگی در مقابل مرزهای سرزمینی و قدرت نرم، دیپلماسی نوینی مبتنی بر عرصه سیاست هنجاری تکوین یافته است. در بین اجزای دیپلماسی عمومی، کشورها از دیپلماسی فرهنگی برای معرفی فرهنگ، جامعه و مردم خود به دیگران استفاده می‌نمایند. با توجه به اینکه انقلاب ایران اساساً انقلاب فرهنگی اسلامی است، دیپلماسی فرهنگی

ایران از یک سو معرفی فرهنگ، تمدن و ارزش‌های ایران به جهانیان و از سوی دیگر شناخت دقیق و واقعی فرهنگ ملت‌های دیگر است (یاری‌فومنی و خرمشاد، ۱۳۹۹، ص ۱۵۱). نظر به چنین رویکرد، خط‌مشی‌های توسعه گردشگری ذیل دو مقوله «ترویج و اشاعه فرهنگ و ارزش‌های ایرانی - اسلامی» و «مبادله و روابط فرهنگی» قادر به طرح مسائل فرهنگی و هویتی در دیپلماسی فرهنگی ایران هستند که عمدتاً به دلیل تعریف ذیل سیاست خارجی نگاه سیاسی، امنیتی و اقتصادی بدان شده است (یاری‌فومنی و خرمشاد، ۱۳۹۹، ص ۱۵۱). در حال، ایران با دارا بودن تاریخ و فرهنگ غنی، گنجینه‌ای از جاذبه‌های گردشگری را در خود جای داده است. گردشگری می‌تواند به‌عنوان ابزاری قدرتمند با معرفی هویت ایرانی - اسلامی به گردشگران به تقویت روابط بین‌المللی، صلح و تفاهم بین ایران و سایر کشورها و در نهایت دیپلماسی فرهنگی ایران کمک نماید. آنچه که در کدهای استخراج‌شده‌ی این بخش مشهود است تأکید بر تبلیغ و معرفی ارزش‌ها، فرهنگ و هنر ایرانی - اسلامی است (بیضایی و صداقتی، ۱۳۹۶، ص ۱۱۲). علاوه‌براین، تبلیغات باید در چارچوب ضوابط اسلامی صورت گیرد تا ضمن صیانت از هویت ایرانی - اسلامی به ارتقای عزت جامعه اسلامی کمک نماید. همچنین، موضوع دیپلماسی فرهنگی تنها از طریق تبلیغ ارزش‌ها و فرهنگ ایران صورت نخواهد گرفت. از این رو، در بین کدهای استخراج‌شده، مواردی مشاهده می‌شود که به شناسایی اشتراکات بین فرهنگی اشاره دارند. برای نمونه، ایران در تلاش برای برقراری روابط فرهنگی به شناسایی میراث فرهنگی و تاریخی در کشورهای همسایه توجه داشته است. این مسئله با توجه به گستره جغرافیایی ایران طی دوران تاریخی مختلف کاملاً منطقی است و چندان دور از انتظار نخواهد بود که در کشورهای همسایه شواهدی از فرهنگ ایرانی یافت. بدین ترتیب، این کدها می‌تواند به بهبود عملکرد ایران در تعامل فرهنگی از مسیر گردشگری به‌ویژه با کشورهای همسایه علیرغم سوابق دیرین در روابط فرهنگی، سیاسی و اقتصادی کمک نماید (درویشی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۱۴). در نهایت، با توجه به طرح مفاهیمی چون گردشگری و صلح، ایران در روابط فرهنگی از طریق گردشگری به تنش‌زدایی به کشورهای حوزه تمدن ایران و اسلامی توجه نموده است. کدهای این بخش نشان می‌دهند که هرچند بخش گسترده‌ای از کدها به ترویج و تبلیغ ارزش‌ها و فرهنگ ایرانی - اسلامی اشاره دارند اما تقویت وحدت و ارتباط با سازمان‌های فرهنگی بین‌المللی برای توسعه امکانات حفاظت از میراث تاریخی و فرهنگی کشور بخش دیگری از اهداف خط‌مشی‌های توسعه گردشگری بوده است.

جدول ۵. کدها و مقوله‌های دیپلماسی فرهنگی در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری

موضوع	مقوله‌ها	کدها
دیپلماسی فرهنگی	ترویج و اشاعه فرهنگ و ارزش‌های ایرانی - اسلامی	گسترش ارزش‌های فرهنگی - اسلامی از طریق توسعه ایرانگردی و جهانگردی لزوم بازتاب ارزش‌های ایرانی - اسلامی در فعالیت‌های تبلیغی خارج از کشور تبلیغ ارزش‌های اسلامی رعایت ضوابط اسلامی در تبلیغات گردشگری ضرورت معرفی ارزش‌های فرهنگی - تاریخی از طریق گردشگری در سطح بین‌المللی لزوم معرفی فرهنگ ایرانی - اسلامی به جهان شناسایی میراث فرهنگی و تاریخی ایران در کشورهای همسایه
	مبادله و روابط فرهنگی	لزوم گسترش مبادلات فرهنگی با کشورهای اسلامی و در حال توسعه تقویت وحدت اسلامی از طریق گردشگری تحقق دیپلماسی فرهنگی با هدف بهبود تصویر ذهنی تقویت روابط فرهنگی و اقتصادی با کشورهای اسلامی ارتقا عزت جامعه اسلامی در روابط بین‌المللی توسعه روابط فرهنگی در سطح بین‌الملل ضرورت ارتباط با سازمان‌های فرهنگی بین‌المللی برای توسعه امکانات حفاظت از میراث تاریخی - فرهنگی کشور تنش‌زدایی با کشورهای حوزه تمدن ایران اسلامی

