

Analyzing the discourse of tourism development with a justice-oriented and moderate approach

Mostafa Ghodrati¹ , Mehraban Hadipeykani² , Reza Ebrahimzadeh² 

1- PhD student, Department of Public Administration, Isfahan Branch (Khorasgan), Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

2- Assistant Professor, Department of Public Administration, Isfahan Branch (Khorasgan), Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

Receive:

21 April 2023

Revise:

12 July 2023

Accept:

17 September 2023

Keywords:

discourse analysis,
justice-oriented
approach,
moderation-oriented
approach,
tourism development

Abstract

The aim of the current research is to analyze the discourse of tourism development with a justice-oriented and moderate approach. The present research method was discourse analysis and applicable in terms of purpose. The statistical sample in this research was a total of 60 texts, including all texts expressed by government managers in the tourism sector in two historical periods of governance in the Islamic Republic of Iran, with justice-oriented discourse and moderation discourse in 8-year periods. The library method was also used to collect data. The findings showed that the characteristics of traditional public administration included: applying the authority of the government over all departments, intense hierarchical structures, integrity of regulations and working procedures, separation of administration from politics, and strict controls. Also, the characteristics of modern public administration included: deregulation, privatization, adjustment of manpower, and market competition. Justice-oriented discourse management is close to modern public administration and includes features of good governance. Also, moderation discourse management is closer to modern public administration and includes features of traditional public administration.

Please cite this article as (APA): Ghodrati, M., Hadipeykani, M., & Ebrahimzadeh, R. (2024). Analyzing the discourse of tourism development with a justice-oriented and moderate approach. *Journal of value creating in Business Management*, 4(2), 22-41.



<https://doi.org/10.22034/jvcbm.2023.408335.1147>

Publisher: Iranian Business Management Association

Creative Commons: CC BY 4.0



Corresponding Author: Mehraban Hadipeykani

Email: mehrabanpeykani1402@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

Tourism is an ancient phenomenon that has existed in human societies for a long time and has gradually reached its current technical, economic and social position during different historical stages (Razvani, 2007). In addition, due to its special geographical location and the existence of its culture and customs, historical works, art and cultural heritage, Iran has definitely been considered the best destination for travelers and tourists of the ancient era (Hasanpour et al., 2012). The tourism industry in Iran was officially formed half a century ago in order to introduce the greatness of Iran and the civilization of this ancient land, and for the first time since 1314, an office was established in the Ministry of Interior called the Department of Tourism Affairs. In 1385, with the approval of the Supreme Administrative Council, the Handicrafts Organization was merged with the Cultural Heritage and Tourism Organization. According to the above, it can be generally said that the tourism industry is a nascent industry in the country, which is still at the beginning of its work (Nemati, et al., 2014).

Although in recent years various political, social, economic events and even natural disasters have brought many sudden shocks to the world tourism industry, this industry has shown that it has a lot of resistance and can continue to grow despite all these conditions and make more progress every day than yesterday (Bakar & Rosbi, 2020). Since Iran has been experiencing climate change and drought in the last few years, agriculture is not in a very favorable situation, and this is where the tourism industry becomes an important issue for employment. When we pay attention to the priority of the tourism sector, we see Iran at the 117th rank, a position that shows that even though everyone knows the colorful role of the tourism industry in economic prosperity and employment, little effort is being made to grow this industry in Iran. (Research Institute of Cultural Heritage and Tourism, 2016). Based on the mentioned materials, the purpose of this research is to answer the question: what is the analysis of the discourse of tourism development with a justice-oriented approach and moderation in Iran?

Theoretical Framework

Justice-oriented discourse: The election of the ninth presidential term with the inauguration of the Ahmadinejad government represented a fundamental change in the country. Ahmadinejad was the head of the government of the Islamic Republic of Iran in the years 1384 to 1392. The main orientation of Ahmadinejad's positions was around topics such as justice, self-belief, religiosity, reformism, fight against corruption, centralism, fight against the welfarism and luxury of managers, paying attention to the deprived and oppressed groups and the marginalized. The discursive approach of his government is on the way to return to the foundations of the Islamic Revolution, but in practice, the populist approach of the government presents a vulgar interpretation of the ideals of the revolution. In terms of basics, the discourse of the Ahmadinejad government should be understood in its mass nature and the tendency to see things in a mass way; hence, this discourse has been introduced as the duty-oriented mass discourse (Darabi, 2009).

Moderation Discourse: After winning the elections of the 11th and 12th periods from 1382 to 1400, Rouhani assumed the presidency of the government of the Islamic Republic of Iran in this period, and according to himself and his colleagues in the government, he formed the moderation discourse. Rouhani tried to instill hope and peace and win the voters' opinion by using descriptive combinations as well as hopeful terms such as Alhamdulillah and Ansha'Allah. He considered his discourse of moderation different from other previous discourses and even his election rivals. Rouhani believed that the 11th government is the government needed by the Islamic Republic of Iran because progress in the economy,

prosperity of business and creation of employment in the country requires the normalization of relations with neighbors and international forums, and the government has a very high ability in foreign and international relations (Mirzaei & Rabbani Khorasghani, 2015). Tourism is an important part of economic services. According to studies by the World Tourism Organization and the World Travel and Tourism Council in 2013, the total share of travel and tourism in the global economy has increased to 9.5% of the global GDP (\$7 trillion), which not only produces wider economy, but also is growing faster than other important sectors such as financial and commercial services, transportation and construction; and in total, in 2013, it created nearly 266 million jobs (Pratt & Tolkach, 2018).

The participation of indigenous people in the development of tourism is one of the main criteria of social power. It is obvious that if the natives do not have a correct view of the tourism industry, they will not provide proper services to tourists or even in some cases they may consider tourists as invaders and usurpers. In these conditions, the development of the tourism industry in the region will face serious problems (Iqbal et al., 2022). The received positive effects, as a result of tourism, encourage the society to support the development of the tourism industry and especially the activity in this industry. But the perceived negative impacts prevent residents from supporting tourism development (Shokohi et al., 2012). The cultural point of view of the people of the region in the field of tourism has a significant impact on the development of the tourism industry in tourism areas. Culture is an influencing factor that must be formed and promoted bilaterally. Cultivation and cultural acceptance are two important categories in the development of the tourism industry, which must be done by both the host and the guest (Hezarjaribi & Najafi, 2011).

Research methodology

The current research is among the qualitative researches and seeks to analyze the discourse of government management in the tourism development sector. Discourse analysis is a new method for research in communication texts that has been used to understand the message and meaning used in communication messages. In the beginning, this method was largely indebted to linguistics (Altamirano, 2022). The statistical population of this research includes all the texts expressed by government managers in the tourism sector in two historical periods of governance in the Islamic Republic of Iran, including the justice-oriented discourse (1384 to 1392), and the moderation discourse (1392 to 1400) in 8-year periods, published in newspapers, magazines and the website of the presidency etc. The sample size of the research was a total of 60 texts that were interpreted and analyzed. Finally, with the results of the investigations, it was concluded that all 60 are basic texts. Thematic analysis method was also used to analyze the data.

Research findings

Based on the analysis of the texts of each of the justice-oriented and moderation-oriented discourses and the statistics of the characteristics of each, the findings showed that the characteristics of traditional public administration include: applying the authority of the government to all sectors, intense hierarchical structures, the integrity of regulations and work procedures, Separation of administration from politics, and strict controls. Also, the characteristics of modern public administration included: deregulation, privatization, adjustment of manpower and, market competition. Justice-oriented discourse management is close to modern public administration and includes features of good governance. Also, moderation discourse management is closer to modern public administration and includes features of traditional public administration.

Discussion

In the justice-oriented period, modal constructions of coercion and obligation are almost at the level of the reform period, which indicates the democratic management style of delegation. During this period, Mr. Ahmadinejad delegated the affairs to the managers of the tourism department, Mr. Mashai and Baghai. In this period, the definite cognitive aspects have the highest rank, which indicates the high efficiency and performance in the development of the tourism sector. It should be noted that this research is based on the texts expressed by the discourse analysis method and only the literary aspect of the discourse has been examined. For this reason, since the intervening variables have not been examined in the research, the researcher's publication believes that according to the various influential variables, the efficiency and performance in all four periods in the tourism development sector was low, but considering the improvement of the country's conditions compared to the beginning of the Islamic Revolution, the justice-oriented period had better conditions and grounds for the development of the tourism sector. In this period, modal doubtful constructions are more than the period of moderation and less than the period of construction and reforms, and this is where the inefficiency of the managers of the tourism development sector is seen, because in this period, due to the improvement of the country's conditions compared to the previous periods and the absence of Corona and the increase in oil prices, this doubt is a sign of extreme weakness of the relevant managers.

In the period of moderation, non-modal constructions of compulsion and obligation are at a higher level than average and indicate the existence of command management style and pressure from top to bottom. In this period, definite cognitive constructions are less than the justice-oriented period and more from the period of construction and reforms, which can, considering the increase in the number of tourists in this period and the existence of the corona crisis, sanctions and the reduction of oil prices, etc., the performance and efficiency of the government in this field considered high or relatively acceptable. In this period, the constructions of the doubt have the lowest level compared to other periods, and this indicates the sufficient knowledge and expertise of the government managers of the tourism sector. In this period of doubtful cognitive constructions are more than the justice-oriented period and less than the period of construction and reforms, which indicates an average level of transparency of government affairs in the tourism development sector in this period. Looking at the data in the table, it can be said that almost the level of expertise of the managers of all four periods is in the average level and it has affected the efficiency and effectiveness.