۳-۶. خط‌مشی‌های گردشگری و پاسداشت اصالت ایرانی - اسلامی

اصالت ایرانی - اسلامی یکی از مهم‌ترین موضوعات مورد تأکید در خط‌مشی‌های گردشگری با سه مقوله «تقویت فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی»، «ارزش‌های فرهنگ ایرانی - اسلامی» و «زبان، فرهنگ و هویت بومی» است (جدول ۶). این مقوله‌ها و کدهای مرتبط نشان می‌دهند که گردشگری می‌تواند ابزاری قدرتمند برای تقویت فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی در کشور باشد. با استفاده از این پتانسیل، به ارتقا و صیانت از ساختار فرهنگی و هویتی، غرور ملی (پورفرج و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۱۲۳) و بهره‌گیری از نمادها و رویکردهای ایرانی - اسلامی در زنجیره‌های تأمین گردشگری و صنایع دستی و همچنین در تبلیغ و نشر اندیشه‌های فرهنگی - مذهبی از طریق اماکن و فضاهای تاریخی توجه شده است.

در کنار تقویت و صیانت از فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی، سیاست‌گذاران به پتانسیل

گردشگری در نمادسازی ارزشی که می‌تواند سبب وحدت به‌عنوان عاملی در تمدن‌سازی (فرزانه و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۹۵) گردد توجه نموده‌اند. وحدت در داخل کشور و در دنیای اسلام از مهم‌ترین اهداف انقلاب اسلامی ایران است که با توجه به نقش گردشگری در مبادلات فرهنگی بدان توجه شده است. علاوه‌براین، حفظ و ترویج میراث فرهنگی ایران، وظیفه‌ای ملی است که نیازمند مشارکت فعالانه تمامی بخش‌های جامعه، اعم از دولتی، خصوصی و تعاونی است. در این راستا، حمایت و تکریم از فرهنگ‌های محلی، به‌عنوان هویت اصیل و پویای این سرزمین، از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. حمایت مالی از توسعه گردشگری متمرکز بر فرهنگ سنتی عشایری، هویت‌بخشی به سیمای شهرها و روستاها با حفظ فرهنگ بومی و بازتاب اصالت هویتی در زنجیره‌های تأمین گردشگری و صنایع‌دستی، گام‌های مؤثری در جهت حفظ و بسط این میراث گرانبها محسوب می‌شود. علاوه‌براین، تمرکز بر تاریخ شفاهی کشور و عناصر فرهنگ بومی، حفظ و احیای آثار و فرهنگ عشایری و حمایت از زبان فارسی در تولید محتوای فرهنگی، ازجمله اقدامات ضروری برای صیانت از هویت ایرانی-اسلامی و معرفی آن به جهانیان است. همچنین، نظارت بر حفاظت از میراث تاریخی- فرهنگی کشور، حفاظت از آیینها و آثار تاریخی به‌عنوان میراث ملی و ضرورت معرفی ارزش‌های فرهنگی- تاریخی از طریق گردشگری، ازجمله وظایف کلیدی متولیان است. با اتخاذ رویکردی جامع و چندوجهی، می‌توان از گردشگری به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای حفاظت و ترویج میراث فرهنگی ایران و معرفی این گنجینه‌ی بی‌نظیر به نسل‌های آینده و جهانیان بهره‌برد (بیضایی و صداقتی، ۱۳۹۶، ص ۱۲۹؛ گل‌افشان‌یوسفی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۳۹۳).

جدول ۶. کدها و مقوله‌های اصالت ایرانی- اسلامی در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری

موضوع	مقوله‌ها	کدها
اصالت ایرانی- اسلامی	تقویت فرهنگ و هویت ایرانی- اسلامی	ارتقای ساختار فرهنگی هویت ایرانی- اسلامی ارتقای غرور عمومی با معرفی میراث فرهنگی ایرانی- اسلامی صیانت از هویت ایرانی- اسلامی بهره‌گیری از نمادهای هنری ایرانی- اسلامی بهره‌گیری از رویکرد ایرانی- اسلامی در زنجیره تأمین گردشگری بهره‌گیری از رویکرد ایرانی- اسلامی در زنجیره تأمین صنایع‌دستی لزوم بهره‌گیری از اماکن و فضاهاى تاریخی در تبلیغ و نشر اندیشه‌های فرهنگی مذهبی

ادامه جدول ۶. کدها و مقوله‌های اصالت ایرانی - اسلامی در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری

موضوع	مقوله‌ها	کدها
	ارزش‌های فرهنگ ایرانی - اسلامی	تقویت ارزش‌های فرهنگی ایرانی - اسلامی از طریق توسعه ایرانگردی و جهانگردی ارتقای سطح وحدت ملی - اسلامی از طریق توسعه ایرانگردی و جهانگردی
	زبان، فرهنگ و هویت بومی	لزوم حمایت و تکریم از فرهنگ‌های محلی حمایت مالی از توسعه گردشگری متمرکز بر فرهنگ سنتی عشایری لزوم هویت بخشی به سیمای شهرها و روستاها با حفظ فرهنگ بومی بازتاب اصالت هویتی در زنجیره تأمین گردشگری تمرکز بر تاریخ شفاهی کشور و عناصر فرهنگ بومی بازتاب اصالت هویتی در زنجیره تأمین صنایع دستی حفظ و بسط آثار و فرهنگ عشایری حمایت از زبان فارسی در تولید محتواهای فرهنگی ضرورت نظارت بر حفاظت از میراث تاریخی - فرهنگی کشور لزوم حفاظت از میراث فرهنگی کشور لزوم حفاظت از آئینه و آثار تاریخی به‌عنوان میراث ملی کشور ضرورت معرفی ارزش‌های فرهنگی - تاریخی از طریق گردشگری صدور خدمات میراث فرهنگی لزوم مشارکت بخش خصوصی و تعاونی در حمایت از میراث فرهنگی و گردشگری

۳-۷. خط‌مشی‌های گردشگری و پاسداشت ارزش‌ها و هویت انقلاب اسلامی ایران

توسعه گونه‌های مختلف گردشگری همچون گردشگری جنگ، فرصتی را در اختیار ایران قرار می‌دهد تا ضمن پاسداشت ارزش‌های انقلاب اسلامی ایران، هویت انقلابی را که یکی از مهم‌ترین دستاوردهای انقلاب ایران است، تقویت نماید. این مسئله ذیل دو مقوله «ارزش‌های دفاع مقدس» و «ارزش‌های انقلاب اسلامی» می‌تواند از طریق گردشگری به ترویج هویت انقلابی و تمدن‌سازی نوین اسلامی در ایران کمک نماید. توسعه گردشگری در این سرزمین، فرصتی مغتنم برای بازخوانی این حماسه و ترویج ارزش‌های والای انقلاب اسلامی و دفاع مقدس به نسل‌های آینده و جهانیان خواهد بود. با ایجاد بنیاد حفظ آثار دفاع مقدس و راه‌اندازی موزه‌های تخصصی، می‌توان گنجینه‌های ارزشمند این دوره را به نمایش گذاشت و رشادت‌ها و فداکاری‌های رزمندگان اسلام

را به تصویر کشید. گردشگری در مناطق جنگی و بازدید از یادمان‌ها و خرمشهر، حماسه مقاومت و ایثار را زنده نگه می‌دارد و روحیه پایداری ملی را در جامعه تقویت می‌کند. نسل جوان با بازدید در این مناطق، با آرمان‌ها و اهداف انقلاب اسلامی آشنا می‌شوند و در مسیر صیانت از دستاوردهای آن گام برمی‌دارند. این نتایج همسو با مطالعات پیشین (حافظ‌نیا و رضانی‌دارابی، ۱۳۸۲، ص ۵۰؛ خاکساری، ۱۳۹۱، ص ۱۸) انطباق خط‌مشی‌های توسعه گردشگری با ارزش‌های انقلاب اسلامی ایران را نشان می‌دهند.

جدول ۷. کدها و مقوله‌های ارزش‌ها و هویت انقلاب اسلامی در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری

موضوع	مقوله‌ها	کدها
هویت انقلابی	ارزش‌های دفاع مقدس	گسترش ارزش‌های دفاع مقدس از طریق توسعه ایرانگردی و جهانگردی لزوم شکل‌گیری بنیاد حفظ آثار دفاع مقدس به‌منظور معرفی و ترویج فرهنگ ایثار راه‌اندازی موزه‌های تخصصی به‌ویژه دفاع مقدس معرفی و بسط ارزش‌های دفاع مقدس از طریق گردشگری
	ارزش‌های انقلاب اسلامی	ارتقاء پایداری ملی معرفی و بسط ارزش‌های انقلاب اسلامی از طریق گردشگری

۳-۸. توسعه علمی گردشگری بر مبنای موازین اسلامی و ارزش‌های فرهنگی

یکی از بارزترین شاخص‌های تمدن اسلامی، ارج نهادن به علم‌آموزی و علما است؛ این تمدن به‌گونه‌ای طراحی شده است که شایسته‌سالاری بر آن حاکم است؛ حدیث «العلم سلطان» گویای این اهمیت است (فرازانه و همکاران، ۱۳۹۷، صص ۱۹۵ و ۱۹۶). آنچه که در خط‌مشی‌های گردشگری مشهود است توجه به توسعه علمی این صنعت با رعایت موازین اسلامی و ارزشی کشور است (جدول ۸). در ارتقای کیفی آموزش در علوم انسانی، برنامه‌های درسی گردشگری نیز به‌عنوان یکی از رشته‌های این گروه مورد توجه قرار خواهد گرفت. ظرفیت گردشگری در جهت ارائه درک عمیق‌تر از فرهنگ و تاریخ ایران، اسلام و تمدن اسلامی نیازمند تربیت کارشناسان مجرب و حمایت از پژوهش‌های علمی در زمینه‌های مختلف از جمله گردشگری فرهنگی و مذهبی است. سیاست‌گذاران در دستیابی به این هدف به توسعه علمی و پژوهشی به‌ویژه در سطوح دانشگاهی و توسعه مبتنی بر دانایی توجه داشته‌اند. با طرح اصلاح ساختار آموزش عالی می‌توان به ایجاد