تحلیل گفتمان توسعه‌ی گردشگری با رویکرد عدالت‌محور و اعتدال

مصطفی قدرتی^۱ ID، مهربان هادی پیکانی^۲ ID، رضا ابراهیم زاده^۲ ID

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

۲- استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

چکیده

هدف پژوهش حاضر، تحلیل گفتمان توسعه‌ی گردشگری با رویکرد عدالت‌محور و اعتدال می‌باشد. روش پژوهش حاضر تحلیل گفتمان و از نظر هدف کاربردی بود. نمونه‌ی آماری در این پژوهش جمعاً ۶۰ متن شامل تمامی متون بیان شده توسط مدیران دولتی در بخش گردشگری در دو دوره‌ی تاریخی حاکمیت در جمهوری اسلامی ایران با گفتمان عدالت‌محور و گفتمان اعتدال در دوره‌های ۸ ساله بود. جهت گردآوری داده‌ها نیز از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که مشخصات مدیریت دولتی سنتی شامل: اعمال اقتدار دولت بر تمام بخش‌ها، ساختارهای سلسله‌مراتبی خشک، یکپارچگی مقررات و رویه‌های کاری، جدایی اداره از سیاست و کنترل‌های شدید بودند. همچنین، مشخصات مدیریت دولتی نوین شامل: مقررات‌زدایی، خصوصی‌سازی، تعدیل نیروی انسانی و رقابت بازار بودند. مدیریت گفتمان عدالت‌محور به مدیریت دولتی نوین نزدیک و ویژگی‌هایی از حکمرانی خوب را هم در بر دارد. همچنین، مدیریت گفتمان اعتدال به مدیریت دولتی نوین نزدیک‌تر است و ویژگی‌هایی از مدیریت دولتی سنتی را هم در بردارد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۴/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۶

کلید واژه‌ها:

تحلیل گفتمان،
رویکرد عدالت‌محوری،
رویکرد اعتدال‌محور،
توسعه‌ی گردشگری

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): قدرتی، مصطفی، هادی پیکانی، مهربان، ابراهیم زاده، رضا. (۱۴۰۳). تحلیل گفتمان توسعه‌ی گردشگری با رویکرد عدالت‌محور و اعتدال. فصلنامه ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار. ۴۱-۲۲. ۴(۲).



<https://doi.org/10.22034/jvcbm.2023.408335.1147>

Creative Commons: CC BY 4.0



ناشر: انجمن مدیریت کسب و کار ایران

ایمیل: mehrabanpeykani1402@gmail.com

نویسنده مسئول: مهربان هادی پیکانی

مقدمه

گردشگری پدیده‌ای است که از دیر زمان در جوامع انسانی وجود داشته است و به تدریج در طی مراحل تاریخی مختلف، به موضع فنی، اقتصادی و اجتماعی کنونی خود رسیده است (Razvani, 2007). علاوه بر این ایران به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص و وجود فرهنگ و آداب و رسوم، آثار تاریخی، هنری و میراث فرهنگی خود به طور قطع برای جهانگردان و گردشگران عهد قدیم بهترین مقصد محسوب می‌شده است (Hasanpour et al., 2012). صنعت گردشگری در ایران از نیم قرن پیش به این طرف به منظور شناساندن مفاخر ایران و تمدن این سرزمین باستانی رسماً شکل گرفت و برای اولین بار از سال ۱۳۱۴ اداره‌ای در وزارت کشور به نام اداره امور گردشگری تأسیس شد. در سال ۱۳۸۵ با مصوبه شورای عالی اداری سازمان صنایع دستی با سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ادغام گردید. با توجه به مطالب فوق به طور کلی می‌توان گفت که صنعت گردشگری، صنعت نوپایی در کشور است که هنوز در ابتدای کار خود می‌باشد (Nemati et al., 2014).

امروزه ذینفعان محلی به مثابه کنشگران فعالیت گردشگری بیشترین نقش را در توسعه پایدار سکونت‌گاه‌های روستایی به عهده دارند (Giampiccoli & Saymaan, 2017). بر این مبنای بهبود قابلیت‌های فردی و اجتماعی ذینفعان محلی برای مشارکت و تأثیرگذاری در فرآیند توسعه پایدار گردشگری و در واکنش به مسائل زیست محیطی و اجتماعی، اقتصادی ضروری قلمداد شده است (Leslie, 2016). براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری «بهبود ابعاد توانمندسازی ذینفعان محلی گردشگری» زمینه را برای تعالی آنان از انسان کارپذیر به انسان کارساز فراهم ساخته است و باعث بهبودی مشارکت آن‌ها در اقتصاد محلی می‌شود (UNTWO, 2016; Ziaee & Abbasi, 2018). در فرایند توانمندسازی ذینفعان محلی گردشگری، به جای توجه بیشتر به رشد اقتصادی؛ تحریک انگیزش درونی و بهبود رفتار و ادراک آنها، افزایش منافع جوامع محلی و اثرگذاری مثبت برای مشارکت آنان در فرآیند توسعه گردشگری مدنظر است (Metuo & Kumar, 2014).

با اینکه در سالیان اخیر اتفاقات مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و حتی حوادث طبیعی شوک‌های ناگهانی زیادی را به صنعت گردشگری جهان وارد کرده‌اند اما این صنعت نشان داده که مقاومت زیادی دارد و می‌تواند با وجود همه‌ی این شرایط همچنان مسیری رو به رشد را طی کند و هر روز پیشرفت بیشتری نسبت به دیروز داشته باشد. در این میان ایران هم به رتبه ۹۳ گردشگری در سال ۲۰۱۷ رسیده است. حوزه گردشگری برای ایران ۱۰ میلیارد دلار تولید ناخالص داخلی و ۲/۲ درصد اشتغال دارد و همه این آمار و ارقام ها در حالی است که طبق چشم انداز سال ۱۴۰۴ ایران باید در این سال ۲۰ میلیون گردشگر خارجی داشته باشد و در این بخش به درآمدی معادل ۲۰ میلیارد دلار برسد. به گفته نایب رئیس انجمن علمی اقتصاد شهری ایران، در کشور «اشتغال» به یک موضوع حیاتی تبدیل شده و نرخ بیکاری در حال حاضر حدود ۱۲ درصد است. از آنجایی که ایران در چند سال اخیر وضعیت تغییر اقلیم و خشکسالی را می‌گذراند کشاورزی چندان وضعیت مساعدی ندارد و اینجاست که صنعت گردشگری برای اشتغال به موضوعی مهم تبدیل می‌شود. وقتی به زمینه اولویت بخشی به بخش گردشگری توجه می‌کنیم ایران را در رتبه ۱۱۷ می‌بینیم، جایگاهی که نشان می‌دهد با وجود اینکه همه، نقش پر رنگ صنعت گردشگری در رونق اقتصادی و اشتغال را می‌دانند اما تلاش کمی برای رشد این صنعت در ایران وجود دارد (Research Institute of Cultural Heritage and Tourism, 2016).

بر اساس گزارش جدید سازمان جهانی گردشگری، ایران با ۴۹ درصد رشد پس از اکوادور در رتبه دوم سریع ترین کشورها از حیث رشد جذب گردشگر خارجی قرار گرفت. به گزارش ایسنا، گردشگری ایران که در سال ۲۰۱۷ میلادی در مجموع از ۴/۸۶۷ میلیون توریست خارجی میزبانی کرده بود، در سال ۲۰۱۸ توانست با ۴۹/۹ درصد رشد این رقم را به ۷/۲۹۵ میلیون نفر برساند تا پس از اکوادور با رشد ۵۱ درصد سریع ترین رشد را در میان کشورهای جهان در جذب گردشگر به نام خود ثبت کند. با همه این اوصاف و اهمیت بخش گردشگری و توسعه آن و مشکلات موجود در زمینه جذب گردشگر و مشکلات زیرساختی در توسعه بخش گردشگری باید اصلاحات و اقداماتی به عمل آید و تحقیقاتی بر روی بخش گردشگری صورت گیرد (UNWTO, 2018).

یکی از روش های بررسی از طریق تحلیل گفتمان است. جایگاه گفتمان در مدیریت دولتی با استفاده از کاربرد واژه ها و مفاهیم در ادامه روشن می شود. امروزه خیلی از بوروکراسی های (سازمان های) دولتی با محرمانه نگه داشتن دانش خود و همچنین با استفاده از مفاهیم و واژه های خاص که بقیه درباره ی آنها آشنایی چندانی ندارند به حفظ جایگاه و قدرت خود در مقابل سایر عناصر تشکیل دهنده ی نظام سیاسی و اداری می پردازند و بر مردم عادی اعمال سلطه می کنند. بیشتر اوقات برتر بودن مدیران دولتی از نظر فنی در بوروکراسی نه تنها ناشی از مشخصات ساختاری و کارکرد ماشین گونه ی آن می باشد، بلکه از شیوه ی برخورد با شهروندان در داخل محدوده ی ساختار منحصر به فرد آن نیز ناشی می شود (Mirzaei Ahranjani & Bozorgi, 2006). مدیران سطوح عالی در سازمان های دولتی مثل وزیران، مشاوران وزیر و مدیران کل در زمان هایی که قرار است پاسخگوی نیازها و خواسته های شهروندان باشند، با استفاده از یک سری مفاهیم و واژه هایی که مردم عادی با آن نا آشنا هستند و همچنین با آرایش این واژه ها به طوری که فقط خودشان و سیاستمداران متوجه می شوند بر شهروندان جامعه اعمال سلطه می کنند و از پاسخگویی و پذیرش مسؤلیت فرار می کنند (Moghimi et al., 2012).