رشته‌های تحصیلی جدید و بین‌رشته‌ای در زمینه‌های مرتبط با گردشگری به‌ویژه فرهنگی و مذهبی به‌جای آموزش صرف این مباحث توجه داشت. بی‌شک پیگیری اهداف مرتبط با اشاعه ارزش‌های فرهنگی و اسلامی کشور برای عموم به شیوه عملیاتی از طریق گردشگری که امروزه برای بسیاری مطلوب است، تأثیرگذاری قابل‌توجهی خواهد داشت. علاوه‌براین، با طرح بازنگری در رشته‌های تحصیلی منطبق با بازار کار، به شناسایی نیازهای صنعت گردشگری و تطبیق آن با این نیازها که تأکید بر ارزش‌های کشور را مطرح می‌نماید، توجه شده است. در خط‌مشی‌ها به‌ضرورت توسعه فعالیت‌های پژوهشی در زمینه ارزش‌های فرهنگی - تاریخی در حفاظت از آرمان‌های کشور با نگاه علمی اشاره دارد. خط‌مشی‌های گردشگری در ایجاد نظام ارزشیابی گردشگری منطبق با ارزش‌های کشور و قانون‌گرایی در حمایت از گردشگری و ارتقای کارایی مراکز ایرانگردی و جهانگردی نیز به پژوهش و بهره‌مندی از یافته‌های علمی تأکید داشته‌اند. بدین ترتیب، نگاه علمی در خط‌مشی‌های توسعه گردشگری نشان از نگاه تمدنی بدان است زیرا علم و دانش در کنار سیاست، اقتصاد و اخلاق به‌عنوان یکی از چهارپایه تمدن‌سازی معرفی شده است (سعیدیان جزی، ۱۳۹۹، ص ۲۷۵).

جدول ۸. کدها و مقوله‌های توسعه علمی ارزش‌های فرهنگی و اسلامی گردشگری

موضوع	مقوله‌ها	کدها
توسعه علمی	آموزش	ارتقای کیفی آموزش علوم انسانی لزوم توسعه مبتنی بر دانایی لزوم اصلاح ساختاری آموزش عالی لزوم بازنگری در رشته‌های تحصیلی منطبق با بازار کار
	پژوهش	ضرورت توسعه فعالیت‌های پژوهشی در زمینه ارزش‌های فرهنگی - تاریخی لزوم پیوند مراکز دینی، فرهنگی و علمی ایجاد نظام ارزشیابی برنامه‌های تبلیغاتی ایران لزوم ارتقای سطح علمی و کارایی مراکز ایرانگردی و جهانگردی با رعایت ضوابط اسلامی ارتقای قانون‌گرایی

نتیجه‌گیری

توسعه گردشگری در هر کشوری متأثر از ایدئولوژی و سیاست‌های دولت می‌باشد. ازاین‌رو،

مطالعه حاضر به تحلیل اسناد مرتبط با توسعه گردشگری در کشور پرداخته است تا ابعاد مورد تأکید در راستای غایت تمدن نوین اسلامی از طریق فرهنگ و هویت ایرانی-اسلامی را در گردشگری شناسایی نماید. تحلیل اسناد توسعه گردشگری در ایران نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری در این حوزه، تحت تأثیر ایدئولوژی حاکم و آرمان‌های تمدن نوین اسلامی است. بر مبنای نتایج تحقیق الگوی موجود برای اشاعه فرهنگ و هویت ایرانی-اسلامی ظرفیت گردشگری در غایت تمدن نوین اسلامی با محوریت مفاهیم چون عدالت، سبک زندگی، معنویت، پاسداشت فرهنگ ایرانی-اسلامی، توجه به محرومیت و... را تبیین می‌کند. خط‌مشی‌های توسعه گردشگری ایران با تأکید بر آموزه‌های اسلامی بر حفظ محیط‌زیست، توسعه پایدار، عدالت، انسجام اجتماعی، هویت ملی و دیپلماسی فرهنگی تمرکز داشته‌اند. گردشگری می‌تواند به‌عنوان راهبردی مؤثر برای ارتقای کیفیت زندگی و رفاه جامعه عمل نماید. این امر مستلزم توجه به الگوی مصرف، سبک زندگی، ایمان و معنویت در توسعه گردشگری است که بخش حقیقی تمدن نوین اسلامی را شکل می‌دهد؛ بخشی که در بیانات رهبری به بخش متنی تمدن نوین اسلامی تعبیر شده است. توجه به عدالت در سه محور عدالت سرزمینی، عدالت اجتماعی و عدالت جنسیتی از دیگر ابعاد مهم خط‌مشی‌های گردشگری ایران است. این خط‌مشی‌ها به دنبال توزیع عادلانه فرصت‌ها و منافع گردشگری در بین مناطق و اقشار مختلف به‌ویژه محروم هستند. عدالت، بخشی از بستر اجتماعی در شکل‌گیری و بقای تمدن نوین اسلامی است و یکی از وظایف مسئولان نظام اسلامی، رعایت عدالت نسبت به مردم است. عدالت باعث دوام، اقتدار و پیروزی تمدن است (فرزانه و همکاران، ۱۳۹۷، صص ۱۸۷ و ۱۸۸). تقویت انسجام اجتماعی و هویت ملی از طریق گردشگری، از دیگر اهداف خط‌مشی‌های این حوزه است. این امر با ترویج فرهنگ صلح و دوستی، حفظ تنوع فرهنگی و مشارکت فعال مردم در فعالیت‌های گردشگری قابل تحقق است. دیپلماسی فرهنگی و معرفی فرهنگ و ارزش‌های ایرانی-اسلامی به جهانیان از طریق گردشگری، نیز به‌خوبی در خط‌مشی‌های گردشگری نمود یافته است که می‌تواند به تقویت روابط بین‌المللی، صلح و تفاهم بین ایران و سایر کشورها کمک کند. علاوه‌براین، باوجود آنکه در توسعه گردشگری بسیار بر معرفی فرهنگ باستانی ایران تأکید شده است؛ اما نتایج نشان می‌دهند که گردشگری می‌تواند فرصتی برای معرفی فرهنگ و ارزش‌های معاصر ایران شامل هویت انقلابی و دفاع مقدس نیز باشد. درنهایت، نگرش علمی به گردشگری برای حفظ میراث فرهنگی و هویتی کشور است،