با توجه به تمامی مطالب فوق و موضوع مدنظر، این پژوهش به دنبال رد پای گفتمان شکل گرفته توسط مدیریت دولتی در بخش گردشگری می باشد. با توجه به اهمیت صنعت گردشگری مدیریت دولتی نیز این بخش را به عنوان یکی از مهم ترین بخش های اقتصادی و فرهنگی کشور در نظر آورده است و مسایل آن بخش در زمره ی مسایل مدیریت دولتی است که با توجه به اهمیت آن و مباحث بسیار بر سر این موضوع در ایران و جهان خواسته یا ناخواسته باعث شکل گیری گفتمان مدیریت دولتی در بخش گردشگری گردیده است که این پژوهش به دنبال تحلیل گفتمان مدیریت دولتی ایران در بخش گردشگری می باشد. بر اساس مطالب ذکر شده، هدف این پژوهش پاسخ به این سؤال است که تحلیل گفتمان توسعه ی گردشگری با رویکرد عدالت محور و اعتدال در ایران چگونه است؟

ادبیات نظری

مدیریت دولتی

مدیریت دولتی در بسیاری از کشورها، بخش حیاتی حکومت محسوب می شود (Jreisat, 2010). اداره ی امور دولتی (مدیریت دولتی) یک رشته ی علمی - دانشگاهی است که دارای جنبه های مختلف بوده و بیانگر حقایق بی شماری است. مدیریت دولتی شامل فعالیت ها و وظایف پیچیده و مباحث و مسائل مختلف بوده و این امر سبب شده تا این رشته به عنوان

موضوعی بین رشته‌ای مطرح گردد (Beer et al., 2019). مدیریت دولتی پلی است میان رشته‌ها که بخش‌های مناسبی از هر کدام را عاریه گرفته و در باب مسائل دولتی آن‌ها را به کار می‌برد. این امر دلالت بر آن ندارد که مدیریت دولتی از لحاظ علمی - دانشگاهی خالق نیست. در حقیقت، خالقیت آن در همین وظیفه‌ی پیوند زدن و کاربردی کردن بخش‌هایی از سایر رشته‌ها در مسائل دولتی نهفته است (Haupt et al., 2017). مدیریت دولتی را می‌توان همان علم خط‌مشی‌گذاری دانست. مدیریت دولتی (اداره امور عمومی) به کار گرفتن تئوری‌ها و فرآیندهای مدیریتی، سیاسی و حقوقی برای انجام اختیارات حکومتی در بخش‌های قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی جهت اجرای وظایف خدماتی و نظارتی برای کل جامعه یا برای بعضی از اجزای آن است. پژوهش‌های پیشین در حوزه‌ی مدیریت دولتی نشان می‌دهند که بسیاری از چالش‌های علمی صورت گرفته، فقط به افزایش بحران هویت در مدیریت دولتی دامن زده‌اند و حوزه‌ی یاد شده، دستاوردهای پژوهشی اندک و ناچیزی داشته است (Moiseev, 2017).

گفتمان‌های جمهوری اسلامی ایران گفتمان سازندگی

دولت هاشمی رفسنجانی که در سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۶ دولت جمهوری اسلامی ایران بود به واسطه‌ی منویات خود دولت‌مردان و تحلیل و بررسی‌های کارشناسان و صاحب‌نظران در تاریخ تحولات ایران به عنوان دولت سازندگی نام‌گذاری گردیده است. اولاً بدین معنا که خود رئیس‌جمهور، براساس رویکرد حاکم بر برنامه‌های مدنظرش عنوان نمود که به دنبال تحقق سازندگی و توسعه‌ی اقتصادی در کشور می‌باشد و دوماً کارشناسان و صاحب‌نظران نیز با تحلیل عملکرد دولت به وجه قالب توسعه‌ی اقتصادی در دولت هاشمی اشاره نموده‌اند. در این دوران، مهم‌ترین مسأله‌ی اجتماعی رشد و سازندگی بود که همسو با جریان مدرنیزاسیون پیش میرفت (Hosseinzadeh, 2007). گفتمان هاشمی، گفتمان تعریف مناسبات بر محور قدرت است. از عناصر گفتمانی دولت، توجه به نقش‌آفرینی و زمینه‌سازی جهت حضور و اثرگذاری زنان در امر ارتقای تولید اقتصادی و کمک‌رسانی در جهت تغییر رویکرد اقتصادی از اقتصاد سنتی به اقتصاد صنعتی باز می‌گردد. این مؤلفه با وجود حجم بالایی از تمرکز دولت بر اجرای برنامه‌های مهارت‌افزایی در سطوح زنان روستایی و سرمایه‌گذاری جهت ورود زنان به این عرصه نمایان است. در حقیقت محور اصلی در اشتغال‌زایی زنان ایجاد پتانسیل‌های مورد نیاز و یا ایجاد بسترها و مشاغل توسعه‌محور و عموماً در سطوح روستایی صورت می‌پذیرد. شکل‌گیری تعاونی‌های روستایی و جذب زنان روستایی در آن‌ها از این جمله محسوب می‌گردد (Mirzaei & Rabbani Khorasani, 2015).

گفتمان اصلاحات

دولت اصلاحات (دولت خاتمی) در سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴ دولت جمهوری اسلامی ایران بود که با شعارهای قانون‌گرایی، ایران برای همه ایرانیان، جامعه‌ی مدنی، دولت پاسخگو و... توانست آرای میلیونی مردم را کسب کند، نتوانست اقشار مختلف جامعه به ویژه کارگران و کشاورزان را با خود همراه کند؛ به عبارت دیگر این جنبش به بدنه‌ی جامعه توجه کافی نکرد و بیشتر مخاطبان خود را از قشر روشن‌فکران و نخبگان انتخاب کرد. این مسأله باعث ضعف آن‌ها و عدم پاسخگویی به نیازها و مطالبات مردم شد (Hosseinzadeh, 2007). یکی از شاخص‌های اساسی در تحقق

توسعه‌ی سیاسی در روند مدرنیزاسیون، افزایش مشارکت مردمی می‌باشد؛ زیرا توسعه‌ی مؤثر بایستی به مشارکت همگانی متکی باشد و از ثمرات آن نیز بهره‌مند گردد، چرا که حوزه و میزان مشارکت مردم تعیین‌کننده‌ی نحوه‌ی توزیع قدرت در جامعه است و توزیع قدرت نشانه‌ی توانایی تأثیرگذاری بر فرد، گروه یا حتی کل جامعه است (Campante, 2018). از این رو مشارکت و توسعه دو چهره از یک واقعیت یا به عبارتی دو روی یک سکه‌اند. چرا که تنها هدف مشارکت، توسعه‌ی جامعه و تأمین آینده‌ی آن نیست بلکه می‌خواهد باعث توسعه‌ی کسانی گردد که با افزایش توانایی‌ها و ظرفیت‌ها و همین‌طور افزایش نقش مؤثر و عملیشان در فرایند توسعه مشارکت می‌کنند. بطور کلی، مشارکت مستلزم وجود میزان خاصی از قدرت و تفویض قدرت در جایی است که مشارکت‌کننده چه در زندگی روزانه و چه در زندگی اجتماعی کنشگری است که قابلیت ایفای نقش، انتخاب و تشخیص اهداف مناسب را دارد (Persson, 2015).

گفتمان عدالت محور

انتخابات نهمین دوره‌ی ریاست جمهوری با روی کار آمدن دولت احمدی نژاد نمایان‌کننده‌ی تغییر و تحولی اساسی در کشور بود. احمدی نژاد در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ رئیس دولت جمهوری اسلامی ایران بود. در مبانی نظری و عملی فاصله‌ی عمیقی میان دولت اصلاحات و عدالت وجود داشت و دولت مهرورزی و عدالت رسالت خود را در تقابل با دولت قبل در حوزه‌های مختلف تعریف نموده بود. جهت‌گیری عمده‌ی مواضع احمدی نژاد، حول محورهایی چون عدالت، خودباوری، دین‌مداری، تحول‌گرایی، مبارزه با فساد، تمرکزگرایی، مبارزه با رفاه‌طلبی و تجمل‌گرایی مدیران، توجه به قشرهای محروم و مستضعف و حاشیه‌نشینان بود. عدالت، ما می‌توانیم، آوردن نفت به سفره‌های مردم، پیش به سوی تشکیل دولت اسلامی، می‌شود و می‌توانیم، شعار انتخاباتی احمدی نژاد بود. در دولت احمدی نژاد نیز، با وجود مؤلفه‌های گفتمانی که حکایت از همسویی با اهداف و آرمان‌های انقلاب اسلامی داشت و به نظر می‌رسید رویکرد گفتمانی دولت وی، در مسیر بازگشت به مبانی انقلاب اسلامی قرار دارد، اما عملاً رویکرد مردم‌گرایی دولت، خوانشی عوام‌گرایانه از آرمان‌های انقلاب ارائه می‌کند به لحاظ مبانی، گفتمان دولت احمدی نژاد را بایستی در توده‌وار بودن آن و گرایش به توده‌ای دیدن امور فهم کرد، از این رو، این گفتمان با عنوان گفتمان توده‌گرای وظیفه‌محور معرفی شده است (Darabi, 2009).

گفتمان اعتدال

روحانی با پیروزی در انتخابات دوره‌ی یازدهم و دوازدهم از سال ۱۳۸۲ تا ۱۴۰۰ ریاست دولت جمهوری اسلامی ایران را در این دوره عهده‌دار شد و به گفته‌ی خود و همکارانش در دولت گفتمان اعتدال را تشکیل داد. روحانی با به کارگیری ترکیب‌های وصفی و همچنین اصطلاحات امیدبخش نظیر الحمدالله و ان شاءالله سعی در القای امید و آرامش و جلب نظر رأی‌دهندگان داشت. او گفتمان اعتدال خود را متمایز از سایر گفتمان‌های پیشین و حتی رقبای انتخاباتی خود دانست. روحانی در بخش دفاع گفتمانی با تکنیک مظلوم‌نمایی و انتقاد از بی‌مهری و جفاکاری‌های دولت در سایه (به واسطه‌ی قدرت قضایی، رسانه‌ای و نظامی قدرتمندان دولت سایه) با دفاع از عملکرد دولت یازدهم در زمینه‌ی اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و بین‌الملل، برنامه‌های دولت دوازدهم را در افزایش امید، نشاط در جامعه، شفاف‌سازی اقتصادی، اصلاح ساختار

اقتصادی به ویژه نظام بانکی، رفع نابرابری‌های اجتماعی و فساد اجتماعی، برنامه‌های فقرزدایی و ایجاد اشتغال از طریق توریسم، حقوق شهروندی و برابری جنسیتی، قومیتی و اقلیتی، تأکید بر قدرت دیپلماسی و جنگ‌ستیزی، حذف تحریم‌ها و قانون‌گرایی خلاصه می‌کند. روحانی باور داشت که دولت یازدهم، همان دولت مورد نیاز جمهوری اسلامی ایران است زیرا پیشرفت در اقتصاد، رونق کسب و کار و ایجاد اشتغال در سطح کشور نیازمند عادی‌سازی روابط با همسایگان و معامع بین‌المللی است و دولت توانایی بسیار بالایی در روابط خارجی و بین‌المللی دارد (Mirzaei & Rabbani, 2015).

گردشگری

از دیدگاه سازمان جهانی گردشگری، توریسم به مجموعه فعالیت‌های فرد یا افرادی گفته می‌شود که به مکانی غیر از مکان عادی خود سفر می‌کنند و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می‌کنند و هدف از مسافرت گذران اوقات فراغت، تفریح، تجارت یا فعالیت‌های دیگر است و اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد در منطقه‌ی مورد نظر را در بر نمی‌گیرد. به عبارتی، باید هدف از سفر گرفتن دستمزد نباشد. با توجه به طول مدت مسافرت، وسیله‌ی مسافرت و نوع تأسیساتی که به خدمت گرفته می‌شود، فصل و چگونگی سازمان‌دهی مسافرت، همچنین انگیزه‌های گوناگون که موجب پیدایش یک جریان توریستی می‌شوند (Almeida-Garcia et al., 2021). گردشگری بخش مهمی از خدمات اقتصادی است. بر اساس مطالعات سازمان گردشگری جهانی و شورای جهانی مسافرت و گردشگری در سال ۲۰۱۳، کل سهم سفر و گردشگری در اقتصاد جهانی به ۹/۵٪ از تولید ناخالص جهانی (۷ تریلیون دلار) افزایش یافته است، که نه تنها اقتصاد وسیع تری را به وجود می‌آورد بلکه نسبت به سایر بخش‌های مهم مانند خدمات مالی و تجاری، حمل و نقل و ساخت و ساز رشد سریع تری دارد و در مجموع در سال ۲۰۱۳، نزدیک به ۲۶۶ میلیون شغل را بوجود آورده است (Pratt & Tolkach, 2018).

مشارکت مردم بومی در توسعه‌ی گردشگری یکی از معیارهای اصلی توان اجتماعی است. بدیهی است که اگر بومیان دیدگاه درستی از صنعت گردشگری نداشته باشند، خدمات مناسبی به گردشگران ارائه نخواهند کرد یا حتی در برخی موارد ممکن است گردشگران را مهاجم و غاصب تلقی کنند. در این شرایط توسعه‌ی صنعت گردشگری در منطقه با مشکلات جدی مواجه خواهد شد (Iqbal et al., 2022). تأثیرات دریافت‌شده‌ی مثبت، به منزله‌ی نتیجه‌ای از گردشگری، جامعه را به حمایت از توسعه‌ی صنعت گردشگری و بویژه فعالیت در این صنعت تشویق می‌کند. اما تأثیرات دریافت‌شده‌ی منفی ساکنان را از حمایت توسعه‌ی گردشگری بازمی‌دارد (Shokohi et al., 2012). دیدگاه فرهنگی مردم منطقه در زمینه‌ی گردشگری تأثیر بسزایی در توسعه‌ی صنعت گردشگری در مناطق گردشگری دارد. فرهنگ عامل تأثیرگذاری است که باید به صورت دو جانبه شکل پذیرد و ارتقا یابد. فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پذیری دو مقوله‌ی مهم در گسترش صنعت گردشگری است که باید از سوی هر دو طرف یعنی میزبان و میهمان باشد (Hezarjaribi & Najafi, 2011).

پیشینه پژوهش

(Croes et al., 2021) در پژوهشی به بررسی تخصصی سازی گردشگری، رشد اقتصادی، توسعه‌ی انسانی و اقتصادهای در حال گذار در لهستان پرداختند. پژوهشگران نتیجه گرفتند که تخصص سازی گردشگری تأثیر کوتاه مدت بر رشد اقتصادی و رابطه منفی و غیرمستقیم با توسعه انسانی دارد. به نظر می رسد رشد اقتصادی کانالی است که از گسترش توسعه انسانی حمایت می کند که نشان دهنده تأثیرات معنادار و مثبت کوتاه مدت و بلند مدت است.

(Ebrahimipour & Ramazanipour, 2018) در پژوهشی به بررسی توسعه‌ی گردشگری شهری با محوریت پیاده مدارسازی مراکز شهری پرداختند و نتیجه گرفتند که توسعه‌ی گردشگری شهری با محوریت پیاده‌مدارسازی و تجدید حیات مراکز شهرها تأثیر مستقیم و مثبتی بر رفاه اقتصادی، افزایش تعامل اجتماعی و افزایش گردشگران خواهد گذاشت.

(Ziaee & Abbasi, 2018) در پژوهشی به بررسی چالش‌ها و رویکردهای توسعه‌ی گردشگری پایدار از نظریه تا عمل پرداختند. یافته‌های این پژوهش شناسایی مهم‌ترین چالش‌ها و نقدهای مفهومی و اجرایی است که توسعه‌ی گردشگری پایدار از دو وجه عرضه و تقاضای گردشگری با آن مواجه است. چالش‌هایی همچون ماهیت پیچیده‌ی سیستم گردشگری و وابستگی به سیستم‌های کلان خارجی و اندازه‌ی واقعی بازار گردشگری شناسایی شدند.

(Liu et al., 2017) در پژوهشی به مقایسه‌ی دیدگاه‌های ادارات گردشگری شهری و ادارات فرهنگی در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری شهری و فرهنگی پرداخت. نتایج نشان می‌دهد که ادارات گردشگری و فرهنگی می‌توانند به اتفاق در مورد این موارد نظر برسند. زیرا با تصمیم در سطح مرکزی و شهرداری هیچ حمایت مالی کافی یا حتی مشروعیت بخشی ارائه نمی‌شود. از این منظر، یک طرح جامع برای توسعه‌ی گردشگری فرهنگی شهری به بخش‌های گردشگری و فرهنگی بخش عمومی کمک خواهد کرد تا پروژه‌های مرتبط را انجام دهند.

(Alam & Paramati, 2016) در پژوهشی به بررسی تأثیر گردشگری بر نابرابری درآمد در اقتصادهای کشورهای در حال توسعه پرداخته‌اند. یافته‌های تجربی روابط تعادلی بلندمدت بین متغیرها را تأیید می‌کند. نتایج برآوردهای بلندمدت نشان می‌دهد که گردشگری نابرابری درآمد را به طور قابل توجهی افزایش می‌دهد. علاوه بر این، قابلیت ارتجاعی بلندمدت در مورد مجموع درآمد گردشگری وجود فرضیه‌ی کوزنتس بین درآمد گردشگری و نابرابری درآمد را تأیید می‌کند، به این معنی که اگر سطح فعلی گردشگری دو برابر شود، این امر به طور قابل توجهی نابرابری درآمد را در اقتصادهای در حال توسعه کاهش می‌دهد.

(Salehipour & Mahmoudi Raja, 2015) در پژوهشی به واکاوی و تحلیل الگوی گردشگری در گفتمان راهبردی جمهوری اسلامی ایران پرداختند که در این مطالعه نگرش و جهان‌بینی تمدن و تفکر اسلامی در قبال مدیریت و توسعه‌ی گردشگری بررسی شد. نتایج این پژوهش، گردشگری میراث فرهنگی را بهترین نوع گردشگری دانست و نگهداری از میراث بشری را از دید قرآن امری لازم می‌داند.