به‌طوری‌که به بهره‌گیری از پژوهش و آموزش علمی در این حیطه توجه شده است. این نگرش در راستای یکی از بارزترین شاخص‌های تمدن اسلامی یعنی علم و دانش است.

پیشنهادها و الزامات مدیریتی و اجرایی

هر چند اسناد مرتبط، الگوی نسبتاً جامعی را برای اشاعه‌ی فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی در نیل به‌غایت تمدن نوین اسلامی از طریق گردشگری ارائه می‌دهند؛ اما الزامات پایش و سنجش آن‌ها بسیار ضروری است. از این‌رو، ایجاد و توسعه نظام پایش و ارزیابی برای سنجش اثربخشی خط‌مشی‌های گردشگری در ابعاد شناسایی‌شده و همسویی آن با تمدن اسلامی ضروری است. علاوه‌براین، با توجه به شرایط کشور، مداخله‌گرهای مختلفی در تحقق یا عدم‌تحقق خط‌مشی‌های شناسایی‌شده مؤثرند لذا شناسایی این مداخله‌گرها اهمیت دارد. با توجه به تنوع خط‌مشی‌ها، تقویت همکاری بین‌بخشی در راستای خط‌مشی‌های گردشگری، همکاری و هماهنگی بین ذینفعان در راستای تمدن اسلامی از مسیر توسعه گردشگری ضروری است. ایجاد تعامل و همکاری بین مراکز دینی، فرهنگی و علمی با سازمان‌های مرتبط با گردشگری، برگزاری برنامه‌های مشترک آموزشی، پژوهشی و فرهنگی در پاسداشت اصالت و ارزش‌های ایرانی - اسلامی نیازمند تلاش‌های مدیران و سیاست‌گذاران این حوزه‌ها است. ایجاد سازوکارهای مناسب برای تسهیل این امر مانند تشکیل کمیته‌های راهبردی و کارگروه‌های تخصصی، می‌تواند مفید باشد. در بعد تبلیغات که یکی از مهم‌ترین خط‌مشی‌های موجود می‌باشد، مدیران باید به تدوین شاخص‌های مناسب برای ارزیابی برنامه‌های تبلیغاتی ایران از نظر تطابق با ارزش‌های ایرانی - اسلامی توجه داشته باشند؛ زیرا تبلیغ ابزاری برای تمدن‌سازی است. همچنین نظر به نقش آموزش در توسعه گردشگری، آموزش و توانمندسازی کارکنان مراکز ایرانگردی و جهانگردی در زمینه ارزش‌های ایرانی - اسلامی و شیوه‌های ترویج آن‌ها از طریق گردشگری اهمیت دارد.

محدودیت‌ها و پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی

مطالعه حاضر، تحلیل کیفی محتوای اسناد مرتبط با توسعه گردشگری است. هرچند نتایج این پژوهش به شناسایی وضع موجود اشاعه فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی از طریق گردشگری با

محوریت تمدن نوین اسلامی کمک می‌نمایند و می‌توان از آن‌ها برای تدوین الگو، شناسایی ابعاد و شاخص‌های موجود استفاده نمود اما تدوین طرح مطلوب در این راستا نیازمند پژوهش‌های تکمیلی است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی با بهره‌مندی از روش‌های متفاوت گردآوری داده به‌ویژه مصاحبه با خبرگان به تدوین الگوی تمدن نوین اسلامی از رهگذر گردشگری بپردازند. علاوه‌براین، نتایج تحقیق فقط بازتاب خط‌مشی‌های تدوین‌شده در این زمینه می‌باشند؛ اما میزان تحقق آن‌ها مشخص نمی‌باشد؛ بنابراین، فراهم نمودن شواهد تجربی بر اساس داده‌های کیفی و کمی و بررسی میزان تحقق خط‌مشی‌های استخراج‌شده اهمیت بسیاری دارد تا شکاف خط‌مشی‌ها و تحقق عملیاتی آن‌ها تعیین گردد. این مطالعه در کنار چنین پژوهش‌هایی می‌تواند به توسعه نظری برای تدقیق تمدن نوین اسلامی در گردشگری یاری رساند.

تشکر و قدردانی:

ابراز نشده است.

تضاد منافع:

نویسندگان تضاد منافی اعلام نکرده‌اند.