(Teelucksingh, & Watson, 2013) در پژوهشی به بررسی تأثیر گردشگری بر توسعه‌ی اقتصادی در کشورهای جزیره‌ای کوچک (SIDS) پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بخش حمل و نقل بخش اصلی در این کشورهاست. ضریب درآمد گردشگری نشان داده است که گردشگری فعالیت‌های اقتصادی زیادی را ایجاد کرده

است؛ اما درآمد که در مقصد باقی می ماند، اغلب بسیار اندک است. نتایج نشان می دهد که استفاده از اقتصاد مقیاس ممکن است راهی برای به حداکثر رساندن مزایای گردشگری باشد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر در زمره‌ی پژوهش‌های کیفی بوده و به دنبال تحلیل گفتمان مدیریت دولتی در بخش توسعه گردشگری با استفاده از روش فرکلاف می‌باشد. تحلیل گفتمان، روشی نوین برای پژوهش در متن‌های ارتباطی است که برای شناخت پیام و معنی به کار رفته در پیام‌های ارتباطی کاربرد یافته است. این روش در آغاز تا حد زیادی وامدار زبان شناسی بوده است (Altamirano, 2022). جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی متون بیان شده توسط مدیران دولتی در بخش گردشگری در دو دوره‌ی تاریخی حاکمیت در جمهوری اسلامی ایران شامل گفتمان عدالت‌محور (سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲) و گفتمان اعتدال (۱۳۹۲ تا سال ۱۴۰۰) در دوره‌های ۸ ساله که داخل روزنامه‌ها، مجلات و سایت ریاست جمهوری و ... منتشر شده است را در بر می‌گیرد. حجم نمونه پژوهش نیز به صورت تمام شمار جمعا ۶۰ متن بود که مورد تفسیر و بررسی قرار گرفتند. شیوه اجرا چنین بود که ابتدا تمام متن‌های موجود در این دوره‌ها بررسی شد و در گام اول متن‌هایی که مرتبط با گفتمان مدیریت دولتی در بخش توسعه گردشگری بود استخراج شد. یک بررسی موردی کوچک انجام شد و آن‌هایی که مرتبط نبود کنار گذاشته شد. در نهایت با بررسی‌های دقیق انجام شده نتیجه این شد که ۶۰ متن از این متن‌ها متون اساسی است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از روش تحلیل مضمون استفاده شد.

یافته‌ها

سؤال اول پژوهش: ویژگی‌ها و مختصات گفتمان مدیران گردشگری و میراث فرهنگی در دوره‌های عدالت‌محور و اعتدال در بخش توسعه گردشگری کدام است؟
 در جدول (۱) ویژگی‌های گفتمان مدیریت دولتی مبتنی بر گردشگری در دوره‌های عدالت‌محور و اعتدال ارائه شده است.

جدول ۱. مختصات گفتمان مدیران دولتی مبتنی بر گردشگری

شماره‌ی متن	مختصات گفتمان
۲۴-۱ (دوره‌ی عدالت‌محور)	سبک مدیریت دموکراتیک از نوع تفویضی، کارآیی و عملکرد بالاتر از دوره‌های قبل، ضعف مدیریت با توجه به بهبود شرایط اقتصادی و افزایش قیمت نفت، شفافیت بالا، دانش و تخصص متوسط، کارآیی و اثربخشی متوسط، پرگویی مدیران، فن بیان خوب، کارها و اهداف محقق شده‌ی بالا، ادبیات ما می‌توانیم (تکیه بر توان داخلی)، مصمم برای رسیدن به اهداف، پاسخگو بودن نسبتا بالا، دانش مدیران متوسط، تسلط زیاد بر امور، اقتدار سیاسی و اداری بالا، صراحت و دقت در بیان، ابهام و صراحت به جا در بیان، تأثیرگذاری بر مخاطبین، قدرت مذاکره و مصاحبه‌ی قوی
۶۰-۲۵ (دوره‌ی اعتدال)	سبک مدیریت دستوری، فشار از بالا به پایین، عملکرد و کارآیی نسبتا بالا، دانش و تخصص بالای مدیران بخش گردشگری، شفافیت متوسط، پرگویی مدیران، فن بیان خوب، پاسخگویی و مسؤلیت‌پذیری کم، اقتدار سیاسی و اداری بالا، تسلط کم بر امور، صراحت و دقت در بیان، بکارگیری ابهام و صراحت به جا در بیان، تأثیرگذاری بر مخاطبین، قدرت مذاکره و مصاحبه‌ی قوی

یافته‌های جدول ۱، نشان می‌دهد که در دوره عدالت محور، ۲۳ ویژگی مدیریتی مبتنی بر گردشگری احصا شده و در دوره اعتدال نیز ۱۸ ویژگی شناسایی شده است.

سؤال دوم پژوهش: مفاهیم مدیریتی در چارچوب توسعه‌ی گردشگری از گفتمان‌های مذکور بر مبنای مقایسه‌ی دو دوره کدام است؟

جدول ۲. مفاهیم مدیریتی استفاده شده در گفتمان‌های عدالت محور و اعدال محور

واژگان مدیریتی	شماره‌ی متن
<p>مشارکت بخش خصوصی، حمایت دولتی، سرمایه‌گذاری، سند چشم‌انداز بیست ساله، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در عرصه‌ی گردشگری، تعامل میان بخش خصوصی و دولتی، تشکیل ستاد تسهیلات سفرهای کشور، زیرساخت‌های گردشگری، سلامت، اشتغال‌زایی، اقتصاد، گردشگری یکی از راه‌های توسعه‌ی صلح و دوستی پایدار، طرح‌های جامع توجیهی و تفصیلی، تأسیس واحد طبیعت‌گردی، شناسایی و قابلیت جذب گردشگر، برنامه‌ریزی، اصلاح مدار مدیریت، مدیریت، مدیریت یکپارچه، مشکل مدیریت در گردشگری، اختلاف در صحبت‌های مدیران، رونق صنعت گردشگری، برنامه‌ریزی دقیق، عزم و باور ملی، افزایش اطلاعات مسئولان، ادامه‌ی تلاش‌های مدیران دولتی قبل، نبود اطلاعات کافی و مستند، اشراف نداشتن بر موضوع گردشگری، آینده‌ی توسعه‌ی گردشگری، حرکت مبتنی بر مبانی، امید به آینده، خوش‌بین بودن به رفع موانع توسعه، قابل حل بودن مشکلات، طرح تسهیل ورود گردشگر، امنیت، شرایط سیاسی، وجه اقتصادی و فرهنگی گردشگری، ظرفیت بالای اقتصادی گردشگری، توجه نمایندگان مجلس به مبحث گردشگری، نیاز به تبلیغات و اطلاع‌رسانی، کمبود اعتبار، دستاوردهای خوب از جلسات، بهترین راهکار، کم‌هزینه‌ترین و پرفایده‌ترین، نقش آفرینی ملت‌ها، صلح و دوستی در جهان، توزیع عادلانه‌ی درآمدها، بهبود مناسبات کشورها، توسعه‌ی ظرفیت‌های جذب گردشگر، توسعه‌ی ظرفیت‌های حمل و نقل، توسعه‌ی فضاهای گردشگری، مشارکت در حوزه‌ی بانکداری، گسترش زیرساخت‌های گردشگری مذهبی، سرمایه‌گذاری برای مدیریت، مشارکت در راه‌اندازی و تأسیس بیمه‌ی گردشگری، توسعه‌ی زیرساخت‌های گردشگری، منافع و دستاوردها، تبیین و نشر آرمان‌های امام راحل (ره)، تبیین ارزش‌هایی که با خون شهیدان عمق یافته است، انتقال فرهنگ دفاع مقدس، میراث معنوی، گردشگری جنگ، درآمدزایی، ملت بزرگ و فرهنگ‌ساز، هویت فرهنگی و تاریخی، تغییر و تحول صنعت گردشگری، شاخص‌های اصلی توسعه، نگاه حرفه‌ای در تبلیغات و بازرایی، اطلاع‌رسانی، حمایت از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، درآمدزایی، سند ملی گردشگری، تور تخصصی سلامت، توسعه‌ی گردشگری سلامت، فراهم آوردن زمینه‌های جذب گردشگر، سیاست، امنیت پایدار، کار تحول‌آفرین، دید اقتصادی دولت، دید فرهنگی دولت، توسعه‌ی پایدار اقتصادی، استراتژیک، برنامه و نگاه بلندمدت، رشد و شکوفایی، فرصت‌ها و ظرفیت‌ها، نقش صنعت گردشگری در اقتصاد جهانی، برنامه‌ی توسعه‌ی کشور، افزایش درآمدهای مالیاتی، نوسان بازار جهانی نفت، امنیت بین‌الملل، ضروری دانستن توسعه‌ی گردشگری، اراده‌ی جدی دولت، مشارکت بخش خصوصی، حمایت دولتی، سیاست‌های محوری، کاربرد فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در گردشگری، تحول، توسعه‌ی فن‌آوری اطلاعات، ایجاد زیرساخت‌های مناسب، سرعت و سهولت در ارائه‌ی خدمات به گردشگران، افزایش کیفیت در خدمات، آموزش روستائیان، توسعه‌ی گردشگری، توسعه‌ی دامنه‌ی خدمات</p>	<p>۲۴-۱ (دوره‌ی عدالت‌محور)</p>
<p>ایجاد اشتغال، تعامل گردشگری با اقتصاد، اثرات عمیق و متقابل اقتصادی، اثرات اجتماعی، اثرات فرهنگی، اثرات</p>	<p>۶۰-۲۵</p>

دوره ۴
اعتدال

منفی شیوع کرونا بر گردشگری، رتبه‌ی اول گردشگری در رشد اقتصاد جهانی، درآمدزایی، رونق تولید، رونق گردشگری، اشتغال‌زایی، ارزآوری، خوش‌بین بودن به آینده‌ی گردشگری، حمایت‌های دولتی، عدم تعدیل نیرو به دلیل کرونا، قطع وابستگی به نفت، حمایت از صنعت گردشگری، توسعه‌ی گردشگری، مقابله با تبلیغات منفی، استفاده از فرصت‌ها، مقابله با تهدیدها، توسعه‌ی گردشگری مذهبی، برنامه‌ریزی، امنیت، ظرفیت‌های داخلی، بزرگ‌نمایی اتفاقات خوب و خوشایند، تعیین برند ملی گردشگری، مشارکت، همکاری بخش دولتی و خصوصی، گردشگری یک مزیت ذاتی در ایران، استقبال سرمایه‌گذاران، اقتصاد برتر در زمینه‌ی گردشگری، تحریم، سرعت رشد گردشگر خارجی، تنوع زیاد، گردشگری سلامت، گردشگری فرهنگی، گردشگری تاریخی، بزرگ شدن حجم اقتصاد گردشگری، ایجاد فضای نشاط اجتماعی، تغییر نگاه مدیران و مردم در زمینه‌ی گردشگری، یکپارچگی، هویت کشور، امنیت ملی، مقابله با تبلیغات دروغ، کمبود بودجه، استفاده از فضای مجازی، تقدیر از فعالان حوزه‌ی گردشگری، رونق گردشگری، تهیه‌ی سند گردشگری، تخصصی کردن، راهکارهای علمی و حرفه‌ای برای مشکلات، ظرفیت رسانه‌های دیجیتال، تصویرسازی مثبت، استفاده از تجارب بین‌المللی و بومی مدیریت، قابلیت رقابت‌پذیری بالا، توان عبور سریع از روزهای سخت، تهیه‌ی برنامه‌ی اقدام ملی، همکاری سازمان‌های بین‌المللی، مهاجرت معکوس به روستاها، تدوین برنامه‌های عملیاتی و اجرایی، مشارکت ذینفعان و فعالان حوزه‌ی گردشگری، خلق ارزش، مخابره‌ی ارزش، ارائه‌ی ارزش، مشارکت و تعامل سه قوه، برجام، کانون توجهات، مطالبه‌ی عمومی مردم، حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس، گردشگری ابزار قوی در دیپلماسی، توسعه‌ی صلح جهانی، تعاملات فرهنگی، گفتگو و تعامل به جای جنگ و دعوا، رضایت عمومی، برنامه‌ی ششم توسعه، اقتصاد مقاومتی، شناخت مشکلات، سند چشم‌انداز بیست‌ساله، راهبردهای اساسی، تسهیلات برای توسعه‌ی گردشگری، توسعه‌ی گردشگری الکترونیکی، اقلیم مناسب ایران، مشارکت بخش خصوصی، فرهنگ، سیاست خارجی، اشتغال ارزان قیمت و پایدار، تصمیم‌سازان گردشگری، خدمات‌محور، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، لغو مقررات سخت‌گیرانه، خوش‌بینی، چشم‌انداز بلندمدت، نظارت امنیتی، کشور امن و آرام، شروع از خودمان، مشارکت فعالان بخش خصوصی و دولتی، تحول، تنوع خدمات، تبلیغات، شناخت ظرفیت‌ها و مزیت‌ها، ادامه دادن مسیر رشد و توسعه، احقاق حقوق مردم، اقتصاد پررونق، منبع تجدیدپذیر، گردشگری یکی از منابع ثروت‌آفرین، خلق ثروت، تنوع‌بخشی، توسعه‌ی روستا، حمایت دولت، تقویت نشاط و سلامت جامعه، تجلیل و تقدیر و تشکر از فعالان گردشگری، ابزارهای دیپلماسی عمومی، ایجاد ارتباط و تعامل بین ملت‌ها، نزدیک کردن فرهنگ‌ها، برقراری صلح و دوستی، اعتلای دانش بشری، ایجاد شور و امید و نشاط در جامعه، حفظ هویت و پایداری فرهنگی، حفظ پایداری اقتصادی، حفظ پایداری اجتماعی، حفظ پایداری زیست‌محیطی، هم‌زیستی مسالمت‌آمیز، درک متقابل فرهنگ‌ها و سنت‌ها، تعامل سازنده و ارتباط بیشتر با ملت‌ها، برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی گردشگری، پاسداری از هویت ملی و تاریخی، فقدان زیرساخت‌ها، اختصاص منابع، فراهم کردن زمینه‌ی سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، فریب افکار عمومی در سخنانی آمیخته با دروغ، درآمدزایی، کمک دولت، کمک صندوق توسعه‌ی ملی، مشارکت بخش خصوصی، مشکلات فراوان در زیرساخت‌های گردشگری، رفتار صحیح با گردشگران خارجی، اهمیت ارزش حفظ میراث فرهنگی، کارآفرینی و اشتغال، اقتصاد مقاومتی، توسعه‌ی زیرساخت‌های گردشگری، اعطای تسهیلات به بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران، حل مشکلات و رفع موانع پیش‌رو، اولویت‌های راهبردی دولت، استراتژی دولت، توجه و اهتمام جدی به توسعه و تقویت گردشگری، برنامه‌ی ششم توسعه، امنیت گردشگران، توسعه‌ی بوم‌گردی

سؤال سوم پژوهش: وضعیت قرابت یا محجوریت گزاره‌های زبانی مستتر در گفتمان مدیران یا وزرا نسبت به مدل‌های نظری موجود چگونه ارزیابی می‌شود؟

جهت بررسی این موضوع سه پارادایم مدیریت دولتی سنتی، مدیریت دولتی نوین و پارادایم خدمات دولتی نوین قسمت مدل حکمرانی خوب را در نظر می‌گیریم.

مشخصات مدیریت دولتی سنتی به شرح زیر است: ۱- اعمال اقتدار دولت بر تمام بخش‌ها ۲- ساختارهای سلسله‌مراتبی خشک، ۳- یکپارچگی مقررات و رویه‌های کاری، ۴- جدایی اداره از سیاست و ۵- کنترل‌های شدید.

مشخصات مدیریت دولتی نوین: ۱- مقررات زدایی ۲- خصوصی سازی ۳- تعدیل نیروی انسانی ۴- رقابت بازار
 مشخصات حکمرانی خوب: ۱- مشارکت ۲- حاکمیت قانون ۳- شفافیت ۴- جوابگویی ۵- اجماع ۶- عدالت ۷- اثربخشی و کارایی ۸- پاسخگویی.

حکمرانی خوب کوششی است در جهت حاکمیت قانون، شفافیت، مسؤلیت‌پذیری، مشارکت، برابری، کارایی، اثربخشی، پاسخگویی و دیدگاه استراتژیک در اعمال اقتدار سیاسی، اقتصادی و اداری با کارکردهای: ۱- توسعه‌ی پایدار انسانی ۲- تقویت سرمایه ۳- توسعه‌ی مردم‌سالاری (میدری، ۱۳۸۸).

در جدول (۳) نیز وضعیت گفتمان‌های عدالت و اعتدال محور نسبت به مدل‌های نظری مقایسه شده است.

جدول ۳. وضعیت گفتمان‌ها نسبت به مدل‌های نظری

عنوان گفتمان	وضعیت موجود گفتمان‌ها
عدالت محور	برنامه‌ریزی خوب- شفافیت زیاد- دانش و تخصص متوسط مدیران بخش گردشگری- کارآیی و اثربخشی متوسط- پاسخگویی و مسؤلیت‌پذیری نسبتا بالا- مشارکت مردمی خوب- توجه به مشارکت بخش خصوصی و خصوصی سازی متوسط- مشارکت بخش خصوصی- حمایت دولتی- سرمایه گذاری- سند چشم‌انداز بیست ساله- سرمایه گذاری داخلی و خارجی در عرصه گردشگری- تعامل میان بخش خصوصی و دولتی- وجه اقتصادی و فرهنگی گردشگری- کم هزینه ترین و پرفایده ترین- نقش آفرینی ملت‌ها- صلح و دوستی در جهان- توزیع عادلانه‌ی درآمدها- کار تحول آفرین- دید اقتصادی دولت- دید فرهنگی دولت- توسعه‌ی پایدار- اقتصادی- استراتژیک- برنامه و نگاه بلندمدت- افزایش کیفیت در خدمات- توسعه‌ی دامنه‌ی خدمات- درآمدزایی
اعتدال	برنامه‌ریزی عالی، شفافیت متوسط، دانش و تخصص بالای مدیران بخش گردشگری، کارآیی و اثربخشی متوسط رو به بالا- پاسخگویی و مسؤلیت‌پذیری کم- مشارکت مردمی خوب- توجه به مشارکت بخش خصوصی و خصوصی سازی خوب- تعامل گردشگری با اقتصاد- اثرات عمیق و متقابل اقتصادی- اثرات اجتماعی- اثرات فرهنگی- تهیه‌ی سند گردشگری- تخصصی کردن- راهکارهای علمی و حرفه‌ای برای مشکلات- لغو مقررات سخت گیرانه- مشارکت فعالان بخش خصوصی و دولتی- چشم‌انداز بلندمدت- اقتصاد مقاومتی- تنوع خدمات- درآمدزایی

با توجه به نتایج جدول ۳، و وضعیت موجود گفتمان‌ها عدالت و اعتدال محور گزاره‌هایی زبانی مستتر در گفتمان‌ها به شرح زیر است:

۱- مدیریت گفتمان عدالت محور به مدیریت دولتی نوین نزدیک و ویژگی‌هایی از حکمرانی خوب را هم در بر دارد.

۲-مدیریت گفتمان اعتدال به مدیریت دولتی نوین نزدیک تر است و ویژگی‌هایی از مدیریت دولتی سنتی را هم در بر دارد.