منابع

- ابراهیمی، م.، یاوری گوهر، ف.، و حسن‌کاشی، م. (۱۳۹۸). اولویت‌بندی عوامل رقابت‌پذیری ایران در گردشگری حلال. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۸(۲۸)، ۱۳۷-۱۱۳.
<https://www.sid.ir/paper/403273/fa>
- امینی‌کمیجانی، ح.، فراهانی، ا.، گودرزی، م.، و قربانی، ل. (۱۴۰۱). سیاست‌گذاری گردشگری در اسناد توسعه‌ای جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر گردشگری ورزشی. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۱۱(۲)، ۱-۱۲. <https://doi.org/10.30473/ARSM.2022.8534>
- بیضایی، م.، و صداقتی، ع. (۱۳۹۶). ارائه شاخص‌های هویت فرهنگی ایرانی-اسلامی منطبق با انواع گردشگری فرهنگی و با ملاحظه عامل پایداری گردشگری. میراث و گردشگری، ۲(۷)، ۱۳۱-۱۱۱.
<https://www.sid.ir/paper/257192/fa>

- پورفرج، ا.، ایمانی خوشخو، م.، و بهبودی، ر. (۱۳۸۵). تأثیر معماری ایرانی-اسلامی بر انگاره‌ی ادراکی گردشگران اروپایی از مقصد ایران. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۴(۱۱)، ۵۷-۸۰.
https://tms.atu.ac.ir/article_5057.html
- پورفرج، ا.، صالحی‌پور، م.، محمودزاده، م.، و گل محمدی، ا. (۱۴۰۲). الگوی تعامل پایدار سیاست و میراث فرهنگی در توسعه گردشگری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. *گردشگری و توسعه*، ۱۲(۲)، ۱۴۰-۱۲۱.
<https://doi.org/10.22034/JTD.2021.311886.2489>
- حافظ‌نیا، م.، و رضانی‌دارابی، ع. (۱۳۸۲). بررسی تطبیقی بازتاب‌های فضایی سیاست‌های گردشگری در قبل و بعد از انقلاب اسلامی مطالعه موردی: بابلسر. *تحقیقات جغرافیایی*، ۱۸(۴)، ۴۷-۵۹.
<https://ensani.ir/fa/article/97320>
- حسنوند، د.، و آسایش، ح. (۱۴۰۲). اثر آموزه‌های اسلامی پرهیز از اسراف و تشویق انفاق بر رفتار مصرفی افراد و توزیع درآمد. *مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی ایران*، ۱۱(۲)، ۷۹-۱۰۴.
https://www.ipoba.ir/article_163742.html
- خاکساری، ع. (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در ایران: ویژگی‌ها و نقش برنامه‌ریزان توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی. *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۵۸، ۱-۳۲.
<https://doi.org/10.22054/qjss.2012.6872>
- درویشی، م.، استعلاجی، ع.، و ارمان، س. (۱۴۰۲). تحلیل نقش سیاست‌های گردشگری در ارتقاء جایگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران در قلمرو ژئوپلیتیکی شامات. *انسان و محیط‌زیست*، ۶۴، ۱-۱۷.
https://journals.srbiau.ac.ir/article_22120.html
- دهشیری، م.، و فقیهی، م. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی (۱۹۹۰-۲۰۱۷). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۸(۲۸)، ۳۳-۴۹.
<https://www.sid.ir/paper/377430/fa>
- رضازاده، م.، و نجف‌لو، ر. (۱۳۹۱). مبانی فقهی و ضوابط حاکم بر سرمایه‌گذاری خارجی. همایش ملی حقوق بین‌الملل در آیین علوم روز، جهاد دانشگاهی آذربایجان غربی، ارومیه.
<https://www.sid.ir/paper/820724/fa>
- سعیدیان جزی، م. (۱۳۹۹). خطوط کلی مهندسی تمدن نوین اسلامی در اندیشه آیت‌الله جوادی آملی. *مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی*، ۱(۵)، ۳۰۴-۲۷۱.
<https://doi.org/10.22070/NIC.2021.5772.1038>

- شجاعی، م.، و نوری، ن. (۱۳۸۶). بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری کشور. دانش مدیریت، ۲۰(۷۸)، ۶۳-۹۰.
https://jmku.ut.ac.ir/article_19076.html
- صالحی‌پور، م.، و محمودی‌رجاء، ز. (۱۳۹۵). واکاوی و تحلیل الگوی گردشگری در گفتمان راهبردی جمهوری اسلامی ایران. میراث و گردشگری، ۱(۴)، ۳۱-۱۳.
<https://sid.ir/paper/257208/fa>
- صفایی‌پور، م.، و دامن‌باغ، ص. (۱۳۹۶). بررسی توسعه گردشگری حلال در ایران. میراث و گردشگری، ۲(۶)، ۷۱-۹۷.
<https://www.sid.ir/paper/257195/fa>
- علی‌نقی، ج.، و رهدار، ا. (۱۴۰۲). ضرورت‌شناسی مطالعات تمدنی در اندیشه امامت. مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی، ۷(۱۳)، ۱۲۱-۱۷۷.
<https://doi.org/10.22070/nic.2024.18631.1284>
- عمرانی، ا. (۱۴۰۱). نقش دیپلماسی فرهنگی با تأکید بر گردشگری در افزایش منزلت و پرستیژ سیاسی جمهوری اسلامی ایران. دولت‌پژوهی ایران معاصر، ۳(۸)، ۴۳-۱۱.
https://irsj.ihu.ac.ir/article_207830.html
- فرزانه، م.، خیاط، ع.، و صفرپور، ه. (۱۳۹۷). تبیین عوامل ایجاد تمدن نوین اسلامی از نگاه مقام معظم رهبری. پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، ۲۴(۱۱۸)، ۱۷۷-۲۰۶.
https://iss.razavi.ac.ir/article_50.html
- گل‌افشان‌یوسفی، ا.، امینی‌سابق، ز.، ساده، ا.، و مجیدی، م. (۱۳۹۹). تبیین مدل گردشگری ایرانی اسلامی در رونق اقتصادی و فرهنگی کشور. نشریه مطالعات هنر اسلامی، ۱۷(۳۹)، ۳۸۸-۴۰۱.
<https://doi.org/10.22034/IAS.2019.206395.1060>
- وارثی، ح.، و حیدری‌سورشجانی، ر. (۱۳۸۹). نقش گردشگری در همگرایی کشورهای اسلامی. چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام، زاهدان، ایران.
<https://civilica.com/doc/82884/>
- ویسی، ه. (۱۳۹۶). بررسی سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران. مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۷(۲۵)، ۹۳-۱۱۲.
https://sspp.iranjournals.ir/article_29728.html
- یاری‌فومنی، م.، و خرمشاد، م. (۱۳۹۹). دیپلماسی فرهنگی انقلاب اسلامی در حوزه روابط فرهنگی بین‌المللی. جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۳(۹)، ۱۷۳-۱۴۶.
<https://doi.org/10.30510/PSI.2020.113611>