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر، تحلیل گفتمان توسعه‌ی گردشگری با رویکرد عدالت‌محور و اعتدال بود. در این پژوهش، پژوهشگر به دنبال صحت و درستی گفتمان‌های مورد بررسی نبوده است؛ بلکه درصدد این بوده که شناخت از گفتمان‌های مذکور چه کمکی به مدیران بخش دولتی در جهت موفقیت آنان در بخش توسعه‌ی گردشگری خواهد کرد.

سؤال اصلی پژوهش: ویژگی‌ها و مختصات گفتمان مدیران گردشگری و میراث فرهنگی در دوره‌های چهارگانه (۱۳۶۸ تا ۱۴۰۰) در بخش توسعه‌ی گردشگری کدام است؟

نتایج این یافته با برخی مطالعات مانند (Ebrahimipour & Ramazanipour, 2018)، (Ziaee & Abbasi, 2018) همسو است. در دوره‌ی سازندگی سبک مدیریتی به سبک مدیریت دستوری نزدیک است، پایین‌ترین وجوه قطعی را داراست یعنی کارکرد و عملکرد پایین‌تری نسبت به سایر دوره‌ها در بخش توسعه‌ی گردشگری دارد. از منظر استفاده از ساخت‌های وجهی تردیدی این دوره رتبه‌ی اول را داراست که نشان‌دهنده‌ی روبرو بودن مدیران دولتی آن دوره با کمبود منابع مالی و عدم برنامه‌ریزی صحیح برای توسعه‌ی بخش گردشگری می‌باشد. و یک وجه آن نیز مربوط به عدم شناخت کافی نسبت به لزوم توسعه‌ی بخش گردشگری می‌باشد. در استفاده از ساخت‌های شناختی تردیدی این دوره دومین رتبه را داراست که نشان‌دهنده‌ی شفافیت کمی در امور دولتی می‌باشد. در دوره‌ی سازندگی افعال ربطی صریح اکثریت نسبی نسبت به سایر افعال را داراست، یعنی تخصص و دانش مدیران دولتی بخش گردشگری در سطح متوسط قرار دارد. زمانی که تخصص و دانش مدیران متوسط است کارآیی و اثربخشی هم در سطح متوسط قرار دارد. در دوره‌ی سازندگی افعال ربطی صریح اکثریت نسبی نسبت به سایر افعال را داراست، یعنی تخصص و دانش مدیران دولتی بخش گردشگری در سطح متوسط قرار دارد. زمانی که تخصص و دانش مدیران متوسط است کارآیی و اثربخشی هم در سطح متوسط قرار دارد ضمن اینکه دوره‌ی اصلاحات کمترین میزان افعال صریح را دارد و نشان‌دهنده‌ی تخصص کمتر مدیران است. با نگاه به داده‌های جدول می‌توان اینگونه گفت که تقریباً سطح تخصص مدیران هر چهار دوره در حد متوسط قرار دارد و کارآیی و اثربخشی را تحت تأثیر قرار داده است. درصد بالاتر افعال متفرقه به زعم محقق نشان‌دهنده‌ی پرگویی مدیران می‌باشد که ظاهراً یا قصد فریب افکار مخاطبین را داشته‌اند و یا چون تخصصشان کم بوده است و یا دستاورد قابل توجهی نداشته‌اند به مباحث متفرقه زیاد پرداخته‌اند. بالاترین وجه اخباری در دوره‌ی عدالت‌محور به همراه کمترین میزان وجوه التزامی، امری و ندایی تأییدی بر سبک مدیریت دموکراتیک تفویضی، کارهای محقق شده‌ی بالا و ما می‌توانیم می‌باشد که جزء ادبیات گفتمان آن دوره می‌باشد. مابقی دوره‌ها از نظر کاربرد وجوه مختلف تقریباً در سطح نزدیک و مشابهی قرار دارند لیکن وجوه اخباری در سایر دوره‌ها بالاتر از وجوه دیگر است. درصد بالای وجوه التزامی، امری و ندایی در دوره‌ی سازندگی و دوره‌ی اعتدال تأییدی بر وجود سبک مدیریتی دستوری در این

دوره‌ها می‌باشد. همچنین داده‌های مربوط به دوره‌ی اصلاحات سبک مدیریتی نزدیک به دموکراتیک را تأیید می‌کند. استفاده از ساخت‌های معلوم نشانگر ایناست که فرد کننده‌ی کار و مسؤول انجام کار مشخص است.

سؤال دوم پژوهش: مفاهیم مدیریتی در چارچوب توسعه‌ی گردشگری از گفتمان‌های مذکور بر مبنای مقایسه‌ی دو دوره کدام است؟

با استفاده از روش تحلیل گفتمان و بررسی قواعد زبانی می‌توان در مختصات گفتمان مدیران دولتی به این پی برد که زیبا سخن گفتن در نظر عامه‌ی مردم می‌تواند عملکرد ضعیف را به اشتباه با فریب افکار عمومی قوی جلوه دهد. راهکارهایی برای بهبود عملکرد مدیریت دولتی در پیشنهادها ارائه می‌گردد. نتایج این یافته با مطالعات (Ebrahimipour & Ramazanipour, 2018) و (Ziaee & Abbasi, 2018) همسو است. در تبیین نتایج باید گفت

بالاترین وجه اخباری در دوره‌ی عدالت‌محور به همراه کمترین میزان وجوه التزامی، امری و ندایی تأییدی بر سبک مدیریت دموکراتیک تفویضی، کارهای محقق شده‌ی بالا و ما می‌توانیم می‌باشد که جزء ادبیات گفتمان آن دوره‌ی باشد. مابقی دوره‌ها از نظر کاربرد وجوه مختلف تقریباً در سطح نزدیک و مشابهی قرار دارند لیکن وجوه اخباری در سایر دوره‌ها بالاتر از وجوه دیگر است. درصد بالای وجوه التزامی، امری و ندایی در دوره‌ی سازندگی و دوره‌ی اعتدال تأییدی بر وجود سبک مدیریتی دستوری در این دوره‌ها می‌باشد. همچنین داده‌های مربوط به دوره‌ی اصلاحات سبک مدیریتی نزدیک به دموکراتیک را تأیید می‌کند. در بیان مسؤولین جملات از پیوند خوبی برخوردار بوده‌اند و با توجه به استفاده‌ی به جا از عوامل افزایشی و نقیضی و زمانی و شرطی و علی و ... فن بیان و قدرت ارتباط کلامی مدیران که در نهایت منجر به تأثیرگذاری بر مخاطبین با استفاده از زبان بدن و بیان ساده و صریح خواهد شد در هر چهار دوره وجود داشته است که این نشان‌دهنده‌ی قدرت مذاکره و مصاحبه‌ی قوی در مدیران دولتی ایران بوده است که از دیدگاه محقق جنبه‌ی نمایشی و تشریفاتی دولت‌ها را نشان می‌دهد و عمل‌گرایی و کارآیی در این جدول قابل بررسی نیست. عوامل انسجامی ربطی و هم‌آیی واژگان نشان‌دهنده‌ی انسجام متون انتخاب شده و پرهیز از گزافه‌گویی است و انسجام در آن نشان‌دهنده‌ی فن بیان مدیران هر دوره می‌باشد که در هر چهار دوره فن بیان مدیران نسبتاً خوب بوده است، لیکن عملکرد و کارآیی متفاوت بوده است.

در دوره‌ی عدالت‌محور، ساخت‌های غیروجه‌ی اجبار و الزام تقریباً در حد دوره‌ی اصلاحات می‌باشد که نشان‌دهنده‌ی سبک مدیریتی دموکراتیک از نوع تفویضی می‌باشد. در این دوره آقای احمدی‌نژاد امور را به مدیران بخش گردشگری، آقایان مشایی و بقایی تفویض کردند. در این دوره وجوه شناختی قطعی بالاترین رتبه را دارد که نشان‌دهنده‌ی کارآیی و عملکرد بالا در توسعه‌ی بخش گردشگری است. لازم به ذکر است که این تحقیق بر اساس متون بیان‌شده از روش تحلیل گفتمان و فقط جنبه‌ی ادبیاتی گفتمان بررسی شده است. به همین دلیل چون متغیرهای مداخله‌گر در تحقیق بررسی نشده است نشر محقق بر این است که با توجه به متغیرهای تأثیرگذار مختلف، کارآیی و عملکرد در هر چهار دوره در بخش توسعه‌ی گردشگری پایین بوده است اما با توجه به بهبود شرایط کشور نسبت به اوایل انقلاب اسلامی دوره‌ی عدالت‌محور شرایط و زمینه‌ی بهتری جهت توسعه‌ی بخش گردشگری داشته است. در این دوره ساخت‌های وجهی تردیدی از دوره‌ی اعتدال بیشتر و از دوره‌ی سازندگی و اصلاحات کمتر است و در اینجاست که عدم کارآیی مدیران

بخش توسعه‌ی گردشگری به چشم می‌آید زیرا در این دوره با توجه به بهبود شرایط کشور نسبت به دوره‌های قبل و عدم وجود کرونا و افزایش قیمت نفت این تردید نشانه‌ی ضعف شدید مدیران مربوطه می‌باشد.