- یوسفی، ا. (۱۳۹۴). تحلیل فقهی رقابت آزاد اقتصادی براساس مفهوم متداول آن. فقه و تاریخ تمدن، ۱۲(۴۵)، ۱۶۳-۱۳۱. https://journals.iau.ir/article_527789.html

References

- Ali Naghi, J., & Rahdar, A. (2024). Necessity of studying Civilization in Imamate thought. *Scientific Journal of New Islamic Civilization Fundamental Studies*, 7(1), 177-196. <https://doi.org/10.22070/nic.2024.18631.1284> [In Persian].
- Amini Komijani, H., Farahani, A., Goodarzi, M., & Ghorbani, L. (2022). Policy of the tourism industry in the development documents of the Islamic Republic of Iran with emphasis on sports tourism. *Quarterly Journal Applied Research of Sport Management*, 11, (2), 1-12. <https://doi.org/10.30473/ARSM.2022.8534> [In Persian].
- Badri, S. A., Kazemi, N., Khodadadi, P., & Mohammadnehad, A. (2021). Why rural development policies have not contributed to rural development in Iran, *rual society*, 30(2-3), 84-100. <https://doi.org/10.1080/10371656.2021.1997423>
- Beyzaei, M., & Sedaghati, A. (2017). Presenting Indicators of Iranian-Islamic Cultural Identity in Line with Different Types of Cultural Tourism and Considering the Factor of Tourism Sustainability. *Heritage and Tourism*, 2, (7), 111-131. <https://www.sid.ir/paper/257192/fa> [In Persian].
- Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. (2015). Increasing halal tourism potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim country. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(7), 739-741. <https://www.joebm.com/papers/277-T20002.pdf>
- Dehshiri, M., & Faghihi, M. (2019). The Impact of Tourism Policy on Cultural Diplomacy of the Islamic Republic of Iran in Central Asia (1990-2017). *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(28), 33-49. <https://www.sid.ir/paper/377430/fa> [In Persian].
- Dervishi, M., Estelaji, A., & Armaghan, S. (2023). 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. *Human and Environment*, 21(64), 1-17. https://journals.srbiau.ac.ir/article_22120.html [In Persian].

- Dredge, D., & Jamal, T. (2015). Progress in Tourism Planning and policy: A Post-structural Perspective on Knowledge Production, *Tourism Management*, 51, 285-297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.002>
- Ebrahimi, M., Yavarigohar, F., & Hasankashi, M. (2019). Prioritizing Iran's Competitiveness Factors in Halal Tourism. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(28): 113-137. <https://www.sid.ir/paper/403273/fa> [In Persian].
- Farzaneh, M. B., Khayat, A., & Safarpour, H. (2018). Explaining the Factors of Creating a New Islamic Civilization from the Perspective of the Supreme Leader, *Islamic Social Research*, 24(118), 177-206. https://iss.razavi.ac.ir/article_50.html [In Persian].
- Feyissa Dori, D., Hagen-Zanker, J., & Mazzilli, C. (2024). The Entanglement Between Tangible and Intangible Factors in Shaping Hadiya Migration Aspirations to South Africa, *International Migration Review*, First published online February 6, 2024. <https://doi.org/10.1177/01979183241226635>
- Golafshan Yusefi, E., Amini Sabegh, Z., Sadeh, E., & Majidi, M. (2020). The Role of Presenting the Iranian-Islamic Tourism Model in the Economic and Cultural Prosperity of the Country. *Islamic Art Studies*, 17 (39), 388-401. <https://doi.org/10.22034/IAS.2019.206395.1060> [In Persian].
- Hafiznia, M., & Ramzandarab, E. (2003). A Comparative Study of the Spatial Reflections of Tourism Policies Before and After the Islamic Revolution: A Case Study of Babolsar. *Geographical Research*, 18, (4), 47-59. <https://ensani.ir/fa/article/97320> [In Persian].
- Hall, C. M., (1994). *Tourism and politics: policy, power and place*. NewYork: JohnWiley & Sons. https://books.google.com/books/about/Tourism_and_Politics.html?id=UTl_AAAAMAAJ
- Hassanvand, D., & Asayesh, H. (2023). The effect of Islamic religious teachings on avoiding squander and charity on the consumption behavior of individuals and distribution of income. *Iranian Pattern of Progress*, 11 (2), 79-104. https://www.ipoba.ir/article_163742.html [In Persian].
- Henderson, J. (2002). Tourism and Politics in the Korean Peninsula. *Tourism Studies*, 13(2), 16-27. <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/ielapa.200211545>
- Kazemi, N., & Amini, J. (2024). Deprivation Spatial Concentration in a Developing Country: Evidence from Iran. *Regional science policy & practice*, 16(2), 1-24. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12560>

- Khaksari, A. (2012). Planned development of tourism in Iran: the features and the role of planning tourism development in Islamic countries. *Social Sciences*, 19(58), 1-33. <https://doi.org/10.22054/qjss.2012.6872> [In Persian].
- Allayarifoomani, M., & Khorramshad, M. (2020). Cultural Diplomacy of the Islamic Revolution in the Field of International Cultural Relations. *Political Sociology of Iran*, 3(1), 145-172. <https://doi.org/10.30510/PSI.2020.113611> [In Persian].
- Omrani, A. (2023). The role of cultural diplomacy with an emphasis on tourism in increasing the political dignity and prestige of the Islamic Republic of Iran. *State Studies of Contemporary Iran*, 8(3), 11-4. https://irsj.ihu.ac.ir/article_207830.html [In Persian].
- Othman, S. M. E., Fleet, J. A., Steen, M., & Jayasekara, R. (2020). Midwives' views and experiences of providing healthy eating advice to pregnant women: a qualitative content analysis of semi-structured interviews. *Frontiers of Nursing*, 7(4), 345-358. <https://sciendo.com/article/10.2478/fon-2020-0044>
- Pourfaraj, A., Khoshkhu Imani, M. H., Behbudi, R. (2006). The Effect of Iranian - Islamic Architecture on European Tourists' Perceptive Image of Iran. *Tourism Management Studies*, 4(12), 57-80. https://tms.atu.ac.ir/article_5057.html [In Persian].
- Pourfaraj, A., Salehipour, M., Mahmoudzadeh, S. M., Golmohammadi, A. (2023). The Pattern of Sustainable Interaction between Politics and Cultural Heritage in the Cultural Tourism Development of Islamic Republic of Iran. *Journal of Tourism and Development*, 12(2), 121-140. <https://doi.org/10.22034/JTD.2021.311886.2489> [In Persian].
- Rahman, M., K. (2014). Motivating factors of Islamic tourist's destination loyalty: an empirical investigation in Malaysia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2(1), 63-77. https://www.researchgate.net/publication/265276986_Motivating_factors_of_Islamic_Tourist's_Destination_Loyalty_An_Empirical_Investigation_in_Malaysia
- Rezazadeh, M. S., & Najafrou, R. (2012). Islamic Jurisprudence Foundations and Governing Regulations for Foreign Investment. National Conference on International Law in the Mirror of Contemporary Sciences, University of Azad, Urmia. <https://www.sid.ir/paper/820724/fa> [In Persian].

- Saeedyan Jazi, M. (2020). The outline geometry of the new Islamic civilization from the perspective of Ayatollah Javadi Amoli. *Scientific Journal of New Islamic Civilization Fundamental Studies*, 3(1), 271-304. <https://doi.org/10.22070/NIC.2021.5772.1> [In Persian].
- Safayipour, M., & Damanbagh, S. (2017). Investigating the Development of Halal Tourism in Iran. *Heritage and Tourism*, 2, (6), 71-97. <https://www.sid.ir/paper/257195/fa> [In Persian].
- Salehipour, M., & Mahmoodi-Raja, Z, (2016). A Critical Analysis of Tourism Patterns in the Strategic Discourse of the Islamic Republic of Iran. *Heritage and Tourism*, 1(4), 13-31. <https://sid.ir/paper/257208/fa> [In Persian].
- Shojaei, M., & Nouri, N. (2007). Examining Government Policies in the Tourism Industry and Presenting a Model for Sustainable Tourism Development in the Country. *Management Knowledge*, 20(78), 63-90. https://jmk.ut.ac.ir/article_19076.html [In Persian].
- Varesi, H., & Heidari-Sorshajani, R. (2010). The Role of Tourism in the Convergence of Islamic Countries. The Fourth International Congress of Geographers of the Islamic World, Zahedan, Iran. <https://civilica.com/doc/82884/> [In Persian].
- Veisi, H. (2017). An Analysis of Tourism Policy in the Upper-Level Laws of the Islamic Republic of Iran. *Strategic Studies of Public Policy*, 7(25), 93-112. https://sspp.iranjournals.ir/article_29728.html [In Persian].
- Wang, Y., Van Broeck, A., & Vanneste, D. (2017). International tourism in North Korea: how, where and when does political ideology enter?. *International Journal of Tourism Cities*, 3(3), 260-272. <https://doi.org/10.1108/IJTC-02-2017-0010>
- Worku Tadesse, G. (2023). Heritage resources as a driver of cultural tourism development in Ethiopia: A review. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1), 1-15. <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2158623>
- Yousofi, A. (2015). A Jurisprudential Analysis of Free-Market Competition Based on its Conventional Understanding. *Figh and History of Civilization*, 12(45), 131-163. https://journals.iau.ir/article_527789.html [In Persian].
- Zamani-Farahini, H., & Henderson, J. (2010). Islamic tourism and managing tourism development in Islamisc societies: The cases of Iran and Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 12(1), 79–89. <https://doi.org/10.1002/jtr.741>