در دوره‌ی اعتدال ساخت‌های غیروجهی اجبار و الزام در سطح بالاتر از متوسط قرار دارد و نشان‌دهنده‌ی وجود سبک مدیریتی دستوری و فشار از بالا به پایین می‌باشد. در این دوره ساخت‌های شناختی قطعی از دوره‌ی عدالت‌محور کمتر و از دوره‌ی سازندگی و اصلاحات بیشتر است که می‌توان با توجه به افزایش تعداد گردشگر در این دوره و وجود بحران کرونا، تحریم‌ها و کاهش قیمت نفت و ... عملکرد و کارآیی دولت در این زمینه را بالا یا نسبتاً قابل قبول دانست. در این دوره ساخت‌های وجهی تردیدی پایین‌ترین سطح را نسبت به سایر دوره‌ها داراست و این نشان‌دهنده‌ی دانش و تخصص کافی مدیران دولتی بخش گردشگری در این دوره می‌باشد. در این دوره ساخت‌های شناختی تردیدی از دوره‌ی عدالت‌محور بیشتر و از دوره‌ی سازندگی و اصلاحات کمتر است که نشان‌دهنده‌ی سطح متوسطی از شفافیت امور دولتی در بخش توسعه‌ی گردشگری در این دوره می‌باشد. با نگاه به داده‌های جدول می‌توان اینگونه گفت که تقریباً سطح تخصص مدیران هر چهار دوره در حد متوسط قرار دارد و کارآیی و اثربخشی را تحت تأثیر قرار داده است.

سؤال سوم پژوهش: وضعیت قرابت یا محجوریت گزاره‌های زبانی مستتر در گفتمان مدیران یا وزرا نسبت به مدل‌های نظری موجود چگونه ارزیابی می‌شود؟

با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته و همچنین پاسخگویی به سؤالات قبل روشن است که مدیران هر چهار دوره به رسیدن به شاخص‌های حکمرانی خوب، فکر کرده‌اند و در بسیاری از متون بیان داشته‌اند که باید به آن سمت و سو حرکت کرد. لیکن در هر چهار دوره برخلاف مطالب بر زبان رانده شده واقعیت چیز دیگری است و وضعیت موجود از وضعیت موعود که همان حکمرانی خوب می‌باشد فاصله‌ی بسیاری دارد. با توجه به تحلیل گفتمان صورت گرفته در پاسخ به سؤالات پژوهش نتایج حاصل شده ارائه گردید. اما در مجموع می‌توان گفت که هدف و تلاش گفتمان‌های مذکور بر توسعه‌ی گردشگری بوده است که با توجه به موقعیت و شرایط اجتماعی و سیاسی و اقتصادی هر گفتمان تلاش‌های صورت گرفته تا حدودی موفق و یا به دلایلی با عدم موفقیت همراه بوده است. در هر دو گفتمان مورد بررسی، عواملی مانند توجه به مشارکت مردم، توجه به مشارکت بخش خصوصی، حمایت دولت، درآمدزا بودن توسعه‌ی گردشگری، رسیدن به توسعه در جنبه‌های مختلف در کنار توسعه‌ی گردشگری، اشتغال‌زایی، روابط بین‌المللی و توجه به انواع مختلف گردشگری مورد بحث و موضوع صحبت و متون بوده است با توجه به اقدامات و تلاش‌های صورت گرفته هر کدام از گفتمان‌ها در برخی از موضوعات موفق‌تر و برخی ضعیف‌تر عمل کرده‌اند.

پیشنهاد می‌شود:

- ۱- برگزاری دوره‌های آموزشی برای مدیران دولتی و تبیین اهمیت بخش گردشگری و نقش آن در توسعه در دستور کار قرار گیرد.
- ۲- توجه ویژه به روستاهای مستعد گردشگری و برنامه‌ریزی برای تبدیل آن‌ها به کانون گردشگری (باعث رشد اشتغال‌زایی و عدم مهاجرت به شهرها و کاهش آسیب‌های شهرنشینی از جمله آلودگی هوا، کاهش مصرف سوخت و ... خواهد شد).

۳- ارزیابی فعالیت‌های مدیران دولتی در بخش توسعه گردشگری و تشویق مدیران موفق می‌تواند مقایسه بهتر اقدامات و فعالیت‌های اجرایی را تسهیل کند.

References

- Almeida-Garcia, F., Cortes-Macias, R., & Parzych, K. (2021). Tourism impacts, tourism-phobia and gentrification in historic centers: The cases of Málaga (Spain) and Gdansk (Poland). *Sustainability*, 13(1), 408. <https://doi.org/10.3390/su13010408>
- Altamirano, M. E. (2022). Legitimizing discourses within favela tourism. *Tourism geographies*, 1-18. DOI: 10.1080/14616688.2022.2154380
- Alam, M. S., & Paramati, S. R. (2016). The impact of tourism on income inequality in developing economies: Does Kuznets curve hypothesis exist?. *Annals of tourism research*, 61, 111-126., S. R. (2016). The impact of tourism on income inequality in developing economies: Does Kuznets curve hypothesis exist?. *Annals of tourism research*, 61, 111-126. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2016.09.008>
- Beeri, I., Uster, A., & Vigoda-Gadot, E. (2019). Does performance management relate to good governance? A study of its relationship with citizens' satisfaction with and trust in Israeli local government. *Public Performance & Management Review*, 42(2), 241-279. <https://doi.org/10.1080/15309576.2018.1436074>
- Ebrahimi, M., Ramezanipour, R. (2018). Development of urban tourism focusing on pedestrianization of urban centers, *Afaq Human Sciences Monthly* 14(79), 79-93. (In Persian). <http://pazhouheshha.ir/List.aspx?volume=3033>
- Hasanpour, M., Ahmadi, Z., & Elyasi, H. (2012). Tourism Carrying Capacity Determination for Desert Regions of Iran Case studies: Shahdad, Maranjab-Band e Rig, and Mesr-Farahzad. *Tourism Management Studies*, 5(14), 176-197. (In Persian). 20.1001.1.23223294.1389.5.14.7.9
- Hezarjaribi, J., & Najafi, M. M. (2011). Social Trust and Development of Tourism. *Journal of Urban - Regional Studies and Research*, 2(7), 53-70. (In Persian).
- Iqbal, A., Ramachandran, S., Siow, M. L., Subramaniam, T., & Afandi, S. H. M. (2022). Meaningful community participation for effective development of sustainable tourism: Bibliometric analysis towards a quintuple helix model. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 39, 100523. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100523>
- Liu, R., Lanza, A., & Pigliaru, F. (2017). How fast are small tourism countries growing? Evidence from the data for 1980–2003. *Tourism Economics*, 13(4), 603–613. <https://doi.org/10.5367/000000007782696104>
- Moghimi, E., Rahimi Harabadi, S., Hedai Arani, M., Alizadeh, M & Oruji H. (2012). Geomorphotourism and feasibility measurement of road geomorphosites using the Periyara method; Case Study; Azad road Qom-Kashan. The title of the publication, 12 (27): 163-184. (In Persian). <https://ensani.ir/file/download/article/20130623093339-9495-163.pdf>
- Mirzaei, M., & Rabbani Khorasghani, A. (2015). Analysis of Contrast between Perincipalism and Reformism Discourses in the 10th Presidential Election inIran. *Journal of Applied Sociology*, 26(4), 45-68. (In Persian). 20.1001.1.20085745.1394.26.4.3.3
- Metuo, H. Kumar, J. (2014). Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK, *Journal of Vacation Marketing*, 9(3): 271–284. <https://doi.org/10.1177/135676670300900306>
- Mirzaei Ahranjani, H., & Bozorgi, F. (2006). A REVIEW OF ORGANIZATION VIRTUALIZATION TREND (From Newtonian attitude to Quantum Theory). *Future study Management*, 18(40), 33-40. (In Persian). https://journals.srbiau.ac.ir/article_5978_e578dcad78f73f09d2fc33714ec2874f.pdf
- Nemati, Vali, Ebrahimpour, Habib Pourkarimi, Parviz. (2014). Conceptualization of health tourism in Iran (concepts, models and theories), the first national sustainable tourism conference with the approach of sports tourism, health and environment, Ardabil, <https://civilica.com/doc/546198>. (In Persian).
- Pratt, S., & Tolkach, D. (2018). The politics of tourism statistics. *International Journal of Tourism Research*, 20(3), 299-307. <https://doi.org/10.1002/jtr.2181>

- Persson, M. (2015). Education and political participation. *British Journal of Political Science*, 45(3), 689-703. <https://doi.org/10.1017/S0007123413000409>
- Redelift, M. and sage colinceds, (2002), *Strategies for sustainable Development*, Jhon wiley and sons, New york.
- Shokohi, M. A, Bozrajmehri, K, Istgoldi, M, Arkhodi, M. (2012). Investigating the effects of tourism on the quality of life of the host community, a study sample: Bandar-Turkmen city, *Geographical Space Quarterly*, 10(47), 101-125. (In Persian). <https://profdoc.um.ac.ir/articles/a/1045350.pdf>
- Salehipour, M R., Mahmoudi Raja, S. Z. (2015). Study and analysis of the tourism pattern in the strategic discourse of the Islamic Republic of Iran, *Heritage and Tourism*, 1(4), 13-31. (In Persian). <http://www.istta.ir/pages/fa/details/8443>
- UNTWO (2016), *Governance for the Tourism Sector and Its Measurement*, Issue Paper Series, Oct 2016.
- UNWTO (2018). *Sustainable development of tourism. UN World Tourism*.
- Ziaee, M., & Abbasi, D. (2018). Sustainable Tourism Development Approaches and Challenges: Concepts and Practices. *Journal of Tourism Planning and Development*, 7(24), 8-37. (In Persian). doi: 10.22080/jtpd.2018.1822